


Office Week

online newspaper

ΕΒΔΟΜΑΔΙΑΙΟ NEWSLETTER ΕΝΗΜΕΡΩΣΗΣ & ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ 



Κάνε την έξυπνη κίνηση... κίνηση must...

Απόσυρσε το backpack σου & κέρδισε 20% έκπτωση στο νέο!

Διακάκης

mustbackpacks.gr

ΚΕΝΤΡΙΚΑ ΓΡΑΦΕΙΑ: 10 πλ. Σταυρού Οδού (Σταυρού Οδού) Αθήνα (Θεσσαλονίκη)
Τηλέφωνο: 210 482 029, Fax: 210 484 394, email: info@diakakis.gr
ΓΡΑΦΕΙΑ ΑΘΗΝΩΝ: Τηλέφωνο/Fax: 210 590 13 82
www.diakakis.com.gr

4M: Μια εταιρεία παιχνιδιών με οικολογική συνείδηση 25 χρόνων.

Η 4M είναι μια εταιρεία με σεβασμό προς τη φύση και τον άνθρωπο, που εκφράζεται μέσα από την ποιοτική εφαρμογή στην πράξη της περιβαλλοντικής ευθύνης, αλληλίας και της οικολογικής της συνείδησης. Επιλέγοντας πάντοτε υλικά φιλικά για το περιβάλλον και τον άνθρωπο για την παραγωγή των παιχνιδιών και της συσκευασίας τους, φροντίζει και περιορίζει στο ελάχιστο τη χρήση πλαστικού, κατασκευάζει το μέγεθος της συσκευασίας σύμφωνα με τις ανάγκες του κάθε παιχνιδιού, αλληλίας και εντάσσει τη συσκευασία στα μέρη του παιχνιδιού, για λιγότερα απορρίμματα και περισσότερη διασκέδαση. Η 4M όχι μόνο προάγει την οικολογική συνείδηση μέσα από ορθόληπες σειρές παιχνιδιών, αλληλίας και αξιοποιεί τη δημιουργική διάθεση των παιδιών δίνοντάς τους την επιλογή να φτιάξουν τα δικά τους παιχνίδια ανακυκλώνοντας καθημερινά οικιακά αντικείμενα που χαρακτηρίζονται ως σκουπίδια. Ο σεβασμός προς το περιβάλλον, τον άνθρωπο, τα ζώα αποτελεί για την 4M στάση ζωής εδώ και 25 χρόνια. Για το λόγο αυτό σε όλα τα στάδια της δημιουργικής και παραγωγικής διαδικασίας των προϊόντων 4M δεν παραβιάζονται τα ανθρώπινα δικαιώματα, δεν απασχολούνται παιδιά, δεν πραγματοποιούνται πειράματα σε ζώα, λαμβάνονται όλα τα απαραίτητα μέτρα για την προστασία του περιβάλλοντος, επιλέγεται η χρήση οικολογικών υλικών για την παραγωγή των προϊόντων, ενώ η οικολογική συνείδηση στην πράξη είναι για την 4M αναπόσπαστο τμήμα της καθημερινής ζωής.

Η Hasbro ανακάμπτει και κερδίζει τις αγορές.

Η προηγούμενη χρονιά δεν ήταν η καλύτερη δυνατή για την Hasbro, αφού το ρουκέτο στα Toys R Us ήταν ένα πολύ δυνατό πλήγμα για τις πωλήσεις της εταιρείας. Το Toys R Us αποτελούσε το 10% των συνολικών πωλήσεων της εταιρείας και η απώλεια του έφερε μεγάλους κλυδωνισμούς και απώλεια στήριξης. Όμως παρά το αρκετά δύσκολο πρώτο τρίμηνο, τα αποτελέσματα του δεύτερου δείχνουν μια εντυπωσιακή ανάκαμψη της εταιρείας, αφού η πτώση των εσόδων ήταν μόλις στο 7%, σχεδόν το μισό από το προβλεπόμενο, και επιπλέον, ανέφερε κέρδη που ήταν κατά 65% υψηλότερα από τα αναμενόμενα. Αυτό οφείλεται σε "ζεστά" μετρητά που προήλθαν από το τμήμα ψυχαγωγίας και αδειοδότησης της Hasbro - όπου συνεργάζεται με τη Disney και τη Marvel - και τις πωλήσεις από μερικά από τα κλασικά της παιχνίδια, όπως η Monopoly. Οι εξελίξεις αυτές με την σειρά του ενθουσίασαν τους επενδυτές της εταιρείας, οι οποίοι εκτίμησαν τις προσπάθειες της να ανοίξει την αγορά μετά την απώλεια του Toys R Us και έσπρωξαν την μετοχή της εταιρείας σε ένα εντυπωσιακό +13%.

Η NPD προβλέπει την αύξηση των online BTS δαπανών.

Δεδομένα από την εταιρεία έρευνας αγοράς NPD δείχνουν ότι η επιστροφή στο σχολείο (BTS) στις ΗΠΑ, θα κινηθεί ανοδικά στο διαδίκτυο. Σύμφωνα με την NPD, κατά την περίοδο BTS 2017, οι δαπάνες ηλεκτρονικού εμπορίου για είδη γραφείου και σχολικά είδη αυξήθηκαν κατά 56,4 εκατ. Δολάρια σε σύγκριση με το προηγούμενο έτος. Με τη συνεχή ανάπτυξη του ηλεκτρονικού εμπορίου και την απευθείας σύνδεση παραγγελιών και λιανοπωλητών, αυτό αναμένεται να αυξηθεί κατά ποσό. Αυτό υποστηρίζεται και από τα πρώτα δείγματα της περιόδου BackToSchool στις αρχές του 2018, τα οποία δείχνουν ότι κατά την πρώτη εβδομάδα που έληξε στις 30 Ιουνίου, οι πωλήσεις των καταστημάτων μειώθηκαν κατά 1,3 εκατομμύρια δολάρια, ενώ το ηλεκτρονικό εμπόριο αυξήθηκε κατά 1,1 εκατομμύρια δολάρια. Οι μεγάλοι λιανοπωλητές έχουν επηρεαστεί από αυτό το γεγονός ενισχύοντας την παρουσία τους στο διαδίκτυο μέσω άμεσης αποστολής για παραγγελίες μέσω διαδικτύου και επιλογές παραλαβής στο κατάστημα, ενώ αρκετοί παρέχουν προσφορές αποκλειστικά και μόνο στο web. Οι επιταγές της εποχής οδηγούν επίσης τους περισσότερους αγοραστές να αγοράσουν online. Για παράδειγμα, πάνω από τα μισά μέλη του Amazon Prime είναι άτομα κάτω των 30, οι οποίοι πλέον αγοράζουν σχολικές προμήθειες για τα μικρά παιδιά τους, σχεδόν αποκλειστικά online.

O.P.C.
OFFICE-PAPERS-CONSUMABLES

Διαβάστε στο επόμενο τεύχος 80° O.P.C. Magazine & Creative toys που θα κυκλοφορήσει:

- Αφιέρωμα: « Σειρές σχολικών ειδών 2018 & Ημερολόγιο 2019»

...και άλλα πολλά θέματα.

Μαζί κυκλοφορεί & το ένθετο περιοδικό

CREATIVE
toys

Αφιέρωμα:
«Εκπαιδευτικά παιχνίδια»

Στον έλεγχο της Pillarstone και των τραπεζών περνά η Notos Com.

Στην ιδιοκτησία των τραπεζών και της Pillarstone περνάει η Notos Com, στο πλαίσιο της συμφωνίας μεταξύ των δύο μερών για την εξυγίανση του ομίλου. Το σχέδιο διάσωσης προβλέπει τη συμμετοχή επίσης του σημερινού βασικού μετόχου Μιχάλη Παπαελέθνα, ο οποίος, σύμφωνα και με την ανακοίνωση της Pillarstone, θα επενδύσει στη νέα δομή και θα συμβάλει στην εκπόνηση του μακροχρόνιου επιχειρηματικού σχεδίου της εταιρείας.

Η συμμετοχή του σημερινού μετόχου θα περιοριστεί, κατά πληροφορίες, σε ένα μικρό ποσοστό, ανάλογα και με το ύψος των κεφαλαίων που θα συνεισφέρει, σε αντίθεση με τις τέσσερις συστημικές τράπεζες και την Pillarstone, που, σύμφωνα με την ανακοίνωση της τελευταίας, «θα επενδύσουν νέα κεφάλαια συνολικού ύψους 25 εκατ. ευρώ».

Στο πλαίσιο της ίδιας συμφωνίας, προβλέπεται επίσης η παραμονή του κ. Παπαελέθνα στη διοίκηση του Notos Com για διάστημα έως και 12 μήνες κατά ανώτατο, προκειμένου να υποποιηθεί η ομαλή μετάβαση του ομίλου στο νέο καθεστώς. Στόχος της όλης συμφωνίας είναι η εξυγίανση του ομίλου και στη συνέχεια η μεταβίβασή του σε νέο αγοραστή.

Pelikan



Pelikan Ελλάς Ε.Π.Ε. 8ο χλμ. Βάρης - Κορωπίου Τηλ.: 210 6625129 www.pelikan.com

 [pelikanellada](https://www.facebook.com/pelikanellada)

OFFICE WEEK: ΕΒΔΟΜΑΔΙΑΙΟ NEWSLETTER ΕΝΗΜΕΡΩΣΗΣ & ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ
 ΕΚΔΟΣΗ: OPS PUBLICATIONS, ΚΑΛΛΕΡΓΗ 26-28, 185 47 Ν. ΦΑΛΗΡΟ
 ΤΗΛ.: 210 4826075, FAX: 210 4833502
 E-mail: officeweek@opcmagazine.gr
www.opcmagazine.gr

Office Week
 online newspaper **2**

Δείτε μας στο facebook



■ Η Lexmark απολύει 1000 υπαλλήλους της σε όλο τον κόσμο.

Η Lexmark πρόκειται να απολύσει προσωρινά 1.000 υπαλλήλους της κατά τη διάρκεια του επόμενου έτους, στα πλαίσια της στρατηγικής που ακολουθεί και ονομάζει «παγκόσμιο πρόγραμμα αναδιάρθρωσης». Η ανακοίνωση έγινε εκ των έσω την περασμένη εβδομάδα, από την Emily Rardin, παγκόσμια διευθύντρια επικοινωνιών της εταιρείας εκτυπωτών. "Αυτή η δύσκολη απόφαση κρίνεται απαραίτητη καθώς εργαζόμαστε για να ισοσταθμίσουμε το δυναμικό μας με τη στρατηγική μας και να εξασφαλίσουμε την επιτυχία της Lexmark", δήλωσε η Rardin. "Δεν πρόκειται να αναφερθούμε σε συγκεκριμένους αριθμούς εργαζομένων, τοποθεσίες ή άλλες λεπτομέρειες". Η Lexmark πωλήθηκε σε μια ασιατική επιχειρηματική κοινοπραξία, συμπεριλαμβανομένης της Apex Technology και της PAG Asia Capital το 2016 και τον Αύγουστο του 2017, ανακοίνωσε ένα πρόγραμμα αναδιάρθρωσης που απέλυε 700 από τους τότε 10.000 εργαζόμενους παγκοσμίως.

■ Η γενιά του 1990 πιστεύει στη σημασία της εκτύπωσης στο χώρο εργασίας.

Οι Millennials είναι λιγότερο επιφυλακτικοί όσον αφορά την εκτύπωση από ότι άλλες ηλικιακές ομάδες και πιστεύουν ότι τα χάρτινα έγγραφα θα συνεχίσουν να διαδραματίζουν σπουδαίο ρόλο στο μελλοντικό εργασιακό περιβάλλον. Ο αναλυτής της βιομηχανίας εκτύπωσης Quocirca με έρευνά του, ανέδειξε τη στάση των εργαζομένων απέναντι στο χαρτί και την εκτύπωση στο γραφείο. Στην έρευνα συμμετείχαν και άτομα γεννημένα από το 1990 έως το 2000 καθώς ήδη έχουν αρχίσει και καταλαμβάνουν υψηλές ηγετικές θέσεις στο γραφειακό χώρο εργασίας. Η έρευνα με όνομα Print 2025 διαπίστωσε ότι το 77% των millennials πιστεύει ότι η εκτύπωση θα εξακολουθήσει να είναι σημαντική μέχρι το 2025, σε σύγκριση με μόλις το 45% των ερωτηθέντων ηλικίας 55+. Πάνω από το ήμισυ των ερωτηθέντων πιστεύουν ότι οι όγκοι εκτύπωσης γραφείων θα αυξηθούν μέχρι το 2025, ενώ το 55% αναμένει αύξηση της εκτύπωσης μέσω κινητού τηλέφων. Το 69% πιστεύει ότι πρέπει να εκτυπώνονται μόνο σημαντικά έγγραφα και το 63% πιστεύει ότι τα έντυπα έγγραφα είναι πιο ανθεκτικά στο χρόνο από τα ψηφιακά αντίστοιχα.



■ Έρευνα για τις φυλετικές μειονότητες στα παιδικά βιβλία.

Τα παιδικά βιβλία θα πρέπει να περιλαμβάνουν περισσότερους χαρακτήρες από φυλετικές μειονότητες σε κεντρικούς ρόλους, υποστηρίζει μία οργάνωση κατά του αναλφαριθμητισμού, τονίζοντας παράλληλα ότι οι χαρακτήρες που είναι μαύροι, ασιατικής καταγωγής ή άλλων φυλετικών χαρακτηριστικών δεν θα πρέπει να καθορίζονται κατά κύριο λόγο από αυτή τη διαφορετικότητά τους, αλλά να είναι «κανονικοί» χαρακτήρες. Σύμφωνα με έρευνα του Centre for Literacy and Primary Education (CLE), εξετάστηκαν 391 βιβλία από 40 εκδοτικούς οίκους που απευθύνονται σε παιδιά ηλικίας 3-11 ετών και περιλάμβαναν τουλάχιστον έναν μη λευκό χαρακτήρα. Από αυτά, το 56% των βιβλίων αφορούσε σύγχρονα θέματα όπως ο πόλεμος, η μετανάστευση και ο ρατσισμός, και μόνο ένα 0,6% κατατάσσεται στην κατηγορία των χιουμοριστικών βιβλίων. Μεγαλύτερα ποσοστά συγκεντρώνουν κατηγορίες όπως η φαντασία (20%), το ιστορικό μυθιστόρημα (9%) και η επιστημονική φαντασία (4%). Η πρόταση του CLE είναι οι μη λευκοί χαρακτήρες να είναι «ουσιώδεις και ακριβείς», αντανακλώντας καλύτερα τον γενικότερο πληθυσμό, να παρουσιάζουν πολιτισμικές λεπτομέρειες που όμως να μην υποβιβάζουν χαρακτηριστικά της φυλής τους σε υποτιμητικά στερεότυπα, να είναι κεντρικοί χαρακτήρες και να εμφανίζονται σ' ένα ευρύτερο φάσμα λογοτεχνικών ειδών, ώστε να αποκτούν τα παιδιά μία ευρύτερη εικόνα.

■ Η Mattel καταργεί 2.200 θέσεις εργασίας.

Η αμερικανική παιχνιδοβιομηχανία Mattel, ιδιοκτήτρια της εμβληματικής κούκλας Barbie, ανακοίνωσε την κατάργηση 2.200 θέσεων εργασίας παγκοσμίως μετά τα τριμηνιαία αποτελέσματα που κατέγραψαν μεγάλες οικονομικές απώλειες. Ο όμιλος ανακοίνωσε ότι το μέτρο αυτό θα πηγήσει 2.200 εργαζόμενους, δηλαδή το 22% του διοικητικού του προσωπικού, χωρίς να διευκρινίσει πώς θα κατανεμηθεί γεωγραφικά η κατάργηση των θέσεων εργασίας. Σχεδόν 35.000 άνθρωποι, εκ των οποίων μεσάζοντες, εργάζονταν για τη Mattel στις 31 Δεκεμβρίου 2017, από τους οποίους 21.400 σε θέσεις παραγωγής, η πλειοψηφία των οποίων είναι εκτός των ΗΠΑ. Η Mattel θα πουλήσει επίσης εγκαταστάσεις παραγωγής στο Μεξικό στο πλαίσιο ενός προγράμματος λιτότητας ώστε να εξοικονομήσει 650 εκατομμύρια δολάρια την προσεχή διετία.

■ Hasbro: Τα κέρδη και έσοδα του Q2 ξεπέρασαν τις εκτιμήσεις.

Αίμα 7% σημειώνει η μετοχή της Hasbro στο premarket trading, καθώς η εταιρεία παιχνιδιών ανακοίνωσε κέρδη και έσοδα δευτέρου τριμήνου που ξεπέρασαν τις εκτιμήσεις. Τα καθαρά κέρδη υποχώρησαν στα 60,3 εκατ. δολάρια ή 48 σεντς ανά μετοχή, από 67,7 εκατ. ή 54 σεντς, σε ετήσια βάση. Οι εκτιμήσεις του FactSet έκαναν λόγο για 29 σεντς ανά μετοχή. Όπως μεταδίδει το MarketWatch, τα έσοδα υποχώρησαν στα 904,5 εκατ. δολάρια από 972,5 εκατ. σε ετήσια βάση, αλλά ήταν περισσότερα από τις προβλέψεις του FactSet, για \$839,3 εκατ.



■ Το λιανεμπόριο ως... λεωφόρος για τους ισχυρούς.

Κινητικότητα παρατηρείται στην αγορά του λιανεμπορίου με τις ισχυρές αλυσίδες να έχουν το πρώτο λόγο στις εξελίξεις αλλά και οι «μεσαίες» να έχουν το δικό τους ρόλο στην αγορά.

Η αλυσίδα σουπερ μάρκετ Κρητικός επεκτείνεται αθρόοβα δημιουργώντας μια δυναμική για την αλυσίδα που ισχυροποιείται έναντι των ισχυρών αναζητώντας... ζωτικό χώρο ανάπτυξης.

Πρόσφατα προχώρησε στην εξαγορά του Προμηθευτικού Οργανισμού Συνεργαζόμενων Παμπολητών, η Μέριμα.

Επί της ουσίας, οι 117 μέτοχοι της πολυμετοχικής Μέριμας μεταβίβασαν τα μετοχικά τους μερίδια στην Κρητικός, βάζοντας τέλος σε μία επιχειρηματική διαδρομή, η οποία ξεκίνησε από τις αρχές της δεκαετίας του 1970.

Σύμφωνα με πληροφορίες η Μέριμα, παρουσίασε την πρώτη της ζημιολογία χρήση τη χρονιά που πέρασε μετά από σειρά θετικών αποτελεσμάτων τα τελευταία χρόνια.

Η εξέλιξη αυτή οδήγησε τους μετόχους της στην απόφαση να ανταποκριθούν θετικά στην πρόταση εξαγοράς, ενώ οι μέχρι πρότινος μέτοχοι της έβλεπαν τον κλοιό της συγκέντρωσης να σφίγγει, και από τη στιγμή που άρχισαν να συρρικνώνονται τα οικονομικά μεγέθη της εταιρείας, αποφάσισαν ότι έπρεπε να πουλήσουν την επιχείρηση.

Η Μέριμα διαθέτει συνοδικά έντεκα καταστήματα στην Αττική, σε Ηλιούπολη και Νέα Σμύρνη, στον Άγιο Δημήτριο, καθώς και σε Τερψιθέα, Περιστερί, Άλιμο, Βύρωνα και Καλλιθέα.

Η αλυσίδα Κρητικός κατατάσσεται στις μεσαίες αλυσίδες σουπερ μάρκετ με βάση τα οικονομικά της μεγέθη.

Το 2016 παρουσίασε κύκλο εργασιών 179.620.231 ευρώ, ο οποίος ήταν αυξημένος κατά 19,7% σε σχέση με το 2015 που ήταν στα 144.072.134 ευρώ.

Τα μικτά κέρδη ανήλθαν σε 39,8 εκατ. ευρώ το 2016 έναντι 33,3 εκατ. ευρώ του 2015.

Τα προ φόρων κέρδη έφθασαν το 1,8 εκατ. ευρώ το 2016 από 1,3 εκατ. του 2015.

Τα καθαρά κέρδη διαμορφώθηκαν οριακά πάνω από το 1 εκατ. ευρώ από 619.167 ευρώ του 2015.

Η αλυσίδα Κρητικός έχει παρουσία στην Αττική αλλά η αφετηρία της εταιρείας ήταν η Αίγινα. Το 2000 η αλυσίδα ξεπερνάει τα όρια της Αίγινας και επεκτείνεται στον Αργοσαρωνικό με 5 νέα καταστήματα και τα τελευταία 18 χρόνια διαθέτει παρουσία σε όλη την Ελλάδα.

Στελέχη της αγοράς εκτιμούν ότι το λιανεμπόριο θα είναι στο επίκεντρο το επόμενο διάστημα και αναμένουν κι άλλες εξαγορές διότι οι μικρομεσαίες αλυσίδες διαπιστώνουν ότι οι ζημιές είναι έξω από την πόρτα τους.

Οι περισσότεροι θα αποδεχθούν το μοιραίο ή θα λάβουν την απόφαση να πουλήσουν την επιχείρησή τους.



