

ΝΗΣΤΙΣΙΜΑ



lidl_hellas



1.355 likes

SUPER

Πάνω από
130
Νηστίσιμα
προϊόντα

Και φέτος οι πιο Σαρακοσ-τέλειες νηστίσιμες επιλογές, μόνο στα Lidl!

Με τα νηστίσιμα των Lidl η απόλαυση δεν σταματάει ποτέ!
Βρες μια μεγάλη γκάμα από ποιοτικά όσπρια όπως φακές ψιλές,
ρεβύθια χονδρά και πολλές ακόμη κατηγορίες και δημιούργησε
τις πιο νόστιμες συνταγές που θα λατρέψουν μικροί και μεγάλοι!



Γιατί αξίζει.

lidl-hellas.gr



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

ΠΕΜΠΤΗ 12 ΜΑΡΤΙΟΥ 2026
ΤΕΥΧΟΣ 2288



• ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ

Πλαφόν στα περιθώρια κέρδους μέχρι τις 30 Ιουνίου
- Η πρώτη αντίδραση από S/M και καφέ



• ΔΩΡΙΚΗ

Αναμένει τζίρο €20 εκατ. το 2026 - Επενδύσεις €5 εκατ.
για διπλασιασμό παραγωγής και ενίσχυση εξαγωγών



• VENUS GROWERS

Ο βαρύς δασμός στις ΗΠΑ και η νέα επένδυση €5
εκατ. σε ψυκτικούς θαλάμους - Στα €105 εκατ. ο τζίρος
του 2025



• ΚΡΕΑΣ

Η... δίψα για πρωτεΐνη απογειώνει
τις πωλήσεις στις ΗΠΑ

Editorial

Πλαφόν παρεμβατισμού

Debrief

Μετρητά και με τη βούλα (συνταγματική)

Business Insight

Η κρησάρα του Μαρτίου
για το ευρωπαϊκό banking
και τις ελληνικές τράπεζες

Business Maker

- Το αλκοτέσι που αλλάζει
την εστίαση και τα αργά...
αντανακλαστικά
- Ένα ξεχωριστό γλυπτό
για τον Γιάννη Μπουτάρη

SecretRecipe

Αλλαγή 180 μοιρών
στο business plan

www.kallas.com.gr



KALLAS
INC

Σας Παρουσιάζουμε το...

STREET FOOD LIVE!

Δημιουργίες με υλικά που μιλούν!

Ζήστε το!



HALL2
C02/D01

foodexpo Greece

14-16
ΜΑΡΤΙΟΥ
METROPOLITAN
EXPO

20
26

www.kallasinc.com

• ΔΩΡΙΚΗ

ΑΝΑΜΕΝΕΙ ΤΖΙΡΟ €20 ΕΚΑΤ. ΤΟ 2026 - ΕΠΕΝΔΥΣΕΙΣ €5 ΕΚΑΤ. ΓΙΑ ΔΙΠΛΑΣΙΑΣΜΟ ΠΑΡΑΓΩΓΗΣ ΚΑΙ ΕΝΙΣΧΥΣΗ ΕΞΑΓΩΓΩΝ

Σε φάση υλοποίησης εισέρχεται επενδυτικό πρόγραμμα €5 εκατ. της Δωρικής, το οποίο προβλέπει εκσυγχρονισμό του παραγωγικού εξοπλισμού, αύξηση δυναμικότητας και διεύρυνση συνεργασιών τόσο στην εγχώρια αγορά όσο και στο εξωτερικό.

Το σχέδιο τελεί υπό την αίρεση των απαιτούμενων εγκρίσεων και περιλαμβάνει εκσυγχρονισμό κρίσιμων λειτουργιών, όπως η παστερίωση και η παραλαβή γάλακτος, ώστε να αυξηθεί η δυναμικότητα διαχείρισης πρώτης ύλης.

ΕΠΕΝΔΥΣΕΙΣ ΣΤΙΣ ΕΓΚΑΤΑΣΤΑΣΕΙΣ

Στον τομέα της τυροκόμησης προβλέπεται εγκατάσταση νέου μηχανολογικού εξοπλισμού, με στόχο τη βελτιστοποίηση της διαδικασίας πήξης και τη σημαντική αύξηση του παραγόμενου όγκου. Παρά το γεγονός ότι η μονάδα είναι οργανωτικά επαρκής, ο υφιστάμενος εξοπλισμός λόγω των νέων παραγωγικών αναγκών χρειάζεται επαύξηση. Η εγκατάσταση έχει στο παρελθόν αναβαθμιστεί από τη ΦΑΓΕ και αργότερα από τη Μινέρβα, γεγονός που διαμόρφωσε τη σημερινή δομή λειτουργίας.

Η ΣΥΝΕΡΓΑΣΙΑ ΜΕ ΤΗΝ ΜΙΝΕΡΒΑ

Η εταιρεία προβλέπει για τη χρήση 2026 έναν κύκλο εργασιών της τάξης των €20 εκατ. περίπου.

Σημειώνεται ότι η σύμβαση παραγωγής προ-

ϊόντων της επωνυμίας Χωριό για λογαριασμό της Μινέρβα έχει ανανεωθεί έως το 2030.

Παράλληλα η Δωρική συνεχίζει να παράγει το σταθερό της portfolio, φέτα και light εκδοχή, όπως και lactose free.

ΕΞΑΓΩΓΕΣ ΣΕ ΔΥΟ ΚΑΤΕΥΘΥΝΣΕΙΣ

Στο εξαγωγικό σκέλος, η στρατηγική αναπτύσσεται σε δύο κατευθύνσεις.

Η συνεργασία με την Berglandmilch αφορά τιμολόγηση και διάθεση προϊόντων σε μεγάλες αλυσίδες λιανικής του εξωτερικού, με παρουσία ήδη σε σημαντικούς retailers. Παράλληλα, μέσω της Desserta Hellas, ενισχύεται η διάθεση προϊόντων στην ελληνική αγορά. Το γεωγραφικό αποτύπωμα καλύπτει Ελλάδα και Κύπρο, καθώς και αγορές των Βαλκανίων και της Μέσης Ανατολής, όπου καταγράφονται περιθώρια περαιτέρω ανάπτυξης, ιδίως στη φέτα.

ΕΠΕΚΤΑΣΗ ΤΗΣ ΖΩΝΗΣ ΓΑΛΑΚΤΟΣ

Σημειώνεται ότι η Δωρική συνεργάζεται σήμερα με 350 παραγωγούς γάλακτος. Στο πλάνο περιλαμβάνεται επέκταση της ζώνης συλλογής γάλακτος στην Ήπειρο, καθώς και ενίσχυση του άξονα στην Ηλεία.

Ο στόχος είναι σχεδόν διπλασιασμός των ποσοτήτων και αύξηση του αριθμού συνεργαζόμενων παραγωγών σε τουλάχιστον 700 σε



ορίζοντα διατίθεται. Σε επίπεδο όγκων, η εταιρεία επιδιώκει να φθάσει τους 15.000 τόνους γάλακτος ετησίως, ενισχύοντας τη βάση εφοδιασμού ώστε να υποστηριχθεί η αυξημένη παραγωγική δυναμικότητα που θα προκύψει από την επένδυση.

Στέλλα Αυγουστάκη
stella@notice.gr

• ΡΟΔΟΥΛΑ

ΝΕΑ ΧΑΝΙΩΤΙΚΗ ΤΥΡΟΠΙΤΑ ΜΕ ΜΕΛΙ

Η Ροδούλα παρουσιάζει τη νέα Χανιώτικη Τυρόπιτα με Μέλι, εμπλουτίζοντας τη σειρά προϊόντων της στη λιανική αγορά με μια πρόταση εμπνευσμένη από την κρητική γαστρονομική παράδοση.

Το προϊόν συνδυάζει μυζήθρα με μέλι, δημιουργώντας έναν γευστικό συνδυασμό γλυκού και αλμυρού, ενώ η τραγανή ζύμη με σουσάμι συμπληρώνει τη γέμιση προσφέροντας μια ολοκληρωμένη εμπειρία ελληνικής πίτας.

ΣΥΝΤΟΜΑ ΣΤΑ SUPER MARKET

Η νέα τυρόπιτα θα διατίθεται σύντομα στα super market σε συσκευασία 650g και ψή-



νεται εύκολα στο σκαφάκι σε περίπου 30 λεπτά στους 180°C, προσφέροντας praticότητα για το καθημερινό τραπέζι.

Σύμφωνα με την εταιρεία, η νέα πρότα-

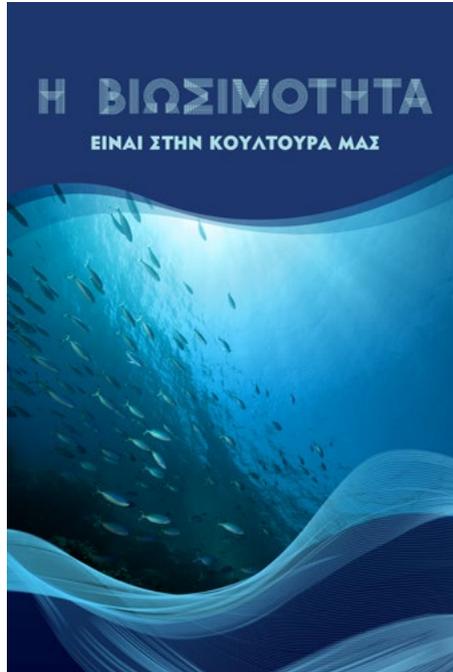
ση αντλεί έμπνευση από την κρητική παράδοση, συνδυάζοντας αυθεντικές γεύσεις με την ευκολία που αναζητά ο σύγχρονος καταναλωτής.

• Η PESCANOVA ΣΤΗ FOOD EXPO
**ΕΝΑΣ ΚΟΣΜΟΣ ΛΥΣΕΩΝ, ΠΟΙΟΤΗΤΑΣ ΚΑΙ ΠΡΟΟΠΤΙΚΗΣ
ΓΙΑ ΤΟΝ ΕΠΑΓΓΕΛΜΑΤΙΑ**

Η Food Expo αποτελεί για τον κλάδο των τροφίμων και ποτών ένα καθιερωμένο σημείο συνάντησης για επαγγελματίες που αναζητούν αξιόπιστους συνεργάτες, ποιοτικά προϊόντα και λύσεις που απαντούν στις απαιτήσεις μιας συνεχώς εξελισσόμενης αγοράς. Σε αυτό το περιβάλλον, η **PESCANOVA** συμμετέχει παρουσιάζοντας ένα ολοκληρωμένο οικοσύστημα γύρω από το ψάρι και τα θαλασσινά, σχεδιασμένο με επαγγελματική λογική, συνέπεια και προοπτική ανάπτυξης.

**ΠΡΟΪΟΝΤΑ ΠΟΥ ΞΕΧΩΡΙΖΟΥΝ
ΓΙΑ ΤΗ ΦΡΕΣΚΑΔΑ
ΚΑΙ ΤΗΝ ΠΟΙΟΤΗΤΑ ΤΟΥΣ**

Στη φετινή Food Expo, η **PESCANOVA** παρουσιάζει μια ολοκληρωμένη πρόταση για τον επαγγελματία του Food Service, με επιλογές για κάθε τύπο επιχείρησης και κάθε περίπτωση. Η έμφαση δίνεται στη σταθερή ποιότητα, τη φρεσκάδα και την ασφάλεια, στοιχεία που αποτελούν διαχρονικά σημεία αναφοράς για την εταιρεία. Τα νέα προϊόντα που παρουσιάζονται έρχονται να εμπλουτίσουν την ήδη μεγάλη γκάμα από ψάρια και θαλασσινά, καλύπτοντας τις απαιτήσεις των εμπόρων και των τελικών καταναλωτών. Παράλληλα, οι live μαγειρικές παρουσιάσεις από τον πολυβραβευμένο σεφ **Jean-Charles Metayer** αναδεικνύουν στην πράξη τη γευστική δυναμική και την ευελιξία των προϊόντων **PESCANOVA**.



**ΨΗΦΙΑΚΑ ΕΡΓΑΛΕΙΑ
ΠΟΥ ΕΝΔΥΝΑΜΩΝΟΥΝ
ΤΙΣ ΣΥΝΕΡΓΑΣΙΕΣ**

Η **PESCANOVA** αναπτύσσει εργαλεία που στηρίζουν την καθημερινή λειτουργία του επαγγελματία και ενισχύουν τη μεταξύ τους συνεργασία. Η νέα εφαρμογή **PESCANOVA FISH SOLUTIONS** προσφέρει ένα οργανωμένο ψηφιακό περιβάλλον, όπου οι χονδρέμποροι έχουν άμεση πρόσβαση στο σύνολο

των προϊόντων, σε πληροφορίες, αποθέματα και πιστοποιήσεις, καθώς και σε ιστορικό παραγγελιών. Η δυνατότητα παραγγελιών οποιαδήποτε στιγμή, από οποιαδήποτε συσκευή, εξοικονομεί πολύτιμο χρόνο και απλοποιεί τη λήψη αποφάσεων.



**Η ΒΙΩΣΙΜΟΤΗΤΑ ΩΣ
ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΤΙΚΟ ΠΛΕΟΝΕΚΤΗΜΑ**

Η βιώσιμη διαχείριση των θαλάσσιων πόρων αποτελεί βασικό άξονα της στρατηγικής της **PESCANOVA** και στοιχείο που δίνει ακόμα μεγαλύτερη αξία στις συνεργασίες της. Σύμφωνα με το **Ocean Benchmark 2026** του World Benchmarking Alliance, ο Όμιλος αναγνωρίζεται διεθνώς για τη βιώσιμη διαχείριση των θαλάσσιων οικοσυστημάτων, καταλαμβάνοντας την 6η θέση παγκοσμίως, την **1η θέση μεταξύ των αλιευτικών εταιρειών** και την 3η θέση στον κλάδο των τροφίμων. Αυτές οι διακρίσεις επιβεβαιώνουν τη δέσμευση του Ομίλου σε ένα μοντέλο ανάπτυξης που συνδυάζει επιχειρηματική απόδοση και περιβαλλοντική ευθύνη.

Με παρουσία προσανατολισμένη στις ανάγκες της αγοράς, η **PESCANOVA** στη Food Expo αναδεικνύεται ως ένας πολύτιμος συνεργάτης που προσφέρει έναν κόσμο προϊόντων, υπηρεσιών και εργαλείων που ενισχύουν την ανταγωνιστικότητα και δίνουν ώθηση στις επιχειρήσεις του Food Service.



• **METRO**
ΣΥΓΚΕΝΤΡΩΣΕ ΠΑΝΩ ΑΠΟ 1 ΕΚΑΤ. ΑΠΟΤΣΙΓΑΡΑ ΣΕ ΣΥΝΕΡΓΑΣΙΑ ΜΕ ΤΗΝ CIGARET CYCLE

Η Metro ανακοίνωσε ότι στο πλαίσιο της συνεργασίας της με την Cigaret Cycle και του προγράμματος #gorafree, συγκεντρώθηκαν σχεδόν 1 εκατομμύριο αποτσίγαρα την περίοδο 2020–2025, τα οποία οδηγήθηκαν προς ανακύκλωση. Η συλλογή πραγματοποιήθηκε από εργαζομένους της εταιρείας μέσω οκτώ ειδικών κάδων που έχουν τοποθετηθεί σε χώρους καπνιστηρίων στα γραφεία της.

Η ΠΡΩΤΟΒΟΥΛΙΑ

Μέσω της διαδικασίας ανακύκλωσης, τα αποτσίγαρα μετατρέπονται σε υλικά όπως βιομηχανικό πλαστικό και λίπασμα. Σε ορίζοντα πενταετίας, η πρωτοβουλία συνέβαλε στην

αποτροπή ρύπανσης περίπου 496.000 κυβικών μέτρων νερού, στη μείωση εκπομπών κατά 1.588 κιλά CO₂, καθώς και στην παραγωγή 174 κιλών βιομηχανικού πλαστικού και 55 κιλών λιπάσματος.

Η εταιρεία επισημαίνει ότι τα αποτσίγαρα αποτελούν από τα πιο συχνά απορρίμματα παγκοσμίως, καθώς περιέχουν πλαστικό μίας χρήσης και μπορεί να χρειαστούν έως και 15 χρόνια για να αποσυντεθούν, συμβάλλοντας σημαντικά στη θαλάσσια ρύπανση. Η Metro δηλώνει ότι θα συνεχίσει τη συμμετοχή της στο πρόγραμμα #gorafree, επιδιώκοντας την ενίσχυση του περιβαλλοντικού και κοινωνικού της αποτυπώματος.



• **ΙΟΝΙΚΙ**
ΤΙΜΗΣΕ ΤΗΝ ΗΜΕΡΑ ΤΗΣ ΓΥΝΑΙΚΑΣ

Με αφορμή την Παγκόσμια Ημέρα της Γυναίκας, η Ιονική διοργάνωσε εκδήλωση στα κεντρικά της γραφεία με θέμα την ευεξία, την αυτοεκτίμηση και την ενδυνάμωση των γυναικών. Κεντρικές ομιλήτριες ήταν η Βασιλική Ορνιθοπούλου, ιδιοκτήτρια του Medusa Ultimate Tsimiski, η οποία αναφέρθηκε στη σημασία της προσωπικής φροντίδας και της ευεξίας στη σύγχρονη καθημερινότητα, καθώς και η Δέσποινα Πάρτσια, ψυχοθεραπεύτρια Gestalt και κοινωνική λειτουργός MSc, η οποία ανέπτυξε ζητήματα αυτογνωσίας, ψυχικής ενδυνάμωσης και ισορροπίας στις απαιτήσεις της καθημερινότητας. Η εκδήλωση πραγματοποιήθηκε σε θετικό και συμμετοχικό κλίμα, προσφέροντας στις παρευρισκόμενες την ευκαιρία για προβληματισμό και ανταλλαγή απόψεων,



ενώ συνοδεύτηκε από μικρές εκπλήξεις που ενίσχυσαν τη γιορτινή ατμόσφαιρα. Μέσα από την πρωτοβουλία αυτή αναδείχθηκε η σημασία της φροντίδας του εαυτού και της ενδυνάμωσης των γυναικών.



• **FRIESLANDCAMPINA**
ΕΠΕΝΔΥΕΙ €10 ΕΚΑΤ. ΓΙΑ ΕΝΕΡΓΕΙΑΚΗ ΑΝΑΒΑΘΜΙΣΗ ΣΕ ΒΕΛΓΙΚΗ ΜΟΝΑΔΑ

Μια νέα εγκατάσταση παγωμένου νερού (ice-water installation) στη μονάδα παραγωγής της στο Lummen έθεσε σε λειτουργία η FrieslandCampina, στο πλαίσιο επένδυσης €10 εκατ. που στοχεύει στη βελτίωση της βιωσιμότητας, της ενεργειακής αποδοτικότητας και της ασφάλειας στον χώρο εργασίας.

Η μονάδα, όπου γίνεται επεξεργασία κρέμας γάλακτος και αποβουτυρωμένης κρέμας, αντικατέστησε την υφιστάμενη υποδομή ψύξης με ένα νέο, σύγχρονο σύστημα.

ΤΑ ΟΦΕΛΗ

Σύμφωνα με την εταιρεία, η νέα εγκατάσταση καταναλώνει έως και 50% λιγότερη ηλεκτρική ενέργεια σε σχέση με το προηγούμενο σύστημα και αναμένεται να μειώσει το συνολικό ενεργειακό κόστος κατά περίπου 12%. Η εξοικονόμηση ενέργειας αντιστοιχεί στην ετήσια κατανάλωση ηλεκτρικής ενέργειας περίπου 600 νοικοκυριών.

Η εγκατάσταση αποτελεί αναβάθμιση για τις δραστηριότητες της γαλακτοβιομηχανίας στο Βέλγιο. Πέρα από τη βελτίωση της ενεργειακής απόδοσης, το έργο εισάγει τη χρήση διοξειδίου του άνθρακα (CO₂) ως ψυκτικού μέσου, αντικαθιστώντας την αμμωνία, η οποία χρησιμοποιείται παραδοσιακά σε βιομηχανικά συστήματα ψύξης.

ΞΕΤΡΑ ΒΕΛΤΙΩΣΕΙΣ

Περαιτέρω βελτιώσεις στην ενεργειακή αποδοτικότητα αναμένονται αργότερα μέσα στη χρονιά, όταν στο σύστημα ενσωματωθούν αντλίες θερμότητας. Οι αντλίες αυτές θα αξιοποιούν την υπολειμματική θερμότητα που παράγεται κατά τη διαδικασία παραγωγής παγωμένου νερού και θα την επαναχρησιμοποιούν εντός του εργοστασίου, μεταξύ άλλων σε διαδικασίες όπως η παστερίωση και ο καθαρισμός εξοπλισμού.

14-16
ΜΑΡΤΙΟΥ
METROPOLITAN
EXPO

20
26



foodexpo Greece



• ZOOM SERIES

ΔΕΝ ΑΠΟΚΛΕΙΕΙ ΠΕΡΑΙΤΕΡΩ ΕΠΕΚΤΑΣΗ ΣΤΟ ΕΞΩΤΕΡΙΚΟ, ΕΞΕΤΑΖΕΙ ΕΠΕΝΔΥΣΕΙΣ ΣΤΗ ΜΟΝΑΔΑ ΤΩΝ ΓΡΕΒΕΝΩΝ

Δεν αποκλείει την περαιτέρω επέκταση στο εξωτερικό η Nostos, εταιρεία που είναι γνωστή στις εκτός Ελλάδας αγορές και υπό το brand Zoom Series. Όπως πληροφορείται το Fnb Daily, σήμερα η εταιρεία διατηρεί παρουσία με καταστήματα στο εξωτερικό μέσω δύο εμπορικών σημάτων, τα οποία αξιοποιούνται σε διαφορετικές αγορές. Στην Ρουμανία λειτουργεί δίκτυο 16 καταστημάτων, ενώ στην Γερμανία δραστηριοποιείται με το brand Nostos. Παράλληλα, πρόσφατα άνοιξε νέο κατάστημα στην Βιέννη, εντός εμπορικού κέντρου, στο πλαίσιο της περαιτέρω επέκτασης του δικτύου της. Οι συνεργασίες αυτές υλοποιούνται είτε μέσω franchise, είτε μέσω άλλων μορφών συνεργασίας με τοπικούς επιχειρηματίες.

ΤΟ 40% ΤΟΥ ΤΖΙΡΟΥ ΑΠΟ ΤΟ ΕΞΩΤΕΡΙΚΟ

Η εταιρεία διαθέτει επίσης σημαντική εξαγωγική δραστηριότητα, εξάγοντας προϊόντα σε περισσότερες από δέκα χώρες σε Ευρώπη και Αμερική. Οι εξαγωγές αντιπροσωπεύουν περίπου το 40% του συνολικού κύκλου εργασιών, λαμβάνοντας υπόψη τόσο τις άμεσες εξαγωγές προϊόντων όσο και τη δραστηριότητα των καταστημάτων στο εξωτερικό.

ΣΗΜΑΝΤΙΚΗ ΑΓΟΡΑ ΟΙ ΗΠΑ

Σημαντικό κομμάτι της διεθνούς δραστηριότητας αποτελεί η αγορά των Ηνωμένων Πολιτειών, όπου η εταιρεία εξάγει παραδοσιακά ελληνικά γλυκά αλλά και προϊόντα patisserie. Χαρακτηριστικό παράδειγμα αποτελεί η εξαγωγή New York Cheesecake που παράγεται στις εγκαταστάσεις των Γρεβενών και διατίθεται στην αμερικανική αγορά.

ΕΛΛΑΔΑ

Στην Ελλάδα, η εταιρεία διατηρεί περιορισμένο αλλά σταθερό δίκτυο οκτώ καταστημάτων σε πόλεις όπως τα Γρεβενά, η Καστοριά, η Πρέβεζα και το Μεσολόγγι, ενώ εξετάζει την προοπτική νέας παρουσίας στην Αθήνα. Παράλληλα, σημαντικό κομμάτι της δραστηριότητας αποτελεί η χονδρική διανομή προϊόντων, με δίκτυο 44 αντιπροσώπων που καλύπτει όλη τη χώρα, από τον Έβρο έως την Κρήτη. Τα προϊόντα της εταιρείας διατίθενται τόσο σε επιχειρήσεις εστίασης και ξενοδοχεία, όσο και σε σημεία λιανικής.

ΕΠΕΝΔΥΣΕΙΣ

Τα τελευταία χρόνια, η εταιρεία εξετάζει επενδυτικές κινήσεις για την αναβάθμι-



ση των παραγωγικών της εγκαταστάσεων, με στόχο τον εκσυγχρονισμό και τη μερική αυτοματοποίηση ορισμένων διαδικασιών, ώστε να διατηρήσει την ανταγωνιστικότητά της. Η ανάγκη αυτή συνδέεται και με τη δυσκολία εύρεσης νέου ανθρώπινου δυναμικού, ιδιαίτερα σε μικρότερες πόλεις όπως τα Γρεβενά, όπου βρίσκεται η παραγωγική βάση.

ΜΕ ΑΦΕΤΗΡΙΑ ΤΑ ΓΡΕΒΕΝΑ

Η εταιρεία ιδρύθηκε το 1982, με αφετηρία ένα μικρό τοπικό ζαχαροπλαστείο και βασικό στόχο τη δημιουργία αυθεντικών, χειροποίητων προϊόντων παγωτού και ζαχαροπλαστικής με χρήση κρέμας γάλακτος και ποιοτικών πρώτων υλών. Σταδιακά, η δραστηριότητα εξελίχθηκε από ένα μικρό εργαστήριο σε μια οργανωμένη παραγωγική μονάδα, η οποία σήμερα λειτουργεί ως ένα μεγάλο εργαστήριο ζαχαροπλαστικής με έδρα τα Γρεβενά. Κατά την περίοδο 2002–2009 η εταιρεία ξεκίνησε να αναπτύσσει δί-

κτυο καταστημάτων στην Ελλάδα, ανταποκρινόμενη στον αυξανόμενο ανταγωνισμό που δημιούργησε η είσοδος μεγάλων αλυσίδων στον κλάδο του παγωτού.

Το εγχείρημα, όπως μαθαίνουμε, γνώρισε σημαντική ανάπτυξη, φτάνοντας σε δίκτυο 46 σημείων, με έντονη παρουσία κυρίως στην Βόρεια Ελλάδα αλλά και σε πόλεις όπως η Χαλκίδα. Ωστόσο, η οικονομική κρίση της περιόδου 2012–2013 οδήγησε σε αναπροσαρμογή της στρατηγικής και σταδιακή συρρίκνωση του δικτύου λιανικής.

Μετά την κρίση, η εταιρεία αναδιοργανώθηκε και επικέντρωσε την ανάπτυξή της σε τρία βασικά κανάλια δραστηριότητας: τη δημιουργία καταστημάτων στο εξωτερικό, την ανάπτυξη εξαγωγών και την ενίσχυση της παρουσίας της στη χονδρική αγορά μέσω συνεργασιών με την εστίαση και τον ξενοδοχειακό κλάδο.

Στέλλα Αυγουστάκη
stella@otice.gr

H



NOTICE

CONTENT & SERVICES

παρούσα στο μεγαλύτερο εκθεσιακό
event των εξαγωγών στην Ελλάδα

foodexpo Greece

THE LEADING F&B TRADE SHOW IN SOUTHEAST EUROPE

14-16
ΜΑΡΤΙΟΥ

Καθημερινές εκδόσεις
στο F&B Daily με όλες
τις ειδήσεις, τάσεις,
αναλύσεις
και συνεντεύξεις
με τους πρωταγωνιστές



Με την υπογραφή
του δημοσιογραφικού
επιτελείου της Notice
Content & Services

Μεταδίδουν οι



Μάκης
Αποστόλου



Στέλλα
Αυγουστάκη



Γιάννης
Τσατσάκης



Μάριος
Δελατόλας

POWERED BY



PROMO
SOLUTION

EXHIBIT. CREATE.

• **AVEC**

ΚΑΤΑΓΓΕΛΛΕΙ ΤΗΝ ΠΡΩΡΗ ΕΦΑΡΜΟΓΗ ΤΗΣ ΣΥΜΦΩΝΙΑΣ ΕΕ-MERCOSUR

Ανησυχία για την ανακοίνωση της Προέδρου της Ευρωπαϊκής Επιτροπής, Ursula von der Leyen, ότι η εμπορική συμφωνία ΕΕ-Μερκοσούρ θα εφαρμοστεί προσωρινά πριν λάβει τη συγκατάθεση του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου εκφράζει η AVEC, η Ένωση Επεξεργαστών Πουλερικών και Εμπορίου Πουλερικών στην ΕΕ. Η AVEC τάσσεται ισχυρά κατά της προσωρινής εφαρμογής σε αυτή την περίπτωση. Η εφαρμογή της συμφωνίας πριν από την ψήφο του Κοινοβουλίου θα ακυρώσει τη δημοκρατική εποπτεία και θα υπονομεύσει την θεσμική ισορροπία που προβλέπουν οι συνθήκες της ΕΕ. Σύμφωνα με την AVEC το Ευρωπαϊκό Κοινοβούλιο δεν αποτελεί τυπική διαδικασία· είναι το άμεσα εκλεγμένο σώμα που εκπροσωπεί τους πολίτες της ΕΕ. Η εφαρμογή μιας εμπορικής συμφωνίας μεγάλης εμβέλειας, που επηρεάζει τη γεωργία, τα συστήματα τροφίμων και τις αγροτικές θέσεις εργασίας, πριν το Κοινοβούλιο αποφασίσει, αποτελεί ουσιαστική άρνηση δημοκρατικής λογοδοσίας.

ΠΕΡΙΜΕΝΕΙ ΤΗ ΓΝΩΜΟΔΟΤΗΣΗ ΤΟΥ ΕΥΡΩΠΑΪΚΟΥ ΔΙΚΑΣΤΗΡΙΟΥ

Η AVEC επισημαίνει επίσης ότι το Ευρωπαϊκό Κοινοβούλιο έχει ζητήσει επίσημα γνωμοδότηση από το Δικαστήριο της ΕΕ σχετικά με τη συμβατότητα της συμφωνίας με τις



ευρωπαϊκές συνθήκες. Σε αυτό το πλαίσιο, η πρόωρη εφαρμογή, και μάλιστα προσωρινή, θα ήταν πολιτικά και θεσμικά αδικαιολόγητη. Σε αυτό το πλαίσιο υποστηρίζει ότι η ορθή πορεία είναι να περιμένουμε τη γνωμοδότηση του Δικαστηρίου πριν από οποιαδήποτε εφαρμογή.

Η AVEC τονίζει ότι τα ευρωπαϊκά πρότυπα τροφίμων δεν είναι διαπραγματεύσιμα. Η πρόσφατη επιθεώρηση της Ευρωπαϊκής Επιτροπής στη Βραζιλία (25 Φεβρουαρίου

2026) κατέληξε ότι το σχέδιο δράσης για την εξασφάλιση ότι το βοδινό κρέας από ζώα που έχουν υποβληθεί σε οιστραδιόλη 17β δεν εξάγεται στην ΕΕ δεν έχει εφαρμοστεί πλήρως και τα μέτρα δεν ήταν αποτελεσματικά. Επιπλέον, καταγράφηκαν σημαντικές αποκλίσεις από προηγούμενες δεσμεύσεις, χωρίς ενημέρωση της Επιτροπής, γεγονός που συνιστά συναγερμό πριν από οποιαδήποτε περαιτέρω πρόσβαση στην αγορά μέσω της συμφωνίας ΕΕ-Mercosur.

• **TETRA PAK - LM ECO - WASTEMARKET.GR**

ΕΚΠΑΙΔΕΥΟΥΝ 3.500 ΜΑΘΗΤΕΣ ΓΙΑ ΑΝΑΚΥΚΛΩΣΗ ΚΑΙ ΚΥΚΛΙΚΗ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑ

Πρόγραμμα εκπαίδευσης σε δημοτικά σχολεία της Αθήνας, με τη συμμετοχή 20 σχολείων και περισσότερων από 3.500 μαθητών ολοκλήρωσαν η LM Eco, σε συνεργασία με την πλατφόρμα WasteMarket.gr για θέματα ανακύκλωσης και κυκλικής οικονομίας, και με την υποστήριξη της Tetra Pak.

ΣΤΟΧΟΣ

Στόχος της πρωτοβουλίας ήταν η ενίσχυση της περιβαλλοντικής συνείδησης των παιδιών μέσω βιωματικής μάθησης, διαδραστικών παρουσιάσεων και παιχνιδιών. Οι μαθητές ενημερώθηκαν για τη σημασία της ανακύκλωσης, τον ρόλο της στην προστασία των φυσικών πόρων και τις βασικές αρχές της κυκλικής οικονομίας, που επιδιώκει τη διατήρηση των υλικών σε κυκλική ροή, μει-



ώνοντας τα απορρίμματα και την κατανάλωση πρώτων υλών.

Ιδιαίτερη έμφαση δόθηκε στην ανακύκλιση των χαρτινών συσκευασιών τροφίμων Tetra Pak και στον τρόπο με τον οποίο, μέσω σωστής συλλογής και διαλογής, μπορούν να μετατραπούν σε νέα προϊόντα.

Στο πλαίσιο της δράσης, κάθε σχολείο πα-

ρέλαβε έναν παγκόσμιο χάρτη κατασκευασμένο από ανακυκλωμένες χαρτινές συσκευασίες, ως σύμβολο ότι οι μικρές καθημερινές πράξεις μπορούν να έχουν παγκόσμιο αντίκτυπο.

Η ΔΕΣΜΕΥΣΗ ΤΗΣ ΕΤΑΙΡΕΙΑΣ

Η πρωτοβουλία εντάσσεται στη δέσμευση της Tetra Pak για ενίσχυση της ανακύκλωσης και της κυκλικότητας των υλικών. Οι χαρτινές συσκευασίες της εταιρείας αποτελούνται κατά περίπου 70% από χαρτί προερχόμενο από πιστοποιημένα FSC® δάση και είναι σχεδιασμένες για ανακύκλωση και αυξημένη χρήση ανανεώσιμων υλικών, μειώνοντας παράλληλα τη χρήση PolyAl χωρίς συμβιβασμούς στην ασφάλεια τροφίμων, σύμφωνα με την εταιρεία.

Η



NOTICE

CONTENT & SERVICES

παρουσιάζει το
1ο Συνέδριο

Αγροδιατροφικού τομέα στην Αθήνα



**AGRI
FOOD
FORWARD**

Cultivating Innovation, Harvesting Growth.

Με τη συμμετοχή εκπροσώπων του κλάδου
Παρουσίαση ερευνών και τάσεων για το μέλλον
Προτάσεις καινοτομίας και ψηφιοποίησης
Πιστοποίηση και εξωστρέφεια
Networking με στελέχη της αγοράς



2 Απριλίου 2026

Αμφιθέατρο Οργανισμού Κεντρικών
Αγορών & Αλιείας (ΟΚΑΑ)

Κλείστε
τώρα
τη θέση
σας ΕΔΩ

ΜΕ ΤΗΝ ΑΞΙΟΠΙΣΤΙΑ ΤΗΣ



NOTICE

CONTENT & SERVICES

POWERED BY

TÜV
AUSTRIA

• WOLT
**ΔΗΜΟΣΙΕΥΣΕ ΤΗΝ 4η ΕΤΗΣΙΑ ΕΚΘΕΣΗ
ΑΛΓΟΡΙΘΜΙΚΗΣ ΔΙΑΦΑΝΕΙΑΣ**

Η Wolt δημοσίευσε την 4η Ετήσια Έκθεση Αλγοριθμικής Διαφάνειας, παρουσιάζοντας τον τρόπο λειτουργίας των αλγορίθμων και των συστημάτων Τεχνητής Νοημοσύνης που υποστηρίζουν την πλατφόρμα της. Στόχος της έκθεσης είναι να εξηγήσει με απλό τρόπο πώς διαμορφώνεται η εμπειρία καταναλωτών, συνεργαζόμενων επιχειρήσεων και συνεργατών διανομέων, προωθώντας τη διαφάνεια, την αξιοπιστία και τη δίκαιη λειτουργία του οικοσυστήματος της εταιρείας.

**ΑΛΓΟΡΙΘΜΟΙ ΚΑΙ ΕΜΠΕΙΡΙΑ
ΧΡΗΣΤΩΝ**

Σύμφωνα με την έκθεση, οι αλγόριθμοι συμβάλλουν στην εξατομίκευση της εμπειρίας των χρηστών, προσαρμόζοντας δυναμικά τις προτάσεις εστιατορίων και καταστημάτων με βάση παράγοντες όπως οι προηγούμενες παραγγελίες, η δημοτικότητα, η απόσταση και οι αξιολογήσεις. Παράλληλα, η πλατφόρμα παρέχει στις συνεργαζόμενες επιχειρήσεις εργαλεία για τη διαχείριση παραγγελιών, την ενίσχυση της ορατότητας και την ανάλυση βασικών δεικτών απόδοσης, υποστηρίζοντας ιδιαίτερα την ανάπτυξη μικρών και μεσαίων επιχειρήσεων.

Για τους συνεργάτες διανομείς, οι αλγόριθμοι χρησιμοποιούνται για την αποδοτική ανάθεση παραγγελιών, λαμβάνοντας υπόψη στοιχεία όπως η διαθεσιμότητα, η απόσταση από το σημείο παραλαβής και ο τύπος οχήματος, ενώ η

αμοιβή κάθε διαδρομής επηρεάζεται από παράγοντες όπως η απόσταση, οι κυκλοφοριακές και καιρικές συνθήκες και η προσβασιμότητα του σημείου παράδοσης. Η εταιρεία αναπτύσσει επίσης εργαλεία που βελτιώνουν την καθημερινή εμπειρία των διανομέων.

Ο ΡΟΛΟΣ ΤΟΥ ΑΙ

Η έκθεση αναφέρεται ακόμη στη χρήση Τεχνητής Νοημοσύνης για την υποστήριξη της εξυπηρέτησης πελατών μέσω λειτουργιών όπως προτάσεις απαντήσεων και άμεση μετάφραση στο in-app chat, με την τελική επικοινωνία να πραγματοποιείται από ανθρώπινους εκπροσώπους. Παράλληλα, η Wolt υπογραμμίζει ότι εφαρμόζει την αρχή της ελαχιστοποίησης δεδομένων και δεν χρησιμοποιεί ευαίσθητα προσωπικά στοιχεία που θα μπορούσαν να οδηγήσουν σε διακρίσεις. Η πρωτοβουλία δημοσίευσης της έκθεσης υλοποιείται για τέταρτη συνεχόμενη χρονιά και θεωρείται σπάνια στον κλάδο των ψηφιακών πλατφορμών. Η προσέγγιση της εταιρείας έχει αναγνωριστεί διεθνώς, καθώς ο οργανισμός WagelIndicator την έχει συμπεριλάβει στις 25 βέλτιστες πρακτικές παγκοσμίως στην οικονομία των ψηφιακών πλατφορμών. Η έκθεση βασίζεται σε δεδομένα από τη δραστηριότητα της εταιρείας σε 28 αγορές, μεταξύ των οποίων η Ελλάδα, η Κύπρος, η Αυστρία, η Πολωνία, η Σουηδία και η Φινλανδία.



• ALFA
**ΝΕΑ
ΔΙΑΦΗΜΙΣΤΙΚΗ
ΚΑΜΠΑΝΙΑ
ΜΕ ΚΕΝΤΡΙΚΟ
ΜΗΝΥΜΑ
"ΞΕΡΕΙ Η ΜΑΜΑ"**

Η alfa παρουσιάζει νέα διαφημιστική καμπάνια με κεντρικό μήνυμα "Ξέρει η μαμά", την οποία επιμελήθηκε η Solid Havas. Η καμπάνια αναδεικνύει τη φροντίδα της εταιρείας για την ποιότητα των προϊόντων της, εστιάζοντας στη χρήση της κατάψυξης ως βασικής μεθόδου διατήρησης της φρεσκάδας και της γεύσης χωρίς συντηρητικά.

**ΣΤΟΙΧΕΙΑ ΑΠΟ ΔΕΚΑΕΤΙΑ '80
ΚΑΙ '90**

Η διαφημιστική ταινία αξιοποιεί νοσταλγικά στοιχεία από τις δεκαετίες του '80 και του '90, παραπέμποντας στην πρακτική της μητέρας που ετοιμάζε σπιτικές πίτες και διατηρούσε μέρος τους στην κατάψυξη για μεταγενέστερη κατανάλωση. Μέσα από αυτή την αφήγηση, η εταιρεία συνδέει το γνώριμο οικογενειακό βίωμα με τη σύγχρονη παραγωγική της φιλοσοφία.

Η ΙΣΤΟΡΙΑ

Η ιστορία ξεκινά με ένα παιδικό παιχνίδι κρυφτού και ακολουθεί την πορεία μιας γυναίκας από την παιδική ηλικία έως την ενηλικίωση, υπογραμμίζοντας τη μεταβίβαση αξιών φροντίδας από γενιά σε γενιά. Την παραγωγή της ταινίας ανέλαβε η Avion Films, σε σκηνοθεσία του Giorgos Zois, ενώ την πρωτότυπη μουσική συνέθεσε η Musou Music Group. Η καμπάνια υλοποιείται με 360° ανάπτυξη σε όλα τα μέσα επικοινωνίας.



• **ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ**

ΠΛΑΦΟΝ ΣΤΑ ΠΕΡΙΘΩΡΙΑ ΚΕΡΔΟΥΣ ΜΕΧΡΙ ΤΙΣ 30 ΙΟΥΝΙΟΥ - Η ΠΡΩΤΗ ΑΝΤΙΔΡΑΣΗ ΑΠΟ S/M ΚΑΙ ΚΑΦΕ

Έκτακτα μέτρα για την αντιμετώπιση της αισχροκέρδειας στην αγορά ανακοίνωσαν χθες ο Αντιπρόεδρος της κυβέρνησης, Κωστής Χατζηδάκης, ο Υπουργός Ενέργειας και Περιβάλλοντος, Σταύρος Παπασταύρου και ο Υπουργός Ανάπτυξης, Τάκης Θεοδωρικάκος. Ειδικότερα, επιβάλλεται πλαφόν στα περιθώρια κέρδους σε καύσιμα και τρόφιμα με ισχύ μέχρι τις 30 Ιουνίου. Τα μέτρα θα τεθούν σε εφαρμογή με Πράξη Νομοθετικού Περιεχομένου (ΠΝΠ).

Ειδικότερα ο κ. Θεοδωρικάκος ανέφερε ότι από την έναρξη ισχύος της ΠΝΠ δεν θα μπορεί κανείς να πουλά προϊόντα πρώτης ανάγκης (τρόφιμα και άλλα είδη) με μεγαλύτερο ποσοστό περιθώριο κέρδους ανά κωδικό από αυτό που είχε το 2025. Μάλιστα, στις 30 Ιουνίου θα αποφασιστεί σε ποια προϊόντα θα παραμείνει σε ισχύ το μέτρο, το οποίο αφορά βιομηχανία τροφίμων, χονδρεμπόριο, super market και εμπορικές εταιρειών που διακινούν αυτά τα προϊόντα.

Τα πρόστιμα παραβίασης φτάνουν στα €5 εκατ., ανάλογα με το μέγεθος της επιχείρησης και την ποσότητα που σημειώθηκε στην αθέμιτη κερδοφορία, διευκρίνισε.

Δείτε [εδώ](#) την ενδεικτική λίστα κατηγοριών αγαθών, που αποτελούν αντικείμενο ελέγχου.

Η ΑΝΑΚΟΙΝΩΣΗ ΤΩΝ RETAILERS

Σε ανακοίνωσή της η Ένωση Σούπερ Μάρκετ Ελλάδας (ΕΣΕ) και τα 19 μέλη της επιβεβαιώνουν ότι παραμένουν σταθερά στο πλευρό των ελληνικών νοικοκυριών. Όπως επισημαίνεται, ο κλάδος των super market διαχρονικά, αλλά και σε περιόδους αυξημένης διεθνούς αβεβαιότητας, επιδιώκει τη συγκράτηση των τιμών προς όφελος των καταναλωτών.

Η εμπειρία των τελευταίων ετών και τα γρήγορα αντανακλαστικά που έχει επιδείξει ο κλάδος σε περιόδους γεωπολιτικών κρίσεων και οικονομικών πιέσεων αναδεικνύουν, σύμφωνα με την Ένωση, ότι τα super market λειτουργούν καθημερινά με γνώμονα τη διαφάνεια, την υπευθυνότητα και τον σεβασμό προς τα εκατομμύρια των Ελλήνων καταναλωτών που εξυπηρετούν σε ολόκληρη τη χώρα. Παράλληλα, τονίζεται ότι η λειτουργία της αγοράς βασίζεται σε κανόνες υγιούς ανταγωνισμού, οι οποίοι συμβάλλουν στη συγκράτηση των τιμών ακόμη και σε περιόδους έντονων πιέσεων.

ΣΤΟ 1,29% Ο ΠΛΗΘΩΡΙΣΜΟΣ

Ενδεικτικά είναι τα στοιχεία του ΙΕΛΚΑ, σύμφωνα με τα οποία ο μέσος πληθωρισμός στα super market διαμορφώθηκε στο 1,29% το



2025. Το ποσοστό αυτό καταγράφηκε παρά την κατάργηση, τον Ιούλιο του ίδιου έτους, του πλαφόν στο περιθώριο μεικτού κέρδους. Όπως επισημαίνεται, η εξέλιξη αυτή αποτελεί ένδειξη ότι η εύρυθμη λειτουργία της αγοράς και ο ανταγωνισμός μεταξύ των επιχειρήσεων μπορούν να λειτουργούν αποτελεσματικά προς όφελος των πολιτών.

Παρακολουθώντας στενά τις διεθνείς και εγχώριες εξελίξεις, η Ένωση Σούπερ Μάρκετ Ελλάδας δηλώνει ότι θα συνεχίσει να συμμετέχει ενεργά σε έναν ανοιχτό και τεκμηριωμένο διάλογο με την Πολιτεία. Στόχος, όπως σημειώνεται, είναι η υιοθέτηση παρεμβάσεων που ενισχύουν ουσιαστικά την αγοραστική δύναμη των καταναλωτών και συμβάλλουν στη διασφάλιση της ευημερίας της ελληνικής κοινωνίας.

ΑΝΤΙΔΡΑΣΕΙΣ ΑΠΟ ΤΟΝ ΚΛΑΔΟ ΤΟΥ ΚΑΦΕ

Από την πλευρά της, η Ελληνική Ένωση Καφέ εκφράζει τον έντονο προβληματισμό της με την επαναφορά του μέτρου του πλαφόν στο μεικτό περιθώριο κέρδους. Ένα μέτρο που επιβαρύνει περαιτέρω έναν κλάδο ο οποίος τα τελευταία χρόνια λειτουργεί υπό καθεστώς ακραίας πίεσης, απορροφώντας διαδοχικές ανατιμήσεις και στηρίζοντας έμπρακτα την προσπάθεια συγκράτησης των τιμών.

Όπως αναφέρει σχετικά ο Τάσος Γιάγκογλου, Πρόεδρος της Ελληνικής Ένωσης Καφέ: "από το 2021 και ύστερα οι επιχειρήσεις του καφέ έχουν βρεθεί αντιμέτωπες με συνεχείς αυξήσεις στο κόστος λειτουργίας και στις πρώτες ύλες, χωρίς να έχουν τη δυνατότητα να μετα-

κυλίσουν αυτές τις επιβαρύνσεις στην αγορά. Στην πράξη, ο κλάδος απορροφά για μεγάλο χρονικό διάστημα τις ανατιμήσεις, λειτουργώντας με ολοένα και πιο συμπιεσμένα περιθώρια. Ιδιαίτερα κατά το 2025, όταν οι διεθνείς χρηματιστηριακές τιμές του καφέ κινήθηκαν στα υψηλότερα επίπεδα των τελευταίων 70 ετών, οι επιχειρήσεις του κλάδου έβαλαν πλάτη εκ νέου. Παρά τις πρωτοφανείς πιέσεις, αποδέχθηκαν να συμβάλουν στην προσπάθεια του Υπουργείου Ανάπτυξης για τον περιορισμό των πληθωριστικών πιέσεων, λειτουργώντας με εξαιρετικά περιορισμένα μεικτά περιθώρια κέρδους. Το έπραξαν με αίσθημα ευθύνης, τόσο απέναντι στην αγορά όσο και απέναντι στον καταναλωτή".

ΣΥΝΘΗΚΕΣ ΑΣΦΥΞΙΑΣ

Ο κ. Γιάγκογλου επισημαίνει ότι η επαναφορά του ίδιου μέτρου σε μια περίοδο όπου οι χρηματιστηριακές τιμές παραμένουν εξαιρετικά υψηλές, προκαλεί συνθήκες ασφυξίας για τις επιχειρήσεις καφέ. "Ως εκ τούτου ο κλάδος καφέ αδυνατεί για δεύτερη συνεχόμενη χρονιά να επωμιστεί το δυσανάλογο βάρος, χωρίς να λαμβάνονται υπόψη οι πραγματικές αντοχές των επιχειρήσεων και η ανάγκη βιωσιμότητάς τους", σημειώνει χαρακτηριστικά.

Η Ελληνική Ένωση Καφέ επισημαίνει ότι η εφαρμογή του πλαφόν στο μεικτό περιθώριο κέρδους στερεί από τις επιχειρήσεις την απαραίτητη ευελιξία για να διαχειριστούν το αυξημένο κόστος, υπονομεύει τη λειτουργία τους και εντείνει το ενδεχόμενο διακοπής λειτουργίας κάποιων εξ αυτών, ιδιαίτερα για τις μικρότερες και πιο ευάλωτες επιχειρήσεις του κλάδου.

• **VENUS GROWERS**

Ο ΒΑΡΥΣ ΔΑΣΜΟΣ ΣΤΙΣ ΗΠΑ ΚΑΙ Η ΝΕΑ ΕΠΕΝΔΥΣΗ €5 ΕΚΑΤ. ΣΕ ΨΥΚΤΙΚΟΥΣ ΘΑΛΑΜΟΥΣ - ΣΤΑ €105 ΕΚΑΤ. Ο ΤΖΙΡΟΣ ΤΟΥ 2025

Συγκρατημένα αισιόδοξη για τη φετινή χρονιά εμφανίζεται η διοίκηση της Venus Growers, χωρίς να υποτιμά τις ουκ ολίγες προκλήσεις που όχι μόνο η ίδια αλλά και ο κλάδος της κονσερβοποιίας στο σύνολό του καλείται να αντιμετωπίσει.

Μια από αυτές, όπως δηλώνει στο FNB Daily ο Στέλιος Θεοδουλίδης, Γενικός Διευθυντής της συνεταιριστικής επιχείρησης, είναι το ύψος του δασμού στις ΗΠΑ που, μετά το 10% που προστέθηκε το Φεβρουάριο, ανέρχεται πλέον στο 27%, δηλαδή πάνω από το 1/4 της τιμής. Η εν λόγω αγορά, υπενθυμίζουμε, απορροφά περίπου το 20% των ελληνικών εξαγωγών κομπόστας ροδάκινου ετησίως, στην οποία μάλιστα η χώρα μας έχει ηγετικό μερίδιο. "Σίγουρα είναι μια επιπλέον επιβάρυνση που μας δυσκολεύει αρκετά, ιδίως αν λάβει κανείς υπόψη του και το αποδυναμωμένο δολάριο", σημειώνει.

ΔΙΣΤΑΚΤΙΚΕΣ ΟΙ ΑΓΟΡΕΣ

Την ίδια στιγμή, ο πόλεμος στην Μέση Ανατολή και, γενικότερα, το τεταμένο κλίμα που επικρατεί στην παγκόσμια γεωπολιτική σκακιέρα έχει κάνει τους αγοραστές πολύ πιο διστακτικούς στις κινήσεις τους. "Όλα όσα συμβαίνουν έχουν αντίκτυπο στο εμπορικό πεδίο, βλέπουμε ότι οι αγορές είναι ιδιαίτερα διστακτικές. Πολλοί ήδη προεξφολούν



Στέλιος
Θεοδουλίδης,
Γενικός Διευθυντής,
Venus
Growers

για μια ενεργειακή κρίση και αυτό φυσικά δεν βοηθάει την κατανάλωση", σημειώνει ο κ. Θεοδουλίδης.

ΜΕ ΧΑΜΗΛΟΤΕΡΟ ΣΤΟΚ ΞΕΚΙΝΑ Η ΝΕΑ ΣΕΖΟΝ

Κάτι που μπορεί να παίξει ρόλο είναι το γεγονός ότι η επόμενη εμπορική περίοδος θα ξεκινήσει, όπως όλα δείχνουν, με χαμηλότερα αποθέματα καθώς η μειωμένη περυσινή παραγωγή είχε ως αποτέλεσμα να αναλωθεί ένα σημαντικό κομμάτι του στοκ που είχε στις αποθήκες της η βιομηχανία.

Από την άλλη, οι μειωμένες κατά 15%-20% ποσότητες συμπύρηνου ροδάκινου που απορρόφησαν πέρυσι οι επιχειρήσεις αποτυπώθηκαν και στους τζίρους τους. Στην περίπτωση της Venus Growers ο κύκλος εργασιών για το 2025 διαμορφώθηκε σε €105

εκατ. έναντι €115 εκατ. έναν χρόνο νωρίτερα, υποχωρώντας κατά 9% περίπου. "Σε σύγκριση με τις υπόλοιπες επιχειρήσεις του χώρου, είχαμε μια από τις μικρότερες, αν όχι τη μικρότερη απώλεια", υπογραμμίζει ο κ. Θεοδουλίδης.

ΚΡΙΣΙΜΗ ΠΕΡΙΟΔΟΣ ΓΙΑ ΤΟ ΡΟΔΑΚΙΝΟ

Το διάστημα που διανύουμε είναι ίσως το πιο σημαντικό για την καλλιέργεια του (συμπύρηνου) ροδάκινου. "Αυτή τη στιγμή, η εικόνα της σοδειάς είναι καλή, είμαστε βέβαιοι στην πλέον κρίσιμη περίοδο, μέχρι τις 5-10 Απριλίου που περνάει το φυτό στην ανθοφορία. Το τελευταίο που θα θέλαμε είναι να έχουμε φαινόμενα όπως παγετούς", εξηγεί.

Σύμφωνα με τον κ. Θεοδουλίδη, η Venus Growers ετοιμάζεται να προχωρήσει στην υλοποίηση νέας επένδυσης σε ψυκτικούς θαλάμους, προκειμένου να μπορεί να διαχειριστεί μεγαλύτερες ποσότητες πρώτης ύλης. Το ύψος του επενδυτικού σχεδίου που θα γίνει προσπάθεια να ενταχθεί στον Αναπτυξιακό Νόμο ανέρχεται σε €5 εκατ. και θα αυξήσει την αποθηκευτική δυνατότητά της κατά 4.000-5.000 τόνους.

Γιάννης Τσατσάκης
yannis@notice.gr

• **PURATOS**

ΕΚΚΛΗΣΕ ΤΟ DEAL ΓΙΑ ΤΗΝ ΕΞΑΓΟΡΑ ΤΗΣ DAWN FOODS

Η Puratos ανακοίνωσε ότι κατέληξε σε οριστική συμφωνία για την εξαγορά της Dawn Foods, υπό την προϋπόθεση λήψης των απαραίτητων κανονιστικών εγκρίσεων. Η συμφωνία συνδυάζει τις συμπληρωματικές δυνατότητες των δύο οικογενειακών εταιρειών στον κλάδο της επαγγελματικής αρτοποιίας, με στόχο την ενίσχυση της καινοτομίας, της παραγωγικής ικανότητας και της παγκόσμιας παρουσίας τους.

Η DAWN FOODS

Η Dawn Foods διαθέτει ισχυρή εξειδίκευση σε προϊόντα όπως ντόνατς, μάφιν, μπισκότα και μπράουνις, καθώς και εκτεταμένο δίκτυο διανομής, ιδιαίτερα στην Βόρεια Αμερική. Η Puratos συμπληρώνει αυτές τις δυνατότητες με τεχνολογία στην αρτοποιία, τη ζαχαροπλαστική και τη σοκολάτα, καθώς και έμφαση στην τεχνολογία συστατικών και τη μακροπρόθεσμη έρευνα και ανάπτυξη.



Μέσω του συνδυασμού των δύο οργανισμών αναμένεται να δημιουργηθεί ένα διευρυνόμενο οικοσύστημα καινοτομίας που θα συνδυάζει την εφαρμοσμένη δημιουργικότητα της Dawn Foods με την τεχνολογική προσέγγιση της Puratos. Παράλληλα, θα ενωθούν τα διαφορετικά μοντέλα παραγωγής και τα δίκτυα διανομής των εταιρειών, ενισχύοντας την ικανότητά τους να εξυπηρετούν πελάτες σε ένα ευρύτερο φάσμα προϊόντων και αγορών.

ΕΠΕΚΤΑΣΗ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΩΝ

Σύμφωνα με τον Διευθύνοντα Σύμβουλο της Puratos, Pierre Tossut, η συμφωνία αποτελεί σημαντικό μακροπρόθεσμο βήμα για την εταιρεία και αντανάκλα τη στρατηγική επέκτασης των δραστηριοτήτων της στον κλάδο της αρτοποιίας. Από την πλευρά της Dawn Foods, η Διευθύνουσα Σύμβουλος Carrie Jones-Barber επισήμανε ότι η επιλογή της Puratos βασίστηκε στις κοινές αξίες, την οικογενειακή παράδοση και το κοινό μακροπρόθεσμο όραμα των δύο οργανισμών.

Η ολοκλήρωση της συναλλαγής αναμένεται έως το τέλος του 2026, εφόσον ληφθούν οι απαραίτητες εγκρίσεις από τις αρμόδιες αρχές. Μέχρι τότε, οι δύο εταιρείες θα συνεχίσουν να λειτουργούν ανεξάρτητα, χωρίς αλλαγές στις καθημερινές δραστηριότητες, τις συνεργασίες με πελάτες ή τις εμπορικές συμφωνίες τους.

• **GEORGE CLOONEY**
ΜΠΑΙΝΕΙ ΣΤΗΝ ΑΓΟΡΑ ΜΠΥΡΑΣ ΧΩΡΙΣ ΑΛΚΟΟΛ ΜΕ ΤΗΝ CRAZY MOUNTAIN

Ο George Clooney συνεργάζεται ξανά με τους συνιδρυτές της Casamigos, Mike Meldman και Rande Gerber, αυτή τη φορά για την κυκλοφορία μιας μπίρας χωρίς αλκοόλ. Η Crazy Mountain είναι μια μπίρα χωρίς αλκοόλ, με 65 θερμίδες, η οποία αναμένεται να κυκλοφορήσει σε επιλεγμένες αγορές το 2026. Θα διατίθεται σε δύο εκδοχές: κλασική lager και lime.

“Πάντα δημιουργούσαμε brands γύρω από τη φιλία και το lifestyle”, ανέφερε ο Mike Meldman σε δήλωσή του. “Η Crazy Mountain ταιριάζει στο μπάρμπεκιου, στο σκάφος, σε έναν γύρο γκολφ ή σε μια διαδρομή για τρέξιμο στο βουνό — ταιριάζει σε κάθε περίπτωση”.

ΔΙΑΦΟΡΟΠΟΙΗΣΗ

Η μάρκα επιδιώκει να διαφοροποιηθεί από άλλες μπίρες χωρίς αλκοόλ μέσω της διαδικασίας ζυθοποίησης που χρησιμοποιεί. Η Crazy Mountain δεν αφαιρεί το αλκοόλ μετά τη ζύμωση.

Τα brands ποτών που υποστηρίζονται από διάσημους εμφανίζονται όλο και συχνότερα στη βιομηχανία ποτών, από αναψυκτικά και νερά που προωθούνται ως πιο υγιεινές επιλογές, έως αλκοολούχα ποτά και ενεργειακά ροφήματα.

ΜΠΥΡΕΣ ΧΩΡΙΣ ΑΛΚΟΟΛ

Οι μπίρες χωρίς αλκοόλ αποτελούν πλέον πεδίο έντονης δραστηριότητας για διασημότητες, όπως η Bevo του Tom Holland, αλλά και πιο πρόσφατες συμμετοχές από τον Charlie Sheen και τον John Mulaney. Κάθε εταιρεία προωθεί τη δική της μπίρα χωρίς αλκοόλ ως μια εναλλακτική που προσφέρει γεύση αντίστοιχη με την παραδοσιακή μπίρα, αλλά χωρίς το hangover.

MAINSTREAM ΤΑΣΗ

Η μπίρα, το κρασί και τα αποστάγματα χωρίς αλκοόλ έχουν περάσει πλέον στο mainstream, καθώς όλο και περισσότεροι καταναλωτές περιορίζουν την κατα-



νάωση αλκοόλ. Η κατηγορία κατέγραψε πωλήσεις \$925 εκατ. για το δωδεκάμηνο που έληξε τον Αύγουστο του 2025, σημειώνοντας αύξηση 22% σε σχέση με το προηγούμενο έτος, σύμφωνα με στοιχεία της NielsenIQ.

Μεγάλες εταιρείες της βιομηχανίας μπίρας, όπως η Guinness και η Heineken, έχουν επίσης εισέλθει δυναμικά στην κατηγορία, λανσάροντας εκδοχές χωρίς αλκοόλ των κλασικών τους μπιρών.

Ο Clooney, ο Gerber και ο Meldman φαίνεται ότι ετοιμάζονται να αξιοποιήσουν τη συγκεκριμένη τάση, ίσως ακολουθώντας τη στρατηγική που είχαν εφαρμόσει με την Casamigos. Οι τρεις τους ίδρυσαν την εταιρεία τεκίλας το 2013 και τέσσερα χρόνια αργότερα την πούλησαν στον κολοσσό των αποσταγμάτων Diageo έναντι \$1 δισ.

• **ΚΡΕΑΣ**
Η... ΔΙΨΑ ΓΙΑ ΠΡΩΤΕΪΝΗ ΑΠΟΓΕΙΩΝΕΙ ΤΙΣ ΠΩΛΗΣΕΙΣ ΣΤΙΣ ΗΠΑ

Οι Αμερικανοί καταναλωτές αγόρασαν περισσότερο κρέας το 2025, παρά τις σημαντικές αυξήσεις τιμών σε μεγάλο μέρος της κατηγορίας, σύμφωνα με στοιχεία της έκθεσης Power of Meat, που δημοσίευσαν το Meat Institute και το FMI – The Food Industry Association.

Η αύξηση του αριθμού των καταναλωτών που αγοράζουν κρέας και πουλερικά, η συχνότερη επίσκεψη στα καταστήματα και η υψηλότερη δαπάνη ανά αγορά οδήγησαν σε άνοδο των πωλήσεων του κλάδου στις Ηνωμένες Πολιτείες. Συνολικά, οι πωλήσεις κρέατος έφτασαν ιστορικό υψηλό το 2025. Ο συνολικός όγκος πωλήσεων αυξήθηκε. Η άνοδος αυτή προήλθε κυρίως από την αύξηση σχεδόν 3% στις αγορές νωπού κρέατος, η οποία αντιστάθμισε τη μικρή μείωση στο επεξεργασμένο.



Η ΖΗΤΗΣΗ ΓΙΑ ΠΡΩΤΕΪΝΗ

Παράλληλα, αυξάνεται το ενδιαφέρον των καταναλωτών για μεγαλύτερη πρόσληψη πρωτεΐνης. Σύμφωνα με έρευνα της NielsenIQ, το 44% των καταναλωτών δήλωσε τον Φεβρουάριο ότι αύξησε την κατανάλωση πρωτεΐνης τον τελευταίο μήνα, ποσοστό σημαντικά υψηλότερο από το 33% που είχε δηλώσει ανάλογη πρόθεση τον Δεκέμβριο του 2025.

ΑΥΞΗΣΕΙΣ ΤΙΜΩΝ

Παράλληλα, οι αυξήσεις τιμών παραμένουν σημαντικές. Τον Δεκέμβριο του 2025 οι τιμές κρέατος αυξήθηκαν με ετήσιο ρυθμό άνω του 9%, ενώ το βόειο και το μοσχαρίσιο κρέας κατέγραψαν διψήφια αύξηση, σύμφωνα με στοιχεία του Bureau of Labor Statistics.

DATA 2025

Πωλήσεις: \$111,9 δισ.
Ετήσια μεταβολή: +7%
Όγκος πωλήσεων: +2%

Νωπό βόειο κρέας	Κοτόπουλο
Όγκος πωλήσεων: 6,2 δισ. τεμάχια	Όγκος πωλήσεων: +3,2%
Μεταβολή: +4%	Αξία πωλήσεων: \$20,7 δισ.
Αξία πωλήσεων: \$45 δισ.	Μεταβολή: +6,5%
Μεταβολή: +12%	

Ο ΡΟΛΟΣ ΤΩΝ ΝΕΟΤΕΡΩΝ ΓΕΝΕΩΝ

Σημαντικό ρόλο στην άνοδο της κατανάλωσης κρέατος διαδραματίζουν οι νεότερες γενιές. Οι καταναλωτές της Generation Z και οι millennials ευθύνονται για περίπου τα 2/3 της αύξησης στις πωλήσεις τεμαχίων, με την κατανάλωση της Generation Z να παρουσιάζει ιδιαίτερα ισχυρή άνοδο.

• ΔΙΕΘΝΗΣ ΟΡΓΑΝΙΣΜΟΣ ΕΝΕΡΓΕΙΑΣ
**ΑΠΟΔΕΣΜΕΥΕΙ 400 ΕΚΑΤ. ΒΑΡΕΛΙΑ
ΠΕΤΡΕΛΑΙΟΥ, ΑΛΛΑ ΟΙ ΑΓΟΡΕΣ
ΔΕΝ ΠΕΙΘΟΝΤΑΙ**

Την αποδέσμευση 400 εκατ. βαρελιών πετρελαίου για την αντιμετώπιση της διακοπής εφοδιασμού που προκλήθηκε από τον πόλεμο στο Ιράν, αποφάσισε ο Διεθνής Οργανισμός Ενέργειας (IEA) χθες, ποσότητα που συνιστά ρεκόρ στην ιστορία του...

Ο IEA δεν καθόρισε χρονοδιάγραμμα για το πότε τα αποθέματα θα διατεθούν στην αγορά, αναφέροντας ότι θα απελευθερωθούν σε ένα χρονικό πλαίσιο που είναι κατάλληλο για τις συνθήκες καθεμίας από τις 32 χώρες-μέλη του. Τα μέλη του IEA είναι κυρίως προηγμένες οικονομίες στην Ευρώπη, την Βόρεια Αμερική και την Βορειοανατολική Ασία. Ο οργανισμός έχει ως αποστολή τη διατήρηση της παγκόσμιας ενεργειακής ασφάλειας και ιδρύθηκε το 1974 σε απάντηση του εμπάργκο πετρελαίου που επιβλήθηκε από τους Άραβες παραγωγούς λόγω της υποστήριξης των ΗΠΑ στο Ισραήλ κατά τη διάρκεια του αραβο-ισραηλινού πολέμου του 1973.

ΠΥΡΟΣΒΕΣΤΙΚΗ ΛΥΣΗ...

"Η σύγκρουση στην Μέση Ανατολή έχει σημαντικές επιπτώσεις στις παγκόσμιες αγορές

πετρελαίου και φυσικού αερίου, με σημαντικές επιπτώσεις στην ενεργειακή ασφάλεια, την προσιτή τιμή της ενέργειας και την παγκόσμια οικονομία", δήλωσε ο Εκτελεστικός Διευθυντής του IEA, Fatih Birol, σε δηλώσεις που μεταδόθηκαν από την έδρα του ομίλου στο Παρίσι.

Ο επικεφαλής του IEA δήλωσε ότι η απελευθέρωση έχει σχεδιαστεί για να αντιμετωπίσει τις άμεσες επιπτώσεις διακοπής του εφοδιασμού.

Ωστόσο, η κυκλοφορία των δεξαμενόπλοιων πρέπει να επαναληφθεί μέσω των Στενών του Ορμούζ για να επανέλθουν οι σταθερές ροές πετρελαίου και φυσικού αερίου στην παγκόσμια αγορά, δήλωσε ο Birol.

... ΠΟΥ ΔΕΝ ΑΚΟΥΣΑΝ ΟΙ ΑΓΟΡΕΣ

Ωστόσο η απόφαση του IEA δεν φάνηκε να συγκινεί τις αγορές καθώς οι τιμές του πετρελαίου αυξήθηκαν χθες

Στις 19:40 ώρα Ελλάδα το Brent διαπραγματευόταν 4,52% υψηλότερα στα \$91,84 το βαρέλι, ενώ το αμερικανικό αργό βρισκόταν στο +4,11% και τα \$86,88 δολάρια.



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

• VALIA CALDA

ΓΕΩΓΡΑΦΙΚΗ ΕΠΕΚΤΑΣΗ ΚΑΙ ΑΥΞΗΣΗ ΠΩΛΗΣΕΩΝ ΜΕ BOOST ΑΠΟ ΤΗ ΜΙΚΡΗ ΛΙΑΝΙΚΗ - ΣΤΗΝ ΤΕΛΙΚΗ ΕΥΘΕΙΑ ΓΙΑ ΤΟ ΝΕΟ ΖΥΘΟΠΟΙΕΙΟ

Διευρύνεται το δίκτυο πωλήσεων της Valia Calda, με την μικροζυθοποιία από την Ήπειρο να αποκτά παρουσία σε ολόενα και περισσότερες περιοχές της χώρας.

Όπως δηλώνει στο Fnb Daily ο ιδρυτής της επιχείρησης, Βαγγέλης Λαγός, μέσα στις επόμενες 2-3 εβδομάδες το χαρακτηριστικό πράσινο μπουκάλι της Valia Calda Lager θα κάνει την εμφάνισή του στην Κατερίνη. Είχε προηγηθεί λίγο πριν την εκπνοή του 2025 το ντεμπούτο σε καταστήματα της Πάτρας ενώ, επιπλέον, πιο έντονη θα είναι φέτος η παρουσία στην Λευκάδα όπου, μετά την περσινή είσοδο, οδεύει φέτος προς διπλασιασμό των τελικών σημείων.



Βαγγέλης Λαγός, ιδρυτής, Valia Calda

που μας υπάρχει ενδιαφέρον για τη μικροζυθοποιία και διάθεση να δοκιμάσουν κάτι διαφορετικό", σχολιάζει ο κ. Λαγός. Η κινητικότητα αυτή συνέβαλε σημαντικά στην αύξηση τζίρου σε ποσοστό 35% που καταγράφηκε το 2025.

ΝΕΟΙ ΚΩΔΙΚΟΙ ΤΟ 2027

Η εταιρεία δεν σκοπεύει να διευρύνει φέτος την γκάμα της, πιθανότατα όμως θα το κάνει το 2027 οπότε και υπάρχει πλάνο για το λανσάρισμα δύο νέων κωδικών. Πριν από αυτό αναμένεται να έχει ολοκληρωθεί η κατασκευή του νέου ζυθοποιείου στην ΒΙΠΕ Ιωαννίνων, μια επένδυση άνω των €2 εκατ. Υπενθυμίζεται ότι η Valia Calda έκανε την εμφάνισή της στην αγορά το 2021 ενώ στις αρχές του 2024 η PK Energy του Πέτρου Καραναστάση απέκτησε ποσοστό ποσοστό 60%. "Η PK Energy ήταν αυτή που μας παρακίνησε να κάνουμε το ζυθοποιείο και γενικότερα μας βοηθεί να προχωρήσουμε βάζοντας τον πήχη ψηλά", αναφέρει χαρακτηριστικά ο κ. Λαγός.

Γιάννης Τσατσάκης
yannis@notice.gr

"ΠΑΡΩΝ" ΣΤΟΝ ΘΑΝΟΠΟΥΛΟ

"Σταδιακά βλέπουμε ολόενα και περισσότερες περιοχές. Βρισκόμαστε σε Κέρκυρα, Τρίκαλα, Γρεβενά, Κοζάνη και αρκετές ακόμα πόλεις της περιφέρειας, όπως επίσης και σε Αθήνα και Θεσσαλονίκη", σημειώνει ο κ. Λαγός, προσθέτοντας ότι, ειδικά στην περίπτωση της πρωτεύουσας, εκτός από καφέ, μπαρ και μικρές κάβες, η Valia Calda έχει παρουσία και στον θανάπουλο.

ΑΥΞΗΣΗ ΠΩΛΗΣΕΩΝ 35% ΤΟ 2025

Η πλέον δυνατή, βέβαια, περιοχή για την Valia Calda είναι αυτή της Ηπείρου όπου είναι παρούσα σε όλους τους νομούς και μάλιστα στη διάρκεια του 2025 είδε τις πωλήσεις της να αυξάνονται με υψηλούς ρυθμούς στο κανάλι της μικρής λιανικής. "Αντλήσαμε σημαντικούς όγκους πωλήσεων από αυτό το κομμάτι και μπορώ να πω ότι ήταν κάτι που μας εξέπληξε. Φαίνεται ότι από τους τουρίστες και, γενικότερα, τους επισκέπτες του τό-

• Debrief •

ΜΕΤΡΗΤΑ ΚΑΙ ΜΕ ΤΗ ΒΟΥΛΑ (ΣΥΝΤΑΓΜΑΤΙΚΗ)

Μπορεί οι ψηφιακές πληρωμές να επελαύνουν και τα ψηφιακά νομίσματα να κάνουν σταδιακά την εμφάνισή τους, ωστόσο οι Ελβετοί θέλουν να είναι σίγουροι ότι θα έχουν πάντα και μετρητά στο πορτοφόλι και στην τσέπη τους.

Έτσι, την περασμένη Κυριακή τάχθηκαν με δημοψήφισμα υπέρ της κατοχύρωσης της χρήσης μετρητών, στο Σύνταγμα της Ελβετίας. Ουσιαστικά έδωσαν εντολή στις αρμόδιες Αρχές να εξασφαλίσουν ότι τα μετρητά δεν θα εξαφανιστούν ως μέθοδος συναλλαγών. Ασχέτως αν οι ίδιοι οι πολίτες επιλέξουν τα ψηφιακά κανάλια, τα μετρητά θα είναι πάντα εκεί, ως εναλλακτική λύση.

Σύμφωνα με το Bloomberg, η χρήση μετρητών στην Ελβετία έχει μειωθεί ραγδαία, σε μόλις 30% των συναλλαγών το 2024, από 70% λιγότερο από μια δεκαετία πριν. Την

ίδια στιγμή, όμως, ο μέσος κάτοικος έχει σχεδόν μετρητά αξίας \$10.700 στο σπίτι του. Άρα δεν προκύπτει κάποιο είδος τεχνοφοβίας. Λένε να στις ψηφιακές συναλλαγές, χωρίς όμως να εγκαταλείπουν τα μετρητά τους.

Παρατήρηση πρώτη: Επειδή πρόκειται για την Ελβετία, τη χώρα που συνειρμικά φέρνει στο μυαλό κάθε ανθρώπου τράπεζες, λεφτά κ.λπ., πρόκειται για απόφαση που έχει τη σημασία της.

Παρατήρηση δεύτερη: Η επιλογή του τρόπου συναλλαγών συνιστά βαθμό ελευθερίας, στο πλαίσιο λειτουργίας των οργανωμένων κοινωνιών. Ο πολίτης πρέπει να έχει το δικαίωμα επιλογής στις πληρωμές. Ακόμα και στη μικρή... παρασπονδία. Κάποτε ήθελα να αγοράσω ένα ηχοσύστημα. Η σύζυγος διαφωνούσε σφόδρα. Τελικά το

πήρα, με μετρητά, και στη συνέχεια εκτίμησε τη χρησιμότητά του. Δηλαδή τί, επειδή έχουμε κοινό λογαριασμό, θα ήταν ωραίο να τσακωνόμαστε για ένα ηχοσύστημα επειδή θα χτύπαγε η ειδοποίηση της συναλλαγής, αν δεν μπορούσα να χρησιμοποιήσω μετρητά; Μπορεί ως επιχείρημα να ακούγεται απλοϊκό, αλλά επειδή η καθημερινότητά μας βασίζεται σε δεκάδες απλές συναλλαγές, τέτοια συνηθισμένα πράγματα μπορεί να την κάνουν από δύσκολη έως ανυπόφορη.

Εν κατακλείδι, η απόφαση που έλαβαν οι Ελβετοί πολίτες είναι μια καλή απόφαση, και όχι μόνο για τους ίδιους.

Γιάννης Παλιούρης
giannis@notice.gr

• **NO-LOW ΟΙΝΟΙ**
ΓΙΑΤΙ ΔΥΣΚΟΛΕΥΟΝΤΑΙ ΝΑ ΚΕΡΔΙΣΟΥΝ
ΤΟΥΣ ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΕΣ

Τα κρασιά με χαμηλή ή καθόλου περιεκτικότητα σε αλκοόλ, γνωστά ως No-Low, δεν έχουν πείσει ακόμα τους καταναλωτές, σύμφωνα με έρευνα της Ifop για λογαριασμό της FranceAgriMer. Οι καταναλωτές τείνουν να τα θεωρούν βιομηχανικά και τυποποιημένα προϊόντα, αντίθετα με την παραδοσιακή εικόνα που έχουν για το κρασί. Η έρευνα, τα αποτελέσματα της οποίας παρουσιάστηκαν στη Διεθνή Αγροτική Έκθεση (SIA) στις 23 Φεβρουαρίου από τον Nollan Puget, επικεφαλής μονάδας στη FranceAgriMer, και τη Julie Fierobe, υπεύθυνη οικονομικής έρευνας για τη γαλλική αγορά οίνου, δείχνει ότι η κατανάλωση μπύρας χωρίς αλκοόλ έχει εδραιωθεί, ενώ το κρασί No-Low παραμένει περιθωριακό προϊόν.

Η ΑΝΑΓΚΗ ΑΠΟΣΑΦΗΝΙΣΗΣ

Οι καταναλωτές δεν έχουν σαφή έννοια του low alcohol και βλέπουν τα προϊόντα είτε ως αλκοολούχα, είτε ως μη αλκοολούχα. Το κρασί No-Low θεωρείται προϊόν που διατηρεί τη γεύση του αλκοόλ, αλλά μειώνει τις παρενέργειες όπως η μέθη ή η μειωμένη εγρήγορση στην οδήγηση. Παρ' όλα αυτά, η περιορισμένη διάθεση ετικετών και η έλλειψη γνωστών παραγωγών δυσκολεύουν την υιοθέτησή τους.

Ένα ακόμα εμπόδιο είναι η αντίληψη των καταναλωτών ότι τα κρασιά No-Low παρασκευάζονται με βιομηχανικές διαδικασίες και μοιάζουν με προϊόντα όπως το Champromy ή το rozé γκρέιπφρουτ. Για να αντιμετωπιστεί αυτή η δυσπιστία, η έρευνα



υπογραμμίζει την ανάγκη για σαφή και ενημερωτική συσκευασία, καθώς και για εκπαίδευση του κοινού ώστε να ενταχθούν αυτά τα προϊόντα στις καθημερινές συνήθειες.

Business Maker

ΤΟ ΑΛΚΟΤΕΣΤ ΠΟΥ ΑΛΛΑΖΕΙ ΤΗΝ ΕΣΤΙΑΣΗ ΚΑΙ ΤΑ ΑΡΓΑ...
ΑΝΤΑΝΑΚΛΑΣΤΙΚΑ

Η αναπάντεχα μεγάλη πτώση, που καταγράφει η κατανάλωση αλκοόλ, έχει φέρει σε δύσκολη θέση την εστίαση. Σύμφωνα με παράγοντες της αγοράς, οι αυστηροί έλεγχοι αλκοτέστ στους δρόμους και φυσικά τα βαρύτατα πρόστιμα, που αναμένουν τους παραβάτες, έχουν θορυβήσει τους οδηγούς, οι οποίοι έχουν περιορίσει την κατανάλωση. "Πολλοί πελάτες εμφανίζονται πλέον πιο συγκρατημένοι στην κατανάλωση αλκοόλ, ιδιαίτερα όταν οδηγούν", επισημαίνουν παράγοντες του κλάδου. Το πρόβλημα, ωστόσο, προσθέτουν, είναι ότι τα εστιατόρια δεν έχουν προσαρμοστεί έγκαι-

ρα σε αυτή τη νέα πραγματικότητα. Η ποικιλία σε μπύρες και ποτά χαμηλού ή μηδενικού αλκοόλ παραμένει περιορισμένη, τη στιγμή, που αρκετές εταιρείες αλκοολούχων ποτών έχουν ευρεία γκάμα κωδικών για να καλύψουν τη νέα τάση. Είναι χαρακτηριστική η απόφαση γνωστού οινοποιείου να κυκλοφορήσει κρασί με τους μισούς αλκοολικούς βαθμούς από το κανονικό.

Τα εστιατόρια, που θα κινηθούν γρήγορα σε αυτή την κατεύθυνση, εκτιμάται ότι μπορεί να βγουν κερδισμένα. Ορισμένοι επιχειρηματίες του κλάδου θεωρούν ότι αυτή

η αλλαγή μπορεί να αποτελέσει και ευκαιρία. Η ανάπτυξη νέων κατηγοριών ποτών, όπως mocktails ή μπύρες χωρίς αλκοόλ, μπορεί να δημιουργήσει μια νέα αγορά μέσα στην εστίαση. Στο εξωτερικό, μάλιστα, αρκετά εστιατόρια έχουν ήδη επενδύσει σε ειδικά μενού χαμηλού αλκοόλ. Για την ώρα, πάντως, η εικόνα, που παρουσιάζει η κατανάλωση, παραμένει μοιρασμένη. Τα πολύ φθηνά εστιατόρια και τα πολύ ακριβά συνεχίζουν να έχουν ισχυρή ζήτηση. Αντίθετα, οι επιχειρήσεις, που βρίσκονται στη μεσαία κατηγορία, αντιμετωπίζουν μεγαλύτερη πίεση...

ΕΝΑ ΞΕΧΩΡΙΣΤΟ ΓΛΥΠΤΟ ΓΙΑ ΤΟΝ ΓΙΑΝΝΗ ΜΠΟΥΤΑΡΗ

Ένα ξεχωριστό και ιδιαίτερης σημασίας γλυπτό για την οικογένεια Μπουτάρη κοσμεί εδώ και μερικές ημέρες το Κτήμα Κυρ-Γιάννη. Ο λόγος για το γλυπτό του Γιάννη Μπουτάρη, το οποίο φιλοτέχνησε ο Στέλιος Σάρρος και αποκαλύφθηκε πριν από λίγα 24ώρα από τον Στέλλιο, τον Μιχάλη και τον Γιάννη Μπουτάρη, στην εκδήλωση για την κοπή της πίτας. "Ο κυρ-Γιάννης μας, καθισμένος δίπλα στα αμπέλια του στο Κτήμα μας, στην Νάουσα. Ήρεμος, ενώ

την ίδια στιγμή βάζεις στοίχημα ότι χιλιάδες νέες ιδέες και σχέδια περνάνε από το μυαλό του. Και η κενή θέση δίπλα του μας προσκαλεί να καθίσουμε μαζί του να μοιραστούμε ιστορίες", αναφέρει η ανάρτηση του κτήματος στο LinkedIn και κλείνει με την εξής φράση: "Ο κυρ-Γιάννης είναι πάντα μαζί μας". Το γλυπτό είναι σε φυσικό μέγεθος, κατασκευασμένο από ορείχαλκο, που χυτεύθηκε στο εργαστήριο των Βαγγέλη και Παναγιώτη Χούνταση, με την επιμέλεια

της Νικομάχης Καρακωστανόγλου. Σύμφωνα με ανθρώπους, που έζησαν από κοντά την εμβληματική μορφή του ελληνικού κρασιού, αλλά και συνολικά του εγχώριου επιχειρείν, "το παράδειγμα του κυρ-Γιάννη υπενθυμίζει ότι το όραμα, η ρήξη με το κατεστημένο και ο σεβασμός στην παράδοση είναι τα στοιχεία, που προσδίδουν διαχρονική αξία σε μια επιχείρηση. Οι επιχειρήσεις δεν είναι μόνο αριθμοί, είναι άνθρωποι, είναι αμπέλια, είναι σχέσεις".

Business Insight

Η ΚΡΗΣΑΡΑ ΤΟΥ ΜΑΡΤΙΟΥ ΓΙΑ ΤΟ ΕΥΡΩΠΑΪΚΟ BANKING ΚΑΙ ΤΙΣ ΕΛΛΗΝΙΚΕΣ ΤΡΑΠΕΖΕΣ

Σχεδόν παράλληλα θα πραγματοποιηθούν την προσεχή εβδομάδα το επενδυτικό συνέδριο της **Morgan Stanley** και η συνεδρίαση των μελών της Ευρωπαϊκής Κεντρικής Τράπεζας. Το τριήμερο 17-19 Μαρτίου στο Λονδίνο, το πρώτο, το διήμερο 18-19 στην Φρανκφούρτη η δεύτερη. Αμφότερες, κατά πάσα βεβαιότητα υπό την ασφυκτική πίεση των εξελίξεων στην Μέση Ανατολή-Περσικό, που παροξύνουν το ενεργειακό κόστος και εκτινάσσουν τον πληθωρισμό. **Με το ευρωπαϊκό banking σε σημείο καμψής και τις διοικήσεις των ελληνικών τραπεζών να πρέπει να διαχειριστούν ακόμη μία κρίση σε περίοδο που έχουν επιτύχει την επαναφορά τους.** Στο συνέδριο της **Morgan Stanley** συμμετέχουν οι διοικήσεις των συστημικών, με προφανή επιδίωξη να επανεπιβεβαιώσουν την δυνατότητα συντήρησης της τάσης που τις ισχυροποίησε το 2025. Κατ' αρχήν ο **Moody's** επισήμανε την ανθεκτική κερδοφορία των **Eurobank, Εθνικής, Πειραιώς, Alpha Bank**, στηριζόμενη στην πιστωτική επέκταση και τη βελτίωση της λειτουργικής αποδοτικότητας. Με μέσο όρο μη εξυπηρετούμενων ανοιγμάτων στο περίπου 2,7% αρκετά κοντά στον ευρωπαϊκό, με μέση απόδοση κεφαλαίων (RoTE) στο 15,5% - πάνω από τον ευρωπαϊκό - και δείκτη βασικών κεφαλαίων (CET1) στο 16%. **Ακολούθησαν οι συναντήσεις των**

τραπεζιτών με κλιμάκιο επιτελικών της **Goldman Sachs**, [με τον Νίκο Ταμπακόπουλο να μας ενημερώνει για το τί προέκυψε, στο χθεσινό φύλλο](#). Με αυτά τα δεδομένα, και σειρά ενδεχομένων, ανάλογα με την διάρκεια-ένταση- βαρύτητα επιπτώσεων από την κρίση, θα γίνει η παρουσίαση στο Λονδίνο. **Παράμετρος που έχει ενδιαφέρον- και πιθανότητα να εξεταστεί- θα είναι η έκθεση του συστήματος στη ναυτιλία**, δηλαδή τις χορηγήσεις/δάνεια του banking προς το shipping.

Ειδικότερα, για το συγκεκριμένο και λόγω του άμεσου ελληνικού ενδιαφέροντος, ο **Χρήστος Μεγάλου σε συνέντευξη του (στο Bloomberg)** αναφέρθηκε στο πως έχει η κατάσταση. Ο επικεφαλής της Τράπεζας Πειραιώς αναφέρθηκε σε σχέση δανείων προς αξία στο 50%, ποσοστό που πρακτικά σημαίνει ότι υπάρχει μαξιλάρι στο ενδεχόμενο αύξησης/επιβάρυνσης του ρίσκου. **Το λεγόμενο Loan to Value**, δηλαδή το ποσό που έχει δοθεί συγκρινόμενο με την εκτιμώμενη αξία του περιουσιακού στοιχείου (χρησιμοποιείται από τις τράπεζες για την εκτίμηση κινδύνου) είναι σε ικανοποιητικό επίπεδο (buffer). Θυμίζω ότι, το 2025 τα δάνεια/χορηγήσεις προς την ναυτιλία ξεπέρασαν τα €18 δισ. Αυτά αφορούν στο κυρίως ελληνικό σκέλος, με το ευρύτερο ευρωπαϊκό να είναι σε σημείο καμψής. [Στη δυσχερή θέση που έχει περιέλθει](#)

[η ΕΚΤ έχουμε αναφερθεί στο BI](#), με ένα επιπλέον βάρος να προστίθεται το τελευταίο διάστημα. Αφορά πρωτίτως το χρηματοπιστωτικό σύστημα των ΗΠΑ, πλην όμως φαίνεται πως σταδιακά βαραίνει και το ευρωπαϊκό. **Ο λόγος για την "ιδιωτική πίστωση", δηλαδή των Funds, επενδυτικών οχημάτων (SPV) και εν γένει μη-τραπεζικών δανειστών**, με έκθεση που ξεπερνά τα \$3 τρις. Πρόβλημα που να μην δεν έχει προσλάβει τις διαστάσεις που έχει στην άλλη ακτή του Ατλαντικού (αρχές Μαρτίου, η **Blackstone** ανακοίνωσε ρεκόρ αναλήψεων ύψους \$3,7 δισ., με καθαρές εκροές \$1,7 δισ.- η δε **Blue Owl** αρνήθηκε εντελώς τη δυνατότητα τριμηνιαίων εξαγορών σε fund της για πρώτη φορά στην ιστορία της).

Στη χειρότερη συγκυρία (μέχρι την επόμενη) καθώς η διοίκηση της ΕΚΤ ευρίσκεται μεταξύ "σφύρας και άκμονος"- από τη μία γιατί υπό Κανονικές Συνθήκες θα προγραμματίζει την επόμενη μείωση επιτοκίων (κατά 25 μ.β στο 1,75%) στο πρώτο εξάμηνο- από την άλλη υπό τις νέες έκτακτες συνθήκες πιθανόν να υποχρεωθεί να οδηγηθεί σε αύξηση τους (κατά 25 μ.β στο 2,25%). Η ΕΚΤ καλείται να διαχειριστεί εντελώς αντίθετα συμπτώματα- πληθωριστικές πιέσεις που την οδηγούν σε αύξηση- καίγοντας την αναγκασία για την επιβίωση της ευρωπαϊκής επιχειρηματικότητας ελάφρυνση του κόστους χρήματος.



REAL ESTATE DAILY SECRET

THE KEY TO PROPRIETARY INFORMATION

Το κλειδί για να μαθαίνετε τα μυστικά της αγοράς ακινήτων, κάθε μέρα στο e-mail σας. Με την υπογραφή της



NOTICE
CONTENT & SERVICES

**ΚΑΝΤΕ
ΕΓΓΡΑΦΗ
ΕΔΩ**

• **BARILLA**
ΝΕΑ PESTO ΜΕ ΒΑΣΙΛΙΚΟ ΚΑΙ MOZZARELLA DI BUFALA CAMPANA ΠΟΠ

Η Barilla παρουσιάζει την νέα Pesto με βασιλικό και Mozzarella di Bufala Campana ΠΟΠ, συνδυάζοντας 100% ιταλικό βασιλικό με ένα από τα πιο εκλεκτά ιταλικά τυριά. Η νέα συνταγή προσφέρει πλούσια, κρεμώδη υφή και ισορροπημένη γεύση, αναβαθμίζοντας απλά καθημερινά πιάτα, και είναι ήδη διαθέσιμη στην ελληνική αγορά. Η εταιρεία επισημαίνει ότι η νέα pesto παρασκευάζεται με 100% βασιλικό υπεύθυνης καλλιέργειας, μέσω του αποκλειστικού Metodo Delicato που διατηρεί τα αρωματικά και γευστικά χαρακτηριστικά του προϊόντος. Από το 2020, ο βασιλικός που χρησιμοποιείται στις Pesto Barilla διαθέτει πιστοποίηση ISCC PLUS, στο πλαίσιο της στρατηγικής βιωσιμότητας της εταιρείας.



SECRETRECIPE

Αλλαγή 180 μοιρών στο business plan

Το εγχείρημα ήταν δύσκολο από την αρχή. Και πολλοί απόρρησαν γιατί η εταιρεία προχώρησε σε αυτό. Οι δύο κινήσεις, που επιχειρήθηκαν και θα άλλαζαν πίστα την εταιρεία, δεν κατέληξαν στο επιθυμητό αποτέλεσμα. Και, πλέον, η διοίκηση και οι μέτοχοι προχωρούν σε ένα εντελώς διαφορετικό business plan. Ώστε να σταματήσει η αιμορραγία...

Editorial

Πλαφόν παρεμβατισμού

Η επιβολή πλαφόν στις τιμές καυσίμων και τροφίμων είναι σίγουρα ενάντια στις αρχές και τη λειτουργία της ελεύθερης αγοράς. Στην περίπτωση, βέβαια, της τρέχουσας περιόδου, τέτοια μέτρα είναι απαραίτητα σε πολιτικό επίπεδο, δεδομένου ότι ο μέσος καταναλωτής δεν γνωρίζει και ίσως δεν θέλει να κατανοήσει το πώς λειτουργεί η αγορά.

Γι αυτό και η κυβέρνηση και προχώρησε σε αυτή την απόφαση, ώστε να απορροφήσει και να προλάβει κραδασμούς στην αγορά από αδικαιολόγητες αυξήσεις, και το έκανε για τρεις μόνο μήνες (κατά τη γνώμη μου, το μέτρο θα αποσυρθεί νωρίτερα), διότι γνωρίζει ότι, μεσομακροπρόθεσμα, το πλαφόν κάνει κακό στην αγορά.

Δείτε γιατί:

Όταν το κράτος ορίζει μια τιμή χαμηλότερη από την τιμή ισορροπίας της αγοράς, οι καταναλωτές θέλουν να αγοράσουν περισσότερα (γιατί είναι φθηνότερα), και οι παραγωγοί θέλουν να πουλήσουν λιγότερα (γιατί δεν τους συμφέρει).

Αποτέλεσμα:

Πιθανή έλλειψη προϊόντων.

Επιπλέον, αν οι επιχειρήσεις δεν μπορούν να πουλήσουν σε τιμή, που καλύπτει τα κόστη τους, πλέον της μείωσης της παραγωγής, επενδύουν λιγότερο, μειώνοντας μακροπρόθεσμα την προσφορά.

Τέλος, αν μια εταιρεία δεν μπορεί να αυξήσει την τιμή, μειώνει το κόστος, χρησιμοποιεί φθηνότερα υλικά και μειώνει υπηρεσίες. Δηλαδή, η ποιότητα του παραγόμενου προϊόντος υποχωρεί σημαντικά. Συνεπώς, πλαφόν ναι, αλλά απόσυρση του μέτρου το συντομότερο δυνατό. Με το που τελειώσει, δηλαδή, η όποια αναταραχή στην παγκόσμια αγορά.

Τόσο απλά.

Νεκτάριος Β. Νώτης

nectarios@notice.gr