

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 27 ΙΟΥΝΙΟΥ 2025
ΤΕΥΧΟΣ 2136



• NESTLE ΕΛΛΑΣ

Εστίαση σε συγκράτηση του κόστους και νέα προϊόντα
– Άνω των €33 εκατ. το EBITDA το 2024



• ΔΙΡΦΥΣ

Σταθερότητα στο πεντάμηνο
– Ξεκίνησαν οι επενδύσεις €5 εκατ.



• PLATFORM DELIVERY

Η νέα... συνταγή που αλλάζει τους κανόνες
του παιχνιδιού στην εστίαση



• ΕΟΣ ΣΑΜΟΥ

Βάζει μπρος τον Οκτώβριο το νέο αποστακτήριο
– Το άνοιγμα στην Κίνα και η ακτινογραφία
των πωλήσεων εντός κι εκτός συνόρων

Editorial

Η σημασία του 112

Debrief

Ένας τρελός, τρελός, τρελός κόσμος Νο2

Business Insight

Grivalia Hospitality:
Οι επενδύσεις €60 εκατ.
στο AmanZoe και
η παραίτηση της Ν. Στράφτη

Business Maker

- Το ράλι στην ιχθυοκαλλιέργεια και η λογική της αρπαχτής
- Ένα μέτρο από το παρελθόν και το bonus των €500 εκατ. στις τιμές

SecretRecipe

Ο ακριβοθώρητος manager

• **NESTLE ΕΛΛΑΣ**

ΕΣΤΙΑΣΗ ΣΕ ΣΥΓΚΡΑΤΗΣΗ ΤΟΥ ΚΟΣΤΟΥΣ ΚΑΙ ΝΕΑ ΠΡΟΪΟΝΤΑ – ΑΝΩ ΤΩΝ €33 ΕΚΑΤ. ΤΟ EBITDA ΤΟ 2024

Η ανάπτυξη του ηλεκτρονικού εμπορίου, οι μεταβαλλόμενες καταναλωτικές προτιμήσεις, οι επενδύσεις σε καινοτόμα προϊόντα, καθώς και η ανάκαμψη του τουρισμού, συνέβαλαν στην ήπια αύξηση των πωλήσεων της Nestle Ελλάς πέρυσι, κατά 1,1% στα €413,61 εκατ. Η εταιρεία αύξησε ελαφρώς και το EBITDA (στα €33,1 εκατ.), διατηρώντας παράλληλα σε υψηλά επίπεδα την καθαρή της κερδοφορία, στα €20,07 εκατ., αφού κατάφερε να μειώσει τα έξοδα πωλήσεων κατά 12% (στα €16,93 εκατ.) και τα έξοδα διοίκησης κατά 8,5% (στα €18 εκατ.) και να συγκρατήσει το κόστος πωληθέντων (στο +1,26%, στα €254,33 εκατ.).



ποσό €515 χιλ. στο προσωπικό της εταιρείας. Σημειώνεται επίσης ότι ολοκληρώθηκε η εκκαθάριση και οριστική λύση της θυγατρικής εταιρείας "Nestle Waters Direct Ελλάς 'Υδατα'".



Νίκος Εμμανουηλίδης, Πρόεδρος & CEO, Nestle Ελλάς

DATA (σε €χιλ.)

Κύκλος εργασιών

2024: 413.608
2023: 409.040
2022: 379.039
2021: 354.398

Μικτό κέρδος

2024: 142.344
2023: 133.590
2022: 129.305
2021: 148.821

EBITDA

2024: 33.099
2023: 32.841
2022: 33.833
2021: 40.895

Κέρδη προ φόρων

2024: 25.695
2023: 26.521
2022: 29.216
2021: 35.022

Καθαρά κέρδη

2024: 20.070
2023: 21.119
2022: 23.104
2021: 27.118

ΞΕΧΩΡΙΣΕ Ο ΕΜΠΟΡΙΚΟΣ ΤΟΜΕΑΣ

Η ενίσχυση του τζίρου οφείλεται αποκλειστικά στον εμπορικό κλάδο, καθώς οι πωλήσεις του αυξήθηκαν σε €185,36 εκατ. από €180,13 εκατ. το 2023. Αντίθετα, υποχώρησαν οριακά οι πωλήσεις στον βιομηχανικό κλάδο, στα €228,2 εκατ. (από €229 εκατ. το 2022).

ΜΕΡΙΣΜΑ

Το ΔΣ πρότεινε τη διανομή μερίσματος ύψους €19,5 εκατ. στον μέτοχο, καθώς και

ΠΡΟΟΠΤΙΚΕΣ ΤΟΥ ΚΛΑΔΟΥ

Σύμφωνα με τα όσα αναφέρει η διοίκηση της εταιρείας στις τελευταίες χρηματοοικονομικές καταστάσεις, οι προοπτικές για τον κλάδο τροφίμων στην Ελλάδα το 2025 είναι ενθαρρυντικές, αν και αναμένονται πιο μετριοπαθείς ρυθμοί ανάπτυξης σε σύγκριση με τα προηγούμενα χρόνια. Ο τομέας του λιανεμπορίου τροφίμων φαίνεται να συνεχίζει την αύξηση των εσόδων του, επηρεαζόμενος από την αποκλιμάκωση του πληθωρισμού.

ΕΠΕΝΔΥΤΙΚΟ ΕΝΔΙΑΦΕΡΟΝ

Επιπλέον, τονίζεται, ότι ο κλάδος των τροφίμων μπορεί να υποστεί σημαντικές δομικές αλλαγές μέχρι το 2030, με τις καταναλωτικές συνήθειες να διαφοροποιούνται αισθητά. Υπογραμμίζεται δε ότι η Ελλάδα θεωρείται ελκυστικός προορισμός για ξένες επενδύσεις, με τον τομέα τροφίμων να προσελκύει ιδιαίτερο ενδιαφέρον.

ΠΡΟΤΕΡΑΙΟΤΗΤΑ

Το 70% των ευρωπαϊκών επιχειρήσεων τροφίμων αναγνωρίζει την πίεση στο κόστος και το περιθώριο κέρδους ως κύρια προτεραιότητα.

Επιπλέον, ένας στους δύο καταναλωτές αναζητά συνεχώς τρόπους για να εξοικονομήσει χρήματα, γεγονός που επηρεάζει τις στρατηγικές των επιχειρήσεων.

Σε αυτό το πλαίσιο, η εταιρεία έχει προχωρήσει ήδη σε κινήσεις για να ανταποκριθεί σε αυτή τη νέα πραγματικότητα, λαμβάνοντας υπόψη τις μεταβαλλόμενες καταναλωτικές προτιμήσεις. Στις παρούσες συνθήκες, η διοίκηση επιδιώκει να κρατήσει τα κόστη της

εταιρείας σε χαμηλά επίπεδα ώστε να παραμείνει ανταγωνιστική στην αγορά, προσφέροντας στους καταναλωτές μια ευρεία γκάμα καινοτόμων προϊόντων.

ΠΡΩΤΟΒΟΥΛΙΑ ΓΙΑ ΤΗΝ ΠΡΟΣΤΑΣΙΑ ΤΟΥ ΘΑΛΑΣΣΙΟΥ ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝΤΟΣ

Προ ημερών η εταιρεία παρουσίασε μια νέα περιβαλλοντική πρωτοβουλία σε συνεργασία με την Εναλία και με την επιστημονική υποστήριξη του Τμήματος Ζωολογίας του Πανεπιστημίου Ιωαννίνων. Το νέο πιλοτικό πρόγραμμα εστιάζει στην αποκατάσταση των θαλάσσιων λιβαδιών zostera στον Αμβρακικό Κόλπο — ενός φυσικού οικοσυστήματος με κρίσιμο ρόλο στη θαλάσσια βιοποικιλότητα, την ποιότητα των υδάτων και τη δέσμευση του διοξειδίου του άνθρακα.

Ο Διευθύνων Σύμβουλος της Nestlé Ελλάς, Νίκος Εμμανουηλίδης, δήλωσε μεταξύ άλλων ότι "η πρωτοβουλία αυτή ευθυγραμμίζεται πλήρως με τη δέσμευσή μας για βιωσιμότητα και την ανάπτυξη δράσεων που μπορούν να συμβάλλουν στην προστασία των φυσικών πόρων. Παράλληλα, το συγκεκριμένο πρόγραμμα δίνει τη δυνατότητα σε νέους ανθρώπους, νέους επιστήμονες, να εφαρμόσουν τις γνώσεις τους στο πεδίο και να δοκιμάσουν καινοτόμες ιδέες στην πράξη. Για να αντιμετωπίσουμε τις σύγχρονες προκλήσεις, όπως αυτή της κλιματικής αλλαγής, χρειαζόμαστε συνεργασία, ανταλλαγή γνώσης και πρόσβαση σε εργαλεία και πόρους".

Μάκης Αποστόλου
makis@notice.gr



EHCB FOUNDATION
"SPORT UNITES"

2025

GALA FUNDRAISER

03-07-2025 21:00
GOLF PRIVE - ATHENS



Live Auction

BUY TICKETS

headcoaches.org/foundation

• BEN & JERRY'S ΕΣΩΤΕΡΙΚΗ ΣΥΓΚΡΟΥΣΗ ΜΕ UNILEVER ΜΕ ΦΟΝΤΟ ΚΟΙΝΩΝΙΚΑ ΘΕΜΑΤΑ

Καθώς οι ΗΠΑ γιόρταζαν τον Φεβρουάριο τον Black History Month, η Ben & Jerry's ετοίμασε ένα post για τα social media, σχετικά με τη φυλετική ισότητα. Η ανάρτηση, όμως, δεν δημοσιεύτηκε ποτέ, καθώς η μητρική Unilever την έκοψε, όπως και άλλες σχετικά με την Παλαιστίνη ή την υπεράσπιση φοιτητικών διαδηλώσεων στις ΗΠΑ, όπως αποκάλυψαν πηγές στο Bloomberg.

ΕΤΑΙΡΙΚΗ ΣΤΑΣΗ ΣΤΗΝ ΕΠΟΧΗ ΤΟΥ TRUMP

Η αντιπαράθεση των δύο πλευρών έχει μετατραπεί σε τεστ για το κατά πόσο μπορούν οι εταιρείες να υποστηρίξουν κοινωνικά θέματα στην εποχή Trump. Εταιρείες, όπως η McDonald's και η JPMorgan Chase έχουν ανατρέψει πρωτοβουλίες για την ποικιλομορφία, την ισότητα και την ένταξη, ενώ η ίδια η Unilever έχει ψαλιδίσει ορισμένες κοινωνικές πρωτοβουλίες της.

ΜΕΧΡΙ ΤΕΛΟΥΣ

Σύμφωνα με το Bloomberg, δικαστικά έγγραφα και μαρτυρίες στελεχών αποκαλύπτουν την ένταση στη διαμάχη μεταξύ των δύο πλευρών, με το ΔΣ της Ben & Jerry's να επιμένει ότι θα πολεμήσει την τάση που διαμορφώνεται σε εταιρικό επίπεδο.

Να σημειωθεί ότι το timing της διαμάχης έρχεται σε μια περίοδο που το σχέδιο της Unilever για απόσχιση της Ben & Jerry's και η δημιουργία νέας μονάδας παγωτού υπό την ονομασία "The Magnum Ice Cream Company" βρίσκεται σε εξέλιξη. "Οι επενδυτές θα θέλουν διαβεβαιώσεις ότι δεν θα υπάρξουν περαιτέρω επιπτώσεις", ανέφερε η Barclays εξηγώντας ότι "με τη νομική διαμάχη να συνεχίζεται, εξακολουθεί να υπάρχει κάποιος κίνδυνος".



ΝΕΟΣ CEO ΚΑΙ ΕΝΤΑΣΕΙΣ

Ο Peter ter Kulve, Πρόεδρος του τμήματος παγωτών και υποψήφιος για τη θέση του CEO της Magnum, κατηγορήθηκε από το ΔΣ



Peter ter Kulve,
Πρόεδρος του
τμήματος
παγωτών,
Unilever

της Ben & Jerry's ότι μπλόκαρε αναρτήσεις σχετικά με την κατάπαυση του πυρός στην Γάζα και χαρακτήρισε αγορές αμυγδάλων από Παλαιστίνιους ως "αναγκαστικές". Παράλληλα, το συμβούλιο της Ben & Jerry's ισχυρίζεται ότι η Unilever απέπεμψε τον CEO της, David Stever, για την πολιτική δραστηριότητά του, ενώ εμπόδισε δωρεές προς παλαιστινιακές φιλανθρωπίες και προσπάθησε να φιμώσει την εταιρεία. Η Unilever, από την πλευρά της, υποστηρίζει ότι ο Stever αποχώρησε οικειοθελώς, και έκανε λόγο για δικαστική πολιτική του brand.

ΙΣΤΟΡΙΚΗ ΤΑΥΤΟΤΗΤΑ ΥΠΟ ΚΙΝΔΥΝΟ

Ο πολιτικός ακτιβισμός της Ben & Jerry's χρονολογείται από την ίδρυσή της το 1978, όταν οι ιδρυτές της, Ben Cohen και Jerry Greenfield άνοιξαν ένα παγωτατζίδικο στο Βερμόντ. Η κοινωνική ατζέντα είναι στενά συνδεδεμένη με την ταυτότητά της. Οι ιδρυτές της εξέφρασαν ενδιαφέρον να αγοράσουν ξανά το εμπορικό σήμα, αν και η Unilever δηλώνει ότι δεν είναι προς πώληση.

ΤΟ ΑΓΚΑΘΙ ΤΗΣ ΦΙΛΑΝΘΡΩΠΙΚΗΣ ΧΡΗΜΑΤΟΔΟΤΗΣΗΣ

Αν και δημοσίευμα του Reuters ανέφερε ότι η Unilever απείλησε να σταματήσει τη χρηματοδότηση μέσω δωρεών στο Ben & Jerry's Foundation, η εταιρεία δήλωσε πως το ποσό των \$5 εκατ. ετησίως εξακολουθεί να καταβάλλεται, και ότι δεν υπήρξε τέτοια απειλή. Σε έγγραφα, η Unilever σημειώνει ότι η κοινωνική αποστολή της μάρκας πρέπει να είναι "αμερόληπτη", ενώ η Ben & Jerry's υποστηρίζει ότι η φίμωση, η καταστολή και η υπονόμευση του ακτιβισμού βλάπτουν τη φήμη της στους πελάτες.

Σέβη Σαλαγιάννη
sevi@notice.gr



Rosa Carabel, CEO,
Eroski

• EROSKI ΣΤΑ €13,2 ΕΚΑΤ. ΤΑ ΚΕΡΔΗ Α' ΤΡΙΜΗΝΟΥ ΜΕ ΩΘΗΣΗ ΑΠΟ ΤΙΣ ΠΩΛΗΣΕΙΣ ΤΡΟΦΙΜΩΝ

Αύξηση κερδών 38% στα €13,2 εκατ. κατέγραψε σε ετήσια βάση η Eroski στο α' τρίμηνο του έτους.

DATA Α' Τρίμηνο (σε €)

Ακαθάριστες πωλήσεις: 1,4 δισ.
Πωλήσεις τροφίμων: 1,3 δισ. (+1,5%)
Προσαρμοσμένο EBITDA: 59 εκατ. (+1,5%)
Καθαρά κέρδη: 13,2 εκατ. (+38%)
Προσαρμοσμένο περιθώριο EBITDA: 10,1%

ΚΕΡΔΙΖΕΙ ΕΔΑΦΟΣ Η ΙΔΙΩΤΙΚΗ ΕΤΙΚΕΤΑ

Οι πωλήσεις ιδιωτικής ετικέτας σημείωσαν ισχυρή απόδοση, κερδίζοντας μερίδιο και αντιπροσωπεύοντας πλέον το 35,9% των συνολικών πωλήσεων τροφίμων. Η Eroski απέδωσε την εξέλιξη στις προωθητικές της ενέργειες και στις στρατηγικές συγκράτησης των τιμών που εφαρμόζει από το 2021.

ΥΠΟΧΩΡΗΣΗ ΠΛΗΘΩΡΙΣΜΟΥ

Σύμφωνα με την Eroski, ο πληθωρισμός ακολουθεί πτωτική πορεία, πλησιάζοντας τον στόχο 2% της ΕΚΤ, ενώ ο πληθωρισμός στα τρόφιμα μειώνεται με ταχύτερο ρυθμό. Η πτωτική τάση αναμένεται να είναι πιο αισθητή στις κατηγορίες των φρέσκων τροφίμων, οι οποίες είναι πιο ευαίσθητες στις διακυμάνσεις των τιμών, σε σύγκριση με τα μεταποιημένα τρόφιμα.

ΕΣΤΙΑΣΗ ΣΕ FRANCHISE ΚΑΙ ΑΝΑΚΑΙΝΙΣΕΙΣ

Σύμφωνα με τη στρατηγική της Eroski, η πλειοψηφία των νέων καταστημάτων λειτουργεί με τη μορφή franchise, ενώ η εταιρεία συνεχίζει το πρόγραμμα ανακαινίσεων και επενδύει στην αναβάθμιση των υφιστάμενων καταστημάτων. Στο τέλος του α' τριμήνου, το δίκτυο αποτελείτο από 1.380 καταστήματα, εκ των οποίων 776 ήταν ιδιόκτητα και 604 franchise.



FOOD FORWARD

From Farm to Future

Με τη συμμετοχή διεθνών προσωπικοτήτων του κλάδου
Με έρευνες για τις τάσεις και το μέλλον των τροφίμων
Με εξειδικευμένα workshops
Με networking events



**15 – 18
Οκτωβρίου
2025**

Grecotel
La Riviera,
Κυλλήνη

GOLDEN
SPONSORS



SUPPORTER



ΜΕ ΤΗΝ ΑΙΓΙΑ ΔΑ



POWERED BY



Κλείστε
τώρα
τη θέση
σας ΕΔΩ

info@foodforward.com.gr

ΜΕ ΤΗΝ ΑΞΙΟΠΙΣΤΙΑ ΤΗΣ

NOTICE

CONTENT & SERVICES

• GENERAL MILLS

ΕΠΙ ΤΑ ΧΕΙΡΩ Η ΠΡΟΒΛΕΨΗ ΓΙΑ ΤΑ ΕΤΗΣΙΑ ΚΕΡΔΗ ΛΟΓΩ ΥΠΟΤΟΝΙΚΗΣ ΖΗΤΗΣΗΣ ΚΑΙ ΔΑΣΜΩΝ

Κάτω από τις προσδοκίες των αναλυτών κινήθηκαν οι προβλέψεις της General Mills για τα ετήσια κέρδη, καθώς η χαμηλή ζήτηση για κατεψυγμένα αρτοσκευάσματα και snack στις ΗΠΑ επιβάρυνε τις επιδόσεις του ομίλου. Την ίδια στιγμή, η οικονομική αβεβαιότητα από τις μεταβαλλόμενες πολιτικές του Donald Trump έχει επηρεάσει αρνητικά το επιχειρηματικό περιβάλλον, δυσχεραίνοντας τις προσπάθειες της General Mills να αυξήσει τις πωλήσεις της.

ΑΣΤΑΘΕΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟ ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝ

"Αναμένουμε ότι το επιχειρηματικό περιβάλλον θα παραμείνει ασταθές, με τους καταναλωτές

να πιέζονται από την ευρεία αβεβαιότητα που προκαλεί η επιβολή δασμών, οι παγκόσμιες συγκρούσεις και οι μεταβαλλόμενοι κανονισμοί", δήλωσε ο CEO, Jeff Harmening.

ΠΤΩΤΙΚΕΣ ΕΚΤΙΜΗΣΕΙΣ ΓΙΑ ΤΟ ΕΤΟΣ

Η General Mills αναμένει προσαρμοσμένα κέρδη για το οικονομικό έτος μειωμένα κατά 10% έως 15%, σε σύγκριση με τις εκτιμήσεις των αναλυτών για πτώση μόλις 4,8%, σύμφωνα με στοιχεία της LSEG. Για το δ' τρίμηνο που ολοκληρώθηκε στις 25 Μαΐου, η εταιρεία ανακοίνωσε πωλήσεις \$4,56 δισ., ελαφρώς κάτω από τις προσδοκίες της αγοράς που ήταν \$4,59 δισ.



Jeff Harmening, CEO, General Mills

Quarter Ended

	May 25, 2025	May 26, 2024	% Change
Net sales	\$ 4,556.2	\$ 4,713.9	(3%)
Cost of sales	3,082.2	3,025.6	2 %
Selling, general, and administrative expenses	894.3	798.3	12 %
Restructuring, transformation, impairment, and other exit costs	75.7	110.8	(32%)
Operating profit	504.0	779.2	(35%)
Benefit plan non-service income	(12.8)	(20.1)	(36%)
Interest, net	139.7	122.7	14 %
Earnings before income taxes and after-tax earnings from joint ventures	377.1	676.6	(44%)
Income taxes	69.1	136.0	(49%)
After-tax (losses) earnings from joint ventures	(6.0)	19.1	NM
Net earnings, including earnings attributable to noncontrolling interests	302.0	559.7	(46%)
Net earnings attributable to noncontrolling interests	8.0	2.2	264 %
Net earnings attributable to General Mills	\$ 294.0	\$ 557.5	(47%)
Earnings per share — basic	\$ 0.53	\$ 0.98	(46%)
Earnings per share — diluted	\$ 0.53	\$ 0.98	(46%)

	May 25, 2025	May 26, 2024	% Change
\$	4,556.2	\$ 4,713.9	(3%)
	3,082.2	3,025.6	2 %
	894.3	798.3	12 %
	75.7	110.8	(32%)
	504.0	779.2	(35%)
	(12.8)	(20.1)	(36%)
	139.7	122.7	14 %
	377.1	676.6	(44%)
	69.1	136.0	(49%)
	(6.0)	19.1	NM
	302.0	559.7	(46%)
	8.0	2.2	264 %
\$	294.0	\$ 557.5	(47%)
\$	0.53	\$ 0.98	(46%)
\$	0.53	\$ 0.98	(46%)

• MEGAS YEEROS

ΣΥΓΚΡΟΤΗΘΗΚΕ ΣΕ ΣΩΜΑ ΤΟ ΝΕΟ ΔΣ ΜΕΤΑ ΤΗΝ ΕΙΣΟΔΟ ΤΗΣ ΕΟΣ

Σε σώμα συγκροτήθηκε το νέο Διοικητικό Συμβούλιο της Megas Yeeros, μετά την είσοδο του δεύτερου growth fund της EOS Capital Partners (EHRF II), που απέκτησε το 20% το οποίο κατείχε το fund Elikonos.

Το νέο Διοικητικό Συμβούλιο εξελέγη με απόφαση της Γενικής Συνέλευσης των μετόχων στις 18 Ιουνίου, ενώ η θητεία του ανωτέρω Διοικητικού Συμβουλίου λήγει στις 18/06/2030.

Το νέο Διοικητικό Συμβούλιο συγκροτήθηκε σε σώμα ως εξής:

- Πρόεδρος: Βάνης Γεώργιος
- Αντιπρόεδρος & Διευθύνων Σύμβουλος: Λούστας Νικόλαος

Μέλη

- Σολωμός Παναγιώτης
- Στεργίου Νικόλαος
- Χαλοφτίδης Αθανάσιος
- Χρυσανθόπουλος Νικόλαος
- Μυλιόρδος Εμμανουήλ

Στέλλα Αυγουστάκη
stella@notice.gr



• **Τ. ΘΕΟΔΩΡΙΚΑΚΟΣ (ΥΠΟΥΡΓΕΙΟ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ)**

ΞΕΚΙΝΑ Ο ΝΕΟΣ ΑΝΑΠΤΥΞΙΑΚΟΣ ΝΟΜΟΣ - ΤΑ €150 ΕΚΑΤ. ΓΙΑ ΕΠΕΝΔΥΣΕΙΣ ΣΤΗ ΜΕΤΑΠΟΙΗΣΗ ΚΑΙ ΤΑ ΕΠΟΜΕΝΑ ΒΗΜΑΤΑ

Την επίσημη έναρξη του πρώτου καθεστώ-
τος ενίσχυσης στο πλαίσιο του Νέου Αναπτυ-
ξιακού Νόμου, με προϋπολογισμό €150 εκατ.,
ανακοίνωσε ο Υπουργός Ανάπτυξης, Τάκης
Θεοδωρικάκος.

ΠΡΩΤΟ ΚΑΘΕΣΤΩΣ: ΕΠΕΝΔΥΣΕΙΣ ΣΤΗ ΜΕΤΑΠΟΙΗΣΗ

Το πρώτο αναπτυξιακό καθεστώς του Νέου
Αναπτυξιακού Νόμου αφορά τη μεταποίηση,
ενώ από τον προϋπολογισμό:

- €75 εκατ. αφορούν σε επιχορηγήσεις
- €75 εκατ. σε φοροαπαλλαγές

ΑΜΕΣΑ ΔΥΟ ΝΕΑ ΚΑΘΕΣΤΩΤΑ ΕΝΙΣΧΥΣΗΣ

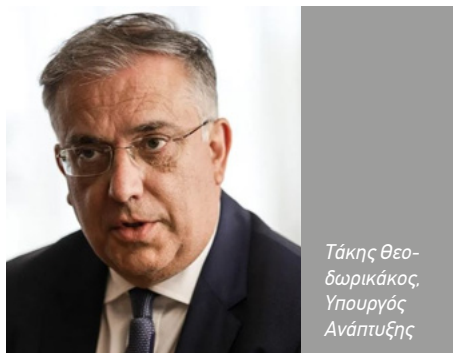
Παράλληλα, ο κ. Θεοδωρικάκος, επισήμανε ότι
μέχρι τη Δευτέρα θα προκηρυχθούν 2 ακόμη
καθεστώτα του Αναπτυξιακού Νόμου, με προ-
ϋπολογισμό €150 εκατ. έκαστο:

- το ειδικό καθεστώς για τις παραμεθόρι-
ες περιοχές και τους νομούς με εισόδημα
κάτω του 70% του εθνικού μέσου όρου
- το καθεστώς για μεγάλες επενδύσεις άνω
των €15 εκατ.

Οι επενδυτικές προτάσεις μπορούν να κατατε-
θούν έως τις 10 Σεπτεμβρίου, με προθεσμία 90
ημερών για την αξιολόγηση και έγκριση των
σχεδίων. "Μέχρι τα Χριστούγεννα θα έχουν εκ-
δοθεί οι εγκρίσεις για τουλάχιστον αυτά τα τρία
καθεστώτα", δήλωσε ο Υπουργός.

Ειδικά για τις παραμεθόριες περιοχές, το καθε-
στώς θα ενισχυθεί επιπλέον με:

- €150 εκατ. για το 2025
- €150 εκατ. για το 2026,



Τάκης Θεο-
δωρικάκος,
Υπουργός
Ανάπτυξης

ενώ θα καλύπτει και τα μικρά παραμεθόρια
νησιά.

ΕΜΦΑΣΗ ΣΤΙΣ ΜΜΕ

Ο κ. Θεοδωρικάκος προανήγγειλε, επί-
σης, 3 νέα καθεστώτα για το φθινόπωρο, τα
οποία θα δώσουν βάρος κυρίως στις μικρές
επιχειρήσεις:

- Νέες τεχνολογίες
- Εξωστρέφεια
- Κοινωνική επιχειρηματικότητα και χειρο-
τεχνία, με στόχο τη διατήρηση της οικονο-
μικής δραστηριότητας στην ελληνική ύπαι-
θρο και ειδικά τα χωριά.

ΜΕ ΚΡΙΤΗΡΙΑ Η ΠΡΟΟΠΤΙΚΗ ΤΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ

Τέλος, για το 2026 ο υπουργός εξήγησε ότι εί-
ναι θετικός στο ενδεχόμενο προκήρυξης κα-
θεστώτος για τουριστικές επενδύσεις, εφόσον
αφορούν περιοχές, που θα έχουν "προσθετική
αξία" και δεν ενισχύουν ήδη τουριστικά υπερα-
ναπτυγμένες περιοχές.

• ΧΗΤΟΣ ΜΕ ΣΥΝΘΗΜΑ "Η ΦΑΣΗ ΤΩΡΑ ΕΙΝΑΙ GREEN" ΕΠΙΣΤΡΕΦΟΥΝ ΤΑ GREEN ΑΝΑΨΥΚΤΙΚΑ

Με νέα εμφάνιση, νέα συνταγή και σύνθημα "Η
φάση τώρα είναι green" επιστρέφουν τα green
αναψυκτικά της Χήτος. Η νέα συνταγή εμπλουτί-
ζει τα green αναψυκτικά με βιταμίνες, ενώ συν-
δυάζει την ευεξία χωρίς προσθήκη ζάχαρης.



βιταμίνης C

- Green βυσσινάδα, με την προσθήκη του
συμπλέγματος βιταμινών B

ΣΕ 4 ΓΕΥΣΕΙΣ

- Green πορτο-
καλάδα, με γεύση
πορτοκαλιού με
προσθήκη βιταμί-
νης C
- Green πορ-
τοκαλάδα, χω-
ρίς ανθρακικό με
προσθήκη βιταμί-
νης C
- Green λεμονά-
δα, με προσθήκη

SME
D A I L Y

Το νέο καθημερινό
newsletter για
τη μικρομεσαία
επιχειρηματικότητα

Γίνε
συνδρομητής
ΔΩΡΕΑΝ
εδώ



ΚΥΚΛΟΦΟΡΕΙ ΔΩΡΕΑΝ

ΔΕΥΤΕΡΑ
- ΠΑΡΑΣΚΕΥΗ
ΣΤΙΣ **09:15**

Με την αξιοπιστία της

NOTICE
CONTENT & SERVICES

• ΜΠΙΛΛΙΑΣ ΧΥΜΟΙ

ΧΡΟΝΙΑ ΣΤΑΘΕΡΟΤΗΤΑΣ ΤΟ 2025 - ΔΙΨΗΦΙΑ ΑΥΞΗΣΗ ΤΖΙΡΟΥ ΜΕ ΜΙΚΡΗ ΠΤΩΣΗ ΣΤΟ EBITDA ΤΟ 2024

Συγκρατημένα αισιόδοξη για τη φετινή χρήση εμφανίζεται η διοίκηση της Μπίλλιας Χυμοί ΑΕ, αναμένοντας οικονομικές επιδόσεις όχι μακριά από εκείνες του 2024, που χαρακτηρίστηκε από σημαντική αύξηση του τζίρου και μονοψήφια μείωση της καθαρής κερδοφορίας.

Όπως αναφέρεται χαρακτηριστικά στις οικονομικές καταστάσεις, το διοικητικό συμβούλιο της βορειοελλαδίτικης εταιρείας διαβλέπει σταθεροποιητική πορεία στην τρέχουσα χρήση "λόγω και της οικονομικής κρίσης και του αυξημένου ανταγωνισμού".

ΣΥΝΕΧΙΣΑΝ ΑΝΟΔΙΚΑ ΟΙ ΠΩΛΗΣΕΙΣ

Το 2024 ο κύκλος εργασιών άγγιξε τα €6,8 εκατ., σημειώνοντας αύξηση 10,91%, ενώ το EBITDA υποχώρησε 5,50% στα €1,872 εκατ., αν και τα κέρδη προ φόρων και τόκων ενισχύθηκαν 13,8% ξεπερνώντας τα €1,822 εκατ. Τα προ φόρων κέρδη υποχώρησαν 4,63% στα €1,566 εκατ., με το τελικό αποτέ-

λεσμα μετά τους φόρους να διαμορφώνεται σε κέρδη €1,201 εκατ., μειωμένα κατά 6,25% σε σχέση με το 2023.

DATA (σε €χιλ.)

Κύκλος εργασιών

2024: 6.793

2023: 6.125

2022: 5.231

EBIT

2024: 1.822

2023: 1.601

2024: 980

EBITDA

2024: 1.872

2023: 1.981

2022: 607

Αποτέλεσμα μετά από φόρους

2024: 1.201

2023: 1.281

2022: 765

ΤΟ ΑΛΜΑ ΣΤΑ ΜΕΓΕΘΗ ΤΟΥ 2023

Αξίζει βέβαια να σημειωθεί ότι το 2023 η εταιρεία είχε επιτύχει αύξηση τζίρου κατά σχεδόν €1 εκατ. ενώ σημαντική ήταν η αύξηση στην κερδοφορία με τα καθαρά κέρδη να ενισχύονται κατά 67,45% και το EBITDA να υπερτριπλασιάζεται σε σύγκριση με το 2022.

Η Μπίλλιας ΑΕ δραστηριοποιείται στεγάζεται σε ιδιόκτητες εγκαταστάσεις στην ΒΙ.ΠΕ. Λαγκώματος στην Χαλκιδική και δραστηριοποιείται στην παραγωγή και εμπορία χυμών και ποτών.

Διαθέτει επίσης τμήμα πώλησης ανταλλακτικών μηχανημάτων-διανεμητών ενώ είναι και αποκλειστική αντιπρόσωπος στην Ελλάδα εισαγόμενων και ελληνικών ετικετών μπίρας.

ΠΛΟΥΣΙΟ PORTFOLIO ΣΤΗΝ ΜΠΥΡΑ

Ειδικότερα, είναι αποκλειστικός αντιπρόσωπος των ζυθοποιών Ayinger, De Halve Maan, Brasserie Val De Sambre, ενώ στην Β. Ελλάδα διακινεί αποκλειστικά, μεταξύ άλλων, τις μπίρες των Warsteiner, John Martin, Κερκυραϊκής Ζυθοποιίας, Ζυθοποιίας Χίου, Κρητικής Ζυθοποιίας, Ικαριακής Ζυθοποιίας, Ζυθοποιίας Σαντορίνης και Seven Island. Επιπλέον, συνεργάζεται και με την Ζυθοποιία Ρόδου.

Στο κομμάτι των χυμών παράγει πάνω 3.000 τόνους συμπυκνωμένων χυμών ετησίως, μίχ σιροπιών και καλύπτει πάνω από 1.500 σημεία διάθεσης σε όλη την Ελλάδα, συσκευάζοντας και προϊόντα ιδιωτικής ετικέτας.

Γιάννης Τσατσάκης
yannis@notice.gr



• ΙΟΝ

ΕΝΙΣΧΥΕΙ ΤΗ ΔΙΑΦΑΝΕΙΑ ΣΤΗΝ ΑΛΥΣΙΔΑ ΕΦΟΔΙΑΣΜΟΥ ΜΕ ΝΕΟ ΚΩΔΙΚΑ ΔΕΟΝΤΟΛΟΓΙΑΣ ΠΡΟΜΗΘΕΥΤΩΝ

Την υιοθέτηση και εφαρμογή νέου Κώδικα Δεοντολογίας Προμηθευτών, με στόχο την ενίσχυση της διαφάνειας, της ηθικής συμπεριφοράς και της υπεύθυνης συνεργασίας με όλους τους προμηθευτές και συνεργάτες της, ανακοίνωσε η ΙΟΝ.

ΚΑΤΕΥΘΥΝΤΗΡΙΕΣ ΓΡΑΜΜΕΣ

- ηθική εμπορική πρακτική
- αποφυγή διαφθοράς
- τήρηση των εργασιακών και περιβαλλοντικών προτύπων.

Ο νέος Κώδικας Δεοντολογίας Προμηθευτών έχει αναρτηθεί στην ιστοσελίδα της ΙΟΝ, στην ενότητα της Βιωσιμότητας.



Μιλτιάδης
Τριαντα-
φύλλου,
Διευθύνων
Σύμβουλος,
ΙΟΝ

• **ΕΟΣ ΣΑΜΟΥ**

ΒΑΖΕΙ ΜΠΡΟΣ ΤΟΝ ΟΚΤΩΒΡΙΟ ΤΟ ΝΕΟ ΑΠΟΣΤΑΚΤΗΡΙΟ - ΤΟ ΑΝΟΙΓΜΑ ΣΤΗΝ ΚΙΝΑ ΚΑΙ Η ΑΚΤΙΝΟΓΡΑΦΙΑ ΤΩΝ ΠΩΛΗΣΕΩΝ ΕΝΤΟΣ ΚΙ ΕΚΤΟΣ ΣΥΝΟΡΩΝ

Με θετικό πρόσημο κλείνει το εξάμηνο του 2025 για τον Ενιαίο Οινοποιητικό Συνεταιρισμό (ΕΟΣ) Σάμου, ο οποίος μέχρι το τέλος του έτους θα κάνει το ντεμπούτο του και στην κατηγορία του τσίπουρου με προϊόν από το νέο αποστακτήριο που έχει ουσιαστικά ολοκληρωθεί.

ΑΝΟΔΟΣ 9% ΣΤΙΣ ΕΞΑΓΩΓΕΣ

Όπως δηλώνει στο FNB Daily ο Εμπορικός Διευθυντής, Τίτος Φραντζής, οι εξαγωγές οι οποίες αντιστοιχούν σε αρκετά πάνω από το 50% των συνολικών πωλήσεων της οργάνωσης (σ.σ. ετησίως κινείται στην περιοχή των €10 εκατ.) θα κλείσουν το εξάμηνο με άνοδο 9% - επίδοση που αποδίδεται κατά κύριο λόγο στις αυξημένες παραγγελίες από την Ευρώπη και δη από την Γαλλία που εξακολουθεί να είναι η κύρια αγορά. Πολύ καλή είναι η πορεία των εξαγωγών και στην Νότια Κορέα όπου, όπως σημειώνει, "έχουμε ολοένα και εντονότερη παρουσία μέσω ενός πολύ αξιόλογου συνεργάτη". Μάλιστα, η παρουσία του συνεταιρισμού στην Ασία θα ενταθεί καθώς από τον Ιούλιο ξεκινά εξαγωγές προς την Κίνα.

ΟΙ ΔΥΟ ΟΨΕΙΣ ΤΗΣ ΕΛΛΗΝΙΚΗΣ ΑΓΟΡΑΣ

Εντός των ελληνικών συνόρων, ανοδικά σε ποσοστό 10% τόσο σε όγκο, όσο και σε αξία, κινούνται οι πωλήσεις στην Σάμο που πραγματοποιούνται μέσω του δικτύου του συνεταιρισμού και οι οποίες σε ετήσια βάση διαμορφώνονται γύρω από τα €1,4 εκατ. Στην υπόλοιπη Ελλάδα που οι πωλήσεις κινούνται περίξ των €1,2 εκατ. τη διανομή των κρασιών της ΕΟΣ Σάμου έχει αναλάβει από το Μάρτιο του 2024 η Δυναμική. Σε σύγκριση με το πιο πρόσφατο συγκρίσιμο πεντάμηνο



του 2023 - οπότε και η διάθεση γινόταν μέσω της Ελληνικά Κελλάρια Οίνων - οι πωλήσεις εμφανίζουν μείωση 8%, αν και στις αγορές φιαλών σε απόλυτα νούμερα δεν υπάρχει ουσιαστική διαφοροποίηση.

DATA

Εξέλιξη πωλήσεων μέχρι στιγμής

Εξαγωγές: +9%

Πωλήσεις στην Σάμο: +10%

Πωλήσεις Ελλάδας (πλην Σάμου): -8%*

*Σύγκριση με το πεντάμηνο του 2023

"ΣΦΙΧΤΟΙ" ΚΑΙ ΦΕΤΟΣ ΟΙ ΤΟΥΡΙΣΤΕΣ

Όπως σημειώνει πάντως ο κ. Φραντζής η αγορά αυτό το διάστημα κινείται με σχετικά νωχελικούς ρυθμούς, απόρροια κυρίως της συγκράτησης που επιδεικνύουν στις δαπάνες τους οι ξένοι επισκέπτες της χώρας μας,

παρά το γεγονός ότι οι τουριστικές ροές είναι τουλάχιστον ικανοποιητικές.

Αναφορικά με το portfolio, πριν από δύο εβδομάδες ο συνεταιρισμός παρουσίασε μια αναμορφωμένη εκδοχή του Αγκαίου, ένα ερυθρό beaujolais nouveau κρασί από Αυγουσιάτη που - σε αντίθεση με ό,τι συμβαίνει συνήθως με τα κόκκινα κρασιά - μπορεί με άνεση να καταναλωθεί και τους θερινούς ζεστούς μήνες.

ΕΚΚΡΕΜΟΥΝ ΚΑΠΟΙΕΣ ΑΔΕΙΟΔΟΤΗΣΕΙΣ

Στο μεταξύ, διαδικαστικές λεπτομέρειες απομένουν για να τεθεί σε λειτουργία το νέο αποστακτήριο του ΕΟΣ Σάμου. Όπως επισημαίνει ο κ. Φραντζής, η ύψους €1,5 εκατ. επένδυση έχει ολοκληρωθεί και απομένουν κάποιες αδειοδοτήσεις: "Μας καθυστέρησε λίγο η γραφειοκρατία, πιστεύουμε όμως ότι μέσα στον Οκτώβριο θα ξεκινήσουμε παράγοντας τσίπουρο χωρίς γλυκάνισο".

Σημειωτέον ότι το 2024 ο ΕΟΣ Σάμου ολοκλήρωσε κι ένα επενδυτικό άνω των €1,5 εκατ. στο οινοποιείο που διαθέτει στο Καρλόβασι με παρεμβάσεις στο μηχανολογικό εξοπλισμό, στα κτιριακά αλλά και στην όψη του συγκροτήματος. Στο πλαίσιο της επένδυσης, μάλιστα, ενισχύθηκε με αμφορείς, δρύινα βαρέλια, γαλλικά αβγά ελεγχόμενης θερμοκρασίας και το καινοτόμο οινοποιείο όπου παράγονται τα φυσικά κρασιά του συνεταιρισμού. Κύριος προορισμός τους είναι η Γαλλία όπου αποστέλλονται ετησίως 100.000 φιάλες ενώ από το 2019 μια ποσότητα 20.000 φιαλών διανέμεται και στην ελληνική αγορά.

Γιάννης Τσατσάκης
yannis@notice.gr

• **FRIGOGLASS**

ΣΤΟ 15,33% ΤΟ ΠΟΣΟΣΤΟ ΤΗΣ TRICORPORACIÓN

Σε 15,33% ανέρχεται το ποσοστό δικαιωμάτων ψήφου που απέκτησε και κατέχει άμεσα η Tricorporación, κατόπιν της έναρξης διαπραγματεύσεως στο Χρηματιστήριο Αθηνών την 26η Ιουνίου 2025 των νέων μετοχών. Πρόκειται για μετοχές που εκδόθηκαν στο πλαίσιο της Έκτακτης Γενικής Συνέλευ-

σης των μετόχων της Frigoglass, στις 30 Απριλίου 2025, αναφορικά με την αύξηση μετοχικού κεφαλαίου, που καλύφθηκε μερικώς από την Tricorporación, με εισφορά σε είδος του συνόλου (100%) των μετοχών που κατείχε η Tricorporación στην ισπανική Provisiona Iberia, S.L.



• ΠΟΤΟΠΟΙΙΑ ΠΛΩΜΑΡΙΟΥ

ΘΕΤΙΚΗ ΠΟΡΕΙΑ ΣΤΙΣ ΔΙΕΘΝΕΙΣ ΑΓΟΡΕΣ, ΕΝΤΟΣ ΠΛΑΝΟΥ ΕΞΕΛΙΣΣΕΤΑΙ ΤΟ 2025

Εντός πλάνου κινείται το 2025 για την Ποτοποιία Πλωμαρίου, με την εταιρεία, όπως μαθαίνει το FNB Daily, να είναι ικανοποιημένη από τον ρυθμό ανάπτυξης, που μέχρι στιγμής έχει επιτύχει, σε σχέση με την αντίστοιχη περίοδο του 2024.

ΞΕΝΕΣ ΑΓΟΡΕΣ

Θετική είναι και η μέχρι τώρα παρουσία της εταιρείας στις διεθνείς αγορές σε σχέση με πέρυσι, συνεχίζοντας την υλοποίηση του πλάνου της, ενώ ταυτόχρονα παρακολουθεί στενά και αξιολογεί τις γεωπολιτικές εξελίξεις.

Επειδή η κατανάλωση των προϊόντων της ποτοποιίας στο εξωτερικό γίνεται κυρίως στο σπίτι και όχι στην εστίαση, η διοίκηση είναι αισιόδοξη για την πορεία των διεθνών πωλήσεων.

ΠΑΡΟΥΣΙΑ ΣΕ 50 ΑΓΟΡΕΣ

Η ποτοποιία έχει παρουσία σε 50 αγορές, με την Γερμανία και τα Βαλκάνια να ξεχωρίζουν σε ό,τι αφορά τον όγκο πωλήσεων. Επιδίωξη είναι η ολοένα και συνεχόμενη επέκταση της παρουσίας της σε ξένες αγορές, αναπτύσσοντας δίκτυα στις υφιστάμενες αλλά και διεισδύοντας σε νέες.

Σε ό,τι αφορά την πορεία των αποσταγμάτων παρατηρείται τάση επιστροφής στην παράδοση και τις αυθεντικές αξίες, ειδικά στις νέες γενιές. "Τα ελληνικά παραδοσιακά αποστάγματα είναι ό,τι πιο σύγχρονο αυτή τη στιγμή".

ΝΕΑ ΠΡΟΪΟΝΤΑ

Και φέτος η ποτοποιία σχεδιάζει νέα προϊόντα, δημιουργώντας, όπως και κάθε χρόνο, μια συλλεκτική συσκευασία εμπνευσμένη από το κοινωνικό πρόγραμμα που ανακοίνωσε πριν από 3 χρόνια και αφορά την ανάδειξη και διατήρηση μέρους της πολιτιστικής κληρονομιάς που αφορά στα παραδοσιακά ξύλινα καϊκία.

ΗΛΙΑΧΤΙΔΑ

Φέτος η εταιρεία επισκέφτηκε την "Ηλιαχτίδα" η οποία σήμερα κοσμεί το αποστακτήριο της. Εικαστικά, όπως μαθαίνουμε, θα διαμορφωθεί με τη βοήθεια των καταναλωτών. Έτσι, λοιπόν, η συλλεκτική συσκευασία για το 2025 είναι εμπνευσμένη από την εικόνα της "Ηλιαχτίδας". Να θυμίσουμε ότι οι φιάλες αυτές είναι διαθέσιμες σε επιλεγμένες κάβες και τα Duty Free.

Η "Ηλιαχτίδα" είναι ένα ξύλινο καϊκί "μπατέλο" μήκους 4,80μ, πλάτους 1,79μ και κατασκευής του 1972, που βρέθηκε στη σκάλα Λουτρών με σημαντικές φθορές. Με την ολοκλήρωση των εργασιών ανασκευής της, η Ηλιαχτίδα υιοθετήθηκε από την Ποτοποιία, εγκαταστάθηκε στον προαύλιο χώρο του αποσταγματοποιείου και έτσι μπορούν να τη θαυμάσουν όλοι όσοι επισκέπτονται το αποστακτήριο του Ούζου Πλωμαρίου.

Στέλλα Αυγουστάκη
stella@notice.gr



• ABSOLUT VODKA ΔΟΚΙΜΑΖΕΙ ΝΕΑ ΧΑΡΤΙΝΗ ΦΙΑΛΗ ΚΑΙ ΚΑΠΑΚΙ – ΣΤΟΧΟΣ ΤΟ ΠΛΗΡΩΣ ΒΙΟΛΟΓΙΚΟ ΜΠΟΥΚΑΛΙ

Με επιτυχία ολοκλήρωσε η Absolut Vodka τις πρώτες δοκιμές ενός νέου συνδυασμού χάρτινου μπουκαλιού και καπακιού, με στόχο τη δημιουργία μιας πλήρως βιολογικής και βιώσιμης φιάλης.

ΔΟΚΙΜΗ ΑΠΟ ΕΠΑΓΓΕΛΜΑΤΙΕΣ

Το καπάκι σχεδιάστηκε σε συνεργασία με τη σουηδική startup Blue Ocean Closures, με τις πρώτες δοκιμές να πραγματοποιούνται τον Μάιο σε event της εταιρείας, όπου το νέο καπάκι αξιολογήθηκε σε πραγματικές συνθήκες από επαγγελματίες bartender.

ΑΝΑΚΥΚΛΩΣΙΜΟ ΚΑΠΑΚΙ

Το καπάκι συνδυάζει πάνω από 95% πιστοποιημένων ινών FSC και ένα λεπτό φράγμα από πλαστικό για τη σφράγιση. Μελλοντικά, η Absolut στοχεύει να αντικαταστήσει το πλαστικό με βιολογικά υλικά, ώστε να μεταβεί εξ ολοκλήρου σε ανανεώσιμες πρώτες ύλες. Επίσης, το καπάκι θα μπορεί να ανακυκλώνεται ως χαρτί, σε αγορές όπου υπάρχουν ανάλογα συστήματα διαλογής υλικών.

ΕΠΟΜΕΝΕΣ ΚΙΝΗΣΕΙΣ

Τα επόμενα στάδια του project περιλαμβάνουν περαιτέρω ποιοτικές δοκιμές, ενώ σχεδιάζεται πιλοτική διάθεση στην αγορά σε περιορισμένη κλίμακα.



• **PLATFORM DELIVERY**

Η ΝΕΑ... ΣΥΝΤΑΓΗ ΠΟΥ ΑΛΛΑΖΕΙ ΤΟΥΣ ΚΑΝΟΝΕΣ ΤΟΥ ΠΑΙΧΝΙΔΙΟΥ ΣΤΗΝ ΕΣΤΙΑΣΗ

Σε φάση διαρκούς μετάβασης βρίσκεται ο κλάδος της εστίασης τα τελευταία χρόνια, καθώς – ειδικά μετά την πανδημία – έχουν επέλθει αλλαγές στον τρόπο κατανάλωσης, με τη ζήτηση για τις υπηρεσίες delivery να έχει εκτοξευθεί, μετατρέποντας το φαγητό από έξοδο σε εμπειρία... εντός έδρας. Σε αυτό το νέο τοπίο, πλατφόρμες όπως η Deliveroo, η DoorDash έχουν αναδειχθεί σε καθοριστικούς πρωταγωνιστές παγκοσμίως, επαναπροσδιορίζοντας τη σχέση των καταναλωτών με την εμπειρία του φαγητού.

ΠΡΩΤΟΚΑΘΕΔΡΙΑ ΤΟΥ PLATFORM DELIVERY

Η αγορά παράδοσης τροφίμων παγκοσμίως συνεχίζει την ανοδική της πορεία, με τις εκτιμήσεις για το 2025 να κάνουν λόγο για έσοδα ύψους \$455,85 δισ., σύμφωνα με πρόσφατη έρευνα της Statista. Με έναν σταθερό ετήσιο ρυθμό ανάπτυξης (CAGR) 2,69% την περίοδο 2025-2030, η αγορά αναμένεται να ξεπεράσει τα \$520,65 δισ. έως το τέλος της δεκαετίας. Ιδιαίτερη δυναμική παρουσιάζει ο τομέας του platform delivery – που περιλαμβά-



Tony Xu, CEO,
DoorDash

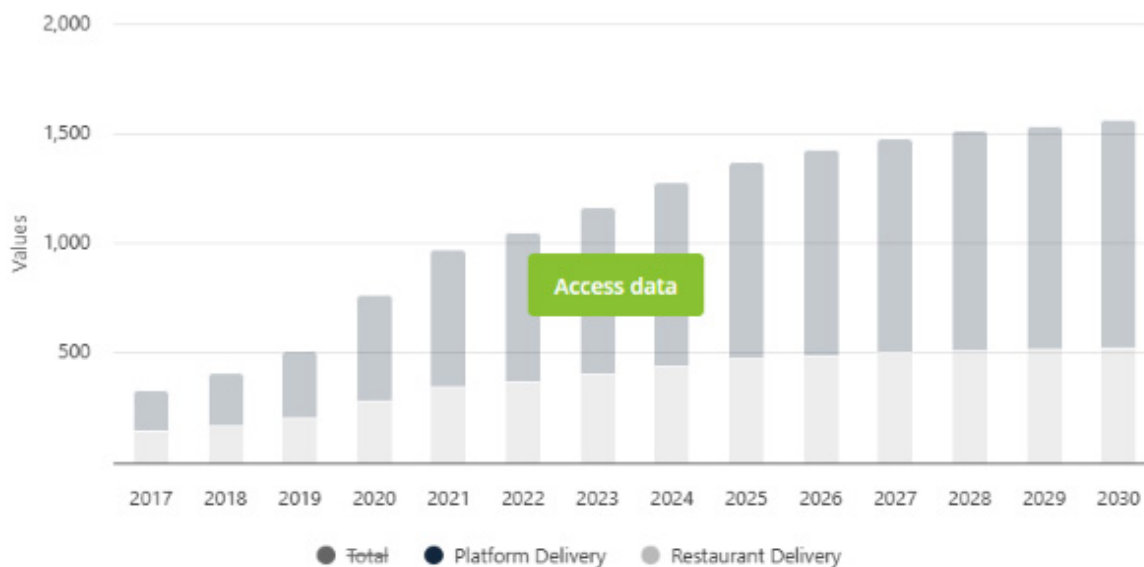
νει πλατφόρμες, όπως η Deliveroo και η DoorDash – ο οποίος αναμένεται να φτάσει το 2025 τα \$298,89 δισ. σε έσοδα. Με την κινεζική αγορά να διατηρεί τα σκήπτρα, ο κλάδος αφήνει πίσω το παραδο-

σιακό μοντέλο της απευθείας παράδοσης από τα εστιατόρια (restaurant delivery), επιβεβαιώνοντας τη στροφή των καταναλωτών σε υπηρεσίες άμεσης, τεχνολογικά υποστηριζόμενης, εξυπηρέτησης.

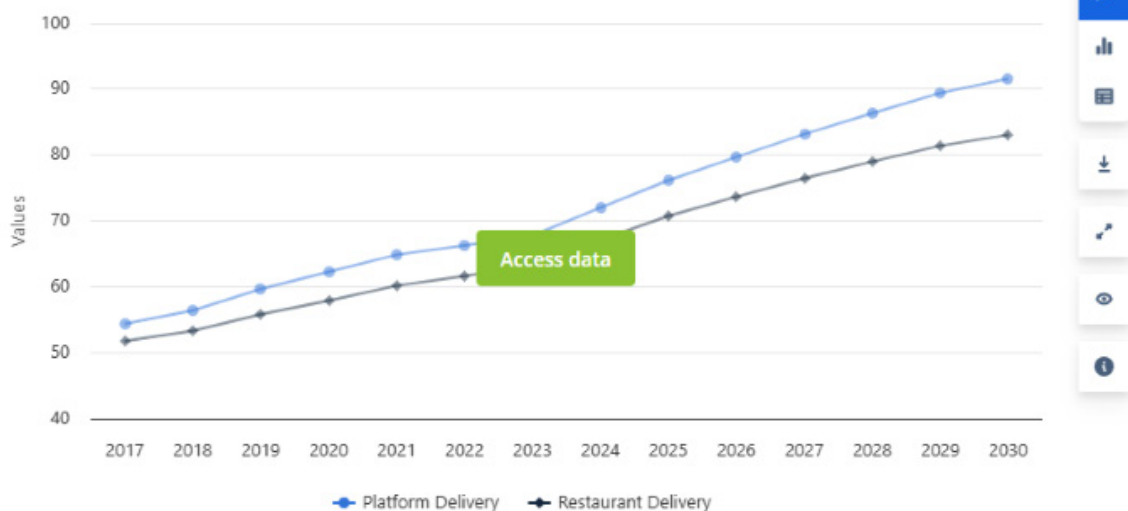
Revenue

Revenue

Revenue Change



Average Order Value



Most recent update: Ιουν 2025

Source: Statista Market Insights

ΤΙ ΘΑ ΔΙΑΜΟΡΦΩΣΕΙ ΤΟ ΜΕΛΛΟΝ ΤΟΥ DELIVERY

Προτιμήσεις των πελατών

Οι καταναλωτές φαίνεται να στρέφονται σε υπηρεσίες παράδοσης γευμάτων που ανταποκρίνονται σε συγκεκριμένες διατροφικές προτιμήσεις, όπως η plant based διατροφή και η επιλογή βιολογικών τροφίμων, αντανakλώντας μια αυξανόμενη ευαισθητοποίηση σε θέματα υγείας. Επιπλέον, η ευκολία των συνδρομητικών πακέτων γευμάτων γίνεται πιο ελκυστική, υπογραμμίζοντας μια στροφή προς φαγητά που εξοικονομούν χρόνο.

Τάσεις της αγοράς

Στην Βόρεια Αμερική, καταγράφεται αυξανόμενη ζήτηση για πακέτα γευμάτων που ανταποκρίνονται σε συγκεκριμένες διατροφικές ανάγκες, όπως η διατροφή keto και paleo. Στην Ευρώπη, οι καταναλωτές επιλέγουν τοπικά συστατικά, ενώ στην Ασία, οι υπηρεσίες συνδρομής κερδίζουν δημοτικότητα.

Τοπικές ιδιαιτερότητες

Στην Κίνα, η αγορά παράδοσης γευμάτων εξελίσσεται ραγδαία, ωθούμενη από την αστικοποίηση του πληθυσμού και την άνοδο του ηλεκτρονικού εμπορίου. Η αγορά των ΗΠΑ χαρακτηρίζεται από ένα ποικιλόμορφο γαστρονομικό τοπίο και εστίαση στις υγιεινές επιλογές ενώ στην Νότια Κορέα ο πολυάσχολος τρόπος ζωής τροφοδοτεί τη ζήτηση για premium επιλογές γευμάτων που συνδυάζουν την ευκολία με την ποιότητα. Από την

άλλη, η αγορά του Ηνωμένου Βασιλείου δίνει έμφαση στη βιωσιμότητα, με τους καταναλωτές να προτιμούν τις φιλικές προς το περιβάλλον συσκευασίες και την ηθική προμήθεια.

Μακροοικονομικοί παράγοντες

Η αγορά παράδοσης γευμάτων διαμορφώνεται σε μεγάλο βαθμό από μακροοικονομικούς παράγοντες, όπως οι καταναλωτικές συνήθειες, η οικονομική σταθερότητα και οι δημογραφικές αλλαγές. Σε χώρες με ισχυρή οικονομική ανάπτυξη, το αυξημένο διαθέσιμο εισόδημα επιτρέπει στους καταναλωτές να ξοδεύουν περισσότερα για υπηρεσίες παράδοσης γευμάτων, ενώ σε περιοχές που αντιμετωπίζουν οικονομική ύφεση, οι επιλογές με βάση τον προϋπολογισμό ενδέχεται να περιορίσουν την επέκταση της αγοράς. Επιπλέον, οι τάσεις αστικοποίησης συμβάλλουν στην αύξηση της ζήτησης για βολικές επιλογές γευμάτων.

ΙΣΧΥΡΟΙ ΠΑΙΚΤΕΣ

Σ' αυτό το περιβάλλον η βρετανική Deliveroo και η αμερικανική DoorDash έχουν αναδειχθεί σε ισχυρούς παίκτες, που συνεργάζονται από αλυσίδες, μέχρι μικρά ανεξάρτητα εστιατόρια.

Η Deliveroo είναι βρετανική πλατφόρμα online παραγγελίας και διανομής φαγητού με παρουσία σε πολλές χώρες, κυρίως στην Ευρώπη, την Μέση Ανατολή και την Ασία. Στον αντίποδα, η αμερικανική DoorDash συνεργάζεται με εστιατόρια στις ΗΠΑ, τον Καναδά, την Αυστραλία και άλλες χώρες. Αμφότερες,

παρέχουν συνδρομητικές προσφορές στους πελάτες τους, που περιλαμβάνουν υπηρεσίες με δωρεάν delivery, αλλά και στοχευμένες συνεργασίες με προσφορές, εκπτώσεις και χαμηλότερα service fees.

Τον Απρίλιο έγινε γνωστό ότι η DoorDash κατέθεσε πρόταση εξαγοράς της Deliveroo, έναντι £2,7 δισ., [όπως διαβάσατε στο FnB Daily](#). Μια συμφωνία μεταξύ των δύο εταιρειών θα βοηθούσε την DoorDash να εδραιώσει το αποτύπωμά της στην Ευρώπη, ενώ - ελλείψει ρυθμιστικών εμποδίων - θα δημιουργούσε έναν ισχυρότερο πρωταγωνιστή στον τομέα του platform delivery.



William Shu,
CEO,
Deliveroo

DATA -ΕΞΟΔΑ Α' Τρίμηνιο 2025

DoorDash: \$3 δισ.

Deliveroo: £518 εκατ.

Σέβη Σαλαγιάννη
sevi@notice.gr

• ΔΙΡΦΥΣ

ΣΤΑΘΕΡΟΤΗΤΑ ΣΤΟ ΠΕΝΤΑΜΗΝΟ – ΞΕΚΙΝΗΣΑΝ ΟΙ ΕΠΕΝΔΥΣΕΙΣ €5 ΕΚΑΤ.

Στα ίδια επίπεδα, με ελαφρώς οριακή ανάπτυξη συγκριτικά με πέρυσι, κινήθηκε η Δίρφυς στο πεντάμηνο, με την πορεία των πωλήσεων να μην προκαλεί εκπλήξεις δεδομένων των συνθηκών, όπως εξήγησε στο FNB Daily ο Διευθύνων Σύμβουλος της εταιρείας εμφιαλώσεων, Νίκος Σέρρας.

Σε επίπεδο κερδοφορίας, η εταιρεία κινείται σε βελτιωμένα επίπεδα σε σχέση με προηγούμενα έτη.

ΣΥΓΚΡΑΤΗΜΕΝΗ ΑΙΣΙΟΔΟΞΙΑ

Εξήγησε ότι υπάρχει συγκρατημένη αισιοδοξία για την από εδώ και πέρα πορεία, με ενδείξεις για σαφή βελτίωση της εικόνας στο επόμενο διάστημα. Αξίζει να αναφερθεί ότι πέρυσι ο κύκλος εργασιών διαμορφώθηκε στα €12 εκατ.

"Η εταιρεία παραμένει σταθερή, αν και αναγνωρίζεται πως το κανάλι HoReCa αντιμετωπίζει ιδιαίτερες δυσκολίες. Οι καιρικές συνθήκες, αν και διαφοροποιημένες σε σχέση με το προηγούμενο έτος, είναι ευνοϊκότερες", εξηγεί ο κ. Σέρρας.



Νίκος Σέρρας, Διευθύνων Σύμβουλος, Δίρφυς

ΤΙ ΕΠΗΡΕΑΖΕΙ ΤΗΝ ΑΓΟΡΑ

Πρόσθεσε μάλιστα ότι συνολική εικόνα της αγοράς για το τρέχον διάστημα επηρεάζεται αρνητικά από ποικίλους εξωγενείς παράγοντες, όπως οι οικονομικές πιέσεις και η γε-

ωπολιτική αβεβαιότητα. Οι συνθήκες αυτές έχουν περιορίσει την καταναλωτική κίνηση, με αποτέλεσμα ο κόσμος να παραμένει περισσότερο στο σπίτι, γεγονός που επηρεάζει και την κατανάλωση εμφιαλωμένου νερού.

ΟΧΙ ΑΜΕΣΑ ΝΕΑ ΠΡΟΪΟΝΤΑ

Μιλώντας για το portfolio, ο κύριος Σέρρας υπογράμμισε ότι η Δίρφυς δεν σχεδιάζει άμεσα την κυκλοφορία νέων προϊόντων, επιλέγοντας να εστιάσει σε όσα ήδη παράγει, με στόχο τη βελτιστοποίηση των υφιστάμενων γραμμών παραγωγής.

ΕΠΕΝΔΥΣΕΙΣ

Στο πλαίσιο αυτό έχει ξεκινήσει την υλοποίηση του επενδυτικού σχεδίου που αφορά την περίοδο 2025-2026 για έργα υποδομής και σε νέα πάγια στοιχεία εξοπλισμού, με βασικό στόχο τον διπλασιασμό της παραγωγικής δυναμικότητας. Το επενδυτικό σχέδιο ανέρχεται σε €5 εκατ.

Στέλλα Αυγουστάκη
stella@notice.gr

• DIAGEO HELLAS

ΤΙ ΑΠΑΝΤΑ ΣΕ ΔΗΜΟΣΙΕΥΜΑ ΤΟΥ FNB DAILY

[Στο χθεσινό δημοσίευμα του FNB Daily που την αφορά](#), απαντά με επίσημη ανακοίνωσή της η Diageo Hellas, μέσω της Corporate Relations Manager της Diageo Southern Europe, Έφης Μπούρα.

"Σχετικά με πρόσφατο δημοσίευσμά σας που αφορά στην Diageo, θα θέλαμε να σημειώσουμε ότι ορισμένες από τις αναφορές που περιλαμβάνονται σε αυτό και αφορούν σε αναδιοργάνωση δεν ανταποκρίνονται με

ακρίβεια στα πραγματικά δεδομένα. Μόλις ολοκληρωθούν οι εσωτερικές διαδικασίες που είναι ακόμα υπό διαμόρφωση θα υπάρξει επίσημη και υπεύθυνη ενημέρωση προς όλα τα ενδιαφερόμενα μέρη".

SÒ POSH!
the trendletter

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

Κάθε Σάββατο στις 9.30

ΤΟ ΕΒΔΟΜΑΔΙΑΙΟ NEWSLETTER

ΓΙΝΕ ΣΥΝΔΡΟΜΗΤΗΣ ΕΔΩ

• **LIDL ΕΛΛΑΣ**

Η ΦΡΕΣΚΑΔΑ ΠΡΩΤΑΓΩΝΙΣΤΗΣ ΤΗΣ ΝΕΑΣ ΚΑΜΠΑΝΙΑΣ

Με τίτλο "Πραγματικά φρέσκα στα Lidl" η εταιρεία παρουσιάζει τη νέα, καλοκαιρινή της καμπάνια, δίνοντας έμφαση στη φρεσκάδα των φρούτων και λαχανικών.

ΕΠΕΝΔΥΣΗ ΣΤΗΝ ΕΛΛΗΝΙΚΟΤΗΤΑ ΤΩΝ ΤΡΟΦΙΜΩΝ

Σύμφωνα με τη σχετική ανακοίνωση, η Lidl επενδύει στην τοπική παραγωγή και στη διαφάνεια, αφού από κάθε 10 φρούτα που διανέμονται στα καταστήματα, τα 9 προέρχονται από Έλληνες προμηθευτές. Επιπλέον, 102 Έλληνες προμηθευτές συμβάλλουν στο καλάθι του καταναλωτή, με τους 78 εξ αυτών να εξάγουν τα προϊόντα τους σε 19 χώρες του εξωτερικού, επιφέροντας κύκλο εργασιών που ανέρχεται στα €186 εκατ. Καθημερινά, οι καταναλωτές έχουν στη διάθεσή τους πάνω από 110 επιλογές φρούτων και λαχανικών, ενώ πραγματοποιούνται περισσότεροι από 1.600 ποιοτικοί έλεγχοι



ετησίως, εξασφαλίζοντας τη φρεσκάδα των προϊόντων.

ΒΡΑΒΕΥΣΗ ΑΠΟ ΤΟΝ ΟΡΓΑΝΙΣΜΟ ICERTIAS

Τέλος, η Lidl Ελλάς κατέκτησε για δεύτερη συνεχόμενη χρονιά το Best Buy Award 2024/2025 από τον διεθνή οργανισμό ICERTIAS, ως η τοπική αλυσίδα λιανικής με την καλύτερη σχέση ποιότητας-τιμής στην αντίληψη των Ελλήνων καταναλωτών.



Γιώργος Δασκαλάκης, Ιδρυτής και Διευθύνων Σύμβουλος, Kaizen Gaming και μέτοχος, Ελληνικά Οινοποιεία

• ΕΛΛΗΝΙΚΑ ΟΙΝΟΠΟΙΕΙΑ ΟΛΟΚΛΗΡΩΘΗΚΕ Η ΑΜΚ – ΕΙΣΗΛΘΕ ΜΕ 12% Ο ΓΙΩΡΓΟΣ ΔΑΣΚΑΛΑΚΗΣ ΤΗΣ ΚΑΙΖΕΝ GAMING

Αύξηση μετοχικού κεφαλαίου €6 εκατ. ανακοίνωσε η Ελληνικά Οινοποιεία. Στην εν λόγω αύξηση συμμετείχε ο Ιδρυτής και Διευθύνων Σύμβουλος του ομίλου Kaizen Gaming, Γιώργος Δασκαλάκης, επενδύοντας ποσό €4,5 εκατ. και αποκτώντας ποσοστό συμμετοχής 12%.

Η ΝΕΑ ΜΕΤΟΧΙΚΗ ΣΥΝΘΕΣΗ

- Sterner Stenhus Greece AB, συμφερόντων Ηλία & Θωμά Γεωργιάδη: 55,38%
- EBM Invest AB, συμφερόντων του Carl Bergendahl: 19,48%
- GPD Συμμετοχών Μονοπρόσωπη Α.Ε., συμφερόντων Γιώργου Δασκαλάκη: 12,19%
- Greek Freak Investments Ltd, συμφερόντων Γιάννη Αντετοκούνμπο: 5,91%

Οι υπόλοιπες εταιρείες συμφερόντων της οικογένειας Αντετοκούνμπο κατέχουν 1,60% των μετοχών, ανεβάζοντας το συνολικό ποσοστό των μετοχών του σε 7,51%. Τέλος, 11 συνεργάτες των Ελληνικών Οινοποιείων κατέχουν συνολικά μετοχές ύψους 5,44%.

• **COCA COLA**

ΕΚΠΑΙΔΕΥΤΙΚΗ ΕΚΣΤΡΑΤΕΙΑ ΚΑΙ ΔΡΑΣΕΙΣ ΓΙΑ ΤΗΝ ΥΠΕΥΘΥΝΗ ΧΡΗΣΗ ΤΟΥ ΝΕΡΟΥ

Με στόχο την καλλιέργεια περιβαλλοντικής συνείδησης και υπεύθυνης διαχείρισης των υδατικών πόρων, η Coca-Cola στην Ελλάδα, σε συνεργασία με τον οργανισμό Global Water Partnership - Mediterranean (GWP-Med) και το Μεσογειακό Γραφείο Πληροφόρησης (MIO-ECSDE / MEDIES), υλοποιεί πρόγραμμα εκπαίδευσης για 750 μαθητές.

Το πρόγραμμα περιλαμβάνει δράσεις με βιωματικά εργασία, όπου οι μαθητές θα έχουν την ευκαιρία να ενημερωθούν για τον ρόλο του νερού στην καθημερινή ζωή και στο περιβάλλον.

ΕΝΗΜΕΡΩΣΗ ΣΕ ΚΑΤΑΣΤΗΜΑΤΑ ΣΚΛΑΒΕΝΙΤΗΣ

Παράλληλα, η εταιρεία συνεχίζει τις δράσεις ενημέρωσης για το ευρύ κοινό. Σε αυτό το πλαίσιο, ambassadors του Φυσικού Μεταλλικού Νερού Αύρα θα συμμετάσχουν σε εκδηλώσεις σε καταστήματα Σκλαβενίτης, προτρέποντας τους πολίτες να υιοθετήσουν πρακτικές υπεύθυνης κατανάλωσης νερού:

- Παρασκευή 27/6 (18:00-19:00): Σκλαβενίτης Άγιος Ιωάννης Ρέντης (Λ. Πέτρου Ράλλη 97), με την Αντιγόνη Βασιλοπούλου
- Δευτέρα 30/6 (18:00-19:00): Σκλαβενίτης στο εμπορικό κέντρο Avenue (Λ. Κηφισίας 41-43, Μαρούσι), με τον Νίκο Παπαγγελή



• ΔΗΜΗΤΡΗΣ ΙΤΟΥΔΗΣ

ΤΟ ΜΠΑΣΚΕΤ ΕΝΩΝΕΙ ΚΑΙ Η ΕΝΩΣΗ ΠΡΟΠΟΝΗΤΩΝ ΤΗΣ EUROLEAGUE ΘΕΛΕΙ ΝΑ ΤΟ ΑΠΟΔΕΙΞΕΙ ΣΤΗΝ ΠΡΑΞΗ

Ο Πρόεδρος της Ένωσης Προπονητών της EuroLeague (EHCB), Δημήτρης Ιτούδης, μίλησε στην ιστοσελίδα του Συνδέσμου Ελλήνων Προπονητών Καλαθοσφαίρισης (ΣΕΠΚ) [για το επερχόμενο συνέδριο](#), το οποίο φέτος θα διεξαχθεί στο ΟΑΚΑ (3-6 Ιουλίου 2025). Παράλληλα, αναφέρθηκε στο νεοσύστατο ίδρυμα της EHCB, την αποστολή του, καθώς και στο [φιλανθρωπικό γκαλά](#) που θα πραγματοποιηθεί στο γκολφ της Γλυφάδας, με σκοπό την οικονομική ενίσχυση του ιδρύματος και του έργου του.

Κόουτς, πόσο σημαντικό είναι για εσάς, με τον ρόλο του Προέδρου της EHCB, να διεξάγεται για δεύτερη συνεχόμενη χρονιά το συνέδριο των προπονητών στην Ελλάδα και μάλιστα στο ΟΑΚΑ;

Πρόκειται για το 5ο EHCB Coaches Congress, όπως είναι η επίσημη ονομασία της διοργάνωσης, και είμαι πολύ χαρούμενος που συνεχίζω το έργο που ξεκίνησε ο πρώτος Πρόεδρος της EHCB, ΖέλικΟ Ομπράντοβιτς, και ο πρώτος Αντιπρόεδρος, Πάμπλο Λάσο. Η χαρά μου είναι ακόμη μεγαλύτερη, καθώς Αντιπρόεδρός μας είναι ο φίλος μου Γιάννης Σφαιρόπουλος. Μαζί, ως προεδρείο, έχουμε καταφέρει να εξελίσσουμε την αρχική ιδέα του συνεδρίου και να τη φτάσουμε σε ένα επίπεδο όπου μπορούμε πλέον, χωρίς καμία υπερβολή, να πούμε ότι πρόκειται για τη μεγαλύτερη συνάντηση προπονητών παγκοσμίως.

Ελπίζω επίσης τα μέλη του ΣΕΠΚ και οι Έλληνες προπονητές κάθε επιπέδου να μας τιμήσουν με την παρουσία τους, γιατί πρόκειται πραγματικά για μια μοναδική εμπειρία. Για δεύτερη χρονιά, θα πραγματοποιήσουμε κοινό Masterclass με τον ΖέλικΟ Ομπράντο-



βιτς, ένα μάθημα γεμάτο αναμνήσεις, αφού θα βρισκόμαστε και πάλι μαζί στο ΟΑΚΑ. Παράλληλα, για να... θυμηθούμε τα μεγάλα ντέρμπι μεταξύ Μπαρτσελόνα και Ρεάλ Μαδρίτης, ο Πάμπλο Λάσο και ο Τσάβι Πασκουάλ θα κάνουν επίσης κοινό Masterclass. Ο Γιάννης Σφαιρόπουλος θα διδάξει επίσης, όπως και οι Ανδρέας Πιστιόλης, Ντούσαν Αλιμπίγεβιτς, Τσους Ματέο, Σάσα Ομπράντοβιτς, ο πρωταθλητής EuroLeague πλέον Σαρούνας Γιασικεβίτσιους, αλλά και ο Ντάρκο Ραγιάκοβιτς των Ράπτορς.

Μιλώντας για πρωτοβουλίες και πέρα από τις τέσσερις γραμμές του γηπέδου, πριν από λίγες εβδομάδες παρουσιάσατε επίσημα το EHCB Foundation. Τί σας οδήγησε σε αυτή την απόφαση;

Όπως συνηθίζει να λέει ο Εκτελεστικός Διευθυντής της EHCB, Γκόραν Σάσιτς, στην ακαδημία προπονητών μας, η οποία διανύει ήδη την πέμπτη της σεζόν, έχουμε αποφοίτους από περισσότερες από 100 χώρες. Μέσα από αυτή τη διαδικασία, τους γνωρί-

σαμε, μας γνώρισαν και καταλαβαίνουμε μερικές φορές πόσο τυχεροί είμαστε που βρισκόμαστε στην Ευρώπη. Απόφοιτοί μας είναι προπονητές από την Νότια Αμερική, την Ασία, την Αφρική, άνθρωποι από χώρες όπως η Βολιβία, η Ζάμπια και οι Φιλιππίνες. Οι συνθήκες στις οποίες εργάζονται είναι εξαιρετικά δύσκολες – και δεν μιλώ μόνο για το επαγγελματικό σκέλος, αλλά κυρίως για το ανθρώπινο.

Ένας απόφοιτός μας από την Βολιβία, για παράδειγμα, εργάζεται σε μια ακαδημία με 500 ορφανά παιδιά. Μπροστά σε τέτοιες καταστάσεις, δεν μπορούσαμε να μείνουμε αδιάφοροι. Έχω δηλώσει πολλές φορές, ακόμα και σε συνεντεύξεις Τύπου, ότι ο αθλητισμός ενώνει, και η Ένωση Προπονητών της EuroLeague θέλει να κάνει αυτή τη φράση πράξη.

Γι' αυτόν τον λόγο διοργανώνεται και το φιλανθρωπικό γκαλά;

Ακριβώς. Θέλουμε να προσκαλέσουμε όλους να στηρίξουν τον στόχο που έχουμε θέσει. Δεν απευθυνόμαστε μόνο στον χώρο του αθλητισμού, αλλά και στον κόσμο της πολιτικής, των επιχειρήσεων, της τέχνης, των media, σε κάθε άνθρωπο που μπορεί και θέλει να συνεισφέρει. Είναι αυτονόητο πως όσο περισσότερους πόρους συγκεντρώνουμε, τόσο πιο ενεργή θα μπορεί να είναι η δράση μας σε αυτόν τον τομέα. Ο ΖέλικΟ Ομπράντοβιτς και ο Πάμπλο Λάσο, μαζί με πέντε άλλα ιδρυτικά μέλη, ανάμεσά τους και εγώ, συγκρότησαν το πρώτο προεδρείο της EHCB, με στόχο να ενισχύσουν τη σύνδεση ανάμεσα στους προπονητές της EuroLeague και να τους δώσουν μια ενιαία, ισχυρή φωνή σε ένα διαρκώς μεταβαλλόμενο μπασκετικό τοπίο.

• ERGON 72H

ΤΙ ΑΦΟΡΑ Η ΣΥΝΕΡΓΑΣΙΑ ΜΕ ΤΗΝ H&M

Μια νέα συνεργασία εγκαινιάζουν το Ergon 72H Artisanal Bakehouse και η H&M. Αφορμή στάθηκε η επαναλειτουργία των δύο καταστημάτων της δεύτερης, στο κέντρο της Αθήνας και στον Πειραιά, τα οποία θα αποτελέσουν το μέλλον των H&M καταστημάτων στην Ελλάδα και όχι μόνο, για τα οποία μπορείτε να διαβάσετε στο σημερινό [BnB Daily](#).

Το Ergon 72H δημιούργησε ένα custom-designed μπισκότο εμπνευσμένο από ένα μαρμαρίνο χάρτη της πόλης, το οποίο θα προσφέ-

ρεται σε ένα συλλεκτικό μεταλλικό κουτί. Το μπισκότο, εμπνευσμένο από τις γειτονιές γύρω από τα καταστήματα της Ερμού και του Πειραιά, θα διατίθεται προς πώληση στον φούρνο του Ergon που στεγάζεται στο ισόγειο του boutique ξενοδοχείου Ergon Bakehouse Athens, συνοδευόμενο από μια κάρτα με την ιστορία του και έναν χάρτη με τα σημεία που αξίζει κανείς να επισκεφθεί. Όπως μαθαίνει το Fnb Daily η συνεργασία αφορά τα reopenings των δύο καταστημάτων στο κέντρο της Αθή-



νας και του Πειραιά. Το κατάστημα της Αθήνας στην οδό Ερμού και Βουλής ανοίγει σήμερα και εκείνο του Πειραιά στις 4 Ιουλίου.

Στέλλα Αυγουστάκη
stella@notice.gr

• Debrief •

ΕΝΑΣ ΤΡΕΛΟΣ, ΤΡΕΛΟΣ, ΤΡΕΛΟΣ ΚΟΣΜΟΣ Νο2

Ο τίτλος είναι κλεμμένος από το Editorial του Νεκτάριου Νώτη, στο τεύχος της 26ης Μαΐου. Αλλά ειλικρινά δεν μπορούσα να σκεφτώ κάτι πιο εύστοχο, όταν διάβασα ότι ένα... κουκλάκι σε μέγεθος ανθρώπου [δημοπρατήθηκε για \\$150.000!](#)

Ναι, σωστά διαβάσατε, πριν κανα δυο βδομάδες έγινε δημοπρασία στο Πεκίνο και το σφυράκι χτύπησε για τον τυχερό που πρόσφερε το συγκεκριμένο ποσό. Ήταν "one-of-a-kind Labubu, σε πράσινο χρώμα μέντας", ανέφερε το σχετικό ρεπορτάζ. Μόλις διάβασα κι αυτό, τότε ήταν που μπερδεύτηκα τελείως. Ομολογώ ότι τα Labubu δεν τα είχα καν ακούσει. Το έψαξα λίγο. Είναι κάτι κουκλάκια που μοιάζουν με ξωπικά, τα φτιάχνει η κινεζική εταιρεία κατασκευής παιχνιδιών Pop Mart και έχουν προκαλέσει φρενίτιδα. Σε σπ-

μείο που η Pop Mart αναγκάστηκε κάποια στιγμή να αναστείλει την πώλησή τους από τα φυσικά καταστήματα που διατηρεί στο Ηνωμένο Βασίλειο. Ο λόγος; [Ξεσπούσαν καυγάδες μεταξύ των πελατών, ποιος θα πρωτοπρόλάβει να τα αγοράσει.](#)

Θα πει κάποιος "καλά κάνουν και δίνουν τα λεφτά τους σε ό,τι τους αρέσει, από τη δική σου τσέπη είναι;" Απολύτως σωστό. Ελεύθεροι άνθρωποι είμαστε, πρέπει να κατευθύνουμε την ενέργεια και το εισόδημά μας σε ό,τι μας κάνει ευτυχείς και γεμίζει την ψυχή μας. Σκέφτομαι, όμως, ότι [προχθές γράφαμε στο FNB Daily](#) πως οι Βρετανοί μείωσαν τη μέση δαπάνη ανά επίσκεψη στα super market. Μάλιστα, αυτό συνέβη την ίδια, περίπου, περίοδο που τσακώνονταν για να αγοράσουν κουκλάκια. Θα πει πάλι ο ίδιος καλόπιστος

παρατηρητής "και που ξέρεις ότι αυτοί που κόβουν δαπάνες στο S/M, είναι οι ίδιοι που τρέχουν να αγοράσουν κουκλάκια; Μπορεί να είναι άλλο αγοραστικό κοινό". Σωστό κι αυτό, δεν το ξέρω.

Εξακολουθώ, όμως, να παραμένω μπερδεμένος. Αλλά πάλι "ίσως το Labubu προσφέρει καταφυγή σε μια ψευδαίσθηση παιδικής απλότητας, για να ξεφύγουμε από τις πολυπλοκότητες που κατακλύζουν σήμερα τον ενήλικο κόσμο μας", [όπως σχολιάζει αρθρογράφος του Guardian](#). Ή σε τελική ανάλυση, όπως μου λέει, ένας νεότερος φίλος "έχεις μεγαλώσει, μην ασχολείσαι με πράγματα που δεν κατανοείς".

Γιάννης Παλιούρης
giannis@notice.gr

Business Maker

ΤΟ ΡΑΛΙ ΣΤΗΝ ΙΧΘΥΟΚΑΛΛΙΕΡΓΕΙΑ ΚΑΙ Η ΛΟΓΙΚΗ ΤΗΣ ΑΡΠΑΧΤΗΣ

Στο καλύτερο φεγγάρι της ιστορίας της βρίσκεται η ελληνική ιχθυοκαλλιέργεια. Αυτό αναφέρουν παράγοντες του κλάδου στη στήλη.

Και αυτό, γιατί οι τιμές παραγωγού για την τσιπούρα και το λαβράκι κινούνται περίξ των €7,5 το κιλό.

Πότε άλλοτε δεν υπήρξαν τόσο υψηλές τιμές. Ακόμη και οι παλαιότεροι, που έζησαν εποχές... δραχμής, δεν θυμούνται να φθάνουν σε

τέτοια επίπεδα. Οι λόγοι πολλοί.

Από την έλλειψη προσφοράς έως την αυξανόμενη ζήτηση για ψάρια ιχθυοτροφείου, μιας και η ελεύθερη αλιεία συρρικνώνεται χρόνο με τον χρόνο.

Ωστόσο, υπάρχουν κάποιοι που δεν αισθάνονται καλά με την παρούσα κατάσταση.

Και αυτό, γιατί θεωρούν πως η υπερβολική αύξηση των τιμών δεν θα αποβεί προς όφελος των εταιρειών του κλάδου.

"Μπορεί βραχυπρόθεσμα να γεμίζουν τα ταμεία, ωστόσο σε μακροπρόθεσμο ορίζοντα δεν είναι καλό για τη ζήτηση. Η ακρίβεια δεν είναι σύμμαχος", σημειώνει υψηλόβαθμο στέλεχος μεγάλης εταιρείας του χώρου. Ειδικά τώρα, όπως λέει, που η παγκόσμια οικονομία βρίσκεται υπό πίεση. "Δεν είναι σωστό να πηγαίνουμε με τη λογική της αρπαχτής. Είναι κοντόφθαλμο", αναφέρει χαρακτηριστικά.

ΕΝΑ ΜΕΤΡΟ ΑΠΟ ΤΟ ΠΑΡΕΛΘΟΝ ΚΑΙ ΤΟ BONUS ΤΩΝ €500 ΕΚΑΤ. ΣΤΙΣ ΤΙΜΕΣ

Αντίστροφα μετρά ο χρόνος για την κατάργηση του πλαφόν στο περιθώριο κέρδους για τα τρόφιμα και τα βασικά είδη διαβίωσης.

Η δίμηνη παράταση, που αποφασίστηκε, εκπνέει σε λίγα 24ώρα και η αγορά προετοιμάζεται για την επόμενη μέρα.

"Δημιουργούσε τεράστια προβλήματα στον ανταγωνισμό και δεν άφηνε τις εταιρείες να ακολουθήσουν αυτόνομη τιμολογιακή πολιτική", σημειώνει υψηλόβαθμο στέλεχος της Ένωσης Σούπερ Μάρκετ Ελλάδας.

Ένα μέτρο, που, όπως λέει, θύμιζε άλλες

εποχές και άλλα καθεστώτα.

Παρά την ανάκαμψη της κατανάλωσης, συνεχίζει, τα νοικοκυριά και η αγοραστική τους δύναμη εξακολουθεί να πιέζεται. "Δεν είναι τυχαία η στροφή στα προϊόντα ιδιωτικής ετικέτας", υπογραμμίζει.

Τα super market, πάντως, δεν πρόκειται να αποκλίνουν από τη γραμμή των προσφορών και των εκπτώσεων, ώστε να συντηρήσουν τη ζήτηση.

Οι ίδιες πηγές επιμένουν πως η συγκέντρωση του οργανωμένου λιανεμπορίου

ου τροφίμων σε μεγαλύτερα σχήματα θα συμβάλει στη μείωση των τιμών. "Με εθνικές αλυσίδες και 24 τοπικές αλυσίδες είναι δύσκολη η δημιουργία οικονομιών κλίματος, αφού υπάρχει υψηλό κόστος λειτουργίας", επισημαίνει.

Εάν το κόστος λειτουργίας, όπως λέει, μειωθεί στα ευρωπαϊκά επίπεδα, υπολογίζεται ότι θα εξοικονομηθούν περίπου €500 εκατ. πόροι, οι οποίοι θα κατευθυνθούν για τη μείωση των τιμών.

Για να δούμε...

Business Insight

GRIVALIA HOSPITALITY: ΟΙ ΕΠΕΝΔΥΣΕΙΣ €60 ΕΚΑΤ. ΣΤΟ AMANZOE ΚΑΙ Η ΠΑΡΑΙΤΗΣΗ ΤΗΣ Ν. ΣΤΡΑΦΤΗ

Ένα νέο επενδυτικό πρόγραμμα, προϋπολογισμού **μεγαλύτερου των €60 εκατ.**, έχει δρομολογήσει η **Grivalia Hospitality στο AmanZoe**. Επενδυτικό πρόγραμμα που έγινε γνωστό από τον ίδιο τον **Γιώργο Χρυσικό**, στη διάρκεια της ενημέρωσης την Τετάρτη.

Πάντως ανάλογη πληροφορία δεν αναφέρεται στον κεντρικό ιστότοπο του ομίλου Aman (υπό τους Vladislav Doronin και Ben Trodd), ωστόσο το γεγονός πως η Grivalia Hospitality είναι ο μοναδικός μέτοχος (*) του υπερπολυτελούς θερέτρου στο Πόρτο Χέλι/Κρανίδι ενδέχεται να απαντά στο ερώτημα.

Ο χρονισμός της παρουσίασης ενός προγράμματος με της **παραίτησης της Ναταλίας Στράφτη**, προφανώς άσχετος, πλην, όμως, έδωσε λαβή σε ορισμένους να εικάσουν για τον λόγο αποχώρησης της, **μόλις έξι μήνες από την ανάληψη της θέσης Διευθύνουσας Συμβούλου**.

Θα σταθώ λίγο παραπάνω στο πρόσωπο της κας Στράφτη, καθώς πρόκειται για **στέλεχος με μακροχρόνια θητεία στην Eurobank Properties πριν πάει στην Grivalia**. Από τις πιο γνωστές και δραστήριες γυναίκες του κλάδου, **με 25ετή και πλέον παρουσία σε υψηλόβαθμες και διευθυντικές θέσεις**. Μάλιστα την περίοδο **2014-2019 ήταν Γενική Διευθύντρια της Grivalia Properties ΑΕΕΑΠ**, ιδρυτικό μέλος και κορυφαίο στέλεχος της Grivalia Management Company και από το 2021 στην Grivalia Hospitality. **Για την αγορά, από τα "παιδιά" του Γιώργου Χρυσικού**, ο οποίος και την ανέδειξε - σύμφωνα με αυτή την προσέγγιση - αναβαθμίζοντάς την πριν έξι

μήνες στη θέση της Διευθύνουσας. Ωστόσο, ορισμένοι έχουν ισχυριστεί ότι συν τω χρόνω απέκτησε την εμπιστοσύνη του Prem Watsa - μεγαλομετόχου της Eurobank, e.t.c. - εξέλιξη που συνέβαλε στην ανέλιξη της σε μία τόσο νευραλγική θέση. Άλλοι, πάλι, ανέτρεξαν αρκετά χρόνια πίσω σε μία υπόθεση που αφορούσε την πώληση ενός ξενοδοχείου στο Λασσήμι. Προφανώς, και η κάθε μία πλευρά έχει τα επιχειρήματα-αντεπιχειρήματα, αν και **μέχρι τώρα "σιγή ιχθύος" από την Ναταλία Στράφτη, όπως και η λακωνική ανακοίνωση του Γιώργου Χρυσικού, μόνο τροφή σε εικασίες μπορεί να αποτελέσουν**, πιθανόν φτάνοντας και σε λάθος συμπέρασμα.

Επίσης, από την "αποχαιρετιστήρια" ανακοίνωση της εταιρείας, η κα Στράφτη φαίνεται να έχει αποχωρήσει (συν)ολικά από τον ευρύτερο όμιλο (της Grivalia.). Μη εισηγμένη στο ΧΑ η Grivalia Hospitality, με φειδώ η ενημέρωση, με ό,τι αυτό μπορεί να σημαίνει ευρύτερα. Σημειώτεον πως η **αποχωρήσασα κατείχε (από τον Ιούλιο 2021) τη θέση της Αναπληρώτριας CEO και επιβλέπουσας τις δραστηριότητες επενδύσεων, διαχείρισης και ανάπτυξης της εταιρείας (**).**

Σε ό,τι αφορά στο AmanZoe, τα λίγο ως πολύ γνωστά στα κεντρικά του ομίλου Aman, επιβεβαιώθηκαν δια στόματος του επικεφαλής της Grivalia Hospitality.

Η μη εισηγμένη **απέκτησε το συγκρότημα στο Πόρτο Χέλι, το 2018, με την - τότε - αξία να αποτιμάται στα €80 εκατ.** Σήμερα, σύμφωνα με τον Γιώργο Χρυσικό η αξία **ξεπερνά τα €300 εκατ.** Μετά το 2018 η εταιρεία αγόρασε δύο ακόμη εκτάσεις, επεκτεί-

νοντας την επιφάνεια του πολυτελούς τουριστικού συγκροτήματος. Γνωστό πως **για την Aman το AmanZoe είναι το πιο κερδοφόρο στην Ευρώπη και στα 4-5 best performing Aman παγκοσμίως**. Κερδοφόρο (σε EBITDA) και στη διάρκεια της πανδημίας, **είχε κύκλο εργασιών πέρυσι €34 εκατ., αλλά χωρίς τις βίλες**, που αποτελούν και την αιχμή του δόρατος. Πρόκειται για τομέα που σύμφωνα με όσα παρουσιάσθηκαν, θα λειτουργήσει ως πηγή σταθερών λειτουργικών εσόδων τα επόμενα χρόνια. Αυτό γιατί σχεδιάζεται η ανάπτυξη βιλών, κατασκευή navilons που θα μπορεί ο ιδιοκτήτης (της κάθε βίλας) διαμένει σε εκείνη όσο διάστημα επιθυμεί μέσα στον χρόνο και έπειτα για το υπόλοιπο χρονικό διάστημα να την επαναδιαθέτει στο συγκρότημα και οι βίλες να λογίζονται ως "ξενοδοχειακά κλειδιά" και να διαμένουν σε αυτές τουρίστες. Αυτή είναι μία καλή επένδυση διότι ο **ιδιοκτήτης εξασφαλίζει καλή απόδοση της τάξης του 2%-4%**. Ως εκ τούτου για μία βίλα **€10 εκατ. η απόδοση κυμαίνεται στα €300-€400 χιλιάδες**.

(*) θυμίζω πως η πώληση του AmanZoe (τμηματικά από τον Μίλτο Καμπουρίδη στον Γιώργο Χρυσικό) είχε θεωρηθεί (Μάρτιος 2023) "κρυφή" από την Dolphin Capital Investors - οδηγώντας στην εκπαραθύρωση του πρώτου, από τους Βρετανούς. Ακολούθησε η λίγο ως πολύ νομική διένεξη αμφότερων των πλευρών

(**) από τα assets της Grivalia Hospitality το One & Only Aesthesis/στην Γλυφάδα, που με αρχική εκτίμηση προϋπολογισμού €80 εκατ. έφθασε τελικά στα €170 εκατ.



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**

• ΜΕΒΓΑΛ

ΧΟΡΗΓΟΣ ΣΤΟΝ ΕΟΡΤΑΣΜΟ ΤΩΝ 100 ΧΡΟΝΩΝ ΤΟΥ ΑΡΙΣΤΟΤΕΛΕΙΟΥ ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟΥ ΘΕΣΣΑΛΟΝΙΚΗΣ

Χορηγός των εκδηλώσεων που έχουν προγραμματιστεί όλη τη χρονιά για τον εορτασμό των 100 χρόνων ίδρυσης του Αριστοτελείου Πανεπιστημίου Θεσσαλονίκης, ανέλαβε η Μεβγάλ.

Με αφορμή την κεντρική επετειακή εκδήλωση, που πραγματοποιήθηκε στο Μέγαρο Μουσικής Θεσσαλονί-

κης, η Πρόεδρος της Μεβγάλ, Μαίρη Χατζάκου, τόνισε ότι "θελήσαμε να δείξουμε έμπρακτα ότι η πορεία της εταιρείας μας, που φέτος συμπληρώνει 75 χρόνια, είναι συνδεδεμένη με την ανάπτυξη της πόλης και των συνανθρώπων μας και συνδέεται με την πορεία του Αριστοτελείου Πανεπιστημίου".



Σπύρος Παπαϊωάννου, Φοιτητής Οικονομικών Επιστημών, ΑΠΘ-Μαίρη Χατζάκου, Πρόεδρος, ΜΕΒΓΑΛ-Γιώτα Μπετζούνη, Marketing Manager, ΜΕΒΓΑΛ

SECRETCREIPE

Ο ακριβοθώρητος manager

Εξαιρετικά πολυάσχολος εμφανίζεται σε συνομιλητές του manager - όχι top, αλλά second level - ελληνικής εταιρείας του κλάδου. Δεν σηκώνει το τηλέφωνό του ή το κάνει επιλεκτικά και πάντα δηλώνοντας ότι "Είμαι πολύ απασχολημένος αυτή την περίοδο, θα καλέσω τις επόμενες ημέρες", ενώ ίδια προσέγγιση έχει και στα mail του. Η συμπεριφορά αυτή έχει εκνευρίσει ιδιαίτερα τους πελάτες της επιχείρησης, και έχουν αρχίσει να γκρινιάζουν στον CEO, ο οποίος τον περιβάλλει με απόλυτη εμπιστοσύνη. Μέχρι πότε, θα δείξει...

Editorial

Η σημασία του 112

Η φωτιά, ως γνωστόν, είναι εξαιρετικά ύπουλο πράγμα. Ειδικά όταν μιλάμε για τις πυρκαγιές του καλοκαιριού, που πάντα συμπίπτουν με ισχυρούς ανέμους. Παρακολουθούσα χθες το τι συνέβη στην Παλαιά Φώκαια. Και, πραγματικά, είναι λυπηρό να βλέπεις να καίγονται τόσες εκτάσεις πρασίνου, αλλά και σπίτια. Ακόμα πιο λυπηρό, όμως, ίσως το πραγματικά λυπηρό, είναι όταν χάνονται ανθρώπινες ζωές. Και, ευτυχώς, αυτό δεν συνέβη.

Για να μη συμβεί, όμως, αυτό, πρέπει οι κάτοικοι των σπιτιών να έχουν ενημερωθεί για το τι πρέπει να κάνουν. Και αυτό είναι κάτι, το οποίο το διασφαλίζει ο μηχανισμός μηχανισμάτων μέσω του 112.

Ένα σύστημα, το οποίο έπρεπε να λειτουργεί εδώ και πάνω από δέκα χρόνια, αλλά τέθηκε σε λειτουργία πριν από πέντε. Έστω και τότε, μια χαρά είναι, που το έχουμε. Αντί, όμως, να ακολουθούν πιστά τις οδηγίες των μηχανισμάτων, κάποιοι καταλήγουν να τις αμφισβητούν, εν μέσω πλήθους θεωριών συνωμοσίας, ότι το... σύστημα θέλει να καούν τα σπίτια του κόσμου, για να χτίσει ξανά εκεί. Άλλοι δηλώνουν στους αστυνομικούς ότι θα μείνουν εκεί για να προστατέψουν το σπίτι τους.

Διάβαζα χθες δηλώσεις του Περιφερειάρχη Αττικής, Νίκου Χαρδαλιά: "Για μια ακόμα φορά, απευθύνουμε έκκληση στους συμπολίτες μας να εφαρμόζουν κατά γράμμα τις οδηγίες που τους δίνονται μέσω του 112, ιδίως σε ό,τι αφορά στις εντολές εκκένωσης περιοχών που εντοπίζεται κίνδυνος εγκλωβισμού".

Είναι απολύτως κατανοητό - και μακριά από όλους μας - ότι ουδείς θέλει να δει το σπίτι του, το βίος του, να γίνεται στάχτη.

Όμως, όσο δύσκολο και αν είναι για πολλούς, όσο καθυστερημένα και αν φτάνει η όποια κρατική αποζημίωση, τα σπίτια ξαναφτιάχνονται. Οι ζωές των ανθρώπων δεν επιστρέφουν.

Και με αυτό το σκεπτικό πρέπει να πορευόμαστε.

Και με τη λογική της υποχρεωτικότητας στην ασφάλιση του σπιτιού. Όπως κάνουμε και με το αυτοκίνητό μας. Τόσο απλά.

Νεκτάριος Β. Νώτης

nectarios@notice.gr