

• Η ΜΑΡΚΑ ΤΟΥ ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΗ ΑΥΤΗΝ ΤΗΝ ΕΒΔΟΜΑΔΑ ΣΤΑ ΡΑΦΙΑ ΤΗΣ ΑΒ ΤΟ ΕΛΑΙΟΛΑΔΟ

Μέσα στην εβδομάδα θα είναι διαθέσιμοι στα ράφια της αλυσίδας ΑΒ Βασιλόπουλος και οι δύο κωδικοί ελαιολάδου της πρωτοβουλίας, Η Μάρκα του Καταναλωτή.

Όπως είχε αποκαλύψει το FNB Daily, για την υλοποίηση του τρίτου κατά σειρά προϊόντος της, η πρωτοβουλία συνεργάστηκε με την εταιρεία Pure Olea από τον Υψηλάντη Βοιωτίας για τη κυκλοφορία δύο κωδικών ελαιολάδου:

- το υψηλής ποιότητας εξαιρετικό παρθένο ελαιόλαδο με κάτω από 0,4% οξύτητα
- το ανώτερης κατηγορίας Βιολογικό εξαιρετικό παρθένο ελαιόλαδο

"Έχουν παραδοθεί οι ποσότητες, που ζήτησε η ΑΒ και αναμένεται να είναι στα ράφια μέσα στην εβδομάδα και οι δύο κωδικοί", αναφέρει στο FNB Daily ο Συνιδρυτής και Συντονιστής του project, Λάμπης Κώτσου, υπογραμμίζοντας ότι η πρωτοβουλία θα συνάψει συμβόλαια τριετούς διάρκειας με τους παραγωγούς. "Θα δίνουμε σταθερή αμοιβή για 3 χρόνια, προς €3,24 για το συμβατικό και €4,24 για το βιολογικό".

ΕΠΑΝΑΤΟΠΟΘΕΤΕΙΤΑΙ ΤΟ ΓΙΑΟΥΡΤΙ

Σε ό,τι αφορά τα άλλα δύο προϊόντα της πρωτοβουλίας, το γάλα και το γιαούρτι, ο ίδιος υπογραμμίζει ότι το feedback από την αγορά είναι πολύ θετικό και συνεχίζεται η επανατοποθέτηση.

"Το γάλα μας είναι στα ράφια και το λανσάρισμα του γιαουρτιού πήγε πολύ καλά, με αποτέλεσμα να έρθει αμέσως σχεδόν παραγγελία επανατοποθέτησης σε μεγαλύτερη ποσότητα, ενώ η ΑΒ Βασιλόπουλος

μας ενημέρωσε ότι θα γίνει τοποθέτηση και στα καταστήματα City".

Ο ΤΖΙΡΟΣ ΑΠΟ ΤΟ ΓΑΛΑ

Συμπληρώνει, μάλιστα, ότι η αγορά του φρέσκου γάλακτος επηρεάστηκε πολύ λόγω του κορονοϊού, αλλά "εάν σκεφτεί κανείς ότι σε έξι μήνες έχουν πουληθεί περισσότερα από 130.000 τεμάχια από το Γάλα του Καταναλωτή, ο τζιρος, που έχει δημιουργηθεί στην αγορά, είναι κοντά στα €200 κιλ, δίνοντας από το €1,53 της τιμής, τα €0,475 στους παραγωγούς".

ΟΛΟΚΛΗΡΩΝΕΤΑΙ Η ΜΕΛΕΤΗ ΓΙΑ ΤΗ ΦΕΤΑ

Η μελέτη για τη φέτα - που όπως και το γιαούρτι θα γίνει σε συνεργασία με τη Νεογάλ - κοντεύει να ολοκληρωθεί και το ερωτηματολόγιο θα αναρτηθεί στις αρχές Ιανουαρίου.

ΞΕΚΙΝΗΣΑΝ ΓΙΑ ΤΑ ΖΥΜΑΡΙΚΑ

Επίσης, ο κ. Κώτσου εξηγεί ότι η πρωτοβουλία έχει ξεκινήσει μελέτη για τα ζυμαρικά. "Έχουμε κάνει τις πρώτες συζητήσεις με μεγάλη ελληνική βιομηχανία ζυμαρικών και μένει να οριστικοποιηθεί η συνεργασία μέχρι τέλη Ιανουαρίου. Σημαντικό είναι το ότι έχουμε παραγωγούς από τη Θεσσαλία και τη Μακεδονία, που έχουν ενδιαφερθεί για το σιτάρι".

ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΑ SMART FARMING ΓΙΑ ΤΟΥΣ ΠΑΡΑΓΩΓΟΥΣ ΣΤΑ ΖΥΜΑΡΙΚΑ

Σημειώνεται ότι οι παραγωγοί, που θα συμμετέχουν στα ζυμαρικά του κατανα-

λωτή, θα έχουν, σε συνεργασία με την Κομισιόν, στη διάθεσή τους τεχνολογία smart farming για την ικνηλασιμότητα, που θα βοηθήσει στην παραγωγή και την προστασία του περιβάλλοντος και στη διασφάλιση της ποιότητας της παραγωγής.

ΑΠΟ ΤΟ 2021 Η ΕΠΕΚΤΑΣΗ ΣΤΗ ΛΙΑΝΙΚΗ

Σχετικά με την επέκταση των σημείων λιανικής, ο κ. Κώτσου επισημαίνει ότι αυτά έχουν μεταφερθεί για την επόμενη χρονιά, λόγω της πανδημίας.

Στέλλα Αυγουστάκη
stella@notice.gr

• WHOLE EARTH BRANDS ΑΠΟΚΤΑ ΤΗΝ WHOLESOME SWEETENERS ANTI \$180 ΕΚΑΤ.



Έκλεισε η συμφωνία εξαγοράς της Wholesome Sweeteners από την Whole Earth Brands, προς \$180 εκατ.

Η Wholesome, που ιδρύθηκε το 2001, παράγει βιολογικά, φυτικά και πιστοποιημένα γλυκαντικά, όπως ζάχαρη, μέλι, νέκταρ αγαύης και άλλα.

Η συμφωνία θα επεκτείνει περαιτέρω το υπάρχον χαρτοφυλάκιο φυσικών και εναλλακτικών γλυκαντικών της Whole Earth Brand, δημιουργώντας την πλατφόρμα της σε όλη την κατηγορία στη Βόρεια Αμερική.

Σύμφωνα με τους όρους της σύμβασης, η Wholesome θα λάβει \$180 εκατ. σε μετρητά, ενώ δικαιούται να λάβει επιπλέον έως και €55 εκατ. έως το τέλος του 2021.

Η εξαγορά αναμένεται να κλείσει κατά το πρώτο τρίμηνο του επόμενου έτους.