

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

ΠΑΡΑΣΚΕΥΗ 03 ΙΟΥΛΙΟΥ 2026
ΤΕΥΧΟΣ 2359



• A. SAWHNEY (NIPPON-KIZ GROUP)

Γιατί ο Ινδός βλέπει την Ελλάδα ως το...νέο Ρότερνταμ
– Τί σχεδιάζει



• ΧΑΡΑΛΑΜΠΟΣ ΠΑΠΑΧΡΗΣΤΟΣ (ΣΕΦΥΜΕΝ)

Κλειδί ο σωστός σχεδιασμός
για τη μετάβαση στο DRS



• ΑΡΟΣΙΣ - ΓΗ ΒΟΪΟΥ

Μπαίνει στις ρυζογκοφρέτες με όσπρια
από Σεπτέμβριο με τρεις κωδικούς
– Στο +6% στο εξάμηνο



• ΤΕΡΚΕΝΛΗΣ

Υποτονικό το εξάμηνο, τη διαφορά κάνει η χονδρική
– Στροφή σε νέες συσκευασίες και εξαγωγές

Editorial

Όποιος βιάζεται...

Debrief

Σοσιαλιστικός... καπιταλισμός;

Business Insight

Η παρουσία Warsh
στην Sintra και
τα μηνύματα Lagarde

Business Maker

- Το καλοκαίρι που οι τιμές
στα super market θα πάνε...
ανάποδα
- Quiz: Οι δύο συμμαθητές
που κρατούν στα χέρια τους
δισεκατομμύρια

SecretRecipe

Ακόμα ένα fund μπαίνει
στο ελληνικό τρόφιμο

• ΟΙΝΟΠΟΙΗΤΙΚΟΣ ΣΥΝΕΤΑΙΡΙΣΜΟΣ ΤΥΡΝΑΒΟΥ

ΠΡΟΤΕΡΑΙΟΤΗΤΑ Η ΕΝΙΣΧΥΣΗ ΤΗΣ ΠΑΡΟΥΣΙΑΣ ΣΤΟ ΡΑΦΙ - ΑΝΑΠΤΥΞΗ 4% ΣΤΟ ΕΞΑΜΗΝΟ

Να εντείνει την παρουσία του στη ζεστή αγορά επιχειρεί ο Αγροτικός Οινοποιητικός Συνεταιρισμός Τυρνάβου, προκειμένου να αποκτήσει μεγαλύτερη ισορροπία στις πωλήσεις του αλλά και να ανταποκριθεί στη μετατόπιση, όπως φαίνεται, της ζήτησης προς την οικιακή κατανάλωση.

Όπως δηλώνει στο FNB Daily η Διευθύντρια του συνεταιρισμού, Αναστασία Παναγιώτου, αυτό το διάστημα βρίσκονται σε εξέλιξη συζητήσεις με γνωστή αλυσίδα super market που δεν περιλαμβάνεται στη λίστα με τους μέχρι τώρα συνεργάτες του (Σκλαβενίτης, ΑΒ Βασιλόπουλος, Μασούτης, Κρητικός κ.α.) ενώ παράλληλα έχει τοποθετηθεί σε αρκετά δίκτυα mini market 24ωρης λειτουργίας.

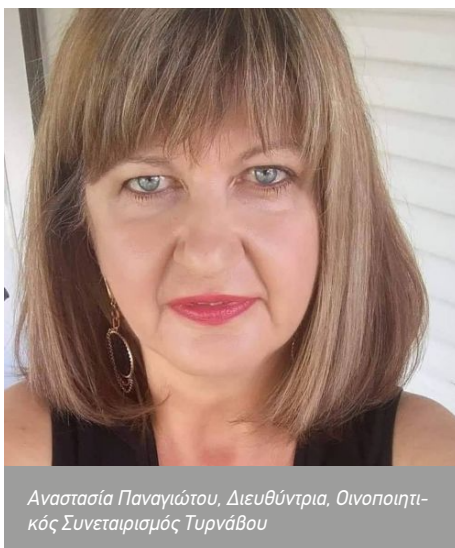
ΠΙΕΣΕΙΣ ΣΤΟ ON-TRADE ΚΑΝΑΛΙ

Ωστόσο, το 80% των πωλήσεων εξακολουθεί να προέρχεται από την on-trade αγορά, η οποία, όπως παραδέχεται, δεν διάγει και τις καλύτερες μέρες της. "Από τη μια έχουμε το δυσμενές οικονομικό περιβάλλον που κάνει πολλούς καταναλωτές να μειώνουν δραστικά ή και να κόβουν τελείως τις εξόδους τους, από την άλλη υπάρχει σε εξέλιξη- όχι μόνο στην Ελλάδα αλλά διεθνώς- μια εκστρατεία κατά του αλκοόλ, που έχει συνέπειες. Βλέπουμε ότι ο νέος κόσμος δεν το προσεγγίζει εξίσου εύκολα με τις παλαιότερες γενιές και, γενικά, το κρασί μοιάζει έχει φύγει από την καθημερινότητα των ανθρώπων".

Σίγουρα, προσθέτει, παίζει ρόλο το γεγονός ότι φτάνει να πωλείται στα καταστήματα εστίασης έως και τέσσερις ή πέντε φορές πάνω από την τιμή που αγοράστηκε. "Δεν γίνεται να υπάρχουν τέτοια περιθώρια κέρδους τη στιγμή που έχει γίνει μια titania προσπάθεια από το οινοποιείο να συμπίεσθούν τα κόστη. Στο τέλος της ημέρας, όταν πέφτουν τόσο πολύ οι όγκοι, ακόμα και αυτά τα περιθώρια κέρδους δεν θα είναι αρκετά για την εξασφάλιση της βιωσιμότητας".

ΑΝΑΓΚΑΙΟ ΝΑ ΤΟΝΩΘΕΙ Η ΚΑΤΑΝΑΛΩΣΗ

Κατά τη γνώμη της, είναι αναγκαίο σε συνεργασία με την πολιτεία να γίνουν συντονισμένες προσπάθειες για την τόνωση της κατανάλωσης. "Το πιο σημαντικό είναι ο κόσμος να ξαναπροσεγγίσει το κρασί, να θυμηθεί ότι είναι ένας πολύ ωραίος τρόπος να χαλαρώνει και να υποστηρίζει την κοινωνικότητά του, ακόμα και την υγεία του, όταν καταναλώνεται με μέτρο και συνετά. Να συνδεθεί,



Αναστασία Παναγιώτου, Διευθύντρια, Οινοποιητικός Συνεταιρισμός Τυρνάβου

ενδεχομένως, με ένα νέο μοντέλο κατανάλωσης που θα του δώσει ευρύτητα. Για παράδειγμα, ο τρόπος που τα 'τσιπουράδικα' έγιναν δημοφιλή και έχουν κρατήσει ψηλά το τσίπουρο, θα μπορούσε να είναι οδηγός", υπογραμμίζει.

ΖΗΤΗΣΗ ΑΠΟ ΤΟ ΕΞΩΤΕΡΙΚΟ ΓΙΑ ΤΟ ΑΣΥΡΤΙΚΟ

Σε αυτό το δύσκολο περιβάλλον, ο Οινοποιητικός Συνεταιρισμός Τυρνάβου έχει καταφέρει να κλείσει το α' εξάμηνο με ανάπτυξη 4%. Επιπλέον, συνεχίζει την προσπάθεια να αναπτύξει τις -λίγες για την ώρα- εξαγωγές του,

πετυχαίνοντας να τοποθετηθεί σε σκανδιναβικές χώρες και στην Πολωνία.

Η κα Παναγιώτου υπογραμμίζει επίσης τη θερμή υποδοχή που είχε από την αγορά το μονοποικιλιακό ασύρτικο που κυκλοφόρησε φέτος και για το οποίο υπάρχει μάλιστα ζωνρή ζήτηση από το εξωτερικό, όπου είναι ιδιαίτερα δημοφιλής η συγκεκριμένη ποικιλία.

ΥΨΗΛΗ ΒΑΘΜΟΛΟΓΙΑ ΓΙΑ ΤΟ ΠΛΑΝΟ ΤΩΝ €5 ΕΚΑΤ.

Παράλληλα, βρίσκεται εν αναμονή της έγκρισης του επενδυτικού πλάνου €5 εκατ. που έχει υποβάλει προς ένταξη στον Αναπτυξιακό. "Έχουμε λάβει υψηλή βαθμολογία και εκτιμούμε ότι μέσα στον χρόνο θα έχουν πάρει τα τελικά αποτελέσματα. Ήδη έχουμε ξεκινήσει να υλοποιούμε κάποιες δαπάνες, όπως η αγορά καινούργιας σταφυλοδόχου". Η επένδυση έχει πενταετή ορίζοντα υλοποίησης και περιλαμβάνει, μεταξύ άλλων, νέα αποθήκη έτοιμου προϊόντος, μεταφορά του αποσταγματοποιείου στις εγκαταστάσεις του οινοποιείου, αγορά νέου μηχανολογικού εξοπλισμού και είσοδο στην αγορά του αφρώδους οίνου- μια κατηγορία η οποία, όπως αναφέρει, "ταιριάζει" με το Μοσχάτο Τυρνάβου, τη βασική ποικιλία δηλαδή που καλλιεργεί και αξιοποιεί σήμερα.

Γιάννης Τσατσάκης
yannis@notice.gr



FOOD FORWARD

From Farm to Future

Το μεγαλύτερο συνέδριο για τον κλάδο
των Τροφίμων & Ποτών **επιστρέφει**

2 SEASON

5-6 Νοεμβρίου 2026
HYATT REGENCY THESSALONIKI



ΜΕ ΤΗΝ ΑΞΙΟΠΙΣΤΙΑ ΤΗΣ



NOTICE

CONTENT & SERVICES

POWERED BY

FORUM S.A.
TRADE SHOWS • PUBLICATIONS

ΜΕ ΤΗΝ ΑΙΓΙΔΑ



ESE
ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΣΥΝΕΡΓΕΙΑ ΣΥΝΕΡΓΕΙΑΣ ΕΛΛΑΔΑΣ

INE
NETTOWORK TO POSHKEEN KANAKI

SEVE
50 YEARS OF SERVICE
GREEK EXPORTERS ASSOCIATION

ΕΕΕΤ
1932



Για περισσότερες πληροφορίες:

• THE COCA-COLA COMPANY ΠΡΟΧΩΡΑ ΣΕ IPO \$1 ΔΙΣ. ΓΙΑ ΤΗΝ HINDUSTAN COCA-COLA BEVERAGE

Η Coca-Cola κάλεσε επενδυτικές τράπεζες να υποβάλουν προσφορές για την ανάληψη ρόλων στην προγραμματισμένη αρχική δημόσια προσφορά της ινδικής μονάδας εμφιάλωσης, Hindustan Coca-Cola Beverage, σε μια συναλλαγή που εκτιμάται ότι θα μπορούσε να αντλήσει περίπου \$1 δισ., σύμφωνα με πρόσωπα που γνωρίζουν το θέμα.

Οι παρουσιάσεις των ενδιαφερόμενων τραπεζών θα πραγματοποιηθούν την επόμενη εβδομάδα στο Λονδίνο, όπου η Rothschild & Co., χρηματοοικονομικός σύμβουλος της Coca-Cola για τη συναλλαγή, θα συναντηθεί με τις υποψήφιες τράπεζες σχετικά με τη σχεδιαζόμενη εισαγωγή της Hindustan στο χρηματιστήριο.

Ο ΣΤΟΧΟΣ

Η εταιρεία αναψυκτικών με έδρα την Ατλάντα επιδιώκει αποτίμηση περίπου \$10 δισ. για τη δραστηριότητα εμφιάλωσης στην Ινδία.

Οι διαβουλεύσεις βρίσκονται ακόμη σε εξέλιξη και λεπτομέρειες όπως ο χρόνος υλοποίησης, το μέγεθος, η αποτίμηση και η δομή της δημόσιας εγγραφής ενδέχεται να αλλάξουν.

Η δημόσια εγγραφή αναμένεται να ενισχύσει το αυξανόμενο κύμα πολυεθνικών εταιρειών που αξιοποιούν τις ινδικές δραστηριότητές τους μέσω των χρηματιστηρί-

ακών αγορών, επιδιώκοντας να εκμεταλλευτούν την ισχυρή ζήτηση των εγχώριων επενδυτών.

Πέρυσι, η LG Electronics εισήγαγε στο χρηματιστήριο τη θυγατρική της στην Ινδία, ενώ το 2024 η Hyundai άντλησε περίπου \$3,3 δισ. μέσω της μεγαλύτερης δημόσιας εγγραφής (IPO) που έχει πραγματοποιηθεί ποτέ στην Ινδία.

Η HINDUSTAN COCA-COLA

Η Hindustan Coca-Cola συγκαταλέγεται στις μεγαλύτερες εταιρείες εμφιάλωσης αναψυκτικών στην Ινδία, εξυπηρετώντας περισσότερα από 1,7 εκατ. σημεία λιανικής πώλησης και απασχολώντας πάνω από 5.000 εργαζόμενους, σύμφωνα με την ιστοσελίδα της εταιρείας.

Με έδρα την Μπανγκαλόρ, η εταιρεία λειτουργεί 14 μονάδες παραγωγής σε 12 πολιτείες και διανέμει τα προϊόντα της σε 236 περιφέρειες της νότιας και δυτικής Ινδίας.

Πέρυσι, η Coca-Cola πούλησε μειοψηφικό ποσοστό συμμετοχής στη Hindustan Coca-Cola Beverages σε ινδικό όμιλο, στο πλαίσιο της στρατηγικής της να αποκτήσει έναν τοπικό στρατηγικό εταίρο, διατηρώντας παράλληλα την αναπτυξιακή της δυναμική σε μία από τις ταχύτερα αναπτυσσόμενες αγορές της.



Jacob
Aarup-
Andersen,
CEO,
Carlsberg

• CARLSBERG ΣΧΕΔΙΑΖΕΙ IPO ΕΩΣ \$700 ΕΚΑΤ. ΓΙΑ ΤΗ ΘΥΓΑΤΡΙΚΗ ΤΗΣ ΣΤΗΝ ΙΝΔΙΑ

Η Carlsberg υπέβαλε εμπιστευτικά σχέδιο ενημερωτικού δελτίου για την αρχική δημόσια προσφορά της θυγατρικής της στην Ινδία, επιδιώκοντας να αντλήσει έως και \$700 εκατ., σύμφωνα με πρόσωπα που γνωρίζουν το θέμα.

Σύμφωνα με τις ίδιες πηγές, οι οποίες ζήτησαν να διατηρήσουν την ανωνυμία τους, η δημόσια εγγραφή αναμένεται να πραγματοποιηθεί μέσω δευτερογενούς διάθεσης μετοχών από τη δανέζικη ζυθοποιία και ενδέχεται να λάβει χώρα αργότερα μέσα στο έτος.

ΤΟ ΜΕΓΕΘΟΣ ΤΗΣ CARLSBERG INDIA

Η Carlsberg India είναι η δεύτερη μεγαλύτερη ζυθοποιία της Ινδίας, με μερίδιο αγοράς περίπου 22%. Η Carlsberg εισήλθε στην ινδική αγορά το 2007 και σήμερα λειτουργεί 14 ζυθοποιεία στη χώρα, εκ των οποίων 8 είναι ιδιόκτητα και 6 λειτουργούν μέσω συμβάσεων παραγωγής (contract manufacturing).

ΤΙ ΚΑΝΟΥΝ ΟΙ ΑΛΛΟΙ ΠΑΙΚΤΕΣ

Στο ίδιο πλαίσιο, η Pernod Ricard, παραγωγός των Absolut Vodka και Chivas Regal, εξετάζει επίσης το ενδεχόμενο εισαγωγής της ινδικής δραστηριότητάς της στο χρηματιστήριο.

Σύμφωνα με τις ίδιες πηγές, η Carlsberg συνεργάζεται με την Kotak Mahindra Capital, καθώς και με τις ινδικές θυγατρικές των JPMorgan Chase & Co. και Citigroup για την προετοιμασία της δημόσιας εγγραφής.

Ωστόσο, οι λεπτομέρειες σχετικά με το μέγεθος, τη δομή και το χρονοδιάγραμμα της συναλλαγής εξακολουθούν να βρίσκονται υπό διαμόρφωση και ενδέχεται να μεταβληθούν.



Henrique
Braun,
CEO, The
Coca-Cola
Company

• KROGER ΕΞΑΓΟΡΑΖΕΙ ΤΗΝ GIANT EAGLE ΕΝΑΝΤΙ \$1,65 ΔΙΣ.

Η αμερικανική αλυσίδα super market Kroger ανακοίνωσε συμφωνία ύψους \$1,65 δισ. για την εξαγορά της περιφερειακής αλυσίδας Giant Eagle, ενισχύοντας την παρουσία της στις πολιτείες των Μεσοδυτικών ΗΠΑ και της Μεσοατλαντικής περιφέρειας.

Πρόκειται για την πρώτη συμφωνία υπό τη διοίκηση του CEO Greg Foran και την πρώτη μεγάλη εξαγορά της εταιρείας μετά την αποτυχία της συγχώνευσης ύψους \$25 δισ. με την Albertsons το 2024.



Greg Foran,
CEO,
Kroger

ΟΙ ΠΙΕΣΕΙΣ ΠΟΥ ΑΝΤΙΜΕΤΩΠΙΖΕΙ

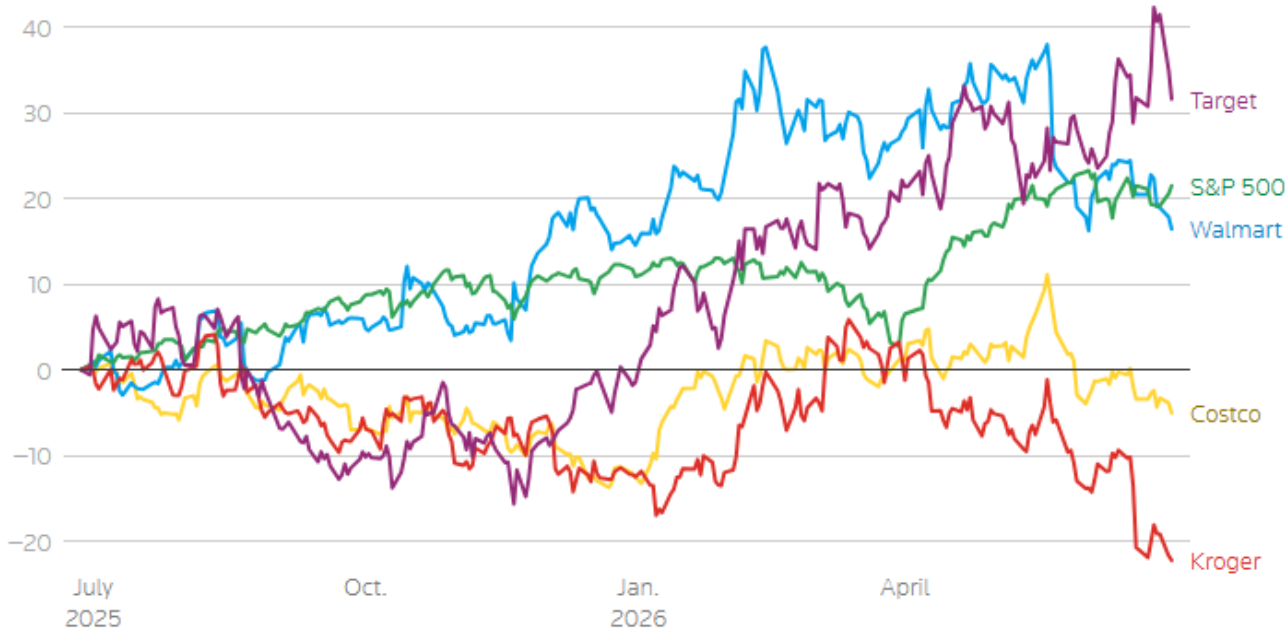
Η Kroger δραστηριοποιείται σε ένα ιδιαίτερα ανταγωνιστικό περιβάλλον, αντιμετωπίζοντας πιέσεις από την Walmart, την

Amazon και άλλους μεγάλους λιανεμπόρους, καθώς οι καταναλωτές στρέφονται σε οικονομικότερες επιλογές λόγω του αυξημένου κόστους ζωής.

Σύμφωνα με πηγή που γνωρίζει τη διαδικασία, η Giant Eagle δεν προχώρησε σε επίσημη διαγωνιστική διαδικασία, αλλά διαπραγματεύτηκε αποκλειστικά με την Kroger. Η ίδια πηγή ανέφερε ότι οι συνεργείες κόστους από την ενσωμάτωση της Giant Eagle αναμένεται να δημιουργήσουν περιθώριο για μειώσεις τιμών προς τους καταναλωτές.

Η Kroger έχει ήδη ανακοινώσει σχέδιο μείωσης των τιμών σε χιλιάδες προϊόντα, χρηματοδοτώντας την πρωτοβουλία μέσω απευθείας εισαγωγών και αποτελεσματικότερης αξιοποίησης της τεχνολογίας.

Kroger shares lag major rivals and broader market over past year



Note: All values rebased to zero

Source: Data compiled by LSEG | Neil J Kanatt

Reuters

ΔΥΣΚΟΛΗ ΠΕΡΙΟΔΟΣ ΓΙΑ ΤΟΥΣ ΠΑΡΑΔΟΣΙΑΚΟΥΣ ΠΑΙΚΤΕΣ

Ο αναλυτής της Consumer Edge, Michael Gunther, επισήμανε ότι η συμφωνία πραγματοποιείται σε μια δύσκολη περίοδο για τις παραδοσιακές αλυσίδες super market, καθώς εξειδικευμένες αλυσίδες όπως η Trader Joe's και discount retailers όπως η Aldi ενισχύουν τη θέση τους. Παράλληλα, σημείωσε

ότι η Giant Eagle διαθέτει μεγαλύτερο ποσοστό ηλικιωμένων πελατών, οι οποίοι εμφανίζονται πιο ανθεκτικοί στις οικονομικές πιέσεις.

ΤΙ ΠΕΡΙΛΑΜΒΑΝΕΙ Η ΣΥΜΦΩΝΙΑ

Σύμφωνα με την Kroger, η συμφωνία περιλαμβάνει καταβολή \$1,25 δισ. σε μετρητά και ανάληψη υποχρεώσεων περίπου \$400 εκατ. Η εταιρεία εκτιμά ότι η συναλλαγή θα ολοκλη-

ρωθεί το 2027 και θα ενισχύσει τα προσαρμοσμένα κέρδη της από το δεύτερο πλήρες έτος μετά την ολοκλήρωσή της.

Παράλληλα, η Kroger σχεδιάζει να διατηρήσει τόσο τη διανομή μερίσματος, όσο και το πρόγραμμα επαναγοράς ιδίων μετοχών ύψους \$2 δισ. Χρηματοοικονομικοί σύμβουλοι της συναλλαγής είναι η RBC Capital Markets για την Kroger και η Wells Fargo για τη Giant Eagle.

• **AB FOODS**

ΠΙΕΖΟΝΤΑΙ ΤΑ ΚΕΡΔΗ ΛΟΓΩ ΤΟΥ ΖΗΜΙΟΓΟΝΟΥ ΤΟΜΕΑ ΤΗΣ ΖΑΧΑΡΗΣ

Χαμηλότερα κέρδη για τη φετινή χρονιά βλέπει η AB Foods, ιδιοκτήτρια της Primark, καθώς ο τομέας της ζάχαρης παραμένει ζημιόγόνος, λόγω της περαιτέρω επιδείνωσης των συνθηκών στην αγορά.

Ο όμιλος, ο οποίος είχε επιβεβαιώσει τον Απρίλιο ότι σχεδιάζει να αποσχίσει τη δραστηριότητα της Primark από τις επιχειρήσεις τροφίμων του, ανακοίνωσε ότι τα έσοδα, σε σταθερές συναλλαγματικές ισοτιμίες, παρέμειναν αμετάβλητα κατά το γ' τρίμηνο της χρήσης 2025/2026.

PRIMARK

Τα έσοδα της Primark αυξήθηκαν ενώ οι συγκρίσιμες πωλήσεις (like-for-like sales) υποχώρησαν, γεγονός που, σύμφωνα με την εταιρεία, αντανακλά το δύσκολο περιβάλλον στο λιανεμπόριο στις περισσότερες αγορές όπου δραστηριοποιείται.

DATA Primark Q3 2025/2026

Έσοδα: +3%

Συγκρίσιμες πωλήσεις: -2,2%

ΠΤΩΣΗ ΣΤΗ ΖΑΧΑΡΗ

Αντίθετα, τα έσοδα από τη δραστηριότητα της ζάχαρης μειώθηκαν κατά 4%, εξαιτίας των χαμηλότερων μέσων τιμών πώλησης στην

Ευρώπη, της μείωσης των όγκων πωλήσεων στην Τανζανία και των επιπτώσεων από τις αυξημένες εισαγωγές στη Νότια Αφρική. Η AB Foods ανέφερε ότι η διάρκεια και η ένταση της σύγκρουσης στην Μέση Ανατολή έχουν αυξήσει τις εκτιμήσεις για τις τιμές του φυσικού αερίου το επόμενο έτος, επηρεάζοντας αρνητικά τις προοπτικές κερδοφορίας της ευρωπαϊκής δραστηριότητας ζάχαρης. Πλέον, ο όμιλος εκτιμά ότι ο προσαρμοσμένος λειτουργικός τομέας ζάχαρης θα καταγράψει ζημίες μεταξύ £25 και £60 εκατ. χρήση 2025/26, ενώ προειδοποιεί για περαιτέρω επιδείνωση και τη χρήση 2026/27.

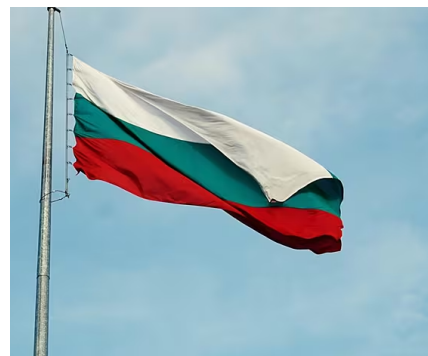
Η AB Foods υπογράμμισε ότι η πορεία του κλάδου της ζάχαρης αποτελεί βασική προτεραιότητα για τη διοίκηση.

ΠΡΟΟΠΤΙΚΕΣ

Πέραν του τομέα της ζάχαρης, οι προβλέψεις του ομίλου για το σύνολο της χρήσης παραμένουν αμετάβλητες.

"Εξακολουθούμε να αναμένουμε ότι τα προσαρμοσμένα λειτουργικά κέρδη του ομίλου και τα προσαρμοσμένα κέρδη ανά μετοχή (adjusted EPS) για το 2026 θα διαμορφωθούν χαμηλότερα σε σχέση με πέρυσι", σημείωσε η εταιρεία.

Τέλος, η AB Foods επανέλαβε ότι η διαδικασία απόσχισης της Primark προχωρά σύμφωνα με τον σχεδιασμό.



• **ΒΟΥΛΓΑΡΙΑ** **"ΚΑΛΑΘΙ** **ΦΡΟΝΤΙΔΑΣ"** **ΜΕ ΕΚΠΤΩΣΕΙΣ** **ΤΟΥΛΑΧΙΣΤΟΝ** **15% ΣΕ ΒΑΣΙΚΑ** **ΤΡΟΦΙΜΑ**

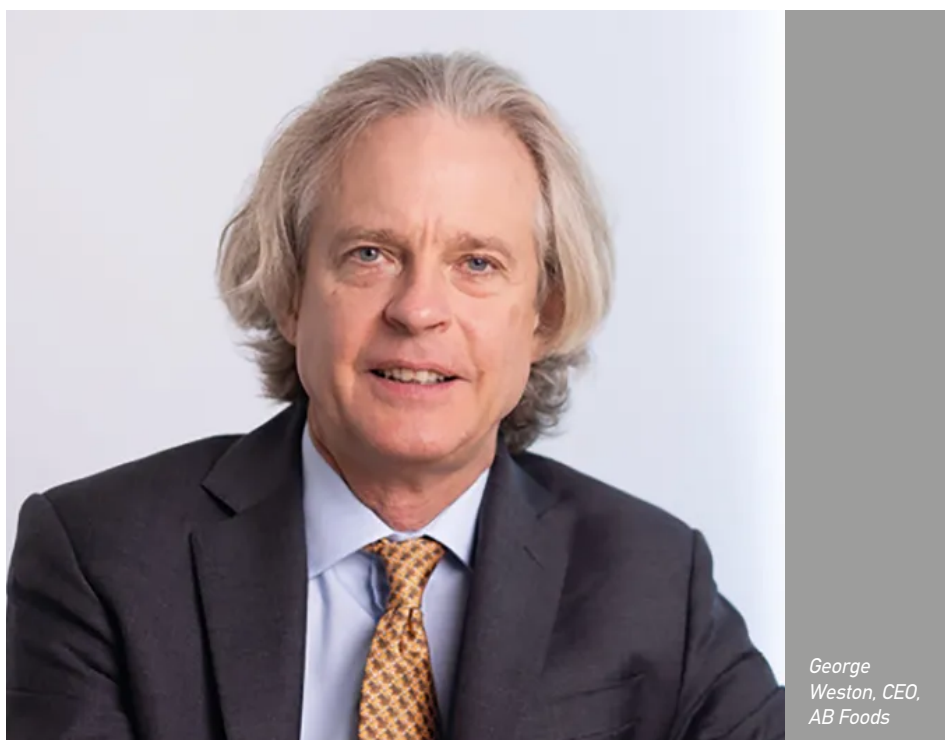
Η κυβέρνηση της Βουλγαρίας εγκαινίασε την πρωτοβουλία "Καλάθι Φροντίδας", η οποία προβλέπει ότι οι αλυσίδες λιανεμπορίου θα μειώνουν σε εθελοντική βάση τις τιμές βασικών ειδών διατροφής για παρατεταμένο χρονικό διάστημα. Ένας από τους βασικούς στόχους της πρωτοβουλίας είναι η ενίσχυση της βουλγαρικής αγροδιατροφικής παραγωγής, μέσω της ένταξης περισσότερων προϊόντων από Βούλγαρους αγρότες και μεταποιητές στο συγκεκριμένο καλάθι.

Παράλληλα, η πρωτοβουλία φιλοδοξεί να αποτελέσει εθνικό πρότυπο για τη διαφάνεια στις τιμές, τον περιορισμό φαινομένων αισχροκέρδειας και τη δημιουργία ενός μόνιμου μηχανισμού στήριξης των καταναλωτών και ενίσχυσης της σταθερότητας της αγοράς.

ΣΥΜΜΕΤΕΧΟΥΝ 13 RETAILERS

Μέχρι στιγμής, στο πρόγραμμα συμμετέχουν 13 αλυσίδες super market. Στο πλαίσιο της πρωτοβουλίας, κάθε αλυσίδα θα διαθέτει τουλάχιστον 30 βασικά προϊόντα, στα οποία θα εφαρμόζεται έκπτωση τουλάχιστον 15% σε σχέση με τη συνήθη τιμή πώλησης, με στόχο τη διατήρηση σταθερών και ελεγχόμενων τιμών.

Ανακοινώνοντας την πρωτοβουλία, ο Πρωθυπουργός της Βουλγαρίας, Rumen Radev, δήλωσε: "Αυτή η στρατηγική συνεργασία αποσκοπεί στην παροχή σταθερότητας, προβλεψιμότητας και κοινωνικής υπευθυνότητας προς τους Βούλγαρους πολίτες σε μια περίοδο κρίσης και υψηλού πληθωρισμού."



George
Weston, CEO,
AB Foods

• **MEDITERRA**

ΟΙ ΚΙΝΗΣΕΙΣ ΓΙΑ ΝΑ ΕΠΙΣΤΡΕΨΕΙ ΣΕ ΚΕΡΔΟΦΟΡΟ ΕΔΑΦΟΣ

Τη μετατροπή των περυσινών ζημιών σε κέρδη φέτος αναμένει για τις θυγατρικές του ο όμιλος Mediterra, προκειμένου να επιστρέψει σε θετικό έδαφος το τελικό αποτέλεσμα. Σημειώνεται ότι το 2025 έκλεισε για τον όμιλο με πωλήσεις €15,45 εκατ., αυξημένες κατά 8,4%, με το 20% (€3,14 εκατ.) να προέρχεται από τις διεθνείς αγορές. Η επίδοση αυτή κρίνεται ικανοποιητική από τη διοίκηση, παρά την αβεβαιότητα των αγορών λόγω της αυξανόμενης γεωπολιτικής αστάθειας αλλά και του κύματος ανατιμήσεων πρώτων υλών και υλικών συσκευασίας.

Ωστόσο, στην τελική γραμμή του ισολογισμού η εταιρεία εμφάνισε ζημίες, οι οποίες αποδίδονται στα ζημιογόνα αποτελέσματα των εταιρειών:

- Μεσογειακά Παντοπωλεία ΕΠΕ, η οποία διατηρεί Super Market στο Κολωνάκι (Ξενοκράτους 40)
- Σιδωράκης Ι. Καμπά Π. Ο.Ε., η οποία διατηρεί Super Market στο Πυργί της Χίου

DATA όμιλος (σε €χιλ.)

Κύκλος εργασιών

2025: 15.449

2024: 14.252

Μικτό αποτέλεσμα

2025: 5.255

2024: 4.462

Αποτέλεσμα προ φόρων

2025: (153,64)

2024: 596,65

Αποτέλεσμα μετά από φόρους

2025: (184,55)

2024: 465,39



Γιάννης
Μανδόλας,
Mediterra,
Διευθύνων
Σύμβουλος

ΠΡΟΤΕΡΑΙΟΤΗΤΕΣ

Εκτίμηση της διοίκησης είναι ότι οι φετινές επιδόσεις "θα οριοθετηθούν τόσο από τις πληθωριστικές πιέσεις, όσο και από τη μείωση της κατανάλωσης, ως απόρροια της γεωπολιτικής αστάθειας και της πιθανής μετεξέλιξής της σε παγκόσμια ενεργειακή και οικονομική κρίση". Στις προτεραιότητες για το 2026 παραμένουν:

- ο ψηφιακός μετασχηματισμός
- η περαιτέρω ενίσχυση των υποδομών ασφάλειας των πληροφοριακών συστημάτων
- η επένδυση σε σύγχρονους μηχανισμούς κυβερνοασφάλειας

Παράλληλα, βασική προτεραιότητα για το 2026 αποτελεί η ενίσχυση της υγείας και ασφάλειας των εργαζομένων μέσω στοχευμένων παρεμβάσεων. Σημαντική παραμένει η προτεραιότητα της πράσινης μετάβασης, με έμφαση στην ενσωμάτωση στο εταιρικό πλαίσιο λειτουργίας των ευρωπαϊκών πολιτικών "από το χαράφι στο ράφι" καθώς και της κυκλικής οικονομίας.

ΝΕΑ ΠΡΟΪΟΝΤΑ

Τέλος, στόχος για τη φετινή χρονιά αποτελεί η ανάπτυξη τουλάχιστον 15 νέων προϊόντων, ενισχύοντας περαιτέρω το χαρτοφυλάκιο και την ανταγωνιστικότητα της εταιρείας. Κατά το 2025 παρουσιάστηκαν 21 νέα προϊόντα που αφο-

ρούν τις ακόλουθες σειρές και μάρκες:

- 7 Cultura Mediterra
- 5 Mastihashop
- 7 Art of Nature
- 1 ΕΛΜΑ
- 1 Snake Isle

Η ΕΙΚΟΝΑ ΣΤΟ ΤΡΙΜΗΝΟ

Σημειώνεται ότι εντός του α' τριμήνου η εταιρεία άνοιξε νέο κατάστημα mastihashop στην Κηφισιά, ενώ υπέγραψε συμφωνία franchise για την ένταξη του Παντοπωλείου στο Κολωνάκι στο δίκτυο της AB Βασιλόπουλος, ως AB Shop & Go.

Όπως είχε δηλώσει στο FNB Daily ο CEO, Γιάννης Μανδόλας, "αποφασίσαμε ότι θα ήταν καλύτερα για το συγκεκριμένο κατάστημα να προχωρήσει έτσι. Άλλωστε, πέρα από το γεγονός ότι το brand μας ΕΛΜΑ ούτως ή άλλως είχε παρουσία σε όλους τους μεγάλους retailers, ως franchisee διατηρούμε την ευελιξία να τοποθετήσουμε προϊόντα τρίτων που εμείς θα επιλέξουμε". Ακόμη είχε αναφέρει ότι η εταιρεία εμφάνισε διψήφιους ρυθμούς ανάπτυξης στο α' τρίμηνο.

ΔΙΚΤΥΟ

Σημειώνεται ότι η εταιρεία λειτουργεί τρία mastihashop στην Αθήνα (Σύνταγμα, Κηφισιά και Νέο Κόσμο), τρία στην Χίο και ένα στην Θεσσαλονίκη, και με το μοντέλο franchise ένα κατάστημα στον Βόλο και δύο στην Σαουδική Αραβία. Ακόμη η Mediterra διατηρεί παρουσία στα αεροδρόμια Αθήνας, Θεσσαλονίκης, Ρόδου, Χανίων, Ηρακλείου, Κω, Μυτιλήνης.

Μάκης Αποστόλου

makis@notice.gr

• **MONDELEZ**

ΛΑΝΣΑΡΕΙ ΤΗΝ TOBLERONE CRYSTAL BAR ΣΕ ΣΥΝΕΡΓΑΣΙΑ ΜΕ ΤΗ SWAROVSKI

Η Mondelēz International ανακοίνωσε το "The Ultimate Gift" από το brand Toblerone, παρουσιάζοντας την Toblerone Crystal Bar, μια περιορισμένη σειρά δημιουργημένη από την Swarovski.

Η πρωτοβουλία περιλαμβάνει χειροποίητα κρυστάλλινα αντίγραφα της αυθεντικής σοκολάτας Toblerone, τα οποία είναι ατομικά αριθμημένα και πιστοποιημένα. Η καμπάνια εντάσσεται στη στρατηγική premium εξέλιξης του brand και στην ενίσχυση της πα-

ρουσίας του στην κατηγορία των συλλεκτικών και βιωματικών προϊόντων.

ΕΠΙΣΚΕΨΕΙΣ ΣΕ POP-UP ΣΗΜΕΙΑ

Στο πλαίσιο της δράσης, από την 1η έως τις 31 Ιουλίου, ταξιδιώτες σε εννέα διεθνή αεροδρόμια θα έχουν τη δυνατότητα να επισκεφθούν ειδικά pop-up σημεία που συνδυάζουν τις δύο μάρκες.

Παράλληλα, οι επισκέπτες θα μπορούν να συμμετάσχουν σε δημοπρασίες για την από-



κτηση της Toblerone Crystal Bar, με τα έσοδα να διατίθενται σε φιλανθρωπικούς οργανισμούς που συνδέονται με τα αντίστοιχα αεροδρόμια. Η συμμετοχή στη δημοπρασία θα είναι επίσης διαθέσιμη διαδικτυακά σε παγκόσμιο επίπεδο.

• **ΤΕΡΚΕΝΛΗΣ**

ΥΠΟΤΟΝΙΚΟ ΤΟ ΕΞΑΜΗΝΟ, ΤΗ ΔΙΑΦΟΡΑ ΚΑΝΕΙ Η ΧΟΝΔΡΙΚΗ – ΣΤΡΟΦΗ ΣΕ ΝΕΕΣ ΣΥΣΚΕΥΑΣΙΕΣ ΚΑΙ ΕΞΑΓΩΓΕΣ

Με χαμηλότερους ρυθμούς σε σχέση με την αντίστοιχη περυσινή περίοδο κινήθηκε το α' εξάμηνο του 2026 για την Τερκενλή, κάτι που, σύμφωνα με τον ιδιοκτήτη της εταιρείας, Παύλο Τερκενλή, αντανάκλα τη συνολική εικόνα της αγοράς και δεν συνιστά μεμονωμένη επίδοση της επιχείρησης. Μιλώντας στο FNB Daily, σημειώνει ότι η καταναλωτική δαπάνη εμφανίζει αισθητή κάμψη, με το δίμηνο Μαΐου – Ιουνίου να αποδεικνύεται ιδιαίτερα δύσκολο για το σύνολο του κλάδου.

ΣΤΟ 15% Η ΠΤΩΣΗ

Όπως εξηγεί, εάν ληφθούν υπόψη και οι πληθωριστικές ανατιμήσεις που μεσολάβησαν, η πραγματική υποχώρηση προσεγγίζει το 15% σε σχέση με πέρυσι για την Τερκενλή. Η πτώση καταγράφεται τόσο στα καταστήματα πόλης, όσο και στα σημεία πώλησης στα αεροδρόμια, κυρίως στην Θεσσαλονίκη, ενώ, όπως αναφέρει, αντίστοιχη εικόνα μεταφέρουν και άλλοι επιχειρηματίες του κλάδου. Στην εποχική επιβράδυνση συνέβαλε και η περίοδος των πανελλαδικών εξετάσεων, η οποία παραδοσιακά περιορίζει την καταναλωτική κίνηση.

ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΑΠΟ ΤΗ ΧΟΝΔΡΙΚΗ

Παρά τις πιέσεις στη λιανική, η εταιρεία καταφέρνει να διατηρεί τη συνολική της πορεία χάρη στη συνεχιζόμενη ανάπτυξη της χονδρικής δραστηριότητας. Σύμφωνα με τον κ. Τερκενλή, ο συγκεκριμένος τομέας παρουσιάζει σταθερή άνοδο και καλύπτει σημαντικό μέρος των απωλειών που καταγράφονται από το δίκτυο καταστημάτων, αποτελώντας σήμερα τον βασικό μοχλό ανάπτυξης της επιχείρησης. Στο οργανωμένο λιανεμπόριο η εταιρεία δι-

ευρύνει σταδιακά την παρουσία της, παρά το γεγονός ότι, όπως εκτιμά, ούτε τα super market εμφανίζουν ιδιαίτερα θετική εικόνα την τρέχουσα περίοδο.

ΑΝΑΝΕΩΣΗ ΚΩΔΙΚΟΛΟΓΙΟΥ

Στο πλαίσιο αυτό προχωρά στην ανανέωση της παραγωγής με νέους κωδικούς και νέα formats συσκευασίας, επιδιώκοντας να προσαρμοστεί στις μεταβαλλόμενες καταναλωτικές συνήθειες. Όπως σημειώνει, οι μικρότερες, ατομικές ή snack, συσκευασίες, παρουσιάζουν πλέον μεγαλύτερη ζήτηση σε σχέση με τις μεγαλύτερες οικογενειακές και αποτελούν βασική κατεύθυνση της νέας εμπορικής στρατηγικής της Τερκενλής.

ΣΤΑΘΕΡΟ ΤΟ ΔΙΚΤΥΟ

Για το επόμενο διάστημα, η εταιρεία δεν σχεδιάζει ανάπτυξη του δικτύου. Η στρατηγική της επικεντρώνεται στην ανακαίνιση και ενίσχυση των υφιστάμενων καταστημάτων, στην περαιτέρω ανάπτυξη της χονδρικής, καθώς και στη διεύρυνση της παρουσίας της στις διεθνείς αγορές.

ΑΒΕΒΑΙΟΤΗΤΑ ΓΙΑ ΤΙΣ ΕΞΑΓΩΓΕΣ

Οι εξαγωγές εξακολουθούν να αποτελούν μικρό μέρος της δραστηριότητας της Τερκενλής, αντιπροσωπεύοντας μόλις το 1%-2% του κύκλου εργασιών. Το 2025 κινήθηκαν ελαφρώς ανοδικά, ωστόσο για το 2026 οι προοπτικές εμφανίζονται πιο αβέβαιες, κυρίως λόγω των εξελίξεων στην αγορά των Ηνωμένων Πολιτειών, καθώς χωρίς να έχουν επιβληθεί επίσημοι δασμοί, έχουν αυξηθεί σημαντικά οι τεχνικές και γραφειοκρατικές απαιτήσεις, δημιουργώντας ένα καθεστώς άτυπου προστατευτισμού που δυσχεραίνει τις εξαγωγές ελληνικών προϊόντων. Το θέμα, όπως αναφέρει, απασχολεί συνολι-

κά τους εξαγωγείς και αποτελεί αντικείμενο συντονισμένων παρεμβάσεων από τον Σύμβουλο Εξαγωγών Βορείου Ελλάδος, στον οποίο συμμετέχει και η εταιρεία.

Η Τερκενλή εξάγει σήμερα σε περίπου 15 χώρες, με σημαντικότερες αγορές την Γερμανία, τις ΗΠΑ, το Βέλγιο και το Ηνωμένο Βασίλειο. Το μεγαλύτερο μέρος των εξαγωγών αφορά το τσουρέκι, ενώ συμπληρωματικά διατίθενται εποχικά προϊόντα, γεγονός που καθιστά συνολικά την εξαγωγική δραστηριότητα έντονα εποχική.

ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΑΛΛΑ ΜΕ ΔΥΣΚΟΛΙΕΣ ΤΟ 2025

Αναφερόμενος στις οικονομικές επιδόσεις του 2025, ο κ. Τερκενλής σημειώνει ότι η μικρή βελτίωση των μεγεθών δεν αποτυπώνει τις δυσκολίες που αντιμετωπίζουν σήμερα οι επιχειρήσεις του κλάδου. Όπως τονίζει, η αύξηση του κύκλου εργασιών του 2025 θεωρείται οριακή, ενώ οι συνεχείς πιέσεις από το ενεργειακό κόστος, τις διακυμάνσεις στις διεθνείς τιμές των πρώτων υλών και το αβέβαιο οικονομικό περιβάλλον περιορίζουν σημαντικά τα περιθώρια ανάπτυξης. "Πολλοί από τους παράγοντες που καθορίζουν πλέον την πορεία μιας επιχείρησης δεν βρίσκονται στον έλεγχό της, αλλά διαμορφώνονται από το ευρύτερο οικονομικό και κανονιστικό περιβάλλον", επισημαίνει χαρακτηριστικά.

DATA (σε €χιλ.)

Κύκλος εργασιών

2025: 19.023

2014: 18.050

Μεταβολή: 5,39%

Μικτό αποτέλεσμα

2025: 6.041

2014: 5.500

Μεταβολή: 9,84%

Κέρδη προ φόρων

2025: 846

2014: 722

Μεταβολή: 17,17%

Καθαρά κέρδη

2025: 636

2014: 542

Μεταβολή: 17,34%



Παύλος
Τερκενλής,
Ιδιοκτήτης
Τερκενλής

Στέλλα Αυγουστάκη
stella@notice.gr

• **A. SAWHNEY(NIPPON-KIZ GROUP)**

ΓΙΑΤΙ Ο ΙΝΔΟΣ ΒΛΕΠΕΙ ΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ ΩΣ ΤΟ... ΝΕΟ ΡΟΤΕΡΝΤΑΜ - ΤΙ ΣΧΕΔΙΑΖΕΙ

Σε φάση ενίσχυσης της διεθνούς του παρουσίας βρίσκεται ο όμιλος Nippon-Kiz, σύμφωνα με τον Founder και CEO, Amit Sawhney, ο οποίος, μιλώντας στο Fnb Daily, αναφέρθηκε στη στρατηγική ανάπτυξης της εταιρείας και στις προοπτικές περαιτέρω επέκτασης σε νέες αγορές.

Ο επικεφαλής του ομίλου, ο οποίος δραστηριοποιείται σε Ινδία, Ισπανία και Ηνωμένα Αραβικά Εμιράτα και διαθέτει παραγωγικές μονάδες στην Ινδία και την Ευρώπη, με αντικείμενο την παραγωγή σάλτσων και προϊόντων με βάση το κρεμμύδι, σημείωσε ότι το brand "Holy Sauce" καταγράφει ισχυρή αναπτυξιακή πορεία διεθνώς, με παρουσία σε περισσότερες από 65 χώρες, αποτελώντας βασικό πυλώνα του χαρτοφυλακίου της εταιρείας.

ΟΙ ΠΡΟΟΠΤΙΚΕΣ ΕΛΛΑΔΑΣ-ΙΝΔΙΑΣ

Αναφερόμενος στις δυνατότητες διμερούς εμπορικής συνεργασίας, ο κ. Sawhney υπογράμμισε ότι υπάρχει αυξανόμενο ενδιαφέρον από ελληνικές επιχειρήσεις για εξαγωγές προς την Ινδία, ενώ από την πλευρά της KIZ Foods εκφράστηκε ετοιμότητα για ενίσχυση των εισαγωγών από την Ελλάδα.

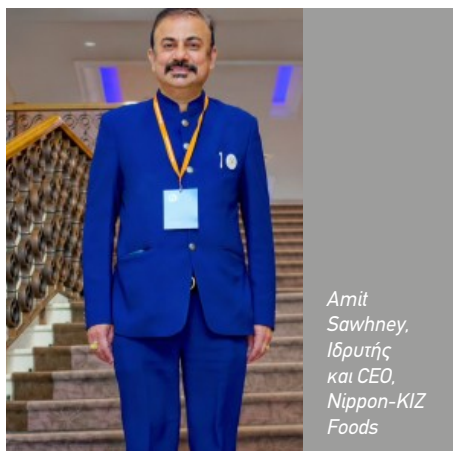
Όπως ανέφερε, εξετάζεται το ενδεχόμενο υποκατάστασης μέρους των υφιστάμενων εισαγωγών από την Ισπανία, κυρίως σε προϊόντα όπως το ελαιόλαδο και οι ελιές. Παρόλα αυτά, τόνισε ως μειονέκτημα την υψηλότερη τιμή των ελληνικών προϊόντων από τα αντίστοιχα ισπανικά.

Παράλληλα, ο όμιλος εμφανίζεται ανοικτός στη διερεύνηση συνεργασιών για την τοποθέτηση των προϊόντων του στην ελληνική αγορά λιανικής, σημειώνοντας ότι θέλουν να γίνει το συντομότερο δυνατό.

ΕΠΕΚΤΑΣΗ ΣΕ ΑΝΑΔΥΟΜΕΝΕΣ ΑΓΟΡΕΣ

Στο πλαίσιο της στρατηγικής διεθνούς ανάπτυξης, ο επικεφαλής της KIZ Foods αναφέρθηκε στα σχέδια εισόδου σε αγορές της Αφρικής και της Νότιας Αμερικής, τις οποίες χαρακτήρισε ως ιδιαίτερα δυναμικές και υψηλής προοπτικής.

Παράλληλα, εκτίμησε ότι ο κλάδος των FMCG προϊόντων συνεχίζει να παρουσιάζει ισχυρούς ρυθμούς ανάπτυξης, με έμφαση στις κατηγορίες των σάλτσων και των προϊόντων κρεμμυδιού, όπου ο όμιλος ενισχύει σταθερά τη θέση του.



Amit Sawhney,
Ιδρυτής
και CEO,
Nippon-KIZ
Foods



Η ΕΛΛΑΔΑ ΩΣ ΠΙΘΑΝΟΣ ΚΟΜΒΟΣ LOGISTICS

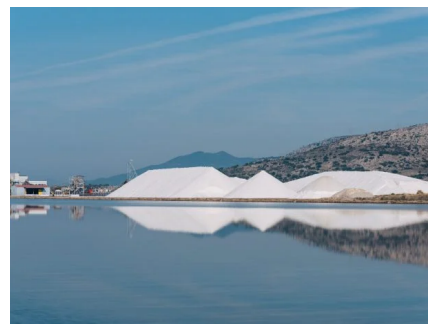
Ιδιαίτερη αναφορά έγινε στον πιθανό ρόλο της Ελλάδας ως κόμβου στο πλαίσιο του διαδρόμου IMAC, με τον κ. Sawhney να υπογραμμίζει ότι η χώρα θα μπορούσε να λειτουργήσει ως εναλλακτική διαδρομή έναντι παραδοσιακών ευρωπαϊκών hubs, όπως το Ρότερνταμ, υπό την προϋπόθεση απλοποίησης των τελωνειακών διαδικασιών και ενίσχυσης της αποτελεσματικότητας στη διακίνηση προϊόντων.

Ωστόσο, επεσήμανε ότι ζητήματα γραφειοκρατίας και καθυστερήσεων εξακολουθούν να αποτελούν ανασταλτικούς παράγοντες, προτείνοντας τη δημιουργία εξειδικευμένων κλαδικών ομάδων και πιο στοχευμένων μηχανισμών υποστήριξης επιχειρηματικών πρωτοβουλιών.

ΠΡΟΟΠΤΙΚΕΣ

Κλείνοντας, ο επικεφαλής της KIZ Foods σημείωσε ότι το brand "Holy Sauce", το οποίο λανσαρίστηκε το 2022, έχει ήδη επεκταθεί σε περισσότερες από 65 αγορές παγκοσμίως, ενώ εξέφρασε την εκτίμηση ότι ο συνολικός κύκλος εργασιών του ομίλου αναμένεται να αυξηθεί άνω του 20% μέσα στο 2026.

Μάριος Δελατόλας
marios@notice.gr



• ΕΛΛΗΝΙΚΕΣ ΑΛΥΚΕΣ ΕΠΤΑ ΕΠΕΝΔΥΤΙΚΑ ΣΧΗΜΑΤΑ ΣΤΗ Β' ΦΑΣΗ ΤΟΥ ΔΙΑΓΩΝΙΣΜΟΥ

Στη δεύτερη φάση του διαγωνισμού για την αξιοποίηση της Ελληνικής Αλυκής προκρίθηκαν επτά επενδυτικά σχήματα, όπως ανακοίνωσε το Εθνικό Αναπτυξιακό Ταμείο. Η Ελληνικές Αλυκές αποτελεί τον βασικό προμηθευτή αλατιού της ελληνικής αγοράς και συγκαταλέγεται μεταξύ των σημαντικότερων παραγωγών φυσικού αλατιού στην Μεσόγειο. Σύμφωνα με το Εθνικό Αναπτυξιακό Ταμείο, η είσοδος στρατηγικού επενδυτή αναμένεται να ενισχύσει τις αναπτυξιακές προοπτικές της εταιρείας, συμβάλλοντας τόσο στην περιφερειακή ανάπτυξη όσο και στη δημιουργία νέων θέσεων εργασίας.

Η ΔΙΑΔΙΚΑΣΙΑ

Η διαδικασία αφορά την πώληση πλειοψηφικού ποσοστού, τουλάχιστον 51%, του μετοχικού κεφαλαίου της εταιρείας, με στόχο την είσοδο στρατηγικού επενδυτή.

Τα επενδυτικά σχήματα που προκρίθηκαν, με αλφαβητική σειρά, είναι η κοινοπραξία των εταιρειών

- Μ.Π. Θεοδώρου (Βιομηχανία Άλατος) - Salinity Group AB
- ΚΑΛΑΣ
- Mantis Trading
- Meccanica Group
- Πίτισιας - Κωνσταντόπουλος
- SOSALT SpA
- Unisel - ΧΙΩΝ

Μετά την υπογραφή των σχετικών Συμβάσεων Εμπιστευτικότητας, οι προεπιλεγέντες επενδυτές θα λάβουν τα τεύχη της Β' Φάσης και θα αποκτήσουν πρόσβαση στο Virtual Data Room, όπου θα είναι διαθέσιμα τα οικονομικά και τεχνικά στοιχεία της εταιρείας προκειμένου να προχωρήσουν στην προετοιμασία και υποβολή δεσμευτικών προσφορών.

• ΑΡΟΣΙΣ - ΓΗ ΒΟΪΟΥ

ΜΠΑΙΝΕΙ ΣΤΙΣ ΡΥΖΟΓΚΟΦΡΕΤΕΣ ΜΕ ΟΣΠΡΙΑ ΑΠΟ ΣΕΠΤΕΜΒΡΙΟ ΜΕ ΤΡΕΙΣ ΚΩΔΙΚΟΥΣ - ΣΤΟ +6% ΣΤΟ ΕΞΑΜΗΝΟ

Στην τελική ευθεία έχει εισέλθει η ενοποίηση των Άροσις και Προϊόντα Γης Βοΐου σε ένα ενιαίο σχήμα, με τζίρο άνω των €7 εκατ., ενώ αρχίζει να παίρνει σάρκα και οστά ο εμπλουτισμός της γκάμας με τα νέους κωδικούς. "Ουσιαστικά έχει ολοκληρωθεί η μετάβαση στη νέα εταιρεία", δηλώνει στο FNB Daily ο Διευθύνων Σύμβουλος, Τρύφων Φωτιάδης, προσθέτοντας ότι εκκρεμούν μόνο κάποιες τεχνικές αλλά κρίσιμες λεπτομέρειες, όπως η ενοποίηση των συστημάτων ERP και των οργανογραμμάτων, που ωστόσο εξελίσσεται με ταχύτατους ρυθμούς.

ΠΡΙΝ ΤΟ ΦΕΒΡΟΥΑΡΙΟ Η ΕΠΕΝΔΥΣΗ ΣΤΗΝ ΚΑΣΤΟΡΙΑ

Εξίσου γρήγορα φαίνεται ότι υλοποιείται και ο επενδυτικός σχεδιασμός, καθώς το ύψους €5,1 εκατ. project για τον εκσυγχρονισμό και την επέκταση των εγκαταστάσεων στην Καστοριά έχει προχωρήσει αρκετά και όλα δείχνουν ότι θα είναι έτοιμο πριν το Φεβρουάριο του 2027. "Προχωράμε με γοργούς ρυθμούς. Ήδη τα νέα κτίρια έχουν αρχίσει να φαίνονται και ο εξοπλισμός έχει παραγγελθεί", σημειώνει ο κ. Φωτιάδης. Όπως ο ίδιος προσθέτει, το SMERemediumCap - που έχει τον μετοχικό έλεγχο - βρίσκεται εν αναμονή της προ-

κήρυξης του επόμενου προγράμματος Δίκαιης Αναπτυξιακής Μετάβασης, στο οποίο σκοπεύει να υποβάλει προς ένταξη επενδυτικό σχέδιο για την επέκταση και τον εκσυγχρονισμό των εγκαταστάσεων της Γης Βοΐου στο Τσοτύλι Κοζάνης.

ΝΤΕΜΠΟΥΤΟ ΣΤΗ ΜΙΚΡΗ ΛΙΑΝΙΚΗ ΓΙΑ ΤΑ ΝΕΑ ΠΡΟΪΟΝΤΑ

Στο μεταξύ, αντίστροφα μετράει η εταιρεία για το λανσάρισμα κωδικών που σηματοδοτούν την είσοδό της σε νέες προϊόντικές κατηγορίες. Ο λόγος για τις ρυζογκοφρέτες με όσπρια, οι οποίες, όπως αποκαλύπτει ο κ. Φωτιάδης, θα κάνουν την εμφάνισή τους από τον ερχόμενο Σεπτέμβριο με τρεις κωδικούς. Σε πρώτη φάση τουλάχιστον, το λανσάρισμα θα γίνει στη μικρή λιανική, ωστόσο σύντομα αναμένεται να χτυπήσει την πόρτα και των μεγάλων retailers.

ΕΝΙΣΧΥΕΙ ΤΗΝ ΠΑΡΟΥΣΙΑ ΣΤΗΝ Β. ΑΜΕΡΙΚΗ

Τη δυναμική τους διατηρούν, εξάλλου, και οι εξαγωγές, από τις οποίες προέρχεται το 20% του συνολικού τζίρου. Κύρια αγορά παραμένει αυτή της Βόρειας Αμερικής, με την επέκταση στις ΗΠΑ να υλοποιείται αυτό το

διάστημα στην Ανατολική και στη Δυτική Ακτή μέσω τοπικών αλυσίδων, με 100 περίπου καταστήματα έκαστη. Ενισχύεται επίσης η παρουσία στον Καναδά όπου, μεταξύ άλλων, βρίσκεται πολύ κοντά στην είσοδο σε 72 καταστήματα της Walmart.

ΥΨΗΛΕΣ ΠΡΟΣΔΟΚΙΕΣ ΑΠΟ ΜΕΓΑΛΗ ΒΡΕΤΑΝΙΑ

Παράλληλα, η Άροσις- Γη Βοΐου έχει διευρύνει, σύμφωνα με το συνομιλητή μας, το δίκτυό της στην Γερμανία ενώ περιμένει πολλά και από την αγορά της Μεγάλης Βρετανίας, έχοντας ξεκινήσει συνεργασία με εταιρεία που διανέμει, μεταξύ άλλων, τα τυροκομικά προϊόντα Δωδώνη - κάτι που σημαίνει ότι "έχει ήδη δώσει τα διαπιστευτήριά του στην προώθηση premium ελληνικών προϊόντων".

Το πρώτο μισό του 2026 ολοκληρώθηκε με αύξηση πωλήσεων της τάξης του 6%, και με την προσθήκη των νέων κωδικών από το φθινόπωρο υπάρχει η προσδοκία ότι ο ρυθμός ανάπτυξης θα αυξηθεί.

Γιάννης Τσατσάκης
yannis@notice.gr



Τρύφων Φωτιάδης,
Διευθύνων Σύμβουλος, Άροσις- Γη Βοΐου

• ΧΑΡΑΛΑΜΠΟΣ ΠΑΠΑΧΡΗΣΤΟΣ (ΣΕΦΥΜΕΝ)

ΚΛΕΙΔΙ Ο ΣΩΣΤΟΣ ΣΧΕΔΙΑΣΜΟΣ ΓΙΑ ΤΗ ΜΕΤΑΒΑΣΗ ΣΤΟ DRS

ΣΥΝΕΝΤΕΥΞΗ ΣΤΗΝ ΣΤΕΛΛΑ ΑΥΓΟΥΣΤΑΚΗ (stella@notice.gr)

Σημείο καμπής για την αγορά εμφιαλωμένου φυσικού μεταλλικού νερού αποτελεί η εφαρμογή του DRS, το οποίο αναμένεται να μεταβάλει συνολικά τον τρόπο λειτουργίας της εφοδιαστικής αλυσίδας. Ο Πρόεδρος του ΣΕΦΥΜΕΝ και Scientific & Regulatory Affairs Director της ΧΗΤΟΣ, Χαράλαμπος Παπαχρήστος, επισημαίνει ότι ο κλάδος στηρίζει τη μετάβαση προς την κυκλική οικονομία και τους περιβαλλοντικούς στόχους που αυτή υπηρετεί, υπογραμμίζει, όμως, ότι η επιτυχία του εγχειρήματος προϋποθέτει ρεαλιστικό χρονοδιάγραμμα, σαφείς κανόνες εφαρμογής και στενή συνεργασία μεταξύ Πολιτείας, Βιομηχανίας, λιανεμπορίου και καταναλωτών, ώστε να αποφευχθούν αναταράξεις στην αγορά και να διασφαλιστεί η ομαλή λειτουργία του νέου συστήματος.

Η ελληνική αγορά εμφιαλωμένου νερού δείχνει να περνά σε φάση ωρίμανσης και έντονου ανταγωνισμού. Ποια θεωρείτε ότι θα είναι η μεγαλύτερη πρόκληση για τον κλάδο μέσα στο 2026;

Η μεγαλύτερη πρόκληση του 2026 είναι ότι ο κλάδος καλείται να αλλάξει ταχύτητα, χωρίς να χάσει σταθερότητα. Η αγορά του εμφιαλωμένου φυσικού μεταλλικού νερού εισέρχεται σε μια νέα φάση, όπου η ανταγωνιστικότητα δεν θα κρίνεται μόνο στο προϊόν και στην τιμή, αλλά και στην ικανότητα των επιχειρήσεων να προσαρμοστούν σε σημαντικές κανονιστικές αλλαγές, μεγαλύτερες περιβαλλοντικές απαιτήσεις, μεταβαλλόμενες καταναλωτικές προσδοκίες και δυναμικό περιβάλλον λειτουργίας.

Η ταυτόχρονη εφαρμογή του νέου ευρωπαϊκού πλαισίου για τις συσκευασίες και την επισήμανσή τους, η μετάβαση προς την κυκλική οικονομία, η ενσωμάτωση μεγαλύτερων ποσοστών ανακυκλωμένου PET στις φιάλες και η εφαρμογή του Συστήματος Εγγυοδοσίας Επιστροφής Συσκευασιών, δημιουργούν μια σύνθετη πραγματικότητα.

Δεν μιλάμε απλώς για συμμόρφωση. Μιλάμε για επενδύσεις, ανασχεδιασμό διαδικασιών, διαχείριση αποθεμάτων, προσαρμογή της παραγωγής και σωστό συντονισμό μεταξύ Βιομηχανίας, Πολιτείας, λιανεμπορίου και καταναλωτών.

Είναι λοιπόν κρίσιμο, η μετάβαση σε αυ-



Χαράλαμπος Παπαχρήστου Πρόεδρος ΣΕΦΥΜΕΝ και Scientific & Regulatory Affairs Director της ΧΗΤΟΣ

τές τις απαιτήσεις να γίνει ομαλά και χωρίς να διαταραχθεί η εύρυθμη λειτουργία της αγοράς και της εφοδιαστικής αλυσίδας, ιδιαίτερα κατά τη θερινή περίοδο, που η ζήτηση κορυφώνεται λόγω τουρισμού και εποχικότητας.

Η προσαρμογή των παραγωγών απαιτεί προσεκτικό ανασχεδιασμό της παραγωγής, της διαχείρισης αποθεμάτων και των υλικών συσκευασίας, ώστε η συμμόρφωση με το νέο πλαίσιο να πραγματοποιηθεί με επιχειρησιακά βιώσιμο τρόπο.

Όλο αυτό το δυναμικό πλαίσιο αλλαγών, που έχει τη βάση του στην πράσινη μετάβαση, πρέπει να λειτουργήσει στην παραγωγή, στο ράφι, στην επιστροφή της συσκευασίας και τελικά στην καθημερινότητα του καταναλωτή.

Βλέπετε να αλλάζει η καταναλωτική συμπεριφορά λόγω ακρίβειας και private label ή το εμφιαλωμένο νερό παραμένει προϊόν ανθεκτικό στις κρίσεις;

Αυτό που παρατηρούμε είναι ότι ο καταναλωτής αξιολογεί πλέον πιο αυστηρά τη σχέση ποιότητας, αξιοπιστίας και αξίας. Δεν κοιτάζει μόνο την τιμή. Κοιτάζει ποια

εταιρεία βρίσκεται πίσω από αυτό, ποια είναι η προέλευσή του, με ποιον τρόπο παράγεται.

Παράλληλα, ενισχύεται σταθερά η σημασία που αποδίδει το καταναλωτικό κοινό στην περιβαλλοντική υπευθυνότητα και τις πρακτικές βιωσιμότητας που εφαρμόζουν οι επιχειρήσεις του κλάδου.

Το φυσικό μεταλλικό νερό παραμένει προϊόν με ανθεκτική ζήτηση, ιδιαίτερα σε μια χώρα όπως η Ελλάδα, όπου το κλίμα, ο τουρισμός και ο τρόπος ζωής επηρεάζουν ουσιαστικά την κατανάλωση. Όμως ανθεκτικότητα δεν σημαίνει εφησυχασμό. Σημαίνει ότι ο κλάδος οφείλει να αποδεικνύει καθημερινά την αξία του, με ποιότητα, ασφάλεια, υπευθυνότητα και συνέπεια.

Το DRS φαίνεται να αλλάζει συνολικά το μοντέλο λειτουργίας της αγοράς. Είναι έτοιμη η Ελλάδα για μια τόσο μεγάλη μετάβαση ή υπάρχει κίνδυνος απορρύθμισης της αγοράς;

Η εφαρμογή του DRS αποτελεί μία από τις σημαντικότερες διαρθρωτικές αλλαγές που έχει κληθεί να διαχειριστεί ο κλάδος τα τελευταία χρόνια και ταυτόχρονα ένα τεστ

ωριμότητας για την αγορά. Αφορά το σύνολο της αλυσίδας, με τη συμμετοχή της Πολιτείας, του λιανεμπορίου, των παραγωγών και των καταναλωτών. Η επιτυχία του θα εξαρτηθεί από τον σωστό σχεδιασμό, τη σταδιακή εφαρμογή και τη στενή συνεργασία όλων των εμπλεκόμενων φορέων, παραμέτρων που θα αποτελέσουν τη βάση για τη σωστή λειτουργία του.

Ο ΣΕΦΥΜΕΝ υποστηρίζει διαχρονικά την εφαρμογή του DRS και τους περιβαλλοντικούς στόχους που υπηρετεί. Παράλληλα, έχει αναδείξει στον θεσμικό διάλογο με την Πολιτεία ότι η επιτυχία του συστήματος προϋποθέτει ρεαλιστικό χρονοδιάγραμμα εφαρμογής, καθαρούς κανόνες και τον απαραίτητο χρόνο προσαρμογής για την αγορά. Ένα σύστημα που ξεκινά οργανωμένα, μπορεί να δημιουργήσει κουλτούρα ανακύκλωσης και να φέρει μετρήσιμα αποτελέσματα, χωρίς τον κίνδυνο ύπαρξης ασαφειών για όλους τους εμπλεκόμενους και δημιουργίας πίεσης στην αγορά και πιθανής σύγχυσης στον καταναλωτή.

Η εμπειρία χωρών της Ευρωπαϊκής Ένωσης δείχνει ότι, όταν υπάρχει σωστός σχεδιασμός, η αγορά και οι πολίτες προσαρμόζονται και καταγράφεται και σημαντική επίτευξη αποτελεσμάτων των εθνικών στόχων συλλογής.

Υπάρχει κίνδυνος το αυξημένο κόστος ανακύκλωσης και συμμόρφωσης να περάσει τελικά στον καταναλωτή μέσω αυξήσεων τιμών;

Οι επενδύσεις που επιχειρούν οι εταιρείες του κλάδου για να ανταποκριθούν στις ευρωπαϊκές απαιτήσεις, αφορούν τόσο τις παραγωγικές υποδομές, όσο και τη συνεχή βελτιστοποίηση των συσκευασιών, την ενίσχυση της κυκλικής οικονομίας και τη μετάβαση σε μοντέλα που υποστηρίζουν τον κλειστό κύκλο αξιοποίησης των υλικών με τον πιο αποτελεσματικό τρόπο.

Η οπτική των επιχειρήσεων δεν περιορίζεται στη νομοθετική συμμόρφωση, αλλά αναγνωρίζει ότι το νέο οικονομικό μοντέλο και η ανάπτυξη, περιλαμβάνουν πλέον ουσιαστικά την έννοια της βιωσιμότητας ως εργαλείο εκσυγχρονισμού και μακροπρόθεσμης ανθεκτικότητας του κλάδου.

Η διαμόρφωση των τιμών, ωστόσο, δεν εξαρτάται από έναν παράγοντα. Επηρεάζεται, όπως διαπιστώνουμε καθημερινά από το ευρύτερο παγκοσμιοποιημένο γίγνεσθαι, από το ενεργειακό κόστος, τις πρώτες ύλες, τις μεταφορές, τις διεθνείς εξελίξεις, τις κανονιστικές απαιτήσεις και το

συνολικό οικονομικό περιβάλλον. Γι' αυτό έχει σημασία η μετάβαση να γίνει με ρεαλιστικά χρονοδιαγράμματα και καθαρούς κανόνες εφαρμογής, ώστε οι επιχειρήσεις να μπορέσουν να προσαρμοστούν χωρίς δυσανάλογες επιβαρύνσεις για την αγορά και τον καταναλωτή και για να έχει και ουσιαστικό περιβαλλοντικό αποτύπωμα.

Η κλιματική κρίση και η λειψυδρία έχουν μπει πλέον στο επίκεντρο της δημόσιας συζήτησης. Πόσο ανησυχεί πραγματικά ο κλάδος για τη διαθεσιμότητα υδάτινων πόρων στην Ελλάδα;

Ο κλάδος δεν έχει την πολυτέλεια να εφησυχάζει. Για τις επιχειρήσεις εμφιαλωμένου φυσικού μεταλλικού νερού, το νερό είναι ο θεμέλιος πόρος της δραστηριότητάς τους, καθώς και ένα αγαθό με ευρύτερη κοινωνική και εθνική σημασία.

Η προστασία των φυσικών πηγών και η βιώσιμη διαχείριση των υδάτινων πόρων αποτελούν διαχρονικά κυρίαρχη προτεραιότητα για τις επιχειρήσεις εμφιαλωμένου φυσικού μεταλλικού νερού. Οι εταιρείες του κλάδου λειτουργούν μέσα σε ένα αυστηρό ευρωπαϊκό και εθνικό θεσμικό πλαίσιο, εφαρμόζουν πρωτόκολλα παρακολούθησης και προστασίας των υδάτινων αποθεμάτων και επενδύουν σε σύγχρονες τεχνολογίες διαχείρισης του νερού.

Ακριβώς επειδή το αντικείμενο αυτό βρίσκεται στον πυρήνα της λειτουργίας τους, οι επιχειρήσεις του κλάδου έχουν αναπτύξει σημαντική τεχνογνωσία στη χρηστή διαχείριση των υδάτινων πόρων. Και αυτή η τεχνογνωσία αποκτά πλέον ακόμη μεγαλύτερη σημασία, καθώς η κλιματική αλλαγή καθιστά τη διαχείριση του νερού έναν από τους πιο κρίσιμους παράγοντες βιωσιμότητας για τη χώρα.

Ο ΣΕΦΥΜΕΝ υποστηρίζει πολιτικές που βασίζονται στην επιστημονική τεκμηρίωση, στην πρόληψη και στη συνεργασία και τον διάλογο με την Πολιτεία και τους αρμόδιους επιστημονικούς φορείς, με στόχο τη διασφάλιση της βιωσιμότητας των φυσικών πηγών.

Θα πρέπει οι καταναλωτές να περιμένουν νέες αυξήσεις τιμών στο εμφιαλωμένο νερό μέσα στο 2026;

Δεν θα ήταν υπεύθυνο να κάνουμε προβλέψεις για την εξέλιξη των τιμών. Οι τιμές διαμορφώνονται από ένα σύνολο παραγόντων, όπως το κόστος ενέργειας, οι πρώτες ύλες, οι μεταφορές, οι διεθνείς εξελίξεις, οι κανονιστικές απαιτήσεις και το γενικότερο

οικονομικό περιβάλλον.

Αυτό που μπορούμε να πούμε είναι ότι οι επιχειρήσεις του κλάδου συνεχίζουν να επενδύουν σε καινοτομία, πιο αποδοτικές παραγωγικές διαδικασίες και βιώσιμες πρακτικές, με στόχο να ενισχύσουν την ανταγωνιστικότητά τους και να συνεχίσουν να προσφέρουν στον καταναλωτή ένα προϊόν υψηλής ποιότητας και ασφάλειας.

Το εμφιαλωμένο φυσικό μεταλλικό νερό είναι προϊόν καθημερινής ανάγκης. Αυτό δημιουργεί για τον κλάδο μια πρόσθετη ευθύνη να διασφαλίζει την ποιότητα και την αξιοπιστία του προϊόντος, λειτουργώντας με σοβαρότητα και διαχειριζόμενος τις πιέσεις της αγοράς με τον πιο ισορροπημένο τρόπο. Η συζήτηση για τις τιμές χρειάζεται καθαρή εικόνα των παραγόντων που επηρεάζουν την αγορά και υπεύθυνη στάση από όλους τους εμπλεκόμενους.

Αν κοιτάξουμε πέντε χρόνια μπροστά, ποια θα είναι η μεγαλύτερη αλλαγή που θα έχει υποστεί ο κλάδος στην Ελλάδα;

Σε πέντε χρόνια ο κλάδος θα έχει περάσει σε ένα νέο μοντέλο λειτουργίας, όπου η βιωσιμότητα, η τεχνολογία και η κυκλική οικονομία θα αποτελούν μέρος της καθημερινής επιχειρησιακής πραγματικότητας. Η κυκλική οικονομία θα έχει περάσει από τη θεωρία στην καθημερινή λειτουργία της αγοράς. Η πλήρης ανάπτυξη του DRS, η αυξημένη αξιοποίηση ανακυκλωμένων υλικών και οι επενδύσεις σε νέες τεχνολογίες θα αλλάξουν ουσιαστικά τον τρόπο με τον οποίο σχεδιάζονται, παράγονται, διακινούνται, επιστρέφονται και ανακυκλώνονται οι συσκευασίες εμφιαλωμένου νερού. Η μεγαλύτερη αλλαγή, όμως, δεν θα αφορά μόνο τη φιαλή. Θα αφορά τον τρόπο με τον οποίο ο κλάδος αντιλαμβάνεται την ευθύνη του απέναντι στον καταναλωτή, στο περιβάλλον, στις τοπικές κοινωνίες και στη δημόσια συζήτηση για το νερό.

Επίσης θα ενισχυθεί περισσότερο η ανάγκη για έναν δημόσιο διάλογο που θα βασίζεται στην επιστημονική τεκμηρίωση, στη διαφάνεια και στη θεσμική υπευθυνότητα. Με μία φράση, ο κλάδος περνά από τη λογική του προϊόντος στη λογική της ευθύνης. Και αυτό θα καθορίσει το μέλλον του φυσικού μεταλλικού νερού στην Ελλάδα.

Ο ΣΕΦΥΜΕΝ φιλοδοξεί να συνεχίσει να αποτελεί την αξιόπιστη θεσμική φωνή του κλάδου, συμβάλλοντας έμπρακτα στην ενημέρωση των πολιτών και στην ενίσχυση της εμπιστοσύνης προς το ελληνικό εμφιαλωμένο φυσικό μεταλλικό νερό.

• **OB STREEM**

ΟΛΟΚΛΗΡΩΣΕ ΤΗΝ ΕΞΑΓΟΡΑ ΤΗΣ MED FRIGO GROUP

Την ολοκλήρωση εξαγοράς της Med Frigo Group ανακοίνωσε η OB Stroom, έπειτα από την έγκριση της Επιτροπής Ανταγωνισμού.

Με την ενσωμάτωση του Med Frigo Group δημιουργεί ένα επιχειρηματικό σχήμα με διευρυμένες δυνατότητες, αυξημένη αξία και ενισχυμένες συνέργειες για πελάτες, συνεργάτες και εργαζομένους, όπως αναφέρει στην ανακοίνωσή της.

Με την εξαγορά, ο όμιλος διευρύνει το αποτύπωμά του στον κλάδο των logistics, ενισχύοντας περαιτέρω τον ρόλο του στις αγορές όπου δραστηριοποιείται. Η Med Frigo Group διαθέτει εξειδίκευση στις μεταφορές και στα logistics ελεγχόμενης θερμοκρασίας, στοιχείο που, σύμφωνα με την ανακοίνωση, δημιουργεί νέες αναπτυξιακές προοπτικές για την παροχή υπηρεσιών σε όλη την αλυσίδα μεταφορών.

"ΙΣΧΥΡΟ ΣΧΗΜΑ"

Ο Αλέξανδρος Καραφυλλίδης, Διευθύνων Σύμβουλος της OB Stroom, δήλωσε: "Η έγκριση της συναλλαγής από την Επιτροπή Ανταγωνισμού και η ολοκλήρωση της εξαγοράς του Med Frigo Group αποτελούν ένα σημαντικό ορόσημο για την OB Stroom και την αναπτυξιακή μας πορεία. Η ένταξη του Med Frigo Group στον όμιλό μας ενισχύει περαι-



Αλέξανδρος Καραφυλλίδης, Διευθύνων Σύμβουλος, OB Stroom

τέρω το εύρος των λύσεων που παρέχουμε, δημιουργώντας νέες προοπτικές ανάπτυξης και ισχυρές συνέργειες στον τομέα των μεταφορών και των logistics ελεγχόμενης θερμοκρασίας. Με κοινό προσανατολισμό στην επιχειρησιακή αριστεία και την παροχή υψηλού επιπέδου υπηρεσιών, διαμορφώνουμε ένα ακόμη πιο ισχυρό σχήμα, ενισχύοντας περαιτέρω τη θέση μας ως σημείο αναφοράς για τον κλάδο των logistics στην Ελλάδα και τη Νοτιοανατολική Ευρώπη."

Από την πλευρά του, ο Αντώνης Μαυριδόγλου, CEO του ομίλου Med Frigo ανέφερε:

"Για περισσότερες από τρεις δεκαετίες, ο όμιλος Med Frigo αναπτύχθηκε με συνέπεια, επενδύοντας στην ποιότητα, την εξειδίκευση και τις μακροχρόνιες σχέσεις εμπιστοσύνης με τους συνεργάτες του. Η ολοκλήρωση της εξαγοράς από τον όμιλο OB Stroom αποτελεί μια φυσική εξέλιξη αυτής της πορείας και σηματοδοτεί ένα νέο κεφάλαιο, δημιουργώντας σημαντικές προοπτικές μέσα από τις συνέργειες, την τεχνογνωσία και τις δυνατότητες που προσφέρει η συμμετοχή μας σε έναν κορυφαίο όμιλο logistics όπως είναι η OB Stroom."

• **Debrief** •

ΣΟΣΙΑΛΙΣΤΙΚΟΣ... ΚΑΠΙΤΑΛΙΣΜΟΣ;

Η OpenAI πρότεινε να παραχωρήσει στην κυβέρνηση των ΗΠΑ το 5% της εταιρείας, σύμφωνα με δημοσίευμα των Financial Times, σε μια προσπάθεια να εκτονώσει την αυξανόμενη πολιτική πίεση στην Ουάσινγκτον. Μάλιστα ο CEO της OpenAI, Sam Altman, είχε προτείνει και άλλες αμερικανικές εταιρείες Τεχνητής Νοημοσύνης, όπως η Anthropic, η Google και η Meta, να παραχωρήσουν παρόμοια μερίδια στην κυβέρνηση μέσω ενός κρατικού επενδυτικού ταμείου. Σημειωτέον, ότι το 5% θα απέφερε αξία περίπου \$42,6 δισ., στην αμερικανική κυβέρνηση – δηλαδή στους φορολογούμενους – αφού η OpenAI αποτιμήθηκε στα \$852 δισ. κατά τον τελευταίο γύρο χρηματοδότησης, τον Μάρτιο. Το αμερικανικό δημόσιο έχει ήδη αποκτήσει μερίδιο 10% στην Intel και 15%

στην MP Materials, εταιρεία εξόρυξης και επεξεργασίας σπάνιων γαιών. Σοσιαλιστικές πρακτικές στη Μέκκα του καπιταλισμού λοιπόν; Μάλλον όχι. Δεν παύουν, όμως, να είναι εντυπωσιακές εξελίξεις, ειδικά για τα ήθη και έθιμα των ΗΠΑ. Οι κυβερνήσεις στο παρελθόν λάμβαναν θέση στα μ.κ. εταιρειών, όταν αυτές βρίσκονταν σε δυσκολίες, προκειμένου να τις προστατεύσουν και να μην διαχυθούν τα προβλήματα σε άλλους τομείς της οικονομίας. Ο τεχνολογικός τομέας των ΗΠΑ, κάθε άλλο παρά σε κρίση βρίσκεται. Κατασκευαστές chip, δημιουργοί λογισμικού Τεχνητής Νοημοσύνης, cloud providers, όλοι πάνε τόσο καλά, που δεν είναι λίγοι αυτοί που αναρωτιούνται αν πρόκειται για φούσκα. Αυτό μένει να φανεί, κανείς δεν το ξέρει. Αυτό, όμως,

που προς το παρόν αποτελεί κοινή παραδοχή, είναι πως πρόκειται για στρατηγικούς τομείς που θα καθορίσουν το παιχνίδι ισχύος των επόμενων δεκαετιών, στην οικονομία, την άμυνα, την έρευνα κ.λπ. Σε αυτό το πλαίσιο, ίσως, θα έπρεπε να δούμε και τις εξελίξεις στις ΗΠΑ. Οι τεχνολογικές εταιρείες αντιλαμβάνονται τη δυσαρέσκεια που μπορεί να δημιουργήσει η διαφαινόμενη παντοδυναμία τους, και δεν αποκλείουν το ενδεχόμενο να μοιραστούν λίγη από τη δύναμη (και τα κέρδη τους). Το κράτος από τη μεριά του, δεν επενδύει σε εταιρείες αλλά σε στρατηγικούς πολλαπλασιαστές ισχύος. Το 'να χέρι νίβει τ' άλλο και τα δυο το πρόσωπο...

Γιάννης Παλιούρης
giannis@notice.gr

Business Maker

ΤΟ ΚΑΛΟΚΑΙΡΙ ΠΟΥ ΟΙ ΤΙΜΕΣ ΣΤΑ SUPER MARKET ΘΑ ΠΑΝΕ... ΑΝΑΠΟΔΑ

Ισχυρές προσδοκίες για περαιτέρω αποκλιμάκωση των πληθωριστικών πιέσεων στα super market κατά τη διάρκεια του καλοκαιριού, διατυπώνουν καλά πληροφορημένες πηγές της αγοράς. Όπως μεταφέρει στη στήλη κορυφαίος λιανέμπορος, ο παραδοσιακός κανόνας που ήθελε την ισχυρή τουριστική ζήτηση των θερινών μηνών να συμπαρασύρει τις τιμές προς τα πάνω, φέτος δεν πρόκειται να επιβεβαιωθεί. Η δυναμική της αγοράς δείχνει ότι τα ράφια θα συνεχίσουν να αποσυμπίεζονται, προσφέροντας σημαντικές ανάσες στους καταναλωτές. Η βάση για αυτή την αισιόδοξη πρόβλεψη βρίσκεται στην υποχώρηση των τιμών σε βασικές κατηγορίες προϊόντων που επί μήνες τροφοδο-

τούσαν την ακρίβεια. Για πρώτη φορά μετά από μακρά περίοδο, το κρέας –και ειδικά το μοσχάρι– παρουσιάζει πτωτική τροχιά. Την ίδια στιγμή, ο καφές και το κακάο, δύο από τα μεγαλύτερα αγκάθια του διεθνούς πληθωρισμού τροφίμων που κρατούσαν ψηλά το κόστος, βρίσκονται πλέον σε φάση ορατής διόρθωσης στην εφοδιαστική αλυσίδα. Η σταδιακή εκτόνωση των γεωπολιτικών εντάσεων στην Μέση Ανατολή συμβάλλει επίσης καθοριστικά σε αυτό το σκηνικό, οδηγώντας σε υποχώρηση το κόστος των ζωοτροφών. Αυτή η εξέλιξη, σε συνδυασμό με την αποκλιμάκωση στις διεθνείς τιμές του πετρελαίου και το μειωμένο ενεργειακό κόστος, αφαιρεί σημαντικά βάρη από τη βιομη-

χανία και τα logistics, επιτρέποντας τη μετακύλιση των μειώσεων στο τελικό προϊόν. Την ίδια ώρα, το οργανωμένο λιανεμπόριο τροφίμων βλέπει την κατανάλωση να αυξάνεται με σταθερά ανοδικούς ρυθμούς, κερδίζοντας σημαντικό έδαφος από το κανάλι του HoReCa. Οι καταναλωτές στρέφονται όλο και περισσότερο στην εγχώρια κατανάλωση για να ελέγξουν τα έξοδά τους, περιορίζοντας την εστίαση. Αυτή τη μετατόπιση της πίτας την καρπώνονται οι μεγάλες αλυσίδες super market, οι οποίες, βλέποντας τους όγκους τους να ενισχύονται, αποκτούν ακόμη μεγαλύτερη ευελιξία για να διατηρήσουν την πτωτική τάση στις τιμές των προϊόντων τους.

QUIZ: ΟΙ ΔΥΟ ΣΥΜΜΑΘΗΤΕΣ ΠΟΥ ΚΡΑΤΟΥΝ ΣΤΑ ΧΕΡΙΑ ΤΟΥΣ ΔΙΣΕΚΑΤΟΜΜΥΡΙΑ

Μια σπάνια, σχεδόν μυθιστορηματική σύμπτωση, έβγαλε το ρεπορτάζ της στήλης, μέσα από τις τακτικές συζητήσεις και τις επαφές που διατηρεί με έγκυρες πηγές της αγοράς. Μια πληροφορία από εκείνες που σπάνια έρχονται στο φως, αλλά έχουν εξαιρετικό παρασκηνιακό ενδιαφέρον για το αναγνωστικό μας κοινό. Πρωταγωνιστές σε αυτή την ιστορία είναι δύο γόνοι γνωστών επιχειρηματικών οικογενειών, οι οποίοι είναι συνομήλικοι και βρέθηκαν να κάθονται στα ίδια θρανία, πηγαίνοντας στην ίδια ακριβώς σχολική τάξη. Το πλέον εντυπωσιακό στοιχείο, το οποίο εντόπισε η στήλη, είναι ότι οι δύο νεαροί φέρουν ακριβώς τα ίδια ονόματα με τους παππού-

δες τους. Μιλάμε για τους εμβληματικούς εκείνους ιδρυτές που θεωρούνται πρωτοπόροι στον κλάδο τους και άλλαξαν ριζικά τον χάρτη του ελληνικού επιχειρείν, αφήνοντας πίσω τους ένα τεράστιο, ανεξίτηλο αποτύπωμα. Η ιστορία όμως δεν σταματά στο ένδοξο παρελθόν. Συνεχίζεται στο παρόν, με τους δύο νεότερους να σηκώνουν ήδη το βάρος της επόμενης μέρας στις οικογενειακές business. Αυτή τη στιγμή, οι δύο συγκεκριμένες εταιρείες βρίσκονται σε πλήρη επενδυτική έξαρση. Τα πλάνα που τρέχουν είναι θηριώδη, απλώνονται γεωγραφικά σε ολόκληρη την Ελλάδα και επηρεάζουν άμεσα ένα τεράστιο σύμπλεγμα συνεργατών, προμηθευ-

τών και πελατών, τονώνοντας συνολικά την οικονομία. Το εκτόπισμά τους στα μακροοικονομικά μεγέθη της χώρας είναι παραπάνω από εμφανές, καθώς η συμβολή τους στο εθνικό ΑΕΠ είναι καθοριστική, ενώ παράλληλα συντηρούν χιλιάδες θέσεις εργασίας. Η χημεία τους από τα μαθητικά χρόνια μεταφέρεται πλέον στην καθημερινή επιχειρηματική αρένα, με όρους υγιούς ανταγωνισμού. Το κουίζ είναι για δυνατούς λύτες. Ποιοι είναι οι δύο εγγονοί που μοιράζονται το ίδιο όνομα με τους ιδρυτές-θρύλους και επανακαθορίζουν το σύγχρονο επιχειρείν; Η απάντηση κρύβεται στις μεγάλες ανακατατάξεις της αγοράς.



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**

Business Insight

Η ΠΑΡΟΥΣΙΑ WARSH ΣΤΗΝ SINTRA ΚΑΙ ΤΑ ΜΗΝΥΜΑΤΑ LAGARDE

Ιστορική από πολλές απόψεις η σύνοδος της Sintra. Το καθιερωμένο συμπόσιο των κεντρικών τραπεζιτών της Ευρώπης, που γίνεται κάθε χρόνο στο γραφικό κάστρο του προαστίου της Λισαβώνας, θεωρείται κατά τι ανάλογο της συνάντησης στο Jackson Hall/Ουισκόνσιν (κάθε Αύγουστο).

Κατ' αρχήν η παρουσία του Kevin Warsh ήταν αρκετή για να προσδώσει επιπλέον ενδιαφέρον, δεδομένης της θέσης που είχαν λάβει οι Ευρωπαίοι τραπεζίτες στην σύγκρουση του προκατόχου του Jerome Powell με τον Donald Trump. Θυμίζω πως, στο περυσινό συμπόσιο οι Ευρωπαίοι τραπεζίτες χειροκροτούσαν όρθιοι τον Powell, σε ένδειξη συμπαράστασης. Ένας από τους λόγους που η παρουσία, φέτος του διαδόχου του είχε προκαλέσει πολλές συζητήσεις. Κοινός τόπος στην κοινότητα πως μέχρι πριν το συμπόσιο ορισμένοι εξέφραζαν τις ανησυχίες τους για την παρουσία του "διορισμένου" από τον Trump εκλεκτού του κεντρικού τραπεζίτη. Ωστόσο, στη δεύτερη επίσημη εμφάνιση του ο Πρόεδρος της Fed ήταν σε αρκετά αποστασιοποιημένος από την... προεδρική γραμμή, πολύ συγκεκριμένος ως προς τα θέματα που συζήτησε με τους Ευρωπαίους ομολόγους του - ειδικότερα όσον αφορά στις ανησυχίες για το "σκιάδεσ τραπεζικό σύστημα" και την "ιδιωτική πίστωση".

Θα σταθώ λίγο στο private credit, καθώς ήταν ο λόγος του συναγερμού που σήμανε στην Φρανκφούρτη, με συνέπεια, μέσα Ιουνίου η ΕΚΤ να εντείνει τον έλεγχο στο ευρώ-σύστημα. Γνωστό πως περισσότερες από είκοσι τράπεζες θα πρέπει να υποβάλουν αναλυτικά στοιχεία για τις επενδύσεις τους, αριθμός διπλάσιος σε σχέση με τις προηγούμενες χρονιές. Μάλιστα οι BIG4 του ευρωπαϊκού banking, Deutsche Bank, Barclays, BNP Paribas και HSBC, αθροίζουν σχεδόν τα 2/3 της συνολικής έκθεσης του κλάδου.

Κοινό το πρόβλημα του private credit σε Ευρώπη-ΗΠΑ, ΕΚΤ-Fed με ζητούμενη και στις δύο πλευρές του Ατλαντικού την διαχείρισή του. Προφανώς το μέγεθος του στο αμερικανικό σύστημα είναι πολλές φορές πολλαπλάσιο του ευρωπαϊκού- κυρίως λόγω της υπερμόχλευσης στην Wall Street.

Θα μπορούσε να ειπωθεί πως το πρόβλημα της ιδιωτικής πίστωσης έφερε κοντά τις δύο πλευρές. Τον Warsh με τους Ευρωπαίους ομολόγους του και μάλιστα σε σημείο που είναι διαχυτικός προς την επικεφαλής της ΕΚΤ; (Τα φιλά στον αέρα του Warsh προς την Lagarde ήταν λίγο εκτός... πρωτοκόλλου...).

Η παρουσία Warsh πέρασε τα μηνύματα (που ήθελε να περάσει η Ουάσιγκτον) πως δηλαδή οι ΗΠΑ παραμένει ο μεγαλύτερος μεγάλος παίκτης, ότι η Fed είναι ο

κύριος πάροχος ρευστότητας του παγκόσμιου χρηματοπιστωτικού συστήματος. Και πως είναι η "Δύση", και ως αυτός ο πόλος η Ευρώπη- ως μέρος του- ιστορικά συμπαράτάσσεται. Σημειολογικά το γεγονός πως η Γαλλίδα εκφώνησε τον Αμερικανό ως τον "φίλο της Kevin" είχε επίσης ενδιαφέρον, καθώς ανάλογες αβρότητες με τον προκάτοχο (Powell) δεν εκφράζονταν. Σημειωτέον πως, ο Warsh μιλάει άπταιστα γαλλικά- έχει σπουδάσει στην Γαλλία- οι δε συνομιλίες του με τους Γάλλους ομολόγους του έγιναν στη γλώσσα τους (σ.σ. γνωστός ο...σωβινισμός τους). Θα πει κάποιος, μα καλά αυτά μετράνε στην άγρια Δύση των αγορών; Ενδεχομένως να αμβλύνουν εντάσεις, να προλαβαίνουν κρίσεις. Ποιος ξέρει θα φανεί. Παράλληλα η Lagarde βρήκε πρόσφορο το φιλικό περιβάλλον- για να περάσει το μήνυμα που ήθελε: το κύριο εργαλείο για την σταθεροποίηση του πληθωρισμού είναι πλέον τα επιτόκια και όχι τα έκτακτα εργαλεία της προηγούμενης δεκαετίας. Γι' αυτό και υποστήριξε ότι οι εκτιμήσεις της για τον πληθωρισμό κλίνουν πλέον πιο κοντά προς το 2%. Ενδεχομένως αυτό να είχε κατά νου και ο "δικός μας" Γιάννης Στουρνάρας θεωρώντας ότι νέα αύξηση επιτοκίων τον Ιούλιο δεν είναι δεδομένη.

Στις 22-23 Ιουλίου η συνεδρίαση της ΕΚΤ, λίγες μέρες μετά στις 28-29 Ιουλίου.

BNB
DAILY

BUSINESS IN BRIEF

ΚΑΘΕ ΠΡΩΙ ΣΤΟ EMAIL ΣΑΣ!

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

Γίνε
συνδρομητής
εδώ



• ΑΒ ΒΑΣΙΛΟΠΟΥΛΟΣ – WOLT ΝΕΑ ΦΑΣΗ ΣΥΝΕΡΓΑΣΙΑΣ ΜΕ 200 ΣΗΜΕΙΑ FRANCHISE

Η ΑΒ Βασιλόπουλος και η Wolt διευρύνουν τη συνεργασία τους, μέσω της ένταξης του δικτύου franchise καταστημάτων της ΑΒ στην πλατφόρμα της Wolt.

Μέσα από δίκτυο που ξεπερνά τα 200 σημεία, οι καταναλωτές έχουν πλέον τη δυνατότητα να πραγματοποιούν online αγορές από προϊόντα καθημερινής ανάγκης, όπως τρόφιμα, φρέσκα είδη, προϊόντα ψυγείου, καθώς και είδη οικιακής χρήσης όπως απορρυπαντικά και καθαριστικά.

ΤΙ ΑΛΛΑΖΕΙ ΓΙΑ ΤΟΥΣ ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΕΣ

Σύμφωνα με την ανακοίνωση, η υπηρεσία επεκτείνεται πανελλαδικά, καλύπτοντας περιοχές όπου μέχρι σήμερα δεν υπήρχε αντί-



στοιχ online εξυπηρέτηση, ενώ ενισχύεται η πρόσβαση σε ταχύτερες και πιο ευέλικτες παραδόσεις, ακόμη και σε διευρυμένα ωράρια όπου αυτό είναι διαθέσιμο.

Παράλληλα, επισημαίνεται ότι οι μικρότερες αποστάσεις μεταξύ καταστημάτων και καταναλωτών συμβάλλουν στη διαμόρφωση χαμηλότερου κόστους παράδοσης, ενώ τα franchise καταστήματα αποκτούν ένα επιπλέον κανάλι πωλήσεων, ενισχύοντας την παρουσία τους στις τοπικές αγορές.

SECRETCREIPE

Ακόμα ένα fund μπαίνει στο ελληνικό τρόφιμο

Θέμα χρόνου είναι η ανακοίνωση του deal, που κλείνει επενδυτικό κεφάλαιο με εταιρεία του κλάδου. Μάλιστα, όπως πληροφορείται το Fnb Daily, το συγκεκριμένο fund, με αυτή την επένδυση, θα κάνει την παρθενική του εμφάνιση στο ελληνικό τρόφιμο. Οι ίδιες πληροφορίες αναφέρουν ότι οι επενδυτές θεωρούν τη συμμετοχή τους στη συγκεκριμένη επιχείρηση ως εφελκυστικό για ευρύτερη επέκτασή τους στον κλάδο. Νεότερα, σύντομα...

Editorial

Όποιος βιάζεται...

Η νομισματική πολιτική έχει ένα γνωστό πρόβλημα:

Δουλεύει με καθυστέρηση.

Ειδικά στην Ευρώπη.

Η Ευρωπαϊκή Κεντρική

Τράπεζα κατάφερε πρόσφατα

να το αναδείξει με τρόπο σχεδόν διδακτικό.

Τον Ιούνιο έγινε η πρώτη κεντρική τράπεζα της G7, που αύξησε τα επιτόκια της μετά το ξέσπασμα του πολέμου με το Ιράν, επικαλούμενη τον κίνδυνο διάχυσης του ενεργειακού πληθωρισμού στην οικονομία — η πρώτη της αύξηση έπεται από τρία χρόνια.

Και, λίγες εβδομάδες αργότερα, το τοπίο άλλαξε άρδην: Η προοπτική συμφωνίας ΗΠΑ-Ιράν γκρέμισε τις τιμές του πετρελαίου, ενώ ο πληθωρισμός της Ευρωζώνης υποχώρησε τον Ιούνιο στο 2,8% από 3,2%, κάτω από τις προβλέψεις, με τον δομικό στο 2,4%.

Η ίδια η Christine Lagarde παραδέχθηκε ότι οι κίνδυνοι για πληθωρισμό και ανάπτυξη έχουν πλέον αμβλυνθεί.

Με απλά λόγια: Η Φρανκφούρτη πυροβόλησε έναν στόχο, που είχε ήδη εγκαταλείψει το δωμάτιο.

Ακόμα χειρότερα: Η...

αποφασιστικότητα αυτή δεν απέδωσε ούτε συναλλαγματικά.

Το ευρώ, αντί να ενισχυθεί από την αύξηση, διολισθαίνει — έχει χάσει περίπου 5% από το υψηλό του 1,20 στα τέλη Ιανουαρίου, καθώς οι αγορές κοιτούν πλέον την Fed, που φλερτάρει με δικές της αυξήσεις. Η Ευρωζώνη κατάφερε, δηλαδή, τον συνδυασμό,

που κανένα εγχειρίδιο δεν συνιστά: Ακριβότερο χρήμα και ασθενέστερο νόμισμα ταυτόχρονα. Για την ελληνική οικονομία, η εξίσωση είναι ακόμη πιο άβολη. Το εγχώριο δανειακό χαρτοφυλάκιο — στεγαστικά και επιχειρηματικά — παραμένει σε συντριπτικό βαθμό κυμαινόμενου επιτοκίου. Κάθε κίνηση της ΕΚΤ μεταφράζεται σχεδόν αυτόματα σε υψηλότερη δόση για το νοικοκυριό και ακριβότερο κεφάλαιο κίνησης για την επιχείρηση.

Η ουσία είναι ότι η Ελλάδα πληρώνει τον λογαριασμό ενός γεύματος, που δεν έφαγε. Ο ενεργειακός πληθωρισμός, που φόβισε την ΕΚΤ, δεν πρόλαβε καν να περάσει στα ελληνικά ράφια με την ένταση, που αναμενόταν — η δόση του δανείου, όμως, πέρασε κανονικά.

Το ερώτημα, λοιπόν, για τη συνεδρίαση της 23ης Ιουλίου δεν είναι τεχνικό, αλλά θεσμικό: Έχει η ΕΚΤ την ωριμότητα να διορθώσει γρήγορα μια κίνηση, που τα ίδια της τα στοιχεία πλέον διαψεύδουν; Ή θα θυσιάσει την ευρωπαϊκή — και κατ' επέκταση την ελληνική — ανάκαμψη στον βωμό της...

αξιοπιστίας; Γιατί η αξιοπιστία μιας κεντρικής τράπεζας δεν κρίνεται από το πείσμα της.

Κρίνεται από την ικανότητά της να διαβάζει τα δεδομένα — ακόμη κι όταν αυτά της λένε ότι βιάστηκε. Τόσο απλά.

Νεκτάριος Β. Νώτης
nectarios@notice.gr