

**Η αλήθεια είναι
ότι το νερό μας
φιλτράρεται
από τη φύση.
Εκεί όπου ανήκει.**



Arrena
ΦΥΣΙΚΟ ΜΕΤΑΛΛΙΚΟ ΝΕΡΟ

Καθαρό. Σαν την αλήθεια.

arrena.gr   arrena.water



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 07 ΟΚΤΩΒΡΙΟΥ 2026
ΤΕΥΧΟΣ 2407



• VAMVALIS FOODS

Βλέπει τζίρο πάνω από €50 εκατ. και διπλασιασμό του EBITDA - Σχεδιάζει επενδύσεις €10 εκατ.



• MIPAN

Έβαλε σάντουιτς στα καταστήματα - Πώς προχωράει το κοινό project με Μπόρα για την εστίαση



• VANDEMORTELE DELIFRANCE

Ενιαία λειτουργία με τζίρο €2,2 δισ. και 41 μονάδες αρτοποιίας - Τί θα γίνει στην Ελλάδα



• BIOMHXANIA

Ενισχύσεις €95 εκατ. για να πέσει το ενεργειακό κόστος

Editorial

Ένας Cameraman και μια υπερδύναμη που δεν έπεσε από τον ουρανό

Debrief

Πρόσω ολοταχώς

Business Insight

Τί βλέπει ο Γιάννης Β. Βαρδινογιάννης στη λιανική

Business Maker

- Αρτοποιία: Επιστρέφει ο εφιάλτης του 2022 - €1.200 επιπλέον για ρεύμα
- Ποιος γνωστός επιχειρηματίας από τα τρόφιμα ζήτησε το Ελληνικό

SecretRecipe

Στον Σκλαβενίτη το 49% του Φρεσκούλη



Σπιτικά

Από την κουζίνα μας
ΣΤΟ ΠΙΑΤΟ ΣΑΣ



20 Αυθεντικές Συνταγές

• **BARCLAYS CONFERENCE**

ΠΩΣ 5+1 ΜΕΓΑΛΟΙ F&B ΟΜΙΛΟΙ ΨΑΛΙΔΙΖΟΥΝ ΤΟ ΚΟΣΤΟΣ ΜΕΣΩ ΤΗΣ ΕΦΟΔΙΑΣΤΙΚΗΣ ΑΛΥΣΙΔΑΣ

Η εστίαση στη μείωση του κόστους και στη βελτιστοποίηση των λειτουργιών, συμπεριλαμβανομένης και της εφοδιαστικής αλυσίδας, αποτέλεσε το αντικείμενο συζήτησης κατά τη διάρκεια του Barclays Global Consumer Staples Conference, στις αρχές Σεπτεμβρίου.

CONSTELLATION BRANDS

Βρίσκεται σε τροχιά επίτευξης εξοικονομήσεων ύψους \$200 εκατ. έως το οικονομικό έτος 2028, έχοντας ήδη εξοικονομήσει περισσότερα από \$600 εκατ. από το 2023 σε προμήθειες, logistics και λειτουργικές δαπάνες. Ο CFO, Garth Hankinson, δήλωσε ότι η εταιρεία "χτίζει πραγματική πειθαρχία και τεχνογνωσία" στην εφοδιαστική αλυσίδα. Ωστόσο, η εταιρεία αντιμετωπίζει απρόβλεπτες πληθωριστικές πιέσεις που αναμένεται να επηρεάσουν τα περιθώρια κέρδους κατά το β' εξάμηνο του τρέχοντος οικονομικού έτους, σημείωσε ο Hankinson. Το πιο αξιοσημείωτο ζήτημα είναι η ανισορροπία μεταξύ προσφοράς και ζήτησης στον κλάδο των οδικών μεταφορών, ανέφερε ο Hankinson. Οι μακροοικονομικές συνθήκες έχουν επίσης οδηγήσει σε αύξηση των τιμών των πρώτων υλών, γεγονός που θα επηρεάσει το περιθώριο μικτού κέρδους.

MCCORMICK

Αναμένει ότι η μείωση του κόστους προμηθειών θα αντιστοιχεί στο 40% των ετήσιων επαναλαμβανόμενων περικοπών δαπανών — ύψους \$600 εκατ. — που προβλέπει για την τριετία, μετά την ολοκλήρωση της συγχώνευσης με την Unilever, όπως δήλωσε ο Marcos Gabriel, Εκτελεστικός Αντιπρόεδρος και CFO. Οι εξοικονομήσεις, ύψους \$240 εκατ. ετησίως, θα προέλθουν από τις πρώτες ύλες και τα υλικά που χρησιμοποιούνται άμεσα στα προϊόντα και τις συσκευασίες των δύο εταιρειών. "Υπάρχει επικάλυψη της τάξεως του 50% στους 100 κορυφαίους προμηθευτές μας, ενώ διαπιστώνουμε αναποτελεσματικότητα στις δαπάνες που αφορούν το υπόλοιπο, μεγαλύτερο μέρος της βάσης προμηθευτών", δήλωσε ο Gabriel.

CELSIUS HOLDINGS

Μετά την ενσωμάτωση των Alani Nu και Rockstar Energy στην εφοδιαστική της αλυσίδα, επικεντρώνεται στη βελτιστοποίηση του κόστους μεταφοράς. Σήμερα τα κόστη μεταφοράς των δύο brands είναι υψηλότε-



ρα από εκείνα της Celsius, σύμφωνα με τον CFO, Jarrod Langhans, με την εταιρεία παραγωγής ποτών επιδιώκει μεγαλύτερη σταθερότητα στα κόστη μεταφοράς, περιορίζοντας τις διαδρομές που ξεφεύγουν από το σύνθηρες πλαίσιο, καθώς και τις μεταφορές σε μεγάλες αποστάσεις.



GENERAL MILLS

Χρησιμοποιεί Τεχνητή Νοημοσύνη για την πρόβλεψη της ζήτησης, τον σχεδιασμό logistics και τη βελτιστοποίηση της παραγωγής, καθώς προσαρμόζει την εφοδιαστική της αλυσίδα ώστε να υποστηρίξει την ανάπτυξη, δήλωσε η Dana McNabb, COO της εταιρείας. Η General Mills εκτιμά ότι ο συνεχιζόμενος ανασχεδιασμός της εφοδιαστικής της αλυσίδας θα αποφέρει εξοικονόμηση ύψους \$1 δισ. έως το 2030. Σε σύγκριση με το προηγούμενο έτος έχει καταγράψει αύξηση 40% στο κόστος logistics δήλωσε ο Διευθύνων Σύμβουλος, Jeffrey Harmening. Ωστόσο, η αύξηση αυτή αφορά τις τιμές της άμεσης αγοράς (spot rates), οι οποίες αντιστοιχούν σε περίπου 7% του όγκου μεταφορών της εταιρείας.

NESTLE

Στην Κίνα, ο αριθμός των κωδικών προϊόντων (SKU) αυξήθηκε κατά τη διάρκεια του περασμένου έτους, καθώς η εταιρεία επεδίωκε την καινοτομία σε μια αγορά με ταχείς ρυθμούς μεταβολής, με αποτέλεσμα να προκύψει υπερπληθώρα επιλογών, δήλωσε η Anna Manz, Εκτελεστική Αντιπρόεδρος

και CFO. Έκτοτε, έχει περιορίσει τη δραστηριότητά της, αποσύροντας από το σύστημα προϊόντα και κωδικούς με χαμηλές επιδόσεις και ενοποιώντας τους διανομείς στις περιπτώσεις όπου υπήρχε υπερβολικά μεγάλος αριθμός συνεργατών. "Δεν καταφέραμε να ενισχύσουμε επαρκώς τη ζήτηση από την πλευρά των καταναλωτών. Επομένως, αυτό που κάναμε τον τελευταίο χρόνο ήταν, καταρχάς, να επανεξετάσουμε τη στρατηγική μας για τη διάθεση των προϊόντων στην αγορά", τόνισε. Ωστόσο, το μερίδιο αγοράς της κατηγορίας στην Κίνα υποχωρεί, "οπότε θα χρειαστούμε λίγο χρόνο για να μεταβούμε από την κατάσταση απώλειας μεριδίου στη διατήρηση και, στη συνέχεια, στην επίτευξη επιδόσεων που υπερβαίνουν τον μέσο όρο της κατηγορίας", σημείωσε η ίδια.

MONDELEZ

Διαπιστώνει σταθεροποίηση στην αγορά κακάο, έπειτα από χρόνια μεταβλητότητας που ώθησαν την εταιρεία να αναπροσαρμόσει μέρος του μείγματος των προϊόντων της, στρεφόμενη σε είδη που εξαρτώνται λιγότερο από τη συγκεκριμένη πρώτη ύλη. Σήμερα, η αγορά παρουσιάζει πλεόνασμα προσφοράς, και η παραγωγή των τελευταίων ετών κρίνεται υπεραρκετή για να καλύψει το προηγούμενο έλλειμμα που είχε οδηγήσει σε εξάντληση των αποθεμάτων, δήλωσε ο Luca Zaramella, Εκτελεστικός Αντιπρόεδρος και COO της εταιρείας. "Σε θεμελιώδες επίπεδο, αν εξετάσουμε την προσφορά και τη ζήτηση και λάβουμε υπόψη ότι πολλές χώρες εκτός Αφρικής αυξάνουν την παραγωγή τους με διψήφιους ρυθμούς, πιστεύω ότι η κατάσταση για το κακάο - όσον αφορά την προσφορά και τη ζήτηση - διαμορφώνεται πολύ διαφορετικά και πολύ πιο ευνοϊκά για τα επόμενα χρόνια", ανέφερε ο Zaramella.

Μάκης Αποστόλου
makis@notice.gr



FOOD FORWARD

From Farm to Future

2 SEASON

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



5-6 Νοεμβρίου 2026

HYATT REGENCY THESSALONIKI

ΜΕ ΤΗΝ ΑΞΙΟΠΙΣΤΙΑ ΤΗΣ



CONTENT & SERVICES

POWERED BY



AGAPITOU MARIA
Head of Management Systems & Products Certification Division of TÜV AUSTRIA Hellas



CHARALAMPAKIS GEORGIOS
Business Development Consultant, NOISIS SA



DIMITRIADIS YORGOS
Chef & Culinary director



DIMORAGKAS VAIOS
Managing Director, NIELSENQ Greece & Bulgaria



FOSKOLOS VAGGELIS
Head of Retail Sales & Insights, Circana



JANEVSKI VLADIMIR
Managing Director, Premier Capital Hellas



KAKKAVAS CHRISTOS
Executive Advisor ILL, Athens Economics



KATRIVANOS PERIKLIS
CEO, Nera Figon Grammos SA



KINTZIOS SPYRIDON
Rector, Agricultural University of Athens



KONTOS DIMITRIS
Chief Operating Officer, METRO



KOUTSOURADI ARGYRO
CEO & Founder, Myrovalas Organics



LALATIS HARIS
Harvest Analyst



LOULOUMARIS SYMEON
Country Manager Danone Specialized Nutrition, Plant Based Dairy Hellas SA



MAVROS ATHANASIOS
Partner EY Consumer & Health Leader for Southeastern Europe



OIKONOMIDIS GIORGOS
Founder 45 Fish Butchery/Chef



PAPACHRISTOS CHARALAMBO
President, SEFYHEN



PAPADIMITRAKOPOULOS CHRISTOS
Founder & Owner Orange Be Global



PARASKEVAIDOU CHRISTINA
Director of Operational Planning & Development, NOISIS SA



POTAMITIS ANTONIS
President & CEO, WEST Group & President, Institute of Sales of Greece



SARANTIS MICHALIS
CEO, Hellenic Dairies SA



SIDERIS NATASHA
CEO & Founder, Tassas Group



SINODINOS DIMITRIS
Chairman of the Board SEET & Commercial Director KONVA SA



SOLOMOS TAKIS
Co-Founder & Partner Elixos Capital AIFM



TAKOULAS VAGGELIS
Purchasing Director, METRO



TOURALIAS APOSTOLOS
Chairman, HAPO



TSACHOURIDIS PANTELIS
Purchasing Director, Diamantis Masoutis SA



VAPORIDIS STELIOS
Project Development Manager in the Agri Food Sector TÜV AUSTRIA Hellas



VEROPOULOS NIKOS
President, Vero SA



ZOUKAS KOSTAS
President, PEHETE

Για περισσότερες πληροφορίες:



PLATINUM SPONSOR



GOLD SPONSORS



BANKING PARTNER

ExportGate



SILVER SPONSORS



Elikonos Capital



ΕΠ.Ο.ΕΣ



ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΟΜΟΣΠΟΝΔΙΑ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ ΟΡΓΑΝΩΜΕΝΗΣ ΕΣΤΙΑΣΗΣ



SUPPORTERS



PARTNER



ΜΕ ΤΗΝ ΑΙΓΙΔΑ



• ΣΠΥΡΟΣ ΘΕΟΔΩΡΟΠΟΥΛΟΣ (ΣΕΒ)

ΣΤΑ €9 ΔΙΣ. ΟΙ ΕΞΑΓΩΓΕΣ ΤΡΟΦΙΜΩΝ ΚΑΙ ΑΓΡΟΔΙΑΤΡΟΦΗΣ – ΤΟ ΕΠΕΝΔΥΤΙΚΟ ΣΤΟΙΧΗΜΑ ΜΕΤΑ ΤΟ ΤΑΜΕΙΟ ΑΝΑΚΑΜΨΗΣ

Στα €9 δισ. έχουν φτάσει οι εξαγωγές τροφίμων και αγροδιατροφής, με τον κλάδο να αποτελεί μέρος της ενισχυμένης εξωστρέφειας της ελληνικής παραγωγής, σε μια περίοδο κατά την οποία το επόμενο μεγάλο στοίχημα για τις επιχειρήσεις μετατοπίζεται στην παραγωγικότητα και στη διατήρηση υψηλού ρυθμού επενδύσεων μετά το Ταμείο Ανάκαμψης.

Αυτό ήταν ένα από τα στοιχεία που ανέδειξε ο Πρόεδρος του ΣΕΒ, Σπύρος Θεοδωρόπουλος, χτες κατά την Ανοικτή Γενική Συνέλευση του Συνδέσμου. Συνολικά, οι εξαγωγές μεταποιημένων προϊόντων έχουν υπερδιπλασιαστεί έναντι των προ κρίσης επιπέδων, φτάνοντας τα €42 δισ. το 2025, από €18 δισ. το 2010.

ΣΤΟ 42% Η ΒΙΟΜΗΧΑΝΙΑ ΜΕΤΑΞΥ ΤΩΝ ΕΠΕΝΔΥΣΕΩΝ

Η βιομηχανία παράγει άμεσα το 13,1% του ΑΕΠ, ενώ η συνολική συνεισφορά της στην οικονομία εκτιμάται στο 32%. Παράλληλα, αντιπροσωπεύει το 42% του συνόλου των επιχειρηματικών επενδύσεων στην Ελλάδα.



Σπύρος Θεοδωρόπουλος, Πρόεδρος, ΣΕΒ

Την τελευταία πενταετία δημιούργησε 41.000 νέες άμεσες θέσεις εργασίας, με τη συνολική απασχόληση να προσεγγίζει τις 500.000 θέσεις, ενώ σημαντικές επενδύσεις καταγράφονται παράλληλα στα logistics και στην εφοδιαστική αλυσίδα.

ΠΑΡΑΓΩΓΙΚΟΤΗΤΑ & ΕΠΕΝΔΥΤΙΚΟ ΚΕΝΟ

Κεντρικό ζήτημα για την επόμενη περίοδο αποτελεί, σύμφωνα με τον ΣΕΒ, η παραγωγικότητα. Η παραγωγικότητα ανά εργαζόμενο στην Ελλάδα βρίσκεται στο 54% του ευρωπαϊκού μέσου όρου, ενώ στη βιομηχανία το αντίστοιχο ποσοστό ανεβαίνει στο 68%.

Την ίδια στιγμή, το επενδεδυμένο κεφάλαιο ανά εργαζόμενο υπολογίζεται

- σε €94 χιλ. στην Ελλάδα
- έναντι €217 χιλ. στην Ευρώπη
- δηλαδή στο 43% του ευρωπαϊκού μέσου όρου

Σε αυτό το πλαίσιο, υπογράμμισε την ανάγκη να διατηρηθεί υψηλός ο ρυθμός επενδύσεων και μετά το τέλος του Ταμείου Ανάκαμψης. Όπως διευκρίνισε, τον Ιούλιο του 2026 ολοκληρώθηκε η συμβασιοποίηση των επενδύσεων, όχι όμως η υλοποίησή τους, η οποία θα συνεχιστεί το 2027 έως και το 2029.

ΤΟ 7,7% ΤΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ ΧΡΗΣΙΜΟΠΟΙΕΙ ΑΙ

Ιδιαίτερη αναφορά έγινε και στην Τεχνητή Νοημοσύνη, την οποία έχει υιοθετήσει μόλις το 7,7% των ελληνικών επιχειρήσεων, έναντι 17% στην Ευρώπη. Ο ΣΕΒ προτείνει οι επενδύσεις των επιχειρήσεων για την εφαρμογή ΑΙ να υπαχθούν στους ίδιους κανόνες υπερεκπτώσεων που ισχύουν για την Έρευνα και Ανάπτυξη.

ΕΝΕΡΓΕΙΑ & ΠΡΩΤΕΣ ΥΛΕΣ ΠΙΕΖΟΥΝ ΤΗ ΒΙΟΜΗΧΑΝΙΑ

Το ενεργειακό κόστος παραμένει, πάντως, βασικός παράγοντας πίεσης για την ελληνική βιομηχανία. Ο Πρόεδρος του ΣΕΒ επισήμανε παράλληλα ότι οι μεταβολές στις τιμές της ενέργειας επηρεάζουν τους προϋπολογισμούς των επιχειρήσεων, ενώ πρώτες ύλες και υλικά συσκευασίας, όπως τα πλαστικά, δέχονται ανατιμητικές πιέσεις από τις τιμές του πετρελαίου.

Στέλλα Αυγουστάκη
stella@notice.gr



Χριστίνα Μαρβιδίου, υπεύθυνη τμήματος CSR, Δι-αμαντής Μασούτης



• ΔΙΑΜΑΝΤΗΣ ΜΑΣΟΥΤΗΣ BRONZE AWARD ΓΙΑ ΤΟ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ ΚΥΚΛΙΚΗ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑ ΣΤΗΝ ΠΡΑΞΗ

Bronze Award στην κατηγορία "Ομάδα CSR" των Hellenic Responsible Business Awards 2026 απέσπασε η Διαμαντής Μασούτης για το πρόγραμμα "Κυκλική Οικονομία στην Πράξη".

Το πρόγραμμα υλοποιείται από την ομάδα Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης της εταιρείας και αφορά τη διαχείριση και ανακύκλωση των αποβλήτων που προκύπτουν από τη λειτουργία της, σε συνδυασμό με τη συμμετοχή των καταναλωτών σε δράσεις ανακύκλωσης και επαναχρησιμοποίησης υλικών.

Σύμφωνα με τα στοιχεία της εταιρείας, κατά το 2025 ανακυκλώθηκαν μέσω του προγράμματος περισσότεροι από 7.396 τόνοι υλικών. Παράλληλα, το ποσοστό εκτροπής αποβλήτων από την ταφή σε ΧΥΤΑ διατηρήθηκε σε επίπεδα άνω του 90%, μέσω πιστοποιημένων πρακτικών Zero Waste to Landfill.

Το πρόγραμμα περιλαμβάνει επίσης οργανωμένα σημεία συλλογής διαφορετικών υλικών, μέσω των οποίων οι καταναλωτές συμμετέχουν στις δράσεις ανακύκλωσης. Με τον τρόπο αυτό, η εταιρεία συνδέει τη διαχείριση των αποβλήτων από τη λειτουργία των δραστηριοτήτων της με τη συμμετοχή των καταναλωτών σε πρακτικές κυκλικής οικονομίας.

• **LIDL**

ΑΝΑΝΕΩΣΗ ΣΥΝΕΡΓΑΣΙΑΣ ΜΕ IHF ΕΩΣ ΤΟ 2030 – ΠΑΡΑΜΕΝΕΙ OFFICIAL FRESH FOOD PARTNER

Την επέκταση της συνεργασίας της με τη Διεθνή Ομοσπονδία Χάντμπολ (IHF) έως το 2030 ανακοίνωσε η Lidl, παραμένοντας Official Fresh Food Partner των Παγκόσμιων Πρωταθλημάτων Χάντμπολ.

Η νέα συμφωνία καλύπτει τα Παγκόσμια Πρωταθλήματα Ανδρών και Γυναικών της IHF το 2027 και το 2029, καθώς και τα Παγκόσμια Πρωταθλήματα U20 Γυναικών και U21 Ανδρών. Η συνεργασία μεταξύ των δύο πλευρών ξεκίνησε το 2017, ενώ στις αρχές του 2027 θα συμπληρώσει δέκα χρόνια.

ΤΙ ΠΡΟΒΛΕΠΕΙ Η ΣΥΝΕΡΓΑΣΙΑ

Στο πλαίσιο της συνεργασίας, η Lidl θα συνεχίσει να υλοποιεί δράσεις κατά τη διάρκεια των διοργανώσεων, μεταξύ των οποίων το πρόγραμμα Lidl Kids, μέσω του οποίου παιδιά συνοδεύουν τις εθνικές ομάδες κατά την



είσοδό τους στο γήπεδο, καθώς και το διεθνές Lidl Youth Camp για νεαρούς αθλητές. Παράλληλα, θα συνεχίσει να απονέμει το Best Young Player Award, ενώ στις διοργανώσεις θα λειτουργεί το Freshness Lounge, με διαθέσιμα φρούτα, λαχανικά και ξηρούς καρπούς.

Η συμφωνία με την IHF αποτελεί μέρος της ευρύτερης παρουσίας της Lidl στο διεθνές χάντμπολ. Η εταιρεία είναι επίσης partner των Ευρωπαϊκών Πρωταθλημάτων Ανδρών και Γυναικών του 2026 και του 2028, που διοργανώνει η European Handball Federation (EHF), καθώς και των προκριματικών αγώνων και του Men's EHF EURO Cup.

Σε εθνικό επίπεδο, η Lidl συνεργάζεται με τις ομοσπονδίες χάντμπολ ανδρών και γυναικών σε Αυστρία, Γαλλία, Γερμανία, Δανία, Κροατία, Σλοβενία και Σουηδία.

Με την επέκταση της συμφωνίας, η Lidl διατηρεί την παρουσία της ως χορηγός στις κορυφαίες διοργανώσεις της IHF για τα επόμενα χρόνια, συνδέοντας τη χορηγική της δραστηριότητα με δράσεις που αφορούν την ανάπτυξη του αθλήματος και τη συμμετοχή νεότερων ηλικιακών ομάδων.

• **GRUPO EROSKI**

ΙΣΧΥΡΟ ΕΞΑΜΗΝΟ ΜΕ ΠΩΛΗΣΕΙΣ ΑΝΩ ΤΩΝ €3 ΔΙΣ. ΚΑΙ +18% ΣΤΑ ΚΕΡΔΗ

Μικτές πωλήσεις €3,06 δισ. ανακοίνωσε η ισπανική Grupo Eroski για το α' εξάμηνο της οικονομικής χρήσης 2026, καταγράφοντας αύξηση 3,8% σε σύγκριση με την αντίστοιχη περίοδο του προηγούμενου έτους.

Τα καθαρά κέρδη της περιόδου από την 1η Φεβρουαρίου έως τις 31 Ιουλίου ενισχύθηκαν από την αυξημένη ζήτηση των καταναλωτών για προϊόντα σε προσιτές τιμές.

DATA Α' ΕΞΑΜΗΝΟ (σε €)

Μικτές πωλήσεις: 3,06 δισ. (+3,5%)
Καθαρά κέρδη: 65,4 εκατ. (+17,83%)



Rosa Carabel,
CEO, Eroski

ΒΑΣΙΚΟΣ ΠΥΛΩΝΑΣ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ ΤΟ PL

Τα προϊόντα ιδιωτικής ετικέτας συνέχισαν να αποτελούν βασικό πυλώνα ανάπτυξης, αντιπροσωπεύοντας το 36,6% των συνολικών πωλήσεων τροφίμων.

Παράλληλα, οι πωλήσεις προς τα μέλη του προγράμματος πιστότητας ανήλθαν στο 69,7% του συνόλου.

Η θετική εμπορική δυναμική καταγράφηκε σε όλους τους τύπους καταστημάτων, συμπεριλαμβανομένων των εταιρικών super market, των καταστημάτων franchise, των

υπεραγορών και των καταστημάτων cash & carry. Η λειτουργική αποδοτικότητα βελτιώθηκε επίσης, με τις πωλήσεις ανά τετραγωνικό μέτρο να αυξάνονται κατά 3,9%.

ΕΜΦΑΣΗ ΣΕ ΔΙΚΤΥΟ ΚΑΙ ΨΗΦΙΑΚΑ ΚΑΝΑΛΙΑ

Ο όμιλος συνέχισε την υλοποίηση του ευρύτερου στρατηγικού του σχεδίου, με έμφαση στον εκσυγχρονισμό του δικτύου και την αναβάθμιση των ψηφιακών καναλιών.

Η Eroski μείωσε τον δείκτη καθαρού χρν-

ματοοικονομικού μοχλευμένου χρέους προς EBITDA στις 2,0 φορές, διατηρώντας ισχυρό ισολογισμό.

Η επέκταση του δικτύου εξακολουθεί να επικεντρώνεται στο μοντέλο franchise, ενώ παράλληλα συνεχίζονται οι επενδύσεις στο υφιστάμενο δίκτυο, με 56 καταστήματα να έχουν ανακαινιστεί κατά το β' τρίμηνο. Στο τέλος της περιόδου, η Eroski διέθετε 1.400 καταστήματα, εκ των οποίων 770 ανήκαν απευθείας στον όμιλο και 630 λειτουργούσαν με το μοντέλο franchise.

• ΠΗΓΗ ΔΙΝΑΚΗ

ΝΕΟΙ ΚΩΔΙΚΟΙ ΜΕ ΤΟ ΒΛΕΜΜΑ ΣΤΗΝ ΚΙΝΑ ΚΑΙ ΕΠΕΝΔΥΣΕΙΣ €1 ΕΚΑΤ. ΣΤΗΝ ΤΕΤΡΑΕΤΙΑ

Στην ενίσχυση του εξαγωγικού της προσανατολισμού, όπως και της παρουσίας της στην ελληνική αγορά στοχεύει η Πηγή Δινάκη, μέσα από νέα λανσαρίσματα που διευρύνουν και βαθαίνουν ποιοτικά την γκάμα της. Πριν από λίγες μέρες ξεκίνησε, όπως αποκαλύπτει στο FNB Daily ο ιδιοκτήτης της επιχείρησης, Πέτρος Δινάκης, η κυκλοφορία του "101", ενός ήπια ανθρακούχου φυσικού νερού που αντεί το όνομά του από το βάθος των πηγών του Παπαγιάννη Φλώρινας, όπου βρίσκεται και η έδρα της. Πέρα από την plain εκδοχή, η σειρά περιλαμβάνει τρεις ακόμα κωδικούς που αντιστοιχούν σε ισάριθμες γεύσεις: Λεμόνι-lime, Μέντα- δυόσμο και Μαστιχέλαιο.

Η οικογένεια των "101" έρχεται να προστεθεί σε τρία νέα αναψυκτικά τα οποία θα διατεθούν και εντός των ελληνικών συνόρων, ωστόσο σχεδιάστηκαν πρωταρχικά με το βλέμμα στις διεθνείς και δη στις ασιατικές αγορές. Πρόκειται για τους συνδυασμούς: Φράουλα- Μέντα- Δυόσμος, Cola με Μαστιχέλαιο και Κόκκινη Πιπεριά Φλωρίνης- μια πρόταση η οποία, όπως παραδέχεται ο κ. Δινάκης, χρειάστηκε χρόνο για να ετοιμασθεί. Όμως, συμπληρώνει, "το τελικό αποτέλεσμα, ως προς το άρωμα και την επίγευση, άξιζε και με το παραπάνω τον κόπο, όπως θα διαπιστώσουν και οι καταναλωτές".

ΠΡΩΤΗ ΦΟΡΑ ΣΤΗΝ SIAL

Τα νέα λανσαρίσματα συνθέτουν ένα καλά-θι προϊόντων με το οποίο για πρώτη φορά η εταιρεία θα δώσει φέτος το "παρών" με δικό της περίπτερο στην SIAL. Οι εξαγωγές αντιστοιχούν αυτή τη στιγμή στο 8% των συνολικών πωλήσεων της Πηγή Δινάκη, με την Γερμανία, την Γαλλία, την Τσεχία και την Ν. Κορέα να αποτελούν ως τώρα τους κυριότερους προορισμούς. Στη λίστα θα μπει φέτος και η Ν. Αφρική αφού η σχετική συμφωνία, όπως αναφέρει ο κ. Δινάκης, έχει ουσιαστικά οριστικοποιηθεί.

Ωστόσο, το στοίχημα που έχει βάλει ο ίδιος είναι η είσοδος στην κινεζική αγορά. "Το εγχείρημα σίγουρα δεν είναι εύκολο όμως θεωρώ ότι υπάρχουν περιθώρια για επιχειρήσεις που παράγουν ποιοτικά ελληνικά προϊόντα, ιδίως όταν διαφοροποιούνται από αυτά που προσφέρει ο ανταγωνισμός", υπογραμμίζει, προσθέτοντας ότι οι νέες γευστικές προτάσεις - ιδίως η Κόκκινη Πιπεριά Φλωρίνης- εμπίπτουν σε αυτή την κατηγορία. "Ήδη έχουμε γίνει αποδέκτες έντο-



νου ενδιαφέροντος και πιστεύουμε ότι με τα νέα λανσαρίσματα θα κάνουμε το επόμενο βήμα", επισημαίνει, συμπληρώνοντας ότι η επαφή και οι συνεργασίες που ανέπτυξε η Πηγή Δινάκη στην Ν. Κορέα βοήθησαν σημαντικά στην κατανόηση και στην αποκρυπτογράφηση της κινεζικής αγοράς.

ΣΕ ΠΕΡΙΣΣΟΤΕΡΑ ΚΑΤΑΣΤΗΜΑΤΑ ΤΗΣ ΜΑΣΟΥΤΗΣ

Εντός των ελληνικών συνόρων, η εταιρεία έχει, μεταξύ άλλων, παρουσία σε τοπικό επίπεδο στις αλυσίδες Σκλαβενίτης, Market In και Ok! Markets. Ομοίως και στην Μασούτης, με την οποία η συνεργασία αφορά σε ένα ευρύτερης εμβέλειας δίκτυο 200 καταστημάτων που σύμφωνα με τον κ. Δινάκη, αναμένεται σύντομα να διευρυνθεί. Εξάλλου, μέσω συνεργασιών με χονδρεμπόρους, τοποθετείται σε 2.000 τελικά σημεία τόσο της Ζεστής αγοράς όσο και του HoReCa.

ΑΝΑΠΤΥΞΗ 10%-12% ΤΟ 2026

Στο εννεάμηνο η εταιρεία έτρεχε με διψήφιο ρυθμό ανάπτυξης και η πρόβλεψη του κ. Δινάκη είναι ότι η χρονιά θα κλείσει με ανάπτυξη από 10% έως 12%.

Μέσα στο 2025 ολοκληρώθηκε επένδυση

€400 χιλ. μέσω ΕΣΠΑ για κτιριακά και αύξηση παραγωγής σε ποσοστό 25% και τώρα σειρά παίρνει επενδυτικό πρόγραμμα €600 χιλ. για:

- επέκταση των κτιριακών εγκαταστάσεων
- κτίριο logistics
- νέα γραμμή παραγωγής κι εμφιάλωσης του "101" που θα συμπληρώσει την υφιστάμενη

"Ουσιαστικά, θα δημιουργηθεί ένα δεύτερο εργοστάσιο για την υποστήριξη του sparkling water", σημειώνει ο κ. Δινάκης, προσθέτοντας ότι στην τετραετία το άθροισμα των επενδύσεων αγγίζει το €1 εκατ.

ΑΥΞΗΣΗ ΠΑΡΑΓΩΓΙΚΗΣ ΔΥΝΑΜΙΚΟΤΗΤΑΣ

Το νέο έργο υλοποιείται μέσω του προγράμματος "Δίκαιης Αναπτυξιακής Μετάβασης" και αναμένεται να έχει ολοκληρωθεί μέχρι το τέλος του 2027.

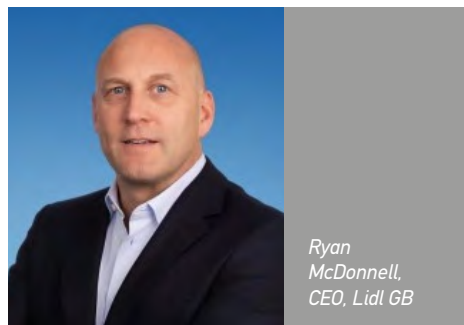
Η αύξηση της παραγωγικής δυναμικότητας υπολογίζεται σε 30% ενώ αναμένεται να έχει αντίκτυπο και στο τζίρο ο οποίος εκτιμάται ότι θα ενισχυθεί κατά 40% από το 2028.

Γιάννης Τσατσάκης
yannis@notice.gr

• **LIDL GB**

ΕΠΕΝΔΥΣΕΙΣ £600 ΕΚΑΤ. ΜΕ ΠΑΝΩ ΑΠΟ 50 ΝΕΑ ΚΑΤΑΣΤΗΜΑΤΑ

Περισσότερα από 50 νέα καταστήματα θα ανοίξει η Lidl GB στην τρέχουσα οικονομική χρήση, στο πλαίσιο επενδυτικού προγράμματος ύψους £600 εκατ., επιδιώκοντας να αυξήσει το μερίδιό της στη βρετανική αγορά. Η αλυσίδα και η ανταγωνίστριά της, Aldi UK, έχουν επεκταθεί με ταχύ ρυθμό τις τελευταίες δύο δεκαετίες, μετασχηματίζοντας τη βρετανική αγορά και αναγκάζοντας παραδοσιακούς παίκτες, όπως η γιγάντια Tesco και η δεύτερη σε μέγεθος Sainsbury's, να ανταγωνιστούν πιο επιθετικά στις τιμές. Η Lidl GB ξεπέρασε τον περασμένο Μάιο την Morrisons και έγινε η πέμπτη μεγαλύτερη



Ryan
McDonnell,
CEO, Lidl GB

ρη αλυσίδα super market της Βρετανίας με βάση το μερίδιο αγοράς σε αξία. Σήμερα διαθέτει περίπου 1.010 καταστήματα και αποτελεί τη δεύτερη ταχύτερα αναπτυσσόμενη αλυσίδα με φυσικά καταστήματα, μετά την Marks & Spencer.

Η Aldi UK ανακοίνωσε την περασμένη εβδομάδα επενδύσεις ύψους £900 εκατ. για το επόμενο έτος, συμπεριλαμβανομένων 40 νέων καταστημάτων. Η αλυσίδα διαθέτει 1.092 καταστήματα και έχει θέσει μακροπρόθεσμο στόχο να φτάσει τα 1.500.

ΣΤΟ 8,7% ΤΟ ΜΕΡΙΔΙΟ ΑΓΟΡΑΣ

Στοιχεία του κλάδου που δημοσιεύθηκαν τον περασμένο μήνα έδειξαν ότι το μερίδιο αγοράς της Lidl GB στην Βρετανία ανήλθε στο 8,7%, αυξημένο κατά 0,4 ποσοστιαίες μονάδες σε ετήσια βάση.

Το άνοιγμα περισσότερων από 40 καταστημάτων συνέβαλε στην προσέλευση επιπλέον 43 εκατ. επισκέψεων. Παράλληλα, η εταιρεία κατέγραψε αύξηση 23% στους ενεργούς χρήστες του προγράμματος επιβράβευσης Lidl Plus.

• **DANONE**

ΝΕΑ ΚΑΜΠΑΝΙΑ ΤΟΥ ALPRO ΜΕ ΤΗΝ MARSEAUX ΓΙΑ ΤΑ ΦΥΤΙΚΑ ΡΟΦΗΜΑΤΑ ΚΑΙ ΕΠΙΔΟΡΠΙΑ

Νέα καμπάνια για το Alpro στην ελληνική αγορά λανσάρε η Danone, με κεντρικό πρόσωπο την Marseaux και έμφαση στη σειρά flavored φυτικών ροφημάτων και στα φυτικά επιδόρπια σόγιας.

Η καμπάνια, με τίτλο "Βάλε Γεύση στο Repeat", βασίζεται σε περιεχόμενο με μουσική και digital στοιχεία και παρουσιάζει διαφορετικές περιστάσεις κατανάλωσης των προϊόντων Alpro, με στόχο την προβολή της γευστικής ποικιλίας της συγκεκριμένης σειράς.



- σοκολάτα
- βανίλια
- macchiato
- matcha

ΦΥΤΙΚΑ ΕΠΙΔΟΡΠΙΑ

Στα φυτικά επιδόρπια περιλαμβάνονται επιλογές όπως:

- κεράσι,
- φράουλα,
- ροδάκινο

Η Marseaux συμμετέχει στην καμπάνια μέσω τριών digital videos, τα οποία παρουσιάζουν διαφορετικές περιστάσεις κατανάλωσης των προϊόντων και αποτελούν βασικό μέρος της επικοινωνιακής της ανάπτυξης. Παράλληλα, η καμπάνια περιλαμβάνει outdoor και in-store ενέργειες. Τα outdoor placements θα διαρκέσουν για έναν μήνα και περιλαμβάνουν bus panels, καθώς και branding σε λεωφορεία και τραμ σε Αθήνα, Θεσσαλονίκη, Βόλο, Λάρισα, Πάτρα και Ηράκλειο.

ΦΥΤΙΚΑ ΡΟΦΗΜΑΤΑ

Τα flavored φυτικά ροφήματα περιλαμβάνουν, μεταξύ άλλων, γεύσεις:



• SAINSBURY'S - MORRISONS ΣΥΖΗΤΗΣΑΝ ΤΗ ΣΥΓΧΩΝΕΥΣΗ, ΑΛΛΑ ΤΟ DEAL ΠΑΓΩΣΕ

Η Sainsbury's, η δεύτερη μεγαλύτερη αλυσίδα super market της Βρετανίας, είχε συνομιλίες με τη μικρότερη ανταγωνίστριά της Morrisons για πιθανή συγχώνευση, σύμφωνα με δημοσίευμα των Financial Times.

Όπως ανέφεραν οι FT επικαλούμενοι πηγές με γνώση της υπόθεσης, οι δύο εταιρείες εξέταζαν μια πιθανή συμφωνία ύψους αρκετών δισεκατομμυρίων λιρών, προτού η Sainsbury's αποχωρήσει από τις διαπραγματεύσεις.

Οι συνομιλίες πραγματοποιήθηκαν μεταξύ Νοεμβρίου 2025 και Φεβρουαρίου του 2026, σύμφωνα με το δημοσίευμα, το οποίο προσθέτει ότι πλέον δεν βρίσκονται σε εξέλιξη. Πάντως, πηγές προσκείμενες στην υπόθεση δεν απέκλεισαν το ενδεχόμενο οι διαπραγματεύσεις να επαναληφθούν στο μέλλον, σύμφωνα με τους Financial Times.

ΑΝΟΙΧΤΗ ΓΙΑ ΣΥΜΦΩΝΙΑ Η MORRISONS

Ενώ η Sainsbury's ανακοίνωσε βραδύτερη αύξηση των οργανικών πωλήσεων στο πιο πρόσφατο τρίμηνό της, η Morrisons, η έκτη μεγαλύτερη αλυσίδα super market στην Βρετανία, κατέγραψε αύξηση των τριμηνιαίων πωλήσεών της. Το 2019, η βρετανική Αρχή Ανταγωνισμού μπλόκαρε την προτεινόμενη εξαγορά της Asda από την Sainsbury's, ύψους £7,3 δις.

Η ιδιοκτήτρια της Morrisons, η εταιρεία private equity Clayton Dubilier & Rice, παραμένει ανοιχτή στο ενδεχόμενο συμφωνίας με έναν από τους ανταγωνιστές της, σύμφωνα με το Sky News, το οποίο επικαλείται πηγές από τον κλάδο του λιανεμπορίου.

• **MIRAN**

ΕΒΑΛΕ ΣΑΝΤΟΥΙΤΣ ΣΤΑ ΚΑΤΑΣΤΗΜΑΤΑ - ΠΩΣ ΠΡΟΧΩΡΑΕΙ ΤΟ ΚΟΙΝΟ PROJECT ΜΕ ΜΠΟΡΑ ΓΙΑ ΤΗΝ ΕΣΤΙΑΣΗ

Την προετοιμασία και παρασκευή σάντουιτς έχει προσθέσει πλέον στις υπηρεσίες των καταστημάτων της η Μιράν, αξιοποιώντας με έναν επιπλέον τρόπο την μεγάλη δεξαμενή των προϊόντων της

"Είναι μια συμπληρωματική δραστηριότητα στην οποία αποφασίσαμε να εισέλθουμε πιστεύοντας ότι μπορούμε να προσφέρουμε κάτι ξεχωριστό και ποιοτικό στον καταναλωτή. Άλλωστε, η πρώτη ύλη ήταν ήδη εκεί, επιλέγοντας από μια γκάμα 300 και πλέον κωδικών, όπως επίσης η τεχνογνωσία και η παράδοση", δηλώνει στο Fnb Daily ο Διευθύνων Σύμβουλος της εταιρείας, Μιράν Κουρουνλιάν.

ΣΤΟ +10% ΟΙ ΟΓΚΟΙ

Ο ίδιος δηλώνει ικανοποιημένος από την πορεία τόσο των τριών deli καταστημάτων της εταιρείας, όσο και των πωλήσεων στο κανάλι του λιανεμπορίου. "Η κατάσταση με τα αυξημένα κοστολόγια είναι πλέον γνωστή, η αβεβαιότητα στο οικονομικό περιβάλλον δεδομένη... Τηρουμένων των αναλογιών ωστόσο, είμαστε ευχαριστημένοι καθώς το όνομά μας έχει γίνει στα μάτια των καταναλωτών συνώνυμο ποιότητας και εμπιστοσύνης. Τα φυσικά σημεία μας συνεχίζουν να δουλεύουν καλά και οι συνεργασίες με τα super market επίσης", αναφέρει χαρακτηριστικά.

Στο εννεάμηνο η Μιράν τρέχει με ανάπτυξη άνω του 10% σε όρους όγκου και στα επίπεδα αυτά εκτιμά ότι θα κλείσει η χρονιά.

ΕΠΕΝΔΥΣΕΙΣ

Παράλληλα, σε εξέλιξη βρίσκεται ένας νέος κύκλος κτιριακών βελτιώσεων, εφαρμογής νέων συστημάτων διασφάλισης ποιότητας και εκσυγχρονισμού του μηχανολογικού εξοπλισμού, με επενδυτικό πρόγραμμα διετούς ορίζοντα και προϋπολογισμού €300 χιλ. που υλοποιείται μέσω του Αναπτυξιακού Νόμου.

"Πρόκειται για παρεμβάσεις που ήταν αναγκαίο να κάνουμε καθώς οι ανάγκες μεγαλώνουν και οι πελάτες, ιδίως οι αλυσίδες, γίνονται ολοένα και πιο απαιτητικές", σχολιάζει ο κ. Κουρουνλιάν.

ΕΙΣΟΔΟΣ ΣΤΗΝ ΣΟΥΗΔΙΑ

Η ενίσχυση της εξωστρέφειας παραμένει μια από τις βασικές προτεραιότητες και σε αυτό το πλαίσιο είναι πολύ πιθανό να δώσει το 2027 το "παρών" στην Anuga. Οι εξαγωγές αγγίζουν αυτή τη στιγμή το 10% των πω-



Μιράν Κουρουνλιάν,
Διευθύνων
Σύμβουλος,
Μιράν

λήσεων και φέτος στη λίστα των προορισμών (όπου ήδη βρίσκονται αγορές όπως η Αγγλία, η Γαλλία, το Βέλγιο, η Γερμανία κ.α.) προστέθηκε η Σουηδία.

Όπως τονίζει ο κ. Κουρουνλιάν, η Μιράν συνεχίζει να αναζητά ξεχωριστά και συχνά δυσεύρετα διατροφικά προϊόντα σε όλη την Ελλάδα. Μάλιστα, εδώ και λίγους μήνες το οδοιπορικό αυτό συνδυάζεται με μια πρωτοβουλία ανάδειξης των παραγωγών και της δουλειάς τους- ανεξάρτητα αν η συνεργασία τους με την εταιρεία προχωρήσει ή όχι- μέσα από βίντεο τα οποία αναρτώνται στα social media. "Προσπαθούμε με τον τρόπο αυτό να στηρίξουμε τους και να αναδείξουμε την προσπάθειά τους, όπως φυσικά και τα προϊόντα τους, ούτως ώστε να κατανοήσει και ο καταναλωτής ότι από εκεί ξεκινάει όλα", αναφέρει χαρακτηριστικά.

ΟΙ ΠΡΩΤΕΣ ΔΟΥΛΕΙΕΣ ΤΗΣ MBG FOODS

Την ίδια στιγμή, το δίκτυο των πελατών της έχει αρχίσει να στήνει η MBG Foods (MB Gourmet Foods), η νέα εταιρεία η οποία- [όπως είχε αποκαλύψει σε σχετικό ρεπορτάζ το Fnb Daily](#)- δημιουργήθηκε εξ ημισείας με την Μπόρας (σ.σ. σεραϊκή εταιρεία που πα-

ράγει και μεταποιεί βουβαλίσιο κρέας) με το βλέμμα στο HoReCa.

Όπως σημειώνει ο κ. Κουρουνλιάν, έχουν ήδη κλειστεί οι πρώτες δουλειές με ψητοπωλεία και εστιατόρια και οι επαφές θα ενταθούν το επόμενο διάστημα ενώ το σχήμα θα έχει παρουσία -με περίπτερο το οποίο θα στεγάζει επίσης αμφότερες τις συνεργαζόμενες εταιρείες - στην Food Expo.

Σε επίπεδο logistics, το project υποστηρίζεται από χώρο με ψυκτικές εγκαταστάσεις που έχει ενοικιασθεί στην Δραπετσώνα και το portfolio περιλαμβάνει κατεψυγμένα προϊόντα αμφότερων των εταιρειών. Μεταξύ άλλων:

- Από την πλευρά της Μπόρας, περιλαμβάνονται ενδεικτικά κωδικοί βουβαλίσου κρέατος, κεμπάπ, μπιφτέκι κ.α. αλλά και ιδιαίτερα -όχι απαραίτητα βουβαλίσια- κρεατοσκευάσματα όπως λουκάνικο, σεφταλιές κ.α.
- Από την πλευρά της Μιράν, κεμπάπ αρμένικο, Πίτα Καισαρείας με σουτζούκι και παστοურμά, Ιτζλί Κεφτέ, Λαχματζούν κ.α. σε συσκευασίες 5 και 10 κιλών.

Γιάννης Τσατσάκης
yannis@notice.gr

• **VANDEMOORTELE DELIFRANCE**

ΕΝΙΑΙΑ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΑ ΜΕ ΤΖΙΡΟ €2,2 ΔΙΣ. ΚΑΙ 41 ΜΟΝΑΔΕΣ ΑΡΤΟΠΟΙΙΑΣ - ΤΙ ΘΑ ΓΙΝΕΙ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ

Σε ενιαία λειτουργία περνούν η Vandemoortele και η Délifrance μετά την έγκριση της εξαγοράς από τη βρετανική Αρχή Ανταγωνισμού και Αγορών (CMA). Η συνδυασμένη δραστηριότητα αρτοποιίας αποκτά την ονομασία Vandemoortele Délifrance και συγκεντρώνει περίπου 6.000 εργαζομένους σε 41 παραγωγικές μονάδες στην Ευρώπη, στις ΗΠΑ και στην Ασία, με κύκλο εργασιών κοντά στα €2,2 δισ., σύμφωνα με χθεσινή ανακοίνωση.

Η Vandemoortele είχε ολοκληρώσει την εξαγορά της Délifrance από τον γαλλικό συνεταιρισμό σιτηρών Nivescia στα τέλη Δεκεμβρίου 2025. Ωστόσο, οι δύο εταιρείες ήταν υποχρεωμένες να λειτουργούν χωριστά μέχρι την έγκριση της συναλλαγής από τη βρετανική αρχή. Η άρση του σχετικού περιορισμού επιτρέπει πλέον τη συνένωση των δραστηριοτήτων τους.

ΝΕΑ (ΕΝΙΑΙΑ) ΔΟΜΗ

Η Vandemoortele λειτουργεί πλέον μέσω δύο επιχειρηματικών τομέων:

- της Vandemoortele Délifrance στην αρτοποιία και
- της Vandemoortele Plant-Based Foods στα φυτικά τρόφιμα

Σύμφωνα με τον Διευθύνοντα Σύμβουλο της Délifrance, Robert O'Boyle, οι πελάτες θα συνεχίσουν να συνεργάζονται με τις υφιστάμενες ομάδες, αποκτώντας παράλληλα πρόσβαση στην ευρύτερη τεχνογνωσία και στις δυνατότητες μακροπρόθεσμων επενδύσεων του συνδυασμένου σχήματος.

Το χαρτοφυλάκιο των δύο εταιρειών περιλαμβάνει viennoiserie, δανέζικα αρτοσκευάσματα, χειροποίητο ψωμί, ντόνατς, ιταλικά αλμυρά και προϊόντα ζαχαροπλαστικής, με σήματα όπως Délifrance, Banquet d'Or, Doony's, Lanterna, Acquaniva και Lizzi.

Η ΠΑΡΟΥΣΙΑ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ

Σύμφωνα με πληροφορίες του Fnb Daily, οι αλλαγές σε επίπεδο ομίλου δεν επηρεάζουν την παρουσία της Délifrance Hellas στην ελληνική αγορά, καθώς αφορούν τη συνένωση των δυνάμεων των δύο εταιρειών.

ΟΙ... ΟΡΟΙ ΣΕ ΓΑΛΛΙΑ & ΑΓΓΛΙΑ

Η έγκριση της CMA συνοδεύεται από την υποχρέωση μεταβίβασης των επιχειρηματικών δραστηριοτήτων της μονάδας της Vandemoortele στο Worcester, καθώς και των αντίστοιχων σχέσεων με πελάτες στο



Δημήτρης Λυμπέρης,
Γενικός Διευθυντής,
Délifrance Hellas

Ηνωμένο Βασίλειο.

Είχε προηγηθεί, στις 18 Δεκεμβρίου 2025, η έγκριση της Ευρωπαϊκής Επιτροπής, με όρο τη μεταβίβαση των δραστηριοτήτων των μονάδων της Délifrance στην Bèthune και στην Avignon και των αντίστοιχων σχέσεων με Γάλλους πελάτες.

Η δέσμευση εκχώρησης περιλάμβανε τα σχετικά περιουσιακά στοιχεία, τον εξοπλισμό, τις συμβάσεις, τις συμφωνίες και το προσωπικό.

Οι ευρωπαϊκές ανησυχίες αφορούσαν την παραγωγή και προμήθεια κατεψυγμένων προϊόντων ζύμης, όπως κρουασάν και pains au chocolat, προς πελάτες λιανικής και εστίασης στην Γαλλία και προς το λιανεμπόριο στην Ιταλία. Η Επιτροπή είχε κρίνει ότι το συνδυασμένο σχήμα θα αποκτούσε δεσπόζουσα θέση, με λίγες αξιόπιστες εναλλακτικές προμήθειες.

Οι εκχωρήσεις κρίθηκαν επαρκείς για την αντιμετώπιση των ζητημάτων ανταγωνισμού, καθώς οι όγκοι παραγωγής των δύο γαλλικών εργοστασίων επιτρέπουν σε έναν

κατάλληλο αγοραστή να ασκήσει ανταγωνιστική πίεση στο νέο σχήμα.

ΤΑ ΜΕΓΕΘΗ ΠΡΙΝ ΤΗΝ ΕΞΑΓΟΡΑ

Η Délifrance, η οποία ιδρύθηκε το 1978, εμφάνισε κύκλο εργασιών περίπου €1 δισ. κατά το τελευταίο πλήρες οικονομικό έτος πριν από την ένταξή της στην Vandemoortele. Απασχολούσε 3.369 εργαζομένους σε 14 παραγωγικές μονάδες στην Ευρώπη και στην Ασία, προμηθεύοντας ψωμί, κρουασάν, αρτοσκευάσματα και αλμυρά προϊόντα σε λιανεμπόριο, εστίαση και αρτοποιούς. Αντίστοιχα, η Vandemoortele κατέγραψε το 2025, πριν από την εξαγορά, συνολικό κύκλο εργασιών περίπου €2,21 δισ. από τους δύο επιχειρηματικούς τομείς της. Απασχολούσε 4.458 εργαζομένους και διέθετε 35 μονάδες παραγωγής στην Ευρώπη και μία στις ΗΠΑ. Ο βελγικός οικογενειακός όμιλος εξυπηρετεί πελάτες σε όλη την Ευρώπη και εξαγει σε περισσότερες από 90 χώρες.

Στέλλα Αυγουστάκη
stella@notice.gr

• **UBER**

ΕΞΑΓΟΡΑΖΕΙ ΤΗΝ EZCATER ΕΝΑΝΤΙ \$2,3 ΔΙΣ. – ΕΠΕΚΤΕΙΝΕΤΑΙ ΣΤΟ ΕΤΑΙΡΙΚΟ CATERING

Η Uber Technologies εξαγοράζει την εταιρεία catering, ezCater, έναντι \$2,3 δις. σε μετρητά, σε μια συμφωνία που θα βοηθήσει την πλατφόρμα delivery Uber Eats να διευρύνει την παρουσία της στην εταιρική πελατεία.

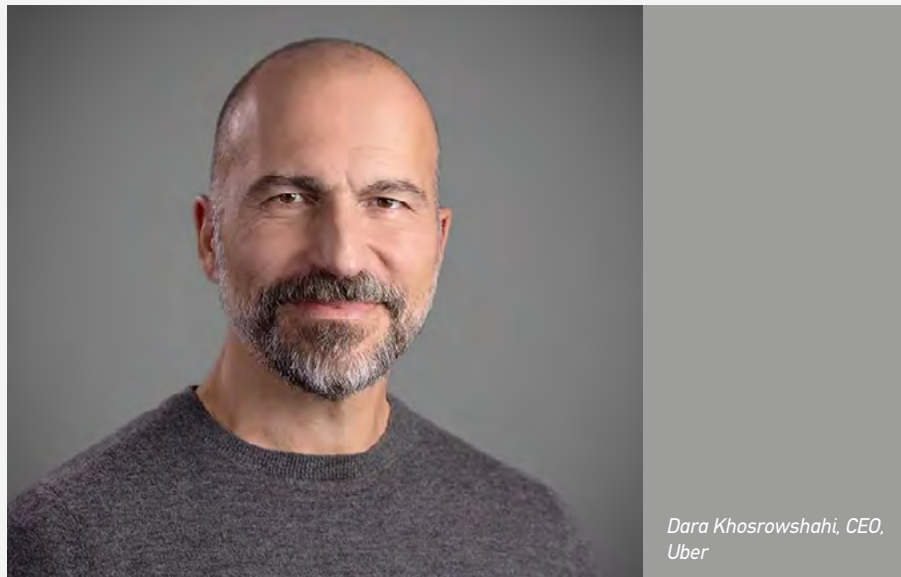
Η ezCater, με έδρα την Βοστώνη, διαθέτει πλατφόρμα μέσω της οποίας οι επιχειρήσεις μπορούν να οργανώνουν υπηρεσίες catering για εκδηλώσεις, συναντήσεις και άλλες εταιρικές συγκεντρώσεις.

Η συναλλαγή αναμένεται να ολοκληρωθεί τους επόμενους μήνες, σύμφωνα με ανακοίνωση της Uber την Τρίτη.

Ο ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΜΟΣ ΜΕ ΤΗΝ DOORDASH

Η εξαγορά αναμένεται να ενισχύσει τη δραστηριότητα food delivery της Uber, η οποία αντιπροσωπεύει σχεδόν το ήμισυ των συνολικών gross bookings της εταιρείας και αναπτύσσεται με ταχύτερο ρυθμό από τη βασική δραστηριότητα στις υπηρεσίες μετακίνησης.

Παράλληλα, η συμφωνία θα ενισχύσει



*Dara Khosrowshahi, CEO,
Uber*

τη θέση της Uber απέναντι στην ανταγωνίστριά της DoorDash, τη μεγαλύτερη πλατφόρμα διανομής φαγητού στις ΗΠΑ, η οποία λάνσаре τον Απρίλιο υπηρεσία catering για χώρους εργασίας.

Η ezCater κατέγραψε gross bookings άνω

των \$2,5 δις. στο τελευταίο δωδεκάμηνο και συνεργάζεται με περισσότερα από 140.000 εστιατόρια σε ολόκληρη τη χώρα, σύμφωνα με την Uber. Κατά μέσο όρο, οι πελάτες της ezCater δαπανούν περισσότερα από \$400 ανά παραγγελία.

BNB
DAILY

BUSINESS IN BRIEF

ΚΑΘΕ ΠΡΩΙ ΣΤΟ EMAIL ΣΑΣ!

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

ΜΑΖΙ ΜΕ ΤΟ BNB DAILY:

BnBeauty

**Γίνε
συνδρομητής
εδώ**



• **ΒΙΟΜΗΧΑΝΙΑ**

ΕΝΙΣΧΥΣΕΙΣ €95 ΕΚΑΤ. ΓΙΑ ΝΑ ΠΕΣΕΙ ΤΟ ΕΝΕΡΓΕΙΑΚΟ ΚΟΣΤΟΣ

Επιβεβαιώθηκαν οι πληροφορίες του [BnB Daily](#) για deal κυβέρνησης - ΣΕΒ ύψους €100 εκατ. για ελάφρυνση του ενεργειακού κόστους. Πρόκειται για λύση που επιζητούσαν οι βιομήχανοι οι οποίοι βλέπουν το κόστος φυσικού αερίου και πετρελαίου να εκτινάσσεται, όπως και του ηλεκτρικού ρεύματος, μειώνοντας τα περιθώρια κέρδους. Άλλωστε, δεν είναι λίγες οι βιομηχανίες που έχουν μειώσει την παραγωγή τους ή ακόμα και εξετάζουν την μεταφορά της έδρας στην Βουλγαρία εξαιτίας της κατάστασης που επικρατεί με τις τιμές ενέργειας.

ΤΙ ΑΝΑΚΟΙΝΩΣΕ Ο ΠΡΩΘΥΠΟΥΡΓΟΣ

Από το βήμα της Γενικής Συνέλευσης του ΣΕΒ ο Κυριάκος Μητσοτάκης ανακοίνωσε την αξιοποίηση του ευρωπαϊκού πλαισίου για ευελιξία στις κρατικές ενισχύσεις προκειμένου να μειωθεί το ενεργειακό κόστος στη βιομηχανία. Μάλιστα, μίλησε για έξτρα στήριξη, με την εξειδίκευση των μέτρων να

γίνεται από το υπουργείο Ενέργειας και Περιβάλλοντος. Το πακέτο των μέτρων ανέρχεται στα €95 εκατ. ενώ οι ανακοινώσεις αναμένονται τις επόμενες μέρες.

ΤΑ ΔΥΟ ΕΡΓΑΛΕΙΑ

Η εφαρμογή των μέτρων που θα αποφασιστούν, θα προχωρήσει με βάση τα ευρωπαϊκά πλαίσια για τις κρατικές ενισχύσεις CISA και METSAF. Το CISA αποτελεί το πλαίσιο κρατικών ενισχύσεων της Ευρωπαϊκής Επιτροπής για την Καθαρή Βιομηχανική Συμφωνία, το οποίο επιτρέπει, μεταξύ άλλων, τη μείωση έως 50% της μέσης ετήσιας χονδρεμπορικής τιμής ρεύματος για ποσότητα που δεν ξεπερνάει το μισό της ετήσιας κατανάλωσης των επιλέξιμων επιχειρήσεων.

Ο Πρωθυπουργός απαρρίθμησε τα μέτρα που έχουν βελτιώσει το επιχειρηματικό κλίμα, κάνοντας έναν μίνι απολογισμό. Ειδικότερα:

- **Δικαιοσύνη:** Ο νέος δικαστικός χάρτης, όπως είπε, ήταν μία αναπτυξιακή επιλο-

γή. Ο μέσος χρόνος έκδοσης μίας πρωτόδικης απόφασης μειώθηκε στις 309 από τις 774 ημέρες. Στόχος, προσδιόρισε, για το 2030 είναι η Ελλάδα να είναι ανάμεσα στις πέντε ταχύτερες χώρες στην απονομή της Δικαιοσύνης

- **Χωροταξικό:** Συντελείται μια σιωπηλή επανάσταση με την εκπόνηση των χωροταξικών πλαισίων για τον τουρισμό, τη βιομηχανία και τις ΑΠΕ
- **Ενέργεια:** Σημαντική αλλαγή, χαρακτήρισε ο Μητσοτάκης, την αυξημένη διείσδυση των Ανανεώσιμων Πηγών Ενέργειας στο ενεργειακό μίγμα. Όπως είπε βρισκόμαστε στην πρώτη δεκάδα των χωρών της Ε.Ε. και υποστήριξε ότι όσο περισσότερο παράγουμε πράσινη ενέργεια τόσο θα έχουμε πιο χαμηλές τιμές
- **Αναπτυξιακός νόμος:** Εγκρίθηκαν 928 επενδυτικά σχέδια με αυστηρό πλαίσιο επικύρωσης τους εντός 90 ημερών

Νίκος Ταμπακόπουλος
nicolas@notice.gr



Κυριάκος
Μητσοτάκης,
Πρωθυπουργός

• **VAMVALIS FOODS**

ΒΛΕΠΕΙ ΤΖΙΡΟ ΠΑΝΩ ΑΠΟ €50 ΕΚΑΤ. ΚΑΙ ΔΙΠΛΑΣΙΑΣΜΟ ΤΟΥ EBITDA - ΣΧΕΔΙΑΖΕΙ ΕΠΕΝΔΥΣΕΙΣ €10 ΕΚΑΤ.

Κύκλο εργασιών άνω των €50 εκατ., βελτιωμένα μεγέθη και διπλασιασμό του EBITDA εκτιμάται ότι θα καταγράψει το 2026 η Vamvalis Foods, σύμφωνα με πληροφορίες του Fnb Daily.

ΕΠΕΝΔΥΤΙΚΟ ΠΛΑΝΟ

Η εταιρεία παραγωγής snacks της οικογένειας Βάμβαλη προχωρά στον σχεδιασμό επενδύσεων περίπου €10 εκατ., με στόχο την επέκταση της παραγωγής και την υποστήριξη της επόμενης φάσης ανάπτυξης.

Στο επίκεντρο του επενδυτικού πλάνου βρίσκονται η αυτοματοποίηση της παραγωγικής διαδικασίας, η αύξηση της δυναμικότητας και η περαιτέρω ενίσχυση της παρουσίας της στις αγορές του εξωτερικού. Πρόκειται για τις βασικές κατευθύνσεις στις οποίες αναμένεται να αξιοποιηθούν τα νέα κεφάλαια που εισφέρθηκαν στην εταιρεία μετά την είσοδο της Elikonos, [εξέλιξη για την οποία ενημερωθήκατε πρώτοι από το Fnb Daily στις 6/4](#). Η επένδυση του Elikonos 3 S.C.A. SICAV-RAIF ανακοινώθηκε τον Μάιο. Η συναλλαγή περιλάμβανε την εξαγορά του ποσοστού ενός εκ των μετόχων της Vamvalis Foods, με το fund να αποκτά συμμετοχή 50%. Παράλληλα, πραγματοποιήθηκε νέα κεφαλαιακή ενίσχυση της εταιρείας, ώστε να επιταχυνθεί η υλοποίηση του επενδυτικού της σχεδιασμού.



ΣΤΟ ΕΞΩΤΕΡΙΚΟ ΤΟ 70% ΤΩΝ ΠΩΛΗΣΕΩΝ

Οι εξαγωγές αντιπροσωπεύουν περίπου το 70% των πωλήσεων της Vamvalis Foods. Η εταιρεία διαθέτει ισχυρή παρουσία σε Δυτική Ευρώπη και Ηνωμένες Πολιτείες, με την Γερμανία και τις σκανδιναβικές χώρες να συγκαταλέγονται στις βασικές αγορές της. Υπενθυμίζεται ότι η δραστηριότητά της στηρίζεται στην παραγωγή snacks ιδιωτικής επι-

κέτας και στις συνεργασίες με μεγάλες αλυσίδες λιανεμπορίου και χονδρεμπορικούς ομίλους, τόσο στην Ελλάδα όσο και στο εξωτερικό. Παράλληλα με τις συνεργασίες στον τομέα του private label, η Vamvalis Foods αναπτύσσει τα δικά της brands, Pellito, Instabar και Terrabites.

Στέλλα Αυγουστάκη
stella@notice.gr

• Debrief •

ΠΡΟΣΩ ΟΛΟΤΑΧΩΣ

Χθες ο Διευθύνων Σύμβουλος της JPMorgan Chase, Jamie Dimon, προειδοποίησε ότι το μοντέλο Τεχνητής Νοημοσύνης Mythos της Anthropic PBC έχει αυξήσει δραματικά τους παγκόσμιους κινδύνους για την κυβερνοασφάλεια. Συγκεκριμένα, οι κίνδυνοι δεκαπλασιάστηκαν δημιουργώντας τρωτά σημεία που δεν ήταν καν γνωστά, σύμφωνα με το αφεντικό της μεγαλύτερης τράπεζας στον κόσμο. Αρκετά ανησυχητικές δηλώσεις, ομολογουμένως, που υπό προϋποθέσεις θα μπορούσαν να δημιουργήσουν μια κάποια ανησυχία. Καμία. Σχεδόν κανείς δεν ασχολήθηκε. Ούτε καν... ο ίδιος, αφού έσπευσε να διευκρινίσει ότι "δεν πρόκειται να γίνω υστερικός με το ερώτημα αν

πρόκειται για υπαρξιακό ζήτημα υπαρξιακό ή όχι. Αυτό που κάνουμε είναι να σηκώσουμε τα μανίκια μας και να δουλέψουμε για να το διορθώσουμε". Χθες, πάλι, για παράδειγμα, η Google υπέγραψε σύμβαση για 3.590 μεγαβάτ ενέργειας από την Constellation Energy, ανοίγοντας νέο κεφάλαιο στο μεγαλύτερο δίκτυο ηλεκτρικής ενέργειας των ΗΠΑ, καθώς περίπου το 1/4 αυτής της ενέργειας θα προέρχεται από πυρηνικά εργοστάσια. Η Constellation θα πραγματοποιήσει νέες επενδύσεις άνω των \$4,3 δισ. στο πλαίσιο της συμφωνίας, με την προσθήκη χωρητικότητας σε αρκετούς από τους πυρηνικούς αντιδραστήρες της. Η συμφωνία αυτή δείχνει προς μια κατεύ-

θυνση: οι εξελίξεις στην Τεχνητή Νοημοσύνη, όχι μόνο δεν φρενάρουν, αλλά συνεχίζουν πρόσω ολοταχώς. Η επένδυση σε πυρηνική ενέργεια φανερώνει μακροπρόθεσμο σχεδιασμό. Η Google "λέει" ότι θα χρειαστεί κι άλλη, και ακόμα περισσότερη ενέργεια, και προτιμά να... γαϊδοροδέσει παρά να γαϊδορογυρέψει στο μέλλον.

Που θα βγει όλο αυτό; Θα δούμε. Πάντως προς το παρόν όλοι δείχνουν να έχουν αποδεχτεί το ρίσκο που φέρνει μαζί με τα οφέλη η Τεχνητή Νοημοσύνη. Ή το έχουν υποτιμήσει.

Γιάννης Παλιούρης
giannis@notice.gr

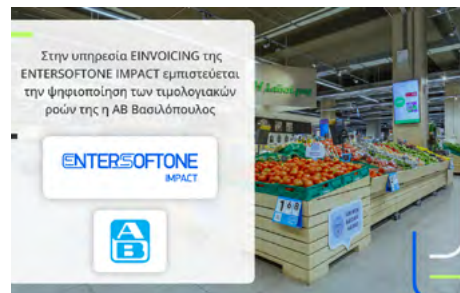
• ΑΒ ΒΑΣΙΛΟΠΟΥΛΟΣ - ENTERSOFTONE IMPACT ΨΗΦΙΑΚΟΣ ΜΕΤΑΣΧΗΜΑΤΙΣΜΟΣ ΚΑΙ ΑΥΤΟΜΑΤΟΠΟΙΗΣΗ ΤΩΝ Β2Β ΤΙΜΟΛΟΓΙΩΝ

Τον ψηφιακό μετασχηματισμό και την αυτοματοποίηση των Β2Β τιμολογιακών διαδικασιών της υλοποίησε η ΑΒ Βασιλόπουλος, σε συνεργασία με την Entersoftone Impact. Στο πλαίσιο της συνεργασίας, η αλυσίδα αξιοποιεί τη λύση EInvoicing για την αυτοματοποιημένη διαβίβαση των παραστατικών στην πλατφόρμα myDATA κατά την έκδοσή τους. Η cloud υπηρεσία διασυνδέεται με τα υφιστάμενα πληροφοριακά συστήματα της ΑΒ

Βασιλόπουλος, αυτοματοποιώντας τις σχετικές διαδικασίες και παρέχοντας ενιαία εικόνα των τιμολογιακών ροών.

Η λύση καλύπτει παράλληλα τις απαιτήσεις της υποχρεωτικής Β2Β ηλεκτρονικής τιμολόγησης και ενσωματώνει τις απαραίτητες λειτουργίες για την προσαρμογή στις νέες ψηφιακές διαδικασίες της φορολογικής διοίκησης.

Παράλληλα, η ΑΒ Βασιλόπουλος προετοιμάζε-



ται μέσω της ίδιας υποδομής για τη Β' Φάση του Ψηφιακού Δελτίου Αποστολής, η οποία, σύμφωνα με το χρονοδιάγραμμα που αναφέρεται στην ανακοίνωση, καθίσταται υποχρεωτική από την 1η Ιανουαρίου 2027.

Business Maker

ΑΡΤΟΠΟΙΕΙΑ: ΕΠΙΣΤΡΕΦΕΙ Ο ΕΦΙΑΛΤΗΣ ΤΟΥ 2022 - €1.200 ΕΠΙΠΛΕΟΝ ΓΙΑ ΡΕΥΜΑ

Από τα €3.200 στα €4.200 έως €4.400 ανεβαίνει ο λογαριασμός ρεύματος για ένα μέσο αρτοποιείο με κατανάλωση 10.000 κιλοβαττωρών. Πρόκειται για αύξηση περίπου 31% έως 38%, σύμφωνα με τα στοιχεία που μεταφέρουν καλά πληροφορημένες πηγές, περιγράφοντας συνθήκες που θυμίζουν το 2022, όταν ξέσπασε η ενεργειακή κρίση. Τα επιπλέον €1.000 έως €1.200 δεν είναι μια επιβάρυνση που μπορεί εύκολα να απορροφηθεί, όπως λένε οι ίδιες πηγές. Προστίθενται στις αυξήσεις των πρώτων υλών, με τη φέτα να αποτελεί χαρακτηριστικό παράδειγμα προϊόντος που έχει ακριβύνει αισθητά. Για τον φούρνο της γειτονιάς, ο λογαριασμός μεγαλώνει από πολλές πλευρές ταυτόχρονα. Η αναφορά στο

2022 συνοδεύεται, πάντως, από μια επισημάνση: τότε οι επιδοτήσεις περιορίσαν το βάρος της ενεργειακής ανατίμησης. Σήμερα, όπως αναφέρουν οι ίδιες πηγές, οι επαγγελματίες δεν ακούν αντίστοιχες ανακοινώσεις και προσπαθούν να υπολογίσουν πόσο ακόμη μπορούν να αντέξουν με αυτά τα κοστολόγια. Ο κλάδος μπαίνει στη νέα δοκιμασία έχοντας ήδη απώλειες. Περισσότερα από 1.000 αρτοποιεία έχουν κλείσει από το 2022, σύμφωνα με τις πληροφορίες από την αγορά. Και η δυνατότητα να περάσει όλο το πρόσθετο κόστος στις τιμές πώλησης θεωρείται περιορισμένη. Το πρόβλημα γίνεται δυσκολότερο επειδή ο αυξημένος λογαριασμός συμπίπτει με αλλαγές στην κατανάλωση. Το ψωμί χάνει έδαφος στην

καθημερινότητα για λόγους που δεν συνδέονται μόνο με την οικονομική στενότητα. Τα super market ανταγωνίζονται το αρτοποιείο με κατεψυγμένο ψωμί, ενώ το delivery περιορίζει την ανάγκη ξεχωριστής αγοράς ψωμιού για το γεύμα. Τα snacks αποκτούν μεγαλύτερη θέση στη διατροφή και το πρωινό δεν φέρνει πλέον τον καταναλωτή στον φούρνο. Έτσι, η επιχείρηση καλείται να πληρώσει ακριβότερη ενέργεια με λιγότερες αφορμές επίσκεψης του πελάτη. Αυτή είναι και η ανησυχία πίσω από τη σύγκριση με το 2022: ο νέος γύρος αυξήσεων βρίσκει τα αρτοποιεία αντιμέτωπα τόσο με το κόστος όσο και με μια πελατεία που έχει αλλάξει συνήθειες, δυσκολεύοντας την ανάκτηση των πρόσθετων δαπανών.

ΠΟΙΟΣ ΓΝΩΣΤΟΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΑΣ ΑΠΟ ΤΑ ΤΡΟΦΙΜΑ ΖΗΛΕΨΕ ΤΟ ΕΛΛΗΝΙΚΟ

Ποιος γνωστός επιχειρηματίας με παρελθόν στον χώρο των τροφίμων αποφάσισε να αποκτήσει διαμέρισμα στο Ελληνικό; Σύμφωνα με καλά πληροφορημένες πηγές, πρόκειται για πρόσωπο που έχει αποεπενδύσει εδώ και πολλά χρόνια, εξασφαλίζοντας αρκετά καλό τίμημα, και βρίσκεται ήδη σε προχωρημένη ηλικία. Δεν είναι ο μόνος που μαγεύτηκε από την προοπτική μιας κατοικίας στη νέα πόλη. Σχεδόν όποιος είχε ένα κομμάτι φαίνεται ότι μπήκε στον

πειρασμό να φανταστεί την καθημερινότητά του στο Ελληνικό. Η θάλασσα, οι νέες υποδομές και η υπόσχεση της πόλης των 15 λεπτών προσφέρουν υλικό για τέτοια σχέδια. Άλλο όμως η απόφαση αγοράς και άλλο η ημερομηνία μετακόμισης. Και εδώ βρίσκεται η λιγότερο φωτογενής πλευρά της υπόθεσης: ο χρόνος που μεσολαβεί μέχρι να ανοίξει κανείς την πόρτα του καινούργιου του σπιτιού. Οι πληροφορίες για τις μεταγενέστερες αναπτύξεις, πέρα από το παραλιακό μέ-

τωπο με τις βίλες και τον πύργο, τοποθετούν την εγκατάσταση των αγοραστών στο 2033 το νωρίτερο. Πρόκειται για τον χρονικό ορίζοντα που μεταφέρουν οι πηγές και όχι για επιβεβαιωμένη ημερομηνία παράδοσης κάθε ακινήτου. Με άλλα λόγια, όσοι σχεδιάζουν τη ζωή τους σε αυτές τις κατοικίες χρειάζεται να υπολογίζουν και αρκετή αναμονή. Η πόλη μπορεί να υπόσχεται αποστάσεις δεκαπέντε λεπτών, αλλά η διαδρομή μέχρι τη μετακόμιση μετρείται σε χρόνια.

Business Insight

ΤΙ ΒΛΕΠΕΙ Ο ΓΙΑΝΝΗΣ Β. ΒΑΡΔΙΝΟΓΙΑΝΝΗΣ ΣΤΗ ΛΙΑΝΙΚΗ

Στρατηγικός πυλώνας ανάπτυξης και όχι παράπλευρη δραστηριότητα φαίνεται πως αποτελεί η ανάπτυξη του ομίλου Motor Oil στη λιανική. Με όχημα την Core Innovations, εταιρεία που πριν μία 10ετία ξεκίνησε από το ηλεκτρονικό εμπόριο, εξελίσσεται σε βραχίονα για το νέο μοντέλο που περιλαμβάνει από λειτουργία καταστημάτων (24/7) καθημερινής εξυπηρέτησης, με επικέντρωση στον καφέ, στα τρόφιμα, στα ποτά και στις μικρές αγορές (τα λεγόμενα convenience stores).

Αρχικά με την εξαγορά των 24 Shopen, τη συμμετοχή σε Taresso και Barista και το Smartshop 24Open, η διοίκηση διαμορφώνει ένα οικοσύστημα που υπερβαίνει κατά πολύ το παραδοσιακό πρατήριο. Προς ώρας, το δίκτυο των δύο βασικών θυγατρικών εταιρειών, της Coral, διαχειρίζεται τα πρατήρια Shell και της Avin. Σύμφωνα με τον σχεδιασμό η ανάπτυξη των καταστημάτων, με την εμπορική ονομασία Smart Shop θα επεκταθεί στο σύνολο των 700 πρατηρίων Shell.

Ο σχεδιασμός υλοποιείται, ξεκινώντας από τα ιδιολειτουργούμενα πρατήρια και σε δεύτερο χρόνο σε αυτά με σύμβαση διανομής. **Στην πορεία δεν αποκλείεται το ενδεχόμενο να αποκτηθούν ορισμένα καταστήματα Carrefour που λειτουργεί η ΑVE του Νίκου Βαρδινογιάννη.** Σημειωτέον πως, η Core Innovations είναι κατά 100% θυγατρική της Ireon Investments, εταιρείας υπό τον έλεγχο της Motor Oil. **Η ΜΟΗ το 2025 στήριξε κεφαλαιακά την θυγατρική, με €18,5 εκατ.** (μέσω αυξήσεων μετοχικού κεφαλαίου) καταδεικνύοντας την σημασία που αποδίδει ο Γιάν-

νης Β. Βαρδινογιάννης στο εγχείρημα της λιανικής.

Το γιατί επενδύει στην λιανική πιθανότατα εξηγείται τόσο από την τάση που επικρατεί ευρωπαϊκά και έχει έρθει στην ελληνική αγορά, όσο στη δημιουργία οικονομίας κλίματος και μεγιστοποίησης αξιοποίησης συνεργειών.

Θα επικεντρωθώ στα της εγχώριας αγοράς, καθώς **η τάση που αναπτύσσεται ταχύτερα είναι των καταστημάτων μέχρι 400 τ.μ.** Ενδεικτικά τα μεγέθη, με τις πωλήσεις των €1,65 δισ. την περίοδο Ιανουαρίου- Αυγούστου, κατά 8,8% περισσότερες από την αντίστοιχη του 2025 και με πρόβλεψη τα €2 δισ. (ή και την υπέρβασή τους) για το σύνολο της χρήσης. Περίπου ο μισός τζίρος υπολογίζεται ότι θα πραγματοποιηθεί από τις λίγο πολύ γνωστές αλυσίδες με τον υπόλοιπο να γίνεται από μικρότερες και ανεξάρτητα σημεία. **Ο καταναλωτής επιστρέφει στην γειτονιά,** ευνόητοι οι λόγοι (κυρίως οικονομικοί) ειδικότερα σε αστικά κέντρα όπως η Αθήνα, η Θεσσαλονίκη και αλλού, όπου η μετακίνηση απαιτεί χρόνο, χρήμα.

Κοινός τόπος στην κοινότητα πως **η διοίκηση της Motor Oil** σχεδίαζε μεθοδικά, επί μακρόν αυτή την επέκταση σε όχι και τόσο αμιγώς core δραστηριότητα. Εάν δεν με απατά η μνήμη μου, είχα πρωτοακούσει τον **Πέτρο Τζαννετάκη** να αναλύει το πλάνο σε αναλυτές μπορεί και τέσσερα, πέντε χρόνια πριν (λίγο μετά την περίοδο Covid). Όπως εξηγούσε, τότε, ο Αναπληρωτής Διευθύνων Σύμβουλος της ΜΟΗ, **ο όμιλος διαθέτει το μεγαλύτερο δίκτυο πρατηρίων λιανικής στην Ελλάδα με περισσότερα από 1.500 σημεία εξυπηρέτησης,** τα

οποία λειτουργούν κυρίως μέσω των θυγατρικών του Avin και Coral (σήμα Shell).

Ειδικότερα: η Coral (Shell) διαθέτει συνολικά περίπου 796 πρατήρια υγρών καυσίμων στην Ελλάδα, με τα περισσότερα από 470 είναι ιδιολειτουργούμενα (ιδιότητα/ελεγχόμενα από την εταιρεία). Σημαντικός αριθμός περιλαμβάνει καταστήματα ευκολίας (mini market/ Agora), πλυντήρια και σημεία εστίασης/καφέ. **Η Avin Oil, διαθέτει ισχυρό πανελλαδικό δίκτυο με εκατοντάδες πρατήρια,** το οποίο ενισχύεται σταθερά με νέα ιδιόκτητα σημεία και συνεργάτες πρατηριούχους, καθώς και υποδομές ηλεκτροκίνησης (incharge).

Πρακτικά, τα πρατήρια καυσίμων λόγω του διευρυμένου ωραρίου και της παρουσίας τους σε κομβικά σημεία μέσα στις πόλεις **μπορούν να μετεξελισσονται σε σημεία αναφοράς γειτονιάς,** ακολουθώντας την παγκόσμια τάση που θέλει τους καταναλωτές να αποφεύγουν να οδηγήσουν μακριά από τη βάση τους για τα απαραίτητα ή για έναν καφέ.

Το ότι ο όμιλος δεν δημοσιεύει ξεχωριστά στα συνοπτικά οικονομικά της αποτελέσματα τον τζίρο που προέρχεται αποκλειστικά από τα ιδιόκτητα πρατήρια του δικτύου της (COCO - Company Owned Company Operated), αλλά τα ενσωματώνει στον συνολικό/ενοποιημένο κύκλο εργασιών του κλάδου εμπορίας/λιανικής (μέσω των θυγατρικών Coral - σήμα Shell - και Avin Oil, δεν καθιστά ευχερή την ακριβή αποτίμηση της συγκεκριμένης συμμετοχής, για την ώρα. Εκτίμηση μας, πως θα ζητηθεί από τους αναλυτές τη χρήση του 2027.



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**

SECRETCRECIPE

Στον Σκλαβενίτη το 49% του Φρεσκούλη

Νέα αλλαγή μετόχου για το 49% της Eurocatering (Φρεσκούλης), δύο χρόνια μετά την αποεπένδυση του Elikonos και την είσοδο του Latsco Family Office. Όπως πληροφορείται το FNB Daily, το ποσοστό αυτό περνάει από το EOS Capital και το fund της Μαριάννας Λάτση, στην εταιρεία Γλάρος, συμφερόντων της οικογένειας Σκλαβενίτη. Οι ίδιες πληροφορίες αναφέρουν ότι το deal θεωρούνταν κλεισμένο από τον Ιούλιο, με τις τελικές υπογραφές να πέφτουν, πάντως, πριν από περίπου δέκα ημέρες. Από το Διοικητικό Συμβούλιο της εταιρείας αποχώρησαν ο Απόστολος Ταμβακάκης (EOS) και ο Νίκος Βουτυχτής (Latsco), με τις θέσεις τους να παίρνουν δύο στελέχη του Ομίλου: Η επικεφαλής του treasury, Σταυρούλα Αδαμίδου, και η Διευθύντρια Διαχείρισης Ποιότητας, Αθανασία Ντούμα. Το 51% παραμένει στον Μάκη Μαυρόπουλο, ο οποίος και θα συνεχίσει να τρέχει την εταιρεία από τη θέση του Προέδρου και Διευθύνοντος Συμβούλου.

SO POSH!

the trendletter

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

**Κάθε Σάββατο
στις 9.30**

ΤΟ ΕΒΔΟΜΑΔΙΑΙΟ NEWSLETTER

ΓΙΝΕ ΣΥΝΔΡΟΜΗΤΗΣ ΕΔΩ

Editorial

Ένας Cameraman και μια υπερδύναμη που δεν έπεσε από τον ουρανό

Είδα προχθές το The Cameraman, ταινία βωβού κινηματογράφου του 1928, με τον Buster Keaton στον ρόλο ενός άτσалу φωτογράφου, που αποφασίζει να γίνει εικονολήπτης ειδήσεων για να κερδίσει μια κοπέλα. Αν δεν την έχετε δει, ψάξτε την. Είναι εξαιρετική.

Ένας άνθρωπος χωρίς λέξεις, χωρίς ήχο, χωρίς ψηφιακά εφέ, σε κάνει να γελάς σχεδόν έναν αιώνα μετά. Αυτό λέγεται ταλέντο, και επίσης λέγεται βιομηχανία.

Και, κάπου εκεί, ανάμεσα σε μια καταδίωξη και ένα ναυάγιο ερασιτεχνικής κινηματογράφησης, συνειδητοποιήσα για πολλοστή φορά ότι η περίπτωση της χώρας, που ονομάζεται Ηνωμένες Πολιτείες της Αμερικής, μόνο τυχαία δεν είναι.

Σκεφτείτε το:

Το Hollywood, που παρήγαγε την ταινία, το έστησαν μετανάστες από την Ανατολική Ευρώπη, τύποι, που έφτασαν με ένα μπασούλο και έφυγαν με studio.

Από το Ellis Island πέρασαν περίπου 12 εκατομμύρια άνθρωποι. Ανάμεσά τους, πολλά εργατικά χέρια, που έστησαν σιδηροδρόμους, ουρανοξύστες και εργοστάσια.

Και ανάμεσά τους, η αφρόκρεμα των μυαλών του πλανήτη: Ο Τέσλα από την Λίκα, ο Αϊνστάιν από την Γερμανία, ο Φέρμι από την Ιταλία, ο φον Νόιμαν. Η Ευρώπη τους έδιωχνε, η Αμερική τους έδινε εργαστήριο και προϋπολογισμό.

Το αποτέλεσμα;

Από εκεί πέρασε η συντριπτική πλειονότητα όσων ορίζουν τον 20ό αιώνα.

Το αεροπλάνο, το τρανζίστορ, ο ηλεκτρονικός υπολογιστής, το διαδίκτυο, η προσεclήνωση, ο ίδιος ο κινηματογράφος ως μαζική τέχνη και εξαγωγίμο προϊόν.

Η Αμερική δεν εφύρε τα πάντα.

Αλλά σχεδόν ό,τι εφευρέθηκε κάπου, εκεί έγινε βιομηχανία, προϊόν, κανόνας.

Αυτή είναι η πραγματική υπεροχή: Όχι η ιδέα, αλλά η ικανότητα να τη σκώσεις στους ώμους και να την πουλήσεις σε όλο τον κόσμο.

Γι' αυτό και κατάφερνε πάντα να οδηγεί τις εξελίξεις, αντί να τις παρακολουθεί.

Και γι' αυτό έγινε η υπερδύναμη, που γνωρίζουμε.

Με τα καλά της και τα κακά της, βεβαίως. Το ίδιο εργαστήριο, που έδωσε το τρανζίστορ, έδωσε και την Χιροσίμα. Η ίδια ελευθερία, που προσέλαυε τα μυαλά, συνυπήρχε με φυλετικούς διαχωρισμούς, επεμβάσεις και πολέμους, που δεν τους ζήτησε κανείς. Η ίδια χώρα, που καλωσόριζε μετανάστες, σήμερα διαφωνεί με τον εαυτό της για το αν θέλει να τους ξαναδεί.

Ίσως αυτό να είναι και το πιο ενδιαφέρον μάθημα. Η Αμερική έγινε υπερδύναμη επειδή ήταν ανοιχτή. Το αν θα παραμείνει, θα εξαρτηθεί από το αν θυμάται ακόμη γιατί.

Ο Keaton, πάντως, θα το έλεγε χωρίς λέξεις.

Με ένα ανέκφραστο βλέμμα.

Τόσο απλά.

Νεκτάριος Β. Νώτης
nectarios@notice.gr