

ΕΛΛΗΝΙΚΟ χοιρινό

Με όνομα & υπογραφή

Για περισσότερο από 60 χρόνια
επενδύουμε σε αυτό που ξέρουμε καλά:

ΤΟ ΕΛΛΗΝΙΚΟ ΧΟΙΡΙΝΟ

Γιατί όταν η πρώτη ύλη
είναι δική σου, η ποιότητα
είναι αποτέλεσμα γνώσης.



ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΠΑΡΑΓΩΓΗ

μεγαλύτερη
φρεσκάδα και πλήρης
ιχνηλασιμότητα



ΚΑΘΕΤΟΠΟΙΗΜΕΝΗ ΠΑΡΑΓΩΓΗ

έλεγχος κάθε σταδίου
από τη φάρμα έως το
τελικό προϊόν



ΠΙΣΤΟΠΟΙΗΜΕΝΗ ΠΟΙΟΤΗΤΑ

14 διεθνώς
πιστοποιημένα
συστήματα διαχείρισης



ΥΠΕΡΣΥΓΧΡΟΝΕΣ ΕΓΚΑΤΑΣΤΑΣΕΙΣ

τεχνολογία αιχμής και
προηγμένα συστήματα
παραγωγής

Με σεβασμό στον άνθρωπο, το περιβάλλον και την ευζωία των ζώων,
συνεχίζουμε να παράγουμε ελληνικό χοιρινό υψηλής διατροφικής αξίας
με σταθερή ποιότητα, ασφάλεια και αξιοπιστία.

 ΔΙΑΘΕΣΙΜΟ
ΣΤΑ ΚΑΤΑΣΤΗΜΑΤΑ



Βασιλόπουλος
...και του πουλιού το γάλα!

Ανακαλύψτε
γιατί το
ελληνικό
χοιρινό
ξεχωρίζει



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

ΤΕΤΑΡΤΗ 16 ΣΕΠΤΕΜΒΡΙΟΥ 2026
ΤΕΥΧΟΣ 2392



• DANONE NUTRICIA HELLAS

Τα κόστη οδηγούν σε μονοψήφια ανάπτυξη φέτος
– Νέο λανσάρισμα στο Alpro και έπεται το Activia



• LIDL ΕΛΛΑΣ

Σταθερή συνεργασία με την Πολιτική Προστασία
– Ο ρόλος του δικτύου logistics



• ΚΩΝΣΤΑΝΤΟΠΟΥΛΟΣ- OLYMP

Με ανάπτυξη 5% έκλεισε η χρήση 2025/2026 –
Προβληματίζουν αποθέματα και καθισμένη ζήτηση



• COCA – COLA

Επενδύσεις \$10 δις. στις ΗΠΑ έως το 2030
– Στο επίκεντρο οι υποδομές

Editorial

Η Lagarde δεν έχει αποφασίσει,
οι αγορές έχουν ήδη ψηφίσει

Debrief

Μύλος

Business Maker

- Οι μειώσεις τιμών περνούν το τεστ της ενέργειας
- Ποιοι οδηγούν την κούρσα στα ηλεκτρονικά super market

SecretRecipe

Νέα project, επενδυτές ψάχνουν

Business Insight

Η ανεργία πολιτική της ΕΕ – και στο ενεργειακό – και τα επίχειρά της



Τυρί Τσαντίλας; Μη συμβιβάζεσαι. Διάλεξε το Νο1



μασούτης
ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΑ ΚΑΙ ΕΛΛΗΝΙΚΑ



ΣΚΛΑΒΕΝΙΤΗΣ

My market



SUPER MARKET
ΚΡΗΤΙΚΟΣ
Κάθε μέρα δίνει ασή!

The Mart



Όλα & κάτι
παραπάνω

METRO
CASH & CARRY



ΓΟΥΝΤΣΙΔΗΣ
Η ζωή μας, ο τόπος μας!



Syn Emporio
ΣΥΝΕΡΓΑΖΟΜΕΝΟΙ ΠΑΝΤΟΠΩΛΕΣ Α.Ε.

Κάντζας
«Αφίπνευσε Δέντρο»

• ΜΗΤΡΟΣΥΛΗΣ

ΑΝΑΠΤΥΞΗ 10% ΣΤΗ ΧΡΗΣΗ 2025/2026 - ΠΟΝΟΚΕΦΑΛΟΣ ΤΑ ΑΚΡΙΒΑ ΜΕΤΑΦΟΡΙΚΑ

Με διψήφιο ρυθμό ανάπτυξης έκλεισε μια δύσκολη χρονιά (οικονομική χρήση 2025/2026), για λόγους που είχαν να κάνουν κυρίως με το διεθνές οικονομικό περιβάλλον και τις γεωπολιτικές συνθήκες, η Μητροσύλης. Η εταιρεία δραστηριοποιείται στη συσκευασία και στο εμπόριο νωπών φρούτων, έχοντας αμιγώς εξαγωγικό προσανατολισμό. Όπως δηλώνει στο Fnb Daily ο Διευθύνων Σύμβουλος, Χρήστος Μητροσύλης, στη χρήση που ολοκληρώθηκε στις 30 Ιουνίου 2026, οι πωλήσεις ενισχύθηκαν κατά περίπου 10%, τόσο σε όγκο, όσο και σε αξία. Η αύξηση οφείλεται σε κάποιες νέες συμφωνίες ή διεύρυνση ποσοτήτων σε υφιστάμενο πελατολόγιο και όχι στην είσοδο σε νέες αγορές. Η εταιρεία έχει ούτως ή άλλως παρουσία σε τουλάχιστον 50 χώρες. Πέρυσι ανακόπηκε η ανοδική πορεία που εμφάνιζε η εταιρεία τα τελευταία χρόνια, επαναφέροντας το αρνητικό πρόσημο στο τελικό αποτέλεσμα.

DATA 1/7-30/6 (σε €χιλ.)

Κύκλος Εργασιών

2024/2025: 18.620

2023/2024: 20.336

2022/2023: 19.191

2021/2022: 13.275

EBIT

2024/2025: (367)

2023/2024: 427

2022/2023: 276

2021/2022: (721)

Αποτέλεσμα προ φόρων

2024/2025: (693)

2023/2024: 118

2022/2023: 93

2021/2022: (845)

ΑΥΞΗΜΕΝΑ ΚΟΣΤΟΛΟΓΙΑ

"Η αγορά έχει γίνει πολύ δύσκολη, κυρίως λόγω των συνεχιζόμενων πολεμικών συγκρούσεων και των επιπτώσεών τους", υπογραμμίζει, εστιάζοντας στη μεγάλη αύξηση του μεταφορικού κόστους αλλά και τους τριγμούς που προκαλούν στην κατανάλωση οι πληθωριστικές πιέσεις. "Ανάλογα με την απόσταση και την περιοχή, η αύξηση στα μεταφορικά κυμαίνεται από 10% έως και 25%", σημειώνει ο κ. Μητροσύλης. Εξίσου σημαντικές είναι και οι αυξήσεις στα λειτουργικά κόστη, ιδίως στην ενέργεια αλλά



Χρήστος Μητροσύλης, Διευθύνων Σύμβουλος, Μητροσύλης

και σε πρώτες ύλες, ιδίως αυτές που είναι δεμένες με την τιμή του πετρελαίου. "Και σε αυτές τις περιπτώσεις, μιλάμε για αυξήσεις στο 15%-20%, τη στιγμή που τα περιθώρια να περάσουν στην τιμή πώλησης του προϊόντος είναι ήδη πολύ στενά", τονίζει.

ΤΕΤΑΡΤΗ ΧΡΟΝΙΑ ΧΩΡΙΣ ΣΤΑΦΥΛΙΑ

Η Μητροσύλης διαχειρίζεται σε ετήσια βάση πάνω από 35.000 τόνους φρούτων, οι περισσότεροι εκ των οποίων (25.000) εσπεριδοειδή. Οι υπόλοιπες ποσότητες αφορούν κατά κύριο λόγο ακτινίδια, καρπούζια και βερίκοκα. Φέτος, για τέταρτη σερί χρονιά η εταιρεία απείχε από την εμπορία του επιτραπέζιου σταφυλιού.

Πρόκειται για ένα προϊόν στο οποίο, σύμφωνα με τον κ. Μητροσύλη, το μερίδιο της χώρας μας στην πίτα της διεθνούς αγοράς βαίνει διαρκώς συρρικνούμενο. "Δυστυχώς, φαίνεται ότι η Ελλάδα έχει χάσει πλέον την αγορά σε αυτό το προϊόν", αναφέρει, συμπληρώνοντας

οντας ότι η Ισπανία και η Ιταλία έχουν τον πρώτο λόγο.

ΕΝ ΑΝΑΜΟΝΗ ΓΙΑ ΤΟ ΕΠΕΝΔΥΤΙΚΟ ΤΩΝ €2 ΕΚΑΤ.

Στο πεδίο των επενδύσεων, η Μητροσύλης αναμένει από το ΥΠΑΑΤ το πράσινο φως για το σχέδιο €2 εκατ. που έχει υποβάλει για τον εκσυγχρονισμό, την επέκταση και την αναβάθμιση του συσκευαστηρίου εσπεριδοειδών που λειτουργεί στην Αργολίδα. Παρά το γεγονός ότι η αξιολόγηση, όπως λέει, έχει καθυστερήσει υπερβολικά, η εταιρεία έχει προχωρήσει στην υλοποίηση κάποιων πρώτων εργασιών.

Υπενθυμίζεται ότι τον Φεβρουάριο εγκαινιάστηκε η νέα γραμμή διαλογής, επεξεργασίας και συσκευασίας με χρήση AI στην ίδια μονάδα, έργο που κόστισε επίσης €2 εκατ. και υλοποιήθηκε με ίδια κεφάλαια.

Γιάννης Τσατσάκης
yannis@notice.gr



• **LIDL ΕΛΛΑΣ**

ΣΤΑΘΕΡΗ ΣΥΝΕΡΓΑΣΙΑ ΜΕ ΤΗΝ ΠΟΛΙΤΙΚΗ ΠΡΟΣΤΑΣΙΑ – Ο ΡΟΛΟΣ ΤΟΥ ΔΙΚΤΥΟΥ LOGISTICS

Στην αξιοποίηση των υποδομών του οργανωμένου λιανεμπορίου τροφίμων ως μηχανισμού που μπορεί να υποστηρίξει τις κρατικές δομές σε περιόδους έκτακτης ανάγκης, εντάσσει η Lidl Hellas τη συνεργασία της με το Υπουργείο Κλιματικής Κρίσης και Πολιτικής Προστασίας και το Πυροσβεστικό Σώμα. Σύμφωνα με πληροφορίες του Fnb Daily, το σκεπτικό είναι ότι το οργανωμένο food retail, πέρα από την εμπορική του δραστηριότητα, διαθέτει υποδομές εθνικής εμβέλειας που μπορούν να αξιοποιηθούν σε συνθήκες κρίσης.

Δίκτυα καταστημάτων, κέντρα διανομής, στόλοι μεταφορών, συστήματα διαχείρισης αποθεμάτων και αλυσίδες ψύξης συγκροτούν έναν ήδη λειτουργικό μηχανισμό logistics, με δυνατότητα άμεσης κινητοποίησης για τη διάθεση βασικών αγαθών.

Σε αυτή τη βάση, η προσέγγιση της εταιρείας δεν περιορίζεται σε μεμονωμένες δωρεές, αλλά αφορά μια σταθερή δράση υποστήριξης της Πολιτικής Προστασίας και της Πυροσβεστικής.

Στόχος είναι οι δυνατότητες του ιδιωτικού τομέα να μπορούν να εντάσσονται στον σχεδιασμό ετοιμότητας πριν από την εκδήλωση μιας κρίσης και να ενεργοποιούνται όταν προκύπτει ανάγκη.

Ο ΚΟΜΒΟΣ ΑΝΤΙΜΕΤΩΠΙΣΗΣ ΚΡΙΣΕΩΝ

Σε αυτό το πλαίσιο εντάσσεται ο Κόμβος Αντιμετώπισης Κρίσεων στο Χαλάνδρι, ο οποίος δημιουργήθηκε μέσω δωρεάς €400 χιλ. της Lidl Hellas προς το Υπουργείο Κλιμα-



Μίλτος Φορζίδης, CEO, Lidl Ελλάς

κής Κρίσης και Πολιτικής Προστασίας και φιλοξενείται στις εγκαταστάσεις της Περιφερειακής Πυροσβεστικής Διοίκησης Αττικής.

Ο Κόμβος λειτουργεί ως μόνιμη υποδομή υποστήριξης για τη διαχείριση ειδών πρώτης ανάγκης, ώστε οι σχετικές προμήθειες να μπορούν να διοχετεύονται στις υπηρεσίες και τις περιοχές όπου καταγράφονται ανάγκες.

Ενδεικτικά, μέσα στον Αύγουστο διατέθηκαν περισσότερα από 158 χιλ. τεμάχια ειδών πρώτης ανάγκης, καλύπτοντας ανάγκες σε περισσότερες από 24 Πυροσβεστικές Υπηρεσίες και Ειδικές Μονάδες, μεταξύ των οποίων η 1η ΕΜΑΚ, η 1η ΕΜΟΔΕ και οι ΔΙΠΥ Αθηνών, Πειραιά, Δυτικής και Ανατολικής Αττικής. Η πλειονότητα των υλικών δι-

ανεμήθηκε μέσω του κεντρικού κόμβου της ΠΕΠΥΔ Αττικής. Παράλληλα, αξιοποιήθηκε το δίκτυο καταστημάτων της Lidl Hellas σε Κρήτη, Αχαΐα, Αιτωλοακαρνανία και Αργολίδα, ενώ στην κινητοποίηση συμμετείχαν και τρεις ΜΚΟ για την υποστήριξη εθελοντών και πληγέντων.

Η συγκεκριμένη δράση εντάσσεται, σύμφωνα με τις ίδιες πληροφορίες, σε μια ευρύτερη και σταθερή συνεργασία με τις αρμόδιες κρατικές υπηρεσίες, με άξονα την αξιοποίηση της υφιστάμενης εφοδιαστικής υποδομής του λιανεμπορίου σε περιπτώσεις φυσικών καταστροφών και άλλων έκτακτων αναγκών.

Στέλλα Αυγουστάκη
stella@notice.gr

• **MORRISONS**

ΣΥΝΕΡΓΑΖΕΤΑΙ ΜΕ ΤΗΝ INSTALEAP ΓΙΑ ΤΑΧΥΤΕΡΕΣ ONLINE ΠΑΡΑΓΓΕΛΙΕΣ

Συνεργασία με την τεχνολογική εταιρεία Instaleap εγκαινίασε η Morrisons, με στόχο την ενίσχυση της εκτέλεσης online παραγγελιών μέσω των marketplace καναλιών της, αλλά και εντός των καταστημάτων της.

Η βρετανική αλυσίδα θα εφαρμόσει το λογισμικό ηλεκτρονικού εμπορίου και fulfilment της Instaleap, επιδιώκοντας να αυξήσει την αποδοτικότητα των διαδικασιών και να επιταχύνει την ολοκλήρωση των παραγγελιών. Η Morrisons υπογραμμίζει ότι η νέα τεχνολογία θα συμβάλει στη διαχείριση των online



Rami Baitiéh, CEO, Morrisons

παραγγελιών, ενώ παράλληλα θα υποστηρίζει τους εργαζομένους στα καταστήματα.

Μέσω της εφαρμογής in-store picking της Instaleap, οι εργαζόμενοι θα μπορούν να διεκπεραιώνουν αποτελεσματικότερα τη συλλογή των προϊόντων και την προετοιμασία των παραγγελιών.

Το λογισμικό ηλεκτρονικού εμπορίου δίνει επίσης στη Morrisons τη δυνατότητα να διαχειρίζεται παραγγελίες από όλα τα marketplace κανάλια της, όπως τα Uber Eats, Just Eat και Deliveroo.

• **ΙΤΑΛΙΑ**

ΟΙ ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΕΣ ΚΟΒΟΥΝ ΤΟ ΦΑΓΗΤΟ ΕΞΩ, ΣΤΡΕΦΟΝΤΑΙ ΣΤΑ SUPER MARKET

Η κόπωση από τον πληθωρισμό, η γεωπολιτική αβεβαιότητα και οι αλλαγές στον τρόπο ζωής μετασχηματίζουν την καταναλωτική συμπεριφορά και στην Ιταλία, με τους καταναλωτές να γίνονται πιο επιλεκτικοί στις αγορές τους και να αναζητούν νέες ισορροπίες μεταξύ τιμής, ποιότητας και ευεξίας.

Σύμφωνα με το Coop Report 2026 της Coop Italia, το 28% των Ιταλών δηλώνει ότι έχει περιορίσει τις δαπάνες του από επιλογή και όχι εξαιτίας οικονομικής ανάγκης. Η τάση αποτυπώνεται έντονα και στην εστίαση, καθώς το 62% έχει μειώσει τις εξόδους για φαγητό, ενώ το 38% θεωρεί τα έτοιμα γεύματα των super market αξιόλογη εναλλακτική έναντι των εστιατορίων.

Την ίδια στιγμή, οι όγκοι πωλήσεων στο λιανεμπόριο έχουν αυξηθεί κατά 5,6% σε σχέση με το 2019, ενώ τα προϊόντα ιδιωτικής ετικέτας αντιπροσωπεύουν πλέον το 32% της αγοράς.

ΝΕΕΣ ΔΙΑΤΡΟΦΙΚΕΣ ΕΠΙΛΟΓΕΣ

Οι Ιταλοί εμφανίζονται περισσότερο πρόθυμοι να πειραματιστούν με νέες διατροφικές προτάσεις. Το 42% χαρακτηρίζει τον εαυτό του "food explorer", έναντι 33% πριν από δύο χρόνια, ενώ η υιοθέτηση της μεσογειακής διατροφής έχει αυξηθεί κατά 6%.

Η τάση προς πιο υγιεινές επιλογές αποτυπώνεται στις πωλήσεις:

- το κεφίρ ενισχύθηκε κατά 51,2%
- οι σπόροι φυτικής προέλευσης κατά 26,3%

- τα vegan προϊόντα κατά 15,3

Παράλληλα, οι καταναλωτές στρέφονται σε προϊόντα που θεωρούν ποιοτικότερα ή λιγότερο επεξεργασμένα. Η στροφή αυτή συνδέεται και με την αυξημένη προσοχή στο βάρος, καθώς το 63% δηλώνει ότι το παρακολουθεί στενά.

ΠΙΕΣΕΙΣ ΣΤΙΣ ΤΙΜΕΣ ΚΑΙ ΑΛΛΑΓΕΣ ΣΤΟ RETAIL

Ο πληθωρισμός στις τιμές των τροφίμων ανήλθε σωρευτικά στο 29,7% την περίοδο 2019-2025. Ωστόσο, η αύξηση ήταν χαμηλότερη από τον μέσο όρο της Ευρωζώνης, γεγονός που, σύμφωνα με την Coop, μεταφράστηκε σε εξοικονόμηση περίπου €6 δισ. για τα ιταλικά νοικοκυριά.

Στο λιανεμπόριο, τα discount stores φαίνεται να σταθεροποιούνται, με τις συγκρίσιμες πωλήσεις να αυξάνονται μόλις 0,5%. Αντίθετα, τα super markets κατέγραψαν άνοδο 2,4%, ενώ οι μεσαίου μεγέθους υπεραγορές ενισχύθηκαν 1,4%.

Την ίδια στιγμή, η βιωσιμότητα και η τεχνολογία αποκτούν μεγαλύτερη σημασία. Περίπου 16 εκατ. νοικοκυριά δίνουν προτεραιότητα στην οικολογική βιωσιμότητα, ενώ το 74% των Ιταλών χρησιμοποιεί πλέον AI για σύγκριση προϊόντων και αποφάσεις αγοράς. Η πολυκαναλικότητα παραμένει, τέλος, βασικό χαρακτηριστικό της αγοράς: οι Ιταλοί επισκέπτονται κατά μέσο όρο περισσότερα από 11 διαφορετικά δίκτυα λιανικής κάθε χρόνο, αναζητώντας την καλύτερη σχέση τιμής και αξίας.



• ΦΥΣΙΚΟ ΜΕΤΑΛΛΙΚΟ ΝΕΡΟ ΒΙΚΟΣ

ΕΙΚΟΣΙ ΧΡΟΝΙΑ ΣΤΗΡΙΞΗΣ ΤΟΥ ΙΟΑΝΝΙΝΑ LAKE RUN

Είκοσι χρόνια συνεργασίας συμπληρώνουν φέτος το φυσικό μεταλλικό νερό ΒΙΚΟΣ και το Ioannina Lake Run, με την εταιρεία να αποτελεί από την πρώτη διοργάνωση υποστηρικτική του αγώνα που πραγματοποιείται στα Ιωάννινα.

Η φετινή διοργάνωση του Ioannina Lake Run θα πραγματοποιηθεί στις 19 και 20 Σεπτεμβρίου, συγκεντρώνοντας δρομείς και φίλους του αθλητισμού στα Ιωάννινα.

ΚΟΜΜΑΤΙ ΤΗΣ ΤΑΥΤΟΤΗΤΑΣ ΤΩΝ ΙΩΑΝΝΙΝΩΝ

Ο Ηλίας Λυμπέρης, Brand & Media Manager της Ηπειρωτικής Βιομηχανίας Εμφιαλώσεων, ανέφερε: "Το Ioannina Lake Run είναι πλέον κομμάτι της ταυτότητας των Ιωαννίνων και μια διαδρομή που εδώ και 20 χρόνια ενώνει την πόλη και τους ανθρώπους της. Για το φυσικό μεταλλικό νερό ΒΙΚΟΣ, η διαχρονική στήριξη της διοργάνωσης αποτελεί μια έμπρακτη έκφραση της σχέσης μας με τον τόπο και τους ανθρώπους του. Χαίρομαστε που συνεχίζουμε μαζί σε αυτή τη διαδρομή".

Ο Ηλίας Σπυριούνης, Γενικός Διευθυντής του Ioannina Lake Run, δήλωσε: "Είκοσι χρόνια μαζί δεν είναι απλώς μια χορηγική συνεργασία. Είναι μια κοινή διαδρομή εμπιστοσύνης, συνέπειας και πίστης σε κάτι που ξεκίνησε από τα Ιωάννινα και εξελίχθηκε σε θεσμό για την πόλη και κορυφαίο αγώνα σε πανελλήνιο επίπεδο".

• **DANONE NUTRICIA HELLAS**

ΤΑ ΚΟΣΤΗ ΟΔΗΓΟΥΝ ΣΕ ΜΟΝΟΨΗΦΙΑ ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΦΕΤΟΣ - ΝΕΟ ΛΑΝΣΑΡΙΣΜΑ ΣΤΟ ALPRO ΚΑΙ ΕΠΕΤΑΙ ΤΟ ACTIVIA

Με ανάπτυξη, αλλά συντηρητικά, εκτιμάται ότι θα κλείσει το 2026 για την Danone Nutricia Hellas, μετά από μια χρονιά με διακυμάνσεις στην πορεία της αγοράς, όπως αναφέρουν πηγές κοντά στη διοίκηση.

Μετά το θετικό ξεκίνημα του έτους, ακολούθησε περίοδος συγκράτησης, με την εικόνα για την εταιρεία να βελτιώνεται κατά τους θερινούς μήνες. Ωστόσο οι πιέσεις παραμένουν στο σκέλος του κόστους, καθώς δεν έχει καταγραφεί μέχρι στιγμής αποκλιμάκωση σε τιμές και επιμέρους επιβαρύνσεις.

Η πορεία του κόστους αποτελεί βασικό παράγοντα επιφύλαξης για το υπόλοιπο του έτους, που μπορεί να επηρεάσει έως και τις αρχές του 2027, εφόσον δεν υπάρξει αλλαγή της υπάρχουσας κατάστασης.

Υπενθυμίζεται ότι η Danone συμμετέχει στην πρωτοβουλία μείωσης τιμών, με κωδικούς που αντιπροσωπεύουν πάνω από το 50% του κύκλου εργασιών της. Στην πρωτοβουλία εντάσσεται σχεδόν το σύνολο των φυτικών ροφημάτων και επιδορπίων, με τη συμμετοχή να εκτείνεται στο υπόλοιπο του 2026 και στις αρχές του επόμενου έτους.

ΝΕΑ ΓΕΥΣΗ MATCHA ΣΤΟ ALPRO

Προϊοντικά ενίσχυσε το χαρτοφυλάκιο του Alpro με το νέο Alpro Matcha, το οποίο τοποθετήθηκε στην ελληνική αγορά ταυτόχρονα με άλλες χώρες της Ευρώπης. Η ανάπτυξη του συγκεκριμένου κωδικού συνδέεται με τη διεύρυνση της τάσης του matcha σε περισσότερες προϊόντικές κατηγορίες. Η Alpro διαθέτει περισσότερες από 20 γεύσεις σε φυτικά ροφήματα και επιδόρπια, με



Σίμος Λουλούμης, Γενικός Διευθυντής,
Danone Nutricia

τα τελευταία να καταγράφουν θετική πορεία. Μετά το Alpro Matcha, δεν προβλέπεται άλλο λανσάρισμα για την Alpro έως το τέλος του 2026. Ωστόσο το πλάνο της Danone περιλαμβάνει, νέες προϊόντικές κινήσεις σε άλλες κατηγορίες του χαρτοφυλακίου της, με νέους κωδικούς στα φυτικά επιδόρπια και στο HiPRO.

ΕΝΙΣΧΥΣΗ ΤΟΥ ΓΙΑΟΥΡΤΙΟΥ

Νέα προϊόντα προγραμματίζονται και στην κατηγορία του γιαουρτιού, που σημειώνει ανάπτυξη για την Danone σε Ελλάδα και εξωτερικό. Η κατανάλωση της κατηγορίας



διευρύνεται, ενώ μέρος της ανάπτυξης προέρχεται από μετατόπιση της κατανάλωσης από το γάλα. Αντίθετα, η αγορά των φυτικών ροφημάτων κινείται ελαφρώς πτωτικά, χωρίς σημαντικές μεταβολές.

Η επόμενη κίνηση στην κατηγορία αφορά το Activia, και όπως πληροφορείται το FNB Daily, προγραμματίζεται να γίνει μέσα στον επόμενο μήνα για την ελληνική αγορά, αφού προηγουμένως έχει κυκλοφορήσει και σε άλλες ευρωπαϊκές χώρες.

Στέλλα Αυγουστάκη
stella@notice.gr

• **ΕΔΟΦ**

ΕΠΙΚΑΙΡΟΠΟΙΟΥΝΤΑΙ ΤΑ ΣΤΟΙΧΕΙΑ ΠΑΡΑΓΩΓΩΝ ΚΑΙ ΠΟΣΟΤΗΤΩΝ ΓΑΛΑΚΤΟΣ ΓΙΑ ΤΗ ΦΕΤΑ ΠΟΠ

Τη διαδικασία επικαιροποίησης των στοιχείων που αφορούν τους παραγωγούς και τις ποσότητες αιγοπρόβειου γάλακτος που προορίζονται για την παραγωγή Φέτας ΠΟΠ συνεχίζει η Εθνική Διεπαγγελματική Οργάνωση Φέτας (ΕΔΟΦ), με νέο κύκλο ενημερωτικών συναντήσεων σε περιοχές της χώρας. Μετά τις συναντήσεις που πραγματοποιήθηκαν στην Ήπειρο, την Κεντρική Μακεδονία και την Ανατολική Μακεδονία και Θράκη, η ΕΔΟΦ προγραμματίζει νέες εκδηλώσεις στη Δυτική Ελλάδα, την Πελοπόννησο και τη Θεσσαλία.

- Η πρώτη από τις τρεις νέες συναντήσεις θα πραγματοποιηθεί στο Αγρίνιο, την Τετάρτη 23 Σεπτεμβρίου 2026, στις 12:00, στο Agrinio Imperial Hotel
- Ακολουθεί η συνάντηση στα Καλάβρυτα, την Πέμπτη 24 Σεπτεμβρίου 2026, στις 12:00, στο Πολιτιστικό Κέντρο Δήμου Καλαβρύτων
- Ο κύκλος των συναντήσεων ολοκληρώνεται στον Τύρναβο, την Τετάρτη 14 Οκτωβρίου 2026, στις 12:00, στο Δημοτικό Θέατρο Τυρνάβου



Μιχάλης
Σαράντης,
Πρόεδρος,
ΕΔΟΦ

• **SYNGENTA**

ΠΡΟΣ IPO ΕΩΣ \$5 ΔΙΣ. ΣΤΟ ΧΟΝΓΚ ΚΟΝΓΚ

Η Syngenta Group επαναφέρει στο προσκήνιο το σχέδιο εισαγωγής της στο χρηματιστήριο, καταθέτοντας εμπιστευτικά αίτηση για IPO στο Χρηματιστήριο του Χονγκ Κονγκ. Η εταιρεία αγροχημικών και σπόρων εξετάζει την άντληση περίπου \$5 δισ., με στόχο η εισαγωγή να πραγματοποιηθεί εντός του 2027, υπό την προϋπόθεση ότι θα εξασφαλιστούν οι απαραίτητες εγκρίσεις.

Η κίνηση θα μπορούσε να αποτελέσει μία από τις μεγαλύτερες IPO των τελευταίων ετών για το Χονγκ Κονγκ, σε μια περίοδο

κατά την οποία η εν λόγω χρηματιστηριακή αγορά παρουσιάζει αυξημένη δραστηριότητα. Από την αρχή του 2026, οι εταιρείες έχουν αντλήσει συνολικά περίπου \$47 δισ. μέσω IPO στο Χονγκ Κονγκ, περισσότερο από το διπλάσιο ποσό σε σχέση με την αντίστοιχη περίοδο του 2025.

ΑΠΟ ΤΗΝ ΣΑΓΚΑΗ ΣΤΟ ΧΟΝΓΚ ΚΟΝΓΚ

Η Syngenta είχε επιχειρήσει να εισαχθεί στο χρηματιστήριο της Σαγκάης το 2021, όμως

απέσυρε την αίτησή της το 2024, επικαλούμενη τις συνθήκες μεταβλητότητας στις αγορές. Στη συνέχεια, το Χονγκ Κονγκ αναδείχθηκε ως ο πιθανότερος προορισμός για IPO, με την εταιρεία να εξετάζει ακόμη και την υποβολή αίτησης μέσα στο 2026.

Το σχέδιο, ωστόσο, επηρεάστηκε από τις γεωπολιτικές αναταράξεις και τον πόλεμο με το Ιράν, ο οποίος προκάλεσε πιέσεις στις εφοδιαστικές αλυσίδες και στις αγορές αγροτικών προϊόντων.

Παράλληλα, η Syngenta βρίσκεται σε φάση διοικητικής αλλαγής. Τον Αύγουστο, ο Hengde Qin ανέλαβε τη θέση του CEO, διαδεχόμενος τον Jeff Rowe, ο οποίος είχε πρωταγωνιστήσει στην προώθηση του σχεδίου εισαγωγής.

ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΗΣ ΣΗΜΑΣΙΑΣ Ο ΑΓΡΟΤΙΚΟΣ ΚΛΑΔΟΣ

Η Syngenta δραστηριοποιείται στην παραγωγή προϊόντων φυτοπροστασίας, όπως ζιζανιοκτόνα, εντομοκτόνα και μυκητοκτόνα, ενώ διαθέτει και δραστηριότητες στους σπόρους για καλλιέργειες όπως καλαμπόκι, σόγια, ηλιάνθος, δημητριακά και λαχανικά. Η εταιρεία εξαγοράστηκε το 2017 από την China National Chemical Corp. (ChemChina), η οποία στη συνέχεια ενσωματώθηκε στην Sinochem Holdings.



Hengde Qin,
CEO, Syngenta

• **ATRADIUS**

ΝΕΟ ΚΥΜΑ ΑΝΑΤΙΜΗΣΕΩΝ ΣΤΑ ΤΡΟΦΙΜΑ – ΣΤΟ 11,6% ΟΙ ΜΕΣΕΣ ΑΥΞΗΣΕΙΣ ΦΕΤΟΣ

Οι παγκόσμιες τιμές των τροφίμων αναμένεται να αυξηθούν κατά 11,6% φέτος, ενώ για το 2027 προβλέπεται περαιτέρω άνοδος κατά 4,8%, σύμφωνα με έκθεση της ασφαλιστικής εταιρείας πιστώσεων Atradius.

Η ΑΛΥΣΙΔΑ ΤΟΥ ΚΟΣΤΟΥΣ

Το κλείσιμο των Στενών του Ορμούζ έχει οδηγήσει σε άνοδο των τιμών της ενέργειας και των λιπασμάτων, επηρεάζοντας άμεσα τόσο την παγκόσμια παραγωγή τροφίμων, όσο και τις τελικές τιμές.

Παράλληλα, η αύξηση του ενεργειακού κόστους επηρεάζει κάθε στάδιο της παραγωγής τροφίμων, από τη σπορά και τη συγκομι-



δή έως τη μεταποίηση, την αποθήκευση και τη μεταφορά.

Το πρόβλημα επιδεινώνεται από τις δυσμενείς καιρικές συνθήκες, καθώς οι ακραίες θερμοκρασίες οδηγούν σε μειωμένες αποδόσεις καλλιεργειών και χαμηλότερη αγροτική παραγωγή τόσο στην Ευρώπη όσο και στις ΗΠΑ. Στις αρχές Ιουνίου, περισσότερο από το ήμισυ της επικράτειας των ΗΠΑ βρισκόταν αντιμέτωπο με συνθήκες ξηρασίας, επηρεάζοντας περίπου 250 εκατ. στρέμματα καλλιεργήσιμης γης.

Στην Δυτική Ευρώπη η παρατεταμένη ζέστη και ξηρασία αναμένεται να αυξήσουν τον πληθωρισμό των τιμών τροφίμων κατά περισσότερο από 1% το επόμενο έτος, με την αύξηση να μπορεί να φτάσει ακόμη και το 3%.

Ένα ισχυρό φαινόμενο El Niño στον Ειρηνικό είναι επίσης πιθανό να διαταράξει το εμπόριο αγροτικών προϊόντων, περιορίζοντας τις σοδειές και οδηγώντας σε περαιτέρω σύσφιξη της προσφοράς τροφίμων, ιδιαίτερα στις αναδυόμενες αγορές.

• **COCA – COLA**

ΕΠΕΝΔΥΣΕΙΣ \$10 ΔΙΣ. ΣΤΙΣ ΗΠΑ ΕΩΣ ΤΟ 2030 – ΣΤΟ ΕΠΙΚΕΝΤΡΟ ΟΙ ΥΠΟΔΟΜΕΣ

Η Coca-Cola σχεδιάζει να επενδύσει \$10 δισ. σε υποδομές στις ΗΠΑ από το 2026 έως το 2030, σε μία από τις μεγαλύτερες επενδυτικές πρωτοβουλίες της. Η προγραμματισμένη επένδυση περιλαμβάνει έργα που είχαν ήδη ανακοινωθεί σε πολιτείες όπως η Καλιφόρνια, το Κολοράντο, η Αλαμπάμα και η Νέα Υόρκη, καθώς και σε άλλες περιοχές των ΗΠΑ.

ΜΑΖΙ ΜΕ ΤΟΥΣ ΣΥΝΕΡΓΑΤΕΣ

Ωστόσο, τα \$10 δισ. δεν αφορούν αποκλειστικά τις επενδύσεις της ίδιας της Coca-Cola. Πρόκειται για συνολικό ποσό σε επίπεδο του συστήματος Coca-Cola, το οποίο περιλαμβάνει τόσο την εταιρεία, όσο και τους συνεργάτες της στον τομέα της εμφιάλωσης. Ο CFO της Coca-Cola, John Murphy, δήλωσε στο Fortune ότι το ποσό των 10 δισ. δολαρίων αποτελεί επένδυση σε επίπεδο όλου του συστήματος και περιλαμβάνει τις κεφαλαιουχικές δαπάνες των εμφιαλωτών της εταιρείας.

Τον Ιούλιο, η Coca-Cola είχε προβλέψει ότι οι δικές της κεφαλαιουχικές δαπάνες (capex) θα διαμορφωθούν σε περίπου \$2,2 δισ. για το οικονομικό έτος.

ΤΟ ΑΠΟΤΥΠΩΜΑ ΣΤΗΝ ΑΜΕΡΙΚΑΝΙΚΗ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑ

Παράλληλα με την ανακοίνωση για τις επενδύσεις, η Coca-Cola παρουσίασε στοι-



χεία για την οικονομική συνεισφορά του συστήματός της στις ΗΠΑ.

Σύμφωνα με ανεξάρτητη μελέτη που ανατέθηκε από τον όμιλο, το αμερικανικό σύστημα Coca-Cola συνεισέφερε \$85 δισ. στο αμερικανικό ΑΕΠ μέσα σε μόλις ένα έτος, ενώ υποστήριξε σχεδόν 1 εκατ. θέσεις εργασίας.

Η μελέτη δείχνει επίσης ότι το σύστημα δα-

πάνησε περίπου \$37 δισ. σε Αμερικανούς προμηθευτές, ενισχύοντας την οικονομική δραστηριότητα στην εγχώρια εφοδιαστική αλυσίδα. Παράλληλα, η Coca-Cola και τα δύο φιλανθρωπικά ιδρύματά της, το Coca-Cola Foundation και το Coca-Cola Scholars Foundation, διέθεσαν συνολικά \$177 εκατ. σε προγράμματα στήριξης των τοπικών κοινωνιών.

• **ΠΑΣΣΙΑΣ**

ΝΕΑ ΤΗΛΕΟΠΤΙΚΗ ΚΑΜΠΑΝΙΑ ΚΑΙ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΚΗ ΤΑΥΤΟΤΗΤΑ ΑΠΟ ΤΗΝ SOLID HAVAS

Νέα τηλεοπτική καμπάνια και ενιαία επικοινωνιακή ταυτότητα λανσάρει το brand Πασσιάς, σε συνεργασία με την Solid Havas, με την επικοινωνιακή στρατηγική να επιχειρεί να συνδέσει την ιστορία της εταιρείας με τη σύγχρονη παρουσία και την επόμενη φάση της. Η καμπάνια ξεκινά με νέο corporate film, για το οποίο η 3Deers έχει αναλάβει το CGI και την αξιοποίηση τεχνολογιών AI. Στη συνέχεια θα ακολουθήσουν νέα προϊόντικά spots, τα οποία συμπληρώνουν τη νέα επι-



κοινωνική πρόταση του Πασσιά. Κεντρικός άξονας της νέας καμπάνιας είναι η



σύνδεση της ιστορίας του brand με το παρόν και τις μελλοντικές του κατευθύνσεις.

• ΚΩΝΣΤΑΝΤΟΠΟΥΛΟΣ- OLYMP

ΜΕ ΑΝΑΠΤΥΞΗ 5% ΕΚΛΕΙΣΕ Η ΧΡΗΣΗ 2025/2026 - ΠΡΟΒΛΗΜΑΤΙΖΟΥΝ ΑΠΟΘΕΜΑΤΑ ΚΑΙ ΚΑΘΙΣΜΕΝΗ ΖΗΤΗΣΗ

Με ικανοποίηση για τις αποδόσεις και τα ποιοτικά χαρακτηριστικά των πρώτων καρπών που συλλέγονται αυτές τις μέρες, αλλά και προβληματισμό για τα θεμελιώδη της διεθνούς αγοράς επιτραπέζιας ελιάς, και ιδίως για το σκέλος της ζήτησης, μπαίνει στη νέα ελαιοκομική σεζόν η Κωνσταντόπουλος- Olymp.

ΚΑΜΨΗ ΚΑΤΑΝΑΛΩΣΗΣ

"Έχουμε ξεκινήσει δειλά δειλά με την πράσινη ελιά και η πρώτη εικόνα ποιοτικά είναι καλή. Οι δε αποδόσεις, βάσει των πρώτων ενδείξεων και υπολογισμών, φαίνεται ότι κινούνται στα περυσινά επίπεδα", επισημαίνει στο Fnb Daily ο Διευθύνων Σύμβουλος, Προκόπης Κωνσταντόπουλος. Ο ίδιος αποφεύγει να κάνει κάποια πρόβλεψη για τη διακύμανση των τιμών, ωστόσο εκφράζει την ανησυχία του για το κύριο πρόβλημα της αγοράς αυτή τη στιγμή που δεν είναι άλλο από την κάμψη της κατανάλωσης.

"Η ζήτηση εξακολουθεί να είναι περιορισμένη για λόγους που νομίζω είναι προφανείς: Οι γεωπολιτικές αναταραχές με το αντίκτυπο που έχουν τόσο στα κόστη, όσο και στην πρόσβαση σε συγκεκριμένες αγορές είναι σίγουρα ένας πολύ βασικός παράγοντας. Το ίδιο και οι πληθωρισμός που ροκανίζει το εισόδημα του καταναλωτή", αναφέρει χαρακτηριστικά, προσθέτοντας ότι συνέπεια της υποτονικής ζήτησης και της ικανοποιητικής προσφοράς είναι η αύξηση των αποθεμάτων.

Η ΠΙΟ ΑΝΗΣΥΧΗΤΙΚΗ ΕΙΚΟΝΑ

Το 90% των πωλήσεων της Κωνσταντόπουλος- Olymp πραγματοποιείται στο εξωτερικό. Από τις 60 τουλάχιστον αγορές που έχει



Προκόπης Κωνσταντόπουλος, CEO, Κωνσταντόπουλος-Olymp

παρουσία η εταιρεία, την πλέον προβληματική εικόνα έχουν:

- Οι χώρες του Κόλπου οι οποίες, όπως σημειώνει ο κ. Κωνσταντόπουλος, έχουν στραφεί σε άλλες αγορές, κυρίως αραβόφωνες
- Η Αυστραλία όπου ουσιαστικά την αγορά του retail μοιράζονται δύο μεγάλες αλυσίδες, με τον ανταγωνισμό και τον πόλεμο τιμών μεταξύ τους να έχει ενταθεί, κάτι που έχει ως αποτέλεσμα να αναζητούν φθηνότερο προϊόν
- Η Γερμανία όπου η ζήτηση, λόγω και της επιδείνωσης της οικονομικής κατάστασης, δείχνει σημάδια κόπωσης

ΠΙΕΣΕΙΣ ΣΤΗΝ ΚΕΡΔΟΦΟΡΙΑ

Η εταιρεία κατάφερε να κλείσει τη χρήση που ολοκληρώθηκε στις 30 Ιουνίου 2026 με τζίρο στο +5%. Ωστόσο, η κερδοφορία πιέστηκε καθώς, παρά το γεγονός ότι η πρώτη ύλη (επιτραπέζια ελιά) αγοράστηκε μεσοσταθμικά 20% ακριβότερα, οι τιμές πώλησης κινήθηκαν χαμηλότερα από την προηγούμενη χρονιά.

DATA (σε €χιλ.)

Κύκλος Εργασιών

30/6/2025: 90.219

30/6/2024: 84.305

30/6/2023: 70.476

EBIT

30/6/2025: 21.417

30/6/2024: 17.130

30/6/2023: 13.655

Κέρδη προ φόρων

30/6/2025: 21.447

30/6/2024: 16.967

30/6/2023: 13.432

ΕΠΕΝΔΥΣΗ €5 ΕΚΑΤ.

Σε επενδυτικό επίπεδο, η Κωνσταντόπουλος- Olymp έχει δρομολογήσει νέο project €5 εκατ. για βελτίωση των γραμμών παραγωγής το οποίο έχει ξεκινήσει να υλοποιείται παρά το γεγονός ότι έχει καθυστερήσει αρκετά η απόφαση για την ένταξη στο Μέτρο Π3-73-2.3 που έχει αιτηθεί. Προηγήθηκε, υπενθυμίζεται, επενδυτικό πρόγραμμα €8,8 εκατ. για εκσυγχρονισμό των παραγωγικών εγκαταστάσεων, κτιριακά και νέες γραμμές παραγωγής.

Γιάννης Τσατσάκης
yannis@notice.gr

• BLOOMBERG BUSINESSWEEK

ΑΥΤΑ ΕΙΝΑΙ ΤΑ ΚΟΡΥΦΑΙΑ BUSINESS SCHOOLS ΣΤΟΝ ΚΟΣΜΟ - ΠΟΙΟ ΒΡΙΣΚΕΤΑΙ ΣΤΗΝ ΚΟΡΥΦΗ ΤΗΣ ΕΥΡΩΠΗΣ

Η κατάταξη των καλύτερων Business Schools του Bloomberg Businessweek για το 2026-27 ανέδειξε για όγδοο συνεχόμενη χρονιά τη Σχολή Διοίκησης Επιχειρήσεων του Stanford στην

1η θέση στις ΗΠΑ. Χάρη εν μέρει στους στενούς δεσμούς με την Silicon Valley, το Stanford κατέλαβε την καλύτερη θέση στη Δικτύωση και την Επιχειρηματικότητα. Το IMD, στην Λωζάνη

της Ελβετίας, αποτελεί το κορυφαίο πρόγραμμα MBA στην Ευρώπη. Κατατάσσεται στην πρώτη θέση σε δύο από τους βασικούς δείκτες, τη Μάθηση και τη Δικτύωση.

ΔΙΑΒΑΣΤΕ ΕΔΩ ΑΝΑΛΥΤΙΚΑ ΤΑ ΣΤΟΙΧΕΙΑ

• ΕΓΝΗΛ (ΟΛΥΜΠΙΑ ΦΕΤΑ)

ΔΙΠΛΑΣΙΑΣΜΟΣ ΔΥΝΑΜΙΚΟΤΗΤΑΣ ΜΕ ΝΕΟΥΣ ΨΥΚΤΙΚΟΥΣ ΘΑΛΑΜΟΥΣ - ΒΛΕΠΕΙ ΑΝΑΠΤΥΞΗ 5% ΤΟ 2026

Ανοδικά, τόσο σε όρους όγκου, όσο και αξίας, κινούνται οι πωλήσεις του Εργοστασίου Γάλακτος Ν. Ηλείας (ΕΓΝΗΛ), γνωστού κυρίως με την ονομασία "Ολυμπία- Φέτα", με τη χρονιά να κυλάει μέχρι στιγμής πιο ομαλά σε σχέση με την περυσινή.

"Η επέλαση της ευλογιάς στην Δυτική Ελλάδα είχε ως αποτέλεσμα να χάσουμε κάποια στιγμή 1.500 τόνους πρώτης ύλης, δηλαδή αιγοπρόβειου γάλακτος, κάτι που μας δημιούργησε ορισμένα προβλήματα με το ροή των παραγγελιών, έστω κι αν στην πορεία καλύψαμε αυτές τις απώλειες", επισημαίνει στο Fnb Daily ο Δημήτρης Σίνος, Γενικός Διευθυντής της επιχείρησης που παράγει αποκλειστικά φέτα κι έχει αμιγώς εξαγωγικό προσανατολισμό.

Φέτος, όπως προσθέτει, η κατάσταση έχει εξομαλυνθεί αρκετά και, λόγω και των σταθερών και μακροχρόνιων συνεργασιών που διατηρεί με παραγωγούς, δεν υπάρχουν προσκόμματα στην κάλυψη των αναγκών της που φτάνουν τους 7.000 τόνους γάλακτος ετησίως.

ΚΑΛΥΨΕ ΚΕΝΟ ΣΤΗΝ ΓΕΡΜΑΝΙΑ

Αυτό της έχει αποτρέψει να εξυπηρετεί απρόσκοπτα το πελατολόγιό της που προέρχεται κυρίως από την Γερμανία αλλά και άλλες χώρες της ΕΕ (Ιταλία, Ολλανδία, Αυστρία, Βέλγιο, Σουηδία κ.α.). Μάλιστα, η εταιρεία αξιοποίησε το πρόσκαιρο κενό που, όπως αναφέρει ο κ. Σίνος, παρουσιάστηκε τον Ιούλιο στη γερμανική αγορά κι έκλεισε κάποιες νέες δουλειές με ντόπιους retailers, ορισμένες εκ των οποίων δεν αποκλείεται να μετατραπούν σε πιο συστηματικές συνεργασίες.

ΚΟΝΤΑ ΣΤΑ €15 ΕΚΑΤ. Ο ΠΗΧΗΣ ΓΙΑ ΤΟΝ ΦΕΤΙΝΟ ΤΖΙΡΟ

Η εκτίμηση του κ. Σίνου είναι ότι η χρονιά θα κλείσει με αύξηση 5% στον κύκλο εργασιών, που θα αγγίξει τα €15 εκατ., και ελαφρώς μεγαλύτερη σε όρους τόνάζ, καθώς οι τιμές εμφάνισαν μικρή πτώση.

ΕΠΕΝΔΥΣΗ €2,5 ΕΚΑΤ.

Αυτό το διάστημα τρέχει επενδυτικό πρόγραμμα τριετούς χρονικού ορίζοντα, €2,5



εκατ. Το πρώτο σκέλος αφορούσε παρεμβάσεις και συνολική αναβάθμιση του μηχανολογικού εξοπλισμού και, μεταξύ άλλων, περιλάμβανε νέες γραμμές παστερίωσης και ενσωμάτωση ρομποτικής τεχνολογίας.

Το κομμάτι αυτό έχει ολοκληρωθεί, ενώ μέσα στο 2027 αναμένεται να ακολουθήσουν και τα κτιριακά με εγκαταστάσεις 1.300 τ.μ. όπου θα στεγαστούν νέου ψυκτικοί θάλαμοι. Η ολοκλήρωση της επένδυσης, σύμφωνα με τον κ. Σίνο, θα διπλασιάσει τη δυναμικότητα της εταιρείας, δίνοντάς τη δυνατότητα να διαχειριστεί μεγαλύτερο όγκο δουλειάς, ήτοι περισσότερες παραγγελίες.

Γιάννης Τσατσάκης
yannis@notice.gr

• Debrief •

ΜΥΛΟΣ

Η αμήχανη στιγμή που η Ευρωπαϊκή Ένωση θέλει να πατήσει το γκάζι, όταν άλλοι θέλουν να τραβήξουν το πόδι. Και γίνεται ακόμα πιο αμήχανη, αν αναλογιστούμε ότι δεν μπορεί να κάνει και αλλιώς, ακόμα και αν πρέπει, επειδή δεν έχει αυτή την πολυτέλεια.

[Η Πρόεδρος της ΕΚΤ, Christine Lagarde, τα είπε όπως ακριβώς είναι:](#)

- Η Ευρώπη πρέπει να αναπτύξει τη δική της τεχνολογία Τεχνητής Νοημοσύνης και να κατασκευάσει περισσότερα κέντρα δεδομένων, προκειμένου να εξουδετερώσει την απειλή αποκοπής από τις ΗΠΑ ή την Κίνα
- Η Γηραιά Ήπειρος χρειάζεται μοντέλα AI που να είναι "αρκετά καλά" για να εκτελούν τις περισσότερες εργασίες και να λειτουργούν από ευρωπαϊκά κέντρα δεδομένων
- Οι ΗΠΑ δημιούργησαν 59 αξιολογία μοντέλα και η Κίνα 35, πέρυσι
- Η Γαλλία και το Ηνωμένο Βασίλειο από ένα

- Οι ΗΠΑ φιλοξενούν το 75% της παγκόσμιας χωρητικότητας υπολογιστικής ισχύος AI - που παράγεται από κέντρα δεδομένων - και η Ευρώπη μόλις το 5%

Σαν αποτέλεσμα των παραπάνω η Ευρώπη αντιμετωπίζει "μια δύσκολη επιλογή":

- Είτε καθυστερεί την υιοθέτηση, επειδή δεν μπορεί να προστατεύσει τα δεδομένα της, και εγκαταλείπει την ανάπτυξη
- Είτε υιοθετεί γρήγορα την Τεχνητή Νοημοσύνη, γίνεται ιδιαίτερα εξαρτημένη και κινδυνεύει να χάσει την ελευθερία να οργανώσει την οικονομία της σύμφωνα με τις δικές της αξίες. Η αποκοπή της Ευρώπης ή η αλλαγή των όρων πρόσβασης στην Τεχνητή Νοημοσύνη θα είχε εκτεταμένες και άμεσες οικονομικές επιπτώσεις

Οι επισημάνσεις της Ch. Lagarde είναι μία προς μία ολόσωστες. Έπρεπε, όμως, να έχουν γίνει πριν χρόνια. Και κυρίως, έπρεπε να έχουν γίνει πράξη. Χωρίς εκπώσεις σε ζητήματα ασφαλείας. Δεν ήταν ανάγκη να ακο-

λουθηθεί το καταγιστικό μοντέλο ΗΠΑ και Κίνας. Αρκεί να μην υπήρχε πλήρης ακινησία. Και τώρα τί γίνεται; Η Ευρώπη καλείται να επιταχύνει τον βηματισμό της, τη στιγμή που:

- Οι μεγάλες αμερικανικές εταιρείες ζητάνε να κόψουμε ταχύτητα λόγω ζητημάτων ασφαλείας
- Η Κίνα έχει απορρίψει αυτό το ενδεχόμενο, υποστηρίζοντας ότι πρόκειται για "αφήγημα απειλών"
- D. Trump δήλωσε ότι οι φόβοι για την ασφάλεια της AI είναι "hoax", επικρίνοντας τις εκκλήσεις για την ύπαρξη περισσότερων ασφαλιστικών δικλίδων

Και όλοι μαζί κοιτάνε τις αγορές, γιατί τυχόν τρικυμία σχετιζόμενη με τις μετοχές των εταιρειών AI θα αφαιρέσει ένα ακόμη πετραδάκι - ή... κοτρώνα (!) - από την ήδη πιεσμένη παγκόσμια οικονομία.

Κοινώς, μύλος...

Γιάννης Παλιούρης
giannis@notice.gr

• EFOOD

ΔΕΥΤΕΡΗ ΧΡΟΝΙΑ ΤΗΣ ΣΥΝΕΡΓΑΣΙΑΣ ΜΕ ΤΟ MAKE-A-WISH ΕΛΛΑΔΟΣ

Για δεύτερη συνεχόμενη χρονιά συνεχίζεται η συνεργασία του efood με το Make-A-Wish Ελλάδος, στο πλαίσιο του προγράμματος εταιρικής κοινωνικής ευθύνης "Love Delivered", με στόχο τη στήριξη της εκπλήρωσης ευχών παιδιών που αντιμετωπίζουν σοβαρές ασθένειες.

Η φετινή δράση πραγματοποιείται με αφορμή τον "Χρυσό Σεπτέμβρη", τον μήνα ενημέρωσης και ευαισθητοποίησης για τον καρκίνο στην παιδική και εφηβική ηλικία. Μέσω της πλατφόρμας του efood, οι χρήστες μπορούν να συμμετάσχουν στη δράση είτε μέσω ειδικού banner στην αρχική σε-



λίδα είτε προσθέτοντας δωρεά €1 κατά την ολοκλήρωση της παραγγελίας τους.

Business Maker

ΟΙ ΜΕΙΩΣΕΙΣ ΤΙΜΩΝ ΠΕΡΝΟΥΝ ΤΟ ΤΕΣΤ ΤΗΣ ΕΝΕΡΓΕΙΑΣ

Η συμφωνία ανάμεσα στο υπουργείο Ανάπτυξης, τη βιομηχανία και τα super market για μειώσεις τιμών έχει αρχικό ορίζοντα δύο μηνών. Ωστόσο, καλά πληροφορημένες πηγές της αγοράς εκτιμούν ότι η πρωτοβουλία πιθανότατα θα παραταθεί έως το τέλος του έτους. Η συνέχεια δεν θεωρείται δεδομένη με τους ίδιους όρους.

Ο αριθμός των προϊόντων και το ποσοστό της έκπτωσης θα εξαρτηθούν από τις συνθήκες, που θα επικρατούν τότε, κυρίως στην ενέργεια και στο λειτουργικό κόστος των επιχειρήσεων. Οι προμηθευτές, όπως αναφέρουν οι ίδιες πηγές, κάνουν υπομονή και δεν περνούν αμέσως τις νέες επιβαρύνσεις στους τιμοκαταλόγους. Γνωρίζουν ότι ο καταναλωτής βρίσκεται ήδη υπό πίεση. Στα τρόφιμα, μά-

λιστα, καταγράφεται για πρώτη φορά μείωση τιμών, ενώ η νέα άνοδος του πληθωρισμού προέρχεται αυτή τη φορά από άλλους κλάδους.

Η ανταπόκριση στα προϊόντα της πρωτοβουλίας, πάντως, παραμένει περιορισμένη. "Δεν γίνεται κανένας χαμός", σημειώνουν χαρακτηριστικά στελέχη του λιανεμπορίου. Η εξήγηση βρίσκεται στη λειτουργία της ελληνικής αγοράς, όπου οι μόνιμες προσφορές φθάνουν συχνά το 30% ή ακόμη και το 40%. Μπροστά σε τέτοιες εκπτώσεις, μια μείωση γύρω στο 5% δύσκολα αλλάζει την αγοραστική συμπεριφορά. Σε μια αγορά, όπως η γερμανική, όπου οι προσφορές δεν έχουν την ίδια ένταση, μια τέτοια κίνηση ίσως είχε μεγαλύτερο βάρος.

Στην Ελλάδα, ο βασικός στόχος ήταν διαφο-

ρετικός. Να σταλεί το μήνυμα ότι οι τιμές δεν κινούνται μόνο προς τα πάνω, αλλά μπορούν και να υποχωρήσουν. Στο λιανεμπόριο δεν υπάρχει απογοήτευση. Η συγκρατημένη αντίδραση των καταναλωτών ήταν αναμενόμενη. Το ερώτημα πλέον είναι πόσο θα αντέξουν οι προμηθευτές, εάν η ενεργειακή πίεση συνεχιστεί. Οι επόμενοι δύο μήνες θα αποτελέσουν τεστ αντοχής για τη συμφωνία της ελληνικής αγοράς. Αν το κόστος ενέργειας περάσει στην παραγωγή και στις μεταφορές, το εύρος των μειώσεων θα επανεξεταστεί. Μέχρι τότε, βιομηχανία και λιανεμπόριο κρατούν στάση αναμονής, προσπαθώντας να ισορροπήσουν ανάμεσα στις αντοχές των επιχειρήσεων και στις ήδη περιορισμένες δυνατότητες των νοικοκυριών.

ΠΟΙΟΙ ΟΔΗΓΟΥΝ ΤΗΝ ΚΟΥΡΣΑ ΣΤΑ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΑ SUPER MARKET

Η άνοδος των ηλεκτρονικών αγορών από super market δεν κατευθύνεται κυρίως στα ηλεκτρονικά καταστήματα των ίδιων των αλυσίδων. Το μεγαλύτερο μέρος της κίνησης, σύμφωνα με καλά πληροφορημένες πηγές της αγοράς, το τραβούν οι πλατφόρμες delivery, με το efood και την Wolt να βρίσκονται στην πρώτη γραμμή. Το παράδοξο είναι ότι οι πλατφόρμες δεν βγάζουν χρήματα από τα τρόφιμα και τη συνεργασία τους με τα super market. Η παρουσία τους στη συγκεκριμένη αγορά υπηρετεί έναν ευρύτερο στόχο: Να φέρουν περισσότερους καταναλωτές στο οικοσύστημά τους και να τους κρατήσουν εκεί για διαφορετικές καθημερινές αγορές. Γι' αυτό, ειδικά στην αρχή, επιδοτούν επιθετικά την ανάπτυξη της υπηρεσίας με γενναί-

ες προσφορές. Πρόκειται για εκπτώσεις, που οι παραδοσιακές αλυσίδες δηλώνουν ότι δεν έχουν τη δυνατότητα να ακολουθήσουν.

Οι πλατφόρμες αποδέχονται προσωρινά το κόστος, υπολογίζοντας ότι όταν φθάσουν στην κρίσιμη μάζα χρηστών θα μπορούν να περιορίσουν ή να σταματήσουν αυτές τις προσφορές. Η εξίσωση βγαίνει σε συνολικό επίπεδο, καθώς τα έσοδα από την εστίαση αντισταθμίζουν την ασθενέστερη απόδοση των παραγγελιών super market. Έτσι, οι ηλεκτρονικές αγορές τροφίμων λειτουργούν περισσότερο ως μέσο προσέλκυσης και διατήρησης πελατών παρά ως αυτόνομη πηγή κερδοφορίας. Η σχέση με τις αλυσίδες είναι σύνθετη. "Με τις πλατφόρμες, είμαστε και σύμμαχοι και ανταγωνιστές", λένε χαρακτηριστικά στελέχη της

αγοράς, περιγράφοντας μια "λυκοφιλία χωρίς ένταση". Για τα super market, το efood και η Wolt ανοίγουν ένα πρόσθετο κανάλι πωλήσεων και φέρνουν τζίρο, που διαφορετικά ίσως χανόταν. Την ίδια στιγμή, όμως, κερδίζουν την άμεση σχέση με τον καταναλωτή και ελέγχουν την είσοδο στο ψηφιακό κατάστημα. Προς το παρόν, δεν αντιμετωπίζονται ως εχθρός. Η ισορροπία θα δοκιμαστεί όταν τελειώσουν οι μεγάλες επιδοτήσεις. Αυτό δημιουργεί πλέον ένα πεδίο διαπραγμάτευσης. Οι αλυσίδες χρειάζονται την πρόσβαση στο κοινό των εφαρμογών, αλλά δεν θέλουν να παραδώσουν τον έλεγχο της εμπειρίας αγοράς. Οι πλατφόρμες επιδιώκουν συχνότερες παραγγελίες και μεγαλύτερη παρουσία στην καθημερινότητα του πελάτη.

• ΙΟΝΙΚΙ

ΒΡΑΒΕΥΣΕ ΟΚΤΩ ΠΑΙΔΙΑ ΕΡΓΑΖΟΜΕΝΩΝ ΤΗΣ

Συνολικά 8 παιδιά εργαζομένων της Ioniki που πέτυχαν την εισαγωγή τους στην Τριτοβάθμια Εκπαίδευση βράβευσε η εταιρεία, διαθέτοντας περισσότερα από €5.000 σε χρηματικά και συμβολικά δώρα. Με αφορμή τη συμπλήρωση 35 χρόνων από

την ίδρυση της Ioniki, η φετινή εκδήλωση περιλάμβανε και κλήρωση μεταξύ των οκτώ παιδιών, σε συνεργασία με τις σχολές ΔΕΛΤΑ 360°. Το αποτέλεσμα της κλήρωσης ήταν η απονομή μίας πλήρους υποτροφίας σπουδών σε μία από τις συμμετέχουσες.



Business Insight

Η ΑΝΕΡΜΑΤΙΣΤΗ ΠΟΛΙΤΙΚΗ ΤΗΣ ΕΕ - ΚΑΙ ΣΤΟ ΕΝΕΡΓΕΙΑΚΟ - ΚΑΙ ΤΑ ΕΠΙΧΕΙΡΑ ΤΗΣ

Μέσα Σεπτεμβρίου, και το βασικό συμβόλαιο στην ευρωπαϊκή αγορά φυσικού αερίου κυμαίνεται στα €81-€83/ανά μεγαβατώρα, από €32 το 2025 και €34 το 2024. Ο λόγος για το εικονικό σημείο διαπραγμάτευσης και συναλλαγών φυσικού αερίου στην Ολλανδία, που λειτουργεί ως η κυριότερη αγορά αναφοράς (benchmark) του γνωστού ως Title Transfer Facility ή Ταμείο Μεταφοράς Τίτλων)/TTF. Σε αυτή τη συγκυρία η πληρότητα στις αποθήκες υπολογίζεται στο 68% έναντι 81% και 93% τις αντίστοιχες χρονιές (2025, 2024). Τι σημαίνει αυτό πρακτικά δεν χρειάζεται ιδιαίτερη εξήγηση, συνεκτιμώντας πως περίπου το 30% των νοικοκυριών στην Ευρωπαϊκή Ένωση χρησιμοποιεί φυσικό αέριο, σχεδόν το 60% των επιχειρήσεων (ιδιαίτερα αυξημένο για τις ενεργοβόρες/μεταποίηση κ.λ.π.) Παρά το ότι η συνολική κατανάλωση έχει μειωθεί (κατά 18%-21% σε σχέση με το 2021) το 87%-89% των ποσοτήτων είναι εισαγόμενο (από Νορβηγία, Αλγερία και εσχάτως LNG από ΗΠΑ). Σύμφωνα με τους Financial Times (στις 4 Σεπτεμβρίου) με βάση τα τότε στοιχεία, οι ευρωπαϊκές αποθήκες βρίσκονταν στο χαμηλότερο επίπεδο για την εποχή από τότε που υπάρχουν συγκρίσιμα στοιχεία, δηλαδή εδώ και περίπου 15 χρόνια. Οι εκτιμήσεις ειδικών του κλάδου είναι πως πρόβλημα τροφοδοσίας, ενεργειακής κάλυψης δεν θα τεθεί τον χειμώνα, πλην όμως συμφωνούν στο ότι **πολύ δύσκολα θα αποφευχθεί η περαιτέρω αύξηση των τιμών.** Στην περίπτωση που επιβεβαιωθούν η Ευρώπη θα έχει μεν φυσικό αέριο, μόνο που για να το εξασφαλίζει από τη διεθνή αγορά θα υποχρεώνεται να το πληρώνει ακριβότερα.

Πόσο; Ο Αλέξανδρος Εξάρχου από τις αρχές 2026 είχε προειδοποιήσει ότι η Ευρώπη θα πρέπει να εξασφαλίσει μακροπρόθεσμες συμφωνίες με τις ΗΠΑ ώστε να διαθέτει επάρκεια φυσικού αερίου σε λογικές τιμές. Επανήλθε, τον Απρίλιο εξηγώντας στο S&P Global ότι η Atlantic-SEE επιδιώκει συμφωνίες περίπου 5 δισ. κυβικών μέτρων ετησίως, καθώς η μακροχρόνια δέσμευση ποσοτήτων αποτελεί προϋπόθεση τόσο για την ασφάλεια εφοδιασμού όσο και για τις νέες επενδύσεις σε υποδομές. Σε ανάλογο μήκος κύματος και ο Ευάγγελος Μυτιληναίος. Επιπρόσθετα, σύμφωνα με το Bloomberg, κυβερνήσεις και επιχειρήσεις περιόρισαν τις αγορές φυσικού αερίου το καλοκαίρι και τώρα καλούνται να εξασφαλίσουν μεγάλες πρόσθετες ποσότητες ενόψει του χειμώνα, με αναλυτές να θεωρούν πιθανή ακόμη και άνοδο των ευρωπαϊκών τιμών πάνω από τα €100/MWh.

Το πως φτάσαμε εδώ, έχει την σημασία του καθώς σύμφωνα με πολιτικούς αναλυτές οφείλεται και στην αβελητηρία των αρμοδίων στις Βρυξέλλες, συνέπεια διανοητικών εσφαλμένων χειρισμών. Ειδικότερα: όταν αποφασίστηκε η απεξάρτηση από την Μόσχα δεν είχαν προνοήσει να εξασφαλίσουν επαρκείς, σταθερές και ανταγωνιστικές εναλλακτικές πηγές. Πολύ δε περισσότερο που η ανάπτυξη της γερμανικής οικονομίας- μεγαλύτερης ευρωπαϊκής, είχε στηριχθεί στο φθινό ρωσικό αέριο. Σταματάς την τροφοδοσία από έναν πάροχο, όταν έχει εξασφαλίσει το ελάχιστο των αναγκών σου, κοινή λογική. Στη συνέχεια προχώρησε σε αγορές από τις ΗΠΑ, με μακροχρόνια μεν συμβόλαια αλλά για περιορισμένες ποσότητες καθώς- εκεί-

νη την περίοδο- είχε τις πλάτες του Κατάρ και άλλων χωρών της περιοχής. Παράλληλα δημιουργήθηκαν τερματικοί σταθμοί (LNG) αλλά η Επίτροπος δεν θεώρησε αναγκαίο να κλειδωθούν μεγάλες ποσότητες με συμβόλαια λ.χ. 15-20ετίας. Πείσμων στη λογική της πράσινης μετάβασης, η Ursula Gertrud von der Leyen, συνέβαλε στην "ελλειμματοποίηση" της Ευρώπης από επαρκές φ/α σε λογικές τιμές. Άξιον απορίας πως η συλλογιστική των αρμοδίων στις Βρυξέλλες δεν άλλαξε ούτε μετά την επίθεση στο Ιράν, τέλη Φεβρουαρίου. Δεν διέγνωσαν τον ενδεχόμενο κίνδυνο ευρύτερης ανάφλεξης στην περιοχή, συνακόλουθα τα χτυπήματα της Τεχεράνης σε εγκαταστάσεις του Κατάρ; Ποιος να διαγνώσει; Η Kaja Kallas;

Τί σημαίνουν αυτά για τη βιομηχανία, τους επαγγελματίες, τα νοικοκυριά; Πιθανότατα ακριβότερο κόστος φυσικού αερίου. Θα μετακυληθεί στην παραγωγή, θα φτάσει στο ράφι, θα συντηρήσει τον πληθωρισμό σε επίπεδα που η ΕΚΤ θα υποχρεωθεί να αυξήσει κι άλλο τα επιτόκια (σ.σ. στο 2,5% μετά την τελευταία νέα αύξηση). Συνακόλουθα οι περισσότερες κυβερνήσεις θα επιχειρήσουν να αμβλύνουν το κόστος για τον βιομήχανο, τον επαγγελματία, τον απλό ιδιώτη καταναλωτή, θα προχωρήσουν στην άμεση/έμμεση επιδότηση, με τον λογαριασμό να τον πληρώνει ο ίδιος ο φορολογούμενος. Φαύλος κύκλος που στην τελική έχει και πολιτικό αποτύπωμα.

Την Κυριακή στην Γερμανία διεξάγονται διπλές εκλογές σε Μεκλεμβούργο-Πομερανία και Βερολίνο, με πολύ πιθανό ενδεχόμενο ο Friedrich Merz να ξανά πέσει από τα σύννεφα.

• ΤΟ MANNA ΤΣΑΤΣΑΡΩΝΑΚΗ ΝΕΑ ΓΕΥΣΗ SOUR CREAM & ONION ΣΤΗ ΣΕΙΡΑ ΔΑΓΚΩΤΟ

Νέα γεύση Sour Cream & Onion προσθέτει στη σειρά "δαγκωτό" Το Μάννα Τσατσαρωνάκη. Η νέα επιλογή συνδυάζει γεύση ξινής κρέμας με νότες κρεμμυδιού ενώ η σειρά "δαγκωτό", περιλαμβάνει ήδη έξι διαφορετικές επιλογές:

- Γραβιέρα & Γλυκιά Πάπρικα
- Ελιά & Λιαστή Ντομάτα
- Τομάτα - Πιπεριά - Κρεμμύδι
- Μαύρη Τρούφα
- Καυτερή Πιπεριά
- Ρίγανη



SECRETCREIPE

Νέα project, επενδυτές ψάχνουν

Δύο πολύ ενδιαφέροντα project ετοιμάζουν αυτή την περίοδο έμπειρα στελέχη της αγοράς. Ο επικεφαλής, μάλιστα, της ομάδας είναι από τις παλιές και ικανές καραβάνες στον συγκεκριμένο υποκλάδο των τροφίμων. Πρόκειται για δύο ολοκληρωμένες λύσεις, από τη γραμμή παραγωγής έως την τελική διάθεση. Και, όπως πληροφορείται το FNB Daily, η ομάδα αυτή αναζητεί αυτή την περίοδο επενδυτές, υποσχόμενη καλή και άμεση απόδοση. Για να δούμε...

Editorial

Η LAGARDE ΔΕΝ ΕΧΕΙ ΑΠΟΦΑΣΙΣΕΙ, ΟΙ ΑΓΟΡΕΣ ΕΧΟΥΝ ΗΔΗ ΨΗΦΙΣΕΙ

Η Ευρωπαϊκή Κεντρική Τράπεζα αύξησε στις 10 Σεπτεμβρίου το επιτόκιο καταθέσεων στο 2,50%, τη δεύτερη φορά μέσα στο 2026 μετά την αντίστοιχη κίνηση του Ιουνίου, με τις νέες εκτιμήσεις να τοποθετούν την ανάπτυξη του 2026 περίπου στο 0,9% και τον πληθωρισμό κοντά στο 3% για το σύνολο του έτους.

Η απόφαση ήταν αναμενόμενη. Το ενδιαφέρον, όπως πάντα σε τέτοιες περιπτώσεις, βρίσκεται στο τι ακολουθεί — και εκεί η εικόνα γίνεται διασκεδαστικά ασαφής. Μέσα σε 24 ώρες από την ανακοίνωση, οι αγορές αναθεώρησαν την πιθανότητα νέας αύξησης τον Οκτώβριο από λίγο πάνω από 50% σε περίπου 70%, με τους επενδυτές να τιμολογούν πλέον τρεις ακόμη αυξήσεις κατά τέταρτο της μονάδας, έως το τέλος του 2027.

Ο λόγος είναι γνωστός: Η ενεργειακή αναταραχή από τον πόλεμο στην Μέση Ανατολή δεν λέει να κοπάσει, το πετρέλαιο ανεβαίνει, και η ΕΚΤ αναγκάζεται να παίζει έναν ρόλο, που δεν διάλεξε — αυτόν του πυροσβέστη σε φωτιά, την οποία δεν άναψε η ίδια. Πιο ενδιαφέρον, όμως, είναι ότι κάποιοι αξιωματούχοι της ίδιας της ΕΚΤ θεωρούν τις προσδοκίες της αγοράς για τρεις ακόμη αυξήσεις υπερβολικά επιθετικές, εκτιμώντας ότι ο Δεκέμβριος — όχι ο Οκτώβριος — θα ήταν η πιο κατάλληλη στιγμή, αφού τότε θα υπάρχουν και νέες προβλέψεις έως το 2029.

Με άλλα λόγια: Η αγορά τρέχει, η τράπεζα δεν έχει αποφασίσει καν αν θα περπατήσει, και ανάμεσά τους παρεμβάλλονται αποδόσεις διетών γερμανικών ομολόγων στο υψηλότερο επίπεδο από το 2023 — δηλαδή, μια αγορά ομολόγων, που έχει ήδη ψηφίσει με τα... πόδια της, ανεξάρτητα από το τι θα πει η Lagarde τον Οκτώβριο.

Το ειρωνικό είναι πως, όσο πιο πολύ προσπαθεί η ΕΚΤ να μείνει "data-dependent" και "meeting-by-meeting", τόσο πιο πολύ η αγορά της γράφει το σενάριο εκ των προτέρων — και μετά περιμένει να δει αν η τράπεζα θα ακολουθήσει το δικό της κείμενο.

Σε έναν κόσμο όπου οι πραγματικές συγκρούσεις καθορίζουν τα επιτόκια περισσότερο από οποιοδήποτε υπόδειγμα Taylor*, ίσως η μόνη σίγουρη πρόβλεψη είναι ότι θα συνεχίσουμε να μιλάμε για προσδοκίες, παρά για αποφάσεις. Τόσο απλά.

* Το υπόδειγμα Taylor (ή κανόνας του Taylor - Taylor's Rule) είναι ένα υπόδειγμα νομισματικής πολιτικής, που πρότεινε ο οικονομολόγος John B. Taylor, το 1993. Προσδιορίζει το βέλτιστο ονομαστικό επιτόκιο, που πρέπει να ορίζει μια κεντρική τράπεζα, ως απάντηση σε μεταβολές του πληθωρισμού και της οικονομικής δραστηριότητας.

Νεκτάριος Β. Νώτης
nectarios@notice.gr