



Better
Living

Lidl House Athens

**Εδώ, η σχέση μας με τον καταναλωτή δεν σταματά στο
ράφι, αλλά συνεχίζει ως μία διαρκής βιωματική εμπειρία.**

670 τ.μ. βιωματικής εκπαίδευσης και γαστρονομίας σας
περιμένουν.

Μάθε περισσότερα



FNB SERVED DAILY.

Food for thought... every day!

ΤΟ ΚΑΘΗΜΕΡΙΝΟ ΨΗΦΙΑΚΟ
NEWSLETTER ΓΙΑ ΤΟΝ ΚΛΑΔΟ
ΤΡΟΦΙΜΩΝ & ΠΟΤΩΝ

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

ΤΕΤΑΡΤΗ 23 ΣΕΠΤΕΜΒΡΙΟΥ 2026
ΤΕΥΧΟΣ 2397



• RED MEAT

Η επικείμενη εξαγορά της Evergood από την Fairfax και το πλάνο εντός και εκτός Ελλάδος για τα Jackaroo



• ΑΜΦΙΓΑΛ

Είσοδος σε Μασούτη και My Market - Γαλλία και Πολωνία προστίθενται στη λίστα των εξαγωγών



• SMILEKIOSK

Σχεδιάζει δίκτυο 100 σημείων έως το 2030
– Στο +15% οι πωλήσεις στο οκτάμηνο



• ΕΛΛΗΝΟΪΝΔΙΚΟ ΕΠΙΜΕΛΗΤΗΡΙΟ

Ποια εμπόδια συναντάνε οι ελληνικές επιχειρήσεις στην Ινδία - Τις επόμενες ημέρες η συμφωνία για τη μετάκληση εργαζομένων

Editorial

+πλευση

Debrief

Οι ελληνικές περιοχές που αψηφούν τον Δυτικό τρόπο ζωής

Business Maker

- Η σφήνα των Ισπανών στο γιαούρτι και η... ελληνική απάντηση
- Quiz: Το deal που δεν κατάφερε να κλέψει μεγάλος παίκτης

SecretRecipe

Άλλαξε ο Μανωλιός...

Business Insight

ΔΕΗ: Τα €302 εκατ. του rebalancing, το MoU με την AWS και η... EdPortugal

ATHENS COFFEE FESTIVAL

26-28 **ΣΕΠ 2026**
ΤΕΧΝΟΠΟΛΗ
ΔΗΜΟΥ ΑΘΗΝΑΙΩΝ



Η μεγάλη γιορτή του καφέ!

ΜΕΓΑΣ ΧΟΡΗΓΟΣ



EVENT
PARTNER

FORUM S.A.
Member of NürnbergMesse Group

ΚΟΡΥΦΑΙΟΣ ΔΙΟΡΓΑΝΩΤΗΣ
ΕΚΘΕΣΕΩΝ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ

Λ. Βουλιαγμένης 328 • 173 42 • Άγιος Δημήτριος • 210 5242100 • www.athenscoffeefestival.gr • sales@forumsa.gr

HOIREICA

foodexpo

oenotelia

xenia

artoza

Global Pack

FOODTECH

LOGISTICS
EXPO

truck
van
expo

ATHENS
COFFEE
FESTIVAL

WORLD OF
Beer

AZ

SNACKS
COFFEE

ΨΗΤΟ

PACK INSIGHTS

DAIRY

MEATPLACE

Supply Chain & Logistics

FORUM
TOTAL SOLUTIONS

Κατασκευές
Περιπτέρων

Υπηρεσίες

Εκδηλώσεις

Εκτυπώσεις

• **RED MEAT**

Η ΕΠΙΚΕΙΜΕΝΗ ΕΞΑΓΟΡΑ ΤΗΣ EVERGOOD ΑΠΟ ΤΗΝ FAIRFAX ΚΑΙ ΤΟ ΠΛΑΝΟ ΕΝΤΟΣ ΚΑΙ ΕΚΤΟΣ ΕΛΛΑΔΟΣ ΓΙΑ ΤΑ JACKAROO

Νέα δεδομένα αναμένεται να δημιουργήσει στον σχεδιασμό της Red Meat η επικείμενη αλλαγή ιδιοκτησίας της Evergood, καθώς βρίσκονται σε εξέλιξη οι διαδικασίες για την εξαγορά του βραχίονα εστίασης της Vivartia από την канаδική Fairfax Financial Holdings.

Σύμφωνα, μάλιστα, με πληροφορίες του FNB Daily, η συμφωνία αναμένεται να υπογραφεί γύρω στον Νοέμβριο.

ΣΧΕΔΙΑΣΜΟΣ

Σημαντικό μέρος του επόμενου κύκλου ανάπτυξης της Red Meat αφορά τα Jackaroo και την επέκταση εκτός Ελλάδας. Ο σχεδιασμός που εξετάζεται προβλέπει 20 σημεία σε Βαλκάνια και άλλες ευρωπαϊκές αγορές, μεταξύ των οποίων:

- Γερμανία
- Ισπανία
- Ηνωμένο Βασίλειο
- Κύπρος
- Βουλγαρία
- Ρουμανία

Στην Γερμανία έχει εντοπιστεί συνεργάτης για την ανάπτυξη του δικτύου, ενώ στο Ηνωμένο Βασίλειο βρίσκονται σε εξέλιξη επαφές με εταιρεία που θα αναλάβει την ανάπτυξη του concept. Στην Ισπανία συνεχίζονται οι διερευνητικές κινήσεις.

Το δίκτυο Jackaroo αριθμεί σήμερα 10 καταστήματα, μαζί με το νέο σημείο στην Πάτρα. Στην Ελλάδα εξετάζονται ως επόμενες αγορές η Λάρισα και η Καλαμάτα, χωρίς να έχουν ληφθεί οριστικές αποφάσεις.

Καταστήματα

Jackaroo

- Λουκά Ράλλη 112, Πειραιάς
- Κολοκοτρώνη 126, Πειραιάς
- Καλλιρόης 73, Αθήνα
- Φωκίωνος Νέγρη 18, Αθήνα
- Πανόρμου 109 & Χατζηκωσταντή 1, Αθήνα
- Παρασκευοπούλου 45, Περιστέρι
- Ηρώων Πολυτεχνείου 8, Αγ. Παρασκευή
- Πάρνωνος & Λ.Κηφισίας 70, Μαρούσι
- Μητροπόλεως 67, Θεσσαλονίκη
- κινητή καντίνα Jackaroo

Krispy: Αγ. Μάρκου 29, Αθήνα

La Jacka: Καραϊσκού 117, Πειραιά

Το Pizzaroo ξεκινά μέσα στον Σεπτέμβριο με εταιρικό κατάστημα στον Πειραιά και franchise στο Παλαιό Φάληρο, ενώ μέχρι τέλος του έτους έως αρχές του 2027 θα ανοίξει ακόμα ένα franchise στο Γαλάτσι και εται-

ρικό στο Χαλάνδρι. Το concept θα βασίζεται κυρίως στο delivery, ενώ στον σχεδιασμό περιλαμβάνονται ένα έως δύο μεγαλύτερα καταστήματα στην Αθήνα με χώρους καθήμενων πελατών.

Το Krispy διαθέτει σήμερα τρία καταστήματα, σε Αθήνα, Ιωάννινα και Ηράκλειο Κρήτης, εκ των οποίων ένα εταιρικό και δύο franchise.

Η ΕΙΚΟΝΑ ΤΟΥ 2025

Το 2025 ο όμιλος κατέγραψε ανάπτυξη 320,16%, η οποία συνδέεται με την ταχεία επέκταση του δικτύου. Από πέντε καταστήματα Jackaroo το 2024, η Red Meat πρόσθεσε τέσσερα νέα σημεία, τρία στην Αττική και ένα στην Θεσσαλονίκη, καθώς και κινητή καντίνα, ενώ στο τελευταίο τρίμηνο άνοιξαν τα πρώτα καταστήματα Krispy στην Αθήνα και La Jacka στον Πειραιά.

DATA (σε €χιλ.)

Κύκλος εργασιών

2025: 31.436

2024: 7.482

Μεταβολή: 320,16%

Μικτό αποτέλεσμα

2025: 10.995

2024: 3.321

Μεταβολή: 231,07%

Κέρδη προ φόρων

2025: 766

2024: 1.240

Μεταβολή: (38,23%)

Καθαρά κέρδη

2025: 578

2024: 953

Μεταβολή: (39,35%)

ΑΠΟ ΤΗΝ VIVARTIA ΣΤΗΝ FAIRFAX

Η Red Meat πέρασε το 2025 στον όμιλο Evergood, τον βραχίονα εστίασης της Vivartia, στο χαρτοφυλάκιο του οποίου περιλαμβάνονται μεταξύ άλλων οι Goody's Burger House, Everest, Flocafé Espresso Room και La Pasteria. Η Evergood ολοκλήρωσε στις 31 Μαρτίου 2025 την απόκτηση του 60% της Red Meat, με το συνολικό άμεσο και έμμεσο τίμημα της συναλλαγής να ανέρχεται σε €10 εκατ.

Είχε προηγηθεί το 2024 η συγχώνευση με απορρόφηση τεσσάρων εταιρειών, Blue House, Jackdeli, Hoagies και Sandwiches,



Μιχάλης Ματζουράνης, Διευθύνων Σύμβουλος, Red Meat

οι οποίες διαχειρίζονταν τα τότε πέντε καταστήματα Jackaroo στην Αττική.

ΤΟ DEAL CVC-FAIRFAX

Οι συζητήσεις της CVC Capital Partners, η οποία ελέγχει τη Vivartia, με την Fairfax για την πώληση της Evergood, ξεκίνησαν εδώ και κάποιους μήνες.

Ο канаδικός όμιλος διαθέτει ήδη δραστηριότητα στην εστίαση μέσω της Recipe Unlimited, η οποία διαχειρίζεται περισσότερα από 1.200 εστιατόρια στον Καναδά, ενώ έχει αποκτήσει και τον βρετανικό όμιλο MW Eat.

Η αξία της Evergood στις διαπραγματεύσεις έχει τοποθετηθεί σε επίπεδο enterprise value περί τα €300 εκατ., ενώ ο καθαρός δανεισμός της αναφέρεται σε περίπου €100 εκατ. Ο οικονομικός και νομικός έλεγχος έχει ολοκληρωθεί και οι δύο πλευρές βρίσκονται στη διαδικασία οριστικοποίησης της δεσμευτικής οικονομικής πρότασης.

Η συναλλαγή εντάσσεται στην αποεπένδυση της CVC από δραστηριότητες της Vivartia, μετά τις συμφωνίες που προηγήθηκαν για Μπάρμπα Στάθης και Δωδώνη.

Στέλλα Αυγουστάκη
stella@notice.gr

ECR GATHERING 2026



Decoding Shopper Behavior Together

Τρίτη 20
Οκτωβρίου

Δαΐς (Μεσογείων 151,
Παράδεισος Αμαρουσίου)
ΩΡΑ: 14:00-18:00



Ο shopper αλλάζει και μαζί του αλλάζει ολόκληρη η αγορά.

Το ECR Hellas διοργανώνει το **ECR Gathering 2026 – Decoding Shopper Behavior Together**, τη νέα ετήσια συνάντηση με επίκεντρο τον σύγχρονο shopper και τις νέες αγοραστικές διαδρομές.

Η εκδήλωση θα ξεκινήσει με τον **Γιάννη Μασούτη, Πρόεδρο Δ. ΜΑΣΟΥΤΗΣ ΑΕ** και **Πρόεδρο ΔΣ ΕΣΕ**, σε μία ουσιαστική συζήτηση με τον **Βαγγέλη Κυπριώτη, Αν. CEO SEPTONA ΑΕΒΕ** και **Μέλος ΔΣ ECR Hellas**, για την αγορά, την επιχειρηματικότητα και τις προκλήσεις της επόμενης ημέρας.

Στο πρόγραμμα περιλαμβάνεται επίσης η συζήτηση της **Χριστίνας Χαλκιαδάκη, CEO ΧΑΛΚΙΑΔΑΚΗΣ ΑΕ** και **Μέλος ΔΣ ECR Hellas** με τον **Μιχάλη Μπούση, Επιχειρηματία στον κλάδο των supermarkets στις ΗΠΑ & Πρόεδρος ΠΑΕ ΟΦΗ**, για όσα αλλάζουν στον shopper μέσα από εμπειρίες που ξεπερνούν τα όρια μίας μόνο αγοράς.

Δύο αποκλειστικές έρευνες: “Η Κατανάλωση σε Μετάβαση: Οι Δυνάμεις που Διαμορφώνουν το αύριο της Αγοράς”, **Παναγιώτης Μπορέτος, Πρόεδρος & Διευθύνων Σύμβουλος CIRCANA** και «Η Αγοραστική Διαδρομή στην εποχή του Phygital”, **Διονύσης Ποταμίτης, General Manager BRANDSMIRROR**, γίνονται η βάση για να ξεκινήσουν οι συζητήσεις στις οποίες συμμετέχουν οι:

- **Γιαλαμάς Χαράλαμπος**, Sales Director **Δ. ΜΑΣΟΥΤΗΣ ΑΕ**
- **Κοντός Δημήτρης**, COO **METRO ΑΕΒΕ**
- **Συμεώνογλου Ανδρέας**, Senior Vice President Commerce **ΑΒ ΒΑΣΙΛΟΠΟΥΛΟΣ Μ.ΑΕ**
- **Αναγνωστοπούλου Αλίκη**, Marketing Director Baby Care **GR, CY & MT, P&G**
- **Αντωννάκης Γιώργος**, Unified Commerce & Business Growth Senior Director **ΚΩΤΣΟΒΟΛΟΣ**
- **Ηλία Κυριακή**, CEO **ΕΛΓΕΚΑ ΑΕ**
- **Καρατζάς Γιώργος**, Home Care Business Unit Director **ΕΛΑΪΣ – UNILEVER ΑΕ**
- **Κλωνάρης Αλέξανδρος**, Chief Marketing Officer **YOURHERO (Douleutas, YourPro)**
- **Μπιλάλης Θανάσης**, Global Head **WOLT**
- **Τόμπρα Μαρίλια**, Country Director **SEPHORA ΑΕ**
- **Τσιτίδου Εριέττα**, Commercial Director **SKROUTZ**
- **Φαφούτη Φωτίνα**, Marketing Director **GR&CY COCA COLA 3Ε**

Γιατί οι αλλαγές στην αγορά δεν αρκεί να καταγράφονται. Πρέπει να αποκωδικοποιούνται έγκαιρα.

ΕΓΓΡΑΦΕΣ:

<https://www.eventora.com/el/Events/ecr-gathering-2026>

Αν θέλετε να είστε μέρος αυτής της διαδραστικής συζήτησης, κλείστε εγκαίρως τη θέση σας:

Περισσότερες πληροφορίες:
ECR Gathering 2026 – Decoding Shopper Behavior Together - ECR Hellas
ή επικοινωνήστε με το γραφείο του ECR Hellas, Ζωή Τσαγκρασούλη,
τηλ.: 210 93.29.647, e-mail: info@ecr.gr

ΧΟΡΗΓΟΙ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ

ADVERTISING.gr

BusinessNews.gr

FOODReporter

NOTICE

Retail BUSINESS

RetailTODAY

σελφ σέρβις

ΧΟΡΗΓΟΣ
ΟΠΤΙΚΗΣ
ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ

guru
ADVERTISING

• ΠΛΑΣΤΙΚΑ ΘΡΑΚΗΣ ΥΠΕΡΔΙΠΛΑΣΙΑΣΜΟΣ ΚΑΘΑΡΩΝ ΚΕΡΔΩΝ ΚΑΙ EBITDA €38,2 ΕΚΑΤ. ΣΤΟ ΕΞΑΜΗΝΟ

Σημαντική αύξηση πωλήσεων και όγκων, βελτίωση της λειτουργικής κερδοφορίας και υπερδιπλασιασμό των καθαρών κερδών κατέγραψε κατά το α' εξάμηνο ο όμιλος Πλαστικά Θράκης. Σύμφωνα με τη διοίκηση, η θετική αυτή πορεία διαμορφώθηκε σε ένα απαιτητικό διεθνές περιβάλλον, με τις γεωπολιτικές εξελίξεις στην Μέση Ανατολή να επηρεάζουν τις τιμές των πρώτων υλών, τις διεθνείς μεταφορές και τις εφοδιαστικές αλυσίδες. Ειδικότερα, ο κύκλος εργασιών σημείωσε αύξηση 13,2%, χάρη κυρίως στην ενίσχυση των πωληθέντων όγκων κατά 8,2%, αλλά και στην αύξηση των μέσων τιμών πώλησης. Το EBITDA αυξήθηκε κατά 57,1%, ενώ το περιθώριο EBITDA ενισχύθηκε στο 16,8%, από 12,1%.

DATA Α' εξάμηνο (σε €χιλ.)

Κύκλος εργασιών	Μικτό αποτέλεσμα
2026: 226.639	2026: 61.668
2025: 200.169	2025: 43.236
Μεταβολή: 13,2%	Μεταβολή: 42,6%
EBITDA	
2026: 38.184	
2025: 24.304	
Μεταβολή: 57,1%	
Κέρδη προ φόρων	Καθαρά κέρδη
2026: 22.748	2026: 19.211
2025: 9.907	2025: 8.221
Μεταβολή: 129,6%	Μεταβολή: 133,7%

ΠΟΥ ΑΠΟΔΙΔΟΝΤΑΙ ΟΙ ΘΕΤΙΚΕΣ ΕΠΙΔΟΣΕΙΣ

Όπως αναφέρει η διοίκηση, η βελτίωση των επιδόσεων συνδέεται με:

- τη συνεπή υλοποίηση της στρατηγικής του ομίλου
- τη συνεχή αναβάθμιση του προϊόντικού μίγματος
- την αξιοποίηση των επενδύσεων των προηγούμενων ετών

Αναφορικά με τους τομείς δραστηριοποίησης του ομίλου, η ζήτηση στον κλάδο των Τεχνι-

κών Υφασμάτων παρέμεινε σε σχετικά χαμηλά επίπεδα, με επιμέρους ενδείξεις ανάκαμψης σε συγκεκριμένες αγορές.

Στον κλάδο της Συσκευασίας, η ζήτηση κινήθηκε ανοδικά, υποστηριζόμενη και από την αυξημένη ζήτηση των πελατών σε συγκεκριμένες κατηγορίες προϊόντων.

DATA ανά δραστηριότητα

- Α' εξάμηνο (σε €χιλ.)

Τεχνικά υφάσματα

Κύκλος εργασιών	Κύκλος εργασιών
2026: 145.596	2026: 87.230
2025: 131.613	2025: 74.381
EBITDA	EBITDA
2026: 19.561	2026: 19.815
2025: 13.461	2025: 11.244
Συσκευασία	

ΕΠΑΡΚΕΙΑ ΥΛΙΚΩΝ & ΔΑΝΕΙΣΜΟΣ

Η επιχειρησιακή ετοιμότητα και η γεωγραφική διασπορά δραστηριοτήτων επέτρεψαν στον όμιλο να διασφαλίσει την επάρκεια υλικών και την απρόσκοπτη παραγωγική και εμπορική λειτουργία του.

Ως προς τη χρηματοοικονομική θέση, ο καθαρός δανεισμός διαμορφώθηκε σε €71,5 εκατ., έναντι €56,9 εκατ. στο τέλος του 2025. Η αύξηση αυτή οφείλεται κυρίως στη χρηματοδότηση της πρόσφατης εξαγοράς της BHA Holdings Pty Ltd, ύψους περίπου €13,5 εκατ., στην εποχικότητα και στη διανομή μερίσματος ύψους €10,4 εκατ. Οι λειτουργικές ταμειακές ροές, μετά τη μεταβολή του κεφαλαίου κίνησης, ανήλθαν σε €23,1 εκατ., έναντι €5,1 εκατ. την αντίστοιχη περυσινή περίοδο.

ΠΡΟΟΠΤΙΚΕΣ

Για το γ' τρίμηνο του 2026, η διοίκηση εκτιμά ότι η λειτουργική κερδοφορία θα διαμορφωθεί σε υψηλότερα επίπεδα από την αντίστοιχη περίοδο του 2025, διατηρώντας τη θετική τάση του α' εξαμήνου. Υπογραμμίζει πάντως ότι, η συνεχιζόμενη γεωπολιτική αβεβαιότητα, σε συνδυασμό με την πρόσφατη έντονη αύξηση του ενεργειακού κόστους και τις πιθανές επιπτώσεις στη ζήτηση, στις πρώτες ύλες και στην ευρύτερη κοστολογική βάση, δεν επιτρέπει ακόμη τη διατύπωση ασφαλούς πρόβλεψης για το σύνολο της χρήσης.

Μάκης Αποστόλου
makis@notice.gr



• ΓΕΜΙΣΤΑ ΠΑΠΑΔΟΠΟΥΛΟΥ ΣΥΜΜΕΤΟΧΕΣ ΕΩΣ ΤΙΣ 26 ΟΚΤΩΒΡΙΟΥ ΣΤΟΝ ΔΙΑΓΩΝΙΣΜΟ "ΜΕΣΑ ΣΕ ΚΑΘΕ ΓΕΝΙΑ"

Σε εξέλιξη βρίσκεται ο διαγωνισμός "Μέσα σε κάθε γενιά" των Γεμιστών Παπαδοπούλου, ο οποίος συνδέει τη συμμετοχή των καταναλωτών με διαφορετικές δεκαετίες και περιλαμβάνει σειρά δώρων. Ο διαγωνισμός διαρκεί έως τις 26 Οκτωβρίου 2026. Για τη συμμετοχή απαιτείται η συμπλήρωση των στοιχείων του καταναλωτή και η εισαγωγή του πενταψήφιου κωδικού LOT NUMBER που αναγράφεται στις συσκευασίες των προϊόντων Γεμιστά που συμμετέχουν.

ΔΩΡΑ

Στο πλαίσιο της ενέργειας, οι συμμετέχοντες απαντούν σε ερωτήσεις προκειμένου να αντιστοιχηθούν με μία από τις δεκαετίες που περιλαμβάνονται στον διαγωνισμό. Στη συνέχεια μπορούν να ανεβάσουν φωτογραφία τους και να τη δουν σε μορφή που παραπέμπει στο στιλ της αντίστοιχης δεκαετίας. Η κοινοποίηση του αποτελέσματος στα social media παρέχει επιπλέον συμμετοχές στην κλήρωση. Τα εβδομαδιαία έπαθλα περιλαμβάνουν δωροκάρτες Public, καθώς και προϊόντα όπως:

- πικάπ
- soundbar
- φωτογραφική μηχανή Polaroid
- ηχείο
- projector
- GoPro

Με την ολοκλήρωση του διαγωνισμού, τρεις μεγάλοι νικητές θα κερδίσουν από ένα iPhone 17 Pro Max.

ΠΟΙΑ ΠΡΟΪΟΝΤΑ ΣΥΜΜΕΤΕΧΟΥΝ

Στον διαγωνισμό συμμετέχουν διαφορετικές συσκευασίες και πολυσυσκευασίες Γεμιστών Παπαδοπούλου στις γεύσεις Σοκολάτα, Βανίλια, Φράουλα, Λεμόνι, Καρύδα, Πορτοκάλι και Μπανάνα, καθώς και τα Mini Γεμιστά. Η συμμετοχή στον διαγωνισμό πραγματοποιείται μέσω της σχετικής ιστοσελίδας των Γεμιστών Παπαδοπούλου και απαιτεί την καταχώριση του κωδικού LOT NUMBER από τη συσκευασία.





FOOD FORWARD

From Farm to Future

Το μεγαλύτερο συνέδριο για τον κλάδο των Τροφίμων & Ποτών **επιστρέφει**

2 SEASON



5-6 Νοεμβρίου 2026

HYATT REGENCY THESSALONIKI

ΜΕ ΤΗΝ ΑΞΙΟΠΙΣΤΙΑ ΤΗΣ



CONTENT & SERVICES

POWERED BY



TRADE SHOWS • PUBLICATIONS



AGAPITOU MARIA
Head of Management Systems & Products Certification Division of TÜV AUSTRIA Hellas



DIMITRIADIS YIORGOS
Chef & Culinary director



DIMORAGKAS VAIOS
Managing Director, NielsenQ Greece & Bulgaria



KAKKAVAS CHRISTOS
Executive Advisor JLL, Athens Economics



KATRIVANOS PERIKLIS
CEO, Nera Pigon Grammos S.A.



KINTZIOS SPYRIDON
Rector, Agricultural University of Athens



KONTOS DIMITRIS
Chief Operating Officer, METRO



KOUTSOURADI ARGYRO
CEO & Founder, Myrovalos Organics



LALATSI HARIS
Market Analyst



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



MAYROS ATHANASIOS
Partner EY Consumer & Health Leader for Southeastern Europe



OIKONOMIDIS GIORGOS
Founder 45 Fish Butchery/Chef



PAPACHRISTOS CHARALAMBO
President, SEFYMEH



POTAMITIS ANTONIS
President & CEO, WEST Group & President, Institute of Sales of Greece



SIDERIS NATASHA
CEO & Founder, Tashas Group



SINODINOS DIMITRIS
Chairman of the Board SEET & Commercial Director KONVA SA



TAKOULAS VAGGELIS
Purchasing Director, METRO



TOURLIAS APOSTOLOS
Chairman, HAPO



TSACHOURIDIS PANTELIS
Purchasing Director, Diamantis Masoutis S.A.



VAPORIDIS STELIOS
Project Development Manager in the Agri Food Sector TÜV AUSTRIA Hellas



ZOUKAS KOSTAS
President, PEMETE

PLATINUM SPONSOR



GOLD SPONSORS



Γιατί αξίζει.

Για περισσότερες πληροφορίες:



SILVER SPONSORS



Elikonos Capital



ΕΠ.Ο.ΕΕ



BANKING PARTNER

ExportGate



SUPPORTERS



PARTNER



ΜΕ ΤΗΝ ΑΙΓΙΔΑ



• ΖΑΧΑΡΟΠΛΑΣΤΕΙΑ ΓΡ. ΚΩΝΣΤΑΝΤΙΝΙΔΗ & ΤΣΙΡΟΥ

ΜΕ ΤΖΙΡΟ €16,52 ΕΚΑΤ. ΕΒΓΑΛΑΝ ΚΑΘΑΡΑ ΚΕΡΔΗ €2,13 ΕΚΑΤ.

Με καθαρά κέρδη ύψους €2,13 εκατ. σε έναν συνολικό τζίρο €16,52 εκατ. έκλεισαν το 2025 τα γνωστά Ζαχαροπλαστεία Γρ. Κωνσταντινίδη και Τσίρου, ενδεικτικό του σημαντικού περιθωρίου κέρδους που υποσχεται ο συγκεκριμένος τομέας.

ΓΡ. ΚΩΝΣΤΑΝΤΙΝΙΔΗΣ

Αναφορικά με τα Ζαχαροπλαστεία της Γρ. Κωνσταντινίδης, τα καθαρά κέρδη της υπερτριπλασιάστηκαν πέρυσι παρότι ο τζίρος τους υποχώρησε κατά 6%.

Επίσης το περιθώριο καθαρού κέρδους διамορφώθηκε σε 12% περίπου, έναντι 3% το 2024, βελτίωση την οποία η διοίκηση αποδίδει κατά κύριο λόγο στην υλοποίηση της αναδιοργάνωσης της λειτουργίας της εταιρείας, με τη συγκέντρωση της παραγωγής σε λιγότερες μονάδες και την επίτευξη οικονομιών κλίμακας μέσω της καλύτερης αξιοποίησης των ανθρώπινων πόρων της εταιρείας, που είχε ως αποτέλεσμα τη συγκράτηση του λειτουργικού κόστους. Είναι χαρακτηριστικό ότι το κόστος μισθοδοσίας υποχώρησε σε €3,1 εκατ. έναντι €4 εκατ. στη χρήση 2024.

DATA (σε €χιλ.)

Κύκλος εργασιών

2025: 10.222
2024: 10.843
2023: 10.840
2022: 10.047

Κέρδη προ φόρων

2025: 1.554
2024: 447
2023: 472
2022: 333

Καθαρά κέρδη

2025: 1.198
2024: 334
2023: 359
2022: 249

ΕΠΕΝΔΥΣΕΙΣ

Παράλληλα η εταιρεία, η οποία εξακολουθεί να διατηρεί μηδενικό δανεισμό, προχώρησε σε επενδύσεις €382 χιλ. περίπου οι οποίες αφορούν:

- €220 χιλ.: για τις εργασίες διαμόρφωσης του νέου καταστήματος στο Πικέρμι
- €60,43 χιλ.: για την αγορά μηχανολογικού εξοπλισμού για το νέο κατάστημα στο Πικέρμι
- €4,9 χιλ. για την αγορά γεμιστικού επιτραπέζιου μηχανήματος για παγωτό στο



κατάστημα της Λ.Ποσειδώνος 67

- €50,64 χιλ. για αγορά τριών αυτοκινήτων από την Avis
- €50,76 χιλ. για αγορά επίπλων και λοιπού εξοπλισμού

ΔΙΚΤΥΟ

Το δίκτυο πωλήσεων της εταιρείας γεωγραφικά καλύπτει τις περιοχές της Αθήνας με 9 καταστήματα και της Θεσσαλονίκης, με 2.

INFO - ΚΑΤΑΣΤΗΜΑΤΑ

- Λ. Κηφισίας 86, Μαρούσι
- Λ. Κηφισίας 283, Κηφισιά
- Λ. Κηφισίας 116, Αμπελόκηποι
- Λ. Πεντέλης 72, Χαλάνδρι
- Λ. Μεσογείων 86, Αθήνα
- Λ. Συγγρού 98, Αθήνα
- Εθνάρχου Μακαρίου 17, Περιστερί
- Λ. Βουλιαγμένης 534, Άλιμος
- Αδριανουπόλεως 8, Θεσσαλονίκη
- Παύλου Μελά 7 & Μητροπόλεως 119, Θεσσαλονίκη
- Λ. Μαραθώνος 42, Πικέρμι

ΠΡΟΟΠΤΙΚΕΣ

Για την τρέχουσα χρήση η διοίκηση αναμένει περαιτέρω αύξηση στον κύκλο εργασιών και κερδοφόρο αποτέλεσμα για την εταιρεία.

ΖΑΧΑΡΟΠΛΑΣΤΕΙΑ ΤΣΙΡΟΥ

Σε ανοδική τροχιά παρέμειναν και το 2025 τα Ζαχαροπλαστεία Τσίρου, με τον τζίρο να αυξάνεται κατά 7,4% σε ετήσια βάση. Με εξαίρεση τη χρονιά που ξέσπασε η πανδημία, όπου και πάλι οι πωλήσεις υποχώρησαν οριακά κατά 2,3%, η εταιρεία εμφανίζει σταθερά

θετικούς ρυθμούς ανάπτυξης.

Σε επίπεδο κερδοφορίας, κατεγράφη πτώση 14%, ωστόσο τα καθαρά κέρδη παρέμειναν στην περιοχή πέραν του €1 εκατ. ενώ το ΔΣ πρότεινε τη διανομή μερίσματος προς τους μετόχους της εταιρείας, ποσού €1 εκατ.

DATA (σε €χιλ.)

Κύκλος εργασιών

2025: 6.298
2024: 5.861
2023: 5.611
2022: 4.930
2021: 4.694

Μικτό αποτέλεσμα

2025: 2.786
2024: 2.735
2023: 2.517
2022: 2.254
2021: 2.217

Καθαρά κέρδη

2025: 933
2024: 1.090
2023: 777
2022: 706
2021: 756

ΣΤΟΧΟΣ

Στόχος της διοίκησης της εταιρείας για την τρέχουσα χρήση, όπως αναφέρεται στις χρηματοοικονομικές καταστάσεις, είναι:

- η παραμονή της σε κερδοφόρα πορεία
- η με ασφαλή βήματα περαιτέρω αύξηση του κύκλου εργασιών της
- η περαιτέρω βελτίωση των περιθωρίων μίκτου και καθαρού κέρδους
- η εφαρμογή συγκεντρωμένων επιθετικής πολιτικής για την προώθηση των παραγομένων και εμπορευομένων προϊόντων

ΔΙΚΤΥΟ

Αξίζει να αναφέρουμε ότι η εταιρεία, η οποία λειτουργεί εδώ και περίπου 70 χρόνια, πλην του κεντρικού καταστήματος που βρίσκεται στον Βύρωνα, επί της οδού Ελλήνων Αξιωματικών, έχει σήμερα τρία ακόμη καταστήματα και πιο συγκεκριμένα σε:

- Παγκράτι (επί της οδού Ευτυχίδου)
- Γλυφάδα (επί της Γρ. Λαμπράκη)
- Πειραιά (επί της Λεωφόρου Ηρώων Πολυτεχνείου)

Μάκης Αποστόλου
makis@notice.gr

• ΤΡΟΦΙΜΑ

ΓΙΑΤΙ ΟΙ ΜΕΓΑΛΕΣ ΕΤΑΙΡΕΙΕΣ ΞΕΦΟΡΤΩΝΟΝΤΑΙ BRANDS – ΠΟΙΟΙ ΤΑ ΑΓΟΡΑΖΟΥΝ, ΤΙ ΑΛΛΑΖΟΥΝ

Ο κλάδος τροφίμων αντιμετωπίζει μία από τις δυσκολότερες περιόδους των τελευταίων δεκαετιών, καθώς ο πληθωρισμός, οι μεταβαλλόμενες διατροφικές συνήθειες και το αυξημένο κόστος των πρώτων υλών πιέζουν τις επιχειρήσεις. Έτσι, πολλές εταιρείες επιλέγουν να πουλήσουν brands με χαμηλότερες επιδόσεις και να επικεντρωθούν στα προϊόντα με τις μεγαλύτερες προοπτικές ανάπτυξης.

ΠΟΙΟΙ ΕΙΝΑΙ ΟΙ ΑΓΟΡΑΣΤΕΣ

Σε πολλές περιπτώσεις, αγοραστές είναι startups και private equity firms.

Η The Campbell's Company έχει αποσπενδύσει από τα Pop Secret, Noosa yogurt και Emerald Nuts, η Conagra Brands πούλησε το Chef Boyardee, ενώ η Hormel Foods παραχώρησε το πλειοψηφικό ποσοστό της Justin's nut butter.

Οι νέοι ιδιοκτήτες συχνά συγκεντρώνουν brands με κοινά χαρακτηριστικά και στη συνέχεια επενδύουν στην καινοτομία και την ανάπτυξή τους, μακριά από τις πιέσεις της Wall Street.

Η Novus Foods, η οποία εξαγόρασε το Noosa yogurt από την Campbell's το 2024, έχει επικεντρώσει τη δραστηριότητά της στα φρέσκα τρόφιμα. Με έσοδα που πλησιάζουν το \$1 δισ., το χαρτοφυλάκιό της περιλαμβάνει επίσης τα Fresh Cravings salsa και Señor Rico's Hispanic desserts. Ο Matt Paolucci, Αντιπρόεδρος εμπορικής στρατηγικής της εταιρείας, υποστηρίζει ότι το μικρότερο μέγεθος προσφέρει μεγαλύτερη ευελιξία και ταχύτητα στη λήψη αποφάσεων.

PRIVATE EQUITY ΚΑΙ ΑΝΑΝΕΩΣΗ BRANDS

Η Brynwood Partners εξαγόρασε πέρυσι το Chef Boyardee από την Conagra έναντι \$600 εκατ. και έκτοτε λάνσαρε skillet meals και

Protein Canned Pasta, αξιοποιώντας τη ζήτηση για ευκολία και υψηλότερη περιεκτικότητα σε πρωτεΐνη.

Η εταιρεία είχε αποκτήσει επίσης το Funfetti στο πλαίσιο της εξαγοράς, έναντι \$375 εκατ., της δραστηριότητας της J.M. Smucker στα προϊόντα αρτοποιίας και pancake το 2018. Έκτοτε, ενίσχυσε την καινοτομία και επέκτεινε το brand με νέα προϊόντα και συμφωνίες licensing, ενώ ενίσχυσε και την παρουσία του στα social media. Οι πωλήσεις του Funfetti αυξήθηκαν περισσότερο από 50% από την εξαγορά.

Η ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΗ ΤΗΣ OUR HOME

Η Our Home έχει επίσης χτίσει μεγάλο μέρος της δραστηριότητάς της μέσω εξαγορών. Από το 2023 απέκτησε τα R.W. Garcia και Good Health από την Utz Brands, το Food Should Taste Good από την General Mills, το ParmCrisps από την Hain Celestial και το Pop Secret από την Campbell's.

Μετά την εξαγορά του Pop Secret το 2024, εκσυγχρόνισε τη συσκευασία, πρόσθεσε "μετρητή βουτύρου", έδωσε έμφαση σε συσκευασίες ελεγχόμενης μερίδας και λάνσαρε για πρώτη φορά προϊόν έτοιμο προς κατανάλωση.

Στόχος της εταιρείας είναι να ενισχύσει τα brands που διαθέτει και να δημιουργήσει ένα διαφοροποιημένο χαρτοφυλάκιο snacks, αξιοποιώντας την ευελιξία που προσφέρει το μικρότερο μέγεθός της.



• ΗΠΕΙΡΟΣ

ΕΚΠΑΙΔΕΥΤΙΚΗ ΕΠΙΣΚΕΨΗ ΤΟΥ ΚΔΗΦ "ΑΓΚΑΛΙΑ ΕΛΠΙΔΑΣ" ΣΤΗΝ ΠΑΡΑΓΩΓΙΚΗ ΜΟΝΑΔΑ ΣΤΗΝ ΕΛΑΣΣΟΝΑ

Η παραγωγική μονάδα της Ήπειρος στην Ελασσόνα υποδέχθηκε το εφηβικό τμήμα του Κέντρου Διημέρευσης και Ημερήσιας Φροντίδας για Άτομα με Αναπηρία "Αγκαλιά Ελπίδας", στο πλαίσιο εκπαιδευτικής επίσκεψης.

Οι 10 συμμετέχοντες ξεναγήθηκαν στους χώρους της μονάδας και ενημερώθηκαν για τη διαδρομή του γάλακτος, τα βασικά στάδια της παραγωγικής διαδικασίας, καθώς και τις πρακτικές που εφαρμόζονται για την ποιότητα και την ασφάλεια των προϊόντων.

ΕΝΗΜΕΡΩΣΗ ΓΙΑ ΠΑΡΑΓΩΓΗ ΚΑΙ ΔΙΑΤΡΟΦΗ

Κατά τη διάρκεια της επίσκεψης, οι συμμετέχοντες είχαν επίσης την ευκαιρία να ενημερωθούν για την προέλευση και την παραγωγή των τροφίμων και να συζητήσουν σχετικά με τη διατροφική τους αξία. Η δράση περιλάμβανε, μεταξύ άλλων, ερεθίσματα γύρω από τις καθημερινές διατροφικές επιλογές και την αυτόνομη διαβίωση.

Το ΚΔΗΦ "Αγκαλιά Ελπίδας", με έδρα την Ελασσόνα, παρέχει υπηρεσίες ημερήσιας φροντίδας και υποστήριξης σε άτομα με αναπηρία, ενώ υλοποιεί εκπαιδευτικές, δημιουργικές και κοινωνικές δράσεις με στόχο την ενίσχυση της καθημερινής λειτουργικότητας, της κοινωνικής αλληλεπίδρασης και της αυτονομίας των ωφελούμενων.

• **WENDY'S**

ΣΤΟΝ ΑΕΡΑ 314 ΕΣΤΙΑΤΟΡΙΑ ΜΕΤΑ ΤΗ ΡΗΞΗ ΜΕ ΜΕΓΑΛΟ FRANCHISEE

Η Wendy's ανακοίνωσε ότι τερμάτισε τα δικαιώματα ενός από τους μεγαλύτερους franchisees της στις ΗΠΑ, της Meritage Hospitality Group (MHG), να συνεχίσει να λειτουργεί τα 314 εστιατόριά της. Τα καταστήματα θα μπορούσαν να περάσουν υπό τη διαχείριση της ίδιας της Wendy's ή νέων franchisees. Σε έγγραφο που κατέθεσε προχθές σε πτωχευτικό δικαστήριο του Michigan, η Wendy's ανέφερε ότι ενημέρωσε τη MHG πως καταγγέλλει τις συμβάσεις franchise για περίπου \$147 εκατ. σε απλήρωτα royalties και άλλες οφειλές.

ΤΙ ΥΠΟΣΤΗΡΙΖΕΙ Η ΕΤΑΙΡΕΙΑ

Η Wendy's υποστήριξε ότι είχε ενημερώσει τη MHG μία ημέρα πριν από την αίτηση υπαγωγής της σε καθεστώς προστασίας και ότι η καταγγελία των συμβάσεων δεν μπορεί να ανασταλεί λόγω της πτωχευτικής διαδικασίας. Η εταιρεία ζήτησε από την MHG να σταματήσει τη λειτουργία των εστιατορίων με το σήμα Wendy's και τη χρήση των σχετικών αδειών, εμπορικών σημάτων και συστημάτων.

Ωστόσο, η Wendy's θα επιτρέψει προσωρινά στην MHG να συνεχίσει να λειτουργεί τα κα-



ταστήματα μέσω προσωρινής άδειας, ώστε να δοθεί χρόνος για τη μεταβίβασή τους στη Wendy's ή σε άλλους franchisees. Η MHG λειτουργεί εστιατόρια σε 15 πολιτείες, ενώ η Wendy's διαθέτει περίπου 5.700 καταστήματα στις ΗΠΑ.

Η ΔΙΑΜΑΧΗ ΜΕ ΤΗΝ MHG

Η Wendy's είχε αποστείλει στην MHG ειδοποίηση για αθέτηση των συμβατικών της υποχρεώσεων τον Οκτώβριο του 2025. Ακολούθησε σειρά συμφωνιών από τον Νοέμβριο, μετά την αθέτηση των υποχρεώσεων της MHG, σύμφωνα με τον Chief Restructuring Officer της εταιρείας Kevin Cleary.

Η MHG αμφισβητεί την καταγγελία και υποστηρίζει ότι οι συμβάσεις franchise "παρα-

μένουν σε ισχύ και αποτελούν περιουσιακά στοιχεία της πτωχευτικής περιουσίας". Η διαφορά ενδέχεται να κριθεί δικαστικά, με την πρώτη ακρόαση να έχει προγραμματιστεί για την Τρίτη.

Η MHG ΑΠΟΔΙΔΕΙ ΤΗΝ ΠΤΩΧΕΥΣΗ ΣΤΗΝ WENDY'S

Η MHG έχει αποδώσει την υπαγωγή της στο Chapter 11 στην, όπως υποστηρίζει, αναποτελεσματική στρατηγική marketing της Wendy's, στις προωθητικές ενέργειες και τις εκπτώσεις της αλυσίδας, καθώς και στην αύξηση των τιμών του βοδινού κρέατος.

Τα τελευταία χρόνια, αρκετοί μεγάλοι franchisees αλυσίδων fast food έχουν οδηγηθεί στο ίδιο καθεστώς, επικαλούμενοι την αύξηση του κόστους και τις πληθωριστικές πιέσεις. Μεγάλοι franchisees των Arby's και Pizza Hut υπέβαλαν αιτήσεις το 2024, ενώ operator 57 καταστημάτων Burger King ακολούθησε τον Απρίλιο του 2025.

Η MHG αναφέρει ότι διαθέτει περίπου \$651 εκατ. υποχρεώσεις και \$726 εκατ. περιουσιακά στοιχεία και ότι προτίθεται να συνεχίσει κανονικά τη λειτουργία της κατά τη διάρκεια της διαδικασίας.

• **ΚΤΗΜΑ ΣΙΓΑΛΑ**

ΣΕ ΧΑΜΗΛΕΣ ΠΟΣΟΤΗΤΕΣ Ο ΤΡΥΓΟΣ - ΘΕΤΙΚΑ ΤΑ ΠΡΩΤΑ ΜΗΝΥΜΑΤΑ ΓΙΑ ΤΟ ΑΣΥΡΤΙΚΟ

Με την παραγωγή ΠΟΠ Σαντορίνη να παραμένει και το 2026 σε εξαιρετικά χαμηλά επίπεδα, περίπου στους 350 τόνους, ολοκληρώθηκε στις 26 Αυγούστου ο τρύγος στο Κτήμα Σιγάλα.

Κατά τον φετινό τρύγο, ορισμένα από τα νέα αμπελοτεμάχια έφτασαν αποδόσεις έως και 300 κιλά ανά στρέμμα, προσεγγίζοντας επίπεδα που καταγράφονταν παλαιότερα στην Σαντορίνη. Αντίστοιχη εικόνα καταγράφηκε και σε νεότερα αμπέλια συνεργαζόμενων αμπελουργών.

ΑΠΩΛΕΙΕΣ ΑΠΟ ΤΙΣ ΚΑΚΕΣ ΚΑΙΡΙΚΕΣ ΣΥΝΘΗΚΕΣ

Η καλλιεργητική περίοδος ξεκίνησε με ήπιο χειμώνα και περίπου 310 χιλιοστά βροχής, κοντά στον μέσο όρο του νησιού. Η σημαντικότερη πεί-

ση ήρθε στην άνθηση, όταν ισχυρός νοτιοανατολικός άνεμος, έντασης έως και 9 μποφόρ, προκάλεσε ζημιές σε αρκετά αμπελοτεμάχια, με τις απώλειες σε ορισμένες περιπτώσεις να φτάνουν το 50%.

Το καλοκαίρι ήταν σχετικά ήπιο, χωρίς παρατεταμένους καύσωνες, επιτρέποντας ομαλή ωρίμανση. Ο τρύγος ξεκίνησε στις 6 Αυγούστου με το Μαυροτράγανο και ολοκληρώθηκε στις 26 Αυγούστου με τη Μανδηλαριά και το Αηδάνι.

ΑΣΥΡΤΙΚΟ

Παρά τις χαμηλές ποσότητες, τα σταφύλια έφτασαν στο οινοποιείο σε καλή κατάσταση, με καλές οξύτητες και καθαρά αρωματικά χαρακτηριστικά. Οι οινοποιήσεις βρίσκονται ακόμη σε εξέλι-



ξη, ωστόσο οι πρώτες δεξαμενές που ολοκλήρωσαν την αλκοολική ζύμωση δίνουν θετικά δείγματα, ιδιαίτερα για το Ασύρτικο.

Για τη διοίκηση του Κτήματος, τα φετινά δεδομένα δεν αναιρούν τις πιέσεις που αντιμετωπίζει ο αμπελώνας της Σαντορίνης, προσθέτουν όμως στοιχεία στην προσπάθεια ανανέωσης και διατήρησής του. "Υπάρχει τεράστια γνώση σε αυτόν τον τόπο (...) όμως υπάρχουν και νέα δεδομένα τα οποία προσεγγίζουμε με επιστημονικότητα και συστηματική δουλειά στο αμπέλι", σημειώνει ο Γιάννης Μπουτάρης, επικεφαλής της ομάδας του Κτήματος Σιγάλα.

• **ΑΜΦΙΓΑΛ**

ΕΙΣΟΔΟΣ ΣΕ ΜΑΣΟΥΤΗ ΚΑΙ MY MARKET - ΓΑΛΛΙΑ ΚΑΙ ΠΟΛΩΝΙΑ ΠΡΟΣΤΙΘΕΝΤΑΙ ΣΤΗ ΛΙΣΤΑ ΤΩΝ ΕΞΑΓΩΓΩΝ

Το αποτύπωμά της στο κανάλι του οργανωμένου λιανεμπορίου ενισχύει η Αμφιγάλ αποκτώντας παρουσία, μετά την ΑΒ Βασιλόπουλος, και στα δίκτυα των Μασούτης και My Market.

Η τοποθέτηση στις δύο αλυσίδες έχει ήδη ξεκινήσει και, όπως εξηγούν στο Fnb Daily πηγές της συνεταιριστικής γαλακτοβιομηχανίας, γίνεται σε πανελλαδική κλίμακα και αφορά φέτα, κεφαλογραβιέρα, πεκορίνο και κεφαλοτύρι η διάθεση των οποίων, σε πρώτη φάση τουλάχιστον, θα γίνεται επί ζυγίω (πάγκος).

ΑΚΟΛΟΥΘΟΥΝ ΜΙΚΡΟΤΕΡΕΣ ΣΥΣΚΕΥΑΣΙΕΣ

Ωστόσο, αυτό το διάστημα βρίσκονται σε εξέλιξη διαπραγματεύσεις για την τοποθέτηση και μικρών συσκευασίες (τάπερ με άλμη ή και vacuum) οι οποίες αναμένεται να καταλήξουν σε συμφωνία.

Τόσο στην Μασούτης, όσο και στην My Market τα προϊόντα θα διατίθενται με την επωνυμία της Αμφιγάλ. Υπενθυμίζεται ότι στο δίκτυο της ΑΒ Βασιλόπουλος- με την οποία ξεκίνησε να συνεργάζεται τον Αύγουστο του 2020- η εταιρεία είναι παρούσα με το brand Αμφιλοχίας Γη.

Πέρα από το εσωτερικό, η Αμφιγάλ διευρύνει και την εξαγωγική της δραστηριότητα,

μπαίνοντας σε αλυσίδες super market στην Γαλλία και στην Πολωνία, με επώνυμο προϊόν και μικρές συσκευασίες (κυρίως vacuum) από 150 έως 500 γραμμαρίων.

ΦΕΤΑ ΣΕ ΚΥΒΟΥΣ ΣΤΗΝ ΙΤΑΛΙΑ

Παράλληλα, ξεκίνησε στην ιταλική αγορά, μετά από αίτημα του εκεί συνεργάτη της, τη διάθεση φέτας σε κύβους σε συσκευασία τάπερ 150 γραμμαρίων με άλμη- κωδικός με ζωηρή ζήτηση που χρησιμοποιείται από καταναλωτές που θέλουν να βάλουν στο τραπέζι τους Greek Salad.

Στη λίστα των εξαγωγικών προορισμών- όπου ήδη περιλαμβάνονται Γερμανία, Βρετανία, ΗΠΑ, Βέλγιο κ.α. -έχουν προστεθεί επίσης οι βαλτικές χώρες. Οι εξαγωγές ότι ξεπερνούν το 50% του συνολικού κύκλου εργασιών.

ΠΡΟΣ ΔΙΠΛΑΣΙΑΣΜΟ ΔΥΝΑΜΙΚΟΤΗΤΑΣ

Μένει να φανεί βέβαια αν οι νέες συμφωνίες με Μασούτη και My Market, θα αλλάξουν τους συσχετισμούς μεταξύ εσωτερικών κι εξωτερικών πωλήσεων.

Το σίγουρο είναι ότι θα απαιτήσουν αύξηση της παραγωγής και αυτό τον σκοπό εξυπηρετεί, μεταξύ άλλων, η επένδυση άνω των €7 εκατ. που βρίσκεται σε εξέλιξη, με την εγκα-

τάσταση των μηχανημάτων να πραγματοποιείται αυτό το διάστημα.

Μεταξύ άλλων, δημιουργείται νέα μεγαλύτερη γραμμή παραγωγής φέτας και τοποθετούνται νέα καζάνια και πρέσες για σκληρά τυριά και η παραγωγική δυναμικότητα σχεδόν θα διπλασιαστεί φτάνοντας τους 11.000 τόνους τυροκομικών προϊόντων.

ΔΙΕΥΡΥΝΣΗ ΖΩΝΗΣ ΓΑΛΑΚΤΟΣ

Η αύξηση της παραγωγής φέρνει βέβαια και μεγαλύτερες ανάγκες σε πρώτη ύλη, με τα αρμόδια στελέχη της εταιρείας να βρίσκονται ήδη σε φάση συζητήσεων με παραγωγούς προκειμένου να διευρυνθεί η ζώνη γάλακτος.

Στην παρούσα φάση απορροφά περί τους 6.000 τόνους πρόβειο και 1.000 τόνους κατσικίσιο γάλα ετησίως από μια γεωγραφική ακτίνα που έχει στο επίκεντρο της την ευρύτερη περιοχή της Αμφιλοχίας και εκτείνεται μέχρι την Άρτα και την Πρέβεζα.

DATA (σε €χιλ.)

Κύκλος Εργασιών

2025: 17.884

2024: 15.856

Μεταβολή: 12,79%

EBIT

2025: 1.583

2024: 1,189

Μεταβολή: 33,1%

Κέρδη προ φόρων

2025: 1.233

2024: 730

Μεταβολή: 68,7%

ΤΡΕΧΕΙ ΜΕ 20% ΣΤΟ ΟΚΤΑΜΗΝΟ

Στο οκτάμηνο του 2025 η Αμφιγάλ τρέχει, όπως πληροφορείται το Fnb Daily, με διψήφιο ρυθμό ανάπτυξης που αγγίζει το 20% ύστερα από το +13% που κατέγραψε το 2025, χρονιά που τα προ φόρων κέρδη ενισχύθηκαν κατά 68,7% ξεπερνώντας τα €1,23 εκατ. Ένα σημαντικό κομμάτι της αύξησης του κύκλου εργασιών προήλθε, σύμφωνα με τις δημοσιοποιημένες οικονομικές καταστάσεις, και από τις πωλήσεις νωπού γάλακτος που ξεπέρασαν τα €5,2 εκατ. έναντι κάτι λιγότερο από €3 χιλ. ένα χρόνο νωρίτερα.

Γιάννης Τσατσάκης
yannis@notice.gr



Θωμάς Κουτσουπιάς, Πρόεδρος & Διευθύνων Σύμβουλος, Αμφιγάλ

• **DIAGEO**

ΑΠΕΡΓΙΑ ΣΤΗ ΜΟΝΑΔΑ ΤΗΣ CAMERONBRIDGE ΣΤΗΝ ΣΚΩΤΙΑ – ΣΤΟ ΕΠΙΚΕΝΤΡΟ ΟΙ ΠΕΡΙΚΟΠΕΣ ΘΕΣΕΩΝ ΕΡΓΑΣΙΑΣ

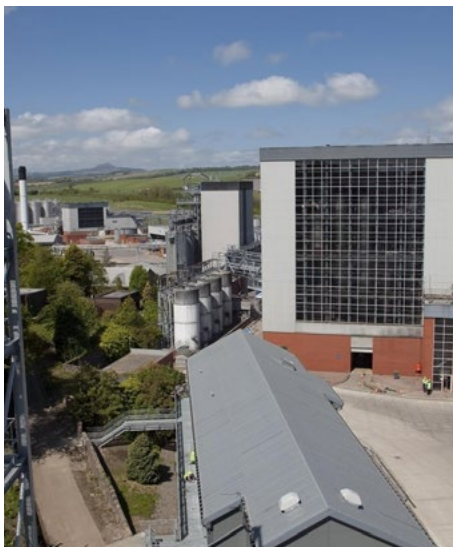
Περισσότεροι από 100 εργαζόμενοι, μέλη του συνδικάτου Unite, αναμένεται να προχωρήσουν σε απεργία στη μονάδα παραγωγής της Cameronbridge στην Σκωτία, που ανήκει στην Diageo, ιδιοκτήτρια της Guinness, αντιδρώντας στο σχέδιο της εταιρείας για περικοπές θέσεων εργασίας στις δραστηριότητές της στη χώρα.

Η απεργιακή κινητοποίηση έχει προγραμματιστεί να ξεκινήσει στις 28 Σεπτεμβρίου, με συγκεκριμένες ομάδες εργαζομένων να συνεχίζουν την απεργία έως τις 5:59 π.μ. της 15ης Οκτωβρίου.

Σύμφωνα με το Unite, οι κινητοποιήσεις θα αφορούν εργαζομένους σε θέσεις ελέγχου της απόσταξης και των διαδικασιών παραγωγής, χειριστές στη μονάδα απόσταξης και μηχανημάτων, τεχνικούς, αναλυτές ποιοτικού ελέγχου, χημικούς διαδικασιών και μηχανικούς.

"ΚΑΜΙΑ ΔΙΚΑΙΟΛΟΓΙΑ ΓΙΑ ΤΙΣ ΠΕΡΙΚΟΠΕΣ"

Η απεργία πραγματοποιείται ως αντίδραση στα σχέδια της Diageo να περικόψει εκατοντάδες θέσεις εργασίας στις δραστηριότη-



τές της στην Σκωτία, με δεκάδες θέσεις στη μονάδα Cameronbridge να βρίσκονται υπό επανεξέταση, σύμφωνα με το Unite.

Η Diageo απασχολεί περίπου 3.000 εργαζομένους στη χώρα, ενώ στη μονάδα της Cameronbridge εργάζονται περίπου 200 άτομα.

Η Sharon Graham, Γενική Γραμματέας του

Unite, δήλωσε: "Το Unite έχει προειδοποιήσει επανειλημμένα την Diageo ότι δεν υπάρχει καμία δικαιολογία για την περικοπή εκατοντάδων θέσεων εργασίας στις δραστηριότητές της, την ώρα που η εταιρεία καταγράφει κέρδη εκατοντάδων εκατομμυρίων". Η Diageo, από την πλευρά της, σημείωσε ότι στη μονάδα μόνο οκτώ από τις 72 θέσεις στον τομέα της απόσταξης σιτηρών πρόκειται να καταργηθούν, ενώ δύο επιπλέον θέσεις είναι ήδη κενές.

ΚΙΝΔΥΝΟΣ ΔΙΑΚΟΠΗΣ ΤΗΣ ΠΑΡΑΓΩΓΗΣ

Το Unite εκτιμά ότι η απεργία θα μπορούσε να οδηγήσει σε διακοπή της παραγωγής, αυξάνοντας την πίεση προς την Diageo.

Στο πλαίσιο της παγκόσμιας στρατηγικής αναδιάρθρωσης που εφαρμόζει, η εταιρεία έχει δώσει ελάχιστες πληροφορίες σχετικά με τις θέσεις εργασίας που βρίσκονται υπό επανεξέταση, σημείωσε το Unite.

Παράλληλα, το συνδικάτο επέκρινε τα σχέδια της Diageo να καταργήσει δεκάδες θέσεις εργασίας, ενώ η παραγωγή συνεχίζεται με τον ίδιο ρυθμό.

• **SMILEKIOSK**

ΣΧΕΔΙΑΖΕΙ ΔΙΚΤΥΟ 100 ΣΗΜΕΙΩΝ ΕΩΣ ΤΟ 2030 – ΣΤΟ +15% ΟΙ ΠΩΛΗΣΕΙΣ ΣΤΟ ΟΚΤΑΜΗΝΟ

Στα 100 σημεία έως το 2030 σχεδιάζει να φτάσει το δίκτυο Smilekiosk της οικογένειας Κεντικελένη, διατηρώντας το αναπτυξιακό πλάνο εντός Αττικής και με στόχο περίπου δέκα νέα καταστήματα ετησίως. Σύμφωνα με πληροφορίες του Fnb Daily, στο οκτάμηνο τα 50 υφιστάμενα σημεία κατέγραψαν οργανική αύξηση πωλήσεων 15% σε συγκρίσιμη βάση.

Το δίκτυο αναπτύσσεται κυρίως με format περιπτερού, ενώ περιλαμβάνει και επτά σημεία διαφορετικού format ψιλικών. Από την αρχή του έτους έχουν προστεθεί πέντε νέα σημεία και ακόμη πέντε προγραμματίζεται να λειτουργήσουν έως το τέλος του 2026.

ΕΜΦΑΣΗ ΣΤΑ ΔΥΤΙΚΑ ΠΡΟΑΣΤΙΑ

Τα επόμενα ανοίγματα επικεντρώνονται κυρίως στα δυτικά προάστια, όπου καταγράφεται ήδη η μεγαλύτερη παρουσία της Smilekiosk. Στην παρούσα φάση δεν εξε-



τάζεται επέκταση εκτός Αττικής.

Βασικό εργαλείο ανάπτυξης αποτελούν και οι εξαγορές υφιστάμενων περιπτερών. Εί-

ναι ενδεικτικό ότι από τα πέντε σημεία που προστέθηκαν στο δίκτυο φέτος, τα τέσσερα προήλθαν από εξαγορές μεμονωμένων επιχειρήσεων.

Η ΠΡΟΚΛΗΣΗ ΤΗΣ ΣΤΕΛΕΧΩΣΗΣ

Η στελέχωση αποτελεί βασική παράμετρο για τον χρονισμό των νέων ανοιγμάτων. Από τα πέντε σημεία που βρίσκονται υπό ανάπτυξη, τα τέσσερα είναι ήδη έτοιμα, με την έναρξη λειτουργίας τους να ακολουθεί την ολοκλήρωση της στελέχωσης.

Έμφαση δίνεται στην προσέλκυση εργαζομένων νεότερων ηλικιών, ενώ για συγκεκριμένες θέσεις προβλέπεται μισθολογική διαφοροποίηση περίπου €100. Το μοντέλο λειτουργίας προβλέπει έναν εργαζόμενο στον εσωτερικό και έναν στον εξωτερικό χώρο κάθε σημείου.

Στέλλα Αυγουστάκη
stella@notice.gr

• ΕΛΛΗΝΟΙΝΔΙΚΟ ΕΠΙΜΕΛΗΤΗΡΙΟ

ΠΟΙΑ ΕΜΠΟΔΙΑ ΣΥΝΑΝΤΑΝΕ ΟΙ ΕΛΛΗΝΙΚΕΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ ΣΤΗΝ ΙΝΔΙΑ - ΤΙΣ ΕΠΟΜΕΝΕΣ ΗΜΕΡΕΣ Η ΣΥΜΦΩΝΙΑ ΓΙΑ ΤΗ ΜΕΤΑΚΛΗΣΗ ΕΡΓΑΖΟΜΕΝΩΝ

Στην ανάγκη να ενισχυθεί η πρακτική διασύνδεση ελληνικών και ινδικών επιχειρήσεων, αλλά και να αντιμετωπιστούν τα εμπόδια που προκύπτουν στην προσπάθεια πρόσβασης στην ινδική αγορά, εστιάζει το Ελληνοϊνδικό Επιμελητήριο, την ώρα που το ενδιαφέρον για εμπορικές και επενδυτικές συνεργασίες μεταξύ των δύο χωρών διευρύνεται.

Όπως ανέφερε στο Fnb Daily ο Πρόεδρος του Ελληνοϊνδικού Επιμελητηρίου, Άγγελος Τσαβδάρης, η διαδικασία για τις αιτήσεις ελληνικών προϊόντων ως Προϊόντων Γεωγραφικής Ένδειξης (ΠΓΕ) στην Ινδία βρίσκεται ακόμη σε αρχικό στάδιο, ενώ ήδη καταγράφονται περιπτώσεις επιχειρήσεων που αντιμετωπίζουν πρακτικές δυσκολίες.

Ο κ. Τσαβδάρης σημείωσε ότι παρά την κινητικότητα των αρμόδιων φορέων, οι επιχειρήσεις χρειάζονται ταχύτερη επίλυση των προβλημάτων που αντιμετωπίζουν. Ως χαρακτηριστικό παράδειγμα ανέφερε υπόθεση ινδικής εταιρείας που επιχειρήσε να εισαγάγει δείγματα φαρμακευτικών προϊόντων και αντιμετώπισε καθυστερήσεις στον εκτελωνισμό λόγω ζητήματος που είχε προκύψει με τον ΕΟΦ.

Το Επιμελητήριο παρενέβη, υποδεικνύοντας στην ελληνική πλευρά πού θα έπρεπε να απευθυνθεί, με αποτέλεσμα η διαδικασία να προχωρήσει.

Η ΙΝΔΙΚΗ ΑΓΟΡΑ ΚΑΙ ΤΟ ΣΤΟΙΧΗΜΑ ΤΩΝ ΤΡΟΦΙΜΩΝ

Ενδιαφέρον παρουσιάζει, σύμφωνα με τον Πρόεδρο του Επιμελητηρίου, ο κλάδος των τροφίμων και ειδικότερα των γαλακτοκομικών. Αν και ο πληθυσμός της Ινδίας προσεγγίζει το 1,5 δις., ο κ. Τσαβδάρης εκτιμά ότι η αγορά-στόχος για προϊόντα υψηλότερης αξίας είναι κυρίως η μεσαία τάξη, την οποία τοποθετεί περίπου στα 300 εκατ. καταναλωτές. Το ζητούμενο, όπως εξηγεί, δεν είναι μόνο η παρουσία των ελληνικών επιχειρήσεων σε εμπορικές εκθέσεις, αλλά η δημιουργία επαφής με συγκεκριμένους αγοραστές και η δοκιμή των προϊόντων. "Πώς θα μάθει ο Ινδός να εισάγει το γάλα όταν δεν το έχει δοκιμάσει;", είναι το ερώτημα που θέτει, υποστηρίζοντας ότι απαιτούνται στοχευμένες επιχειρηματικές αποστολές και θεματικές δράσεις στην Ινδία.

Το ίδιο μοντέλο ακολουθεί, όπως αναφέρει, το Επιμελητήριο, επιλέγοντας απευθείας επιχειρηματικές συναντήσεις αντί της απλής συμμετοχής σε μεγάλες εκθέσεις.

ΕΝΔΙΑΦΕΡΟΝ ΓΙΑ ΤΟΝ ΤΟΥΡΙΣΜΟ

Στο μεταξύ, καταγράφεται ενδιαφέρον και από την ινδική αγορά υψηλού τουρισμού. Σύμφωνα με τον κ. Τσαβδάρη, 10 tour operators που επισκέφθηκαν την Κρήτη έχουν ενημερώσει ότι τον Απρίλιο του 2027 αναμένεται να επισκεφθούν την Ελλάδα πε-

ρίπου 80 Ινδοί δισεκατομμυριούχοι. Οι επισκέπτες αναμένεται να κινηθούν μεταξύ Αθήνας και Κρήτης. Το Επιμελητήριο εξετάζει παράλληλα τη σύνδεση αυτών των επισκέψεων με επενδυτικές προτάσεις.

ΤΟ ΣΥΝΕΔΡΙΟ ΚΑΙ Η ΕΛΛΕΙΨΗ ΑΝΤΑΠΟΚΡΙΣΗΣ

Στο επίπεδο των θεσμικών επιχειρηματικών δράσεων, το Ελληνοϊνδικό Επιμελητήριο έχει μεταφέρει για τον Νοέμβριο το συνέδριο που αρχικά είχε προγραμματιστεί για τον Οκτώβριο. Ωστόσο, σύμφωνα με τον κ. Τσαβδάρη, δεν έχει υπάρξει ακόμη η απαιτούμενη ανταπόκριση από ελληνικά επιμελητήρια για τη συμμετοχή επιχειρηματιών.

Όπως ανέφερε, το Επιμελητήριο έχει ήδη οργανώσει αντίστοιχη δράση το 2024, φέρνοντας στην Ελλάδα περίπου 300 ινδικές επιχειρήσεις. Η απόφαση για το αν θα πραγματοποιηθεί το φετινό συνέδριο αναμένεται να ληφθεί έως τις 10 Οκτωβρίου.

Παράλληλα, το Επιμελητήριο τρέχει προγράμματα για τη νόμιμη μετάκληση εργαζομένων από την Ινδία. Στο πλαίσιο αυτό μέσα στις επόμενες μέρες αναμένεται να κλείσει κι η συμφωνία για την πιστοποίηση εργαζομένων από την Ινδία, κάτι για το οποίο σας έχει ενημερώσει το Fnb Daily από τις 14/07.

Μάριος Δελατόλας
marios@notice.gr



Άγγελος Τσαβδάρης,
Πρόεδρος, Ελληνοϊνδικό
Επιμελητήριο

• **ANUGA ORGANIC ON STAGE**

ΣΤΗΝ ΥΟΟΛ Ο ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΟΣ ΣΧΕΔΙΑΣΜΟΣ, Η ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΤΟΥ ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΟΥ ΚΑΙ Η ΕΠΙΜΕΛΕΙΑ ΤΟΥ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΟΣ

Σε ριζική αναδιαμόρφωση του Anuga Organic on Stage προχωρά η Anuga, αναθέτοντας στην ΥΟΟΛ τον στρατηγικό σχεδιασμό, την ανάπτυξη του περιεχομένου και την επιμέλεια του προγράμματος.

Στόχος είναι η εξέλιξη του format σε κεντρική πλατφόρμα επαγγελματικού διαλόγου για την αγορά των βιολογικών προϊόντων, με τη συμμετοχή διαφορετικών πλευρών του κλάδου, από τη γεωργία και τη μεταποίηση έως το εξειδικευμένο και οργανωμένο λιανεμπόριο, καθώς και διεθνείς επιχειρήσεις.

ΝΕΑ ΚΑΤΕΥΘΥΝΣΗ

Η Anuga επιδιώκει να δώσει νέα έμφαση στον κλάδο των βιολογικών τροφίμων, μετατρέποντας το Anuga Organic on Stage από μια παραδοσιακή σκηνή ομιλιών σε χώρο συζήτησης για τα σημαντικότερα ζητήματα που απασχολούν την αγορά.

Η ΥΟΟΛ, με εμπειρία στον κλάδο των βιολογικών προϊόντων και της βιωσιμότητας, θα συνεργαστεί με την Anuga για τη διαμόρφωση της νέας αρχιτεκτονικής του προγράμματος, τον εντοπισμό των βασικών θεματικών και τη συμμετοχή εκπροσώπων από διαφορετικούς τομείς.

Στο επίκεντρο θα βρεθούν ζητήματα όπως η ανάπτυξη και η αξιοπιστία, η τιμή και η αξία, τα προϊόντα ιδιωτικής ετικέτας και τα brands,

η διεθνής επέκταση και οι περιφερειακές ρίζες, αλλά και οι διαφορετικές προσεγγίσεις του οργανωμένου και του εξειδικευμένου εμπορίου.

ΕΜΦΑΣΗ ΣΤΗ ΔΙΑΦΟΡΕΤΙΚΟΤΗΤΑ ΤΗΣ ΑΓΟΡΑΣ

Η νέα στρατηγική θα επιχειρήσει να αποτυπώσει την πολυμορφία του κλάδου, δίνοντας χώρο τόσο στις μεγάλες επιχειρήσεις και το οργανωμένο λιανεμπόριο όσο και στους μικρότερους παραγωγούς, τις αγροτικές επιχειρήσεις, τις ενώσεις, την επιστημονική κοινότητα, τις startups και τους πρωτοπόρους της αγοράς.

Ιδιαίτερη έμφαση θα δοθεί στις φωνές των μικρότερων παικτών και του εξειδικευμένου εμπορίου, οι οποίοι θα αποκτήσουν χώρο στη διεθνή σκηνή της Anuga.

ORGANIC ON STAGE

Ο νέος θεματολογικός σχεδιασμός αναπτύσσεται από κοινού από την Anuga και τη ΥΟΟΛ και το βασικό concept του Anuga Organic on Stage αναμένεται να παρουσιαστεί στις αρχές του 2027.

Παράλληλα, θα πραγματοποιηθεί ανοικτή πρόσκληση προς τους εκπροσώπους του κλάδου για την υποβολή προτάσεων σχετικά με θεματικές, απόψεις και γνώσεις που θα μπορούσαν να ενταχθούν στο πρόγραμμα.



SME
D A I L Y

**Το καθημερινό
newsletter για
τη μικρομεσαία
επιχειρηματικότητα**

Γίνε
συνδρομητής
ΔΩΡΕΑΝ
εδώ



ΚΥΚΛΟΦΟΡΕΙ ΔΩΡΕΑΝ

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

Με την αξιοπιστία της



NOTICE
CONTENT & SERVICES

• ΕΣΤΙΑΣΗ

ΣΤΑ €361,2 ΔΙΣ. ΟΙ ΕΤΗΣΙΕΣ ΔΑΠΑΝΕΣ ΣΤΗΝ ΕΥΡΩΠΗ – ΟΙ ΔΙΑΦΟΡΕΣ ΣΤΗ ΣΥΜΠΕΡΙΦΟΡΑ ΑΝΑ ΓΕΝΙΑ

Η ετήσια δαπάνη υπηρεσιών εστίασης στην Ευρώπη ανέρχεται πλέον σε €361,2 δισ., ωστόσο η συνεχιζόμενη αύξηση κρύβει σημαντικές διαφορές στη συμπεριφορά των διαφορετικών γενεών. Σύμφωνα με την Edurne Uranga, VP Foodservice Europe της Circana, η οποία μίλησε στο European Foodservice Summit στην Μαδρίτη, οι συνολικές επιδόσεις του κλάδου αποκρύπτουν μια θεμελιώδη αλλαγή ως προς το ποιοι καταναλωτές οδηγούν την αγορά και τι ακριβώς περιμένουν από αυτήν.

ΠΑΡΑΠΛΑΝΗΤΙΚΗ ΣΤΑΘΕΡΟΤΗΤΑ

“Με την πρώτη ματιά, η ευρωπαϊκή αγορά υπηρεσιών εστίασης φαίνεται αξιοσημείωτα σταθερή”, σχολίασε η Uranga. “Η δαπάνη συνεχίζει να αυξάνεται, οι επισκέψεις έχουν μεταβληθεί οριακά και οι καταναλωτές εξακολουθούν να τρώνε εκτός σπιτιού. Ωστόσο, αυτή η φαινομενική σταθερότητα είναι παραπλανητική, καθώς οι συμπεριφορές των διαφορετικών γενεών εξελίσσονται.” “Η ηλικία δεν αποτελεί πλέον έναν απλό οδηγό για την κατανόηση της κατανα-

λωτικής συμπεριφοράς. Τα δεδομένα μας δείχνουν μια πολύ πιο σύνθετη εικόνα, στην οποία η τεχνολογία, η υγεία, οι οικονομικές πιέσεις, οι αλλαγές στον τρόπο ζωής και το στάδιο ζωής διαμορφώνουν εκ νέου τις καταναλωτικές επιλογές.” Η δαπάνη αυξήθηκε κατά 1,4% στις πέντε μεγαλύτερες ευρωπαϊκές αγορές υπηρεσιών εστίασης – Μεγάλη Βρετανία, Γερμανία, Γαλλία, Ισπανία και Ιταλία – στο δωδεκάμηνο έως τον Ιούνιο του 2026, ενώ ο αριθμός των επισκέψεων μειώθηκε κατά 0,7%, σύμφωνα με τα στοιχεία. Κατά μέσο όρο, κάθε καταναλωτής δαπάνησε 2,1% περισσότερα χρήματα για υπηρεσίες εστίασης κατά την ίδια περίοδο, αυξάνοντας τη συνολική δαπάνη στα €361,2 δισ.

ΟΙ ΔΙΑΦΟΡΕΤΙΚΕΣ ΓΕΝΙΕΣ ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΩΝ

Οι καταναλωτές της Gen Z αποκτούν ολοένα μεγαλύτερη σημασία για την επισκεψιμότητα στην αγορά υπηρεσιών εστίασης, σημειώνει η Circana. Παρότι η συγκεκριμένη γενιά αντιπροσωπεύει μόλις το 16% του πληθυσμού στις



πέντε αγορές που εξετάστηκαν, πραγματοποιεί 39% περισσότερες επισκέψεις σε χώρους εστίασης από όσες θα αναμένονταν με βάση το πληθυσμιακό της ποσοστό. Οι Millennials και η Gen X εμφανίζουν επίσης υψηλότερη επισκεψιμότητα σε σχέση με το πληθυσμιακό τους βάρος. Αντίθετα, οι Baby Boomers, παρά το γεγονός ότι αντιπροσωπεύουν σχεδόν το 1/3 (29%) του πληθυσμού, εμφανίζουν χαμηλότερη επισκεψιμότητα από την αναμενόμενη. Κοιτάζοντας μπροστά, η Circana επισημαίνει ότι η ψηφιοποίηση, η ευεξία και η εξατομίκευση αποκτούν “εντονότερη παρουσία” σε ορισμένες καταναλωτικές γενιές και αναμένεται να διαδοθούν ευρύτερα με την πάροδο του χρόνου.

• Debrief •

ΟΙ ΕΛΛΗΝΙΚΕΣ ΠΕΡΙΟΧΕΣ ΠΟΥ ΑΨΗΦΟΥΝ ΤΟΝ ΔΥΤΙΚΟ ΤΡΟΠΟ ΖΩΗΣ

Σχεδόν μόνιμη επιχειρηματολογία για το δημογραφικό πρόβλημα: δεν κάνουμε παιδιά γιατί δεν παντρευόμαστε ή παντρευόμαστε αργά, επειδή κοιτάμε την καριέρα, θέλουμε να περνάμε καλά και να διάγουμε τρυφήλο βίο. Κοινώς υιοθετήσαμε τον Δυτικό τρόπο ζωής και η αξία της οικογένειας πέρασε στη λήθη. Ευτυχώς, όμως, υπάρχουν κάποιες λίγες περιοχές στην Ελλάδα που αντιστέκονται. Για παράδειγμα, η Μύκονος, ένα νησί που ο Δυτικός τρόπος ζωής είναι παντελώς άγνωστος και όλα κινούνται σε ρυθμούς παλιών, καλών, περασμένων δεκαετιών. Στην Μύκονο, λοιπόν, ακόμα και το 2024 είχαμε περισσότερες γεννήσεις από θανάτους. Προφανώς η στήλη σαρκάζει. Αφορμή για τον σαρκασμό αυτό είναι η [προχθεσινή δημοσίευση από το Ινστιτούτο Δημογραφικών Ερευνών και Μελετών των στοιχείων για τους θανάτους και τις γεννήσεις στην Ελλάδα την περίοδο 2009-2024](#). Συγκεκριμένα για την εν λόγω περίοδο είχαμε τα εξής:

- Δωδεκάνησα, Ξάνθη, Χανιά, Ρέθυμνο και Ηράκλειο είχαν λιγότερους θανάτους από γεννήσεις
- Αντιθέτως 17 Νομοί που βρίσκονται όλοι στην ηπειρωτική Ελλάδα είχαν από 175 έως 276 θανάτους ανά 100 γεννήσεις και σε 9 από αυτούς υπερδιπλάσιους των γεννήσεων θανάτους
- Αντίστοιχα το 2024:
- Πέντε μόνον από τις 74 Περιφερειακές Ενότητες (Θήρας, Μυκόνου, Κω, Νάξου, Ρεθύμνου) είχαν λιγότερους θανάτους από γεννήσεις
- Αντιθέτως σε 17 που βρίσκονται όλες σχεδόν στην ηπειρωτική Ελλάδα καταγράφηκαν από 250 έως 376 θάνατοι ανά 100 γεννήσεις

Αν θέλουμε να είμαστε ειλικρινείς μεταξύ μας, τα στοιχεία δείχνουν το προφανές: Κύρια αιτία της δημογραφικής κατάρρευσης δεν είναι ο Δυτικός τρόπος ζωής αλλά η οικονομία. Τί σημαίνει ισχυρή τοπική οικονομία, πέρα από τα λεφτά στην τσέπη ή στον τραπεζικό λο-

γαριασμό; Σημαίνει παραμονή των νέων ανθρώπων στον τόπο τους. Που σημαίνει ύπαρξη κοινότητας. Που φέρνει παρέες, παιδιά, σχολεία, δραστηριότητες. Με λίγα λόγια ζωή, που ξαναφέρει ζωή και οικονομική δραστηριότητα. Ένας ενάρετος κύκλος, δηλαδή. Για να συνοψίσουμε. Η Ελλάδα ευτυχώς ανήκει στην Δύση. Ταυτόχρονα, όμως, ευτυχώς διατήρησε και κάποια ιδιαίτερα στοιχεία. Για παράδειγμα, το Πάσχα στο χωριό με τους παππούδες, οι ζεστοί οικογενειακοί δεσμοί, το κυριακάτικο οικογενειακό τραπέζι, δεν είναι απλά τυπικότητες. Πρόκειται για κοινωνικά χαρακτηριστικά που δείχνουν ότι η οικογένεια – ευτυχώς – είναι ακόμη γραμμένη στο DNA μας. Το γεγονός ότι πλέον κάνουμε... μισό παιδί ανά οικογένεια δεν έχει να κάνει τόσο με την αλλαγή προτύπων, αλλά κυρίως με το ότι το ισοζύγιο έσοδα – έξοδα κάπου έγινε προβληματικό.

Γιάννης Παλιούρης
giannis@notice.gr

• **Ε.Ι. ΠΑΠΑΔΟΠΟΥΛΟΣ**

ΤΟ ΒΥΤΙΟΦΟΡΟ ΠΟΥ ΠΡΟΧΩΡΗΣΕ ΣΕ ΠΑΡΑΝΟΜΗ ΑΠΟΡΡΙΨΗ ΑΠΟΒΛΗΤΩΝ ΔΕΝ ΑΝΗΚΕΙ ΣΤΟΝ ΙΔΙΟΚΤΗΤΟ ΣΤΟΛΟ ΜΑΣ

Διευκρινίσεις σχετικά με δημοσιεύματα για βυτιοφόρο όχημα, το οποίο φέρεται να προχώρησε σε παράνομη απόρριψη αποβλήτων, έδωσε η Ε.Ι. Παπαδόπουλος

Σύμφωνα με την εταιρεία, το συγκεκριμένο όχημα δεν ανήκει στον ιδιόκτητο στόλο της, αλλά σε τρίτη εταιρεία, η οποία έχει αναλάβει συμβατικά τη συλλογή και μεταφορά λυμάτων από το εργοστάσιο της Ε.Ι. Παπαδόπουλος στον Ταύρο Αττικής προς το Κέντρο Επεξεργασίας Λυμάτων (ΚΕΛ) Μεταμόρφωσης. Η εταιρεία που έχει αναλάβει τη συγκεκρι-

κριμένη υπηρεσία υποχρεούται, βάσει της σχετικής σύμβασης, να τηρεί τις προβλεπόμενες περιβαλλοντικές και κανονιστικές απαιτήσεις.

ΔΙΕΡΕΥΝΗΣΗ ΤΟΥ ΠΕΡΙΣΤΑΤΙΚΟΥ

Η Ε.Ι. Παπαδόπουλος αναφέρει ότι προχώρησε στις απαραίτητες ενέργειες για την πλήρη διερεύνηση του περιστατικού, ενώ δηλώνει ότι επιφυλάσσεται για την άσκηση κάθε νόμιμου δικαιώματός της.

Παράλληλα, σύμφωνα με την ανακοίνωση,



η εταιρεία βρίσκεται στη διάθεση των αρμόδιων Αρχών για την παροχή οποιασδήποτε πληροφορίας ή διευκρίνισης ζητηθεί.

Business Maker

Η ΣΦΗΝΑ ΤΩΝ ΙΣΠΑΝΩΝ ΣΤΟ ΓΙΑΟΥΡΤΙ ΚΑΙ Η... ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΑΠΑΝΤΗΣΗ

Οι ουρές για ένα frozen yogurt στην Αμερική έχουν αρχίσει να προκαλούν εκνευρισμό στην ελληνική γαλακτοβιομηχανία. Όχι επειδή κάποιοι πουλούν παγωμένο γιαούρτι, αλλά επειδή το εμφανίζουν ως greek. Και πίσω από τη δραστηριότητα βρίσκονται, σύμφωνα με καλά πληροφορημένες πηγές, Ισπανοί. Το θέμα ετοιμάζεται να φτάσει στον υπουργό Αγροτικής Ανάπτυξης, Μαργαρίτη Σχοινά, σε συνάντηση που τοποθετείται χρονικά στα τέλη του μήνα ή στις αρχές του επόμενου.

Η παρέμβαση σχεδιάζεται να γίνει συλλογικά, μέσω του συνδέσμου, με αίτημα την προστασία του ελληνικού γιαουρτιού από πρακτι-

κές, που οι ελληνικές επιχειρήσεις θεωρούν παραπλανητικές. Η ένσταση αφορά την ονομασία. Όπως μεταφέρουν οι ίδιες πηγές, οι παραγωγοί δεν αμφισβητούν το δικαίωμα πώλησης frozen yogurt. Αντιδρούν, όμως, στη χρήση του ελληνικού προσδιορισμού για ένα προϊόν, το οποίο, όπως υποστηρίζουν, έχει εντελώς διαφορετικές ιδιότητες.

Εκεί εντοπίζουν και τη μεγαλύτερη ζημιά: Ο καταναλωτής μπορεί να συνδέσει την εμπειρία του από το συγκεκριμένο προϊόν με το ελληνικό γιαούρτι. Κατά την επιχειρηματολογία τους, επομένως, δεν πρόκειται μόνο για εμπορική εκμετάλλευση μιας ονομασίας, αλλά και

για δυσφήμιση του προϊόντος, που αυτή αντιπροσωπεύει. Στο τραπέζι βρίσκεται η δυνατότητα προσφυγής στην Κομισιόν. Το επιχείρημα είναι ότι ευρωπαϊκές επιχειρήσεις δεν μπορούν να υπονομεύουν παραπλανητικά ευρωπαϊκά προϊόντα σε αγορές εκτός Ευρώπης. Πρόκειται για κατεύθυνση διεκδίκησης, χωρίς να προκύπτει ότι έχει ήδη κινηθεί σχετική διαδικασία. Υπάρχει ένας λόγος, που εξηγεί γιατί οι αντιδράσεις δεν έχουν αποκτήσει ακόμη πιο άμεσο χαρακτήρα. Οι ελληνικές επιχειρήσεις, κατά τις ίδιες πληροφορίες, δυσκολεύονται να προλάβουν τη ζήτηση για το δικό τους γιαούρτι...

QUIZ: ΤΟ DEAL ΠΟΥ ΔΕΝ ΚΑΤΑΦΕΡΕ ΝΑ ΚΛΕΨΕΙ ΜΕΓΑΛΟΣ ΠΑΙΚΤΗΣ

Το ένα μετά το άλλο... κλείνουν τα deals στην ελληνική αγορά, αν και όπως έχει γράψει η στήλη αρχίζει να αναπτύσσεται κάποιου είδους προβληματισμός σχετικά με τις απαιτήσεις των υποψήφιων στόχων. Σε κάθε περίπτωση, τα διαθέσιμα κεφάλαια είναι πολλά. Οι εταιρείες, που διεκδικούν οι υποψήφιοι επενδυτές, όμως, μπορούν να βρεθούν στο επίκεντρο μιας σκληρής αναμέτρησης, ακόμη και όταν μια συμφωνία φαίνεται να πλησιάζει στην ολοκλήρωσή της. Σύμφωνα με καλά πληροφορημένες πηγές, ο ανταγωνισμός μεταξύ των επενδυτικών σχημάτων στην ελληνική αγορά έχει οξυνθεί, καθώς υπάρχουν

χρήματα, που πρέπει να διοχετευθούν στην αγορά. Και αυτή η ανάγκη συναντά μια αγορά την οποία οι ίδιες πηγές περιγράφουν ως ώριμη. Το πιο ενδιαφέρον περιστατικό αφορά εταιρεία που διεκδικήθηκε την τελευταία στιγμή από μεγάλο παίκτη του κλάδου. Η προσπάθεια ήταν να αλλάξει χέρια η συμφωνία λίγο πριν κλείσει. Τελικά, ο επιδοχος διεκδικητής δεν κατάφερε να την αποσπάσει. Η περίπτωση έχει τη σημασία της, επειδή αποτυπώνει πόσο ανοιχτή μπορεί να παραμένει μια αναμέτρηση μέχρι τέλους. Το ότι ένα επενδυτικό σχήμα έχει προχωρήσει περισσότερο δεν αποτρέπει κάποιο άλλο από το να επιχειρήσει να

μπει στη συναλλαγή. Για τους επιχειρηματίες, που συζητούν την είσοδο επενδυτή, η εικόνα έχει ενδιαφέρον. Η ύπαρξη πολλών κεφαλαίων δημιουργεί ανταγωνισμό μεταξύ εκείνων που αναζητούν τοποθετήσεις. Δεν σημαίνει ότι κάθε εταιρεία θα συγκεντρώσει αντίστοιχη προσοχή ή ότι κάθε συζήτηση θα οδηγήσει σε συμφωνία. Το παρασκήνιο της συγκεκριμένης υπόθεσης δείχνει ακριβώς αυτή την πίεση. Ακόμη και ένας μεγάλος παίκτης μπορεί να φτάσει αργά και να φύγει χωρίς τη συμφωνία. Τα κεφάλαια δίνουν δυνατότητα διεκδίκησης, δεν εξασφαλίζουν από μόνα τους και την τελική επικράτηση.

Business Insight

ΔΕΗ: ΤΑ €302 ΕΚΑΤ. ΤΟΥ REBALANCING, ΤΟ ΜΟΥ ΜΕ ΤΗΝ AWS ΚΑΙ Η... EDP/PORTUGAL

Στο εύρος των €23,80 - €24,06 οι εντολές στη μετοχή της ΔΕΗ, χθες Τρίτη. Υπέρτεροι οι αγοραστές σε συνέχεια του διημέρου Παρασκευής-Δευτέρας. Την Παρασκευή, η αξία συναλλαγών έφτασε τα €302 εκατ. Στην 5η θέση της σχετικής κατάταξης μετά τις Εθνική (τζίρος €815 εκατ.), Πειραιώς (€655 εκατ.), Eurobank (€616 εκατ.) και Alpha Bank (€462 εκατ.). Ουσιαστικά πρώτη από τα large caps των δεικτών MSCI Greece Standard, FTSE/Russell, STOXX, πρακτικά κύρια επιλογή των διαχειριστών που επενδύουν σε Developed Markets.

Τέταρτη στη σχετική κατάταξη, βάσει της χρηματιστηριακής αξίας, με €14,5 δισ. να υπολείπεται των Coca Cola HBC (€18,6 δισ.), Eurobank (€16,7 δισ.) και Εθνικής (€15,8 δισ.).

Εύλογο το ερώτημα τι μπορεί να βλέπει ένας διαχειριστής ξένου fund που τοποθετείται στα €23,82-€25,38 (εύρος συναλλαγών την Παρασκευή) και σε όρους αποτίμησης €14,6 δισ. Προφανώς θεωρεί ότι υπάρχει (δυνητικό) outperform, upgrade ικανό να δικαιολογήσει το χτίσιμο θέσης.

Κοινή εκτίμηση χρηματιστών πως η ανακοίνωση της υπογραφής Μνημονίου Συνεργασίας με την Amazon Web Services λίγες ημέρες πριν (το rebalancing) επενέργησε θετικά, προς την κατεύθυνση της ενεργοποίησης εντολών από ισχυρά ξένα χαρτοφυλά-

κια. Προφανώς το όνομα Amazon, από μόνο του αρκεί, λειτουργεί δε σαν συστατική για έναν fund manager με θέσεις σε Developed Markets. Σημαντικό πως, η πρώτη φάση, ύψους €10 δισ. προβλέπεται για το 2028, χρονικό διάστημα που για τα passive funds είναι απόλυτα εύλογος (επενδυτικά).

Πρακτικά, το MoU του ομίλου με έναν από τους 5-6 tech giants παγκοσμίως, όσο κυρίως τα μεγέθη που συνοδεύουν το deal, προϊδεάζουν για ένα giga scale project, ικανό να αλλάξει το ίδιο το επιχειρηματικό μοντέλο της ΔΕΗ, αλλά κυρίως να δημιουργήσει ένα οικοσύστημα τεχνολογίας στην Δυτική Μακεδονία με διεθνές πρόσημο. Ακριβώς αυτό που μπορεί να ελκύσει επενδυτικά κεφάλαια, είτε υφιστάμενων μετόχων μειοψηφίας (BlackRock, Capital Group, Covalis Capital, QIA-Al Rayyan, e.t.c) είτε δυνητικών, με ενδεικτική την περίπτωση του κολοσσού της Norges Bank που εξετάζει την προοπτική χτίσιματος θέσεων στο μ.κ.

Η Κοζάνη έτοιμη να υποδεχτεί το data center της ΔΕΗ, [η αναφορά του Bloomberg](#) (με αποδέκτη το διεθνές επενδυτικό κοινό) σημειώνοντας πως η περιοχή βρίσκεται στο επίκεντρο της ενεργειακής μετάβασης, με τη ΔΕΗ να σχεδιάζει data center 300 MW και επενδύσεις €5,8 δισ. σε τεχνολογία και καθαρή ενέργεια. Στόχος η δημι-

ουργία νέων θέσεων εργασίας μετά την απολιγνιτοποίηση.

Μπορεί η ΔΕΗ να υποστηρίξει αποτιμήσεις μεγαλύτερες, τέτοιες που να δικαιολογούν τις αγορές ενός fund; Εάν δει κάποιος τι προβλέπεται βάσει του MoU: Data Center 300 MW, 15ετή μίσθωση από την AWS και δυνατότητα επέκτασης έως 1 GW. Η διοίκηση Στάση έχει αναφερθεί σε στόχο για EBITDA €4,6 δισ. (το 2030) από €2 δισ. (2025). Επιδίωξη του επικεφαλής του ομίλου να δημιουργήσει μέγεθος που δεν θα είναι κυρίως utility αλλά ευρύτερο infrastructure (με Data Center, e.t.c). Και εδώ είναι το... μυστικό. Ο όμιλος rrc αρχίζει να τιμολογείται με πολλαπλασιαστές που ξεπερνούν το EV/EBITDA x9 (ενός μέσου ευρωπαϊκού utility) τείνοντας προς τα μεγέθη των Data Centers. Πλέον η ΔΕΗ- όμιλος rrc για τους ξένους- δεν αποτιμάται με όρους που τιμολογούν λ.χ. την Energias do Portugal των περίπου €20 δισ.

Συνεπώς, για τους αναλυτές, για έναν διαχειριστή, η ΔΕΗ έχει δυνητικό upside μέχρι να φτάσει την...πορτογαλική ΔΕΗ (που δεν επενδύει σε Data Centers με hyperscaler των ΗΠΑ). Και για την συνέχεια θα φανεί, εάν όντως επιτευχθούν οι στόχοι, εάν συντρίξουν οι προϋποθέσεις να τιμολογηθεί αναλογικά με την σημασία του deal με την AWS.

BNB
DAILY

BUSINESS IN BRIEF

ΚΑΘΕ ΠΡΩΙ ΣΤΟ EMAIL ΣΑΣ!

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

Γίνε
συνδρομητής
εδώ



SECRETCRECIPE

Άλλαξε ο Μανωλιός...

Οι επιλογές, που έχουν γίνει σε συγκεκριμένες διοικητικές θέσεις στον όμιλο, όχι μόνο δεν έχουν ενθουσιάσει την αγορά, αλλά έχουν προκαλέσει έντονη απογοήτευση. Διότι οι αλλαγές, στις οποίες προχώρησε ο βασικός μέτοχος, δεν έφεραν ούτε στο ελάχιστο αέρα ανανέωσης. Αντίθετα, όπως λένε πελάτες και προμηθευτές του ομίλου, πρόκειται για στελέχη, που δεν πρόκειται να αφήσουν το παραμικρό στίγμα. "Άλλαξε ο Μανωλιός κι έβαλε τα ρούχα του αλλιώς", σχολιάζουν με νόημα...

SÒ POSH!

the trendletter

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

**Κάθε Σάββατο
στις 9.30**

ΤΟ ΕΒΔΟΜΑΔΙΑΙΟ NEWSLETTER

ΓΙΝΕ ΣΥΝΔΡΟΜΗΤΗΣ ΕΔΩ

Editorial

+πλευση

Από μικρός, θυμάμαι να βλέπω εκπομπές στην τηλεόραση, που μιλούσαν για τους ακρίτες του Αιγαίου, τους κατοίκους, δηλαδή, των μικρών νησιών μας, οι οποίοι παλεύουν με τη μοναξιά τους και τα κύματα τον χειμώνα, όταν όλοι εμείς φεύγουμε μετά τις καλοκαιρινές μας διακοπές.

Και θυμάμαι σχόλια για τα λιγοστά παιδιά, που φοιτούν σε σχολείο με ένα δάσκαλο,

για τους ηλικιωμένους, οι οποίοι δεν έχουν την ανάλογη ιατρική φροντίδα, για το σύνολο του πληθυσμού κάθε νησιού, το οποίο περνάει δύσκολα.

Και τα χρόνια περνούσαν και η εικόνα έμεινε η ίδια.

Με μικρές βελτιώσεις.

Μαζί με τη δική μου ανασφάλεια κάποιες φορές, όταν βρίσκομαι για διακοπές σε αυτά τα νησιά και σκέφτομαι ότι, αν συμβεί κάτι ιατρικό, η νοσοκομειακή υποστήριξη είναι μακριά.

Πολύ μακριά.

Σεπτέμβριος 2026.

Προχθές, βρέθηκα στην προβολή μιας άκρως ενδιαφέρουσας ταινίας-ντοκιμαντέρ, σχετικά με το έργο που κάνει η +πλευση.

Πρόκειται για μη κερδοσκοπική εταιρεία, η οποία οργώνει με φουσκωτά τα νησιά και στηρίζει με κάθε δυνατό τρόπο όλους αυτούς τους κατοίκους. Και στον δρόμο της βρέθηκε ο Πάνος Κωνσταντόπουλος (Πρόεδρος του Ιδρύματος Kaizen), ο οποίος φροντίζει για την οικονομική της στήριξη, όπως και η Stoiximan, με τους ίroes.

Και έπεισε, με τη δική του - καλώς εννοούμενη τρέλα - τον Ντέμη Νικολαΐδη, τον Δημήτρη Διαμαντίδη και τον Γιώργο Λέντζα να ταξιδεύουν όλοι μαζί και - μαζί με την ιατρική και κάθε είδους άλλη φροντίδα, που προσφέρει η +πλευση - να χαρίσουν χαρά και χαμόγελα στα παιδιά και τους μεγάλους, παίζοντας μαζί τους ποδόσφαιρο και μπάσκετ και συζητώντας μαζί τους. Και άκουσα τους κατοίκους να λένε πολλά "Ευχαριστώ" σε όλους τους εθελοντές της οργάνωσης.

Και σκέφτηκα ότι μπορεί η διαχείριση της σωστής και αποτελεσματικής λειτουργίας όλων αυτών των νησιών της χώρας να μην είναι η ευκολότερη δουλειά για το Κράτος, αλλά και από την άλλη, ακριβώς για αυτό είναι το Κράτος.

Για να φροντίζει όλους τους κατοίκους του.

Όσο καλύτερα μπορεί.

Και μπορεί πολύ καλύτερα.

Είμαι σίγουρος για αυτό.

Όστε να διασφαλίσει τη +πλευση του επιπέδου ζωής αυτών των ανθρώπων με αυτό των κατοίκων της υπόλοιπης Ελλάδας.

Τόσο απλά.

Νεκτάριος Β. Νώτης

nectarios@notice.gr