

Για τη Σαρακοστή
απορροφούμε
τον ~~ΦΠΑ~~



σε επιλεγμένα
κατ. λαχανικά
και ρύζια

-13%



Ανακαλύψέ τα
όλα εδώ



Γιατί αξίζει.



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 18 ΜΑΡΤΙΟΥ 2026
ΤΕΥΧΟΣ 2292



• UNILEVER

Μετά το παγωτό έρχεται απόσχιση και στα τρόφιμα;
- Οι επιλογές που εξετάζει



• ΑΠΟΣΙΣ

Στο +15% στο δίμηνο, τρέχουν επενδύσεις €5,2 εκατ.
- Τα νέα προϊόντα και οι ευκαιρίες στο εξωτερικό



• WIKIFARMER

Αντλεί €7,1 εκατ. σε νέο γύρο χρηματοδότησης
με επικεφαλής τις Brighteye Ventures και Πειραιώς



• ΚΛΑΔΟΣ ΤΡΟΦΙΜΩΝ & ΠΟΤΩΝ

Έντονη κινητικότητα και φέτος – Περισσότερα μικρά
deals από private equity και ηγέτες των κλάδων

Editorial

Μπερδεμένοι στη μετάφραση της Τεχνητής
Νοημοσύνης

Debrief

Μακάρι να έχει άδικο

Business Maker

- Τί συνδέει την Coca Cola HBC με τους Obradovic και Sanchez (MIT)
- Το πλαφόν, τα κεφτεδάκια του... ΙΚΕΑ και η διαφορά με το 2022

SecretRecipe

Ο πόλεμος στην Μέση Ανατολή και τα ψάρια... Τουρκίας

Business Insight

Οι κερδισμένοι της αλλαγής επενδυτικής στρατηγικής λόγω Περσικού

• ΜΙΧΑΗΛ ΑΡΑΜΠΑΤΖΗΣ Α.Β.Ε.Ε ΔΥΝΑΜΙΚΗ ΠΑΡΟΥΣΙΑ ΣΤΗΝ FOODEXPO

Η Μιχαήλ Αραμπατζής Α.Β.Ε.Ε. και φέτος έδωσε δυναμικό "παρών" στην Foodexpo, την κορυφαία έκθεση τροφίμων και ποτών στην Νοτιοανατολική Ευρώπη. Στο ανανεωμένο φιλόξενο περίπτερο της πραγματοποιήθηκαν σημαντικές συναντήσεις με αγοραστές.

ΔΥΝΑΜΙΚΗ ΕΞΕΛΙΞΗ ΤΩΝ ΠΡΟΪΟΝΤΙΚΩΝ ΚΑΤΗΓΟΡΙΩΝ

Στη φετινή Foodexpo η εταιρεία παρουσίασε ενισχυμένη ποικιλία προϊόντων, νέες καινοτόμες αλμυρές και γλυκές γεύσεις, υψηλής ποιότητας και προστιθέμενης αξίας.

Η διευρυμένη γκάμα προϊόντων που μετρά 700 κωδικούς ενισχύεται περαιτέρω με νέα πρωτοποριακά προϊόντα σε διάφορα σχήματα, μεγέθη, είδη ζυμών και αλμυρών και γλυκών γεμίσεων. Παρακολουθώντας τις τάσεις και τις διατροφικές απαιτήσεις των καταναλωτών που εξελίσσονται και διαθέτοντας υψηλό επίπεδο εξειδίκευσης και κορυφαία τεχνολογική υποδομή, η εταιρεία προσφέρει εξατομικευμένα προϊόντα όπως Vegan, Kosher, Halal.

Η προϊοντική σειρά των ατομικών ρολών ενισχύεται ιδιαίτερα δημιουργώντας είτε νέες γεύσεις εμπνευσμένες από παραδοσιακές ελληνικές συνταγές με εξαιρετικό παρθένο ελαιόλαδο και εκλεκτά υλικά Π.Ο.Π., είτε πρωτοποριακούς γευστικούς συνδυασμούς βασισμένους σε ευρηματικές συντα-

γές. Επιπλέον, παρουσιάστηκαν χωριάτικες πίτες, πιτάκια, croissant και brioche.

ΕΞΩΣΤΡΕΦΕΙΑ ΚΑΙ ΔΥΝΑΜΙΚΗ ΑΝΑΠΤΥΞΗ

Η Μιχαήλ Αραμπατζής Α.Β.Ε.Ε., μία από τις μεγαλύτερες βιομηχανίες καταψυγμένης ζύμης στην Ευρώπη και η #1 εταιρεία ελληνικών παραδοσιακών καταψυγμένων προϊόντων ζύμης παγκοσμίως, αποτελεί εδώ και πάνω από 50 χρόνια αξιόπιστο και στρατηγικό συνεργάτη για τον κλάδο των τροφίμων. Με διαχρονική επένδυση σε ποιότητα, καινοτομία και παραγωγική υπεροχή, η εταιρεία έχει χτίσει ένα ισχυρό και συνεχώς αναπτυσσόμενο διεθνές εμπορικό δίκτυο, με παρουσία σε πάνω από 40 χώρες και συνεργασίες με περισσότερους από 4.500 πελάτες παγκοσμίως. Από την ίδρυσή της, οδηγεί την εξέλιξη της αγοράς των καταψυγμένων προϊόντων ζύμης, συμβάλλοντας ενεργά στη διάδοση της ελληνικής γαστρονομικής παράδοσης και ενισχύοντας την εξαγωγική δυναμική της χώρας.

Με ήδη ισχυρό αποτύπωμα σε στρατηγικές διεθνείς αγορές, η εταιρεία **επιταχύνει τη στρατηγική εξωστρέφειά της**, επενδύοντας σε εμπορικές πρωτοβουλίες υψηλού δυναμικού. Η ενίσχυση της διεθνούς παρουσίας των brands **Elzymi** και **Χρυσή Ζύμη** στο κανάλι του Retail αποτελεί βασικό μοχλό ανάπτυξης. Παράλληλα, η εταιρεία επεκτείνει τη



διείσδυσή της μέσω **στοχευμένων private label συνεργασιών** με κορυφαίους λιανητές, ενώ ενισχύει τη θέση της στο **Food Service** με προϊόντα υψηλής προστιθέμενης αξίας, ενδυναμώνοντας την παρουσία των ελληνικών παραδοσιακών προϊόντων ζύμης σε καταναλωτές ανά τον κόσμο.

Με ένα διαφοροποιημένο και εμπορικά ευθυγραμμισμένο portfolio, ισχυρή αξία εταιρικού ονόματος και ανταγωνιστικό positioning, η εταιρεία στοχεύει σε **συνεχόμενους ρυθμούς ανάπτυξης και το 2026**, επιβεβαιώνοντας τη στρατηγική της εστίαση στις διεθνείς αγορές.

Σήμερα, οι εξαγωγές αντιπροσωπεύουν **πάνω από το 50% του συνολικού τζίρου**, εξέλιξη που καθιστά τη διεθνή αγορά έναν από τους βασικότερους πυλώνες ανάπτυξης της εταιρείας και ταυτόχρονα ενισχύει σημαντικά την εξωστρεφή πορεία και την οικονομική ανάπτυξη της Ελλάδας.



• ΕΥΡΩΠΑΪΚΗ ΕΝΩΣΗ
**ΝΕΟΙ ΚΑΝΟΝΙΣΜΟΙ ΓΙΑ ΤΑ ΦΥΤΙΚΑ
ΥΠΟΚΑΤΑΣΤΑΤΑ ΚΡΕΑΤΟΣ
- ΠΟΙΟΙ ΟΡΟΙ ΑΠΑΓΟΡΕΥΟΝΤΑΙ**

Μετά από εκτεταμένες διαβουλεύσεις μεταξύ του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου, του Συμβουλίου και της Κομισιόν, η Ευρωπαϊκή Ένωση κατέληξε σε συμφωνία για τη δημιουργία λίστας λέξεων που απαγορεύεται να χρησιμοποιούνται σε φυτικά υποκατάστατα κρέατος. Η συμφωνία, οριστικοποιήθηκε στις 5 Μαρτίου 2026, προβλέπει την απαγόρευση 31 όρων.

Η ΛΙΣΤΑ

Στη λίστα περιλαμβάνονται λέξεις που σχετίζονται με ζώα, όπως "κοτόπουλο", "βοδινό" και "χοιρινό", καθώς και όροι κοπής κρέατος όπως "στήθος", "μούτι" και "κοπανάκι". Όροι που χρησιμοποιούνται ευρέως από τους καταναλωτές, όπως "μπιφτέκι" ("burger"), "λουκάνικο" και "nuggets", παραμένουν επιτρεπτοί.

Η απαγόρευση επεκτείνεται προληπτικά και στα προϊόντα κυτταροκαλλιέργειας κρέατος, τα οποία δεν διατίθενται ακόμη στην αγορά της ΕΕ.

ΑΝΤΙΔΡΑΣΕΙΣ

Η απόφαση προκάλεσε ανησυχία στον συνασπισμό "No Confusion", με επικεφαλής την European Vegetarian Union και τον οργανισμό WePlanet, που εκπροσωπούν πάνω από 600 οργανισμούς, ΜΚΟ και εταιρείες τροφί-

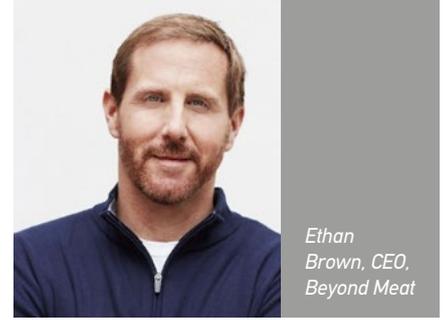
μων, συμπεριλαμβανομένης της HellasVeg. Η HellasVeg χαιρέτισε όμως τη διατήρηση όρων όπως "burger", "λουκάνικο" και "nuggets".

Ο Rafael Pinto, Senior Policy Manager της EVU, τόνισε ότι η απόφαση αντίκειται σε προτεραιότητες της ΕΕ όπως η ανταγωνιστικότητα, η καινοτομία και η επισιτιστική ασφάλεια, αν και εκτίμησε τη διατήρηση κοινά κατανοητών όρων. Ο Rob de Schutter της WePlanet υπογράμμισε ότι η συμφωνία δημιουργεί επιπλέον γραφειοκρατικά και εμπορικά εμπόδια χωρίς άμεση ωφέλεια για αγρότες ή καταναλωτές.

ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΕΣ ΕΠΙΠΤΩΣΕΙΣ

Μελέτες των Balpro και Systemiq εκτιμούν σημαντικό οικονομικό αντίκτυπο, με κόστος έως €250 εκατ. στην Γερμανία και έως €56 δισ. ετησίως σε όλη την ΕΕ έως το 2040. Επισημαίνεται η έλλειψη δημόσιας διαβούλευσης και αξιολόγησης των συνεπειών της νομοθεσίας.

Οι παραγωγοί θα έχουν τριετή προθεσμία για την εξάντληση αποθεμάτων και προσαρμογή στις νέες απαιτήσεις. Η HellasVeg θα συνεχίσει να παρακολουθεί τη διαδικασία και να απαιτεί πλήρη εκτίμηση των επιπτώσεων από την Επιτροπή, ώστε να γίνουν τυχόν διορθωτικές ενέργειες.



Ethan Brown, CEO, Beyond Meat

• **BEYOND MEAT**
ΕΣΟΔΑ ΚΑΤΩ ΤΩΝ ΠΡΟΣΔΟΚΙΩΝ ΚΑΙ ΚΑΘΥΣΤΕΡΗΣΗ ΣΤΗΝ ΥΠΟΒΟΛΗ ΤΗΣ ΕΤΗΣΙΑΣ ΕΚΘΕΣΗΣ

Η Beyond Meat ανακοίνωσε προκαταρκτικά έσοδα δ' τριμήνου χαμηλότερα από τις εκτιμήσεις της Wall Street και δήλωσε ότι θα καθυστερήσει την υποβολή της ετήσιας έκθεσης για το 2025, καθώς χρειάζεται περισσότερο χρόνο για να επανεξετάσει τα αποθέματά της, συμπεριλαμβανομένων προβλέψεων για πλεονάζον και παρωχημένο απόθεμα.

Ειδικότερα, ανακοίνωσε προκαταρκτικά έσοδα περίπου \$61 εκατ., ευθυγραμμισμένα με τις προηγούμενες εκτιμήσεις της, αλλά χαμηλότερα από τις προβλέψεις των αναλυτών που τοποθετούνταν στα \$62,6 εκατ., σύμφωνα με στοιχεία της LSEG.

Η εταιρεία παραγωγής φυτικών υποκατάστατων κρέατος αντιμετωπίζει εξασθένιση της ζήτησης, καθώς οι καταναλωτές που πλήττονται από τον πληθωρισμό περιορίζουν τις αγορές τους για τα ακριβότερα προϊόντα της και στρέφονται σε λιγότερο επεξεργασμένα τρόφιμα.

ΕΠΑΝΕΞΕΤΑΣΗ ΕΣΩΤΕΡΙΚΩΝ ΔΙΑΔΙΚΑΣΙΩΝ

Η εταιρεία αναμένει πλέον να καταθέσει την ετήσια έκθεσή της στην αμερικανική εμπορική αρχή κεφαλαιαγοράς έως τις 31 Μαρτίου. Παράλληλα, επανεξετάζει τις εσωτερικές διαδικασίες της και βρίσκεται στη διαδικασία εκπόνησης σχεδίου διορθωτικών ενεργειών.

Είχε επίσης καθυστερήσει κατά μία εβδομάδα τη δημοσίευση των αποτελεσμάτων δ' τριμήνου, καθώς χρειαζόταν περισσότερο χρόνο για να ποσοτικοποιήσει μια απομείωση αξίας που σχετίζεται με ορισμένα από τα περιουσιακά της στοιχεία.



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



**Αγαπητού
Μαρία**

Διευθύντρια Πιστοποίησης
Συστημάτων Διαχείρισης
& Προϊόντων,
TÜV AUSTRIA Hellas



**Βαπορίδης
Στέλιος**

Υπεύθυνος Ανάπτυξης
Αγροδιατροφικού
Τομέα,
TÜV AUSTRIA Hellas



**Αρης
Στέλιος**

CEO,
Food Standard



**Καλλιάς
Γιάννης**

Country Manager,
TÜV AUSTRIA in Greece



**Λεουτσάκου
Λίνα**

Sustainability & Public
Affairs Manager,
Αθηναϊκή Ζυθοποιία



**Ρεμπούτσικα
Γεωργία**

Διευθύνουσα
Σύμβουλος, ΕΟΠΠΕΠ



**Τακάς
Νικόλαος**

Managing Partner,
THERMI VC



**Τουραλιάς
Απόστολος**

Πρόεδρος, ΕΛΟΠΥ

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**

• ΑΡΟΣΙΣ

**ΣΤΟ +15% ΣΤΟ ΔΙΜΗΝΟ, ΤΡΕΧΟΥΝ ΕΠΕΝΔΥΣΕΙΣ €5,2 ΕΚΑΤ.
- ΤΑ ΝΕΑ ΠΡΟΪΟΝΤΑ ΚΑΙ ΟΙ ΕΥΚΑΙΡΙΕΣ ΣΤΟ ΕΞΩΤΕΡΙΚΟ**

Με ανάπτυξη 15% έτρεχε στο δίμηνο η Άροσις στην ελληνική αγορά, ενισχύοντας παράλληλα το προϊόντικό της χαρτοφυλάκιο και προγραμματίζοντας νέες επενδύσεις στις υποδομές της, έχοντας ολοκληρώσει και τυπικά την απορρόφηση της Voion Land Products, που εξαγόρασε τον περασμένο Μάρτιο.

Η ΕΞΑΓΟΡΑ ΤΗΣ VOION LAND PRODUCTS

Η ενσωμάτωση της Voion Land Products συνοδεύτηκε από ενοποίηση δικτύων και οργανωτικών δομών, δημιουργώντας κοινή εμπορική στρατηγική και κοινά κανάλια διανομής. Παράλληλα, η εξαγορά ενίσχυσε σημαντικά τη βάση συνεργαζόμενων καλλιεργητών, με την εταιρεία να συνεργάζεται πλέον με περισσότερους από 250 παραγωγούς οσπρίων. Ωστόσο, όπως αναφέρει στο FNB Daily ο Διευθύνων Σύμβουλος του ομίλου, Τρύφων Φωτιάδης, η ενοποίηση ήταν μια δύσκολη και εξαιρετικά απαιτητική διαδικασία.

Μετά και την ενσωμάτωση της Voion Land Products, ο συνολικός κύκλος εργασιών της Άροσις ενισχύθηκε σημαντικά, με την νέα εταιρεία να προσθέτει περίπου €1,5 εκατ. στον τζίρο για την χρήση του 2025.

Για το 2026 η διοίκηση θέτει ως στόχο ο ενοποιημένος κύκλος εργασιών να φτάσει τα €8,5 εκατ., ενώ παράλληλα επιδιώκεται περαιτέρω αύξηση του ποσοστού των εξαγωγών. Πέρυσι η ανάπτυξη της χρήσης συνολικά κυμάνθηκε στο 20%, με το EBITDA να κλείνει θετικά.

ΤΟ ΧΑΡΤΟΦΥΛΑΚΙΟ

Στο πλαίσιο της στρατηγικής διεύρυνσης του χαρτοφυλακίου της, η Άροσις παρουσιάζει ρυζογκοφρέτες με βάση τα όσπρια, προϊόντα που είναι σχεδιασμένα τόσο για τον επαγγελματία της εστίασης όσο και για το οργανωμένο λιανεμπόριο. Με τη νέα αυτή σειρά, η εταιρεία ενισχύει τη θέση της στον τομέα των λειτουργικών και υγιεινών επιλογών, ενώ παράλληλα προετοιμάζει την κυκλοφορία βιολογικών ρυζογκοφρετών αλλά και νέων συνταγών με βάση τα όσπρια, οι οποίες αναμένεται να παρουσιαστούν στην αγορά το β' τρίμηνο του 2026.

**ΕΜΦΑΣΗ ΣΤΗΝ ΑΜΕΡΙΚΗ,
ΕΥΚΑΙΡΙΕΣ ΣΤΗΝ Μ. ΒΡΕΤΑΝΙΑ**

Η εταιρεία, στην οποία τα τελευταία χρόνια έχει επενδύσει το SMERCMedium Cap, δι-



Τρυφών Φωτιάδης, Διευθύνων Σύμβουλος, Άροσις

ατηρεί έντονη εξαγωγική δραστηριότητα, με παρουσία σε περισσότερες από 18 χώρες. Οι εκτός Ελλάδος πωλήσεις αντιστοιχούν πλέον περίπου στο 20% του κύκλου εργασιών της εταιρείας, με βασικές αγορές τις Ηνωμένες Πολιτείες, τον Καναδά, την Γερμανία, όπου έχει τοποθετηθεί καλά και η Voion Land Products, αλλά και τις σκανδιναβικές χώρες με προϊόντα οσπρίων. Ιδιαίτερη έμφαση δίνεται στην ενίσχυση της παρουσίας στην Ευρώπη, ενώ σημαντική ανάπτυξη καταγράφεται και στην Βόρεια Αμερική.

Στην αγορά των Ηνωμένων Πολιτειών, η Άροσις έχει ήδη επιτύχει σημαντική διείσδυση, με τοποθέτηση προϊόντων της στην αλυσίδα The Fresh Market, μια premium αλυσίδα λιανικής με ισχυρή παρουσία στην Ανατολική Ακτή. Ωστόσο, το περιβάλλον που έχει δημιουργηθεί με τους δασμούς έχει προκαλέσει συγκράτηση στις πωλήσεις. Ο κ. Φωτιάδης δεν φαίνεται να ανησυχεί, λέγοντας ότι αυτό θα βελτιωθεί. Συμπληρώνει ότι νέες ευκαιρίες έχουν προκύψει και στην

αγορά της Βρετανίας.

Σύμφωνα με τον ίδιο η ενίσχυση της διεθνούς παρουσίας αποτελεί στρατηγικό στόχο της εταιρείας. "Θέλουμε να φτιάξουμε μια ομπρέλα προϊόντων, ώστε πέρα από το core business των προϊόντων μας να εντάξουμε και έτοιμα γεύματα σε βαζάκια που είχαμε παρουσιάσει σε προηγούμενες εκθέσεις", ανέφερε, και συμπλήρωσε ότι μέχρι στιγμής αυτά διατίθενται σε επιλεγμένους πελάτες αλλά δεν έχουν αναπτυχθεί πολύ.

ΕΠΕΝΔΥΣΕΙΣ

Μιλώντας για το επενδυτικό πλάνο, ανέφερε ότι είναι σε εξέλιξη το πρόγραμμα, προϋπολογισμού €5,2 εκατ., το οποίο αφορά την επέκταση του εργοστασίου της Καστοριάς και την προμήθεια νέου μηχανολογικού εξοπλισμού που αναμένεται ότι θα ολοκληρωθεί τέλος του έτους.

Στέλλα Αυγουστάκη
stella@notice.gr

• **PEPSICO**

ΜΕ ΤΟ GOOD WARRIOR ΣΤΟ PORTFOLIO, ΣΤΗ ΜΑΧΗ ΓΙΑ ΤΗΝ ΑΓΟΡΑ ΤΩΝ SNACK ΚΡΕΑΤΟΣ

Κάποτε απορρίπτονταν ως υπερβολικά επεξεργασμένα και πλούσια σε αλάτι, όμως τα meat sticks έχουν πλέον εξελιχθεί σε ένα από τα πιο καυτά segments στην αγορά των snack, χάρη στη φορητότητά τους και την υψηλή περιεκτικότητά τους σε πρωτεΐνη.

Η PepsiCo ανέφερε ότι το Good Warrior σχεδιάστηκε για να καλύψει την ισχυρή ζήτηση για πρωτεΐνη, καθώς το 86% των Αμερικανών επιδιώκει να αυξήσει την πρόσληψη του συγκεκριμένου θρεπτικού συστατικού στη διατροφή του, σύμφωνα με

μελέτη που πραγματοποιήθηκε για λογαριασμό της εταιρείας.

ΣΥΝΕΡΓΑΣΙΕΣ

Η PepsiCo συνεργάζεται εδώ και αρκετά χρόνια με την Jack Link's, με πιο πρόσφατη κίνηση την ανακοίνωση της κυκλοφορίας beef jerky και meat sticks με γεύση Doritos Nacho Cheese της Jack Link's. Ωστόσο, στέλεχος της PepsiCo δήλωσε στο Food Business News ότι, παρότι η συνεργασία είναι επιτυχημένη, οι καταναλωτές πλέον ενδιφέρονται περισσότερο για την ποιότητα και

τα premium συστατικά, με τη γεύση να περνά σε δεύτερη μοίρα. Εν μέσω επιβράδυνσης των πωλήσεων στα snack, η PepsiCo επενδύει στην καινοτομία υφιστάμενων brands, ενσωματώνοντας πρωτεΐνη και άλλα συστατικά που αναζητούν οι σύγχρονοι καταναλωτές. Το χαρτοφυλάκιο λειτουργικών τροφίμων της περιλαμβάνει προϊόντα όπως Doritos Protein, SunChips Fiber, SmartFood FiberPop και Quaker Protein.

ΔΙΨΗΦΙΑ ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΓΙΑ ΤΗΝ ΚΑΤΗΓΟΡΙΑ

Οι πωλήσεις αποξηραμένων snacks κρέατος το 2025, εξαιρουμένου του beef jerky, αυξήθηκαν 10,7% σε σύγκριση με το άμεσως προηγούμενο έτος, σύμφωνα με στοιχεία της Circana, φθάνοντας τα \$3,3 δισ. Από το 2020, η κατηγορία έχει προσθέσει σχεδόν \$1,2 δισ. σε πωλήσεις.

ΟΙ ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΤΕΣ

Το Good Warrior της PepsiCo θα βρεθεί αντιμετώπιση με μια μακρά λίστα καθιερωμένων προϊόντων, όπως το Slim Jim της Conagra Brands, αλλά και νεότερους παίκτες όπως οι Chomps, Jack Link's και Archer.



• **HERSHEY (ΗΠΑ)**

ΓΙΑΤΙ ΦΕΡΝΕΙ ΟΛΑ ΤΑ BRANDS ΚΑΤΩ ΑΠΟ ΜΙΑ ΕΝΙΑΙΑ ΔΟΜΗ

Η Hershey ανακοίνωσε ότι θα ενοποιήσει τις δραστηριότητές της στις ΗΠΑ, φέρνοντας τα χαρτοφυλάκια γλυκών, αλμυρών και πρωτεϊνούχων προϊόντων κάτω από μια ενιαία δομή, καθώς επιδιώκει να απλοποιήσει τις λειτουργίες της.

Άλλες μεγάλες εταιρείες τυποποιημένων τροφίμων, όπως η Nestlé και η Campbell's, έχουν επίσης προχωρήσει σε παρόμοιες κινήσεις εξορθολογισμού των δραστηριοτήτων τους.

ΟΙ ΠΡΟΚΛΗΣΕΙΣ

Η Hershey έχει βρεθεί αντιμετώπιση με αυξημένα κόστη, που συνδέονται με το κακάο και τη ζάχαρη, προχωρώντας σε επιλεκτικές αυξήσεις τιμών και αλλαγές στη συσκευασία, την ώρα που αντιμετωπίζει υπο-

τονική καταναλωτική δαπάνη για προϊόντα ζαχαροπλαστικής.

ΝΕΟ ΜΟΝΤΕΛΟ

Η εταιρεία ανέφερε ότι το νέο μοντέλο στοχεύει στην αξιοποίηση της εμπορικής ισχύος των brands ζαχαρωδών προϊόντων της, φέρνοντάς τα στο ίδιο επίπεδο με τις αλμυρές και πρωτεϊνούχες προτάσεις της. Με άμεση ισχύ, ο Πρόεδρος της Hershey στις ΗΠΑ, Andrew Archambault, αναλαμβάνει διευρυμένο ρόλο, επιβλέποντας το σύνολο του εγχώριου χαρτοφυλακίου, συμπεριλαμβανομένου του εμπορικού σχεδιασμού και των σχέσεων με πελάτες. Ο Nitin Jain εντάσσεται ως Επικεφαλής Στρατηγικής και Μετασχηματισμού (Chief Strategy and Transformation Officer) και



*Kirk Tanner,
President
and CEO,
Hershey*

θα αναφέρεται απευθείας στον CEO. Τον Αύγουστο του περασμένου έτους, ο πρώην επικεφαλής της Wendy's, Kirk Tanner, ανέλαβε τα νήια της Hershey, διαδεχόμενος την Michele Buck, η οποία διετέλεσε CEO για οκτώ χρόνια.

• **THE COCA-COLA COMPANY**
Η SPRITE ΕΠΙΣΤΡΕΦΕΙ ΣΤΟ NBA
ΩΣ ΕΠΙΣΗΜΟ ΠΑΓΚΟΣΜΙΟ ΑΝΑΨΥΚΤΙΚΟ

Νέα παγκόσμια εμπορική συνεργασία ανακοίνωσαν το NBA και η The Coca-Cola Company, επαναφέροντας την Sprite ως το επίσημο αναψυκτικό της λίγκας.

Η Sprite, θα λειτουργεί ως αποκλειστικός συνεργάτης του NBA για αναψυκτικά παγκοσμίως. Η The Coca-Cola Company συνεργάζεται με τη λίγκα από το 1986, και η Sprite έχει επηρεάσει την κουλτούρα του μπάσκετ μέσω αθλητισμού, μουσικής, μόδας και αυτοέκφρασης, όπως τόνισε η εταιρεία

Η συνεργασία περιλαμβάνει και τον MVP

του 2026 NBA All-Star, Anthony Edwards, που εκπροσωπεί μια νέα γενιά αστέρων με επιρροή πέρα από το παρκέ.

ΤΙ ΠΕΡΙΛΑΜΒΑΝΕΙ Η ΣΥΜΦΩΝΙΑ

Στο πλαίσιο της συμφωνίας, η Sprite θα δραστηριοποιείται σε όλα τα σημαντικά παγκόσμια events του NBA, περιλαμβάνοντας τα tentpole moments της λίγκας και διεθνείς εκδηλώσεις όπως τα NBA Global Games. Οι φίλαθλοι θα έχουν πρόσβαση σε immersive εμπειρίες, ειδικό περιεχόμενο στις πλατφόρμες του NBA και απο-



κλειστικές προωθητικές ενέργειες. Η συνεργασία περιλαμβάνει επίσης limited-edition κουτιά Sprite με co-branding με ομάδες του NBA και ολοκληρωμένες παγκόσμιες marketing campaigns, digital-first storytelling, προγράμματα λιανικής και εμπειρίες για τους φιλάθλους, συνδέοντας την ενέργεια του μπάσκετ με την απόλυτη δροσιά της Sprite.

• **WIKIFARMER**
ΑΝΤΛΕΙ €7,1 ΕΚΑΤ. ΣΕ ΝΕΟ ΓΥΡΟ ΧΡΗΜΑΤΟΔΟΤΗΣΗΣ
ΜΕ ΕΠΙΚΕΦΑΛΗΣ ΤΙΣ BRIGHTEYE VENTURES ΚΑΙ ΠΕΙΡΑΙΩΣ

Το Wikifarmer αντλεί \$7,7 εκατ. (€7,1 εκατ.) σε νέο γύρο χρηματοδότησης με επικεφαλής την Brighteye Ventures και την Πειραιώς, ενώ συμμετέχουν με follow-on επενδύσεις οι Point Nine Capital και Metavallon VC, ανεβάζοντας τα συνολικά κεφάλαια που έχει συγκεντρώσει η εταιρεία περίπου στα €18 εκατ.

Η ΕΠΕΝΔΥΣΗ

Η επένδυση εντάσσεται στο πλαίσιο της προσπάθειας για τον ψηφιακό μετασχηματισμό της παγκόσμιας αγροδιατροφικής αλυσίδας, μιας αγοράς άνω των \$8 τρις., η οποία παραμένει σε μεγάλο βαθμό μη ψηφιοποιημένη, καθώς λιγότερο από το 1% των B2B συναλλαγών πραγματοποιείται διαδικτυακά.

ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΗ ΣΥΝΕΡΓΑΣΙΑ ΓΙΑ ΤΗΝ FARMCLICK

Η συμμετοχή της Πειραιώς συνοδεύεται από στρατηγική συνεργασία με το Wikifarmer και τη δημιουργία της κοινοπραξίας FarmClick, μιας ψηφιακής αγοράς για αγροτικά εφόδια και συμβουλευτικές υπηρεσίες στην Ελλάδα. Στόχος είναι η παροχή σύγχρονων εργαλείων σε παραγωγούς και προμηθευτές, συνδυάζοντας τη χρηματοοικονομική τεχνογνωσία της τράπεζας με τις τεχνολογικές δυνατότητες της πλατφόρμας.

Η νέα χρηματοδότηση θα κατευθυνθεί στην



Από αριστερά: Ηλίας Σούσης Συνιδρυτής, CEO - Πέτρος Σάγκος, Συνιδρυτής, CCO, Wikifarmer

περαιτέρω ανάπτυξη εργαλείων AI, στην επέκταση των δικτύων προμήθειας σε Λατινική Αμερική και Αφρική και στην έναρξη λειτουργίας του FarmClick στην Ελλάδα εντός του 2026.

Το Wikifarmer, το οποίο ήδη συνδέει επιχει-

ρήσεις τροφίμων με παραγωγούς σε περισσότερες από 45 χώρες, αξιοποιεί τεχνολογίες Τεχνητής Νοημοσύνης για αυτοματοποίηση της εύρεσης τιμών, πρόβλεψη τάσεων αγοράς και άμεση διασύνδεση αγοραστών με πιστοποιημένους προμηθευτές.

• ΠΙΝΔΟΣ
**ΜΕ ΠΡΟΤΑΣΕΙΣ ΓΙΑ ΤΙΣ ΣΥΓΧΡΟΝΕΣ
ΑΝΑΓΚΕΣ ΣΤΗΝ FOOD EXPO 2026**

Ο Αγροτικός Πτηνοτροφικός Συνεταιρισμός Ιωαννίνων Πίνδος συμμετείχε στην FOOD EXPO 2026, παρουσιάζοντας προτάσεις κοτόπουλου που ανταποκρίνονται στις ανάγκες της σύγχρονης αγοράς και της επαγγελματικής εστίασης. Στο περίπτερό του, οι επισκέπτες είχαν την ευκαιρία να γνωρίσουν το χαρτοφυλάκιο προϊόντων του Συνεταιρισμού και να συμμετάσχουν σε γευστικές δοκιμές που ανέδειξαν την ποιότητα του ελληνικού κοτόπουλου.

Η παρουσία της Πίνδος εστίασε σε λύσεις για τη σύγχρονη κουζίνα, όπως κοτόπουλο ελεύθερης βοσκής, έτοιμες ψημένες επιλογές, μαριναρισμένα προϊόντα, γύρο κοτόπουλου και νέα συνταγή κοτόπιτας. Το ενδιαφέρον επαγγελματιών της αγοράς και επισκεπτών από το εξωτερικό επιβεβαίωσε τη δυναμική του Συνεταιρισμού και τις προοπτικές ανάπτυξής του, ενισχύοντας τον ρόλο του ως βασικού παίκτη στην ελληνική πτηνοτροφία.



• ΟΙΚΟΓΕΝΕΙΑ ΠΟΡΤΟΚΑΛΙΔΗ
ΝΕΑ ΧΩΡΙΑΤΙΚΗ ΦΥΛΛΩΤΗ ΚΟΤΟΠΙΤΑ

Η οικογένεια Πορτοκαλίδη λανσάρει νέα χωριάτικη φυλλωτή κοτόπιτα, διευρύνοντας τη σειρά των premium κατεψυγμένων πιτών της. Το προϊόν περιέχει 46% κοτόπουλο (ψητό και βραστό) και συνδυάζεται με πιπεριές, κεφαλοτύρι, gouda και μουστάρδα, ενώ το τραγανό χωριάτικο φύλλο προσφέρει χειροποίητη εμφάνιση και έντονη γευστική εμπειρία.

Η πίτα διατίθεται σε τετράγωνο σχήμα με τέσσερα προχαραγμένα κομμάτια για εύκολη διαχείριση και ομοιόμορφο ψήσιμο, αποδίδοντας τέσσερις μερίδες των 266 g και αποτελώντας πηγή πρωτεΐνης. Συσκευάζεται σε κιβώτια των έξι τεμαχίων με διάρκεια ζωής 18 μηνών, διευκολύνοντας την αποθήκευση και τον έλεγχο αποθεμάτων για τους επαγγελματίες.



• **OB STREEM GLOBAL SUPPLY
CHAIN SOLUTIONS
ΑΝΑΧΡΗΜΑ-
ΤΟΔΟΤΗΣΗ ΤΟΥ
ΥΦΙΣΤΑΜΕΝΟΥ
ΔΑΝΕΙΣΜΟΥ -
ΕΞΑΣΦΑΛΙΣΕ
ΚΕΦΑΛΑΙΑ €655,5
ΕΚΑΤ.**

Η OB Stroom Global Supply Chain Solutions προχώρησε σε αναχρηματοδότηση του υφιστάμενου δανεισμού της, εξασφαλίζοντας παράλληλα νέα κεφάλαια συνολικού ύψους έως €655,5 εκατ. μέσω κοινοπρακτικών ομολογιακών δανείων. Κύριος συντονιστής ανάδοχος και διαχειριστής των προγραμμάτων ήταν η Τράπεζα Πειραιώς, με τη συμμετοχή της Alpha Bank και της Εθνικής Τράπεζας ως αναδόχων.

Η χρηματοδότηση περιλαμβάνει αρχική εκταμίευση €260 εκατ. για την αναχρηματοδότηση υφιστάμενου δανεισμού, ενώ τα υπόλοιπα κεφάλαια προορίζονται για την υλοποίηση επενδύσεων του Ομίλου. Ειδικότερα, θα κατευθυνθούν στην ανάπτυξη νέων αποθηκευτικών εγκαταστάσεων και σε πιθανές εξαγορές στον κλάδο των logistics τόσο στην Ελλάδα όσο και στο εξωτερικό.

Σύμφωνα με τη διοίκηση της εταιρείας, η χρηματοδότηση αντανακλά την εμπιστοσύνη του εγχώριου τραπεζικού συστήματος στα αναπτυξιακά σχέδια της OB Stroom και ενισχύει τη χρηματοοικονομική της ευελιξία, υποστηρίζοντας τόσο την οργανική όσο και τη μη οργανική ανάπτυξη του Ομίλου τα επόμενα χρόνια.

• ΛΟΥΞ

ΑΝΟΙΓΜΑ ΣΤΑ MIXERS ME PINK GRAPEFRUIT & STRAWBERRY LIME

Άνοιγμα στα mixers επιχειρεί η Λουξ, λανσάροντας στην αγορά την νέα προϊόντική της κατηγορία που περιλαμβάνει δύο νέες γεύσεις. Η Chief Marketing Manager της εταιρείας, Χρύσα Μαρλαφέκα, αναφέρει στο FNB Daily ότι επιδίωξη της Λουξ είναι να αξιοποιήσει την πολυετή εμπειρία της στον κλάδο των αναψυκτικών.

Η υφιστάμενη σειρά προϊόντων της εταιρείας είναι στενά συνδεδεμένη με την κατηγορία των κλασικών αναψυκτικών, γεγονός που περιορίζει τις δυνατότητες σημαντικών παρεμβάσεων σε επίπεδο brand.

ΝΕΕΣ ΓΕΥΣΕΙΣ & ΝΕΑ ΣΥΣΚΕΥΑΣΙΑ ΣΤΟ TONIC

Ωστόσο, παρακολουθώντας τις διεθνείς τάσεις της αγοράς εντόπισε τη δυναμική ανάπτυξη που παρουσιάζουν οι κατηγορίες των mixers και των pink γεύσεων. Στο πλαίσιο αυτό επέλεξε να κινηθεί προς μια κατεύθυνση διαφοροποίησης, στοιχείο που όπως λέει η κα. Μαρλαφέκα, διαχρονικά χαρακτηρίζει τη φιλοσοφία της.

Μετά από σειρά δοκιμών και ανάπτυξης νέων συνταγών, η εταιρεία δημιούργησε δύο νέες γεύσεις:

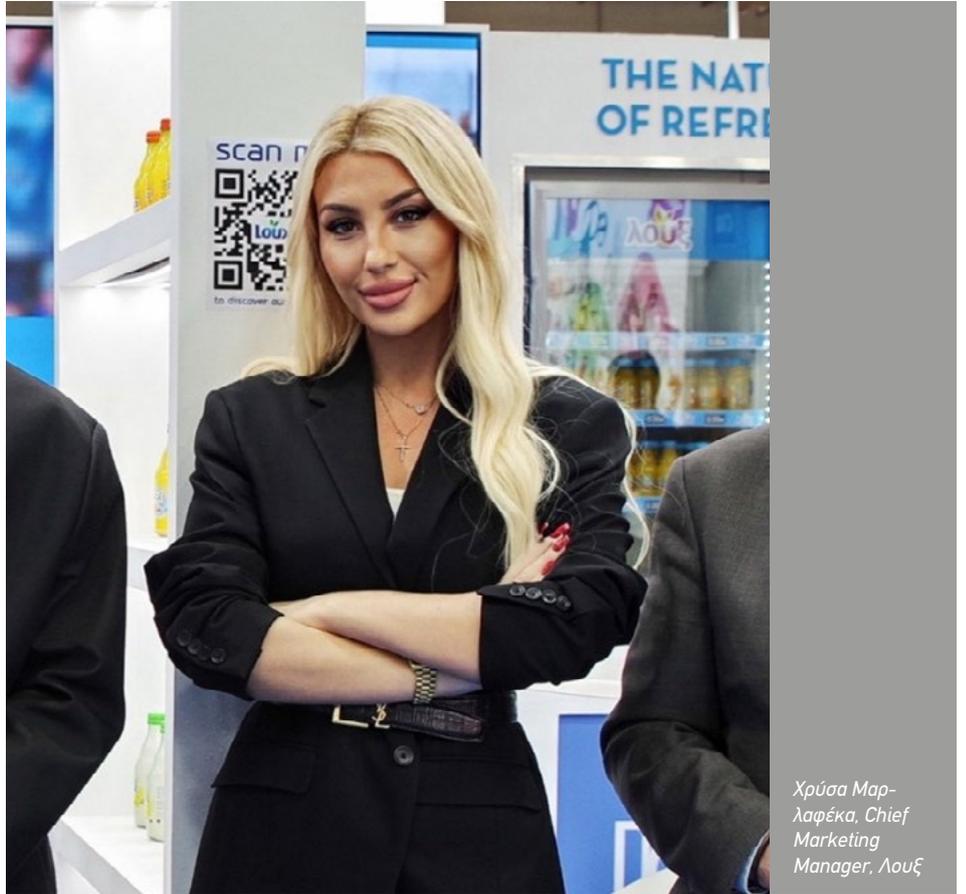
- το pink grapefruit – μια πρώτη γεύση για την Λουξ
- το strawberry lime, ένας συνδυασμός που δεν υπήρχε έως σήμερα στο χαρτοφυλάκιό της αλλά και στην αγορά γενικότερα

Παράλληλα, στην ίδια γυάλινη φιάλη πρόκειται να κυκλοφορήσει και tonic water, που μέχρι στιγμής κυκλοφορεί στην κλασική pet συσκευασία της Λουξ.

Μάλιστα ήδη βρίσκονται υπό ανάπτυξη και νέες γεύσεις που θα εμπλουτίσουν τη σειρά. Στόχος της εταιρείας είναι η νέα σειρά να καλύψει όσο το δυνατόν περισσότερες σύγχρονες καταναλωτικές ανάγκες, τόσο σε επίπεδο γευστικής εμπειρίας όσο και αισθητικής παρουσίασης του προϊόντος.

ΕΠΕΝΔΥΣΕΙΣ

Σε παραγωγικό επίπεδο δεν απαιτήθηκαν νέες επενδύσεις, καθώς τα προϊόντα εντάχθηκαν στην ήδη υπάρχουσα γραμμή παραγωγής, η οποία διέθετε τη δυνατότητα να υποστηρίζει τη συγκεκριμένη κατηγορία. Αντίθετα, επενδύσεις πραγματοποιήθηκαν στο σκέλος της προώθησης και του marketing, προκειμένου να υποστηριχθεί η είσοδος της νέας σειράς στην αγορά.



Χρύσα Μαρλαφέκα, Chief Marketing Manager, Λουξ



ΕΜΦΑΣΗ ΣΤΟ HORECA

Η στρατηγική διάθεσης των νέων προϊόντων εστιάζει κυρίως στο κανάλι της εστίασης και συγκεκριμένα στον κλάδο HoReCa. Λόγω της επιλογής της γυάλινης συσκευασίας, η

είσοδος στα μεγάλα δίκτυα λιανικής είναι πιο απαιτητική, ωστόσο η εταιρεία σκοπεύει να ξεκινήσει την παρουσία τους από το cash & carry και τη μικρή λιανική, με βασικό στόχο την Εστίαση.

Η φιλοσοφία της σειράς βασίζεται στον συνδυασμό των προϊόντων με αλκοολούχα ποτά, ώστε να αξιοποιηθούν ως mixers. Για τον λόγο αυτό, η εταιρεία συνεργάστηκε με εξειδικευμένο bartender, ο οποίος έχει δημιουργήσει συγκεκριμένες συνταγές cocktails που θα παρουσιαστούν σε μπαρ και επαγγελματίες του χώρου, με στόχο να αναδειχθούν οι δυνατότητες των νέων προϊόντων.

ΕΝΙΣΧΥΣΗ ΕΞΑΓΩΓΩΝ

Παράλληλα, η νέα σειρά αναμένεται να ενισχύσει και το διεθνές δίκτυο της εταιρείας. Υπενθυμίζεται ότι η Λουξ εξαγει ήδη τα προϊόντα της σε 27 χώρες και σχεδιάζει να προωθήσει και τα νέα αυτά προϊόντα στις αγορές του εξωτερικού, αξιοποιώντας τις υφιστάμενες συνεργασίες της.

Στέλλα Αυγουστάκη
stella@notice.gr



• TÜV AUSTRIA ΣΥΜΜΕΤΕΙΧΕ ΣΤΗΝ ΕΚΘΕΣΗ AGROTICA 2026

Η TÜV AUSTRIA στην Ελλάδα συμμετείχε στην έκθεση Agrotica 2026, τη μεγαλύτερη διοργάνωση για τον πρωτογενή τομέα στη χώρα.

Κατά τη διάρκεια της έκθεσης, πλήθος επαγγελματιών, πελατών και συνεργατών επισκέφθηκε το περίπτερο της εταιρείας, ενημερώθηκε για το διευρυμένο χαρτοφυλάκιο υπηρεσιών της στον πρωτογενή τομέα και συζήτησε με τα στελέχη της τις σύγχρονες προκλήσεις και προοπτικές της αγροδιατροφικής παραγωγής.

Παράλληλα, η εταιρεία συμμετείχε σε workshop της Agrenda με θέμα την ψηφιακή μετάβαση στον αγροτικό τομέα, όπου αναδεί-

χθηκε η σημασία των ψηφιακών εργαλείων για την οικονομική λειτουργία και τη βιώσιμη ανάπτυξη της αγροτικής παραγωγής.

ΣΥΣΤΗΜΑΤΑ ΠΙΣΤΟΠΟΙΗΣΗΣ & ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗΣ

Στην ενότητα που αφορούσε το χρηματιστήριο ρύπων, τις πιστοποιήσεις και την ικνηλασιμότητα στην αλυσίδα αξίας, ο Στέλιος Βαπορίδης, Project Development Manager in the Agrifood Sector στην TÜV AUSTRIA Hellas, παρουσίασε τον ρόλο των συστημάτων πιστοποίησης και αξιολόγησης στην ενίσχυση της διαφάνειας, της ποιότητας και της ανταγωνιστικότητας της αγροδιατροφικής παραγωγής.

• HELL ENERGY ΕΠΕΤΕΙΑΚΗ LIMITED-EDITION ΣΥΣΚΕΥΑΣΙΑ HELL 20Y EDITION

Η Hell Energy λανσάρει την επετειακή limited-edition συσκευασία "Hell 20Y Edition" για τον εορτασμό των 20 χρόνων λειτουργίας της.

Η συλλεκτική έκδοση δημιουργήθηκε σε συνεργασία με τον Michele Morrone και θα κυκλοφορήσει τον Μάρτιο του 2026 για περιορισμένο χρονικό διάστημα.

Η σχεδίαση, με χρυσές λεπτομέρειες, μαύρο καπάκι και το στοιχείο "20 Years", αποτυπώνει τον επετειακό χαρακτήρα του προϊόντος και συνδέεται με τη νέα καμπάνια Hell City, η οποία παρουσιάζει το brand μέσα από έναν κινηματογραφικό κόσμο. Σύμφωνα με τη Adrienn Popovics, η επείτιος σηματοδοτεί την έναρξη ενός νέου κε-



φαλαίου για την εταιρεία, η οποία σήμερα διαθέτει παρουσία σε περισσότερες από 60 χώρες.

• ΙΟΝΙΚΙ ΣΥΜΜΕΤΕΙΧΕ ΣΤΗΝ FOOD EXPO 2026

Η Ioniki συμμετείχε στην FOOD EXPO 2026, η οποία πραγματοποιήθηκε από τις 14 έως τις 16 Μαρτίου στο Metropolitan Expo, σηματοδοτώντας παράλληλα τη συμπλήρωση 35 ετών συνεχούς παρουσίας στον χώρο της ζύμης. Στο επίκεντρο της παρουσίας της βρέθηκαν τα νέα προϊόντα Milk Bread και Soft Buns, που ξεχωρίζουν για την αφράτη υφή και την ευελιξία εφαρμογών τους στη σύγχρονη γαστρονομία, τόσο στη Ho.Re.Ca. όσο και στο λιανεμπόριο.

ΝΕΕΣ ΑΘΗΝΑΪΚΕΣ ΣΦΟΛΙΑΤΕΣ

Παράλληλα, παρουσίασε τις νέες Αθηναϊκές Σφολιάτες, οι οποίες συνδυάζουν γαλλική τεχνική με ελληνική γευστική ταυτότητα, καθώς και τα νέα Rolls ως πρόταση γλυκού bakery για καθημερινή κατανάλωση. Η παρουσίαση συμπληρώθηκε από επιλεγμένους κωδικούς Bagels και Flatbreads μέσα από σύγχρονες προτάσεις σερβιρίσματος, αναδεικνύοντας το εύρος της προϊοντικής της γκάμας.

ΕΠΕΤΕΙΑΚΟ ΠΕΡΙΠΤΕΡΟ

Το επετειακό διαμορφωμένο περίπτερο της εταιρείας προσέλκυσε σημαντικό ενδιαφέρον από επαγγελματίες του κλάδου και φιλοξένησε συναντήσεις με συνεργάτες από την Ελλάδα και το εξωτερικό.



• ΚΛΑΔΟΣ ΤΡΟΦΙΜΩΝ & ΠΟΤΩΝ

ΕΝΤΟΝΗ ΚΙΝΗΤΙΚΟΤΗΤΑ ΚΑΙ ΦΕΤΟΣ – ΠΕΡΙΣΣΟΤΕΡΑ ΜΙΚΡΑ DEALS ΑΠΟ PRIVATE EQUITY ΚΑΙ ΗΓΕΤΕΣ ΤΩΝ ΚΛΑΔΩΝ

Ο κλάδος των Τροφίμων-Ποτών αναμένεται να κυριαρχήσει και φέτος στο επίπεδο των deals, όπως καταγράφηκε χθες σε παρουσίαση της PwC Ελλάδος. Ειδικότερα αναμένεται και φέτος μεγάλη κινητικότητα, με τις μικρότερες συναλλαγές να κυριαρχούν, στην κατεύθυνση ενίσχυσης της περαιτέρω συγκέντρωσης στους επιμέρους τομείς. Στο πλαίσιο αυτό, έντονο παραμένει το ενδιαφέρον των private equity, τα οποία εστιάζουν κυρίως σε μικρά ticks, της τάξης των €20-€30 εκατ., ενώ και οι μεγάλοι παίκτες των επιμέρους κλάδων επιδιώκουν την απόκτηση μικρότερων εταιρειών, σε έναν στόχο να αναδειχθούν "εθνικοί πρωταθλητές".

ΟΙ ΠΡΩΤΕΣ ΚΙΝΗΣΕΙΣ ΤΟΥ 2025

Η Coca-Cola HBC AG αναμένεται να αποκτήσει ποσοστό 75% της Coca-Cola Beverages



Africa Pty Ltd από τις The Coca-Cola Company και Gutsche Family Investments, σε μία από τις μεγαλύτερες διεθνείς συναλλαγές του κλάδου, αξίας €2,236 δισ. Στον χώρο των έτοιμων γευμάτων, η Ambrosia τον Φεβρουάριο του 2026, ολοκλήρωσε την εξαγορά του 70% της 3P Salads, ενώ το private equity fund EOS Capital Partners απέκτησε στις αρχές της χρονιάς

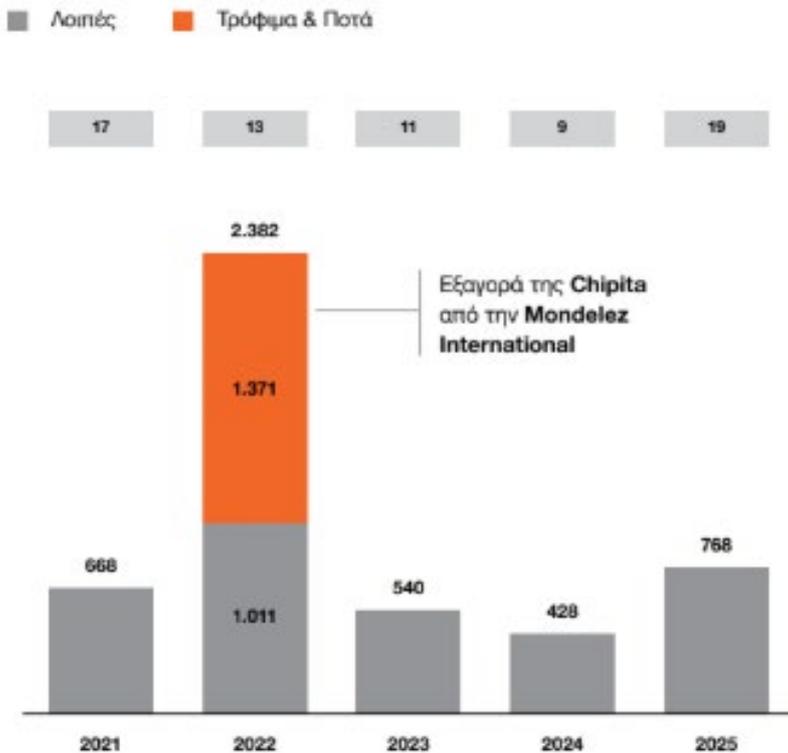
πλειοψηφικό ποσοστό στη Φάρμα Κουκάκη. Επίσης, η Anvamaγ βρίσκεται σε διαδικασία εξυγίανσης και αναδιάρθρωσης, χωρίς ακόμα να έχει οριστικοποιηθεί ο αγοραστής.

ΤΑ ΣΗΜΑΝΤΙΚΟΤΕΡΑ DEALS ΤΟΥ 2025

Αναφορικά με το 2025, αποτέλεσε μία από τις πιο ενεργές χρονιές της τελευταίας πενταετίας για τον κλάδο. Συνολικά πραγματοποιήθηκαν 19 συναλλαγές αξίας €768 εκατ., με το 42% της αξίας τους να προέρχεται από Private Equity. Αθροιστικά οι συναλλαγές Private Equity ανέρχονται στο 16% της συνολικής αξίας, έναντι ποσοστού 57% παγκοσμίως, γεγονός που σημαίνει πως υπάρχουν σημαντικά περιθώρια περαιτέρω ενίσχυσης τα επόμενα χρόνια στην εγχώρια αγορά.

Συναλλαγές στον κλάδο Τροφίμων & Ποτών

Αξία συναλλαγών* (€ εκ.)



Αριθμός συναλλαγών



Το AI και οι λύσεις αυτοματοποίησης έχουν ενσωματωθεί ευρέως στον κλάδο Τροφίμων & Ποτών, αναβαθμίζοντας κρίσιμες λειτουργίες από την παραγωγή έως τον ποιοτικό έλεγχο.



Το 42% της συνολικής αξίας συναλλαγών το 2025 προήλθε από Private Equity.

Στις σημαντικότερες εξαγορές του 2025 περιλαμβάνονται αυτές των:

- Μπάρμπα Στάθης από την Ideal Holdings
- Δωδώνη από τα Ελληνικά Γαλακτοκομεία

- Νίκας από την Υφαντής
- Σημαντικό επενδυτικό ενδιαφέρον παρατηρείται την τελευταία πενταετία στους υπο-κλάδους
- της αρτοποιίας

- των ποτών
- των γαλακτοκομικών

Μάκης Αποστόλου
makis@notice.gr

• ΨΑΡΟΥΔΑΚΗΣ CRETA ELEON
**ΔΙΨΗΦΙΑ ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΚΑΙ ΕΝΙΣΧΥΣΗ
ΠΑΡΟΥΣΙΑΣ ΣΤΙΣ ΗΠΑ ΤΟ 2025
- ΜΟΥΔΙΑΣΜΕΝΗ Η ΑΓΟΡΑ
ΕΛΑΙΟΛΑΔΟΥ ΦΕΤΟΣ**

Χρονιά διψήφιας ανάπτυξης ήταν το 2025 για την Ψαρουδάκης Creta Eleon, με τους πρώτους μήνες του 2026 ωστόσο να μην κινούνται στους ίδιους ρυθμούς.

Όπως εξηγεί στο Fnb Daily η Ελένη Αναγνωστάκη- Ψαρουδάκη, Αντιπρόεδρος της κρητικής εταιρείας εμπορίας και τυποποίησης ελαιόλαδου, το 2025 έκλεισε με άνοδο πωλήσεων άνω του 10% καθώς "πήραμε ώθηση από τις καλύτερες αγορές με τις οποίες δουλέψαμε".



DATA (σε €χιλ.)

Κύκλος Εργασιών

2024: 22.733

2023: 33.534

2022: 21/023

EBIT

2024: 3.109

2023: 1.543

2022: (826)

Αποτέλεσμα προ φόρων

2024: 3.033

2023: (1.743)

2022: (894)

Μια από αυτές είναι οι ΗΠΑ όπου τα τελευταία δύο χρόνια η Creta Eleon έχει ενισχύσει την παρουσία της, παράλληλα με την Ευρώπη και ιδίως την Γερμανία και την Γαλλία όπου δραστηριοποιείται εδώ και αρκετά χρόνια. Κατά διαστήματα γίνονται και κάποιες εξαγωγές σε χώρες της Αφρικής χωρίς πάντως να πρόκειται, μέχρι στιγμής τουλάχιστον, για σταθερές συνεργασίες. Σημειώνεται ότι, πέρα από το κομμάτι της τυποποίησης, στο οποίο εισήλθε το 2016, η εταιρεία κι κάνει εξαγωγές χύμα ελαιόλαδου σε ξένους αγοραστές.

**ΣΕ ΚΡΗΤΙΚΕΣ ΑΛΥΣΙΔΕΣ,
ΒΙΟΛΟΓΙΚΟ ΧΩΡΙΟ ΚΑΙ
ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΑ**

Σε κάθε περίπτωση, το μεγαλύτερο μέρος του τζίρου προέρχεται από πωλήσεις στο εξωτερικό ενώ στην ελληνική αγορά στο κανάλι του retail έχει παρουσία σε κρητικές αλυσίδες, όπως η ΣΥΝΚΑ και η Χαλκιάδακης ενώ στην Αττική βρίσκεται με το βιολογικό της ελαιόλαδο στα καταστήματα της Βιολο-

γικό Χωριό. Παράλληλα, διατηρεί σημαντικές συνεργασίες με μεγάλα ξενοδοχειακά συγκροτήματα της Κρήτης, κάποια εκ των οποίων ανήκουν σε ομίλους με μονάδες σε άλλα μέρη της χώρας στα οποία επίσης διαθέτει τα προϊόντα της.

Το 2026, σύμφωνα με την κ. Αναγνωστάκη-Ψαρουδάκη, έχει ξεκινήσει αρκετά μουδιασμένα: "Δεν υπάρχει ιδιαίτερο αγοραστικό ενδιαφέρον, κάτι που μας μεταφέρουν και οι συνεργάτες μας στο εξωτερικό. Προφανώς η ανασφάλεια που δημιουργούν οι γεωπολιτικές εξελίξεις και η αύξηση του κόστους διαβίωσης έχει επηρεάσει τον κόσμο", σημειώνει.

**ΠΡΟΣΘΗΚΗ ΠΓΕ ΧΑΝΙΩΝ
ΚΑΙ ΔΥΟ ΝΕΩΝ ΣΥΣΚΕΥΑΣΙΩΝ**

Η Creta Eleon διαθέτει παρθένο και έξτρα παρθένο ελαιόλαδο, συμβατικό και βιολογικό ενώ δουλεύει ΠΟΠ Κολυμπάρι, ΠΓΕ Χανίων και, εσχάτως, ΠΓΕ Κρήτης. Εντός του 2026 μάλιστα πρόσθεσε στη γκάμα δύο νέες συσκευασίες για τα premium ελαιόλαδά της.

ΕΠΕΝΔΥΣΕΙΣ €1 ΕΚΑΤ.

Στα τέλη της περασμένης χρονιάς η εταιρεία προχώρησε στην αγορά κι εγκατάσταση νέου εξοπλισμού τυποποίησης ενώ, παράλληλα, έχει καταρτίσει πλάνο για επέκταση των εγκαταστάσεών της καθώς κι επιπλέον παρεμβάσεις για ενίσχυση του εξαγωγικού της προσανατολισμού, με το συνολικό κόστος των παραπάνω επενδύσεων να ανέρχεται, σύμφωνα με την κ. Αναγνωστάκη- Ψαρουδάκη, σε €1 εκατ.

Γιάννης Τσατσάκης
yannis@notice.gr



**CHILLED
COFFEE**

STARBUCKS®

**PROTEIN
DRINK 20G**
HIGH IN PROTEIN
PROTEIN PER BOTTLE

WITH COFFEE

• **STARBUCKS
ΛΑΝΣΑΡΟΥΝ
ΣΤΗΝ ΕΛΛΗΝΙΚΗ
ΑΓΟΡΑ ΤΗ ΝΕΑ
ΣΕΙΡΑ STARBUCKS
PROTEIN DRINKS
WITH COFFEE**

Τα Starbucks RTD λανσάρουν στην ελληνική αγορά τη νέα σειρά Starbucks Protein Drinks with Coffee, εισερχόμενα στην αναπτυσσόμενη κατηγορία των ready-to-drink ροφημάτων που συνδυάζουν καφέ και πρωτεΐνη.

Η σειρά διατίθεται σε δύο γεύσεις, προσφέροντας 20g πρωτεΐνης ανά φιάλη 330ml, χωρίς προσθήκη ζάχαρης και με χαμηλά λιπαρά, συνδυάζοντας καφέ Arabica με πρωτεΐνη γάλακτος. Πρόκειται για τις γεύσεις:

- Caramel Hazelnut
- Caffè Latte

Το λανσάρισμα αποτελεί στρατηγική κίνηση που αξιοποιεί τη δυναμική των κατηγοριών RTD coffee και RTD protein, ανταποκρινόμενο στη ζήτηση για functional και πρακτικές επιλογές κατανάλωσης. Η σειρά έχει ήδη σημειώσει επιτυχία σε ευρωπαϊκές αγορές, ενώ στην Ελλάδα παράγεται και διανέμεται από την Arla Foods, ενισχύοντας τη θέση των Starbucks στον χώρο των ready-to-drink ροφημάτων.

• UNILEVER

ΜΕΤΑ ΤΟ ΠΑΓΩΤΟ ΕΡΧΕΤΑΙ ΑΠΟΣΧΙΣΗ ΚΑΙ ΣΤΑ ΤΡΟΦΙΜΑ; - ΟΙ ΕΠΙΛΟΓΕΣ ΠΟΥ ΕΞΕΤΑΖΕΙ

Στα αρχικά στάδια εξέτασης πιθανού διαχωρισμού των περιουσιακών στοιχείων τροφίμων της βρίσκεται η Unilever, καθώς αναζητά τρόπους για βελτιστοποίηση του εκτεταμένου χαρτοφυλακίου της, ανέφεραν άτομα με γνώση του θέματος, τα οποία επικαλείται το Bloomberg.

Η εταιρεία συζητά με συμβούλους, καθώς μελετά μελλοντικές επιλογές, συμπεριλαμβανομένου ενός πιθανού διαχωρισμού του μεγαλύτερου μέρους ή ολόκληρης της επιχείρησης τροφίμων, ανέφεραν οι ίδιες πηγές.

Σε αυτό το πλαίσιο βρίσκεται στα προκαταρκτικά στάδια αξιολόγησης πιθανοτήτων, όπως η απόσχιση της επιχείρησης στο σύνολό της ή η διατήρηση ορισμένων εμπορικών σημάτων με ταυτόχρονο διαχωρισμό των υπολοίπων, αν και ενδέχεται να μην επιδιώξει καμία συμφωνία πριν από το 2027, ανέφεραν ορισμένες από τις ίδιες πηγές.

Παράλληλα σημείωσαν ότι μια συναλλαγή αυτού του είδους πιθανότατα θα αποτιμούσε την επιχείρηση τροφίμων της Unilever σε δεκάδες δισεκατομμύρια δολάρια.

ΣΤΡΟΦΗ ΣΕ BEAUTY ΚΑΙ ΕΥΕΞΙΑ

Σε κάθε περίπτωση η εταιρεία δεν έχει λάβει τελικές αποφάσεις και θα μπορούσε να επιλέξει να διατηρήσει την τρέχουσα δομή της

ή να επιδιώξει άλλες εναλλακτικές λύσεις, ανέφεραν οι ίδιες πηγές, προσθέτοντας ότι τα assets τροφίμων της Unilever θα μπορούσαν να προσελκύσουν ενδιαφέρον από πιθανούς αγοραστές. Πάντως εκπρόσωπος της Unilever αρνήθηκε να σχολιάσει.

Υπό τον Διευθύνοντα Σύμβουλο, Fernando Fernandez, η Unilever συνέχισε τη στροφή για τη μετατροπή της από έναν όμιλο τροφίμων, σε όμιλο που επικεντρώνεται στην ομορφιά, την προσωπική φροντίδα και την ευεξία. Υπενθυμίζεται ότι πέρυσι, προχώρησε σε spin off του κλάδου παγωτού, στην Magnum Ice Cream Co., διατηρώντας μερίδιο σχεδόν 20%, που θα πουλήσει τα επόμενα χρόνια.

ΤΙ ΕΙΧΕ ΠΕΙ Ο CEO

Την τελευταία δεκαετία η Unilever έχει πουλήσει περιουσιακά στοιχεία τροφίμων, συμπεριλαμβανομένου του παγκόσμιου τμήματος αλειμμάτων, το οποίο περιλάμβανε το I Can't Believe It's Not Butter!, και πιο πρόσφατα την μάρκα snack, Graze, καθώς και την The Vegetarian Butcher.

Οι Hellmann's και Knorr αντιπροσωπεύουν το 60% των πωλήσεων τροφίμων της Unilever, και ο Fernandez δήλωσε ότι το ποσοστό αυτό θα αυξηθεί στο 70% και 75%, αφού απαλλαγεί από τοπικές μάρκες.

Ο Διευθύνων Σύμβουλος δεν απέκλεισε την εκποίηση ολόκληρης της επιχείρησης τροφίμων όταν ρωτήθηκε σχετικά τον περασμένο Δεκέμβριο, αν και σημείωσε ότι η Unilever ξεπερνά σε απόδοση την υπόλοιπη βιομηχανία.

ΖΗΤΟΥΜΕΝΟ Η ΑΝΑΠΤΥΞΗ

Το ζήτημα που έχει να διαχειριστεί η Unilever, όπως και άλλες μεγάλες εταιρείες είναι ένα: πώς θα διατηρηθούν σε αναπτυξιακή τροχιά, τη στιγμή που οι καταναλωτές πιέζονται οικονομικά και κατά συνέπεια περιορίζουν τις δαπάνες τους, στρεφόμενη σε φθηνότερες επιλογές.

Παράλληλα, η αυξανόμενη δημοτικότητα των φαρμάκων για την απώλεια βάρους, GLP-1 αποτελεί απειλή, καθώς οι καταναλωτές τρώνε λιγότερο συνολικά ή επιλέγουν προϊόντα με λιγότερες θερμίδες.

Από την άλλη πλευρά, ο κλάδος ομορφιάς αποτελεί μια σημαντική αγορά με προοπτικές για τις πολυεθνικές, καθώς τόσο οι νεότεροι όσο και οι μεγαλύτεροι σε ηλικία καταναλωτές, αγοράζουν... τα πάντα, από προϊόντα περιποίησης δέρματος, έως αρώματα. Ο Fernandez, είχε δηλώσει στο παρελθόν ότι επικεντρώνεται σε μάρκες όπως το σαπούνι Dove και το Liquid IV, στο πλαίσιο του ευρύτερου σχεδίου ανάκαμψης της Unilever.



Fernando Fernandez, CEO, Unilever

• **COCA COLA ΤΡΙΑ ΕΨΙΛΟΝ**

ΠΑΡΕΔΩΣΕ ΣΤΟΝ ΔΗΜΟ ΑΙΓΙΑΛΕΙΑΣ ΕΡΓΟ ΑΝΑΒΑΘΜΙΣΗΣ ΤΟΥ ΔΙΚΤΥΟΥ ΥΔΡΕΥΣΗΣ ΣΤΟ ΑΙΓΙΟ

Η Coca-Cola Τρία Έψιλον παρέδωσε στον Δήμο Αιγιαλείας έργο αναβάθμισης του δικτύου ύδρευσης στο Αίγιο, με στόχο την προστασία των υδατικών πόρων και τη μείωση των απωλειών νερού. Το έργο, που υλοποιήθηκε σε συνεργασία με τη ΔΕΥΑ Αιγιαλείας και τον οργανισμό GWP-Med, περιλαμβάνει την αντικατάσταση παλαιών αγωγών με νέο δίκτυο μήκους 500 μέτρων και αναμένεται να εξοικονομεί περίπου 100 εκατ. λίτρα νερού ετησίως, ποσότητα που αντιστοιχεί στην ετήσια κατανάλωση περίπου 1.700 κατοίκων.

ΠΟΥ ΑΠΟΣΚΟΠΕΙ ΤΟ ΕΡΓΟ

Η παρέμβαση αποσκοπεί

- στον περιορισμό των διαρροών
- στη βελτίωση της διαχείρισης του υδροδοτικού δικτύου



- στη διασφάλιση σταθερής παροχής ποιοτικού νερού μειώνοντας παράλληλα τις συχνές διακοπές υδροδότησης. Εκπρόσωποι της τοπικής αυτοδιοίκησης, της εταιρείας και των συνεργαζόμενων φορέων υπογράμμισαν τη σημασία της συνεργασίας δημόσιου και ιδιωτικού τομέα για την υλοποίηση έργων με άμεσο όφελος για την τοπική κοινωνία.

ΤΟ ΕΥΡΥΤΕΡΟ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ

Η πρωτοβουλία εντάσσεται σε ένα ευρύτερο πρόγραμμα της εταιρείας για τη βιώσιμη διαχείριση των υδατικών πόρων, το οποίο υλοποιείται τα τελευταία 20 χρόνια μέσω έργων υποδομής, περιορισμού διαρροών και δράσεων ενίσχυσης της ανθεκτικότητας των τοπικών κοινωνιών απέναντι στις προκλήσεις της λειψυδρίας και της κλιματικής αλλαγής.

• Debrief •

ΜΑΚΑΡΙ ΝΑ ΕΧΕΙ ΑΔΙΚΟ

Δεν είναι λίγες οι φορές που άνθρωποι με ισχύ, πλούτο και άμεση πρόσβαση σε πληροφορία που οι κοινοί θνητοί δεν μπορούμε να δούμε ούτε με τηλεσκόπιο, πέφτουν πανηγυρικά έξω στις εκτιμήσεις τους. Σήμερα θα αναφερθούμε στην εκτίμηση του [Ray Dalio](#), που αλιεύσαμε σκρολάροντας στο X. Και θα ξεκαθαρίσουμε από την αρχή ότι ευχόμαστε ολόψυχα να έχει 100% άδικο. Ο Dalio, λοιπόν, κάνει λόγο για την “Τελική Μάχη” στα Στενά του Ορμούζ. Επειδή έχει τον όρο εντός εισαγωγικών, δεν είμαστε σίγουροι αν αναφέρεται σε μάχη με όπλα. Από την άλλη, και σε τί άλλο να αναφέρεται. Όπως και να ‘χει το σύνολο της ανάλυσής του, είναι τρομακτικό. Όχι ανησυχητικό, τρομακτικό.

Τί υποστηρίζει;

Πρώτον, αν το Ιράν διατηρήσει τον έλεγχο των ελέγχων των Στενών του Ορμούζ ή ακόμη και την εξουσία να διαπραγματευτεί, οι ΗΠΑ θα θεωρηθούν ηττημένες και το Ιράν νικητής.

Δεύτερον, αν το στενό του Ορμούζ αφηθεί στα χέρια των Ιρανών για να το χρησιμοποιήσουν ως όπλο και να απειλήσουν τους συμμάχους των Αμερικανών στον Κόλπο και την παγκόσμια οικονομία γενικότερα, όλοι θα είναι όμηροι της Τεχεράνης.

Τρίτον, ενώ γίνεται λόγος για τον τερματισμό αυτού του πολέμου μέσω συμφωνίας, όλοι γνωρίζουν ότι καμία συμφωνία δεν θα λύσει αυτόν τον πόλεμο, επειδή οι συμφωνίες είναι άχρηστες.

Τέταρτον, οι άμεσες και έμμεσες επιπτώσεις αυτής της “τελικής μάχης” θα επεκταθούν σε όλο τον κόσμο, επηρεάζοντας τις εμπορικές ροές, τις ροές κεφαλαίων και τις γεωπολιτικές εξελίξεις με την Κίνα, την Ρωσία, την Βόρεια Κορέα, την Κούβα, την Ουκρανία, την Ευρώπη, την Ινδία, την Ιαπωνία κ.λπ.

Πέμπτον, επειδή οι άνθρωποι, οι χώρες και οι χρηματοοικονομικές ροές συρρέουν γρήγορα και φυσικά γύρω από τον νικητή, εάν οι ΗΠΑ και ο Πρόεδρος Trump δεν αποκτήσουν τον έλεγχο της ροής στην κυκλοφορία μέσω του Ορμούζ, αυτό θα απειλήσει την αμερικανική ισχύ στον κόσμο και την υπάρχουσα παγκόσμια τάξη.

Έκτον, θα υπήρχε σημαντικός κίνδυνος η απώλεια του ελέγχου του Ορμούζ να είναι για τις ΗΠΑ ό,τι ήταν η κρίση της διώρυγας του Σουέζ για την Μεγάλη Βρετανία και ανάλογες ήττες για την Ολλανδική Αυτοκρατορία τον 18ο αιώνα και την Ισπανική Αυτοκρατορία τον 17ο αιώνα. “Το μοτίβο των γεγονότων που οδηγεί στην κατάρρευση των αυτοκρατοριών είναι σχεδόν πάντα το ίδιο”, λέει ο Dalio.

Εβδομον, το αποτέλεσμα για τον έλεγχο του Ορμούζ είναι υπαρξιακό για τους Ιρανοί ηγέτες καθώς και για το μεγαλύτερο και ισχυρότερο τμήμα του πληθυσμού του Ιράν.

Σύνοψη. Ο Dalio περιγράφει μια κατάσταση χωρίς μέση λύση. Από τη στιγμή που άνοιξε ο Ασκός του Αιόλου υπάρχει μόνος ένας δρόμος: “The winner takes it all”, γιατί σε διαφορετική περίπτωση “looses everything”. Και αυτό με τη σειρά του οδηγεί σε ένα πράγμα: αναπόφευκτη κλιμάκωση και από τις δύο πλευρές, γιατί κανένας και ποτέ δεν θέλησε να χάσει τα πάντα.

Για να ελαφρύνουμε, αν είναι εφικτό, αυτή την πραγματικά τρομακτική ανάλυση, να πούμε ότι... τέτοια πράγματα καλό είναι να μη συμβαίνουν. Αυτονόητο γιατί. Γι’ αυτό και ελπίζουμε ο Dalio να έχει πέσει ολοκληρωτικά έξω.

Για όσους ενδιαφέρονται πάντως, το σύνολο της ανάλυσής του Ray Dalio (μόλις 2.168 λέξεις) είναι διαθέσιμο [εδώ](#).

Γιάννης Παλιούρης
giannis@notice.gr

• ADUS

ΜΕ ΣΤΟΧΟ ΤΗΝ ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΤΩΝ BRANDS ΠΟΥ ΕΚΠΡΟΣΩΠΕΙ Η ΣΥΜΜΕΤΟΧΗ ΤΗΣ ΣΤΗΝ FOOD EXPO 2026

Στη Food Expo 2026 συμμετείχε η Adus, που πραγματοποιήθηκε από τις 14 έως τις 16 Μαρτίου.

Την εταιρεία εκπροσώπησαν οι Κώστας Καββαδίας και Βασίλης Ρούσσοσ, N.A.Ms & Business Development Associates, ενώ την παρουσίαση της στρατηγικής σημασίας της διοργάνωσης υπογράμμισαν οι Κωνσταντίνος Φρουζής, co-CEO, και Ανδρέας Σωτήρχος, Commercial Director της Adus.

Κατά τη διάρκεια της έκθεσης, τα στελέχη της



Adus ήρθαν σε επαφή με πλήθος εταιρειών και προϊόντων, καταγράφοντας τις τάσεις της αγοράς και τις νέες κατευθύνσεις ανά-

πτυξης των κατηγοριών. Παράλληλα, παρακολούθησαν το πάνελ του F&B Business Laboratory, όπου συζητήθηκαν ζητήματα στρατηγικής ανάπτυξης των brands και λειτουργίας του κλάδου σε ένα περιβάλλον με αυξημένες απαιτήσεις.

Η συμμετοχή της Adus στη Food Expo εντάσσεται σε μια συνολική στρατηγική συνεχούς παρακολούθησης των εξελίξεων της αγοράς, ενισχύοντας την ικανότητά της να παρέχει γνώση και πρακτική αξία στα brands που εκπροσωπεί.

Business Maker

ΤΙ ΣΥΝΔΕΕΙ ΤΗΝ COCA COLA HBC ΜΕ ΤΟΥΣ OBRADONIC ΚΑΙ SANCHEZ (MIT)

Μια ανάρτηση της Coca-Cola HBC στο LinkedIn έδωσε μια μικρή εικόνα από το ετήσιο Leadership Conference της εταιρείας που πραγματοποιήθηκε στο Βελιγράδι. Στη φωτογραφία που δημοσιεύτηκε διακρίνεται και ο CEO της εταιρείας, Goran Bogdanovic, σε μια συνάντηση που, σύμφωνα με ανθρώπους της αγοράς, είχε έντονο στρατηγικό χαρακτήρα για την επόμενη ημέρα του ομίλου. Το φετινό θέμα της συνάντησης ήταν "Ξεκλειδώνοντας τις δυνατότητές μας, κερδίζοντας μαζί" (Unlocking Potential, Winning Together), με την εταιρεία να δίνει έμφαση στη συνεργασία των ομάδων. Η διοίκη-

ση στάθηκε ιδιαίτερα στη σημασία της ενότητας του αποκαλούμενου και One Hellenic team. Στο επίκεντρο των συζητήσεων, όπως αναφέρεται στη σχετική ανάρτηση της εταιρείας, βρέθηκαν η ενίσχυση των ψηφιακών δυνατοτήτων, η καινοτομία και οι επενδύσεις στο ανθρώπινο δυναμικό. Στις εργασίες της συνάντησης συμμετείχαν επίσης στελέχη από συνεργαζόμενες εταιρείες όπως η The Coca-Cola Company, η Costa Coffee, η Monster Energy, η Caffè Vergnano 1882 και η Brown-Forman. Ιδιαίτερο ενδιαφέρον είχαν και οι προσκεκλημένοι ομιλητές, οι οποίοι μοιράστηκαν εμπειρίες για την ηγεσία, τη

δημιουργικότητα και τη διαχείριση ομάδων με υψηλή απόδοση. Ανάμεσά τους ήταν ο Abel Sanchez, διακεκριμένος ερευνητής του MIT που ειδικεύεται στο Internet of Things και στην AI, ο διεθνώς αναγνωρισμένος φωτογράφος και σκηνοθέτης Mattias Klum, αλλά και ο κορυφαίος ευρωπαίος προπονητής μπάσκετ Željko Obradović. Πίσω από τα στιγμιότυπα της διοργάνωσης, παράγοντες της αγοράς διαβάζουν και ένα πιο ουσιαστικό μήνυμα: οι ομάδες... φέρνουν τις επιτυχίες και γράφουν ιστορία... Κάτι που θα χρειαστεί η ελληνική πολυεθνική στο νέο μεγάλο στόιχημα που έχει να κερδίσει στην... Αφρική.

ΤΟ ΠΛΑΦΟΝ, ΤΑ ΚΕΦΤΕΔΑΚΙΑ ΤΟΥ... ΙΚΕΑ ΚΑΙ Η ΔΙΑΦΟΡΑ ΜΕ ΤΟ 2022

Πλαφόν... παντού, κατά το Πανούσιο άσμα "Κάγκελα παντού". Κάπως έτσι αντιμετωπίζουν αρκετοί στην αγορά τις προθέσεις της κυβέρνησης να επεκτείνει και σε άλλους τομείς το πλαφόν, όπως στα γεωργικά εφόδια, ως ανάχωμα στο κύμα ανατιμήσεων που φοβούνται πως θα φέρει ο πόλεμος στην Μέση Ανατολή, εάν φυσικά κρατήσει για πολύ ακόμη. Μάλιστα, για να δείξουν το εύρος της παρέμβασης στελέχη επιχειρήσεων στις κατ' ιδίαν συνομιλίες τους φέρνουν ως παράδειγμα τα... κεφτεδάκια του ΙΚΕΑ, όπου και εκεί λένε πως εφαρμόζεται το περιοριστικό μέτρο. Πάντως, σε γε-

νικές γραμμές μετά την... αρχική αμηχανία και τις έως αρνητικές αντιδράσεις, στην αγορά φαίνεται πως κερδίζει έδαφος μια πιο ψύχραιμη ανάγνωση του πλαφόν. Παράγοντες του οργανωμένου λιανεμπορίου τροφίμων σημειώνουν ότι "δεν υπάρχει καμία πραγματική ασάφεια στον τρόπο εφαρμογής του μέτρου", επισημαίνοντας πως η βασική αρχή είναι απλή: κάθε επιχείρηση οφείλει να διατηρήσει το περιθώριο κέρδους ανά προϊόν στο επίπεδο που είχε το 2025, χωρίς δυνατότητα αύξησης. Σύμφωνα με τις ίδιες πηγές, η ουσιαστική διαφορά σε σχέση με το προηγούμενο καθεστώς εί-

ναι η αυστηροποίηση: έχουν προστεθεί περισσότερες κατηγορίες προϊόντων και έχει καταργηθεί η μικρή ανοχή που υπήρχε για τεχνικές αποκλίσεις, όπως οι στρογγυλοποιήσεις. Κατά τα άλλα, "κανείς δεν χάνει επιπλέον κέρδη – απλώς αυξάνεται ο κίνδυνος προστίμων αν κάποιος ξεφύγει". Και αυτά τα πρόστιμα μόνο αμελτέα δεν είναι. Μπορούν να φτάσουν έως και τα €5 εκατ., ενώ το μέτρο καλύπτει όλη την αλυσίδα – από τη βιομηχανία μέχρι τα super market. Με άλλα λόγια, λένε παράγοντες της αγοράς, το μήνυμα δεν είναι λιγότερα κέρδη, αλλά πολύ μεγαλύτερη προσοχή.

Business Insight

ΟΙ ΚΕΡΔΙΣΜΕΝΟΙ ΤΗΣ ΑΛΛΑΓΗΣ ΕΠΕΝΔΥΤΙΚΗΣ ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΗΣ ΛΟΓΩ ΠΕΡΣΙΚΟΥ

Στην τελευταία έκθεση της η Morgan Stanley αναφερόταν στην αλλαγή επενδυτικής στρατηγικής που επιβάλλεται από τις εξελίξεις στον Περσικό. Βασικό μήνυμα των αναλυτών του οίκου πως, **οι διαχειριστές κεφαλαίων δεν απομακρύνονται από τον κίνδυνο, αλλά αλλάζουν θέσεις γύρω από αυτόν** και ότι από τον Covid-19 και μετά έχουν εξοικειωθεί με τη διαχείριση κινδύνου. Σε αυτή την λογική η **μεν JPMC αναθεωρεί το μοντέλο προσέγγισης (και) της ελληνικής αγοράς, η δε Eurobank Equities αναλύει τις συνέπειες της σύγκρουσης στην Μέση Ανατολή** και επαναπροσαρμόζει την στοχοθεσία της για την συνέχεια. Η δε διόρθωση του Χρηματιστηρίου Αθηνών στις 2.150-2.110 μονάδες (από την κορυφή των 2.407,09 μονάδων της 4ης Φεβρουαρίου) είναι συνέπεια περισσότερο απομόχλευσης θέσεων και πολύ λιγότερο θεμελιώδους επανατιμολόγησης. Κοινός παρονομαστής των αναλυτών η εκτίμηση ότι **οι επενδυτές δεν παραμένουν εκτός παιδιάς θεατές**, περιμένοντας να ολοκληρωθεί ο κύκλος της κρίσης, **αντιθέτως την διαχειρίζονται αναζητώντας εναλλακτικές τακτικές που θα τους αποφέρουν αποδόσεις**. Πράγματι, μία συνοπτική σύγκριση τριών βασικών κλάδων - πανευρωπαϊκά- μας δείχνει αφ' ενός ποιες είναι οι κυρίαρχες τάσεις, εν μέσω κρίσης, αφ' ετέρου την ροή του χρήματος.

Ειδικότερα, **για τον δείκτη EuroStoxx Banks** σύμφωνα και με την χθεσινή συνεδρίαση το ταμείο ήταν κατά 8,18% μείον, από την αρχή του 2026 ενώ στο ίδιο διάστημα ήταν θετικό 11,65% **για τον EuroStoxx Targeted Defence** και με άνοδο 27,52% **για τον EuroStoxx Oil & Gas**.

Πρακτικά, την περίοδο αρχών Ιανουαρίου μέχρι πριν την επίθεση ΗΠΑ-Ισραήλ στο Ιράν, **καταγράφεται μερική μετακύληση θέσεων κυρίως από τον τραπεζικό κλάδο (που είχε υπεραποδώσει το 2025) προς κλάδους βιομηχανίας- με κύριο αποδέκτη τον ευρύτερο εννοούμενο "αμυντικό/στρατιωτικό"**.

Στη συνέχεια, από την επομένη κιόλας της επέμβασης, ενεργοποιήθηκαν **διαδικασίες μεταφοράς κεφαλαίων προς τον ευρύτερο πετρελαϊκό κλάδο-διύλισης** με τις εισροές να επιταχύνονται παράλληλα με την άνοδο των τιμών πετρελαίου, αύξησης των περιθωρίων κέρδους στην διύλιση, με θεαματικό αποτέλεσμα στη διάρκεια κλιμάκωσης της σύρραξης. **Δεν είναι τυχαίο πως από τις αρχές Μαρτίου οι αποδόσεις για τους πετρελαϊκούς κολοσσούς του Τέξας και τις βιομηχανίες αμυντικού/οπλικού υλικού των ΗΠΑ είναι σε πολυετή ή και ιστορικά υψηλά, εγγράφοντας κέρδη κοντά στο \$1 τρισ. (συνολικά).**

Σημαντικό μέρος του χρήματος έρχεται και από την ελεγχόμενη διόρθωση/εξορθολογισμό θηριωδών αποτιμήσεων των AI giants, μετατόπιση κεφαλαίων προς το old economy/

industry, επιτυγχάνοντας παράλληλα την επαναδολαιοποίηση διεθνών περιουσιακών στοιχείων. Σε ευρωπαϊκό επίπεδο, μετοχές των **Total Energies, Siemens Energy, ENI, Repsol, Neste, OMV, Tenaris, Gaz Transport et Techigaz, e.t.c** είναι μεταξύ των κορυφαίων επιλογών των διαχειριστών, από τις αρχές Μαρτίου. Σε συγχρονισμό με την διεθνή/ πανευρωπαϊκή τάση οι εσπευσμένες εισροές σε μετοχές κυρίως των **Motor Oil, HelleniQ Energy και δευτερευόντως Coca Cola HBC, ΔΕΗ, Τιτάν, κ.α.** Σε νέα υψηλά των €38,98 η μετοχή της Motor Oil, με άνοδο 22,80% από την αρχή του έτους, και στα €10,20 της HelleniQ Energy με συν 21,77%, στο ίδιο διάστημα που ο Γενικός Δείκτης έχει ενισχυθεί 1,32% (από την αρχή του 2026).

Διαφορετικές οι περιπτώσεις των Coca Cola HBC στα €52,50 - λόγω προεξόφλησης προσδοκιών για πιο... ευέλικτο εμπόρευμα της Ευρώπης στην Ρωσία, ΔΕΗ στα €17,86 ευρώ- λόγω των μεγάλων επενδυτικών projects-, Τιτάν στα €45 - με γνώμονα την αύξηση της ζήτησης- Aegean στα €12,42 - λόγω της δεινότητας της διοίκησης σε θέματα διαχείρισης κινδύνου ([όπως ανέδειξε τελευταία το ΒnB](#)).

Αυτό είναι, λίγο ως πολύ, το αποτέλεσμα της προσπάθειας των fund managers να προσαρμοστούν στα δεδομένα της νέας κρίσης. Εντός παιδιάς και όχι σε ρόλο θεατή, όπως εσφαλμένα έχει θεωρούν αρκετοί στην αγορά.



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**

SECRETRECIPE

Ο πόλεμος στην Μέση Ανατολή και τα ψάρια... Τουρκίας

Ένας από τους κλάδους, που είναι ιδιαίτερα προβληματισμένος από τον πόλεμο στην Μέση Ανατολή, είναι αυτός της υδατοκαλλιέργειας. Οι λόγοι είναι δύο: Ο πρώτος αφορά το κόστος: Με βάση την εμπειρία του πολέμου στην Ουκρανία, τα κόστη από τις διαταραχές στην εφοδιαστική αλυσίδα ανέβηκαν κατά €1,5 με €2 το κιλό, δηλαδή κατά 20%. Ο δεύτερος αφορά το ποιος επηρεάζεται στις παραγγελίες: Μπορεί οι ελληνικές εταιρείες να μην έχουν άμεσο αντίκτυπο στις παραγγελίες τους, αφού δεν πουλάνε στην αραβική χερσόνησο, δεν ισχύει, όμως, το ίδιο για τις τούρκικες. Η μείωση των παραγγελιών από τις χώρες του Κόλπου μπορεί να έχει έμμεσες, αλλά σαφείς παρενέργειες στον ελληνικό κλάδο. Διότι αν αρχίσουν οι Τούρκοι να χάνουν παραγγελίες και τζίρο, θα στραφούν σε άλλες αγορές για να καλύψουν τις απώλειες. Και, για να είναι ανταγωνιστικοί, θα ρίξουν τις τιμές, χτυπώντας ευθέως το ελληνικό προϊόν. Για να δούμε...

SÒ POSH!

the trendletter

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

**Κάθε Σάββατο
στις 9.30**

ΤΟ ΕΒΔΟΜΑΔΙΑΙΟ NEWSLETTER

ΓΙΝΕ ΣΥΝΔΡΟΜΗΤΗΣ ΕΔΩ

Editorial

Μπερδεμένοι στη μετάφραση της Τεχνητής Νοημοσύνης

Είχα ετοιμάσει άλλο Editorial για σήμερα, αλλά παρακολουθώντας χθες το βράδυ την εκδήλωση της ΕΥ για τον Επιχειρηματία της Χρονιάς, στάθηκα σε ένα κομμάτι της ομιλίας του CEO της εταιρείας, Γιώργου Παπαδημητρίου, το οποίο και μεταφέρω αυτούσιο:

“Τι βλέπουμε σήμερα, κοιτώντας μπροστά, καθώς μπαίνουμε στον δεύτερο αιώνα παρουσίας μας στην ελληνική αγορά;

Προφανώς έναν κόσμο πιο αβέβαιο, πολυπολικό, με πιο έντονα συναλλακτικά χαρακτηριστικά.

Έναν κόσμο, στον οποίο, σταθερές δεκαετιών έχουν εξελιχθεί σε διαπραγματευτικούς μοχλούς πίεσης.

Ένα περιβάλλον με νέες πολεμικές συγκρούσεις – με τελευταία αυτή στην Μέση Ανατολή – με προκλήσεις στην ενεργειακή ασφάλεια, αλλά και νέες πληθωριστικές πιέσεις.

Έναν κόσμο, στον οποίο η τεχνολογία, και ιδιαίτερα η τεχνητή νοημοσύνη, τρέχει με αδιανόητες πλέον ταχύτητες.

Κάθε φορά που ταξιδεύω τα τελευταία χρόνια στην Δυτική Ακτή των Ηνωμένων Πολιτειών, όπου εδρεύουν οι περισσότερες μεγάλες εταιρείες τεχνολογίας, γυρίζω πίσω σχεδόν σαστισμένος...

Κάθε συζήτηση, με επιχειρηματίες, θεσμικούς επενδυτές και αναλυτές, είναι... σχεδόν σοκαριστική.

Για τον ρυθμό της προόδου της τεχνολογίας, για την ένταση της καινοτομίας, για την ταχύτητα με την οποία κεφάλαια επενδύονται γύρω από νέες καινοτόμες ιδέες.

Μπορούμε, ίσως, να καταλάβουμε το τι έρχεται σε δύο περίπου χρόνια, όταν, σύμφωνα με την εκτίμηση των περισσότερων επικεφαλής εταιρειών τεχνολογίας, η ΤΝ θα φτάσει σε επίπεδα γενικής νοημοσύνης.

Που, πρακτικά θα σημαίνει ότι η τεχνολογία θα μπορεί να σκέφτεται σε επίπεδα ευφυίας αντίστοιχα με έναν νομπελίστα, σε κάθε ένα είδος ειδικότητας. Και, μπορούμε να το καταλάβουμε, γιατί έχουμε ξαναδεί τι μπορεί να συνεισφέρει στην επιστημονική έρευνα, για παράδειγμα, ένα λαμπρό μυαλό.

Προφανώς, αδυνατούμε, ωστόσο, ακόμα και να καταλάβουμε τι θα σημαίνει κάποια χρόνια μετά, ένα επίπεδο ευφυΐας πολλαπλάσιο από αυτό, αφού ποτέ η ανθρωπότητα δεν το έχει συναντήσει μέχρι σήμερα...

Ο επικεφαλής της JPMorgan Chase, Jamie Dimon, είπε σε μια πρόσφατη συνέντευξή του κάτι πραγματικά εντυπωσιακό... το οποίο, δε σας κρύβω, με έκανε να νιώσω και, προσωπικά, λίγο καλύτερα: “Αν δεν είστε μπερδεμένοι με όλα αυτά που συμβαίνουν γύρω σας, μάλλον δεν καταλαβαίνετε τίποτε από το περιβάλλον στο οποίο επιχειρούμε...”

Τόσο απλά.

Νεκτάριος Β. Νώτης
nectarios@notice.gr