

Delifrance

LIVE EVERYDAY DELICIOUS

**Crafted to inspire.
Made to enjoy.**



www.delifrance.com/gr
Delifrance Hellas | 210 4251130

METROPOLITAN
EXPO
13-16 Δεβ
2026

HOIRE|CA| 
ΜΙΑ ΕΚΘΕΣΗ ΠΑΓΚΟΣΜΙΟΥ ΕΠΙΠΕΔΟΥ

Leading the *change*

ΣΥΜΜΕΤΕΧΟΥΜΕ!
HALL 4 | STAND B09-C09



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 12 ΦΕΒΡΟΥΑΡΙΟΥ 2026
ΤΕΥΧΟΣ 2269



• HEINEKEN

Το +1,6% χάρη στις τιμές, το σχέδιο για έως 6.000 απολύσεις και η χαμηλή μονοψήφια πτώση στην Ελλάδα



• ΔΙΑΜΑΝΤΗΣ ΜΑΣΟΥΤΗΣ

Νέο ΔΣ λίγο πριν την εξαγορά της Κρητικής
- Διευθύνων Σύμβουλος ο Θ. Γεροστεργιούδης



• CAVINO

Ανέλαβε τη διανομή του Κτήματος Σπυρόπουλου
- Χαμηλά ο πήχης για το 2026, στόχος η κερδοφορία φέτος για Κουρτάκη



• AHOLD DELHAIZE

Ποιες επενδύσεις θα υποστηρίξει φέτος
η εξοικονόμηση €1,25 δισ.
από το Save for Our Customers

Editorial

Χωρίς σχόλια

Debrief

Ουδείς αναντικατάστατος;

Business Maker

- Τί λέει η Επιτροπή Ανταγωνισμού για το πρόστιμο στην Coca Cola HBC
- Dark kitchens: η επανάσταση που δεν ήρθε... ποτέ

SecretRecipe

Κάτι αλλάζει σύντομα στο Ναύπλιο...

Business Insight

MSCI: Στις 31 Μαρτίου τα σπουδαία και το overweight της ΓΕΚ Τέρνα

FIND US.
IF YOU
DARE.



HO|RE|CA|
ΣΥΜΜΕΤΕΧΟΥΜΕ!

13-16 ΦΕΒ —————
METROPOLITAN EXPO

HALL 1 —————
ΘΕΣΗ A02 – B01

• **AHOLD DELHAIZE**

ΠΟΙΕΣ ΕΠΕΝΔΥΣΕΙΣ ΘΑ ΥΠΟΣΤΗΡΙΞΕΙ ΦΕΤΟΣ Η ΕΞΟΙΚΟΝΟΜΗΣΗ €1,25 ΔΙΣ. ΑΠΟ ΤΟ SAVE FOR OUR CUSTOMERS

Ανάπτυξη 3,4% (και 5,9% με σταθερές συναλλαγματικές ισοτιμίες) και διψήφια άνοδο της κερδοφορίας, περίξ του 30% κατέγραψε η Ahold Delhaize Group το 2025, χάρη κυρίως στις επιδόσεις της Ευρώπης και τη συνεισφορά της Profi στα αποτελέσματα του ομίλου.



Frans Muller,
Διευθύνων
Σύμβουλος,
Ahold Delhaize

DATA (σε €εκατ.)

Καθαρές πωλήσεις

2025: 92.352

2024: 89.356

Μεταβολή: 3,4%

Online πωλήσεις

2025: 10.274

2024: 9.235

Μεταβολή: 11,2%

Λειτουργικά κέρδη

2025: 3.542

2024: 2.784

Μεταβολή: 27,2%

Καθαρά κέρδη

2025: 2.264

2024: 1.764

Μεταβολή: 28,4%

ϊόντων, ενώ οι ραγδαίες εξελίξεις στην Τεχνητή Νοημοσύνη και σε άλλες τεχνολογίες συνέχισαν να αναδιαμορφώνουν τον τρόπο που εργαζόμαστε και ζούμε". Ταυτόχρονα, πρόσθεσε ότι "τα νοικοκυριά αντιμετώπισαν διαρκή πίεση από τα υψηλότερα έξοδα διαβίωσης και την οικονομική αβεβαιότητα" με τα brands της Ahold Delhaize να παραμένουν επικεντρωμένα "στην εξυπηρέτηση των πελατών, στη βελτίωση της προσιτότητας και στην υποστήριξη πιο υγιών κοινοτήτων".

Προς αυτή την κατεύθυνση, όπως επισήμανε, "η στρατηγική Growing Together ενδυναμώνει το εξαιρετικό τοπικό λιανικό εμπόριο τροφίμων, αξιοποιώντας παράλληλα τη διεθνή μας κλίμακα και τις δυνατότητές μας. Η βαθιά εξειδίκευση στην οικογένεια των τοπικών εμπορικών σημάτων μας, μας δίνει μια κατανόηση σε πραγματικό χρόνο για το τι έχει μεγαλύτερη σημασία για τους πελάτες, επιτρέποντας προσεκτικές επιλογές που βελτιώνουν κάθε επίσκεψη - στο κατάστημα και στο διαδίκτυο - μέσω της προσιτής τιμής, των ισχυρότερων ποικιλιών και της έξυπνης τεχνολογίας".

σχυση της ανάπτυξης των πωλήσεων και συνεχιζόμενες επενδύσεις στην τεχνολογία και την Τεχνητή Νοημοσύνη για την παροχή καινοτόμων λύσεων που δημιουργούν θετικό αντίκτυπο σε ολόκληρη την αλυσίδα αξίας. Συνολικά για την περίοδο 2025-2028 προβλέπεται εξοικονόμηση περίπου €5 δισ.

Save for Our Customers (σε εκατ.)



ΔΙΚΤΥΟ

Το 2025 ο όμιλος άνοιξε 220 νέα καταστήματα και ανακαίνισε περισσότερα από 450 σημεία, διατηρώντας ένα σύγχρονο και υγιή δίκτυο, ενώ ενίσχυσε την πρώτη ή την δεύτερη θέση που κατέχει στις περισσότερες αγορές όπου δραστηριοποιείται.

ΤΑ ΜΕΓΕΘΗ ΑΝΑ ΓΕΩΓΡΑΦΙΚΗ ΠΕΡΙΟΧΗ (ΣΕ €ΕΚΑΤ.)

Ευρώπη

Καθαρές πωλήσεις: 39.289 (+11,8%)

Online πωλήσεις: 5.637 (+9,6%)

Λειτουργικά κέρδη: 1.404 (+55%)

ΗΠΑ

Καθαρές πωλήσεις: 59.830 (2%)

Online πωλήσεις: 5.229 (+18,2%)

Λειτουργικά κέρδη: 2.277 (+2,8%)

GROWING TOGETHER

Ο Πρόεδρος & CEO του ομίλου, Frans Muller ανέφερε ότι "το 2025, λειτουργούσαμε σε ένα ταχέως μεταβαλλόμενο περιβάλλον. Οι αλλαγές στην κυβερνητική πολιτική ήταν συχνές και απρόβλεπτες, οι διαταραχές στην εφοδιαστική αλυσίδα οδήγησαν σε αστάθεια του πληθωρισμού σε ορισμένες κατηγορίες προ-

ΤΟ ΦΕΤΙΝΟ ΠΛΑΝΟ

Έχοντας ήδη μπει στο 2026, ο όμιλος σχεδιάζει να διατηρήσει τη δυναμική του μέσω συνεχών επενδύσεων σε τιμές, περαιτέρω ανάπτυξης σε own brands και επιτάχυνσης σε ανοίγματα και ανακαινίσεις καταστημάτων, υποστηρίζοντας κορυφαία στον κλάδο περιθώρια κέρδους της τάξης του 4%.

Τα περιθώρια κέρδους θα υποστηριχθούν από το πρόγραμμα "Save for Our Customers", μέσω του οποίου αναμένεται περαιτέρω εξοικονόμηση άνω των €1,25 δισ. φέτος. Με αυτό το πρόγραμμα, θα υποστηριχθούν επενδύσεις σε τιμές, περαιτέρω επενδύσεις στο omnichannel για την ενί-

GUIDANCE

Σύμφωνα με το guidance από τη διοίκηση, αναμένεται μεσαία έως υψηλή μονοψήφια αύξηση στα underlying κέρδη ανά μετοχή σε σταθερές συναλλαγματικές ισοτιμίες και τουλάχιστον €2,3 δισ. σε ελεύθερες ταμειακές ροές.

Για το σύνολο του 2026 η διοίκηση αναμένει:

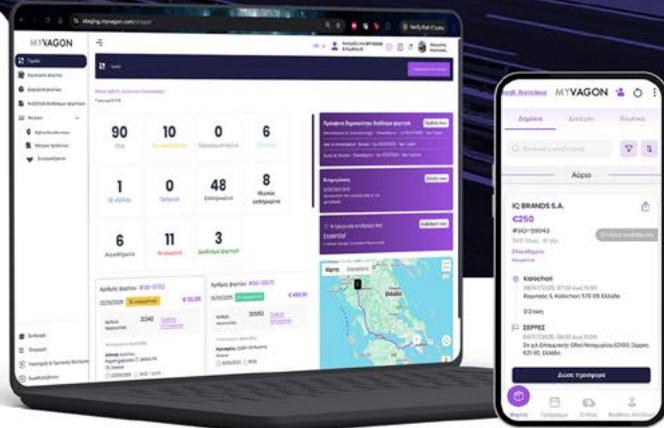
- Λειτουργικό περιθώριο κέρδους, πέριξ του 4%
- Ανάπτυξη EPS σε μεσαίο έως υψηλό μονοψήφιο ποσοστό
- Ελεύθερες ταμειακές ροές της τάξης των €2,3 δισ.
- Καθαρές κεφαλαιουχικές δαπάνες περίπου €2,7 δισ.

Μάκης Αποστόλου
makis@notice.gr

Ψηφιοποίησε τη δρομολόγησή των φορτίων σου

**Ανέβασε το φορτίο μία φορά.
Συντόνισε τα πάντα.
Παρακολούθησε live.**

➤ Οργάνωσε όλους τους μεταφορείς σου σε μία ενιαία ψηφιακή πλατφόρμα, εξοικονόμησε χρόνο και μείωσε τα μεταφορικά κόστη.



Bonus: Γίνε μέλος δωρεάν στο MYVAGON Marketplace^{BETA} και απέκτησε άμεσα πρόσβαση σε 1.000+ μεταφορείς όταν χρειάζεσαι επιπλέον χωρητικότητα.

Σήμερα



➤ Ο κλασικός τρόπος

Αύριο



➤ Με την MYVAGON.COM

**ΜΙΑ ΠΛΑΤΦΟΡΜΑ, ΟΛΟΙ ΟΙ ΜΕΤΑΦΟΡΕΙΣ ΣΟΥ, ΕΣΥ ΣΤΟ ΚΕΝΤΡΟ.
» Αυτή είναι η MYVAGON**

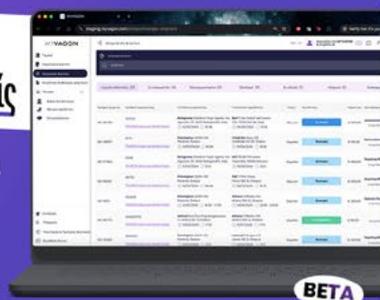
Δυσκολεύεσαι να βρεις μεταφορείς;

Επιπλέον χωρητικότητα, όποτε τη χρειάζεσαι.

Πρόσβαση στο MYVAGON Marketplace^{BETA}, την 1η ψηφιακή αγορά φορτίων στην Ελλάδα, με ένα συνεχώς αναπτυσσόμενο δίκτυο από 1.000+ μεταφορικές εταιρείες και ανεξάρτητους οδηγούς.

Βρες μεταφορείς γρήγορα, αναβάθμισε τα logistics σου και εξασφάλισε άμεση κάλυψη για τα φορτία σου — όλα μέσα από μία κεντρική πλατφόρμα.

**Άμεση πρόσβαση
σε 1.000+ μεταφορείς**



«Με την MYVAGON, έχουμε κεντριοποιησει και ψηφιοποιήσει τη διαχείριση των μεταφορών μας. Έχουμε μειώσει τα τηλεφωνήματα, εξοικονομήσει χρόνο και βελτιώσει τον προγραμματισμό δρομολογίων σε όλο το δίκτυο μεταφορέων μας.»

Όλγα Τσάγκαρη – Υπεύθυνη Δρομολόγησης
BIKOS- ΗΠΕΙΡΩΤΙΚΗ ΒΙΟΜΗΧΑΝΙΑ ΕΜΦΙΑΛΩΣΕΩΝ Α.Ε.



Ξεκίνα να μεταφέρεις πιο έξυπνα τώρα



Επισκέψου την **MYVAGON.com**
& αναβάθμισε τα logistics σου

• ΜΕΛΕΤΙΑΔΗΣ

ΝΕΟΙ ΚΩΔΙΚΟΙ ΧΩΡΙΣ ΖΑΧΑΡΗ - ΕΜΦΑΣΗ ΣΤΗΝ ΓΕΡΜΑΝΙΑ, ΕΥΚΑΙΡΙΕΣ ΣΤΗΝ ΚΙΝΑ

Σε εμπλουτισμό της γκάμας της προχωρά η Μελετιάδης. Σύμφωνα με πληροφορίες του Fnb Daily, η εταιρεία παραγωγής και εμπορίας ζαχαρωδών προϊόντων από την βόρεια Ελλάδα προσθέτει νέες γεύσεις στην προϊοντική γκάμα "Χαλβάς Σαλονικιός".

Το brand διατίθεται σε πολλαπλές εκδοχές, από κλασικές γεύσεις, όπως βανίλια και κακάο, έως επιλογές με αμύγδαλο και φυσίκι Αιγίνης, αλλά και σειρές χωρίς ζάχαρη που ανταποκρίνονται στις σύγχρονες καταναλωτικές τάσεις. Η προσθήκη νέων κωδικών εντάσσεται σε μια ευρύτερη στρατηγική προσαρμογής στη ζήτηση για προϊόντα με διαφορετικό προφίλ.

INFO - ΓΕΥΣΕΙΣ

- Βανίλια
- Κακάο
- Αμύγδαλο
- Φυσίκι Αιγίνης
- Κακάο χωρίς ζάχαρη
- Φράουλα κακάο χωρίς ζάχαρη
- Φυστικοβούτυρο χωρίς ζάχαρη

Σύμφωνα με στελέχη της εταιρείας, ο σχεδιασμός για το 2025 προβλέπει αφενός την ενδυνάμωση των υφιστάμενων αγορών, αφετέρου τη στοχευμένη επέκταση σε νέες. Στο επίκεντρο βρίσκονται η Ισπανία και η Ιταλία, όπου αξιολογούνται εμπορικές συνεργασίες, καθώς και η προοπτική εισόδου σε αγορές

των αραβικών χωρών, οι οποίες χαρακτηρίζονται από υψηλή κατανάλωση προϊόντων με βάση το σουσάμι.

ΕΞΑΓΩΓΕΣ ΣΕ ΠΑΝΩ ΑΠΟ 30 ΧΩΡΕΣ

Η εταιρεία έχει παρουσία σε περισσότερες από 30 χώρες, μέσω ενεργών συνεργασιών σε πάνω από 15 βασικές αγορές, με την Ευρώπη να αποτελεί τον κύριο άξονα ανάπτυξης. Οι πωλήσεις στις διεθνείς αγορές αντιπροσωπεύουν το 33% του συνολικού της τζίρου.

Η εταιρεία δίνει έμφαση στην Γερμανία, η οποία είναι από τις πλέον βασικές αγορές, κυρίως λόγω της αυξημένης ζήτησης για ταχίνι. Ακολουθεί η Κύπρος, αγορά στην οποία διατίθεται το σύνολο των προϊόντων της, προσφέροντας σταθερό όγκο πωλήσεων και διεύρυνση καναλιών διανομής. Κατά την προηγούμενη χρήση, η Μελετιάδης προχώρησε σε γεωγραφική επέκταση, εισερχόμενη σε νέες αγορές της Βαλτικής και του Καυκάσου, όπως η Λιθουανία και η Αρμενία.

Παράλληλα, αυξημένο ενδιαφέρον καταγράφεται από την Ασία, με την Κίνα να απορροφά ήδη ποσότητες ταχινιού, στο πλαίσιο διερευνητικών συνεργασιών. Ήδη έχουν ξεκινήσει συζητήσεις για την κινεζική αγορά, όπως πληροφορείται το Fnb Daily.

Στέλλα Αυγουστάκη
stella@notice.gr



Γιώργος Φιλίππου,
Γενικός
Διευθυντής,
DS Smith
Hellas

• HELLENIC PAPER PACKAGING ASSOCIATION ΑΝΤΙΠΡΟΕΔΡΟΣ Ο ΓΕΝΙΚΟΣ ΔΙΕΥΘΥΝΤΗΣ ΤΗΣ DS SMITH HELLAS, ΓΙΩΡΓΟΣ ΦΙΛΙΠΠΟΓΛΟΥ

Τα καθήκοντα Αντιπροέδρου του Hellenic Paper Packaging Association (HPPA) ανέλαβε ο Γιώργος Φιλίππου, Γενικός Διευθυντής και Πρόεδρος του Διοικητικού Συμβουλίου της DS Smith Hellas. Η απόφαση εγκρίθηκε ομόφωνα από το Διοικητικό Συμβούλιο του Συνδέσμου και αναμένεται να ενισχύσει τη στρατηγική κατεύθυνση και τη βιωσιμότητα του κλάδου της χάρτινης συσκευασίας στην Ελλάδα.

Η ΠΟΡΕΙΑ ΤΟΥ

Με περισσότερα από 20 χρόνια εμπειρίας στους τομείς της συμβουλευτικής και της συσκευασίας, ο κ. Φιλίππου έχει ηγηθεί σημαντικών εταιρικών αναδιαρθρώσεων και έχει διατελέσει μέλος σε Διοικητικά Συμβούλια οργανισμών του κλάδου. Στη DS Smith Hellas εργάζεται από το 2012 και από τον Δεκέμβριο του 2023 κατέχει τη θέση του Γενικού Διευθυντή και Προέδρου του Διοικητικού Συμβουλίου, εποπτεύοντας ένα δυναμικό 420 εργαζομένων στην Ελλάδα.

Η ακαδημαϊκή του πορεία περιλαμβάνει σπουδές στη Διοίκηση Επιχειρήσεων στο Πανεπιστήμιο Μακεδονίας, MBA με εξειδίκευση στην Ελεγκτική και Λογιστική από το Πανεπιστήμιο Αιγαίου, καθώς και συμμετοχή στο πρόγραμμα Leadership Development Aspire του Oxford University SAID Business School. Επιπλέον, ολοκλήρωσε το πρόγραμμα του Ινστιτούτου Ορκωτών Ελεγκτών στην Ελλάδα.





FOR HOSPITALITY

ΝΕΕΣ ΕΠΑΓΓΕΛΜΑΤΙΚΕΣ ΛΥΣΕΙΣ ΚΑΦΕ ΓΙΑ ΟΛΟΥΣ ΤΟΥΣ ΧΩΡΟΥΣ



Επικοινωνήστε

μαζί μας

☎ 2106711007



www.nespresso-pro.gr

NESPRESSO
PROFESSIONAL

ΣΥΜΜΕΤΕΧΟΥΜΕ!

HO|RE|CA|

13-16 ΦΕΒΡΟΥΑΡΙΟΥ 2026
METROPOLITAN EXPO

Hall 1 / Stand B5

• CAVINO

ΑΝΕΛΑΒΕ ΤΗ ΔΙΑΝΟΜΗ ΤΟΥ ΚΤΗΜΑΤΟΣ ΣΠΥΡΟΠΟΥΛΟΥ - ΧΑΜΗΛΑ Ο ΠΗΧΗΣ ΓΙΑ ΤΟ 2026, ΣΤΟΧΟΣ Η ΚΕΡΔΟΦΟΡΙΑ ΦΕΤΟΣ ΓΙΑ ΚΟΥΡΤΑΚΗ

Τη διανομή των κρασιών του Κτήματος Σπυρόπουλου έχει αναλάβει από 1ης Φεβρουαρίου 2026 ο ο όμιλος Cavino, με το σήμα, όπως πληροφορείται το FNB Daily, να εντάσσεται κάτω από την ομπρέλα της Ελληνικά Κελλάρια Οίνων-Δ. Κουρτάκη, η οποία εξαγοράστηκε μέσα στο 2025.

Η συμφωνία για την αλλαγή στέγης" του Κτήματος Σπυρόπουλου - τη διανομή του οποίου μέχρι πρότινος πραγματοποιούσε η Δυναμική - οριστικοποιήθηκε στα τέλη του 2025. Όπως εξηγεί στο FNB Daily ο Οικονομικός Διευθυντής της Cavino, Νέστορας Δρίτσας, η κίνηση αυτή έρχεται να ενισχύει το portfolio της Cavino η οποία, υπενθυμίζεται, το 2024 είχε εντάξει στην γκάμα της και τα κρασιά της Santo Wines. "Πάντα έχουμε τα μάτια μας ανοικτά και μας ενδιαφέρουν σημαντικά brands με προοπτική ανάπτυξης", αναφέρει ο κ. Δρίτσας.

ΣΤΑ ΕΠΙΠΕΔΑ ΤΟΥ 2024 Ο ΠΕΡΥΣΙΝΟΣ ΤΖΙΡΟΣ

Όπως προσθέτει ο ίδιος, το 2025 ήταν για την Cavino χρονιά σταθεροποίησης σε ό,τι αφορά τα οικονομικά μεγέθη, με το περιθώριο κέρδους να βελτιώνεται περαιτέρω αλλά τον τζίρο να κινείται στα επίπεδα του 2025, καθώς το κλίμα στην αγορά του κρασιού και του αλκοόλ εν γένει έχει... βαρύνει εδώ κι αρκετούς μήνες.

"Αυτό που εισπράτουμε ως αίσθηση τόσο από την ελληνική αγορά, όσο και από το εξωτερικό είναι μια σαφώς πιο μαζεμένη κατα-

νάλωση, λόγω της συμπίεσης των εισοδημάτων ενώ και η δαιμονοποίηση του αλκοόλ προφανώς παίζει το ρόλο της. Στην ελληνική αγορά, ειδικότερα, η αυστηροποίηση της νομοθεσίας -αν και κινείται στη σωστή κατεύθυνση- έχει λειτουργήσει επίσης επιβαρυντικά στην κατανάλωση", υπογραμμίζει ο κ. Δρίτσας. Για όλους αυτούς τους λόγους, όπως επισημαίνει, ο πήχης για το 2026 είναι αρκετά χαμηλά.

DATA CAVINO* (σε €χιλ.)

Κύκλος Εργασιών

2024: 36.068

2023: 33.731

Μεταβολή: 27,66%

EBITDA

2024: 4.449

2023: 3.421

Μεταβολή: 30%

Αποτέλεσμα προ φόρων

2024: 2.914

2023: 1.999

Μεταβολή 45,77%

*Σε επίπεδο εταιρείας

ΣΤΟΧΕΥΜΕΝΕΣ ΠΑΡΕΜΒΑΣΕΙΣ ΣΤΙΣ ΥΠΟΔΟΜΕΣ ΤΩΝ ΕΛΛΗΝΙΚΩΝ ΚΕΛΛΑΡΙΩΝ

Σύμφωνα με τον κ. Δρίτσα, το πλάνο ενσωμάτωσης της Ελληνικά Κελλάρια Οίνων εξελίσσεται ομαλά και βάσει του αρχικού σχεδι-

ασμού. "Το 2025, και ειδικότερα στους εννέα μήνες που είχαμε τον έλεγχο της εταιρείας, προτεραιότητα ήταν να τη σταθεροποιήσουμε οικονομικά και να βελτιώσουμε κάποιες λειτουργικές δομές.

Αυτό επιτεύχθηκε και πλέον το 2026 ο στόχος είναι να επιστρέψει στην κερδοφορία και, παράλληλα, να υλοποιήσουμε στοχευμένες παρεμβάσεις στις παραγωγικές της υποδομές", εξηγεί. "Για παράδειγμα, προχωρήσαμε ήδη στην αλλαγή του MIS και κάποιου παρωχημένου μηχανολογικού εξοπλισμού και σε αυτή την κατεύθυνση θα συνεχίσουμε, με στοχευμένες τομές- ίσως όχι ιδιαίτερα υψηλού προϋπολογισμού αλλά απολύτως απαραίτητες για τον εκσυγχρονισμό της εταιρείας", προσθέτει.

ΕΝΤΟΣ ΔΙΕΤΙΑΣ Η ΝΕΑ ΕΠΕΝΔΥΣΗ 5 €ΕΚΑΤ.

Έχοντας ολοκληρώσει 8 επενδυτικά προγράμματα συνολικού προϋπολογισμού €8,4 εκατ. την τελευταία εξαετία, το πλάνο της Cavino περιλαμβάνει μια επένδυση ύψους €5 εκατ. για επέκταση και περαιτέρω εκσυγχρονισμό των εγκαταστάσεων της. Ο σχετικός φάκελος έχει ήδη υποβληθεί προς ένταξη στο Πρόγραμμα Π3-73-2.3 του υπουργείου Αγροτικής Ανάπτυξης για τη στήριξη επενδύσεων στη μεταποίηση αγροτικών προϊόντων και η υλοποίησή αναμένεται να δρομολογηθεί εντός της επόμενης διετίας.

ΕΝΙΣΧΥΣΗ ΕΞΑΓΩΓΩΝ

Στους στόχους της Cavino είναι επίσης να συντηρήσει το momentum που έχουν αποκτήσει οι εξαγωγές, οι οποίες αυτή τη στιγμή αντιπροσωπεύουν το 60% των πωλήσεων, με την ενίσχυση της παρουσίας σε ΗΠΑ, Καναδά και Αγγλία να βρίσκεται σε πρώτο πλάνο. Παράλληλα, σε επίπεδο R&D η έρευνα επικεντρώνεται στα προϊόντα με χαμηλή ή και μηδενική περιεκτικότητα σε αλκοόλ.

Παράλληλα, ο κ. Δρίτσας είναι κατηγορηματικός ότι η Cavino δεν ενδιαφέρεται να επεκταθεί σε κλάδους όπως τα αναψυκτικά, το νερό, το real estate ή η ενέργεια "θα συνεχίσουμε να είμαστε στο χώρο που δραστηριοποιούμαστε- νομίζω, με αρκετή επιτυχία- όλα αυτά τα χρόνια", αναφέρει χαρακτηριστικά.

Γιάννης Τσατσάκης
yannis@notice.gr



Νέστορας Δρίτσας, Οικονομικός Διευθυντής, Cavino



KNOXHULT
Κουζίνα,
220x61x220 cm
370€
Τιμή χωρίς ΦΠΑ: 298,39€

IKEA for Business

Η τιμή περιλαμβάνει: ντουλάπι, πόρτες, συρτάρια, πάγκο εργασίας, πόδια, μπάζες, ράφια, μεντεσέδες και εξαρτήματα.

**Επισκεφθείτε μας
στο περίπτερο IKEA for Business.**

Εμπνευστείτε και δημιουργήστε έναν επαγγελματικό χώρο με λειτουργικές και όμορφες λύσεις.



 **METROPOLITAN EXPO**
Hall 3 | C14/D18

**Ζούμε μαζί.
Δημιουργούμε μαζί.**



• ΕΥ ΕΛΛΑΔΟΣ

ΟΙ ΝΙΚΗΤΕΣ ΤΟΥ ΔΙΑΓΩΝΙΣΜΟΥ “ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΑΣ ΤΗΣ ΧΡΟΝΙΑΣ”

Τους νικητές των τεσσάρων επιμέρους κατηγοριών βράβευσης του διαγωνισμού EY “Επιχειρηματίας της Χρονιάς” Ελλάδος 2025 ανακοίνωσε η EY Ελλάδος, έπειτα από την ολοκλήρωση της διαδικασίας αξιολόγησης υποψηφίων από την ανεξάρτητη Κριτική Επιτροπή του διαγωνισμού, υπό την προεδρία του Βασιλείου Κάτσου, Προέδρου και Συνιδρυτή της VNK Capital και Έλληνα “Επιχειρηματία της Χρονιάς” 2008.

ΝΙΚΗΤΕΣ

Πρόκειται για τους:

- Ανδρέας Δημητρίου – Πρόεδρος, ΑΠΣΙ Πίνδος, Βραβείο Επιχειρηματικής Ανθεκτικότητας
- Θωμάς Δούζης – Πρόεδρος & Διευθύνων Σύμβουλος, Ergon Foods, Διεθνώς Αναπτυσσόμενος Επιχειρηματίας
- Χάρης Βαφειάς – Διευθύνων Σύμβουλος, Vafias Group, Δυναμικά Αναπτυσσόμενος Επιχειρηματίας
- Ευάγγελος Γεροβασιλείου – Διευθύνων Σύμβουλος, Κτήμα Γεροβασιλείου Α.Ε., Πρωτοπόρος Επιχειρηματίας

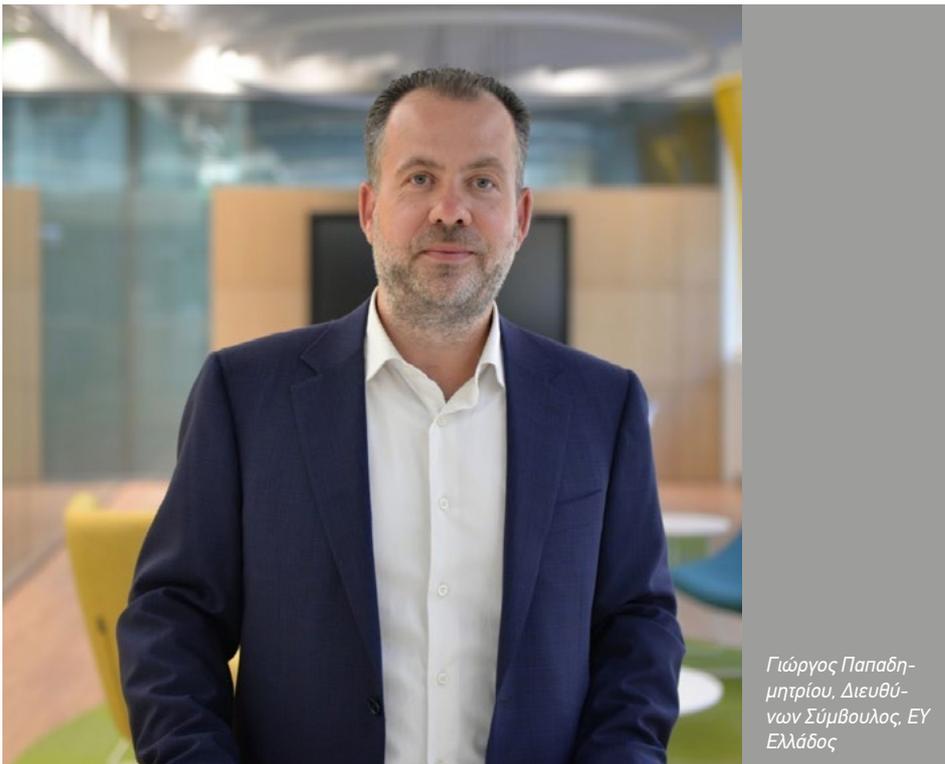
Ο ΤΕΛΙΚΟΣ

Οι επιχειρηματίες που διακρίθηκαν στις επιμέρους κατηγορίες, θα διεκδικήσουν τον τίτλο EY “Επιχειρηματίας της Χρονιάς” Ελ-

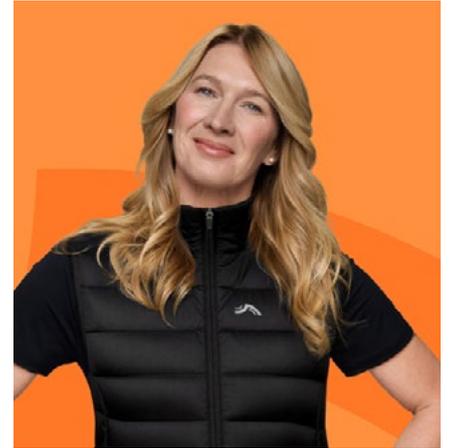
λάδος 2025, στην Τελετή Απονομής του διαγωνισμού, που θα πραγματοποιηθεί στις 17 Μαρτίου 2026. Ο νικητής θα εκπροσωπήσει την Ελλάδα στον παγκόσμιο διαγωνισμό EY World Entrepreneur Of The Year™, που θα πραγματοποιηθεί στο Μόντε Κάρλο τον Μάιο του 2026.

ΙΣΤΟΡΙΑ ΟΡΑΜΑΤΟΣ, ΕΠΙΜΟΝΗΣ & ΕΠΙΤΥΧΙΑΣ

Ο Γιώργος Παπαδημητρίου, Διευθύνων Σύμβουλος της EY Ελλάδος, δήλωσε σχετικά: “Μέσα από τον φετινό μας διαγωνισμό – τον δέκατο στην ιστορία του θεσμού στην Ελλάδα – θέλαμε να αναδείξουμε ανθρώπους δημιουργικούς, που μετασχηματίζουν την ιδέα σε αξία, την ευκαιρία σε ανάπτυξη, και τη συγκυρία σε διαχρονικότητα. Οι τσσερις νικητές του διαγωνισμού, αντιπροσωπεύουν ακριβώς αυτά τα χαρακτηριστικά και, ο κάθε ένας τους, φέρνει και μία ιστορία οράματος, επιμονής και επιτυχίας σε τομείς νευραλγικούς για την ελληνική οικονομία, με πολλαπλασιαστικά οφέλη και για την κοινωνία. Θα ήθελα να τους συγχαρώ και να προτρέψω, παράλληλα, τους νέους επιχειρηματίες που μοιράζονται το ίδιο όραμα για δημιουργία με εκείνους, να εμπνευστούν και να συνεχίσουν να διαμορφώνουν το μέλλον με αυτοπεποίθηση”.



Γιώργος Παπαδημητρίου, Διευθύνων Σύμβουλος, EY Ελλάδος



• LIDL ΕΛΛΑΣ ΕΝΙΣΧΥΣΗ ΤΗΣ ΑΘΛΗΤΙΚΗΣ ΕΠΩΝΥΜΙΑΣ CRIVIT ΣΕ ΣΥΝΕΡΓΑΣΙΑ ΜΕ ΤΗΝ STEFANIE GRAF

Η Crivit εγκαινιάζει διεθνή συνεργασία με τη Stefanie Graf, λανσάροντας την καμπάνια “Find Your Move” σε περισσότερες από 30 χώρες. Η πρωτοβουλία σηματοδοτεί τη στρατηγική ενίσχυση της αθλητικής επωνυμίας της Lidl, με στόχο την περαιτέρω εδραίωσή της στην κατηγορία του αθλητισμού και της ευεξίας, μέσα από ένα ολοκληρωμένο πλάνο επικοινωνίας 360°.

Η ΣΥΝΕΡΓΑΣΙΑ

Η Stefanie Graf, με πολυετή εμπειρία στον παγκόσμιο πρωταθλητισμό και 22 τίτλους Grand Slam, εκπροσωπεί μια σύγχρονη, ισορροπημένη προσέγγιση στον αθλητισμό, δίνοντας έμφαση στη σωματική και ψυχική ευεξία.

Μέσω της Crivit, η Lidl ενισχύει τη στρατηγική της για εκδημοκρατισμό της άσκησης, προσφέροντας αθλητικό εξοπλισμό και ένδυση υψηλής ποιότητας σε προσιτές τιμές, για όλες τις ηλικίες και επίπεδα φυσικής κατάστασης. Η τρέχουσα καμπάνια εστιάζει σε δραστηριότητες όπως το fitness, το τρέξιμο, η ποδηλασία, το κάμπινγκ και τα ομαδικά αθλήματα, επιδιώκοντας να ενθαρρύνει το κοινό να εντάξει την κίνηση στην καθημερινότητά του. Η καμπάνια κάνει πρεμιέρα πανευρωπαϊκά στις 14 Φεβρουαρίου, σηματοδοτώντας ένα νέο κεφάλαιο για την Crivit ως στρατηγικό brand στον τομέα του αθλητισμού, της αναψυχής και της ευεξίας.

Ταμειακή σε POS από €10,99/μήνα*

All-in-One Platform

Παραγγελιοληψία
Κρατήσεις δωματίων
Διαχείριση αποθεμάτων
e-shop

Διασύνδεση με ΑΑΔΕ

*Τιμή προ Φ.Π.Α.
για το ετήσιο πακέτο
All-in-One Platform Basic



Σας περιμένουμε
HO|RE|CA|
Hall 2 B25



Μάθετε
περισσότερα

• WORLDLINE @ HORECA 2026 (HALL 2, ΠΕΡΙΠΤΕΡΟ Β25) ΠΑΡΟΥΣΙΑΖΕΙ ΟΛΟΚΛΗΡΩΜΕΝΕΣ ΛΥΣΕΙΣ POS, SELF-SERVICE & ΤΗΝ ALL-IN-ONE PLATFORM

Με τη χρήση καρτών από τους καταναλωτές να διευρύνεται όλο και περισσότερο και τη διασύνδεση ταμειακών μηχανών με POS να είναι υποχρεωτική βάσει νόμου, η προμήθεια σύγχρονων λύσεων τερματικών μηχανημάτων και λογισμικών είναι κάτι παραπάνω από απαραίτητη για τις επιχειρήσεις του κλάδου Horeca.

Για τον σκοπό αυτό, η Worldline έχει δημιουργήσει και παρουσιάζει στην έκθεση Horeca 2026 μια ξεχωριστή λύση self-service POS πρόταση self-service POS, κατάλληλη για:

- Εστίαση
- EV Chargers
- Parking
- Ticketing

WORLDLINE ALL-IN-ONE PLATFORM

Πρόκειται για μία ολοκληρωμένη πλατφόρμα που μετατρέπει την ταμειακή σε POS από 10,99€/μήνα, με επιπλέον λειτουργικότητες ειδικά σχεδιασμένες για Horeca επιχειρήσεις:

- Παραγγελιοληψία
- Σύστημα κρατήσεων
- Δημιουργία e-shop
- Διαχείριση αποθεμάτων

ΕΞΕΙΔΙΚΕΥΜΕΝΕΣ ΛΥΣΕΙΣ

Οι επιχειρηματίες του κλάδου, που θα επισκεφθούν το περίπτερο της Worldline στην Horeca 2026, θα έχουν την ευκαιρία να δουν



επιπλέον πρακτικά σενάρια εφαρμογής λύσεων πληρωμών, σχεδιασμένα ειδικά για τον δικό τους κλάδο, όπως:

- Το πιο ολοκληρωμένο οικοσύστημα Android τερματικών, με προηγμένη εφαρμογή πληρωμών
- Επιπλέον λειτουργικότητες, όπως DCC και Split bill αλλά και πληρωμές on the go για φυσικά καταστήματα ή/και online.
- Διασύνδεση με ταμειακά συστήματα και την ΑΑΔΕ

Με επίκεντρο πάντα τις ελληνικές επιχειρήσεις και τους πελάτες τους η Worldline παρέχει εξειδικευμένες λύσεις, προσαρμοσμένες στις δικές τους ανάγκες...απο την μικρή ατομική επιχείρηση έως τις μεγάλες αλυσίδες. Και δεν είναι μόνο αυτό !

ΕΙΔΙΚΕΣ HORECA ΠΑΡΟΧΕΣ

Όσοι βρεθούν στο **Hall 2, Περίπτερο Β25**, θα μπορέσουν να συζητήσουν με τους ανθρώπους της Worldline στην Ελλάδα (Cardlink, a Worldline brand και Worldline Greece) για τις ανάγκες της επιχείρησής τους, να παρακολουθήσουν παρουσιάσεις και demos και να επωφεληθούν από τις ειδικές παροχές, μόνο για τις ημέρες της έκθεσης:

- Ειδικές τιμές σε Android τερματικά, με καθοδήγηση από την ομάδα της Worldline για την ιδανική επιλογή ανά επιχείρηση
- Μεγάλη κλήρωση με μοναδικά POS δώρα και διπλά εισιτήρια για το Euroleague basketball σε συνεργασία με τη VISA

Περισσότερες πληροφορίες:

[Worldline Greece](#)

[Cardlink](#)



• **ΜΙΤΣΟΠΟΥΛΟΣ**
– THE MEAT FAMILY
ΤΣΙΚΝΟΠΕΜΠΤΗ:
Η ΓΙΟΡΤΗ
ΤΟΥ ΤΣΙΚΝΙΣΜΑΤΟΣ
ΜΕ ΠΡΩΤΑΓΩΝΙΣΤΗ
ΤΟ ΧΟΙΡΙΝΟ

Η συγκεκριμένη μέρα διαχρονικά είναι μέρα χαράς για τους Έλληνες. Οι γειτονιές παίρνουν “φωτιά”, οι σχάρες ανάβουν στα πεζοδρόμια και το χοιρινό κρέας - τα καλαμάκια, οι πανσέτες και τα λουκάνικα - αναστατώνουν με το άρωμά τους μικρούς και μεγάλους. Για εμάς στη βιομηχανία του κρέατος, η αυξημένη ζήτηση είναι πάντα η πρόκληση για την διατήρηση των υψηλών standards, στην ποιότητα της πρώτης ύλης. Η ομοιομορφία στο κόψιμο, η σωστή αναλογία λίπους (marbling) και η σταθερότητα της ποιότητας, επηρεάζουν άμεσα το ψήσιμο, άρα και το τελικό αποτέλεσμα.

Το καλό κρέας ψήνεται ομοιόμορφα, διατηρεί τους χυμούς του και προσφέρει απολαυστική γεύση και υφή ειδικά σε συνθήκες αυξημένης πίεσης σαν αυτές της Τσικνοπέμπτης που τα ψητοπωλεία και οι ταβέρνες πιέζονται με όγκο δουλειάς πολλαπλάσιο του φυσιολογικού.

Στη σχάρα, το καλό χοιρινό ξεχωρίζει, ειδικά κάτω από συνθήκες πίεσης. Δεν στεγνώνει ποτέ, μοσχοβολάει και γεμίζει το στόμα με την απaráμιλλη νοστιμιά του. Μια νοστιμιά ενός κρέατος που βρίσκεται στο DNA μας εδώ και αιώνες. Η σταθερή φωτιά, ο σωστός χρόνος και οι όσο το δυνατόν λιγότερες παρεμβάσεις, επιτρέπουν στην πρώτη ύλη μας να αποδώσει το μέγιστο αποτέλεσμα.

Η Mitsopoulos – The Meat Family δραστηριοποιείται πάνω από 60 χρόνια στην παραγωγή κρέατος. Ο πλήρης έλεγχος της διαδρομής του κρέατος σε κάθε στάδιο σε συνδυασμό με τις σύγχρονες εγκαταστάσεις μας, τον μηχανολογικό εξοπλισμό αιχμής και τα διεθνώς πιστοποιημένα συστήματα διαχείρισης, δι-



ΜΙΤΣΟΠΟΥΛΟΣ
THE MEAT FAMILY

ασφαλίζουν υψηλά στάνταρντ ποιότητας, ασφάλειας και αξιοπιστίας. Με ένα χαρτοφυλάκιο προϊόντων κρέατος που καλύπτει φρέσκες, κατεψυγμένες και έτοιμες λύσεις, στηρίζουμε καθημερινά τόσο τους επαγγελματίες της αγοράς όσο και τον τελικό κατανα-

λωτή, στην Ελλάδα και στο εξωτερικό. Όλοι εμείς στην Mitsopoulos - The Meat Family δουλεύουμε κάθε μέρα σε συνθήκες Τσικνοπέμπτης, για να προσφέρουμε με συνέπεια όσα πρεσβεύουμε σαν Βιομηχανία Κρέατος Υψηλής Ποιότητας εδώ και 6 δεκαετίες. Το καλό χοιρινό δεν είναι μόνο απίστευτα γευστικό αλλά είναι ταυτόχρονα και υγιεινό. Αυτή την Τσικνοπέμπτη, τσικνίζουμε μαζί σε κάθε γωνιά της Ελλάδας, προσφέροντας σταθερή, εγγυημένη ποιότητα. Μια ποιότητα που στηρίζεται στην πολυετή εμπειρία μας και στη διαχρονική μας προσήλωση στην ελληνική παράδοση του κρέατος.





Leading the **change**

HO|RE|CA|

ΜΙΑ ΕΚΘΕΣΗ ΠΑΓΚΟΣΜΙΟΥ ΕΠΙΠΕΔΟΥ

• ΑΝΕΞΑΡΤΗΤΗ ΑΡΧΗ ΕΛΕΓΧΟΥ ΑΓΟΡΑΣ ΚΑΙ ΠΡΟΣΤΑΣΙΑΣ ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΗ ΣΤΟΧΕΥΜΕΝΕΣ ΟΙ ΠΑΡΕΜΒΑΣΕΙΣ ΣΤΗΝ ΑΓΟΡΑ ΤΡΟΦΙΜΩΝ ΜΕ ΑΙΧΜΗ ΤΙΣ ΤΙΜΕΣ

Σε στοχευμένες παρεμβάσεις στην αγορά τροφίμων, με αιχμή το πεδίο των τιμών, προσανατολίζεται η Ανεξάρτητη Αρχή Ελέγχου Αγοράς και Προστασίας του Καταναλωτή, όπως προκύπτει από δηλώσεις της Διοικήτριας, Δέσποινας Τσαγγάρη, σε τηλεοπτική της συνέντευξη.

"ΣΥΝΘΕΤΟ ΦΑΙΝΟΜΕΝΟ Η ΑΚΡΙΒΕΙΑ"

Η επικεφαλής της Αρχής Δέσποινα Τσαγγάρη υπογράμμισε ότι βασικός στόχος του νέου θεσμού είναι η διαμόρφωση ουσιαστικού κοινωνικού αποτυπώματος, επισημαίνοντας πως τα προβλήματα στην αγορά συνδέονται άμεσα με την καθημερινότητα των πολιτών και συνιστούν ζήτημα υψηλής ευθύνης.

Όπως ανέφερε, η ακρίβεια αποτελεί σύνθετο φαινόμενο, με ορισμένες αιτίες να κρίνονται αντικειμενικές και άλλες να απαιτούν περαιτέρω διερεύνηση.

Αναφερόμενη στα πρόσφατα στοιχεία του ΙΕΛΚΑ, σύμφωνα με τα οποία καταγράφηκε αύξηση 2,45% στις τιμές προϊόντων στα super market, σημείωσε ότι οι 2,1 ποσοστιαίες μονάδες της αύξησης προέρχονται από



τρεις βασικές κατηγορίες: το μοσχάρι, τα σοκολατοειδή και τον καφέ.

ΕΥΡΩΠΑΪΚΟ ΤΟ ΠΡΟΒΛΗΜΑ

Σε ό,τι αφορά το μοσχάρι, επεσήμανε ότι πρόκειται για ευρωπαϊκό πρόβλημα, δεδομένου ότι η Ελλάδα εισάγει σε ετήσια βάση το 85%-90% των αναγκών της. Παρά ταύτα, διαπιστώνεται ότι οι αυξήσεις στη χώρα υπερβαίνουν τον μέσο όρο της Ευρωπαϊκής Ένωσης, στοιχείο που, όπως τόνισε, απαιτεί διερεύνηση. Σύμφωνα με την ίδια, η πρώτη εκτίμηση δεν εστιάζει στα super market

αλλά στα ενδιάμεσα στάδια της εφοδιαστικής αλυσίδας. Ήδη βρίσκεται σε εξέλιξη διαδικασία ελέγχου, με αξιοποίηση πολλαπλών εργαλείων και σε συνεργασία με την ΑΑΔΕ.

ΣΟΚΟΛΑΤΟΕΙΔΗ

Για τα σοκολατοειδή, η διοικήτρια σημείωσε ότι οι προηγούμενες αυξήσεις δικαιολογούνταν από τη σημαντική άνοδο της διεθνούς τιμής του κακάο. Ωστόσο, όπως ανέφερε, από τον Ιούλιο έως τον Ιανουάριο η διεθνής τιμή έχει υποχωρήσει κατά 54%, γεγονός που δημιουργεί προσδοκίες για αναπροσαρμογές. Στο πλαίσιο αυτό, προγραμματίζεται συνάντηση με εκπροσώπους της σοκολατοβιομηχανίας, με αντικείμενο την ταχύτερη μετακίνηση των μειώσεων στον τελικό καταναλωτή. Παρατηρείται, όπως επισημάνθηκε, ασυμμετρία στην προσαρμογή των τιμών: οι αυξήσεις εφαρμόζονται άμεσα, ενώ οι μειώσεις με καθυστέρηση.

ΚΑΦΕΣ

Σε σχέση με τον καφέ, τα μέχρι στιγμής ευρήματα εμφανίζονται περιορισμένα, ωστόσο εντοπίζονται ενδείξεις αντίστοιχων φαινομένων μικρότερης κλίμακας.

• ΗΝΩΜΕΝΟ ΒΑΣΙΛΕΙΟ ΚΥΒΕΡΝΟΕΠΙΘΕΣΕΙΣ, ΚΛΙΜΑΤΙΚΗ ΑΛΛΑΓΗ ΚΑΙ ΕΝΕΡΓΕΙΑΚΗ ΚΡΙΣΗ ΑΠΕΙΛΟΥΝ ΤΗΝ ΑΓΟΡΑ ΤΡΟΦΙΜΩΝ

Ο εφοδιασμός τροφίμων του Ηνωμένου Βασιλείου θα μπορούσε να αντιμετωπίσει σοβαρές διαταραχές από γεγονότα όπως οι πόλεμοι, τα ακραία καιρικά φαινόμενα ή οι κυβερνοεπιθέσεις.

Η προειδοποίηση προέρχεται από νέα μελέτη που συνυπογράφουν 39 ειδικοί στα συστήματα τροφίμων, από ιδρύματα μεταξύ των οποίων το University of York και το Anglia Ruskin University.

Η μελέτη έρχεται σε συνέχεια πρόσφατων περιστατικών — όπως κυβερνοεπιθέσεις που στόχευσαν μεγάλους λιανεμπόρους όπως η M&S και η Co-op στο Ηνωμένο Βασίλειο, καθώς και οι παγκόσμιες αυξήσεις τιμών λόγω του πολέμου στην Ουκρανία — τα οποία ανέδειξαν την ευαλωτότητα του βρετανικού συστήματος τροφίμων "just-in-time" (παραγωγή και διανομή ακριβώς στην ώρα τους, με ελάχιστα αποθέματα).



ΟΙ ΠΑΡΑΓΟΝΤΕΣ ΚΙΝΔΥΝΟΥ

Η έκθεση, που δημοσιεύθηκε στο επιστημονικό περιοδικό Sustainability, περιγράφει πώς μια σοβαρή διεθνής σύρραξη θα μπορούσε να προκαλέσει διαταραχές στο εμπόριο, εκτίναξη των τιμών της ενέργειας, απορρύθμιση των αγροτικών και διατροφικών αλυσίδων εφοδιασμού και ραγδαία αύξηση του κόστους τροφίμων.

Η άνοδος των τιμών ενέργειας θα επηρέαζε

δυσανάλογα τα νοικοκυριά χαμηλού εισοδήματος, περιορίζοντας την πρόσβαση σε θρεπτικά τρόφιμα και εντείνοντας την επισιτιστική ανασφάλεια.

Οι ειδικοί προειδοποιούν ότι αυτό θα μπορούσε να τροφοδοτήσει κοινωνικές εντάσεις και να οδηγήσει σε αύξηση της απάτης στα τρόφιμα ή των πωλήσεων στη μαύρη αγορά, με πιθανές συνέπειες την εμφάνιση τροφिमογενών νοσημάτων.

Για τον μετριασμό αυτών των κινδύνων, οι ειδικοί προτείνουν την ενίσχυση της ενεργειακής ασφάλειας του Ηνωμένου Βασιλείου, τη διαφοροποίηση των αλυσίδων αξίας τροφίμων και την προώθηση πιο ποικίλων και ανθεκτικών διατροφικών προτύπων.

Η μελέτη εξετάζει επίσης πώς οι κυβερνοεπιθέσεις και τα ακραία καιρικά φαινόμενα θα μπορούσαν να προκαλέσουν παρόμοιες αλυσιδωτές κρίσεις, είτε μεμονωμένα, είτε σε συνδυασμό.

• **PROMO SOLUTION**

ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΟΣ ΣΥΝΕΡΓΑΤΗΣ ΠΙΣΩ ΑΠΟ ΤΗΝ ΕΠΙΤΥΧΙΑ ΣΤΗΝ ISM 2026 ΓΙΑ ΤΙΣ ΕΛΛΗΝΙΚΕΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ

Η Promo Solution επιβεβαίωσε τον ηγετικό της ρόλο στην ελληνική εκθεσιακή εκπροσώπηση, πρωταγωνιστώντας στην ISM Cologne και καλύπτοντας το μεγαλύτερο μέρος της εθνικής συμμετοχής στη διεθνή έκθεση Ζαχαρωδών και snack, που πραγματοποιήθηκε από 1 έως 4 Φεβρουαρίου 2026 στην Κολωνία.

Η ISM, μία από τις σημαντικότερες διοργανώσεις παγκοσμίως για τη βιομηχανία γλυκών και snack, συγκέντρωσε φέτος περίπου 1.600 εκθέτες από 72 χώρες και 32.500 επαγγελματίες επισκέπτες από 140 χώρες, επιβεβαιώνοντας τον ρόλο της ως κορυφαίο διεθνές επιχειρηματικό φόρουμ για τον κλάδο. Σε αυτό το έντονα ανταγωνιστικό περιβάλλον, η ελληνική παρουσία κατέγραψε ιδιαίτερα δυναμική εικόνα.

Με 24 συνεχόμενα χρόνια συμμετοχής στη συγκεκριμένη διοργάνωση, η Promo Solution σημείωσε αριθμούς-ρεκόρ, εκπροσωπώντας περισσότερες από 25 ελληνικές επιχειρήσεις σε εκθεσιακό χώρο άνω των 700 τ.μ. Η κλίμακα, η γεωγραφική διασπορά και η ποιοτική σύνθεση των εκθετών επιβεβαίωσαν τη θέση της ως βασικού οργανωτή της ελληνικής παρουσίας στην ISM.

ΟΛΙΣΤΙΚΗ ΠΡΟΣΕΓΓΙΣΗ ΚΑΙ ΠΡΟΒΟΛΗ

Η εταιρεία εφάρμοσε ολοκληρωμένο πλάνο σχεδιασμού, το οποίο περιλάμβανε στρατηγική επιλογή θέσεων υψηλής επισκεψιμότητας στις αίθουσες 4.2 και 11.1, εξασφαλίζοντας στους Έλληνες εκθέτες προνομιακή προβολή σε κεντρικά σημεία με έντονη ροή επαγγελματιών επισκεπτών. Οι αναβαθμισμένες κατασκευές περιπτέρων, με χρήση premium υλικών και σύγχρονο αρχιτεκτονικό σχεδιασμό, ενίσχυσαν τη συνολική αισθητική ταυτότητα της ελληνικής συμμετοχής και συνέβαλαν στη δημιουργία ενιαίας, ανταγωνιστικής εικόνας. Η προσέγγιση κάθε περιπτέρου αντιμετωπίστηκε ως ξεχωριστό επιχειρηματικό case study, με στόχο την ανάδειξη της εταιρικής ταυτότητας και των εμπορικών στόχων κάθε εκθέτη.

Το χαρτοφυλάκιο των συμμετεχουσών επιχειρήσεων ήταν πολυσυλλεκτικό. Περιλάμβανε καθιερωμένες ελληνικές εταιρείες με ισχυρή εξαγωγική δραστηριότητα και πολυετή παρουσία στην ISM, οι οποί-



ες ανανεώνουν σταθερά τη συμμετοχή τους, αναγνωρίζοντας τη στρατηγική σημασία της έκθεσης για τη διεθνή τους ανάπτυξη. Παράλληλα, νεοφυείς και ανερχόμενες επιχειρήσεις με καινοτόμα προϊόντα πραγματοποίησαν την πρώτη τους διεθνή εμφάνιση, αξιοποιώντας την πλατφόρμα της ISM για άνοιγμα σε νέες αγορές.

Συνολικά, παρουσιάστηκαν περισσότερα από 90 μοναδικά brands, καλύπτοντας όλο το φάσμα των προϊόντικών κατηγοριών της έκθεσης: καραμέλες, σοκολάτες, μπισκότα, μπάρες, protein και functional snacks, spreads, μαρμελάδες, nachos, κριτσίνια και άλλες σύγχρονες προτάσεις snacking. Τα ελληνικά προϊόντα προσέλκυαν έντονο επαγγελματικό ενδιαφέρον, αναδεικνύοντας την ποιότητα, τη γευστική ταυτότητα και τον καινοτομικό τους χαρακτήρα.

ΔΙΕΘΝΗΣ ΑΝΑΓΝΩΡΙΣΗ & ISM AWARDS

Ιδιαίτερη απήχηση είχε η συμμετοχή ελληνικών επιχειρήσεων στα ISM Awards, με

προϊόντα που εξασφάλισαν θέση στο "New Product Showcase", τον πλέον προβεβλημένο χώρο ανάδειξης καινοτομιών της έκθεσης. Ο θεσμός συγκεντρώνει το ενδιαφέρον διεθνών αγοραστών και decision makers που αναζητούν τις νέες τάσεις της παγκόσμιας αγοράς, ενισχύοντας περαιτέρω την εξωστρέφεια των συμμετεχόντων.

ΕΠΕΝΔΥΣΗ ΣΤΟ NETWORKING

Η Promo Solution διατηρεί ως κεντρικό άξονα στρατηγικής της την επένδυση στο customer service και στη διαμόρφωση μακροχρόνιων σχέσεων εμπιστοσύνης με τους συνεργάτες της. Με περισσότερα από 25 έτη παρουσίας στον χώρο των διεθνών εκθέσεων, παρέχει υψηλού επιπέδου υποστήριξη πριν, κατά τη διάρκεια και μετά την ολοκλήρωση κάθε διοργάνωσης.

Το εξειδικευμένο προσωπικό της διατηρεί φυσική παρουσία σε όλα τα στάδια προετοιμασίας και λειτουργίας της έκθεσης, λειτουργώντας συμβουλευτικά και

επιχειρησιακά. Παράλληλα, καθοδηγεί τις συνεργαζόμενες εταιρείες σε ζητήματα εμπορικής στρατηγικής, παρουσίασης προϊόντων και βελτιστοποίησης της εκθεσιακής εμπειρίας.

Στο πλαίσιο ενίσχυσης της δικτύωσης, η εταιρεία ανέλαβε πρωτοβουλία για τη στοχευμένη προσέλκυση επιλεγμένων αγοραστών της γερμανικής αγοράς, οι οποίοι επισκέφθηκαν τα ελληνικά περίπτερα και πραγματοποίησαν απευθείας επαφές με νεότερους εκθέτες, διευρύνοντας τις δυνατότητες σύναψης εμπορικών συνεργασιών.

ΣΤΟΧΕΥΜΕΝΕΣ ΕΝΕΡΓΕΙΕΣ ΠΡΟΒΟΛΗΣ

Η στρατηγική προβολής της ελληνικής συμμετοχής ενισχύθηκε μέσω πολυεπίπεδων ενεργειών επικοινωνίας. Σε συνεργασία με το επιχειρηματικό newsletter Fnb Daily, υλοποιήθηκε εκτενής δημοσιογραφική κάλυψη της παρουσίας των ελληνικών εταιρειών, μέσα από συνεντεύξεις και θεματικά αφιερώματα.

Επιπλέον, εκδόθηκε σύγχρονο και χρησι-

κό Έντυπο Εκθετών με αναλυτικές πληροφορίες για όλες τις συμμετέχουσες εταιρείες, το οποίο διανεμήθηκε σε κομβικά σημεία του εκθεσιακού κέντρου και λειτουργήσε ως βασικός οδηγός εντοπισμού των ελληνικών περιπτέρων.

Ιδιαίτερο σημείο αναφοράς αποτέλεσε ο ειδικά διαμορφωμένος χώρος στο Hall 4.2, αφιερωμένος στα "Top Greek Products" των "Top Greek Exhibitors" της Promo Solution. Το hotspot αυτό λειτουργήσε ως κεντρικός κόμβος γνωριμίας των διεθνών επισκεπτών με επιλεγμένα ελληνικά προϊόντα. Οι επαγγελματίες αγοραστές είχαν τη δυνατότητα να δοκιμάσουν νέα και καινοτόμα προϊόντα, να ενημερωθούν αναλυτικά από τον υπεύθυνο της εταιρείας που βρισκόταν καθ' όλη τη διάρκεια της έκθεσης στον χώρο, και στη συνέχεια να προγραμματίσουν στοχευμένες επισκέψεις στα επιμέρους περίπτερα.

ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΗ Η ΣΗΜΑΣΙΑ ΤΗΣ ΕΛΛΗΝΙΚΗΣ ΣΥΜΜΕΤΟΧΗΣ

Η έντονη κινητικότητα στα ελληνικά περίπτερα και ο μεγάλος αριθμός επαγγελμα-

τικών ραντεβού με εκπροσώπους λιανεμπορικών και χονδρεμπορικών αλυσίδων, εισαγωγικών εταιρειών και delicatessen από διεθνείς αγορές επιβεβαίωσαν τη στρατηγική σημασία της συμμετοχής στην ISM. Οι ίδιες οι επιχειρήσεις εξέφρασαν υψηλό βαθμό ικανοποίησης για την ποιότητα των επαφών και τις προοπτικές νέων εξαγωγικών συνεργασιών, ανανεώνοντας ήδη τη συμμετοχή τους για την επόμενη διοργάνωση της ISM Cologne, που θα πραγματοποιηθεί από 31 Ιανουαρίου έως 2 Φεβρουαρίου 2027.

Στο πλαίσιο της ευρύτερης διεθνούς στρατηγικής της, η Promo Solution συνεχίζει δυναμικά την εκθεσιακή της δραστηριότητα σε κομβικές αγορές του κλάδου ζαχαρωδών και σνακ, διευρύνοντας τις ευκαιρίες διεθνούς δικτύωσης και εξαγωγικής ανάπτυξης για τις ελληνικές επιχειρήσεις με επόμενους σταθμούς τις διοργανώσεις

- ISM Japan στο Τόκιο (15–17 Απριλίου)
- Sweets & Snacks Expo στο Λας Βέγκας (19–21 Μαΐου) και
- ISM Middle East στο Ντουμπάι (15–17 Σεπτεμβρίου)



• **EURIMAC**
ΤΡΙΑΝΤΑ ΧΡΟΝΙΑ ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΗΣ
ΣΥΝΕΡΓΑΣΙΑΣ ΜΑΚΒΕΛ - EURICOM

Τριάντα χρόνια συμπληρώνονται από τη στρατηγική συνεργασία της Μάκβελ με τον ιταλικό όμιλο Euricom, σύμπραξη που οδήγησε στη δημιουργία της Eurimac με έδρα τη Βιομηχανική Περιοχή Κιλκίς και αποτέλεσε σημείο καμπής για την αναπτυξιακή πορεία της εταιρείας. Η συνεργασία ξεκίνησε το 1996, όταν οι δύο πλευρές συμφώνησαν στους βασικούς άξονες της κοινής τους πορείας, θέτοντας τις βάσεις για μια σύγχρονη παραγωγική μονάδα με διεθνή προσανατολισμό.

"Η 30ή επέτειος της συνεργασίας αναδεικνύει τη σημασία των σταθερών στρατηγικών συμπράξεων, της επένδυσης στην ποιότητα και της συνέπειας στον επιχειρηματικό σχεδιασμό, στοιχεία που εξακολουθούν να καθορίζουν την πορεία της εταιρείας σε ένα διαρκώς μεταβαλλόμενο διεθνές περιβάλλον", ανέφερε η εταιρεία.

ΜΑΚΒΕΛ

Η Μάκβελ, που ιδρύθηκε το 1939 στην Θεσσαλονίκη, εξελίχθηκε από μικρή βιοτεχνία ζυμαρικών σε οργανωμένη βιομηχανία με εξαγωγική δραστηριότητα ήδη από τη δεκαετία του 1960, διατηρώντας διαχρονικά την εξωστρέφεια ως βασικό πυλώνα της στρατηγικής της. Με τη δημιουργία της Eurimac,



Σταύρος Κωνσταντινίδης, Πρόεδρος, Eurimac

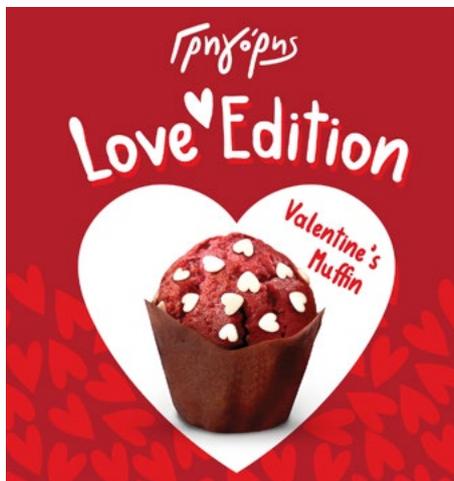
προχώρησε σε επενδύσεις τεχνολογικού εκσυγχρονισμού, καθετοποίησης της παραγωγής και ενίσχυσης των υποδομών και του ανθρώπινου δυναμικού της. Κατά την περίοδο της οικονομικής κρίσης επέλεξε να ενδυναμώσει περαιτέρω την παραγωγική της βάση, τριπλασιάζοντας τη δυναμικότητά της στο πλαίσιο μακροπρόθεσμου σχεδιασμού. Σήμερα κατέχει την πρώτη θέση στις εξαγωγές ζυμαρικών στην Ελλάδα, με το 55% της παραγωγής της να κατευθύνεται σε περισσότερες από 60 χώρες παγκοσμίως.

• **ΓΡΗΓΟΡΗΣ**
ΓΙΟΡΤΑΖΕΙ ΤΗΝ ΗΜΕΡΑ ΤΟΥ ΑΓΙΟΥ
ΒΑΛΕΝΤΙΝΟΥ ΜΕ VALENTINE'S MUFFIN

Ο Γρηγόρης γιορτάζει την Ημέρα του Αγίου Βαλεντίνου με την παρουσίαση του Valentine's Muffin, μιας συλλεκτικής, περιορισμένης διάθεσης πρότασης. Πρόκειται για red velvet muffin με άρωμα γιαουρτιού και διακόσμηση από τρούφες σε σχήμα καρδιάς, το οποίο προσφέρεται σε ειδική συσκευασία δώρου, ενισχύοντας τη γιορτινή εμπειρία των καταναλωτών.

Παράλληλα, η ενέργεια επεκτείνεται στα ψηφιακά κανάλια της εταιρείας, με διαγωνισμό στο Instagram που προσφέρει δώρα τεχνολογίας και προϊόντα κατανάλωσης, ενισχύοντας την αλληλεπίδραση με το κοινό. Συγκεκριμένα, ένας νικητής θα κερδίσει δύο Apple AirPods 4, ενώ πέντε ακόμη θα λάβουν δωρεάν καφέ και donut με πραλίνα.

Το Valentine's Muffin διατίθεται έως τις 15 Φεβρουαρίου σε όλα τα καταστήματα Γρη-



γόρης, καθώς και μέσω του ηλεκτρονικού καταστήματος και της εφαρμογής Gregory's e-order.



Θεόδωρος Γεροστεργιούδης, CEO, Μασούτης

• **ΔΙΑΜΑΝΤΗΣ ΜΑΣΟΥΤΗΣ**
ΝΕΟ ΔΣ ΛΙΓΟ ΠΡΙΝ
ΤΗΝ ΕΞΑΓΟΡΑ
ΤΗΣ ΚΡΗΤΙΚΟΣ
- ΔΙΕΥΘΥΝΩΝ
ΣΥΜΒΟΥΛΟΣ Ο Θ.
ΓΕΡΟΣΤΕΡΓΙΟΥΔΗΣ

Σε σώμα συγκροτήθηκε το νέο Διοικητικό Συμβούλιο της Διαμαντής Μασούτης. Ειδικότερα, στις 11 Φεβρουαρίου 2026 καταχωρίστηκε στο ΓΕΜΗ το από 9 Φεβρουαρίου 2026 πρακτικό συνεδρίασης του Διοικητικού Συμβουλίου της εταιρείας και βάσει της απόφασης, το Διοικητικό Συμβούλιο ανασυγκροτήθηκε σε σώμα για το υπόλοιπο της θητείας του, η οποία λήγει στις 15 Απριλίου 2027.

ΤΟ ΝΕΟ ΔΙΟΙΚΗΤΙΚΟ

Στο νέο σχήμα, Πρόεδρος παραμένει ο Ιωάννης Μασούτης του Διαμαντή, διατηρώντας τον επιτελικό ρόλο στη διοίκηση της οικογενειακής επιχείρησης. Τη θέση του Διευθύνοντος Συμβούλου αναλαμβάνει ο Θεόδωρος Γεροστεργιούδης, ο οποίος ήταν μέλος στο προηγούμενο Διοικητικό (2022-2026), ενώ μέλος του ΔΣ συνεχίζει να είναι για ακόμα μια θητεία ο Μενέλαος Μπουφίδης. Να σημειωθεί ότι ο κ. Μπουφίδης είναι μέλος του ΔΣ από το 2014.

BIG STEP

Η ανάληψη των καθηκόντων του διευθύνοντος συμβούλου από τον Θεόδωρο Γεροστεργιούδη εντάσσεται σε μια φάση διοικητικής μετάβασης για την αλυσίδα, η οποία τα τελευταία χρόνια έχει ενισχύσει σημαντικά την παρουσία της στην εγχώρια αγορά μέσω επενδύσεων και εξαγωγών. Το next big step αφορά την εξαγορά της ANEDH Κρητικός, με την εταιρεία να αναμένει την απόφαση από την Επιτροπή Ανταγωνισμού.

Στέλλα Αυγουστάκη
stella@notice.gr

• **INSTACART**
ΤΟ ΑΙ ΚΑΡΟΤΣΙ ΠΟΥ ΑΝΑΓΝΩΡΙΖΕΙ
ΠΡΟΪΟΝΤΑ ΚΑΙ ΑΥΞΑΝΕΙ ΤΙΣ ΠΩΛΗΣΕΙΣ
ΤΩΝ RETAILERS

Καθώς ο αρχικός ενθουσιασμός γύρω από την Τεχνητή Νοημοσύνη δίνει τη θέση του στην πρακτική εφαρμογή, τα έξυπνα καρότσια Carer Carts της Instacart δείχνουν πώς η AI μπορεί να δημιουργήσει άμεση αξία στο φυσικό κατάστημα.

Σε έναν κλάδο με χαμηλά περιθώρια κέρδους, αυξημένες απώλειες αποθεμάτων και έντονη πίεση τιμών, το ζητούμενο δεν είναι αν η AI θα μεταμορφώσει το λιανεμπόριο τροφίμων, αλλά πώς μπορεί να λειτουργήσει αποτελεσματικά σήμερα και να προσφέρει ανταγωνιστικό πλεονέκτημα τα επόμενα χρόνια.

ΤΙ ΚΑΝΟΥΝ ΤΑ ΚΑΡΟΤΣΙΑ

Η Instacart, εφαρμόζει την AI εντός καταστήματος μέσω των Carer Carts. Τα καρότσια αναγνωρίζουν αυτόματα τα προϊόντα τη στιγμή που τοποθετούνται σε αυτά, καταργώντας την ανάγκη εκφόρτωσης και σάρωσης στο ταμείο. Με ενσωματωμένες κάμερες,

αισθητήρες, barcode scanners και ψηφιακή ζυγαριά, επιτρέπουν σάρωση και ζύγιση φρέσκων προϊόντων επιτόπου, προβολή του συνολικού κόστους σε πραγματικό χρόνο και παροχή εξατομικευμένων προσφορών κατά τη διάρκεια της επίσκεψης.

ΤΑ ΠΛΕΟΝΕΚΤΗΜΑΤΑ

Σύμφωνα με τον David McIntosh, Chief Connected Stores Officer της Instacart, η τεχνολογία έχει ήδη οδηγήσει σε διψήφια αύξηση πωλήσεων, υψηλή αλληλεπίδραση με προσφορές και αυξημένη συμμετοχή σε προγράμματα πιστότητας. Τα Carer Carts σύντομα θα λανσαριστούν στο Ηνωμένο Βασίλειο μέσω συνεργασίας με την Morrisons. Κάθε καρότσι είναι εξοπλισμένο με πλακέτα NVIDIA Jetson, εκτελεί αλγορίθμους Physical AI και μπορεί να αναγνωρίζει προϊόντα, να επιβεβαιώνει τιμές και να παρέχει συστάσεις ακόμη και χωρίς σύνδεση στο διαδίκτυο.



Chris Rogers, CEO, Instacart

• **JBS**
ΕΠΕΝΔΥΕΙ \$150 ΕΚΑΤ. ΣΤΟ ΟΜΑΝ, ΕΝΙΣΧΥΕΙ ΤΗΝ ΠΑΡΟΥΣΙΑ ΤΗΣ
ΣΤΗΝ ΜΕΣΗ ΑΝΑΤΟΛΗ

Ο παγκόσμιος όμιλος παραγωγής τροφίμων JBS απέκτησε ποσοστό 80% σε νέα εταιρεία συμμετοχών τροφίμων στο Ομάν, επεκτείνοντας την παρουσία του σε μια ταχέως αναπτυσσόμενη αγορά που ιστορικά βασίζεται σε μεγάλο βαθμό στις εισαγωγές τροφίμων.

Η εταιρεία αποφάσισε να επενδύσει \$150 εκατ. για την παραγωγή πουλερικών, αρνίσου και βοδινού κρέατος σε δύο εγκαταστάσεις στο Ομάν.

Ο Διευθύνων Σύμβουλος της JBS, Gilberto Tomazoni, δήλωσε ότι η εταιρεία χρειάζε-

ται να αναπτύξει εφοδιαστική αλυσίδα στην Μέση Ανατολή, προσθέτοντας ότι θα προχωρήσει η ίδια σε εκτροφή κοτόπουλων και σχεδιάζει να προμηθεύεται βοοειδή και αμνοερίφια από κτηνοτρόφους στο Ομάν και στην Βόρεια Αφρική.

Η μονάδα επεξεργασίας βοδινού και αρνίσου κρέατος της JBS στο Ομάν υπάρχει ήδη, αλλά παρέμενε ανενεργή για περίπου έναν χρόνο, ανέφερε ο Tomazoni.

ΤΙ ΠΡΟΒΛΕΠΕΙ ΤΟ ΣΧΕΔΙΟ

Η παραγωγή αναμένεται να ξεκινήσει εντός έξι μηνών για το βοδινό και το αρνίσιο κρέας και σε έναν χρόνο για τα πουλερικά. Ο εταίρος της JBS, Oman Food Capital (OFC), θα διατηρήσει ποσοστό 20% στην κοινοπραξία. Οι δύο εταιρείες εκτιμούν ότι η ετήσια παραγωγική δυναμικότητα των δύο μονάδων θα φτάσει περίπου τους 300.000 μετρικούς τόνους. Τα εργοστάσια της JBS στο Ομάν θα επεξεργάζονται καθημερινά περίπου 1.000 βοοειδή, 5.000 αμνοερίφια και 600.000 κοτόπουλα.



Gilberto Tomazoni, Global CEO, JBS

• **HEINEKEN**

ΑΝΑΠΤΥΞΗ 1,6% ΧΑΡΗ ΣΤΙΣ ΤΙΜΕΣ ΚΑΙ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΚΑ ΚΕΡΔΗ €4,38 ΔΙΣ. ΤΟ 2025 - ΕΡΧΟΝΤΑΙ ΕΩΣ 6.000 ΑΠΟΛΥΣΕΙΣ

Καθαρή οργανική ανάπτυξη της τάξης του 1,6% στα €28,89 δισ., κατέγραψε το 2025 η Heineken N.V., κάτι το οποίο οφείλεται στις υψηλότερες τιμές, καθώς οι όγκοι μειώθηκαν κατά 4,6 εκατ. mhl (ή 1,2%), στους 281,6 εκατ.

Σε οργανική βάση, τα λειτουργικά κέρδη ενισχύθηκαν κατά 4,4%, στα €4,38 δισ. με το περιθώριο να ενισχύεται κατά 41 μονάδες βάσης (στο 15,2%) και η καθαρή κερδοφορία κατά 4,9%, σε €2,66 δισ.

Με βάση το IFRS, οι καθαρές πωλήσεις εμφανίζονται μειωμένες κατά 3,6% (στα €28,75 δισ.) και η λειτουργική κερδοφορία κατά 3,2% (στα €3,4 δισ.), ωστόσο τα καθαρά κέρδη ενισχύθηκαν κατά 92,7%, στα €1,88 δισ.



Dolf van den Brink, CEO, Heineken

DATA* (σε €εκατ.)
– Μεταβολή σε οργανική βάση

<u>Καθαρά έσοδα</u>
2025: 28.890
2024: 29.964
Μεταβολή: 1,6%
<u>Λειτουργικά κέρδη</u>
2025: 4.385
2024: 4.512
Μεταβολή: 4,4%
<u>Καθαρά κέρδη</u>
2025: 2.662
2024: 2.739
Μεταβολή: 4,9%
*BEIA measures

EVERGREEN 2030

Ο Dolf van den Brink, Διευθύνων Σύμβουλος της Heineken ανέφερε μεταξύ άλλων ότι "το 2025, αυξήσαμε το μερίδιο αγοράς μας, ενισχύσαμε την παραγωγικότητα κόστους και ρευστότητας και αυξήσαμε τις επενδύσεις στα brand". Πρόσθεσε ακόμη ότι η Heineken ενίσχυσε το αποτύπωμα της στην Κεντρική Αμερική μέσω της εξαγοράς της FIFCO, της μεγαλύτερης εξαγοράς της εδώ και περισσότερο από μια δεκαετία.

Πλέον το management team στρέφει την προσοχή του στην πειθαρχημένη εκτέλεση του EverGreen 2030. Σύμφωνα με τον Dolf van den Brink "η βασική μας προτεραιότητα είναι η επιτάχυνση της ανάπτυ-

ξης, με χρηματοδότηση από την αυξημένη παραγωγικότητα και τις αλλαγές στο λειτουργικό μοντέλο, οι οποίες θα συνεπάγονται σημαντική παρέμβαση στο κόστος τα επόμενα δύο χρόνια. Αυτό θα απελευθερώσει ισχυρότερη παραγωγικότητα των ανθρώπων και θα επιτρέψει μεγαλύτερη ταχύτητα και αποτελεσματικότητα".

Στο μέτωπο του κόστους, πέτυχε ακαθάριστη εξοικονόμηση άνω των €500 εκατ. Περίπου το 30% προήλθε από την ψηφιακά ενεργοποιούμενη παραγωγικότητα της εφοδιαστικής αλυσίδας και τη βελτιστοποίηση του δικτύου μεταφορών, το 50% μέσω της συνεργασίας με τους προμηθευτές και νέων πρωτοβουλιών στις προμήθειες και το υπόλοιπο 20% από άλλες πρωτοβουλίες μείωσης του κόστους.

GUIDANCE

Για τη φετινή χρονιά η εταιρεία - η οποία αναζητά τον νέο της CEO - εκτιμά ότι η λειτουργική κερδοφορία θα αναπτυχθεί με ρυθμούς μεταξύ 2% και 6%, ενώ αναμένει από τις πρωτοβουλίες στο κομμάτι της παραγωγής, εξοικονόμηση €400-€500 εκατ. Στο πλαίσιο αυτό, σχεδιάζει και την περικοπή έως 6.000 θέσεων εργασίας σε εύρος διατίτας, που αντιστοιχεί σχεδόν στο 7% του παγκόσμιου δυναμικού των 87.000 εργαζομένων.

Η ΕΙΚΟΝΑ ΑΝΑ ΓΕΩΓΡΑΦΙΚΗ ΠΕΡΙΟΧΗ

Ανά γεωγραφική περιοχή η εικόνα της Heineken το 2025 είχε ως εξής:

Αφρική & Μέση Ανατολή

Καθαρά έσοδα: €4,282 δισ. (+15,7%)
Όγκοι: 46,6 εκατ. εκατόλιτρα (-0,3%)

Αμερική

Καθαρά έσοδα: €9,542 δισ. (-1%)
Όγκοι: 92 εκατ. εκατόλιτρα (-2,8%)

Ασία-Ωκεανία

Καθαρά έσοδα: €4,121 δισ. (+4,2%)
Όγκοι: 56,4 εκατ. εκατόλιτρα (+4,4%)

Ευρώπη

Καθαρά έσοδα: €11,457 δισ. (-3,2%)
Όγκοι: 86,7 εκατ. εκατόλιτρα (-3,4%)

PREMIUMISATION

Σε επίπεδο ομίλου, η premium κατηγορία εμφάνισε ανάπτυξη 2,7% χάρη στις επιδόσεις σε Κίνα, Βιετνάμ, Ινδία, Νιγηρία και το χαρτοφυλάκιο της Heineken και Amstel σε συνδυασμό με την ισχυρή ανάπτυξη της Kingfisher Ultra στην Ινδία, της Bernini στη Νότια Αφρική, της Eisenbahn στη Βραζιλία και της Legend Stout στη Νιγηρία.

Η Amstel κατέγραψε μεσαία μονοψήφια αύξηση όγκων χάρη στο συνεχιζόμενο καλό μομέντουμ στην Βραζιλία, τον διπλασιασμό των όγκων στην Κίνα, ένα πετυχημένο λανσάρισμα στην Ρουμανία και την επιστροφή στην ανάπτυξη στην Νότια Αφρική.

Οι όγκοι της Birra Moretti υποχώρησαν ελαφρώς χάρη στις επιδόσεις της σε Ιταλία και Ηνωμένο Βασίλειο. Ωστόσο ισχυρή ανάπτυξη εμφάνισε η υπόλοιπη Ευρώπη, κυρίως η Ελβετία, η Ιρλανδία και η Γαλλία. Μειωμένοι ήταν οι όγκοι και για την

Tiger λόγω της στροφής στην Premium Heineken στο Βιετνάμ, ωστόσο ισχυρή διψήφια ανάπτυξη εμφάνισε η Μιανμάρ. Εκτός από την γαλλική αγορά η οποία επηρεάστηκε από αναταράξεις με τους retailers, η Desperados αύξησε τους όγκους της σε χαμηλό μονοψήφιο ποσοστό, χάρη στις ισχυρές επιδόσεις σε Νιγηρία, Ισπανία και Τσεχία.

LoNo

Το LoNo portfolio έτρεξε με χαμηλό μονοψήφιο ποσοστό, μολονότι σε 18 αγορές σημειώθηκε διψήφια ανάπτυξη. Ειδικότερα η Heineken 0.0 εμφάνισε διψήφια ανάπτυξη σε 20 αγορές, με αξιοσημείωτες επιδόσεις σε ΗΠΑ, Καναδά και Ισπανία. Το τμήμα R&D του ομίλου, ο οποίος εγκαινίασε νέο κέντρο στην Ολλανδία, δημιούργησε την Heineken 0.0 Ultimate η οποία δοκιμάστηκε πιλοτικά στις ΗΠΑ και πλέον θα επεκταθεί και σε άλλες χώρες. Άλλες τοπικές καινοτομίες της κατηγορίας περιλαμβάνουν την Texels Skuumkorpe 0.0 στην Ολλανδία, την Windhoek Non-Alcoholic στην Νότια

Αφρική και την Sol Zero με πρόσθετες βιταμίνες στην Βραζιλία.

BEYOND BEER

Πέραν της κατηγορίας της μπίρας, ο όμιλος συνεχίζει να επεκτείνεται επιλεκτικά, ιδίως στις προηγμένες αγορές. Εστιάζει σε ένα καθορισμένο σύνολο υφιστάμενων εμπορικών brands που έχουν προοπτικές ανάπτυξης σε μεγάλη κλίμακα, συμπεριλαμβανομένων της Desperados, Savanna, η οποία διατήρησε σταθερό όγκο πωλήσεων, και της Bernini. Οι μάρκες μπλίτς στο Ηνωμένο Βασίλειο, Inch's και Old Mout, κατέγραψαν επίσης ισχυρή ανάπτυξη, υποστηρίζοντας την περαιτέρω αναβάθμιση του χαρτοφυλακίου. Παράλληλα, η STËLZ στην Ολλανδία σημείωσε ισχυρή απόδοση, υποστηριζόμενη από το δίκτυο διανομής της Heineken και μια ξεχωριστή παρουσία στα καλοκαιρινά φεστιβάλ. Πιο πρόσφατα, η επέκταση του χαρτοφυλακίου σε λειτουργικά ποτά προχώρησε με την προσθήκη του Tenzing στο Ηνωμένο Βασίλειο, ενός εντελώς φυσικού ενεργειακού ποτού.

AI

Το 2025 η Heineken λανσάρισε το Freddyai, η ανάπτυξη του οποίου προχωρά πολύ νωρίτερα από το σχέδιο και αποδεικνύει την ταχύτητα και την προσαρμοστικότητα που μπορεί να απελευθερώσει η Τεχνητή Νοημοσύνη.

Αυτό το πρόγραμμα εμπορικού μετασχηματισμού ενισχύει την υλοποίηση της στρατηγικής ανάπτυξης του ομίλου βελτιώνοντας την αποδοτικότητα και μειώνοντας το κόστος.

Το Freddyai εξοπλίζει τις τοπικές ομάδες πωλήσεων και μάρκετινγκ με πιο σαφή insights, ισχυρότερη in-market execution και βελτιστοποιημένο media planning, απελευθερώνοντας χρόνο και ενέργεια για να επικεντρωθούν στη δημιουργικότητα και την οικοδόμηση του brand.

Ακόμη, επέκτεινε τις ψηφιακές της πλατφόρμες business-to-business (eB2B), με ακαθάριστη αξία εμπορευμάτων άνω των €13 δισ. και συνδεδεμένοι με σχεδόν 800 χιλιάδες ενεργούς πελάτες σε παραδοσιακά, κατακερματισμένα κανάλια.

• ΑΘΗΝΑΪΚΗ ΖΥΘΟΠΟΙΑ

ΧΑΜΗΛΗ ΜΟΝΟΨΗΦΙΑ ΠΤΩΣΗ ΠΩΛΗΣΕΩΝ ΤΟ 2025 ΛΟΓΩ ΜΕΤΡΙΩΝ ΕΠΙΔΟΣΕΩΝ ΣΤΟ HORECA

Με χαμηλή μονοψήφια πτώση των πωλήσεων εκτιμάται ότι έκλεισε το 2025 για την Αθηναϊκή Ζυθοποιία, κάτι που αποδίδεται στις μέτριες επιδόσεις του καναλιού HoReCa, παρά τη νέα άνοδο της τουριστικής κίνησης στη χώρα μας, καθώς η κατανάλωση μπίρας ήταν μικρότερη τόσο από τους τουρίστες, όσο και από τους Έλληνες. Οι πιέσεις στους προϋπολογισμούς των καταναλωτών, λόγω των υψηλών πληθωριστικών πιέσεων που είχαν ξεκινήσει από το 2021, είχαν διαφανεί στην αγορά μπίρας από τα τέλη του 2024, εξέλιξη η οποία έγινε πιο ορατή πέρυσι. Μέσα σε αυτό το περιβάλλον αξίζει να αναφερθεί ότι η Αθηναϊκή Ζυθοποιία πάγωσε για ένα διάστημα περίπου 2,5 ετών τις τιμές στα κουτάκια μπίρας στη ζεστή αγορά - στο ξεκίνημα της χρονιάς πέρασε κάποιες μικρές ανατιμήσεις στη συγκεκριμένη κατηγορία - ενώ στην κρύα αγορά προχώρησε σε κινήσεις στα επίπεδα του πληθωρισμού της χώρας.

ΞΕΧΩΡΙΣΑΝ ΤΑ LONO ΠΡΟΪΟΝΤΑ

Από το portfolio της εταιρείας - όπου δεν αναμένονται κάποιες προσθήκες φέτος - ξε-

χώρισαν τα LoNo προϊόντα με σημαντική διψήφια ανάπτυξη, αν και έχουν χαμηλή βάση.

ΕΠΕΝΔΥΣΕΙΣ

Σε ό,τι αφορά τις επενδύσεις της εταιρείας, ολοκληρώνεται ομαλά το τριετές πλάνο της περιόδου 2024-2026.

DATA - ΕΠΕΝΔΥΣΕΙΣ 2024-2026 (σε εκατ. ευρώ)

Commercial assets/Βελτίωση παραγωγής: 35
Περιβαλλοντικές: 30
Σύνολο: 65

Το επόμενο τριετές επενδυτικό πλάνο αναμένεται να καταστρωθεί τον ερχόμενο Μάιο.

ΠΡΟΤΕΡΑΙΟΤΗΤΑ Η ΑΥΞΗΣΗ ΠΑΡΑΓΩΓΙΚΟΤΗΤΑΣ

Τέλος, σχετικά με το γενικότερο πλάνο περιουσιακού κόστους που εφαρμόζει ο όμιλος, δεν έχει για την ώρα αποσαφηνιστεί αν



Sebastian Sanchez, Διευθύνων Σύμβουλος, Αθηναϊκή Ζυθοποιία

το διετές σχέδιο περικοπών έως 6.000 θέσεων περιλαμβάνει και την Ελλάδα, μολονότι το σενάριο αυτό δεν συγκεντρώνει πολλές πιθανότητες. Στο επίπεδο της παραγωγής, πάντως, η Αθηναϊκή Ζυθοποιία εδώ και χρόνια έχει ως βασική της προτεραιότητα την αύξηση της παραγωγικότητας στις μονάδες, που λειτουργεί στη χώρα μας.

• **KRAFT HEINZ**

ΒΑΖΕΙ ΦΡΕΝΟ ΣΤΗ ΔΙΑΣΠΑΣΗ, ΜΕ ΕΠΕΝΔΥΣΗ \$600 ΕΚΑΤ. ΚΑΙ ΣΤΟΧΟ ΤΗΝ ΑΝΑΚΑΜΨΗ

Σε προσωρινή αναστολή θέτει η Kraft Heinz τα σχέδια διάσπασής της, με τον νέο Διευθύνοντα Σύμβουλο, Steve Cahillane, να δηλώνει ότι οι προκλήσεις που αντιμετωπίζει ο όμιλος είναι "επιλύσιμες" και υπό έλεγχο.

"Η πρώτη μου προτεραιότητα είναι να επαναφέρω την επιχείρηση σε κερδοφόρα ανάπτυξη, διασφαλίζοντας ότι όλοι οι πόροι θα επικεντρωθούν πλήρως στην υλοποίηση του επιχειρησιακού μας σχεδίου", ανέφερε ο Cahillane, σηματοδοτώντας αλλαγή κατεύθυνσης σε σχέση με την απόφαση διάσπασης που είχε ανακοινωθεί τον Σεπτέμβριο.

Παράλληλα, η εταιρεία προχωρά σε επενδυτικό πλάνο ύψους \$600 εκατ. με στόχο την ανάκαμψη της δραστηριότητάς της στις ΗΠΑ. Τα κεφάλαια θα κατευθυνθούν σε ενίσχυση του μάρκετινγκ, των πωλήσεων και της έρευνας και ανάπτυξης, καθώς και στη βελτίωση της ποιότητας των προϊόντων και σε πιο στοχευμένη τιμολογιακή στρατηγική.

ΣΕ ΔΙΑΔΙΚΑΣΙΑ ΑΝΑΔΙΑΡΘΡΩΣΗΣ

Η απόφαση για πάγωμα της διάσπασης έρχεται λίγους μήνες μετά την ανακοίνωση σχεδίων που θα ανέτρεπαν σε μεγάλο βαθμό τη συγχώνευση-μαμούθ των \$46 δισ. πριν από μία δεκαετία, η οποία δημιούργησε έναν από τους μεγαλύτερους ομίλους τροφίμων παγκοσμίως.

Αν και η συγχώνευση είχε αρχικά τύχει θετικής υποδοχής από τους επενδυτές, η μετέπειτα πορεία της εταιρείας στις ΗΠΑ χαρακτηρίστηκε από πτώση πωλήσεων και απομειώσεις σε εμβληματικά brands όπως τα Oscar Mayer και Maxwell House. Τα τελευταία χρόνια η Kraft Heinz βρίσκεται σε διαδικασία αναδιάρθρωσης, επιδιώκοντας την αναζωογόνηση των βασικών της δραστηριοτήτων.

Ο Warren Buffett, που είχε διαδραματίσει καθοριστικό ρόλο στη συμφωνία, είχε εκφράσει την απογοήτευσή του για τα σχέ-



Steve Cahillane, CEO, Kraft Heinz

δια διάσπασης, ενώ η Berkshire Hathaway έχει ήδη κινηθεί για τη σταδιακή αποεπένδυση από το μερίδιο 28% που κατείχε στην εταιρεία.

Η ανακοίνωση της νέας στρατηγικής συνοδεύτηκε από τη δημοσίευση των τριμηνιαίων αποτελεσμάτων της εταιρείας: τα κέρδη ξεπέρασαν τις εκτιμήσεις της Wall Street, ωστόσο τα έσοδα διαμορφώθηκαν χαμηλότερα των προβλέψεων των αναλυτών.

• Debrief •

ΟΥΔΕΙΣ ΑΝΑΝΤΙΚΑΤΑΣΤΑΤΟΣ;

Τί κοινό έχει η ταμίας στο super market, ένας επενδυτικός σύμβουλος, η Morgan Stanley και τεχνολογικοί κολοσσοί λογισμικού; Κανείς τους δεν είναι αναντικατάστατος. Τουλάχιστον αυτό φαίνεται να πιστεύουν οι επενδυτές, οι οποίοι σε κάθε νέα εξέλιξη που αφορά την Τεχνητή Νοημοσύνη, οδηγούν μετοχές μεγάλων εταιρειών σε υποχώρηση.

Έχουμε και λέμε, λοιπόν. [Στο χθεσινό BnB Daily](#) διαβάσατε πως η ανακοίνωση νέων AI εργαλείων από την Anthropic, προκάλεσε πτώση στις μετοχές εταιρειών λογισμικού, αλλά και εταιρειών private credit που τις έχουν δανείσει. Στο σημερινό τεύχος θα διαβάσατε ότι άλλο εργαλείο, αυτή τη φορά από την Altquist, οδήγησε σε υποχώρηση τη μετοχή της Morgan Stanley, μεταξύ άλλων. Την ίδια στιγμή, στο FNB Daily μπορείτε να ενημερωθείτε για το AI κάρτσι super market που επιτρέπει σάρωση και ζύγιση φρέσκων προϊόντων επιτόπου, προβολή του συνολικού κόστους σε πραγματικό χρόνο και παροχή εξατομικευμένων προσφορών. Κατάργηση των ταμείων, δηλαδή.

Ειδήσεις τέτοιου είδους είναι σχεδόν καθημερινές πλέον, γι' αυτό και επανερχόμαστε πυκνά, συχνά, στο συγκεκριμένο θέμα. Και δείχνουν ένα πράγμα: μπορεί ακόμα να μην ξέρουμε πού και πώς θα μας... καταικωθεί η Τεχνητή Νοημοσύνη, αλλά υπάρχει διάχυτος φόβος ότι θα σαρώσει τα πάντα.

Αλήθεια ή ψέμα; Κανείς δεν μπορεί να βάλει το χέρι του στη φωτιά. Ωστόσο η τρέχουσα κατάσταση, όπως περιγράφεται σε [προ ημερών έκθεση του ΟΟΣΑ](#), έχει ως εξής: το 1/3 των ατόμων σε όλες τις χώρες-μέλη του ΟΟΣΑ χρησιμοποίησε εργαλεία Παραγωγικής Τεχνητής Νοημοσύνης το 2025. Κάτι που υπογραμμίζει πόσο γρήγορα γίνεται μέρος της καθημερινής ζωής. Σε επίπεδο επιχειρήσεων, όμως, τα πράγματα είναι κάπως διαφορετικά. Η υιοθέτηση της Τεχνητής Νοημοσύνης από τις επιχειρήσεις να μην συνέχισε να επεκτείνεται, αλλά φτάνοντας το 2025 στο 20,2%, από 14,2% το 2024. Μία στις πέντε δηλαδή, σε σύγκριση με έναν στους τρεις πολίτες. Μάλιστα, βασικός μοχλός υιοθέτησης ήταν οι επιχειρήσεις τεχνολογίας, οργανι-

σμοί δηλαδή που... έχουν το αντικείμενο. Συμπερασματικά: Ποιος φοβάται την AI; Μάλλον όλοι. Ποιος θα έπρεπε να την φοβάται; Ουδείς μπορεί να πει με βεβαιότητα. Στην καθημερινότητα οι πολίτες είναι εύκολο να χρησιμοποιούν χρηστικά εργαλεία AI, είτε για να κάνουν κάποια δουλειά, είτε από περιέργεια. Σε επιχειρηματικό επίπεδο, όμως, εκεί που κάθε απόφαση ισοδυναμεί με λεφτά, τα πράγματα είναι διαφορετικά. Η υιοθέτηση της AI απαιτεί σοβαρές επενδύσεις. Και οι σοβαρές επενδύσεις πραγματοποιούνται όταν θεωρείται σίγουρο ότι θα γεννήσουν προστιθέμενη αξία. Ίσως, λοιπόν, ας μας επιτραπεί μια εκτίμηση, οι επιχειρήσεις δεν έχουν, ακόμη, προσδιορίσει με ακρίβεια πώς η AI θα τους προσθέσει αξία. Ίσως, μάλιστα, να μην έχουν καταλάβει πώς μπορεί να κουμπώσει στο business τους.

Σε κάθε περίπτωση, το AI ήρθε για να μείνει. Το πού, πότε, πώς και πόσο γρήγορα μένει να φανεί.

Γιάννης Παλιούρης
giannis@notice.gr

• **ELBISCO**
ΝΕΟ ΛΑΝΣΑΡΙΣΜΑ
ΣΤΗ ΣΕΙΡΑ
SELECTION

Η Κρίς Κρίς λάνσαρε το νέο Selection "The Brown Brioche", διευρύνοντας την premium σειρά Selection με μια πρόταση που συνδυάζει τη χαρακτηριστική αφράτη υφή του brioche με τα διατροφικά οφέλη της ολικής άλεσης.

Σύμφωνα με την ανακοίνωση, το νέο προϊόν, παρασκευασμένο με επιλεγμένο μείγμα αλεύρων ολικής άλεσης, προζύμι και αγνό βούτυρο, ανταποκρίνεται στις σύγχρονες διατροφικές τάσεις, διατηρώντας παράλληλα την ισορροπημένη γεύση και το διακριτικό βουτυρένιο άρωμα που χαρακτηρίζουν τη σειρά.



Απευθύνεται σε καταναλωτές που αναζητούν πιο ισορροπημένες επιλογές χωρίς συμβιβασμούς στην απόλαυση, προσφέροντας ευελιξία χρήσης σε σάντουιτς, πρωινό και τoστ. Το Brown Brioche έρχεται να

συμπληρώσει την οικογένεια προϊόντων Selection, η οποία περιλαμβάνει τα Classic Toast, Brioche Toast, Brown Toast και ψωμιά για Burger & Sandwich, ενισχύοντας περαιτέρω τη θέση της μάρκας στην κατηγορία.

Business Maker

ΤΙ ΛΕΕΙ Η ΕΠΙΤΡΟΠΗ ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΜΟΥ ΓΙΑ ΤΟ ΠΡΟΣΤΙΜΟ ΣΤΗΝ COCA COLA HBC

Στην Επιτροπή Ανταγωνισμού βρίσκεται και πάλι το βάρος της απόφασης για την υπόθεση της Coca-Cola HBC, μετά την ακύρωση του προστίμου από το Διοικητικό Εφετείο. Σύμφωνα με καλά πληροφορημένες πηγές, η Αρχή θα μελετήσει σε βάθος το σκεπτικό της απόφασης, χωρίς –προς το παρόν– να έχει αποφασίσει αν θα ασκήσει αναίρεση, εντός της προθεσμίας των 60 ημερών που παρέχει ο Νόμος. Οι ίδιες πηγές αναφέρουν ότι η Επιτροπή θα διαβάσει προσεκτικά την απόφαση, προκειμένου να κατανοήσει τί ακριβώς ζητά το Διοικητικό Εφετείο ως προς την αξιολόγηση των στοιχείων και τα θέματα του ανταγωνισμού

και να αποφασίσει τα επόμενα βήματα που θα ακολουθήσει. "Η απόφαση είναι τελεσίδικη, όχι όμως αμετάκλητη", σημειώνουν χαρακτηριστικά. Ξεκαθαρίζουν ωστόσο ότι η Επιτροπή Ανταγωνισμού σέβεται απόλυτα την κρίση της Δικαιοσύνης και θα συμμορφωθεί αναλόγως. Η Επιτροπή Ανταγωνισμού είχε επιβάλει το 2022 πρόστιμο ύψους €10,3 εκατ. για κατάχρηση δεσπόζουσας θέσης στην αγορά άμεσης κατανάλωσης ανθρακούχων αναψυκτικών. Η έρευνα ξεκίνησε το 2016 για πρακτικές στην αγορά άμεσης κατανάλωσης αναψυκτικών. Η εταιρεία κατέβαλε το πρόστιμο τον Μάιο του 2023, συμμορφώθηκε με το

μέτρο, αλλά προσέφυγε στη Δικαιοσύνη, αμφισβητώντας τη νομική και οικονομική θεμελίωση της απόφασης. Ωστόσο, το Διοικητικό Εφετείο έκρινε ότι απαιτείται πληρέστερη κρίση σε συγκεκριμένα σημεία και, για τον λόγο αυτό, ακύρωσε την απόφαση 762/2021 και ανέπεμψε την υπόθεση στην Επιτροπή Ανταγωνισμού. Η απόφαση του Διοικητικού Εφετείου επιδόθηκε στην Coca-Cola HBC Greece S.A.I.C. στις 27 Ιανουαρίου 2026, ενώ προβλέπεται προθεσμία 60 ημερών για την άσκηση περαιτέρω ένδικων μέσων ενώπιον του Συμβουλίου της Επικρατείας.

DARK KITCHENS: Η ΕΠΑΝΑΣΤΑΣΗ ΠΟΥ ΔΕΝ ΗΡΘΕ... ΠΟΤΕ

Ξεκίνησαν ως μια πολλά υποσχόμενη τάση. Χαμηλά κόστη και ταχύτητα. Οι dark kitchens έμοιαζαν να είναι το επόμενο μεγάλο κεφάλαιο στην εστίαση. Στην πράξη, όμως, η κατάσταση δεν είναι ακριβώς έτσι. Παράγοντες της αγοράς παραδέχονται ότι η εξάπλωση δεν ήταν αυτή που αρχικά αναμενόταν. Ναι, το delivery εκτοξεύθηκε. Αλλά αυτό δεν μεταφράστηκε αυτόματα σε άνθηση των dark kitchens. Ένας βασικός λόγος; Οι παραδοσιακές αλυσίδες προσαρμόστηκαν γρήγορα. Επένδυσαν στο delivery, ορ-

γάνωσαν δικά τους κανάλια, απορρόφησαν τον όγκο. Το αποτέλεσμα ήταν να χαθεί το συγκριτικό πλεονέκτημα. Μόνο το delivery δεν ήταν πια αρκετό. Και το κόστος, τελικά, δεν ήταν τόσο χαμηλό, όσο φαινόταν στα business plans. Η εικόνα από το εξωτερικό επιβεβαιώνει τον προβληματισμό. Στην Αγγλία, σύμφωνα με στοιχεία που επικαλούνται άνθρωποι της αγοράς, ένα σημαντικό ποσοστό επιχειρήσεων delivery, που βασίστηκαν αποκλειστικά στο μοντέλο των dark kitchens, δεν άντεξε. Η αγορά ωρίμα-

σε πιο γρήγορα απ' όσο υπολόγιζαν. Αυτό δεν σημαίνει ότι το μοντέλο τελείωσε. Ίσως ως συμπληρωματική δραστηριότητα και όχι ως αυτόνομη στρατηγική. Την ίδια στιγμή, οι μεγάλοι κερδισμένοι είναι αλλού. Στις πλατφόρμες online παραγγελιοληψίας και διανομής κατ' οίκον φαγητού. Efood, Wolt και άλλοι βλέπουν τις επιδόσεις τους να αυξάνονται χρόνο με τον χρόνο. "Όλοι επενδύουν στο delivery. Αλλά λίγοι κερδίζουν πραγματικά από αυτό", σημειώνουν με νόημα στελέχη του κλάδου.

Business Insight

MSCI: ΣΤΙΣ 31 ΜΑΡΤΙΟΥ ΤΑ ΣΠΟΥΔΑΙΑ ΚΑΙ ΤΟ OVERWEIGHT ΤΗΣ ΓΕΚ ΤΕΡΝΑ

Χωρίς νέα προσθήκη η αναθεώρηση των δεικτών MSCI. Λίγο ως πολύ αναμενόμενη η στάση των επιτελών του οίκου καθώς, η ελληνική αγορά είναι σε μεταβατικό στάδιο, στο κατώφλι της προετοιμασίας μετάταξης στις ώριμες και ανεπτυγμένες. Άλλωστε, τον επόμενο μήνα θα γίνει γνωστή η απόφαση για το ενδεχόμενο αναβάθμισης του ΧΑ, τον προσεχή Αύγουστο, και εύλογα η προσοχή εστιάζεται σε αυτό το ορόσημο. **Ήδη η αγορά είναι σε watch list από τους FTSE Russell, STOXX και S&P Dow Indices** για αναβάθμιση στις ώριμες και ανεπτυγμένες αγορές. **Ο μόνος οίκος που δεν την έχει εντάξει ακόμη είναι ο MSCI**, που είναι και ο σημαντικότερος/ισχυρότερος, καθώς το track του ακολουθείται από το 70% των κεφαλαίων, που επενδύονται διεθνώς.

Θυμίζω ότι στις 27 Ιανουαρίου ο MSCI ξεκίνησε σχετική διαβούλευση- καλώντας τους συμμετέχοντες-να απαντήσουν στην πρόταση για αναβάθμιση. Η τελική απόφαση να αναμένεται έως τις 31 Μαρτίου.

Ο οίκος έχει αναγνωρίσει μεν την σημαντική πρόοδο ως προς την εναρμόνιση της κεφαλαιαγοράς μας, με τα πρότυπα των ανεπτυγμένων ευρωπαϊκών αγορών στο πλαίσιο της Market Classification Review του 2025. Σύμφωνα με αυτά η Ελλάδα πληροί τα απαιτούμενα κριτήρια οικονομικής ανάπτυξης για ένταξη στις ανεπτυγμένες αγορές. Όμως, **στην προηγούμενη αξιολόγηση η χώρα δεν πληρούσε τον κανόνα διαχρονικότητας μεγέθους και ρευστότητας (Size and Liquidity Persistency Rule)**, σύμφωνα με τον οποίο απαιτείται τουλάχιστον πέντε εισηγμένες εταιρείες να καλύπτουν τα κριτήρια του Developed Market Standard Index σε καθεμία από τις τελευταίες οκτώ αναθεωρήσεις των δεικτών.

Για την επόμενη όμως: **Και ερχόμαστε στην τρέχουσα κατάσταση: για τέσσερις έως πέντε εισηγμένες τα κριτήρια πληρούνται (προφανώς μένει να είναι σε ισχύ όταν έρθει η ώρα της κρίσης/αξιολόγησης)**. Ωστόσο, από την εκκίνηση του 2026 έχουν προκύψει μία-δύο περιπτώσεις, **που υπό προϋποθέσεις θα μπορούσε να είναι οι άσσοι** στα χέρια της ελληνικής πλευράς για να πετύχει το colpro grosso. Στο σημερινό insight θα αναφερθώ στη μία εξ' αυτών, την πιο προφανή. **Ο λόγος για την ΓΕΚ Τέρνα, που μετά και τη χθεσινή συνεδρίαση δικαιολογεί καλύτερη θέση στο προσκήνιο**. Τι εννοώ. Σε μία συνεδρίαση με σχεδόν ολοκληρωτική επικράτηση των short, οι εξαιρέσεις ήταν συγκεκριμένες: εύλογα η Coca Cola HBC, [για τους λόγους που η Στέλλα Αυγουστάκη παρουσίαζε στο χθεσινό τεύχος του FnB Daily](#). Aktor, Jumbo, OTE και η ΓΕΚ Τέρνα. Με αυξημένες συναλλαγές η νέα άνοδος για τη μετοχή, σε απόσταση αναπνοής από την ιστορικά υψηλή τιμή, με το αποτέλεσμα να αποτυπώνεται ανάλογα σε όρους χρηματιστηριακής αξίας. [Στα €3,733 δισ. η αποτίμηση του ομίλου, και στα €2,463 δισ. της ελεύθερης διασποράς](#). Προφανώς και [η ΓΕΚ Τέρνα είναι από τις γνώριμες-συχνές αναφορές του Business Insight](#) (και από πολύ χαμηλότερα επίπεδα αποτίμησης). Σήμερα θα αναφερθούμε στην προοπτική να αποτελέσει επιλογή προς ένταξη στον δείκτη MSCI Greece Standard. Θα παραπέμψω στην [πρόσφατη έκθεση της Mediobanca \(3/2\)](#), με τους αναλυτές της να σημειώνουν πως "...η αγορά εξακολουθεί να υποτιμά τη μακροπρόθεσμη αξία της ΓΕΚ Τέρνα". **Η δε αναθεώρηση της τιμής-στόχου στα €45,70 από τα €30, ήταν από τις θεαματικότερες που έχουν γίνει εδώ και μήνες για μετοχή ελληνικής εταιρείας.**

Για τον ιταλικό όμιλο "...το 2026 αποτελεί κομβικό έτος για τον όμιλο, καθώς συμπιπτει με την είσοδο σε φάση εντατικής εκτέλεσης έργων, την υλοποίηση ενός φιλόδοξου επενδυτικού προγράμματος και την ενεργοποίηση κρίσιμων παραχωρήσεων, με αιχμή την Εγνατία Οδό και το αεροδρόμιο Καστελίου".

Επί της ουσίας: **η χρηματοοικονομική ολοκλήρωση της σύμβασης της Εγνατίας Οδού στις 31 Δεκεμβρίου**, έπειτα από τέσσερα χρόνια καθυστερήσεων, αλλάζει ουσιαστικά την επενδυτική εικόνα του ομίλου. Η έναρξη της 35ετούς παραχώρησης και η προκαταβολική καταβολή €1,275 δισ. ξεκλειδώνουν, κατά την άποψή της, αξία που μέχρι σήμερα δεν αποτυπωνόταν στις αποτιμήσεις. Σύμφωνα με τους αναλυτές, μετά και την αύξηση της συμμετοχής της ΓΕΚ Τέρνα στο 90%, η Εγνατία Οδός αναδεικνύεται σε έναν από τους βασικούς πυλώνες αξίας του ομίλου, δεύτερη μόνο μετά την Αττική Οδό.

Η νέα τιμή-στόχος των €45,70 προκύπτει από την επικαιροποίηση των εκτιμήσεων για την Εγνατία Οδό, την έναρξη του ΒΟΑΚ, την προσθήκη του έργου αντιληπσισταμείωσης στην Αμφιλοχία και τη μετακύλιση του μοντέλου αποτίμησης στο 2026, με την τρέχουσα τιμή της μετοχής να υποδηλώνει εσωτερικό βαθμό απόδοσης περίπου 7,4%.

Το Β.Ι. εξ' αρχής είχε συμπεριλάβει στην επενδυτική προοπτική του ομίλου, την περίοδο ωρίμανσης του **κλάδου Παραχωρήσεων με την-σχεδόν- βεβαιότητα** πως σε εύλογο χρόνο που θα κρίνει ο Γιώργος Περιστέρης **θα προχωρήσει στην αυτόνομη είσοδο της θυγατρικής στο Euronext Athens**. Ο χρονισμός εξαρτάται συνδυαστικά από τη διεθνή συγκυρία και την κατάσταση τηςγχώριας αγοράς, όταν θα έρθει η ώρα.

BNB
DAILY

BUSINESS IN BRIEF

ΚΑΘΕ ΠΡΩΙ
ΣΤΟ EMAIL ΣΑΣ!

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

Γίνε
συνδρομητής
εδώ



• VERALLIS

ΝΕΟΣ CCO Ο ΑΛΚΗΣ ΒΑΣΙΛΕΙΑΔΗΣ

Καθήκοντα Chief Commercial Officer στην Verallis ανέλαβε από αρχές Ιανουαρίου ο Αλκής Βασιλειάδης.

Ανώτατο στέλεχος με πολυετή εμπειρία στη διοίκηση πωλήσεων, το εμπορικό management και την ανάπτυξη εξαγωγών ο κ. Βασιλειάδης έχει διατελέσει σε θέσεις ευθύνης όπως Sales Director, Commercial Director και Export

Director στον όμιλο Optima, ενώ ξεκίνησε την καριέρα του σε θέσεις πωλήσεων και γενικής διεύθυνσης.

Από το 2021 δραστηριοποιείται ως Business Strategy Consultant / Import-Export Advisor, υποστηρίζοντας επιχειρήσεις σε στρατηγικό σχεδιασμό, ανάπτυξη αγορών, αύξηση πωλήσεων και βελτιστοποίηση λειτουργιών.



SECRETRECIPE

Κάτι αλλάζει σύντομα στο Ναύπλιο...

Μπορεί το Ναύπλιο να αποτελεί έναν από τους πλέον δημοφιλείς τουριστικούς προορισμούς της ηπειρωτικής Ελλάδας, έχει, όμως, ένα βασικό μειονέκτημα. Την έλλειψη σοβαρών και ποιοτικών χώρων εστίασης. Όμως, όπως πληροφορείται το FNB Daily, αυτή την περίοδο σχεδιάζεται-ετοιμάζεται ένα project, που θα ανεβάσει επίπεδο την πόλη και θα αλλάξει την εικόνα της. Πρόκειται για εγχείρημα, το οποίο δουλεύεται μέσα από μια πολύ ενδιαφέρουσα συνεργασία. Περισσότερα, σύντομα...

Editorial

Χωρίς σχόλια

Μεταφέρω από χθεσινό ρεπορτάζ στα media:

"Συγκεκριμένες παρεμβάσεις στο πεδίο των τιμών προανήγειλε η διοικήτρια της Ανεξάρτητης Αρχής Προστασίας του Καταναλωτή και Ελέγχου της Αγοράς, κα Δέσποινα Τσαγγάρη, σε συνέντευξή της στον ΣΚΑΪ.

"Το κίνητρο της νέας Ανεξάρτητης Αρχής είναι να αφήσει κοινωνικό αποτύπωμα. Υπάρχουν προβλήματα στην αγορά, είναι ένα υπαρκτό ζήτημα διότι αφορά την καθημερινότητα των ανθρώπων και αυτή είναι η μεγαλύτερη ευθύνη που έχουμε απέναντι στον ελληνικό λαό. Θα τα καταφέρουμε. Υπάρχουν διάφοροι λόγοι για την ακρίβεια, κάποιος είναι δικαιολογημένοι και κάποιους πρέπει να τους ψάξουμε πολύ".

Πιο συγκεκριμένα με αφορμή την τελευταία έκθεση του ΙΕΛΚΑ που αποτυπώνει αυξήσεις 2,45% στις τιμές προϊόντων στα σούπερ μάρκετ, υπογράμμισε πως οι 2,1 ποσοστιαίες μονάδες αφορούν τρεις μόνο κατηγορίες: το μοσχάρι, τα σοκολατοειδή και τον καφέ.

Για τις αυξήσεις στο μοσχάρι, η κα Τσαγγάρη τόνισε πως "είναι ένα ευρωπαϊκό πρόβλημα και πως στην Ελλάδα εισάγουμε το 85%-90% σε ετήσια βάση. Παρατηρώ όμως ότι έχουμε αυξήσεις μεγαλύτερες από τον μέσο όρο της Ε.Ε., άρα κάτι συμβαίνει που πρέπει να επιλύσουμε. Η πρώτη ανάγνωση δεν αφορά τα super market, αλλά το ενδιάμεσο κομμάτι. Έχω ξεκινήσει μια διαδικασία, ξέρω πολύ καλά τί πρέπει να γίνει, χρειάζονται πολλά εργαλεία και σε αυτό θα έχω και την αμέριστη βοήθεια της ΑΑΔΕ".

Για τα σοκολατοειδή ανέφερε πως υπήρξαν το προηγούμενο διάστημα δραματικές αυξήσεις στο κακάο που δικαιολογούσαν την άνοδο των τιμών, όμως "από τον Ιούλιο ως τον Γενάρη έχει πέσει η τιμή του διεθνώς κατά 54%. Θα συναντηθώ σήμερα με τη σοκολατοβιομηχανία γι' αυτό το θέμα. Παρατηρούμε πως όταν συμβαίνει κάτι, οι τιμές εκτοξεύονται γρήγορα, αλλά όταν υποχωρούν, οι μειώσεις γίνονται με αργό ρυθμό. Αυτό πρέπει να αλλάξει".

Για τις αυξήσεις στον καφέ, η κα Τσαγγάρη δήλωσε πως υπάρχουν προς το παρόν λιγότερα ευρήματα, αλλά "υπάρχουν και εκεί κάποια παρόμοια ευρήματα πολύ μικρότερης κλίμακας".

Τόσο απλά.

Νεκτάριος Β. Νώτης
nectarios@notice.gr

ΔΙΨΑ ΓΙΑ ΔΙΨΑ ΓΙΑ ΔΙΨΑ ΓΙΑ
ΤΣΙΚΝΟΠΕΜΠΤΗ





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 12 ΦΕΒΡΟΥΑΡΙΟΥ 2026
ΕΙΔΙΚΗ ΕΚΔΟΣΗ



Το **BBQ** της Τσικνοπέμπτης

POWERED BY **BIKOS[®]**
COLA

BIKOS COLA

Δίψα για Τσικνοπέμπτη

Υπάρχουν γεύματα που τα θυμάσαι, που φέρνουν απολαύσεις και δημιουργούν εμπειρίες που αξίζει να τις ζεις σωστά. Από το πρώτο δάγκωμα ενός ζουμερού burger μέχρι την τελευταία μπουκιά μιας λαχταριστής πίτσας, από ένα σουβλάκι στο χέρι μετά τη δουλειά μέχρι noodles σε βραδινό delivery με φίλους, το καλό φαγητό έχει χαρακτήρα.

Και κάπου εκεί έρχεται η λεπτομέρεια που κάνει τη διαφορά: το σωστό συνοδευτικό. Γιατί άλλο να τρως απλά κάτι και άλλο να το ζεις ολοκληρωμένα, με το pairing που ταιριάζει ιδανικά. Εκεί εμφανίζεται η BIKOS COLA, σαν την επιλογή που κουμπώνει με το φαγητό με τρόπο φυσικό.

Η γεμάτη cola γεύση της με το σωστό έντονο χαρακτήρα είναι το τέλειο contrast για κάθε μπουκιά. Λειτουργεί σαν reset ανάμεσα στις γεύσεις: καθαρίζει τον ουρανίσκο από την ένταση του φαγητού, και κάνει κάθε επόμενο bite να μοιάζει πάλι πρώτο. Για αυτό η BIKOS COLA είναι κομμάτι του γεύματος και ολοκληρώνει την απόλαυση.

BIKOS[®] COLA

Η BIKOS COLA δεν συνδέεται μόνο με το φαγητό αλλά και με την παρέα. Γιατί ας είμαστε ειλικρινείς: το καλύτερο φαγητό είναι αυτό που μοιράζεσαι, οι φίλοι γύρω από ένα τραπέζι, οι κουβέντες που δεν τελειώνουν. Είναι οι μικρές αυθόρμητες στιγμές που κάνουν μια απλή έξοδο να μοιάζει με mini γιορτή.

Η BIKOS COLA είναι η cola της διασκέδασης, εκείνη που φέρνει το vibe, δίνει την παρέα και κάνει ακόμα και το πιο απλό street food break να γίνεται experience. Το σαφ όταν ανοίγει το κουτάκι, η πρώτη παγωμένη γουλιιά, το «φέρε άλλη μία» που ακούγεται φυσικά στο τραπέζι, αυτά είναι

τα μικρά πράγματα που χτίζουν τη στιγμή. Έχει αυθεντική γεύση με εκείνο το δυναμικό fizz που κάνει κάθε στιγμή πιο fun και πιο απολαυστική. Είναι η cola που ανοίγεις και νιώθεις κατευθείαν το fun & food-ready vibe, αυτή που ταιριάζει με την παρέα, με τη χαλαρότητα και με τις μικρές καθημερινές στιγμές που θες να γίνουν λίγο καλύτερες.

Και τώρα που πλησιάζει η Τσικνοπέμπτη, όλα αυτά γίνονται ακόμα πιο έντονα. Η μέρα που οι ψησταριές παίρνουν φωτιά, οι δρόμοι μυρίζουν κάρβουνο και οι παρέες βγαίνουν μόνο για έναν λόγο: να περάσουν καλά. Εκεί, η BIKOS COLA είναι το απόλυτο ταίρι για κάθε τσίκνισμα, γιατί τίποτα δεν συνοδεύει καλύτερα τα ψητά από μια παγωμένη γουλιιά με ένταση και χαρακτήρα. Και κάπως έτσι, χωρίς να το καταλαβαίνεις, γίνεται η cola που θέλεις να υπάρχει πάντα στο τραπέζι.

Γιατί όταν έχεις καλό φαγητό, χρειάζεσαι το ιδανικό ταίρι για να το συνοδεύσεις. Και αυτό είναι η BIKOS COLA.



TIPS

Το σωστό μπάρμπεκιου

Το μπάρμπεκιου είναι από τους πιο διαδεδομένους τρόπους ψησίματος, αλλά πολλές φορές δεν γίνεται σωστά. Ας δούμε, λοιπόν, κάποιες συμβουλές για καλύτερο αποτέλεσμα:

Πριν ψήσουμε, η σχάρα πρέπει να είναι πάντα καθαρή - ή μάλλον πεντακάθαρη - για να αποφύγουμε μαυρίλες πάνω στα τρόφιμα ή εξάρσεις στις φλόγες από συσσωρευμένα λίπη.

Ξύνουμε τη σχάρα ζεστή με μια βούρτσα και την καθαρίζουμε με ένα πανάκι.

Αφήνουμε τη σχάρα πριν ψήσουμε να κάψει καλά. Δε βιαζόμαστε σε αυτό το σημείο, γιατί το αποτέλεσμα θα είναι το τρόφιμο να μην κάνει την κρούστα, που επιθυμούμε στο ψήσιμο στη σχάρα, και να έχει μια άχαρη όψη.

Εάν έχουμε μαρινάρι τα κρέατα με υγρή μαρινάδα, τα στραγγίζουμε καλά για να αποφύγουμε εξάρσεις στις φλόγες.

Τα κρέατά μας πρέπει να είναι σιτεμένα καλά, και η μπύρα παγωμένη.

Δεν τρυπάμε τα τρόφιμα με πιρούνες για να τα γυρίσουμε.

Το ψήσιμο ενός τροφίμου έχει σχέση με το βάρος του, τη θερμοκρασία του grill και το πόσο ψημένο το θέλουμε. Για ιδανικό ψήσιμο, καλό είναι να χρησιμοποιούμε ένα θερμόμετρο με ακίδα, το οποίο μετράει τη θερμοκρασία πυρήνα, δηλαδή στην καρδιά του κρέατος, και μας δείχνει πόσο ψημένο είναι. Δείτε μερικές θερμοκρασίες και τί σημαίνουν. Οι βαθμοί είναι για κόκκινο κρέας όπως μοσχαρίσιο, βοδινό, αρνί.

BLEU 'H RARE Η ΑΛΛΙΩΣ ΣΧΕΔΟΝ ΩΜΟ

Ψήσιμο για 1-2' από κάθε πλευρά, δημιουργώντας μια κρούστα στην εξωτερική πλευρά του κρέατος. Πιέζοντας το κρέας, είναι πολύ μαλακό και - όταν το κόψουμε - είναι χλιαρό και σχεδόν ωμό.

Η θερμοκρασία στο εσωτερικό του κρέατος αγγίζει περίπου τους 52°C - 54°C.

Ο συγκεκριμένος βαθμός ψησίματος, ενδείκνυται μόνο για κόκκινα κρέατα.

SAIGNANT 'H MEDIUM RARE 'H ΑΛΛΙΩΣ ΜΕΤΡΙΑ ΩΜΟ

Μόλις αρχίσουν να ανεβαίνουν σταγόνες αίματος στην επιφάνεια του κρέατος, το γυρνάμε για να ψηθεί κι από την άλλη πλευρά του.

Πιέζοντάς το, πρέπει να είναι μαλακό, ενώ



- όταν το κόψουμε - έχει στο εσωτερικό του κόκκινη απόχρωση, αλλά το κρέας είναι ζεστό.

Η θερμοκρασία στην «καρδιά» του κομματιού, είναι 55°C - 57°C.

Ο συγκεκριμένος τρόπος ψησίματος ενδείκνυται για stakes, κυνήγια και αρνί.

A POINT 'H MEDIUM

Το «μέτρια» ψημένο κομμάτι κρέατος. Ψήνουμε όσο χρειάζεται, ούτως ώστε να ψηθεί εξωτερικά, παραμένοντας ροζέ στο κέντρο.

Η θερμοκρασία στο εσωτερικό του κομματιού είναι 60°C - 63°C.

MEDIUM WELL 'H ΜΕΤΡΙΑ ΚΑΛΟΨΗΜΕΝΟ

Θεωρείται ο πιο αγαπητός βαθμός ψησίματος στην Ελλάδα, με θερμοκρασία στους 66°C - 69°C στο κέντρο του κρέατος.

BIEN CUIT 'H WELL DONE 'H ΚΑΛΟΨΗΜΕΝΟ

Όταν το πιέζουμε, πρέπει να είναι σφιχτό και να βγάζει καθαρό υγρό.

Ο συγκεκριμένος βαθμός ψησίματος ισχύει για το χοιρινό, ενώ η θερμοκρασία στο κέντρο του κομματιού φτάνει τους 72°C - 74°C.

Μετά τους 75°C, είναι ο γνωστός βαθμός ψησίματος σόλα !

ΚΟΤΟΠΟΥΛΟ

Το κοτόπουλο πρέπει να έχει εσωτερική θερμοκρασία 74°C και δεν τρώγεται ποτέ μέτρια ψημένο ή ροζ εσωτερικά.

Εάν χρησιμοποιούμε σχάρα με καπάκι, προσπαθούμε να το έχουμε κλειστό όσο το δυνατόν περισσότερο.

Αφήνουμε τα τρόφιμα, που θα χρησιμοποιήσουμε, 20-30 λεπτά εκτός ψυγείου, για να έρθουν σε θερμοκρασία δωματίου, που θα βοηθήσει στο πιο γρήγορο και ομοιόμορφο ψήσιμο.

Μετά το ψήσιμο, αφήνουμε τα μέτρια και μεγάλα κομμάτια κρέατος να ξεκουραστούν 4-5 λεπτά και μετά τα κόβουμε, για να ηρεμήσει εσωτερικά και να παραμείνουν οι χυμοί μέσα, άρα να είναι πιο ζουμερά και μαλακά.

Όταν τελειώσουμε το ψήσιμο, καλό είναι να αφήσουμε τη σχάρα να κάψει και να την καθαρίσουμε αμέσως, όσο είναι ζεστή, με μια συρμάτινη βούρτσα. Εάν θα τη χρησιμοποιήσουμε μετά από καιρό, καλό είναι πάλι με ένα πανάκι να λαδώσουμε τη σχάρα, και, αν είναι υγραερίου, και τον διάτρητο σωλήνα του καυστήρα. Το καλό ψήσιμο στη σχάρα θέλει εμπειρία, άρα ώρες ψησίματος, και καλή παρέα.

Το σωστό αποτέλεσμα είναι ζουμερά τρόφιμα με εξωτερική τραγανή κρούστα, που θα μας δώσει τη γεύση που λατρεύουμε.

www.omirosdairies.gr

AUTHENTIC DAIRY MASTERPIECES *by OMIROS*



ΒΑΡΕΛΙΑΣΙΑ ΦΕΤΑ ΠΟΠ Η ΑΥΘΕΝΤΙΚΗ

από το 1983

Από 100% ελληνικό αιγοπρόβατο γάλα,
στην πιστοποιημένα μοναδική τριγωνική
συσκευασία.

Η αρχέτυπη ελληνική γεύση.
Το δικό μας αριστούργημα.

OMIROS
DAIRY INDUSTRY

ON TOP

Οι σάλτσες της Τσικνοπέμπτης

ΣΑΛΤΣΑ ΜΟΥΣΤΑΡΔΑΣ

ΥΛΙΚΑ

- 250γρ κρεμμύδια κομμένα σε μισές λεπτές ροδέλες
- 150γρ καρότα μικρά καθαρισμένα και κομμένα σε μικρά ζαράκια
- 50ml ελαιόλαδο
- 70ml λευκό κρασί
- 40γρ βούτυρο
- 400γρ ζωμό λαχανικών
- 40γρ μουστάρδα πικάντικη
- 150γρ κρέμα γάλακτος
- 1 μικρό κλωνάρι θυμάρι
- 1 μικρό κλωνάρι δεντρολίβανο
- Αλάτι – πιπέρι

ΕΚΤΕΛΕΣΗ

Ζεσταίνουμε το ελαιόλαδο και σοτάρουμε τα κρεμμύδια για 10 λεπτά. Προσθέτουμε τα καρότα και σοτάρουμε για λίγο ακόμα. Σβήνουμε με το κρασί, ανακατεύουμε και προσθέτουμε το ζωμό λαχανικών, το θυμάρι και το δεντρολίβανο. Χαμη-

λώνουμε τη φωτιά και αφήνουμε τα υλικά να σιγοβράσουν και να δέσει η σάλτσα. Όταν κατέβει στο μισό αφαιρούμε τα κλωνάρια πολτοποιούμε και φιλτράρουμε. Βάζουμε ξανά το ζωμό σε χαμηλή φωτιά, προσθέτουμε τη μουστάρδα, το βούτυρο, την κρέμα γάλακτος και αλατοπιπερώνουμε. Ανακατεύουμε καλά, περιμένουμε να δέσει λίγο ακόμα και σερβίρουμε.

ΣΑΛΤΣΑ ΝΤΟΜΑΤΑΣ ΜΕ ΦΙΝΟΚΙΟ ΚΑΙ ΡΟΚΑ

ΥΛΙΚΑ

- 1 μεγάλο φινόκιο καθαρισμένο και κομμένο σε κομμάτια
- 3 καρότα καθαρισμένα και κομμένα σε φέτες
- 100ml ελαιόλαδο
- 1 σακουλάκι baby ρόκα
- 150γρ κρεμμύδι κομμένο σε μικρά ζαράκια
- 2 κλωνάρια σέλερι κομμένο σε κομμάτια

- 200γρ ζωμό ντομάτας
- 200γρ ζωμό λαχανικών
- 20γρ λιαστές ντομάτες ψιλοκομμένες
- Σε ένα δεμένο τουλουπάνι βάλτε 10 κόκκους μπαχάρι
- 2τεμ αστεροειδή γλυκάνισο
- 10 κόκκους κάρδαμο
- 40γρ μουστάρδα με σιναπόσπορο
- 150γρ κρέμα γάλακτος
- Αλάτι – πιπέρι

ΕΚΤΕΛΕΣΗ

Ζεσταίνουμε το ελαιόλαδο και σοτάρουμε το κρεμμύδι, το φινόκιο, το σέλερι, τη λιαστή ντομάτα και το καρότο. Προσθέτουμε το ζωμό λαχανικών και το ζωμό ντομάτας. Σιγοβράζουμε για 15 λεπτά, πολτοποιούμε και φιλτράρουμε. Βάζουμε τη σάλτσα σε χαμηλή φωτιά και προσθέτουμε το τουλουπάνι με τους κόκκους μπαχάρι, τη μουστάρδα, αλάτι – πιπέρι, ανακατεύουμε καλά και προσθέτουμε τη κρέμα γάλακτος. Σερβίρουμε και στολίζουμε με την ρόκα.





alpiland.gr

... στη μπλέ συσκευασία!



με γάλα από τις
παρδοσιακές,
Αυστριακές
Φάρμες
μας

Σκληρό τυρί από Αυστριακό γάλα
που τιμάει την παραδοσιακή Ελληνική συνταγή
και αποτελεί συνώνυμο του λαχταριστού,
τηγαντού τυριού με την τέλεια κρούστα.



DESSERTA HELLAS A.E. | T 210 7778447-8 | E customer@alpiland.gr

PAIRING

Τα κρασιά και οι μπίρες της Τσικνοπέμπτης

Την άφθονη κατανάλωση κρέατος ενόψει Σαρακοστής, συντροφεύει και η κατανάλωση οίνου.

ΠΟΙΟ ΕΙΔΟΣ ΚΡΑΣΙΟΥ ΤΑΙΡΙΑΖΕΙ ΜΕ ΤΟ ΜΟΣΧΑΡΙ

Για τους λάτρεις του μοσχαριού, ιδανικό κρασί είναι η Γουμένισσα, μια ποικιλία ξινόμαυρου κρασιού με νεγκόσκα. Επίσης, και κρασιά γαλλικών ποικιλιών, όπως ένα Syrah. Όσοι θέλετε να συνοδεύσετε το γεύμα σας με μια παγωμένη μπίρα, επιλέξτε όσες έχουν υποστεί διπλή ζύμωση και η βύνη βρίσκεται μέσα στην μπίρα.

Για τη χώνεψη, συνδυάζετε μονοποικιλιακό τσίπουρο, όπως από cabernet και ξινόμαυρο.

ΤΙ ΝΑ ΠΡΟΤΙΜΗΣΕΤΕ ΜΕ ΤΟ ΧΟΙΡΙΝΟ ΚΡΕΑΣ

Σε ό,τι αφορά το χοιρινό, που είναι πιο λευκό το κρέας, ταιριάζει ιδανικά ένα Αγιοργήτικο Νεμέας ή Μαυροτράγανο Σαντορίνης, ενώ ένας επίσης καλός συνδυασμός είναι η ποικιλία Αραχώβης.

Σε μπίρα, προτιμήστε πάλι διπλής ζύμωσης, αλλά υψηλότερων αλκοολικών βαθμών.

ΟΙ ΣΥΝΔΥΑΣΜΟΙ ΜΕ ΤΟ ΑΡΝΙ

Για το ψητό αρνί, όπως για παράδειγμα τα παϊδάκια, μπορούμε να επιλέξουμε την ποικιλία Τσαμπουρνάκος. Επίσης καλό κρα-

σί είναι το tannat, το οποίο είναι γαλλική ποικιλία, ενώ ταιριάζει ιδανικά η ξηρή μαυροδάφνη.

Σε μπίρα, η προσέγγιση είναι η ίδια με το χοιρινό.

ΠΩΣ ΣΕΡΒΙΡΟΥΜΕ ΤΟ ΚΡΑΣΙ

- Τα λευκά κρασιά σερβίρονται πριν από τα κόκκινα, και τα νεαρά πριν από τα παλαιωμένα
- Τα λευκά κρασιά θα πρέπει να σερβίρονται κρύα, τα δε κόκκινα σε θερμοκρασία δωματίου
- Το κόκκινο μπορούμε να το βάλουμε στο ψυγείο 15-20 λεπτά πριν το σερβίρουμε. Αυτό θα δώσει τη σωστή θερμοκρασία στα περισσότερα κόκκινα κρασιά, για να το σερβίρουμε στη συνέχεια δροσερό και όχι κρύο
- Περίπου 2 ώρες παραμονή στο ψυγείο θα φέρει ένα λευκό κρασί στην επιθυμητή θερμοκρασία των 11-13°C
- Αν σας πιέζει ο χρόνος, τότε τοποθετήστε το μπουκάλι του κρασιού σε ένα κουβά γεμάτο μέχρι τη μέση με πάγο και το υπόλοιπο με νερό. Αυτό θα φέρει το κρασί στην επιθυμητή θερμοκρασία σε περίπου 20 λεπτά
- Μεταγγίζουμε το κρασί από το μπουκάλι σε ένα γυάλινο δοχείο, κανάτα κλπ. για να το απαλλάξουμε από κατακάθια, που συνήθως περιέχουν τα παλαιωμένα κόκκινα κρασιά

- Αν ένα κρασί έχει περάσει πολλά χρόνια κλεισμένο σε ένα μπουκάλι, μακριά από τον αέρα, καλό θα ήταν να του δώσουμε λίγο χρόνο για να ανασάνει, μεταγγίζοντάς το σε μια καράφα
- Τα λευκά κρασιά συνήθως δε χρειάζονται να ανοιχθούν πολύ πριν σερβιριστούν. Αντίθετα με τα κόκκινα, διατηρούν έτσι τη φρεσκάδα τους
- Τα καλύτερα ποτήρια για να εκτιμήσετε ένα κρασί είναι αυτά από απλό, λεπτό, καθαρό γυαλί. Τα βαριά, κρυστάλλινα και με ανάγλυφα σχέδια ποτήρια μας δυσκολεύουν να εκτιμήσουμε το πραγματικό χρώμα του κρασιού
- Αποφεύγουμε να γεμίσουμε το ποτήρι πάνω από το μισό του ύψους του. Αυτό επιτρέπει την ανάδευση – ανακάτεμα - του κρασιού, ώστε να αναδειχθούν τα αρώματά του
- Δοκιμάζετε πρώτος το κρασί πριν το σερβίρετε στους καλεσμένους σας. Αποφεύγετε το ενδεχόμενο να σερβίρετε ένα χαλασμένο κρασί
- Αν δεν τελειώσετε ένα μπουκάλι κρασί, μπορείτε να το διατηρήσετε 2-3 ημέρες ξαναβάζοντας το φελλό του, ώστε να κρατήσετε έξω τον αέρα. Μπορείτε επίσης να αγοράσετε ειδικές αντλίες κενού, ώστε να διώξετε εντελώς τον αέρα, και αυτό θα σας δώσει περιθώριο τουλάχιστον 2 ημερών ακόμη



BBQ Οι 10+5 εντολές

- Πάντα πεντακάθαρη (ιδανικά μετά το προηγούμενο ψήσιμο) και καλά προθερμασμένη ψησταριά πριν να ψήσεις τα χρυσοπληρωμένα κρεατικά σου.
- Όλα τα εργαλεία να είναι κοντά σου καθαρά και λειτουργικά. Βάζεις μια ποδιά και κρεμάς μια καθαρή πετσέτα από την ζώνη. Πίνεις ένα εσπ्रेसάκι (όχι ακόμα αλκοόλ) και κάνεις ένα σχέδιο με το τι και πότε θα το ψήσεις. Στην ψησταριά καλό είναι να κάνει ένας (εσύ) το κουμάντο.
- Τα κρέατα να τα έχεις βγάλει από το ψυγείο 30 λεπτά πριν το ψήσιμο για να χωρέσουν οι μπίρες.
- Αν τα μπιφτέκια (πχ της μαμά σου) ήταν στην κατάψυξη πλασμένα και πάς να τα ψήσεις θα κολλήσουν. Ξαναπλάστα.
- Πριν το ψήσιμο στεγνώνεις πολύ καλά με χαρτί κουζίνας η καθαρή πετσέτα (Εξαφάνισέ την μετά) τα κρέατα και τα λαδώνεις ελαφρά. Το πόσο αλάτι θα βάλεις και πότε είναι δικό σου θέμα.
- Δεν παραφορτώνεις την ψησταριά και δεν ψήνεις σε άμεση φωτιά κρέατα με πολύ λίπος, πχ χοιρινές μπριζόλες με παραπάνω λίπος από ό,τι χρειάζεται. Θα έχεις φωτιά, μαύρα κρέατα και αμυγχανία.
- Μέχρι και για 15 λεπτά για ένα κομμάτι κρέας ψήνεις άμεσα (πάνω από την φλόγα) δηλαδή μικρές κοπές και σε δυνατή θερμοκρασία για να πάρουν ένα ωραίο και λαχταριστό χρώμα. Πάνω από 15 λεπτά ψήνεις έμμεσα (δίπλα η πιο ψηλά από την φλόγα) κυρίως μεγάλες κοπές κρεάτων και σε χαμηλή θερμοκρασία για να ψηθούν μέχρι μέσα και να γίνουν ζουμερά.
- Προσπάθησε να ψήνεις με το καπάκι κλειστό όταν αυτό υπάρχει στην ψησταριά σου γιατί κυρίως το έχεις πληρώσει.



- Μην πιέζεις το κρέας πάνω στη σχάρα και μην το τσιμπάς με πιρούνες.
- Πρέπει να δείχνεις χαλαρός
- Τις θερμοκρασίες στο κρέας άρα τον βαθμό ψησίματος που σου αρέσει μέχρι να καταλάβεις τι γίνεται τον μετράς χωρίς άγχος με θερμομέτρο μαγειρικής με ακίδα, τοποθετώντας την μύτη του στο πιο παχύ σημείο του κρέατος. Κάνει δουλειά. Πάρε ένα πάνω από 20 € για να το έχεις καιρό.
- Αφού ψήσεις το κρέας και ειδικά τις μεγαλούτσικες κοπές, το αφήνεις να ξεκουραστεί πριν το κόψεις κάπου ζεστά πχ σε ένα φούρνο στους 50° C, η

- μέσα σε μια ζεστή γάστρα για 5-10 λεπτά οπωσδήποτε. Είναι πολύ, πολύ, σημαντικό για το ποσό ζουμερό θα το αισθάνεσαι.
- Διάλεγε πάντα ποιοτικό κρέας και καλά σιτεμένο μοσχαρίσιο κρέας.
- Ο χασάπης σου ξέρει. Πες το τι θέλεις και πώς σκέφτεσαι να το κάνεις και θα σε οδηγήσει.
- Μην ξεχνάς τι ήταν πριν αυτό που έχεις αγοράσει για να ψήσεις και προσπάθησε να τιμήσεις αυτήν την συνεισφορά της φύσης μέχρι το τελευταίο κομματάκι κρέατος που δεν θα αφήσεις να πάει χαμένο.