

FNB SERVED DAILY.

Food for thought... every day!

ΤΟ ΚΑΘΗΜΕΡΙΝΟ ΨΗΦΙΑΚΟ
NEWSLETTER ΓΙΑ ΤΟΝ ΚΛΑΔΟ
ΤΡΟΦΙΜΩΝ & ΠΟΤΩΝ

Με τη συνεργασία του
TotalFoodService
FOODSERVICE NEWS • INDUSTRY TRENDS • EXCLUSIVE INTERVIEWS

ΤΡΙΤΗ 21 ΙΟΥΛΙΟΥ 2026
ΤΕΥΧΟΣ 2371



• KAYAK

Έκλεισε η συμφωνία με την Da Vinci Artisan Gelato
- Ξεκινά τις εξαγορές με τη στήριξη του Halcyon



• ΑΡΝΑΟΥΤΕΛΗΣ

Επένδυση €5,5 εκατ. για νέα μονάδα ρυζιού - Στοχεύει
σε τζίρο €19 εκατ. και EBITDA €1,8 εκατ. το 2026



• MCKINSEY & COMPANY

Οι 8+1 τάσεις που επαναπροσδιορίζουν το λιανεμπόριο
τροφίμων στην Ελλάδα - Ο αυξημένος ρόλος του PL



• ΘΕΡΜΟΚΗΠΙΑ ΘΡΑΚΗΣ

Πού οφείλονται οι ζημιές του 2025, πώς θα επιστρέψει
σε κέρδη φέτος - Τα δύο υπό διερεύνηση
επενδυτικά σχέδια

Editorial

Λεπτομέρειες...

Debrief

Πώς θα μαλακώσει η σκληρή Αθήνα;

Business Insight

Ανθίσταται η εγχώρια
βιομηχανία και σε αυτή
την κρίση

Business Maker

- Η άδεια καρέκλα του CEO
της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας
- Η αναζήτηση συνεχίζεται
- Η Chillbox ψάχνει τους
επόμενους franchisees της

SecretRecipe

Η νέα επένδυση του
Elikonos 3 στα τρόφιμα

• **ΘΕΡΜΟΚΗΠΙΑ ΘΡΑΚΗΣ**

ΠΟΥ ΟΦΕΙΛΟΝΤΑΙ ΟΙ ΖΗΜΙΕΣ ΤΟΥ 2025, ΠΩΣ ΘΑ ΕΠΙΣΤΡΕΨΕΙ ΣΕ ΚΕΡΔΗ ΦΕΤΟΣ - ΤΑ ΔΥΟ ΥΠΟ ΔΙΕΡΕΥΝΗΣΗ ΕΠΕΝΔΥΤΙΚΑ ΣΧΕΔΙΑ

Στην επιστροφή στην κερδοφορία εστιάζει για φέτος η Θερμοκήπια Θράκης, που το 2025 εμφάνισε αρνητικά προ φόρων αποτελέσματα. Αυτό, σύμφωνα με την διοίκηση της εταιρείας, προβλέπεται να επιτευχθεί μέσω:

- βελτιστοποίησης της παραγωγικότητας λόγω αύξησης της στρεμματικής απόδοσης
- εξορθολογισμού του λειτουργικού κόστους με στόχο την επίτευξη οικονομικών κλίμακας
- διεύρυνσης του χαρτοφυλακίου με νέα προϊόντα προστιθέμενης αξίας, που θα ενισχύσουν τις πηγές εσόδων

Σύμφωνα με πληροφορίες του Fnb Daily, η διοίκηση του ομίλου εκτιμά ότι το α' εξάμηνο του 2026 εξελίχθηκε ικανοποιητικά, με αύξηση τόσο των όγκων πωλήσεων, όσο και της λειτουργικής κερδοφορίας. Η εξέλιξη αυτή ενισχύει τις προσδοκίες ότι η χρήση θα ολοκληρωθεί με βελτιωμένα οικονομικά αποτελέσματα και επιστροφή σε θετική κερδοφορία σε σύγκριση με το 2025.

ΠΙΕΣΕΙΣ ΣΕ ΠΩΛΗΣΕΙΣ & ΠΕΡΙΘΩΡΙΑ ΚΕΡΔΟΥΣ

Ο εν λόγω σχεδιασμός ακολουθεί μια χρήση κατά την οποία τα οικονομικά μεγέθη κινήθηκαν χαμηλότερα σε σχέση με το 2024. Ο κύκλος εργασιών διαμορφώθηκε χαμηλότερα, εξέλιξη που οφείλεται κυρίως στη μείωση του όγκου των πωλήσεων, η οποία επηρέασε συνολικά την κερδοφορία.

Υπό αυτά τα δεδομένα, το διοικητικό συμβούλιο θα εισηγηθεί στη Γενική Συνέλευση τη μη διανομή μερίσματος για τη χρήση 2025, επισημαίνοντας ότι προτεραιότητα αποτελεί η διατήρηση της ρευστότητας και η ενίσχυ-

ση των ιδίων κεφαλαίων για την κάλυψη των υποχρεώσεων και τη χρηματοδότηση του μελλοντικού επενδυτικού σχεδιασμού.

DATA (σε €χιλ.)

Κύκλος εργασιών

2025: 11.627

2026: 12.020

Μεταβολή: (3,28%)

Μικτό αποτέλεσμα

2025: 1.362

2024: 2.226

Μεταβολή: (38,81%)

EBITDA

2025: 2.031

2024: 2.334

Μεταβολή: (12,99%)

EBIT

2025: 219

2024: 631

Μεταβολή: (65,24%)

Αποτέλεσμα προ φόρων

2025: (221)

2025: 14

ΕΜΦΑΣΗ ΣΕ ΥΔΡΟΠΟΝΙΑ

Τα Θερμοκήπια Θράκης δραστηριοποιούνται στην παραγωγή υδροπονικών κηπευτικών, αξιοποιώντας σύγχρονες θερμοκηπιακές εγκαταστάσεις που επιτρέπουν την παραγωγή καθ' όλη τη διάρκεια του έτους, ανεξάρτητα από τις κλιματολογικές συνθήκες. Η εταιρεία εφαρμόζει συστήματα ολοκληρωμένης διαχείρισης και ορθών γεωργικών πρακτικών, με στόχο την παραγωγή πιστοποιημένων προϊόντων υψηλής ποιότητας.

Στα θερμοκήπια της εταιρείας στην Ξάνθη καλλιεργούνται με τη μέθοδο της υδροπονίας ντομάτα τεσσάρων τύπων και αγγούρι δύο τύπων, με την παραγωγή να διαμορφώνεται σε 8.000 τόνους και 13.000 τόνους αντίστοιχα. Στη μονάδα της Βάρης καλλιεργείται μελιτζάνα, ενώ στα σχέδια της εταιρείας είναι και η καλλιέργεια πιπεριάς.

Το σύνολο, σχεδόν, της παραγωγής κατευθύνεται χύμα στην εγχώρια λιανική αγορά, ενώ σχεδόν το 5% αφορά εξαγωγές, κυρίως στα Βαλκάνια.

Παραγωγή διατίθεται στις αλυσίδες super market:

- AB Βασιλόπουλος
- Σκλαβενίτης
- Μασούτης
- Lidl

Παράλληλα διαθέτει χύμα προϊόν σε μικρότερες αλυσίδες και μικρό μέρος του συνολικού όγκου διατίθεται και στις τοπικές λαχαναγορές.

ΕΠΕΝΔΥΣΕΙΣ

Η εταιρεία συνεχίζει να επενδύει σε ενεργειακές υποδομές χαμηλού περιβαλλοντικού αποτυπώματος. Οι βασικές ανάγκες θέρμανσης των θερμοκηπίων καλύπτονται μέσω γεωθερμικής ενέργειας, ενώ από το 2021 λειτουργεί φωτοβολταϊκός σταθμός ισχύος 500 kW με ενεργειακό συμψηφισμό. Στις αρχές του 2025 τέθηκε σε πλήρη λειτουργία και δεύτερος φωτοβολταϊκός σταθμός ισχύος 629 kW, ο οποίος λειτουργεί με καθεστώς virtual net metering. Παράλληλα, αξιοποιεί τα φυτικά υπολείμματα της παραγωγικής διαδικασίας στο πλαίσιο πρακτικών κυκλικής οικονομίας.

Σε ό,τι αφορά τον επενδυτικό ορίζοντα, η εταιρεία έχει υπό διερεύνηση δύο επενδυτικά σχέδια, τα οποία αναμένεται να συζητηθούν στο τέλος του οικονομικού έτους, δηλαδή προς το τέλος Δεκεμβρίου.

Πρόκειται για τη δημιουργία νέου θερμοκηπίου στην Νέα Κεσσάνη, αξιοποιώντας το γεωθερμικό πεδίο στην περιοχή με στόχο να υπερδιπλασιάσει την παραγωγική της δυναμική. Επίσης, επέκταση κατά 65 στρέμματα των υφιστάμενων εγκαταστάσεων στον Νέο Εράσμιο Ξάνθης. Με την ολοκλήρωση της συγκεκριμένης επένδυσης η εταιρεία θα έχει επενδύσει συνολικά €35 εκατ. και θα διαθέτει 260 στρέμματα.

Στέλλα Αυγουστάκη
stella@notice.gr



Κωνσταντίνος Χαλι-
ορής, Επικεφαλής,
Πλαστικά Θράκης

• NOISIS

ΠΡΟΚΗΡΥΧΘΗΚΕ Ο Β' ΚΥΚΛΟΣ ΤΟΥ ΚΑΘΕΣΤΩΤΟΣ "ΑΓΡΟΔΙΑΤΡΟΦΗ – ΠΡΩΤΟΓΕΝΗΣ ΠΑΡΑΓΩΓΗ ΚΑΙ ΜΕΤΑΠΟΙΗΣΗ ΓΕΩΡΓΙΚΩΝ ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ – ΑΛΙΕΙΑ – ΥΔΑΤΟΚΑΛΛΙΕΡΓΕΙΑ" ΤΟΥ ΑΝΑΠΤΥΞΙΑΚΟΥ ΝΟΜΟΥ 4887/2022

Δημοσιεύτηκε η 2η Προκήρυξη (Β' κύκλος) του καθεστώτος ενισχύσεων "Αγροδιατροφή – Πρωτογενής Παραγωγή και Μεταποίηση Γεωργικών Προϊόντων – Αλιεία – Υδατοκαλλιέργεια" του Αναπτυξιακού Νόμου 4887/2022. Σκοπός του καθεστώτος είναι η ενίσχυση επιχειρηματικών δραστηριοτήτων της πρωτογενούς γεωργικής παραγωγής και της μεταποίησης των γεωργικών προϊόντων. Ο συνολικός προϋπολογισμός ανέρχεται σε €150.000.000, εκ των οποίων €75.000.000 αφορούν τη φορολογική απαλλαγή και €75.000.000 την επιχορήγηση, την επιδότηση χρηματοδοτικής μίσθωσης (leasing) και την επιδότηση του κόστους της δημιουργούμενης απασχόλησης.

Τα υπαγόμενα επενδυτικά σχέδια πρέπει να έχουν ολοκληρωμένο χαρακτήρα αρχικής επένδυσης (δημιουργία νέας μονάδας, επέκταση δυναμικότητας, διαφοροποίηση παραγωγής ή θεμελιώδης αλλαγή της παραγωγικής διαδικασίας) και να υλοποιούνται σε μία Περιφερειακή Ενότητα, με δυνατότητα υποβολής σε δύο διακριτές ενότητες (πρωτογενής παραγωγή και μεταποίηση), εφόσον αποτελούν τμήματα καθετοποιημένης μονάδας.

Δικαιούχοι είναι εμπορικές εταιρείες, συνεταιρισμοί, Κοιν.Σ.Επ., Αγροτικοί Συνεταιρισμοί, Ομάδες και Οργανώσεις Παραγωγών, Αγροτικές Εταιρικές Συμπράξεις, υπό ίδρυση ή υπό συγχώνευση εταιρείες, κοινοπραξίες που ασκούν εμπορική δραστηριότητα, καθώς και ατομικές επιχειρήσεις με ανώτατο επιλέξιμο κόστος €200.000. Το ελάχιστο ύψος του επιλέξιμου κόστους ορίζεται σε €1.000.000 για τις μεγάλες, €500.000 για τις μεσαίες, €250.000 για τις μικρές και €100.000 για τις πολύ μικρές επιχειρήσεις, ενώ για τους συνεταιρισμούς,



τις Κοιν.Σ.Επ., τις Ο.Π., τις Α.Ε.Σ. και τις ατομικές επιχειρήσεις διαμορφώνεται σε €50.000.

Τα ποσοστά ενίσχυσης για τη μεταποίηση γεωργικών προϊόντων δύναται να ανέλθουν έως 75% του προϋπολογισμού, με βάση τον Χάρτη Περιφερειακών Ενισχύσεων, ανάλογα με το μέγεθος της επιχείρησης και την περιοχή εγκατάστασης. Για την πρωτογενή γεωργική παραγωγή η ένταση ενίσχυσης ανέρχεται έως 50% (40% στην Αιτική), με δυνατότητα αύξησης στο 60% για επενδυτικά σχέδια γεωργών νεαρής ηλικίας έως 40 ετών ή σχέδια που υλοποιούνται στα μικρά νησιά του Αιγαίου, και με ανώτατο ποσό ενίσχυσης €600.000 ανά επενδυτικό σχέδιο και ανά επιχείρηση.

Οι επιλέξιμες δαπάνες περιλαμβάνουν, μεταξύ άλλων, την κατασκευή, επέκταση και εκσυγχρονισμό κτιριακών εγκαταστάσεων, την αγορά και εγκατάσταση καινούργιων σύγχρονων μηχανημάτων και λοιπού εξοπλισμού, μισθώματα χρηματοδοτικής μίσθωσης, άυλες δαπάνες (μεταφορά τεχνολογίας, συ-

στήματα διασφάλισης και ελέγχου ποιότητας, πιστοποιήσεις, λογισμικό), το μισθολογικό κόστος των νέων θέσεων εργασίας, καθώς και δαπάνες εκτός περιφερειακών ενισχύσεων, όπως συμβουλευτικές υπηρεσίες προς ΜμΕ, μέτρα ενεργειακής απόδοσης και παραγωγή ενέργειας από ανανεώσιμες πηγές.

Η περίοδος υποβολών ξεκινά την 3η Αυγούστου 2026, ενώ ως καταληκτική ημερομηνία του κύκλου υποβολών ορίζεται η 30ή Νοεμβρίου 2026. Η υποβολή των αιτήσεων πραγματοποιείται μέσω του Πληροφοριακού Συστήματος Αναπτυξιακών Νόμων (ΠΣ-Αν).

Η Noisis παραμένει δίπλα στις επιχειρήσεις που σχεδιάζουν την επόμενη επενδυτική τους κίνηση, παρέχοντας ολοκληρωμένη υποστήριξη από την αρχική αξιολόγηση έως την υποβολή, την παρακολούθηση και την υλοποίηση βιώσιμων επενδύσεων.

Μάθετε περισσότερα [εδώ](#) και [επικοινωνήστε μαζί μας](#) για δωρεάν αξιολόγηση της επένδυσής σας.

• **EL NINO**

Ο ΚΛΙΜΑΤΙΚΟΣ ΚΙΝΔΥΝΟΣ ΠΟΥ ΟΙ ΑΓΟΡΕΣ ΕΞΑΚΟΛΟΥΘΟΥΝ ΝΑ ΑΓΝΟΟΥΝ - ΠΟΙΕΣ ΚΑΛΛΙΕΡΓΕΙΕΣ ΚΙΝΔΥΝΕΥΟΥΝ

Οι αγορές υποτιμούν τον αντίκτυπο της κλιματικής μεταβλητότητας σε όλες τις κατηγορίες περιουσιακών στοιχείων, προειδοποιούν στρατηγικοί αναλυτές εμπορευμάτων, καθώς η ακραία ζέστη πλήττει την Ευρώπη και οι μετεωρολόγοι επισημαίνουν τον κίνδυνο εμφάνισης ενός ισχυρού El Niño μέσα στη χρονιά.

ΑΚΡΑΙΟΣ ΚΑΙΡΟΣ

Ο Παγκόσμιος Μετεωρολογικός Οργανισμός αναμένει ένα "ισχυρό επεισόδιο El Niño" μεταξύ Ιουλίου και Σεπτεμβρίου. Το φυσικό αυτό φαινόμενο αυξάνει τη θερμοκρασία της επιφάνειας της θάλασσας σε ορισμένες περιοχές και συνδέεται συχνά με ακραία καιρικά φαινόμενα.

Οι προειδοποιήσεις συμπίπτουν με το επίμονο κύμα καύσωνα στην Ευρώπη.

- στο Ηνωμένο Βασίλειο καταγράφηκαν σχεδόν δύο συνεχόμενες εβδομάδες με θερμοκρασίες άνω των 30 βαθμών Κελσίου
- η Γαλλία βίωσε τρία κύματα καύσωνα φέτος
- η Νότια Κορέα εξέδωσε τις πρώτες προειδοποιήσεις "σοβαρού καύσωνα" για τις πόλεις Gyeongseon και Pohang

Ο ΑΝΤΙΚΤΥΠΟΣ

Ο Dan Leonard, Διευθυντής Προβλέψεων για τις ΗΠΑ στην Metdesk, εκτίμησε ότι το επερχόμενο "υπερ-El Niño" θα μπορούσε να ξεπεράσει ακόμη και τα μεγάλα επεισόδια του 1982, του 1997 και του 2015. Όπως ανέφερε, ο αντίκτυπος στις αγορές εμπορευμάτων θα είναι άνισος, καθώς ορισμένες θα δεχθούν ισχυρές πιέσεις με αποτέλεσμα άνοδο των τιμών, ενώ άλλες, όπως το φυσικό αέριο, ενδέχεται να υποχωρήσουν εάν ο χει-

μώνας στο βόρειο ημισφαίριο αποδειχθεί θερμότερος του συνηθισμένου.

Η γεωργία αναμένεται να δεχθεί τις μεγαλύτερες επιπτώσεις, καθώς ο θερμότερος και πιο ασταθής καιρός απειλεί να μειώσει τις αποδόσεις των καλλιεργειών και να αυξήσει τις τιμές των τροφίμων. Η Societe Generale σημειώνει ότι οι τιμές των αγροτικών εμπορευμάτων αυξήθηκαν κατά 7% αυτόν τον μήνα, ενώ τα soft commodities, όπως το κακάο, ο καφές και το σιτάρι, ενισχύθηκαν κατά 8% την τελευταία εβδομάδα.

ΟΙ ΕΥΑΛΩΤΕΣ ΚΑΛΛΙΕΡΓΕΙΕΣ

Προειδοποιήσεις διατυπώνει και η Bank of America, επισημαίνοντας ότι η Ευρώπη θερμαίνεται ταχύτερα από κάθε άλλη ήπειρο και ότι το θερμικό στρες εξελίσσεται σε δομικό φαινόμενο. Η τράπεζα θεωρεί ιδιαίτερα ευάλωτες καλλιέργειες όπως:

- ο καφές
- το κακάο
- το καλαμπόκι
- το σιτάρι

ενώ εκτιμά ότι η παραγωγή ζάχαρης σε Βραζιλία και Ταϊλάνδη θα μπορούσε να μειωθεί κατά 10% την περίοδο 2026-27. Παράλληλα, διατηρεί θετική στάση για το καλαμπόκι, προβλέποντας άνοδο της τιμής της νέας σοδειάς στα \$5,50-\$6,00 ανά μπουσέλ.

Οι επιπτώσεις επεκτείνονται και στα μέταλλα. Η παραγωγή χαλκού είναι ιδιαίτερα εξαρτημένη από τη διαθεσιμότητα νερού, ενώ στο αλουμίνιο το κόστος ηλεκτρικής ενέργειας αποτελεί κρίσιμο παράγοντα. Όπως σημειώνει, η ψύξη, η παραγωγή τροφίμων και η ανάπτυξη της Τεχνητής Νοημοσύνης αναμένεται να ανταγωνίζονται ολοένα και περισσότερο για τους ίδιους περιορισμένους ενεργειακούς και υδάτινους πόρους.



• MARKS & SPENCER ΕΓΚΑΙΝΙΑ ΓΙΑ ΤΟ ΜΕΓΑΛΥΤΕΡΟ ΑΥΤΟΝΟΜΟ ΚΑΤΑΣΤΗΜΑ ΤΡΟΦΙΜΩΝ ΣΤΗΝ ΙΣΤΟΡΙΑ ΤΗΣ

Η βρετανική αλυσίδα Marks & Spencer ανακοίνωσε την έναρξη λειτουργίας του μεγαλύτερου αυτόνομου καταστήματος τροφίμων στην ιστορία της, στην περιοχή Godalming του Surrey.

Το νέο κατάστημα, συνολικής επιφάνειας 22.000 τετραγωνικών ποδιών και εντάσσεται στη συνολική στρατηγική της εταιρείας για επενδύσεις σε νέα καταστήματα και διεύρυνση του δικτύου καταστημάτων τροφίμων.

ΑΝΑΒΑΘΜΙΣΜΕΝΗ ΕΜΠΕΙΡΙΑ ΑΓΟΡΩΝ

Η Marks & Spencer επισήμανε ότι το νέο κατάστημα έχει σχεδιαστεί ώστε να προσφέρει μια αναβαθμισμένη εμπειρία αγορών, μέσα από έναν πιο φωτεινό, σύγχρονο και ευρύχωρο χώρο.

Η διαμόρφωση του καταστήματος περιλαμβάνει:

- τμήμα φρέσκων προϊόντων
- αρτοποιείο εντός του καταστήματος
- τμήμα ειδών κουζίνας
- κάβα με αλκοολούχα ποτά
- άλλες θεματικές ενότητες

ΣΤΟ ΕΠΙΚΕΝΤΡΟ ΟΙ ΟΙΚΟΓΕΝΕΙΕΣ

Η εταιρεία ανέφερε ότι η επέκταση της δραστηριότητάς της στα τρόφιμα εστιάζει κυρίως στις οικογένειες, τις οποίες θεωρεί βασική ομάδα πελατών.

Το νέο κατάστημα στο Godalming έχει σχεδιαστεί ώστε να καλύπτει τις ανάγκες της σύγχρονης οικογένειας, προσφέροντας καλύτερη ροή κίνησης των πελατών και μεγάλη ποικιλία βασικών προϊόντων καθημερινής κατανάλωσης.

Παράλληλα, η Marks & Spencer διαθέτει ολόκληρη τη γκάμα προϊόντων ιδιωτικής ετικέτας της, συμπεριλαμβανομένης της διευρυμένης σειράς Remarksable Value, η οποία αριθμεί περίπου 175 προϊόντα.





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



**DIMORAGKAS
VAIOS**
Managing Director,
NIELSENQ Greece
& Bulgaria



**KAKKAVAS
CHRISTOS**
Executive Advisor JLL,
Athens Economics



**KONTOS
DIMITRIS**
Chief Operating Officer,
METRO



**LOULOUMARIS
SYMEON**
Country Manager Danone
Specialized Nutrition,
Plant Based, Dairy
Numil Hellas S.A.



**PAPACHRISTOS
CHARALAMBOS**
President, SEFYMEN



**SINODINOS
DIMITRIS**
President, SEET



**TAKOULAS
VAGGELIS**
Purchasing Director,
METRO



**TOURALIAS
APOSTOLOS**
Chairman, HAPO

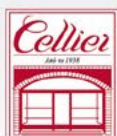


**ZOUKAS
KOSTAS**
President, PEMETE

POWERED BY

FORUM S.A.
TRADE SHOWS • PUBLICATIONS

SILVER SPONSORS



SUPPORTER

elvīda
FOODS

Για περισσότερες
πληροφορίες:



ΜΕ ΤΗΝ ΑΙΓΙΔΑ



• **McKINSEY & COMPANY**

ΟΙ 8+1 ΤΑΣΕΙΣ ΠΟΥ ΕΠΑΝΑΠΡΟΣΔΙΟΡΙΖΟΥΝ ΤΟ ΛΙΑΝΕΜΠΟΡΙΟ ΤΡΟΦΙΜΩΝ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ - Ο ΑΥΞΗΜΕΝΟΣ ΡΟΛΟΣ ΤΟΥ PL

Σε μία περίοδο αυξημένων πιέσεων αλλά και σημαντικών ευκαιριών μετασχηματισμού εισέρχεται ο κλάδος του λιανεμπορίου τροφίμων στην Ελλάδα, όπως αναφέρει σχετική ανάλυση της McKinsey & Company.

Τα τελευταία 5 χρόνια ο κλάδος βίωσε περισσότερες ανακατατάξεις από όσες τα 25 προηγούμενα χρόνια μαζί. Σημειώνεται ότι οι καταναλωτές περιορίζουν τη δαπάνη για τρόφιμα, αναζητούν προσφορές εντείνοντας τον ανταγωνισμό ανάμεσα στις αλυσίδες, ενώ τα προϊόντα ιδιωτικής ετικέτας αποκτούν ολοένα και μεγαλύτερη δυναμική.

"Οι επιχειρήσεις του κλάδου καλούνται να λειτουργήσουν σε ένα περιβάλλον υψηλού ανταγωνισμού, αυξημένου κόστους και χαμηλών περιθωρίων κέρδους. Σε ευρωπαϊκό επίπεδο, οι περισσότεροι CEOs της βιομηχανίας στρέφονται στον τεχνολογικό εκσυγχρονισμό και στη δημιουργία νέων



πεδίων ανάπτυξης" αναφέρει ο Stefano Zerbi, Senior Partner της McKinsey & Company, Γαλλίας και Leader του Retail Commercial Practice της McKinsey στην Ευρώπη.

Η ΙΔΙΩΤΙΚΗ ΕΤΙΚΕΤΑ

Από την πλευρά του, ο Παύλος Έξαρχος, Senior Partner της McKinsey & Company, Ηνωμένου Βασιλείου και Leader του Consumer Packaged Goods Practice της McKinsey στην Ευρώπη, Μέση Ανατολή και Αφρική, στάθηκε στον ρόλο του PL. Μεταξύ άλλων υπογράμμισε ότι "τα προϊόντα ιδιωτικής ετικέτας στην Ελλάδα βρίσκονται σε σημείο καμψής. Παρότι η διείσδυσή τους παραμένει σημαντικά χαμηλότερη από την Ευρώπη, οι καταναλωτές τα αξιολογούν πλέον ως ισάξια των επώνυμων προϊόντων σε ποιότητα και αξία". Πρόσθεσε δε ότι "αυτό δημιουργεί μια σημαντική ευκαιρία για τις αλυσίδες να αναπτύξουν ισχυρά και διαφοροποιημένα private brands που θα ανταποκρίνονται σε εξειδικευμένες ανάγκες των καταναλωτών, ενισχύοντας παράλληλα την ανάπτυξη και την κερδοφορία τους".

ΔΙΑΒΑΣΤΕ ΕΔΩ ΑΝΑΛΥΤΙΚΑ ΤΑ ΣΤΟΙΧΕΙΑ

• **ΑΛΜΗ**

ΝΕΑ ΕΠΕΝΔΥΣΗ €350 ΧΙΛ. ΓΙΑ ΤΗ ΒΙΟΛΟΓΙΚΗ ΠΑΡΑΓΩΓΗ ΠΙΠΕΡΙΑΣ

Ένα νέο βήμα προς την ενίσχυση της καθετοποιημένης και βιώσιμης παραγωγής πραγματοποιεί η Άλμη, ολοκληρώνοντας τη δημιουργία ενός σύγχρονου δικτυοκινήσιου έκτασης 30.000 τετραγωνικών μέτρων στην Καρδίτσα, με στόχο την ανάπτυξη πιστοποιημένης βιολογικής καλλιέργειας πιπεριάς. Η επένδυση, ύψους €350 χιλ. αποτελεί την πρώτη εφαρμογή βιολογικής καλλιέργειας πιπεριάς σε δικτυοκίνητο αυτής της κλίμακας και τεχνολογικής υποδομής στην Ελλάδα.

ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΑ ΓΙΑ ΒΙΩΣΙΜΗ ΚΑΛΛΙΕΡΓΕΙΑ

Το νέο δικτυοκίνητο αποτελεί μια προηγμένη καλλιεργητική μονάδα, η οποία αξιοποιεί ειδικά εντομοστεγή δίκτυα υψηλής πυ-



ΟΡΕΚΤΙΚΑ ΕΛΛΗΝΙΚΗΣ ΦΥΣΗΣ
APPETIZERS OF GREEK NATURE

κνότητας, καθώς και συστήματα σκίασης, δημιουργώντας ένα ελεγχόμενο και προστατευμένο περιβάλλον για την ανάπτυξη των φυτών. Η χρήση των συστημάτων σκίασης συμβάλλει στη μείωση της θερμοκρασίας στο εσωτερικό της εγκατάστασης και στον περιορισμό της εξατμισοδιαπνοής των φυτών, οδηγώντας σε σημαντική εξοικονόμηση νερού άρδευσης.

ΕΠΕΝΔΥΣΗ ΣΤΟ ΜΕΛΛΟΝ

Η συγκεκριμένη παράμετρος αποκτά ιδιαίτερη σημασία για την Θεσσαλία, όπου η αποτελεσματική διαχείριση των υδάτινων πόρων αποτελεί πλέον κρίσιμο παράγοντα για τη βιωσιμότητα της αγροτικής παραγωγής. Ο ιδρυτής και Διευθύνων Σύμβουλος της

Άλμη, Μηνάς Μερτζανίδης, δήλωσε μεταξύ άλλων: "Η ποιότητα των προϊόντων μας ξεκινά πάντοτε από την ποιότητα της πρώτης ύλης. Για τον λόγο αυτό επενδύουμε διαρκώς σε καινοτόμες καλλιεργητικές πρακτικές που ενισχύουν την παραγωγικότητα, προστατεύουν το περιβάλλον και δημιουργούν αξία για τους ανθρώπους με τους οποίους συνεργαζόμαστε. Το νέο δικτυοκίνητο αποτελεί μια επένδυση στο μέλλον της ελληνικής αγροδιατροφής. Ενισχύει την ανθεκτικότητα της παραγωγής απέναντι στις προκλήσεις της κλιματικής αλλαγής, συμβάλλει στην εξοικονόμηση πολύτιμων φυσικών πόρων και επιβεβαιώνει τη δέσμευσή μας να προσφέρουμε προϊόντα υψηλής ποιότητας που ξεκινούν από την ελληνική γη."

• **ΕΛΛΑΔΑ-ΙΝΔΙΑ**

ΕΡΧΕΤΑΙ ΝΕΑ ΣΥΜΦΩΝΙΑ ΓΙΑ ΕΩΣ 200.000 ΙΝΔΟΥΣ ΕΡΓΑΖΟΜΕΝΟΥΣ – ΠΟΙΟΣ ΕΙΝΑΙ Ο ΡΟΛΟΣ ΤΟΥ ΛΙΜΕΝΑ ΒΟΛΟΥ

Σε τροχιά διεύρυνσης εισέρχονται οι οικονομικές σχέσεις Ελλάδας-Ινδίας, καθώς η Αθήνα επιχειρεί να αξιοποιήσει τη δυναμική της ταχύτερα αναπτυσσόμενης μεγάλης οικονομίας του κόσμου και να μετατρέψει το αυξημένο διπλωματικό ενδιαφέρον σε απτές επιχειρηματικές συμφωνίες. Όπως ανέφερε στο BnB Daily ο Πρόεδρος του Ελληνοϊνδικού Επιμελητηρίου, Άγγελος Τσαβδάρης, ένας από τους άμεσους στόχους είναι η διοργάνωση επιχειρηματικού συνεδρίου στην Ελλάδα τον Οκτώβριο, με τη συμμετοχή εταιρειών από βασικούς κλάδους, όπως η ενέργεια, η αγροδιατροφή και η ναυτιλία. Στόχος της πρωτοβουλίας είναι να δημιουργηθεί ένα σημείο συνάντησης μεταξύ ελληνικών και ινδικών επιχειρήσεων, ώστε οι εταιρείες των δύο χωρών να αναζητήσουν εμπορικές και επενδυτικές συνεργασίες.

ΣΤΟ ΕΠΙΚΕΝΤΡΟ Η ΜΕΤΑΚΛΗΣΗ ΕΡΓΑΖΟΜΕΝΩΝ

Ένας από τους σημαντικότερους στόχους που προωθεί το Ελληνοϊνδικό Επιμελητήριο αφορά τη δημιουργία ενός θεσμικού πλαισίου για τη μετάκληση εργαζομένων από την Ινδία, με έμφαση στη διαφάνεια και την αντιμετώπιση φαινομένων παράτυπης εργασίας. Σύμφωνα με τον κ. Τσαβδάρη, το Επιμελητήριο εργάζεται από το 2023 πάνω στη δημιουργία μιας οργανωμένης διαδικασίας πιστοποίησης και μετάκλησης εργαζομένων, μέσω ψηφιακής πλατφόρμας που θα επιτρέπει την πιο αποτελεσματική σύνδεση επιχειρήσεων και εργατικού δυναμικού. Αναφορικά με την ανακοίνωση της συμφωνίας, [όπως σας έχουμε πληροφορήσει στο BnB Daily από τις 14/07](#), ο κ. Τσαβδάρης σχολίασε πως επίκειται είτε στα τέλη Ιουλίου, ή μέσα στον Σεπτέμβριο.

Παράλληλα, αναμένεται η ολοκλήρωση και διακρατικής συμφωνίας Ελλάδας-Ινδίας για τη μετάκληση εργαζομένων. Όπως σημείωσε, η συμφωνία θα αφορά έως και 200.000 εργαζομένους από την Ινδία, διαφορετικών ειδικοτήτων και επιπέδων εξειδίκευσης, καλύπτοντας ανάγκες σε πολλούς παραγωγικούς κλάδους της ελληνικής οικονομίας. Όπως σχολίασε ο κ. Τσαβδάρης, αναμένονται οι υπογραφές των υπουργείων για τη σχετική ανακοίνωση.

Ο Πρόεδρος του Επιμελητηρίου υπογράμμισε ότι μια τέτοια συμφωνία δεν λειτουργεί ανταγωνιστικά προς τον Έλληνα εργαζόμενο, αλλά μπορεί να συμβάλει στη μείωση



Άγγελος Τσαβδάρης,
Πρόεδρος
Ελληνοϊνδικού
Επιμελητηρίου

της αδήλωτης εργασίας και στην αύξηση των εσόδων του κράτους μέσω ενός ελεγχόμενου πλαισίου.

ΤΟ ΕΠΟΜΕΝΟ ΜΕΓΑΛΟ ΣΤΟΙΧΗΜΑ

Σε πιο μακροπρόθεσμο ορίζοντα, το Ελληνοϊνδικό Επιμελητήριο επιδιώκει να αναπτύξει τη συνεργασία Ελλάδας και Ινδίας στον τομέα της ναυπηγικής.

Σύμφωνα με τον κ. Τσαβδάρη, στόχος είναι η μεταφορά ελληνικής ναυπηγικής τεχνογνωσίας στην Ινδία, ώστε η χώρα να αναπτύξει δυνατότητες κατασκευής πλοίων για την ελληνική ναυτιλία.

Όπως ανέφερε, αντίστοιχα μοντέλα συνεργασίας έχουν εφαρμοστεί στο παρελθόν με χώρες όπως η Νότια Κορέα, όπου η ελληνική ναυτιλία διαδραμάτισε σημαντικό ρόλο στην ανάπτυξη της ναυπηγικής βιομηχανίας. Η Ινδία επενδύει σημαντικά στην ανάπτυξη λιμενικών υποδομών, γεγονός που, σύμφωνα με το Επιμελητήριο, δημιουργεί πρόσθετες ευκαιρίες για ελληνικές επιχειρήσεις και τη ναυτιλιακή κοινότητα.

Η ΕΠΙΛΟΓΗ ΤΟΥ ΒΟΛΟΥ

Επιπρόσθετα, ένα ακόμη φιλόδοξο σχέδιο αφορά τη δημιουργία ενός εμπορευματικού κόμβου που θα μπορούσε να λειτουργή

σει ως πύλη της Ινδίας προς την ευρωπαϊκή αγορά μέσω Ελλάδας.

Ο κ. Τσαβδάρης ανέφερε ότι ο Βόλος αποτελεί μία από τις επιλογές που θα μπορούσαν να εξεταστούν, λόγω:

- της γεωγραφικής του θέσης
- της σύνδεσής του με την ενδοχώρα
- των logistics υποδομών
- του σιδηροδρομικού δικτύου

Όπως υποστήριξε, το λιμάνι του Βόλου μπορεί να αποτελέσει στρατηγικό σημείο για τη διακίνηση εμπορευμάτων, καθώς συνδέει τη βόρεια και νότια Ελλάδα και προσφέρει δυνατότητες μεταφοράς προς την ευρωπαϊκή αγορά.

Ως εναλλακτική επιλογή αναφέρθηκε ο Αστακός, αν και, όπως σημείωσε, η απουσία σιδηροδρομικής σύνδεσης αποτελεί σημαντικό μειονέκτημα.

Η αξιοποίηση ενός ελληνικού λιμανιού από ινδικές επιχειρήσεις θα μπορούσε, σύμφωνα με το Επιμελητήριο, να ενισχύσει τον ρόλο της Ελλάδας ως εμπορικού κόμβου μεταξύ Ασίας και Ευρώπης, σε μια περίοδο όπου οι διεθνείς αλυσίδες εφοδιασμού αναζητούν νέες διαδρομές.

Μάριος Δελατόλας
marios@notice.gr

• **LIDL ΕΛΛΑΣ**

ΤΡΕΙΣ ΔΙΑΚΡΙΣΕΙΣ ΣΤΑ DIVERSITY, EQUITY & INCLUSION AWARDS 2026

Τρεις νέες διακρίσεις στα Diversity, Equity & Inclusion Awards 2026 απέσπασε η Lidl Ελλάς, επιβεβαιώνοντας τη στρατηγική της δέσμευση για τη δημιουργία ενός εργασιακού περιβάλλοντος που προάγει τη διαφορετικότητα, την ισότητα και τη συμπερίληψη. Η διάκριση έρχεται λίγο μετά την απονομή του κρατικού "Σήματος Διαφορετικότητας" από το Υπουργείο Κοινωνικής Συνοχής και Οικογένειας.

ΟΙ ΔΙΑΚΡΙΣΕΙΣ

Ειδικότερα, η εταιρεία απέσπασε δύο χρυσά βραβεία και ένα ασημένιο για πρωτοβουλίες που αφορούν την ενίσχυση της συμμετοχικότητας και της ίσης μεταχείρισης στον χώρο εργασίας.

Το πρώτο Gold βραβείο απονεμήθηκε στην κατηγορία Internal Communication & Employee Engagement για την πρωτοβουλία "Προϊόντα Περιόδου για τις γυναίκες του #teamLidl", η οποία στοχεύει στην έμπρακτη υποστήριξη των εργαζομένων γυναικών. Το δεύτερο Gold στην κατηγορία Unconscious Bias & Fighting Stereotypes Training αφορούσε τα DEI Workshops της εταιρείας, έναν κύκλο βιωματικών εκπαιδεύσεων που εστιάζει στην αναγνώριση και αντιμετώπιση ασυνείδητων προκαταλήψεων και στερεοτύπων.

Παράλληλα, η Lidl Ελλάς απέσπασε Silver βραβείο στην κατηγορία Workplace Psychological Safety & Trust, καθώς τα ίδια εκπαιδευτικά προγράμματα συνέβαλαν στην ενίσχυση της ψυχολογικής ασφάλει-

ας και της κουλτούρας εμπιστοσύνης μέσα στις ομάδες, δίνοντας ιδιαίτερη έμφαση στον ρόλο της διοίκησης στη δημιουργία ενός συμπεριληπτικού εργασιακού περιβάλλοντος.

Η ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΗ

Στο πλαίσιο της στρατηγικής της για την ενίσχυση της διαφορετικότητας και των ίσων ευκαιριών, η εταιρεία παρουσίασε και τη νέα σειρά βίντεο «Ισότητα στην Πράξη», η οποία αποτελείται από τέσσερα σύντομα επεισόδια που αναδεικνύουν ζητήματα ηλικιακής συμπερίληψης, φροντίδας, σεξουαλικού προσανατολισμού και φυλετικών διακρίσεων. Μέσα από καθημερινά παραδείγματα, η πρωτοβουλία επιδιώκει να αναδείξει συμπεριφορές και στερεότυπα που επηρεάζουν την εργασιακή εμπειρία και να ενισχύσει τον διάλογο γύρω από τη συμπερίληψη.

Η Σοφία Ουζουνίδου, Chief People Officer της Lidl Ελλάς, δήλωσε: "Τα τρία αυτά βραβεία αποτελούν μια σημαντική αναγνώριση της διαρκούς προσπάθειάς μας να δημιουργούμε ένα εργασιακό περιβάλλον όπου κάθε άνθρωπος αισθάνεται ότι ανήκει και έχει ίσες ευκαιρίες να εξελιχθεί. Στη Lidl Ελλάς πιστεύουμε ότι η διαφορετικότητα αποτελεί πηγή δύναμης και καινοτομίας και ότι η συμπερίληψη χτίζεται καθημερινά, μέσα από τις πράξεις μας, μικρές και μεγάλες. Η σειρά "Ισότητα στην Πράξη" αποτελεί μια ακόμη πρωτοβουλία προς αυτή την κατεύθυνση, ανοίγοντας έναν ουσιαστικό διάλογο για ζητήματα που μας αφορούν στην καθημερινότητα."



Από αριστερά: Στέφανος Κιτσονίδης, HR Business Partner - Δημήτρης Δεμίρης, Head of Talent Acquisition & Employer Branding - Φένια Βαζάκα, Culture & Engagement, Associate Consultant, Lidl Ελλάς



• ΜΠΑΡΜΠΑ ΣΤΑΘΗΣ ΔΙΠΛΗ ΔΙΑΚΡΙΣΗ ΓΙΑ ΤΗΝ ΕΠΕΝΔΥΤΙΚΗ ΠΟΡΕΙΑ ΚΑΙ ΤΗΝ ΕΤΑΙΡΙΚΗ ΦΗΜΗ

Δύο σημαντικές διακρίσεις απέσπασε η Μπάρμπα Στάθης. Η εταιρεία ξεχώρισε στον θεσμό "Πρωταγωνιστές της Ελληνικής Οικονομίας", ο οποίος πραγματοποιείται υπό την αιγίδα του Υπουργείου Εθνικής Οικονομίας και Οικονομικών και του Υπουργείου Ανάπτυξης, κατακτώντας βράβευση στην κατηγορία "Ανάπτυξη & Επενδύσεις". Η συγκεκριμένη διάκριση αναγνωρίζει τη στρατηγική της εταιρείας να υλοποιεί σημαντικά επενδυτικά σχέδια, να ενισχύει τις παραγωγικές της υποδομές και να επενδύει στον εκσυγχρονισμό της λειτουργίας της.

Παράλληλα, απέσπασε σημαντική αναγνώριση και στη λίστα "Most Admired Companies in Greece", την ετήσια αξιολόγηση του Fortune Greece σε συνεργασία με την KPMG, καταλαμβάνοντας τη 12η θέση ανάμεσα στις επιχειρήσεις με τη μεγαλύτερη εταιρική φήμη στη χώρα.

Η διάκριση αυτή προέκυψε μέσα από αξιολόγηση περισσότερων από 2.500 ανώτατων στελεχών των 500 μεγαλύτερων ελληνικών επιχειρήσεων, με βάση σειρά κριτηρίων που αφορούν την καινοτομία, την ποιότητα προϊόντων και υπηρεσιών, τη διοικητική αποτελεσματικότητα, την ανάπτυξη, την επενδυτική αξία, τη διαχείριση ανθρώπινου δυναμικού, τις επιδόσεις ESG, αλλά και την εξωστρέφεια και την ανταγωνιστικότητα.

• **COCA-COLA ΤΡΙΑ ΕΨΙΛΟΝ – ΑΒ ΒΑΣΙΛΟΠΟΥΛΟΣ**

ΜΝΗΜΟΝΙΟ ΣΥΝΕΡΓΑΣΙΑΣ ΓΙΑ ΤΗ ΜΕΙΩΣΗ ΕΚΠΟΜΠΩΝ ΔΙΟΞΕΙΔΙΟΥ ΤΟΥ ΑΝΘΡΑΚΑ

Σε μία νέα στρατηγική συνεργασία με επίκεντρο τη βιωσιμότητα και τη μείωση του περιβαλλοντικού τους αποτυπώματος προχωρούν η Coca-Cola Τρία Έψιλον και η ΑΒ Βασιλόπουλος, με στόχο την επιτάχυνση της μετάβασης προς την κλιματική ουδετερότητα. Οι δύο εταιρείες υπέγραψαν Μνημόνιο Συνεργασίας, δημιουργώντας ένα πλαίσιο κοινών δράσεων για τη μείωση των εκπομπών διοξειδίου του άνθρακα (CO₂e) που συνδέονται με τη μεταξύ τους επιχειρησιακή δραστηριότητα.

Η συνεργασία επικεντρώνεται σε τρεις βασικούς τομείς υψηλής περιβαλλοντικής επίδρασης:

- τον ψυκτικό εξοπλισμό
- τις μεταφορές προϊόντων
- τις συσκευασίες

με στόχο τη δημιουργία πιο βιώσιμων πρακτικών σε όλο το μήκος της εφοδιαστικής αλυσίδας.

ΧΑΜΗΛΟΤΕΡΟ ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝΤΙΚΟ ΑΠΟΤΥΠΩΜΑ

Ο πρώτος πυλώνας της συνεργασίας αφορά τη μείωση των εκπομπών που προέρχονται από τον εγκατεστημένο ψυκτικό εξοπλισμό στα καταστήματα της ΑΒ Βασιλόπουλος. Μέσα από την εφαρμογή πιο αποδοτικών λύσεων και πρακτικών, οι δύο εταιρείες επιδι-



Από αριστερά:
Νίκος Λαβίδας,
Brand President,
ΑΒ Βασιλόπου-
λος - Svetoslav
Atanasov, Γενικός
Διευθυντής, Coca-
Cola Τρία Έψιλον

ώκουν να περιορίσουν την ενεργειακή κατανάλωση και το ανθρακικό αποτύπωμα που συνδέεται με τη λειτουργία των ψυκτικών συστημάτων.

Παράλληλα, ιδιαίτερη έμφαση δίνεται στη βελτιστοποίηση των μεταφορών προϊόντων. Η συνεργασία προβλέπει την εφαρμογή πιο αποδοτικών πρακτικών στη διακίνηση των προϊόντων, με στόχο τη μείωση των εκπομπών που προκύπτουν από τις μεταφορικές δραστηριότητες.

Τρίτος βασικός άξονας αποτελεί η προώθηση βιώσιμων λύσεων συσκευασίας, μέσω δράσεων που περιορίζουν τη χρήση υλικών, μειώνουν τα απορρίμματα και ενισχύουν την ανακυκλωσιμότητα των συσκευασιών.

ΒΙΩΣΙΜΗ ΑΝΑΠΤΥΞΗ

Ο Svetoslav Atanasov, Γενικός Διευθυντής της Coca-Cola Τρία Έψιλον, δήλωσε σχετι-

κά: "Η μείωση των εκπομπών διοξειδίου του άνθρακα σε όλη την αλυσίδα αξίας μας αποτελεί στρατηγική προτεραιότητα και βασικό πυλώνα του οράματός του ομίλου Coca-Cola HBC για μηδενικές εκπομπές έως το 2040. Γνωρίζουμε ότι αυτός ο στόχος μπορεί να επιτευχθεί μόνο μέσα από ισχυρές και μακροχρόνιες συνεργασίες, όπως αυτή που έχουμε αναπτύξει με την ΑΒ Βασιλόπουλος." Από την πλευρά του, ο Νίκος Λαβίδας, CEO της ΑΒ Βασιλόπουλος, ανέφερε: "Με κοινό στόχο τις μηδενικές εκπομπές έως το 2040, στην ΑΒ Βασιλόπουλος συμπορευόμαστε με την Coca-Cola Τρία Έψιλον για τη μείωση του συνολικού μας περιβαλλοντικού αποτυπώματος. Μόνο μέσω συνεργασιών και κοινών πρακτικών που προάγουν την κυκλική οικονομία και την υπεύθυνη κατανάλωση πόρων μπορούμε να πετύχουμε θετική συμβολή στις τοπικές κοινωνίες."

• **LACTALIS CANADA**

ΕΞΑΓΟΡΑΖΕΙ ΤΟ ΤΜΗΜΑ ΕΚΛΕΚΤΩΝ ΤΥΡΙΩΝ ΤΗΣ AGROPUR

Σε οριστική συμφωνία με τον συνεταιρισμό Agropur Cooperative για την εξαγορά των περιουσιακών στοιχείων του τμήματος εκλεκτών τυριών κατέληξε η Lactalis Canada.

Η συμφωνία περιλαμβάνει τις μάρκες τυριών που παράγονται στο Κεμπέκ, Monsieur Gustav και L'Extra, καθώς και δύο μονάδες παραγωγής που βρίσκονται στις περιοχές Oka και Saint-Hyacinthe, όπως επίσης και τις δραστηριότητες εισαγωγής εκλεκτών τυριών της Agropur.

Η στρατηγική αυτή κίνηση αποσκοπεί στη διεύρυνση του χαρτοφυλακίου προϊόντων της Lactalis Canada και στην περαιτέρω ενίσχυση της παρουσίας της στην καναδική αγορά. Με την ενσωμάτωση των δύο μονάδων παραγωγής στο Κεμπέκ, η Lactalis Canada θα προσθέσει περίπου 400 εργαζόμενους στο υφιστάμενο ανθρώπινο δυναμικό της, το οποίο αριθμεί 4.500 εργαζόμενους.



Emmanuel
Besnier,
Πρόεδρος,
Lactalis
Group

Η ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΗ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ

Η νέα εξαγορά έρχεται σε συνέχεια μιας σειράς στρατηγικών κινήσεων της εταιρείας τα τελευταία χρόνια. Συγκεκριμένα, η Lactalis Canada εξαγόρασε το 2019 τη δραστηριότητα φυσικών τυριών της Kraft Heinz στον Καναδά, το 2021 την Ultima Foods, καθώς και τη

δραστηριότητα παραγωγής τριμμένων τυριών της Kraft Heinz, ενώ το 2023 προχώρησε στην εξαγορά της Marie Morin Canada. Για τη στήριξη της αναπτυξιακής της στρατηγικής, η εταιρεία έχει επενδύσει συνολικά \$900 εκατ. σε επενδύσεις κεφαλαίου και έργα εκσυγχρονισμού.

Οι επενδύσεις αυτές αποσκοπούν στην ενίσχυση της παραγωγικής δυναμικότητας και των επιχειρησιακών δυνατοτήτων σε 19 μονάδες παραγωγής και κέντρα διανομής στον Καναδά. Στο πλαίσιο αυτό, το 2024 τέθηκε σε λειτουργία ένα νέο κέντρο διανομής επιφάνειας 379.000 τετραγωνικών ποδιών, σχεδιασμένο ώστε να είναι έτοιμο για λειτουργία με μηδενικό ανθρακικό αποτύπωμα, στην πόλη Oshawa της επαρχίας Οντάριο.

Η Lactalis Canada διαθέτει περισσότερες από 30 εγκαταστάσεις στον Καναδά, μεταξύ των οποίων 19 μονάδες παραγωγής.

• **KAYAK**

ΕΚΛΕΙΣΕ Η ΣΥΜΦΩΝΙΑ ΜΕ ΤΗΝ DA VINCI ARTISAN GELATO - ΞΕΚΙΝΑ ΤΙΣ ΕΞΑΓΟΡΕΣ ΜΕ ΤΗ ΣΤΗΡΙΞΗ ΤΟΥ HALCYON

Στην πρώτη της εξαγορά μετά την είσοδο του Halcyon Equity Partners στο μετοχικό της κεφάλαιο προχώρησε η Kayak, θέλοντας να ενισχύσει θέση του στην αγορά του premium παγωτού και των προϊόντων γλυκού, επιβεβαιώνοντας το [FnB Daily της 9ης Ιουλίου](#). Όπως πληροφορούμαστε, ο όμιλος Kayak της οικογένειας Σταυρίδη προχώρησε στην εξαγορά πλειοψηφικού πακέτου της Da Vinci Artisan Gelato. Η εξαγορά αναμένεται να δημιουργήσει λειτουργικές και εμπορικές συνέργειες, συνδυάζοντας την τεχνογνωσία και την αναγνωρισιμότητα των δύο brands, ενώ εντάσσεται στη στρατηγική του ομίλου για διεύρυνση της παρουσίας του σε όλες τις βασικές κατηγορίες του premium παγωτού.

ΔΙΚΤΥΟ 18 ΣΗΜΕΙΩΝ ΣΕ 3 ΧΩΡΕΣ

Η Da Vinci Artisan Gelato ιδρύθηκε το 2012 και το 2016 εγκαινίασε 2 νέα καταστήματα, ένα στην Κηφισιά και ένα στην Πλάκα, ενώ το 2018 άνοιξε 3 νέα καταστήματα στη Ρόδο, την Κύπρο και την Κρήτη, καθώς και ένα ακόμη στην Αίγινα. Η Davinci άνοιξε 2 επιπλέον καταστήματα το 2021, ένα στη Γλυφάδα και ένα στο Αεροδρόμιο Θεσσαλονίκης, ένα νέο κατάστημα το 2022 στον Πειραιά και 3 νέα καταστήματα το 2023 στο Αεροδρόμιο Μυκόνου, στην Πάφο και στο Mall of Cyprus.

Σήμερα διαθέτει δίκτυο 18 καταστημάτων σε:

- Ελλάδα
- Κύπρο
- Γαλλία

Το χαρτοφυλάκιό της περιλαμβάνει περισσότερες από 60 γεύσεις artisan gelato, δίνοντας έμφαση στην ποιότητα των πρώτων υλών, την καινοτομία και την αυθεντικότητα των συνταγών.

ΤΙ ΠΡΟΒΛΕΠΕΙ Η ΣΥΜΦΩΝΙΑ

Η συμφωνία προβλέπει:

- ανάπτυξη της Da Vinci στο HoReCa,

όπου η ζήτηση για προϊόντα artisan gelato καταγράφει αυξητικές τάσεις, δημιουργώντας νέες δυνατότητες συνεργασίας με ξενοδοχεία, εστιατόρια, καφέ και επιχειρήσεις φιλοξενίας

- επέκταση του δικτύου λιανικής με νέα σημεία πώλησης στην Ελλάδα και στο εξωτερικό
- ενίσχυση του μοντέλου franchise

PORTFOLIO ΜΕ 4 BRANDS

Με την ολοκλήρωση της συναλλαγής, το χαρτοφυλάκιο του ομίλου Kayak περιλαμβάνει πλέον

- το premium brand Kayak
- τη Da Vinci Artisan Gelato στην κατηγορία του artisan gelato
- το ελληνικό brand frozen yogurt Chillbox με διεθνή παρουσία
- το Goat It!, το παγωτό που παράγεται από κρητικό κατσικίσιο γάλα, ενισχύοντας περαιτέρω την παρουσία του στην αγορά των premium προϊόντων παγωτού και επιδορπίων

ΣΤΟΧΟΣ

Υπενθυμίζεται ότι με την στήριξη του Halcyon Equity Partners, ο όμιλος επιδιώκει να ενισχύσει περαιτέρω τη διεθνή του παρουσία αλλά και την επέκτασή του στην εγχώρια αγορά στην επόμενη διετία. Για το brand Chillbox ο σχεδιασμός προβλέπει τη δημιουργία 30 νέων καταστημάτων στο εξωτερικό και ακόμη 10 στην ελληνική αγορά. Αντίστοιχα, η Kayak σχεδιάζει την ανάπτυξη πέντε νέων σημείων στην Ευρώπη και δύο στην Ασία, ενώ το νεότερο brand του ομίλου, Goatit, προβλέπεται να ενισχυθεί με τέσσερα νέα καταστήματα στην Ελλάδα.

Στέλλα Αυγουστάκη

stella@notice.gr



POWERED BY **FN|USA.**



• **DOMINO'S**

ΑΝΑΙΜΙΚΗ ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΚΑΘΩΣ ΟΙ ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΕΣ ΠΕΡΙΟΡΙΖΟΥΝ ΤΙΣ ΔΑΠΑΝΕΣ

Η Domino's Pizza κατέγραψε τη χαμηλότερη αύξηση στις συγκρίσιμες πωλήσεις στις ΗΠΑ των τελευταίων πέντε τριμήνων, ένδειξη ότι οι καταναλωτές εξακολουθούν να περιορίζουν τις δαπάνες τους για γεύματα εκτός σπιτιού, με την αγορά της πίτσας να εμφανίζει ασθενέστερες επιδόσεις σε σύγκριση με τα burgers ή τα μπολ μεξικανικής κουζίνας.

Κατά το β' τρίμηνο, οι συγκρίσιμες πωλήσεις στα καταστήματα της Domino's στις ΗΠΑ - βασικός δείκτης απόδοσης για τον κλάδο της εστίασης - αυξήθηκαν ελάχιστα (0,1%), ενώ εκτός ΗΠΑ υποχώρησαν, επίσης οριακά (-0,1%).

ΠΩΣ ΚΙΝΕΙΤΑΙ Ο ΚΛΑΔΟΣ

Οι μεγάλες αλυσίδες πίτσας, όπως η Domino's, η Papa John's International και η Pizza Hut, που ανήκει στον όμιλο Yum! Brands., αντιμετωπίζουν επιβράδυνση της ανάπτυξής τους, η οποία υστερεί σε σχέση με τη συνολική αγορά της οργανωμένης εστίασης. Η εξέλιξη αυτή αποδίδεται στο γεγονός ότι οι καταναλωτές μεσαίου και χαμηλότερου εισοδήματος έχουν περιορίσει τις δαπάνες τους εξαιτίας του πληθωρισμού και της αύξησης των τιμών των καυσίμων.

Τον προηγούμενο μήνα, η Yum! Brands ανακοίνωσε την πώληση της Pizza Hut σε επενδυτικό κεφάλαιο ιδιωτικών συμμετοχών έναντι \$2,7 δισ., προκειμένου να επικεντρωθεί στις αλυσίδες KFC και Taco Bell, οι οποίες καταγράφουν καλύτερες επιδόσεις.

• **ΑΡΝΑΟΥΤΕΛΗΣ**

ΕΠΕΝΔΥΣΗ €5,5 ΕΚΑΤ. ΓΙΑ ΝΕΑ ΜΟΝΑΔΑ ΡΥΖΙΟΥ - ΣΤΟΧΕΥΕΙ ΣΕ ΤΖΙΡΟ €19 ΕΚΑΤ. ΚΑΙ EBITDA €1,8 ΕΚΑΤ. ΤΟ 2026

Νέα μονάδα επεξεργασίας ρυζιού ετοιμάζεται να προσθέσει στο παραγωγικό οπλοστάσιό της η Αρναουτέλης, μέσα από μια επένδυση €5,5 εκατ. η οποία έχει ήδη ξεκινήσει να υλοποιείται στις εγκαταστάσεις της στην Λαμία. Όπως αποκαλύπτει στο Fnb Daily ο Πρόεδρος & Διευθύνων Σύμβουλος της εταιρείας, Γιάννης Αρναουτέλης, η δυναμικότητα της νέας γραμμής φτάνει τους 340 τόνους το εικοσιτετράωρο που, μαζί με την υπάρχουσα, ανεβάζουν το συνολικό αριθμό σε 500. Παράλληλα, θα συνοδευτεί από καινούργιες αποθηκευτικές εγκαταστάσεις 5.500 τ.μ. έτοιμων προϊόντων καθώς και πρώτων υλών. Το project έχει ενταχθεί στον Αναπτυξιακό Νόμο. Η εταιρεία έχει ήδη προχωρήσει σε προαγορές μέρους του εξοπλισμού και, εφόσον δεν υπάρξουν απρόοπτα, η νέα γραμμή παραγωγής αναμένεται να τεθεί σε λειτουργία τον Ιανουάριο.

ΑΝΑΠΤΥΞΗ 15% ΤΟ 2025

Το 2025 έκλεισε για την Αρναουτέλης με αύξηση 15% στον κύκλο εργασιών και EBITDA κοντά στα €1,2 εκατ. Στο εξάμηνο του 2026

οι πωλήσεις ήταν ενισχυμένες κατά 20% σε αξία, ενώ υπερδιπλάσια, μεταξύ 40%-50%, ήταν η αύξηση στους όγκους- δεδομένου ότι οι τιμές στο ρύζι την εμπορική σεζόν που ολοκληρώνεται σε λίγες εβδομάδες βρέθηκαν σε ελεύθερη πτώση.

DATA (σε €χιλ.)

Κύκλος Εργασιών

2024: 13.886

2023: 12.443

2022: 11.219

EBIT

2024: 546

2023: 674

2022: 419

Αποτέλεσμα προ φόρων

2024: 113

2023: 202

2022: 127

Από την άλλη, οι... σκοτωμένες τιμές αποσόβησαν τα χειρότερα για την κατανάλωση

που δέχτηκε ισχυρές πιέσεις ενώ συνέβαλαν ώστε ενόψει της νέας εμπορικής σεζόν, στις αποθήκες των περισσότερων επιχειρήσεων να μην μείνουν σημαντικές ποσότητες αδιάθετου στοκ.

ΔΙΕΥΡΥΝΣΗ ΠΕΛΑΤΟΛΟΓΙΟΥ

Σε αυτό το περιβάλλον, η Αρναουτέλης κατάφερε όχι μόνο να συντηρήσει αλλά και να διευρύνει το πελατολόγιό της. "Θεωρώ ότι για τα εργοστάσια που έδειξαν ποιότητα, ήθος και συνέπεια στις συνεργασίες τους στο εξωτερικό, όσο δύσκολο κι αν ήταν αυτό, υπήρξε και θα συνεχίσει να υπάρχει δουλειά", υπογραμμίζει ο επιχειρηματίας.

Ο ίδιος προσθέτει ότι ο κλάδος συνεχίζει τις προσπάθειες για να ενισχύσει την παρουσία του στην Μέση Ανατολή και μετά την Ιορδανία και τα Ηνωμένα Αραβικά Εμιράτα, να διεισδύσει και στην αγορά της Σαουδικής Αραβίας. "Ζήτηση από την συγκεκριμένη περιοχή υπάρχει, παρά την εμπόλεμη κατάσταση. Το κύριο πρόβλημα έχει να κάνει με τα Στενά του Ορμούζ που όσο είναι κλειστά δυσκολεύουν το εμπόριο και ανεβάζουν τα κόστη". Πέραν της Μέσης Ανατολής βέβαια, η Αρναουτέλης έχει σημαντική παρουσία και στην ευρωπαϊκή αγορά και δη στο κεντρικό και βορειοανατολικό τμήμα της (π.χ. Πολωνία, Τσεχία).

GUIDANCE

Για το σύνολο της φετινής χρονιάς, ο στόχος που έχει τεθεί -και ο οποίος, σύμφωνα με τον κ. Αρναουτέλη, παραμένει εφικτός παρά τις προκλήσεις- είναι ο κύκλος εργασιών να αγγίξει τα €19 εκατ. και το EBITDA να διαμορφωθεί σε €1,7- €1,8 εκατ.

Γιάννης Τσατσάκης
yannis@notice.gr



Γιάννης
Αρναουτέλης,
Πρόεδρος &
Διευθύνων
Σύμβουλος,
Αρναουτέλης
ΑΕΒΕ

• **PAX HOSPITALITY**

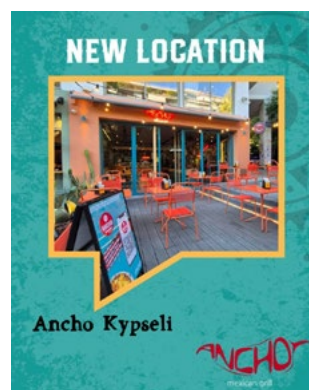
NEO ANCHO MEXICAN GRILL ΣΤΗΝ ΚΥΨΕΛΗ

Στην επέκταση του δικτύου του Ancho Mexican Grill προχώρησε η Pax Hospitality προχώρησε με τη λειτουργία νέου καταστήματος στην Κυψέλη.

Όπως αναφέρει η εταιρεία, το νέο σημείο, στη συμβολή των οδών Φωκίωνος Νέγρη 25 και Αγίας Ζώνης 1, σηματοδοτεί την πα-

ρουσία του Ancho σε μία από τις πιο εμπορικές και ζωντανές περιοχές της Αθήνας.

Μέσω της νέας αυτής επένδυσης, το brand διευρύνει το αποτύπωμά του, προσφέροντας σε ακόμη περισσότερους καταναλωτές τη δυνατότητα να γνωρίσουν την πρότασή του στον τομέα της μεξικανικής κουζίνας.



• MONDELEZ – SWAROVSKI ΣΥΝΕΡΓΑΖΟΝΤΑΙ ΓΙΑ ΣΥΛΛΕΚΤΙΚΗ TOBLERONE ΑΠΟ ΚΡΥΣΤΑΛΛΟ

Η Mondelez International συνεργάστηκε με τον οίκο Swarovski για τη δημιουργία μιας αποκλειστικής συλλογής, η οποία περιλαμβάνει τη θρυλική σοκολάτα Toblerone σε μορφή κρυστάλλινου γλυπτού.

Η συλλογή, με την ονομασία "The Ultimate Gift", θα διατεθεί μέσω δημοπρασιών σε εννέα μεγάλα διεθνή αεροδρόμια, καθώς και διαδικτυακά, όπως ανακοίνωσε η εταιρεία. Η Mondelez International επισήμανε ότι το σύνολο των εσόδων από τη συνεργασία θα διατεθεί σε τοπικούς φιλανθρωπικούς οργανισμούς που συνεργάζονται με την εταιρεία.

ΕΝΙΣΧΥΣΗ ΤΟΥ PREMIUM ΧΑΡΑΚΤΗΡΑ ΤΗΣ ΜΑΡΚΑΣ

Η Mondelez International ανέφερε ότι η πρωτοβουλία αυτή αποσκοπεί στην περαιτέρω ενίσχυση της εικόνας της Toblerone ως premium μάρκας, αναδεικνύοντας παράλληλα τη δέσμευση της εταιρείας στην καινοτομία.

Η κρυστάλλινη Toblerone Crystal Bar φιλοδοξεί να συνδέσει το δημοφιλές brand σοκολάτας με την αγορά των πολυτελών και καινοτόμων δώρων, διατηρώντας παράλληλα τον διαχρονικό δεσμό της Toblerone με τα ταξίδια.

Η εταιρεία διευκρίνισε ότι όλα τα κρυστάλλινα αντίγραφα κατασκευάζονται χειροποίητα από τη Swarovski.

ΔΗΜΟΠΡΑΣΙΕΣ ΣΕ ΑΕΡΟΔΡΟΜΙΑ

Η συλλογή περιορισμένης έκδοσης θα διατεθεί μέσω δημοπρασιών από την 1η έως τις 31 Ιουλίου σε αεροδρόμια:

- της Αθήνας
- του Δελχί
- της Ντόχα
- του Ντουμπάι
- της Φρανκφούρτης
- της Μαδρίτης
- της Νέας Υόρκης (JFK)
- της Σιγκαπούρης και
- της Ζυρίχης

Οι δημοπρασίες θα συνοδεύονται επίσης από διαδραστικά pop-up σημεία εμπειρίας, όπου οι ταξιδιώτες θα μπορούν να γνωρίσουν από κοντά τη συλλογή.

Η Mondelez International υπογράμμισε ότι το 100% των εσόδων από τις δημοπρασίες θα διατεθεί στους καθιερωμένους φιλανθρωπικούς συνεργάτες κάθε αεροδρομίου. Παράλληλα, οι ενδιαφερόμενοι θα έχουν τη δυνατότητα να συμμετάσχουν στις δημοπρασίες και μέσω διαδικτύου.

Επιπλέον, οι δύο εταιρείες παρουσίασαν τη συλλεκτική "Ultimate Gift Box", η οποία περιλαμβάνει κρυστάλλινα στοιχεία της Swarovski και θα είναι διαθέσιμη στα καταστήματα ταξιδιωτικού λιανεμπορίου των αεροδρομίων από τον Ιούλιο έως και τον Σεπτέμβριο.



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

• **ΑΝΑΠΤΥΞΙΑΚΟΣ ΝΟΜΟΣ**

ΝΕΑ ΕΝΕΣΗ €150 ΕΚΑΤ. ΣΤΟΝ ΑΓΡΟΔΙΑΤΡΟΦΙΚΟ ΤΟΜΕΑ

Νέες δυνατότητες χρηματοδότησης για επιχειρήσεις του αγροδιατροφικού τομέα ανοίγει ο δεύτερος κύκλος του καθεστώτος ενίσχυσης "Αγροδιατροφή - Πρωτογενής Παραγωγή και Μεταποίηση Γεωργικών Προϊόντων - Αλιεία - Υδατοκαλλιέργεια" του Αναπτυξιακού Νόμου, ο οποίος προκηρύχθηκε με συνολικό προϋπολογισμό €150 εκατ.

Η νέα δράση εντάσσεται στον σχεδιασμό του Υπουργείου Ανάπτυξης για την ενίσχυση των παραγωγικών επενδύσεων και τη στήριξη της ελληνικής πρωτογενούς παραγωγής, με στόχο την αναβάθμιση της παραγωγικής βάσης και την ενίσχυση της ανταγωνιστικότητας των επιχειρήσεων του κλάδου.

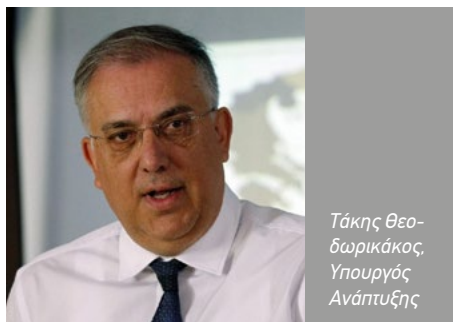
Από το συνολικό ποσό:

- τα €75 εκατ. αφορούν ενισχύσεις μέσω επιχορηγήσεων και επιχορηγήσεων leasing
- τα υπόλοιπα €75 εκατ. θα διατεθούν μέσω φορολογικών απαλλαγών

ΠΟΙΕΣ ΕΠΕΝΔΥΣΕΙΣ

ΕΝΤΑΣΣΟΝΤΑΙ ΣΤΟ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ

Ο νέος κύκλος διατηρεί στο επίκεντρο επενδυτικά σχέδια που αφορούν την πρωτογενή γεωργική παραγωγή και τη μεταποίη-



Τάκης Θεοδωρικάκος,
Υπουργός
Ανάπτυξης

ση γεωργικών προϊόντων, ενώ παράλληλα διευρύνει το πεδίο εφαρμογής του, καθώς περιλαμβάνει πλέον και το σύνολο των πτηνοτροφείων.

Παράλληλα, προβλέπεται πρόσθετη ενίσχυση για επιχειρήσεις που δημιουργούνται από νέους αγρότες, στο πλαίσιο της προσπάθειας ανανέωσης του παραγωγικού δυναμικού της ελληνικής γεωργίας.

ΕΠΙΛΕΞΙΜΕΣ ΔΑΠΑΝΕΣ

Στις επιλέξιμες δαπάνες περιλαμβάνονται, μεταξύ άλλων:

- η αγορά και εγκατάσταση σύγχρονων μηχανημάτων και παραγωγικού εξοπλισμού
- η αναβάθμιση παραγωγικών

εγκαταστάσεων

- η μεταφορά τεχνολογίας
- η εφαρμογή συστημάτων διασφάλισης και ελέγχου ποιότητας
- οι πιστοποιήσεις προϊόντων
- το μισθολογικό κόστος για τη δημιουργία νέων θέσεων εργασίας

ΠΟΥ ΘΑ ΔΟΘΕΙ ΕΜΦΑΣΗ

Σημαντική αλλαγή στον νέο κύκλο αποτελεί η προσθήκη νέων κριτηρίων επιλεξιμότητας που συνδέονται με την παραγωγή βιολογικών προϊόντων, αλλά και προϊόντων που βασίζονται σε αναγνωρισμένα πρότυπα ποιότητας.

Η συγκεκριμένη πρόβλεψη αντανάκλα τη μεγαλύτερη έμφαση που δίνεται τα τελευταία χρόνια στη βιώσιμη παραγωγή, στην πιστοποίηση των ελληνικών προϊόντων και στην ενίσχυση της προστιθέμενης αξίας τους τόσο στην εγχώρια όσο και στις διεθνείς αγορές.

ΤΟΝ ΑΥΓΟΥΣΤΟ ΟΙ ΑΙΤΗΣΕΙΣ

Η διαδικασία υποβολής αιτήσεων για την ένταξη επενδυτικών σχεδίων ξεκινά στις 3 Αυγούστου 2026, ενώ η ολοκλήρωση του κύκλου υποβολών έχει οριστεί για τις 30 Νοεμβρίου 2026.

• Debrief •

ΠΩΣ ΘΑ ΜΑΛΑΚΩΣΕΙ Η ΣΚΛΗΡΗ ΑΘΗΝΑ;

Το Σάββατο σχετικά νωρίς, πριν ανέβει ο υδράργυρος στα ύψη, κατέβηκα για μια υποχρέωση στο Κέντρο της Αθήνας. Οι τουρίστες πολλοί, κάποιοι από αυτούς μεταξυ φθοράς και αφθαρσίας λόγω θερμοκρασίας. Το πάλευαν, όμως, τους έβλεπα να ψάχνουν, να ρωτάνε πώς θα πάνε από εδώ και από εκεί. Και αναρωτήθηκα, πώς άραγε, να τους φαίνεται η ελληνική πρωτεύουσα, που έχει πλέον εδραιωθεί ως σοβαρός τουριστικός προορισμός.

Υποθέτω πως ο χαρακτηρισμός που ταιριάζει στην Αθήνα είναι "σκληρή". [Χαρακτηρισμός που έκλεψα ανερυθρίαστα από το Editorial της 21ης Μαΐου](#). Έτσι την είχε χαρακτηρίσει ένας Ιρλανδός ταξιδιώτης στον Νεκτάριο Νώτη. Μου είχε κάνει εντύπωση και το Σάββατο μου ήρθε κατευθείαν στη σκέψη. Τί είναι, όμως, αυτό που κάνει την Αθήνα "σκληρή"; Κατά τη γνώμη μου η εικόνα της έως τα 3 μέτρα ύψος. Όχι ότι

από εκεί και πάνω ανοίγει το μάτι σου από την ομορφιά, αλλά μέχρι τα 3 μέτρα η κατάσταση έχει πραγματικά... τον απάλευτο. Γκράφιτι, tagging, ανεξέλεγκτη αφισκόλληση, αγγελίες, αυτοκόλλητα κάθε είδους, ο κακός χαμός. Όλα τα παραπάνω συνθέτουν μια σκληρή εικόνα. Ειδικά από τη στιγμή που εδώ και χρόνια έχουν εξαπλωθεί πολύ έξω από το Κέντρο, σχεδόν σε όλες τις γειτονιές, ακόμα και εκτός της πόλης των Αθηνών. Το αποτέλεσμα είναι ότι το μάτι του κατοίκου και του επισκέπτη δεν ξεκουράζεται ποτέ. Όπου και να κοιτάξει τον βομβαρδίζει η ίδια σκληρότητα. Η κατάσταση αυτή δεν εμφανίστηκε από τη μια μέρα στην άλλη. Διολισθήσαμε προς τα εκεί σιγά, σιγά, με επιταχυνόμενους ρυθμούς από τη δεκαετία του '90 και μετά. Σήμερα μπορεί οποιοσδήποτε να πάρει έναν μαρκαδόρο, ένα σπρέι, μια βούρτσα, αλευρόκολλα και αφίσες και να γράψει ή να

κολλήσει ό,τι θέλει.

Πώς διορθώνεται αυτή η κατάσταση; Ακριβώς όπως δημιουργήθηκε. Τοίχο - τοίχο, τζαμαρία - τζαμαρία, στάση-στάση, πρέπει να καθαριστούν εκατοντάδες χιλιόμετρα. Project που θα απαιτήσει πιθανότατα πολλά χρόνια και πολλά εκατομμύρια ευρώ. Αλλά δεν γίνεται αλλιώς.

Η Αθήνα δεν είναι, κατά την ταπεινή μου γνώμη, μια όμορφη πόλη, αλλά δεν είναι και failed city. Έχει υποδομές Δύσης (ναι, όσο και αν αυτό ακούγεται κάπως, είναι αληθές), έχει τεράστιο πολιτιστικό δυναμικό και εξαιρετικό καιρό. Δεν θα γίνει ποτέ Βιέννη, για παράδειγμα, αλλά μπορεί να μαλακώσει και να ομορφύνει στο μάτι. Αυτό αξίζει, κυρίως στους κατοίκους της, που τη ζουν 365 ημέρες τον χρόνο.

Γιάννης Παλιούρης
giannis@notice.gr

Business Maker

Η ΑΔΕΙΑ ΚΑΡΕΚΛΑ ΤΟΥ CEO ΤΗΣ ΑΘΗΝΑΪΚΗΣ ΖΥΘΟΠΟΙΙΑΣ - Η ΑΝΑΖΗΤΗΣΗ ΣΥΝΕΧΙΖΕΤΑΙ

Η αποχώρηση του Alex Sanchez από τη θέση του Διευθύνοντος Συμβούλου της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας μπορεί να ανακοινώθηκε πριν από λίγες εβδομάδες, όμως η αναζήτηση του διαδόχου του συνεχίζεται. Σύμφωνα με καλά πληροφορημένες πηγές, η θέση του CEO της μεγαλύτερης ζυθοποιίας της χώρας δεν έχει ακόμη καλυφθεί, ενώ μέχρι στιγμής δεν έχει διαρρεύσει κάποιο όνομα, που να συγκεντρώνει σαφές προβάδισμα. Το γεγονός έχει ήδη πυροδοτήσει αρκετές συζητήσεις στην αγορά. Η Αθηναϊκή Ζυθοποιία αποτελεί μία από τις σημαντικότερες θυγατρικές της Heineken στην περιοχή και, όπως είναι φυσικό, η επιλογή του νέου επικεφαλής δεν θεωρείται μια απόφαση,

που θα ληφθεί βιαστικά. Αυτό, βέβαια, δεν σημαίνει ότι υπάρχει διοικητικό κενό. Σύμφωνα με τις ίδιες πληροφορίες, οι σημαντικές αποφάσεις για την ελληνική αγορά μπορούν να λαμβάνονται κανονικά, καθώς την εποπτεία της χώρας έχει ο Αλέξανδρος Δανιηλίδης, ο οποίος, στο πλαίσιο των ευρύτερων αρμοδιοτήτων του στον όμιλο Heineken, έχει την ευθύνη για την Ελλάδα, αλλά και για αγορές της ευρύτερης περιοχής. Έτσι, η λειτουργία της εταιρείας συνεχίζεται χωρίς να δημιουργούνται ζητήματα στη λήψη αποφάσεων ή στην υλοποίηση του επιχειρησιακού σχεδιασμού. Παρ' όλα αυτά, η αγορά εξακολουθεί να αναζητά την απάντηση στο ίδιο ερώτημα: Ποιος

θα είναι ο άνθρωπος που θα αναλάβει το τιμόνι της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας. Οι πληροφορίες μέχρι στιγμής παραμένουν περιορισμένες και δεν είναι λίγοι εκείνοι, που εκτιμούν ότι η Heineken εξετάζει περισσότερες από μία επιλογές, είτε από το εσωτερικό του ομίλου, είτε από άλλες διεθνείς αγορές όπου δραστηριοποιείται. Μέχρι να ληφθούν οι τελικές αποφάσεις, η άδεια καρέκλα του CEO εξακολουθεί να αποτελεί ένα από τα πιο συζητημένα παρασκήνια στον κλάδο της ζυθοποιίας. Και αυτό, γιατί η επιλογή του νέου επικεφαλής δεν θα αφορά μόνο ένα πρόσωπο, αλλά και τα επόμενα βήματα της μεγαλύτερης ζυθοποιίας της ελληνικής αγοράς.

Η CHILLBOX ΨΑΧΝΕΙ ΤΟΥΣ ΕΠΟΜΕΝΟΥΣ FRANCHISEES ΤΗΣ

Ανοιχτό κάλεσμα σε όσους σκέφτονται να κάνουν το επόμενο επιχειρηματικό τους βήμα απευθύνει η Chillbox. Η εταιρεία αναζητά νέους συνεργάτες για την περαιτέρω ανάπτυξη του δικτύου franchise, επιχειρώντας να αξιοποιήσει τη δυναμική, που έχει δημιουργηθεί τα τελευταία δύο χρόνια. "Η ανάπτυξη μας συνεχίζεται και αναζητούμε συνεργάτες, που θέλουν να εξελιχθούν μαζί μας", είναι το βασικό μήνυμα της εταιρείας. Παράλληλα, η εταιρεία - στην ανάρτησή της στο LinkedIn - κάνει έναν σύντομο απολογισμό της πρόσφατης πορείας της, υπενθυμίζοντας ότι μέσα

στη διετία 2025-2026 προστέθηκαν 21 νέα καταστήματα στο δίκτυό της και ευχαριστώντας όσους εμπιστεύτηκαν το concept. Ξεχωριστό ενδιαφέρον είχε και η αναδημοσίευση της ανάρτησης από την Ελένη Μπαθιανάκη, Ιδρυτικό Μέλος (Founding Partner) και Διευθύνουσα Εταίρο (Managing Partner) του Halcyon Equity Partners. Το ελληνικό επενδυτικό κεφάλαιο έχει επενδύσει στη Chillbox μέσω της τοποθέτησης στην Kayak της οικογένειας Σταυρίδη και στηρίζει το αναπτυξιακό της πλάνο, με στόχο την περαιτέρω διεύρυνση του δικτύου της. Υπό αυτό το πρίσμα, η δημόσια στήριξη

του καλέσματος αποκτά ιδιαίτερη σημασία, καθώς επιβεβαιώνει ότι ο χρηματοοικονομικός επενδυτής βλέπει συνέχεια στην αναπτυξιακή πορεία της αλυσίδας. Το ενδιαφέρον πλέον στρέφεται στην ανταπόκριση, που θα έχει το νέο κάλεσμα. Σε μια περίοδο, που το οργανωμένο franchise επανέρχεται δυναμικά στο προσκήνιο, η Chillbox επιχειρεί να διευρύνει το δίκτυό της, απευθυνόμενη σε νέους επιχειρηματίες που αναζητούν ένα δοκιμασμένο επιχειρηματικό μοντέλο και θέλουν να συμμετάσχουν στο επόμενο κεφάλαιο της ανάπτυξής της.



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**

Business Insight

ΑΝΘΙΣΤΑΤΑΙ Η ΕΓΧΩΡΙΑ ΒΙΟΜΗΧΑΝΙΑ ΚΑΙ ΣΕ ΑΥΤΗ ΤΗΝ ΚΡΙΣΗ

Αύξηση 14,1% σε σχέση με τον Μάιο 2025 καταγράφηκε τον αντίστοιχο φετινό μήνα, για τον **Γενικό Δείκτη Κύκλου Εργασιών στη Βιομηχανία**, σύμφωνα με την Ελληνική Στατιστική Υπηρεσία.

Τα στοιχεία της ΕΛΣΤΑΤ αφορούν το σύνολο εγχώριας και εξωτερικής αγοράς. Θα περιοριστώ σε τρία σημαντικά, κατά την εκτίμησή μας, που εξηγούν το θετικό... παράδοξο στο οποίο αναφερόμαστε: για [το Euronext Athens γεννήτρια παραγωγής €20 δισ.](#) Σε επίπεδο αγορών ο κύκλος εργασιών στην εξωτερική αυξήθηκε κατά 26,3% και 7,7% στην εσωτερική.

Η ετήσια αύξηση προήλθε από την άνοδο κατά **14,5% του κύκλου εργασιών στη μεταποίηση**.

Σε γεωγραφικό επίπεδο, ο κύκλος εργασιών **στις αγορές εκτός Ευρωζώνης αυξήθηκε κατά 28,5%**, ενώ **στις χώρες της Ευρωζώνης ενισχύθηκε κατά 23,4%**, με σημαντική συμβολή των κλάδων παραγωγής οπτανθρακα και προϊόντων διύλισης πετρελαίου, κατασκευής ηλεκτρονικών υπολογιστών, ηλεκτρονικών και οπτικών προϊόντων, παραγωγής άλλων μη μεταλλικών ορυκτών προϊόντων, κατασκευής μεταλλικών προϊόντων, καθώς και κατασκευής προϊόντων από ελαστικό (καουτσούκ) και πλαστικές ύλες.

Σχεδόν στο σύνολο τους αφορούν τη μεταποίηση, **στην πλειονότητα τους παραγωγή, δηλαδή εδραίες εγκαταστάσεις, επενδυτικό κεφάλαιο, θέσεις εργασίας** και μάλιστα σε σημαντικό ποσοστό εξειδικευμένων, δεξιοτήτων, προστιθέμενης παραγωγικότητας.

Το ενθαρρυντικό που προκύπτει από τα στοιχεία της ΕΛΣΤΑΤ αφορά την **εξωστρέφεια της εγχώριας βιομηχανίας**, τάση που ανάγεται στην μνημονιακή εποχή της χώρας, τότε που πλειάδα επιχειρηματιών υποχρεώθηκαν να αναζητήσουν αγορές πέραν της εγχώριας, να περάσουν τα σύνορα της Ευρώπης. Στροφή προς τρίτες αγορές, όπου σταδιακά δημιουργήθηκαν ερείσματα, **προωθήθηκαν προϊόντα made in Greece, με το αποτέλεσμα σήμερα να αποτυπώνεται ανάλογα.**

Παράλληλα με την ΕΛΣΤΑΤ, το Ιδρυμα Οικονομικών Βιομηχανικών Ερευνών σε έκθεσή του για τον Σύνδεσμο Ελληνικών Βιομηχανιών Τροφίμων καταγράφει θεαματική ενίσχυση των εξαγωγών.

Η Βιομηχανία Τροφίμων και Ποτών αποτελεί τον μεγαλύτερο κλάδο της ελληνικής Μεταποίησης, με κύκλο εργασιών €26,2 δισ. ενώ δημιουργεί το 27% της συνολικής προστιθέμενης αξίας της ελληνικής Μεταποίησης (€4,7 δισ.). Παράλληλα, αποτελεί τον μεγαλύτερο εργοδότη

της Μεταποίησης, με **162.000 άμεσα εργαζόμενους**, ενισχύοντας διαχρονικά την απασχόληση και συμβάλλοντας ουσιαστικά στην οικονομική και κοινωνική ανάπτυξη της χώρας.

Και έρχομαι στην περυσινή χρήση και τις ξένες άμεσες επενδύσεις όπου σύμφωνα με την **ετήσια έκθεση World Investment Report** (Υπηρεσία του ΟΗΕ για το εμπόριο και την ανάπτυξη (UNCTAD)) ικανό μερίδιο από τα συνολικά \$12,8 δισ. τοποθετήθηκε σε υπό κλάδους μεταποίησης, παραγωγικής βάσης, κ.ά., πέραν των κυρίως επενδυτικού/χρηματοοικονομικού χαρακτήρα. Τί σημαίνουν αυτά (αλλά όχι μόνον) σε όρους απασχόλησης; **Ιδιαίτερα θετική εικόνα με επέκταση κατά 5,2% ανεβάζοντας το σύνολο στις 440.000 που είναι το υψηλότερο από το 2011.** Στοιχείο που προκύπτει από έρευνα του IOBE, που κατά κανόνα είναι φειδωλό στις μετρήσεις του (ενώ συχνά βγαίνει...αντιπολιτευόμενο στο κυβερνητικό αφήγημα), όπερ σημαίνει...

Πρακτικά, συμπληρώνοντας (κατά κάποιο τρόπο) το χθεσινό insight μας θα έλεγα πως το αποτέλεσμα της γεννήτριας (του Euronext Athens) και εδραία παραγωγική βάση έχει, και διαχρονική εξωστρέφεια διαθέτει και όπως καταδεικνύεται σχετικά, χαρακτηρίζεται από ανθεκτικότητα.

BNB
DAILY

BUSINESS IN BRIEF

ΚΑΘΕ ΠΡΩΙ ΣΤΟ EMAIL ΣΑΣ!

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

Γίνε
συνδρομητής
εδώ



• ΟΥΖΟ ΠΛΩΜΑΡΙΟΥ ΛΑΝΣΑΡΕΙ ΝΕΑ ΣΥΛΛΕΚΤΙΚΗ ΦΙΑΛΗ

Μία νέα συλλεκτική παρουσιάζει το Ούζο Πλωμαρίου Ισιδώρου Αρβανίτου. Η νέα φιάλη αποτελεί έναν φόρο τιμής στο Αιγαίο και στη διαχρονική σύνδεση των ελληνικών νησιών με τη θάλασσα. Μέσα από τον σχεδιασμό της συλλεκτικής φιάλης, το Ούζο Πλωμαρίου αναδεικνύει τη ναυτική παράδοση του Αιγαίου ως αναπόσπαστο κομμάτι της ελληνικής ταυτότητας.

Οι συλλεκτικές φιάλες διατίθενται σε επιλεγμένες κάβες, καθώς και στα Duty Free Shops σε όλη την Ελλάδα.



SECRETCREIPE

Η νέα επένδυση του Elikonos 3 στα τρόφιμα

Σε ακόμα μία επένδυση προχώρησε το fund Elikonos 3, ξανά στον κλάδο των τροφίμων και ποτών. Όπως πληροφορείται το FNB Daily, το fund των Σολωμού-Παπαγεωργίου μπήκε με μειοψηφικό ποσοστό στην εταιρεία Το Μάννα-Τσατσαρωνάκη. Στόχος είναι η περαιτέρω επιτάχυνση της ανάπτυξης της επιχείρησης, μέσω και της αξιοποίησης του παλιού εργοστασίου του Κατσέλη στο Μενίδι, αλλά και η διεύρυνση του εξαγωγικού χαρτοφυλακίου της.

Editorial

ΛΕΠΤΟΜΕΡΕΙΕΣ...

Επειδή κάποια πράγματα στη ζωή μόνο τυχαία δεν είναι.

Ότι η Ελλάδα έχει κάνει σημαντικά βήματα στην ψηφιοποίηση του κράτους τα τελευταία έξι χρόνια, είναι δεδομένο.

Ότι τα βήματα αυτά έχουν βοηθήσει σημαντικά πολίτες και επιχειρήσεις να μειώσουν τον χρόνο των συναλλαγών τους με το Δημόσιο, επίσης. Υπάρχουν, όμως, και κάποια πράγματα, τα οποία παραμένουν σε λογικές άλλων εποχών, όχι γιατί το Κράτος δεν μπορεί, αλλά γιατί δεν θέλουμε να λειτουργήσουμε σε καθεστώς πλήρους ελεύθερης αγοράς, να αφήσουμε δηλαδή την επιχειρηματικότητα να λειτουργήσει ελεύθερα, όχι ανεξέλεγκτα, αλλά σίγουρα με τρόπο τέτοιο, ώστε να διευκολύνεται στον μέγιστο δυνατό βαθμό και όχι να βρίσκει εμπόδια μπροστά της, μικρότερα ή μεγαλύτερα.

Το σχόλιο αυτό έρχεται σήμερα, με αφορμή ένα από τα αγαπημένα μου θέματα, που δεν είναι άλλο από την επί της ουσίας πλήρη απελευθέρωση του μεταφορικού έργου των ταξί. Δηλαδή, να μπορεί όποιος ιδιώτης θέλει, πάντα υπό συγκεκριμένους όρους ασφαλείας και σωστής εξυπηρέτησης, να χρησιμοποιήσει το αυτοκίνητό του σε οποιοδήποτε σημείο της Ελλάδας, για να ασκήσει μεταφορικό έργο μέσω των πλατφορμών, όπως η Uber.

Θυμίζω ότι ο νόμος το επιτρέπει πανελλαδικά, αλλά οι οικονομικοί όροι, που βάζει σε ό,τι αφορά την ηπειρωτική Ελλάδα, είναι απαγορευτικοί για οποιαδήποτε τέτοια σκέψη.

Ας είναι.

Το μοντέλο αυτό εφαρμόζεται εδώ και χρόνια σε νησιά, όπως η Ρόδος, η Μύκονος, η Σαντορίνη και η Κέρκυρα.

Και εκεί, όμως, τα πράγματα δεν είναι τόσο απλά. Για παράδειγμα, εάν κάποιος χρησιμοποιήσει ένα τέτοιο ιδιωτικό αυτοκίνητο, μέσω της εφαρμογής, θα κληθεί, με το που θα μπει στο αυτοκίνητο, να υπογράψει με στυλό και

όχι ψηφιακά, το αυτονόητο. Ότι, δηλαδή, χρησιμοποιεί το συγκεκριμένο αυτοκίνητο μέσω πλατφόρμας για να τον πάει κάπου.

Αυτό συμβαίνει, διότι εάν τον οδηγό τον σταμάτήσει η αστυνομία, και δεν υπάρχει αυτό το χαρτί υπογεγραμμένο, τον περιμένει πρόστιμο €6000.

Θα μου πείτε, σωστά δε γίνεται αυτό; Δεν πρέπει να βεβαιώνεται ότι παρέχεται η συγκεκριμένη υπηρεσία με αυτόν τον τρόπο; Ασφαλώς και πρέπει.

Με μια λεπτομέρεια:

Ότι η πλατφόρμα είναι συνδεδεμένη με το ψηφιακό σύστημα του υπουργείου Μεταφορών, ενημερώνοντάς την, σε πραγματικό χρόνο, για το ποια αυτοκίνητα πραγματοποιούν ποιες διαδρομές.

Και οι άνδρες της τροχαίας είναι σε απευθείας σύνδεση με το σύστημα αυτό, στα κινητά τους. Γεγονός, που σημαίνει ότι, όταν σταματούν ένα τέτοιο όχημα, μπορούν επιτόπου να δουν αν όντως αυτό και ο οδηγός του μεταφέρουν νόμιμα μέσω της εφαρμογής τον όποιο επιβάτη. Χωρίς, δηλαδή, να ταλαιπωρείται με υπογραφές ο επιβάτης.

Και κάτι ακόμα:

Αν εγώ κλείσω ένα αυτοκίνητο για να μεταφέρει κάποιον άλλον, και όχι εμένα, δεν μπορώ να το κάνω μέσω Uber, διότι δεν επιτρέπεται το χαρτί αυτό να γράφει άλλον ως εντολέα και άλλον τελικά να μεταφέρει.

Προσοχή!

Αυτό δεν επιτρέπεται και επιφέρει πρόστιμο €6000, μόνο στα ιδιωτικά αυτοκίνητα, που είναι συμβεβλημένα με την πλατφόρμα στα νησιά. Διότι στην Αθήνα, όπου η πλατφόρμα είναι συμβεβλημένη μόνο με ταξί, δεν υπάρχει κανένα πρόβλημα.

Λεπτομέρειες...

Τόσο απλά.

Νεκτάριος Β. Νώτης

nectarios@notice.gr