

KOLIÓS®

THE GREEK DAIRY



SIAL
INSPIRE FOOD BUSINESS

17 - 21
October
2026

OUR BOOTH: **7 D154**

COME
& MEET US!

The Greek Taste

ΚΟΛΙΟΣ Α.Ε. ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΒΙΟΜΗΧΑΝΙΑ ΓΑΛΑΚΤΟΣ
612 00 Λιμνότοπος, Πολυκάστρου, Κιλκίς | Τ.: 23411 38 -761, έως -65



www.kolios.gr

FNB SERVED DAILY.

Food for thought... every day!

ΤΟ ΚΑΘΗΜΕΡΙΝΟ ΨΗΦΙΑΚΟ
NEWSLETTER ΓΙΑ ΤΟΝ ΚΛΑΔΟ
ΤΡΟΦΙΜΩΝ & ΠΟΤΩΝ

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

ΠΕΜΠΤΗ 15 ΟΚΤΩΒΡΙΟΥ 2026
ΤΕΥΧΟΣ 2413



• VIVARTIA – FAIRFAX

Μέχρι το τέλος του έτους θα ολοκληρωθεί το deal με Recipe – Παραμένει η διοίκηση της Evergood



• LAMPRIDIS FAMILY

Νέοι κωδικοί και ενισχυμένη παρουσία στο κρέας
- Ανάπτυξη 16% στο εννεάμηνο



• OLEA FORTIUS

Στόχος ο διπλασιασμός εσόδων και EBITDA το 2027 μετά την επένδυση της Innovad



• SEPTEM

Μεταφέρει την παραγωγή της Elixī, με +15% φέτος οι εξαγωγές

Editorial

Η Kimberly, οι Δημοκρατικοί και το βενζινάδικο

Debrief

Το 34% που μετράει για παραπάνω

Business Insight

Πρώτη επικρατέστερη για κρίση χρέους η Γαλλία, από τους τελευταίους η Ελλάδα

Business Maker

- Κλειστά χαρτιά από Θεοδωρόπουλο για το καλάθι των Χριστουγέννων
- Evergood: Η αγορά βλέπει ανάπτυξη πίσω από το deal του Watsa

SecretRecipe

Έβγαλαν στο σφυρί τα ασημικά και κάνουν τον... Κινέζο!



• ΑΒ ΒΑΣΙΛΟΠΟΥΛΟΣ ΠΟΙΟΤΗΤΑ ΚΑΙ ΕΛΚΥΣΤΙΚΗ ΤΙΜΗ ΠΟΥ ΣΕ ΚΑΝΟΥΝ... ΝΑ ΠΑΡΑΜΙΛΑΣ

Η αγάπη για το καλό φαγητό δεν αλλάζει ποτέ και για κανέναν. Μπορεί, όμως, να συνδυαστεί και με προσιτές τιμές. Στο ερώτημα αυτό η ΑΒ Βασιλόπουλος απαντά καταφατικά, με τα προϊόντα ΑΒ Κάθε Μέρα Επιλογή, που φέρνουν στο καθημερινό καλάθι επιλογές που καλύπτουν βασικές ανάγκες του νοικοκυριού, χωρίς συμβιβασμό. Τα προϊόντα ΑΒ Κάθε Μέρα Επιλογή, αποτελούνται από ένα μεγάλο φάσμα επιλογών ώστε να καλύπτουν τις καθημερινές ανάγκες των νοικοκυριών, πάντα με επίκεντρο την ποιότητα και την τιμή. Γι' αυτόν ακριβώς τον λόγο στην καρδιά της νέας καμπάνιας εξηγεί ότι ["Το καλό φαγητό σε κάνει να παραμιλάς"](#). Στο επίκεντρο της νέας καμπάνιας βρίσκονται προϊόντα ΑΒ Κάθε Μέρα Επιλογή, αναδεικνύοντας επιλογές που συνδυάζουν προσιτή τιμή και ποιότητα. Μέσα από σύντομα spots που διαδραματίζονται σε διαφορετικά σημεία ενός καταστήματος ΑΒ, τα προϊόντα πυροδοτούν σκέψεις, αναμνήσεις, μυρωδιές και γευστικούς συνειρμούς, που όλοι έχουμε συνδυάσει με το φαγητό. Το... κερασάκι στην τούρτα, είναι η ελκυστική τιμή, που έρχεται να υπενθυμίσει ότι η ποιότητα μπορεί να είναι προσιτή.

Η σειρά [ΑΒ Κάθε Μέρα Επιλογή](#) αποτελείται από μία μεγάλη ποικιλία από ποιοτικά προϊόντα σε χαμηλές τιμές, με επιλογές για ένα πλούσιο και απολαυστικό πρωινό, όπως ψωμί τοστ, αυγά, γάλα, μαρμελάδες και μέλι, μέχρι χυμούς, κέικ και κουλούρια, αλλά και τυριά και αλλαντικά, η μάρκα ΑΒ Κάθε Μέρα Επιλογή έχει όλα όσα χρειάζομαστε για να



απολαύσουμε το πρωινό μας. Επιπλέον, η σειρά έχει επιλογές και για το πιο πλούσιο και απολαυστικό καθημερινό τραπέζι όπως ελαιόλαδο, ρύζι, φρούτα & λαχανικά, σαλάτες, κρέατα, ψάρια, όσπρια, αλεύρα, ελιές, τουρσιά και άλλα.

Στο τέλος της ημέρας, στην ΑΒ Βασιλόπουλος

όλα ξεκινούν από την αγάπη για το καλό φαγητό – το καθημερινό, το φρέσκο, το απολαυστικό. Το φαγητό που κρύβει μέσα του φροντίδα και αγάπη, που ξεπερνά τη γεύση και φέρνει τους ανθρώπους πιο κοντά. Και αυτό είναι που έρχονται να προσφέρουν τα προϊόντα ΑΒ Κάθε Μέρα Επιλογή.

• **OLEA FORTIUS**

ΣΤΟΧΟΣ Ο ΔΙΠΛΑΣΙΑΣΜΟΣ ΕΣΟΔΩΝ ΚΑΙ ΕΒΙΤΔΑ ΤΟ 2027 ΜΕΤΑ ΤΗΝ ΕΠΕΝΔΥΣΗ ΤΗΣ INNOVAD

Στην ενίσχυση της διεθνούς εμπορικής παρουσίας της Olea Fortius και στην επιτάχυνση της ανάπτυξής της αποσκοπεί η επένδυση του ομίλου Innovad, ο οποίος απέκτησε το πλειοψηφικό ποσοστό της ελληνικής εταιρείας. Η συμφωνία δίνει στην Olea Fortius πρόσβαση σε ένα ευρύτερο διεθνές δίκτυο, ενώ παράλληλα επιτρέπει στους ιδρυτές της να επικεντρωθούν στην ανάπτυξη νέων προϊόντων από την αξιοποίηση της ελληνικής αγροτικής παραγωγής.

Όπως ανέφερε ο CEO της Olea Fortius, Φώτης Τέκος, μιλώντας στο Fnb Daily, η συνεργασία με την Innovad είχε ξεκινήσει σε εμπορική βάση, με τον διεθνή όμιλο να χρησιμοποιεί και να αξιολογεί τα προϊόντα της. Στην πορεία, η Innovad εκδήλωσε ενδιαφέρον να συμμετάσχει μετοχικά στην επιχείρηση, βλέποντας προοπτικές περαιτέρω ανάπτυξης.

Στο πλαίσιο της συμφωνίας απέκτησε το πλειοψηφικό ποσοστό της Olea Fortius. Τα υπόλοιπα ποσοστά παραμένουν στους ιδρυτές και την FoodOxys, εταιρεία τεχνολογίας του Πανεπιστημίου Θεσσαλίας.

Η Olea Fortius ιδρύθηκε το 2022, ως απόρροια της επιστημονικής δραστηριότητας της FoodOxys, τεχνολογικού του Πανεπιστημίου Θεσσαλίας, με στόχο την ανάπτυξη προϊόντων που αξιοποιούν παραπροϊόντα της ελληνικής αγροτικής παραγωγής. Η FoodOxys δραστηριοποιείται στην ανάλυση και πιστοποίηση προϊόντων, παρέχοντας την επιστημονική βάση για την ανάπτυξη των λύσεων της Olea Fortius.

ΤΟ ΔΙΕΘΝΕΣ ΔΙΚΤΥΟ ΚΑΙ ΟΙ ΠΡΟΟΠΤΙΚΕΣ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ

Κεντρικό στοιχείο της συμφωνίας είναι η δυνατότητα αξιοποίησης της διεθνούς παρουσίας της Innovad για την προώθηση των προϊόντων της Olea Fortius σε περισσότερες αγορές. Σύμφωνα με τον Φώτη Τέκο, ο όμιλος έχει ήδη προωθήσει τα προϊόντα της εταιρείας σε περίπου 40-45 χώρες, ενώ διαθέτει γραφεία και εκπροσώπους σε περισσότερες από 10 χώρες.

Η ένταξη στο δίκτυο του ομίλου μεταβάλλει τις προϋποθέσεις εμπορικής ανάπτυξης της Olea Fortius, καθώς περιορίζει την ανάγκη να δημιουργήσει από την αρχή δικό της διεθνές δίκτυο πωλήσεων. Όπως εξήγησε ο CEO της εταιρείας, η Olea Fortius θα μπορεί να επικεντρωθεί στην αναζήτηση και αξιοποίηση νέων πρώτων υλών στην Ελλάδα,



Φώτης Τέκος, CEO,
Olea Fortius

καθώς και στην ανάπτυξη προϊόντων, ενώ η διεθνής προώθησή τους θα υποστηρίζεται από την παρουσία της Innovad.

ΠΟΙΟΙ ΕΙΝΑΙ ΟΙ ΣΤΟΧΟΙ ΤΗΣ ΕΤΑΙΡΕΙΑΣ

Σε οικονομικό επίπεδο, η Olea Fortius κινείται τα τελευταία δύο χρόνια σε επίπεδα πωλήσεων περίπου €1 εκατ., ενώ το EBITDA της διαμορφώνεται μεταξύ €350 χιλ.-450 χιλ., σύμφωνα με τον Φώτη Τέκο.

Για το 2027, ο στόχος της διοίκησης είναι ο διπλασιασμός τόσο των εσόδων, όσο και του EBITDA. Η επίτευξή του συνδέεται με την ενίσχυση της εμπορικής δραστηριότητας και την αξιοποίηση των δυνατοτήτων που προσφέρει η συνεργασία με την Innovad.

Ο CEO της Olea Fortius σημείωσε, επίσης, ότι η πορεία της εταιρείας επηρεάστηκε σημαντικά από τους δασμούς που επέβαλε η κυβέρνηση Trump, καθώς περιορίστηκε η δραστηριότητά της σε αγορές που είχαν ιδιαίτερη σημασία για την επιχείρηση. Όπως ανέφερε στο Fnb Daily, οι συγκεκριμένες

εξελίξεις καθυστέρησαν την ανάπτυξη των εργασιών, ωστόσο πλέον διαμορφώνονται συνθήκες μεγαλύτερης ισορροπίας στις εν λόγω αγορές.

ΤΑ ΕΠΟΜΕΝΑ ΒΗΜΑΤΑ

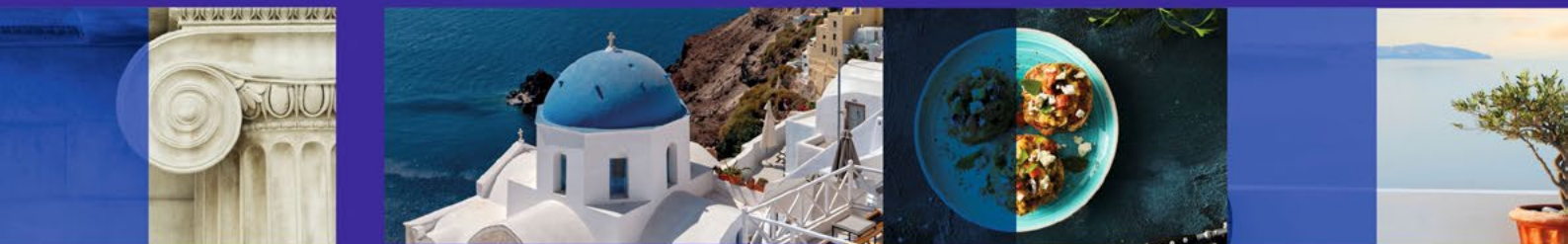
Σε ό,τι αφορά τα επόμενα βήματα, η διοίκηση εξετάζει τις διαθέσιμες επιλογές για ενδεχόμενη νέα μειοψηφική επένδυση. Ωστόσο, προτεραιότητα αποτελεί η αξιοποίηση της υφιστάμενης συνεργασίας με την Innovad και η αποτίμηση των αποτελεσμάτων της σε βάθος χρόνου.

Παρά τη μετοχική αλλαγή, η καθημερινή διαχείριση της Olea Fortius παραμένει στα χέρια της υφιστάμενης διοικητικής ομάδας, σύμφωνα με τον Φώτη Τέκο. Η επιλογή αυτή διατηρεί τον επιχειρησιακό ρόλο των ανθρώπων που ανέπτυξαν την εταιρεία, ενώ παράλληλα η Innovad αποκτά τη δυνατότητα συμμετοχής στις στρατηγικές αποφάσεις.

Μάριος Δελατόλας
marios@notice.gr

GREECE

GOOD TASTE
GOOD BUSINESS



DISCOVER THE GREEK PARTICIPATION
HALLS 1, 5A, 5B, 5C, 6, 7



VISIT US HALL 1 C126



**THE GREEK
FOOD GUIDE**

www.promosolution.net

Organized by :



**PROMO
SOLUTION**
EXHIBIT.CREATE.

• ΤΥΡΟΚΟΜΕΙΟ ΑΡΒΑΝΙΤΗ ΣΥΝΤΟΜΑ ΣΕ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΑ ΤΟ ΝΕΟ ΣΥΣΚΕΥΑΣΤΗΡΙΟ - ΣΥΜΦΩΝΙΑ ΜΕ ΣΥΝΕΤΑΙΡΙΣΜΟ ΓΙΑ ΠΡΟΒΕΙΟ ΓΑΛΑ

Με καλό momentum μπαίνει στο τελευταίο τέταρτο του έτους το Τυροκομείο Αρβανίτη, έχοντας να επιδείξει διψήφιους ρυθμούς ανάπτυξης στο εννεάμηνο που έχει προηγηθεί.

Όπως δηλώνει στο FNB Daily ο Πρόεδρος και Διευθύνων Σύμβουλος, Μιχάλης Αρβανίτης, η χρονιά έχει εξελιχθεί μέχρι στιγμής απόλυτα ικανοποιητικά, με ισχυρή ζήτηση τόσο από το εσωτερικό, όσο και από το εξωτερικό, όπου πραγματοποιείται το 30%-35% των πωλήσεων της επιχείρησης από τη Νεοχωρούδα Θεσσαλονίκης.

ΜΠΗΚΑΝ ΣΤΟ THE MART ΟΙ ΓΡΑΒΙΕΡΕΣ ΜΕ ΓΕΥΣΕΙΣ

Το εννεάμηνο έκλεισε με ανάπτυξη άνω του 10% στον κύκλο εργασιών ενώ από τις αρχές του καλοκαιριού στο ενεργητικό της πρόσθεσε μια νέα συνεργασία με την The Mart Cash and Carry για την τοποθέτηση στα καταστήματα της τελευταίας των γραβιερών με γεύσεις.

Ωστόσο, ενόψει του χειμώνα και δη της γαλακτοκομικής περιόδου που ακολουθεί, εκφράζει τον προβληματισμό τόσο για την αύξηση των κοστολογίων που καλούνται να διαχειριστούν οι επιχειρήσεις του κλάδου όσο και για τα περιθώρια των καταναλωτών να ανταποκριθούν.

DATA (σε €χιλ.)

Κύκλος Εργασιών

2025: 12.709

2024: 12.672

2023: 13.911

Κέρδη προ φόρων

2025: 782

2024: 1.207

2023: 1.430

ΟΙ ΑΝΑΤΙΜΗΣΕΙΣ ΚΑΙ Ο ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΗΣ

"Οι ρυθμοί ανάπτυξης σίγουρα μας ικανοποιούν ωστόσο το δύσκολο τεστ που έχουμε όλοι μπροστά μας είναι πώς θα συμπεριφερθεί η αγορά μετά τις αναπόφευκτες, όπως φαίνεται, ανατιμήσεις", εξηγεί. "Οι τιμές που ακούγονται για το πρόβειο γάλα είναι υψηλότερες από τις ούτως ή άλλως υψηλές που τώρα πληρώνουμε και, εφόσον υιοθετηθούν, θα οδηγήσουν τη φέτα στο ράφι πέ-



Μιχάλης Αρβανίτης, Πρόεδρος & CEO, Τυροκομείο Αρβανίτη

ριξ των €16 το κιλό, σε μια συγκυρία που το εισόδημα του καταναλωτή είναι ήδη συμπιεσμένο", συμπληρώνει.

Ο ίδιος θεωρεί κρίσιμο, μεταξύ άλλων, να προχωρήσει η ανασύσταση του ζωικού κεφαλαίου, καθώς στην παρούσα φάση η πρώτη ύλη είναι λίγη για τις ανάγκες των βιομηχανιών, γεγονός που εξηγεί και τον έντονο μεταξύ τους ανταγωνισμό.

ΕΠΕΚΤΑΣΗ ΖΩΝΗΣ ΓΑΛΑΚΤΟΣ

Σε αυτό το πλαίσιο κι ενόψει της νέας παραγωγικής σεζόν, το Τυροκομείο Αρβανίτη προχώρησε σε συμφωνία συνεργασίας τον συνεταιρισμό "Φάρμες Λιβαδίου" που εδρεύει στο Λιβάδι Ελασσόνας. "Θεωρούμε ότι είναι μια καλή συμφωνία που μας εξασφαλίζει σημαντικές ποσότητες, προσφέροντας και μια καλή τιμή στους παραγωγούς", υπογραμμίζει ο κ. Αρβανίτης.

Εξάλλου, πρόσφατα ολοκληρώθηκε το κτιριακό μέρος της ύψους €4,7 εκατ. επένδυσης που υλοποιεί η εταιρεία στις εγκαταστάσεις της. "Ελπίζουμε ότι μέσα στον Νοέμβριο θα ξεκινήσει να λειτουργεί το νέο μας συσκευαστήριο, γεγονός που θα μας δώσει τη δυνατότητα να απλώσουμε την παραγωγή και να αυξήσουμε το ρυθμό στις υφιστάμενες εγκαταστάσεις μας", σημειώνει ο επιχειρηματίας.

Γιάννης Τσατσάκης
yannis@notice.gr



Δημήτρης Κυριαζής, Διευθυντής Πωλήσεων Ελλάδας, Αθηναϊκή Ζυθοποιία

• ΑΘΗΝΑΪΚΗ ΖΥΘΟΠΟΙΙΑ Ο ΔΗΜΗΤΡΗΣ ΚΥΡΙΑΖΗΣ ΑΝΑΛΑΜΒΑΝΕΙ ΤΗ ΔΙΕΥΘΥΝΣΗ ΠΩΛΗΣΕΩΝ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ

Ο Δημήτρης Κυριαζής αναλαμβάνει τη Διεύθυνση Πωλήσεων της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας, διαδεχόμενος τον Αυγουστή Στέφα, ο οποίος αποχωρεί από την εταιρεία έπειτα από οκτώ χρόνια.

Ο νέος επικεφαλής διαθέτει μακρά πορεία στον όμιλο Heineken, στον οποίο εντάχθηκε το 2003, έχοντας αναλάβει εμπορικούς και διοικητικούς ρόλους τόσο στην Ελλάδα όσο και στο εξωτερικό.

Στην επαγγελματική του διαδρομή έχει εργαστεί στους τομείς του Marketing και των Πωλήσεων της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας, ενώ στη συνέχεια ανέλαβε τη θέση του Διευθυντή Πωλήσεων Europe Exports & Global Duty Free στο Άμστερνταμ. Ακολούθως, διετέλεσε Διευθυντής Πωλήσεων της Heineken στην Κροατία.

Όπως αναφέρει η σχετική ανακοίνωση, με την ανάληψη των νέων καθηκόντων του, ο Δημήτρης Κυριαζής καλείται να συνεχίσει την εμπορική ανάπτυξη της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας, αξιοποιώντας την εμπειρία του στις διεθνείς αγορές και τη γνώση της ελληνικής αγοράς.

Η αποχώρηση του Αυγουστή Στέφα έρχεται μετά από οκτώ χρόνια παρουσίας στην εταιρεία. Σύμφωνα με την Αθηναϊκή Ζυθοποιία, κατά τη διάρκεια της θητείας του συνέβαλε στην ανάπτυξη της εταιρείας στην ελληνική αγορά, καθώς και στην εξέλιξη της οργανωτικής δομής και της ομάδας Πωλήσεων.

• **PROMO SOLUTION**

Η ΕΛΛΑΔΑ ΣΤΟ ΕΠΙΚΕΝΤΡΟ ΤΗΣ SIAL PARIS ΜΕ ΤΟΝ “GREEK FOOD GUIDE” ΚΑΙ ΔΡΑΣΕΙΣ ΠΡΟΒΟΛΗΣ ΤΗΣ ΕΛΛΗΝΙΚΗΣ ΓΑΣΤΡΟΝΟΜΙΑΣ

Η ελληνική γαστρονομία έχει μια ξεχωριστή ιστορία να αφηγηθεί. Μια ιστορία που ξεκινά από τον τόπο, το κλίμα και τις πρώτες ύλες, περνά μέσα από τις παραδοσιακές συνταγές και τη γνώση των παραγωγών και φτάνει σήμερα σε προϊόντα που ταξιδεύουν σε αγορές σε ολόκληρο τον κόσμο. Αυτή ακριβώς την πολυμορφία φιλοδοξεί να αναδείξει η ελληνική συμμετοχή στην **SIAL Paris 2026**, μία από τις σημαντικότερες διεθνείς εκθέσεις για τον κλάδο των Τροφίμων και Ποτών.

Η **PROMO SOLUTION**, οργανώνοντας τη συμμετοχή περισσότερων από 120 ελληνικών επιχειρήσεων και 200 brands στις σημαντικότερες αίθουσες της Sial, συμβάλλει στην προβολή ενός κλάδου που συνδυάζει την ποιότητα και την παράδοση με τη δημιουργικότητα, την εξωστρέφεια και τη σύγχρονη επιχειρηματική δραστηριότητα. Από καθιερωμένα ελληνικά προϊόντα με μακρά ιστορία έως νέες προτάσεις που απευθύνονται στις απαιτήσεις του σύγχρονου καταναλωτή, οι Έλληνες εκθέτες παρουσιάζουν τη μεγάλη ποικιλία της εγχώριας παραγωγής σε ένα κοινό επαγγελματιών, εισαγωγέων και αγοραστών από όλο τον κόσμο.

“GREEK FOOD GUIDE”: ΕΝΑΣ ΟΔΗΓΟΣ ΓΙΑ ΝΑ ΑΝΑΚΑΛΥΨΕΙ ΚΑΝΕΙΣ ΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ

Στο πλαίσιο αυτό, η **PROMO SOLUTION** παρουσιάζει τον **“The Greek Food Guide”**, έναν ειδικά σχεδιασμένο οδηγό που συγκεντρώνει τις πληροφορίες για τις ελληνικές επιχειρήσεις που συμμετέχουν στην **SIAL Paris 2026** και διευκολύνει τους επισκέπτες να περιηγηθούν στην ελληνική παρουσία.

Μέσα από τον οδηγό, οι επαγγελματίες της διεθνούς αγοράς μπορούν να εντοπίσουν τις συμμετέχουσες εταιρείες, να ενημερωθούν για τα προϊόντα τους και να βρουν τα περίπτερά τους στους διαφορετικούς εκθεσιακούς χώρους. Με αυτόν τον τρόπο, ο **“Greek Food Guide”** λειτουργεί ως ένα χρήσιμο εργαλείο για όσους επιθυμούν να γνωρίσουν καλύτερα τις δυνατότητες της ελληνικής παραγωγής, να ανακαλύψουν νέους προμηθευτές και να εντοπίσουν προϊόντα με προοπτικές εμπορικής συνεργασίας.

Πέρα, όμως, από την πρακτική του χρησιμότητα, ο οδηγός αποτυπώνει και την ευρύτητα της ελληνικής παρουσίας: διαφορετικές επι-



χειρήσεις, προϊόντα και παραγωγικές παραδόσεις συνθέτουν μια κοινή εικόνα της Ελλάδας ως χώρας με ισχυρή γαστρονομική ταυτότητα και σημαντικές δυνατότητες στον διεθνή κλάδο Τροφίμων και Ποτών.

ΑΠΟ ΤΑ ΕΛΛΗΝΙΚΑ ΠΡΟΪΟΝΤΑ ΣΤΙΣ ΓΕΥΣΕΙΣ ΚΑΘΕ ΤΟΠΟΥ

Η ελληνική γαστρονομία, ωστόσο, δεν γνωρίζεται μόνο μέσα από την εικόνα και την περιγραφή των προϊόντων. Αναδεικνύεται κυρίως μέσα από τις γεύσεις, τους συνδυασμούς και τις ιστορίες που τα συνοδεύουν.

Γι' αυτό, στο πλαίσιο της **SIAL Paris 2026**, θα πραγματοποιείται **καθημερινή δράση live cooking με τον executive chef κ. Κωνσταντίνο Βασάλο**, ο οποίος θα δημιουργεί γαστρονομικές προτάσεις αξιοποιώντας προϊόντα των Ελλήνων εκθετών. Μέσα από τη ζωντανή παρουσίαση και παρουσίαση των συνταγών, οι επισκέπτες θα έχουν την ευκαιρία να γνωρίσουν διαφορετικές πτυχές της ελληνικής κουζίνας και να δουν πώς τα προϊόντα της ελληνικής γης μπορούν να αποτελέσουν τη βάση τόσο παραδοσιακών όσο και σύγχρονων γαστρονομικών δημιουργιών.

Ιδιαίτερη θέση στις παρουσιάσεις θα έχουν οι γαστρονομικές παραδόσεις και οι τοπικές γεύσεις του Νοτίου Αιγαίου, του Βορείου Αιγαίου, της Ανατολικής Μακεδονίας και Θράκης, καθώς και της Θεσσαλίας και της Μαγνησίας.

Κάθε τόπος έχει τα δικά του χαρακτηριστικά, τις δικές του πρώτες ύλες και τις δικές του συνταγές, που διαμορφώθηκαν μέσα στον χρόνο και συνδέονται άμεσα με την τοπική ιστορία και τον τρόπο ζωής των ανθρώπων του.

Η δράση φιλοδοξεί να μεταφέρει ένα κομμάτι αυτής της γαστρονομικής ταυτότητας στο διεθνές κοινό της έκθεσης, αναδεικνύοντας όχι μόνο τα ίδια τα προϊόντα, αλλά και τον τόπο, την παράδοση και τη δημιουργικότητα που κρύβονται πίσω από αυτά. Παράλληλα, δίνει στους Έλληνες εκθέτες τη δυνατότητα να παρουσιάσουν τα προϊόντα τους μέσα από μια διαφορετική, πιο άμεση και βιωματική εμπειρία.

ΜΙΑ ΚΟΙΝΗ ΠΑΡΟΥΣΙΑ ΜΕ ΔΙΕΘΝΗ ΠΡΟΟΠΤΙΚΗ

Για τις ελληνικές επιχειρήσεις, η συμμετοχή σε μια διεθνή έκθεση όπως η **SIAL Paris** αποτελεί σημαντική ευκαιρία για την προβολή των προϊόντων τους, την ανάπτυξη νέων συνεργασιών και τη διεύρυνση των εξαγωγικών τους δραστηριοτήτων. Σε ένα περιβάλλον όπου οι καταναλωτικές συνήθειες εξελίσσονται και οι αγοραστές αναζητούν προϊόντα με ποιότητα, ταυτότητα και ξεκάθαρη προέλευση, τα ελληνικά τρόφιμα έχουν τη δυνατότητα να ξεχωρίσουν αξιοποιώντας τα ιδιαίτερα χαρακτηριστικά τους.

Η **PROMO SOLUTION** υποστηρίζει αυτή την προσπάθεια μέσα από τον συντονισμό της ελληνικής συμμετοχής και την ανάπτυξη πρωτοβουλιών που ενισχύουν την προβολή των εκθετών. Ο **“Greek Food Guide”** και οι καθημερινές δράσεις **live cooking** αποτελούν δύο διαφορετικούς, αλλά συμπληρωματικούς τρόπους με τους οποίους η ελληνική παραγωγή συστήνεται στο διεθνές κοινό: μέσα από την οργανωμένη πληροφόρηση και τις επιχειρηματικές ευκαιρίες, αλλά και μέσα από τη γεύση, την παράδοση και την εμπειρία.

Με περισσότερες από 120 επιχειρήσεις, 200 brands και μια γαστρονομική κληρονομιά που εκφράζεται διαφορετικά σε κάθε γωνιά της χώρας, η Ελλάδα δίνει στην SIAL Paris 2026 το δικό της ξεχωριστό στίγμα. Μια παρουσία που συνδέει τους ανθρώπους και τα προϊόντα του ελληνικού κλάδου με τη διεθνή αγορά, αναδεικνύοντας όσα κάνουν την ελληνική γαστρονομία αναγνωρίσιμη και διαχρονικά ξεχωριστή.

• **ALBERTSONS**

ΑΠΟΣΥΡΕΙ ΤΟ GUIDANCE ΤΟΥ 2026 - ΣΕ ΙΣΧΥ ΣΧΕΔΙΟ ΑΝΑΔΙΑΡΘΡΩΣΗΣ ΓΙΑ ΑΝΑΚΑΜΨΗ ΠΩΛΗΣΕΩΝ

Σε απόσυρση των οικονομικών προβλέψεων που είχε εκδώσει για το οικονομικό έτος 2026 προχώρησε η Albertsons, καθώς ο αμερικανικός όμιλος super market προχωρά σε ευρεία επανεξέταση των δραστηριοτήτων του, με στόχο τη μείωση του κόστους, τη συγκράτηση των τιμών και την ανάκαμψη των πωλήσεων. Η εταιρεία δέχεται πιέσεις από τη συγκρατημένη καταναλωτική δαπάνη, ιδιαίτερα στα νοικοκυριά χαμηλότερου εισοδήματος, καθώς οι τιμές τροφίμων και καυσίμων αυξάνονται. Ταυτόχρονα, χάνει μερίδια αγοράς προς ανταγωνιστές όπως η Walmart, εκπτωτικές αλυσίδες και προΐοντα ιδιωτικής ετικέτας.

Η επανεξέταση αποτελεί συνέχεια του σχεδίου αναδιάρθρωσης που ανακοινώθηκε τον Ιούλιο και αναμένεται να ολοκληρωθεί έως το δ' τρίμηνο του οικονομικού έτους, το οποίο λήγει τον Φεβρουάριο του 2027.

ΠΙΕΣΕΙΣ ΓΙΑ ΠΕΡΙΚΟΠΕΣ ΚΟΣΤΟΥΣ ΚΑΙ ΧΑΜΗΛΟΤΕΡΕΣ ΤΙΜΕΣ

Η εκτελεστική Πρόεδρος, Meg Whitman, αναγνώρισε ότι η πορεία των μεριδίων αγοράς δεν ανταποκρίνεται στις δυνατό-

τητες της εταιρείας, υπογραμμίζοντας την ανάγκη αντιστροφής της τάσης. Όπως ανέφερε, η Albertsons πρέπει να επιταχύνει τη μείωση των δαπανών και να κατευθύνει σημαντικό μέρος των εξοικονομήσεων σε χαμηλότερες τιμές και στη βελτίωση της αγοραστικής εμπειρίας.

Από την πλευρά της, η CEO, Susan Morris, επισήμανε ότι η συσσώρευση πρωτοβουλιών, διαδικασιών και οργανωτικών επιπέδων αύξησε την πολυπλοκότητα και το κόστος λειτουργίας. Η εταιρεία σχεδιάζει, ως εκ τούτου, να αποχωρήσει από δραστηριότητες με χαμηλές επιδόσεις.

ΑΝΑΔΙΟΡΓΑΝΩΣΗ ΜΕΤΑ ΤΟ ΝΑΥΑΓΙΟ ΜΕ KROGER

Η προσπάθεια ανάκαμψης έρχεται σχεδόν δύο χρόνια μετά την ακύρωση της προτεινόμενης συγχώνευσης με την Kroger, ύψους \$24,6 δισ. Τον Δεκέμβριο του 2024, ομοσπονδιακό δικαστήριο μπλόκαρε τη συμφωνία για λόγους ανταγωνισμού.

Τον Ιούλιο, ο όμιλος είχε ανακοινώσει πρωτοβουλίες για την επέκταση των προϊόντων ιδιωτικής ετικέτας, την ενίσχυση του ηλεκτρονικού εμπορίου και την αναδιοργάνωση των 11 επιχειρηματικών δι-



Susan Morris, CEO, Albertsons

ευθύνσεών του σε τέσσερις περιφέρειες, με παράλληλη κεντροποίηση της εμπορικής διαχείρισης.

Πριν από την απόσυρση των προβλέψεων, η εταιρεία εκτιμούσε ότι τα προσαρμοσμένα κέρδη ανά μετοχή θα διαμορφώνονταν στα \$1,75-\$1,85 για το οικονομικό έτος 2026, ενώ οι συγκρίσιμες πωλήσεις αναμενόταν να υποχωρήσουν κατά 0,5%-1,5%. Παρά την υπέρβαση των εκτιμήσεων για τα τριμηνιαία κέρδη, η μετοχή της Albertsons είχε χάσει το 27% της αξίας της από την αρχή του έτους έως το κλείσιμο της προηγούμενης συνεδρίασης.

• **INNOVA**

ΑΠΟ ΤΗΝ ΠΡΩΤΕΪΝΗ ΣΤΗΝ... ΤΕΧΝΗΤΗ ΝΟΗΜΟΣΥΝΗ - ΟΙ ΔΕΚΑ ΤΑΣΕΙΣ ΠΟΥ ΑΛΛΑΖΟΥΝ ΤΟΝ ΣΧΕΔΙΑΣΜΟ ΤΡΟΦΙΜΩΝ ΚΑΙ ΠΟΤΩΝ

Τα τρόφιμα με περισσότερη πρωτεΐνη και φυτικές ίνες, οι συνθέσεις που απευθύνονται σε συγκεκριμένες διατροφικές ανάγκες και οι συνδυασμοί γεύσεων και υφών βρίσκονται στο επίκεντρο των δέκα τάσεων που αναδεικνύει η Innova Market Insights για το 2027. Τα στοιχεία καταγράφουν αυξη-

μένη δραστηριότητα τόσο στην αναδιαμόρφωση υφιστάμενων προϊόντων, όσο και σε κατηγορίες που συνδέονται με την υγιή γήρανση, την εντερική υγεία και την ψυχική ευεξία. Η μετατόπιση αποτυπώνεται ήδη στα λανσαρίσματα: την περίοδο Ιουλίου 2025-Ιουνίου 2026, οι κυκλοφορίες αναδι-

αμορφωμένων προϊόντων αυξήθηκαν παγκοσμίως κατά 14%, έναντι 8% για τα καινοτόμα νέα προϊόντα. Παράλληλα, το 59% των καταναλωτών δηλώνει ότι διαβάζει όλες ή τις περισσότερες διατροφικές πληροφορίες στη συσκευασία, με έμφαση στα σάκχαρα, την πρωτεΐνη και τα λιπαρά.

To
 FNB SERVED
DAILY.

Food for thought... every day!

στην

SHAL

INSPIRE FOOD BUSINESS

Καθημερινή ενημέρωση για όσα συμβαίνουν,
από τις 17 έως και τις 21 Οκτωβρίου,
στη No 1 έκθεση τροφίμων και ποτών:

- Η παρουσία των ελληνικών επιχειρήσεων
- Οι νέες τάσεις στον κλάδο παγκοσμίως
 - Καινοτόμα προϊόντα
 - Συνεντεύξεις

ΜΕΤΑΔΙΔΟΥΝ



**Μάκης
Αποστόλου**



**Στέλλα
Αυγουστάκη**



**Μάριος
Δελατόλας**

ΣΧΟΛΙΑΖΕΙ



**Νεκτάριος
Β. Νώτης**

Με την υπογραφή
του δημοσιογραφικού
επιτελείου και την
αξιοπιστία της



NOTICE

CONTENT & SERVICES

POWERED BY

ΒΙΚΟΣ®

μασούτης
ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΑ ΚΑΙ ΕΛΛΗΝΙΚΑ

 **PROMO
SOLUTION**
EXHIBIT.CREATE.

ΧΟΡΗΓΟΣ ΑΕΡΟΜΕΤΑΦΟΡΩΝ

AEGEAN 

• ΓΑΛΛΙΑ

CARREFOUR, INTERMARCHÉ ΚΑΙ COOPÉRATIVE U ΣΤΟ ΣΤΟΧΑΣΤΡΟ ΤΗΣ ΚΥΒΕΡΝΟΕΠΙΘΕΣΗΣ

Εκατοντάδες super market στην Γαλλία βρέθηκαν τελικά στο στόχαστρο της μεγάλης κυβερνοεπίθεσης, η οποία προκάλεσε δυσλειτουργίες στα συστήματα ψύξης. Αποτέλεσμα ήταν να αυξηθεί σημαντικά η θερμοκρασία στους ψυκτικούς θαλάμους και να καταγραφούν μεγάλες οικονομικές απώλειες και σπατάλη τροφίμων.

ΤΟ ΧΤΥΠΗΜΑ ΣΤΗΝ COOPERATIVE U

Στην Coopérative U η θερμοκρασία σε ορισμένα ψυγεία έφτασε ακόμη και τους 50 βαθμούς Κελσίου κατά τη διάρκεια της νύχτας. Περισσότερα από 100 καταστήματά της επηρεάστηκαν από την επίθεση. Οι χάκερ φέρεται να απέκτησαν πρόσβαση σε λογισμικό απομακρυσμένου ελέγχου, το οποίο ρυθμίζει τη θερμοκρασία στις ψυκτικές μονάδες. Σύμφωνα με δημοσίευμα του BBC News, το λογισμικό παρέχεται από τη δανέζικη εταιρεία Danfoss. Η εταιρεία φέρεται να ανέφερε ότι οι μονάδες που επηρεάστηκαν ήταν παλαιότερα μοντέλα, τα οποία λειτουργούσαν με ξεπερασμένο firmware, που δεν μπορούσε να αναβαθμιστεί ώστε να αντιμετωπιστεί

ένας γνωστός κίνδυνος ασφαλείας.

Στις αλυσίδες που φέρεται να επηρεάστηκαν περιλαμβάνονται επίσης οι Intermarché, Carrefour και E.Leclerc.

Εκπρόσωπος της Les Mousquetaires, στην οποία ανήκει η Intermarché, φέρεται να δήλωσε στο Reuters ότι τα ψυγεία σε περίπου 150 καταστήματα της αλυσίδας θερμάνθηκαν έως τους 50 βαθμούς Κελσίου για διάστημα έξι ωρών. Ως αποτέλεσμα, όλα τα τρόφιμα που επηρεάστηκαν απορρίφθηκαν, προκειμένου να αποφευχθούν πιθανοί κίνδυνοι για τη δημόσια υγεία.

ΠΡΟΕΙΔΟΠΟΙΗΣΕΙΣ ΓΙΑ ΤΗΝ ΑΣΦΑΛΕΙΑ ΤΗΣ ΕΦΟΔΙΑΣΤΙΚΗΣ ΑΛΥΣΙΔΑΣ

Την επίθεση καταδίκασε ο Ευρωπαίος επίτροπος Γεωργίας και Τροφίμων, Christophe Hansen, με ανάρτησή του στην πλατφόρμα X. "Η επισιτιστική ασφάλεια απαιτεί μεγαλύτερη προσοχή σε όλα τα επίπεδα. Η εργαλειοποίηση των τροφίμων έχει γίνει πλέον πραγματικότητα", ανέφερε χαρακτηριστικά.

Το περιστατικό αναδεικνύει τους αυξανόμενους κινδύνους κυβερνοασφάλειας που

συνδέονται με την ευρύτερη χρήση αυτοματοποιημένων συστημάτων και λογισμικού απομακρυσμένης παρακολούθησης στις υποδομές της εφοδιαστικής αλυσίδας τροφίμων. Οι χάκερ αξιοποιούν ολοένα περισσότερο την Τεχνητή Νοημοσύνη και άλλες σύγχρονες τεχνολογίες για να στοχοποιούν συστήματα επιχειρησιακής τεχνολογίας, τα οποία ελέγχουν φυσικές εγκαταστάσεις και κρίσιμες λειτουργίες.

Ο Muhammad Yahya Patel, σύμβουλος κυβερνοασφάλειας για την Ευρώπη, τη Μέση Ανατολή και την Αφρική (EMEA) στην εταιρεία κυβερνοασφάλειας Huntress, σημείωσε ότι τα συστήματα διαχείρισης κτιρίων, θέρμανσης, εξαερισμού και κλιματισμού (HVAC), καθώς και οι υποδομές της ψυχρής εφοδιαστικής αλυσίδας, αποτελούν κατηγορίες συστημάτων για τις οποίες ο κλάδος της ασφάλειας προειδοποιεί εδώ και καιρό ως πιθανούς στόχους επιθέσεων δολιοφθοράς.

ΞΕΧΩΡΙΣΤΟ ΤΟ ΠΕΡΙΣΤΑΤΙΚΟ ΣΤΗΝ AHOLD DELHAIZE

Την ίδια ημέρα, Ahold Delhaize ανακοίνωσε ότι αντιμετωπίζει ένα διαφορετικό περιστατικό ασφάλειας στο δίκτυό της. Ωστόσο, σύμφωνα με τις διαθέσιμες πληροφορίες, τα δύο περιστατικά δεν θεωρείται ότι συνδέονται μεταξύ τους.

Η εταιρεία ανέφερε ότι οι ομάδες της λαμβάνουν μέτρα για την αξιολόγηση και τον περιορισμό του προβλήματος, μεταξύ των οποίων και η προσωρινή απενεργοποίηση ορισμένων συστημάτων για την καλύτερη προστασία των υποδομών της.

"Προς το παρόν, τα καταστήματά μας παραμένουν ανοιχτά και εξυπηρετούν τους πελάτες", ανέφερε σε ανακοίνωσή της, προσθέτοντας ότι η προστασία των υποδομών της προς όφελος των πελατών, των εργαζομένων και των συνεργατών της αποτελεί κορυφαία προτεραιότητα.



• ΦΑΙΔΩΝ

ΧΡΥΣΟ ΚΑΙ ΑΣΗΜΕΝΙΟ ΒΡΑΒΕΙΟ ΓΙΑ ΤΑ PANCAKES

Δύο διακρίσεις απέσπασε η Φαίδων στα Bakery Awards 2026 και Pastry Awards 2026, για τα προϊόντα pancakes της εταιρείας στην κατηγορία Cake & Donuts. Συγκεκριμένα, η εταιρεία τιμήθηκε με Χρυσό

Βραβείο για τα ατομικά pancakes σε οικογενειακή συσκευασία, στις εκδοχές Classic και Protein, καθώς και με Ασημένιο Βραβείο για τα ατομικά γεμιστά pancakes, τα οποία διατίθενται σε πέντε γεύσεις.





FOOD FORWARD

From Farm to Future

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

2 SEASON



5-6 Νοεμβρίου 2026

HYATT REGENCY THESSALONIKI

ΜΕ ΤΗΝ ΑΞΙΟΠΙΣΤΙΑ ΤΗΣ



CONTENT & SERVICES

POWERED BY



TRADE SHOWS • PUBLICATIONS



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



CHARALAMPAKIS GEORGIOS
Business Development Consultant, NOISIS SA



DIMITRIADIS YIORGOS
Chef & Culinary director



DIMORAGKAS VAIOS
Managing Director, NITELNO Greece & Bulgaria



FOSKOLOS VAGGELIS
Head of Retail Sales & Insights, Circana



JANEVSKI VLADIMIR
Managing Director, Premier Capital Hellas



KAKKAVAS CHRISTOS
Executive Advisor JLL, Athens Economics



KAPLANIDIS VASSILIS
Export Manager, DESSERTA



KATRIVANOS PERIKLIS
CEO, Nera Pigori Garmou SA



KINTZIOS SPYRIDON
Rector, Agricultural University of Athens



KONTOS DIMITRIS
Chief Operating Officer, METRO



KOUTSOURADI ARGYRO
CEO & Founder, Myrovalas Organics



LALATSI HARIS
Market Analyst



LOULOUMARIS SYMEON
Country Manager Danone Specialized Nutrition, Plant Based Dairy, Humil Hellas SA



LYMPEPOPOULOU ANTIGONI
CEO Hellenic Development Bank of Investments (HDBI ex TANEO)



MANOLAS IOANNIS
Managing Director, IBS SA



MAYROS ATHANASIOS
Partner EY Consumer & Health Leader for Southeastern Europe



MYLONAS CONSTANTINOS
VP Adecco & Head of Greece & Bulgaria | Public Affairs, EEA/MENA



OIKONOMIDIS GIORGOS
Founder 45 Fish Butchery/Chef



PANAGIOTAKIS MICHALIS
Member of the Board, DCRKI



PAPADOPOULOS GIANNIS
Senior Partner, EOS Capital



PAPACHRISTOS CHARALAMBOS
President, SEFYMEN



PAPADIMITRAKOPOULOS CHRISTOS
Founder & Owner, Orange Be Global



PARASKEVAIDOU CHRISTINA
Director of Operational Planning & Development, NOISIS SA



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



SARANTIS MICHALIS
CEO, Hellenic Dairies SA



SIDERIS NATASHA
CEO & Founder, Tashas Group



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



SOLOMOS TAKIS
Co-Founder & Partner, Elkoras Capital AIFM



TAKOULAS VAGGELIS
Purchasing Director, METRO



TOURLALIAS APOSTOLOS
Chairman, HAPO



TRIANATFYLLIOS ANASTASIOS
Managing Partner, Andersen Legal in Greece



TSACHOURIDIS PANTELIS
Purchasing Director, Diamantis Masoutis SA



TSIAOUSIDIS SAYVAS
Corporate & Investment Banking Northern Greece, EUROBANK



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



VEROPOULOS NIKOS
President, Vero SA



ZOUKAS KOSTAS
President, FENETE

Για περισσότερες πληροφορίες:



PLATINUM SPONSOR



GOLD SPONSORS



Γιατί αξίζει.

BANKING PARTNER

ExportGate



SILVER SPONSORS



Elikonos Capital



ΕΠ.Ο.ΕΣ



SUPPORTERS



PARTNER



MEDIA SPONSOR
VORIA.GR
Η οικονομική εφημερίδα

ΜΕ ΤΗΝ ΑΙΓΙΑ



ΓΕΩΠΟΝΙΚΟ ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΑΘΗΝΩΝ
AGRICULTURAL UNIVERSITY OF ATHENS

ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΟΡΓΑΝΩΣΗ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΙΑΚΩΝ ΕΤΕΡΩΝ



ΕΛΟΔΟ
ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΟΡΓΑΝΩΣΗ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΙΑΚΩΝ ΕΤΕΡΩΝ



• **DOMINO'S PIZZA**

ΨΑΛΙΔΙΖΕΙ ΤΙΣ ΠΡΟΒΛΕΨΕΙΣ ΓΙΑ ΤΙΣ ΦΕΤΙΝΕΣ ΠΩΛΗΣΕΙΣ – ΠΙΕΣΕΙΣ ΑΠΟ ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΜΟ ΚΑΙ ΠΛΗΘΩΡΙΣΜΟ

Σε αναθεώρηση επί τα χείρω των προβλέψεων για τις πωλήσεις του 2026 προχώρησε η Domino's Pizza, προειδοποιώντας ότι η αύξηση των συγκρίσιμων πωλήσεων στις ΗΠΑ και στις διεθνείς αγορές θα παραμείνει υποτονική. Ο μεγαλύτερος όμιλος πίτσας παγκοσμίως αντιμετωπίζει επιβράδυνση εδώ και αρκετά τρίμηνα, υπό την πίεση του εντεινόμενου ανταγωνισμού, του επίμονου πληθωρισμού και της εξασθένησης της αμερικανικής αγοράς εργασίας. Οι πιέσεις αυτές περιορίζουν την καταναλωτική δαπάνη για γεύματα εκτός σπιτιού και παραγγελίες φαγητού. Τα τελευταία τριμηνιαία στοιχεία αποτυπώνουν τις δυσκολίες στην ανάπτυξη των πωλήσεων.

DATA Συγκρίσιμες πωλήσεις

ΗΠΑ	Διεθνείς αγορές
Γ' τρίμηνο	Γ' τρίμηνο
2026: 2.368,6	2026: 2.471,8
2025: 2.320,4	2025: 2.375,8
Εννέαμηνο	Εννέαμηνο
2026: 7.052,3	2026: 7.377,8
2025: 6.896,8	2025: 6.933,5

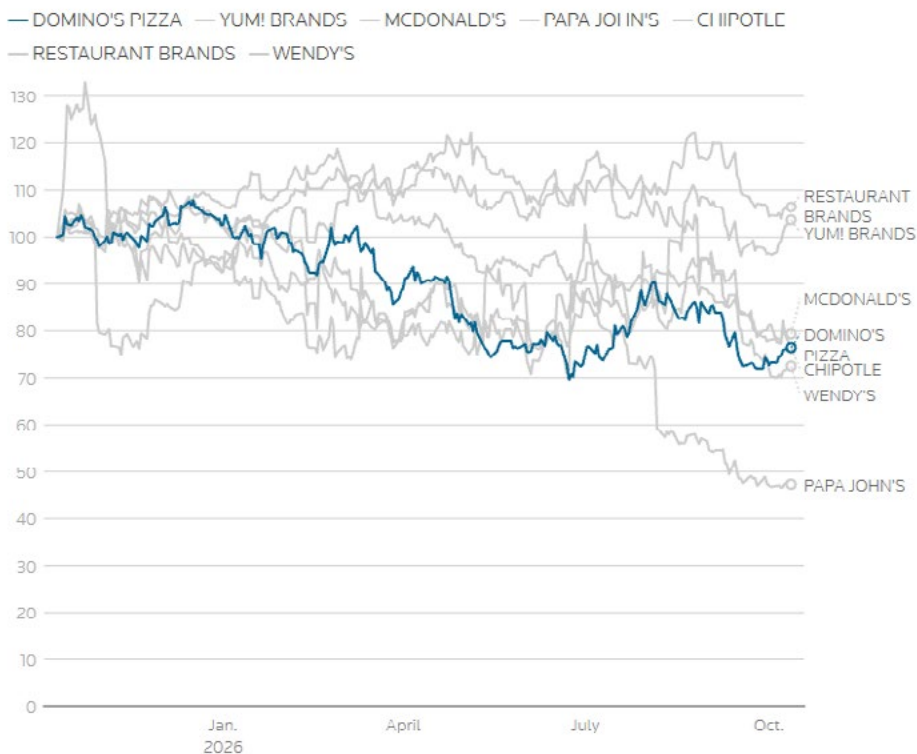
ΤΟ ΣΤΟΙΧΗΜΑ ΤΟΥ ΝΕΟΥ CEO

Ο CEO της Domino's, Joe Jordan, ο οποίος ανέλαβε καθήκοντα στις αρχές Οκτωβρίου, εκτίμησε ότι το μακροοικονομικό περιβάλλον θα συνεχίσει να επηρεάζει αρνητικά την καταναλωτική συμπεριφορά έως το τέλος του έτους, με τη ζήτηση να παραμένει αδύναμη τόσο στην πίτσα όσο και στην ευρύτερη αγορά γρήγορης εστίασης. Η εταιρεία αναμένει πλέον ότι οι συγκρίσιμες πωλήσεις στις ΗΠΑ θα κινηθούν προς το κατώτερο άκρο της προηγούμενης πρόβλεψης για αύξηση σε χαμηλό μονοψήφιο ποσοστό. Στις διεθνείς αγορές, αντίθετα, εκτιμά ότι θα παραμείνουν περίπου αμετάβλητες, έναντι της προηγούμενης εκτίμησης για χαμηλή μονοψήφια ανάπτυξη. Προτεραιότητα της νέας διοίκησης είναι η επαναφορά της ανάπτυξης των παραγγελιών και της κερδοφορίας, καθώς και η ενίσχυση της ανταγωνιστικής θέσης της αλυσίδας στην ευρύτερη αγορά γρήγορης εστίασης.



Joe
Jordan,
CEO,
Domino's
Pizza

Domino's shares compared with fast-food industry peers over the year



Note: All values rebased to 100

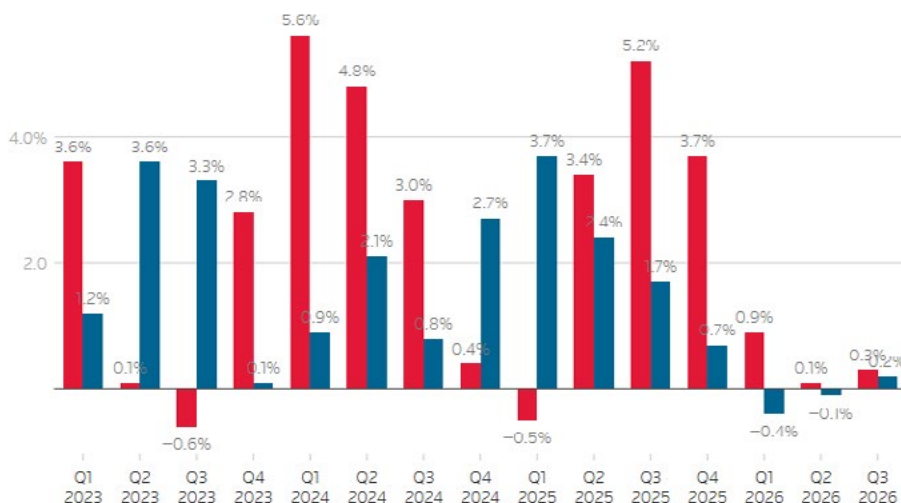
Source: LSEG Datastream | Anuja Mistry

Reuters

Domino's sales grow at a slower pace amid macroeconomic uncertainty

The pizza giant's quarterly US and international same-store sales growth eases

● U.S. Same-Store-Sales ● International Same-store Sales



Note: Figures represent year-over-year change

Source: Company filings | Anuja Mistry

• **VIVARTIA - FAIRFAX**

ΜΕΧΡΙ ΤΟ ΤΕΛΟΣ ΤΟΥ ΕΤΟΥΣ ΘΑ ΟΛΟΚΛΗΡΩΘΕΙ ΤΟ DEAL ΜΕ RECIPE – ΠΑΡΑΜΕΝΕΙ Η ΔΙΟΙΚΗΣΗ ΤΗΣ EVERGOOD

Έως το τέλος του 2026 ολοκληρώνεται και τυπικά η πώληση της Evergood, του βραχίονα εστίασης του ομίλου Vivartia, στην канаδική Recipe Unlimited, σύμφωνα με πληροφορίες του FNB Daily.

Οι επιμέρους εταιρείες θα συνεχίσουν να λειτουργούν με την υφιστάμενη δομή τους, χωρίς αλλαγές, όπως αναφέρουν οι ίδιες πληροφορίες. Δεν θα υπάρξουν αλλαγές και στην διοίκηση της Evergood, με τον Θανάση Παπανικολάου να εγγυάται τη μετάβαση του ομίλου στην Fairfax εποχή και να συνεχίζει και ο ίδιος στον ρόλο του Εκτελεστικού Προέδρου.

Η Vivartia Holding υπέγραψε οριστική συμφωνία για τη μεταβίβαση του 100% των μετοχών της Evergood στην Recipe, η οποία ανήκει στην Fairfax. Το τίμημα δεν γνωστοποιήθηκε, ενώ η συναλλαγή τελεί υπό τις συνθήκες εγκρίσεις και προϋποθέσεις ολοκλήρωσης, όπως διαβάσατε στη χθεσινή Έκτακτη Έκδοση του FNB Daily. Σύμφωνα με πληροφορίες του FNB Daily κυμαίνεται στην περιοχή των €300 εκατ.

Ο ΚΑΝΑΔΟΣ ΙΔΙΟΚΤΗΤΗΣ

Η Recipe ανήκει κατά 100% στην Fairfax, η οποία αύξησε τη συμμετοχή της από 84% το 2025. Την ίδια χρονιά, η εταιρεία εστίασης κατέγραψε έσοδα \$968 εκατ. και λειτουργικά κέρδη \$123 εκατ., σύμφωνα με τα στοιχεία του επενδυτικού ομίλου.

Είναι στρατηγικός επενδυτής με περισσότε-

ρα από 100 χρόνια εμπειρίας στον κλάδο της εστίασης. Με 18 εμπορικά σήματα εστίασης στους τομείς της πλήρους εξυπηρέτησης (full-service), της περιορισμένης εξυπηρέτησης (limited-service) και της λιανικής, το χαρτοφυλάκιο της Recipe περιλαμβάνει εμβληματικά σήματα όπως Swiss Chalet, St-Hubert, Montana's BBQ & Bar, Harvey's Burgers, New York Fries και The Burger's Priest.

ΤΡΕΧΕΙ ΜΕ +5% ΣΤΟ ΕΝΝΕΑΜΗΝΟ

Στο χαρτοφυλάκιο της Evergood, η οποία σύμφωνα με πληροφορίες τρέχει με ανάπτυξη 5% στο εννεάμηνο, περιλαμβάνονται τα Goody's, Everest, Flocafe, La Pasteria και Olympus Plaza, καθώς και η συμμετοχή στην Jackaroo. Ο όμιλος δραστηριοποιείται επίσης στην ταξιδιωτική εστίαση και στο catering, μέσω των Hellenic Catering και Olympic Catering. Σύμφωνα με την έκθεση διαχείρισης του 2025, εξυπηρετεί περισσότερα από 596 σημεία πώλησης στην Ελλάδα και στο εξωτερικό, λειτουργεί δύο σύγχρονες μονάδες παραγωγής και απασχολεί άμεσα και έμμεσα περισσότερους από 5.000 εργαζομένους.

ΠΩΛΗΣΕΙΣ €300 ΕΚΑΤ. ΤΟ 2025

Οι ενοποιημένες πωλήσεις της Evergood ανήλθαν το 2025 σε €300 εκατ., αυξημένες κατά 13,1%. Σε επίπεδο συνολικών πωλήσεων δικτύου το μέγεθος διαμορφώθηκε σε €375

εκατ., από €341 εκατ.

Στα Goody's, οι καθαρές πωλήσεις του συστήματος αυξήθηκαν κατά 0,8% το 2025.

Τα Everest κατέγραψαν αύξηση καθαρών πωλήσεων συστήματος 4,1%, ενώ ξεκίνησαν τη λειτουργία τους 10 νέα καταστήματα franchise. Στα Flocafe, οι καθαρές πωλήσεις αυξήθηκαν κατά 3,7%.

Η La Pasteria κατέγραψε αύξηση καθαρών πωλήσεων συστήματος 1,7%, με δίκτυο 16 καταστημάτων στην Αττική και ενός στη Θεσσαλονίκη. Έξι από τα καταστήματα λειτουργούν σε malls και εμπορικά κέντρα.

Η ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΤΗΣ JACKAROO

Η Jackaroo εντάχθηκε στον όμιλο στις 31 Μαρτίου 2025, μετά την εξαγορά του 60% της Red Meat. Κατά την εξαγορά αριθμούσε τρία καταστήματα, στα οποία προστέθηκαν μέσα στη χρονιά έξι στην Αττική και ένα στην Θεσσαλονίκη. Οι καθαρές πωλήσεις του συστήματος Jackaroo ανήλθαν σε €24,8 εκατ. για το σύνολο του 2025.

Παράλληλα, δημιουργήθηκαν δύο νέα concepts. Το Krispy by Jackaroo, με αντικείμενο το τηγανητό κοτόπουλο, και το La Jacka, με ιταλοαμερικανική πρόταση street food, που περιλαμβάνει ζυμαρικά, trapizzino και τραμισού.

Στέλλα Αυγουστάκη

stella@notice.gr



Από αριστερά: Άλεξ Φωτακίδης, Managing Partner, CVC - Prem Watsa, Επικεφαλής Fairfax Financial Holdings, Recipe Unlimited Corporation

• **LAMPRIDIS FAMILY**

ΝΕΟΙ ΚΩΔΙΚΟΙ ΚΑΙ ΕΝΙΣΧΥΜΕΝΗ ΠΑΡΟΥΣΙΑ ΣΤΟ ΚΡΕΑΣ - ΑΝΑΠΤΥΞΗ 16% ΣΤΟ ΕΝΝΕΑΜΗΝΟ

Στο μοτίβο της τελευταίας δεκαετίας που τη θέλει να αναπτύσσεται με ρυθμό 15 έως 20% ετησίως κυλάει η φετινή χρονιά για την Lampridis Family που κεφαλαιοποιεί τη διεύρυνση τόσο της προϊοντικής της γκάμας, όσο και των συνεργασιών, εντός κι εκτός Ελλάδας.

Όπως δηλώνει στο FNB Daily ο ιδιοκτήτης και Διευθύνων Σύμβουλος, Χρήστος Λαμπρίδης, στο εννεάμηνο η εταιρεία που δραστηριοποιείται στην τροφοδοσία επιχειρήσεων εστίασης, τρέχει με +16%, μετά το +25% με το οποίο έκλεισε το 2025.

ΝΕΑ ΠΑΤΑΤΑ ΜΕ ΤΡΙΠΛΟ ΠΑΝΑΡΙΣΜΑ

Κομβική για την τρέχουσα χρονιά αλλά και το μέλλον είναι η ενισχυμένη παρουσία που από φέτος έχει αποκτήσει στην κατηγορία του κρέατος, προσθέτοντας στο portfolio της γύρους, σουβλάκια και διάφορα κρεατοσκευάσματα. Εξίσου ενδιαφέρουσα και η προσθήκη και μιας νέας πατατάς με τριπλό πανάρισμα που, σύμφωνα με τον κ. Λαμπρίδη, "ξεχωρίζει για την τραγανή υφή και την ποιότητά της".

"Οι καινούργιες προσθήκες αντανακλούν τη φιλοσοφία μας που δεν είναι να προσθέτουμε απλώς νέους κωδικούς αλλά να επιλέγουμε προϊόντα που προσφέρουν πραγματική αξία στον επαγγελματία και ανταποκρίνονται στις σύγχρονες απαιτήσεις της αγοράς", σημειώνει.

ΕΦΑΡΜΟΓΗ ΠΑΡΑΓΓΕΛΙΩΝ

Στην ελληνική αγορά η Lampridis Family συνεργάζεται με αρκετές μεγάλες αλυσίδες εστίασης καθώς και με μεγάλο αριθμό ανεξάρτητων επιχειρήσεων. Παράλληλα, έχει αναπτύξει εφαρμογή παραγγελιών, μέσω της οποίας οι συνεργάτες της μπορούν να πραγματοποιούν τις παραγγελίες τους ταχύτερα κι ευκολότερα. Πρόκειται για κίνηση που, σύμφωνα με τον επιχειρηματία, εντάσσεται στον ψηφιακό μετασχηματισμό της εταιρείας, με στόχο "να είναι σε θέση να εξυπηρετεί περισσότερους πελάτες, πιο αποτελεσματικά και δίχως εκπτώσεις στην ποιότητα των υπηρεσιών της".

ΣΤΟ 11% ΤΟΥ ΤΖΙΡΟΥ ΟΙ ΕΞΑΓΩΓΕΣ

Την ίδια στιγμή, ανοδικά συνεχίζουν να κινούνται οι εξαγωγές που το 2025 αντιστοίχουν στο 11% του τζίρου της, με παρουσία σε



Χρήστος
Λαμπρίδης, Ιδιο-
κτήτης & CEO,
Lampridis
Family

αγορές, όπως η Αγγλία, η Σκωτία, η Γαλλία, η Γερμανία, η Ιταλία και η Κροατία.

"Για εμάς, η εξωστρέφεια είναι στρατηγική επιλογή και όχι μια περιστασιακή εμπορική δραστηριότητα", τονίζει ο κ. Λαμπρίδης, προσθέτοντας ότι στόχος είναι "να ενισχύσουμε την παρουσία μας στις αγορές όπου ήδη δραστηριοποιούμαστε και σταδιακά να ανοίξουμε νέους προορισμούς".

ΕΠΕΝΔΥΣΗ €1 ΕΚΑΤ.

Η Lampridis Family διαθέτει εγκαταστάσεις 2.000 τ.μ., με 5.000 περίπου παλετοθέσεις και στόλο 20 φορτηγών-ψυγείων. Φέτος πραγματοποιήσε με ίδια κεφάλαια επενδύσεις της τάξης του €1 εκατ., εκ των οποίων €500 χιλ. κατευθύνθηκαν στην επέκταση των εγκαταστάσεων κατά 500 τ.μ., ενισχύοντας τις δυνατότητες αποθήκευσης και διαχείρισης των προϊόντων της. Τα υπόλοιπα €500 χιλ. αφορούσαν αγορά 10 νέων φορτηγών βαθείας κατάψυξης, αντικαθιστώντας μέρος του παλαιότερου στόλου της.

"ΤΟ ΜΕΓΑΛΟ ΣΤΟΙΧΗΜΑ ΤΗΣ ΕΣΤΙΑΣΗΣ"

Ο κ. Λαμπρίδης εκτιμά ότι η αγορά της εστίασης περνάει μια ιδιαίτερα απαιτητική περίοδο καθώς οι συνεχείς ανατιμήσεις σε πρώτες ύλες, ενέργεια, λειτουργικά έξοδα και το

εργατικό κόστος ασκούν μεγάλη πίεση στις επιχειρήσεις.

Πολλοί επαγγελματίες, προσθέτει, "προσπαθούν να απορροφήσουν αυτές τις αυξήσεις, φοβούμενοι ότι μια αναπροσαρμογή των τιμών θα επηρεάσει την πελατεία τους. Ωστόσο καμία επιχείρηση δεν μπορεί να λειτουργεί μακροπρόθεσμα χωρίς ένα βιώσιμο περιθώριο κέρδους".

"Ο Έλληνας καταναλωτής έχει συνδέσει διαχρονικά το σουβλάκι με ένα οικονομικό γεύμα με μια τιμή κοντά στα €2. Όμως οι εποχές έχουν αλλάξει. Πρέπει σταδιακά να γίνει κατανοητό ότι σήμερα είναι εξαιρετικά δύσκολο να προσφέρεις ένα πλήρες, ποιοτικό γεύμα σε αυτή την τιμή, καλύπτοντας παράλληλα όλα τα πραγματικά κόστη. Αυτό φυσικά δεν σημαίνει ότι πρέπει να δικαιολογήσουμε οποιαδήποτε αύξηση. Οι αντιμήσεις οφείλουν να είναι λογικές, τεκμηριωμένες και να συνοδεύονται από ποιότητα και σωστή εξυπηρέτηση", υπογραμμίζει και καταλήγει: "Το μεγάλο, πιστεύω, στοίχημα για την εστίαση τα επόμενα χρόνια θα είναι να βρεθεί η ισορροπία ανάμεσα στην προσιτή τιμή για τον καταναλωτή και στη βιωσιμότητα της επιχείρησης".

Γιάννης Τσατσάκης
yannis@notice.gr

• **SEPTEM**

ΜΕΤΑΦΕΡΕΙ ΤΗΝ ΠΑΡΑΓΩΓΗ ΤΗΣ ELIXI, ΜΕ +15% ΦΕΤΟΣ ΟΙ ΕΞΑΓΩΓΕΣ

Την απόφαση να μεταφέρει την παραγωγή της Elixι στις εγκαταστάσεις της Septem στο Ωρολόγιο Ευβοίας φαίνεται ότι έχει πάρει η ιδιοκτησία της εταιρείας, με τη διαδικασία να ολοκληρώνεται, εκτός απροόπτου, μέχρι το τέλος του έτους. Όπως εξηγεί στο FNB Daily ο ιδρυτής και συνιδιοκτήτης, Σοφοκλής Παναγιώτου, η κίνηση υπογορεύεται από την ανάγκη για οικονομίες κλίμακας και δη για εκλογίκευση των εργατικών αλλά και του κόστους ενέργειας. Επιπλέον έχει νόημα με δεδομένη την γεωγραφική εγγύτητα των δύο μονάδων (σ.σ. αμφότερες βρίσκονται στην Εύβοια).

ΓΙΑ LOGISTICS ΚΑΙ ΑΠΟΘΗΚΕΣ ΟΙ ΕΓΚΑΤΑΣΤΑΣΕΙΣ ΣΤΗΝ ΔΡΟΣΙΑ

"Το σχέδιο προβλέπει να σταματήσει η παραγωγή της Elixι και ο εξοπλισμός να αγοραστεί από την Septem, ούτως ώστε τα δύο brands να έρθουν κάτω από την ίδια στέγη", επισημαίνει, προσθέτοντας ότι οι εγκαταστάσεις της Elixι στην Δροσιά Χαλκίδας θα χρησιμοποιηθούν ως αποθηκευτικοί χώροι και logistics.

Σύμφωνα με τον κ. Παναγιώτου, το καλοκαίρι μπορεί να μην έδωσε στην αγορά την ώθηση που θα περίμενε κανείς, βάσει των αφίξεων και της έντονης τουριστικής κίνησης, ωστόσο βοήθησε να αντισταθμιστούν οι απώλειες του προηγούμενου διαστήματος. "Σίγουρα η θερινή σεζόν δεν ανταποκρίθηκε στις προσδοκίες που δημι-

ουργούσε ο μεγάλος αριθμός των τουρισμών, αλλά σε γενικές γραμμές ήταν καλή και σε κάθε περίπτωση συνέβαλε ώστε να καλυφθεί σε ένα μεγάλο βαθμό το χαμένο έδαφος των μηνών που προηγήθηκαν", αναφέρει.

ΟΡΙΑΚΗ ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΣΤΟ ΕΝΝΕΑΜΗΝΟ

Η ζυθοποιία παρουσιάζει στο εννεάμηνο ανάπτυξη 1% - 2% στις πωλήσεις ωστόσο ξεχωρίζουν οι επιδόσεις των εξαγωγών που παρουσίασαν άνοδο 15%. Το νούμερο αυτό, σύμφωνα με τον κ. Παναγιώτου, οφείλεται τόσο στην ενισχυμένη παρουσία σε υφιστάμενες αγορές, όπως οι ΗΠΑ, όσο και στην είσοδο σε νέες, όπως η Σιγκαπούρη και το Πουέρτο Ρίκο.

Πλέον οι εξαγωγές ξεπερνούν το 25% του τζίρου, ποσοστό που τοποθετεί τις εταιρεία μεταξύ των κορυφαίων - αν όχι η κορυφαία - του κλάδου στο βαθμό εξωστρέφειας.

Φέτος η εταιρεία πρόσθεσε στην γκάμα της την Seta Nera, μια νέα Oatmeal Stout ενώ στις αρχές του καλοκαιριού λανσαρίστηκε η Crazy Waters, μια low alcohol IPA, μέλος της οικογένειας Elixι.

ΠΟΙΑ ΕΠΕΝΔΥΣΗ ΕΜΕΙΝΕ ΣΤΗ ΜΕΣΗ

Η Septem ολοκλήρωσε επενδυτικό πρόγραμμα €380 χιλ. στο πλαίσιο τοπικού Leader για κτι-



Σοφοκλής Παναγιώτου, συνιδιοκτήτης, Septem

ριακές παρεμβάσεις-μεταξύ άλλων, καινούργια γραφεία και χώρο παραγωγής, κάβα με δρύινα, βαρέλια, νέα γραφεία, ειδικά διαμορφωμένο χώρο για γευστιγνωσία. Δεν συνέβη ωστόσο το ίδιο και με το έτερο επενδυτικό project ύψους €870 χιλ. που είχε ενταχθεί στην "Εξυπνη Μεταποίηση", με επίκεντρο την αυτοματοποίηση της παραγωγικής διαδικασίας. Αυτό γιατί, σύμφωνα με τον κ. Παναγιώτου, το πρόγραμμα διήρκεσε 18 μήνες αντί για 24 που είχε ανακοινωθεί και, μάλιστα, έκλεισε αρκετά βεβιασμένα, ακολουθώντας το Ταμείο Ανάπτυξης στο οποίο είχε ενταχθεί. "Αυτό δεν μας επέτρεψε να ολοκληρώσουμε ένα σημαντικό κομμάτι του σχεδιασμού μας", αναφέρει, ενώ προσθέτει: "Είναι χαρακτηριστικό ότι ενημερωθήκαμε για την εξέλιξη αυτή μόλις 45 μέρες νωρίτερα και πριν καν πληρωθούμε, τη στιγμή που είχα προγραμματίσει την παραλαβή νέου εξοπλισμού εντός των επόμενων 4 μηνών", τονίζει. Η εταιρεία, σύμφωνα με τον κ. Παναγιώτου, θα επιχειρήσει να υλοποιήσει κάποια τουλάχιστον από τα έργα της επένδυσης με ίδια κεφάλαια.

Γιάννης Τσατσάκης
yannis@notice.gr

• **ΕΥ ΕΛΛΑΔΟΣ (ΕΡΕΥΝΑ)**

ΣΤΟ +34% ΟΙ GREENFIELD ΕΠΕΝΔΥΣΕΙΣ ΤΟ 2025 – ΠΟΙΟΙ ΕΠΕΝΔΥΣΑΝ ΠΟΥ ΚΑΙ ΤΟ ΣΤΟΙΧΗΜΑ ΤΗΣ ΣΥΝΕΧΕΙΑΣ

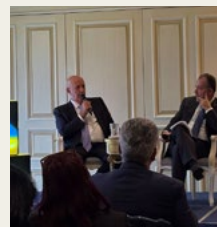
Αύξηση επενδυτικών έργων, αλλά και βελτίωση σε κρίσιμους δείκτες για την ελκυστικότητα της Ελλάδας ως επενδυτικού προορισμού, καταγράφει η τελευταία έκδοση της έρευνας της ΕΥ Ελλάδος, EY Attractiveness Survey Ελλάδα 2026, σε ένα περιβάλλον γεωπολιτικών αναταράξεων και συνεχιζόμενης υποχώρησης των άμεσων ξένων επενδύσεων σε παγκόσμιο και ευρωπαϊκό επίπεδο.

Η έρευνα πραγματοποιήθηκε μέσω online συνεντεύξεων από την FT Longitude για λογαριασμό της ΕΥ Ελλάδος, σε δείγμα 250 στε-

λεχών από ξένες επιχειρήσεις, στο διάστημα από 27 Μαρτίου έως 23 Απριλίου 2026.

ΑΓΓΙΞΑΝ ΤΑ €12 ΔΙΣ. ΟΙ ΚΑΘΑΡΕΣ ΕΙΣΡΟΕΣ

Το 2025, η Ελλάδα κατέγραψε αύξηση περίπου 90% στις καθαρές εισροές ΑΞΕ, οι οποίες ανήλθαν σε €11,9 δισ. (4,8% του ΑΕΠ) από €6,3 δισ. (2,6% του ΑΕΠ) το 2024, σύμφωνα με τα στοιχεία της Τράπεζας της Ελλάδος. Πρόκειται για ποσό σημαντικά υψηλότερο από τον μέσο όρο της τετραετίας 2021-2024, που αντανακλά τη διατήρηση υψηλού επενδυτικού εν-



Από αριστερά: Σπύρος Θεοδωρόπουλος, Πρόεδρος του ΣΕΒ - Γιώργος Παπαδημητρίου, Διευθύνων Σύμβουλος, ΕΥ Ελλάδος

διαφέροντος για την οικονομία. Σημαντικό μέρος αυτών οφείλεται σε μεγάλες μεμονωμένες επιχειρηματικές συναλλαγές οι οποίες, ωστόσο, αν εξαιρεθούν, οι εισροές εξακολουθούν να υπερβαίνουν τα επίπεδα του 2024.

ΔΙΑΒΑΣΤΕ ΕΔΩ ΑΝΑΛΥΤΙΚΑ ΤΑ ΣΤΟΙΧΕΙΑ

• **PRODA**

ΣΤΟ ΠΑΙΧΝΙΔΙ ΤΩΝ PROTEIN SODAS JUSTIN TIMBERLAKE ΚΑΙ JESSICA BIEL – ΣΤΟΧΟΣ Η ΜΑΖΙΚΗ ΑΓΟΡΑ

Τους Justin Timberlake και Jessica Biel εντάσσει στους συνιδρυτές της η start-up εταιρεία αναψυκτικών Proda, επιδιώκοντας να ενισχύσει την αναγνωρισιμότητά της και να επεκτείνει τη διανομή των προϊόντων της σε μια αγορά που στρέφεται ολοένα περισσότερο στα ποτά με πρόσθετα διατροφικά οφέλη.

Η εταιρεία ιδρύθηκε στις αρχές του 2026 και διαθέτει ανθρακούχα αναψυκτικά χωρίς ζάχαρη, με 10 γραμμάρια πρωτεΐνης ορού γάλακτος ανά συσκευασία 355 ml. Τα προϊόντα της πωλούνται μέσω της Sprouts Farmers Market, της Amazon και του ηλεκτρονικού καταστήματος της Proda, ενώ ανταγωνίζονται αντίστοιχες προτάσεις εταιρειών όπως η Premier Protein και η C4 Energy.

Ο ΡΟΛΟΣ ΤΩΝ ΔΙΑΣΗΜΩΝ ΣΥΝΙΔΡΥΤΩΝ

Σύμφωνα με την εταιρεία, οι Timberlake και Biel θα συμμετέχουν στη διαμόρφωση της δημιουργικής στρατηγικής, στην ανάπτυξη νέων γεύσεων και προϊόντων, καθώς και στη σύναψη συνεργασιών με πρόσωπα και οργανισμούς που έχουν ευρεία απήχηση.



Στην ομάδα των συνιδρυτών βρίσκονται ήδη οι Jeff Church, ιδρυτής της Suja Juice, και Matthew Postlethwaite, ηθοποιός. Παράλληλα, η Proda ανακοίνωσε την ένταξη του Joey Gonzalez, Εκτελεστικού Προέδρου της διεθνούς εταιρείας fitness Barry's, ο οποίος αναμένεται να συνεισφέρει στην επιχειρησιακή ανάπτυξη και την κλιμάκωση της δραστηριότητάς της.

ΕΠΤΑ ΓΕΥΣΕΙΣ ΧΩΡΙΣ ΖΑΧΑΡΗ

Η Proda διαθέτει επτά γεύσεις:

- Shirley Temple
- λεμονάδα με φράουλα
- Golden Apple
- Cherry Lime
- Lemon Lime

- κλασικό πορτοκάλι
- root beer

Με αυτόν τον τρόπο, επιχειρεί να προσελκύσει καταναλωτές που θέλουν να αυξήσουν την πρόσληψη πρωτεΐνης χωρίς να καταφεύγουν στα παραδοσιακά πρωτεϊνικά ροφήματα.

Η ΖΗΤΗΣΗ ΓΙΑ ΠΡΩΤΕΪΝΗ ΑΛΛΑΖΕΙ ΤΗΝ ΑΓΟΡΑ

Η στρατηγική της Proda αντανάκλα την ευρύτερη τάση ενσωμάτωσης πρωτεΐνης σε περισσότερες κατηγορίες τροφίμων και ποτών. Σύμφωνα με έκθεση της Circana, το 48% των ενηλίκων στις ΗΠΑ αναζητά ενεργά τρόπους να αυξήσει την πρωτεΐνη στη διατροφή του, ποσοστό αυξημένο κατά 7 ποσοστιαίες μονάδες σε σχέση με το προηγούμενο έτος.

Η αυξανόμενη ζήτηση εντείνει τον ανταγωνισμό στην κατηγορία των λειτουργικών αναψυκτικών. Μεγάλες εταιρείες, όπως η PepsiCo και η Coca-Cola, αναζητούν επίσης ευκαιρίες ανάπτυξης μέσω νέων προϊόντων και κατηγοριών που προβάλλονται ως εναλλακτικές επιλογές για τους καταναλωτές.

• Debrief •

ΤΟ 34% ΠΟΥ ΜΕΤΡΑΕΙ ΓΙΑ ΠΑΡΑΠΑΝΩ

Ας ξεκινήσουμε ορθά-κοφτά. Οι επενδύσεις είναι η απάντηση. Σε όλες τις ερωτήσεις. Θέλουμε καλύτερους μισθούς; Θέλουμε μεγαλύτερο ΑΕΠ; Θέλουμε ταχύτερη αποκλιμάκωση του χρέους; Θέλουμε μικρότερη ανεργία; Θέλουμε τα νέα ζευγάρια να κάνουν περισσότερα παιδιά; Θέλουμε τα... λούσα μας, τα ώπα μας, τις τσάρκες μας με ΙΧ; Αν θέλουμε τα παραπάνω, και άλλα πολλά, χρειαζόμαστε σημαντική, συνεχή, βιώσιμη ανάπτυξη. Και η απάντηση στα αιτούμενα είναι μία: επενδύσεις. Χθες ανακοινώθηκε η τελευταία έκδοση της έρευνας της ΕΥ Ελλάδος, [ΕΥ Attractiveness Survey Ελλάδα 2026](#), σχετικά με το επενδυτικό περιβάλλον στη χώρα μας (αναλυτικό ρεπορτάζ στα σημερινά [BnB Daily](#) και [FnB Daily](#)). Από τα πολλά ενδιαφέροντα που περιλαμβάνονται, υπάρχει κάτι που τσίγκλησε περισ-

σότερο την στήλη.

Την περασμένη χρονιά, στην Ελλάδα καταγράφηκαν 47 greenfield επενδυτικά έργα, δηλαδή αυξημένα κατά 34% σε σχέση με το 2024. Αυτό το 34% μετράει παραπάνω από την ονομαστική αξία του. Ας δούμε γιατί.

Οι greenfield επενδύσεις δημιουργούν νέες εγκαταστάσεις και θέσεις εργασίας. Εκεί που υπήρχε ένα οικοπέδο, φυτρώνει ένα εργοστάσιο, για παράδειγμα. Και σε μια χέρσα έκταση φυτεύονται στρέμματα με κηπευτικά. Δηλαδή greenfield επένδυση δεν σημαίνει εξαγοράζω κάτι και το κάνω καλύτερο ή μεγαλύτερο. Σημαίνει χτίζω κάτι από το μηδέν, δημιουργώ κάτι που δεν υπήρχε.

Πρόκειται για αυτές ακριβώς τις επενδύσεις που χρειάζεται η χώρα μας. Το γεγονός, λοιπόν, ότι οι greenfield επενδύσεις αυξήθηκαν κατά 34% μέσα σε

μια χρονιά είναι απολύτως θετικό. Το στοίχημα είναι να πολλαπλασιαστούν. Ό,τι απαιτείται προς αυτή την κατεύθυνση, να το δούμε και να το τρέξουμε. Γιατί το 'χουμε ξαναπεί: περισσότερα λεφτά στην τσέπη μας, μόνο μια ζώσα οικονομία μπορεί να φέρει. Όλα τα άλλα είναι... χαρτζιλίκι.

ΥΓ. Στη ίδια έρευνα υπάρχει, ωστόσο, και ένα πολύ στενάχωρο εύρημα. Το 79% των ξένων επενδύσεων υλοποιείται στην Αιτική. Η υπόλοιπη Ελλάδα ουσιαστικά είναι αόρατη στα μάτια των επενδυτών. Απαιτείται εθνική προσπάθεια για να αλλάξει αυτό. Σε διαφορετική περίπτωση, η σημερινή ερημωμένη επαρχία, θα φαντάζει σαν πολύβουο πάρτι στις επόμενες δεκαετίες

Γιάννης Παλιούρης
giannis@notice.gr

Business Maker

ΚΛΕΙΣΤΑ ΧΑΡΤΙΑ ΑΠΟ ΘΕΟΔΩΡΟΠΟΥΛΟ ΓΙΑ ΤΟ ΚΑΛΑΘΙ ΤΩΝ ΧΡΙΣΤΟΥΓΕΝΝΩΝ

Δεν βλέπει ανατιμήσεις στα σοκολατοειδή ο Σπύρος Θεοδωρόπουλος, παρά την πίεση από το κακάο. Μιλώντας σε συνομιλητές του, εξηγούσε ότι έχουν εξασφαλιστεί μεγάλες ποσότητες πρώτης ύλης, οι οποίες επιτρέπουν να διατηρηθούν οι τιμές. Το κακάο, όπως ανέφερε, έχει κλειδώσει στα €6.000 τον τόνο, από €3.000, ενώ είχε φθάσει και στα €8.000. Η διαφορά παραμένει μεγάλη, ακόμη και μετά την υποχώρηση από τα υψηλότερα επίπεδα. Ωστόσο, οι ποσότητες που έχουν ήδη αγοραστεί δίνουν τη δυνατότητα να μη μεταφερθεί αυτή η επιβάρυνση στα σοκολατοειδή, κατά την περιγραφή του. Οι εξασφαλισμένες ποσότητες εξηγούν και την εκτίμησή του:

το κόστος του κακάο δεν μεταφράζεται αυτομάτως σε νέα αύξηση για τον καταναλωτή. Στη συγκεκριμένη περίπτωση, οι προμήθειες που έχουν προηγηθεί επιτρέπουν να συγκρατηθούν οι τιμές, χωρίς ο ίδιος να προσδιορίσει χρονικό ορίζοντα για αυτή την εκτίμηση. Η εικόνα στις υπόλοιπες πρώτες ύλες είναι διαφορετική. Η ζάχαρη, σύμφωνα με όσα μετέφερε στους συνομιλητές του, δεν ανεβαίνει. Αντίθετα, το συμπύκνωμα γάλακτος έχει ακριβύνει από τα 40 στα 60 λεπτά, μια αύξηση 50% που προσθέτει κόστος στην παραγωγή. Η συζήτηση επεκτάθηκε και στον πληθωρισμό, με το ερώτημα αν αποτελεί εμπόδιο στην προσέλευση επενδύσεων. Ο Θεοδωρόπουλος έδωσε

συγκριτική διάσταση στην απάντησή του: όταν μια χώρα έχει πληθωρισμό 4% και μια άλλη 6%, η πρώτη βρίσκεται σε καλύτερη θέση. Στην προσέγγισή του, ο πληθωρισμός χρειάζεται να εξετάζεται και απέναντι στις συνθήκες που επικρατούν σε άλλους επενδυτικούς προορισμούς. Το παράδειγμα των δύο ποσοστών αφορούσε αυτή τη σύγκριση και όχι κάποια συγκεκριμένη χώρα. Για το καλάθι των Χριστουγέννων, πάντως, δεν άνοιξε τα χαρτιά του. Απέφυγε να τοποθετηθεί, αφήνοντας τη συζήτηση στις πρώτες ύλες, στις εξασφαλισμένες ποσότητες κακάο και στον τρόπο με τον οποίο οι πληθωριστικές διαφορές επηρεάζουν τη σχετική θέση μιας οικονομίας.

EVERGOOD: Η ΑΓΟΡΑ ΒΛΕΠΕΙ ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΠΙΣΩ ΑΠΟ ΤΟ DEAL ΤΟΥ WATSA

Με θετικό βλέμμα υποδέχονται άνθρωποι της αγοράς τη συμφωνία για την πώληση της Evergood από την Vivartia στην канаδική Recipe Unlimited, του Prem Watsa. Η είσοδος ενός διεθνούς ομίλου που δραστηριοποιείται στην εστίαση δημιουργεί προσδοκίες για νέες κινήσεις και επιβεβαιώνει, κατά την εκτίμησή τους, ότι ο κλάδος διαθέτει προοπτικές παρά τις πιέσεις που δέχεται. Σύμφωνα με καλά πληροφορημένες πηγές, εκείνο που ξεχωρίζει στη συγκεκριμένη συμφωνία είναι το προφίλ του αγοραστή. Η

Recipe γνωρίζει τη λειτουργία των επιχειρήσεων εστίασης, διαθέτει περισσότερα από 100 χρόνια εμπειρίας και χαρτοφυλάκιο 18 εμπορικών σημάτων. Αυτή η παρουσία δίνει διαφορετικό περιεχόμενο στην επένδυση και τροφοδοτεί την προσδοκία ότι θα ακολουθήσει σχεδιασμός ανάπτυξης. Για επαγγελματίες της αγοράς, η συμφωνία μπορεί να ανοίξει ευκαιρίες γύρω από ένα δίκτυο που περιλαμβάνει τα Goody's Burger House, Everest, Flocafé, La Pasteria και Jackaroo. Το ενδιαφέρον δεν εξαντλείται στην αλλαγή ιδιοκτησίας.

Στρέφεται στο πώς η εμπειρία ενός διεθνούς παίκτη μπορεί να αξιοποιηθεί στην ελληνική αγορά και να υποστηρίξει την περαιτέρω ανάπτυξη των σημάτων. Η υποδοχή αυτή έχει ιδιαίτερη βαρύτητα σε μια περίοδο αναδιάρθρωσης. Παράγοντες του κλάδου εκτιμούν ότι υπάρχουν τουλάχιστον 25% περισσότερες επιχειρήσεις από όσες μπορεί να στηρίξει η αγορά. Βλέπουν, ωστόσο, στη συγκέντρωση και στη στροφή προς πιο οργανωμένα σχήματα περιθώρια για μια καλύτερη συνέχεια, με επιχειρήσεις που θα μπορούν να αναπτυχθούν σε πιο σταθερές βάσεις.



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**

Business Insight

ΠΡΩΤΗ ΕΠΙΚΡΑΤΕΣΤΕΡΗ ΓΙΑ ΚΡΙΣΗ ΧΡΕΟΥΣ Η ΓΑΛΛΙΑ, ΑΠΟ ΤΟΥΣ ΤΕΛΕΥΤΑΙΟΥΣ Η ΕΛΛΑΔΑ

Βράδυ Τρίτης η απόδοση του 10ετούς κρατικού ομολόγου της Γαλλίας ήταν στο 4,851%, της Ιταλίας στο 4,533%, της Γερμανίας στο 3,470% και στο 4,362% το αντίστοιχο της Ελλάδας.

Πρώτη παρατήρηση, η **διαφορά του ελληνικού έναντι του σημείο αναφοράς (γερμανικού) ήταν μικρότερη της ποσοστιαίας μονάδας**.

Δεύτερη, οι αποδόσεις δεν αντιπροσωπεύουν το μέσο κόστος δανεισμού της κάθε χώρας, αλλά είναι ένας γνώμονας για το πως αξιολογούν οι κάτοχοι ομολόγων (χρέους) τον πιστωτικό κίνδυνο της οικονομίας.

Τρίτη, η απόδοση είναι ένα είδους μέτρου για τις ανάγκες χρηματοδότησης μίας οικονομίας, συγκριτικά με προηγούμενες περιόδους. Πρακτικά εάν παλαιότερα το Παρίσι χρηματοδοτούνταν με κόστος 1%-2% και πλέον πληρώνει κουπόνι, σχεδόν 5% η διαφορά είναι τεράστια.

Δεδομένου ότι ο ρυθμός ανάπτυξης της δεύτερης μεγαλύτερης οικονομίας της Ευρώπης εκτιμάται πως θα κυμανθεί στο 0,4% με 0,5% για το 2026, γίνεται προφανές ότι τα μεγέθη απλά δεν βγαίνουν. Όταν το μέσο επιτόκιο του χρέους ξεπερνά την αύξηση του ονομαστικού ΑΕΠ, χρειάζονται πρωτογενή πλεονάσματα -έσοδα πάνω από τις δαπάνες πριν από τους τόκους- για να εξουδετερωθεί αυτή η επιβάρυνση. Όμως η **γαλλική οικονομία όχι μόνο δεν παράγει πλεονάσμα αλλά για το 2026 προβλέπεται έλλειμμα κοντά στο 5% και στο 5,7% με το αρνητικό ενδεχόμενο**. Οι ανάγκες αναχρηματοδότησης υπολογίζονται στα €180 δισ. (για τα μεσαίως/μακροπρόθεσμης διάρκειας). Σε τόκους αυτό το βάρος με το υφιστάμενο κόστος

χρήματος εκτιμάται στα €7,8 με €9 δισ. Ακόμη πιο επιβαρυντική είναι η επόμενη χρονιά, καθώς οι ανάγκες για δανεισμό του Παρισιού ανέρχονται σε €340 δισ. ενώ περί τα €250 δισ. θα πρέπει να εξεύρει η Ρώμη.

Με σχεδόν βέβαιο πως η ΕΚΤ θα αυξήσει, άλλη μία φορά, το βασικό επιτόκιο πριν τα Χριστούγεννα το βασικό θα ανέβει στο 2,75% (επιπλέον 25 μ.β επιβάρυνση).

Κυρίως η Γαλλία και δευτερευόντως η Ιταλία είναι δύο χώρες που την περίοδο της ποσοτικής χαλάρωσης- και των πολύ χαμηλών επιτοκίων- δανείσθηκαν θηριώδη ποσά που πλέον καλούνται να αναχρηματοδοτήσουν. Όμως τα κόστη είναι 200 και 300 μ.β. υψηλότερα, με ότι αυτό σημαίνει πως οι Υπ.Οικ. έχουν τα... χέρια σφικτά δεμένα (κυριολεκτικά). Αυτή η **στρέβλωση επενεργεί στην δευτερογενή αγορά χρέους, οι κάτοχοι ομολόγων ζητούν μεγαλύτερες αποδόσεις με συνέπεια να δημιουργείται φαύλος κύκλος (χρέους).** [Σε πρόσφατο insight mac](#) είχαμε αναφερθεί λεπτομερώς στην κατάσταση του τραπεζικού συστήματος χωρών με προβληματική οικονομία (με πρώτο και σε αυτή την περίπτωση το γαλλικό banking), εξηγώντας γιατί - **για την ώρα - το εγχώριο χρηματοπιστωτικό παραμένει έξω από την περίμετρο του στόχαστρου των κάθε λογής vulture funds, bond vigilantes.** Είναι που για τον ίδιο λόγο είτε το οικονομικό επιτελείο, είτε μία τράπεζα, μπορούν να αναβάλουν λ.χ. την έκδοση εντόκου (όπως τελευταία ο ΟΔΔΗΧ για 12μηνης διάρκειας), να επιλέγουν τύπο δανεισμού.

Το πρόβλημα της αναχρηματοδότησης προηγούμενων δανείων- που είχαν ληφθεί με πολύ χαμηλό επιτόκιο - με νέα που θα πρέπει να καλυφθούν με πολύ

υψηλότερο, δεν περιορίζεται στην Γαλλία, την Ιταλία αλλά αφορά την Ισπανία, το Βέλγιο (οι τέσσερις χώρες που εκτός από την Ελλάδα) έχουν λόγο χρέους προς ΑΕΠ μεγαλύτερο του 100% (στο 88,9% ο μέσος όρος στην Ευρωζώνη/με στοιχεία της Eurostat).

Σε ό,τι μας αφορά: παρά το γεγονός ότι διαιτηρεί το υψηλότερο ποσοστό στην ΕΕ, η **Ελλάδα καταγράφει μια από τις ταχύτερες τριμηνιαίες μειώσεις (-2,6 ποσοστιαίες μονάδες)**, παρουσιάζοντας σημαντική υποχώρηση από το ιστορικό υψηλό του 207% (!) που είχε σημειωθεί το 2020. Παράλληλα, σύμφωνα με τις προβλέψεις (ΔΝΤ, Eurostat, κ.λ.π) ο ρυθμός ανάπτυξης της οικονομίας δεν προβλέπεται χαμηλότερος του 1,6%-1,4% με το δυσμενές ενδεχόμενο, για το 2027. Σε ό,τι αφορά το πρωτογενές πλεόνασμα σύμφωνα με τις εκτιμήσεις του Διεθνούς Νομισματικού Ταμείου, **προβλέπεται να διαμορφωθεί στο 3,8% του ΑΕΠ το 2026 και να υποχωρήσει σταδιακά στο 3,1% του ΑΕΠ το 2027, παραμένοντας σε θετικό έδαφος μακροπρόθεσμα έως το 2031.** Γι' αυτό και οίκοι αξιολόγησης (όπως η Fitch Ratings) επισημαίνουν ότι η παραγωγή πρωτογενών πλεονασμάτων είναι ο βασικός καταλύτης για τη σταθερή μείωση του δημόσιου χρέους και τις αναβαθμίσεις της ελληνικής οικονομίας.

Αρκούν αυτά; Ναι σε ό,τι αφορά στην πιστοληπτική θέση της οικονομίας- τον κίνδυνο μίας κρίσης χρέους- αναμφίβολα όμως όχι, εάν ένα ικανό μέρος δεν περνά στην πραγματική οικονομία, την πραγματικότητα. Και στο συγκεκριμένο είναι που θα πρέπει να συνεχίσει να εστιάζει το οικονομικό επιτελείο.

BNB
DAILY

BUSINESS IN BRIEF

ΚΑΘΕ ΠΡΩΙ
ΣΤΟ EMAIL ΣΑΣ!

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

Γίνε
συνδρομητής
εδώ



SECRETCRECIPE

Έβγαλαν στο σφυρί τα ασημικά και κάνουν τον... Κινέζο !

Οι μέτοχοι αποφάσισαν να πουλήσουν ένα σημαντικό περιουσιακό στοιχείο. Ή και να το νοικιάσουν. Το νέο άρχισε να διαδίδεται στην αγορά με τις γνωστές ταχύτητες. Οι ίδιοι, όμως, όταν ερωτώνται σχετικά, κάνουν τον Κινέζο, διαψεύδοντας όσα ακούγονται. Κι όλα αυτά, παρά το γεγονός ότι η συγκεκριμένη κίνηση έχει καταγραφεί με τον πλέον επίσημο τρόπο. Θα επανέλθουμε. Άμεσα...

SÖ POSH!
the trendletter

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

**Κάθε Σάββατο
στις 9.30**

ΤΟ ΕΒΔΟΜΑΔΙΑΙΟ NEWSLETTER

ΓΙΝΕ ΣΥΝΔΡΟΜΗΤΗΣ ΕΔΩ

Editorial

Η Kimberly, οι Δημοκρατικοί και το βενζινάδικο

Η αποπομπή της Kimberly Ann Guilfoyle από την πρεσβεία των ΗΠΑ στην Αθήνα έχει όλα τα συστατικά ενός καλού σίριαλ:

Πρώην παρουσιάστρια του Fox, πρώην μνηστή του υιού Τζιμ, πολυτελή ταξίδια με ευγενική χορηγία Ελλήνων μεγιστάνων, και ένας λογαριασμός πιστωτικής κάρτας \$100.000, που, σύμφωνα με τα δημοσιεύματα, ζητήθηκε να τον... τακτοποιήσει κάποιος δωρητής. Ο Λευκός Οίκος της ζήτησε την παραίτηση, ο Πρόεδρος δήλωσε ότι δεν του άρεσαν όσα διάβασε, η ίδια αρνείται τα πάντα και υπόσχεται να υπερασπιστεί σθεναρά το όνομά της.

Μέχρι εδώ, τίποτα που δεν έχουμε δει σε δεύτερη σεζόν οποιασδήποτε σειράς του Netflix.

Οι Δημοκρατικοί, όπως ήταν αναμενόμενο, έσπευσαν να σκώσουν την υπόθεση σαν σημαία:

Διαφθορά, νεποτισμός, πρεσβείες ως έπαθλα για φίλους και πρώην συντρόφους της οικογένειας. Το αφήγημα γράφεται μόνο του. Και δεν υπάρχει καμία αμφιβολία ότι, αν κερδίσουν το Κογκρέσο τον Νοέμβριο, θα της ασκήσουν τρελή πίεση στις ειδικές εξεταστικές επιτροπές. Καταθέσεις, κλητεύσεις, ζωντανές μεταδόσεις, ό,τι χρειάζεται για να γεμίσουν δύο χρόνια τηλεοπτικής ζώνης. Ας βάλουμε, όμως, την υπόθεση στο σωστό της μέγεθος.

Ή, καλύτερα, στο μέγεθος που της αναλογεί.

Οι Αμερικανοί θα προσέλθουν στις κάλπες των midterms για να διαμαρτυρηθούν για πράγματα, που πονάνε στην τσέπη, όχι στο αισθητήριο δημοκρατικής ευπρέπειας:

Για την ακρίβεια που ροκανίζει τον μισθό πριν καν μπει στον λογαριασμό (χθες, ανακοινώθηκε ο πληθωρισμός Σεπτεμβρίου, στο 3,7%, πάνω από τις εκτιμήσεις των αναλυτών).

Για τη βενζίνη και το diesel, που ανεβαίνουν με ταχύτητα, την οποία θα ζήλευε και ο S&P 500 στις καλές του μέρες.

Για την πορεία της οικονομίας, εν γένει, που ο μέσος ψηφοφόρος δεν τη μετράει σε δείκτες,

αλλά σε καρότσια super market.

Και για την προβληματική εμπλοκή με το Ιράν, που μεταφράζεται σε αβεβαιότητα, σε ανησυχία και, φυσικά, πάλι σε αύξηση στις τιμές των καυσίμων.

Μέσα σε αυτό το σκηνικό, η υπόθεση της Kimberly είναι κάτι εξαιρετικά ασήμαντο, έως και ανύπαρκτο, πάνω από την κάλπη. Κανείς ψηφοφόρος στο Οχάιο, στην Αριζόνα ή στην Πενσυλβάνια δεν θα σταθεί μπροστά στο ψηφοδέλτιο, σκεπτόμενος μια πρέσβειρα των ΗΠΑ σε μια χώρα, που για τους περισσότερους είναι - μη γελιόμαστε - ένα ωραίο σημείο στον χάρτη με νησιά και φέτα.

Ούτε θα αλλάξει ψήφο επειδή η πρώην σύντροφος του υιού του Προέδρου βρέθηκε στο επίκεντρο ενός σκανδάλου.

Αν οι Αμερικανοί ψήφισαν με κριτήριο την ποιότητα των διπλωματικών διορισμών, η ιστορία των αμερικανικών εκλογών θα ήταν πολύ διαφορετική, και πολύ πιο σύντομη.

Για εμάς εδώ, βεβαίως, η υπόθεση έχει άλλη βαρύτητα.

Τα ονόματα των "Ελλήνων μεγιστάνων", που φέρονται να χρηματοδοτούσαν ταξίδια θα συζητηθούν στα καφενεία και στα πάνελ για καιρό.

Αλλά ας μην παρασυρθούμε στην ψευδαίσθηση ότι η Αθήνα βρίσκεται στο κέντρο της αμερικανικής πολιτικής σκηνής.

Δεν βρίσκεται.

Ήταν απλώς το σκηνικό.

Οι Δημοκρατικοί θα έχουν το θέαμά τους.

Οι Ρεπουμπλικανοί θα έχουν ήδη ξεχάσει το όνομα.

Και ο Αμερικανός ψηφοφόρος θα πάει στην κάλπη, αφού πρώτα περάσει από το βενζινάδικο...

...κοιτώντας την αντλία, όχι την πρεσβεία.

It's the middle class, stupid !

Τόσο απλά.

Νεκτάριος Β. Νώτης

nectarios@notice.gr