

Επαγγελματικό
ταξίδι στο
εξωτερικό;



Ο Φ.Π.Α. μπορεί να επιστρέψει μαζί σας

Ξενοδοχεία, μετακινήσεις, συνέδρια, εκθέσεις και άλλες επαγγελματικές δαπάνες στο εξωτερικό μπορεί να περιλαμβάνουν Φ.Π.Α. που δικαιούται να ανακτήσει η επιχείρησή σας.

Είμαστε εδώ για να κάνουμε τη διαδικασία επιστροφής Φ.Π.Α. πιο εύκολη.

Δαπάνες 2025 |
Προθεσμία υποβολής: 30.09.2026

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

ΠΑΡΑΣΚΕΥΗ 31 ΙΟΥΛΙΟΥ 2026
ΤΕΥΧΟΣ 2379



• ΣΚΛΑΒΕΝΙΤΗΣ

Συνεχίζει τις επενδύσεις με κεφάλαια κοντά στα €200 εκατ. ετησίως - Τα projects που τρέχουν



• NESTLE

Πώς επηρεάζει την Ελλάδα η συμφωνία με την Platinum Equity - Συστάθηκε η Waters and Premium Beverages



• ΚΛΙΑΦΑΣ

Ανάπτυξη στο εξάμηνο με αιχμή τα παραδοσιακά αναψυκτικά - Στο επίκεντρο νέες επενδύσεις και εξαγωγές



• ΛΑΒΙΟΓΑΛ

Γιατί πάει πίσω το λανσάρισμα του τυριού με υψηλές πρωτεΐνες - Ετοιμάζει μυσήθρα σε συσκευασία 200 γραμμ.

Editorial

Κοστολογήστε τα, επιτέλους !

Debrief

Κερδάμε πατριώτες

Business Maker

- Στον πάγο οι πωλήσεις ΕΖΑ και Μινέρβα
- Γιατί ο ΦΠΑ δεν... κατεβαίνει στο πιάτο

SecretRecipe

Η... ιδιόκτητη κάθοδος στην Αττική

Business Insight

Ο... νωχελικός (επενδυτικά/ χρηματιστηριακά) Αύγουστος και τα alert του φθινοπώρου

FnINNOVATION

powered by
μασούτης
ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΑ ΚΑΙ ΕΛΛΗΝΙΚΑ

Διαμαντής Μασούτης Α.Ε.

Διαμαντής Μασούτης Α.Ε. και “Το Χαμόγελο του Παιδιού” μαζί για τα παιδιά

Χιλιάδες μικρές πράξεις προσφοράς ενώθηκαν και το 2025 σε μια μεγάλη προσπάθεια στήριξης του Οργανισμού “Το Χαμόγελο του Παιδιού”. Με τη συμμετοχή της [Διαμαντής Μασούτης Α.Ε.](#), των εργαζομένων της και χιλιάδων καταναλωτών, υλοποιήθηκαν δράσεις που ενίσχυσαν το έργο του Οργανισμού και προσέφεραν ουσιαστική στήριξη σε παιδιά και οικογένειες που έχουν ανάγκη.

Η συλλογική αυτή προσπάθεια είχε σημαντικά αποτελέσματα. Μέσα από δράσεις συγκέντρωσης πόρων, φιλανθρωπικά παζάρια και τη διαχρονική συμμετοχή των καταναλωτών μέσω των κουμπαραδών που φιλοξενούνται στα καταστήματα της αλυσίδας, συγκεντρώθηκαν και διατέθηκαν περισσότερα από 60.000 ευρώ για την ενίσχυση του έργου του Οργανισμού “Το Χαμόγελο του Παιδιού”.

Παράλληλα, η εταιρεία πρόσφερε περισσότερα από 7.000 τεμάχια τροφίμων, βρεφικών ειδών, προϊόντων προσωπικής υγιεινής και ειδών καθημερινής φροντίδας, καλύπτοντας βασικές ανάγκες παιδιών και οικογενειών που στηρίζει το “Χαμόγελο του Παιδιού”.

Σημαντική ήταν και η συμμετοχή των εργαζομένων και των καταναλωτών στις δράσεις συγκέντρωσης ειδών πρώτης ανάγκης που πραγματοποιήθηκαν το Πάσχα, το καλοκαίρι και τα

Χριστούγεννα στα καταστήματα της αλυσίδας. Συγκεντρώθηκαν 224 σακούλες με τρόφιμα και βασικά αγαθά, τρία γεμάτα καρότσια με προϊόντα, καθώς και επιπλέον ποσότητες ειδών πρώτης ανάγκης.

Οι κουμπαραδες του Οργανισμού, που βρίσκονται στα καταστήματα της Διαμαντής Μασούτης Α.Ε. σε όλη τη χώρα, αποτέλεσαν έναν ακόμη τρόπο στήριξης του έργου του “Χαμόγελου του Παιδιού” μέσα από τις καθημερινές συνεισφορές των καταναλωτών. Επιπλέον, η εταιρεία διέθεσε δωροεπιταγές για τη λαχειοφόρο αγορά του Οργανισμού, καθώς και για άλλες δράσεις προσφοράς.

Με επίκεντρο τον άνθρωπο και ιδιαίτερη ευαισθησία απέναντι στα παιδιά, η Διαμαντής Μασούτης Α.Ε. συνεχίζει να βρίσκεται σταθερά στο πλευρό του “Χαμόγελου του Παιδιού”. Γιατί πίσω από κάθε προσφορά δεν υπάρχουν μόνο αριθμοί, αλλά πραγματικές ανάγκες, οικογένειες που δοκιμάζονται και παιδιά που αξίζουν να μεγαλώνουν με ασφάλεια και αισιοδοξία. Με τη δύναμη της συλλογικής προσφοράς εργαζομένων, καταναλωτών και συνεργατών, η εταιρεία αποδεικνύει καθημερινά ότι η κοινωνική υπευθυνότητα δεν είναι απλώς μια δέσμευση, αλλά αναπόσπαστο κομμάτι της ταυτότητάς της.



www.masoutis.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

• **NESTLÉ**

ΠΩΣ ΕΠΗΡΕΑΖΕΙ ΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ Η ΣΥΜΦΩΝΙΑ ΜΕ ΤΗΝ PLATINUM EQUITY - ΣΥΣΤΑΘΗΚΕ Η WATERS AND PREMIUM BEVERAGES

Λίγες ημέρες μετά την ανακοίνωση της δημιουργίας της διεθνούς κοινοπραξίας Peranel μεταξύ της Nestlé και της Platinum Equity, ξεκίνησε και στην Ελλάδα η διαμόρφωση της νέας εταιρικής δομής που θα υποστηρίξει τη συναλλαγή.

Στο Γενικό Εμπορικό Μητρώο καταχωρίστηκε η σύσταση της Waters and Premium Beverages (Greece), 100% θυγατρικής της Societe des Produits Nestlé, με αντικείμενο τη δραστηριότητα του εμφιαλωμένου νερού και των μη αλκοολούχων ποτών.

Η νέα εταιρεία έχει ως αντικείμενο την παραγωγή, εμφιάλωση, διανομή και χονδρική εμπορία φυσικού μεταλλικού νερού και μη αλκοολούχων ποτών. Έχει την έδρα της στο Μαρούσι, στα κεντρικά γραφεία της Nestlé Ελλάς, ενώ στη θέση του Διαχειριστή ορίστηκε ο Δημήτρης Χανιόγλου, Business Executive Officer της Nestlé Waters.

ΚΑΜΙΑ ΑΛΛΑΓΗ ΠΡΟΣ ΤΟ ΠΑΡΟΝ

Παρότι η σύσταση της εταιρείας πραγματοποιείται σε μια περίοδο κατά την οποία η Nestlé αναδιοργανώνει διεθνώς τον κλάδο του εμφιαλωμένου νερού, πηγές με γνώση των εξελίξεων ξεκαθαρίζουν στο FNB Daily ότι η συγκεκριμένη εξέλιξη δεν συνεπάγεται, τουλάχιστον στην παρούσα φάση, αλλαγές στη λειτουργία ή στην εμπορική δραστηριότητα της εταιρείας στην ελληνική αγορά. Σύμφωνα με τις ίδιες πηγές, η δημιουργία της Waters and Premium Beverages αποτελεί τμήμα της ευρύτερης διαδικασίας υλοποίησης της διεθνούς συμφωνίας μεταξύ της Nestlé και της Platinum Equity. Στο πλαίσιο αυτό προβλέπεται η σύσταση αντίστοιχων εταιρικών οντοτήτων στις αγορές όπου δραστηριοποιείται ο τομέας των εμφιαλωμένων νερών και των premium beverages, προκειμένου να υποστηριχθεί η μετάβαση στο νέο επιχειρηματικό σχήμα.

Οι ίδιες πηγές επισημαίνουν ότι η νέα εταιρική δομή δημιουργείται αποκλειστικά για την εξυπηρέτηση της συμφωνίας και όχι επειδή μεταβάλλεται το επιχειρηματικό μοντέλο της Nestlé στην Ελλάδα. "Ακόμη δεν μπορεί να ειπωθεί κάτι περισσότερο", αναφέρουν χαρακτηριστικά, αποφεύγοντας να τοποθετηθούν ως προς το χρονοδιάγραμμα ή τα επόμενα βήματα της διαδικασίας.

Ωστόσο, υπογραμμίζουν ότι η στρατηγική κατεύθυνση του ομίλου είναι η δημιουργία μιας αυτόνομης εταιρικής πλατφόρμας με αποκλειστική εστίαση στην ανάπτυξη του



Δημήτρης Χανιόγλου, Business Executive Officer, Nestlé Waters



κλάδου των εμφιαλωμένων νερών και των premium beverages, η οποία θα λειτουργεί με διακριτή διοικητική και επιχειρησιακή δομή.

ΑΝΑΔΙΟΡΓΑΝΩΣΗ ΣΕ ΔΙΕΘΝΕΣ ΕΠΙΠΕΔΟ

Υπενθυμίζεται ότι η Nestlé και η Platinum Equity ανακοίνωσαν πρόσφατα τη δημιουργία της Peranel, μιας νέας κοινοπραξίας στην οποία θα συμμετέχουν ισότιμα, με ποσοστό 50% έκαστη. Στη νέα εταιρεία θα μεταφερθεί το σύνολο της παγκόσμιας δραστηριότητας της Nestlé στον τομέα των εμφιαλωμένων νερών και των premium beverages. Το χαρτοφυλάκιο περιλαμβάνει περισσότερα από 30 διεθνή και τοπικά brands, τα οποία διατίθενται σε περίπου 120 χώρες, μεταξύ των οποίων τα S.Pellegrino, Perrier, Acqua Panna και Nestlé Pure Life.

Η Peranel θα έχει έδρα το Παρίσι και θα διοικείται από την Muriel Lienau, η οποία σή-

μερα ηγείται της συγκεκριμένης επιχειρηματικής δραστηριότητας της Nestlé. Σύμφωνα με τον όμιλο, η νέα εταιρεία θα λειτουργεί ως αυτόνομος οργανισμός με αποκλειστική εξειδίκευση στον συγκεκριμένο κλάδο, διατηρώντας ανεξάρτητη ομάδα Έρευνας και Ανάπτυξης (R&D). Από το 2022 μέχρι σήμερα η συγκεκριμένη ομάδα έχει παρουσιάσει περίπου 120 νέα προϊόντα, ενώ συνεχίζει να αναπτύσσει νέο χαρτοφυλάκιο καινοτομιών. Η συναλλαγή αποτιμά την επιχειρηματική αξία της Peranel στα €4,9 δισ., ενώ η Nestlé εκτιμά ότι θα εισπράξει περίπου €3 δισ. με την ολοκλήρωσή της. Το closing τοποθετείται χρονικά στο α' εξάμηνο του 2027, υπό την προϋπόθεση ότι θα έχουν ολοκληρωθεί οι απαιτούμενες κανονιστικές εγκρίσεις και οι προβλεπόμενες διαδικασίες διαβούλευσης με τους εργαζομένους.

Στέλλα Αυγουστάκη
stella@notice.gr

• ΚΑΤΑΛΟΝΙΑ | ΔΕΥ-Ν'ΗΙ-ΔΟ

ΕΝΑ ΜΥΣΤΑΓΩΓΙΚΟ ΓΑΣΤΡΟΝΟΜΙΚΟ ΟΔΟΙΠΟΡΙΚΟ ΣΤΗΝ ΨΥΧΗ ΤΟΥ ΑΥΘΕΝΤΙΚΟΥ ΚΑΤΑΛΑΝΙΚΟΥ ΑΜΠΕΛΩΝΑ

(Δευτέρα 26 Οκτωβρίου – Κυριακή 1 Νοεμβρίου 2026)

Το Déu-n'hi-do Voyage είναι ένα επιμελημένο οδοιπορικό που ξεκινά από την Βαρκελώνη και διασχίζει την ορεινή Ισπανική και τη μεσογειακή Γαλλική Καταλονία, με την υπογραφή της Authentic Wine.

Ένα ταξίδι στην καρδιά του καταλανικού αμπελώνα, εκεί όπου αιώνες παράδοσης, μοναδικά terroirs και γηγενείς ποικιλίες ξεπερνούν τα σύγχρονα σύνορα των κρατών και αφηγούνται μια κοινή μεσογειακή ταυτότητα μέσα από το κρασί, τη γαστρονομία και τους ανθρώπους της.



Από τους αμπελώνες του Priorat έως τις παραθαλάσσιες περιοχές του Roussillon, θα διασχίσουμε τοπία σπάνιας φυσικής ομορφιάς, εκεί όπου η επιβλητική οροσειρά των Πυρηναίων σηματοδοτεί διαχρονικά το πέρασμα ανάμεσα στην Γαλλία και την Ισπανία.

Μέσα από ιδιωτικές επισκέψεις σε αμπελώνες και κελάρια περιορισμένης πρόσβασης, επιλεγμένες εμπειρίες οινογενώσεως, προσεκτικά σχεδιασμένα wine pairings και συναντήσεις με τους ανθρώπους πίσω από κάθε ετικέτα, θα αποκτήσουμε πρόσβαση σε έναν κόσμο που αποκαλύπτεται μόνο σε όσους τον βιώνουν από κοντά.



Πρόκειται για μια επιμελημένη εμπειρία που μας επιτρέπει να ζήσουμε για λίγες ημέρες με τον ρυθμό και τις συνήθειες των ανθρώπων της Καταλονίας, όπως θα το έκαναν οι ίδιοι οι locals.

Το Déu-n'hi-do Voyage προσφέρει μια μοναδική ευκαιρία να εξερευνήσουμε τη διαχρονική σχέση ανάμεσα στη γη, τη γαστρονομική κληρονομιά και τον πολιτισμό της Μεσογείου, μέσα από μια εμπειρία όπου η παράδοση συναντά τη σύγχρονη τέχνη της φιλοξενίας.



Η γαστρονομία αποτελεί τον φυσικό συνοδοιπόρο του ταξιδιού. Ένας private chef θα επιμελείται τη γαστρονομική μας διαδρο-

μή, δημιουργώντας πιάτα εμπνευσμένα από εκλεκτές τοπικές πρώτες ύλες και αναδεικνύοντας την παράδοση της Καταλονίας, καθώς και τη βαθιά σύνδεσή της με κάθε ξεχωριστό κρασί που θα συνοδεύει το ταξίδι μας. Η εμπειρία έχει σχεδιαστεί αποκλειστικά για μια μικρή ομάδα 12 συμμετεχόντων, ώστε κάθε επίσκεψη, κάθε γεύμα και κάθε συνάντηση να διατηρεί τον προσωπικό και αυθεντικό χαρακτήρα της.



Η εμπειρία περιλαμβάνει:

- 6 διανυκτερεύσεις σε επιλεγμένα καταλύματα
- 6 ιδιωτικές επισκέψεις σε οινοποιεία και αμπελώνες περιορισμένης πρόσβασης
- Γευσιγνωσία περισσότερων από 100 φυσικών κρασιών υψηλής ποιότητας
- 5 δείπνα με επιλεγμένα wine pairings
- Μετακινήσεις από την Βαρκελώνη προς το Priorat, το Roussillon και τις γύρω περιοχές

ΚΟΣΤΟΣ ΣΥΜΜΕΤΟΧΗΣ:
3.408 ΕΥΡΩ/ΑΤΟΜΟ

Η εμπειρία θα πραγματοποιηθεί με περιορισμένο αριθμό συμμετεχόντων και ελάχιστη συμμετοχή 12 ατόμων.

Μια εμπειρία στην αυθεντική Καταλονία (Ισπανική & Γαλλική), εκεί όπου το κρασί, η γαστρονομία και ο πολιτισμός συνθέτουν έναν τρόπο ζωής που αποκαλύπτεται μόνο σε όσους τον βιώνουν από κοντά.

(Δευτέρα 26 Οκτωβρίου – Κυριακή 1 Νοεμβρίου 2026)

Για περισσότερες πληροφορίες σχετικά με το Déu-n'hi-do Voyage:

Μαρία Σταμένη

m.stameni@notice.gr

• **STARBUCKS**

ΑΝΑΒΑΘΜΙΣΗ ΠΡΟΒΛΕΨΕΩΝ ΓΙΑ ΤΟ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΟ ΕΤΟΣ 2025/2026 ΜΕΤΑ ΑΠΟ ΕΝΑ ΑΚΟΜΗ ΙΣΧΥΡΟ ΤΡΙΜΗΝΟ

Η Starbucks αναβάθμισε τις προβλέψεις της για το σύνολο του οικονομικού έτους 2026, μετά από ένα ακόμη ισχυρό τρίμηνο, κατά το οποίο κατέγραψε την τέταρτη διαδοχική αύξηση στις συγκρίσιμες πωλήσεις των καταστημάτων της.

Ειδικότερα, η εταιρεία εκτιμά ότι:

- τα προσαρμοσμένα κέρδη ανά μετοχή (EPS) θα διαμορφωθούν μεταξύ \$2,55-\$2,65
- οι παγκόσμιες συγκρίσιμες πωλήσεις θα σημειώσουν αύξηση σχεδόν 6%
- η αγορά των ΗΠΑ θα εμφανίσει ανάπτυξη άνω του 6%

ΑΥΞΗΜΕΝΟ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΚΟ ΠΕΡΙΘΩΡΙΟ ΚΕΡΔΟΥΣ

Αναφορικά με την εικόνα του γ' τριμήνου του οικονομικού έτους 2025/2026, το λειτουργικό περιθώριο κέρδους αυξήθηκε στο 13,6% από 13,3%, εξέλιξη που ενισχύθηκε και από επιστροφές δασμών, οι οποίες -όπως ανέφερε η Οικονομική Διευθύντρια Cathy Smith- αντιστάθμισαν σχεδόν πλήρως τις επιβαρύνσεις που είχε δεχθεί η εταιρεία κατά τους πρώτους εννέα μήνες του οικονομικού έτους.

DATA Q3 2025/2026 (σε \$εκατ.)

Συνολικά Καθαρά Έσοδα

2026: 9.322

2025: 9.456

Μεταβολή: (1,4%)

Λειτουργικά Κέρδη

2026: 980

2025: 935,6

Μεταβολή: 4,8%

Καθαρά Κέρδη

2026: 1.045

2025: 558,3

Μεταβολή: 87,2%

DATA Βόρεια Αμερική

- Συγκρίσιμες πωλήσεις: +8,1%
 - Επισκεψιμότητα: +4,5%
- Μέση αξία συναλλαγής: +3,5%

ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΗ BACK TO STARBUCKS

Παρά τη μείωση κατά 1% των συνολικών εσόδων, εξαιτίας της πώλησης του πλειοψηφικού πακέτου της δραστηριότητας στην Κίνα, οι συγκρίσιμες πωλήσεις των καταστημάτων που λειτουργούν για τουλάχιστον 13



Brian Niccol, CEO, Starbucks

μήνες αυξήθηκαν κατά 7,9%.

Η εταιρεία αποδίδει τη βελτίωση των επιδόσεων στη στρατηγική "Back to Starbucks", μέσω της οποίας επένδυσε σε περισσότερο προσωπικό, ανακαινίσεις καταστημάτων και ανανέωση του μενού. Μεταξύ των νέων προϊόντων που δοκιμάζει είναι και τα "Spritzers", ανθρακούχες εκδοχές της δημοφιλούς σειράς Refreshers, η οποία έχει εξελιχθεί σε δραστηριότητα ετήσιων εσόδων άνω των \$2 δισ.

Σε διεθνές επίπεδο, οι συγκρίσιμες πωλήσεις αυξήθηκαν κατά 5,7%, ενώ μετά τη συμφωνία για την Κίνα περίπου το 90% των διεθνών καταστημάτων της Starbucks λειτουργεί πλέον με το μοντέλο αδειοδότησης, το οποίο θεωρείται περισσότερο αποδοτικό από τους επενδυτές.

Κατά τη διάρκεια του τριμήνου η Starbucks:

- άνοιξε 175 νέα καταστήματα σε καθαρή βάση
- ολοκλήρωσε περισσότερες από 1.000 ανακαινίσεις καφέ



Jacob Aarup-Andersen, Group CEO, Carlsberg Group

• CARLSBERG – PEPSICO ΕΠΕΚΤΕΙΝΟΥΝ ΤΗ ΣΥΝΕΡΓΑΣΙΑ ΤΟΥΣ ΣΤΟ ΑΖΕΡΜΠΑΪΖΑΝ ΜΕ ΝΕΑ ΣΥΜΦΩΝΙΑ ΕΜΦΙΑΛΩΣΗΣ

Σε νέα φάση εισέρχεται η στρατηγική συνεργασία μεταξύ της Carlsberg Group και της PepsiCo, καθώς ο δανέζικος όμιλος αναλαμβάνει από την 1η Ιανουαρίου 2027 την παραγωγή, πώληση και διανομή, του χαρτοφυλακίου αναψυκτικών της PepsiCo στο Αζερμπαϊτζάν.

Για την υποστήριξη της νέας δραστηριότητας, η ζυθοποιία Xirdalan θα επεκτείνει τις εγκαταστάσεις της, ώστε να μπορεί να παράγει το χαρτοφυλάκιο αναψυκτικών της PepsiCo. Σύμφωνα με τις δύο εταιρείες, η συμφωνία αναμένεται να διπλασιάσει το μέγεθος της δραστηριότητας της Carlsberg στην αγορά του Αζερμπαϊτζάν.

ΤΟ ΔΙΚΤΥΟ

Με τη νέα συμφωνία, η Carlsberg θα διαθέτει πλέον συμφωνίες εμφιάλωσης με την PepsiCo σε 15 αγορές παγκοσμίως. Στο δίκτυο συνεργασίας περιλαμβάνονται ήδη:

- το Ηνωμένο Βασίλειο
- η Ιρλανδία
- η Νορβηγία
- η Σουηδία
- η Ελβετία
- το Καζακστάν
- το Κιργιστάν
- το Λάος
- η Καμπότζη

Παράλληλα, από το 2029 θα προστεθούν:

- η Δανία
- η Φινλανδία
- η Εσθονία
- η Λετονία
- η Λιθουανία



FOOD FORWARD

From Farm to Future

Το μεγαλύτερο συνέδριο για τον κλάδο
των Τροφίμων & Ποτών **επιστρέφει**

2 SEASON



5-6 Νοεμβρίου 2026

HYATT REGENCY THESSALONIKI

ΜΕ ΤΗΝ ΑΞΙΟΠΙΣΤΙΑ ΤΗΣ



POWERED BY



**DIMORAGKAS
VAIOS**
Managing Director,
NIELSEN Greece
& Bulgaria



**KAKAVAS
CHRISTOS**
Executive Advisor JLL,
Athens Economics



**KATRIVANOS
PERIKLIS**
CEO, Nera Pigeon
Grammou S.A.



**KINTZIOS
SPYRIDON**
Rector, Agricultural
University of Athens



**KONTOS
DIMITRIS**
Chief Operating Officer,
METRO



**KOUTSOURADI
ARGYRO**
CEO & Founder,
Myrvalos Organics



**LOULOUMARIS
SYMEON**
Country Manager Danone
Specialized Nutrition,
Plant Based, Dairy,
Numil Hellas S.A.



**PAPACHRISTOS
CHARALAMBOS**
President, SEFYMEN



**SINODINOS
DIMITRIS**
President, SEET



**TAKOULAS
VAGGELIS**
Purchasing Director,
METRO

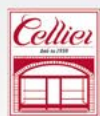


**TOURALIAS
APOSTOLOS**
Chairman, HAPO



**ZOUKAS
KOSTAS**
President, PEMETE

SILVER SPONSORS



BANKING PARTNER

ExportGate



SUPPORTERS



Για περισσότερες
πληροφορίες:



ΜΕ ΤΗΝ ΑΙΓΙΔΑ



• ΕΛΛΗΝΙΚΕΣ ΥΠΕΡΑΓΟΡΕΣ ΣΚΛΑΒΕΝΙΤΗΣ ΣΥΝΕΧΙΖΕΙ ΤΙΣ ΕΠΕΝΔΥΣΕΙΣ ΜΕ ΚΕΦΑΛΑΙΑ ΚΟΝΤΑ ΣΤΑ €200 ΕΚΑΤ. ΕΤΗΣΙΩΣ - ΤΑ PROJECTS ΠΟΥ ΤΡΕΧΟΥΝ

Με σταθερό επενδυτικό πρόγραμμα που θα κινηθεί και την περίοδο 2026-2027 στα επίπεδα της προηγούμενης χρήσης, η Ελληνικές Υπεραγορές Σκλαβενίτης ενισχύει νέες υποδομές, δίκτυο και προχωρά το πλάνο ανάπτυξης νέων εμπορικών concepts.

Όπως αναφέρει η διοίκηση του ομίλου στις χρηματοοικονομικές καταστάσεις, η επιλογή διατήρησης επενδύσεων άνω των €190 εκατ. ετησίως αποτυπώνει τη στρατηγική να ενισχύσει τόσο τις παραγωγικές υποδομές, όσο και τη διαφοροποίηση του εμπορικού της μοντέλου, αξιοποιώντας νέα concepts και σύγχρονες υπηρεσίες που διευρύνουν την παρουσία της στην αγορά.

ΞΕΠΕΡΑΣΕ ΤΟ ΦΡΑΓΜΑ ΤΩΝ €6 ΔΙΣ. Ο ΤΖΙΡΟΣ

Η επενδυτική αυτή επιλογή στηρίζεται στις αυξημένες οικονομικές επιδόσεις που κατέγραψαν τόσο η εταιρεία, όσο και ο όμιλος κατά το 2025. Συγκεκριμένα, ο όμιλος

αύξησε τον κύκλο εργασιών του στα €6,13 δισ. από €5,56 δισ. το 2024, καταγράφοντας άνοδο περίπου 10%, [επιβεβαιώνοντας το ρεπορτάζ του Fnb Daily 24/7](#).

INFO - ΟΜΙΛΟΣ ΣΚΛΑΒΕΝΙΤΗ

- Ελληνικές Υπεραγορές Σκλαβενίτη
 - Σκλαβενίτης Κύπρου
 - Χαλκιάδακης
 - The Mart

Μέση ημερήσια επισκεψημότητα

(πελάτες)

2025: 776.000

2024: 712.000

Μεταβολή: 8,99%

Ανθρώπινο δυναμικό

2025: 42.415

2024: 39.835

Μεταβολή: 6,48%

Καταστήματα

2025: 542

2024: 539

Μεταβολή: 0,56%

DATA ΟΜΙΛΟΣ (σε €χιλ.)

Κύκλος εργασιών

2025: 6.133.782

2024: 5.560.649

Μεταβολή: 10,31%

Μικτό αποτέλεσμα

2025: 1.584.878

2024: 1.439.571

Μεταβολή: 10,09%

Κέρδη προ φόρων

2025: 132.470

2024: 142.264

Μεταβολή: (6,88%)

Καθαρά κέρδη

2025: 99.474

2024: 108.659

Μεταβολή: (8,45%)

DATA (σε €χιλ.)

Κύκλος εργασιών

2025: 5.073.349

2024: 4.651.074

Μεταβολή: 9,08%

Μικτά κέρδη

2025: 1.342.827

2024: 1.229.954

Μεταβολή: 9,18%

Κέρδη προ φόρων

2025: 125.634

2024: 119.264

Μεταβολή: 5,34%

Καθαρά κέρδη

2025: 95.887

2024: 89.757

Μεταβολή: 6,83%

ΕΠΕΝΔΥΣΕΙΣ

Οι επενδύσεις της εταιρείας ανήλθαν στα €192,5 εκατ., ποσό που κατευθύνθηκε κυρίως σε:

- επέκταση του δικτύου
- δημιουργία νέων υποδομών αποθήκευσης και διανομής
- έργα τεχνολογικού εκσυγχρονισμού και ενεργειακής αναβάθμισης

Κατά τη διάρκεια του 2025 προστέθηκαν τρία νέα καταστήματα σε

• Πάτμο

• Κρανίδι

• Παραλίμνιο Ιωαννίνων

ενώ ξεκίνησε η ανάπτυξη νέου κέντρου διανομής ξηρού φορτίου στην Φούσα Ασπροπύργου, συνολικής επιφάνειας 75.000 τετραγωνικών μέτρων, καθώς και νέου κέντρου εξυπηρέτησης παραγγελιών eMarket στα Σπάτα.

ΕΝΙΣΧΥΣΗ ΑΠΑΣΧΟΛΗΣΗΣ

Η αύξηση της δραστηριότητας συνοδεύτηκε και από ενίσχυση της απασχόλησης. Στο τέλος του 2025 η εταιρεία απασχολούσε 35.965 εργαζομένους, δημιουργώντας περισσότερες από 2.000 νέες θέσεις εργασίας μέσα στη χρήση. Παράλληλα, υλοποίησε πρόσθετες παροχές προς το προσωπικό συνολικού ύψους €38,7 εκατ.

Η πολιτική αυτή συνεχίστηκε και το α' εξάμηνο του 2026, όταν προχώρησε σε νέα μισθολογική ενίσχυση περίπου 30.000 ερ-



Γεράσιμος Σκλαβενίτης, Επικεφαλής, Ελληνικές Υπεραγορές Σκλαβενίτης

ΑΝΑΠΤΥΞΗ 9,1% ΓΙΑ ΤΗΝ ΕΤΑΙΡΕΙΑ

Ανάλογη ήταν η εικόνα και σε εταιρικό επίπεδο. Οι Ελληνικές Υπεραγορές Σκλαβενίτης ολοκλήρωσαν τη χρήση με κύκλο εργασιών €5,1 δισ., έναντι €4,65 δισ. την προηγούμενη χρονιά, ενώ τα καθαρά κέρδη μετά φόρων διαμορφώθηκαν στα €95,9 εκατ., αντιστοιχώντας σε καθαρό περιθώριο περίπου 1,9% επί των πωλήσεων.

γαζομένων, συνολικού κόστους άνω των €22,2 εκατ.

Από την 1η Απριλίου ο βασικός μισθός διαμορφώθηκε σε

- €1.000 για άγαμους
- €1.060 για έγγαμους

ενώ μετά τη συμπλήρωση διετίας ανέρχεται στα

- €1.050 για άγαμους
- €1.110 για έγγαμους

ΤΙ ΒΡΙΣΚΕΤΑΙ ΣΕ ΕΞΕΛΙΞΗ

Μεταξύ των σημαντικότερων παρεμβάσεων που βρίσκονται σε εξέλιξη περιλαμβάνονται:

- η δημιουργία του μεγαλύτερου FoodHall στην Ελλάδα, στην περιοχή του Ρέντη στο πρώην εργοστάσιο της Pitsos. Ο νέος πολυχώρος, επένδυση €150 εκατ. αναμένεται να λειτουργήσει το 2027 και θα συνδυάζει αγορές τροφίμων, γαστρονομία, ψυχαγωγία και πολιτιστικές δραστηριότητες. Θα δημιουργήσει πάνω από 1.200 θέσεις εργασίας, συγκεντρώνοντας επισκεψιμότητα 20.000 επισκεπτών ημερησίως
- η δημιουργία νέου κέντρου διανομής προϊόντων ελεγχόμενης θερμοκρασίας συνολικής επιφάνειας 45.000 τ.μ. στην Φούσα Ασπροπύργου

- νέες ιδρύσεις και ανακαινίσεις καταστημάτων και η περαιτέρω ανάπτυξη του concept Food to Go. Τα τέσσερα πρώτα πιλοτικά σημεία λειτουργίας σε Σύνταγμα, Αμπελόκηπους, Μαρούσι και Κουκάκι
- η ενίσχυση της παρουσίας με νέα εταιρικά καταστήματα στην Γλυφάδα και στο Βαθύ Σάμου, ενώ τα δύο καταστήματα franchise στην Πάρο εντάχθηκαν στο εταιρικό δίκτυο

Στέλλα Αυγουστάκη
stella@notice.gr

• JERONIMO MARTINS

ΠΙΕΣΕΙΣ ΛΟΓΩ ΤΩΝ ΕΠΙΦΥΛΑΚΤΙΚΩΝ ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΩΝ

Η πορτογαλική Jerónimo Martins, ανακοίνωσε χαμηλότερα των εκτιμήσεων οικονομικά αποτελέσματα για το Β' τρίμηνο του 2026, καθώς οι καταναλωτές παραμένουν επιφυλακτικοί εν μέσω της γεωπολιτικής αβεβαιότητας και των συνεχιζόμενων πιέσεων στο κόστος ζωής.

DATA Β' Τρίμηνο (σε Ευκ.α.)

Καθαρά Έσοδα

2026: 9.378

2025: 9.020

EBITDA

2026: 663

2025: 620

Καθαρά Κέρδη

2026: 141

2025: 142

ΑΥΞΗΜΕΝΕΣ ΠΙΕΣΕΙΣ ΣΤΟ ΚΟΣΤΟΣ

Η εταιρεία ανέφερε ότι οι αυξημένες πιέσεις στο κόστος, κυρίως λόγω των τιμών των καυσίμων, ωθούν τους καταναλωτές να στρέφονται σε φθηνότερα προϊόντα και σε αγορές που βασίζονται στις προσφορές. Παράλληλα, στη μεγαλύτερη αγορά της, την Πολωνία, η βασική αλυσίδα Biedronka λειτουργεί σε περιβάλλον σημαντικής επιβράδυνσης του πληθωρισμού στα τρόφιμα, γεγονός που περιορίζει τη δυναμική των εσόδων. "Δεν αναμένουμε ουσιαστική βελτίωση του λειτουργικού περιβάλλοντος κατά το Β' εξάμηνο του έτους σε καμία από τις χώρες όπου δραστηριοποιούμαστε", δήλωσε ο Διευθύνων Σύμβουλος, Pedro Soares dos Santos.



Pedro Soares dos Santos, Πρόεδρος και CEO, Jerónimo Martins

ΟΙ ΕΠΙΔΟΣΕΙΣ ΑΝΑ ΑΛΥΣΙΔΑ

Η Biedronka, η μεγαλύτερη αλυσίδα της εταιρείας στην Πολωνία, κατέγραψε στο α' εξάμηνο:

- Πωλήσεις: €12,6 δισ. (+1,7%)
- Συγκρίσιμες πωλήσεις: + 0,2%
- EBITDA: +4,9%

Ανοδικά κινήθηκε και η αλυσίδα χονδρικής Recheio, με:

- Πωλήσεις: €673 εκατ. (+2,5%)
- EBITDA: €34 εκατ. (+4,6%)

Στην Πορτογαλία, η αλυσίδα Pingo Doce συνέχισε το πρόγραμμα ανακαίνισης των καταστημάτων της, ενισχύοντας τη διαφοροποίηση της εμπορικής της πρότασης. Οι πωλήσεις

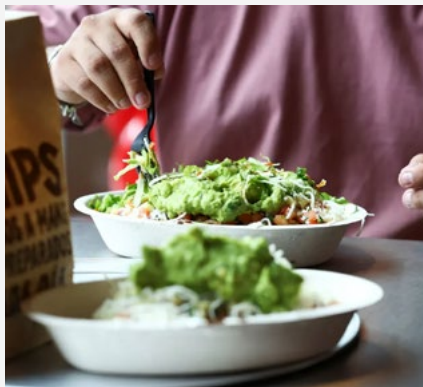
αυξήθηκαν, χάρη:

- στην ισχυρή αύξηση του όγκου πωλήσεων
- σε ένα περιβάλλον χαμηλού πληθωρισμού στο καλάθι των καταναλωτών
- στη θετική ανταπόκριση των πελατών στις προωθητικές ενέργειες

Παρά τις θετικές επιδόσεις ορισμένων δραστηριοτήτων, η διοίκηση της Jerónimo Martins εμφανίζεται συγκρατημένη για το υπόλοιπο του έτους, εκτιμώντας ότι το απαιτητικό οικονομικό περιβάλλον θα συνεχίσει να επηρεάζει τη συμπεριφορά των καταναλωτών και να διατηρεί υψηλό τον ανταγωνισμό στις τιμές.

• CHIPOTLE ΕΠΙΣΤΡΕΦΟΥΝ ΟΙ ΠΕΛΑΤΕΣ ΣΤΑ ΕΣΤΙΑΤΟΡΙΑ – ΑΝΕΒΑΖΕΙ ΤΟΝ ΠΗΧΗ ΓΙΑ ΤΟ 2026

Η Chipotle Mexican Grill αναβάθμισε τις προβλέψεις της για τις συγκρίσιμες πωλήσεις του 2026, μετά από ένα β' τρίμηνο κατά το οποίο ξεπέρασε τις εκτιμήσεις των αναλυτών τόσο σε έσοδα, όσο και σε κερδοφορία, σηματοδοτώντας την επιστροφή της σε τροχιά ανάπτυξης ύστερα από ένα δύσκολο 2025. Η αλυσίδα εστιατορίων εκτιμά πλέον ότι οι συγκρίσιμες πωλήσεις θα αυξηθούν κατά χαμηλό μονοψήφιο ποσοστό μέσα στο 2026, έναντι προηγούμενης πρόβλεψης για αμετάβλητη επίδοση.



Η αύξηση στα έσοδα προήλθε κυρίως από άνοδο 1% στην επισκεψιμότητα των εστιατορίων, ενώ η μέση αξία κάθε παραγγελίας αυξήθηκε κατά 1,2%.

ΟΙ ΜΟΧΛΟΙ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ ΚΑΙ ΤΟ ΠΡΟΒΛΗΜΑ

Σύμφωνα με τη διοίκηση, βασικοί μοχλοί ανάπτυξης ήταν η επιτυχία των νέων προ-

ϊόντων, όπως το εποχικό Chipotle Honey Chicken και η νέα σάλτσα cilantro lime. Παράλληλα, η εταιρεία βρέθηκε στο επίκεντρο της προσοχής λόγω της έξαρσης κρουσμάτων κυκλοσπορίωσης στις ΗΠΑ, που επηρέασε αλυσίδες οι οποίες χρησιμοποιούν φρέσκα λαχανικά. Η διοίκηση διαβεβαίωσε ότι εφαρμόζει ιδιαίτερα αυστηρά πρωτόκολλα ασφάλειας τροφίμων και ότι το μαρούλι που χρησιμοποιεί προέρχεται από την Καλιφόρνια, χωρίς να σχετίζεται με την επιδημία. Ωστόσο, εκτίμησε ότι η συγκεκριμένη εξέλιξη επηρέασε αρνητικά τις πωλήσεις κατά περίπου δύο ποσοστιαίες μονάδες στο δεύτερο μισό του Ιουλίου, επίδραση που έχει ήδη ενσωματωθεί στις νέες προβλέψεις της.

Κατά τη διάρκεια του τριμήνου, η Chipotle συνέχισε την επέκταση του δικτύου της, ανοίγοντας 100 νέα εστιατόρια, καθώς και μία νέα διεθνή μονάδα που λειτουργεί μέσω τοπικού συνεργάτη.

DATA Β' Τρίμηνο (σε \$εκατ.)

Συνολικά Έσοδα

2026: 3.348

2025: 3.063

Καθαρά Κέρδη

2026: 403

2025: 436

• LIDL ΕΛΛΑΣ “No. 1 ΣΤΗ ΣΧΕΣΗ ΠΟΙΟΤΗΤΑΣ-ΤΙΜΗΣ” ΓΙΑ 2η ΣΥΝΕΧΟΜΕΝΗ ΧΡΟΝΙΑ

Την πρώτη θέση στη σχέση ποιότητας-τιμής διατηρεί για δεύτερη συνεχόμενη χρονιά η Lidl Ελλάς, η οποία απέσπασε τη διάκριση Best Buy Award 2026-2027, έπειτα από ανεξάρτητη έρευνα αγοράς του διεθνούς οργανισμού ICERTIAS. Η διάκριση αναδεικνύει την Lidl Ελλάς ως την εταιρεία που οι καταναλωτές αξιολογούν ως κορυφαία σε ό,τι αφορά τον συνδυασμό ποιότητας και τιμής. Το Best Buy Award απονέμεται βάσει των αποτελεσμάτων ανεξάρτητης έρευνας καταναλωτών και αποτελεί έναν από τους δείκτες αξιολόγησης της αντίληψης που έχει το κοινό για τη σχέση κόστους και προσφερόμενης αξίας των προϊόντων και υπηρεσιών στην αγορά.

ΣΕ ΠΟΙΕΣ ΚΑΤΗΓΟΡΙΕΣ ΑΝΑΔΕΙΧΤΗΚΕ ΠΡΩΤΗ

Συγκεκριμένα, το καταναλωτικό κοινό ανέδειξε πρώτη την Lidl Ελλάς στις πιο κάτω κατηγορίες:

- Εταιρεία-Σύμβολο Καλύτερης Σχέσης Ποιότητας-Τιμής
- Καλύτερη Σχέση Ποιότητας-Τιμής: Αλυσίδα Λιανικής Πώλησης με Τμήμα Φρέσκων Αρτοσκευασμάτων
- Καλύτερη Σχέση Ποιότητας-Τιμής: Αλυσίδα Λιανικής Πώλησης με Τμήμα Ρουχισμού
- Καλύτερη Σχέση Ποιότητας-Τιμής: Αλυσίδα Λιανικής με Τμήμα
- Γαλακτοκομικών Προϊόντων
- Καλύτερη Σχέση Ποιότητας-Τιμής: Αλυσίδα Λιανικής με Φρέσκα Αυγά

“ΑΔΙΑΠΡΑΓΜΑΤΕΥΤΗ ΔΕΣΜΕΥΣΗ ΣΕ ΚΑΘΕ ΕΛΛΗΝΙΚΟ ΝΟΙΚΟΚΥΡΙΟ”

Με αφορμή τη νέα αυτή βράβευση, ο Μίλτος Φοροζίδης, CEO & Πρόεδρος Διοίκησης της Lidl Ελλάς, δήλωσε σχετικά: “Η ανάδειξη της Lidl Ελλάς ως No. 1 στη σχέση ποιότη-



τας-τιμής για 2η συνεχόμενη χρονιά αποτελεί για όλους εμάς μια βαθιά τιμητική επιβεβαίωση. Η εμπιστοσύνη των καταναλωτών δεν είναι δεδομένη, αλλά κερδίζεται καθημερινά με συνέπεια, υπευθυνότητα και πράξεις. Στην Lidl Ελλάς, η προσφορά κορυφαίας ποιότητας στις πιο προσιτές τιμές της αγοράς δεν αποτελεί απλώς μια υπόσχεση, αλλά τη σταθερή, αδιαπραγμάτευτη δέσμευσή μας απέναντι σε κάθε ελληνικό νοικοκυριό.”

• **ΚΛΙΑΦΑΣ**

ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΣΤΟ ΕΞΑΜΗΝΟ ΜΕ ΑΙΧΜΗ ΤΑ ΠΑΡΑΔΟΣΙΑΚΑ ΑΝΑΨΥΚΤΙΚΑ – ΣΤΟ ΕΠΙΚΕΝΤΡΟ ΝΕΕΣ ΕΠΕΝΔΥΣΕΙΣ ΚΑΙ ΕΞΑΓΩΓΕΣ

Η αξιοποίηση των παραγωγικών επενδύσεων των τελευταίων ετών, η περαιτέρω διεύρυνση στο οργανωμένο λιανεμπόριο και την αγορά HoReCa, καθώς και η ενίσχυση των εξαγωγών, αποτελούν τους βασικούς άξονες της Κλιάφας για την επόμενη διετία.

Όπως πληροφορείται το Fnb Daily, η εταιρεία, μέλος του ομίλου Ελληνικά Γαλακτοκομεία, κατέγραψε θετική πορεία στο α' εξάμηνο του 2026, συνεχίζοντας την ανοδική της τροχιά στην ελληνική αγορά, με ώθηση τόσο από τα βασικά προϊόντα του χαρτοφυλακίου της, όσο και από τη συνεργασία με την Β.Σ. Καρούλιας, η οποία τα τελευταία τρία χρόνια έχει αναλάβει την εμπορική διαχείριση του brand. Μεταξύ των κατηγοριών προϊόντων, τις καλύτερες επιδόσεις καταγράφουν

- η βυσσινάδα
- η λεμονάδα
- η σόδα

Ανοδικά κινείται και η πορτοκαλάδα.

ΕΠΕΝΔΥΣΕΙΣ

Η επόμενη φάση ανάπτυξης για την Κλιάφας επικεντρώνεται πλέον στην αξιοποίηση των παραγωγικών δυνατοτήτων που δημιουργήθηκαν μέσα από τις επενδύσεις των τελευταίων ετών. Θυμίζεται ότι η Κλιάφας

- ολοκλήρωσε την κατασκευή νέου εργοστασίου
- εγκατέστησε νέα ασηπτική γραμμή εμφιάλωσης για συσκευασίες PET
- αναβάθμισε τη γραμμή παραγωγής γυάλινων συσκευασιών, αυξάνοντας

τη δυναμικότητα και την ευελιξία της παραγωγής

Παράλληλα, διαθέτει πλέον το σύνολο των προϊόντων της χωρίς προσθήκη συντηρητικών, αξιοποιώντας τον νέο τεχνολογικό εξοπλισμό.

Για την επόμενη διετία, η εταιρεία σχεδιάζει την περαιτέρω αξιοποίηση των νέων εγκαταστάσεων, την ενίσχυση των αποθηκευτικών υποδομών ενώ εξετάζει επενδύσεις που θα διευρύνουν τις δυνατότητες παραγωγής, μεταξύ των οποίων και η εμφιάλωση προϊόντων σε συσκευασία αλουμινίου (can). Ταυτόχρονα, συνεχίζει να αξιολογεί νέες προϊόντικές προτάσεις, προσαρμόζοντας σταδιακά το χαρτοφυλάκιό της στις μεταβαλλόμενες ανάγκες της αγοράς.

ΝΕΟΙ ΚΩΔΙΚΟΙ...

Στο εμπορικό σκέλος, προτεραιότητα αποτελεί η ενίσχυση της παρουσίας τόσο στο οργανωμένο λιανεμπόριο, όσο και στο κανάλι της οργανωμένης εστίασης. Η στρατηγική αυτή υποστηρίζεται από τη νέα επικοινωνιακή καμπάνια "Απόλαυση από... τότε", στοχευμένες προωθητικές ενέργειες και την προσθήκη νέων κωδικών, όπως η Λεμονάδα Ginger και το Σαγκουίνι, με στόχο τη διεύρυνση του χαρτοφυλακίου και την προσέγγιση νέων καταναλωτικών κοινών.

... ΕΞΑΓΩΓΕΣ...

Παράλληλα, η διοίκηση τοποθετεί τις εξαγωγές μεταξύ των βασικών μοχλών ανάπτυξης

της επόμενης περιόδου. Η Κλιάφας ενισχύει την παρουσία της στις αγορές της Γερμανίας, της Ρουμανίας και της Βουλγαρίας, ενώ συνεχίζει την επέκτασή της στα Βαλκάνια. Ιδιαίτερη βαρύτητα αποδίδεται και στην αγορά των Ηνωμένων Πολιτειών, όπου η εταιρεία δραστηριοποιείται τα τελευταία δύο χρόνια και βλέπει σημαντικές προοπτικές περαιτέρω ανάπτυξης. Στόχος είναι η σταδιακή αύξηση της συμμετοχής των εξαγωγών στον συνολικό κύκλο εργασιών, μέσα από επιλεγμένες συνεργασίες και οργανική διεύρυνση του διεθνούς αποτυπώματος.

... ΚΑΙ ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΙΚΕΣ ΣΥΝΗΘΕΙΕΣ

Την ίδια στιγμή, η Κλιάφας παρακολουθεί τις αλλαγές στις καταναλωτικές προτιμήσεις, με την κατηγορία των προϊόντων μειωμένης ή μηδενικής ζάχαρης να αποκτά ολοένα μεγαλύτερη βαρύτητα στην αγορά των αναψυκτικών. Χωρίς να απομακρύνεται από τον πυρήνα της, που παραμένουν τα παραδοσιακά αναψυκτικά, η εταιρεία επενδύει στην έρευνα και ανάπτυξη σε συνεργασία με την Καρούλιας, εξετάζοντας νέες γευστικές προτάσεις αλλά και προϊόντα που ανταποκρίνονται στις σύγχρονες διατροφικές τάσεις. Η καινοτομία αναμένεται να αποτελέσει έναν από τους βασικούς πυλώνες της στρατηγικής ανάπτυξης τα επόμενα χρόνια.

Στέλλα Αυγουστάκη
stella@notice.gr



• **MAGNUM ICE CREAM**

ΥΨΗΛΟΤΕΡΑ ΤΩΝ ΕΚΤΙΜΗΣΕΩΝ ΤΑ ΚΕΡΔΗ ΕΞΑΜΗΝΟΥ ΜΕΤΑ ΤΗΝ ΑΠΟΣΧΙΣΗ ΑΠΟ ΤΗ UNILEVER

Η Magnum Ice Cream ανακοίνωσε καλύτερα των εκτιμήσεων οικονομικά αποτελέσματα για το α' εξάμηνο του 2026, με τα λειτουργικά κέρδη να ενισχύονται χάρη στις μειώσεις κόστους που ακολούθησαν την απόσχισή της από την Unilever τον Δεκέμβριο του 2025, ενώ έκανε λόγο για ιδιαίτερα δυναμική έναρξη της θερινής περιόδου, που αποτελεί την πιο σημαντική εποχή του έτους για τον κλάδο του παγωτού.

DATA Α' Εξάμηνο (σε \$εκατ.)

Έσοδα

2026: 4.691

2025: 4.503

Προσαρμοσμένο EBITDA

2026: 880

2025: 853

Προσαρμοσμένο περιθώριο EBITDA

2026: 18,7%

2025: 19%

Ιδιαίτερα ισχυρή ήταν η επίδοση της Ben & Jerry's, της οποίας οι πωλήσεις αυξήθηκαν κατά 9,2% το δεύτερο τρίμηνο του 2026, υπερποδίδοντας σε σχέση με τη συνολική αγορά παγωτού στη Βόρεια Αμερική και κερδίζοντας επιπλέον μερίδιο αγοράς.



ΤΟ ΤΕΣΤ ΜΕΤΑ ΤΗΝ ΑΠΟΣΧΙΣΗ

Η πρώτη περίοδος λειτουργίας της Magnum Ice Cream ως ανεξάρτητης εισηγμένης εταιρείας στο χρηματιστήριο του Άμστερνταμ θεωρείται σημαντικό τεστ για την ικανότητά της να διατηρήσει την αναπτυξιακή της πορεία, σε μια περίοδο κατά την οποία οι διατροφικές συνήθειες των καταναλωτών μεταβάλλονται, τόσο λόγω της αυξανόμενης χρήσης φαρμάκων απώλειας βάρους τύπου GLP-

1, όσο και εξαιτίας της εκστρατείας "Make America Healthy Again" στις Ηνωμένες Πολιτείες, που ενθαρρύνει πιο υγιεινές διατροφικές επιλογές.

Η διοίκηση απέδωσε τη βελτίωση της κερδοφορίας κυρίως στη μείωση του κόστους της εφοδιαστικής αλυσίδας, καθώς και στις εξοικονομήσεις που προέκυψαν από τον εταιρικό μετασχηματισμό μετά την απόσχιση από την Unilever.

• **ΗΠΕΙΡΩΤΙΚΗ ΒΙΟΜΗΧΑΝΙΑ ΕΜΦΙΑΛΩΣΕΩΝ**

ΝΕΑ ΠΟΛΙΤΙΣΤΙΚΗ ΣΥΝΕΡΓΑΣΙΑ ΜΕ ΕΠΙΚΕΝΤΡΟ ΤΗ ΣΤΟΑ ΑΡΣΑΚΕΙΟΥ

Η Ηπειρωτική Βιομηχανία Εμφιαλώσεων ενώνει τις δυνάμεις της με την ΣΤΟΑ CULTURE, τη νέα πολιτιστική πλατφόρμα που δημιουργείται στη Στοά Αρσακείου, στο ανακαινισμένο Μέγαρο Αρσακείου.

Σε ένα από τα πλέον κεντρικά και ιστορικά σημεία της πρωτεύουσας, η ΣΤΟΑ CULTURE ανοίγει τις πόρτες της στη μουσική, τον κινηματογράφο, το θέατρο, τα δημιουργικά εργαστήρια και τις βιωματικές δράσεις, φιλοξενώντας περισσότερες από 40 εκδηλώσεις. Μέσα από τη συνεργασία της με την ΣΤΟΑ CULTURE, η Ηπειρωτική Βιομηχανία Εμφιαλώσεων αγκαλιάζει και υποστηρίζει ενεργά το νέο αυτό πολιτιστικό εγχείρημα, ενισχύοντας παράλληλα τη διαχρονική παρουσία της στον χώρο του πολιτισμού.

"ΣΥΝΕΙΔΗΤΗ ΕΠΙΛΟΓΗ Η ΣΤΗΡΙΞΗ ΤΟΥ ΠΟΛΙΤΙΣΜΟΥ"

Ο Κωνσταντίνος Σεπετάς, Chief Marketing Officer της Ηπειρωτικής Βιομηχανίας Εμφιαλώσεων, δήλωσε: "Η στήριξη του πολιτισμού είναι μια συνειδητή και σταθερή επιλογή για εμάς. Θέλουμε να βρισκόμαστε εκεί όπου γεννιούνται νέες ιδέες, όπου οι άνθρωποι συναντιούνται και όπου η σύγχρονη δημιουργία αποκτά χώρο και φωνή. Η συνεργασία μας με την ΣΤΟΑ CULTURE αποτυπώνει ακριβώς αυτή τη φιλοσοφία και μας δίνει τη δυνατότητα να συμβάλουμε ενεργά σε μια νέα, ξεχωριστή εμπειρία για την Αθήνα." Από την πλευρά του ο Νικόλαος Βερβερίδης, επικεφαλής της ΣΤΟΑ CULTURE δήλωσε: "Η ΣΤΟΑ CULTURE δημιουργήθηκε για να δώ-



σει νέα ενέργεια στο κέντρο της Αθήνας και να εξελιχθεί σε έναν ανοιχτό χώρο πολιτισμού, έκφρασης και συνάντησης. Η συνεργασία μας με την Ηπειρωτική Βιομηχανία Εμφιαλώσεων ενισχύει ουσιαστικά αυτό το όραμα, καθώς μας ενώνει η κοινή επιθυμία να προσφέρουμε στο κοινό εμπειρίες με ποιότητα, συναίσθημα και διάρκεια."

• **ΛΑΒΙΟΓΑΛ**

ΓΙΑΤΙ ΠΑΕΙ ΠΙΣΩ ΤΟ ΛΑΝΣΑΡΙΣΜΑ ΤΟΥ ΤΥΡΙΟΥ ΜΕ ΥΨΗΛΕΣ ΠΡΩΤΕΪΝΕΣ - ΕΤΟΙΜΑΖΕΙ ΜΥΖΗΘΡΑ ΣΕ ΣΥΣΚΕΥΑΣΙΑ 200 ΓΡΑΜ.

Να μεταθέσει για λίγους μήνες την κυκλοφορία του νέου τυροκομικού προϊόντος με υψηλή περιεκτικότητα σε πρωτεΐνες, που θα απευθύνεται κατά κύριο λόγο σε νεότερους και health conscious καταναλωτές, αποφάσισε η Λαβιογάλ (Λακωνική Βιομηχανία Γάλακτος), εν μέσω της αναταραχής που επικρατεί στην αγορά του αιγοπρόβειου γάλακτος.

Όπως δηλώνει στο FNB Daily ο Πρόεδρος της εταιρείας, Χρήστος Κυριαζάκος, το λανσάρισμα θα πραγματοποιηθεί εντός του β' εξαμήνου της τρέχουσας χρονιάς ενώ πριν από αυτό θα ξεκινήσει η διάθεση της ξηρής μυζήθρας σε νέα συσκευασία 200 γραμμαρίων, σχεδιασμένη για το ράφι του super market. "Θεωρήσαμε ότι θα ήταν φρόνιμο να πάρμε λίγο πίσω την νέα κυκλοφορία καθώς, με την τεταμένη κατάσταση που επικρατεί στην αγορά και ειδικότερα, με τις υψηλές τιμές της πρώτης ύλης, τα ενεργειακά κόστη, τα μεταφορικά κλπ. Υπήρχε ο κίνδυνος το προϊόν να βγει στο ράφι πολύ ακριβό, κάτι που σίγουρα δε θα το βοηθούσε στο ξεκίνημά του", εξηγεί. "Αντί αυτού προτιμήσαμε να ξεκινήσουμε με τη μυζήθρα πάνω στην οποία άλλωστε θα βασίζεται ο νέος κωδικός", συμπληρώνει.

ΠΙΘΑΝΟ ΤΟ ΝΤΕΜΠΟΥΤΟ ΣΤΟ ΕΞΩΤΕΡΙΚΟ

Δεν αποκλείει, μάλιστα, το ντεμπούτο να γίνει στο εξωτερικό, προτού τοποθετηθεί στην εγχώρια αγορά, όπου η διανομή ενδεχομένως να ξεκινήσει από την Πελοπόννησο "η οποία άλλωστε είναι πιο εξοικειωμένη με τη γεύση της μυζήθρας που αποτελεί τη βάση του". Άλλωστε, όπως διευκρινίζει, η εταιρεία δεν δεσμεύεται αυτή τη στιγμή από κάποια συμφωνία αποκλειστικής συνεργασίας με τα δίκτυα με τα οποία συνεργάζεται.

Υπενθυμίζεται ότι στο πελατολόγιο της Λαβιογάλ περιλαμβάνονται κάποιες από τις



Χρήστος Κυριαζάκος, πρόεδρος, Λαβιογάλ

μεγαλύτερες εγχώριες αλυσίδες (Σκλαβενίτης, My market, AB Βασιλόπουλος, ΑΝΕ-ΔΗΚ Κρητικός κ.α.), είτε με επώνυμο, είτε με private label προϊόν, ενώ πάνω από το 50% του τζίρου προέρχεται από τις εξαγωγές.

ΑΝΟΙΞΕ ΤΗΝ ΑΓΟΡΑ ΤΗΣ ΙΝΔΙΑΣ

Πέρα από τις ΗΠΑ, τον Καναδά, την Αυστραλία και την ΕΕ όπου έχει ήδη παρουσία, το τελευταίο διάστημα έχει καταφέρει να ανοίξει την αγορά της Ινδίας, όπου έχουν ήδη γίνει 2-3 αποστολές προϊόντων. "Λόγω και των

δασμών, η φέτα (σ.σ. έχει εξαιρεθεί από την εμπορική συμφωνία ΕΕ-Ινδίας) φτάνει εκεί σε πολύ υψηλή τιμή, ωστόσο υπάρχει αγοραστικό ενδιαφέρον από μια μερίδα καταναλωτών με υψηλά εισοδήματα", σημειώνει ο κ. Κυριαζάκος.

ΔΙΨΗΦΙΟΣ ΡΥΘΜΟΣ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ ΣΤΟ Α' ΕΞΑΜΗΝΟ

Το α' εξάμηνο έκλεισε με διψήφιο ρυθμό ανάπτυξης άνω του 10% που δεν είναι μόνο πληθωριστική αλλά αντανάκλα, όπως εξηγεί ο Πρόεδρος της Λαβιογάλ, και την αύξηση των πωλούμενων όγκων.

Στα μακροπρόθεσμα πλάνα είναι η δημιουργία μιας φάρμας που θα σηματοδοτήσει την καθετοποίησή της. Ωστόσο, επί του παρόντος πιο ώριμο είναι το επενδυτικό σχέδιο ύψους €500 χιλ. για τον εκσυγχρονισμό και την αναβάθμιση της παραγωγικής μονάδας, η μελέτη του οποίου έχει ολοκληρωθεί και σύντομα θα υποβληθεί το σχετικό αίτημα για ένταξη σε αναπτυξιακό πρόγραμμα.

DATA (σε €χιλ.)

Κύκλος Εργασιών

2024: 4.178

2023: 4.487

2022: 4.189

EBIT

2024: 291

2023: 392

2022: 395

Κέρδη προ φόρων

2024: 276

2023: 374

2022: 390

Γιάννης Τσατσάκης
yannis@notice.gr



• **ΝΙΤΣΙΑΚΟΣ**

ΕΓΚΡΙΘΗΚΕ ΑΠΟ ΤΗΝ ΕΠΙΤΡΟΠΗ ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΜΟΥ Η ΕΞΑΓΟΡΑ ΤΗΣ ΑΠΟ ΤΟΝ ΟΥΚΡΑΝΙΚΟ ΟΜΙΛΟ ΜΗΡ

Το πράσινο φως για την απόκτηση κοινού ελέγχου της Νιτσιακός από τον ουκρανικό όμιλο ΜΗΡ άναψε η Επιτροπή Ανταγωνισμού, εγκρίνοντας την απόκτηση κοινού ελέγχου της ελληνικής πτηνοτροφικής εταιρείας από τη σλοβενική Perutnina Ptuj, θυγατρική του ομίλου ΜΗΡ. Η ΕπΑντ έκρινε ότι η συναλλαγή δεν δημιουργεί ζητήματα στρέβλωσης του ανταγωνισμού στην ελληνική αγορά. Ειδικότερα, με την υπ' αριθ. 917/2026 ομόφωνη απόφασή της, η Επιτροπή ενέκρινε την απόκτηση κοινού ελέγχου της εταιρείας από την Perutnina Ptuj D.O.O. και τις Ιστός Τοξότης, Orithen Meloria και ΜΡΕ Marithe, οι οποίες συμμετέχουν ήδη στο μετοχικό κεφάλαιο της εταιρείας.



ΤΙ ΑΦΟΡΑ Η ΣΥΝΑΛΛΑΓΗ

Η συναλλαγή αφορά τις αγορές διανομής κρέατος πουλερικών, παραγωγής και εμπορίας ζωοτροφών, καθώς και χονδρικής προ-

μήθειας σιτηρών. Σύμφωνα με την Επιτροπή Ανταγωνισμού, η μοναδική αγορά που επηρεάζεται άμεσα από τη συγκέντρωση είναι εκείνη της διανομής κρέατος πουλερικών, με γεωγραφικό πεδίο αναφοράς το σύνολο της ελληνικής επικράτειας.

Έπειτα από την αξιολόγηση των οριζόντιων και κάθετων επιπτώσεων της συναλλαγής, η Επιτροπή κατέληξε ότι, παρά το γεγονός ότι η υπόθεση εμπίπτει στις διατάξεις περί ελέγχου συγκεντρώσεων του ν. 3959/2011, δεν αναμένεται να επιφέρει ουσιώδεις μεταβολές στις συνθήκες ανταγωνισμού στις σχετικές αγορές.

Ως εκ τούτου, η συγκέντρωση κρίθηκε συμβατή με το ισχύον πλαίσιο ανταγωνισμού, ανοίγοντας τον δρόμο για την ολοκλήρωση της συναλλαγής.

• **ΟΜΙΛΟΣ ΚΑΣΤΕΛΟΡΙΖΟ**

ΦΛΕΡΤΑΡΕΙ ΜΕ ΔΙΨΗΦΙΟ ΡΥΘΜΟ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ ΣΤΟ ΕΞΑΜΗΝΟ - ΠΟΙΕΣ ΣΚΕΨΕΙΣ ΥΠΑΡΧΟΥΝ ΓΙΑ ΤΙΣ ΙΧΘΥΟΚΑΛΛΙΕΡΓΕΙΕΣ

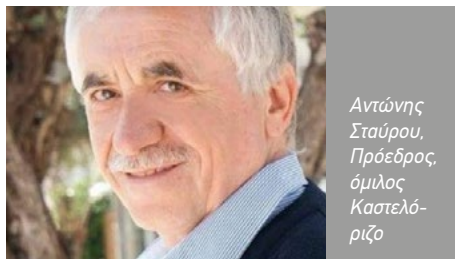
Με ρυθμό ανάπτυξης που φλερτάρει με το 10% κινήθηκε στο εξάμηνο ο όμιλος Καστελόριζο, σε μια αγορά εστίασης που εξακολουθεί να δείχνει σημάδια πίεσης, παρά τις σημαντικές τουριστικές ροές. "Ήρθε και συνεχίζει να έρχεται πολύς κόσμος, όμως στις δαπάνες τους παραμένουν μαζεμένοι, ίσως και περισσότερο από την περυσινή χρονιά", δηλώνει στο Fnb Daily ο επικεφαλής του ομίλου, Αντώνης Σταύρου.

ΒΑΡΚΙΖΑ, ΚΗΦΙΣΙΑ ΚΑΙ ΛΥΚΑΒΗΤΤΟΣ ΣΤΟ ΤΟΡ-3

Όπως εξηγεί ο ίδιος, τα δύο ομώνυμα εστιατόρια στην Κηφισιά και στην Βάρκιζα και οι Ορίζοντες στο Λυκαβηττό ήταν τα τρία σημεία με τις καλύτερες αποδόσεις, με το πρώτο να καταγράφει αυξημένη προσέλευση, ανεξαρτήτως εποχής του χρόνου και το τρίτο να προσελκύει, εκτός από ντόπιους, και πολλούς ξένους επισκέπτες.

ΠΑΡΑΜΕΝΟΥΝ ΨΗΛΑ ΤΑ ΚΟΣΤΗ

"Αν η εικόνα στην αγορά ήταν διαφορετική, θα μπορούσαμε να τα έχουμε πάει ακόμα καλύτερα", σχολιάζει ο κ. Σταύρου, προσθέτοντας ότι η αύξηση στα κόστη, τόσο των πρώτων υλών όσο και της ενέργειας, παραμένει σημαντικό πρόβλημα. Η κατάσταση είναι πιο δύσκολη στα κρέατα, ιδίως στο μοσχαρίσιο



Αντώνης
Σταύρου,
Πρόεδρος,
όμιλος
Καστελό-
ριζο

ωστόσο ακριβότερη έχει αποδειχθεί φέτος και η μαναβική τη στιγμή, όπως άλλωστε και τα μεταφορικά λόγω των αυξημένων τιμών των καυσίμων.

"Γενικά είναι μια περίοδος που χρειάζεται προσοχή και νοικοκυρεμένες κινήσεις, να μην υπάρχουν άσκοπες σπατάλες και φθορές", υπογραμμίζει. Σημειώνει πάντως ότι, σε μια τέτοια συγκυρία, το εργαλείο των προπληρωμών βοηθάει τον όμιλο, αφενός να συγκρατεί τα κόστη στο μέτρο του δυνατού, αφετέρου να εξασφαλίζει τις καλύτερες και πλέον ποιοτικές πρώτες ύλες.

ΟΙ ΕΠΙΔΟΣΕΙΣ ΤΟΥ 2025

Αξίζει να σημειωθεί ότι βάσει των ισολογισμών η επεξεργασία των οποίων ολοκληρώνεται αυτό το διάστημα, το 2025 ολοκληρώθηκε με ανάπτυξη άνω του 10%, ενώ τα προφώρων κέρδη της μητρικής διαμορφώθηκαν στα €1,8-€1,9 εκατ. από €1,4 εκατ. το 2024.

Όπως σημειώνει ο κ. Σταύρου, το ευχάριστο για τον όμιλο και αυτό που παίζει σημαντικό ρόλο στις οικονομικές επιδόσεις του είναι ότι δραστηριοποιείται σε τρία επίπεδα, ήτοι σε εστίαση, κατασκευές και ιχθυοκαλλιέργειες.

DATA (σε €εκατ.)

Κύκλος Εργασιών

2025*: 24+

2024: 21,6

2023: 19,3

2022: 15,2

*εκτίμηση

ΕΥΝΟΪΚΗ Η ΣΥΓΚΥΡΙΑ ΓΙΑ ΤΙΣ ΙΧΘΥΟΚΑΛΛΙΕΡΓΕΙΕΣ

Ειδικά σε ό,τι αφορά τα ψάρια, η πλάστιγγα εξακολουθεί να γέρνει προς την πλευρά της αποεπένδυσης, δίχως ωστόσο πίεση ή βιασύνη. Κι αυτό γιατί, όπως αφήνει να εννοηθεί ο ίδιος, το momentum που έχει αποκτήσει η εν λόγω αγορά και το ράλι των τιμών, δίνουν τη δυνατότητα για μια διαπραγμάτευση με καλύτερους όρους και, προφανώς, υψηλότερο τίμημα...

Γιάννης Τσατσάκης
yannis@notice.gr

• ΚΕΟ

ΕΠΕΝΔΥΕΙ €50 ΕΚΑΤ. ΓΙΑ ΝΕΟ ΚΕΝΤΡΟ ΔΙΑΝΟΜΗΣ ΚΑΙ ΕΜΦΙΑΛΩΣΗΣ ΣΤΗΝ ΛΕΜΕΣΟ

Στη δημιουργία ενός νέου σύγχρονου Κέντρου Διανομής και Εμφιάλωσης Οινοπνευματωδών Ποτών στην επαρχία Λεμεσού προχωρά η ΚΕΟ. Το έργο, συνολικού προϋπολογισμού περίπου €50 εκατ., βρίσκεται σε αναμονή της ολοκλήρωσης της διαδικασίας αδειοδότησης, η οποία παραμένει σε εκκρεμότητα για περισσότερα από δύο χρόνια.

Οι σχετικές αιτήσεις έχουν ήδη υποβληθεί στις αρμόδιες Αρχές, με την εταιρεία να επισημαίνει ότι οι καθυστερήσεις στην εξέτασή τους έχουν επηρεάσει τον αρχικό σχεδιασμό της επένδυσης, ενώ παράλληλα έχουν αυξήσει το συνολικό κόστος λόγω της σημαντικής ανόδου των κατασκευαστικών δαπανών στην Λεμεσό.

Σύμφωνα με πληροφορίες από τον Επαρχιακό Οργανισμό Αυτοδιοίκησης Λεμεσού, η διαδικασία βρίσκεται πλέον στο τελικό στάδιο, καθώς έχουν εξασφαλιστεί οι θετικές γνωμοδοτήσεις από το Τμήμα Περιβάλλοντος και το Τμήμα Δημοσίων Έργων. Η έκδοση της απαιτούμενης άδειας αναμένεται να ανοίξει

τον δρόμο για την έναρξη των κατασκευαστικών εργασιών.

ΤΙ ΠΡΟΒΛΕΠΕΙ Η ΕΠΕΝΔΥΣΗ

Η επένδυση προβλέπει την ανάπτυξη εγκαταστάσεων συνολικής έκτασης περίπου 44.000 τετραγωνικών μέτρων, οι οποίες θα συγκεντρώσουν σημαντικό μέρος των δραστηριοτήτων παραγωγής, επεξεργασίας, εμφιάλωσης και εφοδιαστικής αλυσίδας της ΚΕΟ. Παράλληλα, σχεδιάζεται η δημιουργία σύγχρονων γραφειακών χώρων και του διοικητικού κέντρου της μονάδας, ενώ επιπλέον έκταση 9.612 τετραγωνικών μέτρων προβλέπεται να παραχωρηθεί για τη δημιουργία δημόσιου χώρου πρασίνου.

Η κατασκευή του έργου αναμένεται να διαρκέσει περίπου 24 μήνες από τη στιγμή που θα εξασφαλιστούν όλες οι απαιτούμενες πολεοδομικές και οικοδομικές άδειες. Το νέο Κέντρο θα λειτουργεί συμπληρωματικά με το οινοποιείο της ΚΕΟ στη Μαλλιά, ενισχύοντας την παραγωγική και εμπορική δυναμικότητα της εταιρείας.



Παρά τη μεγάλη αυτή επένδυση, η ΚΕΟ έχει αποφασίσει να διατηρήσει το ιστορικό της ζυθοποιείο στην παραλιακή περιοχή της Λεμεσού, μεταξύ του παλιού και του νέου λιμανιού. Η συγκεκριμένη μονάδα αποτελεί αναπόσπαστο κομμάτι της ιστορίας της εταιρείας και της πόλης, καθώς εκεί εγκαταστάθηκε η ΚΕΟ το 1939, ενώ το 1951 ξεκίνησε η παραγωγή της εμβληματικής μπίρας ΚΕΟ.

• Debrief •

ΚΕΡΔΑΜΕ ΠΑΤΡΙΩΤΕΣ

Για μία φορά ας ευλογήσουμε τα γένια μας, αφού επιβεβαιωθήκαμε πανηγυρικά μέσα σε λιγότερο από 10 ημέρες. [Στις 22 Ιουλίου δίνουμε θετικό πρόσημο στην Οδύσσεια του Christopher Nolan](#), όχι καλλιτεχνικά, αλλά επειδή αναμέναμε πως θα αποτελέσει την πιο εκτεταμένη διαφήμιση της Ελλάδας από το 2006, χρονιά που προβλήθηκαν οι 300. Και επιβεβαιωθήκαμε.

[Σύμφωνα με τους Times, το "Odyssey effect"](#) πυροδότησε εκρηκτικό ενδιαφέρον στην Βρετανία για εκμάθηση ελληνικών. Οι αναζητήσεις για σχετικά μαθήματα έχουν αυξηθεί κατά 550% και οι πωλήσεις του ομηρικού έπους έχουν εκτοξευθεί, καθώς το κοινό αναζητά μια βαθύτερη σύνδεση με την πολιτιστική κληρονομιά της Ελλάδας.

Στην Γαλλία, οι ώρες ακρόασης για της Οδύσσειας αυξήθηκαν περισσότερο

από 752% στο Spotify στα μέσα Ιουλίου σε σύγκριση με τον προηγούμενο μήνα. Στις ΗΠΑ οι πωλήσεις βιβλίων ενισχύθηκαν 76% από την αρχή του έτους, σύμφωνα με στοιχεία του Circana BookScan.

Λογικά και σε άλλες χώρες, σε όλο τον κόσμο, πάνω κάτω κάτι αντίστοιχο θα συμβαίνει.

Οι ξένοι δεν χορταίνουν Ελλάδα. Θέλουν να μάθουν ελληνικά, ψάχνουν να βρουν τι είναι πια αυτό το ομηρικό έπος, για το οποίο όλοι μιλάνε. Κερδάμε πατριώτες. Ή μάλλον ξεπουλάμε.

Χωρίς καμία δόση υπερβολής, όλα τα παραπάνω ήταν απολύτως αναμενόμενα. Γι' αυτό και ο... κομπασμός για την επιτυχημένη πρόβλεψή μας, είναι... υπερβολικός. Οποιοσδήποτε παρακολουθεί στοιχειωδώς τον διεθνή Τύπο, γνωρίζει ότι η Ελλάδα στα μάτια πολλών ανθρώπων έχει μυθικές διαστάσεις.

Όχι μυθολογικές, μυθικές. Εντάξει, όχι η σύγχρονη από μόνη της, αλλά ως κάποιου είδους συνέχεια της αρχαίας. Επίσης χωρίς καμία δόση υπερβολής, αυτές τις ευκαιρίες τις πιάνεις από τα μαλλιά.

Σε επίπεδο Πολιτείας, επιχειρήσεων, πανεπιστημίων κ.λπ. Χτίζεις πάνω σε αυτές: εμπορικά, μιντιακά, ακαδημαϊκά, τουριστικά, πολιτιστικά κ.λπ. Το λέμε αυτό, γιατί είναι εξαιρετικά πιθανό ο ντόρος για την Οδύσσεια να συνεχιστεί επί μακρόν και να αναζωπυρωθεί πριν και μετά τα Όσκαρ.

Οπότε τέτοια τζάμπα διαφήμιση δεν την αφήνεις ανεκμετάλλευτη. Σαν πολυμήχανος Οδυσσεύς στήνεις τη στρατηγική σου για να πολλαπλασιάσεις, όσο περισσότερο μπορείς, το "Odyssey effect".

Γιάννης Παλιούρης
giannis@notice.gr

• **ΙΟΝΙΚΙ**

ΣΤΗΝ FINE FOOD AUSTRALIA 2026 ΜΕ ΣΤΟΧΟ ΝΕΕΣ ΕΞΑΓΩΓΙΚΕΣ ΣΥΝΕΡΓΑΣΙΕΣ

Στη διεθνή έκθεση Fine Food Australia 2026 θα συμμετάσχει η Ιονική, σε συνεργασία με την Elco Food, στο πλαίσιο της στρατηγικής της για την περαιτέρω ανάπτυξη της εξαγωγικής της δραστηριότητας στις αγορές της Αυστραλίας και της Ωκεανίας.

Η έκθεση θα πραγματοποιηθεί από τις 31 Αυγούστου έως τις 3 Σεπτεμβρίου στο Melbourne Convention & Exhibition Centre της Μελβούρνης και αποτελεί μία από τις σημαντικότερες διοργανώσεις για τους επαγγελματίες των κλάδων της εστίασης, της

φιλοξενίας και του οργανωμένου λιανεμπορίου. Φέτος αναμένεται να συγκεντρώσει περισσότερους από 900 εκθέτες και περίπου 25.000 επαγγελματίες επισκέπτες από όλο τον κόσμο. Στο περίπτερο Q24, η Ιονική θα παρουσιάσει τη σειρά Philosophy, η οποία περιλαμβάνει προϊόντα ελληνικής ζύμης, καθώς και επιλεγμένους κωδικούς από το χαρτοφυλάκιό της. Μεταξύ αυτών περιλαμβάνονται παραδοσιακές πίτες, mini rolls, twists, κουλούρι Θεσσαλονίκης, mini croissants και προψημένα προϊόντα.



Business Maker

ΣΤΟΝ ΠΑΓΟ ΟΙ ΠΩΛΗΣΕΙΣ ΕΖΑ ΚΑΙ ΜΙΝΕΡΒΑ

Οι κινήσεις για την πώληση της ΕΖΑ και της Μινέρβα έχουν παγώσει, σύμφωνα με καλά πληροφορημένες πηγές. Ειδικά στην περίπτωση της ζυθοποιίας, το φλερτ με τον ισραηλινό ενδιαφερόμενο δεν έφθασε τελικά σε συμφωνία, παρά την αίσθηση που υπήρχε ότι οι συζητήσεις προχωρούσαν. Στο τραπέζι είχε βρεθεί η Blue Capital, ο επενδυτικός βραχίονας της οικογένειας Shamshoum, η οποία δραστηριοποιείται στην παραγωγή και διανομή ποτών στο Ισραήλ. Οι συνομιλίες είχαν επικεντρωθεί στις λεπτομέρειες του due diligence και στους τελικούς όρους, όμως το κλείσιμο παρέμεινε μακριά. Πλέον, οι ίδιες πηγές μεταφέρουν ότι η διαδικασία έχει σταματήσει. Η εξέλιξη δεν σημαίνει ότι το πωλητήριο αποσύρεται.

Η Deca Investments εξακολουθεί να εξετάζει την έξοδο της από την ΕΖΑ, θεωρώντας ότι ο επενδυτικός κύκλος έχει ολοκληρωθεί. Βασικός μέτοχος είναι το fund Diorama I, στο οποίο συμμετέχει ο Δημήτρης Δασκαλόπουλος και το οποίο διαχειρίζεται η Deca. Στο προηγούμενο διάστημα είχαν εμφανιστεί δύο βασικοί υποψήφιοι, χωρίς ωστόσο να υπάρξει αποτέλεσμα. Η ΕΖΑ διαθέτει αξιόλογο χαρτοφυλάκιο προϊόντων, αλλά κουβαλά υψηλές υποχρεώσεις, στοιχείο που βαραίνει κάθε διαπραγμάτευση. Την ίδια ώρα, τα δύο brands που απέκτησε τελευταία έχουν ισχυρή απήχηση: η Ρεθυμνιώτικη Μικροζυθοποιία με το Creta Kings και η Πειραιϊκή Μικροζυθοποιία προσθέτουν τοπική ταυτότητα και νέες δυνατότητες στο χαρτοφυ-

λάκιο. Η Deca, όπως μαθαίνουμε, θα συνεχίσει να στηρίζει την εταιρεία έως ότου βρεθεί αγοραστής. Αυτό δίνει χρόνο στην ΕΖΑ, αλλά δεν λύνει τον γρίφο της επόμενης ημέρας. Το ζητούμενο παραμένει ένας επενδυτής που θα αποτιμήσει σωστά τα εμπορικά της πλεονεκτήματα και ταυτόχρονα θα αναλάβει το βάρος του χρέους. Για την Μινέρβα, οι διαδικασίες επίσης έχουν ανασταλεί, χωρίς προς το παρόν να διαφαίνεται άμεση επανεκκίνηση. Καλά πληροφορημένες πηγές αποφεύγουν να προσδιορίσουν πότε θα μπορούσε να ανοίξει ξανά η διαδικασία. Εκτιμούν, πάντως, ότι η στήριξη της Deca απομακρύνει την πίεση για μια βιαστική συμφωνία και επιτρέπει αναζήτηση καλύτερων όρων σε βάθος χρόνου, χωρίς εκπτώσεις.

ΓΙΑΤΙ Ο ΦΠΑ ΔΕΝ... ΚΑΤΕΒΑΙΝΕΙ ΣΤΟ ΠΙΑΤΟ

Αν στο οργανωμένο λιανεμπόριο οι μειώσεις του ΦΠΑ έχουν αρκετές πιθανότητες να φτάσουν στον καταναλωτή, στην εστίαση τα πράγματα αλλάζουν εντελώς. Μελέτη καταγράφει ένα μοτίβο, που επαναλαμβάνεται σχεδόν σε όλες τις ευρωπαϊκές οικονομίες. Οι μειώσεις του ΦΠΑ μεταφέρονται στις τελικές τιμές, μόνο σε περιορισμένο βαθμό. Αντίθετα, όταν ο φόρος αυξάνεται, η μετακύλιση γίνεται πολύ πιο γρήγορα και πολύ πιο ολοκληρωμένα.

Η Γαλλία αποτελεί χαρακτηριστικό παράδειγμα. Η μεγάλη μείωση του ΦΠΑ στην εστίαση το 2009 συνοδεύτηκε από μικρές και άνισες μειώσεις τιμών.

Στην Φινλανδία, οι καταναλωτές είδαν μόλις περίπου το 1/4 της φορολογικής ελάφρυνσης να περνάει στους καταλόγους. Στην Γερμανία, αντίθετα, όταν ο μειωμένος συντελεστής καταργήθηκε και ο ΦΠΑ αυξήθηκε εκ νέου, οι επιχειρήσεις πέρασαν σταδιακά το μεγαλύτερο μέρος της επιβάρυνσης στους πελάτες τους. Οι εξηγήσεις δεν είναι δύσκολο να βρεθούν. Η εστίαση δεν πουλά μόνο ένα προϊόν, αλλά μια συνολική εμπειρία, με πολύ μεγαλύτερο κόστος εργασίας, ενοικίων και λειτουργίας. Οι επιχειρηματίες χρησιμοποιούν συχνά μια μείωση φόρου για να απορροφήσουν προηγούμενες αυξήσεις κόστους, αντί να αλλάξουν

άμεσα τις τιμές. Όταν, όμως, το κόστος ανεβαίνει μέσω υψηλότερου ΦΠΑ, οι ανατιμήσεις θεωρούνται σχεδόν αναπόφευκτες. Δεν είναι τυχαίο ότι η διεθνής εμπειρία αντιμετωπίζεται πλέον με μεγαλύτερη προσοχή και από τους ίδιους τους φορείς της αγοράς. Το συμπέρασμα, που βγαίνει, είναι μάλλον ξεκάθαρο. Η συζήτηση για τον ΦΠΑ στην εστίαση δεν μπορεί να γίνεται με την ίδια λογική, που γίνεται για τα super market.

Πρόκειται για δύο εντελώς διαφορετικές αγορές, με διαφορετική δομή, διαφορετικό κόστος και τελικά διαφορετική συμπεριφορά στις τιμές.

Business Insight

Ο... ΝΩΧΕΛΙΚΟΣ (ΕΠΕΝΔΥΤΙΚΑ/ΧΡΗΜΑΤΙΣΤΗΡΙΑΚΑ) ΑΥΓΟΥΣΤΟΣ ΚΑΙ ΤΑ ALERT ΤΟΥ ΦΘΙΝΟΠΩΡΟΥ

Με θετικό ταμείο το κλείσιμο Ιουλίου σή-μερα για τους επενδυτές στα περισσότερα ευρωπαϊκά χρηματιστήρια, με +3,91% για τον Γενικό Δείκτη, με +7,44% για τον Τραπεζικό και με +4,55% για τον FTSE25. Μήνας που παραδοσιακά χαρακτηρίζεται από υποτονικό ενδιαφέρον, απουσία σημαντικών επιχειρηματικών εξελίξεων, μήνας που τα μέλη των κεντρικών τραπεζών (Fed, ECB, BoE, e.t.c) δεν συνεδριάζουν. Ωστόσο, ο φετινός Αύγουστος ενδέχεται να είναι διαφορετικός, συνεκτιμώντας πως η ECB συνεδριάζει στις 9-10 Σεπτεμβρίου και η Fed στις 15-16 του ιδίου. Η υπερψήφιση της πρότασης για μη αύξηση των αμερικανικών επιτοκίων- παρέμειναν σταθερά στο 3,5%-3,75%- με τρία μέλη να εισηγούνται άμεση αύξηση κατά 25 μονάδες βάσης, εγγράφηκε στην συλλογιστική των traders, που ενεργούν με προοπτική προς τις αρχές Νοεμβρίου (σ.σ. στις 3 του μηνός, οι ενδιάμεσες στις ΗΠΑ).

Τί έχει γίνει το τελευταίο δεκαήμερο του Ιουλίου που δεν επιτρέπει στους επενδυτές να εφησυχάσουν τον Αύγουστο. Ξεκινώντας από τις 27 Ιουλίου, ημέρα παρουσίασης του ανοικτού LLM μοντέλου Kimi K3, που ήρθε να θυμίσει καταστάσεις DeepSeek. Η κινεζική εταιρεία πληροφορικής και δημιουργίας εργαλείων AI, MoonShot, προχώρησε σε επίδειξη του νέου προϊόντος της, επιβεβαιώνοντας εκτιμήσεις αναλυτών πως ένα εργαστή-

ριο της χώρας μπορεί να φτάσει κοντά στο όριο ανάπτυξης των πλέον ακριβών και υπερ-ανεπτυγμένων σύγχρονων μοντέλων LLM, με ελάχιστο κόστος, και μάλιστα με συνθήκες κανονικής ελεύθερης χρήσης του ακόμα και τροποποίησης ή ανάπτυξης του σε παγκόσμια κλίμακα. Τί σημαίνει αυτό πρακτικά; Πως το Πεκίνο έρχεται να καταδείξει ότι τα δισ. δανεισμού, μόχλευσης κ.λ.π., συνθετικών εργαλείων που χρησιμοποιούνται από κολοσσούς της Wall Street είναι και υπερ-κοστολογημένα και εξαιρετικά ευάλωτα σε αναταράξεις στην αγορά χρέους.

[Στο χθεσινό insight μας](#) αναφερόμασταν στα διαδοχικά υψηλά του ICE Gasoil το κυρίαρχο διεθνές συμβόλαιο μελλοντικής εκπλήρωσης για το πετρέλαιο θέρμανσης και το ντίτζελ (gasoil) με χαμηλή περιεκτικότητα σε θείο, το οποίο διαπραγματεύεται στο χρηματιστήριο ICE Futures Europe. Προεξόφληση τιμών πετρελαίου και παράγωγων, όπως λ.χ. για το Low Sulphur Gasoil.

Όμως δεν είναι τα μόνα σημεία αναφοράς που απαιτούν εγρήγορση και τον Αύγουστο, καθώς η συστημική διόρθωση σε Νέα Υόρκη, Σεούλ, και αλλού εξελίσσεται σχεδόν αθόρυβα τον Ιούλιο. Ειδικότερα, σε έναν μήνα το iShares Semiconductor ETF ([το καλάθι σημείο αναφοράς για τους ομίλους ημιαγωγών](#)) υποχωρεί περισσότερο από 25% (στις 491,46 μο-

νάδες στην συνεδρίαση της Τρίτης). Μέχρι τώρα η... εξαέρωση ομίλων του κλάδου αντισταθμίζεται από εισροές σε άλλους όπως ο "αμυντικός", ο "πετρελαιοϊκός", "παλιάς οικονομίας" κ.α. Ωστόσο, οι πιο παρατηρητικοί παρακολουθούν τον κλάδο, το... ξεφούσκωμα του, που ακόμη δεν έχει προσλάβει συστημικό χαρακτήρα. Προφανώς το γνωρίζουν Trump, Bessent, Warsh κ.λ.π., όπως και την καθοριστική σημασία μιας Wall Street σε σχετική ηρεμία.

Το ανησυχητικό είναι πως κλάδοι όπως των "ημιαγωγών" μοχλεύθηκαν με δανεικό χρήμα, αγορές ιδίων, χρήση συνθετικών εργαλείων σε βαθμό πολλαπλάσιο από την περίοδο της στεγαστικής πίστης (2007-2008). Θηριώδη τα (εικονικά) κεφάλαια που επενδύθηκαν προκειμένου να υποστηριχθούν οι θηριώδεις αποτιμήσεις. Ενδεικτικά, ο [Direxion Daily Semiconductor Bull 3X ETF](#) σήμερα είναι \$136,81, με μεταβολή -13,14% τις τελευταίες 24 ώρες και 1,50% την προηγούμενη εβδομάδα. Τι είναι ο SOXL; Ένα μοχλευμένο ETF που προσφέρει αποδόσεις X3 από την ημερήσια μεταβολή του SOXX. Και καλά όταν ανεβαίνει, όπως μέχρι τα μέσα Ιουνίου, τι γίνεται όμως όταν καταρρέει. Επειδή η στήλη δεν έχει σκοπό να... φοβίσει, αλλά να αναδείξει σημεία αναφοράς που χρήζουν αυξημένης προσοχής, άμα την επιστροφή των αδειούχων, το σταματώ εδώ.

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:

BnBeauty

Γίνε
συνδρομητής
εδώ



SECRETCRECIPE

Η... ιδιόκτητη κάθοδος στην Αττική

Μέχρι σήμερα, η συγκεκριμένη επιχείρηση λειτουργούσε με τρίτους για το όλο σύστημα αποθήκευσης και διανομής των προϊόντων της στην Αττική. Όχι ότι αυτό δεν είχε φέρει αποτέλεσμα. Το αντίθετο. Όμως, οι νέοι συντάκταιροι έχουν διαφορετική άποψη. Πιστεύουν περισσότερο στη ύπαρξη ιδιόκτητων δομών και υποδομών. Γι' αυτό και, όπως πληροφορείται το FNB Daily, τα στελέχη της εταιρείας έχουν αρχίσει και ψάχνουν για αγορά χώρων, μέσω των οποίων θα τρέχουν το business. Το αν αυτό θα βγει σε καλό, μένει να αποδειχτεί...

SÒ POSH!

the trendletter

ΕΠΕΙΔΗ...
BUSINESS IS BUSINESS,
PLEASURE IS PLEASURE!

**Κάθε Σάββατο
στις 9.30**

ΤΟ ΕΒΔΟΜΑΔΙΑΙΟ NEWSLETTER

ΓΙΝΕ ΣΥΝΔΡΟΜΗΤΗΣ ΕΔΩ

Editorial

ΚΟΣΤΟΛΟΓΗΣΤΕ ΤΑ, ΕΠΙΤΕΛΟΥΣ !

Συνέβη κι αυτό !

Το Ελληνικό Δημοσιονομικό Συμβούλιο ανακοίνωσε ότι, από την 1η Νοεμβρίου φέτος, κάθε πολιτικό κόμμα θα μπορεί να υποβάλλει έως δέκα προτάσεις μέτρων για κοστολόγηση, το αργότερο 120 ημέρες πριν από την προβλεπόμενη ημερομηνία των εκλογών.

“Για πρώτη φορά στη χώρα μας θεσμοθετείται η κοστολόγηση προτάσεων πολιτικών κομμάτων από Ανεξάρτητη Αρχή”, δήλωσε η πρόεδρος του Συμβουλίου, Αναστασία Μισούλη.

Πρώτη φορά.

Το σημειώνουμε στο ημερολόγιο, δίπλα στις άλλες πρωτιές, που αργήσαμε μερικές δεκαετίες να πετύχουμε. Γιατί, ας μην κρυβόμαστε: Η χώρα, που εφνύρε το “λεφτά υπάρχουν” ως δημοσιονομικό δόγμα και το πλήρωσε με τρία μνημόνια - αφού οι βάσεις είχαν μπει στη δεκαετία του 80 με το “Τσοβόλα, δώσα όλα !” -, ανακαλύπτει το 2026 κάτι, που το Βέλγιο, η Ολλανδία, ο Καναδάς και η Βρετανία θεωρούν εδώ και χρόνια αυτονόητο: Ότι οι προεκλογικές υποσχέσεις έχουν τιμή, και ότι κάποιος τρίτος — όχι ο ίδιος ο πωλητής — οφείλει να τη γράφει στην ετικέτα. Το ΕΔΣ θα συνεργάζεται με ΑΑΔΕ, Γενικό Λογιστήριο, e-ΕΦΚΑ και ΕΛ-ΣΤΑΤ, ώστε οι εκτιμήσεις να πατούν σε πραγματικά στοιχεία και όχι στη γνωστή μεθοδολογία, “θα τα βρούμε από τη φοροδιαφυγή”.

Υπάρχει, βεβαίως, μία λεπτομέρεια: Ο έλεγχος είναι προαιρετικός, όχι υποχρεωτικός. Δηλαδή, το κόμμα, που έχει κάνει τους λογαριασμούς του, θα σπεύσει να πιστοποι-

ηθεί, ενώ το κόμμα, που υπόσχεται τον ουρανό με τ' άστρα, θα δηλώσει κώλυμα.

Η μη προσέλευση, όμως, θα είναι κι αυτή μια απάντηση — και μάλιστα η πιο εύλογη: Όποιος αρνείται να ζυγιστεί, μας λέει πόσο ζυγίζει.

Το timing δεν είναι τυχαίο.

Ο γερμανικός οικονομικός Τύπος γράφει ήδη ότι ο επιχειρηματικός κόσμος στην Ελλάδα βλέπει τους επόμενους μήνες με αυξανόμενη νευρική κατάσταση και θεωρεί την πολιτική αβεβαιότητα ενόψει εκλογών ως τον μεγαλύτερο κίνδυνο.

Κι ενώ το Χρηματιστήριο Αθηνών γράφει υψηλά 17ετίας, όλοι γνωρίζουν πόσο γρήγορα εξατμίζεται μια καλή συγκυρία, όταν αρχίσει ο πλειστηριασμός των παροχών.

Το είδαμε, το ζήσαμε, το πληρώσαμε — με τόκο.

Θα λύσει το ΕΔΣ τον ελληνικό λαϊκισμό;

Ας μην υπερβάλλουμε.

Ολαϊκισμός επιβίωσε από χειρότερα. Αλλά ένα ανεξάρτητο κοστολόγιο δίπλα σε κάθε εξαγγελία είναι ό,τι πλησιέστερο σε αντίδοτο διαθέτει μια δημοκρατία: Μετατρέπει τη συζήτηση από το “ποιος υπόσχεται περισσότερα”, στο “ποιος μπορεί να τα πληρώσει”.

Από τον Νοέμβριο, τα κόμματα έχουν την ευκαιρία να μας δείξουν αν θέλουν ψηφοφόρους ή πελάτες. Κοστολογήστε τα, επιτέλους. Και όποιος δεν προσέλθει, ας μας πει τουλάχιστον γιατί. Τόσο απλά.

Νεκτάριος Β. Νώτης
nectarios@notice.gr