

# FNB SERVED DAILY.

Food for thought... every day!

ΤΟ ΚΑΘΗΜΕΡΙΝΟ  
ΨΗΦΙΑΚΟ NEWSLETTER  
ΓΙΑ ΤΟΝ ΚΛΑΔΟ  
ΤΡΟΦΙΜΩΝ & ΠΟΤΩΝ

ΔΕΥΤΕΡΑ 20 ΙΟΥΝΙΟΥ 2022  
ΤΕΥΧΟΣ 1470

ΡΟΗ ΕΙΝΑΙ Η ΣΥΝΕΧΗΣ ΓΡΑΜΜΗ ΠΟΥ ΕΝΩΝΕΙ ΤΟ ΠΑΡΕΛΘΟΝ, ΤΟ ΠΑΡΟΝ ΚΑΙ ΤΟ ΜΕΛΛΟΝ, ΚΑΙ ΕΙΝΑΙ ΣΤΟ ΧΕΡΙ ΜΑΣ ΝΑ ΤΗ ΔΙΑΤΗΡΗΣΟΥΜΕ

**Βίκος**

ΔΥΝΑΜΗ ΜΑΣ,  
Η ΡΟΗ ΜΑΣ



## • ΓΑΛΛΕΙΑΣ

Κράτησε τον τζιρο αλλά πείστηκαν τα κέρδη  
–Επενδύσεις €19,41 εκατ.



## • Η ΜΑΡΚΑ ΤΟΥ ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΗ

Το επόμενο καλοκαίρι στα ράφια η πατάτα  
– Συζητήσεις με Σκλαβενίτη



## • ΕΣΤΙΑΤΟΡΙΑ ΙΚΕΑ (FOURLIS)

Έχει ανακτηθεί το 80-85%  
του προ πανδημίας τζιρου



## • ΓΡΗΓΟΡΗΣ

Ανοίγει 5 νέα καταστήματα στην Γερμανία  
και 20 στην Ελλάδα φέτος

EDITORIAL: Υπομονή και ρευστότητα

SECRET RECIPE: Μιντιακή οικογένεια μπαίνει στο ελαιόλαδο



ΜΠΕΣ ΣΤΟ [WATER.GR](http://WATER.GR)



• Η ΜΑΡΚΑ ΤΟΥ ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΗ  
**ΤΟ ΕΠΟΜΕΝΟ ΚΑΛΟΚΑΙΡΙ ΣΤΑ ΡΑΦΙΑ**  
**Η ΠΑΤΑΤΑ - ΣΥΖΗΤΗΣΕΙΣ ΜΕ ΣΚΛΑΒΕΝΙΤΗ**

Το καλοκαίρι του 2023 αναμένεται να είναι στα ράφια των αλυσίδων supermarket η πατάτα που αναπτύσσει η πρωτοβουλία "Η Μάρκα του Καταναλωτή - Ποιός είναι το Αφεντικό", στο πλαίσιο της συνεργασίας με την Neurorpublic, τον εταίρο της στο έργο.

Όπως αναφέρει στο Fnb Daily ο Συνιδρυτής και Συντονιστής του project, Λάμπης Κώτσου, στο πλαίσιο της παρουσίασης των πλεονεκτημάτων από την εγκατάσταση της έξυπνης τεχνολογίας, Smart Farming Gaiasense, στην οποία παρίστατο το Fnb

Daily, ο βασικός λόγος για την τοποθέτηση του προϊόντος στα ράφια του χρόνου το καλοκαίρι είναι γιατί αναμένονται να οριστικοποιηθούν οι προδιαγραφές που θα ψηφίσουν οι καταναλωτές σχετικά με τις νέες τεχνολογικές λύσεις.



**ΤΟ ΠΛΟΥΤΟΣ**

Αξίζει να αναφέρουμε ότι, τον σταθμό έξυπνης τεχνολογίας, Smart Farming Gaiasense, προσφέρει στους παραγωγούς πατάτας της περιοχής η πρωτοβουλία, σε συνεργασία με την Neurorpublic, μέσω της

συμμετοχής στο έργο PLOUTOS H2020, το οποίο χρηματοδοτείται με την Ευρωπαϊκή Ένωση για τη βιωσιμότητα του αγροδιατροφικού τομέα σε κοινωνικό και περιβαλλοντικό επίπεδο. Όπως εξηγεί ο κ. Κώτσου, ο σταθμός εγκα-

ταστάθηκε σε αγροτεμάχιο της Καλαμάτας για την τρέχουσα σοδειά και όταν ψηφιστεί το ερωτηματολόγιο από τους καταναλωτές και οριστούν οι προδιαγραφές, τότε θα ενταχθούν και άλλοι παραγωγοί της περιοχής που ανήκουν στο ίδιο μικροκλίμα.

## Το σύστημα gaiasense Ευφύης γεωργία - 4 πηγές δεδομένων



Από ψηλά



Από τον σταθμό



Από τον γεωπόνο



Από τον παραγωγό



ΠΡΟΣΩΠΙΟ-ΚΑΡΤΙΝΙ-ΠΑΝΑΚ



Το **Πλοῦτος** έλαβε χρηματοδότηση από το πρόγραμμα έρευνας και καινοτομίας «Ορίζοντας 2020» της Ε.Ε., βάσει της συμφωνίας επιχορήγησης με αριθμό 101000594.

### ΣΤΗΝ ΜΑΚΕΔΟΝΙΑ ΣΤΑΘΜΟΙ SMART FARMING

Σε εξέλιξη βρίσκονται οι επόμενοι Σταθμοί Smart Farming, που θα τοποθετηθούν αυτόν τον μήνα στην Δυτική Μακεδονία. Θα στηρίξουν τους αγρότες που παράγουν φασόλια, φακές και ρεβίθια για την πρωτοβουλία. Αυτά τα προϊόντα θα υποστηρίξουν περίπου 130 οικογένειες ντόπιων αγροτών, προσφέροντας, όπως είπτε, διαφάνεια και υψηλότερη ικνηλασιμότητα.

### ΤΙΜΕΣ ΨΗΛΟΤΕΡΕΣ ΤΗΣ ΑΓΟΡΑΣ

Αν και οι τιμές παραγωγού για την πατάτα δεν έχουν οριστικοποιηθεί, η πρωτοβουλία εξασφαλίζει ότι η προτεινόμενη τιμή λιανικής θα είναι σταθερή για τρία χρόνια και η υψηλότερη από τις τιμές που δίνει η αγορά.

### ΕΠΕΚΤΑΣΗ ΣΗΜΕΙΩΝ ΓΙΑ ΤΟ ΓΑΛΑ ΤΟΥ ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΗ

Παράλληλα, στα ράφια των αλυσίδων ΑΒ Βασιλόπουλος, My Market και Κρητικός, είναι το φρέσκο γάλα της πρωτοβουλίας, που παράγεται σε συνεργασία με την Τρίκκη. Όπως πληροφορούμαστε, η Κρητικός σχεδιάζει να επεκτείνει τα σημεία διάθεσης εντός του δικτύου και στα franchise καταστήματα. Επιπλέον, στα ράφια της ΑΒ Βασιλόπου-

λος, που, όπως αναφέρει ο κ. Κώτσου, από την αρχή στήριξε την πρωτοβουλία, είναι και το ελαιόλαδο που παράγεται σε συνεργασία με την Pure Olea. "Φέτος, χρειάστηκε να εξασφαλίσουμε καλύτερη τιμή για τους παραγωγούς, καθώς οι συνθήκες άλλαξαν και το κόστος παραγωγής είναι μεγαλύτερο σε σχέση με την προηγούμενη χρονιά", επισημαίνει και υπογραμμίζει ότι, όποια αλυσίδα θελήσει να βάλει το ελαιόλαδο στα ράφια της, θα το κάνει από την επόμενη σοδειά και η τιμή θα είναι διαφορετική, καθώς θα γίνει αναδιαπραγμάτευση με τους παραγωγούς. "Επίσης, θέλουμε να καλυφθεί και το κόστος παραγωγής του εταιρίου μας και λόγω των συνθηκών, καθώς η φιάλη συσκευασίας από €0,28 πήγε στα €0,52, που σημαίνει ότι, αφού θα τελειώσει το stock, θα πρέπει να καλυφθεί το κόστος του συνεργάτη μας με άλλη τιμή".

### ΞΕΚΙΝΑ ΜΕΛΕΤΗ ΓΙΑ ΓΑΛΑ ΜΑΚΡΑΣ ΔΙΑΡΚΕΙΑΣ

Όπως διευκρίνισε, κάτι τέτοιο δεν θα συμβεί, άμεσα τουλάχιστον, για το γάλα, καθώς έχουν προαγοραστεί οι συσκευασίες. Ωστόσο είναι πιθανό να αυξηθεί η τιμή αμοιβής του παραγωγού και ίσως, ξεπεράσει τα €0,50/lit στο αγελαδινό. Επιπλέον, η πρωτοβουλία ενισχύει την παρουσία της στην προϊοντική κατηγορία

του γάλακτος, σχεδιάζοντας να λανσάρει εντός διετίας γάλα μακράς διάρκειας, λόγω της αυξημένης ζήτησης που παρατηρείται στην αγορά. "Βλέπουμε ότι, μετά την πανδημία, έχει μετατοπιστεί η ζήτηση και αναπτύσσεται το μακράς διάρκειας".

### ΙΣΩΣ ΚΑΘΥΣΤΕΡΗΣΕΙ Η ΦΕΤΑ

Παράλληλα, η πρωτοβουλία ολοκληρώνει τη μελέτη για την παραγωγή φέτας, προϊόν, το οποίο, όπως είχατε διαβάσει στο FNB Daily, θα αναπτυχθεί σε συνεργασία με την ΝΕΟΓΑΛ. Ο κ. Κώτσου υπογραμμίζει ότι, ο αρχικός σχεδιασμός, που όριζε η φέτα να είναι στα ράφια τον Ιούλιο, θα καθυστερήσει λόγω των ανατιμήσεων στις τιμές των παραγωγών.

### ΑΠΟ ΤΗΝ MELIZZ ΤΟ ΜΕΛΙ

Ακόμα ένα προϊόν που έχει δρομολογήσει προς υλοποίηση η πρωτοβουλία, είναι το μέλι, για το οποίο το ερωτηματολόγιο με τις προδιαγραφές έχει ολοκληρωθεί και είναι σε συζητήσεις με τις αλυσίδες, προκειμένου να ξεκινήσει η διανομή. Το μέλι θα το συσκευάζει και διανέμει για την πρωτοβουλία η εταιρεία Melizz και αναμένεται να είναι στα ράφια από τον Σεπτέμβριο.



σει η μελέτη.



**ΟΙ ΑΝΑΤΙΜΗΣΕΙΣ ΕΒΑΛΛΑΝ ΣΤΟ... ΨΥΓΕΙΟ ΤΗ ΣΑΛΤΣΑ ΤΟΜΑΤΑΣ**

Αν και η πρωτοβουλία είχε ξεκινήσει την

μελέτη και για "σάλτσα τομάτας του καταναλωτή", ωστόσο οι αναταράξεις της αγοράς λόγω πανδημίας, πολέμου, ενέργειας και αύξησης του κόστους παραγωγής, που κλήθηκαν να διαχειριστούν οι βιομηχανίες, είχαν ως αποτέλεσμα να παγώσουν τα σχέδια για την ανάπτυξη του προϊόντος.

Επιπλέον, δεδομένων των παραπάνω, πολλοί παραγωγοί στράφηκαν και σε άλλες καλλιέργειες με αποτέλεσμα να περάσει η εποχικότητα και αναγκαστικά, να μετατεθεί η διαδικασία.

"Η μελέτη θα ξεκινήσει και πάλι τον Σεπτέμβριο", εξηγεί ο κ. Κώτσου.

Πρόσθεσε δε, ότι η λίστα των προϊόντων του καταναλωτή θα εμπλουτιστεί και με ζυμαρικά, πιθανότητα παραδοσιακού τύπου, όπως χιλοπίτες.

Στέλλα Αυγουστάκη  
[stella@notice.gr](mailto:stella@notice.gr)

**ΞΕΚΙΝΗΣΕ Η ΜΕΛΕΤΗ ΓΙΑ ΤΑ ΟΣΠΡΙΑ**

Επιπλέον, όπως είχατε διαβάσει στο FNB Daily στις 28/3, η πρωτοβουλία θα αναπτύξει και όσπρια, όπως φασόλια και πιθανότατα φακές και γίγαντες, σε συνεργασία με την άρσισ, για τα οποία έχει ήδη, ξεκινή-

• **MERE**

**ΑΠΕΤΥΧΕ ΝΑ ΛΑΒΕΙ ΑΔΕΙΑ ΓΙΑ ΔΕΥΤΕΡΟ ΚΑΤΑΣΤΗΜΑ ΣΤΟ ΒΕΛΓΙΟ**

Λίγες μέρες αφότου η ρωσική εκπαιδευτική αλυσίδα, Mere, πέτυχε να ανοίξει το πρώτο της κατάστημα στο Βέλγιο, δεν της δόθηκε άδεια να ανοίξει και δεύτερο, ενώ άκαρπη αποδείχτηκε και η διαδικασία προσφυγής για τη χορήγηση άδειας για το κατάστημά της στο Couvin.

Το Couvin, μια πόλη στη νότια επαρχία Namur, δεν επιθυμεί ένα κατάστημα Mere στην επικράτειά του – και τώρα έχει και την υποστήριξη ενός περιφερειακού υπουργού.

**ΑΡΝΗΤΙΚΗ ΣΥΣΤΑΣΗ ΑΠΟ ΤΟ ΔΗΜΟΤΙΚΟ ΣΥΜΒΟΥΛΙΟ**

Λίγο πριν η Ρωσία εισβάλει στην Ουκρανία, η Mere είχε ζητήσει άδεια για την κατασκευή του δεύτερου βελγικού της καταστήματος στο Couvin, αλλά το δημοτικό συμβούλιο έδωσε αρνητική σύσταση, τονίζοντας ότι υπάρχουν ήδη, αρκετοί retailers στην πόλη.

Η Mere άσκησε έφεση κατά της απόφασης, αφήνοντας τον Υπουργό Οικονομίας της Βαλονίας, Willy Borsus, να λάβει την τελική απόφαση. Ο Borsus επιβεβαίωσε τις αρνητικές συστάσεις της πόλης, όπως μετέδωσε ο δημόσιος βελγικός ραδιοτηλεοπτικός σταθμός, RTBF, ενώ αναφέρθηκε επίσης, στην επικίνδυνη κατάσταση της τοπικής κυκλοφορικής κίνησης. Ως εκ τούτου, η αλυσίδα της Σιβηρίας θα πρέπει να προσαρμόσει τα



σχέδιά της για την επέκτασή της στο Βέλγιο.

**ΕΓΚΑΤΑΛΕΙΨΗ ΣΧΕΔΙΩΝ ΣΕ ΑΛΛΕΣ ΧΩΡΕΣ**

Η Mere είχε ανακοινώσει τα βελγικά της σχέδια τον Μάιο του 2021, λέγοντας ότι ήθελε να ανοίξει δέκα καταστήματα στη χώρα. Σε πολλές άλλες ευρωπαϊκές χώρες, η Mere έχει εγκαταλείψει τελείως τα σχέδια επέκτασής της: έκλεισε όλα τα βρετανικά και ισπανικά καταστήματά της, καθώς δεν μπόρεσε να βρει αρκετούς προμηθευτές που να θέλουν να εργαστούν στο πλαίσιο των σφικτών της συμβάσεων, ενώ δυσκολεύτηκε περαιτέρω μετά τη δημόσια κατακραυγή που ακολούθησε την εισβολή της Ρωσίας στην Ουκρανία.



• **ΝΕΡΑ ΜΑΚΕΔΟΝΙΑΣ ΚΑΜΠΑΝΙΑ ΓΙΑ ΤΗ ΝΕΑ ΦΙΑΛΗ ΚΑΙ ΕΤΑΙΡΙΚΗ ΤΑΥΤΟΤΗΤΑ**

Με αφορμή τη νέα φιάλη και ταυτότητα των Νερών Μακεδονίας, η Solid Havas δημιούργησε μια καμπάνια αφιερωμένη στον ξεχωριστό, φυσικό τους κόσμο, την καρδιά της Μακεδονία, το όρος Παϊκό.

Η νέα καμπάνια, με minimal αισθητική και πρωταγωνιστή το ίδιο το μπουκάλι, έχει ως σκοπό, κάθε φορά που θα βλέπει κάποιος τα Νερά Μακεδονίας, να βλέπει κι όλα αυτά που δεν φαίνονται, να "βλέπει" ότι πηγάζουν από καρδιάς.

Η ταινία θα προβληθεί σε digital μέσα και την παραγωγή της ανέλαβε το Bezier Animation Studio.