Ξεκίνα τα επόμενα ψώνια από το ψυγείο σου.

Γιατί όσα τρόφιμα έχεις ήδη, δε σου στοιχίζουν τίποτα επιπλέον!



0,00€

LIDL

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

ΤΡΙΤΗ 20 ΟΚΤΩΒΡΙΟΥ 2026
ΤΕΥΧΟΣ 2416

ΕΝΘΕΤΟ Ειδική έκδοση για την SIAL INSPIRE FOOD BUSINESS



• ΒΕΖΥΡΟΓΛΟΥ

Βλέπει ανάπτυξη πωλήσεων 15% φέτος - Νέες επενδύσεις με την Elikonos



• ΠΑΣΣΙΑΣ

Αισιόδοξη ότι θα… ξεκολλήσει από τον τζίρο των €30 εκατ. - Σε εξέλιξη οι συζητήσεις με Βιντζηλαίο



• NEKTAR NATURA HELLAS

Ανάπτυξη 20% και πάνω από 1.000 ξενοδοχεία το 2026 -Έρχονται Zero Sugar κωδικοί στην γκάμα χυμών, αναψυκτικών



• JUNGHOON MOON (SEOUL NATIONAL UNIVERSITY)

GLP-1 και wellness αλλάζουν τις διατροφικές συνήθειες

Editorial
Γκάζι στην Αθήνα, φρένο στην Φρανκφούρτη

Debrief
“Εθνική ανεξαρτησία”

Business Insight
Πρόσω οι Greeks του shipping - Άλλοι 4-5 ακολουθούν την Capital Maritime Finance

SecretRecipe
Ετοιμάζει είσοδο σε νέες αγορές

Business Maker
- Φέτα: Το γάλα στα €1,90 και τα παράθυρα παρανομίας
- Nammos: Η συμμαχία με την Formula 1 και η επέκταση στην Νέα Υόρκη



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

Αρρενα

ΦΥΣΙΚΟ ΜΕΤΑΛΛΙΚΟ ΝΕΡΟ

Καθαρό. Σαν την αλήθεια.

arrena.gr arrena.water

• ΠΑΣΣΙΑΣ

ΑΙΣΙΟΔΟΞΗ ΟΤΙ ΘΑ… ΞΕΚΟΛΛΗΣΕΙ ΑΠΟ ΤΟΝ ΤΖΙΡΟ ΤΩΝ €30 ΕΚΑΤ. - ΣΕ ΕΞΕΛΙΞΗ ΟΙ ΣΥΖΗΤΗΣΕΙΣ ΜΕ ΒΙΝΤΖΗΛΑΙΟ

Αισιόδοξη ότι θα… ξεκολλήσει από την σταθερή πορεία της επηρεγούμενης τριετίας, η οποία κινήθηκε με τζίρους της τάξης των €30 εκατ., εμφανιζόταν για τη φετινή χρήση η διοίκηση της αλλαντοβιομηχανίας Πασσιάς, με βάση την εικόνα του α΄ εξαμήνου.

Παρά τις πιέσεις στην κατανάλωση και τον αυξημένο ανταγωνισμό στον κλάδο, η διοίκηση βάζει υψηλότερα τον πήχη του τζίρου για το 2026, ποντάροντας σε πωλήσεις σε νέες αγορές, μέσα από καινοτόμες υπηρεσίες και εμπορεύματα σε παλιούς και νέους πελάτες.

Όπως αναφέρεται στις χρηματοοικονομικές καταστάσεις, "ο κύκλος εργασιών αναμένεται να παρουσιάσει αύξηση εξαιτίας της εκτίμησής μας για βελτίωση του ονόματος της εταιρείας στην αγορά, λόγω της σταθερής άριστης ποιότητας των προϊόντων μας, καθώς και των νέων συμφωνιών που έχουν συναφθεί με πελάτες και προμηθευτές".

ΣΤΟ ΣΤΟΧΑΣΤΡΟ… ΒΙΝΤΖΗΛΑΙΟΥ

Θυμίζουμε ότι η εταιρεία βρίσκεται στο…στόχαστρο του Δημήτρη Βιντζηλαίου (ιδιοκτήτη της Creta Farms), εξέλιξη για την οποία είχατε ενημερωθεί από το FnB Daily στις 11/9.

Πηγές με γνώση των επαφών κάνουν λόγο για αρχική προσέγγιση από την πλευρά της Creta Farms και προφορική διερεύνηση του ενδεχόμενου συνεργασίας, με τη συμφωνία, ωστόσο, να μην έχει ακόμα ολοκληρωθεί.

Σημειώνεται ότι η Πασσιάς ελέγχει μερίδιο που υπολογίζεται μεταξύ 2,5% και 3% στην αγορά αλλαντικών, με μεγαλύτερη διείσδυση στην Βόρεια Ελλάδα, ενώ διαθέτει ανεπτυγμένη δραστηριότητα και πελατολόγιο στο B2B.

Η ΕΙΚΟΝΑ ΤΟ 2025

Πέρυσι η εταιρεία διατήρησε τις πωλήσεις στα επίπεδα των €30,4 εκατ. αλλά και το μικτό αποτέλεσμα με μικρές απώλειες (5,1%). Ωστόσο η κερδοφορία της δέχθηκε πιέσεις. Το EBITDA υποχώρησε σε ποσοστό 14%, ενώ περίπου στα ίδια επίπεδα πτώσης κινήθηκε η προ και μετά φόρων κερδοφορία. Τα κέρδη εις νέο διαμορφωνόταν στα τέλη του 2025 σε περίπου €2,5 εκατ., με τα ίδια κεφάλαια στα επίπεδα των €7,45 εκατ.





DATA (σε €χιλ.)

Κύκλος εργασιών	Μικτά κέρδη
2025: 30.371	2025: 5.887
2024: 30.577	2024: 6.201
2023: 30.724	2023: 6.385
2022: 28.133	2022: 6.013

EBITDA
2025: 1.589
2024: 1.846
2023: 1.545
2022: 1.769

Κέρδη προ φόρων
2025: 428
2024: 500
2023: 330
2022: 742

ΔΑΝΕΙΣΜΟΣ

Η εταιρεία εμφάνιζε πέρυσι συνολικές βραχυπρόθεσμες υποχρεώσεις προς, ασφαλιστικούς οργανισμούς πιστωτικά ιδρύματα και προμηθευτές - πιστωτές συνολικού ύψους €12,44 εκατ.. Ο τραπεζικός βραχυπρόθεσμος δανεισμός ανερχόταν σε €6,53 εκατ., τα μακροπρόθεσμα δάνεια σε €5,29 εκατ. με επιπλέον ποσό €1,48 εκατ. να είναι πληρωτέο για τη φετινή χρήση και οι χρηματοδοτικές μισθώσεις σε €168,67 χιλ.

ΝΕΑ ΚΑΜΠΑΝΙΑ

Πρόσφατα ανακοινώθηκε το λανσάρισμα της νέας τηλεοπτικής καμπάνιας και της ενιαίας επικοινωνιακής ταυτότητας για το brand Πασσιάς, σε συνεργασία με την Solid Havas, με την επικοινωνιακή στρατηγική να επιχειρεί να συνδέσει την ιστορία της εταιρείας με τη σύγχρονη παρουσία και την επόμενη φάση της.

Κεντρικός άξονας της νέας καμπάνιας είναι η σύνδεση της ιστορίας του brand με το παρόν και τις μελλοντικές του κατευθύνσεις.

Μάκης Αποστόλου
makis@notice.gr

Φρεσκούλης

ΓΙΑΤΙ ΝΑ ΦΑΣ ΚΑΤΙ ΑΛΛΟ, ΟΤΑΝ ΕΧΕΙΣ ΦΡΕΣΚΟΥΛΗ;



Super Bowl



Σαλάτες γεύματα



Φρέσκα χορταρικά



Φρέσκα μυρωδικά



Νεαρά φύλλα



Έτοιμες σαλάτες



Φρουτοσαλάτες



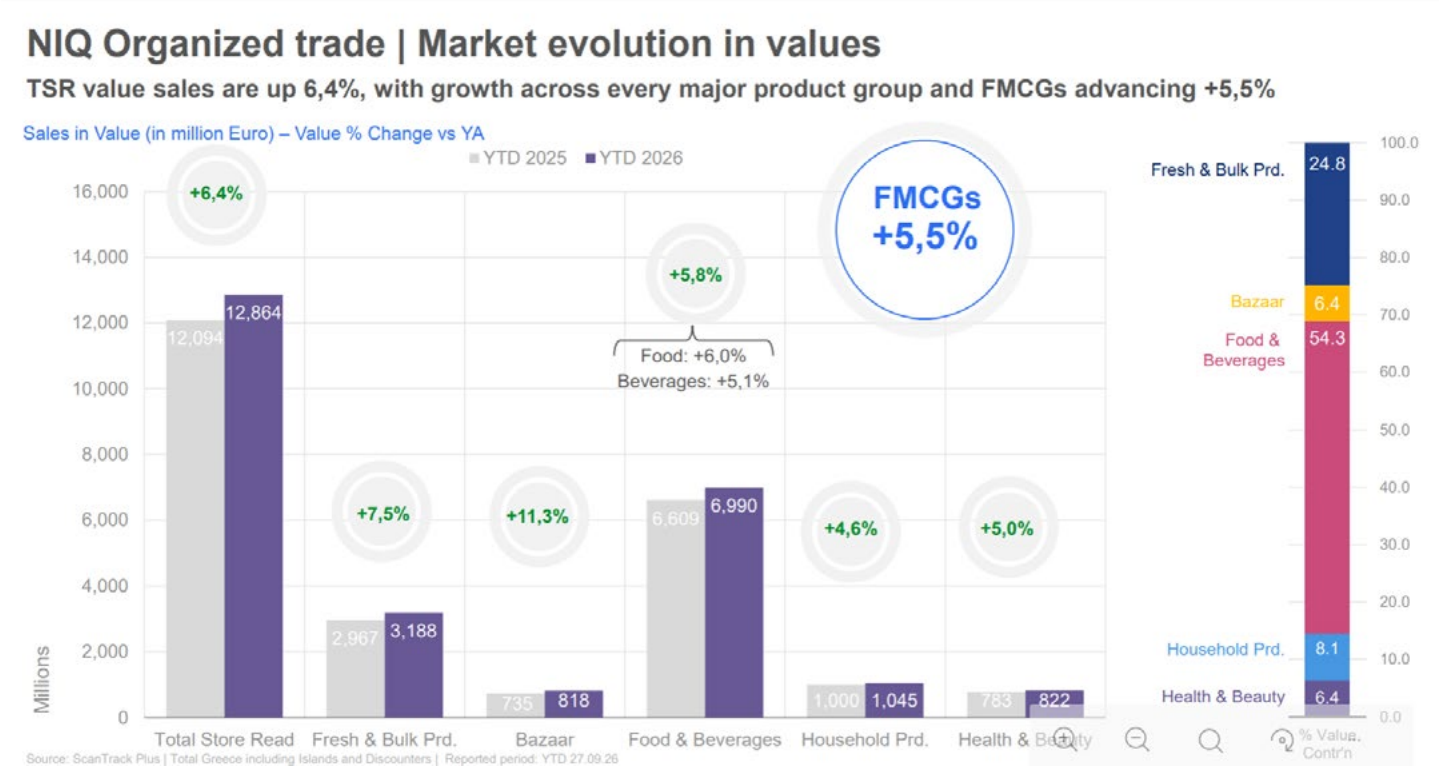
Snacks to go

ΑΓΑΠΑΜΕ ΦΡΕΣΚΟ!

• NIELSENIQ

ΑΝΑΠΤΥΞΗ 6,4% ΣΤΟ ΕΝΝΕΑΜΗΝΟ ΜΕ ΠΡΩΤΑΓΩΝΙΣΤΕΣ SUPERETTES ΚΑΙ ΝΗΣΙΑ

Με ανάπτυξη 6,4% συνεχίστηκε η πορεία του οργανωμένου λιανεμπορίου τροφίμων στο εννεάμηνο του 2026, σύμφωνα με στοιχεία της NielsenIQ από τις αρχές του έτους μέχρι τις 27 Σεπτεμβρίου, με την αύξηση αυτή να οδηγείται κατά κύριο λόγο από τους πωλούμενους όγκους.
Σε επίπεδο κατηγοριών, η τάση αυτή οδηγείται τόσο από τα φρέσκα (+7,5%) όσο, κυρίως, από τα τυποποιημένα Τρόφιμα και Ποτά (+5,8%).
Την ίδια στιγμή, οι μεγάλες FMCG κατηγορίες της οικιακής χρήσης παρουσιάζουν συγκριτικά πιο συγκρατημένη αύξηση των πωλήσεών τους σε αξία, στο +4,6%, ενώ τα προϊόντα προσωπικής υγιεινής στο σύνολό τους αναπτύσσονται κατά 5%. Και στις δύο μεγάλες αυτές κατηγορίες του μη τρόφιμου παρουσιάζονται αποπληθωριστικές τάσεις, ενώ στον αντίποδα, τα τρόφιμα και ποτά είναι αυτά, στα οποία φαίνεται αυξημένη η μέση πωλούμενη τιμή, σε σχέση με το αντιστοιχο χρονικό διάστημα το 2025.



Η ΕΙΚΟΝΑ ΑΝΑ FORMAT ΚΑΤΑΣΤΗΜΑΤΟΣ

Σε επίπεδο τυπολογιών καταστημάτων, όλα οι τύποι εμφάνισαν θετική πορεία, με τα Hypermarkets να συνεχίζουν να καταγράφουν ανάπτυξη 8,5%, ωστόσο τον πιο μεγάλο ρυθμό ανάπτυξης εμφάνισαν οι Superettes (καταστήματα μεταξύ 100-400 τ.μ.) στο +8,8%, γενονός που υποδηλώνει ότι πιθανότητα να μεταφέρονται σε αυτό τον τύπο καταστημάτων πωλήσεις από το παραδοσιακό κανάλι, ήτοι καταστήματα ψιλικών & περίπτερα, καθώς προσφέρουν χαμηλότερες συγκριτικά τιμές, με ευέλικτο ωράριο και προσαρμοσμένο κωδικολόγιο.

ΞΕΧΩΡΙΣΑΝ ΤΑ ΝΗΣΙΑ

Σύμφωνα με την NielsenIQ, η γεωγραφική ανάλυση των δεδομένων δείχνει ότι η ανάπτυξη είναι ευρέως διασκορπισμένη, με τα νησιά του Ιονίου & του Αιγαίου (+9,2%) και την Κρήτη (+7,5%) να ξεχωρίζουν για τις υψηλότερες ποσοστιαίες αυξήσεις στις πωλήσεις τους, γεγονός ασφαλώς που οφείλεται και στην αυξημένη τουριστική κίνηση κατά τους καλοκαιρινούς κυρίως μήνες.

ΠΡΟΩΘΗΤΙΚΕΣ ΕΝΕΡΓΕΙΕΣ

Το εννεάμηνο του 2026 σημειώθηκε περαιτέρω μείωση της προωθητικής δραστηριότητας, 5 ποσοστιαίων μονάδων, σε σχέση με το κλείσιμο του 2025, φτάνοντας στο ιστορικά χαμηλό ποσοστό του 39,5% για τα επώνυμα FMCGs προϊόντα, αποτυπώνοντας την συνεχή επίδραση του κώδικα δεοντολογίας στις στρατηγικές προώθησης των προμηθευτών του κλάδου.

ΟΡΙΑΚΗ ΚΑΜΨΗ ΓΙΑ ΤΟ PL

Όσον αφορά την πορεία των Private Label προϊόντων στην αγορά, παρά τις συνεχιζόμενες πιέσεις στο διαθέσιμο εισόδημα των



νοικοκυριών, το μερίδιο των προϊόντων ιδιωτικής ετικέτας παρουσίασε οριακή κάμψη στο σύνολο της αγοράς FMCG, διαμορφούμενο στο 24% σε YTD επίπεδο, από 24,4% που ήταν στο κλείσιμο του 2025.

Μάκης Αποστόλου
makis@notice.gr

GREECE

GOOD TASTE
GOOD BUSINESS



DISCOVER THE GREEK PARTICIPATION
HALLS 1, 5A, 5B, 5C, 6, 7

SIAL PARIS
INSPIRE FOOD BUSINESS

LIVE COOKING!

VISIT US HALL 1 C126

THE GREEK FOOD GUIDE

www.promosolution.net

Organized by :

PROMO SOLUTION
EXHIBIT.CREATE.

ΤΟ FNB SERVED DAILY.
Food for thought... every day!

ΣΤΗΝ SIAL
INSPIRE FOOD BUSINESS

#04 ΑΠΟΣΤΟΛΗ ΣΤΟ ΠΑΡΙΣΙ
ΤΡΙΤΗ 20 ΟΚΤΩΒΡΙΟΥ 2026

ΕΛΛΗΝΙΚΑ ΓΑΛΑΚΤΟΚΟΜΕΙΑ
Νέες προτάσεις σε High Protein, Skyr και Drinking Yogurt

ΑΜΦΙΓΑΛ
Τον Σεπτέμβριο του 2027 ολοκληρώνεται το επενδυτικό πλάνο

ZEO BAKERS
Συμμετέχει με τρεις κατηγορίες προϊόντων – Στο 10% του τζίρου οι εξαγωγές

MATIS 1861
Μετά την Κύπρο, στο πλάνο οι ΗΠΑ – Τα πρώτα βήματα εξαγωγικής ανάπτυξης

Μεταδίδουν


Μάκης Αποστόλου


Στέλλα Αυγουστάκη


Μάριος Δελατόλας

ΣΧΟΛΙΑΖΕΙ


Νεκτάριος Β. Νώτης

Με την υπογραφή του δημοσιογραφικού επιτελείου και την αξιοπιστία της NOTICE CONTENT & SERVICES

POWERED BY
ΒΙΚΟΣ · μασούτης ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΑ ΚΑΙ ΕΛΛΗΝΙΚΑ · PROMO SOLUTION EXHIBIT.CREATE. · ΤΕΙΡΕΣΙΑΣ Το Γραφείο Πίστης της Ελλάδας

ΧΟΡΗΓΟΣ ΑΕΡΟΜΕΤΑΦΟΡΩΝ
AEGEAN

ΤΕΙΡΕΣΙΑΣ

Συνεργάζεστε με επιχειρήσεις στο εξωτερικό; Ελέγξτε τη φερεγγυότητά τους με το TSEK

Αποκτήστε τα **International Reports** της πλατφόρμας **TSEK** της **Τειρεσίας για επιχειρήσεις** σε περισσότερες από 100 χώρες σε όλο τον κόσμο, εκ των οποίων 42 ευρωπαϊκές, σε συνεργασία με την **Creditreform**, και αξιολογήστε νέες και υφιστάμενες συνεργασίες.

✔ **Γνωρίστε με ποιον συνεργάζεστε.** Αξιολογήστε τη φερεγγυότητα πελατών, προμηθευτών και συνεργατών με τον δείκτη Creditreform.

✔ **Διαπραγματευτείτε με γνώση.** Δείτε προτεινόμενο πιστωτικό όριο και πολιτική πληρωμών, για να διαμορφώσετε ή να επανεξετάσετε τους όρους συνεργασίας σας.

✔ **Δείτε πέρα από την πρώτη εντύπωση.** Αποκτήστε πρόσβαση σε ισολογισμούς, μετοχική σύνθεση και επιπλέον εταιρικές πληροφορίες.

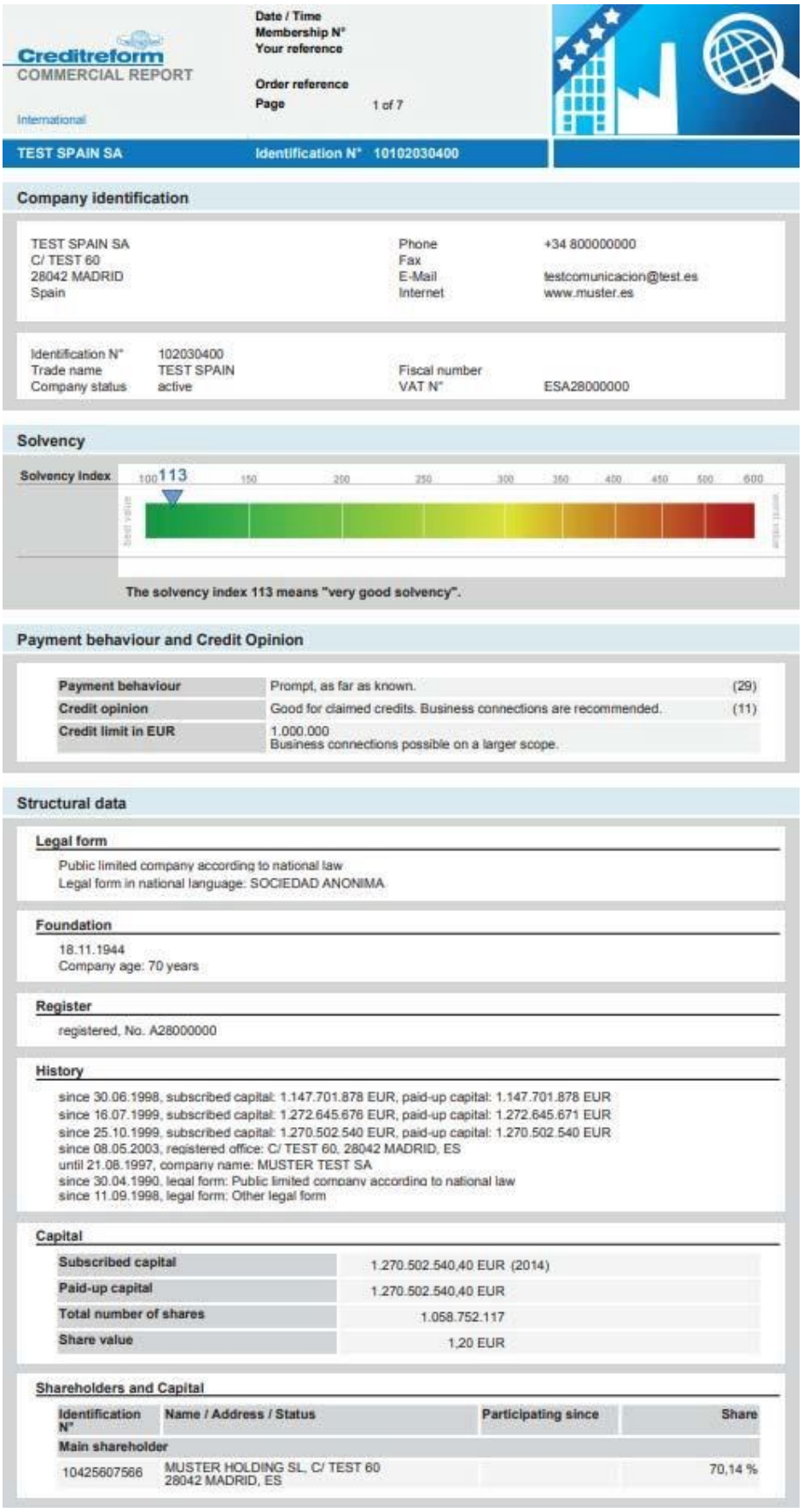
Πριν από την επόμενη συμφωνία, παραγγελία ή πίστωση, κάντε τον έλεγχο με το TSEK.

➔ **Ξεκινήστε τώρα με 15% έκπτωση!** Εγγραφείτε στην πλατφόρμα TSEK της Τειρεσίας έως τις 30 Οκτωβρίου 2026. Επικοινωνήστε μαζί μας και αναφέρετε τη λέξη "SIAL", εξασφαλίζοντας 15% έκπτωση στα πακέτα TSEK και βρείτε το International Report για την εταιρεία που σας ενδιαφέρει.

Οι ευκαιρίες δεν σταματούν στα σύνορα. Ούτε η πληροφόρησή σας!

Τηλέφωνο επικοινωνίας: 2106382907

Μάθετε περισσότερα



Creditreform
COMMERCIAL REPORT
International

Date / Time
Membership N°
Your reference
Order reference
Page 1 of 7

TEST SPAIN SA — Identification N° 10102030400

Company identification

TEST SPAIN SA
C/ TEST 60
28042 MADRID
Spain

Phone +34 800000000
Fax
E-Mail testcomunicacion@test.es
Internet www.muster.es

Identification N° 102030400
Trade name TEST SPAIN
Company status active
Fiscal number
VAT N° ESA28000000

Solvency

Solvency Index 113 (100 … 150 … 200 … 250 … 300 … 350 … 400 … 450 … 500 … 600)

The solvency index 113 means "very good solvency".

Payment behaviour and Credit Opinion

Payment behaviour	Prompt, as far as known.	(29)
Credit opinion	Good for claimed credits. Business connections are recommended.	(11)
Credit limit in EUR	1.000.000 Business connections possible on a larger scope.	

Structural data

Legal form
Public limited company according to national law
Legal form in national language: SOCIEDAD ANONIMA

Foundation
18.11.1944
Company age: 70 years

Register
registered, No. A28000000

History
since 30.06.1998, subscribed capital: 1.147.701.878 EUR, paid-up capital: 1.147.701.878 EUR
since 16.07.1999, subscribed capital: 1.272.645.676 EUR, paid-up capital: 1.272.645.671 EUR
since 25.10.1999, subscribed capital: 1.270.502.540 EUR, paid-up capital: 1.270.502.540 EUR
since 08.05.2003, registered office: C/ TEST 60, 28042 MADRID, ES
until 21.08.1997, company name: MUSTER TEST SA
since 30.04.1990, legal form: Public limited company according to national law
since 11.09.1998, legal form: Other legal form

Capital

Subscribed capital	1.270.502.540,40 EUR (2014)
Paid-up capital	1.270.502.540,40 EUR
Total number of shares	1.058.752.117
Share value	1,20 EUR

Shareholders and Capital

Identification N°	Name / Address / Status	Participating since	Share
Main shareholder			
10425607566	MUSTER HOLDING SL, C/ TEST 60 28042 MADRID, ES		70,14 %

JUNGHOON MOON (SEOUL NATIONAL UNIVERSITY)

GLP-1 και wellness αλλάζουν τις διατροφικές συνήθειες

Η διαχείριση του σωματικού βάρους και των επιπέδων γλυκόζης στο αίμα αναδεικνύεται σε σημαντικό παράγοντα για την ανάπτυξη νέων διατροφικών προϊόντων, καθώς ενισχύεται το ενδιαφέρον των καταναλωτών για πιο εξατομικευμένες επιλογές ευεξίας. Η εξάπλωση των φαρμάκων GLP-1 στις ΗΠΑ, σε συνδυασμό με την αυξανόμενη ζήτηση για τρόφιμα που ανταποκρίνονται σε συγκεκριμένους διατροφικούς στόχους, δημιουργεί νέες προοπτικές για τη βιομηχανία τροφίμων.

Στη σύνδεση της διατροφής με τη διαχείριση της γλυκόζης εστίασε ο Junghoon Moon, καθηγητής στο Seoul National University, κατά την ομιλία του στα SIAL Talks, στο πλαίσιο της SIAL 2026. Όπως ανέφερε, η αγορά στρέφεται όλο και περισσότερο σε γεύματα και προϊόντα που ανταποκρίνονται στις ανάγκες ανθρώπων οι οποίοι επιδιώκουν να ελέγξουν το βάρος τους ή να διαχειριστούν καλύτερα τη μεταγευματική απόκριση του οργανισμού τους.

Η αυξανόμενη χρήση φαρμάκων GLP-1 για τη διαχείριση του βάρους έχει ενισχύσει το ενδιαφέρον για τρόφιμα που εντάσσονται σε ένα πιο ελεγχόμενο διατροφικό πρότυπο. Παράλληλα, η τάση για ευεξία δεν περιορίζεται στους χρήστες αυτών των θεραπειών, αλλά επεκτείνεται και σε καταναλωτές που επιδιώκουν να μειώσουν το βάρος τους ή να υιοθετήσουν πιο συνειδητές διατροφικές συνήθειες.

Σε αυτό το περιβάλλον, οι ενδείξεις στις συσκευασίες και η ανάπτυξη προϊόντων που απευθύνονται σε συγκεκριμένες ανάγκες αποκτούν μεγαλύτερη σημασία.

Η ΜΕΤΑΓΕΥΜΑΤΙΚΗ ΓΛΥΚΟΖΗ ΚΑΙ ΟΙ ΔΙΑΦΟΡΕΣ ΜΕΤΑΞΥ ΤΩΝ ΤΡΟΦΙΜΩΝ

Σημαντικό μέρος της παρουσίασης αφορούσε τη μεταβολή της γλυκόζης μετά την κατανάλωση ενός γεύματος. Για την ανάλυση τέτοιων αποκρίσεων, ο Moon αναφέρθηκε σε δείκτες όπως η iAUC, η οποία αποτυπώνει την αυξητική επιφάνεια κάτω από την καμπύλη γλυκόζης, καθώς και οι Cmax και Dmax, που χρησιμοποιούνται για την αξιολόγηση της κορυφαίας τιμής και της μεταβολής της γλυκόζης.

Σύμφωνα με τα στοιχεία που παρουσιάστηκαν, ο χρόνος μέχρι την κορύφωση της μεταγευματικής γλυκόζης διέφερε ανά κατηγορία τροφίμου.



Junghoon Moon, Καθηγητής, Seoul National University

DATA Μέσος Χρόνος Κορύφωσης Γλυκόζης (σε λεπτά)

Noodles: 66,2
Νιόκι: 74,3
Προϊόντα αρτοποιίας: 62,6
Πίτες: 54,4
Κέικ: 61,3
Γλυκά αρτοσκευάσματα: 68,1
Fast food: 65,2

Ο ομιλητής υπογράμμισε, ωστόσο, ότι οι αποκρίσεις δεν διαφέρουν μόνο μεταξύ κατηγοριών, αλλά και μεταξύ μεμονωμένων τροφίμων. Ως παράδειγμα ανέφερε το αβοκάντο, το οποίο εμφάνισε χαμηλότερη κορυφαία απόκριση σε σύγκριση με άλλα τρόφιμα στα δεδομένα της παρουσίασης. Οι συγκεκριμένες μετρήσεις δεν αποτελούν από μόνες τους καθολική κατάταξη τροφίμων, καθώς η απόκριση επηρεάζεται και από τη μερίδα, τον συνδυασμό και τα χαρακτηριστικά κάθε γεύματος.

ΣΤΟ ΕΠΙΚΕΝΤΡΟ ΟΙ ΣΥΝΔΥΑΣΜΟΙ ΤΩΝ ΤΡΟΦΙΜΩΝ

Ο Moon παρουσίασε, επίσης, παραδείγματα συνδυασμών που μπορούν να συμβάλουν στον περιορισμό της απότομης αύξησης της γλυκόζης μετά το φαγητό. Μεταξύ αυτών ήταν:

- ο συνδυασμός μήλου με φυστικοβούτυρο
- η κατανάλωση φρούτων μαζί με γαλακτοκομικά, ξηρούς καρπούς ή άλλα τρόφιμα που περιέχουν πρωτεΐνη και λιπαρά
- για τρόφιμα με πρόσθετη ζάχαρη, προτάθηκε η εξέταση συνδυασμών με πηγές πρωτεΐνης, ξηρούς καρπούς ή άλλα τρόφιμα, ανάλογα με τη σύνθεση του γεύματος

Όπως διευκρίνισε, το ενδιαφέρον δεν αφορά την απομόνωση ενός συστατικού, αλλά τον τρόπο με τον οποίο διαφορετικά τρόφιμα συνδυάζονται και επηρεάζουν τη συνολική μεταγευματική απόκριση.

Η βασική κατεύθυνση που αναδείχθηκε στην παρουσίαση είναι ότι η διατροφή ευεξίας δεν αφορά αποκλειστικά την επιλογή μεμονωμένων "καλών" ή "κακών" τροφίμων.

ΑΜΦΙΓΑΛ

Τον Σεπτέμβριο του 2027 ολοκληρώνεται το επενδυτικό πλάνο

Με αιχμή τη Φέτα ΠΟΠ και τις υπόλοιπες ελληνικές τυροκομικές προτάσεις συμμετέχει η Αμφιγάλ στην SIAL 2026, σε μία περίοδο κατά την οποία επιταχύνει την ανάπτυξη της εξαγωγικής της δραστηριότητας. Τα προϊόντα παρουσιάζονται τόσο με το brand Αμφιγάλ, όσο και μέσω Private Label συνεργασιών, ενώ η διεθνής ζήτηση επικεντρώνεται κυρίως στη φέτα.

ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΣΤΟ ΕΞΩΤΕΡΙΚΟ

Η εταιρεία προέρχεται από χρήση του 2025 κατά την οποία, σύμφωνα με τα στοιχεία της, κατέγραψε σημαντική αύξηση κύκλου εργασιών και κερδοφορίας, με ανάπτυξη τόσο στην εγχώρια όσο και στη διεθνή αγορά.

Στο εξωτερικό έχει αναπτύξει συνεργασίες σε Πολωνία, Γερμανία, Μεγάλη Βρετανία, Σλοβακία, Κύπρο, Ουγγαρία, Αυστρία, Λετονία, Εσθονία, Λιθουανία και Γαλλία, ενώ βρίσκονται σε εξέλιξη νέες εμπορικές συζητήσεις.

Το 2026 οι εξαγωγές έχουν φθάσει περίπου στο 50% του συνολικού κύκλου εργασιών. Ισορροπημένο είναι και το εξαγωγικό μείγμα, καθώς η αναλογία μεταξύ branded και Private Label δραστηριότητας διαμορφώνεται περίπου σε 50%-50%.

ΤΟ ΠΛΑΝΟ ΓΙΑ ΤΟ 2027

Για το 2027 η εταιρεία σχεδιάζει περαιτέρω διεύρυνση της διεθνούς παρουσίας, μέσω εισόδου σε νέες αγορές και συνεργασιών με μεγάλες διεθνείς αλυσίδες λιανικής, retailers και distributors.

Την επόμενη φάση ανάπτυξης καλείται να υποστηρίξει και το επενδυτικό πρόγραμμα επέκτασης και εκσυγχρονισμού των παραγωγικών εγκαταστάσεων, το οποίο υλοποιείται σταδιακά και αναμένεται να ολοκληρωθεί έως τον Σεπτέμβριο του 2027.



ZEO BAKERS

Συμμετέχει με τρεις κατηγορίες προϊόντων – Στο 10% του τζίρου οι εξαγωγές

Με νέα προϊόντα στις κατηγορίες Air, Burger και Sourdough συμμετέχει η ΖΕΩ Αρτοποιία στην SIAL, ενώ στο επίκεντρο της ανάπτυξής της στο εξωτερικό βρίσκονται τα Βαλκάνια και η Δυτική Ευρώπη. Οι εξαγωγές αντιπροσωπεύουν σήμερα περίπου το 10% του συνολικού κύκλου εργασιών και παρουσιάζουν σταθερή ανάπτυξη.

ΤΑ ΝΕΑ ΠΡΟΪΟΝΤΑ

Στην κατηγορία Air παρουσιάζονται λεπτά και τραγανά snack breads αργής ωρίμανσης, υψηλής υγρασίας και με προζύμι ΖΕΩ, για κρύες και ζεστές εφαρμογές. Η Burger περιλαμβάνει ένα νέο, πιο ανάλαφρο burger bun, μαζί με το Patatu Bun, ενώ στην Sourdough εντάσσονται καρβέλια 800 και 280 γραμμαρίων, αργής ωρίμανσης, υψηλής υγρασίας και με προζύμι, για εφαρμογές όπως brunch και welcome bread. Παρουσιάζονται επίσης οι κατηγορίες Paninizeo και Focaccia, με την πρώτη να καταγράφει σήμερα τη μεγαλύτερη ζήτηση από το εξωτερικό. Σύμφωνα με την εταιρεία, την ανάπτυξη των συγκεκριμένων κατηγοριών επηρεάζει η διεθνής ζήτηση για προϊόντα με προζύμι και αργή ωρίμανση, καθώς και η ανάπτυξη του brunch, του street food και του premium casual dining.



ΟΙ ΔΙΕΘΝΕΙΣ ΑΓΟΡΕΣ

Η ΖΕΩ, η οποία δραστηριοποιείται στην παραγωγή κατεψυγμένων και ξηρών αρτοσκευασμάτων με εξειδίκευση στο HoReCa, εξάγει σήμερα σε Βουλγαρία, Αλβανία, Κύπρο, Βόρεια Μακεδονία, Σερβία, Ιρλανδία, Γερμανία, Μαυροβούνιο, Ιταλία, Ρουμανία, Ισραήλ και Γαλλία. Οι βαλκανικές αγορές αποτελούν τις βασικές και ταχύτερα αναπτυσσόμενες, ενώ η εξαγωγική δραστηριότητα αφορά κυρίως branded προϊόντα.

Για το 2027 προβλέπεται περαιτέρω ανάπτυξη της παρουσίας στα Βαλκάνια και ενίσχυση στην Δυτική Ευρώπη. Παράλληλα, υπάρχουν συζητήσεις για συνεργασίες με μεγάλες διεθνείς αλυσίδες, retailers και distributors.

MATIS 1861

Μετά την Κύπρο, στο πλάνο οι ΗΠΑ – Τα πρώτα βήματα εξαγωγικής ανάπτυξης

Τη σταδιακή επέκταση της εξαγωγικής δραστηριότητάς της, με επόμενο πιθανό σταθμό τις Ηνωμένες Πολιτείες, σχεδιάζει η ποτοποιία MATIS 1861, η οποία συμμετέχει στη SIAL Paris 2026 με στόχο τη δημιουργία νέων εμπορικών συνεργασιών.
Η εταιρεία, με έδρα την Μυτιλήνη, ξεκίνησε τις εξαγωγές το 2025, με πρώτη αγορά την Κύπρο, η οποία παραμένει σήμερα ο βασικός εξαγωγικός της προορισμός.
Η δραστηριότητα στο εξωτερικό βρίσκεται ακόμη σε αρχικό στάδιο και αντιπροσωπεύει μικρό μέρος του συνολικού κύκλου εργασιών.
Στο μεταξύ, έχει εκδηλωθεί ενδιαφέρον από την αμερικανική αγορά, με την εταιρεία να διερευνά τις δυνατότητες εμπορικής παρουσίας στις ΗΠΑ.

ΟΥΖΟ ΚΑΙ ΛΙΚΕΡ ΣΤΟ ΕΠΙΚΕΝΤΡΟ

Το χαρτοφυλάκιο της MATIS 1861 περιλαμβάνει δύο τύπους ούζου: το κλασικό με αλκοολικό βαθμό 39% vol και το premium 42% vol, το οποίο είναι 100% απόσταξης και περιέχει μικρή προσθήκη μελιού.
Παράλληλα, διαθέτει σειρά λικέρ με γεύσεις Red Cherry, Bitter Almond, Cool Mint, Wild Rose, Gingerbread και Μελομακάρονο, ενώ ξεχωριστή θέση κατέχει το Mild Mastic, με φυσική μαστίχα Χίου και αλκοολικό βαθμό 25% vol.
Τα προϊόντα διατίθενται σε διαφορετικές συσκευασίες, από μικρές φιάλες των 100 ml έως και 5 λίτρων, καλύπτοντας διαφορετικές ανάγκες διανομής και κατανάλωσης.

ΕΞΕΤΑΖΕΙ ΝΕΕΣ ΑΓΟΡΕΣ ΣΤΗΝ ΕΥΡΩΠΗ

Για το 2027 η ποτοποιία εξετάζει νέες αγορές στην Ευρώπη, ενώ παράλληλα επιδιώκει να αξιοποιήσει το ενδιαφέρον από τις ΗΠΑ. Στο πλαίσιο της SIAL πραγματοποιούνται επαφές με πιθανούς εισαγωγείς και διανομείς, συμπεριλαμβανομένων συνεργατών οργανωμένης λιανικής. Προς το παρόν, πάντως, δεν έχει οριστικοποιηθεί κάποια νέα εμπορική συμφωνία.





ΑΞΙΟΣ ΟΙΝΟΣ

Πρώτη έξοδος στη διεθνή αγορά – Καναδάς και Ηνωμένο Βασίλειο στο πλάνο του 2027

Την πρώτη οργανωμένη προσπάθεια εισόδου στις διεθνείς αγορές πραγματοποιεί ο Άξιος Οίνος, με τη συμμετοχή του στην SIAL 2026.
Το οινοποιείο της Νάξου παρουσιάζει τις ετικέτες του με έμφαση στο Ασύρτικο και στις γηγενείς ποικιλίες του νησιού, μεταξύ των οποίων το Φωκιανό και η Μανδηλαριά.
Μέχρι σήμερα, το σύνολο σχεδόν της παραγωγής απορροφάται από την ελληνική αγορά. Είναι χαρακτηριστικό ότι το Ασύρτικο εξαντλήθηκε για τέταρτη συνεχόμενη χρονιά πριν από την κυκλοφορία της επόμενης εσοδείας.

ΕΞΩΣΤΡΕΦΕΙΑ

Το 2026 ξεκινά η αναζήτηση διεθνών συνεργασιών, με τις πρώτες εμπορικές επαφές να αφορούν τον Καναδά και το Ηνωμένο Βασίλειο.
Στόχος είναι το 2027 να αποτελέσει την πρώτη χρονιά ουσιαστικής εξαγωγικής δραστηριότητας, με έμφαση σε επιλεγμένους εισαγωγείς και διανομείς.
Η εταιρεία δεν βρίσκεται σε συζητήσεις με μεγάλες διεθνείς αλυσίδες λιανικής, καθώς επιδιώκει ένα διαφορετικό μοντέλο διανομής, προσαρμοσμένο στην περιορισμένη παραγωγή και στη γεωγραφική ταυτότητα των κρασιών της.
Παράλληλα, το 100% της παραγωγής διατίθεται με τις ετικέτες του οινοποιείου, χωρίς δραστηριότητα private label.

ΕΛΛΗΝΙΚΑ ΓΑΛΑΚΤΟΚΟΜΕΙΑ

Νέες προτάσεις σε High Protein, Skyr και Drinking Yogurt

Με νέες προτάσεις στις κατηγορίες High Protein, Skyr και Drinking Yogurt συμμετέχει ο όμιλος Ελληνικά Γαλακτοκομεία, διευρύνοντας το χαρτοφυλάκιό του σε προϊόντα υψηλής πρωτεΐνης και εύκολης καθημερινής κατανάλωσης.

Στο επίκεντρο της παρουσίας του βρίσκονται το Drinking Yogurt, σε φυσική γεύση και τρεις επιπλέον γεύσεις, το Skyr, καθώς και η νέα σειρά High Protein, η οποία περιλαμβάνει λευκά τυριά, γιαούρτι, γάλα, πόσιμο κεφίρ και επιδόρπια.

Οι νέοι κωδικοί συμπληρώνουν τις βασικές εξαγωγικές κατηγορίες του ομίλου, τη Φέτα ΠΟΠ, το Χαλλούμι ΠΟΠ και το ελληνικό στραγγιστό γιαούρτι. Η διεύρυνση του χαρτοφυλακίου συνδέεται με τη διεθνή ζήτηση για τρόφιμα με υψηλότερη περιεκτικότητα σε πρωτεΐνη, αλλά και για προϊόντα που μπορούν να καταναλωθούν εύκολα κατά τη διάρκεια της ημέρας.

ΣΕ ΠΕΡΙΣΣΟΤΕΡΕΣ ΑΠΟ 70 ΧΩΡΕΣ

Η διεθνής δραστηριότητα αντιπροσωπεύει περίπου 67% του συνολικού κύκλου εργασιών του ομίλου, ο οποίος διαθέτει παρουσία σε περισσότερες από 70 χώρες.

Στις βασικές αγορές περιλαμβάνονται η Ιταλία, η Γερμανία, η Γαλλία, η Σουηδία, το Ηνωμένο Βασίλειο και η Σερβία, ενώ πρόσφατα πραγματοποιήθηκε επέκταση σε Πολωνία, Μολδαβία και Ισπανία .

Η εξαγωγική ανάπτυξη στηρίζεται κυρίως στα επώνυμα προϊόντα, τα οποία αντιπροσωπεύουν 73% της δραστηριότητας,έναντι 27% του Private Label .

Ο όμιλος συνεχίζει την ανάπτυξη στις υφιστάμενες διεθνείς αγορές, παράλληλα με την επέκταση σε νέες χώρες, αξιοποιώντας τόσο τις παραδοσιακές κατηγορίες ελληνικών γαλακτοκομικών όσο και τα νέα προϊόντα υψηλής πρωτεΐνης.



GIA...GIAMAS

Δύο λεμονάδες χωρίς προσθήκη ζάχαρης στη φετινή SIAL

Με δύο προϊόντα, που εμφανίζουν τη μεγαλύτερη εξαγωγική δυναμική του χαρτοφυλακίου της, συμμετέχει η Gia...giamas:

- Τη λεμονάδα χωρίς προσθήκη ζάχαρης
- Τη λεμονάδα φράουλα – ροζ λεμονάδα, επίσης χωρίς προσθήκη ζάχαρης

Και στις δύο περιπτώσεις αξιοποιείται η φλούδα λεμονιού σε συνδυασμό με μικρή ποσότητα χυμού μήλου, ενώ χρησιμοποιούνται 100% ελληνικά φρούτα. Τα προϊόντα δεν περιέχουν συντηρητικά και αλλεργιογόνα.

Η εταιρεία δίνει ιδιαίτερη βαρύτητα στη χρήση των προϊόντων στο HoReCa. Με 40 ml προϊόντος παράγονται 580 ml τελικού ροφήματος με νερό ή σόδα, ενώ για ποτήρι 467 ml η δοσολογία των 30 ml αντιστοιχεί σε περίπου 33 μερίδες ανά φιάλη.

Στο χαρτοφυλάκιο περιλαμβάνεται επίσης η κλασική σειρά με λεμονάδα, ροζ λεμονάδα, ροδακινάδα, μήλο-ρόδι, πανδαισία ελληνικών φρούτων και κερασάδα με αρμπαρόριζα.



ΟΙ ΒΑΣΙΚΟΤΕΡΟΙ ΠΡΟΟΡΙΣΜΟΙ

Το 2026 οι εξαγωγές αντιπροσωπεύουν 18,5% του συνολικού κύκλου εργασιών. Ταχύτερα αναπτυσσόμενες αγορές είναι η Γερμανία, η Κροατία, η Ολλανδία, το Βέλγιο, το Λουξεμβούργο, η Σουηδία και το Ηνωμένο Βασίλειο. Η ανάπτυξη στηρίζεται σε συνεργασίες με εισαγωγείς και distributors και στη δημιουργία τοπικών δικτύων HoReCa.

Η στρατηγική παραμένει προσανατολισμένη στα ιδιόκτητα brands, ενώ το Private Label εξετάζεται επιλεκτικά.

Για το 2027 προτεραιότητα δίνεται στην περαιτέρω ανάπτυξη στις ΗΠΑ, καθώς και σε Αυστραλία και Νότια Αφρική. Στο πλάνο βρίσκονται επίσης Μαρόκο, Αίγυπτος, Τυνησία και επιλεγμένες βαλκανικές αγορές, μεταξύ των οποίων η Σλοβενία. Παράλληλα αξιολογούνται συνεργασίες με retailers και μεγάλες αλυσίδες.

ΧΑΛΒΑΤΖΗΣ ΜΑΚΕΔΟΝΙΚΗ

Νέα σειρά μαρμελάδων χωρίς προσθήκη ζάχαρης

Νέα σειρά μαρμελάδων χωρίς προσθήκη ζάχαρης και με 100% φρούτα παρουσιάζει η Χαλβατζής Μακεδονική στην SIAL 2026, μαζί με το χαρτοφυλάκιό της σε λαχανικά στον ατμό, έτοιμες σαλάτες, έτοιμα γεύματα και χυμούς φρούτων.

Ιδιαίτερη βαρύτητα δίνεται στην περαιτέρω ανάπτυξη της κατηγορίας των λαχανικών στον ατμό, στην οποία η εταιρεία εντοπίζει σημαντικά περιθώρια ανάπτυξης λόγω της διεθνούς ζήτησης για convenient και ready-to-eat προϊόντα.



ΕΛΑΦΡΑ ΑΝΟΔΟΣ ΕΞΑΓΩΓΩΝ

Το 2026 οι εξαγωγές κινούνται σε ελαφρώς υψηλότερα επίπεδα από το 2025 και αντιπροσωπεύουν περίπου 15% του συνολικού κύκλου εργασιών. Βασικές αγορές είναι η Κύπρος, τα Βαλκάνια, η Κεντρική Ευρώπη και η Αμερική.

Στο εξαγωγικό μοντέλο συνυπάρχουν branded και Private Label προϊόντα. Η επιλογή του μοντέλου διαφοροποιείται ανάλογα με τις ανάγκες κάθε αγοράς και συνεργάτη.

ΣΥΝΕΡΓΑΣΙΕΣ ΜΕ RETAILERS & DISTRIBUTORS

Επόμενο βήμα αποτελεί η δημιουργία νέων συνεργασιών με retailers και distributors, με στόχο τη σταδιακή είσοδο σε νέες αγορές, παράλληλα με την περαιτέρω ανάπτυξη στις χώρες όπου η εταιρεία έχει ήδη παρουσία.

GEA BAKERY

Έμφαση στα gluten-free αρτοσκευάσματα και τις λύσεις κατάψυξης

Στα gluten-free αρτοσκευάσματα και στις λύσεις κατάψυξης για λιανική και εστίαση δίνει έμφαση η Gea Bakery, παρουσιάζοντας παράλληλα μπισκότα, κέικ και άλλες επιλογές χωρίς γλουτένη.

Η παραγωγή πραγματοποιείται σε εγκατάσταση αποκλειστικά για προϊόντα χωρίς γλουτένη, ενώ, σύμφωνα με την εταιρεία, δεν χρησιμοποιούνται έτοιμα μείγματα αλεύρων, τροποποιημένα άμυλα ή συντηρητικά.

Ιδιαίτερο ενδιαφέρον αποδίδεται στις λύσεις κατάψυξης, οι οποίες απευθύνονται τόσο στο retail όσο και στο foodservice και διευκολύνουν τη διαχείριση των προϊόντων.



ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΤΟΥ BRAND ΣΤΟ ΕΞΩΤΕΡΙΚΟ

Το 2026 η Gea Bakery συνεχίζει την ανάπτυξη της εξαγωγικής δραστηριότητας, καταγράφοντας, σύμφωνα με την ίδια, ενδιαφέρον από διαφορετικές διεθνείς αγορές.

Η στρατηγική δίνει προτεραιότητα στην ανάπτυξη της Gea Bakery ως αυτόνομου brand στις αγορές του εξωτερικού, μέσω συνεργασιών με εμπορικούς εταίρους.

Για το 2027 εξετάζεται η είσοδος σε νέες αγορές, ενώ πραγματοποιούνται συζητήσεις με δυνητικούς συνεργάτες στους τομείς της λιανικής και της διανομής, χωρίς, ωστόσο, να έχουν ανακοινωθεί συγκεκριμένες συμφωνίες.



AGROPHOENIX

Διευρύνει την παρουσία της στα smoothies φρούτων και λαχανικών

Νέες γεύσεις και προτάσεις στην κατηγορία των smoothies φρούτων και λαχανικών, σε stand-up pouches των 100 γραμμαρίων, παρουσιάζει η Agrophoenix, διευρύνοντας την παρουσία της σε μια κατηγορία που συνδέεται άμεσα με το on-the-go consumption.

Τη μεγαλύτερη δυναμική στις αγορές του εξωτερικού εμφανίζουν σήμερα τα προϊόντα σε εύκαμπτη συσκευασία για κατανάλωση on-the-go, καθώς και οι προτάσεις με φυσικά συστατικά και χωρίς προσθήκη ζάχαρης.

FULL EXPORT COMPANY

Οι εξαγωγές αντιπροσωπεύουν σχεδόν το σύνολο του κύκλου εργασιών της εταιρείας. Στις κυριότερες αγορές για branded και private label προϊόντα περιλαμβάνονται οι ΗΠΑ, ο Καναδάς, το Ηνωμένο Βασίλειο και η Κίνα, καθώς και χώρες της Βόρειας και Κεντρικής Ευρώπης.

Το private label αποτελεί σημαντικό τμήμα της εξαγωγικής δραστηριότητας, χωρίς να δίνεται συγκεκριμένη αναλογία έναντι των branded πωλήσεων. Παράλληλα, η εταιρεία επενδύει στην ανάπτυξη του δικού της brand, FROOTAKI.

Ο ΣΤΟΧΟΣ ΤΟΥ 2027

Για το 2027, στόχος είναι η ενίσχυση της παρουσίας σε περισσότερες αγορές της Ευρώπης και της Ασίας και η διεύρυνση του δικτύου συνεργατών. Ήδη βρίσκονται σε εξέλιξη συζητήσεις με διεθνείς retailers και distributors τόσο για branded όσο και για private label προϊόντα, με στόχο και την είσοδο σε νέες μεγάλες αγορές.

FOOD FORWARD

From Farm to Future

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

2 SEASON



5–6 Νοεμβρίου 2026

HYATT REGENCY THESSALONIKI

ΜΕ ΤΗΝ ΑΞΙΟΠΙΣΤΙΑ ΤΗΣ

NOTICE
CONTENT & SERVICES

POWERED BY

forum S.A.
TRADE SHOWS • PUBLICATIONS



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



CHARALAMPAKIS GEORGIOS
Business Development Consultant, NOISIS SA



DIMITRIADIS YIORGOS
Chef & Culinary director



DIMORAGKAS VAIOS
Managing Director, NIELSENIQ Greece & Bulgaria



FOSKOLOS VAGGELIS
Head of Retail Sales & Insights, Circana



JANEVSKI VLADIMIR
Managing Director, Premier Capital Hellas



KAKKAVAS CHRISTOS
Executive Advisor JLL, Athens Economics



KAPLANIDIS VASSILIS
Export Manager, DESSERTA



KATRIVANOS PERIKLIS
CEO, Nera Pigon Grammou SA



KINTZIOS SPYRIDON
Rector, Agricultural University of Athens



KONTOS DIMITRIS
Chief Operating Officer, METRO



KOUTSOURADI ARGYRO
CEO & Founder, Myrovolos Organics



LALATSIS HARIS
Market Analyst



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



LYMPEROPOULOU ANTIGONI
CEO Hellenic Development Bank of investments (HDBI ex TANEO)



MANOLAS IOANNIS
Managing Director, IBLS SA



MAVROS ATHANASIOS
Partner EY Consumer & Health Leader for Southeastern Europe



MYLONAS CONSTANTINOS
VP Adecco & Head of Greece & Bulgaria || Public Affairs, EE&MENA



OIKONOMIDIS GIORGOS
Founder LE Fish Butchery/Chef



PANAGIOTAKIS MICHALIS
Member of the Board, DORIKI



PAPADOPOULOS GIANNIS
Senior Partner, EOS Capital



PAPACHRISTOS CHARALAMBOS
President, SEFYMEN



PAPADIMITRAKO-POULOS 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, Tsiftas Group



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



SOLOMOS TAKIS
Co-Founder & Partner Elikonos Capital AIPH



TAKOULAS VAGGELIS
Purchasing Director, METRO



TOURALIAS APOSTOLOS
Chairman, HAPO



TRIANTAFYLLOS ANASTASIOS
Managing Partner, Andersen Legal in Greece



TSACHOURIDIS PANTELIS
Purchasing Director, Diamantis Masoutis SA



TSIAOUSIDIS SAVVAS
Corporate & Investment Banking Northern Greece, EUROBANK



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



VEROPOULOS NIKOS
President, Vero SA



ZOUKAS KOSTAS
President, PEMETE

Για περισσότερες πληροφορίες:

PLATINUM SPONSOR

1970-2020 50 ΧΡΟΝΙΑ μασούτης

GOLD SPONSORS

Desserta HELLAS S.A. exclusive partners of Borgiandmilch

LIDL Γιατί αξίζει.

BANKING PARTNER

ExportGate

EUROBANK

SILVER SPONSORS

Cellier

Elikonos Capital

ΕΠ.Ο.ΕΣ

ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΕΝΩΣΗ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ ΟΡΓΑΝΩΣΕΩΝ ΕΣΤΙΑΣΗΣ

TÜV AUSTRIA

SUPPORTERS

Adecco

DANONE ONE PLANET. ONE HEALTH

elvida FOODS

ibls

noisis

PARTNER

Mindy

MEDIA SPONSOR

VORIA.GR Η οικονομική e-εφημερίδα

ΜΕ ΤΗΝ ΑΙΓΙΔΑ

ΓΕΩΠΟΝΙΚΟ ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΑΘΗΝΩΝ AGRICULTURAL UNIVERSITY OF ATHENS

ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΔΗΜΟΚΡΑΤΙΑ ΕΜΠΟΡΙΚΟ & ΒΙΟΜΗΧΑΝΙΚΟ ΕΠΙΜΕΛΗΤΗΡΙΟ ΑΘΗΝΩΝ

ΕΔΟΑΟ ΕΘΝΙΚΟ ΔΙΕΠΑΓΓΕΛΜΑΤΙΚΟ ΟΡΓΑΝΙΣΜΟ ΑΜΠΕΛΟΥ ΚΑΙ ΟΙΝΟΥ

ΕΛΟΠΥ

ESE

ΙΝΕ ΙΝΣΤΙΤΟΥΤΟ ΕΛΑΙΟΥ ΕΛΛΑΔΟΣ

ΠΕΜΕΤΕ ΠΑΝΕΛΛΗΝΙΑ ΕΝΩΣΗ ΕΠΙΤΡΑΠΕΖΙΩΝ ΕΠΙΤΗΔΕΙΟΤΗΤΩΝ

50 SEVE

ΣΕΒΤ

ΕΣΕΤ 1932

ΣΕΦΥΜΕΝ Ελληνικό Ρυάκι Μεταλλικά Νερά

• ANTHOULAKIS

ΣΕ ΝΕΕΣ ΕΓΚΑΤΑΣΤΑΣΕΙΣ ΤΟ 2027 ΜΕ ΕΠΕΝΔΥΣΗ €4 ΕΚΑΤ. - ΣΤΟΧΟΣ Η ΕΝΤΟΝΟΤΕΡΗ ΠΑΡΟΥΣΙΑ ΣΤΟ ΚΟΜΜΑΤΙ ΤΗΣ ΔΙΑΝΟΜΗΣ

Σημαντική χρονιά φαίνεται ότι θα είναι το 2027 για την Anthoulakis, η οποία ετοιμάζεται να αλλάξει στέγη μεταφερόμενη σε νέες, μεγαλύτερες εγκαταστάσεις.

Όπως δηλώνει στο FnB Daily η Μαρία Ανθουλάκη, συνιδιοκτήτρια (μαζί με τους δύο αδερφούς της) της επιχείρησης που δραστηριοποιείται στις διεθνείς μεταφορές κοινού και ψυχρού φορτίου, το νέο συγκρότημα βρίσκεται στην Σίνδο όπου σε ιδιόκτητο οικόπεδο εκτείνονται 4.000 τ.μ. σύγχρονων ψυκτικών εγκαταστάσεων. Πρόκειται για επένδυση €4 εκατ. από ίδια κεφάλαια που ξεκίνησε να υλοποιείται εδώ και μια τριετία και αναμένεται να υποστηρίξει τα αναπτυξιακά σχέδια της εταιρείας που σήμερα εδρεύει στα όρια Καλοχωρίου- Μενεμένης.

"Είναι ένα σημαντικό έργο για εμάς που γίνεται πράξη αποκλειστικά με δικούς μας πόρους, χωρίς κάποια ενίσχυση ούτε και δανεισμό. Το σημείο όπου βρισκόμαστε σήμερα είναι αρκετά κεντρικό όμως ο νέος χώρος θα μας δώσει σαφώς μεγαλύτερη δυναμικότητα και αυτονομία", υπογραμμίζει η κα Ανθουλάκη.

ΕΙΔΙΚΕΥΣΗ ΣΤΙΣ ΤΜΗΜΑΤΙΚΕΣ ΦΟΡΤΩΣΕΙΣ

Η εταιρεία διαθέτει ιδιόκτητο στόλο 15 φορτηγών ψυγείων, με δυνατότητα θερμοκρασιών ψύξης και κατάψυξης στα οποία προστίθενται άλλα 50 που έχει στη διάθεσή της μέσω αποκλειστικών συνεργασιών. Αν και δραστηριοποιείται και στα complet (πλήρη ή FTL) φορτία η ειδίκευσή της αφορά κατά κύριο λόγο στις τμηματικές φορτώσεις (groupage ή LTL) από και προς την Ευρώπη, με εμβέλεια που φτάνει μέχρι και τις Σκανδιναβικές χώρες.

"Στο παρελθόν δουλεύαμε και με την Αγγλία, πλέον όμως όχι, παρά το γεγονός ότι η ζήτηση παραμένει πολύ έντονη. Δυστυχώς, λόγω των τελεωνειακών περιορισμών και της γραφειοκρατίας έχει γίνει πολύ δύσκολη η εν λόγω αγορά", σημειώνει η κα Ανθουλάκη.

ΣΤΟ ΠΕΛΑΤΟΛΟΓΙΟ ΜΕΓΑΛΕΣ ΒΙΟΜΗΧΑΝΙΕΣ ΤΡΟΦΙΜΩΝ

Το πελατολόγιο απαρτίζεται κατά κύριο λόγο από βιομηχανίες τροφίμων και, όπως τονίζει η επιχειρηματίας, περιλαμβάνει τους μεγαλύτερους παίκτες από κλάδους όπως η τυροκομία, η γαλακτοβιομηχανία, οι επιτραπέζιες ελιές, οι σαλάτες (αλοιφές), ακόμα και η οινοποιία καθώς "υπάρχουν περιπτώσεις πελατών που θέλουν να μεταφέρουν κάποια κρασιά σε θερμοκρασία συντήρησης".

Επιπλέον δραστηριοποιείται και στις εξαγωγές φαρμάκου, συνεργαζόμενοι με τις εγχώριες βιομηχανίες.



Μαρία Ανθουλάκη, συνιδιοκτήτρια, Anthoulakis

CROSS DOCKING ΚΑΙ ΑΠΟΘΗΚΕΥΣΗ

Το επόμενο στοίχημα για τους ιδιοκτήτες της Anthoulakis είναι, όπως προσθέτει η κα Ανθουλάκη, "να εμβαθύνουμε στο κομμάτι της αποθήκευσης και του cross docking και, επιπλέον, να επεκταθούμε αρκετά στη διανομή όπου σήμερα έχουμε κάποια παρουσία η οποία όμως περιορίζεται εντός του νομού Θεσσαλονίκης".

DATA (σε €χιλ.)

Κύκλος Εργασιών
2025:`12.066
2024: 10.992
2023: 9.806

EBIT
2025: 1.787
2024: 1.643
2023: 1.587

Αποτέλεσμα προ φόρων
2025: 1.789
2024: 1.646
2023: 1.585

ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΑΝΩ ΤΟΥ 3% ΣΤΟ ΕΝΝΕΑΜΗΝΟ

Στο εννεάμηνο του 2026 η εταιρεία τρέχει με ανάπτυξη μεταξύ 3% και 4%, διατηρώντας τις επιδόσεις της τελευταίας δεκαετίας. Βέβαια, όπως διευκρινίζει η συνομιλήτριά μας, το μεγαλύτερο μέρος της αύξησης αυτής προέρχεται από την αύξηση των τιμών και όχι από νέο έργο, "κάτι σίγουρα δεν μας ικανοποιεί".

ΔΥΣΚΟΛΗ Η ΕΥΡΕΣΗ ΟΔΗΓΩΝ

Όπως υπογραμμίζει, η αύξηση στα κοστολόγια δημιουργεί νέα δεδομένα τα οποία η εταιρεία προσπαθεί να επικοινωνήσει στους πελάτες της. "Στις αρχές του χρόνου πήραμε μια αύξηση και τώρα είμαστε αναγκασμένοι να ζητήσουμε άλλη μια. Είναι μια πραγματικότητα δύσκολη για όλους και σίγουρα όχι ευχάριστη", σχολιάζει, προσθέτοντας ότι "δεν είμαι μόνο το πετρέλαιο και το ενεργειακό, αλλά και το μισθολογικό κόστος το οποίο έχει αυξηθεί πάρα πολύ καθώς υπάρχει πλέον μεγάλη δυσκολία στην εύρεση οδηγών".

Γιάννης Τσατσάκης
yannis@notice.gr

• ALBERTSONS - KROGER

ΑΠΟ ΤΗΝ ΠΑΡΑΛΙΓΟ ΣΥΓΧΩΝΕΥΣΗ, ΣΤΟ ΔΙΚΑΣΤΗΡΙΟ, $8 ΔΙΣ.... ΔΡΟΜΟΣ

Σε δικαστήριο του Delaware ξεκίνησε η δίκη ανάμεσα στην Albertsons και την Kroger για τη συγχώνευση των $24,6 δισ. που ναυάγησε πριν από περίπου δύο χρόνια. Η Albertsons, ιδιοκτήτρια των Safeway, Acme και Kings Food Markets, ζητά αποζημίωση άνω των $8 δισ. δολαρίων, σύμφωνα με το Reuters.

Η αλυσίδα υποστηρίζει ότι η Kroger δεν προσπάθησε πραγματικά να πάρει την έγκριση των αρχών ανταγωνισμού, αρνούμενη να πουλήσει αρκετά καταστήματα, ενώ η συμφωνία της επέβαλλε να πουλήσει έως 650.

Ζητά έως $6,88 δισ. για το premium που θα έπαιρναν οι μέτοχοί της, $600 εκατ. αποζημίωση λύσης και πάνω από $1 δισ. φορολογικές προσαρμογές.

ΤΙ ΑΠΑΝΤΑ Η KROGER

Η Kroger απαντά ότι τήρησε τις υποχρεώσεις της, ξόδεψε πάνω από $1 δισ. για να κλείσει η συμφωνία και ότι για την αποτυχία ευθύνεται η αντίδραση των ρυθμιστικών αρχών. Μέρος της ευθύνης αποδίδει σε επικοινωνίες της σημερινής CEO της Albertsons, Susan Morris, για το σχέδιο πώλησης καταστημάτων· η Albertsons απαντά ότι δεν υπάρχει καμία απόδειξη. Στους πιθανούς μάρτυρες που θα κληθούν να καταθέσουν είναι η Morris και οι CEO των δύο εταιρειών την εποχή της συμφωνίας, Rodney McMullen (Kroger) και Vivek Sankaran (Albertsons). Η συγχώνευση του 2022 θα ένωνε περίπου 5.000 καταστήματα απέναντι σε Walmart, Costco, Amazon και Aldi. Μπλοκαρίστηκε από ομοσπονδιακό και πολιτειακό δικαστήριο τον Δεκέμβριο του 2024.



Susan Morris, CEO, Albertsons - Greg Foran, CEO, Kroger

• ΒΙΚΟΣ COLA

ΑΝΑΝΕΩΝΕΙ ΓΙΑ ΤΡΙΤΗ ΧΡΟΝΙΑ ΤΗ ΧΟΡΗΓΙΑ ΤΗΣ ΣΤΗΝ ΚΑΕ ΜΑΡΟΥΣΙ

Για τρίτη συνεχόμενη χρονιά η ΒΙΚΟΣ COLA θα στηρίζει την ΚΑΕ Μαρούσι, που αγωνίζεται στην Stoiximan Greek Basketball League. Οι δύο πλευρές ανανέωσαν τη συνεργασία τους για τη νέα αγωνιστική περίοδο.

Ο Αντιπρόεδρος της Ηπειρωτικής Βιομηχανίας Εμφιαλώσεων, Κωνσταντίνος Σεπετάς, δήλωσε: "Η ανανέωση της συνεργασίας μας με την ΚΑΕ Μαρούσι για τρίτη συνεχόμενη χρονιά επιβεβαιώνει την αμοιβαία εκτίμηση και εμπιστοσύνη που έχουμε αναπτύξει τα τελευταία χρόνια. Η ΒΙΚΟΣ COLA συνεχίζει να βρίσκεται στο πλευρό μιας ομάδας με ισχυρή παρουσία στο ελληνικό μπάσκετ. Ευχόμαστε στην ΚΑΕ Μαρούσι μια δυνατή αγωνιστική χρονιά, γεμάτη επιτυχίες, όμορφες στιγμές και πολλές αφορμές για πανηγυρισμούς".



Ο CEO της ΚΑΕ Μαρούσι, Φάνης Ταρνατώρος, χαρακτήρισε τη ΒΙΚΟΣ COLA "αξιόπιστο και σταθερό υποστηρικτή" και σημείωσε ότι οι δύο πλευρές μοιράζονται "το ίδιο πάθος για το μπάσκετ, την ίδια δίψα για νίκες".



• ΗΝΩΜΕΝΟ ΒΑΣΙΛΕΙΟ

ΤΑ ΧΡΙΣΤΟΥΓΕΝΝΑ ΕΡΧΟΝΤΑΙ, ΟΙ ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΕΣ ΠΙΕΖΟΝΤΑΙ ΚΑΙ ΟΙ RETAILERS ΠΡΟΣΛΑΜΒΑΝΟΥΝ ΛΙΓΟΤΕΡΟ ΕΠΟΧΙΚΟ ΠΡΟΣΩΠΙΚΟ

Λιγότερους εποχικούς εργαζόμενους για τα φετινά Χριστούγεννα πρσολαμβάνουν οι μεγαλύτεροι retailers της Βρετανίας προσλαμβάνουν, καθώς οι καταναλωτές συγκρατούν τις δαπάνες τους.

Η John Lewis Partnership ανακοίνωσε περισσότερες από 10.400 εποχικές θέσεις, από 13.700 το 2025, δηλαδή περίπου 3.300 λιγότερες. Από αυτές, οι 6.000 είναι στα 320 super market Waitrose, οι 2.600 στα 36 καταστήματα John Lewis και οι 1.800 στα κέντρα διανομής. Πέρυσι περίπου τα 3/4 των εποχικών της ήταν κάτω των 25 ετών.

Η Sainsbury's και η Argos θα προσλάβουν 17.500 άτομα, από 19.000 πέρυσι, με συμβάσεις 4 έως 12 εβδομάδων. Η Tesco ψάχνει πάνω από 28.000 προσωρινούς εργαζόμενους, έναντι 28.500 το 2025, κυρίως για τα μεγάλα καταστήματα Superstore και Extra.

ΠΟΥ ΚΙΝΟΥΝΤΑΙ ΟΙ ΑΜΟΙΒΕΣ

Παρά τις περικοπές, οι προσλήψεις παραμένουν μεγάλες. Η M&S αναζητά 11.000 εποχικούς με ωριαία αμοιβή 13,41 λίρες, που θα ξεκινήσουν από τις 25 Οκτωβρίου. Η Boots θα προσλάβει περίπου 6.000 άτομα σε καταστήματα, αποθήκες και εξυπηρέτηση πελατών, και περίπου οι μισοί είναι συνήθως νέοι ή άνθρωποι που ψάχνουν πρώτη δουλειά. Η The Perfume Shop αναζητά περίπου 800. Στη Sainsbury's η αμοιβή στα καταστήματα ξεκινά από 13,23 λίρες την ώρα.

• NEKTAR NATURA HELLAS

ΑΝΑΠΤΥΞΗ 20% ΚΑΙ ΠΑΝΩ ΑΠΟ 1.000 ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΑ ΤΟ 2026 - ΕΡΧΟΝΤΑΙ ZERO SUGAR ΚΩΔΙΚΟΙ ΣΤΗΝ ΓΚΑΜΑ ΧΥΜΩΝ, ΑΝΑΨΥΚΤΙΚΩΝ

Το φράγμα των 1.000 συνεργαζόμενων ξενοδοχειακών μονάδων έσπασε τη φετινή χρονιά η Nektar Natura Hellas, θέτοντας τον πήχη ψηλότερα για το 2027, στη διάρκεια του οποίου θα επιχειρήσει να επεκταθεί σε νέες γεωγραφικές περιοχές.

Όπως δηλώνει στο FnB Daily ο Country Manager της Nektar Natura, Γιώργος Πολιτάκης, στο business plan που έχει ετοιμασθεί για το επόμενο έτος κεντρική θέση κατέχουν οι νομοί Αργολίδας και Αρκαδίας- γενικότερα, η ευρύτερη περιοχή της Ανατολικής Πελοποννήσου στην οποία έχει σήμερα μικρή παρουσία. Ψηλά στη λίστα βρίσκεται επίσης η Θάσος, ένα νησί στο οποίο η Nektar Natura βλέπει σημαντικά περιθώρια ανάπτυξης, έχοντας μάλιτα κάνει από φέτος την αρχή με τις πρώτες μονάδες.

ΟΙ ΠΡΩΤΑΘΛΗΤΕΣ ΤΟΥ 2026

Όπως είχε γράψει σε σχετικό ρεπορτάζ το FnB Daily, φέτος η εταιρεία τοποθετήθηκε για πρώτη φορά σε ξενοδοχειακά συγκροτήματα της Ηπείρου (στην ακτογραμμή Πρέβεζας- Πάργας- Ηγουμενίτσας), στην Κατερίνη και στην Μύκονο. Επιπλέον, ενίσχυσε, μεταξύ άλλων, την παρουσία της σε Ζάκυνθο και Λευκάδα που, σε απόλυτα νούμερα και σε όρους τζίρου, εξακολουθούν να αποτελούν μαζί με την Χαλκιδική, την Ρόδο, την Κρήτη και την Αττική τα βαριά της χαρτιά.

Σε όρους ανάπτυξης ωστόσο και ποσοστιαίας μεταβολής, την παράσταση έκλεψαν η Εύβοια, η Νάξος, η Σάμος και η Κως οι οποίες έτρεξαν με ρυθμούς μεταξύ 35% και 40%.

ΕΤΡΕΞΕ ΜΕ 10% ΤΟ 2025

Συνολικά, το 2026 αναμένεται να κλείσει για τη Nektar Natura Hellas με αύξηση τίζρου 20% - μετά το +10% που πέτυχε το 2025- και τα συνολικά σημεία σερβιρίσματος να ξεπερνούν τα 2.000 σε πανελλαδικό επίπεδο.

DATA (σε €χιλ.)

Κύκλος Εργασιών
2025: 4.175
2024: 3.794
2023: 2.540

EBIT
2025: 109
2024: 119
2023: 65

Κέρδη προ φόρων
2025: 108
2024: 116
2023: 64

ΑΠΕΚΤΗΣΕ ΜΟΜΕΝΤΟΥΜ ΤΟ TOWER TOUCH

Σημαντική συμβολή στις επιδόσεις αυτές είχε το Tower Touch το οποίο, όπως σημειώνει ο κ. Πολιτάκης, φαίνεται ότι έχει αποκτήσει ένα ισχυρό momentum στην ελληνική αγορά. "Τοποθετήσαμε περί τα 50 καινούργια μηχανήματα αυτή τη χρονιά και η ζήτηση παραμένει έντονη", αναφέρει χαρακτηριστικά. Υπενθυμίζεται ότι πρόκειται για all-in-one μηχάνημα που απευθύνεται κυρίως-αλλά όχι μόνο- σε all inclusive ξενοδοχεία και μπορεί να δεχτεί αλκοολούχα ποτά της επιλογής του ξενοδοχείου ούτως ώστε- σε συνδυασμό και με τις λύσεις της Nektar Natura σε αναψυκτικά, χυμούς και βάσεις- να παρασκευάσει ποιοτικά κοκτέιλ.



ΠΡΩΤΕΣ ΤΟΠΟΘΕΤΗΣΕΙΣ ΓΙΑ ΤΟ IQ TAP

Ιδιαίτερα θετικό ήταν και το πρώτο δείγμα γραφής του IQ Tap, ενός νέου, έξυπνου συστήματος διανομής ροφημάτων το οποίο, εκτός από μεγάλη ποικιλία γεύσεων και παραμετροποίησης, παρέχει δυνατότητα απομακρυσμένης ρύθμισης καθώς και real-time δεδομένα για τις προτιμήσεις των πελατών, διευκολύνοντας τις επιχειρήσεις στον προγραμματισμό τους.

"Σε ό,τι αφορά το IQ Tap, ήταν για εμάς μια πιλοτική χρονιά. Ξεκινήσαμε να το τοποθετούμε δοκιμαστικά σε μεγάλες μονάδες από 1.000 κλίνες και πάνω και το feedback που πήραμε ήταν πολύ θετικό. Πέρα από την αισθητική πλευρά (σ.σ. το προϊόν απέσπασε το βραβείο σχεδιασμού Red Dot Award 2026), το μηχάνημα αποδείχτηκε ιδιαίτερα λειτουργικό καλύπτοντας τις ανάγκες τους. Επομένως, είμαστε αισιόδοξοι για την επόμενη χρονιά και για το μέλλον του στην αγορά", αναφέρει ο κ. Πολιτάκης.

ΠΙΘΑΝΟ ΝΤΕΜΠΟΥΤΟ ΣΤΗΝ ΧΕΝΙΑ 2026 ΓΙΑ ΤΑ ZERO SUGAR

Όπως αποκαλύπτει ο συνομιλητής μας, αυτό το διάστημα η Nektar Natura δουλεύει πάνω σε μια νέα σειρά χυμών και αναψυκτικών χωρίς ζάχαρη η οποία θα είναι διαθέσιμη για τις post-mix ολοκληρωμένες λύσεις που προσφέρει. "Είναι κάτι καινοτόμο, τουλάχιστον για τα ευρωπαϊκά δεδομένα, στον κλάδο", προσθέτοντας ότι ο στόχος είναι η αρχή να γίνει με όλες τις βασικές γεύσεις που προσφέρει η εταιρεία κάτι που μεταφράζεται σε σχεδόν 10 νέους κωδικούς. Δεν αποκλείεται τα νέα προϊόντα της σειράς Zero Sugar να κάνουν το επίσημο ντεμούτο της στην Xenia 2026.

Γιάννης Τσατσάκης
yannis@notice.gr

• WHOLE FOODS

TERROIR, ΠΙΚΡΕΣ ΓΕΥΣΕΙΣ ΚΑΙ... ΟΣΠΡΙΑ: ΟΙ ΤΑΣΕΙΣ ΠΟΥ ΒΛΕΠΕΙ Η ΑΜΕΡΙΚΑΝΙΚΗ ΑΛΥΣΙΔΑ ΓΙΑ ΤΟ 2027

Οκτώ τάσεις στα τρόφιμα και τα ποτά που αναμένει να επικρατήσουν διεθνώς το 2027 ξεχωρίζει η Whole Foods Market. Τη λίστα καταρτίζει κάθε χρόνο το Trends Council της αλυσίδας, ομάδα από αγοραστές, foragers και ειδικούς της γαστρονομίας.

- **Η γεύση του τόπου.** Οι καταναλωτές δίνουν περισσότερη προσοχή στο από πού προέρχονται τα προϊόντα και στην ιστορία πίσω από αυτά
- **Το φαγητό ως περιποίηση του δέρματος.** Η σύνδεση της διατροφής με την εμφάνιση τροφοδοτεί προϊόντα "ομορφιάς από μέσα", όπως sticks ζελέ κολλαγόνου, gummies για το δέρμα και shots ελαιολάδου
- **Ιαπωνικό comfort food.** Πιάτα που βρίσκαμε κυρίως στα εστιατόρια, όπως τα σπαγγέτι Napolitan, το ιαπωνικό curry με ρύζι και το μπιφτέκι Wagyu (hambagu), περνούν πλέον στα ράφια



- **Γνωστά πιάτα σε νέα εκδοχή.** Κερδίζουν έδαφος εκδοχές αγαπημένων συνταγών, με παραδείγματα από τα social media όπως το birria ως topping σε ramen, τα smash burgers σε μορφή tacos και τα ρολά κανέλας ως focaccia
- **Η πίκρα κερδίζει.** Οι έντονες, σύνθετες και πικρές γεύσεις είναι στη μόδα, από ποτά εμπνευσμένα από τα amaro μέχρι τα πικρά χόρτα
- **Λιγότερα συστατικά.** Οι καταναλωτές απομακρύνονται από τα πρόσθετα και τα υπερεπεξεργασμένα τρόφιμα και βλέπουν τη σύντομη λίστα συστατικών ως ένδειξη ποιότητας
- **Zero Waste 2.0.** Αντί για μεμονωμένες κινήσεις βιωσιμότητας, οι καταναλωτές υιοθετούν κυκλικά συστήματα που αξιοποιούν πλήρως τους πόρους και περιορίζουν τα απορρίμματα στις χωματερές
- **Η άνοδος των οσπρίων.** Τα φασόλια και τα όσπρια μπαίνουν στο κέντρο του γεύματος, ως οικονομική και φιλική προς το έντερο πηγή πρωτεΐνης και φυτικών ινών από ολόκληρα τρόφιμα

• ΕΔΟΑΟ

ΠΤΩΣΗ ΕΩΣ 60% ΣΤΙΣ ΤΙΜΕΣ ΤΩΝ ΟΙΝΟΣΤΑΦΥΛΩΝ, ΖΗΤΟΥΝΤΑΙ ΑΜΕΣΑ ΜΕΤΡΑ ΣΤΗΡΙΞΗΣ

Μειώσεις από 30% έως 60% στις τιμές παραγωγού των οινοστάφυλων καταγράφει σε πολλές περιοχές της χώρας η Εθνική Διεπαγγελματική Οργάνωση Αμπέλου και Οίνου (ΕΔΟΑΟ).

Το διοικητικό της συμβούλιο εξέτασε την κατάσταση μετά τον φετινό τρύγο και ζητά άμεση παρέμβαση του ΥΠΑΑΤ.



ΕΙΣΑΓΩΓΕΣ, ΚΑΤΑΝΑΛΩΣΗ ΚΑΙ ΚΟΣΤΟΣ

Η οργάνωση αποδίδει την πτώση στις αυξανόμενες εισαγωγές οίνου, στη μείωση της κατανάλωσης και στην άνοδο του κόστους παραγωγής, ενώ σημειώνει και μικρή αύξηση των αποθεμάτων.

Τα προβλήματα, κατά την ΕΔΟΑΟ, δεν είναι εποχικά αλλά διαρθρωτικά: παρά την πρόοδο του ελληνικού κρασιού σε ποιότητα και εξαγωγές, η παραγωγική βάση πιέζεται από ελλείψεις εργατικών χεριών, ακριβή καλλιέργεια και αδυναμίες σε μητρώα και ελέγχους.

ΤΑ ΑΙΤΗΜΑΤΑ ΠΡΟΣ ΥΠΑΑΤ

Η ΕΔΟΑΟ ζητά άμεσα μέτρα στήριξης για τους παραγωγούς και τις πιο πληγείσες περιοχές, με τα διαθέσιμα χρηματοδοτικά εργαλεία, και να εξεταστεί η ένταξη των οινοποιήσιμων σταφυλιών στις συνδεδεμένες ενισχύσεις. Ζητά επίσης επικαιροποίηση του Αμπελουργικού Μητρώου και ολοκληρωμένο σχέδιο για το μέλλον της αμπελουργίας.

ΕΛΕΓΧΟΙ ΓΙΑ ΕΛΛΗΝΟΠΟΙΗΣΕΙΣ

Ιδιαίτερη έμφαση δίνει στους στοχευμένους και διασταυρωτικούς ελέγχους, σε συνεργασία με την ΑΑΔΕ και τα τελωνεία. Στο στόχαστρο είναι η χρήση μη οινοποιήσιμων ποικιλιών για παραγωγή κρασιού και πιθανές «ελληνοποιήσεις» οίνων από άλλες χώρες της ΕΕ, πρακτικές που κατά την οργάνωση στρεβλώνουν την αγορά.

• ΒΕΖΥΡΟΓΛΟΥ

ΒΛΕΠΕΙ ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΠΩΛΗΣΕΩΝ 15% ΦΕΤΟΣ - ΝΕΕΣ ΕΠΕΝΔΥΣΕΙΣ ΜΕ ΤΗΝ ELIKONOS

Αύξηση πωλήσεων περίπου 15% εκτιμά ότι θα γράψει φέτος η Βεζύρογλου, με συμβολή από τα νέα προϊόντα που εντάχθηκαν στο χαρτοφυλάκιο κατά το β' και γ' τρίμηνο και τη διεύρυνση του πελατολογίου σε λιανική και χονδρική. Όπως αναφέρει στο FnB Daily ο Διευθύνων Σύμβουλος της εταιρείας, Αντώνης Βεζύρογλου, οι νέοι πελάτες προέρχονται κυρίως από την ελληνική αγορά, ενώ για το 2027 προγραμματίζεται η προσθήκη νέων κωδικών.

Η ΕΙΣΟΔΟΣ ΤΟΥ ELIKONOS 3

Η εταιρεία περνά στην επόμενη φάση του πολυετούς επενδυτικού της προγράμματος, με την Elikonos Capital να αποκτά μειοψηφική συμμετοχή μέσω του Elikonos 3 S.C.A. SICAV-RAIF, όπως ενημερωθήκατε χτες από την Έκτακτη Έκδοση του FnB Daily. Τα κεφάλαια θα χρηματοδοτήσουν την επέκταση της αγροτικής παραγωγής, την ανάπτυξη νέων θερμοκηπίων και την προσθήκη γραμμών παραγωγής. Ο σχεδιασμός περιλαμβάνει έτοιμες προς κατανάλωση σαλάτες, πλυμένα και κομμένα λαχανικά και λύσεις έτοιμου γεύματος.

Το ποσοστό συμμετοχής της Elikonos δεν προβλέπεται να μεταβληθεί, ενώ η Βεζύρογλου είναι ανοιχτή σε συνέργειες με άλλες εταιρείες στις οποίες έχει επενδύσει το fund.

Η συμμετοχή στην Βεζύρογλου αποτελεί την έκτη επένδυση του Elikonos 3, το οποίο επενδύει σε ελληνικές μικρομεσαίες επιχειρήσεις και επιχειρήσεις μεσαίας κεφαλαιοποίησης. Υποστηρίζεται από την Ελληνική Αναπτυξιακή Τράπεζα Επενδύσεων (HDBI), το Ευρωπαϊκό Ταμείο Επενδύσεων (EIF), την Ευρωπαϊκή Τράπεζα Ανασυγκρότησης και Ανάπτυξης (EBRD), καθώς και από ιδιώτες και θεσμικούς επενδυτές.

Η Elikonos Capital δραστηριοποιείται στις εναλλακτικές επενδύσεις από το 2012 και έχει δημιουργήσει τέσσερα επενδυτικά κεφάλαια, συνολικού ύψους άνω των €300 εκατ., με στρατηγικές επιχειρηματικών συμμετοχών και κεφαλαιαγορών.

ΘΕΡΜΟΚΗΠΙΑ 55 ΣΤΡΕΜΜΑΤΩΝ

Οι θερμοκηπιακές επενδύσεις της Βεζύρογλου περιλαμβάνουν εγκατάσταση έκτασης 27 στρεμμάτων, ενώ εντός του επόμενου μήνα αναμένεται να ολοκληρωθεί και δεύτερο θερμοκήπιο στην έδρα της εταιρείας. Με την ολοκλήρωση των δύο επενδύσεων, η συνολική έκταση των νέων θερμοκηπιακών εγκαταστάσεων θα ανέρχεται σε 55 στρέμματα, αυξάνοντας την παραγωγή πρώτων υλών για την υποστήριξη της περαιτέρω ανάπτυξης.

Η συμφωνία με την Elikonos ακολουθεί την πρόσφατη ολοκλήρωση επένδυσης άνω των €12 εκατ. σε μονάδα 7.000 τ.μ. στον Σχοινά Αλεξάνδρειας, δίπλα στις καλλιέργειες. Η εγκατάσταση βρίσκεται ήδη σε λειτουργία και χρησιμοποιεί τεχνολογία ήπιας επεξεργασίας για τη διατήρηση των διατροφικών στοιχείων των λαχανικών. Διαθέτει επίσης σύστημα ανάκτησης νερού.

ΝΕΟΙ ΚΩΔΙΚΟΙ ΣΕ ΛΙΑΝΙΚΗ - ΕΣΤΙΑΣΗ

Η Βεζύρογλου από αρχές του 2026 έχει εισέλθει στην κατηγορία των πλυμένων και κομμένων σαλατών με βάση τα baby φύλλα, με προϊόντα που απευθύνονται και στην εστίαση. Σε μια αγορά συσκευασμένης σαλάτας που παρουσιάζει ανοδική πορεία, προτεραιότητες, σύμφωνα με τον κ. Βεζύρογλου αποτελούν η προσέλκυση νέων πελατών και η περαιτέρω ανάπτυξη των προϊόντων, με έμφαση στις έτοιμες πλυμένες σαλάτες.

Στη λιανική διαθέτει 11 κωδικούς με την επωνυμία "Απ' τα Περιβόλια του Βεζύρογλου", οι οποίοι περιλαμβάνουν μονολαχανικά και συνδυασμούς σαλατών, με παρουσία σε οκτώ αλυσίδες super market. Η χονδρική δραστηριότητα απευθύνεται κυρίως στο HoReCa, εξυπηρετώντας 19 πελάτες χονδρικής και τρία καταστήματα cash & carry με επαγγελματικές συσκευασίες.

ΣΤΟ 20% ΟΙ ΕΞΑΓΩΓΕΣ ΤΟΥ ΧΑΡΤΟΦΥΛΑΚΙΟΥ

Οι εξαγωγές αντιπροσωπεύουν περίπου το 20% των πωλήσεων του υφιστάμενου χαρτοφυλακίου, με παρουσία σε βαλκανικές χώρες. Στη νέα σειρά πλυμένων σαλατών, η εξαγωγική δραστηριότητα παραμένει ακόμη περιορισμένη.

Η εταιρεία επιδιώκει τόσο την είσοδο σε νέες αγορές όσο και την ανάπτυξη στις υφιστάμενες, με έμφαση στην Βαλκανική. Η διάρκεια ζωής των προϊόντων περιορίζει τη δυνατότητα μεταφοράς σε πιο απομακρυσμένες αγορές και επηρεάζει τη γεωγραφική επέκταση.

Στέλλα Αυγουστάκη
stella@notice.gr





Από αριστερά: Αντώνης Βεζύρογλου, Διευθύνων Σύμβουλος, Απ'τα Περιβόλια του Βεζύρογλου - Τάκης Σολωμός, Managing Partner, Elikonos

• ΓΑΛΛΙΑ

"ΑΓΝΟΕΙΤΑΙ" Η ΑΠΟΖΗΜΙΩΣΗ ΓΙΑ ΤΑ S/M ΠΟΥ ΕΠΛΗΓΗΣΑΝ ΑΠΟ ΚΥΒΕΡΝΟΕΠΙΘΕΣΗ

Με απώλειες εκατομμυρίων ευρώ βρίσκονται αντιμέτωπα τα super market στην Γαλλία μετά από κυβερνοεπίθεση σε ψυγεία, που είχε ως αποτέλεσμα μεγάλη απώλεια τροφίμων. Το πρόβλημα, πέρα από την επίθεση, είναι ότι ασφαλιστήριά τους για κυβερνοκινδύνους δύσκολα θα καλύψουν τις ζημιές, σύμφωνα με ασφαλιστές που μίλησαν στο Reuters.

Άγνωστοι χάκερ πήραν τον έλεγχο των ψυκτικών συστημάτων σε περίπου 350 καταστήματα και ανέβασαν στους 50°C τη θερμοκρασία σε ψυγεία και καταψύκτες συνδεδεμένους στο διαδίκτυο. Ο Πρόεδρος του ομίλου Les Mousquetaires, ιδιοκτήτη της Intermarché, Thierry Cotillard, εκτίμησε ότι το συνολικό κόστος μπορεί να φτάσει τα δεκάδες εκατομμύρια ευρώ και ότι θα ακολουθήσει νομική διαμάχη για το ποιος θα το πληρώσει. Η Intermarché δήλωσε ότι η ασφάλισή της δεν καλύπτει τέτοιο περιστατικό. Carrefour, Monoprix, Coopérative U και E.Leclerc δεν απάντησαν στο Reuters.



ΤΙ ΠΕΡΙΠΛΕΚΕΙ ΤΗΝ ΚΑΤΑΣΤΑΣΗ

Σύμφωνα με τη γαλλική υπηρεσία κυβερνοασφάλειας, η επίθεση αφορούσε ψυγεία με λογισμικό των Danfoss, Copeland και Dixell. Η Danfoss ανέφερε ότι πολλές συσκευές είχαν παλιό λογισμικό ή δεν λάμβαναν πλέον ενημερώσεις ασφαλείας. Κατά τους ασφαλιστές, το αν αυτό επηρεάζει την αποζημίωση εξαρτάται από τους όρους κάθε συμβολαίου. Τέσσερις ασφαλιστικοί μεσίτες ανέφεραν ότι τα συμβόλαια αυτά συνήθως εξαιρούν τις φυσικές ζημιές και καλύπτουν έξοδα όπως την εσωτερική διερεύνηση ή συμβούλους επικοινωνίας. Αν πίσω από την επίθεση βρίσκεται κράτος, η αποζημίωση περιπλέκεται, καθώς εξαιρούνται συνήθως οι πολεμικές πράξεις.

ΑΝΑΓΚΗ ΓΙΑ ΕΙΔΙΚΗ ΚΑΛΥΨΗ

Ο David Molony της Aon συστήνει στο λιανεμπόριο ειδική κάλυψη για ευπαθή εμπορεύματα, όπως αυτές που υπάρχουν ήδη στην ενέργεια και τις θαλάσσιες μεταφορές. Η Sydonie Williams της Beazley θεωρεί πιθανή την άνοδο των ασφαλίστρων, ενώ ο Paul Gooch της Tokio Marine Kiln σημείωσε ότι η επίθεση "θα πρέπει να λειτουργήσει ως καμπανάκι" για όσους υποτιμούν τις φυσικές συνέπειες των κυβερνοεπιθέσεων. Κατά τη Howden, οι κυβερνοεπιθέσεις σε Γαλλία, Γερμανία, Ιταλία και Ισπανία προκάλεσαν οικονομικές απώλειες άνω των €300 δισ. την περίοδο 2020-2025.

• Debrief •

"ΕΘΝΙΚΗ ΑΝΕΞΑΡΤΗΣΙΑ"

Γκρίνια ουκ ολίγη, για ουκ ολίγα πράγματα, αλλά το καλό πρέπει να λέγεται. Και χθες ήταν μια καλή ημέρα για τη χώρα μας, καθώς εγκαινιάστηκε ο Εθνικός Υπερυπολογιστής "Δαίδαλος".

Τα… specs αρκούντως εντυπωσιακά:

- Μετρημένη υπολογιστική επίδοση 85,69 PetaFlops, δηλαδή 85,69 τετράκις εκατομμύρια υπολογιστικές πράξεις ανά δευτερόλεπτο
- Στην 31η θέση στην παγκόσμια κατάταξη TOP500
- Στην 23η θέση στην Green500, η οποία αξιολογεί την ενεργειακή αποδοτικότητα των ισχυρότερων υπερυπολογιστών
- Κατατάσσει την Ελλάδα στις 14 χώρες παγκοσμίως με την ισχυρότερη παρουσία στην κατάταξη υπερυπολογιστών

Για περισσότερα μπορεί κανείς να ανατρέξει εδώ.

Πάμε, όμως, τώρα και στα… σημαντικά. Οι υπερυπολογιστές είναι συστήματα σχεδιασμένα για να χειρίζονται εξαιρετικά μεγάλα σύνολα δεδομένων και για να εκτελούν πολύπλοκους υπολογισμούς με πολύ υψηλές ταχύτητες. Γι' αυτό και αποτελούν απαραίτητο συστατικό για τη δημιουργία μοντέλων Τεχνητής Νοημοσύνης, την προηγμένη έρευνα, την κυβερνοασφάλεια, κ.λπ.

Αρέσει, δεν αρέσει ο κόσμος τις επόμενες δεκαετίες με βάση τα παραπάνω – και άλλα – θα προχωρήσει. Αυτά θα καθορίσουν τους πρωταγωνιστές, αυτά και τους κομπάρσους. Συνεπώς όποιος θέλει να έχει ρόλο πρωταγωνιστή, και υπερυπολογιστή και κέντρα δεδομένων και μοντέλα Τεχνητής Νοημοσύνης πρέπει να διαθέτει. Η παραγωγή σε όλα τα επίπεδα θα είναι ψηφιακή (είναι ήδη).

Θα πει κάποιος "καλά, μπορείς να νοικιάζεις υπολογιστική ισχύ και χώρο". Ας μου επιτραπεί η εκτίμηση – με βάση τα όσα έχουμε δει τον τελευταίο καιρό – ότι για πότε κόβεται η πρόσβαση σε κρίσιμες τεχνολογίες, ούτε που το παίρνεις χαμπάρι.

Για να μην μακρηγορούμε: οι προηγμένες ψηφιακές υποδομές τη… σήμερον ημέρα, είναι ότι κάποτε τα εργοστάσια ηλεκτρικής ενέργειας. Έχεις; Διαθέτεις την πρώτη ύλη για πας παρακάτω (αν τις δουλέψεις σωστά). Δεν έχεις; Τότε να φτιάξεις. Στο μέλλον θα είναι ζήτημα "εθνικής ανεξαρτησίας".

Γιάννης Παλιούρης
giannis@notice.gr

• LINDT & SPRÜNGLI

Η ΜΕΙΩΣΗ ΠΡΟΒΛΕΨΕΩΝ... ΕΦΑΓΕ ΤΟΝ CEO



Adalbert Lechner

Ο Διευθύνων Σύμβουλος της Lindt & Sprüngli, Adalbert Lechner, αποχωρεί από την ελβετική σοκολατοποιία, μετά τη μείωση των προβλέψεων και τις αδύναμες επιδόσεις στην Ευρώπη. Προσωρινός CEO, με άμεση ισχύ, αναλαμβάνει ο πρώην επικεφαλής Dieter Weisskopf. Το διοικητικό συμβούλιο έκρινε ότι η εταιρεία χρειάζεται νέα επιχειρησιακή ηγεσία για να επιστρέψει σε σταθερή ανάπτυξη.
Τον προηγούμενο μήνα, η Lindt μείωσε για δεύτερη φορά φέτος την πρόβλεψη πωλήσεων για το 2026, λόγω του κόστους του κακάο και της ασθενέστερης κατανάλωσης σοκολάτας στην Ευρώπη. Αλλαγές γίνονται, επίσης σε Γερμανία και Αυστρία: ο Ali Kulein περνά από την Αυστρία στην Γερμανία και ο Fabian Reinhardt αναλαμβάνει επικεφαλής στην Αυστρία.
Η μετοχή, που έχει χάσει το 1/4 της αξίας της φέτος, υποχώρησε 1,7%. Ο Lechner ήταν CEO από τον Οκτώβριο του 2022. Νέος μόνιμος CEO αναμένεται το β' τρίμηνο του 2027.

Business Maker

ΦΕΤΑ: ΤΟ ΓΑΛΑ ΣΤΑ €1,90 ΚΑΙ ΤΑ ΠΑΡΑΘΥΡΑ ΠΑΡΑΝΟΜΙΑΣ

Νέος πονοκέφαλος διαγράφεται για την ελληνική φέτα, με την υποχώρηση της παραγωγής γάλακτος να προκαλεί ήδη ανησυχία στην αγορά. Και αυτή τη φορά το πρόβλημα δεν περιορίζεται στο κόστος. Αγγίζει την επάρκεια της πρώτης ύλης, την ανασύσταση του ζωικού κεφαλαίου και τις πρακτικές που αναπτύσσονται γύρω από αυτή τη διαδικασία. Σύμφωνα με καλά πληροφορημένες πηγές, η παραγωγή έχει υποχωρήσει αισθητά, ενώ η εξέλιξη των υγειονομικών ελέγχων δημιουργεί πρόσθετη αβεβαιότητα για την επόμενη περίοδο. Η πίεση αποτυπώνεται ήδη στις εκτιμήσεις για την τιμή του πρόβειου γάλακτος, η οποία δεν αποκλείεται να κινηθεί προς τα €1,90 το λίτρο. Σε τέτοια επίπεδα, η εξίσωση γίνεται ιδιαίτερα δύσκολη για τις τυροκομικές επιχειρήσεις, καθώς περιορίζονται τα περιθώρια απορρόφησης του αυξημένου κόστους. Το μεγαλύτερο ερώτημα, ωστόσο, αφορά την αντικατάσταση των ζώων και την πραγματική δυνατότητα αποκατάστασης της γαλακτοπαραγωγής. Πηγές της αγοράς περιγράφουν περιπτώσεις εισαγωγής ζώων που προορίζονται για κρεοπαραγωγή, τα οποία στη συνέχεια διοχετεύονται στη γαλακτοπαραγωγή, με τη χρήση, όπως καταγγέλλεται, εικονικών παραστατικών σφαγής. Η έκταση του φαινομένου παραμένει άγνωστη και οι σχετικές αναφορές χρειάζονται διερεύνηση. Ακόμη όμως και εάν επιβεβαιωθούν μεμονωμένες περιπτώσεις, η συγκεκριμένη πρακτική δύσκολα μπορεί να αναπληρώσει τις παραγωγικές απώλειες. Και αυτό επειδή τα ζώα που προορίζονται για κρεοπαραγωγή δεν εμφανίζουν κατ' ανάγκην τις ίδιες αποδόσεις σε γάλα. Για τη βιομηχανία φέτας, επομένως, το ζήτημα είναι διπλό: πόσο γάλα θα είναι διαθέσιμο τους επόμενους μήνες και σε ποια τιμή. Η πραγματική εικόνα θα φανεί όταν αποτυπωθούν οι νέες ποσότητες γάλακτος που θα φτάσουν στα τυροκομεία.

NAMMOS: Η ΣΥΜΜΑΧΙΑ ΜΕ ΤΗΝ FORMULA 1 ΚΑΙ Η ΕΠΕΚΤΑΣΗ ΣΤΗΝ ΝΕΑ ΥΟΡΚΗ

Από την Ψαρού… στις πίστες της Formula 1 για το Nammos. Η διαδρομή μπορεί να μοιάζει ασυνήθιστη, έχει όμως συγκεκριμένη επιχειρηματική εξήγηση. Και το Grand Prix του Άμπου Ντάμπι προσφέρει μια τέτοια ευκαιρία. Η πρώτη κίνηση έγινε στο Nammos Dubai, όπου παρουσιάστηκε το επίσημο τρόπαιο του νικητή της Formula 1. Η συνέχεια θα δοθεί στις 4 έως 6 Δεκεμβρίου, με την παρουσία του Nammos στο Deck at Nine, τον πολυτελή χώρος VIP φιλοξενίας που βρίσκεται στην πίστα Yas Marina Circuit. Το διάσημο brand αναζητεί πλέον τους πελάτες του εκεί όπου συγκεντρώνεται η διεθνής ελίτ, επιχειρώντας να μετατρέψει την αναγνωρισιμότητα που απέκτησε στη Μύκονο σε εμπορικό πλεονέκτημα στις αγορές του εξωτερικού από τις Κάννες μέχρι την Αίγυπτο και τις Μαλδίβες. Πολύ πρόσφατα η εταιρεία προανήγγειλε την επέκτασή της στην... Νέα Υόρκη! Με ανάρτηση που ξεκινά με τη φράση "New York, we're hiring!", το Nammos ανακοίνωσε ότι ανοίγει ένα νέο κεφάλαιο στην αμερικανική μεγαλούπολη, αναζητώντας προσωπικό για πέντε θέσεις: Head Bartender, Assistant Bar Manager, Guest Relations Manager, Events Manager και Social Media Manager. Η επιλογή των ειδικοτήτων έχει ενδιαφέρον. Πέρα από τη λειτουργία του μπαρ, η έμφαση στις δημόσιες σχέσεις, στις εκδηλώσεις και στα κοινωνικά δίκτυα δείχνει ότι η παρουσία στην Νέα Υόρκη σχεδιάζεται με ιδιαίτερο βάρος στην εμπορική προβολή και στη διαχείριση πελατών. Η ανακοίνωση δεν προσδιορίζει πάντως χρόνο έναρξης λειτουργίας.

• ΧΡΥΣΗ ΖΥΜΗ

ΕΦΕΡΕ ΤΗΝ ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΠΙΤΑ ΣΤΗ ΜΕΓΑΛΗ ΓΙΟΡΤΗ ΤΟΥ ΓΑΣΤΡΟΝΟΜΟΥ

Με ειδικά διαμορφωμένο περίπτερο συμμετείχε η Χρυσή Ζύμη στη Μεγάλη Γιορτή του Γαστρονόμου, το φεστιβάλ που ανέδειξε την ελληνική γαστρονομική παράδοση. Χιλιάδες επισκέπτες δοκίμασαν παραδοσιακές πίτες και πιτάκια, φτιαγμένα με επιλεγμένα ελληνικά υλικά και εξαιρετικά παρθένο ελαιόλαδο. Η εταιρεία μοίρασε επίσης αναμνηστική τσάντα με δώρα, ώστε οι επισκέπτες να συνεχίσουν το γευστικό ταξίδι της παράδοσης και στο σπίτι.



Business Insight

ΠΡΟΣΩ ΟΙ GREEKS ΤΟΥ SHIPPING - ΑΛΛΟΙ 4-5 ΑΚΟΛΟΥΘΟΥΝ ΤΗΝ CAPITAL MARITIME FINANCE

Με πρόσω τις μηχανές ο πλους των ναυτιλιακών στο Euronext Athens. Σήμερα η πρώτη για την εισαγωγή των μετοχών της **Capital Maritime Finance στην Κύρια Αγορά** και που με όρους αποτίμησης έχει ξεκάθαρη ρότα για τον FTSE25 Large Caps. Η εισαγωγή της ναυτιλιακής συμφερόντων **Ευάγγελου Μαρινάκη** επενεργεί θετικά και για την πορεία των ήδη εισηγμένων **Safe Bulkers του Πόλυ Β. Χατζηιωάννου και Star Bulk Carriers του Πέτρου Παππά.** Ήδη το πρώτο σημαντικό μέγεθος (και σε όρους χρηματιστηριακής αξίας) ελλιμενίζεται ήδη, προσελκύει ευρύτερο επενδυτικό ενδιαφέρον που όπως καταδείχθηκε με το IPO της CMF ενεργοποίησε δεκάδες ιδιώτες μικροεπενδυτές.

Ούριος άνεμος για τους Greeks του shipping, που απ' ότι φαίνεται θα έχει συνέχεια. Αυτό φάνηκε στο γεύμα εργασίας που διοργάνωσαν η Ενωση Τραπεζικών και Χρηματοοικονομικών Στελεχών Ελληνικής Ναυτιλίας και η Ναυτιλιακή Λέσχη Πειραιώς. Εύγλωττος ο τίτλος της εκδήλωσης "Αντλώντας Κεφάλαια για την ελληνική ναυτιλία...", από την παρακολούθηση της οποίας προέκυψαν αρκετά και ενδιαφέροντα για την προοπτική περαιτέρω ανάπτυξης του κλάδου. Για το BnB Daily και την στήλη ήταν η κατάλληλη εκδήλωση στον σωστό χρονισμό, θυμίζοντας πως **είμασταν, ίσως οι πρώτοι που αναδείξαμε τον ρόλο της ελληνικής ναυτιλίας, στην διεθνή διάσταση της και ως προς την βαρύτητα διαμόρφωσης πολιτικής στο πλαίσιο των σχέσεων με το σύστημα της Ουάσιγκτον.**

Κατ' αρχήν, **προωθούνται διατάξεις προκειμένου να διευκολυνθούν ναυτιλιακές** που δεν εδρεύουν στην χώρα μας, σύμφωνα με όσα ανάφερε ο Πέτρος Ξανάλατος. Ο Πρόεδρος της Ναυτιλιακής Λέσχης καλωσόρισε τον Γιάννο Κοντόπουλο και την Βασιλική Λαζαράκου- επικεφαλής των Euronext Athens και Επιτροπής Κεφαλαιαγοράς αντίστοιχα, με το μήνυμα πως **"...η ελληνική ναυτιλία κατέκτησε τις διεθνείς κεφαλαιαγορές, ώρα να ενισχύσει και την ελληνική".** Για την ώρα μόλις έξι εταιρείες της ποντοπόρου έχουν αντλήσει κεφάλαια από την ελληνική κεφαλαιαγορά, είτε μέσω της έκδοσης ομολογιών είτε μέσω της εισαγωγής μετοχών. **Τέσσερις άντλησαν συνολικά €500 εκατ. μέσω εταιρικών ομολόγων** (είναι σε διαπραγμάτευση στην αντίστοιχη εγχώρια αγορά), η Star Bulk Carriers άντλησε €107,8 εκατ. και τώρα η Capital Maritime Finance άλλα έως €300 εκατ.

Από την πλευρά τους **οι Αρχές προετοιμάζουν το έδαφος για την ευκολότερη εισαγωγή ναυτιλιακών στο ελληνικό χρηματιστήριο.** Το κανονιστικό πλαίσιο έχει προσαρμοστεί ανάλογα, ένας πρακτικός οδηγός για τους εκδότες τρίτων χωρών είναι υπό σύνταξη έτσι ώστε να γίνει σαφέστερο το πλαίσιο, ευκολότερο ως προς την προσβασιμότητα, κ.λπ.

Απ' όσα ειπώθηκαν στο γεύμα, οι ελληνικές ναυτιλιακές μπορούν να αξιοποιήσουν την δυναμική που έχει ήδη διαμορφωθεί, όσο περισσότερες ακολουθήσουν την ρότα των εισηγμένων τόσο το καλύτερο, καθώς έτσι **μπαίνουν βάσεις για την δημιουργία ενός ναυτιλιακού επενδυτικού κέντρου (Ακτή Μιαούλη- Λεωφόρος Αθηνών 110) εφάμιλλο του Όσλο. Και γιατί όχι μεγαλύτερο,** δεδομένων των πλεονεκτημάτων που παρέχει ο κομβικός ρόλος του Πειραιά (ΟΛΠ). Οι... οιωνοί είναι ενθαρρυντικοί, καθώς ο μέχρι τώρα σχεδιασμός θέλει τέσσερις ίσως και πέντε ναυτιλιακές να έχουν βάλει πλώρη για το Euronext Athens, με ανοιχτό το ενδεχόμενο εισαγωγής τους το 2027. **Προφανές πως, ένας κλάδος με ικανό εύρος εκπροσώπησης/παρουσίας των έξι-οκτώ (και πλέον) εισηγμένων θα έχει και το ανάλογο tonnage τόσο σε όρους οικονομικών μεγεθών, όσο σε χρηματιστηριακή αξία.** Παράλληλα η πολιτική των διοικήσεων σε ό,τι αφορά στην διανομή κερδών στους μετόχους λειτουργεί ως επιπλέον δέλεαρ για έναν ιδιώτη μικροεπενδυτή να τοποθετήσει μέρος των διαθεσίμων σε μετοχή εταιρείας του κλάδου. Κρίνοντας από τη (δυνητική) υψηλή μερισματική απόδοση της CMF (σχεδόν μία φορά πάνω από το μέσο όρο της αγοράς) το κίνητρο επένδυσης (και διακράτησης) είναι αρκετά ισχυρό.

Για τον Γιώργο Ξηραδάκη ο πλους των εταιρειών του κλάδου **ξεκινά από την κεφαλαιαγορά, το Euronext Athens, και συνεχίζεται με την τραπεζική χρηματοδότηση, το leasing, τα επενδυτικά κεφάλαια και τις εναλλακτικές μορφές χρηματοδότησης.** Φιλοδοξία του Προέδρου της Ένωσης Τραπεζικών και Χρηματοοικονομικών Στελεχών της Ελληνικής Ναυτιλίας η δημιουργία ενός μόνιμου θεσμού ουσιαστικού διαλόγου μεταξύ της ναυτιλιακής και της χρηματιστηριακής κοινότητας. Σε καλή ρότα είναι ο κλάδος...

• ΠΕΜΕΤΕ

ΕΚΚΛΗΣΗ ΓΙΑ ΑΥΣΤΗΡΗ ΠΟΙΟΤΙΚΗ ΔΙΑΛΟΓΗ ΣΤΗΝ ΣΟΔΕΙΑ ΕΛΙΑΣ ΚΑΛΑΜΩΝ 2026/27

σοβαρά ποιοτικά προβλήματα, κυρίως στον χρωματισμό του καρπού και από προσβολές γλοιοσπορίου και δάκου, είχε η προηγούμενη εσοδεία της ποικιλίας Καλαμών γεγονός που προκάλεσε έντονες διαμαρτυρίες εισαγωγέων και αγοραστών.
Ενόψει της συγκομιδής 2026/27, η ΠΕΜΕΤΕ εξέδωσε ανακοίνωση, στην οποία ζητείται συλλογή στο σωστό στάδιο ωρίμανσης, τήρηση των οδηγιών φυτοπροστασίας και αυστηρή διαλογή, και με χρωματοδιαλογείς, πριν από την παράδοση στις μεταποιητικές μονάδες. Οι άχρωμοι και πράσινοι καρποί ρίχνουν την τιμή. "Μια δεύτερη κακή χρονιά, με τους δασμούς των ΗΠΑ και τις γεωπολιτικές συγκρούσεις, θα έβαζε σε κίνδυνο τις εξαγωγές", επισημαίνεται.



Κώστας Ζούκας, Πρόεδρος, ΠΕΜΕΤΕ

SECRETRECIPE

Ετοιμάζει είσοδο σε νέες αγορές

Μπορεί ο τζίρος αυτής της εταιρείας του να είναι ακόμη μικρός, το μέγεθος, όμως, και η τεχνογνωσία, που έχει από την άλλη οντότητά του - η οποία παράγει αντίστοιχα προϊόντα -, τον βοηθούν να μπορέσει να επεκτείνει την παρουσία των κωδικών της πρώτης άμεσα και σωστά. Γι' αυτό και, στη φετινή Sial, έδωσε ιδιαίτερο βάρος στις συναντήσεις με αγοραστές από συγκεκριμένες αγορές, που έχει στοχεύσει. Αρωγός σε αυτή την προσπάθεια είναι ένας ικανότατος και αειμνήστος σύμβουλος, με τον οποίο και συζητά να συνεργαστεί. Για να δούμε...

Editorial

Γκάζι στην Αθήνα, φρένο στην Φρανκφούρτη

Η οικονομική πολιτική στην Ευρωζώνη θυμίζει πια αυτοκίνητο με δύο οδηγούς. Ο ένας πατάει φρένο, ο άλλος γκάζι, και οι επιβάτες απορούν γιατί το όχημα τρέμει.
Στην Φρανκφούρτη, η ΕΚΤ έφερε το επιτόκιο αποδοχής καταθέσεων στο 2,5% με ισχύ από τα μέσα Σεπτεμβρίου, για να τιθασεύσει τον πληθωρισμό που έφερε η Μέση Ανατολή. Η μέθοδος είναι παλιά και ωμή. Ακριβαίνει το χρήμα ώστε να ξοδεύουμε λιγότερο και να πέσουν οι τιμές. Το αποτέλεσμα δεν ήρθε ακόμη: ο πληθωρισμός του Σεπτεμβρίου έφτασε το 3,8%, πάνω από τις προβλέψεις.
Στην Αθήνα, η κυβέρνηση κάνει το αντίθετο με εξίσου καλές προθέσεις. Οι παρεμβάσεις από τον Απρίλιο αγγίζουν συνολικά το €1,4 δισ. Επιδοτούνται η βενζίνη και το ντίζελ, ενώ το πετρέλαιο θέρμανσης υπολογίζεται στα €1,55 ευρώ το λίτρο, έναντι €1,95 χωρίς στήριξη. Παράλληλα, το ανώτατο επίδομα θέρμανσης ανεβαίνει από €1.200 σε €1.560.
Ας μην παρεξηγηθούμε. Η θέρμανση δεν είναι πολυτέλεια, και ο συνταξιούχος στην Φλώρινα δεν φταίει για τα Στενά του Ορμούζ. Το στοχευμένο επίδομα είναι ακριβώς αυτό που πρέπει να κάνει ένα κράτος.
Το αποτέλεσμα έχει μια σχεδόν κωμική κυκλικότητα. Ο φορολογούμενος χρηματοδοτεί την ελάφρυνση στο πρατήριο. Η ελάφρυνση κρατά ψηλά τις πληθωριστικές πιέσεις. Η ΕΚΤ απαντά με ακριβότερο χρήμα. Και ο ίδιος φορολογούμενος πληρώνει τη διαφορά στη δόση του στεγαστικού. Κανείς δεν έκανε λάθος, και όλοι πληρώνουν.
Η ειρωνεία κορυφώνεται σε ένα πρόσωπο. Ο Κυριάκος Πιερρακάκης παρουσίασε τα μέτρα από την Μπανγκόκ, ως Υπουργός Οικονομικών αλλά και Πρόεδρος του Eurogroup. Με το ένα καπέλο συντονίζει τη δημοσιονομική πειθαρχία της Ευρωζώνης, με το άλλο ανοίγει τον κρουνό στο εσωτερικό. Δεν πρόκειται για υποκρισία αλλά για το δομικό πρόβλημα της ΟΝΕ σε μία φωτογραφία: ενιαίο νόμισμα, είκοσι δημοσιονομικές πολιτικές.
Υπάρχει και το λογιστικό ρίσκο. Ήδη επισημαίνεται ότι ένας βαρύς χειμώνας μπορεί να τινάξει στον αέρα τον προϋπολογισμό των €225 εκατ. για το επίδομα. Και με το Brent πάλι κοντά στα $110, το "προσωρινό" αρχίζει να μοιάζει ύποπτα με μόνιμο.
Η κυβέρνηση έχει τους λόγους της, και οι δημοσκοπήσεις τους εξηγούν. Μόνο που η Φρανκφούρτη δεν ψηφίζει, και το φρένο της θα πατηθεί πιο δυνατά όσο εμείς πατάμε γκάζι.
Εκτός εάν και εκεί καταλάβουν ότι το φρένο είναι εργαλείο για άλλες περιόδους... που δεν είχαν το πετρέλαιο πάνω από τα $100 το βαρέλι.
Τόσο απλά.

Νεκτάριος Β. Νώτης
nectarios@notice.gr

FNB SERVED DAILY. ΤΟ ΚΑΘΗΜΕΡΙΝΟ ΨΗΦΙΑΚΟ NEWSLETTER ΓΙΑ ΤΟΝ ΚΛΑΔΟ ΤΡΟΦΙΜΩΝ ΚΑΙ ΠΟΤΩΝ
Τιμή συνδρομής: 300€ + Φ.Π.Α./έτος
Με τη συνεργασία του Total Food Service
TÜV AUSTRIA ISO 27001:2013 No: 20201210005985
TÜV AUSTRIA ISO 22301:2019 No: 20000210005984
NOTICE CONTENT & SERVICES
Βαλαωρίτου 9, 106 71 Κολωνάκι, Τ. 210 3634061

Εκδότης - Διευθυντής: Νεκτάριος Β. Νώτης | **Διευθυντής Σύνταξης:** Μάκης Αποστόλου | **Αρχισυντάκτης:** Γιάννης Παλιούρης | **Sales Executive:** Ιφιγένεια Καραντώνη | **Project Director**: Μαρία Σταμένη
Συνδρομές - Διεύθυνση Λειτουργίας: Σύλια Τσιρτσίκου | **Executive Assistant** Λίνα Κοντοβάιου | **Digital Art Director:** ArDiDesign | **Τεχνική Υποστήριξη:** Θανάσης Βιρβίλης
Πληροφορίες - Συνδρομές: sylia@notice.gr, **Δελτία τύπου:** media@notice.gr