



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



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



# FNB SERVED DAILY.

Food for thought... every day!

ΤΟ ΚΑΘΗΜΕΡΙΝΟ ΨΗΦΙΑΚΟ  
NEWSLETTER ΓΙΑ ΤΟΝ ΚΛΑΔΟ  
ΤΡΟΦΙΜΩΝ & ΠΟΤΩΝ

Με τη συνεργασία του  
 **TotalFoodService**  
FOODSERVICE NEWS • INDUSTRY TRENDS • EXCLUSIVE INTERVIEWS

Μ. ΤΕΤΑΡΤΗ 08 ΑΠΡΙΛΙΟΥ 2026  
ΤΕΥΧΟΣ 2306



## • ΑΒ ΒΑΣΙΛΟΠΟΥΛΟΣ

Πού στοχεύει με την εξαγορά τριών  
καταστημάτων στην Σαντορίνη



## • STARBUCKS

Η οικογένεια Μαρινόπουλου πούλησε στον όμιλο  
Alshaya - Η επόμενη μέρα για το δίκτυο  
σε Ελλάδα & Κύπρο



## • ΣΕΚΕ

Μπαίνουν στον Μασούτη μέλια και ελαιόλαδα Grecials  
- Σε 200 καταστήματα Σκλαβενίτη ο χυμός ρόδι



## • ΧΙΩΝ

Έως 5% η ανάπτυξη το 2025 - Τα σχέδια  
για τις Ελληνικές Αλυκές και οι νέες αγορές-στόχοι  
στο εξωτερικό

## Editorial

Σπέκουλα σε απόθεμα

## Debrief

Η Ελληνική γιορτή

## Business Maker

- Γιατί ο Βαρδινογιάννης αλλάζει ρότα στην Carrefour αλλά κρατά το συμβόλαιο
- Γιατί η τομάτα των €3,5 με €4 μπορεί να μην είναι το ταβάνι

## SecretRecipe

Προς οριστική ματαίωση το επιχειρηματικό πάρκο στην Φυλή;

## Business Insight

Η under valued περίπτωση της Alpha Trust δεν είναι η μόνη

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



Arrena

ΦΥΣΙΚΟ ΜΕΤΑΛΛΙΚΟ ΝΕΡΟ

Καθαρό. Σαν την αλήθεια.

arrena.gr   arrena.water



• DEALS

## ΣΥΜΦΩΝΙΕΣ ΔΙΣΕΚΑΤΟΜΜΥΡΙΩΝ ΣΕ F&B ΚΑΙ ΟΜΟΡΦΙΑ ΑΛΛΑΖΟΥΝ ΤΟΝ ΠΑΓΚΟΣΜΙΟ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟ ΧΑΡΤΗ

Δύο εντυπωσιακές συγχωνεύσεις που αφορούν αμερικανικές εταιρείες τροφίμων, και οι οποίες συμφωνήθηκαν μέσα σε διάστημα 24 ωρών, μπήκαν στη λίστα των μεγαλύτερων παγκόσμιων συναλλαγών του α' τριμήνου.

[Η συμφωνία ύψους \\$29 δισ. της Sysco](#) για την εξαγορά της Jetro Restaurant Depot και [to deal σχεδόν \\$45 δισ. της McCormick](#) για την απόκτηση του τομέα τροφίμων της εισηγμένης στο Λονδίνο Unilever, αντικατοπτρίζουν μια ευρύτερη αναδιάρθρωση του κλάδου, με στόχο την αντιμετώπιση των μεταβαλλόμενων καταναλωτικών προτιμήσεων, της αύξησης των δασμών και της επιβράδυνσης της ανάπτυξης.

Η συμφωνία της McCormick ήταν η δεύτερη σε μέγεθος παγκοσμίως στο α' τρίμηνο, πίσω από την επένδυση \$50 δισ. της Amazon στην OpenAI, ενώ η συμφωνία της Sysco βρέθηκε στην έβδομη θέση. Είναι η πρώτη φορά από το 2015 που δύο συμφωνίες στον καταναλωτικό τομέα των ΗΠΑ εισέρχονται στο top 10 μέσα στο ίδιο τρίμηνο, σύμφωνα με στοιχεία της LSEG.

### ΤΑ ΑΛΛΑ DEALS

Η σύναψη μεγάλων συμφωνιών στον καταναλωτικό κλάδο δεν περιορίζεται στα τρόφιμα. Σε εξέλιξη βρίσκονται [διαπραγματεύσεις μεταξύ της Brown-Forman, παραγωγού του Jack Daniel's](#), και της γαλλικής Pernod Ricard, καθώς και [μεταξύ της εταιρείας καλλυντικών Estée Lauder και της Puig](#) με έδρα την Βαρκελώνη - δύο deals που θα μπορούσαν να δημιουργήσουν εταιρείες αξίας δεκάδων δισεκατομμυρίων δολαρίων.

“Η δυναμική στα αλκοολούχα ποτά διαφέρει από τα αναψυκτικά, τα οποία διαφέρουν από

τα τρόφιμα, που με τη σειρά τους διαφέρουν από τα καλλυντικά”, δήλωσε ο Jens Welter, συν-επικεφαλής investment banking Βόρειας Αμερικής της Citi.

Οι μεγάλες συμφωνίες σε όλους τους κλάδους έφτασαν σε ιστορικά υψηλά επίπεδα στο α' τρίμηνο, ενώ πολλές είχαν διασυνοριακό χαρακτήρα.

### UNILEVER

Η Unilever έχει ήδη αποεπενδύσει από περιουσιακά στοιχεία στον τομέα των τροφίμων επί σειρά ετών, ολοκληρώνοντας τον διαχωρισμό της μονάδας παγωτού τον Δεκέμβριο και αφήνοντας την Hellmann's και την Kpong ως τα μεγαλύτερα εναπομείναντα brands τροφίμων.

Όταν ο νέος CEO, Fernando Fernandez, άρχισε να σηματοδοτεί μια πιο έντονη στροφή προς τους κλάδους ομορφιάς και ευεξίας, η McCormick το εξέλαβε ως ένδειξη ότι ο τομέας τροφίμων ήταν διαθέσιμος προς πώληση, σύμφωνα με πηγή με γνώση του θέματος. Τον Σεπτέμβριο, ο Fernando Fernandez δήλωσε σε συνέδριο καταναλωτικών προϊόντων της Barclays: “Εχω επτά σαφείς προτεραιότητες: περισσότερη ομορφιά, περισσότερη ευεξία, περισσότερη προσωπική φροντίδα, περισσότερα premium προϊόντα, περισσότερο ηλεκτρονικό εμπόριο, περισσότερες ΗΠΑ, περισσότερη Ινδία... Η ομορφιά και η προσωπική φροντίδα αντιπροσωπεύουν πλέον το 51% των εσόδων μας και φιλοδοξούμε να φτάσουν τα δύο τρίτα μεσοπρόθεσμα.”

### JETRO

Στην Jetro Restaurant Depot, καθοριστικό ρόλο έπαιξε το ζήτημα διαδοχής. Ο ιδρυ-

τής της ιδιωτικής, οικογενειακής εταιρείας, Nathan Kirsh, βρίσκεται πλέον σε ηλικία άνω των 90 ετών και τα παιδιά του δεν διοικούν την επιχείρηση.

Η οικογένεια έκρινε ότι η Sysco αποτελούσε τον καλύτερο υποψήφιο για να μεταφέρει την επιχείρηση στην επόμενη μέρα, δήλωσε ο CEO της Sysco, Kevin Hourican, σε συνέντευξή του στο Reuters.

Αξιοσημείωτο είναι ότι και οι Brown-Forman, Pernod Ricard, Estée Lauder και Puig υποστηρίζονται επίσης από ιδρυτικές οικογένειες.

### ΑΣΤΑΘΕΣ ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝ ΑΓΟΡΑΣ

“Το περιβάλλον της αγοράς είναι ασταθές και δεν δείχνει σημάδια σταθεροποίησης, επομένως το μέγεθος και η διαφοροποίηση είναι εξαιρετικά κρίσιμα”, δήλωσε η Jeannette Smits van Oyen, επικεφαλής παγκόσμιας επενδυτικής τραπεζικής καταναλωτικού και λιανεμπορίου της JPMorgan.

Οποιαδήποτε συμφωνία μεταξύ Brown-Forman και Pernod Ricard ή μεταξύ Estée Lauder και Puig θα ήταν εν μέρει αμυντική, σύμφωνα με αναλυτές και πηγές.

### ΣΤΟ ΕΠΙΚΕΝΤΡΟ ΑΛΚΟΟΛΟΥΧΑ ΚΑΙ ΚΑΛΛΥΝΤΙΚΑ

Ο κλάδος των αλκοολούχων ποτών αντιμετωπίζει επιβράδυνση πωλήσεων και μια γενεακή μεταστροφή, καθώς οι νεότεροι καταναλωτές πίνουν λιγότερο, ενώ οι εταιρείες premium καλλυντικών δέχονται πιέσεις να ανταγωνιστούν καλύτερα την L'Oréal, μετά την εξαγορά της μονάδας ομορφιάς της Kering πέρυσι.

Οι καταναλωτικές εταιρείες βρίσκονται πλέον υπό μεγαλύτερη πίεση από ποτέ, παρακολουθώντας τις ταχύτατα μεταβαλλόμενες προτιμήσεις των γενεών, δήλωσε ο Mike Ross, επικεφαλής συμφωνιών καταναλωτικών αγορών της PwC στις ΗΠΑ.

“Υπάρχει ανάγκη για πολύ μεγαλύτερη ευελιξία... και ετοιμότητα προσαρμογής σε αυτά τα σήματα πολύ πιο γρήγορα από ό,τι στο παρελθόν”, είπε.

Συνολικά, αυτή η δραστηριότητα υποδηλώνει ότι η δυναμική συμφωνιών στον καταναλωτικό κλάδο θα συνεχιστεί και το υπόλοιπο του έτους. “Αυτές οι συμφωνίες δεν πρόκειται να συμβούν μέχρι να συμβούν — και μετά, οι συμφωνίες γεννούν νέες συμφωνίες”, κατέληξε η Jeannette Smits van Oyen.



• **ΑΒ ΒΑΣΙΛΟΠΟΥΛΟΣ**

## ΤΟ ΠΑΣΧΑΛΙΝΟ ΤΡΑΠΕΖΙ ΕΧΕΙ ΔΙΕΥΘΥΝΣΗ

Το **Πάσχα** δεν είναι απλώς μια γιορτή. Είναι η πιο αρωματική στιγμή του χρόνου, γεμάτη από τη μυρωδιά του ψητού, τη ζέση της παρέας και τη χαρά του κοινού τραπέζιού. Κι αυτή τη χρονιά, η **ΑΒ Βασιλόπουλος** είναι ο ένας και μοναδικός προορισμός για όλα όσα χρειάζεστε — από την πρώτη αγορά μέχρι την τελευταία λεπτομέρεια της γιορτινής σας σύνθεσης. Στο επίκεντρο των φετινών επιλογών βρίσκονται τα φρέσκα ελληνικά αμνοερίφια, από επιλεγμένες ελληνικές φάρμες, που εγγυώνται τη γεύση που ψάχνετε κάθε χρόνο. Δίπλα τους, μια μεγάλη ποικιλία εκλεκτών κρεάτων, τυριών από Έλληνες παραγωγούς — ανάμεσά τους η φέτα ΠΟΠ Τριπόλεως Παπαδόπουλος βαρελίσια στα 8,95€/κιλό — και επιλεγμένα αλλαντικά που συμπληρώνουν κάθε πασχαλινό τραπέζι με αυθεντική ελληνική γεύση. Η Κάβα της ΑΒ προσφέρει από **Μεγάλη Δευτέρα 6/04** έως και **Δευτέρα 13/04** κρασιά και αφρώδεις οίνους με έκπτωση 30%, ενώ παραδοσιακά τσου-

ρέκια, πασχαλινά σοκολατοειδή και τα αγαπημένα σας γλυκά έρχονται με ξεχωριστές προσφορές και επιπλέον όφελος για επόμενες αγορές.

Ξεχωριστές προσφορές που δεν πρέπει να χάσεις:

- Αγορά ολόκληρου αρνιού ή κατσικιού: κερδίζετε 12€ για επόμενη αγορά
- Αγορά μισού αρνιού ή κατσικιού: κερδίζετε 6€ για επόμενη αγορά
- Αγορές 8€ σε πασχαλινά σοκολατοειδή: 3€ όφελος για επόμενη αγορά
- Αγορές 6€ σε τσουρέκια και κέικ: 3€ όφελος για επόμενη αγορά
- Κρασιά και αφρώδεις οίνοι -30% από **Μεγάλη Δευτέρα 6/04** έως **13/04**

Η ΑΒ φροντίζει και για την έμπνευση πίσω από κάθε συνταγή. Το νέο τεύχος **ΑΒ Food Stories** κυκλοφορεί με ιδέες για ένα πλούσιο πασχαλινό τραπέζι, προτάσεις κρασιών, cocktails, νηστίσιμες επιλογές για τη Σαρακοστή και δημιουργικές συνταγές με ό,τι πε-

ρισσέψει από το γιορτινό τραπέζι — ενώ τα έσοδα από τις πωλήσεις του διατίθενται στο Πρόγραμμα «Διατροφή», που υλοποιεί το Ινστιτούτο Prolepsis. Για ακόμη μεγαλύτερη ευκολία, τα καταστήματα λειτουργούν με διευρυμένο ωράριο κατά την πασχαλινή περίοδο, ενώ οι αγορές σας μπορούν να γίνουν εξίσου εύκολα μέσω του **ΑΒ Eshop** στο [ab.gr](http://ab.gr) ή του **ΑΒ App**. Παράλληλα, ειδικός διαγωνισμός στα αυτόματα ταμεία χαρίζει επιπλέον πόντους σε τυχερούς αγοραστές.

Με παρουσία σε άνω των 600 καταστημάτων σε όλη την Ελλάδα και μια σειρά προϊόντων ιδιωτικής ετικέτας — όπως οι σειρές «ΑΒ Κάθε Μέρα Επιλογή» και «η ΑΒ κοντά στην ελληνική γη» — η ΑΒ Βασιλόπουλος αποδεικνύει για ακόμη μια χρονιά ότι το καλό πασχαλινό τραπέζι δεν χρειάζεται να είναι ακριβό. Χρειάζεται μόνο τη σωστή διεύθυνση.

Περισσότερες πληροφορίες για τις προσφορές και τα ωράρια των καταστημάτων στο [ab.gr](http://ab.gr) και στο **ΑΒ App**.



# Πάσχα

# στα

# Πάμε!








Μεγάλη ποικιλία,  
μοναδικές προσφορές  
και πλούσια δώρα για  
το πασχαλινό τραπέζι.





ab.gr | ΑΒ App

• LIDL ΕΛΛΑΣ

## 10 ΧΡΟΝΙΑ COMPETENCE CENTER WAWI: Η ΕΛΛΑΔΑ ΣΤΟ ΕΠΙΚΕΝΤΡΟ ΤΗΣ ΠΑΓΚΟΣΜΙΑΣ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΚΗΣ ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΗΣ ΤΗΣ LIDL

Η Lidl Ελλάς, σε στρατηγική συνεργασία με την Schwarz IT (SIT), γιορτάζει 10 χρόνια λειτουργίας του Competence Center WaWi στην Ελλάδα, σηματοδοτώντας την εδραίωση της χώρας ως κέντρου υψηλής τεχνολογικής εξειδίκευσης και IT Business Consulting σε διεθνές επίπεδο. Το Competence Center WaWi ιδρύθηκε το 2016 και ξεκίνησε με στόχο την αντικατάσταση των εφαρμογών WaWi, ωστόσο εξελίχθηκε σε ένα σύγχρονο και αξιόπιστο σύστημα ERP που υποστηρίζει τις δραστηριότητες της Lidl σε πάνω από 32 χώρες. Σήμερα διαθέτει τρεις ομάδες Business Consulting με περισσότερα από 25 στελέχη και διαχειρίζεται περίπου 120 εφαρμογές, καλύπτοντας όλο το φάσμα των επιχειρησιακών ροών, από τη διαχείριση δεδομένων προμηθευτών έως την τελική πώληση στα καταστήματα.

### WAWI NEXUS: ΜΕΤΑΒΑΣΗ ΣΤΗΝ ΕΠΟΧΗ ΤΟΥ CLOUD

Η 10η επέτειος συμπίπτει με την ολοκλήρωση του έργου WaWi Nexus, που μεταφέρει το 80% των βασικών εφαρμογών σε περιβάλλον Cloud, ενισχύοντας:

- Την επιχειρησιακή ευελιξία και την ταχύτητα απόκρισης στις διεθνείς αγορές
- Την ψηφιακή ασφάλεια και τη σταθερότητα των υποδομών
- Την εμπειρία του τελικού χρήστη μέσω τεχνολογιών αιχμής

Όπως δήλωσε και ο Αριστείδης Κολανίδης, Head of IT της Lidl Ελλάς, "10 χρόνια Competence Center WaWi INT στην Ελλάδα! Μια διαδρομή που ξεκίνησε το 2016 και μεταμόρφωσε το τεχνολογικό τοπίο του εμπορικού μας συστήματος.

Η μετάβαση του 80% των βασικών εφαρμογών από τη WaWi Legacy σε μοντέρνο περιβάλλον Cloud (WaWi Nexus) δεν είναι απλώς μια τεχνική επιτυχία, αλλά το αποτέλεσμα μιας ομαδικής προσπάθειας να προωθήσουμε την καινοτομία και να επενδύουμε στην τεχνολογία του μέλλοντος. Συνεχίζουμε με την ίδια αισιοδοξία, βάζοντας την τεχνολογία στην υπηρεσία των ανθρώπων μας. Χαιρόμαστε που με τη δουλειά μας κάνουμε τη ζωή των συναδέλφων μας λίγο πιο απλή κάθε μέρα."

### ΕΠΕΝΔΥΣΗ ΣΕ ΑΝΘΡΩΠΙΝΟ ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΚΑΙ ΣΥΝΕΡΓΑΣΙΑ

Στο πλαίσιο των εορτασμών, η ομάδα του Competence Center και στελέχη της Schwarz Digits επισκέφθηκαν την Αμερικάνικη Γεωργική Σχολή Θεσσαλονίκης, συμμετείχαν σε βιωματικές δράσεις όπως παρασκευή αρωματικού ελαιολάδου και γευσίγνωσία τοπικών τυριών, ενώ η εκδήλωση ολοκληρώθηκε με επίσημο δείπνο και απονομή αναμνηστικών δώρων, ενισχύοντας τη συνεργασία και την εταιρική κουλτούρα.



**10 Χρόνια Competence Center WaWi:**  
**Η Ελλάδα στο επίκεντρο της παγκόσμιας**  
**τεχνολογικής στρατηγικής της Lidl**



• WOLT

## ΞΕΚΙΝΑ ΠΙΛΟΤΙΚΟ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ ΜΕ E-CARGO BIKES ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ

Η Wolt προχωρά στην έναρξη ενός νέου πιλοτικού προγράμματος, εισάγοντας για πρώτη φορά στην ελληνική αγορά ηλεκτρικά e-cargo bikes, στο πλαίσιο του διεθνούς Better Cities Program.

Στόχος είναι να αξιολογηθεί κατά πόσο τα συγκεκριμένα οχήματα μπορούν να λειτουργήσουν αποτελεσματικά στις συνθήκες και υποδομές της Ελλάδας, ξεκινώντας από την Αθήνα.

Παράλληλα, η εταιρεία αναφέρει πως θα εξετάσει τη δυνατότητα των e-cargo bikes να εξυπηρετούν μεγαλύτερες και πιο απαιτητικές παραγγελίες, καθώς και τη συνολική τους δυνατότητα να συμβάλουν στη μετάβαση προς πιο βιώσιμα μοντέλα διανομής, περιορίζοντας την ανάγκη για οχήματα με καύσιμα.

### ΠΟΥ ΥΛΟΠΟΙΕΙΤΑΙ

Το πρόγραμμα υλοποιείται ήδη σε Κοπεγχάγη, Στοκχόλμη, Ελσίνκι και Όσλο με ιδιαίτερα θετική ανταπόκριση από τους συνεργαζόμενους couriers, επιβεβαιώνοντας τη λειτουργικότητα και την πρακτική του αξία σε καθημερινή βάση.

Μέσα από τη συνεχή αξιολόγηση και εξέλιξή του, η Wolt φιλοδοξεί να επεκτείνει το πρόγραμμα σε περισσότερες αγορές, συμβάλλοντας ενεργά στη μετάβαση προς ένα πιο βιώσιμο αστικό περιβάλλον.



**AGRI FOOD FORWARD**

Cultivating Innovation, Harvesting Growth.

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



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



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



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



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



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



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



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



**Δρυς Στέλιος**  
CEO, Food Standard



**Ζαργάνης Πέτρος**  
Ζαργάνης Πρότυπα Βιοαgroκτηματα ΑΕ



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



**Καπλανίδης Βασίλης**  
Export Manager, Desserta Hellas



**Καραστέργιος Ιωάννης**  
CEO Agropnomia & Πρόεδρος Farmadvisors



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



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



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



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



**Μάμαλης Σπύρος**  
Πρόεδρος, ΕΛΓΟ - ΔΗΜΗΤΡΑ



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



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



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



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



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



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



**Ποταμίτης Διονύσης**  
Owner, Evlogia



**Ρεμπούτσικα Γεωργία**  
Διευθύνουσα Σύμβουλος, ΕΟΠΠΕΠ



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



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



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



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



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



**Τακάς Νικόλαος**  
Managing Partner, THERMI VC



**Vogl Gerda**  
Austrian Ambassador in Greece



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

**Κλείστε  
τώρα  
τη θέση  
σας ΕΔΩ**

POWERED BY



ΥΠΟΣΤΗΡΙΚΤΕΣ

**21 Απριλίου 2026**

Αμφιθέατρο Οργανισμού  
Κεντρικών Αγορών & Αλιείας (ΟΚΑΑ)



• COLRUYT GROUP

## ΥΠΟ ΔΟΚΙΜΗ ΑΥΤΟΝΟΜΟ ΟΧΗΜΑ ΓΙΑ ΠΑΡΑΔΟΣΕΙΣ ΤΡΟΦΙΜΩΝ ΣΤΟ ΒΕΛΓΙΟ

Η υπηρεσία online αγορών τροφίμων της Colruyt Group, Collect&Go, ξεκίνησε πιλοτικό έργο στο Leuven, με τη χρήση αυτόνομου ηλεκτρικού οχήματος για παραδόσεις ειδών παντοπωλείου.

Η δοκιμή, που θα διαρκέσει από τα μέσα Μαΐου έως τον Αύγουστο, περιλαμβάνει τη λειτουργία οχήματος στο κέντρο της πόλης, το οποίο θα παραδίδει παραγγελίες απευθείας στους πελάτες. Σύμφωνα με την εταιρεία, είναι η πρώτη φορά στο Βέλγιο που τέτοιο όχημα κινείται σε δημόσιους δρόμους χωρίς προκαθορισμένη διαδρομή.

### ΚΑΜΕΡΕΣ ΚΑΙ ΡΑΝΤΑΡ

Το πρόγραμμα υλοποιείται σε συνεργασία με τον δήμο του Leuven και τις βελγικές αρχές κινητικότητας, που έδωσαν άδεια κυκλοφορίας του οχήματος σε δημόσιους δρόμους. Το όχημα μεταφέρει έως δύο παραγγελίες κάθε φορά και κινείται με μέγιστη ταχύτητα 25 χλμ./ώρα.

Παρακολουθείται εξ αποστάσεως μέσω δικτύου 5G και διαθέτει κάμερες και ραντάρ, επιτρέποντας παρέμβαση όταν χρειάζεται. Οι πελάτες λαμβάνουν κωδικό για να ανοίξουν το όχημα και να παραλάβουν τις αγορές τους. Μετά την παράδοση, επιστρέφει στο σημείο Collect&Go στο Kessel-Lo για επαναφόρτωση.

Στόχος του πιλοτικού προγράμματος είναι να διερευνηθεί πώς η αυτόνομη τεχνολογία μπορεί να υποστηρίξει πιο αποδοτικές και βιώσιμες λύσεις στο τελευταίο στάδιο παράδοσης.

### ΣΥΜΠΛΗΡΩΜΑΤΙΚΟ ΜΟΝΤΕΛΟ

Το αυτόνομο όχημα λειτουργεί συμπληρωματικά με την υφιστάμενη υπηρεσία κατ' οίκον παράδοσης της Collect&Go, που βασίζεται σε τοπικούς ανεξάρτητους οδηγούς.

Τα τέλη παράδοσης θα παραμείνουν ευθυγραμμισμένα με τη σημερινή χρέωση των €7, αν και ενδέχεται να υπάρξουν προωθητικές ενέργειες. Σε μελλοντικό επίπεδο, τα συμπερά-



Tom De Prater,  
Managing Director,  
Collect & Go



σματα του πιλοτικού προγράμματος θα συμβάλουν στον καθορισμό της ενσωμάτωσης λύσεων χωρίς οδηγό και χαμηλών εκπομπών στο υφιστάμενο μοντέλο διανομής.

• SWEET BOND

## ΠΩΣ ΣΤΟΧΕΥΕΙ ΝΑ ΦΘΑΣΕΙ ΣΕ ΤΖΙΡΟ €1 ΕΚΑΤ. ΣΤΗΝ ΠΡΩΤΗ ΚΙΟΛΑΣ ΧΡΗΣΗ

Κύκλο εργασιών €1 εκατ. επιδιώκει να πετύχει για την χρήση του 2026 η Sweet Bond, θυγατρική της Αγγελάκης στον τομέα του παγωτού και γλυκού.

Η εταιρεία, που ξεκίνησε την δραστηριότητά της πέρυσι τον Μάιο έχει αναπτύξει εκτεταμένο χαρτοφυλάκιο γλυκών και επιδορπίων, το οποίο περιλαμβάνει 42 κωδικούς σε διαφορετικούς τύπους συσκευασίας, όπως ατομικά, οικογενειακά και τασιού. Στην γκάμα περιλαμβάνονται προϊόντα όπως

- σουφλέ σοκολάτας
- προφιτερόλ
- tiramisu

ενώ συνδυάζονται παραδοσιακές ελληνικές επιλογές όπως

- εκμέκ κανταΐφι
- ραβανί
- μπακλαβάς



και σύγχρονες προτάσεις, όπως

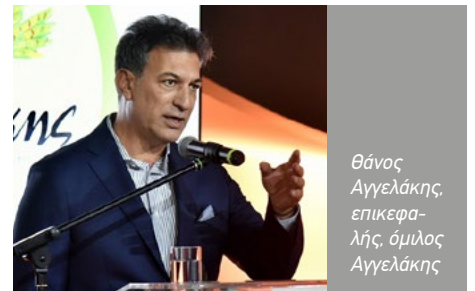
- αμερικανικά κέικ
- μπλόπιτα βουτύρου
- μους μπισκότου
- cheesecake φράουλας

Ιδιαίτερη έμφαση δίνεται και στην κατηγορία των σιροπιαστών.

### ΕΙΣΟΔΟΣ ΣΕ ΝΕΕΣ ΚΑΤΗΓΟΡΙΕΣ

Στο πλαίσιο της περαιτέρω ανάπτυξης του χαρτοφυλακίου, η εταιρεία προετοιμάζει την είσοδο νέων κατηγοριών, όπως η σειρά γλυκοπαγωτών, ενισχύοντας τη διαφοροποίηση και τη δυνατότητα κάλυψης ευρύτερων αναγκών της αγοράς. Σε επίπεδο εμπορικής στρατηγικής, η Sweet Bond δίνει έμφαση στην επιλεκτική τοποθέτηση των προϊόντων της, στοχεύοντας κυρίως σε premium σημεία της αγοράς, όπως gelaterie, σύγχρονα ζαχαροπλαστεία, pâtisserie και bakery concepts. Παράλληλα, αναπτύσσει παρουσία στην τουριστική αγορά και στην οργανωμένη εστίαση, ενώ διαθέτει και ξεχωριστή σειρά παγωτού για τον ξενοδοχειακό κλάδο, προσαρμοσμένη σε διαφορετικά επίπεδα τιμής και ζήτησης.

Η εταιρεία επενδύει στη δημιουργία ιδιόκτητου δικτύου διανομής, επιδιώκοντας τον άμε-



Θάνος Αγγελάκης,  
επικεφαλής, όμιλος Αγγελάκης

σο έλεγχο της εμπορικής της ανάπτυξης, ενώ παράλληλα εξετάζει συνεργασίες που μπορούν να ενισχύσουν τη διείσδυση των προϊόντων της. Στο κανάλι του λιανεμπορίου, κινείται σταδιακά, με τα προϊόντα ζαχαροπλαστικής να αποτελούν τον βασικό μοχλό εισόδου, καθώς διαθέτουν τις κατάλληλες προδιαγραφές για τυποποιημένη διάθεση. Ήδη βρίσκονται σε εξέλιξη συζητήσεις με αλυσίδες super market για πιθανές συνεργασίες.

### ΣΥΝΕΡΓΑΣΙΕΣ ΣΤΟ ΕΞΩΤΕΡΙΚΟ

Σε διεθνές επίπεδο, η Sweet Bond έχει ξεκινήσει συνεργασίες σε αγορές όπως η Κύπρος και η Βουλγαρία, ενώ διερευνά περαιτέρω επέκταση σε χώρες της Νοτιοανατολικής Ευρώπης, όπως η Αλβανία, η Σερβία και η Ρουμανία, εντάσσοντας την εξαγωγική δραστηριότητα στον μεσοπρόθεσμο αναπτυξιακό της σχεδιασμό.

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

• ΔΝΤ

# ΒΛΕΠΕΙ ΧΑΜΗΛΟΤΕΡΗ ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΚΑΙ ΥΨΗΛΟΤΕΡΟ ΠΛΗΘΩΡΙΣΜΟ - ΚΙΝΔΥΝΟΣ ΚΟΙΝΩΝΙΚΩΝ ΑΝΑΤΑΡΑΧΩΝ ΚΑΙ ΕΠΙΣΙΤΙΣΤΙΚΗΣ ΚΡΙΣΗΣ

Ο πόλεμος στην Μέση Ανατολή αναμένεται να οδηγήσει σε υψηλότερο πληθωρισμό και πιο αργή παγκόσμια ανάπτυξη, σύμφωνα με την επικεφαλής του ΔΝΤ, Kristalina Georgieva.

Η σύγκρουση έχει προκαλέσει τη χειρότερη διακοπή στην παγκόσμια

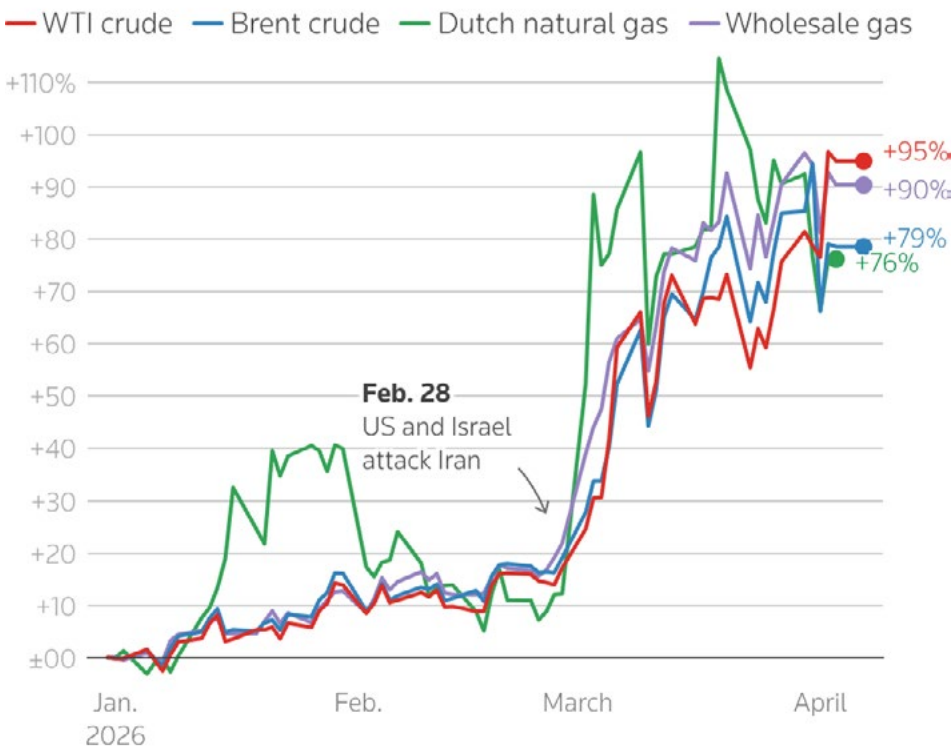
προμήθεια ενέργειας, με εκατομμύρια βαρέλια πετρελαίου εκτός παραγωγής λόγω του ουσιαστικού αποκλεισμού των Στενών του Ορμούζ από το Ιράν. Ακόμη και σε περίπτωση ταχείας λήξης, το ΔΝΤ αναμένεται να μειώσει τις προβλέψεις ανάπτυξης και να αυξήσει τις αντίστοιχες

για τον πληθωρισμό.

Χωρίς τον πόλεμο, το ΔΝΤ προέβλεπε μικρή αύξηση της ανάπτυξης για το 2026 στο 3,3% και για το 2027 στο 3,2%. Η Georgieva τόνισε ότι πλέον όλοι οι δρόμοι οδηγούν σε υψηλότερες τιμές και πιο αργή ανάπτυξη.

## Energy prices climb after Iran attack

Percent change in prices year to date



Source: LSEG

## ΟΙ ΧΩΡΕΣ ΠΟΥ ΠΛΗΤΤΟΝΤΑΙ ΠΕΡΙΣΣΟΤΕΡΟ

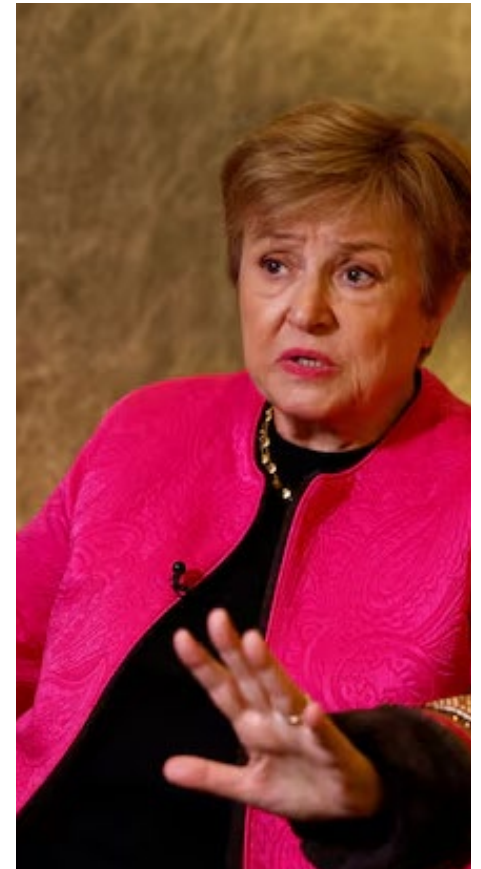
Οι φτωχές και ενεργειακά εξαρτημένες χώρες θα επηρεαστούν περισσότερο, λόγω περιορισμένου δημοσιονομικού χώρου και αυξανόμενου κινδύνου κοινωνικών αναταραχών.

Ορισμένες έχουν ήδη ζητήσει οικονομική βοήθεια, ενώ το ΔΝΤ μπορεί να ενισχύσει υπάρχοντα δανειοδοτικά προγράμματα. Η Georgieva υπογράμμισε ότι οι ευρείες επιδοτήσεις ενέργειας δεν αποτελούν

λύση, καθώς μπορεί να αυξήσουν τον πληθωρισμό. Οι επιπτώσεις πλήττουν κυρίως εισαγωγείς ενέργειας, αλλά και εξαγωγείς όπως το Κατάρ, όπου απαιτούνται 3-5 χρόνια για την αποκατάσταση της παραγωγής φυσικού αερίου.

## ΕΠΙΣΙΤΙΣΤΙΚΗ (ΑΝ)ΑΣΦΑΛΕΙΑ

Η ουσιαστική διακοπή της διέλευσης στα Στενά του Ορμούζ έχει αυξήσει τις τιμές πετρελαίου και υγροποιημένου φυσικού αερίου. Το ΔΝΤ συνεργάζεται με τον WFP



Kristalina Georgieva, επικεφαλής, ΔΝΤ

και τον FAO για θέματα επισιτιστικής ασφάλειας. Το WFP προειδοποίησε ότι εκατομμύρια άνθρωποι θα αντιμετωπίσουν σοβαρή πείνα εάν η σύγκρουση συνεχιστεί μέχρι τον Ιούνιο.

Μέχρι στιγμής, δεν υπάρχει παγκόσμια κρίση τροφίμων, αλλά αυτή θα μπορούσε να προκύψει αν διακοπεί η παράδοση λιπασμάτων.

Η Georgieva επισήμανε ότι ακόμη κι αν ο πόλεμος σταματήσει άμεσα, οι αρνητικές συνέπειες για τον υπόλοιπο κόσμο θα είναι παρατεταμένες.

• **SAINSBURY'S**  
**ΝΕΑ ΕΠΕΝΔΥΣΗ £5 ΔΙΣ. ΑΛΛΑΖΕΙ**  
**ΤΑ ΔΕΔΟΜΕΝΑ ΓΙΑ ΤΟΥΣ ΑΓΡΟΤΕΣ**

Η Sainsbury's ανακοίνωσε μια πολυετή επένδυση ύψους £5 δισ., θέλοντας να επενδύσει στην επέκταση των μακροπρόθεσμων συνεργασιών της με περισσότερες από 2.500 βρετανικές και ιρλανδικές φάρμες έως το 2027.

**ΤΙ ΚΑΛΥΠΤΕΙ Η ΣΥΜΦΩΝΙΑ**

Η συμφωνία καλύπτει κατηγορίες όπως φρέσκα προϊόντα, γαλακτοκομικά, κρέας και πουλερικά, διασφαλίζοντας την προμήθεια περίπου 3,1 εκατομμυρίων τόνων προϊόντων ιδιωτικής ετικέτας μέσω μακροχρόνιων συμβολαίων.

Έως το τέλος του 2026, περίπου το 60% των προμηθευτών ιδιωτικής ετικέτας σε αυτές τις κατηγορίες αναμένεται να καλύπτεται από συμφωνίες διάρκειας τουλάχιστον πέντε ετών.

Ο Simon Roberts, CEO της Sainsbury's, δήλωσε μεταξύ άλλων: "Το καλό φαγητό είναι κάτι στο οποίο βασίζονται οι άνθρωποι καθημερινά. Σε αβέβαιες εποχές, επικεντρωνόμαστε στο να διατηρούμε τα τρόφιμα σε εξαιρετική σχέση ποιότητας-τιμής για τους πελάτες, ενώ παράλληλα παρέχουμε στους αγρότες τη σιγουριά και τη σταθερότητα που χρειάζονται για να σχεδιάζουν το μέλλον τους."



Simon Roberts, CEO, Sainsbury's

**ΕΝΙΣΧΥΣΗ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗΣ**  
**ΣΤΑΘΕΡΟΤΗΤΑΣ ΤΩΝ ΑΓΡΟΤΩΝ**

Η πρωτοβουλία στοχεύει στην ενίσχυση της οικονομικής σταθερότητας των αγροτών, μέσω μηχανισμών τιμολόγησης που συνδέονται με το κόστος παραγωγής. Καθώς μόνο το 33% των αγροτών δηλώνει αισιόδοξο για το μέλλον, η εταιρεία επιδιώκει να τους βοη-

θήσει να αντιμετωπίσουν το αυξανόμενο κόστος, τις πιέσεις της κλιματικής αλλαγής και τη διεθνή αστάθεια.

Στο πλαίσιο αυτό, υπεγράφησαν νέες πενταετείς συμφωνίες με 62 φάρμες παραγωγής μούρων στο Ηνωμένο Βασίλειο, επεκτείνοντας τις μακροχρόνιες συνεργασίες σε έναν τομέα που βασιζόταν κυρίως σε βραχυπρόθεσμα συμβόλαια. Οι συνεργασίες αυτές αναμένεται να διασφαλίσουν σταθερή προμήθεια βασικών προϊόντων όπως γάλα, καρότα, μανιτάρια και κοτόπουλο.

Παραγωγοί επισημαίνουν ότι, σε ένα περιβάλλον αυξημένης αβεβαιότητας, οι μακροπρόθεσμες συνεργασίες είναι καθοριστικές για την ενίσχυση της ανθεκτικότητας των επιχειρήσεών τους και για τη δυνατότητα επένδυσης στο μέλλον.

**ΜΟΝΤΕΛΟ ΜΑΚΡΟΠΡΟΘΕΣΜΩΝ**  
**ΣΥΝΕΡΓΑΣΙΩΝ**

Το μοντέλο αυτό εφαρμόστηκε αρχικά στον τομέα των γαλακτοκομικών πριν από σχεδόν δύο δεκαετίες και πλέον έχει επεκταθεί σε πολλές κατηγορίες. Επιτρέπει στους αγρότες να επενδύουν στην καινοτομία, στην καλή μεταχείριση των ζώων και σε πρακτικές χαμηλότερων εκπομπών άνθρακα, βελτιώνοντας παράλληλα την αποδοτικότητα της παραγωγής.

• **EFOOD**  
**ΣΥΝΕΡΓΑΖΕΤΑΙ ΜΕ ΤΟ ΠΛΑΙΣΙΟ ΓΙΑ**  
**EXPRESS ΠΑΡΑΔΟΣΗ ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ**

Η efood και τα καταστήματα Πλαίσιο ανακοίνωσαν την έναρξη συνεργασίας που φέρνει στους καταναλωτές υπηρεσία express παράδοσης προϊόντων. Η πρωτοβουλία προσφέρει πρόσβαση σε ένα ευρύ φάσμα ειδών, από αναλώσιμα και γραφική ύλη έως τεχνολογικά προϊόντα και επιλογές δώρων. Μέσω της συνεργασίας, οι χρήστες του efood μπορούν να επιλέγουν περισσότερα από 3.000 προϊόντα των καταστημάτων Πλαίσιο απευθείας μέσα από την εφαρμογή της πλατφόρμας και να τα παραλαμβάνουν στο χώρο τους σε περίπου 40-50 λεπτά, με τιμές ίδιες με αυτές του plaisio.gr.

Η υπηρεσία βασίζεται στο δίκτυο φυσικών καταστημάτων Πλαίσιο, με κάλυψη παράδοσης σε ακτίνα έως 6 χιλιομέτρων από κάθε κατάστημα, συνδυάζοντας την υποδομή διανομής του efood, με στόχο γρήγορη και αξιό-



πιστη εξυπηρέτηση των καταναλωτών. Αρχικά, η υπηρεσία είναι διαθέσιμη σε 15 καταστήματα Πλαίσιο, σε Αθήνα και Θεσσαλονί-

κη, και λειτουργεί καθημερινές από τις 10:00 έως τις 20:00 και τα Σάββατα από τις 10:00 έως τις 18:00.

• ΧΙΩΝ

## ΕΩΣ 5% Η ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΤΟ 2025 - ΤΑ ΣΧΕΔΙΑ ΓΙΑ ΤΙΣ ΕΛΛΗΝΙΚΕΣ ΑΛΥΚΕΣ ΚΑΙ ΟΙ ΝΕΕΣ ΑΓΟΡΕΣ-ΣΤΟΧΟΙ ΣΤΟ ΕΞΩΤΕΡΙΚΟ

Με θετικό πρόσημο ολοκλήρωσε το 2025 η Χιών, καταγράφοντας μονοψήφια ανάπτυξη με αύξηση του κύκλου εργασιών της τάξης του 4%-5%.

Παρά τις προκλήσεις που χαρακτήρισαν το α' τρίμηνο του έτους, ιδίως λόγω εξωγενών παραγόντων που επηρέασαν την αγροτική παραγωγή και κατ' επέκταση τη ζήτηση, η συνολική πορεία κρίθηκε ικανοποιητική όπως αναφέρουν πηγές κοντά στη διοίκηση της εταιρείας. Ο κύκλος εργασιών διαμορφώθηκε περίπου στα €7,2 εκατ., ενώ η κερδοφορία παρέμεινε σε υγιή επίπεδα.

Σε επίπεδο εμπορικής στρατηγικής, η εταιρεία δραστηριοποιείται σε έναν κλάδο όπου διεθνώς το 85% της κατανάλωσης αλατιού αφορά τη βιομηχανική χρήση, με το υπόλοιπο να κατευθύνεται στο λιανεμπόριο. Η Χιών ακολουθεί αυτή τη δομή, διατηρώντας ισχυρή παρουσία στη βιομηχανία τροφίμων, η οποία αποτελεί τον βασικό αποδέκτη των προϊόντων της.

### ΣΤΟ 25% Η ΣΥΜΒΟΛΗ ΤΩΝ ΕΞΑΓΩΓΩΝ

Οι εξαγωγές αποτελούν βασικό πυλώνα ανάπτυξης, συνεισφέροντας περίπου το 25% του συνολικού κύκλου εργασιών. Κύριες αγορές είναι η Βόρεια Αμερική, με έμφαση στις Ηνωμένες Πολιτείες και τον Καναδά, κυρίως στο κανάλι του retail, καθώς και η Ευρώπη, με ισχυρή παρουσία στην Γερμανία. Η εξαγωγική δραστηριότητα εμφανίζει σταθερή δυναμική, ενισχύοντας την αναγνωρισιμότητα της εταιρείας και δημιουργώντας προϋποθέσεις για περαιτέρω διεξόδυση σε ώριμες αλλά και αναδυόμενες αγορές.

Στο πλαίσιο της στρατηγικής εξωστρέφειας, εξετάζει την επέκτασή της σε νέες γεωγραφικές περιοχές, όπως η Σαουδική Αραβία, ενώ

διαχρονικοί στόχοι αποτελούν αγορές της Ασίας, όπως η Νότια Κορέα και η Ιαπωνία.

### ΕΠΕΝΔΥΣΕΙΣ

Παράλληλα, βρίσκεται σε εξέλιξη νέο επενδυτικό πρόγραμμα τριετούς διάρκειας, το οποίο περιλαμβάνει τόσο κτιριακές όσο και μηχανολογικές παρεμβάσεις. Το πρόγραμμα στοχεύει στον εκσυγχρονισμό των εγκαταστάσεων, τη βελτίωση της παραγωγικής αποδοτικότητας και την ενίσχυση της δυναμικότητας.

### ΔΙΕΚΔΙΚΕΙ ΤΙΣ ΕΛΛΗΝΙΚΕΣ ΑΛΥΚΕΣ

Στη διαγωνιστική διαδικασία για τις Ελληνικές Αλυκές η Χιών συμμετέχει μέσω κοινοπραξίας, σε συνεργασία με τον διεθνή όμιλο Unisel SAS, που διαθέτει εμπειρία στη διαχείριση αλυκών σε όλη την Ευρώπη και την Ανατολική Μεσόγειο.

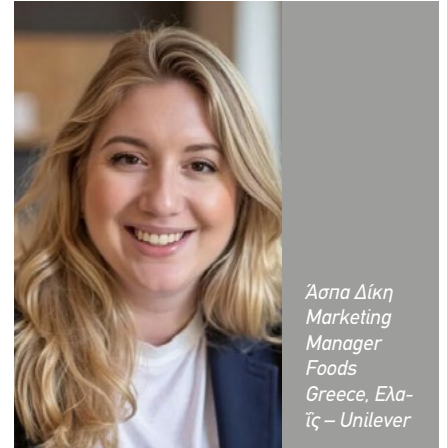
### ΣΤΟΧΟΣ

Η συγκεκριμένη συνεργασία δημιουργεί τις προϋποθέσεις για την υλοποίηση ενός ολοκληρωμένου επενδυτικού και αναπτυξιακού σχεδίου, το οποίο δεν περιορίζεται στη διατήρηση της υφιστάμενης λειτουργίας, αλλά επεκτείνεται στην ουσιαστική αναβάθμιση της παραγωγής. Στο επίκεντρο βρίσκεται η αύξηση της παραγωγικής δυναμικότητας, με στόχο ακόμη και τον διπλασιασμό της, καθώς και η αξιοποίηση των εξαγωγικών δυνατοτήτων που μπορούν να προκύψουν από μια πιο οργανωμένη και ανταγωνιστική παραγωγική βάση. Σημειώνεται ότι στη διαγωνιστική διαδικασία έχουν προκριθεί εννέα εταιρείες.

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



Σπύρος Καβαλιόπουλος,  
Επικεφαλής,  
Χιών



Άσπια Δίκη  
Marketing  
Manager  
Foods  
Greece, Ελλάς - Unilever

## • ΕΛΛΙΣ - UNILEVER HELLAS ΔΙΚΑΡΙΣΕΙΣ ΣΤΟΝ ΘΕΣΜΟ "ΠΡΟΪΟΝ ΤΗΣ ΧΡΟΝΙΑΣ 2026"

Διπλή διάκριση στον θεσμό "Προϊόν της Χρονιάς 2026" απέσπασε η ΕΛΛΙΣ-Unilever Hellas, με προϊόντα των brands Klinex και Knorr να αναδεικνύονται κορυφαία στις κατηγορίες τους.

Συγκεκριμένα, στην κατηγορία οικιακής φροντίδας διακρίθηκαν τα Klinex Power Foam Spray Citrus Blast και Χλωρίνη Power Foam Spray, τα οποία αξιολογήθηκαν για την αποτελεσματικότητά τους στην καθαριότητα και την υγιεινή. Στην κατηγορία τροφίμων, βραβεύτηκε ο Knorr Σπιτικός Ζωμός με γεύση Κόκκινου και Λευκού Κρασιού, ως προϊόν που ενισχύει τη γευστική εμπειρία της καθημερινής μαγειρικής. Η διάκριση, η οποία βασίζεται στην αξιολόγηση των καταναλωτών, επιβεβαιώνει τη στρατηγική της εταιρείας για ανάπτυξη προϊόντων που ανταποκρίνονται στις σύγχρονες ανάγκες και προτιμήσεις της αγοράς, όπως αναφέρεται.

### "ΑΝΑΓΝΩΡΙΣΗ ΠΡΟΣΠΑΘΕΙΑΣ"

Σχετικά με τη διάκριση, η Άσπια Δίκη, Υπεύθυνη Marketing Foods ανέφερε, μεταξύ άλλων: "Για την Knorr και την ΕΛΛΙΣ-Unilever Hellas, η διάκριση Προϊόν της Χρονιάς 2026 αποτελεί σημαντική αναγνώριση της προσπάθειάς μας να προσφέρουμε γεύσεις και λύσεις που αναβαθμίζουν ουσιαστικά την εμπειρία μαγειρέματος, μεταφέροντας ένα πραγματικά εστιατορικό αποτέλεσμα στην κουζίνα του σπιτιού. Το γεγονός ότι η επιλογή προέρχεται απευθείας από τους καταναλωτές μάς γεμίζει περηφάνια και ενισχύει τη δέσμευσή μας να συνεχίζουμε να καινοτομούμε με συνέπεια και δημιουργικότητα."

• 40 FOOD

## ΤΡΕΧΕΙ ΜΕ 30% ΤΗΝ ΤΕΛΕΥΤΑΙΑ ΤΡΙΕΤΙΑ, ΕΠΕΝΔΥΕΙ ΣΕ ΝΕΑ FUNCTIONAL SNACKS

Σταθερή ανοδική πορεία καταγράφει η 40 Food, με το 2025 να κλείνει ιδιαίτερα θετικά, όπως τόνισε η ιδιοκτήτρια της εταιρείας, Αργυρώ Ζωγραφάκη στο Fnb Daily, προσθέτοντας ότι η εταιρεία σημείωσε ετήσιους ρυθμούς ανάπτυξης αύξηση της τάξης του 30% την τελευταία τριετία. Η επίδοση αυτή αποδίδεται τόσο στη διεύρυνση του χαρτοφυλακίου προϊόντων, όσο και στη στρατηγική ενίσχυσης της παρουσίας της στην ελληνική αγορά.

### ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟ ΜΟΝΤΕΛΟ

Η 40 Food δραστηριοποιείται ως εισαγωγική εταιρεία από το 2018, εστιάζοντας αποκλειστικά στη χονδρική πώληση. Συνεργάζεται με ξένους προμηθευτές και επαγγελματίες, φέρνοντας στην ελληνική αγορά προϊόντα που πληρούν συγκεκριμένες προδιαγραφές. Κεντρικός άξονας της στρατηγικής της αποτελεί η κατηγορία των functional snacks, με έμφαση σε καινοτόμα προϊόντα και με ελκυστική συσκευασία.



### ΔΙΕΥΡΥΝΣΗ ΧΑΡΤΟΦΥΛΑΚΙΟΥ

Στο πλαίσιο της ανάπτυξής της, η εταιρεία παρουσίασε στην Food Expo νέα προϊόντα, όπως τα muffins της Mollino Rossetto, καθώς και έτοιμα γεύματα της So Food.

Τα συγκεκριμένα προϊόντα ανταποκρίνονται στη σύγχρονη καταναλωτική τάση για πρακτικές λύσεις διατροφής, καθώς δεν απαιτούν ψύξη και απευθύνονται σε ένα ευρύ κοινό με έντονο καθημερινό ρυθμό, όπως σχολίασε η κ. Ζωγραφάκη.

### ΔΙΚΤΥΟ ΔΙΑΝΟΜΗΣ

Η εταιρεία διανέμει τα προϊόντα της σε ένα ευρύ δίκτυο συνεργατών, που περιλαμβάνει

αλυσίδες super market, mini market και γυμναστήρια. Μεταξύ των βασικών σημείων παρουσίας της συγκαταλέγονται τα ΑΒ Βασιλόπουλος, τα ΟΚ Markets κι ο Θανάπουλος. Το γεγονός αυτό δίνει τη δυνατότητα πρόσβασης σε διαφορετικά καταναλωτικά κοινά.

### ΠΡΟΚΛΗΣΕΙΣ

Παρά τη θετική πορεία, η εταιρεία αντιμετωπίζει και προκλήσεις, σύμφωνα με τα όσα πρόσθεσε η κ. Ζωγραφάκη. Η έλλειψη ανθρώπινου δυναμικού αποτελεί το βασικότερο ζήτημα, ενώ αυξημένο παραμένει και το κόστος μεταφορών. Επιπλέον, η 40 Food

στηρίζεται σε εξωτερικό συνεργάτη logistics (3PL) για τη διαχείριση της εφοδιαστικής της αλυσίδας.

### ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΟΙ ΣΤΟΧΟΙ

Στους άμεσους στόχους της εταιρείας περιλαμβάνεται:

- η ενίσχυση της προβολής των προϊόντων της
- η εισαγωγή νέων κωδικών
- η περαιτέρω αύξηση των σημείων πώλησης

Μάριος Δελατόλας

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

• ΝΤΕΣΕΡΤΑ ΕΛΛΑΣ

## "ΠΡΟΪΟΝ ΤΗΣ ΧΡΟΝΙΑΣ 2026" Η ΣΕΙΡΑ ALPILAND COTTAGE CHEESE

Η Ντεσέρτα Ελλάς ανακοίνωσε ότι η σειρά προϊόντων Alpiland Cottage Cheese απέσπασε τη διάκριση "Προϊόν της Χρονιάς 2026". Η αναγνώριση αυτή αποδίδεται στο πλαίσιο του θεσμού "Προϊόν της Χρονιάς 2026", που διοργανώνεται από την Direction Business Network, και βασίζεται στην αξιολόγηση και προτίμηση των καταναλωτών.

Σύμφωνα με την ανακοίνωση, "η σειρά Alpiland Cottage Cheese ξεχώρισε για τη γεύση και υφή της, τη θρεπτική της αξία και τη συμμόρφωσή της με τις σύγχρονες διατροφικές ανάγκες". Η Ντεσέρτα Ελλάς επενδύει συστηματικά στην ποιότητα των πρώτων υλών και στην ανάπτυξη προϊόντων που συνδυάζουν την απόλαυση με την ισορροπημένη διατροφή, όπως αναφέρει.



• ΣΕΚΕ

# ΜΠΑΙΝΟΥΝ ΣΤΟΝ ΜΑΣΟΥΤΗ ΜΕΛΙΑ ΚΑΙ ΕΛΑΙΟΛΑΔΟ GRECIALS - ΣΕ 200 ΚΑΤΑΣΤΗΜΑΤΑ ΣΚΛΑΒΕΝΙΤΗ Ο ΧΥΜΟΣ ΡΟΔΙ

Την παρουσία της στην εγχώρια αγορά και δη στο κανάλι του οργανωμένου λιανεμπορίου, ενισχύει η ΣΕΚΕ εγκαινιάζοντας μια νέα συμφωνία με την Μασούτης για την τοποθέτηση μελιών και ελαιολάδου από τη σειρά The Grecials

Όπως πληροφορείται το Fnb Daily, η συμφωνία αφορά κάποια από τα πιο πρόσφατα μέλια της συνεταιριστικής οργάνωσης, όπως το Μέλι Δάσους & Πεύκου & Ερείκης, το Αγριολούλουδα & Βότανα και το Ανθόμελο τα οποία πρόκειται να τοποθετηθούν σε ολόκληρο το δίκτυο της αλυσίδας ενώ από τα λάδια το Εξαιρετικό Παρθένο Ελαιόλαδο Λαδολιά-Μανάκι θα τοποθετηθεί σε συγκεκριμένα καταστήματα.

Οι πρώτες παραλαβές έγιναν πριν από λίγα εικοσιτετράωρα. "Πρόκειται για μια σημαντική συμφωνία που ενισχύει το αποτύπωμά μας στην ελληνική αγορά", δηλώνει στο Fnb Daily η Διευθύντρια Αγροδιατροφικών Προϊόντων, Σοφία Καραγιάννη.

## ΔΙΕΥΡΥΝΣΗ ΣΥΝΕΡΓΑΣΙΑΣ ΜΕ ΣΚΛΑΒΕΝΙΤΗ

Όπως αποκαλύπτει η ίδια, παράλληλα διευρύνεται η υφιστάμενη συμφωνία με τον Σκλαβενίτη, μέσω της οποίας τοποθετούνται σε 40 καταστήματα της αλυσίδας Χυμός Ρόδι, Μέλι Θυμαρίσιο και Πευκόμελο. Με τη νέα συμφωνία, ο χυμός ρόδι θα βρίσκεται πλέον σε 200 καταστήματα της Σκλαβενίτης. "Εξαρχής ο στόχος που είχαμε θέσει ως ΣΕΚΕ ήταν τα προϊόντα The Grecials να είναι προσβάσιμα στο ευρύ κοινό και όχι μόνο σε μια μικρή, προνομιούχα ομάδα καταναλωτών. Επομένως οι δύο αυτές συμφωνίες δεν μπορούν παρά να μας χαροποιούν ιδιαίτερα", υπογραμμίζει.

## ΑΠΟ ΕΞΑΓΩΓΕΣ ΤΟ 50% ΤΟΥ ΤΖΙΡΟΥ

Το εγχείρημα των The Grecials μετράει πλέον τρία χρόνια ζωής και σε αυτό το διάστημα τρέχει με υψηλούς ρυθμούς ανάπτυξης,

που την περασμένη χρονιά άγγιξαν το 40%. Μάλιστα, έχοντας στο ενεργητικό της πιστοποιήσεις IFS, Kosher και Halal, το 50% των πωλήσεων πραγματοποιούνται στο εξωτερικό, με τη λίστα των εξαγωγικών προορισμών να περιλαμβάνει, μεταξύ άλλων, τις ΗΠΑ, την Αγγλία, την Γερμανία (όπου υπάρχουν συνεργασίες με αλυσίδες όπως Edeka, Rewe), την Σερβία (συνεργασία με Vero), την Γαλλία, την Μάλτα κ.α. Στις χώρες αυτές προστέθηκε πρόσφατα η Ν. Κορέα αλλά και το Ντουμπάι, όπου οι πρώτες εξαγωγές πραγματοποιήθηκαν λίγο πριν το ξέσπασμα του πολέμου στην Μ. Ανατολή, με αποτέλεσμα να μην έχουν συνέχεια.

## ΝΕΟΙ ΚΩΔΙΚΟΙ ΜΕΛΙΟΥ ΕΩΣ ΤΟΝ ΣΕΠΤΕΜΒΡΙΟ

Πριν από έναμιση περίπου χρόνο η ΣΕΚΕ απέκτησε τη δική της μονάδα συσκευασίας μελιού στην Διομήδεια Ξάνθης, επένδυση ύψους €1 εκατ. με δυνατότητα επεξεργασίας 7.000 κιλών ανά οκτώωρο, που της έδωσε την ευκαιρία να διευρύνει τη γκάμα της με νέους κωδικούς, όπως Τζίντζερ & Κουρκουμά, Τζίντζερ & Λάιμ, Κρόκο Κοζάνης, Έλατο & Ρίγανη, Βελανίδι & Έλατο & Πεύκο κ.α. οι οποίοι αναμένεται να κυκλοφορήσουν μέχρι το Σεπτέμβριο.



Αλέκος Κονίτσος, Διευθύνων Σύμβουλος ΣΕΚΕ

DATA ΣΕΚΕ* (σε €χιλ.)		
Κύκλος Εργασιών	ΕΒΙΤ	Αποτέλεσμα προ φόρων
2024: 94.704	2024: 8.380	2024: 2.541
2023: 80.775	2023: 5.988	2023: 204
Μεταβολή: 17,24%	Μεταβολή: 39,94%	Μεταβολή: 170,27%

\*Για τον όμιλο



## ΧΥΜΟΣ ΑΡΩΝΙΑ ΤΟ 2027

Αυτό το διάστημα η ΣΕΚΕ βρίσκεται σε φάση ανάπτυξης νέων προϊόντων με βάση το ρόδι ενώ μέσα στο 2027 αναμένεται να λανσαριστεί Χυμός Αρώνια ο οποίος θα πλαισιώσει τους υπόλοιπους τρεις κωδικούς που ήδη κυκλοφορούν (Ρόδι, Ρόδι- Αρώνια, Ρόδι-Blueberry). Επιπλέον, η γκάμα των ελαιολάδων απέκτησε νέες, αναβαθμισμένες ετικέτες και περισσότερες γυάλινες συσκευασίες στις οποίες προστέθηκε και μια των 500 ml.

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

• **MCCAIN HELLAS**

## ΑΝΑΠΤΥΞΗ 10% ΣΤΟ FOODSERVICE ΚΑΙ ΔΙΕΥΡΥΝΣΗ ΚΩΔΙΚΟΛΟΓΙΟΥ

Με ανάπτυξη της τάξης του 10% έτρεξαν το 2025 οι πωλήσεις του κλάδου foodservice της McCain Ελλάδας, με την εταιρεία να διατηρεί, σύμφωνα με στελέχη της, ανάλογους ρυθμούς και στους πρώτους μήνες του 2026.

"Είμαστε αρκετά ικανοποιημένοι από την πορεία μας ως τώρα. Διατηρούμε ηγετικά μερίδια αγοράς στον κλάδο μας, οι περισσότερες μεγάλες αλυσίδες εστίασης είναι στο πελατολόγιό μας και με τη συνεχή έρευνα και ανάπτυξη και τις προσθήκες, που κάνουμε στην γκάμα μας, εκτιμούμε ότι το αποτύπωμά μας θα ενισχυθεί", δηλώνει στο FNB Daily η Νίκη Φουρλή, Διευθύντρια Marketing Food Service NA Ευρώπης της McCain Hellas. Όπως διευκρινίζει η ίδια, το Food Service και η χονδρική αντιπροσωπεύουν σχεδόν το 90% του τζίρου της εταιρείας, ενώ το υπόλοιπο 10% αφορά στις λιανικές πωλήσεις, οι οποίες επίσης ενισχύονται.

### "ΧΩΡΑ ΕΝΤΑΣΕΩΣ DELIVERY Η ΕΛΛΑΔΑ"

Σύμφωνα με την κα Φουρλή, αν και η συγκυρία- σε επίπεδο τόσο οικονομίας όσο και γεωπολιτικής- δεν είναι η καλύτερη δυνατή, μεσομακροπρόθεσμα η τάση διαφαίνεται για τον κλάδο αρκετά ευνοϊκή: "Αφενός βλέπουμε μια αλλαγή στο mentality της Ελληνίδας νοικοκυράς, που δείχνει πλέον πιο ανοιχτή σε νέες λύσεις, αρκεί αυτές να χαρακτηρί-

ζονται από υψηλή ποιότητα, αφετέρου δε θα ήταν υπερβολή να πούμε ότι η Ελλάδα είναι μια χώρα εντάσεως delivery. Ακόμα και αλυσίδες που παραδοσιακά δεν είχαν delivery, τώρα επενδύουν ή ενδιαφέρονται για τη διανομή. Και γνωρίζουμε ότι η πατάτα είναι ευπαθής και ιδιαίτερα ευαίσθητη στη μεταφορά, ακόμα κι αν ένας διανομέας διαθέτει το καλύτερο κουτί", σημειώνει η κα Φουρλή.

### ΝΕΕΣ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΕΣ ΕΠΙΚΑΛΥΨΗΣ

"Εκεί ακριβώς ερχόμαστε εμείς, επενδύοντας σε νέες τεχνολογίες επικάλυψης που αντιμετωπίζουν αυτό το πρόβλημα κι αναβαθμίζουν τη γευστική εμπειρία. Χαρακτηριστικό παράδειγμα η οικογένεια Sure Crisp Max με έντονη επικάλυψη αμύλου τα οποία μπορούν να διατηρηθούν σε άριστη κατάσταση έως και για 30 λεπτά σε ένα κουτί delivery. Άλλο παράδειγμα, τα Country Deep Crinklers με ραβδώσεις και επικάλυψη από αρωματικά, ένα προϊόν που λανσάραμε πιστοί στη δέσμευσή μας για την παρουσίαση τουλάχιστον μιας πατάτα υψηλής υπεραξίας κάθε χρόνο", προσθέτει. Η McCain έχει επίσης παρουσία και στις υποκατηγορίες των finger food (oniion rings, μπιφτέκια λαχανικών, τηγανητό φασόλι σε σάλτσα τεμπούρα κ.α.) τυριών (π.χ. mozzarella sticks, mac & cheese bites κ.α.) και κρέατος (φιλετάκια κοτόπουλου, chicken ribs κ.α.).



DATA (σε €χιλ.)		
Κύκλος Εργασιών	EBIT	Κέρδη προ φόρων
30/6/2025:	30/6/2025:	30/6/2025:
1.060	148	116
30/6/2024:	30/6/2024:	30/6/2024:
1.628	250	173
30/6/2023:	30/6/2023:	30/6/2023:
1.435		259

### ΣΤΟΧΟΣ ΓΙΑ 100% ΑΝΑΓΕΝΝΗΤΙΚΗ ΓΕΩΡΓΙΑ ΕΩΣ ΤΟ 2030

Αξίζει να σημειωθεί ότι η εταιρεία- που διαθέτει περί τα 60 εργοστάσια σε παγκόσμια κλίμακα- επενδύει στη περιβαλλοντική βιωσιμότητά της έχοντας θέσει ως στόχο μέχρι το 2030 το 100% της πατάτας που προμηθεύεται να προέρχεται από φάρμες που εφαρμόζουν αναγεννητική γεωργία.

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

• **ΝΕΑ ΓΕΩΡΓΙΑ ΝΕΑ ΓΕΝΙΑ**

## ΤΙ ΣΥΖΗΤΗΣΑΝ ΠΑΡΑΓΩΓΟΙ ΚΑΙ ΕΠΙΣΤΗΜΟΝΕΣ ΓΙΑ ΤΑ ΠΟΠ-ΠΓΕ ΠΡΟΪΟΝΤΑ

Με σημαντική συμμετοχή μεταξύ επιστημόνων, ειδικών και παραγωγών πραγματοποιήθηκε στο WHEN Hub η Τελική Εκδήλωση του προγράμματος "Αξιοποιώντας το Πλεονέκτημα: Στρατηγικές για Τοπικά Προϊόντα και ΠΟΠ-ΠΓΕ με Ισχυρισμούς Υγείας", που υλοποιεί ο οργανισμός Νέα Γεωργία Νέα Γενιά, μέσω της ιδρυτικής δωρεάς του Ίδρυμα Σταύρος Νιάρχος (ΙΣΝ) και με την υποστήριξη της CrediaBank.



Η εκδήλωση αναδείχθηκε ως πλατφόρμα παρουσίασης του ρόλου των τοπικών προϊόντων υψηλής διατροφικής αξίας, με έμφαση στη βιώσιμη ανάπτυξη, την ενίσχυση της ανταγωνιστικότητας και τη διασύνδεσή τους με τον τουρισμό και τις αγορές.

### Η ΣΗΜΑΣΙΑ ΤΩΝ ΠΟΠ-ΠΓΕ ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ

Ο Αντώνης Φιλιππής, Γενικός Γραμματέας Αγροτικής Πολιτικής και Διεθνών Σχέσεων του Υπουργείου Αγροτικής Ανάπτυξης και Τροφίμων, τόνισε τη σημασία των ΠΟΠ-ΠΓΕ προϊόντων για την αγροτική πολιτική και τις διεθνείς αγορές, και υπογράμμισε τη χρήση των ισχυρισμών υγείας για την προώθησή τους. Στη συνέχεια, η Έφη Λαζαρίδου, CEO του οργανισμού

Νέα Γεωργία Νέα Γενιά, παρουσίασε τη στρατηγική του οργανισμού για την υποστήριξη των ΠΟΠ-ΠΓΕ προϊόντων και την ανάδειξη των ισχυρισμών υγείας μέσα από την εθνική πρωτοβουλία που ξεκίνησε πριν από τέσσερα χρόνια με τη συμβολή της ΕΘΕΑΣ, του Πανεπιστημίου Θεσσαλίας και την ιδρυτική δωρεά του ΙΣΝ.

### ΕΚΕ ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΗ ΚΑΙ ΠΡΩΤΟΓΕΝΗΣ ΤΟΜΕΑΣ

Ακόμη, η Ρεγγίνα Ασλάνογλου, Chief Sustainability Officer της CrediaBank, παρουσίασε τη στρατηγική της CrediaBank να υποστηρίζει την πραγματική οικονομία, ιδίως τον πρωτογενή τομέα και πρωτοβουλίες σχετικές με την Υγεία, που αποτελούν πυλώνα της Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης της τράπεζας.

## • ΑΒ ΒΑΣΙΛΟΠΟΥΛΟΣ ΠΟΥ ΣΤΟΧΕΥΕΙ ΜΕ ΤΗΝ ΕΞΑΓΟΡΑ ΤΡΙΩΝ ΚΑΤΑΣΤΗΜΑΤΩΝ ΣΤΗΝ ΣΑΝΤΟΡΙΝΗ

Στην περαιτέρω ενίσχυση της παρουσίας της στις Κυκλάδες προχωρά η ΑΒ Βασιλόπουλος, με την εξαγορά τριών καταστημάτων σε καίρια σημεία της Σαντορίνης, στο Ημεροβίγλι, την Μεσαριά και το Καμάρι. Η κίνηση εντάσσεται σε ένα ευρύτερο πλάνο ανάπτυξης σε τουριστικούς προορισμούς υψηλής επισκεψιμότητας, όπου η ζήτηση για οργανωμένο λιανεμπόριο παρουσιάζει έντονη δυναμική. Σύμφωνα με πληροφορίες του Fnb Daily, τα συγκεκριμένα καταστήματα λειτουργούσαν μέχρι πρότινος υπό το σήμα της Carrefour από franchisees, και εντάσσονται πλέον στο δίκτυο της ΑΒ Βασιλόπουλος ως εταιρικά.

### ΑΝΑΚΑΙΝΙΣΕΙΣ ΚΑΙ ΑΝΑΒΑΘΜΙΣΕΙΣ

Τα τρία καταστήματα βρίσκονται ήδη σε φάση εκτεταμένων ανακαινίσεων και λειτουργικής αναβάθμισης, προκειμένου να ευθυγραμμιστούν με τα πρότυπα λειτουργίας της αλυσίδας. Οι παρεμβάσεις περιλαμβάνουν εκσυγχρονισμό των χώρων, αναβάθμιση εξοπλισμού και διεύρυνση της προϊοντικής γκάμας, με στόχο την παροχή μιας ολοκληρωμένης αγοραστικής εμπειρίας. Η επαναλειτουργία τους προγραμματίζεται σταδιακά από τα μέσα Μαΐου έως τα μέσα Ιουνίου, χρονική συγκυρία που συμπίπτει με την κορύφωση της τουριστικής περιόδου.

Σε επίπεδο επιφανειών

- το κατάστημα στο Καμάρι διαθέτει χώρο πώλησης 216 τ.μ. και τέσσερις θέσεις στάθμευσης
- το σημείο στο Ημεροβίγλι εκτείνεται σε 290 τ.μ. με δέκα υπαίθριες θέσεις στάθμευσης



Νίκος Λαβίδας, Brand President, ΑΒ Βασιλόπουλος

- το κατάστημα στη Μεσαριά καλύπτει 160 τ.μ.

Η γεωγραφική διασπορά των σημείων ενισχύει την κάλυψη του νησιού, εξυπηρετώντας τόσο τις ανάγκες των κατοίκων όσο και την αυξημένη τουριστική ροή.

Η επένδυση συμβάλλει παράλληλα στη διατήρηση των θέσεων εργασίας, καθώς το προσωπικό των καταστημάτων εντάσσεται στο ανθρώπινο δυναμικό της εταιρείας, διασφαλίζοντας τη συνέχεια της λειτουργίας τους και την υποστήριξη της τοπικής οικονομίας.

### ΑΝΑΠΤΥΣΣΕΤΑΙ ΜΕΣΩ ΕΞΑΓΟΡΩΝ

Η συγκεκριμένη κίνηση έρχεται σε συνέχεια μιας σειράς εξαγορών που υλοποιεί η ΑΒ Βασιλόπουλος το τελευταίο διάστημα, με στόχο τη συνολική ενίσχυση της παρουσίας της στην ελληνική αγορά. Είχε προηγηθεί τον Φεβρουάριο η εξαγορά των 12 καταστημάτων της αλυσίδας Ανατολή, γνωστής υπό τον διακριτικό τίτλο "Αγορά Ναταλί", μιας οικογενειακής ελληνικής επιχείρησης με ισχυρή τοπική παρουσία στην Θεσσαλονίκη.

Η εταιρεία, που ιδρύθηκε το 2006 με έδρα τον Δήμο Ωραιοκάστρου, διαθέτει δίκτυο καταστημάτων αποκλειστικά στην Θεσσαλονίκη, περισσότερους από 11.000 κωδικούς προϊόντων και περίπου 500 συνεργάτες. Το χαρ-

τοφυλάκιο της περιλαμβάνει, πέρα από τα καταστήματα, και δύο αποθηκευτικές εγκαταστάσεις σε Ημαθία και Θεσσαλονίκη. Ήδη, σύμφωνα με πληροφορίες, τέσσερα από τα δώδεκα καταστήματα έχουν ανακαινιστεί και λειτουργούν με το εμπορικό σήμα της ΑΒ Βασιλόπουλος, ενώ η αναβάθμιση των υπόλοιπων σημείων προχωρά με ταχείς ρυθμούς. Η εν λόγω εξαγορά αποκτά ιδιαίτερη σημασία στο πλαίσιο του ανταγωνισμού στην Βόρεια Ελλάδα, ειδικά μετά τη συμφωνία απορρόφησης της ΑΝΕΔΗΚ Κρητικός από την Μασούτης, ενισχύοντας την ανάγκη για ισχυρότερη παρουσία της ΑΒ σε μια γεωγραφική αγορά, όπου ο ανταγωνισμός είναι έντονος. Στο ίδιο πλαίσιο, η εταιρεία συνεχίζει να επενδύει σε ανάπτυξη μέσω εξαγορών και συνεργασιών franchise, έχοντας ήδη προχωρήσει το τελευταίο τρίμηνο στην απόκτηση πέντε καταστημάτων στην Πτολεμαΐδα, καθώς και σημείων της αλυσίδας Τερζή στην Ηλεία.

### ΕΥΕΛΙΚΤΟ ΔΙΚΤΥΟ

Η στρατηγική αυτή ευθυγραμμίζεται με τη συνολική στόχευση της εταιρείας για τη δημιουργία ενός εκτεταμένου και ευέλικτου δικτύου, με τον Brand President, Νίκο Λαβίδα, να έχει επανειλημμένα επισημάνει την πρόθεση ανάπτυξης τόσο οργανικά, όσο και μέσω εξαγορών, καθώς και τη σημασία συνεργασιών με τοπικούς παίκτες.

#### IN BRIEF - ΑΒ ΒΑΣΙΛΟΠΟΥΛΟΣ

Σήμερα

Καταστήματα: 663

Franchise: 213

Στόχος 2028

Καταστήματα: 900

Franchise: 700

Τζίρος: >€2,3 δισ.

Στέλλα Αυγουστάκη

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

## • ΓΙΩΤΗΣ ΔΙΑΚΡΙΘΗΚΕ ΓΙΑ ΚΑΜΠΑΝΙΑ ΤΗΣ

Η Γιώτης διακρίθηκε στα Influencer Marketing Awards 2026, αποσπώντας τρία βραβεία για την καμπάνια "Εκφωντaste". Συγκεκριμένα, απέσπασε Gold και Platinum στην κατηγορία Best Use of TikTok for Influencer Marketing, καθώς και Bronze για την πιο δημιουργική καμπάνια με influencers.

Η καμπάνια υλοποιήθηκε σε συνεργασία με

την Solid Havas και βασίστηκε σε μια σειρά βίντεο με συνταγές, σχεδιασμένες αποκλειστικά για το TikTok.

Το περιεχόμενο αξιοποίησε αναγνωρίσιμες φωνές από διαφορετικούς χώρους, όπως εκφωνητές, ηθοποιούς και παρουσιαστές, οι οποίοι προσέδωσαν ξεχωριστό ύφος σε κάθε βίντεο, ενισχύοντας τη δημιουργικότητα και την απήχηση.



**• FDL GROUP**

# ΑΝΑΠΤΥΞΗ 2% ΚΑΙ ΕΒΙΤΔΑ €11,12 ΕΚΑΤ. ΤΟ 2025 - ΣΤΟ ΕΠΙΚΕΝΤΡΟ ΤΩΝ ΕΠΕΝΔΥΣΕΩΝ Η ΝΕΑ ΑΠΟΘΗΚΗ ΣΤΟΝ ΑΣΠΡΟΠΥΡΓΟ

Ανάπτυξη 2% με πωλήσεις €97,38 εκατ. εμφάνισε έέρυσι η FDL Group, αποτυπώνοντας σύμφωνα με τη διοίκηση, τη σταθερή ανάπτυξη των

δραστηριοτήτων και τη διατήρηση ισχυρού πελατολογίου. Η λειτουργική κερδοφορία του ομίλου ενισχύθηκε κατά 8,3%, ως αποτέλεσμα της βελτιστοποίησης του λειτουργικού κόστους, της αυξημένης αποδοτικότητας και της καλύτερης αξιοποίησης των υποδομών. Τέλος, σημαντικά αυξημένη ήταν η κερδοφορία της FDL στην τελική γραμμή του ισολογισμού.

- την ενίσχυση των συνεργασιών με υφιστάμενους πελάτες
- τη διεύρυνση του πελατολογίου μέσω νέων συμφωνιών
- τη συνεχή βελτίωση των παρεχόμενων υπηρεσιών και της ποιότητας εξυπηρέτησης

## ΕΠΕΝΔΥΣΕΙΣ

Κατά τη διάρκεια της περυσινής χρονιάς ο όμιλος υλοποίησε επενδύσεις ύψους €4,81 εκατ. με έμφαση στην ενίσχυση των υποδομών και της επιχειρησιακής δυναμικότητας. Κεντρικό σημείο αποτέλεσε η ανάπτυξη νέας αποθηκευτικής εγκατάστασης στον Ασπρόπυργο,

συνολικής επιφάνειας 13.500 τ.μ., η οποία:

- διαθέτει σύγχρονους ψυκτικούς θαλάμους χαμηλής ενεργειακής κατανάλωσης
- χρησιμοποιεί οικολογικά ψυκτικά μέσα
- φέρει πιστοποίηση LEED

Σύμφωνα με τον Πρόεδρο του ομίλου, Βασίλη Καρακουλάκη, "η ολοκλήρωση της νέας αποθηκευτικής εγκατάστασης στον Ασπρόπυργο αποτελεί κομβικό σημείο στη στρατηγική μας, καθώς διευρύνει ουσιαστικά τις δυνατότητές μας και μας επιτρέπει να ανταποκριθούμε αποτελεσματικότερα στις αυξανόμενες ανάγκες των πελατών μας, τόσο στην Ελλάδα όσο και στην ευρύτερη περιοχή". Όπως αναφέρεται σε σχετική ανακοίνωση, η επένδυση αυτή αναβαθμίζει ουσιαστικά τη λειτουργική αποδοτικότητα του ομίλου και δημιουργεί σημαντικές προοπτικές για

αύξηση του όγκου εργασιών και βελτίωση των περιθωρίων κερδοφορίας.

## ΕΝΙΣΧΥΣΗ

### ΧΡΗΜΑΤΟΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗΣ ΘΕΣΗΣ

Το σύνολο του ενεργητικού του ομίλου ανήλθε σε €85,64 εκατ. έναντι €66,94 εκατ. το 2024, αντανακλώντας την αυξημένη επενδυτική δραστηριότητα και την ανάπτυξη των εργασιών, ενώ τα ίδια κεφάλαια ανήλθαν σε €2,448 εκατ. από €1,291 εκατ. το 2024. Ο καθαρός δανεισμός αυξήθηκε σε €12,443 εκατ., αυξημένος κατά €3,92 εκατ. έναντι της αμέσως προηγούμενης χρήσης, αύξηση η οποία συνδέεται άμεσα με την υλοποίηση του επενδυτικού προγράμματος και την επιτάχυνση της αναπτυξιακής στρατηγικής του ομίλου.

## ΠΡΟΟΠΤΙΚΕΣ

Για τη φετινή χρονιά, ο όμιλος στοχεύει στην περαιτέρω ανάπτυξη του πελατολογίου του, στην ενίσχυση των στρατηγικών συνεργασιών και στην αξιοποίηση νέων επιχειρηματικών ευκαιριών, κεφαλαιοποιώντας την αναβαθμισμένη υποδομή και την τεχνογνωσία του στον τομέα των Logistics.

Σημειώνει πάντως ότι υπάρχουν σημαντικές προκλήσεις όπως είναι:

- το αυξημένο ενεργειακό κόστος
- οι χρηματοοικονομικές συνθήκες
- οι γεωπολιτικές εξελίξεις στην Μέση Ανατολή

Μάκης Αποστόλου

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

### DATA (σε €χιλ.)

#### Κύκλος εργασιών

2025: 97.383

2024: 95.435

#### ΕΒΙΤΔΑ

2025: 11.120

2024: 10.266

#### Κέρδη προ φόρων

2025: 1.642

2024: 703

#### Καθαρά κέρδη

2025: 1.247

2024: 803

Σύμφωνα με την FDL, η θετική πορεία των αποτελεσμάτων συνδέεται άμεσα με:

- την περαιτέρω ανάπτυξη του τομέα των Logistics, που αποτελεί τον βασικό πυλώνα δραστηριότητας του ομίλου



Βασίλης Καρακουλάκης, Πρόεδρος – Αχιλλέας Μάμαλης, Αντιπρόεδρος & Διευθύνων Σύμβουλος, Foodlink

• **ΥΠΟΥΡΓΕΙΟ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ**

## ΟΙ 12+1 ΜΕΓΑΛΕΣ ΕΠΕΝΔΥΣΕΙΣ ΥΨΟΥΣ €320 ΕΚΑΤ. ΠΟΥ ΕΝΤΑΧΘΗΚΑΝ ΣΤΟΝ ΝΕΟ ΑΝΑΠΤΥΞΙΑΚΟ ΝΟΜΟ

Τα οριστικά αποτελέσματα για το καθεστώς των Μεγάλων Επενδύσεων του νέου Αναπτυξιακού Νόμου, αναρτήθηκαν χθες από τη Γενική Γραμματεία Ιδιωτικών Επενδύσεων του Υπουργείου Ανάπτυξης. Συνολικά εντάσσονται 13 επιχειρήσεις απ' όλη την επικράτεια, συνολικού προϋπολογισμού €320 εκατ. και δημιουργούνται 700 νέες θέσεις απασχόλησης.

Οι επενδύσεις αφορούν τους τομείς των data centers, logistics, αγροδιατροφής, χαρτοβιομηχανίας, αλουμινίου, υφασμάτων, υπηρε-

σιών τεχνολογιών, τσιμεντοβιομηχανίας και της ενέργειας.

### Η ΚΑΤΑΝΟΜΗ ΑΝΑ ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΕΣ

Ανά γεωγραφική περιοχή έμφαση δόθηκε στις παρακάτω περιφέρειες, οι οποίες συγκέντρωσαν από τα συνολικά κονδύλια:

- Μακεδονία και Θράκη: 51,88%
- Στερεά Ελλάδα: 24,85%
- Ήπειρος: 13,34%

Συγκεκριμένα, ενισχύθηκαν οι παρακάτω εταιρείες με τα εξής ποσά:

### DATA Κρατικές Ενισχύσεις (σε €χιλ.)

- ETEN: 15.242
- Nexus Data: 20.000
- Team Fortress: 18.928
- Select (Στ. Νένδος): 13.980
- Chubb Business Services EMEA: 6.211
- General Mills Hellas: 7.545
  - Motor Oil: 4.875
  - ΕΞΑΛΚΟ: 6.074
  - ΜΑΞΙ: 6.694
- Thrace Nonwovens Geosynthetics: 11.471
  - TITAN: 14.031
- Metlen Energy & Metals: 13.681
- Goldair Cargo: 3.143



Τάκης Θεοδωρικάκος, Υπουργός Ανάπτυξης

### ΠΑΡΑΓΩΓΙΚΗ ΑΝΑΣΥΓΚΡΟΤΗΣΗ ΤΗΣ ΧΩΡΑΣ

Ο Υπουργός Ανάπτυξης, Τάκης Θεοδωρικάκος, με αφορμή την ανάρτηση των οριστικών αποτελεσμάτων, σημείωσε: "Η ένταξη 13 επενδυτικών σχεδίων στο καθεστώς Μεγάλων Επενδύσεων του νέου Αναπτυξιακού Νόμου αποτελεί μια ουσιαστική συμβολή στην παραγωγική ανασυγκρότηση της ελληνικής οικονομίας. Στόχος είναι η μείωση των περιφερειακών και κοινωνικών ανισοτήτων, καθώς αφορά μέρη της πατρίδας μας με σημαντικά προβλήματα. Αφορά ιδιαίτερα ευαίσθητες περιοχές της χώρας μας, γι' αυτό ο Αναπτυξιακός Νόμος ρίχνει το βάρος του στη Βόρεια Ελλάδα. Αποκτά μάλιστα ιδιαίτερη σημασία, καθώς οι συνθήκες που βιώνουμε παγκοσμίως με τον πόλεμο στην ευρύτερη περιοχή της Μέσης Ανατολής, σε συνδυασμό με την μεγάλη αβεβαιότητα, δημιουργούν ένα ασφυκτικό πλαίσιο".

• **ΩΜΕΓΑ**

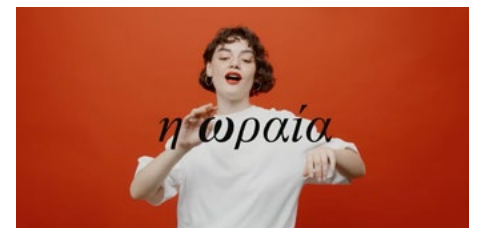
## ΝΕΑ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΚΗ ΚΑΜΠΑΝΙΑ

Τη νέα επικοινωνιακή καμπάνια "Αγαπώ με ΩΜΕΓΑ" παρουσιάζει η Ωμέγα. Η καμπάνια σημειώνει ισχυρή ψηφιακή απήχηση, ξεπερνώντας τα 3,5 εκατομμύρια προβολές σε TikTok και YouTube μέσα στην πρώτη εβδομάδα. Μέσα από σύγχρονη αισθητική και storytelling βασισμένο σε καθημερινές στιγμές, το brand αναδεικνύει τον ρόλο του στη σύγχρονη ζωή και επανατοποθετείται πιο κοντά στα νεότερα κοινά.

Τα πρώτα βίντεο εστιάζουν σε οικείες καταναλωτικές συνθήκες, προβάλλοντας την ευ-



κολία, αξιοπιστία και διαχρονική παρουσία των προϊόντων Ωμέγα. Η καμπάνια εντάσσεται σε μια ευρύτερη στρατηγική που στοχεύει στην ενίσχυση της συνάφειας του brand,



την προσέγγιση νεότερων καταναλωτών και την ανάδειξη της αξίας των προϊόντων μέσω digital-first περιεχομένου.

Μπορείτε να δείτε την καμπάνια [εδώ](#) και [εδώ](#).

• **STARBUCKS**

# Η ΟΙΚΟΓΕΝΕΙΑ ΜΑΡΙΝΟΠΟΥΛΟΥ ΠΟΥΛΗΣΕ ΣΤΟΝ ΟΜΙΛΟ ALSHAYA - Η ΕΠΟΜΕΝΗ ΜΕΡΑ ΓΙΑ ΤΟ ΔΙΚΤΥΟ ΣΕ ΕΛΛΑΔΑ & ΚΥΠΡΟ

Ολοκληρώνεται ένας μακρύς κύκλος δραστηριότητας για την οικογένεια Μαρινόπουλου στον κλάδο του καφέ και ειδικότερα στο δίκτυο Starbucks σε Ελλάδα και Κύπρο, καθώς προχωρά η υπογραφή συμφωνίας για την πώληση της Μαρινόπουλος Εταιρεία Καφέ ΜΑΕ.

Η συγκεκριμένη εταιρεία αποτελεί τον φορέα μέσω του οποίου αναπτύχθηκε και λειτουργήσε το σήμα Starbucks στην ελληνική αγορά, κατέχοντας τα σχετικά δικαιώματα εκμετάλλευσης και ανάπτυξης. Στο πλαίσιο της συμφωνίας, το σύνολο της δραστηριότητας μεταβιβάζεται στον όμιλο Alshaya, ο οποίος αναλαμβάνει πλέον τον πλήρη έλεγχο και τη διαχείριση του δικτύου σε Ελλάδα και Κύπρο, σηματοδοτώντας τη μετάβαση σε ένα νέο επιχειρηματικό σχήμα για τη συγκεκριμένη αγορά.

## Η ΝΕΑ ΔΙΟΙΚΗΣΗ

Υπό τη νέα διοίκηση και την καθοδήγηση της Jacqueline Delrippe, Business Manager της Starbucks Ελλάδας και Κύπρου στον όμιλο Alshaya, προτεραιότητα τίθεται η ομαλή μετάβαση της δραστηριότητας και η απρόσκοπτη εξυπηρέτηση των πελατών. Σε επόμενο στάδιο, ο όμιλος σχεδιάζει την περαιτέρω αναβάθμιση της εμπειρίας πελάτη και τη διερεύνηση δυνατοτήτων επέκτασης του δικτύου στην περιοχή.

Η νέα εταιρική οντότητα θα λειτουργεί στην Ελλάδα υπό την επωνυμία Alshaya Hellas SMSA, ενώ στην Κύπρο υπό την επωνυμία Murgab Cyprus Ltd.

Στο πλαίσιο της συμφωνίας, η Marinopoulos Brothers SA μεταβιβάζει το σύνολο των μετοχών της εν λόγω εταιρείας στον επενδυτή. Η συναλλαγή περιλαμβάνει και τη δραστηριότητα στην Κύπρο, με τον όμιλο Alshaya να καταβάλλει €13,2 εκατ., βάσει δεύτερης συμφωνίας εξυγίανσης, αποκτώντας το 100% των μετοχών και καθιστάμενος ο μοναδικός μέτοχος. Παράλληλα, ο όμιλος αναλαμβάνει πλήρως τα δικαιώματα λειτουργίας των καταστημάτων Starbucks σε Ελλάδα και Κύπρο, καθώς και τη συνολική διαχείριση της δραστηριότητας, η οποία μέχρι πρότινος τελούσε υπό τον έλεγχο της οικογένειας Μαρινόπουλου.

## ΤΟ ΔΙΚΤΥΟ

Το δίκτυο Starbucks σε Ελλάδα και Κύπρο, που λειτουργεί από το 2002, αριθμεί σήμερα 30 καταστήματα στην ελληνική επικράτεια



και 18 στην κυπριακή αγορά, απασχολώντας περίπου 500 εργαζομένους.

Τον Ιούνιο του 2024 η εταιρεία άνοιξε νέο κατάστημα στο εμπορικό κέντρο Designer's Outlet στα Σπάτα και τον Δεκέμβριο της ίδιας χρονιάς στο Mediterranean Cosmos στην Θεσσαλονίκη, αυξάνοντας το δίκτυο σε 30 καταστήματα, ενώ συνολικά οι επενδύσεις που πραγματοποίησε η εταιρεία σε πάγιο εξοπλισμό και σε διαμορφώσεις καταστημάτων, διαμορφώθηκαν σε €2,74 εκατ.

### INFO Δίκτυο καταστημάτων

- Αθήνα: 20
- Θεσσαλονίκη: 3
- Μύκονος: 1
- Ηράκλειο Κρήτης: 3
  - Χανιά: 1
  - Ρόδος: 1
  - Κέρκυρα: 1

## Ο ΟΜΙΛΟΣ

Ο όμιλος Alshaya συγκαταλέγεται μεταξύ των σημαντικότερων και πλέον μακροχρόνιων συνεργατών της Starbucks διεθνώς. Από την έναρξη της συνεργασίας του το 1999 στο Κουβέιτ, έχει αναπτύξει δίκτυο άνω των 2.000 καταστημάτων σε 13 χώρες, εξυπηρετώντας καθημερινά περισσότερους από ένα εκατομμύριο πελάτες.

Ο Saleh Alshaya, Πρόεδρος των Starbucks στον όμιλο Alshaya, επισμαίνει ότι η συμφωνία εντάσσεται στη στρατηγική περαιτέρω ανάπτυξης του ομίλου μέσω του brand Starbucks, εκφράζοντας παράλληλα την

πρόθεση ενίσχυσης της εμπειρίας πελάτη και διεύρυνσης των επιλογών για τους καταναλωτές σε Ελλάδα και Κύπρο.

Αντίστοιχα, ο Duncan Moir, Πρόεδρος της Starbucks EMEA, αναφέρει ότι η συνεργασία με τον όμιλο Alshaya αναμένεται να ενδυναμώσει περαιτέρω την παρουσία του σήματος στην περιοχή, ενώ ευχαριστεί τον όμιλο Μαρινόπουλου για τη μακροχρόνια και επιτυχημένη συνεργασία των τελευταίων 24 ετών.

## ΟΙ ΕΠΙΔΟΣΕΙΣ

Σε ό,τι αφορά τις οικονομικές επιδόσεις των Starbucks στην Ελλάδα (Μαρινόπουλος Εταιρεία Καφέ) εκτιμάται ότι ήταν ελαφρά αυξημένες το 2025, σύμφωνα με τις εκτιμήσεις της διοίκησης, χάρη και στις πωλήσεις των δύο νέων καταστημάτων που προστέθηκαν στο δίκτυο της αλυσίδας το 2024.

Αναφορικά με τα μεγέθη της εταιρείας, η εταιρεία δήλωσε ικανοποιημένη από τις επιδόσεις των πωλήσεων και του EBITDA στο δεκάμηνο του 2025. Σημειώνεται ότι οι πωλήσεις το 2024 είχαν διαμορφωθεί σε €26,42 εκατ., ενώ ελαφρά μείωση κατέγραψε το EBITDA, στα επίπεδα των €6,32 εκατ. Ωστόσο η εταιρεία επέστρεψε πάλι σε ζημίες, ύψους €795,1 χιλ.

### DATA (σε Έκατ.)

#### Πωλήσεις

2024: 26.425  
2023: 25.833  
2022: 20.310  
2021: 14.628

#### Μικτό κέρδος

2024: 18.798  
2023: 18.002  
2022: 14.093  
2021: 10.163

#### EBITDA

2024: 6.325  
2023: 6.750  
2022: 4.729  
2021: 2.930

#### Αποτέλεσμα προ φόρων

2024: (795)  
2023: 430  
2022: (483)  
2021: (1.973)

## • WALMART ΕΠΕΝΔΥΕΙ €2,2 ΔΙΣ. ΣΤΟ ΜΕΞΙΚΟ, ΕΠΕΚΤΕΙΝΕΙ ΤΑ LOGISTICS ΣΤΗΝ ΧΙΛΗ

Η Walmart de México y Centroamérica (Walmex) έχει δεσμεύσει περίπου 43 δις. μεξικανικά πέσο (€2,2 δις.) για επενδύσεις το 2026, 10% περισσότερα σε σχέση με το προηγούμενο έτος.

Από το συνολικό ποσό, το 42% θα κατευθυνθεί σε:

- αναβάθμιση υφιστάμενων καταστημάτων και στην ενσωμάτωση δυνατοτήτων πολυκαναλικής λειτουργίας
- υπηρεσίες On Demand
- βελτίωση της εμπειρίας αγορών και της παραγωγικότητας

### ΝΕΑ ΣΗΜΕΙΑ ΚΑΙ ΑΥΤΟΜΑΤΟΠΟΙΗΣΗ

Για νέα καταστήματα και λέσχες αγορών θα διατεθεί το 26% των πόρων, σε ευθυγράμμιση με τον στόχο της εταιρείας να ανοίξει πάνω από 1.500 νέα σημεία πώλησης μεταξύ 2025 και 2029.

Το 24% της επένδυσης θα διατεθεί για την επέκταση και τον εκσυγχρονισμό της εφοδιαστικής αλυσίδας μέσω αυτοματοποίησης, όπως σημείωσε η εταιρεία.

Το υπόλοιπο 8% θα υποστηρίξει στρατηγικά έργα τεχνολογίας, με στόχο τη βελτίωση



*Cristian Barrientos Pozo,  
President and CEO,  
Walmart Mexico and Central America*

της εκτέλεσης, της διαχείρισης δεδομένων και της ψηφιακής εμπειρίας αγορών, αυξάνοντας περαιτέρω τον βαθμό αυτοματοποίησης σε καταστήματα και κέντρα διανομής.

### WALMART CHILE

Στην Χιλή, η Walmart Chile ανακοίνωσε επένδυση \$200 εκατ. για την επέκταση του κέντρου διανομής της στο Pudahuel. Το έργο θα διπλασιάσει το μέγεθος της εγκατάστασης στα 130.000 τετραγωνικά μέτρα και θα ενσωματώσει περισσότερα από 2.300 ρομπότ, ενοποιώντας τις λειτουργίες logistics της εταιρείας στη Νότια Αμερική.

Το έργο, το οποίο αποτελεί μέρος ενός ευρύτερου επενδυτικού πλάνου ύψους \$1,7 δις. της Walmart Chile, αναμένεται να δημιουργήσει περισσότερες από 300 θέσεις εργασίας κατά τη φάση κατασκευής και πάνω από 900 μόνιμες θέσεις μετά την ολοκλήρωση, με συνολικά 6.000 νέες θέσεις εργασίας να προβλέπονται έως το 2030.



## • Debrief •

### Η ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΓΙΟΡΤΗ

Που 'ναι οι εποχές που το μόνο μας πρόβλημα ήταν αν θα βρέξει το βράδυ της Ανάστασης ή την Κυριακή του Πάσχα. Καθώς βρισκόμαστε στην καρδιά του Μεγάλης Εβδομάδας, και τη φετινή χρονιά δεν την λες και ανέφελη.

Και αυτό δεν αφορά το τί καιρό θα κάνει τελικά. Οι δυσκολίες πάνε σερί, εδώ και αρκετά χρόνια. "Μεγάλη επιτυχία", όπως λέει και ένας φίλος.

Το Πάσχα, στο δικό μου μυαλό, είναι η πιο "Ελληνική" γιορτή, από τις γιορτές. Εντάξει, τα Χριστούγεννα είναι πιο χουχουλιάρικη η κατάσταση, τα περιμένουμε με μεγαλύτερη προσμονή, αλλά στην πραγματικότητα έχει

μετατραπεί σε copy paste... εκδήλωση, από τις ταινίες του Χόλιγουντ. Παγκοσμίως. Το Πάσχα, όμως, έχει ακόμα το Made in Greece στην ούγια του. Για άλλους είναι η Μεγάλη Εβδομάδα με τους αξεπέραστους ύμνους και η χαρά της Ανάστασης, η σπουδαιότερη γιορτή του Χριστιανισμού. Άλλοι περιμένουν πως και πως την εκδρομή/επιδρομή στα χωριά που ξαναπαίρνουν ζωή. Ακόμα και ο παραδοσιακός οβελίνας, είναι μια... επιστήμη καθαρά ελληνική, υπό τους ήχους παραδοσιακών ασμάτων που μπορεί να μην ακούμε σε καμιά άλλη περίπτωση όλο τον χρόνο.

Είναι μια ιδιόμορφη κατάσταση με την

καλή έννοια του όρου, γιατί, κακά τα ψέματα, έχουμε και ιδιομορφίες που δεν μας έχουν βγει σε καλό. Το Πάσχα αναδεικνύει την ιδιοπροσωπία μας ως λαός, το βαρύ φορτίο που κουβαλάμε και διαμόρφωσε την ταυτότητά μας, με τα καλά της και τα κακά της.

Το ελληνικό Πάσχα είναι πιο εσωτερική γιορτή, μια γιορτή ελπίδας και αγάπης. Με αυτά τα λίγα η στήλη εύχεται Καλό Πάσχα και Καλή Ανάσταση σε όλους, με υγεία πάνω από όλα.

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

• BEVERAGE WORLD

## ΣΤΗΡΙΖΕΙ ΠΑΙΔΙΑ ΣΕ ΔΟΜΕΣ ΠΡΟΣΤΑΣΙΑΣ ΜΕΣΩ ΤΗΣ ΔΡΑΣΗΣ EASTER BUNNY

Η Beverage World, μέλος του ομίλου Φώτος Φωτιάδης, συμμετείχε για δεύτερη συνεχή χρονιά στη δράση Easter Bunny του οργανισμού "Μαζί για το Παιδί". Η πρωτοβουλία στοχεύει στη στήριξη παιδιών που μεγαλώνουν σε δομές παιδικής προστασίας, προσφέροντας γιορτινές στιγμές κατά τη διάρκεια του Πάσχα. Στα πλαίσια της δράσης,

στελέχη της Beverage World ανέλαβαν συμβολικά το ρόλο "νονών", προετοιμάζοντας πασχαλινά πακέτα για κάθε παιδί, που περιλάμβαναν λαμπάδα, σοκολατένιο αυγό και παραδοσιακό τσουρέκι. Σκοπός της πρωτοβουλίας ήταν η ενίσχυση του αισθήματος φροντίδας και αισιοδοξίας των παιδιών κατά την εορταστική περίοδο.



## Business Maker

### ΓΙΑΤΙ Ο ΒΑΡΔΙΝΟΓΙΑΝΝΗΣ ΑΛΛΑΖΕΙ ΡΟΤΑ ΣΤΗΝ CARREFOUR ΑΛΛΑ ΚΡΑΤΑ ΤΟ ΣΥΜΒΟΛΑΙΟ

Η απόφαση της Retail & More, θυγατρικής του ομίλου AVE συμφερόντων του Νίκου Βαρδινογιάννη, να αλλάξει μοντέλο ανάπτυξης για το δίκτυο της Carrefour στην Ελλάδα και την Βουλγαρία, μόνο τυχαία δεν μπορεί να θεωρηθεί. Αντιθέτως, αποτυπώνει με τον πιο καθαρό τρόπο τις πιέσεις που δέχεται σήμερα το οργανωμένο λιανεμπόριο τροφίμων, σε μια αγορά όπου η κερδοφορία γίνεται ολοένα και πιο δύσκολη υπόθεση. Οι πληροφορίες που φτάνουν στη στήλη αναφέρουν ότι η συνεργασία franchise με τη Carrefour παραμένει σε πλήρη ισχύ, με το συμβόλαιο να έχει ορίζοντα 15ετίας για Ελλάδα και Βουλγαρία. Ωστόσο, η επιλογή να δοθεί πλέον μεγαλύτερο βάρος στο μοντέλο franchise συνιστά ουσιαστικά μια στρατηγι-

κή αναδίπλωση: μικρότερο λειτουργικό ρίσκο, χαμηλότερες κεφαλαιακές ανάγκες και μεταφορά μέρους του επιχειρηματικού βάρους στους συνεργάτες του δικτύου. Πίσω από αυτή την κίνηση, όσοι γνωρίζουν καλά την αγορά βλέπουν τη σκληρή πραγματικότητα των margins. Το λιανεμπόριο τροφίμων στην Ελλάδα παραμένει ένα πεδίο όπου οι οικονομίες κλίμακας είναι καθοριστικές και, όπως σχολιάζουν παράγοντες του κλάδου, "κερδίζουν μόνο οι μεγάλοι παίκτες — και ούτε όλοι". Το αυξημένο λειτουργικό κόστος, οι συνεχείς προσφορές, οι πιέσεις στις τιμές και η ανάγκη για ισχυρή εφοδιαστική αλυσίδα αφήνουν μικρά περιθώρια για όσους δεν διαθέτουν κρίσιμη μάζα. Σε αυτό το πλαίσιο, το ναυάγιο της εξαγοράς της Bazaar του Βε-

ρούκα φαίνεται πως λειτούργησε ως σημείο καμπής. Η συγκεκριμένη κίνηση θα μπορούσε να αλλάξει τις ισορροπίες και να δώσει στο εγχείρημα μεγαλύτερο αποτύπωμα και διαπραγματευτική δύναμη. Μετά την αποτυχία της, η στρατηγική επανεξετάστηκε εκ βάθρων. Το ενδιαφέρον, ωστόσο, βρίσκεται στην επόμενη μέρα. Η Retail & More, σύμφωνα με καλά πληροφορημένες πηγές, στρέφει πλέον την προσοχή της στον κλάδο των φαρμακείων, τον οποίο αξιολογεί ως σαφώς πιο κερδοφόρο και με καλύτερες αποδόσεις κεφαλαίου. Πρόκειται για μια αγορά με διαφορετικά χαρακτηριστικά, αλλά και με σημαντικές προοπτικές ανάπτυξης, ειδικά στο κομμάτι του wellness και των παραφαρμακευτικών προϊόντων.

### ΓΙΑΤΙ Η ΤΟΜΑΤΑ ΤΩΝ €3,5 ΜΕ €4 ΜΠΟΡΕΙ ΝΑ ΜΗΝ ΕΙΝΑΙ ΤΟ ΤΑΒΑΝΙ

Η τιμή της ντομάτας στα επίπεδα των €3,5 δεν είναι απλώς ένα ακόμη επεισόδιο στην καθημερινή μάχη με την ακρίβεια. Είναι, όπως λένε παράγοντες της αγοράς, το πιο ορατό σύμπτωμα μιας πίεσης που ξεκινά πολύ πριν το προϊόν φτάσει στο ράφι. Και αυτή τη φορά το πρόβλημα δεν βρίσκεται μόνο στη λιανική, αλλά βαθιά μέσα στην εφοδιαστική αλυσίδα και κυρίως στο αυξημένο ενεργειακό κόστος της πρωτογενούς παραγωγής. Σε πρόσφατα πηγαδάκια της αγοράς, κορυφαίος παράγοντας της ελληνικής βιομηχανίας, με παρουσία στον πρωτογενή τομέα, περιέγραφε με σαφήνεια την κατάσταση: ο πολύς κόσμος δεν αντιλαμβάνεται τι πραγματικά συμβαίνει πίσω από την τιμή ενός

βασικού προϊόντος. Για τις θερμοκηπιακές καλλιέργειες στην Κρήτη, το πετρέλαιο θέρμανσης αποτελεί κρίσιμο συντελεστή κόστους. Όταν η ενέργεια ακριβαίνει, η πίεση μεταφέρεται άμεσα στην παραγωγή, στη μεταφορά και τελικά στην τελική τιμή. Η αλυσίδα είναι πλέον ασφυκτική. Από τα καύσιμα για τη θέρμανση των θερμοκηπίων και τις μεταφορές, μέχρι τις πρώτες ύλες, τα λιπάσματα και τη συσκευασία, κάθε κρίκος πιέζεται από τις διεθνείς εξελίξεις. Ο πόλεμος και η γεωπολιτική αβεβαιότητα διατηρούν τις τιμές ενέργειας σε υψηλά επίπεδα, στερώντας από τις επιχειρήσεις τον χώρο για απορρόφηση του κόστους. Το ενδιαφέρον είναι ότι, σύμφωνα με τον ίδιο παράγοντα, η προ-

σπάθεια όλων των εταιρειών αυτή τη στιγμή είναι να μη μεταकुλιστεί το σύνολο της αύξησης στον καταναλωτή. Με άλλα λόγια, επιχειρούν να κρατήσουν όσο μπορούν τις ανατιμήσεις, απορροφώντας μέρος του κόστους στα περιθώρια κέρδους τους. Όμως, όπως αναγνωρίζουν και οι ίδιοι, τα περιθώρια στενεύουν επικίνδυνα. Το κρίσιμο στοιχείο είναι η διάρκεια. Αν η πολεμική κρίση παραταθεί, η αγορά θεωρεί σχεδόν βέβαιο ότι θα ακολουθήσουν νέες αυξήσεις σε σειρά βασικών προϊόντων, ξεκινώντας από τα οπωροκηπευτικά και περνώντας σε ευρύτερες κατηγορίες τροφίμων. Με απλά λόγια, η ντομάτα των €3,5 με €4 ίσως να μην είναι η κορυφή του κύματος...

## Business Insight

### Η UNDER VALUED ΠΕΡΙΠΤΩΣΗ ΤΗΣ ALPHA TRUST ΔΕΝ ΕΙΝΑΙ Η ΜΟΝΗ

Σύμφωνα με [όσα σημειώσαμε στο Business Insight για την Alpha Trust](#), η σημερινή αναφορά μας. Θυμίζω για τις φήμες και τα σενάρια που κυκλοφορούν εβδομάδες τώρα, σε χρηματιστηριακά και τραπεζικά γραφεία διάφορα, για έναν από τους τελευταίους των...Μοϊκανών του asset management. Τα **μεγέθη 2025 επιβεβαιώνουν τη σταθερά θετική πορεία της εταιρείας (σ.σ θυμίζω πως είναι Συμμετοχών) με καθαρά κέρδη €4,65 εκατ., θετικό καθαρό ταμείο €2,59 εκατ., σε αποτίμηση μόλις €55,92 εκατ.**

Αυτά προ ημερών, γιατί οι **χθεσινές ανακοινώσεις έγιναν με την αποτίμηση της Alpha Trust στα €63 εκατ.** και αφού είχε προηγηθεί τρέξιμο της μετοχής με 25,39% σε διάστημα εβδομάδας και συνολικά 30,29% σε μηνιαίο, **με την τιμή χθες στα €20**, οριακά σε αυτήν της δημόσιας πρότασης της Alpha Bank- με προτεινόμενο τίμημα τα €20,2.

Δεν είναι της παρούσης (ή μήπως όχι...) το τι προηγήθηκε το τελευταίο διάστημα, καθώς φαίνεται πως κάποιος γνώριζαν, αλλά έστω... το κλειδί της συγκεκριμένης συμφωνίας, όπως κι άλλων που έχουν προηγηθεί, είναι η "εύλογη αποτίμηση" του εξαγοραζόμενου. Από τις χαρακτηριστικές περιπτώσεις undervalued η εταιρεία διαχείρισης- κατά γενική εκτίμηση μαγαζί γωνία - και **κοινό μυστικό πως οι μέτοχοι, διοίκηση είχαν δεχτεί προτάσεις από, σίγουρα, τουλάχιστον δύο ενδιαφε-**

**ρόμενους, αμφότεροι συστημικοί τραπεζικοί όμιλοι.**

Πώς έχει η κατάσταση, μέχρι τώρα: τράπεζες και blue chips στην πλειονότητά τους είναι λίγο ως πολύ στο fair value με βάση τα υψηλά της αγοράς στις 4 Φεβρουαρίου. Στις 2.407,09 μονάδες - τότε - ο Γενικός Δείκτης, στις 2.859,37 ο Δείκτης Τραπεζών, στις 6.153,73 ο FTSE25 και στις 3.029,36 ο FTSEMIDCAP. Σε υποαπόδοση ο δείκτης των mid caps έναντι των τραπεζικών και των blue chips, discount που κρύβει τις υποτιμημένες αξίες από διάφορους κλάδους, τομείς δραστηριότητας στα μεσαία-χαμηλότερα στρώματα της αγοράς. Επίσης θυμίζω πως, η χρηματιστηριακή αξία των εταιρειών ήταν (4/2) κοντά στα €165 δισ., ενώ με χθεσινές τιμές κλεισίματος στα €153,8 δισ., άρα υφίσταται περιθώριο upgrade.

Ειδικότερα όμως, ο λόγος αφορά τις εξής κατηγορίες εισηγμένων: **κατά μείζονα λόγο εταιρείες που είναι στο monitoring διαχειριστών ξένων χαρτοφυλακίων**, οι οποίες περνούν κάτω από το... ραντάρ των χρηματιστηριακών αναλυτών. Πρόκειται για εταιρείες με συντελεστές (p/e, p/bv, e.t.c ) χαμηλότερους του μέσου όρου των blue chips, καθιστώντας τις (δυσνητικά) ελκυστικότερες. **Επίσης, αφορά εταιρείες με παραγωγή επαναλαμβανόμενων σταθερών ταμειακών ροών**, payout ratio για σειρά χρήσεων μεγαλύτερο του μέσου όρου της αγοράς

και απόδοση αρκετά μεγαλύτερη από το κουπόνι των εταιρικών ομολόγων.

Με γνώμονα τα παραπάνω, αξιόπιστος συγκριτικός δείκτης είναι αυτός που αποτυπώνει την τρέχουσα χρηματιστηριακή αξία συν καθαρό δανεισμό προς κέρδη EBITDA. **Enterprise value/EBITDA δείκτης που - κατά κανόνα - υποδηλώνει το πόσο φθηνό είναι (ή όχι) μία εταιρεία, με τις περισσότερες περιπτώσεις να συναντώνται πλέον στην κατηγορία €500 εκατ. (σε όρους αποτίμησης) και κλιμακωτά χαμηλότερα.**

Προφανώς σε βραχυ-μεσοπρόθεσμο ορίζοντα οι **εξελίξεις στο μέτωπο του Περσικού είναι αυτές που θα καθορίσουν τι είναι "φθηνό" - "ακριβό"** και τι μπορεί να γίνει "φθηνότερο" (δίχως ζήτηση), "ακριβότερο" (προς εξαγορά), πλην όμως υπάρχει ο γενικός κανόνας που θέλει τις εισηγμένες με μια περυσινή αθροιστική κερδοφορία κοντά στα €12 δισ. και με χρηματικές διανομές €6 δισ.

**Πρακτικά, διαμορφώνεται μέσος δείκτης P/E 12,5 και μέση μερισματική απόδοση γύρω στο 3,9%-4%, που μπορεί να λογιστούν ως μέτρα σύγκρισης για το fair value μίας εταιρείας.**

Αυτά για την ώρα, καθώς η περίπτωση της Alpha Trust είναι μόνον ενδεικτική μίας κατηγορίας εισηγμένων. Να δούμε πως θα εξελιχθεί η κατάσταση στον Περσικό, να έχουμε Καλό Πάσχα-Καλή Ανάσταση, και θα επανέλθουμε με συγκεκριμένα παραδείγματα.

**BNB**  
DAILY

BUSINESS IN BRIEF

**ΚΑΘΕ ΠΡΩΙ ΣΤΟ EMAIL ΣΑΣ!**

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

ΜΑΖΙ ΜΕ ΤΟ BNB DAILY:

BnBeauty

Γίνε  
συνδρομητής  
εδώ



• ΦΥΣΙΚΟ ΜΕΤΑΛΛΙΚΟ ΝΕΡΟ ΒΙΚΟΣ  
**ΥΠΟΣΤΗΡΙΖΕΙ ΤΟ WORLD CUP  
ΥΔΑΤΟΣΦΑΙΡΙΣΗΣ ΑΝΔΡΩΝ  
ΣΤΗΝ ΑΛΕΞΑΝΔΡΟΥΠΟΛΗ**

Το φυσικό μεταλλικό νερό ΒΙΚΟΣ δίνει το "παρών" στον Προκριματικό Όμιλο της DIVISION 1 του World Cup Ανδρών Υδατοσφαίρισης, που διεξάγεται στην Αλεξανδρούπολη από τις 6 έως τις 12 Απριλίου 2026, στο Δημοτικό Κολυμβητήριο "Δημοσθένης Μιχαλεντζάκης". Η διοργάνωση πραγματοποιείται από την Κολυμβητική Ομοσπονδία Ελλάδας, σε συνεργασία με τον Δήμο Αλεξανδρούπολης και την Περιφέρεια Ανατολικής Μακεδονίας και Θράκης, και συγκεντρώνει κορυφαίες ομάδες από όλο τον κόσμο. Η Εθνική Ομάδα Ανδρών διεκδικεί την πρόκρισή της στην τελική φάση του World Cup στο Σίδνεϊ, που θα διεξαχθεί από 20 έως 26 Ιουλίου.

"Η χορηγική παρουσία του ΒΙΚΟΣ στη διοργάνωση επιβεβαιώνει τη διαχρονική υποστήριξή του προς τον ελληνικό υγρό στίβο και την Εθνική Ομάδα,



ενισχύοντας αθλητικά γεγονότα υψηλού διεθνούς κύρους, όπου η προσπάθεια, η αριστεία και η εθνική εκπροσώπηση αποκτούν ιδιαίτερη σημασία", όπως αναφέρει η εταιρεία σε ανακοίνωσή της.

**SECRETRECIPE**

**Προς οριστική ματαίωση το επιχειρηματικό πάρκο στην Φυλή;**

**Χθες σας πληροφορήσαμε στο FNB Daily** για τον άγονο διαγωνισμό που αφορά το επιχειρηματικό πάρκο στην Φυλή. Σύμφωνα με πληροφορίες του FNB Daily, ο Δήμος Φυλής αξιώνει τις συγκεκριμένες απαιτήσεις ως bare minimum και αρνείται να μπει στην όποια διαπραγμάτευση για μείωση τους.

- €8,9 εκατ. με την υπογραφή παραχώρησης
- €2,5 εκατ. ως ενοίκιο και με ετήσια αναπροσαρμογή πληθωρισμού
- 6% επί του συνολικού τζίρου κάθε χρόνο από την στιγμή λειτουργίας

Μάλιστα, στο ενδεχόμενο όπου προκληθεί νέος διαγωνισμός, αφήνεται ορθάνοιχτο το ενδεχόμενο τα ποσά που ζητούνται να αυξηθούν ακόμα περισσότερο.

**Editorial**

**Σπέκουλα σε απόθεμα**

Την προηγούμενη εβδομάδα, έγραφα για την ανάγκη πολιτικού και media να μην καλλιεργούν πληθωριστικές προσδοκίες αυτή την περίοδο. Επαναλαμβάνω, όχι ότι δεν υπάρχουν ανατιμήσεις λόγω του πολέμου στην Μέση Ανατολή, αλλά καλό είναι να μην προεξοφλούμε καταστάσεις και να δημιουργούμε κλίμα ανησυχίας. Διότι, μπορεί οι τιμές των καυσίμων να έχουν αυξηθεί σημαντικά, όμως, μέχρι σήμερα, δεν έχουν καταγραφεί αυξήσεις στο κόστος των προϊόντων, που προμηθεύονται οι βιομηχανίες για τη δική τους παραγωγή. Ή, τουλάχιστον, στη συντριπτική πλειονότητα των περιπτώσεων.

Θυμίζω, μάλιστα, ότι στο κομμάτι των μεταφορών, που αφορά την ακτοπλοΐα, οι τιμές δεν έχουν αυξηθεί - όπως είχε συμβεί και πέρυσι, μετά από υπουργική παρέμβαση (ο αντίκτυπος, βέβαια, στα οικονομικά αποτελέσματα των εταιρειών του κλάδου είναι ένα άλλο θέμα, απολύτως σοβαρό, σε κάθε περίπτωση).

Την ίδια ώρα, στην αγορά διακινούνται σενάρια ανόδου της τιμής της βενζίνης στα €3 το λίτρο (!) προς τον Αύγουστο, εάν, λέει, συνεχιστούν οι εχθροπραξίες στο Ιράν και πέριξ αυτού.

Για ποιο λόγο;

Διότι δεν θα υπάρχει επαρκής ποσότητα καυσίμων στην αγορά.

Ακόμα ένα δείγμα σπέκουλας και καλλιέργειας πληθωριστικών προσδοκιών, που μόνο καλό δεν κάνει. Άλλωστε, όσοι διακινούν αυτά τα σενάρια, ξεχνούν - συνειδητά ή μη - ότι στη χώρα υπάρχουν στρατηγικά αποθέματα πετρελαίου.

Σύμφωνα με τα στοιχεία του Διεθνούς Οργανισμού Ενέργειας, η Ελλάδα τηρεί 28 εκατομμύρια βαρέλια σε στρατηγικά αποθέματα (Δεκέμβριος 2025). Υπολογίζοντας τη μέση ημερήσια κατανάλωση σε 340.000 βαρέλια, τα αποθέματα αυτά καλύπτουν τη χώρα για 82 ημέρες.

Κάνω λάθος;

Τόσο απλά.

Καλή Ανάσταση !

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