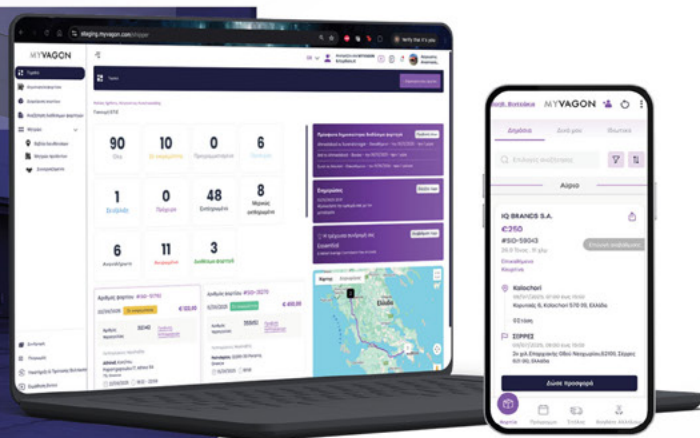


MOVE DIFFERENT.

50 χρόνια τηλεφωνημάτων τελειώνουν σήμερα.

MYVAGON

Η 1η ΨΗΦΙΑΚΗ ΠΛΑΤΦΟΡΜΑ
ΦΟΡΤΙΩΝ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ.



Ψηφιοποίησε την δρομολόγησή σου.

Βρες φορτηγά. >> Εξοικονόμησε χρόνο. >> Παρακολούθησε τα πάντα.

Μία πλατφόρμα.
Όλοι οι μεταφορείς σου.



Εσύ
στο κέντρο

Αυτή είναι η
MYVAGON

ΤΑΛΑΙΠΩΡΙΑ
Ή ΠΡΟΟΔΟΣ
—ΕΣΥ ΑΠΟΦΑΣΙΖΕΙΣ.

- >> Ο παλιός τρόπος δουλεύει ακόμα ... αν σου αρέσει να ταλαιπωρείσαι.
- >> Ή μπορείς επιτέλους να αρχίσεις να κινείσαι διαφορετικά. Πιο έξυπνα.

Κάνε εγγραφή δωρεάν στο [MYVAGON.com](https://www.myvagon.com) και ξεκίνα τώρα.

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 30 ΜΑΡΤΙΟΥ 2026
ΤΕΥΧΟΣ 2299



• NESTLÉ

Δώδεκα τόνοι KitKat έκαναν... φτερά
- Κλάπκκε φορτίο καθ' οδόν για την Πολωνία



• ΚΟΝΣΕΡΒΟΠΟΙΙΑ ΒΟΡΕΙΟΥ ΑΙΓΑΙΟΥ (ΤΡΑΤΑ)

Ανάπτυξη 11% στην εγχώρια αγορά το α' τρίμηνο
- Διψήφιοι ρυθμοί για το Flokos



• ASPIS ΧΥΜΟΙ

Η πτώση πωλήσεων στο εξάμηνο, η διόρθωση
στις τιμές χυμού πορτοκάλι και το ρεκόρ μεγεθών
το 2024/2025



• ΤΥΡΟΚΟΜΕΙΟ ΑΡΒΑΝΙΤΗ

Με +25% οι εξαγωγές στο α' τρίμηνο
- Προς ολοκλήρωση η κτιριακή επέκταση

Editorial

Ακορντεόν

Debrief

Είτε δεν ξέρουν τί τους γίνεται
ή δεν έχουμε καταλάβει τίποτα

Business Maker

- Με 6,5% ανάπτυξη πωλήσεων τρέχει ο Μασούτης το 2026
- Η διαφορετική επένδυση της Sprite και το ΟΑΚΑ

SecretRecipe

Mailo's: Γενικός
Διευθυντής ο Νίκος Αϊδίνης

Business Insight

Περσικός: Γιατί αυτή, η τρίτη κρίση είναι διαφορετική... και άκρως πιο επικίνδυνη

VIKOS[®]
PREMIUM MIXERS



ZER* PHENO MENON

THE ZERO PHENOMENON GOES TO
THESSALONIKI.
31.03 - 01.04

Find us at
BOOTH C2.

• **ΚΟΝΣΕΡΒΟΠΟΙΙΑ ΒΟΡΕΙΟΥ ΑΙΓΑΙΟΥ (ΤΡΑΤΑ)**

ΑΝΑΠΤΥΞΗ 11% ΣΤΗΝ ΕΓΧΩΡΙΑ ΑΓΟΡΑ ΤΟ Α' ΤΡΙΜΗΝΟ - ΔΙΨΗΦΙΟΙ ΡΥΘΜΟΙ ΓΙΑ ΤΟ FLOKOS

Με θετικές προϋποθέσεις για την Κονσερβοποιία Βορείου Αιγαίου (ΚΟΝ.Β.Α) ξεκίνησε το α' τρίμηνο του έτους, όπως αναφέρει στο FNB Daily ο Εμπορικός Διευθυντής της εταιρείας, Δημήτρης Συνοδινός.

Ο κ. Συνοδινός υπογράμμισε ότι η εγχώρια δραστηριότητα αντιπροσωπεύει περίπου το 85% του κύκλου εργασιών και καταγράφει ανάπτυξη 11%, γεγονός, που χαρακτηρίζει σημαντικό, εάν συνεκτιμηθούν οι συνθήκες προσαρμογής της αγοράς στο πλαίσιο του νέου κώδικα δεοντολογίας και με τις μέχρι σήμερα ενδείξεις να παραμένουν θετικές, τόσο στο οργανωμένο λιανεμπόριο, όσο και στο κανάλι της χονδρικής.

Η ΣΗΜΑΣΙΑ ΤΗΣ ΣΑΡΑΚΟΣΤΗΣ ΣΤΟΝ ΤΖΙΡΟ

Μιλώντας για την περίοδο της Σαρακοστής ο κ. Συνοδινός εξήγησε ότι πρόκειται για μια ώριμη και πλήρως χαρτογραφημένη εμπορικά περίοδος, στην οποία η ΚΟΝ.Β.Α διατηρεί σταθερή θέση. Σύμφωνα με τα στοιχεία sell out του α' διμήνου, τα εποχικά προϊόντα του brand Flokos κατέγραψαν για ακό-

μη μία χρονιά διψήφια οργανική ανάπτυξη. Το στοιχείο αυτό αποτυπώνει, πέρα από την απόδοση της περιόδου, και τη διαμόρφωση σταθερής σχέσης εμπιστοσύνης των καταναλωτών σε κατηγορίες, που σταδιακά μετατρέπονται από εποχικές, σε περισσότερο all year round επιλογές.

ΝΕΑ ΤΟΝΟΣΑΛΑΤΑ MEXICANA

Σε ό,τι αφορά το portfolio, η εταιρεία συνεχίζει να επενδύει σε κατηγορίες με υψηλή δυναμική. Πρόσφατα, προχώρησε στην εισαγωγή της γεύσης τονοσαλάτας Mexicana σε format φακέλου, ενισχύοντας μια κατηγορία στην οποία έχει παρουσία σε ευρωπαϊκό επίπεδο. Η ανταπόκριση δείχνει ότι οι ανάγκες για ευκολία, ταχύτητα και γευστική διαφοροποίηση δημιουργούν ευκαιρίες ανάπτυξης, εξηγεί ο κ. Συνοδινός.

ΠΡΟΣΟΧΗ ΣΤΙΣ ΔΙΕΘΝΕΙΣ ΕΞΕΛΙΞΕΙΣ

Ερωτηθείς για την πορεία εταιρείας και κλάδου, δεδομένων των συνθηκών στην Μέση Ανατολή, εξηγεί ότι διατηρείται αυξημένη

προσοχή απέναντι στις διεθνείς εξελίξεις. Οι πρώτες ύλες, που διαχειρίζεται η εταιρεία, είναι χρηματιστηριακές και επηρεάζονται άμεσα από το ευρύτερο γεωπολιτικό περιβάλλον, όταν αυτό εντείνει την αβεβαιότητα. Στο πλαίσιο αυτό, ως η μόνη ελληνική βιομηχανία της κατηγορίας, καλείται να ανταγωνιστεί σε ένα περιβάλλον όπου οι διαφοροποιήσεις σε κόστη παραγωγής, δασμολογικές επιβαρύνσεις και λειτουργικά δεδομένα είναι σημαντικές, πρόκληση, που, όπως εξηγεί ο Εμπορικός Διευθυντής της εταιρείας, απαιτεί αυξημένη πειθαρχία, ευελιξία και στρατηγική προσήλωση.

"ΕΣΧΑΤΗ ΕΠΙΛΟΓΗ ΟΙ ΑΝΑΤΙΜΗΣΕΙΣ"

Από θεσμική σκοπιά και με την ιδιότητά του ως Πρόεδρος του ΣΕΕΤ, ο ίδιος θεωρεί ότι η βιομηχανία τροφίμων πρέπει να βασιστεί σε πιο βιώσιμες χρηματοοικονομικές δομές. Η απελευθέρωση ρευστότητας και η μείωση της εξάρτησης από τον δανεισμό περνούν μέσα από πιο ισορροπημένους και λειτουργικούς όρους συνεργασίας με το λιανεμπόριο, που θα συγκρατήσουν τις ανατιμήσεις στα ράφια. Σε ένα περιβάλλον όπου ο καταναλωτής παραμένει πεισμένος, οι ανατιμήσεις οφείλουν να αποτελούν την έσχατη επιλογή. "Πιστεύω ότι μέσα από ουσιαστική συνεργασία μεταξύ βιομηχανίας και λιανεμπορίου μπορούμε να διαμορφώσουμε ένα πιο ανθεκτικό και δίκαιο πλαίσιο λειτουργίας. Ένα πλαίσιο που θα επιτρέπει τη διατήρηση αγοραστικής δύναμης για τον καταναλωτή, ενώ ταυτόχρονα θα διασφαλίζει τη βιωσιμότητα και την αναπτυξιακή προοπτική της αγοράς συνολικά".

Στέλλα Αυγουστάκη
stella@notice.gr



Δημήτρης Συνοδινός, Εμπορικός Διευθυντής, ΚΟΝΒΑ

• **ΠΑΠΑΔΟΠΟΥΛΟΥ**

ΝΕΑ ΚΑΜΠΑΝΙΑ ΓΙΑ ΤΑ CREAM CRACKERS

Η Παπαδοπούλου παρουσιάζει νέα καμπάνια για τα Cream Crackers, εστιάζοντας στη συνηθισμένη στιγμή της "ελαφριάς πείνας" που διακόπτει την καθημερινότητα. Η δημιουργική προσέγγιση, που υπογράφει η Solid Havas, αναδεικνύει το προϊόν ως μια πρακτική λύση που προσφέρει κορεσμό χωρίς αίσθημα βάρους. Η καμπάνια αξιοποιεί χιούμορ και ρεαλιστικά σενάρια από την κα-

θημερινή ζωή, παρουσιάζοντας στιγμές όπου η πείνα παρεμβαίνει σε δραστηριότητες, με τα Cream Crackers να προτείνονται ως άμεση λύση. Κεντρικό μήνυμα αποτελεί η ελαφριά αλλά χορταστική φύση του προϊόντος, το οποίο παρασκευάζεται με φυσικό προζύμι και ψήνεται στον φούρνο, διαθέτοντας 1.296 τραγανά φύλλα ανά κράκερ. Το προϊόν προσφέρεται σε ποικιλία γεύσεων, καλύπτοντας



διαφορετικές διατροφικές προτιμήσεις, ενώ διατηρεί τον χαρακτήρα ενός ισορροπημένου σνακ για κάθε στιγμή της ημέρας.



AGRI FOOD FORWARD

Cultivating Innovation, Harvesting Growth.

21 Απριλίου 2026

Λόγω των έκτακτων δυσμενών καιρικών συνθηκών, που προβλέπονται για την επόμενη εβδομάδα (κακοκαιρία Deborah), το **Agrifood Forward Conference** μεταφέρεται στις **21 Απριλίου 2026**, στον ίδιο χώρο, στο Αμφιθέατρο του Οργανισμού Κεντρικών Αγορών και Αλιείας

ΝΕΑ
ΗΜΕΡΟ-
ΜΗΝΙΑ



POWERED BY

TÜV
AUSTRIA

ΜΕ ΤΗΝ ΑΞΙΟΠΙΣΤΙΑ ΤΗΣ



NOTICE

CONTENT & SERVICES

Κλείστε
τώρα
τη θέση
σας ΕΔΩ

ΥΠΟΣΤΗΡΙΚΤΕΣ

Αρρένα
ΦΥΣΙΚΟ ΜΕΤΑΛΛΙΚΟ ΝΕΡΟ

Barilla
The Italian Food Company Since 1877

ΔΩΡΙΚΗ
ΕΥΡΩΚΟΝΙΑ

El Greco
ΜΙΣΤΡΑΚΗΣ 1932

E
ΕΛΛΗΝΙΚΑ ΠΛΑΣΤΙΚΑ Α.Ε.

KORRES

ΚΟΥΛΟΥΓΑΔΟΣ
1890

**planet
ΠΑΓΩΤΑΡΑ**
...από άλλον πλανήτη!

SAMBA
COFFEE
ROASTERS

• ΕΛΑΣΙΟΝ

ΒΡΑΖΙΛΙΑ, ΙΑΠΩΝΙΑ ΚΑΙ ΚΙΝΑ ΟΙ ΝΕΕΣ ΑΓΟΡΕΣ-ΣΤΟΧΟΙ ΓΙΑ ΤΗ ΦΕΤΙΝΗ ΧΡΟΝΙΑ - ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΑΝΩ ΤΟΥ 12% ΤΟ 2025

Τη διεύρυνση του δικτύου των εξαγωγικών της προορισμών θέτει ως βασική προτεραιότητα για την τρέχουσα χρονιά η Ελάσιον που φέτος κλείνει μισό αιώνα παρουσίας στο εμπόριο ελαιόλαδου.

Όπως δηλώνει στο Fnb Daily η Κατερίνα Παπαϊωάννου, επικεφαλής στο Τμήμα Μάρκετινγκ, στο στόχαστρο της εταιρείας από την Ιεράπετρα βρίσκονται τρεις αγορές, η Βραζιλία, η Ιαπωνία και η Κίνα και η προσπάθεια εισόδου σε αυτές θα κλιμακωθεί το φθινόπωρο του 2026 με τα προϊόντα της νέας εσοδείας- "χωρίς όμως αυτό να σημαίνει ότι αν δεν μας παρουσιαστεί μια ευκαιρία νωρίτερα, δεν θα την αξιοποιήσουμε".

ΙΣΧΥΡΟΤΕΡΗ ΑΓΟΡΑ Η ΑΜΕΡΙΚΑΝΙΚΗ

Η εταιρεία έχει καθαρά εξαγωγικό προσανατολισμό, με το 90% του τζίρου της να προέρχεται από πωλήσεις στο εξωτερικό και τις ΗΠΑ να αποτελούν την πλέον δυνατή της αγορά. "Έχουμε χτίσει μια καλή παρουσία εκεί, με τοποθετήσεις σε καλά retail σημεία με μπουκάλι και όχι με τριλιτρα δοχεία, όμως υπάρχουν ακόμα μεγάλα περιθώρια για περαιτέρω ανάπτυξη", υπογραμμίζει.

Εκτός από την άλλη πλευρά του Ατλαντικού, η Ελάσιον έχει παρουσία σε ευρωπαϊκές αγορές, όπως η Γερμανία, η Ολλανδία, η Πολωνία, η Ρουμανία, ενώ κάποιες ποσοτικές έχουν σταλεί τόσο στην Αυστραλία, όσο και στο Ντουμπάι - αν και στη δεύτερη περι-

πτωση ο πόλεμος στην Μ. Ανατολή δρα αυτή τη στιγμή ανασταλτικά. Οι νέες αγορές-στόχοι, όπως προαναφέρθηκε, είναι για φέτος η Βραζιλία, η Ιαπωνία και η Κίνα. Η ελληνική αγορά - όπου έχει παρουσία σε λίγα κι επιλεγμένα σημεία - δεν αποτέλεσε ποτέ προτεραιότητα για την εταιρεία, χωρίς βέβαια αυτό να σημαίνει ότι δεν είναι ανοιχτή σε προτάσεις για τοποθέτηση "σε δίκτυα όπου το κρητικό ελαιόλαδο μπορεί να πάρει τη θέση που του αξίζει", τονίζει η κα Παπαϊωάννου.

ΜΕΤΑΤΡΟΠΗ ΣΕ Α.Ε.

Το 2025 έκλεισε με διψήφιο ρυθμό ανάπτυξης, καθώς ο τζίρος αυξήθηκε άνω του 12%, με σημαντική ενίσχυση και της κερδοφορίας. Παράλληλα, η χρονιά ήταν κομβική για την εταιρεία, καθώς από ατομική επιχείρηση, μετατράπηκε σε ανώνυμη.

ΕΙΣΟΔΟΣ ΜΕ ΤΟ ΜΕΛΙ ΣΤΑ ΤΚ MAXX ΤΟΥ ΛΟΝΔΙΝΟΥ

Εδώ και μια πενταετία περίπου η εταιρεία έχει αναπτύξει σημαντική δραστηριότητα και στο μέλι, μέσω της θυγατρικής Smari Cretan Honey, η οποία έχει επίσης αποκλειστικά εξαγωγική στόχευση, με παρουσία σε ΗΠΑ, Γερμανία, Ολλανδία, Ρουμανία κ.α. Μεταξύ άλλων, έχει καταφέρει να εισέλθει στα TK Maxx του Λονδίνου.

Γιάννης Τσατσάκης
yannis@notice.gr



Ο Γιώργος Νικολαράκης και η σύζυγός του, Μαρία Μαλλιωτάκη, ιδιοκτήτες, Ελάσιον



• LIDL ΕΛΛΑΣ ΣΥΝΕΧΙΖΕΙ ΓΙΑ 3η ΧΡΟΝΙΑ ΤΗ ΣΥΝΕΡΓΑΣΙΑ ΤΗΣ ΜΕ ΤΟΝ ΟΡΓΑΝΙΣΜΟ MAKE-A-WISH

Η Lidl Ελλάς συνεχίζει για τρίτη διαδοχική χρονιά τη συνεργασία της με τον οργανισμό Make-A-Wish (Κάνε-Μια-Ευχή Ελλάδα), υλοποιώντας πασχαλινή καμπάνια εταιρικής κοινωνικής ευθύνης με στόχο την ενίσχυση της εκπλήρωσης ευχών παιδιών που πάσχουν από σοβαρές ασθένειες. Στο πλαίσιο της δράσης, για το διάστημα από 26 Μαρτίου έως 11 Απριλίου 2026, κάθε σκανάρισμα της ψηφιακής κάρτας Lidl Plus μετατρέπεται σε δωρεά ύψους 0,05 ευρώ προς τον οργανισμό.

Η ΦΕΤΙΝΗ ΚΑΜΠΑΝΙΑ

Η φετινή επικοινωνιακή καμπάνια αξιοποιεί τη συμμετοχή του Παραολυμπιονίκη Αντώνη Τσαπατάκη, αναδεικνύοντας το μήνυμα ότι μικρές καθημερινές ενέργειες μπορούν να έχουν ουσιαστικό κοινωνικό αντίκτυπο. Η πρωτοβουλία εντάσσεται στη στρατηγική βιωσιμότητας της εταιρείας, η οποία εστιάζει στη στήριξη ευάλωτων κοινωνικών ομάδων.

Η συνεργασία των δύο φορέων, που ξεκίνησε το 2024, έχει ήδη συμβάλει στην υλοποίηση 26 παιδικών ευχών, ενώ η φετινή δράση συμπίπτει με τη συμπλήρωση 30 ετών λειτουργίας του Make-A-Wish Ελλάδος, κατά τη διάρκεια των οποίων έχουν υποστηριχθεί περίπου 4.000 παιδιά. Παράλληλα, οι ανάγκες παραμένουν αυξημένες, καθώς εκατοντάδες αιτήματα εξακολουθούν να εκκρεμούν.

Μέσω της καμπάνιας, η Lidl Ελλάς επιδιώκει να ενισχύσει τη συμμετοχή του κοινού, αξιοποιώντας την ψηφιακή της εφαρμογή ως εργαλείο κοινωνικής προσφοράς, υπογραμμίζοντας ότι ακόμη και απλές καταναλωτικές συνθέσεις μπορούν να συμβάλουν σε έναν ευρύτερο κοινωνικό σκοπό.

• **ΤΥΡΟΚΟΜΕΙΟ ΑΡΒΑΝΙΤΗ**
ΜΕ +25% ΟΙ ΕΞΑΓΩΓΕΣ ΣΤΟ Α' ΤΡΙΜΗΝΟ
- ΠΡΟΣ ΟΛΟΚΛΗΡΩΣΗ Η ΚΤΙΡΙΑΚΗ ΕΠΕΚΤΑΣΗ

Στην ολοκλήρωση του κτιριακού μέρους της επένδυσης ύψους €4,7 εκατ. που υλοποιεί στην παραγωγική του μονάδα έχει ρίξει το βάρος αυτό το διάστημα το Τυροκομείο Αρβανίτη.

Το συγκεκριμένο project κοστολογείται στα €2 εκατ. περίπου, περιλαμβάνει - μεταξύ άλλων - επέκταση των κτιριακών εγκαταστάσεων στην Νεοχωρούδα Θεσσαλονίκης κατά 3.000 τ.μ. και, όπως όλα δείχνουν, έχει εισέλθει στην τελική ευθεία.

"Ελπίζω εντός του Μαΐου να έχει ολοκληρωθεί ώστε να μπορέσουμε να κάνουμε κάποια μέρη του τουλάχιστον λειτουργικά. Ειδικά, μέχρι το καλοκαίρι -εκτός κάποιου σοβαρού απρόοπτου- θα είναι έτοιμο και θα δουλεύει κανονικά", δηλώνει στο Fnb Daily ο Πρόεδρος και Διευθύνων Σύμβουλος της εταιρείας, Μιχάλης Αρβανίτης.

ΑΥΞΗΣΗ 10% ΣΤΟΥΣ ΟΓΚΟΥΣ ΤΟ 2025

"Αυτή τη στιγμή μας ενδιαφέρει να τελειώσουμε με το κτιριακό σκέλος ούτως ώστε... να απελευθερωθούμε χωροταξικά γιατί είμαστε κάπως στριμωγμένοι με τους όγκους



Μιχάλης Αρβανίτης, Πρόεδρος & CEO, Τυροκομείο Αρβανίτη

παραγωγής που έχουμε φτάσει. Το υπόλοιπο κομμάτι του επενδυτικού σχεδίου που έχει να κάνει με τον εκσυγχρονισμό του μηχανολογικού εξοπλισμού, την αύξηση παραγωγικής δυναμικότητας, κλπ., θα εκτελεστεί σταδιακά", προσθέτει.

Το 2025 ο κύκλος εργασιών δεν παρουσίασε ουσιαστική διαφοροποίηση σε σχέση με το 2024, παρά το γεγονός ότι οι όγκοι παραγωγής ήταν αυξημένοι κατά 10% - κάτι που αποδίδεται στην αποκλιμάκωση των τιμών.

DATA (σε €χιλ.)	
Κύκλος Εργασιών	Κέρδη προ φόρων
2024: 12.672	2024: 1.207
2023: 13.911	2023: 1.430
2022: 12.852	2022: 1.254

ΣΤΑΘΕΡΟΤΗΤΑ ΣΤΗΝ ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΑΓΟΡΑ

Σταθερότητα, σύμφωνα με τον κ. Αρβανίτη, επικρατεί στις πωλήσεις εντός των ελληνικών συνόρων και στο α' τρίμηνο του 2026, ωστόσο οι εξαγωγές - που αντιστοιχούν σχεδόν στο 35% του συνολικού τζίρου - τρέχουν με ρυθμό άνω του 20%, που προσεγγίζει το 25%, γεγονός που δίνει ένα ξεκάθαρο θετικό πρόσημο στο πρώτο τέταρτο της χρονιάς. "Είχαμε μερικές καλές συμφωνίες που υλοποιήσαμε και μας έδωσαν αυτή την ώθηση. Ελπίζουμε να διατηρηθεί αυτό το momentum και στο υπόλοιπο της χρονιάς", σημειώνει.

Γιάννης Τσατσάκης
yannis@notice.gr

• **MORRISONS**
ΑΥΞΗΜΕΝΕΣ ΠΩΛΗΣΕΙΣ ΣΤΟ ΤΡΙΜΗΝΟ, ΦΟΒΟΙ
ΓΙΑ ΤΙΣ ΕΠΙΠΤΩΣΕΙΣ ΑΠΟ ΤΟΝ ΠΟΛΕΜΟ ΣΤΟ ΙΡΑΝ

Η βρετανική αλυσίδα super market Morrisons δήλωσε ότι παρακολουθεί στενά τον αντίκτυπο του πολέμου στο Ιράν στην καταναλωτική εμπιστοσύνη και στις εφοδιαστικές αλυσίδες, καθώς ανακοίνωσε υψηλότερη υποκείμενη αύξηση πωλήσεων στο τρίμηνο.

Ο πέμπτος μεγαλύτερος λιανέμπορος τροφίμων στο Ηνωμένο Βασίλειο, που ανήκει στην αμερικανική εταιρεία ιδιωτικών επενδύσεων Clayton, Dubilier & Rice, ανέφερε ότι οι συγκρίσιμες πωλήσεις (like-for-like sales) αυξήθηκαν κατά 2,8% στις 13 εβδομάδες έως τις 25 Ιανουαρίου σε ετήσια βάση, έναντι αύξησης 2,4% το προηγούμενο τρίμηνο.

Ο ΑΝΤΙΚΤΥΠΟΣ ΤΟΥ ΠΟΛΕΜΟΥ

Ο αντίκτυπος του πολέμου στο Ιράν στις τιμές της ενέργειας, με δευτερογενείς επιπτώσεις στην καταναλωτική δαπάνη, επιτείνει τις προκλήσεις που αντιμετωπίζει ο βρετανικός



Rami Baitieh, CEO, Morrisons

κλάδος λιανικής.

Οι λιανικές πωλήσεις στην Βρετανία κατέρρευσαν αυτόν τον μήνα στον μεγαλύτερο βαθμό από τον Απρίλιο του 2020, όταν τα περισσότερα καταστήματα μη τροφίμων ήταν κλειστά κατά την έναρξη της πανδη-

μίας COVID-19, σύμφωνα με έρευνα της Confederation of British Industry.

Παρότι η Morrisons εμφάνισε βελτιωμένη εμπορική απόδοση, στοιχεία του κλάδου έδειξαν ότι η αύξηση των πωλήσεων της συνεχίζει να υστερεί έναντι των παραδοσιακών ανταγωνιστών Tesco και Sainsbury's, καθώς και των γερμανικών εκπαιστικών αλυσίδων Aldi και Lidl.

ΣΤΟΧΟΣ

Ο Baitieh, CEO από το 2023, επιχειρεί να εκσυγχρονίσει την Morrisons, η οποία διαφοροποιείται από τους βασικούς ανταγωνιστές της καθώς διαθέτει και δικές της παραγωγικές δραστηριότητες, παράγοντας περίπου το ήμισυ των φρέσκων τροφίμων που πουλάει. Έχει επίσης επικεντρωθεί στη βελτίωση της τιμολογιακής πολιτικής, των προωθητικών ενεργειών και του προγράμματος πιστότητας πελατών της εταιρείας.

• **ΟΛΥΜΠΟΣ ΠΑΠΑΓΙΑΝΝΗΣ**
ΝΕΑ ΠΡΟΪΟΝΤΑ ΣΕ ΧΑΛΒΑ ΚΑΙ ΤΑΧΙΝΙ
- ΟΙ ΕΥΚΑΙΡΙΕΣ ΠΟΥ ΒΛΕΠΕΙ ΣΤΗΝ ΑΣΙΑ

Στη συστηματική ενίσχυση του προϊόντικου της χαρτοφυλακίου επενδύει η Όλυμπος Παπαγιάννης.

Στο πλαίσιο της Σαρακοστής, η εταιρεία προχωρά στην εισαγωγή νέων προϊόντων χαλβά με γέμιση speculoos, ενισχύοντας μια γευστική κατεύθυνση, που η εταιρεία αναπτύσσει συστηματικά τα τελευταία χρόνια.

Η ανάπτυξη νέων κωδικών επεκτείνεται και σε κατηγορίες υψηλής προστιθέμενης αξίας, όπως τα mini halva snacks σε συνδυασμούς γεύσεων (βανίλια-κακάο, σοκολάτα-φράουλα, σοκολάτα-μπανάνια).

ΑΝΑΠΤΥΣΣΕΤΑΙ ΤΟ ZERO SUGAR

Παράλληλα, ενισχύει τη θέση της στην ταχώς αναπτυσσόμενη κατηγορία των προϊόντων χωρίς ζάχαρη, με νέα λανσαρίσματα, όπως το ταχίνι πορτοκάλι zero, σε συνέχεια της επιτυχημένης πορείας του ταχινιού κακάο zero. Η κατηγορία των snack ενισχύεται περαιτέρω με μπάρες χαλβά χωρίς ζάχαρη, καλύπτοντας τη ζήτηση για λειτουργικά



και πιο υγιεινά προϊόντα, ενώ η εταιρεία παρακολουθεί στενά τις τάσεις για ενδεχόμενη μελλοντική επέκταση και στα mini formats χωρίς ζάχαρη.

Όπως μαθαίνει το Fnb Daily, η απόδοση του χαρτοφυλακίου zero sugar είναι ιδιαίτερα ισχυρή, με το ταχίνι κακάο να καταγράφει υψηλές πωλήσεις και τον χαλβά με στέβια να κατέχει ηγετική θέση στην κατηγορία του. Παράλληλα, η δραστηριοποίηση στη βιολογική κατηγορία, με προϊόντα όπως βιολογικός χαλβάς, ταχίνι και μπάρες ενισχύει τη διαφοροποίηση της εταιρείας, αν και πρόκειται για



απαιτητική κατηγορία με διαφορετικά χαρακτηριστικά ανά γεωγραφική περιοχή και μεγαλύτερη ανάπτυξη στο εξωτερικό.

ΕΞΑΓΩΓΕΣ ΣΕ 50 ΑΓΟΡΕΣ

Σε διεθνές επίπεδο, η εταιρεία διατηρεί ισχυρό εξαγωγικό προσανατολισμό, με παρουσία σε περίπου 50 αγορές και το εξωτερικό να συνεισφέρει το 50% του κύκλου εργασιών.

Η προϊοντική στρατηγική προσαρμόζεται ανά αγορά, αξιοποιώντας το εύρος της γκάμας. Ισχυρή είναι η παρουσία σε Ευρώπη και Αμερική, ενώ η Ασία αναδεικνύεται ως αγορά με σημαντικές μεσοπρόθεσμες προοπτικές.

Στέλλα Αυγουστάκη
stella@notice.gr

• **CO-OP UK**
ΑΛΛΑΓΗ ΗΓΕΣΙΑΣ ΜΕΤΑ ΤΟ ΖΗΜΙΟΓΟΝΟ 2025

Η Co-op UK ανακοίνωσε υποκείμενη λειτουργική ζημία και μείωση εσόδων για το οικονομικό έτος 2025, ενώ γνωστοποίησε ότι η CEO, Shirine Khoury-Haq, θα αποχωρήσει μετά από τέσσερα χρόνια από τη θέση. Η Khoury-Haq, με συνολικά επτά χρόνια στην εταιρεία, ηγήθηκε ενός εκτεταμένου μετασχηματισμού, μειώνοντας το χρέος κατά 95% και αυξάνοντας τα κέρδη κατά 30% την περίοδο 2022-2024. Παράλληλα, διαχειρίστηκε την εταιρεία κατά τη διάρκεια μεγάλης κυβερνοεπίθεσης το 2025 και συνέβαλε στη διαμόρφωση πολυετούς στρατηγικής ανάκαμψης.

Όπως δήλωσε, μετά την κυβερνοεπίθεση, η Co-op είναι έτοιμη να προχωρήσει σε φάση σταθεροποίησης και μετασχηματισμού, σημειώνοντας ότι αυτή η νέα στρατηγική ξεπερνά τον χρονικό ορίζοντα της δικής της θητείας, καθιστώντας κατάλληλη τη στιγμή για αλλαγή ηγεσίας.

ΠΡΟΣΩΡΙΝΗ CEO

Τη θέση της θα αναλάβει προσωρινά η Kate Allum από τις 29 Μαρτίου. Η Allum είναι ήδη μέλος του διοικητικού συμβουλίου και δια-



Shirine Khoury-Haq, ex CEO, Co-op

θέτει εκτενή εμπειρία σε διοίκηση και εταιρικούς μετασχηματισμούς, καθώς και 20ετή παρουσία στον κλάδο τροφίμων. Έχει διατελέσει CEO σε οργανισμούς όπως οι Cedo Limited και First Milk Limited.

Η group chair Debbie White δήλωσε ότι ο διορισμός της αντανακλά την εμπιστοσύνη του διοικητικού συμβουλίου στην ικανότητά της να ηγηθεί με σταθερότητα, διατηρώντας την εστίαση στα μέλη, τους πελάτες και τους εργαζομένους.

ΜΕΙΩΣΗ ΕΣΟΔΩΝ

Σε επίπεδο αποτελεσμάτων, τα ετήσια έσοδα της Co-op μειώθηκαν κατά 2,3%, επηρεασμένα από την κυβερνοεπίθεση, την πτώση της αγοράς convenience και τις αλλαγές στη συμπεριφορά των καταναλωτών. Ωστόσο, χωρίς την επίδραση της επίθεσης, τα έσοδα παρέμειναν ουσιαστικά σταθερά.

Ανάπτυξη σημειώθηκε στις δραστηριότητες life services και λιανικής τροφίμων, αντισταθμίζοντας εν μέρει τη μείωση στη χονδρική.

Η εταιρεία επιδιώκει επιστροφή στις επιδόσεις του 2024, παραμένοντας επιφυλακτική λόγω εξωτερικών πιέσεων, όπως η μεταβλητότητα και η χαμηλή καταναλωτική εμπιστοσύνη. Παράλληλα, σχεδιάζει μείωση λειτουργικών δαπανών κατά 200 εκατ. λίρες έως το 2026.

• **DIAGEO-ΙΝΔΙΑ**

ΠΩΛΗΣΗ-ΜΑΜΟΥΘ ΤΗΣ RCSPL ΕΝΑΝΤΙ €1,53 ΔΙΣ.

Η United Spirits Limited, η ινδική θυγατρική της Diageo, συμφώνησε να πωλήσει το 100% της συμμετοχής της στη Royal Challengers Sports Private Limited (RCSPL) έναντι συνολικού τιμήματος 166,6 δισ. ινδικών ρουπιών (περίπου €1,53 δισ.)

Ο αγοραστής είναι ένα επενδυτικό σχήμα που αποτελείται από:

- την αμερικανική εταιρεία ιδιωτικών επενδύσεων Blackstone
- τον όμιλο Aditya Birla Group
- τον όμιλο The Times of India Group
- τη Bolt Ventures

Η συναλλαγή τελεί υπό τις συνθήκες προϋποθέσεις ολοκλήρωσης, καθώς και υπό νομικές, ρυθμιστικές και λοιπές εγκρίσεις, όπως δήλωσε η εταιρεία.

ΣΥΝΔΕΣΗ ΜΕ ΤΟ ΚΡΙΚΕΤ

Η Royal Challengers Sports Private Limited κατέχει και διαχειρίζεται τις ομάδες Royal



Sir Dave Lewis, CEO, Diageo

Challengers Bengaluru, οι οποίες συμμετέχουν στην Indian Premier League και

στη Women's Premier League. Στις αρχές του 2012, η Diageo απέκτησε συμμετοχή στη Royal Challengers Bengaluru στο πλαίσιο της εξαγοράς της United Spirits από τον Vijay Mallya. Έτσι, η Diageo εξασφάλισε παρουσία στην ομάδα Royal Challengers Bengaluru, ενισχύοντας τη σύνδεσή της με το ινδικό κρίκετ.

ΚΑΘΟΔΙΚΗ ΑΝΑΘΕΩΡΗΣΗ ΠΡΟΒΛΕΨΕΩΝ

Τον Φεβρουάριο, η Diageo αναθεώρησε προς τα κάτω τις ετήσιες προβλέψεις της και το μέρισμα, εκτιμώντας ότι οι οργανικές πωλήσεις για το 2026 θα μειωθούν κατά 2%–3%, ενώ τα λειτουργικά κέρδη αναμένεται να παραμείνουν σταθερά ή να αυξηθούν οριακά. Παράλληλα, η Diageo ολοκλήρωσε την πώληση του brand Sheridan's στην πορτογαλική οικογενειακή εταιρεία ποτών Casa Redondo.

• **NESTLÉ**

ΔΩΔΕΚΑ ΤΟΝΟΙ ΚΙΤΚΑΤ ΕΚΑΝΑΝ... ΦΤΕΡΑ - ΚΛΑΠΗΚΕ ΦΟΡΤΙΟ ΚΑΘ' ΟΔΟΝ ΓΙΑ ΤΗΝ ΠΟΛΩΝΙΑ

Η ελβετική Nestlé ανακοίνωσε ότι περίπου 12 τόνοι, δηλαδή 413.793 σοκολάτες KitKat, εκλάπησαν αφού αναχώρησαν από το εργοστάσιο παραγωγής στην Ιταλία με προορισμό την Πολωνία.

Η εταιρεία, ανέφερε σε ανακοίνωσή της την Παρασκευή ότι "το όχημα και το φορτίο του παραμένουν αγνοούμενα".

ΣΤΟΧΟΣ Η ΙΧΝΗΛΑΤΗΣΗ

Η εταιρεία προειδοποίησε ότι τα κλεμμένα προϊόντα ενδέχεται να διχοτετηθούν σε ανεπίσημα κανάλια πώλησης στις ευρωπαϊκές αγορές. Ωστόσο, σε μια τέτοια περίπτωση, όλα τα προϊόντα μπορούν να ιχνηλατηθούν μέσω του μοναδικού κωδικού παρτίδας που αντιστοιχεί σε κάθε τεμάχιο.

Εκπρόσωπος της KitKat δήλωσε ότι, χάρη σε αυτό, καταναλωτές, λιανοπωλητές και χονδρέμποροι μπορούν να αναγνωρίσουν εάν ένα προϊόν ανήκει στο κλεμμένο φορτίο σκανάροντας τον κωδικό παρτίδας που αναγράφεται στη συσκευασία. Εάν εντοπιστεί αντιστοιχία, το σύστημα σάρωσης θα παρέχει σαφείς οδηγίες για το πώς να ειδοποιηθεί η εταιρεία, η οποία στη συνέχεια θα διαχειριστεί τα στοιχεία αναλόγως.



ΠΟΤΕ ΕΓΙΝΕ Η ΚΛΟΠΗ

Το φορτίο εξαφανίστηκε την περασμένη εβδομάδα κατά τη μεταφορά μεταξύ των εγκαταστάσεων παραγωγής και των κέντρων διανομής. Οι σοκολάτες προορίζονταν για διανομή σε ολόκληρη την Ευρώπη. "Αν και αναγνωρίζουμε την... εξαιρετική γευστική προτίμηση των δραστών, το γεγονός παραμένει ότι η κλοπή φορτίων αποτελεί

ένα αυξανόμενο πρόβλημα για επιχειρήσεις κάθε μεγέθους", ανέφερε η KitKat σε ανακοίνωσή της.

"Με ολοένα και πιο εξελιγμένα σχέδια να εφαρμόζονται σε τακτική βάση, επιλέξαμε να δημοσιοποιήσουμε τη δική μας εμπειρία με την ελπίδα ότι θα ενισχύσει την ευαισθητοποίηση γύρω από μια εγκληματική τάση που γίνεται όλο και πιο συχνή", προστίθεται στην ανακοίνωση.

• **ASPIS ΧΥΜΟΙ**

Η ΠΤΩΣΗ ΠΩΛΗΣΕΩΝ ΣΤΟ ΕΞΑΜΗΝΟ, Η ΔΙΟΡΘΩΣΗ ΣΤΙΣ ΤΙΜΕΣ ΧΥΜΟΥ ΠΟΡΤΟΚΑΛΙ ΚΑΙ ΤΟ ΡΕΚΟΡ ΜΕΓΕΘΩΝ ΤΟ 2024/2025

Μειωμένες ήταν οι πωλήσεις της ελληνικής βιομηχανίας χυμών, Aspīs, στο α' εξάμηνο της τρέχουσας χρήσης (1/7-31/12/2025), κάτι που αποδίδεται από τη διοίκηση σε μια "φυσική διόρθωση" στις διεθνείς τιμές του χυμού πορτοκαλιού λόγω της μειωμένης ζήτησης από τους καταναλωτές που δεν μπορούσαν να αντέξουν τις υψηλές τιμές που είχε φτάσει, με αποτέλεσμα να στραφούν σε φθηνότερα ή εναλλακτικά ροφήματα.

Η διοίκηση της εταιρείας πάντως, όπως αναφέρεται στις χρηματοοικονομικές καταστάσεις, έχει διατηρήσει το μερίδιο της στην αγορά, και αισιοδοξεί ότι οι πωλήσεις θα είναι ικανοποιητικές και στην τρέχουσα χρήση.

ΔΙΨΗΦΙΑ ΑΝΑΠΤΥΞΗ

Στη χρήση 2024/2025 που ολοκληρώθηκε στις 30/6/2025, τα βασικά μεγέθη της Aspīs κατέγραψαν διψήφια ανάπτυξη.

Ειδικότερα, οι πωλήσεις ενισχύθηκαν 15,73% φθάνοντας τα €118,18 εκατ.

ΠΟΥ ΑΠΟΔΙΔΕΤΑΙ ΤΟ +16% ΣΤΙΣ ΠΩΛΗΣΕΙΣ

Σύμφωνα με τη διοίκηση της εταιρείας, οι υψηλές πωλήσεις αποδίδονται στη μεγάλη αύξηση, σε παγκόσμιο επίπεδο, της τιμής του χυμού πορτοκαλιού, ως αποτέλεσμα:

- της σημαντικά μειωμένης παραγωγής στις μεγάλες παράγωγες χώρες, γεγονός που προκάλεσε ελλείψεις στην παγκόσμια αγορά
- των νέων συνεργασιών

- της βελτιστοποιημένης απόδοσης σε βασικές χώρες δραστηριοποίησης των προϊόντων της

Από την άλλη πλευρά, οι έντονα αυξητικές τάσεις των τιμών ενέργειας και των πρώτων υλών, επιβάρυναν το λειτουργικό της κόστος. Ωστόσο, η αύξηση του κόστους πωληθέντων ήταν μικρότερη (κάτω του 13%), γεγονός το οποίο αποτυπώθηκε στην κερδοφορία της Aspīs, με διψήφιους ρυθμούς ανάπτυξης. Πιο συγκεκριμένα, το EBITDA ενισχύθηκε κατά 20,76%, στα €28,17 εκατ., με τα προ φόρων κέρδη να εμφανίζουν αύξηση 23,37%, στα €26,33 εκατ. και τα καθαρά κέρδη 22,8%, στα €20,53 εκατ.

1 ΣΤΑ 2 ΕΥΡΩ ΑΠΟ ΕΞΑΓΩΓΕΣ

Οι εξαγωγές αποτελούν πάνω από το 50% του τζίρου της Aspīs (54,2%), στα επίπεδα των €64 εκατ. από €56,5 εκατ. στη χρήση 2023/2024.

DATA - ΠΩΛΗΣΕΙΣ 2024-2025

(σε €χιλ.)

Ελλάδα

2024/2025: 54.151

2023/2024: 45.594

2022/2023: 32.870

Ευρώπη

2024/2025: 32.668

2023/2024: 31.737

2022/2023: 29.533

Τρίτες χώρες

2024/2025: 31.362

2023/2024: 24.791

2022/2023: 25.238

DATA 1/7-30/6 (σε €χιλ.)

Κύκλος εργασιών

2024/2025: 118.182

2023/2024: 102.121

2022/2023: 87.641

2021/2022: 61.577

Μικτό αποτέλεσμα

2024/2025: 33.857

2023/2024: 27.482

2022/2023: 23.094

2021/2022: 10.146

Κέρδη προ φόρων

2024/2025: 26.337

2023/2024: 21.349

2022/2023: 17.717

2021/2022: 5.848

ΕΠΕΝΔΥΣΕΙΣ

Στο επενδυτικό κομμάτι, αξίζει να αναφερθεί ότι έχει ενταχθεί σε δράση του Ταμείου Ανάκαμψης & Ανθεκτικότητας, project προϋπολογισμού €5,884 εκατ. (με δημόσια δαπάνη €2,35 εκατ.), το οποίο αφορά στην κτιριακή και μηχανολογική επέκταση της μονάδας χυμοποίησης φρούτων της εταιρείας στο Ζερβοχώρι Ημαθίας, με στόχο την αύξηση της παραγωγικής της δυναμικότητας.

Μάκης Αποστόλου

makis@notice.gr



Η ομάδα της Aspīs στο περίπτερο της εταιρείας στην Anuga 2025

• **CHOBANI**

ΕΠΕΝΔΥΣΕΙΣ \$1,7 ΔΙΣ. ΣΤΑ ΕΡΓΟΣΤΑΣΙΑ ΤΗΣ ΝΕΑΣ ΥΟΡΚΗΣ ΚΑΙ ΤΟΥ ΑΪΝΤΑΧΟ

Η επέκταση του εργοστασίου La Colombe έρχεται μετά την ανακοίνωση από την Chobani δύο επενδύσεων στον τομέα της παραγωγής, συνολικού ύψους \$1,7 δισ. το 2025.

Η εταιρεία θα επενδύσει \$500 εκατ. για να αυξήσει την παραγωγή κατά 50% στη μονάδα της στο Twin Falls, Idaho, και άλλα \$1,2 δισ. για την κατασκευή εργοστασίου επεξεργασίας γαλακτοκομικών στην Νέα Υόρκη, τη μεγαλύτερη επένδυση σε εργοστάσιο στην ιστορία της Chobani.

Παρά τις δυσκολίες στον ευρύτερο χώρο τροφίμων και ποτών, οι επιθετικές προσπάθειες επέκτασης της Chobani δείχνουν ότι τα γιαούρτια, οι κρέμες και ο καφές της βρίσκουν ανταπόκριση στους κατανα-

λωτές, οι οποίοι είναι πρόθυμοι να ξοδέψουν περισσότερα για προϊόντα πλούσια σε θρεπτικά συστατικά, με λιγότερη ζάχαρη, αλλά εξακολουθούν να είναι γευστικά και προσιτά.

Η Chobani σημείωσε ότι η πλατφόρμα έτοιμου προς κατανάλωση καφέ (ready-to-drink) της La Colombe αυξήθηκε κατά 32% σε ετήσια βάση, με την ανάπτυξη να μην φαίνεται να επιβραδύνεται σύντομα.

ΕΞΑΓΟΡΕΣ

Η Chobani απέκτησε την La Colombe για \$900 εκατ. το 2023, σηματοδοτώντας την πρώτη εξαγορά για την εταιρεία γιαουρτιού και ένα μεγάλο βήμα στην διεύρυνση του χαρτοφυλακίου της στον χώρο τροφίμων



Hamdi Ulukaya, Founder & CEO, Chobani

και ποτών. Πέρυσι, εξαγόρασε επίσης την εταιρεία φυτικών τροφών Daily Harvest, εισερχόμενη για πρώτη φορά στα έτοιμα γεύματα και κατεψυγμένα τρόφιμα. Πέρσι το φθινόπωρο, η Chobani ανακοίνωσε ότι συγκέντρωσε \$650 εκατ. από ανώνυμους "ηγέτες της βιομηχανίας", τα οποία σκοπεύει να επενδύσει στην αύξηση της παραγωγής και στην υποστήριξη της καινοτομίας.

• **MOLSON COORS**

ΕΞΑΓΟΡΑ-ΚΛΕΙΔΙ ΣΤΗΝ ΑΓΟΡΑ ΤΩΝ RTD COCKTAILS

Η Molson Coors Beverage Company εξαγόρασε την Atomic Brands, δημιουργό του ready-to-drink (RTD) brand, Monaco Cocktails, ενισχύοντας το χαρτοφυλάκιό της στην κατηγορία Beyond Beer, όπου ήδη περιλαμβάνονται brands όπως Coors, Miller και Topo Chico Hard Seltzer.

ΤΑ MONACO COCKTAILS

Τα Monaco Cocktails, που λανσαρίστηκαν το 2012, ξεχωρίζουν για τις έντονες γεύσεις και τη βολική συσκευασία σε κουτί. Η γκάμα τους περιλαμβάνει σύγχρονες εκδοχές κλασικών κοκτέιλ, όπως Citrus Rush, Watermelon Crush, Lime Crush και Black Raspberry. Σήμερα, η μάρκα συγκαταλέγεται στις πέντε κορυφαίες RTD κοκτέιλ μάρκες στις ΗΠΑ, με μερίδιο αγοράς περίπου 5% στην κατηγορία single-serve, ενώ κατέχει την πρώτη θέση μεταξύ των ανεξάρτητων brands.

Διατίθενται σε περισσότερα από 70.000 σημεία λιανικής, με την Molson Coors να σχεδιάζει περαιτέρω ανάπτυξη μέσω ενισχυμένου μάρκετινγκ και διείσδυσης σε μεγάλες αλυσίδες. Παράλληλα, η σημαντική επικάλυψη των δικτύων διανομής των



Rahul Goyal, Πρόεδρος και CEO, Molson Coors

δύο εταιρειών στις ΗΠΑ αναμένεται να διευκολύνει την ομαλή ενσωμάτωση.

ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΗ

Η εξαγορά ευθυγραμμίζεται με τη στρατηγική Horizon 2030 της Molson Coors, η οποία στοχεύει στη δημιουργία ενός πιο διαφοροποιημένου χαρτοφυλακίου, τόσο στην μπίρα όσο και στην κατηγορία

Beyond Beer. Η συμφωνία αναμένεται να ολοκληρωθεί τις επόμενες εβδομάδες, υπό τις συνήθεις προϋποθέσεις. Ο Rahul Goyal, Πρόεδρος και CEO της Molson Coors, δήλωσε ότι η Monaco αποτελεί ένα brand με ισχυρή δυναμική, πιστό κοινό και σημαντικές προοπτικές ανάπτυξης, τονίζοντας πως συνδυάζει ποιότητα, αξία και διασκέδαση με μοναδικό τρόπο.

• **COCA-COLA**

ΕΠΕΝΔΥΕΙ ΣΤΗΝ FAIRLIFE ΓΙΑ ΑΥΞΗΣΗ ΤΗΣ ΠΑΡΑΓΩΓΗΣ ΚΑΤΑ 30%

Από τότε που αποκτήθηκε το 2020, η Fairlife αποτέλεσε σημείο ανάπτυξης για την Coca-Cola, ξεπερνώντας το όριο πωλήσεων του \$1 δισ. πριν από τέσσερα χρόνια. Η μάρκα, που προβάλλει υψηλότερη περιεκτικότητα σε πρωτεΐνη και λιγότερη ζάχαρη σε σχέση με το παραδοσιακό γάλα, έχει επωφεληθεί από το γεγονός ότι όλο και περισσότεροι καταναλωτές αναζητούν πιο υγιεινές επιλογές.

Στο Global Consumer and Retail Conference της Citi στις αρχές αυτού του μήνα, ο Πρόεδρος και CFO της Coca-Cola, John Murphy, δήλωσε ότι ο κολοσσός των αναψυκτικών σχεδιάζει να επενδύσει σε άλλες εγκαταστάσεις της Fairlife τα επό-

μενα τρία έως πέντε χρόνια, για να αυξήσει την παραγωγική ικανότητα κατά 30%.

Η επένδυση στο Μίσιγκαν περιλαμβάνει δύο επιπλέον γραμμές παραγωγής που αναμένεται να λειτουργήσουν το 2028, σύμφωνα με δελτίο τύπου της Coca-Cola. Οι εργασίες κατασκευής θα ξεκινήσουν αργότερα μέσα στο έτος.

Η επέκταση στο Μίσιγκαν έρχεται επιπλέον μιας ξεχωριστής μονάδας της Fairlife αξίας \$650 εκατ. στην Νέα Υόρκη, η οποία προγραμματίζεται να ανοίξει φέτος.

Ο Murphy ανέφερε την Fairlife ως παράδειγμα του πώς η Coca-Cola χρησιμοποιεί την καινοτομία για να προσεγγίσει ένα ευρύ φάσμα καταναλωτών. Η μάρκα δια-



John Murphy, Πρόεδρος και CFO, Coca-Cola

θέτει επίσης μια ποικιλία προϊόντων διατροφής, πέρα από τα πρωτεϊνούχα ροφήματα και το γάλα.

• **Debrief** •

ΕΙΤΕ ΔΕΝ ΞΕΡΟΥΝ ΤΙ ΤΟΥΣ ΓΙΝΕΤΑΙ 'Η ΔΕΝ ΕΧΟΥΜΕ ΚΑΤΑΛΑΒΕΙ ΤΙΠΟΤΑ

Καθόμουν χτες και έκανα... επανάληψη του τί έχει γίνει τον τελευταίο μήνα. Άρθρο το άρθρο, είδηση την είδηση, διαπίστωσα ότι δεν θυμάμαι τέτοια έκταση από ήξεις αφήξεις ποτέ στο παρελθόν. Δηλώσεις και πληροφορίες που αντικρούουν όχι μόνο τις προηγούμενες, αλλά και κάνουν αδύνατη την εξαγωγή ασφαλών συμπερασμάτων. Ας δούμε μερικές μόνο, ενδεικτικά.

D. Trump: Το Ιράν ότι έχει 48 ώρες για να ανοίξει το Ορμούζ, αλλιώς θα καταστρέψουμε τους σταθμούς παραγωγής ενέργειας

D. Trump: Οι επιθέσεις στις ιρανικές ενεργειακές υποδομές ανεσφάλισαν για 5 ημέρες γιατί ξεκινήσαμε συνομιλίες

D. Trump: Η προθεσμία για το άνοιγμα του Ορμούζ παρατείνεται έως τις 6 Απριλίου, αφού οι συνομιλίες πηγαίνουν πολύ καλά
J. Kent (Διευθυντής Εθνικού Κέντρου Αντιτρομοκρατίας): Παιραιτούμαι γιατί το Ιράν δεν συνιστούσε άμεση απειλή για τις ΗΠΑ και κακώς μπήκαμε σε πόλεμο

D. Trump: Ζητά από άλλες χώρες να στείλουν πολεμικά πλοία στο Ορμούζ

D. Trump: Δεν χρειαζόμαστε τη βοήθεια κανενός για το Ορμούζ

JD Vance προς B. Netanyahu: Μας είπατε πως θα είναι "εύκολος" ο πόλεμος κατά του Ιράν

M. Rubio: Μπορούμε να επιτύχουμε τους στόχους μας χωρίς τη χρήση χερσαίων στρατευμάτων

Washington Post: Το Πεντάγωνο προετοιμάζεται για εβδομάδες χερσαίων επιχειρήσεων στο Ιράν

Ενώ, λοιπόν, ασφαλή συμπεράσματα για το τι μέλλει γενέσθαι δεν μπορούν να εξαχθούν, η λογική λέει ότι αυτή τη στιγμή μπορεί να συμβαίνει ένα από τα δύο παρακάτω:

Πρώτον, στην κυβέρνηση των ΗΠΑ δεν ξέρουν τί τους γίνεται και το πάνε από μέσα σε μέρα, για μην πούμε από ώρα σε ώρα. Μπήκαν σε μια σύγκρουση έχοντας υποτιμήσει τον αντίπαλο και έχοντας υπεκτιμήσει τις δικές τους δυνάμεις και τις

δυνατότητες επιχειρησιακών και οικονομικών ελιγμών. Δεν είναι η πρώτη και σίγουρα δεν θα είναι η τελευταία υπερδύναμη που διαπράττει τέτοιο σφάλμα.

Δεύτερον, στην κυβέρνηση των ΗΠΑ ξέρουν πολύ καλά τί κάνουν, γνωρίζουν το διακύβευμα και έχουν προβλέψει με ακρίβεια κάθε κίνηση του αντιπάλου και κάθε επίπτωση. Σε αυτή την περίπτωση εμείς (γενικά) δεν έχουμε καταλάβει τίποτα. Ενώ νομίζουμε ότι έχουμε να κάνουμε με σκόρπιες, αντιφατικές δηλώσεις και ενέργειες, στην πραγματικότητα παρακολουθούμε μια χορογραφία, ένα masterclass, στρατηγικών και γεωπολιτικών ενεργειών, χωρίς να το αντιλαμβανόμαστε.

Ό,τι από τα δύο και αν ισχύει, το μυστήριο θα λυθεί σχετικά σύντομα. Οι επιπτώσεις και κυρίως η διάρκεια της σύγκρουσης, θα δείξει.

Γιάννης Παλιούρης
giannis@notice.gr

• **SARANTIS-AB ΒΑΣΙΛΟΠΟΥΛΟΣ**
"ΜΑΖΙ ΓΙΑ ΤΗΝ ΑΓΡΙΑ ΖΩΗ": ΝΕΑ ΔΡΑΣΗ ΕΤΑΙΡΙΚΗΣ ΚΟΙΝΩΝΙΚΗΣ ΕΥΘΥΝΗΣ

Ο όμιλος Σαράντη, σε συνεργασία με την AB Βασιλόπουλος, υλοποιεί για το 2026 δράση εταιρικής κοινωνικής ευθύνης με τίτλο "Μαζί για την άγρια ζωή", με στόχο την υποστήριξη της προστασίας της άγριας πανίδας στην Ελλάδα.

Η πρωτοβουλία επικεντρώνεται στην περιθάλψη και επανένταξη νεογνών και νεοσσών άγριων ζώων στο φυσικό περιβάλλον, μέσω της ενίσχυσης του έργου του

Συλλόγου Προστασίας και Περιθάλψης Άγριας Ζωής (ANIMA). Παράλληλα, βασικός άξονας της δράσης αποτελεί η ενημέρωση και ευαισθητοποίηση του κοινού σχετικά με τη διαχείριση περιστατικών με άγρια ζώα και τους ενδεδειγμένους τρόπους παρέμβασης.

Το πρώτο στάδιο της δράσης υλοποιείται από τις 19 Μαρτίου έως την 1η Απριλίου 2026. Στο πλαίσιο αυτό, προγραμματίζονται ενημερω-



τικές ενέργειες σε καταστήματα της AB Βασιλόπουλος, όπου εθελοντές της ANIMA παρέχουν πληροφορίες για τη δραστηριότητα του φορέα και τις δράσεις προστασίας της άγριας ζωής.

Business Maker

ΜΕ 6,5% ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΠΩΛΗΣΕΩΝ ΤΡΕΧΕΙ Ο ΜΑΣΟΥΤΗΣ ΤΟ 2026

Με θετικό πρόσημο εξακολουθεί να κινείται το α' τρίμηνο του 2026 ο Μασούτης. Καλά πληροφορημένες πηγές αναφέρουν ότι οι πωλήσεις της βορειοελλαδίτικης αλυσίδας καταγράφουν αύξηση 6,5% σε αξία, παρά την πίεση στο διαθέσιμο εισόδημα των νοικοκυριών. Ο ρυθμός ανάπτυξης κινείται εντός στόχων, με τη διοίκηση να εμφανίζεται ικανοποιημένη από τη συνολική εικόνα. Τα τελικά στοιχεία για το 2025 βρίσκονται ακόμη υπό επεξεργασία, ωστόσο με βάση τις πρώτες ενδείξεις εκτιμάται ότι τα μεγέθη θα είναι μεγαλύτερα από το 2024.

Την ίδια ώρα, το επενδυτικό πλάνο της αλυσίδας εξελίσσεται χωρίς παρεκκλίσεις, με τη διοίκηση να διατηρεί υψηλούς ρυθμούς ανάπτυξης και να προχωρά κα-

νονικά τόσο σε νέα καταστήματα, όσο και σε στρατηγικές κινήσεις, που αλλάζουν την κλίμακα του ομίλου. Τα επόμενα βήματα περιλαμβάνουν τη λειτουργία νέων καταστημάτων σε Κέρκυρα και Λευκάδα, ενώ αναμένεται και η έγκριση της Επιτροπής Ανταγωνισμού στο deal με τον Κρητικό. Η συμφωνία αυτή θεωρείται κομβική, καθώς ανοίγει ουσιαστικά την πόρτα της Αττικής και δημιουργεί νέες προϋποθέσεις ανταγωνισμού με τους ισχυρούς παίκτες του κλάδου. Η μέχρι σήμερα εξάρτηση από την Βόρεια Ελλάδα αποτέλεσε ένα σημείο, που ήθελε να αλλάξει η διοίκηση της αλυσίδας. Η είσοδος στη μεγαλύτερη αγορά της χώρας, όπου πραγματοποιείται το μεγαλύτερο ποσοστό της κατανάλωσης, αναμένεται να δώσει άλλον αέρα στην εταιρεία.

Ιδιαίτερη σημασία αποκτά και το μέγεθος του ανθρώπινου δυναμικού. Με την ενσωμάτωση του Κρητικού, ο όμιλος αναμένεται να προσεγγίσει τους 15.000 εργαζομένους, καταλαμβάνοντας θέση ανάμεσα στους μεγαλύτερους εργοδότες της χώρας, πίσω μόνο από τον Σκλαβενίτη.

Στο πεδίο των εξαγορών, οι ίδιες πηγές σημειώνουν ότι υπάρχει διαρκής κινητικότητα, με τη διοίκηση να αξιολογεί ευκαιρίες, που θα μπορούσαν να ενισχύσουν περαιτέρω τη γεωγραφική της παρουσία και τα μερίδια αγοράς. Προς το παρόν, ωστόσο, το βάρος πέφτει στην οργανική ανάπτυξη, στη βελτιστοποίηση των λειτουργιών και στη σωστή ενσωμάτωση των κινήσεων, που ήδη βρίσκονται σε εξέλιξη, στοιχείο κρίσιμο για τη διατήρηση της δυναμικής τα επόμενα χρόνια.

Η ΔΙΑΦΟΡΕΤΙΚΗ ΕΠΕΝΔΥΣΗ ΤΗΣ SPRITE ΚΑΙ ΤΟ ΟΑΚΑ

Μια ανάρτηση στο LinkedIn κέντρισε το βλέμμα της στήλης, μια ανάρτηση που φανερώνει πολύ περισσότερα από την είδηση που μαρτυρεί. Ο λόγος για την ανακοίνωση της συνεργασίας της The Coca-Cola Company με την Euroleague, με επίκεντρο το Sprite. Το brand καθίσταται ο επίσημος συνεργάτης της EuroLeague, ξεκινώντας από τη σεζόν 2026-27 και μάλιστα πρόκειται να εμφανιστεί κατά τη διάρκεια του πολυαναμενόμενου Final Four της EuroLeague 2026 στην Αθήνα, στο κλειστό του ΟΑΚΑ, σε μια εποχή, που το άθλημα αναπτύσσεται ραγδαία σε ολόκληρη την περιοχή.

Ενδεικτικό της έμφασης, που δίνει η εταιρεία στη συγκεκριμένη συμφωνία, είναι και οι δηλώσεις του Michael Willeke, Αντιπροέδρου Marketing των Sparkling Flavors της The Coca-Cola Company στην Ευρώπη: "Το μπάσκετ είναι κάτι περισσότερο από ένα άθλημα. Είναι μια ισχυρή δύναμη στην κουλτούρα, που διαμορφώνει τον τρόπο με τον οποίο οι άνθρωποι συνδέονται μέσω της μουσικής, του στυλ, της αυτοέκφρασης και της κοινότητας".

Για όσους γνωρίζουν την ιστορία του brand, το μπάσκετ βρίσκεται εδώ και δεκαετίες στο DNA του Sprite. Το δημοφιλές αναψυκτικό έχει ταυτιστεί παγκοσμίως με

την κουλτούρα του δρόμου (street culture), τη hip-hop μουσική, τη street μόδα και την ελεύθερη αυτοέκφραση. Η κίνηση αυτή αποκτά μεγαλύτερη σημασία αν συνδυαστεί με την παράλληλη επανασύνδεση του Sprite με το NBA, το κορυφαίο πρωτάθλημα μπάσκετ στον κόσμο.

Όπως μπορούμε να καταλάβουμε στην πράξη, πρόκειται για μια προσπάθεια επανατοποθέτησης του brand μέσα από μεγάλα αθλητικά γεγονότα. Και το έρωτημα δεν είναι αν θα έχει απήχηση, αλλά πόσο γρήγορα θα μετατραπεί σε εμπορική αξία και ενίσχυση της παρουσίας της Coca-Cola σε νεανικά κοινά.

Business Insight

ΠΕΡΣΙΚΟΣ: ΓΙΑΤΙ ΑΥΤΗ, Η ΤΡΙΤΗ ΚΡΙΣΗ ΕΙΝΑΙ ΔΙΑΦΟΡΕΤΙΚΗ... ΚΑΙ ΑΚΡΩΣ ΠΙΟ ΕΠΙΚΙΝΔΥΝΗ

Σε συναγερμό η Ευρώπη, με τις σχεδόν παράλληλες συνεδριάσεις των μελών της Ευρωπαϊκής Κεντρικής Τράπεζας και των υπουργών Οικονομικών να καταδεικνύουν την σοβαρότητα της κατάστασης.

Τρίτη κρίση, με δομικά/συστημικά χαρακτηριστικά, σε περίοδο 7ετίας που δοκιμάζει συθέμελα αντοχές και ισορροπίες του ευρωπαϊκού οικοδομήματος.

Κοινή εκτίμηση πως, **αυτή τη φορά η κρίση που πυροδοτήθηκε εξ' αιτίας του πολέμου στη Μέση Ανατολή-Περσικό είναι διαφορετική από τις προηγούμενες δύο- του Covid-19, εισβολή Ρωσίας στην Ουκρανία.**

Εισερχόμενες και οι αγορές, ήδη στην πέμπτη συνεχόμενη εβδομάδα και τις μέχρι τώρα ενδείξεις να συντείνουν στην συνέχιση για ακόμη δύο- τέσσερις εβδομάδες, η περαιτέρω επιδείνωση και του οικονομικού κλίματος θεωρείται "βασικό ενδεχόμενο". **Παρένθεση- αχτίδα...ελπίδας - οι δηλώσεις Rubio για ολοκλήρωση της επιχείρησης των ΗΠΑ στο Ιράν, σε δύο έως τέσσερις εβδομάδες, και το πολύ σημαντικό σύμφωνο με τον υπ.Εξ. των ΗΠΑ, ότι αυτό θα επέλθει δίχως χερσαία επέμβαση.** Ευκαίριο και ζητούμενο στην περίπτωση που επιβεβαιωθεί, κλείνει η παρένθεση. Για την Ευρώπη η ΕΚΤ και το Eurogroup λογίζονται ως οι δύο κύριοι φορείς δημιουργίας πολιτικής, χάραξης και υλοποίησής της.

Όσον αφορά την πρώτη, όπως έχει εξηγηθεί από προηγούμενα insight μας, **τα χέρια της Christine Lagarde είναι δεμένα, καθώς με τον πληθωρισμό σε παρόξυνση και την ανάπτυξη σε βύθιση, τα εργα-**

λεία διαχείρισης που διαθέτει είναι ελάχιστα, και μάλιστα με αμφίσημη χρήση/αποτελεσματικότητα.

Βασικότερο είναι το "επιτοκιακό/νομισματικό" που εν προκειμένου δεν μπορεί να λειτουργήσει. **Ο μεν υψηλός πληθωρισμός καίγεται μέσω αύξησης επιτοκίων, η δε χαμηλή παραγωγικότητα απαιτεί όσο το δυνατόν χαμηλότερα κόστη (επιτόκια).** Δεν είναι τυχαίο πως η τιμολόγηση του κινδύνου, από τα κάθε λογής hedge (vulture, e.t.c) funds έχει φέρει την **απόδοση του 10ετούς ομολόγου της Γερμανίας σε ύψη 2011 (πάνω από το 3%).** Και επιβαρύνεται ανάλογα με το αυξημένο ενεργειακό κόστος (ενδεικτικά το brent σταθερά πάνω από τα \$100-\$105, **το φ/α ακόμη και στα €55/MWh- με το TTF στο Αμστερνταμ να έχει...χρηματιστηριοποιηθεί εντελώς).**

Από αυτή την άποψη **ο Κυριάκος Πιερρακάκης έθεσε το πρόβλημα στην ακριβή διάσταση του- σημειώνοντας, μετά το τελευταίο έκτακτο Eurogroup -ότι οι κυβερνήσεις θα πρέπει να κινηθούν με ισορροπία και σταθερότητα.** Τα μέτρα πρέπει να είναι στοχευμένα δίκαια και αποτελεσματικά, με προτεραιότητα στα πιο ευάλωτα νοικοκυριά και επιχειρήσεις. Όπως σημείωσε, οι παρεμβάσεις θα πρέπει να εφαρμοστούν άμεσα, αλλά και να παραμείνουν προσωρινά, ώστε να αντιμετωπιστεί η κρίση χωρίς να δημιουργηθούν "νέα, μεγαλύτερα προβλήματα στο μέλλον". Ωστόσο, όπως επιβεβαιώνεται, μέχρι σήμερα **η αδυναμία κοινής δράσης των Ευρωπαίων καθιστά επισφαλή την όποια πρόβλεψη για άμεση/δραστική παρέμβαση. Ξε-**

κάθαρο το χάσμα βορείων - νοτίων, αλλά και ανατολικών- δυτικών και σε αυτή την συνεδρίαση των υπουργών Οικονομικών. Αποκλίνοντα συμφέροντα, συντήρηση των φυγόκεντρων τάσεων, με συνέπεια αποτέλεσμα που δεν αρκεί ούτε σαν...ασπιρίνη στον χρόνια ασθενή.

Για να μην μακρηγορώ, πως διαχειρίστηκαν την κρίση λόγω Covid-19 οι ΕΚΤ, Κομισιόν; Με την ενεργοποίηση ενός μηχανισμού παροχής τεράστιας ρευστότητας στις κυβερνήσεις των χωρών μελών. Εργαλείο που στην τρέχουσα ούτε κατά διάνοια. Συν τα χρόνια, η ΕΚΤ εργαλειοποίησε τα επιτόκια, αυξάνοντας- μειώνοντας τα σε χρονικό κύκλο- σχεδόν διετίας, κάτι που σήμερα είναι...δίκοπο μαχαίρι. **Τι θα αποφάσισαν, σε Φρανκφούρτη, Βρυξέλλες, να θυσιάσουν σήμερα "πληθωρισμό" ή "ανάπτυξη"- σαν να λέμε μπροστά γκρεμός και πίσω βαθύτερος.**

Με την κρίση λόγω Ουκρανίας, η Ευρώπη είχε- αν μη τι άλλο- διαφορετικά κόστη στην ενέργεια, παραγωγή, μεταφορές και προφανώς περισσότερες αντοχές (που δεν διαθέτει πλέον).

Σε αυτό το "σημείο μηδέν" είμαστε τώρα, με όλες τις ενδείξεις να συντείνουν πως ο πόλεμος και τα επίχειρα που έπονται θα έχουν διάρκεια...

Σημείωση: οι παλαιότεροι (και στοιχειωδώς σινεφίλ) θα ενθυμούνται το: *Sauve qui peut (la vie)* του αξέχαστου Jean-Luc Godard. *Every Man for Himself* ο αγγλικός τίτλος της ταινίας του 1980, "Ο σώζων εαυτόν σωθήτω..." ο καθ' ημάς, για να εξηγηθούμε...



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



ΚΑΝΤΕ ΕΓΓΡΑΦΗ ΕΔΩ

• ΒΙΚΟΣ
**OFFICIAL WATER PARTNER
ΣΤΑ 22α FINAL FOUR ΤΩΝ
ΚΥΠΕΛΛΩΝ ΕΛΛΑΔΟΣ
ΑΝΔΡΩΝ ΚΑΙ ΓΥΝΑΙΚΩΝ
ΣΤΟ ΧΑΝΤΜΠΟΛ**

Το φυσικό μεταλλικό νερό ΒΙΚΟΣ συμμετείχε ως Official Water Partner στα 22α Final Four των Κυπέλλων Ελλάδος Ανδρών και Γυναικών στο χάντμπολ, επιβεβαιώνοντας τη διαχρονική του δέσμευση στην υποστήριξη του ελληνικού αθλητισμού και ιδιαίτερα του ερασιτεχνικού. Μέσω της παρουσίας του στις διοργανώσεις, ενισχύει αξίες όπως η ευγενής άμιλλα, το ευ αγωνίζεσθαι και το ομαδικό πνεύμα.



ΟΙ ΑΓΩΝΕΣ

Το Final Four Ανδρών διεξήχθη στις 8-9 Φεβρουαρίου 2026 στο Κλειστό Γυμναστήριο Καματερού, με τον Ολυμπιακό/Ομιλο Ξυνή να κατακτά τον τίτλο, ενώ το Final Four Γυναικών έγινε στις 15-16 Μαρτίου 2026 στην Άρτα, όπου ο ΠΑΟΚ αναδείχθηκε κυπελλούχος, σε διοργάνωση που συμπίπτει με τα 40 χρόνια του θεσμού. Η διπλή χορηγική παρουσία του ΒΙΚΟΣ αναδεικνύει τον σταθερό του ρόλο ως αρωγού του ελληνικού αθλητισμού.

SECRETRECIPE

Mailo's: Γενικός Διευθυντής ο Νίκος Αϊδίνης

Τη θέση του Γενικού Διευθυντή της Mailo's The Pasta Project ανέλαβε ο Νίκος Αϊδίνης. Πρόκειται για στέλεχος με εμπειρία στον κλάδο του τροφίμου και ποτών και της εστίασης, δεδομένης της θητείας του στην McDonald's, την Diageo, την Cafe Najjar και την E.R. Coffee Experiences, ενώ έχει θητεύσει και στην Lamda (Golden Hall) και στην Notos Com. Θυμίζουμε ότι η Mailo's έχει ήδη δίκτυο 50 σημείων σε Ελλάδα, Κύπρο και Λίβανο, ενώ σύντομα ανοίγει και στον Καναδά.

Editorial

Ακορντεόν

Το πρώτο δείγμα το είχαμε δει στη χρηματοπιστωτική κρίση του 2008. Τότε, που μετά την κατάρρευση της Lehman Brothers και του παγκόσμιου χρηματοπιστωτικού συστήματος, με όλες τις γνωστές συνέπειες και παρενέργειες, και τα κράτη έπρεπε να ρίξουν λεφτά στις τράπεζες και την οικονομία, η Merkel και οι χώρες του Βορρά μιλούσαν αρχικά και επίμονα για την τήρηση των κανόνων του Συμφώνου Σταθερότητας, σε ό,τι αφορά το όριο χρέους και ελλείμματος. Δώδεκα χρόνια μετά, στον παγκόσμιο χαμό με την πανδημία, πάλι η Γερμανία και οι δορυφόροι της αρνούνταν στην αρχή να δουν την πραγματικότητα, που δεν ήταν άλλη από την ανάγκη δημιουργίας του Ταμείου Ανάκαμψης, το οποίο είχε προτείνει τότε ο Κυριάκος Μητσοτάκης, και είχαν σπλώσει τα πόδια σε αυτή την προοπτική... δηλαδή, στη στήριξη των ευρωπαϊκών επιχειρήσεων και, κατ' επέκταση, των εργαζομένων τους. Τουλάχιστον, στην ενεργειακή κρίση του 2022, από τον πόλεμο στην Ουκρανία, έδειξαν άμεσα ευελιξία. Βλέπετε, τότε, οι επιπτώσεις ήταν μεγάλες και στα του οίκου τους. Και φτάσαμε στο σήμερα, όπου η παράταση ή/και κλιμάκωση του πολέμου στην Μέση Ανατολή σημαίνει σταθερά αυξημένες τιμές και πληθωρισμό. Δηλαδή, στήριξη των νοικοκυριών - και ίσως και κάποιων επιχειρήσεων - με έκτακτα μέτρα.

Μπορούμε στην Ελλάδα να το κάνουμε; Δημοσιονομικά ναι, δεδομένης της πολύ καλής απόδοσης των αριθμών και των πλεονασμάτων τα τελευταία χρόνια. Κανονιστικά όχι, αφού οι Βρυξέλλες έχουν βάλει πλαφόν στην αύξηση των καθαρών δαπανών. Πού βρισκόμαστε, λοιπόν, σήμερα; Η Ελλάδα ανήκει σε μια μειοψηφία χωρών, μαζί με Ιταλία και Ισπανία, που ζητούν - και ορθώς - την ενεργοποίηση της ρήτρας διαφυγής από το Σύμφωνο Σταθερότητας. Οι υπόλοιπες; Ε, τα γνωστά. Η Γερμανία και οι βόρειοι είναι αρνητικοί. Ακόμα. Μαζί τους και οι επικεφαλής των θεσμών, που δεν θεωρούν ότι πρέπει η Ένωση να δράσει έκτακτα. Ή, τουλάχιστον, να προδιαγράψει το σχετικό πλαίσιο, το χρονοδιάγραμμα και τα κριτήρια ενεργοποίησης. Η πίεση αυξάνεται καθημερινά, όσο ο πόλεμος δεν λήγει. Πόλεμος, που έχει προκληθεί από τη χώρα, η οποία κάνει ακορντεόν τους δημοσιονομικούς της κανόνες, με κυριότερο το όριο για το δημόσιο χρέος της. Ας μην το ξεχνούν αυτό οι κύριοι των θεσμών. Τόσο απλά.

Νεκτάριος Β. Νώτης
nectarios@notice.gr