

13.06

WORLD GIN DAY



VIKOS[®]
PREMIUM MIXERS

ZER*PHENO
MENON

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 12 ΙΟΥΝΙΟΥ 2026
ΤΕΥΧΟΣ 2344

Editorial

Καταναλωτικός
αναφαβητισμός

Debrief

Μπορεί η Ελλάδα να
φιλοξενήσει πυρηνικά
εργοστάσια;

Business Maker

- Coca-Cola HBC:
Το στοίχημα του \$1,3 δισ.
στην Αίγυπτο
- Anramar: Ο Καναδός
τοποτηρητής και τα δάνεια
που... μένουν

SecretRecipe

Τουρισμός εξαιρετικά
υψηλής... ενέργειας

Business Insight

ΕΚΤ: Πάει και για δεύτερη
αύξηση επιτοκίων -
Σπεύδουν να αντλήσουν
χρήμα δημόσιο και εταιρείες



• SHM HELLAS

Θετικό το πεντάμηνο
για τη θυγατρική της Lactalis
- Ανησυχία για τις ζωνοσούς



• AGROINVEST

Διψήφια ανάπτυξη για τρίτη χρονιά
σερί και έκρηξη κερδών
- To deal με την Saipol



• DE SANGOSSE HELLAS

Στόχος για minimum ανάπτυξη
25% ετησίως - Προ των πυλών
βιοπροστατευτικά και biocontrols



• ΗΠΑ

Τα φάρμακα GLP-1 αλλάζουν
τη στρατηγική των super markets



3rd Annual Real Estate Conference

Αγορά σε Μετάβαση: Επένδυση, Στέγαση και η Πόλη του Αύριο

INTERCONTINENTAL ATHENAEUM ATHENS

ΥΠΟ ΤΗΝ ΑΙΓΙΔΑ



ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΔΗΜΟΚΡΑΤΙΑ
Υπουργείο Εθνικής Οικονομίας
και Οικονομικών



ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΔΗΜΟΚΡΑΤΙΑ
Υπουργείο Κοινωνικής Συνοχής
και Οικογένειας



ΔΗΜΟΣ ΑΘΗΝΑΙΩΝ

TRITH
16 Ιουνίου
2026

POWERED BY
NOTICE
CONCEPT & DESIGN

• **AGROINVEST**

ΔΙΨΗΦΙΑ ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΓΙΑ ΤΡΙΤΗ ΧΡΟΝΙΑ ΣΕΡΙ ΚΑΙ ΕΚΡΗΞΗ ΚΕΡΔΩΝ - ΤΟ DEAL ΜΕ ΤΗΝ SAIROL

Με διψήφιους ρυθμούς ανάπτυξης κινήθηκε για τρίτη συνεχόμενη χρονιά η Agroinvest, καθώς οι πωλήσεις της εταιρείας άγγιξαν τα €287 εκατ. το 2025, με την καθαρή κερδοφορία να ενισχύεται σε ποσοστό 45%, στα €31,2 εκατ., χάρη στο biodiesel, το οποίο κατέχει μεγάλο ποσοστό επί του συνολικού κύκλου εργασιών της εταιρείας. Μάλιστα, το γεγονός ότι το biodiesel πωλείται κυρίως προς διυλιστήρια, μηδενίζει τις επισφάλειες της εταιρείας.



Jean-Philippe Penet, Trading & Commercial Director, Sairol) - Γιάννης Βογιατζής, πρόεδρος & CEO, Agroinvest

DATA (σε €χιλ.)

Πωλήσεις	Κέρδη προ Φόρων
2025: 286.758	2025: 40.722
2024: 229.882	2024: 28.283
2023: 157.348	2023: 25.536
2022: 141.983	2022: 20.451
2021: 143.522	2021: 18.648
Μικτό Κέρδος	Καθαρά Κέρδη
2025: 52.762	2025: 31.194
2024: 39.199	2024: 21.534
2023: 32.688	2023: 20.729
2022: 28.091	2022: 15.913
2021: 32.171	2021: 12.864



χρησιμοποιεί η εταιρεία, προέρχεται από περίπου 7.000 Έλληνες αγρότες μέσω Συμβολαϊκής Γεωργίας.

ΕΓΚΑΤΑΣΤΑΣΕΙΣ

Η εταιρεία έχει την έδρα της στην Ηλιούπολη, όπου στεγάζονται η διοίκηση, οι οικονομικές και εμπορικές υπηρεσίες της.

Στο Αχλάδι Φθιώτιδας λειτουργεί το βιομηχανικό συγκρότημα της εταιρείας, στο Πλατύ Ημαθίας διενεργούνται πωλήσεις ζωοτροφών, ενώ διαθέτει συσκευαστήριο στο Κρανίδι Ερμιονίδος, στη θέση Αρτίκι. Η εταιρεία έχει γραφεία στην Θεσσαλονίκη, από τα οποία διενεργούνται προμήθειες από το εξωτερικό και συντονίζεται η εξαγωγική της δραστηριότητα.

Επίσης, η Agroinvest έχει υποκαταστήματα σε

- Κρανίδι Ερμιονίδος (Θυνί)
 - Αίγινα (Νησίδα Άγιος Ιωάννης και Νήσος Δέλτα Διαποριών Νήσων)
 - Σαλαμίνα (εξωτερικά του όρμου Βαθύ)
 - Σοφικό Κορινθίας (Στείρι)
- καθώς λειτουργούν πλωτές μονάδες πάχυνσης ψαριών.

Η ΔΥΝΑΜΙΚΟΤΗΤΑ ΤΩΝ ΜΟΝΑΔΩΝ ΙΧΘΥΟΚΑΛΛΙΕΡΓΕΙΑΣ ΣΤΗΝ ΑΙΓΙΝΑ

Σημειώνεται ότι στα τέλη 2025 του εγκρίθηκε η εκμίσθωση θαλάσσιας έκτασης 10 στρεμμάτων για την ίδρυση πλωτής μονάδας ιχθυοκαλλιέργειας (από διάσπαση υφιστάμενης), στη θέση "Ανατολικά Νήσου Αγίου Θωμά", στην Αίγινα και η ίδρυση μονάδας ιχθυοκαλλιέργειας ετήσιας δυναμικότητας 137,5 τόνων, σε πλω-

τές εγκαταστάσεις, στην Agroinvest. Η διάρκεια της μίσθωσης ορίζεται από την ημερομηνία υπογραφής της σύμβασης μίσθωσης μέχρι 14/10/2044 και το ετήσιο μίσθωμα, που δικαιούται το Ελληνικό Δημόσιο, βεβαιώνεται και εισπράττεται από τον Δήμο Αίγινας ορίστηκε σε €150 ανά στρέμμα. Σε περίπτωση χωροθέτησης ΠΟΑΥ, το μίσθωμα αυξάνεται κατά 20%.

Οι δύο μονάδες μετά τη διάσπαση θα καταλαμβάνουν θαλάσσια έκταση 10 στρεμμάτων η καθεμία και η ετήσια δυναμικότητα θα ανέρχεται σε 150 τόνους στην αρχική θέση (νήσος Δέλτα) και 137,5 τόνους στη νέα θέση (Ανατολικά Νήσου Αγίου Θωμά).

ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΗ ΣΥΝΕΡΓΑΣΙΑ

Τον Ιούλιο του 2025 η Agroinvest ενίσχυσε τη στρατηγική της συνεργασία με την Sairol, θυγατρική της Anril, με στόχο να παρέχουν λύσεις στην αυξανόμενη ζήτηση για άλευρα πλούσια σε πρωτεΐνες και φυτικό έλαιο χαμηλών εκπομπών άνθρακα στις αγορές της Μεσογείου και της Ευρώπης γενικότερα. Η συνεργασία αυτή βασίζεται στα βασικά πλεονεκτήματα και των δύο εταιρειών: τη διεθνή έκθεση της Sairol στις αγορές παραγωγής και εμπορίας, καθώς και τη βιομηχανική τεχνογνωσία, την ευελιξία και τη στρατηγική θέση της Agroinvest στην Μεσόγειο.

Σημειώνεται ότι η γαλλική Sairol είναι κορυφαία ευρωπαϊκή εταιρεία στην επεξεργασία ελαιούχων σπόρων (ελαιοκράμβη, πλιάνθος και καλλιέργειες κάλυψης), αναπτύσσοντας λύσεις υψηλής αξίας που βασίζονται σε βρώσιμα φυτικά έλαια, πλούσια σε πρωτεΐνες γεύματα και ανανεώσιμες πηγές ενέργειας χαμηλών εκπομπών άνθρακα.

Η Sairol απασχολεί πάνω από 650 άτομα στην Γαλλία και λειτουργεί 5 βιομηχανικές μονάδες.

Μάκης Αποστόλου
makis@notice.gr

ΣΤΟ RRF ΕΠΕΝΔΥΣΗ €10 ΕΚΑΤ.

Στο επενδυτικό κομμάτι, επένδυση της εταιρείας, της τάξης των €10 εκατ. περίπου (€9,866 εκατ.), εντάχθηκε στη δράση "Οικονομικός Μετασχηματισμός του Αγροτικού Τομέα του Ταμείου Ανάκαμψης και Ανθεκτικότητας" που χρηματοδοτείται από την ΕΕ. Αφορά την επέκταση της μονάδας εξευγενισμού ελαίων ως προς τα ραφινάρισμα βρώσιμα σπορέλαια, η οποία βρίσκεται στην Στυλίδα. Η δημόσια δαπάνη ανέρχεται σε περίπου €3 εκατ.

ΠΡΟΦΙΛ

Η Agroinvest είναι μια από τις μεγαλύτερες βιομηχανίες επεξεργασίας αγροτικών προϊόντων και δραστηριοποιείται στην επεξεργασία ελαιούχων σπόρων. Η βιομηχανική παραγωγή είναι καθετοποιημένη και τα τελικά παραγόμενα προϊόντα είναι σπορέλαια, biodiesel, πρωτεϊνούχα άλευρα και ιχθυοτροφές. Η εταιρεία δραστηριοποιείται στην ιχθυοκαλλιέργεια μεσογειακών ιχθύων λειτουργώντας πλωτές μονάδες στην Νότια Ελλάδα.

Οι πρώτες ύλες που χρησιμοποιεί η εταιρεία είναι ελαιούχοι σπόροι όπως ηλιόσπορος, κραιβόσπορος, σογιόσπορος, οι οποίοι είναι πιστοποιημένοι κατά σύστημα Αειφορίας. Σημαντικό κομμάτι των ελαιούχων σπόρων που

• ΣΕΒ

Η ΠΡΩΤΗ ΣΥΛΛΟΓΙΚΗ ΣΥΜΒΑΣΗ ΓΙΑ ΤΟΥΣ ΤΕΧΝΟΛΟΓΟΥΣ ΤΡΟΦΙΜΩΝ, ΠΟΤΩΝ & ΔΙΑΤΡΟΦΗΣ ΜΕΤΑ ΑΠΟ 15 ΧΡΟΝΙΑ

Συλλογική Σύμβαση Εργασίας για τους τεχνολόγους τροφίμων, ποτών και διατροφής υπέγραψαν χθες ο ΣΕΒ και η Πανελλήνια Ένωση Τεχνολόγων Επιστημόνων Τροφίμων.

Πρόκειται για την πρώτη συλλογική σύμβαση εργασίας που υπογράφεται για τους τεχνολόγους και επιστήμονες τροφίμων, ποτών και διατροφής έπειτα από δεκαπέντε χρόνια.

Η συμφωνία εντάσσεται στο πλαίσιο της νέας περιόδου συνεργασίας μεταξύ εργοδοτών και εργαζομένων, όπως αυτή διαμορφώνεται μέσω της Εθνικής Κοινωνικής Συμφωνίας.

ΤΙ ΠΡΟΒΛΕΠΕΙ Η ΣΥΜΒΑΣΗ

Η σύμβαση προβλέπει σωρευτική αύξηση αποδοχών ύψους 7,2% για την περίοδο από τον Ιούνιο του 2026 έως τον Μάιο του 2029. Παράλληλα, θεσπίζεται επίδομα 7% για τους προϊσταμένους τμημάτων, ενώ προβλέπεται και επίδομα τέκνου ύψους €50 για κάθε παιδί έως την ενηλικίωσή του.

Στις επιχειρήσεις που καλύπτονται από τη συλλογική σύμβαση απασχολούνται περισσότεροι από 2.500 τεχνολόγοι και επιστήμονες τροφίμων, ποτών και διατροφής, απόφοιτοι τριτοβάθμιας τεχνολογικής και πανεπιστημιακής εκπαίδευσης. Οι εργαζόμενοι του κλάδου συμβάλλουν στη διασφάλιση της ποιότητας και της ανταγωνιστικότητας των ελληνικών προϊόντων.



Σπύρος Θεοδωρόπουλος, Πρόεδρος, ΣΕΒ

λωση της ποιότητας και της ανταγωνιστικότητας των ελληνικών προϊόντων.

ΣΗΜΑΝΤΙΚΟ ΤΟ ΑΠΟΤΥΠΩΜΑ ΣΤΟΝ F&B ΚΛΑΔΟ

Ο Πρόεδρος του ΔΣ του ΣΕΒ, Σπύρος Θεοδωρόπουλος, δήλωσε: "Η υπογραφή της πρώτης συλλογικής σύμβασης εργασίας για τους τεχνολόγους και επιστήμονες τροφίμων, ποτών και διατροφής μετά από δεκαπέντε χρόνια αποτελεί μια ιδιαίτερα θετι-

κή εξέλιξη για ένα επάγγελμα με σημαντικό αποτύπωμα στον κλάδο της βιομηχανίας τροφίμων και ποτών και, κατ' επέκταση, με σημαντική συμβολή στην ελληνική οικονομία και στην ποιότητα των παραγόμενων προϊόντων. Η ενίσχυση της παραγωγικότητας, η ανάπτυξη των επιχειρήσεων και η βελτίωση των αποδοχών των εργαζομένων είναι στόχοι αλληλένδετοι, που μπορούν να υπηρετηθούν αποτελεσματικά μέσα από συναινετικές και βιώσιμες συμφωνίες."

• ΧΗΤΟΣ

Η GREEN ΠΑΡΟΥΣΙΑΖΕΙ ΝΕΑ ΚΑΜΠΑΝΙΑ ΓΙΑ ΤΑ MOCKTAILS ΚΑΙ ΛΑΝΣΑΡΕΙ ΤΟ PALOMA FIZZ

Η Green παρουσίασε τη νέα επικοινωνιακή καμπάνια για τη σειρά Green Mocktails, η οποία εστιάζει στη διευρυνόμενη ζήτηση για εναλλακτικές επιλογές χωρίς αλκοόλ, σε μια περίοδο όπου η υπεύθυνη κατανάλωση αποκτά αυξανόμενη σημασία. Η σειρά Green Mocktails τοποθετείται ως πρόταση που προσφέρει την εμπειρία ενός cocktail σε μορφή αναψυκτικού, χωρίς αλκοόλ και χωρίς θερμίδες.

Η ΚΑΜΠΑΝΙΑ

Η καμπάνια αξιοποιεί μηνύματα όπως "MOCK THE K.O.K." και "GAME OVER ΣΤΟ HANGOVER", απευθυνόμενη σε καταναλωτές που επιθυμούν να απολαμβάνουν τη γεύση και την εμπειρία ενός cocktail χωρίς τα



χαρακτηριστικά που συνδέονται με το αλκοόλ. Όπως επισημαίνεται, η εμπειρία ενός cocktail μπορεί να προσφέρεται χωρίς αλκοόλ, ζάχαρη ή θερμίδες.

Παράλληλα, η εταιρεία ανακοίνωσε την προσθήκη του νέου Green Mocktail Paloma Fizz στη σειρά προϊόντων της. Σύμφωνα με την

εταιρεία, το λανσάρισμά του αποτελεί ακόμη ένα βήμα καινοτομίας για τη μάρκα Green, η οποία εισάγει για πρώτη φορά τη γεύση Paloma στην ελληνική αγορά των mocktails.

ΟΙ 6 ΓΕΥΣΕΙΣ

Με την προσθήκη του Paloma Fizz, η σειρά Green Mocktails περιλαμβάνει πλέον έξι γεύσεις:

- Bitter Orange Spritz
- Mojito
- Paloma Fizz
- Pink Grapefruit
- Passion Fruit
- Ρόδι Ginger Lime

Η σειρά προσφέρει επιλογές για διαφορετικές περιστάσεις κατανάλωσης, διατηρώντας ως βασικά χαρακτηριστικά την απουσία αλκοόλ και θερμίδων.

• SHM HELLAS

ΘΕΤΙΚΟ ΤΟ ΠΕΝΤΑΜΗΝΟ ΓΙΑ ΤΗ ΘΥΓΑΤΡΙΚΗ ΤΗΣ LACTALIS - ΑΝΗΣΥΧΙΑ ΓΙΑ ΤΙΣ ΖΩΝΟΣΟΥΣ

Θετικά κινήθηκε η SHM Hellas στο πεντάμηνο, σε ένα περιβάλλον που εξακολουθεί να χαρακτηρίζεται από σημαντικές προκλήσεις στην αγορά γάλακτος. Σύμφωνα με πηγές κοντά στην εταιρεία, η ζήτηση για γαλακτοκομικά προϊόντα παραμένει ισχυρή, ωστόσο η περιορισμένη διαθεσιμότητα πρώτης ύλης εξακολουθεί να λειτουργεί ως βασικός ανασταλτικός παράγοντας για την περαιτέρω ανάπτυξη της αγοράς.

Όπως επισημαίνεται, εάν ο κλάδος δεν είχε βρεθεί αντιμέτωπος με τις συνέπειες των ζωνοσών που επηρέασαν την ελληνική κτηνοτροφία, οι επιδόσεις της αγοράς και οι πωλήσεις συγκεκριμένα της εταιρείας θα κινούνταν σε σαφώς υψηλότερα επίπεδα. Η ζήτηση εξακολουθεί να υπερβαίνει την προσφορά, γεγονός που δημιουργεί συνθήκες πίεσης σε ολόκληρη την αλυσίδα παραγωγής και διάθεσης γάλακτος.



DATA (σε €χιλ.)

Κύκλος εργασιών (καθαρός)

2025: 64.819

2024: 65.280

Μεταβολή: (0,71%)

Μικτό αποτέλεσμα

2025: 4.357

2024: 5.258

Μεταβολή: (17,13%)

Κέρδη προ φόρων

2025: 2.171

2024: 3.134

Μεταβολή: (30,71%)

Καθαρά κέρδη

2025: 1.637

2024: 2.389

Μεταβολή: (31,44%)

ΑΠΟΚΑΤΑΣΤΑΣΗ ΖΩΙΚΟΥ ΚΕΦΑΛΑΙΟΥ

Κεντρικό ζήτημα για τον κλάδο παραμένει η αποκατάσταση του ζωικού κεφαλαίου μετά τις απώλειες που προκάλεσε η ευλογία των αιγοπροβάτων. Η ασθένεια εμφανίζει πλέον σημάδια ύφεσης, ωστόσο οι επιπτώσεις στην παραγωγή θα συνεχίσουν να γίνονται αισθητές για μεγάλο χρονικό διάστημα.

Παρότι από τον Οκτώβριο αναμένεται η σταδιακή είσοδος νέων ζώων στις εκτροφές, η διαδικασία αποκατάστασης της παραγωγικής βάσης δεν θεωρείται εύκολη. Σημαντικός αριθμός ζώων έχει θανατωθεί στο πλαίσιο

των μέτρων περιορισμού της νόσου, γεγονός που έχει δημιουργήσει κενό στην εγχώρια παραγωγή γάλακτος.

Ακόμα μέρος των αναγκών της ελληνικής αγοράς καλύπτεται μέσω εισαγωγών γάλακτος από την Γαλλία. Ωστόσο υπάρχει αβεβαιότητα σχετικά με την πορεία της παραγωγής και της διαθεσιμότητας πρώτης ύλης στη γαλλική αγορά το επόμενο διάστημα.

Η εξάρτηση από εισαγόμενες ποσότητες καθιστά ακόμη πιο σημαντική την ταχεία αποκατάσταση της εγχώριας παραγωγής, καθώς οποιαδήποτε μεταβολή στις συνθήκες των διεθνών αγορών μπορεί να επηρεάσει περαιτέρω την ισορροπία προσφοράς και ζήτησης. Η εκτίμηση είναι ότι η αγορά θα χρειαστεί τουλάχιστον έως το 2027 για να επανέλθει στα επίπεδα παραγωγής γάλακτος που καταγράφονταν πριν από την εμφάνιση της ευλογιάς. Μέχρι τότε, η διαθεσιμότητα πρώτης ύλης αναμένεται να παραμείνει περιορισμένη, παρά τα βήματα ανάκαμψης που καταγράφονται.

ΑΝΗΣΥΧΙΑ ΣΤΗΝ ΜΥΤΙΛΗΝΗ

Πέρα από την ευλογία, ο κλάδος καλείται να διαχειριστεί και τις επιπτώσεις από τα κρούσματα αφθώδους πυρετού που εντοπίστηκαν στην Μυτιλήνη. Όπως αναφέρουν οι ίδιες πηγές, η κατάσταση στο νησί θεωρείται ιδιαίτερα σοβαρή, καθώς οι περιορισμοί που έχουν επιβληθεί έχουν ουσιαστικά μπλοκάρει την τοπική κτηνοτροφική δραστηριότητα. Η σημασία της εξέλιξης αυτής είναι μεγάλη

για την ελληνική γαλακτοπαραγωγή, καθώς η Μυτιλήνη συμμετέχει με περίπου 6% στην παραγωγή γάλακτος που χρησιμοποιείται για την παραγωγή φέτας στην Ελλάδα. Ως εκ τούτου, οποιαδήποτε διαταραχή στην παραγωγή του νησιού επηρεάζει συνολικά την αγορά και την επάρκεια πρώτης ύλης.

ΠΕΡΙΟΡΙΣΜΕΝΗ ΠΡΟΣΦΟΡΑ

Παρά τις δυσκολίες, η αγορά εξακολουθεί να εμφανίζει ανθεκτικότητα από πλευράς ζήτησης. Η Lactalis Hellas σημειώνει ότι η κατανάλωση διατηρείται σε ικανοποιητικά επίπεδα, ενώ το ενδιαφέρον για τα γαλακτοκομικά προϊόντα και ιδιαίτερα για τη φέτα παραμένει έντονο.

Ωστόσο, το βασικό πρόβλημα εντοπίζεται στην επάρκεια της πρώτης ύλης. Επισημαίνεται ότι υπάρχει ζήτηση, "αλλά δεν υπάρχει γάλα", γεγονός που δεν επιτρέπει στις επιχειρήσεις να αξιοποιήσουν πλήρως τη δυναμική της αγοράς.

ΣΤΗΝ LACTALIS ΑΠΟ ΤΟ 2018

Θυμίζουμε ότι η SHM Hellas (SHM Hellas Πήλιον Τυροκομική-SHM) με παραγωγική μονάδα στον Βόλο, εξαγοράστηκε το 2018 από την Lactalis. Τα προϊόντα της εξαγονται περίπου σε 20 χώρες - με εστίαση στις εξαγωγές φέτας υπό το brand Greco - δίνοντας έμφαση σε Γερμανία, Αυστρία και Γαλλία.

Στέλλα Αυγουστάκη
stella@notice.gr

• **PLANT-BASED ΠΡΟΪΟΝΤΑ (GFI EUROPE)**

Η ΜΕΙΩΣΗ ΤΙΜΩΝ ΕΝΙΣΧΥΕΙ ΤΗ ΖΗΤΗΣΗ ΣΤΗΝ ΕΥΡΩΠΗ - ΕΚΤΙΜΗΣΕΙΣ ΓΙΑ ΜΕΓΕΘΟΣ ΑΓΟΡΑΣ €45,5 ΔΙΣ. ΩΣ ΤΟ 2040

Η διαφορά τιμής μεταξύ φυτικών και ζωικών τροφίμων μειώθηκε σε όλη την Ευρώπη το 2025, συμβάλλοντας στην αύξηση των πωλήσεων των φυτικών προϊόντων, σύμφωνα με μελέτη του Good Food Institute Europe (GFI Europe).

Οι συνολικοί όγκοι πωλήσεων φυτικών τροφίμων αυξήθηκαν σε Γαλλία, Γερμανία, Ιταλία και Ισπανία, ενώ μειώθηκαν στην Ολλανδία και το Ηνωμένο Βασίλειο. Όπως δήλωσε η Helen Breeewood, Senior Market and Consumer Insights Manager της GFI Europe, οι καταναλωτές συνεχίζουν να ενδιαφέρονται για τα φυτικά τρόφιμα, με την τιμή και τη γεύση να αποτελούν τους βασικούς παράγοντες των αγοραστικών τους επιλογών.

ΠΟΥ ΑΠΟΔΙΔΕΤΑΙ Η ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΤΗΣ ΑΓΟΡΑΣ

Η GFI Europe αποδίδει την ανάπτυξη της αγοράς κυρίως στη μεγαλύτερη προσιτότητα των προϊόντων και στη βελτίωση της γεύσης τους. Στην Ιταλία, οι μέσες τιμές των φυτικών υποκατάστατων κρέατος και φυτικού γάλακτος μειώθηκαν ελαφρώς, ενώ οι πωλήσεις αυξήθηκαν. Αντίστοιχα, στην Γαλλία, η μείωση των τιμών στα φυτικά προϊόντα κρέατος συνοδεύτηκε από αύξηση των πωλήσεων σχεδόν κατά 17%.

Στην Ισπανία, το φυτικό γάλα παρουσίασε τη μικρότερη διαφορά τιμής σε σχέση με το συμβατικό γάλα και αντιπροσωπεύει πλέον περισσότερο από το 10% των συνολικών πωλήσεων γάλακτος. Παράλληλα, οι καταναλωτές στρέφονται όλο και περισσότερο σε λιγότερο επεξεργασμένες φυτικές επιλογές,



όπως το tofu, το tempeh και το seitan, των οποίων οι πωλήσεις αυξήθηκαν σχεδόν κατά 30% στην Γερμανία και την Ολλανδία.

Παρά την άνοδο αυτών των προϊόντων, τα φυτικά υποκατάστατα κρέατος παραμένουν η δημοφιλέστερη κατηγορία, καθώς προσεγγίζουν περισσότερο τη γεύση και την υφή των παραδοσιακών προϊόντων. Η σημασία της γεύσης αποτυπώνεται και στο Ηνωμένο Βασίλειο, όπου ακριβότερες επιλογές φυτικού γάλακτος, όπως τα προϊόντα βρώμης και οι εκδοχές "barista", συνεχίζουν να κερδίζουν

έδαφος. Οι μεγαλύτερες κατηγορίες φυτικών τροφίμων παραμένουν το φυτικό γάλα και τα φυτικά υποκατάστατα κρέατος.

ΠΡΟΟΠΤΙΚΕΣ

Η GFI Europe εκτιμά ότι οι επενδύσεις στη βελτίωση της γεύσης, της υφής και της παραγωγής μπορούν να ενισχύσουν περαιτέρω την ανάπτυξη της αγοράς, η οποία ενδέχεται να φτάσει τα €45,5 δισ. στην Ευρωπαϊκή Ένωση έως το 2040, υποστηρίζοντας περίπου 350.000 θέσεις εργασίας.

• **ΠΑΠΑΔΟΠΟΥΛΟΥ**

ΝΕΑ ΓΕΥΣΗ SPECULOOS ΣΤΗ ΣΕΙΡΑ GRANOLA BARS

Με έμπνευση από μία από τις πιο δημοφιλείς γευστικές τάσεις της εποχής, η Granola Bars με γεύση Speculoos συνδυάζει την τραγανή υφή της βρώμης με νότες κανέλας και το χαρακτηριστικό αρωματικό προφίλ των speculoos.

Το προϊόν παρασκευάζεται με βρώμη 100% ολικής άλεσης, είναι πλούσιο σε φυτικές ίνες και αποτελεί πηγή βιταμίνης B1 και μετάλλων, συνδυάζοντας τραγανή υφή, γεύση και διατροφική ισορροπία.

Σύμφωνα με την Παπαδοπούλου, το προϊόν δεν περιέχει συντηρητικά, χρωστικές και τε-



χνητά αρώματα και τοποθετείται ως σύγχρονη επιλογή για καταναλωτές που προτιμούν

τη γεύση των speculoos μέσα από μια πιο προσεγμένη διατροφικά πρόταση.

Η ΣΕΙΡΑ

Παράλληλα, η σειρά Granola Bars περιλαμβάνει συνολικά πέντε γευστικές επιλογές:

- με μαύρη σοκολάτα
- με μαύρη σοκολάτα χωρίς προσθήκη ζάχαρης
- με μέλι
- Protein με μαύρη σοκολάτα και ξηρούς καρπούς
- speculoos

• **DE SANGOSSE HELLAS**

ΣΤΟΧΟΣ ΓΙΑ MINIMUM ΑΝΑΠΤΥΞΗ 25% ΕΤΗΣΙΩΣ - ΠΡΟ ΤΩΝ ΠΥΛΩΝ ΒΙΟΠΡΟΣΤΑΤΕΥΤΙΚΑ ΚΑΙ BIOCONTROLS

Τη θέση της στην ελληνική αγορά γεωργικών, και δη εναλλακτικών εφοδίων, που κερδίζουν ολοένα μερίδια έναντι των συμβατικών, αρχίζει να εδραιώνει η De Sangosse Hellas, έχοντας αποκτήσει σημαντικό πελατολόγιο σε όλες τις καλλιεργητικές ζώνες της χώρας.

ΔΙΚΤΥΟ 200 ΠΕΛΑΤΩΝ ΣΕ ΕΝΑΝ ΧΡΟΝΟ

Η θυγατρική της γαλλικής De Sangosse, που συγκαταλέγεται στους μεγαλύτερους ομίλους βιολύσεων παγκοσμίως, ξεκίνησε ουσιαστικά τις πωλήσεις στην Ελλάδα τον Απρίλιο του 2025. Σήμερα, μετράει πάνω από 200 πελάτες σε καταστήματα γεωργικών εφοδίων και διανομείς χονδρικής- νούμερο καθ' όλα ικανοποιητικό, σύμφωνα με τον Διευθύνοντα Σύμβουλο της εταιρείας, Χρήστο Σπηλιόπουλο, αν ληφθούν υπόψη και οι συνθήκες στις οποίες επιτεύχθηκε.

"Μιλάμε για μια περίοδο με αρκετές δυσκολίες που είχαν να κάνουν τόσο με την υποθεση ΟΠΕΚΕΠΕ και τις συνακόλουθες καθυστερήσεις στις πληρωμές των ενισχύσεων, όσο και με τις αγροτικές κινητοποιήσεις", εξηγεί στο FNB Daily, εξαιρώντας τη δουλειά της ομάδας των επτά ατόμων που απαρτίζουν ως τώρα το team της εταιρείας, εκ των οποίων οι πέντε πωλητές.

"ΨΗΛΑ ΤΟ CUSTOMER SATISFACTION"

"Υπήρξαν πελάτες που μας στήριξαν εξαρχής και ανταποδώσαμε αυτή τη στήριξη ενώ άλλοι θέλησαν αρχικά να δοκιμάσουν τα προϊόντα μας και εν τέλει προχώρησαν σε συνεργασία, εκτιμώντας όχι μόνο την ποιότητά τους αλλά και υπόβαθρο και την τεχνική ενημέρωση. Το κυριότερο, όμως, είναι ότι όλοι είδαν στον αγρό, δηλαδή εκεί όπου κρίνονται όλα, τα αποτελέσματα για τα οποία μιλούσα-

με, γι' αυτό και το Customer Satisfaction μας αγγίζει το 100%", υπογραμμίζει.

Η εταιρεία επέλεξε να ρίξει το βάρος σε προϊόντα για δυναμικές καλλιέργειες και, ειδικότερα, στη φράουλα, στα ακτινίδια, στα κηπευτικά (θερμοκηπιακά και υπαίθρια), στα πυρηνόκαρπα (ροδάκινο, νεκταρίνι, κεράσι, βερίκοκο κ.α.) και στα γιγατόκαρπα (μήλα, αχλάδια), όπως επίσης και στην ελιά. Αντίθετα, εκτός κάδρου έμειναν οι λεγόμενες μεγάλες καλλιέργειες, όπως βαμβάκι, σιτάρι, καλαμπόκι κ.α., στα οποία οι τιμές κινήθηκαν πέρυσι- όπως και φέτος, μέχρι στιγμής- σε πολύ χαμηλά επίπεδα.

DATA 10/1/2025-31/8/2025 (σε €χιλ.)

Κύκλος Εργασιών: 458

Μικτό Αποτέλεσμα: 234

EBIT: (213)

Αποτέλεσμα προ φόρων: (215)



Χρήστος Σπηλιόπουλος, Διευθύνων Σύμβουλος, De Sangosse Hellas

Αυτή η στόχευση, σύμφωνα με τον κ. Σπηλιόπουλο, είχε ως αποτέλεσμα, παρά τις δυσκολίες, να πιάσει το 80% του στόχου που είχε τεθεί σε όρους τζίρου και να ακολουθήσει τους ρυθμούς της αγοράς. "Το πλάνο μας για την ώρα είναι αναπτυσσόμαστε με ένα ρυθμό 25%-30%, όπως ακριβώς και το σύνολο της αγοράς ειδικών προϊόντων θρέψης και βιοδιεγερτών", συμπληρώνει.

Η De Sangosse Hellas έχει portfolio 60 προϊόντων, κατά κύριο λόγο βιοδιεγέρτες, μικροβιακά λιπάσματα και διαβρέχτες. Από τον Μάιο στην γκάμα προστέθηκαν μικροφύκη, στα οποία η μητρική διαθέτει σημαντική τεχνογνωσία ενώ σύντομα, ενδεχομένως και από τη νέα καλλιεργητική περίοδο στο καλάθι θα προστεθούν βιοπροστατευτικά και biocontrols, προϊοντικές κατηγορίες στις οποίες θεωρείται επίσης δυνατός ο γαλλικός όμιλος.

ΣΤΟΧΟΣ ΤΑ 400 ΚΑΤΑΣΤΗΜΑΤΑ

Στην επόμενη χρονιά η διοίκηση της De Sangosse Hellas φιλοδοξεί να διπλασιάσει το πελατολόγιο της φτάνοντας τα 400 καταστήματα εφοδίων και χονδρεμπόρους σε όλη τη χώρα και σε αυτή την κατεύθυνση σκοπεύει να ενισχύσει με... νέο αίμα την ομάδα των πωλητών.

Γιάννης Τσατσάκης
yannis@notice.gr

• ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΚΤΗΝΟΤΡΟΦΙΑ

ΞΕΚΙΝΑ ΠΙΛΟΤΙΚΑ ΤΟ ΝΕΟ ΨΗΦΙΑΚΟ ΣΥΣΤΗΜΑ ΙΧΝΗΛΑΤΗΣΗΣ ΑΙΓΟΠΡΟΒΑΤΩΝ ΜΕ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΟΥΣ ΒΩΛΟΥΣ

Την έναρξη της πιλοτικής εφαρμογής του νέου συστήματος σήμανσης και ιχνηλάτησης αιγοπροβάτων μέσω ηλεκτρονικών ενδοστομαχικών βώλων ανακοίνωσε το Υπουργείο Αγροτικής Ανάπτυξης και Τροφίμων, στοχεύοντας στον εκσυγχρονισμό του πρωτογενούς τομέα και την ενίσχυση της διαφάνειας στη διαχείριση των αγροτικών ενισχύσεων.

Το νέο σύστημα εντάσσεται στη συνολική στρατηγική για τον ψηφιακό μετασχηματισμό της αγροτικής παραγωγής, την αξιοποίηση σύγχρονων τεχνολογικών εργαλείων και τη δημιουργία ενός αξιόπιστου πλαισίου παρακολούθησης του ζωικού κεφαλαίου της χώρας. Παράλληλα, συμβάλλει στην αποτελεσματικότερη και πιο διαφανή διαχείριση των εθνικών και ευρωπαϊκών πόρων, ενισχύοντας την εμπιστοσύνη των παραγωγών και της κοινωνίας στους θεσμούς.

ΚΑΘΟΛΙΚΗ ΕΦΑΡΜΟΓΗ ΑΠΟ ΤΟ 2027

Σύμφωνα με απόφαση του Υπουργού Αγροτικής Ανάπτυξης και Τροφίμων, Μαργαρίτη Σχοινά, και του Διοικητή της ΑΑΔΕ, Γιώργου Πιτσιλή, η τοποθέτηση ηλεκτρονικών ενδοστομαχικών βώλων καθίσταται προϋπόθεση επιλεξιμότητας για τη χορήγηση ενωσιακών και εθνικών ενισχύσεων σε αιγοπρόβατα ηλικίας άνω των έξι μηνών.

Η νέα διαδικασία εφαρμόζεται πιλοτικά κατά το έτος 2026 και αφορά κτηνοτροφικές εκμεταλλεύσεις με περισσότερα από 900 αιγοπρόβατα. Η πιλοτική φάση έχει σχεδιαστεί ώστε να διασφαλιστεί η ομαλή και αποτελεσματική μετάβαση στο νέο σύστημα, να αξιολογηθούν τα επιχειρησιακά δεδομένα και να προετοιμαστεί η καθολική εφαρμογή του μέτρου από το 2027.

ΠΩΣ ΛΕΙΤΟΥΡΓΕΙ

Οι ηλεκτρονικοί βώλοι φέρουν μοναδικούς κωδικούς ταυτοποίησης, οι οποίοι αντιστοιχούν στους κωδικούς των ενωπίων που ήδη φέρουν τα ζώα. Τα στοιχεία καταχωρούνται στη νέα ψηφιακή Βάση Ιχνηλασιμότητας, η οποία διαλειτουργεί με τα πληροφοριακά συστήματα της ΑΑΔΕ και του Υπουργείου Αγροτικής Ανάπτυξης και Τροφίμων.

Η τοποθέτηση των βώλων και η καταχώριση των στοιχείων πραγματοποιούνται αποκλειστικά από πιστοποιημένους κτηνιάτρους, διασφαλίζοντας την επιστημονική εγκυρότητα και την αξιοπιστία της διαδικασίας.

Η Βάση Ιχνηλασιμότητας καταγράφει τα στοιχεία ταυτοποίησης κάθε ζώου, καθώς και κάθε



Από αριστερά: Μαργαρίτης Σχοινάς, Υπουργός Αγροτικής Ανάπτυξης και Τροφίμων - Γιώργος Πιτσιλής, Διοικητής, ΑΑΔΕ

μεταβολή που αφορά την κατάσταση ή τη μετακίνησή του. Με τον τρόπο αυτό ενισχύεται η δυνατότητα ακριβούς παρακολούθησης του ζωικού κεφαλαίου και διευκολύνεται η διενέργεια αποτελεσματικών διοικητικών και επιτόπιων ελέγχων από τις αρμόδιες αρχές.

Παράλληλα, το νέο σύστημα αξιοποιεί προηγμένους μηχανισμούς ψηφιακών διασταυρώσεων, οι οποίοι ενισχύουν την ποιότητα των διαθέσιμων δεδομένων, τη διαφάνεια των διαδικασιών και την ορθή εφαρμογή του θεσμικού πλαισίου.

ΑΠΛΗ ΚΑΙ ΠΛΗΡΩΣ ΨΗΦΙΑΚΗ ΔΙΑΔΙΚΑΣΙΑ

Η διαδικασία προμήθειας, τοποθέτησης και καταχώρισης των βώλων πραγματοποιείται μέσα από ένα απλοποιημένο και πλήρως ψηφιακό περιβάλλον.

Οι κτηνοτρόφοι υποβάλλουν ηλεκτρονικά αίτηση για την προμήθεια των βώλων, λαμβάνουν τους αντίστοιχους μοναδικούς κωδικούς ταυτοποίησης και συνεργάζονται με πιστοποιημένους κτηνιάτρους για την τοποθέτησή τους. Τα δεδομένα καταχωρούνται ηλεκτρονικά μέσω ειδικών συσκευών ανάγνωσης που συνδέονται απευθείας με τη Βάση Ιχνηλασιμότητας, διασφαλίζοντας ταχύτητα, ακρίβεια και αξιοπιστία στην καταγραφή των στοιχείων.

ΓΥΡΙΖΕΙ ΣΕΛΙΔΑ Η ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΚΤΗΝΟΤΡΟΦΙΑ

Ο Υπουργός Αγροτικής Ανάπτυξης και Τροφίμων, Μαργαρίτης Σχοινάς, δήλωσε σχετικά: "η ελληνική κτηνοτροφία γυρίζει σελίδα. Την ημέρα της δεσμεύσεως της έναντι της ΕΕ και εισέρχεται σε μια νέα εποχή στον πρωτογενή τομέα, όπου κυριαρχούν οι κανόνες, η διαφάνεια και η αξιοπιστία. Με σχέδιο, συνέπεια και αξιοποίηση των δυνατοτήτων της τεχνολογίας, δημιουργούμε ένα σύγχρονο πλαίσιο παρακολούθησης και διαχείρισης του ζωικού κεφαλαίου που ανταποκρίνεται στις ανάγκες των παραγω-

γών και στις απαιτήσεις της εποχής". Πρόσθεσε ότι "τους τελευταίους μήνες μαζί με την ΑΑΔΕ έχουμε προχωρήσει σε μια σειρά παρεμβάσεων. Δημιουργούμε νέες δικλίδες ασφαλείας, ενισχύουμε τους ελέγχους, βάζουμε κανόνες εκεί όπου για χρόνια υπήρχαν κενά και αδυναμίες. Η πιλοτική εφαρμογή του νέου συστήματος ιχνηλασιμότητας αποτελεί μια σημαντική μεταρρύθμιση που ενισχύει τη διαφάνεια, την αξιοπιστία και την αποτελεσματικότητα των διαδικασιών που συνδέονται με τις ευρωπαϊκές ενισχύσεις. Στόχος μας είναι να διαμορφώσουμε ένα σταθερό και δίκαιο περιβάλλον για όλους τους κτηνοτρόφους, αξιοποιώντας σύγχρονα ψηφιακά εργαλεία που βελτιώνουν τη λειτουργία του κράτους και διευκολύνουν την καθημερινότητα των παραγωγών".

Ο ΣΤΟΧΟΣ ΤΗΣ ΑΑΔΕ

Από την πλευρά του, ο Διοικητής της ΑΑΔΕ, Γιώργος Πιτσιλής, ανέφερε ότι, "η μετάβαση σε ένα σύστημα ιχνηλασιμότητας που βασίζεται σε μοναδικά, αξιόπιστα και διασταυρώσιμα δεδομένα αποτελεί ουσιαστική τομή στον τρόπο με τον οποίο ελέγχεται και τεκμηριώνεται το επιλέξιμο ζωικό κεφάλαιο. Για την ΑΑΔΕ, η αξιοποίηση της διαλειτουργικότητας των πληροφοριακών συστημάτων, η αυτοματοποιημένη διασταύρωση στοιχείων και η ψηφιακή τεκμηρίωση των ελέγχων είναι κρίσιμες προϋποθέσεις για ένα σύγχρονο, αποτελεσματικό και αξιόπιστο σύστημα πληρωμών".

Συμπλήρωσε δε ότι "με τα νέα ψηφιακά εργαλεία ενισχύουμε τη δυνατότητα της Διοίκησης να εντοπίζει αποκλίσεις, να αξιολογεί κινδύνους, να κατευθύνει στοχευμένα τους ελέγχους και να διασφαλίζει ότι οι ενισχύσεις καταβάλλονται σε όσους πραγματικά τις δικαιούνται. Στόχος μας είναι η προστασία των συνεπών κτηνοτρόφων, η θωράκιση του δημόσιου και ευρωπαϊκού συμφέροντος και η ενίσχυση της εμπιστοσύνης σε ένα σύστημα ενισχύσεων με διαφάνεια, ακρίβεια και λογοδοσία".

• ΚΡΑΣΙ
ΓΙΑΤΙ ΤΟ ΓΑΛΛΙΚΟ ΟΙΝΟΠΟΙΕΙΟ CAIRANNE ΛΕΕΙ "ΟΧΙ" ΣΤΟ ΝΟ/ΛΟ

Παρά τη διεθνή τάση προς τα κρασιά no/low, η διοίκηση του συνεταιριστικού οινοποιείου Cairanne στη γαλλική περιοχή Vaucluse, παραμένει σταθερά προσανατολισμένη στην παραγωγή κρασιών πλήρους ωρίμανσης, με υψηλούς αλκοολικούς βαθμούς και έντονο γευστικό χαρακτήρα.

Όπως αναφέρεται σε report της ΚΕΟΣΟΕ, ο Διευθυντής του οινοποιείου, Denis Crespo, ξεκαθάρισε ότι το Cairanne δεν εξετάζει προς το παρόν το ενδεχόμενο εισόδου στην κατηγορία των κρασιών χωρίς ή με χαμηλό αλκοόλ, υποστηρίζοντας ότι η ποιότητα των συγκεκριμένων προϊόντων δεν ανταποκρίνεται ακόμη στα πρότυπα που θέτει το οινοποιείο. Όπως σημείωσε, η στρατηγική της Cairanne βασίζεται στην παραγωγή κρασιών υψηλής ποιότητας, τα οποία εκφράζουν πλήρως τα χαρακτηριστικά του terroir και της ποικιλίας τους.

ΔΙΕΘΝΗΣ ΑΝΑΓΝΩΡΙΣΗ

Η επιλογή αυτή φαίνεται να δικαιώνεται από τη διεθνή αναγνώριση που λαμβάνουν οι επικέτες του οινοποιείου. Πρόσφατα, κρασιά της Cairanne και της ευρύτερης περιοχής απέσπασαν υψηλές βαθμολογίες από το περιοδικό Wine Enthusiast, επιβεβαιώνοντας την ποιότητά τους και ενισχύοντας τη φήμη του συνεταιρισμού στις διεθνείς αγορές. Ιδιαίτερα σημαντική παραμένει η παρουσία του οινοποιείου στο Ηνωμένο Βασίλειο,

τη μεγαλύτερη εξαγωγική του αγορά. Παρά τη φορολογική επιβάρυνση που αντιμετωπίζουν τα κρασιά υψηλότερου αλκοολικού βαθμού, η Cairanne συνεχίζει να διαθέτει τα προϊόντα της χωρίς να προσαρμόζει τη φιλοσοφία παραγωγής της στις τάσεις της αγοράς, επιμένοντας στη διατήρηση της ποιότητας και της ταυτότητας των κρασιών της.

ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΗ ΑΝΑΔΙΑΡΘΡΩΣΗ

Η σημερινή επιτυχία αποτελεί αποτέλεσμα μιας μακροπρόθεσμης στρατηγικής αναδιάρθρωσης που ξεκίνησε το 2015, όταν το οινοποιείο βρισκόταν σε καθεστώς δικαστικής εξυγίανσης. Υπό την καθοδήγηση του Denis Crespo, υιοθετήθηκαν σημαντικές αλλαγές, όπως η αναμόρφωση της γκάμας προϊόντων, η επιλογή συγκεκριμένων αμπελοτεμαχίων, οι ελεγχόμενες αποδόσεις και η έμφαση στην πλήρη ωρίμανση των σταφυλιών. Η στρατηγική αυτή συνέβαλε καθοριστικά στην ενίσχυση της ποιότητας των κρασιών και στην οικονομική ανάκαμψη του συνεταιρισμού. Με την ολοκλήρωση της αποπληρωμής του αναδιρθρωμένου χρέους του, το οινοποιείο εισέρχεται πλέον σε μια νέα φάση ανάπτυξης. Προτεραιότητα της διοίκησης είναι η οικονομική ενίσχυση των αμπελοργών-μελών του συνεταιρισμού, μέσω της επιστροφής κεφαλαίων που θα τους επιτρέψουν να επενδύσουν στην ανανέωση και βελτίωση των αμπελώνων τους.



Denis Crespo, Διευθυντής, Συνεταιριστικό οινοποιείο της Cairanne στο Vaucluse

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

• ΑΧΑΪΚΟ ΕΝΤΕΛΒΑΪΣ

ΑΝΑΠΤΥΞΗ 2% ΣΤΟ ΤΕΤΡΑΜΗΝΟ - ΠΡΟΒΛΗΜΑΤΙΖΕΙ Η... ΑΥΤΟΣΥΓΚΡΑΤΗΣΗ ΤΟΥ ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΙΚΟΥ ΚΟΙΝΟΥ

Συγκρατημένα αισιόδοξη για την πορεία της αγοράς παγωτού τη φετινή σεζόν εμφανίζεται η διοίκηση της Αχαϊκό ΕντελβαΪς, δίχως ωστόσο να αναμένει ιδιαίτερα υψηλούς ρυθμούς ανάπτυξης.

Όπως δηλώνει στο FnbDaily ο Διευθύνων Σύμβουλος της εταιρείας, Γιάννης Μιχαλόπουλος, ο καιρός μέχρι πρόσφατα δεν ήταν ιδιαίτερα ευνοϊκός για το προϊόν ωστόσο η βελτίωσή του οδήγησε και σε αντίστοιχη βελτίωση της εικόνας της κατανάλωσης. "Τον Μάιο είχαμε σε γενικές γραμμές άστατο καιρό που δεν βοήθησε το παγωτό, τις τελευταίες εβδομάδες αρχίζει να θυμίζει καλοκαίρι", σημειώνει, προσθέτοντας ωστόσο ότι ο ίδιος κρατάει... μικρό καλάθι.

"ΑΝΟΡΕΧΤΟΣ Ο ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΗΣ"

"Σίγουρα ο τουρισμός και δη ο εξωτερικός είναι σημαντικός ρυθμιστής, όμως το στοιχείο που μας προβληματίζει αυτή τη στιγμή



Γιάννης Μιχαλόπουλος, Διευθύνων Σύμβουλος, Αχαϊκό ΕντελβαΪς

μή είναι το εγχώριο κοινό", αναφέρει. Όπως ο ίδιος προσθέτει, ο Έλληνας καταναλωτής παραμένει... ανόρεχτος, δείχνοντας μεγάλη αυτοσυγκράτηση, κάτι που ο ίδιος αποδίδει στην οικονομική στενότητα. "Έχουμε μπροστά μας ένα σημαντικό κομμάτι της σεζόν, όμως η οικονομική στενότητα είναι μια πραγματικότητα για μεγάλη μερίδα του κόσμου ο οποίος προσπαθεί να εξοικονομήσει χρήματα από παντού. Είναι κάτι που οφείλουμε να αναγνωρίσουμε, δεν μπορούμε να εθελουφλούμε. Τα εισοδήματα δεν έχουν αυξηθεί ιδιαίτερα, σε αντίθεση με το κόστος διαβίωσης", παρατηρεί.

ΧΑΜΗΛΟΤΕΡΑ Η ΣΟΚΟΛΑΤΑ, ΑΥΞΗΜΕΝΑ ΤΑ ΥΠΟΛΟΙΠΑ ΚΟΣΤΗ

Από τον κανόνα των αυξημένων κοστολογίων δεν ξεφεύγουν ούτε οι επιχειρήσεις: "Οι σοκολάτες αποκλιμακώθηκαν 10%-15%, το ενεργειακό παρέμεινε πάνω-κάτω σταθερό (σε υψηλά, βέβαια, επίπεδα) ωστόσο στις συσκευασίες έχουμε μια αύξηση της τάξης του 30% σε σχέση με πέρυσι, λόγω του πλεόμου στην Μέση Ανατολή. Τις κρέμες τις αγοράζουμε στα €5 το λίτρο έναντι €4 πέρυσι ενώ σαφώς αυξημένα είναι και τα εργατικά", επισημαίνει.

Η Αχαϊκό ΕντελβαΪς πάντως, έχοντας από πέρυσι διευρύνει την παρουσία της σε νέα σημεία στην Βόρεια Ελλάδα και στα νησιά και διατηρώντας, μεταξύ άλλων, σημαντικές συνεργασίες και στο κομμάτι του φασόν, κινείται ως τώρα ανοδικά, έστω και με χαμηλούς ρυθμούς ανάπτυξης. "Στο τετράμηνο είχαμε μια αύξηση 2%-3% στον τζίρο ενώ και στους όγκους πωλήσεων είμαστε ελαφρώς ανοδι-

κοί. Οι ποιοτικές προδιαγραφές και η αξιοπιστία που έχουμε χτίσει όλα αυτά τα χρόνια αποδεικνύονται κρίσιμοι παράγοντες", υπογραμμίζει ο κ. Μιχαλόπουλος.

DATA (σε €χιλ.)

Κύκλος Εργασιών

2024: 10.244

2023: 8.685

2022: 7.205

EBITDA

2024: 879

2023: 1.085

2022: 1.215

Κέρδη προ φόρων

2024: 597

2023: 786

2022: 941

ΣΚΕΨΕΙΣ ΓΙΑ ΕΠΕΚΤΑΣΗ ΣΤΟ ΕΡΓΟΣΤΑΣΙΟ ΠΑΓΩΤΟΥ

Το 2025 η εταιρεία ολοκλήρωσε επένδυση €2 εκατ. για την κατασκευή ενός νέου εργοστασίου όπου μεταφέρθηκε η παραγωγή των μπισκότων και των προϊόντων ζύμης. Στην έτερη μονάδα παράγεται πλέον αποκλειστικά παγωτό ωστόσο υπάρχουν σχέδια για την αναβάθμιση και επέκτασή της, ιδίως σε ό,τι αφορά στους αποθηκευτικούς χώρους. Αυτό θα γίνει μέσω ενός νέου επενδυτικού σχεδίου, ο σχεδιασμός του οποίου ωστόσο δεν έχει ακόμα ολοκληρωθεί.

Γιάννης Τσατσάκης
yannis@notice.gr

• ΑΒ ΒΑΣΙΛΟΠΟΥΛΟΣ

ΔΙΑΓΩΝΙΣΜΟΣ ΜΕ ΔΩΡΟ ΕΝΑ MG3 HYBRID+ ΜΕΣΩ ΑΒ ESHOP

Η ΑΒ Βασιλόπουλος υλοποιεί νέο διαγωνισμό σε συνεργασία με την MG, μέσω του ΑΒ Eshop και του ΑΒ App, με δώρο ένα αυτοκίνητο MG3 Hybrid+ Excite αξίας €20.450.

Η ενέργεια αφορά αγορές που πραγματοποιούνται έως τις 15 Ιουλίου μέσα από το ab.gr ή την εφαρμογή ΑΒ App, με χρήση της κάρτας ΑΒ Plus. Οι πελάτες που πραγματοποιούν αγορές συνολικής αξίας €100 και άνω λαμβάνουν αυτόματα μία συμμετοχή στην κλήρωση για το αυτοκίνητο, ανά αγορά.

Το δώρο του διαγωνισμού, το MG3 Hybrid+ Excite, ανήκει στην κατηγορία των supermini και διαθέτει υβριδική τεχνολογία Hybrid+, συνδυαστική ισχύ 195 ίππων, πλούσιο εξοπλισμό και 7ετή εργοστασιακή εγγύηση.

Το ΑΒ Eshop και το ΑΒ App δίνουν τη δυνατότητα στους πελάτες της εταιρείας να πραγματοποιούν online αγορές με πρόσβαση σε ευρύ φάσμα προϊόντων μέσω των ψηφιακών καναλιών της ΑΒ Βασιλόπουλος. Στο πλαίσιο της συγκεκριμένης ενέργειας, οι



online αγορές συνδέονται με τη συμμετοχή στον διαγωνισμό σε συνεργασία με τη MG. Η κλήρωση για την ανάδειξη του νικητή θα πραγματοποιηθεί, όπως ανακοίνωσε η εταιρεία, στις 22 Ιουλίου.

• **CAMPBELL'S**
ΑΝΑΖΗΤΑ ΔΙΕΞΟΔΟ ΑΠΟ ΤΗΝ ΚΡΙΣΗ ΣΤΑ SNACKS

Η Campbell's Company εξετάζει το ενδεχόμενο λήψης δύσκολων αποφάσεων στο χαρτοφυλάκιο των προϊόντων snacks, καθώς η υποχώρηση της καταναλωτικής ζήτησης για πατατάκια, πρέτζελ και άλλα αλμυρά snacks συνεχίζει να επηρεάζει τις επιδόσεις της.

Κατά το γ' οικονομικό τρίμηνο, η οργανική ανάπτυξη του τομέα snacks υποχώρησε, επηρεασμένη τόσο από τις προσπάθειες σταθεροποίησης της δραστηριότητας στα προϊόντα φρέσκιας αρτοποιίας, όσο και από την αδυναμία στην κατηγορία των αλμυρών snacks. Παράλληλα, η κερδοφορία της συγκεκριμένης μονάδας μειώθηκε κατά 32%.

Ο CEO της Campbell's, Mick Beekhuizen, παραδέχθηκε ότι οι επιδόσεις εξακολουθούν να υπολείπονται των προσδοκιών, επισημαίνοντας ωστόσο ότι η εταιρεία αρχίζει να καταγράφει σημάδια προόδου. Χαρακτηριστικό παράδειγμα αποτελούν τα Goldfish, τα οποία παρέμειναν σταθερά για δεύτερο συνεχόμενο τρίμηνο, έπειτα από στοχευμένες ενέργειες μάρκετινγκ προς οικογένειες με παιδιά.

ΕΞΕΤΑΖΕΙ ΕΞΟΡΘΟΛΟΓΙΣΜΟ ΧΑΡΤΟΦΥΛΑΚΙΟΥ

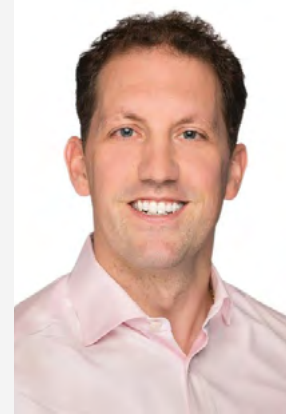
Η εταιρεία σχεδιάζει να ενισχύσει τις επενδύσεις της στην καινοτομία, το marketing

και την ανάπτυξη κατάλληλων συσκευασιών και τιμολογιακών προτάσεων για τα αλμυρά snacks. Παράλληλα, εξετάζει τον εξορθολογισμό του χαρτοφυλακίου της και την ανακατεύθυνση πόρων προς συγκεκριμένα brands με μεγαλύτερες προοπτικές ανάπτυξης.

Αναλυτές της αγοράς εκτιμούν ότι η εταιρεία κινείται προς τη σωστή κατεύθυνση, αν και επισημαίνουν ότι είναι ακόμη νωρίς για ασφαλή συμπεράσματα. Η Morningstar υποστήριξε ότι η Campbell's λαμβάνει τα κατάλληλα μέτρα για την αποκατάσταση της ανάπτυξης στον τομέα των snacks, ενώ η BNP Paribas σημείωσε ότι οι πιέσεις από τον πληθωρισμό και η προσπάθεια σταθεροποίησης των οργανικών πωλήσεων εξακολουθούν να αποτελούν σημαντικές προκλήσεις.

Οι δυσκολίες που αντιμετωπίζει η Campbell's αντικατοπτρίζουν μια ευρύτερη τάση στον κλάδο των τροφίμων, καθώς οι καταναλωτές περιορίζουν τις δαπάνες τους υπό το βάρος του πληθωρισμού. Ορισμένες εταιρείες, όπως οι PepsiCo, General Mills και J.M. Smucker, έχουν ήδη προχωρήσει σε μειώσεις τιμών σε επιλεγμένα προϊόντα προκειμένου να ενισχύσουν τη ζήτηση.

Παρά τις πιέσεις, η Campbell's εξακολουθεί να θεωρεί τη μαγειρική στο σπίτι βασικό



Mick Beekhuizen, CEO, Campbell's

κό μοχλό μελλοντικής ανάπτυξης, καθώς οι καταναλωτές αναζητούν οικονομικότερες λύσεις, μεγαλύτερη ευελιξία και δυνατότητες εξατομίκευσης των γευμάτων τους.

DATA Γ' τρίμηνο (σε \$ εκατ.)

Πωλήσεις

2025/2026: 2.366

2024/2025: 2.475

Μεταβολή: (4%)

προσαρμοσμένα EBIT

2025/2026: 274

2024/2025: 362

Μεταβολή: (24%)

• **HEINZ – HEINEKEN**
ΛΑΝΣΑΡΟΥΝ ΚΟΙΝΗ ΣΥΛΛΕΚΤΙΚΗ ΣΥΣΚΕΥΑΣΙΑ

Heinz και Heineken ανακοίνωσαν τη συνεργασία τους, παρουσιάζοντας μια συλλεκτική συσκευασία που συνδυάζει προϊόντα των δύο brands.

Η συλλεκτική εξάδα που δημιουργήθηκε στο πλαίσιο της συνεργασίας περιλαμβάνει πέντε μπίρες Heineken και ένα μπουκάλι Heinz Tomato Ketchup.

Η Karen Owen, Chief Growth Officer της Heinz, δήλωσε ότι τα δύο brands αποτελούν μέρος στιγμών που φέρνουν τους ανθρώπους κοντά εδώ και δεκαετίες. Όπως ανέφερε, η συνεργασία βασίζεται τόσο στη σχέση που έχουν αναπτύξει οι καταναλωτές με τα δύο brands όσο και στη δέσμευσή τους στην ποιότητα. Από την πλευρά της Heineken, επισημάνθηκε



ότι η εταιρεία επιδιώκει διαχρονικά να δημιουργεί συνδέσεις μεταξύ των ανθρώπων και ότι η συγκεκριμένη συνεργασία αναδεικνύει

ει τον τρόπο με τον οποίο διαφορετικά brands μπορούν να συνυπάρξουν στο πλαίσιο κοινών εμπειριών των καταναλωτών.

POWERED BY **FN|USA.**

• ΗΠΑ ΤΑ ΦΑΡΜΑΚΑ GLP-1 ΑΛΛΑΖΟΥΝ ΤΗ ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΗ ΤΩΝ SUPER MARKETS

Η αυξανόμενη χρήση φαρμάκων απώλει-
ας βάρους της κατηγορίας GLP-1 δημιουρ-
γεί νέες καταναλωτικές ανάγκες στον το-
μέα της υγείας και της ευεξίας, οδηγώντας
τις αλυσίδες super market να επεκτείνουν
τις υπηρεσίες και τις προϊοντικές τους προ-
τάσεις. Ως αποτέλεσμα, παρατηρείται ολοένα
και μεγαλύτερη σύγκλιση μεταξύ των τμημά-
των τροφίμων και των φαρμακείων που λει-
τουργούν εντός των καταστημάτων.

Οι retailers επιδιώκουν να εξελιχθούν σε
ολοκληρωμένους προορισμούς για τους
χρήστες GLP-1, προσφέροντας όχι μόνο
πρόσβαση στα φάρμακα αλλά και τρόφιμα,
ροφήματα και διατροφική καθοδήγηση που
υποστηρίζουν τις ιδιαίτερες ανάγκες τους.

ΤΙ ΕΚΑΝΕ Η PUBLIX

Χαρακτηριστικό παράδειγμα αποτελεί η
Publix, η οποία παρουσίασε το δωρεάν εν-
μερωτικό φυλλάδιο "Create a lifestyle that
lasts", σχεδιασμένο ως οδηγό για όσους
χρησιμοποιούν φάρμακα απώλειας βάρους.
Μέσω κωδικού QR, οι καταναλωτές οδη-
γούνται σε ειδική ψηφιακή σελίδα με προϊό-
ντα υψηλής περιεκτικότητας σε πρωτεΐνη και
φυτικές ίνες, ενώ μπορούν να εντοπίζουν και
προσφορές ή διαθέσιμα κουπόνια.

Παράλληλα, η αλυσίδα προωθεί εργαλεία
όπως οι ειδικές σημάνσεις "Better Choice",
που αναδεικνύουν προϊόντα με σημαντι-
κή διατροφική αξία σύμφωνα με τους δι-
αιτολόγους της εταιρείας, ενώ έχει ενσω-
ματώσει ξεχωριστές κατηγορίες προϊόντων
υψηλής περιεκτικότητας σε πρωτεΐνη και
φυτικές ίνες στα ψηφιακά διαφημιστικά της
φυλλάδια.

Ο ΡΟΛΟΣ ΤΗΣ ΖΗΤΗΣΗΣ

Η αυξανόμενη ζήτηση για πρωτεΐνη και φυτι-
κές ίνες έχει γίνει εμφανής σε ολόκληρο τον
κλάδο. Η Costco αναφέρει ιδιαίτερα υψηλές
πωλήσεις σε προϊόντα όπως το Kirkland
Signature Beef Stick και το Kirkland
Signature Ultra Filtered Protein Milk, ενώ
σελέχη της αποδίδουν την τάση στις αλλα-
γές διατροφικής συμπεριφοράς που σχετί-
ζονται με τα φάρμακα GLP-1.

Η εξυπηρέτηση των χρηστών GLP-1 δεν πε-
ριορίζεται όμως στα ράφια των τροφίμων. Τα
φαρμακεία των αλυσίδων λιανικής ενισχύ-
ουν επίσης τη δραστηριότητά τους, προσφέ-
ροντας προγράμματα εξοικονόμησης κό-
στους και πρόσθετες υπηρεσίες. Η Publix και
η Kroger έχουν λανσάρει προγράμματα εκ-
πτώσεων για επιλεγμένες θεραπείες GLP-1,
ενώ η Costco αξιοποιεί το φαρμακευτικό της
δίκτυο για να παρέχει οικονομικότερη πρό-
σβαση στα συγκεκριμένα φάρμακα.

Παράλληλα, η ένταξη των Wegony και
Ozempic στο πρόγραμμα συνταγογραφού-
μενων φαρμάκων της Costco συνέβαλε στην
αύξηση του μεριδίου αγοράς του φαρμακευ-
τικού της τμήματος. Αντίστοιχα, η ShopRite
προσέφερε ειδικά "πακέτα ευεξίας" για νέ-
ους χρήστες GLP-1, τα οποία περιλάμβαναν
διατροφικές οδηγίες, δείγματα προϊόντων
και κουπόνια για υγιεινά τρόφιμα.

Οι εξελίξεις αυτές καταδεικνύουν ότι η αυ-
ξανόμενη χρήση των φαρμάκων GLP-1 δεν
επηρεάζει μόνο τη φαρμακευτική αγορά,
αλλά μετασχηματίζει και το λιανεμπόριο τρο-
φίμων, δημιουργώντας νέες ευκαιρίες ανά-
πτυξης σε κατηγορίες προϊόντων που συν-
δέονται με τη διατροφή, την ευεξία και την
υγιεινή ζωή.



• AQUA CARPATICA ΣΤΟ ΕΠΙΚΕΝΤΡΟ ΤΟΥ BE WELL FESTIVAL ΜΕ ΔΡΑΣΕΙΣ ΕΥΕΞΙΑΣ ΚΑΙ ΕΝΥΔΑΤΩΣΗΣ

Παρουσία στο Be Well Festival είχε για
ακόμη μία χρονιά το AQUA Carpatica,
συμμετέχοντας ως χορηγός ενυδάτωσης
σε μια διοργάνωση αφιερωμένη στην
υγεία, την ευεξία και την ισορροπημένη
καθημερινότητα.

Το φεστιβάλ πραγματοποιήθηκε στο
ΟΑΚΑ, προσελκύνοντας περισσότερους
από 31.000 επισκέπτες όλων των ηλικιών,
οι οποίοι συμμετείχαν σε δραστηριότητες
fitness, wellness sessions και δράσεις
που προωθούν τη σωματική και ψυχική
ευεξία. Στο πλαίσιο της διοργάνωσης, το
AQUA Carpatica δημιούργησε έναν ειδι-
κά διαμορφωμένο σταθμό ενυδάτωσης,
προσφέροντας στους επισκέπτες τη δυ-
νατότητα να γνωρίσουν τα προϊόντα της
εταιρείας και να ενημερωθούν για τη ση-
μασία της σωστής ενυδάτωσης.

Ξεχωριστή θέση στο πρόγραμμα είχε
το εκπαιδευτικό session "Hydration
Unlocked by AQUA Carpatica", με ομιλη-
τές τον Dr. Αναστάσιο Παπαλαζάρου και
τη Μαρία Βοϊτσίδου, Κλινική Διαιτολόγο
MSc και επιστημονική συνεργάτιδα του κ.
Παπαλαζάρου.

ΤΑ ΠΡΟΪΟΝΤΑ ΕΝΥΔΑΤΩΣΗΣ

Κατά τη διάρκεια του φεστιβάλ, οι επισκέ-
πτες είχαν την ευκαιρία να δοκιμάσουν το
φυσικό μεταλλικό νερό AQUA Carpatica,
καθώς και το φυσικώς ανθρακούχο φυ-
σικό μεταλλικό νερό της εταιρείας.
Παράλληλα, ιδιαίτερο ενδιαφέρον συ-
γκέντρωσε η σειρά AQUA Carpatica
Flavours, που συνδυάζει ανθρακούχο
νερό με φυσικούς χυμούς φρούτων και
μία σταγόνα αγαύης.



• **TARGET**

ΟΙ ΜΕΤΟΧΟΙ ΑΠΕΡΡΙΨΑΝ ΤΟΝ ΔΙΑΧΩΡΙΣΜΟ ΤΩΝ ΡΟΛΩΝ ΠΡΟΕΔΡΟΥ ΚΑΙ CEO

Οι μέτοχοι της Target απέρριψαν πρόταση επενδυτή για διαχωρισμό των ρόλων του Προέδρου του διοικητικού συμβουλίου και της εκτελεστικής ηγεσίας, σύμφωνα με δύο πηγές που έχουν άμεση γνώση της ψηφοφορίας. Το αποτέλεσμα επιτρέπει στον πρώην Διευθύνοντα Σύμβουλο, Brian Cornell, να παραμείνει Εκτελεστικός Πρόεδρος, παρά τις αυξανόμενες πιέσεις από επενδυτές για μια πιο ανεξάρτητη φωνή στη διοίκηση. Πρόταση μετόχων που ζητούσε τη δημοσίευση εκθέσεων σχετικά με τη χρήση φυτοφαρμάκων σε προϊόντα ιδιωτικής ετικέτας, καθώς και για τις προσπάθειες μείωσης των εκπομπών μικροϊών από τα προϊόντα της εταιρείας, επίσης δεν εγκρίθηκε κατά την ετήσια γενική συνέλευση της Target, ανέφεραν οι ίδιες πηγές.

ΣΤΟ ΗΜΙΣΥ Η ΧΡΗΜΑΤΙΣΤΗΡΙΑΚΗ ΤΗΣ ΑΞΙΑ

Η εταιρεία δυσκολεύεται να συμβαδίσει με ανταγωνιστές όπως η Walmart και η

Costco, καθώς οι καταναλωτές, επιβαρυνόμενοι από τον πληθωρισμό, στρέφονται σε προϊόντα με χαμηλότερες τιμές, ασκώντας πιέσεις στις πωλήσεις και στα περιθώρια κέρδους της. Η χρηματιστηριακή αξία της Target έχει μειωθεί περίπου κατά το ήμισυ από το 2021, γεγονός που έχει εντείνει τις ανησυχίες για τη στρατηγική της. Τα πρόσφατα οικονομικά αποτελέσματα έδειξαν σημάδια ανάκαμψης, ωστόσο η Target έχει προειδοποιήσει ότι το δυσμενές μακροοικονομικό περιβάλλον ενδέχεται να συνεχίσει να επηρεάζει αρνητικά τη ζήτηση.

ΟΙ ΑΝΗΣΥΧΙΕΣ

Οι ανησυχίες σχετικά με την εταιρική διακυβέρνηση εντάθηκαν μετά τη μετάβαση του Brian Cornell στη θέση του Εκτελεστικού Προέδρου, η οποία του παρέχει εποπτεία επί της λειτουργίας της εταιρείας και του διαδόχου του, Michael Fiddelke. Κατά τη διάρκεια της θητείας του Brian Cornell, η Target αντιμετώπισε προβλήματα



Michael Fiddelke, CEO, Target

στη στρατηγική εμπορευμάτων, καθώς και επικρίσεις για αποφάσεις όπως η αποστασιοποίηση από πρωτοβουλίες για τη διαφορετικότητα, την ισότητα και τη συμπερίληψη, οι οποίες επηρέασαν αρνητικά τις πωλήσεις και την αφοσίωση των πελατών. Ο Michael Fiddelke, ο οποίος ανέλαβε τα καθήκοντά του τον Φεβρουάριο, επενδύει φέτος \$2 δισ. προκειμένου να διασφαλίσει επαρκή αποθέματα στα καταστήματα και να ενισχύσει την ανταγωνιστικότητα των τιμών, ώστε η εταιρεία να ανταποκριθεί στον επιθετικό ανταγωνισμό εκπτώσεων από την Walmart, την Amazon και τους discounters.

• Debrief •

ΜΠΟΡΕΙ Η ΕΛΛΑΔΑ ΝΑ ΦΙΛΟΞΕΝΗΣΕΙ ΠΥΡΗΝΙΚΑ ΕΡΓΟΣΤΑΣΙΑ;

Πάει ένας χρόνος, παρά κάτι ημέρες, από [όταν είχαμε ασχοληθεί για πρώτη φορά](#) με το ενδεχόμενο η Ελλάδα να μπει στο club των χωρών που αξιοποιούν την πυρηνική ενέργεια. Όπως, λοιπόν, θα διαβάσετε στο σημερινό BnSecret, την ερχόμενη Δευτέρα αναμένεται να δημοσιευθεί η μελέτη της Athlos Energy για το κατά πόσο μπορεί η χώρα μας να φιλοξενήσει πυρηνικά εργοστάσια ή μικρούς αρθρωτούς αντιδραστήρες, με τα πρώτα στοιχεία να είναι θετικά.

Η πυρηνική ενέργεια για χρόνια ήταν μία από τις πολλές απαγορευμένες φράσεις στη χώρα μας. Μαζί με τις λέξεις "ιδιωτική πρωτοβουλία", "βιομηχανία", "ελεύθερη αγορά" και άλλες, αρκετές ακόμα. Τα τελευταία χρόνια αυτό έχει αλλάξει. Οι εξελίξεις μας ανάγκασαν να δούμε αυτά που κάποτε απορρίπαμε. Ήρθε το πλήρωμα του χρόνου.

Το τεχνικό κομμάτι που σχετίζεται με την πυρηνική ενέργεια το έχουμε θίξει ακροθιγώς [εδώ](#). Πιθανότατα η επερχόμενη έκθεση θα το διερευνά σε βάθος, οπότε θα κάνει και εμάς σοφότερους.

Στο σημερινό σημείωμα θα εστιάσουμε σε κάτι άλλο. Στις επιλογές που πάνε πακέτο με πιθανή υιοθέτηση της πυρηνικής ενέργειας. Όχι μόνο από τα κόμματα, αλλά από όλους μας.

Για προφανείς λόγους το συγκεκριμένο πεδίο απαιτεί απόλυτη σοβαρότητα. Δεν χωρά εκπτώσεις, από αυτές που έχουμε συνηθίσει να κάνουμε στην Ελλάδα, στο συλ "ώχου, έλα τώρα, ποιος θα το καταλάβει". Φαντάζομαι πως αυτό είναι εύκολα κατανοητό.

Επίσης απαιτεί τη μέγιστη δυνατή συναίνεση. Όχι μόνο σε πολιτικό επίπεδο, αλλά κυρίως σε κοινωνικό. Με άλλα λόγια η ίδια η ελληνική

κοινωνία πρέπει να δώσει το πράσινο φως. Αλλιώς δεν πρόκειται να προχωρήσει τίποτα. Οι τελευταίες εξελίξεις στην Μέση Ανατολή, ανέδειξαν για μια ακόμη φορά, την ευαλωτότητα της Ευρώπης στο ενεργειακό πεδίο. Την ίδια στιγμή η πυρηνική ενέργεια έχει μπει και πάλι στο ραντάρ χωρών και κυβερνήσεων σε όλο τον κόσμο. Το τί θα κάνουμε εδώ, στην Ελλάδα, μένει να φανεί. Δεν είναι υποχρεωτικό να προχωρήσουμε με την πυρηνική ενέργεια, αλλά δεν είναι υποχρεωτικό και να την απορρίψουμε. Ό,τι και να αποφασίσουμε, να το κάνουμε αφού πρώτα έχουμε ενημερωθεί για τα υπέρ και τα κατά από ειδικούς, μέσα από πολιτισμένο διάλογο χωρίς αφορισμούς και μπαμπούλες του παρελθόντος.

Γιάννης Παλιούρης
giannis@notice.gr

Business Maker

COCA-COLA HBC: ΤΟ ΣΤΟΙΧΗΜΑ ΤΟΥ \$1,3 ΔΙΣ. ΣΤΗΝ ΑΙΓΥΠΤΟ

Σε έναν από τους σημαντικότερους επενδυτικούς προορισμούς για την Coca-Cola HBC αναδεικνύεται η Αίγυπτος, με τον όμιλο να σχεδιάζει επενδύσεις ύψους \$1,3 δισ. έως το 2030! Αυτό δήλωσε ο Zoran Bogdanovic, Διευθύνων Σύμβουλος του ομίλου Coca-Cola Hellenic (CCHBC), στο πλαίσιο εγκαινίων νέας γραμμής παραγωγής ύψους €35 εκατ., τονίζοντας ότι η επένδυση στην Αίγυπτο αντικατοπτρίζει ένα μακροπρόθεσμο όραμα βασισμένο στην εμπιστοσύνη προς την τοπική οικονομία και τις ανθρώπινες και βιομηχανικές της δυνατότητες.

Η Coca-Cola HBC επένδυσε περισσότερα από \$1,1 δισ. στην αιγυπτιακή αγορά από το 2022 έως το 2025. Ο κ. Bogdanovic ανέφερε ότι θεωρεί την Αίγυπτο στρατηγικό κόμβο για την ανάπτυξη και την επέκτασή του στην αφρικανική ήπειρο και πιστεύει ότι η συνεργασία με το αιγυπτιακό κράτος θα συνεχίσει να παράγει βιώσιμη οικονομική και αναπτυξιακή αξία τα

επόμενα χρόνια.

Η αιγυπτιακή αγορά δεν είναι τυχαία επιλογή. Με πληθυσμό, που ξεπερνά τα 110 εκατομμύρια κατοίκους, νεανική δημογραφική σύνθεση και σημαντικά περιθώρια διείσδυσης σε κατηγορίες αναψυκτικών και εμφιαλωμένου νερού, θεωρείται από τα στελέχη του κλάδου μία από τις πιο ελκυστικές αγορές της ευρύτερης περιοχής της Μέσης Ανατολής και της Βόρειας Αφρικής. Το επενδυτικό πρόγραμμα αφορά τόσο την αύξηση παραγωγικής δυναμικότητας, όσο και τη βελτίωση των δικτύων διανομής, αλλά και πρωτοβουλίες βιωσιμότητας. Η Coca-Cola HBC επιδιώκει να δημιουργήσει ισχυρότερες βάσεις ανάπτυξης σε μια περίοδο, όπου οι γεωπολιτικές αναταράξεις και οι μεταβολές στις καταναλωτικές συνήθειες αναγκάζουν τις πολυεθνικές να επανασχεδιάζουν τους χάρτες των επενδύσεών τους. Το ενδιαφέρον είναι ότι η κίνηση αυτή έρχεται σε μια συγκυρία κατά την οποία αρκετοί διεθνείς όμιλοι

εμφανίζονται επιφυλακτικοί απέναντι στις αναδυόμενες οικονομίες λόγω συναλλαγματικών κινδύνων και πολιτικής αβεβαιότητας. Η Coca-Cola HBC φαίνεται να ακολουθεί διαφορετική προσέγγιση, ποντάροντας στις μακροπρόθεσμες προοπτικές της αγοράς. Θυμίζουμε πως η εταιρεία ετοιμάζεται να λειτουργήσει νέα γραμμή παραγωγής στο εργοστάσιο, που διατηρεί στην Αλεξάνδρεια, προκειμένου να καλυφθεί η αυξανόμενη ζήτηση και να θωρακιστεί η ανταγωνιστικότητα του ομίλου. Παράλληλα, προτίθεται να δημιουργήσει ψηφιακό κέντρο, που δεν θα εξυπηρετεί απλώς τις τοπικές ανάγκες, αλλά θα παρέχει ολοκληρωμένες υπηρεσίες τεχνολογίας σε οντότητες της Coca-Cola Hellenic σε 27 χώρες σε Ευρώπη και Αφρική. Μάλιστα, ο σχεδιασμός προβλέπει σχεδόν διπλασιασμό των θέσεων εργασίας, με στόχο τους 450 εξειδικευμένους εργαζόμενους έως το 2027.

ANRAMAR: Ο ΚΑΝΑΔΟΣ ΤΟΠΟΤΗΡΗΤΗΣ ΚΑΙ ΤΑ ΔΑΝΕΙΑ ΠΟΥ... ΜΕΝΟΥΝ

Η εξαγορά της Anramar από την канаδική Cooke Aquaculture μπορεί να έχει ανακοινωθεί, ωστόσο υπάρχουν ακόμη αρκετά βήματα μέχρι να θεωρηθεί οριστικά ολοκληρωμένη. Καλά πληροφορημένες πηγές αναφέρουν ότι η Cooke έχει ήδη αποκτήσει τις μετοχές από την Amerga Capital, όμως το κομμάτι, που αφορά την καταβολή των €170 εκατ. για την εξόφληση των δανείων, βρίσκεται ακόμη σε εκκρεμότητα. Αυτή τη στιγμή, όπως αναφέρουν οι πληροφορίες, βρίσκεται σε εξέλιξη μια εξαιρετικά λεπτομερής διαδικασία due diligence, η οποία συνεχίζεται ακόμη και μετά τη συμφωνία εξαγοράς. "Είναι μια

ασυνήθιστη διαδικασία. Συνήθως προηγείται ο εξονυχιστικός έλεγχος και ακολουθεί η συμφωνία. Εδώ φαίνεται ότι οι αγοραστές βασίστηκαν σε μεγάλο βαθμό στην πληροφόρηση, που είχαν από τον προηγούμενο μέτοχο και τώρα εξετάζουν σε βάθος κάθε πτυχή της δραστηριότητας με επισκέψεις σε μονάδες και εγκαταστάσεις", αναφέρουν χαρακτηριστικά οι ίδιες πηγές. Επιπλέον, οι Καναδοί της Cooke έχουν ήδη εγκαταστήσει στέλεχος μέσα στην εταιρεία, ως τοποτηρητή που ενημερώνεται για τα πάντα... Η Anramar πάντως εμφανίζει σαφώς βελτιωμένη λειτουργική εικόνα. Η ρευστότητα έχει ενισχυθεί, οι τιμές πώλησης κινούνται

σε ικανοποιητικά επίπεδα και τα κόστη έχουν αποκλιμακωθεί σε σχέση με το προηγούμενο διάστημα. Ωστόσο, κανείς δεν παραβλέπει τη μεταβλητότητα που χαρακτηρίζει την παγκόσμια αγορά υδατοκαλλιέργειας. Οι αυξήσεις στις τιμές ενέργειας, η άνοδος των πρώτων υλών και οι πληθωριστικές πιέσεις επηρεάζουν άμεσα τη δομή κόστους. Γι' αυτό και η πραγματική πρόκληση για τους νέους ιδιοκτήτες δεν είναι μόνο να ολοκληρώσουν το χρηματοοικονομικό σκέλος της συναλλαγής, αλλά να διαμορφώσουν ένα επιχειρηματικό σχέδιο που θα εξασφαλίσει σταθερή και διατηρήσιμη κερδοφορία τα επόμενα χρόνια.

Business Insight

ΕΚΤ: ΠΑΕΙ ΚΑΙ ΓΙΑ ΔΕΥΤΕΡΗ ΑΥΞΗΣΗ ΕΠΙΤΟΚΙΩΝ- ΣΠΕΥΔΟΥΝ ΝΑ ΑΝΤΛΗΣΟΥΝ ΧΡΗΜΑ ΔΗΜΟΣΙΟ ΚΑΙ ΕΤΑΙΡΕΙΕΣ

Στην πρώτη, προεξοφλημένη, αύξηση επιτοκίων προχώρησε χθες το διοικητικό συμβούλιο της Ευρωπαϊκής Κεντρικής Τράπεζας. Η πρώτη, από τον Σεπτέμβριο του 2023, εντελώς κόντρα σε εκτιμήσεις οικονομολόγων (και της ΕΚΤ) τέλη του 2025 για μείωση, και με μεγάλα επενδυτικά σπίνια να θεωρούν ως πιθανότερο το ενδεόμενο και επόμενη-δεύτερης- αύξησης. Και θα δουν, στην Φρανκφούρτη πως θα εξελιχθεί η κατάσταση το καλοκαίρι προκειμένου να μην (ξανά) συρθούν σε ανάλογη κίνηση στην φθινοπωρινή συνεδρίαση (στις 9-10 Σεπτεμβρίου).

Οι λόγοι για τους οποίους η ΕΚΤ υποχρεώθηκε να αυξήσει το κόστος χρήματος, με την ευρωπαϊκή οικονομία/επιχειρηματικότητα σε προ-υφεσιακό περιβάλλον γνωστοί, αναλύθηκαν όταν έπρεπε. Παράλληλα, οι δηλώσεις της Προέδρου δεν πρόσθεσαν κάτι που δεν γνωρίζει η αγορά, ούτε πρότειναν κάποιον οδικό χάρτη-διαχείρισης για το διάστημα που ακολουθεί, δυστυχώς [επιβεβαιώνοντας και το BnB Daily για όσα αναφέραμε χθες.](#)

Λίγο ως πολύ αναμενόμενα, προεξοφλημένα αυτά, άλλωστε από κρατικούς φορείς μέχρι διοικήσεις επιχειρήσεων, **άπαντες έσπευδαν να αντλήσουν χρήμα αρκετά πριν την χθεσινή συνεδρίαση της ΕΚΤ.** Ένδειξη πως ούτε προσέβλεπαν σε κάποια ουσιαστική/αποτελεσματική ενέργεια από την πλευρά της Κεντρικής Τράπεζας, **ούτε περίμεναν ότι οι ευρωπαίοι κεντρικοί τραπεζίτες θα συμφωνήσουν σε κάτι κοινό.** Όπως άλλωστε γίνεται στα περισσότερα καίρια ζητήματα που αφορούν

στην Ευρώπη, με πρώτο και καλύτερο στο ενεργειακό.

Με αυτά τα δεδομένα, η διοίκηση της Airbus επίσπευσε την έκδοση του πρώτου ομολόγου, μετά από σχεδόν έξι χρόνια, η Carlsberg Brewery έκανε ντεμπούτο με "υβριδικό χρέος", η Novartis - με τριμερή συμφωνία- κ.α. ων ουκ έστιν αριθμός, με το Bloomberg να αναφέρεται σε ιστορικό πεντάμηνο-ρεκόρ. Πρακτικά, **περί τους 35 δανειολήπτες δραστηριοποιούνται στην πρωτογενή αγορά με 43 εκδόσεις νέων ομολόγων**, αριθμός που αποτελεί επίσης ιστορικό υψηλό. Αυτό σε περίοδο που ο [Traxx Europe \(CDS\) έχει υποχωρήσει σε χαμηλό σημείο.](#)

Μέχρι πρόσφατα οι εκδόσεις κοινοπρακτικών δανείων είχαν ξεπεράσει το μισό τρισ. (€504 δισ.), το μεγαλύτερο ποσό από το 2020 όταν η επιχειρηματικότητα/οικονομία προσέφυγαν σε μαζικό δανεισμό για να ανταπεξέλθουν στις συνέπειες λόγω Covid-19. Ωστόσο, υπάρχει μία ουσιαστική διαφορά, ένα μείζον θέμα: το 2026 δεν είναι 2020 (Covid-19), ούτε 2022 (εισβολή Ρωσίας), με το περιβάλλον πολύ πιο βεβαρημένο, το private credit να αναδύεται, τους AI Giants σε αποτιμήσεις... στρατόσφαιρας και το παγκόσμιο χρέος πάνω από τα \$100 τρισ. [\(στα \\$355 τρισ. με το ιδιωτικό, επιχειρηματικό\).](#)

Σε αυτά, θα πρέπει να προστεθούν και οι **λήξεις των ομολόγων-εποχής Covid-19 που συνιστούν επιπλέον πρόβλημα, για τις, ήδη, εύθραυστες αντοχές του ευρωσυστήματος.** Θα περιοριστώ σε ανάλυση της Natixis σύμφωνα με την οποία οι συ-

ναλλαγές αναχρηματοδότησης (από κρατικούς φορείς) της Ευρωζώνης αυξήθηκαν κατά 26% (στο πεντάμηνο) υπερδιπλάσια της μέσης ετήσιας (στο 11%).

Σε αυτό το περιβάλλον, δεν είναι τυχαίο πως σε ανάλογη κλίμακα στην ελληνική αγορά σε διάστημα μόλις ενάμιση μήνα πραγματοποιούνται τόσες έξοδοι στις αγορές χρήματος. Το τελευταίο διάστημα, προχώρησαν η διοίκηση της ΔΕΗ σε AMK, αντλώντας €4,25 δισ. (με τις προσφορές να ξεπερνούν τα €18 δισ., η Motor Oil μέσω ευρωπαϊκού ομολόγου €400 εκατ. (στα €1,4 δισ. οι προσφορές), η Lamda Development €350 εκατ. (στα €593 εκατ. οι προσφορές), η Optima Bank €200 εκατ. (στα €2,2 δισ. οι προσφορές). Επιπλέον, ο ΟΔΔΗΧ προχώρησε σε επανατιμολόγηση 10ετούς, για €3 δισ. με τις προσφορές στα €36 δισ.

Και ακολουθούν, από την πλευρά των εισηγμένων ο ΑΔΜΗΕ- την επόμενη εβδομάδα για €1 δισ.- η IPO της Attica Πολυκαταστήματα, ενώ στα σκαριά είναι ανάλογες κινήσεις από 2-3 επιχειρήσεις. Ενδεικτικά τα στοιχεία που από τη μία καταδεικνύουν την σπουδή για άντληση χρήματος, από την άλλη την σημαντική προσφορά που συγκεντρώνεται σε αυτή την διαδικασία.

(*) Το iTraxx Europe (που συχνά αναφέρεται εσφαλμένα ως "Traxx") είναι μια οικογένεια τυποποιημένων δεικτών Credit Default Swap (CDS) στην ευρωπαϊκή αγορά. Ουσιαστικά, λειτουργεί ως ένα "ασφαλιστήριο συμβόλαιο" έναντι της χρεοκοπίας μεγάλων ευρωπαϊκών εταιρειών



REAL ESTATE DAILY SECRET

THE KEY TO PROPRIETARY INFORMATION

Το κλειδί για να μαθαίνετε τα μυστικά της αγοράς ακινήτων, κάθε μέρα στο e-mail σας. Με την υπογραφή της



NOTICE
CONTENT & SERVICES

**ΚΑΝΤΕ
ΕΓΓΡΑΦΗ
ΕΔΩ**

SECRETRECIPE

Τουρισμός εξαιρετικά υψηλής... ενέργειας

Όχι δεν είναι εικασία. Είναι γεγονός. Και δείχνει πόσο διορατική είναι η ελληνική πολιτική για τον τουρισμό. Το Μνημόνιο Συνεργασίας μεταξύ Ελλάδας και Κολομβίας για τον τουρισμό, που ανακοινώθηκε χθες, ανοίγει νέους ορίζοντες. Η απόφαση να ανταλλάξουμε τεχνογνωσία με μια χώρα, που διαχρονικά φημίζεται για τα εξαγωγίμα προϊόντα της και τους διαρκώς υψηλούς ρυθμούς ενέργειας, τους οποίους προσφέρει, αποδεικνύει περίτρανα ότι η Ελλάδα στοχεύει ψηλά. Πολύ ψηλά. Στο επίκεντρο της συμφωνίας μπαίνει δικαίως ο γαστρονομικός και φυσιολατρικός τουρισμός. Άλλωστε, οι δύο λαοί μοιράζονται μια βαθιά, σχεδόν βιωματική εκτίμηση για τα ιδιαίτερα δώρα της φύσης, την πλούσια και σπάνια χλωρίδα και, βεβαίως, τις απέραντες υπόλευκες αμμουδιές. Ο Κολομβιανός ταξιδιώτης, μαθημένος σε δυνατές εμπειρίες, που ανεβάζουν τους παλμούς και διατηρούν τη διάθεση στα ύψη, σίγουρα θα βρει στα ελληνικά νησιά το απολύτως κατάλληλο έδαφος για να διοχετεύσει τη χαρακτηριστική του ζωντάνια. Από την πλευρά μας, μπορούμε με μεγάλη βεβαιότητα να μεταλαμπαδεύσουμε στους νέους μας φίλους την πατροπαράδοτη τέχνη του να οργανώνεις αξέχαστες βραδιές, που κρατούν τους επισκέπτες ευδιάθετους και απόλυτα άγρυπνους μέχρι πρωίας. Πρόκειται, αναμφίβολα, για μια συνεργασία, η οποία υπόσχεται να απογειώσει τον ελληνικό τουρισμό - με την πιο αυστηρά φυσιολατρική και αμιγώς πολιτισμική έννοια του όρου, φυσικά.

SÖ POSH!
the trendletter

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

Κάθε Σάββατο στις 9.30
ΤΟ ΕΒΔΟΜΑΔΙΑΙΟ NEWSLETTER

ΓΙΝΕ ΣΥΝΔΡΟΜΗΤΗΣ ΕΔΩ

Editorial

Καταναλωτικός αναλφαβητισμός

Τί είναι αυτό, το οποίο ακούμε διαρκώς, εδώ και χρόνια, στον δημόσιο διάλογο, όταν μιλάμε για τις τιμές των προϊόντων στην Ελλάδα;

Ότι το ίδιο προϊόν, της ίδιας εταιρείας, πωλείται στην ελληνική αγορά ακριβότερα από ό,τι σε άλλες ευρωπαϊκές. Και ότι για αυτό φταίνε οι κακές πολυεθνικές, τα ολιγοπώλια, τα καρτέλ, τα super market και ο ανάδρομος Ερμής.

Με τα σχετικά ρεπορτάζ να καταλήγουν σε πολλές περιπτώσεις, με τη φράση, "Σε τί κόσμο θα φέρουμε τα παιδιά μας;"

Κι όμως!

Η αλήθεια γύρω από αυτό το - απόλυτα υπαρκτό - φαινόμενο βρίσκεται κάπου αλλού (χωρίς αυτό να σημαίνει ότι δεν έχουν υπάρξει τα όσα καταγγελλόμενα περιγράφονται παραπάνω).

Ο ακόλουθος διάλογος είναι απόλυτα αληθινός και τον μεταφέρω αυτούσιο.

Αφορά δύο υψηλόβαθμα στελέχη: Το ένα εργάζεται σε αλυσίδα super market (S/M) και το άλλο σε πολυεθνική (M/N), η οποία παράγει FMCGs.

S/M: Μπορείς να μου πεις τί συμβαίνει και μου πουλάς το προϊόν σου σε τέτοια τιμή χονδρικής, ώστε βγαίνει λιανική 25%-30% ακριβότερο στην Ελλάδα σε σχέση με χώρες, όπως η Ισπανία και η Πορτογαλία; Σου κοστίζει περισσότερο η παρουσία σου στη χώρα μας; Είναι ακριβότερα τα μεταφορικά και τα εργατικά; Τί φταίει;

M/N: Τίποτα από όλα αυτά. Σε κάθε αγορά, δοκιμάζουμε σενάρια. Ξεκινάμε από μια τιμή, που να μας προσφέρει το επιθυμητό περιθώριο και βλέπουμε πώς πάει. Αν πουλάει στην υψηλή τιμή, το κρατάμε εκεί. Αν όχι, τότε μειώνουμε το περιθώριο και χαμηλώνουμε στην τιμή. Στην περίπτωση της Ελλάδας, η επιμονή των καταναλωτών σε branded προϊόντα, και ειδικά σε συγκεκριμένα brands, μας βοηθάει να κρατάμε ψηλά το περιθώριο. Γι' αυτό και μας βλέπεις να βγαίνουμε ακριβότερα από άλλες χώρες. Και το ίδιο, να ξέρεις, κάνουν και άλλες εταιρείες. Γνωρίζουμε την έλλειψη καταναλωτικής παιδείας του Έλληνα και διασφαλίζουμε το μέγιστο επιθυμητό περιθώριο. Τόσο απλά.

Νεκτάριος Β. Νώτης
nectarios@notice.gr