

Για τη Σαρακοστή
απορροφούμε
τον ~~ΦΠΑ~~



σε επιλεγμένα
κατ. λαχανικά
και ρύζια

-13%



Ανακαλύψέ τα
όλα εδώ



Γιατί αξίζει.



FNB SERVED DAILY.

Food for thought... every day!

ΤΟ ΚΑΘΗΜΕΡΙΝΟ ΨΗΦΙΑΚΟ
NEWSLETTER ΓΙΑ ΤΟΝ ΚΛΑΔΟ
ΤΡΟΦΙΜΩΝ & ΠΟΤΩΝ

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

ΤΡΙΤΗ 24 ΜΑΡΤΙΟΥ 2026
ΤΕΥΧΟΣ 2296



• ΣΚΛΑΒΕΝΙΤΗΣ

Ανοίγει την Πέμπτη το Food to Go - Τί περιλαμβάνει
το νέο concept στην αγορά έτοιμων γευμάτων



• ΜΑΚΒΕΛ

Επενδύσεις για ενίσχυση κερδοφορίας το 2026
- Τα τρία νέα προϊόντα που λανσάρει



• RITO'S FOOD

Είσοδος σε ΑΒ με επώνυμο προϊόν
- Στην τελική ευθεία το νέο εργοστάσιο



• KLC LAW FIRM

Γιορτάζει 25 χρόνια λειτουργίας
- Ίδρυσε το KLC Academy

Editorial

Πετροδόλαρα, STOP !

Debrief

Ροή ειδήσεων

Business Maker

- Ποιοι και γιατί βλέπουν κύμα deals στα τρόφιμα
- Τί απειλεί τα 50.000 σημεία που σερβίρουν καφέ στο χέρι

SecretRecipe

Ο fund manager με τις
απαξιώτικες αποτιμήσεις

Business Insight

Μεταξύ σφύρας και άκμονος
η ευρωπαϊκή οικονομία



μεγαλώνω

Όταν είσαι γονιός, ξέρεις!

ΑΠΟ ΤΟΝ
12°
ΜΗΝΑ



ΑΠΟ ΤΟΝ
6°
ΜΗΝΑ

Ολοκληρωμένη σειρά
βρεφικής & παιδικής διατροφής.

• ΣΚΛΑΒΕΝΙΤΗΣ

ΑΝΟΙΓΕΙ ΤΗΝ ΠΕΜΠΤΗ ΤΟ FOOD TO GO - ΤΙ ΠΕΡΙΛΑΜΒΑΝΕΙ ΤΟ ΝΕΟ CONCEPT ΣΤΗΝ ΑΓΟΡΑ ΕΤΟΙΜΩΝ ΓΕΥΜΑΤΩΝ

Στην ανάπτυξη ενός νέου επιχειρηματικού μοντέλου στην αγορά λιανεμπορίου τροφίμων, ενισχύοντας στρατηγικά την παρουσία της στον ταχέως αναπτυσσόμενο κλάδο των έτοιμων γευμάτων προχωρά η Σκλαβενίτης. Το νέο concept, με την ονομασία "Σκλαβενίτης Food to Go", εστιάζει στην κάλυψη των αναγκών του σύγχρονου καταναλωτή, ο οποίος αναζητά ποιοτικές, άμεσες και οικονομικά προσιτές λύσεις διατροφής στην καθημερινότητά του.

Το πρώτο κατάστημα του "Σκλαβενίτης Food to Go" ξεκινά πιλοτικά στις 26 Μαρτίου στο Σύνταγμα και συγκεκριμένα στην οδό Βουλής, σε κατάστημα που μέχρι πριν λίγους μήνες λειτουργούσε η Σπιτική Κουζίνα.

Ωστόσο, η επιλογή του να ξεκινήσει αυτό το σημείο πρώτο, υπό το νέο concept, δεν είναι καθόλου τυχαία, μιας και η Σκλαβενίτης έδωσε έμφαση σε μια τοποθεσία υψηλής εμπορικότητας και έντονης καταναλωτικής ροής, στοιχείο που αναμένεται να λειτουργήσει ως δείκτης απόδοσης για τη μελλοντική ανάπτυξη του concept.

ΕΥΕΛΙΚΤΑ ΚΑΤΑΣΤΗΜΑΤΑ

Το μοντέλο "Food to Go" βασίζεται σε ευέλικτα καταστήματα μικρότερης κλίμακας, με εξειδικευμένο προϊοντικό μείγμα που περιλαμβάνει έτοιμα γεύματα, σαλάτες, σάντουιτς, παγωτά και επιδόρπια, όλα σε ατομικές συσκευασίες, ενισχύοντας τη θέση της εταιρείας στο segment της άμεσης κατανάλωσης.

INFO - ΩΡΑΡΙΟ

- Δευτέρα -Παρασκευή: 08:00 – 21:00
- Σάββατο: 08:00 – 20:00

Στον σχεδιασμό της Σκλαβενίτης είναι η σύνδεση του καταστήματος με delivery platforms για την εξυπηρέτηση των καταναλωτών.

ΕΝΙΣΧΥΣΗ ΕΤΟΙΜΩΝ ΓΕΥΜΑΤΩΝ

Η ανάπτυξη του Σκλαβενίτης Food to Go εντάσσεται σε ένα ευρύτερο στρατηγικό πλάνο διαφοροποίησης και ενίσχυσης του προϊοντικού χαρτοφυλακίου της εταιρείας, με έμφαση στον τομέα των έτοιμων γευμάτων, ο οποίος αποτελεί βασικό πυλώνα ανάπτυξης τα τελευταία χρόνια. Στην υλοποίηση της στρατηγικής σημαντικό ρόλο διαδραματίζει η εξαγορά της Σπιτικής Κουζίνας, εταιρείας του ομίλου Salas Inter Group, ιδιοκτησί-



ας του Νίκου Σαλαπατάρα, [για την οποία διαβάστε για πρώτη φορά στο Fnb Daily 25/7](#). Υπενθυμίζεται ότι η συμφωνία αφορά δίκτυο 25 καταστημάτων σε κομβικά σημεία της Αττικής, ενώ διασφαλίστηκε η διατήρηση 75 θέσεων εργασίας. Η προσωρινή αναστολή λειτουργίας του ευρύτερου δικτύου της Σπιτικής Κουζίνας τον Οκτώβριο, είχε ως αποτέλεσμα την ενσωμάτωση του ανθρώπινου δυναμικού στο δίκτυο της Σκλαβενίτης. Όπως μαθαίνει το Fnb Daily σταδιακά θα επαναλειτουργήσουν και τα 25 σημεία της Σπιτικής Κουζίνας υπό το νέο concept Σκλαβενίτης Food to Go. Ακόμα, σύντομα προβλέπεται ότι θα ανοίξει και το δεύτερο σημείο.

Η ΜΟΝΑΔΑ ΣΤΗΝ ΜΑΓΟΥΛΑ

Στην υλοποίηση της στρατηγικής διεύρυνσης της κατηγορίας των έτοιμων γευμάτων αναμένεται να συμβάλει και η μονάδα της Σκλαβενίτης στην Μαγούλα, με στόχο την παραγωγή 250.000 μερίδων φαγητού την ημέρα. Μέρος του επενδυτικού της σχεδίου για την ενίσχυση των υποδομών αποτελεί και η συμφωνία με την Αύρα Α.Ε., θυγατρική του ομίλου Σκλαβενίτη, για την κατασκευή της εν λόγω μονάδας παραγωγής και διακίν-

σης έτοιμου φαγητού. Το έργο έχει συνολική επιφάνεια 24.000 τ.μ., με το ύψος της επένδυσης να ανέρχεται στα €35 εκατ., και σύμφωνα με πληροφορίες του Fnb Daily προβλέπεται να είναι έτοιμο τέλη του 2026 με αρχές του 2027.

Οι κινήσεις της Σκλαβενίτης για την ενίσχυση του τομέα των έτοιμων γευμάτων είχαν ξεκινήσει ήδη από το 2024, όταν ο όμιλος Γλάρος, που ανήκει στην οικογένεια Σκλαβενίτη, είχε προχωρήσει στην εξαγορά της "Μανδράλ Ακίνητα Αποθηκεύσεων Μονοπρόσωπη Ανώνυμη Εταιρεία".

Μετά την εξαγορά, η εταιρεία μετονομάστηκε σε "Αύρα Παραγωγή Γευμάτων Μονοπρόσωπη Ανώνυμη Εταιρεία" και επικεντρώνεται πλέον στην παραγωγή έτοιμων γευμάτων. Με τη νέα εταιρεία η Σκλαβενίτης επικεντρώνεται σε έναν τομέα που διαβλέπει τη δυνατότητα κερδοφορίας στο μέλλον. Ακόμα, διευρύνει το μερίδιό της σε μια αγορά η αξία της οποίας στην Ελλάδα εκτιμάται - σύμφωνα με πηγές από την αγορά - στα €12,5 εκατ. σε επίπεδο super market για το 2023.

Στέλλα Αυγουστάκη
stella@notice.gr

• **KLC LAW FIRM**

ΓΙΟΡΤΑΖΕΙ 25 ΧΡΟΝΙΑ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΑΣ - ΙΔΡΥΣΕ ΤΟ KLC ACADEMY

ΤΑ 25Α ΓΕΝΕΘΛΙΑ ΤΗΣ KLC LAW FIRM

Η KLC Law Firm γιόρτασε πρόσφατα τα 25α χρόνια λειτουργίας της, σε μια ειδική εκδήλωση στο Ωδείο Αθηνών, με τη συμμετοχή πελατών, συναδέλφων, συνεργατών και φίλων της εταιρίας.

Όπως δήλωσαν οι managing partners της εταιρείας, "Με αφετηρία το όραμα για παροχή υψηλού επιπέδου νομικών υπηρεσιών, η εταιρία εξελίχθηκε σε έναν αξιόπιστο νομικό παραστάτη για ιδιώτες και επιχειρήσεις, βασισμένη στις αρχές της επιστημονικής αριστείας, της συνέπειας και αποτελεσματικότητας. Τα 25 χρόνια επιτυχημένης πορείας αποτελούν για την KLC Law Firm όχι μόνο ορόσημο, αλλά και εφελτήριο για τη συνέχιση της δυναμικής της πορείας με το ίδιο πάθος και επαγγελματισμό".

ΠΡΩΤΟΠΟΡΟΣ ΔΙΚΗΓΟΡΙΚΗ ΕΤΑΙΡΙΑ

Η KLC Law Firm ιδρύθηκε το 2000 ως μία από τις πρώτες δικηγορικές εταιρίες στην Ελλάδα και έχει εξελιχθεί σε πρωτοπόρο στην παροχή υψηλού επιπέδου νομικών υπηρεσιών, όπως αποδεικνύεται από τον ευρύ πελατειακό της κύκλο και τον πρωταγωνιστικό ρόλο της σε μείζονες συναλλαγές και δικαστικές υποθέσεις εντός και εκτός συνόρων. Η εκδήλωση για τα 25 χρόνια λειτουργίας της



Από αριστερά προς τα δεξιά, Δρ. Παναγιώτης Τζιούμας, Managing Partner, Θεόδωρος Κ. Λουκόπουλος, Deputy Managing Partner, Καθ. Α.Π. Χιωτέλλης, Πρόεδρος και Ιδρυτής, Αλέξανδρος Τσιρίγος, Deputy Managing Partner

KLC ήταν αφιερωμένη στη μνήμη του εκλιπόντα ιδρυτή της, Κώστα Θ. Λουκόπουλου, ο οποίος πρωτοστάτησε στην ίδρυση και την επιτυχημένη πορεία της εταιρίας ως το πρόσωπο που κατεξοχήν ενσάρκωνε το DNA της KLC.

KLC ACADEMY

Στην εκδήλωση εορτασμού, παρουσιάστηκε και μια νέα πρωτοβουλία εμπνευσμένη από το όραμα του εκλιπόντα ιδρυτή της, το KLC Academy. Πρόκειται για ένα πρόγραμμα που χρηματοδοτείται αποκλειστικά με δικά της κεφάλαια και έχει στόχο την πρα-

κτική εκπαίδευση και επαγγελματική κατάρτιση ασκούμενων δικηγόρων.

Μέσα από μια δομημένη διαδικασία επιλογής, οι επιλεγμένοι υποψήφιοι θα έχουν την ευκαιρία να πραγματοποιήσουν πρακτική άσκηση στα εσωτερικά νομικά τμήματα επιλεγμένων πελατών της KLC Law Firm. Σκοπός του προγράμματος είναι να παρέχει υψηλού επιπέδου επαγγελματική εμπειρία σε νέους νομικούς, υποστηρίζοντας έτσι τα νομικά τμήματα των πελατών της εταιρίας και ενισχύοντας με αυτό τον τρόπο ακόμα περισσότερο περαιτέρω τις σχέσεις εμπιστοσύνης, που έχει αναπτύξει μαζί τους.

KLC LAW FIRM

Home Vision & Values KLC team Expertise Work Highlights & Publications ESG Activities Career KLC Academy

Home > KLC Academy

KLC Academy – Apply Now

Discover how KLC Academy can equip you with the skills, mindset, and opportunities to succeed. Read below and apply to begin your journey today!

- **ΒΡΑΒΕΥΘΕΝΤΕΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΕΣ ΣΤΟΝ ΔΙΑΓΩΝΙΣΜΟ ΤΗΣ ΕΥ ΕΛΛΑΔΟΣ**

Η ΔΙΑΔΡΟΜΗ ΤΩΝ ΕΤΑΙΡΕΙΩΝ ΚΑΙ ΤΑ ΜΕΛΛΟΝΤΙΚΑ ΤΟΥΣ ΣΧΕΔΙΑ ΕΝ ΜΕΣΩ ΣΥΓΚΡΟΥΣΕΩΝ ΣΤΗΝ Μ. ΑΝΑΤΟΛΗ

Έλληνες επιχειρηματίες οι οποίοι κατάφεραν να ξεχωρίσουν για την πορεία των εταιρειών που διοικούν, βράβευσε η ΕΥ Ελλάδος στο πλαίσιο του διαγωνισμού ΕΥ "Επιχειρηματίας της Χρονιάς" Ελλάδος 2025.

Ο Γιώργος Παπαδημητρίου, Διευθύνων Σύμβουλος της ΕΥ Ελλάδος υπογράμμισε ότι, "στην ΕΥ πιστεύουμε ότι αυτούς που ξεχωρίζουν, οφείλουμε να τους αναγνωρίζουμε και να τους αναδεικνύουμε και στο σήμερα. Όχι μόνο για να τιμήσουμε τους ίδιους, αλλά γιατί μπορούν – και πρέπει – να αποτελούν πρότυπο και παράδειγμα για όλους εμάς. Γιατί το πάθος, το όραμα, η δύναμη ψυχής, οι αξίες, η έμφυτη αισιοδοξία, και η εργατικότητα τους, όπως αντικατοπτρίζονται στο έργο τους, μπορούν να αποτελέσουν πηγή έμπνευσης, για όλους μας. Ιδιαίτερα, δε, για τους νεότερους, που βρίσκονται στα πρώτα βήματα της επιχειρηματικής τους πορείας".

ΒΡΑΒΕΙΑ

Στο πλαίσιο της Τελετής Απονομής, βραβεύθηκαν οι:

- ΕΥ Επιχειρηματίας της Χρονιάς Ελλάδος 2025 και Δυναμικά Αναπτυσσόμενος Επιχειρηματίας: Χάρης Βαφειάς – Διευθύνων Σύμβουλος, Vafias Group
- Βραβείο Επιχειρηματικής Ανθεκτικότητας: Ανδρέας Δημητρίου – Πρόεδρος, ΑΠΣΙ Πίνδος
- Διεθνώς Αναπτυσσόμενος Επιχειρηματίας: Θωμάς Δούζης – Πρόεδρος & Διευθύνων Σύμβουλος, Ergon Foods
- Πρωτοπόρος Επιχειρηματίας: Ευάγγελος Γεροβασιλείου – Διευθύνων Σύμβουλος, Κτήμα Γεροβασιλείου

Οι επιχειρηματίες αυτοί έκαναν μία μικρή αναφορά στην πορεία των εταιρειών τους, δίνοντας παράλληλα ένα στίγμα για τα μελ-



λοντικά τους σχέδια, δεδομένων και των εξελίξεων στην Μέση Ανατολή.

ΧΑΡΗΣ ΒΑΦΕΙΑΣ



Ο Χάρης Βαφειάς, ο οποίος θα εκπροσωπήσει την Ελλάδα στον παγκόσμιο διαγωνισμό EY World Entrepreneur Of The Year, που θα πραγματοποιηθεί στο Μόντε Κάρλο τον ερχόμενο Μάιο ανέφερε: "Ξέρω ότι η Ελλάδα δεν έχει νικήσει ποτέ – Είναι δύσκολο, οι πιθανότητες είναι εναντίον μας, αλλά θα πάμε στον παγκόσμιο διαγωνισμό για να κάνουμε κάτι καλό και εκεί".

Σχετικά με το επιχειρηματικό ρίσκο, ο κ. Βαφειάς τόνισε ότι "τα πλοία είναι πολύ ακριβά assets και πρέπει να παίρνεις μεγάλα δάνεια. Υπάρχει ρίσκο να αγοράσεις σε λάθος στιγμή και να βρεθείς με δάνειο πολύ μεγαλύτερο από την αξία του πλοίου". Παραδέχτηκε βέβαια πως "όσο μεγαλύτερες δεν γίνεται να μην κάνεις λάθη. Το σημαντικό είναι τα σωστά να είναι παραπάνω από τα λάθη. Και εγώ έχω κάνει λάθη – μας έκαναν, όμως, πιο ανθεκτικούς και

πιο ισορροπημένους στο κομμάτι του ισολογισμού. Αυτή τη στιγμή δεν έχουμε τραπεζικό δανεισμό. Έχουμε, όμως, 3 πλοία παγιδευμένα στα στενά του Ορμούζ και δεν μπορούμε να τα βγάλουμε".

Ερωτηθείς για τον πόλεμο και τον αντίκτυπο στην ελληνική οικονομία ο κ. Βαφειάς υποστήριξε ότι "οι συνολικές επιπτώσεις εξαρτώνται από το πόσο θα διαρκέσει ο πόλεμος. Αν διαρκέσει πάνω από 9 μήνες, τότε θα είναι σημαντικές. Το πετρέλαιο και οι ασφάλειες έχουν ήδη ανέβει. Τα πληρώματα δεν θέλουν να πάνε σε αυτά τα ταξίδια, και χρειάζονται νερό και φαγητό άμα έχουν κολλήσει. Στην καθημερινότητα, ο πόλεμος προκαλεί και σημαντικό πληθωρισμό". Πρόσθεσε ότι "είναι αδύνατον να κάνεις σχέδια λόγω πολέμου. Έχουμε να παραλάβουμε πλοία από την Κορέα μέχρι το 2029. Είμαστε σε στάση αναμονής και συνεχίσουμε με όσα έχουμε προαναγγείλει".

Για τον σχεδιασμό της επόμενης ημέρας σημείωσε ότι "δεν υπάρχει plan b. Αποφεύγουμε τις επικίνδυνες ζώνες, αλλά τα πλοία πρέπει να κινούνται παντού. Αν συνεχιστεί ο πόλεμος, θα ακριβύνουν και άλλο τα προϊόντα – ελπίζω να μην επηρεαστεί ο τουρισμός".

Εάν μπορούσε να αλλάξει ένα πράγμα στο επιχειρείν, θα ήθελε να αλλάξει τα... δικαστήρια, "και ιδιαίτερα τον χρόνο απόδοσης της δικαιοσύνης", ενώ για τους νέους υπογράμμισε ότι "κάθε νέος άνθρωπος πρέπει να βρει τι του αρέσει και που έχει ταλέντο. Αν μπορεί να τα καταφέρει στην Ελλάδα, τότε έξω θα πάει 50 φορές κα-

λύτερα. Όποιος ξεκινήσει από τη θάλασσα έχει τεράστιους μισθούς και έτσι μπορεί να μαζέψει χρήματα και να πάρει ποσοστό σε κάποιο πλοίο και έτσι να μπει στην επιχειρηματικότητα”.

ΑΝΔΡΕΑΣ ΔΗΜΗΤΡΙΟΥ



Ο επικεφαλής της Πίνδος, Ανδρέας Δημητρίου ανέφερε για τον Συνεταιρισμό ότι “κάθε κρίση για εμάς ήταν ευκαιρία ανάπτυξης και εξέλιξης. Φτάσαμε στο σημείο να γίνουμε ανθεκτικοί και συνεχίζουμε την προσπάθεια. Επιχειρούμε στην περιφέρεια και την ενισχύουμε. Είμαστε σε τροχιά ανάπτυξης και έχουμε νέο επενδυτικό πρόγραμμα €70 εκατ. μέχρι το 2030, ενώ κάθε χρόνο οι εξαγωγές μας ενισχύονται”. Πρόσθεσε ότι “η πτηνοτροφία έχει προοπτικές να δυναμώσει και να εξελιχθεί ακόμα περισσότερο, και για τις ανάγκες της χώρας και για τις εξαγωγές. Ο αγροδιατροφικός τομέας έχει μέλλον και προοπτική. Υπάρχουν αγκυλώσεις και προβλήματα, αλλά ευελπιστούμε ότι οι πολιτικές θα λύσουν αυτά τα προβλήματα”.

Ερωτηθείς για το αν ο Συνεταιρισμός χρησιμοποιεί εργατικό δυναμικό από το εξωτερικό ο κ. Δημητρίου παραδέχτηκε ότι το κάνει “γιατί υπάρχει έλλειμμα και σε εργάτες γης και σε ανειδίκευτο προσωπικό. Πηγαίνει καλά αλλά δεν είμαστε ενθουσιασμένοι με αυτή την επιλογή. Με δεδομένο όμως ότι υπάρχει έλλειμμα, είμαστε υποχρεωμένοι να στραφούμε σε αυτή την κατεύθυνση”. Αναφορικά τέλος με τις εξελίξεις στην Μέση Ανατολή επισήμανε ότι “δεν υπάρχει plan B. Ελπίζουμε να τελειώσει γρήγορα ο πόλεμος γιατί αλλιώς θα έχουμε όλοι επιπτώσεις”.

ΘΩΜΑΣ ΔΟΥΖΗΣ



Ο επικεφαλής και συνιδρυτής μαζί με τον αδερφό του της Ergon Foods, Θωμάς Δούζης, ανέφερε σχετικά με την πορεία της εταιρείας πως “όλα αυτά τα 20 χρόνια υπομονής και προσπάθειας, μας δείχνουν ότι τελικά κάτι θα αφήσουμε πίσω. Αποτελούν κίνητρο για τα επόμενα 20 χρόνια και για τα επόμενα καταστήματα που θα ανοίξουμε”. Για τα μελλοντικά σχέδια της διοίκησης αποκάλυψε ότι “ανοίγουμε νέους χώρους σε Λονδίνο και Αθήνα, ενώ είναι στα σκαριά νέα ανοίγματα στο Μπαχρέιν. Όσον αφορά στα προϊόντα, ανοίγουμε τις αγορές της Ασίας. Την επόμενη χρονιά στοχεύουμε να μπούμε και στην Αμερική”. Ακόμη πρόσθεσε ότι “η αγορά Μοδιάνο στην Θεσσαλονίκη ελπίζουμε να ανοίξει εντός του 2026. Υπάρχει πολύπλοκη διαδικασία γιατί αποτελεί μνημείο.

Ολοκληρώσαμε αυτή τη διαδικασία και μέσα στη χρονιά θα λειτουργήσει”. Επίσης τόνισε ότι “τα ελληνικά προϊόντα βρίσκονται αυτή τη στιγμή στο επίκεντρο της υγιεινής διατροφής και της δίαιτας. Η ελληνική διατροφή είναι από τη φύση της υγιεινή. Η Ελλάδα από τη φύση της είναι μια χώρα που οι νέοι μπορούν να ξεκινήσουν από εδώ και να επενδύσουν”, συμπληρώνοντας ότι “στον τουρισμό και την εστίαση χρειαζόμαστε καλό μείγμα από εργαζόμενους, κατοίκους και ντόπιους”.

Ερωτηθείς για τις επιπτώσεις του πολέμου σημείωσε με έμφαση: “Αμα μάθεις να κολυμπάς στη λάσπη (οικονομική κρίση, capital controls, κορονοϊός) η πίσνα είναι παιχνίδι. Δεν θα είμαι ξανά 30 ή 40 χρονών. Δεν υπάρχει plan B. Τα προϊόντα μας φτάνουν στην Σαουδική Αραβία όπου έχουμε hub. Ακόμα δεν έχουν φανεί προβλήματα μεταφορών στη δουλειά μας”.

ΕΥΑΓΓΕΛΟΣ ΓΕΡΟΒΑΣΙΛΕΙΟΥ



Ο Ευάγγελος Γεροβασίλειου υπογράμμισε για την πορεία της οινοποιίας ότι “πορευτήκαμε με όραμα, πιστεύοντας τις δυνατότητες του ελληνικού αμπελιού και του ελληνικού κρασιού. Συνεισφέρουμε στις τοπικές κοινωνίες. Βλέπουμε ότι ο νέος κόσμος εγκαταλείπει την ύπαιθρο και έρχεται στην Αττική όπου η ζωή γίνεται δύσκολη. Το ελληνικό κρασί εκπροσωπεί τη χώρα μας. Αφιερώνω το βραβείο στους Έλληνες αγρότες και κυρίως τους παραγωγούς του ελληνικού κρασιού”. Αναφορικά με το μέλλον υποστήριξε ότι “σχέδια υπάρχουν. Έχουμε επενδύσει στην Νάουσα, θα έχουμε σε λίγο και ένα νέο οινοποιείο. Χάσαμε τις εξαγωγές στην Ασία με τον πόλεμο στην Ουκρανία. Ο φόρος 15% στην Αμερική, γίνεται 30% στην κατανάλωση, και αποτελεί πρόβλημα. Εμείς προσπαθούμε να βρούμε άλλες αγορές στην Ασία. Πιστεύω ότι, τελικά, το ελληνικό κρασί δεν θα πληγεί”.

Για τις επιπτώσεις της κλιματικής αλλαγής στον κλάδο παραδέχτηκε ότι “επηρεάζει και το παρατηρήσαμε πολλές δεκαετίες πριν, πρώτοι απ’ όλους. Υπάρχει μεγάλη επίσπευση στην ωριμότητα των αμπελιών λόγω αύξησης θερμοκρασίας και λόγω αύξησης του διοξειδίου του άνθρακα στην ατμόσφαιρα”. Τέλος ο κ. Γεροβασίλειου σημείωσε πως “η φύση είναι άμεσα συνδεδεμένη με το έδαφος και τις καιρικές συνθήκες. Η χώρα μας συνδυάζει πολλά διαφορετικά κλίματα και τόπους (βουνά, πεδιάδες, θάλασσα). Στην Ελλάδα έχουμε τις περισσότερες ποικιλίες κρασιού από όλον τον κόσμο. Διασώσαμε την Μαλαγουζιά και τώρα κάνουμε το ίδιο με μία ακόμα ποικιλία. Υπάρχει προοπτική για το ελληνικό κρασί και οι εξαγωγές μπορούν να αυξηθούν. Την εγχώρια αγορά την υπερκαλύπτουμε και οι ευκαιρίες είναι πολλές για τους νέους για να επενδύσουν στο τόπο τους”.

Μάκης Αποστόλου
makis@notice.gr

• **ΜΑΚΒΕΛ**

ΕΠΕΝΔΥΣΕΙΣ ΓΙΑ ΕΝΙΣΧΥΣΗ ΚΕΡΔΟΦΟΡΙΑΣ ΤΟ 2026 - ΤΑ ΤΡΙΑ ΝΕΑ ΠΡΟΪΟΝΤΑ ΠΟΥ ΛΑΝΣΑΡΕΙ

Σε δύο νέες προσθήκες στη σειρά προϊόντων χαμηλού γλυκαιμικού δείκτη προχωρά η Μάκβελ ενισχύοντας περαιτέρω το χαρτοφυλάκιό της. Όπως μαθαίνει το Fnb Daily, πρόκειται για τα Fussili και Spaghettini No 10, κωδικόι οι οποίοι έχουν ήδη παρουσιαστεί στις μεγάλες αλυσίδες λιανικής, με την τελική εμπορική τους πορεία να διαμορφώνεται έως και την περίοδο του Πάσχα, ανάλογα με τη στρατηγική διαχείρισης που θα επιλέξει κάθε συνεργάτης. Παράλληλα, η εταιρεία λανσάρει προϊόν Mac & Cheese, ημιτέτοιμο για κατανάλωση μέσω φούρνου μικροκυμάτων. Η συγκεκριμένη κατηγορία εμφανίζει αυξημένη ζήτηση διεθνώς, ιδίως από νεότερες ηλικιακές ομάδες, ακολουθώντας μια τάση που ενισχύεται τα τελευταία χρόνια.

ΣΕ ΕΞΑΓΩΓΕΣ ΤΟ 55% ΤΟΥ ΟΓΚΟΥ

Σε επίπεδο εξαγωγικής δραστηριότητας, η Μάκβελ διατηρεί ισχυρό διεθνές αποτύπωμα, καθώς περίπου το 55% της παραγωγής της κατευθύνεται σε περισσότερες από 60 χώρες. Η στρατηγική της εστιάζει στην περαιτέρω ανάπτυξη των υφιστάμενων αγορών, μέσα από εμβάθυνση συνεργασιών, δίνοντας ιδιαίτερη έμφαση στην ευθυγράμμιση αξιών και επιχειρησιακής ηθικής με τους εμπορικούς της εταίρους. Στην ενίσχυση της διεθνούς της παρουσίας η Μάκβελ-Eurimac συμμετείχε στις εκθέσεις Foodex Japan 2026 στο Τόκιο και Food Expo στην Αθήνα. Η εταιρεία έχει πολυετή παρουσία στην Ιαπωνία και ενεργό ρόλο στη Νοτιοανατολική Ευρώπη, παρουσιάζοντας το χαρτοφυλάκιό της και, δίνοντας έμφαση σε premium προϊόντα και νέες σειρές.

ΘΕΤΙΚΑ ΣΤΟ Α' ΔΙΜΗΝΟ

Η πορεία της εταιρείας το πρώτο δίμηνο του έτους κρίνεται θετική. Σημειώνεται ότι το 2024 αποτέλεσε έτος-ορόση-



μο, καταγράφοντας ιστορικά υψηλές επιδόσεις τόσο σε όγκο, όσο και σε κερδοφορία. Το 2025 συνέχισε με ισχυρή, αν και πιο συγκρατημένη δυναμική, καθώς επιλέχθηκε συνειδητά μια πιο ισορροπημένη διαχείριση του όγκου παραγωγής, με στόχο τη διασφάλιση της αξιοπιστίας και της επιχειρησιακής συνέπειας, αποφεύγοντας υπερεπέκταση συνεργασιών. Η διοίκηση εκτιμά ότι με τη νέα παραγωγική γραμμή, υπάρχουν οι προϋποθέσεις ώστε το 2026 να υπερβεί τις επιδόσεις του 2024 και το 2027 να κινηθεί ακόμη υψηλότερα, ενισχύοντας περαιτέρω την κερδοφορία.

ΟΙ ΤΙΜΕΣ ΣΙΤΟΥ

Ωστόσο, παράγοντες όπως η διακύμανση στην αγορά σίτου, εξακολουθούν να επηρεάζουν το συνολικό περιβάλλον. Στην παρούσα φάση, οι τιμές παραμένουν σχετικά σταθερές, λόγω αυξημένης παραγωγής και υψηλών αποθεμάτων διεθνώς, τα οποία ασκούν πιέσεις. Παράλληλα, το αυξημένο κόστος εργασίας αποτελεί επιβαρυντικό παράγοντα.

Στέλλα Αυγουστάκη
stella@notice.gr



• MY MARKET ΕΠΕΝΔΥΣΕΙΣ €7 ΕΚΑΤ. ΓΙΑ ΤΑ ΚΑΤΑΣΤΗΜΑΤΑ ΣΕ ΗΡΑΚΛΕΙΟ ΚΡΗΤΗΣ ΚΑΙ ΑΛΙΜΟ

Τα My market συνεχίζουν την ανάπτυξή τους, ενισχύοντας το αποτύπωμά τους στην ελληνική αγορά. Στο πλαίσιο αυτό η Metro εγκαινίασε το πρώτο εταιρικό My market στο Ηράκλειο Κρήτης, μία επένδυση ύψους €5,5 εκατ., επιχειρώντας ένα ακόμη σημαντικό βήμα στρατηγικής επέκτασης στο νησί, όπου μέχρι σήμερα δραστηριοποιούνταν μέσω των καταστημάτων χονδρικής Metro Cash & Carry.

Παράλληλα, εγκαινία πραγματοποιήθηκαν και στο ανακαινισμένο κατάστημα My market στον Άλιμο, μία επένδυση που έφθασε το €1,5 εκατ.

ΗΡΑΚΛΕΙΟ ΚΡΗΤΗΣ

Το πρώτο My market στο Ηράκλειο:

- βρίσκεται στη Λεωφ. 62 Μαρτύρων 93 & Ανωγείων 7
- διαθέτει χώρο πώλησης 1.035 τ.μ.,
- βοηθητικούς χώρους 2.100 τ.μ.,
- έχει 4 συμβατικά και 3 αυτόματα ταμεία
- συνολικά 26 θέσεις στάθμευσης, εκ των οποίων, 3 για ΑμεΑ, καθώς και θέσεις ταχυφορτιστών.
- επιπλέον έχουν προστεθεί τα εξειδικευμένα τμήματα, Bake off και My ευεξία, αλλά και μεγάλη ποικιλία από τοπικά προϊόντα

ΑΛΙΜΟΣ

Το ανακαινισμένο My market στον Άλιμο:

- βρίσκεται στη συμβολή των οδών Αριστοτέλους 57 και Κανάρη 6
- διαθέτει χώρο πώλησης 779 τ.μ.
- βοηθητικούς χώρους 560 τ.μ.,
- έχει 4 συμβατικά και 3 αυτόματα ταμεία
- συνολικά 7 θέσεις στάθμευσης, εκ των οποίων 1 θέση ταχυφορτιστή.
- παράλληλα, περιλαμβάνονται τα τμήματα My ευεξία, κρεοπωλείο, μαναβική, κάβα και καλλυντικά

Η



NOTICE

CONTENT & SERVICES

παρουσιάζει το
1ο Συνέδριο

Αγροδιατροφικού τομέα στην Αθήνα



**AGRI FOOD
FORWARD**

Cultivating Innovation, Harvesting Growth.

Κλείστε
τώρα
τη θέση
σας ΕΔΩ

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



**Αγαπητού
Μαρία**

Διευθύντρια Πιστοποίησης
Συστημάτων Διαχείρισης
& Προϊόντων,
ΤΥV AUSTRIA Hellas



**Βαπορίδης
Στέλιος**

Διευθυντής Ανάπτυξης
Αγροδιατροφικού
Τομέα,
ΤΥV AUSTRIA Hellas



**Davran
Ismail**

Global Product
Manager,
ΤΥV AUSTRIA Group



**Δρ.ς
Στέλιος**

CEO,
Food Standard



**Ζαργάνης
Πέτρος**

Ζαργάνης Πρότυπα
Βιοαροκτημάτα ΑΕ



**Καλλιάς
Γιάννης**

Country Manager,
ΤΥV AUSTRIA in Greece



**Λαμπρόπουλος
Χάρης Dr**

Πρόεδρος, Ελληνική
Αναπτυξιακή Τράπεζα
Επενδύσεων ΑΕ, ΕΙΒ
& EIF



**Λεουτσάκου
Λίνα**

Sustainability & Public
Affairs Manager,
Αθηναϊκή Ζυθοποιία



**Μάμαλης
Σπύρος**

Πρόεδρος,
ΕΛΓΟ - ΔΗΜΗΤΡΑ



**Μποργράκος
Γρηγόρης**

Founder & CEO,
Planet Foods



**Μπουρίκος
Δημήτριος**

Γενικός Διευθυντής,
Τελωνείων & ΕΦΚ



**Ποταμίτης
Διονύσιος**

Owner, Evlogia



**Ρεμπούτσικα
Γεωργία**

Διευθύνουσα
Σύμβουλος, ΕΟΠΠΕΠ



**Σίμος
Δημήτρης**

Managing Partner
& CEO, SPOROS
PLATFORM



**Σκανιάς
Νίκος**

CEO, Δωρική
Τυροκομία ΑΕ



**Στεργίου
Γιώργος**

CEO, ANYFION
GREECE S.A.



**Τακάς
Νικόλαος**

Managing Partner,
THERMI VC



**Τουραλιάς
Απόστολος**

Πρόεδρος, ΕΛΟΠΥ

2 Απριλίου 2026

Αμφιθέατρο Οργανισμού Κεντρικών
Αγορών & Αλιείας (ΟΚΑΑ)

POWERED BY



ΜΕ ΤΗΝ ΑΞΙΟΠΙΣΤΙΑ ΤΗΣ



NOTICE

CONTENT & SERVICES

• RITO'S FOOD

ΕΙΣΟΔΟΣ ΣΕ ΑΒ ΜΕ ΕΠΩΝΥΜΟ ΠΡΟΪΟΝ - ΣΤΗΝ ΤΕΛΙΚΗ ΕΥΘΕΙΑ ΤΟ ΝΕΟ ΕΡΓΟΣΤΑΣΙΟ

Την παρουσία της στο κανάλι του οργανωμένο λιανεμπορίου ενισχύει η Rito's Food μπαίνοντας στα ράφια της ΑΒ Βασιλόπουλος, αυτή τη φορά με επώνυμο προϊόν. Όπως εξηγεί στο FNB Daily η Υπεύθυνη Πωλήσεων της εταιρείας, Μάρθα Αγγελίδου, μεταξύ των δύο πλευρών υπάρχει χρόνια συνεργασία στο πεδίο της ιδιωτικής ετικέτας και η νέα συμφωνία αφορά την τοποθέτηση branded προϊόντων, με την αρχή να γίνεται με την Pistachio Cream, ένα προϊόν από την premium σειρά της εταιρείας. "Σταδιακά η συνεργασία θα εξελιχθεί και θα τοποθετήσουμε αρκετά ακόμα προϊόντα μας", υπογραμμίζει. Πέραν της ΑΒ Βασιλόπουλος, η Rito's Food τρέχει συνεργασίες με αρκετές ακόμα μεγάλες αλυσίδες, όπως Σκλαβενίτης, My Market, Market In, Κρητικός και OK Anytime Market, οι οποίες δεν περιορίζονται στην Βόρεια Ελλάδα. Εξάλλου, μεγάλο μέρος των πωλήσεων της πραγματοποιείται στη μικρή λιανική και σε delicatessen ενώ σημαντική παρουσία και στο κομμάτι του HoReCa, μέσω συνεργασιών με καταστήματα αλλά και βιομηχανίες τροφίμων.

ΤΟ... VIRAL PISTACHIO ΕΦΕΡΕ ΑΛΜΑ ΠΩΛΗΣΕΩΝ ΤΟ 2025

Το 2025 ήταν μια χρονιά σταθερότητας για την εταιρεία σε ό,τι αφορά τον τζίρο της - κάτι εν πολλοίς αναμενόμενο μετά την αλματώδη αύξηση πωλήσεων που άγγιξε το 22% το 2024 και η οποία, όπως σημειώνει η κα Αγγελίδου, οφειλόταν κατά ένα μεγάλο μέ-

ρος στο Pistachio Cream, πραλίνα από κελυφωτό φιστίκι. Το εν λόγω προϊόν υπήρχε ήδη στην γκάμα της εταιρείας ωστόσο έγινε...viral τη συγκεκριμένη χρονιά λόγω της προώθησης από τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης και της δημοφιλίας που απέκτησε η σοκολάτα Ντουμπάι. "Φτάσαμε σε σημείο να φεύγουν ολόκληρη φορτηγά γεμάτα με το συγκεκριμένο κωδικό, κάτι που εξέπληξε και εμάς τους ίδιους", θυμάται η κα Αγγελίδου, προσθέτοντας ότι το 2025 η κατάσταση εξομαλύνθηκε.

DATA (σε €χιλ.)

Κύκλος Εργασιών

2024: 11.176

2023: 8.977

2022: 7.755

2021: 7.467

Κέρδη προ φόρων

2024: 92

2023: 548

2022: 340

2021: 121

ΕΙΣΟΔΟΣ ΣΕ ΜΟΛΔΑΒΙΑ & ΓΕΩΡΓΙΑ

Την περυσινή χρονιά επίσης ενισχύθηκε η παρουσία της εταιρείας στην Ρουμανία-όπου, σύμφωνα με τη κα Αγγελίδου, υπάρχει παρουσία στην αλυσίδα Mega Image, με πάνω από 1.000 καταστήματα σε όλη τη

χώρα- ενώ στη λίστα των εξαγωγικών προορισμών προστέθηκαν η Γεωργία και η Μολδαβία. Αξίζει να σημειωθεί εδώ ότι οι εξαγωγές αντιστοιχούν στο 48% του τζίρου.

ΔΥΟ ΝΕΟΙ ΚΩΔΙΚΟΙ

Πριν λίγες εβδομάδες η Rito's Food πρόσθεσε στην γκάμα της δύο ακόμα πραλίνας που απευθύνονται τόσο στο retail, όσο και στο HoReCa. Ο λόγος για:

- την Lauri Peanut, μια πραλίνα τύπου Nutella που, εκτός από φουντούκι περιέχει επίσης φιστίκι και παραπέμπει γευστικά στο γνωστό σνακ Sneakers
- την Speculoos πραλίνα από καραμελωμένο μπισκότο, με έντονα αρώματα μαπαχαρικών

Υπενθυμίζεται ότι το 2025 είχε κυκλοφορήσει επίσης την Lila (κρέμα φράουλα) και την Orangela (κρέμα πορτοκάλι), δύο όχι ιδιαίτερα συνηθισμένους σε spread κωδικούς οι οποίοι, όπως αναφέρει η κα Αγγελίδου, αγκαλιάστηκαν γρήγορα από την αγορά. Αυτό το διάστημα η εταιρεία που εδρεύει στο Κιλκίς, βρίσκεται σε φάση ανέγερσης νέων παραγωγικών εγκαταστάσεων στη ΒΙΠΕ Κιλκίς, σε κοντινή απόσταση από τις υφιστάμενες, μια επένδυση ύψους άνω του €1 εκατ. που έχει υπαχθεί στον Αναπτυξιακό. Οι εργασίες, σύμφωνα με τις ίδιες πηγές, βρίσκονται πλέον στο τελικό στάδιο.

Γιάννης Τσατσάκης
yannis@notice.gr



• **K22 GLOBAL TRADERS (NUTRI VALLEY)**
ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΕΩΣ 25% ΤΟ 2025
- ΑΠΟ ΕΞΑΓΩΓΕΣ ΤΟ 7% ΤΟΥ ΤΖΙΡΟΥ

Σημαντική αύξηση κύκλου εργασιών το 2025 κατέγραψε η ελληνική εταιρεία K22, που έχει το brand Nutri Valley, κλείνοντας 20%-25% υψηλότερα σε σχέση με το προηγούμενο έτος.

Ο μέσος όρος ανάπτυξης της τελευταίας τριετίας ξεπερνά το 50%, κυρίως λόγω της εισαγωγής νέων προϊόντων, όπως ανέφερε στο Fnb Daily η Αμαλία Χανδρινού, Marketing, Business Development Manager της εταιρείας.

DATA (σε €χιλ.)

Καθαρός κύκλος εργασιών

2024: 12.734

2023: 10.888

Κέρδη προ φόρων

2024: 738,6

2023: 316

Καθαρά κέρδη

2024: 547

2023: 195

ΜΕΡΙΔΙΑ ΑΓΟΡΑΣ

Στην κατηγορία παιδικών χυμών, η K22 κατέχει μερίδιο αγοράς 27%, ενώ στα παιδικά δημητριακά το πανελλαδικό μερίδιο φτάνει το 10%, ανεβαίνοντας στο 14,9% αν εξαιρεθεί η παρουσία στην Lidl, όπως ανέφερε η κ. Χανδρινού. Τα προϊόντα της χαρακτηρίζονται από ανταγωνιστικές τιμές και στρατηγική χωρίς πρόσθετη ζάχαρη σε αρκετές σειρές.

ΕΞΑΓΩΓΕΣ

Οι εξαγωγές αποτελούν περίπου το 6%-7% του τζίρου της εταιρείας, με κύριες αγορές την Κύπρο, την Νορβηγία και την Πολωνία, ενώ μικρότερες εξαγωγές έχουν γίνει σε

Αλβανία, Ρουμανία και Χονγκ Κονγκ. Η Πολωνία θεωρείται βασική αγορά επέκτασης, ενώ αγορές όπως η Σερβία παρακολουθούνται για περαιτέρω ανάπτυξη. Τα σχέδια για τη Μέση Ανατολή παραμένουν προσωρινά σε αναστολή, λόγω του πολέμου.

ΠΡΟΪΟΝΤΑ ΚΑΙ ΚΑΙΝΟΤΟΜΙΑ

Η K22 ξεκίνησε ως εισαγωγική εταιρεία παιδικών χυμών με ήρωες, μια κατηγορία που τότε απουσίαζε από την ελληνική αγορά, και γρήγορα ανέπτυξε δική της σειρά προϊόντων. Σήμερα διαθέτει μεταξύ άλλων:

- 9 προϊόντα σε παιδικά δημητριακά με ήρωες
- Σειρά 20 κωδικών σε χυμούς, κρουασάν και χαρτικά
- Προϊόντα Nutri Valley
- Granola και άλλες σειρές με σύνθεση χωρίς πρόσθετη ζάχαρη
- Ριζογκοφρέτες και μπάρες πρωτεΐνης με μαλακή υφή

Η εταιρεία επεκτάθηκε πρόσφατα και στον χώρο της μικρής λιανικής με την εξαγορά της Nature Tech.

ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΗ ΚΑΙ ΛΙΑΝΕΜΠΟΡΙΟ

Η K22 εστιάζει κυρίως στο οργανωμένο λιανεμπόριο, διατηρώντας ισχυρές συνεργασίες με μεγάλες αλυσίδες και επεκτείνοντας την παρουσία της στη μικρή λιανική μέσω της εξαγοράς της Nature Tech, όπως δήλωσε η κ. Χανδρινού.

Η εταιρεία επισημαίνει ότι το βασικό της πρόβλημα είναι η διαχείριση της ραγδαίας ανάπτυξης και η ανάγκη να καλύψει την αυξανόμενη ζήτηση.

Μάριος Δελατόλας
marios@notice.gr



Αμαλία Χανδρινού, Marketing, Business Development Manager, K22 Global Traders



• **MISKO**
ΝΕΑ ΚΑΜΠΑΝΙΑ
ΜΕ ΚΕΝΤΡΙΚΟ
ΜΗΝΥΜΑ
"ΟΛΗ Η ΝΟΣΤΙΜΙΑ
ΕΙΝΑΙ ΣΤΟ ΔΕΣΙΜΟ"

Η Misko παρουσιάζει τη νέα της καμπάνια με κεντρικό μήνυμα "Όλη η νοστιμιά είναι στο δέσιμο", αναδεικνύοντας τη σύνδεση μεταξύ γαστρονομίας και ανθρώπινων σχέσεων.

Μέσα από μια ταινία που βασίζεται σε αληθινή ιστορία, η καμπάνια εστιάζει στη διπλή σημασία του "δέσιματος": αφενός στη σωστή ένωση υλικών που οδηγεί σε ισορροπημένη γεύση και αφετέρου στη δημιουργία και ενδυνάμωση σχέσεων μέσα από καθημερινές, αυθεντικές στιγμές.

Η ΑΦΗΓΗΣΗ

Η αφήγηση συνδέει τη μαγειρική εμπειρία με τη διαχρονική αξία των ανθρώπινων δεσμών, προβάλλοντας το "δέσιμο" ως στοιχείο που ενώνει γεύσεις και ανθρώπους στον χρόνο. Τη δημιουργική ιδέα υπογράφει η SohoSquare, την παραγωγή ανέλαβε η Filmiki Productions, ενώ τη σκηνοθεσία υπογράφει ο Αλέξανδρος Μερκούρης και τη μουσική επιμέλεια η Bounce Music Productions.

• **NESTLE**
ΠΟΝΤΑΡΕΙ ΣΤΗΝ ΥΓΙΗ ΜΑΚΡΟΖΩΙΑ ΜΕ ΝΕΟ ΔΙΑΤΡΟΦΙΚΟ ΡΟΦΗΜΑ

Η Nestlé σχεδιάζει να λανσάρει ένα διατροφικό ρόφημα, με στόχο την υποστήριξη των ενήλικων από τη μέση ηλικία και έπειτα.

Το προϊόν αποτελεί μέρος της Nestlé Vital, της πρώτης παγκόσμιας μάρκας της εταιρείας που είναι αφιερωμένη στη υγιή μακροζωία, όπως σημειώνεται.

Αρχικά, το ρόφημα θα κυκλοφορήσει στην Λατινική Αμερική αργότερα μέσα στο έτος, ενώ στη συνέχεια θα επεκταθεί στην Ευρώπη και την Ασία. Με συστατικά όπως πρωτεΐνη για μυϊκή αποκατάσταση και φυτικές ίνες για την υποστήριξη της πέψης, μεταξύ άλλων, η Nestlé Vital θέλει να καταστήσει ευκολότερη τη διατήρηση ενός ενεργού και ισορροπημένου τρόπου ζωής.

SMART AGING

Παράλληλα, η πλατφόρμα Smart Aging της Nestlé θα λειτουργεί ως ψηφιακός κόμβος, προσφέροντας απλές, επιστημονικά τεκμηριωμένες μικροσυνθήσεις για τη διατροφή, το σώμα και το πνεύμα, βοηθώντας τους συμ-



μετέχοντες να αισθάνονται καλύτερα μέσω μικρών, διαχειρίσιμων καθημερινών ενεργειών. Η εταιρεία στοχεύει να γεφυρώσει το χάσμα μεταξύ διάρκειας ζωής και διάρκειας υγιούς ζωής, μέσω αυτής της πρωτοβουλίας, επισημαίνοντας ότι η μέση ηλικία αποτελεί κρίσιμη περίοδο για την υιοθέτηση συνθηκών που συμβάλλουν στη βελτίωση της υγείας.

Ο ΡΟΛΟΣ ΤΗΣ ΔΙΑΤΡΟΦΗΣ ΣΤΗ ΓΗΡΑΝΣΗ

Καθώς η διατροφή επηρεάζει τον ρυθμό της βιολογικής γήρανσης, τα άτομα στη δεκαετία



Philipp Navratil, CEO, Nestlé

των 40 χρειάζονται περισσότερη πρωτεΐνη υψηλής ποιότητας και βασικά μικροθρεπτικά συστατικά, προκειμένου να διατηρήσουν τη μυϊκή μάζα και λειτουργία, ακόμη και όταν οι συνολικές θερμιδικές τους ανάγκες μειώνονται.

Έρευνα που ανέθεσε η Nestlé το 2025 σε άτομα άνω των 40 ετών στις ΗΠΑ, την Κίνα, την Βραζιλία, το Ηνωμένο Βασίλειο, την Ισπανία και την Ταϊλάνδη έδειξε ότι ο ύπνος, η αποκατάσταση, η ενέργεια, η γνωστική υγεία και η σωματική δύναμη συγκαταλέγονται στις πιο πιεστικές ανάγκες.

• **MAILO'S - THE PASTA PROJECT**
ΓΙΟΡΤΑΣΕ ΤΗΝ ΠΑΓΚΟΣΜΙΑ ΗΜΕΡΑ ΕΥΤΥΧΙΑΣ

Πάνω από 35.000 μερίδες ζυμαρικών διατέθηκαν μέσα σε μία ημέρα από τα Mailo's – The Pasta Project, στο πλαίσιο του εορτασμού της Παγκόσμιας Ημέρας Ευτυχίας, την Παρασκευή 20 Μαρτίου, στα καταστήματα της αλυσίδας σε Ελλάδα και Κύπρο.

Η προσφορά του ειδικού "Happiness Day combo", που περιλάμβανε μία μερίδα ζυμαρικών και ένα αναψυκτικό Coca-Cola στην τιμή των €5, λειτούργησε ως βασικός μοχλός προσέλκυσης, ενισχύοντας την επισκεψιμότητα καθ' όλη τη διάρκεια της ημέρας.

Η πρωτοβουλία εντάσσεται στη στρατηγική της εταιρείας για ενίσχυση της εμπειρίας πελάτη και δημιουργία θετικού συναισθηματικού αποτυπώματος. Τα καταστήματα γέμισαν με καταναλωτές, ενώ η δραστηριότητα επεκτάθηκε και στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης, όπου καταγράφηκε σημαντική αλληλεπίδραση μέσα από αυθεντικό περιεχόμενο χρηστών.



• **ΠΑΠΑΔΟΠΟΥΛΟΥ**
ΝΕΑ ΜΠΙΣΚΟΤΑ SPECULOOS

Η Παπαδοπούλου παρουσιάζει τα νέα μπισκότα Speculoos, μια καραμελένια πρόταση που στοχεύει να ενταχθεί στην καθημερινή καταναλωτική συνήθεια. Το προϊόν διακρίνεται για την τραγανή, καραμελωμένη υφή του, την έντονη γεύση, καθώς και τα αρώματα κανέλας και καραμέλας, τα οποία συνθέτουν μια διαφοροποιημένη γευστική εμπειρία. Τα συγκεκριμένα μπισκότα προτείνονται ως συνοδευτικό καφέ, αλλά και ως επιλογή για κατανάλωση καθ' όλη τη διάρκεια της ημέρας ή ως συστατικό σε συνταγές ζαχαροπλαστικής, όπως cheesecake. Παράλληλα, επισημαίνεται ότι είναι κατάλληλα και για περιόδους νηστείας, διευρύνοντας το καταναλωτικό τους κοινό.

• COCA-COLA - SLMG

ΠΙΕΣΗ ΚΟΣΤΟΥΣ ΣΤΗΝ ΙΝΔΙΑ – ΣΤΟ ΤΡΑΠΕΖΙ ΑΥΞΗΣΕΙΣ ΤΙΜΩΝ

Η SLMG Beverages, ο μεγαλύτερος εμφιαλωτής της Coca-Cola στην Ινδία, εξετάζει το ενδεχόμενο αυξήσεων τιμών σε ορισμένα προϊόντα, λόγω της ανόδου στο κόστος συσκευασίας που συνδέεται με τον πόλεμο στην Μέση Ανατολή.

Η σύγκρουση έχει αυξήσει τις τιμές βασικών υλικών, όπως:

- πλαστικά μπουκάλια
- καπάκια
- ετικέτες
- χαρτοκιβώτια

Ορισμένοι παραγωγοί εμφιαλωμένου νερού έχουν ήδη προχωρήσει σε ανατιμήσεις.

Ο Rahul Kumar, Αναπληρωτής Διευθύνων Σύμβουλος της εταιρείας, δήλωσε ότι εάν η κρίση συνεχιστεί, το κόστος ενδέχεται να αυξηθεί περαιτέρω. Τόνισε ωστόσο ότι τυχόν αυξήσεις τιμών θα εξαρτηθούν από την αντίδραση ανταγωνιστών και καταναλωτών.

ΕΝΤΟΝΟΣ ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΜΟΣ

Η πίεση έρχεται σε μια περίοδο έντονου ανταγωνισμού, μετά την επαναφορά του ιστορικού brand Campa από την Reliance Industries του Mukesh Ambani το 2023, γεγονός που πυροδότησε πόλεμο τιμών στην αγορά αναψυκτικών. Σύμφωνα με την εταιρεία, τα περιθώρια για αυξήσεις είναι περιορισμένα, καθώς η αγορά παραμένει ιδιαίτερα ανταγωνιστική, με πολλούς εγχώριους και διεθνείς παίκτες. Μάλιστα, δεν έχει πραγματοποιηθεί γενικευμένη αύξηση τιμών στο σύνολο των προϊόντων της τα τελευταία 7-8 χρόνια.

ΕΠΕΝΔΥΣΕΙΣ

Η SLMG, που αντιπροσωπεύει πάνω από το 22% των πωλήσεων της Coca-Cola στην Ινδία, σχεδιάζει επενδύσεις 10-12 δισ. ρουπίων σε καθεμία από τις τέσσερις νέες μονάδες παραγωγής που θα κατασκευάσει μέσα στην επόμενη πενταετία.



Rahul Kumar,
Deputy CEO,
SLMG

DATA 2025

- Πωλήσεις: 67,73 δισεκατομμύρια ρουπίες (+49%)
- Καθαρά κέρδη: 2,06 δισεκατομμύρια ρουπίες (+76%)

Στόχος της SLMG είναι να φτάσει τα 100 δισεκατομμύρια ρουπίες σε καθαρά έσοδα έως το 2026-2027, επεκτείνοντας την παρουσία της σε πολυπληθείς αλλά χαμηλότερου εισοδήματος περιοχές, όπως το Bihar και το Uttar Pradesh, όπου η αυξανόμενη κατανάλωση και τα εισοδήματα δημιουργούν νέες ευκαιρίες ανάπτυξης.



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**

• ΠΕΤΡΕΛΑΙΟ

ΑΠΟΚΛΙΜΑΚΩΣΗ ΚΟΝΤΑ ΣΤΑ \$100 ΜΕΤΑ ΤΙΣ ΔΗΛΩΣΕΙΣ TRUMP ΓΙΑ ΑΝΑΣΤΟΛΗ ΤΩΝ ΑΜΕΡΙΚΑΝΙΚΩΝ ΕΠΙΘΕΣΕΩΝ

Σημαντική υποχώρηση κατέγραψαν οι τιμές του πετρελαίου χθες, μετά τις δηλώσεις Trump ότι οι ΗΠΑ και το Ιράν είχαν παραγωγικές συνομιλίες για τον τερματισμό του πολέμου με αποτέλεσμα να διατάξει πενήθμερη αναστολή των επιθέσεων κατά βασικών ενεργειακών υποδομών της χώρας.

Στις 21.00 ώρα Ελλάδας το Brent βρισκόταν στα \$99, ενώ νωρίτερα είχε υποχωρήσει στα \$96,91 ανά βαρέλι, πτώση περισσότερο από 13% από τα \$112 δολάρια την Παρασκευή. Τα συμβόλαια μελλοντικής εκπλήρωσης του West Texas Intermediate μειώθηκαν σχεδόν 11% στα \$87,5.

Οι δηλώσεις Trump, αρχικά μέσω ανάρτησης στα social media, ήρθαν μετά από άλλη δήλωση, το Σάββατο, ότι το Ιράν έχει 48 ώρες για να ανοίξει ξανά τα Στενά του Ορμούζ, διαφορετικά οι ΗΠΑ θα χτυπούσαν τους σταθμούς παραγωγής ενέργειας του Ιράν.

ΤΙ ΦΟΒΑΤΑΙ Η GOLDMAN

Η Goldman Sachs αύξησε απότομα τις προβλέψεις της για τις τιμές του πετρελαίου χθες, αναμένοντας ότι το Brent θα διαμορφωθεί κατά μέσο όρο στα \$110 τον Μάρτιο και τον Απρίλιο, από την προηγούμενη πρόβλεψη των \$98, αύξηση 62% από τον ετήσιο μέσο όρο του 2025. Η τράπεζα αναβάθμισε επίσης τις εκτιμήσεις της για το WTI στα \$98



τον Μάρτιο και στα \$105 τον Απρίλιο.

“Υποθέτοντας ότι οι ροές στο Ορμούζ παραμένουν στο 5% (σ.σ. των κανονικών ροών) έως τις 10 Απριλίου, οι τιμές είναι πιθανό να σημειώσουν ανοδική τάση κατά τη διάρκεια αυτής της περιόδου”, ανέφεραν οι αναλυτές της Goldman. Εάν οι ροές του Ορμούζ παραμείνουν στο 5% για 10 εβδομάδες, οι ημερήσιες τιμές του Brent πιθανότατα θα ξεπεράσουν το επίπεδο ρεκόρ του 2008, σύμφωνα με την Goldman. Το Brent έφτασε περίπου τα \$147 ανά βαρέλι τον Ιούλιο του 2008, προτού καταρρεύσει σε περίπου \$40 μέσα σε λίγους μήνες, καθώς η παγκόσμια χρηματοπιστωτική κρίση συνέτριψε τη ζήτηση.

Το Στενό του Ορμούζ χειρίζεται κανονικά πε-

ρίπου το 20% των παγκόσμιων προμηθειών πετρελαίου. Τα ιρανικά κρατικά Μέσα ενημέρωσης επέμειναν την Κυριακή ότι η Τεχεράνη θα επέτρεπε την ασφαλή διέλευση από το στενό για όλα τα πλοία εκτός από τα πλοία που συνδέονται με τους “εχθρούς του Ιράν”.

ΧΕΙΡΟΤΕΡΑ ΚΑΙ ΑΠΟ ΤΗ ΔΕΚΑΕΤΙΑ ΤΟΥ '70

Ο Fatih Birol, Εκτελεστικός Διευθυντής του Διεθνούς Οργανισμού Ενέργειας, προειδοποίησε τη Δευτέρα ότι η κατάσταση στη Μέση Ανατολή είναι “πολύ σοβαρή” και πολύ χειρότερη από τις δύο πετρελαϊκές κρίσεις της δεκαετίας του 1970, καθώς και από τον αντίκτυπο του πολέμου Ρωσίας-Ουκρανίας στο φυσικό αέριο, συνολικά.

Τα κράτη μέλη του ΙΕΑ συμφώνησαν στις 11 Μαρτίου να απελευθερώσουν ποσότητα ρεκόρ 400 εκατομμυρίων βαρελιών πετρελαίου από στρατηγικά αποθέματα για να αντιμετωπίσουν τη διακοπή του εφοδιασμού που προκλήθηκε από τον πόλεμο.

Ο επικεφαλής του ΙΕΑ δήλωσε ότι είχε συμβουλευτεί κυβερνήσεις στην Ασία και την Ευρώπη για την απελευθέρωση μεγαλύτερων αποθεμάτων πετρελαίου “εάν χρειαστεί”, τονίζοντας παράλληλα ότι η πιο σημαντική λύση θα ήταν “το άνοιγμα του Πορθμού του Ορμούζ”.

• ΚΡΑΣΙ

ΝΕΕΣ ΕΠΙΒΑΡΥΝΣΕΙΣ ΓΙΑ ΤΗΝ ΕΦΟΔΙΑΣΤΙΚΗ ΑΛΥΣΙΔΑ ΛΟΓΩ Μ. ΑΝΑΤΟΛΗΣ

Η άνοδος του κόστους μεταφορών, ως αποτέλεσμα της έντασης στην Μέση Ανατολή, αρχίζει να επηρεάζει αισθητά την εφοδιαστική αλυσίδα του κλάδου του οίνου, όπως επισημαίνεται σε σχετικό report της ΚΕΟΣΟΕ.

Οι θαλάσσιοι ναύλοι έχουν αυξηθεί κατά εκατοντάδες δολάρια ανά εμπορευματοκιβώτιο, ενώ οι τιμές των οδικών μεταφορών καταγράφουν άνοδο έως και 10%, δημιουργώντας πρόσθετες πιέσεις.

Όπως επισημαίνει η Marion Boudard, εμπορική διευθύντρια της Hillebrand Gori France (όμιλος DHL), οι αυξήσεις αυτές αποτελούν χαρακτηριστικό παράδειγμα των επιπτώσεων της παγκοσμιοποιημένης οικονομίας, όπου γεωπολιτικά γεγονότα μπορούν να επηρεάσουν άμεσα τις διεθνείς εμπορικές ροές και το κόστος μεταφοράς.

ΠΡΟΣΘΕΤΕΣ ΧΡΕΩΣΕΙΣ

Από τα τέλη Φεβρουαρίου, οπότε και ξεκίνησε η σύγκρουση στο Ιράν, οι ναυτιλιακές εταιρείες επιβάλλουν διαδοχικές πρόσθετες χρεώσεις κυρίως λόγω της κατάστασης στα Στενά του Ορμούζ, που επηρεάζει την αγορά ενέργειας και κατ'επέκταση το κόστος μεταφορών. Ειδικότερα:

- οι αυξήσεις προς τις ΗΠΑ φθάνουν περίπου τα \$550 για εμπορευματοκιβώτια 40 ποδιών και τα \$650 για ψυγεία
- οι αυξήσεις προς την Ασία κυμαίνονται σε χαμηλότερα επίπεδα, περί τα \$150-\$300

ΕΤΑΙΡΕΙΕΣ LOGISTICS

Σε αυτό το περιβάλλον, οι εταιρείες logistics καλούνται να διαχειριστούν την πίεση μετα-



ξύ των αυξήσεων που επιβάλλουν οι μεταφορείς και της δυσκολίας των παραγωγών και εισαγωγέων να απορροφήσουν το αυξημένο κόστος. Παράλληλα, επισημαίνεται ότι χαμηλότερες τιμές μεταφοράς ενδέχεται να συνοδεύονται από μειωμένη διαθεσιμότητα θέσεων στα πλοία, γεγονός που αυξάνει την αβεβαιότητα στην εφοδιαστική διαδικασία. Οι εξελίξεις αυτές επηρεάζουν συνολικά τον κλάδο του οίνου, ο οποίος ήδη αντιμετωπίζει προκλήσεις στη ζήτηση. Η αύξηση του κόστους μεταφοράς επιβαρύνει την παραγωγή, περιορίζει τα περιθώρια κέρδους και ενδέχεται να μετακυλιστεί στις τελικές τιμές για τον καταναλωτή, εφόσον οι πιέσεις διατηρηθούν.

• ΜΕΤΡΑ ΣΤΗΡΙΞΗΣ

ΠΟΙΟΥΣ ΚΛΑΔΟΥΣ ΑΦΟΡΟΥΝ, ΤΙ ΘΑ ΙΣΧΥΣΕΙ

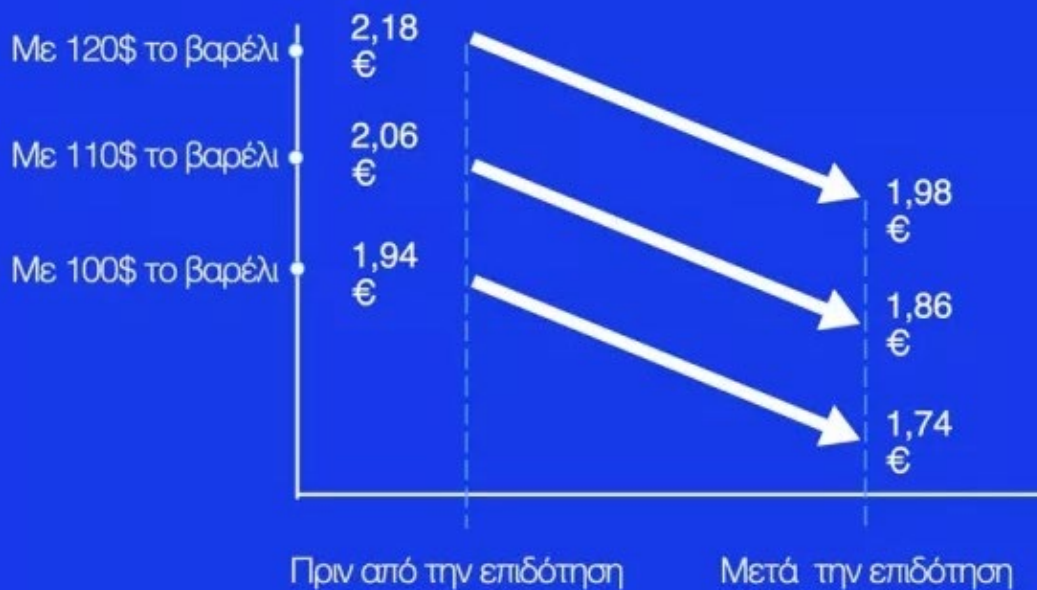
Στην εξειδίκευση των μέτρων στήριξης που ανακοίνωσε ο Πρωθυπουργός, Κυριάκος Μητσοτάκης, προχώρησαν χθες υπουργός Εθνικής Οικονομίας και Οικονομικών, Κυριάκος Πιερρακάκης, και ο

Υφυπουργός Θάνος Πετραλιάς, στο πλαίσιο αντιμετώπισης των συνεπειών από την εκτίναξη των τιμών του πετρελαίου, λόγω της κρίσης στην Μέση Ανατολή.

ΕΤΑΙΡΕΙΕΣ ΚΑΥΣΙΜΩΝ

- Επιδοτείται το diesel κίνησης στην αντλία με 16 λεπτά το λίτρο, έτσι ώστε το όφελος στην τελική τιμή με ΦΠΑ να ανέλθει σε 20 λεπτά το λίτρο

Παραδείγματα



Επιδοτείται το diesel κίνησης στο δίκτυο διανομής με 16 λεπτά το λίτρο, έτσι ώστε το όφελος στην τελική τιμή με ΦΠΑ να ανέλθει σε 20 λεπτά το λίτρο.

1 Απρ

30 Απρ

31
Μαΐου

← Αρχική Διάρκεια →

← Με επέκταση εάν απαιτηθεί →

Κόστος
51 εκ. €

Κόστος
106 εκ. €

- Χορηγείται κατά τον μήνα Απρίλιο επιδότηση καυσίμων (αμόλυβδης και πετρελαίου κίνησης) που καλύπτει το αυ-

ξημένο κόστος των καταναλώσεων δύο μηνών (Απριλίου και Μαΐου) για φυσικά πρόσωπα

- Η επιδότηση θα δοθεί με τη μορφή ηλεκτρονικής κάρτας η οποία μπορεί να χρησιμοποιείται στα πρατήρια

Βενζίνης, στα Μέσα Μαζικής Μεταφοράς και στα ταξί, ενώ για τους πολίτες που δεν έχουν δυνατότητα χρήσης smartphone, το ποσό δύναται να κατατεθεί σε τραπεζικό λογαριασμό της επιλογής τους



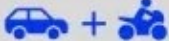
- Η επιδότηση για αυτοκίνητο σε ηπειρωτική περιοχή, ανέρχεται σε €50 για το δίμηνο με τη χρήση ψηφιακής κάρτας (€40 χωρίς κάρτα)
- Για τους πολίτες που έχουν κύρια κατοικία σε νησιωτική περιοχή, η επιδότηση για

- τους δύο μήνες, ανέρχεται σε €60 με τη χρήση ψηφιακής κάρτας (€50 χωρίς κάρτα)
- Για ιδιοκτήτες μοτοσυκλετών η επιδότηση ανέρχεται σε €30 (€25 χωρίς κάρτα) σε ηπειρωτική και €35 (€30 χωρίς κάρτα) σε νησιωτική περιοχή

			
	Ηπειρωτική	50 € 0,36 €	40 € 0,29 €
	Νησιωτική	60 € 0,43 €	50 € 0,36 €
	Ηπειρωτική	30 € 0,36 €	25 € 0,30 €
	Νησιωτική	35 € 0,42 €	30 € 0,36 €

* Το όφελος ανά λίτρο για 70 λίτρα μηνιαία κατανάλωση για αυτοκίνητα και 42 λίτρα για μοτοσυκλέτες

 Κόστος: **130** εκ. €

	Ιδιοκτήτες	Δικαιούχοι	%
	3.733.454	2.866.582	76,8 %
	248.425	231.394	93,1%
	3.981.879	3.097.976	77,8%

ΕΤΑΙΡΕΙΕΣ ΛΙΠΑΣΜΑΤΩΝ

- Επιχορηγείται από τον κρατικό προϋπολογισμό το 15% του κόστους των παραστατικών για την αγορά λιπασμάτων (υπολογιζόμενο επί της τελικής αξίας του τιμολογίου μετά ΦΠΑ)
- Δικαιούχοι είναι φυσικά πρόσωπα επαγγελματίες αγρότες και νομικά πρόσωπα που δραστηριοποιούνται στον πρωτογενή τομέα. Η επιδότηση θα δοθεί κατόπιν αίτησης σε σχετική ηλεκτρονική πλατφόρμα της ΑΑΔΕ

ΑΚΤΟΠΛΟΪΑ

Σε συνεργασία με το υπουργείο Ναυτιλίας, θα αποζημιωθούν τις εταιρείες για τις εκπτώσεις που ήδη παρέχουν. Δημοσιονομικό κόστος μέτρου στα €56 εκατ. ετησίως. Οι ακτοπλοϊκές εταιρείες παρέχουν, βάσει του παρόντος νομοθετικού πλαισίου, υποχρεωτικές εκπτώσεις σε διάφορες κατηγορίες επιβατών (φοιτητές, ανήλικα τέκνα, άτομα με αναπηρία κ.τ.λ.), το κόστος των οποίων σήμερα δεν απο-

ζημιώνεται. Λαμβάνοντας υπόψη τη σημαντική αύξηση των καυσίμων και προκειμένου να συγκρατηθούν οι τιμές των ακτοπλοϊκών εισιτηρίων του γενικού πληθυσμού, οι εκπτώσεις αυτές θα αποζημιώνονται από τον κρατικό προϋπολογισμό. Για τη χρηματοδότηση των μέτρων, προχωρά η αύξηση της φορολόγησης στα διαιδικτυακά τυχερά παιχνίδια τύπου καζίνο

- 20% για κέρδη από €100,1 έως €500
- 30% για κέρδη άνω των €500

• **TESCO**
ΑΥΞΑΝΕΙ ΤΟΥΣ
ΜΙΣΘΟΥΣ ΚΑΤΑ 5,1%

Η Tesco προχωρά σε αυξήσεις μισθών για τους εργαζομένους στα καταστήματα, ξεπερνώντας τον πληθωρισμό και ακολουθώντας αντίστοιχες κινήσεις άλλων μεγάλων λιανοπωλητών.

Η εξέλιξη αυτή παρακολουθείται στενά από την Τράπεζα της Αγγλίας, καθώς οι μισθολογικές συμφωνίες αποτελούν βασικό δείκτη για τις πληθωριστικές πιέσεις και τις αποφάσεις σχετικά με τα επιτόκια.

€13,28 ΤΗΝ ΩΡΑ

Η εταιρεία, με περίπου 300.000 εργαζομένους στο Ηνωμένο Βασίλειο, θα αυξήσει την ωριαία αμοιβή για το προσωπικό καταστημάτων και online παραγγελιών στις 13,28 λίρες από τις 29 Μαρτίου, αύξηση 5,1%.

Οι εργαζόμενοι στο Λονδίνο θα συνεχίσουν να λαμβάνουν υψηλότερες αποδοχές. Ο πληθωρισμός στη χώρα διαμορφώθηκε στο 3% τον Ιανουάριο.



Ken Murphy,
Group CEO,
Tesco

ΚΟΣΤΟΣ ΚΑΙ ΑΝΤΙΣΤΟΙΧΕΣ
ΚΙΝΗΣΕΙΣ

Η αύξηση αυτή κοστίζει στην εταιρεία πάνω από 200 εκατομμύρια λίρες και ανεβάζει τη συνολική αύξηση αποδοχών των ωρομίσθιων εργαζομένων στο 43% την τελευταία πενταετία.

Αντίστοιχες αυξήσεις πάνω από τον πληθωρισμό έχουν εφαρμόσει και άλλοι μεγάλοι λιανοπωλητές, όπως οι John Lewis, Costa Coffee, Marks & Spencer, Sainsbury's, Aldi

και Lidl. Οι κινήσεις αυτές συνδέονται εν μέρει με την αύξηση του κατώτατου μισθού στη Βρετανία κατά 4,1%, που θα φτάσει τις 12,71 λίρες ανά ώρα από τον Απρίλιο.

ΕΚΤΙΜΗΣΕΙΣ

Η εταιρεία εκτιμά ότι τα ετήσια προσαρμοσμένα λειτουργικά κέρδη θα κινηθούν στο ανώτερο εύρος των προβλέψεών της, μεταξύ 2,9 και 3,1 δισεκατομμυρίων λιρών, επίπεδα παρόμοια με το 2024/25.

• **ΓΑΛΛΙΑ**
ΥΓΕΙΑ ΚΑΙ ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝ ΟΔΗΓΟΥΝ ΤΙΣ ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΙΚΕΣ
ΤΑΣΕΙΣ ΣΤΟ ΝΕΡΟ

Οι Γάλλοι καταναλωτές θεωρούν την κλιματική αλλαγή και τη ρύπανση από τα σημαντικότερα ζητήματα που επηρεάζουν τις αγορές εμφιαλωμένου νερού, σύμφωνα με νέα μελέτη της Worldpanel by Numerator.

Μετά από χρόνια πτώσης, οι αγορές ποτών επέστρεψαν σε ανάπτυξη, αν και οι επιδόσεις διαφέρουν ανά κατηγορία. Το εμφιαλωμένο νερό ξεχωρίζει ως ένας από τους λίγους τομείς με ανοδική πορεία.

ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝΤΙΚΕΣ ΑΝΥΣΗΧΙΕΣ

Η κατανάλωση νερού συνδέεται πλέον έντονα με περιβαλλοντικές ανησυχίες. Πάνω από τους μισούς ερωτηθέντες (54%) δηλώνουν ότι η κλιματική αλλαγή, η υπερθέρμανση του πλανήτη και η ρύπανση των υδάτων επηρεάζουν τις αγοραστικές τους επιλογές. Ακολουθούν η σπατάλη νερού (49%) και ο κίνδυνος έλλειψης (43%).

Το νερό βρίσκεται στο επίκεντρο δύο βασικών προσδοκιών: της υγείας και της προστασίας του περιβάλλοντος. Οι ανησυχίες για ρύπανση, σπατάλη και μικροπλαστικά οδηγούν τους καταναλωτές να δίνουν μεγαλύτερη προσοχή στη συσκευασία και τα συστατικά.



ΣΥΣΚΕΥΑΣΙΑ

Η συσκευασία παραμένει το βασικό κριτήριο βιωσιμότητας για το 71% των καταναλωτών, αν και το ποσοστό αυτό έχει μειωθεί σε σχέση με το 2023. Παράλληλα, το 59% δηλώνει αυξανόμενη ανησυχία για τους πιθανούς

κινδύνους των μικροπλαστικών στην υγεία. Στην αγορά, τα φυσικά νερά κυριαρχούν, με 6,5 δισεκατομμύρια τεμάχια από τα συνολικά 6,7 δισεκατομμύρια. Το μη ανθρακούχο νερό παραμένει η μεγαλύτερη κατηγορία (5,4 δισ.), έναντι του ανθρακούχου (1,3 δισ.).

• **DANONE**
ΕΞΑΓΟΡΑΖΕΙ ΤΗΝ HUEL ANTI €1 ΔΙΣ.

Η γαλλική εταιρεία τροφίμων και ποτών Danone ανακοίνωσε τη Δευτέρα την πρόθεσή της να εξαγοράσει την εταιρεία πρωτεϊνικών ροφημάτων Huel.

Ο CEO της Danone, Antoine de Saint-Affrique, τόνισε ότι η συνένωση της γκάμας και των ψηφιακών δυνατοτήτων της Huel με την παγκόσμια εμπέλεια και την τεχνολογία της Danone δημιουργεί ευκαιρίες στον "νέο και ταχέως αναπτυσσόμενο χώρο πλήρους θρεπτικής αξίας". Ο CEO της Huel, James McMaster, πρόσθεσε ότι η Huel στοχεύει να καλύψει το έλλειμμα πρόσληψης πρωτεΐνης, φυτικών ινών και βασικών θρεπτικών συστατικών στον πληθυσμό. Η συμφωνία, υπό κανονιστικές εγκρίσεις, εκτιμάται σε περίπου €1 δισ. (\$1,15 δισ.), σύμφωνα με τους Financial Times. Η Danone υποστηρίζει ότι το χαρτοφυλάκιό της είναι εξαιρετικά συμπληρωματικό με τις νέες τάσεις στην υγεία και τη χρήση φαρμάκων GLP-1.

ΠΡΟΣΑΡΜΟΓΕΣ ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ

Οι εταιρείες τροφίμων προσαρμόζουν ήδη προϊόντα μέσω αλλαγής συνταγών και δημι-



Antoine de Saint-Affrique, CEO, Danone

ουργίας πιο premium επιλογών, ενώ η ING σημειώνει ότι η επίδραση των σκευασμάτων GLP-1 στην Ευρώπη είναι ακόμη περιορισμένη (περίπου 2% των ενηλίκων), αλλά αναμένεται αύξηση. Οι εκτιμήσεις για τη μελλοντική παγκόσμια αγορά φαρμάκων GLP-1 προβλέπουν ότι θα φτάσει τα \$100 δισ. έως το

2027. Η εξαγορά της Huel εντάσσεται σε αυτήν τη λογική, δίνοντας στη Danone τη δυνατότητα να επεκταθεί στον χώρο των θρεπτικών ροφημάτων και να ανταποκριθεί σε μια αλλαγή των καταναλωτικών προτιμήσεων με έμφαση στην υγεία, τη διατροφή και τη διαχείριση βάρους.

• **Debrief** •

ΡΟΗ ΕΙΔΗΣΕΩΝ

Για την απόφαση Trump να παγώσει κάθε στρατιωτική επίθεση κατά ιρανικών ηλεκτροπαραγωγικών εγκαταστάσεων και ενεργειακών υποδομών για τις επόμενες πέντε ημέρες, έχετε ενημερωθεί (θα δούμε πώς θα πάει κι αυτό). Σήμερα, όμως, με αφορμή τη συγκεκριμένη είδηση, θα σχολιάσω κάτι εντελώς διαφορετικό. Κάτι στο οποίο ήθελα από καιρό να αναφερθώ. Τη ροή, στη γλώσσα μας, δηλαδή τη ροή ειδήσεων που βλέπουμε στα ελληνικά sites.

Την απόφαση του Trump τη διάβασα χθες στα ελληνικά sites. Αυτόματα μπήκα σε ξένο site, για να διαβάσω κάτι παραπάνω. Τζίφος, η είδηση δεν είχε ανέβει ακόμα! Πολλές φορές στα social media παρατηρώ εκνευρισμένους χρήστες να διαμαρτύρονται για την ποιότητα των γραπτών στα ελληνικά sites. Για λάθη, ανακρίβειες, ορθογραφικά, typos κ.λπ. Δεν έχουν άδικο, αλλά δεν ξέρουν.

Τί δεν ξέρουν; Ότι το newsroom των sites είναι μια... καθημερινή πολεμική κατά-

σταση, η οποία μέσες άκρες έχει ως εξής: οι συντάκτες έχουν ανοιχτά ταυτόχρονα καμιά δεκαριά tabs (τουλάχιστον). Βλέπουν κάποια διεθνή Μέσα, ειδησεογραφικά πρακτορεία, τον ανταγωνισμό, social media, ανακοινώσεις εταιρειών στο ΧΑ, emails και άλλα, ανάλογα με τη θεματολογία του κάθε site.

Πρόκειται για μια βροχή πληροφορίας, που γίνεται καταγισμός όταν υπάρχει έκτακτο γεγονός (γεωπολιτικό, εκλογικό, πολιτικό, φυσική καταστροφή κ.λπ.). Όλα αυτά λαμβάνουν χώρα σε πραγματικό χρόνο, "τώρα". Και σε αυτό το "τώρα" η είδηση πρέπει να διασταυρωθεί, να αξιολογηθεί, να γραφτεί, να πλασιωθεί με φωτογραφία και να ανέβει. Δεν είναι καθόλου εύκολη δουλειά, ειλικρινά.

Γίνονται λάθη; Γίνονται. Και μικρά και μεγάλα και μεγαλύτερα. Ακόμα και ουσίας. Αλλά οι αναγνώστες ας έχουν κατά νου ότι το site – το κάθε site – είναι περίπου σαν την τηλεόραση. Όπως δεν μπορείς να ανοίξεις τον τηλεοπτικό δέκτη και να πέ-

σεις σε "μαύρο", έτσι δεν γίνεται και να μπεις σε site και να μην έχει ανανεωθεί η ροή, να μην έχει βγει η επόμενη είδηση. Και η μία είδηση διαδέχεται την άλλη, σε χρονική απόσταση λίγων λεπτών. Το "τώρα" που λέγαμε.

Τα γράφω αυτά με αφορμή τη χθεσινή είδηση που ανέφερα στην αρχή του κειμένου. Τα ελληνικά sites που διαβάζω, την είχαν βγάλει και την είχαν ήδη αξιολογήσει ως το κορυφαίο θέμα. Και ένα ξένο Μέσο (με πιθανότητα περισσότερους πόρους) δεν την είχε (εντάξει, μέσα στο επόμενο δίλεπτο την είχε ανεβάσει).

Ας έχουμε, λοιπόν, κριτική ματιά στα όσα διαβάζουμε στη ροή των sites. Αυτό δεν είναι απαραίτητα κακό. Ας πιστώσουμε, όμως, στους ανθρώπους που τα τρέχουν – από τον διευθυντή σύνταξης και τον αρχισυντάκτη έως τον νεότερο συντάκτη – ότι ρίχνουν καντάρια δουλειάς.

Γιάννης Παλιούρης
giannis@notice.gr

• ΕΛΛΗΝΙΚΕΣ ΕΞΑΓΩΓΕΣ
**ΑΝΟΙΓΕΙ Ο ΔΡΟΜΟΣ ΓΙΑ ΕΞΑΓΩΓΕΣ
ΕΛΛΗΝΙΚΩΝ ΕΣΠΕΡΙΔΟΕΙΔΩΝ
ΣΤΗΝ ΤΑΪΛΑΝΔΗ**

Ολοκληρώθηκε με θετικά αποτελέσματα η αξιολόγηση του ελληνικού φυτοϋγειονομικού συστήματος από κλιμάκιο ελεγκτών από το Βασίλειο της Ταϊλάνδης, ανοίγοντας τον δρόμο για την έναρξη εξαγωγών ελληνικών εσπεριδοειδών προς τη συγκεκριμένη αγορά.

Η αποστολή των Ταϊλανδών επιθεωρητών περιλάμβανε ελέγχους σε οπωρώνες και συσκευαστήρια πορτοκαλιών και ματαρινιών σε βασικές παραγωγικές περιοχές, όπως η Αργολίδα, η Λακωνία και η Αιτωλοακαρνανία.

Στόχος της διαδικασίας ήταν η αξιολόγηση της συμμόρφωσης της Ελλάδας με τα αυστηρά φυτοϋγειονομικά πρότυπα που απαιτούνται για την εισαγωγή αγροτικών προϊόντων στην Ταϊλάνδη.

**ΠΟΙΕΣ ΔΙΑΔΙΚΑΣΙΕΣ
ΕΞΕΤΑΣΤΗΚΑΝ**

Κατά τη διάρκεια των επιθεωρήσεων εξετάστηκαν οι διαδικασίες συγκομιδής, διαλογής και τυποποίησης, καθώς και τα συστήματα ιχνηλασιμότητας και διαχείρισης φυτοϋγειονομικών κινδύνων.



Σύμφωνα με τα ευρήματα, διαπιστώθηκε υψηλό επίπεδο τεχνογνωσίας τόσο στους Έλληνες παραγωγούς όσο και στις αρμόδιες υπηρεσίες και τα εργαστήρια ελέγχου. Με βάση τα θετικά αποτελέσματα, εκτιμάται ότι οι εξαγωγές ελληνικών εσπεριδοειδών προς την Ταϊλάνδη θα μπορούσαν να ξεκινήσουν από το φθινόπωρο του 2026, για την εμπορική περίοδο 2026–2027.

Business Maker

ΠΟΙΟΙ ΚΑΙ ΓΙΑΤΙ ΒΛΕΠΟΥΝ ΚΥΜΑ DEALS ΣΤΑ ΤΡΟΦΙΜΑ

Καμία διάθεση για αναστολή των deals στα τρόφιμα δεν διαφαίνεται στην αγορά. Αντιθέτως, παραμένει η βούληση για επιτάχυνση των εξελίξεων κυρίως από τις πολύ μικρές επιχειρήσεις που αντιλαμβάνονται ότι το περιβάλλον δεν αφήνει περιθώρια επιβίωσης. Αυτό αναφέρει στη στήλη καλά πληροφορημένη πηγή. Το αυξημένο λειτουργικό κόστος, η περιορισμένη πρόσβαση σε χρηματοδότηση και ο εντεινόμενος ανταγωνισμός οδηγούν σε μια νέα φάση συγκέντρωσης. Το ενδιάμεσο εστιάζεται κυρίως σε εταιρείες με κύκλο εργασιών από €10 έως €20 εκατ.

Πρόκειται για το μαλακό υπογάστριο της αγοράς, όπου οι επιχειρήσεις διαθέτουν μεν παρουσία και πελατειακή βάση, αλλά δεν έχουν το μέγεθος για να αντέξουν τις πιέσεις ή να επενδύσουν στην επόμενη ημέρα. Εκεί ακριβώς τοποθετούνται οι μεγαλύτεροι παίκτες, αλλά και funds, που αναζητούν ευκαιρίες εξαγορών σε ελκυστικές αποτιμήσεις. Διερευνητικές κινήσεις βρίσκονται σε πλήρη εξέλιξη παρά τον πόλεμο, με συμβούλους να κάνουν λόγο για pipeline συμφωνιών που αναμένεται να ωριμάσουν εντός των επόμενων 12-18 μηνών. Το φαινόμενο δεν

περιορίζεται στον κλάδο των τροφίμων, αλλά διαχέεται από το λιανεμπόριο μέχρι τη μεταποίηση και τις υπηρεσίες. Το κρίσιμο στοιχείο είναι ότι δεν πρόκειται για εξαναγκασμένες πωλήσεις, αλλά για συνειδητές στρατηγικές εξόδου. Οι ιδιοκτήτες αντιλαμβάνονται ότι η επόμενη φάση απαιτεί κεφάλαια, τεχνογνωσία και κλίμακα που δύσκολα μπορούν να εξασφαλίσουν αυτόνομα. Αν επιβεβαιωθεί αυτή η τάση, η ελληνική επιχειρηματική σκηνή θα εισέλθει σε έναν νέο κύκλο αναδιάρθρωσης, με λιγότερους αλλά ισχυρότερους παίκτες.

ΤΙ ΑΠΕΙΛΕΙ ΤΑ 50.000 ΣΗΜΕΙΑ ΠΟΥ ΣΕΡΒΙΡΟΥΝ ΚΑΦΕ ΣΤΟ ΧΕΡΙ

Η αγορά καφέ ζει ένα παράδοξο. Το 2025 καταγράφηκαν τιμές-ρεκόρ, με τη διεθνή αναταραχή να περνάει άμεσα στο ράφι και στο φλιτζάνι. Κι όμως, παρά το σοκ των τιμών, η κατανάλωση δείχνει εντυπωσιακή αντοχή. Τα στοιχεία για το πρώτο δίμηνο του 2026 όπως αναφέρουν στη στήλη καλά πληροφορημένες πηγές αποτυπώνουν μια οριακή αύξηση της τάξης του 1,5% στη συνολική αγορά. Όχι εκρηκτική ανάπτυξη, αλλά σταθερότητα. Μεταποίσεις όμως υπάρχουν: ο καφές φίλτρου ενισχύεται, ο ελληνικός υποχωρεί, ο στιγμιαίος μένει στάσιμος, ενώ η κάψουλα συνεχίζει τη σταθερή της άνοδο. Η ει-

κόνα αυτή δεν είναι τυχαία. Η κατανάλωση δεν αυξάνεται, αλλά αλλάζει μορφή. Ο καφές στο... χέρι δέχεται πιέσεις, ενώ ανεβαίνει η τάση... παίρνω καφέ από το σπίτι. Στον αντίποδα, το out-of-home βρίσκεται σε πιο δύσκολη θέση. Ο ανταγωνισμός έχει εκτοξευθεί, με περίπου 50.000 σημεία – από αλυσίδες μέχρι φούρνους και πρατήρια καυσίμων – να διεκδικούν μερίδιο. Την ίδια στιγμή, η κατανάλωση πιέζεται, ενώ και ο τουρισμός δεν προσφέρει την ίδια ώθηση όπως στο παρελθόν. Υπάρχει όμως και μια λιγότερο ορατή, αλλά κρίσιμη παράμετρος: η πλήρης καταγραφή των συναλλαγών και η έκδο-

ση αποδείξεων. Τα μαύρα έχουν πλέον περιοριστεί δραστικά, ενώ το κόστος λειτουργίας – ενέργεια, πρώτες ύλες, τέλη – αυξάνεται. Το αποτέλεσμα είναι ένα ασφυκτικό περιθώριο για πολλά καταστήματα. Σε αυτό το περιβάλλον, τα υβριδικά μοντέλα (όπως φούρνοι με καφέ) δείχνουν πιο ανθεκτικά. Αντίθετα, τα σημεία που βασίζονται αποκλειστικά στον καφέ δοκιμάζονται. Όπως αναφέρουν παράγοντες του κλάδου, η αγορά δεν καταρρέει, αλλά βρίσκεται υπό πίεση. Και το επόμενο διάστημα θα δείξει ποιοι έχουν την κλίμακα και την αντοχή να παραμείνουν στο παιχνίδι.

Business Insight

ΜΕΤΑΞΥ ΣΦΥΡΑΣ ΚΑΙ ΑΚΜΟΝΟΣ Η ΕΥΡΩΠΑΪΚΗ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑ

Δεν φάνηκε να ιδρώνει το αυτί των πολιτικών ηγετών της Ευρώπης, στην τελευταία Σύνοδο Κορυφής. Όπως αναμενόταν **ουδεμία απόφαση για λήψη κοινής/ενιαίας δράσης** προκειμένου να γίνει πιο διαχειρίσιμη η επικείμενη απελευθέρωση του...θηρίου του πληθωρισμού. **Με την τιμή του φυσικού αερίου στις ΗΠΑ να έχει αυξηθεί 17%** από την επίθεση ΗΠΑ-Ισραήλ στο Ιράν (αρχές Μαρτίου) **στην Ευρώπη τιμολογείται πλέον επτά (7) φορές ακριβότερα απ' ό,τι στις ΗΠΑ.**

Την ίδια ώρα η αναπόφευκτη αναζωπύρωση πληθωριστικών πιέσεων ενεργοποιεί ντόμινο στην αγορά χρέους χωρών-μελών της Ευρωζώνης. **Πάνω από το 3% η απόδοση για το κρατικό ομόλογο της Γερμανίας- για πρώτη φορά από το 2011,** για το bund-σημείο αναφοράς για τις ευρωπαϊκές αγορές χρέους.

Σχεδόν παράλληλα με την Σύνοδο Κορυφής και η **συνεδρίαση της Ευρωπαϊκής Κεντρικής Τράπεζας, που ναι μεν άφησε αμετάβλητα τα επιτόκια (2%)** πλην όμως **άνοιξε παράθυρο να ακολουθήσει τις Fed, BoE και άλλες κεντρικές τράπεζες** που θα υποχρεωθούν να προχωρήσουν σε αυξήσεις, στην συνέχεια του 2026. Ωστόσο, ήρθε η παρέμβαση Nigel (στο Bloomberg) για να διαλύσει τις ψευδαισθήσεις όσων δεν βλέπουν (ή παριστάνουν πως δεν...) τα επερχόμενα.

Η ΕΚΤ θα χρειαστεί να εξετάσει το ενδεχόμενο αύξησης των επιτοκίων, ήδη από τον επόμενο μήνα, εάν οι πιέσεις στις τιμές ενταθούν περαιτέρω λόγω του πολέμου στον

Περσικό. **Παρέμβαση-προειδοποίηση του επικεφαλής της Bundesbank,** που προφανώς και γνωρίζει πολύ καλά την βαρύτητα της και σοβαρά θα πρέπει να λαμβάνεται υπόψη. **Εύλογο όμως το ερώτημα, κατά πόσον το μήνυμα φτάνει μέχρι τις Βρυξέλλες και την ωσεί παρούσα διοίκηση της Κομισιόν.** Δηλώσεις που καταδεικνύουν το επίπεδο ανησυχίας, καθώς η ραγδαία άνοδος των τιμών της ενέργειας πυροδοτεί **πληθωριστικό ράλι, που αποτυπώνεται ήδη από τον Φεβρουάριο στα στοιχεία της Eurostat.** Στο 1,9% ο πληθωρισμός τον προηγούμενο μήνα, με αυξητική φορά πριν την έναρξη της σύρραξης στον Περσικό. Πλέον, όπως καταδείχθηκε στη συνεδρίαση των μελών της ΕΚΤ τα ενδεχόμενα που εξετάζονται για την συνέχεια είναι από το βασικό (αρνητικό) **με κλιμάκωση έως το ακραία οξύ- που φτάνει τον πληθωρισμό στο 6,3%.** Απευκταίο μεν, μεταξύ των σεναρίων δε, με ό,τι αυτό μπορεί να σημαίνει για τις αντοχές της ήδη ασθμαίνουσας ευρωπαϊκής οικονομίας, της εδώ και καιρό φθίνουσας ανταγωνιστικότητας των επιχειρήσεων.

Κοινός τόπος πως, **για τη μείωση του πληθωρισμού ένα εργαλείο είναι η αύξηση των επιτοκίων. Για την διάσωση της ανταγωνιστικότητας των επιχειρήσεων είναι η μείωση τους.** Ανεβαίνει το ρίσκο, αποτυπώνεται πλέον και στις αποδόσεις των κρατικών ομολόγων της Ευρωζώνης, με τις αγορές να προεξοφλούν την άνοδο των επιτοκίων, την επιβάρυνση στις αγορές χρήματος. Κό-

στος που όπως αποτυπώνεται στα ομόλογα, **ανάλογα περνά στην πραγματική οικονομία ως επιπλέον βάρος σε χρηματοδότηση, δανεισμό, παρασύροντας από επιχειρήσεις, επαγγελματίες, ιδιώτες κ.λ.π.**

Ωστόσο, δεν μπορεί να παραβλεφθεί το γεγονός πως και αυτή η κρίση επενεργεί πολλαπλάσια σε βάρος της Ευρώπης έναντι των ΗΠΑ. Όντως οι τιμές των καυσίμων έχουν εκτιναχθεί, **πλην όμως το Brent τιμολογείται κοντά στα \$100, το Crude Oil WTI δεν ξεπερνά τα \$90.** Παράλληλα, ενώ οι ΗΠΑ διαθέτουν επάρκεια (και λόγω παραγωγής σχιστολιθικού) **η Ευρώπη παραμένει απόλυτα εξαρτώμενη,** φθάνοντας μάλιστα στο σημείο ορισμένες κυβερνήσεις να θέτουν ζήτημα χαλάρωσης των μέτρων κατά της Ρωσίας (προκειμένου να προμηθευτούν πρώτη ύλη).

Παράλληλα ο πληθωρισμός επιβαρύνεται από τον ημι-αποκλεισμό των Στενών του Ορμούζ. Πράγματι από το Strait of Hormuz διακινείται το 20% του πετρελαίου παγκοσμίως. Όμως, **ανάλογες- και χειρότερες- καταστάσεις συνέβαιναν τόσο στον Ιρανικό-Ιρακινό πόλεμο, όσο σε περιόδους διενέξεων στην περιοχή,** που σημαίνει ότι ο πραγματικός λόγος είναι αλλού: **συνδυαστικά στον τρόπο που (δεν) λειτουργεί η Ευρωπαϊκή Ένωση, το πόσο αυξημένη παραμένει η γραφειοκρατία, η αγορά που δεν έχει αποκτήσει ενιαία μορφή, τα εσωτερικά εμπόδια (στα οποία αναφερόταν χρόνια πριν ο Mario Draghi).**

SO POSH!

the trendletter

ΕΠΕΙΔΗ...

BUSINESS IS BUSINESS, PLEASURE IS PLEASURE!

Κάθε Σάββατο στις 9.30

ΤΟ ΕΒΔΟΜΑΔΙΑΙΟ NEWSLETTER

ΓΙΝΕ ΣΥΝΔΡΟΜΗΤΗΣ ΕΔΩ

• ΑΘΗΝΑΪΚΗ ΖΥΘΟΠΟΙΑ
Η ΑΚΡΙΒΗ ΛΟΥΚΟΠΟΥΛΟΥ ΝΕΑ ΔΙΕΥΘΥΝΤΡΙΑ ΑΝΘΡΩΠΙΝΟΥ ΔΥΝΑΜΙΚΟΥ

Η Ακριβή Λουκοπούλου αναλαμβάνει το ρόλο της Διευθύντριας Ανθρώπινου Δυναμικού στην Αθηναϊκή Ζυθοποιία. Η κα. Λουκοπούλου μέχρι σήμερα κατείχε τη θέση Manager, Talent & Sales Capabilities, ενώ ξεκίνησε ως HR

Business Partner στην Πάτρα. Έχει αναλάβει διαδοχικούς ρόλους αυξημένης ευθύνης, συνεργαζόμενη με όλες τις Διευθύνσεις της εταιρείας και αφήνοντας ισχυρό θετικό αποτύπωμα σε κάθε στάδιο της επαγγελματικής της διαδρομής.



Editorial

Πετροδόλαρα, STOP !

Διάβαζα μια πολύ ενδιαφέρουσα ανάλυση του Mohamed El Erian στους FT, σχετικά με μια παράπλευρη, αλλά εξίσου σημαντική απώλεια από τον πόλεμο στο Ιράν. Και αυτή δεν είναι άλλη από το σε τι βαθμό θα αλλάξει βραχυπρόθεσμα η σχέση των χωρών του Κόλπου με τις διεθνείς κεφαλαιαγορές. Δείτε γιατί:

Διότι οι χώρες του Κόλπου επενδύουν σε όλο τον κόσμο μέσω των απίστευτων ποσοτήτων πετροδολαρων. Συνεπώς, αν αλλάξει κάτι στη ροή κεφαλαίων παγκοσμίως, αυτό θα γίνει σε μια ούτως ή άλλως δύσκολη συγκυρία για τις αγορές. Σκεφτείτε ότι η ανάγκη αναχρηματοδότησης χρέους αυξάνει την παγκόσμια έκδοση ομολόγων, ενώ η Τεχνητή Νοημοσύνη ζητά συνεχώς κεφάλαια. Τι σημαίνουν όλα αυτά; Κόστη δανεισμού υψηλότερα για μεγαλύτερο διάστημα, με επιπτώσεις διαταραχής για όλους, οι οποίες εντείνονται όσο παρατείνεται ο πόλεμος. Συνεπώς, μιλάμε για μία κατάσταση, "που εγκυμονεί επίσης τον κίνδυνο επιδείνωσης υφιστάμενων χρηματοοικονομικών ευθραυστοτήτων - όπως εκείνες που σχετίζονται με τη φούσκα της Τεχνητής Νοημοσύνης, ορισμένα τμήματα της ιδιωτικής πίστης και ορισμένες ανησυχίες για το κρατικό χρέος - ενώ ενδέχεται να αποκαλύψει και νέες. Οι χώρες του Κόλπου θα αποκαταστήσουν τις εξαγωγές πετρελαίου τους και η περιοχή θα διατηρήσει τον ρόλο της ως κόμβος μεταφορών και τουρισμού. Δεν έχω καμία αμφιβολία γι' αυτό. Πρόκειται για χώρες που έχουν επιδείξει επί δεκαετίες αξιοσημείωτη ικανότητα προσαρμογής και μακροπρόθεσμης στρατηγικής σκέψης. Ωστόσο, η προσωρινή μεταβολή στη σχέση τους με τις διεθνείς ροές κεφαλαίων είναι κάτι που πρέπει να λαμβάνεται υπόψη σε κάθε ανάλυση των παγκόσμιων οικονομικών και χρηματοοικονομικών επιπτώσεων του πολέμου με το Ιράν". Τόσο απλά.

Νεκτάριος Β. Νώτης
nectarios@notice.gr

SECRETRECIPE

Ο fund manager με τις απαξιωτικές αποτιμήσεις

Η έναρξη συζητήσεων για ένα deal δεν σημαίνει ότι τελικά θα υπάρξει συμφωνία. Πόσες και πόσες τέτοιες συζητήσεις δεν έχουν γίνει κατά καιρούς και δεν έχουν οδηγήσει τις δύο πλευρές να δίνουν τελικά τα χέρια, για πολλούς και διάφορους λόγους. Υπάρχει, όμως, ένας fund manager, ο οποίος κυκλοφορεί στην αγορά με προτάσεις εξευτελιστικά χαμηλές. Έτσι, τουλάχιστον, ένωσε επιχειρηματίας του κλάδου, ο οποίος έκασε στο τραπέζι να συζητήσει μαζί του. "Αν ήξερα ότι θα πρότεινε αυτό το εντελώς απαξιωτικό και εξευτελιστικό ποσό, δεν θα τον συναντούσα καν", λέει χαρακτηριστικά στο Fnb Daily. Γι' αυτό και, μόλις άκουσε το νούμερο, απάντησε αμέσως αρνητικά και αποχώρησε από τη συνάντηση. Είπαμε, λογικές αποτιμήσεις, αλλά όχι απαξιωτικές. Γι' αυτό, άλλωστε, και ο συγκεκριμένος διαχειριστής κεφαλαίων δεν έχει καταφέρει ακόμα να κλείσει ούτε ένα deal στο τρόφιμο. Τυχαίο; Δεν νομίζω...