

LIMITED EDITION
BRIOCHE
PIZZOTO



Για περιορισμένες εμφανίσεις!

my
DELIVERY

E-ORDER
www.gregorys.gr

f g d i
gregorys.gr gregorysgr gregorysgr



Download app!

Γρηγόρης

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

ΤΕΤΑΡΤΗ 24 ΙΟΥΝΙΟΥ 2026
ΤΕΥΧΟΣ 2352



• AB ΒΑΣΙΛΟΠΟΥΛΟΣ

Το πιλοτικό concept στην Ηλεία και ο μεγαλύτερος franchisee του δικτύου



• HALCYON EQUITY PARTNERS

Επένδυσε στην Mailo's με ποσοστό μειοψηφίας
- Στόχος η διεθνής ανάπτυξη



• OLYMPIA XENIA

Στόχος για τριπλάσιο τζίρο μέσω διεύρυνσης του δικτύου παραγωγών - Από την AB το 20% του κύκλου εργασιών



• NEWREST HELLAS

Φετινός στόχος η μείωση των εξόδων - Στα 75.000 τα γεύματα τον μήνα για τις αεροπορικές της Β. Αμερικής

Editorial

Γκαρσόνι στην Ελβετία

Debrief

Η μάχη του... air condition

Business Maker

- Οι λεπτομέρειες της επένδυσης του Halcyon στην Mailo's
- Πόσα πληρώνει η SSP για ενόικια στα ελληνικά αεροδρόμια

SecretRecipe

Όλα ανάποδα

Business Insight

Πώς η ΔΕΗ έγινε και οικονομικά πυλώνας ανάπτυξης της χώρας και η... χαώδης σύγκριση με το 2019

DRS ΚΑΙ GS1: Η ΝΕΑ ΕΠΟΧΗ ΤΗΣ ΑΝΑΚΥΚΛΩΣΗΣ ΣΤΗΝ ΕΥΡΩΠΗ ΚΑΙ ΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ

Πώς τα διεθνή πρότυπα GS1 διασφαλίζουν την αποτελεσματικότητα στα Συστήματα Εγγυοδοσίας.

Η μετάβαση της Ευρώπης προς την κυκλική οικονομία δεν αποτελεί πλέον έναν μακροπρόθεσμο στόχο, αλλά μια πραγματικότητα που επηρεάζει άμεσα τον τρόπο με τον οποίο παράγουμε, καταναλώνουμε και διαχειριζόμαστε τα απορρίμματά μας. Στο επίκεντρο αυτής της αλλαγής βρίσκονται τα **Συστήματα Εγγυοδοσίας (Deposit Return Schemes - DRS)**, τα οποία εφαρμόζονται ήδη με επιτυχία σε πολλές ευρωπαϊκές χώρες και αναμένεται να εφαρμοστούν σύντομα και στην Ελλάδα.

Η ΦΙΛΟΣΟΦΙΑ ΠΙΣΩ ΑΠΟ ΤΟ DRS

Κατά την αγορά ενός ποτού σε πλαστική, μεταλλική ή άλλη επιλέξιμη συσκευασία, ο καταναλωτής καταβάλλει ένα μικρό ποσό ως **εγγύηση**, που του επιστρέφεται μόλις παραδώσει την άδεια συσκευασία σε κάποιο εγκεκριμένο σημείο συλλογής ή σε ειδικό μηχανήμα αυτόματης επιστροφής.

Πίσω από αυτή τη φαινομενικά απλή διαδικασία, ωστόσο, κρύβεται μια σύνθετη ψηφιακή υποδομή. Για να μπορεί ένα σύστημα εγγυοδοσίας να λειτουργεί με αξιοπιστία, απαιτείται η ύπαρξη κοινών προτύπων που θα επιτρέπουν σε παραγωγούς, λιανέμπορους, σημεία επιστροφής και μονάδες ανακύκλωσης να "μιλούν" την ίδια γλώσσα. Σε αυτό ακριβώς το σημείο έρχονται να συμβάλουν τα πρότυπα του GS1, του διεθνούς οργανισμού που έχει αναπτύξει τα πιο διαδεδομένα πρότυπα αναγνώρισης προϊόντων και ανταλλαγής δεδομένων παγκοσμίως.

Η ΕΥΡΩΠΑΪΚΗ ΕΜΠΕΙΡΙΑ ΩΣ ΠΥΞΙΔΑ ΕΠΙΤΥΧΙΑΣ

Η ευρωπαϊκή εμπειρία αποδεικνύει τη σημασία αυτής της κοινής ψηφιακής γλώσσας. Χώρες όπως η Νορβηγία, η Γερμανία, η Δανία και η Φινλανδία εφαρμόζουν εδώ και χρόνια ώριμα συστήματα DRS, **καταγράφοντας ποσοστά συλλογής και ανακύκλωσης που ξεπερνούν συχνά το 90%**. Η επιτυχία τους βασίζεται σε μεγάλο βαθμό στην ακριβή αναγνώριση κάθε συσκευασίας και στη δυνατότητα παρακολούθησής της σε όλη την αλυσίδα εφοδιασμού. Κεντρικό ρόλο σε αυτή τη διαδικασία έχει ο μοναδικός κωδικός ταυτοποίησης προϊόντων



Association Greece

GTIN (Global Trade Item Number), ο οποίος ενσωματώνεται στα γνωστά barcodes. Μέσω αυτού, κάθε προϊόν αποκτά μια μοναδική ψηφιακή ταυτότητα, η οποία επιτρέπει την αναγνώρισή του από τη στιγμή της παραγωγής έως την επιστροφή και την τελική ανακύκλωσή του. Παράλληλα, νεότερα συστήματα που έχουν υλοποιηθεί πρόσφατα, όπως στην Αυστρία και την Πορτογαλία, αλλά και επερχόμενα όπως της Αγγλίας, έχουν επιλέξει εξαρχής να βασιστούν στα πρότυπα GS1, ώστε να είναι πλήρως συμβατά και με τις νέες ευρωπαϊκές απαιτήσεις που εισάγει ο **Κανονισμός για τις Συσκευασίες και τα Απόβλητα Συσκευασίας (PPWR)**.

ΤΟ ΕΛΛΗΝΙΚΟ ΜΟΝΤΕΛΟ ΕΓΓΥΟΔΟΣΙΑΣ

Η Ελλάδα προετοιμάζεται για την ανάπτυξη του δικού της εθνικού συστήματος εγγυοδοσίας, ακολουθώντας τις βέλτιστες πρακτικές που έχουν ήδη εφαρμοστεί στην Ευρώπη. Στην πράξη, κάθε παραγωγός θα καταχωρεί τα προϊόντα του στο εθνικό σύστημα με έναν **μοναδικό κωδικό GTIN**.

Όταν ο καταναλωτής θα αγοράζει το προϊόν, το σύστημα θα αναγνωρίζει ότι η συσκευασία υπόκειται σε εγγύηση. Κατά την επιστροφή, το μηχανήμα ή το σημείο συλλογής θα σκανάρει το barcode και θα επαληθεύει ότι το προϊόν έχει διατεθεί νόμιμα στην ελληνική αγορά και ότι έχει καταβληθεί η αντίστοιχη εγγύηση, πριν επιστρέψει το σχετικό ποσό στον πολίτη.

ΙΧΝΗΛΑΣΙΜΟΤΗΤΑ ΑΠΟ ΤΟ ΡΑΦΙ ΜΕΧΡΙ ΤΗΝ ΑΝΑΚΥΚΛΩΣΗ

Η συμβολή των προτύπων GS1 δεν περιορίζεται μόνο στην αναγνώριση των προϊόντων. Μέσω των μοναδικών **Κωδικών Θέσης GLN**, είναι δυνατή η ακριβής καταγραφή κάθε σημείου του δικτύου, από ένα μικρό κατάστημα έως ένα κέντρο διανομής. Επιπλέον, με τη χρήση του **κωδικού SSCC**, κάθε παλέτα ή φορτίο ανακυκλώσιμων υλικών αποκτά τη δική του ψηφιακή ταυτότητα, εξασφαλίζοντας πλήρη παρακολούθηση κατά τη μεταφορά και επεξεργασία.

Η ΕΠΟΜΕΝΗ ΜΕΡΑ: ΤΑ 2D BARCODES

Το επόμενο βήμα αφορά τα διδιάστατα barcodes με **GS1 Digital Link**. Αυτή η τεχνολογία θα επιτρέψει στο ίδιο σύμβολο που εξαργυρώνει την εγγύηση, να προσφέρει στον καταναλωτή μέσω του smartphone του, δυναμικές πληροφορίες για το περιβαλλοντικό αποτύπωμα του προϊόντος ή οδηγίες ανακύκλωσης.

Πέρα όμως από την τεχνολογία, τα Συστήματα Εγγυοδοσίας διαμορφώνουν μια νέα κουλτούρα συμμετοχής. Οι πολίτες ανταμείβονται για τη σωστή διαχείριση των συσκευασιών τους, οι επιχειρήσεις ενισχύουν τη βιώσιμη λειτουργία τους και η κοινωνία αποκτά ένα πιο αποτελεσματικό μοντέλο κυκλικής οικονομίας.

Για την Ελλάδα, η υιοθέτηση ενός σύγχρονου και πλήρως διαλειτουργικού συστήματος DRS αποτελεί μια σημαντική ευκαιρία: να μετατρέψει κάθε άδεια συσκευασία σε πολύτιμο πόρο και κάθε επιστροφή σε ένα ακόμη βήμα προς ένα πιο βιώσιμο μέλλον.

• **NEWREST HELLAS**

ΦΕΤΙΝΟΣ ΣΤΟΧΟΣ Η ΜΕΙΩΣΗ ΤΩΝ ΕΞΟΔΩΝ - ΣΤΑ 75.000 ΤΑ ΓΕΥΜΑΤΑ ΤΟΝ ΜΗΝΑ ΓΙΑ ΤΙΣ ΑΕΡΟΠΟΡΙΚΕΣ ΤΗΣ Β. ΑΜΕΡΙΚΗΣ

Τη διατήρηση της ανοδικής τροχιάς σε επίπεδο πωλήσεων, αλλά και τη μείωση του κόστους παραχθέντων που έπληξε την κερδοφορία της στο οικονομικό έτος 2024/2025, έχει θέσει ως στόχο η διοίκηση της Newrest Ελλάς για την τρέχουσα χρήση 2025/2026, η οποία ολοκληρώνεται στα τέλη Σεπτεμβρίου.

Αξίζει να αναφέρουμε ότι στη χρήση 2024/2025 η εταιρεία, η οποία συμπληρώνει φέτος 30 χρόνια λειτουργίας στη χώρα μας, κατέγραψε τζίρο €86,75 εκατ. και ανάπτυξη 7,32%. Από τον κύκλο εργασιών, τα €83,12 εκατ. αφορούν έσοδα από τον κλάδο του αεροπορικού catering και €3,63 εκατ. από τον κλάδο του βιομηχανικού catering.

Ωστόσο η κερδοφορία της Newrest πιέστηκε ελαφρώς, καθώς οι αγορές εμπορευμάτων και πρώτων υλών αυξήθηκαν κατά 8,9%, στα €35 εκατ., οι παροχές στους εργαζόμενους κατά 9,25% (στα €19,83 εκατ.) και τα λοιπά έξοδα κατά 11%, στα €21,92 εκατ.

Έτσι τα προ φόρων κέρδη υποχώρησαν σε ποσοστό 3,38% και η καθαρή κερδοφορία κατά 4,4%, στα επίπεδα των €7 εκατ.



Jonathan Stent-Torriani, Πρόεδρος, Newrest Greece

ανέλθει στο 1/3 του καταβλημένου μετοχικού κεφαλαίου της εταιρείας.

ΠΑΡΟΥΣΙΑ ΣΕ 6 ΑΕΡΟΔΡΟΜΙΑ

Η Newrest, δραστηριοποιείται στην Ελλάδα από το 1996 στον τομέα της τροφοδοσίας πτήσεων, εταιρειών και ιδρυμάτων υγιεινομικής περιθαλψής. Ξεκίνησε τη δραστηριότητά της σε ελληνικά νησιά και στην Θεσσαλονίκη και το 2001 επένδυσε στο κεντρικό της κτίριο στο Διεθνές Αεροδρόμιο Αθηνών, στο οποίο στεγάζεται η έδρα της εταιρείας.

Η Newrest Ελλάδος διαθέτει μονάδες τροφοδοσίας σε έξι αεροδρόμια σε όλη τη χώρα με κεντρική μονάδα στο Διεθνή Αερολιμένα Αθηνών στα Σπάτα:

- Αθήνα
- Θεσσαλονίκη
- Χανιά
- Ηράκλειο
- Ρόδο
- Κέρκυρα

Έχει αποκτήσει μακρά εμπειρία στη διαχείριση lounges αεροπορικών εταιρειών στα αεροδρόμια της Αθήνας και της Θεσσαλονίκης.

ΥΠΟΣΤΗΡΙΞΗ 77 ΠΤΗΣΕΩΝ ΤΗΝ ΕΒΔΟΜΑΔΑ

Αναφορικά με τις φετινές εξελίξεις σημειώνεται μεταξύ άλλων ότι με αφορμή την έναρξη της διασυνδεσιμότητας της Air Canada με την Ελλάδα, κατά τη φετινή χρονιά η Newrest Hellas θα υποστηρίξει 21 πτήσεις την εβδομάδα, προετοιμάζοντας και παραδίδοντας κατά μέσο όρο 21.000 γεύματα τον μήνα για τους επιβάτες της αεροπορικής.



Σε ό,τι αφορά τις αμερικανικές αεροπορικές εταιρείες, για λογαριασμό της Delta Air Lines σχεδιάζει να υποστηρίξει 35 πτήσεις την εβδομάδα, προετοιμάζοντας 30.000 γεύματα τον μήνα και για την United Airlines 21 πτήσεις με 24.000 γεύματα μηνιαίως.



ΕΤΑΙΡΙΚΗ ΤΡΟΦΟΔΟΣΙΑ

Ακόμη, η Newrest έχει αναπτύξει ένα μεγάλο χαρτοφυλάκιο πελατών στον τομέα της Εταιρικής Τροφοδοσίας με στρατηγικές συνεργασίες που διατηρούνται μέχρι σήμερα. Μεταξύ αυτών περιλαμβάνονται:

- Alpha Bank
- Εθνική Τράπεζα
- Αθναϊκή Ζυθοποιία
- Coca Cola 3E
- Pepsico
- Intracom Telecom
- Πετρογκάζ

ΚΕΝΤΡΙΚΗ ΜΟΝΑΔΑ

Η κεντρική μονάδα παραγωγής της Αθήνας διαθέτει 11.674 τ.μ. και λειτουργεί 24/7.

- Δυτική κουζίνα: 1.210 τ.μ.
- Κουζίνα χαλάλ: 62 τ.μ.
- 8 καταψύκτες: 345 τ.μ.
- 22 ψυγεία walk-in: 446 τ.μ.
- Αποθήκες τροφίμων & εξοπλισμού: 6.246 τ.μ.
- 50 οχήματα: (24 ψυχόμενα ανυψωτικά φορτηγά και 26 φορτηγά)

Μάκης Αποστόλου
makis@notice.gr

DATA 1/10-30/9 (σε €χιλ.)

Πωλήσεις

2024/2025: 86.753
2023/2024: 80.833
2022/2023: 67.489
2021/2022: 54.491
2020/2021: 29.245

Κέρδη προ φόρων

2024/2025: 9.350
2023/2024: 9.677
2022/2023: 9.381
2021/2022: 7.790
2020/2021: 4.465

Καθαρά κέρδη

2024/2025: 6.999
2023/2024: 7.322
2022/2023: 7.225
2021/2022: 5.848
2020/2021: 3.334

ΜΕΡΙΣΜΑ

Πέρυσι καταβλήθηκε στη μητρική, ισπανική Newrest Group Holding, μέρισμα ύψους €7,932 εκατ., ενώ για τη χρήση 2024/2025 θα προταθεί η διανομή ποσού €7,572 εκατ. και μη σχηματισμός τακτικού αποθεματικού, λόγω του γεγονότος ότι το ύψος του έχει



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 ΑΕΙΟΠΙΣΤΙΑ ΤΗΣ



NOTICE

CONTENT & SERVICES

POWERED BY

FORUM S.A.
TRADE SHOWS • PUBLICATIONS

Για περισσότερες πληροφορίες:



• GROUPE CASINO

DEAL ME ΤΗΝ ΟΙΚΟΓΕΝΕΙΑ ΖΟΥΑΡΙ ΓΙΑ ΤΗΝ ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΤΩΝ FRANPRIX ΚΑΙ MONOPRIX

Η Groupe Casino ανακοίνωσε νέα στρατηγική συμφωνία με την Zouari Family, με στόχο την επιτάχυνση της ανάπτυξης των αλυσίδων Franprix και Monoprix στη γαλλική αγορά λιανεμπορίου τροφίμων.

Ο CEO της Groupe Casino, Philippe Palazzi, δήλωσε ότι η νέα συμφωνία αποτελεί ένα ακόμη βήμα στην πολυετή συνεργασία με την Zouari Family και αντικατοπτρίζει τη στρατηγική της εταιρείας για την ενίσχυση ενός ευέλικτου, επιχειρηματικού και αναπτυξιακού μοντέλου στο λιανεμπόριο εγγύτητας. Όπως ανέφερε, η αξιοποίηση ενός μακροχρόνιου συνεργάτη θα επιτρέψει στην εταιρεία να επιταχύνει την ανάπτυξη των σημάτων Franprix και Monoprix, ενισχύοντας παράλληλα τη δυναμική του δικτύου της.

Η Zouari Family αποτελεί έναν από τους σημαντικότερους ομίλους λιανεμπορίου τροφίμων στην Γαλλία, διαχειριζόμενη δίκτυο καταστημάτων εγγύτητας, ενώ είναι και ο βασικός μέτοχος της αλυσίδας κατεψυγμένων τροφίμων Picard. Παράλληλα, λειτουργεί ήδη μεγάλο αριθμό καταστημάτων franchise των σημάτων Franprix, Monoprix και Monop'.

ΤΙ ΠΡΟΒΛΕΠΕΙ Η ΣΥΝΕΡΓΑΣΙΑ

Η συμφωνία βασίζεται στη συνεργασία των δύο πλευρών, η οποία διαρκεί περισσότερο από 25 χρόνια, και προβλέπει τη δημιουργία νέας κεφαλαιακής σύμπραξης που θα καλύπτει αρχικά 30 καταστήματα Franprix. Στο νέο σχήμα, η Zouari Family θα κατέχει περίπου το 60% των μετοχών, ενώ η Franprix θα διατηρήσει το υπόλοιπο 40%. Σύμφωνα με την Groupe Casino, το μοντέλο αυτό αποσκοπεί στη δημιουργία νέας αναπτυξιακής δυναμικής και στην ενίσχυση των επενδυτικών δυνατοτήτων των δύο εταιρειών. Αντίστοιχη συνεργασία εφαρμόζεται ήδη στο δίκτυο Monoprix, συμπεριλαμβανομένων περίπου 50 καταστημάτων Monop'. Οι νέες κοινοπραξίες θα λειτουργήσουν ως επενδυτικά οχήματα για τη χρηματοδότηση της επέκτασης του δικτύου μέσω νέων καταστημάτων, στρατηγικών εξαγορών και περαιτέρω ανάπτυξης των υφιστάμενων σημείων πώλησης. Παράλληλα, η Franprix ανακοίνωσε ότι θα αποκτήσει το σύνολο της Pro Distribution, της κοινοπραξίας που διαχειρίζεται τα καταστήματα franchise του δικτύου. Έχοντας ήδη το 73% της εταιρείας, θα προχωρήσει στην εξαγορά του υπόλοιπου ποσοστού, αποκτώντας πλήρη έλεγχο περίπου 90 καταστημάτων.



Philippe Palazzi,
CEO, Groupe
Casino



• ΦΥΣΙΚΟ ΜΕΤΑΛΛΙΚΟ ΝΕΡΟ ΒΙΚΟΣ ΑΝΑΝΕΩΣΗ ΣΥΝΕΡΓΑΣΙΑΣ ΓΙΑ 5η ΧΡΟΝΙΑ ΜΕ ΤΗΝ ΚΟΛΥΜΒΗΤΙΚΗ ΟΜΟΣΠΟΝΔΙΑ ΕΛΛΑΔΟΣ

Το φυσικό μεταλλικό νερό ΒΙΚΟΣ ανανεώνει για πέμπτη συνεχόμενη χρονιά τη συνεργασία του με την Κολυμβητική Ομοσπονδία Ελλάδος (ΚΟΕ), διατηρώντας τον ρόλο του ως Official Water Partner και επιβεβαιώνοντας τη στήριξή του στον ελληνικό υγρό στίβο.

Στο πλαίσιο της συνεργασίας, η ΒΙΚΟΣ θα συνεχίσει να υποστηρίζει αθλητές, προπονητές και διοργανώσεις της ΚΟΕ σε όλη τη χώρα, συμβάλλοντας στην προώθηση της κολύμβησης και των υπόλοιπων αθλημάτων του υγρού στίβου.

Ο Κωνσταντίνος Σεπετάς, Chief Marketing Officer της Ηπειρωτικής Βιομηχανίας Εμφιαλώσεων, δήλωσε: "Η ανανέωση της συνεργασίας μας με την Κολυμβητική Ομοσπονδία Ελλάδος για πέμπτη συνεχόμενη χρονιά αποτελεί για εμάς μια ιδιαίτερα σημαντική στιγμή, καθώς επιβεβαιώνει τη διαχρονική μας δέσμευση να στηρίζουμε τον ελληνικό αθλητισμό και τους ανθρώπους που τον υπηρετούν με συνέπεια και αφοσίωση."

Από την πλευρά του ο Κυριάκος Γιαννόπουλος, Πρόεδρος της Κολυμβητικής Ομοσπονδίας Ελλάδος δήλωσε: "Η μακρόχρονη συνεργασία μας με το φυσικό μεταλλικό νερό ΒΙΚΟΣ αποτελεί ένα ουσιαστικό παράδειγμα σύμπραξης με κοινό όραμα την ανάπτυξη του ελληνικού υγρού στίβου και τη στήριξη των αθλητών και αθλητριών μας σε κάθε τους βήμα."

• **KRAFT HEINZ**

ΑΝΑΔΙΟΡΓΑΝΩΝΕΙ ΤΗ ΔΙΕΘΝΗ ΔΟΜΗ ΣΕ ΤΡΕΙΣ ΓΕΩΓΡΑΦΙΚΕΣ ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΕΣ

Νέα παγκόσμια οργανωτική δομή, χωρίζοντας τις δραστηριότητες σε τρεις γεωγραφικές περιφέρειες, θα εφαρμόσει η Kraft Heinz από την 1η Ιουλίου.

- Βόρεια Αμερική
- Ευρώπη
- Ανεπτυγμένες Αγορές του Ειρηνικού και Αναδυόμενες Αγορές

ΕΠΙΤΑΧΥΝΣΗ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ

Σύμφωνα με την εταιρεία, η αναδιοργάνωση αποσκοπεί στην επιτάχυνση της ανάπτυξης, στην ενίσχυση της επιχειρησιακής αποτελεσματικότητας και στη μεγαλύτερη εστίαση στις ανάγκες κάθε αγοράς.

Ο CEO της Kraft Heinz, Steve Cahillane, δήλωσε ότι η εταιρεία καταγράφει πρόοδο σε πολλούς τομείς και πως η νέα περιφερειακή δομή θα επιτρέψει την ταχύτερη κλιμάκωση των στρατηγικών πρωτοβουλιών της. Όπως σημείωσε, η Kraft Heinz αποδεικνύει ότι ακόμη και

τα πιο εμβληματικά brands μπορούν να εξελιχθούν, να αναπτυχθούν και να διατηρήσουν την ανταγωνιστικότητά τους.

ΤΙ ΑΛΛΑΓΕΣ ΘΑ ΓΙΝΟΥΝ

Στο πλαίσιο της νέας δομής, οι μέχρι σήμερα ξεχωριστές περιοχές Asia Emerging Markets και West & East Emerging Markets θα ενοποιηθούν στη νέα περιφέρεια των Αναδυόμενων Αγορών, της οποίας πρόεδρος θα αναλάβει ο Marcel Regis.

Παράλληλα, η νέα περιφέρεια Ευρώπης και Ανεπτυγμένων Αγορών του Ειρηνικού θα ενσωματώσει και ευρωπαϊκές αγορές που μέχρι σήμερα υπάγονταν στις περιοχές West & East Emerging Markets, με τον Willem Brandt να παραμένει επικεφαλής της συγκεκριμένης περιφέρειας. Η περιφέρεια της Βόρειας Αμερικής, που περιλαμβάνει τις Ηνωμένες Πολιτείες και τον Καναδά, θα συνεχίσει να διοικείται από τον Nico Amaya.



Steve Cahillane, CEO, Kraft Heinz

ΕΝΟΠΙΟΗΣΗ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΩΝ

Εκτός από τις γεωγραφικές αλλαγές, η Kraft Heinz προχωρά και στην ενοποίηση των λειτουργιών προμηθειών και εφοδιαστικής αλυσίδας σε μία ενιαία παγκόσμια μονάδα. Επικεφαλής της νέας λειτουργίας αναλαμβάνει η Janelle Aydin, ως Global Chief Procurement and Supply Chain Officer.

Σύμφωνα με τη διοίκηση, η ενοποίηση αυτή θα επιτρέψει καλύτερη διαχείριση της συνολικής εφοδιαστικής αλυσίδας, ενισχύοντας παράλληλα την ανθεκτικότητα των επιχειρησιακών λειτουργιών απέναντι στις προκλήσεις της αγοράς.

• **ΜΑΣΟΥΤΗΣ**

ΝΕΑ ΣΥΝΕΡΓΑΣΙΑ ΓΙΑ ΤΗΝ ΕΝΙΣΧΥΣΗ ΤΗΣ ΑΣΦΑΛΕΙΑΣ ΤΡΟΦΙΜΩΝ ΣΤΑ ΚΑΤΑΣΤΗΜΑΤΑ

Η Διαμαντής Μασούτης στο πλαίσιο εφαρμογής κανόνων ορθής υγιεινής πρακτικής στα καταστήματα του δικτύου της συνεργάζεται με την PPC Inspectra, θυγατρική εταιρεία του ομίλου ΔΕΗ και διαπιστευμένη κατά ISO 17025, με εξειδίκευση στις υπηρεσίες εργαστηριακών δοκιμών.

Στο πλαίσιο της συνεργασίας, η PPC Inspectra υλοποιεί πανελλαδικά εργαστηριακούς ελέγχους σε δείγματα πόσιμου νερού και τροφίμων από επιλεγμένα τμήματα των καταστημάτων της Διαμαντής Μασούτης, όπως το κρεπωλείο, τα τμήματα αλλαντικών-τυροκομικών, ζεστής κουζίνας και

οπωρολαχανικών.

Οι έλεγχοι πραγματοποιούνται με στόχο την υποστήριξη της συμμόρφωσης με το ισχύον κανονιστικό πλαίσιο και την ενίσχυση των διαδικασιών υγιεινής και ασφάλειας τροφίμων στα καταστήματα της αλυσίδας.

Η συνεργασία με την PPC Inspectra προσθέτει ένα ακόμη επίπεδο εργαστηριακού ελέγχου στο δίκτυο καταστημάτων της Διαμαντής Μασούτης, ενισχύοντας τις διαδικασίες που εφαρμόζονται για την υγιεινή και την ασφάλεια των τροφίμων, όπως αναφέρει η εταιρεία.



• NESCAFÉ ΝΕΑ ΚΑΜΠΑΝΙΑ ΓΙΑ... ΤΗΝ ΧΑΛΑΡΗ ΑΠΟΛΑΥΣΗ ΤΗΣ ΚΑΘΗΜΕΡΙΝΟΤΗΤΑΣ

Ο NESCAFÉ Frappé επιστρέφει με νέα καμπάνια επικοινωνίας, μέσω της οποίας επιχειρείται η επαναπροσέγγιση της έννοιας της απόλαυσης, με κεντρικό μήνυμα ότι το "χαλαρά" αποτελεί δικαίωμα για όλους.

Με τίτλο "Ας αράξουμε με έναν frappé στο χέρι, ΧΑ-ΛΑ-ΡΑ", η νέα καμπάνια του NESCAFÉ Frappé θέτει το ερώτημα της τελευταίας φοράς που κάποιος αφιέρωσε χρόνο χωρίς δραστηριότητα.

Η καμπάνια προβάλλει την ιδέα της "χαλαρής" στάσης απέναντι στην καθημερινότητα, χωρίς ενοχές, με έμφαση στη στιγμή της κατανάλωσης του καφέ.

• **HEINEKEN**

ΝΕΟΣ ΕΠΙΚΕΦΑΛΗΣ Ο RAFAEL OLIVEIRA - ΓΙΑ ΠΡΩΤΗ ΦΟΡΑ ΕΠΙΛΕΓΕΙ... ΕΞΩΤΕΡΙΚΟ CEO

Τον διορισμό του Rafael Oliveira στη θέση του CEO ανακοίνωσε η Heineken, σηματοδοτώντας μια ιστορική αλλαγή για τον ολλανδικό όμιλο, καθώς πρόκειται για τον πρώτο CEO στην ιστορία της εταιρείας που προέρχεται εκτός των τάξεών της.

Ο Oliveira θα αναλάβει τα νέα του καθήκοντα την 1η Οκτωβρίου, αποχωρώντας από τη θέση του Διευθύνοντος Συμβούλου της JDE Peet's, την οποία κατείχε για λιγότερο από δύο χρόνια. Η αποχώρησή του έρχεται σε μια περίοδο αναδιοργάνωσης της εταιρείας καφέ, μετά την εξαγορά της από την Keurig Dr Pepper, η οποία σχεδιάζει να την επαναφέρει ως αυτόνομη επιχείρηση έως τις αρχές του 2027.

Ο Rafael Oliveira διαθέτει πολυετή εμπειρία στον χώρο των καταναλωτικών προϊόντων και των χρηματοοικονομικών υπηρεσιών. Πριν αναλάβει την JDE Peet's, εργάστηκε για περίπου μία δεκαετία στην Kraft Heinz, φτάνοντας στη θέση του Προέδρου διεθνών αγορών και έχοντας την ευθύνη χαρτοφυλακίου αξίας άνω των \$7 δισ. σε Ευρώπη, Ασία, Αφρική και Λατινική Αμερική. Προηγουμένως είχε εργαστεί επί δέκα χρόνια στη Goldman Sachs, ενώ ξεκίνησε την επαγ-

γελματική του πορεία στον τραπεζικό κλάδο στη Βραζιλία. Είναι κάτοχος MBA από το University of Chicago.

Η αλλαγή ηγεσίας στην Heineken ακολουθεί την αποχώρηση του Dolf van den Brink στα τέλη Μαΐου, έπειτα από έξι χρόνια στη θέση του CEO και συνολικά σχεδόν τρεις δεκαετίες στον όμιλο.

ΠΩΣ ΑΝΤΙΜΕΤΩΠΙΖΕΙ ΤΗ ΜΕΙΩΣΗ ΤΗΣ ΖΗΤΗΣΗΣ ΓΙΑ ΜΠΥΡΑ

Η εταιρεία βρίσκεται αντιμέτωπη με επιβράδυνση της ζήτησης για μπίρα, καθώς οι καταναλωτές περιορίζουν τόσο την κατανάλωση αλκοόλ, όσο και τις συνολικές δαπάνες τους λόγω των οικονομικών πιέσεων. Το α' τρίμηνο του έτους η Heineken κατέγραψε μείωση στους όγκους πωλήσεων, κυρίως στις αγορές της Ευρώπης και της Αμερικής, ενώ υπολείπεται των βασικών ανταγωνιστών της, Anheuser-Busch InBev και Carlsberg, στην προσπάθεια ανάκαμψης μετά την περίοδο της πανδημίας. Παράλληλα, ο όμιλος υλοποιεί πρόγραμμα μείωσης του λειτουργικού κόστους, το οποίο περιλαμβάνει την περικοπή περίπου του 7% του παγκόσμιου εργατικού δυναμικού του.



Rafael Oliveira, νέος CEO, Heineken

Την ίδια στιγμή, η διοίκηση εξακολουθεί να βλέπει σημαντικές προοπτικές ανάπτυξης στις αναδυόμενες αγορές, όπως το Βιετνάμ και η Νότια Αφρική, όπου η αύξηση των εισοδημάτων και ο νεανικός πληθυσμός στηρίζουν τη ζήτηση.

• **ELBISCO**

ΝΕΑ ΙΤΑΛΙΚΗΣ ΕΜΠΝΕΥΣΗΣ PINSA ΑΠΟ ΤΗΝ ΚΡΙΣ ΚΡΙΣ SELECTION

Η Κρίς Κρίς Selection ενισχύει τη σειρά προϊόντων της με μια νέα πρόταση στην κατηγορία των αρτοσκευασμάτων, παρουσιάζοντας την The Authentic Pinsa, μια ιταλική έμπνευση βάση ζύμης που εντάσσεται στο χαρτοφυλάκιο προϊόντων της.

Η νέα Pinsa βασίζεται σε μείγμα αλεύρων, όπως σιτάρι και ρύζι, ενώ η ζύμη της ωριμάζει για 60 ώρες, στοιχείο που – σύμφωνα με την εταιρεία – συμβάλλει σε πιο ελαφριά υφή και βελτιωμένη ευπεπτότητα. Παράγεται με άνοιγμα στο χέρι και ψήσιμο σε πέτρα, και τοποθετείται ως προϊόν πολλαπλών χρήσεων για γεύματα στο σπίτι. Η εταιρεία εντάσσει τη νέα πρόταση στη στρατηγική ανανέωσης της σειράς Selection, η οποία επικεντρώνεται σε προϊόντα με έμφαση στην ποιότητα και τη διαφοροποίηση στην κατηγορία των καθημερινών τροφίμων.

NEO

ΕΤΟΙΜΗ ΣΕ 5'

ΚΡΙΣ ΚΡΙΣ Selection

THE AUTHENTIC PINSA

Ζύμη ΑΝΟΙΓΜΕΝΗ ΣΤΟ ΧΕΡΙ

ΩΡΙΜΑΝΣΗ 60 ΩΡΩΝ

Προψημένη ΣΕ ΦΟΥΡΝΟ ΜΕ ΠΕΤΡΑ

• **OLYMPIA XENIA**

ΣΤΟΧΟΣ ΓΙΑ ΤΡΙΠΛΑΣΙΟ ΤΖΙΡΟ ΜΕΣΩ ΔΙΕΥΡΥΝΣΗΣ ΤΟΥ ΔΙΚΤΥΟΥ ΠΑΡΑΓΩΓΩΝ - ΑΠΟ ΤΗΝ ΑΒ ΤΟ 20% ΤΟΥ ΚΥΚΛΟΥ ΕΡΓΑΣΙΩΝ

Στη δημιουργία ενός ισχυρότερου δικτύου συνεργαζόμενων παραγωγών επενδύει η Olympia Xenia, θέτοντας ως μακροπρόθεσμο στόχο τον τριπλασιασμό του κύκλου εργασιών της, μέσα από την αξιοποίηση της υφιστάμενης παραγωγικής δυναμικότητας και την περαιτέρω ανάπτυξη των πωλήσεων σε Ελλάδα και εξωτερικό.

Όπως ανέφερε ο Διευθύνων Σύμβουλος της εταιρείας, Χάρης Αναγνωστόπουλος, μιλώντας στο FNB Daily, η εταιρεία συμπληρώνει φέτος 35 χρόνια παρουσίας στον κλάδο της τυποποίησης και εμπορίας ελαιολάδου και προϊόντων ελιάς. Για τη χρήση του 2025, ο κύκλος εργασιών εκτιμάται ότι διαμορφώθηκε γύρω στα €27 εκατ., παρουσιάζοντας υποχώρηση σε σχέση με το 2024, εξέλιξη που αποδίδεται κυρίως στις ιδιαίτερα υψηλές τιμές που επικράτησαν στην αγορά ελαιολάδου κατά την προηγούμενη χρήση. Παρά τη μείωση των πωλήσεων, η κερδοφορία διατηρήθηκε σε σταθερά επίπεδα, κοντά στα €1,5 εκατ., ενώ αντίστοιχη εικόνα αναμένεται και για το 2026.



Η οικογένεια Αναγνωστόπουλου, κύριος μέτοχος της Ολυμπία Xenia

φώνονται συνθήκες που θα εξασφαλίζουν επαρκές εισόδημα στους παραγωγούς, χωρίς παράλληλα να επιβαρύνεται υπερβολικά ο καταναλωτής. Στο πλαίσιο αυτό, η εταιρεία επιδιώκει να ενισχύσει την κατανάλωση ελαιολάδου και ελιάς, προβάλλοντας τα προϊόντα ως βασικά στοιχεία ενός σύγχρονου και υγιεινού διατροφικού προτύπου.

ΕΠΕΝΔΥΣΕΙΣ ΣΕ ΥΠΟΔΟΜΕΣ

Η εταιρεία διαθέτει παραγωγικές εγκαταστάσεις σε έκταση 120 στρεμμάτων, με κτιριακές υποδομές συνολικής επιφάνειας 7.000 τετραγωνικών μέτρων. Η παραγωγική βάση περιλαμβάνει δύο γραμμές τυποποίησης ελαιολάδου, οι οποίες εξυπηρετούν τόσο τις λιανικές συσκευασίες, όσο και τις μεγάλες επαγγελματικές συσκευασίες. Παράλληλα, σχεδιάζει επενδύσεις ύψους περίπου €2 εκατ. για την εγκατάσταση φωτοβολταϊκών συστημάτων, με στόχο τη μείωση του ενεργειακού κόστους και την ενίσχυση της βιωσιμότητας των δραστηριοτήτων της.

Πολιτείες, ο Καναδάς, η Ιαπωνία, τα Ηνωμένα Αραβικά Εμιράτα, η Αυστραλία και η Νότια Αφρική.

Η ΣΥΝΕΡΓΑΣΙΑ ΜΕ ΤΗΝ ΑΒ

Σημαντικό μέρος της δραστηριότητας συνδέεται με τη συνεργασία της με την ΑΒ Βασιλόπουλος, η οποία αντιπροσωπεύει περίπου το 20% του συνολικού κύκλου εργασιών της. Η συνεργασία αφορά τόσο τη διάθεση ενώσεων προϊόντων των σημάτων Xenia και Κτήμα Μυρτιά, όσο και την παραγωγή προϊόντων ιδιωτικής ετικέτας για τη σειρά "Ελληνική Γη".

Παράλληλα, αναπτύσσει συνεργασίες private label με εταιρείες του ομίλου Ahold Delhaize σε αγορές όπως το Βέλγιο, η Τσεχία, η Σερβία και η Ρουμανία, ενισχύοντας τη διεθνή παρουσία της σε κατηγορίες όπως το ελαιόλαδο, οι ελιές και οι πάστες ελιάς.

ΑΠΟ ΤΑ €8 ΕΚΑΤ. ΣΤΑ €27 ΕΚΑΤ. ΣΕ ΜΙΑ ΔΕΚΑΕΤΙΑ

Η ιστορία της Xenia ξεκινά το 1964 με το λανσάρισμα του ομώνυμου brand από τον Γ. Βασιλόπουλο, ιδρυτή της ΑΒ, ενώ το 1990 δημιουργήθηκε η παραγωγική μονάδα τυποποίησης ελαιολάδου. Το 2014 η εταιρεία εισήλθε σε νέα φάση ανάπτυξης, με την ανάληψη της διοίκησης από τον Χρήστο Αναγνωστόπουλο, ενώ η οικογένεια Βασιλόπουλου διατηρεί σήμερα ποσοστό 20%.

Έκτοτε, ο κύκλος εργασιών της εταιρείας αυξήθηκε από περίπου €8 εκατ. σε €27 εκατ. πέρυσι (ξεπερνώντας ακόμη και τα €30 εκατ. το 2024), ενώ παράλληλα διπλασιάστηκε το ανθρώπινο δυναμικό και ενισχύθηκε σημαντικά η παρουσία της τόσο στην ελληνική, όσο και στις διεθνείς αγορές.

Στέλλα Αυγουστάκη
stella@notice.gr

DATA (σε €χιλ.)

<u>Κύκλος εργασιών</u>	<u>Κέρδη προ φόρων</u>
2024: 30.015	2024: 1.294
2023: 25.886	2023: 1.205
Μεταβολή: 15,95%	Μεταβολή: 7,37%
<u>Μικτό αποτέλεσμα</u>	<u>Καθαρά κέρδη</u>
2024: 3.678	2024: 1.016
2023: 3.507	2023: 1.162
Μεταβολή: 4,88%	Μεταβολή: (12,53%)

ΠΑΡΑΓΩΓΙΚΗ ΔΥΝΑΜΙΚΟΤΗΤΑ

Σήμερα η Olympia Xenia τυποποιεί περίπου 2.000 τόνους ελαιολάδου και 4.000 τόνους ελιών ετησίως. Ωστόσο, οι εγκαταστάσεις της μπορούν να υποστηρίξουν παραγωγή έως και 8.000 τόνων ελαιολάδου και 12.000 τόνων ελιών, γεγονός που δημιουργεί σημαντικά περιθώρια ανάπτυξης.

"Όλα εξαρτώνται από το δίκτυο των παραγωγών και στη συνέχεια από την ανάπτυξη των αγορών, ώστε να γνωρίζουμε ότι μπορούμε να ανταποκριθούμε με συνέπεια στις παραγγελίες που θα προκύψουν", σημείωσε ο κ. Αναγνωστόπουλος.

Σύμφωνα με τον ίδιο, η ενίσχυση της πρωτογενούς παραγωγής αποτελεί βασική προϋπόθεση για τη βιώσιμη ανάπτυξη του κλάδου. Όπως τόνισε, ζητούμενο είναι να διαμορ-

ΕΞΑΓΩΓΕΣ ΣΕ 33 ΧΩΡΕΣ

Σύμφωνα με τα στοιχεία της εταιρείας, το brand Xenia καταγράφει την υψηλότερη σταθμισμένη διανομή πανελλαδικά για το 2026, ενώ διατηρεί ισχυρή θέση τόσο στην κατηγορία των επιτραπέζιων ελιών, όσο και στο εξαιρετικό παρθένο ελαιόλαδο.

Το χαρτοφυλάκιο περιλαμβάνει εξαιρετικό παρθένο ελαιόλαδο, επιτραπέζιες ελιές, πάστες ελιάς, τουρσιά και άλλα προϊόντα μεσογειακής διατροφής.

Το εξαγωγικό αποτύπωμα της Olympia Xenia εκτείνεται σε 33 χώρες, με περίπου το 40% του κύκλου εργασιών να προέρχεται από αγορές του εξωτερικού. Η εταιρεία διαθέτει παρουσία στις περισσότερες χώρες της Ευρωπαϊκής Ένωσης, ενώ παράλληλα δραστηριοποιείται σε αγορές όπως οι Ηνωμένες

• **LIDL ΕΛΛΑΣ**
ΣΥΝΕΧΙΖΕΙ ΔΥΝΑΜΙΚΑ ΤΗΝ ΕΝΕΡΓΕΙΑ
"ΨΑΛΙΔΙ ΣΤΟΝ ΠΛΗΘΩΡΙΣΜΟ"
- ΝΕΕΣ ΜΕΙΩΣΕΙΣ ΕΩΣ ΚΑΙ -31%

Η Lidl Ελλάς δίνει νέα συνέχεια στη στρατηγική ενέργεια "Ψαλίδι στον Πληθωρισμό" καθώς μετά τη μεγάλη ενέργεια του περασμένου Απριλίου, με μειώσεις τιμών σε περισσότερα από 300 βασικά προϊόντα, επανέρχεται με έναν νέο κύκλο μειώσεων. Στόχος, σύμφωνα με την ανακοίνωση της εταιρείας, παραμένει η θωράκιση της αγοραστικής δύναμης των καταναλωτών και η άμεση ανακούφιση του οικογενειακού προϋπολογισμού με ποιοτικές επιλογές στις οικονομικότερες τιμές της αγοράς.

ΤΙ ΠΕΡΙΛΑΜΒΑΝΕΙ Η ΕΝΕΡΓΕΙΑ

- Στοχευμένες μειώσεις σε περισσότερα από 50 προϊόντα: Η πρωτοβουλία εξειδικεύεται σε ένα ευρύ φάσμα προϊόντων καθημερινής ανάγκης
- Εκπτώσεις που αγγίζουν το 31%: Οι νέες χαμηλότερες τιμές στα ράφια προσφέρουν ακόμη μεγαλύτερη εξοικονόμηση, με τις μειώσεις να φτάνουν έως και το -31%.

ΣΤΗΡΙΞΗ ΤΗΣ ΕΛΛΗΝΙΚΗΣ ΚΟΙΝΩΝΙΑΣ

Όπως αναφέρει η εταιρεία, "η ενέργεια 'Ψαλίδι στον Πληθωρισμό' δεν είναι μια εφήμερη προσφορά, αλλά μια διαρκής και στρατηγική κίνηση στήριξης της ελληνικής κοινωνίας. Μετά τη δυναμική παρέμβαση του Απριλίου σε περισσότερα από 300 προϊόντα, η εταιρεία συνεχίζει με νέες, ακόμα πιο βαθιές μειώσεις τιμών, αποδεικνύοντας ότι παραμένει ο πιο σταθερός σύμμαχος για έξυπνες και οικονομικές αγορές. Η Lidl Ελλάς συνεχίζει να αφουγκράζεται τις προκλήσεις της εποχής και να απαντά με πράξεις, διατηρώντας την κορυφαία ποιότητα των προϊόντων της αναλλοίωτη, στην καλύτερη τιμή της αγοράς".



• **LIDL ΕΛΛΑΣ**
ΔΙΑΓΩΝΙΣΜΟΣ €100.000 ΜΕΣΩ
ΤΗΣ ΕΦΑΡΜΟΓΗΣ LIDL PLUS

Η Lidl Ελλάς λανσάρει νέο διαγωνισμό μέσω της εφαρμογής πιστότητας Lidl Plus, προσφέροντας συνολικά 1.000 δωροκάρτες καυσίμων ΕΚΟ αξίας €100 η καθεμία, με τη συνολική αξία των επάθλων να ανέρχεται σε €100.000.

Ο διαγωνισμός θα διαρκέσει από τις 22 Ιουνίου έως τις 19 Ιουλίου και θα αναδεικνύει 250 νικητές κάθε εβδομάδα, μέσω εβδομαδιαίων κληρώσεων. Η συμμετοχή προϋποθέτει την ενεργοποίηση σχετικού κουπονιού στην εφαρμογή και αγορές άνω των €50 σε μία συναλλαγή στα καταστήματα της εταιρείας, με σκανάρισμα της ψηφιακής κάρτας στο ταμείο.

Η πρωτοβουλία εντάσσεται στη στρατηγική αξιοποίησης του προγράμματος πιστότητας



Lidl Plus, μέσω του οποίου η εταιρεία επιδιώκει να ενισχύσει την αλληλεπίδραση με τους καταναλωτές και να διευρύνει τη χρήση της ψηφιακής πλατφόρμας στις καθημερινές αγορές.

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

• HALCYON EQUITY PARTNERS

ΕΠΕΝΔΥΣΕ ΣΤΗΝ MAILO'S ΜΕ ΠΟΣΟΣΤΟ ΜΕΙΟΨΗΦΙΑΣ - ΣΤΟΧΟΣ Η ΔΙΕΘΝΗΣ ΑΝΑΠΤΥΞΗ

Σε νέα φάση ανάπτυξης εισέρχεται η Mailo's, μετά την επένδυση του Halcyon Equity Partners στην αλυσίδα fast casual εστίασης, με τις δύο πλευρές να εστιάζουν κυρίως στην επιτάχυνση της διεθνούς επέκτασης του brand και στην περαιτέρω οργανωτική ενδυνάμωση.

Τόσο ο ιδρυτής και Διευθύνων Σύμβουλος της εταιρείας, Νίκος Μουτσουρούφης, όσο και ο Βλάσσης Γεωργάτος, μέσω της VG Holding που εισήλθε στο μετοχικό το 2024, παραμένουν ενεργά στο σχήμα, διατηρώντας τη συμμετοχή και τον επιχειρησιακό τους ρόλο. Πληροφορίες του Fnb Daily αναφέρουν ότι αμφότεροι προχώρησαν σε περιορισμένη πώληση ποσοστού στο πλαίσιο της συναλλαγής.

Στόχος είναι η συνδυαστική αξιοποίηση της εμπειρίας της διοικητικής ομάδας της Mailo's, της τεχνογνωσίας που έχει εισφέρει η VG Holding και των επενδυτικών και οργανωτικών δυνατοτήτων του Halcyon Equity Partners.

ΕΠΕΚΤΑΣΗ ΣΕ ΗΠΑ - ΕΥΡΩΠΗ

Η επένδυση πραγματοποιείται σε μια περίοδο κατά την οποία η Mailo's έχει ήδη δι-αμορφώσει το πλάνο ανάπτυξης εκτός συνόρων. Η επιτυχία του concept στον Καναδά έχει δημιουργήσει πρόσθετο ενδιαφέρον για ανάπτυξη σε νέες αγορές, με την εταιρεία να εξετάζει πλέον πιο συστηματικά ευκαιρίες σε χώρες όπως η Αγγλία και οι Ηνωμένες Πολιτείες. Σε αυτό το πλαίσιο, η είσοδος του Halcyon δεν αποσκοπεί μόνο στην κεφα-



Νίκος Μουτσουρούφης,
Founder & CEO, Mailo's

λαιακή ενίσχυση, αλλά και στη δημιουργία των κατάλληλων δομών που θα υποστηρίξουν την κλιμάκωση του δικτύου σε διεθνές επίπεδο.

Η Mailo's, η οποία ιδρύθηκε το 2019, διαθέτει σήμερα δίκτυο 50 καταστημάτων σε Ελλάδα (σχεδιάζει ακόμα επτά για μέσα στη χρονιά), Κύπρο, Λίβανο και Καναδά, έχοντας εδραιώσει παρουσία στην κατηγορία των φρέσκων ζυμαρικών σε μοντέλο quick service restaurant. Παράλληλα, η ελληνική αγορά εξακολουθεί να προσφέρει περιθώρια περαιτέρω ανάπτυξης, ωστόσο το βάρος της νέας στρατηγικής φάσης τοποθετείται κυρίως στην εξωστρέφεια και στη διεθνή αξιοποίηση του brand.

Το μοντέλο ανάπτυξης να βασίζεται κυρίως

σε συνεργασίες franchise και συνεπενδύσεις με τοπικούς επιχειρηματίες.

ΕΡΧΕΤΑΙ ΚΑΙ ΝΕΑ ΣΥΜΦΩΝΙΑ

Το Halcyon Equity Partners διαχειρίζεται κεφάλαια ύψους περίπου €208 εκατ. και συνεχίζει να αναζητά νέες τοποθετήσεις στην ελληνική αγορά. Σύμφωνα με τις ίδιες πληροφορίες, το επενδυτικό σχήμα αναμένεται να προχωρήσει σε ακόμη μία επένδυση εντός των επόμενων εβδομάδων, με σχετικές ανακοινώσεις να τοποθετούνται χρονικά έως τα τέλη Ιουλίου, ενώ εξετάζονται και πρόσθετες επενδυτικές ευκαιρίες για το προσεχές διάστημα.

Στέλλα Αυγουστάκη
stella@notice.gr

BNB
DAILY

BUSINESS IN BRIEF

ΚΑΘΕ ΠΡΩΙ ΣΤΟ EMAIL ΣΑΣ!

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

MAZI ME TO BNB DAILY.

BnBeauty

Γίνε
συνδρομητής
εδώ



• ΧΡΥΣΑΝΘΙΔΗΣ

ΚΟΝΤΑ ΣΤΟ +10% ΤΟ ΕΞΑΜΗΝΟ ΜΕ ΩΘΗΣΗ ΑΠΟ ΚΑΤΕΨΥΓΜΕΝΑ ΚΑΙ ΣΙΡΟΠΙΑΣΤΑ - ΝΕΑ ΣΥΝΕΡΓΑΣΙΑ ΜΕ ΓΟΥΝΤΣΙΔΗ

Με ανάπτυξη που προσεγγίζει διψήφιο ποσοστό κινείται στο πρώτο μισό του 2026 η Χρυσανθίδης, έχοντας ρίξει μεγάλο βάρος στην ενίσχυση του διεθνούς αποτυπώματός της.

Όπως δηλώνει στο Fnb Daily ο Διευθυντής Εξαγωγών, Γιώργος Θημίου, η εταιρεία γλυκισμάτων και ζαχαροπλαστικής από την Νέα Καρβάλη έχει δώσει μέχρι στιγμής, και θα συνεχίσει να δίνει, το "παρών" σε μεγάλα εκθεσιακά ραντεβού (πχ PLMA), αυξάνοντας τη δικτύωση και βάζοντας τις βάσεις για νέες συνεργασίες με πελάτες στο εξωτερικό.

ΤΑ ΝΕΑ ΠΡΟΪΟΝΤΑ

Πέρα από τις συμφωνίες σε ΗΠΑ και Ν. Κορέα που έκλεισαν εντός του α' τριμήνου και οι οποίες αφορούν στα βασικά της προϊόντα (κουραμπιέδες, μελομακάρονα, μπισκότα), οι περισσότερες καινούργιες τοποθετήσεις αφορούν τα κατεψυγμένα (πχ προφιτερόλ) και τα σιροπιαστά (ραβανί, καρυδόπιτα, σαρακλί κ.α.). Πρόκειται για δύο οικογένειες κωδικών που προστέθηκαν πιο πρόσφατα στη γκάμα της Χρυσανθίδης και, παράλληλα, αυτές που παρουσιάζουν τη μεγαλύτερη δυναμική.

"Σαν νέα προϊόντα σαφώς θέλουν το χρόνο τους για να εδραιωθούν, όμως η πορεία τους μέχρι στιγμής είναι πολύ καλή. Σύμφωνα με το feedback που παίρνουμε, το ενδιαφέρον του κόσμου είναι πολύ ζωννό και αυτό μεταφράζεται σε νέες παραγγελίες", υπογραμμίζει ο κ. Θημίου. Τα συγκεκριμένα προϊόντα απευθύνονται κυρίως στο χονδρεμπόριο και στο HoReCa, ιδίως σε ξενοδοχειακά συγκροτήματα και καταστήματα εστίασης, ενώ σταδιακά μπαίνουν σε περισσότερα σημεία



εντός των ελληνικών συνόρων, πέραν των 8 καταστημάτων που η εταιρεία διαθέτει στους νομούς Καβάλας και Δράμας.

DATA (σε €χιλ.)

Κύκλος Εργασιών	EBIT	Κέρδη προ φόρων
2024: 10.662	2023: 525	2024: 419
2023: 8.556	2022: 957	2023: 302
2022: 7.382		2022: 779

ΟΙ ΣΥΝΕΡΓΑΣΙΕΣ ΣΤΟ RETAIL

Με ώθηση από τα νέα προϊόντα, η αύξηση πωλήσεων στο α' εξάμηνο πλησιάζει το 10%, μετά από μια χρονιά (2025) που ο τζίρος δεν

παρουσίασε ιδιαίτερες μεταβολές σε σύγκριση με το 2024.

Στο κανάλι του retail, η Χρυσανθίδης ξεκίνησε πρόσφατα μια νέα συνεργασία με την αλυσίδα Γουντσίδη που δραστηριοποιείται στους νομούς Καβάλας, Δράμας και Σερρών και η οποία έρχεται να προστεθεί σε αυτές με μεγάλες αλυσίδες πανελλαδικής εμβέλειας (όπως οι Lidl Hellas, AB Βασιλόπουλος κ.α.) για τα καταστήματά τους στην ευρύτερη περιοχή. Εξάλλου, μέσω συνεργαζόμενου διανομέα στην πρωτεύουσα, τοποθετείται και σε αρκετά super market των Αθηνών, σε εποχική ωστόσο βάση.

Γιάννης Τσατσάκης
yannis@notice.gr

• ΟΥΖΟ ΠΛΩΜΑΡΙΟΥ

ΚΑΛΟΚΑΙΡΙΝΗ ΔΡΑΣΗ ΜΕ ΣΤΑΣΕΙΣ ΣΕ SMART PARK ΚΑΙ ΝΕΑ ΜΑΚΡΗ

Το foodtruck των "Ακολουθών του Ήλιου" ταξίδεψε στην Αττική, στο πλαίσιο καλοκαιρινής δράσης του Ούζου Πλωμαρίου, μεταφέροντας γεύσεις, θερινό κλίμα και εμπειρίες σε επιλεγμένα σημεία της πόλης.

Η πρωτοβουλία εντάσσεται στις καλοκαιρινές στάσεις της κοινότητας "Ακόλουθοι του Ήλιου", η οποία συνδέεται με το Ούζο Πλωμαρίου.

Για δεύτερη συνεχόμενη χρονιά, το foodtruck



κινήθηκε σε περιοχές της Αττικής, όπως το Smart Park και η παραλία της Νέας Μάκρης, δημιουργώντας σημεία στάσης με καλοκαιρινό χαρακτήρα.

Η δράση είχε ως στόχο τη μεταφορά ενός θερινού κλίματος στην καθημερινότητα των επισκεπτών, με έμφαση σε στιγμές χαλάρωσης και κοινωνικής συναστροφής, οι οποίες, όπως αναφέρεται, μετατράπηκαν σε εμπειρίες και αναμνήσεις.

• **ΑΒ ΒΑΣΙΛΟΠΟΥΛΟΣ**

ΤΟ ΠΙΛΟΤΙΚΟ CONCEPT ΣΤΗΝ ΗΛΕΙΑ ΚΑΙ Ο ΜΕΓΑΛΥΤΕΡΟΣ FRANCHISEE ΤΟΥ ΔΙΚΤΥΟΥ

Πιλοτικό μοντέλο ανάπτυξης στην περιφέρεια δοκιμάζει η ΑΒ Βασιλόπουλος στην Ηλεία, μετατρέποντας περίπου το 50% του μεγαλύτερου καταστήματός της στον Πύργο σε εμπορικό κέντρο, σε μια προσπάθεια να διερευνήσει νέους τρόπους αξιοποίησης μεγάλων ακινήτων εκτός των μεγάλων αστικών κέντρων.

Το κατάστημα, το οποίο λειτουργεί από το 1996 και αποτελεί ένα από τα ιστορικότερα σημεία του δικτύου της αλυσίδας, έχει πλέον περιοριστεί σε επιφάνεια κάτω των 1.000 τ.μ., με το υπόλοιπο τμήμα του ακινήτου να προορίζεται για τη φιλοξενία συμπληρωματικών εμπορικών δραστηριοτήτων. Σύμφωνα με τον Brand President της ΑΒ Βασιλόπουλος, Νίκο Λαβίδα, πρόκειται για "πείραμα" που εξετάζει κατά πόσο ένα μοντέλο μικρού εμπορικού κέντρου μπορεί να λειτουργήσει αποτελεσματικά στην ελληνική περιφέρεια. Μάλιστα, το συγκεκριμένο σημείο συγκαταλέγεται στα ελάχιστα του δικτύου που συνδυάζουν super market με πρατήριο καυσίμων.

Η ΣΥΝΕΡΓΑΣΙΑ ΜΕ ΤΟΝ Τ. ΚΑΠΠΟ

Το ακίνητο παραμένει ιδιοκτησίας της ΑΒ Βασιλόπουλος, ενώ τη λειτουργία του καταστήματος έχει αναλάβει μέσω franchise ο επιχειρηματίας Τάσος Κάππος, ο οποίος τα τελευταία χρόνια έχει αναπτύξει το μεγαλύτερο δίκτυο συνεργατών της αλυσίδας στην Ελλάδα.

Η συνεργασία των δύο πλευρών ξεκίνησε το 2012, όταν ο κ. Κάππος, αναλαμβάνοντας την οικογενειακή επιχείρηση μετά τον θάνατο του πατέρα του, αναζητήσε ένα μοντέλο που θα του επέτρεπε να αναπτυχθεί πέρα από τα στενά όρια ενός παραδοσιακού συνοικιακού καταστήματος. Όπως αναφέρει, η επιλογή της ΑΒ Βασιλόπουλος προέκυψε έπειτα από αξιολόγηση διαφορετικών σχημάτων συνεργασίας μεταξύ των οποίων και η Carrefour που δραστηριοποιούνταν τότε στην αγορά.

ΤΟ ΔΙΚΤΥΟ

Το πρώτο κατάστημα λειτούργησε το 2012, ακολούθησε δεύτερο στα Κρέστενα το 2014 και τρίτο στο Αιτωλικό το 2016, ενώ από το 2018 ξεκίνησε η επέκταση στην Αττική. Σήμερα το δίκτυο αριθμεί 38 καταστήματα, με στόχο να φθάσει τα 42 μέσα στο επόμενο διάστημα.

Περίπου 20 από τα σημεία λειτουργούν με το μοντέλο Shop & Go της ΑΒ, με την παρουσία της εταιρείας να κατανέμεται σχεδόν ισόποσα μεταξύ Αττικής και περιφέρειας. Στην πρωτεύουσα διαθέτει καταστήματα σε περιοχές όπως Γουδί, Ζωγράφου, Παγκράτι, Άγιος Δημήτριος,



Από αριστερά:
Νίκος Λαβίδας,
Brand President,
ΑΒ Βασιλόπουλος - Τάσος
Κάππος, Master
Franchise, ΑΒ
Βασιλόπουλος



Καλλιθέα και Κερατσίνι, ενώ στην περιφέρεια δραστηριοποιείται σε Μεσσηνία, Αχαΐα, Αιτωλοακαρνανία και Φωκίδα.

ΕΡΧΟΝΤΑΙ ΝΕΑ ΣΗΜΕΙΑ

Η αναπτυξιακή πορεία συνεχίζεται και το 2026, καθώς νέα καταστήματα σε Αυλίδα και Καλαμάτα βρίσκονται στη διαδικασία ολοκλήρωσης, αναμένοντας την ηλεκτροδότησή τους, ενώ έχει ήδη υπογραφεί συμφωνία για νέο σημείο στην Ιτέα.

Σύμφωνα με τον κ. Κάππο, η μετάβαση στο οργανωμένο δίκτυο της ΑΒ συνοδεύτηκε από σημαντικές αλλαγές στη λειτουργία της επιχείρησης. Όπως επισημαίνει, η ένταξη σε ένα μεγάλο δίκτυο λιανικής σήμαινε αυστηρότερες διαδικασίες ελέγχου και συμμόρφωσης, αλλά και διαφορετική επιχειρηματική προσέγγιση σε σχέση με την εποχή των ανεξάρτητων καταστημάτων.

Για το 2025 ο συνολικός κύκλος εργασιών του ομίλου δραστηριοτήτων του κ. Κάππου εκτιμάται ότι θα προσεγγίσει τα €70 εκατ. Από αυτά,

περίπου €60 εκατ. προέρχονται από τη λιανική δραστηριότητα μέσω της συνεργασίας με την ΑΒ Βασιλόπουλος, ενώ σημαντική συνεισφορά έχει και ο τομέας χονδρικής και διανομής προϊόντων καπνού, ο οποίος αναπτύσσεται από το 2010 και αποτελεί τον μεγαλύτερο κλάδο δραστηριότητας της εταιρείας από πλευράς κύκλου εργασιών.

Σήμερα, το κατάστημα του Πύργου αποτελεί το μοναδικό πρώην εταιρικό κατάστημα της ΑΒ που διαχειρίζεται ο κ. Κάππος, ενώ το σύνολο των υπόλοιπων σημείων του δικτύου του αναπτύσσεται μέσω του μοντέλου franchise.

ΤΑ ΚΑΤΑΣΤΗΜΑΤΑ ΤΗΣ ΤΕΡΖΗΣ

Μιλώντας για την πορεία του δικτύου της ΑΒ στην Πελοπόννησο, ο Νίκος Λαβίδας ανέφερε ότι χαρακτηριστικό παράδειγμα της στρατηγικής ανάπτυξης αποτελεί η αξιοποίηση υφιστάμενων σημείων λιανικής. Η ΑΒ ανέλαβε καταστήματα της Τερζής, τα οποία αρχικά εντάχθηκαν στο δίκτυο με αλλαγή σήμανσης και στη συνέχεια ανακαινίστηκαν πλήρως. Σύμφωνα με τον κ. Λαβίδα, η απλή αλλαγή ταμπέλας δεν οδήγησε σε αξιοσημείωτη διαφοροποίηση της αγοραστικής συμπεριφοράς. Ωστόσο, μετά την ολοκλήρωση των ανακαινίσεων, οι πωλήσεις των συγκεκριμένων καταστημάτων αυξήθηκαν κατά περίπου 30%, επιβεβαιώνοντας τη σημασία της αναβάθμισης των υποδομών και της εμπειρίας αγορών.

Στέλλα Αυγουστάκη
stella@notice.gr

• WESTLAND FRUIT

Η ΑΝΘΙΣΗ ΤΩΝ ΕΣΠΕΡΙΔΟΕΙΔΩΝ ΣΤΗΝ ΑΙΤΩΛΟΑΚΑΡΝΑΝΙΑ ΚΑΙ Ο ΤΕΤΡΑΠΛΑΣΙΑΣΜΟΣ ΤΖΙΡΟΥ ΣΕ ΜΙΑ ΤΕΤΡΑΕΤΙΑ

Με κεκτημένη ταχύτητα από την περυσινή χρονιά - η οποία έκλεισε με ανάπτυξη άνω του 16% και τζίρο €8 εκατ. - έτρεξε το α' εξάμηνο του 2026 η Westland Fruit διευρύνοντας το πελατολόγιό της στο εξωτερικό.

Όπως δηλώνει στο FNB Daily ο Νίκος Σωφρονιάδης, συνιδιοκτήτης -μαζί με τον Νικό Γλυνιαδάκη- της εταιρείας που δραστηριοποιείται στο εξαγωγικό εμπόριο νωπών φρούτων, στο πρώτο μισό του έτους κλείστηκαν μια σειρά από νέες συμφωνίες με αλυσίδες του εξωτερικού αλλά και με Ισπανούς εμπόρους οι οποίοι αναζητήσαν ποσοτικές εσπεριδοειδών (πορτοκαλιών κυρίως και μανταρινιών) προκειμένου να συμπληρώσουν τονάζ και να εκτελέσουν δικές τους εμπορικές συμφωνίες.

ΣΥΝΕΡΓΑΣΙΕΣ ΜΕ ΓΝΩΣΤΟΥΣ RETAILERS

Η Westland Fruit έχει οικοδομήσει τα τελευταία χρόνια ένα σημαντικό δίκτυο εμπορικών συνεργασιών στην Γερμανία, στα Βαλκάνια και στις περισσότερες χώρες της Ανατολικής και Κεντρικής Ευρώπης (Πολωνία, Ουγγαρία, Τσεχία), έχοντας στο πελατολόγιό της retailers όπως η Edeka. Με την εξαίρεση κάποιων πολύ μικρών ποσοτήτων που κατευθύνονται στην Λαχαναγορά της Θεσσαλονίκης, το σύνολο των 12-13 χιλ. τόνων πορτοκαλιών, μανταρινιών και -τους θερινούς μήνες- καρπουζιών, που διαχειρίζεται σε ετήσια βάση, διοχετεύονται στις εξαγωγές. Οι εγκαταστάσεις της εταιρείας εκτείνονται σε 5.500 τ.μ. πολύ κοντά στο Μεσολόγγι της Αιτωλοακαρνανίας, μια περιοχή όπου, σύμφωνα με τον κ. Σωφρονιάδη, έχει αρχίσει πλέον

να μεταφέρεται το κέντρο βάρους της καλλιέργειας εσπεριδοειδών στη χώρα μας δεδομένου ότι στην Αργολίδα, όπως εξηγεί, "δεν υπάρχει πλέον νερό με αγωγιμότητα ενώ οι κλήροι είναι μικροί και, εξαιτίας αυτού, είναι πολύ πιο δύσκολη αναδιάρθρωση των φυτειών με νέες ποικιλίες". Την ίδια ώρα, συμπληρώνει, "στην Άρτα το πορτοκάλι και το μανταρίνι εκτοπίζονται από το ακτινίδιο, στην Ηλεία το ενδιαφέρον επικεντρώνεται κυρίως σε φράουλα και σε υπαίθρια μονοετή ενώ στην Σκάλα Λακωνίας στις εκτάσεις που καλλιεργούνται με πορτοκάλι, τα Βαλέντσια εξακολουθούν να κυριαρχούν".

ΑΠΟ ΤΗ ΜΗΔΙΚΗ ΣΤΑ ΠΟΡΤΟΚΑΛΙΑ ΛΟΓΩ ΤΩΝ ΖΩΝΟΣΩΝ

Αντίθετα με τα παραπάνω, σύμφωνα με το συνομιλητή μας, η Αιτωλοακαρνανία φαίνεται να βιώνει τα τελευταία χρόνια μια "άνοιξη" της καλλιέργειας πορτοκαλιών, καθώς οι εκτάσεις με Ναβαλίνες και Lane Late αυξάνονται, ακολουθούμενες από εκείνες με μανταρίνια. Μάλιστα, την τελευταία διετία και λόγω της μείωσης των πληθυσμών προβάτων που προκάλεσαν οι ζωνοσώοι, τα εσπεριδοειδή φαίνεται ότι προσελκύουν κι αρκετούς αγρότες που μέχρι πρόσφατα ασχολούνταν με τη μηδική.

Όλα αυτά τη στιγμή που η Ισπανία- μεγαλύτερη παραγωγός κι εξαγωγέας πορτοκαλιών στην Ευρώπη κι εκ των κορυφαίων παγκοσμίως- βλέπει την δική της παραγωγή να μειώνεται, λόγω των κλιματολογικών συνθηκών, γεγονός που δυνητικά - και με υπόθεση την προσεκτική επιλογή εμπορικής

περιόδου- δημιουργεί ευκαιρίες για άλλες χώρες-παραγωγούς.

DATA (σε €χιλ.)

Κύκλος Εργασιών

2024: 6.766
2023: 5.829
2022: 1.806
2021: 2.057

EBIT

2024: 130
2023: 121
2022: 102
2021: 34

Αποτέλεσμα προ φόρων

2024: 134
2023: 120
2022: 101
2021: 33

ΑΛΛΑΞΕ ΧΕΡΙΑ ΤΟ 50%

Ο κ. Σωφρονιάδης απέκτησε πριν από μια τετραετία περίπου το 50% της Westland Fruit από τον Μανώλη Αρχοντάκη, επιχειρηματία με μακρά πορεία στο εμπόριο των νωπών οπωροκηπευτικών (Creta Star, Olympia Star). "Στο διάστημα που μεσολάβησε έχουμε καταφέρει να τετραπλασιάσουμε τον κύκλο εργασιών μας και στόχος είναι να συνεχίσουμε την αναπτυξιακή μας πορεία χτίζοντας ταυτόχρονα ισχυρές συνεργασίες με τους αγρότες", τονίζει. Προς επίρρωση αυτού, σημειώνει ότι ήδη με τους μισούς παραγωγούς από τους οποίους προμηθεύεται προϊόν υπάρχει συνεργασία ετών. Εξάλλου, σύντομα η εταιρεία θα ξεκινήσει να καλλιεργεί ιδιόκτητες εκτάσεις 60 στρεμμάτων. Αξίζει να σημειωθεί ότι, παράλληλα με την εμπορική της δραστηριότητα, η Westland Fruit συνεργάζεται με καταξιωμένους οίκους πολλαπλασιαστικού υλικού, όπως τα φυτώρια Avasa από την Ισπανία, και εισάγει στη χώρα μας δενδρύλια με καινοτόμα υποκείμενα.

ΟΛΟΚΛΗΡΩΘΗΚΕ ΕΠΕΝΔΥΣΗ €400 ΧΙΛ.

Πρόσφατα ολοκληρώθηκε στις εγκαταστάσεις επένδυση 400 χιλ. στο πλαίσιο της δράσης Πράσινη Μετάβαση, του προγράμματος "Ανταγωνιστικότητα" (2021-2027).

Γιάννης Τσατσάκης
yannis@notice.gr



• SUPER MARKETS (ΙΕΛΚΑ)

ΠΑΡΑΜΕΝΕΙ ΦΘΗΝΟΤΕΡΟ ΤΟ ΚΑΛΑΘΙ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ ΕΝΑΝΤΙ ΟΚΤΩ ΕΥΡΩΠΑΪΚΩΝ ΧΩΡΩΝ

Το χαμηλότερο κόστος του τυπικού καλαθιού αγορών μεταξύ εννέα ευρωπαϊκών χωρών καταγράφει η Ελλάδα, σύμφωνα με τη νέα επαναλαμβανόμενη έρευνα του Ινστιτούτου Έρευνας Λιανεμπορίου Καταναλωτικών Αγαθών, η οποία συγκρίνει τις τιμές βασικών προϊόντων οργανωμένου λιανεμπορίου τροφίμων για τον Μάιο του 2026.

Η έρευνα εξετάζει τα επίπεδα τιμών στην Ελλάδα σε σύγκριση με Γαλλία, Ηνωμένο Βασίλειο, Ισπανία, Ιταλία, Πορτογαλία, Γερμανία, Ρουμανία και Βουλγαρία, αξιολογώντας στοιχεία από πλατφόρμες σύγκρισης τιμών και τιμοληψίες σε αλυσίδες super market. Οι συγκρίσεις πραγματοποιούνται τόσο με, όσο και χωρίς την επίδραση του ΦΠΑ, ώστε να αποτυπωθούν οι διαφορές που προκύπτουν από τα διαφορετικά φορολογικά καθεστώτα.

ΟΙ ΣΥΓΚΡΙΣΕΙΣ

Με βάση τις τελικές τιμές, το μέσο καλάθι στην Ελλάδα παραμένει το οικονομικότερο μεταξύ των χωρών της έρευνας. Ειδικότερα, το αντίστοιχο καλάθι εμφανίζεται ακριβότερο κατά:

- 39% στην Γερμανία
- 36% στην Γαλλία
- 26% στο Ηνωμένο Βασίλειο
- 20% στην Ρουμανία
- 17% στην Βουλγαρία
- 14% στην Ισπανία
- 8% στην Ιταλία
- 4% στην Πορτογαλία

ΜΕΓΑΛΥΤΕΡΕΣ ΟΙ ΔΙΑΦΟΡΕΣ ΧΩΡΙΣ ΤΗΝ ΕΠΙΔΡΑΣΗ ΤΟΥ ΦΠΑ

Όταν η σύγκριση πραγματοποιείται χωρίς την επίδραση του ΦΠΑ, οι διαφορές γίνονται ακόμη μεγαλύτερες. Σύμφωνα με τα στοιχεία του ΙΕΛΚΑ, το μέσο καλάθι είναι ακριβότερο από το ελληνικό κατά:

- 46% στην Γερμανία
- 44% στην Γαλλία
- 35% στο Ηνωμένο Βασίλειο
- 26% στην Ρουμανία
- 23% στην Ισπανία
- 15% στην Ιταλία
- 13% στην Βουλγαρία
- 6% στην Πορτογαλία

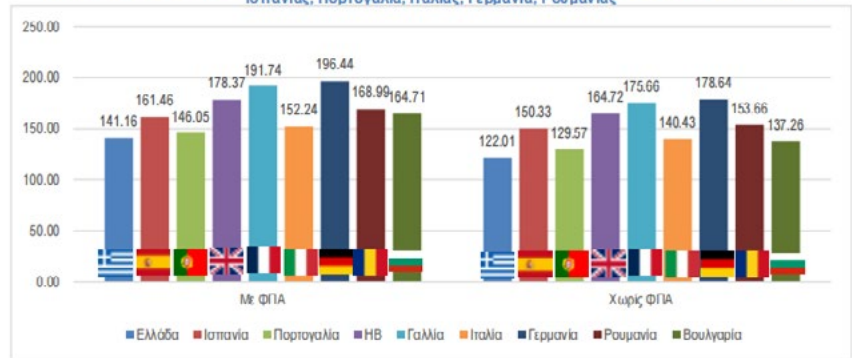
Ο ΡΟΛΟΣ ΤΟΥ ΦΠΑ ΣΤΙΣ ΔΙΑΦΟΡΕΣ ΤΙΜΩΝ

Το ΙΕΛΚΑ αποδίδει σημαντικό μέρος των διαφορών στους διαφορετικούς συντελεστές ΦΠΑ που εφαρμόζονται στα τρόφιμα και τα

Πίνακας 1: Σύγκριση μέσων τιμών καλαθιού προϊόντων σουπερμάρκετ Ελλάδας, Γαλλίας, Ηνωμένου Βασιλείου, Ισπανίας, Πορτογαλίας, Ιταλίας με ΦΠΑ και χωρίς ΦΠΑ

	Συντελεστές ΦΠΑ	Τιμές με ΦΠΑ	Τιμές χωρίς ΦΠΑ	Διαφορά με Ελλάδα με ΦΠΑ	Διαφορά με Ελλάδα χωρίς ΦΠΑ
Ελλάδα	24%, 13%, 6%	141.16	122.01		
Ισπανία	21%, 10%, 4%	161.46	150.33	14.4%	23.2%
Πορτογαλία	23%, 13%, 6%	146.05	129.57	3.5%	6.2%
Η.Β.	20%, 5%, 0%	178.37	164.72	26.4%	35.0%
Γαλλία	20%, 10%, 5,5%	191.74	175.66	35.8%	44.0%
Ιταλία	22%, 10%, 4%	152.24	140.43	7.8%	15.1%
Γερμανία	19%, 7%	196.44	178.64	39.2%	46.4%
Ρουμανία	21%, 11%, 5%	168.99	153.66	19.7%	25.9%
Βουλγαρία	20%	164.71	137.26	16.7%	12.5%

Σχήμα 1: Σύγκριση μέσων τιμών καλαθιού προϊόντων σουπερμάρκετ Ελλάδας, Γαλλίας, Ηνωμένου Βασιλείου, Ισπανίας, Πορτογαλίας, Ιταλίας, Γερμανίας, Ρουμανίας



Πίνακας 2: Συντελεστές ΦΠΑ στις συγκρινόμενες χώρες

	Συντελεστές ΦΠΑ	Μέσος συντελεστής ΦΠΑ καλαθιού
Ελλάδα	24%, 13%, 6%	15.7%
Ισπανία	21%, 10%, 4%	7.4%
Πορτογαλία	23%, 13%, 6%	12.7%
Η.Β.	20%, 5%, 0%	8.3%
Γαλλία	20%, 10%, 5,5%	9.2%
Ιταλία	22%, 10%, 4%	8.4%
Γερμανία	19%, 7%	10.0%
Ρουμανία	21%, 11%, 5%	10.0%
Βουλγαρία	20%	20.0%

ποτά στις ευρωπαϊκές χώρες.

Στην Ελλάδα, ο βασικός συντελεστής ΦΠΑ για τις συγκεκριμένες κατηγορίες προϊόντων ανέρχεται στο 13%, ενώ στις περισσότερες από τις χώρες της σύγκρισης εφαρμόζονται χαμηλότεροι συντελεστές, οι οποίοι κυμαίνονται από 0% έως 10%, ανάλογα με το προϊόν. Εξάιρεση αποτελεί η Βουλγαρία, όπου ισχύει ενιαίος συντελεστής 20% για όλα

τα είδη. Σημειώνεται ότι στην ανάλυση δεν περιλαμβάνεται η επίδραση ειδικών φόρων κατανάλωσης.

Παράλληλα, σύμφωνα με τα στοιχεία της έρευνας, η Ελλάδα καταγράφει τον δεύτερο υψηλότερο μέσο συντελεστή ΦΠΑ στο εξεταζόμενο καλάθι των 40 κατηγοριών προϊόντων, με 15,6%, ενώ η Ισπανία εμφανίζει τον χαμηλότερο μέσο συντελεστή, στο 7,4%.

• **JBS USA**
ΚΛΕΙΝΕΙ ΔΥΟ ΜΟΝΑΔΕΣ ΠΑΡΑΓΩΓΗΣ,
ΑΝΑΔΙΑΡΘΡΩΝΕΙ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΕΣ

Η JBS USA, η αμερικανική θυγατρική της βραζιλιάνικης εταιρείας επεξεργασίας κρέατος JBS, ανακοίνωσε το κλείσιμο δύο παραγωγικών εγκαταστάσεων στις Ηνωμένες Πολιτείες, στο πλαίσιο της στρατηγικής της για εκσυγχρονισμό των δραστηριοτήτων και ενίσχυση της ανταγωνιστικότητάς της.

Συγκεκριμένα, η εταιρεία θα διακόψει τη λειτουργία μιας μονάδας παραγωγής βοδινού κρέατος στο Σούντερτον της Πενσιλβάνια και μιας μονάδας προϊόντων προστιθέμενης αξίας στο Μέμφις του Τενεσί.

Η JBS USA ανέφερε ότι θα υποστηρίξει τους εργαζομένους που επηρεάζονται από την απόφαση, προσφέροντάς τους δυνατότητες μετακίνησης σε άλλες εγκαταστάσεις του ομίλου, καθώς και υπηρεσίες υποστήριξης σε συνεργασία με τοπικούς φορείς.

ΣΥΝΕΧΙΖΕΙ ΤΙΣ ΕΠΕΝΔΥΣΕΙΣ
ΣΤΙΣ ΗΠΑ

Παράλληλα, η εταιρεία υπογράμμισε ότι συνεχίζει να επενδύει στις δραστηριότη-

τές της στις Ηνωμένες Πολιτείες. Το τελευταίο έτος έχει προχωρήσει σε σημαντικές επενδύσεις και επεκτάσεις σε μονάδες στο Τέξας, την Τζόρτζια και την Αϊόβα, με στόχο την ενίσχυση της παραγωγής έτοιμων και προϊόντων υψηλότερης προστιθέμενης αξίας, τον εκσυγχρονισμό των εγκαταστάσεων και τη βελτίωση της εξυπηρέτησης των πελατών.

Ο CEO της JBS USA, Wesley Batista Filho, δήλωσε ότι οι αποφάσεις αυτές είναι δύσκολες, καθώς επηρεάζουν εργαζομένους και τοπικές κοινωνίες, ωστόσο αποτελούν μέρος της προσπάθειας για τη δημιουργία μιας πιο αποδοτικής, σύγχρονης και ανταγωνιστικής εταιρείας. Όπως σημείωσε, η JBS επενδύει στο μέλλον της παραγωγής τροφίμων στις ΗΠΑ, ενώ παράλληλα προσαρμόζει το παραγωγικό της αποτύπωμα όπου αυτό κρίνεται απαραίτητο.

Νωρίτερα μέσα στο έτος, η εταιρεία ενοποίησε τις δραστηριότητες παραγωγής βοδινού κρέατος και συσκευασμένων προϊόντων σε μία ενιαία επιχειρησια-



Wesley
Batista
Filho, CEO,
JBS USA

κή πλατφόρμα, με στόχο τη βελτίωση της αποδοτικότητας, την αύξηση της παραγωγικότητας και την ενίσχυση των δυνατοτήτων παραγωγής προϊόντων προστιθέμενης αξίας.

ΜΕΤΑΦΟΡΑ ΠΑΡΑΓΩΓΗΣ

Η παραγωγή των δύο μονάδων που κλείνουν θα μεταφερθεί σε άλλες εγκαταστάσεις της JBS, ώστε να διασφαλιστεί η απρόσκοπτη τροφοδοσία της αγοράς και η εξυπηρέτηση των πελατών.

Παρά τις αλλαγές, η JBS USA επανέλαβε τη δέσμευσή της προς την αμερικανική αγροτική παραγωγή και τις τοπικές κοινότητες, επισημαίνοντας ότι παραμένει αισιόδοξη για τις μακροπρόθεσμες προοπτικές της αγοράς, καθώς η ζήτηση για προϊόντα υψηλής ποιότητας πρωτεΐνης συνεχίζει να αυξάνεται.

• **Debrief** •

Η ΜΑΧΗ ΤΟΥ... AIR CONDITION

Η Δυτική Ευρώπη βράζει τις τελευταίες ημέρες από κύμα καύσωνα. Ειδικά στην Γαλλία, όμως, έχει ανοίξει θέμα, με άρθρα σε Le Monde, France 24 κ.λπ. Στο προσκήνιο έχει επανέλθει το ζήτημα των... κλιματιστικών.

Μια ματιά στα social media και μπορεί κανείς να βρει δεκάδες βίντεο με ανθρώπους να βουτάνε στα νερά του Σηκουάνα προκειμένου να δροσιστούν. Μάλιστα, το χρώμα των νερών από μόνο του δείχνει... αποτρεπτικό, αλλά πάλι μπορεί να είναι κατάλληλο για κολύμβηση. Σε κάθε περίπτωση τις τελευταίες ημέρες έχουν πνιγεί 40 άνθρωποι (γενικά, όχι μόνο στον Σηκουάνα) και άλλοι 18 έχουν χάσει τη ζωή τους από τον καύσωνα.

Μόνο το 25% των γαλλικών νοικοκυριών διαθέτει κλιματιστικό, ενώ ακόμη και πολιτικές δυνάμεις αντιτίθενται σφόδρα στη χρήση τους. "Δεν πρέπει σε καμία περίπτωση να εγκαταστήσουμε κλιματιστικά παντού· αυτό θα χειροτέρευε μόνο τα πράγματα", ανέφερε προ ημερών ο Jean-Luc Mélenchon, ηγέτης του κόμματος La France Insoumise.

Αντίθετα, ο Εθνικός Συναγερμός (RN) προτείνει ένα μεγάλης κλίμακας σχέδιο, για την εγκατάσταση συστημάτων κλιματισμού. Το 78% των Γάλλων πιστεύουν ότι ο κλιματισμός δεν είναι φιλικός προς το περιβάλλον, σύμφωνα με πρόσφατη δημοσκόπηση, αλλά οι νέες θερμοκρασιακές πραγματικότητες, τους κάνουν να το

ξανασκεφτούν.

Στην Ελλάδα μετά τον καύσωνα του 1987 με πάνω από 1.000 νεκρούς, τα air condition βρήκαν σιγά, σιγά τη θέση τους σχεδόν σε όλα τα μπαλκόνια. Σε βορειότερες περιοχές της Ευρώπης, με χαμηλότερες θερμοκρασίες και το καλοκαίρι, η ανάγκη για κλιματισμό παρέμεινε περιορισμένη.

Όστόσο οι εποχές αλλάζουν, κυριολεκτικά, λόγω της κλιματικής αλλαγής. Και απ' ό,τι φαίνεται ακόμα και ένα φυσικό φαινόμενο, όπως ο καύσωνας, μπορεί να ανεβάσει και το πολιτικό θερμόμετρο.

Γιάννης Παλιούρης
giannis@notice.gr

• ΟΙΚΟΓΕΝΕΙΑ ΧΡΙΣΤΟΔΟΥΛΟΥ
ΛΑΝΣΑΡΕΙ ΝΕΟ 100% ΦΥΣΙΚΟ ΣΤΥΜΜΕΝΟ ΧΥΜΟ ΠΟΡΤΟΚΑΛΙ

Τον νέο 100% φυσικό στυμμένο χυμό πορτοκαλι παρουσίασε η οικογένεια Χριστοδούλου, που παράγεται από πορτοκάλια που επιλέγονται από Έλληνες παραγωγούς, με διαδικασία η οποία, όπως αναφέρεται, διατηρεί τη φυσική γεύση, το άρωμα και τη φρεσκάδα του φρούτου. Σύμφωνα με την εταιρεία, σε όλα τα στάδια της

παραγωγικής διαδικασίας, από τη συγκομιδή έως την εμφιάλωση, δίνεται έμφαση στη διατήρηση της φυσικότητας και της φρεσκάδας του προϊόντος. Ο νέος χυμός διατίθεται σε συσκευασία του 1 λίτρου και είναι ήδη διαθέσιμος στα ψυγεία μεγάλων αλυσίδων super market, καθώς και σε επιλεγμένα σημεία μικρής λιανικής σε όλη την Ελλάδα.



Business Maker

ΟΙ ΛΕΠΤΟΜΕΡΕΙΕΣ ΤΗΣ ΕΠΕΝΔΥΣΗΣ ΤΟΥ HALCYON ΣΤΗΝ MAILO'S

Μετά την ανακοίνωση ότι το Halcyon Equity Partners μπαίνει στην Mailo's, πολλοί αναρωτήθηκαν στην αγορά εάν αποσπενδύει ο Βλάσσης Γεωργιάτος. Καλά πληροφορημένες πηγές, μιλώντας στο Fnb Daily, έσπευσαν να βάλουν τα πράγματα στη θέση τους: "Ο γνωστός επιχειρηματίας δεν αποχωρεί. Αντίθετα, πουλάει ένα ποσοστό και δίνει τη δυνατότητα σε ένα δυναμικό fund να στηρίξει την προσπάθεια διεθνούς ανάπτυξης της εταιρείας", σημειώνουν χαρακτηριστικά. Οι ίδιες πηγές διευκρινίζουν ότι το Halcyon θα εξαγοράσει περίπου 20% της εταιρείας, αποκτώντας ποσοστό και από τον ιδρυτή, πέρα από το ποσοστό του κ. Γεωργιάτου, σε μια περίοδο κατά την οποία η εταιρεία επιταχύνει την ανάπτυξη της σε Καναδά, Κύπρο και Ηνωμένες Πολιτείες, με

στόχο να μετατραπεί σε διεθνές brand ελληνικής προέλευσης. Σημειώνουν ότι πρόκειται για συμφωνία μεγαλύτερου μεγέθους από την προηγούμενη επενδυτική κίνηση, που είχε πραγματοποιηθεί στην αλυσίδα. Ο νέος επενδυτής θα αποκτήσει εκπροσώπηση στο διοικητικό συμβούλιο, χωρίς ωστόσο να έχουν προβλεφθεί μηχανισμοί μελλοντικής αύξησης ποσοστού ή δικαιώματα προαίρεσης, που συναντώνται συχνά σε ανάλογες συμφωνίες. Η χρονική συγκυρία μόνο τυχαία δεν θεωρείται. Όσοι παρακολουθούν την πορεία της Mailo's αναφέρουν ότι η εταιρεία περνά σε μια νέα φάση, όπου το βάρος μεταφέρεται από την ελληνική αγορά στη διεθνή ανάπτυξη. Η Mailo's δεν αντιμετωπίζεται πλέον ως ένα ελληνικό concept τα-

χείας εστίασης, αλλά ως μια εταιρεία, που επιχειρεί να αποκτήσει διεθνή ταυτότητα. Αυτό είναι και το στοιχείο, που φαίνεται να προσέλκυσε το ενδιαφέρον των επενδυτών. Η Κύπρος συνεχίζει να αποτελεί το πιο ώριμο παράδειγμα, με το δίκτυο να οδεύει προς τα 11 καταστήματα, ενώ θετικά εξελίσσεται και η παρουσία στον Λίβανο. Το μεγάλο στοίχημα, όμως, βρίσκεται στον Καναδά και στις Ηνωμένες Πολιτείες. Ήδη, έχει συσταθεί η Mailos Canada Inc., ενώ η διοίκηση εμφανίζεται ιδιαίτερα αισιόδοξη για τη δυναμική της αγοράς. Όπως έχετε ήδη ενημερωθεί από την στήλη, το επιχειρηματικό πλάνο προβλέπει περαιτέρω ανάπτυξη στη Βόρεια Αμερική, με επόμενο σταθμό τις Ηνωμένες Πολιτείες, πιθανότατα μέσα στο 2026.

ΠΟΣΑ ΠΛΗΡΩΝΕΙ Η SSP ΓΙΑ ΕΝΟΙΚΙΑ ΣΤΑ ΕΛΛΗΝΙΚΑ ΑΕΡΟΔΡΟΜΙΑ

Υπάρχει ένας αριθμός στις οικονομικές καταστάσεις της SSP, που λέει ίσως περισσότερα από τον ίδιο τον τζίρο της εταιρείας. Δεν αφορά τις πωλήσεις, ούτε τα κέρδη. Αφορά τα ενοίκια. Σύμφωνα με τις τελευταίες οικονομικές καταστάσεις, η εταιρεία, που έχει μεταξύ άλλων τα δικαιώματα για τα brands Burger King και Starbucks, έχει αναλάβει μη ακυρώσιμες συμβάσεις λειτουργικών μισθώσεων, που αφορούν χώρους στα αεροδρόμια, όπου δραστηριοποιείται. Οι ελάχιστες μελλοντικές υποχρεώσεις από μισθώματα ανέρχονται σε €30,5 εκατ. για τη χρήση του 2025. Από αυτά, €10,6 εκατ. αφορούν υποχρεώσεις, που λήγουν μέσα στον επόμενο χρόνο, και επιπλέον €19,9 εκατ. αφορούν την περίοδο από ένα έως πέντε έτη. Το ποσό πα-

ραμένει ιδιαίτερα υψηλό, παρότι εμφανίζεται αισθητά μειωμένο σε σχέση με την προηγούμενη χρήση. Στις οικονομικές καταστάσεις του 2024, οι αντίστοιχες δεσμεύσεις έφθαναν τα €48,2 εκατ., εκ των οποίων €17,7 εκατ. αφορούσαν τον επόμενο χρόνο και €30,5 εκατ. την επόμενη πενταετία. Για όσους γνωρίζουν τον κλάδο, οι αριθμοί αυτοί δεν προκαλούν έκπληξη. Η SSP δεν δραστηριοποιείται σε οποιαδήποτε εμπορικά σημεία. Διαχειρίζεται μερικές από τις πιο περιζήτητες θέσεις λιανικής και εστίασης στην Ελλάδα, εκεί όπου καθημερινά περνούν χιλιάδες επιβάτες. Διαθέτει 13 καταστήματα στο Ελευθέριος Βενιζέλος, 6 στο αεροδρόμιο Μακεδονία της Θεσσαλονίκης, 6 στις Κέρκυρας, 4 στις Κω, 3 στις Μυκόνου, 2 στις Ρόδου, 2 στις Ζακύνθου και ένα στα Χανιά. Πρόκειται ουσιαστικά

για τους μεγαλύτερους τουριστικούς κόμβους της χώρας, εκεί όπου η αυξημένη κίνηση δικαιολογεί τα μισθώματα, που ζητούν οι διαχειριστές των αεροδρομίων. Το ενδιαφέρον είναι ότι, παρά το υψηλό κόστος, τα οικονομικά μεγέθη συνεχίζουν να βελτιώνονται, με τον τζίρο να αυξάνεται πάνω από 30% και τα κέρδη προ φόρων διαμορφώθηκαν κατά περίπου 38%. Η διοίκηση πρότινε μάλιστα τη διανομή μερίσματος €3,445 εκατ., ένδειξη ότι η παραγωγή ταμειακών ροών παραμένει ισχυρή. Η SSP αποτελεί ίσως έναν από τους πιο αξιόπιστους δείκτες για το κατά πόσο ο τουρισμός μετατρέπεται σε πραγματικό χρήμα. Οι αφίξεις και οι επιβάτες είναι το πρώτο επίπεδο μέτρησης. Οι πωλήσεις στα αεροδρόμια είναι το επόμενο. Και εκεί η εικόνα παραμένει ιδιαίτερα ισχυρή.

• TFT
**ΕΓΚΑΤΑΣΤΑΣΗ
ΓΕΜΙΣΤΙΚΗΣ
ΓΡΑΜΜΗΣ ΣΤΗΝ
ΕΒΡΟΦΑΡΜΑ**

Η TFT (Tesco Food Technology) ολοκλήρωσε την προμήθεια και εγκατάσταση νέας γεμιστικής γραμμής στη γαλακτοβιομηχανία Εβροφάρμα, στο πλαίσιο του εκσυγχρονισμού των παραγωγικών της εγκαταστάσεων. Το έργο αφορά την εγκατάσταση αυτόματης γεμιστικής μηχανής GALDI RG-270 SDUC, δυναμικότητας 6.500 καρτοκυτιών ανά ώρα, με στόχο τη βελτίωση της αποδοτικότητας και της ευελιξίας της παραγωγικής διαδικασίας. Η συνεργασία εντάσσεται



στο ευρύτερο πλαίσιο επενδύσεων της Εβροφάρμα σε τεχνολογικό εξοπλισμό, με στόχο την

ενίσχυση της παραγωγικής της δυναμικότητας και της ποιότητας των προϊόντων της.

Business Insight

ΠΩΣ Η ΔΕΗ ΕΓΙΝΕ ΚΑΙ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΑ ΠΥΛΩΝΑΣ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ ΤΗΣ ΧΩΡΑΣ ΚΑΙ Η... ΧΑΩΔΗΣ ΣΥΓΚΡΙΣΗ ΜΕ ΤΟ 2019

Ανοίγει το εύρος των επενδύσεων, με νέες κινήσεις που φτάνουν μέχρι την Μολδαβία, το μήνυμα Στάση στην Γενική Συνέλευση μετόχων του ομίλου. Ο επιχειρηματικός/επιχειρησιακός σχεδιασμός είναι το σκέλος που κατά κανόνα παρουσιάζεται από την διοίκηση, τους επικεφαλής επενδυτικών χαρτοφυλακίων και αναλυτές, μη δίνοντας την δέουσα προβολή σε ένα άλλο που κατά την εκτίμησή μας, είναι εξίσου σημαντικό.

Και γίνομαι σαφής: **Βάσει όσων ειπώθηκαν στην Γενική Συνέλευση η διοίκηση θα προτείνει τη διανομή κερδών 2025 σε μετόχους/επενδυτές μέσω μερίσματος.** Τί σημαίνει αυτό πρακτικά για το ταμείο κύριων μετόχων, μεγάλων και μικρών επενδυτών; **Μικτό €0,60/μετοχή που σύμφωνα με το ποσοστό συμμετοχής αναλογούν περί τα €120 εκατ. στο ελληνικό Δημόσιο (ΕΕΣΥΠ/ΤΑΙΠΕΔ)** καθώς διατήρησε το 34% του μ.κ., σχεδόν €60+ εκατ. στην CVC Capital Partners που το αύξησε στο 17,71% - μέσω της συμμετοχής στην AMK- ενώ σημαντικά έσοδα θα εγγράψουν ισχυροί μέτοχοι μειοψηφίας όπως λ.χ. Covalis, Vanguard, Blackrock, QIA All- Rayyan. Παράλληλα οι ίδιοι εγγράφουν **σημαντικές υπεραξίες καθώς την AMK ακολούθησε ευρείας έκτασης άνοδος της μετοχής, φτάνοντας έως τα €23,56, από τα €18,63** που ήταν η τελική τιμή συμμετοχής στην διαδικασία της αύξησης. Διακριτές και

οι νέες υπεραξίες για το ευρύτερα εννοούμενο δημόσιο φορέα, από αυτήν την κατά €4,83/μετοχή άνοδο της τιμής.

Αυτή είναι, πολύ συνοπτικά η επενδυτική-χρηματιστηριακή συνεισφορά του ομίλου ΔΕΗ, που πλέον αποτιμάται στα €13,7 δισ. όταν- θυμίζω, γιατί έχει την σημασία του- **λίγο μετά τις ευρωεκλογές 2019 δεν ξεπερνούσε καν τα €400 εκατ. (!)** για να έχουμε αίσθηση τάξης μεγέθους της χαώδους διαφοράς αυτής της περιόδου.

Η άλλη διάσταση, ενδεχομένως πιο ουσιαστική, είναι αυτή που αφορά στην πραγματική οικονομία, στην παραγωγή ΑΕΠ.

Πολύ σύντομα: για τη χρήση του 2025, ο **όμιλος ΔΕΗ κατέβαλε συνολικά €421,5 εκατ. σε φόρους και ασφαλιστικές εισφορές.** Από αυτά, τα €294,4 εκατ. αφορούν φόρους (κυρίως φόρο εισοδήματος και αναβαλλόμενη φορολογία) και τα 127,1 εκατ. ευρώ αφορούν ασφαλιστικές εισφορές. Η συμβολή του ομίλου ΔΕΗ στο ΑΕΠ της Ελλάδας είναι πολυεπίπεδη και συνδέεται με τη συνολική αλυσίδα αξίας της ενέργειας, καλύπτοντας την παραγωγή, διανομή, προμήθεια και τις επενδύσεις σε Ανανεώσιμες Πηγές Ενέργειας (ΑΠΕ).

Παρόλο που δεν υπάρχει μία δημοσιευμένη ετήσια μελέτη αποκλειστικά για τη συνολική της προστιθέμενη αξία, αποτελεί έναν από τους βασικότερους πυλώνες της εθνικής οικονομίας, επηρεάζοντας το ΑΕΠ μέσα

από **τρία βασικά σκέλη:**

Κύκλος Εργασιών: καταγράφει ετήσιο κύκλο εργασιών της τάξης των δισ. ευρώ (π.χ., οι πωλήσεις της ξεπερνούν σταθερά τα €6-€8 δισ. ανάλογα με τις τιμές χονδρικής), αποτελώντας την κορυφαία ενεργειακή δύναμη της χώρας

Επενδυτικό Πλάνο: έχει σε εξέλιξη ένα από τα μεγαλύτερα επενδυτικά προγράμματα στην Ελλάδα ύψους €24 δισ. για την περίοδο 2026-2030. Οι επενδύσεις αυτές σε έργα ΑΠΕ, αποθήκευση ενέργειας και δίκτυα δίνουν σημαντική ώθηση στην οικονομική δραστηριότητα και το ΑΕΠ.

Έμμεση Επίδραση: Η δραστηριότητά της δημιουργεί πολλαπλασιαστικά οφέλη σε άλλους κλάδους (κατασκευές, εξοπλισμός, μεταφορές), ενώ οι θέσεις εργασίας που υποστηρίζει άμεσα και έμμεσα προσθέτουν σημαντικό εισόδημα στην εσωτερική κατανάλωση.

Εν κατακλείδι, **η άμεση και έμμεση συνεισφορά του ομίλου της ΔΕΗ στην ελληνική οικονομία προσεγγίζει ή και ξεπερνά το ποσό των €8 δισ.** Η αποτίμηση αυτή περιλαμβάνει την προστιθέμενη αξία που δημιουργείται από την αλυσίδα δραστηριοτήτων της επιχείρησης, τη μισθοδοσία, τις προμήθειες προς τους εγχώριους προμηθευτές και το ευρύτερο αποτύπωμα στην απασχόληση. Αυτά τα ολίγα, για την έτερη πλευρά του ομίλου ppc.

SECRETRECIPE

Όλα ανάποδα

Ενός κακού, μύρια έπονται. Και, στη συγκεκριμένη περίπτωση, το πρώτο σημάδι, που ήταν αρνητικό, οδήγησε, τελικά σε πλήρη αλλαγή των δεδομένων. Με αποτέλεσμα, να έχουν έρθει τα πάνω-κάτω. Προς απογοήτευση πολλών στην επιχείρηση, οι οποίοι είχαν δουλέψει πολύ σκληρά πάνω στο project. Αν είναι αναστρέψιμη η κατάσταση; Στην παρούσα φάση, δύσκολα. Μέχρι νεωτέρας...

SÖ POSH!
the trendletter

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

**Κάθε Σάββατο
στις 9.30**

ΤΟ ΕΒΔΟΜΑΔΙΑΙΟ NEWSLETTER

ΓΙΝΕ ΣΥΝΔΡΟΜΗΤΗΣ ΕΔΩ

Editorial

Γκαρσόνι στην Ελβετία

Από την αρχή της κρίσης χρέους στην Ελλάδα και την είσοδό μας στα μνημόνια έλεγα ότι τα πράγματα έπρεπε να γίνουν διαφορετικά.

Έπρεπε να είχαν ληφθεί τα πλέον σκληρά μέτρα με τη μία, να είχαμε πάρει όλο τον πόνο στην αρχή, απότομα - με ό,τι σήμαινε αυτό και σε επίπεδο κοινωνικών αντιδράσεων.

Και έπρεπε να γίνει αυτό για δύο λόγους: Πρώτον, διότι έτσι θα πέφταμε τάχιστα και θα βάζαμε τις σωστές βάσεις για να σταθούμε στα πόδια μας.

Δεύτερον, διότι έτσι θα καταλάβαιναν όλοι, κάθε ηλικίας, τί σημαίνει δημιουργώ κρίση και πληρώνω για αυτό και γιατί είναι σημαντικό να υπάρχει σταθερότητα στη χώρα. Οικονομικά και πολιτικά.

Και, πέντε χρόνια αργότερα, έπρεπε να είχαν επιβληθεί ακόμα σκληρότερα μέτρα, όταν κάναμε τις μαγκιές με το Όχι του δημοψηφίσματος. Τζάμπα μαγκιές δεν ήταν, διότι έσκασαν τα capital control, αλλά φαίνεται ότι δεν ήταν αρκετά για πολλούς πολίτες, ώστε να καταλάβουν γιατί είναι σημαντικό να υπάρχει σταθερότητα στη χώρα. Πολιτικά και οικονομικά.

Γιατί τα λέω όλα αυτά;

Διότι μου μετέφεραν μια συζήτηση μεταξύ πιστωτικών - περίξ των 23-24 ετών -, οι οποίοι, με το επαναστατικό (sic) τους πνεύμα σε πλήρη ανάπτυξη, δηλώνουν ότι θέλουν να ψηφίσουν τον γνωστό λαϊκιστή πολιτικό, ο οποίος υπόσχεται πάλι ανέφικτα και επικίνδυνα σε επίπεδο οικονομίας πράγματα. Έχοντας, μάλιστα, αποδείξει στη θητεία της διακυβέρνησής του ότι πολλά εξ όσων τζάμπα είχε τότε υποσχεθεί, ήταν ανέφικτα. Και επικίνδυνα.

Και, ακόμα χειρότερα, όταν κάποιος - συνομιληκός τους - τους ανέφερε τα παραπάνω, και ότι, με τέτοια πολιτική και οικονομική προσέγγιση, η χώρα κινδυνεύει

να μπει σε περιπέτειες, η απάντηση ήταν: "Δεν πειράζει. Δεν έχω να χάσω τίποτα. Θα πάω γκαρσόνι στην Ελβετία".

Όχι (τζάμπα) μάγκα μου, Δεν στα έχουν πει καλά.

Δεν είναι τόσο απλά.

Διότι αν τώρα ηκούν στα αυτιά σου εύνηχα, σίγουρα δεν θέλεις να προσπαθήσεις να προκόψεις στην Ελλάδα. Άρα, θα δυσκολευτείς πολύ ως γκαρσόνι στην Ελβετία.

Αφήνω στην άκρη τις συνέπειες όλων αυτών για τους γονείς σου και τη χώρα συνολικά.

Συγκεκριμένα, πρέπει να καταλάβεις, (τζάμπα) μάγκα μου, ότι η Ελλάδα - όπως και κάθε χώρα - χρειάζεται κυβερνήτες, οι οποίοι διασφαλίζουν τη σταθερότητα. Πολιτικά και οικονομικά.

Με λάθη;

Με λάθη. Όλοι κάνουν.

Με καθυστερήσεις σε κάποιες μεταρρυθμίσεις (που σίγουρα εσένα δεν θα σου άρεσαν);

Με καθυστερήσεις.

Πρέπει, όμως, να σκέφτεσαι ότι για να μπορείς εσύ να σπουδάξεις σε πανεπιστήμιο, που πληρώνει το Κράτος από τους φόρους σου...

Και να μπορούν οι γονείς σου να έχουν δουλειά στη χώρα, απαιτείται αυτή η ρημάδα η σταθερότητα. Πολιτικά και οικονομικά.

Και όλα αυτά, που γράφω τώρα, δεν είναι απειλητικά.

Ούτε εκβιαστικά.

Είναι αυτά, που ισχύουν.

Διότι, στον σύγχρονο κόσμο και στον καπιταλισμό, τίποτα δεν είναι αυτονόητο.

Τόσο απλά.

Νεκτάριος Β. Νώτης

nectarios@notice.gr