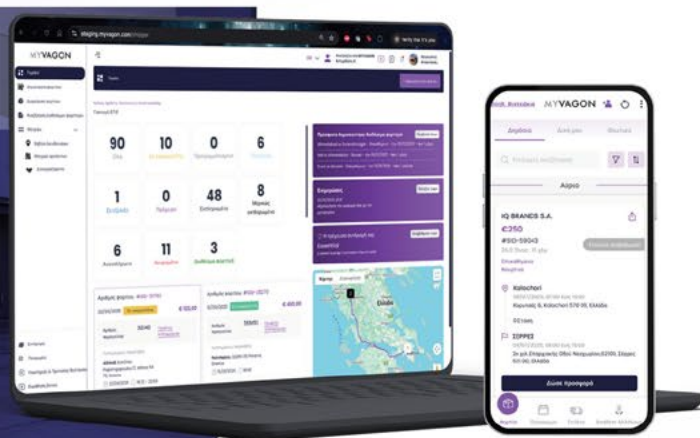


MOVE DIFFERENT.

50 χρόνια τηλεφωνημάτων τελειώνουν σήμερα.

MYVAGON

Η 1η ΨΗΦΙΑΚΗ ΠΛΑΤΦΟΡΜΑ
ΦΟΡΤΙΩΝ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ.



Ψηφιοποίησε την δρομολόγησή σου.

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

Μία πλατφόρμα.
Όλοι οι μεταφορείς σου.



Εσύ
στο κέντρο

Αυτή είναι η
MYVAGON

ΤΑΛΑΙΠΩΡΙΑ
Ή ΠΡΟΟΔΟΣ
—ΕΣΥ ΑΠΟΦΑΣΙΖΕΙΣ.

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

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



FNB SERVED DAILY.

Food for thought... every day!

ΤΟ ΚΑΘΗΜΕΡΙΝΟ ΨΗΦΙΑΚΟ
NEWSLETTER ΓΙΑ ΤΟΝ ΚΛΑΔΟ
ΤΡΟΦΙΜΩΝ & ΠΟΤΩΝ

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

ΔΕΥΤΕΡΑ 23 ΜΑΡΤΙΟΥ 2026
ΤΕΥΧΟΣ 2295



- **PLANT BASED DAIRY (CIRCANA)**
Υποχώρηση στα ροφήματα το 2025
- Ποιες κατηγορίες αναπτύχθηκαν



- **ΕΝΩΣΗ ΑΓΡΟΤΙΚΩΝ ΣΥΝΕΤΑΙΡΙΣΜΩΝ
ΑΡΓΟΛΙΔΟΣ ΡΕΑ**

Στα πλάνα η διεύρυνση των εξαγωγών - Τί απαντά
στην καταγγελία που έχει κάνει η Ελληνικοί Χυμοί



- **ΠΑΝ ΖΑΦΕΙΡΟΠΟΥΛΟΣ**

Το ελληνικό βαλσάμικο κερδίζει μερίδια
από τους Ιταλούς - Ανάπτυξη 7% το 2025



- **BONO**

Η εταιρεία κρουασάν από την Αλβανία
που θέλει να μπει στην Ελλάδα

Editorial

Το στοίχημα της ασφάλειας

Debrief

Πιο σοβαρά απ' ό,τι νομίζουμε

Business Maker

- Τί θα ανοίξει στη θέση του TGI Friday's στο Κολωνάκι
- Εστίαση: Μαζική έξοδος προσωπικού μέσα σε ένα βράδυ

SecretRecipe

Αλλαγές στην πιάτσα της Γλυφάδας

Business Insight

ΔΕΗ: Το πιο καθαρό growth story για την JPMC και η διεκδίκηση της 5ης θέσης από την Alpha Bank



Δεν χρειάζονται
τα καλά
μαχαιροπίρουνα.

Αρκεί
το φαγητό
να είναι
καλό.



• PLANT BASED DAIRY (CIRCANA) ΥΠΟΧΩΡΗΣΗ ΣΤΑ ΡΟΦΗΜΑΤΑ ΤΟ 2025 - ΠΟΙΕΣ ΚΑΤΗΓΟΡΙΕΣ ΑΝΑΠΤΥΧΘΗΚΑΝ

Μικτή εικόνα, με υποχώρηση στη βασική κατηγορία των φυτικών ροφημάτων αλλά ισχυρή ανάπτυξη σε επιμέρους υποκατηγορίες όπως τα επιδόρπια, οι φυτικές κρέμες και το φυτικό παγωτό, παρουσιάζει η κατηγορία plant based ροφημάτων στα ελληνικά super market για το 2025.

Όπως προκύπτει από στοιχεία της Circana που έχει στη διάθεσή του το FNB Daily τα φυτικά ροφήματα παραμένουν η μεγαλύτερη κατηγορία plant-based προϊόντων στα ελληνικά super market. Ωστόσο, το 2025 καταγράφεται συνέχιση της πτωτικής τάσης που είχε ήδη εμφανιστεί το προηγούμενο έτος.

Η αξία πωλήσεων διαμορφώθηκε στα



€35,53 εκατ., μειωμένη κατά 3,7% σε σχέση με το 2024, ενώ σε σύγκριση με το 2023 η κατηγορία εμφανίζει ακόμη μεγαλύτερη κάμψη. Αντίστοιχα, ο όγκος πωλήσεων υποχώρησε κατά 4,4%, φτάνοντας τα 14,1 εκατ. τεμάχια περίπου.

Η εξέλιξη αυτή δείχνει ότι παρά το μεγάλο μέγεθος της κατηγορίας, τα φυτικά ροφήματα βρίσκονται σε φάση σταθεροποίησης ή ωρίμανσης, με τη ζήτηση να κινείται χαμηλότερα σε σχέση με τα προηγούμενα χρόνια.

ΦΥΤΙΚΑ ΕΠΙΔΟΡΠΙΑ

Η κατηγορία των φυτικών επιδορπίων καταγράφει τη μεγαλύτερη ανάπτυξη μεταξύ των βασικών segments της αγοράς. Το 2025 οι πωλήσεις σε αξία ανήλθαν σε €6,25 εκατ., αυξημένες κατά 26,6% σε σχέση με το 2024, ενώ ο όγκος πωλήσεων αυξήθηκε κατά 30,6%, φτάνοντας τα 877 χιλ. τεμάχια περίπου. Η κατηγορία αυτή φαίνεται να κερδίζει έδαφος στο καλάθι των καταναλωτών, διευρύνοντας τη συμμετοχή της στη συνολική αγορά plant-based.

	YEAR 2023	YEAR 2024	YEAR 2025	vs LY
Value Sales				
Ροφήματα plant based	39.584.481	36.909.872	35.532.304	-3,7%
Επιδόρπια	4.592.146	4.935.852	6.247.797	26,6%
Κρέμες	4.651.253	4.840.717	5.519.991	14,0%
Τυροκομικά	5.284.657	5.129.350	4.936.020	-3,8%
Παγωτό	362.837	314.882	734.926	133,4%
Volume Sales				
Ροφήματα plant based	14.967.047	14.755.740	14.108.014	-4,4%
Επιδόρπια	598.638	671.742	877.381	30,6%
Κρέμες	944.755	993.926	1.127.375	13,4%
Τυροκομικά	551.305	537.300	497.124	-7,5%
Παγωτό	33.310	35.352	68.630	94,1%

ΦΥΤΙΚΕΣ ΚΡΕΜΕΣ

Ανοδική πορεία παρουσιάζουν και οι φυτικές κρέμες, οι οποίες το 2025 έφτασαν σε αξία πωλήσεων τα €5,52 εκατ., σημειώνοντας αύξηση 14% σε ετήσια βάση. Παράλληλα, ο όγκος πωλήσεων ενισχύθηκε κατά 13,4%, ξεπερνώντας το 1,12 εκατ. τεμάχια, γεγονός που υποδηλώνει σταθερή διεύρυνση της κατηγορίας.

ΦΥΤΙΚΑ ΤΥΡΟΚΟΜΙΚΑ

Αντίθετα, τα φυτικά τυροκομικά εμφανίζουν πτωτική πορεία. Το 2025 η αξία πωλήσεων μειώθηκε κατά 3,8%, στα €4,94 εκατ., ενώ ο όγκος πωλήσεων κατέγραψε μεγαλύτερη

μείωση, -7,5%, υποχωρώντας στα 497 χιλ. τεμάχια. Η εξέλιξη αυτή υποδηλώνει επιβράδυνση της κατηγορίας, τόσο σε αξία όσο και σε όγκο.

ΦΥΤΙΚΟ ΠΑΓΩΤΟ

Η ταχύτερα αναπτυσσόμενη υποκατηγορία είναι το φυτικό παγωτό, αν και από σχετικά μικρή βάση. Το 2025 η αξία πωλήσεων αυξήθηκε κατά 133,4%, φτάνοντας τα €734 χιλ., ενώ ο όγκος πωλήσεων σχεδόν διπλασιάστηκε (+94,1%), φτάνοντας τις 68,6 χιλ. μονάδες.

Η εξέλιξη αυτή υποδηλώνει ότι η συγκεκριμένη κατηγορία βρίσκεται ακόμη σε πρώιμο

στάδιο ανάπτυξης, με σημαντικά περιθώρια περαιτέρω διεύρυνσης.

ΑΝΟΔΙΚΑ ΤΟ PL

Ιδιαίτερα έντονη είναι η ανάπτυξη των προϊόντων ιδιωτικής ετικέτας στην κατηγορία plant-based. Το 2025 ο όγκος πωλήσεων των προϊόντων PL αυξήθηκε κατά 44,4%, φτάνοντας τα 3,02 εκατ. τεμάχια, ενώ η αξία πωλήσεων ανήλθε σε €7,22 εκατ., σημειώνοντας αύξηση 39,4% σε σχέση με το προηγούμενο έτος.

Στέλλα Αυγουστάκη
stella@notice.gr

	YEAR 2023	YEAR 2024	YEAR 2025	vs LY
Volume PL	1.741.069	2.092.894	3.023.169	44,4%
Value PL	4.375.899	5.178.879	7.216.793	39,4%

Η



NOTICE

CONTENT & SERVICES

παρουσιάζει το
1ο Συνέδριο

Αγροδιατροφικού τομέα στην Αθήνα



**AGRI FOOD
FORWARD**

Cultivating Innovation, Harvesting Growth.

Κλείστε
τώρα
τη θέση
σας ΕΔΩ

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,
TUV AUSTRIA Hellas



**Βαπορίδης
Στέλιος**

Διευθυντής Ανάπτυξης
Αγροδιατροφικού
Τομέα,
TUV AUSTRIA Hellas



**Davran
Ismail**

Global Product
Manager,
TUV AUSTRIA Group



**Δρυς
Στέλιος**

CEO,
Food Standard



**Καλλιάνης
Γιάννης**

Country Manager,
TUV AUSTRIA in Greece



**Λαμπρόπουλος
Χάρης Dr**

Πρόεδρος, Ελληνική
Αναπτυξιακή Τράπεζα
Επενδύσεων ΑΕ, ΕΙΒ
& EIF



**Λεουτσάκου
Λίνα**

Sustainability & Public
Affairs Manager,
Αθηναϊκή Ζυθοποιία



**Μάμαλης
Σπύρος**

Πρόεδρος,
ΕΛΓΟ - ΔΗΜΗΤΡΑ



**Μποργάκος
Γρηγόρης**

Founder & CEO,
Planet Foods



**Ποταμίτης
Διονύσιος**

Owner, Evlogia



**Ρεμπούτσικα
Γεωργία**

Διευθύνουσα
Σύμβουλος, ΕΟΠΠΕΠ



**Σίμος
Δημήτρης**

Managing Partner
& CEO, SPOROS
PLATFORM



**Σκανιάς
Νίκος**

CEO, Δωρική
Τυροκομία ΑΕ



**Τακάς
Νικόλαος**

Managing Partner,
THERMI VC



**Τουραλιάς
Απόστολος**

Πρόεδρος, ΕΛΟΠΥ

2 Απριλίου 2026

Αμφιθέατρο Οργανισμού Κεντρικών
Αγορών & Αλιείας (ΟΚΑΑ)

POWERED BY



ΜΕ ΤΗΝ ΑΞΙΟΠΙΣΤΙΑ ΤΗΣ



NOTICE

CONTENT & SERVICES

• ΕΝΩΣΗ ΑΓΡΟΤΙΚΩΝ ΣΥΝΕΤΑΙΡΙΣΜΩΝ ΑΡΓΟΛΙΔΟΣ ΡΕΑ ΣΤΑ ΠΛΑΝΑ Η ΔΙΕΥΡΥΝΣΗ ΤΩΝ ΕΞΑΓΩΓΩΝ - ΤΙ ΑΠΑΝΤΑ ΣΤΗΝ ΚΑΤΑΓΓΕΛΙΑ ΠΟΥ ΕΧΕΙ ΚΑΝΕΙ Η ΕΛΛΗΝΙΚΟΙ ΧΥΜΟΙ

Σταδιακή ανάπτυξη στις εκτός Ελλάδος αγορές πραγματοποιεί η Ένωση Αγροτικών Συνεταιρισμών Αργολίδος ΡΕΑ, γνωστή για το brand Agros που έχει στην ελληνική αγορά. Όπως αναφέρουν σελέχη της στο Fnb Daily, μεταξύ των 30 αγορών που έχει παρουσία η πιο σημαντική είναι η Κίνα, ενώ ουσιαστική παρουσία διατηρείται επίσης στην Κύπρο και στην Σαουδική Αραβία.

Η ΜΕΣΗ ΑΝΑΤΟΛΗ

Η Κίνα αναδείχθηκε ως μία από τις πιο σημαντικές αγορές, γεγονός που επιβεβαιώνει τον στρατηγικό προσανατολισμό της προς την Ασία. Παρά το γεγονός ότι η ΡΕΑ έχει ήδη παρουσία εκεί, προκύπτει ότι εξακολουθεί να αναζητά τρόπους περαιτέρω ενίσχυσης της θέσης της στη συγκεκριμένη περιοχή.

Σε ό,τι αφορά την Μέση Ανατολή, η ΡΕΑ διατηρεί παρουσία, χωρίς όμως η περιοχή αυτή να φαίνεται ότι επηρεάζει καθοριστικά τον συνολικό της σχεδιασμό σε τέτοιο βαθμό ώστε οι όποιες αναταράξεις συμβαίνουν αυτήν την περίοδο να μεταβάλλουν τη στρατηγική της.

Η ΚΑΤΑΝΟΜΗ ΤΟΥ ΤΖΙΡΟΥ

Αξίζει να αναφερθεί ότι ο βασικός πυρήνας της δραστηριότητας της Ένωσης παραμένει προσανατολισμένος στον χυμό και στα προϊόντα ντομάτας, με τον χυμό να καταγράφει, όπως αναφέρθηκε, ισχυρότερη εμπορική παρουσία, ιδιαίτερα στις εξαγωγές. Οι δύο αυτές προϊόντικές κατηγορίες εξακολουθούν να αποτελούν αυτές στις οποίες στηρίζεται η παραγωγική και εμπορική της ανάπτυξη.

Περίπου το 1/3 του τζίρου προέρχεται από τις εξαγωγές, ακόμη 1/3 από προϊόντα ιδιωτικής ετικέτας και το υπόλοιπο από την ελληνική αγορά.

Ο τομέας της ιδιωτικής ετικέτας φαίνεται να αποτελεί καθοριστικό σκέλος της δραστηριότητας της Ένωσης. Η ΡΕΑ συνεργάζεται με μεγάλη γκάμα αλυσίδων λιανεμπορίου, καλύπτοντας σημαντικό μέρος της αγοράς private label, με εξαίρεση ορισμένες αλυσίδες στις οποίες δεν έχει παρουσία.

Παράλληλα, εμφανίζεται να έχει σημαντική διασπορά και στο πεδίο των διεθνών συνεργασιών λιανικής, όπως είναι η Ahold Delhaize.

ΕΠΕΝΔΥΣΕΙΣ

Σε ό,τι αφορά τις επενδύσεις, το Fnb Daily μαθαίνει ότι βρίσκεται σε εξέλιξη πρόγραμμα επέκτασης, με έμφαση τόσο στη διεύρυνση των χώρων όσο και στον εξοπλισμό του εργοστασίου, ώστε η ΡΕΑ να μπορεί να ανταποκριθεί στην αυξανόμενη ζήτηση από τις εξαγωγές, τις συνεργασίες private label και την εγχώρια αγορά.

Η ΚΑΤΑΓΓΕΛΙΑ

Στελέχη της Ένωσης, [με αφορμή την καταγγελία που είδε το φως της δημοσιότητας σε βάρος της από την Ελληνικοί Χυμοί](#), αναφέρουν στο Fnb Daily ότι δίνεται ιδιαίτερη έμφαση στη συμμόρφωση με τα πρότυπα ποιότητας και στους τακτικούς ελέγχους.

Συγκεκριμένα τονίσθηκε ότι ΡΕΑ τηρεί τις προβλεπόμενες προδιαγραφές, δηλώνει με σαφήνεια τα χαρακτηριστικά των προϊόντων της και βρίσκεται διαρκώς υπό τον έλεγχο των αρμόδιων αρχών, ενώ συμπλήρωσε ότι η διαδικασία ελέγχου από πλευράς της εταιρείας είναι συνεχής και ενταγμένη στην κανονική λειτουργία της αγοράς.

Στέλλα Αυγουστάκη
stella@notice.gr



Lapo
Civiletti,
CEO,
Ferrero
Group

• FERRERO ΑΠΟΚΤΑ ΤΗΝ BOLD SNACKS - ΣΤΡΟΦΗ ΣΤΑ BETTER-FOR-YOU ΠΡΟΪΟΝΤΑ

Η εταιρεία που κατέχει τα Ferrero Rocher, η Ferrero Group, συμφώνησε να εξαγοράσει τη βραζιλιάνικη εταιρεία σνακ πρωτεΐνης Bold Snacks, σε μια συμφωνία που προσφέρει στον ιταλικό όμιλο μεγαλύτερη έκθεση στη συνεχώς αυξανόμενη ζήτηση των καταναλωτών για τρόφιμα υψηλής περιεκτικότητας σε πρωτεΐνη.

Εταιρείες συσκευασμένων τροφίμων όπως οι Kraft Heinz, Danone και PepsiCo έχουν λανσάριε εκδοχές των προϊόντων τους με υψηλή περιεκτικότητα σε πρωτεΐνη, ανταποκρινόμενες στη μεταβολή των διατροφικών προτιμήσεων προς πιο υγιεινές επιλογές.

Ο CFO της Ferrero Group, Daniel Martinez Carretero, δήλωσε ότι η συμφωνία αυτή σηματοδοτεί την πρώτη είσοδο της Ferrero στον κλάδο των better-for-you προϊόντων στην Νότια Αμερική.

BOLD SNACKS

Η Bold Snacks θα συνεχίσει να επικεντρώνεται στη βασική της αγορά στην Βραζιλία, ανέφερε η Ferrero, προσθέτοντας ότι στο μέλλον ενδέχεται να εξεταστεί επέκταση σε νέες γεωγραφικές αγορές.

Στο πλαίσιο της συναλλαγής, η Ferrero δήλωσε ότι θα αναλάβει τα γραφεία και το εργοστάσιο της Bold Snacks στην περιοχή Minas Gerais, με περίπου 300 εργαζομένους να αναμένεται να ενταχθούν στην Ferrero Βραζιλίας.

Η προτεινόμενη συναλλαγή αναμένεται να ολοκληρωθεί τους επόμενους μήνες, ανέφερε η Ferrero.



• **AMBROSIA SNACKS**

ΜΕΤΑ ΤΗΝ ΙΤΑΛΙΑ ΚΑΙ ΤΗΝ ΑΓΓΛΙΑ, ΒΑΖΕΙ ΠΛΩΡΗ ΓΙΑ ΤΟΝ ΚΟΛΠΟ

Κύκλο εργασιών €4,5 εκατ. και κέρδη προ φόρων περίπου €450 χιλ. εκτιμάται ότι κατέγραψε πέρυσι η Ambrosia Snacks, η ελληνική εταιρεία με έδρα τα Οινοφύτα και εγκαταστάσεις 800 τ.μ., που ειδικεύεται στην παραγωγή βάφλας Υοο-Ηοο.

Όπως ανέφερε στο Fnb Daily ο ιδιοκτήτης της εταιρείας, Πάνος Παναγιώτου, η παραγωγική ικανότητα έχει πλέον φτάσει στο ανώτατο όριο, περιορίζοντας περαιτέρω την ανάπτυξη χωρίς περαιτέρω επέκταση της παραγωγικής της βάσης.

DATA (σε €χιλ.)

Κύκλος Εργασιών

2024: 4.152

2023: 4.890

Μικτό Αποτέλεσμα

2024: 1.791

2023: 1.326

Αποτέλεσμα προ φόρων

2024: 202,5

2023: 58,9

Αποτέλεσμα μετά από φόρους

2024: 140

2023: 58,9

ΕΞΑΓΩΓΙΚΟΣ ΧΑΡΑΚΤΗΡΑΣ

Η ελληνική αγορά αντιπροσωπεύει μόλις το 15% του συνολικού τζίρου, καθώς η εταιρεία είναι κυρίως εξαγωγική, με παρουσία σε περίπου 20 χώρες, όπως τόνισε ο κ. Παναγιώτου. Οι κύριες αγορές της είναι η Ιταλία, η Αγγλία και χώρες της Κεντρικής Ευρώπης. Η εταιρεία έχει στο παρελθόν συνεργαστεί με μεγάλους retailers όπως η Walmart στις ΗΠΑ, αλλά αποσύρθηκε προσωρινά λόγω δυσκολιών στη διασφάλιση των γεύσεων.

ΠΡΟΪΟΝΤΑ ΚΑΙ ΚΑΙΝΟΤΟΜΙΑ

Η Ambrosia Snacks παράγει αποκλειστικά βάφλες και διαθέτει οκτώ διαφορετικές γεύσεις, με την πιο πρόσφατη, τη "Double Choc", να λανσάρεται στην Food Expo. Η εταιρεία εξετάζει τη διεύρυνση της γκάμας της με μικρότερες εκδοχές προϊόντων και νέες γεύσεις, αλλά η περιορισμένη χωρητικότητα των εγκαταστάσεων αποτελεί σημαντικό εμπόδιο.

ΔΙΕΘΝΗΣ ΕΠΕΚΤΑΣΗ

Το 2026, η Ambrosia Snacks στοχεύει στην ενίσχυση των εξαγωγών, με έμφαση στην



περιοχή του Κόλπου. Η Σαουδική Αραβία έχει επιλεγεί ως πρώτη αγορά για την επέκταση, με την εταιρεία να ξεκινά με μία γεύση.

Παράλληλα, εξετάζεται η πιστοποίηση Halal, κρίσιμη για την επιτυχή διείσδυση στην περιοχή. Η εταιρεία βρίσκεται επίσης σε επαφές με τις αμερικανικές αγορές για ενδεχόμενη επαναφορά, ενώ προς το παρόν η παρουσία περιορίζεται σε εμπορικές συμφωνίες στο παρελθόν.

ΕΛΛΑΔΑ

Στην ελληνική αγορά, η Ambrosia Snacks έχει ξεκινήσει από πέρυσι διανομή σε μεγάλα δίκτυα λιανεμπορίου, όπως AB, Μασούτης, METRO, MARK, Real Pro και Αραμπατζής Cash and Carry, με στόχο την αύξηση του μεριδίου αγοράς εντός της χώρας.

ΠΡΟΚΛΗΣΕΙΣ

Η κύρια πρόκληση για την Ambrosia Snacks παραμένει η περιορισμένη παραγωγική χωρητικότητα και η αδυναμία εύρεσης κατάλληλου ακινήτου σε συμφέρουσα τιμή, σύμφωνα με τον ιδιοκτήτη. Η εταιρεία δεν εξετάζει εξαγορές ή συγχωνεύσεις αυτή τη στιγμή, καθώς προτεραιότητα είναι η οργανική ανάπτυξη. Παράλληλα, διεθνείς εξελίξεις όπως ο πόλεμος, έχουν δημιουργήσει πρόσθετες δυσκολίες στις εξαγωγές. Σε γενικές γραμμές πάντως, η εταιρεία εστιάζει στην ανάπτυξη νέων προϊόντων, στην αύξηση της παρουσίας της στην Ελλάδα και στην περαιτέρω διείσδυση στις αγορές του Κόλπου, με στρατηγική που συνδυάζει πιστοποιήσεις, προσαρμοσμένες γεύσεις και επιλεκτική διεθνή παρουσία.

Μάριος Δελατόλας
marios@notice.gr

• **MARS**

ΕΠΕΝΔΥΣΕ \$131 ΕΚΑΤ. ΓΙΑ ΕΚΣΥΓΧΡΟΝΙΣΜΟ ΠΑΡΑΓΩΓΗΣ ΣΤΟΝ ΚΑΝΑΔΑ

Η Mars ολοκλήρωσε επενδυτικό πρόγραμμα ύψους 180 εκατ. καναδικών δολαρίων (περίπου \$131 εκατ.) για την αναβάθμιση της παραγωγής και τον εκσυγχρονισμό τεσσάρων εγκαταστάσεων στο Οντάριο. Η επένδυση εντάσσεται στη στρατηγική ενίσχυσης της τοπικής παραγωγής και της λειτουργικής αποδοτικότητας, ανεβάζοντας τις συνολικές επενδύσεις της εταιρείας στον Καναδά σε σχεδόν 400 εκατ. καναδικά δολάρια από το 2015.

Πάνω από 100 εκατ. καναδικά δολάρια διατέθηκαν για την αναβάθμιση γραμμών συσκευασίας, με στόχο την αύξηση της παραγωγικής δυναμικότητας, τη βελτίωση της αξιοπιστίας και την ανάπτυξη νέων μορφών προϊόντων, σύμφωνα με τις μεταβαλλόμενες προτιμήσεις των καταναλωτών.

ΕΠΕΝΔΥΣΕΙΣ ΑΝΑ ΜΟΝΑΔΑ

Στο Newmarket, επένδυση 40 εκατ. καναδικών δολαρίων σε γραμμές συσκευασίας



Paul Wehrauch, CEO, Mars

για προϊόντα όπως τα Mars, 3 Musketeers και Milky Way αύξησε την παραγωγική ικανότητα κατά 25%. Παράλληλα, επιτεύχθηκε μείωση 40% στην κατανάλωση ηλεκτρικής ενέργειας και 75% στη χρήση πεπιεσμένου αέρα, με εξοικονόμηση περίπου 440.000 κιλοβατωρών ετησίως.

Στη μονάδα Mars Food & Nutrition στο Bolton επενδύθηκαν 17 εκατ. καναδικά δολάρια για την αναβάθμιση γραμμών παραγωγής προϊόντων όπως το Ben's

Original, αυξάνοντας τη δυναμικότητα κατά 8% και μειώνοντας την ημερήσια κατανάλωση ενέργειας.

Στην ίδια περιοχή, η μονάδα διατροφής κατοικίδιων έλαβε 86 εκατ. καναδικά δολάρια για την επέκταση της παραγωγής του brand Temptations, με αύξηση δυναμικότητας κατά 50%. Οι παρεμβάσεις οδήγησαν σε μείωση 15% στη χρήση νερού και 13% στην κατανάλωση φυσικού αερίου και ηλεκτρικής ενέργειας.

Παράλληλα, η εγκατάσταση της Royal Canin στο Guelph αναβαθμίστηκε με επένδυση 39 εκατ. καναδικών δολαρίων, αυξάνοντας την παραγωγική δυναμικότητα κατά 12% και μειώνοντας την κατανάλωση ενέργειας. Η Mars απασχολεί περίπου 1.800 εργαζομένους στις εγκαταστάσεις της σε Bolton, Newmarket και Guelph και εκτιμά ότι οι επενδύσεις θα ενισχύσουν τη μακροπρόθεσμη ανάπτυξη, την ανθεκτικότητα της παραγωγής και την καινοτομία.

• **ΙΝΔΙΑ**

ΑΝΑΤΙΜΗΣΕΙΣ 11% ΣΤΟ ΕΜΦΙΑΛΩΜΕΝΟ ΝΕΡΟ, ΛΟΓΩ ΠΙΕΣΕΩΝ ΑΠΟ ΠΕΤΡΕΛΑΙΟ ΚΑΙ ΠΛΑΣΤΙΚΟ

Ο πόλεμος με το Ιράν έχει οδηγήσει σε αύξηση κατά περίπου 11% στις τιμές του εμφιαλωμένου νερού στην Ινδία, καθώς το κόστος για πλαστικές φιάλες και καπάκια έχει εκτιναχθεί. Η εξέλιξη αυτή ακυρώνει σε μεγάλο βαθμό το όφελος από τη μείωση του φορολογικού συντελεστή που είχε ανακοινώσει ο Πρωθυπουργός Narendra Modi πριν από λίγους μήνες.

Σε μια χώρα 1,4 δισ. κατοίκων, όπου περίπου το 70% των υπόγειων υδάτων εκτιμάται ότι είναι μολυσμένο, το καθαρό πόσιμο νερό παραμένει πολύτιμο αγαθό. Μεγάλοι παίκτες όπως η Bisleri, η Coca-Cola, η PepsiCo, η Reliance Industries και η Tata Group ανταγωνίζονται σε μια αγορά αξίας περίπου \$5 δισ.

Ο ΡΟΛΟΣ ΤΟΥ ΠΕΤΡΕΛΑΙΟΥ

Η άνοδος των τιμών του πετρελαίου έχει αυξήσει σημαντικά το κόστος των πολυμε-



ρών, βασικής πρώτης ύλης για τις πλαστικές φιάλες.

Η Bisleri, που κατέχει περίπου το 1/3 της αγοράς, αύξησε τις τιμές της κατά 11%. Ένα κιβώτιο με 12 φιάλες του 1 λίτρου κοστίζει πλέον 240 ρουπίες, από 216 προηγουμένως. Σύμφωνα με τον CEO της εταιρείας, το κόστος των υλικών συσκευασίας έχει αυξηθεί πάνω από 70% μέσα σε λίγες εβδομάδες, οδηγώντας την τιμή του εμφιαλωμένου νερού στις 20 ρουπίες ανά λίτρο. Όπως σπ-

μείωσε, πρόκειται για μια κατάσταση εκτός ελέγχου των εταιρειών.

ΚΟΣΤΟΣ ΠΑΡΑΓΩΓΗΣ

Το κόστος παραγωγής έχει επιβαρυνθεί συνολικά: οι τιμές για τα πλαστικά υλικά έχουν αυξηθεί έως και 50%, ενώ για τα καπάκια έχουν υπερδιπλασιαστεί. Παράλληλα, ακριβότερα έχουν γίνει και τα χαρτοκιβώτια, οι ετικέτες και τα λοιπά υλικά συσκευασίας.

Η αύξηση αυτή εξουδετερώνει τα οφέλη από τη φορολογική μείωση του Σεπτεμβρίου, όταν ο φόρος στο εμφιαλωμένο νερό μειώθηκε από 18% σε 5%. Αντίστοιχες αυξήσεις τιμών, της τάξης του 8% έως 11%, έχουν εφαρμόσει και άλλες εταιρείες, όπως η Parle Agro και η Clear Premium Water.

Οι επιχειρήσεις του κλάδου συμφωνούν ότι οι ανατιμήσεις είναι πλέον αναπόφευκτες, καθώς οι γεωπολιτικές εξελίξεις συνεχίζουν να πιέζουν το κόστος παραγωγής.

• **PAPADELLIS OLIVE OIL**

ΜΠΑΙΝΕΙ ΣΤΑ ΡΑΦΙΑ ΤΟΥ ΜΑΣΟΥΤΗ - ΚΟΝΤΑ ΣΕ ΣΥΜΦΩΝΙΑ ΓΙΑ ΕΙΣΟΔΟ ΣΤΗΝ ΚΙΝΑ

Πρόσβαση σε μια μεγάλη δεξαμενή καταναλωτών εξασφαλίζει στην Paradelis Olive Oil η είσοδος στα super market Μασούτης, με τη συμφωνία μεταξύ των δύο πλευρών να οριστικοποιείται στις αρχές του Μαρτίου.

Πρόκειται για την πρώτη αλυσίδα αυτού του βεληνεκούς με την οποία η ελαιοκομική εταιρεία από την Μυτιλήνη, που συμπληρώνει φέτος έναν αιώνα ζωής, δίνει τα χέρια για πανελλαδική διανομή, δεδομένου ότι μέχρι σήμερα είχε παρουσία μόνο στα τοπικά καταστήματα που λειτουργούσαν οι μεγάλοι retailers στο νησί. Σε πρώτη φάση τουλάχιστον, η συνεργασία αφορά το εξαιρετικό παρθένο ελαιόλαδο Stama και τις επιτραπέζιες ελιές Sapfo.

ΟΜΑΔΑ ΠΑΡΑΓΩΓΩΝ ΜΕ 120 ΜΕΛΗ

Το Stama αποτελεί το πιο πρόσφατο brand της Paradelis Olive Oil με σαφή premium ποιοτικά χαρακτηριστικά καθώς η πρώτη ύλη προέρχεται από την οργάνωση παραγωγών που η εταιρεία δημιούργησε πριν από ενάμιση περίπου χρόνο στην Λέσβο σε

συνεργασία με 120 ελαιοκαλλιεργητές. Όπως εξηγούν στελέχη της εταιρίας στο Fnb Daily, μεταξύ άλλων στοιχείων που το διαφοροποιούν από την υπόλοιπη γκάμα, είναι ότι η παραλαβή και η άλεση του ελαιόκαρπου γίνονται σχεδόν αμέσως μετά τη συγκομιδή.

Πέραν του Stama, στην γκάμα της Paradelis Olive Oil υπάρχουν επίσης το έξτρα παρθένο ελαιόλαδο Sapfo, οι ομώνυμες επιτραπέζιες ελιές (ξυδάτες, σε άλμη, εκπυρηνωμένες) και το παρθένο ελαιόλαδο Αλκαίος. Το portfolio συμπληρώνουν το Stama Limited σε φιάλη των 250 ml και το Sapfo Limited οξύτητας μόλις 0,2. Η συμφωνία με την Μασούτης αναμένεται να ενισχύσει τις εγχώριες πωλήσεις της εταιρείας που αυτή τη στιγμή αντιπροσωπεύουν περίπου το 40% του συνολικού τζίρου της και περιλαμβάνουν αρκετές συνεργασίες με κατά τόπους αλυσίδες, όπως η πχ με την Γουντσίδης στην Θεσσαλονίκη.

ΑΠΟ ΕΞΑΓΩΓΕΣ ΤΟ 60% ΤΟΥ ΤΖΙΡΟΥ

Το υπόλοιπο 60% του τζίρου προέρχεται από τις εξαγωγές, με ένα δίκτυο 22 χωρών, από

τις ΗΠΑ μέχρι τη Νέα Ζηλανδία, και περιλαμβάνει επίσης την Ευρώπη, τα Βαλκάνια αλλά και την Σαουδική Αραβία που, προ του πολέμου τουλάχιστον, είχε εξελιχθεί σε πολύ καλό πελάτη. Αυτό το διάστημα η Paradelis Olive Oil βρίσκεται κοντά στην είσοδο στην αγορά της Κίνας που είναι μεν υποσχόμενη αλλά, όπως παραδέχονται στελέχη της εταιρείας, κρύβει και πολλές προκλήσεις.

ΔΙΨΗΦΙΑ ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΤΟ 2025

"Σαφώς μιλάμε για ένα δύσκολο προορισμό καθώς το καταναλωτικό κοινό δεν είναι εξοικειωμένο με το εξαιρετικό παρθένο ελαιόλαδο, έχει όμως προοπτική και είναι μια αγορά που θέλουμε", αναφέρουν χαρακτηριστικά. Το 2025 έκλεισε με διψήφια αύξηση άνω του 10% στις πωλήσεις (σ.σ. κινούνται στην περιοχή των €5 εκατ.) και η συμφωνία με την Μασούτης δημιουργεί αισιοδοξία ότι το momentum αυτό θα διατηρηθεί και την τρέχουσα χρονιά.

Γιάννης Τσατσάκης
yannis@notice.gr



Μπάμπης Παπαδέλλης, Συνιδιοκτήτης, Paradelis Olive Oil

• Ε. ΘΥΜΕΛΗΣ

ΑΝΑΠΤΥΞΗ 6% ΤΟ 2025 ΜΕ ΩΘΗΣΗ ΑΠΟ ΤΗ ΦΕΤΑ - ΣΤΟΝ ΠΑΓΟ Η ΕΠΕΝΔΥΣΗ ΓΙΑ ΝΕΟ ΤΥΡΟΚΟΜΕΙΟ

Με θετικό πρόσημο κατάφερε να κλείσει το 2025 η Ε. Θυμέλης, παίρνοντας ώθηση από την ανάκαμψη της ζήτησης για φέτα.

Όπως δηλώνει στο FNB Daily ο Ευριπίδης Θυμέλης, Επικεφαλής Πωλήσεων της τυροκομικής επιχείρησής από την Μυτιλήνη, η περυσινή χρονιά έκλεισε με ανάπτυξη 6%-7% η οποία προήλθε κυρίως από την αύξηση του τανάζ στο υφιστάμενο πελατολόγιο ενώ μικρότερη συμβολή είχε η είσοδος σε κάποια καταστήματα εστίασης.

ΚΑΘΙΣΜΕΝΗ Η ΑΓΟΡΑ ΣΤΑ ΚΙΤΡΙΝΑ ΤΥΡΙΑ

"Η φέτα ανέβηκε αρκετά και τράβηξε κι εμάς προς τα πάνω", αναφέρει χαρακτηριστικά, σημειώνοντας ωστόσο ότι η εικόνα είναι τελείως διαφορετική στα κίτρινα τυριά. "Η κατηγορία αυτή έχει υποστεί, θα λέγαμε, μια καθίζηση η οποία πιθανότατα έχει να κάνει με τη δυσκολία του καταναλωτικού κοινού να ανταπεξέλθει στις τιμές", σημειώνει.

Η Ε. Θυμέλης επεξεργάζεται σε ετήσια βάση από 4.000 έως 5.000 τόνους γάλακτος και παράγει κατά βάση ΠΟΠ τυριά -ειδικότερα, κασέρι Μυτιλήνης, λαδοτύρι, φέτα, καθώς και γραβιέρα, κεφαλογραβιέρα και βούτυρο. Στο οργανωμένο λιανεμπόριο έχει σταθερή παρουσία στον Σκλαβενίτη και μικρότερες συνεργασίες με άλλες αλυσίδες, όπως My market, Γαλαξίας, The Mart και Θανάπουλος.



Ευριπίδης Θυμέλης, Επικεφαλής Πωλήσεων, Τυροκομείο Ε. Θυμέλης

DATA (σε €χιλ.)

Κύκλος Εργασιών

2024: 4.906

2023: 4.590

Μεταβολή: 6,88%

Κόστος πωλήσεων

2024: 4.723

2023: 4.149

Μεταβολή: 13,83%

EBIT

2024: 94

2023: 330

Μεταβολή: (71,52%)

Κέρδη προ φόρων

2024: 83

2023: 330

Μεταβολή: (74,84%)

ΑΓΓΙΖΟΥΝ ΤΟ 10% ΤΟΥ ΤΖΙΡΟΥ ΟΙ ΕΞΑΓΩΓΕΣ

Το τελευταίο διάστημα επιχειρεί να ενισχύσει την εξαγωγική της δραστηριότητα η οποία αυτή τη στιγμή αντιστοιχεί σε λιγότερο από το 10% των συνολικών της πωλήσεων και μοιράζεται σχεδόν εξ ημισείας μεταξύ των ΗΠΑ και της Ευρώπης (Γερμανία, Πολωνία, Κύπρος κ.α.).

Την προσοχή της είχαν προσελκύσει κάποιες αραβικές αγορές ωστόσο, λόγω των εξελίξεων στην Μέση Ανατολή, οι σχετικές επαφές έχουν αυτή τη στιγμή παγώσει.

ΣΤΗΝ ΑΝΑΜΟΝΗ Η ΕΠΕΝΔΥΣΗ ΤΩΝ €5 ΕΚΑΤ.

Ομοίως στον πάγο έχουν μπει και τα σχέδια για μετακόμιση σε νέο, μεγαλύτερο και πιο σύγχρονο εργοστάσιο σε κοντινό χώρο στις υπάρχουσες εγκαταστάσεις στο χωριό Άντισσα.

Το οικόπεδο έχει ήδη αγοραστεί, ωστόσο, παρά το γεγονός ότι οι απαραίτητες άδειες έχουν βγει, οι εργασίες για την υλοποίηση της επένδυσης το συνολικό κόστος της οποίας υπολογίζεται σε €5 εκατ. δεν έχουν ξεκινήσει ακόμα. "Θα περιμένουμε λίγο να εξομαλυνθεί η κατάσταση στα γεωπολιτικά καθώς όλη αυτή η αναταραχή αυξάνει την αβεβαιότητα αλλά και τα κόστη", αναφέρει ο κ. Θυμέλης.

Γιάννης Τσατσάκης
yannis@notice.gr

SME S
D A I L Y

Το καθημερινό newsletter για τη μικρομεσαία επιχειρηματικότητα

Γίνε συνδρομητής ΔΩΡΕΑΝ εδώ



ΚΥΚΛΟΦΟΡΕΙ ΔΩΡΕΑΝ

ΔΕΥΤΕΡΑ - ΠΑΡΑΣΚΕΥΗ
ΣΤΙΣ 05:45

Με την αξιοπιστία της



NOTICE

CONTENT & SERVICES

• **UNILEVER**
ΣΕ ΔΙΑΠΡΑΓΜΑΤΕΥΣΕΙΣ ΜΕ ΤΗΝ MCCORMICK
ΓΙΑ ΠΩΛΗΣΗ ΤΟΥ ΚΛΑΔΟΥ ΤΡΟΦΙΜΩΝ

Η Unilever βρίσκεται σε συνομιλίες με την αμερικανική McCormick & Company σχετικά με την πώληση του κλάδου τροφίμων της, σε μια πιθανή συμφωνία που θα έφερνε μαζί τα brands Hellmann's και Knorr με τη διάσημη καυτερή σάλτσα Cholula της McCormick.

Η Unilever δήλωσε ότι έχει λάβει μη ζητηθείσα (inbound) προσφορά για τον συγκεκριμένο κλάδο, ο οποίος αντιστοιχούσε περίπου στο 1/4 των συνολικών της πωλήσεων το 2025, αποφέροντας πάνω από €12,9 δισ. (\$14,91 δισ.) πέρυσι.

Οι συνομιλίες αυτές σηματοδοτούν μια πιθανή επιτάχυνση της στρατηγικής του CEO, Fernando Fernandez, να αναπροσανατολίσει την Unilever προς κατηγορίες υψηλότερων περιθωρίων κέρδους, όπως η ομορφιά και η προσωπική φροντίδα, μετά τον διαχωρισμό του κλάδου παγωτών της εταιρείας πέρυσι.

ΕΠΙΒΕΒΑΙΩΣΗ ΣΥΝΟΜΙΛΙΩΝ

Δεν υπάρχει καμία βεβαιότητα ότι θα επιτευχθεί συμφωνία, ανέφεραν οι εταιρείες σε ξε-

χωριστές ανακοινώσεις τους, χωρίς να δώσουν οικονομικές λεπτομέρειες.

Οι εταιρείες επιβεβαίωσαν τις συνομιλίες την περασμένη Παρασκευή, μετά από δημοσίευμα της The Wall Street Journal, σύμφωνα με το οποίο η Unilever εξετάζει τον διαχωρισμό του κλάδου τροφίμων της και τη συγχώνυσή του με τη McCormick, μέσω συμφωνίας ανταλλαγής μετοχών (all-stock deal), που θα μπορούσε να ολοκληρωθεί μέσα σε λίγες εβδομάδες. [Για το συγκεκριμένο θέμα είχατε ενημερωθεί από το FNB Daily στις 18 Μαρτίου.](#)

Οι Financial Times είχαν αναφέρει τον Μάρτιο ότι η Unilever είχε ανεπιτυχώς εξετάσει το ενδεχόμενο συγχώνευσης των δραστηριοτήτων τροφίμων της με τον κλάδο καρυκευμάτων της Kraft Heinz.

ΕΩΣ €31 ΔΙΣ. Η ΑΞΙΑ ΤΟΥ ΤΟΜΕΑ ΤΡΟΦΙΜΩΝ

Τα δύο ισχυρότερα εμπορικά σήματα τροφίμων της εταιρείας είναι η μαγιονέζα Hellmann's, η οποία κατέχει κυρίαρχα μερίδια αγοράς στις ΗΠΑ και την Βραζιλία, και



Fernando Fernandez, CEO, Unilever

οι κύβιοι ζωμού Knorr, το δεύτερο σε πωλήσεις εμπορικό σήμα της συνολικά, αμέσως μετά το Dove.

Η πολυεθνική εξακολουθεί να κατέχει μια μακρά λίστα τοπικών brands, όπως η βρετανική μάρκα καυτερής μουστάρδας Colman's, η γαλλική παραγωγός μαγιονέζας Amora και οι μαρμελάδες Kissan της Ινδίας. Ο Fernandez έχει ήδη δηλώσει ότι η εταιρεία προγραμματίζει πωλήσεις μικρών brands τροφίμων ύψους €1 έως €1,5 δισ. Η Barclays εκτιμά ότι το τμήμα τροφίμων της Unilever έχει αξία περίπου €28 - €31 δισ.

Την τελευταία δεκαετία, η Unilever πούλησε και άλλες δραστηριότητες τροφίμων, όπως το τμήμα spreads, που περιλάμβανε τα I Can't Believe It's Not Butter!, και πιο πρόσφατα τη μάρκα σνακ Graze και τον κατασκευαστή φυτικού κρέατος The Vegetarian Butcher.

• **ΒΟΝΟ**
Η ΕΤΑΙΡΕΙΑ ΚΡΟΥΑΣΑΝ ΑΠΟ ΤΗΝ ΑΛΒΑΝΙΑ
ΠΟΥ ΘΕΛΕΙ ΝΑ ΜΠΕΙ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ

Την είσοδό της στην ελληνική αγορά σχεδιάζει η Bono, εταιρεία παραγωγής κρουασάν που δραστηριοποιείται στην Αλβανία, και βρίσκεται σε αναζήτηση συνεργατών για την ανάπτυξη δικτύου διανομής των προϊόντων της στη χώρα μας. Η εταιρεία αποτελεί μέρος του ομίλου Agro Blend Group, ένας από τους μεγαλύτερους στον αγροδιατροφικό κλάδο στην Αλβανία και στην ευρύτερη περιοχή. Ο όμιλος ιδρύθηκε στις αρχές της δεκαετίας του 1990 στην πόλη Vorë, όπου ανέπτυξε σταδιακά ισχυρή παρουσία στον τομέα της παραγωγής τροφίμων, χτίζοντας φήμη στην αλβανική αγορά.

ΟΙ ΣΤΟΧΟΙ ΓΙΑ ΤΑ ΒΑΛΚΑΝΙΑ

Στο πλαίσιο της στρατηγικής ανάπτυξης και καινοτομίας του ομίλου δημιουργήθηκε το brand Bono Croissant, το οποίο φιλοδοξεί να θέσει ένα νέο πρότυπο στη βιομηχανία αρτοποιημάτων στα Βαλκάνια.

Η παραγωγή των προϊόντων πραγματοποιείται σε σύγχρονη γραμμή παραγωγής κρουασάν, βασισμένη σε τεχνολογίες τελευταίας γε-

νιάς του 2024. Η επένδυση αυτή εντάσσεται στη γενικότερη στρατηγική του ομίλου για την ενίσχυση της παρουσίας του στις αγορές της περιοχής και την επέκτασή του σε νέες ευρωπαϊκές αγορές. Στόχος της Bono είναι να εξελιχθεί σε έναν από τους βασικούς παραγωγούς κρουασάν στα Βαλκάνια και να διευρύνει σταδιακά την παρουσία της σε ευρωπαϊκές και διεθνείς αγορές. Η εταιρεία επιδιώκει τα προϊόντα της να αποτελέσουν συνώνυμο της ποιότητας και της αξιοπιστίας, συνδυάζοντας αλβανική παραγωγική παράδοση με σύγχρονη τεχνολογία.

PORTFOLIO

Η σειρά προϊόντων της Bono περιλαμβάνει διάφορες γεύσεις κρουασάν με στόχο να καλύψει διαφορετικές προτιμήσεις καταναλωτών στις αγορές όπου δραστηριοποιείται. Οι γεύσεις είναι:

- Βερίκοκο
- Φιστίκι
- Κεράσι
- Σοκολάτα
- Βανίλια
- Φουντούκι
- Μέλι με φρούτα και φράουλα



ΓΙΑΤΙ ΕΠΙΛΕΓΕΤΑΙ Η ΕΛΛΑΔΑ

Στόχος της Bono είναι να εξελιχθεί σε έναν από τους βασικούς παραγωγούς κρουασάν στα Βαλκάνια και να διευρύνει σταδιακά την παρουσία της σε ευρωπαϊκές και διεθνείς αγορές. Η εταιρεία επιδιώκει τα προϊόντα της να αποτελέσουν συνώνυμο της ποιότητας και της αξιοπιστίας, συνδυάζοντας αλβανική παραγωγική παράδοση με σύγχρονη τεχνολογία. Σύμφωνα με τη στρατηγική της εταιρείας, η επιλογή της ελληνικής αγοράς δεν είναι τυχαία. Η παρουσία ισχυρών επιχειρήσεων στον κλάδο των αρτοποιημάτων και των συσκευασμένων σνακ στην Ελλάδα αποτελεί ένδειξη ότι πρόκειται για μια ώριμη αγορά με σημαντική κατανάλωση και αναπτυγμένες εμπορικές υποδομές. Η δυναμική αυτή δημιουργεί, σύμφωνα με την εταιρεία, ευκαιρίες για την είσοδο νέων προϊόντων και νέων παικτών στον κλάδο.

Στέλλα Αυγουστάκη
stella@notice.gr

• **ΜΕΣΗ ΑΝΑΤΟΛΗ**
ΠΩΣ ΤΑ ΣΤΕΝΑ ΤΟΥ ΟΡΜΟΥΣ ΑΝΕΒΑΖΟΥΝ
ΤΙΣ ΤΙΜΕΣ ΤΩΝ ΤΡΟΦΙΜΩΝ

Οι διαταραχές στις αποστολές λιπασμάτων και η άνοδος των τιμών της ενέργειας λόγω του πολέμου με το Ιράν απειλούν με νέο κύμα αυξήσεων στις τιμές των τροφίμων, ιδιαίτερα σε ευάλωτες χώρες. Αυτό ενδέχεται να ανατρέψει την εύθραυστη ανάκαμψη που είχε ξεκινήσει μετά την πανδημία και τον πόλεμο στην Ουκρανία.

Οι αναπτυσσόμενες οικονομίες είχαν αρχίσει να ενισχύονται και να προσελκύουν επενδύσεις, όμως η νέα γεωπολιτική κρίση απειλεί να ακυρώσει αυτά τα κέρδη.

Στις αναδυόμενες αγορές, τρόφιμα και καύ-

σιμα αποτελούν έως και το 50% του καλάθιού πληθωρισμού, σε αντίθεση με τις ανεπτυγμένες οικονομίες όπου το ποσοστό είναι πολύ χαμηλότερο. Σύμφωνα με την Marie Diron της Moody's, αυτό καθιστά τις χώρες αυτές ιδιαίτερα ευάλωτες σε εξωτερικά σοκ.

Ο ΡΟΛΟΣ ΤΩΝ ΛΙΠΑΣΜΑΤΩΝ

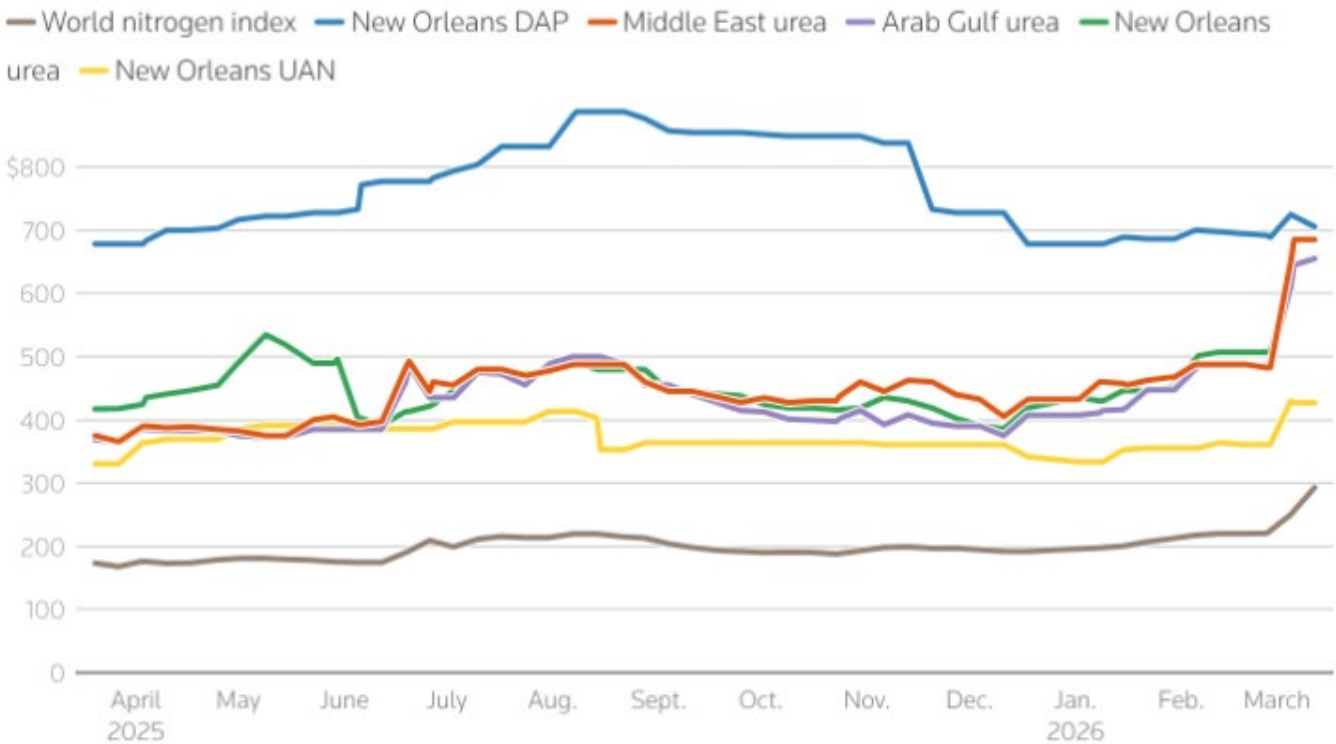
Ιδιαίτερη πίεση ασκείται στα λιπάσματα. Τα Στενά του Ορμούζ, από όπου διακινείται περίπου το 30% των παγκόσμιων εξαγωγών λιπασμάτων, έχουν επηρεαστεί, ενώ οι παραγωγοί του Κόλπου αποτελούν βασικούς



προμηθευτές αμμωνίας και ουρίας. Ο επικεφαλής οικονομολόγος του FAO, Maximo Torero, τονίζει ότι ακόμη και μια σύντομη σύγκρουση μπορεί να μειώσει την προσφορά βασικών προϊόντων, όπως δημητριακά και ζωοτροφές, επηρεάζοντας έμμεσα γαλακτοκομικά και κρέας.

Fertilizer prices

USD per ton



DAP = diammonium phosphate; UAN = urea ammonium nitrate

Source: LSEG

ΕΠΙΠΤΩΣΕΙΣ ΑΝΑ ΠΕΡΙΟΧΗ

Οι επιπτώσεις διαφέρουν ανά περιοχή. Η Λατινική Αμερική εμφανίζεται πιο ανθεκτική, χάρη σε οικονομίες όπως της Βραζιλίας και της Αργεντινής, αν και υπάρχουν ανησυχίες για την επάρκεια λιπασμάτων. Στην Νιγηρία, η εγχώρια παραγωγή μπορεί να περιορίσει τις επιπτώσεις.

Αντίθετα, χώρες όπως η Σομαλία, το Μπα-

γκλαντές, η Κένυα και το Πακιστάν εξαρτώνται περισσότερο από εισαγωγές και διαθέτουν περιορισμένα αποθέματα. Στην Κένυα, το κόστος λιπασμάτων έχει ήδη αυξηθεί περίπου 40%, ενώ η Ρουάντα εξετάζει μέτρα στήριξης του αγροτικού τομέα.

Σε αντίθεση με το 2022, όπου επηρεάστηκαν άμεσα οι εξαγωγές σιτηρών, η τρέχουσα κρίση επηρεάζει την παραγωγή μέσω του κό-

στους. Η αύξηση στις τιμές ενέργειας, άνω του 50%, επιβαρύνει τόσο την παραγωγή όσο και τη μεταφορά.

Οι καλλιέργειες υψηλής εξάρτησης από λιπάσματα, όπως καλαμπόκι και σιτάρι, αναμένεται να πληγούν πρώτες. Το αυξημένο κόστος ζωοτροφών θα μετακυλιστεί τελικά σε προϊόντα καθημερινής κατανάλωσης, από το ψωμί έως τα αυγά και τα πουλερικά.

• ΚΕΕΕ

ΚΑΥΣΙΜΑ, ΠΡΩΤΕΣ ΥΛΕΣ ΚΑΙ ΕΠΙΤΟΚΙΑ ΟΙ ΒΑΣΙΚΕΣ ΑΝΗΣΥΧΙΕΣ ΤΩΝ ΜΙΚΡΟΜΕΣΑΙΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ

Το ενδεχόμενο η κλιμάκωση της σύγκρουσης με το Ιράν και η γενικότερη γεωπολιτική αναταραχή στην Μέση Ανατολή να επηρεάσουν σημαντικά την ελληνική οικονομία, επισημαίνει η Κεντρική Ένωση Επιμελητηρίων Ελλάδας (ΚΕΕΕ), με ιδιαίτερη έμφαση στις μικρές, πολύ μικρές και μεσαίες επιχειρήσεις, οι οποίες αποτελούν περίπου το 99% της επιχειρηματικής δραστηριότητας στη χώρα.

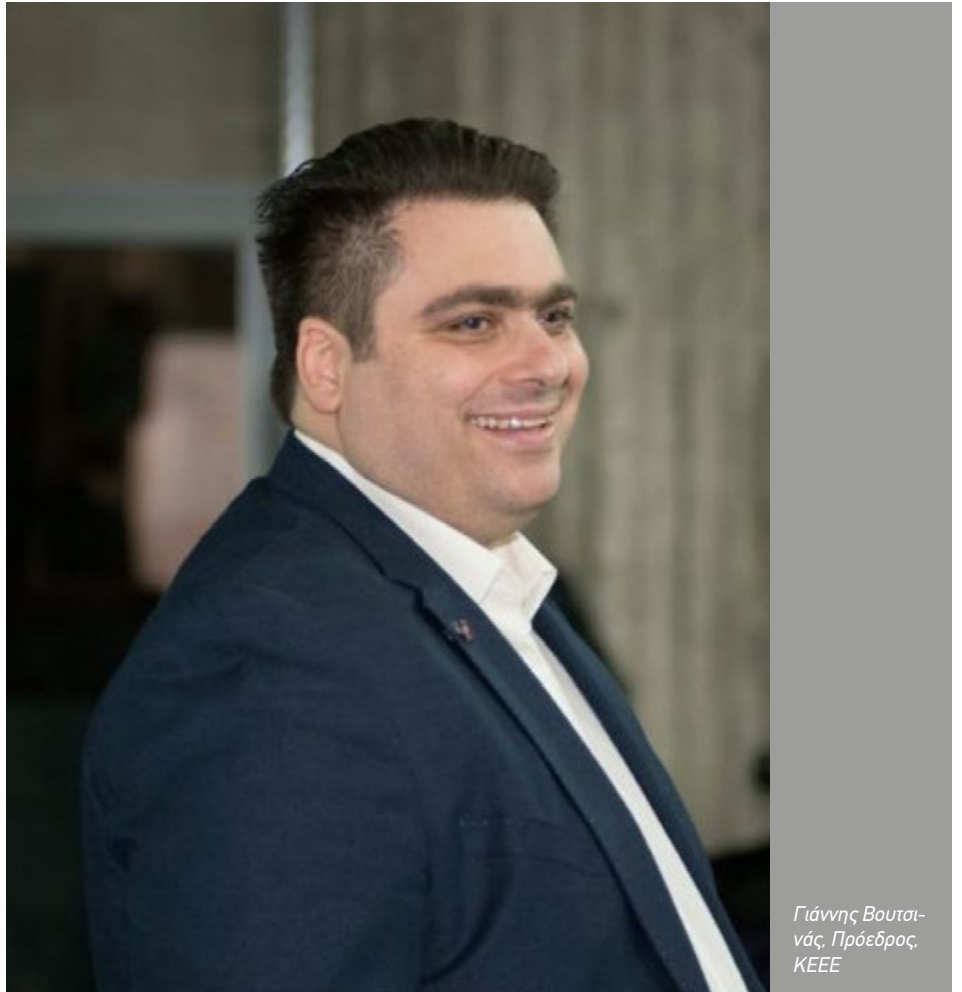
ΕΠΙΠΤΩΣΕΙΣ

Η Ένωση σημειώνει ότι οι επιπτώσεις είναι ήδη εμφανείς, κυρίως λόγω ανατιμήσεων στα καύσιμα και σε βασικά προϊόντα και πρώτες ύλες, που αυξάνουν το κόστος παραγωγής και μεταφοράς. Παράλληλα, η αβεβαιότητα στις διεθνείς αγορές ενδέχεται να επηρεάσει τα επιτόκια και την πρόσβαση σε χρηματοδότηση, ενώ η πίεση στον καταναλωτή περιορίζει την κατανάλωση, στοιχείο κρίσιμο για την επιβίωση μικρών επιχειρήσεων. Όσον αφορά τα κυβερνητικά μέτρα, η ΚΕΕΕ αναγνωρίζει τη σημασία των περιορισμών στο περιθώριο κέρδους για καύσιμα και βασικά προϊόντα, ωστόσο τονίζει ότι τα μέτρα αυτά δεν αρκούν και προτείνει ένα ευρύτερο, συντονισμένο πλαίσιο δράσης που θα υποστηρίξει ταυτόχρονα τις επιχειρήσεις και τους καταναλωτές.

ΠΡΟΤΑΣΕΙΣ

Στο πλαίσιο αυτό, η ΚΕΕΕ καλεί σε άμεσο διάλογο με την κυβέρνηση και τους κοινωνικούς εταίρους, προτείνοντας μεταξύ άλλων:

- Σχέδιο έκτακτης ανάγκης για την ενέργεια και τα καύσιμα, με ενεργοποίηση επιδοτήσεων ή φορολογικών ελαφρύνσεων σε περίπτωση υπέρβασης συγκεκριμένων ορίων τιμών
- Στοχευμένη ενίσχυση των μικρομεσαίων επιχειρήσεων μέσω κεφαλαίων



Γιάννης Βουτσινάς, Πρόεδρος, ΚΕΕΕ

- κίνησης, ευέλικτων φορολογικών ρυθμίσεων και μηχανισμών στήριξης ρευστότητας
- Παρακολούθηση και έλεγχο τιμών σε συνεργασία με τα Επιμελητήρια για προστασία του καταναλωτή
- Σύσταση ειδικής επιτροπής παρακολούθησης των γεωπολιτικών επιπτώσεων στην ελληνική οικονομία, με συμμετοχή

κυβέρνησης, φορέων και ανεξάρτητων εμπειρογνομόνων
Ο Πρόεδρος της ΚΕΕΕ, Γιάννης Βουτσινάς, τόνισε ότι η ελληνική οικονομία παραμένει ευάλωτη σε εξωτερικούς κραδασμούς και ότι η έγκαιρη συνεργασία κυβέρνησης και παραγωγικών φορέων είναι κρίσιμη για την αποτροπή σοβαρών επιπτώσεων σε επιχειρήσεις και νοικοκυριά.



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**

• ΠΑΝ ΖΑΦΕΙΡΟΠΟΥΛΟΣ

ΤΟ ΕΛΛΗΝΙΚΟ ΒΑΛΣΑΜΙΚΟ ΚΕΡΔΙΖΕΙ ΜΕΡΙΔΙΑ ΑΠΟ ΤΟΥΣ ΙΤΑΛΟΥΣ - ΑΝΑΠΤΥΞΗ 7% ΤΟ 2025

Το σταθερό αναπτυξιακό βηματισμό των τελευταίων χρόνων διατηρεί η ΠΑΝ Ζαφειρόπουλος, δίνοντας ολοένα μεγαλύτερη έμφαση στις εξαγωγές όπου διακρίνει σημαντικές ευκαιρίες.

Όπως δηλώνει στο FNB Daily ο ιδιοκτήτης, Γιάννης Ζαφειρόπουλος, το 2025 έκλεισε με αύξηση 7% στις πωλήσεις συνεχίζοντας ένα μοτίβο που, όπως τονίζει, χαρακτηρίζει εδώ και αρκετά έτη την οξοποιία: "Προχωράμε δίχως άλματα αλλά με συνεχόμενα και σταθερά βήματα έχοντας μια, κατά τη γνώμη μας, υγιή ανάπτυξη".

ΕΧΕΙ ΤΑΒΑΝΙ Η ΕΓΧΩΡΙΑ ΑΓΟΡΑ

Το νέο στοίχημα που προσπαθεί πλέον να κερδίσει η επιχείρηση είναι αυτό της εξωστρέφειας όπου έχει ήδη να επιδείξει κάποια επιτεύγματα αφού το 30% των πωλήσεων ήδη προέρχεται από τις εξαγωγές. "Η ελληνική αγορά- όπου, ούτως ή άλλως, είμαστε παρόντες σε όλα τα κανάλια και δίκτυα, διατηρώντας τις δυνάμεις μας- είναι σχετικά μικρή και μοιάζει να έχει ένα ταβάνι. Στο εξωτερικό ωστόσο τα περιθώρια ανάπτυξης είναι μεγάλα", αναφέρει.

DATA ΠΑΝ ΖΑΦΕΙΡΟΠΟΥΛΟΣ (σε €χιλ.)

Κύκλος Εργασιών

2024: 7.093

2023: 6.747

2022: 5.904

EBIT

2024: 1.312

2023: 1.515

2022: 1.123

Αποτέλεσμα προ φόρων

2024: 1.295

2023: 1.491

2022: 1.091

ΑΠΟΚΤΑ ΟΝΟΜΑ ΤΟ ΕΛΛΗΝΙΚΟ ΤΡΟΦΙΜΟ ΣΤΟ ΕΞΩΤΕΡΙΚΟ

Σύμμαχος στην προσπάθεια αυτή είναι το καλό όνομα που, όπως υπογραμμίζει, αρχίζει να χτίζει το ελληνικό τρόφιμο στο εξωτερικό: "Βλέπουμε μια αύξηση της ζήτησης και μια αλλαγή στο perception που έχει ο καταναλωτής για το ελληνικό προϊόν- ακόμα και σε δύσκολες αγορές, όπως αυτή των ΗΠΑ". Συμβολή σε αυτό, προσθέτει, έχουν και τα ελληνικά εστιατόρια που κάνουν την εμφάνισή τους με μεγαλύτερη συχνότητα πλέον



Γιάννης Ζαφειρόπουλος, ιδιοκτήτης, ΠΑΝ Ζαφειρόπουλος

σε αρκετές χώρες και λειτουργούν ως πρεσβευτές για τα ελληνικά τρόφιμα.

Στην περίπτωση του βαλσάμικου ξυδιού βέβαια, σημειώνει ο κ. Ζαφειρόπουλος, τα πράγματα είναι λίγο πιο δύσκολα καθώς ο βασικός ανταγωνισμός προέρχεται από την Ιταλία. "Δεν μιλάμε για ένα προϊόν που παράγει αποκλειστικά η χώρα μας όπως, για παράδειγμα, η φέτα. Ωστόσο, βλέπουμε ότι ακόμα κι έτσι το ελληνικό βαλσάμικο ξύδι κερδίζει έδαφος και σιγά σιγά παίρνει μερίδια, κάτι που θεωρούμε πολύ ενθαρρυντικό", υπογραμμίζει.

ΔΕΝ ΕΚΟΨΑΝ ΠΑΡΑΓΓΕΛΙΕΣ ΟΙ ΔΑΣΜΟΙ

Οι κύριες αγορές στις οποίες εξάγει η ΠΑΝ Ζαφειρόπουλος είναι ο Καναδάς, η Ρωσία, η Γερμανία ενώ μια από αυτές στην οποία εσχάτως επιδιώκει να ενισχύσει την παρουσία της είναι αυτή των ΗΠΑ όπου, σύμφωνα με τον συνομιλητή μας, δεν υπάρχει προς το παρόν κάποια μεγάλη αλλαγή λόγω των δασμών. "Ίσως έχει να κάνει με το ότι το προϊόν μας είναι σχετικά φτηνό, επομένως ο δασμός δεν κάνει και τόσο μεγάλη διαφορά. Η

αλήθεια πάντως είναι ότι -μέχρι τώρα τουλάχιστον- οι ίδιοι πελάτες εξακολουθούν να παίρνουν τις ίδιες ποσότητες", σημειώνει ο κ. Ζαφειρόπουλος.

Σε ό,τι αφορά στο κωδικολόγιο, οι νέες προσθήκες είναι μετρημένες και περιορίζονται στους χυμούς λεμόνι και lime που απευθύνονται στο foodservice και στο αφιльтράριστο μπλόξιδο για το κανάλι του retail. "Η γκάμα μας είναι, εκτιμούμε, πλήρης και, πέραν αυτού, βλέπουμε το τελευταίο διάστημα μια επιστροφή του κοινού σε πιο βασικές και ποιοτικές γεύσεις", επισημαίνει ο κ. Ζαφειρόπουλος.

ΕΠΕΝΔΥΣΗ €500 ΧΙΛ. ΣΕ ΑΠΕ

Σε επενδυτικό επίπεδο, το αμέσως επόμενο διάστημα αναμένεται να ξεκινήσει η υλοποίηση ενός προγράμματος ύψους €500 χιλ. που έχει υπαχθεί στον Αναπτυξιακό κι επικεντρώνεται στις ΑΠΕ και, ειδικότερα, στην εγκατάσταση φ/β για περιβαλλοντικούς λόγους αλλά και για εξοικονόμηση ενέργειας.

Γιάννης Τσατσάκης
yannis@notice.gr

• ΚΕΟΣΟΕ

ΣΤΑ 650.965 ΣΤΡΕΜΜΑΤΑ Η ΕΚΤΑΣΗ ΤΩΝ ΑΜΠΕΛΩΝΩΝ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ

Στα 650.965 στρέμματα ανήλθε η συνολική έκταση αμπελώνων οινοποιήσιμων ποικιλιών στην Ελλάδα σύμφωνα με τα τελευταία στοιχεία του τμήματος Αμπέλου, Οίνου και Αλκοολούχων Ποτών, που διαβιβάστηκαν στην Κομισιόν. Η αύξηση σε σχέση με την αντίστοιχη περυσινή απογραφή ήταν περιορισμένη, μόλις 1.690 στρέμματα, ενώ η μέση ετήσια άδεια φύτευσης την προηγούμενη τριετία ανερχόταν σε περίπου 6.300 στρέμματα.

ΕΓΚΑΤΑΛΕΙΜΜΕΝΟΙ ΑΜΠΕΛΩΝΕΣ

Τα στοιχεία δείχνουν ότι η πραγματική έκταση φυτεύσεων δεν αντιστοιχεί πλήρως στις χορηγηθείσες Άδειες Φύτευσης από το 2016 και μετά, γεγονός που υποδηλώνει σημαντικές εκτάσεις εγκαταλειμμένων αμπελώνων. Η διαφορά μεταξύ της θεωρητικά αναμενόμενης έκτασης (682.772 στρ.) και της καταγεγραμμένης έκτασης (650.965 στρ.) υπολογίζεται σε περίπου 31.807 στρέμματα, εκ των οποίων περίπου 4.609 στρέμματα φαί-

νεται να έχουν εγκαταλειφθεί κατά την περίοδο 2024/2025.

ΚΑΤΑΝΟΜΗ ΕΚΤΑΣΕΩΝ

Αναφορικά με τις κατηγορίες οίνου, η κατανομή των εκτάσεων έχει ως εξής:

- ΠΟΠ: 132.351 στρ. (20,33%) επί των συνολικών εκτάσεων, με παραγωγή 8,20% επί της συνολικής οινοπαραγωγής
- ΠΓΕ: 417.878 στρ. (64,19%), με παραγωγή 25,05%
- Οίνοι χωρίς Γεωγραφική Ένδειξη (συμπεριλαμβανομένων Ποικιλιακών Οίνων): 100.735 στρ. (15,50%), με παραγωγή 66,47%

Τα δεδομένα υποδεικνύουν ότι ενώ το 84,52% της έκτασης φυτεύεται με ποικιλίες που μπορούν να παράγουν οίνους με Γεωγραφική Ένδειξη, η παραγωγή αυτών αντιστοιχεί μόνο στο 33,25% της συνολικής οινοπαραγωγής. Αντίθετα, οι εκτάσεις για οίνους χωρίς Γ.Ε. αντιστοιχούν σε μόλις 15,5% των φυτεμένων εκτάσεων, αλλά η παρα-



γωγή τους ξεπερνά το 66% της συνολικής παραγωγής.

Σημαντικοί παράγοντες που εξηγούν την αντίφαση αυτή ενδέχεται να σχετίζονται με τις προϋποθέσεις παραγωγής ΠΟΠ και ΠΓΕ, τις αποδόσεις, τις τιμές διάθεσης στην αγορά, την εμπορευσιμότητα και τις καταναλωτικές συνήθειες. Τα στοιχεία υπογραμμίζουν την ανάγκη περαιτέρω ανάλυσης και συζήτησης στον κλάδο για την αξιοποίηση των ζωνών Γεωγραφικής Ένδειξης.

• Debrief •

ΠΙΟ ΣΟΒΑΡΑ ΑΠ' Ο,ΤΙ ΝΟΜΙΖΟΥΜΕ

Ούτε ένα, ούτε δύο, αλλά δέκα μέτρα προτείνει Διεθνής Οργανισμός Ενέργειας (IEA) για την ανακούφιση των καταναλωτών από τις πιέσεις που δημιουργούν οι υψηλές τιμές στην ενέργεια.

Συγκεκριμένα:

1. Εργασία από το σπίτι όπου είναι δυνατόν
2. Μείωση των ορίων ταχύτητας στους αυτοκινητόδρομους κατά τουλάχιστον 10 χλμ/ώρα
3. Ενθάρρυνση χρήσης των δημόσιων συγκοινωνιών
4. Εναλλασόμενη πρόσβαση ιδιωτικών αυτοκινήτων σε δρόμους μεγάλων πόλεων σε διαφορετικές ημέρες
5. Αύξηση της κοινής χρήσης αυτοκινήτων και υιοθέτηση αποτελεσματικών πρακτικών οδήγησης
6. Αποδοτική οδήγηση για οδικά επαγγελματικά οχήματα και μεταφορά αγαθών
7. Αποφυγή της χρήσης υγραερίου στις μεταφορές

8. Αποφυγή αεροπορικών ταξιδιών όπου υπάρχουν εναλλακτικές επιλογές
9. Όπου είναι δυνατόν, μετάβαση από το LPG σε άλλες σύγχρονες λύσεις μαγειρέματος
10. Αξιοποίηση της ευελιξίας με τις πετροχημικές πρώτες ύλες και εφαρμογή βραχυπρόθεσμων μέτρων βελτίωσης της αποδοτικότητας και συντήρησης

Διαβάζοντας μία, μία τις προτάσεις προσωπικά βλέπω μία πρόταση: αλλάξτε τρόπο ζωής. Και δεν μπορώ να μην σκέφτομαι ότι αν κάποιος οργανισμός σου προτείνει να αλλάξεις τρόπο ζωής είναι γιατί τα πράγματα είναι πιο σοβαρά απ' ότι νομίζεις. Ένα πράγμα σαν τον γιατρό. Αν σου πει "κόψε αυτό, άλλαξε το άλλο, περιορίσε εκείνο", μάλλον έχεις ήδη πρόβλημα. Και αν δεν έχεις, σου έρχεται με φόρα και δεν το έχεις καταλάβει.

Για να γυρίσουμε στις προτάσεις του

IEA, έχουμε να κάνουμε με άλλο μοντέλο καθημερινής αλλά και επιχειρηματικής δραστηριότητας σε κάποιους κλάδους. Και άλλο μοντέλο καθημερινής και επιχειρηματικής δραστηριότητας σημαίνει αναπόδραστα ένα πράγμα: άλλη οικονομία.

Όλα τα παραπάνω επηρεάζουν με τον έναν ή τον άλλο τρόπο το ΑΕΠ. Το παγκόσμιο ΑΕΠ. Το πώς, μένει να φανεί. Αλλά δεν πρόκειται για business as usual. Έχουμε μπει σε διαφορετική φάση, έχοντας περάσει ήδη από δύσκολες φάσεις. Στην παρούσα συγκυρία είμαστε ήδη επιβαρυνμένοι από τον εμπορικό πόλεμο που έχει προηγηθεί αλλά και από το γεγονός ότι πολλές μεγάλες οικονομίες είναι βαριά χρωμαμένες.

Συμπέρασμα; Να δέσουμε τις ζώνες μας γιατί ο δρόμος μπροστά έχει στροφές και σμαράκια.

Γιάννης Παλιούρης
giannis@notice.gr

• ΕΛΛΗΝΙΚΑ ΕΚΛΕΚΤΑ ΕΛΑΙΑ ΣΥΜΜΕΤΕΙΧΕ ΣΤΗΝ FOOD EXPO ΜΕ ΟΛΗ ΤΗ ΓΚΑΜΑ ΤΩΝ ΕΛΛΗΝΙΚΩΝ ΕΛΑΙΟΛΑΔΩΝ ΚΑΙ ΣΠΟΡΕΛΑΙΩΝ

Η Ελληνικά Εκλεκτά Έλαια συμμετείχε στην Food Expo, προβάλλοντας τη γκάμα των ελληνικών ελαιολάδων και σπορελαίων που έχει στο portfolio της σε διεθνές επίπεδο. Στο περίπτερό της παρουσιάζει ένα ολοκληρωμένο και ανταγωνιστικό χαρτοφυλάκιο προϊόντων, που συνδυάζει την ελληνική παράδοση με τις σύγχρονες απαιτήσεις της αγοράς. Η εκτεταμένη γκάμα της περιλαμβάνει ελαιόλαδα, αρτύματα, σπορέλαια και επαγγελματικά έλαια, καλύπτοντας ένα

ευρύ φάσμα καταναλωτικών και επαγγελματικών αναγκών. Η συμμετοχή της στην έκθεση αναδεικνύει τη σταθερή και ενισχυμένη θέση της τόσο στην εγχώρια όσο και στη διεθνή αγορά. Η εταιρεία συνεχίζει να επενδύει στη διεθνή της ανάπτυξη, ενισχύοντας την παρουσία της σε αγορές και στις πέντε ηπείρους. Παράλληλα, τα προϊόντα της διατίθενται τόσο μέσω δικτύων χονδρικής και λιανικής όσο και μέσω της ηλεκτρονικής πλατφόρμας της.



Business Maker

ΤΙ ΘΑ ΑΝΟΙΞΕΙ ΣΤΗ ΘΕΣΗ ΤΟΥ TGI FRIDAY'S ΣΤΟ ΚΟΛΩΝΑΚΙ

Αλλαγή σελίδας για ένα από τα πιο βαριά ονόματα της εστίασης στο Κολωνάκι. Το TGI Friday's μετακομίζει, όπως μαθαίνουμε, από την Νεοφύτου Βάμβα, στην Τσακάλωφ, και στη θέση του, ο όμιλος Pax Hospitality της οικογένειας Ξενοπούλου, που διατηρεί τα δικαιώματα του brand στην ελληνική αγορά, φαίνεται να επεξεργάζεται ένα νέο concept, διαφορετικό από το κλασικό casual dining μοντέλο των Friday's.

Καλά πληροφορημένες πηγές αναφέρουν ότι σχεδιάζεται ένα πιο premium concept, πιθανότατα με κατεύθυνση steakhouse, σε συνεργασία με αμερικανικό σχήμα. Ένα format, που κουμπώνει περισσότερο στο προφίλ της περιοχής, η οποία συγκεντρώνει υψηλής δαπάνης κοινό. Οι τελικές αποφάσεις πάντως δεν έχουν κλειδώσει ακόμη και δεν αποκλείεται κάποια ανατροπή στο... παρά πέντε. Η συνολική κατεύθυνση δεν είναι τυχαία. Όπως όλα δείχνουν, εντάσσεται σε μια συνολικότερη στρατηγική αναδιάρθρωσης και διεύρυνσης του χαρτοφυλάκιου της Pax Hospitality, με έμφαση σε πιο θεματικές και premium προτάσεις. Είναι ενδεικτικό ότι ο όμιλος εισέρχεται και στην κατηγορία της ασιατικής κουζίνας, μέσω συνεργασίας με την P.F. Chang's,

μία διεθνή αλυσίδα με έδρα τις ΗΠΑ και παρουσία σε δεκάδες αγορές, με νέο κατάστημα στην Ελλάδα να προγραμματίζεται για το 2026 στο Κεφαλάρι, αλλά και περαιτέρω ανάπτυξη του Ancho, με παρουσία και στην Κυψέλη.

Την ίδια στιγμή, αναμένεται και η λειτουργία νέου TGI Friday's στον Πειραιά και συγκεκριμένα στην Μαρίνα Ζέας – στο ακίνητο όπου στεγαζόταν το Barong –, με ορίζοντα λειτουργίας τον Ιούνιο. Σε επίπεδο επιδόσεων, ο όμιλος Pax Hospitality εμφανίζει ανθεκτικότητα, με αύξηση πωλήσεων περίπου 8% το 2025, σε ένα περιβάλλον έντονου ανταγωνισμού.

ΕΣΤΙΑΣΗ: ΜΑΖΙΚΗ ΕΞΟΔΟΣ ΠΡΟΣΩΠΙΚΟΥ ΜΕΣΑ ΣΕ ΕΝΑ ΒΡΑΔΥ

Ποιο είναι το μεγαλύτερο πρόβλημα της εστίασης αυτή την εποχή; Η μαζική φυγή... προσωπικού. Επιχειρηματίες του κλάδου περιγράφουν μια κατάσταση, όπου μέσα σε ένα βράδυ, προσωπικό εγκαταλείπει θέσεις εργασίας στην Αθήνα και μετακινείται προς τουριστικούς προορισμούς. Το φαινόμενο φυσικά δεν είναι καινούριο, αλλά φέτος εμφανίζεται πιο έντονο και πιο πρόωρο.

Η πρόωρη έναρξη της τουριστικής περιόδου – λόγω Πάσχα – επιταχύνει τη μετακίνηση εργατικού δυναμικού, αφήνοντας πίσω σημαντικά κενά. Επιχειρηματίες μιλούν για αποψίλωση ομάδων μέσα σε λίγα 24ωρα, με καταστήμα-

τα να καλούνται να αναπροσαρμόσουν άμεσα τη λειτουργία τους. Οι ίδιοι επισημαίνουν ότι το πρόβλημα στελέχωσης αποτελεί ήδη μια διαρθρωτική πρόκληση για την εστίαση, καθώς συνδυάζεται με αυξημένο λειτουργικό κόστος και περιορισμένη διαθεσιμότητα προσωπικού. Ωστόσο, η φετινή έκρηξη αποχωρήσεων εντείνει την πίεση και δημιουργεί συνθήκες αστάθειας.

Η ιδιαιτερότητα είναι ότι δεν πρόκειται μόνο για ανειδίκευτο προσωπικό. Όπως σημειώνουν καλά πληροφορημένες πηγές, αποχωρούν και έμπειροι εργαζόμενοι, ακόμη και σε θέσεις ευθύνης, οι οποίοι επιλέγουν τη σεζόν για υψη-

λότερες αποδοχές. Το αποτέλεσμα είναι επιχειρήσεις στην Αθήνα να μένουν αιφνιδιαστικά χωρίς βασικά στελέχη, κάτι που επηρεάζει άμεσα την ποιότητα υπηρεσιών.

Πηγές εκτιμούν ότι το επόμενο διάστημα θα υπάρξει περαιτέρω ένταση, καθώς οι επιχειρήσεις θα αναγκαστούν είτε να ανεβάσουν μισθούς, είτε να περιορίσουν ωράρια και υπηρεσίες. Σε κάθε περίπτωση, το ισοζύγιο προσφοράς και ζήτησης στην αγορά εργασίας της εστίασης φαίνεται να έχει διαταραχθεί. Όλα αυτά, βεβαίως, εάν δεν υπάρξει κάποια ανατροπή λόγω Μέσης Ανατολής, η οποία απειλεί τη φετινή τουριστική κίνηση.

Business Insight

ΔΕΗ: ΤΟ ΠΙΟ ΚΑΘΑΡΟ GROWTH STORY ΓΙΑ ΤΗΝ JPMC ΚΑΙ Η ΔΙΕΚΔΙΚΗΣΗ ΤΗΣ 5ΗΣ ΘΕΣΗΣ ΑΠΟ ΤΗΝ ALPHA BANK

Κατά γενική εκτίμηση θεαματικά τα αποτελέσματα του 2025 και πειστικές οι προβλέψεις Στάση για την συνέχεια, **αναδεικνύουν την ΔΕΗ στο πιο καθαρό growth story της ελληνικής αγοράς, σύμφωνα με έκθεση της JPMC.**

Ως insight θα επιχειρήσουμε να δούμε τα συγκριτικά πλεονεκτήματα του πολυ-ενεργειακού ομίλου, σε μία περίοδο που το Big Energy είναι από τα πιο καυτά επενδυτικά plays διεθνώς.

Το γεγονός και μόνο που οι αναλυτές της JPMC επιβεβαιώνουν ότι η διοίκηση υλοποιεί τον στρατηγικό σχεδιασμό της με πειθαρχία και προβλεψιμότητα, είναι το **καλύτερο rating για την ΔΕΗ. Για τον αμερικανικό οίκο ο όμιλος είναι σε διαπραγμάτευση 15 φορές τα κέρδη του 2026 αλλά με ρυθμό αύξησης που υπερβαίνει κατά πολύ τον ευρωπαϊκό μέσο όρο.** Στα €18,28 η τιμή της μετοχής την Παρασκευή, στα €6,750 δισ. η αποτίμηση, **με την τιμή-στόχο (κατά την JPMC) στα €21 ευρώ**, διατηρώντας διψήφιο upside. **Δυναμικά εάν για τη μετοχή επιβεβαιωνόταν η στοχοθεσία, η χρηματιστηριακή αξία που θα αντιστοιχούσε θα έφερνε την ΔΕΗ στην 5η θέση της σχετικής κατάταξης, εκτοπίζοντας την Alpha Bank (σ.σ. στα €7,112 δισ.).**

Μεγέθυνση σε όρους αποτίμησης, αποτέλεσμα ανάλογης επιχειρηματικής/επενδυτικής που για να υλοποιηθεί απαιτεί κατ' αρχήν κεφαλαιακή ισχύ.

Στις 3,2 φορές η σχέση καθαρού δανεισμού προς EBITDA, χαμηλότερη του στόχου που είχε θέσει η διοίκηση. **Κοινή εκτίμηση πως με δείκτη κάτω από το X3,5 δεν απαιτεί AMK, ενώ στην περίπτωση που υπάρξει συμφωνία με hyperscaler εντός του 2026 τα δεδομέ-**

να θα αλλάξουν άρδην. Θα θυμίσω πως, μέσα στο έτος ότι λίγο έχει απομείνει από λιγνιτικά κλείνειοριστικά- με την Πτολεμαΐδα 5 σε λειτουργία από το 2028- ενώ διαθέτει, ήδη, το δεύτερο μεγαλύτερο δίκτυο οπτικών ινών στην χώρα, τριπλασιάζει δε τον ρυθμό συνδέσεων και φωνής από Ιούνιο-Ιούλιο.

Ωστόσο, από τα στοιχήματα που εάν κερδηθούν θα αλλάξουν εντελώς κατηγορία τον όμιλο αποτελεί το Mega Data Center που σχεδιάζεται στην Δυτική Μακεδονία (Κοζάνη) εκτιμώνμενου ύψους €2,3 δισ. Γνωστό πως, το εν λόγω project αποτέλεσε αντικείμενο επαφών του Κυριάκου Μητσοτάκη με αμερικανικούς παράγοντες, στο περιθώριο του AI Impact Summit, στο Νέο Δελχί (πριν ένα μήνα). Και μόνο η συνάντηση με τον Michael Kratsos- επικεφαλής της ομάδας του Ντόναλντ Τραμπ για την τεχνολογία, καταδεικνύει τον αναβαθμισμένο ρόλο που διεκδικεί η ΔΕΗ στην ευρύτερη περιοχή.

Μία power tech company- συνδυασμός ΑΠΕ, αποθήκευσης, έξυπνων δικτύων και διαχείρισης ενέργειας με Τεχνητή Νοημοσύνη - σε περίοδο που η Microsoft επιβεβαιώνει το ορόσημο κάλυψης κατά 100% των ενεργειακών αναγκών της από ΑΠΕ (γνώμονας για την κατεύθυνση των AI giga factories διεθνώς), ο ινδικός κολοσσός Adani Group που συνεργάζεται με την Google ανακοινώνει επενδύσεις \$100 δισ. hyperscale data centers σε ορίζοντα δεκαετίας. Επίσης γνωστό ότι, το θέμα της επένδυσης που δρομολογεί εδώ και πάνω από ένα χρόνο η διοίκηση στη Δυτική Μακεδονία έχει πάει ένα βήμα πιο μπροστά από το αρχικό επίπεδο των απλών επιχειρηματικών επαφών με Αμερικανούς (καθώς επίσης Σαουδά-

ραβες και Ευρωπαίους) hyperscalers.

Οι συζητήσεις με την αμερικανική πλευρά προχωρούν ταυτόχρονα και σε κυβερνητικό επίπεδο, με στελέχη από τον στενό κύκλο του Αμερικανού προέδρου, Παράλληλα η **κατηγορηματική διαβεβαίωση Στάση για το “λιγνιτικό” σημαίνει περαιτέρω μείωση (έως σχεδόν μηδενισμό) της συμμετοχής λιγνίτη στην παραγωγή, συνακόλουθα χαμηλότερα κόστη καυσίμων και CO2, δηλαδή μεγαλύτερο περιθώριο, διαφορά που θα αποτυπωθεί στα μεγέθη του 2026- πιθανότατα θα τιμολογηθεί ανάλογα και σε όρους χρηματιστηριακής αξίας.**

Συν τω χρόνω, στην διάρκεια του έτους η ευρεία τοποθέτηση- σε υδρολογικές και αιολικές συνθήκες, η περαιτέρω ενίσχυση της παραγωγής ΑΠΕ και η βελτίωση των περιθωρίων στη λιανική- καθιστά εφικτή την επίτευξη στόχου για EBITDA των €2,5 δισ. και καθαρών κερδών €700 εκατ. Σημειώτεον πως, η **ΔΕΗ έχει συμφωνήσει με την JPMC την παράταση έως τον Ιούνιο του 2026 (από τον Δεκέμβριο του 2025) της ημερομηνίας λήξης της συναλλαγής τιτλοποίησης ύψους €300 εκατ. από απαιτήσεις έως 60 ημέρες.** Η Deutsche Bank AG και υπό διαχείριση κεφάλαια της PIMCO είναι οι ομολογιούχοι υψηλής εξοφλητικής προτεραιότητας (senior noteholders), εκδότης των ομολόγων είναι η PPC Zeus DAC, ενώ η ΔΕΗ ενεργεί ως πωλητής, διαχειριστής (servicer) και ομολογιούχος χαμηλής εξοφλητικής προτεραιότητας (junior noteholder).

Επιπλέον, η Qualco A.E. ενεργεί ως υποδιαχειριστής (sub-servicer) και η Citibank N.A. (London branch) ενεργεί ως θεματοφύλακας των ομολόγων (note trustee).

BNB
DAILY

BUSINESS IN BRIEF

ΚΑΘΕ ΠΡΩΙ
ΣΤΟ EMAIL ΣΑΣ!

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

Γίνε
συνδρομητής
εδώ



• ΔΙΑΜΑΝΤΗΣ ΜΑΣΟΥΤΗΣ
**ΣΥΝΕΡΓΑΣΙΑ
ΜΕ ΤΗΝ ΜΠΥΡΑ ΝΥΜΦΗ
ΓΙΑ ΔΡΑΣΗ ΕΚΕ**

Η Διαμαντής Μασούτης σε συνεργασία με τη μπύρα Νύμφη υλοποίησε πρωτοβουλία κοινωνικής ευθύνης με στόχο την ενίσχυση της ισότιμης πρόσβασης στον πολιτισμό. Μέσω ειδικής προωθητικής ενέργειας στα καταστήματα της εταιρείας συγκεντρώθηκε ποσό €6.000, το οποίο αποδόθηκε στον Φάρο Τυφλών της Ελλάδος για την υποστήριξη του Βιωματικού Προγράμματος Απτικής Διερεύνησης του Μουσείου Αφής.

Η δράση ενισχύει ένα πρόγραμμα που επιτρέπει σε άτομα με οπτική αναπηρία να προσεγγίσουν την ελληνική πολιτιστική κληρονομιά μέσω της αφής, συμβάλλοντας στην ενδυνάμωση της πολιτιστικής συμμετοχής, της αυτονομίας και της κοινωνικής ένταξης. Παράλληλα, αναδεικνύεται ο ρόλος του Μουσείου Αφής ως ενός μοναδικού, πλήρως προσβάσιμου χώρου πολιτισμού και εκπαίδευσης στην Ελλάδα, με διεθνή σημασία.



SECRETRECIPE

Αλλαγές στην πιάτσα της Γλυφάδας

Είναι από τις πιάτσες με τη μεγαλύτερη κινητικότητα. Και το αποδεικνύει διαρκώς. Γι' αυτό και αναμένουμε στην Γλυφάδα τόσο το δεύτερο Joe & The Juice, όσο και το αδερφάκι του Βουλκανιζατέρ από το Κουκάκι. Στην διαρκώς μεταβαλλόμενη Λαοδίκης... Στο 38.

Editorial

Το στοίχημα της ασφάλειας

Διάβαζα με πολύ ενδιαφέρον το Σάββατο [μια ανάλυση στο Bloomberg](#), σύμφωνα με την οποία όλο και περισσότεροι Αμερικανοί αναζητούν έναν τόπο εκτός Ηνωμένων Πολιτειών για να περάσουν τη ζωή τους μετά τη συνταξιοδότησή τους.

Μάλιστα, από το 1974 έως σήμερα, το ποσοστό των Αμερικανών άνω των 55, που θέλει να φύγει από τη χώρα, έχει υπερτετραπλασιαστεί, στο 17%. Γιατί συμβαίνει αυτό;

Για δύο βασικούς λόγους:

Πρώτον, για το κόστος, αφού σε πολλές χώρες, οι Αμερικανοί βρίσκουν σε πολλές χώρες υψηλό επίπεδο διαβίωσης με πολύ λιγότερα χρήματα σε σύγκριση με τις ΗΠΑ, ιδιαίτερα όσον αφορά τη στέγαση και την υγειονομική περίθαλψη.

Δεύτερον, για πολιτικούς/γεωπολιτικούς λόγους, που οδηγούν τους Αμερικανούς να αναζητούν άδεια διαμονής στο εξωτερικό, και ενδεχομένως υπηκοότητα για τα παιδιά τους, ως έναν τρόπο αντιστάθμισης γεωπολιτικού κινδύνου.

Και κάτι ακόμα:

Ενώ παλαιότερα όσοι ήθελαν να συνταξιοδοτηθούν στο εξωτερικό είχαν δεσμούς με κάποια άλλη χώρα, πλέον, θέλουν να ζήσουν σε μέρη που δεν έχουν καν επισκεφθεί.

Πού πηγαίνει το μυαλό σας;

Φυσικά, στην Ελλάδα.

Η οποία έχει κάνει βήματα σημαντικά, προσφέροντας δυνατά κίνητρα για την προσέλκυση τέτοιων περιπτώσεων.

Αρκούν αυτά;

Όχι.

Χρειάζεται και ευρύτερη επικοινωνία και προβολή της χώρας. Αν σκεφτεί κανείς ότι το συγκεκριμένο άρθρο αναφέρει ως δημοφιλείς προορισμούς των Αμερικανών την Γαλλία, την Ιταλία, την Ισπανία, τον Παναμά και την Κόστα Ρίκα, είναι λίαν επεικώς απαράδεκτο ότι δεν έχουμε φροντίσει, ώστε σε αυτή τη λίστα, σε κάθε αφορμή, να υπάρχει και η χώρα μας... ..η οποία είναι σίγουρα φθηνότερη από τις υπόλοιπες ευρωπαϊκές της λίστας, και ταυτόχρονα - πλέον του κορυφαίου οικοπέδου, όπως λέμε και ισχύει -, είναι τόσο κοντά στη φλεγόμενη περιοχή, αλλά και τόσο ασφαλής.

Το στοίχημα, λοιπόν, είναι εδώ, τώρα, και απόλυτα σημαντικό:

Να αισθανθούν ασφαλείς τόσο οι Αμερικανοί και λοιπών εθνικοτήτων συνταξιούχοι, όσο και οι άνθρωποι της γύρω περιοχής μας.

Τόσο οι ίδιοι, όσο και τα χρήματά τους.

Τόσο απλά.

Νεκτάριος Β. Νώτης

nectarios@notice.gr