

• **Η ΜΑΡΚΑ ΤΟΥ ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΗ ΒΑΖΕΙ ΚΑΙ ΕΛΑΙΟΛΑΔΟ ΣΤΑ ΡΑΦΙΑ – ΜΕ ΝΕΟΓΑΛ ΓΙΑ ΓΙΑΟΥΡΤΙ ΚΑΙ ΦΕΤΑ\_**

Με την εταιρεία Pure Olea από τον Υψηλάντη Βοιωτίας συνεργάζεται η πρωτοβουλία "Η Μάρκα του Καταναλωτή" 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

**ΣΥΜΒΟΛΑΙΑ ΤΡΙΕΤΟΥΣ ΔΙΑΡΚΕΙΑΣ**

"Η ψηφοφορία για το ελαιόλαδο ολοκληρώθηκε στις 2 Αυγούστου και επειδή οι επιλογές των καταναλωτών για συμβατικό και βιολογικό ήταν 50 – 50 είπαμε να προχωρήσουμε στο λανσάρισμα και των δύο κωδικών, σπρίζοντας δύο ομάδες παραγωγών", 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".

**ΜΠΑΙΝΕΙ ΣΤΟΝ ΑΒ. ΣΕ ΣΥΖΗΤΗΣΕΙΣ ΚΑΙ ΜΕ ΑΛΛΟΝ RETAILER**

Όπως συνέβη και με το γάλα, έτσι και το ελαιόλαδο, θα μπει στα ράφια της ΑΒ Βασιλόπουλος, ενώ η πρωτοβουλία είναι και σε συζητήσεις και με μια άλλη εξίσου μεγάλη αλυσίδα retail, ώστε να ξεκινήσουν συνεργασία.



**ΜΕ ΤΗ ΝΕΟΓΑΛ ΤΟ ΣΤΡΑΓΓΙΣΤΟ ΚΑΙ Η ΦΕΤΑ**

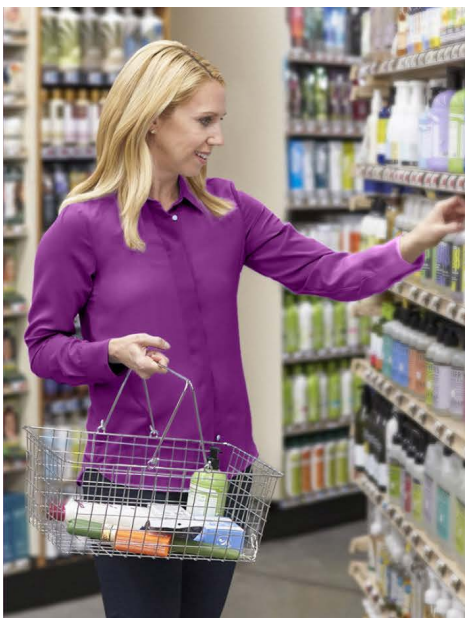
Για τη δημιουργία των κωδικών σε στραγγιστό και φέτα, η πρωτοβουλία θα συνεργαστεί με τη ΝΕΟΓΑΛ, θέλοντας, όπως εξηγεί ο κ. Κώτσου, να στηρίξει και τους παραγωγούς της Μακεδονίας. Το γιαούρτι θα κυκλοφορήσει σε δύο κωδικούς 10% και 2%. "Οι τιμές των παραγωγών για το στραγγιστό θα είναι €0,48/lt και η τιμή λιανικής €2,93 για το 2% και €2,96 για το 10%. Επίσης, σε συνεργασία με τη

ΝΕΟΓΑΛ θα υλοποιήσουμε και τη φέτα, η μελέτη για την οποία θα ολοκληρωθεί μέσα στο 2021", αναφέρει.

**ΣΕΙΡΑ ΕΧΟΥΝ ΖΥΜΑΡΙΚΑ – ΣΑΛΤΣΑ ΝΤΟΜΑΤΑΣ - ΜΕΛΙ**

Μετά το λάδι, το στραγγιστό γιαούρτι και τη φέτα, στις πρώτες θέσεις επιλογών των καταναλωτών είναι τα ζυμαρικά, η σάλτσα ντομάτας και το μέλι.

Στέλλα Αυγουστάκη  
[stella@notice.gr](mailto:stella@notice.gr)



**nielsen**  
**NIELSEN SHOPPER CENTRIC CATEGORY MANAGEMENT WORKSHOP**

Optimise in-store tactics using tools & tricks based on shopper behavior, segmentation & insights

**FOR MORE INFORMATION CLICK HERE**

**18 & 19 NOVEMBER 2020**