

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

ΠΑΡΑΣΚΕΥΗ 04 ΝΟΕΜΒΡΙΟΥ 2022
ΤΕΥΧΟΣ 1548



• MEGA PLAST

Σε λειτουργία η νέα μονάδα στην Θήβα
– Συνολικές επενδύσεις €63 εκατ. έως το 2026



• BENETHS

Στόχος η διατήρηση κερδοφορίας για το 2022
– Το ενεργειακό παγώνει την ανάπτυξη του δικτύου



• 362 GROCERY

Στα €12,27 εκατ. ο τζίρος το 2021
– Με ζημίες έκλεισε η χρονιά



• IRI (SUPER MARKETS)

Ανάπτυξη 4,5% στο εννεάμηνο
– Στο +11,1% ο Σεπτέμβριος

EDITORIAL: Απότομη οικονομική ανάκαμψη

SECRET RECIPE: Έρχονται συνέργειες άλλου τύπου

• LIDL GB ΚΑΙΝΟΤΟΜΙΕΣ ΒΙΩΣΙΜΟΤΗΤΑΣ ΚΑΙ ΝΕΕΣ ΠΡΟΣΘΗΚΕΣ ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ

Μια σύνοψη των πρόσφατων εξελίξεων της Lidl στο Ηνωμένο Βασίλειο, συμπεριλαμβανομένων των ενεργειών βιωσιμότητας, των ανανεώσεων στην γκάμα και της εποχιακής δραστηριότητας, κάνει το RetailAnalysis.

ΕΞΥΠΝΑ REFILLS

Μετά από μια επιτυχημένη δοκιμή, η Lidl GB λάνσαρε τους σταθμούς αναπλήρωσης απορρυπαντικών πλυντηρίων ρούχων σε δύο ακόμη καταστήματά της στην Αγγλία. Η μονάδα, που παράγεται σε συνεργασία με την Algramo, επιτρέπει στους αγοραστές να γεμίσουν επαναγεμιζόμενα δοχεία με ένα από τα τέσσερα απορρυπαντικά πλυντηρίων ρούχων ιδιωτικής ετικέτας της Lidl, εξοικονομώντας £0,20 ανά αναπλήρωση.

Οι σταθμοί αναπλήρωσης θα προσελκύσουν τους αγοραστές που θέλουν να εξοικονομήσουν χρήματα και να μειώσουν τη χρήση πλαστικού.



ΒΕΛΤΙΩΜΕΝΑ ΤΑ ΜΠΟΥΚΑΛΙΑ ΓΑΛΑΚΤΟΣ

Παράλληλα, η Lidl GB ολοκλήρωσε τη δοκιμή καθαρών καπακιών σε μπουκάλια ημιαποβουτυρωμένου γάλακτος και θα τα διαθέσει σε όλο το δίκτυό της στο Ηνωμένο Βασίλειο εντός του Νοεμβρίου. Αυτό βελτιώνει την ανακυκλωσιμότητα του προϊόντος, ώστε να μετατραπεί ξανά σε συσκευασία τροφίμων και υποστηρίζεται από την Müller, την προμηθεύτρια γάλακτος της Lidl.

Η ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ ΣΕ ΑΝΟΔΟ

Στα καταστήματα υπάρχουν περισσότερες πράσινες ετικέτες στις άκρες των ραφιών, που υποδηλώνουν νέες προσθήκες προϊόντων στη συλλογή της Lidl. Οι περισσότερες νέες σειρές είναι ιδιωτικής ετικέτας και βρίσκονται στις σειρές έτοιμου γεύματος, φρέσκου κρέατος και vegan. Επιπλέον, εμφανίζονται νέα επώνυμα προϊόντα που αντιγράφουν σειρές από την γκάμα ιδιωτικής ετικέτας της εταιρείας, κάτι που θα μπορούσε να υποδηλώνει ότι η Lidl ενδεχομένως να θέλει να επεκτείνει την γκάμα της για να συ-

μπεριλάβει περισσότερα επώνυμα προϊόντα. Επιπλέον, τα καταστήματά της γίνονται μεγαλύτερα, οπότε υπάρχει περισσότερος διαθέσιμος χώρος.



ΧΡΙΣΤΟΥΓΕΝΝΙΑΤΙΚΗ ΑΤΜΟΣΦΑΙΡΑ

Υπάρχει ήδη μια έντονη χριστουγεννιάτικη παρουσία στα καταστήματα, με μισό διάδρομο αφιερωμένο στα εορταστικά προϊόντα.



ΜΕΓΑΛΟΣ ΧΩΡΟΣ ΑΦΙΕΡΩΜΕΝΟΣ ΣΤΟ NON-GROCERY

Μια άλλη έκπληξη που επιφυλάσσει η Lidl είναι ο μεγάλος χώρος που είναι αφιερωμένος σε είδη εκτός από groceries, παρά τις αναφορές για σημαντική μείωση στις πωλήσεις. Τα ράφια εξακολουθούν να είναι καλά εφοδιασμένα και νέα προϊόντα προσφορών εισάγονται δύο φορές την εβδομάδα.



Ελευθερία Πιπεροπούλου
eleftheria@notice.gr



• LACTA NEO BROWNIE POCKET

Ένα νέο προϊόν κυκλοφόρησε στην ελληνική αγορά πρόσφατα από τη Lacta. Πρόκειται για το νέο Brownie Pocket, το οποίο αποτελεί ένα κέικ με σοκολάτα και κομματάκια σοκολάτας γάλακτος. Το προϊόν είναι διαθέσιμο και για τα καταστήματα της μικρής λιανικής και κυκλοφορεί σε συσκευασία των 6 τεμαχίων.

Τα προϊόντα Lacta διατίθενται στην αγορά από τη Mondelez International που έχει παρουσία αρκετών δεκαετιών στην Ελλάδα και προωθεί προϊόντα όπως οι σοκολάτες Lacta, Υγείας Παυλίδη, Παυλίδη Γεμιστές, κουβερτούρα Παυλίδη, Kiss, γκοφρέτα 3BIT, Merenda, τυρί κρέμα Philadelphia, μπισκότα OREO και Εργαστήρι Παυλίδη, ροφήματα σοκολάτας Cadbury, τσίκλες Trident, Dentyne και καραμέλες Halls.

ADUS

Outsourcing Sales • Merchandising
In-Store Promotion • Exporting Services

• ΚΑΛΛΙΜΑΝΗΣ ΞΕΚΙΝΗΣΕ ΣΥΝΕΡΓΑΣΙΑ ΜΕ ΤΗΝ ADUS

Με την Adus ξεκίνησε συνεργασία η Καλλιμάνης, με την πρώτη να αναλαμβάνει την παραγγελιοληψία και το merchandising στις εθνικές αλυσίδες, σε πανελλαδικό επίπεδο. "Το πάθος για τις γεύσεις της θάλασσας, η δημιουργικότητα και η προσήλωση στην ποιότητα οδήγησαν την εταιρεία Καλλιμάνης να μετρά πάνω από μισό αιώνα γεύσης και εξειδίκευσης στον κλάδο των κατεψυγμένων αλιευμάτων στην ελληνική αγορά", αναφέρεται σε σχετική ανακοίνωση.