

# NOYNOY®

## Protein Cheese

# Τα μεγάλα νέα έρχονται με δύναμη!

**NEO**



με γάλα  
ΤΟΥΣΤΑΚΙΑ  
τώρα και  
**Protein**



Για περισσότερες  
πληροφορίες  
σκάναρε εδώ

Το νέο **NOYNOY Protein Cheese** ήρθε για να στηρίξει το γεμάτο πρόγραμμα της οικογένειας και όλων μας, δίνοντάς μας τη **δύναμη** και τη **θρεπτικότητα** που χρειαζόμαστε καθημερινά!

**Πλούσιο σε πρωτεΐνη από τη φύση του, γιατί 1 φέτα φτιάχνεται από 1,5 ποτήρι φρέσκο αγελαδινό γάλα χαμηλών λιπαρών.**

**Με 57g πρωτεΐνης\* και μόνο 10% λιπαρά. Και φυσικά με την πλούσια γεύση NOYNOY!**

\*ανά συσκευασία 180g

Διαθέσιμο στον πάγκο κοπής & σε συσκευασία φετών 180g



# 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

ΠΕΜΠΤΗ 21 ΜΑΪΟΥ 2026  
ΤΕΥΧΟΣ 2329

ΕΝΘΕΤΟ  **FNB SERVED DAILY.**  
Food for thought... every day!



## • IRIDA

Πωλήσεις €244 εκατ. με EBITDA €52,7 εκατ. το 2025  
- Οι επενδύσεις που σχεδιάζει η Γαλαξίδι



## • MAILO'S

Τα σχέδια για νέα καταστήματα σε Ελλάδα  
και το άνοιγμα στην Γερμανία



## • ΟΙΝΟΠΟΙΕΙΑ ΜΠΟΥΤΑΡΗ

Ενισχύει τις εξαγωγές με το Ροζέ Μοσχοφίλερο  
- Σε ποιες αγορές τοποθετήθηκε



## • ΠΟΤΟΠΟΙΙΑ ΚΑΡΔΑΣΗ

Η επιστροφή στις ΗΠΑ και το στοίχημα  
για εξαγωγές στο 20% του τζίρου

## Editorial

Κρίμα

## Debrief

Θέμα εισόδων ή εξόδων;

### Business Insight

Ελλάκτωρ: Η αποεπένδυση της Motor Oil οδηγεί σε δημόσια πρόταση

### Business Maker

- Quiz: Ο συνταξιούχος μεγαλο-επιχειρηματίας των 3.000 ευρώ!
- Τα προϊόντα που έχουν στοχοποιηθεί (άδικα) για την ακρίβεια

### SecretRecipe

Σε θέση ετοιμότητας...



# 24<sup>th</sup> CFO Forum

## The CFO Shift: Tech. Talent. Transformation.

### ► Announcing 2<sup>nd</sup> Round of Speakers

 Κiriakos Perrotakis Υπουργός Έθνους, Οικονομίας και Οικονομικών	 Bruce Whitfield Best-selling author, Award-winning Journalist, Renowned business speaker	 Tim Marshall Journalist & broadcaster, bestselling author on international affairs	 Konstantinos Agalianos Head of Finance Business Development, SAP Hellas, Cyprus and Malta	 Γιάννης Αϊδίνης Head of D&S, Metabank Systems S.A.	 Lia Bayeva Chief Financial Officer, BOX NOW	 Ελένη Βαριαντή Senior Manager, Trade Credit & Surety, Howden Hellas	 Αλέξανδρος Βαλδής Partner, Audit, KPMG στην Ελλάδα	 Πέπη Βαλιάντου Partner & Head of People, People Services, Advisory, KPMG στην Ελλάδα	 Δημήτρης Θιδέκας Partner, Eikonos Capital AIFM
 Αίγλη Βουτσίου Διευθύντρια Τεχνολογίας, Φαρμάκων & Ασφαγίων, Αφάρ, ZEB	 Nikolaos Giannopoulos Γενικός Οικονομικός Διευθυντής, OMD A.E.	 Nikos Dimitrakis Partner, Head of Management Consulting, KPMG στην Ελλάδα	 Dimitris Diamantopoulos Partner, Technology and Transformation, KPMG στην Ελλάδα	 Kiriaki Euphrasio Partner, Deal Advisory, Head of Real Estate, KPMG στην Ελλάδα	 Eva Mihalaki Finance Director, Iliaki Hellas S.A.	 Maria Theodoridou Procurement & Corporate Governance Director & Bid Secretary, EDECO Member, Foitis Group of Companies	 Φωτεινή Ιωάννου Group CFO, Mellen	 Konstantinos Kollianos Partner, Technology and Transformation, KPMG στην Ελλάδα	 Marina Kapetanaki Senior Partner, KPMG στην Ελλάδα
 Ανδριάνα Κάρπου Partner, Audit, KPMG στην Ελλάδα	 Michalis Kouveliotis Deputy CFO, Aegean Airlines	 Rena Kiriakou Director, Human Resources, Director, Οργαν. Επιχειρηματων Συνομιλιών	 Vasiliki Asparakou Principal, Financial Κοινωνική	 Tassou Anastasiou Οικονομική Διευθύντρια Ομίλου, Μέλος Επιτελεστικού Επιπέδου	 Nikos Malinouris Senior Partner, SME/entrepreneur	 Nikos Maniatis Head of Technology and Transformation, KPMG στην Ελλάδα	 Eleni Mpanoukaki Partner, Halcrow Equity Partners	 Vasiliki Moutouza CFO, Fiprot Greece	 Aspirina Marmaritsaki Managing Director & President of the Board, Addive Greece, Cyprus & Malta
 Maria Mpanoukaki Διευθύντρια, Προστασία	 Alexandros Mitropoulos CFO, Century Housing	 Giorgos Mourafis Director, Head of Corporate Transaction Banking at Corporate & Investment Banking, National Bank of Greece	 Alexandra Papanicolaou Partner, Deal Advisory, KPMG στην Ελλάδα	 Ioannis Panoulas CFO, Olympia Group	 Nikos Papanikolaou Head of Strategy, Epsilon	 Giannis Papatheodorou CEO, Greenhouse S.A.	 Alexandra Papatheodorou Partner, Transformation & Operations, KPMG στην Ελλάδα	 Dimitris Porfiris Group CFO, THEON International	 Maria Papanicolaou CFO, ENTEHOUSTONE
 Stavros Pitarou CFO, Ethniki Ασφαλιστική	 Giorgos Politis Partner, Tax, KPMG στην Ελλάδα	 Sofia Polidouratou Chief Financial Officer, OFTMA Group	 Giorgos Roussos Chief Financial Officer, Kosmos	 Nikos Simitopoulos Anchor Media TV, Financial Journalist TO BIMA - OT GR	 Katerina Spilioti CEO, Neoi Greece	 Anastasia Stathi Αντιπρόεδρος της Επιτροπής Παρακολούθησης και Πρόεδρος του Συνεργειακού Κινηματός Εφαρμογής Επινοητικών Υπηρεσιών	 Stavros Stathi Γενικός Διευθυντής Οικονομικών & Εφορολογικών Αλλαγών (ΕΥΑΛ) Α.Ε.	 Christos Stathi Commercial Manager, ENTERESFTONE, IMPACT	 Agielios Tsoukalas Chief Financial Officer, Gest.ly
 Giorgos Tsoulfas CFO, Helios Gold	 Vasiliki Tsipras Group CFO, HELLENIC ENERGY HOLDINGS S.A.	 Nikos Filippidis Διευθύντρια, Οικονομικός Ασφαγίων, Ομάδα, Διευθύντρια παραμετρικά Η ΚΑΘΗΜΕΡΙΝΗ	 Ely Frangaki Διευθύντρια	 Niki Fotiou Chief Financial Officer, Hesperia	 Nikolaos Kalitri Finance Director, Ελλάδα, αρχικά, τοχέι με τα τα χρόνια της Βύρως, Εργασίας, Μεταβίβασης και Αντιπρόεδρος ΔΣ Ελλάδος	 Anastasia Chalkiadaki CEO, Destination One	 Giannis Kaptsis Πρόεδρος του ΔΣ, Τεχνολογία Οικονομικών, εργαζομένων (ΠΟΕ) και Α Αντιπρόεδρος, Συνδυασμός Ελληνικών Τοπικών Επιχειρησεων (ΕΕΤΕ)	 Nikos Xanthis Deputy General Manager & CFO, Vopad Polytechnic Systems	

Register Now Τρίτη 9 Ιουνίου 2026 Asteria Glyfada DOMUS

#CFOForum



ΓΕΜΗ 003467701003  
© 2024 KPMG Δεδομένα Μεταβίβασης Α.Ε. - Ελληνική Νόμιμη Επιχείρηση και μέλος του διεθνούς οργανισμού ανεξάρτητων εταιρειών-μέλων της KPMG συνδεδεμένων με την KPMG International Limited, διεθνώς ληξιπάρχη εταιρεία περιορισμένης ευθύνης με εγγεγραμμένη νομότητα. Με την επιφύλαξη κάθε δικαιώματος. Το όνομα και το λογότυπο της KPMG είναι εμπορικά σήματα που χρησιμοποιούνται με άδεια του διεθνούς οργανισμού της KPMG από τις ανεξάρτητες εταιρείες μέλη.

Platinum Sponsor



Distinguished Sponsors

Sponsors



Mobility Partner



Supporter



Under the auspices of



With the support of



Media Partner



KPMG supports



Media Sponsors

• IRIDA

# ΠΩΛΗΣΕΙΣ €244 ΕΚΑΤ. ΜΕ ΕΒΙΤΔΑ €52,7 ΕΚΑΤ. ΤΟ 2025 - ΟΙ ΕΠΕΝΔΥΣΕΙΣ ΠΟΥ ΣΧΕΔΙΑΖΕΙ Η ΓΑΛΑΞΙΔΙ

Αύξηση 12,56% εμφάνισε πέρυσι ο κύκλος εργασιών του ομίλου Irida.

Η Έκτακτη Γενική Συνέλευση των Μετόχων που πραγματοποιήθηκε στις 20 Μαρτίου 2026, αποφάσισε την έκτακτη διανομή μερίσματος συνολικού ποσού €15 εκατ.

**DATA Irida (σε €χιλ.)**

<u>Κύκλος Εργασιών</u>	<u>Μεικτό αποτέλεσμα</u>	
2025: 243.918	2025: 59.578	
2024: 216.700	2024: 33.874	
2023: 179.080	2023: 27.854	
<u>ΕΒΙΤΔΑ</u>	<u>Κέρδη προ φόρων</u>	<u>Καθαρά κέρδη</u>
2025: 52.698	2025: 43.781	2025: 34.180
2024: 28.962	2024: 17.274	2024: 13.295
2023: 24.239	2023: 17.533	2023: 33.768



Νίκος Παπαιωάννου, Πρόεδρος ΔΣ, Irida



**ΠΡΟΟΠΤΙΚΕΣ**

Καθώς η σύγκρουση Ρωσίας-Ουκρανίας και τα γεγονότα στην Μέση Ανατολή είναι σε εξέλιξη, οι επιπτώσεις στις τιμές της ενέργειας και των πρώτων υλών συνεχίζονται, δημιουργώντας έντονες πληθωριστικές πιέσεις οι οποίες θα εξαρτηθούν από τη διάρκεια των συγκρούσεων, την τελική τους έκβαση και τις αποφάσεις δημοσιονομικής και νομισματικής πολιτικής σε ευρωπαϊκό επίπεδο.

Όπως αναφέρεται στις τελευταίες χρηματοοικονομικές καταστάσεις, "η διοίκηση του ομίλου παρακολουθεί στενά τις εξελίξεις και λαμβάνει αναγκαία μέτρα προκειμένου να διασφαλιστεί η επιχειρηματική συνέχεια με γνώμονα την υψηλή επιπέδου παροχή προϊόντων και υπηρεσιών στους πελάτες αλλά και τη διασφάλιση των θέσεων εργασίας με προσαρμογή των αμοιβών ώστε να αντιμετωπισθεί η απώλεια εισοδήματος λόγω του υψηλού πληθωρισμού".

**ΓΑΛΑΞΙΔΙ**

Ειδικότερα σε ό,τι αφορά την θυγατρική του ομίλου, Γαλαξίδι Θαλάσσιες Καλλιέργειες, οι συνολικές πωλήσεις ανήλθαν πέρυσι σε €110,17 εκατ. παρουσιάζοντας αύξηση άνω του 30%. Παράλληλα, τα καθαρά κέρδη... εκτοξεύθηκαν στα επίπεδα των €18,12 εκατ. από €1,92 εκατ. το 2024. Σύμφωνα με το επιχειρηματικό σχέδιο και τον ετήσιο προϋπολογισμό του ομίλου Γαλαξίδι, στην τρέχουσα χρήση αναμένεται ποσοτική αύξηση στην παραγωγή περίπου έως 4%, λόγω βελτίωσης των βιολογικών αποτελεσμάτων, ενώ παράλληλα εκτιμάται ότι οι τιμές πώλησης του ετοιμού προϊόντος

θα παρουσιάσουν επίσης αύξηση, λόγω κυρίως της μείωσης των διαθέσιμων αποθεμάτων προϊόντων ιχθυοκαλλιέργειας στην Τουρκία. Πέρυσι η μέση τιμή της αναλωθείσας ιχθυοτροφής στην παραγωγή, που αποτελεί σημαντική δαπάνη, παρουσίασε μείωση κατά 6,93% έναντι της αντίστοιχης μέσης τιμής του 2024, ενώ η μέση τιμή πώλησης ετοιμού προϊόντος σημείωσε μικρή αύξηση.

**DATA Γαλαξίδι (σε €χιλ.)**

<u>Κύκλος Εργασιών</u>	<u>Αποτέλεσμα προ φόρων</u>	
2025: 110.173	2025: 22.972	
2024: 84.319	2024: 2.492	
2023: 79.948	2023: (3.296)	
<u>Μεικτό αποτέλεσμα</u>	<u>Αποτέλεσμα μετά από φόρους</u>	
2025: 29.670	2025: 18.121	
2024: 9.032	2024: 1.923	
2023: 2.482	2023: (2.573)	

**ΕΚΤΟΣ ΕΛΛΑΔΑΣ ΑΝΩ ΤΟΥ 90% ΤΩΝ ΠΩΛΗΣΕΩΝ**

Το τελικό προϊόν εξάγεται σε ποσοστό άνω του 90% στο εξωτερικό, κυρίως σε Ισπανία, Γαλ-

λία και Ιταλία.

Οι κύριοι πελάτες της εταιρείας είναι μεγάλοι επώνυμοι χονδρέμποροι του εξωτερικού, οι οποίοι διαθέτουν ισχυρά δίκτυα διανομής, με αποτέλεσμα τη διατήρηση του πελατολογίου της. Δύο πελάτες της αντιπροσώπευαν πέρυσι πάνω από το 64,76% των πωλήσεων, ήτοι €71,35 εκατ.

Οι πωλήσεις ανά γεωγραφική περιοχή (σε €χιλ.) - 2025

- Ισπανία: 81.544
- Ελλάδα: 9.774
- Γαλλία: 7.941
- Ιταλία: 6.042
- Ελβετία: 769
- Άλλες χώρες εντός Ε.Ε.: 2.566
- Τρίτες χώρες: 607

**ΕΠΕΝΔΥΣΕΙΣ**

Εντός του 2025, η Γαλαξίδι προχώρησε στην υποβολή φακέλων νέων επενδυτικών σχεδίων τα οποία αφορούν επενδύσεις στον νομό Φωκίδας και πιο συγκεκριμένα σε:

- Εκσυγχρονισμό της πλωτής μονάδας εκτροφής Θαλάσσιων Μεσογειακών Ιχθύων στο Ακρωτήριο Πούντα, μια επένδυση ύψους €1,09 εκατ.
  - Εκσυγχρονισμό της πλωτής μονάδας εκτροφής Θαλάσσιων Μεσογειακών Ιχθύων, στον όρμο Ανδρομάχη, μια επένδυση της τάξης των €3,07 εκατ.
  - Αύξηση της εγκεκριμένης δυναμικότητας μονάδας συσκευασίας και επεξεργασίας νωπών αλιευμάτων και εκσυγχρονισμός αυτής, στη θέση Βακλάθρα, μια επένδυση με κόστος €764,2 χιλ.
  - Μετατόπιση και επέκταση πλωτής μονάδας εκτροφής Θαλάσσιων Μεσογειακών Ιχθύων, αύξηση της ετήσιας δυναμικότητας και εκσυγχρονισμός των πλωτών εγκαταστάσεων αυτής, στη θέση "Νότια ακρωτηρίου Τράχηλος". Το κόστος της επένδυσης ανέρχεται σε €3,935 εκατ.
  - Ίδρυση πλωτής μονάδας εκτροφής Θαλάσσιων Μεσογειακών Ιχθύων, στη θέση "Ακρωτήριο Άγιος Πάγκαλος". Το κόστος της επένδυσης ανέρχεται σε €3,987 εκατ.
- Τέλος στη θέση "Λιμανάκι" του Δήμου Λεβαδέων, υπάρχει επενδυτικό πλάνο ύψους €2,13 εκατ. το οποίο αφορά σε εκσυγχρονισμό της πλωτής μονάδας εκτροφής Θαλάσσιων Μεσογειακών Ιχθύων.

Μάκης Αποστόλου  
[makis@notice.gr](mailto:makis@notice.gr)

• ΟΙΝΟΠΟΙΕΙΑ ΜΠΟΥΤΑΡΗ  
**ΕΝΙΣΧΥΕΙ ΤΙΣ ΕΞΑΓΩΓΕΣ  
ΜΕ ΤΟ ΡΟΖΕ ΜΟΣΧΟΦΙΛΕΡΟ  
- ΣΕ ΠΟΙΕΣ ΑΓΟΡΕΣ ΤΟΠΟΘΕΤΗΘΗΚΕ**

Η Boutari ενισχύει περαιτέρω την εξαγωγική της παρουσία, με το νέο ροζέ κρασί από Μοσχοφίλερο να έχει ήδη τοποθετηθεί σε αγορές όπως η Κύπρος, η Γερμανία, το Βέλγιο και η Λετονία, ενώ δρομολογείται η ανάπτυξη του στο Ηνωμένο Βασίλειο και στις Ηνωμένες Πολιτείες.

Σύμφωνα με τη διοίκηση, οι εξαγωγές αντιστοιχούν περίπου στο 33% του συνολικού κύκλου εργασιών της εταιρείας, με τη διεθνή δραστηριότητα να καταγράφει σταθερή ανάπτυξη τα τελευταία χρόνια.

Η εταιρεία δραστηριοποιείται πλέον σε 52 χώρες, αξιοποιώντας τόσο τη διεθνή αναγνωρισιμότητα του brand, όσο και τη συνολική ενίσχυση της εικόνας του ελληνικού κρασιού στις αγορές του εξωτερικού. Η στρατηγική ανάπτυξης επικεντρώνεται σε προϊόντα που ανταποκρίνονται στις σύγχρονες καταναλωτικές τάσεις, με έμφαση σε κρασιά χαμηλότερου αλκοολικού βαθμού και αυξημένης ευκολίας κατανάλωσης.

**ΕΝΙΣΧΥΣΗ ΕΞΑΓΩΓΙΚΟΥ PORTFOLIO**

Στο πλαίσιο αυτής της στρατηγικής, η Boutari παρουσίασε το νέο ροζέ κρασί από Μοσχοφίλερο, ενισχύοντας τη συνολική ανάπτυξη της κατηγορίας των ροζέ οίνων. Όπως επισημάνθηκε από τα στελέχη της εταιρείας, οι μεταβολές στις κλιματικές συνθήκες, οι νέοι κλώνοι της ποικιλίας και οι σύγχρονες καλλιεργητικές πρακτικές επιτρέπουν πλέον την παραγωγή πιο σταθερών και ποιοτικών ροζέ κρασιών από Μοσχοφίλερο.

**Ο ΑΜΠΕΛΩΝΑΣ ΣΤΗΝ ΜΑΝΤΙΝΕΙΑ**

Η παρουσίαση πραγματοποιήθηκε στους αμπελώνες της εταιρείας στην Μαντινεία, όπου στελέχη της Boutari και του ομίλου Ελ-

ληνικά Οινοποιεία ανέδειξαν τη σημασία της περιοχής για την ελληνική οινοπαραγωγή. Ο αμπελώνας της εταιρείας θεωρείται ένας από τους ιστορικότερους της ζώνης, καθώς από τα μοσχεύματά του δημιουργήθηκαν στο παρελθόν αμπελώνες σε γειτονικές περιοχές της Μαντινείας. Η ζώνη συγκαταλέγεται στις πρώτες αναγνωρισμένες αμπελουργικές περιοχές της Ελλάδας, με το Μοσχοφίλερο να αποτελεί την κυρίαρχη ποικιλία.

Η εταιρεία διαθέτει ενιαίο βιολογικό αμπελώνα περίπου 200 στρεμμάτων, σε υψόμετρο 620 έως 720 μέτρων. Οι καλλιέργειες ακολουθούν πρακτικές βιολογικής γεωργίας με στοιχεία βιοδυναμικής προσέγγισης, ενώ τα αμπέλια είναι ξηρικά και φυτεμένα σε καλά στραγγιζόμενα εδάφη.

**ΟΙ ΠΡΟΚΛΗΣΕΙΣ ΠΑΡΑΓΩΓΗΣ**

Κατά την παρουσίαση έγινε επίσης αναφορά στις επιπτώσεις του πρόσφατου παγετού που έπληξε την Μαντινεία και την Νεμέα, προκαλώντας σημαντικές ζημιές στην παραγωγή. Σύμφωνα με την εταιρεία, απαιτούνται παρεμβάσεις αναδιαμόρφωσης των αμπελώνων και αυξημένη φροντίδα την επόμενη καλλιεργητική περίοδο, ωστόσο εκφράστηκε η εκτίμηση ότι οι αμπελώνες θα επανέλθουν σταδιακά μέσω της φυσικής αναβλάστησης των φυτών.

Παράλληλα, παρουσιάστηκε η ιστορία του παλαιού κτηρίου που βρίσκεται στον αμπελώνα, το οποίο λειτουργούσε ως παραδοσιακό πατητήρι και χώρος οινοποίησης ήδη από τη δεκαετία του 1930, συνδέοντας τη σύγχρονη δραστηριότητα της εταιρείας με τη μακρά οινική παράδοση της περιοχής.

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



• **ΘΕΟΝΗ**  
**ΥΠΟΣΤΗΡΙΞΕ**  
**ΔΡΑΣΗ ΓΙΑ ΤΗ**  
**ΒΙΟΠΟΙΚΙΛΟΤΗΤΑ**  
**ΣΤΙΣ ΣΠΕΤΣΕΣ**

Με επιτυχία πραγματοποιήθηκε στις 20 Απριλίου δράση φύτευσης μελισσοκομικών φυτών στον προαύλιο χώρο του Δημαρχείου Σπετσών, με την υποστήριξη του Φυσικού Μεταλλικού Νερού Θεόνη, σε συνεργασία με την bee for Planet.

Η πρωτοβουλία εντάσσεται στις δράσεις βιωσιμότητας της Θεόνη και είχε ως στόχο την ενίσχυση της βιοποικιλότητας και την προστασία των επικονιαστών, οι οποίοι αποτελούν βασικό παράγοντα για την ισορροπία των οικοσυστημάτων. Στο πλαίσιο της δράσης, μέσω της φύτευσης μελισσοκομικών φυτών, δημιουργήθηκαν συνθήκες που υποστηρίζουν τη διαβίωση μελισσών και άλλων ωφέλιμων οργανισμών. Όπως αναφέρεται στην ανακοίνωση, "η Θεόνη, ως υποστηρικτής της δράσης, αναφέρει ότι η πρωτοβουλία εντάσσεται στο πλαίσιο της δέσμευσής της σε θέματα βιωσιμότητας και προστασίας του φυσικού περιβάλλοντος. Μέσα από συνεργασίες με φορείς και οργανισμούς, συνεχίζει να συμμετέχει σε δράσεις που σχετίζονται με την περιβαλλοντική ευαισθητοποίηση και την υποστήριξη τοπικών κοινωνιών".

## • WALMART ΠΩΣ ΚΕΡΔΙΣΕ ΤΗ ΜΑΧΗ ΤΩΝ ΔΑΣΜΩΝ ΚΑΙ ΤΗΣ ΑΚΡΙΒΕΙΑΣ

Η Walmart κατάφερε να ενισχύσει τη θέση της στην αμερικανική αγορά λιανεμπορίου, σε μια περίοδο κατά την οποία οι καταναλωτές περιορίζαν τις δαπάνες τους και οι δασμοί πίεζαν τα περιθώρια κέρδους του κλάδου.

Οι έγκαιρες επενδύσεις της εταιρείας στην τεχνολογία, στα προγράμματα πιστότητας πε-

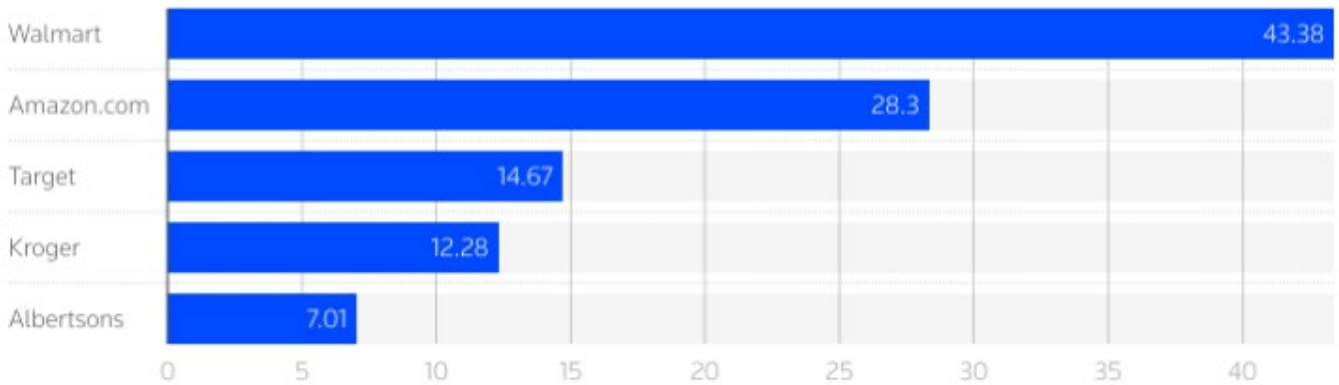
λατών και στο ηλεκτρονικό εμπόριο, σε συνδυασμό με το τεράστιο μέγεθός της, της επέτρεψαν να συνεχίσει να προσφέρει χαμηλές τιμές σε τρόφιμα και βασικά αγαθά, ακόμη και σε συνθήκες αυξημένου πληθωρισμού. Παράλληλα, διατήρησε το ανταγωνιστικό της πλεονέκτημα στις τιμές έναντι άλλων μεγάλων αλυσίδων, παρά τις αυξήσεις κόστους

που προκάλεσαν οι δασμοί.

Οι συνολικές πωλήσεις της Walmart αυξήθηκαν κατά 4,7% στο οικονομικό έτος 2025/2026 που ολοκληρώθηκε στις 31 Ιανουαρίου, ενώ η Target κατέγραψε πτώση 1,7%. Η Kroger παρέμεινε σχεδόν στάσιμη και η Albertsons σημείωσε αύξηση περίπου 3,5%.

### Walmart's valuation multiple outshines rivals

Walmart's forward price-to-earnings multiple, a common benchmark for valuing stocks, compared to other retailers



Source: Data compiled by LSEG | Neil J Kanatt

### ΕΥΝΟΕΙΤΑΙ ΑΠΟ ΤΙΣ ΧΑΜΗΛΕΣ ΤΙΜΕΣ

Σύμφωνα με τον αναλυτή της Morningstar, Brett Husslein, σε περιόδους οικονομικής πίεσης οι καταναλωτές στρέφονται στην Walmart αναζητώντας χαμηλότερες τιμές. Η θετική εικόνα αποτυπώνεται και στη χρηματιστηριακή πορεία της εταιρείας, καθώς η μετοχή της έχει ενισχυθεί περίπου κατά 50% από την επιβολή αυστηρών δασμών από τον Donald Trump, τον Απρίλιο του 2025.

### ΟΙ ΕΚΤΙΜΗΣΕΙΣ ΓΙΑ ΤΑ ΜΕΓΕΘΗ ΤΡΙΜΗΝΟΥ

Οι αναλυτές εκτιμούν ότι η Walmart θα παρουσιάσει ακόμη ένα ισχυρό τρίμηνο, με τις καθαρές πωλήσεις να αναμένονται αυξημένες κατά 5,5% σε ετήσια βάση, στα \$174,95 δισ.

Ωστόσο, επισημαίνουν ότι οι πιέσεις στα νοικοκυριά χαμηλού εισοδήματος και οι περικοπές στο πρόγραμμα διατροφικής

βοήθειας SNAP ενδέχεται να επηρεάσουν την κατανάλωση.

Η εταιρεία διατήρησε σχεδόν αμετάβλητο το λειτουργικό περιθώριο κέρδους της, στο 4,2%, στο οικονομικό έτος 2025/2026, αξιοποιώντας την τεράστια κλίμακά της και τη δυνατότητα να εξασφαλίζει ευνοϊκούς όρους από τους προμηθευτές. Επιπλέον, έχει αναπτύξει νέες πηγές εσόδων υψηλότερης κερδοφορίας, όπως οι διαφημιστικές υπηρεσίες και οι συνδρομές μελών, οι οποίες αντιστοιχούσαν στο 27% των λειτουργικών της κερδών την περασμένη χρήση, έναντι 9% το 2021.

### Ο ΡΟΛΟΣ ΤΟΥ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΟΥ ΕΜΠΟΡΙΟΥ

Ιδιαίτερα σημαντική ήταν και η ανάπτυξη του ηλεκτρονικού εμπορίου. Οι online δραστηριότητες της Walmart αυξήθηκαν κατά 24%, φτάνοντας τα \$150,4 δισ. και αντιπροσωπεύοντας πλέον το 21,3% των συνολικών καθαρών πωλήσεων. Οι επεν-



δύσεις σε online παραγγελίες, παραλάβες από το κατάστημα και αυτοματοποιημένες παραδόσεις βοήθησαν την εταιρεία να μειώσει τη διαφορά της από την Amazon.

Τα 4.600 καταστήματα της Walmart στις ΗΠΑ λειτουργούν ταυτόχρονα και ως κέντρα διανομής, δίνοντάς της πλεονέκτημα στις παραδόσεις τροφίμων και ιδιαίτερα στα προϊόντα που απαιτούν ψυχή αλυσίδα. Παρά τη δυναμική της, αναλυτές επισημαίνουν ότι ο ανταγωνισμός στο ηλεκτρονικό εμπόριο παραμένει ιδιαίτερα απαιτητικός και δεν αφήνει μεγάλα περιθώρια λάθους.

• ΠΟΤΟΠΟΙΙΑ ΚΑΡΔΑΣΗ

## Η ΕΠΙΣΤΡΟΦΗ ΣΤΙΣ ΗΠΑ ΚΑΙ ΤΟ ΣΤΟΙΧΗΜΑ ΓΙΑ ΕΞΑΓΩΓΕΣ ΣΤΟ 20% ΤΟΥ ΤΖΙΡΟΥ

Ολοένα και πιο αισθητή κάνει την παρουσία της στις ΗΠΑ η Ποτοποιία Καρδάση, διεκδικώντας το μερίδιο που της αναλογεί από μια αγορά την οποία εδώ και αρκετά χρόνια έχει κυκλώσει ως έχουσα σημαντικές προοπτικές ανάπτυξης.

Η πρώτη απόπειρα έγινε στα τέλη της προηγούμενης δεκαετίας ωστόσο, παρά το υποσχόμενο ξεκίνημα, διακόπηκε βίαια λόγω της πανδημίας. Εδώ κι έναν περίπου χρόνο η εταιρεία επιχειρεί να επανακάμψει, με νέο μάλιστα συνεργάτη, και φαίνεται ότι βρίσκεται σε καλό δρόμο. "Έχουμε ήδη μπει στην Καλιφόρνια και ο εκεί αντιπρόσωπός μας έχει επαφές και συνεργασίες με όλες σχεδόν τις πολιτείες, οπότε πιστεύουμε ότι σύντομα θα τοποθετηθούμε σε περισσότερα καταστήματα και θα διευρύνουμε την παρουσία μας", δηλώνει στο Fnb Daily ο επικεφαλής της εταιρείας, Κωνσταντίνος Καρδάσης.

### ΣΤΟΙΧΗΜΑ Η ΕΝΙΣΧΥΣΗ ΤΗΣ ΕΞΩΣΤΡΕΦΕΙΑΣ

Όπως ο ίδιος προσθέτει η ενίσχυση της εξωστρέφειας είναι ένα στοίχημα που επιθυμεί να κερδίσει η ποτοποιία από την Λάρισα. Αυτή τη στιγμή οι εξαγωγές- που, εκτός των ΗΠΑ, περιλαμβάνουν επίσης Κίνα, Καναδά, Γερμανία, Κύπρο και άλλες ευρωπαϊκές χώρες- αντιστοιχούν στο 12% του κύκλου εργασιών και ο στόχος είναι, αν όχι φέτος, σύντομα να φτάσουν το 20%.

Η επέκταση στο εξωτερικό θα μπορούσε να συμβάλει στην διατήρηση του αναπτυξιακού

momentum σε μια συγκυρία που η εγχώρια αγορά δείχνει υποτονική. "Υπάρχει μια αμφιβολία και μια αστάθεια. Σίγουρα η αυστηροποίηση της νομοθεσίας για το αλκοόλ έχει παίξει ρόλο, όπως και η μείωση του διαθέσιμου εισοδήματος. Ωστόσο, παραμένουμε αισιόδοξοι καθώς το εμφιαλωμένο σίπουρο είναι ένα προϊόν που έχει αναπτύξει μια δυναμική τα τελευταία χρόνια".

### ΣΤΑΘΕΡΟΣ Ο ΤΖΙΡΟΣ ΣΤΟ ΤΕΤΡΑΜΗΝΟ

Έχοντας κλείσει το 2025 με ανάπτυξη 5%, το πρώτο φετινό τετράμηνο κινείται για την επιχείρηση στα επίπεδα του αντίστοιχου περυσινού διαστήματος. "Κρατάμε τους τζίρους μας- με πολύ προσπάθεια βέβαια και προσπαθώντας διαρκώς να βρούμε και να αναπτύξουμε νέες συνεργασίες", υπογραμμίζει ο κ. Καρδάσης. Σταθερά καλή, σημειώνει, είναι η πορεία του Aegean Gin για τη διανομή του οποίου η εταιρεία συνεργάζεται με την Tsaknakis Premium Brands και, μεταξύ άλλων, έχει τοποθετηθεί και στο δίκτυο των καταστημάτων duty free.

### ΣΚΕΨΕΙΣ ΓΙΑ ΠΟΤΟ ΧΩΡΙΣ ΑΛΚΟΟΛ

Στα τέλη Ιανουαρίου, εξάλλου, κυκλοφόρησε- για δεύτερη σερί χρονιά- το Μοσχάτο Τυρνάβου ΠΓΕ και το οποίο, βάση και της εξαιρετικής ποιότητας εσοδείας του 2025, χαρακτηρίζεται, σύμφωνα με τον κ. Καρδάση, από έντονη πολυπλοκότητα. Επί του παρό-



Κωνσταντίνος Καρδάσης, ιδιοκτήτης, Ποτοποιία Καρδάση

ντος, πάντως, η ποτοποιία δεν προσανατολίζεται να αποκτήσει εντονότερη παρουσία στο εμφιαλωμένο κρασί. Αντίθετα, υπάρχουν σκέψεις για την παραγωγή κάποιου κωδικού (πχ απεριτίφ, τζιν) χωρίς αλκοόλ, δίχως ωστόσο να έχει ληφθεί αυτή τη στιγμή κάποια απόφαση.

### ΕΠΕΝΔΥΣΕΙΣ

Στο πεδίο των επενδύσεων, έχει ήδη υποβληθεί προς ένταξη στο πρόγραμμα ΕΣΠΑ ένα πρόγραμμα €300 χιλ. που, μεταξύ άλλων, περιλαμβάνει εκσυγχρονισμό μηχανολογικού εξοπλισμού, βελτίωση κτιριακών εγκαταστάσεων κι αύξηση δυναμικότητας στην πρώτη ύλη με επέκταση των δεξαμενών.

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

• NICE N EASY

## ΑΛΛΑΖΕΙ CONCEPT ΚΑΙ ΕΣΤΙΑΖΕΙ ΣΤΗΝ ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΓΑΣΤΡΟΝΟΜΙΑ - ΝΕΟ ΣΥΜΒΟΛΟ ΤΟ ΜΙΚΡΟ ΑΓΓΕΛΑΚΙ

Μετά από 18 χρόνια παρουσίας στο Κολωνάκι, το Nice n Easy προχωρά σε ανανέωση της ταυτότητάς του, υιοθετώντας νέο concept που εστιάζει στην ελληνική γαστρονομία.

Υπό την επιμέλεια του chef Δημήτρη Βλάχου, "το νέο μενού αναδεικνύει γνώριμες γεύσεις μέσα από μια πιο σύγχρονη ματιά, ισορροπώντας ανάμεσα στην παράδοση και τη δημιουργ-



γικότητα, χωρίς περιττές υπερβολές", όπως αναφέρει η σχετική ανακοίνωση.

Η αλλαγή εντάσσεται στη συνολικότερη στρατηγική επαναπροσδιορισμού του Nice n Easy, με στόχο τη διατήρηση της σχέσης με το υφιστάμενο κοινό και την προσέγγιση νέων κατα-

ναλωτών. Στο νέο κεφάλαιο, όπως τονίζεται, "ένα καινούργιο σύμβολο κάνει την εμφάνισή του: το μικρό αγγελάκι. Παιχνιδιάρικο και άμεσο, εκφράζει τη νέα διάθεση του Nice n Easy - μια εμπειρία πιο ανάλαφρη, πιο αυθεντική, πιο ανθρώπινη".

• **MAILO'S**

## ΤΑ ΣΧΕΔΙΑ ΓΙΑ ΝΕΑ ΚΑΤΑΣΤΗΜΑΤΑ ΣΕ ΕΛΛΑΔΑ ΚΑΙ ΤΟ ΑΝΟΙΓΜΑ ΣΤΗΝ ΓΕΡΜΑΝΙΑ

Η Mailo's - The Pasta Project συνεχίζει να επεκτείνει το δίκτυό της στην Ελλάδα και το εξωτερικό, έχοντας στα σκαριά νέα ανοίγματα σε διεθνείς αγορές, με παρουσία σε Λίβανο, Καναδά και Γερμανία.

Παράλληλα σχεδιάζει επτά έως οκτώ νέα καταστήματα στην ελληνική αγορά μέσα στη χρονιά.

### ΤΟ ΔΙΚΤΥΟ

Το δίκτυο της εταιρείας αριθμεί σήμερα περίπου 50 καταστήματα σε Ελλάδα και Κύπρο, με το μοντέλο ανάπτυξης να βασίζεται κυρίως σε συνεργασίες franchise και συνεπενδύσεις με τοπικούς επιχειρηματίες.

Σύμφωνα με τον Founder & Managing Director της εταιρείας, Νίκο Μουτσουρούφη, κάθε κατάσταση λειτουργεί με τη συμμετοχή operator ή franchisee, καθώς θεωρείται απαραίτητη η παρουσία τοπικού επιχειρηματία για την αποτελεσματική λειτουργία του concept.

### ΕΠΕΝΔΥΣΗ ΣΕ ΝΕΕΣ ΑΓΟΡΕΣ

Η Mailos συνεχίζει να επενδύει σε νέες αγορές παρά τις γεωπολιτικές προκλήσεις και τις πιέσεις στην εφοδιαστική αλυσίδα. Η διοίκηση αναφέρει ότι οι δυσκολίες εντοπίζονται κυρίως στα logistics και στο αυξημένο κόστος πρώτων υλών και μεταφορών, ειδικά για ευρωπαϊκά προϊόντα που επηρεάζονται από τις διεθνείς εξελίξεις. Ωστόσο, η αξιοποίηση προμηθευτών από την ελληνική αγορά συμβάλλει στον περιορισμό των επιβαρύνσεων.

Σε οικονομικό επίπεδο, καταγράφει θετική πορεία για το 2026, με μονοψήφιο ρυθμό ανάπτυξης σε σχέση με την προηγούμενη χρήση. Ο κύκλος εργασιών της Mailos για το 2025 διαμορφώθηκε περίπου στα €40 εκατ., σύμφωνα με τα δημοσιευμένα οικονομικά στοιχεία.



Νίκος Μουτσουρούφης, Mailo's The Pasta Project

### ΕΜΦΑΣΗ ΣΕ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΕΣ ΠΕΡΙΟΧΕΣ

Ιδιαίτερη έμφαση δίνεται και στις τουριστικές περιοχές, όπου η εταιρεία εντοπίζει σημαντικές προοπτικές ανάπτυξης. Η Mailos διαθέτει ήδη παρουσία σε νησιωτικούς προορισμούς όπως η Κρήτη, η Ρόδος και η Κάλυμνος, ενώ εξετάζει επιπλέον επενδύσεις σε περιοχές υψηλής τουριστικής κίνησης, ανάλογα με τη διαθεσιμότητα κατάλληλων εμπορικών σημείων και συνεργατών.

### COPY PASTE ΣΤΟ CONCEPT

Παράλληλα, η εταιρεία αναγνωρίζει τον σημαντικό ρόλο που διαδραματίζουν τα social media στην ενίσχυση της αναγνωρισιμότητας του brand. Όπως αναφέρεται, επισκέπτες από το εξωτερικό δοκιμάζουν τα προϊόντα, δημιουργούν περιεχόμενο στα social media και συμβάλλουν στη διεθνή προβολή του concept μέσω viral δημοσιεύσεων. Η αυξημένη προβολή έχει οδηγήσει και σε φαινόμενα αντι-

γραφής του concept σε αρκετές αγορές του εξωτερικού, μεταξύ των οποίων η Αγγλία, η Τουρκία και η Σουηδία, με την εταιρεία να προχωρά σε νομικές ενέργειες όπου κρίνεται απαραίτητο.

### TAKE AWAY & DELIVERY

Σε λειτουργικό επίπεδο, η διοίκηση επισημαίνει ότι η κερδοφορία των καταστημάτων επηρεάζεται σημαντικά από τη σχέση take away και delivery. Τα σημεία που βασίζονται περισσότερο στο take away εμφανίζουν υψηλότερα περιθώρια κέρδους, καθώς η αυξημένη εξάρτηση από πλατφόρμες delivery επιβαρύνει τη λειτουργική κερδοφορία λόγω των σχετικών προμηθειών. Αντίστοιχα, καταστήματα σε εμπορικά κέντρα ή σημεία με έντονη φυσική επισκεψιμότητα παρουσιάζουν καλύτερες αποδόσεις σε επίπεδο κερδοφορίας.

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

• **ΔΙΡΦΥΣ**

## ΑΝΑΣΥΝΘΕΣΗ ΤΟΥ ΔΣ ΜΕ ΝΕΑ ΣΤΕΛΕΧΗ

Σε ανασύνθεση του Διοικητικού της Συμβουλίου προχώρησε η εταιρεία εμφιαλωμένου νερού Δίρφυς.

Στη θέση του Προέδρου και Διευθύνοντος Συμβούλου παραμένει ο Νίκος Σέρρας, βασικός μέτοχος της εταιρείας, ενώ καθήκοντα μη εκτελεστικού Αντιπροέδρου αναλαμβάνει ο Αλέξανδρος Κουρής, ιδιοκτήτης της ζυθοποιίας Νήσος.

Στο νέο Διοικητικό Συμβούλιο συμμετέχουν επίσης

- ο Ιωάννης Μανδάλας, Διευθύνων Σύμ-

βουλος της Mediterra

- ο Δημήτρης Νταφόπουλος, συνιδρυτής της Three Cents Artisanal Beverages
- ο Στυλιανός Στεφάνου, Διευθύνων Σύμβουλος της OSC

Σύμφωνα με την εταιρεία, η νέα σύνθεση του ΔΣ εντάσσεται στη στρατηγική κατεύθυνση της Δίρφυς για αξιοποίηση στελεχών με εμπειρία στους τομείς των τροφίμων, των ποτών, της εξωστρέφειας και της επιχειρηματικής ανάπτυξης.



Νίκος Σέρρας, CEO, Δίρφυς

• **ΗΠΑ – ΚΙΝΑ**

## ΜΕΙΩΝΟΥΝ ΔΑΣΜΟΥΣ ΣΤΑ ΑΓΡΟΤΙΚΑ ΠΡΟΪΟΝΤΑ

Η Κίνα και οι ΗΠΑ συμφώνησαν να μειώσουν τους δασμούς στο αγροτικό εμπόριο, στο πλαίσιο μιας ευρύτερης εμπορικής συμφωνίας, όπως ανακοίνωσε το κινεζικό Υπουργείο Εμπορίου, αφήνοντας ωστόσο ανοιχτά αρκετά ζητήματα σχετικά με την εφαρμογή της συμφωνίας.

Ο πρόεδρος των ΗΠΑ, Donald Trump, και ο Κινέζος ομόλογός του, Xi Jinping, συναντήθηκαν στο Πεκίνο την περασμένη εβδομάδα. Σύμφωνα με τον Λευκό Οίκο, η Κίνα συμφώνησε να αγοράζει αμερικανικά αγροτικά προϊόντα αξίας \$17 δισ. ετησίως, επιπλέον μιας ήδη υφιστάμενης συμφωνίας για εισαγωγές σόγιας.

Η δέσμευση αυτή θα μπορούσε να επαναφέρει τις κινεζικές εισαγωγές αμερικανικών αγροτικών προϊόντων κοντά σε ιστορικά υψηλά επίπεδα. Ωστόσο, για να υλοποιηθεί, το Πεκίνο πιθανότατα θα πρέπει να άρει τους δασμούς που επέβαλε κατά τη διάρκεια του εμπορικού πολέμου.

### Η ΚΑΤΑΡΧΗΝ ΣΥΜΦΩΝΙΑ

Οι δύο πλευρές "συμφώνησαν καταρχήν να εντάξουν σχετικά αγροτικά προϊόντα στο πλαίσιο αμοιβαίας μείωσης δασμών, ενώ παράλληλα καθόρισαν κατευθυντή-

ριους στόχους για την επέκταση του διμερούς εμπορίου αγροτικών προϊόντων", ανέφερε το κινεζικό Υπουργείο Εμπορίου σε ανακοίνωση.

Η ανακοίνωση δεν διευκρίνιζε ποια προϊόντα θα μπορούσαν να ενταχθούν στη συμφωνία, ούτε έκανε αναφορά στη δέσμευση των \$17 δισ.

Το Πεκίνο είχε αγοράσει 12 εκατ. τόνους σόγιας στα τέλη του περασμένου έτους, στο πλαίσιο συμφωνίας που επιτεύχθηκε σε σύνοδο κορυφής τον Οκτώβριο, χωρίς όμως να αναγνωρίζει δημόσια τη σχετική δέσμευση.

### ΔΗΜΙΟΥΡΓΙΑ ΣΥΜΒΟΥΛΙΟΥ ΕΜΠΟΡΙΟΥ

Η ανακοίνωση έκανε επίσης αναφορά στη δημιουργία ενός συμβουλίου εμπορίου, το οποίο θα επιλέγει και θα επιβλέπει προϊόντα αξίας \$30 δισ., στα οποία οι δασμοί θα μειωθούν σε ιστορικά χαμηλά επίπεδα ή και χαμηλότερα.

"Πιστεύουμε ότι η κινεζική πλευρά θα επικεντρώσει αυτές τις μειώσεις στα αμερικανικά αγροτικά προϊόντα", δήλωσε ο Even Rogers Pay, διευθυντής της Trivium China.

"Η συμφωνία αγορών ύψους \$17 δισ. και η συμφωνία για 25 εκατ. μετρικούς τόνους σό-



για μαζί αντιστοιχούν συνολικά σε ποσό λίγο υψηλότερο από τα \$30 δισ.», πρόσθεσε.

Η ανακοίνωση ανέφερε ακόμη ότι η Κίνα επαναπιστοποίησε τις άδειες λειτουργίας αμερικανικών εταιρειών βόειου κρέατος, ενώ θα επαναλάβει και τις εισαγωγές πουλερικών από ορισμένες αμερικανικές πολιτείες όπου είχαν καταγραφεί κρούσματα γρίπης των πτηνών.

Παράλληλα, η Κίνα γνωστοποίησε ότι θα συζητήσει ζητήματα αγροτικής βιοτεχνολογίας που απασχολούν την Ουάσιγκτον, χωρίς ωστόσο να δώσει περισσότερες λεπτομέρειες.

• **ΕΞΩΣΤΡΕΦΗΣ ΓΕΩΡΓΙΑ**

## ΠΡΩΤΟΒΟΥΛΙΑ ΨΗΦΙΑΚΟΥ ΜΕΤΑΣΧΗΜΑΤΙΣΜΟΥ ΓΙΑ ΤΗΝ ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΑΓΡΟΔΙΑΤΡΟΦΗ

Το έργο "Εξωστρεφής Γεωργία", μια ολοκληρωμένη πρωτοβουλία ψηφιακού μετασχηματισμού για την ενίσχυση της ελληνικής αγροδιατροφής και της διεθνούς παρουσίας των ελληνικών προϊόντων, παρουσιάστηκε από τους Υπουργούς Αγροτικής Ανάπτυξης και Τροφίμων και Ψηφιακής Διακυβέρνησης και Τεχνητής Νοημοσύνης.

Το έργο χρηματοδοτείται από πόρους του Εθνικού Σχεδίου Ανάκαμψης και Ανθεκτικότητας "Ελλάδα 2.0" και το Πρόγραμμα Δημοσίων Επενδύσεων, με συνολικό προϋπολογισμό €25,48 εκατ. πλέον ΦΠΑ, ενώ φορέας υλοποίησης είναι η Κοινωνία της Πληροφορίας (ΚτΠ ΜΑΕ) του Υπουργείου Ψηφιακής Διακυβέρνησης και ΤΝ.

### ΤΟ ΟΦΕΛΟΣ ΑΠΟ ΤΟ ΕΡΓΟ

Σύμφωνα με την παρουσίαση, το έργο δημιουργεί ένα ψηφιακό οικοσύστημα για την παραγωγή, τις εξαγωγές και τη διεθνή προβολή των ελληνικών αγροδιατροφικών προϊό-

ντων, με στόχο την αξιοποίηση της τεχνολογίας για τη στήριξη των παραγωγών, την ενίσχυση της ανταγωνιστικότητας του κλάδου, τη διευκόλυνση των εξαγωγών, τη βελτίωση της διαφάνειας στην αγορά και την αντιμετώπιση των ελληνοποιήσεων.

Στο πλαίσιο της "Εξωστρεφούς Γεωργίας" προβλέπεται η ανάπτυξη νέων πληροφοριακών συστημάτων και ψηφιακών υπηρεσιών που ενισχύουν την εξωστρέφεια της ελληνικής παραγωγής, αξιοποιώντας δεδομένα, διαλειτουργικότητες και εργαλεία ανάλυσης.

### ΤΟ ΝΕΟ PORTAL

Μεταξύ των παρεμβάσεων περιλαμβάνεται η αναβάθμιση της πλατφόρμας εξαγωγικού εμπορίου "Easy Agro Expo" για τη στήριξη εξαγωγικών επιχειρήσεων, καθώς και η δημιουργία του πολυγλωσσικού ψηφιακού portal "Greek Farms" για τη διεθνή προβολή ελληνικών προϊόντων, παραγωγών και περιοχών.



Παράλληλα, το έργο ενισχύει τις δυνατότητες ελέγχου και παρακολούθησης της αγοράς μέσω συστημάτων διαχείρισης δεδομένων εισαγωγών και ενδοκοινοτικού εμπορίου, τα οποία είναι διαλειτουργικά με ευρωπαϊκά συστήματα όπως το "TRACES". Μέσω αυτών των εργαλείων επιδιώκεται καλύτερη αποτύπωση του ισοζυγίου ελληνικών προϊόντων και ενίσχυση της ικνηλασιμότητας στην αγορά.

• **ΗΝΩΜΕΝΟ ΒΑΣΙΛΕΙΟ**  
**ΕΞΕΤΑΖΕΤΑΙ ΣΧΕΔΙΟ ΓΙΑ ΠΑΓΩΜΑ ΤΙΜΩΝ**  
**ΣΤΑ SUPER MARKETS**

Η Υπουργός Οικονομικών του Ηνωμένου Βασιλείου, Rachel Reeves, φέρεται να πρότεινε ιδιωτικά ένα εθελοντικό πάγωμα τιμών σε βασικά τρόφιμα στα super market, στο πλαίσιο των προσπαθειών της βρετανικής κυβέρνησης να περιορίσει τις πιέσεις από το αυξημένο κόστος ζωής.

Σύμφωνα με πηγές που γνωρίζουν τις συζητήσεις, το υπουργείο Οικονομικών εξετάζει το ενδεχόμενο αυτό, παράλληλα με πιθανές μειώσεις ρυθμιστικών βαρών για τους λιανεμπόρους ως αντάλλαγμα. Ωστόσο, δεν υπάρχει μέχρι στιγμής κάποια συμφωνία και, σύμφωνα με τις ίδιες πληροφορίες, δεν εξετάζεται η επιβολή υποχρεωτικών πλαφόν στις τιμές. Η Reeves αναμένεται να παρουσιάσει πακέτο μέτρων με στόχο τη στήριξη των βρετανικών νοικοκυριών απέναντι στις αυξημένες δαπάνες που προκάλεσαν οι συνέπειες του πολέμου με το Ιράν. Η ίδια έχει ξεκαθαρίσει ότι επιθυμεί στοχευμένες και προσωρινές παρεμβάσεις, αποφεύγοντας εκτεταμένο κρατικό δανεισμό αντίστοιχο με εκείνον που εφαρμόστηκε κατά την ενεργειακή κρίση μετά τη ρωσική εισβολή στην Ουκρανία.

**ΟΙ ΑΝΤΙΔΡΑΣΕΙΣ**

Η πρόταση για πάγωμα τιμών προκάλεσε έντονες αντιδράσεις από στελέχη του λιανεμπορίου, τα οποία υποστηρίζουν ότι τα περιθώρια κέρδους των super market είναι ήδη ιδιαίτερα χαμηλά.

Ο Διευθύνων Σύμβουλος της Marks & Spencer Group, Stuart Machin, χαρακτήρισε την ιδέα "εντελώς παράλογη", σημειώνοντας ότι η εταιρεία καταγράφει ήδη ζημιές σε βασικά προϊόντα όπως το γάλα, το ψωμί και

οι μπανάνες, ενώ τα περιθώρια κέρδους σε άλλα βασικά είδη παραμένουν μονοψήφια. Αρνητική ήταν και η αντίδραση επενδυτών. Ο Freddie Lait, Managing Partner της Latitude Investment Management χαρακτήρισε το σχέδιο "γελοίο", υποστηρίζοντας ότι ο κλάδος των βρετανικών super market είναι ήδη από τους πιο ανταγωνιστικούς στην οικονομία. Ο ίδιος ανέφερε ότι διατηρεί επενδύσεις στη Tesco.

**ΠΛΗΘΩΡΙΣΜΟΣ**

Την ίδια ώρα, επίσημα στοιχεία έδειξαν ότι ο πληθωρισμός στο Ηνωμένο Βασίλειο υποχώρησε στο χαμηλότερο επίπεδο των τελευταίων δώδεκα και πλέον μηνών, εξέλιξη που αποδίδεται εν μέρει στα μέτρα της κυβέρνησης για τη μείωση των λογαριασμών. Ωστόσο, οι εκτιμήσεις κάνουν λόγο για νέα άνοδο του πληθωρισμού τους επόμενους μήνες. Παράλληλα, ο Υφυπουργός Οικονομικών, Dan Tomlinson, διέψευσε ότι εξετάζεται επίσημα η επιβολή "παγώματος" τιμών, δηλώνοντας ότι δεν αποτελεί κυβερνητικό σχέδιο. Παρά τις διαψεύσεις, η κυβέρνηση αυξάνει τις πιέσεις προς τις ρυθμιστικές αρχές για την αντιμετώπιση υπερβολικών ανατιμήσεων. Το υπουργείο Οικονομικών ανακοίνωσε νέες εξουσίες για τους εποπτικούς φορείς, οι οποίες περιλαμβάνουν ακόμη και τη δημόσια έκθεση εταιρειών μέσω δημοσιοποίησης στοιχείων για τα περιθώρια κέρδους τους σε περιόδους κρίσης.

Η Reeves δήλωσε ότι δεν θα επιτρέψει σε επιχειρήσεις να εκμεταλλεύονται μια κρίση για να αποκομίζουν υπερβολικά κέρδη εις βάρος των νοικοκυριών.



**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

• **DANONE**

## ΕΓΚΑΤΑΛΕΙΠΕΙ ΤΗΝ ΕΞΑΓΟΡΑ, ΠΡΟΧΩΡΑ ΣΕ ΠΩΛΗΣΗ ΤΟΥ ΠΟΣΟΣΤΟΥ ΤΗΣ ΣΤΗΝ LIFEWAY

Η Danone προχωρά στην πώληση του μεριδίου της στη Lifeway Foods, λίγους μήνες μετά την απόφασή της να εγκαταλείψει την προσπάθεια εξαγοράς της ταχέως αναπτυσσόμενης εταιρείας κεφίρ. Ο γαλακτοκομικός όμιλος, που κατέχει το 22,7% της Lifeway, ανακοίνωσε ότι κατέληξε σε συμφωνία για την εκποίηση της συμμετοχής του, έπειτα από αξιολόγηση όλων των διαθέσιμων επιλογών σχετικά με τη θέση του στην εταιρεία.

### ΜΑΚΡΑ ΚΑΙ... ΣΥΓΚΡΟΥΣΙΑΚΗ ΣΧΕΣΗ

Η Danone διατηρούσε μετοχική σχέση με τη Lifeway εδώ και περισσότερα από 20 χρόνια και είχε επανειλημμένα επιχειρήσει να αποκτήσει τον έλεγχο της. Το περασμένο φθινόπωρο εξέταζε ακόμη μία πιθανή εξαγορά, ωστόσο τελικά αποφάσισε να επικεντρωθεί στην ανάπτυξη των δικών της brands.

Η σχέση των δύο εταιρειών υπήρξε μακρά και συγκρουσιακή, με αλληλομηνύσεις και κατηγορίες περί "εταιρικού εκφοβισμού". Την ίδια περίοδο, η Lifeway κατέγραφε ισχυρή άνοδο πωλήσεων, καθώς αυξανόταν η ζήτηση για προϊόντα πλούσια σε πρωτεΐνη και φυτικές ίνες. Η εταιρεία ξεπέρασε πρόσφατα για πρώτη φορά τα \$60 εκατ. σε καθαρές τριμηνιαίες πωλήσεις.



### Η ΖΗΤΗΣΗ ΓΙΑ ΤΟ ΚΕΦΙΡ

Το κεφίρ, προϊόν ζυμωμένου γάλακτος με υψηλή περιεκτικότητα σε προβιοτικά, εμφανίζει αυξημένη ζήτηση, καθώς συνδέεται με την τάση για προϊόντα που ενισχύουν την υγεία του εντέρου και με την άνοδο των φαρμάκων GLP-1 για απώλεια βάρους. Καθώς η Lifeway ενίσχυε τις επιδόσεις της, αντιδρούσε ολόένα και πιο έντονα σε ενδεχόμενο εξαγοράς από τη Danone. Παράλληλα, επιχείρησε να ακυρώσει τη συμφωνία του 1999 μεταξύ των δύο πλευρών, την οποία η Danone αξιοποίησε αργότερα σε αγωγή σχε-

τικά με την έκδοση νέων μετοχών προς τη διευθύνουσα σύμβουλο της Lifeway, Julie Smolyansky.

### ΠΑΓΩΜΑ ΤΗΣ ΔΙΑΜΑΧΗΣ

Τον Οκτώβριο, οι δύο εταιρείες συμφώνησαν να παγώσουν τη δικαστική διαμάχη στο πλαίσιο επαναπροσδιορισμού των σχέσεων τους, ενώ τοποθετήθηκαν και τέσσερα νέα ανεξάρτητα μέλη στο διοικητικό συμβούλιο της Lifeway. Την ίδια περίοδο, η Danone επιβεβαίωσε ότι εγκαταλείπει οριστικά τα σχέδια εξαγοράς.

Η εταιρεία προχωρά πλέον στην πώληση της συμμετοχής της προς \$19,50 ανά μετοχή, τιμή σημαντικά χαμηλότερη από τα \$27 ανά μετοχή που είχε προσφέρει το 2024.

### ΠΕΡΑΙΤΕΡΩ ΔΙΕΘΝΗΣ ΕΠΕΚΤΑΣΗ

Παράλληλα, η Danone φαίνεται να ενισχύει τη δική της παρουσία στην αγορά κεφίρ. Το 2024 λάνσαρε το Activia kefir στο Ηνωμένο Βασίλειο και στη συνέχεια επέκτεινε τη διάθεσή του και σε άλλες ευρωπαϊκές αγορές. Ο αναπληρωτής CEO και CFO του ομίλου, Juergen Esser, δήλωσε ότι τα προϊόντα κεφίρ σημειώνουν ιδιαίτερα υψηλή ζήτηση και η εταιρεία σχεδιάζει περαιτέρω διεθνή επέκταση.

• **MARKS & SPENCER**

## ΠΡΟΒΛΕΠΕΙ ΕΠΙΣΤΡΟΦΗ ΣΕ ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΜΕΤΑ ΤΟ ΠΛΗΓΜΑ ΑΠΟ ΤΗΝ ΚΥΒΕΡΝΟΕΠΙΘΕΣΗ

Η βρετανική αλυσίδα λιανικής Marks & Spencer προέβλεψε επιστροφή σε ανοδικούς ρυθμούς της κερδοφορίας κατά την τρέχουσα οικονομική χρήση, μετά την πτώση κατά 24% που υπέστησαν τα κέρδη της στη χρήση 2025/2026, εξαιτίας κυβερνοεπίθεσης που την ανάγκασε να αναστείλει για επτά εβδομάδες τις online παραγγελίες ένδυσης..

### ΤΟ BUSINESS PLAN

Η ιστορική εταιρεία, με παρουσία 142 ετών και ένα από τα μεγαλύτερα ονόματα της βρετανικής εμπορικής αγοράς, ανακοίνωσε ότι εισήλθε στη χρήση 2026/27 με σαφές επιχειρηματικό πλάνο και ισχυρό ισολογισμό, εστιάζοντας στη βελτίωση της διαθεσιμότητας προϊόντων και του επιπέδου εξυπηρέτησης. Η M&S σημείωσε ότι οι προοπτικές για την τρέχουσα χρήση περιλαμβάνουν αυξημένο



Stuart Machin, CEO, M&S

κόστος καυσίμων, μεταφορών και πρώτων υλών, καθώς και τη συνέχιση φορολογικών επιβαρύνσεων και ρυθμιστικών πιέσεων από την κυβέρνηση προς τον κλάδο. Όπως ανέφερε, οι πιέσεις αυτές αντισταθμί-

ζονται μέσω βελτιωμένων αγορών και προμηθειών, επανεπένδυσης στην αξία των προϊόντων για την ενίσχυση του όγκου πωλήσεων, καθώς και εξοικονομήσεων που προκύπτουν από το πρόγραμμα διαρθρωτικής μείωσης κόστους.

### ΣΤΗΝ ΚΟΡΥΦΗ Ο ΤΟΜΕΑΣ ΤΡΟΦΙΜΩΝ

Ο Stuart Machin, Διευθύνων Σύμβουλος της M&S, δήλωσε: "Ο τομέας τροφίμων ήταν ο κορυφαίος μας performer, καθώς περισσότεροι πελάτες από ποτέ επέλεξαν τα M&S Food για την ποιότητα, την καινοτομία και την αξία που προσφέρουν. Η επίδοση επιταχύνθηκε στο δεύτερο εξάμηνο, οι αποδόσεις ήταν ισχυρές και συνεχίζουμε να περαποδίδουμε έναντι της αγοράς, με προοπτικές για ακόμη μεγαλύτερη ανάπτυξη."

• **FERRERO**

## ΕΠΑΝΑΛΑΝΣΑΡΕΙ ΤΟ ΣΥΜΠΑΝ ΤΟΥ WONKA ΣΕ ΣΥΝΕΡΓΑΣΙΑ ΜΕ ΤΗΝ NETFLIX

Ο όμιλος Ferrero Group ανακοίνωσε σχέδια για το λανσάρισμα μιας νέας σειράς προϊόντων Wonka, στο πλαίσιο συνεργασίας με την Netflix.

Η Ferrero απέκτησε τα αποκλειστικά δικαιώματα ζαχαροπλαστικής για το brand Wonka το 2018 και τα επόμενα χρόνια οι ομάδες έρευνας και ανάπτυξης της εταιρείας εργάστηκαν για να ζωντανέψουν με προσοχή αυτό το σύμπαν.

### ΕΠΕΚΤΑΣΗ ΚΑΤΗΓΟΡΙΩΝ

Η κίνηση αυτή εντάσσεται στη στρατηγική της εταιρείας για συνεχή ανάπτυξη προϊόντων και επέκταση κατηγοριών στο χαρτοφυλάκιο των εμβληματικών της brands.

Το Wonka, που εδώ και 60 χρόνια αποτελεί πολιτιστικό σύμβολο, επανασυστήνεται μέσα από μια σταδιακή, καταναλωτικά καθοδηγούμενη προσέγγιση, με στόχο να προσφέρει μια σειρά από δέκα εποχικά και περιορισμένης κυκλοφορίας προϊόντα σε διαφορετικές κατηγορίες.

Η Ferrero υποστηρίζει ότι η νέα αυτή στρατηγική μπορεί να αναζωογονήσει σημαντικά



την εποχική αγορά προϊόντων και να αυξήσει το ενδιαφέρον τόσο των λιανεμπόρων όσο

και των καταναλωτών.

Από το φθινόπωρο, τα προϊόντα θα κυκλοφορήσουν αρχικά στις ΗΠΑ και σε βασικές ευρωπαϊκές αγορές όπως το Ηνωμένο Βασίλειο, η Γαλλία, η Ιταλία και η Γερμανία. Η σειρά θα περιλαμβάνει προϊόντα σοκολάτας, ζαχαρωδών, παγωτού και δημητριακών, αξιοποιώντας την ισχυρή αναγνωρισιμότητα του brand Wonka και τις δυνατότητες της Ferrero στην παγκόσμια αγορά.

### ΣΥΝΔΕΣΗ ΨΥΧΑΓΩΓΙΑΣ ΜΕ BRANDS

Ο Alessandro Rapali, Premium Chocolate President της Ferrero Group, δήλωσε ότι η εταιρεία επιδιώκει να δώσει νέα ενέργεια στο σύμπαν του Wonka μέσα από προϊόντα που συνδυάζουν φαντασία και τεχνογνωσία παραγωγής.

Η συνεργασία Ferrero–Netflix σηματοδοτεί την έναρξη μιας μακροχρόνιας στρατηγικής σύμπραξης που στοχεύει να συνδέσει την ψυχαγωγία με την κατανάλωση προϊόντων, αξιοποιώντας συνέργειες σε marketing, media και λιανική παρουσία.

## • Debrief •

### ΘΕΜΑ ΕΣΟΔΩΝ 'Η ΕΞΟΔΩΝ;

Φορολογία... Τα χρήματα της κάθε κυβέρνησης, όπως είχε πει η Margaret Thatcher: "Οι δημόσιες δαπάνες καλύπτονται από τον φόρο σας. Η κυβέρνηση δεν έχει δικά της χρήματα. Υπάρχουν μόνο χρήματα των φορολογουμένων".

Η αλήθεια είναι ότι τα κράτη δεν θα μπορούσαν να σταθούν χωρίς τους φόρους μας. Είναι επίσης αλήθεια ότι η φορολογία περιγράφεται ταυτόχρονα ως λύση και πρόβλημα. Λύση από αυτούς που βλέπουν σε αυτή τον τρόπο για να ενισχυθούν οι οικονομικά ασθενέστεροι. Πρόβλημα από όσους εκτιμούν ότι αποτελεί τροχοπέδη ανάπτυξης.

Η φορολογία των πλουσίων αποτελεί βασικό θέμα συζήτησης στις ΗΠΑ, και όχι μόνο. Υποτίθεται πως όσο υψηλότερη είναι, τόσο περισσότερο θα μειωθούν οι ομολογουμένως τεράστιες ανισότητες.

"Όχι, και να διπλασιάσεις τους φόρους που πληρώνω δεν πρόκειται να βοηθήσει τον δάσκαλο στο Κουίνς", απάντησε χθες ο Jeff Bezos, όταν του τέθηκε το σχετικό ερώτημα, [στη διάρκεια συνέντευξης](#). Μάλιστα το αφεντικό της Amazon υποστήριξε ότι πληρώνει ήδη δισεκατομμύρια σε φόρους ενώ έκανε και μια ενδιαφέρουσα πρόταση: Να μην πληρώνει καθόλου φόρο το χαμηλότερο ήμισυ των εισοδηματιών, αφού ούτως ή άλλως αντιστοιχεί μόνο στο 3% των φόρων που εισπράττονται και κατά συνέπεια αυτό το ποσοστό μπορεί η κυβέρνηση να το καλύψει από κάπου αλλού.

Αυτά τα είπε ένας άνθρωπος με περιουσία δισεκατομμυρίων. Οπότε μπορεί κάποιος να τα υιοθετήσει ή όχι. Σε αυτό, όμως, που κάθε καλόπιστος πολίτης δεν μπορεί να διαφωνήσει είναι στην επισήμανσή του ότι αν θέλουμε ένα προοδευτικό φορολογικό

σύστημα, πρέπει αυτά τα χρήματα να βοηθούν πραγματικά και όχι απλώς να διαλύονται, στη διοικητική γραφειοκρατία. Στην πραγματικότητα αυτό που επισήμανε, στην ίδια συνέντευξη, ο Bezos, είναι η αποτελεσματικότητα του κράτους. Δηλαδή δεν έχει σημασία αν οι κυβερνήσεις εισπράτουν ένα τσουβάλι λεφτά. Σημασία έχει πως, σε ποιους και με ποιον τρόπο διοχετεύονται και αξιοποιούνται αυτοί οι φόροι.

Γιατί σε τελική ανάλυση, αυτό που μετράει και για τα κράτη δεν είναι πόσα θα εισπράξουν από τους φορολογουμένους. Αυτό είναι σχετικά εύκολο. Το δύσκολο είναι πώς αυτοί οι φόροι, θα γυρίσουν πίσω στους κατά Thatcher ιδιοκτήτες τους, με τη μορφή κάποιας αξίας.

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

• ΙΟΝΙΚΙ

## ΣΥΜΜΕΤΕΙΧΕ ΣΤΗΝ ΠΑΡΟΥΣΙΑΣΗ ΤΟΥ ΛΕΥΚΩΜΑΤΟΣ "ΓΕΥΣΕΙΣ ΕΝΟΣ ΚΟΣΜΟΥ ΠΟΥ ΤΑΞΙΔΕΥΕΙ ΠΑΛΑΙΟ ΦΑΛΗΡΟ"

Η Ιονική συμμετείχε στην παρουσίαση της έκδοσης "Γεύσεις ενός κόσμου που ταξιδεύει Παλαιό Φάληρο", η οποία πραγματοποιήθηκε τη Δευτέρα 18 Μαΐου στον Πολυχώρο του Δημαρχείου Παλαιού Φαλήρου.

Η εταιρεία στήριξε ως χορηγός την έκδοση και τη συνολική προσπάθεια υλοποίησης του λευκώματος, συμβάλλοντας ενεργά στην ανάδειξη της πολιτιστικής και γαστρονομικής ταυτότητας της περιοχής.

### ΤΙ ΠΕΡΙΛΑΜΒΑΝΕΙ ΤΟ ΛΕΥΚΩΜΑ

Το λεύκωμα, με επιμέλεια του βραβευμένου chef Νικόλα Τσαπακούρη, αναδεικνύει τη γαστρονομική ιστορία και τις πολιτιστικές επιρροές που διαμόρφωσαν την ταυτότητα της περιοχής μέσα στον χρόνο.

Στο πλαίσιο της εκδήλωσης, η Ιονική προσέφερε προϊόντα στο κοινό, ενώ στελέχη της εταιρείας από το υποκατάστημα Αθηνών παρευρέθησαν και συμμετείχαν ενεργά στη βραδιά, στηρίζοντας μια πρωτοβουλία αφιερωμένη στην ελληνική γαστρονομία και την τοπική πολιτιστική κληρονομιά.



## Business Maker

### QUIZ: Ο ΣΥΝΤΑΞΙΟΥΧΟΣ ΜΕΓΑΛΟ-ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΑΣ ΤΩΝ 3.000 ΕΥΡΩ !

Αυτήκοος μάρτυρας μιας άκρως ενδιαφέρουσας αποκάλυψης για έναν πολύ ισχυρό παίκτη της εγχώριας αγοράς έγινε πρόσφατα πληροφοριοδότης της στήλης. Ο συγκεκριμένος επιχειρηματίας εξομολογήθηκε πως, εδώ και λίγα χρόνια, είναι... συνταξιούχος. Και, μάλιστα, από τους προνομιούχους, καθώς έχει καταφέρει να μαζέψει στη ζωή του τόσο έσοδα, ώστε τώρα να λαμβάνει σύνταξη λίγο κάτω από €3.000

(€2.900 για την ακρίβεια) !

Βέβαια, από τον εργασιακό του βίο έχει καταφέρει να αποκομίσει πολλά περισσότερα, τα οποία είναι αρκετά για να ζήσουν και τα τρισέγγονά του! Εκτός του ότι έχει... ματώσει τη φανέλα του επιχειρείν, είναι αυτοδημιούργητος και θεωρείται από τις πλέον συγκροτημένες φωνές της εγχώριας επιχειρηματικής σκηνής. Και αποτελεί έμπνευση για αρκετούς νέους που θέ-

λουν να ακολουθήσουν το παράδειγμά του. Φημίζεται, άλλωστε, για την ικανότητά του να... διαβάζει τα ρεύματα της κάθε εποχής, και να λανσάρει ακριβώς αυτό, που χρειάζεται η αγορά και ο καταναλωτής, όχι μόνο στην Ελλάδα, αλλά και σε πολλές αγορές του εξωτερικού. Ο ίδιος, βέβαια, προτιμάει να κρατάει χαμηλό προφίλ και αποφεύγει τα μεγάλα λόγια, αφού είναι άνθρωπος της ουσίας και του αποτελέσματος.

### ΤΑ ΠΡΟΪΟΝΤΑ ΠΟΥ ΕΧΟΥΝ ΣΤΟΧΟΠΟΙΗΘΕΙ (ΑΔΙΚΑ) ΓΙΑ ΤΗΝ ΑΚΡΙΒΕΙΑ

Διάχυτη είναι η δυσaréσκεια στη βιομηχανία για τη στοχοποίηση του κλάδου των τροφίμων και ειδικά των τυποποιημένων, ως βασικού υπαίτιου για την ακρίβεια στην αγορά. Κορυφαίος επιχειρηματίας λέει στη στήλη πως είναι τεράστιο λάθος να τα βάζουμε με τη βιομηχανία τυποποιημένων τροφίμων, τονίζοντας ότι η πραγματικότητα είναι εντελώς διαφορετική: Τα τυποποιημένα προϊόντα όχι μόνο δεν τροφοδοτούν τον πληθωρισμό, αλλά στην παρούσα φάση λειτουργούν ως ανάχωμα, κρατώντας τον ουσιαστικά χαμηλότερα από όσο θα έπρεπε να βρίσκεται με βάση τα πραγματικά κοστολόγια.

Οι βιομηχανίες, όπως λέει, έχουν δεχθεί απαντωτά κύματα αυξήσεων σε όλη την παραγωγική τους αλυσίδα, τις οποίες όμως επιλέγουν συνειδητά να μη μετακυλήσουν στους καταναλωτές, απορροφώντας ένα πολύ μεγάλο μέρος της ζημιάς στα περιθώρια κέρδους τους.

Σύμφωνα με τον ίδιο, το ενεργειακό κόστος έχει πάρει ξανά την ανηφόρα, τα μεταφορικά βρίσκονται στα ύψη και οι πρώτες ύλες ακριβαίνουν καθημερινά. Όλο αυτό το εκρηκτικό σκηνικό δημιουργεί μια ασφυκτική πίεση. Η αγορά προσπαθεί όσο μπορεί να συγκρατήσει το κύμα, όμως τα περιθώρια στενεύουν επικίνδυνα.

"Εάν δεν σταματήσει ο πόλεμος στην Μέση Ανατολή, η αγορά απλά δεν θα αντέξει αυτές τις αυξήσεις". Μοιραία, αν η γεωπολιτική κρίση παραταθεί, οι εταιρείες θα αναγκαστούν να περάσουν τις αυξήσεις στα ράφια. Το θετικό, αν μπορεί να το πει κανείς έτσι, είναι ότι, ακόμα και τότε, η μετακύλιση θα γίνει με... κόφτη. Σε μια πραγματική επιβάρυνση 10% με 15% στο κόστος παραγωγής, οι βιομηχανίες θα επιδιώξουν – χωρίς ωστόσο αυτό να αποτελεί πανάκεια – να περάσουν τελικά ένα ποσοστό κοντά στο 5% στο ράφι, συνεχίζοντας να κρατούν τις ισορροπίες σε μια αγορά, που τα διαθέσιμα εισοδήματα είναι ήδη εξαιρετικά πιεσμένα.

## Business Insight

# ΕΛΛΑΚΤΩΡ: Η ΑΠΟΕΠΕΝΔΥΣΗ ΤΗΣ MOTOR OIL ΟΔΗΓΕΙ ΣΕ ΔΗΜΟΣΙΑ ΠΡΟΤΑΣΗ

Το τί θα μπορούσε να σημαίνει η νέα μεταβίβαση μετοχών της Ελλάκτωρ από την Motor Oil στην Reggeborgh επιχειρεί να εικάσει η επενδυτική/ επιχειρηματική κοινότητα.

Πρακτικά, με OTC συναλλαγή, **πέρασαν 41,75 εκατ. μετοχές**- δίκως αναφορά στην τιμή της εξωχρηματιστηριακής συναλλαγής- με αποτέλεσμα για τη μεν πλευρά Βαρδινογιάννη το ποσοστό συμμετοχής να μειωθεί έτι περαιτέρω στο **10,41%**, τη δε Holterman να αυξάνεται στο **64,62%** του μετοχικού κεφαλαίου.

Θυμίζω πως, η Reggeborgh είχε γνωστοποιήσει (16/01/2025) στην Επιτροπή Κεφαλαιαγοράς και στην Εκδότρια την απόκτηση στις 13/01/2025 συνολικά 10.400.000 μετοχών, που αντιστοιχούσαν σε ποσοστό 2,9868% επί του συνόλου των δικαιωμάτων ψήφου της Εκδότριας. Μετά από αυτή την συναλλαγή η Reggeborgh κατείχε 178.072.350 μετοχές, (αντιστοιχούσαν σε ποσοστό 51,142% επί του συνόλου των δικαιωμάτων ψήφου της Εκδότριας, καθώς και δικαίωμα προαίρεσης αγοράς (call option) επί 5.200.000 μετοχών, που αντιστοιχούσαν σε ποσοστό 1,493% επί του συνόλου των δικαιωμάτων ψήφου της Εκδότριας, ήτοι συνολική θέση 52,635% του μ.κ.

Στις 14 Μαΐου η εισηγμένη ενημέρωσε το Euronext Athens πως παραιτήθηκε από μέλος του ΔΣ ο Γεώργιος Προυσανίδης (μη εκτελεστικό) δίκως να αντικατασταθεί, με τη διοίκηση να διαρθρώνεται με τους Γεώργιο Μυλωγιαννάκη (Πρόεδρος), Αριστείδη (Αρ) Ξενόφως (Αντιπρόεδρος), Ευθύμιο Μπουλούτα (Διευθύνων Σύμβουλος) και άλλα 5 μέλη. Επί της ουσίας οι ισορροπίες δεν μεταβάλλονται, καθώς μοναδικός με εκτελεστικές αρμοδιότητες ήταν και παραμένει ο Ευθύμι-

ος Μπουλούτας. **Γνωστό πως το ουσιαστικό μέρος σχεδιασμού του asset stripping το ανέλαβε ο έμπειρος Διευθύνων Σύμβουλος.** Το ενδιαφέρον μετά την τελευταία συναλλαγή είναι η σύνθεση του μετοχικού κεφαλαίου, καθώς η Reggeborgh, η Atlas NV και η Motor Oil ελέγχουν το περίπου **85%** του μ.κ. με το 15% (και κάτι...) να είναι ελεύθερη διασπορά. Παρ' ότι το σύνολο της συμμετοχής του βασικού μετόχου και των δύο ισχυρών μετόχων μειοψηφίας δεν έχει αλλάξει αθροιστικά, έχει διαφοροποιηθεί η θέση του Ολλανδού που ενισχύεται έτι περαιτέρω ως block από κοινού με το Atlas NV. [Αυτό γιατί όπως φαίνεται](#) η Atlas NV ελέγχεται από την Atlas Invest Holding B.V, που με τη σειρά της ελέγχεται από τον Martialis Quirinus van Poecke.

Οι παλαιότεροι, και όσοι είχαν παρακολουθήσει την επιχείρηση εισόδου της Reggeborgh στο μ.κ. της Ελλάκτωρ και την προσπάθεια του Henry Holterman να πάρει τον όμιλό- τότε- από τους αδελφούς Καλλιτσάντη, **το Atlas Invest Holding είχε συνδράμει (μετοχικά), ο δε Martialis Quirinus van Poecke ήταν γνωστός για την άριστη σχέση με τον συμπατριώτη του** (είχαν συνεργαστεί παλαιότερα σε άλλες επενδυτικές κινήσεις). **Πρακτικά η πλευρά Holterman (& friend) ελέγχει 64,62% + 9,798% = 74,424%**, καθιστώντας πιο εύκολη την εκδήλωση Δημόσιας Πρότασης, προκειμένου να βγάλει την Ελλάκτωρ από το Euronext Athens.

Επίσης, εξ' όσων γνωρίζω, η πλευρά Motor Oil/Βαρδινογιάννη συμφωνεί- μέχρι τώρα- σε όλον τον σχεδιασμό που υλοποιείται από τον Ευθύμιο Μπουλούτα. Το ερώτημα είναι, εάν θα είχαν λόγο για να προχωρήσουν προς

αυτή την κατεύθυνση (εξόδου από το χρηματιστήριο). Απευθύνθηκα σε έναν από τους πιο γνωστούς/έμπειρους παράγοντες της αγοράς για το τί θα μπορούσε να γίνει, στη συνέχεια, θεωρώντας ως-σχεδόν- βέβαιο πως η πλευρά Βαρδινογιάννη- αργά ή αργότερα- θα παραχωρήσει και το απομένον ποσοστό της Motor Oil. Από τα βασικότερα πλεονεκτήματα μίας εισηγμένης είναι η παρουσία της στο χρηματιστηριακό ταμπλό, η εφαρμογή ΔΛΠ, προϋποθέσεων διαφάνειας, κριτηρίων ευχερούς "τιμολόγησης" (by the market cap). **Στα €468,6 εκατ. η τρέχουσα χρηματιστηριακή αξία (μετά το χθεσινό κλείσιμο)**, αποτελεί αδιαμφισβήτητο σημείο αναφοράς (κοστολόγησης) μίας εταιρείας (πέραν των οικονομικών μεγεθών, δεικτών, κ.λ.π).

**Η Ελλάκτωρ μετά τη μεθοδική αποεπένδυση από core και μη κατασκευαστική δραστηριότητα έχει μετεξελιχθεί σε real estate developer**, με κύριο asset τη μαρίνα Αλίμου- που στην τελική μορφή της (πλήρως ανακατασκευασμένη) θα είναι η πιο σύγχρονη, μεγαλύτερη των Βαλκανίων. Η κατασκευή της- ως γνωστόν- αναμένεται να ξεκινήσει μέσα στο 2026 (σύμφωνα και με την ενημέρωση του CEO ο χρονικός ορίζοντας ολοκλήρωσης εκτιμάται στους 24-30 μήνες). **Παράλληλα, προχωρά σε στοχευμένες αγορές, με την τελευταία να αφορά μισθωμένο κτήριο γραφείων από την Prodea.** Έναντι €44 εκατ. η Ελλάκτωρ απέκτησε το κτήριο- επί της Βασιλίσσης Σοφίας 15 - που αποτελείται από έξι ορόφους και έναν υπόγειο χώρο στάθμευσης, είναι συνολικής επιφάνειας 8.546,88 τ.μ. επί οικοπέδου 2.036 τ.μ. ακριβώς απέναντι από την είσοδο του Εθνικού Κήπου.



### 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**

• SIRIS CRAFT BREWERY  
**ΔΥΟ ΔΙΑΚΡΙΣΕΙΣ ΣΤΑ GREEK BEER AWARDS 2026**

Δύο νέες διακρίσεις στα Greek Beer Awards 2026 προστέθηκαν στη συλλογή της Siris Craft Brewery, σύμφωνα με τα αποτελέσματα του διαγωνισμού. Στη φετινή διοργάνωση, η μπύρα Voreia IPA απέσπασε το Αργυρό Βραβείο στην κατηγορία India Pale Ale, ενώ η Voreia Pilsner διακρίθηκε με Χάλκινο Βραβείο στην κατηγορία Gluten Free.

Τα Greek Beer Awards 2026 πραγματοποιήθηκαν στην Αθήνα στο πλαίσιο του διεθνούς διαγωνισμού ζύθου που διοργανώνεται από την BeerBartender και έχει εξελιχθεί σε θεσμό για τη Νοτιοανατολική και Ανατολική Ευρώπη και την Μεσόγειο. Σύμφωνα με τα στοιχεία της διοργάνωσης, φέτος συμμετείχαν περίπου 100 δείγματα από 36 ζυθοποιίες διαφορετικών χωρών.



## Editorial

### Κρίμα

Τα ξημερώματα της Τετάρτης, επέστρεφα από το Amsterdam. Δίπλα μου, καθόταν ο Dermot. Ιρλανδός, 35 χρονών, πήγε για σπουδές στην ολλανδική πρωτεύουσα και έμεινε και για να δουλέψει εκεί. Αρχιτέκτονας.

“Αγαπώ αυτή την πόλη”, μου είπε. “Όχι μόνο για τα νίβε της, αλλά και επειδή εδώ βιώνεις καθημερινά τι σημαίνει ποιότητα ζωής”.

-Και πώς ορίζεις την ποιότητα ζωής;

-Πρώτον, από το γεγονός ότι δεν χρειάζομαι αυτοκίνητο για τις μετακινήσεις μου. Οι δρόμοι είναι φτιαγμένοι για τα ποδήλατα, ενώ και το metro σε πηγαίνει παντού. Επιπλέον, το σιδηροδρομικό δίκτυο είναι άψογο και μπορείς να πας άνετα σε όποιο σημείο της χώρας θέλεις. Δεύτερον, από την κάλυψη, που έχω σε ό,τι αφορά ιατρικές υπηρεσίες. Χωρίς ιδιωτική ασφάλεια. Τρίτον, από το πόσο οργανωμένο είναι το Κράτος σε ό,τι αφορά την καθημερινότητα του πολίτη. Τέταρτον, και ίσως πλέον σημαντικό, το πόσο ώριμη είναι η κοινωνία αναφορικά με θέματα, που προκύπτουν στη ρουτίνα όλων.

Ο Dermot, λοιπόν, έχει αποφασίσει ότι αυτός είναι πλέον ο τόπος μόνιμης κατοικίας του.

Επειδή, όμως, ταξιδεύει συχνά στην Αθήνα για επαγγελματικούς λόγους, τον ρώτησα την άποψή του για την πόλη.

Μου είπε ότι θεωρεί την Αθήνα σκληρή πόλη:

Οι δρόμοι είναι σκληροί, το νιώθεις.

Οι συνθήκες είναι σκληρές, διότι η κίνηση είναι αφόρητη και για να πας σε πολλούς κάποιους προορισμούς, δεν έχεις την εναλλακτική των μέσων σταθερής τροχιάς.

Τα κτήρια είναι σκληρά, αφού τους λείπει ο χαρακτήρας, η ταυτότητα, η περιποίηση.

“Και είναι κρίμα, διότι ο καιρός, οι γεύσεις, η όλη ατμόσφαιρα είναι πολύ όμορφα”.

Δεν θα διαφωνήσω.

Κρίμα.

Τόσο απλά.

Νεκτάριος Β. Νώτης

[nectarios@notice.gr](mailto:nectarios@notice.gr)

### SECRETRECIPE

#### Σε θέση ετοιμότητας...

Η διαρκής άνοδος του συγκεκριμένου ομίλου δεν πολυαρέσει στον ανταγωνισμό. Μάλιστα, όπως πληροφορείται το Fnb Daily, η διοίκηση ενός εκ των βασικών ανταγωνιστών, που βλέπει να απειλείται ευθέως, έχει αρχίσει να ψιθυρίζει διάφορα στην αγορά για τη φερεγγυότητα του ομίλου αυτού. Και, εντελώς ανεπίσημα, δηλώνει ότι βρίσκεται σε θέση ετοιμότητας. Για παν ενδεχόμενο. Για να δούμε...



# NOTICE

CONTENT & SERVICES

ΣΤΗΝ



#03

ΠΕΜΠΤΗ  
21 ΜΑΪΟΥ  
2026

**ΕΛΛΗΝΙΚΑ  
ΓΑΛΑΚΤΟΚΟΜΕΙΑ**  
Σε πρώτο πλάνο  
φέτα, στραγγιστό  
γιαούρτι και  
παραδοσιακό  
χαλούμι

**ΜΙΧΑΗΛ  
ΑΡΑΜΠΑΤΖΗΣ -  
ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΖΥΜΗ**  
Με διευρυμένη  
προϊοντική γκάμα  
στην PLMA

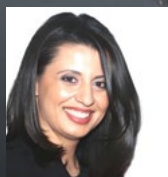
**ΒΙΟΜΗΧΑΝΙΑ  
ΓΑΛΑΚΤΟΣ  
ΟΜΗΡΟΣ**  
Πρώτη επίσημη  
παρουσίαση  
του κυπριακού  
χαλουμιού ΠΟΠ  
- Σε εξέλιξη  
επενδύσεις €30  
εκατ.

**UNISMACK**  
Με τρεις νέες  
προτάσεις για  
το σύγχρονο  
snacking στη  
φετινή έκθεση

Μεταδίδουν



Νεκτάριος  
Β. Νιώτης



Στέλλα  
Αυγουστάκη

POWERED BY



PROMO  
SOLUTION  
EXHIBIT.CREATE.

## ΕΛΛΗΝΙΚΑ ΓΑΛΑΚΤΟΚΟΜΕΙΑ Σε πρώτο πλάνο φέτα, στραγγιστό γιαούρτι και παραδοσιακό χαλλούμι

Στις βασικές προϊόντικές κατηγορίες εστίασε ο όμιλος των Ελληνικών Γαλακτοκομικών στην παρουσία του στην PLMA 2026, θέλοντας να αξιοποιήσει την ποιότητα, τη διαφοροποίηση και την αυθεντικότητα που, όπως επισημαίνουν στελέχη του, αποτελούν βασικά ανταγωνιστικά πλεονεκτήματα και κινητήριο δύναμη για τη συνεχή ανάπτυξη του στις διεθνείς αγορές. Σε αυτό το πλαίσιο, ιδιαίτερη έμφαση δόθηκε στη Φέτα ΠΟΠ -n οποία, αξίζει να σημειωθεί, διακρίθηκε με δύο Χρυσά Βραβεία στον διαγωνισμό World Championship Cheese Contest 2026 στις Ηνωμένες Πολιτείες- στο στραγγιστό γιαούρτι και στο παραδοσιακό Χαλλούμι ΠΟΠ. Επιπλέον παρουσιάστηκαν το Cottage Cheese, τα High protein drinks και τα επιδόρπια γάλακτος, προϊόντα που αποτελούν καρπό της διαδικασίας έρευνας κι ανάπτυξης των Ελληνικών Γαλακτοκομείων με στόχο την κάλυψη των σύγχρονων διατροφικών τάσεων και των εξειδικευμένων αναγκών των καταναλωτών διεθνώς.

### ΠΑΡΟΥΣΙΑ ΣΕ 60 ΧΩΡΕΣ

Ο όμιλος σήμερα δραστηριοποιείται εμπορικά σε 60 χώρες, προσφέροντας προϊόντα που βασίζονται σε αυθεντικές ελληνικές συνταγές και παραδοσιακές μεθόδους παραγωγής, μεταφέροντας τη γεύση και την αξία της ελληνικής διατροφής σε όλο τον κόσμο. Όπως τονίζουν στελέχη του, για την αποτελεσματική ανάπτυξη στις διεθνείς αγορές, έχει υιοθετηθεί ένα μικτό εμπορικό μοντέλο, που συνδυάζει την παρουσία τοπικών θυγατρικών εταιρειών με στρατηγικές συνεργασίες με επιλεγμένους διανομείς και συνεργάτες.

Σήμερα λειτουργούν 14 εμπορικές θυγατρικές σε στρατηγικές αγορές, όπως η Ιταλία, η Γερμανία, η Γαλλία, η Σουηδία, το Ηνωμένο Βασίλειο, η Σερβία και η Κύπρος, ενώ πρόσφατα επεκτάθηκε σε νέες αγορές όπως η Πολωνία, η Μολδαβία και η Ισπανία. Παράλληλα, μέσω ενός αξιόπιστου διεθνούς δικτύου συνεργατών, διασφαλίζεται ευελιξία, άμεση ανταπόκριση στις ανάγκες κάθε αγοράς και συνεχή παρακολούθηση των καταναλωτικών τάσεων. Στόχος του ομίλου είναι η περαιτέρω ενίσχυση της παρουσίας του σε αγορές με υψηλή δυναμική ανάπτυξης για τα ελληνικά και μεσογειακά προϊόντα.



### ΣΤΟ 31% ΤΟΥ ΤΖΙΡΟΥ ΤΟ PL

Η δραστηριότητα του ομίλου ισορροπεί στρατηγικά μεταξύ προϊόντων ιδιωτικής ετικέτας και επώνυμων προϊόντων, εξασφαλίζοντας ευελιξία και δυναμική ανάπτυξη σε διαφορετικά κανάλια της αγοράς. Οι πωλήσεις προϊόντων Private Label ανέρχονται σε €230 εκατ. αντιπροσωπεύοντας το 31% του συνολικού κύκλου εργασιών του ομίλου.

"Αναγνωρίζουμε και ανταποκρινόμαστε στην ανάγκη των πελατών μας να αναπτύξουν τη δική τους γκάμα προϊόντων με ιδιαίτερα χαρακτηριστικά, προσφέροντας υπηρεσίες R&D, υψηλή ποιότητα προϊόντων και μεγάλη παραγωγική ισχύ ως ένας από τους μεγαλύτερους και αξιόπιστους προμηθευτές σε ευρωπαϊκό επίπεδο", υπογραμμίζουν από την εταιρεία.

### ΕΞΕΛΙΣΣΕΤΑΙ ΔΙΑΡΚΩΣ Η ΙΔΙΩΤΙΚΗ ΕΤΙΚΕΤΑ

Οι ίδιες πηγές τονίζουν ότι ο κλάδος της ιδιωτικής ετικέτας καταγράφει διαχρονικά ισχυρή ανάπτυξη, με τα μερίδιά του να αυξάνονται σταθερά χρόνο με τον χρόνο, τόσο στην ελληνική όσο και στη διεθνή αγορά. Η τάση αυτή συνδέεται άμεσα με

τη στροφή των καταναλωτών προς ποιοτικές αλλά πιο προσιτές οικονομικά επιλογές, ιδιαίτερα σε ένα περιβάλλον όπου η διαχείριση του οικογενειακού προϋπολογισμού παραμένει βασική προτεραιότητα. Παράλληλα, τα προϊόντα ιδιωτικής ετικέτας έχουν εξελιχθεί σημαντικά τα τελευταία χρόνια, επενδύοντας πλέον όχι μόνο στην ανταγωνιστική τιμή, αλλά και στην ποιότητα, την καινοτομία και τη διαφοροποίηση, καλύπτοντας ολοένα και πιο εξειδικευμένες ανάγκες των καταναλωτών. Την ίδια στιγμή βέβαια τα επώνυμα προϊόντα εξακολουθούν να διατηρούν, όπως σημειώνουν, έναν ιδιαίτερα σημαντικό ρόλο στην αγορά, διαθέτοντας ένα ισχυρό και πιστό καταναλωτικό κοινό. "Μέσα από τη συνεχή επένδυση στην καινοτομία, την έρευνα και την ανάπτυξη νέων προϊόντικών κατηγοριών, τα brands λειτουργούν ως οδηγοί εξέλιξης της αγοράς, δημιουργώντας νέες τάσεις και προσφέροντας προστιθέμενη αξία στον καταναλωτή. Πιστεύουμε ότι οι δύο κατηγορίες μπορούν να συνυπάρχουν δυναμικά και συμπληρωματικά, συμβάλλοντας από κοινού στην ανάπτυξη της συνολικής αξίας της αγοράς", υπογραμμίζουν.

## UNISMACK

# Με τρεις νέες προτάσεις για το σύγχρονο snacking στη φετινή έκθεση

Τρεις νέες προτάσεις που ανταποκρίνονται στις πιο ισχυρές τάσεις του σύγχρονου snacking παρουσίασε η Unismack στην PLMA, που όπως επισημαίνει η εταιρεία, συγκέντρωσαν τη μεγαλύτερη ζήτηση από retailers κατά τη διάρκεια του τελευταίου έτους.

Πιο αναλυτικά:

- Στο επίκεντρο της παρουσίας της βρέθηκε το νέο **protein pretzel concept**, ένα oven-baked snack βασισμένο στην πρωτεΐνη αρακά, με υψηλή περιεκτικότητα σε πρωτεΐνη και φυτικές ίνες, το οποίο συνδυάζει functional χαρακτηριστικά με έντονη savoury γεύση
- Παράλληλα, παρουσίασε τη νέα **High Protein Snack Range**, επίσης βασισμένη σε plant-based pea protein πλατφόρμα, επεκτείνοντας τη φιλοσοφία του protein pretzel σε περισσότερα snack formats και καταναλωτικά occasions
- Την εικόνα συμπλήρωσαν τα νέα **Baked Tortilla Chips**, που τοποθετούνται ως baked-not-fried εναλλακτική στην κατηγορία tortilla, με χαμηλότερα λιπαρά αλλά χωρίς συμβιβασμούς στη γεύση

### ΜΕΤΑΤΟΠΙΣΗ ΤΗΣ ΑΓΟΡΑΣ

Όπως επισημαίνει η εταιρεία, τα συγκεκριμένα λανσαρίσματα δεν αποτελούν απλές line extensions, αλλά προϊόντα που σχεδιάστηκαν ως απάντηση σε συγκεκριμένα αιτήματα retailers, οι οποίοι αναζητούν πιο functional, cleaner label επιλογές για το snack ράφι, διατηρώντας παράλληλα υψηλό γευστικό αποτύπωμα.

Ο CEO της Unismack, Δημήτρης Στρατάκης, σημειώνει χαρακτηριστικά ότι "η αγορά μετατοπίζεται γρηγορότερα απ' ό,τι μπορεί να την ακολουθήσει το μέσο private label πρόγραμμα", τονίζοντας πως ο ρόλος της εταιρείας είναι να προσφέρει στους retailers και συνεργάτες της ουσιαστικές λύσεις τη στιγμή που τις χρειάζονται και όχι όταν η τάση έχει πλέον ωριμάσει.

### ΕΞΑΓΩΓΕΣ ΣΕ 20 ΧΩΡΕΣ

Η Unismack σήμερα δραστηριοποιείται σε περισσότερες από 20 χώρες, διατηρώντας παρουσία σε απαιτητικές αγορές όπως οι Ηνωμένες Πολιτείες, το Ηνωμένο Βασί-



λειο, η Αυστραλία, η Νέα Ζηλανδία, η Ιαπωνία, η Σουηδία και η Νότια Αφρική.

Σύμφωνα με την εταιρεία, το μεγαλύτερο ενδιαφέρον προέρχεται αυτή την περίοδο από την Ευρώπη - κυρίως την Αγγλία και την Κεντρική Ευρώπη - όπου οι retailers επιδιώκουν ταχύτερη ανανέωση των private label ραφιών τους στις κατηγορίες protein και baked snacks.

Παράλληλα, οι Ηνωμένες Πολιτείες παραμένουν στρατηγική αγορά για την εταιρεία, με την ελληνική παραγωγική μονάδα να λειτουργεί ως κέντρο καινοτομίας και εξαγωγικής δραστηριότητας, ενώ η συνεργασία με τη SnackCraft επιτρέπει και US-domestic παραγωγή για μεγάλους όγκους ή απαιτητικά χρονοδιαγράμματα.

### ΕΩΣ ΤΟ 30% ΤΟΥ ΤΖΙΡΟΥ ΤΟ PL

Το Private Label αντιπροσωπεύει σήμερα περίπου το 25%-30% του συνολικού τζίρου της Unismack, αποτελώντας - όπως αναφέρει η διοίκηση - έναν στρατηγικό πυλώνα ανάπτυξης και όχι μια ευκαιριακή δραστηριότητα.

Η εταιρεία υπογραμμίζει ότι τα private label concepts ακολουθούν την ίδια διαδικασία έρευνας, ανάπτυξης και ποιοτικού ελέγχου με τα branded προϊόντα της,

στοιχείο που, σύμφωνα με την ίδια, εξηγεί και τη μακροχρόνια συνεργασία με τους retailers που την επιλέγουν.

### ΟΙ ΠΡΟΟΠΤΙΚΕΣ ΤΟΥ ΚΛΑΔΟΥ

Σε ό,τι αφορά την πορεία της αγοράς ιδιωτικής ετικέτας, η Unismack εκτιμά ότι η σημαντικότερη αλλαγή δεν αφορά μόνο τις ίδιες τις τάσεις - όπως protein, fibre, baked και clean label - αλλά κυρίως την ταχύτητα με την οποία οι καταναλωτές στρέφονται προς το better-for-you snacking. Ειδικά στις savoury κατηγορίες, ο καταναλωτής δεν επιλέγει πλέον ανάμεσα σε γεύση και διατροφική αξία, αλλά απαιτεί και τα δύο στο ίδιο προϊόν και στην ίδια τιμή.

Αυτό, σύμφωνα με την εταιρεία, αλλάζει και τον ρόλο του private label ραφιού, καθώς οι retailers αναζητούν πλέον concepts που μπορούν να προσελκύσουν τον καταναλωτή που μέχρι πρόσφατα επέλεγε branded προϊόντα. Μέσα σε αυτό το περιβάλλον, η Unismack θεωρεί ότι η εξειδίκευσή της στο healthier savoury snacking - από cheese snack crackers και baked pretzels μέχρι pea-protein snacks και baked tortilla concepts - αποτελεί αποτέλεσμα πολυετούς επένδυσης που σήμερα συναντά τη διεθνή ζήτηση.



## MEDBEST

# Με νέα εικόνα και καινοτόμες μεσογειακές προτάσεις το premium brand NEFÉLI

Τη νέα εξελιγμένη εικόνα του premium brand Nefeli, με επίκεντρο το rebranding της σειράς Specialty και την περαιτέρω ανάπτυξη καινοτόμων μεσογειακών προτάσεων με σύγχρονο γευστικό χαρακτήρα, παρουσίασε στην PLMA 2026 η medbest. Ιδιαίτερη διάκριση για την εταιρεία αποτελεί το γεγονός ότι το προϊόν Green Olives & Cranberries επιλέχθηκε από την επιτροπή της PLMA 2026 για να παρουσιαστεί στο επίσημο New Product Expo της έκθεσης, στον χώρο του RAI Auditorium, ανάμεσα στις πιο καινοτόμες νέες προτάσεις της διεθνούς αγοράς private label.

Παράλληλα, η medbest παρουσίασε τη νέα δομή της σειράς Nefeli Specialty, η οποία πλέον διαχωρίζεται στις θεματικές ενότητες Sweet Stories και Journeys. Η πρώτη περιλαμβάνει πιο φρέσκα και γλυκόξινα γευστικά προφίλ, όπως οι Green Olives & Cranberries, Mojito Olives και Almond Bliss Olives, ενώ η δεύτερη αντλεί έμπνευση από γεύσεις και αρώματα διαφορετικών χωρών, με προτάσεις όπως οι Chipotle Honey Olives, French Curry Olives και Moroccan Spice Olives.

Επιπλέον, παρουσιάστηκε η ανανεωμένη εικόνα της σειράς Nefeli Sweet Pairings, η οποία αποκτά νέα γυάλινη συσκευασία 230ml και περιλαμβάνει προτάσεις όπως τα Aegean Fig Relish, Sour Cherry Relish και Kalamata & Fig Relish, σχεδιασμένες για συνοδευτικά τυριών, αλλαντικών και σύγχρονες γαστρονομικές εφαρμογές.

### ΣΤΟΧΟΣ Η ΠΕΡΑΙΤΕΡΩ ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΣΕ ΑΣΙΑ, Ν. ΑΜΕΡΙΚΗ ΚΑΙ ΑΡΑΒΙΚΕΣ ΧΩΡΕΣ

Όπως σημειώνουν από την εταιρεία, οι νέες παρουσιάσεις επιβεβαιώνουν τη στρατηγική της να επενδύει διαρκώς στην καινοτομία, την αισθητική και την ανάπτυξη προϊόντων με ισχυρή διεθνή ταυτότητα. Σήμερα διατηρεί παρουσία σε περισσότερες από 35 χώρες παγκοσμίως, εξάγοντας τα προϊόντα της τόσο μέσω των brands Nefeli και Like a Greek Sunday, όσο και μέσα από στρατηγικές συνεργασίες private label.

Ανάμεσα στις σημαντικότερες αγορές της εταιρείας συγκαταλέγονται οι Ηνωμένες Πολιτείες, ο Καναδάς, η Αυστραλία, το Ηνωμένο Βασίλειο, η Γαλλία, η Γερμανία, η Ιαπωνία, η Νότια Κορέα, καθώς και χώ-



ρες της Μέσης Ανατολής, όπως η Σαουδική Αραβία και τα Ηνωμένα Αραβικά Εμιράτα. Στόχος της εταιρείας για το επόμενο διάστημα είναι η περαιτέρω ανάπτυξη σε αναδυόμενες αγορές της Ασίας, της Λατινικής Αμερικής και της ευρύτερης αραβικής περιοχής, όπου το ενδιαφέρον για αυθεντικά μεσογειακά προϊόντα συνεχίζει να ενισχύεται.

### ΣΤΟ 75% ΤΟΥ ΤΖΙΡΟΥ Η ΙΔΙΩΤΙΚΗ ΕΤΙΚΕΤΑ

Ο τομέας του private label αποτελεί έναν από τους βασικούς πυλώνες ανάπτυξης της medbest και σήμερα αντιστοιχεί περίπου στο 75% του συνολικού κύκλου εργασιών της εταιρείας. Η medbest διαχειρίζεται περισσότερα από 75 ενεργά private label projects σε αγορές της Ευρώπης, της Αμερικής, της Ασίας, της Ωκεανίας και της Μέσης Ανατολής, συνεργαζόμενη με μεγάλες αλυσίδες λιανεμπορίου και διεθνείς διανομείς.

Το χαρτοφυλάκιο της εταιρείας καλύπτει ένα ευρύ φάσμα μεσογειακών προϊόντων, με βασικές κατηγορίες τις επιτραπέζιες ελιές, το ελαιόλαδο, τα antipasti και άλλες αυθεντικές ελληνικές γεύσεις. Η μακρο-

χρόνια εμπειρία, η ευελιξία και η δυνατότητα ανάπτυξης προϊόντων προσαρμοσμένων στις ανάγκες κάθε αγοράς έχουν ενισχύσει σημαντικά τη θέση της medbest ως αξιόπιστου συνεργάτη private label στη διεθνή αγορά τροφίμων.

### ΝΕΕΣ ΕΠΕΝΔΥΣΕΙΣ ΚΑΙ ΕΙΣΟΔΟΣ ΤΟΥ ΝΕΦΕΛΙ ΣΤΗΝ ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΑΓΟΡΑ

Η medbest συνεχίζει να επενδύει στρατηγικά στη βιώσιμη ανάπτυξη και στον περαιτέρω εκσυγχρονισμό της λειτουργίας της, υλοποιώντας ένα πλάνο ενίσχυσης που αφορά τόσο τις εσωτερικές διαδικασίες όσο και την τεχνολογική εξέλιξη της εταιρείας.

Βασικός στόχος είναι η δημιουργία ενός ακόμη πιο ευέλικτου και αποτελεσματικού οργανισμού, μέσα από τη βελτιστοποίηση των διαδικασιών, την ενίσχυση της συνεργασίας μεταξύ των τμημάτων και τη συνεχή ανάπτυξη του ανθρώπινου δυναμικού. Παράλληλα, ιδιαίτερη έμφαση δίνεται στον τεχνολογικό μετασχηματισμό της εταιρείας, με την αξιοποίηση νέων εργαλείων και συστημάτων που συμβάλλουν στη βελτίωση της αποδοτικότητας και της ποιότητας



εργασίας. Ταυτόχρονα, η medbest επενδύει συστηματικά στην ενίσχυση κομβικών τομέων της λειτουργίας της, όπως η Διασφάλιση Ποιότητας, η ανάπτυξη νέων προϊόντων, η διαχείριση προμηθειών και οι εξαγωγικές λειτουργίες, με στόχο τη συνεχή αναβάθμιση των προϊόντων και των υπηρεσιών της στις διεθνείς αγορές. Ιδιαίτερα σημαντικό βήμα για το 2026 αποτελεί και η είσοδος του premium brand Nefeli στην ελληνική αγορά, για πρώτη φορά από την ίδρυσή του, μέσα από τη νέα συνεργασία με την Καρούλιας / IMA. Μετά από μια ισχυρή διεθνή πορεία σε περισσότερες από 35 χώρες, η επιστροφή της Nefeli στην πατρίδα της σηματοδοτεί μια νέα φάση ανάπτυξης για το brand και τη medbest συνολικά.

### ΣΕ ΠΙΟ ΩΡΙΜΗ ΦΑΣΗ ΠΕΡΝΑΕΙ Η ΑΓΟΡΑ

Η medbest εκτιμά ότι η αγορά της ιδιω-

τικής ετικέτας συνεχίζει να αναπτύσσεται δυναμικά τόσο διεθνώς όσο και στην Ελλάδα και, παράλληλα, περνά πλέον σε μια πιο ώριμη φάση, όπου η ποιότητα, η αυθεντικότητα και η διαφοροποίηση αποκτούν ακόμη μεγαλύτερη σημασία τη στιγμή που οι καταναλωτές παραμένουν ιδιαίτερα προσεκτικοί στις αγορές τους, αναζητώντας προϊόντα που συνδυάζουν υψηλή ποιότητα με καλή σχέση αξίας και τιμής. Παράλληλα, φαίνεται να ενισχύεται το ενδιαφέρον για πιο ποιοτικά και εξειδικευμένα private label προϊόντα, με έμφαση σε αυθεντικές γεύσεις, φυσικά συστατικά και πιο σύγχρονες διατροφικές επιλογές. Στον χώρο των μεσογειακών τροφίμων, προϊόντα όπως οι επιτραπέζιες ελιές, το ελαιόλαδο, η φέτα και τα απίραστη αποκτούν ολοένα και μεγαλύτερη δυναμική, ιδιαίτερα όταν συνδυάζουν παράδοση, καινοτομία και ισχυρή γαστρονομική ταυτότητα.

Ταυτόχρονα, οι αλυσίδες λιανεμπορίου αναζητούν πλέον συνεργάτες που μπορούν να προσφέρουν όχι μόνο ποιοτικά προϊόντα, αλλά και ευελιξία, αξιοπιστία και δυνατότητα ανάπτυξης προτάσεων προσαρμοσμένων στις ανάγκες κάθε αγοράς. Η τεχνολογία και η Τεχνητή Νοημοσύνη αναμένεται επίσης να διαδραματίσουν σημαντικό ρόλο τα επόμενα χρόνια, τόσο στη διαχείριση της εφοδιαστικής αλυσίδας όσο και στην καλύτερη κατανόηση των καταναλωτικών τάσεων.

Παρά τις προκλήσεις που δημιουργούν το αυξημένο λειτουργικό κόστος και οι διεθνείς γεωπολιτικές εξελίξεις, η ιδιωτική ετικέτα εξακολουθεί να παρουσιάζει σημαντικές προοπτικές ανάπτυξης. Η κατηγορία εξελίσσεται πλέον σε μια ολοκληρωμένη πρόταση αξίας, όπου η ποιότητα, η συνέπεια και η αυθεντικότητα καθορίζουν όλο και περισσότερο την επιλογή του καταναλωτή.

## ALAMBRA Επενδύει στο χαλούμι και ενισχύει τη διεθνή παρουσία της

Νέες προτάσεις στην κατηγορία του χαλουμιού παρουσίασε στην PLMA 2026 η Alambra, εστιάζοντας στην ποιότητα, την καινοτομία, την ευελιξία παραγωγής και τις λύσεις ιδιωτικής ετικέτας.

Σύμφωνα με την εταιρεία, στόχος είναι η ανάδειξη της δυνατότητάς της να υποστηρίζει τόσο branded προϊόντα, όσο και συνεργασίες private label.

### ΣΤΟ 60% ΤΟΥ ΤΖΙΡΟΥ Η ΙΔΙΩΤΙΚΗ ΕΤΙΚΕΤΑ

Όπως αναφέρει η εταιρεία, το private label αντιπροσωπεύει περίπου το 60% του συνολικού κύκλου εργασιών της, επιβεβαιώνοντας τη στρατηγική σημασία του συγκεκριμένου τομέα για την ανάπτυξη της. Σε ό,τι αφορά την πορεία της αγοράς ιδιωτικής ετικέτας, η εταιρεία εκτιμά ότι ο κλάδος συνεχίζει να αναπτύσσεται τόσο στην Κύπρο και την Ελλάδα, όσο και διεθνώς, καθώς οι καταναλωτές αναζητούν προϊόντα με καλή σχέση ποιότητας και τιμής. Την ίδια στιγμή, σημειώνει ότι τα branded προϊόντα εξακολουθούν να διατηρούν σημαντικό ρόλο στην αγορά, προσφέρο-



ντας αναγνωρισιμότητα, εμπιστοσύνη και καινοτομία.

Η εταιρεία εκτιμά ότι το private label θα συνεχίσει να ενισχύεται τα επόμενα χρόνια, με έμφαση στην ποιότητα, τη διαφοροποίηση και τις πιο εξειδικευμένες προτάσεις προϊόντων.

### Η ΕΙΚΟΝΑ ΤΩΝ ΕΞΑΓΩΓΩΝ

Η εταιρεία εξάγει σήμερα σε περίπου 45 χώρες, διαθέτοντας ένα χαρτοφυλάκιο branded και private label προϊόντων. Οι εξαγωγές της καλύπτουν σημαντικές αγορές στην Ευρώπη, καθώς και σε Αυστραλία, Αμερική και Ασία, ενώ παράλλη-

λα εξετάζονται νέες ευκαιρίες σε αγορές όπου καταγράφεται αυξανόμενη ζήτηση για ποιοτικά και αξιόπιστα προϊόντα.

### Η ΣΤΟΧΕΥΣΗ ΤΩΝ ΕΠΕΝΔΥΣΕΩΝ

Παράλληλα, η Alambra σημειώνει ότι επενδύει διαρκώς στην τεχνολογική αναβάθμιση, την αυτοματοποίηση και την αύξηση της παραγωγικότητας.

Σύμφωνα με την εταιρεία, οι επενδύσεις αυτές στοχεύουν στη βελτίωση της αποδοτικότητας, στη διασφάλιση σταθερής ποιότητας και στην ενίσχυση της δυνατότητας ανταπόκρισης στις απαιτήσεις μεγάλων πελατών και διεθνών συνεργασιών.

## ΚΟΥΚΑΚΙΣ FARM Για δεύτερη φορά στην PLMA με τη βασική γκάμα των προϊόντων της

Η Koukakis Farm συμμετείχε για δεύτερη φορά στην έκθεση PLMA μετά το 2019, παρουσιάζοντας εκ νέου τη βασική γκάμα των προϊόντων της και επιβεβαιώνοντας τη στρατηγική της ανάπτυξη στις διεθνείς αγορές.

Στο περίπτερο της εταιρείας βρέθηκαν το βραβευμένο στραγγιστό γιαούρτι, τόσο στην κλασική του εκδοχή, όσο και στις διαθέσιμες γεύσεις, καθώς και η σειρά κεφίρ, προϊόντα που αποτελούν βασικούς πυλώνες της εξαγωγικής της δραστηριότητας.

### ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΕΣ ΣΥΝΕΡΓΑΣΙΕΣ ΣΤΟ PL

Η Φάρμα Κουκάκη έχει πλέον παρουσία σε 32 αγορές του εξωτερικού, με το μεγαλύτερο μέρος των εξαγωγών της, σε ποσοστό περίπου 90%, να αφορά branded προϊόντα. Παράλληλα, η εταιρεία παρακολουθεί επιλεκτικά στρατηγικές συνεργασίες private label με σημαντικούς retailers της ευρωπαϊκής αγοράς.



### ΟΙ ΚΥΡΙΕΣ ΑΓΟΡΕΣ

Κύριες αγορές για τη Φάρμα Κουκάκη αποτελούν η Ιταλία, η Γαλλία και η Ισπανία, οι οποίες αντιπροσωπεύουν περισσότερο από το 50% του συνολικού εξαγωγικού όγκου της.

Στον τομέα της ιδιωτικής ετικέτας, το private label αντιστοιχεί σήμερα περίπου στο 10% των εξαγωγών της εταιρείας, στοιχείο που αποτυπώνει τη διατήρηση της έμφασης στο branded portfolio, χωρίς ωστόσο να αποκλείονται συνεργασίες με στρατηγικό χαρακτήρα.

### Ο ΚΑΘΟΡΙΣΤΙΚΟΣ ΠΑΡΑΓΟΝΤΑΣ ΤΟΥ BRAND

Σε ό,τι αφορά την πορεία της αγοράς private label, η εταιρεία εκτιμά ότι η κατηγορία θα συνεχίσει να ενισχύεται διεθνώς, ως αποτέλεσμα των πληθωριστικών πιέσεων και της αυξημένης ευαισθησίας των καταναλωτών απέναντι στην τιμή. Παρ' όλα αυτά, θεωρεί ότι το brand θα εξακολουθήσει να αποτελεί καθοριστικό παράγοντα στη διαμόρφωση της τελικής αγοραστικής απόφασης, ιδιαίτερα σε κατηγορίες τροφίμων όπου η ποιότητα και η εμπιστοσύνη του καταναλωτή παραμένουν κρίσιμα στοιχεία.

## NUTRIA Νέα συσκευασία 500 ml σε εύκαμπτο squeeze PET

Η Nutria συμμετείχε στην PLMA 2026 παρουσιάζοντας μία νέα συσκευασία 500 ml σε πρακτικό εύκαμπτο squeeze PET μπουκάλι, σχεδιασμένη για πιο εύκολη και λειτουργική καθημερινή χρήση.

Όπως αναφέρουν στο F+B Daily οι Διευθύνοντες Σύμβουλοι της Nutria, Νίκος και Γιάννης Ζαβάκος, η εταιρεία διατηρεί ισχυρή διεθνή παρουσία, πραγματοποιώντας εξαγωγές σε περίπου 35 χώρες τόσο με επώνυμα προϊόντα όσο και μέσω private label συνεργασιών.

### ΟΙ ΚΥΡΙΕΣ ΑΓΟΡΕΣ

Κύριες αγορές της αποτελούν η Γερμανία, η Σουηδία και οι ΗΠΑ, ενώ το επόμενο διάστημα στοχεύει στην περαιτέρω διεύρυνση της παρουσίας της σε αγορές όπως η Τσεχία, η Ουγγαρία, η Πολωνία και η Ολλανδία.

Το private label αντιπροσωπεύει περίπου το 50% του συνολικού κύκλου εργασιών της.

Σε ό,τι αφορά την πορεία της ιδιωτικής ετικέτας, η εταιρεία εκτιμά ότι ο κλάδος θα συνεχίσει να αναπτύσσεται τόσο στην Ελλάδα όσο και διεθνώς, με ήπιους αλλά σταθερούς ρυθμούς.

Όπως σημειώνει, η ελληνική αγορά εξακολουθεί να κινείται σε χαμηλότερα επίπεδα σε σχέση με το εξωτερικό, ωστόσο οι προοπτικές περαιτέρω ενίσχυσης της κατηγορίας παραμένουν θετικές.

### ΕΠΕΝΔΥΣΕΙΣ €4 ΕΚΑΤ.

Παράλληλα, η Nutria υλοποιεί επενδυτικό πλάνο ύψους περίπου €4 εκατ. για την τριετία 2026-2028 στις εγκαταστάσεις της στον Άγιο Κωνσταντίνο Φθιώτιδας.

Το πρόγραμμα αφορά κυρίως την αναβάθ-



μιση του μηχανολογικού εξοπλισμού του ελαιολιβερίου και της μονάδας τυποποίησης ελαιολάδου, καθώς και έργα ενεργειακής αναβάθμισης, όπως εγκατάσταση φωτοβολταϊκών στη στέγη.

Η επένδυση εντάσσεται στο πρόγραμμα Π3-73-2.3 του Υπουργείου Αγροτικής Ανάπτυξης & Τροφίμων και βρίσκεται στο στάδιο της αξιολόγησης.

## ΒΙΟΜΗΧΑΝΙΑ ΓΑΛΑΚΤΟΣ ΟΜΗΡΟΣ

# Πρώτη επίσημη παρουσίαση του κυπριακού χαλουμιού ΠΟΠ - Σε εξέλιξη επενδύσεις €30 εκατ.

Η Βιομηχανία Γάλακτος Όμηρος έδωσε φέτος ιδιαίτερο βάρος στη συμμετοχή της στην PLMA, όπου πραγματοποίησε την πρώτη επίσημη παρουσίαση του κυπριακού χαλουμιού ΠΟΠ στο ευρύ επαγγελματικό κοινό, μετά την εξαγορά της κυπριακής εταιρείας Χατζηπειρής στα τέλη του 2025.

Η προσθήκη του χαλουμιού ενισχύει περαιτέρω το χαρτοφυλάκιο της εταιρείας με ένα ακόμη προϊόν υψηλής εξαγωγικής δυναμικής, το οποίο έχει ήδη ενταχθεί σε σημαντικό μέρος των διεθνών συνεργασιών της.

Στην έκθεση, οι επισκέπτες είχαν τη δυνατότητα να γνωρίσουν και να δοκιμάσουν το νέο προϊόν, το οποίο πλέον αποτελεί αναπόσπαστο κομμάτι της Όμηρος.

### ΕΞΑΓΩΓΕΣ ΣΕ 40 ΧΩΡΕΣ

Η εταιρεία διατηρεί ισχυρή εξαγωγική παρουσία σε περισσότερες από 40 χώρες, τόσο με επώνυμα προϊόντα, όσο και μέσω συνεργασιών ιδιωτικής ετικέτας.

Οι ευρωπαϊκές αγορές εξακολουθούν να αποτελούν τον βασικό πυλώνα ανάπτυξης, με τη φέτα να καταγράφει υψηλή αναγνωρισιμότητα και σταθερά αυξανόμενη ζήτη-

ση. Παράλληλα, σημαντική ανάπτυξη παρουσιάζουν οι αγορές των ΗΠΑ και της Ασίας, ενώ στρατηγικός στόχος παραμένει και η περαιτέρω ενίσχυση της παρουσίας της εταιρείας στις χώρες του αραβικού κόσμου, όταν οι γεωπολιτικές και οικονομικές συνθήκες το επιτρέψουν.

### Ο ΡΟΛΟΣ ΤΟΥ PL

Ιδιαίτερα σημαντικός παραμένει ο ρόλος της ιδιωτικής ετικέτας για την Όμηρος, καθώς αντιπροσωπεύει περίπου το 70% του συνολικού κύκλου εργασιών της.

Η εταιρεία συνεργάζεται με μεγάλες διεθνείς αλυσίδες λιανεμπορίου, αναλαμβάνοντας την ανάπτυξη και παραγωγή προϊόντων PL και λειτουργώντας ουσιαστικά ως το "brand πίσω από το brand".

Όπως επισημαίνεται, οι συνεργασίες αυτές ξεπερνούν το παραδοσιακό μοντέλο προμηθευτή - πελάτη, στηρίζοντας την αξιοπιστία, τη συνέπεια και την ποιότητα που αναζητούν οι retailers.

### ΣΕ ΝΕΑ ΦΑΣΗ ΩΡΙΜΑΝΣΗΣ Ο ΚΛΑΔΟΣ

Σε ό,τι αφορά την πορεία της ιδιωτικής ετικέτας, η εταιρεία εκτιμά ότι ο κλάδος

έχει περάσει πλέον σε μία νέα φάση ωρίμανσης. Τα προϊόντα PL δεν αντιμετωπίζονται πλέον μόνο ως οικονομικότερες επιλογές, αλλά ως ολοκληρωμένες value for money προτάσεις που συνδυάζουν ποιότητα και αξιοπιστία.

Την ίδια στιγμή, οι μεγάλες αλυσίδες λιανεμπορίου επενδύουν συστηματικά στην ανάπτυξη ολοκληρωμένων χαρτοφυλακίων ιδιωτικής ετικέτας, ενώ οι καταναλωτές εμφανίζονται πλέον περισσότερο ενημερωμένοι και απαιτητικοί απέναντι στα ποιοτικά χαρακτηριστικά των προϊόντων που επιλέγουν.

### ΕΠΕΝΔΥΣΕΙΣ €30 ΕΚΑΤ.

Τέλος, σε εξέλιξη βρίσκεται επενδυτικό πρόγραμμα €30 εκατ. για την περίοδο 2025–2027, που αφορά την επέκταση και αναβάθμιση των εγκαταστάσεων της εταιρείας σε Ελλάδα και Κύπρο.

Οι νέες γραμμές παραγωγής και συσκευασίας αναμένεται να αυξήσουν τη δυναμικότητα και την ευελιξία της παραγωγής, βελτιώνοντας παράλληλα τους χρόνους παράδοσης και τη συνολική επιχειρησιακή αποτελεσματικότητα.





## DAMAVAND

# Επενδύσεις €6 εκατ. σε υποδομές - Επιδίωξη η περαιτέρω ενίσχυση του pl

Τις σημαντικές επενδύσεις που υλοποίησε το τελευταίο διάστημα, ενισχύοντας ουσιαστικά τόσο την παραγωγική της δυναμικότητα, όσο και το εξαγωγικό της αποτύπωμα, παρουσίασε η Damavand στην PLMA.

Στο επίκεντρο βρίσκεται η ολοκλήρωση επενδυτικού προγράμματος ύψους €6 εκατ. σε υποδομές και παραγωγικό εξοπλισμό, μέσω του οποίου η εταιρεία, με έδρα τα Φιλιά Θεσσαλίας και συγκαταλεγόμενη μεταξύ των σημαντικών παραγωγών του κλάδου της βιομηχανικής ντομάτας στην Ελλάδα, υπερδιπλασίασε την παραγωγική της δυνατότητα, με έμφαση στις retail συσκευασίες και τις λύσεις private label.

Παράλληλα, η Damavand παρουσίασε στην έκθεση το σύνολο του προϊόντικού της χαρτοφυλακίου, επιβεβαιώνοντας τη στρατηγική της στόχευση για περαιτέρω ενίσχυση της παρουσίας της στις διεθνείς αγορές μέσω του επενδυτικού και επιχειρηματικού της πλάνου.

### ΔΥΟ ΓΡΑΜΜΕΣ ΠΑΡΑΓΩΓΗΣ

Ενισχύοντας περαιτέρω την δυναμικότητά της, η εταιρεία προχώρησε πρόσφατα στην προσθήκη μιας νέας μηχανής ασηπτικής συσκευασίας τροφίμων SIG

Compact 12 Aseptic Food, η οποία έρχεται να συμπληρώσει τη SIG Standard 12 Aseptic με Food Option kit, που λειτουργεί ήδη από το 2024. Οι δύο νέες γραμμές παραγωγής ενισχύουν σημαντικά τόσο την παραγωγική ευελιξία, όσο και τα επίπεδα ασφάλειας και ποιότητας των προϊόντων, ενώ μειώνουν το περιβαλλοντικό αποτύπωμα επιτρέποντας στην Damavand να ανταποκρίνεται ακόμη πιο αποτελεσματικά στη διαρκώς αυξανόμενη ζήτηση για προϊόντα προστιθέμενης αξίας.

### ΕΞΑΓΩΓΕΣ ΣΕ 10 ΧΩΡΕΣ

Η εταιρεία εξάγει σήμερα σε περισσότερες από δέκα χώρες, με βασικές αγορές τις σκανδιναβικές χώρες, την Γερμανία και το Ηνωμένο Βασίλειο. Επενδύοντας σταθερά στην παραγωγή, στην καινοτομία και στην ανάπτυξη νέων προϊόντων μέσω ενός οργανωμένου πλαισίου έρευνας και ανάπτυξης (R&D), η Damavand, δημιουργεί τις προϋποθέσεις για περαιτέρω ενίσχυση της παρουσίας της στις ευρωπαϊκές αγορές. Στρατηγικός στόχος για το επόμενο διάστημα αποτελεί η περαιτέρω διεύρυνση της παρουσίας της στην Δυτική και Βόρεια Ευρώπη, τόσο μέσω της ανάπτυξης υφιστάμενων συνεργασιών όσο και μέσω της εισόδου σε νέες αγορές.

### ΒΑΡΥΤΗΤΑ ΣΤΟ PL

Ιδιαίτερη βαρύτητα δίνει στον τομέα του private label, ο οποίος αποτελεί στρατηγική προτεραιότητα και αντιπροσωπεύει το μεγαλύτερο μέρος του κύκλου εργασιών της. Η εταιρεία εκτιμά ότι ο κλάδος της ιδιωτικής ετικέτας να μετασχηματίζεται σταδιακά από μια οικονομική επιλογή σε μια ολοκληρωμένη πρόταση brand, με διακριτή ταυτότητα και σαφές value proposition.

### ΕΠΕΝΔΥΣΕΙΣ ΤΕΧΝΟΓΝΩΣΙΑΣ

Στο πλαίσιο αυτό, η Damavand επενδύει συστηματικά τόσο σε υποδομές όσο και σε τεχνογνωσία, προκειμένου να υποστηρίξει τους πελάτες της στο χώρο του retail στην ανάπτυξη ανταγωνιστικών, ποιοτικών και καινοτόμων private brands, που θα μπορούν να διαμορφώνουν τις τάσεις στις επιμέρους κατηγορίες τους. Παράλληλα, η εταιρεία συνεχίζει την υλοποίηση του επενδυτικού της πλάνου και σε επίπεδο υποδομών logistics, με τη δημιουργία νέας σύγχρονης αποθήκης 5.000 τ.μ., η οποία ολοκληρώθηκε πρόσφατα. Η νέα εγκατάσταση αναμένεται να ενισχύσει περαιτέρω την επιχειρησιακή ευελιξία της Damavand και να συμβάλει στην ακόμη αποτελεσματικότερη εξυπηρέτηση των πελατών της στις διεθνείς αγορές.

## ΜΙΧΑΗΛ ΑΡΑΜΠΑΤΖΗΣ – ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΖΥΜΗ Με διευρυμένη προϊοντική γκάμα στην PLMA

Η Μιχαήλ Αραμπατζής – Ελληνική Ζύμη συμμετείχε στη φετινή PLMA, παρουσιάζοντας μια διευρυμένη προϊοντική γκάμα που ανταποκρίνεται στις σύγχρονες ανάγκες της αγοράς ιδιωτικής ετικέτας και στις διατροφικές τάσεις των καταναλωτών διεθνώς.

Η εταιρεία εστιάζει σε προϊόντα υψηλής προστιθέμενης αξίας, με ποικιλία σχημάτων, διαφορετικών τύπων ζύμης και επιλογών τόσο σε αλμυρές, όσο και σε γλυκές γεύσεις, με έμφαση στην ποιότητα των πρώτων υλών.

### ΕΝΙΣΧΥΜΕΝΗ Η ΣΕΙΡΑ ΤΩΝ ΑΤΟΜΙΚΩΝ ΡΟΛΩΝ

Ιδιαίτερα ενισχυμένη εμφανίζεται η σειρά των ατομικών ρολών, η οποία εμπλουτίζεται με νέες γεύσεις εμπνευσμένες από την ελληνική παραδοσιακή κουζίνα, αξιοποιώντας εξαιρετικό παρθένο ελαιόλαδο και εκλεκτά προϊόντα ΠΟΠ, αλλά και με πιο σύγχρονους γευστικούς συνδυασμούς βασισμένους σε ευρηματικές συνταγές. Οι νέες προτάσεις έρχονται να ενισχύσουν την ήδη επιτυχημένη γκάμα της εταιρείας, με στόχο την αύξηση της αξίας της κατηγορίας και την προσέλκυση νέων καταναλωτών στην αγορά κατεψυγμένων προϊόντων ζύμης παγκοσμίως.

### ΠΑΡΑΔΟΣΙΑΚΕΣ ΑΥΘΕΝΤΙΚΕΣ ΓΕΥΣΕΙΣ

Παράλληλα, στην PLMA παρουσιάστηκαν παραδοσιακές στριφτές πίτες βασισμένες σε τοπικές ελληνικές συνταγές, πίτες με αυθεντικό χωριάτικο φύλλο, μπουγάτσες και πιτάκια, επιβεβαιώνοντας τη στρατηγική της εταιρείας να επενδύει στην αυθεντικότητα και τη διαφοροποίηση.

### ΑΝΟΔΙΚΑ ΤΟ PL

Σημανικό ρόλο στη διεθνή ανάπτυξη της Μιχαήλ Αραμπατζής διαδραματίζει η αγορά private label, η οποία καταγράφει ισχυ-



ρή άνοδο παγκοσμίως τόσο σε αξία, όσο και σε όγκο. Η εταιρεία έχει επενδύσει διαχρονικά σε στρατηγικές συνεργασίες με κορυφαίους retailers στην Ελλάδα και το εξωτερικό, καθιστώντας τα προϊόντα ιδιωτικής ετικέτας βασικό πυλώνα της εμπορικής της δραστηριότητας.

Η εταιρεία, μία από τις μεγαλύτερες βιομηχανίες κατεψυγμένης ζύμης στην Ευρώπη και η κορυφαία παγκοσμίως στον τομέα των ελληνικών παραδοσιακών κατεψυγμένων προϊόντων ζύμης, διαθέτει παρουσία σε περισσότερες από 40 χώρες και συ-

νεργάζεται με πάνω από 4.500 πελάτες διεθνώς. Οι εξαγωγές αντιπροσωπεύουν πλέον περισσότερο από το 55% του συνολικού κύκλου εργασιών της, ενώ συνεχίζουν να αναπτύσσονται με διψήφιο ρυθμό και το 2026, ενισχύοντας περαιτέρω τη στρατηγική εξωστρέφειας της εταιρείας.

### ΕΝΙΣΧΥΣΗ ΤΟΥ FOOD SERVICE & BAKE OFF

Παράλληλα, ενισχύει τη διεθνή της παρουσία μέσω του καναλιού Food Service και του concept Bake Off, προωθώντας προϊόντα υψηλής προστιθέμενης αξίας, ενδυναμώνοντας την παρουσία των ελληνικών παραδοσιακών προϊόντων ζύμης σε καταναλωτές ανά τον κόσμο.

### ΕΠΕΝΔΥΣΕΙΣ

Παρακολουθώντας διαρκώς τις εξελισσόμενες διατροφικές απαιτήσεις και τάσεις της αγοράς, η Μιχαήλ Αραμπατζής αξιοποιεί την τεχνογνωσία και την τεχνολογική της υποδομή, εμπλουτίζοντας συνεχώς το χαρτοφυλάκιό της με εξειδικευμένες λύσεις όπως Vegan, Kosher και Halal προϊόντα, καθώς και εξατομικευμένες προτάσεις προσαρμοσμένες στις ανάγκες κάθε συνεργάτη.

Η συνεχής αναπτυξιακή πορεία της εταιρείας συνοδεύεται και από σημαντικές επενδύσεις στις παραγωγικές της υποδομές. Στο πλαίσιο του επενδυτικού της πλάνου, προχωρά στη δημιουργία νέων υπερσύγχρονων αποθηκευτικών χώρων κατάψυξης, ώστε να ανταποκριθεί στην αυξανόμενη ζήτηση, ενώ παράλληλα επενδύει συστηματικά στην εκπαίδευση και ανάπτυξη των ανθρώπινων πόρων της, με στόχο τη διαρκή ενίσχυση των δεξιοτήτων και της επαγγελματικής εξέλιξης του προσωπικού της. Επιπλέον, επενδύει στην ενίσχυση της διεθνούς παρουσίας μέσω των brands Elzymi και Χρυσή Ζύμη στο κανάλι του retail.