



Better
Living

Lidl House

Athens

Εδώ, η σχέση μας με τον καταναλωτή δεν σταματά στο ράφι, αλλά συνεχίζει ως μία διαρκής βιωματική εμπειρία.

670 τ.μ. βιωματικής εκπαίδευσης και γαστρονομίας σας περιμένουν.

Ραντεβού τον Σεπτέμβριο στην ιστορική Στοά Αρσακείου.

Μάθε περισσότερα



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 29 ΜΑΪΟΥ 2026
ΤΕΥΧΟΣ 2335



• ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΒΙΟΜΗΧΑΝΙΑ ΤΡΟΦΙΜΩΝ ΚΑΙ ΠΟΤΩΝ

Στα €7,4 δισ. οι εξαγωγές - Επεξεργασμένα τρόφιμα και γαλακτοκομικά οδηγούν την ανάπτυξη στο εξωτερικό



• PRODRINKS

Φλερτάρει με το +20% στο τετράμηνο - Σε Κρητικό και Θανάπουλο με δύο γεύσεις το YAMAS Ice Tea



• ΜΠΑΡΜΠΑ ΣΤΑΘΗΣ

Επενδύει σε φυτικές επιλογές, ενισχύει τη διεθνή παρουσία στην ιδιωτική ετικέτα



• ΘΕΟΔ. ΚΑΝΤΖΑΣ ΑΕ

Επένδυση €15,7 εκατ. στο petfood - Εξαρτημένη από τις εισαγωγές η ελληνική αγορά

Editorial

Η επενδυτική εμπιστοσύνη δεν είναι κεκτημένο

Debrief

Κάντο όπως το Harvard

Business Maker

- Το... δώρο που περιμένει η εστίαση και δεν είναι ο ΦΠΑ
- Η πρωτιά και ο χρόνος-ρεκόρ από την Three Cents

Business Insight

Η ελληνική παρουσία - με Bally's/Intralot, Qualco - στον ευρωπαϊκό... Nasdaq

SecretRecipe

- Πέφτουν οι υπογραφές μεταξύ Σουλιώτη και Κάτσου για το 26% της Paliria
- Έρχονται εξελίξεις για το DRS

*Η δίψα για την κορυφή
φάνηκε στο παρκέ.*

ΠΡΩΤΑΘΛΗΤΕΣ ΕΥΡΩΠΗΣ.

*Συγχαρητήρια στην ομάδα
του Ολυμπιακού!*



Αιρένα

ΦΥΣΙΚΟ ΜΕΤΑΛΛΙΚΟ ΝΕΡΟ

Το νερό των πρωταθλητών



Υπερήφανος Χορηγός



• ΜΠΑΡΜΠΑ ΣΤΑΘΗΣ

ΕΠΕΝΔΥΕΙ ΣΕ ΦΥΤΙΚΕΣ ΕΠΙΛΟΓΕΣ, ΕΝΙΣΧΥΕΙ ΤΗ ΔΙΕΘΝΗ ΠΑΡΟΥΣΙΑ ΣΤΗΝ ΙΔΙΩΤΙΚΗ ΕΤΙΚΕΤΑ

Την περαιτέρω ανάπτυξη του τομέα ιδιωτικής ετικέτας και την ενίσχυση των εξαγωγικών συνεργασιών θέτει στο επίκεντρο της στρατηγικής της η Μπάρμπα Στάθης, σε μια περίοδο όπου οι διεθνείς αγορές τροφίμων στρέφονται ολοένα περισσότερο σε προϊόντα φυτικής προέλευσης, λύσεις convenience και προτάσεις με αυξημένη διατροφική αξία.

ΣΤΡΟΦΗ ΑΓΟΡΑΣ ΣΕ ΦΥΤΙΚΑ ΠΡΟΪΟΝΤΑ

Η αυξανόμενη ζήτηση για τρόφιμα που συνδυάζουν ευκολία στην προετοιμασία, ποιοτικά χαρακτηριστικά και σύγχρονο διατροφικό προφίλ αναδιαμορφώνει τη στρατηγική των επιχειρήσεων του κλάδου τροφίμων και λιανεμπορίου διεθνώς. Μέσα σε αυτό το περιβάλλον, η Μπάρμπα Στάθης επιδιώκει να ενισχύσει περαιτέρω τη θέση της στην αγορά ιδιωτικής ετικέτας, επενδύοντας σε νέες κατηγορίες προϊόντων και στην επέκταση των διεθνών συνεργασιών της.

Σήμερα, το private label αντιστοιχεί περίπου στο 17% του συνολικού κύκλου εργασιών της εταιρείας, αποτελώντας έναν από τους βασικούς άξονες ανάπτυξης της εξαγωγικής της δραστηριότητας. Η διοίκηση της εταιρείας εκτιμά ότι η συγκεκριμένη κατηγορία διαθέτει σημαντικά περιθώρια περαιτέρω ενίσχυσης, καθώς οι διεθνείς αλυσίδες λιανεμπορίου αναζητούν ολοένα περισσότερες συνεργασίες με παραγωγούς που μπορούν να προσφέρουν συνδυασμό παραγωγικής αξιοπιστίας, καινοτομίας και ευελιξίας.

ΕΣΤΙΑΣΗ ΣΕ ΝΕΕΣ ΚΑΤΗΓΟΡΙΕΣ

Η στρατηγική της εταιρείας επικεντρώνεται στην ανάπτυξη προϊόντων που ανταποκρίνονται στις νέες καταναλωτικές συνήθειες, με ιδιαίτερη έμφαση στις φυτικές προτάσεις γευμάτων, στις λύσεις έτοιμης προετοιμασίας και στις κατηγορίες καταψυγμένων λαχανικών και vegetable mixes. Οι συγκεκριμένες κατηγορίες καταγράφουν αυξημένη δυναμική στις διεθνείς αγορές, καθώς οι καταναλωτές στρέφονται σε επιλογές που εξοικονομούν χρόνο, χωρίς να υποβαθμίζουν τη διατροφική ποιότητα. Παράλληλα, ενισχύεται η σημασία χαρακτηριστικών όπως η "καθαρή ετικέτα", η βιωσιμότητα στην παραγωγή και οι φυτικές πρώτες ύλες, στοιχεία που αποκτούν ολοένα μεγαλύτερη βαρύτητα στις αποφάσεις αγοράς, τόσο στην Ευρώπη, όσο και σε άλλες ώριμες αγορές τροφίμων. Στελέχη της αγοράς εκτιμούν ότι η ιδιωτική ετικέτα έχει πλέον ξεπεράσει τον παραδοσιακό ρόλο της οικονομικής εναλλακτικής λύσης και εξελίσσεται σε αυτόνομη κατηγορία με αυξημένες απαιτήσεις διαφοροποίησης και καινοτομίας.

ΔΙΕΘΝΗΣ ΠΑΡΟΥΣΙΑ ΚΑΙ ΝΕΕΣ ΑΓΟΡΕΣ ΣΤΟΧΟΙ

Η Μπάρμπα Στάθης διατηρεί σήμερα παρουσία σε περισσότερες από 20 χώρες μέσω επώνυμων προϊόντων, αλλά και συνεργασιών private label, επιδιώκοντας να διευρύνει περαιτέρω το διεθνές της αποτύπωμα. Η στρατηγική για το επόμενο διάστημα περιλαμβάνει τόσο την ενδυνάμωση των υφιστάμενων συ-

νεργασιών, όσο και τη διείσδυση σε νέες αγορές με αναπτυξιακές προοπτικές, αξιοποιώντας τη ζήτηση για προϊόντα convenience και φυτικής διατροφής. Η εταιρεία, με πολυετή παρουσία στον κλάδο των τροφίμων, συγκαταλέγεται μεταξύ των ισχυρότερων παικτών της ελληνικής αγοράς στον τομέα της. Τα τελευταία χρόνια δίνει αυξημένη έμφαση στην ανάπτυξη νέων προϊόντικών κατηγοριών που απευθύνονται σε καταναλωτές με πιο απαιτητικό διατροφικό προφίλ, ενώ παράλληλα επιδιώκει να ενισχύσει τη θέση της σε αγορές όπου η κατανάλωση προϊόντων φυτικής προέλευσης παρουσιάζει αυξημένους ρυθμούς ανάπτυξης.

ΟΙ ΠΡΟΟΠΤΙΚΕΣ ΤΗΣ ΙΔΙΩΤΙΚΗΣ ΕΤΙΚΕΤΑΣ

Οι συνθήκες που διαμορφώνονται διεθνώς στο λιανεμπόριο τροφίμων εκτιμάται ότι θα συνεχίσουν να ευνοούν την ανάπτυξη της ιδιωτικής ετικέτας και τα επόμενα χρόνια. Οι πληθωριστικές πιέσεις, και η μετατόπιση προς πιο ευέλικτες και υγιεινές διατροφικές επιλογές δημιουργούν ένα περιβάλλον στο οποίο οι παραγωγικές επιχειρήσεις καλούνται να επενδύσουν σε καινοτομία και εξειδίκευση.

Σε αυτό το πλαίσιο, η Μπάρμπα Στάθης τοποθετεί στο επίκεντρο της στρατηγικής της την περαιτέρω ανάπτυξη των εξαγωγών και την ενίσχυση των συνεργασιών της με διεθνείς λιανεμπορικούς ομίλους.

Στέλλα Αυγουστάκη
stella@notice.gr



• **ΙΝΔΙΑ**
Ο ΠΟΛΕΜΟΣ ΣΤΟ ΙΡΑΝ ΠΛΗΤΤΕΙ
ΤΙΣ ΕΞΑΓΩΓΕΣ ΡΥΖΙΟΥ

Οι εξαγωγές ρυζιού της Ινδίας κατά το πρώτο τετράμηνο του 2026 υποχώρησαν οριακά σε σύγκριση με το προηγούμενο έτος, καθώς ο πόλεμος ΗΠΑ-Ισραήλ με το Ιράν διατάραξε τις αποστολές της premium ποικιλίας basmati προς τις αγορές του Κόλπου, σύμφωνα με δύο κυβερνητικούς αξιωματούχους.

ΤΟ ΜΕΡΙΔΙΟ ΠΟΥ ΚΑΤΕΧΕΙ

Η Ινδία, η οποία αντιπροσωπεύει πάνω από το 40% των παγκόσμιων εξαγωγών ρυζιού, εξάγει συνήθως περισσότερο ρύζι από το σύνολο των τριών επόμενων μεγαλύτερων προμηθευτών — της Ταϊλάνδης, του Βιετνάμ και του Πακιστάν.

Η πτώση των εξαγωγών ασκεί πρόσθετες πιέσεις στις τιμές ρυζιού στην Ινδία, οι οποίες έχουν ήδη υποχωρήσει περισσότερο από 5% φέτος μετά από συγκομιδή-ρεκόρ.

Οι εξαγωγές ρυζιού της χώρας κατά την περίοδο Ιανουαρίου-Απριλίου μειώθηκαν κατά 1,3% σε ετήσια βάση, φτάνοντας τα 8,39 εκατ. μετρικούς τόνους, σύμφωνα με τους αξιωματούχους, οι οποίοι ζήτησαν να διατηρήσουν την ανωνυμία τους.

Οι εξαγωγές basmati μειώθηκαν κατά 7% στο διάστημα αυτό, στα 2,3 εκατ. μετρικούς τόνους, καθώς περιορίστηκαν οι αποστολές προς αγορές όπως το Ιράν. Αντίθετα, οι εξαγωγές non-basmati ρυζιού αυξήθηκαν οριακά στα 6,09 εκατ. τόνους, από 6,03 εκατ. τόνους ένα χρόνο πριν.

ΚΑΘΥΣΤΕΡΗΣΕΙΣ ΑΠΟΣΤΟΛΩΝ
– ΠΑΓΩΜΑ ΣΥΜΦΩΝΙΩΝ

Εξαγωγέας με έδρα το Νέο Δελχί, ο οποίος επίσης ζήτησε να μην κατονομαστεί, ανέφερε ότι οι αποστολές αναμένεται να παραμείνουν κάτω από τα συνήθη επίπεδα έως ότου λήξει ο πόλεμος με το Ιράν. Φορτία ρυζιού με προορισμό το Ιράν, το Ιράκ, το Κατάρ και την Σαουδική Αραβία συνεχίζουν να καθυστερούν στη μεταφορά λόγω της σύγκρουσης, γεγονός που οδηγεί αγοραστές και εξαγωγείς σε αναβολή νέων συμφωνιών. Η Ινδία εξάγει κυρίως non-basmati ρύζι σε αγορές όπως το Μπαγκλαντές, το Μπενίν, η Ακτή Ελεφαντοστού, η Γουινέα και το Καμερούν, ενώ το premium basmati κατευθύνεται κυρίως προς την Σαουδική Αραβία, το Ιράκ, το Ιράν και τα ΗΑΕ. Το Ιράν αποτελούσε έως πέρυσι τη μεγαλύτερη αγορά για το ινδικό basmati, πριν ξεπεραστεί από την Σαουδική Αραβία, σύμφωνα με κυβερνητικά στοιχεία.

ΑΥΞΗΜΕΝΟ ΚΟΣΤΟΣ ΜΕΤΑΦΟΡΑΣ
ΚΑΙ ΑΣΦΑΛΙΣΗΣ

Το κόστος ναυτιλιακής ασφάλισης και μεταφοράς αυξήθηκε μετά την έναρξη των αμερικανοϊσραηλινών αεροπορικών επιδρομών κατά του Ιράν στα τέλη Φεβρουαρίου, προκαλώντας προβλήματα στη θαλάσσια κυκλοφορία μέσω των Στενών του Ορμούζ. Αυτό επηρέασε αρνητικά και τη ζήτηση για non-basmati ρύζι από αφρικανικούς αγοραστές, σύμφωνα με εξαγωγέα με έδρα την Kakinada στη νοτιοανατολική Ινδία.



• **ΟΙΝΟΠΟΙΕΙΑ ΜΠΟΥΤΑΡΗ**
ΣΤΟ ΦΕΣΤΙΒΑΛ
ΤΩΝ ΚΑΝΝΩΝ ΜΕ
ΤΗΝ ΕΛΛΗΝΙΚΗ
ΑΠΟΣΤΟΛΗ

Τα Οινοποιεία Μπουτάρη συμμετείχαν στο επίσημο party της ελληνικής αποστολής στο Greek Pavilion, το οποίο πραγματοποιήθηκε την Κυριακή 17 Μαΐου στο Village International, στο πλαίσιο του Φεστιβάλ των Καννών.

Σε μία διεθνή διοργάνωση για τον κινηματογράφο και τον πολιτισμό, η Ελλάδα έδωσε το "παρών", αναδεικνύοντας τη σύγχρονη δημιουργική της ταυτότητα, το ταλέντο των Ελλήνων δημιουργών και τη δυναμική της οπτικοακουστικής παραγωγής.

Η παρουσία της ελληνικής αποστολής στις Κάννες πραγματοποιήθηκε με τη συμβολή του ΕΚΚΟΜΕΔ, του Ελληνικού Κέντρου Κινηματογράφου, Οπτικοακουστικών Μέσων και Δημιουργίας, καθώς και του Διεθνούς Φεστιβάλ Κινηματογράφου Θεσσαλονίκης.

ΠΟΥ ΒΟΗΘΗΣΕ Η ΕΤΑΙΡΕΙΑ

Στο πλαίσιο της εκδήλωσης, τα Οινοποιεία Μπουτάρη κάλυψαν τις ανάγκες της βραδιάς σε κρασί, προσφέροντας στους καλεσμένους μια γευστική εμπειρία από τον ελληνικό αμπελώνα.

Για τη βραδιά στο Greek Pavilion, τα Οινοποιεία Μπουτάρη συμμετείχαν με τρεις ετικέτες:

- τη Μαλαγουζιά Μπουτάρη
- το ροζέ Δίανθος από την ποικιλία Ξινόμαυρο
- το Grande Reserve Naoussa 2013

• **BARILLA**

ΕΠΕΝΔΥΕΙ \$170 ΕΚΑΤ. ΓΙΑ ΕΠΕΚΤΑΣΗ ΕΡΓΟΣΤΑΣΙΟΥ ΣΤΗ ΝΕΑ ΥΟΡΚΗ

Η Barilla σχεδιάζει να επεκτείνει τη μονάδα παραγωγής ζυμαρικών της στην περιοχή Avon της κομητείας Livingston, στην Νέα Υόρκη, όπως ανακοίνωσε η κυβερνήτης, Kathy Hochul.

Η επέκταση θα πραγματοποιηθεί σε δύο φάσεις, με την πρώτη να περιλαμβάνει επένδυση ύψους \$145 εκατ. και το συνολικό έργο να ανέρχεται στα \$170 εκατ.

Η Melissa Tendick, Πρόεδρος της Barilla Americas, δήλωσε: "Η επέκταση αυτή ενισχύει τη δυνατότητά μας να ανταποκριθούμε στην αυξανόμενη ζήτηση, παραμένοντας προσηλωμένοι σε αυτό που έχει μεγαλύτερη σημασία – την παροχή υψηλής ποιότητας ζυμαρικών που οι καταναλωτές γνωρίζουν και εμπιστεύονται". Η πρώτη φάση του έργου αναμένεται να ολοκληρωθεί έως τον Μάρτιο του 2028.

ΤΟ ΣΧΕΔΙΟ ΤΗΣ ΕΠΕΚΤΑΣΗΣ

Η πρώτη φάση περιλαμβάνει την κατασκευή νέου κτιρίου παραγωγής 52.000 τετραγωνικών ποδιών, με την προσθήκη μίας νέας γραμμής παραγωγής και τριών γραμμών



Melissa Tendick, Πρόεδρος της Barilla Americas

μών συσκευασίας στις υφιστάμενες εγκαταστάσεις. Παράλληλα, η Barilla σχεδιάζει να επεκτείνει τις δραστηριότητες αποθήκευσης και διανομής μέσω νέας αποθηκευτικής εγκατάστασης.

Η δεύτερη φάση του έργου θα περιλαμβάνει την εγκατάσταση ακόμη μίας γραμμής παραγωγής.

ΤΟ ΠΛΑΝΟ ΣΤΗΡΙΞΗΣ ΤΟΠΙΚΗΣ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑΣ

Μέσω της επέκτασης, η Barilla εκτιμά ότι θα δημιουργήσει 90 νέες θέσεις εργασίας στην περιοχή. Στο πλαίσιο της στήριξης της περιφερειακής οικονομίας, η Barilla θα λάβει επίσης ενίσχυση έως \$2,75 εκατ. από τον οργανισμό Empire State Development μέσω του προγράμματος φορολογικών κινήτρων Excelsior Jobs Tax Credit Program.

Το έργο υποστηρίζεται ακόμη από τις National Grid, Rochester Gas and Electric, την κομητεία Livingston και τον οργανισμό Greater Rochester Enterprise, ενώ εξετάζεται και στήριξη από τη New York Power Authority.

• **ΗΝΩΜΕΝΟ ΒΑΣΙΛΕΙΟ**

ΒΙΟΜΗΧΑΝΙΕΣ ΤΡΟΦΙΜΩΝ ΠΡΟΑΝΑΓΓΕΛΛΟΥΝ ΑΥΞΗΣΕΙΣ ΤΙΜΩΝ ΛΟΓΩ ΜΕΣΗΣ ΑΝΑΤΟΛΗΣ

Οι βρετανικές βιομηχανίες τροφίμων και ποτών σχεδιάζουν να αυξήσουν τις τιμές των προϊόντων τους ως απάντηση στο αυξημένο κόστος που προκαλεί η σύγκρουση στην Μέση Ανατολή, εξέλιξη που απειλεί να εντείνει περαιτέρω τις πιέσεις στα νοικοκυριά.

Περισσότερο από το 80% των παραγωγών που συμμετείχαν σε έρευνα της Food and Drink Federation δήλωσαν ότι θα μετακυλίσουν το αυξημένο κόστος στους καταναλωτές, μετά την άνοδο των δαπανών για ενέργεια, μεταφορές, συσκευασίες, λιπάσματα και πρώτες ύλες.

Περίπου το 1/3 των επιχειρήσεων σχεδιάζει αναδιάρθρωση ή περικοπές θέσεων εργασίας, ενώ περισσότερο από το 1/4 σκοπεύει να ακυρώσει ή να "παγώσει" προγραμματισμένες επενδύσεις, σύμφωνα με τον κλαδικό φορέα.

ΝΕΕΣ ΠΙΕΣΕΙΣ ΣΤΟ ΚΟΣΤΟΣ ΖΩΗΣ

Τα ευρήματα της έρευνας εντείνουν τις ανησυχίες για τις επιπτώσεις που μπορεί να έχει



μία παρατεταμένη σύγκρουση στην Μέση Ανατολή στο κόστος ζωής.

Οι Βρετανοί καταναλωτές βρίσκονται ήδη αντιμέτωποι με αυξημένες τιμές καυσίμων και υψηλότερα επιτόκια στεγαστικών δανείων μετά το ξέσπασμα του πολέμου, ενώ αναμένεται νέα αύξηση και στους λογαριασμούς ενέργειας.

Η επιχειρηματική εμπιστοσύνη μεταξύ των βιομηχανιών τροφίμων έχει υποχωρήσει στο χαμηλότερο επίπεδο από την ενεργειακή κρίση που ακολούθησε τη ρωσική εισβολή στην Ουκρανία το 2022, σύμφωνα με την

έκθεση της Food and Drink Federation.

Οι περισσότερες επιχειρήσεις που συμμετείχαν στην έρευνα εκτιμούν ότι η κατάσταση θα επιδεινωθεί τους επόμενους μήνες.

ΣΥΖΗΤΗΣΕΙΣ ΓΙΑ ΠΑΓΩΜΑ ΤΙΜΩΝ

Σε μια προσπάθεια να περιοριστούν οι πιέσεις στα νοικοκυριά, η υπουργός Οικονομικών του Ηνωμένου Βασιλείου, Rachel Reeves, πρότεινε ιδιωτικά την περασμένη εβδομάδα την εφαρμογή εθελοντικού παγώματος τιμών στα τρόφιμα στα super market. Ωστόσο, η πρόταση δέχθηκε έντονη κριτική, ακόμη και από την Marks & Spencer.

Παράλληλα, το Η.Β. προετοιμάζεται και για ενδεχόμενες ελλείψεις προϊόντων. Τον προηγούμενο μήνα, η κυβέρνηση εκπόνησε σχέδια αντιμετώπισης πιθανών διαταραχών στην εφοδιαστική αλυσίδα τροφίμων λόγω μείωσης της προσφοράς διοξειδίου του άνθρακα, το οποίο χρησιμοποιείται ευρέως στη βιομηχανία για συσκευασίες, ζυθοποιία και τη σφαγή ορισμένων ζώων.

• **ΙΩΑΝΝΗΣ ΓΙΩΤΗΣ (ΣΕΒΤ)**

ΑΝΑΧΩΜΑ ΣΤΟΝ ΠΛΗΘΩΡΙΣΜΟ Η ΒΙΟΜΗΧΑΝΙΑ ΤΡΟΦΙΜΩΝ - ΑΠΡΟΒΛΕΠΤΕΣ ΟΙ ΕΠΙΠΤΩΣΕΙΣ ΑΠΟ ΤΗΝ Μ. ΑΝΑΤΟΛΗ

Σταθερά δίπλα στα νοικοκυριά παραμένει η βιομηχανία τροφίμων, συνεχίζοντας να αναπτύσσεται και να αποτελεί πυλώνα σταθερότητας για την οικονομία παρά τις προκλήσεις. Όπως σημείωσε ο Πρόεδρος του ΣΕΒΤ, Ιωάννης Γιώτης, ο κλάδος καταγράφει κύκλο εργασιών άνω των €26 δισ. και αποτελεί τον μεγαλύτερο εργοδότη της μεταποίησης, με περισσότερους από εκατό χιλιάδες εργαζόμενους.

Τόνισε ότι η αβεβαιότητα εξακολουθεί να κυριαρχεί στο διεθνές και εγχώριο οικονομικό περιβάλλον. Όπως ανέφερε, η πανδημία άλλαξε ριζικά τα δεδομένα στην εφοδιαστική αλυσίδα, ενώ ο πόλεμος στην Ουκρανία αποτέλεσε την απαρχή μιας παρατεταμένης περιόδου αστάθειας. Παράλληλα, η κλιματική κρίση αυξάνει το κόστος των προμηθειών, ενώ το συνεχώς μεταβαλλόμενο ρυθμιστικό πλαίσιο επηρεάζει σημαντικά τη λειτουργία των επιχειρήσεων. Όλα αυτά, όπως υπογράμμισε, εξελίσσονται σε μια χώρα που αντιμετωπίζει έντονο δημογραφικό πρόβλημα.

Ο ίδιος αναφέρθηκε και στη νέα γεωπολιτική αναταραχή στην Μέση Ανατολή, επισημαίνοντας ότι οι επιπτώσεις της παραμένουν απρόβλεπτες. Τόνισε ότι οι ελλείψεις σε πρώτες ύλες, υλικά συσκευασίας και λιπάσματα ενδέχεται να επηρεάσουν μελλοντικά τη διαθεσιμότητα προϊόντων και αγαθών, σε μια περίοδο όπου η βιομηχανία εξακολουθεί να δίνει μάχη με τις χαμηλές επιδόσεις παραγωγικότητας και την έλλειψη ανθρώπινου δυναμικού.

ΑΝΑΠΤΥΞΙΑΚΟΣ ΝΟΜΟΣ ΚΑΙ ΑΝΑΓΚΗ ΣΤΑΘΕΡΟΥ ΠΛΑΙΣΙΟΥ

Στο πλαίσιο αυτό, υπογράμμισε τη σημασία του νέου Αναπτυξιακού Νόμου, σημειώνοντας ότι δημιουργεί σημαντικές προοπτικές για την ενίσχυση της παραγωγικότητας και των επενδύσεων. Παράλληλα, επισήμανε ότι η εξάλειψη των καθυστερήσεων και η διασφάλιση σταθερού πλαισίου λειτουργίας αποτελούν βασικές προϋποθέσεις για τη συνέχεια και την ανθεκτικότητα των επιχειρήσεων.

ΕΝΙΣΧΥΣΗ ΤΗΣ ΕΞΑΓΩΓΙΚΗΣ ΔΥΝΑΜΙΚΗΣ

Ιδιαίτερη αναφορά έκανε και στην εξαγωγική δυναμική του κλάδου, επισημαίνοντας ότι το Made in Greece ξεχωρίζει διεθνώς για την ποιότητα και τις γεύσεις του. Οι εξαγω-



Ιωάννης Γιώτης, Πρόεδρος, ΣΕΒΤ

γές τροφίμων και ποτών, όπως ανέφερε, αγγίζουν τα €7,4 δισ., αντιπροσωπεύοντας περίπου το 14% των συνολικών εξαγωγών της χώρας.

ΔΙΑΣΦΑΛΙΣΗ ΤΗΣ ΕΠΙΣΙΤΙΣΤΙΚΗΣ ΕΠΑΡΚΕΙΑΣ

Ο κ. Γιώτης στάθηκε ιδιαίτερα στη συμβολή της βιομηχανίας στην επισιτιστική ασφάλεια, σημειώνοντας ότι σε όλες τις διαδοχικές κρίσεις ο κλάδος φρόντισε να μην υπάρξουν ελλείψεις στα ελληνικά νοικοκυριά. Όπως τόνισε, η Ελλάδα ήταν από τις ελάχιστες χώρες που δεν κατέγραψαν σημαντικές ελλείψεις προϊόντων, κάτι που –όπως είπε– δεν ήταν ούτε εύκολο ούτε αυτονόητο, αλλά αποτέλεσμα της προσπάθειας της βιομηχανίας.

ΑΠΟΡΡΟΦΗΣΗ ΚΟΣΤΟΥΣ ΚΑΙ ΣΥΓΚΡΑΤΗΣΗ ΤΙΜΩΝ

Παράλληλα, υπογράμμισε ότι εξίσου δύσκολη ήταν και η προσπάθεια συγκράτησης των τιμών, μέσα σε ένα περιβάλλον αυξημένων ενεργειακών, μεταφορικών και πρώτων υλών. Όπως ανέφερε, η βιομηχανία απορρόφησε σημαντικό μέρος των αυξήσεων κόστους προκειμένου να περιορίσει τις επιβαρύνσεις για τους καταναλωτές, λειτουργώντας ως ανάχωμα του πληθωρισμού και της ακρίβειας.

Σύμφωνα με τον ίδιο, ο δείκτης εξέλιξης τιμών στην κατηγορία των μεταποιημένων τροφίμων παραμένει μηδενικός ή και αρνητικός τους τελευταίους 16 μήνες, γεγονός που, όπως σημείωσε, αποτυπώνει τη μάχη που έχει δοθεί απέναντι στις πληθωριστικές πιέσεις. Υποστήριξε, ακόμη, ότι τα ελληνικά μεταποιημένα τρόφιμα λειτουργούν ως ανάχωμα στην ακρίβεια.

ΠΙΕΣΕΙΣ ΑΠΟ ΤΗΝ ΑΚΡΙΒΕΙΑ ΚΑΙ ΤΟ ΕΝΕΡΓΕΙΑΚΟ ΚΟΣΤΟΣ

Ο Πρόεδρος του ΣΕΒΤ έκανε ειδική αναφορά στο ελαιόλαδο, σημειώνοντας ότι προκάλεσε σημαντικές ανατιμήσεις, ωστόσο τόνισε πως η βιομηχανία τροφίμων συχνά δαιμονοποιείται άδικα για αυξήσεις που καταγράφονται σε άλλες κατηγορίες, όπως τα φρέσκα φρούτα, το κρέας και τα ψάρια, οι οποίες, όπως είπε, δεν συνδέονται με τα προϊόντα της βιομηχανίας τροφίμων και ποτών.

Όπως ανέφερε, ο κλάδος συνεχίζει να δίνει μάχη για τη στήριξη των νοικοκυριών, τα οποία χαρακτήρισε ως τη σημαντικότερη παρουσία της ελληνικής οικονομίας. Πρόσθεσε, ωστόσο, ότι πρόκειται για μια άνιση μάχη, καθώς το κόστος ενέργειας, καυσίμων και πρώτων υλών εξακολουθεί να ασκεί έντονες πιέσεις στις επιχειρήσεις.

Ο ίδιος χαρακτήρισε την ακρίβεια ως τον "χειρότερο εχθρό" της βιομηχανίας, επισημαίνοντας ότι ο κλάδος ούτε την επιδιώκει, ούτε την επιθυμεί. Τόνισε, όμως, ότι οι προκλήσεις πολλαπλασιάζονται τόσο σε ευρωπαϊκό, όσο και σε ελληνικό επίπεδο.

ΕΠΕΝΔΥΣΕΙΣ ΣΕ ΚΑΙΝΟΤΟΜΙΑ ΚΑΙ ΜΑΚΡΟΠΡΟΘΕΣΜΗ ΑΝΑΠΤΥΞΗ

Κλείνοντας, ο κ. Γιώτης υπογράμμισε ότι ο ΣΕΒΤ αντιμετωπίζει το μέλλον με αισιοδοξία, εκφράζοντας την πεποίθηση ότι ο ανοιχτός διάλογος μπορεί να οδηγήσει σε λύσεις με θετικό πρόσημο. Όπως ανέφερε, η βιομηχανία θα συνεχίσει να επενδύει στην καινοτομία, τη γνώση και τη νέα γενιά.

Παράλληλα, επισήμανε ότι η εποχή απαιτεί διορατικότητα και προσαρμοστικότητα, υπογραμμίζοντας την ανάγκη για σταθερό πλαίσιο λειτουργίας από την Πολιτεία, καθώς χωρίς σταθερότητα δεν μπορούν να αυξηθούν η παραγωγικότητα, οι επενδύσεις και η μακροπρόθεσμη ανάπτυξη.

Στέλλα Αυγουστάκη
stella@notice.gr

• **ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΒΙΟΜΗΧΑΝΙΑ ΤΡΟΦΙΜΩΝ ΚΑΙ ΠΟΤΩΝ**
ΣΤΑ €7,4 ΔΙΣ. ΟΙ ΕΞΑΓΩΓΕΣ - ΕΠΕΞΕΡΓΑΣΜΕΝΑ ΤΡΟΦΙΜΑ ΚΑΙ
ΓΑΛΑΚΤΟΚΟΜΙΚΑ ΟΔΗΓΟΥΝ ΤΗΝ ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΣΤΟ ΕΞΩΤΕΡΙΚΟ

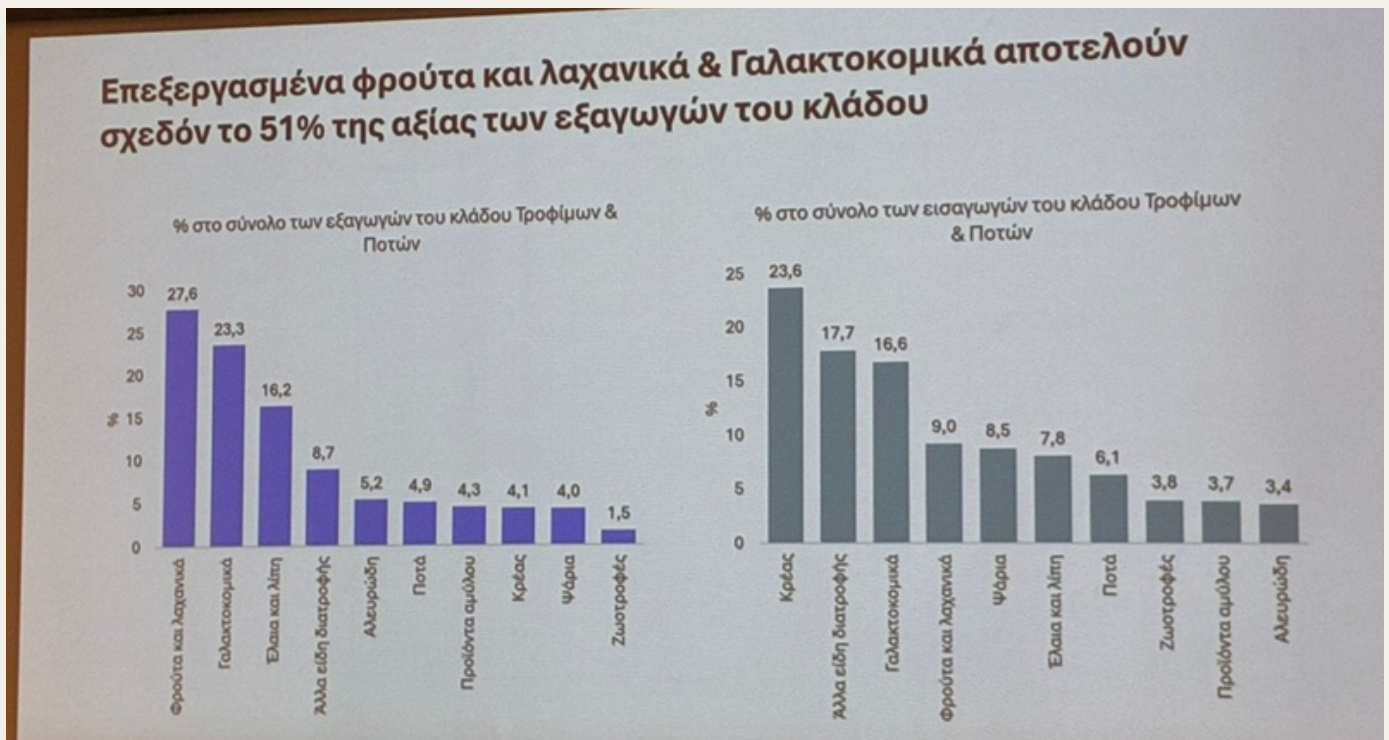
Την ανθεκτικότητα και τον διευρυμένο ρόλο της ελληνικής βιομηχανίας τροφίμων και ποτών στην εγχώρια οικονομία ανέδειξαν τα στοιχεία έρευνας του IOBE που παρουσιάστηκαν στο πλαίσιο της Γενικής Συνέλευσης του ΣΕΒΤ, με τον κλάδο να καταγράφει ιστορικά υψηλές επιδόσεις στις εξαγωγές, αυξημένη συμμετοχή στη μεταποίηση και έντονη επενδυτική δραστηριότητα, παρά το περιβάλλον αυξημένου κόστους και διεθνών αβεβαιοτήτων. Η βασική εξέλιξη αφορά την περαιτέρω ενίσχυση της εξωστρέφειας του κλάδου. Οι εξαγωγές τροφίμων και ποτών ανήλθαν το 2025 στα €7,4 δισ., σχεδόν διπλάσιες σε

σχέση με μία δεκαετία πριν, αντιπροσωπεύοντας πλέον το 15% του συνόλου των ελληνικών εξαγωγών αγαθών, το υψηλότερο ποσοστό από το 2015. Παράλληλα, ο δείκτης εξωστρέφειας του κλάδου διαμορφώθηκε στο 44%, επιβεβαιώνοντας τη σταθερή ενίσχυση της παρουσίας των ελληνικών προϊόντων στις διεθνείς αγορές.

ΟΙ ΚΑΤΗΓΟΡΙΕΣ-ΠΡΩΤΑΘΛΗΤΕΣ

Κομβικό ρόλο στην εξαγωγική δραστηριότητα εξακολουθούν να διαδραματίζουν τα επεξεργασμένα φρούτα και λαχανικά και τα γαλακτοκομικά προϊόντα, τα οποία αθροιστικά αντιστοιχούν σχεδόν στο 51%

της αξίας των εξαγωγών του κλάδου. Βασικές αγορές προορισμού παραμένουν η Ιταλία και η Γερμανία, οι οποίες απορροφούν περίπου το 30% των ελληνικών εξαγωγών τροφίμων και ποτών, ενώ σημαντική παρουσία καταγράφεται επίσης σε ΗΠΑ, Ηνωμένο Βασίλειο και Κύπρο. Την ίδια στιγμή, οι εισαγωγές τροφίμων και ποτών διαμορφώθηκαν στα €9,2 δισ. το 2025, με το εμπορικό ισοζύγιο να παραμένει ελλειμματικό, γεγονός που αποδίδεται κυρίως στην αυξημένη εξάρτηση από εισαγόμενες πρώτες ύλες και προϊόντα συγκεκριμένων κατηγοριών, όπως το κρέας και ορισμένα επεξεργασμένα τρόφιμα.



ΜΕΤΑΠΟΙΗΣΗ & ΑΠΑΣΧΟΛΗΣΗ

Ο κλάδος εξακολουθεί να αποτελεί βασικό πυλώνα της ελληνικής μεταποίησης και της περιφερειακής παραγωγικής δραστηριότητας. Η βιομηχανία τροφίμων και ποτών αριθμεί περίπου 16.000 επιχειρήσεις και πραγματοποιεί κύκλο εργασιών €26,2 δισ., αντιπροσωπεύοντας το 26,9% του συνολικού κύκλου εργασιών της μεταποίησης.

Παράλληλα, αποτελεί τον μεγαλύτερο εργοδότη της ελληνικής μεταποίησης, με 162.000 εργαζόμενους το 2025 και

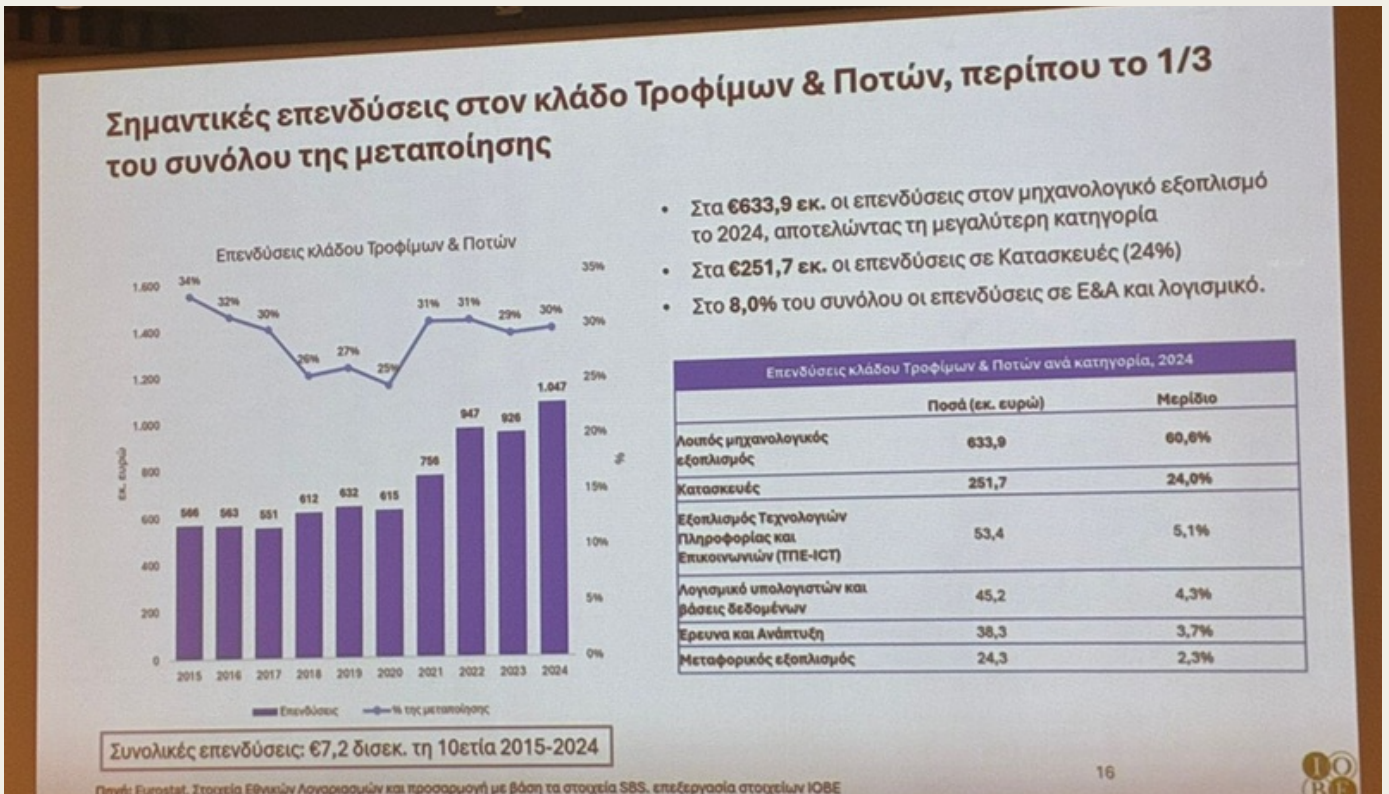
συμμετοχή 38% στη συνολική απασχόληση του τομέα. Τα στοιχεία δείχνουν ότι η απασχόληση στον κλάδο αυξήθηκε κατά 33% την περίοδο 2020–2025, γεγονός που αποτυπώνει τη διατήρηση της παραγωγικής δραστηριότητας αλλά και τη συνεχιζόμενη επενδυτική κινητικότητα.

ΕΠΕΝΔΥΣΕΙΣ ΑΝΩ ΤΟΥ €1 ΔΙΣ.

Ιδιαίτερη έμφαση δόθηκε και στις επενδύσεις, οι οποίες το 2024 ξεπέρασαν το €1 δισ., αντιστοιχώντας περίπου στο 30%

των συνολικών επενδύσεων της μεταποίησης. Το μεγαλύτερο μέρος κατευθύνθηκε σε μηχανολογικό εξοπλισμό και κατασκευές, επιβεβαιώνοντας τη στρατηγική επιλογή των επιχειρήσεων να ενισχύσουν την παραγωγική τους βάση, την αποδοτικότητα και τον τεχνολογικό εκσυγχρονισμό.

Συνολικά, οι επενδύσεις του κλάδου την περίοδο 2015–2024 ανήλθαν σε €7,2 δισ., ενώ αυξημένη κινητικότητα καταγράφηκε και σε τομείς όπως η έρευνα και ανάπτυξη, το λογισμικό και οι τεχνολογίες πληροφορικής.



- Στα €633,9 εκ. οι επενδύσεις στον μηχανολογικό εξοπλισμό το 2024, αποτελώντας τη μεγαλύτερη κατηγορία
- Στα €251,7 εκ. οι επενδύσεις σε Κατασκευές (24%)
- Στο 8,0% του συνόλου οι επενδύσεις σε E&A και λογισμικό.

Κατηγορία	Ποσό (εκ. ευρώ)	Μερίδιο
Λοιπός μηχανολογικός εξοπλισμός	633,9	60,6%
Κατασκευές	251,7	24,0%
Εξοπλισμός Τεχνολογιών Πληροφορίας και Επικοινωνιών (ΤΠΕ-ICT)	53,4	5,1%
Λογισμικό υπολογιστών και βάσεις δεδομένων	45,2	4,3%
Έρευνα και Ανάπτυξη	38,3	3,7%
Μεταφορικός εξοπλισμός	24,3	2,3%

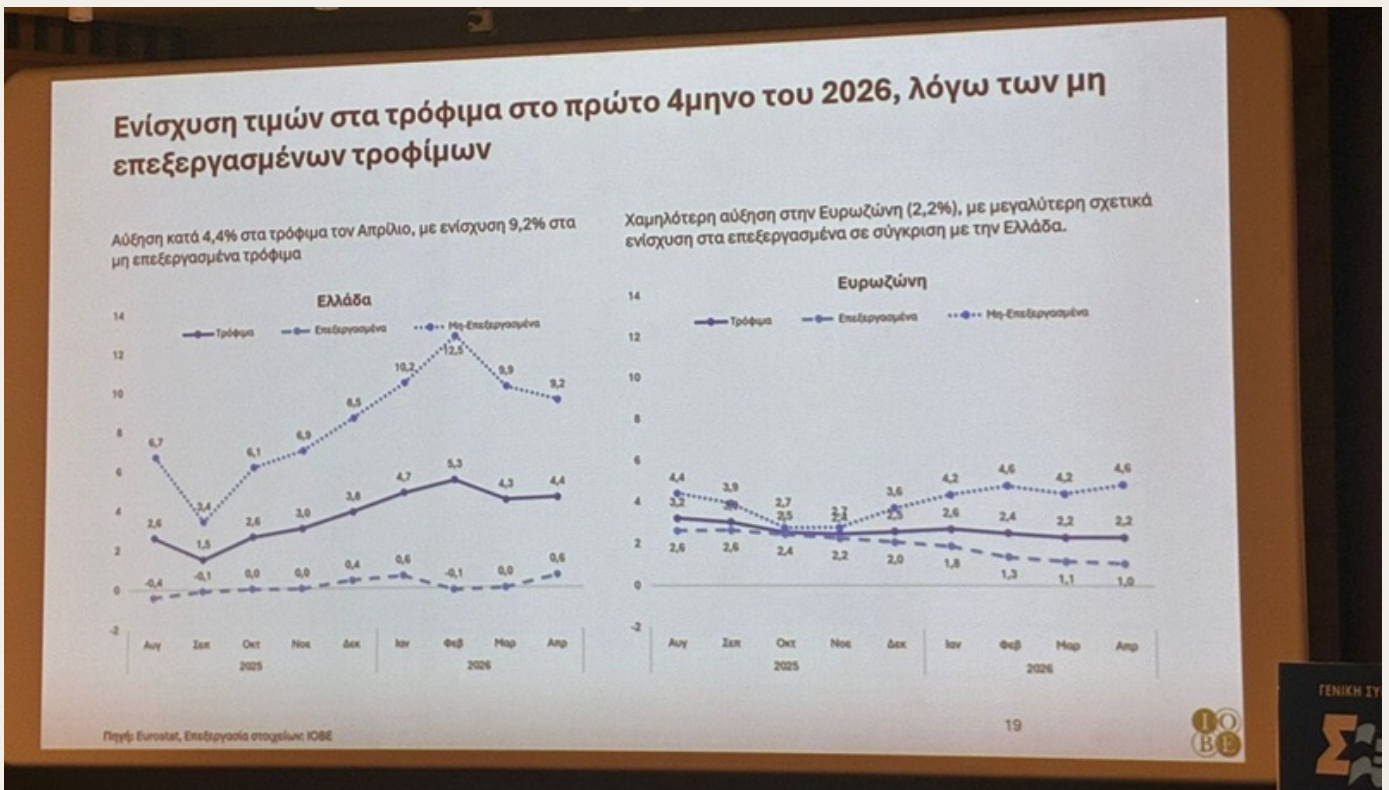
ΑΥΞΗΜΕΝΟ ΚΟΣΤΟΣ ΠΑΡΑΓΩΓΗ & ΠΛΗΘΩΡΙΣΜΟΣ

Σε επίπεδο οικονομικού περιβάλλοντος, τα στοιχεία δείχνουν ότι η ελληνική οικονομία διατηρεί ρυθμό ανάπτυξης κοντά στο 2%, υψηλότερο από τον μέσο όρο της ΕΕ των 27, ωστόσο το α' τετράμηνο του 2026

καταγράφηκε επιβράδυνση του οικονομικού κλίματος και νέα άνοδος στις τιμές των τροφίμων.

Η αύξηση αποδίδεται κυρίως στα μη επεξεργασμένα τρόφιμα και στις επιπτώσεις του ενεργειακού κόστους, ενώ επισημάνθηκε ότι οι τιμές εισαγωγών κινούνται

υψηλότερα από τις τιμές παραγωγού. Παράλληλα, ο πληθωρισμός στα τρόφιμα παραμένει υψηλότερος σε σχέση με άλλες κατηγορίες καταναλωτικών αγαθών, τόσο στην Ελλάδα, όσο και στην Ευρωζώνη.



ΠΡΟΚΛΗΣΕΙΣ & ΠΡΟΟΠΤΙΚΕΣ

Μεταξύ των σημαντικότερων προκλήσεων για τον κλάδο αναφέρθηκαν οι πιέσεις στην αγοραστική δύναμη των καταναλωτών, οι διαταραχές στην εφοδιαστική αλυσίδα, η κλιματική αλλαγή και η ανάγκη προσαρμογής σε νέες κανονιστικές απαιτήσεις και τεχνολογικές εξελίξεις.

Παρά τις προκλήσεις, τα συμπεράσματα της παρουσίασης καταδεικνύουν ότι η ελληνική βιομηχανία τροφίμων και ποτών διατηρεί θετικές προοπτικές ανάπτυξης, αξιοποιώντας την ποιότητα των ελληνικών προϊόντων, τη διαρκή ενίσχυση της εξαγωγικής δραστηριότητας και τη στρατηγική διεύρυνση σε νέες αγορές στην Ευρώπη, την Μέση Ανατολή, την Ασία και τις ΗΠΑ.

Στέλλα Αυγουστάκη
stella@notice.gr



• ΓΑΛΛΙΑ ΑΝΤΙΔΡΑΣΕΙΣ ΤΟΥ ΟΙΝΙΚΟΥ ΚΛΑΔΟΥ ΣΤΗ ΣΤΑΣΗ ΤΟΥ ΠΟΥ ΓΙΑ ΤΗΝ ΚΑΤΑΝΑΛΩΣΗ ΚΡΑΣΙΟΥ

Ο γαλλικός αμπελοοινικός κλάδος εντείνει την κριτική του απέναντι στον Παγκόσμιο Οργανισμό Υγείας (ΠΟΥ), εκφράζοντας ανησυχίες για τη στάση που τηρεί σχετικά με την κατανάλωση αλκοόλ και ειδικότερα κρασιού. Εκπρόσωποι του κλάδου κάνουν λόγο για επιλεκτική αξιοποίηση επιστημονικών δεδομένων και για επικοινωνιακή στρατηγική που, όπως υποστηρίζουν, επιχειρεί να απονομιμοποιήσει κοινωνικά την κατανάλωση κρασιού.

ΖΗΤΗΣΕ ΕΠΕΝΕΞΕΤΑΣΗ ΤΟΥ ΝΟΜΟΥ

Η συζήτηση επανήλθε στο προσκήνιο κατά τη γενική συνέλευση του Διεπαγγελματικού Συμβουλίου Κρασιού του Μπορντό (CIVB), όπου ο Πρόεδρος του οργανισμού, Bernard Farges, ζήτησε επανεξέταση του νόμου Ένιν, του αυστηρού γαλλικού πλαισίου για τη διαφήμιση αλκοολούχων ποτών. Όπως υποστήριξε, ο κλάδος βρίσκεται αντιμέτωπος με πολιτικές που αντιμετωπίζουν την κατανάλωση κρασιού ως μη αποδεκτή κοινωνική συμπεριφορά.

ΣΗΜΕΙΟ ΚΑΜΠΗΣ Η ΜΕΛΕΤΗ ΤΟΥ LANCET

Στο ίδιο πλαίσιο, η Γενική Διευθύντρια του οργανισμού Vin & Société, Krystel Lepresle,



ανέφερε ότι σημείο καμπής αποτέλεσε η μελέτη του Lancet το 2018, η οποία συνδέθηκε με την έννοια του "no safe level", δηλαδή ότι δεν υπάρχει ασφαλές επίπεδο κατανάλωσης αλκοόλ. Σύμφωνα με την ίδια, η δημόσια συζήτηση διαμορφώθηκε περισσότερο από τον τρόπο παρουσίασης της μελέτης παρά από τα ίδια τα επιστημονικά ευρήματα.

Η Lepresle σημείωσε ότι η επικαιροποιημένη έκδοσή της έρευνας το 2022 διαφοροποιεί την προσέγγιση ανά ηλικιακή ομάδα, προτείνοντας αποχή για άτομα κάτω των 40 ετών, αλλά αναγνωρίζοντας πιθανές θετικές επιδράσεις της μέτριας κατανάλωσης σε μεγαλύτερες ηλικίες. Παράλληλα, επικαλέστηκε και αμερικανική έκθεση του 2025, σύμφωνα με την οποία οι μετριοπαθείς καταναλωτές αλκοόλ εμφάνιζαν αντίστοιχο ή και υψηλότερο προσδόκιμο ζωής σε σχέση με όσους δεν καταναλώνουν αλκοόλ.

Η ΠΡΟΣΕΓΓΙΣΗ ΤΟΥ ΠΟΥ

Ο γαλλικός οινικός κλάδος θεωρεί ότι ο ΠΟΥ εντάσσει πλέον το αλκοόλ σε μια ευρύτερη στρατηγική δημόσιας υγείας που συνδέει τον τρόπο ζωής με μη μεταδιδόμενα νοσήματα, όπως καρδιαγγειακές παθήσεις, καρκίνο και διαβήτη. Κατά τους εκπροσώπους του κλάδου, αυτή η προσέγγιση οδηγεί σε αυστηρότερες πολιτικές, όπως υψηλότερη φορολόγηση, περιορισμούς στη διαφήμιση και αυξημένους ελέγχους στη διαθεσιμότητα προϊόντων. Παρά τις αντιδράσεις, οι οργανώσεις του κλάδου δηλώνουν ότι στηρίζουν την καταπολέμηση της επιβλαβούς κατανάλωσης αλκοόλ και την προώθηση της υπεύθυνης κατανάλωσης, απορρίπτοντας ωστόσο τη λογική του "μηδενικού ασφαλούς ορίου".

• ΚΥΡΙΑΚΟΣ ΠΙΕΡΡΑΚΑΚΗΣ

ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΗ ΠΡΟΤΕΡΑΙΟΤΗΤΑ Η ΔΙΑΣΦΑΛΙΣΗ ΕΠΑΡΚΕΙΑΣ ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ

Η ενίσχυση της ανθεκτικότητας της ελληνικής βιομηχανίας τροφίμων και ποτών απέναντι στις διεθνείς αναταράξεις το αυξανόμενο κόστος παραγωγής και τις μεταβολές στις παγκόσμιες αλυσίδες εφοδιασμού, βρέθηκε στο επίκεντρο των όσων ανέφερε ο Υπουργός Εθνικής Οικονομίας και Οικονομικών και Πρόεδρος του Eurogroup, Κυριάκος Πιερρακάκης, κατά την ετήσια γενική συνέλευση του ΣΕΒΤ.

Εξήγησε ότι οι αλληπάλληλες γεωπολιτικές κρίσεις των τελευταίων ετών, η ενεργειακή αστάθεια και οι πιέσεις που δέχονται οι διεθνείς αλυσίδες τροφοδοσίας έχουν μεταβάλει σημαντικά τον τρόπο με τον οποίο οι κυβερνήσεις και οι επιχειρήσεις αντιμετωπίζουν τον τομέα των τροφίμων. Η διασφάλιση επάρκειας προϊόντων και η διατήρηση ισχυρής εγχώριας παραγωγικής βάσης αποκτούν πλέον χαρακτηριστικά στρατηγικής προτεραιότητας για τις ευρωπαϊκές οικονομίες.

Μέσα σε αυτό το περιβάλλον, η ελληνική βιομηχανία τροφίμων και ποτών επιχειρεί να ισορροπήσει ανάμεσα στις διαρκώς αυξανόμενες λειτουργικές δαπάνες και στην ανάγκη ενίσχυσης της ανταγωνιστικότητάς της στις διεθνείς αγορές. Ο κλάδος, που αποτελεί διαχρονικά έναν από τους μεγαλύτερους πυλώνες της εγχώριας μεταποίησης, βρίσκεται αντιμέτωπος με την πρόκληση της παραγωγικής αναβάθμισης σε μια περίοδο κατά την οποία η τεχνολογία και οι οικονομίες κλίμακας επηρεάζουν ολοένα περισσότερο τους όρους ανταγωνισμού.

ΠΑΡΑΓΩΓΙΚΟΤΗΤΑ & ΑΥΤΟΜΑΤΟΠΟΙΗΣΗ

Ιδιαίτερη έμφαση δόθηκε στο ζήτημα της παραγωγικότητας, το οποίο αναδεικνύεται σε βασικό πεδίο προβληματισμού τόσο για την ελληνική, όσο και για την ευρωπαϊκή οικονομία συνολικά. Η συζήτηση επικεντρώθηκε κυρίως στην ανάγκη επιτάχυνσης των επενδύσεων σε αυτοματοποίηση, ψηφιακά εργαλεία και εφαρμογές Τεχνητής Νοημοσύνης, που θεωρούνται κρίσιμες για τη μείωση του κόστους παραγωγής και τη βελτίωση της αποδοτικότητας.

Ανέφερε ότι η πίεση για μεγαλύτερη παραγωγικότητα συνδέεται άμεσα με τη διατήρηση της ανταγωνιστικότητας των ελληνικών επιχειρήσεων απέναντι σε διεθνείς ομίλους που διαθέτουν ισχυρότερη κεφαλαιακή βάση και υψηλότερο βαθμό τεχνολογικής ωρίμαν-



Κυριάκος Πιερρακάκης,
Υπουργός
Εθνικής Οικονομίας και
Οικονομικών

σης. Η μετάβαση σε πιο αυτοματοποιημένα παραγωγικά μοντέλα θεωρείται πλέον απαραίτητη όχι μόνο για τη βελτίωση των περιθωρίων κέρδους αλλά και για τη διατήρηση της εξαγωγικής δυναμικής του κλάδου.

Η ΤΑΣΗ ΣΥΓΚΕΝΤΡΩΣΗΣ

Για τα επόμενα χρόνια προβλέπεται ενίσχυση της τάσης συγκέντρωσης και δημιουργίας συνεργειών μεταξύ επιχειρήσεων τροφίμων και ποτών, καθώς το αυξημένο επενδυτικό κόστος και οι απαιτήσεις της διεθνούς αγοράς καθιστούν ολοένα πιο δύσκολη τη λειτουργία μικρότερων σχημάτων χωρίς πρόσβαση σε κεφάλαια, τεχνογνωσία και οργανωμένα δίκτυα διανομής.

Η δημιουργία συνεργασιών αντιμετωπίζεται πλέον όχι μόνο ως εργαλείο ανάπτυξης αλλά και ως μηχανισμός ενίσχυσης της ανθεκτικότητας των επιχειρήσεων απέναντι στις διακυμάνσεις της αγοράς. Το ενδιαφέρον στρέφεται ιδιαίτερα σε συνέργειες που μπορούν να ενισχύσουν τις εξαγωγές, να βελτιώσουν τη διαχείριση των πρώτων υλών και να επιταχύνουν την υιοθέτηση νέων τεχνολογιών στην παραγωγική διαδικασία.

ΕΞΑΓΩΓΕΣ ΕΛΛΗΝΙΚΟΥ ΤΡΟΦΙΜΟΥ

Παρά τις πιέσεις που καταγράφονται διεθνώς, η ελληνική βιομηχανία τροφίμων εξακολουθεί να θεωρείται ένας από τους πιο εξωστρεφείς τομείς της οικονομίας. Προϊόντα που συνδέονται με τη μεσογειακή διατροφή και την ελληνική αγροδιατροφική

ταυτότητα συνεχίζουν να ενισχύουν την παρουσία τους σε αγορές του εξωτερικού, ενώ οι επιχειρήσεις του κλάδου επενδύουν σε πιστοποιήσεις ποιότητας, καινοτομία και διαφοροποίηση προϊόντων.

Στο πλαίσιο αυτό, η περαιτέρω διεύρυνση της εξαγωγικής δραστηριότητας αναδεικνύεται σε βασική προτεραιότητα για την επόμενη περίοδο. Η δυνατότητα δημιουργίας ισχυρότερων ελληνικών brands με διεθνή αναγνωρισιμότητα θεωρείται κρίσιμος παράγοντας για τη μακροπρόθεσμη ανάπτυξη του κλάδου, ιδιαίτερα σε μια περίοδο κατά την οποία οι παγκόσμιες αγορές τροφίμων αναδιαμορφώνονται με ταχείς ρυθμούς.

ΕΠΕΝΔΥΣΕΙΣ

Κοινός παρονομαστής των παρεμβάσεων που πραγματοποιήθηκαν στο πλαίσιο της συνέλευσης ήταν η ανάγκη διατήρησης ενός σταθερού οικονομικού και θεσμικού περιβάλλοντος, που θα επιτρέψει στις επιχειρήσεις να προχωρήσουν σε μακροπρόθεσμο επενδυτικό σχεδιασμό.

Η επόμενη φάση για την ελληνική βιομηχανία τροφίμων και ποτών αναμένεται να κριθεί από την ταχύτητα με την οποία οι επιχειρήσεις θα μπορέσουν να προσαρμοστούν στις νέες τεχνολογικές απαιτήσεις, να ενισχύσουν το παραγωγικό τους αποτύπωμα και να αποκτήσουν μεγαλύτερη παρουσία στις διεθνείς αγορές, σε ένα περιβάλλον όπου η αυτάρκεια και η ασφάλεια εφοδιασμού αποκτούν ολοένα μεγαλύτερη οικονομική και γεωπολιτική σημασία.

• **ΘΕΟΔ. ΚΑΝΤΖΑΣ ΑΕ**

ΕΠΕΝΔΥΣΗ €15,7 ΕΚΑΤ. ΣΤΟ PETFOOD

- ΕΞΑΡΤΗΜΕΝΗ ΑΠΟ ΤΙΣ ΕΙΣΑΓΩΓΕΣ Η ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΑΓΟΡΑ

Το παραγωγικό της οπλοστάσιο ετοιμάζεται να ενισχύσει η Θεοδ. Καντζάς ΑΕ που δραστηριοποιείται στον κλάδο των ζωοτροφών για ζώα συντροφιάς μέσω μιας ύψους €15,7 εκατ. επένδυσης την οποία επιδιώκει να εντάξει στο καθεστώς των Στρατηγικών Επενδύσεων, με το σχετικό φάκελο να έχει ήδη κατατεθεί στην Enterprise Greece.

Όπως προκύπτει από τα στοιχεία της διαβούλευσης -που θα διαρκέσει μέχρι και την 1η Ιουνίου- το project περιλαμβάνει και έργα για τη μείωση του ενεργειακού κόστους, μέσα από τη χρήση φωτοβολταϊκού συστήματος που αγγίζει τα 1.000 kWp ενώ ο στρατηγικός του χαρακτήρας έγκειται, μεταξύ άλλων, στη δημιουργία νέας εγχώριας παραγωγικής δυναμικότητας premium τροφών για ζώα συντροφιάς, σε έναν κλάδο όπου η ελληνική αγορά εμφανίζει υψηλή εξάρτηση από εισαγόμενα προϊόντα".

Ειδικότερα, η επένδυση θα υλοποιηθεί στη θέση Φτέρη Πεδινής του Δήμου Ιωαννίνων, όπου εδρεύει η Θεοδ. Καντζάς. Αφορά, δε, στην επέκταση της υφιστάμενης βιομηχανικής μονάδας μέσω της κατασκευής νέου μεταλλικού κτιρίου και της εγκατάστασης πλήρους αυτοματοποιημένης γραμμής παραγωγής τροφών για ζώα συντροφιάς (petfood), όπως επίσης και αποθήκης έτοιμων προϊόντων κι εγκαταστάσεων logistics.

ΔΥΝΑΜΙΚΟΤΗΤΑ 15 ΤΟΝΩΝ ΤΗΝ ΩΡΑ

Η νέα μονάδα θα έχει δυνατότητα παραγωγής 15.000 kg/ώρα ξηρού petfood, συμπεριλαμβανομένων συστημάτων extrusion, vacuum coating, αυτοματοποιημένης συσκευασίας και ρομποτικής παλετοποίησης.

Παράλληλα, προβλέπονται:

- Εγκατάσταση φωτοβολταϊκού συστήματος ισχύος 999,70 kWp σε συνδυασμό με σύστημα αποθήκευσης ηλεκτρικής ενέργειας 1.935 kWh για την κάλυψη των της μονάδας.

- Ανάπτυξη Ολοκληρωμένου Πληροφοριακού Συστήματος (ERP) Entersoft Business Suite για την υποστήριξη της παραγωγικής και εμπορικής δραστηριότητας της επιχείρησης.

Η επένδυση θα δημιουργήσει 15 νέες



θέσεις εργασίας κι έχει διετή ορίζοντα υλοποίησης, από τον Ιούνιο του 2026 έως τον Ιούνιο του 2028, συμπεριλαμβανομένων των φάσεων αδειοδότησης, κτηριακών εργασιών, προμήθειας και εγκατάστασης μηχανολογικού εξοπλισμού, δοκιμαστικής λειτουργίας και αδειοδότησης λειτουργίας.

το 2024 υποχώρησε 2,36% κάτι που, σύμφωνα με τη διοίκηση, οφείλεται αποκλειστικά στην πτώση των τιμών των δημητριακών (σόγια, αραβόσιτος, σιτάρι, κριθάρι) που εμπορεύεται, διακινεί προς και, παράλληλα, ιδιοχρησιμοποιεί για την παραγωγή ζωοτροφών. Είναι χαρακτηριστικό ότι οι ποσότητες που διαχειρίστηκε ήταν αυξημένες κατά 11,33%, φτάνοντας τους 129.480 τόνους έναντι 116.306 τόνων του 2023. Από την άλλη, η κερδοφορία υπερτριπλασιάστηκε, με τα προ φόρων κέρδη να ξεπερνούν τα €3,2 εκατ. έναντι €920 χιλ. το 2023. Σύμφωνα πάντα με τις δημοσιοποιημένες οικονομικές καταστάσεις, το 2024 πάνω από το 90% του τζίρου της εταιρείας προήλθε από πωλήσεις στο εσωτερικό ωστόσο, όπως αναφέρεται στη διαβούλευση, η εταιρεία έχει αναπτύξει εξαγωγική δραστηριότητα προμηθεύοντας τις αγορές της Μέσης Ανατολής (Λίβανο-Ιορδανία-Ισραήλ) καθώς και πολλών Ευρωπαϊκών και Βαλκανικών χωρών.

DATA (σε €χιλ.)

Κύκλος Εργασιών

2024: 61.183
2023: 62.659
2022: 58.779

EBIT

2024: 4.196
2023: 2.024
2022: 1.475

Αποτέλεσμα προ φόρων

2024: 3.204
2023: 920
2022: 904

ΠΕΡΙΞ ΤΩΝ €60 ΕΚΑΤ. Ο ΤΖΙΡΟΣ

Ο κύκλος εργασιών της εταιρείας κινείται περίξ των €60 εκατ. και, σύμφωνα με τις τελευταίες δημοσιοποιημένες καταστάσεις,

Γιάννης Τσατσάκης
yannis@notice.gr

• **PRODRINKS**

ΦΛΕΡΤΑΡΕΙ ΜΕ ΤΟ +20% ΣΤΟ ΤΕΤΡΑΜΗΝΟ - ΣΕ ΚΡΗΤΙΚΟ ΚΑΙ ΘΑΝΟΠΟΥΛΟ ΜΕ ΔΥΟ ΓΕΥΣΕΙΣ ΤΟ YAMAS ICE TEA

Με διψήφιο ρυθμό ανάπτυξης έτρεξε στο α' τετράμηνο της χρονιάς η ProDrinks, παίρνοντας ώθηση κυρίως από το κομμάτι των soft drinks, το κωδικολόγιο των οποίων συνεχίζει να διευρύνεται.

ΟΙ ΝΕΕΣ ΠΡΟΣΘΗΚΕΣ ΣΤΟ YAMAS

Όπως αναφέρει στο Fnb Daily η Commercial Manager της εταιρείας, Αναστασία Μουστάκα, στη σειρά YAMAS Ice Tea, την αποκλειστική διανομή της οποίας έχει αναλάβει η εταιρεία από τις αρχές του χρόνου, προστέθηκαν πριν από ένα μήνα δύο νέες γεύσεις, το Matcha και το Pink Grape Fruit, ανεβάζοντας τον συνολικό αριθμό σε επτά. Όλες τους διατίθενται στη φιάλη των 360 ml που απευθύνονται στο HoReCa και οι πέντε εξ αυτών (εξαιρούνται τα Blueberry και Mango) στο κουτί των 330 ml για τις ανάγκες του retail. Επιπλέον δύο γεύσεις, το Λεμόνι και το Ροδάκι-

νο έχουν ήδη τοποθετηθεί σε 150 καταστήματα της Κρητικής και στον Θανόπουλο. Η κα Μουστάκα δηλώνει ιδιαίτερα ικανοποιημένη από την ανταπόκριση του κοινού στο brand. "Πιθανότατα λόγω της φυσικότητάς του και, γενικότερα, των ιδιαίτερων ποιοτικών χαρακτηριστικών του, έχει αγκαλιασθεί με μεγάλη θέρμη από τον καταναλωτή", υπογραμμίζει.

REBRANDING ΓΙΑ ΤΟΥΣ ΧΥΜΟΥΣ MYTHICAL

Τις δυνάμεις της στο κανάλι του οργανωμένου λιανεμπορίου δεν αποκλείεται να δοκιμάσει κάποια στιγμή και η Mythical, δηλαδή η μάρκα χυμών που δημιούργησε το 2025 η ProDrinks μετά τη διακοπή της συνεργασίας της με την Ελληνική Χυμοί-Viva. "Δεν είναι κάτι που θα συμβεί άμεσα, όμως δεν το αποκλείουμε. Ήδη τεστάρουμε τη μάρκα σε κάποια μικρά, τοπικά δίκτυα.

Η σειρά Mythical περιλαμβάνει συνολικά 28 κωδικούς ενώ η εικόνα του πρόσφατα φρεσκαρίστηκε μέσω ενός εκτεταμένου rebranding. Μάλιστα εντός του μήνα, όπως σημειώνει η κα Μουστάκα, αναμένεται η νέα συσκευασία των 250 ml.

Υπενθυμίζεται ότι το portfolio της ProDrinks περιλαμβάνει επίσης το Ξινό Νερό και το San Benedetto, δύο πολύ ισχυρά σήμερα στην κατηγορία του νερού. Στο κομμάτι του αλκοόλ, το

portfolio συνεχίζει ως έχει, με τελευταίες προσθήκες μέσα στο 2025 το ιταλικό αφρώδες κρασί Montelliana και τα cider Kopparberg.

"Σίγουρα η αγορά του αλκοόλ παραμένει πιεσμένη, κάτι που έχει την εξήγησή του, αν αναλογιστεί κανείς και την οικονομική πραγματικότητα που βιώνουν οι καταναλωτές στην Ελλάδα και παγκοσμίως. Ελπίζουμε όσο προχωράμε στην τουριστική περίοδο η εικόνα να βελτιώνεται", σημειώνει η κα Μουστάκα.

ΔΙΨΗΦΙΑ ΑΥΞΗΣΗ ΠΩΛΗΣΕΩΝ ΚΑΙ ΤΟ 2025

Σύμφωνα με την κα. Μουστάκα, η ProDrinks ολοκλήρωσε το α' τετράμηνο του 2026 με αύξηση πωλήσεων που αγγίζει το 20% ενώ με υψηλό διψήφιο ποσοστό έτρεξε και το 2025.

Κύκλος Εργασιών	DATA (σε €χιλ.)	
	EBIT	φόρων
2024: 13.883	2024: 422	2024: 249
2023: 9.656	2023: 908	2023: 747
2022: 7.842	2022: 517	2022: 393
	<u>Κέρδη προ</u>	

Γιάννης Τσατσάκης
yannis@notice.gr



Αναστασία Μουστάκα, Commercial Manager, ProDrinks



• Debrief •

ΚΑΝΤΟ ΟΠΩΣ ΤΟ HARVARD

Οι τίτλοι σπουδών από κάποια εκπαιδευτικά ιδρύματα αυτομάτως ανοίγουν πόρτες. Δεν εξασφαλίζουν α priori επαγγελματική καταξίωση και επιτυχία. Αυτή έρχεται μόνο αν αποδείξεις την αξία σου. Αλλά σίγουρα ξεκλειδώνουν ευκαιρίες.

Ένα από αυτά τα ιδρύματα είναι το Harvard. Το πτυχίο από το φημισμένο Πανεπιστήμιο ακούγεται σαν... μουσική στα αυτιά οποιουδήποτε εργοδότη. Κάτι που με τη σειρά του, επιβεβαιώνει και διατηρεί τη φήμη του ιδρύματος. Οπότε η αξία του πτυχίου πρέπει να προστατευτεί ως κόρη οφθαλμού.

Το Harvard, λοιπόν, ανακοίνωσε πριν λίγες ημέρες ότι θα περιορίσει τον αριθμό των βαθμών "Α". Γιατί; Πολύ απλά επειδή οι αριστοίχοι εκτοξεύτηκαν από 25% πριν από δύο δεκαετίες σε πάνω από 60% τα τελευταία χρό-

νια. Με άλλα λόγια, από τη στιγμή που έμπαινες στο Πανεπιστήμιο, είχες σημαντικές πιθανότητες να αποφοιτήσεις με "άριστα". Για το Harvard μιλάμε, επαναλαμβάνω. Αν, όμως, έχεις πληθωρισμό αριστούχων, μπαίνει ερωτηματικό στην πραγματική αξία του πτυχίου.

Ο πυρήνας του προβλήματος δεν είναι ο βαθμός, αλλά η αξιολόγηση. Και δεν αφορά το Harvard, ή γενικότερα την εκπαίδευση. Απλά πιαστήκαμε από τη συγκεκριμένη είδηση επειδή μας έκανε εντύπωση. Αφορά μια γενικότερη τάση. Όλοι να πάρουν καλό βαθμό σε σχολεία και Πανεπιστήμια, όλοι να αξιολογηθούν ψηλά στις δουλειές τους, γενικά όλοι να είναι ευχαριστημένοι.

Η ζωή δεν είναι έτσι. Όλοι είμαστε ίσοι, όλοι έχουμε αξία, αλλά δεν είμαστε ίδιοι. Υπάρχουν προφανώς καλύτερα κείμενα από αυτά

που διαβάζετε τώρα. Υπάρχουν άνθρωποι που λύνουν μια εξίσωση σε 5 λεπτά και άλλοι που χρειάζονται 3 ώρες. Υπάρχουν CEOs που βλέπουν μπροστά και ανοίγουν τις επιχειρήσεις τους σε νέες αγορές και άλλοι που πάνε τσούκου-τσούκου.

Η αξιολόγηση και επιβράβευση δεν συνιστά μόνο δικαιοσύνη. Είναι και παράγοντας προόδου. Αν τα σχολεία βαθμολογούν ακριβοδίκαια, οι επιχειρήσεις δίνουν προαγωγές και μισθούς όπως πρέπει και η δημόσια διοίκηση τοποθετεί σε θέσεις ευθύνης τους άξιους, δημιουργούν κίνητρο. Και έτσι τραβάνε προς τα πάνω όλους και διαφυλάττουν το κύρος τους. Όπως το Harvard.

Γιάννης Παλιούρης
giannis@notice.gr

• REWE
**ΕΓΚΑΙΝΙΑΣΕ ΞΥΛΙΝΟ SUPER MARKET
ΜΕ ΥΔΡΟΠΟΝΙΚΗ ΚΑΛΛΙΕΡΓΕΙΑ**

Η REWE εγκαινίασε στο Βερολίνο ένα ξύλινο super market με υδροπονική φάρμα στην ταράτσα, φέρνοντας την αγροτική παραγωγή στο κέντρο της πόλης.

Ο φέρων οργανισμός του καταστήματος REWE Green Farming Market Berlin έχει κατασκευαστεί από 1.800 κυβικά μέτρα εγχώριας ξυλείας κωνοφόρων δέντρων.

ΤΑ ΠΛΕΟΝΕΚΤΗΜΑΤΑ ΤΟΥ ΞΥΛΟΥ

Το ξύλο προσφέρει πλεονεκτήματα σε σχέση με τα συμβατικά δομικά υλικά, καθώς αποθηκεύει άνθρακα, ενώ χάρη στον αρθρωτό σχεδιασμό του μπορεί να αποσυναρμολογηθεί και να επαναχρησιμοποιηθεί στο μέλλον.

Πάνω από το κατάστημα βρίσκεται υδροπονική φάρμα 2.760 τετραγωνικών μέτρων, όπου θα καλλιεργούνται ποικιλίες μαρουλιού Lankwitz, οι οποίες θα είναι έτοιμες για τα ράφια μέσα σε



μόλις 23 ημέρες.

Η φάρμα λειτουργεί από τη βερολινέζικη εταιρεία αστικής αγροδιατροφής ECF Farmsystems και αναμένεται να παράγει έως και 900.000 μείγματα μαρουλιού ετησίως, προμηθεύοντας περίπου 500 καταστήματα REWE στην περιοχή του Βερολίνου.

Το κατάστημα διαθέτει επίσης 200 φωτοβολταϊκά πάνελ, καταναλώνει 50% λιγότερη ενέργεια σε σχέση με ένα συμβατικό κατάστημα, ενώ περιλαμβάνει 98 θέσεις στάθμευσης με διαπερατό οδόστρωμα — μεταξύ αυτών για ποδήλατα και

cargo bikes — καθώς και τέσσερις σταθμούς φόρτισης ηλεκτρικών οχημάτων της EnBW.

ΠΕΡΙΣΣΟΤΕΡΟΙ ΑΠΟ 20.000 ΚΩΔΙΚΟΙ ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ

Με ατμόσφαιρα που θυμίζει υπαίθρια αγορά, το κατάστημα των 2.150 τετραγωνικών μέτρων διαθέτει περισσότερους από 20.000 κωδικούς προϊόντων, συμπεριλαμβανομένων προϊόντων REWE Regional και προϊόντων από 20 τοπικούς προμηθευτές, όπως οι Candé Natura, Hemme Milch και Mampe Berlin.

Ιδιαίτερη έμφαση δίνεται στα φρέσκα τρόφιμα, στις plant-based επιλογές, στα convenience προϊόντα, καθώς και σε χειροποίητες σπεσιαλιτέ κρέατος, αλλαντικών και τυριών. Το κατάστημα διαθέτει πάγκο φρέσκων προϊόντων με εξειδικευμένο προσωπικό, hot bar, salad bar και sushi bar που λειτουργεί από την Eat Happy. Η υπηρεσία REWE pickup, η οποία ξεκινά στις 27 Μαΐου 2026, θα επιτρέπει στους καταναλωτές να πραγματοποιούν ηλεκτρονικές παραγγελίες και να παραλαμβάνουν τα ψώνια τους από το κατάστημα.v

Business Maker

ΤΟ... ΔΩΡΟ ΠΟΥ ΠΕΡΙΜΕΝΕΙ Η ΕΣΤΙΑΣΗ ΚΑΙ ΔΕΝ ΕΙΝΑΙ Ο ΦΠΑ

Με ιδιαίτερη αγωνία αναμένουν κορυφαίοι παράγοντες και επιχειρηματίες της εστίασης τις επίσημες κυβερνητικές ανακοινώσεις, στο πλαίσιο της Διεθνούς Εκθέσεως Θεσσαλονίκης (ΔΕΘ). Ο κλάδος θεωρεί ότι η κυβέρνηση του οφείλει μια ουσιαστική στήριξη, δεδομένων των συνεχών κραδασμών, που έχει υποστεί τα τελευταία χρόνια.

Στο επίκεντρο των διεκδικήσεων και των προσδοκιών βρίσκονται οι ασφαλιστικές εισφορές. Με δεδομένο ότι αυτές έχουν ήδη υποστεί κάποιες μειώσεις στο παρελθόν, οι

επιχειρηματίες εκτιμούν ότι μια περαιτέρω μείωση είναι ένα σενάριο απόλυτα εφικτό και δημοσιονομικά υλοποιήσιμο από το Μέγαρο Μαξίμου.

Την ίδια ακριβώς στιγμή, η πίεση στις επιχειρήσεις εστίασης αυξάνεται επικίνδυνα λόγω των παρενεργειών του πολέμου στην Μέση Ανατολή. Η γεωπολιτική αυτή σύγκρουση εκτόξευσε εκ νέου το ενεργειακό κόστος, συμπαρασύροντας και τις τιμές πολλών βασικών πρώτων υλών. Είναι ενδεικτικό της κατάστασης ότι οι προμηθευτές προσεγγίζουν καθη-

μερινά τα εστιατόρια ζητώντας νέες, σημαντικές αυξήσεις στις τιμές των προϊόντων τους. Μέχρι σήμερα, οι περισσότερες σοβαρές αλυσίδες εστίασης δεν είχαν προχωρήσει σε νέες ανατιμήσεις στους καταλόγους τους, καθώς διέθεταν σημαντικά αποθέματα ασφαλείας και προτιμούσαν να τηρήσουν στάση αναμονής, περιμένοντας να δουν πώς θα εξελιχθεί η γεωπολιτική σύγκρουση στην περιοχή. Ωστόσο, τα περιθώρια αυτά φαίνεται πλέον ότι εξαντλούνται, φέρνοντας τον κλάδο προ δύσκολων αποφάσεων.

Η ΠΡΩΤΙΑ ΚΑΙ Ο ΧΡΟΝΟΣ—ΡΕΚΟΡ ΑΠΟ ΤΗΝ THREE CENTS

Το πρώτο κουτάκι αναψυκτικού 150ml, που εμφιαλώνεται επί ελληνικού εδάφους, είναι γεγονός πριν από μερικές ημέρες. Όπως πληροφορείται το Fnb Daily από σχετική ανάρτηση στελέχους της εταιρείας στα social, πρόκειται για αναψυκτικό της σειράς Three Cents με γεύση Pink Grapefruit, το οποίο πρόκειται να κυκλοφορήσει στην αγορά στη νέα χρηστική συσκευασία εξάδας, Fridge Box. Σύμφωνα με την ίδια ανάρτηση, πέρα από την καινοτομία του ίδιου του προϊόντος, αυτό που ξεχωρίζει είναι ο χρόνος-ρεκόρ, μέσα στον οποίο

υλοποιήθηκε το όλο εγχείρημα. Η μετάβαση από ένα απολύτως... green field project σε μια πλήρως λειτουργική και ενεργή γραμμή παραγωγής ολοκληρώθηκε μέσα σε μόλις 6,5 μήνες. Ένα χρονικό διάστημα εξαιρετικά πιεστικό, που απαίτησε τεράστια ένταση, συντονισμό και υψηλή τεχνολογία από τις εμπλεκόμενες ομάδες. Είναι ενδεικτικό ότι το start up της συγκεκριμένης γραμμής έτρεξαν στελέχη με διεθνή εμπέλεια, που έχουν στο ενεργητικό τους δεκάδες αντίστοιχα start ups γραμμών και υλοποιήσεις εμφιαλώσεων σε κάθε γωνιά

του πλανήτη. Το πιο σημαντικό, ωστόσο, από την παραπάνω εξέλιξη είναι το μήνυμα, που στέλνει η Coca-Cola HBC μέσα από την παραπάνω απόφαση: Η νέα πρόταση έρχεται να ταρακουνήσει κάπως τις ισορροπίες στα ράφια των super market και στο οργανωμένο λιανεμπόριο, προσφέροντας στους καταναλωτές μια premium, αλλά και άκρως λειτουργική επιλογή για το σπίτι. Και αυτό, γιατί ανάμεσα στα άλλα (μικρότερος χώρος αποθήκευσης) είναι πολύ πιο... οικονομική σε μια περίοδο, που το διαθέσιμο εισόδημα πιέζεται...

• AQUA CARPATICA

ΔΙΗΜΕΡΟ ΕΥΕΞΙΑΣ ΣΤΟΝ ΕΘΝΙΚΟ ΚΗΠΟ ΣΤΟ ΠΛΑΙΣΙΟ ΤΟΥ ATHENS CITY FESTIVAL

Όσοι επισκέφθηκαν τον Εθνικό Κήπο στις 24 και 25 Μαΐου είχαν την ευκαιρία να συμμετάσχουν σε ένα διήμερο αφιερωμένο στην ευεξία, στο πλαίσιο του Wellness Festival με τίτλο "Στη βλάστησή σου ξανανιώνω". Το event πραγματοποιήθηκε με τη στήριξη της AQUA Carpatica, στο πλαίσιο του Athens City Festival του Δήμου Αθηναίων.

ΤΟ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ

Από τις 10:00 το πρωί έως τις 20:00 το βράδυ, το πρόγραμμα περιλάμβανε δραστηριότητες όπως yoga, pilates, διαλογισμό, ασκήσεις αναπνοής και mindfulness sessions, δημιουργώντας ένα περιβάλλον χαλάρωσης και επαφής με τη φύση στον Εθνικό Κήπο.



Η AQUA Carpatica συμμετείχε στην εκδήλωση παρέχοντας ενυδάτωση και υποστήριξη στους συμμετέχοντες, μέσα από τη σειρά των φυσικών μεταλλικών νερών της. Στο πλαίσιο αυτό, οι επι-

σκέπτες είχαν τη δυνατότητα να δοκιμάσουν το Φυσικό Μεταλλικό Νερό AQUA Carpatica, καθώς και το φυσικώς ανθρακούχο φυσικό μεταλλικό νερό, χωρίς νιτρικά.

Business Insight

Η ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΠΑΡΟΥΣΙΑ - ΜΕ BALLY'S/INTRALOT, QUALCO - ΣΤΟΝ ΕΥΡΩΠΑΪΚΟ... NASDAQ

Εξέλιξη προστιθέμενης σημασίας, το πιθανότερο και υπεραξίας, η **ένταξη των Bally's/Intralot και Qualco στον δείκτη Euronext Tech Leaders**. Ο λόγος για τον κλαδικό δείκτη μετοχών του ευρύτερα εννοούμενου κλάδου τεχνολογίας/πληροφορικής/ παρεμφερών εφαρμογών και παροχής τεχνικών υπηρεσιών, υπό την αιγίδα του ομίλου Euronext. Πρόκειται για το **καλάθι 110 και πλέον ομίλων, εταιρειών διαφόρων μεγεθών από τις 8 αγορές που συμμετέχουν στον όμιλο**, δηλαδή Γαλλία, Ολλανδία, Βέλγιο, Ιρλανδία, Ιταλία, Πορτογαλία, Νορβηγία και Ελλάδα. Από άποψη μεγέθους, σε όρους κεφαλαιοποίησης οι **εταιρείες που συμμετέχουν αποτιμώνται σε πάνω από €900 δισ.**, με ελάχιστο όριο συμμετοχής τα €100 εκατ., ενώ **πολλές είναι σε χρηματιστηριακή αξία μεγαλύτερη του δισ.** Τί σημαίνει η ένταξη των Bally's/Intralot και Qualco είναι προφανές, συνεκτιμώντας την υφιστάμενη διεθνή παρουσία κυρίως της πρώτης και σε μικρότερο βαθμό της δεύτερης. Η **συμμετοχή στον δείκτη, σημαίνει τη συνακόλουθη συσχέτιση και με το κλαδικό Exchange Traded Fund, πρακτικά παρέχοντας δι-**

πλή πρόσβαση σε υποκείμενη αγορά και (συμβολαίων) σε "αμοιβαίο κεφάλαιο". Η παρουσία των δύο εκπροσώπων στον διεθνή δείκτη, έρχεται σε περίοδο που ο ψηφιακός τομέας (ICT) στην Ελλάδα αυξάνεται με σταθερό ρυθμό ειδικά από την περίοδο Covid-19, έχοντας υπερδιπλασιάσει την συνεισφορά του στην οικονομία (σύμφωνα με τη μελέτη "Τάσεις του Επιχειρείν" της Διεύθυνσης Οικονομικής Ανάλυσης της Εθνικής Τράπεζας). Σημαντική πρόοδος, που αναγνωρίζεται και από την διεθνή κοινότητα αλλά που για την ώρα δεν συνοδεύεται από ουσιαστική σύγκλιση με τα ευρωπαϊκά δεδομένα. Σύμφωνα με τη μελέτη **ο εγχώριος κλάδος είναι σε απόκλιση 30% έναντι της ΕΕ, discount που-υπό προϋποθέσεις- θα μπορούσε να είναι περιθώριο υπεραπόδοσης (upside) για την συνέχεια.**

Ειδικότερα, σε ό,τι αφορά λογισμικό, εφαρμογές για gaming, πληροφορική κ.λ.π συναφών δραστηριοτήτων, είναι οι κύριοι τομείς υστέρησης, συνεισφέροντας μόλις το 2,8% της επιχειρηματικής προστιθέμενης αξίας, έναντι 6,2% στην Ευρώπη. Απόκλιση που οφείλεται στα πολύ χαμηλά επίπεδα εκκίνησης του εγχώριου τομέα (0,6% συ-

νεισφορά το 2001, έναντι 2,5% στην Ευρώπη), ενώ **μετά το 2018 η δυναμική είναι 2-3 φορές υψηλότερη του ευρωπαϊκού μέσου όρου**. Ακριβώς αυτή η τάση (από το 2018 και μετά...) είναι που καθιστά ελκυστικό τον κλάδο, τους ομίλους και εταιρείες που είναι στο monitoring διαχειριστών ξένων funds.

Η ένταξη/συμμετοχή των δύο εισηγμένων στο Euronext Athens έχει ως άμεσο αποτέλεσμα την συνδεσιμότητα με τις άλλες επτά αγορές του ομίλου, συμπερίληψη σε ένα ευρύτερο καλάθι δίπλα σε ονόματα μεγαθήρια για τα ευρωπαϊκά δεδομένα. Συν τω χρόνω εκτιμάται πως θα δώσει προσβασιμότητα σε μεγαλύτερη δεξαμενή επενδυτικών κεφαλαίων, καθώς ο Euronext Tech Leaders προφανώς και δεν είναι...Nasdaq, πλην όμως ως κλαδικός δείκτης είναι ο δεύτερος σε επενδυσιμότητα μετά της Wall Street. Θεριώδεις βεβαίως οι αποκλίσεις, σε όρους μεγεθών, χρηματιστηριακής αξίας, μόχλευσης, κ.λ.π, ωστόσο δεν παύει να είναι η ευρωπαϊκή... μικρογραφία του, με τα €900 plus δισ. αποτίμησης να αποτελούν **ικανό (και επενδυτικά) μέγεθος για τα δεδομένα της ΕΕ.**

SECRETRECIPE

1/ Πέφτουν οι υπογραφές μεταξύ Σουλιώτη και Κάτσου για το 26% της Paliria

Μια ανάσα από την οριστικοποίηση της πώλησης ποσοστού στην Paliria, που κατέχει ο Βασίλης Κάτσος (VNK Capital), στον Κώστα Σουλιώτη, βρίσκονται οι δύο πλευρές. Σύμφωνα με τραπεζικές πηγές, με τις οποίες συνομίλησε το Fnb Daily, η συμφωνία περιλαμβάνει την εξαγορά από τον κ. Σουλιώτη του 26%, που κατέχει η VNK, με τίμημα λίγο παραπάνω από τα €50 εκατ. Οι ίδιες πηγές αναφέρουν ότι ο Βασίλης Κάτσος διατηρεί το 10% της εταιρείας, με ορθίση πώλησης στη διετία. Μέσα στην επόμενη εβδομάδα, αναμένεται να υπογραφεί το σχετικό ΜοU μεταξύ των δύο πλευρών, ώστε να εκκινήσουν οι διαδικασίες, με τη συναλλαγή να αναμένεται να έχει ολοκληρωθεί έως το τέλος Ιουνίου. Σύμφωνα με τις ίδιες πληροφορίες, ρόλο στη διοίκηση της Paliria, στη θέση του Προέδρου, θα αναλάβει γνωστός manager με επιτυχημένο έργο σε μεγάλη πολυεθνική.

2/ Έρχονται εξελίξεις για το DRS

Εξελίξεις αναμένονται εντός της επόμενης εβδομάδας στο DRS, σύμφωνα με πληροφορίες του Fnb Daily, σε μια περίοδο κατά την οποία οι συζητήσεις γύρω από την εφαρμογή του συστήματος επανέρχονται με ένταση στην αγορά. Το εγχείρημα, το οποίο έχει ήδη λάβει διαδοχικές παρατάσεις ως προς το χρονοδιάγραμμα υλοποίησής του, συνεχίζει να προκαλεί προβληματισμό, κυρίως στον κλάδο του retail και της οργανωμένης λιανικής, αναφορικά με το λειτουργικό κόστος, τη διαχείριση των επιστροφών συσκευασιών και την επιχειρησιακή προσαρμογή των σημείων πώλησης. Παράγοντες της αγοράς εκτιμούν ότι το επόμενο διάστημα θα είναι κρίσιμο για την οριστικοποίηση των αποφάσεων και τη διαμόρφωση του τελικού πλαισίου εφαρμογής του συστήματος.

Editorial

Η επενδυτική εμπιστοσύνη δεν είναι κεκτημένο

Κάποτε, η παρουσία διεθνών επενδυτών στην Ελλάδα συνοδευόταν από επιφυλακτικές διατυπώσεις και υπό αίρεση κομπλιμέντα. “Καλή πορεία, αλλά...”. “Βελτίωση, υπό προϋποθέσεις”. Το Tech Tour 2026, που πραγματοποιείται για άλλη μια φορά στη χώρα μας υπό την Ελληνική Αναπτυξιακή Τράπεζα Επενδύσεων, στέλνει ένα διαφορετικό μήνυμα. Πιο ώριμο. Πιο ουσιαστικό. Οι επενδυτές, που πήραν τον λόγο στα panels της πρώτης ημέρας του φετινού Tech Tour, δεν περιορίστηκαν σε τυπικές αναφορές για τη βελτίωση του επενδυτικού κλίματος ή την ενίσχυση της αξιοπιστίας της χώρας. Αυτά, ευτυχώς, έχουν αρχίσει να θεωρούνται δεδομένα. Αυτό, που ακούστηκε δυνατά, ήταν κάτι βαθύτερο: Μια συζήτηση για τις προοπτικές, για τον ρόλο, που μπορεί να διεκδικήσει η Ελλάδα στο ευρωπαϊκό επενδυτικό οικοσύστημα — όχι ως περιφερειακός παίκτης, αλλά ως πρωταγωνιστής (κομμάτι της απόδειξης αυτού, η εμπιστοσύνη στην EATE για τη - μόνιμη πλέον - διοργάνωση του Tech Tour στην Αθήνα). Αυτή η μετατόπιση του αφηγήματος είναι καθεαυτή σημαντική. Σηματοδοτεί ότι η χώρα έχει διανύσει μια διαδρομή αποκατάστασης εμπιστοσύνης, που

πριν από μια δεκαετία φαινόταν μακρινή. Το ελληνικό startup οικοσύστημα ωριμάζει, το ανθρώπινο κεφάλαιο αναγνωρίζεται διεθνώς, και οι υποδομές χρηματοδότησης αρχίζουν να αποκτούν βάθος. Όμως, ακριβώς εδώ κρύβεται και η μεγαλύτερη ευθύνη. Γιατί όταν οι επενδυτές αρχίζουν να μιλούν για πρωταγωνιστικό ρόλο, ανεβάζουν και τον πήχη των προσδοκιών τους. Και ο πήχης αυτός δεν συγχωρεί στρεβλώσεις, που παραμένουν: Γραφειοκρατικές αγκυλώσεις, αργές αδειοδοτήσεις, ασυνέπειες στο ρυθμιστικό πλαίσιο, δυσκολίες στην πρόσβαση σε χρηματοδότηση για νεοφυείς επιχειρήσεις. Δεν αρκεί να έχουμε ένα καλό σκορ στη διεθνή αξιολόγηση. Χρειάζεται να το νιώθουν αυτό και όσοι επιχειρούν καθημερινά στην ελληνική αγορά. Το Tech Tour 2026 δεν είναι απλώς μια εκδήλωση networking. Είναι μια ευκαιρία καθρέφτης: Να δούμε πού έχουμε φτάσει και πού οφείλουμε να τρέξουμε ακόμα πιο γρήγορα. Η εμπιστοσύνη, που εκφράζουν οι διεθνείς επενδυτές, δεν είναι κεκτημένο — είναι υποχρέωση απέναντι στο ίδιο μας το μέλλον. Τόσο απλά.

Νεκτάριος Β. Νώτης
nectarios@notice.gr

SÒ POSH!

the trendletter

Κάθε Σάββατο στις 9.30

ΓΙΝΕ ΣΥΝΔΡΟΜΗΤΗΣ ΕΔΩ



ΑΓΝΟ ΓΕΜΑΤΟ ΑΛΠΙΚΗ ΦΥΣΗ & ΑΓΑΠΗ

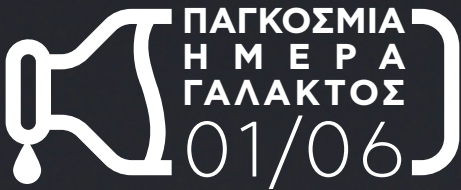
Παγκόσμια ημέρα γάλακτος

Τα συστατικά που κάνουν το γάλα μας μια τόσο ποιοτική και θρεπτική πρώτη ύλη είναι απλά: η αγνή γαλακτοκομική παράδοση της Αυστρίας που κρατάει περισσότερο από έναν αιώνα, η πλούσια αλπική φύση και η αγάπη για τις αγελάδες μας. Αυτός είναι ο μεγάλος συνεταιρισμός των 8.300 γαλακτοπαραγωγών και γι' αυτό η Παγκόσμια Ημέρα Γάλακτος είναι η μέρα μας!



ΠΑΓΚΟΣΜΙΑ ΗΜΕΡΑ ΓΑΛΑΚΤΟΣ

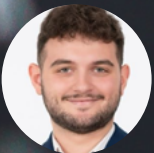
Η ακτινογραφία της εγχώριας παραγωγής, η θέση της Ελλάδας στην αγορά της ΕΕ & οι διεθνείς τάσεις



ΑΠΟ ΤΟΥΣ



ΜΑΚΗ ΑΠΟΣΤΟΛΟΥ
makis@notice.gr



ΜΑΡΙΟ ΔΕΛΑΤΟΛΑ
marios@notice.gr

NOYNOY®

**1η Ιουνίου, Παγκόσμια Ημέρα Γάλακτος
Το NOYNOY γιορτάζει κάνοντας τη διαφορά!**

Η FrieslandCampina Hellas – NOYNOY, μέσα από την πρωτοβουλία «NOYNOY: Ένα Ποτήρι Γάλα για κάθε Παιδί», στηρίζει με τη δύναμη του γάλακτος παιδιά που έχουν ανάγκη σε όλη την Ελλάδα. Από το 2015 έως σήμερα, έχουμε προσφέρει περισσότερα από 8.000.000 δυνατά ξεκινήματα ημέρας μέσα από ένα ποτήρι γάλα NOYNOY... γιατί το χαμόγελο κάθε παιδιού είναι η δική μας δύναμη!



WORLD MILK DAY 2026

Το γάλα στο επίκεντρο της παγκόσμιας διατροφικής αλυσίδας

Η Παγκόσμια Ημέρα Γάλακτος εστιάζει στην ανάδειξη του γάλακτος, με στόχο την ευαισθητοποίηση γύρω από τον αντίκτυπο που έχει στη διατροφή μας, τον ρόλο του στην παραγωγή τροφίμων, αλλά και την αναγνώριση του βιοπορισμού όσων εργάζονται στην παραγωγή.

Η κατανάλωση γαλακτοκομικών προϊόντων, όπως το γιαούρτι ή το τυρί, παρέχει απαραίτητες βιταμίνες και μέταλλα που συμβάλλουν στη διατήρηση ενός υγιεινού

τρόπου ζωής. Το γάλα προσφέρει ασβέστιο για την υγεία των οστών, υψηλής ποιότητας πρωτεΐνη, καθώς και βασικές βιταμίνες όπως η Β12 και η D. Μπορεί να συμβάλει στη μείωση του κινδύνου καρδιαγγειακών παθήσεων, οστεοπόρωσης και διαβήτη τύπου 2. Αποτελεί επίσης καλή πηγή καλίου, το οποίο βοηθά στη ρύθμιση της αρτηριακής πίεσης.

Η ΚΑΤΑΝΑΛΩΣΗ ΣΤΙΣ ΗΠΑ

Σύμφωνα με το Dairy Producer, οι Αμερικανοί καταναλώνουν κατά μέσο όρο 661 λίβρες γαλακτοκομικών προϊόντων ανά άτομο κάθε χρόνο, συμπεριλαμβανομένων τυριού, γάλακτος και γιαουρτιού.

Το 2023, η κατά κεφαλήν κατανάλωση γαλακτοκομικών στις ΗΠΑ ανήλθε επίσης σε 661 λίβρες ανά άτομο, συμπεριλαμβανομένων γάλακτος, τυριού και γιαουρτιού. Ωστόσο, μελέτες δείχνουν ότι η κατανάλωση πόσιμου γάλακτος στις ΗΠΑ βρίσκεται

σε πτώση από περίπου το 2000. Τη δεκαετία του 1980, περισσότερο από το 50% των γαλακτοκομικών προϊόντων που ρυθμιζόνταν από το USDA ήταν πόσιμο γάλα. Μέχρι το 2015, το ποσοστό αυτό είχε μειωθεί στο 33%. Σύμφωνα με αναλυτές της αγοράς, η πτωτική αυτή τάση συνδέεται και με τη μείωση της κατανάλωσης δημητριακών πρωινού έτοιμων προς κατανάλωση.

Σχεδόν ένα δισεκατομμύριο άνθρωποι επηρεάζονται καθημερινά από τον γαλακτοκομικό τομέα. Πάνω από έξι δισεκατομμύρια άνθρωποι παγκοσμίως καταναλώνουν γαλακτοκομικά προϊόντα, γεγονός που καθιστά τον κλάδο μια αγορά αξίας \$413,8 δισ. Ενδιαφέρον παρουσιάζει το γεγονός ότι η Κίνα αποτελεί τη χώρα με τη ταχύτερα αναπτυσσόμενη αγορά γαλακτοκομικών. Η Ευρώπη, οι Ηνωμένες Πολιτείες, η Νέα Ζηλανδία, η Αυστραλία και η Αργεντινή είναι οι βασικές χώρες παραγωγής γαλακτοκομικών προϊόντων.



ΕΛΓΟ ΔΗΜΗΤΡΑ

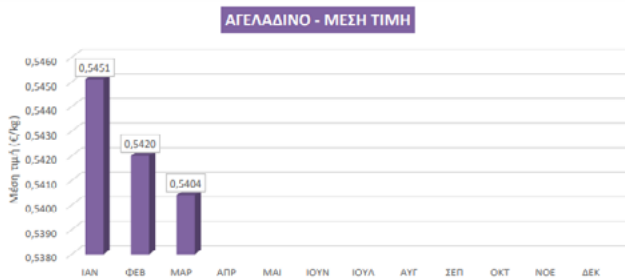
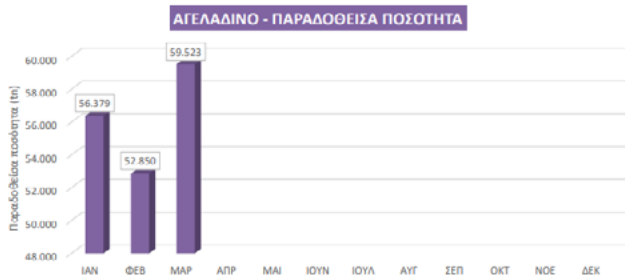
Η ακτινογραφία της εγχώριας παραγωγής γάλακτος

Συνεχίζεται και φέτος η αυξητική τάση στις ποσότητες αγελαδινού γάλακτος που παραδίδονται στην αγορά, σύμφωνα με τα στοιχεία του ΕΛΓΟ-ΔΗΜΗΤΡΑ, όπως και στις μέσες τιμές.

ΑΓΕΛΑΔΙΝΟ

Από το 2023 καταγράφεται μια ήπια ανοδική πορεία, ωστόσο η συνολική ποσότητα απέχει ακόμη από το peak που είχε καταγραφεί το 2021 με ποσότητα 666.730

τόνων. Από την άλλη πλευρά, μετά την απότομη άνοδο της μέσης τιμής το 2021, οι τιμές διατηρούνται σταθερά πάνω από το €0,50/κιλό και πιο συγκεκριμένα σε ένα εύρος μεταξύ €0,52-€0,55.



Μήνας	Ποσότητα (tn)		
	2025	2026	
Ιαν	55.672	56.373	55.326
Φεβ	51.990	52.840	51.740
Μαρ	58.781	59.513	58.521
Απρ	56.902		
Μαι	57.827		
Ιουν	53.260		
Ιουλ	53.677		
Αυγ	54.023		
Σεπ	51.419		
Οκτ	52.467		
Νοε	50.901		
Δεκ	54.624		
	651.544	168.726	165.587
			3.140

Μήνας	Μέση τιμή €			Τιμητή Απόκλιση 2026 (+/-)
	2025	2026		
Ιαν	0,5378	0,5457	0,5441	0,5983
Φεβ	0,5408	0,5420	0,5408	0,5966
Μαρ	0,5430	0,5405	0,5394	0,6000
Απρ	0,5444			
Μαι	0,5445			
Ιουν	0,5461			
Ιουλ	0,5473			
Αυγ	0,5467			
Σεπ	0,5482			
Οκτ	0,5503			
Νοε	0,5497			
Δεκ	0,5467			

ΔΕΙΤΕ ΕΔΩ ΤΑ ΣΤΟΙΧΕΙΑ

WORLD MILK DAY 2026

Παγκόσμια αγορά γάλακτος - Ποιες είναι οι διεθνείς τάσεις

Mια νέα αποτύπωση της παγκόσμιας αγοράς γάλακτος φέρνει στο φως η βάση δεδομένων της CLAL, η οποία συγκεντρώνει στοιχεία για τις παραδόσεις γάλακτος σε σημαντικές παραγωγικές περιοχές του κόσμου.

Global milk daily supply in the Key Exporters of Dairy Products

Players considered: UE-27, USA, Nuova Zelanda, Australia, Argentina, Bielorussia, Cile, Uruguay
% change y-o-y
Processed by CLAL



Μέσα από διαδραστικούς χάρτες και συγκριτικά γραφήματα, αναδεικνύονται οι διαφοροποιήσεις μεταξύ χωρών και γεωγραφικών ζωνών, όπως η Ευρωπαϊκή Ένωση, οι Ηνωμένες Πολιτείες και η Ωκεανία, που αποτελούν βασικούς πυλώνες της διεθνούς γαλακτοπαραγωγής.

Northern hemisphere key Exporters of dairy products

'000 Tons	Jan-Mar		± on 2025	
	2025	2026	%	'000 Tons
UE-27	35.709	37.335	+4,6%	+1.626
USA	25.794	26.580	+3,0%	+786
Belarus	2.212	2.261	+2,2%	+49
TOTAL	63.715	66.176	+3,9%	+2.460

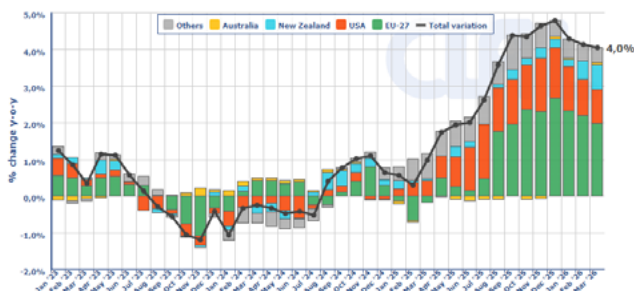
Southern Hemisphere key Exporters of dairy products

'000 Tons	Jan-Mar		± on 2025	
	2025	2026	%	'000 Tons
New Zealand	6.013	6.344	+5,5%	+331
Australia	1.935	1.966	+1,6%	+31
Argentina	2.515	2.751	+9,4%	+235
Chile	592	619	+4,5%	+26
Uruguay	446	484	+8,4%	+38
TOTAL	11.501	12.163	+5,8%	+662

Η ανάλυση των δεδομένων αποκαλύπτει τις μεταβολές της παραγωγής σε βάθος χρόνου, επιτρέποντας την παρακολούθηση τάσεων προσφοράς και τη σύγκριση επιδόσεων ανά περιοχή.

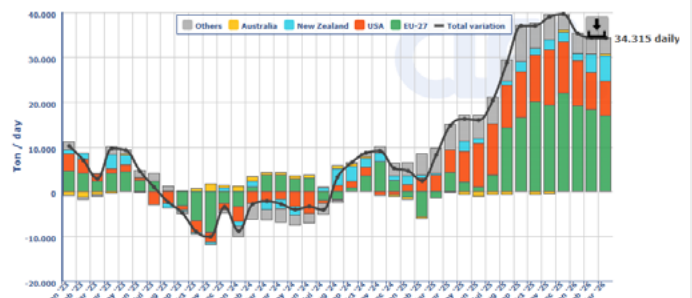
World - Global Supply Variation in the Key Exporters of Dairy Products

% change y-o-y subdivided by the contribution of each Player
Players considered: EU-27, USA, New Zealand, Australia, Others: Argentina, Belarus, Chile, Uruguay
The month of February for the base year is calculated on 28 days
Processed by CLAL

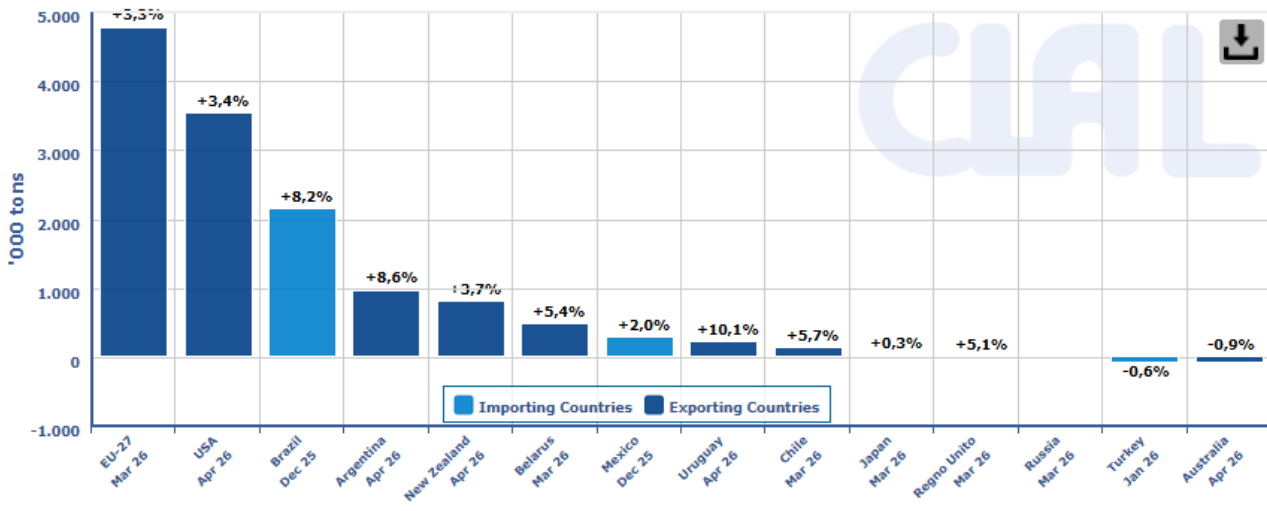


World - Global milk daily supply variation in the Key Exporters of Dairy Products

subdivided by the contribution of each Player
Players considered: EU-27, USA, New Zealand, Australia, Others: Argentina, Belarus, Chile, Uruguay
Processed by CLAL



World - changes in Milk Production over the last 12 months
± '000 Tons on the same period of previous year
Processed by CLAL



Η εικόνα που προκύπτει λειτουργεί ως εργαλείο κατανόησης των ισορροπιών στην παγκόσμια αγορά γαλακτοκομικών, σε ένα περιβάλλον όπου οι διακυμάνσεις στην παραγωγή επηρεάζουν άμεσα τις διεθνείς τιμές και τις εμπορικές ροές του κλάδου.

WORLD MILK DAY 2026

Η αξία ενός βασικού τροφίμου για την υγεία και την οικονομία

Η Παγκόσμια Ημέρα Γάλακτος είναι ένας παγκόσμιος εορτασμός που αναδεικνύει τη σημασία του γάλακτος στην καθημερινή μας ζωή. Κάθε χρόνο, άνθρωποι από κάθε γωνιά του κόσμου ενώνουν τις δυνάμεις τους για να αναγνωρίσουν τη διατροφική αξία του γάλακτος, να στηρίξουν τη γαλακτοβιομηχανία και να προωθήσουν υγιεινές συνήθειες. Είτε καταναλώνεται σε ποτήρι, είτε προστίθεται στον καφέ, είτε χρησιμοποιείται σε συνταγές, το γάλα παραμένει βασικό στοιχείο σε αμέτρητα νοικοκυριά.

Ο ΛΟΓΟΣ ΤΗΣ ΘΕΣΠΙΣΗΣ

Η Παγκόσμια Ημέρα Γάλακτος είναι μια διεθνής ημέρα ευαισθητοποίησης αφιερωμένη στην ανάδειξη της σημασίας του γάλακτος ως παγκόσμιου τροφίμου. Καθιερώθηκε από τον Οργανισμό Τροφίμων και Γεωργίας (FAO) των Ηνωμένων Εθνών και έχει ως στόχο την ενθάρρυνση της κατανάλωσης γάλακτος και γαλακτοκομικών προϊόντων, καθώς και την ενημέρωση γύρω από τα οφέλη τους για την υγεία. Παράλληλα, τιμά το έργο των κτηνοτρόφων γαλακτοπαραγωγής και τη συμβολή του γαλακτοκομικού τομέα στη βιωσιμότητα, τη διατροφή και την οικονομική ανάπτυξη.



ΟΙ ΕΟΡΤΑΣΜΟΙ

Η Παγκόσμια Ημέρα Γάλακτος γιορτάζεται κάθε χρόνο την 1η Ιουνίου. Το 2026, η ημέρα αυτή θα εορταστεί την Κυριακή 1η Ιουνίου. Εκδηλώσεις, καμπάνιες και εκπαιδευτικές δράσεις πραγματοποιούνται γύρω από αυτή την ημερομηνία, με τη συμμετοχή σχολείων, κοινοτήτων, επιχειρήσεων και πολιτών σε όλο τον κόσμο.

ΓΙΑΤΙ ΕΙΝΑΙ ΣΗΜΑΝΤΙΚΗ ΜΕΡΑ

Το γάλα αποτελεί πηγή απαραίτητων θρεπτικών συστατικών, όπως ασβέστιο, πρω-

τεΐνες και βιταμίνες, τα οποία είναι ζωτικής σημασίας για την υγιή ανάπτυξη και εξέλιξη — ιδιαίτερα στα παιδιά. Μέσα από τον εορτασμό της Παγκόσμιας Ημέρας Γάλακτος, δεν προωθούνται μόνο υγιεινές διατροφικές επιλογές, αλλά στηρίζονται και οι παραγωγοί γάλακτος, αναδεικνύοντας τη σημασία των βιώσιμων γεωργικών πρακτικών. Η ημέρα ενθαρρύνει τον διάλογο γύρω από την επισιτιστική ασφάλεια, τα αγροτικά εισοδήματα και τον κρίσιμο ρόλο της γαλακτοβιομηχανίας στη διατροφή του παγκόσμιου πληθυσμού.





Όλα αρχίζουν από το φρέσκο γάλα μας

SOLID HAVAS



24 ώρες από το άρμεγμα • 100% ελληνικό • Πλούσια γεύση

 Δώρο, αγάπη, φροντίδα. Αυτά και άλλα τόσα είναι το γάλα μας. Η δύναμή μας, που κάθε μέρα, μας προσφέρει απλόχερα όλα τα θρεπτικά του συστατικά, αντανακλά τις γεύσεις και τις παραδόσεις και μας συντροφεύει σε όλες τις στιγμές μας.

 Στα πρωινά, στα τραπέζια, στα χαμόγελα, στις επιτυχίες, στα μεγάλα και τα μικρά. Η αρχή και το μεγάλωμα. Το γάλα μας.

www.stamou.gr



WORLD MILK DAY 2026

Η θέση της Ελλάδας στην αγορά γάλακτος της ΕΕ

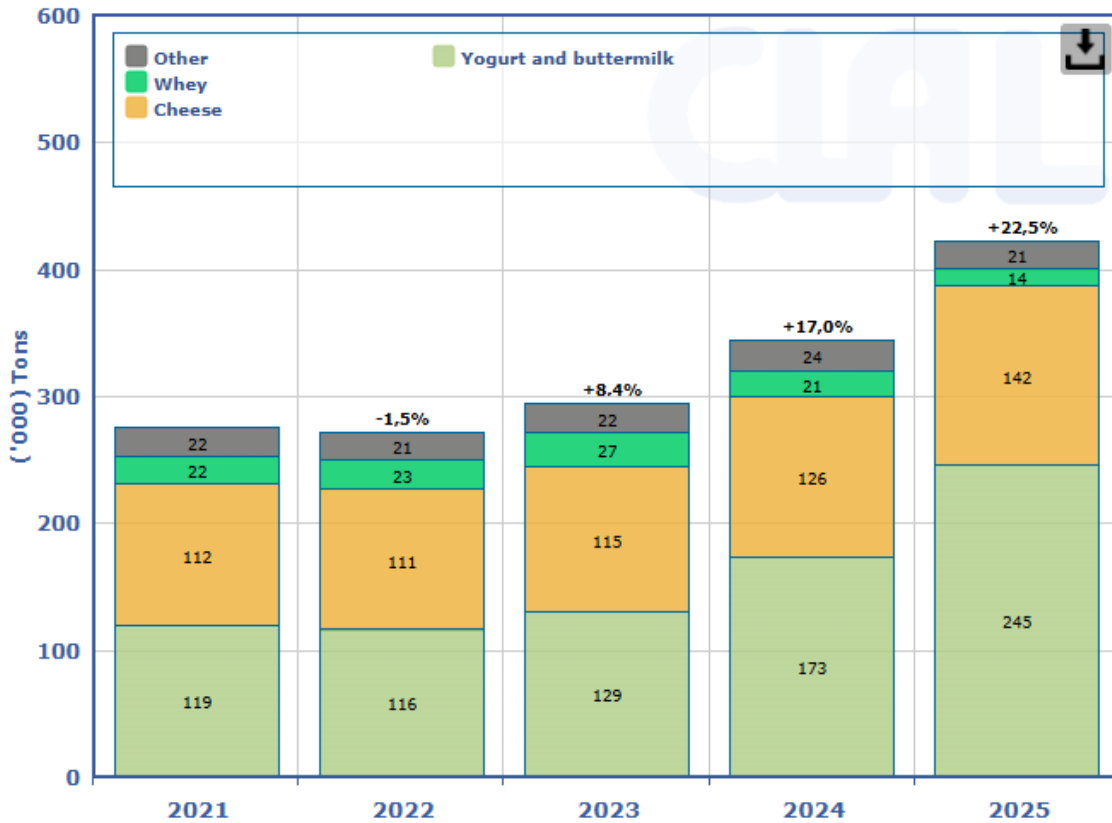
Η Ελλάδα καταγράφεται στην ευρωπαϊκή ανάλυση της CLAL ως μια σχετικά μικρή αλλά ιδιαίτερα χαρακτηριστική αγορά στον τομέα του γάλακτος, με

περιορισμένο μερίδιο στις συνολικές παραδόσεις της ΕΕ. Η χώρα, σύμφωνα με τα επίσημα στοιχεία, αντιπροσωπεύει το 0,3% των παραδόσεων γάλακτος στην ΕΕ, με βάση τα

στοιχεία του 2025. Επιπλέον, αντιπροσωπεύει το 1,5% των εξαγωγών γαλακτοκομικών προϊόντων της ΕΕ προς την Μέση Ανατολή, με βάση τα στοιχεία του 2024.

Greece: Dairy Export Total (YEARLY)

Processed by CLAL based on Eurostat data



Παράλληλα, η ανάλυση της CLAL αναδεικνύει τον δείκτη self-sufficiency rate, ο οποίος για την Ελλάδα κινείται σε επίπεδα κάτω του πλήρους 100%, αποτυπώνοντας

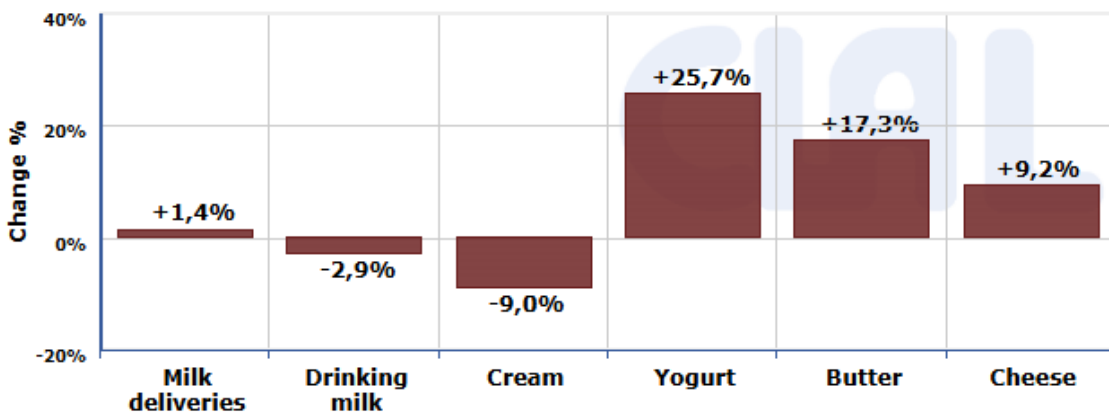
την ανάγκη κάλυψης της εγχώριας ζήτησης μέσω εμπορικών ροών από το εξωτερικό. Στο ίδιο πλαίσιο εξετάζονται και βασικοί δείκτες όπως η παραγωγή, οι παραδόσεις

προς τα γαλακτοκομεία και η εξέλιξη των τιμών παραγωγού, οι οποίοι συμβάλλουν στη συνολική εικόνα της ελληνικής θέσης μέσα στην ευρωπαϊκή αγορά γάλακτος.

Greece: Percentage Change of Productions

Jan-Mar '26 vs. Jan-Mar '25

Processed by CLAL



WORLD MILK DAY 2026

Ρεκόρ παραγωγής γάλακτος στην ΕΕ το 2025, μείωση στην Ελλάδα

Η παραγωγή γάλακτος στην ΕΕ-27 έφτασε σε νέο ιστορικό υψηλό το 2025. Οι παραδόσεις γάλακτος αυξήθηκαν κατά περίπου 2 εκατομμύρια τόνους, ή 1,8% σε ημερήσια βάση, φτάνοντας τα 148 εκατομμύρια τόνους. Έτσι, το 2025

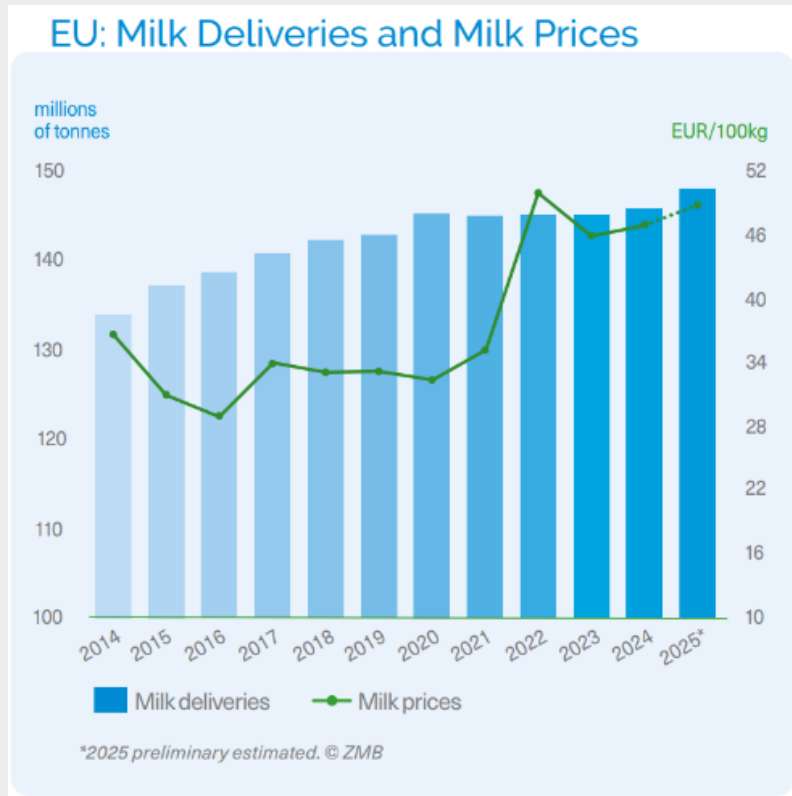
έβαλε τέλος στη στασιμότητα των τελευταίων ετών.

Οι μεγαλύτερες αυξήσεις καταγράφηκαν στην Ιρλανδία, την Πολωνία και την Γαλλία.

Στην Γερμανία, την Ολλανδία, την Ιταλία και την Αυστρία επίσης σημειώθηκε σημα-

ντική αύξηση στις εισροές γάλακτος προς τα γαλακτοκομεία.

Αντίθετα, η Βουλγαρία, η Ισπανία, η Ρουμανία και η Ελλάδα αποτέλεσαν εξαιρέσεις, με μείωση των παραγόμενων ποσοτήτων.



ΤΟ ΜΟΤΙΒΟ ΤΩΝ ΠΑΡΑΔΟΣΕΩΝ

Η αύξηση επικεντρώθηκε κυρίως στο δεύτερο μισό του έτους. Το γ' τρίμηνο του 2025 καταγράφηκε κατά μέσο όρο 2,7% υψηλότερη παράδοση γάλακτος στην ΕΕ-27 σε σχέση με το ίδιο διάστημα του 2024, ενώ το δ' τρίμηνο η αύξηση έφτασε περίπου το 5%.

Το εποχικό μοτίβο προσφοράς γάλακτος ήταν πιο ομαλό το 2025 σε σχέση με προηγούμενα έτη, με χαμηλότερη κορύφωση την άνοιξη και ηπιότερη πτώση το φθινόπωρο. Η μείωση των ποσοτήτων μεταξύ Ιουνίου και Νοεμβρίου ήταν αισθητά μικρότερη από το συνηθισμένο και σε ορισμένες περιοχές σχεδόν ανύπαρκτη.

Η εξέλιξη αυτή αποδίδεται σε πολλούς παράγοντες. Σε χώρες που επλήγησαν έντονα από τη νόσο bluetongue το 2024 — όπως η Ολλανδία, το Βέλγιο και η Γερμανία — οι αγελάδες έμειναν έγκυες αργότερα,

μεταθέτοντας τον κύκλο γαλακτοπαραγωγής. Επιπλέον, οι καλοκαιρινές θερμοκρασίες ήταν ηπιότερες, μειώνοντας το θερμικό στρες. Μειώθηκαν οι σφαγές αγελάδων, ενώ οι τιμές των ζωοτροφών υποχώρησαν. Η καλή ποιότητα της χορτονομής ενίσχυσε τις αποδόσεις, ενώ και το κόστος παραγωγής μειώθηκε. Με υψηλές τιμές γάλακτος και αυξημένα έσοδα από μοσχάρια και σφαγές, τα περιθώρια κέρδους των παραγωγών βελτιώθηκαν.

Εκτός από την αύξηση στον όγκο γάλακτος, αυξήθηκαν και τα λιπαρά και οι πρωτεΐνες σε σχέση με προηγούμενα έτη. Η παραγωγή ξηράς ουσίας στην ΕΕ-27 αυξήθηκε κατά μέσο όρο 2,5% τους πρώτους έντεκα μήνες του 2025, ξεπερνώντας την αύξηση του ίδιου του όγκου γάλακτος (1,6%). Η περιεκτικότητα σε λιπαρά διαμορφώθηκε κατά μέσο όρο στο 4,14% (Ιανου-

άριος–Νοέμβριος 2025, έναντι 4,10% το 2024). Η περιεκτικότητα σε πρωτεΐνη αυξήθηκε από 3,44% σε 3,47%. Η παραγωγή λιπαρών αυξήθηκε κατά 2,6%, ενώ η πρωτεΐνη κατά 2,3%.

ΑΥΞΗΜΕΝΑ ΑΠΟΘΕΜΑΤΑ

Η ευρωπαϊκή γαλακτοκομική αγορά μετακινήθηκε από μια ισορροπημένη κατάσταση το 2024 σε ελαφρά υπερπροσφορά το 2025. Η ζήτηση δεν μπόρεσε να συμβαδίσει με την απότομη αύξηση παραγωγής στο δεύτερο μισό του έτους. Οι εξαγωγές σταθεροποιήθηκαν, ενώ οι εισαγωγές αυξήθηκαν. Τα αποθέματα ενισχύθηκαν προς το τέλος του έτους, ενώ η κατανάλωση τυριού συνέχισε ανοδικά, αλλά το βούτυρο σημείωσε πτώση. Η κατά κεφαλήν κατανάλωση γαλακτοκομικών σε ισοδύναμο γάλακτος μειώθηκε μετά το υψηλό του 2024.

EU: Balance Sheet of Cow Milk

m. tonnes	2022	2023	2024 ¹⁾	2025 ¹⁾	2026 ²⁾
	EU-27	EU-27	EU-27	EU-27	EU-27
Deliveries of milk	145,2	145,0	145,9	148,1	147,2
+ Imports in milk equivalent	2,9	2,7	2,9	3,1	3,0
- Exports in milk equivalent	22,4	23,8	22,7	23,0	22,6
- Change in stocks in milk equivalent	1,7	-0,7	-0,6	2,5	0,4
Consumption in milk equivalent	123,9	124,5	126,7	125,6	127,2
Consumption per capita	278	279	284	279	285
Self-sufficiency (%)	117	116	115	118	116

1) Preliminary 2) Forecast. Source: ZMB Berlin Germany

ΠΕΡΙΣΣΟΤΕΡΟ ΓΑΛΑ ΠΑΓΚΟΣΜΙΩΣ

Η παγκόσμια παραγωγή γάλακτος αυξήθηκε επίσης το 2025. Μετά από χρόνια στα-

σιμότητας, οι κύριες εξαγωγικές χώρες κατέγραψαν ξανά ανάπτυξη (+2,5%). Η μεγαλύτερη αύξηση σημειώθηκε στη Νότια

Αμερική, ενώ στην Αυστραλία υπήρξε μικρή μείωση. Στις ΗΠΑ η παραγωγή επανήλθε σε ανοδική πορεία.

EU Dairy Markets Summary, including Forecast on 2025

in '000 t	2021	2022	2023	2024 ¹⁾	2025 ²⁾	2026 ³⁾
	EU-27	EU-27	EU-27	EU-27	EU-27	EU-27
Dairy Cows (December census, '000 head)	20.219	20.074	19.737	19.217	19.100	19.000
Milk Deliveries to dairies	144.852	145.015	145.029	146.114	148.140	147.200
Milk for liquid consumption	23.195	22.537	22.235	22.500	22.300	22.100
Fermented Products	7.769	7.707	7.730	7.750	7.770	7.700
Butter						
Production ⁴⁾	2.195	2.180	2.220	2.195	2.290	2.220
Consumption	2.002	1.934	2.004	2.008	1.990	2.010
Cheese						
Production ⁴⁾	10.734	10.731	10.862	11.113	11.290	11.360
Consumption ⁵⁾	9.565	9.564	9.660	9.925	10.045	10.155
Skim Milk Powder						
Production	1.550	1.615	1.585	1.530	1.630	1.530
Consumption	890	880	860	850	830	810
Whole Milk Powder production	840	795	780	720	690	620
Condensed Milk production	1.058	937	940	950	920	920
Skim Milk used for Casein³⁾	5.800	5.850	5.750	5.700	5.750	5.750
Population (million head)	446	446	448	449	450	451

1) Preliminary. 2) Partly estimated. 3) Forecast. 4) Incl. cheese made from other animals milk and processed cheese impact. 5) Including processed cheese. 6) Including a estimation for butteroil made from cream in butterequivalents. Source: ZMB Berlin, Germany. Updated February 2026

ΜΕΙΚΤΗ ΕΙΚΟΝΑ ΣΤΟ ΠΑΓΚΟΣΜΙΟ ΕΜΠΟΡΙΟ

Το παγκόσμιο εμπόριο γαλακτοκομικών αυξήθηκε συνολικά, αλλά με διαφοροποιήσεις ανά προϊόν. Το πλήρες γάλα σε σκόνη παρέμεινε χαμηλά, το αποβουτυρωμένο ανέκαμψε, το τυρί συνέχισε ανοδικά, ενώ το βούτυρο αυξήθηκε. Η ΕΕ έχασε μερίδια αγοράς στο βούτυρο και το τυρί, αλλά ενίσχυσε τη θέση της στο αποβουτυρωμένο γάλα σε σκόνη και στην πρωτεΐνη ορού. Το πλήρες γάλα σε σκόνη έφτασε σε ιστορικό χαμηλό.

Η ΚΙΝΑ ΠΑΡΕΜΕΙΝΕΙ Ο ΜΕΓΑΛΥΤΕΡΟΣ ΕΙΣΑΓΩΓΕΑΣ

Η Κίνα παρέμεινε ο μεγαλύτερος εισαγωγέας γαλακτοκομικών παγκοσμίως, με αυξήσεις σε ορισμένες κατηγορίες (τυρί, βούτυρο, infant formula), αλλά μείωση στο αποβουτυρωμένο γάλα σε σκόνη. Οι εισαγωγές τυριού έφτασαν σε ιστορικό υψηλό.

Η παραγωγή τυριού και ζυμωμένων προϊόντων αυξήθηκε, ενώ το πόσιμο γάλα και το γάλα σε σκόνη μειώθηκαν. Το βούτυρο και το αποβουτυρωμένο γάλα σε σκόνη

αυξήθηκαν έντονα (+6%). Η αυξημένη παραγωγή οδήγησε σε πίεση τιμών και αύξηση αποθεμάτων.

ΠΟΙΕΣ ΕΙΝΑΙ ΟΙ ΠΡΟΟΠΤΙΚΕΣ

Οι τιμές παραγωγού αυξήθηκαν και έφτασαν το δεύτερο υψηλότερο επίπεδο ιστορικά, αν και κάτω από το 2022. Το 2026 ξεκινά με προκλήσεις, καθώς η υψηλή παραγωγή πιέζει τις υποδομές και αναμένεται διόρθωση τιμών, που θα επηρεάσει τη δομή του κλάδου.