

**Η αλήθεια είναι
ότι το νερό μας
φιλτράρεται
από τη φύση.
Εκεί όπου ανήκει.**



Arrena
ΦΥΣΙΚΟ ΜΕΤΑΛΛΙΚΟ ΝΕΡΟ

Καθαρό. Σαν την αλήθεια.

arrena.gr   arrena.water



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 25 ΣΕΠΤΕΜΒΡΙΟΥ 2026
ΤΕΥΧΟΣ 2399



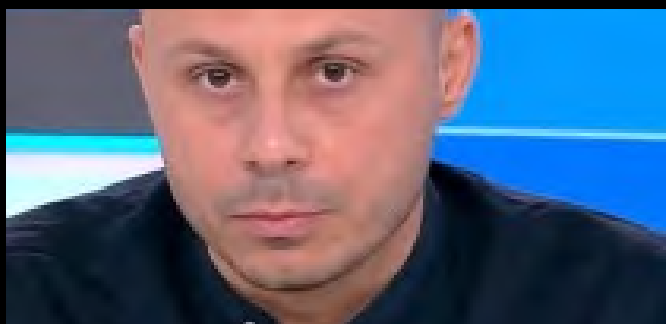
• OMG BUBBLE TEA ΣΤΟ FNB DAILY

Σχεδιάζει περαιτέρω διείσδυση στην Ελλάδα
- Μεταξύ των ισχυρότερων αγορών η χώρα μας



• CROWN HELLAS CAN

Σε εξέλιξη το Project Pegasus των €217 εκατ.
- Αύξηση πωλήσεων αλλά μείωση κερδών το 2025



• VAMOS KIOSK

Έρχονται έξι νέα σημεία στην Αττική - Η νέα φάση
εξέλιξης του concept με τα containers



• TESCO

Lidl και Aldi Delhaize μεταξύ των μνησθήρων
για τις δραστηριότητες στην Κεντρική Ευρώπη

Editorial

Diesel Schrödinger*: Πώς ένα μέτρο υπήρξε
και δεν υπήρξε σε μία μέρα

Debrief

Μια ευκαιρία στον Παράδεισο να πάει...

Business Maker

- Το νέο χαρτί της Cafetex και το restart στην Αγγλία
- Για ποιο κίνδυνο χτυπά το καμπανάκι ο Λούλης

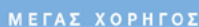
SecretRecipe

Μεταγραφή επιπέδου...
Champions League

Business Insight

Τί είδαν οι ξένοι επενδυτές
στην... ημέρα Πειραιώς
στο Λονδίνο

26-28 ΣΕΠ 2026
ΤΕΧΝΟΠΟΛΗ
ΔΗΜΟΥ ΑΘΗΝΑΙΩΝ



**BARISTA'S
GOLD**

NOYNOY



FORUM S.A.
Member of NürnbergMesse Group

**ΚΟΡΥΦΑΙΟΣ ΔΙΟΡΓΑΝΩΤΗΣ
ΕΚΘΕΣΕΩΝ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ**

Λ. Βουλιαγμένης 328 • 173 42 • Άγιος Δημήτριος • 210 5242100 • www.athenscoffeefestival.gr • sales@forumsa.gr

HO|RE|CA|

artoza

Global Pack

FOODTECH truck
van
2000

**ATHENS
COFFEE
FESTIVAL**

WORLD OF
Beer

A-Z **SNACKS** **COFFEE** **PSHTO** **PACK INSIGHTS** **DAIRY** **MEATPLACE** Supply Chain & Logistics

FORUM
TOTAL SOLUTIONS

 **Κατασκευές
Προσέγγισης**

Υπουργείο Παιδείας και Θρησκευμάτων

 Εκδηλώσεις

ΕΚΤΥΠΩΣΕΙΣ

• **OMG BUBBLE TEA ΣΤΟ FNB DAILY**

ΣΧΕΔΙΑΖΕΙ ΠΕΡΑΙΤΕΡΩ ΔΙΕΙΣΔΥΣΗ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ - ΜΕΤΑΞΥ ΤΩΝ ΙΣΧΥΡΟΤΕΡΩΝ ΑΓΟΡΩΝ Η ΧΩΡΑ ΜΑΣ

Η περαιτέρω διεύρυνση της διανομής στην ελληνική αγορά βρίσκεται στα επόμενα σχέδια της OMG World, η οποία επιδιώκει να αυξήσει τα σημεία πώλησης και την παρουσία των προϊόντων της σε περισσότερα κανάλια σε όλη τη χώρα, όπως αναφέρει στο FNB Daily η Co-Founder & COO της OMG Bubble Tea, Ieva (Eve) Jureviciene. Η εταιρεία διαθέτει ήδη στην Ελλάδα τόσο το OMG Bubble Tea, όσο και τη νέα σειρά OMG Fibre Soda, ενώ κατατάσσει την ελληνική αγορά μεταξύ των ισχυρότερων που διαθέτει σήμερα στην Ευρώπη.

Η OMG έχει αναπτύξει παρουσία σε διαφορετικά κανάλια λιανικής, με τα προϊόντα της να διατίθενται σε Μασούτι, Κρητικό και ΣΥΝ. ΚΑ, στα YES! Stores και στα Jumbo, καθώς και μέσω online και delivery καναλιών.

Στην ανάπτυξη του δικτύου στην Ελλάδα συνεργάζεται με την Kontzoglu Distribution, μέσω της οποίας αποκτά πρόσβαση σε ευρύτερο δίκτυο super markets, καταστημάτων τροφίμων, mini markets, περιπτέρων και HoReCa.

ΕΜΦΑΣΗ ΣΤΑ ΝΗΣΙΑ

Ξεχωριστή βαρύτητα δίνεται στην κάλυψη των νησιών, όπου οι απαιτήσεις διανομής είναι μεγαλύτερες σε σύγκριση με τις βασικές αγορές της ηπειρωτικής χώρας. Σύμφωνα με την εταιρεία, η ανάπτυξη στα νησιά απαιτεί τοπική γνώση, κατάλληλο δίκτυο και σταθερή εκτέλεση της διανομής, με την OMG να έχει ήδη αποκτήσει παρουσία στις συγκεκριμένες περιοχές μέσω των τοπικών συνεργατών της.

Ως εκ τούτου, τα επόμενα βήματα στην Ελλάδα επικεντρώνονται στην περαιτέρω διείσδυση στην αγορά και όχι στην αρχική τοποθέτηση του brand. Η κατεύθυνση αφορά περισσότερα σημεία πώλησης, διεύρυνση της διανομής και μεγαλύτερη παρουσία των προϊόντων από τις μεγάλες πόλεις έως τα νησιά.

Η ΕΛΛΑΔΑ ΜΕΤΑΞΥ ΤΩΝ ΤΟΡ ΑΓΟΡΩΝ

Η Ελλάδα συγκαταλέγεται, μαζί με την Γερμανία, το Ηνωμένο Βασίλειο και την Ιταλία, στις ισχυρότερες ευρωπαϊκές αγορές της OMG World. Η εταιρεία δραστηριοποιείται συνολικά σε περισσότερες από 40 χώρες και, πέρα από την είσοδο σε νέες γεωγραφικές περιοχές, δίνει βάρος στην περαιτέρω ανάπτυξη των αγορών όπου βρίσκεται ήδη.



Ieva (Eve) Jureviciene, Co-Founder & COO, OMG Bubble Tea



Σύμφωνα με την εταιρεία, εξακολουθούν να υπάρχουν περιθώρια ανάπτυξης στην Ευρώπη μέσω της προσθήκης retailers, καταστημάτων και καναλιών διανομής, καθώς και μέσω της ενίσχυσης της παρουσίας των προϊόντων στα σημεία πώλησης.

Για την ελληνική αγορά ειδικότερα, ως παράγοντες που δημιουργούν ευκαιρίες για την κατηγορία των κρύων ready-to-drink ροφημάτων αναφέρονται το κλίμα, ο τουρισμός,

η κοινωνική κουλτούρα και η παρουσία του convenience. Παράλληλα, επισημαίνεται ότι ορισμένες νεότερες κατηγορίες ποτών βρίσκονται ακόμη σε στάδιο ανάπτυξης σε σύγκριση με πιο ώριμες ευρωπαϊκές αγορές, με τη διανομή, την προβολή και την ενημέρωση των καταναλωτών να παραμένουν βασικές παράμετροι.

ΑΠΟ ΤΟ BUBBLE TEA ΣΤΑ FUNCTIONAL BEVERAGES

Στην προϊοντική ανάπτυξη διευρύνει την παρουσία της πέρα από το Bubble Tea μέσω της σειράς Fibre Soda, η οποία απευθύνεται σε ευρύτερο ενήλικο κοινό.

Το OMG Bubble Tea σχεδιάστηκε αρχικά με βασικό κοινό τα παιδιά και τους εφήβους. Η ανάπτυξη του Fibre Soda προέκυψε από την επιλογή της εταιρείας να διευρύνει το κοινό της και προς τους ενήλικες καταναλωτές, μετακινούμενη από ένα επιμέρους προϊόν προς ένα ευρύτερο beverage brand.

Παράλληλα, η OMG εκτιμά ότι το ready-to-drink bubble tea μπορεί να αποκτήσει σταθερότερη θέση στην ευρωπαϊκή αγορά ποτών, καθώς επεκτείνεται από τα εξειδικευμένα κανάλια προς το mainstream grocery και το convenience. Η εταιρεία δεν δίνει συγκεκριμένη ποσοστιαία πρόβλεψη για την ανάπτυξη της κατηγορίας, επισημαίνοντας ότι οι ευρωπαϊκές αγορές βρίσκονται σε διαφορετικά στάδια ωρίμανσης.

ΗΠΑ & ΑΥΣΤΡΑΛΙΑ ΣΤΟ ΠΛΑΝΟ ΤΟΥ 2027

Σε διεθνές επίπεδο, το 2026 αποτελεί για την OMG World χρονιά εδραίωσης των υφιστάμενων αγορών, με έμφαση στη διανομή και στην προετοιμασία της επόμενης φάσης ανάπτυξης.

Για το 2027 σχεδιάζεται μεγαλύτερη γεωγραφική επέκταση, με τις Ηνωμένες Πολιτείες και την Αυστραλία να περιλαμβάνονται στις αγορές που εξετάζει για είσοδο.

Στα επόμενα βήματα περιλαμβάνονται επίσης νέα προϊόντα, νέες κατηγορίες και συνεργασίες. Σε επίπεδο παραγωγής, η εταιρεία δεν προσδιορίζει νέες επενδύσεις σε εργοστάσια ή γραμμές παραγωγής, δίνοντας έμφαση στη συνεργασία με παραγωγικούς και logistics partners και στην ανάπτυξη του χαρτοφυλακίου της.

Στέλλα Αυγουστάκη
stella@notice.gr



FOOD FORWARD

From Farm to Future

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

2 SEASON



5-6 Νοεμβρίου 2026

HYATT REGENCY THESSALONIKI

ΜΕ ΤΗΝ ΑΞΙΟΠΙΣΤΙΑ ΤΗΣ



CONTENT & SERVICES

POWERED BY



TRADE SHOWS • PUBLICATIONS



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



DIMITRIADIS YORGOS
Chef & Culinary director



DIMORAGKAS VAIOS
Managing Director, NielsenQ Greece & Bulgaria



KAKKAVAS CHRISTOS
Executive Advisor JLL, Athens Economics



KATRIVANOS PERIKLIS
CEO, Nera Pigon Grammos S.A.



KINTZIOS SPYRIDON
Rector, Agricultural University of Athens



KONTOS DIMITRIS
Chief Operating Officer, METRO



KOUTSOURADI ARGYRO
CEO & Founder, Myrovalos Organics



LALATSI HARIS
Market Analyst



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



MAYROS ATHANASIOS
Partner EY Consumer & Health Leader for Southeastern Europe



OIKONOMIDIS GIORGOS
Founder 45 Fish Butchery/Chef



PAPACHRISTOS CHARALAMBO
President, SEFYMEN



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



SIDERIS NATASHA
CEO & Founder, Tashas Group



SINODINOS DIMITRIS
Chairman of the Board SEET & Commercial Director KONVA SA



SOLOMOS TAKIS
Co-Founder & Partner Elikonos Capital AIFM



TAKOULAS VAGGELIS
Purchasing Director, METRO



TOURALIAS APOSTOLOS
Chairman, HAPO



TSACHOURIDIS PANTELIS
Purchasing Director, Diamantis Masoutis S.A.



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



VEROPOULOS NIKOS
President, Vero SA



ZOUKAS KOSTAS
President, PEMETE

Για περισσότερες πληροφορίες:



PLATINUM SPONSOR



GOLD SPONSORS



Γιατί αξίζει.

SILVER SPONSORS



Elikonos Capital



ΕΠ.Ο.ΕΕ



BANKING PARTNER

ExportGate



SUPPORTERS



PARTNER



ΜΕ ΤΗΝ ΑΙΓΙΔΑ



• ΜΠΑΡΜΠΑ ΣΤΑΘΗΣ

ΤΡΙΑ ΧΡΥΣΑ ΚΑΙ ΕΝΑ ΑΣΗΜΕΝΙΟ ΒΡΑΒΕΙΟ ΣΤΑ HELLENIC RESPONSIBLE BUSINESS AWARDS

Τρία χρυσά και ένα ασημένιο βραβείο απέσπασε η Μπάρμπα Στάθης στα Hellenic Responsible Business Awards 2026, για πρωτοβουλίες στους τομείς της εταιρικής διακυβέρνησης, της βιώσιμης ανάπτυξης και της εκπαίδευσης.

Στην κατηγορία "Εταιρική Διακυβέρνηση", η



εταιρεία έλαβε χρυσό βραβείο για την πλατινένια αξιολόγησή της από τον διεθνή οργανισμό EcoVadis. Σύμφωνα με την εταιρεία, η αξιολόγηση την κατατάσσει στο κορυφαίο 1% των εταιρειών παγκοσμίως ως προς τις επιδόσεις βιώσιμης ανάπτυξης.

Χρυσό βραβείο απέσπασε επίσης στην κατηγορία "Απολογισμός Εταιρικής Υπευθυνότητας" για την Έκθεση Βιώσιμης Ανάπτυξης 2025, η οποία καταγράφει και δημοσιοποιεί τις ESG δράσεις και τα αποτελέσματα της εταιρείας.

ΟΙ ΔΙΑΚΡΙΣΕΙΣ ΓΙΑ ΤΟΥΣ "ΜΙΚΡΟΥΣ ΚΑΛΛΙΕΡΓΗΤΕΣ"

Το εκπαιδευτικό πρόγραμμα "Μικροί Καλλιεργητές", που υλοποιεί σε συνεργασία με την Open Farm, απέσπασε χρυσό βραβείο στην κατηγορία "Εκπαίδευση" και ασημένιο στην κατηγορία "Ενέργειες για την Κοινωνία".

Το πρόγραμμα περιλαμβάνει σχολικούς λαχανόκηπους και βιωματικές εκπαιδευτικές δράσεις για μαθητές δημοτικών σχολείων.

Σύμφωνα με τα στοιχεία της εταιρείας, μέχρι σήμερα έχει συμμετάσχει σε αυτό πάνω από 3.000 μαθητές, με αντικείμενο την εξοικείωσή τους με την καλλιέργεια και τα λαχανικά.

Η ΔΕΣΜΕΥΣΗ ΤΗΣ ΕΤΑΙΡΕΙΑΣ

Η Κατερίνα Μακρίδου - Ωραιοπούλου, Διευθύντρια Εταιρικής Επικοινωνίας & Βιώσιμης Ανάπτυξης, δήλωσε: "Η διάκριση στα Hellenic Responsible Business Awards 2026, για τρίτη συνεχόμενη χρονιά, επιβραβεύει πρωτοβουλίες που συνδέονται άμεσα με σημαντικές πλευρές της δραστηριότητάς μας: από τη διαφάνεια και την υπεύθυνη λειτουργία της εταιρείας έως την εκπαίδευση των παιδιών μέσα από το πρόγραμμα "Μικροί Καλλιεργητές". Είναι εξαιρετικά σημαντικό για εμάς ότι ένα πρόγραμμα που δίνει στα παιδιά την ευκαιρία να έρθουν πιο κοντά στη φύση, να ανακαλύψουν τον πολύχρωμο κόσμο των λαχανικών και να αναπτύξουν μία πιο ουσιαστική σχέση με τη διατροφή τους επεκτείνεται μέρα με τη μέρα ολοένα και περισσότερο".

• ΙΤΑΛΙΑ

ΥΠΟΧΩΡΗΣΑΝ 6,2% ΟΙ ΕΞΑΓΩΓΕΣ ΚΡΑΣΙΟΥ – ΠΙΕΣΕΙΣ ΑΠΟ ΗΠΑ ΚΑΙ ΕΥΡΩΠΗ

Πτωτικά κινήθηκαν οι εξαγωγές ιταλικού κρασιού το α' εξάμηνο του 2026, καθώς η συνολική τους αξία μειώθηκε κατά 6,2%, λίγο πάνω από τα €3,6 δισ., σύμφωνα με στοιχεία του Παρατηρητηρίου της Italian Wine Union (UIV).

Την ίδια στιγμή, υποχώρησαν και οι εξαγόμενες ποσότητες, κατά 4%, αντανakλώντας τις επίμονες οικονομικές και γεωπολιτικές πιέσεις που επηρεάζουν τη διεθνή αγορά.

Η ΕΙΚΟΝΑ ΑΝΑ ΓΕΩΓΡΑΦΙΚΗ ΠΕΡΙΟΧΗ

Ισχυρές πιέσεις δέχθηκαν οι πωλήσεις προς τις ΗΠΑ, οι οποίες μειώθηκαν κατά 14,1%, στα €849 εκατ. Ωστόσο, τα προκαταρκτικά στοιχεία για τους θερινούς μήνες αφήνουν περιθώρια αισιοδοξίας, καθώς δείχνουν διψήφια ανάκαμψη των πωλήσεων τον Ιούλιο και τον Αύγουστο.

Ανάλογη ήταν η εικόνα και σε σημαντικές ευρωπαϊκές αγορές. Οι εξαγωγές προς την Γερμανία μειώθηκαν κατά 6,8%, στα €534 εκατ., ενώ προς το Ηνωμένο Βασίλειο υποχώρησαν κατά 6,6%, στα €346 εκατ.



Κόντρα στη γενικότερη τάση κινήθηκαν, με ταξί άλλων, η Ρωσία, όπου οι εξαγωγές αυξήθηκαν κατά 15,7%, η Κίνα, με άνοδο 19,8%, και η Βραζιλία, με αύξηση 8,2%.

Θετική ήταν συνολικά και η πορεία των αγορών του Mercosur, όπου οι εξαγωγές σημείωσαν άνοδο 18,4%.

ΟΙ ΑΝΤΟΧΕΣ ΣΤΑ ΑΦΡΩΔΗ ΚΡΑΣΙΑ

Η υποχώρηση δεν ήταν ομοιόμορφη σε όλες τις κατηγορίες κρασιού. Τα αφρώδη κρασιά παρέμειναν ουσιαστικά σταθερά, καταγράφοντας οριακή αύξηση 0,4%.

Αντίθετα, σημαντική πτώση σημείωσαν τα εμφιαλωμένα ήσυχια κρασιά, οι εξαγωγές των οποίων μειώθηκαν κατά 8,9%. Στην κατηγορία αυτή, τα κόκκινα κρασιά υποχώρησαν κατά 9,3%, ενώ τα λευκά κατά 7%.

ΕΚΚΛΗΣΗ ΓΙΑ ΑΝΑΔΙΑΡΘΡΩΣΗ ΤΟΥ ΚΛΑΔΟΥ

Ο πρόεδρος της UIV, Lamberto Frescobaldi, σημείωσε ότι το ιταλικό κρασί, όπως και άλλες μεγάλες οινοπαραγωγικές χώρες, βρίσκεται αντιμέτωπο με μια διαρθρωτική υποχώρηση της παγκόσμιας ζήτησης, η οποία επιδεινώνεται από τις οικονομικές πιέσεις που συνδέονται με την αγοραστική δύναμη και τις γεωπολιτικές εντάσεις.

Στο πλαίσιο αυτό, η UIV υποστηρίζει την ανάγκη για μια συστημική αναδιοργάνωση του κλάδου, με στόχο την αντιμετώπιση των προκλήσεων και τη διατήρηση της σημαντικής κοινωνικοοικονομικής συμβολής του.

Παρά το δύσκολο α' εξάμηνο, το Παρατηρητήριο της UIV επισημαίνει ότι οι πρώτες ενδείξεις από τους θερινούς μήνες παραπέμπουν σε πιθανή σταθεροποίηση της αγοράς.

• **FOOD WASTE**

ΣΥΜΜΑΧΙΑ ΓΙΑ ΤΗ ΜΕΙΩΣΗ ΤΗΣ ΣΠΑΤΑΛΗΣ ΤΡΟΦΙΜΩΝ: ΣΤΟ ΕΠΙΚΕΝΤΡΟ Η ΠΡΟΛΗΨΗ ΚΑΙ Η ΑΞΙΟΠΟΙΗΣΗ ΠΛΕΟΝΑΣΜΑΤΩΝ

Κοινή πρωτοβουλία ενημέρωσης και κινητοποίησης για τη μείωση της σπατάλης τροφίμων στην Ελλάδα υλοποιούν τα Μέλη της Συμμαχίας για τη Μείωση της Σπατάλης Τροφίμων, με αφορμή τη Διεθνή Ημέρα Ευαισθητοποίησης για την Απώλεια και τη Σπατάλη Τροφίμων στις 29 Σεπτεμβρίου.

Η δράση θα πραγματοποιηθεί κατά τη διάρκεια της εβδομάδας 28 Σεπτεμβρίου έως 4 Οκτωβρίου 2026, η οποία έχει ονομαστεί Food Saving Action Week.

ΠΟΙΟΣ ΕΙΝΑΙ Ο ΣΤΟΧΟΣ

Η 29η Σεπτεμβρίου έχει καθιερωθεί από τον ΟΗΕ ως Διεθνής Ημέρα Ευαισθητοποίησης για την Απώλεια και τη Σπατάλη Τροφίμων, με στόχο την ανάδειξη των περιβαλλοντικών, κοινωνικών και οικονομικών επιπτώσεων του προβλήματος.

Η διεθνής προσπάθεια συνδέεται με τον Στόχο Βιώσιμης Ανάπτυξης 12.3, ο οποίος προβλέπει μείωση της σπατάλης τροφίμων κατά 50% έως το 2030. Σύμφωνα με το κείμενο της πρωτοβουλίας, η μείωση της σπατάλης τροφίμων μπορεί να δημιουργήσει πολλαπλά οφέλη, μεταξύ άλλων:

- βελτίωση της επισιτιστικής ασφάλειας και της διατροφής
- περιορισμό της πίεσης στους φυσικούς πόρους
- μείωση των εκπομπών αερίων του θερμοκηπίου
- ενίσχυση της οικονομικής ανάπτυξης

Η ΔΡΑΣΗ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ

Η Συμμαχία για τη Μείωση της Σπατάλης Τροφίμων στην Ελλάδα δημιουργήθηκε το 2020, με τη συμμετοχή επιχειρήσεων, φορέων, οργανώσεων της Κοινωνίας των Πολιτών και πανεπιστημίων. Τελεί υπό την αιγίδα του Υπουργείου Περιβάλλοντος και Ενέργειας.

Τα Μέλη της υλοποιούν δράσεις κατά μήκος της αλυσίδας αξίας των τροφίμων, με έμφαση στην πρόληψη της σπατάλης και στην αξιοποίηση των πλεονασμάτων για ανθρώπινη κατανάλωση μέσω δωρεών.

Παράλληλα, δίνεται έμφαση:

- στην ενημέρωση και εκπαίδευση
- στη στήριξη κοινωνικά ευάλωτων ομάδων
- στην πρόληψη της σπατάλης στην πηγή
- στη διαμόρφωση προτάσεων προς τις αρμόδιες αρχές για τη δημόσια πολιτική

Ας πετάξουμε αυτή τη συνταγή από την κουζίνα μας.

Χτυπάμε την κρέμα γάλακτος στον κάδο απορριμμάτων.



Ψυνίζουμε σωστά. Αποθηκεύουμε σωστά. Αξιοποιούμε πλήρως. Μαζί μειώνουμε τη σπατάλη τροφίμων.

Στην Ελλάδα κάθε χρόνο - από το μισό φέκο και το πιάτο μας - πετάμε παραπροϊόντα, από 2 εκατομμύρια τόνο τροφίμων, ενώ το 50% της συνολικής σπατάλης τροφίμων δημιουργείται από καταναλωτή από.

ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗ ΓΙΑ ΤΗ ΒΕΛΤΙΩΣΗ ΤΗΣ ΕΛΛΗΝΙΚΗΣ ΤΡΟΦΙΜΟΛΟΓΙΑΣ

Ας πετάξουμε αυτή τη συνταγή από την κουζίνα μας.

...Έπειτα, σουτάρουμε τα μανιτάρια.



Ψυνίζουμε σωστά. Αποθηκεύουμε σωστά. Αξιοποιούμε πλήρως. Μαζί μειώνουμε τη σπατάλη τροφίμων.

Στην Ελλάδα κάθε χρόνο - από το μισό φέκο και το πιάτο μας - πετάμε παραπροϊόντα, από 2 εκατομμύρια τόνο τροφίμων, ενώ το 50% της συνολικής σπατάλης τροφίμων δημιουργείται από καταναλωτή από.

ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗ ΓΙΑ ΤΗ ΒΕΛΤΙΩΣΗ ΤΗΣ ΕΛΛΗΝΙΚΗΣ ΤΡΟΦΙΜΟΛΟΓΙΑΣ

Ας πετάξουμε αυτή τη συνταγή από την κουζίνα μας.

Αφήνουμε το κρεμμύδι στην άκρη μέχρι να βγάλει κρεμμυδάκι.



Ψυνίζουμε σωστά. Αποθηκεύουμε σωστά. Αξιοποιούμε πλήρως. Μαζί μειώνουμε τη σπατάλη τροφίμων.

Στην Ελλάδα κάθε χρόνο - από το μισό φέκο και το πιάτο μας - πετάμε παραπροϊόντα, από 2 εκατομμύρια τόνο τροφίμων, ενώ το 50% της συνολικής σπατάλης τροφίμων δημιουργείται από καταναλωτή από.

ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗ ΓΙΑ ΤΗ ΒΕΛΤΙΩΣΗ ΤΗΣ ΕΛΛΗΝΙΚΗΣ ΤΡΟΦΙΜΟΛΟΓΙΑΣ

Ας πετάξουμε αυτή τη συνταγή από την κουζίνα μας.

Μουχλιάζουμε το ψωμί πριν το βάλουμε στον κιμά.



Ψυνίζουμε σωστά. Αποθηκεύουμε σωστά. Αξιοποιούμε πλήρως. Μαζί μειώνουμε τη σπατάλη τροφίμων.

Στην Ελλάδα κάθε χρόνο - από το μισό φέκο και το πιάτο μας - πετάμε παραπροϊόντα, από 2 εκατομμύρια τόνο τροφίμων, ενώ το 50% της συνολικής σπατάλης τροφίμων δημιουργείται από καταναλωτή από.

ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗ ΓΙΑ ΤΗ ΒΕΛΤΙΩΣΗ ΤΗΣ ΕΛΛΗΝΙΚΗΣ ΤΡΟΦΙΜΟΛΟΓΙΑΣ

ΣΤΟ ΕΠΙΚΕΝΤΡΟ ΚΑΙ ΤΑ ΝΟΙΚΟΚΥΡΙΑ

Η πρωτοβουλία αναδεικνύει παράλληλα τον ρόλο των νοικοκυριών στη μείωση της σπατάλης τροφίμων.

Σύμφωνα με τα στοιχεία που παραθέτει η Συμμαχία, περίπου το 50% της συνολικής σπατάλης τροφίμων συντελείται στα νοικοκυριά.

Στο πλαίσιο της Food Saving Action Week, τα Μέλη της Συμμαχίας θα επικεντρωθούν στην ενημέρωση του κοινού για πρακτικές

που μπορούν να εφαρμοστούν στην καθημερινότητα, με στόχο τη μείωση της σπατάλης, την εξοικονόμηση χρημάτων και τον περιορισμό του περιβαλλοντικού αποτυπώματος των τροφίμων.

Παράλληλα, η Ευρωπαϊκή Ένωση έχει θεσπίσει νομικά δεσμευτικούς στόχους για τη μείωση της σπατάλης τροφίμων έως το 2030, προβλέποντας την εφαρμογή σχετικών πολιτικών και μέτρων από τα κράτη-μέλη και την ενίσχυση της συνεργασίας μεταξύ των εμπλεκόμενων φορέων.

• **ΙΣΠΑΝΙΑ**

ΣΧΕΔΟΝ 1 ΣΤΟΥΣ 2 ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΕΣ ΤΡΩΕΙ ΤΡΟΦΙΜΑ ΜΕΤΑ ΤΗΝ ΗΜΕΡΟΜΗΝΙΑ ΛΗΞΗΣ

Σχεδόν το 46% των καταναλωτών στην Ισπανία παραδέχεται ότι καταναλώνει τρόφιμα μετά την ημερομηνία λήξης, σύμφωνα με την τελευταία έρευνα της ΜΡΑΚ.

Παρά τους κινδύνους που μπορεί να συνδέονται με την πρακτική, το ποσοστό παρουσιάζει μικρή υποχώρηση και για πρώτη φορά διαμορφώνεται κάτω από το 50%, εξέλιξη που πιθανότατα συνδέεται με την αυξημένη ενημέρωση και τις εκστρατείες ευαισθητοποίησης για θέματα υγείας.

Η ΣΥΓΧΥΣΗ ΓΙΑ ΤΙΣ ΗΜΕΡΟΜΗΝΙΕΣ

Η έρευνα καταγράφει σημαντική σύγχυση μεταξύ της “ημερομηνίας λήξης” και της “ανάλωσης κατά προτίμηση”. Η πρώτη αποτελεί το όριο για την ασφαλή κατανάλωση, ενώ η δεύτερη αφορά κυρίως τη βέλτιστη ποιότητα, τη γεύση και την υφή του προϊόντος. Το 65% των συμμετεχόντων θεωρεί τις ημερομηνίες στις συσκευασίες την πιο σημαντική πληροφορία για ένα προϊόν. Ωστόσο, μεταξύ όσων καταναλώνουν τρόφιμα μετά τη λήξη, το 35% θεωρεί ότι υπάρχει ένα μικρό χρονικό περιθώριο μετά την ημερομηνία, ενώ το 16% βασίζεται αποκλειστικά στη μυρωδιά, την εμφάνιση και τη γεύση για να αποφασίσει αν ένα τρόφιμο μπορεί να καταναλωθεί.

ΔΙΑΦΟΡΕΣ ΑΝΑ ΠΕΡΙΟΧΗ

Σημαντικές διαφοροποιήσεις καταγράφονται ανά περιοχή. Οι περιοχές Basque Country, La Rioja και Castilla-La Mancha εμφανίζουν τα χαμηλότερα ποσοστά κατανάλωσης τροφίμων μετά τη λήξη, ενώ σε Catalonia,

Navarre και Ceuta οι καταναλωτές είναι περισσότερο διατεθειμένοι να καταναλώσουν προϊόντα λίγες ημέρες μετά την αναγραφόμενη ημερομηνία.

Στις Castilla y León, Extremadura και Canary Islands, οι καταναλωτές βασίζονται περισσότερο σε αισθητηριακούς ελέγχους, όπως η εμφάνιση, η μυρωδιά και η γεύση.

ΜΕΓΑΛΥΤΕΡΗ ΑΝΟΧΗ ΣΤΙΣ ΑΓΡΟΤΙΚΕΣ ΠΕΡΙΟΧΕΣ

Οι καταναλωτές στις αγροτικές περιοχές εμφανίζουν μεγαλύτερη ανοχή. Το 37% θεωρεί ότι μια μικρή καθυστέρηση μετά τη λήξη δεν δημιουργεί πρόβλημα, ενώ το 32% δηλώνει ότι δεν ανησυχεί για πιθανές τροφιμογενείς ασθένειες.

Παράλληλα, το 22% βασίζεται στην εμφάνιση του προϊόντος και το 9% δηλώνει ότι δεν γνωρίζει τι σημαίνει πραγματικά η ημερομηνία λήξης.

ΠΙΟ ΕΠΙΦΥΛΑΚΤΙΚΟΙ ΟΙ ΝΕΟΤΕΡΟΙ

Η ηλικία επηρεάζει επίσης τη στάση των καταναλωτών. Το 40% των μεγαλύτερων σε ηλικία δηλώνει ότι αισθάνεται άνετα να καταναλώσει τρόφιμα λίγες ημέρες μετά την ημερομηνία λήξης, ενώ οι νεότεροι εμφανίζονται πιο επιφυλακτικοί, με το 65% να εκφράζει φόβο για την κατανάλωση τέτοιων προϊόντων.

Η υψηλότερη μόρφωση, πάντως, δεν συνδέεται απαραίτητα με καλύτερη κατανόηση των ενδείξεων στις συσκευασίες, καθώς οι φοιτητές εμφάνισαν ένα από τα υψηλότερα επίπεδα ανοχής στην κατανάλωση τροφίμων μετά τη λήξη.



• NESPRESSO PROFESSIONAL ΝΕΑ ΕΠΟΧΙΑΚΗ ΠΟΙΚΙΛΙΑ PUMPKIN SPICE ΓΙΑ ΤΟ ΦΘΙΝΟΠΩΡΟ

Τη νέα εποχιακή ποικιλία Pumpkin Spice προσθέτει στο χαρτοφυλάκιό της η Nespresso Professional, ενόψει της φθινοπωρινής περιόδου. Η νέα πρόταση συνδυάζει τη γεύση της κολοκύθας με αρωματικές νότες κανέλας, γαρύφαλλου και κάρδαμου. Το Pumpkin Spice έχει σχεδιαστεί ώστε να καταναλώνεται τόσο με γάλα όσο και χωρίς, απευθυνόμενο σε επιχειρήσεις, γραφεία και χώρους φιλοξενίας που διαθέτουν επαγγελματικές λύσεις καφέ.

Η ΣΥΝΘΕΣΗ ΚΑΙ ΤΟ ΚΑΒΟΥΡΔΙΣΜΑ

Η νέα ποικιλία βασίζεται σε χαρμάνι κόκκων Arabica από τη Βραζιλία και την Κολομβία. Η επιλογή της βάσης έγινε με στόχο να συνδυάζεται με τα πρόσθετα αρώματα της σύνθεσης, διατηρώντας παράλληλα τα χαρακτηριστικά του καφέ.

Για την επεξεργασία των κόκκων εφαρμόζεται η τεχνική split roast. Οι καφέδες από κάθε χώρα προέλευσης διαχωρίζονται και καβουρδίζονται ξεχωριστά, σε ελαφρύ και σύντομο καβούρδισμα, ώστε να αναδεικνύεται η βάση του καφέ χωρίς να επισκιάζονται τα αρωματικά χαρακτηριστικά του Pumpkin Spice.

ΕΠΑΓΓΕΛΜΑΤΙΚΕΣ ΛΥΣΕΙΣ ΚΑΦΕ

Παράλληλα με τη νέα εποχιακή ποικιλία, η Nespresso Professional διαθέτει την επαγγελματική μηχανή καφέ Giorno Mini, διευρύνοντας τις επιλογές του επαγγελματικού της χαρτοφυλακίου.

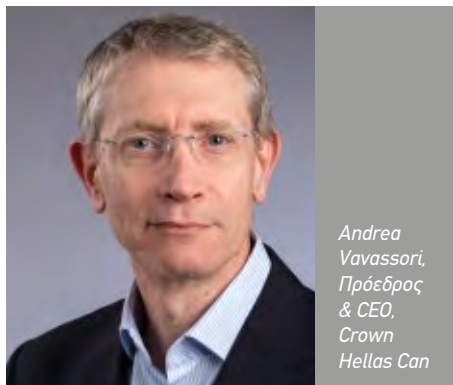
Οι λύσεις της σειράς απευθύνονται σε διαφορετικού μεγέθους επαγγελματικούς χώρους, από γραφεία έως ξενοδοχεία και σημεία με πολλαπλές ανάγκες σερβιρίσματος.



• CROWN HELLAS CAN

ΣΕ ΕΞΕΛΙΞΗ ΤΟ PROJECT PEGASUS ΤΩΝ €217 ΕΚΑΤ. - ΑΥΞΗΣΗ ΠΩΛΗΣΕΩΝ ΑΛΛΑ ΜΕΙΩΣΗ ΚΕΡΔΩΝ ΤΟ 2025

Η πρώτη φάση της μεγάλης επένδυσης της Crown Hellas Can, προϋπολογισμού €217 εκατ. αναμένεται να ολοκληρωθεί μέχρι το τέλος του έτους. Ειδικότερα, το πρώτο στάδιο του Project Pegasus - που στοχεύει στην πλήρη αναδιαμόρφωση και εκμοντερνισμό του υφιστάμενου εργοστασίου παραγωγής δοχείων μπίρας και αναψυκτικών στην Κόρινθο σε μία πλήρως καινούρια εγκατάσταση - περιλαμβάνει νέο κτίριο που θα στεγάσει γραμμή παραγωγής δοχείων ταχύτητας 2.800 δοχείων το λεπτό, αυξάνοντας την παραγωγική δυναμικότητα κατά 750 εκατομμύρια δοχεία, και αναμένεται να τεθεί σε λειτουργία φέτος. Κατά το δεύτερο στάδιο της επένδυσης θα εγκατασταθεί μονάδα παραγωγής άκρων ταχύτητας 12.000 άκρων το λεπτό, η οποία αναμένεται να αρχίσει την λειτουργία της τον Ιανουάριο του 2027.



Andrea Vavassori
Πρόεδρος
& CEO,
Crown
Hellas Can



απώλειες θα αναστραφούν με την νέα επένδυση που στόχο έχει να καλύψει την αυξημένη ζήτηση, ειδικά στην αγορά του Ισραήλ.

ΜΕΙΩΜΕΝΗ ΚΕΡΔΟΦΟΡΙΑ

Το μικτό αποτέλεσμα ενισχύθηκε κατά περίπου 9%, με το μικτό περιθώριο κέρδους να αυξάνεται σε 15,3% έναντι 14,4% το 2024. Στον τομέα των εξόδων, τα έξοδα Διοίκησης παρουσίασαν μικρή μείωση 4,4%, ενώ τα έξοδα Διάθεσης κατέγραψαν αύξηση της τάξης του 48,6%, η οποία αποδίδεται σχεδόν εξ ολοκλήρου στα αυξημένα έξοδα διοικητικής λειτουργίας του ομίλου. Τα EBITDA μειώθηκαν κατά 11,6% ενώ στην τελική γραμμή του ισολογισμού τα προ φόρων κέρδη υποχώρησαν, όπως και τα καθαρά.

ΤΙ ΘΑ ΦΕΡΕΙ ΤΟ PROJECT PEGASUS

Το στρατηγικό σχέδιο της Crown για την Ελλάδα έχει σχεδιαστεί ώστε να αναπτυχθεί η μονάδα της Κορίνθου σε μια εντελώς νέα μονάδα που θα αποτελείται από δυο υψηλής ταχύτητας γραμμές παραγωγής δοχείων, μία μονάδα παραγωγής άκρων και μία αποθήκη.

Με αυτό το σχέδιο θα επιλυθεί πρωτίστως η έλλειψη όγκου παραγωγής στην Ελλάδα (οι τρέχουσες πωλήσεις είναι πάνω από 1,3 δισ. δοχεία, οι μελλοντικές πάνω από 2 δισ. δοχεία, ενώ η τρέχουσα παραγωγική ικανότητα είναι κάτω από 1 δισ. δοχεία), αλλά και να αντιμετωπιστούν τα ζητήματα κόστους που προκαλούνται από τις γραμμές χαμηλής ταχύτητας, το υψηλό εισερχόμενο πάχος μετάλλου, την κακή διαρρύθμιση του χώρου και την έλλειψη αποθηκευτικού χώρου.

Παράλληλα, με την εγκατάσταση της γραμμής παραγωγής άκρων θα δημιουργηθούν 60 νέες θέσεις εργασίας, η παραγωγή θα αντικαταστήσει πλήρως τις εισαγωγές καλύπτοντας την εγ-

χώρια ζήτηση καθώς επίσης θα συμβάλει σημαντικά στην αύξηση των εξαγωγών. Επιπλέον θα αντικαταστήσει τις υπάρχουσες πωλήσεις εκτός Ελλάδας αγοραζόμενων άκρων με πωλήσεις παραγόμενων άκρων.

ΑΝΑΠΤΥΞΗ 2,8%

Αναφορικά με την πορεία των μεγεθών της εταιρείας, ο κύκλος εργασιών αυξήθηκε κατά 2,8%. Η ζήτηση τόσο στην εγχώρια όσο και στην αγορά του εξωτερικού παρουσίασε μικρή μείωση η οποία αντισταθμίστηκε από τις αυξημένες τιμές πώλησης προερχόμενες από την αύξηση της τιμής του μετάλλου. Αξίζει να αναφερθεί ότι οι αυξήσεις ή οι μειώσεις των τιμών πώλησης των δοχείων μπίρας & αναψυκτικών, που οφείλονται στην σύνδεσή τους με τις διακυμάνσεις των χρηματιστηριακών τιμών του αλουμινίου, δεν επιδρούν στην κερδοφορία της εταιρείας γιατί αντίστοιχα αυξομειώνονται και οι τιμές αγορών της Α' ύλης. Οι συνολικές πωλήσεις δοχείων μπίρας & αναψυκτικών σε μονάδες προϊόντων παρουσίασαν μικρή μείωση της τάξης του 1,92%. Η αγορά του εσωτερικού παρέμεινε χωρίς σημαντικές μεταβολές, ενώ η αγορά του εξωτερικού εμφάνισε μια μικρή μείωση που οφειλόταν κυρίως σε εξάντληση της παραγωγικής δυναμικότητας της εταιρείας. Αυτές οι

DATA (σε € χιλ.)

Κύκλος εργασιών	Αποτέλεσμα
2025: 132.991	προ φόρων
2024: 129.341	2025: 8.534
2023: 133.734	2024: 9.894
Μικτό Αποτέλεσμα	2023: (1.170)
2025: 20.341	Αποτέλεσμα μετά από
2024: 18.675	φόρους
2023: 15.054	2025: 6.460
	2024: 7.576
	2023: (980)

Μάκης Αποστόλου
makis@notice.gr

BNB
DAILY

BUSINESS IN BRIEF

ΚΑΘΕ ΠΡΩΙ
ΣΤΟ EMAIL ΣΑΣ!

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

ΜΑΖΙ ΜΕ ΤΟ BNB DAILY:

BnBeauty

Γίνε
συνδρομητής
εδώ



• **DANONE**

ΣΕ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΑ ΤΟ ΝΕΟ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ ΓΙΑ ΤΗΝ ΥΠΟΣΤΗΡΙΞΗ ΤΩΝ ΕΡΓΑΖΟΜΕΝΩΝ ΚΑΙ ΤΩΝ ΟΙΚΟΓΕΝΕΙΩΝ ΤΟΥΣ

Νέο Πρόγραμμα Υποστήριξης Εργαζομένων (Employee Assistance Program – EAP), το ComPsych – BeWell_Connect, θέτει σε εφαρμογή η Danone, παρέχοντας δωρεάν και εμπιστευτική πρόσβαση σε υπηρεσίες ψυχολογικής, οικονομικής και νομικής υποστήριξης για τους εργαζομένους και τις οικογένειές τους.

Το BeWell_Connect εντάσσεται στο παγκόσμιο πρόγραμμα wellbeing της Danone Be Well, το οποίο βασίζεται σε τρεις πυλώνες: τη Διατροφή, την Ψυχική Ευεξία και τη Σωματική Υγεία.

24ΩΡΗ ΠΡΟΣΒΑΣΗ ΣΕ ΥΠΗΡΕΣΙΕΣ ΥΠΟΣΤΗΡΙΞΗΣ

Μέσω του προγράμματος, οι εργαζόμενοι και τα μέλη των οικογενειών τους έχουν πρόσβαση σε υπηρεσίες υποστήριξης όλο το 24ωρο, επτά ημέρες την εβδομάδα. Το πρόγραμμα καλύπτει διαφορετικές ανάγκες της προσωπικής και επαγγελματικής ζωής, μεταξύ άλλων μέσω ψυχολογικής υποστήριξης και συμβουλευτικής, wellbeing coaching



Κατερίνα Χριστάκη, HR Manager, Danone

και καθοδήγησης για θέματα υγιεινού τρόπου ζωής και προσωπικής ανάπτυξης. Παράλληλα, παρέχεται νομική και οικονομική καθοδήγηση, καθώς και πρακτική υποστήριξη για ζητήματα της καθημερινότητας, όπως η αναζήτηση υπηρεσιών φροντίδας παιδιών ή ηλικιωμένων.

Στο πλαίσιο της υπηρεσίας, οι εργαζόμενοι έχουν επίσης πρόσβαση σε εξειδικευμένους επαγγελματίες ψυχικής υγείας, με δυνατότητα έως έξι συνεδριών ανά άτομο, ανά θέμα και ανά έτος.

Το BeWell_Connect περιλαμβάνει, επιπλέον, ψηφιακά εργαλεία και εκπαιδευτικό υλικό, με στόχο την παροχή συνεχούς υποστήριξης και την ενίσχυση της αυτοφροντίδας.

ΣΤΟΧΟΣ

Η Κατερίνα Χριστάκη, HR Manager της Danone, δήλωσε σχετικά: “Με το ComPsych – BeWell_Connect ενισχύουμε ακόμη περισσότερο αυτή τη δέσμευση, προσφέροντας στους εργαζομένους μας και τις οικογένειές τους άμεση, δωρεάν και εμπιστευτική πρόσβαση σε ένα ευρύ φάσμα υπηρεσιών υποστήριξης. Στόχος μας είναι οι άνθρωποί μας να έχουν τα κατάλληλα εργαλεία και την υποστήριξη που χρειάζονται, ώστε να φροντίζουν την ψυχική και σωματική τους ευεξία και να διατηρούν μεγαλύτερη ισορροπία στην προσωπική και επαγγελματική τους ζωή.”

• **FONTERRA**

ΚΑΜΠΑΝΑΚΙ ΓΙΑ ΤΟ ΕΙ ΝΙΝΟ – ΚΙΝΔΥΝΟΣ ΓΙΑ ΤΗΝ ΠΑΡΑΓΩΓΗ ΓΑΛΑΚΤΟΣ

Προειδοποίηση για τον αντίκτυπο του ΕΙ Νιño στην παραγωγή γάλακτος προς το τέλος της οικονομικής χρήσης 2026/27 απηύθυνε η Fonterra, καθώς το καιρικό φαινόμενο αυξάνει τον κίνδυνο ακραίων καιρικών συνθηκών και επηρεάζει την παγκόσμια αγροτική παραγωγή.

Το ΕΙ Νιño, που χαρακτηρίζεται από αύξηση της θερμοκρασίας των θαλάσσιων υδάτων στον ανατολικό Ειρηνικό, αναμένεται να ενισχυθεί περαιτέρω έως το 2027. Σύμφωνα με τον World Meteorological Organization, ενδέχεται να εξελιχθεί στο ισχυρότερο που έχει καταγραφεί, αυξάνοντας τον κίνδυνο ακραίων φαινομένων, όπως ξηρασίες και τυφώνες.

ΟΙ ΠΡΟΒΛΕΨΕΙΣ ΓΙΑ ΤΗ ΧΡΗΣΗ 2026/2027

Λαμβάνοντας υπόψη τους κινδύνους από το ΕΙ Νιño, η Fonterra προβλέπει υποκείμενα κέρδη ανά μετοχή για την οικονομική χρήση 2026/2027 μεταξύ 65 και 85 σεντς Νέας Ζηλανδίας, έναντι 71 σεντς στην οικονομική



χρήση 2025/2026.

Όπως δήλωσε ο Jeremy Sullivan, investment adviser στην Craigs Investment Partners, μια σημαντική μείωση της παραγωγής γάλακτος θα επηρέαζε την ποσότητα των προϊόντων που είναι διαθέσιμα για επεξεργασία και πώληση. Ο ίδιος χαρακτήρισε το ΕΙ Νιño σημαντικό καθοδικό κίνδυνο για τις προοπτικές της Fonterra την τρέχουσα χρήση.

ΔΙΠΛΑΣΙΑΣΤΗΚΑΝ ΤΑ ΚΕΡΔΗ ΣΤΗ ΧΡΗΣΗ 2025/2026

Η Fonterra ολοκλήρωσε, την οικονομική χρήση 2025/2026 με ισχυρή επίδοση. Τα κέρ-



Richard Allen, CEO, Fonterra

δη μετά φόρων υπερδιπλασιάστηκαν, φτάνοντας τα NZ\$2,61 δισ., έναντι των προηγούμενων επιπέδων.

Η επίδοση ενισχύθηκε από τα κέρδη από την πώληση του Mainland Group στη γαλλική Lactalis, καθώς και από την ισχυρή ζήτηση για προϊόντα πλούσια σε πρωτεΐνη της δραστηριότητας Ingredients.

Παράλληλα, ανακοίνωσε επένδυση NZ\$1 δισ. μέσα στα επόμενα τρία χρόνια για την επέκταση του δικτύου παραγωγής πρωτεϊνών στο South Island της Νέας Ζηλανδίας. Η επένδυση πραγματοποιείται καθώς αυξάνεται η παγκόσμια ζήτηση για πρωτεΐνες, με τις καταναλωτικές προτιμήσεις να μετατοπίζονται προς τρόφιμα που θεωρούνται πιο υγιεινά και πλούσια σε θρεπτικά συστατικά.

• **VAMOS KIOSK**

ΕΡΧΟΝΤΑΙ ΕΞΙ ΝΕΑ ΣΗΜΕΙΑ ΣΤΗΝ ΑΤΤΙΚΗ - Η ΝΕΑ ΦΑΣΗ ΕΞΕΛΙΞΗΣ ΤΟΥ CONCEPT ΜΕ ΤΑ CONTAINERS

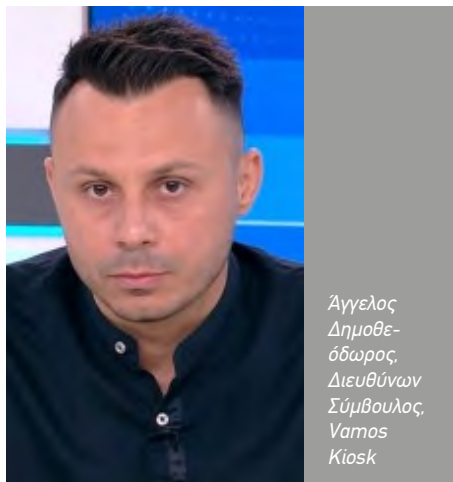
Στην ανάπτυξη έξι νέων καταστημάτων προχωρά η Vamos Kiosk, ενισχύοντας το δίκτυό της από δύο σε οκτώ σημεία και επιταχύνοντας την επέκταση του format που έχει αναπτύξει στην αγορά convenience. Όπως αναφέρει ο Διευθύνων Σύμβουλος της εταιρείας, Άγγελος Δημοθεόδωρος, πρόκειται για mini markets που δημιουργούνται με containers σε οικοπέδα τα οποία μισθώνει ή αποκτά η εταιρεία, αναλαμβάνοντας από την αρχή τόσο την επιλογή του ακινήτου όσο και τη διαμόρφωσή του.

Από τα έξι νέα σημεία, δύο προγραμματίζονται στο Χαλάνδρι, ενώ στο πλάνο περιλαμβάνονται επίσης Πειραιάς και Γλυφάδα, κοντά στο Ελληνικό. Παράλληλα, προβλέπεται ακόμη ένα κατάστημα στην περιοχή όπου ήδη διαθέτει παρουσία, ενώ για το έκτο σημείο βρίσκεται σε εξέλιξη η διαδικασία ολοκλήρωσης της συμφωνίας.

Η νέα φάση ανάπτυξης συνοδεύεται και από εξέλιξη του ίδιου του format. Η Vamos Kiosk ξεκίνησε το 2024 με μικρότερα καταστήματα, με το πρώτο να αναπτύσσεται σε περίπου 29-30 τ.μ. και το δεύτερο να φτάνει τα 75 τ.μ. Στα νέα σημεία, ωστόσο, η επιφάνεια αυξάνεται σημαντικά. Το υπό κατασκευή κατάστημα στο Χαλάνδρι θα φτάνει περίπου τα 108-110 τ.μ., αποτελώντας το μεγαλύτερο μέχρι σήμερα σημείο.

ΜΕΓΑΛΥΤΕΡΑ ΚΑΤΑΣΤΗΜΑΤΑ ΚΑΙ ΚΑΦΕ

Για τη δημιουργία των μεγαλύτερων σημείων σχεδιάζεται η συνένωση τεσσάρων containers σε έναν ενιαίο χώρο, με το format να διευρύνεται και προς το κομμάτι του καφέ. Η εξέλιξη αυτή φέρνει σταδιακά τα νέα καταστήματα πιο κοντά σε ένα ολοκληρωμένο convenience concept, διατηρώντας ωστόσο



Άγγελος
Διευθύνων
Σύμβουλος,
Vamos
Kiosk

ως βασικό χαρακτηριστικό την κατασκευή τους με containers.

Παράλληλα ανανεώνεται η εικόνα του δικτύου. Στα νέα καταστήματα εφαρμόζεται διαφορετικός αρχιτεκτονικός σχεδιασμός, με αλλαγές στο logo και στα χρώματα, καθώς και μεγαλύτερα ανοίγματα που ενισχύουν την ορατότητα προς το εσωτερικό. Για τη νέα ταυτότητα έχουν επιστρατευθεί αρχιτέκτονες και designers, ενώ το πρώτο σημείο με τη νέα εικόνα βρίσκεται ήδη σε φάση ανάπτυξης.

Η επέκταση έρχεται σε συνέχεια της πορείας των δύο πρώτων καταστημάτων, τα οποία εκτιμάται ότι θα κλείσουν με συνολικό τζίρο της τάξης των €2,5-€3 εκατ. Πρόκειται για πωλήσεις περίπου €1,3-€1,5 εκατ. ανά κατάστημα, με το προϊόντικό μείγμα να κινείται στη λογική του mini market και του convenience retail.

ΣΤΑ €320 ΧΙΛ. Η ΕΠΕΝΔΥΣΗ

Η ανάπτυξη κάθε σημείου απαιτεί επένδυση που, με βάση τα καταστήματα που έχουν δημιουργηθεί μέχρι σήμερα, κινείται περί-

που στις €320 χιλ. Το ύψος της διαφοροποιείται ανάλογα με την επιφάνεια αλλά και τις ιδιαιτερότητες του οικοπέδου, καθώς η εταιρεία αναλαμβάνει συνολικά τις εργασίες που απαιτούνται πριν από την τοποθέτηση και τη διαμόρφωση των containers. Σε ορισμένα ακίνητα απαιτούνται χωματουργικές εργασίες, κατεδαφίσεις ή άλλες παρεμβάσεις, γεγονός που επηρεάζει το τελικό επενδυτικό κόστος.

Κομβικό ρόλο στην ανάπτυξη του δικτύου έχει η επιλογή των ακινήτων. Η εταιρεία αναζητά η ίδια τα σημεία στα οποία θα αναπτυχθούν τα καταστήματα, δίνοντας έμφαση τόσο στην εμπορικότητα της θέσης όσο και στη δυνατότητα δημιουργίας χώρων στάθμευσης. Η συγκεκριμένη παράμετρος αποτελεί βασικό κριτήριο πριν από την υλοποίηση κάθε νέας επένδυσης.

ΠΡΩΤΑ ΤΑ ΕΤΑΙΡΙΚΑ ΣΗΜΕΙΑ, ΜΕΤΑ ΤΟ FRANCHISE

Σε αυτή τη φάση η ανάπτυξη παραμένει αποκλειστικά εταιρική. Στόχος είναι να δημιουργηθεί πρώτα μια βάση καταστημάτων και στη συνέχεια να ενεργοποιηθεί το franchise, για το οποίο, σύμφωνα με την εταιρεία, έχει ήδη εκδηλωθεί ενδιαφέρον, μεταξύ άλλων και από νησιωτικές αγορές.

Σε μεγαλύτερο ορίζοντα, το πλάνο προβλέπει την ανάπτυξη περίπου 12-14 εταιρικών σημείων έως το 2030. Αφού διαμορφωθεί αυτός ο βασικός κορμός του δικτύου, θα αξιολογηθεί η περαιτέρω επέκταση μέσω franchise, με την εταιρεία να επιδιώκει πάντως να διατηρήσει τον έλεγχο της επιλογής των ακινήτων και στο επόμενο στάδιο ανάπτυξης.

Στέλλα Αυγουστάκη
stella@notice.gr



• **TESCO**

LIDL ΚΑΙ AHOLD DELHAIZE ΜΕΤΑΞΥ ΤΩΝ ΜΝΗΣΤΗΡΩΝ ΓΙΑ ΤΙΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΕΣ ΣΤΗΝ ΚΕΝΤΡΙΚΗ ΕΥΡΩΠΗ

Η Schwarz Group, ιδιοκτήτρια της Lidl, συγκαταλέγεται μεταξύ των πιθανών διεκδικητών των δραστηριοτήτων της Tesco στην Κεντρική Ευρώπη, καθώς η μεγαλύτερη αλυσίδα super market της Βρετανίας εξετάζει την περαιτέρω αποχώρησή της από αγορές του εξωτερικού, σύμφωνα με δημοσίευμα των Financial Times.

Σύμφωνα με το δημοσίευμα, ενδιαφέρον για την ευρωπαϊκή δραστηριότητα της Tesco έχουν εκδηλώσει επίσης η Ahold Delhaize και η πολωνική εκπωτική αλυσίδα Biedronka.

Το προς πώληση χαρτοφυλάκιο περιλαμβάνει τις δραστηριότητες της Tesco σε Ουγγαρία, Τσεχική Δημοκρατία και Σλοβακία, με το δημοσίευμα να επικαλείται πηγές που γνωρίζουν την υπόθεση.

Η ΠΑΡΟΥΣΙΑ ΤΗΣ TESCO ΣΤΗΝ ΚΕΝΤΡΙΚΗ ΕΥΡΩΠΗ

Οι 561 μονάδες που διατηρεί η Tesco στην Κεντρική Ευρώπη θεωρούνται από αναλυτές μια εξαίρεση σε σχέση με τη στρατηγική της εταιρείας, η οποία τα τελευταία χρόνια



Ken
Murphy,
CEO,
Tesco



έχει δώσει μεγαλύτερη έμφαση στην εγχώρια αγορά της Βρετανίας.

Η Tesco διατηρεί την πρώτη θέση στην αγορά του βρετανικού grocery, σύμφωνα με την Worldpanel by Numerator, έχοντας παράλ-

ληλα πραγματοποιήσει σημαντικές επενδύσεις στην Κεντρική Ευρώπη.

Ωστόσο, το υποτονικό καταναλωτικό κλίμα, εν μέσω των επιπτώσεων από τη σύγκρουση στην Μέση Ανατολή, έχει ασκήσει πιέσεις στις πωλήσεις της Tesco στην Βρετανία. Η εταιρεία ανακοίνωσε βραδύτερη αύξηση των πωλήσεων κατά το α' τρίμηνο.

ΣΤΡΟΦΗ ΣΤΗΝ ΑΓΟΡΑ ΤΗΣ ΒΡΕΤΑΝΙΑΣ

Ήδη από τον Ιούλιο είχαν δημοσιευθεί πληροφορίες σύμφωνα με τις οποίες η Tesco εξετάζει την πώληση των δραστηριοτήτων της στην Κεντρική Ευρώπη.

Η βρετανική αλυσίδα έχει προχωρήσει από το 2015 σε πωλήσεις σχεδόν του συνόλου των περιουσιακών της στοιχείων στο εξωτερικό, στο πλαίσιο της στρατηγικής της για μεγαλύτερη εστίαση στη βασική αγορά της Βρετανίας.

Για τη διαδικασία πώλησης, η Tesco συνεργάζεται με τις Goldman Sachs και Citi ως χρηματοοικονομικούς συμβούλους, σύμφωνα με τους Financial Times.

• **LIDL ΕΛΛΑΣ**

11 ΒΡΑΒΕΙΑ ΣΤΑ HELLENIC RESPONSIBLE BUSINESS AWARDS 2026

Έντεκα βραβεία απέσπασε η Lidl Ελλάς στα Hellenic Responsible Business Awards 2026, μεταξύ των οποίων και η διάκριση CSR Corporate Brand of the Year, για πρωτοβουλίες στους τομείς της βιωσιμότητας, του περιβάλλοντος, της εκπαίδευσης και της κοινωνικής υπευθυνότητας.

Η φετινή διοργάνωση αποτέλεσε την 11η συνεχόμενη παρουσία της εταιρείας στον θεσμό. Συνολικά, η Lidl Ελλάς απέσπασε τέσσερα Gold, τρία Silver και τρία Bronze βραβεία, πέρα από τη διάκριση του CSR Corporate Brand of the Year.

ΤΑ ΒΡΑΒΕΙΑ

- Gold βραβείο στην κατηγορία "Μεγάλη Επιχείρηση": Για τη συνολική προσφορά και τη θετική επίδραση στην ελληνική οικονομία, την απασχόληση και την κοινωνία
- Gold βραβείο στην κατηγορία "Ενέργειες για το Περιβάλλον": Για το

πρόγραμμα "Ο σεβασμός στο φαγητό είναι η δύναμή μας. Μαζί ενάντια στη σπατάλη τροφίμων." με στόχο τη δραστηκή μείωση της σπατάλης τροφίμων

- Gold βραβείο στην κατηγορία "Αριστεία στην Εκπαίδευση": Για το πρόγραμμα υποτροφιών σε χαρισματικά παιδιά σε συνεργασία με το CTY Greece του Κολλεγίου Ανατόλια.
- Gold βραβείο στην κατηγορία "Λιανική, Supermarkets, E-commerce": Για την πρωτοβουλία "Plastic Free Greece" με στόχο τη μείωση των πλαστικών μίας χρήσης
- 3 Silver βραβεία: Στις κατηγορίες "Στρατηγική ESG" για τη μείωση σπατάλης τροφίμων, "Απολογισμός Βιώσιμης Ανάπτυξης" και "Ομάδα CSR" για την εσωτερική ομάδα πρεσβευτών βιωσιμότητας
- 3 Bronze βραβεία: Στις κατηγορίες



CSR Corporate Brand of the Year
& 10 σημαντικές διακρίσεις για
τη Lidl Ελλάς στα Hellenic
Responsible Business Awards 2026



Από αριστερά: Στέφανος Ράμμος, Junior Consultant of Corporate Responsibility & Sustainability - Μαρία Ρουκούδη, Head of Corporate Responsibility & Sustainability - Στέλλα Τασισίδου Senior Administrator of Corporate Responsibility & Sustainability, Lidl Ελλάς

"Ενέργειες για το Περιβάλλον" για τη μείωση του αποτυπώματος άνθρακα, "Συνεργασία Επιχείρησης & Τοπικής Κοινότητας/Κράτους" σε συνεργασία με τον Δήμο Θεσσαλονίκης για το πρώτο Δημοτικό Κτηνιατρείο και "Συνεργασία Επιχείρησης & ΜΚΟ" σε συνεργασία με την Οργάνωση "Οδύσσεια" για την προσφορά γευμάτων

• **ELMAR CRETE**

ΕΠΕΝΔΥΣΗ €3 ΕΚΑΤ. ΓΙΑ ΝΕΑ ΜΟΝΑΔΑ ΠΑΡΑΓΩΓΗΣ - ΣΤΑΘΕΡΟΙ ΟΓΚΟΙ ΑΛΛΑ ΠΕΣΜΕΝΟΣ ΤΖΙΡΟΣ ΣΤΟ ΟΚΤΑΜΗΝΟ

Μικρό καλάθι ενόψει της νέας εμπορική σεζόν στο ελαιόλαδο κρατάει η διοίκηση της Elmar Crete καθώς παρά την αποκλιμάκωση των τιμών από τα υψηλά της διετίας 2023-2024, δεν διαφαίνεται κάποια αξιοσημείωτη ανάκαμψη στη ζήτηση.

"Η εκτίναξη των τιμών απομάκρυνε ένα μεγάλο μέρος του αγοραστικού κοινού τόσο στο εξωτερικό όσο και στο εσωτερικό, από το προϊόν και η διόρθωση που ακολούθησε βρίσκει τους καταναλωτές με πιεσμένα εισοδήματα και μειωμένη αγοραστική δύναμη", σημειώνει στο Fnb Daily ο Διευθύνων Σύμβουλος, Ηλίας Κοκολινάκης.

"Οι ποσότητες που πωλούνται κι εξάγονται έχουν μειωθεί αρκετά, η ζήτηση παραμένει υποτονική και δεν διακρίνουμε κάποια σημεία που θα μας έκαναν να ελπίζουμε ότι θα τονωθεί, τουλάχιστον στο επόμενο διάστημα", προσθέτει.

ΤΑ ΜΕΓΕΘΗ ΤΟΥ 2025

Η αμιγώς εξαγωγική Elmar Crete κατάφερε να κλείσει το 2025 με αυξημένο τζίρο κατά 5%, απόρροια κυρίως της ενδυνάμωσης και διεύρυνσης των υφιστάμενων συνεργασιών που οδήγησαν σε διψήφια αύξηση των πωλούμενων ποσοτήτων.

Στο φετινό οκτάμηνο ωστόσο οι όγκοι κινούνται στα περυσινά επίπεδα με τον κύκλο ερ-

γασίων να είναι μειωμένος 8%. Αξίζει να σημειωθεί ότι το 70% των πωλήσεων αφορούν στο ελαιόλαδο που είναι και το βασικό της προϊόν ενώ το υπόλοιπο 30% προέρχεται από τις επιτραπέζιες ελιές.

DATA (σε €χιλ.)

Κύκλος Εργασιών

2025: 4.928

2024: 4.696

2023: 4.257

EBIT

2025: 219

2024: 442

2023: 315

Κέρδη προ φόρων

2025: 218

2024: 441

2023: 314

Αυστραλία.

Αντίθετα δεν φαίνεται ιδιαίτερα αισιόδοξος για μεγάλες ασιατικές αγορές, όπως η Ινδία και η Κίνα καθώς οι περισσότερες προσπάθειες προώθησης του ελαιολάδου προσκρούουν στις διατροφικές συνήθειες και στην ιδιαίτερη κουζίνα των εκεί λαών που δεν ευνοούν ιδιαίτερα την ευρεία χρήση του.

ΑΓΟΡΑ ΟΙΚΟΠΕΔΟΥ

Παρά τη ραθυμία της αγοράς πάντως η εταιρεία διατηρεί τον στρατηγικό της σχεδιασμό που προβλέπει, μεταξύ άλλων, τη μετεγκατάσταση σε νέα, σύγχρονη μονάδα παραγωγής εκτός του Νομού Θεσσαλονίκης σε χώρο που, σύμφωνα με τον κ. Κοκολινάκη, θα συστεγαστεί και μια έτερη, συναφής με το τωρινό αντικείμενο δραστηριότητα.

Ήδη, όπως αποκαλύπτει στο Fnb Daily, το οικόπεδο έχει αγοραστεί και σύντομα το επενδυτικό σχέδιο το κόστος του οποίου ανέρχεται σε €3 εκατ. θα υποβληθεί προς ένταξη σε κάποιο από τα αναπτυξιακά προγράμματα που τρέχουν αυτό το διάστημα. Η επένδυση αναμένεται να ολοκληρωθεί το αργότερο εντός τριετίας.

Γιάννης Τσατσάκης

yannis@notice.gr

ΔΥΣΚΟΛΕΣ ΟΙ ΑΣΙΑΤΙΚΕΣ ΑΓΟΡΕΣ

Οι πλέον δυνατές αγορές της Elmar Crete εντοπίζονται στην Κεντρική Ευρώπη (κατά κύριο λόγο Γερμανία, Ολλανδία και Αυστρία) ωστόσο έχει παρουσία και σε τρίτες χώρες. Ενδιαφέρον, σύμφωνα με τον κ. Κοκολινάκη, παρουσιάζουν τρίτες χώρες με έντονο ελληνικό και μεσογειακό στοιχείο, όπως η



• ΚΡΙ ΚΡΙ

ΤΟ ΠΕΝΤΑΕΤΕΣ ΕΠΕΝΔΥΤΙΚΟ ΠΛΑΝΟ ΤΩΝ €127 ΕΚΑΤ. ΚΑΙ ΟΙ ΔΥΟ ΠΕΛΑΤΕΣ ΜΕ ΤΟ 26% ΤΟΥ ΤΖΙΡΟΥ

Στο μεγάλο μεσοπρόθεσμο επενδυτικό πλάνο, το οποίο στοχεύει σε αύξηση της παραγωγικής δυναμικότητας ώστε να καταστεί δυνατή η πλήρης κάλυψη της αυξανόμενης ζήτησης, στάθηκε στο χθεσινό conference call της εταιρείας, ο Οικονομικός Διευθυντής της εισηγμένης, Κωνσταντίνος Σαρμαδάκης. Συγκεκριμένα, την πενταετία 2026-2030 έχουν σχεδιαστεί επενδύσεις €127 εκατ., με τα €28 εκατ. να έχουν προγραμματιστεί για φέτος, στοχεύοντας σε αύξηση της παραγωγικής δυναμικότητας γιαουρτιού κατά 20% σε σχέση με το 2025. Στο τέλος του 2030, εφόσον υλοποιηθεί το σύνολο των επενδύσεων, η παραγωγική δυναμικότητα θα είναι σχεδόν τριπλάσια σε σχέση με τα περυσινά επίπεδα.

Σχεδιαζόμενες επενδύσεις (σε εκατ.)

- 2026: 28
- 2027: 26
- 2028: 23
- 2029: 25
- 2030: 25
- Σύνολο: 127

ΡΟΙ ΚΑΙ ΧΡΗΜΑΤΟΔΟΤΗΣΗ CAPEX

Ο κ. Σαρμαδάκης εκτιμά ότι οι φετινές επενδύσεις μπορεί να ανεβάσουν τις πωλήσεις της Κρι Κρι στα επίπεδα των €430-€440 εκατ., ενώ ο γενικότερος στόχος για το ROI των επενδύσεων τοποθετείται τουλάχιστον στο 25%.

Αναφορικά με τη χρηματοδότηση του capex, αυτή θα στηριχθεί σε μεγάλο βαθμό στις υψηλές λειτουργικές ταμειακές ροές της εταιρείας και μόλις 22%-30% σε δανεισμό.

ΜΟΧΛΟΙ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ ΗΝ. ΒΑΣΙΛΕΙΟ ΚΑΙ ΙΤΑΛΙΑ

Υπογράμμισε την ισχυρή ζήτηση για το ελληνικό γιαούρτι σε ανεπτυγμένες ευρωπαϊκές χώρες κυρίως σε Ηνωμένο Βασίλειο και Ιταλία οι οποίες αποτελούν βασικές αγορές για την ελληνική γαλακτοβιομηχανία.

Σημειώνεται ότι οι πωλήσεις προς το Ηνωμένο Βασίλειο αποτελούν το 50,3% των συνολικών πωλήσεων στο εξωτερικό (από 43,3% το 2025), ενώ οι πωλήσεις προς την Ιταλία αποτελούν το 26,2%, από 28,1% πέρυσι.

ΠΩΛΗΣΕΙΣ €53 ΕΚΑΤ. ΣΕ ΔΥΟ ΜΕΓΑΛΟΥΣ ΠΕΛΑΤΕΣ

Γενικά, οι πωλήσεις της Κρι Κρι είναι κατανεμημένες σε μεγάλο αριθμό πελατών, με συνέπεια να μην υφίστανται ουσιαστικοί



Κωνσταντίνος
Σαρμαδάκης,
Οικονομικός Διευ-
θυντής, Κρι Κρι

κίνδυνοι εξάρτησης. Εξάιρεση, για το α' εξάμηνο του 2026, αποτελούν δύο πελάτες του εξωτερικού, οι πωλήσεις στους οποίους ξεπερνούν το 10% των συνολικών πωλήσεων. Οι συνολικές πωλήσεις σε αυτούς τους πελάτες ανέρχονται σε €53 εκατ. περίπου και αφορούν και τους δύο τομείς δραστηριότητας της εταιρείας (Γαλακτοκομικά και Παγωτό). Σύμφωνα με τον κ. Σαρμαδάκη, ο ένας είναι εισαγωγέας και διανομέας των προϊόντων της ελληνικής εταιρείας στην ιταλική αγορά και ο δεύτερος μεγάλος retailer στο Ηνωμένο Βασίλειο. Εκτίμησε ότι πρόκειται για πελάτες οι οποίοι δεν δημιουργούν ρίσκο.

ΕΡΧΟΝΤΑΙ ΑΝΑΤΙΜΗΣΕΙΣ ΣΤΑ ΓΙΑΟΥΡΤΙΑ

Σχετικά με τις πιέσεις που δέχεται η εταιρεία από τις αυξήσεις στις τιμές των πρώτων υλών και της συσκευασίας – που αποτελούν περίπου το 80% του συνολικού κόστους παραγωγής της – ο κ. Σαρμαδάκης σημείωσε ότι "προετοιμαζόμαστε για αυξήσεις σε όλες

τις κατηγορίες γιαουρτιού πιθανόν από τον ερχόμενο Δεκέμβριο ή τις αρχές του 2027". Σημείωσε ότι οι αρχικές προβλέψεις για επιπλέον κόστος της τάξης των €5,5 εκατ. έχουν επιβαρυνθεί με ακόμη €2-€3 εκατ. περίπου. Αυτός είναι και ο λόγος για τον οποίο η διοίκηση θεωρεί πιθανό τα λειτουργικά κέρδη προ τόκων και φόρων (EBIT) για το σύνολο της χρήσης να διαμορφωθούν ελαφρώς χαμηλότερα από τον αρχικό στόχο των €60 εκατ., στην περιοχή των €57-€58 εκατ.

ΟΙ ΤΟΜΕΙΣ-ΣΤΟΧΟΙ ΓΙΑ ΝΕΑ ΕΣΟΔΑ

Τέλος ο κ. Σαρμαδάκης ανέφερε ότι αναζητούνται ευκαιρίες για ροές εσόδων σε δευτερεύοντες τομείς όπως είναι:

- η εσωτερική αγορά γιαουρτιού
- το PL
- το frozen yogurt στις διεθνείς αγορές

Μάκης Αποστόλου
makis@notice.gr

• MCDONALD'S ΕΣΟΔΑ \$1 ΔΙΣ. ΑΠΟ ΔΙΑΦΗΜΙΣΗ ΜΕ ΔΙΚΟ ΤΗΣ MEDIA NETWORK

Στη δημιουργία του δικού της media network, ακολουθώντας το παράδειγμα κολλοσσών του λιανεμπορίου όπως η Amazon και η Walmart, προχωρά η McDonald's, επιδιώκοντας να αποκτήσει μια νέα πηγή εσόδων υψηλού περιθωρίου.

Ήδη από τον Αύγουστο, περίπου 450 εταιρικά εστιατόρια της McDonald's στις ΗΠΑ συμμετέχουν σε πιλοτικό πρόγραμμα, προβάλλοντας διαφημίσεις τρίτων εταιρειών στις ψηφιακές οθόνες παραγγελιών των drive-thru. Το εγχείρημα βρίσκεται ακόμη σε αρχικό στάδιο και δεν έχει επεκταθεί στους franchisees, οι οποίοι διαχειρίζονται το μεγαλύτερο μέρος των περίπου 14.000 εστιατορίων της εταιρείας στις ΗΠΑ.

Παρά το πρώιμο στάδιο ανάπτυξης, η McDonald's εκτιμά ότι η νέα δραστηριότητα θα μπορούσε μακροπρόθεσμα να εξελιχθεί σε business με έσοδα έως και \$1 δισ.

ΣΤΟ ΕΠΙΚΕΝΤΡΟ ΤΑ COMMERCIAL MEDIA

Η πρωτοβουλία εντάσσεται στην ταχέως αναπτυσσόμενη αγορά των commerce media, δηλαδή της διαφήμισης που αξιοποιεί τα σημεία επαφής μιας εταιρείας με τους κατανα-



Chris
Kempczinski,
Πρόεδρος
και CEO,
McDonald's

λωτές για την προβολή άλλων brands.

Σύμφωνα με την Morgan Flatley, στέλεχος της McDonald's, η αγορά commerce media αναμένεται να ξεπεράσει τα \$100 δισ. στις ΗΠΑ έως το 2028.

Η εταιρεία εκτιμά ότι η δραστηριότητα αυτή μπορεί να δημιουργήσει πρόσθετα έσοδα με περιορισμένο κόστος και μικρή λειτουργική πολυπλοκότητα, χωρίς να επηρεάζεται η εμπειρία των πελατών.

ΝΕΑ ΠΗΓΗ ΕΣΟΔΩΝ ΥΨΗΛΟΥ ΠΕΡΙΘΩΡΙΟΥ

Η στρατηγική αποκτά ιδιαίτερη σημασία σε μια περίοδο αυξημένου κόστους πρώτων υλών, όπως το βοδινό κρέας, αλλά και μεγάλων επενδύσεων για την αναβάθμιση των εστιατορίων της McDonald's τα επόμε-

να χρόνια.

Ο Οικονομικός Διευθυντής της εταιρείας, Ian Borden, υποστήριξε ότι η McDonald's διαθέτει σημαντικά πλεονεκτήματα για την ανάπτυξη της νέας δραστηριότητας, χάρη στο ισχυρό brand και τη μεγάλη της παρουσία στην αγορά.

Σύμφωνα με τον ίδιο, περίπου 85% του πληθυσμού των ΗΠΑ επισκέπτεται τουλάχιστον μία φορά τον χρόνο κάποιο εστιατόριο της McDonald's, ενώ το δίκτυο των 14.000 καταστημάτων εξασφαλίζει άμεση επαφή με εκατομμύρια καταναλωτές.

Η Amazon ανακοίνωσε έσοδα \$68,6 δισ. από δι-αφημιστικές υπηρεσίες το 2025, ενώ η Walmart γνωστοποίησε ότι το διαφημιστικό της business στις ΗΠΑ κατέγραψε αύξηση πωλήσεων 43% στο β' οικονομικό τρίμηνο.

• Debrief •

ΜΙΑ ΕΥΚΑΙΡΙΑ ΣΤΟΝ ΠΑΡΑΔΕΙΣΟ ΝΑ ΠΑΕΙ...

... αλλά κάθε μέρα που περνάει το ενδεχόμενο αυτό όλο και απομακρύνεται. Η επικεφαλής του Διεθνούς Νομισματικού Ταμείου, Kristalina Georgieva, το δήλωσε ξεκάθαρα: τα σοκ στην παγκόσμια οικονομία "ανεβάζουν τα επίπεδα χρέους σαν σκάλα, όχι προς τον παράδεισο".

Το παγκόσμιο χρέος αυξήθηκε κατά \$10 τρισ. το α' εξάμηνο του έτους, φτάνοντας τα \$365 τρισ. Επαναλαμβάνουμε: +\$10 τρισ., μόνο σε ένα εξάμηνο.

Την ίδια στιγμή το κόστος εξυπηρέτησής του αυξάνεται. Χρέος πάνω στο χρέος δηλαδή.

Οι αποδόσεις μεσοπρόθεσμων και μακροπρόθεσμων κρατικών ομολόγων

που εκδίδονται από μια σειρά από τις μεγαλύτερες οικονομίες του κόσμου έχουν αναρριχηθεί στα υψηλότερα επίπεδα εδώ και περισσότερο από μια δεκαετία (ΗΠΑ, Ιαπωνία, Γαλλία, Ηνωμένο Βασίλειο κ.ά.).

Σύμφωνα με το Institute of International Finance οι προηγμένες οικονομίες πλήρωσαν πάνω από \$3,3 τρισ. σε τόκους σε διεθνώς διαπραγματεύσιμα κρατικά ομόλογα πέρυσι, περισσότερο από τις παγκόσμιες δαπάνες για την Τεχνητή Νοημοσύνη (\$2,6 τρισ.), την Άμυνα (\$3,1 τρισ.) ή την Καθαρή Ενέργεια (\$2,3 τρισ.).

Το αποτέλεσμα είναι ότι σύμφωνα με το IIF το χρέος έχει γίνει πολιτικό

ζήτημα, δημιουργώντας έναν φαύλο κύκλο μεταξύ εκλογών, βραχυπρόθεσμων γρήγορων λύσεων, και μακροπρόθεσμης αδυναμίας, προειδοποίησε το IIF.

Προς τα πού πάει, λοιπόν, η παγκόσμια οικονομία; Αυτό δεν το ξέρει κανένας (ή δεν τολμά να το πει). Αυτό που φαίνεται είναι πως και η παγκόσμια οικονομία βρίσκεται σε... κβαντική φάση, για να κλέψω κάτι από την έμπνευση του Ν. Νώτη στο σημερινό Editorial: και ανεβαίνουμε τη σκάλα, και δεν ξέρουμε τί θα αντικρύσουμε στην κορυφή.

Γιάννης Παλιούρης
giannis@notice.gr

• ΓΡΗΓΟΡΗΣ

GOLD ΒΡΑΒΕΙΟ ΓΙΑ ΤΗ ΣΥΝΕΡΓΑΣΙΑ ΤΗΣ ΜΕ ΤΗΝ SCHOOL SYNERGY SNACKS

Gold βραβείο στην κατηγορία "Συνεργασία B2B" των Hellenic Responsible Business Awards 2026 απέσπασε η συνεργασία της Γρηγόρης με την School Synergy Snacks. Η διάκριση αφορά τη δημιουργία της μπάρας δημητριακών "Γρηγόρης – School Synergy Snacks", η οποία λανσαρίστηκε το 2023. Το προϊόν συσκευάζεται από νέους με αναπηρία, στο πλαίσιο δράσεων που αποσκοπούν

στην ένταξή τους στην αγορά εργασίας και στην ανάπτυξη επαγγελματικών δεξιοτήτων. Η School Synergy Snacks είναι Κοινωνική Συνεταιριστική Επιχείρηση Ένταξης Ευάλωτων Κοινωνικών Ομάδων (Κοιν.Σ.Επ.), με αντικείμενο τη δημιουργία ευκαιριών απασχόλησης και επαγγελματικής ανάπτυξης για νέους με νοητική αναπηρία και άλλες αναπτυξιακές διαταραχές.



Σύμφωνα με την Γρηγόρης, η συνεργασία εντάσσεται στη διαχρονική προσέγγιση της εταιρείας σε θέματα συμπερίληψης και ίσων ευκαιριών, μέσω συνεργασιών με κοινωνικό προσανατολισμό.

Business Maker

ΤΟ ΝΕΟ ΧΑΡΤΙ ΤΗΣ CAFETEX ΚΑΙ ΤΟ RESTART ΣΤΗΝ ΑΓΓΛΙΑ

Μια αισθητά καλύτερη χρονιά, κυρίως στο μέτωπο της κερδοφορίας, διανύει η Cafetex (με τη μάρκα Coffeway), αφήνοντας πίσω δύο δύσκολες χρήσεις κατά τις οποίες επέλεξε να στηρίξει τους πελάτες της και να απορροφήσει μεγάλο μέρος των αυξήσεων στο κόστος. Καλά πληροφορημένες πηγές αναφέρουν ότι η εικόνα έχει πλέον αλλάξει, με τη βελτίωση του προϊόντικού μείγματος να αποδίδει και να ενισχύει τα περιθώρια της εταιρείας. Για το 2026, ο τζίρος αναμένεται να κινηθεί περίπου στα ίδια επίπεδα με πέρυσι. Η διαφορά ωστόσο βρίσκεται χαμηλότερα στην κατάσταση

του ισολογισμού αποτελεσμάτων, καθώς η κερδοφορία εμφανίζει αρκετά καλύτερη εικόνα. Ένα από τα βαριά χαρτιά της νέας... φάσης είναι η σειρά Brazita. Το brand επανήλθε δυναμικά με προϊόντα ελληνικού και στιγμιαίου καφέ και, σύμφωνα με τις ίδιες πηγές, το λανσάρισμα δημιουργεί βάσεις για είσοδο σε κατηγορίες στις οποίες μέχρι σήμερα η Cafetex δεν συμμετείχε με επώνυμα προϊόντα. Στόχος είναι να αξιοποιηθεί περισσότερο και το ίδιο το brand Coffeway. Ιδιαίτερο ενδιαφέρον παρουσιάζει η πορεία εκτός Ελλάδας. Στην Αγγλία αρχίζουν να φαίνονται τα

αποτελέσματα του restructuring, μετά την αλλαγή στρατηγικής και δικτύωσης, με την αγορά να κινείται πλέον πολύ καλύτερα. Παράλληλα, ο εξαγωγικός χάρτης έχει ανοίξει εντυπωσιακά. Από παρουσία σε 25 χώρες, η εταιρεία εξαγει πλέον σε 44, από την Ιαπωνία έως τη Χιλή και την Αφρική, με τη διαχείριση των εξαγωγών να γίνεται από την Ελλάδα. Οι πωλήσεις εκτός συνόρων αντιστοιχούν ήδη σε περισσότερο από 10% του τζίρου. Και πάνω σε αυτή τη βάση, όπως επισημαίνουν οι ίδιες πηγές, η Cafetex σκοπεύει τώρα να χτίσει την επόμενη ημέρα.

ΓΙΑ ΠΟΙΟ ΚΙΝΔΥΝΟ ΧΤΥΠΑ ΤΟ ΚΑΜΠΑΝΑΚΙ Ο ΛΟΥΛΗΣ

Μια διαφορετική πλευρά της κούρσας της Τεχνητής Νοημοσύνης έβαλε στη συζήτηση ο Νίκος Λούλης, Chairman της Loulis Food Ingredients. Με ανάρτησή του στο LinkedIn, στέκεται στις δημόσιες προειδοποιήσεις δύο εκ των κορυφαίων προσωπικοτήτων της παγκόσμιας κούρσας της AI για τους δυνητικούς κινδύνους που συνοδεύουν την ταχύτατη ανάπτυξή της. Το ενδιαφέρον στην παρέμβασή του βρίσκεται ακριβώς στην προέλευση αυτών των προειδοποιήσεων. Όπως γράφει, όταν δύο από τις ηγετικές φυσιογνωμίες της παγκόσμιας μάχης για την AI μιλούν ανοιχτά για τους πιθανούς

κινδύνους της, "θα πρέπει όλοι να δώσουμε προσοχή". Δεν αμφισβητεί τις δυνατότητες της νέας τεχνολογίας. Το αντίθετο. Δηλώνει ότι η AI έχει τη δυνατότητα να εξελιχθεί σε ένα από τα σπουδαιότερα εργαλεία που δημιούργησε ποτέ η ανθρωπότητα και τάσσεται ξεκάθαρα υπέρ της συνέχισης της ανάπτυξής της και των ευκαιριών που μπορεί να ανοίξει. Βάζει, ωστόσο, μία προϋπόθεση: η πρόοδος πρέπει να συνοδεύεται από ευθύνη. Η τοποθέτηση έχει ενδιαφέρον και για τον επιχειρηματικό κόσμο, σε μια περίοδο κατά την οποία η Τεχνητή Νοημοσύνη περνά με μεγάλη ταχύτητα από τη θεωρία στην

καθημερινή λειτουργία των εταιρειών. Ο Λούλης δεν μπαίνει στη συζήτηση για συγκεκριμένες εφαρμογές ούτε επιχειρεί να περιγράψει ποιοι ακριβώς είναι οι κίνδυνοι. Εστιάζει στη βασική αρχή που, κατά την άποψή του, πρέπει να συνοδεύει την εξέλιξη της τεχνολογίας. "Καθώς η AI γίνεται ισχυρότερη, πρέπει να διασφαλίσουμε ότι παραμένει ακριβώς αυτό: ένα εργαλείο που υπηρετεί την ανθρωπότητα και όχι ένα εργαλείο που τελικά λειτουργεί εναντίον των συμφερόντων μας", αναφέρει. Μια παρέμβαση χωρίς τεchnοφοβία, αλλά και χωρίς λευκή επιταγή στην τεχνολογική κούρσα.

Business Insight

ΤΙ ΕΙΔΑΝ ΟΙ ΞΕΝΟΙ ΕΠΕΝΔΥΤΕΣ ΣΤΗΝ... ΗΜΕΡΑ ΠΕΙΡΑΙΩΣ ΣΤΟ ΛΟΝΔΙΝΟ

Έχοντας στο χαρτοφυλάκιο τους τα ισχυρά οικονομικά μεγέθη εξαμήνου, τα δεδομένα της ελληνικής οικονομίας και κυρίως την αναβάθμιση της αγοράς σε αναπτυσσόμενη **οι επικεφαλής των συστημικών ομίλων έκαναν αισθητή την παρουσία τους στο τριήμερο συνέδριο BofA Financials Conference, στο Λονδίνο.**

Σύμφωνα με τραπεζικές πηγές **η υποδοχή ήταν κάτι παραπάνω από θετική**, με μεγαλύτερο το ενδιαφέρον από διαχειριστές που επενδύουν σε developed markets. Εύλογα το εγχώριο banking αποτελεί από τα κύρια θέματα συζητήσεων, καθώς είναι το σύστημα οικονομίας χώρας που επιστρέφει μετά από την πολυετή κρίση, η αγορά που μετά από 13ετή απουσία επανέρχεται στις αναπτυσσόμενες, με ιδιαίτερη δυναμική.

Τελευταία στον κύκλο παρουσιάσεων, χθες, η διοικητική ομάδα της Πειραιώς είχε προγραμματίσει τις συναντήσεις της για την Πέμπτη, ωστόσο βρισκόταν στο Λονδίνο αρκετά νωρίτερα όπου συνάντησε μεγάλο ενδιαφέρον από την διεθνή επενδυτική κοινότητα. Άλλωστε το Λονδίνο είναι σαν... εντός έδρας για τον Χρήστο Μεγάλο, καθώς δραστηριοποιήθηκε από το 2015 στην αγγλική πρωτεύουσα- τότε, με την The Capital Ltd και την Eilon Associates- στη συνέχεια μέσω του shipping των Greeks (Safe Bulklers)- ενώ η θητεία του ως Πρόεδρος των Ελλήνων Τραπεζιτών Μεγάλης Βρετανίας- ήταν κατά γενική εκτίμηση η πιο επιτυχής (σε εξαιρετικά δύσκολη περίοδο για την ελληνική οικονομία, το εγχώριο τραπεζικό σύστημα).

Εκ των προτέρων γνωστή η σπουδαιότητα του κορυφαίου συνεδρίου της BofA, λόγω της **συμμετοχής εκπροσώπων από πανίσχυρα επενδυτικά σίτια (BlackRock, Norges Bank, Schrodgers, Fidelity, Capital, e.t.c)** με αφορμή την επιστροφή των μετοχών ελληνικών τραπε-

ζών σε δείκτες Dow Jones Developed Markets Index, Dow Jones Europe Developed Markets Index, FTSE Developed και Euro Stoxx 600.

Κοινός τόπος για τις επιτελικές ομάδες και των τεσσάρων συστημικών ομίλων, πως το BFC του Λονδίνου θα αποτελούσε την πρώτη κρησάρα από τους κορυφαίους επενδυτές του πλανήτη μετά την **αναβάθμιση στις developed markets από τους FTSE/Russell, STOXX και την προοπτική ανάλογης αξιολόγησης από τον οίκο Moody's, Μάιο 2027.** Η συμμετοχή των τεσσάρων πραγματοποιήθηκε σε περίοδο που σύμφωνα με την UBS **σε περίπτωση εντονότερου στασιμοληθωρισμού οι επενδυτές θα στραφούν προς αγορές με μεγαλύτερη έκθεση σε κυμαινόμενα επιτόκια.** Με βάση αυτή την συλλογιστική **η Ελλάδα αποτελεί την προτιμώμενη αγορά του ελβετικού οίκου**, με τις Ιταλία, Ιρλανδία, Ισπανία και Πορτογαλία να ακολουθούν. Οι αναλυτές της UBS συγκαταλέγουν την Πειραιώς στις κύριες επιλογές τους (μαζί με Bawag, BCP, Raiffeisen, Santander και Standard Chartered, ABN Amro).

Το μοντέλο ανάπτυξης του ομίλου, μετά την απόκτηση της Εθνικής Ασφαλιστικής, η επέκταση στο Asset Management, οι ψηφιακές υπηρεσίες (snappi), οι τομείς τεχνολογίας-άμυνας, όπως και η πολιτική διανομών ήταν από τα θέματα ενδιαφέροντος των ξένων.

Στόχος του Χρήστου Μεγάλου η στήριξη και η επιστροφή/διανομή κεφαλαίων στους μετόχους (περί τα €5 δισ. έως το 2030), ο διπλασιασμός του μερίσματος (από το €0,40 ευρώ/μτχ του 2025 σε €0,80), η επίτευξη απόδοσης ενσώματων ιδίων κεφαλαίων στο 18% έως το τέλος της περιόδου.

Μοχλοί ανάπτυξη για την περίοδο 2026-2030 η πιστωτική επέκταση και τα νέα δάνεια, η παραγωγή εσόδων από διαφοροποιημένες πη-

γές (bancassurance) με επίκεντρο την Εθνική Ασφαλιστική και το asset management (στόχος τα υπό διαχείριση κεφάλαια να αυξάνονται κατά 20 δισ. ευρώ μέχρι το 2030). **Το νέο business plan προβλέπει ισχυρή πιστωτική επέκταση, με το χαρτοφυλάκιο δανείων να αυξάνεται κατά σχεδόν €20 δισ. έως το 2030 και να αγγίζει τα €56 δισ., από €37 δισ. που ήταν το 2025.** Η αύξηση αυτή θα προέλθει από την επέκταση των χορηγήσεων προς επιχειρήσεις αλλά και νοικοκυριά, με όχημα τα στεγαστικά δάνεια που πέρυσι επέστρεψαν σε θετικό έδαφος για πρώτη φορά από την εποχή της οικονομικής κρίσης. Σημειωτέον πως ο δείκτης μη εξυπηρετούμενων δανείων έχει περιοριστεί στο 2% και αναμένεται να υποχωρήσει στο 1,5% έως το 2030, ευθυγραμμισμένο με τον ευρωπαϊκό μέσο όρο.

Από τις επαφές δεν έλειψε και η... **Οδύσσεια-ο λόγος για την πρώτη ολοκληρωμένη πλατφόρμα Τεχνητής Νοημοσύνης για στεγαστικά δάνεια (σε τεχνολογική συνεργασία με την Qualco)** που θα καθοδηγεί και θα εξυπηρετεί τους πελάτες από την αίτηση έως την έγκριση και την εκταμίευση.

Πλατφόρμα "Odyssey" που στοχεύει στον **περιορισμό του χρόνου που απαιτείται για την εκταμίευση ενός στεγαστικού δανείου από μήνες σε λίγες εβδομάδες.** Αυτό θα επιτευχθεί με την εξάλειψη της γραφειοκρατίας και κυρίως του νεκρού χρόνου ανάμεσα στις διαδικασίες, όπως έχει εξηγήσει ο CFO, Θεόδωρος Γναρδέλλης.

Στα συγκριτικά πλεονεκτήματα της διοίκησης και η πρόσφατη αναγνώριση του ομίλου ως Top Employer Greece 2026 από το Top Employers Institute τον διεθνή οργανισμό αναγνώρισης αριστείας στις πρακτικές Ανθρώπινου Δυναμικού με παρουσία σε περισσότερες από 130 χώρες.



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**

Editorial

Diesel Schrödinger*: Πώς ένα μέτρο υπήρξε και δεν υπήρξε σε μία μέρα

Την Τρίτη, ο Πρόεδρος των Ηνωμένων Πολιτειών δήλωσε ότι έχει ζητήσει από τους ανθρώπους του να σταματήσουν οι εξαγωγές diesel.

Την Τετάρτη, οι άνθρωποι του δήλωσαν ότι κανείς δεν ετοιμάζει κάτι τέτοιο.

Μέσα σε 24 ώρες, το μέτρο υπήρξε και δεν υπήρξε ταυτόχρονα.

Η κβαντική φυσική έχει επιτέλους βρει εφαρμογή στην ενεργειακή πολιτική.

Το πρόβλημα, αντίθετα, είναι απολύτως κλασικό.

Το diesel κοστίζει στις ΗΠΑ πάνω από \$6,5 το γαλόνι, επίπεδο ρεκόρ. Κινεί τα τρακτέρ, τα φορτηγά και τα τρένα, δηλαδή ο,τιδήποτε μεταφέρει φαγητό σε ράφι. Ο πόλεμος στο Ιράν έχει κόψει τις ροές από τον Κόλπο και τα ουκρανικά drones έχουν αφήσει τα ρωσικά διυλιστήρια εκτός λειτουργίας. Στις 3 Νοεμβρίου έχει ενδιάμεσες εκλογές. Βουλευτές από αγροτικές πολιτείες, που βλέπουν τους ψηφοφόρους τους να πληρώνουν τον λογαριασμό, ζητούν να κρατήσει η Αμερική το diesel για τον εαυτό της.

Η ιδέα έχει την απλότητα, που αρέσει στις προεκλογικές περιόδους. Αν δεν στέλνουμε έξω, θα μείνει μέσα και θα φθηνώνει. Την ίδια λογική μπορεί να ακολουθήσει ένας αρτοποιός, που σταματά να πουλά ψωμί για να το φάει φθηνότερα.

Ήρθε, όμως, ο Υπουργός Ενέργειας της κυβέρνησης Trump και έσπευσε να εξηγήσει ότι το εργαλείο είναι πολύ αμβλύ για να δουλέψει.

Τα διυλιστήρια δεν παράγουν μόνο diesel.

Αν χάσουν τις αγορές του εξωτερικού, θα μειώσουν την παραγωγή, και μαζί με το diesel θα λιγοστεύει η βενζίνη και η κηροζίνη. Επιπλέον, στις ΗΠΑ δεν έχει κατασκευαστεί μεγάλο νέο διυλιστήριο από το 1977. Μια απαγόρευση εξαγωγών δεν είναι ακριβώς κίνητρο για να δημιουργηθεί ένα.

Υπάρχει, όμως, κάτι χειρότερο από ένα κακό μέτρο:

Ένα κακό μέτρο, που ανακοινώνεται, διαψεύδεται και παραμένει στον αέρα.

Τα futures του diesel έπεσαν 4% μόνο με τη φήμη.

Οι αγοραστές στην Ευρώπη, στο Μεξικό και στην Λατινική Αμερική έμαθαν ότι ο προμηθευτής τους μπορεί να κλείσει την κάνουλα όποτε πλησιάζουν κάλπες.

Τα διυλιστήρια έμαθαν ότι ο προγραμματισμός τους εξαρτάται από το τί θα ειπωθεί στο περιθώριο της Γενικής Συνέλευσης του ΟΗΕ. Η διάψευση δεν αναιρεί τη ζημιά.

Απλώς την αφήνει εκκρεμή.

Για την Ευρώπη, και για μια χώρα όπως η Ελλάδα, που ζει από τη ναυτιλία και τις μεταφορές, το μήνυμα είναι ότι η αγορά diesel είναι πλέον εν μέρει μετεωρολογικό

φαινόμενο:

Εξαρτάται από τις δημοσκοπήσεις στην Αϊόβα.

Η ειρωνεία είναι πλήρης:

Η κυβέρνηση, που έκανε την αμερικανική ενεργειακή κυριαρχία σύνθημα, ανακαλύπτει ότι η κυριαρχία σημαίνει και ευθύνη απέναντι σε όσους αγοράζουν.

Και η λύση, που έχει, είναι μια απειλή, που δεν ισχύει, για ένα μέτρο, που δεν θα λειτουργούσε, απέναντι σε ένα πρόβλημα, που λύνεται μόνο αν τελειώσει ένας πόλεμος. Μέχρι τότε, το diesel θα παραμένει ακριβό.

Τουλάχιστον, δεν θα λείψουν οι δηλώσεις, Τόσο απλά.

*Ο Erwin Schrödinger ήταν Αυστριακός Φυσικός, που συνέβαλε καθοριστικά στη διαμόρφωση της κβαντικής φυσικής. Το 1935, έγινε γνωστός με το πείραμά του "Η γάτα του Schrödinger" για να δείξει τα προβλήματα και τα παράδοξα της κβαντομηχανικής στον μακρόκοσμο. Στο πείραμα, μια γάτα μπαίνει σε κλειστό κουτί με έναν ραδιενεργό μηχανισμό και δηλητήριο. Σύμφωνα με την κβαντική θεωρία, μέχρι να ανοιχτεί το κουτί, η γάτα θεωρείται ταυτόχρονα ζωντανή και νεκρή.

Νεκτάριος Β. Νώτης
nectarios@notice.gr

SECRETCREIPE

Μεταγραφή επιπέδου... Champions League

Μια πολύ δυνατή μεταγραφή έκανε γνωστός όμιλος, που δραστηριοποιείται στην εστίαση και όχι μόνο. Όπως πληροφορείται το Fnb Daily, πρόκειται για συνεργασία με πολύ γνωστό όνομα στον χώρο του, ο οποίος αναλαμβάνει μια σημαντική επιτελική θέση. Για ονόματα και λοιπές πληροφορίες, σύντομα, δεδομένου ότι αμφότερες οι πλευρές δεσμεύονται ακόμα με ρήτρες εμπιστευτικότητας.