

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

ΤΡΙΤΗ 01 ΣΕΠΤΕΜΒΡΙΟΥ 2026
ΤΕΥΧΟΣ 2381



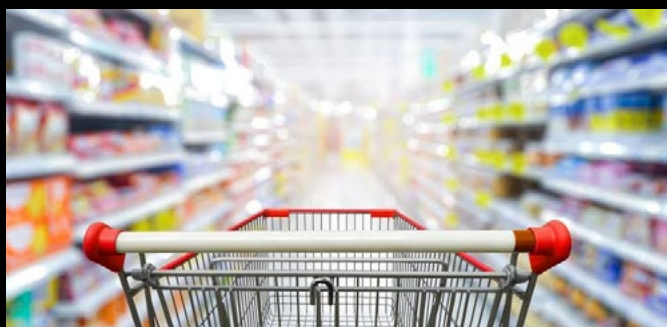
• ΕΛΛΗΝΙΚΑ ΟΙΝΟΠΟΙΕΙΑ

Repositioning και διεθνής ανάπτυξη στην ατζέντα του Βασίλη Ανδρικόπουλου - Βλέπει πωλήσεις €28 εκατ. φέτος



• FRIESLANDCAMPINA HELLAS-NOYNOY

Νέα επένδυση άνω των €10 εκατ. στην Πάτρα – Στόχος ο διπλασιασμός της παραγωγής γιαουρτιού



• SUPER MARKET

Στο ράφι οι μειώσεις τιμών: 1.740 κωδικοί από 100+ προμηθευτές - Τί λένε στο FnB Daily παράγοντες της αγοράς



• GREEN BEVERAGES GROUP

Τετραπλασίασε τον πήχη των πωλήσεων στην Ιαπωνία – Ο στόχος στην Σ. Αραβία και το στοίχημα της Ινδίας

Editorial

Μετά τον Αύγουστο...

Debrief

Rooms to let

Business Maker

- Το παζάρι για το νέο εργοστάσιο της Δωδώνης
- Η σκληρή αλήθεια για τις μειώσεις τιμών

SecretRecipe

Paliria: Νέος CEO και στο βάθος... IPO

Business Insight

Χρηματιστήριο: Η επόμενη ημέρα μετά το rebalancing, τα ορόσημα και ο στόχος του Σεπτεμβρίου

• ΥΠΑΑΤ

ΝΕΟ ΤΑΜΕΙΟ ΑΓΡΟΤΙΚΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑΣ - €160 ΕΚΑΤ. ΔΗΜΟΣΙΟΙ ΠΟΡΟΙ ΓΙΑ ΕΠΕΝΔΥΣΕΙΣ ΣΤΗΝ ΑΓΡΟΔΙΑΤΡΟΦΗ

Στην επόμενη φάση περνά η ενεργοποίηση του Ταμείου Αγροτικής Επιχειρηματικότητας, καθώς το Υπουργείο Αγροτικής Ανάπτυξης και Τροφίμων και η Ελληνική Αναπτυξιακή Τράπεζα (ΕΑΤ) προχώρησαν στην πρώτη πρόσκληση προς τα πιστωτικά ιδρύματα για τη συμμετοχή τους στο νέο πλαίσιο.

Το Ταμείο διαθέτει συνολικά €160 εκατ. δημόσιων πόρων από το Στρατηγικό Σχέδιο της ΚΑΠ 2023-2027, με τη μόχλευση των πόρων μέσω του τραπεζικού συστήματος να εκτιμάται ότι θα δημιουργήσει συνολικό χαρτοφυλάκιο δανείων περίπου €365 εκατ.

Μιλώντας στο FNB Daily, η Γενική Γραμματέας Ενωσιακών Πόρων και Υποδομών του Υπουργείου Αγροτικής Ανάπτυξης, Αργυρώ Ζέρβα, έδωσε το χρονοδιάγραμμα για την ενεργοποίηση των εργαλείων, σημειώνοντας ότι στόχος είναι το πρώτο χρηματοδοτικό εργαλείο να τρέξει εντός Οκτωβρίου.

ΤΟ ΠΡΩΤΟ ΤΑΜΕΙΟ

Η πρώτη πρόσκληση αφορά το Ταμείο Εγγυοδοσίας Αγροδιατροφικού Τομέα, το οποίο διαθέτει δημόσιους πόρους €80 εκατ. και αναμένεται να κινητοποιήσει δάνεια συνολικού ύψους €250 εκατ.

Το εργαλείο απευθύνεται στο σύνολο της αγροδιατροφικής αλυσίδας, από τον πρωτογενή τομέα έως τη μεταποίηση, και αφορά παραγωγούς και επιχειρήσεις ανεξαρτήτως μεγέθους, συμπεριλαμβανομένων νεοσύστατων επιχειρήσεων.

Προβλέπει:

- Επενδυτικά δάνεια από €25.000 έως €3,5 εκατ., με διάρκεια από 2 έως 15 έτη
- Δάνεια κεφαλαίου κίνησης από €25.000 έως €500.000, με διάρκεια από 2 έως 5 έτη
- Εγγύηση 70% σε κάθε δάνειο
- Επιδότηση επιτοκίου έως 4% για διάστημα έως τεσσάρων ετών
- Συμβουλευτική υποστήριξη έως €1.600, ανάλογα με το ύψος της χρηματοδότησης

Σε ό,τι αφορά το τελικό κόστος δανεισμού, η κ. Ζέρβα διευκρίνισε ότι η επιδότηση του επιτοκίου θα διαμορφωθεί με βάση την προσφορά κάθε τράπεζας. Όπως ανέφερε, το Δημόσιο θα καλύπτει έως 4 ποσοστιαίες μονάδες, ενώ έχει ζητηθεί από τα πιστωτικά ιδρύματα να προσφέρουν επιπλέον όφελος μέσω των επιτοκίων τους.

Παράλληλα, ιδιαίτερη σημασία δίνεται στις εξασφαλίσεις. Όπως σχολίασε η κ. Ζέρβα, για δάνεια έως €50.000 δεν απαιτούνται εμπράγματα εξασφαλίσεις, ενώ για ποσά άνω των €50.000



Αργυρώ Ζέρβα, Γενική Γραμματέας Ενωσιακών Πόρων και Υποδομών του Υπουργείου Αγροτικής Ανάπτυξης

οι απαιτήσεις για εξασφαλίσεις δεν μπορούν να υπερβαίνουν το 30% του δανείου. Η κ. Ζέρβα σημείωσε, πάντως, ότι με βάση την εμπειρία του προηγούμενου Προγράμματος Αγροτικής Ανάπτυξης, οι τράπεζες σε αρκετές περιπτώσεις ενδέχεται να μην ζητούν καν το συγκεκριμένο ποσοστό.

Όπως εξήγησε, η υψηλή εγγύηση που παρέχεται από το Ταμείο περιορίζει σημαντικά το ρίσκο που αναλαμβάνουν οι τράπεζες, δημιουργώντας τις προϋποθέσεις για ευκολότερη πρόσβαση των δικαιούχων στη χρηματοδότηση.

Ένα από τα βασικά νέα χαρακτηριστικά του εργαλείου είναι η δυνατότητα χρηματοδότησης κεφαλαίου κίνησης, πέρα από τις επενδυτικές δαπάνες.

Η Ελληνική Αναπτυξιακή Τράπεζα αναλαμβάνει τη διαχείριση του Ταμείου Εγγυοδοσίας Αγροδιατροφικού Τομέα, με την περίοδο επιλεξιμότητας να εκτείνεται έως τις 30 Σεπτεμβρίου 2029.

ΠΟΙΑ ΕΙΝΑΙ ΤΑ ΕΠΟΜΕΝΑ ΕΡΓΑΛΕΙΑ ΚΑΙ ΠΟΤΕ ΕΡΧΟΝΤΑΙ

Το Ταμείο Αγροτικής Επιχειρηματικότητας δεν περιορίζεται στο Ταμείο Εγγυοδοσίας, καθώς περιλαμβάνει ακόμη δύο χρηματοδοτικά εργαλεία.

Ταμείο Μικρών Δανείων Αγροτικής Επιχειρηματικότητας II

Το εργαλείο προβλέπει χαρτοφυλάκιο δανείων €95 εκατ. και αφορά επενδύσεις ή/και κεφάλαιο κίνησης.

- Δάνεια από €10.000 έως €50.000, διάρκειας 1 έως 8 ετών
- Το 50% του δανείου είναι άτοκο
- Για το υπόλοιπο 50%, προβλέπεται πλήρης επιδότηση επιτοκίου για δύο έτη

- Παρέχεται συμβουλευτική υποστήριξη €800 ανά δανειολήπτη

Σύμφωνα με την κ. Ζέρβα, η πρόσκληση προς τις τράπεζες για το συγκεκριμένο εργαλείο αναμένεται να εκδοθεί εντός Σεπτεμβρίου.

Ταμείο Εγγυοδοσίας Γεωργών Νεαρής Ηλικίας

Το τρίτο εργαλείο διαθέτει χαρτοφυλάκιο δανείων €20 εκατ. και απευθύνεται σε νεοεισερχόμενους γεωργούς ηλικίας έως 40 ετών.

Προβλέπει:

- Επενδυτικά δάνεια από €10.000 έως €50.000, διάρκειας 2 έως 15 ετών
- Εγγύηση 80% σε κάθε δάνειο
- Δυνατότητα επιχορήγησης εγκατάστασης έως €40.000, ως μη επιστρεπτέα στήριξη, που μπορεί να αντιστοιχεί έως και στο 80% του δανείου
- Συνολική συνδυαστική στήριξη μέσω δανείου και επιχορήγησης έως €90.000 ανά δικαιούχο
- Συμβουλευτική υποστήριξη έως €1.000

Η πρόσκληση για το τρίτο εργαλείο τοποθετείται, σύμφωνα με την κ. Ζέρβα, περίπου στον Οκτώβριο.

ΠΟΙΟΣ ΕΙΝΑΙ Ο ΣΤΟΧΟΣ

Συνολικά, τα τρία εργαλεία επιχειρούν να διευρύνουν την πρόσβαση των αγροτών και των επιχειρήσεων της αγροδιατροφής σε χρηματοδότηση, μειώνοντας τόσο το κόστος δανεισμού όσο και τις απαιτήσεις για εξασφαλίσεις.

Σε σύγκριση με τα χρηματοδοτικά εργαλεία του Προγράμματος Αγροτικής Ανάπτυξης 2014-2022, οι δημόσιοι πόροι αυξάνονται κατά €45 εκατ., από €115 εκατ. σε €160 εκατ.

Μάριος Δελατόλας
marios@notice.gr

ΘΕΣΣΑΛΟΝΙΚΗ 5-13 Σεπτεμβρίου 2026

Οι πρωταγωνιστές
της επιχειρηματικής,
οικονομικής και πολιτικής
ζωής και τα μείζονα θέματα
που θα συζητηθούν

ΕΝΘΕΤΑ ΣΤΑ NEWSLETTERS



Με την υπογραφή
του δημοσιογραφικού επιτελείου της



ΜΕΤΑΔΙΔΕΙ



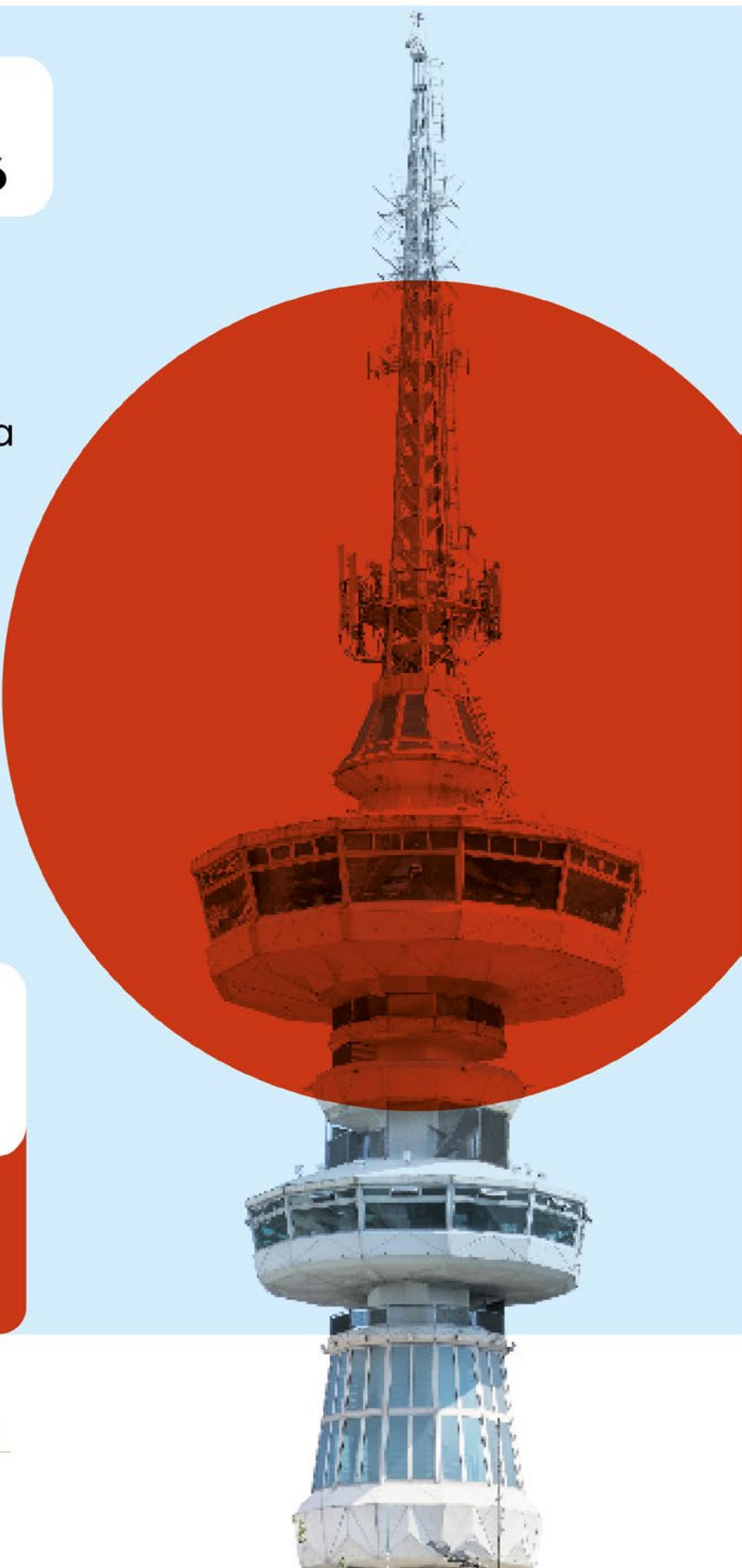
**Μάκης
Αποστόλου**

POWERED BY



ΠΑΠΑΣΤΡΑΤΟΣ
ΕΤΑΙΡΙΑ ΤΗΣ PHILIP MORRIS INTERNATIONAL

#prostokalytero



• **ΕΛΛΗΝΙΚΑ ΟΙΝΟΠΟΙΕΙΑ**

REPOSITIONING ΚΑΙ ΔΙΕΘΝΗΣ ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΣΤΗΝ ΑΤΖΕΝΤΑ ΤΟΥ ΒΑΣΙΛΗ ΑΝΔΡΙΚΟΠΟΥΛΟΥ - ΒΛΕΠΕΙ ΠΩΛΗΣΕΙΣ €28 ΕΚΑΤ. ΦΕΤΟΣ

Στο repositioning στην ελληνική και διεθνή αγορά του χαρτοφυλακίου των Ελληνικών Οινοποιείων - που φέτος αναμένεται να καταγράψουν τζίρο €28 εκατ. - αναμένεται να επικεντρωθεί ο Βασίλης Ανδρικόπουλος, ο οποίος αναλαμβάνει από σήμερα, 1η Σεπτεμβρίου καθήκοντα CEO του ομίλου.

Όπως ανέφερε στο FNB Daily, κεντρικός άξονας του σχεδιασμού είναι η αξιοποίηση της δυναμικής των διαφορετικών brands που έχουν συγκεντρωθεί κάτω από την ομπρέλα των Ελληνικών Οινοποιείων, με στόχο να ενισχυθεί η θέση τους στην Ελλάδα και παράλληλα να αποκτήσουν μεγαλύτερη διεθνή παρουσία. Στόχος είναι τα brands του ομίλου να "ξαναστηθούν" απέναντι στο ελληνικό και διεθνές κοινό και να εξελιχθούν σε πρεσβευτές του ελληνικού κρασιού και νερού στις αγορές του εξωτερικού. Προτεραιότητα αναμένεται να δοθεί σε αγορές όπου το ελληνικό κρασί διαθέτει ήδη σημαντική παρουσία και αναγνωρισιμότητα. Στο επίκεντρο βρίσκονται η Γερμανία, το Βέλγιο και η Ολλανδία, καθώς και οι ΗΠΑ και η Κύπρος.

ΤΑ ΟΡΟΣΗΜΑ ΓΙΑ ΒΟΥΤΑΡΙ - SEMELI

Ιδιαίτερη βαρύτητα έχουν τα επόμενα χρόνια για δύο από τα βασικά οινικά assets του ομίλου. Το Boutari οδεύει προς τη συμπλήρωση 150 ετών ιστορίας σε τρία χρόνια, ενώ την ίδια περίοδο η Semeli συμπληρώνει 50 χρόνια. Τα δύο αυτά ορόσημα δημιουργούν, σύμφωνα με τον σχεδιασμό της νέας διοίκησης, πεδίο για την περαιτέρω αξιοποίηση της κληρονομιάς και της αναγνωρισιμότητας των σημάτων, σε συνδυασμό με την ανανέωση της εμπορικής τους τοποθέτησης.

Στο χαρτοφυλάκιο εντάσσεται επίσης το Scalarea, με παραγωγή στην Κρήτη, ενώ δυνατότητες στην premium κατηγορία αποδίδονται στο Kotyle, που παράγεται στους αμπελώνες Navarino Vineyards. Την παρουσία του ομίλου συμπληρώνουν τα κρασιά και τα αποστάγματα του Αγροτικού Συνεταιρισμού Δήμητρα, τα οποία διευρύνουν τη γεωγραφική προέλευση του portfolio προς την Θεσσαλία.

Η στρατηγική κατεύθυνση είναι να αξιοποιηθεί η διαφορετική ταυτότητα και προέλευση κάθε brand, με κοινό άξονα την ελληνική γη.

ΤΟ ΣΤΟΙΧΗΜΑ ΓΙΑ ΤΟ ΙΟΛΗ

Ξεχωριστό πυλώνα ανάπτυξης αποτελεί το φυσικό μεταλλικό νερό Ιόλη, για το οποίο η νέα διοίκηση θέτει υψηλές προσδοκίες. Ο σχεδιασμός προβλέπει ενίσχυση της παρουσίας του brand, με στόχο τη διάθεση του αρτεσιανού νερού υψηλής ποιότητας σε ολόκληρη την ελληνική αγορά. Η ανάπτυξη του Ιόλη διευρύνει παράλληλα το επιχειρηματικό αποτύπωμα των Ελληνικών Οινοποιείων πέρα από το κρασί, με τη φιλοδοξία ο όμιλος να εξελιχθεί σε ισχυρό ελληνικό σχήμα στους τομείς του κρασιού, του νερού και ευρύτερα των προϊόντων που συνδέονται με την ελληνική γη.

Παράλληλα, η στρατηγική θα στηριχθεί σε επενδύσεις στο ανθρώπινο δυναμικό και στην ανάπτυξη των δεξιοτήτων του, στην καινοτομία και στην ενίσχυση των προϊόντων, ενώ στους βασικούς στόχους περιλαμβάνονται η δημιουργία αξίας για τους μετόχους και η συνέχιση της κοινωνικής συνεισφοράς του ομίλου.

Στέλλα Αυγουστάκη
stella@notice.gr



Βασίλης Ανδρικόπουλος,
CEO, Ελληνικά
Οινοποιεία



• **ΙΟΝΙΚΙ**

ΝΕΕΣ ΣΕΙΡΕΣ MILK BREAD & SOFT BUNS ΓΙΑ HORECA ΚΑΙ RETAIL

Στην ενίσχυση του προϊόντικού της χαρτοφυλακίου προχωρά η Ioniki, παρουσιάζοντας δύο νέες σειρές προϊόντων, Milk Bread και Soft Buns, με στόχο την κάλυψη διαφορετικών αναγκών της επαγγελματικής εστίασης και της λιανικής αγοράς. Η σειρά Milk Bread αντλεί έμπνευση από την ασιατική κουζίνα και χαρακτηρίζεται από αφράτη υφή, ελαφρώς γλυκιά γεύση και ευελιξία ως προς τις εφαρμογές της. Η σειρά διατίθεται σε δύο επιλογές, με ψητό λουκάνικο και με σαλάμι Πεπερόνε, και απευθύνεται σε επαγγελματίες.

Παράλληλα, η Ioniki εισάγει τη σειρά Soft Buns. Τα προϊόντα της σειράς διατίθενται σε δύο εκδοχές: με φέτα Π.Ο.Π. και με λουκάνικο και κρέμα τυριού.

Η ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΗ

Όπως αναφέρεται σε σχετική ανακοίνωση, οι δύο νέες σειρές εντάσσονται στη στρατηγική της Ioniki για τη διεύρυνση των προτάσεων της και την ανάπτυξη προϊόντων που μπορούν να αξιοποιηθούν σε διαφορετικές περιστάσεις κατανάλωσης. Παράλληλα, η εταιρεία διατηρεί στο επίκεντρο την παρουσία της τόσο στην αγορά HoReCa όσο και στο retail, δύο κανάλια στα οποία η ζήτηση για έτοιμες και εύχρηστες λύσεις συνεχίζει να δημιουργεί περιθώρια για νέες προϊόντικές προτάσεις.



FOOD FORWARD

From Farm to Future

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

2 SEASON



5-6 Νοεμβρίου 2026

HYATT REGENCY THESSALONIKI

ΜΕ ΤΗΝ ΑΞΙΟΠΙΣΤΙΑ ΤΗΣ



CONTENT & SERVICES

POWERED BY



Για περισσότερες
πληροφορίες:



**DIMITRIADIS
YIORGOS**
Chef & Culinary director



**DIMORAGKAS
VAIOS**
Managing Director,
NIELSENQ Greece
& Bulgaria



**KAKKAVAS
CHRISTOS**
Executive Advisor JLL,
Athens Economics



**KATRIVANOS
PERIKLIS**
CEO, Nera Pigon
Grammou S.A.



**KINTZIOS
SPYRIDON**
Rector, Agricultural
University of Athens



**KONTOS
DIMITRIS**
Chief Operating Officer,
METRO



**KOUTSOURADI
ARGYRO**
CEO & Founder,
Myrovolos Organics



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



**OIKONOMIDIS
GIORGOS**
Founder 45 Fish
Butchery/Chef



**PAPACHRISTOS
CHARALAMBOS**
President, SEFYMEN



**SIDERIS
NATASHA**
CEO & Founder,
Tashas Group



**SINODINOS
DIMITRIS**
President, SEET



**TAKOULAS
VAGGELIS**
Purchasing Director,
METRO



**TOURALIAS
APOSTOLOS**
Chairman, HAPO



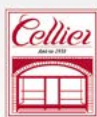
**ZOUKAS
KOSTAS**
President, PEMETE

GOLD SPONSOR



Γιατί αξίζει.

SILVER SPONSORS



BANKING PARTNER

ExportGate



SUPPORTERS



ΜΕ ΤΗΝ ΑΙΓΙΔΑ



• CARLSBERG GROUP

ΥΠΕΡΑΠΟΔΟΣΗ ΣΕ ΑΝΑΨΥΚΤΙΚΑ ΚΑΙ ΜΠΥΡΕΣ ΧΩΡΙΣ ΑΛΚΟΟΛ, ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΕΣ ΣΥΝΕΡΓΑΣΙΕΣ ΜΕ PEPISCO ΚΑΙ SAPORO

Ανάπτυξη 2,6% με αύξηση των όγκων κατά 2,8% εμφάνισε στο α' εξάμηνο το Carlsberg Group, χάρη κυρίως στη σημαντική συνεισφορά της Κεντρικής και Ανατολικής Ευρώπης & Ινδίας (CEEI) (+6,2%), η οποία αντιστάθμισε τη σταθερότητα σε Ασία και Δυτική Ευρώπη.

Σε ό,τι αφορά την κερδοφορία, τα λειτουργικά κέρδη ενισχύθηκαν κατά 4,5% (ή 5,9% σε οργανική βάση), με τα καθαρά κέρδη να ενισχύονται σε ποσοστό 6% συγκριτικά με το αντίστοιχο περυσινό διάστημα.

DATA Α' ΕΞΑΜΗΝΟ (σε δισ. δανέζικες κορώνες)

<u>Πωλήσεις</u>
2026: 47.053
2025: 45.855
<u>EBITDA</u>
2026: 9.961
2025: 9.550
<u>Κέρδη προ φόρων</u>
2026: 6.396
2025: 6.096
<u>Καθαρά κέρδη</u>
2026: 4.946
2025: 4.712

ράλληλα πρόσθεσε ότι "προχωρήσαμε σε στρατηγική συνεργασία με την Sapporo, ενισχύοντας περαιτέρω το χαρτοφυλάκιο των premium μπυρών μας, και ανακοινώσαμε την επέκταση της συνεργασίας μας με την PepsiCo στις σκανδιναβικές χώρες, την Βαλτική και το Αζερμπαϊτζάν".

Τα μεγέθη ανά γεωγραφική περιοχή Δυτική Ευρώπη

<u>Πωλήσεις</u>	<u>Πωλήσεις</u>
2026: 26.174	2026: 11.195
2025: 25.489	2025: 11.208
<u>Λειτουργικά κέρδη</u>	<u>Λειτουργικά κέρδη</u>
2026: 3.605	2026: 2.948
2025: 3.305	2025: 2.899

Ασία Κεντρική και Ανατολική Ευρώπη & Ινδία

<u>Πωλήσεις</u>
2026: 9.677
2025: 9.151
<u>Λειτουργικά κέρδη</u>
2026: 1.567
2025: 1.520

ΟΡΓΑΝΙΚΗ ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΑΝΑ ΚΑΤΗΓΟΡΙΑ (ΠΛΗΝ ΤΗΣ MAINSTREAM)

- Premium μπύρες: +1% (μερίδιο 16%)
- Αναψυκτικά: +9% (μερίδιο 30%)
- Μπύρες χωρίς αλκοόλ: +11% (μερίδιο 3%)
- Beyond Beer: +1% (μερίδιο 2%)

PREMIUM

Το χαρτοφυλάκιο premium μπύρας αυξήθηκε 1%, καθώς η καλή ανάπτυξη στη Δυτική Ευρώπη και την Κεντρική και Ανα-

τολική Ευρώπη αντισταθμίστηκε εν μέρει από τους χαμηλότερους όγκους τοπικών premium εμπορικών σημάτων στην Κίνα το β' τρίμηνο.

Οι όγκοι premium Carlsberg αυξήθηκαν κατά 16%, με πολύ ισχυρή ανάπτυξη να παρατηρείται σε πολλές αγορές, συμπεριλαμβανομένης της Κίνας, υποστηριζόμενη από την Κινεζική Πρωτοχρονιά και τις καλοκαιρινές ποδοσφαιρικές εκστρατείες. Η ισχυρή ανάπτυξη στην Ινδία οφείλεται στην Carlsberg. Οι συνολικοί όγκοι Carlsberg αυξήθηκαν κατά 6% λόγω των σταθερών όγκων mainstream Carlsberg. Ο όγκος πωλήσεων της premium μάρκας Tuborg αυξήθηκε κατά 2%, χάρη στην ανάπτυξη στην Κίνα. Ο συνολικός όγκος πωλήσεων της Tuborg αυξήθηκε κατά 3%, υποστηριζόμενος από ανάπτυξη της τάξης του 4%-6% στην περιοχή CEEI, συμπεριλαμβανομένης της διψήφιας ανάπτυξης στην Ινδία.

Η 1664 Blanc σημείωσε ανάπτυξη της τάξης του 7%-9% στην περιοχή CEEI και σταθερό όγκο πωλήσεων στη Δυτική Ευρώπη, ωστόσο κατέγραψε πτώση στην Κίνα, με αποτέλεσμα ο συνολικός όγκος πωλήσεων της μάρκας να παρουσιάσει ελαφρά μείωση.

ΑΝΑΨΥΚΤΙΚΑ

Η κατηγορία με τη μεγαλύτερη ανάπτυξη είναι τα αναψυκτικά, τα οποία στο α' εξάμηνο αντιπροσώπευαν το 30% του συνολικού όγκου πωλήσεων, σημειώνοντας οργανική ανάπτυξη 9%.

Καταγράφηκε πολύ καλή πορεία της κατηγορίας σε όλες τις αγορές, συμπεριλαμβανομένων των αγορών όπου διαθέτει την Pepsi (Ηνωμένο Βασίλειο, Σουηδία, Νορβηγία και Λάος). Η ισχυρή οργανική ανάπτυξη ενισχύθηκε επίσης από την προσθήκη του χαρτοφυλακίου της Pepsi στο Καζακστάν, κατόπιν της ανάληψης της άδειας διάθεσης στα τέλη του 2025. Εξαιρουμένου του Καζακστάν, η οργανική ανάπτυξη του όγκου πωλήσεων αναψυκτικών ανήλθε στο 4%.

Η Pepsi, η οποία αποτελεί πλέον τη δεύτερη μεγαλύτερη μάρκα του ομίλου συνολικά, σημείωσε ανάπτυξη 17%, χάρη στις επιδόσεις όλων των βασικών αγορών καθώς και του Καζακστάν.



Jacob Aarup-Andersen, CEO, Carlsberg

ΜΠΥΡΕΣ ΧΩΡΙΣ ΑΛΚΟΟΛ

Οι όγκοι πωλήσεων μπύρας χωρίς αλκοόλ (AFB) αυξήθηκαν κατά 11%, χάρη στην άνοδο 15% στην Δυτική Ευρώπη και την ανάπτυξη μεσαίου μονοψήφιου ποσοστού στην περιοχή CEEI.

Η Carlsberg πέτυχε αύξηση του όγκου πωλήσεων σχεδόν σε όλες τις ευρωπαϊκές αγορές, με ιδιαίτερα ισχυρή ανάπτυξη στις μεγάλες αγορές AFB, της Γαλλίας, της Πολωνίας, της Ελβετίας και της Ουκρανίας, η οποία τροφοδοτήθηκε από τις προτάσεις τόσο των διεθνών όσο και των τοπικών της σημάτων, συμπεριλαμβανομένων των

- Tuborg
- 1664 Blanc
- Tourtel
- 1664 Bière
- Falcon
- Mythos
- Okocim

BEYOND BEER

Οι όγκοι της κατηγορίας Beyond Beer αυξήθηκαν κατά 1%, κυρίως λόγω της διψήφιας ανάπτυξης του Garage, η οποία αντισταθμίστηκε εν μέρει από τους χαμηλότερους όγκους του Somersby στην Πολωνία.

GUIDANCE

Για τη φετινή χρονιά, η διοίκηση του Carlsberg Group δεν αναμένει σημαντικές μεταβολές στην καταναλωτική συμπεριφορά στις περισσότερες από τις αγορές που δραστηριοποιείται. Ο επικεφαλής του δανέζικου κολοσσού υπογράμμισε ότι "ως αποτέλεσμα της συνεπούς εστίασής μας στον έλεγχο του κόστους, της διαχείρισης της απόδοσης και της ταχύτερης από την αναμενόμενη υλοποίησης των συνεργειών που προκύπτουν από τη Britvic, περιορίζουμε το εύρος των προβλέψεών μας για τα κέρδη του έτους προς το ανώτερο όριό του. Επίσης, παραμένουμε προσηλωμένοι

στην επίτευξη του οικονομικού μας στόχου για δείκτη μόχλευσης 2,5x και θα σημειώσουμε σημαντική πρόοδο προς αυτή την κατεύθυνση το 2026, χάρη στη δημιουργία ελεύθερων ταμειακών ροών, την έκδοση υβριδικού ομολόγου και τα αναμενόμενα έσοδα από την επένδυση της Sapporo στο νέο joint venture μας".

Όπως αναφέρθηκε, η διαδικασία ενσωμάτωσης της Britvic εξελίσσεται ταχύτερα από το προβλεπόμενο και πλέον η διοίκηση αναμένει να υλοποιηθεί περίπου το 50% των συνεργειών ύψους 110 εκατ. λιρών Αγγλίας εντός του 2026, έναντι της προηγούμενης εκτίμησης που έκανε λόγο για 30%-40%. Ακόμη αναμένει οργανική ανάπτυξη 4%-6% επί των λειτουργικών κερδών (MPM) του 2025, ύψους 13.686 εκατ. δανέζικων κορώνων.

Μάκης Αποστόλου

makis@notice.gr

• SAPUTO

ΠΟΥΛΑ ΤΙΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΕΣ ΤΗΣ ΣΤΟ ΗΝΩΜΕΝΟ ΒΑΣΙΛΕΙΟ ΣΤΗΝ LACTALIS - ΣΤΑ €1,2 ΔΙΣ. ΤΟ ΤΙΜΗΜΑ

Σε συμφωνία για την πώληση του συνόλου των δραστηριοτήτων της στο Ηνωμένο Βασίλειο στη γαλλική Lactalis προχώρησε η καναδική γαλακτοβιομηχανία Saputo, σε μια συναλλαγή αξίας περίπου ή €1,2 δισ.

ΤΙ ΠΕΡΙΛΑΜΒΑΝΕΤΑΙ ΣΤΟ DEAL

Στη συμφωνία περιλαμβάνονται πέντε παραγωγικές εγκαταστάσεις, καθώς και γνωστές τοπικές μάρκες. Ο πρόεδρος και CEO της Saputo, Carl Colizza, σημείωσε ότι το τίμημα της συναλλαγής αντανακλά την ποιότητα των δραστηριοτήτων της εταιρείας στο Ηνωμένο Βασίλειο, την τεχνογνωσία των εργαζομένων και την ισχυρή θέση των εμπορικών σημάτων της στην αγορά.

Παράλληλα, υπογράμμισε ότι η συμφωνία εντάσσεται στον στρατηγικό επαναπροσδιορισμό του ομίλου και αναμένεται να ενισχύσει τη χρηματοοικονομική του ευελιξία, δημιουργώντας επιπλέον δυνατότητες για επενδύσεις και ανάπτυξη σε άλλες δραστηριότητες.

ΟΙ ΣΤΟΧΟΙ ΤΩΝ ΕΤΑΙΡΕΙΩΝ

Η πώληση των βρετανικών δραστηριοτήτων αποτελεί μέρος μιας ευρύτερης προσπάθειας της Saputo να αναδιαμορφώσει το διεθνές της χαρτοφυλάκιο και να επικεντρωθεί



σε αγορές και δραστηριότητες με υψηλότερες αναπτυξιακές προοπτικές.

Από την πλευρά της, η Lactalis συνεχίζει να διευρύνει το διεθνές της αποτύπωμα στον κλάδο των γαλακτοκομικών προϊόντων. Τον Ιούλιο, η Lactalis Canada, θυγατρική του γαλλικού ομίλου, είχε καταλήξει σε οριστική συμφωνία με την Agropur Cooperative για

την εξαγορά των περιουσιακών στοιχείων του κλάδου εκλεκτών τυριών της τελευταίας. Η συμφωνία με την Saputo αναμένεται να ενισχύσει περαιτέρω τη θέση της Lactalis στη βρετανική αγορά, προσθέτοντας στο χαρτοφυλάκιο της ισχυρά και αναγνωρίσιμα brands του τοπικού γαλακτοκομικού κλάδου.

• **FRIESLANDCAMPINA HELLAS-ΝΟΥΝΟΥ**

ΝΕΑ ΕΠΕΝΔΥΣΗ ΑΝΩ ΤΩΝ €10 ΕΚΑΤ. ΣΤΗΝ ΠΑΤΡΑ – ΣΤΟΧΟΣ Ο ΔΙΠΛΑΣΙΑΣΜΟΣ ΤΗΣ ΠΑΡΑΓΩΓΗΣ ΓΙΑΟΥΡΤΙΟΥ

Νέο επενδυτικό project, άνω των €10 εκατ., δρομολογεί η FrieslandCampina Hellas για το Πρότυπο Εργοστάσιο ΝΟΥΝΟΥ στην Πάτρα, με αιχμή την επέκταση της παραγωγής γιαουρτιού. Η ισχυρή ζήτηση στην Ελλάδα και η διεύρυνση των εξαγωγών έχουν οδηγήσει τη συγκεκριμένη δραστηριότητα κοντά στα όρια της υφιστάμενης δυναμικότητας, δημιουργώντας την ανάγκη για επέκταση του capacity.

Όπως αναφέρει στο Fnb Daily ο Διευθύνων Σύμβουλος της εταιρείας, Κωνσταντίνος Μαγγιώρος, το project προβλέπει διπλασιασμό της δυναμικότητας στο γιαούρτι. Το σχέδιο βρίσκεται αυτή την περίοδο προς αξιολόγηση και έγκριση από τα κεντρικά του ομίλου στην Ολλανδία.

ΤΟ ΕΡΓΟΣΤΑΣΙΟ ΣΤΗΝ ΠΑΤΡΑ

Το Πρότυπο Εργοστάσιο ΝΟΥΝΟΥ στην Πάτρα αποτελεί την παραγωγική βάση/μονάδα της FrieslandCampina Hellas στην Ελλάδα. Διαθέτει συνολικά έξι γραμμές παραγωγής, όπου αξιοποιείται νωπό γάλα από επιλεγμένες κτηνοτροφικές μονάδες για την παραγωγή προϊόντων ΝΟΥΝΟΥ, μεταξύ των οποίων γάλα, γιαούρτι και κρέμα γάλακτος, καθώς και επαγγελματικά προϊόντα. Η μονάδα εφαρμόζει πιστοποιημένα συστήματα για την ασφάλεια τροφίμων, την υγεία και ασφάλεια στην εργασία και την περιβαλλοντική διαχείριση.

Στο περιβαλλοντικό σκέλος, το εργοστάσιο διαθέτει εγκατάσταση βιολογικής επεξεργασίας υγρών αποβλήτων, ενώ τα στερεά απόβλητα συγκεντρώνονται και διαχειρίζονται μέσω εξειδικευμένων εταιρειών. Παράλληλα, το φωτοβολταϊκό πάρκο που λειτουργεί στη μονάδα εδώ και χρόνια καλύπτει σε ετήσια βάση περίπου το 20% των αναγκών της σε ηλεκτρική ενέργεια.

Στόχος είναι, εφόσον δοθεί το πράσινο φως, οι εργασίες να ξεκινήσουν εντός του 2026 και η πρόσθετη δυναμικότητα να είναι διαθέσιμη εντός του 2027.

ΕΠΙΣΤΡΟΦΗ ΣΕ ΚΕΡΔΗ ΤΟ 2025

Η νέα επενδυτική κίνηση έρχεται μετά την επιστροφή της FrieslandCampina Hellas σε κερδοφορία το 2025, έπειτα από τρεις συνεχόμενες ζημιολύγες χρήσεις. Η βελτίωση των αποτελεσμάτων στηρίχθηκε στις πρωτοβουλίες περιορισμού του λειτουργικού κόστους που είχαν προηγηθεί, αλλά και στην αποκλιμάκωση της τιμής του γάλακτος, η



οποία έγινε περισσότερο αισθητή κατά το β' εξάμηνο της περυσινής χρονιάς.

DATA (σε € χιλ.)

Κύκλος εργασιών

2025: 341.523

2024: 336.125

Μεταβολή: 1,61%

Μικτό αποτέλεσμα

2025: 61.711

2024: 60.011

Μεταβολή: 2,83%

Αποτέλεσμα προ φόρων

2025: 508

2024: (4.341)

πωλήσεων και τη βελτίωση των λειτουργικών αποτελεσμάτων.

Στο πλάνο περιλαμβάνονται νέα προϊόντα, επενδύσεις στον ψηφιακό μετασχηματισμό και περαιτέρω βελτιστοποίηση της εφοδιαστικής αλυσίδας, με παράλληλη έμφαση στον έλεγχο του κόστους.

Σε επίπεδο πωλήσεων, η εικόνα της FrieslandCampina Hellas-ΝΟΥΝΟΥ το 2026 διαμορφώνεται με διαφορετικές ταχύτητες ανά κατηγορία.

Γιαούρτι και εξαγωγές αποτελούν τους βασικούς μοχλούς ανάπτυξης, ενώ στο γάλα η αγορά παραμένει περισσότερο πιεσμένη, με τον ανταγωνισμό να επικεντρώνεται σε μεγάλο βαθμό στην τιμή.

Στέλλα Αυγουστάκη
stella@notice.gr

Για το 2026, η εταιρεία θέτει ως βασικές προτεραιότητες την περαιτέρω ανάπτυξη των

• **FRIESLANDCAMPINA**

ΠΤΩΣΗ ΚΕΡΔΟΦΟΡΙΑΣ ΛΟΓΩ ΤΩΝ ΧΑΜΗΛΟΤΕΡΩΝ ΤΙΜΩΝ ΣΤΑ ΓΑΛΑΚΤΟΚΟΜΙΚΑ

Πίεση στην κερδοφορία δέχθηκε η FrieslandCampina το α' εξάμηνο του 2026, καθώς η αυξημένη προσφορά γάλακτος και η υποχώρηση των τιμών των βασικών γαλακτοκομικών προϊόντων επηρέασαν τα περιθώρια κέρδους.

Παρά τη μείωση των λειτουργικών κερδών, η εταιρεία διατήρησε σταθερό τον κύκλο εργασιών, ενίσχυσε σημαντικά τις ταμειακές της ροές και συνέχισε τις επενδύσεις σε τομείς υψηλής προστιθέμενης αξίας, με αιχμή τα πρωτεϊνικά συστατικά.

Ο καθαρός κύκλος εργασιών, ωστόσο, παρέμεινε σταθερός σε επίπεδα άνω των €6,8 δισ., με τη συμβολή της ενσωμάτωσης της βελγικής Milcobel και της εξαγοράς της

Wisconsin Whey Protein.

Ωστόσο, τα λειτουργικά κέρδη υποχώρησαν 26% με το καθαρό αποτέλεσμα να καταγράφει πτώση της τάξης του 40%.

DATA Α' ΕΞΑΜΗΝΟ (σε €εκατ.)

Πωλήσεις

2026: 6.834

2025: 6.847

Λειτουργικά κέρδη

2026: 269

2025: 363

Κέρδη προ φόρων

2026: 253

2025: 339

Καθαρά κέρδη

2026: 138

2025: 230

Μέρος των απωλειών αντισταθμίστηκε από την ισχυρή ανάπτυξη στον τομέα των πρωτεϊνικών προϊόντων και άλλων συστατικών υψηλής προστιθέμενης αξίας. Ο κλάδος Ingredients κατέγραψε αύξηση τόσο στον όγκο πωλήσεων, όσο και στον κύκλο εργασιών, με τη ζήτηση για πρωτεΐνες και τη συμβολή της Wisconsin Whey Protein να αποτελούν βασικούς μοχλούς ανάπτυξης.

Η ΕΙΚΟΝΑ ΣΤΙΣ ΕΠΙΜΕΡΟΥΣ ΑΓΟΡΕΣ

Θετική ήταν επίσης η εικόνα σε αγορές της Ασίας, της Ευρώπης, της Μέσης Ανατολής και της Αφρικής, ενώ βελτιωμένα αποτελέσματα κατέγραψαν οι δραστηριότητες στην Νιγηρία και το Πακιστάν. Αντίθετα, ο τομέας της εξειδικευμένης διατροφής επηρεάστηκε από αρνητικές συναλλαγματικές επιδράσεις. Παράλληλα, η FrieslandCampina ανακοίνωσε επενδύσεις άνω των €90 εκατ. στο παραγωγικό δίκτυο στην Ολλανδία, με στόχο την αύξηση της δυναμικότητας στα πρωτεϊνικά συστατικά.

Για το β' εξάμηνο του 2026, η εταιρεία αναμένει περαιτέρω αύξηση των όγκων και βελτίωση των οικονομικών της επιδόσεων, στηριζόμενη στην ανάπτυξη των προϊόντων υψηλής προστιθέμενης αξίας, στον περιορισμό του κόστους και στην ολοκλήρωση της ενσωμάτωσης των πρόσφατων εξαγορών.



Jan Derck van
Karnebeek,
CEO, Royal
FrieslandCampina

ΑΝΙΣΟΡΡΟΠΙΑ ΣΤΗΝ ΑΓΟΡΑ

Σύμφωνα με τον CEO της Royal FrieslandCampina, Jan Derck van Karnebeek, η παγκόσμια αγορά γαλακτοκομικών βρέθηκε αντιμέτωπη με σημαντική ανισορροπία, καθώς η αυξημένη προσφορά γάλακτος δεν συνοδεύτηκε από αντίστοιχη αύξηση της ζήτησης. Η εξέλιξη αυτή οδήγησε σε χαμηλότερες τιμές και πιέσεις στα περιθώρια κέρδους.

• **SUPER MARKET**

ΣΤΟ ΡΑΦΙ ΟΙ ΜΕΙΩΣΕΙΣ ΤΙΜΩΝ: 1.740 ΚΩΔΙΚΟΙ ΑΠΟ 100+ ΠΡΟΜΗΘΕΥΤΕΣ - ΤΙ ΛΕΝΕ ΣΤΟ FNB DAILY ΠΑΡΑΓΟΝΤΕΣ ΤΗΣ ΑΓΟΡΑΣ

Στα ράφια των super market πέρασε από χθες Δευτέρα, 31 Αυγούστου, το δεύτερο σκέλος της Εθνικής Πρωτοβουλίας Μείωσης Τιμών, με περισσότερους από 1.740 κωδικούς προϊόντων να έχουν ενταχθεί μέχρι στιγμής στη δράση. Η μέση μείωση τιμής διαμορφώνεται έως 9,5%.

Στην πρωτοβουλία συμμετέχουν περισσότερες από 100 προμηθευτικές επιχειρήσεις, 12 αλυσίδες super market και τρεις αλυσίδες παιχνιδιών και σχολικών ειδών, ενώ η διαδικασία παραμένει ανοιχτή για την προσθήκη νέων κωδικών και επιπλέον μειώσεων.

ΟΙ ΜΕΙΩΣΕΙΣ ΣΤΑ ΕΠΩΝΥΜΑ

Από το σύνολο των προϊόντων που έχουν ενταχθεί μέχρι σήμερα, 875 είναι επώνυμοι κωδικοί. Η μέση μείωση τιμής από τους προμηθευτές ανέρχεται σε 6,6%, ενώ με την πρόσθετη συνεισφορά των super market διαμορφώνεται περίπου στο 9%, κατά μέσο όρο. Το εύρος των μειώσεων στους συγκεκριμένους κωδικούς κινείται από 5% έως 44%. Στην πρωτοβουλία περιλαμβάνονται επίσης

- 360 προϊόντα ιδιωτικής ετικέτας, στα οποία η μέση μείωση τιμής ανέρχεται σε 8%

- 100 κωδικοί κρέατος, με μέση μείωση περίπου 7,5%

Παράλληλα, έχουν ενταχθεί 405 κωδικοί σχολικών ειδών, στους οποίους καταγράφεται μέση μείωση τιμής 12%.

ΑΝΑΜΕΝΟΝΤΑΙ ΝΕΟΙ ΚΩΔΙΚΟΙ

Οι κωδικοί που συμμετέχουν στην πρωτοβουλία θα φέρουν ειδική σήμανση στο ράφι, ενώ οι σχετικές πληροφορίες θα είναι διαθέσιμες και ψηφιακά μέσω της πλατφόρμας PosoKanei, όπου θα παρουσιάζονται τα προϊόντα, οι τιμές, οι συμμετέχουσες εταιρείες και οι εφαρμοζόμενες

μειώσεις. Η λίστα δεν έχει οριστικοποιηθεί και παραμένει ανοιχτή, καθώς κατά τη διάρκεια της εβδομάδας αναμένονται νέες προσθήκες από επιχειρήσεις, καθώς και πρόσθετες μειώσεις από αλυσίδες super market.

ΣΕ ΙΣΧΥ ΕΩΣ ΤΕΛΟΣ ΔΕΚΕΜΒΡΙΟΥ

Η Εθνική Πρωτοβουλία Μείωσης Τιμών προβλέπεται να παραμείνει σε ισχύ έως το τέλος Δεκεμβρίου 2026, με δυνατότητα διατήρησης των υφιστάμενων κωδικών ή αντικατάστασής τους από νέους κατά τη διάρκεια εφαρμογής της.

Η δράση αποτελεί το δεύτερο σκέλος της πρωτοβουλίας που υλοποιείται από την Ανεξάρτητη Αρχή Ελέγχου της Αγοράς και Προστασίας του Καταναλωτή, σε συνεργασία με το Υπουργείο Ανάπτυξης και τους φορείς της αγοράς. Σύμφωνα με τη διοικήτρια της Αρχής, Δέσποινα Τσαγγάρη, το πρώτο σκέλος είχε ενεργοποιηθεί στις αρχές Ιουλίου, μετά την απόσυρση του πλάφόν στο μεικτό περιθώριο κέρδους, και αφορούσε το πάγωμα των ανατιμήσεων.

Όπως ανέφερε, τον Ιούλιο ο πληθωρισμός τροφίμων διαμορφώθηκε στο -0,4% σε σύγκριση με τον Ιούλιο του 2025, καταγράφοντας αποκλιμάκωση κατά 2,3 ποσοστιαίες μονάδες έναντι του Ιουνίου. Για τον Αύγουστο, σύμφωνα με την ίδια, υπάρχουν ενδείξεις από την αγορά των super market για διατήρηση του αρνητικού πληθωρισμού τροφίμων, με τα σχετικά στοιχεία να αναμένονται εντός της εβδομάδας.

[Δείτε εδώ αναλυτικά τις λίστες με τις αλλαγές στις τιμές.](#)

ΘΕΤΙΚΗ Η ΑΓΟΡΑ ΑΛΛΑ...

Θετικά αξιολογούν παράγοντες της αγοράς, μιλώντας στο Fnb Daily, την πρωτοβουλία για τη μείωση των τιμών σε κωδικούς προϊόντων, επισημαίνοντας ωστόσο ότι το πραγματικό οικονομικό όφελος για τον καταναλωτή θα πρέπει να εξετάζεται σε συνάρτηση με το σύνολο του καλαθιού αγορών. Όπως αναφέρουν, η πρωτοβουλία προσθέτει μία ακόμη επιλογή χαμηλότερης τιμής στο ράφι, παράλληλα με τις προσφορές και τις υπόλοιπες προωθητικές ενέργειες που ήδη εφαρμόζουν οι αλυσίδες. Ωστόσο, εκτιμούν ότι η επίδρασή της στην τελική δαπάνη του νοικοκυριού είναι περιορισμένη, καθώς οι συγκεκριμένοι κωδικοί καλύπτουν μόνο μέρος των συνολικών αγορών ενός καταναλωτή.

Σύμφωνα με τις ίδιες εκτιμήσεις, ένα



super market διαθέτει κατά μέσο όρο περίπου 20.000 κωδικούς καταναλωτικών προϊόντων. "Από τους επώνυμους κωδικούς που συμμετέχουν στην πρωτοβουλία, δεν είναι δυνατόν να βρίσκονται όλοι ταυτόχρονα σε κάθε αλυσίδα, καθώς κάθε retailer διαμορφώνει διαφορετικό κωδικολόγιο και επιλέγει διαφορετικές συσκευασίες και ανταγωνιστικά προϊόντα ανά κατηγορία. Επομένως σε ένα μεγάλο κατάστημα ο καταναλωτής μπορεί να συναντήσει περίπου 500 από τους κωδικούς της πρωτοβουλίας", εξηγούν.

Παράλληλα, οι ίδιες πηγές διαχωρίζουν τα επώνυμα προϊόντα από τους κωδικούς ιδιωτικής ετικέτας, καθώς οι τελευταίοι είναι διαθέσιμοι αποκλειστικά στο δίκτυο της εκάστοτε αλυσίδας. Αντίστοιχα, τα σχολικά είδη έχουν περισσότερο εποχικό χαρακτήρα, ενώ δεν αποτελούν κατηγορία με ευρεία παρουσία στο σύνολο του οργανωμένου λιανεμπορίου.

"ΥΠΑΡΧΕΙ ΠΡΑΓΜΑΤΙΚΟ ΟΦΕΛΟΣ;"

Σε ό,τι αφορά το πραγματικό όφελος για το νοικοκυριό, παράγοντες της αγοράς εκτιμούν ότι τα προϊόντα της πρωτοβουλίας θα μπορούσαν να αντιστοιχούν περίπου στο 5% των πωλήσεων ή, λόγω της αυξημένης προβολής τους αυτή την περίοδο, ακόμη και στο 10%.

Ως ενδεικτικό παράδειγμα αναφέρουν ένα σύνολο αγορών €100, από το οποίο €10 αφορούν προϊόντα της πρωτοβουλίας. Με μία μέση μείωση της τάξης του 7% στους συγκεκριμένους κωδικούς, η εξοικονόμηση που προκύπτει αποκλειστικά από την πρωτοβουλία περιορίζεται σε ένα μικρό μέρος της συνολικής δαπάνης.

Στο υπόλοιπο καλάθι, βέβαια, ο καταναλωτής μπορεί να αξιοποιεί τις υπόλοιπες προσφορές και προωθητικές ενέργειες των αλυσίδων, διευκρινίζουν.

ΑΝΑΤΙΜΗΣΕΙΣ

Πέρα, πάντως, από το άμεσο αποτύπωμα της πρωτοβουλίας στο καλάθι, το επόμενο ερώτημα για την αγορά είναι κατά πόσο οι μειωμένες τιμές μπορούν να διατηρηθούν σε βάθος χρόνου, (πχ μέχρι τέλος του έτους), σε ένα περιβάλλον όπου το λειτουργικό κόστος παραμένει υψηλό.

Πηγές της αγοράς επισημαίνουν στο Fnb Daily ότι βιομηχανία και λιανεμπόριο εξακολουθούν να δέχονται πιέσεις από την ενέργεια, τις μεταφορές και το κόστος λειτουργίας, ενώ η γεωπολιτική αβεβαιότητα δυσκολεύει περαιτέρω τις προβλέψεις για τους επόμενους μήνες. Μέχρι στιγμής, όπως αναφέρουν, έχουν αποφευχθεί εκτεταμένες νέες ανατιμήσεις, ωστόσο η δυνατότητα των επιχειρήσεων να απορροφούν το αυξημένο κόστος δεν είναι απεριόριστη. Υπό αυτό το πρίσμα, δεν αποκλείουν την εμφάνιση ανατιμήσεων προς το τέλος του έτους, εφόσον οι πιέσεις επιμείνουν, με το διάστημα από τον Οκτώβριο και μετά να θεωρείται κρίσιμο για την πορεία των τιμών.

Αντίβαρο στις πιέσεις αποτελούν οι ενδείξεις αποκλιμάκωσης σε ορισμένες πρώτες ύλες. Σύμφωνα με τις ίδιες πηγές, βελτιωμένη εμφανίζεται η εικόνα σε κακάο και καφέ, ενώ θετικότερα κινούνται επίσης το ελαιόλαδο (εδώ και ένα χρόνο), τα φρούτα και τα λαχανικά.

Στέλλα Αυγουστάκη
stella@notice.gr

• **ΖΑΛΦΑ- ΑΦΟΙ Κ. ΚΑΡΑΓΕΩΡΓΙΟΥ**

ΤΟ RESET ΠΟΥ ΕΦΕΡΕ ΕΠΙΣΤΡΟΦΗ ΣΤΗΝ ΚΕΡΔΟΦΟΡΙΑ ΚΑΙ ΤΟ ΕΠΕΝΔΥΤΙΚΟ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ ΤΩΝ €2,3 ΕΚΑΤ.

Σε τροχιά περαιτέρω βελτίωσης των οικονομικών επιδόσεων της παραμένει η Ζαλφα - Αφοι Κ. Καραγεωργίου, συνεχίζοντας παράλληλα την υλοποίηση του επενδυτικού της προγράμματος καθώς και την επέκτασή της στο κανάλι της μικρής λιανικής.

Όπως δηλώνει στο Fnb Daily ο Οικονομικός Διευθυντής, Ανδρέας Βαβουράκης, οι πωλήσεις εμφανίζουν μέχρι στιγμής το 2026 μονοψήφια ανάπτυξη σε όρους όγκου ενώ σε αξία κινούνται ουσιαστικά στα περυσινά επίπεδα δεδομένου ότι η εταιρεία έχει δρομολογήσει κάποιες μειώσεις τιμών. Επιπλέον, η κερδοφορία εκτιμάται ότι θα κυμανθεί σε υψηλότερα επίπεδα.

"ΝΕΟ ΚΕΦΑΛΑΙΟ"

"Σε ό,τι αφορά τα οικονομικά αποτελέσματα, θεωρώ ότι έχουμε μπει δυναμικά σε ένα νέο κεφάλαιο, ύστερα από μια ομολογουμένως δύσκολη περίοδο η οποία όμως μας ώθησε να κάνουμε reset", αναφέρει χαρακτηριστικά. Οι βασικοί άξονες αυτής της προσπάθειας, όπως εξηγεί, ήταν:

- Η συγκράτηση των δαπανών με παρεμβάσεις στο κόστος παραγωγής και στην αύξηση της παραγωγικότητας
- Ο εμπλουτισμός του portfolio με νέα προϊόντα
- Η ανάπτυξη του πελατολογίου και η διεύρυνση των συνεργασιών με υφιστάμενους πελάτες

"Όλα αυτά κρατώντας την ποιότητα στο ίδιο υψηλό επίπεδο, που για εμάς ήταν πάντα κάτι το αδιαπραγμάτευτο", υπογραμμίζει.

DATA (σε €χιλ.)

Κύκλος Εργασιών	EBITDA	Αποτέλεσμα προ φόρων
2025: 29.720	2025: 3.797	2025: 2.652
2024: 27.584	2024: 581	2024: {639}
2023: 26.541	2023: 588	2023: {587}

ΤΟ ΠΛΑΝΟ ΓΙΑ ΤΗ ΜΙΚΡΗ ΛΙΑΝΙΚΗ

Την ίδια στιγμή, εντείνονται οι προσπάθειες για περαιτέρω διείσδυση στη μικρή λιανική (περίπτερα, mini markets κ.α.), κανάλι στο οποίο η εταιρεία εισήλθε οργανωμένα το 2025 με πρώτο σταθμό την Αττική και αιχμή του δόρατος τα Ζαλφα snacks, δημιουργώντας εξειδικευμένη εμπορική δομή και αναπτύσσοντας συνεργασίες με εξειδικευμένους διανομείς.

"Είναι ένα καινούργιο πεδίο για εμάς στο οποίο



Ανδρέας Βα-
βουράκης, CFO,
Ζαλφα- Αφοι Κ.
Καραγεωργίου



προχωράμε με μικρά και λελογισμένα ανοίγματα, όμως θεωρώ ότι έχουμε κάνει σημαντικά βήματα", σημειώνει ο κ. Βαβουράκης. Όπως περιγράφεται, δε, στις πρόσφατα δημοσιοποιημένες οικονομικές καταστάσεις, η Ζαλφα θα συνεχίσει να επενδύει στη μικρή λιανική μέσα από ένα εμπορικό μοντέλο που θα συνδυάζει εξειδικευμένους διανομείς, οργανωμένη δύναμη προπωλήσεων (Pre Sales) και πωλήσεις μέσω Ex Van ενώ σε γεωγραφικό επίπεδο, μετά την εδραίωση στην Αττική, στόχος είναι η σταδιακή επέκταση στην υπόλοιπη Ελλάδα.

ΣΤΟΧΟΙ

Στους υπόλοιπους στόχους για το 2026 συγκαταλέγονται:

- η διατήρηση των μεριδίων αγοράς στα όσπρια και το ρύζι
- η περαιτέρω ανάπτυξη των Ζαλφα Snacks και της σειράς Ζαλφα Έτοιμα που σύντομα αναμένεται να εμπλουτισθούν με νέες προϊόντικές προτάσεις. Σημειώνεται ότι τα Ζαλφα Snacks αναδείχθηκαν το 2025 σε βασικό αναπτυξιακό πυλώνα του επώνυμου χαρτοφυλακίου της εταιρείας κατακτώντας, όπως αναφέρεται στις οικονομικές καταστάσεις, ηγετική θέση στην αγορά των snacks από εναλλακτικές πρώτες ύλες και διευρύνοντας σημαντικά τη διανομή τους στις μεγάλες αλυσίδες λιανικής. Συνεισέφεραν το 6% των πωλήσεων των επώνυμων καταναλωτικών προϊόντων της Ζαλφα που στο σύνολό τους αυξήθηκαν κατά 4%
- η περαιτέρω ανάπτυξη της σειράς Ζαλφα Έτοιμα Σπιτικά, στην οποία το 2025 προστέθηκαν οι Γίγαντες Γιαχνί και η Ρεβιθάδα με πρώτες ύλες από την Ομάδα Ελλήνων Παραγωγών Ζαλφα

- η ανάπτυξη των ελληνικής προέλευσης προϊόντων. Αξίζει να σημειωθεί ότι το 2025 οι πωλήσεις των ελληνικής προέλευσης οσπρίων αυξήθηκαν κατά 50,4% ενώ η συμμετοχή τους ανήλθε στο 16% των συνολικών πωλήσεων των επώνυμων καταναλωτικών προϊόντων και στο 24,8% της κατηγορίας των οσπρίων
- η ενίσχυση των υφιστάμενων συνεργασιών και η ανάπτυξη νέων στον τομέα των προϊόντων ιδιωτικής ετικέτας- στρατηγική που το 2025 επιβραβεύτηκε με αύξηση πωλήσεων 14% στην κατηγορία. Αξιοσημείωτο, δε, ότι τα προϊόντα ιδιωτικής ετικέτας την περυσινή χρονιά στο σύνολο της αγοράς αύξησαν περαιτέρω τη συμμετοχή τους στις κατηγορίες των οσπρίων και του ρυζιού κατά 0,5% σε όγκο
- η διατήρηση του αναπτυξιακού momentum που εμφανίζουν οι νεότερες προϊόντικές κατηγορίες. Ενδεικτικά, οι Ζαλφα Βιολογικές Υπερτροφές κατέγραψαν το 2025 αύξηση πωλήσεων κατά 25%, ενώ τα Ζαλφα Έτοιμα Φυσικά, μετά την επιτυχημένη ανανέωσή τους, διατήρησαν τα υψηλά επίπεδα πωλήσεων που είχαν επιτευχθεί το 2024

ΕΠΕΝΔΥΣΕΙΣ

Σε επενδυτικό επίπεδο, η εταιρεία δρομολογεί πρόγραμμα της τάξης των €2,3 εκατ. για το οποίο έχει ήδη κατατεθεί φάκελος ένταξης σε πρόγραμμα του ΥΠΑΑΤ. Σημαντικό κομμάτι του αποτελεί ο εκσυγχρονισμός των μύλων οσπρίων, το κόστος του οποίου εκτιμάται στο €1,5 εκατ. Την ίδια στιγμή, στο hub της Θεσσαλίας ολοκληρώνεται ο εκσυγχρονισμός της παραλαβής και αποθήκευσης πρώτων υλών οσπρίων. Στο στάδιο της ολοκλήρωσης βρίσκονται επίσης τόσο ο ψηφιακός μετασχηματισμός με την υλοποίηση του νέου ERP Microsoft Dynamics 365 F&O σε όλον τον οργανισμό - έργο που ξεκίνησε στο τέλος του 2025- όσο και η εγκατάσταση φωτοβολταϊκών στις στέγες της εγκατάστασης στην Αθήνα.

ΠΩΛΗΘΗΚΕ ΤΟ ΑΚΙΝΗΤΟ ΣΤΗΝ ΘΗΒΩΝ

Σημειώνεται ότι το 2025 ολοκληρώθηκε η πώληση του ακινήτου της οδού Θηβών, με το κέρδος από τη συναλλαγή να ανέρχεται σε €1,643 εκατ.

Γιάννης Τσατσάκης
yannis@notice.gr

• **LIDL**

NEO GUINNESS WORLD RECORD ΓΙΑ ΤΗΝ PARKSIDE ΜΕ ΤΗΝ ΠΕΡΙΣΤΡΟΦΗ ΤΟΥ LONDON EYE

Η Parkside γιόρτασε την 30ή επέτειό της κατακτώντας νέο Guinness World Record στο πλαίσιο της ενέργειας "The Rotation". Ειδική έκδοση του επαναφορτιζόμενου δραπενοκατασάβιδου Parkside Performance 20V, μέγιστης ροπής 60 Nm, χρησιμοποιήθηκε για την περιστροφή του London Eye, ύψους 135 μέτρων και βάρους 2.100 τόνων.

Το εγχείρημα υλοποιήθηκε σε συνεργασία με το Technical University of Darmstadt, το οποίο συνέβαλε στους τεχνικούς υπολογισμούς και στον σχεδιασμό ειδικού συστήματος υδραυλικού βαρούγκου. Το δραπενοκατασάβιδο κινούσε υδραυλική αντλία, η οποία

δημιουργούσε την απαιτούμενη πίεση για τη λειτουργία του μηχανισμού περιστροφής. Η προσπάθεια πραγματοποιήθηκε παρουσία 45 δημιουργών περιεχομένου από 31 χώρες και πιστοποιήθηκε από τους Guinness World Records. Πρόκειται για το δεύτερο παγκόσμιο ρεκόρ της Parkside, μετά το "The Pull" του 2025, όταν δραπενοκατασάβιδο 12V χρησιμοποιήθηκε για τη μετακίνηση ενός Airbus A380 βάρους άνω των 300 τόνων. Η ειδική έκδοση του Parkside Performance 20V, με την υπογραφή του Arnold Schwarzenegger, θα είναι διαθέσιμη από τις 3 Σεπτεμβρίου 2026 στα καταστήματα Lidl στην Κύπρο.



• **LIDL ΕΛΛΑΣ**

ΤΡΕΧΕΙ ΕΩΣ 20 ΣΕΠΤΕΜΒΡΙΟΥ Ο ΔΙΑΓΩΝΙΣΜΟΣ BACK TO SCHOOL

Η Lidl Ελλάς πραγματοποιεί από τις 24 Αυγούστου έως τις 20 Σεπτεμβρίου 2026 τον διαγωνισμό "Back to School" μέσω της εφαρμογής Lidl Plus, προσφέροντας συνολικά 100 τεχνολογικά δώρα: 50 φορητούς υπολογιστές Lenovo LOQ και 50 Apple iPad Pro 11. Οι καταναλωτές εξασφαλίζουν μία συμμετοχή για κάθε αγορά αξίας τουλάχιστον €20 σε κατάστημα Lidl, με απαραίτητη τη σάρωση της ψηφιακής κάρτας Lidl Plus στο ταμείο. Η υποβολή των συμμετοχών πραγματοποιείται μέσω της εφαρμογής έως τις 20 Σεπτεμβρίου.

Η ενέργεια εντάσσεται στις πρωτοβουλίες επιβράβευσης της Lidl Ελλάς και έχει στό-



χο την τεχνολογική υποστήριξη μαθητών και μαθητριών ενόψει της νέας σχολικής και ακαδημαϊκής περιόδου.



• **METRO**

Ο ΝΙΚΟΣ ΧΑΤΖΗΓΕΩΡΓΙΟΥ ΔΙΕΥΘΥΝΤΗΣ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΑΣ ΚΑΙ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ ΔΙΚΤΥΟΥ FRANCHISE

Καθίκοντα Διευθυντή Λειτουργίας και Ανάπτυξης Δικτύου Franchise στην METRO ανέλαβε ο Νίκος Χατζηγεωργίου, με αντικείμενο την περαιτέρω ανάπτυξη του δικτύου My market Local.

Από τη νέα του θέση θα επικεντρωθεί στη διεύρυνση του δικτύου καταστημάτων, στη δημιουργία νέων συνεργασιών και στην υποστήριξη των συνεργατών franchise της αλυσίδας.

ΒΙΟΓΡΑΦΙΚΟ

Ο Νίκος Χατζηγεωργίου διαθέτει περισσότερα από 20 χρόνια επαγγελματικής εμπειρίας στους τομείς της ανάπτυξης δικτύων franchise, της εμπορικής στρατηγικής και της διοίκησης επιχειρήσεων. Πριν από την ένταξή του στην METRO διετέλεσε Managing Director στην Coffee Berry, ενώ προηγουμένως είχε αναλάβει καθήκοντα Commercial Director στην ίδια εταιρεία.

Στο επαγγελματικό του ιστορικό περιλαμβάνεται επίσης η θέση του Διευθυντή Χονδρικών Πωλήσεων και Δικτύου Συνεργαζόμενων Καταστημάτων στην Μασούτης. Επί σειρά ετών εργάστηκε στην ΑΒ Βασιλόπουλος, αναλαμβάνοντας διαδοχικά θέσεις ευθύνης, μεταξύ άλλων στους τομείς των πιστώσεων και των επιχειρηματικών υπηρεσιών, καθώς και στη διεύθυνση wholesale και franchise.

Είναι κάτοχος πτυχίου Business Administration and Management από το University of Glamorgan και MBA στο Business and Managerial Economics από το University of Wales.

• **WONDERPLANT**

ΤΟ ΧΡΟΝΟΔΙΑΓΡΑΜΜΑ ΓΙΑ ΤΟ ΘΕΡΜΟΚΗΠΙΟ ΣΤΗΝ ΠΤΟΛΕΜΑΪΔΑ ΚΑΙ ΟΙ ΝΕΕΣ BUSINESS ΣΤΗΝ ΒΙΟΛΟΓΙΚΗ ΦΥΤΟΠΡΟΣΤΑΣΙΑ

Διπλασιασμό της παραγωγικής δυναμικότητας με αντίστοιχη αύξηση στους τζίρους αναμένεται να φέρει στην Wonderplant η νέα μονάδα υδροπονικής καλλιέργειας επιτραπέζιας ντομάτας που έχει ήδη ξεκινήσει να κατασκευάζεται στην Πτολεμαΐδα.

Όπως δηλώνει στο FNB Daily ο Διευθύνων Σύμβουλος της εταιρείας, Θέμης Μακρής, βάσει του προγραμματισμού το έργο θα έχει ολοκληρωθεί μέχρι το τέλος του 2027, με τις παραγωγικές εκτάσεις να φτάνουν τα 300 στρέμματα και τα συσκευαστήρια να εκτείνονται σε άλλα 40.

ΣΤΑ €165 ΕΚΑΤ. ΤΟ ΚΟΣΤΟΣ

Το συνολικό κόστος του project θα αγγίξει τα €165 εκατ., εκ των οποίων τα €130 εκατ. αφορούν τη θερμοκηπιακή εγκατάσταση ενώ τα υπόλοιπα τους τρεις σταθμούς Συμπαγωγής Ηλεκτρισμού και Θερμότητας Υψηλής Απόδοσης (ΣΗΘΥΑ) με συνολική εγκατεστημένη ισχύ 29.976 MW, οι οποίοι θα το υποστηρίζουν ενεργειακά. Τα €63,6 εκατ. θα προέλθουν από κρατική ενίσχυση, δεδομένου ότι το έργο εντάσσεται στο πλαίσιο της απολιγνιτοποίησης και της Δίκαιης Αναπτυξιακής Μετάβασης.

Όπως είχε γράψει σε πρόσφατο σχετικό ρεπορτάζ το FNB Daily, πρόκειται να καλλιεργηθούν ντομάτες, ήτοι τσαμπί, beef και cherry (τοματίνι), χρησιμοποιώντας τεχνολογία αιχμής (Ultra-Clima) ενώ η ετήσια παραγωγή θα ανέρχεται σε 20.000 τόνους. Επί της ουσίας η εταιρεία επιχειρεί να μεταφέρει και να εφαρμόσει στην Πτολεμαΐδα την πετυχημένη συνταγή της Δράμας (Πετρούσα) όπου, μετά την επέκταση σε επιπλέον 100 στρέμματα που ολοκληρώθηκε το 2025 - μια επένδυση ύψους €50 εκατ. - η παραγωγική δυναμικότητα ξεπερνάει πλέον τους 20.000 τόνους (από 15.000 τόνους πριν). Με τις δύο υδροπονικές εγκαταστάσεις σε πλήρη λειτουργία, η Wonderplant φιλοδοξεί να καλύψει

το 12% της εγχώριας κατανάλωσης που εκτιμάται σε 350.000 τόνους τον χρόνο, εκ των οποίων οι 130.000 τόνοι έρχονται από το εξωτερικό.

ΑΥΞΗΜΕΝΕΣ ΟΙ ΠΩΛΗΣΕΙΣ ΤΟ 2026

Για την ώρα, η προσθήκη στο παραγωγικό οπλοστάσιο της εταιρείας επιπλέον 100 στρεμάτων υδροπονικής καλλιέργειας αναμένεται να αποτυπωθεί στις πωλήσεις της φετινής χρονιάς οι οποίες, όπως αναφέρει ο κ. Μακρής, είναι μέχρι στιγμής αυξημένες σε σχέση με το αντίστοιχο περυσινό διάστημα, αποφεύγοντας πάντως να δώσει συγκεκριμένα ποσοστά.

Σημειώνεται ότι σύμφωνα με τις πρόσφατα δημοσιοποιημένες οικονομικές καταστάσεις, το 2025 ο τζίρος σημείωσε αύξηση σχεδόν 30%, με το EBITDA να βελτιώνεται κατά 5,3%. Ωστόσο η κερδοφορία υποχώρησε σημαντικά λόγω των αυξημένων χρηματοοικονομικών εξόδων.

DATA (σε € χιλ.)

Κύκλος εργασιών	EBITDA	Κέρδη προ φόρων
2025: 56.192	2025: 11.358	2025: 1.180
2024: 43.478	2024: 10.773	2024: 6.163
2023: 50.629	2023: 10.702	2023: 6.050
2022: 45.560	2022: 8.814	2022: 4.198

ΕΝΕΡΓΗ ΦΥΤΟΠΡΟΣΤΑΣΙΑ ΜΕ ΕΝΤΟΜΑ

Φέτος η εταιρεία αναμένει μείωση του κόστους παραγωγής από την εφαρμογή σε μεγαλύτερη κλίμακα ενός νέου συστήματος ενεργής βιολογικής φυτοπροστασίας με ωφέλιμα έντομα, καρπός συνεργασίας με το τμήμα της Γεωπονικής Σχολής του Αριστοτέλειου Πανεπιστημίου Θεσσαλονίκης. Φέτος το εν λόγω σύστημα κάλυψε το 20% των σχετικών αναγκών του



Θέμης Μακρής, Διευθύνων Σύμβουλος, Wonderplant

θερμοκηπίου στην Πετρούσα ωστόσο στόχος της Wonderplant, όπως αποκαλύπτει ο κ. Μακρής, είναι του χρόνου το ποσοστό αυτό να φτάσει το 100%.

Σύμφωνα με τον ίδιο πάντως, το σημαντικότερο όφελος δεν έχει να κάνει με την μείωση του κόστους αλλά με την περαιτέρω βελτίωση της ποιότητας και τη δημιουργία νέων ευκαιριών ανάπτυξης. Μάλιστα, στις σκέψεις της διοίκησης είναι η έρευνα πάνω στο κομμάτι αυτό να αποκτήσει και επιχειρηματική διάσταση, μέσα από τη δημιουργία ξεχωριστής εταιρείας η οποία θα πουλάει την εν λόγω τεχνολογία σε άλλες θερμοκηπιακές μονάδες.

ΕΡΕΥΝΑ ΣΤΗ ΘΡΕΨΗ

Σημειώνεται ότι σε εξέλιξη βρίσκεται συνεργασία με το Γεωπονικό Πανεπιστήμιο Αθηνών και πιο συγκεκριμένα με το Εργαστήριο Κηπευτικών Καλλιεργειών του Τμήματος Φυτικής Παραγωγής για την βελτιστοποίηση της θρέψης και υδρολίπανσης, με στόχο την περαιτέρω ελαχιστοποίηση των χρησιμοποιούμενων πρώτων υλών και υδατικών πόρων.

Γιάννης Τσατσάκης
yannis@notice.gr

• **BARILLA**

ΕΠΙΣΤΡΕΦΕΙ ΤΟ BASIL BAR ΜΕ ΠΑΡΟΥΣΙΑ ΣΕ ΔΕΘ ΚΑΙ GREEN WEEKEND

Την παρουσία της σε δύο σημαντικές διοργανώσεις του Σεπτεμβρίου ενισχύει η Barilla μέσω του Basil Bar by Pesto Barilla, του pop-up concept που εστιάζει στην ανάδειξη της Pesto Barilla alla Genovese μέσα από διανοητικές γαστρονομικές εφαρμογές. Το Basil Bar θα λειτουργήσει από τις 5 έως

τις 13 Σεπτεμβρίου 2026 στο πλαίσιο της 90ής Διεθνούς Έκθεσης Θεσσαλονίκης, ενώ στις 19 και 20 Σεπτεμβρίου θα μεταφερθεί στο Green Weekend, στο Κέντρο Πολιτισμού Ίδρυμα Σταύρος Νιάρχος στην Αθήνα.

Το Basil Bar θα βρίσκεται στη ΔΕΘ από τις 5 έως τις 13 Σεπτεμβρίου, ενώ η επόμενη



στάση του θα είναι το Green Weekend στο Κέντρο Πολιτισμού Ίδρυμα Σταύρος Νιάρχος στις 19 και 20 Σεπτεμβρίου.

• ΜΕΣΗ ΑΝΑΤΟΛΗ

ΠΩΣ ΤΟ ΕΝΕΡΓΕΙΑΚΟ ΣΟΚ ΑΝΑΔΙΑΜΟΡΦΩΣΕ ΤΙΣ ΑΓΟΡΕΣ - ΟΙ ΕΠΙΠΤΩΣΕΙΣ ΣΕ ΤΡΟΦΙΜΑ ΚΑΙ ΛΙΠΑΣΜΑΤΑ

Έξι μήνες μετά την έναρξη της πολεμικής σύγκρουσης που ακολούθησε τους αμερικανικούς και ισραηλινούς βομβαρδισμούς στο Ιράν, οι επιπτώσεις της εξακολουθούν



να γίνονται αισθητές στις διεθνείς αγορές. Η μεγαλύτερη πίεση έχει καταγραφεί στον ενεργειακό τομέα, ενώ οι διαταραχές στις μεταφορές, τα λιπάσματα και τις αγροτικές πρώτες ύλες δημιουργούν νέους κινδύνους για τον παγκόσμιο πληθωρισμό. Την ίδια στιγμή, οι χρηματιστηριακές αγορές εμφανίζουν αξιοσημείωτη ανθεκτικότητα, με την επενδυτική έκρηξη γύρω από την Τεχνητή Νοημοσύνη να λειτουργεί ως αντίβαρο στη γεωπολιτική αβεβαιότητα.

ΕΝΕΡΓΕΙΑ

Η πιο άμεση συνέπεια του πολέμου αφορά την ενέργεια. Οι περιορισμοί στην παραγωγή και στις μεταφορές μέσω των Στενών

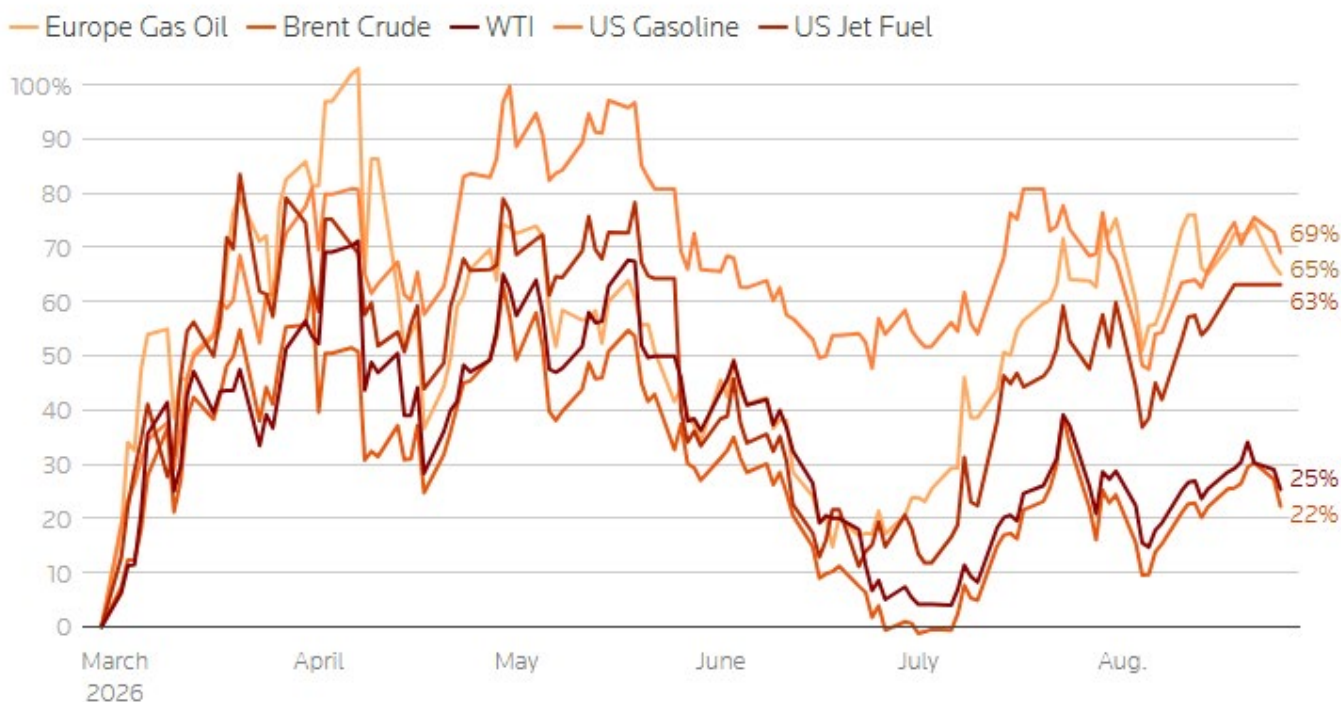
του Ορμούζ οδήγησαν σε σημαντική άνοδο των τιμών του πετρελαίου, με το Brent να ξεπερνά προσωρινά τα \$120 το βαρέλι τον Απρίλιο.

Ο μέσος όρος της τιμής του για το 2026 κινείται πλέον κοντά στα \$90, έναντι περίπου \$70 το προηγούμενο έτος.

Ιδιαίτερα έντονη είναι η πίεση στις αγορές ντίζελ και άλλων διυλισμένων προϊόντων, καθώς οι απώλειες εξαγωγικών ροών από τον Κόλπο προστίθενται στα προβλήματα που αντιμετωπίζουν τα ρωσικά διυλιστήρια. Με τον χειμώνα να πλησιάζει στο βόρειο ημισφαίριο, μια νέα επιδείνωση των διαταραχών θα μπορούσε να προκαλέσει νέο κύμα ανατιμήσεων στην ενέργεια.

War in the Middle East has lifted energy prices

Percentage changes in prices for crude oil and key distillates since February 27



Source: LSEG | Karin Strohecker

ΑΙ ΚΑΙ ΓΕΩΠΟΛΙΤΙΚΗ ΑΒΕΒΑΙΟΤΗΤΑ

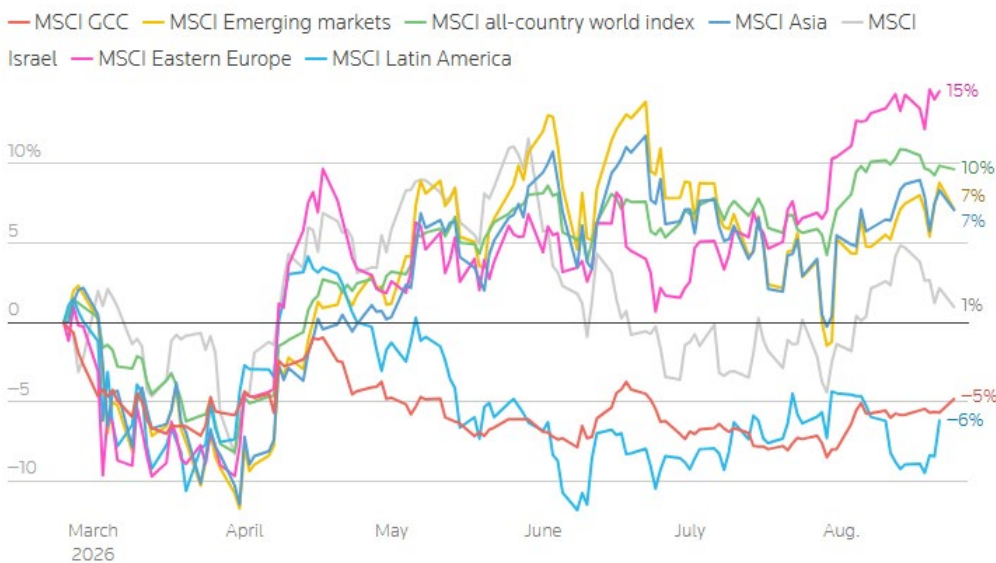
Παρά το ενεργειακό σοκ, οι διεθνείς χρηματιστηριακές αγορές έχουν σε μεγάλο βαθμό απορροφήσει τις επιπτώσεις του πολέμου. Ο παγκόσμιος δείκτης MSCI,

που καλύπτει αγορές 47 χωρών, έφθασε τον Αύγουστο σε ιστορικό υψηλό αποτίμησης \$105 τρις.

Από την έναρξη της σύγκρουσης, η αξία του έχει αυξηθεί κατά περίπου \$7 τρις. ή 9%, με την έντονη επενδυτική δραστηριό-

τητα στον τομέα της Τεχνητής Νοημοσύνης να στηρίζει τις μετοχές. Η εικόνα αυτή υποδηλώνει ότι οι επενδυτές εξακολουθούν, τουλάχιστον προς το παρόν, να θεωρούν πιθανό έναν περιορισμένο χρονικά πόλεμο.

War hits GCC stocks



Reuters | Marc Jones @marcjonesrtrs
Source: LSEG Workspace

ΤΡΟΦΙΜΑ ΚΑΙ ΛΙΠΑΣΜΑΤΑ

Οι επιπτώσεις της κρίσης επεκτείνονται πλέον και στην αγορά τροφίμων. Οι δυσκολίες στις μεταφορές μέσω των Στενών του Ορμούζ επηρεάζουν τις αποστολές λιπασμάτων, ενώ οι κίνδυνοι εντείνονται από την εμφάνιση ισχυρού El Niño και τα συνεχιζόμενα προβλήματα στις εξαγωγές σιτηρών.

Οι διεθνείς τιμές τροφίμων αυξήθηκαν τον Ιούλιο σε υψηλό άνω των τριών ετών, ενώ

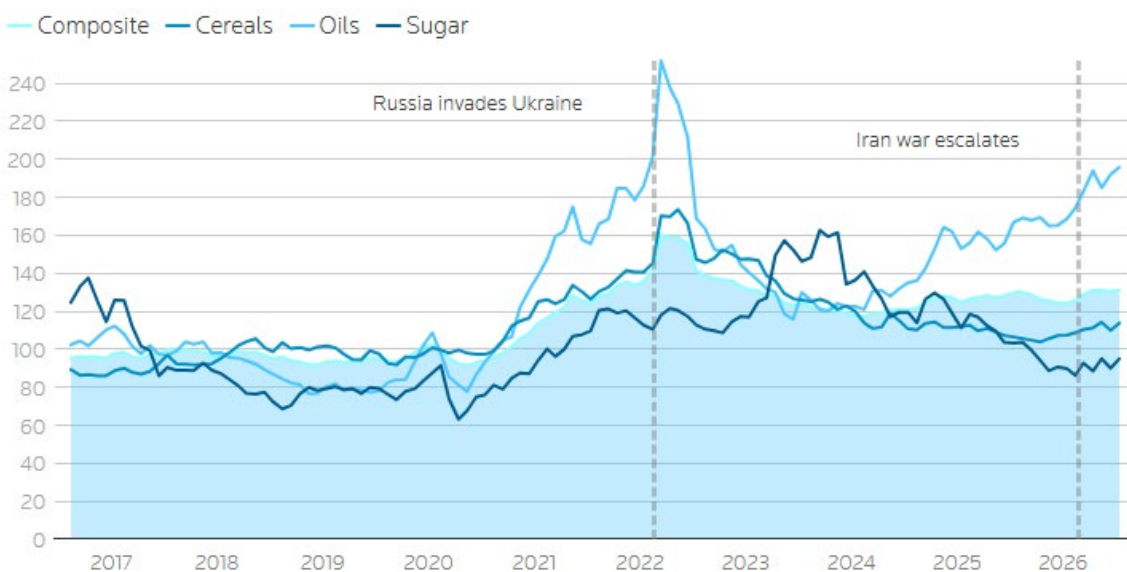
οι αναλυτές προειδοποιούν ότι σημαντικό μέρος των ανατιμήσεων δεν έχει ακόμη μεταφερθεί στους καταναλωτές. Ένα ισχυρό El Niño θα μπορούσε να επιβαρύνει περαιτέρω τον παγκόσμιο πληθωρισμό τροφίμων, με τις μεγαλύτερες επιπτώσεις να αναμένονται στις αναδυόμενες οικονομίες. Το πιο άμεσο οικονομικό πλήγμα, πάντως, έχει καταγραφεί στις χώρες του Κόλπου. Οι εξαγωγές της Σαουδικής Αραβίας έχουν μειωθεί, οι αγορές ακινήτων στο Ντου-

μπάι έχουν δεχθεί σημαντικές πιέσεις και το Κατάρ αντιμετωπίζει σοβαρές επιπτώσεις λόγω των ζημιών στις εγκαταστάσεις φυσικού αερίου.

Έξι μήνες μετά, το ενεργειακό σοκ παραμένει ο σημαντικότερος μηχανισμός μετάδοσης της κρίσης στην παγκόσμια οικονομία. Το κρίσιμο ερώτημα είναι εάν οι πιέσεις στην ενέργεια, τα λιπάσματα και τα τρόφιμα θα εξελιχθούν σε ένα νέο και ευρύτερο κύμα πληθωρισμού.

Iran war, El Niño fuel food price risk

Food prices according to the FAO index have been grinding higher in recent months



Source: UN FAO food prices indexes | Karin Strohecker

• GREEN BEVERAGES GROUP

ΤΕΤΡΑΠΛΑΣΙΑΣΕ ΤΟΝ ΠΗΧΗ ΤΩΝ ΠΩΛΗΣΕΩΝ ΣΤΗΝ ΙΑΠΩΝΙΑ – Ο ΣΤΟΧΟΣ ΣΤΗΝ Σ. ΑΡΑΒΙΑ ΚΑΙ ΤΟ ΣΤΟΙΧΗΜΑ ΤΗΣ ΙΝΔΙΑΣ

Στον τετραπλασιασμό του φετινού στόχου πωλήσεων στην Ιαπωνία στοχεύει η Green Beverages Group, σύμφωνα με τα όσα δήλωσε σε Μέσο της ασιατικής χώρας, ο Διευθύνων Σύμβουλος, Γιώργος Βενιέρης, καθώς ο πήχης ανέβηκε στα 2 εκατομμύρια κιβώτια από 500.000 που ήταν το αρχικό πλάνο.

Η Green Cola, μέσω της συνεργασίας της εταιρείας με την Asahi Soft Drinks κυκλοφόρησε αρχικά στην Ιαπωνία στις 12 Μαΐου σε καταστήματα λιανικής πώλησης (τύπου convenience stores) σε

- Τόκιο
- Σαϊτάμα
- Τσίμπα
- Καναγκάβα

Οι πωλήσεις της πρώτης εβδομάδας ξεπέρασαν τις προσδοκίες κατά περίπου 70%, ενώ στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης εκδηλώθηκαν αιτήματα για τη διάθεση του προϊόντος και εκτός της μητροπολιτικής περιοχής του Τόκιο. Η διάθεση του προϊόντος επεκτάθηκε σε εθνικό επίπεδο από τις 4 Αυγούστου, και οι συνολικές πωλήσεις - συμπεριλαμβανομένης της αρχικής κυκλοφορίας- ξεπερνούνσαν μέχρι τις 6 Αυγούστου τα 600.000 κιβώτια (14,4 εκατομμύρια φιάλες).

ΕΠΕΚΤΑΣΗ ΣΤΗΝ ΤΑΪΒΑΝ

Σύμφωνα με τα όσα ανέφερε στο FNB Daily ο κ. Βενιέρης, η Asahi έχει βάλει τον πήχη των πωλήσεων από τη συνεργασία της με την Green Cola, στα επίπεδα των 35 εκατ., προσθέτοντας ότι η ελληνική εταιρεία στέλνει την πρώτη ύλη. Τόνισε ότι ήδη στο convenience κανάλι η διείσδυση βρίσκεται στο 80% και στο retail στο 70%, ενώ στο πλάνο υπάρχει η ενίσχυση του portfolio με νέους flavor κωδικούς.

Υπογράμμισε ακόμη ότι στο πλάνο της συνεργασίας Green Cola-Asahi βρίσκεται η επέκταση στην αγορά της Ταϊβάν. Θυμίζουμε ότι η συνεργασία που προχώρησαν ο όμιλος Green Beverages με την Asahi Soft Drink αφορούσε τη διανομή της Green Cola σε Ιαπωνία, Ταϊβάν και Μογγολία, ενισχύοντας περαιτέρω τη διεθνή παρουσία του brand στην ευρύτερη ασιατική αγορά.

ΣΑΟΥΔΙΚΗ ΑΡΑΒΙΑ

Παράλληλα η Green Cola ξεκίνησε να υλοποιεί αντίστοιχο μοντέλο συνεργασίας στην Σαουδική Αραβία με την Al Rabie Saudi Foods, μία από τις μεγαλύτερες εταιρείες



Γιώργος Βενιέρης, CEO, Green Beverages Group

στην παραγωγή χυμών στη χώρα. Σε ετήσια βάση ο πήχης για τις πωλήσεις έχει τοποθετηθεί μέχρι τα 1,5 εκατομμύρια κιβώτια. Παράλληλα βρίσκεται σε συζητήσεις με μεγάλο όμιλο της Ινδίας για διείσδυση σε μία αγορά με μεγάλες προοπτικές ανάπτυξης.

ΤΟ ΜΟΝΤΕΛΟ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ

Ο κ. Βενιέρης υπογράμμισε σε σχετική συνέντευξη στην Shokuhin Sangyo Shimbunsha (SSNP) ότι για την επέκταση της Green Cola στο εξωτερικό, η εταιρεία έχει υιοθετήσει ένα μοντέλο παραχώρησης άδειας χρήσης (licensing), συνάπτοντας συμφωνίες με εταιρείες σε κάθε χώρα και περιοχή. Πέρα από την Ελλάδα, το προϊόν έχει τύχει θετικής υποδοχής σε σημαντικές χώρες της Μέσης Ανατολής, όπως η Σαουδική Αραβία και τα Ηνωμένα Αραβικά Εμιράτα, καθώς και στην Ευρώπη. Ο κ. Βενιέρης εκτιμά ότι η αυξανόμενη τάση των καταναλωτών να απομακρύνονται από τα αναψυκτικά με ζάχαρη και να αναζητούν εναλλακτικές λύσεις, έχει συμβάλει στην επέκταση της μάρκας.

Ειδικότερα σε ό,τι αφορά την Ιαπωνία τονίστηκε πως, παρότι το προϊόν απευθύνεται κυρίως στους νέους, έχει λάβει θετικά σχό-

λια από άτομα διαφόρων ηλικιακών ομάδων. Σύμφωνα με την Asahi Soft Drinks, έχουν καταγραφεί θετικά σχόλια ακόμη και από άτομα ηλικίας 60 και 70 ετών, τα οποία επισημαίνουν ότι το προϊόν "έχει δροσιστική γεύση και πίνεται ευχάριστα".

ΕΜΦΑΣΗ ΣΤΗΝ ΚΕΡΔΟΦΟΡΙΑ

Το ποσοστό των πωλήσεων που πραγματοποιείται εκτός Ελλάδας κυμαίνεται στα επίπεδα του 10%, ωστόσο αυτό που υπογραμμίζεται από το management της εταιρείας είναι, πως μέσω του μοντέλου licensing που εφαρμόζεται - δηλαδή την εξαγωγή πρώτης ύλης σε τοπικούς παραγωγούς - ο τζίρος μπορεί να μην είναι ανάλογος με το αν οι πωλήσεις αφορούσαν τελικό προϊόν, ωστόσο η διείσδυση είναι μεγαλύτερη και η κερδοφορία σαφώς υψηλότερη.

Σε ό,τι αφορά τη φετινή εικόνα, οι πωλήσεις σε όγκους εμφανίζονται σταθερές λόγω της μέτριας εικόνας που καταγράφει το κανάλι του HoReCa, ωστόσο σε επίπεδο κερδοφορίας οι επιδόσεις είναι καλύτερες από το 2025.

Μάκης Αποστόλου
makis@notice.gr

Powered by



• ΑΒ ΒΑΣΙΛΟΠΟΥΛΟΣ

ΤΙ ΞΕΧΩΡΙΖΕΙ ΣΤΟ ESG REPORT ΓΙΑ ΤΟ 2025

Την πρόοδό της στους τομείς του περιβάλλοντος, της κοινωνικής συνεισφοράς και της διαχείρισης ανθρώπινου δυναμικού παρουσιάζει η ΑΒ Βασιλόπουλος, μέσα από το ESG Report 2025.

ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝ

Σε επίπεδο περιβάλλοντος, η εταιρεία μείωσε σε σύγκριση με το 2018

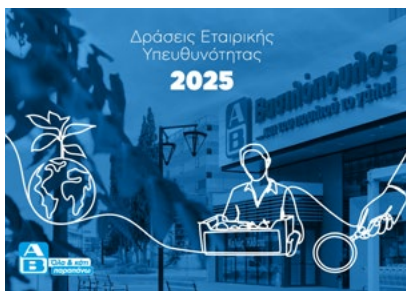
- την κατανάλωση ενέργειας κατά 13,27%
- τις εκπομπές Scope 1 και 2 κατά 34,5%

Παράλληλα, περιόρισε

- τη σπατάλη τροφίμων κατά 22% έναντι του 2019
- τη χρήση πλαστικών μιας χρήσης κατά 64% έναντι του 2021

ενώ οι δωρεές τροφίμων αυξήθηκαν κατά 111%.

Στο τέλος του 2025 λειτουργούσαν 799 σημεία φόρτισης ηλεκτρικών οχημάτων σε 173 καταστήματα, ενώ περισσότερες από 3 εκατ. συσκευασίες



ανακυκλώνονται ετησίως στα Κέντρα Ανακύκλωσης ΑΒ.

ΚΟΙΝΩΝΙΑ

Στον κοινωνικό πυλώνα, η ΑΒ διαθέσε €520,1 χιλ. για δράσεις και προγράμματα σε όλη την Ελλάδα. Μέσω του προγράμματος "Τρόφιμα Αγάπης" προσφέρθηκαν περισσότερα από 17 εκατ. γεύματα, συνολικής αξίας €7,3 εκατ., σε πάνω από 120.000 ανθρώπους, με τη συνδρομή 200 κοινωνικών φορέων. Επιπλέον, περισσότεροι από 5.200 εργαζόμενοι συμμετείχαν σε 200 εθε-

λοντικές δράσεις, ενώ υλοποιήθηκαν προγράμματα διατροφικής εκπαίδευσης και υποστήριξης παιδιών.

ΑΝΘΡΩΠΙΝΟ ΔΥΝΑΜΙΚΟ

Ως προς το ανθρώπινο δυναμικό, η εταιρεία επένδυσε:

- πάνω από €261 εκατ. σε μισθούς
- €5,2 εκατ. σε παροχές
- €8,8 εκατ. σε πόντους επιβράβευσης

Επίσης:

- πραγματοποιήθηκαν 408.456 ώρες εκπαίδευσης μέσα από 1.850 προγράμματα
- αναβαθμίστηκε το ομαδικό πρόγραμμα ζωής και υγείας
- ενισχύθηκαν οι πρωτοβουλίες διαφορετικότητας, ισότητας και συμπερίληψης

**ΕΝΗΜΕΡΩΘΕΙΤΕ
ΚΑΘΗΜΕΡΙΝΑ
ΣΤΟ ESGREECE.COM**

• MCDONALD'S – ΔΕΛΤΑ 360 ΣΥΝΕΡΓΑΣΙΑ ΜΕ ΕΠΙΚΕΝΤΡΟ ΤΗΝ ΕΠΑΓΓΕΛΜΑΤΙΚΗ ΕΚΠΑΙΔΕΥΣΗ

Στην ενίσχυση της πρόσβασης στην επαγγελματική εκπαίδευση εστιάζει η συνεργασία της McDonald's με τις Ανώτερες Σχολές ΔΕΛΤΑ 360, στο πλαίσιο του στρατηγικού μνημονίου συνεργασίας των δύο πλευρών. Η συνεργασία υλοποιείται μέσω της πρωτοβουλίας "Όνειρα στην Πράξη", η οποία περιλαμβάνει διαγωνισμό για την παροχή δύο υποτροφιών σπουδών διάρκειας ενός έτους. Οι νικητές θα έχουν τη δυνατότητα να επιλέξουν ελεύθερα την ειδικότητα και την πόλη φοίτησής τους στις σχολές ΔΕΛΤΑ 360. Η πρωτοβουλία απευθύνεται σε νέους, αλλά και σε άτομα που επιθυμούν να επανέλθουν



στην εκπαιδευτική διαδικασία ή να αποκτήσουν νέες επαγγελματικές δεξιότητες. Ο διαγωνισμός βρίσκεται σε εξέλιξη από

τις 27 Αυγούστου και οι ενδιαφερόμενοι μπορούν να συμμετάσχουν έως τις 17 Σεπτεμβρίου.

• **ΒΙΚΟΣ**

ΕΝΙΣΧΥΕΙ ΤΗ ΣΤΗΡΙΞΗ ΤΟΥ ΣΤΟΝ ΥΓΡΟ ΣΤΙΒΟ ΜΕ ΠΑΥΛΟΠΟΥΛΟΥ ΚΑΙ ΔΑΜΑΣΙΩΤΗ

Το φυσικό μεταλλικό νερό ΒΙΚΟΣ εντάσσεται στην ομάδα των αθλητών που υποστηρίζει τις πρωταθλήτριες κολύμβησης Νικόλ Παυλοπούλου και Γεωργία Δαμασιώτη, ενισχύοντας περαιτέρω την παρουσία του στον ελληνικό υγρό στίβο. Οι δύο συνεργασίες εντάσσονται στη διαχρονική στρατηγική της Ηπειρωτικής Βιομηχανίας Εμφιαλώσεων για την υποστήριξη του ελληνικού αθλητισμού και αθλητών με σταθερή αγωνιστική εξέλιξη και διεθνή παρουσία.

ΟΙ ΔΙΑΚΡΙΣΕΙΣ ΤΩΝ ΑΘΛΗΤΡΙΩΝ

Η Νικόλ Παυλοπούλου έχει εκπροσωπήσει την Ελλάδα σε σημαντικές διεθνείς διοργα-

νώσεις και έχει σημειώσει πανελλήνια ρεκόρ, μεταξύ των οποίων επίδοση 2:13.14 στα 200 μ. μικτή ατομική στο Sette Colli της Ρώμης.

Αντίστοιχα, η Γεωργία Δαμασιώτη κατέρριψε το 2023, με χρόνο 2:09.74, το πανελλήνιο ρεκόρ στα 200 μ. πεταλούδα, το οποίο παρέμενε ακατάρριπτο επί 20 χρόνια. Έχει συμμετάσχει σε επτά Παγκόσμια Πρωταθλήματα, καταλαμβάνοντας, μεταξύ άλλων, την ένατη θέση στη Βουδαπέστη το 2024 και τη δέκατη στη Σιγκαπούρη το 2025. Το 2024 κατέκτησε το ασημένιο μετάλλιο στα 100 μ. πεταλούδα στο Ευρωπαϊκό Πρωτάθλημα Γυναικών του Βελιγραδίου και εξασφάλισε την πρό-



κρισή της στους Ολυμπιακούς Αγώνες του Παρισιού. Έναν χρόνο αργότερα αναδείχθηκε πρωταθλήτρια Ευρώπης K23 στα 200 μ. πεταλούδα, ενώ κατέκτησε ακόμη ένα ασημένιο μετάλλιο στα 100 μ. πεταλούδα και ένα χάλκινο με την Εθνική ομάδα.

• **ΑΘΗΝΑΪΚΗ ΖΥΘΟΠΟΙΑ**

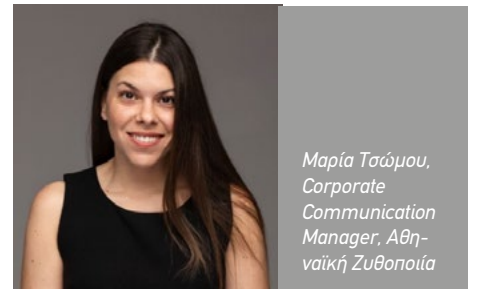
NEA CORPORATE COMMUNICATION MANAGER Η ΜΑΡΙΑ ΤΣΩΜΟΥ

Καθήκοντα Corporate Communication Manager στην Αθηναϊκή Ζυθοποιία αναλαμβάνει η Μαρία Τσώμου, προερχόμενη από την Πλαίσιο Computers, όπου εργάστηκε επί σχεδόν 14 χρόνια.

Από τον Οκτώβριο του 2021 έως τον Ιούλιο του 2026 κατείχε τη θέση της Media & PR Manager, έχοντας την ευθύνη για τις σχέσεις με τα μέσα ενημέρωσης, τον σχεδιασμό

και την υλοποίηση ενεργειών εταιρικής δημοσιότητας, καθώς και για δράσεις εξωτερικής επικοινωνίας και εταιρικής κοινωνικής ευθύνης.

Νωρίτερα, είχε διατελέσει Media Manager για περισσότερα από τέσσερα χρόνια, διαχειριζόμενη τα εταιρικά και εμπορικά media plans και τα επιμέρους κανάλια προβολής. Εντάχθηκε στην Πλαίσιο το 2012 ως Sales



Μαρία Τσώμου,
Corporate
Communication
Manager, Αθη-
ναϊκή Ζυθοποιία

Associate, ενώ στη συνέχεια ανέλαβε καθήκοντα Marketing Executive, με αντικείμενο, μεταξύ άλλων, την εσωτερική επικοινωνία και τον συντονισμό εταιρικών εκδηλώσεων.

• **Debrief** •

ROOMS TO LET

Δεν είναι απλά ανάμνηση. Είναι ο τρόπος που περάσαμε ουκ ολίγα καλοκαίρια της νιότης μας. Κατεβαίναμε στο νησί – στο όποιο νησί – και ένας μικρός στρατός από τεράλνδες με ταμπέλες που έγραφαν rooms to let, περίμενε να μας οδηγήσει στο κατάλυμα. Ούτε εισιτήρια για το καράβι κλείναμε, ούτε δωμάτιο. Θα βρίσκαμε, σίγουρα.

Τα τελευταία χρόνια οι ξενοδοχειακές υποδομές και υπηρεσίες στην Ελλάδα έχουν περάσει σε φάση κοσμογονίας. Οι μονάδες που έχουν δημιουργηθεί και η εμπειρία που προσφέρουν έχουν αλλάξει πίστα στο τουριστικό προϊόν της χώρας. Αρκεί, βέβαια, να έχεις το απαιτούμενο βαλάντιο.

Οι περισσότεροι, όμως, Έλληνες ταξιδιώτες

δεν μπορούν να καταλύσουν σε πεντάστερο, ούτε καν τετράστερο. Από τα υπόλοιπα δωμάτια που προσφέρονται, ένα μεγάλο ποσοστό έχει κολλήσει 30 χρόνια πίσω, στην εποχή του rooms to let. Στοιχειωδώς συντηρημένα, με παλιό εξοπλισμό και υποτυπώδεις παροχές. Με το που γυρίζεις το κλειδί και μπαίνεις μέσα, νομίζεις ότι ξανάγινες 20 και θα βάλεις την κασέτα στο Toshiba που κουβάλαγες και στις διακοπές. Και κάπου εκεί αρχίζει το πρόβλημα. Δεν είσαι 20 για να μην σε χαλάει τίποτα και τα λεφτά που πληρώνεις δεν είναι τα λεφτά που πληρώνες στα 20. Τα πάντα έχουν αλλάξει εκτός από το δωμάτιο και τις παρεχόμενες υπηρεσίες.

Προφανώς δεν είναι όλα τα δωμάτια έτσι.

Πολλά, όμως, είναι. Με αποτέλεσμα να διαμορφώνεται ένα τουριστικό προϊόν δύο ταχυτήτων: για έχοντες και μη. Έχεις γερό πορτοφόλι; Θα ζήσεις τον μύθο σου στην Ελλάδα. Δεν έχεις; Θα σπάσεις τα νεύρα σου με το καζανάκι, το στρώμα, το κρεβάτι και από πάνω θα πληρώσεις και ουκ ολίγα.

Ο τουρισμός μας δεν είναι μόνο εισερχόμενος. Μπορεί οι ταξιδιώτες από το εξωτερικό να έχουν πιο βαθιά πορτοφόλια, αλλά και ο Έλληνας επισκέπτης είναι απαραίτητος για τη βαριά βιομηχανία της χώρας. Του αξίζει λίγο περισσότερη προσοχή και σεβασμός.

Γιάννης Παλιούρης
giannis@notice.gr

• AHOLD DELHAIZE

ΝΕΑ CEO ΓΙΑ ΕΥΡΩΠΗ ΚΑΙ ΙΝΔΟΝΗΣΙΑ Η MARGARET VERSTEDEN-VAN DUIJN

Την Margaret Verstedden-Van Duijn πρότεινε το Εποπτικό Συμβούλιο της Ahold Delhaize για τη θέση της CEO της Ahold Delhaize Europe & Indonesia, καθώς και για τη συμμετοχή της στο Management Board του ομίλου.

Η Margaret Verstedden-Van Duijn θα αναλάβει από την 1η Οκτωβρίου 2026 καθήκοντα Executive Vice President Europe & Indonesia, ενώ η επίσημη ανάληψη της θέ-

σης της CEO θα πραγματοποιηθεί μετά την έγκριση του διορισμού της από τους μετόχους, σε Έκτακτη Γενική Συνέλευση που αναμένεται να πραγματοποιηθεί αργότερα μέσα στο έτος.

Σήμερα, κατέχει τη θέση της Brand President για τα ολλανδικά brands Albert Heijn, Etos και Gall & Gall, ενώ στο παρελθόν είχε διατελέσει Brand President της bol από το 2021. Παράλληλα, από την ίδια χρονιά αποτελεί μέ-



Margaret Verstedden-Van Duijn, Νέα CEO για Ευρώπη και Ινδονησία, Ahold Delhaize

λος της ηγετικής ομάδας της Ahold Delhaize Europe & Indonesia.

Business Maker

ΤΟ ΠΑΖΑΡΙ ΓΙΑ ΤΟ ΝΕΟ ΕΡΓΟΣΤΑΣΙΟ ΤΗΣ ΔΩΔΩΝΗΣ

Μετά την πχηρή εξαγορά της βιομηχανίας Δωδώνη από τον όμιλο των Ελληνικών Γαλακτοκομείων, το επόμενο μεγάλο στοίχημα της οικογένειας Σαράντη έχει μπει στην τελική ευθεία. Το σχέδιο για τη δημιουργία ενός νέου, υπερσύγχρονου εργοστασίου στα Ιωάννινα τρέχει με εντατικούς ρυθμούς, παρά τις αντικειμενικές δυσκολίες.

Όπως αναφέρουν καλά πληροφορημένες πηγές με γνώση των διαδικασιών, η διοίκηση έχει ήδη κυκλώσει στον χάρτη τον ιδανικό χώρο και διαπραγματεύεται την αγορά της γης. Στο τραπέζι των συζητήσεων έχουν πέσει τρεις ξεκάθαρες επιλογές.

Οι δύο πρώτες λύσεις θεωρούνται ιδανικές, καθώς απέχουν μόλις πέντε χιλιόμετρα από το

υφιστάμενο εργοστάσιο της Δωδώνης, διευκολύνοντας τη λειτουργική μετάβαση. Ο αρχικός σχεδιασμός προέβλεπε οι υπογραφές για την αγορά της γης να πέσουν το καλοκαίρι. Πλέον, το χρονοδιάγραμμα μετατοπίζεται για τα Χριστούγεννα του 2026.

Γιατί καθυστερεί η διαδικασία;

Οι διαπραγματεύσεις δεν σκαλώνουν στο οικονομικό σκέλος, αλλά σε ζητήματα νοοτροπίας των τοπικών ιδιοκτητών. Η εταιρεία θέλει κάτι πραγματικά μεγάλο εκεί, απαιτεί τεράστια έκταση με οικόπεδα απολύτως άρτια και οικοδομήσιμα. Στόχος είναι να δημιουργηθεί μια υπερσύγχρονη μονάδα-πρότυπο.

Αναφορικά με το παλιό εργοστάσιο, οι αποφάσεις έχουν ληφθεί. Θα βγει προς πώληση

και μπορεί να αξιοποιηθεί εμπορικά από άλλον ιδιοκτήτη. Η κίνηση αυτή προγραμματίζεται σε ορίζοντα δεκαετίας, οπότε δεν μπαίνει ψηλά στην ατζέντα των άμεσων προτεραιοτήτων. Τα βλέμματα είναι στραμμένα στο νέο project.

Ο χρόνος κατασκευής του νέου εργοστασίου υπολογίζεται ακριβώς στα τρία χρόνια, από τη στιγμή που θα ξεκινήσουν τα χωματουργικά έργα.

Θα προηγηθεί ένας επιπλέον χρόνος αποκλειστικά για τον λεπτομερή σχεδιασμό των εγκαταστάσεων. Η διοίκηση δεν βιάζεται, καθώς τα νούμερα τη στηρίζουν. Οι πωλήσεις της εταιρείας πηγαίνουν σταθερά και απόλυτα ικανοποιητικά, δίνοντας τον απαραίτητο χρόνο για προσεκτικές κινήσεις.

Η ΣΚΛΗΡΗ ΑΛΗΘΕΙΑ ΓΙΑ ΤΙΣ ΜΕΙΩΣΕΙΣ ΤΙΜΩΝ

Αυτό, που δεν λέει απολύτως κανείς για τις πολυδιαφημισμένες μειώσεις τιμών, κρύβει ένα τεράστιο παρασκήνιο. Το budget, που είχαν προγραμματίσει να διαθέσουν οι αλυσίδες super market σε δικές τους προωθητικές ενέργειες, παραμένει κλειδωμένο. Δεν πρόκειται να βάλουν ούτε ένα ευρώ επιπλέον, όπως παραδέχονται σε ιδιωτικές συζητήσεις κορυφαίοι παράγοντες της αγοράς και έμπειροι επιχειρηματίες.

Η εξίσωση στο ράφι έχει συγκεκριμένους κανόνες. Οι προμηθευτές έχουν ρίξει κατά μέσο όρο τις τιμές τους κατά 4% με 5%, τα super market έχουν προσθέσει περίπου άλλο ένα 4% από την πλευρά τους. Έτσι, διαμορφώνεται μια συνολική μείωση λίγο κάτω από το 10%.

Το μεγάλο ερώτημα, που κυριαρχεί στα διοικητικά συμβούλια, είναι πότε θα σταματήσει αυτό το ράλι.

Στα λογιστήρια η αγωνία έχει χτυπήσει κόκκινο. Οι ιθύνοντες έχουν υπολογίσει το λειτουργικό κόστος μέχρι το τελευταίο cent και διαπιστώνουν πως με τα επιπλέον ποσά, που αναγκάζονται να βάζουν, τα νούμερα απλά δεν βγαίνουν. Η πίεση μεταφέρεται στη ρευστότητα.

Αναρωτιούνται πού θα φτάσει η κατάσταση και πώς θα καταφέρουν να πληρώσουν τους μισθούς των εργαζομένων τους επόμενους μήνες. Η εκτίμηση είναι ξεκάθαρη. Κάποιες εταιρείες του κλάδου θα αντιμετωπίσουν σοβαρότατο πρόβλημα το επόμενο διάστημα.

Στην αγορά, όπως λένε στο Fnb Daily έμπει-

ρα στελέχη, έχει καλλιεργηθεί η λανθασμένη εντύπωση πως τα super market βγάζουν αμύθητα εκατομμύρια με το... τσουβάλι. "Πολλοί νομίζουν λανθασμένα ότι τα περιθώρια κέρδους τους είναι πρακτικά ατελείωτα, οπότε θεωρούν απολύτως λογικό να βάλουν και αυτοί βαθιά το χέρι στην τσέπη για να συγκρατήσουν τις διαρκείς ανατιμήσεις", σημειώνουν χαρακτηριστικά.

Η αλήθεια, όμως, όπως σπεύδουν να προσθέσουν, πίσω από τις κλειστές πόρτες των επιχειρήσεων, δείχνει μια αγορά οριακή, ασφυκτικά πιεσμένη και απολύτως έτοιμη να βγάλει στην επιφάνεια τα δομικά της προβλήματα, αν συνεχιστεί αμείωτη η ίδια ακριβώς τακτική τους επόμενους κρίσιμους μήνες.

• **ΙΟΝΙΚΙ**

ΠΡΟΛΗΠΤΙΚΕΣ ΔΙΑΓΝΩΣΤΙΚΕΣ ΕΞΕΤΑΣΕΙΣ ΓΙΑ ΤΟ ΠΡΟΣΩΠΙΚΟ ΤΗΣ

Στο πλαίσιο της διαρκούς μέριμνας για την υγεία και την ευεξία των εργαζομένων της, η Ιονική προχώρησε στην παροχή προληπτικών διαγνωστικών εξετάσεων για το προσωπικό της στις εγκαταστάσεις της σε Θεσσαλονίκη και Αθήνα.

Η πρωτοβουλία αυτή εντάσσεται στη στρατηγική της για τη δημιουργία ενός ασφαλούς και υποστηρικτικού εργασιακού περιβάλλοντος,

αναδεικνύοντας έμπρακτα τη σημασία που αποδίδει στην πρόληψη και τη φροντίδα της υγείας των ανθρώπων της.

"Στην Ιονική πιστεύουμε ότι η επιτυχία της εταιρείας μας ξεκινά από την ευημερία των ανθρώπων μας και συνεχίζουμε να επενδύουμε σε πρωτοβουλίες που ενισχύουν την υγεία, την ασφάλεια και την ποιότητα της καθημερινότητάς τους" τονίζεται στη σχετική ανακοίνωση.



Business Insight

ΧΡΗΜΑΤΙΣΤΗΡΙΟ: Η ΕΠΟΜΕΝΗ ΗΜΕΡΑ ΜΕΤΑ ΤΟ REBALANCING, ΤΑ ΟΡΟΣΗΜΑ ΚΑΙ Ο ΣΤΟΧΟΣ ΤΟΥ ΣΕΠΤΕΜΒΡΙΟΥ

Στις αρχές 2008 επανέρχεται το ελληνικό χρηματιστήριο, καθώς η **τρέχουσα αποτίμηση των περίπου €194 δισ.** αντιστοιχεί σε αυτήν των πρώτων ημερών του Ιανουαρίου εκείνης της χρονιάς. Έχοντας συμπληρώσει, την Παρασκευή (28/8) **έξι συνεχόμενες εβδομάδες με θετικό ταμείο**, και με το κλείσιμο Δευτέρας (31/8) **πέντε σερί μήνες με άνοδο**, οι long επενδυτές ξεκινούν τον Σεπτέμβριο με στόχο **να καταρρίψουν το ρεκόρ διαδοχικών έξι ετών με θετικό πρόσημο**. Σερί που επιτεύχθηκε την περίοδο 1985-1990 και έκτοτε δεν έχει επαναληφθεί στην ιστορία του Χρηματιστηρίου Αθηνών. Πλέον Euronext Athens, που ως τέτοιο, μέρος ενός ευρύτερου φορέα που ιδρύθηκε το 2000 από τη συγχώνευση των χρηματιστηρίων του Παρισιού (Γαλλία), των Βρυξελλών (Βέλγιο) και του Άμστερνταμ (Ολλανδία), αλλά έκτοτε διευρύνθηκε και περιέλαβε επίσης τα χρηματιστήρια της Λισαβόνας (Πορτογαλία), του Δουβλίνου (Ιρλανδία), του Όσλο (Νορβηγία), και του Μιλάνου (Ιταλία).

Σημαντικό το διήμερο Δευτέρας (31/8)- Τρίτης (1/9) τόσο λόγω αναδιάρθρωσης των δεικτών MSCI, που σε αυτό το rebalancing είχε διπλό ελληνικό ενδιαφέρον με την **επανεξέταση της Motor Oil στον δείκτη MSCI Greece Standard και της Κρι Κρι στον MSCI Small Cap**. Επιχειρώντας μία συνοπτική αναδρομή, η **Ελλάδα αναβαθμίστηκε για πρώτη φορά σε ανεπτυγμένη αγορά, στις 31 Μαΐου 2001** με 23 μετοχές να συμμετέχουν τη σύνθεση των δεικτών της Morgan Stanley, με τη στάθμιση να διαμορφώνεται στο 1%. Έκτοτε ακολούθησε η κατάρρευση (και) του χρηματιστηρίου,

η... Οδύσσεια της ελληνικής οικονομίας/κοινωνίας, συνακόλουθα της επενδυτικής κοινότητας μέχρι που τη διετία 2019-2020 ξεκίνησε η ένταξη μετοχών με **πρόσφατη προσθήκη της ΓΕΚ Τέρνα και τελευταία της Motor Oil**. Η επανένταξη της ΜΟΗ στο καλάθι του πιο σημαντικού δείκτη για τους διαχειριστές ξένων funds έχει ως αποτέλεσμα τη (δυναμική) εισροή **€180-€260 εκατ.** (ανάλογα με τις εκροές). Το ενδιαφέρον με την περίπτωση της ΜΟΗ είναι πως με την έξοδό της από τον δείκτη, Αύγουστο 2024 και τη μη... εμπρόθεσμη επανένταξή της νωρίτερα οι διαχειριστές που ακολουθούν την αξιολόγηση του οίκου είχαν σημαντική απώλεια (θεωρητικών) υπεραξιών. Αυτό γιατί όταν οι **αναλυτές της MSCI υποβάθμισαν τη μετοχή στον Small Cap** η τιμή της μετοχής είχε υποχωρήσει χαμηλότερα, **ακόμη και των €20 (!)** ενώ σήμερα με την επανένταξη της είναι στα **€60 plus**. Πρακτικά αυτό σημαίνει πως εάν η μετοχή είχε αξιολογηθεί ως «εντάξιμη» σε προηγούμενη αναδιάρθρωση θα είχε δοθεί δυνατότητα επένδυσης από επίπεδα τιμών ακόμη και των €36,5 (μέσα Μαΐου) ή και των €45 (μέσα Ιουνίου). Αυτό σημαίνει ότι για αρκετούς διαχειριστές χάθηκε το πλεονέκτημα της «επανεναξiomότητας» από αρκετά χαμηλότερα επίπεδα τιμών. Κάτι που χρεώνεται στους οικονομολόγους του οίκου, γεγονός που σύμφωνα με παράγοντες της αγοράς δεν αποκλείεται να συνεκτιμηθεί αντίστροφα στην συνέχεια. Αυτό γιατί, όταν είχε ενταχθεί η ΓΕΚ Τέρνα στον MSCI GREECE Standard, ο τζίρος είχε ξεπεράσει το €1 δισ. **Ακολουθούν τα ορόσημα του Σεπτεμβρίου, καθώς θα ενεργοποιηθούν οι αλλα-**

γές που συνδέονται με την αναβάθμιση του Euronext Athens στις ανεπτυγμένες αγορές από τον οίκο STOXX. Αρχές 2026 η JOMC υπολόγιζε ότι η αναβάθμιση της Ελλάδας θα μπορούσε να αποφέρει παθητικές εισροές περίπου \$962 εκατ. με τις τράπεζες να απορροφούν το μεγαλύτερο μέρος των κεφαλαίων. Σε μεταγενέστερη έκθεσή τους, οι αναλυτές της JPMC εκτιμούσαν πως η ένταξη ελληνικών μετοχών στον EuroStoxx, στο rebalance της 18ης Σεπτεμβρίου, θα μπορούσε να προσελκύσει περί τα \$956 εκατ.

Στο επίκεντρο, σύμφωνα πάντα με την ίδια προσέγγιση **θα μπορούσε να ενεργοποιηθούν εισροές \$232,5 εκατ. στην Eurobank, \$288,6 εκατ. στην Εθνική, \$220,1 εκατ. στην Τράπεζα Πειραιώς και \$146,6 εκατ. στην Alpha Bank**. Μικρότερες, κάτω από \$35 εκατ., ήταν οι εκτιμώμενες εισροές για ΔΕΗ, Allwyn, OTE, Metlen και ΓΕΚ Τέρνα.

Θυμίζω πως, βραχυπρόθεσμα: Παρασκευή 4 Σεπτεμβρίου, οι αρμόδιοι του FTSE Russell διατηρούν το δικαίωμα να προχωρήσουν σε αλλαγές στα αρχεία της εξαμηνιαίας αναθεώρησης των δεικτών της για την ανεπτυγμένη Ευρώπη. Από την Δευτέρα 7 Σεπτεμβρίου, οι αλλαγές της αναθεώρησης θεωρούνται οριστικές και οποιαδήποτε μεταβολή θα μπορεί να γίνει πλέον μόνο σε εξαιρετικές περιπτώσεις και σύμφωνα με την πολιτική επαναυπολογισμού των δεικτών. Πρακτικά η Παρασκευή (4/9) είναι το καταληκτικό περιθώριο για την αλλαγή της σύνθεσης των ελληνικών συμμετοχών πριν από την ιστορική μετάταξη της αγοράς στις 21 Σεπτεμβρίου, στην κατηγορία των Developed Markets.

SECRETCRECIPE

Paliria: Νέος CEO και στο βάθος... IPO

Η μη επίτευξη τελικής συμφωνίας μεταξύ Σουλιώτη και Κάτσου και η παραμονή του επενδυτή στην Paliria φέρνει αλλαγές σε πρόσωπα και στρατηγική. Όπως πληροφορείται το Fnb Daily, ο Χριστόφορος Σταμουλακάτος αναμένεται να αναλάβει Διευθύνων Σύμβουλος. Πρόκειται για έμπειρο στέλεχος, με προϋπηρεσία τόσο στο τρόφιμο - Μεβγάλ και Μινέρβα -, όσο και στα FMCGs ευρύτερα - J&J και Sarantis. Οι ίδιες πληροφορίες αναφέρουν ότι ο κ. Σταμουλακάτος αναμένεται να τρέξει - μεταξύ άλλων - και την εισαγωγή της Paliria στο Euronext Athens, μέσω δημόσιας προσφοράς.

SÖ POSH!

the trendletter

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

**Κάθε Σάββατο
στις 9.30**

ΤΟ ΕΒΔΟΜΑΔΙΑΙΟ NEWSLETTER

ΓΙΝΕ ΣΥΝΔΡΟΜΗΤΗΣ ΕΔΩ

Editorial

META ΤΟΝ ΑΥΓΟΥΣΤΟ...

Όπως κάθε χρόνο τέτοια εποχή, η πολιτική και δημοσιογραφική Αθήνα έχει στρέψει το βλέμμα της βόρεια.

Τι θα πει ο Πρωθυπουργός από το βήμα της ΔΕΘ;

Ποια μέτρα θα ανακοινώσει, ποιες ελαφρύνσεις, ποιο καλάθι θα προσφερθεί στο ακροατήριο;

Η τελετουργία είναι γνωστή και εξαντλητικά προβλέψιμη:

Διαρροές, διαψεύσεις, κλειδωμένα πακέτα, που ξεκλειδώνουν την τελευταία στιγμή.

Και όμως, το πραγματικό ζητούμενο για τη χώρα δεν χωράει σε κανένα πακέτο εξαγγελιών.

Είναι το ευρύτερο αποτύπωμά της.

Ας το πούμε απλά: Το brand name Ελλάδα έχει αναβαθμιστεί θεαματικά.

Σε ευρωπαϊκό και παγκόσμιο επίπεδο, η χώρα δεν είναι πια το προβληματικό παιδί της Ευρώζωνης, αλλά ένας αξιόπιστος εταίρος και ένας προορισμός, που όλοι θέλουν να επισκεφθούν. Οι αφίξεις σπάνε ρεκόρ, τα αεροδρόμια ασφυκτούν, τα νησιά γεμίζουν.

Επιτυχία;

Εξαρτάται από το πού κοιτάζει κανείς.

Διότι η μεγάλη εικόνα κρύβει μια ενοχλητική λεπτομέρεια: Η αύξηση αφορά κυρίως τον μαζικό τουρισμό.

Την ίδια ώρα, οι επισκέπτες, που αναζητούν premium και hyper-premium διακοπές — αυτοί δηλαδή που αφήνουν δυσανάλογα μεγάλο μέρος της τουριστικής δαπάνης — μειώνονται. "Από τις 1.500 δυνατές παρέες από όλο τον κόσμο, που περνούν από την Μύκονο κάθε χρόνο, φέτος έχουν έρθει μόλις 500", μου έλεγε επιχειρηματίας του HoReCa, που δραστηριοποιείται στο νησί.

Ένα στα τρία.

Το νούμερο δεν χρειάζεται σχολιασμό.

Χρειάζεται εξήγηση.

Και η εξήγηση είναι δυστυχώς απλή: Ζητάμε πολλά χρήματα από τους τουρίστες, χωρίς αυτά να αντιστοιχούν στο επίπεδο των υπηρεσιών, που παρέχουμε.

Ο πελάτης, που πληρώνει τιμές Saint Tropez, και εισπράττει εξυπηρέτηση επαρχιακού πανηγυριού, δεν διαμαρτύρεται.

Απλώς δεν ξανάρχεται.

Και μαζί του φεύγει η παρέα του, το δίκτυό του, η φήμη, που χτίζεται από στόμα σε στόμα στα σαλόνια, όπου λαμβάνονται αποφάσεις για το πού θα ξοδευτούν τα σοβαρά χρήματα.

Το premium κοινό δεν κερδίζεται με διαφημιστικά spot.

Κερδίζεται — και χάνεται — με την εμπειρία.

Η ειρωνεία είναι ότι η χώρα διαθέτει όλα τα συστατικά: Φυσικό κάλλος, γαστρονομία, ιστορία, ασφάλεια.

Αυτό, που λείπει, είναι η αντιστοίχιση τιμής και αξίας.

Το "αρπάξαμε όσα προλάβαμε" της σεζόν είναι στρατηγική με ημερομηνία λήξης.

Οι μαζικοί προορισμοί ανταγωνίζονται στην τιμή — και σε αυτό το παιχνίδι πάντα θα υπάρχει κάποιος φθηνότερος.

Οι premium προορισμοί ανταγωνίζονται στην ποιότητα, και εκεί η υπεροχή, όταν χτιστεί, δύσκολα χάνεται.

Ο Πρωθυπουργός, λοιπόν, θα ανέβει στο βήμα της ΔΕΘ και θα ανακοινώσει ό,τι θα ανακοινώσει. Τα μέτρα θα συζητηθούν για μια εβδομάδα και θα ξεχαστούν.

Το ερώτημα που θα παραμείνει είναι άλλο:

Θέλουμε μια Ελλάδα, που μετράει αφίξεις, ή μια Ελλάδα που μετράει;

Το αναβαθμισμένο brand name είναι κεφάλαιο. Και τα κεφάλαια, όπως μας δίδαξε ακριβώς η προηγούμενη δεκαετία, είτε επενδύονται είτε σπαταλούνται.

Μετά τον Αύγουστο, η απάντηση δεν θα δοθεί μόνο από ένα βήμα στην Θεσσαλονίκη.

Θα δοθεί από το αν καταλάβαμε τη διαφορά.

Τόσο απλά.

Νεκτάριος Β. Νώτης
nectarios@notice.gr