



MARKETPLACE

Αδειάζουν οι γειτονιές
από τους μικρούς σελ. 12

_MARKETPLACE
Προς πλήρη(;) απελευθέρωση σελ. 18

«Εκλεισε» ο ΕΛΟΜΑΣ
με τους τέσσερις... σελ. 26

_SUPERBRAND
OLIA
Η δύναμη του ελαίου αλλάζει
την αγορά της βαφής για πάντα! σελ. 38

_REPORTAGE
Αγορά καπνικών προϊόντων
Τί μου τη χάρισες αυτή
την ταμπακέρα σελ. 65

Βόρεια Ελλάδα
Στα φόρτε τους οι παράλληλες
εισαγωγές σελ. 70

_INTERVIEW
Γιώργος Βογιατζάκης,
Όμιλος Μαρινόπουλος
Επενδύσεις από Έλληνες
για Έλληνες! σελ. 28



Αύξηση μεριδίου για τη Μύθος το 2012



A. Karafyllidis

Η Ζυθοποιία Μύθος, μέλος του Ομίλου Carlsberg, το 2012 παρουσίασε σταθερό τζίρο, που ανήλθε σε 84.751 εκατ. ευρώ, εμφανίζοντας οριακή πτώση (0,3%), σε σχέση με το 2011. Τα κέρδη της προ φόρων ανήλθαν σε 3,217 εκατ. ευρώ, εμφανίζοντας σχετική κάμψη ως προς του 2011, οφειλόμενη στις αποσβέσεις των αυξημένων επενδύσεων της εταιρείας, στις σημαντικές προωθητικές ενέργειες και την πολιτική προσφορών που υλοποιεί.

Αποτέλεσμα των προσπαθειών της ήταν η εκ νέου αύξηση του μεριδίου της, που ανήλθε πέρυσι στο 16,8%. Για τη χρήση του 2012

η εταιρεία εμφάνισε βελτίωση ρευστότητας και χρηματοοικονομικής θέσης στην αγορά. Κατά το α' τετράμηνο του 2013 πέτυχε διψήφια αύξηση όγκου πωλήσεων και κερδοφορίας σε μια αγορά που κινείται πτωτικά με ρυθμό 4%, ενώ σημειώνεται ότι την τελευταία τετραετία έχει αυξήσει τον τζίρο της κατά 31%. Η εταιρεία, με μηδενικό τραπεζικό δανεισμό, έχει ήδη ολοκληρώσει κατά 75%-80% το πενταετές (2010-2015) επενδυτικό της πλάνο ύψους 50 εκατ. ευρώ για τον εκσυγχρονισμό της παραγωγικής της μονάδας. Φέτος προγραμματίζει επενδύσεις 5 εκατ. ευρώ.

Στην τριετία 2013-2016 σχεδιάζει να αυξήσει τις εξαγωγές της από 15% σε 20% επί του τζιρού της (εξάγει προϊόντα της σε περισσότερες από 40 χώρες). Η στρατηγική της εταιρείας δίνει έμφαση στην ισχυροποίηση του brand Μύθος, τη διεύρυνση του portfolio των προϊόντων της και την ενδυνάμωση της κουλτούρας draught, καθώς και την περαιτέρω ανάπτυξη του ανθρώπινου δυναμικού της, που ανέρχεται σε 380 εργαζόμενους.

FrieslandCampina: Παγκόσμια Ημέρα Γάλακτος

Η FrieslandCampina, στο πλαίσιο της πολιτικής της ΕΚΕ, συμμετείχε στον εορτασμό της Παγκόσμιας Ημέρας Γάλακτος, την 1η Ιουνίου, ενισχύοντας περαιτέρω τους μακροχρόνιους δεσμούς της με την ελληνική πολυτεκνη οικογένεια. Ειδικότερα, από τις 29 Μαΐου στη σελίδα της <https://www.facebook.com/NOYNOY.gr>, πρόβαλε μια διαδραστική εφαρμογή, αναφορικά με την απόδοση της λέξης «Γάλα» σε πλήθος γλωσσών του κόσμου, και για κάθε συμμετοχή σε αυτήν συνεισέφερε με μία συσκευασία γάλακτος Νουνού Εβαπορέ στην ειδική προσφορά παροχής δωρεάν προϊόντων υπέρ της Ανώτατης Συνομοσπονδίας Πολυτεχνών Ελλάδας, συγκεντρώνοντας έτσι περισσότερα από 3.400 κουτιά γάλακτος.

Σταθερότητα- ηγεμονία για την Barilla Hellas

Η Barilla Hellas το

2012 αύξησε

τον όγκο των

εξαγωγών

της και διατήρησε

την ηγετική θέση της στην ελληνική

αγορά, απορροφώντας μέρος του

αυξημένου κόστους παραγωγής και

παρέχοντας εκτεταμένες προσφορές

καταναλωτή. Ο κύκλος εργασιών

της εταιρείας πέρυσι έφτασε τα 73,8

εκατ. ευρώ, έναντι 74,9 εκατ. ευρώ

το 2011 (πτώση 1,5%), το μικτό

κέρδος της ανήλθε σε 28,1 εκατ. ευρώ

(έναντι 29,6 εκατ. ευρώ), και το μικτό

περιθώριο κέρδους της διαμορφώθηκε

σε 38,1% (έναντι 39,5% το 2011).

Η εταιρεία τα τελευταία χρόνια

εμφανίζει μηδενικό τραπεζικό

δανεισμό. Τα διαθέσιμά της στο τέλος

του 2012 ανήλθαν σε 3 εκατ. ευρώ

έναντι 1,4 εκατ. ευρώ το 2011.



Γευστικές δοκιμές Milner



Με επιτυχία ολοκληρώνεται η δίμηνη επικοινωνιακή εκστρατεία του Milner, με σειρά γευστικών δοκιμών σε όλα τα γνωστά εμπορικά κέντρα Αθήνας και Θεσσαλονίκης και σε Λάρισα, Βόλο, Χαλκίδα, Πάτρα, Ηράκλειο και Χανιά, με σύνθημα «Milner Taste test - έλα και εσύ! Η γεύση σου... μετράει!». Στη διάρκεια των γευστικών δοκιμών, οι καταναλωτές εξέφρασαν την άποψή τους, ενημερώνοντας on-line τη σελίδα του Milner στο facebook (www.facebook.com/milner.gr).

Η Ευρωχαρτική στην PLMA 2013

Η Ευρωχαρτική ΑΕΒΕ συμμετείχε για δεύτερη συνεχή χρονιά στην διεθνή έκθεση PLMA -μία από τις μεγαλύτερες στον τομέα των προϊόντων ιδιωτικής ετικέτας, που προσελκύει κάθε χρόνο χιλιάδες επισκέπτες από όλο τον κόσμο- η οποία διεξήχθη στο Άμστερνταμ (28-29 Μαΐου). Η εταιρεία παρουσίασε την πλήρη γκάμα των προϊόντων της σε απορρυπαντικά και χαρτικά, για τα οποία πλήθος εμπορικοί αντιπρόσωποι της διεθνούς αγοράς εξέφρασαν το ιδιαίτερο ενδιαφέρον τους.

ΙΟΥΝΙΟΣ 2013

σελο
σεργίς

09