



ΔΙΨΑ ΓΙΑ ΔΙΨΑ ΓΙΑ ΔΙΨΑ ΓΙΑ  
**1 + 1 ΔΩΡΟ**



Η προσφορά ισχύει σε όλα τα συνεργαζόμενα καταστήματα και αφορά τα προϊόντα ΒΙΚΟΣ COLA σε κουτί αλουμινίου 4άδα.



# 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

Μ. ΔΕΥΤΕΡΑ 06 ΑΠΡΙΛΙΟΥ 2026  
ΤΕΥΧΟΣ 2304



## • ΡΑΓΔΑΙΕΣ ΕΞΕΛΙΞΕΙΣ

Εισαγγελική εντολή για φορολογικό έλεγχο  
στα βιβλία της Market In



## • ΕΥΒΟΪΚΗ ΖΥΜΗ

Ο πόλεμος αλλάζει τις προτεραιότητες στις διεθνείς  
αγορές - Εστιάζει στην Κίνα



## • FRONERI ΕΛΛΑΣ

Τα super market κέρδισαν μερίδιο από τη μικρή  
λιανική στο παγωτό - Οι ανησυχίες ενόψει  
της φετινής σεζόν



## • KALLAS

Επενδύσεις €5 εκατ. στην επεξεργασία τροφίμων  
- Σε ποιες αγορές αναζητά ευκαιρίες

## Editorial

Τραπεζάκια μέσα !

## Debrief

Και αν δεν μπορούν πια να είναι υπερδύναμη;

## Business Maker

- Sprint 120 ημερών για την Anramar: Το στοίχημα των Καναδών της Cooke
- Σαντορίνη: Ο γρίφος της παραγωγής και ο κίνδυνος για το brand

## SecretRecipe

Στην Vamvalis Foods επενδύει το Elikonos 3

## Business Insight

AVAX: Το ανεκτέλεστο, οι ανατιμήσεις και τα 3+1 στοιχεία Ιωάννου- Μιτζάλη

Η αλήθεια είναι  
ότι στη φύση  
δεν υπάρχει τίποτα  
πιο καθαρό από  
το νερό της.



Arrena

ΦΥΣΙΚΟ ΜΕΤΑΛΛΙΚΟ ΝΕΡΟ

Καθαρό. Σαν την αλήθεια.

arrena.gr   arrena.water



• **ΕΥΒΟΪΚΗ ΖΥΜΗ**

## Ο ΠΟΛΕΜΟΣ ΑΛΛΑΖΕΙ ΤΙΣ ΠΡΟΤΕΡΑΙΟΤΗΤΕΣ ΣΤΙΣ ΔΙΕΘΝΕΙΣ ΑΓΟΡΕΣ - ΕΣΤΙΑΖΕΙ ΣΤΗΝ ΚΙΝΑ

Διψήφια ανάπτυξη σημείωσε στο α' δίμηνο του 2026 η Ευβοϊκή Ζύμη σε ό,τι αφορά τις εξαγωγές αν και συγκριτικά με πέρυσι παρατηρήθηκε επιβράδυνση στην πορεία των πωλήσεων λόγω της κατάστασης στην Μέση Ανατολή, που επηρέασε άμεσα την δυναμική μιας εκ των βασικών της αγορών.

Ωστόσο, η εικόνα αυτή δεν αποτυπώνει πλήρως τη δυναμική της, καθώς σημαντικό μέρος των πωλήσεων βρίσκεται σε εκκρεμότητα και αναμένεται να ενισχύσει τα αποτελέσματα στο επόμενο διάστημα.

Η συγκεκριμένη αγορά αποφέρει ετήσιο κύκλο εργασιών περίπου €2 εκατ. και, αν και δεν αποτελεί τη μεγαλύτερη για την εταιρεία, διατηρεί σημαντικό ρόλο στο δίκτυο των εξαγωγών. Παρά τις προσωρινές πιέσεις, η διοίκηση εκτιμά ότι πρόκειται για συγκυριακή επιβράδυνση, καθώς υπάρχει ήδη συσσωρευμένος όγκος παραγγελιών σε αναμονή, ο οποίος αναμένεται να υλοποιηθεί σταδιακά με την εξομάλυνση των συνθηκών. Η εταιρεία είχε προνοήσει, επιταχύνοντας την εκτέλεση των παραγγελιών που αφορούσαν την περιοχή, ωστόσο η επιδείνωση της κατάστασης έχει δημιουργήσει συγκρατημένη ζήτηση και επιφυλακτικότητα ως προς την τοποθέτηση νέων παραγγελιών.

### ΓΕΩΓΡΑΦΙΚΗ ΔΙΑΦΟΡΟΠΟΙΗΣΗ

Σε αυτό το πλαίσιο, η Ευβοϊκή Ζύμη προχωρά σε περαιτέρω γεωγραφική διαφοροποίη-

ση, δίνοντας σαφή προτεραιότητα στην Ασία και ειδικότερα στην αγορά της Κίνας. Η στρατηγική που ακολουθεί βασίζεται στην ενίσχυση της διαθεσιμότητας προϊόντων, με αυξημένες αποστολές, σε αρκετές περιπτώσεις ακόμη και διπλάσιες, ώστε να διασφαλίζεται η απρόσκοπτη τροφοδοσία των συνεργατών και να ενισχύεται η παρουσία του brand στα σημεία πώλησης.

Καθοριστικό ρόλο στη διείδυση στις ασιατικές αγορές διαδραματίζει η συμμετοχή της εταιρείας σε διεθνείς εκθέσεις, όπως η Food Expo Japan. Μετά την περίοδο της πανδημίας, κατά την οποία το αυξημένο λειτουργικό κόστος περιόρισε τη διεθνή δραστηριότητα, η φειτην παρουσία της Ευβοϊκής Ζύμης ήταν αισθητά πιο δυναμική. Η ενίσχυση της παρουσίας της συνοδεύτηκε από αυξημένο ενδιαφέρον και ζήτηση για τα προϊόντα της, γεγονός που επιβεβαιώνει τις προοπτικές της περιοχής.

### ΕΞΑΓΩΓΕΣ ΣΕ 43 ΧΩΡΕΣ

Η εξαγωγική δραστηριότητα παραμένει βασικός πυλώνας ανάπτυξης, με την εταιρεία να διαθέτει παρουσία σε 43 χώρες. Η Ιταλία αποτελεί τη σημαντικότερη αγορά, ενώ ακολουθούν χώρες όπως το Ισραήλ. Συνολικά, οι εξαγωγές αντιστοιχούν στο 47% του κύκλου εργασιών, επιβεβαιώνοντας τον έντονα εξωστρεφή χαρακτήρα της.

### ΑΝΑΒΑΘΜΙΣΗ PORTFOLIO

Παράλληλα με τη γεωγραφική επέκταση, η Ευβοϊκή Ζύμη επενδύει συστηματικά στην αναβάθμιση του προϊόντικού της χαρτοφυλακίου.

Ιδιαίτερη έμφαση δίνεται στην ποιοτική βελτίωση και την τοποθέτηση προϊόντων σε πιο premium κατηγορίες. Ενδεικτικά, έχει ήδη προχωρήσει σε αναδιαμόρφωση της συνταγής του κιουνεφέ, χρησιμοποιώντας αυθεντικό τυρί ακάουι αντί για μοτσαρέλα, ενισχύοντας την αυθεντικότητα και την προστιθέμενη αξία του προϊόντος. Το συγκεκριμένο προϊόν, το οποίο μέχρι σήμερα απευθυνόταν κυρίως στον κλάδο HoReCa, αναμένεται να επαναλανσαριστεί με νέα τοποθέτηση στην αγορά.

Την ίδια στιγμή, η εταιρεία διευρύνει την γκάμα της με νέα προϊόντα που ανταποκρίνονται στις σύγχρονες καταναλωτικές τάσεις. Στο χαρτοφυλάκιο έχουν ήδη ενταχθεί παγωτά σε επτά διαφορετικές γεύσεις, καθώς και vegan πιτάκια σε τέσσερις γεύσεις, ενισχύοντας την παρουσία της τόσο σε mainstream όσο και σε πιο εξειδικευμένα τμήματα της αγοράς.

### ΑΥΞΗΣΗ ΠΑΡΑΓΩΓΗΣ

Σε επίπεδο παραγωγής, η αυξανόμενη ζήτηση δημιουργεί νέες ανάγκες σε δυναμικότητα. Σήμερα, η παραγωγή παγωτού πραγματοποιείται μέσω εξωτερικής συνεργασίας με βιοτεχνία στην περιοχή της Καστέλλας, η οποία όμως δεν επαρκεί για να καλύψει τους επιδιωκόμενους όγκους.

Για τον λόγο αυτό, η εταιρεία σχεδιάζει τη μεταφορά της παραγωγής σε ιδιόκτητες εγκαταστάσεις, μετατρέποντας υφιστάμενους χώρους που χρησιμοποιούνται για σφολιάτα σε σύγχρονο εργαστήριο παγωτού και γλυκών, με στόχο την καλύτερη αξιοποίηση των υποδομών και τον έλεγχο της παραγωγικής διαδικασίας.

Παράλληλα, βρίσκεται σε εξέλιξη σχεδιασμός για την επέκταση της νέας παραγωγικής μονάδας, με την υλοποίηση να τοποθετείται χρονικά εντός του έτους, υπό την προϋπόθεση ολοκλήρωσης των απαραίτητων αδειοδοτήσεων. Η επένδυση αυτή αναμένεται να ενισχύσει περαιτέρω τη δυναμικότητα της εταιρείας και να υποστηρίξει την αυξανόμενη διεθνή ζήτηση.



Αφοί Κωνσταντάκη, κύριοι μέτοχοι, Ευβοϊκή Ζύμη

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



**AGRI FOOD FORWARD**

Cultivating Innovation, Harvesting Growth.

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



**Αβράμης Κωνσταντίνος**  
Διευθυντής Αγορών Νοπών και Κατεψυγμένων προϊόντων, METRO



**Αγαπητού Μαρία**  
Διευθύντρια Πιστοποίησης Συστημάτων Διαχείρισης & Προϊόντων, TÜV AUSTRIA Hellas



**Αναστασοπούλου Βάσω**  
Head of Development EU Programmes & Innovations Networks Division, TÜV AUSTRIA Hellas



**Βαπορίδης Στέλιος**  
Διευθυντής Ανάπτυξης Αγροδιατροφικού Τομέα, TÜV AUSTRIA Hellas



**Γραμματής Δημήτρης**  
Δ/ντής Παραρτήματος Αιγαίου, TÜV AUSTRIA Hellas



**Davran Ismail**  
Global Product Manager, TÜV AUSTRIA Group



**Δομβρίδου Ελένη**  
Food Scientist MSc & Quality Assurance MSc, ΒΑΣΙΛΕΙΟΥ ΤΡΟΦΙΝΚΟ Α.Ε.Β.Ε.



**Δρυς Στέλιος**  
CEO, Food Standard



**Ζαργάνης Πέτρος**  
Ζαργάνης Πρότυπα Βιοαgroκτηματα ΑΕ



**Καλλιός Γιάννης**  
Country Manager, TÜV AUSTRIA in Greece



**Καπλανίδης Βασίλης**  
Export Manager, Desserta Hellas



**Καραστέργιος Ιωάννης**  
CEO Agropnomia & Πρόεδρος Farmadvisors



**Λαζαρίδου Έφη**  
CEO Οργανισμός Νέας Γεωργίας, Νέα Γενιά



**Λαμπρόπουλος Χάρης Dr**  
Πρόεδρος, Ελληνική Αναπτυξιακή Τράπεζα Επενδύσεων ΑΕ, EIB & EIF



**Λεβετσοβίτης Νικόλαος**  
Πρόεδρος Δ.Σ., ΕΣΥΠ/ΕΙΜ/ΕΛΟΤ Α.Ε.



**Λεουτσάκου Λίνα**  
Sustainability & Public Affairs Manager, Αθηναϊκή Ζυθοποιία



**Μάμαλης Σπύρος**  
Πρόεδρος, ΕΛΓΟ - ΔΗΜΗΤΡΑ



**Μέλος Γιάννης**  
Παραγωγός & Ιδιοκτήτης, Αειφόρος Γη



**Μήλεση Εαγγελία**  
Quality Assurance Manager, Φάρμα Μητσόπουλος



**Μπαργωτάκης Παναγιώτης**  
Γενικός Διευθυντής, TÜV AUSTRIA Labs



**Μπογράκος Γρηγόρης**  
Founder & CEO, Planet Foods



**Μπουρικός Δημήτρης**  
Γενικός Διευθυντής, Τελωνείων & ΕΦΚ



**Πάλλη Αλεξάνδρα**  
Αντιπεριφερειάρχης Επιχειρηματικότητας και Ευρωπαϊκού Προγραμματισμού, Περιφέρεια Αττικής



**Ποταμίτης Διονύσης**  
Owner, Evlogia



**Ρεμπούτσικα Γεωργία**  
Διευθύνουσα Σύμβουλος, ΕΟΠΠΕΠ



**Σίμος Δημήτρης**  
Managing Partner & CEO, SPOROS PLATFORM



**Σούσης Ηλίας**  
Co Founder & CEO, Wikifarmer



**Σταυρακοπούλου Κωνσταντία**  
Quality Assurance Manager, Asteria Glijfada



**Σταυροπούλου Έλενα**  
Υπεύθυνη Πιστοποίησης Αγροτικών Προϊόντων, TÜV AUSTRIA Hellas



**Στεργίου Γιώργος**  
CEO, ANYFION GREECE S.A.



**Τακάς Νικόλαος**  
Managing Partner, THERMI VC



**Vogl Gerda**  
Austrian Ambassador in Greece



**Χωραφά Ντία**  
Οργάνωση Μπορούμε, Συμμαχία για τη Μείωση Σπατάλης Τροφίμων

**Κλείστε  
τώρα  
τη θέση  
σας ΕΔΩ**

POWERED BY



ΥΠΟΣΤΗΡΙΚΤΕΣ

**21 Απριλίου 2026**

Αμφιθέατρο Οργανισμού  
Κεντρικών Αγορών & Αλιείας (ΟΚΑΑ)



• **KEURIG DR PEPPER**

## ΤΟ ΠΛΑΝΟ ΜΕΤΑ ΤΗΝ ΕΞΑΓΟΡΑ ΤΗΣ JDE PEET'S

Η Keurig Dr Pepper απέκτησε ποσοστό 96,22% στην JDE Peet's, σηματοδοτώντας σημαντικό βήμα στη στρατηγική της για τη δημιουργία μιας παγκόσμιας, κλιμακούμενης πλατφόρμας καφέ.

Παράλληλα, προετοιμάζεται να διαχωρίσει τη δραστηριότητά της σε δύο ανεξάρτητες εισηγμένες εταιρείες.

Η συμφωνία συνδυάζει το σύστημα Keurig της KDP με το διεθνές χαρτοφυλάκιο της JDE Peet's, δημιουργώντας μια πλατφόρμα με ισχυρή παρουσία σε προϊόντα, κανάλια διανομής και επίπεδα τιμών. Οι διαδικασίες ενοποίησης έχουν ήδη ξεκινήσει, με έμφαση σε λειτουργική ευθυγράμμιση, συνέργειες κόστους και νέα διοικητική δομή.

### ΔΙΑΧΩΡΙΣΜΟΣ ΣΕ ΔΥΟ ΕΤΑΙΡΕΙΕΣ

Πιο αναλυτικά, μετά από μεταβατική περίοδο, η KDP σχεδιάζει να διαχωριστεί σε δύο εταιρείες: τη Beverage Co, με επίκεντρο την Βόρεια Αμερική, και τη Global Coffee Co, με παγκόσμια δραστηριότητα στον καφέ. Η νέα εταιρεία καφέ θα συνδυάσει τα brands της JDE Peet's, όπως L'Or, Peet's και Jacobs, με το οικοσύστημα single-serve της KDP, στο-

χεύοντας να αποτελέσει παγκόσμια δύναμη στον καφέ.

Ο διαχωρισμός αναμένεται να ολοκληρωθεί μέσω tax-free spin-off, με στόχο επιχειρησιακής ετοιμότητας έως το τέλος του 2026, ανάλογα με τις συνθήκες της αγοράς και την επίτευξη οικονομικών στόχων.

### ΔΙΟΡΙΣΜΟΣ ΤΟΥ OLIVEIRA

Η KDP διόρισε τον Rafael Oliveira ως CEO της μονάδας καφέ και μελλοντικό επικεφαλής της Global Coffee Co. Ο Oliveira, που ηγείται της JDE Peet's από τον Νοέμβριο του 2024, θα ενταχθεί στην εκτελεστική ομάδα της KDP κατά τη μετάβαση. Η πρόεδρος του ΔΣ, Pam Patsley, χαρακτήρισε την εξαγορά καθοριστικό βήμα στρατηγικής αξίας και εξέφρασε εμπιστοσύνη στην ηγεσία του Oliveira.

Ο CEO της KDP, Tim Cofer, θα ηγηθεί της Beverage Co μετά τον διαχωρισμό, τονίζοντας ότι η ενοποίηση ενώνει ταλέντο, συστήματα και brands με κοινό όραμα ηγεσίας στον καφέ. Από την πλευρά του, ο Oliveira υπογράμμισε τη φιλοδοξία δημιουργίας της κορυφαίας εταιρείας καφέ παγκοσμίως, με



Rafael Oliveira, CEO μονάδας καφέ KDP και μελλοντικός επικεφαλής της Global Coffee Co.

συνδυασμό διεθνούς παρουσίας και τοπικής εξειδίκευσης.

Η κίνηση αυτή αντικατοπτρίζει τη συνεχιζόμενη συγκέντρωση στον κλάδο καφέ, όπου η κλίμακα και η ισχύς των brands είναι κρίσιμες. Με την KDP να κατέχει πλέον πάνω από το 95% της JDE Peet's, η εταιρεία θα προχωρήσει στη διαγραφή της από το Euronext Amsterdam στις 30 Απριλίου 2026.

• **ΤΡΑΠΕΖΑ ΠΕΙΡΑΙΩΣ**

## ΠΩΣ ΔΙΑΜΟΡΦΩΝΟΝΤΑΙ ΟΙ ΤΙΜΕΣ ΣΤΑ ΑΓΡΟΤΙΚΑ ΠΡΟΪΟΝΤΑ ΕΝ ΜΕΣΩ ΑΥΞΗΜΕΝΗΣ ΓΕΩΠΟΛΙΤΙΚΗΣ ΑΒΕΒΑΙΟΤΗΤΑΣ

Τον Μάρτιο, το διεθνές επενδυτικό περιβάλλον χαρακτηρίστηκε από αυξημένη γεωπολιτική αβεβαιότητα λόγω του πολέμου στο Ιράν, οδηγώντας σε ευρύτερη αποστροφή κινδύνου. Όπως αναφέρεται στο μηνιαίο δελτίο αγροτικών προϊόντων της Τράπεζας Πειραιώς, οι διεθνείς μετοχικές αγορές υποχώρησαν, καθώς η άνοδος των αποδόσεων στα κρατικά ομόλογα και οι αναθεωρημένες προσδοκίες για πιθανώς αυστηρότερη νομισματική πολιτική αύξησαν τη μεταβλητότητα παράλληλα με τις εντεινόμενες ανησυχίες για την ανθεκτικότητα της παγκόσμιας οικονομικής δραστηριότητας. Από την άλλη μεριά, η ενίσχυση του δολαρίου αποτύπωσε την αυξημένη προτίμηση των επενδυτών για ασφαλή καταφύγια, ασκώντας πίεση στο ευρώ και επιβαρύνοντας δυσνητικά τις οικονομικές προοπτικές

της Ευρωζώνης. Τα εμπορεύματα συνολικά κινήθηκαν ανοδικά, με την ενέργεια να καταγράφει ισχυρή άνοδο, ενώ ο κλάδος των μετάλλων δέχθηκε πιέσεις, καθώς τα βιομηχανικά μέταλλα υποχώρησαν υπό το βάρος των αυξανόμενων προσδοκιών για πιθανή επιβράδυνση της παγκόσμιας οικονομίας και τα πολύτιμα μέταλλα επηρεάστηκαν αρνητικά από την ενίσχυση του δολαρίου και την άνοδο των αποδόσεων.

### ΟΙ ΠΡΟΟΠΤΙΚΕΣ ΤΟΥ ΑΓΡΟΤΙΚΟΥ ΤΟΜΕΑ

Παρά τη γενικότερη αρνητική δυναμική στις διεθνείς κεφαλαιαγορές, ο δείκτης των αγροτικών προϊόντων ενισχύθηκε, καθώς η πλειοψηφία των τιμών των επιμέρους αγροτικών προϊόντων σημείωσε άνοδο. Εξάιρεση αποτέλεσαν οι τιμές στο χυμό

πορτοκαλιού και στα βοοειδή που υποχώρησαν, υπογραμμίζοντας τη διαφοροποίηση θεμελιωδών παραγόντων στις συγκεκριμένες αγορές. Ο αγροτικός τομέας φαίνεται να μεταβαίνει από μια περίοδο πλεονασμάτων και σχετικής σταθερότητας σε ένα περιβάλλον αυξημένης μεταβλητότητας, όπου εξωγενείς παράγοντες, όπως το γεωπολιτικό ασφάλιστρο κινδύνου, το υψηλότερο ενεργειακό κόστος και οι διαταραχές στις εφοδιαστικές αλυσίδες διαδραματίζουν πλέον καθοριστικότερο ρόλο στη διαμόρφωση των τιμών.

Υπό αυτές τις συνθήκες, οι βραχυπρόθεσμες τιμολογιακές κινήσεις ενδέχεται να αποκλίνουν από τα παραδοσιακά θεμελιώδη προσφοράς-ζήτησης, αντανakλώντας μια αγορά όπου οι εξωτερικοί κίνδυνοι υπερεισχύουν των ενδογενών ισορροπιών.

**ΔΙΑΒΑΣΤΕ ΕΔΩ ΑΝΑΛΥΤΙΚΑ ΤΑ ΣΤΟΙΧΕΙΑ**

• **MANI FOODS**

## ΣΧΕΔΙΑΖΕΙ ΕΠΕΚΤΑΣΗ ΣΕ ΚΑΝΑΔΑ ΚΑΙ ΜΕΣΗ ΑΝΑΤΟΛΗ ΚΑΙ ΣΤΟ ΒΑΘΟΣ... ΕΛΛΑΔΑ - ΣΤΟ +20% ΤΟ 2025

Αύξηση τζίρου κατά 20% σε σύγκριση με το 2024 παρουσίασε το 2025 η εταιρεία Mani Foods, με έδρα την Καλαμάτα, όπως δήλωσε στο Fnb Daily η ιδιοκτήτρια της εταιρείας Demie Cononelos. Πρόκειται για συνέχιση μιας σταθερής πορείας ανάπτυξης, καθώς η μέση ετήσια άνοδος της τελευταίας τριετίας ανήλθε επίσης στο 20%, όπως πρόσθεσε η ιδιοκτήτρια. Παρά την επιτυχημένη πορεία, η εταιρεία δεν έχει ακόμη θέσει συγκεκριμένους στόχους για το 2026, αλλά παραμένει σε φάση στρατηγικού προγραμματισμού. Ωστόσο, η εταιρεία αντιμετωπίζει προκλήσεις στις Ηνωμένες Πολιτείες, όπου οι δασμοί έχουν μειώσει τη ζήτηση των προϊόντων της κατά περίπου 10%. Η Mani Foods δραστηριοποιείται αποκλειστικά στις εξαγωγές.

**DATA - ΕΞΑΓΩΓΕΣ**

Παρουσία σε 30 χώρες

Βασικές αγορές:

- ΗΠΑ
- Αγγλία
- Ισπανία
- Γερμανία
- Αυστραλία

Για το 2026, η εταιρεία προγραμματίζει επέκταση σε Καναδά και Μέση Ανατολή, χωρίς να έχει αναστείλει τον προγραμματισμό της παρά τις προκλήσεις της αγοράς.

### Η ΕΙΣΟΔΟΣ ΣΤΗΝ ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΑΓΟΡΑ

Η εταιρεία ξεκίνησε ως καθαρά εξαγωγική, απορρίπτοντας προσκλήσεις για δραστηριο-

ποίηση στην ελληνική αγορά, ωστόσο πλέον σχεδιάζει να εισέλθει και στην εγχώρια αγορά, στοχεύοντας κυρίως σε πελάτες super market, delicatessen, αλλά και σε ξενοδοχεία και εστιατόρια.

Η ιδιοκτήτρια της εταιρείας, δηλώνει ότι η στρατηγική της εταιρείας βασίζεται στη διατήρηση της ποιότητας των προϊόντων και στη διεθνοποίηση, ενώ η είσοδος στην ελληνική αγορά θεωρείται η επόμενη σημαντική κίνηση.

Η έμφαση σε πελάτες με υψηλές απαιτήσεις, όπως delicatessen, ξενοδοχεία και εστιατόρια, αναμένεται να ενισχύσει το προφίλ της εταιρείας και να δημιουργήσει νέες ευκαιρίες ανάπτυξης.

### ΕΠΕΝΔΥΣΕΙΣ ΣΤΗΝ ΠΑΡΑΓΩΓΗ

Πλέον του ελαιολάδου, η Mani Foods έχει επεκταθεί σε διάφορα ελληνικά προϊόντα, όπως πράσινες ελιές, ελιές Καλαμών και απίραστι.

Πρόσφατα, η εταιρεία λάνσαρε ελιές Καλαμών γεμιστές με καρύδι, ενισχύοντας τη διαφοροποίηση της γκάμας προϊόντων, όπως σχολίασε η κ. Cononelos.

Η παραγωγή πραγματοποιείται σε ένα εργοστάσιο 3.700 τ.μ. στην Καλαμάτα, με τη Mani Foods να συνεργάζεται με τοπικούς παραγωγούς, αναλαμβάνοντας τη συσκευασία και τη μεταποίηση των προϊόντων. Υπάρχουν σχέδια για νέες επεκτάσεις της μονάδας παραγωγής, με στόχο την αύξηση δυναμικότητας και την υποστήριξη της ανάπτυξης στις διεθνείς αγορές.

Μάριος Δελατόλας  
[marios@notice](mailto:marios@notice)



Molly Liu, CEO, Starbucks China

• **STARBUCKS**

## DEAL ΣΤΗΝ ΚΙΝΑ - ΔΙΝΕΙ ΤΟ 60% ΚΑΙ ΣΤΟΧΕΥΕΙ ΣΕ ΔΥΝΑΜΙΚΗ ΕΠΕΚΤΑΣΗ

Η Starbucks ολοκλήρωσε τη συμφωνία της με την Boyu Capital για την πώληση του ελέγχου των δραστηριοτήτων της στην Κίνα.

Η συμφωνία, το περίγραμμα της οποίας είχε ανακοινωθεί τον Νοέμβριο, αποσκοπεί στην επανεκκίνηση της ανάπτυξης της αλυσίδας στη δεύτερη μεγαλύτερη οικονομία του κόσμου, όπου τοπικοί ανταγωνιστές όπως η Luckin και η Cotti έχουν κερδίσει μερίδιο αγοράς με χαμηλότερες τιμές.

### "ΥΠΕΡ-ΤΟΠΙΚΗ ΠΡΟΣΑΡΜΟΓΗ"

Τα κεφάλαια που διαχειρίζεται η Boyu – μεταξύ των ιδρυτών της οποίας περιλαμβάνεται και ο εγγονός του πρώην Προέδρου της Κίνας, Jiang Zemin – θα κατέχουν ποσοστό 60% στα καταστήματα της Starbucks στην Κίνα, ενώ η Starbucks θα διατηρήσει το υπόλοιπο ποσοστό και θα συνεχίσει να παραχωρεί άδεια χρήσης του εμπορικού σήματος και της πνευματικής ιδιοκτησίας στην κοινοπραξία, σύμφωνα με την ανακοίνωση της εταιρείας.

Η Molly Liu, Διευθύνουσα Σύμβουλος της Starbucks China, δήλωσε ότι η συμφωνία θα ενισχύσει την "υπερ-τοπική προσαρμογή" της μάρκας στη χώρα.

Σήμερα λειτουργούν περίπου 8.000 καταστήματα Starbucks στην Κίνα. Η εταιρεία σχεδιάζει, σε συνεργασία με την Boyu, να αυξήσει το δίκτυό της σε 20.000 καταστήματα.

• FAO  
**ΑΝΟΔΟΣ 2,4% ΣΤΙΣ ΤΙΜΕΣ ΤΡΟΦΙΜΩΝ ΠΑΓΚΟΣΜΙΩΣ ΤΟΝ ΜΑΡΤΙΟ**

Οι παγκόσμιες τιμές τροφίμων αυξήθηκαν τον Μάρτιο, κυρίως λόγω της ανόδου των τιμών ενέργειας και της αύξησης του κόστους μεταφορών που συνδέεται με τον πόλεμο στη Μέση Ανατολή.

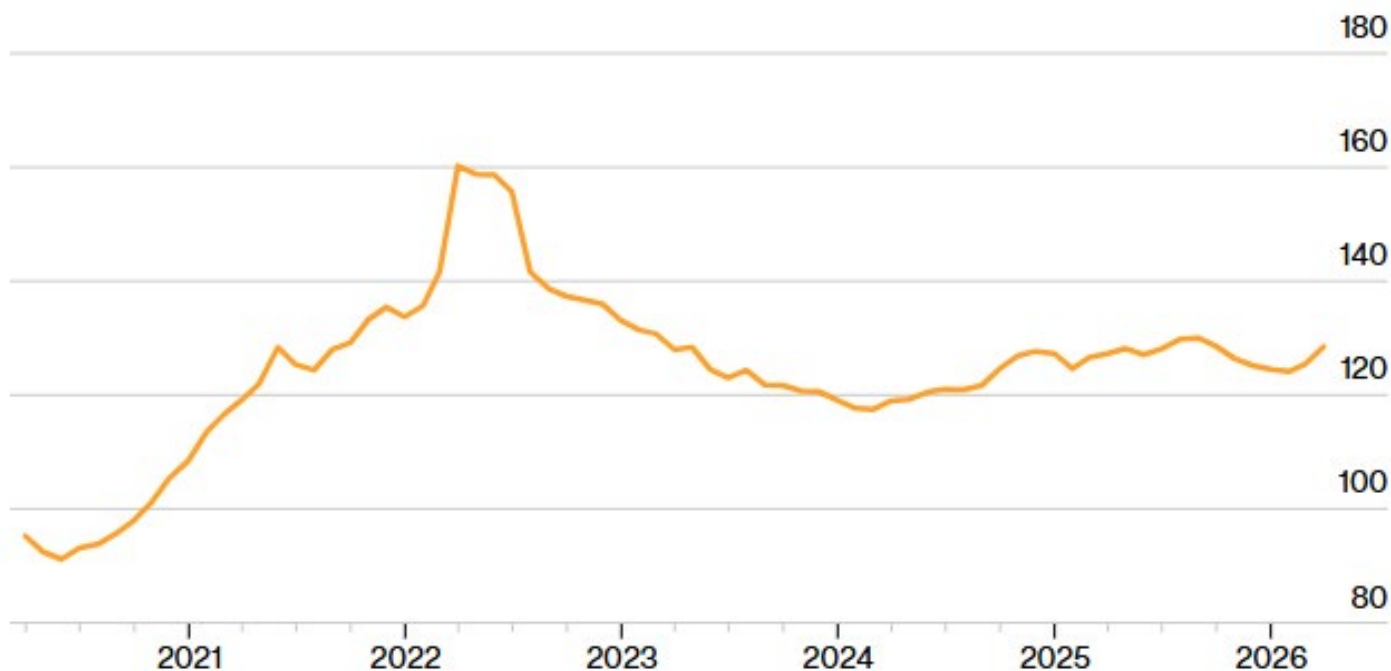
Ο δείκτης τιμών τροφίμων της Οργανισμού Τροφίμων και Γεωργίας του ΟΗΕ (FAO) διамορφώθηκε κατά μέσο όρο στις 128,5 μονάδες τον Μάρτιο, σημειώνοντας αύξηση 3 μονάδων σε σχέση με τον Φεβρουάριο. Η άνοδος αυτή, της τάξης του 2,4%, αποτελεί τη δεύτερη συνεχόμενη μηνιαία αύξηση, μετά από πέντε μήνες πτωτικής πορείας. Ο δείκτης παρακολουθεί τις τιμές δημητριακών, ζάχαρης, κρέατος, γαλακτοκομικών και φυτικών ελαίων.



**Global Food Prices Rise in March on Energy Pressures**

The Iran war is pushing up energy and freight prices.

FAO's Food Price Index - Mid Price



Source: FAO

**ΟΙ ΜΕΓΑΛΥΤΕΡΕΣ ΑΥΞΗΣΕΙΣ**

Η αύξηση του δείκτη υποδηλώνει ότι η πληθωριστική πίεση στα τρόφιμα μπορεί να διατηρηθεί, καθώς η σύγκρουση στη Μέση

Ανατολή αυξάνει το κόστος ενέργειας και λιπασμάτων και προκαλεί διαταραχές στις ροές δημητριακών και βασικών εισροών μέσω του Στενού του Χορμούζ.

Οι μεγαλύτερες αυξήσεις καταγράφηκαν στις τιμές φυτικών ελαίων και ζάχαρης, ενώ αυξήσεις σημειώθηκαν επίσης σε κρέας, γαλακτοκομικά και δημητριακά.

• **ΗΠΑ**  
**ΜΕΙΩΣΗ 5% ΣΤΗΝ ΚΑΤΑΝΑΛΩΣΗ**  
**ΑΛΚΟΟΛΟΥΧΩΝ ΠΟΤΩΝ ΤΟ 2025 ΛΟΓΩ**  
**ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΩΝ ΠΙΕΣΕΩΝ**

Το 2025, οι συνολικοί όγκοι κατανάλωσης αλκοολούχων ποτών (TBA) στις ΗΠΑ μειώθηκαν κατά 5%, σύμφωνα με τα προκαταρκτικά στοιχεία της IWSR. Οι μειώσεις αφορούσαν όλες τις βασικές κατηγορίες:

- μπίρα: -5%
- κρασί: -6%
- αποστάγματα: -4%
- RTDs (Ready-to-Drink): -1%

**ΣΗΜΑΝΤΙΚΟΤΕΡΟ ΑΙΤΙΟ**  
**ΤΟ ΚΟΣΤΟΣ**

Η έρευνα IWSR Bevtrac δείχνει ότι το κόστος είναι πλέον ο πιο συχνός λόγος περιορισμού της κατανάλωσης, με το 31% των Αμερικανών να επικαλείται την τιμή ως αιτία.

Όπως εξηγεί ο Marten Lodewijks, Managing Director & President της IWSR, οι καταναλωτές γίνονται πιο επιλεκτικοί και πληρώνουν περισσότερα μόνο όταν η τιμή δικαιολογείται από την ποιότητα. Αυτό αντι-

κατοπτρίζεται στην αύξηση 1% των super-premium προϊόντων, αντιστρέφοντας τη γενική αρνητική τάση.

**Ο ΡΟΛΟΣ ΤΗΣ ΜΠΥΡΑΣ**

Η μπίρα παραμένει η μεγαλύτερη κατηγορία, αντιπροσωπεύοντας περίπου τα 2/3 των συνολικών TBA όγκων. Ωστόσο, τα RTDs ξεχώρισαν για ακόμη μια χρονιά, αυξάνοντας το μερίδιο όγκου από 6% το 2019 σε 13% το 2025, χάρη στην ευκολία, την καινοτομία στη γεύση και την αναγνωρισιμότητα των μαρκών. Τα RTDs με βάση τα αποστάγματα ενισχύθηκαν κατά 14% σε σχέση με το 2024.

**ΤΙ ΣΥΜΒΑΙΝΕΙ ΜΕ ΑΛΛΑ ΠΟΤΑ**

Άλλες κατηγορίες, όπως βότκα, καναδικό ουίσκι και άλλα ουίσκι, παρουσίασαν σταθερή ζήτηση με μικρές μειώσεις, αντικατοπτρίζοντας περιορισμένη καινοτομία. Ορισμένα τμήματα υποστηρίχθηκαν από



νέες κυκλοφορίες ή προτίμηση γνωστών μαρκών.

Παράλληλα, οι οικονομικές πιέσεις συνεχίζουν να επηρεάζουν συγκεκριμένες κατηγορίες, όπως το κονιάκ, ενώ μικρότερα ή εξειδικευμένα τμήματα, όπως η μπίρα χωρίς αλκοόλ και ανερχόμενα αποστάγματα, απέδωσαν σχετικά καλά από μικρότερη βάση.

Συνολικά, οι τάσεις του 2025 αντανακλούν τις συνθήκες της αγοράς, με τους συνολικούς όγκους TBA να κλείνουν μόλις 0,3% κάτω από τις προβλέψεις της Global Forecast Suite της IWSR, επιβεβαιώνοντας την ακρίβεια των εκτιμήσεων για τη χρονιά.

• **MCDONALD'S**  
**ΦΘΗΝΟΤΕΡΑ ΓΕΥΜΑΤΑ ΣΤΟ ΜΕΝΟΥ**  
**ΕΝ ΜΕΣΩ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗΣ ΠΙΕΣΗΣ**

Η McDonald's ανακοίνωσε ότι εισάγει νέα προϊόντα στο μενού με τιμές \$3 ή λιγότερο, καθώς και ένα πρωινό γεύμα στα \$4 στις ΗΠΑ, καθώς οι αλυσίδες εστίασης επιδιώκουν να προσελκύσουν καταναλωτές με περιορισμένο προϋπολογισμό, οι οποίοι έχουν επιβαρυνθεί από τις οικονομικές αβεβαιότητες.

Η εταιρεία ανέφερε ότι τουλάχιστον 10 προϊόντα θα είναι διαθέσιμα καθ' όλη τη διάρκεια της ημέρας, ενώ για περιορισμένο χρονικό διάστημα θα προωθήσει επιλεγμένα προϊόντα κάτω των \$3 σε ακόμη χαμηλότερες τιμές. Η αρχή γίνεται με το Sausage McMuffin στα \$1,50 και το McDougle στα \$2,50.

**ΠΡΟΣΦΟΡΕΣ ΠΕΡΑ**  
**ΑΠΟ ΤΟ ΠΡΩΙΝΟ**

Πέρα από το νέο πρωινό γεύμα των \$4, η εταιρεία παρουσίασε επίσης προσφορές

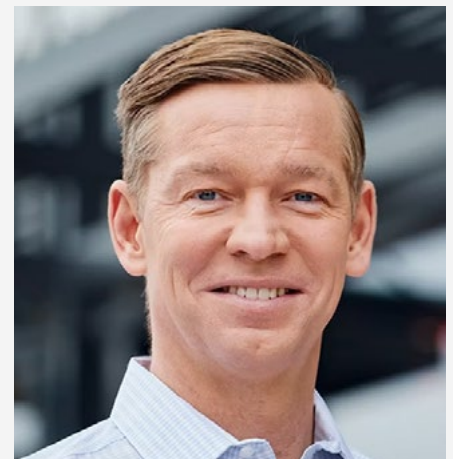
για μεσημεριανό και βραδινό, με τιμές που κυμαίνονται μεταξύ \$5 και \$6.

Ο Διευθύνων Σύμβουλος, Chris Kempczinski δήλωσε τον Φεβρουάριο ότι υπάρχουν αυξανόμενες ενδείξεις πως η στρατηγική value της εταιρείας αποδίδει, με αύξηση της επισκεψιμότητας από πελάτες χαμηλού εισοδήματος.

**Η ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΗ**

Η εταιρεία ξεκίνησε πέρυσι να επιδοτεί τα extra value γεύματα των δικαιοδόχων της, καθώς το κόστος ορισμένων πρώτων υλών, όπως το βοδινό κρέας, παρέμεινε υψηλό. Ωστόσο, ο Kempczinski είχε επισημάνει ότι η επιδότηση των τιμών δεν θα είναι μόνιμη.

Η McDonald's λάνσαρε το γεύμα των \$5 τον Ιούνιο του 2024 ως προσφορά περιορισμένης διάρκειας, αλλά στη συνέχεια το παρέτεινε. Παράλληλα, προσέφερε έκπτω-



Chris Kempczinski, Πρόεδρος & CEO, McDonald's

ση 15% σε συνδυαστικά γεύματα και εισήγαγε ειδικές προσφορές στα 5 και \$8 την περασμένη χρονιά.

Ανταγωνιστές, μεταξύ των οποίων και η Burger King εντείνουν επίσης τις προσπάθειές τους με πιο οικονομικές επιλογές στο μενού.

• **ΓΑΛΑΚΤΟΚΟΜΙΚΑ ΜΥΣΤΑΚΕΛΛΗ**  
**ΝΕΕΣ ΕΜΠΟΡΙΚΕΣ ΣΥΝΕΡΓΑΣΙΕΣ ΕΝΤΟΣ ΚΑΙ ΕΚΤΟΣ ΣΥΝΟΡΩΝ**  
**- ΚΟΝΤΑ ΣΤΟ 20% Η ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΣΤΟ ΤΡΙΜΗΝΟ**

Το δίκτυο των εξαγωγικών της προορισμών διευρύνει η Γαλακτοκομικά Μυστακέλλη, συνεχίζοντας παράλληλα τις προσπάθειες για ενίσχυση της παρούσα και στην ελληνική αγορά και δη σε περιοχές όπου μέχρι πρόσφατα είχε μικρή έως καθόλου διείσδυση. Όπως δηλώνει στο Fnb Daily ο συνιδιοκτήτης, Αντώνης Καλδέλλης, μέσα στο α' τρίμηνο του 2026 η τυροκομική επιχείρηση από το Μανταμάδο Λέσβου εισήλθε στην αγορά της Βουλγαρίας ενώ λίγο πριν την εκπνοή του 2025 ξεκίνησε να διαθέτει προϊόντα της στη Λιθουανία.

**ΑΠΟ ΕΞΑΓΩΓΕΣ ΤΟ 20% ΤΟΥ ΤΖΙΡΟΥ**

Οι νέες αυτές τοποθετήσεις ανεβάζουν σε 14 τον αριθμό χωρών της ΕΕ που δηλώνει "παρών" η ελληνική εταιρεία, ενώ σε αυτές πρέπει να προστεθούν επίσης η Αγγλία, η Ελβετία και η Αυστραλία. Αυτή τη στιγμή οι εξαγωγές αντιστοιχούν στο 20% του κύκλου εργασιών- ποσοστό που, όπως υπογραμμίζει ο κ. Καλδέλλης, την καθιστά την πλέον εξωστρεφή του νησιού της παρά το γεγονός ότι δεν είναι η μεγαλύτερη αλλά μόλις η πέμπτη σε δυναμικότητα.

**"ΧΡΕΙΑΖΕΤΑΙ ΠΕΡΙΣΣΟΤΕΡΗ ΠΡΟΒΟΛΗ ΤΟ ΛΑΔΟΥΡΙ ΜΥΤΙΛΗΝΗΣ"**

Αν και το πλέον χαρακτηριστικό προϊόν που παράγει -τόσο η ίδια όσο και άλλα τυροκομεία της Λέσβου- είναι το λαδοτύρι Μυτιλήνης ΠΟΠ, στις εξαγωγές αιχμή του δόρατος παραμένει σε ποσοστό 85% η φέτα ΠΟΠ. "Διεισδύοντας με τη φέτα ωστόσο σου δίνεται μια ευκαιρία να αναδείξεις και το λαδοτύρι", σημειώνει ο ίδιος, προσθέτοντας ότι "δυστυχώς στο νησί δεν έχουμε δουλέψει όσο θα έπρεπε για να προβάλλουμε αυτό το τόσο ιδιαίτερο προϊόν, με αποτέλεσμα να συναντάμε συχνά δυσκολίες στην τοποθέτησή του στις ξένες αγορές".

Περιθώρια βελτίωσης στην προβολή του λαδοτυριού βλέπει ο κ. Καλδέλλης και στην Ελλάδα, ιδίως στο βόρειο τμήμα της χώρας όπου σε ορισμένες περιοχές δεν είναι καν γνωστό ή, ακόμα κι αν είναι, δεν συγκαταλέγεται στις πρώτες επιλογές των καταναλωτών. Η εικόνα είναι αρκετά καλύτερη νοτιότερα όπως και στο νησιωτικό κομμάτι της χώρας ενώ τους τελευταίους μήνες κατάφερε να τοποθετηθεί για πρώτη φορά στην Κρήτη και σε κάποια νησιά των Κυκλάδων.

**ΠΑΝΕΛΛΑΔΙΚΗ ΣΥΝΕΡΓΑΣΙΑ ΜΕ ΜΑΣΟΥΤΗ**

Πιο αισθητή είναι η παρουσία της σε Αττική, Βόρειο και Νότιο Αιγαίο ενώ αρκετά μικρότερο αλλά αναπτυσσόμενο είναι το δίκτυό της σε Πελοπόννησο και νησιά του Ιονίου. Στο οργανωμένο λιανεμπόριο, τα προϊόντα της βρίσκονται σε όλες τις αλυσίδες που έχουν καταστήματα στην Λέσβο και στην ευρύτερη περιοχή του Βορείου Αιγαίου, ενώ σε πανελλαδικό επίπεδο έχει συνεργασία με την αλυσίδα Μασούτης στην οποία τοποθετεί το λαδοτύρι Μυτιλήνης.

DATA (σε €χιλ.)		
Κύκλος Εργασιών	EBIT:	Αποτέλεσμα προ φόρων
2024: 2.069	2024: (49)	2024: (81)
2023: 2.059	2023: 12	2023: (28)
Μεταβολή:		
0,48%		

**ΑΥΞΗΣΗ 25% ΣΤΙΣ ΠΩΛΗΣΕΙΣ ΤΟ 2025**

Η γεωγραφική επέκταση και οι νέες συνεργασίες αποτυπώνονται στις πωλήσεις της Γαλακτοκομικά Μυστακέλλη που το 2025 αυξήθηκαν κατά 25% σε όγκο και σε αξία. Ωστόσο το α' τρίμηνο της χρονιάς, ο ρυθμός ανάπτυξης, σύμφωνα με τον κ. Καλδέλλη, έχει υποχωρήσει κάτω από το 20%, παραμένοντας ωστόσο διψήφιος.

Συνολικά για τη φετινή χρονιά, το στοιχείο που τον προβληματίζει περισσότερο είναι οι αυξήσεις στις πρώτες ύλες και δη στο αιγοπρόβειο γάλα: "Μια άνοδος των τιμών θα μπορούσε να στρέψει μια μεγάλη μερίδα καταναλωτών στο λευκό τυρί ή και στα τυριά από αγελαδινό γάλα", αναφέρει.

**ΝΕΑ ΠΡΟΪΟΝΤΑ ΣΤΟ ΤΕΛΟΣ ΤΟΥ ΧΡΟΝΟΥ**

Αυτό το διάστημα η εταιρεία δουλεύει πάνω σε ορισμένα νέα προϊόντα δύο εκ των οποίων αναμένεται να παρουσιαστούν στα τέλη του 2026.

Παράλληλα, σε εξέλιξη βρίσκεται και ένα επενδυτικό πρόγραμμα ύψους €400 χιλ., ενταγμένο σε τοπικό πρόγραμμα ΕΣΠΑ, που εστιάζει στη συσκευασία.



Αντώνης Καλδέλλης, συνιδιοκτήτης, Γαλακτοκομικά Μυστακέλλη

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

• ΡΑΓΔΑΙΕΣ ΕΞΕΛΙΞΕΙΣ

## ΕΙΣΑΓΓΕΛΙΚΗ ΕΝΤΟΛΗ ΓΙΑ ΦΟΡΟΛΟΓΙΚΟ ΕΛΕΓΧΟ ΣΤΑ ΒΙΒΛΙΑ ΤΗΣ MARKET IN

Τη διενέργεια φορολογικού ελέγχου στα λογιστικά στοιχεία της Market In για μέρος του δικτύου της, ζήτησε ο Οικονομικός Εισαγγελέας, σύμφωνα με πηγές της Ελληνικής Αστυνομίας στο Fnb Daily.

Σύμφωνα με διαθέσιμες πληροφορίες, η εντολή για τον φορολογικό έλεγχο διαβιβάστηκε προς την Υποδιεύθυνση Δίωξης και Εξιχνίασης Εγκλημάτων Βορειοανατολικής Αττικής, η οποία προχώρησε στη συλλογή στοιχείων που αφορούν καταστήματα του δικτύου της στην περιοχή.

Όπως αναφέρουν οι ίδιες πηγές τα στοιχεία έχουν ήδη συγκεντρωθεί και αναμένεται να τεθούν υπό περαιτέρω ανάλυση από τις αρμόδιες αρχές. Στο πλαίσιο της διαδικασίας, φέρεται να ζητήθηκε και η διενέργεια κατ'οίκον ερευνών, καθώς και η συλλογή σχετικών φορολογικών εγγράφων, τα οποία θα αξιοποιηθούν στο πλαίσιο του οικονομικού ελέγχου.

Σύμφωνα με τις ίδιες πηγές, η διάρκεια του ελέγχου εξαρτάται από το είδος των αρχείων και του περιεχομένου τους, κάτι που για την ώρα είναι "άγνωστο".

### Η ΔΙΑΜΑΧΗ

Η υπόθεση φέρεται να συνδέεται με τη συνεχιζόμενη δικαστική διαμάχη μεταξύ βασικών μετόχων του ομίλου. Ειδικότερα, αφορά την αντιπαράθεση μεταξύ της Προέδρου και Διευθύνουσας Συμβούλου Ευλαμπίας Ράμμου, η οποία κατέχει την πλειοψηφία των μετοχών, και της Μαργαρίτας Ράμμου, μετόχου μειοψηφίας στη Market In Ακινήτων με ποσοστό 29,54%. Η σύγκρουση αυτή διαμορφώνει ένα σύνθετο περιβάλλον εταιρικής διακυβέρνησης, το οποίο επηρεάζει τόσο τη διοικητική λειτουργία, όσο και τη στρατηγική κατεύθυνση της εταιρείας.



### Η ΕΞΑΓΟΡΑ ΤΟΥ S/M ΔΗΛΟΣ

Η Market In ιδρύθηκε το 1990. Ξεκινώντας ως μέλος του ομίλου Αστέρης και αργότερα στον όμιλο Ελομας, η Market In ανεξαρτητοποιήθηκε το 2007 και έκτοτε λειτουργεί ως αυτόνομος όμιλος. Μέσω εξαγορών καταστημάτων από αλυσίδες όπως Στάικος, Φιλία, Alimentà Nona, Αγγελίδης, Εμπορικός Κόμβος, Λιάσκος, Πρωτέας, Alimentà Top, Welcome Market, Unik, Ατλάντικ, έχει διευρύνει σημαντικά το δίκτυό της, αριθμώντας σήμερα 257 καταστήματα και απασχολώντας 3.767 εργαζομένους.

Πρόσφατα ενίσχυσε την παρουσία της στην Μύκονο με την εξαγορά του super market

Δήλος στην Αργύραινα, στο πλαίσιο της ανάπτυξης της στις Κυκλάδες. Το κατάστημα λειτουργεί ήδη με τη νέα επωνυμία, ενώ διαθέτει επιφάνεια 700 τ.μ., πέντε ταμεία και χώρο στάθμευσης 70 θέσεων. Παράλληλα, προγραμματίζεται ανακαίνιση εντός Μαρτίου.

Σύμφωνα με τον τελευταίο ισολογισμό που έχει δημοσιευθεί, ο καθαρός κύκλος εργασιών διαμορφώθηκε σε €418,6 εκατ. ευρώ το 2024, καταγράφοντας αύξηση 3,79%, ενώ τα κέρδη προ φόρων διαμορφώθηκαν στα €1,49 εκατ., σημειώνοντας πτώση 15,45%.

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



**REAL ESTATE DAILY SECRET**

THE KEY TO PROPRIETARY INFORMATION

Το κλειδί για να μαθαίνετε τα μυστικά της αγοράς ακινήτων, κάθε μέρα στο e-mail σας. Με την υπογραφή της



**NOTICE**  
CONTENT & SERVICES

**ΚΑΝΤΕ  
ΕΓΓΡΑΦΗ  
ΕΔΩ**

• **ΥΑΡΑ ΕΛΛΑΣ – ΚΤΗΜΑ ΚΥΡ ΓΙΑΝΝΗ**

## ΑΝΑΓΕΝΝΗΤΙΚΗ ΓΕΩΡΓΙΑ - Η ΑΞΙΑ ΤΗΣ ΣΥΝΕΡΓΑΣΙΑΣ ΚΑΙ ΤΗΣ ΣΥΝΕΧΟΥΣ ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗΣ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ

Η υγεία του εδάφους και ο ρόλος της στην αναγεννητική γεωργία βρέθηκαν στο επίκεντρο εκδήλωσης που πραγματοποιήθηκε στην Νάουσα, στον χώρο της BIBON. Η παρουσίαση βασίστηκε στα πρώτα αποτελέσματα του πειραματισμού που ξεκίνησε το 2024 σε αμπελοτόπια της Νάουσας και του Αμυνταίου, στο πλαίσιο της συνεργασίας της Yara Ελλάς με το Κτήμα Κυρ-Γιάννη.



### LIVING LAB

Το εγχείρημα λειτουργεί ως Living Lab, όπου πολίτες, επιχειρήσεις, ερευνητές και δημόσιοι φορείς συνεργάζονται για την ανάπτυξη και αξιολόγηση νέων πρακτικών σε πραγματικές συνθήκες. Επιστημονικός εταίρος του έργου είναι το Εργαστήριο Εδαφολογίας και Γεωργικής Χημείας του Γεωπονικού Πανεπιστημίου Αθηνών, ενώ στην ανάλυση δεδομένων συμμετέχει και το εργαστήριο Megalab Analytical Services της Yara, καθώς και τα εσωτερικά εργαστήρια του Κτήματος Κυρ-Γιάννη.

### ΠΑΝΕΛ

Το πάνελ της εκδήλωσης περιελάμβανε στελέχη της Yara Ελλάς, γεωπόνους του Κτήμα-

τος Κυρ-Γιάννη, μέλη του Γεωπονικού Πανεπιστημίου Αθηνών και εκπροσώπους του ιδρύματος Μπουτάρη. Τα αρχικά ευρήματα ανέδειξαν τη συνθετικότητα των παραγόντων που επηρεάζουν την υγεία του εδάφους και τόνισαν την ανάγκη συστηματικής και συνεργατικής διαχείρισης.

Στο πλαίσιο της εκδήλωσης, οι συμμετέχοντες επισήμαναν ότι η βελτίωση της υγείας του εδάφους προκύπτει από τη συνεχόμενη εφαρμογή πρακτικών και την παρακολούθηση επιμέρους δεικτών, ενώ η χρήση λιπασμάτων πρέπει να αξιολογείται σε συνδυασμό με περιβαλλοντικά κριτήρια. Ο Δρ. Ιωάννης Ζαφειρίου αναφέρθηκε στις ευρωπαϊκές πολιτικές για το έδαφος, το EU Soil Strategy και το Soil Monitoring Law

[Directive (EU) 2025/2360], υπογραμμίζοντας ότι το 60% των ευρωπαϊκών εδαφών θεωρούνται μη υγιή και αντιμετωπίζουν κινδύνους διάβρωσης, αλατότητας και ρύπανσης.

### ΑΝΑΓΚΗ ΓΙΑ ΣΥΝΕΡΓΑΣΙΕΣ

Η εκδήλωση κατέληξε στην επισήμανση ότι η μετάβαση σε βιώσιμη αμπελουργία απαιτεί συνεργασίες, κοινή γλώσσα μεταξύ διαφορετικών κλάδων και συνεχείς μετρήσεις. Ο Μιχάλης Μπουτάρης επισήμανε ότι η πολυετής συνεργασία των τριών φορέων – Κτήμα Κυρ-Γιάννη, Yara Ελλάς και Γεωπονικό Πανεπιστήμιο Αθηνών – αναδεικνύει την αξία της τεκμηριωμένης προσέγγισης, της ανταλλαγής δεδομένων και της συλλογικής προσπάθειας για την αναγέννηση και την υγεία του εδάφους.

• **PEPSICO**

## ΓΙΑΤΙ Ο ΑΜΕΡΙΚΑΝΙΚΟΣ ΚΟΛΟΣΣΟΣ ΑΠΟΤΕΛΕΙ... ΦΥΤΩΡΙΟ CEOs

Στην PepsiCo αποδίδει την ηγετική του εξέλιξη ο CEO της Delta Air Lines, Ed Bastian. Μιλώντας στο podcast Titans and Disruptors of Industry του Fortune, ο Bastian τόνισε ότι η PepsiCo δεν διαμόρφωσε μόνο τη δική του καριέρα, αλλά και μια ολόκληρη γενιά επιχειρηματικών ηγετών.

Όπως ανέφερε, η εταιρεία επενδύει συστηματικά στο ταλέντο, προσελκύοντας συνεχώς νέους ανθρώπους και λειτουργώντας ως "εργοστάσιο ταλέντων", όπου οι εργαζόμενοι γνωρίζουν εξ αρχής ότι πιθανότατα δεν θα παραμείνουν εκεί μέχρι τη συνταξιοδότηση. Η φήμη αυτή επιβεβαιώνεται και στην πράξη: ανάλυση του 2022 έδειξε ότι τουλάχιστον 12 CEOs εταιρειών του Fortune 500 είχαν περάσει από την PepsiCo, μεταξύ των οποίων ο Chris Kempczinski της McDonald's και η Beth Ford της Land O'Lakes.

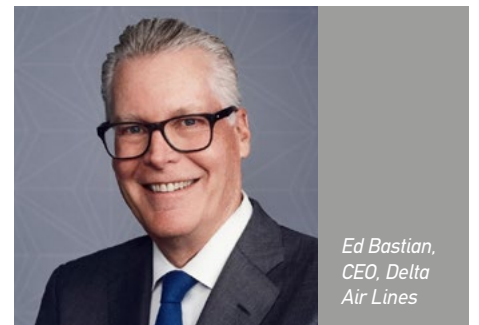
Καθοριστικό ρόλο στη διαμόρφωση αυτής της κουλτούρας έπαιξε ο Bob Eichinger, ο οποίος εισήγαγε μεθόδους αξιολόγησης στελεχών μέσω ψυχομετρικών εργαλεί-

ων, συμβάλλοντας στη φήμη της εταιρείας ως "academy company", όπως την είχε χαρακτηρίσει ο καθηγητής του Yale, Jeffrey Sonnenfeld.

### ΚΕΝΤΡΙΚΟΣ ΠΥΛΩΝΑΣ ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΗΣ ΤΟ HI-POS

Κεντρικός πυλώνας της στρατηγικής είναι ο εντοπισμός των "hi-pos" (high potentials), δηλαδή του κορυφαίου 20% των εργαζομένων. Αυτοί αναλαμβάνουν απαιτητικές αποστολές, διεθνείς ρόλους και μετακινήσεις μεταξύ τμημάτων, ώστε να αποκτούν ευρεία εμπειρία και να αποφεύγεται η εξειδίκευση σε έναν μόνο τομέα. Το HR μετακινεί ενεργά τα ταλέντα, ακόμη και κόντρα στις επιθυμίες των προϊσταμένων τους, με στόχο τη δημιουργία ολοκληρωμένων ηγετών.

Η κινητικότητα και η πιθανότητα αποχώρησης θεωρούνται φυσικά στοιχεία της κουλτούρας. Όπως σημειώνει ο Bastian, πολλοί εργαζόμενοι αξιοποιούν την εμπειρία τους για να εξελιχθούν σε άλλους κλάδους.



Ed Bastian,  
CEO, Delta  
Air Lines

### Η ΜΕΤΑΒΑΣΗ ΣΤΗΝ DELTA

Για τον ίδιο, η μετάβαση στην αεροπορία ήταν σχεδόν αναπόφευκτη, καθώς ταξίδευε συχνά λόγω του ρόλου του στη διεθνή οικονομική ομάδα της PepsiCo. Το 1998 εντάχθηκε στην Delta ως Αντιπρόεδρος Οικονομικών, το 2005 έγινε CFO και το 2015 ανέλαβε CEO. Έκτοτε, έχει συμβάλει στην ισχυρή πορεία της εταιρείας, με υψηλές επιδόσεις στην ακρίβεια πτήσεων, χρηματιστηριακή αξία άνω των \$40 δισ. και ηγετική θέση ως μία από τις πιο κερδοφόρες αεροπορικές εταιρείες στις ΗΠΑ.

• **KALLAS**  
**ΕΠΕΝΔΥΣΕΙΣ €5 ΕΚΑΤ. ΣΤΗΝ**  
**ΕΠΕΞΕΡΓΑΣΙΑ ΤΡΟΦΙΜΩΝ - ΣΕ ΠΟΙΕΣ**  
**ΑΓΟΡΕΣ ΑΝΑΖΗΤΑ ΕΥΚΑΙΡΙΕΣ**

Η Kallas αναπτύσσει μια ολοκληρωμένη δραστηριότητα στον τομέα της επεξεργασίας και ανασυσκευασίας τροφίμων, με έμφαση στα λαχανικά και τα τυροκομικά προϊόντα. Η εταιρεία προμηθεύεται πρώτες ύλες σε μεγάλες συσκευασίες και τις προσαρμόζει σε μικρότερα, πιο λειτουργικά μεγέθη, ανταποκρινόμενη στις σύγχρονες ανάγκες της αγοράς HoReCa, όπου η διαχείριση μεγάλων ποσοτήτων καθίσταται ολοένα και πιο δύσκολη.

Στο ίδιο πλαίσιο, έχει επενδύσει και στον τομέα των τυριών, προχωρώντας σε παραγωγή προϊόντων όπως φέτες και τριμμένα τυριά, αξιοποιώντας νέο μηχανολογικό εξοπλισμό που διασφαλίζει σταθερή ποιότητα και αποδοτικότητα. Η επένδυση αυτή ολοκληρώθηκε την προηγούμενη χρονιά, ενώ η αντίστοιχη δραστηριότητα στα λαχανικά βρίσκεται στο στάδιο της έναρξης λειτουργίας.

**ΕΠΕΝΔΥΣΕΙΣ**

Το συνολικό ύψος των επενδύσεων για την ανάπτυξη των μονάδων αυτών εκτιμάται ότι ανήλθε περίπου στα €4 εκατ., όπως μαθαίνει το Fnb Daily, σε βάθος πενταετίας, ενώ η νέα επένδυση στον τομέα των λαχανικών αναμένεται να διαμορφωθεί κοντά στο €1 εκατ. Σε οικονομικό επίπεδο, η εταιρεία κατέγραψε την προηγούμενη χρήση κύκλο εργασιών της τάξης των €300 εκατ., με κέρδη που προσεγγίζουν τα €7 εκατ., επιβεβαιώνοντας τη θετική της πορεία. Αν και η έναρξη της τρέχουσας χρονιάς ήταν συγκρατημένη, από τον Φεβρουάριο και έπειτα καταγράφεται σημαντική βελτίωση των επιδόσεων.

**ΣΤΟΧΟΣ ΤΟ RETAIL**

Στρατηγικά, η Kallas σχεδιάζει την περαιτέρω ανάπτυξη της παρουσίας της και στο οργανωμένο λιανεμπόριο, με την εισαγωγή νέων συσκευασιών λαχανικών σε μικρότερα μεγέθη, όπως 750 και 400 γραμμάρια. Η κίνηση αυτή αναμένεται να υλοποιηθεί το επόμενο έτος και θα συνοδευτεί από νέες επενδύσεις σε εξοπλισμό συσκευασίας.

**ΕΞΑΓΩΓΕΣ**

Στον τομέα των εξαγωγών, η εταιρεία διατηρεί δραστηριότητα τόσο μέσω θυγατρικών εταιρειών όσο και μέσω απευθείας συνεργασιών. Οι θυγατρικές της δραστηριοποιούνται σε αγορές όπως η Ρουμανία, η Βουλγαρία, η Σερβία και η Κύπρος, ενώ οι εξαγωγές



Γιάννης Καλλάς, Διευθύνων Σύμβουλος, Kallas

αντιστοιχούν περίπου στο 10% του συνολικού κύκλου εργασιών σε επίπεδο ομίλου. Ιδιαίτερη δυναμική καταγράφεται στην αγορά της Αλβανίας, όπου η εταιρεία συνεργάζεται με επιλεγμένους τοπικούς εταίρους.

Παράλληλα, η εταιρεία εξετάζει ευκαιρίες σε νέες αγορές, αν και γεωπολιτικοί παράγοντες έχουν αναστείλει προσωρινά σχέδια επέκτασης προς την Μέση Ανατολή. Σήμερα, διατηρεί παρουσία σε χώρες όπως η Τυνησία και η Αλβανία, ενώ έχει αναπροσαρμόσει τη δραστηριότητά της σε άλλες αγορές, εξυπηρετώντας τες πλέον από την Ελλάδα.

**ΠΕΡΙΟΡΙΣΜΕΝΟ ΤΟ PL**

Στον τομέα της ιδιωτικής ετικέτας, η συμμετοχή παραμένει περιορισμένη, αντιστοιχώντας περίπου στο 4% του συνολικού τζίρου, με την παραγωγή να πραγματοποιείται αποκλειστικά στις εγκαταστάσεις της εταιρείας.

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

**SME**  
DAILY

Το καθημερινό newsletter για τη μικρομεσαία επιχειρηματικότητα

Γίνε συνδρομητής ΔΩΡΕΑΝ εδώ



ΚΥΚΛΟΦΟΡΕΙ ΔΩΡΕΑΝ  
**ΔΕΥΤΕΡΑ - ΠΑΡΑΣΚΕΥΗ**  
ΣΤΙΣ **05:45**

Με την αξιοπιστία της

**NOTICE**  
CONTENT & SERVICES

## • ΣΥΝΑΝΤΗΣΗ BEA-FEDERALIMENTARE ΣΤΟ ΕΠΙΚΕΝΤΡΟ ΤΟ NUTRI-SCORE ΚΑΙ Η ΣΗΜΑΝΣΗ ΓΙΑ ΤΑ ΥΠΕΡΕΠΕΞΕΡΓΑΣΜΕΝΑ ΤΡΟΦΙΜΑ UPPF

Συνάντηση εργασίας για τη διατροφική επισήμανση των επεξεργασμένων τροφίμων πραγματοποιήθηκε την περασμένη Τρίτη μεταξύ της διοίκησης του Βιοτεχνικού Επιμελητηρίου Αθήνας με επικεφαλής τον Πρόεδρό του Κωνσταντίνο Δαμίγο και εκπροσώπων της Federalimentare, της σημαντικότερης ένωσης που εκπροσωπεί τη βιομηχανία τροφίμων και ποτών της Ιταλίας. Η συζήτηση επικεντρώθηκε στο προωθούμενο σύστημα Nutri-Score και στη σήμανση για τα υπερεπεξεργασμένα τρόφιμα (UPPF).

Η συζήτηση των δυο πλευρών, εντάσσεται στο πλαίσιο των πρωτοβουλιών του BEA, για τη διαμόρφωση μιας τεκμηριωμένης και ισχυρής εθνικής θέσης απέναντι σε ζητήματα που επηρεάζουν άμεσα τη λειτουργία και την ανταγωνιστικότητα των μικρών και μεσαίων επιχειρήσεων του κλάδου τροφίμων.

### Η ΙΤΑΛΙΚΗ ΠΑΡΟΥΣΙΑ

Από πλευράς Ιταλικής Πρεσβείας και της ομοσπονδίας Federalimentare παραβρέθηκαν ο Πρέσβης Raffaele De Lutio, ο επι-

κεφαλής του Οικονομικού και Εμπορικού Γραφείου Mario Savona, ο Σύμβουλος Ευρωπαϊκών και Διεθνών Υποθέσεων της Federalimentare, καθώς και στελέχη της διπλωματικής αποστολής.

### ΟΙ ΕΚΠΡΟΣΩΠΟΙ ΤΟΥ ΤΟΜΕΑ ΤΡΟΦΙΜΩΝ

Από τους φορείς Τροφίμων παρευρέθησαν οι:

- Χρήστος Αποστολόπουλος, Πρόεδρος ΣΕΒΓΑΠ
  - Κωνσταντίνος Ζούκας, Πρόεδρος ΠΕΜΕΤΕ
  - Κίμη Ζαζή, Δ/ντρια ΠΕΜΕΤΕ
  - Γεώργιος Πίπτας, Πρόεδρος ΣΕΤΣΕΜ
  - Ρόδιος Γαμβρός, Πρόεδρος Επιστημονικής Επιτροπής ΣΕΒΤ
  - Κα Μυστακίδη, Εκπρόσωπος ΔΟΕΠΕΛ
- Ο κ. Δαμίγος επισήμανε την ανάγκη προστασίας των συμφερόντων των μελών και υποβολής τεκμηριωμένων προτάσεων προς την Πολιτεία. Έμφαση δόθηκε στις επιπτώσεις που μπορεί να έχει η εφαρμογή του Nutri-



Score σε χιλιάδες επιχειρήσεις του κλάδου. Από την πλευρά του, ο κ. Αποστολόπουλος ανέφερε ότι είναι απαραίτητο να υιοθετηθεί και να προωθηθεί μια αντιπρόταση, απέναντι στο σύστημα του Nutri-score από τις χώρες που διαφωνούν με την εφαρμογή του, συνοδευόμενη από νομική τεκμηρίωση. "Η συμμετοχή της Federalimentare επισφραγίζει τη σημασία του θέματος σε ευρωπαϊκό επίπεδο και αναδεικνύει την ανάγκη συντονισμού μεταξύ των χωρών του Νότου με ισχυρή παραγωγή τροφίμων", όπως ανακοίνωσε το BEA.

## • Debrief •

### ΚΑΙ ΑΝ ΔΕΝ ΜΠΟΡΟΥΝ ΠΙΑ ΝΑ ΕΙΝΑΙ ΥΠΕΡΔΥΝΑΜΗ;

Για δεύτερη, λοιπόν, συνεχόμενη χρονιά, η αμερικανική κυβέρνηση πρότεινε σημαντικές περικοπές στους προϋπολογισμούς μεγάλων επιστημονικών οργανισμών των ΗΠΑ. Το σχέδιο του Λευκού Οίκου για τις ομοσπονδιακές δαπάνες του επόμενου έτους, περιλαμβάνει επίσης απαγόρευση της χρήσης ομοσπονδιακών κονδυλίων για συνδρομές και τέλη δημοσίευσης για ορισμένα ακαδημαϊκά περιοδικά.

Με νόμους:

- NASA: 2026, 24,4 δισ. – 2027, 18,8 δισ.
- National Institutes of Health: 2026, 47,2 δισ. – 2027, 41,3 δισ.
- National Science Foundation: 2026, 8,8 δισ. – 2027, 4 δισ.
- Department of Energy Office of Science: 2026, 8,4 δισ. – 2027, 7,1 δισ.
- National Institute of Standards and

Technology: 2026, 1,8 δισ. – 2027, 900 εκατ.

- National Oceanic and Atmospheric Administration: 2026, 6,2 δισ. – 2027, 4,5 δισ.

Για να τα λέμε όλα, το σχέδιο προτείνει περικοπές σε ομοσπονδιακές υπηρεσίες που χρηματοδοτούν ή διεξάγουν έρευνα για την υγεία, το διάστημα και το περιβάλλον.

Επίσης, έγγραφο προϋπολογισμού αναφέρει ότι η πρόταση θα διατηρήσει τη χρηματοδότηση για την έρευνα σχετικά με την κβαντική τεχνολογία και την Τεχνητή Νοημοσύνη "για να διασφαλιστεί ότι οι Ηνωμένες Πολιτείες παραμένουν στην αιχμή του δόρατος" σε αυτούς τους τομείς.

Η ουσία, όμως, δεν αλλάζει. Οι ΗΠΑ κόβει κονδύλια από τομείς έρευνας. Και η έρευνα ίσον παραγωγή γνώσης που μεταφέρεται στην οικονομία, στο

επιχειρείν, παντού. Και η γνώση αφορά τον πυρήνα της ισχύος, που καθιστά μια χώρα υπερδύναμη.

Στο πρώτο Debrief, στις 27/01/2025 γράφαμε: "Η αλήθεια είναι ότι οι ΗΠΑ δεν κατεβαίνουν πια μόνες τους στο γήπεδο, όπως την εικοσαετία 1990-2010. Οι ισορροπίες έχουν μεταβληθεί, νέοι παίκτες έχουν αναδυθεί στο προσκήνιο, αλλά στο τέλος της σεζόν σκκώνουν την... κούπα εύκολα". Σήμερα δεν είμαστε και τόσο σίγουροι. Ίσως τελικά οι ΗΠΑ να μην μπορούν να σκώσουν το βάρος της υπερδύναμης. Ίσως έχει έρθει τελικά, το πλήρωμα του χρόνου, όπως έχει συμβεί πάμπολες φορές στο παρελθόν, που το παγκόσμιο "αφεντικό" δεν μπορεί να ανταποκριθεί στις υποχρεώσεις του.

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

## • ΦΥΣΙΚΟ ΜΕΤΑΛΛΙΚΟ ΝΕΡΟ ΒΙΚΟΣ ΑΠΕΣΠΑΣΕ ΔΥΟ ΧΡΥΣΑ ΒΡΑΒΕΙΑ ΣΤΑ SPORTS MARKETING AWARDS

Δύο χρυσά βραβεία απέσπασε το φυσικό μεταλλικό νερό Βίκος στα Sports Marketing Awards 2026.

Η εταιρεία διακρίθηκε στην κατηγορία Best Experiential Marketing για τη συμμετοχή της στο ΔΕΗ International Tour of Hellas με την καμπάνια "Powering the ride", καθώς και στην κατηγορία Best Sponsorship/Strategy for Sports Organization/Event για τη δράση "Κάτι περισσότερο από Αγώνα" στο Ioannina Lake Run. Όπως αναφέρεται

στη σχετική ανακοίνωση, "η διπλή αυτή δι-άκριση αποτυπώνει την παρουσία της εταιρείας στον χώρο του ελληνικού αθλητισμού, μέσω χορηγικών ενεργειών και δράσεων που συνδέονται με αθλητικές διοργανώσεις και τοπικές κοινωνίες. Μέσα από τις συγκεκριμένες πρωτοβουλίες, η εταιρεία προβάλλει την ενυδάτωση ως βασικό στοιχείο της αθλητικής δραστηριότητας, ενισχύοντας τη συμμετοχή και την αλληλεπίδραση σε αθλητικά γεγονότα".



## Business Maker

### SPRINT 120 ΗΜΕΡΩΝ ΓΙΑ ΤΗΝ AVRAMAR: ΤΟ ΣΤΟΙΧΗΜΑ ΤΩΝ ΚΑΝΑΔΩΝ ΤΗΣ COOKE

Η πολύπαθη υπόθεση της εξυγίανσης της Avramar μπαίνει πλέον στην τελική της ευθεία, με τα βλέμματα της αγοράς να στρέφονται στον канаδικό κολοσσό της Cooke και την επόμενη ημέρα, που σχεδιάζει για τον ηγέτη των ελληνικών ιχθυοκαλλιεργειών. Μετά τις επίσημες ανακοινώσεις για το deal, η καθημερινότητα στην εταιρεία περιλαμβάνει διερευνητικές επισκέψεις και επαφές των στελεχών της Cooke στις εγκαταστάσεις, χωρίς, ωστόσο, να καταγράφεται προσώρας κάτι το θεαματικό. Ο στόχος, πάντως, είναι σαφής: Η διαδικασία πρέπει να τρέξει γρήγορα και να ολοκληρωθεί εντός των επόμενων 120 ημερών.

Το πλάνο της Cooke είναι συγκεκριμένο. Οι νέοι επενδυτές προχωρούν στην αγορά των δανειών και των μετοχών, οδηγώντας με γρήγορα βήματα την εταιρεία σε καθεστώς εξυγίανσης. Το οικονομικό σκέλος είναι κλειδωμένο, καθώς έχει ήδη κατατεθεί η εγγυητική επιστολή ύψους €30 εκατ., ενώ θα ακολουθήσει η καταβολή επιπλέον €170 εκατ..

Το μεγάλο ερώτημα, που μένει να απαντηθεί το επόμενο διάστημα, είναι το πόσο βαθιά θα μπει το μαχαίρι της Cooke στο διοικητικό συμβούλιο και αν θα τοποθετήσει εξ ολοκλήρου δικά της στελέχη για να τρέξουν το turnaround story.

Την ίδια ώρα, η Amerra δείχνει να μην έχει πλέον καμία διάθεση ενασχόλησης με τον κλάδο στην Μεσόγειο και ετοιμάζεται να πουλήσει και τις δραστηριότητες, που διατηρεί και στην Ισπανία, πάλι στην Cooke. Εκ του αποτελέσματος, πάντως, πολλοί στην εγχώρια αγορά σχολιάζουν με ιδιαίτερα καυστικό τρόπο το πώς διαχειρίστηκαν οι παλιοί μέτοχοι την όλη κατάσταση. Η αίσθηση, που κυριαρχεί, είναι ότι οι κινήσεις τους έγιναν στο όριο και στερούσαν της απαραίτητης επιχειρησιακής επάρκειας. Παρά τις θεωρητικές διαβεβαιώσεις περί οργανωμένου σχεδίου, η πράξη έδειξε άλλα και τώρα επιχειρείται ένα νέο restart.

### ΣΑΝΤΟΡΙΝΗ: Ο ΓΡΙΦΟΣ ΤΗΣ ΠΑΡΑΓΩΓΗΣ ΚΑΙ Ο ΚΙΝΔΥΝΟΣ ΓΙΑ ΤΟ BRAND

Σε ιδιαίτερα απαιτητική καμπή βρίσκεται ο αμπελώνας της Σαντορίνης, με τους ντόπιους οινοπαραγωγούς να εκφράζουν τον έντονο προβληματισμό τους. Η φετινή χρονιά αποδεικνύεται γεμάτη εμπόδια. Παρά τις βροχοπτώσεις, που έδωσαν αρχικά κάποιες ελπίδες, ένα δύσκολο διήμερο με ανέμους έντασης 10 μποφόρ ήταν αρκετό για να δημιουργήσει σοβαρά προβλήματα στις ευαίσθητες καλλιέργειες, ενώ το γεγονός ότι η βροχή συνοδεύτηκε από μεγάλες ποσότητες αφρικανικής σκόνης επιβάρυνε περαιτέρω τα κλήματα. Κοινή παραδοχή των ανθρώπων του κλάδου είναι πως οι περυσινές χαμηλές επιδό-

σεις δύσκολα θα ξεπεραστούν φέτος, γεγονός που στερεί από την αγορά αναγκαίους όγκους. Το βασικό ζήτημα, που προκύπτει πλέον, είναι η διαχείριση της έλλειψης πρώτης ύλης, την ώρα, που η διεθνής ζήτηση για τα premium κρασιά της Σαντορίνης παραμένει ιδιαίτερα υψηλή. Η πίεση για να καλυφθεί αυτή η ζήτηση δημιουργεί τον κίνδυνο για βιαστικές κινήσεις στην παραγωγή, οι οποίες θα μπορούσαν να επηρεάσουν την υψηλή ποιότητα και τη φήμη, που έχει χτίσει το εθνικό μας προϊόν στις διεθνείς αγορές. Προκειμένου να προστατευθεί η συστηματική δουλειά ετών, ο κλάδος έχει ήδη καταθέσει δύο βασικά και δι-

καια αιτήματα προς την πολιτική ηγεσία: Πρώτον, να προχωρήσει άμεσα ένας κεντρικός στρατηγικός σχεδιασμός για την αμπελοκαλλιέργεια στα νησιά, με επίκεντρο τις ανάγκες της Σαντορίνης. Δεύτερον, να δοθούν στοχευμένες επιδοτήσεις για την αναδιάρθρωση των καλλιεργειών και, κυρίως, να ενταθούν οι έλεγχοι στην αγορά για την αποφυγή φαινομένων νοθείας και δυσφήμισης. Αν δεν δρομολογηθούν αυτές οι παρεμβάσεις άμεσα, το κρασί της Σαντορίνης θα δυσκολευτεί να διατηρήσει την κορυφαία θέση του στον έντονα ανταγωνιστικό διεθνή χάρτη.

## Business Insight

### AVAX: ΤΟ ΑΝΕΚΤΕΛΕΣΤΟ, ΟΙ ΑΝΑΤΙΜΗΣΕΙΣ ΚΑΙ ΤΑ 3+1 ΣΤΟΙΧΗΜΑΤΑ ΙΩΑΝΝΟΥ- ΜΙΤΖΑΛΗ

Το 2025 ήταν η καλύτερη χρονιά ως προς τον κύκλο εργασιών για τον όμιλο AVAX, καθώς πλησίασε το όριο €1 δισ. Για την ακρίβεια διαμορφώθηκε στα €958,2 εκατ. από €651,5 εκατ. το 2024, αύξηση 47,1% σε y-t-y. EBITDA στα €120,8 εκατ. από €105,3 εκατ. (+14,7%), καθαρά κέρδη €48 εκατ. από €30,8 εκατ. (+57,7%) με περιθώριο κέρδους κατασκευαστικού κλάδου (περιθώριο EBITDA) στο 10,8% και δείκτης καθαρού δανεισμού (προς EBITDA) στο 1,68X από 2,25X (31/12/2024) συντελεστής καλύτερος του μέσου όρου του κλάδου. Προτεινόμενο μέρισμα €0,10/μτκ. που ισοδυναμεί με 3,3% απόδοση (έναντι 4,4% μέσος όρος, 2025).

Έτσι είχαν συνοπτικά τα μεγέθη του ομίλου το 2025, διαψεύδοντας και την τελευταία... ελπίδα όσων, κατά καιρούς, "ήθελαν" τον AVAX να... πωλείται, τους Χρήστο Ιωάννου, τον Κωνσταντίνο Μιτζάλη να αποσπενδύουν και άλλα σχετικά.

Προς επίρρωσιν, ο Αντώνιος Μιτζάλης είναι εντεταλμένο εκτελεστικό μέλος του 11μελούς διοικητικού συμβουλίου με ενεργότατο ρόλο (τόσο στα διοικητικά όσο στα κατασκευαστικά/ΕΤΕΘ)- για να τελειώσουμε με τις... δρακίτες. Σε αυτό το πλαίσιο και ο σχεδιασμός της διοίκησης με ορίζοντα το 2030, στοχοθετώντας ανεκτέλεστο €6 δισ., ταμειακές ροές από λειτουργικές δραστηριότητες €500 εκατ. όπως αναλύθηκε στην τηλεδιάσκεψη με τους αναλυτές. Προφανώς ο όμιλος αντιμετωπίζει το σοβαρό πρόβλημα που αφορά συνολικά τον κλάδο κατασκευών- υποδομών (αλλά όχι μόνον), δηλαδή την **αναπόφευκτη ανατίμηση του κόστους, συνέπεια όσων διαδραματίζονται στον Περσικό.**

Πρόβλημα μείζον, που ακριβώς επειδή αφορά συνολικά και τον συγκεκριμένο κλάδο, αποτελεί **αντικείμενο διαβουλεύσεων κατασκευαστών- πολιτικής ηγεσίας**, προκειμένου να καταστεί διαχειρίσιμο και η υλοποίηση υφιστάμενων (και προγραμματιζόμενων) έργων επικτιή.

**Αναπόφευκτα οι πληθωριστικές πιέσεις επηρεάζουν τα μεγέθη**, περιορίζουν το περιθώριο μεικτού κέρδους και προβληματίζουν για το τι μέλλει γενέσθαι στην συνέχεια του 2026, κατ' αρχήν.

**Κύκλοι του κλάδου θεωρούν μονόδρομο την αναθεώρηση του κόστους βασικών έργων, τον περιορισμό (ή μετάθεση) δευτερευόντων, κ.λ.π.** ούτως ώστε να μην επιβαρυνθούν τα μεγέθη α' εξαμ' νου των εταιρειών. Πως έχει ευρύτερα ο σχεδιασμός της πολιτικής ηγεσίας: πρόβλεψη για κατασκευαστικό έργο €14,5 δισ. έως το 2030, με τα €2,3 δισ. ιδιωτικά, τα €8,9δισ. συμβάσεις του δημοσίου και τα €3,3 δισ. μέσω ΣΔΙΤ. Στον σχεδιασμό συμπεριλαμβάνονται και τα έργα που θα υλοποιήσει η ΕΥΔΑΠ, για την αντιμετώπιση-διαχείριση της λειψυδρίας. **Ο όμιλος AVAX- ως ένας εκ των BIG 5 του ευρύτερα εννοούμενου κλάδου (των υποδομών-παραχωρήσεων συμπεριλαμβανόμενων)-** έχει και διεκδι-

κεί το εύλογο μερίδιο που του αναλογεί.

**Για 3+1 στοιχεία κάνουν λόγο παράγοντες του ομίλου**, καθώς προτεραιοποιούν τα δύο μεγάλα οδικά έργα ΣΔΙΤ της Κεντρικής Μακεδονίας (σ.σ. Θεσσαλονίκη- Έδεσσα και Δράμα-Αμφίπολη) αρχικού προϋπολογισμού €700 εκατ., το project της μετεγκατάστασης των φυλακών Κορυδαλλού στον Ασπρόπυργο- σύμβαση μεγαλύτερη των €600 εκατ.

**Ο κατασκευαστικός κλάδος θα παραμείνει ο core (σε ενοποιημένο ομιλικό)** με τη συμμετοχή στα κέρδη να μειώνεται στο 60% (το 2030) από 83% (το 2025) αλλά με την συμβολή- στο EBITDA- των παραχωρήσεων να αυξάνεται στο 23% (2030) από 7% (2025) κλάδος όπου θα δοθεί ακόμη μεγαλύτερη βαρύτητα.

**Παράλληλα, στην διοίκηση αναμένουν τις εξελίξεις για τον διαγωνισμό των έργων επέκτασης του ΔΑΑ Ελευθέριος Βενιζέλος.** Ως γνωστόν στη διαδικασία διεκδίκησης του project (αρχικού προϋπολογισμού 1,1 δισ.) συμμετείχαν οι ΤΕΡΝΑ-Redex, ΑΚΤΟΡ-Ιctas και AVAX-METKA. Η πλευρά της ΤΕΡΝΑ-Redex είχε παγώσει τη συμμετοχή του (σ.σ. ζητώντας αλλαγές στο κείμενο προκήρυξης), με τη διοίκηση του ΔΑΑ να μην έχει απορρίψει τις αιτιάσεις, που πρακτικά σημαίνει ότι ο όμιλος θα μπορούσε να ξανά μπει στην διαδικασία. Προς το παρόν είναι στην φάση του Early Contractor Involvement (ECI) με τις όποιες εξελίξεις να αναμένονται μετά τις γιορτές.

**BNB**  
DAILY

BUSINESS IN BRIEF

ΚΑΘΕ ΠΡΩΙ ΣΤΟ EMAIL ΣΑΣ!

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

ΜΑΖΙ ΜΕ ΤΟ BNB DAILY:

BnBeauty

Γίνε  
συνδρομητής  
εδώ



• FRONERI ΕΛΛΑΣ  
**ΤΑ SUPER MARKET  
ΚΕΡΔΙΣΑΝ ΜΕΡΙΔΙΟ  
ΑΠΟ ΤΗ ΜΙΚΡΗ  
ΛΙΑΝΙΚΗ  
ΣΤΟ ΠΑΓΩΤΟ  
- ΟΙ ΑΝΗΣΥΧΙΕΣ  
ΕΝΟΨΕΙ ΤΗΣ  
ΦΕΤΙΝΗΣ ΣΕΖΟΝ**

Με συγκρατημένη αισιοδοξία αλλά κι εύλογο προβληματισμό προσεγγίζουν στην Froneri Ελλάς τη φετινή σεζόν παγωτού για την έναρξη της οποίας αρχίζουμε σιγά σιγά να μετράμε αντίστροφα.

Όπως εξηγεί στο Fnb Daily στέλεχος της εταιρείας, την περυσινή χρονιά ο κλάδος ταιλαιπωρήθηκε αρκετά από τις αυξήσεις τιμών σε βασικά συστατικά και ιδίως στη σοκολάτα η οποία αναρριχήθηκε σε δυσθεώρητα επίπεδα θέτοντας μια τεράστια πρόκληση για τις βιομηχανίες.

Φέτος, το σκηνικό είναι διαφορετικό καθώς η τιμή της σοκολάτας έχει αποκλιμακωθεί, εξορθολογίζοντας σε σημαντικό βαθμό τα κόστη παραγωγής, όμως ο πόλεμος στην Μέση Ανατολή έρχεται να εντείνει ξανά την αβεβαιότητα.

**ΠΡΟΒΛΗΜΑΤΙΖΟΥΝ ΕΝΕΡΓΕΙΑ  
ΚΑΙ ΚΟΣΤΟΣ ΔΙΑΝΟΜΗΣ**

Η κύρια ανησυχία για την Froneri Ελλάς και για τον κλάδο γενικότερα δεν έχει να κάνει τόσο με τις τιμές των πρώτων υλών καθώς:

- οι τελευταίες κατά κανόνα κλείνονται έξι ή και περισσότερους μήνες πριν την έναρξη της σεζόν
- σε αυτό το χρονικό σημείο της χρονιάς, ο κύριος όγκος των προϊόντων που θα διατεθούν έχουν ήδη παραχθεί

Ο βασικός προβληματισμός έγκειται στο ενδεχόμενο ντόμινο που θα μπορούσε να προκαλέσει ο πόλεμος στις τιμές της ενέργειας



Δημήτρης  
Κοντογεώργος,  
Πρόεδρος &  
CEO, Froneri  
Ελλάς

και, συνακόλουθα, στα μεταφορικά και στο κόστος της διανομής. "Τα προϊόντα μας είναι εντάσεως διανομής, επομένως αυτό είναι που μας ανησυχεί περισσότερο, δεδομένου ότι τα περιθώρια για αύξηση τιμών είναι πλέον πάρα πολύ στενά", υπογραμμίζει η ίδια πηγή.

τών- ένα έτερο χαρακτηριστικό της περυσινής σεζόν ήταν, όπως προσθέτει ο ίδιος, η μετατόπιση μιας σημαντικής μερίδας της κατανάλωσης από τη μικρή λιανική στο οργανωμένο λιανεμπόριο. "Οι όγκοι πωλήσεων δεν υποχώρησαν, όμως οι καταναλωτές μπήκαν σε μια λογική αναζήτησης προσφορών και, γενικότερα, της πιο φτηνής και οικονομικής λύσης, κάτι που βέβαια ήταν αναμενόμενο και απόλυτα λογικό δεδομένων των συνθηκών", αναφέρει χαρακτηριστικά.

**ΜΟΝΟΨΗΦΙΑ ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΚΑΙ  
BISCOFF ΠΡΟ ΤΩΝ ΠΥΛΩΝ**

Η Froneri Ελλάς, έχοντας ούτως ή άλλως ισχυρή παρουσία σε όλα τα κανάλια διανομής, ανταποκρίθηκε με επιτυχία σε αυτή την τάση, κλείνοντας εν τέλει το 2025 με μονοψήφιο ρυθμό ανάπτυξης.

Για φέτος ο στόχος είναι η αναπτυξιακή δυναμική να διατηρηθεί και, ει δυνατόν, να ενταθεί, κάτι στο οποίο θα συμβάλουν και τα νέα λανσαρίσματα μεταξύ των οποίων ξεχωρίζει το νέο παγωτό Lotus Biscoff, κατόπιν της συμφωνίας της (μητρικής) Froneri Ice Cream με τις Lotus Bakeries και Mondelez International.

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

**DATA (σε €χιλ.)**

Κύκλος Εργασιών

2024: 49.031

2023: 45.794

2022: 42.178

2021: 35.626

EBITDA

2024: 10.707

2023: 7.215

2022: 6.936

2021: 5.495

Κέρδη προ φόρων

2024: 8.119

2023: 4.563

2022: 4.473

2021: 3.407

**ΣΕ ΑΝΑΖΗΤΗΣΗ ΦΘΗΝΟΤΕΡΩΝ  
ΛΥΣΕΩΝ ΟΙ ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΕΣ**

Πέρα από τις ανατιμήσεις στη σοκολάτα -και, σε ένα μεγάλο βαθμό, εξαιτίας αυ-

**SECRETRECIPE**

**Στην Vamvalis Foods επενδύει το Elikonos 3**

Την προηγούμενη εβδομάδα, σας είχαμε προϊδεάσει, από αυτή εδώ τη στήλη, για επενδυτική κινητικότητα και επικείμενες ανακοινώσεις. Έτσι, λοιπόν, όπως πληροφορείται το Fnb Daily, το Elikonos 3 προχωρά σε επένδυση στην Vamvalis Foods. Οι ίδιες πληροφορίες αναφέρουν ότι η συμμετοχή του fund στην εταιρεία είναι στο 50%. Η Vamvalis Foods έτρεξε το 2024 με τζίρο €44,3 εκατ. και κέρδη προ φόρων και τόκων στα €1,7 εκατ.

## Editorial

### Τραπεζάκια μέσα !

Στα τέλη Ιανουαρίου, [είχα αναφερθεί στο μπλόκ](#), που επικρατεί συχνά από αποφάσεις Δημάρχων, οι οποίοι θυμούνται στο δεύτερο μισό της θητείας τους να κάνουν... σημαντικές παρεμβάσεις στην πόλη τους, αλλάζοντας τις πλάκες στα πεζοδρόμια και τους πεζοδρόμους και, ταυτόχρονα, μειώνοντας θέσεις στάθμευσης αυτοκινήτων.

Σήμερα θα μείνω στο πρώτο.

Η ζημιά για τις επιχειρήσεις της κάθε περιοχής είναι δεδομένη, όταν δραστηριοποιούνται σε αυτούς τους πεζοδρόμους και στερούνται πλήθους τραπεζοκαθισμάτων, βάσει των οποίων έχουν κάνει το business plan τους και, επιπλέον, πληρώνουν τα σχετικά τέλη (να σημειώσω εδώ, για να μην παρεξηγηθώ, ότι θεωρώ ολόσωστο και αυτονόητο ότι, κάποια στιγμή, σε όλες τις πόλεις, μπήκαν κανόνες σε ό,τι αφορά τα όρια χρήσης τραπεζοκαθισμάτων, τον αριθμό αυτών, κλπ. Και με τα αντίστοιχα τέλη προς τους Δήμους).

Σκεφτείτε μόνο ότι, στη μία πλευρά της Πλατείας Αγίων Θεοδώρων, στην Αθήνα, όπου ο Δήμος άλλαξε τις πλάκες, δύο επιχειρήσεις έβαλαν λουκέτο. Και σε αυτή την περίπτωση, όχι γιατί δεν μπορούσαν να σερβίρουν στα τραπεζάκια έξω, αλλά διότι ήταν σχεδόν αδύνατη ακόμα και η ίδια η πρόσβαση στα μαγαζιά τους!

Αντίστοιχη εικόνα και στον βασικό πεζόδρομο της Βούλας, με κατακόρυφη πτώση τζίρου για

κάποια από τα καταστήματα, με ένα εξ αυτών να κλείνει οριστικά.

Επειδή, όμως, ως γνωστόν, Ελλάδα δεν είναι μόνο η Αθήνα, πληροφορούμαι ότι, λίαν συντόμως, ο Δήμαρχος Θεσσαλονίκης έχει αποφασίσει να ξηλώσει όλα τα πλακάκια στην Πλατεία Αριστοτέλους και να την αναμορφώσει, μειώνοντας - έως και 80% σε περιπτώσεις, όπου υπάρχει μεγάλος αριθμός - τα τραπεζοκαθίσματα των επιχειρήσεων, που δραστηριοποιούνται εκεί - και, επαναλαμβάνω, πληρώνουν σημαντικά τέλη για τη χρήση του πεζοδρόμου, αλλά και πολύ υψηλό ενοίκιο.

Προσέξτε, δηλαδή, τί συμβαίνει!

Ένας επιχειρηματίας αποφασίζει να ανοίξει μαγαζί εκεί και αποδέχεται το ύψος του ενοικίου, λαμβάνοντας υπόψη στο business plan του ότι θα έχει τον x τζίρο από τα 100, ας πούμε, τραπεζοκαθίσματα, που του επιτρέπει ο Δήμος να έχει, και για τα οποία - να μην ξεχνιόμαστε - πληρώνει πανύψηλα τέλη.

Και κάνει και τις αντίστοιχες επενδύσεις μέσα στο κατάστημά του, για να υποστηρίξει την αντίστοιχη ροή πελατείας.

Και, πιθανότατα, έχει δανειστεί για αυτές.

Και η τράπεζα του έχει εγκρίνει δάνειο, με βάση αυτές τις παραδοχές τζίρου κλπ.

Και, ξαφνικά, έρχεται ο ίδιος φορέας, που του έχει επιτρέψει να έχει 100 τραπεζοκαθίσματα, δηλαδή ο Δήμος, και του λέει:

"Πρώτον, ξεχνάς την πελατεία σου για αρκετούς μήνες, επειδή αποφάσισα να αναμορφώσω την πλατεία (σημ. χωρίς κάποια αποζημίωση φυσικά, αλλιώς δεν θα έκραζα τόσο). Και αν αντέξεις, άντεξες. Αλλιώς, δεν με ενδιαφέρει. Άλλωστε, εμένα με νοιάζει να πληρώνω τις ορδές δημοτικών υπαλλήλων, τους οποίους δεν αξιολογώ για να δω αν κάνουν deliver αυτό, που λέει η θέση τους.

Δεύτερον, με ενδιαφέρει να δείξω στους δημότες ότι είμαι εναντίον στην επιχειρηματικότητα και γι αυτό σου μειώνω τα τραπεζοκαθίσματα στα 20(!), ώστε αυτοί να κάνουν περισσότερες βόλτες. Και δεν με απασχολεί εάν εσύ έτσι μπορεί να οδηγηθείς στο κλείσιμο ή/και σε σημαντικές διαταραχές στη λειτουργία σου, στις χρηματοροές σου και στην εξυπηρέτηση του δανεισμού σου. Και, κατά συνέπεια και σε ενδεχόμενες απολύσεις, αφού δεν θα χρειάζεσαι το ίδιο προσωπικό".

Και η επιχειρηματικότητα στην Ελλάδα συνεχίζεται.

Πάντα, με συνέταιρο το Κράτος.

Ο οποίος συνέταιρος έχει συχνά καταχρηστική συμπεριφορά.

Όπως περιγράφεται παραπάνω.

Τόσο απλά.

Νεκτάριος Β. Νώτης  
[nectarios@notice.gr](mailto:nectarios@notice.gr)

# SÒ POSH!

the trendletter

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

Κάθε Σάββατο στις 9.30

ΤΟ ΕΒΔΟΜΑΔΙΑΙΟ NEWSLETTER

ΓΙΝΕ ΣΥΝΔΡΟΜΗΤΗΣ ΕΔΩ