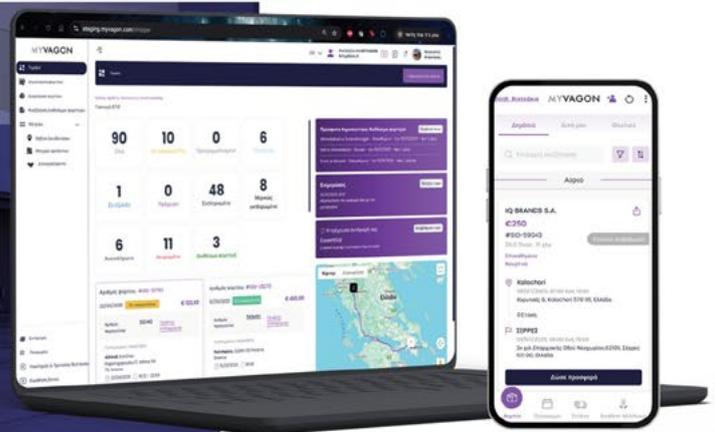


# MOVE DIFFERENT.

50 χρόνια τηλεφωνημάτων τελειώνουν σήμερα.

MYVAGON

Η 1η ΨΗΦΙΑΚΗ ΠΛΑΤΦΟΡΜΑ  
ΦΟΡΤΙΩΝ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ.



Ψηφιοποίησε την δρομολόγησή σου.

Βρες φορτηγά. » Εξοικονόμησε χρόνο. » Παρακολούθησε τα πάντα.

Μία πλατφόρμα.  
Όλοι οι μεταφορείς σου.



Εσύ  
στο κέντρο

Αυτή είναι η  
MYVAGON

ΤΑΛΑΙΠΩΡΙΑ  
Ή ΠΡΟΟΔΟΣ  
—ΕΣΥ ΑΠΟΦΑΣΙΖΕΙΣ.

- » Ο παλιός τρόπος δουλεύει ακόμα ... αν σου αρέσει να ταλαιπωρείσαι.
- » Ή μπορείς επιτέλους να αρχίσεις να κινείσαι διαφορετικά. Πιο έξυπνα.

Κάνε εγγραφή δωρεάν στο [MYVAGON.com](https://www.myvagon.com) και ξεκίνα τώρα.

# FNB SERVED DAILY.

Food for thought... every day!

ΤΟ ΚΑΘΗΜΕΡΙΝΟ ΨΗΦΙΑΚΟ  
NEWSLETTER ΓΙΑ ΤΟΝ ΚΛΑΔΟ  
ΤΡΟΦΙΜΩΝ & ΠΟΤΩΝ

Με τη συνεργασία του  
**TotalFoodService**  
FOODSERVICE NEWS • INDUSTRY TRENDS • EXCLUSIVE INTERVIEWS

ΤΡΙΤΗ 17 ΜΑΡΤΙΟΥ 2026  
ΤΕΥΧΟΣ 2291

ΕΝΘΕΤΟ **foodexpo** Greece  
THE LEADING F&B TRADE SHOW IN SOUTHEAST EUROPE



## • MY MARKET

Στα επίπεδα της αγοράς στο δίμηνο  
- Τα πλάνα για την Κρήτη και το franchise



## • ΓΑΛΑΞΙΑΣ

Ενίσχυση παρουσίας στην Ήπειρο  
- Ανοίγει νέο κατάστημα στο Κιλκίς



## • ΦΑΡΜΑ ΕΛΑΣΣΟΝΑΣ

Στήνει νέα μονάδα για χοιρινό, έτοιμο έως το καλοκαίρι  
το εργοστάσιο ζωοτροφών - Ανάπτυξη 20% το 2025



## • ΟΙΚΟΝΟΜΙΑ

Ακριβότερα τρόφιμα και πιέσεις  
 στους retailers από τη γεωπολιτική κρίση

## Editorial

Εξαγωγή κρίσης vs Οικονομικής προσιτότητας

## Debrief

Ίσως τελικά να μην είναι εφικτό

## Business Maker

- Πίσω από τον θόρυβο του πολέμου: Κανονικά οι ελληνικές εταιρείες στην Κύπρο
- Ο Θεοδωρόπουλος και οι εξαγορές που συζητούνται, αλλά δεν κλείνουν

## SecretRecipe

Η αγνωμοσύνη και τα... ρέστα

## Business Insight

Η επισπεύδουσα UniCredit για την Commerzbank, το private credit και στο... βάθος η Alpha Bank

# Η γεύση είναι για όλους!

Ίδια γεύση  
με τα κλασικά  
ζυμαρικά

**60%**  
λιγότερα  
σάκχαρα



• ΓΑΛΛΕΙΑΣ

## ΕΝΙΣΧΥΣΗ ΠΑΡΟΥΣΙΑΣ ΣΤΗΝ ΗΠΕΙΡΟ - ΑΝΟΙΓΕΙ ΝΕΟ ΚΑΤΑΣΤΗΜΑ ΣΤΟ ΚΙΛΚΙΣ

Στην περαιτέρω ενίσχυση του δικτύου της προχωρά η Πέντε, που διαχειρίζεται το σήμα Γαλαξίας, μετά και την τυπική ολοκλήρωση της απορρόφησης του δικτύου των καταστημάτων της Παπαγεωργίου στα Ιωάννινα.

Με την κίνηση αυτή, η εταιρεία ενίσχυσε σημαντικά την παρουσία της στην Ήπειρο, αποκτώντας ισχυρότερο αποτύπωμα στην αγορά της περιοχής και επεκτείνοντας τη δραστηριότητά της σε κομβικά σημεία του κέντρου των Ιωαννίνων.

Παράλληλα, όπως πληροφορείται το FNB Daily, μετά το Πάσχα προγραμματίζεται το άνοιγμα νέου ιδιόκτητου καταστήματος στα Ιωάννινα, ενώ στο πλάνο ανάπτυξης της εταιρείας περιλαμβάνεται και η δημιουργία νέου σημείου πώλησης στο Κιλκίς. Πρόκειται για κατάστημα που σχεδίαζε καιρό η εταιρεία και τώρα πλέον είναι έτοιμο να λειτουργήσει.

### ΤΟ ΔΙΜΗΝΟ

Σε ό,τι αφορά την πορεία των πωλήσεων, το α' δίμηνο του έτους κινείται σε επίπεδα αντίστοιχα με την περυσινή περίοδο. Ωστόσο, η εικόνα των συγκρίσεων επηρεάζεται από τη διαφοροποίηση του ημερολογίου, καθώς φέτος η περίοδος της Καθαράς Δευτέρας δεν περιλαμβάνεται στο ίδιο χρονικό διάστημα με πέρυσι. Για τον λόγο αυτό, ασφαλέστερα συμπεράσματα για την πορεία της χρονιάς αναμένεται να προκύ-

ψουν με την ολοκλήρωση των οικονομικών αποτελεσμάτων.

### Η ΕΠΕΝΔΥΣΗ ΣΤΟΝ ΑΣΠΡΟΠΥΡΓΟ

Την ίδια στιγμή, η εταιρεία εξετάζει το επόμενο βήμα στον τομέα των logistics. Σε εξέλιξη βρίσκεται σχετική μελέτη για την επένδυση που είχε ανακοινώσει τέλη του προηγούμενου έτους. Υπενθυμίζεται ότι η εταιρεία ολοκλήρωσε πρόσφατα, με αυτοχρηματοδότηση, το πρώτο στάδιο μιας σημαντικής επένδυσης στον Ασπρόπυργο.

Η επένδυση αφορά οικόπεδο 112.500 τ.μ., στο οποίο προγραμματίζεται η ανέγερση ιδιόκτητου κέντρου διανομής. Η αγορά του οικοπέδου είχε πραγματοποιηθεί μέσω προσυμφώνου, το οποίο ολοκληρώθηκε πλέον και τυπικά. Η λειτουργία του νέου κέντρου διανομής εκτιμάται ότι θα ενισχύσει σημαντικά τις δυνατότητες εφοδιασμού της εταιρείας, δημιουργώντας παράλληλα τις προϋποθέσεις για ανάπτυξη των online πωλήσεων. Η συγκεκριμένη επένδυση θεωρείται στρατηγικής σημασίας, καθώς αναμένεται να ανοίξει τον δρόμο για περαιτέρω ανάπτυξη στο μοντέλο των convenience stores, μια αγορά στην οποία δραστηριοποιούνται ήδη μεγάλες αλυσίδες του κλάδου.

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



• ΚΥΠΡΟΣ

## ΕΦΥΓΕ ΑΠΟ ΤΗ ΖΩΗ Ο CHEF ΑΝΔΡΕΑΣ ΜΑΥΡΟΜΜΑΤΗΣ

Έφυγε από τη ζωή σε ηλικία 69 ετών ο κορυφαίος Κύπριος chef, Ανδρέας Μαυρομμάτης, ο οποίος τίμησε τη γαστρονομία και την Κύπρο μέσα από τη σπουδαία καριέρα του. Το εστιατόριό του στο Παρίσι είχε τιμηθεί με αστέρι Michelin.

Σε γραπτή δήλωση, ο Πρόεδρος της Δημοκρατίας, Νίκος Χριστοδουλίδης, εξέφρασε βαθιά οδύνη για τον θάνατό του, επισημαίνοντας ότι ο Μαυρομμάτης υπήρξε προσωπικότητα που ανέδειξε την Κύπρο διεθνώς μέσω της δημιουργικότητας και του ήθους του.

### Η ΠΟΡΕΙΑ ΤΟΥ

Ο Ανδρέας Μαυρομμάτης θεωρείτο πρωτοπόρος της μεσογειακής γαστρονομίας και ένας από τους σημαντικότερους πρεσβευτές της κυπριακής και ελληνικής κουζίνας στο εξωτερικό. Κατάφερε να αναδείξει διεθνώς τις γεύσεις και τα προϊόντα της Κύπρου, κερδίζοντας αναγνώριση από τη γαλλική και διεθνή γαστρονομική κοινότητα.

Πέραν της επαγγελματικής του πορείας, ο ίδιος και η οικογένειά του υπήρξαν γέφυρα φιλίας μεταξύ Κύπρου και Γαλλίας, συμβάλλοντας ουσιαστικά στην ενίσχυση των γαλλοκυπριακών σχέσεων. Παρά τη διεθνή επιτυχία του, παρέμεινε συνδεδεμένος με τις ρίζες του και την πατρίδα του.



# ΝΗΣΤΕΙΑ

στα καλύτερά της!

ΠΙΤΕΣ • Σάντουιτς • Σαλάτες • Γλυκίσματα



my  
DELIVERY

E-ORDER  
[www.gregorys.gr](http://www.gregorys.gr)

f g d i  
gregorys.gr gregorysgr gregorysgr



Download app!

Γρηγόρης

• ΓΑΛΛΙΑ - ΚΡΑΣΙ

## ΣΤΑ €33/ΗΛ Η ΒΑΣΗ ΤΗΣ ΚΟΜΙΣΙΟΝ ΓΙΑ ΑΠΟΖΗΜΙΩΣΗ – Ο ΚΛΑΔΟΣ ΖΗΤΑ ΑΝΑΘΕΩΡΗΣΗ

Η οινοπαραγωγική βιομηχανία της Γαλλίας ζητά την ταχεία ενεργοποίηση μέτρων απόσταξης για τα πλεονάζοντα αποθέματα κόκκινων και ροζέ κρασιών, επιδιώκοντας όμως υψηλότερη τιμή αποζημίωσης από αυτή που προτείνει η Ευρωπαϊκή Επιτροπή. Στόχος του κλάδου είναι η τιμή απόσταξης να ξεπεράσει τα €33 ανά εκατόλιτρο, χωρίς να παραβιάζονται οι ευρωπαϊκοί κανόνες που αποτρέπουν την υπεραντιστάθμιση σε σχέση με τις τιμές της αγοράς.

### ΠΙΕΣΗ ΣΤΗΝ ΑΓΟΡΑ

Παρά το γεγονός ότι η συνολική παραγωγή οίνου στην Γαλλία έχει μειωθεί στο ιστορικά χαμηλό επίπεδο των 34 εκατομμυρίων εκατόλιτρων, τα συσσωρευμένα αποθέματα εξακολουθούν να πιέζουν την αγορά.

Στις 11 Μαρτίου, το συμβούλιο οίνου της FranceAgriMer ενέκρινε ομόφωνα πρόγραμμα απόσταξης κρίσης ύψους €40

εκατ., το οποίο είχε προηγουμένως εγκριθεί από τον Ευρωπαϊκό Επίτροπο Γεωργίας Christophe Hansen. Όπως δήλωσε ο Πρόεδρος του συμβουλίου, Jérôme Desprey, η αγορά χρειάζεται άμεση παρέμβαση ώστε να αποσυρθούν ποσότητες κρασιού που δεν βρίσκουν αγοραστές, συμβάλλοντας στη σταθεροποίηση των τιμών.

### ΤΙ ΑΦΟΡΑ ΤΟ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ

Το πρόγραμμα αφορά περίπου 1,2 εκατομμύρια εκατόλιτρα, ενώ οι εκπρόσωποι του κλάδου εξετάζουν το ενδεχόμενο καθορισμού ενιαίας τιμής αποζημίωσης για όλα τα επηρεαζόμενα κόκκινα και ροζέ κρασιά, ανεξάρτητα από το αν πρόκειται για οίνους ΠΟΠ, ΠΓΕ ή χωρίς γεωγραφική ένδειξη. Παράλληλα, συζητείται και η πιθανότητα αύξησης του συνολικού κονδυλίου των €40 εκατ. Με δεδομένο ότι η Ευρωπαϊκή Επιτροπή θέτει ως σημείο αναφοράς τα €33 ανά εκατό-



λιτρο, ο κλάδος επιχειρεί να αποτυπώσει τις χαμηλότερες πραγματικές τιμές της αγοράς, ώστε να προτείνει επίπεδο αποζημίωσης που θα αντανάκλα καλύτερα τις εμπορικές συνθήκες.

Στο πλαίσιο αυτό εξετάζεται η δημιουργία εθνικού μηχανισμού αποζημίωσης που θα λαμβάνει υπόψη τις διαφορές μεταξύ περιόχων και κατηγοριών οίνου, με στόχο μια πιο ρεαλιστική τιμή απόσταξης και τη σταθεροποίηση της αγοράς.

• GROUPEMENT MOUSQUETAIRES

## ΙΣΧΥΡΗ ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΜΕ ΠΩΛΗΣΕΙΣ €48,7 ΔΙΣ. ΚΑΙ ΠΡΩΤΑΓΩΝΙΣΤΕΣ INTERMARCHÉ ΚΑΙ NETTO

Ισχυρή αναπτυξιακή πορεία το οικονομικό έτος 2025, με ιδιαίτερα καλή επίδοση στην Γαλλία, κατέγραψε η Groupement Mousquetaires, χάρη κυρίως στα εμπορικά σήματα Intermarché και Netto. Ο κύκλος εργασιών του ομίλου ενισχύθηκε κατά 4,25%, φθάνοντας τα €48,7 δισ.

### ΤΑ ΜΕΡΙΔΙΑ ΑΓΟΡΑΣ

Στη γαλλική αγορά Intermarché και Netto κατέγραψαν μερίδιο αγοράς 17,5% έως τα τέλη Δεκεμβρίου 2025, με τα έσοδα να αυξάνονται κατά 5,4%. Η Intermarché προσέλκυσε περισσότερους από 233.000 νέους πελάτες, ενώ η Netto 49.000, στο συνδυασμένο δίκτυο περίπου 2.417 καταστημάτων στη χώρα.

Η αύξηση του κύκλου εργασιών αποδόθηκε τόσο στην καλή επίδοση του υφιστάμενου δικτύου (+1,8%) όσο και στην επιτυχημένη επανεκκίνηση 240 καταστημάτων που αποκτήθηκαν από τον όμιλο Casino (+3,6%). Ο Πρόεδρος της Groupement Mousquetaires, Thierry Cotillard, δήλωσε ότι ο όμιλος επιβεβαίωσε το 2025 τον ρόλο του ως σημαντικός παράγοντας στη συγκέντρωση της αγοράς στη Γαλλία, διατηρώντας

παράλληλα αναπτυξιακή δυναμική σε όλο το χαρτοφυλάκιο δραστηριοτήτων του στη χώρα και διεθνώς.

### ΣΤΟ +8% ΤΑ ΦΡΕΣΚΑ ΠΡΟΪΟΝΤΑ

Στον τομέα λιανεμπορίου τροφίμων, οι πωλήσεις φρέσκων προϊόντων αυξήθηκαν κατά 7,9%, καθώς Intermarché και Netto συνέχισαν να προσφέρουν ποιοτικά προϊόντα σε προσιτές τιμές. Περίπου τα 3/4 των φρούτων και λαχανικών που διαθέτει η εταιρεία είναι γαλλικής προέλευσης, με εξαίρεση εσπεριδοειδή, μπανάνες και εξωτικά φρούτα.

Παράλληλα, η Intermarché κατέγραψε αύξηση 13,3% στο ηλεκτρονικό εμπόριο, ενισχύοντας τη θέση της στη γαλλική αγορά υπηρεσιών drive.

### AGROMOUSQUETAIRES

Η Agromousquetaires, ο αγροδιατροφικός βραχίονας του ομίλου, κατέγραψε κύκλο εργασιών €4,2 δισ. το 2025. Ο όμιλος σχεδιάζει να επενδύει €150 εκατ. ετησίως έως το 2029, ενισχύοντας την παραγωγή πρώτων υλών και ελάχιστα επεξεργασμένων προϊόντων, με έμφαση σε κλάδους όπως το γάλα, το χοιρινό, το βοδινό και τα φυτικά προϊόντα.



Thierry Cotillard, Πρόεδρος, Groupement Mousquetaires

Παράλληλα, η εταιρεία επεκτείνει το σύστημα συμβολαϊκής συνεργασίας με παραγωγούς, προσφέροντας σε περισσότερους από 200 παραγωγούς μακροπρόθεσμες συμφωνίες για όγκους παραγωγής, τιμές και αναπτυξιακά σχέδια.

Η



**NOTICE**

CONTENT & SERVICES

παρουσιάζει το  
**1ο Συνέδριο**

Αγροδιατροφικού τομέα στην Αθήνα



**AGRI FOOD  
FORWARD**

Cultivating Innovation, Harvesting Growth.

Με τη συμμετοχή εκπροσώπων του κλάδου  
Παρουσίαση ερευνών και τάσεων για το μέλλον  
Προτάσεις καινοτομίας και ψηφιοποίησης  
Πιστοποίηση και εξωστρέφεια  
Networking με στελέχη της αγοράς



**Αγαπητού  
Μαρία**

Διευθύντρια Πιστοποίησης  
Συστημάτων Διαχείρισης  
& Προϊόντων,  
TÜV AUSTRIA Hellas



**Βαπορίδης  
Στέλιος**

Υπεύθυνος Ανάπτυξης  
Αγροδιατροφικού  
Τομέα,  
TÜV AUSTRIA Hellas



**Αρης  
Στέλιος**

CEO,  
Food Standard



**Καλλιάς  
Γιάννης**

Country Manager,  
TÜV AUSTRIA in Greece



**Λεουτσάκου  
Λίνα**

Sustainability & Public  
Affairs Manager,  
Αθηναϊκή Ζυθοποιία



**Ρεμπούτσικα  
Γεωργία**

Διευθύνουσα  
Σύμβουλος, ΕΟΠΠΕΠ



**Τακάς  
Νικόλαος**

Managing Partner,  
THERMI VC



**Τουραλιάς  
Απόστολος**

Πρόεδρος, ΕΛΟΠΥ

**2 Απριλίου 2026**

Αμφιθέατρο Οργανισμού Κεντρικών  
Αγορών & Αλιείας (ΟΚΑΑ)

Κλείστε  
τώρα  
τη θέση  
σας ΕΔΩ

ΜΕ ΤΗΝ ΑΞΙΟΠΙΣΤΙΑ ΤΗΣ



**NOTICE**

CONTENT & SERVICES

POWERED BY

**TÜV  
AUSTRIA**

• ΗΠΑ  
**ΥΠΟΧΩΡΟΥΝ ΟΙ ΜΕΤΟΧΕΣ ΤΟΥ ΚΛΑΔΟΥ ΒΑΣΙΚΩΝ ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΙΚΩΝ ΑΓΑΘΩΝ**

Μετά από ένα ισχυρό ράλι στην αρχή του έτους, οι αμερικανικές μετοχές του κλάδου βασικών καταναλωτικών αγαθών αρχίζουν να χάνουν την... εύνοια των επενδυτών, καθώς αμφισβητούνται οι υψηλές αποτιμήσεις τους σε μια περίοδο όπου οι προοπτικές κερδοφορίας αποδυναμώνονται.

**ΑΣΦΑΛΗ ΚΑΤΑΦΥΓΙΑ**

Οι μετοχές του κλάδου θεωρούνται παραδοσιακά ασφαλή καταφύγια και είχαν προσελκύσει επενδυτικό ενδιαφέρον νωρίτερα φέτος, όταν αρκετοί επενδυτές απομακρύνθηκαν από τις ακριβές μετοχές τεχνολογίας λόγω ανησυχιών για το κόστος των επενδύσεων στην Τεχνητή Νοημοσύνη. Η στροφή αυτή οδήγησε τον δείκτη forward price-to-earnings του κλάδου καταναλωτικών βασικών αγαθών του S&P 500 στο υψηλότερο επίπεδο του από τον Ιούνιο του 1999, σύμφωνα με στοιχεία της London Stock Exchange Group.

**Η ΥΠΟΧΩΡΗΣΗ**

Ωστόσο, η εικόνα άρχισε να αλλάζει μετά το ιστορικό υψηλό που σημείωσε ο δείκτης

στα μέσα Φεβρουαρίου. Ο κλάδος έχει υποχωρήσει κατά 5,6% τον Μάρτιο, ενώ οι μετοχές τεχνολογίας και ενέργειας ανακτούν δυναμική μετά την έναρξη της σύγκρουσης στην Μέση Ανατολή.

**ΠΡΟΚΛΗΣΕΙΣ**

Οι επενδυτές στρέφονται συνήθως σε αμυντικούς κλάδους σε περιόδους γεωπολιτικής αβεβαιότητας, αναζητώντας σταθερά κέρδη. Ωστόσο, η άνοδος των προσδοκιών για τον πληθωρισμό, που συνδέεται με πιθανή κλιμάκωση της σύγκρουσης με το Ιράν, θα μπορούσε να υπονομεύσει την ελκυστικότητά τους.

Παράλληλα, οι εταιρείες τροφίμων αντιμετωπίζουν και άλλες προκλήσεις, όπως τις μεταβαλλόμενες διατροφικές συνήθειες λόγω της αυξανόμενης δημοτικότητας των φαρμάκων απώλειας βάρους.

**ΠΡΟΣ ΤΑ ΚΑΤΩ ΟΙ ΠΡΟΒΛΕΨΕΙΣ**

Οι προβλέψεις για τα κέρδη του κλάδου έχουν ήδη αναθεωρηθεί προς τα κάτω. Τα κέρδη του α' τριμήνου αναμένεται πλέον



να αυξηθούν κατά 1,9%, έναντι προηγούμενης εκτίμησης για 6,6%, ενώ ο ευρύτερος δείκτης S&P 500 αναμένεται να εμφανίσει αύξηση κερδών 12,8%.

Την ίδια στιγμή, εταιρείες τροφίμων όπως η General Mills και η Campbell's έχουν μειώσει τις προβλέψεις τους για πωλήσεις και κέρδη, επικαλούμενες ασθενή ζήτηση.

**BNB**  
**DAILY**

BUSINESS IN BRIEF

**ΚΑΘΕ ΠΡΩΙ ΣΤΟ EMAIL ΣΑΣ!**

Business Opinions - Business Secrets - Τράπεζες  
Ναυτιλία - Real Estate - Μετακινήσεις Στελεχών

ΜΑΖΙ ΜΕ ΤΟ BNB DAILY:



Γίνε  
συνδρομητής  
εδώ



• ΦΑΡΜΑ ΕΛΑΣΣΟΝΑΣ  
**ΣΤΗΝΕΙ ΝΕΑ ΜΟΝΑΔΑ ΓΙΑ ΧΟΙΡΙΝΟ,  
ΕΤΟΙΜΟ ΕΩΣ ΤΟ ΚΑΛΟΚΑΙΡΙ  
ΤΟ ΕΡΓΟΣΤΑΣΙΟ ΖΩΟΤΡΟΦΩΝ  
- ΑΝΑΠΤΥΞΗ 20% ΤΟ 2025**

Τη δική της μονάδα εκτροφής και πάχυνσης χοιρινών ετοιμάζεται να αποκτήσει η Φάρμα Ελασσόνας, διευρύνοντας την παραγωγική της βάση στη λογική της καθετοποίησης που ήδη χαρακτηρίζει την δραστηριότητά της στο αρνί και στο βοδινό.

Όπως δηλώνει στο Fnb Daily ο Διευθυντής Πωλήσεων, Νίκος Καλλιώνης, η νέα μονάδα χοιρινού θα ολοκληρωθεί σύντομα και σε έναν χρόνο από τώρα εκτιμάται ότι θα είναι έτοιμη να διαθέσει προϊόν στην αγορά. "Ακολουθούμε κι εδώ τη διαδρομή εκτροφή-παραγωγή-τυποποίηση, δηλαδή της πλήρους καθετοποίησης που είναι στη βάση της φιλοσοφίας μας", αναφέρει χαρακτηριστικά ο κ. Καλλιώνης.

**ΑΓΓΙΖΟΥΝ ΤΑ €50 ΕΚΑΤ.  
ΟΙ ΕΠΕΝΔΥΣΕΙΣ**

Το εγχείρημα θα υποστηριχθεί και από το νέο εργοστάσιο ζωοτροφών που, σύμ-



Νίκος Καλλιώνης, Διευθυντής Πωλήσεων,  
Kasidis- Φάρμα Ελασσόνας

φωνα με τον συνομιλητή μας, αναμένεται να είναι έτοιμο μέχρι το καλοκαίρι και τα προϊόντα του θα χρησιμοποιηθούν για την εκτροφή των χοίρων και των αμνοεριφίων.

Σε εξέλιξη βρίσκεται, εν τω μεταξύ, το πρόγραμμα επέκταση του σφαγείου και του τυποποιητηρίου της εταιρείας. "Προστίθενται νέες εγκαταστάσεις logistics, καινούργιοι χώροι τυποποίησης και, ουσιαστικά, δημιουργείται ένας μεγάλος παραγωγικός πολυχώρος που είναι σε θέση να καλύψει τις ανάγκες των πελατών μας", υπογραμμίζει ο κ. Καλλιώνης. Το άθροισμα όλων αυτών των επενδύσεων βρίσκεται, όπως σημειώνει ο ίδιος, μεταξύ €48 και €50 εκατ.

**DATA Φάρμα Ελασσόνας (σε €χιλ.)**

Κύκλος Εργασιών

2024: 47.267  
2023: 48.087  
2022: 42.453

EBITDA

2024: 3.699  
2023: 2.758  
2022: 2.150

Αποτέλεσμα προ φόρων

2024: 1.581  
2023: 1.153  
2022: 1.149

**ΣΥΝΕΧΙΖΟΥΝ ΑΝΟΔΙΚΑ  
ΟΙ ΕΞΑΓΩΓΕΣ**

Το 2025 έκλεισε με αύξηση πωλήσεων 20% πωλήσεις για την εταιρεία -μέλος του ομίλου Kasidis-, με το α' τρίμηνο του 2026 να κινείται σε εξίσου υψηλές στροφές, και τις εξαγωγές -που εκτείνονται στο μεγαλύτερο κομμάτι της Ευρώπης και από τις οποίες προέρχεται πάνω από το 50% του τζίρου- να διατηρούν αμείωτη τη δυναμική τους. Εξάλλου, στην γκάμα προστέθηκαν τις τελευταίες εβδομάδες δύο νέοι κωδικοί, το Σουβλάκι από Μοσχαρίσιο Φιλέτο από ελληνικό βοδινό κρέας κι ένα Smash Burger με δική της πρώτη ύλη. Αμφότεροι οι κωδικοί παρουσιάστηκαν στην FOOD EXPO 2026.

Γιάννης Τσατσάκης  
[yannis@notice.gr](mailto:yannis@notice.gr)

**SME**  
D A I L Y

**Το καθημερινό  
newsletter για  
τη μικρομεσαία  
επιχειρηματικότητα**

Γίνε  
συνδρομητής  
**ΔΩΡΕΑΝ**  
εδώ



ΚΥΚΛΟΦΟΡΕΙ ΔΩΡΕΑΝ  
**ΔΕΥΤΕΡΑ  
- ΠΑΡΑΣΚΕΥΗ**  
ΣΤΙΣ **05:45**

**Με την αξιοπιστία της**

**NOTICE**  
CONTENT & SERVICES

• ΟΙΚΟΝΟΜΙΑ

## ΑΚΡΙΒΟΤΕΡΑ ΤΡΟΦΙΜΑ ΚΑΙ ΠΙΕΣΕΙΣ ΣΤΟΥΣ RETAILERS ΑΠΟ ΤΗ ΓΕΩΠΟΛΙΤΙΚΗ ΚΡΙΣΗ

Ο πόλεμος με το Ιράν ενδέχεται να οδηγήσει σύντομα σε υψηλότερες τιμές στα ράφια των καταστημάτων, καθώς οι διαταραχές στο παγκόσμιο εμπόριο αρχίζουν να επηρεάζουν την εφοδιαστική αλυσίδα.

Το ουσιαστικό κλείσιμο των Στενών του Ορμούζ από το Ιράν έχει προκαλέσει σημαντικές αναταράξεις στη μεταφορά προϊόντων, επηρεάζοντας αγαθά όπως λιπάσματα, μέταλλα, φυσικό αέριο και καύσιμα. Το συγκεκριμένο πέρασμα αποτελεί έναν από τους σημαντικότερους θαλάσσιους εμπορικούς διαδρόμους στον κόσμο, καθώς από εκεί διέρχονται καθημερινά δεκάδες εκατομμύρια βαρέλια πετρελαίου και μεγάλο μέρος των εξαγωγών της περιοχής.

### ΕΝΤΑΣΗ ΓΥΡΩ ΑΠΟ ΤΑ ΣΤΕΝΑ

Η ένταση γύρω από τα Στενά παραμένει υψηλή. Ο νέος ανώτατος ηγέτης του Ιράν, Mojtaba Khamenei, δήλωσε ότι το κλείσιμο του περάσματος πρέπει να συνεχιστεί ως εργαλείο πίεσης. Από την άλλη πλευρά, ο Υπουργός Άμυνας των ΗΠΑ, Pete Hegseth, εμφανίστη-

κε καθουχαστικός, σημειώνοντας ότι η κατάσταση παρακολουθείται.

Η εταιρεία logistics C.H. Robinson προειδοποίησε ότι η αγορά μεταφορών αντιμετωπίζει περιορισμένη χωρητικότητα, επιλεκτική αποδοχή φορτίων και αυξημένα κόστη καυσίμων, γεγονός που ενδέχεται να οδηγήσει σε μεταβλητότητα στις τιμές και στις υπηρεσίες μεταφοράς.

Παρότι είναι ακόμη νωρίς για να εκτιμηθεί πλήρως ο αντίκτυπος στο λιανεμπόριο, ο Max Kahn της Coresight Research εκτιμά ότι η πίεση στις εφοδιαστικές αλυσίδες μπορεί να φέρει τον κλάδο κοντά στα όριά του, ιδιαίτερα αν η κρίση παραταθεί.

### ΕΠΙΠΤΩΣΕΙΣ ΣΕ ΟΛΟΥΣ ΤΟΥΣ ΤΟΜΕΙΣ

Οι τιμές στα super market ενδέχεται να επηρεαστούν πρώτες, καθώς τα τρόφιμα διαθέτουν λιγότερο ευέλικτες εφοδιαστικές αλυσίδες. Αντίθετα, οι εταιρείες ένδυσης μπορούν πιο εύκολα να προσαρμόσουν την παραγωγή τους.

Οι διαταραχές έχουν ήδη επηρεάσει τις μεταφορές. Σύμφωνα με το Reuters, αποστολές ενδυμάτων για την Inditex, ιδιοκτήτρια της Zara, καθυστέρησαν λόγω ακυρώσεων πτήσεων στην Μέση Ανατολή.

Η άνοδος των τιμών ενέργειας ενδέχεται επίσης να περιορίσει δαπάνες των καταναλωτών, καθώς μεγαλύτερο μέρος του εισοδήματος θα κατευθύνεται σε καύσιμα.

Σε αυτό το περιβάλλον, εταιρείες χαμηλών τιμών όπως η Walmart, η Kroger, η Dollar General και η Dollar Tree ενδέχεται να προσελκύσουν περισσότερους καταναλωτές.

Αντίθετα, retailers με μεγαλύτερη έκθεση σε προϊόντα διακριτικής κατανάλωσης, όπως η Target και η Five Below, ενδέχεται να δεχθούν πιέσεις καθώς μειώνεται η καταναλωτική εμπιστοσύνη.

Συνολικά, η άνοδος των τιμών πετρελαίου ενδέχεται να αυξήσει το κόστος ζωής, να πιέσει τους οικογενειακούς προϋπολογισμούς και να δημιουργήσει νέες προκλήσεις για τους λιανεμπόρους σε πολλούς κλάδους.



• MY MARKET

## ΣΤΑ ΕΠΙΠΕΔΑ ΤΗΣ ΑΓΟΡΑΣ ΣΤΟ ΔΙΜΗΝΟ - ΤΑ ΠΛΑΝΑ ΓΙΑ ΤΗΝ ΚΡΗΤΗ ΚΑΙ ΤΟ FRANCHISE

Θετική εικόνα καταγράφει η My Market κατά το α' δίμηνο του έτους, με την πορεία των πωλήσεων να κινείται σε γενικές γραμμές ανάλογα με τις τάσεις της αγοράς, όπως είναι σε θέση να γνωρίζει το Fnb Daily.

Η εταιρεία εντοπίζει ότι η μέση καταναλωτική δαπάνη ανά καλάθι εμφανίζεται πιο συγκρατημένη, στοιχείο που αντανακλά τη συνολική στάση των καταναλωτών στο τρέχον οικονομικό περιβάλλον.

Την ίδια στιγμή, η My Market συνεχίζει την επέκταση του δικτύου της. Όπως είχατε διαβάσει στο [Fnb Daily της 13/3](#), νέο κατάστημα αναμένεται να ανοίξει την επόμενη Πέμπτη στην οδό 62 Μαρτίου στο Ηράκλειο, σε σημείο κοντά στο κέντρο, ενισχύοντας περαιτέρω την παρουσία της στην αγορά.

Πρόκειται για ένα κατάστημα που η εταιρεία είχε καιρό στον σχεδιασμό της. Μέχρι στιγμής η εταιρεία λειτουργεί ένα κατάστημα Cash & Carry στο Ηράκλειο αλλά και το My Market Local που άνοιξε πρόσφατα στην οδό Δημοκρατίας στην ίδια πόλη.

### ΤΟ ΕΝΔΙΑΦΕΡΟΝ ΓΙΑ ΤΟ FRANCHISE

Αξίζει να αναφέρουμε ότι σημαντικό ρόλο στη στρατηγική ανάπτυξης διαδραματίζει το μοντέλο franchise, το οποίο επιτρέπει στην αλυσίδα να επεκτείνεται σε περιοχές όπου η ίδια δεν μπορεί να δραστηριοποιηθεί άμεσα. Η συνεργασία με τοπικούς επιχειρηματίες

διευκολύνει την εξεύρεση κατάλληλων χώρων και επιταχύνει τη δημιουργία νέων σημείων πώλησης, με αποτέλεσμα να καθίσταται εφικτός ένας ρυθμός ανάπτυξης που εκτιμάται σε περίπου 30 έως 35 καταστήματα ετησίως.

Ιδιαίτερο ενδιαφέρον παρουσιάζουν τα νησιά, όπου το franchise μπορεί να λειτουργήσει αποτελεσματικά, καθώς ένας τοπικός συνεργάτης διαθέτει συχνά καλύτερη γνώση της αγοράς και των ιδιομορφιών της περιοχής. Παράλληλα, οι υψηλές τιμές ακινήτων καθιστούν δύσκολη την εξεύρεση μεγάλων εμπορικών χώρων, για παράδειγμα περίπου 600 τετραγωνικών μέτρων. Υπό αυτές τις συνθήκες, το μοντέλο franchise προσφέρει μια εναλλακτική μορφή ανάπτυξης, η οποία λειτουργεί συμπληρωματικά προς την οργανική επέκταση του υπόλοιπου δικτύου, χωρίς να δημιουργεί ανταγωνισμό μεταξύ των δύο στρατηγικών.

### ΑΝΑΓΚΗ ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗΣ ΤΟΥ ΔΙΚΤΥΟΥ

Ωστόσο, η εταιρεία επισημαίνει ότι όσο αυξάνεται ο αριθμός των καταστημάτων, τόσο πιο απαιτητικά γίνονται ο έλεγχος και η διαχείριση του δικτύου. Για τον λόγο αυτό, η ανάπτυξη μέσω franchise προχωρά με ρυθμό που επιτρέπει την αποτελεσματική διαχείριση των συνεργασιών και τη διασφάλιση της ποιότητας λειτουργίας των καταστημάτων.



Αριστοτέλης Παντελιάδης, Επικεφαλής, Metro

### ΟΙ ΠΡΟΣΘΕΤΕΣ ΕΥΚΑΙΡΙΕΣ

Στο ευρύτερο επιχειρηματικό περιβάλλον, η εταιρεία δεν αποκλείει το ενδεχόμενο οι εξελίξεις στον κλάδο και οι πιθανές συγχωνεύσεις να δημιουργήσουν πρόσθετες ευκαιρίες ανάπτυξης στο μέλλον.

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



• ΠΑΠΑΓΕΩΡΓΙΟΥ ΓΛΥΚΑ ΚΟΥΤΑΛΙΟΥ

## ΔΟΚΙΜΑΖΕΙ ΤΙΣ ΔΥΝΑΜΕΙΣ ΤΗΣ ΣΤΟ ΦΥΣΤΙΚΟΒΟΥΤΥΡΟ, ΕΤΟΙΜΑΖΕΙ ΔΕΥΤΕΡΗ ΓΡΑΜΜΗ ΠΑΡΑΓΩΓΗΣ ΜΑΡΜΕΛΑΔΑΣ

Με κεκτημένη ταχύτητα από την περυσινή χρονιά φαίνεται ότι έχει μπει στο 2026 η εταιρεία Παπαγεωργίου από την Θεσσαλονίκη, που ειδικεύεται στα γλυκά του κουταλιού και στις μαρμελάδες αλλά και σε άλλα παραδοσιακά γλυκίσματα, όπως τα λουκουμία και η βανίλια ή η δύποτα, όπως η βυσσινάδα.

### ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΑΝΩ ΤΟΥ 15% ΠΕΡΥΣΙ

Το 2025, όπως δηλώνει στο Fnb Daily ο ιδιοκτήτης της, Λάζαρος Παπαγεωργίου, έκλεισε με ανάπτυξη άνω του 15% και στο πρώτο φετινό τρίμηνο "φαίνεται ότι πάμε καλά και διευρύνουμε το πελατολόγιο τόσο στην ελληνική αγορά όσο και- ίσως ακόμα καλύτερα- στη διεθνή". Ο ίδιος αποδίδει τις καλές επιδόσεις πωλήσεων και στο γεγονός ότι η εταιρεία απορρόφησε τα τελευταία χρόνια κατά το δυνατόν τις αυξήσεις στα κόστη παραγωγής- ακόμη και την περυσινή δύσκολη, όπως επισημαίνει χρονιά, για τις τιμές των φρούτων και των πρώτων υλών.

#### DATA Παπαγεωργίου (σε €χιλ.)

##### Κύκλος εργασιών

2024: 1.509

2023: 1.295

2022: 1.189

##### EBIT

2024: 416

2023: 165

2022: 217

##### Αποτέλεσμα προ φόρων

2024: 414

2023: 164

2022: 216

### ΕΝΤΟΝΟΤΕΡΗ ΠΑΡΟΥΣΙΑ ΣΤΗΝ Β. ΕΛΛΑΔΑ

Εντός των συνόρων, η Παπαγεωργίου διαθέτει έντονη παρουσία στη βόρειο κομμάτι της χώρας, έχοντας θέση στα ράφια μεγάλων αλυσίδων (Μασούτης, Σκλαβενίτης, ΑΒ Βασιλόπουλος κ.α.) με καταστήματα στην Μακεδονία, Θράκη αλλά και στο βορειότερο κομμάτι της Θεσσαλίας.

"Νοτιότερα είμαστε σε λιγότερα κι επιλεγμένα σημεία πώλησης, όμως αυτό είναι κάτι που δεν μας προβληματίζει γιατί ποτέ δεν επιδιώξαμε τους μεγάλους όγκους παραγωγής ως αυτοσκοπό", εξηγεί ο κ. Παπαγεωργίου.

Στο πεδίο των εξαγωγών απ' όπου προέρχεται σχεδόν το 45% του τζίρου της, έχει ανα-



Λάζαρος Παπαγεωργίου, ιδιοκτήτης, Παπαγεωργίου Γλυκά Κουταλιού

πτύξει εδώ και αρκετά χρόνια μια σημαντική παρουσία στην Ευρώπη και στις ΗΠΑ, με την τελευταία μάλιστα να εξελίσσεται τελευταία στην πιο δυναμική της αγορά.

### ΕΝΙΣΧΥΕΙ ΤΟ ΔΙΚΤΥΟ ΠΩΛΗΣΕΩΝ ΣΤΙΣ ΗΠΑ

"Πολύ πρόσφατα ενισχύσαμε την παρουσία μας στις ΗΠΑ, μπαίνοντας σε νέα δίκτυα και πλέον δεν περιοριζόμαστε στο ελληνικό στοιχείο", υπογραμμίζει. Ο ίδιος προσθέτει πάντως ότι οι Έλληνες της διασποράς εξακολουθούν να παίζουν σημαντικό ρόλο στην εξοικείωση του τοπικού πληθυσμού με τα ελληνικά και δη τα πιο ιδιαίτερα προϊόντα. "Μια μαρμελάδα ή ένα γλυκό από φράουλα δεν είναι κάτι σπάνιο για έναν Αμερικανό ή Ευρωπαίο καταναλωτή. Όμως, ένα προϊόν, πχ με βάση το σύκο, μπορεί να διαφοροποιηθεί", επισημαίνει ο κ. Παπαγεωργίου.

Πριν από έναν χρόνο η εταιρεία -που φέτος συμπληρώνει 100 χρόνια ζωής- ξεκίνησε την παραγωγή φυστικοβούτυρου, σε

δύο κωδικούς- crunchy και smooth- κρατώντας προς το παρόν μια συντηρητική στάση σε ό,τι αφορά τους όγκους παραγωγής και τη διανομή. "Σίγουρα πρόκειται για ένα προϊόν με αξιοσημείωτη δυναμική ωστόσο εμείς έχουμε προχωρήσει περισσότερο σε πιλοτική τοποθέτηση. Θέλουμε να δούμε τη θέση μας ως προς τον ανταγωνισμό, προτού προχωρήσουμε σε κάποια αύξηση παραγωγής. Άλλωστε εμείς προσανατολιζόμαστε στην ποιότητα και όχι στο χαμηλό κόστος", τονίζει.

### ΕΠΕΝΔΥΣΗ €500 ΧΙΛ.

Στο σκέλος των επενδύσεων, ο σχεδιασμός της Παπαγεωργίου προβλέπει τη δημιουργία μιας δεύτερης γραμμής παραγωγής για μαρμελάδα, project με εκτιμώμενο κόστος της τάξης των €500 χιλ. που θα επιδιώξει να εντάξει σε κάποιο αναπτυξιακό πρόγραμμα.

Γιάννης Τσατσάκης  
[yannis@notice.gr](mailto:yannis@notice.gr)

• **ΙΣΠΑΝΙΑ**

## ΑΥΞΗΜΕΝΗ Η ΚΑΤΑΝΑΛΩΣΗ ΚΡΕΑΤΟΣ ΤΟ 2025 ΜΕ ΣΤΡΟΦΗ ΣΕ ΚΟΤΟΠΟΥΛΟ ΚΑΙ ΧΟΙΡΙΝΟ - ΣΤΑ €22,6 ΔΙΣ. Η ΑΞΙΑ ΤΗΣ ΑΓΟΡΑΣ

Η κατανάλωση κρέατος στην Ισπανία αυξήθηκε τόσο σε αξία, φτάνοντας τα €22,6 δισ., όσο και σε όγκο το 2025, σύμφωνα με στοιχεία της NIQ (NielsenIQ) που παρουσιάστηκαν στο 26th AECOC Congress on Meat Products.

### DATA Κατανάλωση κρέατος

Μεταβολή αξίας: +7,5%

Μεταβολή όγκου: +3,1%

Το νωπό κρέας αναδείχθηκε ως το σημαντικότερο τμήμα της αγοράς, αντιπροσωπεύοντας το 63% της συνολικής αξίας πωλήσεων στον κλάδο.

### DATA Νωπό κρέας

Κύκλος εργασιών: €14,1 δισ.

Μεταβολή αξίας: +8,1%

Μεταβολή όγκου: +3,7%

Οι καταναλωτές στράφηκαν σε πιο οικονομικά προϊόντα, με τη ζήτηση για κοτόπουλο και χοιρινό να αντιστοιχεί στο 26,2% και 24,9% των πωλήσεων αντίστοιχα, λόγω των πιο ανταγωνιστικών τιμών τους σε σύγκριση με άλλα είδη κρέατος όπως το βοδινό ή το αρνί. Η μελέτη διαπίστωσε επίσης ότι το κανάλι self-service συνέχισε να ενισχύεται, με τα super market και τα hypermarket να αντιπροσωπεύουν το 68% των πωλήσεων κρέατος, έναντι 31% που πραγματοποιείται σε εξειδικευμένα καταστήματα.

### ΣΤΑ ΕΤΟΙΜΑ ΓΕΥΜΑΤΑ Η ΜΕΓΑΛΥΤΕΡΗ ΑΝΑΠΤΥΞΗ

Ο τομέας των αλλαντικών και προϊόντων delicatessen κατέγραψε αύξηση σε αξία και όγκο μέσα στο έτος.

- Ισχυρή ζήτηση καταγράφηκε για μαγειρεμένα και ωριμασμένα προϊόντα κρέατος, ιδιαίτερα για ζαμπόν, γαλοπούλα και κοτόπουλο
- Τα έτοιμα γεύματα με βάση το κρέας ξεχώρισαν ως η κατηγορία με τη μεγαλύτερη ανάπτυξη, με κύκλο εργασιών €605 εκατ. το 2025. Η επίδοση αυτή αντιστοιχεί σε αύξηση 10% σε αξία και 7,2% σε όγκο, με τα ψυγμένα προϊόντα με βάση το κοτόπουλο να αποτελούν τον βασικό μοχλό της ανάπτυξης
- Συνολικά, η αγορά έτοιμων προς κατανάλωση γευμάτων (ready-to-eat meals) στα super market κατέγραψε διψήφια ετήσια αύξηση 11%, φτάνοντας τα €3,8 δισ.
- Η ανάπτυξη του κλάδου κρέατος σημειώθηκε σε ένα γενικά θετικό έτος για τον τομέα της μαζικής κατανάλωσης (FMCG). Το 2025, η συνολική αξία του κλάδου έφτασε τα €131 δισ., αυξημένη κατά 5,8% σε σχέση με το προηγούμενο έτος

### DATA Deli

Κύκλος εργασιών: €7,8 δισ.

Μεταβολή αξίας: +6,3%

Μεταβολή όγκου: +1%



### • FAMILIA VALOGLOU

## ΑΝΑΠΤΥΞΗ 5% ΤΟ 2025 – ΦΕΤΙΝΟΣ ΣΤΟΧΟΣ Η ΕΠΕΚΤΑΣΗ ΣΕ ΝΕΕΣ ΑΓΟΡΕΣ ΦΕΤΟΣ

Με αύξηση τζίρου 5% σε σύγκριση με το 2024, έκλεισε την περυσινή χρονιά η Familia Valoglou, παρά τη στασιμότητα της αγοράς. Για το 2026, η διοίκηση θέτει στόχο περαιτέρω ενίσχυση της ανάπτυξης και επέκταση σε νέες αγορές, με ιδιαίτερη έμφαση στην Ευρώπη και την Μέση Ανατολή, αξιοποιώντας κάθε ευκαιρία που παρουσιάζεται, όπως ανέφερε ο Υπεύθυνος Παραγωγής στην εταιρεία, Κωνσταντίνος Βαλόγλου, στο FnB Daily.

### ΠΟΥ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΠΟΙΕΙΤΑΙ

Η Familia Valoglou δραστηριοποιείται στο χονδρικό εμπόριο και την επεξεργασία οσπρίων, δημητριακών και ρυζιών, χωρίς παρουσία στη λιανική αγορά. Η γκάμα προϊόντων περιλαμβάνει μεταξύ άλλων οσπριά, μαύρο γίγαντα και φάβα, τα οποία διατίθενται ως πρώτη ύλη σε εταιρείες τροφίμων ή συσκευάζονται σε σακουλάκια για επαγγελματική χρήση.

### ΔΙΚΤΥΟ ΣΥΝΕΡΓΑΣΙΩΝ

Η εταιρεία συνεργάζεται με χονδρέμπορους που διανέμουν τα προϊόντα σε εστιατόρια και ξενοδοχεία, και διατηρεί συνεργασίες με αγρότες για την προμήθεια πρώτης ύλης. Η εταιρεία θεωρείται η πρώτη αλυσίδα χονδρικής στον κλάδο οσπρίων στην Ελλάδα.

### ΕΞΑΓΩΓΙΚΗ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΑ

Η Familia Valoglou εξάγει ήδη σε Κύπρο και γειτονικές βαλκανικές χώρες, ενώ προγραμματίζει την επέκταση της παρουσίας της στην ευρωπαϊκή αγορά, προσπαθώντας να αξιοποιήσει παράλληλα ευκαιρίες στην Μέση Ανατολή.

Μάριος Δελατόλας

[marios@notice.gr](mailto:marios@notice.gr)



• ΚΑΦΕΣ

## ΜΕΓΑΛΥΤΕΡΗ ΠΡΟΣΦΟΡΑ ΚΑΙ ΙΣΧΥΡΕΣ ΕΞΑΓΩΓΕΣ ΠΙΕΖΟΥΝ ΤΙΣ ΤΙΜΕΣ ΤΗΣ ΠΟΙΚΙΛΙΑΣ ROBUSTA

Οι τιμές του καφέ Robusta σταθεροποιήθηκαν, αφού προηγουμένως υποχώρησαν σε χαμηλό επτά μηνών, λόγω των προσδοκιών για ρεκόρ παραγωγής βραζιλιάνικου καφέ Arabica υψηλής ποιότητας, κάτι που θα μπορούσε να μειώσει τη ζήτηση για την ποικιλία Robusta.

### Η ΥΠΟΧΩΡΗΣΗ

Το πιο ενεργό συμβόλαιο αυξήθηκε οριακά αφού νωρίτερα είχε υποχωρήσει κατά 1,2% στα \$3.415 ανά τόνο, το χαμηλότερο επίπεδο από τις 8 Αυγούστου. Τα συμβόλαια μελλοντικής εκπλήρωσης έχουν υποχωρήσει περίπου 12% από την αρχή του έτους, εν μέσω ισχυρών αποστολών από το Βιετνάμ, τον μεγαλύτερο παραγωγό robusta στον κόσμο.

### ΠΕΡΙΟΡΙΣΜΕΝΗ ΠΡΟΣΦΟΡΑ

Προς τα τέλη του περασμένου έτους, η περιορισμένη προσφορά Arabica και οι υψηλές



τιμές ενίσχυσαν την κατανάλωση Robusta, καθώς οι καφεκοπτικές εταιρείες αύξησαν το ποσοστό των φθηνότερων κόκκων στα μείγματα καφέ τους. Ωστόσο, η προσφορά Arabica αναμένεται να βελτιωθεί τους επόμενους μήνες, κυρίως

από την Βραζιλία, τον μεγαλύτερο παραγωγό παγκοσμίως.

“Η προοπτική ανάκαμψης της βραζιλιάνικης παραγωγής την περίοδο 2026-27 ενδέχεται να περιορίσει ισχυρότερες ανοδικές κινήσεις στα διεθνή χρηματιστήρια”, δήλωσε ο Marcelo Moreira, ειδικός στον καφέ στην Archer Consulting.

### ΑΥΞΗΜΕΝΕΣ ΑΠΟΣΤΟΛΕΣ

Σύμφωνα με στοιχεία του International Coffee Organization, οι παγκόσμιες αποστολές Robusta έφτασαν τα 19,5 εκατομμύρια σακιά την περίοδο Οκτωβρίου-Ιανουαρίου, αυξημένες κατά 23% σε σύγκριση με έναν χρόνο νωρίτερα.

Η αύξηση αυτή οφείλεται κυρίως στην ισχυρή ανάκαμψη των εξαγωγών από το Βιετνάμ, καθώς και στις μεγαλύτερες αποστολές από την Ινδία, την Ινδονησία και την Ουγκάντα.

## • Debrief •

### ΙΣΩΣ ΤΕΛΙΚΑ ΝΑ ΜΗΝ ΕΙΝΑΙ ΕΦΙΚΤΟ

Γράφαμε χθες για την έρευνα του ΔΝΤ, σύμφωνα με την οποία η ΕΕ μπορεί να μεγαλώσει με ενοποίηση κεφαλαιαγορών, αγορών εργασίας και καταναλωτικών αγορών, ώστε να ενισχυθεί η ευρωπαϊκή παραγωγικότητα. Πρέπει, όμως, να σκεφτούμε με ψυχρή λογική αν αυτό είναι πραγματικά εφικτό.

Αφορμή για το σημερινό σχόλιο το μεγαλοπρεπές “όχι” της γερμανικής κυβέρνησης σε μια πιθανή εχθρική εξαγορά της Commerzbank από την UniCredit. Το “όχι” ήρθε μετά την προσφορά €35 δισ. της UniCredit, που θα της επιτρέψει να αυξήσει το ποσοστό της στην Commerzbank πάνω από το 30%. Σύμφωνα με τη γερμανική νομοθεσία, μια εταιρεία που υπερβαίνει το όριο του 30% υποχρεούται να υποβάλει προσφορά σε όλους τους μετόχους, αλλά μόνο μία φορά. Και κάπως έτσι η γερμανική κυβέρνηση χαρακτήρισε ως “απαράδεκτη” μια πιθανή εχθρική εξαγορά της Commerzbank από την UniCredit, προσθέτοντας ωστόσο ότι εναπόκειται στη διοίκηση και το εποπτικό συμβούλιο της Commerzbank να εξετάσουν οποιαδήποτε πιθανή προσφορά.

Προφανώς η έρευνα του ΔΝΤ και το ενδεχόμενο επιθετικής εξαγοράς μιας εταιρείας από μία άλλη δεν είναι το ίδιο πράγμα. Ωστόσο και στη δεύτερη περίπτωση προκύπτει ένας μεγαλύτερος οργανισμός, με βαρύτερο αποτύπωμα στην παγκόσμια σκακιέρα. Το ερώτημα, λοιπόν, είναι ότι ακόμα και αν η Ευρώπη θέλει – θεωρητικά – να έχει μεγαλύτερες εταιρείες αγορές, εταιρείες κ.λπ., πόσο κάτι τέτοιο συμβαδίζει με τα θέλω του κάθε κράτους-μέλους ξεχωριστά.

“Καλύτερα πρώτος στο χωριό, παρά δεύτερος στην πόλη”, λέει η παροιμία. Και ίσως αυτό να ισχύει στην ευρωπαϊκή περίπτωση. Η Γηραιά Ήπειρος έρχεται από πολύ παλιά, από τα βάθη των αιώνων. Και δεν είναι ένα ενιαίο πράγμα. Δεν είναι ΗΠΑ, ούτε Κίνα. Έχει σφυρηλατηθεί μέσα από πολέμους, διαγκωνισμούς, πολιτικές, πολιτιστικές και οικονομικές επαναστάσεις.

Τί σημαίνει αυτό; Ότι ταυτόχρονα έχουν σφυρηλατηθεί διαφορετικές εθνικές, επιχειρηματικές και οικονομικές ταυτότητες (και εγωισμοί). Σε έναν παγκοσμιοποιημένο κόσμο σε αναταραχή, αυτά μπορεί να φαντά-

ζουν passe, αλλά δεν είναι. Πρόκειται για σκληρές πραγματικότητες, που έχουν αφήσει και σε επίπεδο κοινωνίας, όχι μόνο στις ελίτ. Ίσως, μάλιστα, περισσότερο σε επίπεδο κοινωνίας παρά στις ελίτ.

Οποιαδήποτε περαιτέρω και σε βάθος ευρωπαϊκή ενοποίηση σημαίνει εξ ορισμού ένα πράγμα: παραχώρηση εθνικών εξουσιών σε ένα υπερεθνικό κέντρο. Είναι καλό αυτό; Είναι κακό; Είναι απαραίτητο; Όσα τα ερωτήματα, επί δέκα οι απαντήσεις.

Η στήλη δεν κακίζει τις παραπάνω αντιλήψεις. Ούτε υπερθεματίζει. Απλά τις αναφέρει. Γιατί είναι εδώ και θα τις βρούμε συνέχεια μπροστά μας. Πολλές φορές αναφερόμαστε στην βραδυπορία λήψης αποφάσεων σε ευρωπαϊκό επίπεδο. Και έχουμε βρει ως εύκολο στόχο τη ευρωπαϊκή γραφειοκρατία (όχι ότι δεν υπάρχει και αυτή). Ίσως όμως το πραγματικό πρόβλημα να είναι βαθύτερο. Είπαμε η Ευρώπη έρχεται από πολύ μακριά. Αυτό είναι γεγονός. Το πόσο μακριά, όμως, θα πάει, αυτό μένει να φανεί.

Γιάννης Παλιούρης  
[giannis@notice.gr](mailto:giannis@notice.gr)

• **ΗΝΩΜΕΝΟ ΒΑΣΙΛΕΙΟ**

## ΟΙ ΥΓΙΕΙΝΕΣ ΣΥΝΗΘΕΙΕΣ ΑΛΛΑΖΟΥΝ... ΤΟΝ ΠΛΗΘΩΡΙΣΜΟ

Οι τιμές της μπίρας χωρίς αλκοόλ και του χούμους θα ενταχθούν στους υπολογισμούς του πληθωρισμού στην Βρετανία, καθώς οι καταναλωτές δίνουν ολοένα μεγαλύτερη προτεραιότητα σε πιο υγιεινές συνήθειες, ανακοίνωσε χθες η Office for National Statistics (ONS).

Ο Δείκτης Τιμών Καταναλωτή (CPI) βασίζεται στο κόστος περισσότερων από 750 αγαθών και υπηρεσιών, ορισμένα από τα οποία αναθεωρούνται κάθε χρόνο ώστε να αντικατοπτρίζουν τις μεταβαλλόμενες καταναλωτικές συνήθειες αλλά και τις αλλαγές στη χρήση της τεχνολογίας. Παράλληλα, οι τιμές των ξενοδοχείων θα μετρώνται πλέον με διαφορετικό τρόπο, ώστε να μειωθεί η μεταβλητό-

τητα, σύμφωνα με το ONS.

Η στατιστική υπηρεσία θα αξιοποιήσει επίσης συλλογή δεδομένων από scanners super market.

### Η ΜΕΣΗ ΑΝΑΤΟΛΗ ΕΠΑΝΑΦΕΡΕΙ ΤΟΥΣ ΦΟΒΟΥΣ

Ο πληθωρισμός στην Βρετανία υποχώρησε σε χαμηλό σχεδόν ενός έτους, στο 3% τον Ιανουάριο. Ωστόσο, η άνοδος των τιμών ενέργειας που προκλήθηκε από τη σύγκρουση στην Μέση Ανατολή έχει ενισχύσει τις ανησυχίες για νέα αύξηση.

Την ίδια στιγμή, ο πληθωρισμός στα είδη πατητοπωλείου στο Ηνωμένο Βασίλειο αυξήθηκε ελαφρώς στο 4,3% στις τέσσερις εβδομά-



δες έως τις 22 Φεβρουαρίου, προκαλώντας νέο πλήγμα στους καταναλωτές, μετά την αποκλιμάκωση που είχε σημειωθεί τον Ιανουάριο, σύμφωνα με στοιχεία της εταιρείας ερευνών αγοράς Worldpanel by Numerator. Στην προηγούμενη έκθεσή της, η εταιρεία είχε καταγράψει πληθωρισμό τροφίμων στο χαμηλότερο επίπεδο εννέα μηνών, στο 4%.

## Business Maker

### ΠΙΣΩ ΑΠΟ ΤΟΝ ΘΟΡΥΒΟ ΤΟΥ ΠΟΛΕΜΟΥ: ΚΑΝΟΝΙΚΑ ΟΙ ΕΛΛΗΝΙΚΕΣ ΕΤΑΙΡΕΙΕΣ ΣΤΗΝ ΚΥΠΡΟ

Σε περιόδους γεωπολιτικής έντασης, οι αγορές συχνά αντιδρούν πιο γρήγορα από την πραγματική οικονομία. Και πολλές φορές πιο έντονα από όσο δικαιολογούν τα δεδομένα. Χαρακτηριστικό παράδειγμα η Κύπρος και ο συναγερμός που έχει σημάνει μετά την επίθεση με drones στη βρετανική βάση. Η εικόνα και ο τρόπος που αντιμετωπίζουν την κατάσταση οι ελληνικές εταιρείες που διατηρούν παραγωγικές μονάδες τροφίμων στο νησί, όπως τα Ελληνικά Γαλακτοκομεία (μονάδα παραγωγής χαλουμιού), είναι πολύ δι-

αφορητική απ' ό,τι την αντίληψη που έχει δημιουργηθεί στην Ελλάδα. Στελέχη ελληνικών εταιρειών περιγράφουν μια κατάσταση κανονικότητας. Παραγωγή, πωλήσεις και εξαγωγές συνεχίζονται χωρίς ουσιαστικές διαταραχές. Τα εργοστάσια λειτουργούν κανονικά, οι εργαζόμενοι παραμένουν στις θέσεις τους και δεν έχει καταγραφεί κύμα αποχωρήσεων ή ανησυχίας που να επηρεάζει τη λειτουργία των μονάδων. Αντιθέτως, όπως λένε, το κλίμα στο εσωτερικό είναι σταθερό. "Κανένας δεν ήθελε να φύγει", αναφέρει χαρακτηριστι-

κά στέλεχος ελληνικής εταιρείας με σημαντική παραγωγική παρουσία στην Κύπρο. Ένας από τους λόγους που επικαλούνται είναι το αίσθημα ασφάλειας που επικρατεί στο νησί. Μετά τις τελευταίες εξελίξεις, έχει ενισχυθεί σημαντικά η στρατιωτική παρουσία, με αποτέλεσμα η Κύπρος να εμφανίζεται ιδιαίτερα θωρακισμένη. Φυσικά, κανείς δεν αγνοεί ότι η γεωπολιτική αβεβαιότητα μπορεί να επηρεάσει την οικονομία αν παραταθεί. Ωστόσο, προς το παρόν, η καθημερινότητα της παραγωγής και των επιχειρήσεων δείχνει ανθεκτικότητα.

### Ο ΘΕΟΔΩΡΟΠΟΥΛΟΣ ΚΑΙ ΟΙ ΕΞΑΓΟΡΕΣ ΠΟΥ ΣΥΖΗΤΙΟΥΝΤΑΙ, ΑΛΛΑ ΔΕΝ ΚΛΕΙΝΟΥΝ

Εξαιρετικά... δραστήριος μαθαίνουμε πως είναι ο Σπύρος Θεοδωρόπουλος. Ο γνωστός επιχειρηματίας και πρόεδρος του Σύνδεσμου Επιχειρήσεων και Βιομηχανιών βρίσκεται, σύμφωνα με καλά πληροφορημένες πηγές, διαρκώς σε αναζήτηση νέων ευκαιριών, οι οποίες θα μπορούσαν να... κουμπώσουν στον όμιλό του. Οι ίδιες πηγές αναφέρουν ότι γίνονται συναντήσεις, αρκετές επιχειρήσεις εξετάζονται προσεκτικά και προτάσεις πέφτουν στο τραπέζι. Ωστόσο, πολλές από αυτές δεν καταλήγουν σε... deal. Ο λόγος; Δεν τα βρίσκουν στα... λεφτά. "Οι πωλητές ζητούν τα μαλλιοκέφαλά τους", σημειώνουν χαρακτηριστικά. Με

άλλα λόγια, οι τιμές που ζητούνται για πολλές εταιρείες απέχουν αρκετά από αυτό που θεωρούν λογικό οι υποψήφιοι αγοραστές. Η διαφορά φαίνεται καθαρά στους αριθμούς. Οι πωλητές συχνά τοποθετούν τον πήχη πάνω από 10 φορές τα λειτουργικά κέρδη (EBITDA). Οι αγοραστές, όμως, υπολογίζουν πιο συντηρητικά τις αξίες και μιλούν για αποτιμήσεις κοντά στις 6 φορές τα EBITDA. Και κάπου εκεί αρχίζει το χάσμα. Ο Θεοδωρόπουλος, όπως λένε όσοι τον γνωρίζουν, δεν είναι διατεθειμένος να πληρώσει πάνω από αυτό που θεωρεί εύλογη αξία. Προτιμά να περιμένει παρά να κυνηγήσει μια συμφωνία με υπερβολικό τίμημα. Ειδικά

σε εποχές όπως η σημερινή, όπου η αβεβαιότητα που προκαλούν οι γεωπολιτικές εντάσεις δεν αφήνουν όχι μόνο περιθώριο για εφυσασμός αλλά μπορεί να ανατρέψουν άρδην τα δεδομένα. Η στάση αυτή, άλλωστε, δεν είναι ασυνήθιστη για επιχειρηματίες που έχουν περάσει αρκετούς κύκλους της αγοράς. Γνωρίζουν καλά ότι οι αποτιμήσεις ανεβαίνουν εύκολα στις καλές περιόδους – αλλά διορθώνονται εξίσου γρήγορα όταν οι συνθήκες αλλάζουν. Μέχρι τότε, οι συζητήσεις θα συνεχίζονται. Οι εξαγορές θα παραμένουν στο τραπέζι. Και το παζάρι για το σωστό τίμημα θα εξακολουθεί να είναι το πιο δύσκολο κομμάτι της υπόθεσης.



• ΚΥΛ. Κ. ΣΑΡΑΝΤΟΠΟΥΛΟΣ  
**ΠΟΥΛΑ ΑΚΙΝΗΤΟ ΣΤΟΝ ΠΕΙΡΑΙΑ ΕΝΑΝΤΙ €1,3 ΕΚΑΤ.**

Την πώληση ακινήτου που βρίσκεται επί της οδού Νικήτα 14 στον Πειραιά, στη συνδεδεμένη εταιρεία, Θεοδώρον ΜΑΕΔΑΕ, αποφάσισε η Κυλινδρόμυλοι Κ. Σαραντόπουλος. Το ακίνητο αφορά στο ήμισυ της οριζόντιας ιδιοκτησίας, που περιλαμβάνει:

- Ισόγειο 720,20 τ.μ.
- Πατάρι 82,41 τ.μ.
- Υπόγειο αποθήκης 534,64 τ.μ.

Το συνολικό τίμημα συμφωνή-

θηκε σε €1,3 εκατ., σύμφωνα με την προσφορά της 20ης Φεβρουαρίου 2026, όπως ανακοίνωσε η εταιρεία.

Η υλοποίηση της συναλλαγής αναμένεται εντός του τρέχοντος τετραμήνου, με προκαταβολή τουλάχιστον €300 χιλ., ενώ το οριστικό συμβόλαιο θα υπογραφεί μετά την τακτοποίηση πολεοδομικών, κτηματολογικών και άλλων θεμάτων που αφορούν το ακίνητο.



**SECRETRECIPE**

**Η αγνωμοσύνη και τα... ρέστα**

Είναι γνωστός, εδώ και χρόνια, για το καλάμι, που έχει καβαλήσει και την αγνωμοσύνη του απέναντι σε ανθρώπους, που τον βοήθησαν, είτε στο ξεκίνημά του, είτε και στη συνέχεια. Γι' αυτό και, όταν ήρθαν κάποιες δύσκολες καταστάσεις στο business του, δεν βρέθηκαν πολλοί να βάλουν πλάτη. Μάλλον, όσοι το έκαναν, ήταν μετρημένοι στο δάχτυλο του ενός χεριού. Το χειρότερο όλων, όμως, είναι ότι, σε αυτά τα δύσκολα, ζητάει και τα ρέστα, ακόμα και από όσους αντιμετωπίζουν με αντικειμενικότητα την κατάστασή του. Διότι, ακόμα και τώρα, θεωρεί ότι άπαντες του χρωστάνε. Λάθος, Μέγα λάθος.

**Editorial**

**Εξαγωγή κρίσης vs Οικονομικής προσιτότητας**

Υπάρχει ένας δείκτης, τον οποίο μελετά προσεκτικά η Ομοσπονδιακή Τράπεζα των Ηνωμένων Πολιτειών και τον ιεραρχεί πολύ υψηλά, όταν λαμβάνει αποφάσεις σχετικά με την πορεία του πληθωρισμού. Πρόκειται για τον δείκτη τιμών δαπανών προσωπικής κατανάλωσης. Τα στοιχεία για αυτό τον δείκτη, λοιπόν, έδειξαν ότι αυξήθηκε τον Δεκέμβριο κατά 2,9%, στο υψηλότερο επίπεδο από τον Μάρτιο του 2024. Τί σημαίνει αυτό;

Ότι ο πληθωρισμός προειδοποίησε μήνες πριν γίνει η επίθεση στο Ιράν.

Ή, μάλλον, και ο πληθωρισμός.

Διότι, τον Φεβρουάριο η ανεργία στις Ηνωμένες Πολιτείες έφτασε στο 4,4%.

Οι υπόλοιπες χώρες;

Όλο και περισσότερες οικονομίες πιέζονται διπλά: Τόσο από το αυξανόμενο κόστος ενέργειας, όσο και από τις νέες διαταραχές στις αλυσίδες διανομής σε θάλασσα και αέρα. Όμως, η ανθεκτικότητα της παγκόσμιας οικονομίας το 2025, εν μέσω ουκ ολίγων shock, οδηγεί πολλούς να βλέπουν την εξαπλωση του πολέμου στην Μέση Ανατολή ως κάτι παροδικό, που θα γυρίσει γρήγορα.

Όπως, όμως, πολύ εύστοχα σχολιάζει ο Mohamed El-Erian, "αυτή η προσέγγιση αγνοεί ότι, στην πραγματική οικονομία και στα χρηματοοικονομικά, οι αρνητικοί παράγοντες δεν συμψηφίζονται, αλλά συσσωρεύονται".

Δείτε και κάτι ακόμα:

Θα περίμενε κανείς ότι μια γεωπολιτική κρίση, όπως ο πόλεμος στην Μέση Ανατολή, θα οδηγούσε τους επενδυτές στην ασφάλεια των αμερικανικών κρατικών ομολόγων. Αυτό, όμως, δεν συμβαίνει αυτή τη φορά. Οι αποδόσεις έχουν αυξηθεί. Για ποιο λόγο;

Διότι οι πληθωριστικές ανησυχίες είναι έντονες στην αμερικανική οικονομία.

Συνεπώς, τι συμβαίνει;

Μήπως, τελικά, ισχύουν τα όσα υποστηρίζουν ουκ ολίγοι συνωμοσιολόγοι ότι, με όλο αυτό το mess, οι Ηνωμένες Πολιτείες εξαγουν την κρίση τους;

Και ότι το ίδιο έκαναν και με τους δασμούς;

Σε κάθε περίπτωση, το ό,τι συμβαίνει ενσωματώνει υψηλότερα κόστη στο σύστημα, σε μια εποχή, που η οικονομική προσιτότητα αποτελεί ήδη οικονομικό, πολιτικό και κοινωνικό ζήτημα.

Τόσο απλά.

Νεκτάριος Β. Νώτης  
[nectarios@notice.gr](mailto:nectarios@notice.gr)

παρούσα στο μεγαλύτερο εκθεσιακό event των εξαγωγών στην Ελλάδα

**foodexpo** Greece  
THE LEADING F&B TRADE SHOW IN SOUTHEAST EUROPE

#04 ΤΡΙΤΗ  
17 ΜΑΡΤΙΟΥ  
2026

Η καθημερινή έκδοση με όλες τις ειδήσεις, τάσεις, αναλύσεις και συνεντεύξεις με τους πρωταγωνιστές από το μεγαλύτερο εκθεσιακό event των εξαγωγών στην Ελλάδα

**OLIVE OIL LAB:** Οι προοπτικές και η θέση του ελληνικού ελαιολάδου στην ελληνική και τις διεθνείς αγορές

**ΣΟΥΡΩΤΗ:** Ενίσχυση παρουσίας στην Μέση Ανατολή

**ΔΕΡΜΙΣΗΣ:** Λάνσαρε δύο νέες κατηγορίες προϊόντων

**ΕΑΣ ΝΑΞΟΥ:** Στο επίκεντρο της παρουσίας η Γραβιέρα Νάξου ΠΟΠ



Με την υπογραφή του δημοσιογραφικού επιτελείου της Notice Content & Services

Μεταδίδουν οι



Μάκης Αποστόλου



Στέλλα Αυγουστάκη



Γιάννης Τσατσάκης



Μάριος Δελατόλας

## F&B BUSINESS LABORATORY

# Γνώση, καινοτομία και στρατηγική για το μέλλον της F&B βιομηχανίας

Το γεγονός ότι η επισιτιστική ασφάλεια είναι ένα ζωτικής σημασίας και, λόγω πολέμου, αμφίβολο πλέον ζήτημα, σημείωσε ο Ιωάννης Σμαρνάκης, Πρόεδρος της PETET και Διευθυντής εργοστασίου & ανάπτυξης της Λάβδας, στο πλαίσιο του F&B Business Laboratory, προσθέτοντας πως απαιτεί προκλήσεις σε όλα τα επίπεδα, σε κάθε περίπτωση συνδυαστικά με την ασφάλεια.

Από την πλευρά του, ο Σάββας Τορτοπίδης, Γενικός Διευθυντής της ΜΙΚ3, μιλώντας για την καινοτομία, ξεκαθάρισε πως επιτυγχάνεται με μικρές αλλαγές που εξασφαλίζουν μεγάλα αποτελέσματα και συνθήκες win-win. Μάλιστα, σημείωσε ότι ποικίλει ανάλογα με το κατά πόσο ο επιχειρηματίας προτίθεται να αξιοποιήσει ένα μέρος του τζίρου στον εκσυγχρονισμό του εργοστασίου.

Ο Νίκος Κασαλιάς, Κτηνίατρος και Μικροβιολόγος Τροφίμων στην Kasalias Food Industry Consultant, υπογράμμισε πως χρειάζονται συνέργειες, βαθιά γνώση του αντικείμενου και προσεκτικό διάβασμα της αγοράς, ώστε να τελεσφορήσει η καινοτομία.



### ΗΠΑ, MERCOSUR, ΙΝΔΙΑ

Στο πάνελ με θέμα "ΗΠΑ, MERCOSUR, ΙΝΔΙΑ: Νέες εμπορικές συμφωνίες, Νέοι εμπορικοί διάδρομοι, Νέες προκλήσεις" ο Παναγιώτης Χασάπης, Εκτελεστικός Αντιπρόεδρος του ΣΕΒΕ, εξήγησε ότι το εμπορικό έλλειμμα σήμερα είναι το ίδιο με το 2007, ωστόσο η διαφορά είναι πως τότε υπήρχαν εξαγωγές €17-€18 δισ., ενώ το 2025 οι εξαγωγές έφθασαν περίπου τα €50 δισ.

Στη συνέχεια ο Δημήτρης Καιρίδης, Καθηγητής Διεθνών Σχέσεων, Βουλευτής, και Κοινοβουλευτικός Εκπρόσωπος της ΝΔ, έδωσε έμφαση στο γεγονός πως η ΕΕ αντέδρασε στον προστατευτισμό του Trump και γι' αυτό επιτάχυνε, μετά από 25 χρόνια διαπραγματεύσεων, το κλείσιμο της συμφωνίας με τις χώρες της MERCOSUR. Η συμφωνία έχει ως άμεσο αποτέλεσμα την αύξηση των εξαγωγών ελληνικής φέτας, οι οποίες ξεπερνούν τα €100 εκατ.

Ασφαλώς, υπάρχουν περιθώρια για μεγαλύτερη ανάπτυξη στις εξαγωγές, όμως οι δασμολογικές πολιτικές ανακόπτουν την προσπάθεια και ξένα προϊόντα μπορεί να τύχουν ευνοϊκότερης μεταχείρισης, σύμφωνα με τον Χρήστο Γιαννακάκη, Πρόεδρο της COGREXPO-Συνεταιριστικών Ελληνικών Εξαγωγέων, ενώ από την πλευρά του ο Χρήστος Κολιός, Πρόεδρος της Εθνικής Διεπαγγελματικής Οργάνωσης Ακτινιδίου, σημείωσε ότι η Ελλάδα έχει καθιερωθεί στις διεθνείς αγορές, χάρη στην

ποιότητά της, την οργάνωση παραγωγής και την εξωστρέφεια των ελληνικών επιχειρήσεων.

"Με την επιτραπέζια ελιά να επιτυγχάνει εξαγωγές-ρεκόρ, καταφέρνουμε τη σύσφιξη του κοινωνικού ιστού, την ενίσχυση της περιφέρειας και την τόνωση της ενασχόλησης των νέων με τον πρωτογενή τομέα", ανέφερε ο Κώστας Ζούκας, Πρόεδρος της Πανελληνίας Ένωσης Μεταποιητών-Τυποποιητών, Εξαγωγέων Επιτραπέζιων Ελιών (ΠΕΜΕΤΕ).



### Η ΑΣΦΑΛΕΙΑ ΣΤΗ ΒΙΟΜΗΧΑΝΙΑ ΩΜΩΝ ΑΛΙΕΥΜΑΤΩΝ

Στην ημερίδα της Π.Ε.Τ.Ε.Τ., τη σκυτάλη από τα κρέατα και τα πουλερικά πήραν τα ωμά αλιεύματα. Συζητήθηκαν οι βιολογικοί κίνδυνοι και η διαχείρισή τους, καθώς και τα ποιοτικά χαρακτηριστικά και οι δείκτες φρεσκάδας σε ωμά ψάρια. Επιπλέον, το πάνελ απασχόλησε η ψυκτική αλυσίδα, η ιχνηλασιμότητα και η ανάλυση κινδύνου, ενώ αναλύθηκε η κουλτούρα του ωμού ψαριού στην Ελλάδα.

Ο Ιωάννης Μποζιάρης, καθηγητής ΠΘ, Διευθυντής του Εργαστηρίου Εμπορίας και Τεχνολογίας Αλιευτικών Προϊόντων και Τροφίμων, αναφέρθηκε μεταξύ άλλων στα επιπλέον μέτρα που πρέπει να λαμβάνονται για να αποφεύγονται οι επιμολύνσεις. Η Ευθυμία Πεξάρá, Κτηνίατρος MSc του ΕΦΕΤ, αναφέρθηκε στον ρόλο του Φορέα καθώς και στην ισχύουσα ευρωπαϊκή και εθνική νομοθεσία για την απαλλαγή από τα παράσιτα.

Στη συνέχεια, ο Δημήτριος Βόσσης, Τεχνολόγος Τροφίμων, μίλησε για τους κινδύνους που ελλοχεύουν στα στάδια της συσκευασίας και της διανομής, σημειώνοντας πως "ένα χρονόμετρο και ένα θερμόμετρο συχνά αξίζουν όσο ένα εργαστήριο". Ακολούθησε ο Κωνσταντίνος Τσαπέκης, Partner & Commercial Director των εστι-



ατορίων shisan, ο οποίος εξήγησε πώς το σούσι μέσα σε μια 15ετία κατάφερε από ένα άγνωστο προϊόν να γίνει μια καθημερινή, αγαπημένη συνήθεια, κυρίως χάρη στους εκπροσώπους των Gen Y και Gen Z.

### ΕΛΑΙΟΛΑΔΟ

Το ελαιόλαδο ήταν το αντικείμενο συζήτησης στην επόμενη θεματική της ημερίδας της Π.Ε.Τ.Ε.Τ. Στη συζήτηση που έλαβε χώρα, ο Αντώνης Κουτελιδάκης, Καθηγητής Επιστήμης τροφίμων Πανεπιστημίου Αιγαίου, εξήγησε τον ευεργετικό ρόλο του ελαιολάδου στην υγεία. Ο Παναγιώτης

Κωνσταντίνου, Διευθυντής Εγκατάστασης Αθηνών & Προϊστάμενος Εργαστηρίου Λιπών και Ελαίων της VELTIA, εξήγησε τους παραμέτρους, τους δείκτες και τα κριτήρια που καθορίζουν την ασφάλεια και την ποιότητα του ελαιολάδου.

Επίσης, ο Ιωάννης Πρωτούλης, ιδιοκτήτης της εταιρείας Protoulis, αποκάλυψε τα μυστικά του σύγχρονου ελαιοτριβείου, ενώ ο Κωνσταντίνος Τσορώνης, Χημικός – Ελαιολόγος, Υπεύθυνος Αγροδιατροφικών Δράσεων του Ιδρύματος Καπετάν Βασίλη και Κάρμεν Κωνσταντακοπούλου, μίλησε για τη μετάβαση από το χύμα στο

τυποποιημένο ελαιόλαδο, σημειώνοντας μεταξύ άλλων ότι "είναι πολύ σημαντικό το Π.Ο.Π., αλλά ακόμα πιο σημαντικό είναι το περιεχόμενο".

Τέλος, ο Παναγιώτης Παπανικολόπουλος, Πιστοποιημένος Γευσιγνώστης Ελαιολάδου & Μελιού, Σύμβουλος εμπειριών ελαιοτουρισμού, Branding and packaging, εξήγησε ότι το branding πρέπει να περιλαμβάνει την ιστορία του προϊόντος και του παραγωγού, να προσφέρει μια σύνδεση με τη γαστρονομία, να αποτελέσει μια συνολική εμπειρία και να περιλαμβάνει μια σωστή στρατηγική marketing.

## ΣΟΥΡΩΤΗ

### Ενίσχυση παρουσίας στην Μέση Ανατολή

Ιδιαίτερη σημασία είχε η παρουσία της Σουρωτή στη φετινή FOOD EXPO, όπως εξηγούν στελέχη της στο FnB Daily, καθώς συνέπεσε με τον εορτασμό των 110 χρόνων ιστορίας της.

Στο πλαίσιο της συμμετοχής της στην έκθεση, η εταιρεία παρουσίασε την γκάμα των ανθρακούχων φυσικών μεταλλικών νερών Souroti, τα οποία προέρχονται από την ιαματική πηγή Σουρωτή στην Θεσσαλονίκη. Παράλληλα, συνεχίζει να επενδύει στην ανάπτυξη της παρουσίας της στην ελληνική και διεθνή αγορά, εξετάζοντας νέες προϊοντικές προτάσεις που ανταποκρίνονται στις σύγχρονες καταναλωτικές τάσεις. Ακόμα παρουσίασε τη νέα σειρά Souroti Tea, το αναζωογονητικό Garden x Souroti Thermal Spring Water Facial Spray, καθώς και νέες συνεργασίες που σηματοδοτούν το επόμενο κεφάλαιο της πορείας της Souroti.

### ΣΕ ΠΑΝΩ ΑΠΟ 25 ΧΩΡΕΣ

Η εταιρεία διαθέτει σήμερα παρουσία σε περισσότερες από 25 χώρες παγκοσμίως. Σημαντικές αγορές για την εταιρεία αποτελούν, μεταξύ άλλων, η Κύπρος, οι Ηνωμένες Πολιτείες, η Σαουδική Αραβία και χώρες της Βόρειας Ευρώπης, όπου καταγράφεται αυξανόμενο ενδιαφέρον για αυθεντικά ελληνικά προϊόντα υψηλής ποιότητας.

Στο πλαίσιο της αναπτυξιακής της στρατηγικής, η εταιρεία στοχεύει στην περαιτέρω ενίσχυση της παρουσίας της στην Μέση Ανατολή, καθώς και στη διεύρυνση σε νέες αγορές με ισχυρές προοπτικές ανάπτυξης.



Οι συγκεκριμένες αγορές παρουσιάζουν αυξανόμενη ζήτηση για φυσικό μεταλλικό νερό και premium αναψυκτικά, κατηγορίες στις οποίες η Σουρωτή επιδιώκει να ενισχύσει τη διεθνή της παρουσία.

### TO BEST SELLING

Το ανθρακούχο φυσικό μεταλλικό νερό Souroti αποτελεί διαχρονικά το πιο αναγνωρίσιμο και best selling προϊόν της εται-

ρείας, τόσο στην ελληνική αγορά όσο και στο δίκτυο εξαγωγών της. Το προϊόν προέρχεται από την ιαματική πηγή Σουρωτή, η οποία έχει αναγνωριστεί ως τέτοια από το 1935. Διακρίνεται για την υψηλή περιεκτικότητά του σε όξινα ανθρακικά και για τον φυσικό εμπλουτισμό του με πολύτιμα μεταλλικά στοιχεία, όπως ασβέστιο, μαγνήσιο, λίθιο και πυρίτιο, τα οποία συνδέονται με ευεργετικές ιδιότητες.

## ΒΡΕΤΤΟΣ Επενδύει στην καινοτομία και τις εξαγωγές

Νέες προτάσεις που συνδυάζουν παράδοση και σύγχρονες γευστικές προτιμήσεις στον χώρο των παραδοσιακών γλυκών, παρουσίασε στην FOOD EXPO. Ένα από τα πιο αναμενόμενα νέα προϊόντα ήταν το *Baclava Twist*, διαθέσιμο σε δύο γεύσεις: την κλασική και την πιο σύγχρονη *nuts and chocolate*. Αν και δεν έχει κυκλοφορήσει ακόμα, αναμένεται να αποτελέσει σημείο αναφοράς για τη μάρκα.

### GEMELLI STICKS

Στο χαρτοφυλάκιο των νέων προϊόντων συγκαταλέγεται επίσης το *Gemelli Sticks*, μπακλαβάς με σοκολάτα σε στικ μορφή, που ξεχώρισε για την πλούσια σιροπιαστή υφή του. Κυκλοφόρησε πριν από περίπου οκτώ μήνες και έχει ήδη σημειώσει θετική πορεία στην αγορά.

### ΕΞΑΓΩΓΕΣ

Η Βρεττός διαθέτει ισχυρή παρουσία σε διεθνείς αγορές. Στην Ευρώπη εξάγει σε χώρες όπως Γερμανία, Ελβετία, Ιταλία,

Ισπανία, Αγγλία και Βοσνία, με την Ισπανία να αποτελεί την κορυφαία αγορά της εταιρείας, ακολουθούμενη από την Αγγλία και την Βοσνία. Εντός Ευρώπης, η κατανάλωση διαφοροποιείται ανά χώρα, με τη Βοσνία να προτιμάει κυρίως λιανικό εμπόριο (retail) και την Αγγλία HoReCa.

Η εξαγωγική δραστηριότητα επεκτείνεται και εκτός Ευρώπης, με την εταιρεία να δραστηριοποιείται ήδη στην Αυστραλία και τον Καναδά, ενώ η αγορά των ΗΠΑ παραμένει στρατηγικός στόχος ανάπτυξης για το μέλλον.

### ΤΟ ΠΛΕΟΝΕΚΤΗΜΑ

Ένα σημαντικό πλεονέκτημα της εταιρείας είναι η εξειδίκευση σε προϊόντα βαθιάς κατάψυξης, που επιτρέπει την ασφαλή αποστολή των γλυκών σε απομακρυσμένα νησιά αλλά και σε άλλες ηπείρους. Παράλληλα, η Βρεττός διατηρεί υψηλά πρότυπα ποιότητας, όπως πιστοποιεί η IFS, διασφαλίζοντας την αξιοπιστία και την ασφάλεια των προϊόντων της σε όλες τις αγορές.



## ΡΟΥΜΕΛΗΣ ΠΑΣΤΕΛΟΠΟΙΑ Χαλβαδόπιτα με φιστίκι: Λανσάρει νέα γλυκιά καινοτομία

Η Ρούμελης Παστελοποιία συνεχίζει να εμπλουτίζει την γκάμα των προϊόντων της με παραδοσιακές γλυκές δημιουργίες, συνδυάζοντας την παράδοση με σύγχρονες γευστικές προτιμήσεις. Το πιο πρόσφατο λανσάρισμα αφορά την Χαλβαδόπιτα, διαθέσιμη σε τρεις γεύσεις, με τον τρίτο κωδικό να κυκλοφορεί στην FOOD EXPO 2026 με πάστα φιστικιού, προσθέτοντας μια πιο premium επιλογή στην σειρά.

### ΕΞΑΓΩΓΕΣ

Η εταιρεία διαθέτει ήδη εξαγωγική δραστηριότητα σε αγορές όπως η Κύπρος, η Αγγλία, το Βέλγιο και περιορισμένα στη Γαλλία, ενώ στρατηγικός στόχος για το 2026 είναι η επέκταση στην Γερμανία, μια αγορά με σημαντικό δυναμικό για παραδοσιακά γλυκά.

Με την εισαγωγή νέων κωδικών όπως η Χαλβαδόπιτα με πάστα φιστικιού και την επέκταση σε αγορές υψηλού δυναμικού, η Ρούμελης Παστελοποιία θέλει να επιβεβαιώσει τη θέση της ως ένας από τους δυναμικότερους παίκτες στον χώρο των παραδοσιακών γλυκών στην Ελλάδα και το εξωτερικό.



## ΔΕΡΜΙΣΗΣ

# Λάνσαρε δύο νέες κατηγορίες προϊόντων

Την ανάπτυξη δύο νέων κατηγοριών προϊόντων ολοκληρώνει η Δερμίσης, οι οποίες εντάσσονται στη στρατηγική διεύρυνσης του χαρτοφυλακίου της.

Η πρώτη κατηγορία αφορά μπισκότα που βασίζονται στις αρχές της ισορροπημένης διατροφής. Τα προϊόντα παρασκευάζονται με τέσσερα δημητριακά και διατίθενται σε διαφορετικές επιλογές, όπως με σοκολάτα, χωρίς προσθήκη ζάχαρης και με αυξημένη περιεκτικότητα σε πρωτεΐνη, ανταποκρινόμενα στις σύγχρονες διατροφικές τάσεις και στις μεταβαλλόμενες ανάγκες των καταναλωτών.

Η δεύτερη κατηγορία περιλαμβάνει τα λεγόμενα American Cookies, με περιεκτικότητα σοκολάτας που φτάνει το 40%. Με την προσθήκη αυτών των προϊόντων, η εταιρεία ενισχύει την παρουσία της σε μπισκότα με πιο premium χαρακτηριστικά.

### ΝΕΕΣ ΕΜΠΟΡΙΚΕΣ ΣΥΝΕΡΓΑΣΙΕΣ ΜΕ ΜΕΣΗ ΑΝΑΤΟΛΗ & ΝΟΤΙΑ ΕΥΡΩΠΗ

Παράλληλα, μέσα στο 2025 η εταιρεία προχώρησε σε νέες εμπορικές συνεργασίες με τρεις πελάτες που δραστηριοποιούνται στην Μέση Ανατολή και την Νότια Ευρώπη. Οι βασικές αγορές εξαγωγικού ενδιαφέροντος για την Δερμίσης παραμένουν οι χώρες των Βαλκανίων και της Μέσης Ανατολής, όπου καταγράφεται σταθερά αυξανόμενη ζήτηση για ποιοτικά προϊόντα ζαχαροπλαστικής.



Σύμφωνα με τη διοίκηση της εταιρείας, οι κυρίαρχες τάσεις της αγοράς εστιάζουν ολοένα και περισσότερο στην υγιεινή διατροφή και στα προϊόντα με υψηλή περιεκτικότητα σε πρωτεΐνη, τομείς στους οποίους η εταιρεία δραστηριοποιείται τα

τελευταία χρόνια. Παράλληλα, ενισχύεται η ζήτηση για μπισκότα υψηλής ποιότητας και προδιαγραφών, καθώς οι καταναλωτές αναζητούν μια πιο αναβαθμισμένη και ποιοτική εμπειρία κατανάλωσης πέρα από το παραδοσιακό snack.

## ΕΑΣ ΝΑΞΟΥ

# Στο επίκεντρο της παρουσίας η Γραβιέρα Νάξου ΠΟΠ

Δώδεκα χρόνια παρουσίας συμπλήρωσε η Ένωση Αγροτικών Συνεταιρισμών Νάξου στην FOOD EXPO, με τη φετινή συμμετοχή να αποκτά ιδιαίτερο συμβολισμό, καθώς συμπίπτει με τη συμπλήρωση 100 ετών από την ίδρυση της Ένωσης.

Το περίπτερο της ΕΑΣ Νάξου οι επισκέπτες είχαν την ευκαιρία να γνωρίσουν τα τυροκομικά και γαλακτοκομικά προϊόντα της. Ξεχωριστή θέση κατείχε η πολυβραβευμένη Γραβιέρα Νάξου Π.Ο.Π., η οποία αποτελεί τη ναυαρχίδα της παραγωγής της Ένωσης και ένα από τα πιο αναγνωρίσιμα ελληνικά τυριά, με ισχυρή παρουσία τόσο στην ελληνική όσο και στη διεθνή αγορά. Στο περίπτερο παρουσιάστηκαν επίσης

το Κεφαλοτύρι Νάξου, καθώς και το πρόσφατα βραβευμένο "Ορεινό τυρί", το οποίο παράγεται από συνδυασμό τριών διαφορετικών ειδών γάλακτος – αγελαδινού, πρόβειου και γίδιου.

### Β2Β ΣΥΝΑΝΤΗΣΕΙΣ ΜΕ ΣΥΝΕΡΓΑΤΕΣ ΑΠΟ 18 ΧΩΡΕΣ

Κατά τη διάρκεια της έκθεσης, η Ένωση Αγροτικών Συνεταιρισμών Νάξου πραγματοποίησε συναντήσεις με υφιστάμενους συνεργάτες και πελάτες από τις 18 χώρες στις οποίες ήδη εξάγει τα προϊόντα της, ενώ παράλληλα προγραμματίσει σειρά επιχειρηματικών συναντήσεων (B2B) με Έλληνες και ξένους επαγγελματίες του



κλάδου. Στόχος ήταν η ενίσχυση των υφιστάμενων συνεργασιών, καθώς και η διεύρυνση της εξαγωγικής της δραστηριότητας σε νέες αγορές.

## OLIVE OIL LAB

# Οι προοπτικές και η θέση του ελληνικού ελαιολάδου στην ελληνική και τις διεθνείς αγορές

Στις προοπτικές και τη θέση του ελληνικού ελαιολάδου στην ελληνική και τις διεθνείς αγορές επικεντρώθηκε το Olive Oil Lab που πραγματοποιήθηκε στο πλαίσιο της FOOD EXPO.

Ο Γιώργος Μάλλιαρης, Food Market professional, συγγραφέας και πρώην στέλεχος της Ευρωπαϊκής Επιτροπής στο τμήμα προβολής και προώθησης αγροτικών προϊόντων, ανέλυσε το ελληνικό ελαιόλαδο ως προϊόν προτίμησης του παγκόσμιου καταναλωτή.

Κατά την εισήγησή του έθιξε κρίσιμα ζητήματα για τον κλάδο, επισημαίνοντας ότι, παρά την κορυφαία ποιότητά του, το ελληνικό ελαιόλαδο εμφανίζει χαμηλή προστιθέμενη αξία λόγω των εκτεταμένων χύμα εξαγωγών, τονίζοντας ότι πρέπει να δοθούν κίνητρα για να περιοριστεί αυτό το φαινόμενο. Τόνισε την ανάγκη ανάπτυξης ισχυρού Branding, Marketing και επώνυμων προϊόντων καθώς και τη στροφή προς Premium και Niche αγορές, όπως τα Βιολογικά και τα πιστοποιημένα ΠΟΠ/ΠΓΕ προϊόντα.

### ΤΟ ΖΗΤΗΜΑ ΤΗΣ ΤΥΠΟΠΟΙΗΣΗΣ

Ο Υπεύθυνος Παραγωγής και Ποιοτικού Ελέγχου της Αγροβίμ Παναγιώτης Γυφτιάς, αναφέρθηκε στα προβλήματα που αντιμετωπίζει σήμερα η τυποποίηση του ελαιόλαδου, επισημαίνοντας ότι πρέπει να είμαστε αποτελεσματικοί στο τί ζητά ο καταναλωτής καθώς και στο να υπάρχει επαναληψιμότητα.

Ο Παναγιώτης Κωνσταντίνου, Διευθυντής Εργαστηρίου της Veltia, μίλησε για τη χημική ανάλυση του ελαιόλαδου, η οποία, όπως εξήγησε, βασίζεται σε 3 τομείς: την ποιότητα, τη γνησιότητα και την ασφάλεια. Από την πλευρά του, ο Γιώργος Ζακυνθινός, Αντιπρόεδρος της Φιλαίος και Καθηγητής στο ΠΑΔΑ, ανέφερε ότι το ελαιόλαδο είναι πολιτισμικό τρόφιμο, άρα, όπως τόνισε, χρειάζεται πρεσβευτή. Στη συνέχεια, ο κ. Κώστας Τσορώνης, Γεωσιγνώστης Ελαιολάδου, αναφέρθηκε διεξοδικά για την οργανοληπτική αξιολόγηση του εξαιρετικού παρθένου ελαιόλαδου, λέγοντας χαρακτηριστικά ότι είναι σημαντική, καθώς είναι νομοθετική απαίτηση.

Τέλος, ο Παναγιώτης Παπανικολόπουλος, Γεωσιγνώστης Ελαιολάδου, μίλησε για



τη σημασία του ελαιoturισμού, που αποτελεί μέρος του γαστρονομικού τουρισμού και περιλαμβάνει επισκέψεις σε ελαιώνες και ελαιοτριβεία.



### ΚΟΤΙΝΟΣ AWARDS 2026

Επίσης, στο πλαίσιο της έκθεσης, πραγματοποιήθηκε η απονομή των βραβείων του Διεθνούς Διαγωνισμού Εξαιρετικού Παρθένου Ελαιολάδου "Kotinos Awards 2026", τιμώντας τα κορυφαία προϊόντα ελληνικά εξαιρετικά παρθένα ελαιόλαδα.

Ο διαγωνισμός, που διοργανώνεται από την Επιστημονική Λέσχη Φίλων Ελαιολάδου και Ελιάς, Φιλαίος, συνεχίζει την 16χρονη πορεία του, αναδεικνύοντας την ποιότητα και την παγκόσμια αναγνώριση της ελληνικής παραγωγής ελαιολάδου.

Ο διαγωνισμός έχει ως βασικούς στόχους τη στήριξη και ενθάρρυνση των ελαιοκαλλιεργητών, ελαιοπαραγωγών, ελαιοτριβέων, εμπόρων και τυποποιητών, ώστε να προωθούν στην αγορά προϊόντα με άριστα οργανοληπτικά χαρακτηριστικά και υψηλή ποιότητα.

Παράλληλα, επιδιώκεται η ενημέρωση και ευαισθητοποίηση των καταναλωτών και των επαγγελματιών που χρησιμοποι-

ούν ελαιόλαδο, όπως chefs, σχολές μαγειρικής και χώροι μαζικής εστίασης, για να αναγνωρίζουν και να εκτιμούν όχι μόνο τις υγιεινές και θρεπτικές ιδιότητες, αλλά και τις αισθητήριες ιδιότητες των εξαιρετικών παρθένων ελαιολάδων, όπως η οσμή, η γεύση και η αρμονία τους.

Στον διαγωνισμό συμμετείχαν επιχειρήσεις τυποποίησης και εμπορίας ελαιόλαδου κάθε μορφής, συνεταιριστικές οργανώσεις, ομάδες παραγωγών καθώς και ελαιοτριβεία και ελαιοπαραγωγοί, οι οποίοι διαθέτουν στην αγορά επώνυμο τυποποιημένο εξαιρετικό παρθένο ελαιόλαδο.

### ΤΑ ΒΡΑΒΕΥΜΕΝΑ ΕΛΑΙΟΛΑΔΑ

Οι εταιρείες και τα προϊόντα που βραβεύτηκαν στις κατηγορίες Βιολογικών Ελαιολάδων, ΠΟΠ-ΠΓΕ και Συμβατικών είναι τα ακόλουθα:

#### Κατηγορία Βιολογικών Ελαιολάδων

##### Πλατινένια Βραβεία:

- Τζώρτζης Μιχαήλ – Όλβια Εξαιρετικό Παρθένο Ελαιόλαδο
- Stalia – Biostalia
- A.M.G. Karabelas IKE – Laurel and Flame Fresh 'Tsampidolia'
- Παπαδόπουλος Olive Oil IKE – Omphacium Organic

##### Χρυσά Βραβεία:

- Ξερουδάκης Γεώργιος – Eladaki
- Καραμπέτσος Παναγιώτης και ΣΙΑ ΟΕ – Ελαιοτριβείο Καραμπέτσος – Βιολογικό

- Blaeuel Greek Organic Products – Maniblaeul Natives Olivenol Extra Bio
- Jordan Olibenol gmbh – Jordan Bio Olivenol – Native Extra
- Πολυμενάκος ΑΓΕΤΕΕ – “300”

#### Βραβεία – Κατηγορία ΠΟΠ-ΠΓΕ

##### **Πλατινένια Βραβεία:**

- SCA Olivarera la Purisma – Dop Priego de Cordoba
- Jordan Olivenol gmbh – Jordan Olivenol – Native Extra
- A.M.G. Karabelas IKE – Laurel and Flame Olympia PGI
- Μέλισσα-Κίκιζας ΑΒΕΕΤ – Terra Creta Grand CRU ΠΓΕ Χανιά

##### **Χρυσά Βραβεία:**

- Jordan Olivenol Gmbh – Jordan Bambat SA – Native Extra

##### **Ασημένια Βραβεία:**

- Medolio AE – Medolio PDO Kalamata
- Πολυμενάκος ΑΓΕΤΕΕ – Μαξουλι ΠΓΕ

#### Κατηγορία Συμβατικών Ελαιολάδων

##### **Πλατινένια Βραβεία:**

- Λυμπεράκης Σπυριδων – Synvos Valley
- Καπλάνης Παύλος – Ben Olive Mill
- GRK Oil Oellas – The One-Private Reserve #001
- Πολυμενάκος ΑΓΕΤΕΕ – Maxouli

##### **Χρυσά Βραβεία:**

- Δημήτρης Σταμουλάκης & ΣΙΑ ΕΕ – Delos
- Olive Fabrica – The Governor
- Saltas Olive Estate – Phos
- Μέμης Ελευθέριος – Eleonas Memis – Melaniis

##### **Ασημένια Βραβεία:**

- Πασιωτής Θεόδωρος – Drosia Drops
- A&B Καραστέργιος ΟΕ – A&B Καραστέργιος ΟΕ
- Saltas Olive Estate – Aether
- Καραμπέτσος Παναγιώτης και ΣΙΑ ΟΕ – Ελαιοτριβείο-Καραμπέτσος – Συμβατικό

## ΠΗΓΗ ΔΙΝΑΚΗ

# Διευρύνει την γκάμα με κρύο τσάι και sparkling water - Ανάπτυξη 40% το 2025

Με νέους κωδικούς εμπλουτίζει το portfolio προϊόντων της η Πηγή Δινάκη, έχοντας το βλέμμα στραμμένο τόσο στην ελληνική, όσο και στη διεθνή αγορά. Ο πρώτος από αυτούς, το κρύο τσάι έκανε ήδη το ντεμπούτο του στο περίπτερο της βορειοελλαδίτικης εταιρείας αναψυκτικών στην FOOD EXPO 2026 καθώς, όπως τονίζει στο F+B Daily ο επικεφαλής και ιδιοκτήτης της, Πέτρος Δινάκης, "ήταν στόχος μας να προλάβουμε τη τουριστική σεζόν". Το προϊόν ξεκίνησε ήδη την εμπορική του πορεία σε συσκευασίες 330 ml, 1,5l και 2l. Ο δεύτερος νέος κωδικός θα είναι το sparkling water, ένα φυσικώς ανθρακούχο νερό από τις πηγές του Παπαγιάννη Φλώρινας όπου βρίσκεται η έδρα της, η κυκλοφορία του οποίου αναμένεται σε δύο μήνες από τώρα.

### ΜΕ ΤΡΕΙΣ ΚΩΔΙΚΟΥΣ Η ΣΕΙΡΑ CRAFT SODA

Στην οικογένεια των ιδιαίτερων προϊόντων της οικογενειακής επιχείρησης που ιδρύθηκε το 1983, ανήκει και η σειρά Craft Soda, με ανθρακούχο ξινό νερό αρωματισμένο με ελληνικά αιθέρια έλαια, χωρίς προσθήκη ζάχαρης και συντηρητικών. Η σειρά απαρτίζεται από τρεις κωδικούς: Λεμόνι-λίμε, Μέντα- δυόσμος και Μαστιχέλαιο. Την γκάμα ολοκληρώνουν τα κλασσικά αναψυκτικά της εταιρείας (λεμονάδα, γκαζόζα, pink grapefruit, cola κλπ) σε 7 κωδικούς.



### ΠΑΝΕΛΛΑΔΙΚΗ ΠΑΡΟΥΣΙΑ ΣΕ ΚΡΗΤΙΚΟ

Η εταιρεία, όπως αναφέρει ο κ. Δινάκης, έχει παρουσία στο μεγαλύτερο μέρος της χώρας, με τοποθέτηση σε όλους τους μεγάλους retailers που δραστηριοποιούνται στην Βόρεια Ελλάδα ενώ σε πανελλαδικό επίπεδο δηλώνει "παρών" μέσω της ΑΝΕΔΗΚ Κρητικός τόσο με επώνυμο προϊόν όσο και με το private label προϊόν της αλυσίδας, με την ονομασία "Επιλογή μου". Παράλληλα, μέσω συνεργατών έχει επίσης παρουσία στην Αθήνα και σε νησιά, όπως Κάρπαθος, Σκύρος, Κεφαλονιά κ.α.

### ΒΛΕΨΕΙΣ ΓΙΑ Ν. ΑΦΡΙΚΗ, ΒΟΡΕΙΑ ΕΥΡΩΠΗ

Επιπλέον, δραστηριοποιείται και στις εξαγωγές, έχοντας αποκτήσει πελατολόγιο σε Ν. Κορέα, ΗΠΑ (Νέα Υόρκη), Γερμανία και Τσεχία. Επόμενος στόχος, σύμφωνα με τον κ. Δινάκη είναι η Ν. Αφρική, η Δανία και οι σκανδιναβικές χώρες. Το 2025 έκλεισε, σύμφωνα με τον κ. Δινάκη, με ανάπτυξη 40% ενώ υλοποιήθηκε επενδυτικό πρόγραμμα €400 χιλ. μέσω ΕΣΠΑ για νέο μηχανολογικό εξοπλισμό και αύξηση δυναμικότητας σε ποσοστό 30%

## F&B BUSINESS LABORATORY

# Απουσιάζουν οι Περιφέρειες στη διαμόρφωση αγροδιατροφικών πολιτικών – Τα νομικά ζητήματα για το κρέας

Τα μεγάλα προβλήματα που αντιμετωπίζει η Περιφέρεια Δυτικής Ελλάδας, αλλά και οι προκλήσεις του αγροδιατροφικού τομέα παρουσιάστηκαν στην εκδήλωση για τη νέα ΚΑΠ, στο πλαίσιο των εκδηλώσεων του F&B Business Laboratory.

Το κυριότερο συμπέρασμα της εκδήλωσης είναι ότι στο ισχύον καθεστώς οι Περιφέρειες δεν συμμετέχουν αποφασιστικά και δημιουργικά στη διαμόρφωση αγροδιατροφικών πολιτικών. Η Ελλάδα, σύμφωνα με τον καθηγητή του Γεωπονικού Πανεπιστημίου Αθηνών, Ευστάθιο Κλωνάρη, αναμένεται να λάβει στη νέα προγραμματική περίοδο πιστώσεις ύψους €14,2 δισ. από τα περίπου €87 δισ. που θα διατεθούν, ενώ με μια μικρή αύξηση της τάξης των €5 δισ. θα φτάσει -ουσιαστικά- τα χρήματα της προηγούμενης περιόδου.

### ΑΛΛΑ ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ

- οι Περιφέρειες πρέπει να έχουν λόγο στη διαμόρφωση προγραμμάτων
- οι Περιφέρειες πρέπει να λάβουν στη νέα προγραμματική περίοδο τουλάχιστον τα ίδια χρήματα με την προηγούμενη
- η ερμημοποίηση και η κλιματική αλλαγή αναμένεται να δημιουργήσουν μεί-

ζον πρόβλημα στον αγροτικό κόσμο

- χρειάζονται έργα υποδομής – ειδικά στην Δυτική Ελλάδα που έχει παραμειθεί
- πρέπει να υιοθετηθούν Περιφερειακά Προγράμματα Αγροτικής Ανάπτυξης, παράλληλα με τα επίσημα εθνικά.



### ΠΡΟΪΟΝΤΑ ΚΡΕΑΤΟΣ

Σε συζήτηση για τα παρασκευάσματα από κρέας, η Δέσποινα Μπακιρλή, Πρόεδρος του ΣΕΒΕΚ, παρουσίασε τον κλάδο και έδωσε την είδηση ότι το Ινστιτούτο Κρέατος θα ανεξαρτητοποιηθεί και θα λειτουργεί πλέον ως μια αυτόνομη επιστημονική οντότητα, συνεχίζοντας το ήδη πλούσιο ερευνητικό έργο του.

Οι υπόλοιποι συμμετέχοντες στο πάνελ αναφέρθηκαν κυρίως στη νέα νομο-

θεσία που αναμένεται να υιοθετηθεί πανευρωπαϊκά από τον Ιούλιο του 2026 για την Λιστέρια, νομοθεσία η οποία επιβάλλει νέους, κατά τι αυστηρότερους και πιο εκτεταμένους ελέγχους.

Ο Γιώργος Βογιάννου της Pronil σχολίασε το πρόβλημα της μείωσης κατανάλωσης του κρέατος και κάλεσε τη βιομηχανία κρέατος να επενδύσει στην έρευνα και το marketing.

Ο Βασίλης Αρβανιτίδης της BioMerieux αναφέρθηκε πρώτος στις αλλαγές λόγω της νέας νομοθεσίας για τη Λιστέρια και ζήτησε από τους παραγωγούς να είναι proactive.

Ο Σύμβουλος Επιχειρήσεων, Στάθης Λιακόπουλος, ζήτησε από τις ελληνικές επιχειρήσεις να μείνουν σύννομες, ανεβάζοντας παράλληλα την κουλτούρα της ελληνικής επιχειρηματικότητας.

Ο Επιθεωρητής και Πανεπιστημιακός (Χαροκόπειο), Ανδρέας Σουλιώτης, αναφέρθηκε κι αυτός στη νομοθεσία για τη Λιστέρια τονίζοντας ότι είναι αρκετές οι ελληνικές επιχειρήσεις που δεν έχουν αντιληφθεί το μέγεθος και την αυστηρότητα των αλλαγών. Στη συζήτηση πραγματοποιήθηκε παρέμβαση και ο Στέλιος Σκαρίμπας, μέχρι πρότινος Πρόεδρος του ΣΕΒΕΚ.



## CIVILITE NATURELLE

# Ο μπακλαβάς διευρύνει την παρουσία του στις διεθνείς αγορές

Η ανάπτυξη του μπακλαβά στις διεθνείς αγορές συνεχίζεται με σταθερό ρυθμό, με την εταιρεία Civilite Naturelle να ενισχύει τη θέση της στην αγορά διεθνώς. Υπό την καθοδήγηση της Αθηνάς Κολιονάσιου και της ομάδας της, η εταιρεία έχει καταγράψει αξιοσημείωτη πορεία επέκτασης τόσο σε παραγωγική δυναμικότητα, όσο και σε υποδομές και ανθρώπινο δυναμικό, όπως ανέφερε στο Fnb Daily.

### ΕΝΙΣΧΥΣΗ ΕΓΚΑΤΑΣΤΑΣΕΩΝ

Η εξέλιξη αυτή αποτυπώνεται ήδη από την πρώτη συμμετοχή της εταιρείας στην FOOD EXPO το 2014, όταν φιλοξενήθηκε στο περίπτερο της Περιφέρειας Ηπείρου. Έκτοτε, η Civilite Naturelle έχει ενισχύσει σημαντικά τις εγκαταστάσεις παραγωγής και αποθήκευσης, ενώ παράλληλα έχει διευρύνει το χαρτοφυλάκιο προϊόντων της και την παρουσία της σε διεθνείς αγορές. Ιδιαίτερο ενδιαφέρον παρουσιάζει η αυξανόμενη διείσδυση του μπακλαβά ακόμη και σε χώρες με διαφορετικές γαστρονομικές παραδόσεις. Η εταιρεία αποδίδει την τάση αυτή στις προσπάθειές της να προσαρμόσει τις γεύσεις και τα αρώματα του παραδοσιακού γλυκού στις ανάγκες των διεθνών καταναλωτών.

### PORTFOLIO

Σήμερα το portfolio της περιλαμβάνει τόσο αυθεντικές συνταγές όσο και πιο σύγχρονες προϊόντικές εκδοχές, με λύσεις που καλύπτουν διαφορετικά κανάλια διανομής: από store-ready συσκευασίες για μεγάλες αλυσίδες super market έως premium κασετίνες "black label" έξι ή δώδεκα τεμαχίων για επιλεγμένα διεθνή delicatessen.

Στο μεταξύ, η εταιρεία συνεχίζει να εμπλουτίζει το χαρτοφυλάκιο της με νέα προϊόντα. Όπως επισημαίνει ο Σπύρος Παπαδιδιώτης, Vice President Global Sales, η σειρά Levantine, που παρουσιάστηκε για



πρώτη φορά στην πρόσφατη έκθεση ISM, έχει ήδη καταγράψει θετική εμπορική ανταπόκριση, με τοποθετήσεις σε αγορές όπως η Ισπανία, ο Καναδάς και το Ηνωμένο Βασίλειο, ενώ στις Ηνωμένες Πολιτείες κυκλοφόρησε και σε ειδική χριστουγεννιάτικη έκδοση για το 2026.

Παράλληλα, δυναμικά συνεχίζουν την πορεία τους δύο ακόμη καινοτομίες της εταιρείας: τα Thins, μια τραγανή μπάρα εμπνευσμένη από τον μπακλαβά με μέλι, ξηρούς καρπούς και σπόρους, καθώς και τα Glazed Nuts της σειράς Plenty Oh!.

### ΑΝΤΑΠΟΚΡΙΣΗ ΣΤΙΣ ΤΑΣΕΙΣ ΤΗΣ ΑΓΟΡΑΣ

Σύμφωνα με τη Λία Γιώτη, Export Manager της εταιρείας, βασικό στοιχείο της στρατηγικής ανάπτυξης αποτελεί η ταχεία ανταπόκριση στις τάσεις της αγοράς. Η Civilite Naturelle επενδύει στη δημιουργία ολοκληρωμένων προϊόντικών προτάσεων που ενισχύουν την αξιοπιστία της μάρκας και ανταποκρίνονται στις απαιτήσεις αγοραστών και διεθνών συνεργατών. Παράλληλα, η συστηματική ανανέωση του portfolio, η επένδυση στο marketing και η

έμφαση στην ποιοτική εξυπηρέτηση των πελατών αποτελούν βασικούς άξονες της εμπορικής πολιτικής της εταιρείας.

### ΕΠΕΝΔΥΣΕΙΣ

Η αυξανόμενη ζήτηση οδηγεί την εταιρεία σε περαιτέρω επενδύσεις. Μέσα στο 2026 αναμένεται να τεθεί σε λειτουργία νέα εγκατάσταση στο Ροδοτόπι, η οποία θα τριπλασιάσει τους αποθηκευτικούς χώρους και θα φιλοξενήσει νέα γραμμή παραγωγής. Παράλληλα, βρίσκονται σε εξέλιξη δοκιμές για δύο νέες σειρές προϊόντων που προγραμματίζεται να παρουσιαστούν σε αγορές της Ευρώπης και της Βόρειας Αμερικής. Παρά τις διεθνείς γεωπολιτικές και οικονομικές προκλήσεις, η διοίκηση της εταιρείας εμφανίζεται αισιόδοξη για τις προοπτικές του προϊόντος. Όπως σημειώνει η Αθηνά Κολιονάσιου, η πορεία του μπακλαβά έχει αποδείξει ότι ένα ποιοτικό και αυθεντικό τρόφιμο μπορεί να συνεχίσει να αναπτύσσεται ακόμη και σε περιόδους κρίσεων, εφόσον παραμένει συνεπές στην ποιότητά του και στις σχέσεις εμπιστοσύνης που οικοδομεί με εργαζόμενους και συνεργάτες.