



Cien Sun 🕶️
 Ο σύμμαχός σου
 το φετινό καλοκαίρι 🏖️
 γιατί αξίζει.



Βρες την ολοκληρωμένη σειρά αντηλιακής προστασίας Cien Sun στα καταστήματά μας.



Cien Sun
 Αντηλιακό
 γαλάκτωμα SPF 50
 250 ml
 1L = 23,96€

5,99€

Αντηλιακό
 γαλάκτωμα SPF 50

10,39€**



8 ΣΤΟΥΣ 10

πελάτες το επιβεβαιώνουνε*

Ίδια προστασία,
 σε καλύτερη τιμή

*Σε online έρευνα που πραγματοποιήθηκε πανελλαδικά από την εταιρία Circana σε δείγμα 1.001 ερωτωμένων τον Φεβρουάριο του 2026, το 81% των χρηστών Cien συμφωνούν με τη δήλωση "Τα αντηλιακά Cien προσφέρουν την ίδια προστασία με τις μεγάλες μάρκες, αλλά σε καλύτερη τιμή".
 **Σύμφωνα με τιμοληψία που πραγματοποιήθηκε από 24.04.2026 έως 14.05.2026 σε 2 σουπερμάρκετ στην Αθήνα.



FNB SERVED DAILY.

Food for thought... every day!

ΤΟ ΚΑΘΗΜΕΡΙΝΟ ΨΗΦΙΑΚΟ
NEWSLETTER ΓΙΑ ΤΟΝ ΚΛΑΔΟ
ΤΡΟΦΙΜΩΝ & ΠΟΤΩΝ

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

ΔΕΥΤΕΡΑ 08 ΙΟΥΝΙΟΥ 2026
ΤΕΥΧΟΣ 2340



• ΕΛΒΙΖ

Οι επαφές με τα εγχώρια funds που δεν τελεσφόρησαν και τα σχέδια των Ούγγρων να γίνει το Πλατύ hub για Βαλκάνια & ΝΑ Ευρώπη



• ΚΡΑΣΙ

Γιατί παραμένει ακριβό στα εστιατόρια
- Η συζήτηση για τα περιθώρια κέρδους



• ΕΘΝΙΚΗ ΔΙΕΠΑΓΓΕΛΜΑΤΙΚΗ ΟΡΓΑΝΩΣΗ ΦΕΤΑΣ

Βλέπει έλλειμμα 60.000 τόνων γάλακτος φέτος
- Οι προτάσεις που θα παρουσιάσει στο υπουργείο



• ΛΟΥΜΙΔΗΣ

Θετικές προοπτικές και φέτος, με ώθηση και από το B2B κανάλι

Editorial

Θέλει και κόπο και τρόπο

Debrief

Χίλα εκατόν έντεκα δισεκατομμύρια δολάρια

Business Insight

Όμιλοι Συμμετοχών:
Εντοπίζοντας υποτιμημένες
υπεραξίες

Business Maker

- Ντισιάκος: Οι ερμηνείες για μια πώληση που κανείς δεν περίμενε
- Ποντάρει στο Mundial και βλέπει ανάπτυξη η L' Artigiano

SecretRecipe

Έρχονται και άλλες επενδύσεις στα τρόφιμα

• ΚΡΑΣΙ

ΓΙΑΤΙ ΠΑΡΑΜΕΝΕΙ ΑΚΡΙΒΟ ΣΤΑ ΕΣΤΙΑΤΟΡΙΑ - Η ΣΥΖΗΤΗΣΗ ΓΙΑ ΤΑ ΠΕΡΙΘΩΡΙΑ ΚΕΡΔΟΥΣ

Η συζήτηση γύρω από τη σημαντική διαφορά μεταξύ της τιμής αγοράς μιας φιάλης κρασιού από το οινοποιείο και της τελικής τιμής πώλησής της στα εστιατόρια παραμένει έντονη, τροφοδοτώντας αντιπαραθέσεις μεταξύ παραγωγών, επαγγελματιών της εστίασης και καταναλωτών.

Ο Jean-Jacques Masson, λάτρης του κρασιού και πατέρας αμπελουργού στην Νότια Γαλλία, υποστηρίζει ότι τα υψηλά περιθώρια κέρδους που εφαρμόζονται σε ορισμένες περιπτώσεις λειτουργούν αποτρεπτικά για την κατανάλωση κρασιού. Όπως αναφέρει, αναγνωρίζει το δικαίωμα ενός εστιατορίου να διαμορφώνει τις τιμές των πιάτων του ανάλογα με την τεχνολογία και το επίπεδο των υπηρεσιών του, θεωρεί όμως προβληματική την εφαρμογή πολλαπλασιαστικών συντελεστών της τάξης του x3, x4 ή x5 σε ένα προϊόν που απλώς σερβίρεται.

Ο ΡΟΛΟΣ ΤΩΝ ΠΟΛΛΑΠΛΑΣΙΑΣΤΙΚΩΝ ΣΥΝΤΕΛΕΣΤΩΝ

Ο Bernard Boutboul, Πρόεδρος της συμβουλευτικής εταιρείας Gira Conseil, εκτιμά ότι



εξακολουθούν να υπάρχουν επιχειρήσεις που βασίζουν την τιμολόγηση του κρασιού σε υψηλούς πολλαπλασιαστικούς συντελεστές, μια πρακτική που, όπως σημειώνει, παραπέμπει σε παλαιότερες δεκαετίες. Κατά τον ίδιο, η εφαρμογή συντελεστών της τάξης του x5 ή x7 δεν ανταποκρίνεται πλέον στις σημερινές συνθήκες της αγοράς.

Σύμφωνα με τον ίδιο, επιχειρήσεις που έχουν εντάξει στον κατάλόγό τους μικρότερες ποσότητες κρασιού σε προσιτότερες τιμές έχουν καταγράψει αυξημένες πωλήσεις, καθώς οι

καταναλωτές αντιλαμβάνονται ότι αποκτούν πρόσβαση σε ποιοτικό προϊόν με χαμηλότερο κόστος. Παράλληλα, συνδέει τη μείωση της κατανάλωσης κρασιού στην Γαλλία με το επίπεδο των τιμών που συναντούν οι καταναλωτές στα εστιατόρια.

Από την πλευρά του, ο Bernard Boutboul επισημαίνει ότι η κερδοφορία των επιχειρήσεων εστίασης βασίζεται σε μεγάλο βαθμό στα ποτά και λιγότερο στα φαγητά, θεωρεί όμως ότι η επιδίωξη υπερβολικά υψηλών περιθωρίων κέρδους μπορεί να αποδειχθεί αντιπαραγωγική.

• BARILLA

ΜΕΙΩΣΗ ΑΠΟΤΥΠΩΜΑΤΟΣ, ΑΝΑΓΕΝΝΗΤΙΚΗ ΓΕΩΡΓΙΑ ΚΑΙ ΕΠΕΝΔΥΣΕΙΣ ΣΤΗ ΒΙΩΣΙΜΟΤΗΤΑ

μια σειρά από πρωτοβουλίες που αποτυπώνουν τη στρατηγική του δέσμευση για βιώσιμη ανάπτυξη σε όλη την αλυσίδα αξίας, από τη γεωργία έως τη συσκευασία και την κοινωνική συνεισφορά παρουσίασε ο όμιλος Barilla, με αφορμή την Παγκόσμια Ημέρα Περιβάλλοντος και την Έκθεση Βιωσιμότητας 2025.

ΒΙΩΣΙΜΕΣ ΛΥΣΕΙΣ ΓΙΑ ΣΥΣΚΕΥΑΣΙΕΣ

Στον τομέα της παραγωγής και των συσκευασιών, η εταιρεία προχώρησε σε πιο βιώσιμες λύσεις, όπως:

- η λεπτότερη συσκευασία για τα Tagliatelle που εξοικονομεί 150 τόνους χαρτονιού και μειώνει κατά 20% τις εκπομπές CO₂ από μεταφορές
- βάζα σάλτσας με περίπου 65% ανακυκλωμένο γυαλί

Παράλληλα, ενισχύει τη μετάβαση σε αναγεννητική γεωργία και επεκτείνει τις πρακτικές βιώσιμης καλλιέργειας σε χιλιάδες πα-



Gianluca Di Tondo, CEO, Barilla Group

ραγωγούς μέσω του προγράμματος Barilla Sustainable Farming.

ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝΤΙΚΗ ΑΠΟΔΟΣΗ

Σε επίπεδο περιβαλλοντικής απόδοσης, η Barilla επένδυσε το 2025 στην ενεργειακή της μετάβαση, ενισχύοντας τη χρήση ανανε-

ώσιμων πηγών και επεκτείνοντας την εγκατεστημένη φωτοβολταϊκή ισχύ σε μονάδες παραγωγής, μεταξύ των οποίων και εγκαταστάσεις στην Ελλάδα. Παράλληλα, σημείωσε σημαντική πρόοδο στη διαχείριση υδάτινων πόρων, με σχεδόν διπλασιασμό της επαναχρησιμοποίησης νερού σε περιοχές με υψηλό υδατικό στρες.

Η εταιρεία συνεχίζει να επενδύει στην καινοτομία, διαθέτοντας δεκάδες εκατομμύρια ευρώ στην έρευνα και ανάπτυξη και ενισχύοντας το παγκόσμιο κέντρο ΒΙΤΕ στην Πάρμα, όπου πανεπιστήμια, ερευνητές και ειδικοί συνεργάζονται για την ανάπτυξη νέων προϊόντων και τεχνολογιών τροφίμων.

Στο κοινωνικό επίπεδο, η Barilla ενίσχυσε δράσεις συμπερίληψης και κοινωνικής προσφοράς, διαθέτοντας χιλιάδες τόνους τροφίμων και οικονομικούς πόρους για τη στήριξη ευάλωτων ομάδων, ενώ παράλληλα προωθεί πρακτικές ίσων ευκαιριών στις παραγωγικές της εγκαταστάσεις παγκοσμίως.

• ΛΟΥΜΙΔΗΣ
**ΘΕΤΙΚΕΣ ΠΡΟΟΠΤΙΚΕΣ ΚΑΙ ΦΕΤΟΣ,
ΜΕ ΩΘΗΣΗ ΚΑΙ ΑΠΟ ΤΟ Β2Β ΚΑΝΑΛΙ**

Με θετικές προοπτικές για το 2026 και βελτιωμένες επιδόσεις ήδη από το α' τετράμηνο του έτους, η Λουμίδης εκτιμά ότι θα διατηρήσει την καλή πορεία που κατέγραψε το 2025, στηριζόμενη στα αποτελέσματα της αναδιοργάνωσης που υλοποίησε τα τελευταία χρόνια και στη στρατηγική της για επιλεκτική ανάπτυξη.

Σύμφωνα με τα όσα αναφέρει στο FNB Daily ο Ιάσωνας Λουμίδης, τα πρώτα στοιχεία του 2026 δείχνουν καλύτερη εικόνα σε σύγκριση με την αντίστοιχη περυσινή περίοδο, δημιουργώντας αισιοδοξία ότι η φετινή χρήση θα κινηθεί τουλάχιστον στα επίπεδα του 2025 ή και υψηλότερα. Παράλληλα, η αποκλιμάκωση των διεθνών τιμών του καφέ τις τελευταίες εβδομάδες, σε συνδυασμό με τις προσδοκίες για τη νέα σοδειά στην Βραζιλία, διαμορφώνει ευνοϊκότερες συνθήκες για το κόστος της βασικής πρώτης ύλης.

ΕΠΕΣΤΡΕΨΕ ΣΕ ΚΕΡΔΗ ΤΟ 2025

Η θετική εκκίνηση του 2026 έρχεται σε συνέχεια της σημαντικής βελτίωσης που κατέγραψε η εταιρεία το προηγούμενο έτος. Το 2025 ολοκληρώθηκε με επιστροφή σε θετικά λειτουργικά αποτελέσματα, εξέλιξη που αποδίδεται στην αναδιοργάνωση και την εσωτερική αναδιάρθρωση, καθώς και στον αυστηρό έλεγχο των λειτουργικών δαπανών. Η διοίκηση επισημαίνει ότι η στρατηγική εξορθολογισμού που εφαρμόστηκε τα τελευταία χρόνια απέδωσε καρπούς, ενισχύοντας την αποτελεσματικότητα και την οικονομική απόδοση της εταιρείας.

Στο πλαίσιο αυτό, η Λουμίδης λειτουργεί πλέον με πιο ευέλικτη οργανωτική δομή και σαφή κατανομή αρμοδιοτήτων μεταξύ των

βασικών στελεχών της, γεγονός που έχει συμβάλει στη βελτίωση της καθημερινής λειτουργίας και της λήψης αποφάσεων.

DATA
(σε €χιλ.)

Κύκλος εργασιών

2025: 6.442

2024: 6.808

Μεταβολή: (5,37%)

Μικτό αποτέλεσμα

2025: 2.380

2024: 2.519

Μεταβολή: (5,51%)

Αποτέλεσμα προ τόκων και φόρων

2025: 384

2024: (105)

Αποτέλεσμα προ φόρων

2025: 267

2024: (206)



Ιάσωνας
Λουμίδης,
Καφεκοπτεία
Λουμίδη

κτική στάση. Ωστόσο, η εταιρεία συνεχίζει να εξετάζει ευκαιρίες επέκτασης του δικτύου της, εφόσον προκύψουν κατάλληλες τοποθεσίες και συνθήκες αγοράς.

ΑΝΟΔΙΚΑ ΤΟ Β2Β ΚΑΝΑΛΙ

Την ίδια στιγμή, ιδιαίτερα θετική εμφανίζεται η πορεία του καναλιού Β2Β, το οποίο αποτελεί βασικό άξονα της στρατηγικής ανάπτυξης. Μετά από πολυετή παρουσία στην αγορά του espresso, η διοίκηση έχει επιλέξει να επικεντρωθεί σε επιλεγμένες και κερδοφόρες συνεργασίες με σημεία πώλησης που μοιράζονται την ίδια φιλοσοφία γύρω από την ποιότητα και την εμπειρία κατανάλωσης. Η στρατηγική αυτή δίνει έμφαση στη δημιουργία αξίας και όχι αποκλειστικά στην αύξηση των πωλούμενων όγκων ή στη διεκδίκηση μεριδίων μέσω χαμηλών περιθωρίων κέρδους.

Με ορίζοντα το 2027, η διοίκηση εκτιμά ότι η εταιρεία θα έχει πλέον ολοκληρώσει τον κύκλο εξυγίανσης και αναδιοργάνωσης των προηγούμενων ετών, δημιουργώντας τις προϋποθέσεις για πιο δυναμικές κινήσεις ανάπτυξης και περαιτέρω ενίσχυση της παρουσίας της στην ελληνική αγορά καφέ.

Στέλλα Αυγουστάκη
stella@notice.gr

ΟΙ ΠΡΟΚΛΗΣΕΙΣ ΤΟΥ ΚΑΦΕ

Παρά τις προκλήσεις που εξακολουθούν να χαρακτηρίζουν τη διεθνή αγορά καφέ, η εταιρεία διατηρεί ως βασική προτεραιότητα την εξασφάλιση ποιοτικής πρώτης ύλης μέσω σταθερών και μακροχρόνιων συνεργασιών με προμηθευτές. Όπως επισημαίνει η διοίκηση, η ποιότητα του καφέ παραμένει ο θεμελιώδης πυλώνας της στρατηγικής της εταιρείας, η οποία φέτος συμπληρώνει 106 χρόνια παρουσίας στην ελληνική αγορά.

Το 2025 δεν πραγματοποιήθηκαν νέες επενδύσεις σε καταστήματα, καθώς η αβεβαιότητα που προκάλεσε η έντονη μεταβλητότητα των τιμών του καφέ οδήγησε σε πιο προσε-

BNB
DAILY

BUSINESS IN BRIEF

ΚΑΘΕ ΠΡΩΙ ΣΤΟ EMAIL ΣΑΣ!

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

Γίνε
συνδρομητής
εδώ

• **WALMART**

ΦΕΡΝΕΙ ΤΑ ΓΕΥΜΑΤΑ ΤΗΣ SUBWAY ΣΤΗΝ ΥΠΗΡΕΣΙΑ ΤΑΧΕΙΑΣ ΠΑΡΑΔΟΣΗΣ

Η Walmart ενέταξε τα γεύματα της Subway στην υπηρεσία ταχείας παράδοσης που διαθέτει, δίνοντας στους καταναλωτές τη δυνατότητα να παραγγέλνουν προϊόντα της αλυσίδας μέσω της εφαρμογής της.

Η κίνηση εντάσσεται στη στρατηγική του αμερικανικού κολοσσού λιανεμπορίου για περαιτέρω ανάπτυξη των υπηρεσιών ηλεκτρονικού εμπορίου, σε μια αγορά που γίνεται ολοένα και πιο ανταγωνιστική.

Η SUBWAY

Η Subway αποτελεί τον μεγαλύτερο εστιατορικό συνεργάτη που δραστηριοποιείται εντός των καταστημάτων της Walmart. Η εταιρεία ανακοίνωσε ότι σχεδιάζει να επεκτείνει την υπηρεσία ταχείας παράδοσης της αλυσίδας, η οποία λειτουργεί ήδη πιλοτικά σε ορισμένες πολιτείες, σε περίπου 1.400 καταστήματα έως τα τέλη του καλοκαιριού.

Ο ΣΤΟΧΟΣ

Σύμφωνα με την Tracy Poulliot, Executive Vice President U.S. E-commerce and Marketing της Walmart, η συνεργασία με την Subway αποτελεί ένα πρώτο βήμα μιας

ευρύτερης πρωτοβουλίας. Όπως ανέφερε, στόχος είναι κάθε επιχείρηση που δραστηριοποιείται εντός των καταστημάτων της Walmart να μπορεί να προσφέρει υπηρεσίες ταχείας παράδοσης μέσω της πλατφόρμας Express.

Η Walmart συνεχίζει να ανταγωνίζεται την Amazon στον τομέα των παραδόσεων, επενδύοντας σε νέες τεχνολογίες και υπηρεσίες. Στο πλαίσιο αυτό, δοκιμάζει λύσεις όπως παραδόσεις μέσω drones και εφαρμογές Τεχνητής Νοημοσύνης για τη διαχείριση αποθεμάτων. Παράλληλα, αξιοποιεί το δίκτυο των περισσότερων από 4.600 καταστημάτων της στις Ηνωμένες Πολιτείες ως κέντρα εκτέλεσης παραγγελιών, ενισχύοντας τις δυνατότητες ταχείας εξυπηρέτησης.

ΕΠΕΚΤΑΣΗ ΤΗΣ ΥΠΗΡΕΣΙΑΣ ΠΑΡΑΔΟΣΗΣ

Νωρίτερα μέσα στη χρονιά, η εταιρεία επέκτεινε την υπηρεσία παράδοσης εντός 30 λεπτών για είδη παντοπωλείου και άλλα προϊόντα σε περίπου 33 πόλεις. Σύμφωνα με στελέχη της Walmart, η συγκεκριμένη υπηρεσία αποτελεί πλέον το ταχύτερα αναπτυσ-



John Furner, Πρόεδρος και CEO, Walmart

σόμενο τμήμα των δραστηριοτήτων της, καθώς οι καταναλωτές δίνουν ολοένα μεγαλύτερη σημασία στην ευκολία και την ταχύτητα εξυπηρέτησης. Παράλληλα, οι πωλήσεις που πραγματοποιούνται μέσω παραδόσεων απευθείας από τα καταστήματα έχουν υπερδιπλασιαστεί τα τελευταία δύο χρόνια.

Η Subway δραστηριοποιείται εντός των καταστημάτων Walmart από το 2004 και παραμένει ο μεγαλύτερος συνεργάτης εστίασης της αλυσίδας. Η νέα υπηρεσία παράδοσης αναμένεται να ενισχύσει περαιτέρω τη συνεργασία των δύο εταιρειών και να αποτελέσει πρότυπο για την ενσωμάτωση περισσότερων συνεργατών εστίασης στο οικοσύστημα ταχείας παράδοσης της Walmart.

• **HERSHEY'S**

ΤΑ S'MORES ΕΝΙΣΧΥΟΥΝ ΤΙΣ ΠΩΛΗΣΕΙΣ ΣΟΚΟΛΑΤΑΣ

Μία από τις πιο διαχρονικές αμερικανικές παραδόσεις εξελίσσεται σε σημαντικό μοχλό ανάπτυξης για τη Hershey. Ο λόγος για τα s'mores, καθώς σύμφωνα με την εταιρεία, οι καταναλωτές δαπάνησαν σχεδόν \$250 εκατ. (+9%) για σοκολάτες της μάρκας Hershey's που χρησιμοποιήθηκαν στην παρασκευή τους.

Ο ΡΟΛΟΣ ΤΩΝ S'MORES

Η Hershey εκτιμά ότι η κατηγορία των s'mores μπορεί να αποφέρει επιπλέον \$50 εκατ. σε επόμενες πωλήσεις για τις σοκολάτες Hershey's Bar και Hershey's Kisses μέσα στα επόμενα τρία έως πέντε χρόνια. Οι δύο



αυτές σειρές προϊόντων αποφέρουν σήμερα συνολικά έσοδα \$2,6 δισ.

Τα s'mores εμφανίστηκαν για πρώτη φορά το 1927 και παρασκευάζονται παραδοσιακά με ψημένο marshmallow, μπισκότα graham cracker και σοκολάτα γάλακτος. Έχουν εξελιχθεί σε ένα από τα πιο δημοφιλή snack στις Ηνωμένες Πολιτείες, με περισσότερα από 2,5 δισεκατομμύρια s'mores να καταναλώνονται κάθε χρόνο σε αυλές, κατασκηνώσεις και άλλους υπαίθριους χώρους.

Σύμφωνα με την Hershey, περισσότεροι από τους μισούς Αμερικανούς παρασκευάζουν s'mores τουλάχιστον μία φορά ετησίως. Κατά

μέσο όρο, οι καταναλωτές απολαμβάνουν το συγκεκριμένο γλύκισμα περίπου τέσσερις φορές τον χρόνο, ενώ τα νοικοκυριά με παιδιά περίπου πέντε φορές.

ΣΤΟΧΟΣ Η ΔΙΕΥΡΥΝΣΗ ΤΟΥ ΚΟΙΝΟΥ

Για να διευρύνει το κοινό της κατηγορίας και να προσεγγίσει το 47% των Αμερικανών που δεν καταναλώνουν s'mores, η Hershey εστιάζει στη κοινωνική διάσταση του προϊόντος, προβάλλοντάς το ως μια εμπειρία που φέρνει τους ανθρώπους πιο κοντά. Παράλληλα, αναδεικνύει τις δυνατότητες εξοτομείωσης της συνταγής, είτε μέσω διαφορετικών τρόπων ψοσίματος του marshmallow είτε μέσω εναλλακτικών γεύσεων σοκολάτας.

Στο πλαίσιο αυτό, η εταιρεία λάνσαρε τη νέα καμπάνια "Hershey's Heated Debate" με πρωταγωνιστή τον Patrick Renna, καλώντας τους καταναλωτές να συμμετάσχουν σε μια χιουμοριστική συζήτηση για τον ιδανικό τρόπο ψοσίματος του marshmallow.

• PEPSICO – DRISCOLL'S – ATHLETIC BREWING
**ΒΛΕΠΟΥΝ ΝΕΕΣ ΕΥΚΑΙΡΙΕΣ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ
ΣΤΑ CONVENIENCE STORES**

Η καινοτομία στα τρόφιμα και τα ποτά αποκτά μεγαλύτερη σημασία για το convenience retail, καθώς οι επιχειρήσεις του κλάδου επιδιώκουν να αυξήσουν την επισκεψιμότητα και τον χρόνο παραμονής των καταναλωτών στα καταστήματά τους. Παράλληλα, το συγκεκριμένο κανάλι προσελκύει αυξανόμενο ενδιαφέρον από μεγάλες εταιρείες τροφίμων και ταχέως κινούμενων καταναλωτικών αγαθών, οι οποίες αναζητούν νέες ευκαιρίες ανάπτυξης. Ωστόσο, η μετατροπή αυτής της δυναμικής σε ουσιαστική αύξηση πωλήσεων παραμένει πρόκληση, καθώς οι καταναλωτές συνεχίζουν να περιορίζουν τις δαπάνες τους λόγω των οικονομικών πιέσεων και της αυξημένης ευαισθησίας στις τιμές. Το θέμα βρέθηκε στο επίκεντρο του Global Food Forum της Wall Street Journal, όπου στελέχη του κλάδου ανέλυσαν τις βασικές τάσεις που διαμορφώνουν το μέλλον της αγοράς.

PEPSICO

Ο Mike Del Pozzo, Πρόεδρος της PepsiCo Beverages, χαρακτήρισε τα convenience stores ιδιαίτερα σημαντικό κανάλι για την εταιρεία, επισημαίνοντας ότι η αύξηση του κόστους επηρεάζει την καταναλωτική συμπεριφορά. Για την αντιμετώπιση του ζητήματος, η PepsiCo εξετάζει νέα μεγέθη συσκευασίας και τιμολογιακές επιλογές, όπως μικρότερα κουτάκια και mini cans, με στόχο να προσφέρει πιο προσιτές επιλογές στους καταναλωτές.

DRISCOLL'S

Σημαντικές ευκαιρίες ανάπτυξης διακρίνει και η Driscoll's, ένας από τους μεγαλύτερους παραγωγούς berries παγκοσμίως. Ο CEO, Soren Bjorn, τόνισε ότι η συσκευασία αποτελεί βασικό παράγοντα επιτυχίας για τα φρέσκα προϊόντα στο συγκεκριμένο κανάλι. Η εταιρεία θεωρεί ότι οι υπάρχουσες λύσεις δεν ανταποκρίνονται πλήρως στις ανάγκες κατανάλωσης εν κινήσει και επενδύει σε νέες μορφές συσκευασίας, όπως το Rainbow Pack, που συνδυάζει διαφορετικά είδη berries στο ίδιο προϊόν. Σύμφωνα με τον Bjorn, η βελτίωση της ευχρηστίας μέσω της συσκευασίας αποτελεί στρατηγική προτεραιότητα.

ATHLETIC BREWING

Παράλληλα, η αγορά της μη αλκοολούχας μπίρας συνεχίζει να αναπτύσσεται με ταχείς ρυθμούς. Μεταξύ 2021 και 2025, οι πωλήσεις της κατηγορίας αυξήθηκαν κατά 111% σε όγκο και κατά 159% σε αξία, παρότι εξακολουθεί να αντιπροσωπεύει μικρό ποσοστό της συνολικής αγοράς μπίρας. Ο Bill Shufelt, συνιδρυτής και CEO της Athletic Brewing, εκτιμά ότι τα convenience stores αποτελούν τη μεγαλύτερη αναξιοποίητη ευκαιρία ανάπτυξης για τη μη αλκοολούχα μπίρα. Παρότι η εταιρεία διαθέτει ήδη παρουσία σε ορισμένες αλυσίδες, θεωρεί ότι το κανάλι παραμένει σε μεγάλο βαθμό ανεκμετάλλευτο και ταιριάζει απόλυτα με τον γρήγορο και ενεργό τρόπο ζωής στον οποίο απευθύνονται τα προϊόντα της.



• MATSUHISA
FOOD FESTIVAL 2026
ΓΑΣΤΡΟΝΟΜΙΚΟ
ΤΑΞΙΔΙ ΣΕ
ΜΥΚΟΝΟ, ΠΑΡΟ
ΚΑΙ ΑΘΗΝΑ

Ένα ξεχωριστό γαστρονομικό ταξίδι πραγματοποιείται στην Ελλάδα μέσα από το Matsuhisa Food Festival, με σταθμούς την Μύκονο, την Πάρο και την Αθήνα, προσκαλώντας το κοινό σε μια εμπειρία υψηλής γαστρονομίας που συνδυάζει δημιουργικότητα, τεχνική και κορυφαίες πρώτες ύλες.

Οι λάτρεις της γαστρονομίας θα έχουν την ευκαιρία να ζήσουν την εμπειρία του chef Nobuyuki Matsuhiisa, ο οποίος θα υποδεχθεί τους επισκέπτες στα Matsuhiisa Mykonos, Matsuhiisa Paros και Matsuhiisa Athens, μέσα από σειρά βραδιών αφιερωμένων στη σύγχρονη ιαπωνική κουζίνα.

ΠΟΤΕ ΞΕΚΙΝΑΕΙ ΤΟ ΦΕΣΤΙΒΑΛ

Το φεστιβάλ ξεκινά από την Μύκονο, στο Belvedere Hotel Mykonos, στις 12, 13, 14 και 15 Ιουνίου, όπου το Matsuhiisa Mykonos φιλοξενεί τον chef για ειδικές γαστρονομικές βραδιές. Οι επισκέπτες θα έχουν την ευκαιρία να δοκιμάσουν signature πιάτα σε ένα από τα πιο κοσμοπολίτικα περιβάλλοντα του νησιού.

Στις 16 Ιουνίου, το ταξίδι συνεχίζεται στην Πάρο, στο ξενοδοχείο Avant Mar, όπου το Matsuhiisa Paros φιλοξενεί μια βραδιά αφιερωμένη στη φιλοσοφία του Nobu Matsuhiisa.

Το φεστιβάλ ολοκληρώνεται στην Αθήνα, στις 17 και 18 Ιουνίου, στο Four Seasons Astir Palace Hotel Athens, με το Matsuhiisa Athens να υποδέχεται το φινάλε της διοργάνωσης, μέσα από δύο βραδιές αφιερωμένες στη σύγχρονη ιαπωνική γαστρονομία.



Από αριστερά: Bill Shufelt, co-founder & CEO, Athletic Brewing - Mike Del Pozzo, Πρόεδρος, PepsiCo Beverages - Soren Bjorn, CEO, Driscoll's

• ΗΝΩΜΕΝΟ ΒΑΣΙΛΕΙΟ ΨΑΛΙΔΙ ΣΕ 18.000 ΘΕΣΕΙΣ ΕΡΓΑΣΙΑΣ ΑΠΟ ΤΟΥΣ ΜΕΓΑΛΟΥΣ RETAILERS

Σε περικοπές περίπου 18.000 θέσεων εργασίας μέσα στον τελευταίο χρόνο έχουν προχωρήσει οι μεγαλύτερες αλυσίδες λιανεμπορίου στο Ηνωμένο Βασίλειο, καθώς ο κλάδος δέχεται ισχυρές πιέσεις από την αύξηση φόρων και του κόστους εργασίας, μετά τις αλλαγές πολιτικής από την κυβέρνηση των Εργατικών.

Το μεγαλύτερο μέρος των απωλειών καταγράφηκε στην Tesco, η οποία μείωσε το προσωπικό της σε Βρετανία και Ιρλανδία κατά σχεδόν 5.000 εργαζομένους μέσα στην τελευταία οικονομική χρήση.

Αντίστοιχα, σημαντικές μειώσεις προσωπικού σημείωσαν η Sainsbury's, η John Lewis Partnership και η Kingfisher (ιδιοκτήτρια της B&Q), με απώλειες περίπου 3.000 θέσεων εργασίας η καθεμία, σύμφωνα με ανάλυση επίσημων οικονομικών στοιχείων.

ΑΥΞΗΜΕΝΟ ΚΟΣΤΟΣ ΑΠΟ ΦΟΡΟΥΣ ΚΑΙ ΜΙΣΘΟΥΣ

Οι περικοπές αποδίδονται κυρίως στο αυξημένο λειτουργικό κόστος. Η κυβέρνηση προχώρησε σε αύξηση των εργοδοτικών εισφορών κοινωνικής ασφάλισης, καθώς και σε αύξηση του κατώτατου μισθού, επιβαρύνοντας σημαντικά τις επιχειρήσεις με μεγάλες μισθολογικές δαπάνες.

Η Helen Dickinson, επικεφαλής του British Retail Consortium, τόνισε ότι οι λιανέμπο-

ροι βρίσκονται αντιμέτωποι με πολλαπλές πιέσεις κόστους, από τη μισθοδοσία έως τις εφοδιαστικές αλυσίδες, γεγονός που οδηγεί σε πιο συντηρητικές πολιτικές προσλήψεων. Από την πλευρά της κυβέρνησης, εκπρόσωπος του Υπουργείου Οικονομικών υποστήριξε ότι το οικονομικό σχέδιο στηρίζει την απασχόληση και τις οικογένειες, επισημαίνοντας μέτρα ενίσχυσης της εργασίας των νέων και αύξηση των αποδοχών για εκατοντάδες χιλιάδες εργαζομένους.

ΟΙ ΠΕΡΙΚΟΠΕΣ ΣΤΟΝ ΚΛΑΔΟ

Η τάση δεν περιορίζεται στις μεγάλες αλυσίδες super market. Επιπλέον μειώσεις προσωπικού καταγράφηκαν σε Next και JD Sports (περίπου 1.500 θέσεις λιγότερες η καθεμία), ενώ στην Marks & Spencer ο αριθμός εργαζομένων παρέμεινε σταθερός, χωρίς σημαντική μεταβολή.

Συνολικά, ο κλάδος έχασε περίπου 18.000 θέσεις εργασίας, αντιστρέφοντας την τάση της προηγούμενης χρονιάς όπου καταγράφονταν αυξήσεις στην απασχόληση.

ΑΝΗΣΥΧΙΑ ΓΙΑ ΤΗΝ ΑΝΕΡΓΙΑ ΤΩΝ ΝΕΩΝ

Ιδιαίτερη ανησυχία προκαλεί η αύξηση της ανεργίας στους νέους. Πάνω από 1 εκατομμύριο άτομα ηλικίας 16–24 ετών στην Βρετανία δεν εργάζονται, δεν εκπαιδεύονται και



δεν συμμετέχουν σε προγράμματα κατάρτισης (NEET), το υψηλότερο επίπεδο από το 2013.

Το λιανεμπόριο, που παραδοσιακά αποτελούσε βασική είσοδο των νέων στην αγορά εργασίας, φαίνεται να περιορίζει πλέον τις ευκαιρίες απασχόλησης, κυρίως λόγω του αυξημένου κόστους.

ΠΙΕΣΕΙΣ ΓΙΑ ΠΕΡΙΟΡΙΣΜΟ ΚΟΣΤΟΥΣ ΚΑΙ ΕΠΕΝΔΥΣΕΩΝ

Στελέχη της αγοράς προειδοποιούν ότι το νέο φορολογικό και ρυθμιστικό περιβάλλον περιορίζει τις δυνατότητες ανάπτυξης και επενδύσεων.

Ο Archie Norman της Marks & Spencer ανέφερε ότι το επιχειρηματικό περιβάλλον είναι από τα πιο δύσκολα των τελευταίων ετών, λόγω αυξημένων φόρων και κανονιστικών υποχρεώσεων.

Παράλληλα, εταιρείες του κλάδου εξετάζουν περαιτέρω περικοπές προσωπικού, ακόμη και όταν επεκτείνουν το δίκτυο καταστημάτων τους, επιδιώκοντας μεγαλύτερη αποδοτικότητα και έλεγχο κόστους.

• FERRERO ΓΑΛΛΙΑΣ ΕΠΕΝΔΥΕΙ €60 ΕΚΑΤ. ΣΕ ΔΥΟ ΕΡΓΟΣΤΑΣΙΑ, ΛΑΝΣΑΡΕΙ ΤΑ NUTELLA COOKIES

Η Ferrero France ανακοίνωσε επένδυση ύψους €60 εκατ. σε δύο παραγωγικές μονάδες της στην Γαλλία, στις περιοχές Villers-Écalles και Nièpre. Η επένδυση ανακοινώθηκε στο πλαίσιο της συνόδου Choose France 2026 και έρχεται να προστεθεί στα €210 εκατ. που έχει επενδύσει η εταιρεία στη χώρα τα τελευταία πέντε χρόνια.

Η παραγωγός της Nutella υπογράμμισε τη δέσμευσή της στη γαλλική αγορά, επισημαίνοντας ότι στόχος της νέας επένδυσης είναι η αύξηση της παραγωγικής δυναμικότητας, ο εκσυγχρονισμός των υποδομών και η ενίσχυση της τοπικής οικονομίας και της απασχόλησης.

Ο Mauro de Felip, Διευθύνων Σύμβουλος της Ferrero France, δήλωσε: "Η Γαλλία διαδραματίζει εδώ και πολλά χρόνια κεντρικό ρόλο στη

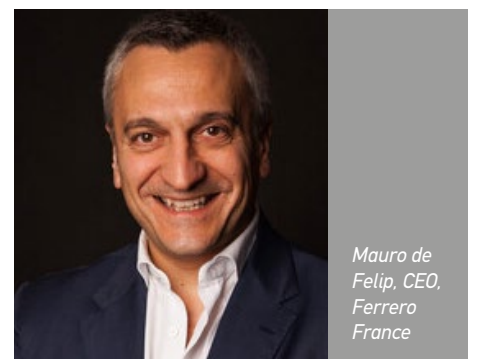
βιομηχανική και εφοδιαστική στρατηγική της Ferrero στην Ευρώπη".

ΝΕΟ ΛΑΝΣΑΡΙΣΜΑ

Παράλληλα, η Ferrero ανακοίνωσε την κυκλοφορία των Nutella Cookies στη γαλλική αγορά, έπειτα από επένδυση €30 εκατ. στις εγκαταστάσεις της στο Nièpre. Για την υποστήριξη του νέου προϊόντος, η εταιρεία θα επεκτείνει το εργοστάσιο με την εγκατάσταση νέας γραμμής παραγωγής. Η μονάδα του Nièpre ανήκει στη θυγατρική της Ferrero, Biscuits Delacré.

ΕΠΕΝΔΥΣΕΙΣ

Από το 2021, η Ferrero έχει πραγματοποιήσει σειρά σημαντικών επενδύσεων στην Γαλλία. Μεταξύ αυτών περιλαμβάνεται επένδυση €15



Mauro de Felip, CEO, Ferrero France

εκατ. στο Villers-Écalles, όπου βρίσκεται η μεγαλύτερη μονάδα παραγωγής Nutella παγκοσμίως. Στο πλαίσιο αυτού του επενδυτικού προγράμματος, το εργοστάσιο επεκτάθηκε με νέα γραμμή συσκευασίας για συσκευασίες Nutella των τριών κιλών.

Κατά τη διάρκεια της εκδήλωσης, η Ferrero ανακοίνωσε επίσης την ολοκλήρωση της κατασκευής δύο νέων κέντρων logistics στις περιοχές Cléon και Barentin της Γαλλίας.

• **ΕΘΝΙΚΗ ΔΙΕΠΑΓΓΕΛΜΑΤΙΚΗ ΟΡΓΑΝΩΣΗ ΦΕΤΑΣ**

ΒΛΕΠΕΙ ΕΛΛΕΙΜΜΑ 60.000 ΤΟΝΩΝ ΓΑΛΑΚΤΟΣ ΦΕΤΟΣ - ΟΙ ΠΡΟΤΑΣΕΙΣ ΠΟΥ ΘΑ ΠΑΡΟΥΣΙΑΣΕΙ ΣΤΟ ΥΠΟΥΡΓΕΙΟ

Πίσω από τη δυναμική της φέτας, οι εξαγωγές της οποίας ακολουθούν σταθερά ανοδική πορεία και η συνολική της συνεισφορά στην οικονομία προσεγγίζει το €1 δισ. σε όρους εμπορικού ισοζυγίου, αναδύονται σοβαρές προκλήσεις στην επάρκεια πρώτης ύλης, τη βιωσιμότητα της αιγοπροβατοτροφίας, την αντιμετώπιση των ζωνοδόσων και την ανάγκη χάραξης μιας πιο συγκροτημένης εθνικής στρατηγικής για το εμβληματικό ΠΟΠ προϊόν της χώρας.

Η ΕΤΗΣΙΑ ΠΑΡΑΓΩΓΗ

Όπως επισημάνθηκε από εκπροσώπους της παραγωγής, της μεταποίησης και της Εθνικής Διεπαγγελματικής Οργάνωσης Φέτας στο Dairy Conference, η ετήσια παραγωγή φέτας έχει αυξηθεί από περίπου 75.000-90.000 τόνους σε περίπου 140.000 τόνους, ενώ οι εξαγωγές έχουν ξεπεράσει τους 105.000 τόνους ετησίως, όταν πριν από δύο δεκαετίες κυμαίνονταν μεταξύ 6.000 και 8.000 τόνων. Το μεγαλύτερο μέρος της προστιθέμενης αξίας επιστρέφει στην ελληνική περιφέρεια και ειδικότερα στους αιγοπροβατοτρόφους.

Ο Πρόεδρος της Εθνικής Διεπαγγελματικής Οργάνωσης Φέτας, Μιχάλης Σαράντης, ανέφερε ότι ο κλάδος συνδέεται άμεσα με περίπου 55.000 οικογένειες, που δραστηριοποιούνται στην παραγωγή πρόβειου και γίδινου γάλακτος, ενώ η συνολική ετήσια παραγωγή γάλακτος, που κατευθύνεται στη φέτα, προσεγγίζει τους 750.000 τόνους. Ωστόσο, η φετινή χρονιά αναμένεται να είναι ιδιαίτερα δύσκολη, καθώς οι επιπτώσεις των ζωνοδόσων και οι απώλειες ζωικού κεφαλαίου αναμένεται να μειώσουν αισθητά τη διαθεσιμότητα πρώτης ύλης.

Ήδη, στο τρίμηνο διαπιστώνονται απώλειες περίπου 20.000 τόνων γάλακτος, ενώ στο σύνολο του έτους η μείωση ενδέχεται να προσεγγίσει τους 60.000 τόνους. Η εξέλιξη αυτή μεταφράζεται σε σημαντικά μικρότερη παραγωγή φέτας σε μια περίοδο κατά την οποία η ζήτηση,

ιδιαίτερα από το εξωτερικό, συνεχίζει να αυξάνεται. Οι πωλήσεις της φέτας στο τρίμηνο καταγράφουν άνοδο περίπου 4,5%, δημιουργώντας ένα περιβάλλον αυξημένης πίεσης μεταξύ προσφοράς και ζήτησης.

ΟΙ ΖΩΝΟΔΟΣΟΙ ΗΡΘΑΝ ΓΙΑ ΝΑ ΜΕΙΝΟΥΝ

Οι ζωνοδόσοι δεν αποτελούν πλέον ένα παροδικό φαινόμενο, αλλά μια νέα πραγματικότητα, με την οποία θα πρέπει να μάθει να λειτουργεί η ελληνική κτηνοτροφία. Για τον λόγο αυτό, ζήτησαν από την Πολιτεία ένα ολοκληρωμένο σχέδιο αντιμετώπισης, εκσυγχρονισμό των δημόσιων δομών διαχείρισης κρίσεων και μια διαφορετική προσέγγιση στη στήριξη της παραγωγής.

Ο αριθμός των κτηνοτρόφων μειώνεται σταθερά χρόνο με τον χρόνο, γεγονός που καθιστά αναγκαία τη δημιουργία κινήτρων για νέες επενδύσεις και την προσέλκυση νεότερων παραγωγών στον κλάδο.

ΚΑΤΑΓΡΑΦΗ ΠΡΟΒΛΗΜΑΤΩΝ

Παράλληλα, η Εθνική Διεπαγγελματική Οργάνωση Φέτας έχει ξεκινήσει κύκλο επαφών και περιοδειών σε ολόκληρη τη χώρα.

Από την πλευρά της μεταποίησης, ιδιαίτερη αναφορά έγινε στη σημασία της ποιότητας του γάλακτος για τη διατήρηση της ανταγωνιστικότητας της φέτας. Η συγκέντρωση της παραγωγής σε μεγαλύτερες και περισσότερο οργανωμένες εκμεταλλεύσεις έχει βελτιώσει σημαντικά τις συνθήκες εκτροφής, την υγιεινή και την ποιότητα της πρώτης ύλης σε σχέση με προηγούμενες δεκαετίες.

Η ΔΙΕΘΝΗΣ ΘΕΣΗ ΤΗΣ ΦΕΤΑΣ

Ο Διευθύνων Σύμβουλος της Όμηρος, Χρήστος Γιαννίσης, υπογράμμισε τη διεθνή θέση της φέτας, τονίζοντας το προϊόν έχει πλέον εδραιωθεί στο τραπέζι του Ευρωπαίου καταναλωτή, ενώ σε πολλές αγορές θεωρείται βασικό συ-

στατικό της καθημερινής διατροφής. Η Γερμανία παραμένει η σημαντικότερη αγορά τόσο για τη φέτα, όσο και για τα λευκά τυριά γενικότερα. Αντίθετα, στις αγορές εκτός Ευρωπαϊκής Ένωσης εξακολουθούν να υπάρχουν προκλήσεις λόγω της χρήσης της ονομασίας "φέτα" από παραγωγούς τρίτων χωρών. Παρά τα εμπόδια, οι εξαγωγικές επιχειρήσεις εκτιμούν ότι υπάρχουν σημαντικά περιθώρια περαιτέρω ανάπτυξης.

Η ΝΕΑ ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΗ

Στο θεσμικό επίπεδο, η διοίκηση της ΕΔΟΦ παρουσίασε μια νέα στρατηγική που αποσκοπεί στην ενίσχυση του ρόλου της οργάνωσης. Στο πλαίσιο αυτό αποφασίστηκε η μεταφορά της έδρας της από την Αθήνα στην Λάρισα, καθώς η Θεσσαλία αποτελεί την καρδιά της ελληνικής αιγοπροβατοτροφίας.

Παράλληλα, προωθείται η δημιουργία μόνιμης έδρας που θα λειτουργεί ως "Σπίτι της Φέτας", συγκεντρώνοντας σε έναν χώρο όλους τους εμπλεκόμενους φορείς της αλυσίδας αξίας.

"ΑΠΟΥΣΙΑ ΕΘΝΙΚΟΥ ΣΧΕΔΙΟΥ ΓΙΑ ΤΗ ΦΕΤΑ"

Η διοίκηση της ΕΔΟΦ άσκησε επίσης κριτική στη διαχρονική απουσία εθνικού σχεδίου για την κτηνοτροφία, επισημαίνοντας ότι οι επιδοτήσεις από μόνες τους δεν αρκούν για να διασφαλίσουν τη βιωσιμότητα του κλάδου. Όπως υποστηρίχθηκε, απαιτούνται επενδυτικά κίνητρα, φορολογικές διευκολύνσεις και προγράμματα που θα ενθαρρύνουν την ανανέωση του παραγωγικού δυναμικού και την παραμονή νέων ανθρώπων στην ύπαιθρο.

ΕΛΕΓΧΟΙ

Επίσης η διοίκηση της ΕΔΟΦ υπογράμμισε ότι οποιαδήποτε καταγγελία περί νοθείας ή παρατυπιών θα πρέπει να συνοδεύεται από τεκμηριωμένα στοιχεία, ενώ παράλληλα ζήτησε τη δημιουργία αποτελεσματικότερων μηχανισμών εποπτείας τόσο στην Ελλάδα όσο και στις διεθνείς αγορές.

Παράλληλα, τέθηκε το ζήτημα της έλλειψης αξιόπιστων στοιχείων για το ζωικό κεφάλαιο και την παραγωγή γάλακτος, με στελέχη του κλάδου να σημειώνουν ότι η ύπαρξη διαφορετικών καταγραφών δυσχεραίνει τον στρατηγικό σχεδιασμό και τη λήψη αποφάσεων.

Στέλλα Αυγουστάκη
stella@notice.gr



• ΕΛΒΙΖ

ΟΙ ΕΠΑΦΕΣ ΜΕ ΤΑ ΕΓΧΩΡΙΑ FUNDS ΠΟΥ ΔΕΝ ΤΕΛΕΣΦΟΡΗΣΑΝ ΚΑΙ ΤΑ ΣΧΕΔΙΑ ΤΩΝ ΟΥΓΓΡΩΝ ΝΑ ΓΙΝΕΙ ΤΟ ΠΛΑΤΥ HUB ΓΙΑ ΒΑΛΚΑΝΙΑ & ΝΑ ΕΥΡΩΠΗ

Πλήρη αξιοποίηση του δυναμικού των εργοστασίων, με παράλληλη ανάπτυξη συμβολαϊκής γεωργίας για την προμήθεια πρώτων υλών και αναβάθμιση της μονάδας στο Πλατύ Ημαθίας σε στρατηγικό hub διανομής για τα Βαλκάνια και την ευρύτερη περιοχή της ΝΑ Ευρώπης, περιλαμβάνει, μεταξύ άλλων, το σχέδιο της UBM για την ΕΛΒΙΖ, μετά την απόκτηση του 65% των μετοχών της τελευταίας, που θα φτάσει το 100% εντός τριετίας.

Ο ΡΟΛΟΣ ΤΟΥ ΒΑΣΙΛΗ ΧΑΛΚΙΔΗ

Η ολοκλήρωση των διαπραγματεύσεων που ανακοινώθηκε την Παρασκευή [-και για τις οποίες είχατε ενημερωθεί με σχετικό ρεπορτάζ του Fnb Daily-](#) θα επισφραγιστεί, όπως πληροφορούμαστε, μέσα στον επόμενο μήνα με τις υπογραφές των συμβολαίων και αφού πρώτα διευθετηθούν κάποιες τελευταίες, τυπικές κυρίως, τραπεζικές λεπτομέρειες. Οι νέοι μέτοχοι πλειοψηφίας θα αναλάβουν και τον εναπομείναντα - σημαντικά μειωμένο, πάντως, σε σχέση με το πρόσφατο παρελθόν - δανεισμό, ενώ θα ορίσουν και καινούργιο Διευθύνοντα Σύμβουλο. Ωστόσο, ο νυν CEO της εταιρείας - όπως και της μητρικής Ευρωφάρμ -, Βασίλης Χαλκίδης, θα συνεχίσει να έχει ενεργό ρόλο στο management, κατέχοντας μάλιστα και τη θέση του Αντιπροέδρου στο ΔΣ.

ΕΠΕΝΔΥΣΕΙΣ

Όπως δηλώνει ο ίδιος στο Fnb Daily, στα σχέδια των Ούγγρων της UBM είναι να εξαντλήσουν το παραγωγικό δυναμικό των εργοστασίων σε Πλατύ και Ξάνθη, που ανέρχεται αυτή τη στιγμή αθροιστικά στους 250.000 τόνους ετησίως. Εξ αυτών, αυτή τη στιγμή αξιοποιείται περίπου το 20%, με την ετήσια παραγωγή να φτάνει τους 50.000 τόνους. "Προφανώς αυτό δεν θα γίνει από τη μια μέρα στην άλλη, αλλά απαιτεί σημαντικές και μεγάλες επενδύσεις σε εκσυγχρονισμό μηχανολογικού εξοπλισμού, logistics, επέκταση των σιλό, καθώς και σε ανθρώπινο δυναμικό, τις οποίες ωστόσο η UBM είναι διατεθειμένη να κάνει", υπογραμμίζει.

Οι Ούγγροι δείχνουν ιδιαίτερο ενδιαφέρον για τον κλάδο της αιγοπροβατοτροφίας, στον οποίο αυτή τη στιγμή δεν διαθέτουν ιδιαίτερη παρουσία, αλλά και των τροφών για ζώα συντροφιάς (pet), όπου κατέχουν ήδη σημαντική θέση και στόχος τους είναι να αυξήσουν τη - μικρή επί του παρόντος - παραγωγική δυναμικότητα της ΕΛΒΙΖ στο συγκεκριμένο κομμάτι. Από την άλλη, η ελληνική εταιρεία αναμένεται να επωφεληθεί



Βασίλης Χαλκίδης,
Διευθύνων Σύμβουλος,
ΕΛΒΙΖ - Péter Horváth,
Διευθύνων Σύμβουλος,
UBM

από την υψηλή τεχνολογία, που έχει η UBM στις ζωοτροφές για βοοειδή και χοίρους.

ΣΥΜΒΟΛΑΙΑΚΗ ΓΙΑ ΠΡΩΤΕΣ ΥΛΕΣ ΖΩΟΤΡΟΦΩΝ

Παράλληλα, η αύξηση της δυναμικότητας των εργοστασίων και η ανάγκη για πρώτες ύλες αναμένεται να συνοδευτούν από τη δημιουργία μιας παραγωγικής βάσης με όρους συμβολαϊκής γεωργίας στις περιοχές γύρω από τα δύο εργοστάσια. Μάλιστα, πέρα από το καλαμπόκι, το κριθάρι και το μαλακό σιτάρι, είναι πολύ πιθανό οι σχέσεις αυτές να επεκταθούν και σε άλλες καλλιέργειες, όπως το κτηνοτροφικό κουκί, το μπιζέλι κ.α. στις οποίες επίσης διαθέτει τεχνολογία η UBM.

Σε κάθε περίπτωση, όπως τονίζει ο κ. Χαλκίδης, για τον ουγγρικό όμιλο, που διαχειρίζεται ετησίως ένα τανάζ 2,2 εκατ. τόνων πρώτων υλών, η απόκτηση της ΕΛΒΙΖ είναι μια κίνηση στρατηγικού χαρακτήρα και μακρόπνοου σχεδιασμού με στόχο, μεταξύ άλλων, την παραγωγή 1 εκατ. τόνων έτοιμων ζωοτροφών σε ετήσια βάση. Στο πλαίσιο, μάλιστα, της γεωγραφικής επέκτασής του, ο όμιλος θεωρεί ότι η μονάδα στο Πλατύ μπορεί να λειτουργήσει ως κόμβος διανομής για τα Βαλκάνια και την ΝΑ Ευρώπη, αξιοποιώντας και τις υποδομές (λιμάνια, οδικές αρτηρίες) της χώρας μας.

ΓΙΑΤΙ ΕΙΠΕ ΟΧΙ ΣΕ ΕΓΧΩΡΙΟΥΣ ΕΝΔΙΑΦΕΡΟΜΕΝΟΥΣ

Σύμφωνα με τον ίδιο, το όραμα και το πλάνο της UBM για την ΕΛΒΙΖ ήταν τα στοιχεία, που έγειραν την πλάστιγγα υπέρ των Ούγγρων, ύστερα από ένα και πλέον χρόνο διαπραγματεύσεων. Στο διάστημα αυτό, όπως παραδέχεται, υπήρξαν επαφές και με ενδιαφερόμενους από την ελληνική αγορά, μεταξύ αυτών και γνωστά εγχώρια funds.

"Αυτό που δυστυχώς διαπιστώσαμε ήταν ότι τα ελληνικά funds, που ως επί τω πλείστω είναι τραπεζικού background, δεν αναγνωρίζουν ή δυσκολεύονται να δουν τις αξίες της ελληνικής παραγωγής. Το κυριότερο ενδιαφέρον τους είναι να αποκτήσουν σε συμφέρουσα τιμή μια εταιρεία, να τη δουλέψουν και εν συνεχεία

να τη ρευστοποιήσουν για να πάρουν τα χρήματά τους", σημειώνει ο κ. Χαλκίδης. "Γι' αυτό κι εμείς επιλέξαμε να συνεργαστούμε με έναν όμιλο, που δραστηριοποιείται στον χώρο και ο οποίος μπορεί να δώσει προοπτική στην εταιρεία, διασφαλίζοντας την υλοποίηση ενός αναπτυξιακού business plan".

DATA ΕΛΒΙΖ (σε €κιλ.)

Κύκλος εργασιών	EBIT	Αποτέλεσμα προ φόρων
2025: 18.336	2025: (372)	2025: (658)
2024: 17.981	2024: 985	2024: 648
2023: 17.855	2023: 650	2023: 254
2022: 19.721	2022: (1)	2022: (258)

ΑΠΟ ΕΞΑΓΩΓΕΣ ΤΟ 50% ΤΟΥ ΤΖΙΡΟΥ ΤΗΣ UBM

Υπενθυμίζεται ότι ο όμιλος UBM αποτελεί έναν από τους μεγαλύτερους εμπόρους πρώτων υλών ζωοτροφών στην Ουγγαρία και τον μεγαλύτερο παραγωγό ζωοτροφών της χώρας, με ετήσια παραγωγή 2,2 εκατ. τόνων. Παράλληλα, εξάγει προϊόντα σε περισσότερες από 20 χώρες, με περίπου το 50% των εσόδων του να προέρχεται από διεθνείς αγορές. Η UBM είναι επίσης η μοναδική εισηγμένη εταιρεία αγροτικών επιχειρήσεων στο Χρηματιστήριο της Βουδαπέστης. Σύμφωνα με τον Διευθύνοντα Σύμβουλο, Péter Horváth, "η είσοδος στην ελληνική αγορά ευθυγραμμίζεται στενά με τη στρατηγική της UBM για γεωγραφική διαφοροποίηση και εντοπισμό ευκαιριών ανάπτυξης πέρα από την παραδοσιακή περιφερειακή εστίασή της. Η Ελλάδα λειτουργεί ως πύλη, προσφέροντας τόσο μια σταθερή εγχώρια αγορά, όσο και πρόσβαση σε πολλές ταχέως αναπτυσσόμενες εξαγωγικές αγορές, συμπεριλαμβανομένων των Δυτικών Βαλκανίων. Ταυτόχρονα, δεν πρέπει να παραβλέπουμε τις ευκαιρίες, που παρουσιάζουν οι αγορές, οι οποίες είναι εύκολα προσβάσιμες από την Ελλάδα δια θαλάσσης".

Γιάννης Τσατσάκης
yannis@notice.gr

• **ΕΛΛΗΝΙΚΟ ΓΙΑΟΥΡΤΙ**
ΣΤΟΥΣ 200.000 ΤΟΝΟΥΣ ΟΙ ΕΞΑΓΩΓΕΣ
– ΔΙΠΛΑΣΙΑΣΜΟΣ ΟΓΚΩΝ ΣΕ ΔΥΟ ΧΡΟΝΙΑ

Το ελληνικό γιαούρτι συνεχίζει να ενισχύει τη θέση του στις διεθνείς αγορές, εξελισσόμενο σε μία από τις πλέον δυναμικές κατηγορίες των ελληνικών εξαγωγίμων τροφίμων. Ωστόσο, η περαιτέρω ανάπτυξη του συνδέεται άμεσα με την προστασία της ταυτότητας και της προστιθέμενης αξίας του προϊόντος, τη διαφοροποίησή του από τα προϊόντα τύπου Greek Style, καθώς και τη διασφάλιση επαρκούς εγχώριας παραγωγής γάλακτος.

ΔΙΠΛΑΣΙΑΣΜΟΣ ΕΞΑΓΩΓΩΝ

Σήμερα, το ελληνικό γιαούρτι καταγράφει ιδιαίτερα θετικές επιδόσεις, με τις εξαγόμενες ποσότητες να έχουν διπλασιαστεί τα τελευταία χρόνια και να προσεγγίζουν τους 200.000 τόνους. Η κατηγορία έχει πλέον εξελιχθεί σε βασική διατροφική επιλογή για εκατομμύρια καταναλωτές διεθνώς, γεγονός που ενισχύει τη σημασία της διατήρησης της αυθεντικότητας και της αξιοπιστίας του προϊόντος. Η αναγνωρισιμότητα των ελληνικών brands και η μακρά παράδοση της χώρας στην παραγωγή ποιοτικών γαλακτοκομικών προϊόντων λειτουργούν ως εγγύηση τόσο για τον διεθνή αγοραστή, όσο και για τον τελικό καταναλωτή.

Ιδιαίτερη έμφαση δίνεται στη συμβολή του ελληνικού γιαουρτιού στην εξωστρέφεια του κλάδου τροφίμων. Επισημάνθηκε ότι ανάμεσα στα σημαντικότερα εξαγώγιμα προϊόντα της χώρας, ο κλάδος τροφίμων παραμένει ένας από τους πλέον ανθεκτικούς, καταγράφοντας θετικές επιδόσεις ακόμη και σε περιόδους γεωπολιτικής αβεβαιότητας. Το ελληνικό γιαούρτι έχει συμβάλει ουσιαστικά στη διεθνή προβολή της ελληνικής διατροφής, ενισχύοντας συνολικά το brand Greece στις αγορές του εξωτερικού.

ΓΙΑΟΥΡΤΙ vs GREEK STYLE ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ

Ωστόσο ο κλάδος υπογραμμίζει την ανάγκη σαφούς διαχωρισμού μεταξύ του ελληνικού γιαουρτιού και των προϊόντων Greek Style. Όπως τονίστηκε, η διαφορά δεν αφορά μόνο την ονομασία αλλά και τον τρόπο παραγωγής, τις πρώτες ύλες και τη σύνδεση του προϊόντος με την ελληνική γαλακτοπαραγωγή και τη μεσογειακή διατροφή. Για τον λόγο αυτό κρίθηκε απαραίτητη η ενίσχυση των ενεργειών προβολής και ενημέρωσης των καταναλωτών, ώστε να κατανοούν τη διαφοροποίηση ανάμεσα στο αυθεντικό ελληνικό γιαούρτι και τις απομιμήσεις του.



Στο ίδιο πλαίσιο υπογραμμίστηκε ότι το ελληνικό γιαούρτι διαθέτει ήδη ισχυρή νομική προστασία εντός της Ευρωπαϊκής Ένωσης. Σύμφωνα με τις σχετικές αποφάσεις της Ευρωπαϊκής Επιτροπής, καμία επιχείρηση εκτός Ελλάδας δεν μπορεί να χρησιμοποιεί τον όρο "ελληνικό γιαούρτι" για προϊόν που παράγεται σε άλλη χώρα. Αντίθετα, επιτρέπεται η χρήση του όρου Greek Style, γεγονός που συνεχίζει να δημιουργεί προκλήσεις στον ανταγωνισμό. Αναφέρθηκαν μάλιστα περιπτώσεις ευρωπαϊκών χωρών που επιχειρήσαν να αξιοποιήσουν τον όρο "Greek Yogurt", με αποτέλεσμα την παρέμβαση των ευρωπαϊκών θεσμών και τη διασφάλιση της ελληνικής θέσης.

ΠΡΟΣΟΧΗ ΓΙΑ ΕΛΕΓΧΟΥΣ

Στο πλαίσιο αυτό απαιτείται συνεχής επαγρύπνηση και στις αγορές τρίτων χωρών, όπου δεν ισχύουν πάντα οι ίδιες ρυθμίσεις προστασίας. Χαρακτηριστικά αναφέρθηκε πρόσφατο περιστατικό εξαγωγών από ευρωπαϊκή χώρα προς αγορές εκτός ΕΕ, όπου χρησιμοποιήθηκαν παραπλήσιες ονομασίες που θα μπορούσαν να προκαλέσουν σύγχυση στους καταναλωτές. Η παρακολούθηση τέτοιων πρακτικών θεωρείται κρίσιμη για τη διαφύλαξη της αξίας του ελληνικού προϊόντος.

Ιδιαίτερη αναφορά έγινε και στις δυνατότητες περαιτέρω διαφοροποίησης της κατηγορίας μέσω νέων προϊόντων, όπως τα γιαούρτια υψηλής πρωτεΐνης, τα παιδικά προϊόντα και άλλες καινοτόμες προτάσεις που ενισχύουν το ελληνικό αποτύπωμα στην αγορά. Σύμφωνα με τους συμμετέχοντες, η καινοτομία μπορεί να λειτουργήσει συμπληρωματικά

στην προστασία του προϊόντος, διατηρώντας το ανταγωνιστικό σε μια αγορά που εξελίσσεται συνεχώς.

ΤΟ ΖΗΤΗΜΑ ΤΟΥ ΠΟΠ

Ένα ακόμη ζήτημα που τίθεται σε ό,τι αφορά το ελληνικό γιαούρτι αφορά και την κατοχύρωση του ελληνικού γιαουρτιού με καθεστώς Προστατευόμενης Γεωγραφικής Ένδειξης ή άλλης μορφής ευρωπαϊκής προστασίας. Ωστόσο, η αγορά εκφράζει επιφυλάξεις σχετικά με τη δυσκολία μιας τέτοιας διαδικασίας, καθώς προϋποθέτει ευρεία συναίνεση σε ευρωπαϊκό επίπεδο και επηρεάζει σημαντικά οικονομικά συμφέροντα πολλών χωρών. Παρά τα εμπόδια, εκτιμήθηκε ότι η συζήτηση πρέπει να συνεχιστεί, καθώς μια ενδεχόμενη επιπλέον κατοχύρωση θα ενίσχυε περαιτέρω τη θέση του προϊόντος στις διεθνείς αγορές.

ΕΠΑΡΚΕΙΑ ΓΑΛΑΚΤΟΣ

Καθοριστικός παράγοντας για τη μελλοντική ανάπτυξη του ελληνικού γιαουρτιού θεωρείται και η επάρκεια γάλακτος. Η παραγωγή περίπου 200.000 τόνων ελληνικού γιαουρτιού απαιτεί πολλαπλάσιες ποσότητες πρώτης ύλης, γεγονός που αναδεικνύει τη σημασία της στήριξης της πρωτογενούς παραγωγής. Σύμφωνα με τους παράγοντες του κλάδου, η ενίσχυση της κτηνοτροφίας και η διαμόρφωση ενός μακροπρόθεσμου σχεδίου για την αύξηση της παραγωγής γάλακτος αποτελούν προϋποθέσεις για τη διατήρηση της αναπτυξιακής δυναμικής του κλάδου.

Στέλλα Αυγουστάκη
stella@notice.gr

• **ΙΩΑΝΝΗΣ ΜΑΣΟΥΤΗΣ**

ΑΝΑΓΟΡΕΥΤΗΚΕ ΕΠΙΤΙΜΟΣ ΔΙΔΑΚΤΟΡΑΣ ΤΟΥ ΠΑ.ΜΑΚ

Σε Επίτιμο Διδάκτορα του Τμήματος Λογιστικής και Χρηματοοικονομικής του Πανεπιστημίου Μακεδονίας αναγορεύθηκε ο Πρόεδρος της “Διαμαντής Μασούτης Α.Ε.”, του Εμπορικού και Βιομηχανικού Επιμελητηρίου Θεσσαλονίκης και της Ένωσης Σούπερ Μάρκετ Ελλάδος, Ιωάννης Μασούτης, σε μια τελετή που ανέδειξε τη διαχρονική σύνδεση της επιχειρηματικότητας με την ακαδημαϊκή κοινότητα και την κοινωνία.

Ο ΚΟΙΝΩΝΙΚΟΣ ΡΟΛΟΣ ΤΗΣ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ

Κατά την ομιλία του, ο κ. Μασούτης υπογράμμισε ότι η ανάπτυξη δεν αποτελεί μόνο οικονομικό μέγεθος, αλλά και κοινωνική σχέση, τονίζοντας τον καθοριστικό ρόλο των πανεπιστημίων στη διαμόρφωση ενός οικοσυστήματος γνώσης, οικονομίας και κοινωνικής προόδου. Παράλληλα, αναφέρθηκε στη σημασία της υπεύθυνης επιχειρηματικότητας και της συνέχειας των αξιών στη δεύτερη γενιά της οικογενειακής επιχείρησης, σημειώνοντας ότι η διαδοχή συνιστά πρωτίστως ευθύνη και δέσμευση απέναντι στο μέλλον. Η τελετή πραγματοποιήθηκε στο Αμφιθέατρο Τελετών του Πανεπιστημίου Μακεδονίας, παρουσία πολιτικών, ακαδημαϊκών, θεσμικών και επιχειρηματικών εκπροσώπων. Τον



Από αριστερά: Στυλιανός Κατρανίδης, Πρύτανης ΠΑ.ΜΑΚ. - Γιάννης Μασούτης

έπαινο προς τον τιμώμενο εκφώνησε ο καθηγητής Χρήστος Νεγκάκης, ο οποίος αναφέρθηκε εκτενώς στην επιχειρηματική πορεία του κ. Μασούτη, την ανθρωποκεντρική διοικητική του φιλοσοφία και τη συμβολή του στην κοινωνική συνοχή και την απασχόληση.

ΔΙΑΔΡΟΜΗ ΕΥΘΥΝΗΣ

Ο Πρύτανης χαρακτήρισε την αναγόρευση ως αναγνώριση μιας πορείας που υπερβαίνει την επιχειρηματική επιτυχία και αποκτά ευρύτερη θεσμική και κοινωνική σημασία. Στο πλαίσιο των χαιρετισμών, κυβερνητι-

κοί και ακαδημαϊκοί εκπρόσωποι εξήραν τη συμβολή του Πανεπιστημίου Μακεδονίας στη σύνδεση θεωρίας και πράξης, καθώς και την προσωπικότητα του κ. Μασούτη ως παραδείγματος υπεύθυνης επιχειρηματικότητας με κοινωνικό πρόσημο.

Κλείνοντας, ο νέος Επίτιμος Διδάκτορας υπογράμμισε ότι η διάκριση αυτή δεν αποτελεί κορύφωση, αλλά συνέχεια μιας διαδρομής ευθύνης και συνεργασίας, επισημαίνοντας τη σημασία της διαρκούς σύνδεσης επιχειρήσεων, θεσμών και εκπαιδευτικής κοινότητας για την πρόοδο των επόμενων γενεών.

• Debrief •

ΧΙΛΙΑ ΕΚΑΤΟΝ ΕΝΤΕΚΑ ΔΙΣΕΚΑΤΟΜΜΥΡΙΑ ΔΟΛΑΡΙΑ

Δηλαδή \$1,11 τρισεκατομμύρια. Τόσα θα αξίζει σύντομα ο Elon Musk, αν όλα πάνε καλά και η αρχική δημόσια προσφορά της SpaceX προχωρήσει όπως έχει προγραμματιστεί. Ο Musk κατέχει ήδη \$273 δισ. σε μετοχές και δικαιώματα προαίρεσης χάρη στον ρόλο του ως Διευθύνων Σύμβουλος της Tesla. Η IPO της SpaceX θα προσθέσει ακόμα \$841 δισ. στην περιουσία του. Και έτσι θα γίνει ο πρώτος τρισεκατομμυριούχος στην ιστορία της ανθρωπότητας. Βέβαια, θα πρέπει να διευκρινίσουμε ότι ο Elon Musk δεν θα έχει το \$1,1 τρισ. σε μετρητά. Δεν θα υπάρχει κάποιο θυσαυροφυλάκιο μέσα στο οποίο θα κολυμπάει στο χρήμα, όπως ο Scrooge McDuck στη Λιμνούπολη (για όποιον πέραγε τα καλοκαίρια του διαβάζοντας Mickey Mouse). Ο πλούτος του είναι ένας συνδυασμός

προσδοκίας και εμπιστοσύνης: οι επενδυτές προσδοκούν ότι οι εταιρείες του θα πάνε... βzziiii και θα τους αποφέρουν μεγάλα κέρδη. Παράλληλα εμπιστεύονται τον Musk να πετύχει το... βzziiii. Και έτσι αγοράζουν τις μετοχές τους. Αν οι προσδοκίες διαψευστούν, η περιουσία του θα μειωθεί ανάλογα.

Σε τέτοιες περιπτώσεις, αναδύεται το ερώτημα πόσο “λογικό” είναι ένας άνθρωπος να έχει τέτοιο πλούτο στα χέρια του. Για να γίνει αντιληπτό το μέγεθος του πλούτου αυτού, αρκεί να πούμε πως αυτή τη στιγμή [μόλις 21 χώρες έχουν ΑΕΠ πάνω από \\$1,1 τρισ.](#) Επίσης, ο αμυντικός προϋπολογισμός των ΗΠΑ ανέρχεται στα \$1,5 τρισ. Με αυτά τα λεφτά “αστυνομεύουν” ολόκληρο τον πλανήτη.

Υπάρχει, λοιπόν, CEO, επιχειρηματίας,

κ.λπ., που να αξίζει να κολυμπά σε τόσο χρήμα;. Κάποιοι υποστηρίζουν πως αυτός το αποφασίζει η αγορά. Αν οι επενδυτές θέλουν να ακουμπήσουν τα χρήματά τους στη μετοχή της SpaceX, με γεια τους με χαρά τους. Από την άλλη, βέβαια, σε μια περίοδο που η μεσαία τάξη αποδυναμώνεται παγκοσμίως και οι πολύ πλούσιοι γίνονται ακόμα πλουσιότεροι, το να βλέπεις τα τρισεκατομμύρια να χορεύουν ενώ δεν ξέρεις αν θα μπορέσεις να αποπληρώσεις το φοιτητικό δάνειο, δυνητικά δημιουργεί ρήγμα εμπιστοσύνης στο σύστημα. Εν αναμονή, λοιπόν, της μεγαλύτερης IPO όλων των εποχών και της αίσθησης που θα δημιουργήσει.

Γιάννης Παλιούρης
giannis@notice.gr

• **NIELSENIQ**

ΣΤΟ +6,7% ΦΕΤΟΣ Η ΑΓΟΡΑ ΓΑΛΑΚΤΟΚΟΜΙΚΩΝ - ΙΣΧΥΡΗ ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΓΙΑ ΠΡΩΤΕΪΝΟΥΧΑ, ΚΕΦΙΡ ΚΑΙ ΟΝ-THE-GO ΓΕΥΜΑΤΑ

Σε φάση επαναπροσδιορισμού αλλά και δυναμικής ανάπτυξης έχει εισέλθει η αγορά γαλακτοκομικών, με μοχλούς ανάπτυ-

ξης την ψήφο εμπιστοσύνης που δίνουν στα παραδοσιακά προϊόντα του κλάδου οι καταναλωτές αλλά και την ισχυρή ζήτη-

ση για νέες προτάσεις υψηλής διατροφικής αξίας και αντίστοιχα υψηλής προστιθέμενης αξίας.

ΔΙΑΒΑΣΤΕ ΕΔΩ ΑΝΑΛΥΤΙΚΑ ΤΑ ΣΤΟΙΧΕΙΑ

Business Maker

ΝΙΤΣΙΑΚΟΣ: ΟΙ ΕΡΜΗΝΕΙΕΣ ΓΙΑ ΜΙΑ ΠΩΛΗΣΗ ΠΟΥ ΚΑΝΕΙΣ ΔΕΝ ΠΕΡΙΜΕΝΕ

Στην αγορά των τροφίμων, λίγες ειδήσεις προκάλεσαν τόσο έντονη συζήτηση, όσο η συμφωνία για την πώληση της Νιτσιάκος. Και αυτό, όχι τόσο λόγω του αγοραστή – αν και ο Yuriy Kosyuk συγκαταλέγεται στους πλουσιότερους Ευρωπαίους -, όσο λόγω του ίδιου του γεγονότος ότι μια εταιρεία, η οποία θεωρούνταν και είναι υγιής, κερδοφόρα και με ισχυρή παρουσία στην αγορά, αποφάσισε να αλλάξει χέρια.

Οι πρώτες αντιδράσεις στελεχών του κλάδου είχαν ένα κοινό χαρακτηριστικό: Την έκπληξη. "Δεν το περιμέναμε", είναι η φράση, που ακούστηκε περισσότερο τις τελευταίες ημέρες σε πηγαδάκια της αγοράς. Η

Νιτσιάκος δεν βρισκόταν σε κατάσταση πίεσης, ούτε υπήρχαν δημόσια σημάδια, που να προμήνυαν μια τέτοια εξέλιξη.

Καλά πληροφορημένες πηγές εκτιμούν ότι το τίμημα έπαιξε καθοριστικό ρόλο. Όταν ένας επιχειρηματίας βρίσκεται μπροστά σε μια πρόταση, που δύσκολα μπορεί να αγνοήσει, πολλές φορές οι συναισθηματικοί δεσμοί με την εταιρεία περνούν σε δεύτερη μοίρα. Και ορθώς. Ειδικά όταν πρόκειται για οικογενειακές επιχειρήσεις, που έχουν ήδη διανύσει αρκετές δεκαετίες ανάπτυξης.

Υπάρχει όμως και μια δεύτερη ανάγνωση. Ορισμένοι παράγοντες της αγοράς θεω-

ρούν ότι η συγκεκριμένη συμφωνία μπορεί να μην είναι μεμονωμένο γεγονός. Αντιθέτως, ενδέχεται να σηματοδοτεί την αρχή μιας νέας φάσης συγκέντρωσης στον κλάδο των τροφίμων και της πρωτογενούς παραγωγής. Δεν λείπουν μάλιστα όσοι συνδέουν την εξέλιξη και με ζητήματα διαδοχής. Η μετάβαση από τη μία γενιά στην επόμενη αποτελεί διαχρονικά μια από τις μεγαλύτερες προκλήσεις των ελληνικών οικογενειακών επιχειρήσεων. Σε αρκετές περιπτώσεις, η πώληση θεωρείται πιο ασφαλής επιλογή από τη διαχείριση μιας δύσκολης διαδοχής. Και αποδεικνύει ότι η διαδοχή ούτε μονόδρομος είναι, ούτε αυτοσκοπός.

ΠΟΝΤΑΡΕΙ ΣΤΟ MUNDIAL ΚΑΙ ΒΛΕΠΕΙ ΑΝΑΠΤΥΞΗ Η L' ARTIGIANO

Με θετικό πρόσημο συνεχίζει να κινείται η L' Artigiano, σε μια περίοδο, που ο κλάδος της εστίασης εξακολουθεί να βρίσκεται αντιμέτωπος με αυξημένα κόστη και σημαντικές προκλήσεις. Σύμφωνα με καλά πληροφορημένες πηγές, η αλυσίδα καταγράφει σταθερή ανάπτυξη το τελευταίο διάστημα.

Η εικόνα αυτή ικανοποιεί ιδιαίτερα την ιδιοκτησία της εταιρείας, υπό τον Χρήστο Βιτσιάνο, αν ληφθεί υπόψη το περιβάλλον μέσα στο οποίο λειτουργούν σήμερα οι επιχειρήσεις εστίασης. Οι γεωπολιτικές εντάσεις, η μεταβλητότητα στις διεθνείς αγορές, το αυξημένο ενεργειακό κόστος και οι συνεχείς πιέσεις στις τιμές των πρώτων υλών εξακολουθούν να δοκιμάζουν τα περιθώ-

ρια κέρδους του κλάδου. Στην περίπτωση της L' Artigiano, ιδιαίτερη βαρύτητα φαίνεται να δίνεται στη διατήρηση μιας σταθερής ισορροπίας ανάμεσα στην ποιότητα και στο value for money, στοιχείο που παραμένει κρίσιμο σε μια περίοδο όπου οι καταναλωτές αξιολογούν πολύ πιο προσεκτικά κάθε δαπάνη. Η στρατηγική αυτή, σύμφωνα με τις ίδιες πηγές, επιτρέπει στην εταιρεία να διατηρεί τη δυναμική της, ακόμη και σε ένα περιβάλλον περιορισμένης καταναλωτικής άνεσης.

Την ίδια ώρα, η αγορά του delivery συνεχίζει να αποδεικνύεται πιο ανθεκτική από όσο πολλοί προέβλεπαν. Παρά τις πιέσεις στο διαθέσιμο εισόδημα, η κατ' οίκον κα-

τανάλωση παραμένει ισχυρή, με την πίτσα να εξακολουθεί να αποτελεί μία από τις δημοφιλέστερες επιλογές των καταναλωτών. Αυτός είναι και ο λόγος, για τον οποίο η εταιρεία προετοιμάζεται ήδη για μία από τις σημαντικότερες περιόδους της χρονιάς: Το Mundial. Η διοίκηση έχει ξεκινήσει τον σχεδιασμό ειδικών εμπορικών ενεργειών και στοχευμένων προσφορών, που θα συνοδεύσουν τη μεγάλη ποδοσφαιρική διοργάνωση. Παράλληλα, δίνεται ιδιαίτερη έμφαση στην επιχειρησιακή ετοιμότητα του δικτύου, στην ταχύτητα εξυπηρέτησης και στη διαχείριση του αυξημένου όγκου παραγγελιών, που συνήθως καταγράφεται κατά τη διάρκεια σημαντικών αγώνων.

Business Insight

ΟΜΙΛΟΙ ΣΥΜΜΕΤΟΧΩΝ: ΕΝΤΟΠΙΖΟΝΤΑΣ ΥΠΟΤΙΜΗΜΕΝΕΣ ΥΠΕΡΑΞΙΕΣ

Με αφορμή την επικείμενη εισαγωγή των Attica Stores στο ελληνικό χρηματιστήριο το σημερινό insight μας.

Στα περιθώρια δημιουργίας αξίας, την οργανική ανάπτυξη και τις προσδοκίες για απόδοση έως και διπλάσια της αρχικής επένδυσης [μας ενημέρωσε αναλυτικά η Στέλλα Αυγουστάκη, την Παρασκευή.](#)

Ως Insight θα προχωρήσουμε ενδότερα, στην ιδιαιτερότητα και την σημασία των ομίλων συμμετοχών- όπως εν προκειμένω η **Ideal Holdings (για τα Attica Stores)**, η **Quest Συμμετοχών (για την UniSystems)**, η **Intracom Holdings (Bally's/Intralot, e.t.c)**, **Cenergy Holdings (Σωληνουργεία Κορίνθου-Ελληνικά Καλώδια)**. Όμιλοι που, κατά κανόνα δεν "τιμολογούνται" εύλογα με το απόλυτο άθροισμα της καθαρής θέσης της κάθε μίας συμμετοχής/θυγατρικής ξεχωριστά (και μαζί), γι' αυτό και συνήθως η χρηματιστηριακή αξία είναι με discount. Όπως, ενδεικτικά στην περίπτωση της Ideal Holdings και των Attica Stores. Πλην όμως δεν είναι η μόνη (συμμετοχή), τουναντίον ο όμιλος διαθέτει και την Byte Computer, όπως λ.χ. η Quest Συμμετοχών την UniSystems.

Θα επιμείνω σε αυτές τις δύο περιπτώσεις, καθώς **ξανά μπαίνει μπροστά ο διαγωνισμός για τις ψηφιακές ταυτότητες**. Πρόκειται για τη γνωστή περίπτωση που μετά από διαδικασικές ακυρώσεις, ενστάσεις κηρύχθηκε άγονος, μπήκε στο ψυγείο, ξεχάστηκε. Ωστόσο, οι τελευταίες πληροφορίες θέλουν την Ελληνική Εταιρεία Συμμετοχών και Περιουσίας (ΕΕΣΥΠ - Υπερταμείο) που λειτουργεί για λογαριασμό του υπουργείου Προστασίας του Πολίτη- να προχωρά το έργο που περιλαμβάνει την **ανά-**

πτυξη ενός νέου Ολοκληρωμένου Πληροφοριακού Συστήματος Εντύπων Ασφαλείας, καθώς και την εκτύπωση και προσωποποίηση εγγράφων υψηλής ασφάλειας. Ήδη δημοσιεύθηκε (στο ΚΗΔΜΗΣ) η σχετική διακήρυξη Α΄ Φάσης (Πρόσκληση Εκδήλωσης Ενδιαφέροντος) Ηλεκτρονικού (Διεθνούς) Διαγωνισμού με τη διαδικασία του Ανταγωνιστικού Διαλόγου για την "Προμήθεια νέου Ολοκληρωμένου Πληροφοριακού Συστήματος Εντύπων Ασφαλείας (Ο.Π.Σ.Ε.Α)". Η διαγωνιστική διαδικασία θα πραγματοποιηθεί σε δύο στάδια μέσω ανταγωνιστικού διαλόγου, με στόχο την ενίσχυση της διαφάνειας, τη διασφάλιση συνθηκών υγιούς ανταγωνισμού και την προστασία των ευαίσθητων τεχνικών και επιχειρησιακών απαιτήσεων του έργου. Ως καταληκτική ημερομηνία για την υποβολή προσφορών έχει οριστεί η 25η Ιουνίου 2026. **Σύμφωνα με πηγές της στήλης, δύο εξελίξεις συνηγορούν στην εκτίμηση πως αυτή την φορά ο διαγωνισμός θα προχωρήσει:** αφ' ενός η βούληση της κυβέρνησης, αφ' ετέρου η συνεννόηση μεταξύ των συμμετεχόντων στην προηγούμενη φάση της διαδικασίας. Ως γνωστόν, τότε τα σχήματα που είχαν περάσει στο (προ) τελικό στάδιο ήταν: Thales Dis France (γαλλικός κολοσσός ψηφιακής ασφάλειας) με την UniSystems Veridos Ματσούκη (Γερμανοελληνική εταιρεία εκτύπωσης εγγράφων ασφαλείας) μαζί με ΟΤΕ και BYTE Computer Zetes Industries (Βελγική εταιρεία) μαζί με τις Zetes (Ελλάδας), Space Hellas και ANY (Athens Numbering Υπηρεσίες) Κοινή εκτίμηση αναλυτών πως **UniSystems και Byte δεν είναι οι ίδιες εταιρείες που**

ήταν, πριν 4-5 χρόνια. Με τις προσθήκες έχουν γίνει ολοκληρωμένο όμιλοι - και μιας ο λόγος για την Ideal Holdings θα αναφερθώ αναλυτικότερα στον "βραχίονα/συμμετοχή" Πληροφορικής:

τα έσοδα ανήλθαν σε €106 εκατ., παρουσιάζοντας ελεγχόμενη κάμψη 9%. Αυτό δεν οφείλεται σε μείωση της δραστηριότητας, αλλά σε στρατηγική επιλογή του ομίλου να εστιάσει στην αύξηση των περιθωρίων κέρδους έναντι του όγκου εσόδων, με το περιθώριο ebitda να ενισχύεται στο 14% (από 12%)

το ανεκτέλεστο υπόλοιπο έργων (backlog) για την Byte διαμορφώθηκε σε υψηλά επίπεδα, αγγίζοντας τα €83 εκατ., γεγονός που εγγυάται τη μελλοντική της απόδοση

ο υπο-όμιλος πληροφορικής (στον οποίο η Byte αποτελεί τη μητρική οντότητα) κατέγραψε **συγκρίσιμα EBITDA €15,2 εκατ. και συγκρίσιμα κέρδη προ φόρων (EBT) €12,6 εκατ.**, καταγράφοντας ετήσια αύξηση της τάξεως του 13% και 16% αντίστοιχα

Πρακτικά, μετά και τη **νέα άνοδο για τη μετοχή της Ideal Holdings- στα €7,24 (με συν 1,40%) την Παρασκευή**, η αποτίμηση διαμορφώνεται στα €405,7 εκατ. Κλασική περίπτωση undervalued εισογμένης/με σημαντικό upside για τη μετοχή που ενόσω πλησιάζει το IPO το πιθανότερο είναι να αποτυπώνεται ανάλογα στο χρηματιστηριακό ταμπλό. Αποτίμηση που στο (θεωρητικό) ενδεχόμενο αυτόνομης εισαγωγής της Byte θα δικαιολογούνταν μεγαλύτερη. Για να μην προχωρήσω στην "εύλογη αξία" της "Μπάρμπα Στάθης".

Ένα-ένα όμως, το IPO για τα Attica Stores, ο διαγωνισμός για τις νέες ταυτότητες, και βλέπουμε...



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**

• THE OLIVE LEGEND GROUP ΔΙΑΚΡΙΣΕΙΣ ΓΙΑ ΤΑ ΕΞΑΙΡΕΤΙΚΑ ΠΑΡΘΕΝΑ ΕΛΑΙΟΛΑΔΑ

Υψηλές διακρίσεις ποιότητας απέσπασαν τα Εξαιρετικά Παρθένα Ελαιόλαδά της "The Olive Legend Group" κατά τη συμμετοχή τους σε διεθνείς διαγωνισμούς ελαιόλαδου.

Συγκεκριμένα:

- Το Εξαιρετικό Παρθένο Ελαιόλαδο "Λατζιμάς" απέσπασε Ασημένιο βραβείο στον διαγωνισμό ATHENA International Olive Oil Competition και Πλατινένιο βραβείο στον διαγωνισμό Specialist Awards 2026
- Το Εξαιρετικό Παρθένο Ελαιόλαδο LASITIA "Sitia" απέσπασε Χρυσό βραβείο στο διαγωνισμό ATHENA International Olive Oil Competition
- Το Εξαιρετικό Παρθένο Ελαιόλαδο Oly Oil – Mild & Fruity πήρε Χρυσό βραβείο στον διαγωνισμό London International Olive Oil Competition



SECRETRECIPE

Έρχονται και άλλες επενδύσεις στα τρόφιμα

Τη διαρκώς αυξημένη ζήτηση στα τρόφιμα επιδιώκουν να καλύψουν οι επιχειρήσεις του κλάδου, οι οποίες σχεδιάζουν και νέες επενδύσεις σε υποδομές και εγκαταστάσεις. Όπως πληροφορείται το Fnb Daily, η κινητικότητα είναι έντονη, με όλο και περισσότερες εταιρείες να προσπαθούν να τοποθετηθούν καλύτερα στο διαρκώς εξελισσόμενο τοπίο. Νεότερα, σύντομα...

Editorial

Θέλει και κόπο και τρόπο

Τι είναι αυτό το οποίο συζητάμε εδώ και χρόνια και για το οποίο έχω γράψει άρθρα σε αυτή εδώ τη στήλη; Είναι το νέο παραγωγικό μοντέλο.

Αυτό το ρημάδι πρότυπο παραγωγής, το οποίο η χώρα έχει τόσο πολύ ανάγκη, και προς το οποίο βαδίζουμε μεν, αλλά χρειάζεται να τρέξουμε με πολύ υψηλότερες ταχύτητες δε. Και αυτό δεν είναι κάτι, που το λέμε απλά από άποψη, αλλά είναι κάτι, το οποίο αποτυπώνεται με τον πλέον χαρακτηριστικό τρόπο και στα επίσημα στοιχεία εκθέσεων και μελετών διεθνών φορέων και οργανισμών. Για παράδειγμα, στην ειδική έκθεση του Διεθνούς Νομισματικού Ταμείου για τη χώρα μας, αναφέρεται ότι κάθε €1 ελληνικών εξαγωγών παράγει μόλις €0,43 προστιθέμενης αξίας στην ελληνική οικονομία. Τα υπόλοιπα €0,57 πηγαίνουν στις εισαγωγές προϊόντων, τα οποία είναι απαραίτητα για να παραχθεί ό,τι εξάγεται.

Και δεν είναι μόνο αυτό. Ένα ακόμα στοιχείο έχει να κάνει με το γεγονός ότι οι ελληνικές εξαγωγές, παρά τη σημαντική άνοδο τους τα τελευταία χρόνια, είναι επικεντρωμένες σε κλάδους, που έχουν χαμηλή προστιθέμενη αξία για την ελληνική οικονομία. Πλέον αυτού, μεγάλο κομμάτι της όποιας ανταγωνιστικότητας των εξαγωγικών κλάδων οφείλεται κυρίως είτε στους

χαμηλούς μισθούς, είτε σε εισαγόμενα προϊόντα, τα οποία αναφέραμε προηγουμένως. Συνεπώς, εδώ προκύπτουν δύο πολύ σημαντικές ανάγκες για την ελληνική οικονομία, οι οποίες αποτελούν συγκοινωνούντα δοχεία μεταξύ τους. Η μία είναι η μέγιστη δυνατή επιτάχυνση της μετάβασης σε υγιές και υψηλής προστιθέμενης αξίας παραγωγικό μοντέλο. Η άλλη είναι η ακόμα μεγαλύτερη προσπάθεια για την ενίσχυση των εξαγωγών μας. Θυμίζω, άλλωστε, ότι το ισοζύγιο τρεχουσών συναλλαγών, δηλαδή η πράξη εισαγωγές μείον εξαγωγές, παραμένει σε αρνητικό πρόσημο. Δηλαδή, ελλειμματικό.

Τα χρήματα, δόλου ευκαταφρόνητα, που πήραμε από το Ταμείο Ανάκαμψης, έδειξαν τον δρόμο σε ό,τι αφορά τους κλάδους εκείνους, οι οποίοι έχουν πραγματική προστιθέμενη αξία για την οικονομία μας. Συνεπώς, είναι απολύτως στο χέρι μας να αλλάξουμε όλο αυτό. Απαιτεί ακόμα ισχυρότερη πολιτική βούληση, ώστε να τελειώνουμε με τις κλειστές αγορές, τα κλειστά επαγγέλματα, τη γραφειοκρατία. Και, αντίθετα με τη γνωστή διαφήμιση, στη συγκεκριμένη περίπτωση, θέλει και κόπο και τρόπο. Τόσο απλά.

Νεκτάριος Β. Νώτης
nectarios@notice.gr