

# Το πιο οικονομικό καρότσι γιατί αξίζει.



market research

Η αγορά των προϊόντων έγινε από την εταιρία ερευνών IWD, η οποία είναι υπεύθυνη μόνο για την πραγματοποίηση των αγορών. Η Lidl φέρει την αποκλειστική ευθύνη για την επιλογή των προϊόντων και για τυχόν σταθμίσεις που εφαρμόστηκαν. Η έρευνα πραγματοποιήθηκε σε καταστήματα της Αθήνας την περίοδο 11.05.2026 - 16.05.2026.



## No.1

στη σχέση  
ποιότητας-τιμής\*

\*Σύμφωνα με ανεξάρτητη έρευνα από τον διεθνή οργανισμό ICERTIAS, η οποία διεξήχθη τον Μάιο του 2025 στην Ελλάδα.





# 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 10 ΙΟΥΝΙΟΥ 2026  
ΤΕΥΧΟΣ 2342

## Editorial

Μέρος 2ον

## Debrief

Όχι απλή ασυμφωνία  
χαρακτήρων

## Business Insight

Τί κρύβει η ολλανδο  
-βελγική... τράμπα  
στην Ελλάδα, και  
η συμμετοχή της Motor Oil

## Business Maker

- Ο πληθωρισμός δεν έρχεται  
από την απλησία
- Quiz: Ψήνεται νέο deal  
στα τρόφιμα

## SecretRecipe

Πέφτουν οι υπογραφές...



### • ΓΑΛΑΚΤΟΚΟΜΙΚΑ (CIRCANA)

Άνοδος 75% στα protein τυριά  
- Πλησιάζει το 30%  
το μερίδιο του PL



### • ΑΤΤΙΚΑ

Πλάνο πενταετίας με επενδύσεις  
σε premium F&B concepts



### • ΧΑΛΒΑΤΖΗΣ ΜΑΚΕΔΟΝΙΚΗ

Εστιάζει σε νέα προϊόντα  
και ενίσχυση των εξαγωγών  
- Στο +29,2% το EBITDA πέρυσι



### • ΚΑΣΕΛΛ

Νέα συμφωνία με αλυσίδα super  
market στις ΗΠΑ - Διπλασίασε  
το περιθώριο κέρδους το 2025



**3rd Annual Real Estate Conference**  
Αγορά σε Μετάβαση:  
Επένδυση, Στέγαση και η Πόλη του Αύριο

INTERCONTINENTAL ATHENAEUM ATHENS

ΥΠΟ ΤΗΝ ΑΙΓΙΔΑ



ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΔΗΜΟΚΡΑΤΙΑ  
Υπουργείο Κοινωνικής Συνοχής  
και Οικογένειας



ΔΗΜΟΣ  
ΑΘΗΝΑΙΩΝ

ΤΡΙΤΗ  
16 Ιουνίου  
2026

POWERED BY  
NOTICE  
CORPORATE & BUSINESS

Η αλήθεια είναι ότι  
στη φύση δεν υπάρχει  
τίποτα πιο καθαρό  
από το νερό της.

  
**Αρρένα**  
ΦΥΣΙΚΟ ΜΕΤΑΛΛΙΚΟ ΝΕΡΟ



**Αρρένα**  
ΦΥΣΙΚΟ ΜΕΤΑΛΛΙΚΟ ΝΕΡΟ

**Καθαρό. Σαν την αλήθεια.**

arreona.gr   arreona.water



• ΚΑΣΕΛΛ

## ΝΕΑ ΣΥΜΦΩΝΙΑ ΜΕ ΑΛΥΣΙΔΑ SUPER MARKET ΣΤΙΣ ΗΠΑ - ΔΙΠΛΑΣΙΑΣΕ ΤΟ ΠΕΡΙΘΩΡΙΟ ΚΕΡΔΟΥΣ ΤΟ 2025

Το αποτύπωμά της στην αγορά των ΗΠΑ, στην οποία κατευθύνεται σχεδόν το 60% των εξαγωγών της, έχει ενισχύσει η ΚΑΣΕΛΛ (πρώην Κοινοπραξία Αγροτικών Συνεταιρισμών της Επιδαύρου Λιμνής Λακωνίας), μέσω μιας νέας συμφωνίας με τοπική αλυσίδα super market.

Όπως αναφέρει στο Fnb Daily ο Πρόεδρος της ελαιουργικής επιχείρησης, Νίκος Γραμματικάκης, πρόκειται για αλυσίδα με παρουσία σε όλες σχεδόν τις πολιτείες και η συναλλαγή αφορά τόσο το Phileos - κυριότερο brand της ΚΑΣΕΛΛ-, όσο και private label προϊόντα. Όπως προσθέτει ο ίδιος, ιδιαίτερη ζήτηση υπάρχει από την πλευρά των Αμερικανών καταναλωτών για βιολογικό ελαιόλαδο, το οποίο φαίνεται να έχει αποκτήσει σημαντική δυναμική γενικά στις διεθνείς αγορές, αντιστοιχώντας στο 40% των εξαγωγών.

### ΣΤΑ €6 ΕΚΑΤ. Ο ΚΥΚΛΟΣ ΕΡΓΑΣΙΩΝ ΤΟ 2025

Η νέα προσθήκη στο πελατολόγιο της ΚΑΣΕΛΛ έγινε μέσα στο 2025 και συνέβαλε στην αύξηση 20% στον κύκλο εργασιών την περυσινή χρονιά. Ακόμα πιο αποφασιστικό ρόλο έπαιξε, σύμφωνα με τον κ. Γραμματικάκη, το ότι η εταιρεία κατάφερε να πουλήσει σε τιμές που κάλυπταν το υψηλό κόστος αγοράς της πρώτης ύλης, κάτι που ο ίδιος αποδίδει σε μεγάλο ποσοστό στις σχέσεις αμοιβαίας εμπιστοσύνης και αξιοπιστίας που έχει χτίσει με τους πελάτες της, με τους περισσότερους εκ των οποίων έχει πολύχρονες συνεργασίες. Είναι χαρακτηριστικό ότι το περιθώριο κέρδους -προ φόρων και εκτός αποσβέσεων- ανήλθε πέρυσι στο 16% από 8% έναν χρόνο νωρίτερα.

"Είναι πολύ σημαντικό το ότι καταφέραμε να πουλήσουμε δίχως ρίζουμε τις τιμές μας, ακόμα και σε διαστήματα που υπήρχε πίεση στην αγορά. Θεωρούμε ότι οι συνεργάτες μας εκτίμησαν κι ανταπέδωσαν το γεγονός ότι κι εμείς τους στηρίξαμε το 2024 και πολύ περισσότερο το 2023, θυσιάζοντας μέρος της κερδοφορίας μας σε μια συγκυρία εκτίναξης των τιμών", υπογραμμίζει ο κ. Γραμματικάκης.

#### DATA (σε €χιλ.)

##### Κύκλος Εργασιών

2024: 5.906  
2023: 4.130  
2022: 3.057  
2021: 2.432

##### Περιθώριο Καθαρού Κέδους

2024: 4,39%  
2023: 1,15%  
2022: 1,31%  
2021: 4,83%

##### EBIT

2024: 338  
2023: 101  
2022: 86  
2021: 156

##### Κέρδη προ φόρων

2024: 288  
2023: 53  
2022: 45  
2021: 127

παραμένει στα ίδια επίπεδα ενώ εξαγωγικές συμφωνίες η εκτέλεση των οποίων είχε προγραμματισθεί για τις αμέσως επόμενες εβδομάδες, εκτιμάται ότι θα φέρουν τελικά το τζίρο του εξαμήνου πιο κοντά στα περυσινά επίπεδα.

Η ΚΑΣΕΛΛ είναι σχεδόν αμιγώς εξαγωγική εταιρεία, με το 95% του κύκλου εργασιών να προέρχονται από τις πωλήσεις στο εξωτερικό. Πέρα από τις ΗΠΑ, έχει παρουσία στην Ευρώπη (Γερμανία, Γαλλία, Ιταλία, Βαλκάνια κ.α.) ενώ κοντέινερ έχουν σταλεί κατά καιρούς και σε Κίνα, Αυστραλία, δίχως ωστόσο να υπάρχει συστηματική επί του παρόντος κάποια συστηματική συνεργασία με σταθερές ποσότητες με κάποια από τις χώρες αυτές.

Τα επώνυμα προϊόντα αντιστοιχούν στο 50% της παραγωγής της και, πέρα από το Phileos, στο χαρτοφυλάκιο της υπάρχουν επίσης τα σήματα Dory και "9" (premium κωδικός αποκλειστικά σε γυάλινη φιάλη 500 ml).

### ΕΠΕΝΔΥΣΗ €1,2 ΕΚΑΤ.

Η ΚΑΣΕΛΛ δρομολογεί επενδυτικό πρόγραμμα €1,2 εκατ. για επέκταση κτιριακών εγκαταστάσεων, με έμφαση στην αύξηση της αποθηκευτικής ικανότητας, στον εκσυγχρονισμό του μηχανολογικού εξοπλισμού και στην ανανέωση κι αναβάθμιση μιας τουλάχιστον εκ των γραμμών εμφιάλωσης.

Το πρόγραμμα έχει υποβληθεί προς έγκριση στη δράση "Μεταποίηση - Παρέμβαση Π3-73-2.3" του ΥΠΑΑΤ και σύμφωνα με τον κ. Γραμματικάκη, μπορεί να υλοποιηθεί μέσα σε ένα εξάμηνο από την τελική έγκριση.

Γιάννης Τσατσάκης

[yannis@notice.gr](mailto:yannis@notice.gr)

### ΜΕΙΩΜΕΝΟΣ Ο ΤΖΙΡΟΣ ΣΤΟ ΠΕΝΤΑΜΗΝΟ

Η φετινή χρονιά δεν κυλάει εξίσου καλά, με την αξία των πωλήσεων να έχει υποχωρήσει κατά 10% στο πεντάμηνο. Ωστόσο, το τονάζ



• **LAVAZZA (ΗΠΑ)**  
**ΠΟΝΤΑΡΕΙ ΣΤΗ ΒΙΩΣΙΜΟΤΗΤΑ  
ΓΙΑ ΝΑ ΚΕΡΔΙΣΕΙ ΜΕΡΙΔΙΑ  
ΑΠΟ KEURIG ΚΑΙ NESPRESSO**

Το νέο σύστημα καφέ σε ταμπλέτες espresso, Tabli, λανσάρεη η Lavazza στις ΗΠΑ, με στόχο να ενισχύσει την παρουσία της στην αγορά καφέ και να διεκδικήσει μερίδιο σε έναν κλάδο όπου κυριαρχεί η Keurig Dr Pepper.

**ΤΟ ΝΕΟ ΣΥΣΤΗΜΑ**

Το Tabli παρουσιάστηκε αρχικά στην Ιταλία και βασίζεται σε ταμπλέτες που αποτελούνται αποκλειστικά από συμπιεσμένο αλεσμένο καφέ, χωρίς επικάλυψη, συνδεδεμένα υλικά ή ζελατίνη. Οι ταμπλέτες μπορούν να χρησιμοποιηθούν μόνο στις ειδικές μηχανές της Lavazza και διατίθενται σε πέντε ποικιλίες: Espresso, Double Espresso, Decaf Espresso, Super Crema και Lungo.

Σύμφωνα με τον Διευθύνοντα Σύμβουλο της εταιρείας, Antonio Baravalle, η ανάπτυξη του συστήματος απαιτούσε μια ιδιαίτερα σύνθετη βιομηχανική διαδικασία, ώστε οι ταμπλέτες να είναι ανθεκτικές στη μεταφορά και ταυτόχρονα να λειτουργούν αποτελεσματικά στις μηχανές καφέ.

Το Tabli προέκυψε μετά την εξαγορά της ιταλικής startup Caffemotive το 2020. Για την ανάπτυξή του χρειάστηκαν πέντε χρόνια έρευνας και ανάπτυξης, περισσότερες από 15 πατέντες και η δημιουργία νέας παραγωγικής μονάδας στην Gattinara της Ιταλίας.

**Η ΣΗΜΑΣΙΑ ΤΗΣ ΑΓΟΡΑΣ  
ΤΩΝ ΗΠΑ**

Το λανσάρισμα στις ΗΠΑ πραγματοποιείται σε μια περίοδο κατά την οποία η συγκεκριμένη αγορά αποκτά ολοένα μεγαλύτερη σημασία για την Lavazza. Το 2025 τα έσοδά της στην Βόρεια Αμερική αυξήθηκαν κατά 26,9%, ενώ μακροπρόθεσμος στόχος της εταιρείας

είναι να δημιουργήσει στις ΗΠΑ δραστηριότητα ύψους €1 δισ.

**DATA 2025 (σε €εκατ.)**

Καθαρά έσοδα: 3.900

Καθαρά κέρδη: 92

Σήμερα η Lavazza πραγματοποιεί ετήσιες πωλήσεις άνω των \$100 εκατ. στις ΗΠΑ μέσω αλυσίδων όπως οι Target και Walmart.

**ΤΑ ΜΕΡΙΔΙΑ**

Σύμφωνα με στοιχεία της Euromonitor International, η Keurig κατέχει περίπου το 50% της αγοράς καψουλών φρεσκοαλεσμένου καφέ στις ΗΠΑ, ενώ η Nespresso το 7%. Παράλληλα, η Lavazza συνεχίζει να διαθέτει κάψουλες συμβατές με το σύστημα K-Cup μέσω συνεργασίας με την Keurig. Η εταιρεία ποντάρει ιδιαίτερα στη βιωσιμότητα του Tabli, σε μια αγορά όπου οι περιβαλλοντικές επιπτώσεις των καψουλών καφέ αποτελούν αντικείμενο συζήτησης. Η Keurig σχεδιάζει την κυκλοφορία των νέων καψουλών K-Rounds χωρίς πλαστικό και αλουμίνιο.

**ΠΟΤΕ ΘΑ ΚΥΚΛΟΦΟΡΗΣΕΙ  
ΕΠΙΣΗΜΑ**

Η επίσημη κυκλοφορία του Tabli στις ΗΠΑ έχει προγραμματιστεί για τον Αύγουστο. Ήδη διατίθεται πακέτο προπαραγγελίας αξίας \$99,99 που περιλαμβάνει μηχανή Tabli, 60 ταμπλέτες καφέ και συσκευή παρασκευής αφρόγαλου. Η Lavazza εξακολουθεί να επεξεργάζεται τη στρατηγική τιμολόγησης του προϊόντος, διατηρώντας ωστόσο τη στόχευσή της στην premium κατηγορία της αγοράς.



• **CAMPARI ACADEMY HELLAS  
ΣΥΝΕΧΙΖΕΤΑΙ  
ΓΙΑ 4η ΧΡΟΝΙΑ  
ΤΟ RED HANDS**

Για τέταρτη χρονιά συνεχίζει τη λειτουργία του το Red Hands, το advocacy πρόγραμμα της Campari Academy Hellas, με ανοιχτή πρόσκληση συμμετοχής για το κοινό.

Για πρώτη φορά, το πρόγραμμα απευθύνεται σε όλους όσους μοιράζονται κοινές αξίες και ενδιαφέρον για τη σύγχρονη bar κουλτούρα, με στόχο τη δημιουργία μιας κοινότητας που αναπτύσσεται μέσα από ιδέες, εμπειρίες και δημιουργικές δράσεις, όπως αναφέρει η εταιρεία.

**ΤΟ ΚΕΝΤΡΙΚΟ ΜΗΝΥΜΑ**

Με κεντρικό μήνυμα "Sign in Red", το Red Hands καλεί τους συμμετέχοντες να εκφράσουν το προσωπικό τους στυλ και τη δημιουργικότητά τους μέσα από το craft τους.

Στο πλαίσιο της έναρξης της φετινής χρονιάς πραγματοποιήθηκαν δύο Red Hands City Hub events σε Αθήνα και Θεσσαλονίκη, όπου οι συμμετέχοντες ενημερώθηκαν για το πρόγραμμα, τα επερχόμενα challenges και τη διαδικασία συμμετοχής. Η συνέχεια του προγράμματος περιλαμβάνει τέσσερα challenges, με έμφαση στην προσωπική έκφραση και την ανάδειξη του signature style κάθε συμμετέχοντα μέσα από δημιουργικές προσεγγίσεις και αφηγήσεις.



## • ΧΑΛΒΑΤΖΗΣ ΜΑΚΕΔΟΝΙΚΗ ΕΣΤΙΑΖΕΙ ΣΕ ΝΕΑ ΠΡΟΪΟΝΤΑ ΚΑΙ ΕΝΙΣΧΥΣΗ ΤΩΝ ΕΞΑΓΩΓΩΝ - ΣΤΟ +29,2% ΤΟ ΕΒΙΤΔΑ ΠΕΡΥΣΙ

Στην περαιτέρω ανάπτυξη της κατηγορίας των λαχανικών ατμού, στην ενίσχυση της εξαγωγικής δραστηριότητας και στην ολοκλήρωση της επιχειρησιακής ενοποίησης με την Μπάρμπα Στάθης εστιάζει η Χαλβατζής Μακεδονική για το 2026, έχοντας ως αφετηρία μια χρονιά ισχυρής ανάπτυξης σε πωλήσεις και κερδοφορία.

Η αισιοδοξία για το 2026 στηρίζεται στις επιδόσεις του προηγούμενου έτους, καθώς το 2025 η Χαλβατζής Μακεδονική κατέγραψε αύξηση πωλήσεων 9,6%, ενώ το ΕΒΙΤΔΑ ενισχύθηκε κατά 29,2%.



### DATA (σε €χιλ.)

#### Πωλήσεις

2025: 15.116

2024: 13.797

Μεταβολή: 9,6%

#### Μικτό αποτέλεσμα

2025: 5.141

2024: 4.587

Μεταβολή: 12%

#### Κέρδη προ φόρων

2025: 2.506

2024: 1.760

Μεταβολή: 42,4%

εξαγωγών μέσω των διεθνών δικτύων της εταιρείας, του καναλιού food service και των ηλεκτρονικών πωλήσεων. Στους στόχους της νέας χρήσης περιλαμβάνονται, επίσης, η ενίσχυση της εμπορικής και επικοινωνιακής στρατηγικής.

### ΕΠΕΝΔΥΣΕΙΣ

Το επενδυτικό πρόγραμμα που βρίσκεται σε εξέλιξη αναμένεται να αυξήσει την παραγωγικότητα της μονάδας, να επιταχύνει την αυτοματοποίηση των διαδικασιών, να μειώσει το κόστος παραγωγής και να περιορίσει τις ενεργειακές δαπάνες, ενισχύοντας περαιτέρω την ανταγωνιστικότητα της εταιρείας. Σημαντική ήταν η συμβολή του retail στην ανάπτυξη πωλήσεων, σημειώνοντας αύξηση κατά 7,8%, ως αποτέλεσμα της επέκτασης των διανομών, της εισαγωγής νέων κωδικών και της αξιοποίησης των δικτύων διανομής της Μπάρμπα Στάθης στη μικρή λιανική. Η στρατηγική αυτή ενίσχυσε περαιτέρω την

παρουσία των προϊόντων της εταιρείας στα σημεία πώλησης, συμβάλλοντας στη διατήρηση της ηγετικής θέσης στην κατηγορία των λαχανικών ατμού, όπου η Χαλβατζής Μακεδονική κατέχει μερίδιο αγοράς 73,9% σε αξία, αυξημένο κατά 7% σε σχέση με το προηγούμενο έτος.

### ΕΞΑΓΩΓΕΣ

Παράλληλα, η εξαγωγική δραστηριότητα σε Ευρώπη, Αμερική και τρίτες χώρες, συνέχισε να αναπτύσσεται με ταχύτερους ρυθμούς, καταγράφοντας αύξηση 15,8% σε σχέση με το 2024, ενώ η κατηγορία του catering ενισχύθηκε κατά 11,5%.

Σήμερα

- το 13,8% των πωλήσεων προέρχεται από αγορές του εξωτερικού
- το 86,2% αφορά την ελληνική αγορά

Στέλλα Αυγουστάκη  
[stella@notice.gr](mailto:stella@notice.gr)

### ΕΤΟΙΜΑΖΕΙ ΝΕΑ ΠΡΟΪΟΝΤΑ

Σύμφωνα με τη διοίκηση, το 2026 θα αποτελέσει έτος προετοιμασίας για την είσοδο νέων προϊόντων στην αγορά. Παράλληλα, σχεδιάζει να αξιοποιήσει περαιτέρω τις συνέργειες που προκύπτουν από τη συμμετοχή της στον όμιλο της Μπάρμπα Στάθης, δίνοντας ιδιαίτερο βάρος στην ανάπτυξη των

### • ΕΠΙΤΡΟΠΗ ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΜΟΥ

## ΕΓΚΡΙΘΗΚΕ Η ΕΞΑΓΟΡΑ ΤΗΣ MED FRIGO ΑΠΟ ΤΗΝ OB STREEM

Η Επιτροπή Ανταγωνισμού ενέκρινε ομόφωνα τη συγκέντρωση που αφορά στην απόκτηση αποκλειστικού ελέγχου της Med Frigo από την OB Stroom, θυγατρική του επενδυτικού ομίλου H.I.G. Capital.

Η συγκέντρωση αφορά σχετικές αγορές στις οποίες εντοπίζονται οριζόντιες επικαλύψεις μεταξύ των συμμετεχουσών επιχειρήσεων, κυρίως στην αγορά παροχής υπηρεσιών εφοδιαστικής και στην αγορά παροχής υπηρεσιών διαμεταφοράς εμπορευμάτων. Η αγορά διαμεταφοράς εμπορευμάτων διακρίνεται περαι-

τέρω στις κατηγορίες εμπορευμάτων θερμοκρασίας περιβάλλοντος και εμπορευμάτων ελεγχόμενης θερμοκρασίας. Σύμφωνα με την απόφαση, η Επιτροπή Ανταγωνισμού έλαβε υπόψη τα μικρά μερίδια αγοράς των εμπλεκόμενων επιχειρήσεων στις σχετικές αγορές και έκρινε ότι δεν μεταβάλλει τις συνθήκες ανταγωνισμού. Ως εκ τούτου, η υπό κρίση συγκέντρωση δεν εγείρει σοβαρές αμφιβολίες ως προς τη συμβατότητά της με τις απαιτήσεις λειτουργίας του ανταγωνισμού στις σχετικές αγορές όπου δραστηριοποιούνται οι επιχειρήσεις.



Αλέξανδρος  
Καραφυλλί-  
δης, CEO, OB  
Stroom

## • SPAR ΝΕΟ SUPER MARKET ΜΕ ΕΣΩΤΕΡΙΚΟ ΚΗΠΟ

Η SPAR Kazakhstan εγκαινίασε ένα νέο super market στο Αλμάτι, προσφέροντας μια ξεχωριστή εμπειρία αγορών, καθώς οι πελάτες μπορούν να περπατούν πάνω από έναν εσωτερικό κήπο κατά τη διάρκεια της επίσκεψής τους στο κατάστημα.

Στην είσοδο του καταστήματος έχει τοποθετηθεί γυάλινο δάπεδο, το οποίο επιτρέπει στους επισκέπτες να βλέπουν μια ειδικά διαμορφωμένη εγκατάσταση πρασίνου που δημιουργήθηκε στον ανακαινισμένο χώρο κάτω από το κατάστημα.

### ΤΙ ΔΙΑΘΕΤΕΙ

Το κατάστημα διαθέτει περισσότερα από 6.395 προϊόντα, προσαρμοσμένα στις προτιμήσεις των τοπικών καταναλωτών, με έμφαση στα φρέσκα προϊόντα και στα έτοιμα προς κατανάλωση γεύματα.

Η νέα μονάδα καταλαμβάνει συνολική επιφάνεια 610 τετραγωνικών μέτρων, εκ των οποίων τα 460 τετραγωνικά μέτρα αφορούν τον χώρο πωλήσεων. Το κατάστημα ανήκει

και λειτουργεί απευθείας από την εταιρεία και απασχολεί 30 εργαζομένους.

### ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΔΙΚΤΥΟΥ

Η SPAR Kazakhstan συνεχίζει να επεκτείνει το δίκτυό της, επενδύοντας σε μεγαλύτερα καταστήματα και ενισχύοντας τη γκάμα προϊόντων ιδιωτικής ετικέτας SPAR Own Brand. Παράλληλα, ο τοπικός δικαιούχος της αλυσίδας σχεδιάζει το άνοιγμα επιπλέον καταστημάτων μέσα στη χρονιά.

Το πρώτο κατάστημα SPAR στο Καζακστάν εγκαινιάστηκε το 2022 από την Skif Trade, εταιρεία λιανικού εμπορίου και διανομής που διαχειρίζεται επίσης τη δημοφιλή τοπική αλυσίδα Small.

Σήμερα λειτουργούν συνολικά εννέα καταστήματα με τις επωνυμίες SPAR και Eurospar στη χώρα. Παράλληλα, το δίκτυο SPAR διατηρεί παρουσία και σε άλλες χώρες της Κεντρικής Ασίας, όπως το Κιργιστάν και το Ουζμπεκιστάν, συνεχίζοντας την αναπτυξιακή του πορεία στην ευρύτερη περιοχή.



## • ΝΗΣΟΣ ΚΑΛΟΚΑΙΡΙΝΟΣ ΔΙΑΓΩΝΙΣΜΟΣ ΜΕ 30 ΔΩΡΑ

Καλοκαιρινό διαγωνισμό με τίτλο “Βρες τη δική σου Νήσο και μπες στην κλήρωση για 30 καλοκαιρινά δώρα” λανσάει η Νήσος, στο πλαίσιο της φετινής επικοινωνιακής της καμπάνιας.

Με κεντρικό μήνυμα “Εσύ πού βρίσκεις τη δική σου Νήσο;”, η ενέργεια δίνει τη δυνατότητα στο κοινό να συμμετάσχει σε διαγωνισμό και να διεκδικήσει 30 καλοκαιρινά δώρα.

### Η ΣΥΜΜΕΤΟΧΗ ΚΑΙ ΤΑ ΔΩΡΑ

Η συμμετοχή πραγματοποιείται από την 1η Ιουνίου έως τις 5 Ιουλίου 2026 μέσω ειδικά διαμορφωμένου microsite, όπου οι χρήστες απαντούν σε τέσσερις σύντομες ερωτήσεις και μπαίνουν στην κλήρωση.

Η καμπάνια βασίζεται στην έννοια της “Νήσου” ως προσωπικής εμπειρίας, η οποία, σύμφωνα με την επικοινωνιακή προσέγγιση της μάρκας, δεν ταυτίζεται απαραίτητα με έναν γεωγραφικό προορισμό, αλλά με στιγμές χαλάρωσης, κοινωνικής επαφής και καλοκαιρινής απόδρασης. Οι 30 νικητές της κλήρωσης θα λάβουν δώρα που περιλαμβάνουν:

- πέντε ταξιδιωτικά vouchers αξίας €1.000
- πέντε φορητά ηχεία Marshall
- πέντε drones DJI Mini 4K
- 15 πακέτα μπύρας για το καλοκαίρι

Η ενέργεια αποτελεί συνέχεια της επικοινωνιακής πλατφόρμας της μάρκας με το μήνυμα “Για σένα που ψάχνεις τη δική σου Νήσο”, η οποία έχει επανέλθει φέτος με ισχυρή ψηφιακή παρουσία από τα μέσα Μαΐου.

• **WOLT**

## ΤΙ ΠΑΡΗΓΓΕΙΛΑΝ ΟΙ ΕΛΛΗΝΕΣ ΤΟ 2025 - ΠΡΩΤΑΘΛΗΤΕΣ ΚΑΦΕΣ ΚΑΙ ΣΟΥΒΛΑΚΙ

Μια αγορά με υψηλή προτίμηση στην ποικιλία, την ευκολία και τον καφέ, παραμένει η Ελλάδα, σύμφωνα με την έρευνα "Consumer Report 2025" που δημοσίευσε η Wolt.

Όπως προκύπτει από την έρευνα, η Παρασκευή αποτελεί την ημέρα με τον μεγαλύτερο όγκο παραγγελιών, με την Αθήνα να καταγράφεται ως η πιο ενεργή πόλη της χώρας σε επίπεδο χρήσης της πλατφόρμας.

### ΟΙ ΠΙΟ ΔΗΜΟΦΙΛΕΙΣ ΚΑΤΗΓΟΡΙΕΣ

Ο καφές και το σουβλάκι αναδεικνύονται στις πιο δημοφιλείς κατηγορίες για το 2025. Η Ελλάδα κατατάσσεται στην πρώτη θέση παγκοσμίως σε παραγγελίες καφέ μέσω της πλατφόρμας της Wolt, επιβεβαιώνοντας τη σταθερή προτίμηση των καταναλωτών.

Την πρώτη πεντάδα συμπληρώνουν:

- τα burgers
- η πίτσα
- η ιταλική κουζίνα

ενώ υψηλή ζήτηση καταγράφεται επίσης σε γλυκά, ελληνική κουζίνα και κατηγορίες πρωινού και brunch.

Στο Wolt Market, οι καταναλωτές επιλέγουν κυρίως βασικά προϊόντα καθημερινής χρήσης, όπως:

- νερό
- τυρί
- αναψυκτικά



### ΟΙ ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΙΚΕΣ ΣΥΝΗΘΕΙΕΣ ΑΝΑ ΩΡΑ

Κατά τη διάρκεια της ημέρας και ειδικά στις εργάσιμες ώρες, οι παραγγελίες επικεντρώνονται σε:

- καφέ
- σουβλάκι
- σάντουιτς
- ζυμαρικά

Τις βραδινές ώρες, οι προτιμήσεις μετατοπίζονται προς:

- burgers
- πίτσα
- κρέπες
- sushi

Στις κατηγορίες retail, ξεχωρίζουν:

- προϊόντα ευεξίας
- τροφές για κατοικίδια
- καπνικά προϊόντα
- λουλούδια

• **NESTLE**

## Η PAI PARTNERS ΑΠΟΧΩΡΕΙ ΑΠΟ ΤΗ ΔΙΕΚΔΙΚΗΣΗ ΤΗΣ ΜΟΝΑΔΑΣ ΕΜΦΙΑΛΩΜΕΝΟΥ ΝΕΡΟΥ

Η Nestlé είδε την PAI Partners, μακροχρόνιο συνεργάτη της στον χώρο των ιδιωτικών επενδυτικών κεφαλαίων, να αποχωρεί από τη διαδικασία διεκδίκησης συμμετοχής στη δραστηριότητα εμφιαλωμένου νερού, η οποία περιλαμβάνει εμπορικά σήματα όπως το Perrier.

### ΠΟΙΟΙ ΕΝΔΙΑΦΕΡΟΝΤΑΙ

Σύμφωνα με δημοσίευμα του Bloomberg News, οι Clayton Dubilier & Rice (CD&R) και Platinum Equity, το επενδυτικό σχήμα του δισεκατομμυριούχου Tom Gores, παραμένουν στη διεκδίκηση του 50% της μονάδας εμφιαλωμένου νερού της Nestlé. Η KKR & Co. αποχώρησε επίσης από τη διαδικασία τις τελευταίες εβδομάδες, σύμφωνα με το ίδιο



δημοσίευμα.

Η δραστηριότητα εμφιαλωμένου νερού της Nestlé προσελκύει επενδυτικό ενδιαφέρον εδώ και δεκαετίες, τόσο από private equity funds, όσο και από στρατηγικούς επενδυτές. Τον Μάρτιο, οι Financial Times είχαν αναφέρει ότι η διαδικασία πώλησης συμμετο-

χής στη μονάδα εμφιαλωμένου νερού της Nestlé προχωρούσε στην επόμενη φάση, με τις CD&R, KKR και PAI να περνούν στον επόμενο γύρο υποβολής προσφορών.

### ΘΕΤΙΚΕΣ ΕΠΙΔΟΣΕΙΣ

Τον Απρίλιο, η Nestlé επανέλαβε την πρόβλεψή της για οργανική ανάπτυξη πωλήσεων μεταξύ 3% και 4% για το σύνολο του έτους, καθώς και για υψηλότερο υποκείμενο περιθώριο λειτουργικού κέρδους σε σχέση με το προηγούμενο έτος.

Η ελβετική εταιρεία κατέγραψε συνολικά καλύτερες από τις αναμενόμενες επιδόσεις στις πωλήσεις α' τριμήνου, καθώς περισσότεροι καταναλωτές αγόρασαν προϊόντα καφέ και τροφές για κατοικίδια.

• ΜΕΝΟΙΚΙΟ

## ΣΕ ΣΥΖΗΤΗΣΕΙΣ ΜΕ ΜΕΓΑΛΗ ΑΛΥΣΙΔΑ ΓΙΑ ΤΟ ΠΑΓΩΤΟ ΑΠΟ ΚΑΤΣΙΚΙΣΙΟ ΚΕΦΙΡ - ΒΛΕΠΕΙ ΤΖΙΡΟ €3 ΕΚΑΤ. ΤΟ 2026

Στην προώθηση τόσο στην εγχώρια, όσο και στη διεθνή αγορά του βιολογικού παγωτού από κατσικίσιο κεφίρ, είναι προσανατολισμένο το αναπτυξιακό πλάνο της Μενοίκιο για το 2026. Όπως δηλώνει στο FNB Daily ο Γιώργος Μελενεκλής, Γενικός Διευθυντής της συνεταιριστικής επιχείρησης γαλακτοκομικών και τυροκομικών από την Προσοτσάνη Δράμας, δεδομένου ότι το λανσάρισμα του καινοτόμου προϊόντος έγινε πέρυσι στο μέσο του καλοκαιριού, η φετινή είναι η πρώτη πλήρης χρονιάς διανομής του.

### ΠΙΛΟΤΙΚΗ ΤΟΠΟΘΕΤΗΣΗ ΣΤΗΝ ΑΘΗΝΑ

"Η προσπάθειά μας με το παγωτό ξεκίνησε πέρυσι μέσα στον Ιούλιο, επομένως ουσιαστικά προλάβαμε μόνο το μισό καλοκαίρι και χάσαμε ένα σημαντικό μέρος της σεζόν. Φέτος, λοιπόν, είναι η πρώτη πλήρης χρονιά και πάμε σε μια πιο εντατική διανομή", αναφέρει χαρακτηριστικά. Σε αυτό το πλαίσιο, πέραν του Βιολογικού Χωριού και του Θανόπουλου, από όπου άλλωστε ξεκίνησε από πέρυσι την εμπορική του πορεία, η εταιρεία βρίσκεται αυτό το διάστημα σε προχωρημένες συζητήσεις με μεγάλο retailer για την πιλοτική- σε πρώτη φάση- τοποθέτησή του σε κάποια καταστήματα της Αθήνας. Παράλληλα, έχει ξεκινήσει η διανομή σε

delicatessen, καταστήματα βιολογικών, παντοπωλεία και αρκετά σημεία της μικρής λιανικής.

### ΣΥΜΦΩΝΙΑ ΣΤΗΝ ΡΟΥΜΑΝΙΑ

Ενδιαφέρον για το προϊόν υπάρχει και από το εξωτερικό, με την πρώτη μεγάλη συμφωνία να έρχεται από τα Βαλκάνια: "Έχουμε κλείσει μια πολύ καλή δουλειά με μεγάλη αλυσίδα της Ρουμανίας ενώ υπάρχουν αρκετές ακόμα κρούσεις", σημειώνει ο κ. Μελενεκλής.



Γιώργος Μελενεκλής, Γενικός Διευθυντής, Μενοίκιο

DATA ΜΕΝΟΙΚΙΟ (σε €χιλ.)	
Κύκλος Εργασιών	
2026: 3.000*	2024: 2.100
2025: 2.500	*Πρόβλεψη

### ΣΤΟΧΟΣ ΓΙΑ 50% ΤΟΥ ΤΖΙΡΟΥ ΑΠΟ ΕΞΑΓΩΓΕΣ ΣΤΗ ΔΙΕΤΙΑ

Σε κάθε περίπτωση, η ανάπτυξη της εξωστρέφειας αποτελεί μια από τις κύριες προτεραιότητες της επιχείρησης για τα αμέσως επόμενα χρόνια. Ήδη την περυσινή χρονιά οι εξαγωγές έτρεξαν με +20% και παρά το γεγονός ότι εξακολουθούν να αντιπροσωπεύουν λιγότερο από το 10% του τζίρου, στόχος είναι να φτάσουν το 50% μέσα στην επόμενη διετία. Όπως αναφέρει ο κ. Μελενεκλής, το 2025 ο τζίρος για τη Μενοί-

κιο έφτασε τα €2,5 εκατ. από €2,1 εκατ. το 2024, ενώ μια πρώτη εκτίμηση για τη φετινή χρονιά τον τοποθετεί στα €3 εκατ.

### ΕΠΕΝΔΥΣΗ €1 ΕΚΑΤ. ΓΙΑ ΕΠΕΚΤΑΣΗ ΜΟΝΑΔΑΣ

Παράλληλα, δρομολογείται επένδυση €1 εκατ. για επέκταση της παραγωγικής μονάδας, με έμφαση τόσο στο παγωτό, όσο και στο παραδοσιακό γιαούρτι. Η σχετική πρόταση έχει υποβληθεί προς ένταξη στον Αναπτυξιακό Νόμο και το project έχει ορίζοντα τριετίας. Στα πλάνα της εταιρείας είναι επίσης η διεύρυνση σε δεύτερο χρόνο της γκάμας του παγωτού με νέες γεύσεις, όπως και το λανσάρισμα παραπλήσιων προϊόντων.

Γιάννης Τσατσάκης  
[yannis@notice.gr](mailto:yannis@notice.gr)

POWERED BY **FN|USA.**

• THE J.M SMUCKER CO.

## Η ΕΠΙΣΤΡΟΦΗ ΤΩΝ ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΩΝ ΣΤΟ ΣΠΙΤΙ ΚΑΙ ΟΙ ΑΝΑΤΙΜΗΣΕΙΣ ΕΦΕΡΑΝ ΚΕΡΔΗ

Ετήσια κέρδη υψηλότερα από τις εκτιμήσεις της Wall Street προβλέπει η The J.M. Smucker Company, που παράγει τον καφέ Folgers, καθώς η ανθεκτική ζήτηση και οι αυξήσεις τιμών - ιδίως στον καφέ - οδήγησαν σε ισχυρό αποτέλεσμα κερδοφορίας στο δ' τρίμηνο του οικονομικού έτους 2025/2026. Η Smucker έχει επωφεληθεί από το γεγονός ότι οι καταναλωτές, υπό πίεση κόστους, τείνουν να τρώνε λιγότερο έξω και να προετοιμάζουν περισσότερα γεύματα και καφέ στο σπίτι, γεγονός που ενίσχυσε τις πωλήσεις του τμήματος λιανικής καφέ στις ΗΠΑ, σε ετήσια βάση. Η αύξηση αυτή υποστηρίχθηκε από άνοδο τιμών κατά 21 ποσοστιαίες μονάδες. Οι καθαρές

πωλήσεις της Jif peanut butter αυξήθηκαν περίπου στα \$2,27 δισ. (+6%) για το τρίμηνο που έληξε στις 30 Απριλίου, ενώ σε επίπεδο κερδοφορίας επέστρεψε σε θετικό πρόσημο.

DATA Δ' τρίμηνο (σε \$εκατ.)		
Πωλήσεις	Λειτουργικό αποτέλεσμα	Καθαρό αποτέλεσμα
2025/2026: 2.268	2025/2026: 444,5	2025/2026: 388,1
2024/2025: 2.144	2024/2025: (599,1)	2024/2025: (729,0)
Μεταβολή: 6%		



### ΟΙ ΝΕΕΣ ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΙΚΕΣ ΤΑΣΕΙΣ

Η εταιρεία δήλωσε ότι συνεχίζει να αντιμετωπίζει ένα "δυναμικό και εξελισσόμενο εξωτερικό περιβάλλον", το οποίο περιλαμβάνει γεωπολιτικές, οικονομικές και ρυθμιστικές αλλαγές, καθώς και μεταβαλλόμενη συμπεριφορά καταναλωτών. Πέρα από τη μείωση της αγοραστικής δύναμης, οι καταναλωτές στρέφονται ολοένα και περισσότερο σε φθηνότερα ιδιωτικής ετικέτας προϊόντα και πιο υγιεινές επιλογές τροφίμων - μια τάση που ενισχύεται από την ευρεία χρήση φαρμάκων απώλειας βάρους τύπου GLP-1.

• **ΑΤΤΙΚΑ**

## ΠΛΑΝΟ ΠΕΝΤΑΕΤΙΑΣ ΜΕ ΕΠΕΝΔΥΣΕΙΣ ΣΕ PREMIUM F&B CONCEPTS

Η ενίσχυση της δραστηριότητας στον χώρο της εστίασης αναδεικνύεται σε έναν από τους βασικούς άξονες του νέου αναπτυξιακού σχεδίου της attica. Σε αυτό το πλαίσιο, η ενίσχυση του F&B εντάσσεται σε ένα ευρύτερο επενδυτικό πρόγραμμα που προβλέπει συνεχιζόμενες ανακαινίσεις, αναβάθμιση εμπορικών χώρων και επενδύσεις στην εμπειρία πελάτη κατά την περίοδο 2026-2030.

Η διοίκηση θεωρεί ότι η επόμενη φάση ανάπτυξης του ομίλου δεν θα προέλθει αποκλειστικά από την αύξηση των τετραγωνικών μέτρων ή την προσθήκη νέων brands, αλλά και

από τη δημιουργία προορισμών που συνδυάζουν αγορές, ψυχαγωγία και εστίαση σε ένα ενιαίο περιβάλλον.

### Η ΔΙΕΘΝΗΣ ΤΑΣΗ

Όπως εξηγεί στο Fnb Daily ο Διευθύνων Σύμβουλος της εταιρείας, Δημοσθένης Μπούμης η συγκεκριμένη κατεύθυνση συνδέεται με μια ευρύτερη στρατηγική που βλέπει την εστίαση όχι ως συμπληρωματική δραστηριότητα, αλλά ως εργαλείο δημιουργίας εμπειρίας και διαφοροποίησης. Διεθνώς, τα πολυκαταστήματα υψηλής κατηγορίας επενδύουν ολοένα περισσότερο

σε εστιατορικά concepts, bars και premium χώρους φιλοξενίας, επιδιώκοντας να αυξήσουν τη συχνότητα επισκέψεων και να δημιουργήσουν πρόσθετες πηγές εσόδων πέρα από τις παραδοσιακές πωλήσεις προϊόντων. Στο επίκεντρο των σχεδιασμών βρίσκεται το κατάστημα του Citylink στην Αθήνα, όπου εξετάζονται νέες παρεμβάσεις στον έκτο όροφο. Η διοίκηση προανήγγειλε την περαιτέρω ανάπτυξη του F&B σκέλους, ενώ άφησε ανοικτό το ενδεχόμενο δημιουργίας ακόμη και champagne bar, ενισχύοντας τον premium χαρακτήρα του πολυκαταστήματος και επιχειρώντας να το τοποθετήσει πιο κοντά στα πρότυπα διεθνών luxury department stores.



Δημοσθένης Μπούμης, CEO, attica Πολυκαταστήματα

### RIVIERA GALLERIA

Αντίστοιχη φιλοσοφία θα ακολουθηθεί και στο Riviera Galleria στο Ελληνικό, όπου η attica έχει ήδη συμφωνήσει τη λειτουργία καταστημάτων.

Σύμφωνα με τον σχεδιασμό που παρουσιάστηκε, στο νέο εμπορικό συγκρότημα θα αναπτυχθεί πρόταση εστίασης προσαρμοσμένη στο κοινό υψηλού εισοδήματος στο οποίο απευθύνεται το έργο.

Στέλλα Αυγουστάκη  
[stella@notice.gr](mailto:stella@notice.gr)

## • Debrief •

### ΟΧΙ ΑΠΛΗ ΑΣΥΜΦΩΝΙΑ ΧΑΡΑΚΤΗΡΩΝ

Και έτσι μετά από 9 χρόνια προσπαθειών, διαπραγματεύσεων, μπρος πίσω, το σχέδιο που θα καλύβωνε περαιτέρω των περίφημο Γαλλο-γερμανικό άξονα και θα παρείχε ένα προϊόν αιχμής Made in Europe, έριξε αυλαία. Παρίσι και Βερολίνο εγκατέλειψαν το σχέδιο κατασκευής ενός κοινού ευρωπαϊκού μαχητικού αεροσκάφους.

Ο Γάλλος Πρόεδρος, Emmanuel Macron, και ο Γερμανός Καγκελάριος, Friedrich Merz, κατέληξαν στην κοινή εκτίμηση ότι οι εταιρείες των δύο χωρών δεν θα μπορέσουν να συνεργαστούν, δήλωσε αξιωματούχος στο AFP. Η εγκατάλειψη του FCAS αποτελεί πλήγμα στις προσπάθειες των ευρωπαϊκών χωρών να συνεργαστούν στενότερα στον τομέα της άμυνας, μετά από δεκαετίες υποεπένδυσης. Γιατί θα ήταν σημαντική τυχόν συμφωνία.

- Το FCAS εξαγγέλθηκε από τον Emmanuel Macron και την Angela Merkel το 2017
- Θα αντικαθιστούσε τα Rafale και Eurofighter από το 2040
- Είχε budget €100 δισ. και ήταν το πιο φιλόδοξο αμυντικό πρόγραμμα της Ευρώπης

Γιατί είναι σημαντική η... ασυμφωνία.

Οι δύο μεγαλύτερες χώρες της Ευρώπης δεν κατόρθωσαν να συνεννοηθούν. Σύμφωνα με πληροφορίες, η Dassault επέμεινε να είναι ο επικεφαλής εταίρος στην ανάπτυξη του αεροσκάφους, προκειμένου να προστατεύσει την πνευματική της ιδιοκτησία, ενώ η Airbus πίεσε για μια πιο ισότιμη συνεργασία που θα περιελάμβανε σημαντικές μεταφορές τεχνολογίας.

Σε απλά ελληνικά η συνεργασία κατέστη ανέφικτη όχι λόγω απλής ασυμφωνίας... χαρακτήρων, αλλά επειδή υπήρχε σκληρό εθνικό και επιχειρηματικό συμφέρον. Ο ένας εταίρος είχε τεχνογνωσία που δεν ήθελε να δώσει, ο άλλος ζητούσε τεχνογνωσία που δεν διέθετε. Και τα έσπασαν.

Ερώτηση: Δηλαδή αύριο, μεθαύριο που θα πρέπει να συνεννοηθούν για άλλα ακανθώδη ζητήματα, για παράδειγμα την Τεχνητή Νοημοσύνη ή τί θα κάνουμε με την πυρηνική ενέργεια, υπάρχει περίπτωση οι ευρωπαϊκές χώρες να καταλήξουν σε συμβιβασμό; Με βάση την περίπτωση του FCAS δεν θα τονάραμε σε αυτό.

Γιάννης Παλιούρης  
[giannis@notice.gr](mailto:giannis@notice.gr)

## Business Maker

### Ο ΠΛΗΘΩΡΙΣΜΟΣ ΔΕΝ ΕΡΧΕΤΑΙ ΑΠΟ ΤΗΝ ΑΠΛΗΣΤΙΑ

Κάθετα αντίθετους βρίσκει αρκετούς παράγοντες της αγοράς η επιστροφή της δημόσιας συζήτησης, που επιχειρείται από κάποιους γύρω από τον λεγόμενο πληθωρισμό της απληστίας. Καλά πληροφορημένες πηγές, που παρακολουθούν στενά την εξέλιξη του κόστους παραγωγής και των διεθνών τιμών ενέργειας, υποστηρίζουν ότι η συζήτηση συχνά επικεντρώνεται υπερβολικά στα περιθώρια κέρδους των επιχειρήσεων, παραβλέποντας άλλες μεταβλητές, που έχουν πολύ μεγαλύτερη βαρύτητα. Όπως αναφέρουν, το πετρέλαιο εξακολουθεί να αποτελεί τον σημαντικότερο παράγοντα μετάδοσης πληθωριστικών πιέσεων σε ολόκληρη την οικονομία.

Η επίδρασή του δεν περιορίζεται μόνο στα καύσιμα. Η ενέργεια επηρεάζει τις μεταφορές, τη βιομηχανική παραγωγή, τη λειτουργία των επιχειρήσεων, το κόστος αποθήκευσης και διανομής, αλλά και μια σειρά ενδιάμεσων προϊόντων, που χρησιμοποιούνται σε πολλούς κλάδους. Όταν το ενεργειακό κόστος παραμένει υψηλό, η επίδραση διαχέεται σε ολόκληρη την αλυσίδα αξίας. Στην ίδια εξίσωση προστίθενται και τα ενοίκια, τα οποία σε αρκετές αγορές συνεχίζουν να κινούνται ανοδικά. Για πολλές επιχειρήσεις, ιδιαίτερα στους κλάδους του λιανεμπορίου, της εστίασης και των υπηρεσιών, το κόστος στέγασης αποτελεί πλέον έναν από τους ταχύτερα αυξανόμενους

λογαριασμούς. Πηγές από την ΤτΕ επισημαίνουν ότι η ανάλυση του κόστους παραγωγής δεν μπορεί να περιορίζεται μόνο στους μισθούς και στα κέρδη. Το τελικό κόστος προκύπτει από ένα σύνολο παραγόντων, στους οποίους η ενέργεια παραμένει κυρίαρχη. Όταν οι διεθνείς τιμές πετρελαίου κινούνται ανοδικά για μεγάλο χρονικό διάστημα, οι επιπτώσεις μεταφέρονται σταδιακά σε ολόκληρη την οικονομία. Αυτός είναι και ο λόγος που αρκετοί παράγοντες της αγοράς αντιμετωπίζουν με επιφύλαξη τις απλουστευτικές ερμηνείες περί... απληστίας, θεωρώντας ότι η εικόνα είναι πιο σύνθετη και συνδέεται κυρίως με το διεθνές ενεργειακό περιβάλλον.

### QUIZ: ΨΗΝΕΤΑΙ ΝΕΟ DEAL ΣΤΑ ΤΡΟΦΙΜΑ

Η κινητικότητα στον χώρο των τροφίμων δεν έχει σταματήσει και, σύμφωνα με πηγές που παρακολουθούν στενά τις διεργασίες στον κλάδο, ένα ακόμη επιχειρηματικό deal βρίσκεται προ των πυλών. Το ενδιαφέρον στοιχείο είναι ότι η συγκεκριμένη υπόθεση δεν συνδέεται με την Ideal, παρά το γεγονός ότι το όνομά της συζητείται συχνά κάθε φορά, που προκύπτει σενάριο εξαγοράς στην ελληνική αγορά.

Οι ίδιες πηγές εκτιμούν ότι μέσα στον επόμενο μήνα ενδέχεται να υπάρξουν εξελίξεις, εφόσον οι συζητήσεις καταλήξουν σε κοινό τόπο. Το ζητούμενο, σύμφωνα με τις πληροφορίες, δεν είναι τόσο το ύψος του τιμήματος, όσο η προοπτική δημιουργίας υπεραξίας τα επόμενα χρόνια. Αυτό, που φαίνεται να εξετάζουν οι ενδιαφερόμενοι, είναι η δυνατό-

τητα αύξησης των όγκων, η αξιοποίηση κοινών δικτύων και η ενίσχυση της παρουσίας σε κατηγορίες προϊόντων, όπου υπάρχουν περιθώρια περαιτέρω ανάπτυξης. Με άλλα λόγια, η συζήτηση δεν περιστρέφεται αποκλειστικά γύρω από τους πολλαπλασιαστές αποτίμησης, αλλά γύρω από το τί μπορεί να γίνει μετά τη συναλλαγή.

Καλά πληροφορημένες πηγές υποστηρίζουν ότι σε αρκετές περιπτώσεις η αγορά συνεχίζει να υποτιμά έναν παράγοντα, που παραμένει καθοριστικός στις διαπραγματεύσεις: Την αντίληψη του ίδιου του ιδιοκτήτη για την αξία της εταιρείας του. Η λεγόμενη... τιμή του ιδιοκτήτη συχνά διαφέρει από εκείνη, που προκύπτει από τα μοντέλα αποτίμησης των συμβούλων ή των επενδυτών. Αυτό εξηγεί γιατί αρκετές συζητήσεις προχωρούν αργά ή κα-

ταλίνουν σε αδιέξοδο, ακόμη και όταν τα οικονομικά δεδομένα δείχνουν ότι μια συμφωνία θα μπορούσε να έχει λογική.

Σε ορισμένες περιπτώσεις, οι πωλητές βλέπουν τη μελλοντική δυναμική της επιχείρησης και τιμολογούν με βάση αυτήν. Οι αγοραστές, αντίθετα, εστιάζουν περισσότερο στις τρέχουσες επιδόσεις. Η εικόνα, που μεταφέρουν άνθρωποι της αγοράς, είναι ότι τα τιμήματα δεν έχουν ξεφύγει σε βαθμό, που να αποτρέπει νέες κινήσεις. Αντίθετα, η προσοχή φαίνεται να στρέφεται ολοένα και περισσότερο στη δυνατότητα δημιουργίας μεγαλύτερων σχημάτων με καλύτερες οικονομίες κλίμακας. Και αυτός είναι ίσως ο βασικός λόγος που ο κλάδος των τροφίμων παραμένει στο επίκεντρο των επιχειρηματικών εξελίξεων.

**SÖ POSH!**  
the trendletter

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

**Κάθε Σάββατο στις 9.30**

ΤΟ ΕΒΔΟΜΑΔΙΑΙΟ NEWSLETTER

ΓΙΝΕ ΣΥΝΔΡΟΜΗΤΗΣ ΕΔΩ

## Business Insight

# ΤΙ ΚΡΥΒΕΙ Η ΟΛΛΑΝΔΟ-ΒΕΛΓΙΚΗ... ΤΡΑΜΠΑ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΚΤΩΡ, ΚΑΙ Η ΣΥΜΜΕΤΟΧΗ ΤΗΣ MOTOR OIL

Έως τα €1,484 οι εντολές στη μετοχή της Ελλάκτωρ, μία ημέρα μετά την μεταβίβαση ενός σημαντικού μειοψηφικού ποσοστού

από την Reggeborgh στην AtlasInvest. Η αλλαγή θεματοφυλακής έγινε μετά την λήξη της συνεδρίασης, ενώ μέχρι και μεσημέρι Τρίτης δεν είχε γίνει γνωστή η τιμή του πακέτου. Βάσει της χρηματιστηριακής αξίας της εισηγμένης - στα €508 εκατ. την ημέρα της εντολής - το **5% plus αντιστοιχεί σε περίπου €25,5 εκατ.** - χωρίς αυτό να σημαίνει ότι η πλευρά Holterman έβαλε στο ταμείο της αυτό το ποσό, καθώς δεν είχε καταστεί δυνατή η επιβεβαίωση του discount/premium που (δυνητικά) έγινε η OTC συναλλαγή. Ακριβώς επειδή είναι η πρώτη φορά - από την εποχή που ανέλαβε η Reggeborgh/Holterman, Σεπτέμβριος 2020- και συνδυαστικά λόγω της ιδιότητας του αγοραστή, όπως και της σταδιακής αποεπένδυσης της πλευράς Motor Oil, **η εξέλιξη προκάλεσε εύλογο ενδιαφέρον, πυροδοτώντας παράλληλα διάφορα σενάρια για τη συνέχεια.**

Το μέχρι σήμερα μήνυμα της διοίκησης είναι πως η Ελλάκτωρ μετά την αποχώρηση από κείριους κλάδους/τομείς δραστηριότητας **επικεντρώνεται στο κομμάτι του real estate, της ανάπτυξης assets με αιχμή την μαρίνα Αλίμου**- όπου σύμφωνα με τον Ευθύμιο Μπουλούτα- προτεραιοποιείται σειρά επενδύσεων. Παράλληλα, όλο αυτό το διάστημα ο μεν Διευθύνων Σύμβουλος δεν είχε επεκταθεί σε άλλα core (ή όχι) θέματα, ενώ η πλευρά Βαρδι-

νογιάννη μείωνε σταθερά τη συμμετοχή της. Έτσι, μέχρι και την διάρκεια της συνεδρίασης της Δευτέρας η **Motor Oil διέθετε το 10,41% του μ.κ.** (μέσω της Amplitude), η **Reggeborgh σχεδόν το 70%** και η **Atlas Invest το παρά κάτι 10%**, θέση που διατηρούσε πάνω από πενταετία. **Τί άλλαξε αίφνης και ο Holterman πουλά στον Marcel van Roecke ένα 5% plus του μ.κ., είναι προς διερεύνηση.** Οι δύο τους γνωρίζονται χρόνια, κοινό μυστικό πως την περίοδο της... **πολιορκίας της Ελλάκτωρ από τον Ολλανδό - επί ημερών Καλλισάντη** - ο Βέλγο-ολλανδός ιδρυτής και βασικός μέτοχος της Atlasinvest είχε συστρατευθεί στο πλευρό του πρώτου, ενισχύοντας τη διαπραγματευτική θέση του έναντι των αδελφών -και βασικών μετόχων του τότε ομίλου.

**Το ποιος ακριβώς είναι ο Φλαμανδός (ολλανδόφωνος του Βελγίου), αρκεί μία σύνοψη γιατί στο Carlyle για αρχή:** Με περισσότερα από 25 χρόνια εμπειρίας στον ενεργειακό τομέα, ο Marcel van Roecke είναι κυρίως επιχειρηματίας, επενδυτής και Εκτελεστικός Διευθυντής. Είναι Πρόεδρος της AtlasInvest, μιας ιδιωτικής εταιρείας χαρτοφυλακίου που ίδρυσε το 2007. Η AtlasInvest ασχολείται με επενδύσεις σε όλο το ευρύ ενεργειακό φάσμα. Πρόεδρος Ενέργειας στην Carlyle, ενώ προηγουμένως ήταν επικεφαλής της Carlyle International Energy Partners (CIEP) από το 2014 έως το 2022. Η CIEP επικεντρώνεται στον ενεργειακό τομέα εκτός της Βόρειας Αμερικής, με ιδιαίτερη έμφαση στο πετρέλαιο και το φυσικό αέριο.

**Η συνέχεια είναι ακόμη πιο ενδιαφέρουσα.** Συνιδρυτής και Συμπρόεδρος της TES (Εξοπλισμός Εναλλακτικής Ενέργειας) αλλά και επίσης Πρόεδρος της ONE-DYAS, Πρόεδρος της VARO, Αντιπρόεδρος της Moeve, Αντιπρόεδρος της Energy Intelligence Group και μη Εκτελεστικός Διευθυντής των Discover Exploration, Neptune, SierraCol και Black Sea Oil & Gas. Είναι επίσης μέλος του Διοικητικού Συμβουλίου της WCS στη Νέα Υόρκη, της The Wildlife Conservation.

Με τέτοιο CV και δραστηριότητα στο energy σε περίοδο που στην εγχώρια αγορά ο κλάδος είναι σε... high voltage, **η ενίσχυση του ποσοστού της Atlasinvest στο, σχεδόν, 15% του μ.κ. δεν δείχνει για τυχαία, για μία απλή αλλαγή θεματοφυλακής μεταξύ για χρόνια γνωστών, συνεργατών και παραγόντων με διορατικότητα.** Μάλιστα επειδή η μετοχική εξέλιξη συνέπεσε λίγα 24ωρα μετά την πώληση από την Motor Oil πακέτου αιολικών-φωτοβολταϊκών πάρκων στην ΔΕΗ (σ.σ στα €237 εκατ. το deal), συζητήθηκε σε χρηματιστηριακά γραφεία.

Το Β.Ι. επιχειρήσει να δει πίσω από τις γραμμές, με τα ερωτήματα στην κοινότητα να αφορούν σε αυτή καθ' εαυτή την συναλλαγή (τιμή/μτχ.), **την πρόθεση των Holterman- van Roecke, το αν η Motor Oil θα συνεχίσει να απο-επενδύει ή...** Για την ώρα απαντήσεις (επιβεβαιωμένες) δεν έχουμε, για αυτό περιοριζόμαστε στην καταγραφή των δεδομένων και των ερωτημάτων που εύλογα τίθενται από την κοινότητα.



**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**

• ΓΑΛΑΚΤΟΚΟΜΙΚΑ (CIRCANA)  
**ΑΝΟΔΟΣ 75% ΣΤΑ PROTEIN ΤΥΡΙΑ  
- ΠΛΗΣΙΑΖΕΙ ΤΟ 30% ΤΟ ΜΕΡΙΔΙΟ  
ΤΟΥ PL**

Η αυξανόμενη ζήτηση για προϊόντα υψηλής πρωτεΐνης αναδεικνύεται σε έναν από τους βασικούς μοχλούς ανάπτυξης της αγοράς γαλακτοκομικών, επηρεάζοντας τόσο τη στρατηγική των βιομηχανιών, όσο και τις επενδύσεις σε νέες κατηγορίες προϊόντων. Σύμφωνα με στοιχεία που παρουσίασε η Circana η πρωτεΐνη εξελίσσεται από επιμέρους διατροφική τάση σε κεντρικό άξονα ανάπτυξης για την κατηγορία, αντανακλώντας τη στροφή των καταναλωτών προς προϊόντα που συνδυάζουν ευεξία, λειτουργικότητα και απόλαυση.

**Η ΕΙΚΟΝΑ ΑΝΑ  
ΥΠΟ-ΚΑΤΗΓΟΡΙΑ**

Οι υψηλότεροι ρυθμοί ανάπτυξης καταγράφονται στα protein τυριά,



Βαγγέλης  
Φώσκολος,  
Head of  
Retail Sales  
& Insights,  
Circana

των οποίων οι πωλήσεις αυξήθηκαν κατά 75,2% σε αξία. Ακολουθούν:

- το protein γάλα, με άνοδο 35,8%
- τα protein γιαούρτια και επιδόρπια, με αύξηση 13,4%

Το protein παγωτό εμφάνισε ανάπτυξη 376,3%, ωστόσο η βάση είναι αρκετά χαμηλή.

**ΔΙΑΒΑΣΤΕ ΕΔΩ ΑΝΑΛΥΤΙΚΑ ΤΑ ΣΤΟΙΧΕΙΑ**

**SECRETRECIPE**

**Πέφτουν οι υπογραφές...**

Ένα deal που συζητείται εδώ και καιρό στην αγορά φαίνεται πως μπαίνει στην τελική ευθεία. Οι πληροφορίες λένε ότι οι τελευταίες εκκρεμότητες κλείνουν και οι ανακοινώσεις είναι θέμα ημερών. Στο επίκεντρο των συζητήσεων βρίσκεται, σύμφωνα με τις ίδιες πηγές, επενδυτικό fund που μέχρι σήμερα έχει κινηθεί ιδιαίτερα επιλεκτικά στην ελληνική αγορά, γεγονός που εντείνει το ενδιαφέρον γύρω από τη συγκεκριμένη κίνηση. Όσο για το ποιο πρωταγωνιστούν; Λίγη υπομονή ακόμη. Οι γνωρίζοντες υποστηρίζουν πως πρόκειται για συμφωνία που δύσκολα θα περάσει απαρατήρητη.

**Editorial**

**Μέρος 2ον**

Με αφορμή το χθεσινό άρθρο, με τίτλο, [Τεχνητή Αυτοκαταστροφή](#), έλαβα ένα mail από αναγνώστη, ο οποίος είναι ο ιδιοκτήτης και ο επικεφαλής μεγάλης επιχείρησης στον κλάδο του.

Μου γράφει:

“Και δεν θα συμβεί μόνο στα εστιατόρια, αλλά και στις αποθήκες, και στους οδηγούς φορτηγών, και σε ένα σωρό άλλες δουλειές. Σήμερα, οι εργαζόμενοι έχουν το πάνω χέρι, καθώς οι επιχειρήσεις τους αναζητούν με το κιάλι, αλλά είναι αυτή ακριβώς η επιτυχία τους, που θα τους φέρει σε δύσκολη θέση στο μέλλον.

Και, όταν θα έρθει η επόμενη οικονομική κρίση με τη συνακόλουθη μείωση των θέσεων εργασίας, τότε θα φανεί το μέγεθος του προβλήματος, καθώς οι εταιρείες θα έχουν επενδύσει σε (πανάκριβους) αυτοματισμούς και AI.

Και αυτά είναι δυστυχώς αναπόφευκτα, γιατί συμβαίνουν σε ατομικό επίπεδο, και δεν μπορεί κανείς να κατευθύνει αλλού την πορεία...”

Έτσι ακριβώς είναι.

Και είναι γεγονός ότι η πανδημία διατάραξε και αποσυντόνισε πλήρως την αγορά εργασίας. Τόσο λόγω της άνευ λόγου διατήρησης της τηλεργασίας σε πολύ μεγαλύτερο ποσοστό από ό,τι αναλογεί στο σύνολο της αγοράς - δηλαδή, διατηρήθηκε και σε κλάδους και θέσεις, που υπολειπονταν υπό το καθεστώς της εξ αποστάσεως απασχόλησης (είναι χαρακτηριστικό ότι μεγάλοι όμιλοι, πρώτα στις Ηνωμένες Πολιτείες και μετά στην Ευρώπη και στην Ελλάδα, που σκέφτηκαν τη διατήρηση της τηλεργασίας για να μειώσουν και κόστη λειτουργίας, έσπευσαν μετά από λίγους μήνες στο να ζητούν από το προσωπικό να γυρίσει στα γραφεία, γιατί είδαν ότι το πράγμα δεν περπατάει)...

...όσο και λόγω της Μεγάλης Παραίτησης, που καταγράφηκε, και η οποία ευθύνεται κατά κύριο λόγο για τη δυσκολία εύρεσης εργαζομένων και στελεχών ευρύτερα.

Τόσο απλά.

Νεκτάριος Β. Νώτης  
[nectarios@notice.gr](mailto:nectarios@notice.gr)