

FOODReporter

ΦΡΕΣΚΙΑ ΕΝΗΜΕΡΩΣΗ

- 03 Kirki Beers: Ανοίγει τη Γαλλία και λανσάρει τέταρτο κωδικό
- 04 Segafredo Zanetti: Κάνει «restart» στην Ελλάδα και ετοιμάζει κάψουλες και νέες συσκευασίες
- 05 Καραντινός: Επενδύει 5,5 εκατ. σε νέα μονάδα συσκευασίας φρούτων και λαχανικών

Συνεργασία της AB Βασιλόπουλος με τη Μάρκα του Καταναλωτή

Στα τέλη Μαρτίου στα ράφια το γάλα του εγχειρήματος



Σε συνεργασία με την AB Βασιλόπουλος συμφώνησε η Μάρκα του Καταναλωτή, μία πρωτοβουλία για τη δημιουργία προϊόντων με τη συνεργασία καταναλωτών και παραγωγών.

Η συνεργασία θα ξεκινήσει από το γάλα, και θα επεκταθεί στη συνέχεια σε όλα τα προϊόντα τα οποία θα προκύψουν από το εγχείρημα. Η Μάρκα του Καταναλωτή

έχει ως στόχο τη δημιουργία προϊόντων με βάση τις προτιμήσεις των καταναλωτών, όπως αυτές καταγράφονται μέσω ερωτηματολογίων που παρουσιάζονται στην ιστοσελίδα της, imarketoukatanaloti.gr, και σε συνεργασία με Έλληνες παραγωγούς. Αυτήν την περίοδο και μέχρι τις 16 Φεβρουαρίου, βρίσκεται σε εξέλιξη η ψηφοφορία του κοινού για τις προδιαγραφές που θα έχει το φρέσκο αγελαδινό γάλα που θα προκύψει από την πρωτοβουλία. Όπως δήλωσε στο FOODReporter ο Λάμπης Κώτσου, διευθύνων σύμβουλος και εκ των ιδρυτών της πλατφόρμας, αμέσως μετά την ολοκλήρωση της ψηφοφορίας θα ανακοινωθούν τα αποτελέσματά της, ενώ ήδη έχει ξεκινήσει η κατασκευή της συσκευασίας, ώστε να είναι έτοιμη εγκαίρως, καθώς ήδη οι προτιμήσεις των καταναλωτών που έχουν καταθέσει την ψήφο τους δείχνουν προς μία κατεύθυνση.

Σημειώνεται ότι ήδη η Μάρκα του Καταναλωτή βρίσκεται σε συνεννόηση με παραγωγούς που θα πληρούν τις προδιαγραφές, ώστε να υπογραφούν τα σχετικά συμφωνητικά και να ξεκινήσει η παραγωγή. Σύμφωνα με τον ίδιο, εκτιμάται ότι το προϊόν μπορεί να φτάσει στα ράφια κάποια στιγμή στα τέλη Μαρτίου.

Στήριξη στο εγχείρημα

Ο κ. Κώτσου επεσήμανε πως η AB Βασιλόπουλος από την πρώτη στιγμή έδειξε ενδιαφέρον για το εγχείρημα και τόνισε πως είναι σημαντικό για τη Μάρκα του Καταναλωτή να έχει έναν συνεργάτη που να μοιράζεται τις ίδιες αξίες από τις οποίες εμφορείται το εγχείρημα.

Όσον αφορά στο ύψος της παραγωγής, ο ίδιος ανέφερε ότι είναι ακόμα πολύ νωρίς για να γίνει οποιαδήποτε πρόβλεψη, τονίζοντας πως δεν είναι σε αυτήν τη φάση σαφές πόσο μεγάλη απήχηση θα έχει το εγχείρημα, ενώ εξέφρασε την ελπίδα ότι θα έχει εξίσου μεγάλη απήχηση όσο το αντίστοιχο εγχείρημα στη Γαλλία, το οποίο στηρίζεται από 14,1 εκατομμύρια καταναλωτές.

Όσο για τα επόμενα προϊόντα για τα οποία θα γίνουν ψηφοφορίες, αυτά είναι το ελαιόλαδο και η φέτα, ενώ θα ακολουθήσουν σε μεταγενέστερο στάδιο το γιαούρτι, τα αυγά, το αλεύρι, τα μακαρόνια, το βούτυρο, ο φρέσκος χυμός και το μέλι.

Σπύρος Πιστικός

ΤΑ ΠΡΟΣΩΠΑ ΤΗΣ ΑΓΟΡΑΣ



David Hoffmann, CEO, Dunkin'

Dunkin': Έρχονται νέα λανσαρίσματα με Beyond Meat

Ο διευθύνων σύμβουλος της Dunkin' David Hoffmann δήλωσε ότι αναμένεται να επεκταθεί η συνεργασία με τη Beyond Meat πέραν του πρωινού σάντουιτς το οποίο περιέχει το plant based λουκάνικο της εταιρείας. «Βρισκόμαστε σε συζητήσεις για να λανσάρουμε νέα πράγματα», ανέφερε ο Hoffmann. Να σημειωθεί ότι η Dunkin' το περασμένο Νοέμβριο πρόσθεσε το συγκεκριμένο σάντουιτς σε όλο το δίκτυο των καταστημάτων της στις ΗΠΑ καθώς οι πωλήσεις ξεπέρασαν τις προσδοκίες της κατά τη δοκιμαστική περίοδο στη Νέα Υόρκη.

ΔΙΟΝΥΣΗΣ ΚΑΣΩΤΑΚΗΣ: SALES MANAGER ΣΤΗ ΜΥΛΟΙ ΛΟΥΛΗ

Καθίκοντα FMCG Sales Manager στην εταιρεία Μύλοι Λούλη αναλαμβάνει ο Διονύσης Κασωτάκης. Από το 2009 μέχρι σήμερα έχει θητεύσει σε θέσεις ευθύνης εταιρειών όπως η Agrino ως national account manager, η Bolton Hellas ως key account manager καθώς και ως brand manager στην ίδια εταιρεία, αλλά και ως key account manager στην Kallimanis. Είναι απόφοιτος του Οικονομικού τμήματος του Εθνικού και Καποδιστριακού Πανεπιστημίου Αθηνών με master στο International Marketing Management από το University of Surrey και MBA από το Ελληνικό Ανοικτό Πανεπιστήμιο.