

**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 30 ΣΕΠΤΕΜΒΡΙΟΥ 2026
ΤΕΥΧΟΣ 2402



• ΜΑΣΟΥΤΗΣ

Τιμές, ανταγωνιστικότητα και κερδοφορία βασικές προτεραιότητες - Στο +5,5% στο οκτάμηνο



• ΕΛΛΗΝΙΚΑ ΓΑΛΑΚΤΟΚΟΜΕΙΑ

Ανάπτυξη 15% και EBITDA €94,65 εκατ. το 2025
- Επενδύσεις €46 εκατ. και συνεχείς κεφαλαιακές ενέσεις στις θυγατρικές



• CRETA FARMS

Προς EBITDA έως €9 εκατ. φέτος - Οι νέες επενδύσεις στην Κρήτη και το ενδιαφέρον για την Πασσιάς



• LIDL (2025/2026)

Πωλήσεις €102,6 δισ. και άνοδος κερδών 17% για τις διεθνείς δραστηριότητες

Editorial

114/115, ένα χαλί και τα αρχαία του metro

Debrief

Τί έγινε στην Ισπανία;

Business Insight

ΟΛΠ-ΟΛΘ: Ανθεκτικοί φορείς, με προοπτικές για σημαντική μεγέθυνση

Business Maker

- Έως το τέλος του 2026 ο νέος CEO της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας
- Θεογάλα: Ανάπτυξη 80%, επενδύσεις €5 εκατ. και τώρα... γιαούρτι

SecretRecipe

Δυνατό μπάσιμο στο Cash & Carry και έπεται το retail

ΝΕΕΣ
ΗΜΕΡΟΜΗΝΙΕΣ

ΝΕΑ
ΤΑΥΤΟΤΗΤΑ

ΙΔΙΟΣ
ΤΟΠΟΣ

ΜΕΓΑΛΥΤΕΡΗ
ΕΞΩΣΤΡΕΦΕΙΑ
& ΕΜΠΟΡΙΚΗ
ΔΥΝΑΜΙΚΗ

16/18
ΟΚΤ
2026

ΕΚΘΕΣΙΑΚΟ ΚΕΝΤΡΟ
ΘΕΣΣΑΛΟΝΙΚΗΣ



LOGISTICS EXPO & TRANSPORTS ΘΕΣΣΑΛΟΝΙΚΗ

Ο ΙΣΧΥΡΟΣ ΣΥΜΜΑΧΟΣ ΤΟΥ ΚΛΑΔΟΥ



Managing Supply Chain Networks

ΜΑΖΙ ΚΑΙ Η ΕΚΘΕΣΗ



ΜΑΖΙ ΚΑΙ ΤΑ ΣΥΝΕΔΡΙΑ



ΜΕΓΑΣ ΧΟΡΗΓΟΣ



FORUM S.A.
Member of NürnbergMesse Group

ΚΟΡΥΦΑΙΟΣ ΔΙΟΡΓΑΝΩΤΗΣ
ΕΚΘΕΣΕΩΝ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ

Λ. Βουλιαγμένης 328 • 173 42 • Άγιος Δημήτριος • 210 5242100 • www.logisticsexpo.gr • sales@forumsa.gr

HOIREICA

foodexpo Greece

oenotelia

xenia

artoza

Global Pack

FOODTECH

LOGISTICS EXPO

truck van expo

ATHENS COFFEE FESTIVAL

WORLD OF BEER

AZ

SNACK COFFEE

ΨΗΤΟ

PACK INSIGHTS

DAIRY

MEATPLACE

Supply Chain & Logistics

FORUM
TOTAL SOLUTIONS

Κατασκευές Περιπτέρων

Υπηρεσίες

Εκδηλώσεις

Εκτυπώσεις

• **CRETA FARMS**

ΠΡΟΣ EBITDA ΕΩΣ €9 ΕΚΑΤ. ΦΕΤΟΣ - ΟΙ ΝΕΕΣ ΕΠΕΝΔΥΣΕΙΣ ΣΤΗΝ ΚΡΗΤΗ ΚΑΙ ΤΟ ΕΝΔΙΑΦΕΡΟΝ ΓΙΑ ΤΗΝ ΠΑΣΣΙΑΣ

Πάνω από τον αρχικό σχεδιασμό κινείται η κερδοφορία της Creta Farms το 2026, με το EBITDA της χρήσης να εκτιμάται ότι θα κινηθεί μεταξύ €8,2 - €9 εκατ., σύμφωνα με πληροφορίες του Fnb Daily.

Όλα θα κριθούν στο τελευταίο τρίμηνο του έτους, που λόγω εποχικότητας καταγράφει χαμηλή πορεία στο HoReCa και υψηλή τοποθέτηση στα super market με branded προϊόντα.

ΤΟ DEAL ΜΕ ΤΗΝ ΠΑΣΣΙΑΣ

Στο μεταξύ ο κύριος μέτοχος της εταιρείας, Δημήτρης Βιτζηλαίος, εξετάζει παράλληλα κινήσεις ενίσχυσης της παρουσίας της στην εγχώρια αγορά αλλαντικών.

Σε αυτή την κατεύθυνση εντάσσεται το ενδιαφέρον για την οικογενειακή αλλαντοβιομηχανία Πασσιάς, [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 την συμφωνία, ωστόσο, να μην έχει ακόμα ολοκληρωθεί.

Μια θετική έκβαση θα μπορούσε να δώσει στην Creta Farms παρουσία σε τμήματα της αγοράς όπου η Πασσιάς διαθέτει ισχυρό αποτύπωμα.

Υπενθυμίζεται 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.

DATA (σε €χιλ.)

<u>Πωλήσεις</u>	<u>EBITDA</u>	
2025: 148.338	2025: 7.446	
2024: 145.998	2024: 7.007	
Μεταβολή: 1,6%	Μεταβολή: 6,27%	
<u>Μικτό αποτέλεσμα</u>	<u>Περιθώριο EBITDA</u>	
2025: 56.828	2025: 5,0%	
2024: 58.419	2024: 4,8%	
Μεταβολή: (2,72%)	Μεταβολή: 4,17%	
Πωλήσεις ανά κατηγορία		
<u>Αλλαντικά</u>	<u>Κρέας</u>	<u>Λοιπά</u>
2025: 126.907	2025: 17.387	2025: 4.045
2024: 126.639	2024: 16.047	2024: 3.312
Μεταβολή: 0,21%	Μεταβολή: 8,35%	Μεταβολή: 22,13%

ΤΟ PORTFOLIO

Πέρυσι Creta Farms διατήρησε την πρώτη θέση σε όγκο στην εγχώρια αγορά αλλαντικών, σύμφωνα με στοιχεία που επικαλείται η εταιρεία, παρά την υποχώρηση της κατηγορίας. Οι πωλήσεις αλλαντικών μειώθηκαν αισθητά σε όγκο και οριακά σε αξία, καθώς οι ανατιμήσεις αντιστάθμισαν μέρος της πτώσης. Παράλληλα, καταγράφηκε μετατόπιση πωλήσεων από τον πάγκο στο ράφι αυτοεξυπηρέτησης, ενώ η αγορά του Food Service παρέμεινε σταθερή, με στήριξη από την τουριστική κίνηση. Η εταιρεία εστίασε στην ενίσχυση των σειρών Εν Ελλάδι και Tostaki, καλύπτοντας τόσο την ακριβότερη όσο και την οικονομικότερη κατηγορία αλλαντικών. Διεύρυνε επίσης τη γκάμα των σειρών Εν Ελλάδι και ΧΩΡΙΣ, καθώς και των κατεψυγμένων προψημένων κρεατοσκευασμάτων Εν Ελλάδι Νοστιμιές, με έμφαση στα μπιφτέκια. Στις προτεραιό-

τητές της περιλαμβάνονταν η επέκταση της διανομής στο οργανωμένο λιανεμπόριο και στο HoReCa, η αναδιοργάνωση της παραγωγής και της εφοδιαστικής αλυσίδας, καθώς και η ανάπτυξη εξαγωγών σε συνεργασία με τον όμιλο Impala.

Η ΕΞΩΣΤΡΕΦΕΙΑ ΨΗΛΑ ΣΤΟΝ ΣΧΕΔΙΑΣΜΟ

Παράλληλα προετοιμάζει κινήσεις που μπορούν να υποστηρίξουν την ανάπτυξη και το 2027, όπως είναι οι εξαγωγές, με τα αλλαντικά και τον γύρο να αποτελούν βασικές κατηγορίες, ενώ συνολικά οι εξαγωγές καταγράφουν διαρκή άνοδο κάθε χρόνο, χωρίς ωστόσο να έχουν ακόμη υπερβεί το 10% του συνολικού τζίρου. Η συνεργασία με την ισπανική αγορά έχει διευρυνθεί, ενώ στην Γαλλία βρίσκεται σε εξέλιξη διαδικασία ανανέωσης υφιστάμενης συμφωνίας για ακόμη μία πενταετία. Στις αγορές του εξωτερικού αναπτύσσεται επίσης το Olive In, το brand που αντιστοιχεί στη σειρά Εν Ελλάδι για τη διεθνή δραστηριότητα. Βασικές αγορές για την εταιρεία παραμένουν οι ευρωπαϊκές χώρες, ενώ διαφοροποιημένες είναι οι επιπτώσεις από τις γεωπολιτικές εξελίξεις στις διεθνείς δραστηριότητες του ομίλου. Σύμφωνα με τις ίδιες πηγές, η ελληνική αγορά δεν έχει επηρεαστεί σημαντικά σε ό,τι αφορά τα προϊόντα της Creta Farms, όμως οι γεωπολιτικές συνθήκες έχουν οδηγήσει σε πιέσεις που αφορούν σε δραστηριότητες που σχετίζονται με τα ζυμαρικά, κυρίως σε αγορές όπως η Βουλγαρία, το Ισραήλ, ο Λίβανος και οι χώρες του Κόλπου, οι οποίες αποτελούσαν σημαντικούς πελάτες. Εξαιρεση αποτελεί η Σαουδική Αραβία, όπου η αγορά διατηρείται σταθερή. Η εξωστρέφεια αποτελεί ήδη έναν από τους άξονες ανάπτυξης της Creta Farms, η οποία έχει διευρύνει την παρουσία της εκτός Ελλάδας σε συνεργασία με τον όμιλο Impala.

ΝΕΟ ΕΠΕΝΔΥΤΙΚΟ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ

Η εταιρεία δρομολογεί νέο πενταετές επενδυτικό πρόγραμμα στην Κρήτη, με στόχο την αύξηση της παραγωγικής δυναμικότητας και την κάλυψη των αναγκών που προκύπτουν από τη συγχώνευση και τη διεύρυνση της δραστηριότητάς της. Έχει ήδη αποκτήσει νέο εργοστάσιο, ενώ στον σχεδιασμό περιλαμβάνονται η επέκταση των παραγωγικών εγκαταστάσεων και η δημιουργία αποθηκευτικών χώρων. Οι παρεμβάσεις αποσκοπούν στην αποσυμφόρηση των υφιστάμενων υποδομών και στην καλύτερη οργάνωση της εφοδιαστικής αλυσίδας.



Δημήτρης Βιτζηλαίος, Επικεφαλής, Creta Farms

Στέλλα Αυγουστάκη
stella@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



NOTICE

CONTENT & SERVICES

POWERED BY

FORUM S.A.
TRADE SHOWS • PUBLICATIONS



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



DIMITRIADIS YIORGOS
Chief & Culinary director



DIMORAGKAS VAIOS
Managing Director, NIELSEN Greece & Bulgaria



FOSKOLOS YAGGELIS
Head of Retail Sales & Insights, Circana



KAKKAVAS CHRISTOS
Executive Advisor JLL, Athens Economics



KATRIVANOS PERIKLIS
CEO, Nera Pigeon Grammos SA



KINTZIOS SPYRIDON
Rector, Agricultural University of Athens



KONTOS DIMITRIS
Chief Operating Officer, METRO



KOUTSOURADI ARGYRO
CEO & Founder, Myrovoulos Organics



LALATSIIS HARIS
Market Analyst



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



MAVROS ATHANASIOS
Partner EY Consumer & Health Leader for Southeastern Europe



OIKONOMIDIS GIORGOS
Founder 4S Fish Butchery/Chief



PAPACHRISTOS CHARALAMBO
President, SEFYMEN



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



SARANTIS MICHALIS
CEO, Hellenic Dairies SA



SIDERIS NATASHA
CEO & Founder, Tashas Group



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



SOLOMOS TAKIS
Co Founder & Partner Elikonos Capital AIFM



TAKOULAS YAGGELIS
Purchasing Director, METRO



TOURALIAS APOSTOLOS
Chairman, HAIPO



TSACHOURIDIS PANTELIS
Purchasing Director, Diamantis Mascuits SA



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



VEROPOULOS NIKOS
President, Vero SA



ZOUKAS KOSTAS
President, PEMETE

PLATINUM SPONSOR



GOLD SPONSORS



Γιατί αξίζει.

Για περισσότερες πληροφορίες:



SILVER SPONSORS



Elikonos Capital



BANKING PARTNER

ExportGate

EUROBANK

SUPPORTERS



ελίδα foods



nois

PARTNER

Mindy

ΜΕ ΤΗΝ ΑΙΓΙΔΑ



ΓΕΩΠΟΝΙΚΟ ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΑΘΗΝΩΝ
AGRICULTURAL UNIVERSITY OF ATHENS

ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΕΤΕΡΩΣΗ
ΕΠΙΜΕΛΗΤΗΡΙΟ ΑΘΗΝΩΝ

ΕΛΟΔΟ
ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΟΔΟΤΕΛΕΜΑΧΙΚΗ ΟΡΓΑΝΙΣΗ ΑΝΤΙΔΡΑΣΗΣ ΚΑΙ ΔΙΟΧΗΣ

ΕΕΕΤ
ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΕΤΕΡΩΣΗ

ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΕΤΕΡΩΣΗ
ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΚΡΑΤΙ

ESE
EUROPEAN SUPERMARKET ASSOCIATION



• ΜΑΣΟΥΤΗΣ

ΤΙΜΕΣ, ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΤΙΚΟΤΗΤΑ ΚΑΙ ΚΕΡΔΟΦΟΡΙΑ ΒΑΣΙΚΕΣ ΠΡΟΤΕΡΑΙΟΥΤΗΤΕΣ - ΣΤΟ +5,5% ΣΤΟ ΟΚΤΑΜΗΝΟ

Με ανάπτυξη 5,5% κινήθηκε στο οκτάμηνο του 2026 η Μασούτης, [κάτι για το οποίο είχατε ενημερωθεί ήδη από τις 3/9](#), ακολουθώντας τον ρυθμό της αγοράς, σε μια χρονιά κατά την οποία η αλυσίδα περνά σε νέα φάση μετά την εξαγορά της ΑΝΕΔΗΚ Κρητικός. Η διαδικασία αναμένεται να προχωρήσει περαιτέρω έως το τέλος του έτους, με την εξαγορά να διευρύνει το γεωγραφικό αποτύπωμα της Μασούτης και την παρουσία της σε περιοχές όπου μέχρι σήμερα είχε περιορισμένη ή μηδενική κάλυψη.

ΦΕΤΙΝΕΣ ΠΡΟΟΠΤΙΚΕΣ

Η διοίκηση της Μασούτης αναμένει σημαντική άνοδο του κύκλου εργασιών το 2026, η οποία αποδίδεται τόσο στην εξέλιξη των τιμών, όσο και στην αύξηση του όγκου πωλήσεων, με βασικό καταλύτη την προσθήκη της Κρητικός. Παράλληλα, εκτιμά ότι στο Β' εξάμηνο θα υπάρξει αποκλιμάκωση των πληθωριστικών πιέσεων, ενώ ο όγκος πωλήσεων αναμένεται να συνεχίσει να ενισχύεται. Στον εμπορικό σχεδιασμό, προτεραιότητα δίνεται στην τιμολογιακή πολιτική και στη διατήρηση της ανταγωνιστικότητας της αλυσίδας, με τη διοίκηση να θέτει παράλληλα ως στόχο τη διατήρηση του EBITDA σε ικανοποιητικά επίπεδα και την επίτευξη καθαρής κερδοφορίας, προκειμένου να ενισχυθούν τα ίδια κεφάλαια και η ρευστότητα.

Ο MR. GRAND ΜΠΑΙΝΕΙ ΣΤΗΝ ΚΡΗΤΙΚΟΣ

Σε ό,τι αφορά την ΑΝΕΔΗΚ Κρητικός, όπως πληροφορείται το FNB Daily, η αλυσίδα διατηρεί μέχρι στιγμής τις πωλήσεις της στα περυσινά επίπεδα, χωρίς απώλειες τζίρου, παρά την αναδιάρθρωση που βρίσκεται σε εξέλιξη στο δίκτυό της. Παράλληλα, προχωρούν σταδιακά τα πρώτα βήματα για την επιχειρησιακή ενοποίηση των δύο αλυσίδων. Παράλληλα έχει αρχίσει η τοποθέτηση προϊόντων ιδιωτικής ετικέτας Mr Grand σε όλο και περισσότερα σημεία της Κρητικός, αντικαθιστώντας σταδιακά το brand "Η Επιλογή μου". Την ίδια στιγμή βρίσκεται σε εξέλιξη η ενοποίηση των πληροφοριακών συστημάτων, στο πλαίσιο της ευρύτερης ενσωμάτωσης του δικτύου.

ΠΑΝΩ ΑΠΟ €1,2 ΔΙΣ ΤΟ 2025

Πέρυσι η Μασούτης πέρασε για πρώτη φορά το όριο των €1,2 δισ. σε πωλήσεις, ενώ στη



Ιωάννης Μασούτης, Επικεφαλής ομίλου Μασούτης

διάρκεια του έτους πραγματοποιήθηκαν επενδύσεις περίπου €30 εκατ. σε δίκτυο, υποδομές και τεχνολογία.

DATA (σε Έκκατ.)

Κύκλος εργασιών	Μικτό αποτέλεσμα
2025: 1.202.402	2025: 308.212
2024: 1.140.638	2024: 287.515
Μεταβολή: 5,41%	Μεταβολή: 7,20%
EBITDA	
2025: 72.389	2024: 72.222
Μεταβολή: 0,23%	
Κέρδη προ φόρων	Καθαρά κέρδη
2025: 10.793	2025: 6.971
2024: 9.064	2026: 6.589
Μεταβολή: 19,08%	Μεταβολή: 5,80%

ΠΕΡΙΟΡΙΣΜΟΣ ΔΑΝΕΙΣΜΟΥ

Παράλληλα με την ανάπτυξη των πωλήσεων, η Μασούτης περιόρισε τη μόχλευσή της. Ο τραπεζικός δανεισμός διαμορφώθηκε στα €216,5 εκατ., ενώ ο καθαρός τραπεζικός δανεισμός, χωρίς τις υποχρεώσεις από μισθώσεις, μειώθηκε κατά 4,6%, στα €168 εκατ. στο τέλος του 2025.

Τα μεγέθη της περυσινής χρήσης αποτελούν ουσιαστικά την τελευταία οικονομική βάση της Μασούτης πριν από την προσθήκη της Κρητικός. Το προσύμφωνο για την απόκτηση του 100% της ΑΝΕΔΗΚ υπεγράφη τον Ιανουάριο του 2026, ενώ τον Μάιο η συναλλαγή έλαβε την έγκριση της Επιτροπής Ανταγωνισμού υπό όρους και δεσμεύσεις. Η ενσωμάτωση της αλυσίδας δημιουργεί πλέον νέα δεδομένα τόσο για το μέγεθος όσο και για τη γεωγραφική κάλυψη του ομίλου.

Στέλλα Αυγουστάκη
stella@notice.gr



• ΠΙΝΔΟΣ

ΠΡΟΣΦΕΡΕ ΠΕΡΙΣΣΟΤΕΡΕΣ ΑΠΟ 5.000 ΜΕΡΙΔΕΣ ΣΤΟ ΕΠΕΤΕΙΑΚΟ ΙΟΑΝΝΙΝΑ LAKE RUN

Για δεύτερη συνεχόμενη χρονιά, η Πίνδος συμμετείχε στο Ioannina Lake Run, το οποίο φέτος συμπλήρωσε 20 χρόνια παρουσίας, προσφέροντας περισσότερες από 5.000 μερίδες σε αθλητές, επισκέπτες και οικογένειες. Η παρουσία της εταιρείας διήρκεσε από τις 18 έως τις 20 Σεπτεμβρίου, με επίκεντρο τον "Σταθμό Νοστιμιές by PINDOS", που πλαισίωσε τις εκδηλώσεις της διοργάνωσης. Στο πλαίσιο της συμμετοχής της δημιουργήθηκε έναν ειδικά διαμορφωμένο χώρο, όπου οι επισκέπτες είχαν τη δυνατότητα να δοκιμάσουν προϊόντα της σειράς έτοιμων ψημένων προϊόντων της, όπως κοτομπουκιές, κεφτεδάκια και φτερούγες BBQ, συνοδευόμενα από σάλτσες. Ο σταθμός αποτέλεσε σημείο συνάντησης για δρομείς, συνοδούς και επισκέπτες, καθ' όλη τη διάρκεια του τριημέρου.

ΓΕΥΣΤΙΚΕΣ ΕΠΙΛΟΓΕΣ ΚΑΙ ΔΙΑΔΡΑΣΤΙΚΕΣ ΔΡΑΣΕΙΣ

Η παρουσία της κορυφώθηκε την Κυριακή 20 Σεπτεμβρίου, με τη λειτουργία ενός 360° Photobooth, το οποίο προσέφερε στους επισκέπτες τη δυνατότητα να δημιουργήσουν βίντεο και να τα μοιραστούν στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης. Η δράση πλαισίωσε τον Σταθμό Νοστιμιές, συνδυάζοντας τη γευστική εμπειρία με διαδραστικές δραστηριότητες για μικρούς και μεγάλους. Παράλληλα, στο επίκεντρο βρέθηκαν τα έτοιμα ψημένα προϊόντα κοτόπουλου της εταιρείας, τα οποία, σύμφωνα με την ΠΙΝΔΟΣ, δεν περιέχουν συντηρητικά και έχουν υψηλή περιεκτικότητα σε πρωτεΐνη, αποτελώντας μια πρακτική επιλογή για την καθημερινή διατροφή.

• PITENIS

ΜΠΑΙΝΕΙ ΣΤΗΝ ΜΑΣΟΥΤΗΣ, ΤΡΕΧΕΙ ΕΠΕΝΔΥΤΙΚΟ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ €11 ΕΚΑΤ. - ΝΕΑ ΣΕΙΡΑ ΜΕ PREMIUM SAUCES ΣΤΙΣ ΑΡΧΕΣ ΤΟΥ 2027

Την παρουσία της στο κανάλι του retail ενισχύει η Pitenis αποκτώντας παρουσία στο δίκτυο της Μασούτης.

Όπως εξηγεί στο Fnb Daily ο Αγαμέμνων Πιτένης, Διευθυντής Μάρκετινγκ και Εξαγωγών της εταιρείας, η συνεργασία ξεκινάει από τα καταστήματα της αλυσίδας της Μασούτης στην Δυτική Μακεδονία και σταδιακά θα επεκταθεί και στις υπόλοιπες περιφέρειες.

Μέχρι τώρα, η κοζανίτικη εταιρεία είχε παρουσία στα δίκτυα των:

- ΑΝΕΔΗΚ Κρητικός (που εξαγοράστηκε από τη Μασούτης) σε πανελλαδική κλίμακα, συμπεριλαμβανομένης της CRM Αριάδνη στην Κρήτη
- My Market
- Σκλαβενίτης (σε Δυτική Μακεδονία και Κύπρ)
- ΑΒ Βασιλόπουλος (σε μεγάλο αριθμό καταστημάτων σε όλη τη χώρα)

ΕΞΑΓΩΓΕΣ

Με σταθερούς ρυθμούς συνεχίζουν να αναπτύσσονται οι εξαγωγές που αντιστοιχούν στο 20% των πωλήσεων και κατευθύνονται κυρίως σε Γερμανία, Γαλλία, Αγγλία, Πολωνία, Ουγγαρία, Ιταλία, Σερβία, Ουκρανία, Κύπρο, Νορβηγία, κ.α.

Σύμφωνα με τον κ. Πιτένη, η εταιρεία διατηρεί επίσης σημαντική παρουσία στην Σαουδική Αραβία, τοποθετώντας 15 κωδικούς στην Panda Market, μεγαλύτερη αλυσίδα super market της χώρας, όπως επίσης και στα Ηνωμένα Αραβικά Εμιράτα, όπου συνεργάζεται με το ξενοδοχείο Atlantis.

ΕΠΕΝΔΥΣΕΙΣ

Την ίδια στιγμή, σε πλήρη εξέλιξη βρίσκεται η επένδυση για την επέκταση του εργοστασίου στην Κοζάνη που θα προσθέσει άλλα 6.000 τ.μ. στις ήδη υπάρχουσες κτιριακές εγκαταστάσεις των 3.000 τ.μ.

Η πρώτη φάση της επένδυσης, με κόστος €7 εκατ., αναμένεται να ολοκληρωθεί στις αρχές του 2027, ενώ θα ακολουθήσει το δεύτερο μέρος με την εγκατάσταση και λειτουργία του συνόλου των μηχανημάτων, με τον συνολικό προϋπολογισμό να φτάνει τα €11 εκατ.

Βάσει του σχεδιασμού, το έργο, σε ένα ποσοστό τουλάχιστον 90% θα έχει ολοκληρωθεί στα τέλη του 2027, ωστόσο η εταιρεία σκοπεύει να αξιοποιήσει το υπόγειο ήδη από τους πρώτους μήνες του έτους εγκαθιστώντας εκεί ψυκτικούς θαλάμους.



Αγαμέμνων Πιτένης, Διευθυντής Μάρκετινγκ και Εξαγωγών, Pitenis

σχέδια για προσθήκη κάποιου νέου σημείου. "Αν κάναμε κάποιο καινούργιο, η Κρήτη θα ήταν μια λογική επιλογή, όμως αυτή τη στιγμή δεν έχουμε κάποιο τέτοιο σχέδιο", εξηγεί.

ΑΝΑΠΤΥΞΗ 7% ΣΤΟ ΟΚΤΑΜΗΝΟ

Στο οκτάμηνο του 2026 η Pitenis έτρεχε με ανάπτυξη 7%-8%, έχοντας πίσω της, όπως σημειώνει ο κ. Πιτένης, ένα πολύ δυνατό τρίμηνο και κυρίως τον Αύγουστο, με ποιοτικά στοιχεία που καθιστούν ρεαλιστική την εκτίμηση για περαιτέρω άνοδο σε διψήφιο ποσοστό μέχρι το τέλος του έτους.

"Σίγουρα, υπάρχει επιφυλακτικότητα και οικονομική πίεση σε ένα μεγάλο μέρος του καταναλωτικού κοινού. Παράλληλα όμως και καθώς η μεσογειακή διατροφή γίνεται ολοένα και πιο δημοφιλής διεθνώς, βλέπουμε ότι είναι εντονότερη η ζήτηση για ποιοτικά προϊόντα. Πλέον ο καταναλωτής επιδιώκει κάθε ευρώ που ξοδεύει, ιδίως στο τρόφιμο να έχει τη μέγιστη δυνατή αξία. Το value for money δηλαδή έρχεται στο προσκήνιο με έντονο τρόπο", υπογραμμίζει.

ΠΡΟΤΕΡΑΙΟΤΗΤΑ Η ΜΕΙΩΣΗ ΤΟΥ ΚΟΣΤΟΥΣ ΠΑΡΑΓΩΓΗΣ

Όπως εξηγεί ο κ. Πιτένης, η επένδυση δεν εστιάζει τόσο στην αύξηση της παραγωγικότητας όσο στη μείωση του συνολικού κόστους παραγωγής.

"Δεν έχουμε κάποιο ιδιαίτερο πρόβλημα με το capacity, αυτό που θέλουμε να επιτύχουμε είναι η μείωση του κοστολογίου με οικονομικές κλίμακες, αυτοματισμούς και σύγχρονη τεχνολογία. Θέλουμε να πετύχουμε τη χρυσή τομή μεταξύ αύξησης της παραγωγής και μείωσης του κόστους- και αυτό, τονίζω, δίχως καμία μείωση προσωπικού. Τουναντίον, από 100 εργαζόμενους που απασχολούμε σήμερα θα πάμε σε 150-170", σημειώνει.

ΤΑ ΟΦΕΛΗ ΑΠΟ ΤΑ ΙΔΙΟΚΤΗΤΑ ΥΠΟΚΑΤΑΣΤΗΜΑΤΑ

Ένα δεύτερο εσημαντικό έργο που ολοκληρώθηκε φέτος είναι η μετατροπή του συνόλου των 4 υποκαταστημάτων (σε Αθήνα, Θεσσαλονίκη, Λάρισα, Τρίπολη) σε ιδιόκτητα. "Πρόκειται για μια πολύ σημαντική επένδυση που έχει μεν το κόστος της, καθώς συνεπάγεται αυτόνομο logistics, αποθήκες, ψυγεία, φορτηγά, πωλητές, οδηγούς κ.α., εξασφαλίζει μεγαλύτερη αμεσότητα κι ευελιξία και μπορεί να υποστηρίξει την ταχύτερη ανάπτυξη της εταιρείας", επισημαίνει ο κ. Πιτένης, προσθέτοντας ότι για την ώρα δεν υπάρχουν

DATA (σε €χιλ.)

Κύκλος Εργασιών

2025: 6.992

2024: 6.718

2023: 5.985

EBIT

2025: 680

2024: 822

2023: 558

Κέρδη προ φόρων

2025: 650

2024: 771

2023: 511

ΝΕΑ ΛΑΝΣΑΡΙΣΜΑΤΑ ΤΟ 2027

Μετά την Cheddar Sauce και το relauncing της Μαγιονέζας με Κρόκο Κοζάνης σε νέα squeeze συσκευασία την περασμένη άνοιξη, η Pitenis ετοιμάζει μια νέα σειρά με premium sauces που αναμένεται να παρουσιαστούν στους πρώτους μήνες του 2027. Μεταξύ άλλων, θα περιλαμβάνει ιδιαίτερους κωδικούς όπως Μαγιονέζα με τρούφα και Dijon Mustard με σύκο, με πορτοκάλι και άλλα φρούτα.

Γιάννης Τσατσάκης
yannis@notice.gr

• **IBS ΒΙΟΜΗΧΑΝΙΑ ΠΛΑΣΤΙΚΩΝ & ΑΝΑΨΥΚΤΙΚΩΝ**

ΑΝΑΠΤΥΞΗ 15% ΣΤΟ ΟΚΤΑΜΗΝΟ - ΣΕ ΠΕΡΙΣΣΟΤΕΡΑ ΚΑΤΑΣΤΗΜΑΤΑ ΜΑΣΟΥΤΗ ΤΑ FRUTOP

Με διψήφιο ρυθμό ανάπτυξης συνεχίζει στο 2026 η IBS, έχοντας βελτιώσει τις επιδόσεις της σε σχέση με το πρώτο τρίμηνο του έτους. Όπως αναφέρει στο FNB Daily η Commercial Manager, Ευδοκία Μορφωνίδη, στο οκτάμηνο της χρήσης οι πωλήσεις της εταιρείας είναι αυξημένες κατά 15% σε όρους αξίας και 10% σε όγκους.

DATA (σε €χιλ.)

Κύκλος Εργασιών

2025: 20.505

2024: 19.005

Μεταβολή: 7,89%

Μεικτό κέρδος

2025: 5.975

2024: 5.372

Μεταβολή: 11,23%

EBITDA

2025: 3.634

2024: 2.978

Μεταβολή: 22%

Κέρδη προ φόρων

2025: 2.796

2024: 2.298

Μεταβολή: 21,67%



"ΚΡΑΤΗΜΕΝΗ Η ΑΓΟΡΑ"

"Γενικά η αγορά είναι... κρατημένη ενώ άπαντες στον κλάδο αλλά και στη βιομηχανία ειδικότερα μας απασχολεί το ζήτημα του κόστους", σημειώνει, εκφράζοντας το φόβο ότι στους επόμενους μήνες θα πιέσουν τις επιχειρήσεις πολλά από τα επιπλέον κόστη που έχουν συσσωρευθεί εξαιτίας των γεωπολιτικών συνθηκών. "Υπάρχουν μεγάλες ανατιμήσεις στην ενέργεια, στα υλικά, με πρώτο απ' όλα φυσικά το πλαστικό, οι οποίες συντηρούνται και εντείνονται όσο παρατείνεται η πολεμική σύγκρουση", εξηγεί.

Η IBS συνεχίζει σε αυτό το περιβάλλον να ενισχύει τα μερίδιά της, έχοντας εμπλουτί-

σει φέτος τη γκάμα του Frutor με τις γεύσεις Lime-Μέντα και Ανανά-Μάνγκο. Το brand-και, κατ' επέκταση, οι πωλήσεις της εταιρείας - έλαβαν ώθηση και από τη νέα διαφημιστική καμπάνια που βγήκε στον αέρα το καλοκαίρι.

ΕΠΕΚΤΑΣΗ ΣΤΗ ΜΙΚΡΗ ΛΙΑΝΙΚΗ

Η εταιρεία συνεχίζει να δίνει έμφαση στη μικρή λιανική, τοποθετώντας τα προϊόντα Frutor σε ολοένα και περισσότερα καταστήματα του εν λόγω καναλιού, χωρίς ωστόσο να παραβλέπει και το οργανωμένο λιανεμπόριο. Σε αυτό το πλαίσιο, όπως εξηγεί η κα Μορφωνίδη, έχει διευρυνθεί η συνεργασία με την Μασούτης για την τοποθέτηση του brand σε περισσότερα καταστήματα της αλυσίδας. Υπενθυμίζεται ότι πρόσφατα η IBS ολοκλήρωσε επένδυση στον μηχανολογικό εξοπλισμό με συνολικό κόστος κοντά στο €1 εκατ., η οποία επικεντρώθηκε στην αύξηση της παραγωγικής δυναμικότητας, την δυνατότητα επιπλέον διαφοροποίησης της παραγωγής, την επιτάχυνση της παραγωγικής διαδικασίας κ.α.

Γιάννης Τσατσάκης
yannis@notice.gr

• **ΗΠΑ**

ΤΑ RTDs ΚΕΡΔΙΖΟΥΝ ΕΔΑΦΟΣ ΣΕ ΒΑΡΟΣ ΤΩΝ ΠΑΡΑΔΟΣΙΑΚΩΝ ΑΛΚΟΟΛΟΥΧΩΝ ΠΟΤΩΝ

Σημαντική μετατόπιση των καταναλωτικών προτιμήσεων καταγράφεται στην αμερικανική αγορά αλκοολούχων ποτών, με τα έτοιμα προς κατανάλωση κοκτέιλ (Ready-to-Drink - RTDs) να κερδίζουν έδαφος, την ώρα που οι πωλήσεις παραδοσιακών αποσταγμάτων υποχωρούν. Η τάση αυτή αναπτύσσεται παρά τη συνολική μείωση της κατανάλωσης αλκοόλ, αναγκάζοντας τις μεγάλες εταιρείες του κλάδου να αναπροσαρμόσουν τη στρατηγική τους. Μετά την πανδημία, κατά την οποία οι Αμερικανοί στράφηκαν στην οικιακή παρασκευή κοκτέιλ, η ζήτηση μετατοπίζεται πλέον σε έτοιμες εκδοχές δημοφιλών ποτών, όπως η μαργαρίτα και το Old Fashioned. Σύμφωνα με τον Scott Scanlon, Εκτελεστικό Αντιπρόεδρο της Circana, καταναλωτές που αγόραζαν παραδοσιακά αποστάγματα στρέφονται πλέον στα RTDs. Η δυναμική της κατηγορίας αποτυπώθηκε την εβδομάδα της 4ης Ιουλίου, όταν η High Noon αναδείχθηκε σε εμπορικό σήμα με τις υψηλό-

τερες πωλήσεις στην κατηγορία των spirits. Την ίδια περίοδο, οι πωλήσεις της Cutwater αυξήθηκαν κατά 90% και της BuzzBallz κατά 21%, ενώ οι Surfside και Sun Cruiser εισήλθαν στην πρώτη δεκάδα.

ΕΥΚΟΛΙΑ, ΓΕΥΣΗ ΚΑΙ... SOCIAL MEDIA

Η ευκολία, η φορητότητα και το χαμηλότερο κόστος αποτελούν βασικούς παράγοντες ενίσχυσης της ζήτησης. Παράλληλα, σημαντικό ρόλο διαδραματίζουν τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης, τα οποία αξιοποιούν αποτελεσματικά νεότερα εμπορικά σήματα, ενισχύοντας την προβολή τους. Χαρακτηριστική είναι η περίπτωση της BuzzBallz, η οποία αξιοποιεί τις ιδιαίτερες σφαιρικές συσκευασίες της, καθώς και της Cutwater, της οποίας η ανάπτυξη στηρίζεται σε μεγάλο βαθμό σε ψηφιακές καμπάνιες. Ωστόσο, σύμφωνα με τον Scanlon, καθοριστικό ρόλο εξακολουθεί να έχει η γεύση, καθώς



αρκετά έτοιμα κοκτέιλ προσφέρουν αποτέλεσμα που είναι δύσκολο να αναπαραχθεί στο σπίτι.

ΣΤΟ ΕΠΙΚΕΝΤΡΟ ΟΙ ΕΞΑΓΟΡΕΣ

Η ταχεία ανάπτυξη των RTDs ενισχύει το ενδιαφέρον των μεγάλων ομίλων για εξαγορές. Όπως εκτιμά ο Bump Williams, Διευθύνων Σύμβουλος της Bump Williams Consulting, η απόκτηση ήδη επιτυχημένων εμπορικών σημάτων ενδέχεται να αποτελέσει βασικό μοχλό ανάπτυξης, περιορίζοντας την ανάγκη για επενδύσεις σε νέα προϊόντα.

Οι εξαγορές των Cutwater, BuzzBallz, BeatBox, Fishers Island Lemonade και Long Drink αποτυπώνουν αυτήν τη στρατηγική. Παράλληλα, αναμένονται νέες συμφωνίες, καθώς οι μεταβολές στη διοίκηση μεγάλων εταιρειών ενδέχεται να οδηγήσουν σε αναθεώρηση των προτεραιοτήτων τους.

• **ΕΛΛΗΝΙΚΑ ΓΑΛΑΚΤΟΚΟΜΕΙΑ**

ΑΝΑΠΤΥΞΗ 15% ΚΑΙ EBITDA €94,65 ΕΚΑΤ. ΤΟ 2025 - ΕΠΕΝΔΥΣΕΙΣ €46 ΕΚΑΤ. ΚΑΙ ΣΥΝΕΧΕΙΣ ΚΕΦΑΛΑΙΑΚΕΣ ΕΝΕΣΕΙΣ ΣΤΙΣ ΘΥΓΑΤΡΙΚΕΣ

Με ανάπτυξη 15% έκλεισε το 2025 για την Ελληνικά Γαλακτοκομία, με τον ενοποιημένο κύκλο εργασιών του ομίλου να αγγίζει τα €750 εκατ. Κατά 19,3% αυξήθηκε η εξαγωγική δραστηριότητα, με τα προϊόντα να διατίθενται πλέον σε περισσότερες από 50 χώρες. Είναι ενδεικτικό άλλωστε ότι οι πωλήσεις του ομίλου στο εξωτερικό, που διαθέτει παραγωγικές μονάδες σε Βουλγαρία, Ρουμανία και Κύπρο, ανήλθαν στο 65% έναντι 35% στην Ελλάδα. Σημαντικό ρόλο στην ανάπτυξη έπαιξαν οι επενδύσεις σε Ρουμανία, Βουλγαρία, Κύπρο καθώς και η απόκτηση του ομίλου εταιρειών Δωδώνη στο τέλος του 2025.

DATA (σε €χιλ.)

<u>Κύκλος εργασιών</u>	<u>Μικτό αποτέλεσμα</u>
2025: 749.672	2025: 157.670
2024: 652.017	2024: 139.921
Μεταβολή: 14,98%	Μεταβολή: 12,69%
<u>EBITDA</u>	
2025: 94.648	
2024: 92.950	
Μεταβολή: 1,83%	
<u>Κέρδη προ φόρων</u>	
2025: 32.483	
2024: 38.652	
Μεταβολή: [15,96%]	
<u>Καθαρά κέρδη</u>	
2025: 29.662	
2024: 33.558	
Μεταβολή: [11,61%]	

ΔΙΕΥΡΥΝΣΗ ΤΟΥ ΟΜΙΛΟΥ

Το 2025 αποτέλεσε χρονιά περαιτέρω διεύρυνσης και ισχυροποίησης του ομίλου, με την ένταξη της Δωδώνη και της Κάμπος Χίου, καθώς και με την ίδρυση νέων θυγατρικών εταιρειών στην Πολωνία και την Ισπανία.

Ειδικότερα προχώρησε στη σύσταση νέων εταιρειών σε

- Ισπανία (Olympus Foods Iberia Sociedad Limitada)
- Πολωνία (Olympus Foods Polska Sp. z o.o.)
- Μολδαβία (Olympus Foods S.R.L.), μέσω της ρουμανικής θυγατρικής, S.C. Fabrica De Lapte Brasov S.A.

Επίσης, στις 5 Μαρτίου 2025, ο όμιλος προέβη στην εξαγορά και στην απόκτηση του συνόλου του μετοχικού κεφαλαίου της τρικαλινής γαλακτοβιομηχανίας, Μετέωρα.



ΕΠΕΝΔΥΣΕΙΣ ΚΑΙ ΑΜΚ

Η παραγωγική βάση περιλαμβάνει πλέον 9 μονάδες σε 4 χώρες, ενώ συνεχίστηκε το επενδυτικό πρόγραμμα. Κατά τη διάρκεια του 2025 πραγματοποιήθηκαν επενδύσεις €46 εκατ. για τον εκσυγχρονισμό των εγκαταστάσεων, την ενίσχυση της παραγωγικής δυναμικότητας και τη βελτίωση της αποδοτικότητας.

Παράλληλα, εντός του 2025 ο όμιλος προχώρησε σε ΑΜΚ στις θυγατρικές:

- Olympus Foods d.o.o. Beograd: €600χιλ.
 - Olympus Foods Dooel Skorje: €600χιλ.
 - Cypriot Dairies Ltd.: €17 εκατ.
 - Δουμπιά: €2,7 εκατ.
- Φέτος ο όμιλος προχώρησε σε νέες ΑΜΚ στις θυγατρικές:
- Cypriot Dairies Ltd.: €14 εκατ.
 - Dodoni Cyprus: €15 εκατ.
 - Μετέωρα: €60 χιλ.

Σημειώνεται ότι στις 6 Αυγούστου η θυγατρική εταιρεία του ομίλου, Olympus Foods (Cyprus), τροποποίησε την επωνυμία της σε Cypriot Dairies Ltd.

ΤΟ ΑΠΟΤΥΠΩΜΑ ΣΤΟΝ ΠΡΩΤΟΓΕΝΗ ΤΟΜΕΑ

Σημαντικό παραμένει και το αποτύπωμα του ομίλου στην ελληνική πρωτογενή παραγω-

γή. Η Ελληνικά Γαλακτοκομία συνεργάζεται με 6.321 κτηνοτρόφους, διατηρώντας έναν εκτεταμένο δεσμό με την ελληνική κτηνοτροφία και την εγχώρια παραγωγή γάλακτος.

Παράλληλα, συνέχισε να επενδύει στο ανθρώπινο δυναμικό. Στο τέλος του 2025 απασχολούσε 2.575 εργαζομένους, αριθμός αυξημένος κατά 24% σε σχέση με το 2024.

ΝΕΑ ΠΡΟΪΟΝΤΑ & ΒΙΩΣΙΜΗ ΑΝΑΠΤΥΞΗ

Ιδιαίτερη έμφαση δόθηκε και στην ανάπτυξη νέων προϊόντων στις κατηγορίες των γαλακτοκομικών, των επιδορπίων και των τυροκομικών προϊόντων, με επίκεντρο την καινοτομία, την ποιότητα και τις σύγχρονες καταναλωτικές ανάγκες.

Σταθερή προτεραιότητα αποτελεί, ταυτόχρονα, η βιώσιμη ανάπτυξη. Το 2025 η κατανάλωση ενέργειας από Ανανεώσιμες Πηγές αυξήθηκε κατά 32%, το 15,5% της συνολικής ενεργειακής κατανάλωσης προήλθε από ΑΠΕ και η αξιοποίηση βιοαερίου ενισχύθηκε κατά 19%. Παράλληλα, πραγματοποιήθηκαν περισσότεροι από 15.000 ποιοτικοί έλεγχοι, χωρίς καμία ανάκληση προϊόντος.

Μάκης Αποστόλου
makis@notice.gr

• ΕΥΡΩΠΑΪΚΗ ΕΝΩΣΗ ΑΝΑΣΤΟΛΗ ΣΤΙΣ ΕΙΣΑΓΩΓΕΣ ΠΟΥΛΕΡΙΚΩΝ ΑΠΟ ΤΗΝ ΤΑΪΛΑΝΔΗ ΖΗΤΑ Η ΓΑΛΛΙΚΗ ANVOL

Την αναστολή των εισαγωγών πουλερικών από την Ταϊλάνδη, καθώς και της θέσπισης νέων προνομιικών δασμολογικών ποσοστώσεων, ζητά από την Ευρωπαϊκή Ένωση η γαλλική διεπαγγελματική οργάνωση Anvol, επικαλούμενη σοβαρές ελλείψεις στο σύστημα υγειονομικών ελέγχων της ασιατικής χώρας. Η παρέμβαση της Anvol ακολουθεί τη δημοσιοποίηση, στις 10 Σεπτεμβρίου, έκθεσης ελέγχου της Ευρωπαϊκής Επιτροπής, η οποία εντόπισε σημαντικές αδυναμίες στο σύστημα υγειονομικού ελέγχου της Ταϊλάνδης. Σύμφωνα με την οργάνωση, παρά τους κινδύνους που ενδέχεται να προκύψουν για τους Ευρωπαίους παραγωγούς και καταναλωτές, δεν έχουν μέχρι στιγμής ανακοινωθεί επίσημα μέτρα για την αναστολή των εισαγωγών.

ΟΙ ΕΛΛΕΙΨΕΙΣ

Οι ελλείψεις που καταγράφονται στην έκθεση της Ευρωπαϊκής Επιτροπής αφορούν βασικές λειτουργίες του συστήματος υγειονομικής εποπτείας, μεταξύ των οποίων:

- η ικνυλασιμότητα των προϊόντων
- τα πρωτόκολλα επίσημων επιθεωρήσεων
- ο έλεγχος της ποιότητας του νερού



Όπως επισημαίνεται στην έκθεση, οι συγκεκριμένες αδυναμίες ενδέχεται να υπονομεύσουν τις εγγυήσεις που παρέχονται μέσω των επίσημων ευρωπαϊκών υγειονομικών πιστοποιητικών, εγείροντας ζητήματα ασφάλειας των τροφίμων σε ολόκληρη την εφοδιαστική αλυσίδα.

ΤΙ ΖΗΤΑΕΙ

Με αφορμή τα ευρήματα, η Anvol καλεί την ΕΕ να αποσαφηνίσει τα κριτήρια βάσει των οποίων ενεργοποιούνται προληπτικά μέτρα διασφάλισης και να διασφαλίσει την ομοιόμορφη εφαρμογή τους σε όλους τους εμπορικούς εταίρους της, ανεξάρτητα από το αν βρίσκονται εντός ή εκτός Ευρώπης.

Παράλληλα, η οργάνωση υπογραμμίζει ότι οι κανονιστικές, περιβαλλοντικές απαιτήσεις και οι προδιαγραφές για την καλή μεταχείριση των ζώων, τις οποίες καλούνται να τηρούν οι Ευρωπαίοι και οι Γάλλοι παραγωγοί και μεταποιητές τροφίμων, θα πρέπει να αντικατοπτρίζονται αυστηρά και στους όρους

πρόσβασης των εισαγόμενων προϊόντων από τρίτες χώρες στην ευρωπαϊκή αγορά. Η παρέμβαση της Anvol έρχεται σε μια περίοδο κατά την οποία βρίσκονται σε εξέλιξη οι διαπραγματεύσεις για τη σύναψη συμφωνίας ελεύθερου εμπορίου μεταξύ της Ευρωπαϊκής Ένωσης και της Ταϊλάνδης. Η οργάνωση ζητά ιδιαίτερη προσοχή στην παροχή περαιτέρω εμπορικών παραχωρήσεων ή δασμολογικών προτιμήσεων, έως ότου αποδειχθεί η πλήρης συμμόρφωση της ασιατικής χώρας με τις ευρωπαϊκές κανονιστικές απαιτήσεις.

Η ANVOL

Η Anvol είναι γαλλική διεπαγγελματική οργάνωση του κλάδου των πουλερικών, η οποία ιδρύθηκε στο πλαίσιο της Εθνικής Διάσκεψης για τα Τρόφιμα (États Généraux de l'Alimentation).

Στους κόλπους της συμμετέχουν 20 οργανισμοί που εκπροσωπούν το σύνολο της εφοδιαστικής αλυσίδας του κλάδου, από την εκκόλαψη έως το λιανεμπόριο και την εστίαση.

• LIDL ΕΛΛΑΣ

ΝΕΑ ΚΑΜΠΑΝΙΑ ΓΙΑ ΤΗ ΜΕΙΩΣΗ ΤΗΣ ΣΠΑΤΑΛΗΣ ΤΡΟΦΙΜΩΝ

Η μείωση της σπατάλης τροφίμων και η εξοικονόμηση για τα νοικοκυριά βρίσκονται στο επίκεντρο της νέας καμπάνιας της Lidl Ελλάς, η οποία επαναφέρει την ενημερωτική πρωτοβουλία "Η δύναμή μας", με αφορμή την Παγκόσμια Ημέρα κατά της Σπατάλης



Τροφίμων.

Με κεντρικό μήνυμα "Ξεκίνα τα επόμενα ψώνια από το ψυγείο σου", η εταιρεία καλεί τους καταναλωτές να ελέγχουν τα τρόφιμα που διαθέτουν ήδη στο σπίτι τους πριν προχωρήσουν σε νέες αγορές, υιοθετώντας μια απλή καθημερινή συνήθεια που μπορεί να περιορίσει τόσο τα οικιακά απορρίμματα όσο και τις οικογενειακές δαπάνες.

ΠΟΣΟΙ ΤΟΝΟΙ ΤΡΟΦΙΜΩΝ ΑΠΟΡΡΙΠΤΟΝΤΑΙ

Σύμφωνα με τα στοιχεία της Ευρωπαϊκής Ένωσης, στην Ευρώπη απορρίπτονται ετησίως 59 εκατ. τόνοι τροφίμων, ενώ στην Ελλάδα η μέση ετήσια ποσότητα ανέρχεται σε 201 κιλά ανά πολίτη.

Η Lidl Ελλάς επισημαίνει ότι η αντιμετώπιση του φαινομένου ξεκινά από την καλύτερη διαχείριση των τροφίμων που υπάρχουν ήδη στην κουζίνα, προτού οι καταναλωτές προχωρήσουν στη συμπλήρωση των προμηθειών τους. Με αυτόν τον τρόπο, η εταιρεία επιδιώκει να αναδείξει τη σύνδεση της υπεύθυνης κατανάλωσης με την εξοικονόμηση χρημάτων και τον περιορισμό της περιβαλλοντικής επιβάρυνσης.

Η νέα καμπάνια αποτελεί τη συνέχεια της πρωτοβουλίας "Η δύναμή μας", την οποία η εταιρεία είχε παρουσιάσει έναν χρόνο νωρίτερα, δίνοντας εκ νέου έμφαση στον ρόλο των καθημερινών καταναλωτικών συνηθειών στην αντιμετώπιση της σπατάλης τροφίμων.

• COCA – COLA ΤΡΙΑ ΕΨΙΛΟΝ – ΑΒ ΒΑΣΙΛΟΠΟΥΛΟΣ ΚΟΙΝΕΣ ΔΡΑΣΕΙΣ ΓΙΑ ΤΗΝ ΠΡΟΣΤΑΣΙΑ ΤΩΝ ΕΛΛΗΝΙΚΩΝ ΑΚΤΩΝ

Η προστασία του θαλάσσιου περιβάλλοντος βρίσκεται στο επίκεντρο της συνεργασίας της Coca-Cola Τρία Έψιλον και της ΑΒ Βασιλόπουλος, οι οποίες στηρίζουν το πρόγραμμα "Μαζί για καθαρές θάλασσες και ακτές" της περιβαλλοντικής οργάνωσης Aegean Rebreath. Η πρωτοβουλία περιλαμβάνει παρεμβάσεις καθαρισμού ακτών και βυθού, καθώς και δράσεις ενημέρωσης και ευαισθητοποίησης σε Μαρκόπουλο, Λευκάδα και Κάσο.

ΟΙ ΔΡΑΣΕΙΣ

Στο πλαίσιο του προγράμματος, στις 23 Σεπτεμβρίου πραγματοποιήθηκε η πρώτη κοινή εθελοντική δράση των δύο εταιρειών στην παραλία Χαμολιά, στον Δήμο Μαρκόπουλου. Στην πρωτοβουλία συμμετείχαν 30 εργαζόμενοι-εθελοντές, οι οποίοι, αφού ενημερώ-



θηκαν για τη σημασία της προστασίας του παράκτιου οικοσυστήματος, προχώρησαν σε καθαρισμό της ακτής, συγκεντρώνοντας συνολικά 22 σακιά απορριμμάτων. Οι παρεμβάσεις, ωστόσο, δεν περιορίζονται στις παραλίες. Η εξειδικευμένη ομάδα δυτών της Aegean Rebreath πραγματοποίησε υποβρύχιους καθαρισμούς στο Πόρτο Ράφτη και την Κάσο, απομακρύνοντας σχεδόν 4.000 τε-

μάχια απορριμμάτων από τον βυθό. Μεταξύ αυτών περιλαμβάνονται πλαστικά, μέταλλα, γυαλί και χαρτί, ενώ από τις θαλάσσιες περιοχές απομακρύνθηκε και ένας τόνος εγκαταλελειμμένων αλιευτικών δικτύων.

Η απομάκρυνση των απορριμμάτων αποσκοπεί στον περιορισμό των κινδύνων για τα θαλάσσια οικοσυστήματα και στην προστασία της βιοποικιλότητας, με ιδιαίτερη έμφαση στην αντιμετώπιση της ρύπανσης που προκαλείται από εγκαταλελειμμένα αλιευτικά εργαλεία.

Παράλληλα, το πρόγραμμα περιλαμβάνει δράσεις διαβούλευσης με τις τοπικές κοινωνίες και εκπαιδευτικές δραστηριότητες για μαθητές, με στόχο την ενίσχυση της περιβαλλοντικής ενημέρωσης και την ενεργότερη συμμετοχή των κατοίκων στην προστασία των παράκτιων περιοχών.

• LIDL (2025/2026) ΠΩΛΗΣΕΙΣ €102,6 ΔΙΣ. ΚΑΙ ΑΝΟΔΟΣ ΚΕΡΔΩΝ 17% ΓΙΑ ΤΙΣ ΔΙΕΘΝΕΙΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΕΣ

Αύξηση 8,3% κατέγραψαν οι πωλήσεις της Lidl στη διεθνή αγορά κατά τη χρήση 2025/2026, φτάνοντας τα €102,6 δισ., ενώ σημαντική ήταν και η ενίσχυση της κερδοφορίας της.

Ειδικότερα, σύμφωνα με δημοσιεύματα, η Lidl Stiftung, η οποία διαχειρίζεται τις δραστηριότητες της αλυσίδας εκτός Γερμανίας και Γαλλίας, κατέγραψε αύξηση τόσο των λειτουργικών, όσο και των καθαρών κερδών της.

DATA (σε €δισ.)

Έσοδα από φυσικά καταστήματα

2025/2026: 140,2

2024/2025: 132,1

EBIT

2025/2026: 4,4

2024/2025: 4,0

Καθαρά κέρδη

2025/2026: 2,7

2024/2025: 2,3

κού κύκλου εργασιών της Lidl.

Στο σύνολο των δραστηριοτήτων της, η Lidl έκλεισε το προηγούμενο οικονομικό έτος με έσοδα ύψους €140,2 δισ. ευρώ, έναντι €132,1 δισ. ευρώ στη χρήση 2023/2024, σημειώνοντας αύξηση 6,1%. Ο όμιλος Schwarz αποδίδει αυτή την ανάπτυξη κυρίως στην επέκταση του δικτύου λιανικής του και στην αύξηση της πελατειακής του βάσης στη Γερμανία και σε άλλες ευρωπαϊκές αγορές.

Η ΕΙΚΟΝΑ ΤΗΣ SCHWARZ GROUP

Ανοδική πορεία κατέγραψε και η Schwarz Group, ο όμιλος που έχει υπό την ιδιοκτησία του τις Lidl και Kaufland. Κατά τη διάρκεια της χρήσης, ο όμιλος πρόσθεσε 300 καταστήματα στο συνδυασμένο δίκτυό του, ανεβάζοντας τον συνολικό αριθμό τους σε 14.500. Τα συνολικά έσοδα της Schwarz Group ενισχύθηκαν κατά 5,8%, φτάνοντας τα €185,6 δισ.

ΔΙΕΚΔΙΚΕΙ ΤΗΝ TESCO ΚΕΝΤΡΙΚΗΣ ΕΥΡΩΠΗΣ

Την ίδια ώρα, η Schwarz Group φέρεται να συγκαταλέγεται στους πιθανούς ενδιαφερόμενους για την εξαγορά των δραστηριοτήτων της Tesco στην Κεντρική Ευρώπη, σε περίπτωση που η βρετανική αλυσίδα αποφασίσει



Kenneth McGrath, CEO, Lidl International

να αποχωρήσει από την Τσεχία, την Σλοβακία και την Ουγγαρία.

Σύμφωνα με σχετικά δημοσιεύματα, μεταξύ των πιθανών διεκδικητών περιλαμβάνονται επίσης η Ahold Delhaize και η Jerónimo Martins, η οποία διαχειρίζεται την αλυσίδα Biedronka στην Πολωνία και τη Σλοβακία. Η Tesco διατηρεί περισσότερα από 560 καταστήματα στις τρεις συγκεκριμένες αγορές, με ενδεχόμενη πώλησή τους να αποτελεί μια σημαντική εξέλιξη για τον κλάδο του οργανωμένου λιανεμπορίου στην περιοχή.

Τα οικονομικά αποτελέσματα αφορούν τη χρήση που ολοκληρώθηκε στις 28 Φεβρουαρίου 2026 και καλύπτουν αγορές που αντιπροσωπεύουν περίπου το 70% του συνολι-

• LUCKIN COFFEE

ΣΧΕΔΙΑ ΕΠΕΚΤΑΣΗΣ ΣΤΗΝ ΜΕΣΗ ΑΝΑΤΟΛΗ ΜΕ ΤΗ ΣΤΗΡΙΞΗ ΤΗΣ MUBADALA

Την επέκτασή της στις αγορές του Περσικού Κόλπου εξετάζει η κινεζική αλυσίδα καφέ Luckin Coffee, με τη στήριξη της Mubadala, του κρατικού επενδυτικού ταμείου του Άμπου Νάμπι, το οποίο συμμετείχε μαζί με την Centurium Capital σε επένδυση ύψους \$1 δισ. στην εταιρεία.

Όπως δήλωσε στο CNBC ο David Li, Πρόεδρος της Luckin Coffee και συνιδρυτής & CEO της Centurium Capital, η διοίκηση εξετάζει την είσοδο σε νέες αγορές, μεταξύ των οποίων και οι χώρες του Περσικού Κόλπου. Η Mubadala, με υπό διαχείριση κεφάλαια περίπου \$385 δισ., έχει επενδύσει περισσότερα από \$20 δισ. στην Κίνα, με το χαρτοφυλάκιό της να περιλαμβάνει τη Shein και τη Dalian Wanda.

ΟΙ ΠΡΟΟΠΤΙΚΕΣ ΤΗΣ ΜΕΣΗΣ ΑΝΑΤΟΛΗΣ

Σύμφωνα με τον Διευθύνοντα Σύμβουλο της Luckin Coffee, Jinyi Guo, η Μέση Ανατολή παρουσιάζει ενδιαφέρον λόγω της σταθερής ζήτησης για καφέ και της αυξανόμενης προτίμησης των καταναλωτών για ροφήματα

με λιγότερη ζάχαρη. Το 2019, η εταιρεία είχε ανακοινώσει σχέδια επέκτασης στη Μέση Ανατολή και την Ινδία, τα οποία, ωστόσο, δεν υλοποιήθηκαν.

Έκτοτε, με τη στήριξη της Centurium Capital, η Luckin ακολούθησε πορεία αναδιάρθρωσης και ταχείας ανάπτυξης, ξεπερνώντας τη Starbucks σε πωλήσεις στην Κίνα. Παράλληλα, η Centurium απέκτησε τον Απρίλιο από τη Nestlé την premium μάρκα Blue Bottle Coffee, έναντι τιμήματος που, σύμφωνα με δημοσιεύματα, ήταν χαμηλότερο των 400 εκατ. δολαρίων.

Η ΔΙΕΘΝΗΣ ΠΑΡΟΥΣΙΑ

Η Luckin διαθέτει περίπου 36.000 καταστήματα στην Κίνα και το Χονγκ Κονγκ, ενώ η διεθνής παρουσία της περιλαμβάνει 150 καταστήματα στη Μαλαισία, 100 στη Σιγκαπούρη και 23 στη Νέα Υόρκη. Τον Μάιο, η Temasek γνωστοποίησε ότι κατέχει ποσοστό 6,4% στην εταιρεία.

Κατά το β' τρίμηνο, τα έσοδα της Luckin αυξήθηκαν κατά 28,5%, στα 15,9 δισ. γουάν, ενώ οι ενεργοί μηνιαίοι πελάτες ενισχύθηκαν



Hui Li, Πρόεδρος, Luckin Coffee

κατά 23%, στα 112,7 εκατ. Παράλληλα, προστέθηκαν καθαρά 2.714 νέα καταστήματα.

ΕΠΙΣΤΡΟΦΗ ΣΤΟΝ NASDAQ

Την ίδια στιγμή, η εταιρεία εξετάζει την επιστροφή της σε κύρια αμερικανική χρηματιστηριακή αγορά, χωρίς να έχει προσδιορίσει χρονοδιάγραμμα. Το 2019 είχε διαγραφεί από το Nasdaq, μετά την αποκάλυψη λογιστικού σκανδάλου που αφορούσε την παραποίηση στοιχείων πωλήσεων. Σήμερα, οι μετοχές της διαπραγματεύονται εξωχρηματιστηριακά, με τη χρηματιστηριακή της αξία να ανέρχεται σε περίπου \$9,6 δισ.

• Debrief •

ΤΙ ΕΓΙΝΕ ΣΤΗΝ ΙΣΠΑΝΙΑ;

Ό,τι γίνεται με κάθε εκκρεμές. Αν το τραβήξεις πολύ από τη μια μεριά, αναπόφευκτα θα πάει τέρμα-πέρα και προς την άλλη.

Χθες, λοιπόν, η κυβέρνηση συνασπισμού της Ισπανίας συμφώνησε σε νέα μέτρα για την αντιμετώπιση της στεγαστικής κρίσης. Όπως ανακοίνωσε [η Υπουργός Υγείας της Ισπανίας στο X](#), η νομοθεσία για τη στέγαση περιλαμβάνει απαγόρευση των εξώσεων έως το 2030, αυστηρότερους κανόνες για τις βραχυπρόθεσμες μισθώσεις και διετή παράταση για τις υπάρχουσες μισθώσεις.

Ας το πούμε όπως ακριβώς είναι: το ισπανικό κράτος θέλει να ορίσει στους ιδιοκτήτες ακινήτων πώς θα διαχειριστούν την περιουσία τους για τα επόμενα χρόνια. Κάτι σαν συνιδιοκτήτης, δηλαδή. Και κατά πάσα πιθανότητα η είδηση αυτή ακούγεται σαν μουσική στα αυτιά όχι μόνο των Ισπανών, αλλά πολλών, πολλών

Ευρωπαίων. Ίσως και πιο μακριά.

Τα νέα μέτρα ήρθαν μετά την απομάκρυνση μιας 87χρονης συνταξιούχου από το διαμέρισμά της στην Μαδρίτη την περασμένη εβδομάδα, η οποία πυροδότησε πανεθνικές διαμαρτυρίες.

Το στεγαστικό δεν είναι μόνο ισπανικό πρόβλημα, είναι σχεδόν παγκόσμιο. Ειδικά για τις νέες γενιές, έχει αποκτήσει χαρακτηριστικά αδιεξόδου, με τις τιμές αγοράς και ενοικίασης να έχουν απογειωθεί.

Εδώ υπάρχουν δύο προσεγγίσεις: Η μία, η... ψύχραιμη, λέει ότι υπάρχει δυσαναλογία μεταξύ προσφοράς και ζήτησης, ότι πλέον τα ακίνητα έχουν αποκτήσει και επενδυτική χρησιμότητα, ότι πολίτες χωρών με υψηλότερα εισοδήματα κατευθύνουν τα κεφάλαιά τους σε χώρες με χαμηλότερα εισοδήματα οπότε οι τιμές ανεβαίνουν, ότι, ότι, ότι.

Πάμε τώρα να δούμε την άλλη πλευρά.

Ωραία, ισχύουν όλα αυτά. Και; Το δια ταύτα ποιο είναι; Ότι κάποια στιγμή η αγορά θα αυτορρυθμιστεί οπότε όλα καλά; Σε θεωρητικό επίπεδο, ναι. Σε πρακτικό, όμως, τί γίνεται μέχρι τότε (άραγε τότε;). Μην ξεχνάμε ότι μιλάμε για την Ευρώπη και γενικά για τον ανεπτυγμένο κόσμο. Η πρόσβαση στη στέγη θεωρείται (και καλώς θεωρείται) για γενιές κάτι αυτονόητο, όχι κάποια... εξωτική πολυτέλεια. Η ισπανική κυβέρνηση είναι κυβέρνηση μειοψηφίας, οπότε δεν είναι σίγουρο ότι τα μέτρα θα αποκτήσουν νομοθετική ισχύ. Είναι, όμως, απόλυτα σίγουρο ότι οι κυβερνήσεις θα συνεχίσουν να βρίσκουν συνεχώς μπροστά τους το στεγαστικό, με την πίεση της κοινής γνώμης να αυξάνεται απολύτως ανάλογα με την άνοδο των τιμών των ακινήτων.

Γιάννης Παλιούρης
giannis@notice.gr

• **WOLT**

ΣΤΗΝ ΠΛΑΤΦΟΡΜΑ ΤΟ ΒΙΟΛΟΓΙΚΟ ΧΩΡΙΟ ΜΕ ΠΕΡΙΣΣΟΤΕΡΑ ΑΠΟ 4.000 ΠΡΟΪΟΝΤΑ

Την παρουσία της στον τομέα του retail διευρύνει η Wolt, μέσω της συνεργασίας της με το Βιολογικό Χωριό, προσθέτοντας στην πλατφόρμα περισσότερα από 4.000 προϊόντα. Η συνεργασία, η οποία ξεκίνησε πιλοτικά από ένα κατάστημα στους Αμπελόκηπους, επεκτάθηκε μέσα σε λιγότερο από έναν μήνα σε 24 σημεία του δικτύου σε Αθή-

να και Λάρισα.

Η νέα συνεργασία διευρύνει τις επιλογές που έχουν στη διάθεσή τους οι χρήστες της Wolt, πέρα από την κατηγορία του food delivery. Στο διαθέσιμο χαρτοφυλάκιο περιλαμβάνονται μεταξύ άλλων φρέσκα προϊόντα, είδη πρωινού, snacks, γαλακτοκομικά, vegan και gluten-free επιλογές, superfoods και προϊό-



να ειδικής διατροφής.

Παράλληλα, στην πλατφόρμα διατίθενται συμπληρώματα διατροφής, προϊόντα προσωπικής φροντίδας και wellness, καθώς και είδη για το σπίτι.

Business Maker

ΕΩΣ ΤΟ ΤΕΛΟΣ ΤΟΥ 2026 Ο ΝΕΟΣ CEO ΤΗΣ ΑΘΗΝΑΪΚΗΣ ΖΥΘΟΠΟΙΙΑΣ

Μέχρι το τέλος του έτους αναμένεται να κλείσει μια εκκρεμότητα που παραμένει ανοιχτή στην Αθηναϊκή Ζυθοποιία: η επιλογή του νέου επικεφαλής της μεγαλύτερης ελληνικής ζυθοποιίας. Καλά πληροφορημένες πηγές τοποθετούν την άφιξη του διαδόχου προς το τέλος του 2026, επισημαίνοντας ότι η διαδικασία δεν είναι απλή και γι' αυτό απαιτεί χρόνο. Το βασικό ζήτημα είναι ότι δεν υπήρχε έτοιμη λύση για τη συγκεκριμένη θέση. Η αναζήτηση του κατάλληλου προσώπου συνεχίζεται με προσοχή, καθώς, όπως χαρακτηρίστικά μεταφέρουν οι ίδιες πηγές, ο άνθρωπος που θα αναλάβει τα νήια χρειάζεται όχι μόνο τις απαιτούμενες διοικητικές ικανότητες αλλά και γερό στομάχι. Το κενό στην κορυφή δημιουργήθηκε μετά την πρόωρη αποχώρηση

του προηγούμενου επικεφαλής, Sebastian Sanchez για προσωπικούς λόγους. Η εξέλιξη ανάγκασε την εταιρεία να κινηθεί εκ των ενόντων ώστε να διασφαλιστεί η διοικητική συνέχεια μέχρι να ολοκληρωθεί η επιλογή του μόνιμου διαδόχου. Ο Αλέξανδρος Δανιλίδης εκτελεί προσωρινά χρέη Διευθύνοντος Συμβούλου, παράλληλα με το ρόλο του ως Managing Director G9 Europe της Heineken, ενώ διαθέτει εμπειρία άνω των τριών δεκαετιών στον όμιλο Heineken και στην Αθηναϊκή Ζυθοποιία. Πρόκειται για μεταβατική λύση μέχρι να βρεθεί και να αναλάβει καθήκοντα το νέο πρόσωπο που θα καθίσει στην κορυφαία διοικητική θέση της εταιρείας. Οι πληροφορίες επιμένουν ότι η αναμονή αξίζει, ακριβώς επειδή η επιλογή δεν αντιμετωπίζεται ως μια

τυπική αντικατάσταση στελέχους. Το μέγεθος της εταιρείας και οι απαιτήσεις του ρόλου ανεβάζουν τον πήχη για τον υποψήφιο που τελικά θα επιλεγεί. Το χρονοδιάγραμμα δείχνει πλέον προς το κλείσιμο της χρονιάς. Μέχρι τότε, ο Δανιλίδης συνεχίζει να έχει την εποπτεία και η αναζήτηση προχωρά χωρίς βιασύνη. Το ζητούμενο είναι να βρεθεί ο άνθρωπος που θα μπορέσει να αναλάβει πλήρως το τιμόνι και όχι απλώς να καλυφθεί γρήγορα μια κενή θέση. Στην πράξη, η εταιρεία έχει επιλέξει να δώσει περισσότερο χρόνο στην αναζήτηση αντί να καταλήξει σε μια λύση ανάγκης. Οι ίδιες πηγές θεωρούν ότι η θέση απαιτεί πρόσωπο που θα μπορεί να σηκώσει το βάρος της μεγαλύτερης ελληνικής ζυθοποιίας από την πρώτη ημέρα κιόλας επιτυχώς.

ΘΕΣΓΑΛΑ: ΑΝΑΠΤΥΞΗ 80%, ΕΠΕΝΔΥΣΕΙΣ €5 ΕΚΑΤ. ΚΑΙ ΤΩΡΑ... ΓΙΑΟΥΡΤΙ

Με ανάπτυξη που ξεπερνά το 70%-80% σε σχέση με πέρυσι και τον τζίρο να πλησιάζει επίπεδα διπλασιασμού, η Θεσγάλα περνά σε φάση επιθετικής επέκτασης. Καλά πληροφορημένες πηγές αναφέρουν ότι προτεραιότητα είναι πλέον το χτίσιμο δικτύου και η είσοδος σε περισσότερες περιοχές, με Αθήνα και Θεσσαλονίκη στο επίκεντρο. Στην Αθήνα έχουν ήδη γίνει τα πρώτα βήματα, με παρουσία σε μικρά σημεία και στον Γαλαξία, όπου διατίθενται όλα τα προϊόντα, ενώ σε άλλα super market έχει τοποθετηθεί μέρος της γκάμας. Στόχος είναι σταδιακά η παρουσία σε όλες τις μεγάλες αλυσίδες. Η Θεσσαλονίκη αποτελεί την επόμενη δύσκολη πίστα. Η εταιρεία βρίσκεται σε διαπραγματεύσεις με δύο έως

τρεις διανομείς, αναζητώντας συνεργάτη που να ταιριάζει στην εμπορική πολιτική της. Ιδιαίτερο ενδιαφέρον υπάρχει για τον Μασούτι, με τον οποίο ήδη συνεργάζεται παράγοντας προϊόντα ιδιωτικής ετικέτας. Η πλήρης ανάπτυξη τοποθετείται πιθανότερα στο 2027. Το κεφίρ και τα επιδόρπια εμφανίζουν καλή ανάπτυξη, ενώ μεγάλη αποδοχή έχει το σοκολατούχο γάλα. Έρχεται επίσης high protein προϊόν, ενώ μέχρι το τέλος του έτους σχεδιάζεται να ξεκινήσει παραγωγή γιαουρτιού. Παράλληλα αρχίζουν δειλά οι εξαγωγές προς Βαλκάνια, με μικρούς εμπόρους σε Αλβανία, Βουλγαρία και Σκόπια να έχουν ήδη δοκιμάσει προϊόντα. Οι εξαγωγές αποτελούν τον μεγάλο επόμενο στόχο. Πίσω από την επέκταση τρέχει επενδυ-

τικό πρόγραμμα €5 εκατ., που ολοκληρώνεται έως το τέλος της χρονιάς. Περιλαμβάνει γραφεία, αποθήκες, χώρους πρώτων υλών, παραγωγή και αναβάθμιση υφιστάμενων γραμμών. Το προσωπικό έχει ήδη τριπλασιαστεί, από 12 σε 36 εργαζομένους. Στις τιμές, η Θεσγάλα δεν έχει προχωρήσει ούτε σε μειώσεις ούτε σε αυξήσεις. Εδώ και τρία χρόνια παραμένουν στα ίδια επίπεδα, καθώς αυτή την περίοδο το βάρος πέφτει στο δίκτυο, στο όνομα και στην ανάπτυξη της μάρκας. Η διοίκηση, σύμφωνα με τις ίδιες πηγές, δηλώνει αποφασισμένη να συνεχίσει να επενδύει και να στηρίζει τη Θεσγάλα, θεωρώντας ότι πρόκειται για brand με ενδιαφέρον, προοπτική και χώρο για την αγορά.

• **AGRINO**

ΝΕΑ ΣΕΙΡΑ ΟΣΠΡΙΟΓΚΟΦΡΕΤΩΝ ΜΕ 22% ΦΥΤΙΚΗ ΠΡΩΤΕΪΝΗ

Η Agrino διευρύνει το προϊόντικό της χαρτοφυλάκιο με τη νέα σειρά οσπριογκοφρετών Agrino Protein, η οποία περιλαμβάνει 22% φυτική πρωτεΐνη, υψηλή περιεκτικότητα σε φυτικές ίνες και χαμηλά επίπεδα σακχάρων και κορεσμένων λιπαρών.

Σύμφωνα με την εταιρεία, οι οσπριογκοφρέτες Agrino Protein έχουν σχεδιαστεί ως επιλογή καθημερινού σνακ, ενώ η περιεκτικότητά τους σε πρωτεΐνη συμβάλλει στην

αύξηση και τη διατήρηση της μυϊκής μάζας. Απευθύνονται, μεταξύ άλλων, και σε καταναλωτές που αναζητούν ένα σνακ μετά τη σωματική άσκηση.

ΟΙ ΝΕΕΣ ΓΕΥΣΕΙΣ

Η νέα σειρά κυκλοφορεί σε τρεις γεύσεις:

- Ρίγανη
- Κλασική
- Pizza



Business Insight

ΟΛΠ-ΟΛΘ: ΑΝΘΕΚΤΙΚΟΙ ΦΟΡΕΙΣ, ΜΕ ΠΡΟΟΠΤΙΚΕΣ ΓΙΑ ΣΗΜΑΝΤΙΚΗ ΜΕΓΕΘΥΝΣΗ

Η ανακοίνωση οικονομικών αποτελεσμάτων εξαμήνου, συνδυαστικά με τις προβλέψεις για τη συνέχεια καταδεικνύουν τη στιβαρότητα δύο φορέων που πέραν του γεωπολιτικού, επιχειρηματο-οικονομικού, έχουν και επενδυτικό/χρηματιστηριακό ενδιαφέρον.

Συνολικά έσοδα €111,9 εκατ. για τον ΟΛΠ (από €122,8 εκατ. την αντίστοιχη περίοδο του 2025), καθαρά κέρδη €35,4 εκατ. (από €46,7 εκατ.) αμφότερα μειωμένα και μάλιστα σημαντικά (κατά 24,4%) τα καθαρά κέρδη. Αυτά δείχνουν την θεατή πλευρά, που για έναν επενδυτή χρήσιμο είναι να βλέπει και προς την αθέατη. Αυτό γιατί, η υποχώρηση ήταν εν πολλοίς αναμενόμενη λόγω της παρατεταμένης κρίσης στην Ερυθρά Θάλασσα, και της αναγκαστικής παράκαμψης του Σουέζ (κάνουν τον γύρο της Αφρικής, επηρεάζοντας τον σταθμό εμπορευματοκιβωτίων). Επίσης στο β' τρίμηνο η ζημιά περιορίστηκε αισθητά σε σχέση με το α' - καθώς ήταν δυνατός μήνας ο Ιούνιος - αποτέλεσμα της ευελιξίας της διοίκησης, της μερικής αντιστάθμισης (με την συνδρομή της κρουαζιέρας). Πολύ σημαντικό, για έναν επενδυτή που επιλέγει με γνώμονα και τον ισολογισμό, το γεγονός του μηδενισμού του δανεισμού, με παράλληλα ενίσχυση του ταμείου. Η παρουσία της Cosco Shipping, πέραν της μετοχικής θέσης (67%) διασφαλίζει σταθερή ροή φορτίων, διεθνές εκτόπισμα και επιθετικό επενδυτικό προσανατολισμό. Σταθερή η διοίκηση στην διανομή αυξημένων κερδών στους μετόχους/επενδυτές, θυμίζοντας

πως τον Αύγουστο του 2026 διένειμε μέρισμα €1,89€ ανά μετοχή (χρήση 2025). Από τα κλασικά dividend stocks του ελληνικού χρηματιστηρίου.

Συνεκτιμώντας τις εξελίξεις στην ευρύτερη περιοχή, το κόστος υποχρεωτικών επενδύσεων, η τρέχουσα περίοδος δεν είναι από τις πιο ευνοϊκές για τον φορέα. Από τη μία ο γεωπολιτικός κίνδυνος (άμεση εξάρτηση από τις διεθνείς ναυτιλιακές διόδους), από την άλλη οι επενδύσεις που πρέπει να υλοποιηθούν (οι κεφαλαιακές δαπάνες βάσει της σύμβασης παραχώρησης πιέζουν τις ελεύθερες ταμειακές ροές). Αυτά, με την αποτίμηση του ΟΛΠ στα €1,171 δισ. Υποθέτοντας πως, η κατάσταση σε Μέση Ανατολή, Σουέζ κ.λ.π κάποια στιγμή θα εξομαλυνθεί και ότι το capex αφορά συγκεκριμένη χρονική περίοδο, η προοπτική προοιωνίζεται καλύτερη. Πρακτικά, η δυναμική που μπορεί να αναπτυχθεί είναι σημαντική (έως τεράστια, με το θετικό ενδεχόμενο) καθώς οι νέες υποδομές ύψους €106,7 εκατ. θα αυξήσουν κατακόρυφα τη χωρητικότητα και την επιχειρησιακή του αποδοτικότητα.

Σε ό,τι αφορά τον ΟΛΘ, το α' εξάμηνο ήταν καλύτερο του ΟΛΠ, εύλογα θα πει κάποιος αριώως επειδή δεν εξαρτάται από τα μεγάλα πλοία της Ασίας που παρακάμπτουν τη Μεσόγειο. Πλην όμως, ο ΟΛΘ δεν έχει τις πλάτες μίας Cosco. Ωστόσο, διαθέτει την προοπτική. Στην Θεσσαλονίκη δεν κατασκευάζεται απλώς ένας μεγαλύτερος προβλήτας. Δημιουργείται η υποδομή πάνω στην οποία το λιμάνι θα αλλάξει κατηγορία. Οι αριθ-

μοί εξηγούν το γιατί. Με την ολοκλήρωση του Προβλήτα 6, η δυναμικότητα του container terminal προβλέπεται να αυξηθεί από 650.000 στα 1.500.000 εκατ. TEU, με το λιμάνι να μπορεί να υποδέχεται πλοία έως 24.000 TEU. Δηλαδή, από ένα λιμάνι που σήμερα εξυπηρετεί πλοία έως περίπου 10.000 TEU, ο ΟΛΘ θέλει να περάσει στην κατηγορία των mainline calls των μεγάλων containerships. Αυτό ακριβώς περιγράφει και η διοίκηση στις παρουσιάσεις της προς την επενδυτική κοινότητα. Πρακτικά η Θεσσαλονίκη, ο ΟΛΘ βλέπει προς τα Βαλκάνια και βαθύτερα στην Κεντρική και Ανατολική Ευρώπη, εκεί όπου κρίνονται οι εμπορευματικές ροές και όπου ο ανταγωνισμός των λιμανιών γίνεται ολοένα σκληρότερος. Παράλληλα, η διοίκηση του Οργανισμού δηλώνει "παρών" στον σχεδιαζόμενο εμπορικό διάδρομο IMEC.

Και στην περίπτωση του ΟΛΘ το capex δημιουργεί πίεση (για όσο...) το αποτέλεσμα όμως είναι αυτό που αναβαθμίζει τον φορέα στην ανώτερη κατηγορία. Με τρέχουσα αποτίμηση στα €412 εκατ.

Αμφότεροι οι φορείς, πολύ δύσκολα θα μείνουν εκτός monitoring διαχειριστών που επενδύουν σε αναπτυσσόμενες αγορές. Με το διάστημα που ακολουθεί μέχρι την αναβάθμιση και από τον οίκο Moody's (Μάιος 2027) να θεωρείται ικανό για την σταδιακή προσέλευση επενδυτικών κεφαλαίων.

Είπαμε, στα €1,171 δισ. η αποτίμηση του ΟΛΠ, στα €412 εκατ. του ΟΛΘ. Για να δούμε πόσο θα τιμολογούνται σε 9-12 μήνες.

• ABB ΕΛΛΑΔΟΣ ΠΩΣ Η ΒΙΟΜΗΧΑΝΙΑ ΤΡΟΦΙΜΩΝ ΚΑΙ ΠΟΤΩΝ ΜΠΟΡΕΙ ΝΑ ΕΞΟΙΚΟΝΟΜΗΣΕΙ ΕΝΕΡΓΕΙΑ

Στις δυνατότητες εξοικονόμησης ενέργειας στη βιομηχανία τροφίμων και ποτών, όπου αρκετές επιχειρήσεις δεν έχουν ακόμη προχωρήσει στην αναβάθ-



Χρήστος Σκαρλατάκης, Διευθυντής του Τομέα Ηλεκτρολογικού Εξοπλισμού (Electrification) για Ελλάδα και Κύπρο, ABB

μιση των κινητήριων συστημάτων τους, έκανε ιδιαίτερη αναφορά ο Χρήστος Σκαρλατάκης, Διευθυντής του Τομέα Ηλεκτρολογικού Εξοπλισμού (Electrification) της ABB για Ελλάδα και Κύπρο. Επιπλέον αναφέρθηκε στη ψηφιακή διαχείριση ενέργειας, η οποία παραμένει πρόκληση για τη βιομηχανία.

Περισσότερα για τα όσα δήλωσε ο κ. Σκαρλατάκης για την ABB Ελλάδος, την ψηφιοποίηση των βιομηχανιών που βρίσκεται στο επίκεντρο και τα data centers, [στο σημερινό τεύχος του BnB Daily](#).

Μάριος Δελατόλας
marios@notice.gr

SECRETCREIPE

Δυνατό μπάσιμο στο Cash & Carry και έπεται το retail

Πρόκειται για μία από τις πιο ποιοτικές εταιρείες του κλάδου. Τόσο στα προϊόντα, που παράγει, όσο και στα στοιχεία του ισολογισμού της. Ήρεμη δύναμη, αναπτύσσεται υγιώς κάθε χρόνο, με καλή κερδοφορία, δουλεύοντας κυρίως χονδρική και χωρίς τυμπανοκρουσίες. Πλέον, όπως πληροφορείται το Fnb Daily, κάνει δυνατό μπάσιμο στο Cash & Carry, επιδιώκοντας μεγαλύτερη διείσδυση στο HoReCa, ενώ ετοιμάζει και μεγάλο κωδικολόγιο για το retail. Νεότερα, σύντομα...

Editorial

114/115, ένα χαλί και τα αρχαία του metro

Στην Αγγλία κάνουν τα πάντα αργά: Τσάι, Brexit, δικαιοσύνη.

Η υπόθεση της Manchester City είναι το καλύτερο παράδειγμα. Η Premier League έστειλε τον φάκελο σε ανεξάρτητη επιτροπή τον Φεβρουάριο του 2023, η ακρόαση έγινε από τον Σεπτέμβριο ως τον Δεκέμβριο του 2024, και η ετυμολογία ήρθε στις 25 Σεπτεμβρίου 2026. Σύμφωνα με το The Athletic, η City κρίθηκε ένοχη για τις 114 από τις 115 κατηγορίες.

Αν περιμένετε την απόφαση, προλάβετε να δείτε την City να κατακτά ένα σωρό πρωταθλήματα. Η καθυστέρηση ήταν σκανδαλώδης και δεν πρέπει να τη συγχωρήσουμε με το πρόσχημα της "νομικής ακρίβειας".

Κι όμως, η διαδικασία προχώρησε. Κάτι που για εμάς ακούγεται σχεδόν εξωτικό.

Ο πλουσιότερος σύλλογος του πλανήτη, με ιδιοκτησία από το Abu Dhabi, στρατιές δικηγόρων και ένα... αδιάσειστο(;) σώμα αποδείξεων, κάθισε στο εδώλιο μιας τριμελούς επιτροπής και έχασε.

Και το πιο ενδιαφέρον δεν είναι οι λογιστικές παραβάσεις, αλλά οι 35 κατηγορίες για άρνηση συνεργασίας με την έρευνα.

Στην Αγγλία, το να κρύβεις φακέλους είναι αδίκημα.

Στην Ελλάδα, είναι στρατηγική.

Η City αναμένεται να προσφύγει, και μόνο εφόσον η έφεση απορριφθεί θα αποφασιστούν οι ποινές, που μπορεί να φτάσουν από πρόστιμο και αφαίρεση βαθμών μέχρι υποβιβασμό και αφαίρεση τίτλων.

Θα δούμε αν η Premier League θα έχει το θάρρος να πάει ως το τέλος. Αλλά τουλάχιστον έφτασε ως εδώ. Και τώρα το δύσκολο ερώτημα: Αν συνέβαινε κάτι αντίστοιχο στην Ελλάδα;

Πρώτα απ' όλα, ποιος θα έκανε την έρευνα;

Μια Super League, όπου κάθε ιδιοκτήτης έχει τον δικό του πρόεδρο, τους δικούς του διαιτητές και τα δικά του κανάλια;

Μια ΕΠΟ, που έχει ζήσει περισσότερες παρεμβάσεις της FIFA από ό,τι μεταγραφικές περιόδους; Μια... ανεξάρτητη επιτροπή, που θα κρατούσε την ανεξαρτησία της ακριβώς μέχρι την πρώτη ανακοίνωση με φωτογραφίες των μελών της;

Η εμπειρία μας δεν αφήνει περιθώρια αισιοδοξίας.

Η εμπειρία μάς έχει διδάξει πως τελειώνουν τα μεγάλα σκάνδαλα εδώ: Με δικογραφίες, που ταξινομούν επί χρόνια, με αναβολές, με παραγραφές και, στο τέλος, με μια γενική αίσθηση ότι "όλοι το έκαναν, άρα κανείς".

Δεν θα το θάβαμε κάτω από το χαλί.

Το χαλί δεν φτάνει πια.

Θα το θάβαμε σε βάθος, που θα ζήλευε και το metro της Θεσσαλονίκης.

Και μετά, θα βρίσκαμε αρχαία...

Οι Άγγλοι άργησαν οκτώ χρόνια.

Εμείς ούτε που θα ξεκινούσαμε. Τόσο απλά.

Νεκτάριος Β. Νώτης
nectarios@notice.gr