



Συνήθειες τόσο ελληνικές  
Στιγμές τόσο δικές μας

*Coca-Cola*



Coca-Cola  
Τρία Έψιλον

**τόσο δική μας**



# FNB SERVED DAILY.

Food for thought... every day!

ΤΟ ΚΑΘΗΜΕΡΙΝΟ ΨΗΦΙΑΚΟ  
NEWSLETTER ΓΙΑ ΤΟΝ ΚΛΑΔΟ  
ΤΡΟΦΙΜΩΝ & ΠΟΤΩΝ

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

ΔΕΥΤΕΡΑ 11 ΜΑΪΟΥ 2026  
ΤΕΥΧΟΣ 2321



## • ΜΑΚΒΕΛ-EURIMAC

Προς νέο ρεκόρ στους όγκους πωλήσεων  
- Τα λανσαρίσματα που έρχονται και η σοδειά  
- ρυθμιστής για την τιμολογιακή πολιτική



## • ALFA PASTRY

Εστίαση σε νέα προϊόντα, HoReCa και εξαγωγές  
- Η κίνηση στον Καναδά



## • LACTALIS HELLAS

Με επενδύσεις και εξαγωγές απαντά  
στις πιέσεις της αγοράς γάλακτος



## • "COCA-COLA. ΤΟΣΟ ΔΙΚΗ ΜΑΣ"

Όταν ένα παγκόσμιο brand,  
ζει σε κάθε μας στιγμή

## Editorial Μαραθώνιος

## Debrief Πλάτη

### Business Maker

- Το ράλι του Greek yogurt και τα σχέδια της Friesland στην Πάτρα
- Το νέο κατάστημα της METRO στην Κύπρο και το μήνυμα Παντελιάδη

### SecretRecipe

Οι λιανέμποροι (επαν-) εκλέγουν το νέο ΔΣ της ΕΣΕ

### Business Insight

Πώς μία εξαγορά και μία συμφωνία δημιουργούν (δυσνητικό) μέγεθος €17 δις.

• **“COCA-COLA. ΤΟΣΟ ΔΙΚΗ ΜΑΣ”**  
**ΟΤΑΝ ΕΝΑ ΠΑΓΚΟΣΜΙΟ BRAND, ΖΕΙ ΣΕ ΚΑΘΕ ΜΑΣ ΣΤΙΓΜΗ**

Η Coca-Cola στην Ελλάδα λανσάρει νέα τηλεοπτική καμπάνια με τίτλο **“Coca-Cola. Τόσο δική μας”**, η οποία έρχεται να αναδείξει τη βαθιά, διαχρονική σύνδεση της μάρκας με την ελληνική καθημερινότητα και να υπενθυμίσει πως το στοιχείο που τελικά κάνει ένα παγκόσμιο brand αληθινά δικό μας είναι οι άνθρωποι που το κάνουν μέρος της ζωής τους.

**ΠΡΟΣΩΠΑ ΚΑΙ ΙΣΤΟΡΙΕΣ**

Πίσω από κάθε Coca-Cola υπάρχουν πρόσωπα και ιστορίες. Είναι η **Κατερίνα**, Προϊσταμένη Ελέγχου ποιότητας στο Εργοστάσιο Σχηματαρίου, που φροντίζει καθημερινά ώστε να απολαμβάνουμε αυθεντικές γεύσεις με υψηλή ποιότητα.

Η **Κωνσταντίνα**, στο μίνι μάρκετ της γειτονιάς, που μας καλημερίζει με το χαμόγελο και ξέρει τι θα ζητήσουμε πριν καν το πούμε.

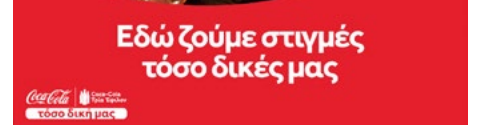
Ο **Κώστας**, στο περίπτερο της γωνίας, που μας γνωρίζει με το μικρό μας όνομα και ο **Αλέξανδρος**, ιδιοκτήτης εστιατορίου, που μετατρέπει κάθε γεύμα γύρω από ένα τραπέζι με φίλους στην πιο ζεστή ανάμνηση.



Αυτοί είναι οι άνθρωποι που δίνουν ζωή στις πιο αυθεντικές στιγμές που μοιραζόμαστε.

**“ΟΙ ΔΙΚΟΙ ΜΑΣ ΑΝΘΡΩΠΟΙ”**

Αυτοί οι άνθρωποι — οι “δικοί μας” άνθρωποι — είναι οι πρωταγωνιστές της νέας καμπάνιας με τίτλο **“Coca-Cola – Τόσο δική μας”**, η οποία θα υποστηριχθεί σταδιακά από τον Μάιο έως τον Ιούλιο, με τηλεοπτικό σποτ, digital και out of home επικοινωνία, φωτίζοντας αυθεντικές στιγμές που συμβαίνουν καθημερινά γύρω μας και φέρνοντας στο προσκήνιο τους ανθρώπους που τις κάνουν ξεχωριστές. Με την καμπάνια **“Coca-Cola. Τόσο δική μας”**, η Coca-Cola επιβεβαιώνει κάτι απλό και αληθινό: Δεν είναι απλώς



μέρος της ελληνικής καθημερινότητας — είναι συνοδοιπόρος σε κάθε στιγμή που ζούμε μαζί.



• REZOS BRANDS

## ΟΙ ΔΥΟ ΝΕΕΣ ΠΡΟΣΘΗΚΕΣ ΣΤΟ ΠΡΟΪΟΝΤΙΚΟ PORTFOLIO - ΤΑ ΣΕΝΑΡΙΟ ΓΙΑ ΤΟ ΠΡΩΗΝ ΕΡΓΟΣΤΑΣΙΟ ΤΗΣ FRIGOGLASS

Να κρατήσει τον τζίρο της στα επίπεδα των δύο τελευταίων ετών θέτει ως στόχο για τη φετινή χρονιά η Rezos Brands, συνεχίζοντας παράλληλα να εμπλουτίζει το προϊοντικό της χαρτοφυλάκιο.

Το α' τετράμηνο κινήθηκε πράγματι σε αυτό το μοτίβο, όπως σημειώνει στο Fnb Daily ο Εμπορικός Διευθυντής της εταιρείας, Σοφοκλής Βαρβαρήγος, ωστόσο το μεγάλο στοιχείο έχει να κάνει με τη θερινή σεζόν που ξεκινάει.

"Αναμένουμε να δούμε πώς και σε ποιο βαθμό θα επηρεαστεί από τις εμπορικές επιπτώσεις του πολέμου στην Μέση Ανατολή, τις ανατιμήσεις και το διαθέσιμο εισόδημα των τουριστών", εξηγεί ο κ. Βαρβαρήγος.

Με την τουριστική σεζόν κουμπώνει η Vodka Cruiser, ένα νέο RTD (Ready to Drink) ποτό που εισάγει η Rezos Brands από την Αυστραλία ενώ στο κωδικολόγιο θα προστεθεί και το Queen's Basil Seeds, μη ανθρακούχο αναψυκτικό με σπόρους βασιλικού σε τζελ καρύδας η διάθεση του οποίου ξεκινάει το αμέσως επόμενο διάστημα.

"Πέρα από το να κρατήσουμε τα νούμερά μας, θέλουμε φέτος να αναπτύξουμε ακόμα περισσότερο κάποιες συγκεκριμένες κατηγορίες, όπως τα πατατάκια της Tyrrell's, τους χυμούς cranberry της Ocean Spreay, τα σιρόπια Teisseire και την... νεοαφιχθείσα Vodka Cruiser", υπογραμμίζει ο κ. Βαρβαρήγος.

### ΜΙΚΡΗ ΠΤΩΣΗ ΣΤΟ ΤΖΙΡΟ, ΕΚΤΙΝΑΞΗ ΚΕΡΔΩΝ

Το 2025 έκλεισε για την εταιρεία με μικρή μείωση, 1,6%, στον κύκλο εργασιών και αντίστοιχη υποχώρηση του μικτού κέρδους ωστόσο η προ φόρων κερδοφορία σχεδόν δεκαπλασιάστηκε έναντι του 2024, κάτι που, σύμφωνα με τις οικονομικές καταστάσεις, "οφείλεται κυρίως στα κέρδη από επιμέτρηση επενδυτικού ακινήτου στην εύλογη αξία". Εξάλλου, μειωμένος κατά 3% ήταν ο συνολικός δανεισμός που στο τέλος του 2025 διαμορφωνόταν σε €11,294 εκατ. Αξίζει εδώ να



σημειωθεί ότι το 70% του τζίρου της Rezos Brands προέρχεται από το κανάλι του retail ενώ το υπόλοιπο 30% από το HoReCa.

#### DATA (σε €χιλ.)

##### Κύκλος Εργασιών

2025: 12.280

2024: 12.477

2023: 12.263

##### Μικτό κέρδος

2025: 3.203

2024: 3.256

2023: 2.821

##### EBIT

2025: 3.641

2024: 1.032

2023: 876

##### Κέρδη προ φόρων

2025: 4.105

2024: 359

2023: 349

### ΤΟ PROJECT ΜΕ ΤΑ ΑΠΟΞΗΡΑΜΕΝΑ ΦΡΟΥΤΟΛΑΧΑΝΙΚΑ

Στο μεταξύ, σε δεύτερο πλάνο περνάει για την ώρα επένδυση ύψους €10 εκατ. για την παραγωγή αποξηραμένων και ωσμωτικών φρούτων και λαχανικών. [Όπως είχε γράψει σε σχετικό ρεπορτάζ το Fnb Daily](#), το έργο που είχε οραματιστεί ο Αντώνης Ρέζος- ο οποίος απεβίωσε πέρυσι- ξεκίνησε να υλοποιείται στην Σερβία όπου μέσω θυγατρικής, σε συνεργασία με Σέρβους που διέθεταν τη σχετική τεχνογνωσία, δημιουργήθηκε εργοστάσιο αποξήρανσης και ώσμωσης φρουτολαχανικών.

Το πλάνο περιλάμβανε τη δημιουργία και μιας δεύτερης μονάδας επί ελληνικού εδάφους όπου η έμφαση θα δινόταν περισσότερο στην ώσμωση και λιγότερο στην αποξήρανση. Για τον σκοπό αυτό άλλωστε αποκτήθηκε το ανενεργό εδώ και αρκετά χρόνια εργοστάσιο της Frigoglass στην Πάτρα.

Όπως πληροφορείται το Fnb Daily, η καθυστέρηση στην υλοποίηση δεν σημαίνει ότι το project έχει εγκαταλειφθεί αλλά επανεξετάζεται εν μέσω και των προκλήσεων στο ευρύτερο οικονομικό περιβάλλον.

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



### • ΜΑΣΟΥΤΗΣ MASOUTIS AI CHEF: ΔΙΑΚΡΙΣΗ ΓΙΑ AI ΚΑΜΠΑΝΙΑ ΠΡΟΣΩΠΟΠΟΙΗΜΕΝΩΝ ΑΓΟΡΩΝ

Με Χρυσό Βραβείο διακρίθηκαν η Διαμαντής Μασούτης και η BGM OMD στα AI in Marketing Awards 2026, για την καμπάνια "Masoutis AI Chef", στην κατηγορία Best Use of AI for Engagement & Interaction της ενότητας Best AI-Driven Campaigns per Marketing Objective.

Η καμπάνια αξιοποίησε τεχνολογίες Τεχνητής Νοημοσύνης με στόχο τη δημιουργία μιας πιο προσωποποιημένης και διαδραστικής εμπειρίας για τους καταναλωτές. Μέσω ενός AI-powered interactive display banner, οι χρήστες μπορούσαν να εισάγουν τα διαθέσιμα υλικά τους και να λαμβάνουν σε πραγματικό χρόνο προτεινόμενες συνταγές, συνδεδεμένες με shoppable καλάθια αγορών στο ηλεκτρονικό κατάστημα της εταιρείας.

### PROGRAMMATIC DISPLAY

Σύμφωνα με τις εταιρείες, η συγκεκριμένη εφαρμογή επαναπροσδιόρισε τη χρήση του programmatic display, ενισχύοντας το engagement των χρηστών και συνδέοντας την εμπειρία περιεχομένου με την online αγοραστική διαδικασία.

Παράλληλα, η καμπάνια αξιολογήθηκε θετικά για τη χρήση της τεχνητής νοημοσύνης ως εργαλείου βελτίωσης της αγοραστικής εμπειρίας και ενίσχυσης της εμπορικής αποτελεσματικότητας.

### ΕΜΦΑΣΗ ΣΕ ΚΑΙΝΟΤΟΜΙΑ ΚΑΙ ΣΥΝΕΡΓΑΣΙΑ

Η διάκριση, σύμφωνα με τη Διαμαντής Μασούτης, αντανακλά τη στρατηγική επένδυση της εταιρείας σε τεχνολογικές εφαρμογές που στοχεύουν στη δημιουργία προστιθέμενης αξίας για τον καταναλωτή, ενώ παράλληλα αναδεικνύει τη συνεργασία με τη BGM OMD.

• ANUGA SELECT CHINA 2026

## Η ΚΙΝΑ ΣΤΟ ΕΠΙΚΕΝΤΡΟ ΤΗΣ ΠΑΓΚΟΣΜΙΑΣ ΒΙΟΜΗΧΑΝΙΑΣ ΤΡΟΦΙΜΩΝ ΚΑΙ ΠΟΤΩΝ

Η πέμπτη διοργάνωση της Anuga Select China ολοκληρώθηκε επίσημα στις 29 Απριλίου στο Shenzhen Convention & Exhibition Center (Futian), επιβεβαιώνοντας τη θέση της ως μία από τις κορυφαίες ετήσιες εμπορικές πλατφόρμες για τη διεθνή βιομηχανία τροφίμων και ποτών.

Η έκθεση διοργανώθηκε από την Koelnmesse, το China Chamber of Commerce of I/E of Foodstuffs, Native Produce and Animal By-Products και το Shenzhen Retail Business Association, προσελκύοντας ισχυρή διεθνή συμμετοχή και καταγράφοντας ρεκόρ επιχειρηματικών συναντήσεων. Η διοργάνωση υποδέχθηκε 10.732 μοναδικούς επαγγελματίες επισκέπτες, αγοραστές, στελέχη της αγοράς και decision-makers από 69 χώρες και περιοχές. Ο Michiel Kruse, Managing Director της Koelnmesse (Beijing) δήλωσε: "Η Anuga Select China απέδειξε ότι αποτελεί πραγματικό σημείο συνάντησης της παγκόσμιας κοινότητας τροφίμων και ποτών — εκεί όπου η διεθνής τεχνογνωσία συναντά τις πραγματικές ανάγκες της τοπικής αγοράς και όπου δημιουργούνται νέες επιχειρηματικές συνεργασίες. Η δυναμική και η συμμετοχή που είδαμε φέτος επιβεβαιώνουν ότι η Νότια Κίνα, και ειδικότερα η Greater Bay Area, αποτελεί κρίσιμη πύλη ανάπτυξης για τον κλάδο F&B".

### ΙΣΧΥΡΗ ΔΙΕΘΝΗΣ ΣΥΜΜΕΤΟΧΗ

Η φετινή διοργάνωση συγκέντρωσε 628 premium εκθέτες από 32 χώρες και περιοχές, καλύπτοντας ολόκληρη την αλυσίδα αξίας τροφίμων και ποτών - από τις πρώτες ύλες έως την τελική καταναλωτική εμπειρία.

Η έκθεση ενίσχυσε σημαντικά τη διεθνή της παρουσία, φιλοξενώντας εθνικά και περιφερειακά περίπτερα από την Ακτή Ελεφαντοστού, την Ευρωπαϊκή Ένωση, το Εκουαδόρ, την Γερμανία, την Ιταλία, τη Μαλαισία, την Ολλανδία, την Πολωνία, τη Νότια Κορέα, την Τουρκία, το Ηνωμένο Βασίλειο, την Ουρουγουάη και την Ταϊλάνδη.

Μεταξύ των σημαντικών συμμετοχών ξεχώρισαν το National Meat Institute of Uruguay, το Chamber of Commerce of Ecuador, το Korean Ginseng Growers Association of Geumsan, το εθνικό brand γάλακτος σόγιας της Ταϊλάνδης Lactosoy και η γερμανική premium μάρκα ελαιολάδου Brändle.

Η έντονη διεθνής συμμετοχή αντανακλά τη διατηρούμενη εμπιστοσύνη των παγκόσμιων επιχειρήσεων τροφίμων και ποτών στην κινεζική αγορά. Παρά τις διεθνείς οικονομικές προκλή-

σεις, οι διεθνείς παίκτες του κλάδου θεωρούν την Κίνα στρατηγική προτεραιότητα.

Πολλοί εκθέτες αξιοποίησαν την Anuga Select China στο Shenzhen για να επεκτείνουν τη διανομή τους μέσω omnichannel στρατηγικών στο δυναμικά εξελισσόμενο κινεζικό καταναλωτικό περιβάλλον.

### ΔΥΝΑΜΙΚΗ ΠΑΡΟΥΣΙΑ ΤΩΝ ΚΙΝΕΖΩΝ

Ιδιαίτερα ισχυρή ήταν και η εγχώρια συμμετοχή, με περισσότερες από 150 επιχειρήσεις από τις επαρχίες Jiangxi, Hunan, Shaanxi, Liaoning, Jilin, Ningxia και Zhejiang, καθώς και από το China State Farm, να παρουσιάζουν τοπικές σπεσιαλιτέ και καινοτομίες τοπικών brands.

Κορυφαίες εταιρείες όπως οι YANGQI, U100 και HUANGJI παρουσίασαν νέα προϊόντα και τάσεις της αγοράς, προσφέροντας στους αγοραστές ολοκληρωμένη εικόνα τόσο της διεθνούς όσο και της εγχώριας αγοράς τροφίμων και ποτών.

Η έντονη παρουσία των κινεζικών περιφερειακών περιπτερών αντανακλά την ανανεωμένη δυναμική και αυτοπεποίθηση της εγχώριας αγοράς, καθώς οι τοπικοί παραγωγοί μετακινούνται από τις παραδοσιακές εξαγωγές εμπορευμάτων προς επώνυμα προϊόντα υψηλής προστιθέμενης αξίας, με έμφαση στην ποιότητα και την τοπική ταυτότητα.

### ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΑ ΚΑΙ ΚΑΙΝΟΤΟΜΙΑ

Ιδιαίτερο ενδιαφέρον συγκέντρωσε η αναβαθμισμένη ενότητα Anuga Select China FoodTec Showcase, η οποία επικεντρώθηκε στην καινοτομία παραγωγής, τη βιώσιμη επεξεργασία, τις έξυπνες συσκευασίες και τη βελτιστοποίηση της εφοδιαστικής αλυσίδας.

Κορυφαίοι πάροχοι τεχνολογίας όπως οι Bigtem, Matcon, Quadro και Starick παρουσίασαν ολοκληρωμένες λύσεις που καλύπτουν την παραγωγή, τη συσκευασία, την ασφάλεια τροφίμων και τον ψηφιακό αυτοματισμό, ενισχύοντας τη μετάβαση του κλάδου προς πιο πράσινες και αποδοτικές λειτουργίες.

### FORUMS

Παράλληλα με την έκθεση, η Anuga Select China 2026 φιλοξένησε πλούσιο πρόγραμμα παράλληλων εκδηλώσεων:

- Innova X ACH 2026 Food & Beverage Trend Innovation Pioneer Award, που βράβευσε 14 πρωτοποριακά προϊόντα και concepts



- Chocolate Salon China, σημείο συνάντησης για επαγγελματίες σοκολάτας και ζαχαροπλαστικής
  - 5th Global Food Retail Market Trends Forum, με αναλύσεις για τις νέες καταναλωτικές τάσεις και τις στρατηγικές λιανεμπορίου
  - 3rd Fermented Food and Nutrition Health Forum, με έμφαση στα λειτουργικά συστατικά και τις τεχνολογίες ζύμωσης
- Συνολικά, 38 ειδικοί του κλάδου συμμετείχαν στα forums, προσελκύοντας περισσότερους από 500 επαγγελματίες επισκέπτες.

### ΓΑΣΤΡΟΝΟΜΙΑ

Ιδιαίτερα μεγάλη απήχηση είχε και ο γαστρονομικός διαγωνισμός Taste the Seasons – East-West Culinary Challenge, ο οποίος ανέδειξε δημιουργικές εφαρμογές εποχικών υλικών μέσα από διαπολιτισμικές γαστρονομικές προσεγγίσεις.

Αντίστοιχα, το Foodie Space συγκέντρωσε το ενδιαφέρον των επισκεπτών μέσω live cooking και tasting sessions, με ειδικές παρουσιάσεις όπως:

- UK Premium Pork Exclusive
- Irresistible Europe: Live Cooking & Tasting
- Uruguayan Beef Exclusive

Οι παρουσιάσεις προσέφεραν στους αγοραστές τη δυνατότητα να γνωρίσουν αυθεντικά διεθνή προϊόντα και πρακτικές εφαρμογές τους στην αγορά.

### ΣΤΟΧΕΥΜΕΝΕΣ ΣΥΝΑΝΤΗΣΕΙΣ

Για τη μεγιστοποίηση της εμπορικής αποτελεσματικότητας, η διοργάνωση συνεργάστηκε με βασικούς φορείς, εμπορικά media και επαγγελματικούς οργανισμούς από Guangzhou, Dongguan, Zhuhai, Shenzhen, Hong Kong και Macao. Ως αποτέλεσμα, 183 επιλεγμένοι αγοραστές συμμετείχαν σε στοχευμένες επιχειρηματικές συναντήσεις.

Μέσω προκαθορισμένων B2B επαφών και εξατομικευμένων sourcing sessions, πραγματοποιήθηκαν έξι θεματικές συναντήσεις matchmaking που κάλυψαν το λιανεμπόριο, το ηλεκτρονικό εμπόριο, τις εισαγωγές και διανομές, το community group buying και την εστίαση.

• SUPER MARKETS (ΙΕΛΚΑ)

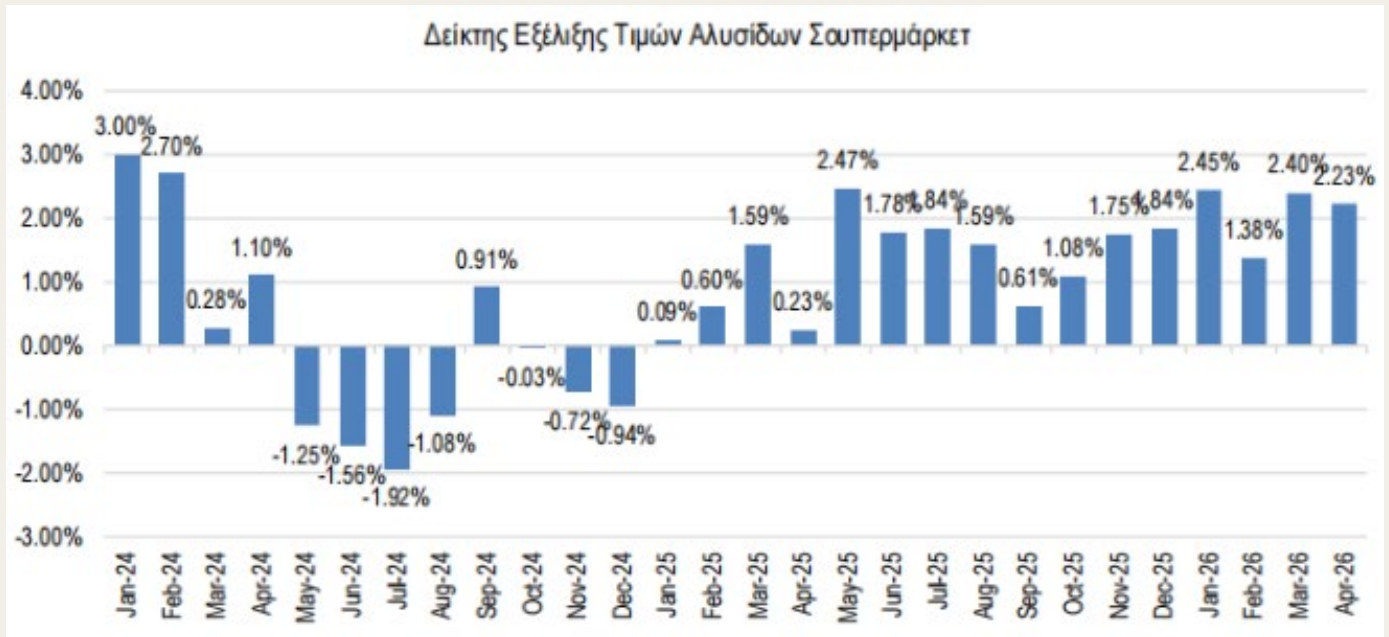
## ΠΛΗΘΩΡΙΣΜΟΣ 2,23% ΤΟΝ ΑΠΡΙΛΙΟ - ΠΡΩΤΑΘΛΗΤΕΣ ΑΝΑΤΙΜΗΣΕΩΝ ΦΡΟΥΤΑ ΚΑΙ ΛΑΧΑΝΙΚΑ

Στο 2,23% διαμορφώθηκε ο πληθωρισμός στα super markets τον Απρίλιο σύμφωνα με την έρευνα του ΙΕΛΚΑ,

με το ήμισυ της πληθωριστικής πίεσης να οφείλεται στην κατηγορία των νωπών φρούτων και λαχανικών, η οποία

το τελευταίο δίμηνο επηρεάζεται από τις κακές καιρικές συνθήκες και την εποχικότητα.

Οι υπόλοιπες κατηγορίες παρουσιάζουν, συγκριτικά, πολύ μικρές διακυμάνσεις.



### ΑΥΞΗΣΕΙΣ

Πιο αναλυτικά, οι μεγαλύτερες αυξήσεις καταγράφηκαν στις κατηγορίες:

- Φρέσκα φρούτα και λαχανικά: +11,96%
- Βρεφικές και παιδικές τροφές: +7,43%
- Αλλαντικά: +7,11%
- Φρέσκα Κρέατα: +5,57%
- Φρέσκα Ψάρια και θαλασσινά: +4,19%

Όπως αναφέρεται στην έρευνα, οι αυξήσεις στα φρέσκα φρούτα και λαχανικά αποδίδονται κυρίως στις καιρικές συνθήκες του Ιανουαρίου και του Απριλίου, με τις αυξημένες βροχοπτώσεις, χαμηλές θερμοκρασίες και τα πλημμυρικά φαινόμενα να επηρεάζουν τα προϊόντα.

Σε σχέση με τις αυξήσεις στα φρέσκα κρέατα και στα αλλαντικά, πρόκειται για εξέλιξη η οποία οφείλεται πρώτον στις αυξήσεις των διεθνών τιμών στα εισαγόμενα είδη και ειδικά στο μοσχάρι λόγω της μείωσης του ζωικού κεφαλαίου - σημειώνεται ότι η πλειοψηφία του μοσχαριού και χοιρινού που καταναλώνεται στην Ελλάδα είναι εισαγωγής - και δεύτερον στις ασθένει-



ες ζώων που έπληξαν πολλές περιοχές εκτροφής στην Ελλάδα και ειδικά τα αμνοερίφια.

### ΜΕΙΩΣΕΙΣ

Από την άλλη πλευρά, οι μεγαλύτερες μειώσεις τιμών σημειώθηκαν στις κατηγορίες:

- Είδη μίας χρήσης, οικιακά και είδη πάρτυ: -3,08%

- Κατεψυγμένα: -2,73%
  - Αυγά, βούτυρα, ζωμοί: -1,78%
  - Ζύμες νωπές και κατεψυγμένες: -1,37%
  - Τροφές και είδη για κατοικίδια: -1,32%
- Σύμφωνα με το ΙΕΛΚΑ, οι μειώσεις που καταγράφονται είναι αποτέλεσμα της ολοκλήρωσης της αγοράς και της μείωσης στις τιμές παραγωγού σε ορισμένα προϊόντα.

ΕΙΔΗ ΜΙΑΣ ΧΡΗΣΗΣ, ΟΙΚΙΑΚΑ & ΕΙΔΗ ΠΑΡΤΥ	-3.08%
ΚΑΤΕΨΥΓΜΕΝΑ	-2.73%
ΑΥΓΑ, ΒΟΥΤΥΡΑ & ΖΩΜΟΙ	-1.78%
ΖΥΜΕΣ ΝΩΠΕΣ & ΚΑΤΕΨΥΓΜΕΝΕΣ	-1.37%
ΤΡΟΦΕΣ & ΕΙΔΗ ΓΙΑ ΚΑΤΟΙΚΙΔΙΑ	-1.32%
ΑΠΟΡΡΥΠΑΝΤΙΚΑ & ΕΙΔΗ ΚΑΘΑΡΙΣΜΟΥ	-1.25%
ΧΑΡΤΙΚΑ, ΚΑΛΛΥΝΤΙΚΑ & ΕΙΔΗ ΠΡΟΣΩΠΙΚΗΣ ΥΓΙΕΙΝΗΣ	-0.74%
ΑΛΚΟΟΛΟΥΧΑ ΠΟΤΑ	-0.62%
ΤΡΟΦΙΜΑ ΠΑΝΤΟΠΩΛΕΙΟΥ	-0.51%
ΤΥΡΟΚΟΜΙΚΑ	0.57%
ΕΙΔΗ ΑΡΤΟΠΩΛΕΙΟΥ & ΖΑΧΑΡΟΠΛΑΣΤΕΙΟΥ	1.57%
ΜΠΙΣΚΟΤΑ, ΣΟΚΟΛΑΤΕΣ & ΖΑΧΑΡΩΔΗ	1.70%
ΓΑΛΑΚΤΟΚΟΜΙΚΑ & ΧΥΜΟΙ ΨΥΓΕΙΟΥ	2.86%
ΝΕΡΑ, ΑΝΑΨΥΚΤΙΚΑ & ΧΥΜΟΙ	3.01%
ΟΡΕΚΤΙΚΑ, ΑΛΙΠΑΣΤΑ ΚΑΙ ΑΛΛΑ ΣΕΡΒΙΡΙΖΟΜΕΝΑ ΕΙΔΗ	3.20%
ΕΤΟΙΜΑ ΓΕΥΜΑΤΑ	3.36%
ΕΙΔΗ ΠΡΩΙΝΟΥ & ΡΟΦΗΜΑΤΑ	3.56%
ΞΗΡΟΙ ΚΑΡΠΟΙ & ΣΝΑΚ	4.00%
ΦΡΕΣΚΑ ΨΑΡΙΑ & ΘΑΛΑΣΣΙΝΑ	4.19%
ΦΡΕΣΚΑ ΚΡΕΑΤΑ	5.57%
ΑΛΛΑΝΤΙΚΑ	7.11%
ΒΡΕΦΙΚΕΣ & ΠΑΙΔΙΚΕΣ ΤΡΟΦΕΣ	7.43%
ΦΡΕΣΚΑ ΦΡΟΥΤΑ & ΛΑΧΑΝΙΚΑ	11.96%

### ΣΤΟ 5,4% Ο ΔΕΙΚΤΗΣ ΤΙΜΩΝ ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΗ

Συνολικά ο πληθωρισμός στη χώρα μας, σύμφωνα με τα στοιχεία της ΕΛΣΤΑΤ, δι-αμορφώθηκε τον Απρίλιο στο 5,4%, λόγω των μεγάλων αυξήσεων σε τρόφιμα και ενέργεια.

Από τα τρόφιμα οι μεγαλύτερες αυξήσεις καταγράφηκαν σε:

- μοσχάρι: 19,2%
- αρνί & κασίκι: 13,3%
- μαργαρίνη & άλλα φυτικά λίπη: 11,6%
- καφές: 7,9%
- φρούτα: 7,5%
- λαχανικά: 7,1%
- σοκολάτες: 7,0%

Μέρος της αύξησης στην κατηγορία των τροφίμων αντισταθμίστηκε από την πτώ-

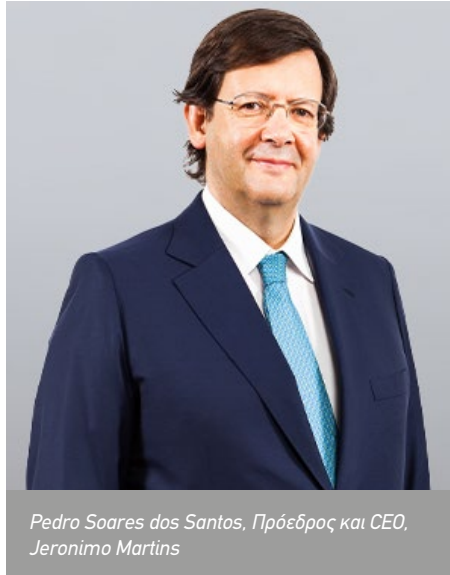
ση των τιμών κατά 17,9% στο ελαιόλαδο. Στον τομέα της ενέργειας υπήρξαν μεγάλες διψήφιες αυξήσεις σε:

- πετρέλαιο θέρμανσης: 53,2%
- φυσικό αέριο: 19,3%
- ηλεκτρισμό: 14,0%

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

• **JERONIMO MARTINS**  
**ΠΤΩΣΗ**  
**ΚΕΡΔΟΦΟΡΙΑΣ**  
**ΠΑΡΑ ΤΙΣ**  
**ΥΨΗΛΟΤΕΡΕΣ**  
**ΠΩΛΗΣΕΙΣ ΣΤΟ Α'**  
**ΤΡΙΜΗΝΟ**

Η πορτογαλική λιανεμπορική εταιρεία Jerónimo Martins κατέγραψε μείωση στα καθαρά κέρδη του α' τριμήνου, εξέλιξη που αποδίδεται στις επιπτώσεις από τόκους και συναλλαγματικές διακυμάνσεις που συνδέονται με την κεφαλαιοποίηση μισθώσεων, παρά το γεγονός ότι οι καθαρές πωλήσεις αυξήθηκαν κατά συμπεριλαμβανομένης ανάπτυξης 3,6% στη βασική της αγορά, την Πολωνία.



Pedro Soares dos Santos, Πρόεδρος και CEO, Jeronimo Martins

αλυσίδας λιανικής τροφίμων στη χώρα, αυξήθηκε στο 7,8% από 7,7%.

**Ο ΡΟΛΟΣ ΤΩΝ ΓΕΩΠΟΛΙΤΙΚΩΝ**  
**ΕΞΕΛΙΞΕΩΝ**

Η εταιρεία ανέφερε ότι γεωπολιτικά γεγονότα, όπως ο πόλεμος στο Ιράν, οδήγησαν σε αύξηση του κόστους, ιδιαίτερα στα καύσιμα, ενώ οι καταναλωτές παρέμειναν επιφυλακτικοί στις δαπάνες για τρόφιμα, συνεχίζοντας να προτιμούν χαμηλές τιμές και προσφορές.

Παρ' όλα αυτά, επανέλαβε τις προβλέψεις της για το 2026.

**ΑΝΘΕΚΤΙΚΑ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ**

Αναλυτές της Bernstein χαρακτήρισαν τα αποτελέσματα "αρκετά ανθεκτικά μέσα σε ένα δύσκολο και ιδιαίτερα ανταγωνιστικό περιβάλλον", προσθέτοντας ότι αποδεικνύουν τη δυναμική των εμπορικών σημάτων και τη θέση της Jerónimo Martins στις αγορές όπου δραστηριοποιείται. Η εικόνα ανά θυγατρική διαμορφώθηκε ως εξής:

- Η πορτογαλική, Pingo Doce, κατέγραψε αύξηση πωλήσεων κατά 7,5%, στα €1,3 δισ., ενώ οι συγκρίσιμες πωλήσεις ενισχύθηκαν κατά 5,7%, καθώς η αλυσίδα ωφελήθηκε από το πρώιμο Πάσχα σε σύγκριση με το 2025
- Η αλυσίδα cash-and-carry, Recheio, κατέγραψε αύξηση πωλήσεων 3,3%, στα €312 εκατ., σε μια ασταθή αγορά
- Η πολωνική αλυσίδα προϊόντων υγείας και ομορφιάς, Hebe, σημείωσε αύξηση πωλήσεων κατά 1,6%, στα €148 εκατ., ενώ το EBITDA του τριμήνου αυξήθηκε στα €10 εκατ. από €3 εκατ. το α' τρίμηνο του 2025
- Η κολομβιανή αλυσίδα, Ara, κατέγραψε πωλήσεις ύψους €959 εκατ. το τρίμηνο, σημειώνοντας αύξηση 23,6% σε σύγκριση με το α' τρίμηνο του 2025

**DATA Α' τρίμηνο (σε €)**

Πωλήσεις: 8,9 δισ. (+6,3%)

EBITDA: 572 εκατ. (+8,4%)

Καθαρά κέρδη: 119 εκατ. (-6,8%)

Το περιθώριο κερδοφορίας της πολωνικής θυγατρικής Biedronka, της μεγαλύτερης

POWERED BY **FN|USA.**

• **AMAZON**  
**ΝΕΑ ΥΠΗΡΕΣΙΑ DELIVERY ΤΡΟΦΙΜΩΝ**  
**ΓΙΑ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ ΣΤΙΣ ΗΠΑ**

Η Amazon λάνσαρε υπηρεσία διανομής τροφίμων και ειδών παντοπωλείου για εταιρικούς πελάτες στις ΗΠΑ.

Σε περισσότερες από 2.300 πόλεις, επιχειρήσεις μπορούν πλέον να παραγγέλνουν online είδη παντοπωλείου μέσω της ιστοσελίδας της Amazon.

Η Amazon ανέφερε ότι η νέα υπηρεσία βασίζεται στην επιτυχημένη ανάπτυξη της υπηρεσίας online grocery delivery που ήδη προσφέρει στους καταναλωτές.

**ΔΙΕΥΡΥΜΕΝΗ ΠΡΟΣΦΟΡΑ**  
**ΓΙΑ ΕΤΑΙΡΙΚΟΥΣ ΠΕΛΑΤΕΣ**

Οι επιχειρήσεις μπορούν να παραγγέλνουν τρόφιμα και είδη παντοπωλείου μαζί με γραφική ύλη και λειτουργικά εφόδια, μέσα από μία ενιαία παραγγελία.

Η υπηρεσία απευθύνεται σε ένα ευρύ φάσμα οργανισμών, όπως γραφεία, σχολεία, γυμναστήρια και κομμωτήρια.

Η γκάμα προϊόντων περιλαμβάνει εθνικά και περιφερειακά brands, καθώς και βιολογικά και φυσικά προϊόντα, σε κατηγορίες όπως γαλακτοκομικά, φρέσκα προϊόντα, είδη αρτοποιίας και κατεψυγμένα τρόφιμα.

**ΠΑΡΑΔΟΣΗ ΑΥΘΗΜΕΡΟΝ**

Οι επιχειρήσεις που συμμετέχουν στο πρόγραμμα συνδρομής Amazon Prime μπορούν να έχουν πρόσβαση σε δωρεάν αυθημερόν παράδοση για παραγγελίες άνω των \$25 σε επιλεγμένες περιοχές.

Για παραγγελίες κάτω από το συγκεκριμένο όριο, τα μέλη Prime μπορούν να επιλέξουν αυθημερόν παράδοση με χρέωση



\$2,99, ενώ οι μη συνδρομητές μπορούν να χρησιμοποιήσουν την υπηρεσία με κόστος \$12,99.

Παράλληλα, οι πελάτες μπορούν να επιλέγουν προτιμώμενη χρονική ζώνη παράδοσης, ώστε να διασφαλίζεται η παραλαβή των φρέσκων προϊόντων εντός του ωραρίου λειτουργίας τους.

Η Amazon σημείωσε ότι το δίκτυο διανομής της, το οποίο διαθέτει ελεγχόμενες θερμοκρασίες, υποστηρίζει τη σωστή διαχείριση των προϊόντων και τον ποιοτικό έλεγχο κατά τη μεταφορά και παράδοση.

• **LACTALIS HELLAS**

## ΜΕ ΕΠΕΝΔΥΣΕΙΣ ΚΑΙ ΕΞΑΓΩΓΕΣ ΑΠΑΝΤΑ ΣΤΙΣ ΠΙΕΣΕΙΣ ΤΗΣ ΑΓΟΡΑΣ ΓΑΛΑΚΤΟΣ

Με επενδυτικό πρόγραμμα που ξεπερνά τα €2 εκατ. για το 2026 και σταθερή εξαγωγική δραστηριότητα, η Lactalis Hellas συνεχίζει την αναπτυξιακή της πορεία σε ένα ιδιαίτερα απαιτητικό περιβάλλον για τον κλάδο της γαλακτοβιομηχανίας και ειδικότερα της φέτας.

Η εταιρεία υλοποιεί φέτος επενδύσεις που αφορούν κυρίως αναβαθμίσεις υφιστάμενων εγκαταστάσεων, καθώς και επεκτάσεις υποδομών που σχετίζονται με τη λειτουργική της υποστήριξη. Το βασικότερο έργο της τρέχουσας περιόδου αφορά την επέκταση αποθηκευτικών χώρων για υλικά συσκευασίας, επένδυση ύψους περίπου €600 χιλ., η οποία βρίσκεται ήδη σε εξέλιξη και αναμένεται να ολοκληρωθεί έως τα τέλη Ιουνίου.

Σύμφωνα με την εταιρεία, δεν περιλαμβάνονται αυτή τη στιγμή μεγάλες παραγωγικές επενδύσεις ή νέα εργοστάσια, καθώς το μεγαλύτερο μέρος του φετινού επενδυτικού πλάνου αφορά αναβαθμίσεις και βελτιστοποίηση των υφιστάμενων εγκαταστάσεων. Ωστόσο, η συνέχιση του επενδυτικού προγράμματος θεωρείται στρατηγικής σημασίας, παρά τις πιέσεις που αντιμετωπίζει συνολικά η αγορά γαλακτοκομικών.

### ΕΞΑΓΩΓΕΣ ΣΕ 16 ΧΩΡΕΣ

Παράλληλα, η Lactalis Hellas διατηρεί ισχυρό εξαγωγικό προσανατολισμό, καθώς περίπου το 99% της παραγωγής της κατευθύνεται στο εξωτερικό.

Η εταιρεία εξάγει σήμερα σε 16 χώρες, με βασικές αγορές την Ευρώπη και τις Ηνωμένες Πολιτείες, όπου η ζήτηση για φέτα παραμένει σε υψηλά επίπεδα.

Σύμφωνα με τη διοίκηση, οι γεωπολιτικές εξελίξεις και οι αναταράξεις στην Μέση Ανατολή δεν έχουν επηρεάσει ουσιαστικά μέχρι στιγμής τη ζήτηση για ελληνική φέτα στις διεθνείς αγορές, ενώ συνολικά η κατανάλωση εμφανίζεται ανθεκτική.

### ΣΤΑΘΕΡΟ ΤΟ ΤΕΤΡΑΜΗΝΟ

Σε επίπεδο πωλήσεων, η εταιρεία κινείται στο α' τετράμηνο με σταθερότητα σε σχέση με το προηγούμενο έτος, ωστόσο η ισχυρή ζήτηση σε συνδυασμό με τη μειωμένη παραγωγή γάλακτος έχει αρχίσει να περιορίζει αισθητά τα διαθέσιμα αποθέματα. Όπως επισημαίνεται, το πρόβλημα πλέον δεν εντοπίζεται στην απορρόφηση της παραγωγής από την αγορά, αλλά στη διαθεσιμότητα πρώτης ύλης.



### ΠΙΕΣΕΙΣ ΑΠΟ ΖΩΟΝΟΣΟΥΣ

Πηγές της εταιρείας αναφέρουν στο FNB Daily ότι η φετινή χρονιά θα χαρακτηριστεί από σημαντικές πιέσεις στην αγορά αιγοπρόβειου γάλακτος, εξέλιξη που αναμένεται να επηρεάσει συνολικά την παραγωγή φέτας και τυροκομικών προϊόντων στην Ελλάδα. Σύμφωνα με τα επίσημα στοιχεία του ΕΛΟΓΑΚ, η εισκομιζόμενη ποσότητα γάλακτος καταγράφει μείωση περίπου 10% στο α' τρίμηνο του 2026 σε σύγκριση με το αντίστοιχο διάστημα του 2025.

Η εξέλιξη αυτή αποδίδεται κυρίως στις επιπτώσεις της ευλογιάς των αιγοπροβάτων, αλλά και στις γενικότερες δυσκολίες που αντιμετωπίζει η ελληνική κτηνοτροφία. Η εταιρεία εκτιμά ότι η περιορισμένη διαθεσιμότητα γάλακτος θα οδηγήσει αναπόφευκτα σε έντονο ανταγωνισμό μεταξύ των παραγωγών φέτας για την εξασφάλιση πρώτης ύλης, με συνέπεια την περαιτέρω αύξηση των τιμών γάλακτος και, κατ' επέκταση, των τελικών προϊόντων.

Όπως σημειώνεται, οι επιπτώσεις στην αγορά δεν αναμένεται να φανούν άμεσα στο ράφι, ωστόσο θεωρείται πιθανό να αρχίσουν να αποτυπώνονται μέσα στο καλοκαίρι και κυρίως στο β' εξάμηνο του έτους. Η εταιρεία υπογραμμίζει ότι η μείωση της παραγωγής αφορά το σύνολο του κλάδου και όχι μεμονωμένες επιχειρήσεις, καθώς η διαθέ-

σιμη ποσότητα γάλακτος είναι περιορισμένη σε πανελλαδικό επίπεδο.

### ΠΡΟΒΛΗΜΑΤΙΣΜΟΣ ΓΙΑ ΤΗΝ ΠΑΡΑΓΩΓΗ

Παράλληλα, εκφράζεται προβληματισμός για τη δυνατότητα ταχείας αποκατάστασης της παραγωγής, καθώς η αναπλήρωση του ζωικού κεφαλαίου απαιτεί χρόνο και συνοδεύεται από σημαντικούς υγειονομικούς κινδύνους. Σύμφωνα με την εταιρεία, οι κτηνοτρόφοι εμφανίζονται ιδιαίτερα επιφυλακτικοί απέναντι στην εισαγωγή νέων κοπαδιών, λόγω του φόβου επανεμφάνισης της νόσου και του κινδύνου απώλειας ολόκληρων μονάδων.

Η πορεία της ευλογιάς κατά τους ανοιξιάτικους και θερινούς μήνες θεωρείται κρίσιμη για την εξέλιξη της αγοράς. Εφόσον δεν υπάρξει νέα έξαρση της νόσου, η κατάσταση ενδέχεται να σταθεροποιηθεί σταδιακά μέσα στο επόμενο έτος. Ωστόσο, παράγοντες της αγοράς εκτιμούν ότι η πλήρης αποκατάσταση των απωλειών στην παραγωγή γάλακτος και τυροκομικών δεν μπορεί να επιτευχθεί άμεσα, καθώς απαιτείται σημαντικό χρονικό διάστημα για την επαναφορά του ζωικού κεφαλαίου και της παραγωγικής δυναμικότητας της κτηνοτροφίας.

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

• **FRIESLANDCAMPINA**

## ΕΠΕΝΔΥΤΙΚΟ ΠΛΑΝΟ €90 ΕΚΑΤ. ΓΙΑ ΤΗΝ ΕΠΕΚΤΑΣΗ ΣΤΙΣ ΠΡΩΤΕΪΝΕΣ ΥΨΗΛΗΣ ΑΞΙΑΣ

Η FrieslandCampina θα επενδύσει περισσότερα από €90 εκατ. για την επέκταση των δυνατοτήτων της στην παραγωγή πρωτεϊνών ορού γάλακτος και τον εκσυγχρονισμό του παραγωγικού της δικτύου στην Ολλανδία, καθώς η παγκόσμια ζήτηση για γαλακτοκομικά συστατικά υψηλής προστιθέμενης αξίας συνεχίζει να αυξάνεται.

Το επενδυτικό πρόγραμμα θα επικεντρωθεί στην αναβάθμιση των εγκαταστάσεων της εταιρείας σε Bedum, Veghel και Workum, με έμφαση στην ενίσχυση της ικανότητάς της να επεξεργάζεται ορό γάλακτος - υποπροϊόν της παραγωγής τυριού - σε premium διατροφικά συστατικά.

### ΠΟΥ ΣΤΟΧΕΥΕΙ

Μέσω του τμήματος Ingredients, ο γαλακτοκομικός όμιλος στοχεύει στην αύξηση της παραγωγής προηγμένων μορφών πρωτεΐνης ορού γάλακτος, οι οποίες χρησιμοποιούνται στην αθλητική διατροφή, στις ιατρικές εφαρμογές και στη διατροφή βρεφικής ηλικίας.

Σε αυτές περιλαμβάνονται πρωτεΐνες ορού γάλακτος υψηλής συγκέντρωσης και εξειδικευμένες συνθέσεις για προϊόντα όπως ροφήματα εμπλουτισμένα με πρωτεΐνη, μπάρες σνακ και γιαούρτια.

Η FrieslandCampina επιδιώκει να αξιοποιήσει αυτή την αναπτυξιακή δυναμική, ενισχύοντας την παραγωγική της δυναμικότητα και βελτιώνοντας την ευελιξία σε ολόκληρη την αλυσίδα επεξεργασίας ορού γάλακτος.

Σύμφωνα με τον Anne Peter Lindeboom, Πρόεδρο της FrieslandCampina Ingredients, η επένδυση εντάσσεται σε μια ευρύτερη στρατηγική επέκτασης στις πρωτεΐνες υψηλής αξίας, μετά από προηγούμενες επεκτάσεις παραγωγικής δυναμικότητας στην Ολλανδία και την εξαγορά αμερικανικής εταιρείας πρωτεϊνών ορού γάλακτος.

### Ο ΡΟΛΟΣ ΤΗΣ ΒΙΩΣΙΜΟΤΗΤΑΣ

Παράλληλα με την αύξηση της παραγωγής, το πρόγραμμα θα δώσει προτεραιότητα και στην αποδοτικότητα καθώς και στη βιωσιμότητα.

Η FrieslandCampina σχεδιάζει να υιοθετήσει τεχνολογίες εξοικονόμησης ενέργειας και νερού, ενώ παράλληλα θα αποσύρει παλαιότερες γραμμές παραγωγής. Η εταιρεία εκτιμά ότι οι άμεσες εκπομπές αερίων του θερμοκηπίου θα μειωθούν κατά περίπου 16 χιλιάδες τόνους ισοδύναμου διοξειδίου του άνθρακα (CO<sub>2</sub>).

Οι αναβαθμίσεις θα υλοποιηθούν σταδιακά τα επόμενα χρόνια, με την πλήρη παραγωγική δυναμικότητα να αναμένεται έως το 2028. Η επένδυση αποσκοπεί επίσης στη διατήρηση της ανταγωνιστικότητας των ολλανδικών μονάδων παραγωγής της εταιρείας και στην ευθυγράμμιση τους με τις εξελισσόμενες απαιτήσεις της αγοράς, υποστηρίζοντας παράλληλα τη μακροπρόθεσμη δημιουργία αξίας σε ολόκληρη τη γαλακτοκομική εφοδιαστική αλυσίδα.



**SME**  
D A I L Y

Το καθημερινό newsletter για τη μικρομεσαία επιχειρηματικότητα

Γίνε συνδρομητής ΔΩΡΕΑΝ εδώ



ΚΥΚΛΟΦΟΡΕΙ ΔΩΡΕΑΝ  
**ΔΕΥΤΕΡΑ - ΠΑΡΑΣΚΕΥΗ**  
ΣΤΙΣ **05:45**

Με την αξιοπιστία της

**NOTICE**  
CONTENT & SERVICES

• **ALFA PASTRY**

# ΕΣΤΙΑΣΗ ΣΕ ΝΕΑ ΠΡΟΪΟΝΤΑ, HORECA ΚΑΙ ΕΞΑΓΩΓΕΣ – Η ΚΙΝΗΣΗ ΣΤΟΝ ΚΑΝΑΔΑ

Την περαιτέρω ενίσχυση της θέσης στην Ελλάδα αλλά και τις διεθνείς αγορές έχει θέσει ως στόχο και για τη φετινή χρονιά η διοίκηση της Alfa Pastry, οι στρατηγικές προτεραιότητες της οποίας περιλαμβάνουν:

- την επέκταση σε νέες κατηγορίες στην κατάψυξη και στο ξηρό επενδύοντας στην καινοτομία
- τον εμπλουτισμό των προϊόντικών σειρών με καινοτόμα προϊόντα που ανταποκρίνονται στις νέες τάσεις και τις διατροφικές απαιτήσεις των καταναλωτών
- την ενδυνάμωση της παρουσίας στο κανάλι HoReCa με προσαρμοσμένες λύσεις για τους επαγγελματίες του κλάδου
- τη διεύρυνση της εξαγωγικής δραστηριότητας και εδραίωση της εταιρείας σε υφιστάμενες και νέες αγορές του εξωτερικού
- περαιτέρω επενδύσεις σε τεχνολογική αναβάθμιση και αύξηση της παραγωγικής δυναμικότητας, ώστε να υποστηριχθεί η αναμενόμενη ανάπτυξη



Διονύσης Κουκουτάρης, Πρόεδρος & CEO, Alfa Pastry

## ΠΡΟΟΠΤΙΚΕΣ

Στις τελευταίες χρηματοοικονομικές καταστάσεις τονίζεται ότι η κλιμάκωση της σύγκρουσης στην Μέση Ανατολή, καθώς και οι συνακόλουθες επιπτώσεις στη διεθνή ενεργειακή αγορά και στις θαλάσσιες μεταφορές, ενδέχεται να επηρεάσουν δυσμενώς τις προοπτικές της παγκόσμιας και της ελληνικής οικονομίας.

## Η ΕΙΚΟΝΑ ΤΟ 2025

Αναφορικά με την πορεία της εταιρείας το 2025, καταγράφηκε διψήφια ανάπτυξη (11,57%) με τις πωλήσεις να αγγίζουν τα €77 εκατ., ωστόσο η μεγαλύτερη αύξηση των εξόδων επηρέασε την κερδοφορία του ομίλου.

### DATA Έξοδα (σε €χιλ.)

Διοίκησης  
2025: 4.255  
2024: 3.335  
Μεταβολή: 27,55%

Διάθεσης  
2025: 16.174  
2024: 14.422  
Μεταβολή: 12,16%

€8,34 εκατ., τα προ φόρων κέρδη κατά 24,2% και η καθαρή κερδοφορία σε ποσοστό 29%.

### DATA (σε €χιλ.)

Έσοδα  
2025: 76.962  
2024: 68.979  
Μεταβολή: 11,57%

EBITDA  
2025: 8.337  
2024: 9.909  
Μεταβολή: (16%)

Κέρδη προ φόρων  
2025: 5.723  
2024: 7.550  
Μεταβολή: (24,2%)

Καθαρά κέρδη  
2025: 4.884  
2024: 6.860  
Μεταβολή: (29%)

## ΙΔΙΑ ΚΕΦΑΛΑΙΑ & ΔΑΝΕΙΣΜΟΣ

Η οικονομική κατάσταση του ομίλου κρίνεται ικανοποιητική από τη διοίκηση. Τα ίδια κεφάλαια κατά την 31/12/2025 διαμορφώθηκαν σε €51,64 εκατ. έναντι €52,4 εκατ. την αμέσως προηγούμενη χρήση.

Σημειώνεται ακόμη ότι η alfa πέρυσι εξέδωσε δύο κοινά ομολογιακά δάνεια συνολικού

ύψους €8 εκατ. (€5 εκατ. τον Απρίλιο και €3 εκατ. τον Σεπτέμβριο), ανεβάζοντας τον συνολικό δανεισμό του ομίλου στα €12,03 εκατ. από €6,65 εκατ. στα τέλη του 2024.

## ΝΕΑ ΛΑΝΣΑΡΙΣΜΑΤΑ

Η alfa προχώρησε πέρυσι στον περαιτέρω εμπλουτισμό του προϊόντικού της χαρτοφυλακίου με νέες προτάσεις, όπως pizza και cinnamon rolls, ανταποκρινόμενη στην αυξανόμενη ανάγκη του καταναλωτή για σύγχρονα formats και εύκολες λύσεις. Παράλληλα, λάνσαρε pinsa βασισμένη σε αυθεντική ιταλική συνταγή επενδύοντας σε μια κατηγορία που συνεχώς αναπτύσσεται, καθώς και την τσαλακωτή Πηλίου πιπερόπιτα.

## HORECA

Πέρα από το λιανεμπόριο, το 2025 αποτέλεσε χρονιά σημαντικής ανάπτυξης και για το κανάλι HoReCa, έναν στρατηγικό πυλώνα για τη μακροπρόθεσμη ανάπτυξη και ανταγωνιστικότητα της εταιρείας. Στην οικονομική έκθεση αναφέρεται ότι "μέσα από στοχευμένες ενέργειες και αναβάθμιση της προϊόντικής μας πρότασης, ενισχύσαμε τη θέση μας ως στρατηγικός συνεργάτης στον κλάδο της εστίασης, θέτοντας ισχυρές βάσεις για περαιτέρω ανάπτυξη τα επόμενα χρόνια". Στην έκθεση HORECA 2026, η εταιρεία παρουσίασε ορισμένους νέους κωδικούς, όπως η μπουγάτσα με κρέμα χωρίς ζάχαρη, με φυσικά γλυκαντικά.

## ΕΞΩΣΤΡΕΦΕΙΑ

Τέλος, η εξαγωγική δραστηριότητα της alfa εισήλθε σε νέα φάση εξωστρέφειας και στρατηγικής βάσης. Κομβικό γεγονός για τη διεθνή της παρουσία αποτέλεσε η εξαγορά του 70% της Trio Bakery Inc. στον Καναδά, τοπικού παραγωγού στην Βόρεια Αμερική. Η κίνηση αυτή έγινε μέσω της θυγατρικής της στις ΗΠΑ, Alfa Holdings USA. Παράλληλα, υλοποιήθηκε μια σημαντική επένδυση σε ενέργειες marketing με στόχο την ενίσχυση του brand awareness στην αγορά του Καναδά, ενισχύοντας την ταυτότητα της alfa στο καταναλωτικό κοινό της χώρας. Επιπλέον, ιδιαίτερα θετική ήταν η πορεία του ομίλου στην αγορά της Αυστραλίας, όπου η παρουσία του ενδυναμώνεται πλέον συστηματικά μέσω branded προϊόντων.

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

Αποτέλεσμα αυτών ήταν το EBITDA του ομίλου να υποχωρήσει κατά περίπου 16%, στα

• SUPER MARKETS (CIRCANA)

# ΠΩΛΗΣΕΙΣ €3,5 ΔΙΣ. ΣΤΟ Α' ΤΡΙΜΗΝΟ ΜΕ ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΠΟΥ ΑΓΓΙΞΕ ΤΟ 7% - ΣΤΟ 27,7% ΑΝΕΒΗΚΕ ΤΟ ΜΕΡΙΔΙΟ ΤΟΥ PL

Πωλήσεις €3,5 δισ. με ανάπτυξη που άγγιξε το 7% κατέγραψαν το α' τρίμηνο του 2026 τα super markets, σύμφωνα με στοιχεία της Circana.

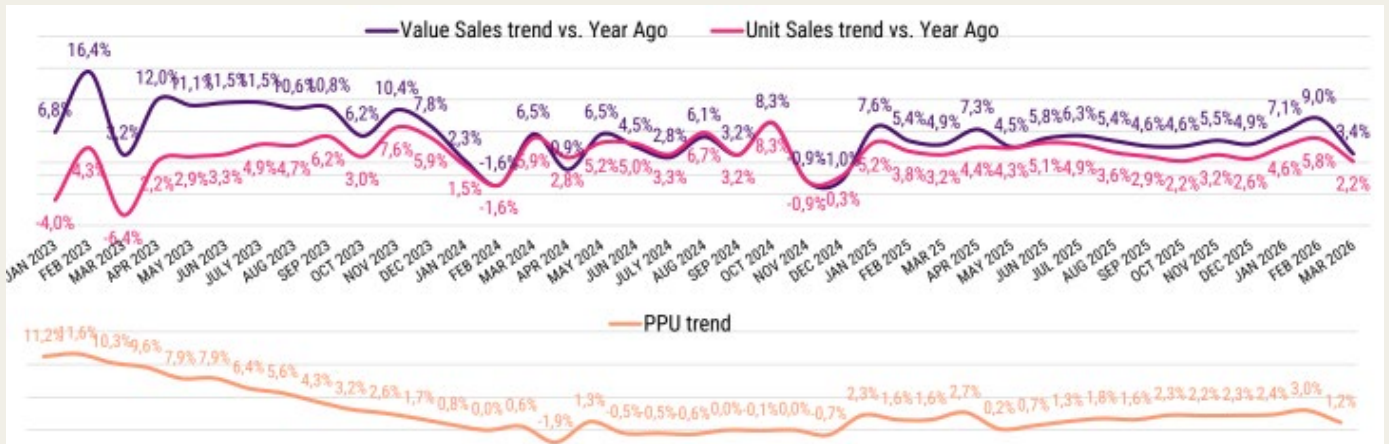
Η συντριπτική πλειοψηφία των δαπανών, ως είθισται, κατευθύνθηκε για τρόφιμα με

τους καταναλωτές να ξοδεύουν €2,92 δισ., με αύξηση 7,56% σε σχέση με το αντίστοιχο διάστημα του 2025. Ελαφρώς υψηλότερες ήταν οι πωλήσεις στα προϊόντα προσωπικής φροντίδας και υγιεινής (σε €267 εκατ.) και στα προϊόντα για το σπίτι (€238 εκατ.).

## Η ΕΙΚΟΝΑ ΤΩΝ ΤΙΜΩΝ

Η μέση αύξηση τιμής κινήθηκε στο +2,1% ενώ η περυσινή χρονιά είχε κλείσει με πληθωρισμό 1,7%.

### Η ανάπτυξη και η πορεία των τιμών μήνα-μήνα



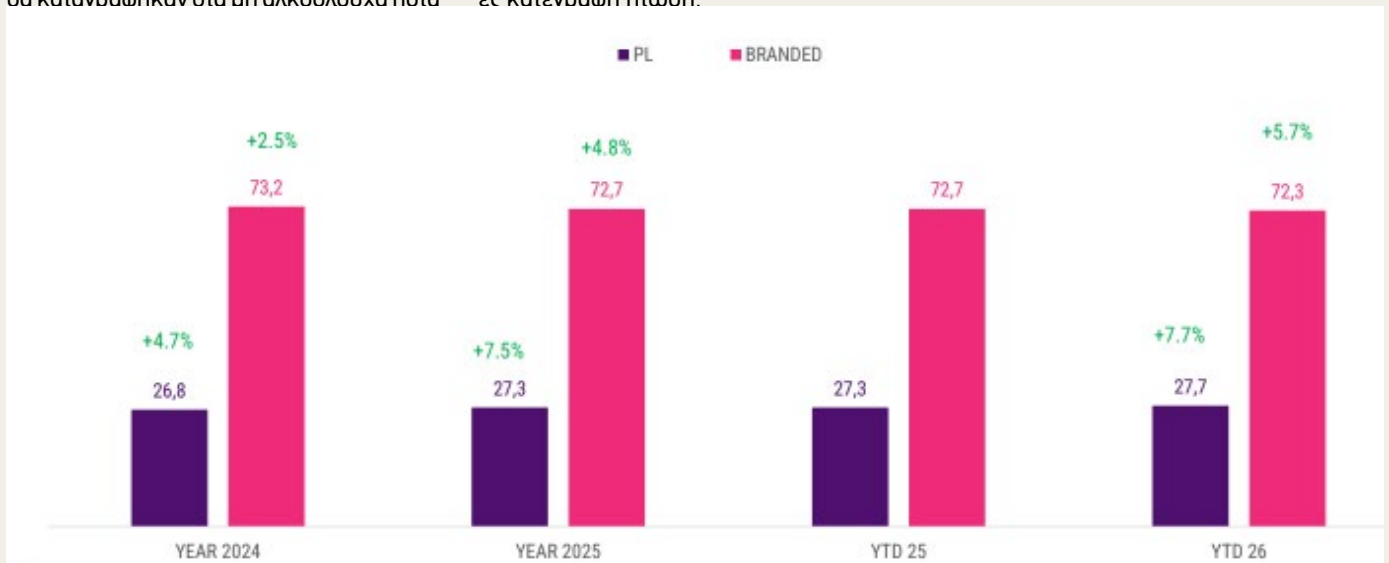
Ανά giga κατηγορία υπήρξαν μέσες αυξήσεις τιμών 2,8% στα τρόφιμα, αντίθετα σταθερές παρέμειναν στα προϊόντα προσωπικής φροντίδας και υγιεινής, ενώ οριακές μειώσεις (0,1%) καταγράφηκαν στα προϊόντα για το σπίτι.

Οι μεγαλύτερες αυξήσεις τιμών ανά μονάδα καταναόηκαν στα μη αλκοολούχα ποτά

(6,9%) και τα snacks (5,4%). Αξίζει ακόμη να υπογραμμιστεί ότι ενισχύθηκαν κατά μία μονάδα βάσης οι προωθητικές ενέργειες (ως ποσοστό επί των πωλήσεων) βάσης για το σύνολο των FMCGs, χάρη αποκλειστικά στις κατηγορίες τροφίμων (+1,8) αφού στις άλλες δύο κατηγορίες κατενόηθη πώση.

## PL

Το μερίδιο του PL αυξήθηκε σημαντικά, στα επίπεδα του 27,7% με την ανάπτυξη να επιταχύνεται στο 7,7% έναντι 5,7% των επώνυμων brands.

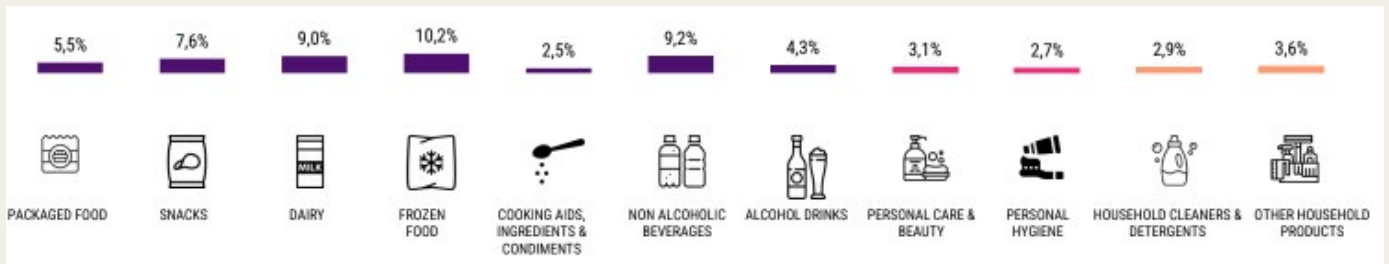


## ΟΙ ΠΡΩΤΑΓΩΝΙΣΤΕΣ ΣΕ ΑΞΙΑ....

Σε επίπεδο σταθερού barcode, στις giga κατηγορίες, σε όρους αξίας τα τρόφιμα

αναπτύχθηκαν με 7%, τα είδη σπιτιού κατά 3,2% και τα προϊόντα υγείας & ομορφιάς με 2,9%. Τη μεγαλύτερη ανάπτυξη εμφάνισαν

τα κατεψυγμένα τρόφιμα (10,2%), ενώ ακολούθησαν τα μη αλκοολούχα ποτά (9,2%) και τα γαλακτοκομικά (9%).

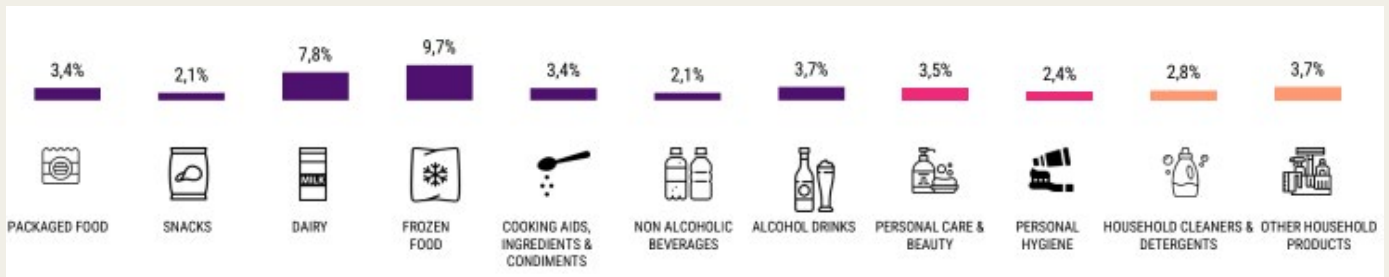


**... ΚΑΙ ΟΓΚΟ**

Σε όρους όγκου, τα τρόφιμα αναπτύχθηκαν με 4%, τα είδη σπιτιού κατά 2,9% και τα

προϊόντα υγείας & ομορφιάς με 3,3%. Ανά κατηγορία, τη μεγαλύτερη βελτίωση εμφάνισαν τα κατεψυγμένα προϊόντα

(9,7%) και τα γαλακτοκομικά (7,8%).



**ΣΤΟ +9,1% ΤΑ ΧΥΜΑ ΠΡΟΪΟΝΤΑ**

Στα προϊόντα επί ζυγίω, που έτρεξαν με ρυθμό 9,1%, τη μεγαλύτερη ανάπτυξη εμφάνισαν οι κατηγορίες λαχανικών, αντίθετα, αρνητικό πρόσημο είχαν οι κρέες κοπές και τα γαλακτοκομικά.

**ΥΨΗΛΕΣ ΤΑΧΥΤΗΤΕΣ ΓΙΑ HYPER ΚΑΙ ΚΑΤΑΣΤΗΜΑΤΑ ΓΕΙΤΟΝΙΑΣ**

Αναλύοντας την εικόνα του κλάδου ανά μέγεθος καταστήματος, τα hyper markets

παραμένουν στην κορυφή της ανάπτυξης με τα πολύ μικρά καταστήματα να ακολουθούν.

Ανάπτυξη ανά τύπο καταστήματος

- >2.500 τ.μ.: 8,5%
- 1.000-2.500 τ.μ.: 6,6%
- 400-1.000 τ.μ.: 4,0%
- 0-400 τ.μ.: 7,7%

**ΞΕΧΩΡΙΣΑΝ ΤΑ ΝΗΣΙΑ**

Σε γεωγραφικό επίπεδο, τις υψηλότερες επιδόσεις κατέγραψαν τα νησιά, η Κεντρι-

κή Ελλάδα και η Κρήτη.

Ανάπτυξη ανά γεωγραφική περιοχή

- Νησιά Ιονίου & Αιγαίου: 7,3%
- Κεντρική Ελλάδα: 7,1%
- Κρήτη: 7,0%
- Πελοπόννησος: 6,2%
- Αττική: 5,9%
- Θεσσαλονίκη: 5,9%
- Βόρεια Ελλάδα: 5,7%

Μάκης Απόστολου

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



• ΟΙΝΟΠΟΙΗΤΙΚΟΣ ΣΥΝΕΤΑΙΡΙΣΜΟΣ ΣΑΜΟΥ

## ΥΠΟΔΕΧΤΗΚΕ ΚΟΡΥΦΑΙΟΥΣ ΑΜΕΡΙΚΑΝΟΥΣ WINE EXPERTS

Τη σαμιακή οινοπαραγωγή και τον ιδιαίτερο αμπελώνα του νησιού γνώρισαν δέκα επαγγελματίες του κλάδου οίνου από τις ΗΠΑ, στο πλαίσιο διήμερης επίσκεψης που πραγματοποιήθηκε στις 7 και 8 Μαΐου 2026 στην Σάμο.

Η δράση διοργανώθηκε από την Εθνική Διεπαγγελματική Οργάνωση Αμπέλου και Οίνου, στο πλαίσιο του προγράμματος "Wines of Greece", με στόχο την προβολή του ελληνικού αμπελώνα και της εγχώριας οινικής παραγωγής στη διεθνή αγορά. Η αποστολή περιλάμβανε sommeliers από εστιατόρια όπως το Atelier και το Bestia, καθώς και δημοσιογράφους οίνου, ιδιοκτήτες wine retail επιχειρήσεων και εκπροσώπους agencies από τις ΗΠΑ. Την ομάδα συνόδευσε ο Dip WSET, Γρηγόρης Μιχαήλος.

### ΕΠΙΣΚΕΨΕΙΣ

Το πρόγραμμα περιλάμβανε επίσκεψη σε ορεινό βιοδυναμικό αμπελώνα της Σάμου, όπου οι συμμετέχοντες ενημερώθηκαν για τα χαρακτηριστικά του τοπικού terroir και τις ιδιαιτερότητες της καλλιέργειας.

Οι προσκεκλημένοι επισκέφθηκαν επίσης το Μουσείο Οίνου του Ενιαίου Οινοποιοτικού Αγροτικού Συνεταιρισμού Σάμου, όπου παρου-



σιάστηκε η ιστορία και η εξέλιξη του σαμιώτικου κρασιού. Στη συνέχεια πραγματοποιήθηκε γευστική δοκιμή και δείπνο στο Πυθαγόρειο, κατά τη διάρκεια του οποίου κρασιά του Συνεταιρισμού συνδυάστηκαν με τοπικές γαστρονομικές προτάσεις, στο πλαίσιο ειδικά σχεδιασμένου fine dining μενού.

### Ο ΣΤΟΧΟΣ

Η εκπρόσωπος της Εθνικής Διεπαγγελματικής Οργάνωσης Αμπέλου και Οίνου, Κλαίρη Ευκαρπίδου, σημείωσε ότι η πρωτοβουλία εντάσσεται στη στρατηγική εξωστρέφειας του φορέα και



στην προσπάθεια ενίσχυσης της αναγνωρισιμότητας του ελληνικού αμπελώνα στην αγορά των ΗΠΑ. Η επίσκεψη είχε ως στόχο την προβολή της Σάμου ως οινικού προορισμού και την ανάδειξη της ποιότητας και της αυθεντικότητας των τοπικών κρασιών στη διεθνή αγορά.

• ΠΑΝΕΛΛΗΝΙΟΣ ΣΥΝΔΕΣΜΟΣ ΕΞΑΓΩΓΩΝ

## ΘΕΤΙΚΟ ΞΕΚΙΝΗΜΑ ΓΙΑ ΤΙΣ ΕΛΛΗΝΙΚΕΣ ΕΞΑΓΩΓΕΣ ΤΟ 2026 ΜΕ ΑΥΞΗΣΗ €376 ΕΚΑΤ.

Αύξηση καταγράφουν οι ελληνικές εξαγωγές στο α' τρίμηνο του 2026, ενώ παράλληλα περιορίζεται το εμπορικό έλλειμμα, σύμφωνα με τα στοιχεία του Ιανουαρίου-Μαρτίου, τα οποία αποτυπώνουν μικτές τάσεις σε επίπεδο προϊόντων και εμπορικών προορισμών.

Οι συνολικές εξαγωγές την περίοδο Ιανουαρίου-Μαρτίου αυξήθηκαν €376 εκατ. ευρώ σε ετήσια βάση.

### DATA Α' τρίμηνο 2026 (€εκατ.)

Εξαγωγές	Εισαγωγές	Εμπορικό ισοζύγιο
2026: 12.517	2026: 20.370	
2025: 12.141	2025: 20.602	Αξία 2026: -7.852
μεταβολή: 3,1%	Μεταβολή: (1,1%)	Αξία 2025: -8.460

Χωρίς τα πετρελαιοειδή, οι εξαγωγές διαμορφώθηκαν στα €9,54 δισ. παρουσιάζοντας άνοδο 2,5% ή €230,1 εκατ.

### ΕΙΣΑΓΩΓΕΣ

Οι εισαγωγές (συμπεριλαμβανομένων των πετρελαιοειδών) υποχώρησαν καταγράφοντας μείωση €231,5 εκατ. Ωστόσο, χωρίς τα πετρελαιοειδή, οι εισαγωγές αυξήθηκαν κατά 2,4%, φτάνοντας τα 16,19€δισ. από €15,80 δισ. Ως αποτέλεσμα των παραπάνω, το εμπορικό έλλειμμα περιορίστηκε κατά 7,2% και διαμορφώθηκε στα €7,85 δισ. από €8,46 δισ. Αντίθετα, χωρίς τα πετρελαιοειδή, καταγράφηκε αύξηση 2,4%, με το έλλειμμα να ανέρχεται στα €6,65 δισ. από €6,49 δισ.

### Η ΓΕΩΓΡΑΦΙΚΗ ΚΑΤΑΝΟΜΗ ΤΩΝ ΕΞΑΓΩΓΩΝ

Σε επίπεδο προορισμών, οι εξαγωγές προς τις χώρες της Ευρωπαϊκής Ένωσης ενισχύθηκαν ενώ προς τις Τρίτες Χώρες σημειώθηκε μείωση.

### DATA Εξαγωγές ανά προορισμό (€εκατ.)

Ευρωπαϊκή Ένωση	Τρίτες Χώρες
2026: 7.466	2026: 5.051
2025: 6.872	2025: 5.269
Μεταβολή: 8,7%	Μεταβολή: (4,1%)



Χωρίς τα πετρελαιοειδή, η εικόνα παραμένει παρόμοια, με αύξηση 6,3% προς την ΕΕ και μείωση 4,8% προς τις Τρίτες Χώρες.

### Η ΕΞΕΛΙΞΗ ΑΝΑ ΚΑΤΗΓΟΡΙΑ

Σε επίπεδο προϊόντων, αύξηση καταγράφεται σε 6 από τις 10 βασικές κατηγορίες. Συγκεκριμένα:

- Πετρελαιοειδή – Καύσιμα: +7,9%
- Τρόφιμα: +9,4%
- Χημικά: +1,6%
- Διάφορα Βιομηχανικά: +1,4%
- Πρώτες Ύλες: +10,8%
- Εμπιστευτικά Προϊόντα: +13,2%

Αντίθετα, πτωτικά κινήθηκαν οι εξαγωγές σε:

- Βιομηχανικά προϊόντα: -5,3%
- Μηχανήματα: -2,2%
- Λάδια: -14,4%

Οι εξαγωγές στον κλάδο Ποτά & Καπνός παρέμειναν σχεδόν αμετάβλητες, με οριακή μεταβολή 0,2%.

• ΗΠΑ

## ΠΙΕΖΟΥΝ ΓΙΑ ΕΠΑΝΕΚΚΙΝΗΣΗ ΤΩΝ ΕΞΑΓΩΓΩΝ ΒΟΕΙΟΥ ΚΡΕΑΤΟΣ ΠΡΟΣ ΤΗΝ ΚΙΝΑ

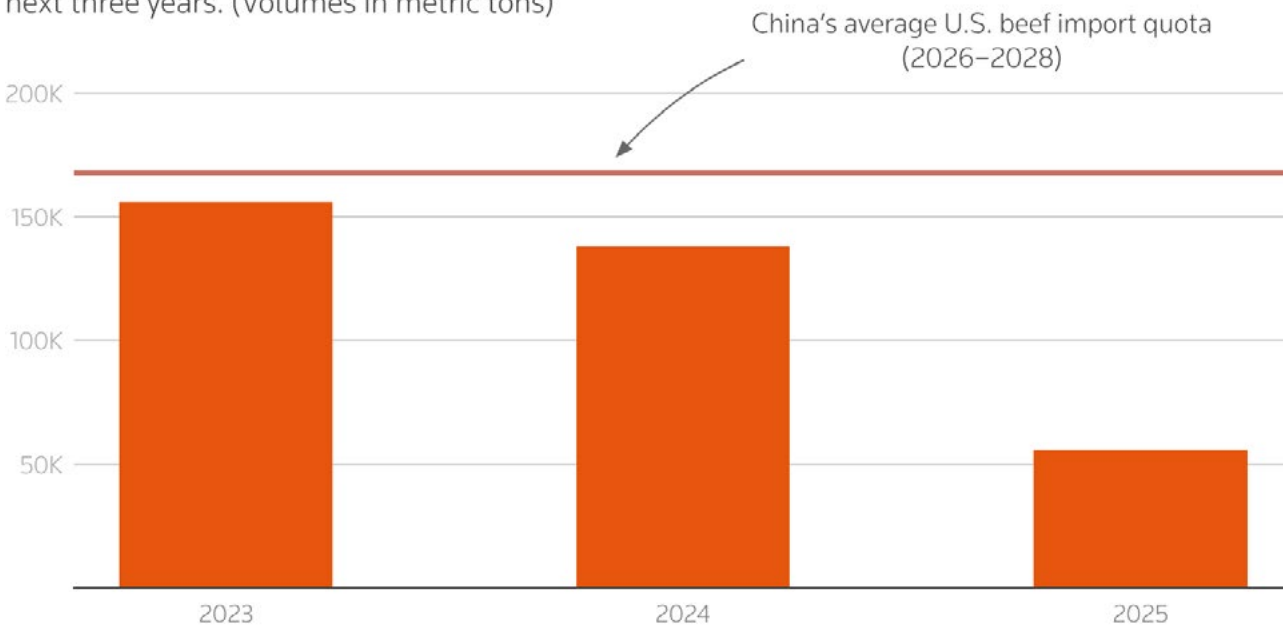
Οι Αμερικανοί παραγωγοί βόειου κρέατος ελπίζουν ότι η επικείμενη σύνοδος κορυφής ΗΠΑ – Κίνας θα οδηγήσει σε εμπορική συμφωνία και στην ανανέωση των αδειών εξαγωγής προς την κινεζική αγορά, από την οποία έχουν ουσιαστικά αποκλειστεί μετά τη λήξη των σχετικών εγκρίσεων από το Πεκί-

νο. Οι εξαγωγές αμερικανικού βοείου κρέατος προς την Κίνα είχαν φτάσει τα \$1,7 δισ. το 2022, πριν επηρεαστούν από τον εμπορικό πόλεμο μεταξύ Ουάσιγκτον και Πεκίνου. Σύμφωνα με στοιχεία των κινεζικών τελωνείων, περισσότερες από 400 αμερικανικές μονάδες παραγωγής έχασαν το δικαίωμα

εξαγωγών τον τελευταίο χρόνο, καθώς έληξαν οι άδειες που είχαν χορηγηθεί μεταξύ 2020 και 2021. Οι εγκαταστάσεις αυτές αντιστοιχούν περίπου στο 65% των μονάδων που είχαν αρχικά λάβει έγκριση, ενώ ακόμη τρεις μονάδες αναμένεται να χάσουν την πρόσβασή τους μέσα στον Ιούνιο.

### Plenty of Room Remains for U.S. Beef Exports to China

U.S. beef exports to China from 2023–2025 remain well below the average quotas set for the next three years. (Volumes in metric tons)



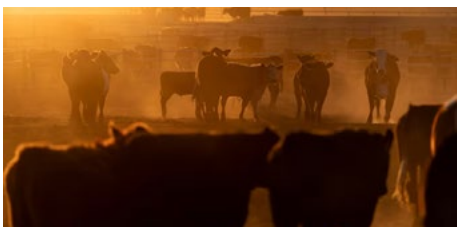
Note: China's U.S. beef import quotas: 164,000 tons (2026), 168,000 tons (2027), 171,000 tons (2028)

Source: Chinese customs data

### ΣΥΜΦΩΝΙΑ PHASE ONE

Η Κίνα δεν έχει εξηγήσει γιατί επέτρεψε τη λήξη των αδειών, γεγονός που, σύμφωνα με την αμερικανική πλευρά, παραβιάζει τη συμφωνία "Phase One" του 2020. Ο Joe Schuele της U.S. Meat Export Federation δήλωσε ότι η αμερικανική βιομηχανία αναμένει πρόοδο στη σύνοδο της 14ης-15ης Μαΐου μεταξύ του Donald Trump και του Xi Jinping.

Ανάλογες προσδοκίες εξέφρασε και ο πρόεδρος της United States Cattlemen's Association,



Justin Tupper, σημειώνοντας ότι στελέχη του Λευκού Οίκου διαβεβαίωσαν την ένωση πως το θέμα θα τεθεί στις συνομιλίες. Όπως ανέφερε, οι Αμερικανοί παραγωγοί πιέζουν ώστε το ζήτημα να αποτελέσει βασικό μέρος της ατζέντας.

### ΠΕΡΙΟΡΙΣΜΟΣ ΕΞΑΓΩΓΩΝ – ΜΕΙΩΣΗ ΕΙΣΑΓΩΓΩΝ

Οι υψηλές τιμές του αμερικανικού βοείου κρέατος, λόγω μειωμένων ζωικών αποθεμάτων, έχουν περιορίσει τις εξαγωγές των ΗΠΑ και αυξήσει τις εισαγωγές. Ωστόσο, σύμφωνα με τον Schuele, η συγκυρία μπορεί να ευνοεί την επαναφορά της πρόσβασης στην κινεζική αγορά, καθώς η Αυστραλία πλησιάζει το όριο ασφαλείας για τις εξαγωγές προς την Κίνα.

Το Πεκίνο έχει επιβάλει σύστημα ποσοτώσεων και δασμό 55% για εισαγωγές που υπερβαίνουν τα προκαθορισμένα όρια από βασικούς προμη-

θευτές, όπως οι ΗΠΑ και η Αυστραλία, με στόχο την προστασία της εγχώριας παραγωγής.

### Η ΔΥΣΚΟΛΙΑ

Παρά τις προσδοκίες, παράγοντες της κινεζικής αγοράς εκτιμούν ότι ακόμη και αν αποκατασταθεί η πρόσβαση των ΗΠΑ, δύσκολα θα υπάρξει μεγάλη αύξηση των εισαγωγών. Το αμερικανικό βοδινό επιβαρύνεται με υψηλότερους δασμούς σε σχέση με το αυστραλιανό και αντιμετωπίζει αυξανόμενο ανταγωνισμό από εγχώριους παραγωγούς.

Στελέχη της κινεζικής αγοράς υποστηρίζουν ότι μια πιθανή ανανέωση των αδειών θα αποτελούσε κυρίως πολιτική κίνηση, ενώ σημειώνουν ότι η κινεζική κυβέρνηση ενθαρρύνει την ανάπτυξη εγχώριων premium φυλών βοοειδών ώστε να μειωθεί η εξάρτηση από εισαγωγές των ΗΠΑ και της Αυστραλίας.



Οδυσσέας Παπαδόπουλος, Διευθύνων Σύμβουλος, Μάκβελ-Ευρίμας

• **ΜΑΚΒΕΛ-ΕΥΡΙΜΑΣ**  
**ΠΡΟΣ ΝΕΟ ΡΕΚΟΡ ΣΤΟΥΣ ΟΓΚΟΥΣ ΠΩΛΗΣΕΩΝ**  
**- ΤΑ ΛΑΝΣΑΡΙΣΜΑΤΑ ΠΟΥ ΕΡΧΟΝΤΑΙ**  
**ΚΑΙ Η ΣΟΔΕΙΑ-ΡΥΘΜΙΣΤΗΣ ΓΙΑ ΤΗΝ ΤΙΜΟΛΟΓΙΑΚΗ ΠΟΛΙΤΙΚΗ**

Προς νέο ρεκόρ όγκου πωλήσεων οδεύει φέτος η Μάκβελ-Ευρίμας, ποντάροντας τόσο στην αύξηση δυναμικότητας που προσδίδει η έβδομη γραμμή παραγωγής παραγωγής που ολοκληρώνεται αυτό το διάστημα, όσο και στη δυναμική του brand Μάκβελ, η γκάμα του οποίου σύντομα θα διευρυνθεί με νέους κωδικούς.

**Η ΔΥΣΚΟΛΗ ΕΞΙΣΩΣΗ ΤΟΥ ΚΟΣΤΟΥΣ**

Παράλληλα, η εταιρεία παρακολουθεί με προβληματισμό τα τεκταινόμενα στην παγκόσμια αγορά έχοντας προς το παρόν απορροφήσει τις αυξήσεις κοστολογίων που έφερε ο πόλεμος στην Μέση Ανατολή και αναμένοντας τη σοδειά σκληρού σιταριού του 2026 (που αντιπροσωπεύει, ανάλογα με τη χρονιά, από 60% έως 70% του κόστους παραγωγής) προκειμένου να αποφασίσει, από τον Σεπτέμβριο και μετά, ενδεχόμενες αλλαγές στην τιμολογιακή της πολιτική.

“Προφανώς και μας απασχολεί το ζήτημα,

η εξίσωση είναι δύσκολη και, επιπλέον, έχει μεταβλητές που αλλάζουν διαρκώς”, σχολίασε σχετικά ο Διευθύνων Σύμβουλος, Οδυσσέας Παπαδόπουλος.

**ΣΤΟΧΟΣ ΣΕ ΒΑΘΟΣ ΧΡΟΝΟΥ ΟΙ 85.000 ΤΟΝΟΙ**

Σύμφωνα με τον ίδιο, ο πήχης για το 2026 σε ό,τι αφορά στο τονάζ πωλήσεων έχει τεθεί στους 78.000 τόνους, από 72.300 τόνους το 2025 και 74.600 τόνους το 2024, που αποτέλεσαν και το υψηλότερο νούμερο που έχει επιτύχει ως σήμερα η βιομηχανία.

Σε πιο μακροπρόθεσμο ορίζοντα, στόχος της διοίκησης και της ιδιοκτησίας είναι τα αμέσως επόμενα χρόνια οι όγκοι να φτάσουν τους 85.000 τόνους.

Με όρους αξίας, οι πωλήσεις της Μάκβελ-Ευρίμας σημείωσαν μικρή αποκλιμάκωση το 2025, κάτι που, σύμφωνα με τη διοίκηση, συνδέεται άμεσα με τη στρατηγική επιλογή ολοκλήρωσης του επενδυτικού πλάνου και όχι με επιβράδυνση της επιχειρηματικής δραστηριότητας.

**DATA ΜΑΚΒΕΛ- ΕΥΡΙΜΑΣ (€εκατ.)**

Κύκλος Εργασιών

2025: 66,83

2024: 72,58

EBITDA

2025: 12,56

2024: 13,81

Κέρδη προ φόρων

2025: 10,18

2024: 11,79

Καθαρά κέρδη

μετά από φόρους

2025: 8,63

2024: 10,70

Όπως εξήγησε ο κ. Παπαδόπουλος, η έμφαση δόθηκε στην μακροπρόθεσμη ενίσχυση της παραγωγικής και επιχειρησιακής βάσης, αποφεύγοντας την άμεση ανάπτυξη συνεργασιών που θα υπήρχε περίπτωση να εκθέσουν την εταιρεία πριν την ολοκλήρωση σημαντικού μέρους ή, ιδανικά, του συνόλου του επεν-

δυτικού της σχεδιασμού. Ωστόσο το πρό-  
σημο, όπως τόνισε, ήταν αναμφισβήτητα  
θετικό καθώς ήταν η δεύτερη καλύτερη  
χρονιά στην ιστορία της εταιρείας σε επί-  
πεδο όγκου πωλήσεων και λειτουργικών  
αποτελεσμάτων.

## ΕΠΕΝΔΥΣΕΙΣ €26 ΕΚΑΤ. ΑΠΟ ΤΟ 2020

Το επενδύτικό πλάνο ξεκίνησε το 2020 και  
αναμένεται να ολοκληρωθεί φέτος, με συ-  
νολικό κόστος €26 εκατ. Μεταξύ άλλων,  
περιλαμβάνει:

- νέα -7n- γραμμή παραγωγής
- σιλό 20.000 τόνων που έχουν αυξή-  
σει τη συνολική δυναμικότητα στους  
57.000 τόνους πρώτης ύλης
- αποθηκευτικούς χώρους τελικού  
προϊόντος
- αποδυτήρια
- εγκατάσταση καμερών
- μονώσεις
- κλαρκ

αλλά και σημαντικά έργα στο πεδίο της  
κυβερνοασφάλειας.

Σύμφωνα με τον κ. Παπαδόπουλο, η επί-  
τευξη υψηλών όγκων παραγωγής και  
πωλήσεων θεωρείται κρίσιμη για τη λει-  
τουργική κερδοφορία της Eurimac, κα-  
θώς πρόκειται για βιομηχανία με λιτή  
δομή, η οποία παράγει αποκλειστικά ζυ-  
μαρικά και όχι προϊόντα υψηλότερης προ-  
στιθέμενης αξίας. Το προφίλ αυτό δεν  
πρόκειται να αλλάξει σημαντικά, χωρίς  
όμως αυτό να σημαίνει ότι η εταιρεία θα  
σταματήσει να εμπλουτίζει την γκάμα της  
με καινοτόμα προϊόντα που ανταποκρίνο-  
νται στις νέες τάσεις και τις ανάγκες του  
καταναλωτή.

## ΜΕΡΙΔΙΟ 0,6% ΤΑ ΧΑΜΗΛΟΥ ΓΛΥΚΑΙΜΙΚΟΥ ΔΕΙΚΤΗ

Σε αυτή τη λογική εντάσσεται η νέα σει-  
ρά ζυμαρικών Μάκβελ Χαμηλού Γλυκαι-  
μικού Δείκτη που αναπτύχθηκε ύστε-  
ρα από πενταετή επιστημονική έρευνα  
και κλινικές μελέτες. Η σειρά περιλαμβά-  
νει 4 κωδικούς στους οποίους σύντομα  
θα προστεθούν άλλοι δύο ενώ ένας ακό-  
μα έχει πιστοποιηθεί μέσω κλινικής μελέ-  
της. Η σειρά Χαμηλού Γλυκαιμικού Δεί-  
κτη έχει αποκτήσει σε σύντομο χρονικό  
διάστημα μερίδιο 0,6% - σε όρους όγκου  
- της αγοράς, ποσοστό διόλου αμελη-  
τέο αν αναλογιστεί κανείς ότι τα ζυμαρι-  
κά με υψηλή πρωτεΐνη κατέχουν 0,25%,  
τα gluten-free 0,3%, τα βιολογικά 0,3% και  
τα ολικής άλεσης 9%.



Από αριστερά, ο  
Διευθύνων Σύμ-  
βουλος της Μάκβελ-  
Eurimac, Οδυσσέας  
Παπαδόπουλος και ο  
Πρόεδρος, Σταύρος  
Κωνσταντινίδης

## ΦΛΕΡΤ ΜΕ ΤΗΝ ΥΠΟΚΑΤΗΓΟΡΙΑ ΤΩΝ ΥΨΗΛΩΝ ΠΡΩΤΕΪΝΩΝ

Επιπλέον, την Eurimac δεν αφήνει αδιά-  
φορη ούτε η κατηγορία των υψηλών πρω-  
τεϊνών στην οποία δεν αποκλείεται να κά-  
νει την είσοδό της το επόμενο διάστημα.  
Όπως αναφέρθηκε στο περιθώριο εκδή-  
λωσης με δημοσιογράφους, η εταιρεία  
έχει προχωρήσει στην παραγωγή ζυμαρι-  
κού με υψηλή περιεκτικότητα σε πρωτεΐ-  
νες από σιμιγδάλι που έχει ήδη δειγματίσει  
στο λιανεμπόριο.

## ΤΑΧΥΤΕΡΑ ΑΠΟ ΤΗΝ ΑΓΟΡΑ ΤΡΕΧΕΙ ΤΟ ΜΑΚΒΕΛ

Η εταιρεία διαθέτει σήμερα περίπου το 30%  
της ελληνικής αγοράς ζυμαρικών, τόσο  
μέσω προϊόντων ιδιωτικής ετικέτας όσο  
και μέσω των δικών της brands, με κυρί-  
αρχο το Μάκβελ. Το brand καταγράφει ιδι-  
αίτερα υψηλούς ρυθμούς ανάπτυξης σε  
σύγκριση με τη συνολική αγορά. Είναι χα-  
ρακτηριστικό ότι την περίοδο 2022-2025 η  
αγορά ζυμαρικών αυξήθηκε κατά 5,3% σε  
όγκο, ενώ το Μάκβελ σημείωσε ανάπτυξη  
77,2%, συνεχίζοντας την ανοδική του πο-  
ρεία και το 2026.

"Είμαστε αισιόδοξοι γιατί έχουμε αποφα-  
σίσει ότι θα έχουμε μια ανταγωνιστική τιμή  
για όλη τη διάρκεια του χρόνου, χωρίς  
αυτό να αποκλείει τις προωθητικές ενέρ-  
γειες", σημείωσε ο κ. Παπαδόπουλος.

## ΠΩΣ ΚΙΝΗΘΗΚΕ Η ΚΑΤΗΓΟΡΙΑ ΣΤΗΝ ΤΕΤΡΑΕΤΙΑ

Όπως διευκρίνισε, απαντώντας σε σχετι-  
κό ερώτημα του Fnb Daily, το 2022 η αγο-

ρά ενισχύθηκε με 4,2%, το 2023 υποχώρη-  
σε 3,6%, το 2024 και το 2025 έτρεξε με  
2,4% ενώ στο α' τρίμηνο του 2026 εμφανί-  
ζει μικρή αύξηση 1%. Η Μάκβελ-Eurimac  
διατηρεί έντονο εξαγωγικό προσανατολι-  
σμό, καθώς παράγει το 50% των ελληνι-  
κών ζυμαρικών που εξάγονται διεθνώς.  
Η εταιρεία δραστηριοποιείται σε 60 χώρες,  
ενώ περίπου το 55% των συνολικών πω-  
λήσεων της προέρχεται από τις διεθνείς  
αγορές.

### DATA

Η πορεία της αγοράς ζυμαρικών  
από το 2022 (σε όγκο)

2022: 4,2%

2023: (3,6%)

2024: 2,4%

2025: 2,4%

2022/25: 5,3%

A' Τρίμηνο 2026: 1%

## "ΛΗΞΑΝ ΤΟ ΘΕΜΑ ΜΕ ΜΕΛΙΣΣΑ-ΚΙΚΙΖΑΣ"

Αναφορικά με τη διαμάχη με την Μέλισσα  
Κίκιζας, η οποία είχε προσφύγει εναντίον  
της εταιρείας για τους ισχυρισμούς "χαμη-  
λού γλυκαιμικού δείκτη" και "60% λιγότερα  
σάκχαρα", ο κ. Παπαδόπουλος σημείωσε  
ότι, μετά τις αποφάσεις του ΣΕΕ το ζήτη-  
μα έχει λήξει, προσθέτοντας ότι στο ζήτη-  
μα είχε εμπλακεί και ο ΕΦΕΤ.

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

• ΦΥΣΙΚΟ ΜΕΤΑΛΛΙΚΟ ΝΕΡΟ ΒΙΚΟΣ

## ΑΘΛΗΤΙΣΜΟΣ ΚΑΙ ΕΥΕΞΙΑ ΣΤΗΝ COSTA NAVARINO ΣΤΟ ΕΠΙΚΕΝΤΡΟ ΤΟΥ MESSINIA CHALLENGE 2026

Στο Messinia Challenge, η διοργάνωση εξελίσσεται σε ένα τριήμερο δράσεων όπου ο αθλητισμός, η συμμετοχή και η ευεξία συνδυάζονται σε ένα ενιαίο σύνολο εμπειριών. Στο πλαίσιο αυτό, το φυσικό μεταλλικό νερό ΒΙΚΟΣ εντάσσεται στη διοργάνωση, υποστηρίζοντας μια σειρά από αθλητικές και κοινωνικές πρωτοβουλίες.

Από τις 8 έως τις 10 Μαΐου 2026, η Costa Navarino και η ευρύτερη περιοχή της Μεσσηνίας φιλοξενούν περισσότερες από 70 δράσεις και 20 Ολυμπιακά αθλήματα, διαμορφώνοντας έναν πολυθεματικό προορισμό αθλητισμού και ευεξίας. Η διοργάνωση δίνει έμφαση στη συμμετοχή και την εμπειρία, με το φυσικό μεταλλικό νερό ΒΙΚΟΣ να βρίσκεται δίπλα στους συμμετέχοντες, υποστηρίζοντας τη διαδικασία ενυδάτωσης και αποκατάστασης.

### ΠΟΙΟΙ ΑΓΩΝΕΣ ΠΕΡΙΛΑΜΒΑΝΟΝΤΑΙ

Ιδιαίτερη θέση στο πρόγραμμα έχουν οι παιδικοί αγώνες 1km powered by ΒΙΚΟΣ, μια



δράση με επίκεντρο τη συμμετοχή των οικογενειών. Το συγκεκριμένο σκέλος της διοργάνωσης δεν εστιάζει σε επιδόσεις ή χρόνους, αλλά στη συλλογική εμπειρία, με τη

συμμετοχή γονέων και παιδιών σε μια κοινή αθλητική δραστηριότητα.

Στο πλαίσιο του Messinia Challenge περιλαμβάνεται επίσης αγώνας επίδειξης μπάσκετ με αμαξίδιο powered by ΒΙΚΟΣ, με τη συμμετοχή της αθλήτριας Γεωργία Καλτσά. Η δράση αναδεικνύει ζητήματα συμπεριληψης και προσβασιμότητας στον αθλητισμό, δίνοντας έμφαση στην έννοια της προσπάθειας και της προσωπικής υπέρβασης.

Μέσα από τις επιμέρους πρωτοβουλίες, το φυσικό μεταλλικό νερό ΒΙΚΟΣ εντάσσεται ως υποστηρικτικός παράγοντας στη θεματική της διοργάνωσης, η οποία επικεντρώνεται στην έννοια της κίνησης, της αντοχής και της συνέχειας, με τον συνολικό της χαρακτήρα να συνδέεται με την εμπειρία της συμμετοχής.

Η αυλαία του τριήμερου στις 8 Μαΐου θα κλείσει με εκδήλωση της ΒΙΚΟΣ COLA, στο πλαίσιο του closing party της διοργάνωσης, με DJ set από τον Junior Rush, ολοκληρώνοντας το πρόγραμμα με μουσική και ψυχαγωγικό χαρακτήρα.

## • Debrief •

### ΠΛΑΤΗ

Χθες πετάχτηκα σε μέρος πολύ κοντά στην Αθήνα για μια προσωπική υπόθεση. Παραθαλάσσιο μέρος, οπότε όπως κάθε Μάιο το ερώτημα είναι ένα και μοναδικό: πόσοι θα έρθουν και πόσα θα ξοδέψουν το καλοκαίρι.

Δεν πρόλαβα να δω γνωστούς και φίλους για να ρωτήσω πως πάνε οι κρατήσεις, αλλά ας μου επιτραπεί να μοιραστώ την προσωπική μου εμπειρία. Για μια βόλτα - εξ ανάγκης - 12 ωρών έφυγα 170 ευρώ. Και μου ήρθε κάπως.

Ας το κάνουμε όμως λιανά. Περίπου 1 ώρα διαδρομή με το αυτοκίνητο. Άλλα 45 λεπτά το φέρι μποτ. Τέσσερα άτομα. Βενζίνη 20 ευρώ, εισιτήρια 82 ευρώ (πάει-έλα), ένα απολύτως λιτό φαγητό 68 ευρώ. Όσοι έχουν εξοχικό προφανώς και θα το τιμήσουν το καλοκαίρι. Εξασφαλισμένη διαμονή, οπότε ένα σημαντικό έξοδο μείον. Τί θα καταναλώσουν όμως; Τί θα τζιράρουν τα μαγαζιά για να κινηθεί η τοπι-

κή οικονομία; Επαναλαμβάνω ότι μιλάμε για όσους έχουν κατάλυμα. Για εκείνους που θα πρέπει να νοικιάσουν, ο λογαριασμός ανεβαίνει. Πόσο; Ανάλογα το κατάλυμα και την περίοδο που θα επιλέξουν. Στο σημερινό Business Maker στο BnB Daily, θα διαβάσετε την ανησυχία επικρατεί στον κλάδο της βραχυχρόνιας μίσθωσης (στην Αθήνα), καθώς η ζήτηση δείχνει να κινείται με πολύ πιο αργούς ρυθμούς από αυτούς, που περίμεναν οι επαγγελματίες του χώρου για την περίοδο που διανύουμε. Στη συγκεκριμένη περίπτωση, επισημαίνονται ως προβλήματα η συνεχής συζήτηση γύρω από ακυρώσεις πτήσεις από αεροπορικές εταιρείες, αλλά και οι αυξημένες τιμές στα αεροπορικά εισιτήρια, που λειτουργούν αποτρεπτικά για πολλούς ταξιδιώτες της τελευταίας στιγμής.

Δεν ξέρω τί θα προβληματίσει - αν προβληματίσει - τους ξένους επισκέπτες,

αλλά τους Έλληνες σίγουρα ένα πράγμα: η ακρίβεια. Σύμφωνα, δεν είναι μόνο ελληνικό πρόβλημα και συνδέεται με εξελίξεις που είναι πάνω από τις δυνάμεις μας να επηρεάσουμε. Αλλά, πάλι, είναι μια πραγματικότητα. Η πίεση που νιώθουν οι πολίτες είναι αληθινή.

Ομολογουμένως, όλα τα παραπάνω έχουν ειπωθεί πολλές χρονιές και τελικά κάθε φορά ο τουρισμός πάει... τράινο. Ας ελπίσουμε ότι το ίδιο θα ισχύσει και φέτος. Και ας βοηθήσουμε όλοι βάζοντας πλάτη: πολιτεία, επιχειρηματίες, εστιάτορες, ακτοπλοίοι, όλοι. Εύκολο; Καθόλου. Απαραίτητο όμως.

Τα έχουμε ξαναπεί. Ο τουρισμός είναι η βαριά βιομηχανία της χώρας και κατά συνέπεια το βαρόμετρο για την οικονομία της.

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

## Business Maker

### ΤΟ ΡΑΛΙ ΤΟΥ GREEK YOGURT ΚΑΙ ΤΑ ΣΧΕΔΙΑ ΤΗΣ FRIESLAND ΣΤΗΝ ΠΑΤΡΑ

Σε τροχιά νέων επενδύσεων φαίνεται πως μπαίνει η ελληνική θυγατρική της FrieslandCampina, με το εργοστάσιο της Πάτρας να βρίσκεται στο επίκεντρο του σχεδιασμού των Ολλανδών. Καλά πληροφορημένες πηγές αναφέρουν πως η πολυεθνική εξετάζει σοβαρά την περαιτέρω ενίσχυση της παραγωγικής δυναμικότητας της μονάδας, αφήνοντας να εννοηθεί ότι σύντομα θα υπάρξουν ανακοινώσεις.

Οι ίδιες πηγές σημειώνουν ότι το 2026 έχει ξεκινήσει με ιδιαίτερα θετικούς ρυθμούς, με το ελληνικό γιαούρτι να εξελίσσεται σε έναν από τους βασικούς πυλώνες ανάπτυ-

ξης. Θυμίζουμε πως, εδώ και αρκετό διάστημα, τα κεντρικά της FrieslandCampina στην Ολλανδία έδωσαν το πράσινο φως για εξαγωγές ελληνικού γιαουρτιού από την Ελλάδα σε μια σειρά από ευρωπαϊκές χώρες, μεταξύ των οποίων η Ολλανδία, το Βέλγιο και η Ρουμανία. Η επιτυχία των πρώτων αποστολών και η ισχυρή ζήτηση που καταγράφεται βάζει στο τραπέζι την επέκταση και σε άλλες ευρωπαϊκές αγορές.

Στελέχη της αγοράς σημειώνουν ότι το ελληνικό γιαούρτι έχει μετατραπεί σε λευκό χρυσό για την εγχώρια γαλακτοβιομηχανία, καθώς η κατηγορία συνεχίζει να καταγράφει διψή-

φίους ρυθμούς ανάπτυξης διεθνώς. Μέσα σε αυτό το περιβάλλον, η FrieslandCampina φαίνεται πως θέλει να κλειδώσει μεγαλύτερη παραγωγική παρουσία στην Ελλάδα, αξιοποιώντας το momentum που έχει δημιουργηθεί γύρω από το Greek yogurt.

Οι τελικές αποφάσεις θα ληφθούν από τα κεντρικά στην Ολλανδία, τα οποία παραδοσιακά κινούνται με αργά αλλά μεθοδικά βήματα. Ωστόσο, το έδαφος θεωρείται πρόσφορο για την ανάληψη περισσότερων πρωτοβουλιών, όπως δείχνει και η απόφαση της Μεβγάλ να προχωρήσει στη δημιουργία νέου εργοστασίου, δεσμεύοντας πόρους ύψους €150 εκατ.

### ΤΟ ΝΕΟ ΚΑΤΑΣΤΗΜΑ ΤΗΣ METRO ΣΤΗΝ ΚΥΠΡΟ ΚΑΙ ΤΟ ΜΗΝΥΜΑ ΠΑΝΤΕΛΙΑΔΗ

Η Κύπρος μπορεί να δέχεται τους κραδασμούς από την αυξημένη γεωπολιτική αβεβαιότητα, με τον πόλεμο στη Μέση Ανατολή να επηρεάζει άμεσα τον τουρισμό και συνολικά την οικονομική ψυχολογία της περιοχής, ωστόσο η METRO AEBE δείχνει να στέλνει το ακριβώς αντίθετο μήνυμα: Ότι συνεχίζει να επενδύει, να αναπτύσσεται και να βλέπει μακροπρόθεσμα την κυπριακή αγορά. Το στίγμα αυτό έδωσε ο πρόεδρος και διευθύνων σύμβουλος της METRO, Αριστοτέλης Παντελιάδης, μέσα από ανάρτησή του στο LinkedIn, με αφορμή τα εγκαίνια του νέου καταστήματος BEST VALUE για επαγγελματίες στη Λευκωσία. Παρουσία, μάλιστα, του Πρέσβη της Ελλάδας στην Κύπρο, Κωνσταντίνου Κόλλια, ο επικεφαλής της ελληνικής αλυσίδας περιέγραψε τη σημασία που αποδίδει η εταιρεία

στην κυπριακή αγορά, υπογραμμίζοντας πως η Λευκωσία αποτέλεσε το φυσικό επόμενο βήμα μετά τη Λεμεσό. Ο κ. Παντελιάδης σημείωσε ότι η METRO έχει ήδη επενδύσει περισσότερα από €20 εκατ. στην Κύπρο τα τελευταία έξι χρόνια, καθώς θεωρεί ότι πρόκειται για μια οικονομία με υγιή χαρακτηριστικά, έντονη τουριστική δραστηριότητα και ισχυρή παρουσία μικρομεσαίων επιχειρήσεων. Και αυτό ακριβώς είναι το στοιχείο που έκανε τη διοίκηση να επιμείνει στην αγορά του νησιού, ακόμη και σε μια περίοδο κατά την οποία αρκετές επιχειρήσεις εμφανίζονται πιο επιφυλακτικές.

Σύμφωνα με όσα ανέφερε ο κ. Παντελιάδης στην ανάρτησή του, η BEST VALUE έφερε στην Κύπρο το μοντέλο οργανωμένης χονδρικής στα πρότυπα των METRO Cash and

Carry στην Ελλάδα, προσφέροντας εύκολη πρόσβαση, ανταγωνιστικές τιμές και ολοκληρωμένες λύσεις για επαγγελματίες μεταπώλησης και HORECA. Ουσιαστικά, στόχος της εταιρείας ήταν να κάνει γνωστό στους Κύπριους επιχειρηματίες έναν διαφορετικό τρόπο προμηθειών, πιο οργανωμένο και πιο αποδοτικό σε επίπεδο κόστους και χρόνου.

Η χρονική συγκυρία μόνο εύκολη δεν θεωρείται. Η Κύπρος παρακολουθεί με ανησυχία τις εξελίξεις στην Μέση Ανατολή, καθώς η τουριστική της βιομηχανία επηρεάζεται άμεσα από τις γεωπολιτικές εντάσεις στην περιοχή. Παρ' όλα αυτά, η METRO συνεχίζει να... ψηφίζει Κύπρο εκπέμποντας μήνυμα εμπιστοσύνης στις προοπτικές της οικονομίας του νησιού και δείχνοντας ότι βλέπει σημαντικά περιθώρια ανάπτυξης τα επόμενα χρόνια.

**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



## Business Insight

### ΠΩΣ ΜΙΑ ΕΞΑΓΟΡΑ ΚΑΙ ΜΙΑ ΣΥΜΦΩΝΙΑ ΔΗΜΙΟΥΡΓΟΥΝ (ΔΥΝΗΤΙΚΟ) ΜΕΓΕΘΟΣ €17 ΔΙΣ.

Με αφορμή την υπογραφή μνημονίου συνεργασίας Εθνικής Τράπεζας για την απόκτηση του 30% του μετοχικού κεφαλαίου της Allianz Ευρωπαϊκή Πίστη το σημερινό insight μας. Συνδυαστικά με την επιβεβαίωση από τον οίκο Fitch του αξιόχρεου της Ελλάδας στη βαθμίδα BBB+ με σταθερές προοπτικές και την προοπτική τέλη 2026 η χώρα μας να είναι η πιο χρεωμένη χώρα της ευρωζώνης. Ας δούμε αυτά τα δύο.

Το ελληνικό χρέος εκτιμάται πως μειωθεί στο περίπου 137% του Ακαθάριστου Εγχώριου Προϊόντος (από 145% το 2025), σε αντίθεση με το ιταλικό στο 138,6% (από 137,1%) σύμφωνα με το πολυετές δημοσιονομικό πρόγραμμα (DFP) του υπουργείου Οικονομικών. Σε ό,τι αφορά την ετμηγορία του οίκου αξιολόγησης αυτή εδράζεται στην πολιτική και δημοσιονομική σταθερότητα, τη συνετή διαχείριση του κόστους δανεισμού, τα πρωτογενή πλεονάσματα και την σταθερή ανάπτυξη. Συμπληρώνω ότι για τον Fitch η αξιολόγηση βασίζεται στο υψηλότερο επίπεδο του κατά κεφαλήν εισοδήματος της Ελλάδας σε σχέση με τον μέσο όρο των χωρών στη βαθμίδα "BBB" και στους δείκτες διακυβέρνησης που είναι ελαφρά υψηλότεροι πάνω από αυτόν, καθώς και σε ένα αξιόπιστο πλαίσιο πολιτικής που ενισχύεται από τη συμμετοχή στην ΕΕ και στην Ευρωζώνη. Το κρατάω αυτό, συσχετίζοντας το με την ουσία του θέματος μας. Στην ελληνική αγορά τα εγγεγραμμένα ασφάλιστρα (ως ποσοστό του ΑΕΠ) περιορίζονται στο μόλις 2,5% έναντι 9% του ευρωπαϊκού μέσου όρου. Θεωρητικά η από-

κλιση αντιστοιχεί σε περίπου €17 δισ. (πάντα σε όρους ΑΕΠ), τεράστιο discount που σύμφωνα με πηγές των Εθνικής και Πειραιώς, με τις οποίες επικοινωνήσαμε το Business Insight, εξηγούν την επιθετική στροφή του εγχώριου banking προς την τραπεζοασφαλιστική.

Η Πειραιώς έχοντας πλέον την Εθνική ΕΕΓΑ, με ανανεωμένη πλατφόρμα πουλά τα ασφαλιστικά προϊόντα της ΕΕΓΑ (υπερκαλύπτοντας τις απώλειες λόγω NN Hellas και ERGO Hellas). Ήδη, με βάση τα αποτελέσματα Q1/2026 η Πειραιώς αύξησε τα έσοδα της στα €23 εκατ. (συν €20 εκατ. από την Εθνική Ασφαλιστική) με τον Χρήστο Μεγάλου να υπογραμμίζει (κατά την παρουσίαση των αποτελεσμάτων) πως οι επιδόσεις του bancassurance και της Εθνικής Ασφαλιστικής είναι ευθυγραμμισμένες με τον ετήσιο στόχο. Τα €23 εκατ. συνιστούν 30% αύξηση σε σχέση με το αντίστοιχο τρίμηνο 2025. Γνωστό πως, η Πειραιώς ελέγχει το περίπου 50% της αγοράς bancassurance. Προφανώς η Εθνική μέσω της συνεργασίας με την Allianz- Ευρωπαϊκή Πίστη αλλάζει πίστα, επιταχύνοντας σε έναν κλάδο όπου έχει χαμηλό μερίδιο συμμετοχής. Πρακτικά το στοίχημα των διοικήσεων αμφότερων, όπως και των Eurobank, Credia Bank, Alpha Bank, δεν είναι η διεκδίκηση μεριδίων από μία αγορά που δεν ξεπερνά το 2,5% αλλά η προοπτική μέσω της μεγέθυνσης της να βγουν και οι πέντε πολλαπλάσια κερδισμένοι. Λογικά η Allianz θα επιδιώξει να κλείσει συμφωνίες με μεγάλες επιχειρήσεις, συνδυαστικά με τη χορήγηση δανείων από την τράπεζα, τις συμβάσεις με τα ιδιωτικά νοσοκομεία,

κ.α. Σύμφωνα με την πηγή της Εθνικής, στόχος είναι ο τριπλασιασμός των εσόδων από ασφαλιστικές εργασίες, η αύξηση των καθαρών εσόδων από προμήθειες κατά 6%, η ενίσχυση των κερδών (ανά μετοχή) με 4%, όπως και κατά 50 μ.β των ενσώματων παγίων στοιχείων (δηλαδή μακροχρόνιας πηγής εσόδων).

Προφανώς η ένταση που δίνουν οι συστημικοί όμιλοι για ανάπτυξη στο bancassurance σχετίζεται άμεσα με την υποχρεωτικότητα της ασφάλισης των κινήτρων που έχει θεσπίσει η Πολιτεία, συν την σταδιακή εδραίωση ασφαλιστικής συνείδησης σε όλο και μεγαλύτερο κομμάτι της επιχειρηματικότητας, της κοινωνίας.

Η Eurobank έχει συμφωνήσει για την απόκτηση του 80% της Eurolife FFH Life Insurance (κατέχει ήδη το 20%). Μετά την αύξηση του ποσοστού στο 100% η διοίκηση Καραβία εκτιμά πως τα κέρδη (προ φόρων) από την θυγατρική θα φτάσουν τα €100 εκατ. Ο όμιλος έχει εδραιωμένη παρουσία στον κυπριακό ασφαλιστικό κλάδο (μετά την εξαγορά της Ελληνικής Τράπεζας, με την οποία θα συγχωνεύσει την θυγατρική CNP Insurance).

Εν κατακλείδι, η τραπεζοασφαλιστική στην ελληνική αγορά είναι σε...εφθνητική κατάσταση, με το μικρότερο/μεγαλύτερο περιθώριο μεγέθυνσης τα επόμενα χρόνια, να μπορεί να αποφέρει σημαντικά επαναλαμβανόμενα λειτουργικά έσοδα. Ακόμη και στο μισό του ευρωπαϊκού μέσου όρου να διαμορφωθεί σε ορίζοντα διετίας (2027-2028) το... ταμείο θα μπορεί να ενισχυθεί με διψήφια ποσοστά.



**REAL ESTATE DAILY SECRET**

THE KEY TO PROPRIETARY INFORMATION

Το κλειδί για να μαθαίνετε τα μυστικά της αγοράς ακινήτων, κάθε μέρα στο e-mail σας. Με την υπογραφή της



**NOTICE**  
CONTENT & SERVICES

**ΚΑΝΤΕ  
ΕΓΓΡΑΦΗ  
ΕΔΩ**

**SECRETRECIPE**

**Οι λιανέμποροι (επαν-)εκλέγουν το νέο ΔΣ της ΕΣΕ**

Χωρίς εκπλήξεις αναμένεται να κυλήσει η διαδικασία εκλογών του νέου Διοικητικού Συμβουλίου της Ένωσης Σούπερ Μάρκετ Ελλάδος, μεθαύριο, Τετάρτη. Όπως πληροφορείται το FNB Daily, από τις αρχαιρεσίες τα μέλη αναμένεται - εκτός συγκλονιστικού απροόπτου - να επαναβεβαιώσουν τη στήριξη στο ΔΣ της Ένωσης, δηλαδή στον Πρόεδρο, Αριστοτέλη Παντελιάδη, στον Αντιπρόεδρο, Γιάννη Μασούτη, στον Γραμματέα, Κωνσταντίνο Μαυροειδή, στον Ταμία, Νίκο Λαβίδα, και στα μέλη, Λάμπρο Παπακοσμά και Μιλτιάδη Φοροζίδη. Εν αναμονή, λοιπόν...

**SÖ POSH!**  
the trendletter

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

**Κάθε Σάββατο  
στις 9.30**

ΤΟ ΕΒΔΟΜΑΔΙΑΙΟ NEWSLETTER

ΓΙΝΕ ΣΥΝΔΡΟΜΗΤΗΣ ΕΔΩ

**Editorial**

**Μαραθώνιος**

Τα πάντα στη ζωή είναι μαραθώνιος. Είναι νόμος αυτός. Άγραφος, αλλά δεδομένος και απαράβατος. Δεν αρκεί να πεις ότι έφτασα στον προορισμό μου. Πρέπει να συνεχίσεις να προσπαθείς, για να διατηρηθείς εκεί και να βελτιώνεις διαρκώς τη θέση σου. Αλλιώς, όλα θα αρχίσουν να λειτουργούν αντίστροφα.

Με τα αντίθετα αποτελέσματα. Αφορμή για αυτή τη φιλοσοφική μου αναζήτηση, τρία γεγονότα, που συνέβησαν το Σαββατοκύριακο. Το ένα αφορά το πόσο τραγικά έχασε η ομάδα μπάσκετ της ΑΕΚ στον τελικό του Final 4, στο Champions League. Κέρδιζε έως και 20 πόντους, μπήκε στο τέταρτο δεκάλεπτο με 18 πόντους υπέρ της, αλλά κατάφερε να χάσει.

Γιατί; Για δύο λόγους. Πρώτον, διότι οι παίκτες της και στέρευσαν από δυνάμεις, και επαναπαύτηκαν από το αποτέλεσμα. Δεύτερον, διότι η αντίπαλη ομάδα έκανε την αντεπίθεσή της και ήταν ασύλληπτα τυχερή, αφού έμπαιναν όλα τα σουτ (35 πόντους στο τελευταίο δεκάλεπτο !). Το δεύτερο αφορά τη μαθηματική κατάρκτηση του πρωταθλήματος από την ΑΕΚ στο ποδόσφαιρο. Γεγονός, που οφείλεται σε οργάνωση, επιμονή, δουλειά και πίστη για το αποτέλεσμα. Το τρίτο αφορά την αξιολόγηση της ελληνικής οικονομίας από τον οίκο Fitch. Εκεί, όπου οι αναλυτές επισημαίνουν ότι η αξιολόγηση μπο-



ρεί να επιδεινωθεί εάν δεν καταφέρουμε να διατηρήσουμε πτωτικά τον λόγο χρέους προς ΑΕΠ, επειδή, ας πούμε, επιλέξουμε τη δημοσιονομική χαλάρωση ή δεν υλοποιήσουμε σημαντικές υποχρεώσεις μας. Αν, δηλαδή, ανοίξουμε τις κάλυψεις των παροχών, κι αρχίσουμε και δίνουμε, χωρίς δομή και χωρίς να λαμβάνουμε υπόψη πόσα χρήματα έχει το ταμείο.

Στην ουσία, αυτό απαντά - εμμέσως πλην σαφώς - σε όσους επιδιώκουν να διεκδικήσουν την ψήφο του λαού σε πρωθυπουργικό level, και επέστρεψαν, τάζοντας στους πολίτες ό,τι να ναι, ανεξάρτητα από το αν υπάρχουν λεφτά στο ταμείο για αυτά.

Η Ελληνική Δημοκρατία έχει καταφέρει τα τελευταία χρόνια να ανακτήσει και να ενισχύσει σημαντικά την αξιοπιστία της, μεταξύ άλλων επειδή έχει νοικοκυρέψει τα οικονομικά της και εξακολουθεί να τα έχει σε τάξη.

Συνεπώς, οποιεσδήποτε άλλες σκέψεις και προτάσεις και υποσχέσεις μας οδηγούν σε επικίνδυνα μονοπάτια. Τόσο απλά.

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