

# 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 04 ΣΕΠΤΕΜΒΡΙΟΥ 2026  
ΤΕΥΧΟΣ 2384

**ΕΝΘΕΤΟ**

Ειδική έκδοση  
για την



## • ΜΠΑΡΜΠΑ ΣΤΑΘΗΣ

Το χρονοδιάγραμμα του επενδυτικού πλάνου  
των €50 εκατ. - Ανάπτυξη 8% και EBITDA €6,9 εκατ.  
στο εξάμηνο



## • Β.Σ. ΚΑΡΟΥΛΙΑΣ

Μη αλκοολούχα, καφές και νέες συνεργασίες  
στο πλάνο για το 2026/2027 - Με το Airflow μπαίνει  
στο Greek Roast



## • CAVINO

Πατάνε γκάζι από το 2027 τα Ελληνικά Κελλάρια Οίνων  
- Ανοιχτό το παράθυρο για νέες εξαγορές



## • LOULIS FOOD INGREDIENTS

Επιφυλάξεις για το β' εξάμηνο, επενδύσεις  
σε Μαγνησία και Βοιωτία

## Editorial

Γκαλερί η ΕΛ(Λ)ΑΣ

## Debrief

Μην κλειδώσουμε το μυαλό μας στην ντουλάπα

## Business Insight

Jumbo: Με επιπλέον  
επιστροφή κεφαλαίου  
και η Citi πείθεται

## Business Maker

- Το παρασκήνιο  
της απάντησης Τσαγγάρη  
για τις αυξήσεις
- Ο χρυσός συνδυασμός  
της Carlsberg με την Pepsi

## SecretRecipe

Το παράδοξο της ντομάτας  
και το νέο επενδυτικό στοίχημα  
του Σπύρου Θεοδωρόπουλου

• **CAVINO**

## ΠΑΤΑΝΕ ΓΚΑΖΙ ΑΠΟ ΤΟ 2027 ΤΑ ΕΛΛΗΝΙΚΑ ΚΕΛΛΑΡΙΑ ΟΙΝΩΝ - ΑΝΟΙΧΤΟ ΤΟ ΠΑΡΑΘΥΡΟ ΓΙΑ ΝΕΕΣ ΕΞΑΓΟΡΕΣ

Εντός των στόχων που έχουν τεθεί, τόσο σε εμπορικό, όσο και σε λειτουργικό επίπεδο, κυλάει μέχρι στιγμής η χρονιά για την Cavimo η οποία παρακολουθεί με προσοχή τις εξελίξεις στον οινοποιητικό κλάδο, δηλώνοντας ανοιχτή σε συνεργασίες ή deals που θα ενισχύσουν περαιτέρω τη θέση της.

### ΟΙ ΤΡΙΕΣ ΕΞΩΓΕΝΕΙΣ ΠΡΟΚΛΗΣΕΙΣ

Όπως σημειώνουν στο Fnb Daily πηγές από τη διοίκηση της εταιρείας, το 2026 είναι μια κάθε άλλο παρά ευνοϊκή χρονιά όχι μόνο για την οινοποιία αλλά ευρύτερα την αγορά του αλκοόλ, με τις τρεις κυριότερες προκλήσεις να έχουν να κάνουν με:

- Το νέο ιδιαίτερα αυστηρό νομοθετικό περιβάλλον
- Τις συνεχιζόμενες αναταράξεις και την αβεβαιότητα στο γεωπολιτικό σκηνικό που, πέρα από την καταναλωτική διάθεση, επηρεάζουν επίσης τις εμπορικές ροές και την εφοδιαστική αλυσίδα, ωθώντας τις τιμές προς τα πάνω
- Τις έντονες πληθωριστικές τάσεις σε διεθνές και δη σε ευρωπαϊκό επίπεδο που μοιραία πιέζουν τη ζήτηση

"Πρόκειται για εξωγενείς μεν συνθήκες και προκλήσεις τις οποίες όμως καλούμαστε να αντιμετωπίσουμε", αναφέρουν χαρακτηριστικά οι ίδιες πηγές.

### ΣΤΑΘΕΡΕΣ ΟΙ ΠΩΛΗΣΕΙΣ

Σε αυτό το περιβάλλον, προσθέτουν, προτεραιότητα τόσο για την εταιρεία, όσο και για τον όμιλο γενικότερα, είναι η διατήρηση των πωλήσεων -κάτι που έχει ήδη επιτευχθεί και, ει δυνατόν, μια ήπια αύξηση τους στο δεύτερο μισό της χρονιάς, κρατώντας παράλληλα την κερδοφορία σε υψηλά επίπεδα. Εξίσου σημαντική κρίνεται η ολοκλήρωση της ενσωμάτωσης των εταιρειών που εξαγοράστηκαν τα τελευταία χρόνια δύο-τρία χρόνια και ιδίως της Ελληνικά Κελλάρια Οίνων που εντάχθηκε στο άρμα της Cavimo την άνοιξη του 2025. "Η φετινή θα είναι μια 'καθαρή' εμπορικά και οργανωτικά χρονιά για τα Ελληνικά Κελλάρια με επιστροφή, όπως όλα δείχνουν, στην κερδοφορία και από το 2027, σύμφωνα και με το πλάνο που είχαμε θέσει εξαρχής, η εταιρεία θα μπει σε ράγες πολύ ισχυρής ανάπτυξης", σημειώνει υψηλόβαθμο στέλεχος του ομίλου.

Σε αυτό το πλαίσιο, παράλληλα με το rebranding της μάρκας και την ανανέω-



ση του κωδικολογίου, σε εξέλιξη βρίσκεται επενδυτικό πρόγραμμα αναβάθμισης των υποδομών της Ελληνικά Κελλάρια Οίνων που για το 2026 θα φτάσει το €1 εκατ. ενώ άλλο €1 εκατ. έχει προβλεφθεί για το 2027.

### ΕΠΕΝΔΥΤΙΚΟ ΠΛΑΝΟ €5 ΕΚΑΤ.

Πέραν αυτού η Cavimo έχει δρομολογήσει επενδυτικό πρόγραμμα €5 εκατ. για την επέκταση, τον εκσυγχρονισμό και την γενικότερη αναβάθμιση των δικών της εγκαταστάσεων στο νομό Αχαΐας (μεταξύ άλλων, εγκατάσταση νέων πληροφοριακών συστημάτων), με το σχετικό φάκελο να έχει υποβληθεί προς ένταξη στο πρόγραμμα Π3-73-2.3 του υπουργείου Αγροτικής Ανάπτυξης για τη στήριξη επενδύσεων στη μεταποίηση αγροτικών προϊόντων. Κάποιες εργασίες έχουν ήδη ξεκινήσει να υλοποιούνται ωστόσο σε φουλ ρυθμούς αναμένεται να μπει από το 2027 με ορίζοντα ολοκλήρωσης το 2031.

### ΑΝΑΚΑΤΑΤΑΞΕΙΣ ΠΡΟΣΕΧΩΣ ΣΤΟΝ ΚΛΑΔΟ

Η διοίκηση της Cavimo εκτιμά ότι η ελληνική οινοποιία σύνολο θα εισέλθει (αν δεν έχει ήδη εισέλθει) σε ένα νέα φάση αναδιάρθρω-

σης και, πιθανότατα, αύξησης του βαθμού συγκέντρωσης.

"Ο κλάδος θα αναγκαστεί να βρει ένα νέο σημείο ισορροπίας. Λαμβάνοντας υπόψη και τις προκλήσεις που προαναφέραμε, αρκετές από τις περίπου 1.600 οινοποιητικές επιχειρήσεις που δραστηριοποιούνται στη χώρα μας θα δυσκολευτούν πολύ να ανταπεξέλθουν στον ανταγωνισμό και είτε θα κλείσουν είτε θα ενταχθούν σε μεγαλύτερα σχήματα", υπογραμμίζουν.

### "ΠΑΡΟΝΤΕΣ ΣΤΟ ΝΕΟ ΤΟΠΙΟ"

Σε αυτή τη συγκυρία, η Cavimo δηλώνει ανοιχτή σε ενδιαφέρουσες προτάσεις ή ευκαιρίες, διευρυνώντας μάλιστα ήδη κάποιες από αυτές. "Θα είμαστε παρόντες σε αυτό το νέο τοπίο της αγοράς. Συζητήσεις με ενδιαφερόμενους υπάρχουν αρκετές και είμαστε θετικοί να πάμε ένα βήμα παραπέρα, εφόσον συντρέχουν οι προϋποθέσεις, ανάλογα πάντα με την περίπτωση, τις ενδεχόμενες συνέργειες, τις γεωγραφικές ιδιαιτερότητες κ.ο.κ.", τονίζουν πηγές από τη διοίκηση.

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

## • ΠΑΠΑΣΤΡΑΤΟΣ

# Η ΠΑΠΑΣΤΡΑΤΟΣ ΣΤΗ ΔΕΘ 2026: 95 ΧΡΟΝΙΑ, “ΕΔΩ ΤΟ ΕΠΟΜΕΝΟ ΠΡΟΗΓΕΙΤΑΙ”

Με αφετηρία τα 95 χρόνια συνεχούς παρουσίας στην Ελλάδα, η Παπαστράτος συμμετέχει για 9η συνεχή χρονιά στη Διεθνή Έκθεση Θεσσαλονίκης ως Επίσημος Υποστηρικτής. Σε μία χρονιά με ιδιαίτερο συμβολισμό, καθώς η ΔΕΘ συμπληρώνει 100 χρόνια από την πρώτη της διοργάνωση, η Παπαστράτος συμμετέχει φέτος με κεντρικό μήνυμα “ΕΔΩ, ΤΟ ΕΠΟΜΕΝΟ ΠΡΟΗΓΕΙΤΑΙ”, συνδέοντας τη διαδρομή των 95 χρόνων της με όσα έρχονται στο μέλλον.

## ΠΡΕΜΙΕΡΑ ΤΟΥ ΝΤΟΚΙΜΑΝΤΕΡ “95 ΧΡΟΝΙΑ ΠΑΠΑΣΤΡΑΤΟΣ. ΑΥΤΗ ΕΙΝΑΙ Η ΙΣΤΟΡΙΑ ΜΑΣ”

Ξεχωριστή θέση στη φετινή παρουσία της Παπαστράτος στη ΔΕΘ έχει η αποκλειστική πρώτη προβολή του επετειακού ντοκιμαντέρ “95 χρόνια Παπαστράτος - Αυτή είναι η ιστορία μας”, του Σωτήρη Δανέζη, σε παραγωγή της Danezis Stories.

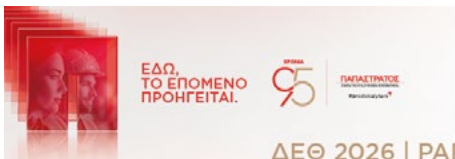
Μέσα από προσωπικές μαρτυρίες ανθρώπων της εταιρείας, ιστορίες και σπάνιο αρχειακό υλικό, το ντοκιμαντέρ ξετυλίγει μια διαδρομή 95 χρόνων, αναδεικνύοντας σημαντικούς σταθμούς στην ιστορία της Παπαστράτος, αλλά και τις αλλαγές που σημάδεψαν την Ελλάδα κατά τη διάρκεια σχεδόν ενός αιώνα. Στο επίκεντρο βρίσκονται οι άνθρωποι και οι αξίες που διαμόρφωσαν την εταιρεία από γενιά σε γενιά και συνοδεύουν την εξέλιξή της μέχρι σήμερα.

Η πρώτη προβολή του ντοκιμαντέρ θα πραγματοποιηθεί την **Πέμπτη 10 Σεπτεμβρίου, στις 19:00, στο Ολύμπιον**, με ελεύθερη είσοδο κατόπιν πρόσκλησης. Όσοι ενδιαφέρονται να την παρακολουθήσουν θα μπορούν να προμηθευτούν την πρόσκλησή τους από το εταιρικό περίπτερο της Παπαστράτος στη ΔΕΘ (είσοδος ΧΑΝΘ).

## ΠΑΠΑΣΤΡΑΤΟΣ TALKS: ΣΥΖΗΤΗΣΕΙΣ ΓΙΑ ΤΗΝ ΕΠΟΜΕΝΗ ΜΕΡΑ

Παράλληλα, το εταιρικό περίπτερο της Παπαστράτος θα αποτελέσει το βασικό σημείο συνάντησης για θέματα που συνδέουν τη διαδρομή της εταιρείας με τις προκλήσεις της επόμενης ημέρας, από την οικονομία και την αγορά εργασίας έως την εκπαίδευση και την κοινωνική ανθεκτικότητα.

Από την ιστορία και το αποτύπωμα της ελληνικής βιομηχανίας έως την εξωστρέφεια, τις



**ΔΕΘ 2026 | PAPASTRATOS TALKS**

|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <p><b>5/9</b><br/>Σάββατο</p> <p><b>11:00 - 12:00   95 χρόνια Παπαστράτος</b><br/>Παρουσίαση “Το Οικονομικό και Κοινωνικό Αποτύπωμα της Παπαστράτος ΑΒΕΣ στην Ελλάδα”, μια μελέτη του ΙΟΒΕ για τα 95 χρόνια παρουσίας της εταιρείας στην Ελλάδα<br/>Στο περίπτερο της Παπαστράτος</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Τίνα Δάβου, Διευθύντρια Σύμβουλος της Παπαστράτος</li> <li>• Αλέξανδρος Χατζόπουλος, Αντιπρόεδρος της Παπαστράτος</li> <li>• Νίκος Βέττας, Γενικός Διευθυντής ΙΟΒΕ και Καθηγητής, Οικονομικό Πανεπιστήμιο Αθηνών</li> </ul> | <p><b>12:30 - 13:30   Enterprise Greece</b><br/>Διμερείς οικονομικές και εμπορικές σχέσεις Ελλάδας - Ιαπωνίας. Εξάγοντας καινοτομία στην Ιαπωνία<br/>Στο περίπτερο της τιμώμενης χώρας #12</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Χαιρετισμός από τον Υπουργικό Επικεφαλής κ. Χάρη Θεοχάρη</li> <li>• Δημήτρης Σκάκος, Γενικός Γραμματέας Διεθνών Οικονομικών Σχέσεων και Εξωτερικών Υπουργείο Εσωτερικών, Πρόεδρος, Enterprise Greece</li> <li>• Αλέξανδρος Χατζόπουλος, Αντιπρόεδρος της Παπαστράτος</li> <li>• Γρηγόρης Κουτσογιάννης, CEO EFA Group</li> <li>• Ελένη Πολυχρονοπούλου, Πρόεδρος ERMA Tech Group</li> <li>• Συντονιστής: Πάρος Φυντικάκης - Δημοσιογράφος</li> </ul> |
| <p><b>10/9</b><br/>Πέμπτη</p> <p><b>19:00   Πρεμιέρα του Ντοκιμαντέρ 95 ΧΡΟΝΙΑ ΠΑΠΑΣΤΡΑΤΟΣ</b><br/>Αυτή είναι η ιστορία μας, του Σωτήρη Δανέζη<br/>Ομάδα της ΕΠΕΑΕΚ/ΕΠΕΑΕΚ2/ΕΠΕΑΕΚ3</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    | <p><b>12/9</b><br/>Σάββατο</p> <p><b>11:00 - 11:30   FutuReady Greece Talk</b><br/>Στο περίπτερο της Παπαστράτος</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Μαρίνα Σπυριδάκη, Γενική Διευθύντρια Public Affairs της Παπαστράτος</li> <li>• Φαίη Μακαντάση, Διευθύντρια Ερευνών της διαΝΕΟσις</li> <li>• Έλενα Παπαδημητρίου, Δημοσιογράφος</li> </ul>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |



δεξιότητες και την κοινωνική ανθεκτικότητα, η φετινή παρουσία της Παπαστράτος στη ΔΕΘ φέρνει στο επίκεντρο ζητήματα που ήδη διαμορφώνουν την επόμενη ημέρα.

Συγκεκριμένα, στο πλαίσιο της φετινής παρουσίας της Παπαστράτος στην ΔΕΘ:

- Το **Σάββατο 5 Σεπτεμβρίου** στις **11:00** θα παρουσιαστεί η **μελέτη του ΙΟΒΕ “Το Οικονομικό και Κοινωνικό Αποτύπωμα της Παπαστράτος ΑΒΕΣ στην Ελλάδα”**, η οποία πραγματοποιήθηκε με αφορμή τη συμπλήρωση 95 χρόνων παρουσίας της εταιρείας στην Ελλάδα. Η μελέτη αποτυπώνει τη διαχρονική συμβολή της Παπαστράτος στην ελληνική οικονομία και κοινωνία, μέσα από στοιχεία για κρίσιμους τομείς, όπως η παραγωγή, οι επενδύσεις, οι εξαγωγές και η απασχόληση. Τη μελέτη θα παρουσιάσουν ο **Αλέξανδρος Χατζόπουλος**, Αντιπρόεδρος της Παπαστράτος, και ο **Νίκος Βέττας**, Γενικός Διευθυντής του ΙΟΒΕ και Καθηγητής στο Οικονομικό Πανεπιστήμιο Αθηνών. Τη συζήτηση θα προλογίσει η Διευθύντρια Σύμβουλος της Παπαστράτος, **Τίνα Δάβου**
- Την ίδια ημέρα, στις **12:30**, ο **Αλέξανδρος Χατζόπουλος**, Αντιπρόεδρος της Παπαστράτος, θα συμμετάσχει στη συ-

ζήτηση της **Enterprise Greece** με θέμα **“Διμερείς οικονομικές και εμπορικές σχέσεις Ελλάδας-Ιαπωνίας. Εξάγοντας καινοτομία στην Ιαπωνία”**, στο περίπτερο της τιμώμενης χώρας. Στη συζήτηση θα συμμετάσχουν επίσης ο **Δημήτρης Σκάκος**, Γενικός Γραμματέας Διεθνών Οικονομικών Σχέσεων και Εξωστρέφειας του Υπουργείου Εξωτερικών και Πρόεδρος της Enterprise Greece, ο **Γρηγόρης Κουτσογιάννης**, CEO της EFA Group, και η **Ελένη Πολυχρονοπούλου**, Πρόεδρος της ERMA Tech Group, ενώ χαιρετισμό θα απευθύνει ο Υφυπουργός Εξωτερικών, **Χάρης Θεοχάρης**. Τη συζήτηση θα συντονίσει ο δημοσιογράφος, **Γιώργος Φυντικάκης**

- Το **Σάββατο 12 Σεπτεμβρίου** στις **11:00** θα πραγματοποιηθεί το **FutuReady Greece Talk**, στο πλαίσιο του FutuReady Greece, της νέας πενταετούς πρωτοβουλίας της Παπαστράτος, που εστιάζει στους τομείς της εκπαίδευσης, της απασχόλησης και της κοινωνίας. Στη συζήτηση, που θα συντονίσει η δημοσιογράφος **Έλενα Παπαδημητρίου**, θα συμμετάσχουν η **Μαρίνα Σπυριδάκη**, Γενική Διευθύντρια Public Affairs της Παπαστράτος και η **Φαίη Μακαντάση**, Διευθύντρια Ερευνών της διαΝΕΟσις. Με αφετηρία την πρωτοβουλία της Παπαστράτος και ευρήματα από το ερευνητικό έργο της διαΝΕΟσις η συζήτηση θα εστιάσει στις προϋποθέσεις για τη δημιουργία μιας κοινωνίας πιο ανθεκτικής και καλύτερα προετοιμασμένης για τις αλλαγές που έρχονται

**παρούσα στην 90ή ΔΕΘ**

**#01** ΠΑΡΑΣΚΕΥΗ  
04 ΣΕΠΤΕΜΒΡΙΟΥ  
2026

**90η ΔΕΘ**  
**Περισσότεροι από 1.000 εκθέτες,**  
**με συμμετοχές από 25 χώρες**  
**και τιμώμενη την Ιαπωνία**

Με την υπογραφή  
του δημοσιογραφικού επιτελείου της



ΜΕΤΑΔΙΔΕΙ



**Μάκης  
Αποστόλου**

POWERED BY



**ΠΑΠΑΣΤΡΑΤΟΣ**  
ΕΤΑΙΡΙΑ ΤΗΣ PHILIP MORRIS INTERNATIONAL

#prostokalytero





## 90η ΔΕΘ

# Περισσότεροι από 1.000 εκθέτες, με συμμετοχές από 25 χώρες και τιμώμενη την Ιαπωνία

Με περισσότερους από 1.000 εκθέτες, συμμετοχές από 25 χώρες και την Ιαπωνία για πρώτη φορά σε ρόλο Τιμώμενης Χώρας ανοίγει στις 5 Σεπτεμβρίου η 90ή Διεθνής Έκθεση Θεσσαλονίκης. Η φετινή διοργάνωση, η οποία θα διαρκέσει μέχρι τις 13 Σεπτεμβρίου, συμπύπτει με τη συμπλήρωση 100 ετών από την πρώτη ΔΕΘ του 1926 και αναπτύσσεται σε 11 θεματικές ενότητες. Στο επίκεντρο βρίσκεται η ενίσχυση του επιχειρηματικού και εμπορικού χαρακτήρα της έκθεσης, με την ΔΕΘ-Helexpo να επενδύει στις οργανωμένες επιχειρηματικές συναντήσεις, στις διεθνείς επαφές και στη μεγαλύτερη διασύνδεση των εκθετών. Όπως ανέφερε ο Διευθύνων Σύμβουλος της ΔΕΘ-Helexpo, Ανδρέας Μαυρομμάτης, στόχος είναι η διοργάνωση να προσφέρει μια περισσότερο εξατομικευμένη εμπειρία στους εκθέτες, προσαρμοσμένη στις ανάγκες και στους επιχειρηματικούς τους στόχους.

## Η ΙΑΠΩΝΙΑ ΣΤΟ ΕΠΙΚΕΝΤΡΟ

Κεντρικό ρόλο στη φετινή ΔΕΘ έχει η Ιαπωνία, η οποία αναπτύσσει την παρου-



σία της στο Περίπτερο 13, σε εκθεσιακό χώρο 3.200 τ.μ. Συμμετέχουν 25 εταιρείες και φορείς, με δραστηριότητα σε ένα ευρύ φάσμα της οικονομίας, από την αυτοκίνηση, τη φαρμακοβιομηχανία και την υγεία μέχρι την ενέργεια, τον ψηφιακό μετασχηματισμό, τη γεωργία, την παραγωγή, τις ασφαλίσεις, τον τουρισμό και τη ναυτιλία. Μεταξύ των εταιρειών και οργανισμών της ιαπωνικής συμμετοχής βρίσκονται οι Astellas, Daiichi Sankyo, Daikin, Fujifilm, Mitsubishi Electric, Takeda, Toyota Hellas

και Weathernews, καθώς και ο Japan National Tourism Organization και η Japan-Greece Society.

Η παρουσία της χώρας αναπτύσσεται γύρω από τη φιλοσοφία του Takumi, η οποία συνδέεται με τη δεξιοτεχνία, την ακρίβεια, τη συνεχή βελτίωση και τη δημιουργία αξίας. Παράλληλα, περισσότερες από 40 εκδηλώσεις πλαισιώνουν την ιαπωνική συμμετοχή, καλύπτοντας από την τεχνολογία και την επιχειρηματικότητα μέχρι τον πολιτισμό και τη γαστρονομία.

## B2B ΣΥΝΑΝΤΗΣΕΙΣ

Ιδιαίτερη βαρύτητα δίνεται στις επιχειρηματικές επαφές. Η ΔΕΘ-Helexpo, σε συνεργασία με τον Σύνδεσμο Βιομηχανιών Ελλάδος και το Enterprise Europe Network, διοργανώνει πρόγραμμα προκαθορισμένων B2B συναντήσεων, με ενδιαφέρον μεταξύ άλλων για την αυτοκινητοβιομηχανία, τη φαρμακοβιομηχανία και τον τουρισμό.

Παράλληλα προβλέπεται πρόγραμμα επιχειρηματικών επαφών με τις ιαπωνικές εταιρείες που βρίσκονται στη Θεσσαλονίκη, ενισχύοντας την εμπορική διάσταση της συμμετοχής της Τιμών Χώρας. Στο πλαίσιο αυτό εντάσσεται και η πρόθεση της Περιφέρειας Κεντρικής Μακεδονίας να αξιοποιήσει τη διοργάνωση για τις πρώτες επαφές ενόψει επιχειρηματικής αποστολής στο Τόκιο και στην έκθεση Food Japan τον ερχόμενο Μάρτιο.

## ΘΕΜΑΤΙΚΕΣ ΕΝΟΤΗΤΕΣ

Η 90ή ΔΕΘ αναπτύσσεται σε 11 διακριτές θεματικές ενότητες, καλύπτοντας όλο το φάσμα της σύγχρονης παραγωγής και υπηρεσιών. Στην ενότητα "Ελλάδα και Επιχειρηματικότητα" φιλοξενούνται 41 Επιμελητήρια και 320 επιχειρήσεις από όλη τη χώρα υπό την αιγίδα της Κεντρικής Ένωσης Επιμελητηρίων Ελλάδος.

Στις "Γεύσεις από Ελλάδα" παρουσιάζονται προϊόντα προστατευόμενης ονομασίας προέλευσης και τοπικοί συνεταιρισμοί, ενώ η ενότητα "Γαστρονομία και Διατροφή" εστιάζει στα σύγχρονα διατροφικά πρότυπα, τα τρόφιμα και τα ποτά. Ο κλάδος της "Ενέργειας και Κυκλικής Οικονομίας" έχει φέτος αξιοσημείωτη εκπροσώπηση με λύσεις θέρμανσης, ψύξης και πράσινων υποδομών. Η ενότητα "Επιπλα και Οικιακός Εξοπλισμός" προβάλλει τις νέες τάσεις στο design και τη διακόσμηση. Μια ξεχωριστή προσθήκη της φετινής διοργάνωσης είναι η νέα θεματική ενότητα της "Οικονομίας" στο Περίπτερο 13, η οποία στοχεύει στην προσέλκυση ιδιωτικών επιχειρήσεων, εστιάζοντας στην οικονομική διακυβέρνηση, τη φορολογική συμμόρφωση και τη διαφάνεια.

Στις ενότητες της 90ής ΔΕΘ εντάσσονται και:

- οι Δημόσιοι Φορείς και Οργανισμοί
- το αφιέρωμα Cosmos και Διεθνείς Συμμετοχές
- η Akademia για την τριτοβάθμια εκπαίδευση
- ο τομέας Τεχνολογία, Έρευνα και Καινοτομία για τις νεοφυείς επιχειρήσεις, τα ερευνητικά κέντρα και τις έξυπνες εφαρμογές



- οι Λιανικές Πωλήσεις καταναλωτικών προϊόντων και ειδών δώρου
- Το Περίπτερο 17 θα αποτελέσει έναν ενιαίο κόμβο Εκπαίδευσης, Τεχνολογίας, Έρευνας και Καινοτομίας, όπου σημαντική θέση έχουν και οι Περιφέρειες Αττικής, Δυτικής Μακεδονίας, Ανατολικής Μακεδονίας και Θράκης, Στερεάς Ελλάδας και Πελοποννήσου, ενώ στην 90ή ΔΕΘ συμμετέχει και η Περιφέρεια Κεντρικής Μακεδονίας.

## ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΕΣ ΣΥΝΑΝΤΗΣΕΙΣ

Η επιχειρηματική διάσταση της ΔΕΘ ενισχύεται μέσω του προγράμματος προκαθορισμένων επιχειρηματικών συναντήσεων που η ΔΕΘ-HELEXPO συνδιοργανώνει με τον Σύνδεσμο Βιομηχανιών Ελλάδος και το δίκτυο Enterprise Europe Network, εστιάζοντας σε τομείς όπως η αυτοκινητοβιομηχανία, η φαρμακοβιομηχανία και ο τουρισμός.

Σημαντικό ρόλο διαδραματίζει επίσης το πρόγραμμα επιχειρηματικών επαφών με τις συμμετέχουσες ιαπωνικές εταιρείες.

## ΤΡΟΦΙΜΑ ΚΑΙ ΓΑΣΤΡΟΝΟΜΙΑ

Ο κλάδος τροφίμων και ποτών διατηρεί διακριτή παρουσία στη φετινή διοργάνωση, τόσο μέσα από θεματικές ενότητες όσο και μέσω του προγράμματος που συνοδεύει τη συμμετοχή της Ιαπωνίας. Η ενότητα "Γεύσεις από Ελλάδα" συγκεντρώνει προϊόντα ΠΟΠ και τοπικούς συνεταιρισμούς, ενώ η "Γαστρονομία και Διατροφή" εστιάζει στα τρόφιμα, τα ποτά και τις σύγχρονες διατροφικές τάσεις.

Για την αγορά τροφίμων, ωστόσο, το ενδιαφέρον δεν περιορίζεται στο εκθεσιακό σκέλος. Οι επαφές που αναπτύσσονται στην Θεσσαλονίκη αποκτούν συνέχεια μέσω της προετοιμαζόμενης επιχειρηματικής αποστολής της Περιφέρειας Κεντρικής Μακεδονίας στο Τόκιο και στη Food Japan. Η συγκεκριμένη πρωτοβουλία δημιουργεί το επόμενο πεδίο επαφής ελληνικών επιχειρήσεων

με την ιαπωνική αγορά, μεταφέροντας το βάρος από τη γαστρονομική προβολή στη διερεύνηση εμπορικών και επιχειρηματικών συνεργασιών.

Παράλληλα, η γαστρονομία αποτελεί βασικό στοιχείο της ιαπωνικής παρουσίας στη διοργάνωση. Στο Περίπτερο 13 λειτουργεί χώρος εστίασης υπό την επιμέλεια του Athens Asian Food Festival, ενώ σειρά δράσεων επιχειρεί να αναδείξει τη σύνδεση της ιαπωνικής τεχνικής με ελληνικές πρώτες ύλες και τοπικά προϊόντα.

## ΣΥΝΕΡΓΑΤΕΣ & ΧΟΡΗΓΟΙ

Την 90ή ΔΕΘ στηρίζουν σημαντικοί θεσμικοί και επιχειρηματικοί φορείς, μεταξύ των οποίων

- η Εθνική Τράπεζα
- η ΔΕΗ
- η Aegean Airlines
- η Nova
- η Lancorn
- η Autohellas Hertz
- η Παπαστράτος
- η Politis Group
- η Ευρωπαϊκή Επιτροπή και
- ο ΕΟΤ

καθώς και ένα ευρύ δίκτυο Επίσημων Συνεργατών και Χορηγών.

Παράλληλα, σημαντική είναι η συμβολή των Συνεργατών και Χορηγών των επιμέρους δράσεων της 90ής ΔΕΘ, όπως των Music Events, του Destination Japan by ΔΕΘ και του Open Stage Akademia, που ενισχύουν το πολυθεματικό πρόγραμμα και τη συνολική εμπειρία των επισκεπτών.

## "ΔΕΘ 100 ΧΡΟΝΙΑ ΜΕΛΛΟΝ"

Τα 100 χρόνια από την πρώτη διοργάνωση της ΔΕΘ αποτελούν έναν ακόμη κεντρικό άξονα της φετινής Έκθεσης. Στο πλαίσιο αυτό παρουσιάζεται η έκθεση "ΔΕΘ 100 χρόνια μέλλον", σε συνδιοργάνωση με το MOMus, με αρχαιακό υλικό, ιστορικά τεκμήρια, φωτογραφίες και οπτικοακουστικό περιεχόμενο από την πορεία του θεσμού. Η επέτειος συμπίπτει και με μια περίοδο κατά την οποία η ΔΕΘ-Helexpo προετοιμάζει την επόμενη ημέρα της, με το σχέδιο ανάπτυξης του εκθεσιακού χώρου να αποτελεί μέρος του ευρύτερου σχεδιασμού της διοίκησης.

Όπως σημείωσε ο πρόεδρος της ΔΕΘ-Helexpo, Χρήστος Τσεντεμειδής, η 90ή διοργάνωση δεν αντιμετωπίζει την επέτειο αποκλειστικά ως αναδρομή στην ιστορία του θεσμού, αλλά ως αφετηρία για την επόμενη περίοδο της ΔΕΘ.



# FOOD FORWARD

From Farm to Future

# 2 SEASON

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



## 5-6 Νοεμβρίου 2026

### HYATT REGENCY THESSALONIKI

ΜΕ ΤΗΝ ΑΞΙΟΠΙΣΤΙΑ ΤΗΣ



POWERED BY



Για περισσότερες πληροφορίες:



**AGAPITOU MARIA**  
Head of Management Systems & Products Certification Division of TÜV AUSTRIA Hellas



**DIMITRIADIS GIORGOS**  
Chef & Culinary director



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



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



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



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



**KONTOS DIMITRIS**  
Chief Operating Officer, METRO



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



**LALATIS HARIS**  
Market Analyst



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



**MAVROS ATHANASIOS**  
Partner EY Consumer & Health Leader for Southeastern Europe



**OIKONOMIDIS GIORGOS**  
Founder 45 Fish Butchery/Chef



**PAPACHRISTOS CHARALAMBOS**  
President, SEFYMEN



**POTAMITIS ANTONIS**  
President & CEO, WEST Group & President, Institute of Sales of Greece



**SIDERIS NATASHA**  
CEO & Founder, Tashas Group



**SINODINOS DIMITRIS**  
President, SEET



**TAKOULAS VAGGELIS**  
Purchasing Director, METRO



**TOURALIAS APOSTOLOS**  
Chairman, HAPO



**VAPORIDIS STELIOS**  
Project Development Manager in the Agri Food Sector TÜV AUSTRIA Hellas



**ZOUKAS KOSTAS**  
President, PEMETE

GOLD SPONSOR



Γιατί αξίζει.

SILVER SPONSORS



BANKING PARTNER

ExportGate



SUPPORTERS



ΜΕ ΤΗΝ ΑΙΓΙΔΑ



• **KARPEA**

## ΣΚΕΨΕΙΣ ΓΙΑ ΕΛΑΙΟΛΑΔΟ ΣΕ SQUEEZE ΣΥΣΚΕΥΑΣΙΑ - ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΚΟΝΤΑ ΣΤΟ 20% ΣΤΟ ΟΚΤΑΜΗΝΟ ΜΕ... ΦΟΡΑ ΑΠΟ ΤΙΣ ΗΠΑ

Τους διψήφιους ρυθμούς ανάπτυξης που καταγράφει από την αρχή του έτους συντηρεί η Karpea, παίρνοντας σημαντική ώθηση από τις εξαγωγές στις ΗΠΑ που τρέχουν με υψηλές ταχύτητες.

### ΑΥΞΑΝΟΝΤΑΙ ΟΙ ΡΟΕΣ ΠΡΟΣ ΗΠΑ

Υπεύθυνη για αυτό είναι η τελευταία συνεργασία με μεγάλη τοπική αλυσίδα με παρουσία στο σύνολο των Πολιτειών, η οποία έχει διευρύνει τη γεωγραφική εμβέλεια και την παρουσία της ελληνικής εταιρείας ελαιολάδου στην τεράστια αυτή αγορά.

"Ξεκινήσαμε με παραγγελίες αξίας €15.000-€20.000 ανά μία ή δύο εβδομάδες και πλέον έχουμε φτάσει στα €70.000 στην ίδια συχνότητα που αντιστοιχούν σε περίπου 12.000 φιάλες", αναφέρει στο FNB Daily Εμπορικός Διευθυντής της εταιρείας, Δημήτρης Καραχανίδης.

Η κινητικότητα αυτή, σε συνδυασμό με την αυξημένη ζήτηση και από άλλους υφιστάμενους πελάτες, είχε ως αποτέλεσμα οι πωλήσεις της Karpea να είναι αυξημένες άνω του 20% στο οκτάμηνο σε όρους τονάζ ενώ σε αξία, με δεδομένο ότι οι τιμές έχουν υποχωρήσει σε σχέση με πέρυσι, η ανάπτυξη υπολογίζεται κοντά στο 17%.

### ΠΡΟΕΡΓΑΣΙΑ ΓΙΑ ΑΝΟΙΓΜΑ ΣΤΗΝ Α. ΑΜΕΡΙΚΗ

Οι εξαγωγές αντιστοιχούν στο 90% των συνολικών πωλήσεων και στη λίστα των προο-

ρισμών είναι πολύ πιθανό μέχρι το τέλος του χρόνου να έχει προστεθεί και κάποια ή κάποιες από τις χώρες της Λατινικής Αμερικής, όπου η σχετική προεργασία έχει ήδη γίνει.

"Σε κλάδους όπως του ελαιολάδου, όπου οι δομές είναι λίγο... πιο παραδοσιακές, χρειάζεται λίγος χρόνος προκειμένου να τελεσφορήσουν και να έχουν αντίκρισμα οι πρώτες επαφές και συνομιλίες", υπογραμμίζει ο κ. Καραχανίδης και συμπληρώνει: "Εμείς έχουμε πάντως καλλιεργήσει το έδαφος και εκτιμώ ότι σε 4-5 μήνες θα έχουμε θετικές εξελίξεις στη συγκεκριμένη περιοχή".

Μετά την κυκλοφορία στις αρχές του χρόνου μια νέας μεταλλικής (tin) συσκευασίας 500 ml για το κλασικό ελαιόλαδο, το αφιτράριστο και το βιολογικό, στις σκέψεις της Karpea είναι και το λανσάρισμα μιας squeeze συσκευασίας, χωρίς πάντως να έχει ληφθεί ακόμα οριστική απόφαση. "Είναι κάτι καινούργιο και φαίνεται ότι υπάρχει ζήτηση γι' αυτή στο εξωτερικό, έχουν γίνει ήδη κάποια βήματα και, ομολογουμένως, ωραίες δουλειές από επιχειρήσεις του χώρου", σημειώνει ο κ. Καραχανίδης. Θεωρητικά και υπό προϋποθέσεις, προσθέτει, μια τέτοια συσκευασία θα μπορούσε να διατεθεί και εντός των ελληνικών συνόρων αν και, όπως παραδέχεται, η εγχώρια αγορά ελαιολάδου έχει αρκετές ιδιαιτερότητες και παραμένει σχετικά μικρή.

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



Δημήτρης Καραχανίδης,  
Εμπορικός  
Διευθυντής,  
Karpea



## • **FRIESLANDCAMPINA** ΝΕΑ ΕΠΕΝΔΥΤΙΚΑ PROJECTS ΣΕ ΜΟΝΑΔΑ ΤΗΣ ΟΛΛΑΝΔΙΑΣ

Δύο επενδυτικά projects στη μονάδα παραγωγής τυριού Gerkesklooster στην Ολλανδία ολοκλήρωσε FrieslandCampina με στόχο τη βελτίωση της παραγωγικής διαδικασίας, τη μείωση της κατανάλωσης πόρων και την αύξηση της αξίας που ανακτάται από τις ροές γάλακτος.

Τα έργα αφορούν τη βελτιστοποίηση της επεξεργασίας ορού γάλακτος (whey), καθώς και την κατασκευή μιας νέας εγκατάστασης παραλαβής γάλακτος.

Η νέα εγκατάσταση παραλαβής σχεδιάστηκε με στόχο τη δημιουργία συντομότερων και πιο αποτελεσματικών ροών προϊόντων σε όλη τη μονάδα. Σύμφωνα με την FrieslandCampina, αυτό θα συμβάλει στην αποδοτικότερη λειτουργία των εγκαταστάσεων, περιορίζοντας παράλληλα την κατανάλωση ενέργειας και νερού. Η νέα εγκατάσταση αναμένεται επίσης να μειώσει το κόστος συντήρησης και να αυξήσει τη χρήση ανακυκλωμένου νερού, περιορίζοντας την εξάρτηση της μονάδας από το νερό του δικτύου.

### ΟΡΟΣ ΓΑΛΑΚΤΟΣ ΥΨΗΛΗΣ ΠΟΙΟΤΗΤΑΣ

Παράλληλα η FrieslandCampina ολοκλήρωσε την αναβάθμιση της εγκατάστασης επεξεργασίας ορού γάλακτος.

Χάρη στην επένδυση, η μονάδα Gerkesklooster μπορεί πλέον να παράγει υψηλής ποιότητας ορό γάλακτος κατάλληλο για χρήση σε βρεφικά γάλατα. Ο ορός που παράγεται στη μονάδα θα μεταφέρεται στις εγκαταστάσεις της FrieslandCampina στο Borculo για περαιτέρω επεξεργασία.

## • MARS

# ΜΕΙΩΣΕ ΚΑΤΑ 42,6% ΤΙΣ ΕΚΠΟΜΠΕΣ SCOPE 1 ΚΑΙ 2 ΑΠΟ ΤΟ 2015

Πρόοδο στην επίτευξη των στόχων βιωσιμότητας καταγράφει η Mars, καθώς οι εκπομπές αερίων του θερμοκηπίου Scope 1 και Scope 2 μειώθηκαν κατά 42,6% το 2025 σε σύγκριση με το έτος βάσης 2015.

Σύμφωνα με την έκθεση "Sustainable in a Generation" για το 2025, η Mars πέτυχε παράλληλα μείωση 6,4% των εκπομπών σε ολόκληρη την αλυσίδα αξίας της. Ως αποτέλεσμα, η σωρευτική απόλυτη μείωση των συνολικών εκπομπών διαμορφώθηκε στο 16,9% σε σχέση με το 2015, ενώ η δραστηριότητα της εταιρείας έχει αυξηθεί κατά περίπου 75%.

## ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΑ ΕΞΥΠΝΗΣ ΓΕΩΡΓΙΑΣ

Η Mars να έχει αναπτύξει περίπου 77 προγράμματα κλιματικά έξυπνης γεωργίας σε 26 χώρες και 12 καλλιέργειες.

Μεταξύ αυτών περιλαμβάνεται το "Protect the Peanut", στο οποίο η εταιρεία επενδύει

περίπου \$5,2 εκατ. σε βάθος πενταετίας για την ανάπτυξη ποικιλιών φιστικιού με μεγαλύτερη ανθεκτικότητα στην ξηρασία και τις ασθένειες.

Παράλληλα, μέσω του "Raising Rice Right", η Mars επενδύει \$20 εκατ. την περίοδο 2020-2030 για την προώθηση κλιματικά έξυπνων πρακτικών στην καλλιέργεια ρυζιού και την ενίσχυση της ανθεκτικότητας των παραγωγών.

Στην Πολωνία, συνεργάζεται με τις PepsiCo και ADM σε πρόγραμμα αναγεννητικής γεωργίας που στηρίζει 24 καλλιεργητές σε περισσότερα από 54.500 στρέμματα. Η Mars εφαρμόζει αναγεννητικές πρακτικές σε 34.500 στρέμματα καλλιέργειας σιταριού για brands όπως τα Whiskas και Pedigree.

## ΣΤΟ ΕΠΙΚΕΝΤΡΟ ΟΙ ΑΠΕ

Παράλληλα, επιταχύνει τη μετάβαση σε καθαρότερη ενέργεια μέσω του προγράμματος Renewables Acceleration (RAcc). Η



πρωτοβουλία έχει σχεδιαστεί ώστε να διευρύνει την προμήθεια ηλεκτρικής ενέργειας από ανανεώσιμες πηγές πέρα από τις άμεσες δραστηριότητες της εταιρείας και σε ολόκληρη την αλυσίδα αξίας.

Έως το 2030, το πρόγραμμα θα μπορούσε να συμβάλει στη μείωση περίπου 3 εκατ. τόνων εκπομπών, ποσότητα που αντιστοιχεί περίπου στο 10% του σημερινού ανθρακικού αποτυπώματος της Mars.

Στο πλαίσιο αυτό, η εταιρεία υπέγραψε συμφωνία με την GoldenPeaks Capital για περισσότερα από 100 φωτοβολταϊκά έργα στην Πολωνία, με το μερίδιό της να αντιστοιχεί σε περίπου 222 GWh καθαρής ενέργειας ετησίως.

## • SPINS-CIRCANA

# GEN Z ΚΑΙ MILLENNIALS ΟΔΗΓΟΥΝ ΤΗΝ ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΤΟΥ PL

Οι καταναλωτές της Generation Z και οι millennials εξελίσσονται στον βασικό μοχλό ανάπτυξης των προϊόντων ιδιωτικής ετικέτας, καθώς αντιπροσώπευαν από κοινού το 81% της ετήσιας αύξησης των δαπανών για private label στο διάστημα 52 εβδομάδων έως τις 14 Ιουνίου.

Σύμφωνα με στοιχεία της Circana που περιλαμβάνονται σε έκθεση της Spins, η Gen Z αντιστοιχούσε στο 43% της αύξησης των δαπανών για προϊόντα ιδιωτικής ετικέτας, ενώ οι millennials στο 38%.

Η εξέλιξη αυτή αναδεικνύει τη σημασία των νεότερων ηλικιακών ομάδων για τη μελλοντική πορεία του private label, σε μια περίοδο κατά την οποία οι πωλήσεις του συνεχίζουν να αυξάνονται ταχύτερα από εκείνες των επώνυμων brands.

Οι μεταβαλλόμενες διατροφικές συνήθειες δημιουργούν σημαντικές ευκαιρίες για τους retailers. Σύμφωνα με τη Spins, το 40% των millennials και των καταναλωτών της Gen Z που συμμετείχαν στην έρευνα ακολουθούν κάποια συγκεκριμένη διατροφή, όπως διατροφή υψηλής περιεκτικότητας σε πρωτεΐνη ή low carb.

Παράλληλα, οι νεότεροι καταναλωτές εμ-

φανίζονται ιδιαίτερα ανοικτοί σε γεύσεις και προϊόντα από διαφορετικές κουζίνες.

## ΤΙ ΠΡΟΤΕΙΝΕΤΑΙ

Η Spins προτείνει στους λιανεμπόρους να επεκτείνουν τα private label σε κατηγορίες όπου οι νεότεροι καταναλωτές έχουν ισχυρή παρουσία, αλλά η διείσδυση των προϊόντων ιδιωτικής ετικέτας παραμένει χαμηλή. Μεταξύ αυτών βρίσκονται:

- τα ενεργειακά ποτά
- τα ανθρακούχα αναψυκτικά
- οι χυμοί
- η πίτσα
- τα ψυγμένα δημητριακά πρωινού

Παράλληλα, η συνδυαστική αξιοποίηση περισσότερων καταναλωτικών τάσεων μπορεί να ενισχύσει την επιτυχία νέων προϊόντων. Ένα private label κατεψυγμένο γεύμα, για παράδειγμα, θα μπορούσε να συνδυάζει υψηλή διατροφική αξία, διεθνείς γεύσεις και την τάση του "συνειδητού φαγητού".

## ΤΟ ΜΕΓΑΛΟ ΠΛΕΟΝΕΚΤΗΜΑ

Καθοριστικό πλεονέκτημα του private label παραμένει η τιμή. Η μέση λιανική τιμή του έχει αυξηθεί με βραδύτερο ρυθμό σε σχέ-



ση με τα επώνυμα προϊόντα, ενισχύοντας τη σχέση αξίας-τιμής σε μια περίοδο κατά την οποία οι καταναλωτές εξακολουθούν να ανησυχούν για το κόστος των τροφίμων.

Ιδιαίτερα ισχυρές επιδόσεις καταγράφονται στα προϊόντα ψυγείου. Οι πωλήσεις private label κρέατος και θαλασσιών ψυγείου αυξήθηκαν κατά 41%, έναντι μόλις 11% για τα αντίστοιχα επώνυμα brands.

• **Β.Σ. ΚΑΡΟΥΛΙΑΣ**

## ΜΗ ΑΛΚΟΟΛΟΥΧΑ, ΚΑΦΕΣ ΚΑΙ ΝΕΕΣ ΣΥΝΕΡΓΑΣΙΕΣ ΣΤΟ ΠΛΑΝΟ ΓΙΑ ΤΟ 2026/2027 - ΜΕ ΤΟ AIRFLOW ΜΠΑΙΝΕΙ ΣΤΟ GREEK ROAST

Με άξονες τη διεύρυνση του χαρτοφυλακίου, την περαιτέρω ανάπτυξη στα μη αλκοολούχα ποτά και στον καφέ, την ενίσχυση των συνεργασιών σε αλκοολούχα και κρασί και τον ψηφιακό μετασχηματισμό κινείται η Β.Σ. Καρούλιας κατά την οικονομική χρήση 2026/2027.

Όπως πληροφορείται το FNB Daily η εταιρεία δίνει ιδιαίτερη βαρύτητα σε κατηγορίες που εμφανίζουν αναπτυξιακές προοπτικές, συνεχίζοντας παράλληλα την αξιολόγηση του portfolio της και αναζητώντας νέες συνεργασίες που μπορούν να ενισχύσουν την παρουσία της στην αγορά.

### ΚΟΜΒΙΚΟΣ Ο ΡΟΛΟΣ ΤΩΝ ΜΗ ΑΛΚΟΟΛΟΥΧΩΝ

Κεντρική θέση στον σχεδιασμό για τη νέα χρήση διατηρούν τα μη αλκοολούχα ποτά, κατηγορία στην οποία η Β.Σ. Καρούλιας έχει ενισχύσει σταδιακά τη δραστηριότητά της.

Στο πλαίσιο αυτό, στόχος είναι η περαιτέρω εδραίωση των συνεργασιών με Κλιάφα - Δουμπιά και Lipton, παράλληλα με την ανάπτυξη των ιδιοκτητών σημάτων OZ και MastiHo. Μέσω του συγκεκριμένου portfolio η εταιρεία επιδιώκει να διευρύνει περαιτέρω την παρουσία της τόσο στην οργανωμένη λιανική, όσο και σε επιλεγμένα κανάλια HoReCa.

Επίσης εξετάζονται νέες συνεργασίες υψηλής προστιθέμενης αξίας στην ευρύτερη αγορά των low & non alcohol προϊόντων, η οποία η διοίκηση εκτιμά ότι θα παρουσιάσει θετική εξέλιξη τα επόμενα χρόνια.

Η κατεύθυνση αυτή αποτελεί συνέχεια της στρατηγικής που ακολουθήθηκε την προηγούμενη οικονομική χρήση. Ειδικότερα, το 2025/26 τα μη αλκοολούχα αύξησαν τη συμμετοχή τους στον συνολικό κύκλο εργασιών της Β.Σ. Καρούλιας στο 27%, έναντι 23% προηγούμενως.

### ΑΛΚΟΟΛΟΥΧΑ

Στην κατηγορία των αλκοολούχων, η Β.Σ. Καρούλιας σχεδιάζει να επικεντρωθεί στην περαιτέρω ανάπτυξη των συνεργασιών με τους διεθνείς και εγχώριους οίκους που εκπροσωπεί.

Αντίστοιχα, στον οίνο ο σχεδιασμός προβλέπει την προσθήκη νέων οίκων, παράλληλα με τη συνεχή αξιολόγηση και αναβάθμιση του υφιστάμενου χαρτοφυλακίου.

Η συγκεκριμένη στρατηγική ακολουθεί τον εξορθολογισμό που πραγματοποιήθηκε κατά



τη χρήση 2025/26, όταν προχώρησε σε αξιολόγηση των συνεργασιών της στην κατηγορία των οίνων. Την ίδια περίοδο καταγράφηκε θετική πορεία στο κρασί, ενώ στα αλκοολούχα ποτά η εμπορική επίδοση διατηρήθηκε σταθερή, σε μία περίοδο κατά την οποία αρκετές κατηγορίες της συγκεκριμένης αγοράς αντιμετώπισαν προκλήσεις.

### ΝΕΟ BRAND ΣΤΟΝ ΚΑΦΕ

Ένα ακόμη πεδίο στο οποίο επενδύει η Β.Σ. Καρούλιας είναι η αγορά του καφέ. Το χαρτοφυλάκιο εμπλουτίζεται με το Airflow, νέο brand ιδίας παραγωγής, με το οποίο η εταιρεία τοποθετείται στη ζήτηση για Greek Roast.

Παράλληλα, εξετάζεται η δυνατότητα παραγωγής του Cortese στην Ελλάδα. Η εν λόγω κίνηση εντάσσεται στον σχεδιασμό για ενίσχυση της ανταγωνιστικότητας της εταιρείας στην κατηγορία του καφέ.

### ΕΝΤΟΣ ΤΟΥ 2026 Η ΟΛΟΚΛΗΡΩΣΗ ΤΟΥ RISE WITH SAP

Παράλληλα με την εμπορική ανάπτυξη, σε εξέλιξη βρίσκεται και το έργο ψηφιακού μετασχηματισμού μέσω της υιοθέτησης νέας λύσης ERP και της πλατφόρμας Rise with SAP, με την ολοκλήρωσή του να αναμένεται εντός του 2026.

Το project επικεντρώνεται στην αυτοματοποίηση επιχειρησιακών διαδικασιών και στην αξιοποίηση τεχνολογιών όπως η Τεχνητή Νοημοσύνη και η μηχανική μάθηση. Παράλληλα, προβλέπει δυνατότητες ανάλυσης δεδομένων σε πραγματικό χρόνο, με στόχο αποτελεσματικότερη λήψη αποφάσεων, βελτίωση της λειτουργικής αποδοτικότητας και πιο εξατομικευμένη εξυπηρέτηση των πελατών.

Η εφαρμογή του νέου συστήματος έχει σχεδιαστεί ώστε να δημιουργήσει ένα περισσότερο ευέλικτο και αυτοματοποιημένο τεχνολογικό περιβάλλον, το οποίο θα μπορεί να υποστηρίξει την επόμενη φάση ανάπτυξης της εταιρείας.

### Η ΕΙΚΟΝΑ ΣΤΗ ΧΡΗΣΗ 2025/2026

Η Β.Σ. Καρούλιας έκλεισε την οικονομική χρήση 2025/2026 με ενίσχυση του κύκλου εργασιών, ενώ κατά τη διάρκεια της χρήσης πραγματοποιήθηκε εξορθολογισμός του portfolio οίνου.

#### DATA (σε €χιλ.)

##### Πωλήσεις (+ΕΦΚ)

2025/2026: 98.666

2024/2025: 95.222

Μεταβολή: 3,62%

##### Μικτό αποτέλεσμα

2025/2026: 28.290

2024/2025: 28.042

Μεταβολή: 0,89%

##### EBITDA

2025/2026: 5.691

2024/2025: 5.378

Μεταβολή: 5,84%

##### Κέρδη προ φόρων

2025/2026: 2.945

2024/2025: 1.971

Μεταβολή: 49,41%

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

• **LOULIS FOOD INGREDIENTS**

## ΕΠΙΦΥΛΑΞΕΙΣ ΓΙΑ ΤΟ Β' ΕΞΑΜΗΝΟ, ΕΠΕΝΔΥΣΕΙΣ ΣΕ ΜΑΓΝΗΣΙΑ ΚΑΙ ΒΟΙΩΤΙΑ

Θετική εικόνα παρουσίασε η Loulis Food Ingredients κατά το α' εξάμηνο του 2026, με τον όγκο πωλήσεων να κινείται περίπου 4% υψηλότερα σε σχέση με την αντίστοιχη περυσινή περίοδο. Σε επίπεδο αξίας, ωστόσο, οι πωλήσεις διαμορφώθηκαν χαμηλότερα, εξέλιξη που αποδίδεται στις χαμηλότερες τιμές σε σύγκριση με πέρυσι, όπως είναι σε θέση να γνωρίζει το FNB Daily.

Η εικόνα για το β' εξάμηνο παραμένει περισσότερο σύνθετη, καθώς η πορεία του κόστους των σιτηρών και της ενέργειας αποτελεί βασικό παράγοντα για την εξέλιξη της χρονιάς. Στην εταιρεία παρακολουθούν ιδιαίτερα τις μεταβολές στις διεθνείς αγορές σιτηρών, αλλά και την άνοδο που έχει καταγραφεί το τελευταίο διάστημα στο ενεργειακό κόστος.

### ΕΥΡΩΠΑΪΚΗ ΑΓΟΡΑ ΣΙΤΗΡΩΝ

Πέρα από τις διακυμάνσεις των τιμών, προβληματισμό δημιουργούν οι συνθήκες που έχουν διαμορφωθεί στην ευρωπαϊκή αγορά σιτηρών. Η ξηρασία σε αρκετές περιοχές της Ευρώπης έχει επηρεάσει τη φετινή παραγωγή, ενώ η χαμηλή στάθμη μεγάλων ποταμών, μεταξύ των οποίων ο Ρήνος και ο Δούναβης, δυσχεραίνει τη μεταφορά φορτίων προς τα λιμάνια.

Παράλληλα, οι γεωπολιτικές εξελίξεις και οι συνθήκες στην Μαύρη Θάλασσα δημιουργούν πρόσθετες δυσκολίες στις μεταφορές, επηρεάζοντας τους χρόνους φόρτωσης και παράδοσης. Για την Loulis Food Ingredients το ζήτημα δεν περιορίζεται στην τιμή αγοράς των σιτηρών, αλλά αφορά συνολικά τη διαθεσιμότητα,

την ομαλή μεταφορά των φορτίων και τη δυνατότητα έγκαιρου εφοδιασμού.

Παρά τις συγκεκριμένες συνθήκες, δεν έχει ανασταλεί κάποιο από τα επενδυτικά σχέδια, ωστόσο η βασική επιφύλαξη αφορά την εξέλιξη του κόστους και της τροφοδοσίας κατά τους επόμενους μήνες.

### ΕΠΕΝΔΥΣΕΙΣ ΣΤΗΝ ΣΟΥΡΠΗ

Στο επενδυτικό σκέλος, η Loulis Food Ingredients σχεδιάζει νέα παρέμβαση στις εγκαταστάσεις στην Σούρπη, με στόχο την αύξηση της αποθηκευτικής δυναμικότητας για δημητριακά κατά περίπου 50%. Σήμερα οι εγκαταστάσεις μπορούν να αποθηκεύσουν περίπου 50.000 τόνους και, μετά την ολοκλήρωση του project, η δυναμικότητα προβλέπεται να φτάσει τους 75.000 τόνους.

Η εταιρεία βρίσκεται σε αναμονή της σχετικής αδειοδότησης προκειμένου να προχωρήσει στις απαιτούμενες υποδομές και βάσεις, ενώ ο μηχανολογικός εξοπλισμός έχει ήδη εξασφαλιστεί. Ο προγραμματισμός προβλέπει, εφόσον ολοκληρωθούν εγκαίρως οι αδειοδοτικές διαδικασίες, το έργο να είναι έτοιμο πριν από το καλοκαίρι του 2027, ώστε η πρόσθετη δυναμικότητα να μπορεί να αξιοποιηθεί στη νέα σιτηρεσιακή περίοδο.

Στο πρόγραμμα εκσυγχρονισμού των εγκαταστάσεων εντάσσεται και η νέα μονάδα αφαλάτωσης στην Σούρπη. Η επένδυση δημιουργεί μία επιπλέον πηγή υδροδότησης για λειτουργικές ανάγκες της μονάδας, περιορίζοντας την εξάρτησή της από μία μόνο πηγή νερού.



Νίκος Λούλης, Πρόεδρος, Loulis Food Ingredients

Η εγκατάσταση έχει δυναμικότητα 75 κυβικών μέτρων ημερησίως, λειτουργεί με τεχνολογία αντίστροφης ώσμωσης και διαθέτει συστήματα αυτοματισμού και απομακρυσμένης παρακολούθησης.

### ΟΛΟΚΛΗΡΩΣΕ ΕΠΕΝΔΥΣΕΙΣ €10 ΕΚΑΤ.

Την ίδια στιγμή, έχει ολοκληρωθεί επενδυτικό πρόγραμμα περίπου €10 εκατ. σε άλλη παραγωγική εγκατάσταση, το οποίο αναπτύχθηκε σε χρονικό ορίζοντα περίπου δύο ετών. Οι παρεμβάσεις περιλάμβαναν αλλαγές στον μηχανολογικό εξοπλισμό, εγκατάσταση σύγχρονων συστημάτων ανάμειξης και δημιουργία νέας μεγάλης αποθήκης για πρώτες ύλες και τελικά προϊόντα στην μονάδα της Kenfood στην Βοιωτία.

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

• **NESTLE**

## ΕΠΕΝΔΥΕΙ \$393 ΕΚΑΤ. ΣΤΗΝ ΒΡΑΖΙΛΙΑ ΣΤΟΝ ΚΛΑΔΟ ΔΙΑΤΡΟΦΗΣ ΚΑΙ ΥΓΕΙΑΣ

Η Nestlé θα επενδύσει \$392,8 εκατ. έως το 2028 στον κλάδο της διατροφής και της υγείας στην Βραζιλία, μεταξύ άλλων για την κατασκευή νέας μονάδας παραγωγής στην Ituiutaba, στην πολιτεία Minas Gerais, καθώς αυξάνει την παραγωγική της δυναμικό-

τητα σε μία από τις ταχύτερα αναπτυσσόμενες και στρατηγικής σημασίας κατηγορίες της. Η νέα μονάδα στην Ituiutaba θα είναι αφιερωμένη στην παραγωγή βρεφικού γάλακτος, καλύπτοντας τόσο την αγορά της Βραζιλίας, όσο και εξαγωγικές ανάγκες.

### ΤΙ ΠΕΡΙΛΑΜΒΑΝΕΙ ΤΟ ΣΧΕΔΙΟ

Το ευρύτερο επενδυτικό σχέδιο περιλαμβάνει επίσης την αναβάθμιση του εργοστασίου στην Araçatuba, το οποίο αποτελεί τον βασικό κόμβο της εταιρείας στην Βραζιλία για προϊόντα βρεφικής, ιατρικής και διατροφής ενηλίκων, καθώς και την επέκταση της παραγωγής βασικών

συστατικών. Μάλιστα, προκειμένου να ανταποκριθεί στην αυξανόμενη ζήτηση για προϊόντα βρεφικής διατροφής στην Βραζιλία, η παραγωγή ορού γάλακτος (whey) θα αυξηθεί κατά 15% έως το 2029.

### ΣΕ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΑ ΑΠΟ ΤΟ Β' ΤΡΙΜΗΝΟ ΤΟΥ 2028

Η νέα εγκατάσταση στην Ituiutaba αναμένεται να ξεκινήσει τη λειτουργία της το β' τρίμηνο του 2028 και θα δημιουργήσει περίπου 100 νέες θέσεις εργασίας.

Πρόκειται για το δεύτερο εργοστάσιο της Nestlé στην Βραζιλία που θα παράγει προϊόντα βρεφικής διατροφής. Η μονάδα θα εξοπλιστεί με προηγμένες ψηφιακές τεχνολογίες και συστήματα αυτοματισμού, με στόχο την ενίσχυση της αποδοτικότητας, της ποιότητας των προϊόντων και της ασφάλειας τροφίμων.



• ΜΠΑΡΜΠΑ ΣΤΑΘΗΣ

## ΤΟ ΧΡΟΝΟΔΙΑΓΡΑΜΜΑ ΤΟΥ ΕΠΕΝΔΥΤΙΚΟΥ ΠΛΑΝΟΥ ΤΩΝ €50 ΕΚΑΤ. - ΑΝΑΠΤΥΞΗ 8% ΚΑΙ EBITDA €6,9 ΕΚΑΤ. ΣΤΟ ΕΞΑΜΗΝΟ

Η θετική πορεία των πωλήσεων στο α' εξάμηνο, σε συνδυασμό με τις συνεχιζόμενες πρωτοβουλίες ενίσχυσης της λειτουργικής αποδοτικότητας και εξοικονόμησης κόστους και η άρση του προσωρινού πλαφόν στις τιμές λιανικής από την 1η Ιουλίου, δημιουργεί ευνοϊκότερες προϋποθέσεις για την εξέλιξη της λειτουργικής κερδοφορίας κατά το β' εξάμηνο του έτους, σύμφωνα με τη διοίκηση του ομίλου Μπάρμπα Στάθης.

Όπως ανέφερε στο χθεσινό conference call της Ideal Holdings, ο CEO του ομίλου Μπάρμπα Στάθης, Μιχάλης Χαμαλέλλης, αναμένει για το β' εξάμηνο του 2026 ανάπτυξη σε μεσαία μονοψήφια ποσοστά χάρη στους όγκους και επιτάχυνση των κατηγοριών υψηλής αξίας, ενώ μεγαλύτερη εκτιμά ότι θα είναι η άνοδος για το EBITDA, υποστηριζόμενο από το μείγμα πωλήσεων, τη βελτιστοποίηση των δαπανών προώθησης και την εξοικονόμηση κόστους.

Αναφορικά με τις μελλοντικές εξελίξεις, για τον Νοέμβριο είναι προγραμματισμένο το λανσάρισμα της νέας οπτικής ταυτότητας για τα κατεψυγμένα λαχανικά της Μπάρμπα Στάθης.

### ΕΠΕΝΔΥΣΕΙΣ

Για τις επενδύσεις συνολικού ύψους €50 εκατ. που βρίσκονται σε εξέλιξη, ο κ. Χαμα-

λέλλης ανέφερε ότι:

- το **νέο κέντρο διανομής και αποθήκευσης στην Θεσσαλονίκη** (το οποίο θα αυξήσει τους χώρους αποθήκευσης κατά 6.300 παλετοθέσεις), επένδυση €5,5 εκατ., αναμένεται να ολοκληρωθεί στα τέλη του 2026
- η επένδυση €3,5 εκατ. για το **αντίστοιχο κέντρο της Αθήνας** (που θα προσθέσει τους χώρους κατά 5.500 παλετοθέσεις) προγραμματίζεται για τα τέλη του 2027. Και τα δύο έργα δηλαδή παρουσιάζουν καθυστέρηση κάποιων μηνών σε σχέση με τον αρχικό προγραμματισμό
- επίσης, τρέχει επένδυση €6 εκατ. στη **μονάδα της Σίνδου** όπου θα προστεθούν νέες γραμμές παραγωγής, προκειμένου να αυξήσει το σημερινό capacity από 6.300 τόνους σε 9.000 τόνους. Το 50% θα παραδοθεί το α' τρίμηνο του 2027 και το υπόλοιπο μέχρι το β' τρίμηνο του 2028
- αναφορικά με το μεγάλο project των €35 εκατ., δηλαδή το **νέο εργοστάσιο για κατεψυγμένα λαχανικά που σχεδιάζεται στην Λάρισα** με στόχο τον διπλασιασμό της παραγωγικής δυναμικότητας, η επένδυση αναμένεται να ξεκινήσει το β' τρίμηνο του 2027, με το 30% του capacity να παραδίνεται το 2028, ενώ το πλήρες roll out αναμένεται για το 2030

### Η ΕΙΚΟΝΑ ΣΤΟ Α' ΕΞΑΜΗΝΟ

Η Μπάρμπα Στάθης και η θυγατρική της Χαλβατζής Μακεδονική, συνέχισαν την αναπτυξιακή τους πορεία κατά το α' εξάμηνο του 2026, καταγράφοντας αύξηση πωλήσεων και διατηρώντας την κερδοφορία τους σε σταθερά επίπεδα, παρά τους περιορισμούς στο μικτό περιθώριο κέρδους από το προσωρινό ρυθμιστικό πλαίσιο που ίσχυε έως την 30/6/2026 για τα βασικά είδη διατροφής.

Ο καθαρός δανεισμός ανήλθε σε €32,2 εκατ. (βάσει στοιχείων στις 30/6/2026).

#### DATA Α' εξάμηνο (σε Ευρα.)

Έσοδα  
2026: 69,5  
2025: 20,6

Συγκρίσιμα EBITDA  
2026: 6,9  
2025: 6,8

Συγκρίσιμα κέρδη προ φόρων  
2026: 4  
2025: 4

Συγκρίσιμα καθαρά κέρδη  
2026: 2,8  
2025: 3



Μιχάλης  
Χαμαλέλλης,  
CEO, Μπάρμπα  
Στάθης

### Η ΕΙΚΟΝΑ ΑΝΑ ΕΤΑΙΡΕΙΑ

Η Μπάρμπα Στάθης διατήρησε την ηγετική της θέση στις βασικές κατηγορίες δραστηριοποίησής της, κατεψυγμένα λαχανικά και επώνυμες φρέσκες σαλάτες, ενώ οι εξαγωγές συνέχισαν να κινούνται με θετικούς ρυθμούς. Παράλληλα, η Χαλβατζής Μακεδονική, αξιοποιώντας τις συνέργειες με την Μπάρμπα Στάθης, συνέχισε την αύξηση των πωλήσεων και την ενίσχυση των μεριδίων αγοράς της.

- Στα κατεψυγμένα το μερίδιο αγοράς διαμορφώθηκε σε 41,1% σε όγκους (+3,2 p.p.) και 51,9% σε αξία (+1,9 p.p.)
- Στις φρέσκες σαλάτες το μερίδιο αγοράς διαμορφώθηκε σε 16,1% σε όγκους (+1,8 p.p.) και 17,3% σε αξία (+1,2 p.p.)

Περισσότερα για την εικόνα της μητρικής, Ideal Holdings και τα πλάνα της διοίκησης, στο σημερινό BnB Daily.

Μάκης Αποστόλου  
[makis@notice.gr](mailto:makis@notice.gr)

• **KRAFT HEINZ**

## ΕΠΕΝΔΥΣΗ \$30 ΕΚΑΤ. ΣΕ ΜΟΝΑΔΑ ΠΑΡΑΓΩΓΗΣ MARSHMALLOWS ΚΑΙ ΚΑΡΑΜΕΛΑΣ ΣΤΗΝ ΙΝΤΙΑΝΑ

Η Kraft Heinz επενδύει \$30 εκατ. για την αναβάθμιση της μονάδας παραγωγής marshmallows και καραμέλας που διατηρεί στην Kendallville της Ιντιάνα.

Τα κεφάλαια θα κατευθυνθούν στην αναβάθμιση των γραμμών παραγωγής, καθώς και σε ευρύτερες βελτιώσεις στις εγκαταστάσεις. Η μονάδα παράγει το μεγαλύτερο μέρος των προϊόντων της σειράς Jet-Puffed της Kraft Heinz, συμπεριλαμβανομένων των marshmallows και της κρέμας marshmallow, καθώς και τα Kraft Caramels. Πρόκειται για τη μοναδική μονάδα παραγωγής και για τα δύο brands, ενώ απασχολεί 325 εργαζομένους.

### ΕΠΕΝΔΥΤΙΚΟ ΠΛΑΝΟ \$3 ΔΙΣ.

Η νέα επένδυση εντάσσεται στο ευρύτερο σχέδιο ενίσχυσης της παραγωγικής παρουσίας της Kraft Heinz στις ΗΠΑ.

Πέρυσι, η εταιρεία επιβεβαίωσε ότι σχεδιάζει να επενδύσει \$3 δισ. στις παραγωγικές της εγκαταστάσεις στις ΗΠΑ, στη μεγαλύτερη επενδυτική πρωτοβουλία της σε εργοστάσια εδώ και δεκαετίες.

Το επενδυτικό πρόγραμμα περιλαμβάνει, μεταξύ άλλων, τη δημιουργία 3.500 νέων θέσεων εργασίας, καθώς και την κατασκευή κέντρου διανομής ύψους \$400 εκατ. στο Ιλινόι.



Steve  
Cahillane, CEO,  
Kraft Heinz

### ΕΜΦΑΣΗ ΣΤΗΝ ΚΑΙΝΟΤΟΜΙΑ

Παράλληλα, η Kraft Heinz βρίσκεται σε διαδικασία υλοποίησης ενός ευρύτερου σχεδίου ανάκαμψης, επενδύοντας \$100 εκατ. στο marketing και την καινοτομία, προκειμένου να κινηθεί πιο επιθετικά απέναντι στις αναδυόμενες καταναλωτικές τάσεις.

Στο πλαίσιο αυτό έχει προσαρμόσει τη στρατηγική καινοτομίας της, ώστε να απευθυν-

θεί και σε καταναλωτές με διατροφικούς περιορισμούς, οι οποίοι μέχρι σήμερα δεν μπορούσαν να καταναλώσουν ή να εντάξουν εύκολα τα προϊόντα της στη διατροφή τους. Στο τελευταίο τρίμηνο, οι καθαρές πωλήσεις της Kraft Heinz διαμορφώθηκαν σε περίπου \$6 δισ., παραμένοντας στα ίδια επίπεδα σε σύγκριση με το αντίστοιχο τρίμηνο του προηγούμενου έτους.

## • Debrief •

### ΜΗΝ ΚΛΕΙΔΩΣΟΥΜΕ ΤΟ ΜΥΑΛΟ ΜΑΣ ΣΤΗΝ ΝΤΟΥΛΑΠΑ

Δύο αναρτήσεις ξεχώρισαν χθες το απόγευμα στο X, την ώρα που ένας παγκόσμιος πανικός εξαπλωνόταν καθώς GhatGPT, Claude, Grock, δηλαδή η AI, έπεσαν. Ένας χρήστης γέλαγε αναφέροντας πως οι "απόψεις" στην πλατφόρμα για κάποιο λόγο λιγόστεψαν ξαφνικά και ένας άλλος πρότεινε να αρχίσουμε να χρησιμοποιούμε ξανά το μυαλό μας.

Μέχρι τη στιγμή που γράφονταν αυτές οι γραμμές δεν ήταν σαφείς ούτε η αιτία, ούτε η έκταση του προβλήματος. Πάντως και οι δύο χρήστες του X πέρα από την πλάκα είχαν δίκιο. Η AI μπορεί να είναι στα σπάργανα, αλλά η χρήση της είναι πλέον τόσο διαδεδομένη, που η απουσία της προκαλεί αμηχανία... σκέψης. Έχω – πιθανώς

έχουμε – γνωστούς που κυριολεκτικά δεν ξεμυτάνε πια χωρίς την AI. Ρωτάνε τις γνωστές πλατφόρμες για τα πάντα: για τα εσώψυχά τους, για το λάδι που ταιριάζει στη σαλάτα αλλά και το λάδι που ταιριάζει στο αυτοκίνητο, για την ασπίδα του Αχιλλέα αλλά και για τον ομηρικό Αχιλλέα, για την παρουσίαση που ζήτησε το αφεντικό αλλά και για την τελευταία μεταγραφή τώρα που κλείνει η σχετική περίοδος. Για τα πάντα. Με άλλα λόγια η AI για πολύ κόσμο δεν είναι απλώς ένα εργαλείο. Έχει αποκτήσει status φωτεινού, αλάνθαστου παντογνώστη. Θα πει κάποιος ότι και με τις μηχανές αναζήτησης το ίδιο κάναμε. Χμ, και ναι και όχι. Στις μηχανές αναζήτησης βρήκαμε πληροφορία που είχε δημιουργηθεί, ελεγ-

χθεί και δημοσιευτεί από κάποιο άλλο ανθρώπινο ον. Και γι' αυτό κρατάγαμε – που και που – και καμιά πεισινή. Μπας και δεν είναι έτσι ακριβώς τα πράγματα. Με την AI, όλο και λιγότεροι χρήστες, όλο και λιγότερο αμφισβητούν αυτό που βλέπουν ή διαβάζουν. Καλώς ή κακώς, δεν είμαι σε θέση να πω με βεβαιότητα. Απλά κάνει την εμφάνισή της η τάση να καταναλώνουμε ως θέσφατο κάθε τι που μας προτείνει.

Είπαμε, η AI είναι ένα εργαλείο που ήρθε για να μείνει και κατά πάσα βεβαιότητα να αλλάξει τον κόσμο. Αλλά μην κλειδώσουμε και το μυαλό μας στην ντουλάπα.

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

## • ΖΥΘΟΠΟΪΑ ΜΑΚΕΔΟΝΙΑΣ ΘΡΑΚΗΣ ΣΥΝΕΧΙΖΕΙ ΤΟ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ ΣΥΜΒΟΛΑΙΑΚΗΣ ΓΕΩΡΓΙΑΣ ΜΕ ΕΛΛΗΝΕΣ ΠΑΡΑΓΩΓΟΥΣ

Στους περίπου 7.200 τόνους ανήλθε η ποσότητα βυνοποιήσιμου κριθαριού που παρέλαβε φέτος η Ζυθοποιία Μακεδονίας Θράκης (Βεργίνα), στο πλαίσιο του προγράμματος συμβολαιακής γεωργίας που υλοποιεί από το 2006 με Έλληνες παραγωγούς.

Σύμφωνα με ανακοίνωση της εταιρείας, το φετινό πρόγραμμα καλύπτει περίπου 20.000 στρέμματα στην Ανατολική Μακεδονία και Θράκη, ενώ η συμφωνημένη τιμή διαμορφώθηκε στα 19 λεπτά ανά κιλό.

Η εταιρεία αναφέρει ότι απορροφά το σύνολο της ποιοτικής παραγωγής των συνεργαζόμενων παραγωγών, χωρίς πλαφόν στα παρα-



διδόμενα κιλά. Η μέση στρεμματική απόδοση διαμορφώθηκε στα 400 κιλά, ενώ το μέσο ποσοστό πρωτεΐνης ανέρχεται περίπου στο

10%, επίπεδο που, σύμφωνα με την Βεργίνα, ανταποκρίνεται στις απαιτήσεις για την παραγωγή βύνης.

Οι βροχοπτώσεις κατά την περίοδο του θερισμού ενδέχεται να επηρεάσουν το ειδικό βάρος και τον τελικό όγκο της συγκομιδής, ωστόσο τα πρώτα αποτελέσματα των αναλύσεων δείχνουν ιδιαίτερα θετικά ποιοτικά χαρακτηριστικά.

### ΤΙ ΠΕΡΙΛΑΜΒΑΝΕΙ ΤΟ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ

Το πρόγραμμα περιλαμβάνει:

- τεχνική και γεωπονική υποστήριξη
- επιλογή ποικιλιών
- παρακολούθηση της καλλιέργειας

Το ελληνικό κριθάρι χρησιμοποιείται για την παραγωγή Βύνης Θράκης στη μονάδα της εταιρείας στην Κομοτηνή.

## Business Maker

### ΤΟ ΠΑΡΑΣΚΗΝΙΟ ΤΗΣ ΑΠΑΝΤΗΣΗΣ ΤΣΑΓΓΑΡΗ ΓΙΑ ΤΙΣ ΑΥΞΗΣΕΙΣ

Έντονο παρασκήνιο συνόδευσε την ανακοίνωση της Ανεξάρτητης Αρχής Εποπτείας Αγοράς και Προστασίας του Καταναλωτή, με την οποία απάντησε στην κριτική για ανατιμήσεις πριν το... εναρκτήριο λάκτισμα της Εθνικής Πρωτοβουλίας για τη μείωση των τιμών. Η αναστάτωση στο κυβερνητικό επιτελείο, όπως μεταφέρεται στη στήλη ήταν διάχυτη κυρίως γιατί οι αιτιάσεις περί αυξήσεων δεν... ευσταθούσαν! Η πίεση από το υπουργείο Ανάπτυξης για άμεση απάντηση στην Δέσποινα Τσαγγάρη ήταν κάτι παραπάνω από ασφυκτική.

Ωστόσο, η κα. Τσαγγάρη βρήκε έναν... απροσδόκητο σύμμαχο σε αυτή την προσπάθεια. Ο λόγος για κορυφαίο λιανέμπορο, ο οποίος

έσπευσε να προσφέρει την πολύτιμη εμπειρία του, αλλά και την γνώση του από την αγορά. Ανάμεσα στις σημαντικές επισημάνσεις που έκανε και οι οποίες ελήφθησαν υπόψη, έκανε ειδική αναφορά στο μοσχάρι κρέας. Προέτρεψε μάλιστα την κα. Τσαγγάρη να παραθέσει δημοσιεύματα τοποθετούσαν παλαιότερα την τιμή ακόμη και στα €22, ενώ σήμερα βρίσκεται κάτω από τα €12. Η θέση του ήταν σαφής: Δεν υπήρξε νέα αύξηση και υπάρχουν συγκεκριμένα στοιχεία που μπορούν να παρουσιαστούν δημόσια. Κάτι που υιοθέτησε η Αρχή, η οποία απάντησε αξιοποιώντας και τα δικά της δεδομένα, πως τον Ιούλιο και τον Αύγουστο δεν κατατέθηκε καμία δήλωση αύξη-

σης από εταιρεία επώνυμων προϊόντων που συμμετέχει στην πρωτοβουλία.

Η μοναδική δήλωση εκείνης της περιόδου προήλθε από επιχείρηση εκτός προγράμματος. Χθες, μάλιστα, ακολούθησε νέα παρέμβαση της κας Τσαγγάρη στο LinkedIn, η οποία υπερασπίστηκε την πρωτοβουλία ως μέτρο που φτάνει στο ράφι και στην τελική τιμή, χωρίς πάντως να υποστηρίζει ότι λύνει συνολικά την ακρίβεια. Το μήνυμά της ήταν πως, μέσα στη συνεχιζόμενη πίεση που δέχονται τα εισοδήματα, ακόμη και μια μικρή ελάφρυνση έχει πραγματική αξία για τον οικογενειακό προϋπολογισμό.

### Ο ΧΡΥΣΟΣ ΣΥΝΔΥΑΣΜΟΣ ΤΗΣ CARLSBERG ΜΕ ΤΗΝ PEPSI

Η μάχη των μεριδίων δεν κερδίζεται πλέον με ένα μόνο όπλο. Αυτό ακριβώς επιβεβαιώνει ο Jacob Aarup-Andersen. Ο ισχυρός άνδρας του ομίλου Carlsberg μέσα από ανάρτησή του ρίχνει φως στο πώς χτίζονται οι σύγχρονες... αυτοκρατορίες στα ποτά. Σύμφωνα με όσα αναφέρει, η Pepsi αποτελεί πλέον το δεύτερο μεγαλύτερο brand της εταιρείας σε παγκόσμιο επίπεδο. Τα νούμερα του πρώτου εξαμήνου είναι ενδεικτικά. Ο συνολικός όγκος στα αναψυκτικά κατέγραψε άλμα 9%, ενώ η Pepsi εκτοξεύθηκε στο 17%! Η ανάπτυξη αυτή δεν είναι τυχαία.

Η Carlsberg έχει κλειδώσει νέες συμφωνίες και ετοιμάζεται να απλώσει το δίκτυο εμφιάλωσης της PepsiCo σε δεκαπέντε αγορές μέχρι το 2029. Γιατί μια εταιρεία, που έχει συνδέσει το όνομά της με την μπύρα, ρίχνει τόσο βάρος στα αναψυκτικά; Ο Διευθύνων Σύμβουλος είναι ξεκάθαρος.

Δεν πρόκειται απλά για έκθεση σε μια κατηγορία, που μεγαλώνει. Τα αναψυκτικά λειτουργούν ως Δούρειος Ίππος για τις πωλήσεις αλκοόλ. Το παράδειγμα της Βρετανίας είναι αποκαλυπτικό. Βάζοντας το χαρτοφυλάκιο της PepsiCo στις προ-

σφορές τους, είδαν εντυπωσιακή ανάπτυξη σε κάθε κατηγορία μπίρας μέσα στο πρώτο εξάμηνο. Η λογική είναι απλή. Ένα ευρύ και ισχυρό portfolio προϊόντων ανοίγει πόρτες, εξασφαλίζει καλύτερες συμφωνίες με τα super market και τραβάει τις πωλήσεις συνολικά προς τα πάνω. Οι στρατηγικές συνεργασίες αποτελούν την απόλυτη... μηχανή ανάπτυξης. Τα αναψυκτικά δεν απομακρύνουν την εταιρεία από την μπύρα, αλλά αντίθετα, τη βοηθούν να πουλήσει πολύ περισσότερη σε όλες τις αγορές που δραστηριοποιείται.

## Business Insight

### JUMBO: ΜΕ ΕΠΙΠΛΕΟΝ ΕΠΙΣΤΡΟΦΗ ΚΕΦΑΛΑΙΟΥ ΚΑΙ Η CITI ΠΕΙΘΕΤΑΙ

Τη νέα έκτακτη επιστροφή κεφαλαίου, €1 ανά μετοχή, ανακοίνωσε η διοίκηση της Jumbo, συμπληρωματικά των στοιχείων για την κίνηση Αυγούστου.

Εξέλιξη που δεν έδειξε να αιφνιδιάζει τους insiders της αγοράς και δη **όσους παρακολουθούν από κοντά την άτυπη αντιπαράθεση Citi vs Jumbo**, που θυμίζω πως ξεκίνησε λίγες εβδομάδες αφότου διακόπηκε η συνεργασία τους (με τον αμερικανικό οίκο να μειώνει δραστικά τη μετοχική θέση του στο χαρτί, με συνέπεια την ισχυρή διόρθωση της τιμής).

Ακολούθησε περίοδος που η Citi με **διαδοχικές αναλύσεις της, άλλοτε εμφανίζονταν επιφυλακτική ως προς την δυνατότητα επίτευξης των στόχων που έθετε η Jumbo**, άλλοτε εκτιμώντας πως η είσοδος του ολλανδο-αγγλικού hard discount ομίλου Action στην αγορά της Ρουμανίας θα έπληττε τα μεγέθη της ελληνικής εταιρείας στην συγκεκριμένη αγορά.

Παράλληλα, **σε χρηματιστηριακά γραφεία σχολιάστηκε... αμφίσημα η ανάλυση της Pantelakis Securities**, καθώς σε ύφος μη σύνθηρες αναφερόταν (επί λέξει) **“συγχωρήστε μας για το θράσος, αλλά τα πράγματα φαίνεται να εξελίσσονται αρκετά καλά για τον κολοσσό του λιανεμπορίου Jumbo το 2026 (με σαφή εξαίρεση την Ρουμανία), χάρη στην ισχυρή ζήτηση σε Ελλάδα, Κύπρο και Βουλγαρία”**. Η εν λόγω παραδοχή διαβάστηκε ευρύτερα από μέλη της κοινότητας, συνεκτιμώντας τον sui generis χαρακτήρα του Απόστολου Βακάκη. Την αμέσως επόμενη (δηλαδή χθες) **η διοίκηση της Jumbo ανακοίνωσε τα στοιχεία Αυγούστου**, όπως ήταν

προγραμματισμένο (και γνωστό στην αγορά) με την προσθήκη της επιπλέον επιστροφής κεφαλαίου.

Ειδικότερα, η θετική δυναμική των πωλήσεων που καταγράφηκε τον Ιούλιο διατηρήθηκε και τον Αύγουστο του 2026, με τις πωλήσεις να αυξάνονται κατά περίπου 9% σε σχέση με τον αντίστοιχο μήνα του προηγούμενου έτους. Στο δε οκτάμηνο Ιανουαρίου-Αυγούστου 2026, οι ενισχύθηκαν αυξήθηκαν 5,8%, υπερβαίνοντας τον ετήσιο στόχο 5% που έχει θέσει ο Βακάκης για το σύνολο της χρήσης. **Η αγορά της Ρουμανίας, όντως εμφανίζει επιβράδυνση**, πλην όμως δεν έχει βελιωθεί, εάν οφείλεται λ.χ. στον ανταγωνισμό ή στην αύξηση του ΦΠΑ από 19% στο 21%, με τον όμιλο να μην περνά την επιβάρυνση στην τελική τιμή πώλησης αλλά να την απορροφά. Λεπτομέρεια, τον Αύγουστο οι πωλήσεις του δικτύου (και του [www.e-jumbo.ro](http://www.e-jumbo.ro)) διατηρήθηκαν στα επίπεδα του 2025, ήταν όμως κατά 5% μειωμένα συνολικά το διάστημα Ιανουαρίου- Αυγούστου. Αντίθετα, **αυξημένες ήταν οι πωλήσεις στην Βουλγαρία** (κατά 17% τον Αύγουστο, και 14% στο οκτάμηνο), **στην Κύπρο** (με 9% και 6% αντίστοιχα) ενώ δυναμικές καταγράφηκαν **στην ελληνική αγορά** (11% και 6%). Πρακτικά αυτό σημαίνει ότι **ο όμιλος μπορεί να καταγράψει φέτος καθαρά κέρδη €310-€320 εκατ.** Στα €3,590 δισ. η χρηματιστηριακή αξία, σύμφωνα με την χθεσινή τιμή κλεισίματος.

Και ερχόμαστε στους ειδικούς της αγοράς: **οι αναλυτές της Pantelakis Securities θέτουν τον πήχη στα €35,5 (από €26,76 η τρέχουσα)** που σημαίνει

ότι, ακόμη και σε αυτά τα επίπεδα η μετοχή είναι σε διαπραγμάτευση 13,9 φορές τα κέρδη ανά μετοχή (eps) και 9 φορές την επιχειρηματική αξία προς τα κέρδη προ φόρων, αποσβέσεων κ.λ.π. Επί της ουσίας στα τρέχοντα επίπεδα η Jumbo είναι υποτιμημένη, η μετοχή από τις περιπτώσεις under valued stocks που συνδυαστικά με την απόφαση για επιστροφή κεφαλαίου να οδηγούν τους αναλυτές της Citi σε αναθεώρηση της αξιολόγησης τους για τον όμιλο. Όντως, **στην ανάλυση του αμερικανικού οίκου η διανομή κεφαλαίου χαρακτηρίζεται θετική έκπληξη**, που μαζί με τη συνεχιζόμενη δυναμική των πωλήσεων, ενισχύει την θετική εικόνα για τη Jumbo. Στα θετικά της μετοχής προσθέτει και την **πρόσφατη ανακοίνωση για την ένταξή της στον δείκτη STOXX 600**.

Με τη σύσταση πάντως να παραμένει Neutral, **η Citi τοποθετεί την τιμή-στόχο στα €25**, προβλέποντας δυνητική μεταβολή της τιμής της μετοχής κατά -2,2%, ενώ μαζί με την εκτιμώμενη μερισματική απόδοση 4,7% το αναμενόμενο συνολικό return διαμορφώνεται στο 2,5%. Σε αντιδιαστολή η Pantelakis παρά την υποβάθμιση της τιμής στόχου, την ορίζει στα €35,5 από τα €37,5, κοντά με τα **€33,4 της Optima Bank**. **Στα €31 (από €35) είχε κόψει την τιμή η NBG Securities, μέσα Αυγούστου**. Τα €5-€8 διαφορά (μεταξύ Citi και λοιπών) δεν είναι αμελητέα, τουναντίον μπορεί να κρύβουν δυνητικά discount ή premium. Με την ανακοίνωση για νέα έκτακτη διανομή να “ανακατεύει τα χαρτιά...”, όπως θεωρείται πως ήθελε να πετύχει ο Απόστολος Βακάκης.



**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

**KANTE  
ΕΓΓΡΑΦΗ  
ΕΔΩ**

## • COCA-COLA ΤΡΙΑ ΕΨΙΛΟΝ ΥΠΕΓΡΑΨΕ ΡΡΑ 10 ΕΤΩΝ ΜΕ ΤΗΝ METLEN ΓΙΑ ΠΡΑΣΙΝΗ ΕΝΕΡΓΕΙΑ

Σε δεκαετή διμερή συμφωνία αγοράς ηλεκτρικής ενέργειας (Power Purchase Agreement – PPA) με την Metlen προχωρά η Coca-Cola Τρία Έψιλον, ενισχύοντας τη χρήση ανανεώσιμων πηγών ενέργειας στις δραστηριότητές της.

Η συμφωνία αφορά την προμήθεια ηλεκτρικής ενέργειας από φωτοβολταϊκό σταθμό ισχύος περίπου 12 MW, στην περιοχή Μικρό Περι-

βολάκι στο Βελεστίνο Μαγνησίας. Η Coca-Cola Τρία Έψιλον θα απορροφά το σύνολο της παραγόμενης ενέργειας, η οποία εκτιμάται σε περίπου 16,5 GWh ετησίως.

Η συμφωνία αποτελεί μέρος της ευρύτερης προσπάθειας της Coca-Cola Τρία Έψιλον για τη μείωση του περιβαλλοντικού της αποτυπώματος και την επίτευξη των στόχων βιωσιμότητας του ομίλου.



### SECRETCREIPE

#### Το παράδοξο της ντομάτας και το νέο επενδυτικό στοίχημα του Σπύρου Θεοδωρόπουλου

Παράδοξο, αλλά πραγματικό: Μια κατεξοχήν ηλιόλουστη και αγροτική χώρα, όπως η Ελλάδα, δαπανά ετησίως έως και €180 εκατ. για να εισαγάγει 130.000 τόνους ντομάτας. Αυτό το κενό στην αγορά επιχειρεί να εκμεταλλευτεί ο Σπύρος Θεοδωρόπουλος. Έχοντας ήδη επενδύσει €178 εκατ. στη μονάδα της Wonderplant στην Δράμα — η οποία αποδίδει 22.000 τόνους —, σχεδιάζει νέο project άνω των €130 εκατ. στην Πτολεμαίδα με παρόμοιο μοντέλο ([όπως διαβάσατε την Τρίτη στο FNB Daily](#)). Με αυτό το βήμα, το μερίδιο της εταιρείας στην εγχώρια αγορά αναμένεται να διπλασιαστεί, φτάνοντας από το 6,3% στο 12%. Παράλληλα, εξετάζεται και μια ενδιαφέρουσα επιχειρηματική κίνηση: η απόσχιση του κλάδου παραγωγής ωφέλιμων εντόμων σε αυτόνομη εταιρεία με σκοπό την εμπορική τους διάθεση σε τρίτους. Έτσι, πέρα από τους καρπούς, η επιχείρηση ετοιμάζεται να κεφαλαιοποιήσει και την τεχνολογία φυτοπροστασίας που ανέπτυξε.

## Editorial

### ΓΚΑΛΕΡΙ Η ΕΛ(Λ)ΑΣ

Ήταν Μάρτιος του 2015, όταν, ευρισκόμενος σε παράθυρο τηλεοπτικού καναλιού, άκουσα στέλεχος του κυβερνώντος τότε ΣΥΡΙΖΑ να λέει ότι η κυβέρνηση σκοπεύει να φορολογήσει τα έργα τέχνης και τους πίνακες υψηλής αξίας.

“Πώς θα το κάνετε αυτό;”, ρώτησα.

-Θα στείλουμε ελεγκτές στις βίλες και τις επαύλεις.

-Και, αφού θα ξεπεράσετε το θέμα της εισόδου σε ιδιωτική περιουσία - πιθανολογώ με εισαγγελικές εντολές - πώς θα εκτιμήσετε την αξία των έργων τέχνης για να τα φορολογήσετε στη συνέχεια; Από όσο γνωρίζω, το Δημόσιο δεν έχει τους σχετικούς εκτιμητές.

-Μην ανησυχείτε. Θα φέρουμε ειδικούς από το εξωτερικό.

Το μέτρο αυτό ήταν μέρος πακέτου παρεμβάσεων κατά της φοροδιαφυγής, που είχε τότε προαναγγελθεί, και το οποίο περιελάμβανε ακόμα και άνοιγμα θυρίδων για να φορολογηθούν τα υπόλοιπα τιμαλφή.

Τί εφαρμόστηκε από όλα αυτά;

Απολύτως τίποτα!

Έντεκα χρόνια μετά, ο τότε πρωθυπουργός και σημερινός επικεφαλής της ΕΛΑΣ, Αλέξης Τσίπρας, μίλησε για πατριωτική εισφορά 1% στα υψηλότερα εισοδήματα, που αντιπροσωπεύουν το 1% του συνόλου.

Για να βγει χθες το πρωί ο αναπληρωτής τομεάρχης οικονομικών του κόμματος, Γιώργος Παππάς, και να πει ότι η καταγραφή των μεγάλων περιουσιών - για να υπολογιστεί το 1% - δεν θα περιορίζεται σε ακίνητα, καταθέσεις, μετοχές και λοιπά περιουσιακά στοιχεία, αλλά θα μπορούσε να περιλαμβάνει ακόμη και κοσμήματα και αντικείμενα αξίας που βρίσκονται σε θυρίδες. Λίγες ώρες αργότερα, ο ίδιος ο κ. Παππάς έσπευσε να αναιρέσει όσα είπε και να απαλλάξει τα κοσμήματα από την πατριωτική εισφορά, λέγοντας ότι ο φόρος αυτός δεν θα βασιστεί στα κοσμήματα των πλουσίων κυριών, αλλά στην υψηλή κινητή (πλην κοσμημάτων στις θυρίδες σύμφωνα με την τελευταία διευκρίνισή του) και ακίνητη περιουσία.

Δικό σας!

Τόσο απλά.

Νεκτάριος Β. Νώτης

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