



Δική σου η επιλογή

Φυσικός χυμός **Χυμός φυσικός**

- Μεγάλη ποικιλία σε προσιτές τιμές
- Πολλές επιλογές για κάθε ανάγκη
- Βρίσκεις πάντα αυτό που χρειάζεσαι χωρίς εκπτήσεις στην ποιότητα



1 L = 2,53€



1 L = 1,69€

LIFE
Φυσικός χυμός
πορτοκάλι
1,5 L
1 L = 2,53€

3,79 €



ΝΩΜΑ
Φυσικός χυμός
πορτοκάλι
Πελοποννήσου
100%
1 L

1,69 €

Στα Lidl

Από τα 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

ΔΕΥΤΕΡΑ 29 ΙΟΥΝΙΟΥ 2026
ΤΕΥΧΟΣ 2355



• L'ARTIGIANO

Ανάπτυξη 5% στο εξάμηνο
- Ανθεκτική η αγορά εστίασης



• PITENIS

Μπαίνει στο δίκτυο της Αριάδνη στην Κρήτη
- Νέοι κωδικοί και ανάπτυξη 10% στο εξάμηνο



• ΤΥΡΟΚΟΜΕΙΟ ΜΗΛΙΤΣΟΠΟΥΛΟΥ

Με αυξήσεις οι τιμοκατάλογοι του επόμενου εξαμήνου
στη φέτα - Σε εξέλιξη επενδύσεις €1 εκατ.



• SPARTA GOURMET

Με 15%-20% τρέχουν οι εξαγωγές
- Σε ποιες χώρες εξετάζει διεύρυνση παρουσίας

Editorial

29 Ιουνίου

Debrief

Ποιος ακύρωσε την κοινή λογική;

Business Insight

Ο πολυπράγμων Νίκος Βαρδινογιάννης και το νέο άνοιγμα με την AVE Pharma

Business Maker

- Ούζο Βαρβαγιάννη: Το σκουρό των €4 εκατ., οι εξαγωγές και το νέο αποστακτήριο
- Στο Μαξίμου κρίνεται η συμφωνία για τις τιμές – Οι δύο γραμμές και το ποσοστό των εκπτώσεων

SecretRecipe

Στραγγίζουν τον ισολογισμό οι μη διαχειρίσιμες ζημιές



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

Για περισσότερες πληροφορίες:



ΜΕ ΤΗΝ ΑΙΓΙΔΑ

ESE
ΕΛΛΗΝΙΚΟ ΣΥΝΗΜΕΡΟ ΣΥΝΕΡΓΕΙΟ

ΙΙΠΕ
ΙΝΣΤΙΤΟΥΤΟ ΠΟΛΙΤΙΣΜΟΥ ΕΛΛΑΔΟΣ

ΣΕΕΤ
1932

• **PITENIS**

ΜΠΑΙΝΕΙ ΣΤΟ ΔΙΚΤΥΟ ΤΗΣ ΑΡΙΑΔΝΗ ΣΤΗΝ ΚΡΗΤΗ - ΝΕΟΙ ΚΩΔΙΚΟΙ ΚΑΙ ΑΝΑΠΤΥΞΗ 10% ΣΤΟ ΕΞΑΜΗΝΟ

Το κωδικολόγιό της συνεχίζει να διευρύνει η Pitenis, έχοντας παράλληλα ολοκληρώσει την αναδιάρθρωση του δικτύου πωλήσεων, με το σύνολο των υποκαταστημάτων που διατηρεί σε Αθήνα, Θεσσαλονίκη, Λάρισα και Τρίπολη να είναι πλέον ιδιόκτητα.

"Η κίνηση αυτή ήταν για εμάς στρατηγικής σημασίας καθώς μας έδωσε τη δυνατότητα να πάμε σε νέα σημεία πώλησης και, ταυτόχρονα, να διαχειριστούμε πιο αποτελεσματικά και με μεγαλύτερη αμεσότητα το υπάρχον πελατολόγιο", εξηγεί στο Fnb Daily ο Αγαμέμνων Πιτένης, Διευθυντής Μάρκετινγκ και Εξαγωγών της κοζανίτικης εταιρείας.

ΟΙ ΠΡΟΣΘΗΚΕΣ ΣΤΗΝ ΓΚΑΜΑ

Αναφορικά με τα νέα προϊόντα, η Cheddar Sauce που παρουσιάστηκε δοκιμαστικά στην Food Expo τον περασμένο Μάρτιο, έχει ξεκινήσει πλέον να διατίθεται κανονικά στην αγορά ενώ στην γκάμα έχουν προστεθεί δύο ακόμα sauces, Μαγιονέζα και Μουστάρδα. Η Μαγιονέζα με Κρόκο Κοζάνης είναι πλέον διαθέσιμη και σε νέα squeeze συσκευασία top down.

Όλοι οι παραπάνω νέοι κωδικοί απευθύνονται στο retail απ' όπου, όπως σημειώνει ο κ. Πιτένης, προέρχεται το 60% του τζίρου. Μάλιστα, η παρουσία στο εν λόγω κανάλι και δη στην Κρήτη αναμένεται να ενισχυθεί περαι-

τέρω μετά τη συμφωνία για τοποθέτηση στο δίκτυο της CRM Αριάδνη.

Η τελευταία ανήκει στην ΑΝΕΔΗΚ Κρητικός (σ.σ. που πλέον έχει περιέλθει στον Μασούτη) με την οποία η Pitenis είχε ήδη συνεργασία, όπως επίσης και με την My Market, σε πανελλαδικό επίπεδο. Τα προϊόντα της βρίσκονται επίσης στα ράφια πολλών καταστημάτων της ΑΒ Βασιλόπουλος και σε εκείνα συγκεκριμένων περιοχών του Σκλαβενίτη. Από τη μικρή λιανική, αξίζει να τονισθεί η συνεργασία με την OK!Anytime Markets η οποία μάλιστα αφορά το σύνολο του δικτύου.

ΜΕΓΑΛΩΝΕΙ Η ΖΗΤΗΣΗ ΓΙΑ PREMIUM ΠΟΙΟΤΗΤΑ ΣΤΗΝ ΑΣΙΑ

Παράλληλα, η εταιρεία έχει αναπτύξει μια δίοδο ευκαταφρόνητη εξαγωγική δραστηριότητα από την οποία αντλεί το 20% του τζίρου της. Βασικές αγορές είναι η Ευρώπη, η Σαουδική Αραβία, τα Ηνωμένα Αραβικά Εμιράτα, η Αυστραλία και, σε μικρότερο βαθμό, οι ΗΠΑ. Ωστόσο, τα τελευταία χρόνια ολοένα και μεγαλύτερο ενδιαφέρον παρουσιάζουν ασιατικές αγορές όπως η Ιαπωνία, η Σιγκαπούρη, ακόμα και η Ινδία όπου πρόσφατα συμμετείχε για πρώτη φορά σε τοπική έκθεση.

Ο κ. Πιτένης διακρίνει σε αυτήν την τερά-

στια γεωγραφική ζώνη σημαντικές προοπτικές ανάπτυξης. "Υπάρχει από αυτές τις χώρες έντονη ζήτηση και ζωηρό ενδιαφέρον για premium, υψηλής ποιότητας προϊόντα την ώρα που στην Ευρώπη, λόγω της κρίσης, βλέπουμε ότι αυτό το κομμάτι της αγοράς δυσκολεύεται", παρατηρεί.

DATA (σε €χιλ.)

Κύκλος Εργασιών

2024: 6.718

2023: 5.985

2022: 5.278

EBIT

2024: 822

2023: 558

2022: 412

Κέρδη προ φόρων

2024: 771

2023: 511

2022: 373

"ΟΙ ΚΡΙΣΕΙΣ ΧΤΙΖΟΥΝ ΤΙΣ ΔΥΝΑΤΕΣ ΕΤΑΙΡΕΙΕΣ"

Για την ίδια την Pitenis το εξάμηνο ολοκληρώνεται με διψήφιο ρυθμό ανάπτυξης, 10%. "Θεωρώ πολύ σημαντικό ότι παρά τις ολοένα και μεγαλύτερες και περισσότερες δυσκολίες που αντιμετωπίζουμε το τελευταίο διάστημα με τον πόλεμο, τα αυξημένα κοστολόγια, την ενεργειακή αλλά και την οικονομική κρίση, το brand μας συνεχίζει να μεγαλώνει. Ίσως τελικά οι δυσκολίες και οι κρίσεις να είναι αυτές που χτίζουν τις πιο δυνατές εταιρείες και τα ισχυρότερα brands", σημειώνει ο κ. Πιτένης.

Αυτό το διάστημα βρίσκεται σε εξέλιξη επένδυση €8 εκατ. για επέκταση του εργοστασίου στην Κοζάνη που, μεταξύ άλλων, προβλέπει τριπλασιασμό των κτιριακών εγκαταστάσεων από 3.000 σε 9.000 τ.μ. "Αναμένουμε τουλάχιστον διπλασιασμό της παραγωγικής μας δυναμικότητας και περισσότερες δυνατότητες ανάπτυξης νέων προϊόντων", υπογραμμίζει ο κ. Πιτένης, προσθέτοντας ότι στις αρχές του χρόνου μπήκαν τα θεμέλια και ήδη έχει χτισθεί ο πρώτος όροφος του νέου συγκροτήματος. Η εκτίμησή του είναι ότι σε ένα χρόνο από τώρα η επέκταση θα έχει ολοκληρωθεί.

Γιάννης Τσατσάκης
yannis@notice.gr



Αγαμέμνων Πιτένης,
Διευθυντής Μάρκετινγκ
και Εξαγωγών, Pitenis

• ΣΤΕΒΙΑ ΕΛΛΑΣ

ΑΝΑΠΤΥΞΗ 3,2% ΣΤΟ ΕΞΑΜΗΝΟ ΚΑΙ ΝΕΑ ΠΡΟΪΟΝΤΑ ΓΙΑ ΤΟ HORECA

Θετική παραμένει η πορεία του Αγροτικού Συνεταιρισμού, Στέβια Ελλάς, γνωστή για το brand LaMia Stevia, κατά το α' εξάμηνο του 2026, παρά τις γενικότερες προκλήσεις που αντιμετωπίζει η αγορά. Όπως αναφέρει στο Fnb Daily ο Διευθύνων Σύμβουλος, Χρήστος Σταμάτης, η εταιρεία κινείται με αύξηση πωλήσεων σε αξία 3%-3,2%, διατηρώντας την ανοδική πορεία που κατέγραψε και το 2025. Σύμφωνα με τον ίδιο, η προηγούμενη χρήση ολοκληρώθηκε με αύξηση των πωλήσεων, κυρίως στα τελικά προϊόντα λιανικής, όπως οι κρυσταλλικές στέβιες που διατίθενται στα ράφια των super market. Αντίστοιχη εικόνα παρουσιάζει και η φετινή χρονιά, κάνοντας λόγο για μονοψήφιο αλλά ικανοποιητικό ρυθμό ανάπτυξης, ο οποίος, όπως είπε ο ίδιος, δεδομένων των διεθνών οικονομικών συνθηκών, δημιουργεί συγκρατημένη αισιοδοξία για τη συνέχεια.

ΤΟ ΧΑΡΤΟΦΥΛΑΚΙΟ

Σε επίπεδο προϊόντων, δεν προχώρησε φέτος σε νέα λανσαρίσματα, καθώς η τελευταία προσθήκη στο χαρτοφυλάκιό της ήταν οι συσκευασίες των 100 γραμμαρίων, οι οποίες κυκλοφόρησαν στα τέλη του 2025 και βρίσκονται ήδη στην αγορά εδώ και περίπου οκτώ μήνες. Ωστόσο, η εταιρεία προετοιμάζει νέα σειρά προϊόντων σε μορφή sticks, η οποία προγραμματίζεται να διατεθεί το επόμενο διάστημα και θα απευθύνεται κυρίως στην αγορά του HoReCa, δίνοντας έμφαση στα μικρότερα καταστήματα εστίασης που

αναζητούν πιο οικονομικές λύσεις.

Το μεγαλύτερο μέρος των πωλήσεων εξακολουθεί να προέρχεται από το οργανωμένο λιανεμπόριο, το οποίο αντιπροσωπεύει περίπου το 65% του συνολικού τζίρου, ενώ το υπόλοιπο 35% αφορά το κανάλι του HoReCa.

ΕΞΑΓΩΓΕΣ

Ιδιαίτερα σημαντική παραμένει η συμβολή των εξαγωγών, οι οποίες αντιστοιχούν σήμερα στο 45% του κύκλου εργασιών. Βασικές αγορές του εξωτερικού παραμένουν η Γερμανία και η Γαλλία, όπου συνεχίζει να ενισχύει την παρουσία της, χωρίς προς το παρόν να σχεδιάζει είσοδο σε νέες χώρες. Παράλληλα, συνεχίζεται η αποκλειστική συνεργασία του συνεταιρισμού με την γαλλική Pharmaserve – Lilly, η οποία αποτελεί έναν από τους βασικούς πυλώνες της εξαγωγικής του δραστηριότητας.

ΕΠΕΝΔΥΣΕΙΣ

Σε επενδυτικό επίπεδο, η εταιρεία έχει πλέον εγκατασταθεί στις νέες ιδιόκτητες εγκαταστάσεις της, οι οποίες τέθηκαν σε λειτουργία τους τελευταίους μήνες. Το νέο συγκρότημα περιλαμβάνει σύγχρονους χώρους παραγωγής, νέο μηχανολογικό εξοπλισμό και αναβαθμισμένα γραφεία, σηματοδοτώντας μια συνολική αναβάθμιση των υποδομών και της λειτουργικής της οργάνωσης.

Στέλλα Αυγουστάκη
stella@notice.gr



Χρήστος Σταμάτης,
CEO, Στέβια Ελλάς



Νέο κατάστημα στη Σκιάθο: Επένδυση ύψους 7,7 εκατ. ευρώ με γνώμονα την καινοτομία και τη βιωσιμότητα

• LIDL ΕΛΛΑΣ

ΝΕΟ ΚΑΤΑΣΤΗΜΑ ΣΤΗΝ ΣΚΙΑΘΟ ΜΕ ΕΠΕΝΔΥΣΗ €7,78 ΕΚΑΤ.

Η Lidl Ελλάς συνεχίζει την ανάπτυξη του δικτύου της με την έναρξη λειτουργίας νέου καταστήματος στην Σκιάθο. Με τη νέα αυτή προσθήκη, το δίκτυο της εταιρείας αριθμεί πλέον 234 καταστήματα σε όλη την Ελλάδα.

ΤΟ ΚΑΤΑΣΤΗΜΑ

Το νέο κατάστημα βρίσκεται επί της Δημοτικής Οδού, στη θέση Αμμουδιά, και αποτελεί επένδυση ύψους €7,78 εκατ. Σύμφωνα με την εταιρεία, έχει σχεδιαστεί με βάση σύγχρονα διεθνή πρότυπα αρχιτεκτονικής και λειτουργικότητας, με στόχο την εξυπηρέτηση τόσο των κατοίκων όσο και των επισκεπτών του νησιού.

Το κατάστημα διαθέτει χώρο πώλησης 1.152 τ.μ., με έμφαση στην ποικιλία προϊόντων, ενώ για την εξυπηρέτηση των καταναλωτών λειτουργούν συνολικά 10 ταμεία, εκ των οποίων τέσσερα είναι παραδοσιακά και έξι self-checkout. Παράλληλα, ο εξωτερικός χώρος περιλαμβάνει 101 θέσεις στάθμευσης.

Η επένδυση περιλαμβάνει, επίσης, σειρά τεχνολογικών και λειτουργικών υποδομών. Ειδικότερα, στο κατάστημα λειτουργεί χώρος Bake Off με φρεσκοψημένα αρτοσκευάσματα, ενώ στη στέγη έχουν εγκατασταθεί φωτοβολταϊκά συστήματα. Επιπλέον, στον χώρο στάθμευσης έχουν τοποθετηθεί δύο φορτιστές ηλεκτρικών οχημάτων, ενώ προβλέπεται και ειδικό εξωτερικό στέγαστρο για την προστασία και την εύκολη παραλαβή των καροτσιών αγορών.

Σύμφωνα με την εταιρεία, το επόμενο διάστημα το κατάστημα θα ενισχύσει περαιτέρω τις υπηρεσίες του, με την προσθήκη ειδικού σημείου ανακύκλωσης και μηχανήματος ATM.

• **SPARTA GOURMET**

ΜΕ 15%–20% ΤΡΕΧΟΥΝ ΟΙ ΕΞΑΓΩΓΕΣ - ΣΕ ΠΟΙΕΣ ΧΩΡΕΣ ΕΞΕΤΑΖΕΙ ΔΙΕΥΡΥΝΣΗ ΠΑΡΟΥΣΙΑΣ

Για τη στρατηγική ανάπτυξης της εταιρείας, τις διεθνείς αγορές και τις προκλήσεις του κλάδου των αγροδιατροφικών εξαγωγών μίλησε στο FNB Daily ο ιδρυτής της Sparta Gourmet, Γιάννης Μπάρδης.

Ο ίδιος περιέγραψε την πορεία της εταιρείας, η οποία δραστηριοποιείται στην επεξεργασία, τυποποίηση και εξαγωγή ελιάς Καλαμών και ελαιολάδου από την Λακωνία, λειτουργώντας ως κάθετη μονάδα.

Όπως ανέφερε, η εταιρεία συνεργάζεται με περίπου 1.500 παραγωγούς, ενώ διαθέτει ιδιόκτητες υποδομές αποθήκευσης συνολικής χωρητικότητας περίπου 8.000 τόνων, μοιρασμένης σε ελαιόλαδο και ελιές.

Παράλληλα, λειτουργεί κάθετο ελαιοτριβείο και τυποποιητήριο, ενώ αναπτύσσει και εκπαιδευτικές δράσεις σε συνεργασία με φορείς του κλάδου.

Η ΕΞΑΓΩΓΙΚΗ ΒΑΣΗ

Κεντρικός άξονας της δραστηριότητας της Sparta Gourmet, όπως ανέφερε ο κ. Μπάρδης είναι οι εξαγωγές, με παρουσία σε περισσότερες από 20 διεθνείς αγορές. Οι βασικές αγορές υψηλής αξίας είναι οι Ηνωμένες Πολιτείες και η Ευρώπη.

Στις ΗΠΑ, όπου η Νέα Υόρκη λειτουργεί ως βασική πύλη εισόδου, η εταιρεία έχει παρουσία σε περιοχές όπως το Νιού Τζέρσεϋ, η Βοστώνη, το Μαϊάμι και η Καλιφόρνια.

Δραστηριοποιείται επίσης σε Καναδά, Ιαπωνία και χώρες της Λατινικής Αμερικής, ενώ παρουσία έχει αναπτύξει και σε Μέση Ανατολή, με κυριότερες αγορές το Ντουμπάι και το Ισραήλ.

ΝΕΑ ΠΡΟΪΟΝΤΑ

Ο ιδρυτής της εταιρείας σημείωσε ότι πέρα από την ελιά Καλαμών και το ελαιόλαδο, το χαρτοφυλάκιο έχει επεκταθεί σε ξύδι και μέλι, ενώ πριν κάποιους μήνες προστέθηκαν νέα προϊόντα όπως ρίγανη, τσάι του βουνού και infused ελαιόλαδα.

Τα νέα αυτά προϊόντα, όπως ανέφερε, αναπτύχθηκαν έπειτα από ζήτηση από την αμερικανική αγορά, ενισχύοντας τη στρατηγική διαφοροποίησης της εταιρείας σε προϊόντα υψηλής προστιθέμενης αξίας.

ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΟΓΚΟΥ ΚΑΙ ΠΙΕΣΗ ΣΤΙΣ ΤΙΜΕΣ

Για το 2025, ο κ. Μπάρδης ανέφερε ότι καταγράφηκε αύξηση στον όγκο πωλήσεων, χωρίς αντίστοιχη αύξηση στην αξία, λόγω



Γιάννης Μπάρδης, Ιδρυτής, Sparta Gourmet

της πτώσης των διεθνών τιμών στο ελαιόλαδο. Ωστόσο, η εταιρεία είδε διεύρυνση της πελατειακής βάσης και αύξηση της συνολικής εξαγωγικής δραστηριότητας. Όπως τόνισε, οι δασμοί και η διεθνής αστάθεια επηρεάζουν συνολικά τον κλάδο, δημιουργώντας ένα περιβάλλον αυξημένης αβεβαιότητας.

Παρά τις προκλήσεις, το 2026 εμφανίζει καλύτερη δυναμική, με την εταιρεία να καταγράφει αύξηση της τάξης του 15%–20% σε τυποποίηση και εξαγωγές σε σχέση με το προηγούμενο έτος. Και την τελευταία τετραετία οι εξαγωγές εμφάνιζαν σταθερή ετήσια άνοδο 15%–20%. Όπως επισήμανε ότι το 95% της παραγωγής διοχετεύεται στο εξωτερικό, ενώ η εταιρεία έχει άμεσα πλάνα για συνεργασίες με ξενοδοχεία και εστιατόρια στην Ελλάδα.

ΤΑ ΕΠΟΜΕΝΑ ΒΗΜΑΤΑ

Όπως ανέφερε ο κ. Μπάρδης, η εταιρεία έχει επεκταθεί πρόσφατα σε νέες αγορές, όπως η Ελβετία και το Ηνωμένο Βασίλειο, ενώ έχει ενισχύσει περαιτέρω τη θέση της στις Ηνωμένες Πολιτείες. Παράλληλα, διατηρεί εμπορικές σχέσεις με την Ταϊβάν και εξετάζει μελλοντική είσοδο στην αγορά της Κίνας. Ο ιδρυτής της Sparta Gourmet σημείωσε ότι προς το παρόν δεν υπάρχει ενεργό επενδυτικό πλάνο επέκτασης, πέρα από τον εκσυγχρονισμό του μηχανολογικού εξοπλισμού. Η στρατηγική επικεντρώνεται στη διατήρηση της εξαγωγικής ανάπτυξης και στην περαιτέρω ενίσχυση της παρουσίας της σε αγορές υψηλής αξίας, με αιχμή τις Ηνωμένες Πολιτείες και την Ασία.

Μάριος Δελατόλας
marios@notice.gr

• **ΤΥΡΟΚΟΜΕΙΟ ΜΗΛΙΤΣΟΠΟΥΛΟΥ**

ΜΕ ΑΥΞΗΣΕΙΣ ΟΙ ΤΙΜΟΚΑΤΑΛΟΓΟΙ ΤΟΥ ΕΠΟΜΕΝΟΥ ΕΞΑΜΗΝΟΥ ΣΤΗ ΦΕΤΑ - ΣΕ ΕΞΕΛΙΞΗ ΕΠΕΝΔΥΣΕΙΣ €1 ΕΚΑΤ.

"Το γάλα λιγοστεύει και ακριβαίνει, η τιμή στον πάγκο και στο ράφι μένει σταθερή, όταν δεν μειώνεται κιόλας". Με αυτή τη φράση ο Θοδωρής Μηλιτσόπουλος, ιδιοκτήτης του Τυροκομείου Μηλιτσόπουλου από τα Καλάβρυτα, περιγράφει τη δυσχερή θέση στην οποία βρίσκονται αυτό το διάστημα οι περισσότερες, και ιδίως οι μικρομεσαίες, τυροκομικές επιχειρήσεις της χώρας.

ΣΤΟ 80% ΤΟΥ ΣΥΝΟΛΙΚΟΥ ΚΟΣΤΟΥΣ ΤΟ ΓΑΛΑ

"Πέρυσι αγοράζαμε το πρόβειο γάλα κατά μέσο όρο στα €1,55 το κιλό. Φέτος, πληρώνουμε ήδη πάνω από €1,65 και η τάση είναι ανοδική", σημειώνει ο ίδιος, προσθέτοντας ότι η πρώτη ύλη αντιστοιχεί στο 80% του συνολικού κόστους της εταιρείας. "Τις αυξήσεις στην ενέργεια, στα μεταφορικά, στα υλικά συσκευασίας και ό,τι άλλο έχει ανέβει τους τελευταίους μήνες, και όχι μόνο, τις απορροφήσαμε. Ωστόσο δεν μπορούμε να κάνουμε το ίδιο και με το γάλα, είναι ζήτημα επιβίωσης", υπογραμμίζει.

Γι' αυτό και, όπως προαναγγέλλει, οι τιμοκατάλογοι που πρόκειται να σταλούν το αμέσως επόμενο διάστημα στους πελάτες της εταιρείας θα περιέχουν αυξήσεις. "Κανείς δεν θέλει να πουλάει ακριβά στον καταναλωτή. Προφανώς υπάρχει πίεση και από τα τελικά σημεία για να μείνουν οι τιμές σταθερές. Όμως, πραγματικά δεν έχουμε άλλη επιλογή", τονίζει ο κ. Μηλιτσόπουλος.



Θοδωρής
Μηλιτσό-
που-
λος,
Ιδιο-
κτήτης,
Τυρο-
κομείο
Μηλι-
τσό-
πουλου

ΣΥΝΕΡΓΑΣΙΑ ΜΕ ΑΒ

Το 70% των πωλήσεων της επιχείρησης πραγματοποιείται στην εσωτερική αγορά όπου έχει μακροχρόνια συνεργασία με την ΑΒ Βασιλόπουλος ενώ σε Αχαΐα και Αρκαδία τοποθετείται σε τοπικές αλυσίδες καθώς και σε ένα αρκετά εκτεταμένο δίκτυο καταστημάτων μικρής λιανικής.

Το υπόλοιπο 30% αφορά εξαγωγές, κατά κύριο λόγο σε ΗΠΑ και Αυστραλία.

ΕΛΑΦΡΩΣ ΠΤΩΤΙΚΟ ΤΟ ΕΞΑΜΗΝΟ

Ετησίως απορροφά από 3.500 έως 4.000 τόνους αιγοπρόβειο γάλακτος από μια ζώνη που εκτείνεται σε μια ακτίνα 50 χλμ., και πέραν της Αχαΐας περιλαμβάνει επίσης μέρος της Αρκαδίας και της Κορινθίας, ενώ μέσω του ιδιόκτητου μύλου, προμηθεύει τους συνεργαζόμενους κτηνοτρόφους με ζωτοτροφές.

Η φέτα είναι το βασικό προϊόν ωστόσο διαθέ-

τει επίσης βούτυρο, μυζήθρα, ανθότυρο, κίτρινο τυρί για σαγανάκι και γραβιέρα.

DATA (σε €χιλ.)

Κύκλος Εργασιών

2024: 9.246

2023: 8.681

Μεταβολή: 4,34%

Κέρδη προ φόρων

2024: 401

2023: 361

Μεταβολή: 11,08%

Το εξάμηνο που ολοκληρώνεται, όπως αναφέρει ο κ. Μηλιτσόπουλος, κλείνει με μικρή μονοψήφια μείωση στο τονάζ και στον κύκλο εργασιών ωστόσο αυτό δεν επηρεάζει το επενδυτικό πρόγραμμα.

ΕΠΕΚΤΑΣΗ ΣΕ ΚΤΙΡΙΑΚΑ ΚΑΙ ΝΕΟΣ ΕΞΟΠΛΙΣΜΟΣ

Αυτό το διάστημα τρέχει επέκταση των κτιριακών εγκαταστάσεων, προσθήκη νέου εξοπλισμού και εκσυγχρονισμό υφιστάμενου. Ο συνολικός προϋπολογισμός των παρεμβάσεων αυτών, κάποιες εκ των οποίων είναι ενταγμένες σε αναπτυξιακά προγράμματα (Αναπτυξιακός, ΕΣΠΑ Δυτ. Ελλάδας κ.α.) ανέρχεται σε €1 εκατ.

Γιάννης Τσατσάκης
yannis@notice.gr

• **ΑΝΕΔΗΚ ΚΡΗΤΙΚΟΣ**

ΑΠΟΧΩΡΕΙ Η ΕΛΕΝΗ ΚΕΦΕΡΛΗ ΜΕΤΑ ΤΗΝ ΑΠΟΡΡΟΦΗΣΗ ΑΠΟ ΤΗΝ ΜΑΣΟΥΤΗΣ

Την αποχώρησή της από την ΑΝΕΔΗΚ Κρητικός γνωστοποίησε η Ελένη Κεφερλή, ολοκληρώνοντας μια πορεία άνω των έξι ετών στη θέση της Director of Strategic Marketing, Communications & ESG. Η αποχώρησή της συμπίπτει, όπως η ίδια αναφέρει, με την ολοκλήρωση της μετάβασης της αλυσίδας στη "νέα της εποχή", έπειτα από τις πρόσφατες εταιρικές εξελίξεις που αφορούν την απορρόφηση της ΑΝΕΔΗΚ Κρητικός από την Μασούτης.

Σε μήνυμά της προς συνεργάτες, η κ. Κεφερλή σημειώνει ότι βασική της προτεραιότητα κατά τους τελευταίους μήνες ήταν να συμ-

βάλει ώστε η ΑΝΕΔΗΚ Κρητικός να ολοκληρώσει ομαλά τη μεταβατική περίοδο και να παραδοθεί στη νέα εταιρική δομή "πιο δυνατή, πιο αναγνωρίσιμη και με ακόμη μεγαλύτερη αξία".

Η Ελένη Κεφερλή εντάχθηκε στην ΑΝΕΔΗΚ Κρητικός το 2020, έχοντας προηγουμένως διατελέσει Communication Director στην Σκλαβενίτης και επί σειρά ετών Communication Marketing Manager στον όμιλο Μαρινόπουλος, διαθέτοντας πολυετή εμπειρία στον χώρο του οργανωμένου λιανεμπορίου.



• **SUPER MARKET (ΓΑΛΛΙΑ)**

ΔΕΙΧΝΟΥΝ ΤΟΥΣ ΠΡΟΜΗΘΕΥΤΕΣ ΓΙΑ ΤΗΝ ΑΚΡΙΒΕΙΑ - ΤΙ ΛΕΝΕ ΓΙΑ ΤΙΣ ΔΙΑΠΡΑΓΜΑΤΕΥΣΕΙΣ

Η Ομοσπονδία Εμπορίου και Διανομής της Γαλλίας (FCD), σε συνεργασία με πέντε από τις μεγαλύτερες αλυσίδες λιανεμπορίου της χώρας, παρουσίασε για πρώτη φορά κοινά στοιχεία με στόχο να αναδείξει τον ρόλο των εμπορικών διαπραγματεύσεων στη συγκράτηση των τιμών των καταναλωτικών προϊόντων.

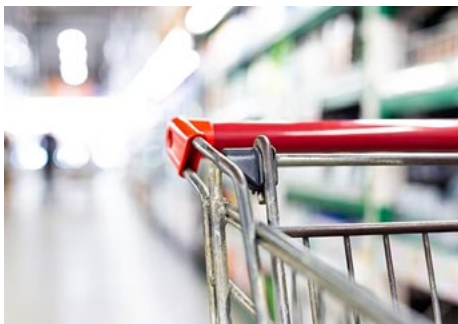
Στην πρωτοβουλία συμμετέχουν οι αλυσίδες

- Auchan
- Carrefour
- Coopérative U
- E.Leclerc και
- Intermarché

οι οποίες υποστηρίζουν ότι χωρίς τις διαπραγματεύσεις που πραγματοποιούν με τους προμηθευτές, ένα τυπικό καλάθι βασικών προϊόντων θα ήταν σήμερα κατά 37% ακριβότερο για τους καταναλωτές.

Ο ΣΤΟΧΟΣ ΤΩΝ ΔΙΑΠΡΑΓΜΑΤΕΥΣΕΩΝ

Όπως επισημαίνει η FCD, η πρωτοβουλία αποτελεί την πρώτη αντίστοιχη στην Γαλλία και έρχεται σε μια περίοδο κατά την οποία ο κλάδος του λιανεμπορίου θεωρεί ότι δέχεται αδικαιο-



λόγητη κριτική από την πολιτική ηγεσία και τη δημόσια συζήτηση, παρά το γεγονός ότι απασχολεί εκατοντάδες χιλιάδες εργαζομένους και λειτουργεί ως βασικός μηχανισμός περιορισμού των πληθωριστικών πιέσεων.

Οι retailers υποστηρίζουν ότι βρίσκονται στην πρώτη γραμμή των διαπραγματεύσεων με τις πολυεθνικές βιομηχανίες, οι οποίες, όπως αναφέρουν, ζητούν σημαντικές αυξήσεις τιμών που συχνά δεν δικαιολογούνται από τις πραγματικές συνθήκες της αγοράς.

Για την παρουσίαση των αποτελεσμάτων, κάθε μία από τις πέντε αλυσίδες παρέιχε εμπιστευτικά στοιχεία σε ανεξάρτητο φορέα, ο οποίος

συγκέντρωσε και επεξεργάστηκε τα δεδομένα ώστε να αποτυπωθεί η συνολική επίδραση των διαπραγματεύσεων στις τελικές τιμές.

ΤΙ ΕΔΕΙΞΕ Η ΑΝΑΛΥΣΗ

Η ανάλυση επικεντρώθηκε σε δώδεκα ευρέως διαδεδομένα προϊόντα καθημερινής κατανάλωσης, τα οποία πωλούνται σταθερά από το 2021. Σύμφωνα με τα στοιχεία, οι αρχικές αυξήσεις τιμών που ζήτησαν οι βιομηχανίες – πριν από τις διαπραγματεύσεις – ήταν ιδιαίτερα υψηλές.

Παρά τις αυξήσεις αυτές, οι επίσημες τιμές καταναλωτή για τα συγκεκριμένα προϊόντα αυξήθηκαν συνολικά κατά περίπου 25% την ίδια περίοδο, γεγονός που, σύμφωνα με την FCD, αποδεικνύει την αποτελεσματικότητα των εμπορικών διαπραγματεύσεων.

Συγκεκριμένα, το καλάθι των δώδεκα προϊόντων θα κόστιζε €71,49 χωρίς τις παρεμβάσεις των retailers, ενώ η τελική τιμή για τον καταναλωτή διαμορφώνεται στα €52,12. Η διαφορά των €19,37 αντιστοιχεί σε εξοικονόμηση περίπου 27% σε σχέση με το κόστος που θα είχε διαμορφωθεί χωρίς τις διαπραγματεύσεις.

• **KEURIG DR. PEPPER**

SOCIAL MEDIA ΚΑΙ ΕΥΕΞΙΑ ΑΛΛΑΖΟΥΝ ΤΙΣ ΣΥΝΗΘΕΙΕΣ ΚΑΤΑΝΑΛΩΣΗΣ ΠΟΤΩΝ

Τα ροφήματα έχουν εξελιχθεί σε μέσο προσωπικής έκφρασης για τις νεότερες γενιές, με τους καταναλωτές της Generation Alpha και της Generation Z να επιλέγουν ολόένα και περισσότερο τα ποτά τους με βάση την ταυτότητα, τη διάθεση και τον τρόπο ζωής τους, σύμφωνα με την έκθεση State of Beverages 2026 Trend Report της Keurig Dr Pepper.

Σύμφωνα με την έρευνα, το 58% των καταναλωτών ηλικίας 13 έως 29 ετών δηλώνει ότι οι επιλογές του στα ποτά αντικατοπτρίζουν την προσωπικότητά του. Παράλληλα, οι νεότερες γενιές εγκαταλείπουν τη συνήθεια του "αγαπημένου" ροφήματος και προτιμούν να εναλλάσσουν διαφορετικές κατηγορίες και γεύσεις, ανάλογα με τη διάθεση, την κατάσταση ή τις καθημερινές τους ανάγκες.

ΤΙ ΚΑΘΟΡΙΖΕΙ ΤΗΝ ΕΠΙΛΟΓΗ

Η έρευνα δείχνει ότι τα ποτά χρησιμοποιούνται πλέον για να συνοδεύσουν συγκεκριμένες στιγμές της ημέρας ή κοινωνικές περιστάσεις. Οι καταναλωτές της Generation Alpha και της

Generation Z επιλέγουν ποτά ανάλογα με τη διάθεσή τους, καταναλώνοντάς τα συχνά εκτός σπιτιού, μαζί με φαγητό ή στο πλαίσιο κοινωνικών δραστηριοτήτων. Παράλληλα, αναζητούν εμπειρίες κατανάλωσης που προσφέρουν ψυχαγωγία ή έμπνευση.

Σε αντίθεση με τις μεγαλύτερες ηλικιακές ομάδες, οι νεότεροι καταναλωτές εναλλάσσουν πολύ συχνότερα διαφορετικές κατηγορίες ροφημάτων μέσα στην εβδομάδα, καλύπτοντας τόσο λειτουργικές όσο και συναισθηματικές ανάγκες.

ΝΕΑ ΑΝΤΙΛΗΨΗ ΓΙΑ ΤΗΝ ΕΥΕΞΙΑ

Η έννοια της ευεξίας αποκτά διαφορετικό περιεχόμενο για τη Generation Alpha και τη Generation Z, οι οποίες δίνουν μεγαλύτερη έμφαση στη λειτουργικότητα των ροφημάτων.

Οι νεότεροι καταναλωτές αναζητούν προϊόντα που συμβάλλουν στη συγκέντρωση, τη διατήρηση της ενέργειας και τη συνολική απόδοσή τους μέσα στην ημέρα. Για τον λόγο αυτό κα-



ταναλώνουν συχνότερα εμπλουτισμένο νερό, πρωτεϊνούχα ροφήματα, ενεργειακά ποτά και αθλητικά ποτά σε σχέση με τις μεγαλύτερες ηλικιακές ομάδες.

Ο ΡΟΛΟΣ ΤΩΝ SOCIAL MEDIA

Η έρευνα επισημαίνει ότι οι πλατφόρμες κοινωνικής δικτύωσης επηρεάζουν σημαντικά τις επιλογές των νεότερων καταναλωτών. Συγκεκριμένα, το 63% δηλώνει ότι επηρεάζεται από τα ροφήματα που επιλέγουν φίλοι, influencers και δημιουργοί περιεχομένου στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης.

Παράλληλα, οι καταναλωτές αυτών των ηλικιών αναμένουν από τις εταιρείες να προσφέρουν περισσότερο εξατομικευμένες προτάσεις προϊόντων, προσαρμοσμένες στις προσωπικές τους προτιμήσεις και συνήθειες.

• **BUSINESS UPDATE – POWERED BY EATE**

Η ΕΛΛΑΔΑ ΩΣ ΨΗΦΙΑΚΟΣ ΚΑΙ ΠΡΑΣΙΝΟΣ ΚΟΜΒΟΣ, ΤΟ FINAL CLOSING ΤΟΥ EHRF II ΚΑΙ Η ΝΕΑ ΕΠΕΝΔΥΣΗ ΤΗΣ GOLDEN AGE CAPITAL

Στην προσπάθεια της ΕΑΤΕ να σχεδιάσει συγκεκριμένα προϊόντα ή συγκεκριμένα κίνητρα ώστε να συμμετάσχει σε επενδύσεις μαζί με ιδιωτικά κεφάλαια στάθηκε ο Πρόεδρος της, Δρ Χάρης Λαμπρόπουλος, κατά την παρέμβασή του στο InfraAI Global Summit 2026. Όπως εξήγησε, οι δημόσιοι πόροι μπορούν να λειτουργήσουν για να ξεκινήσει ένα οικοσύστημα, φέρνοντας ως παράδειγμα το εργοστάσιο AI, Φάρμα, και τον υπερυπολογιστή Δαίδαλο, μια υποδομή που ήταν άγνωστη πριν από λίγα χρόνια στην Ελλάδα. Αναφέρθηκε στο ευρύτερο όραμα για την Ελλάδα, που περιλαμβάνει τρεις προτεραιότητες: να γίνει πράσινος κόμβος, ψηφιακός κόμβος και κόμβος ανθρώπινου κεφαλαίου. Στο πλαίσιο αυτό η ψηφιακή τεχνολογία αποτελεί προτεραιότητα, τονίζοντας ότι από την πλευρά της η ΕΑΤΕ θέλει να συμμετάσχει στον σχεδιασμό αυτής της στρατηγικής. Αναφερόμενος στο ευρωπαϊκό πλαίσιο, ο κ. Λαμπρόπουλος σημείωσε ότι η Ευρώπη, δεν είναι μία Ευρώπη, είναι 27 χώρες-μέλη. Έτσι, εκτός από τον Νόμο για την Τεχνητή Νοημοσύνη και το κανονιστικό πλαίσιο, πρέπει να έχει μια συγκεκριμένη στρατηγική που θα σχεδιαστεί ισότιμα ή αναλογικά κατανομημένη μεταξύ των κρατών-μελών, να μην σπαταλά πόρους και να προσπαθήσει να προλάβει τον αγώνα μεταξύ της τεχνολογίας και του επενδυτικού κεφαλαίου.

ΑΘΛΟΣ BUSINESS SUMMIT: Η ΣΥΝΔΕΣΗ ΑΘΛΗΤΙΣΜΟΥ ΚΑΙ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑΣ

Στη σύνδεση που υπάρχει μεταξύ των αρετών του αθλητισμού και των αναγκών στις επιχειρήσεις στάθηκε η Διευθύνουσα Σύμβουλος της ΕΑΤΕ, Αντιγόνη Λυμπεροπούλου, κατά την παρέμβασή της στο Άθλος Business Summit. Η ίδια σημείωσε πως θα ήταν τελείως διαφορετικός άνθρωπος αν δεν είχε περάσει χρόνια στον αθλητισμό, και σίγουρα δεν θα ήταν στη θέση που βρίσκεται σήμερα. “Έμαθα να ρίχνω τον εγωισμό μου για το καλό της ομάδας”, ανέφερε χαρακτηριστικά. Συνεχίζοντας, επισήμανε πως 25 χρόνια είναι στον ίδιο οργανισμό, έναν οργανισμό



που ξεκίνησε το 2001 για να φτιάξει αυτό την Venture Capital αγορά στην Ελλάδα. “Με αντοχή μαχητικότητα, με φοβερό πείσμα και πάθος, για να δημιουργηθεί ένα ευνοϊκό περιβάλλον για τους νέους που θέλουν να επιχειρήσουν. Έχουμε επενδύσει πάνω από €1δισ. στην Ελλάδα, κάτι πρωτόγνωρο”, συμπλήρωσε η κα Λυμπεροπούλου, τονίζοντας πως πρέπει λίγο να θρέψουμε την εθνική μας αυτοπεποίθηση.

EOS CAPITAL PARTNERS: ΟΛΟΚΛΗΡΩΘΗΚΕ ΤΟ FINAL CLOSING ΤΟΥ EHRF II ΜΕ ΚΕΦΑΛΑΙΑ €250 ΕΚΑΤ.

Την επιτυχή ολοκλήρωση της τελικής φάσης άντλησης κεφαλαίων (Final Closing) του EOS Hellenic Renaissance Fund II (“EHRF II”), συνολικού ύψους €250 εκατ., ανακοίνωσε η EOS Capital Partners, στις αρχές του περασμένου Απριλίου. Το EHRF II είναι ένα επενδυτικό ταμείο ιδιωτικών κεφαλαίων (private equity), το οποίο επενδύει σε ελληνικές μικρομεσαίες και MidCaps, δηλαδή εταιρείες σε φάση ανάπτυξης με ετήσιο κύκλο εργασιών έως €100 εκατ. και έως 500 εργαζομένους, ενισχύοντας ουσιαστικά την επιχειρηματικότητα σε στρατηγικούς και εξωστρεφείς κλάδους της ελληνικής οικονομίας. Διαχειριστής του EHRF II είναι η EOS Capital Partners AIFM (“EOS Capital Partners”), εταιρεία αδειοδοτημένη και εποπτευόμενη από την Ελληνική Επιτροπή Κεφαλαιαγοράς. Οι επενδυτές του EHRF II αποτελούνται κατά 75% από κορυφαίους εγχώριους και διεθνείς θεσμικούς επενδυτές, μεταξύ των οποίων και η Ελληνική Αναπτυξιακή Τράπεζα Επενδύσεων, και κατά 25% από εξέχοντες Έλληνες επιχειρηματίες και family offices. Το EHRF II έχει ήδη πραγματοποιήσει επενδύσεις σε τέσσερις δυναμικά αναπτυσσόμενες και εξωστρεφείς εταιρείες, μεταξύ των οποίων οι:

- EFA Group
- Φάρμα Κουκάκη
- Μέγας Γύρος
- Seneca Medical Group

BRAIN GAIN FUND: ΣΤΟ ΕΠΙΚΕΝΤΡΟ SPIN OFFS ΤΗΣ ΘΕΣΣΑΛΟΝΙΚΗΣ

Με spin offs πανεπιστημίων και ερευνητικών κέντρων της Θεσσαλονίκης στα πεδία του deep tech και των life sciences έχει επαφή το τελευταίο διάστημα το νεότευκτο Brain Gain Fund, που δημιουργήθηκε μόλις τον Ιανουάριο από τη Metavallon VC με σκοπό την ανάκτηση του ταλέντου που έφυγε στο εξωτερικό στα χρόνια της κρίσης, όπως αναφέρει το voria.gr. Το Brain Gain είναι ένα pre-seed fund, με κεφάλαια €5,1 εκατ., που θα επενδύει από €200 χιλ. έως €400 χιλ. ανά εταιρεία και έχει επενδυτικό ορίζοντα τεσσάρων ετών. Υποστηρίζεται από ένα διεθνές group επενδυτών με παρουσία στην Ελλάδα, καθώς και από επιπλέον επενδυτές και την Ελληνική Αναπτυξιακή Τράπεζα Επενδύσεων.

GOLDEN AGE CAPITAL: ΕΞΑΓΟΡΑ ΠΛΕΙΟΨΗΦΙΚΟΥ ΠΑΚΕΤΟΥ ΤΗΣ MOVING DOORS

Η Golden Age Capital ανακοίνωσε νέα στρατηγική επένδυση στην Moving Doors, μία από τις ταχύτερα αναπτυσσόμενες εταιρείες στον κλάδο των πλήρως εξοπλισμένων και εξυπηρετούμενων κατοικιών υψηλής ποιότητας. Η πλειοψηφική συμμετοχή στην Moving Doors σηματοδοτεί τη δυναμική είσοδο της Golden Age Capital στον τομέα του Serviced Living, ο οποίος αναδεικνύεται σε κυρίαρχη διεθνή τάση λόγω της αυξανόμενης κινητικότητας στελεχών που αναζητούν ευέλικτες, πλήρως εξοπλισμένες κατοικίες και απλοποιημένες διαδικασίες διαχείρισης. Η επένδυση στη Moving Doors αποτελεί την πρώτη από μια σειρά στρατηγικών συνεργασιών της Golden Age Capital, με στόχο τη δημιουργία ενός τεχνολογικά υποστηριζόμενου ομίλου που θα ηγηθεί στη νέα εποχή της διαχείρισης ακινήτων. Σήμερα, η εταιρεία διαχειρίζεται περισσότερα από 500 διαμερίσματα σε Αθήνα και Κύπρο, με στόχο να ξεπεράσει τα

3.500 ακίνητα μέσα στα επόμενα χρόνια. Μετά την επένδυση της Golden Age Capital, η Moving Doors προχωρά στην υλοποίηση ενός πολυεπίπεδου επιχειρηματικού πλάνου για περαιτέρω ανάπτυξη σε χώρες της Κεντρικής και Νοτιοανατολικής Ευρώπης.

Η Golden Age Capital είναι ένα νέο Private Equity Fund που διαχειρίζεται κεφάλαια άνω των €200 εκατ. ευρώ, με τη στήριξη ιδιωτών επενδυτών, family offices και θεσμικών επενδυτών όπως η Ελληνική Αναπτυξιακή Τράπεζα Επενδύσεων.

Χ. ΛΑΜΠΡΟΠΟΥΛΟΣ: ΕΠΕΝΔΥΤΙΚΟ ΚΑΤΑΦΥΓΙΟ Η ΕΛΛΑΔΑ

Στο περιθώριο του 11ου Οικονομικού Φόρουμ των Δελφών, ο Πρόεδρος της Ελληνικής Αναπτυξιακής Τράπεζας Επενδύσεων, Χάρης Λαμπρόπουλος, μιλώντας στο imerisia.gr περιέγραψε το νέο, ασταθές διεθνές περιβάλλον, επισημαίνοντας ότι "η νέα κανονικότητα είναι η μη κανονικότητα". Παρά την αβεβαιότητα, ο ίδιος εμφανίστηκε αισιόδοξος για τις προοπτικές της ελληνικής οικονομίας, σημειώνοντας ότι "η χώρα μας θεωρείται ένας ελκυστικός επενδυτικός προορισμός".

Ιδιαίτερη έμφαση έδωσε στους τομείς με υψηλή προστιθέμενη αξία, ξεκαθαρίζοντας ότι, αν και "υπάρχει διαχρονικά μεγάλο ενδιαφέρον για το real estate και τον τουρισμό", το βάρος των επενδύσεων πρέπει να μετατοπιστεί. "Εμείς βλέπουμε μεγαλύτερο ενδιαφέρον στις ανανεώσιμες πηγές ενέργειας και σε κλάδους που ενισχύουν την παραγωγικότητα", σημείωσε, υπογραμμίζοντας ότι η ενίσχυση της παραγωγικής βάσης αποτελεί κρίσιμο ζητούμενο για τη χώρα.

Τέλος, αναφέρθηκε στις διεθνείς συνεργασίες της Τράπεζας, επιβεβαιώνοντας τη στενή σχέση με επενδυτικά σχήματα από την Μέση Ανατολή, όπως η Mubadala Investment Company και οργανισμούς της Σαουδικής Αραβίας.

ΕΑΤΕ: ΕΝΩΝΟΝΤΑΣ ΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ ΜΕ ΤΟ ΔΙΕΘΝΕΣ ΟΙΚΟΣΥΣΤΗΜΑ ΚΑΙΝΟΤΟΜΙΑΣ

"Η συνέπεια είναι θεμέλιο της εμπιστοσύνης". Με αυτή τη φράση –που η ίδια έχει επαναλάβει σε συνεντεύξεις της– η Αντιγόνη Λυμπεροπούλου συνοψίζει μια καριέρα που επηρεάζει όσο λίγες το ελληνικό επενδυτικό οικοσύστημα, στο τεύχος Απριλίου του Forbes.

Το επαγγελματικό της ταξίδι ξεκίνησε στο υπουργείο Οικονομικών το 1999. Έπειτα από δύο χρόνια μεταπήδησε στην τότε ΤΑΝΕΟ –τη σημερινή ΕΑΤΕ– και για σχεδόν δύο δεκαετίες υπηρετεί ως Διευθύντρια Επενδύσεων, συμβάλλοντας ώστε η ελληνική αγορά Venture Capital να αποκτήσει θεσμικό βάθος, διαφάνεια και ανθεκτικότητα.

Ως CEO, σχεδιάζει προγράμματα που αλλάζουν το επενδυτικό αποτύπωμα της Ελλάδας, όπως, π.χ., το Q Equity, ένα πρόγραμμα ύψους €500 εκατ. που κινητοποιεί επιπλέον ιδιωτικά κεφάλαια και οδηγεί σε συνολική επενδυτική ρευστότητα άνω των €2,5 δισ. ευρώ, το οποίο αποτελεί χαρακτηριστικό παράδειγμα της προσέγγισής της: στοχευμένη, κλιμακώσιμη, προσανατολισμένη στην ανάπτυξη των επιχειρήσεων της "επόμενης μέρας".

Παράλληλα, η επιρροή της Αντιγόνης Λυμπεροπούλου ξεπερνά τα ελληνικά σύνορα. Για χρόνια υπηρέτησε ως σύμβουλος της Ευρωπαϊκής Επιτροπής σε ζητήματα Venture Capital, Private Equity και Access to Risk Finance, συμμετέχοντας ενεργά στη διαμόρφωση πανευρωπαϊκών πολιτικών και στην υλοποίηση του Scale Up Initiative. Επιπλέον, διετέλεσε Πρόεδρος του EVFIN, του δικτύου των σημαντικότερων θεσμικών επενδυτών της Ευρώπης σε VC funds, και σήμερα συνεχίζει ως Αντιπρόεδρος.

Οι ακαδημαϊκές της βάσεις είναι εξίσου στιβαρές: i MBA, MSc στα Decision Sciences & e Management και πτυχίο Στατιστικής από το Οικονομικό Πανεπιστήμιο Αθηνών, ενώ είναι Διαπιστευμένη Διαχειρίστρια Επενδύσεων από το CISI και την Επιτροπή Κεφαλαιαγοράς.

ΡΗΑΙΣΤΟΣ: ΜΕ... ΔΥΝΑΜΗ ΠΥΡΟΣ ΑΝΩ ΤΩΝ €100 ΕΚΑΤ. ΚΑΙ ΕΠΕΝΔΥΣΕΙΣ ΑΠΟ CHIPS ΜΕΧΡΙ ΔΟΥΡΥΦΟΡΟΥΣ

Επενδυτική ισχύ (firepower) άνω των €100 εκατ. διαθέτει το Phaistos Investment Fund, ένα VC fund που συστάθηκε το 2022 και λειτουργεί με επενδυτική περίοδο πέντε ετών, η οποία ακολουθείται από πενταετή περίοδο αποεπενδύσεων, με δυνατότητα παράτασης 1+1 έτους.

Διαχειρίστρια εταιρεία είναι η 5G Ventures, που είναι θυγατρική του Υπερταμείου, όπως δήλωσε ο Διευθύνων Σύμβουλος του fund, Αντώνης Τζωρτζακάκης.

Οι μεριδούχοι του fund είναι:

- η ΕΑΤΕ
- το family office Δασκαλόπουλου
- η Latsco της Μαριάννας Λάτσου
- η Deutsche Telekom μέσω του ΟΤΕ

Όπως ανέφερε ο κ. Τζωρτζακάκης, το fund δημιουργήθηκε με βάση το νόμο 47/27 2020, με στόχο την ενίσχυση εταιρειών που αναπτύσσουν προϊόντα ή υπηρεσίες δικτύου και επωφελούνται από το 5G.

Η επενδυτική στρατηγική επεκτείνεται σε κλάδους όπως η μεταποίηση, τα logistics, η άμυνα και το retail, με βασικό στόχο την ενίσχυση της αξιοποίησης των νέων δικτύων στην ελληνική οικονομία και την ανάπτυξη σχετικών υπηρεσιών.

Το fund δεν επικεντρώνεται σε πρώιμο στάδιο start-ups, αλλά κυρίως σε scale-ups και πιο ώριμες τεχνολογικές εταιρείες.

Το Phaistos έχει επενδύσει μέχρι σήμερα σε 11 εταιρείες, με συνολική τοποθέτηση περίπου €70 εκατ. και μέση επένδυση €6,3 εκατ. ανά εταιρεία. Το μεγαλύτερο investment ticket ανέρχεται στα €10 εκατ., ενώ το μικρότερο στο €1 εκατ.

Όπως ανέλυσε ο κ. Τζωρτζακάκης, οι τομείς του επενδυτικού χαρτοφυλακίου κατανέμονται ως εξής:

- 28% διάστημα
- 22% microchips και semiconductors
- 17,5% IoT, drones και logistics
- 17% fintech και insurtech
- 12,5% retail
- 3% cybersecurity

Οι 11 εταιρείες δραστηριοποιούνται σε 22 χώρες και απασχολούν συνολικά πάνω από 1.200 εργαζόμενους.

Ιδιαίτερο βάρος του χαρτοφυλακίου, όπως υπογράμμισε ο κ. Τζωρτζακάκης, αφορά τον τομέα του διαστήματος, ο οποίος αντιπροσωπεύει το 28% των επενδύσεων.

Η στρατηγική βασίζεται στην εκτίμηση ότι το διάστημα θα εξελιχθεί σε πλήρως εμπορευματοποιημένο περιβάλλον, αντίστοιχο των επίγειων δικτύων, με χρήση δορυφόρων χαμηλής τροχιάς, διασυνδεδεμένων υποδομών και μελλοντικά ακόμη και data centers σε τροχιά.

Ο κ. Τζωρτζακάκης ανέφερε ότι βρίσκονται σε εξέλιξη συζητήσεις για τη δημιουργία του διαδόχου σχήματος, Phaistos II, το οποίο αναμένεται να έχει ιδιωτικό χαρακτήρα, με την ίδια επενδυτική ομάδα και νέο σχήμα διαχείρισης.

Οι βασικοί επενδυτικοί άξονες αναμένεται να παραμείνουν το διάστημα, η κυβερνοασφάλεια, οι smart υποδομές κι η αμυντική τεχνολογία.

• **L'ARTIGIANO**

ΑΝΑΠΤΥΞΗ 5% ΣΤΟ ΕΞΑΜΗΝΟ - ΑΝΘΕΚΤΙΚΗ Η ΑΓΟΡΑ ΕΣΤΙΑΣΗΣ

Ανάπτυξη 5% καταγράφει στο α' εξάμηνο του 2026 η L' Artigiano, με τις πρώτες εκτιμήσεις να αναφέρουν ότι η θετική πορεία θα συνεχιστεί και στο δεύτερο μισό της χρονιάς, παρά τις συνεχιζόμενες πιέσεις στο λειτουργικό κόστος.

Όπως αναφέρει στο Fnb Daily ο Διευθύνων Σύμβουλος της εταιρείας, Χρήστος Βιτσικάνος, η αλυσίδα δεν επηρεάζεται ουσιαστικά από τη φετινή τουριστική κίνηση, καθώς η δραστηριότητά της επικεντρώνεται κυρίως στην αγορά της Αττικής.

Η ΕΞΑΙΡΕΣΗ ΤΗΣ ΚΑΛΑΜΑΤΑΣ

Σύμφωνα με τον ίδιο, μοναδική εξαίρεση αποτελεί το κατάστημα της Καλαμάτας, το οποίο από τον Μάιο και μετά ενισχύεται σημαντικά λόγω της τουριστικής περιόδου, ενώ τα υπόλοιπα σημεία πώλησης στην Αθήνα κινούνται στα συνήθη επίπεδα ζήτησης. Παράλληλα, η εταιρεία δεν έχει προχωρήσει σε νέα ανάπτυξη του δικτύου της από τις αρχές του έτους, διατηρώντας σταθερό τον αριθμό των καταστημάτων.

DELIVERY

Ιδιαίτερη σημασία για τη λειτουργία της L' Artigiano εξακολουθεί να έχει το κανάλι του delivery, το οποίο αποτελεί τον βασικό πυλώνα της εμπορικής της δραστηριότητας. Όπως εξηγεί το κ. Βιτσικάνος, το μοντέλο της εταιρείας βασίζεται σχεδόν αποκλειστικά στη διανομή κατ' οίκον, καθώς το μεγαλύτερο μέρος των πωλήσεων πραγματοποιείται μέσω delivery, ενώ ένα μικρό ποσοστό

προέρχεται από παραλαβές από τα καταστήματα, επιλογή που προτιμούν κυρίως καταναλωτές που βρίσκονται κοντά στα σημεία πώλησης και επωφελούνται από χαμηλότερες τιμές.

ΤΑ ΠΙΟ ΔΗΜΟΦΙΛΗ ΠΡΟΪΟΝΤΑ

Σε ό,τι αφορά τις καταναλωτικές προτιμήσεις, ο κ. Βιτσικάνος αναφέρει ότι οι κλασικές επιλογές εξακολουθούν να κυριαρχούν στις παραγγελίες.

Στις πρώτες θέσεις βρίσκονται οι πίτσες Special, Pepperoni και Margherita, ενώ σημαντική ζήτηση καταγράφουν επίσης η απλή ζαμπόν και οι vegetarian επιλογές, αντανakλώντας τη διαχρονική προτίμηση των καταναλωτών στις παραδοσιακές γεύσεις.

ΑΝΘΕΚΤΙΚΗ Η ΖΗΤΗΣΗ

Ο κ. Βιτσικάνος επισημαίνει ότι η αγορά της οργανωμένης εστίασης εξακολουθεί να εμφανίζει ανθεκτικότητα ως προς τη ζήτηση, ωστόσο οι επιχειρήσεις του κλάδου συνεχίζουν να αντιμετωπίζουν σημαντικές προκλήσεις από το αυξημένο κόστος των πρώτων υλών και της ενέργειας.

Όπως σημειώνει, οι ανατιμήσεις σε ηλεκτρική ενέργεια, καύσιμα και φυσικό αέριο επιβαρύνουν ιδιαίτερα τις επιχειρήσεις εστίασης, οι οποίες είναι ενεργοβόρες, με αποτέλεσμα να περιορίζονται τα περιθώρια κερδοφορίας.

Στέλλα Αυγουστάκη
stella@notice.gr



Χρήστος
Βιτσικά-
νος, CEO,
L'Artigiano

SME
D A I L Y

Το καθημερινό
newsletter για
τη μικρομεσαία
επιχειρηματικότητα

Γίνε
συνδρομητής
ΔΩΡΕΑΝ
εδώ



ΚΥΚΛΟΦΟΡΕΙ ΔΩΡΕΑΝ
ΔΕΥΤΕΡΑ
- ΠΑΡΑΣΚΕΥΗ
ΣΤΙΣ **05:45**

Με την αξιοπιστία της

NOTICE
CONTENT & SERVICES

• **MCCORMICK**

Η ΣΤΡΟΦΗ ΤΩΝ ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΩΝ ΣΤΟ ΜΑΓΕΙΡΕΜΑ ΣΤΟ ΣΠΙΤΙ ΕΝΙΣΧΥΣΕ ΤΙΣ ΕΠΙΔΟΣΕΙΣ

Η αμερικανική McCormick, γνωστή για τα μπαχαρικά και τις σάλτσες της, ανακοίνωσε καλύτερα από τα αναμενόμενα οικονομικά αποτελέσματα για το β' τρίμηνο του έτους, καθώς η αυξημένη κατανάλωση γευμάτων στο σπίτι ενίσχυσε τη ζήτηση για προϊόντα όπως μπαχαρικά, καρυκεύματα και σάλτσες.

Η εταιρεία επωφελείται από τη συγκρατημένη καταναλωτική δαπάνη, καθώς ο επίμονος πληθωρισμός, οι επιπτώσεις των αμερικανικών δασμών και η γεωπολιτική αβεβαιότητα στην Μέση Ανατολή έχουν οδηγήσει πολλούς καταναλωτές να περιορίσουν τις εξόδους για φαγητό και να επιλέγουν συχνότερα την προετοιμασία γευμάτων στο σπίτι.

DATA Γ' τρίμηνο 2026

Πωλήσεις: +16,7%
Οργανικές πωλήσεις: +1,7%
Τιμές: +2,2%
Όγκοι: -0,5%



Brendan M. Foley,
Πρόεδρος και CEO,
McCormick

ΟΙ ΠΡΟΚΛΗΣΕΙΣ

Παρά τις θετικές επιδόσεις, η McCormick εξακολουθεί να αντιμετωπίζει προκλήσεις από το αυξημένο κόστος προμηθειών, καθώς σημαντικό μέρος των πρώτων υλών της, όπως το πιπέρι, τα μπαχαρικά και τα αρωματικά βότανα, εισάγεται από χώρες εκτός Ηνωμένων Πολιτειών και επηρεάζεται από τους υψηλούς εισαγωγικούς δασμούς.

Η εταιρεία ανέφερε ότι κατά το δεύτερο τρίμηνο οι επιστροφές δασμών μείωσαν το κόστος πωληθέντων κατά περίπου \$28 εκατ. Ωστόσο, εκτιμά ότι το όφελος αυτό θα αντισταθμιστεί από αυξημένες λειτουργικές δαπάνες το επόμενο διάστημα, συμπε-

ριλαμβανομένων των επιπτώσεων από τη σύγκρουση στην Μέση Ανατολή και των συνεχιζόμενων επενδύσεων για την ανάπτυξη των δραστηριοτήτων της.

ΟΙ ΠΡΟΟΠΤΙΚΕΣ

Η McCormick επιβεβαίωσε επίσης τις προβλέψεις της για το σύνολο του έτους, αναμένοντας αύξηση πωλήσεων μεταξύ 13% και 17%.

Σύμφωνα με τη διοίκηση, οι προβλέψεις λαμβάνουν υπόψη τη συνεχιζόμενη αβεβαιότητα στη ζήτηση, τις γεωπολιτικές εξελίξεις στην Μέση Ανατολή, καθώς και τα οφέλη από την αύξηση της συμμετοχής της εταιρείας στην κοινοπραξία της στο Μεξικό. Παράλληλα, η McCormick συνεχίζει να προωθεί τη σχεδιαζόμενη συγχώνευση με τον κλάδο τροφίμων της Unilever, σε συμφωνία αξίας περίπου \$45 δισ., η οποία αναμένεται να ενισχύσει σημαντικά την παρουσία της πέρα από την αγορά των μπαχαρικών, επεκτείνοντας το χαρτοφυλάκιό της σε σάλτσες, καρυκεύματα και ολοκληρωμένες λύσεις γευμάτων.

• Debrief •

ΠΟΙΟΣ ΑΚΥΡΩΣΕ ΤΗΝ ΚΟΙΝΗ ΛΟΓΙΚΗ;

Δείτε πως έχει το πράγμα. Πριν λίγες ημέρες αναφερθήκαμε στην [πολιτική μάχη που έχει ξεσπάσει στην Γαλλία για τα... air condition](#). Και δεν θα επανερχόμασταν, αν στο μεταξύ ο παρατεταμένος καύσωνας στην Ευρώπη δεν έφερνε στην επιφάνεια κάποιες ειδήσεις.

Σύμφωνα με το Marburger Bund, το συνδικάτο γιατρών της Γερμανίας, μόλις το 1/3 των νοσοκομείων της χώρας διαθέτουν κλιματισμό στα δωμάτια των ασθενών. Μάλιστα, συχνά οι γιατροί ζητάνε από τους συγγενείς των ασθενών να φέρουν παγοκύστες από το σπίτι για προσωρινή ανακούφιση. Στην Γαλλία πάλι, μέχρι χθες μετρούσαν 1.000 νεκρούς από τον καύσωνα. Στο μεταξύ, πέρα από το παντελώς αδιάφορο πολι-

τικό debate για τα air condition, είναι οι ίδιοι οι Γάλλοι που δεν τα θέλουν, σε ποσοστό 64%, [σύμφωνα με σχετική έρευνα](#).

Ο αντίλογος λέει ότι αυτές οι χώρες δεν ήταν συνηθισμένες σε τέτοιες συνθήκες. Αλλά ο αντίλογος του... αντιλόγου λέει ότι και σε αυτές τις χώρες η κλιματική αλλαγή έχει κάνει την εμφανισή της εδώ και χρόνια. Δεν περίμεναν φέτος τον καύσωνα, ξαφνικά. Το έχουν ξαναδεί το έργο. Επίσης το επιχείρημα ότι τα air condition επιβαρύνουν το κλίμα δεν στέκει. Αν τα χρησιμοποιήσεις μια εβδομάδα τον χρόνο (τόσο τα θέλουν σε Γερμανία και Γαλλία) δεν πρόκειται να αλλάξει... η κλίση του άξονα της Γης.

Το ειλικρινές ερώτημα είναι πού πήγε η κοινή λογική. Ή ακόμα καλύτερα, ποιος την

ακύρωσε; Γιατί κακά τα ψέματα, το να μην υπάρχει κλιματισμός στα νοσοκομεία ή οι ίδιοι οι πολίτες να απορρίπτουν ένα μηχανήμα που απλώς θα τους απαλλάξει από την ταλαιπωρία και μπορεί να τους σώσει τη ζωή, δεν ακούγονται για λογικά πράγματα. Κι όμως, όλο και συχνότερα, για τα πιο απλά πράγματα, οι Ευρωπαίοι δίνουν να ανθίστανται στην κοινή λογική. Απεραντολογούν, ομφαλοσκοπούν, αυτομαστιγώνονται, αυτοακυρώνονται, κάνουν τα πάντα αρκεί να μην παραδεχτούν το προφανές.

Ίσως τελικά το πραγματικό ερώτημα να είναι άλλο: πού πήγε η Ευρώπη του αυτονόητου.

Γιάννης Παλιούρης
giannis@notice.gr

Business Maker

ΟΥΖΟ ΒΑΡΒΑΓΙΑΝΝΗ: ΤΟ ΟΧΥΡΟ ΤΩΝ €4 ΕΚΑΤ., ΟΙ ΕΞΑΓΩΓΕΣ ΚΑΙ ΤΟ ΝΕΟ ΑΠΟΣΤΑΚΤΗΡΙΟ

Ικανοποίηση, δεδομένων των συνθηκών, που επικρατούν στην αγορά, επικρατεί στην ιστορική ποτοποιία Βαρβαγιάννη για την πορεία των πωλήσεων και την ευρύτερη τροχιά της εταιρείας. Σύμφωνα με καλά πληροφορημένες πηγές, οι συνολικές πωλήσεις για το 2025 έκλεισαν περί τις €6 εκατομμυρίων. Ωστόσο, το καθαρό αποτύπωμα της εταιρείας, χωρίς τα βαριά φορτία της φορολογίας των αλκοολούχων ποτών, που πλήττουν τον κλάδο, διαμορφώνεται στα επίπεδα των €4 εκατομμυρίων,

αφήνοντας τελικά στα ταμεία μια ελαφρά κερδοφορία. Η χαμηλή αυτή κερδοφορία δεν είναι τυχαία, αλλά αποτυπώνει το κόστος της άμυνας απέναντι στις πληθωριστικές πιέσεις. Η εταιρεία προτίμησε συνειδητά να απορροφήσει τους κραδασμούς και να κρατήσει τις τιμές προσιτές στο ευρύ κοινό. Το μεγάλο επιχειρηματικό στοίχημα, ωστόσο, παίζεται στο πεδίο της εξωστρέφειας. Σήμερα, οι εξαγωγές της ποτοποιίας φτάνουν στο 20% τζίρου, με το brand να ταξιδεύει σε

Ευρώπη, Αμερική και Ωκεανία. Για να αλλάξει, όμως, πίστα εκτός συνόρων, το μεγάλο project για τη δημιουργία του δεύτερου αποστακτηρίου προχωρά κανονικά και χωρίς παρέκκλιση από τον αρχικό σχεδιασμό. Αν και η ολοκλήρωση της επένδυσης απαιτεί κάποιο βάθος χρόνου, ο στρατηγικός στόχος παραμένει κλειδωμένος: Η σημαντική αύξηση της παραγωγικής δυναμικότητας γίνεται αποκλειστικά για να υποστηρίξει και να ενισχύσει ακόμα περισσότερο το κανάλι των εξαγωγών, ανοίγοντας νέες αγορές.

ΣΤΟ ΜΑΞΙΜΟΥ ΚΡΙΝΕΤΑΙ Η ΣΥΜΦΩΝΙΑ ΓΙΑ ΤΙΣ ΤΙΜΕΣ – ΟΙ ΔΥΟ ΓΡΑΜΜΕΣ ΚΑΙ ΤΟ ΠΟΣΟΣΤΟ ΤΩΝ ΕΚΠΤΩΣΕΩΝ

Το βλέμμα ολόκληρης της αγοράς είναι στραμμένο στη σημερινή σύσκεψη στο Μέγαρο Μαξίμου. Εκεί, υπό τον Πρωθυπουργό Κυριάκο Μητσοτάκη, θα καθίσουν στο ίδιο τραπέζι ο Πρόεδρος του ΣΕΒ, Σπύρος Θεοδωρόπουλος, ο Πρόεδρος του ΣΕΒΤ, Γιάννης Γιώτης, και ο Πρόεδρος της Ένωσης Σούπερ Μάρκετ Ελλάδας, Γιάννης Μασούτης, σε μια προσπάθεια να βρεθεί κοινός τόπος για την επόμενη ημέρα μετά τη λήξη του πλαφόν στο μεικτό περιθώριο κέρδους, το οποίο εκπνέει στις 30 Ιουνίου. Επισήμως, όλοι εμφανίζονται αισιόδοξοι ότι θα υπάρξει συμφωνία. Πίσω από τις κλειστές πόρτες, όμως, οι συζητήσεις μόνο εύκολες δεν είναι. Σύμφωνα με καλά πληροφορημένες πηγές, η διαπραγμάτευση δεν αφορά πλέον το αν θα υπάρξει μια νέα πρωτοβουλία συγκράτησης των τιμών, αλλά το εύρος της, το ποσοστό των μειώσεων και κυρίως ποιος θα αναλάβει το μεγαλύτερο μέρος του κόστους. Παράγοντες του οργανωμένου λιανεμπορίου περιγράφουν δύο διαφορετικές προσεγγίσεις στο εσωτερικό της κυβέρνησης. Από τη μία πλευρά, το Μέγαρο Μαξίμου και ο Αντιπρόεδρος της κυβέρνησης, Κωστής Χατζηδάκης, εμφανίζονται

να υποστηρίζουν μια πιο προσεκτική μετάβαση, με εφαρμογή του νέου σχήματος από τον Σεπτέμβριο, ώστε να υπάρξει επαρκής προετοιμασία και συμφωνία όλων των εμπλεκομένων. Από την άλλη, ο Υπουργός Ανάπτυξης, Τάκης Θεοδωρικάκος, φέρεται να πιέζει για ταχύτερη ενεργοποίηση του μέτρου, επιδιώκοντας άμεσο αποτύπωμα στις τιμές των προϊόντων. Το μεγαλύτερο αγκάθι, ωστόσο, βρίσκεται στις λεπτομέρειες. Οι πληροφορίες αναφέρουν ότι η κυβέρνηση επιθυμεί οι μειώσεις να είναι αρκετά μεγάλες, ώστε να γίνουν αντιληπτές από τους καταναλωτές. Στην αγορά ακούγεται ότι εξετάζονται παρεμβάσεις, που θα ξεπερνούν αισθητά το 5%, χωρίς όμως να έχει ακόμη κλειδωθεί συγκεκριμένο ποσοστό. Οι επιχειρήσεις, από την πλευρά τους, αντιπροτείνουν μια περισσότερο στοχευμένη λύση, με περιορισμένο αριθμό βασικών προϊόντων και ουσιαστικές μειώσεις, αντί για μια εκτεταμένη λίστα με μικρές μεταβολές, που δύσκολα θα γίνουν αντιληπτές στο καλάθι του καταναλωτή. Εκεί ακριβώς εντοπίζεται και ο μεγαλύτερος προβληματισμός του λιανεμπορίου. Οι αλυσίδες επιμένουν ότι όσο

αυξάνεται ο αριθμός των κωδικών, τόσο μειώνεται η δυνατότητα για πραγματικές μειώσεις τιμών. "Καλύτερα λίγα προϊόντα, αλλά με ουσιαστική διαφορά στο ράφι", σχολιάζει χαρακτηριστικά παράγοντας της αγοράς. Ένα ακόμη ζήτημα αφορά το ποιος θα χρηματοδοτήσει τις μειώσεις. Οι εκπρόσωποι των super market ξεκαθαρίζουν ότι το μεγαλύτερο βάρος θα πρέπει να αναληφθεί από τη βιομηχανία. Όπως σημειώνουν, οι ίδιοι μπορούν να συμβάλουν περιορισμένα, καθώς τα περιθώρια κέρδους στη λιανική παραμένουν ιδιαίτερα χαμηλά. "Εάν οι προμηθευτές συμμετάσχουν ουσιαστικά, θα συμμετάσχουμε κι εμείς", είναι το μήνυμα, που μεταφέρουν προς την κυβέρνηση. Παράλληλα, οι επιχειρήσεις υπενθυμίζουν ότι οποιαδήποτε συμφωνία πρέπει να κινείται αυστηρά εντός του ευρωπαϊκού πλαισίου ανταγωνισμού. Δεν μπορεί να υπάρξει επιβολή συγκεκριμένων τιμών, ούτε δέσμευση για διατήρησή τους σε προκαθορισμένα επίπεδα. Η συμμετοχή θα πρέπει να είναι απολύτως εθελοντική, διαφορετικά, όπως επισημαίνουν, δημιουργούνται σοβαρά νομικά ζητήματα.

Business Insight

Ο ΠΟΛΥΠΡΑΓΜΩΝ ΝΙΚΟΣ ΒΑΡΔΙΝΟΓΙΑΝΝΗΣ ΚΑΙ ΤΟ ΝΕΟ ΑΝΟΙΓΜΑ ΜΕ ΤΗΝ AVE PHARMA

Στην ίδρυση της AVE Pharma προχώρησε, ως γνωστόν, την προηγούμενη εβδομάδα ο **Νίκος Βαρδινογιάννης**. Εταιρεία χαρτοφυλακίου που θα παρέχει υπηρεσίες επιχειρηματικών και επενδυτικών συμβουλών. **Μετοχικό κεφάλαιο στα €2,05 εκατ., με Πρόεδρο τον Απόστολο Βούλγαρη (Πρόεδρος & Διευθύνων Σύμβουλος και στη μητρική), Διευθύνων Σύμβουλος ο Θωμάς Ρούμπας (Αντιπρόεδρος στην AVE) και μέλος τον Βασίλη Παπαδόπουλο.**

Θα μπορούσε η νέα εταιρεία να εντάσσεται στο πλαίσιο διεύρυνσης της παρουσίας του ομίλου στον κλάδο φαρμάκου/φαρμακείων, ενδεχομένως περνώντας τα φαρμακεία που ήδη ελέγχει; Θα δείξει... καθώς είναι η δεύτερη ανακοίνωση ίδρυσης εταιρείας, μέσα στον Ιούνιο, θυμίζοντας πως στις αρχές **συστάθηκε η Studio Ilium HO.RE.CA. με αντικείμενο τον ξενοδοχειακό εξοπλισμό, τις υπηρεσίες φιλοξενίας, τη διακόσμηση.** Το ενδιαφέρον της συγκεκριμένης βρισκόταν στην σύνθεση των μετόχων, με την AVE Participation να ελέγχει το 30%, η HOTELUX - Hotel Equipment Experts I.K.E. το 40% και το υπόλοιπο 30% η CELEBRATE Real Estate Μονοπρόσωπη Α.Ε.

Παρ' ότι η συμμετοχή της AVE θα μπορούσε να θεωρηθεί ως άλλη μια επενδυτική κίνηση, η σύνθεση του πρώτου διοικητικού συμβουλίου παρέπεμπε σε κάτι περισσότερο. Αυτό γιατί, Πρόεδρος αναλάμβανε ο Θωμάς Ρούμπας, με τους Απόστολο Βούλγαρη στην θέση του Αντιπροέδρου και Διευθύνοντα τον Γεώργιο

Σαραντόπουλο. Στο σημείο αυτό χρήζει αναφοράς η διακριτή αλλαγή κατεύθυνσης του Νίκου Βαρδινογιάννη, **καθώς ο σχεδιασμός για ανάπτυξη του ονόματος των Carrefour στην εγχώρια αγορά - ως κύριο αφήγημα του ομίλου AVE - περνούσε σε δεύτερη μοίρα,** που πρακτικά σημαίνει ότι από την αρχή του 2026 ευρίσκεται σε αναζήτηση ενός επόμενου, πιο ισχυρού/πειστικού, επιχειρηματικού σχεδιασμού. Στη στρατηγική αναδίπλωση είχε αναφερθεί (αρχές Απριλίου) ο **Θωμάς Ρούμπας, παραδεχόμενος πως το εγχείρημα (της Carrefour) δεν εξελίχθηκε όπως περίμεναν,** καθώς υποτίμησαν κάποιες παραμέτρους της αγοράς. Τότε είχε προτεριοποιηθεί η επικέντρωση στην λιανική, πεδίο όπου **μέσω της Retail & More επιχειρούνταν η είσοδος στον υποκλάδο των φαρμακείων.** Ιούλιο 2025 είχε υπογραφεί η συμφωνία για συμμετοχή 15% στην κυπριακή εταιρεία ERINO Enterprises (επένδυση €1,5 εκατ. σε μετοχικό κεφάλαιο €10 εκατ.). Κίνηση που είχε θεωρηθεί ως ένα στρατηγικό πείραμα για την είσοδο σε κλάδο με υψηλά περιθώρια κέρδους και έντονη διασύνδεση με το εμπόριο καταναλωτικών προϊόντων υγείας.

Και φθάνουμε στο σήμερα, με την ίδρυση της Συμμετοχών στο χώρο του φαρμάκου, τη σημασία του οποίου είχε αναδείξει ο Διευθύνων Σύμβουλος αναφερόμενος στην **απόκτηση της Pharma Plus - από κοινού με την DECA Investments.** Η συνεργασία με την κορυφαία εταιρεία διαχείρισης εναλλακτικών επενδύσεων (λειτουργεί ως ανεξάρτητος διαχειριστής κεφαλαίων

των επενδυτικών σχημάτων Diorama I και Diorama II) είχε προκαλέσει αίσθηση, μάλιστα συζητήθηκε ως προς την προοπτική της σε κλάδους/τομείς δραστηριότητας... καινοτόμους για την πλευρά Βαρδινογιάννη. Προς ποια κατεύθυνση, δεν αποσαφηνίζεται για την ώρα, καθώς η **AVE επεκτείνεται από τον ξενοδοχειακό εξοπλισμό μέσω της Studio Ilium HO.RE.CA μέχρι μη επανδρωμένα οχήματα (drones) και αυτόνομες λειτουργίες (autonomous operations),** δηλαδή διαδικασίες που βασίζονται στην μηχανική μάθηση, την Τεχνητή Νοημοσύνη (γενικά σε ενέργειες δίχως ανθρώπινη παρέμβαση). Κοινός παρονομαστής αυτών των εταιρειών δεν υπάρχει, όπως και εμφανής συνεκτικός ιστός. Θα μπορούσε να ειπωθεί πως αναζητείται ο κλάδος (ή κλάδοι) δυνητικής προστιθέμενης αξίας, ένα σημείο εισόδου εκεί όπου δημιουργούνται (θα δημιουργηθούν) ευκαιρίες.

Στα €81,6 εκατ. η αποτίμηση της εταιρείας, μετά το κλείσιμο στα €0,4580 στη συνεδρίαση της Παρασκευής. Χρηματιστηριακή αξία, πάντως, χαμηλότερη της περιόδου που η διοίκηση πρότασε ως κεντρικό αφήγημα την ανάπτυξη των Carrefour. **Stoneman Holding Ltd με 30,45%, Doson Investments με 29,82% και με 13,98% Charonia Holdings,** οι εμφανιζόμενοι βασικοί μέτοχοι (συνολικά 74,25%), με το κριτήριο της διασποράς να πληρείται οριακά (στην κατηγορία εισηγμένης με αποτίμηση χαμηλότερη των €200 εκατ., απαιτούμενο free float στο 25% του μ.κ.).



REAL ESTATE DAILY SECRET

THE KEY TO PROPRIETARY INFORMATION

Το κλειδί για να μαθαίνετε τα μυστικά της αγοράς ακινήτων, κάθε μέρα στο e-mail σας. Με την υπογραφή της



NOTICE
CONTENT & SERVICES

**ΚΑΝΤΕ
ΕΓΓΡΑΦΗ
ΕΔΩ**

SECRETCRECIPE

Στραγγίζουν τον ισολογισμό οι μη διαχειρίσιμες ζημιές

Πρόκειται για ένα πολύ γνωστό brand, το οποίο, όμως, είναι ταλαιπωρημένο από την ερασιτεχνική διαχείριση των πολλών περασμένων δεκαετιών. Όταν μπήκε ο επενδυτής, έκανε λάθη στις επιλογές ανθρώπων στη διοίκηση και στο business plan, με αποτέλεσμα οι ζημιές να συσσωρεύονται διαρκώς. Και η μείωση μετοχικού κεφαλαίου με απορρόφηση ζημιών, που εφαρμόζεται, σίγουρα δεν αποτελεί βιώσιμη λύση. Ακόμα χειρότερα, λύση δεν αποτελούν φιάσες και γιορτές, που - όπως λένε με περίσσια υπεροψία στελέχη της εταιρείας - "θα γίνουν από μόνα τους viral". Θα επανέλθουμε. Λίαν συντόμως...

SÒ POSH!

the trendletter

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

**Κάθε Σάββατο
στις 9.30**

ΤΟ ΕΒΔΟΜΑΔΙΑΙΟ NEWSLETTER

ΓΙΝΕ ΣΥΝΔΡΟΜΗΤΗΣ ΕΔΩ

Editorial

29 Ιουνίου

Στις 29 Ιουνίου 2015, η Ελλάδα βρέθηκε στο επίκεντρο μιας ιστορικής οικονομικής και πολιτικής κρίσης. Η ημέρα αυτή χαρακτηρίστηκε από τις εξής καταγιστικές εξελίξεις:

Τραπεζική Αργία και Κεφαλαιακοί Περιορισμοί:
Τέθηκε σε ισχύ η πράξη νομοθετικού περιεχομένου για κλείσιμο των τραπεζών και επιβολή capital controls (περιορισμοί στην ανάληψη μετρητών και τις τραπεζικές συναλλαγές).

Πολιτικές Αντιδράσεις: Ακολούθησε έντονος πολιτικός διχασμός και μαζικές συγκεντρώσεις πολιτών έξω από την Βουλή, μετά την απόφαση της κυβέρνησης για διενέργεια δημοψηφίσματος.
Διεθνείς Επιπτώσεις: Οι διαπραγματεύσεις της Ελλάδας με τους ευρωπαϊκούς θεσμούς διακόπηκαν, σηματοδοτώντας μία από τις πιο κρίσιμες εβδομάδες στην πρόσφατη ιστορία της Ευρωζώνης

29 Ιουνίου 2026

11 χρόνια μετά, η Ελλάδα έχει αφήσει πίσω της όλα αυτά.

Για ποιο λόγο;

Διότι:

Οι τράπεζες λειτουργούν κανονικά, είναι απόλυτα υγιείς και χρηματοδοτούν νοικοκυριά και επιχειρήσεις και οι καταθέσεις των Ελλήνων δεν κινδυνεύουν.

Το brand name και η αξιοπιστία της χώρας στο εξωτερικό είναι αμφότερα πολύ ισχυρά και η Ελλάδα έχει καταφέρει να πρωταγωνιστήσει σε πολλές περιπτώσεις εντός Ευρωπαϊκής Ένωσης και Ευρωζώνης, με τις προτάσεις της.

Το πολιτικό κλίμα αρχίζει και οξύνεται καθημερινά, στον δρόμο προς τις εκλογές του 2027. Αφορμή, μεταξύ άλλων, το γεγονός ότι, στον δημόσιο διάλογο, έχουν επιστρέψει προτάσεις για την οικονομία, οι οποίες - αν ποτέ εφαρμοστούν - οδηγούν νομοτελειακά στην ακύρωση των δύο παραπάνω καταστάσεων.

Τόσο απλά.

Νεκτάριος Β. Νώτης
nectarios@notice.gr