



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

ΔΕΥΤΕΡΑ 04 ΜΑΪΟΥ 2026
ΤΕΥΧΟΣ 2316



• ΑΜΒΡΟΣΙΑΔΗΣ ΚΟΤΟΠΟΥΛΑ ΟΛΥΜΠΟΥ

Ανάπτυξη 11% στο τετράμηνο παρά τη μείωση 4%
στις τιμές - Στα €30 εκατ. το EBITDA το 2025



• FLEXORACK

Οι 4+1 παράγοντες που προβληματίζουν
για τη φετινή πορεία εντός και εκτός συνόρων



• ΜΑΛΑΜΑΤΙΝΑ

Ήπια ανάπτυξη στο α' τρίμηνο
- Σε εξέλιξη επενδυτικό πλάνο €4 εκατ.



• ANYFION GREECE

Σκέψεις για είσοδο στην ελληνική αγορά
- Το 67% των πωλήσεων στην Ελβετία

Editorial

Αναστολή ευθύνης

Debrief

“Που ‘ναι ο Ρίγκαν και η θάτσερ”

Business Insight

Jumbo - Citi: Από τη σχέση
στον χωρισμό
και τα εκατέρωθεν... καρφιά

Business Maker

- Ο Πιερρακάκης στην Μέλισσα
και το μήνυμα πίσω
από την επίσκεψη
- Πόσα ξοδεύει
ένας εργαζόμενος
για καφέ την ημέρα

SecretRecipe

Την έκανε αλά... Τσίπρας

• **FLEXORACK**

ΟΙ ΠΑΡΑΓΟΝΤΕΣ ΠΟΥ ΠΡΟΒΛΗΜΑΤΙΖΟΥΝ ΓΙΑ ΤΗ ΦΕΤΙΝΗ ΠΟΡΕΙΑ ΕΝΤΟΣ ΚΑΙ ΕΚΤΟΣ ΣΥΝΟΡΩΝ

Ιδιαίτερα επιφυλακτική στάση αναφορικά με τις φετινές προοπτικές της Flexorack, διατηρεί η διοίκηση του ομίλου, δεδομένου του αυξημένου βαθμού αβεβαιότητας ως προς τη διάρκεια και την ένταση της κρίσης στην Μέση Ανατολή, καθώς και τις επιπτώσεις αυτής τόσο στην ελληνική οικονομία όσο και στις οικονομίες των λοιπών χωρών στις οποίες δραστηριοποιείται ο όμιλος.

Επισημαίνεται ότι ο κύκλος εργασιών του ομίλου για τη χρήση 2025, που αφορούσε τις εμπλεκόμενες χώρες που συμμετέχουν και επηρεάζονται από την πολεμική αναταραχή, διαμορφώθηκε σε ποσοστό κάτω του 1,5% επί του συνολικού ενοποιημένου κύκλου εργασιών. Ωστόσο, η ένταση και η ενδεχόμενη διάρκεια της σύρραξης ενδέχεται να δημιουργήσουν ουσιώδεις αρνητικές επιπτώσεις σε επίπεδο της ομαλής λειτουργίας της εφοδιαστικής αλυσίδας, των τιμών των πρώτων υλών και του ενεργειακού κόστους, οι οποίες επιπτώσεις λόγω της υφιστάμενης μεταβλητότητας δεν μπορούν να εκτιμηθούν επακριβώς.

ΟΙ ΑΠΕΙΛΕΣ

Όπως αναφέρεται στην οικονομική έκθεση, προβληματισμό για τη φετινή πορεία της Flexorack δημιουργούν:

- οι συνεχιζόμενες μέσω πολλαπλών αναζωπυρώσεων γεωπολιτικές εντάσεις-πολεμικές συγκρούσεις μεταξύ Ρωσίας-Ουκρανίας και οι συγκρούσεις στην ευρύτερη περιοχή της Μέσης Ανατολής με τις αναπόφευκτες επιπτώσεις στην σταθερότητα και ασφάλεια της παγκόσμιας οικονομίας
- η σημαντική και αδικαιολόγητη αύξηση

του ενεργειακού κόστους σε υψηλά επίπεδα λόγω των γνωστών προβλημάτων όπως ο πόλεμος στην Ουκρανία και η σημαντική στρέβλωση της αγοράς ηλεκτρικής ενέργειας στην ΝΑ Ευρώπη

- η ασθενής διεθνής ζήτηση κυρίως στην Ευρώπη, λόγω των εντόνων και χωρίς προοπτική αποκλιμάκωσης πληθωριστικών πιέσεων κυρίως στις τιμές των τροφίμων που έχουν οδηγήσει σε μείωση της καταναλωτικής ζήτησης
- η επιβολή δασμών στα προϊόντα της Flexorack που εξάγονται στην αγορά των ΗΠΑ
- η υποτίμηση του δολαρίου έναντι του ευρώ

ΠΟΥ ΕΣΤΙΑΖΕΙ Η ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΗ

Στο πλαίσιο συνεχούς προσαρμογής στις εκάστοτε διαμορφούμενες συνθήκες, η στρατηγική του ομίλου προσανατολίζεται σε:

- βελτίωση και διαρκή αναβάθμιση των παραγομένων προϊόντων, με έμφαση στην ποιοτική τους διαφοροποίηση σε σχέση με τον ανταγωνισμό
- δημιουργία νέων, καινοτόμων προϊόντων ικανών να καλύψουν τις ανάγκες της αγοράς και να ανταποκρίνονται στις επιθυμίες και απαιτήσεις των πελατών
- τελειοποίηση των υφιστάμενων σύγχρονων μεθόδων παραγωγής, με στόχο την μείωση της κατανάλωσης ενέργειας και του αποτυπώματος άνθρακα
- περαιτέρω διεξόδυση στις αγορές του εξωτερικού
- περαιτέρω ενίσχυση των υποδομών και ιδίως των παραγωγικών εγκαταστάσεων

και του μηχανολογικού εξοπλισμού τόσο της εταιρείας όσο και των θυγατρικών εταιρειών του ομίλου στις ΗΠΑ, στην Πολωνία και στην Αυστραλία

- διαρκή βελτίωση των οργανωτικών και λειτουργικών δομών και διαδικασιών με στόχο την περαιτέρω αύξηση της αποτελεσματικότητας και την περαιτέρω μείωση του κόστους

ΑΝΤΙΘΕΤΕΣ ΠΟΡΕΙΕΣ ΓΙΑ ΟΜΙΛΟ ΚΑΙ ΕΤΑΙΡΕΙΑ

Αναφορικά με το 2025, ο όμιλος εμφάνισε αυξημένα μεγέθη, ενώ σε εταιρικό επίπεδο καταγράφηκε πτώση.

DATA Όμιλος (σε €χιλ.)

Κύκλος εργασιών

2025: 163.768

2024: 156.593

Μεταβολή: 4,58%

EBITDA

2025: 25.861

2024: 20.658

Μεταβολή: 25,19%

Κέρδη προ φόρων

2025: 15.375

2024: 14.063

Μεταβολή: 9,33%

Καθαρά κέρδη

2025: 11.217

2024: 10.675

Μεταβολή: 5,08%

DATA Εταιρεία (σε €χιλ.)

Κύκλος εργασιών

2025: 117.973

2024: 119.085

Μεταβολή: (0,93%)

EBITDA

2025: 14.599

2024: 17.711

Μεταβολή: (17,57%)

Κέρδη προ φόρων

2025: 6.402

2024: 12.715

Μεταβολή: (49,65%)

Καθαρά κέρδη

2025: 4.780

2024: 9.774

Μεταβολή: (51,09%)



Σταμάτης Γκινόσατης, Διευθύνων Σύμβουλος, Flexorack

Μάκης Αποστόλου
makis@notice.gr

• **ΕΛΑΙΟΛΑΔΑ ΧΑΛΚΙΔΙΚΗΣ
ΜΕΣΑ ΣΤΟ 2027 ΕΤΟΙΜΗ Η ΜΟΝΑΔΑ
ΣΥΣΚΕΥΑΣΙΑΣ ΕΠΙΤΡΑΠΕΖΙΑΣ ΕΛΙΑΣ
- ΑΠΟ ΜΟΛΔΑΒΙΑ Ο ΠΡΩΤΟΣ ΠΕΛΑΤΗΣ**

Μέχρι το τέλος του χρόνου αναμένεται να ξεκινήσει η κατασκευή της νέας μονάδας τυποποίησης και συσκευασίας επιτραπέζιας ελιάς που έχει δρομολογήσει η Ελαιόλαδα Χαλκιδικής προκειμένου να δώσει προστιθέμενη αξία στο βασικό προϊόν που εμπορεύεται. Όπως δηλώνει στο FNB Daily ο Εμπορικός Διευθυντής, Δημήτρης Γκλάβας, αυτό το διάστημα ολοκληρώνεται ο βιολογικός καθαρισμός στον οποίο καταλήγουν τα λύματα του εργοστασίου στα Βράσταμα Χαλκιδικής και αμέσως μετά θα ξεκινήσει η ανέγερση της μονάδας συσκευασίας. Το πιθανότερο είναι να ενσωματωθεί στο υπάρχον συγκρότημα με επέκταση των κτιριακών εγκαταστάσεων ωστόσο δεν αποκλείεται να επιλεγεί τελική λύση ενός όμορου οικοπέδου.

ΣΤΑ €1,5 ΕΚΑΤ. Η ΕΠΕΝΔΥΣΗ

Η τελική απόφαση αναμένεται να ληφθεί τους αμέσως επόμενους μήνες και πριν την ολοκλήρωση του φακέλου με τον οποίο η εταιρεία θα επιδιώξει η ύψους €1,5 εκατ. επένδυση να ενταχθεί στον Αναπτυξιακό Νόμο. Σε κάθε περίπτωση, ο στόχος είναι η μονάδα να είναι έτοιμη μέσα στο 2027 και, σύμφωνα με τον κ. Γκλάβα, η έμφαση θα δοθεί σε σακουλάκια αλουμινίου και vacuum συσκευασίες μικρού μεγέθους, από 30 έως 100 γραμμάρια, με ξεκάθαρη στόχευση το ράφι του super market και δη του εξωτερικού. Όπως αναφέρει ο επιχειρηματίας, ενδιαφέρον έχει εκδηλωθεί ήδη από αλυσίδα super market της Μολδαβίας. Αξίζει να σημειωθεί ότι το 95% των πωλήσεων της Ελαιόλαδα Χαλκιδικής πραγματοποιείται στο εξωτερικό, με τις επιτραπέζιες ελιές Χαλκιδικής να αντιστοιχούν στο μεγαλύτερο μέρος του τζίρου της, με αρκετή απόσταση από το ελαιόλαδο. Σήμερα, δραστηριοποιεί-

ται κατά κύριο λόγο στη χονδρική κι εξάγει τις ελιές σε βαρέλια και πλαστικά ή μεταλλικά δοχεία με αποδέκτες επιχειρήσεις σε Ισπανία, Γαλλία, Κροατία, Σλοβενία κ.α.

DATA (σε €χιλ.)
Κύκλος εργασιών
 30/6/2025*: 6.489
 30/6/2024**: 2.885
EBIT
 30/6/2025*: 1.537
 30/6/2024**: 318
Αποτέλεσμα προ φόρων
 30/6/2025*: 1.167
 30/6/2024**: 213
 * 1/7/24 - 30/6/25
 ** 1/1/24 - 30/6/24

**ΣΤΑΘΕΡΟΣ Ο ΤΖΙΡΟΣ
ΣΤΟ ΕΝΝΕΑΜΗΝΟ**

Η χρονιά 2024/2025 (σ.σ. το φετινό θα είναι το πρώτο πλήρες δωδεκάμηνο μετά την απόφαση στα τέλη του 2023 η οικονομική χρήση να ολοκληρώνεται στις 31 Ιουνίου κάθε έτους) ολοκληρώθηκε με αύξηση 30% στον κύκλο εργασιών, απόρροια τόσο του αυξημένου τονάζ όσο και των υψηλότερων τιμών της ελιάς οι οποίες ωστόσο, σύμφωνα με τον κ. Γκλάβα, έχουν σημειώσει φέτος διόρθωση, με αποτέλεσμα το εννεάμηνο της τρέχουσας χρήσης (σ.σ. ολοκληρώνεται στις 31 Ιουνίου) ο τζίρος να έχει κινηθεί στα επίπεδα του αντίστοιχου περυσινού διαστήματος, παρά το γεγονός ότι ο όγκος πωλήσεων είναι αυξημένος.

Γιάννης Τσατσάκης
yannis@notice.gr



Lawson E. Whiting, Πρόεδρος και CEO, Brown-Forman Corporation

• **BROWN – FORMAN
ΤΕΛΟΣ ΣΤΙΣ
ΔΙΑΠΡΑΓΜΑΤΕΥΣΕΙΣ
ΓΙΑ ΣΥΓΧΩΝΕΥΣΗ
ΜΕ ΤΗΝ PERNOD
RICARD**

Η Brown-Forman έβαλε τέλος στις συνομιλίες συγχώνευσης με τον γαλλικό κολοσσό οινοπνευματωδών Pernod Ricard, με την παραγωγή του Jack Daniel's να δηλώνει ότι οι δύο πλευρές "δεν κατόρθωσαν να καταλήξουν σε αμοιβαία αποδεκτούς όρους". Η εταιρεία παραγωγής ουίσκι με έδρα το Κεντάκι είχε αναφέρει τον προηγούμενο μήνα ότι βρισκόταν σε διαπραγματεύσεις για συγχώνευση με την Pernod, παραγωγό της βότκας Absolut και του Malibu Rum.

**ΤΙ ΘΑ ΔΗΜΙΟΥΡΓΟΥΣΕ
Η ΣΥΓΧΩΝΕΥΣΗ**

Ο συνδυασμός των δύο εταιρειών θα δημιουργήσει αυτό που οι ίδιες χαρακτήρισαν ως "παγκόσμιο ηγέτη στον κλάδο των οινοπνευματωδών". Η Pernod αποτελεί τον δεύτερο μεγαλύτερο παραγωγό οινοπνευματωδών παγκοσμίως, με χαρτοφυλάκιο που περιλαμβάνει επίσης το ουίσκι Jameson και το Beefeater London. Μια συγχώνευση μεταξύ των δύο εταιρειών θα πραγματοποιούνταν σε μια δύσκολη περίοδο, καθώς η κατανάλωση μειώνεται, με τους αγοραστές να στρέφονται σε άλλες κατηγορίες αλκοολούχων ποτών ή να απέχουν πλήρως. Αρκετοί ανταγωνιστές της Brown-Forman στον χώρο του bourbon και του ουίσκι έχουν μειώσει την παραγωγή τους για να προσαρμοστούν στις εξελίξεις, μεταξύ των οποίων η Jim Beam και η εταιρεία παραγωγής οινοπνευματωδών MGP Ingredients. Δημοσιογραφικές πληροφορίες ανέφεραν ότι η Sazerac, ιδιοκτήτρια του Fireball, εξέταζε μια παρόμοια συμφωνία με την Brown-Forman.

• **ΜΑΛΑΜΑΤΙΝΑ**

ΗΠΙΑ ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΣΤΟ Α' ΤΡΙΜΗΝΟ - ΣΕ ΕΞΕΛΙΞΗ ΕΠΕΝΔΥΤΙΚΟ ΠΛΑΝΟ €4 ΕΚΑΤ.

Σταθερή αναπτυξιακή τροχιά, παρά τις πιέσεις που καταγράφονται ευρύτερα στον κλάδο των αλκοολούχων ποτών, διατηρεί η Μαλαματίνα, επενδύοντας στον εκσυγχρονισμό της παραγωγής και σε στοχευμένες κινήσεις στο προϊόντικό της χαρτοφυλάκιο.

Όπως μαθαίνει το Fnb Daily η εταιρεία έκλεισε την προηγούμενη χρήση με κύκλο εργασιών που προσέγγισε τα €10,5 εκατ., ενώ η κερδοφορία κινήθηκε σε ικανοποιητικά επίπεδα, παρά το απαιτητικό περιβάλλον.

Για το τρέχον έτος, η εικόνα του α' τριμήνου εμφανίζεται σταθεροποιητική, με ήπιες ανοδικές τάσεις.

ΠΙΕΣΕΙΣ ΣΤΗΝ ΚΑΤΑΝΑΛΩΣΗ

Η αγορά επηρεάζεται από τη στροφή των καταναλωτών προς πιο υγιεινές επιλογές, καθώς και από εξωγενείς παράγοντες, όπως οι αυστηρότεροι έλεγχοι οδικής ασφάλειας, που έχουν αντίκτυπο στη συνολική κατανάλωση αλκοολούχων ποτών.

Παρά τις συνθήκες αυτές, η εταιρεία εκτιμά ότι διατηρεί ισχυρή θέση, επιβεβαιώνοντας την ανθεκτικότητα του brand της στην εγχώρια αγορά.

Η ΕΜΠΟΡΙΚΗ ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΗ

Σε επίπεδο προϊόντων, η στρατηγική επικεντρώνεται στη βελτιστοποίηση και διεύρυνση της υφιστάμενης γκάμας, χωρίς άμεσο σχεδιασμό για την κυκλοφορία νέας, αυτόνομης σειράς.

Στο πλαίσιο αυτό, ενισχύεται η σειρά "4 Άγγελοι" με νέες ποικιλίες, όπως Ασύρτικο και Sauvignon Blanc, που έρχονται να συμπληρώσουν το χαρτοφυλάκιο και να ανταποκριθούν στις σύγχρονες τάσεις κατανάλωσης.

Η διοίκηση διατηρεί στάση αναμονής για πιο εκτεταμένες κινήσεις, με πιθανές αποφάσεις να μετατίθενται μετά το καλοκαίρι, ανάλογα με τη δυναμική της αγοράς.

Η εταιρεία παρακολουθεί τις εξελίξεις σε ανερχόμενες κατηγορίες, όπως τα προϊόντα με βάση το κέρασι, τα οποία βρίσκονται στο επίκεντρο συζητήσεων στον κλάδο.

Ωστόσο, προς το παρόν δεν έχει προχωρήσει σε σχετική εμπορική κίνηση, εκτιμώντας ότι η αγορά δεν έχει ακόμη ωριμάσει επαρκώς για τέτοιου είδους επενδύσεις.

ΠΕΡΑΙΤΕΡΩ ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΕΞΑΓΩΓΩΝ

Ιδιαίτερη έμφαση δίνεται στην ενίσχυση της διεθνούς παρουσίας, με την εταιρεία να δρα-



Νίκος Κεράνης, Αντιπρόεδρος και Διευθύνων Σύμβουλος, Μαλαματίνα

στηριοποιείται σε περισσότερες από 30 χώρες, μεταξύ των οποίων αγορές της Ευρώπης, της Αμερικής, η Αυστραλία και η Βραζιλία.

Οι εξαγωγές αντιστοιχούν περίπου στο 25% του συνολικού όγκου, με βασικούς προορισμούς την Βόρεια Ευρώπη – κυρίως την Γερμανία, το Βέλγιο και την Δανία – με τη διοίκηση να έχει στρατηγικό στόχο την περαιτέρω ενίσχυσή τους.

Η ρωσική αγορά παραμένει εκτός, λόγω γεωπολιτικών εξελίξεων, ενώ η εταιρεία κινείται επιφυλακτικά ως προς την επέκταση σε νέες αγορές.

ΕΠΕΝΔΥΣΕΙΣ

Σε πλήρη εξέλιξη βρίσκεται επενδυτικό πρόγραμμα ύψους σχεδόν €4 εκατ., ενταγμένο στο Ταμείο Ανάκαμψης και Ανθεκτικότητας. Έχει ήδη υλοποιηθεί άνω του 60% των επενδύσεων, ενώ προβλέπεται το ποσοστό αυτό να ξεπεράσει το 95% μετά το καλοκαίρι.

Το πρόγραμμα περιλαμβάνει:

- δράσεις ψηφιακού μετασχηματισμού
- εισαγωγή ρομποτικών συστημάτων
- εκσυγχρονισμό εξοπλισμού
- εγκατάσταση νέου πλυντηρίου για επαναχρησιμοποιούμενες φιάλες

Παράλληλα, βρίσκονται σε εξέλιξη εκσυγχρονιστικές παρεμβάσεις στις οινοποιητικές εγκαταστάσεις. Η εταιρεία έχει εξασφαλίσει άδεια για αξιοποίηση φυσικού μεταλλικού νερού και βρίσκεται στη φάση εκκίνησης της σχετικής επένδυσης.

Ταυτόχρονα, εξετάζει τη συμμετοχή σε νέο κύκλο αναπτυξιακών προγραμμάτων, χωρίς να έχει ληφθεί ακόμη οριστική απόφαση. Όπως επισημαίνεται, η ανάπτυξη νέων γραμμών εμφιάλωσης απαιτεί χρονικό ορίζοντα περίπου ενός έτους, γεγονός που υπογραμμίζει ότι οι επόμενες κινήσεις θα υλοποιηθούν με προσεκτικό σχεδιασμό και σε συνάρτηση με την πορεία της αγοράς.

Στέλλα Αυγουστάκη
stella@notice.gr

• ICAP CRIF

ΑΥΞΗΜΕΝΗ ΚΑΤΑ 30% Η ΠΑΡΑΓΩΓΗ ΓΙΑΟΥΡΤΙΟΥ ΤΟ 2025

Ενισχυμένη κατά 30% ήταν η παραγωγή γιαουρτιού στη χώρα μας, πέρυσι σύμφωνα με στοιχεία της Icap Crif.

Σε ό,τι αφορά την παραγωγή φρέσκου παστεριωμένου γάλακτος (μη συμπεριλαμβανομένων των ροφημάτων γάλακτος), εκτιμάται πως σημειώθηκε στασιμότητα στην παραγωγή-κατανάλωσή του (-0,6%) έναντι του 2024. Τα τελευταία χρόνια το υψηλότερο ποσοστό συμμετοχής στην εγχώρια

αγορά γάλακτος αποσπά το ισοδύναμο συμπυκνωμένο γάλα, με μερίδιο 37% το 2025.

ΤΟ ΣΗΜΑΝΤΙΚΟΤΕΡΟ ΕΞΑΓΩΓΙΜΟ ΠΡΟΪΟΝ

Η Σταματίνα Παντελαίου, Διευθύντρια Οικονομικών Μελετών & Εκδόσεων της ICAP CRIF ανέφερε ότι "το ελληνικό γιαούρτι αποτελεί με διαφορά το σημαντικότερο εξαγωγίμο προϊόν στο σύνολο των γα-

λακτοκομικών προϊόντων στη χώρα μας και ένα από τα πλέον αναγνωρίσιμα και δυναμικά ελληνικά προϊόντα εν γένει". Ενδεικτικό της εντυπωσιακής ανάπτυξης που γνωρίζει το γιαούρτι, πρόσθεσε, "αποτελεί το γεγονός πως οι παραγόμενες ποσότητες γιαουρτιού έχουν διπλασιαστεί τα τελευταία δέκα χρόνια, γεγονός που οφείλεται κυρίως στις εξαγωγές, οι οποίες εμφανίζουν σημαντική άνοδο τα τελευταία έτη".

Διάρθρωση της εγχώριας αγοράς γάλακτος ανά κατηγορία (2025)



*Έχει μετατραπεί σε ισοδύναμες ποσότητες πόσιμου γάλακτος

ΞΕΧΩΡΙΣΑΝ ΣΥΜΠΥΚΝΩΜΕΝΟ, ΞΙΝΟΓΑΛΑ ΚΑΙ ΠΟΤΑ ΜΕ ΒΑΣΗ ΤΟ ΓΑΛΛΑ

Σύμφωνα με την Ιωάννα Στρατουδάκη, Senior Consultant της Διεύθυνσης Οικονομικών Μελετών & Εκδόσεων της ICAP CRIF, η εγχώρια αγορά γαλακτοκομικών προϊόντων παρουσιάστηκε ελαφρώς ενισχυμένη το 2025 στις περισσότερες κατηγορίες προϊόντων. Εκτιμάται πως τη σημαντικότερη άνοδο είχαν το συμπυκνωμένο γάλα (12,6%), οι ποσότητες του οποίου προορίζονται κατά κύριο λόγο στην επαγγελματική χρήση (καφετέριες, ζαχαροπλαστεία κ.λπ.), καθώς επίσης και το ξινόγαλα και τα ποτά με βάση το γάλα (9,5%), ευνοημένα από την στροφή των κατα-

ναλωτών σε περισσότερο υγιεινά ροφήματα και στην αγορά προϊόντων εμπλουτισμένα με πρωτεΐνη.

ΤΙΜΕΣ

Η τιμή της πρώτης ύλης - δηλαδή του γάλακτος που προέρχεται από τους παραγωγούς - αποτελεί κύριο παράγοντα διαμόρφωσης του κόστους των γαλακτοβιομηχανιών και κατ' επέκταση επηρεάζει σε σημαντικό βαθμό την τελική τιμή πώλησης των προϊόντων τους. Οι τιμές πώλησης όλων των κατηγοριών γάλακτος έχουν καταγράψει σημαντική άνοδο την περίοδο 2021-2025, εμφανίζοντας ωστόσο τάσεις μερικής αποκατάστασης την τελευταία διετία.



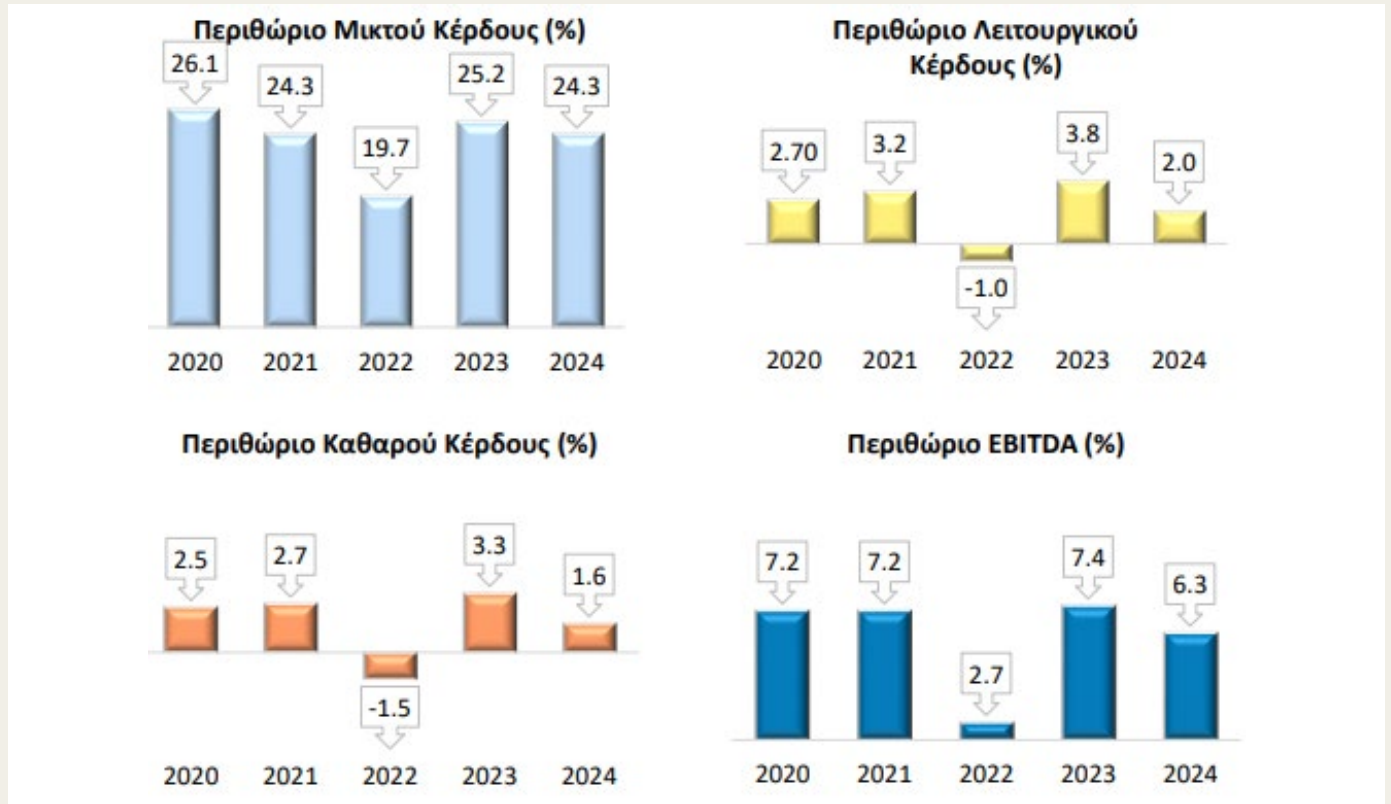
ΤΙ ΕΔΕΙΞΕ Η ΧΡΗΜΑΤΟΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗ ΑΝΑΛΥΣΗ

Από την χρηματοοικονομική ανάλυση 20 παραγωγικών επιχειρήσεων για τη διετία 2023-2024, προκύπτει ότι οι συνολικές πωλήσεις αυξήθηκαν κατά 6,9% το 2024. Αντίθετα, τα μικτά κέρδη μειώθηκαν κατά 2,6%

την ίδια περίοδο λόγω του αυξημένου κόστους πωλήσεων, ενώ μειωμένα ήταν τα κέρδη EBITDA (-6,7%), τα οποία διαμορ-

φώθηκαν σε €146,1 εκατ. Από το σύνολο των επιχειρήσεων, οι 12 ήταν κερδοφόρες, έναντι 15 το 2023.

Μάκης Αποστόλου
makis@notice.gr



• **EDEKA**

ΟΙ ΑΝΕΞΑΡΤΗΤΟΙ RETAILERS ΩΘΗΣΑΝ ΤΟΝ ΤΖΙΡΟ ΣΤΑ €77,3 ΔΙΣ.

Ο γερμανικός συνεταιριστικός όμιλος Edeka Group κατέγραψε αύξηση κύκλου εργασιών κατά 2,7% το 2025, φτάνοντας τα €77,3 δισ., κυρίως χάρη στο δίκτυο ανεξάρτητων retailers που διαθέτει. Ο συγκεκριμένος τομέας παρέμεινε ο βασικός μοχλός ανάπτυξης, με τα έσοδα περίπου 3.200 εμπορών Edeka να αυξάνονται σε ποσοστό 4,6%, στα €42,7 δισ.

Ο όμιλος ανέφερε ότι τα κέρδη προ τόκων και φόρων (EBIT) επίσης βελτιώθηκαν.

Άλλα κανάλια, όπως τα καταστήματα ποτών trinkgut και το οργανικό shop-in-shop concept Naturkind, κατέγραψαν επίσης ισχυρή ανάπτυξη. Η διεθνής δραστηριότητα μέσω των οργανισμών αγορών Everest και Eric Partners, καθώς και η αναπτυσσόμενη υπηρεσία online delivery Picnic, στην οποία η Edeka διατηρεί συμμετοχή, συνέβαλαν περαιτέρω στις επιδόσεις.

ΑΝΟΙΞΑΝ 247 ΝΕΑ ΚΑΤΑΣΤΗΜΑΤΑ

Μέχρι το τέλος του 2025, το δίκτυο της Edeka περιλάμβανε περίπου 10.871 καταστήματα τροφίμων, εκ των οποίων 5.629 ήταν ανεξάρτητα καταστήματα Edeka και 4.433 ανήκαν στη Netto



Marken-Discount.

Κατά τη διάρκεια του έτους πραγματοποιήθηκαν 247 νέα ανοίγματα καταστημάτων, εκ των οποίων 104 για την Netto Marken-Discount — καθώς και 450 ανακαινίσεις.

Επιπλέον, 87 νέοι ανεξάρτητοι επιχειρηματίες εντάχθηκαν στο δίκτυο, ενώ 68 καταστήματα πέρασαν από το χονδρεμπόριο σε καθεστώς διαχείρισης από ανεξάρτητους εμπόρους.

ΕΠΕΝΔΥΣΕΙΣ

Η Edeka Group επένδυσε €2,6 δισ. το 2025, εστιάζοντας σε νέες τοποθεσίες, αποδοτική εφοδιαστική αλυσίδα, ιδιοπαραγωγή, ψηφιοποίηση

και βιωσιμότητα.

Ο συνεταιρισμός ανακοίνωσε επίσης ότι σχεδιάζει επενδύσεις ύψους €2,9 δισ. για τη φετινή χρονιά.

PL ΚΑΙ LOYALTY

Η ιδιωτική ετικέτα Edeka Herzstücke, που λανσαρίστηκε το 2025, συνέβαλε στην παροχή βασικών προϊόντων σε χαμηλότερο κόστος.

Η συνεργασία με το πρόγραμμα επιβράβευσης Payback, που ξεκίνησε τον Ιανουάριο του 2025, οδήγησε στο να πραγματοποιείται σχεδόν το ήμισυ των πωλήσεων με χρήση κάρτας Payback.

Παράλληλα, η εφαρμογή της Edeka εμπλουτίστηκε με νέες λειτουργίες μέσα στο 2025, ενισχύοντας περαιτέρω την πιστότητα των πελατών.

Στον τομέα της περιβαλλοντικής ευθύνης, η Edeka έθεσε στόχο τη μείωση των εκπομπών αερίων του θερμοκηπίου κατά 90% έως το 2045 και επέκτεινε προγράμματα για φιλικότερη προς το περιβάλλον καλλιέργεια μπανάνας και εσπεριδοειδών.

• ANYFION GREECE

ΣΚΕΨΕΙΣ ΓΙΑ ΕΙΣΟΔΟ ΣΤΗΝ ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΑΓΟΡΑ - ΤΟ 67% ΤΩΝ ΠΩΛΗΣΕΩΝ ΣΤΗΝ ΕΛΒΕΤΙΑ

Την είσοδό της στην ελληνική αγορά εντός του επόμενου έτους σχεδιάζει η Anyfion Greece. Όπως εξηγεί στο Fnb Daily ο CEO της εταιρείας, Γιώργος Στεργίου, η συγκεκριμένη πρωτοβουλία εντάσσεται στον ευρύτερο στρατηγικό σχεδιασμό για ενίσχυση της παρουσίας της εταιρείας, αξιοποιώντας την τεχνογνωσία και το ισχυρό εξαγωγικό της υπόβαθρο.

Η επιχειρηματική δραστηριότητα της οικογένειας Στεργίου ξεκινά το 1998 στον τομέα της παραγωγής πιστοποιημένων προϊόντων. Η είσοδος στη βιολογική αγορά πραγματοποιήθηκε το 2013 όταν εκείνος και η αδελφή του ίδρυσαν την Anyfion Greece, επιτρέποντας στους παραγωγούς να αποκτήσουν πρόσβαση σε ανταγωνιστικότερες τιμές και διεθνείς αγορές.

ΕΛΒΕΤΙΑ & ΓΕΡΜΑΝΙΑ

Πλέον η Anyfion έχει αναπτύξει ένα εκτεταμένο δίκτυο συνεργασιών με περισσότερους από 160 παραγωγούς, από τους οποίους προμηθεύεται αποκλειστικά πιστοποιημένα βιολογικά προϊόντα. Το 67% των πωλήσεων κατευθύνεται στην Ελβετία, ενώ το υπόλοιπο ποσοστό απορροφάται από την Γερμανία.

Τα κανάλια διανομής περιλαμβάνουν απευθείας πωλήσεις καθώς και συνεργασίες με επιλεγμένα μικρά καταστήματα βιολογικών προϊόντων (bio shops), διασφαλίζοντας υψηλό επίπεδο ποιότητας και ικνηλασιμότητας. Όπως ανέφερε, η εταιρεία αντιμετώπισε αρχικά δυσκολίες στην εμπορική διείδυση, παρά την έγκαιρη πιστοποίηση, με τη στροφή στις εξαγωγές και την ανάδειξη της ποι-

οτικής υπεροχής των προϊόντων να αποτελούν τους βασικούς μοχλούς ανάπτυξης.

Σήμερα, η εταιρεία συνεργάζεται με περισσότερους από 160 παραγωγούς, προωθώντας τα προϊόντα απευθείας στους καταναλωτές, δίνοντας έμφαση στην ικνηλασιμότητα και τη διαφάνεια. Παράλληλα, η αξιοποίηση αξιόπιστων δεδομένων ενισχύει τη λήψη επιχειρηματικών αποφάσεων και την εμπιστοσύνη στην εφοδιαστική αλυσίδα. Ο ίδιος κατέληξε στην ανάγκη μείωσης του κόστους παραγωγής χωρίς συμβιβασμούς στην ποιότητα, καθώς και στη δημιουργία νέων, πιο ευέλικτων μοντέλων συνεργασίας μεταξύ παραγωγών.

ΕΝΙΣΧΥΣΗ ΧΑΡΤΟΦΥΛΑΚΙΟΥ

Στο πλαίσιο της εμπορικής της ανάπτυξης, η Anyfion Greece επεκτείνει τη δραστηριότητά της, ανοίγοντας νέο κανάλι συνεργασίας με παραγωγούς και πέρα από την Αργολίδα, όπως η Κρήτη. Η νέα συνεργασία αφορά την αγορά βιολογικού αβοκάντο, έχοντας προμηθευτή από τα Χανιά.

ΒΛΕΠΕΙ ΤΖΙΡΟ €4 ΕΚΑΤ. ΓΙΑ ΤΗ ΧΡΗΣΗ 2025-2026

Για τη χρήση 2025-2026, που ολοκληρώνεται τον Ιούνιο, η εταιρεία εκτιμά ότι ο κύκλος εργασιών θα διαμορφωθεί στα €4 εκατ.

Η επίδοση αυτή αντανάκλα τη σταθερή αναπτυξιακή πορεία της επιχείρησης και δημιουργεί τις προϋποθέσεις για περαιτέρω διεύρυνση της δραστηριότητάς της τόσο σε υφιστάμενες όσο και σε νέες αγορές.

Στέλλα Αυγουστάκη
stella@notice.gr



SME
D A I L Y

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

• **FERRERO**

ΜΕ ΕΠΕΝΔΥΣΗ \$75 ΕΚΑΤ. ΠΑΡΑΓΕΙ ΓΙΑ ΠΡΩΤΗ ΦΟΡΑ ΠΡΟΪΟΝ NUTELLA ΣΤΙΣ ΗΠΑ

Η κυκλοφορία του Nutella Peanut από την Ferrero αποτελεί πρωτιά για το brand σε περισσότερα από ένα επίπεδα. Όχι μόνο πρόκειται για τη πρώτη νέα γεύση στην 62χρονη ιστορία της Nutella, αλλά είναι επίσης η πρώτη φορά που προϊόν Nutella παράγεται στις Ηνωμένες Πολιτείες.

NUTELLA PEANUT

Το Nutella Peanut παράγεται στο Franklin Park, λίγο έξω από το Σικάγο, αφού η Ferrero επένδυσε \$75 εκατ. στις εγκαταστάσεις, προκειμένου να καταστεί δυνατή η παραγωγή. Η επέκταση ενισχύει τις δυνατότητες της Ferrero στο εργοστάσιο του Franklin Park, όπου παράγονται τα Butterfinger και Baby Ruth από τη δεκαετία του 1960.

Η Ferrero έχει δαπανήσει δισεκατομμύρια δολάρια τα τελευταία χρόνια για να ενισχύσει την παρουσία της στις ΗΠΑ μέσω εξαγορών και της ταχείας ανάπτυξης των δραστηριοτήτων της, της έρευνας και ανάπτυξης και των παραγωγικών δυνατοτήτων. Η εταιρεία, η οποία παράγει επίσης



τα Ferrero Rocher και Tic Tac, εξαγόρασε πρόσφατα την εταιρεία δημητριακών WK Kellogg έναντι \$3,1 δισ.

ΣΤΟΧΟΣ Η ΚΑΙΝΟΤΟΜΙΑ ΤΩΝ ΒΑΣΙΚΩΝ BRANDS

Ωστόσο, παρά τη δραστηριότητα σε συμφωνίες εξαγορών, η Ferrero δεν έχει χάσει την εστίασή της στην καινοτομία των βασικών της brands.

Η Nutella βρίσκεται στις ΗΠΑ μόλις από το 2009, όταν η Ferrero με έδρα το Λουξεμβούργο άρχισε να τοποθετεί το προϊόν ως επικάλυψη για pancakes, waffles και φρυγανιές.

Η σοκολατένια επάλειψη φουντουκιού

επεκτείνει πλέον τη θέση της πέρα από το πρωινό, οδηγώντας την Ferrero στο λανσάρισμα νέων προϊόντων, συμπεριλαμβανομένων και φορητών μορφών κατανάλωσης. Η εκδοχή με γεύση φυστικογιού στοχεύει στην ενίσχυση της παρουσίας του brand σε περιστάσεις κατανάλωσης όπως το μεσημεριανό και τα σνακ της βραδινής ώρας, σύμφωνα με ανώτατο στέλεχος.

Η ΔΗΜΟΦΙΛΙΑ ΤΩΝ ΦΙΣΤΙΚΙΩΝ ΣΤΙΣ ΗΠΑ

Τα φιστίκια είναι εξαιρετικά δημοφιλή στις ΗΠΑ, ενώ από το σύνολο της παραγωγής:

- σχεδόν το 60% της παραγωγής κατευθύνεται προς την παραγωγή φυστικοβούτυρου
- το 17% χρησιμοποιείται στη ζαχαροπλαστική
- το 2% χρησιμοποιείται ως συστατικό

Το USDA ανέφερε το 2022 ότι τα φιστίκια αντιπροσωπεύουν το 65% της συνολικής κατανάλωσης ξηρών καρπών στις ΗΠΑ, με μέση ετήσια κατανάλωση περίπου 8 λίβρες ανά άτομο.

• **KKR**

ΕΞΕΤΑΖΕΙ ΠΩΛΗΣΗ -ΜΑΜΟΥΘ ΤΗΣ FLORA ΜΕ ΤΙΜΗΜΑ ΕΩΣ \$10 ΔΙΣ.

Η KKR & Co. εξετάζει το ενδεχόμενο πώλησης της Flora Food Group έναντι ποσού που μπορεί να φτάσει έως και τα \$10 δισ., σύμφωνα με δημοσίευμα των Financial Times. Η αμερικανική εταιρεία ιδιωτικών επενδυτικών κεφαλαίων συνεργάζεται με επενδυτικές τράπεζες για πιθανή πώληση της Flora, η οποία κατέχει επίσης εμπορικά σήματα όπως τα I Can't Believe It's Not Butter! και Bertolli, ανέφερε η εφημερίδα, επικαλούμενη ανώνυμες πηγές με γνώση του θέματος.

Η εταιρεία με έδρα την Ολλανδία - πρώην θυγατρική της Unilever Plc με την επωνυμία Urfield Group - ενδέχεται να προσελκύσει



ενδιαφέρον από άλλα private equity funds, σύμφωνα με το ίδιο δημοσίευμα.

Η ΣΥΜΦΩΝΙΑ ΜΕ ΑΜΠΟΥ ΝΤΑΜΠΙ ΠΟΥ ΧΑΛΑΣΕ

Πηγές με γνώση του θέματος είχαν αναφέρει πέρυσι στο Bloomberg ότι η KKR ήταν πιθανό να διατηρήσει την εταιρεία παραγωγής των προϊόντων Flora και Country Crock τουλάχιστον έως το 2026, καθώς επιδίωκε τη μείωση του δανεισμού πριν από οποιαδήποτε εισαγωγή στο χρηματιστήριο



ή πώληση.

Η αμερικανική εταιρεία είχε παγώσει σχέδιο πώλησης της Flora το προηγούμενο έτος, αφού οι διαπραγματεύσεις για συμφωνία ύψους \$10 δισ. με το κρατικό επενδυτικό ταμείο του Άμπου Ντάμπι κατέρρευσαν λόγω διαφωνιών ως προς την αποτίμηση. Η KKR εξέταζε είτε μια αρχική δημόσια προσφορά (IPO), είτε την πώληση μειοψηφικού πακέτου μετοχών, με πιθανή εισαγωγή στο χρηματιστήριο το νωρίτερο το 2025, σύμφωνα με το Bloomberg.

• ΑΜΒΡΟΣΙΑΔΗΣ ΚΟΤΟΠΟΥΛΑ ΟΛΥΜΠΟΥ

ΑΝΑΠΤΥΞΗ 11% ΣΤΟ ΤΕΤΡΑΜΗΝΟ ΠΑΡΑ ΤΗ ΜΕΙΩΣΗ 4% ΣΤΙΣ ΤΙΜΕΣ - ΣΤΑ €30 ΕΚΑΤ. ΤΟ ΕΒΙΤΔΑ ΤΟ 2025

Με ρυθμό 11% τρέχει στο τετράμηνο του 2026 η Αμβροσιάδης Κοτόπουλα Ολύμπου, παραμένοντας σε τροχιά διψήφιας ανάπτυξης σε συνέχεια του 2025 και ξεκινώντας ένα νέο επενδυτικό κύκλο που έχει στο επίκεντρο την αύξηση της δυναμικότητας, την περαιτέρω καθετοποίηση και την ενίσχυση της παρουσίας σε κατηγορίες όπως τα προψημένα προϊόντα.

Όπως δηλώνει στο FNB Daily ο Οικονομικός Διευθυντής, Βαγγέλης Μανωλόπουλος, το νούμερο αυτό αποκτά ακόμα μεγαλύτερη βαρύτητα αν ληφθεί υπόψη ότι η εταιρεία έχει προχωρήσει στο διάστημα αυτό σε μείωση της μέσης τιμής κατά 4% σε μια προσπάθεια να διατηρήσει τα προϊόντα της προσβάσιμα σε όσο το δυνατόν μεγαλύτερη μερίδα του καταναλωτικού κοινού.

Την περυσινή χρονιά ολοκληρώθηκαν επενδύσεις άνω των €14 εκατ. για τέσσερις νέους θαλάμους παραγωγής αυγών (πατρογονικά) -με στόχο την πλήρη αυτάρκεια σε αυτό το κομμάτι εντός διετίας- και 10 επιπλέον πτηνοτροφικούς θαλάμους. "Εκτιμούμε ότι μέσα

στην επόμενη διετία θα φτάσουμε τα 1 εκατ. πουλιά σε αναπαραγωγική περίοδο", υπογραμμίζει.

ΣΕ ΠΡΩΤΟ ΠΛΑΝΟ ΟΙ ΕΠΕΝΔΥΣΕΙΣ ΣΤΗΝ ΣΙΝΔΟ

Για τη φετινή χρονιά, ο προγραμματισμός περιλαμβάνει:

- Επένδυση €5,6 εκατ. για αύξηση κατά 35% της δυναμικότητας τόσο του εκκολαπτηρίου όσο και της μονάδας rendering
- Κατασκευή νέου μύλου ζωοτροφών-διπλάσιας δυναμικότητας από τον υφιστάμενο- σε ένα από τα δύο ακίνητα στη ΒΙΠΕ Σίνδου που αποκτήθηκαν στα τέλη του 2024-αρχές 2025, με το ύψος της εν λόγω επένδυσης να ανέρχεται σε €9 εκατ.
- Νέα μονάδα προψημένων προϊόντων στο δεύτερο ακίνητο που αποκτήθηκε στη ΒΙΠΕ Σίνδου η κατασκευή της οποίας, μαζί με την ανακατασκευή της υφιστάμενης εγκατάστασης, θα κοστίσει περί τα 8 εκατ.

Οι δύο επενδύσεις στην Σίνδο θα υλοποιηθούν μέσω του Μέτρου Π3 του υπουργείου Αγροτικής Ανάπτυξης & Τροφίμων ενώ η πρώτη (σε εκκολαπτήριο και μονάδα rendering) μέσω του Μηχανισμού Ανάκαμψης και Ανθεκτικότητας (RRF)

ΕΤΡΕΞΕ ΜΕ +13% ΠΕΡΥΣΙ

Ο τζίρος το 2025 ανήλθε σε €228 εκατ. που "μεταφράζεται σε ρυθμό ανάπτυξης της τάξης του 13% ενώ το ΕΒΙΤΔΑ, παρά το αυξημένο κόστος των αυγών, έφτασε τα €30 εκατ., υπερβαίνοντας την πρόβλεψη για €26 εκατ.", - εξέλιξη που ο κ. Μανωλόπουλος αποδίδει τόσο στην αύξηση της παραγωγής όσο και στις οικονομίες κλίματος με που επιτεύχθηκαν μέσω των πτηνοτροφείων της. Εξάλλου, ο δανεισμός στα τέλη του 2025 είχε διαμορφωθεί σε €23 εκατ., παραμένοντας πολύ κοντά στα περυσινά επίπεδα.

DATA (σε €χιλ.)

Κύκλος Εργασιών

2024: 201.330

2023: 179.274

Μεταβολή: 12,3%

ΕΒΙΤ

2024: 21.246

2023: 10.543

Μεταβολή: 101,51%

Κέρδη προ φόρων

2024: 19.779

2023: 8.842

Μεταβολή: 123,69%



Θέμης Αμβροσιάδης, Director of Operations, Αμβροσιάδης Κοτόπουλα Ολύμπου

ΝΕΟ ΥΠΟΚΑΤΑΣΤΗΜΑ ΣΤΑ ΧΑΝΙΑ

Στα αξιοσημείωτα του 2025 το νέο υποκατάστημα στα Χανιά που ξεκίνησε να λειτουργεί στα τέλη της χρονιάς, όπως και οι αυξημένες κατά 40%-50% σε όρους τανάξ εξαγωγές, με βασικούς προρισμούς την Σλοβακία και την Πολωνία, παρά το γεγονός ότι εξακολουθούν να αντιπροσωπεύουν μονοψήφιο ποσοστό του συνολικού τζίρου. Παράλληλα, σύμφωνα με τον κ. Μανωλόπουλο, το 2025 η εταιρεία διεύρυνε τη συνεργασία με τα KFC η οποία αναμένεται να επεκταθεί περαιτέρω φέτος.

Γιάννης Τσατσάκης
yannis@notice.gr

• **REMY COINTREAU**

ΠΑΛΕΥΕΙ ΜΕ ΠΤΩΣΗ ΖΗΤΗΣΗΣ ΚΑΙ ΓΕΩΠΟΛΙΤΙΚΕΣ ΠΙΕΣΕΙΣ - ΣΕ ΚΡΙΣΗ Ο ΤΟΜΕΑΣ ΤΟΥ ΚΟΝΙΑΚ

Η Rémy Cointreau ανακοίνωσε θετικές ετήσιες πωλήσεις (σε οργανική βάση) για πρώτη φορά από το 2023, ωστόσο δεν κατάφερε να ανταποκριθεί στις προβλέψεις των αναλυτών, υπονομεύοντας τη δέσμευση του CEO, Franck Marilly, για έναρξη μιας "νέας εποχής" μέσα στη χρονιά.

Η εταιρεία, γνωστή για το κονιάκ Rémy Martin και το λικέρ Cointreau, κατέγραψε οργανική αύξηση πωλήσεων 0,2% σε ετήσια βάση, αποφεύγοντας οριακά τρίτη συνεχόμενη ετήσια πτώση, αλλά παραμένοντας κάτω από τις προσδοκίες της αγοράς.



Franck Marilly, CEO, Rémy Cointreau

DATA 2025-2026 (σε €εκστ.)

Πωλήσεις: 935,3 (+0,2%)

Κονιάκ: 573,6 (-0,5%)

Λικέρ και οινοπνευματώδη: 346,1 (+2,8%)

Συνεργαζόμενα brands: 15,6 (+22,4%)

DATA Οργανικές πωλήσεις

ανά γεωγραφική περιοχή

Αμερική: +7,2%

APAC: -4,3%

EMEA: -3,1%

ΟΙ ΔΕΣΜΕΥΣΕΙΣ ΤΟΥ CEO

Ο Marilly ανέλαβε CEO τον Ιούνιο, υποσχόμενος αναζωογόνηση της απόδοσης και μείωση της εξάρτησης της εταιρείας από τους οικονομικούς κύκλους, ακόμη και αν αυτό απαιτούσε μείωση τιμών στο κονιάκ για την αύξηση των όγκων πωλήσεων.

Αναμένεται να παρουσιάσει αναλυτικά τη στρατηγική του τον Ιούνιο. Είχε υποσχεθεί

ότι το 2026 θα αποτελέσει "νέα εποχή" για την Rémy κατά την παρουσίαση των αποτελεσμάτων εξαμήνου τον Νοέμβριο.

Η αύξηση του κόστους ζωής και οι δασμοί στις βασικές αγορές της εταιρείας, τις ΗΠΑ και την Κίνα, έχουν πλήξει σημαντικά την Rémy Cointreau.

Πιο πρόσφατα, ο πόλεμος στο Ιράν έχει διαταράξει τις πωλήσεις πολυτελών αλκοολούχων ποτών σε αεροδρόμια και απειλεί να μειώσει περαιτέρω τη ζήτηση, ενώ αυξάνει και το κόστος παραγωγής λόγω ακριβότερων πρώτων υλών όπως γυαλί, σιτηρά και άλλα υλικά.

ΟΙ ΕΠΙΔΟΣΕΙΣ ΔΕΝ ΑΛΛΑΖΟΥΝ ΤΟ ΑΦΗΓΗΜΑ

Ο αναλυτής Laurence Whyatt της Barclays δήλωσε ότι το δ' τρίμηνο εμφάνισε επιτάχυνση, αλλά αυτή οφείλεται κυρίως σε χρονικές επιδράσεις. "Συνολικά, αυτό ήταν ένα πιο αδύναμο αποτέλεσμα από το αναμενόμενο. Τα αποτελέσματα δεν αλλάζουν ουσιαστικά το ευρύτερο αφήγημα της μεταβλητότητας που οφείλεται στον χρονισμό και των ακόμη δύσκολων συνθηκών ζήτησης" τόνισε.

• **Debrief** •

“ΠΟΥ ‘ΝΑΙ Ο ΡΙΓΚΑΝ ΚΑΙ Η ΘΑΤΣΕΡ”

Έξαλλος, ο παιδικός, καλός φίλος. Ούτε ένας δεν γλίτωσε από τα πυρά του. Μικρός αυτός, άσχετος ο άλλος, αστείος ο τρίτος. Επιχείρηση έχει ο άνθρωπος, εισαγωγές κάνει, δεν θέλει να ακούει άλλο για διαταραχές σε εφοδιαστικές αλυσίδες, αυξήσεις κόστους, αβεβαιότητα κ.λπ. Και ποιος να του δώσει άδικο; Αφού όπως όλοι, παλεύει με τη μία μετά την άλλη κρίση, διαταραχή κ.ο.κ.

“Χάθηκαν ηγέτες σαν τον Ρίγκαν και την Θάτσερ”, κατέληξε, αφού πρώτα στόλισε έναν, έναν τους διεθνείς ηγέτες, για την ανεπάρκειά τους να βάλουν τέλος στη σημερινή, πολλαπλή ανακατωσούρα. Στη δική του σκέψη αρκεί ένας ηγέτης. Ο ηγέτης, εκείνος ο χαρισματικός άνθρωπος που με οξύνοια, αποφασιστικότητα και μαεστρικές κινήσεις που θα βάλει τα πάντα σε τάξη.

Η συζήτηση για την έλλειψη παγκόσμιων “ηγετών” στην εποχή μας τρεντάρει. Την ακούς στα social, σε παρέες, τη συναντάς ενί-

στε σε αρθρογραφία. Παίζει παντού. Αβάσιμη δεν την λες. Από την άλλη, όμως, τα πράγματα δεν είναι τόσο απλά.

Οι ηγέτες έρχονται στην επιφάνεια λόγω ανάγκης, συνθηζουμε να λέμε. Αυτό που ξεχνάμε, όμως, είναι ότι έρχονται στην επιφάνεια και ως αντανάκλαση των κοινωνιών τους. Οι σημερινές κοινωνίες είναι εξαιρετικά πιο πολύπλοκες από εκείνες του '80 και του '90. Άλλα ήθη, άλλες προτεραιότητες, άλλες οικονομικές παράμετροι, άλλα δημογραφικά χαρακτηριστικά.

Το δεύτερο είναι ότι σήμερα γίνονται πράγματα που δεν έχουν ξανασυμβεί. Όχι στη γενιά μας, στην ιστορία της ανθρωπότητας γενικά. Ένα μικρό, ενδεικτικό, παράδειγμα: Για αιώνες το ξενοδοχείο, ήταν ξενοδοχείο: ένα κτίριο με ιδιοκτήτη, δωμάτια και υπαλλήλους. Εδώ και κάμποσα χρόνια ο μεγαλύτερος, ή ένας από τους μεγαλύτερους, “ξενοδόχους” είναι ένα site, μια πλατφόρμα. Κάτι

πέραν κάθε φαντασίας στο γύρισμα της χιλιετίας. Αν βάλει κανείς κάτω τις αλλαγές που έχουν συμβεί τα τελευταία 20 – 25 χρόνια, θα διαπιστώσει ότι σε σύγκριση με το 1990 ζούμε σε άλλο... σύμπαν.

Προς, λοιπόν, υπεράσπιση των σημερινών ηγετών, η δουλειά τους σήμερα είναι πιο δύσκολη. Όχι, βέβαια, πως αυτό τους απαλλάσσει από τις ευθύνες τους και την απόλυτη υποχρέωση να είναι εργατικοί, κατηρητισμένοι και να ενεργούν πάντα προς όφελος των πολλών. Δεν ξέρω αν θα δούμε άλλον Ρίγκαν ή άλλη Θάτσερ, ή όποιον άλλον ηγέτη σύμφωνα με τις πολιτικές προτιμήσεις του κάθε ανθρώπου. Πάντως η αναζήτηση του φίλου για τον άνθρωπο που θα τα φτιάξει όλα με ένα μαγικό ραβδί, δεν βλέπω να έχει πολλές ελπίδες να ευοδωθεί. Άλλοι καιροί, άλλα ζητούμενα.

Γιάννης Παλιούρης
giannis@notice.gr

• ΟΜΙΛΟΣ MANTIS – ΕΨΑ ΣΥΝΕΡΓΑΣΙΑ ΓΙΑ ΔΙΑΝΟΜΗ ΚΑΙ ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ ΕΨΑ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ

Στρατηγική συνεργασία για τη διανομή και εμπορική ανάπτυξη των προϊόντων της ΕΨΑ στην ελληνική αγορά εγκαινιάζουν ο όμιλος Mantis και η ΕΨΑ, με έναρξη την 1η Μαΐου 2026, [επιβεβαιώνοντας σχετικό ρεπορτάζ του FnB Daily](#).

Στόχος της συνεργασίας είναι η ουσιαστική ενίσχυση της παρουσίας της ΕΨΑ στην Ελλάδα και η περαιτέρω ανάπτυξη των προϊόντων της.

Στο πλαίσιο της συμφωνίας, ο όμιλος Mantis αναλαμβάνει την αποκλειστική διανομή και προώθηση των προϊόντων της ΕΨΑ σε πανελλαδικό επίπεδο, με εξαίρεση σε πρώτη φάση τα δίκτυα των μεγάλων



αλυσίδων super markets και την περιοχή της Μαγνησίας.

Η συνεργασία αφορά την ολοκληρωμένη εμπορική διαχείριση και ανάπτυξη των προϊόντων ΕΨΑ στην ελληνική αγορά, με τον όμιλο Mantis να αναλαμβάνει την ανάπτυξη του δικτύου πωλήσεων και τη διανομή τους στα κανάλια HoReCa και impulse, καθώς και την ενίσχυση της παρουσίας τους στα σημεία πώλησης και την υποστήριξή τους μέσω ενεργειών προώθησης, αξιοποιώντας το εκτεταμένο πανελλαδικό του δίκτυο και την τεχνογνωσία του στον τομέα της εμπορικής ανάπτυξης

Business Maker

Ο ΠΙΕΡΡΑΚΑΚΗΣ ΣΤΗΝ ΜΕΛΙΣΣΑ ΚΑΙ ΤΟ ΜΗΝΥΜΑ ΠΙΣΩ ΑΠΟ ΤΗΝ ΕΠΙΣΚΕΨΗ

Υπάρχουν επισκέψεις που είναι τυπικές. Και υπάρχουν και εκείνες, που λένε κάτι περισσότερο για την κατεύθυνση της οικονομίας. Η παρουσία του Κυριάκου Πιερρακάκη στις εγκαταστάσεις της Melissa Kikizas, στην Λάρισα, ανήκει στη δεύτερη κατηγορία. Ο Αλέξανδρος Κίκιζας, με ανάρτηση στο LinkedIn, αφού ευχαρίστησε θερμά τον υπουργό Εθνικής Οικονομίας και Οικονομικών και Πρόεδρο του Eurogroup, δεν στάθηκε μόνο στην εικόνα.

Έδειξε την ουσία: Μια παραγωγική μονάδα, που έχει χτιστεί με συνέπεια, επενδύσεις και σαφή στόχευση. Όχι απλώς μια βιομηχανία

ζυμαρικών, αλλά ένα εξαγωγικό εργαλείο, το οποίο στηρίζεται στο ελληνικό σκληρό σιτάρι. Και εκεί βρίσκεται το πραγματικό μήνυμα. Η ανταγωνιστικότητα δεν είναι αφηρημένη έννοια. Χτίζεται στην πρώτη ύλη, στην τεχνολογία και –κυρίως– στη συνέχεια. Η Ακαδημία Σίτου και το Μουσείο Σίτου δεν είναι επικοινωνιακές κινήσεις. Είναι μέρος μιας στρατηγικής, που συνδέει τον παραγωγό με τη βιομηχανία.

Στο παρασκήνιο, όμως, η συζήτηση ήταν πιο ουσιαστική. Επενδύσεις, ενέργεια, κόστος παραγωγής και εξαγωγές βρέθηκαν στο τραπέζι. Η βιομηχανία ζητά σταθερότητα και

προβλεψιμότητα. Και η Πολιτεία φαίνεται να ακούει περισσότερο από ό,τι στο παρελθόν.

Το ενδιαφέρον, όμως, δεν είναι μόνο επιχειρηματικό. Είναι θεσμικό. Η επαφή με την Πολιτεία δείχνει ότι κάτι αλλάζει. Το ερώτημα είναι αν θα μείνει εκεί ή αν θα μεταφραστεί σε πολιτική. Γιατί η ελληνική παραγωγή δεν χρειάζεται μόνο αναγνώριση. Χρειάζεται συνέπεια, κίνητρα και σταθερό πλαίσιο. Και εκεί θα φανεί αν αυτές οι επισκέψεις έχουν ουσία ή απλώς συμβολισμό. Στην Λάρισα, πάντως, το μήνυμα ήταν καθαρό: Η παραγωγή υπάρχει, επενδύει και ζητά χώρο να αναπτυχθεί.

ΠΟΣΑ ΞΟΔΕΥΕΙ ΕΝΑΣ ΕΡΓΑΖΟΜΕΝΟΣ ΓΙΑ ΚΑΦΕ ΤΗΝ ΗΜΕΡΑ

Υπάρχουν μικρές αλλαγές, που κρύβουν μεγάλες μετατοπίσεις. Μία από αυτές συμβαίνει καθημερινά, στο πιο απλό σημείο κατανάλωσης: Τον καφέ. Τα στοιχεία δείχνουν κάτι απλό, αλλά αποκαλυπτικό. Σύμφωνα με τον Διευθυντή Εργοστασίου της Coffee Island στην Πάτρα, Δημήτρη Βόρρη, ένας εργαζόμενος με βασικό μισθό ξοδεύει €7 με €10 την ημέρα για καφέ και φαγητό. Δεν είναι μικρό ποσό. Και κυρίως, όπως λέει, δεν είναι χαλαρό έξοδο. Γιατί αυτά τα χρήματα δεν χαρίζονται, ξοδεύονται συνειδητά... και στοχευμένα.

Και εδώ μπαίνει η νέα γενιά. Η Gen Z δεν λειτουργεί όπως οι προηγούμενες. Δεν πίνει καφέ από συνήθεια. Δεν πίνει καφέ επειδή έτσι γίνεται. Πίνει – αν πει – κάτι που της ταιριάζει. Και συχνά αυτό δεν είναι καν καφές. Χυμοί, εναλλακτικά ροφήματα, διαφορετικές εμπειρίες. Η κατανάλωση μετατοπίζεται. Αυτό αλλάζει τα πάντα, όπως αναφέρουν στη στήλη παράγοντες της αγοράς. Από το product mix μέχρι το positioning των αλυσίδων.

Γιατί όταν ο καφές παύει να είναι δεδομένος, γίνεται επιλογή. Και όταν γίνεται επιλο-

γή, πρέπει να δικαιολογήσει την τιμή του. Η αγορά δεν έχει ακόμη προσαρμοστεί πλήρως. Πολλοί συνεχίζουν να επενδύουν σε όγκο. Αλλά το παιχνίδι αλλάζει. Η νέα γενιά δεν αγοράζει απλώς προϊόν. Αγοράζει εμπειρία, ταυτότητα και – κυρίως – λόγο.

Και αυτό σημαίνει ότι οι επόμενοι νικητές δεν θα είναι απαραίτητα οι μεγαλύτεροι. Θα είναι αυτοί που καταλαβαίνουν καλύτερα τον καταναλωτή. Το επόμενο βήμα θα είναι η προσαρμογή. Όχι μόνο στα προϊόντα, αλλά και στο αφήγημα. Γιατί η Gen Z δεν αγοράζει συνήθεια. Αγοράζει επιλογή.

Business Insight

JUMBO - CITI: ΑΠΟ ΤΗ ΣΧΕΣΗ ΣΤΟΝ ΧΩΡΙΣΜΟ ΚΑΙ ΤΑ ΕΚΑΤΕΡΩΘΕΝ... ΚΑΡΦΙΑ

Με αφορμή την **αμφίσημη κατάσταση, όπως εξελίσσεται, μεταξύ Jumbo και Citi** το σημαντικό insight μας. Θεωρώντας πως πρέπει να ξεκινήσω από την **απάντηση του Απόστολου Βακάκη** σε ερώτηση αναλυτή για τον χρόνο παραμονής του στο τιμόνι της εταιρείας-δημιούργημα του, **“Καλή ερώτηση, αλλά αυτό θα πρέπει να ρωτήσετε τον Θεό. Δεν σκοπεύω να συνταξιοδοτηθώ. Θα με βγάλουν από την εταιρεία μόνο... με τα πόδια πρώτα”**. Αναφέρω 2-3 λεπτομέρειες χρήσιμες για την κατανόηση της ειδικής σχέσης του sui generis επιχειρηματία με τον αμερικανικό οίκο (αλλά και ευρύτερα με την επενδυτική κοινότητα). **Τα έσοδα του Απόστολου Βακάκη από το placement για το 3% της εισηγμένης (Μάιος 2024) ανήλθαν σε περίπου €110 εκατ.** (τιμή διάθεσης στα €27,20), ενώ την **τελευταία τετραετία μέσω τριών διαθέσεων μειοψηφικών μεριδίων έχει αποκομίσει περί τα €257 εκατ.** Ανατρέχοντας δε σε παλαιότερη δήλωση του (σε στενό συνεργάτη του), για να θυμίσω ότι **στρατηγική του ήταν (και είναι) η συμμετοχή του βάσει της χρηματιστηριακής αξίας της.** Δηλαδή, την εποχή αυτής της τοποθέτησης η αποτίμηση της εταιρείας ήταν στα περίπου €2 δισ. (δηλαδή διέθετε σχεδόν το 25% του μ.κ.) σήμερα στα €3,16 δισ. το ποσοστό του είναι περίπου στο 16,5% του μ.κ. Κοινός τόπος στην κοινότητα η ιδιαιτερότητα των σχέσεων με τραπεζικούς/επενδυτικούς οίκους, άλλοτε ζεστές κι άλλοτε ψυχρές, ενίοτε με μακροχρόνιες περιόδους συμμετοχής στο μ.κ. (Fidelity, Capital, e.t.c), άλλοτε με διακυμάνσεις και σπανιότερα με ρήξεις. **Το 2023 ήταν χρονιά-ρεκόρ με θεαματική αύξηση κερδών 21,88% φθάνοντας στα €303**

εκατ. (καθαρά κέρδη). Με αυτόν τον ιολογισμό προχωρά, μέσω της Tanocerian Maritime σε διάθεση μικρού μειοψηφικού ποσοστού. Η εν λόγω ελέγχεται πλήρως από τον ίδιο και δραστηριοποιείται κυρίως στον χρηματοπιστωτικό τομέα και στον τομέα των ακινήτων. Αρχικά είχε ανακοινωθεί placement για το 1,5% ποσοστό που άλλαξε σε 3%, αλλά με την προσφορά των μετοχών να γίνεται σε τιμές αισθητά χαμηλότερες, μάλιστα το discount του 9,33% είχε (πολύ) συζητηθεί, τότε στην κοινότητα. **Και ερχόμαστε αρχές 2026, που η Citi με έκθεση της προχώρησε σε υποβάθμιση της στοχοθεσίας κατά €5, για τη μετοχή,** κούρεμα που είχε κάνει αίσθηση καθώς συνοδεύτηκε από έντονη επιφύλαξη των αναλυτών του οίκου για την “επαναληψιμότητα” των μεγεθών της, καθώς σε αγορές με ισχυρή παρουσία της ελληνικής πολυεθνικής, αναπτύσσονταν φιλόδοξοι ανταγωνιστές. **Η επιφυλακτικότητα της Citi αφορούσε συγκεκριμένα στην είσοδο της Action στην αγορά της Ρουμανίας.** Σημαντικός hard discounter ο ολλανδικών συμφερόντων όμιλος (αλλά με το αγγλικό fund 3i να ελέγχει πλειοψηφικό ποσοστό). Επιπλέον η Citi στην έκθεση “καταπέλτη” (της 15/1/2026) **συμπεριλάμβανε την είσοδο της τουρκικής Trendyol σε Ρουμανία και Ελλάδα.** Χρηματιστηριακά το... τσεκούρι της Citi είχε ως συνέπεια αναταράξεις στο χρηματιστηριακό ταμπλό, με την τιμή από τα €27,70 (12/1) να διορθώνεται έως τα €24,80 (27/1) απόρροια αυξημένων ρευστοποιήσεων (που είχαν αποδοθεί σε ξένα funds). **Τότε - μέσα Ιανουαρίου - είχε κυκλοφορήσει σε χρηματιστηριακά/επενδυτικά γραφεία πως ο λόγος πίσω από την αρνητική θέση της**

Citi ήταν η απόφαση του Απόστολου Βακάκη να διακόψει συνεργασία που είχε η Jumbo με τον αμερικανικό οίκο. Αφορμή, είχε λεχθεί ότι ήταν η δυσaréσκεια του για τον χειρισμό (της Citi) σε placement που είχε προηγηθεί. Στο talk of the town θέμα της σχέσης Jumbo-Citi και του χωρισμού των δύο πλευρών, δεν δόθηκε συνέχεια. Μέχρι που η Citi επανήλθε επαναδιατυπώνοντας επιφυλάξεις, αυτή την φορά για την διατηρησιμότητα των περιθωρίων κέρδους. Ωστόσο, η πειστικότερη απάντηση είχε δοθεί με την ανακοίνωση μεγεθών 2025: πωλήσεις €1,23 δισ., ταμείο €473 εκατ., απουσία δανείων, καθαρά κέρδη €320 εκατ. και ιδιότητα καταστήματα τα 7 στα 10. Συμφωνεί/διαφωνεί κάποιος με τον Βακάκη, δεν μπορεί να παραβλέψει την... ιδιαιτερότητα του- ως προσωπικότητα, επιχειρηματία και βασικού μετόχου όπως και του... αντιτουριστικού χαρακτήρα του. Ωστόσο, στην **τελευταία ενημέρωση των αναλυτών, σήκωσε το γάντι που έριξε η Citi αφήνοντας σαφείς αιχμές για ορισμένους αναλυτές οι οποίοι, όπως είπε, επιθυμούν να προωθήσουν άλλες εταιρείες.** Κατά τον βασικό μέτοχο και επικεφαλής της Jumbo, αυτό είναι δικαίωμά τους. Μόνο που το καρφί αυτή την φορά ήταν στοχευμένο, υπονοώντας αυτό που κυκλοφορεί σε επενδυτικούς κύκλους πως, θυγατρικά χαρτοφυλάκια της Citi έχουν μετοχικές θέσεις στον ανταγωνιστή hard discounter Action. **Εύλογη η απορία στην κοινότητα, εάν τα... χτυπήματα της Citi θα τριτώσουν με την επόμενη ανακοίνωση μεγεθών (Q1/2026),** αν και η επίτευξη θεαματικών αποτελεσμάτων 2025 ήταν η πειστικότερη απάντηση, στο δεύτερο χτύπημα του αμερικανικού οίκου.



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**

SECRETRECIPE

Την έκανε αλά... Τσίπρας

Τη μία μέρα, έλεγε σε όλη την αγορά ότι ξέρει τί παίζει με το συγκεκριμένο στόρο. Βιάστηκε, βλέπετε, να βγάλει συμπέρασμα και να κρίνει, αφού δεν έχει πρόσβαση εκεί, που πρέπει, στην πιάτσα. Έφτασε, μάλιστα, στο σημείο να κατηγορεί - εμμέσως πλην σαφώς - άλλους για σπέκουλα. Την επόμενη μέρα, όμως, όταν κατάλαβε τί ακριβώς είχε συμβεί και πως τα είχε μάθει όλα λάθος, την έκανε αλά... Τσίπρας. Καταλάβατε τί εννοώ. #Kolotouba

SÖ POSH!
the trendletter

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

**Κάθε Σάββατο
στις 9.30**

ΤΟ ΕΒΔΟΜΑΔΙΑΙΟ NEWSLETTER

ΓΙΝΕ ΣΥΝΔΡΟΜΗΤΗΣ ΕΔΩ

Editorial

Αναστολή ευθύνης

Αργά το βράδυ της περασμένης Τετάρτης, το υπουργείο Περιβάλλοντος κατέθεσε τροπολογία, σύμφωνα με την οποία αναστέλλεται η δόμηση σε όλες τις εκτός σχεδίου περιοχές της Μήλου και παγώνουν οι οικοδομικές εργασίες στη βορειοανατολική ακτή του νησιού έως το τέλος της χρονιάς. Προσέξτε!

Η αναστολή αυτή περιλαμβάνει περιοχές, όπου ήδη έχουν διακοπεί οι εργασίες κατασκευής μεμονωμένων ξενοδοχείων είτε μετά από προσφυγές, είτε με εντολή του υπουργείου.

Γιατί συμβαίνει αυτό; Όπως αναφέρεται στην τροπολογία, η αναστολή εργασιών και έκδοσης νέων αδειών επιβάλλεται από το υπουργείο Ενέργειας ενόψει της εκπόνησης του Ειδικού Πολεοδομικού Σχεδίου του νησιού. Και πάμε παρακάτω:

Η αιτιολογική έκθεση της τροπολογίας αναφέρει ότι η αναστολή επιβάλλεται για να αντιμετωπιστεί "η δημιουργία τετελεσμένων στον πολεοδομικό σχεδιασμό και η πρόκληση ανεπανόρθωτης βλάβης στον μοναδικό γεωλογικό σχηματισμό της περιοχής". Μάλιστα.

Πότε κατατέθηκε η τροπολογία; Σχεδόν ένα χρόνο μετά από την αποκάλυψη της κατασκευής ξενοδοχείου δίπλα στο Σαρακηνικό κι ενώ είχαν δοθεί άδειες και είχε αρχίσει να δρομολογείται η κατασκευή πάνω από 50 ξενοδοχείων στην εκτός σχεδίου περιοχή του νησιού.

Πρόκειται για άδειες, για τις οποίες -

όπως διαβάζω στην Καθημερινή - το υπουργείο Περιβάλλοντος δεν έχει ζητήσει τον επανέλεγχο των αδειών, παρά το γεγονός - σύμφωνα με το ίδιο ρεπορτάζ - ότι η Πολεοδομία Μήλου "έδινε κατά κόρον όρους δόμησης σε οικόπεδα που δεν πληρούν τις προϋποθέσεις της νομοθεσίας". Λεπτομέρειες θα μου πείτε. Σωστά.

Άλλωστε, ενδιαφέρει κανέναν η οικονομική ζημιά, που υφίστανται οι επιχειρηματίες, οι οποίοι πήραν άδεια για να χτίσουν; Ασφαλώς και όχι.

Άλλωστε, ενδιαφέρει κανέναν να ψάξει να βρει τον υπεύθυνο στην Πολεοδομία και σε οποιαδήποτε άλλη υπηρεσία, που ενέκρινε άδειες σε οικόπεδα, που δεν πληρούν τις προϋποθέσεις της νομοθεσίας (αν όντως ισχύει αυτό - που προφανώς ισχύει για να κατατίθεται αυτή η τροπολογία);

Ασφαλώς και όχι. Και, στο τέλος της ημέρας, ενδιαφέρει κανέναν να λύσει οριστικά το θέμα της διαφοράς ταχύτητας και προσέγγισης μεταξύ υπηρεσιών του ίδιου Κράτους, ώστε και να αποφεύγονται περιεργές αδειοδοτήσεις και να μπορεί ένας πολίτης, ένας επενδυτής, ένας επιχειρηματίας να κάνει σωστά τον προγραμματισμό του; Ασφαλώς και όχι.

Τί επιλέγεται; Μια τροπολογία προσωρινής αναστολής αδειών και κατασκευών. Μέχρι την επόμενη. Τόσο απλά.

Νεκτάριος Β. Νώτης
nectarios@notice.gr