

Retail

BUSINESS



ΜΑΡΙΝΟΠΟΥΛΟΣ
Δύο μήνες αγωνίας ακόμη...

ΟΜΙΛΟΣ INDITEX
Η απάντηση στα σενάρια

ΤΟ ΠΕΡΙΟΔΙΚΟ ΤΗΣ ΒΙΟΜΗΧΑΝΙΑΣ ΚΑΙ ΤΟΥ ΛΙΑΝΙΚΟΥ ΕΜΠΟΡΙΟΥ

ΤΕΥΧΟΣ 540 • 18 ΙΟΥΛΙΟΥ 2016

POP STARS

AWARDS 2016

Retail
BUSINESS
AWARDS

Για πρώτη
φορά στην
Ελλάδα!

Αν και η αγορά είναι συχνά «πεδίο μάχης», οι άνθρωποί της αποδεικνύουν τις ευαισθησίες τους, στηρίζοντας όσους έχουν ανάγκη.

Αυτό συμβαίνει και αυτή την περίοδο με τον Θεόδωρο Τσεμπερούλη, επιτελικό στέλεχος της Μαρινόπουλος και παλαιότερα της Henkel, που εδώ και μεγάλο χρονικό διάστημα αντιμετωπίζει σημαντικά προβλήματα υγείας.

Πιο συγκεκριμένα, η πρωτοβουλία του ECR Hellas, του ΕΣΒΕΠ και της Direction για την πραγματοποίηση μιας εσπερίδας της οποίας τα έσοδα θα διατεθούν αποκλειστικά για τα νοσήλια του Θεόδωρου, έχει τύχει σημαντικής ανταπόκρισης τόσο από τους θεσμικούς φορείς, όσο και από επιχειρήσεις και ανθρώπους της αγοράς. Η εκδήλωση θα πραγματοποιηθεί τη Δευτέρα 26 Σεπτεμβρίου στο Pierce College (Auditorium) και θα έχει θέμα «Humarketing. Το Marketing όπως θα έπρεπε να είναι. Ανθρώπινο».

Το ερώτημα που θα κληθεί να απαντήσει είναι μεν απλό όσον αφορά τη διατύπωση αλλά, οπωσδήποτε, πολυδιάστατο ως προς την ουσία του: «Συχνά έχουμε την τάση να βλέπουμε τον Πελάτη και να χάνουμε τον Άνθρωπο. Μήπως είναι καιρός να επαναφέρουμε τον Άνθρωπο στο προσκήνιο;» θα αναρωτηθούν όσοι παρευρεθούν στην εσπερίδα και μια σειρά από ομιλητές θα επιχειρήσουν να δώσουν πειστικές απαντήσεις.

Η Εσπερίδα υποστηρίζεται από όλους τους σημαντικούς φορείς της αγοράς. Αναλυτικότερα, την αιγίδα τους προσφέρουν οι ΕΑΣΕ, ΕΔΕΕ, ΕΕΔΕ, ΕΝΕΔ, ΙΕΛΚΑ, ΣΔΑΔΕ, ΣΔΕ, ΣΕΒΤ και ΣΕΛΠΕ. Πρόκειται, μάλλον, για την πρώτη φορά που όλοι αυτοί οι φορείς συνασπίζονται και στηρίζουν από κοινού και υποστηρίζουν μια εκδήλωση, σε μια ξεκάθαρη ένδειξη των αντανάκλαστικών και της ευαισθησίας που διατηρεί ακόμη η αγορά. Όλοι όσοι συμμετέχουν στα διαδικαστικά της υπόθεσης το κάνουν pro bono και όπως σημειώθηκε, όλα τα έσοδα της εσπερίδας θα διατεθούν στο Κέντρο Αποθεραπείας και Αποκατάστασης «Φιλοκίτης» για την κάλυψη των εξόδων θεραπείας του Θεόδωρου Τσεμπερούλη.


Ας είμαστε όλοι εκεί...



ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ

06  **MIG**
Νέος Διευθύνων Σύμβουλος ο Θανάσης Παπανικολάου της Vivartia

08 **Κωτσόβολος**
Ανανέωση δικτύου με ανακαινίσεις το τελευταίο τρίμηνο

08  **Dior Hellas**
Ξεχώρισε ανάμεσα σε όλες τις θυγατρικές του ομίλου

09 **Lidl Hellas**
Νέο concept αρχιτεκτονικής στα καταστήματα του δικτύου

10  **Metro**
Σε πλήρη εξέλιξη το σχέδιο ενοποίησης με την αλυσίδα Βερόπουλος

12 **Σούπερ μάρκετ**
Πιο φθηνά τα ελληνικά παρά την αύξηση του ΦΠΑ

13  **Creta Farms**
Αύξηση πωλήσεων φέτος στην Αυστραλία

14 **Μαρινόπουλος**
Εξασφαλίστηκε προστασία, αλλά τα περιθώρια στενεύουν

18 **ECR Hellas**
Η αξία του Brand Loyalty σύμφωνα με τον Γ. Αυλωνίτη

24  **Zara**
Τι απαντά η εταιρεία στις φήμες μετά το κλείσιμο ενός καταστήματος

25 **Επ. Ανταγωνισμού**
Έρευνα για καρτέλ στα καλλυντικά μετά από καταγγελίες

WAITROSE

Εξαπλώνει το παγκόσμιο αποτύπωμα



Διάθεση προϊόντων PL μέσω του British Corner Shop σε όλο τον κόσμο

Η Waitrose γίνεται η πρώτη μεγάλη αλυσίδα σούπερ μάρκετ στη Μεγάλη Βρετανία, η οποία θα διαθέτει προϊόντα ιδιωτικής ετικέτας μέσω του British Corner Shop, του online καταστήματος που προσφέρει βρετανικά τρόφιμα σε καταναλωτές σε ολόκληρο τον κόσμο. Η κίνηση αυτή θα επιτρέψει στην αλυσίδα να εισέλθει σε καινούργια εδάφη, από τις 138 χώρες που εξυπηρετεί το British Corner Shop. Σε αυτές τις αγορές περιλαμβάνονται και οι Ηνωμένες Πολιτείες με τη Γερμανία, οι οποίες δεν βρίσκονταν μεταξύ των χωρών που η Waitrose εξήγαγε ήδη προϊόντα. Με τη νέα κίνηση του βρετανικού retailer, οι καταναλωτές θα έχουν παγκόσμια πρόσβαση σε περισσότερα από 2.000 προϊόντα παραγωγής Waitrose, ενώ αξίζει να σημειωθεί πως την περηνή χρονιά το British Corner Shop απέστειλε 50.000 παραγγελίες σε ολόκληρο τον κόσμο.

FRIESLANDCAMPINA

Στρατηγική συνεργασία στο Πακιστάν

Εξαγορά της δεύτερης μεγαλύτερης γαλακτοκομικής εταιρείας Engro Foods

Η FrieslandCampina πέτυχε σημαντική στρατηγική συνεργασία στην κεντρική Ασία, με την εξαγορά της Engro Foods Limited αντί 420 εκατομμυρίων ευρώ. Ο λόγος για τη δεύτερη μεγαλύτερη γαλακτοκομική εταιρεία του Πακιστάν, ενώ η συγκεκριμένη κίνηση χαρακτηρίζεται μια «καθοριστική στιγμή» για τη γαλακτοκομική βιομηχανία της χώρας. Βάσει του deal που επιτεύχθηκε με την Engro Corporation, η FrieslandCampina αποκτά το 51% της Engro Foods, ενώ η ολλανδική πολυεθνική ζήτησε τη συμπαράσταση του International Finance Corporation της Παγκόσμιας Τράπεζας και της ολλανδικής αναπτυξιακής τράπεζας FMO για να κλείσει τη συμφωνία. Πλέον, η FrieslandCampina δεν ισχυροποιείται μόνο στην ασιατική αγορά, αλλά και σε ολόκληρο τον κόσμο, καθώς βρίσκεται ήδη στην τρίτη θέση από πλευράς παραγωγής γάλακτος, με 38 δισ. λίτρα σε ετήσια βάση.



DANONE

Σημαντική
εξαγορά στις ΗΠΑ

Η Danone αποκτά με 12,5 δισ. δολάρια τη WhiteWave Foods

Η Danone έφτασε σε συμφωνία για την εξαγορά της WhiteWave Foods, σε μια κίνηση που αυξάνει σημαντικά τα μεγέθη της στην αγορά των Ηνωμένων Πολιτειών. Σύμφωνα με τους όρους της εξαγοράς, η Danone θα πληρώσει 56,25 δολάρια για κάθε μετοχή της WhiteWave. Η γαλλική πολυεθνική γαλακτοκομική εταιρεία εκτιμά πως η συγκεκριμένη συναλλαγή θα προσφέρει σταθερή αύξηση στα κέρδη από τον πρώτο κιάλας χρόνο και προσθέτει πως οι EBIT συνέργειες θα αγγίξουν τα 300 εκατομμύρια δολάρια μέχρι το 2020. Σημειώνεται πως η WhiteWave κατέγραψε πωλήσεις 4 δισ. δολαρίων το 2015, ενώ η εταιρεία διαχειρίζεται μια σειρά από μάρκες φυσικών και οργανικών τροφίμων σε Βόρεια Αμερική και Ευρώπη. Σύμφωνα με όσα ανέφερε ο CEO της Danone, Emmanuel Faber, η νέα συνεργασία θα ενισχύσει τις προσπάθειες της εταιρείας για την υποστήριξη «υγιών και βιώσιμων» διατροφικών συνηθειών.

Retail
BUSINESS
ΤΟ ΠΕΡΙΟΔΙΚΟ ΤΗΣ ΒΙΟΜΗΧΑΝΙΑΣ
ΚΑΙ ΤΟΥ ΔΙΑΝΙΚΟΥ ΕΜΠΟΡΙΟΥ

ΚΟΥΠΟΝΙ ΣΥΝΔΡΟΜΗΣ ΕΤΗΣΙΑ ΣΥΝΔΡΟΜΗ ΠΕΡΙΛΑΜΒΑΝΟΜΕΝΟΥ Φ.Π.Α. 6% > 215
ΕΞΑΣΦΑΛΙΣΤΕ ΤΩΡΑ ΤΟ ΔΙΚΟ ΣΑΣ ΤΕΥΧΟΣ ΣΤΟ ΓΡΑΦΕΙΟ ΣΑΣ

ΟΝΟΜΑΤΕΠΩΝΥΜΟ: _____ ΘΕΣΗ ΣΤΗΝ ΕΤΑΙΡΕΙΑ: _____

ΕΠΩΝΥΜΙΑ ΕΤΑΙΡΕΙΑΣ: _____ ΑΝΤΙΚΕΙΜΕΝΟ ΕΡΓΑΣΙΩΝ: _____

Α.Φ.Μ.: _____ Δ.Ο.Υ.: _____

ΔΙΕΥΘΥΝΣΗ: _____ ΠΟΛΗ: _____ Τ.Κ.: _____

ΤΗΛ.: _____ FAX: _____ e-mail: _____

DINERS VISA AM.EX. MASTERCARD AP. ΚΑΡΤΑΣ: _____ ΗΜ/ΝΙΑ ΛΗΞΗΣ: _____

ΗΜΕΡΟΜΗΝΙΑ: _____ ΥΠΟΓΡΑΦΗ: _____

Στείλτε σήμερα το κουπόνι συνδρομής στο fax: 210.77.13.343 για την άμεση έναρξη της συνδρομής σας. (Η συνδρομή ισχύει μετά την καταβολή του αντίστοιχου χρηματικού ποσού). Σε περίπτωση χρέωσης της κάρτας σας, είναι απαραίτητη η υπογραφή σας. Για περισσότερες πληροφορίες επικοινωνήστε με το τμήμα συνδρομών στο τηλ.: 210.77.12.400 ή στο e-mail: syndromes@direction.gr



ΦΟΡΟΙ ΚΑΙ ΛΑΘΡΕΜΠΟΡΙΟ

Οι πληγές της ελληνικής ποτοποιίας

Ένας κλάδος που θα μπορούσε να τονώσει την εξωστρέφεια της οικονομίας και να δημιουργήσει επώνυμη ζήτηση, πλήττεται από τις χρόνιες στρεβλώσεις μιας οικονομίας που δεν παύει να είναι συντεχνιακή και πελατειακή

Στην ειδική ημερίδα του Συνδέσμου Ελλήνων Παραγωγών Αποσταγμάτων Αλκοολούχων Ποτών (ΣΕΑΟΠ), ο Εμμανουήλ Πλουμής, υποστράτηγος και διευθυντής της Οικονομικής Αστυνομίας, αναγνώρισε ξεκάθαρα πως ο κλάδος είναι μέγας τροφοδότης της παραοικονομίας. Κάνοντας λόγο για λαθραίες αποστάξεις ρακί και τοικουδιάς, κυρίως στην Κρήτη, ο Εμμ. Πλουμής τόνισε τις ζημιές που μπορούν να προκληθούν στην υγεία και στα δημόσια έσοδα και επεσήμανε ότι η κατάσταση αυτή οφείλεται στην αταξία που επικρατεί στον κλάδο.

Και πώς να μην επικρατεί αταξία σε έναν κλάδο με μεγάλη διασπορά παραγωγικών μονάδων, αρκετές από τις οποίες μόνον μέσω της παραοικονομίας μπορούν να επιβιώσουν;

Παράλληλα, όμως, οι υγιείς μονάδες, που θα μπορούσαν να αναλάβουν το έργο της αναβάθμισης της ελληνικής ποτοποιίας, πλήττονται καιρίαι από τη φορολογία και ειδικά από τον Ειδικό Φόρο Κατανάλωσης Οινόπνευματων Ποτών (ΕΦΚΟΠ). «Ο φόρος αυτός υπολογίζεται επί 10 λίτρων αιθυλικής αλκοόλης του προϊόντος και είναι 2.250 ευρώ για ποτά όπως το ουίσκι, η βότκα, το τζιν, τα λικέρ. Στο ούζο και στο τσίπουρο ο ΕΦΚΟΠ υπολογίζεται στο ήμισυ, δηλαδή στα 1.275 ευρώ, ενώ το χύμα τσίπουρο και τοικουδιά (διημέρων) φορολογούνται με εφάπαξ και κατ' αποκοπή φόρο ύψους 0,59 ευρώ ανά κιλό, δηλαδή 140 ευρώ τα 100 λίτρα αιθυλικής αλκοόλης», τονίζει ο Χάρης Μαυράκης, μέλος Δ.Σ. του ΣΕΑΟΠ.

«Στο πλαίσιο αυτό», τόνισε στην ημερίδα ο αντιπρόεδρος Δ.Σ. του ΣΕΑΟΠ Λάμπρος Πάσχος, «στα 8 ευρώ ούζο, τα 5,1 ευρώ είναι φόροι, γεγονός που αφεαυτό γεννά τάσεις παραβατικότητας. Με την τελευταία να αντιπροσωπεύει το 30% της συνολικής δραστηριότητας». Όπως επεσήμαναν και άλλοι ομιλητές, παρατηρείται την ίδια ώρα γενική ατιμωρησία.

Πάντως, παρά την υπερφορολόγηση, τα έσοδα του κράτους από τον ΕΦΚΟΠ το 2015 σημείωσαν νέα μείωση κατά 3,5% σε σύγκριση με το 2014, υποχωρώντας για δεύτερη συνεχή χρονιά κάτω από τα

επίπεδα του 2009, όταν ο ΕΦΚΟΠ ήταν χαμηλότερος κατά 46%. Κατά τον Κώστα Τσιλιλή, μέλος Δ.Σ. του Συνδέσμου, η απώλεια αυτή οφείλεται λιγότερο στη μείωση αυτή καθαυτή της ζήτησης ως αποτέλεσμα της κρίσης, και περισσότερο στη στροφή των καταναλωτών σε χύμα, αφορολόγητα προϊόντα.

Σύμφωνα με τα στοιχεία του Υπουργείου Οικονομικών, οι νόμιμες πωλήσεις αλκοολούχων ποτών έχουν υποχωρήσει κατά 50% την περίοδο 2008-2015. Το 2015 διαμορφώθηκαν σε 111.000 εκατολίτρα, έναντι 115.000 εκατολίων το 2014 (μείωση 3,48%), ενώ το 2008 οι πωλήσεις ήταν 236.000 εκατολίτρα. Κατά τον πρόεδρο του ΣΕΑΟΠ, Νίκο Καλογιάννη, η πραγματική κατανάλωση έχει υποχωρήσει κατά 20% περίπου, το δε υπόλοιπο 30% απλώς έχει καταληφθεί από λαθραία, αφορολόγητα ποτά.

«Τα τελευταία χρόνια, η ελληνική διοίκηση δεν κατάφερε να κάνει ορθολογικά φορολόγησι. Ονομαστικά μάζευε έσοδα, αλλά στην

πράξη έχει χάσει έσοδα», παραδέχθηκε ο γενικός γραμματέας Καταπολέμησης της Διαφθοράς, Γ. Βασιλειάδης, προσθέτοντας ότι το λαθρεμπόριο γιγαντώθηκε εξαιτίας της εσφαλμένης φορολογικής πολιτικής. Ανήγγειλε ρύθμιση πριν από το τέλος του έτους για το ζήτημα της διακίνησης των τσίπουρων διημέρων, τονίζοντας ότι «έχει έρθει η ώρα για τη λήψη θαρραλέων αποφάσεων».

Υπενθυμίζεται ότι το εν λόγω ζήτημα αφενός έχει προκαλέσει την παρέμβαση της Ευρω-

παϊκής Επιτροπής, η οποία έχει ζητήσει από την ελληνική κυβέρνηση κατάργηση των εξαιρέσεων που υπάρχουν στον Ειδικό Φόρο Κατανάλωσης στα αλκοολούχα ποτά, και αφετέρου περιλαμβάνεται στη δεύτερη εργαλειοθήκη ανταγωνισμού του ΟΟΣΑ. Αν και η νομοθεσία παρείχε αρχικά στους αμπελοουργούς τη δυνατότητα να αποστάζουν στέμφυλα για παραγωγή τσίπουρου και τοικουδιάς με στόχο την αυτοκατανάλωση, στη συνέχεια έγινε κατάχρηση της νομοθεσίας. Έτσι, ενώ κάθε χρόνο δηλώνονται 5-7 εκατομμύρια λίτρα χύμα τσίπουρου και τοικουδιάς διημέρων, η πραγματική παραγωγή εκτιμάται σε 24 εκατομμύρια λίτρα ετησίως. Συνεπώς, η παρανομία καλά κρατεί, αλλά εις βάρος του κλάδου τελικά. ®

**ΠΩΣ ΝΑ ΜΗΝ
ΕΠΙΚΡΑΤΕΙ ΑΤΑΞΙΑ
ΣΕ ΕΝΑΝ ΚΛΑΔΟ ΜΕ
ΜΕΓΑΛΗ ΔΙΑΣΠΟΡΑ
ΠΑΡΑΓΩΓΙΚΩΝ
ΜΟΝΑΔΩΝ;**

Retail
BUSINESS

ΕΚΔΟΤΗΣ - ΔΙΕΥΘΥΝΤΗΣ: Βαγγέλης Παπαλιός **ΑΡΧΙΣΥΝΤΑΚΤΗΣ:** Δημήτρης Τσουκαλάς tsoukalas@direction.gr

ΣΥΝΕΡΓΑΤΕΣ: Μάριος Παρλιάρος, Αθανάσιος Παπανδρόπουλος, Μαρία Μπαζίγου **ΕΠΙΜΕΛΕΙΑ ΥΛΗΣ:** Γιώτα Καραγιάννη

RETAIL BUSINESS UNIT MANAGER: Πέτρος Τσάτσος tsatsis@direction.gr **ΥΠΟΔΟΧΗ ΔΙΑΦΗΜΙΣΗΣ:** Μαρία Τσώνου tsouou@direction.gr

ΥΠΕΥΘΥΝΟΣ ΠΑΡΑΓΩΓΗΣ: Βασίλης Θυμιανός **ΥΠΕΥΘΥΝΗ ΣΥΝΔΡΟΜΩΝ:** Άννα Μηλιάδη miliadi@direction.gr **ΛΟΓΙΣΤΗΡΙΟ:** Λένα Μιχαλοπούλου

ΝΟΜΙΚΟΣ ΣΥΜΒΟΥΛΟΣ: Δημήτρης Γαλάνης

Ετήσια Συνδρομή 215€ (συμπεριλαμβάνεται ΦΠΑ 6%)

Κωδικός: 013146 • ISSN: 2408-011X

DIRECTION
BUSINESS NETWORK

