

Επιπρόσθετες παροχές 10 εκατομμυρίων ευρώ.



Γιατί αξίζει.



Γιορτάζουμε για όσα καταφέραμε
μαζί με τους 6.700 ανθρώπους μας.
Και τους επιβραβεύουμε.

Γιατί το αξίζουν.

team.lidl.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

ΔΕΥΤΕΡΑ 16 ΦΕΒΡΟΥΑΡΙΟΥ 2026
ΤΕΥΧΟΣ 2271

ΕΝΘΕΤΟ

Η καθημερινή έκδοση από την
HO|RE|CA| 2026



• PEPSICO HELLAS

Στο 12% η ανάπτυξη του HoReCa το 2025
- Επιδιώκει αύξηση μεριδίου



• AVRAMAR

Happy end με τους Άραβες,
θα κινηθεί νομικά η Cooke



• FERRERO INTERNATIONAL GREECE

Ανάπτυξη 15,44% αλλά πτώση κερδών στη χρήση
2024/2025 - Οι επενδύσεις του ομίλου
και τα νέα λανσαρίσματα



• CARREFOUR

Σε αποκλειστικές διαπραγματεύσεις για την πώληση
της θυγατρικής στην Ρουμανία

Editorial

10-50-40

Debrief

Όπως Αμερική; Ούτε για αστείο!

Business Maker

- Γαλοπούλα: Ο μεγάλος πονοκέφαλος της αλλαντοβιομηχανίας
- Quiz: Ποιος manager επιχειρεί δυναμικό comeback στα τρόφιμα και ποτά

SecretRecipe

Pickle Soda: Νέο mixer από την Three Cents

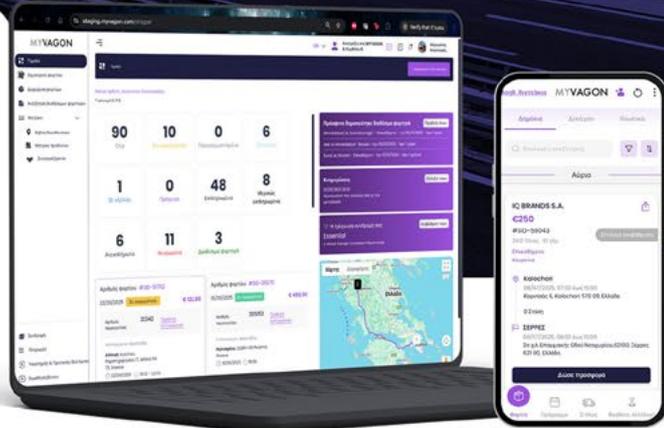
Business Insight

Τί σημαίνει η αναβάθμιση της Εθνικής Τράπεζας από την Scope, η Allianz και οι αγορές ιδίων

Ψηφιοποίησε τη δρομολόγησή των φορτίων σου

**Ανέβασε το φορτίο μία φορά.
Συντόνισε τα πάντα.
Παρακολούθησε live.**

➤ Οργάνωσε όλους τους μεταφορείς σου σε μία ενιαία ψηφιακή πλατφόρμα, εξοικονόμησε χρόνο και μείωσε τα μεταφορικά κόστη.



Bonus: Γίνε μέλος δωρεάν στο MYVAGON Marketplace^{BETA} και απέκτησε άμεσα πρόσβαση σε 1.000+ μεταφορείς όταν χρειάζεσαι επιπλέον χωρητικότητα.

Σήμερα



➤ Ο κλασικός τρόπος

Αύριο



➤ Με την MYVAGON.COM

**ΜΙΑ ΠΛΑΤΦΟΡΜΑ, ΟΛΟΙ ΟΙ ΜΕΤΑΦΟΡΕΙΣ ΣΟΥ, ΕΣΥ ΣΤΟ ΚΕΝΤΡΟ.
» Αυτή είναι η MYVAGON**

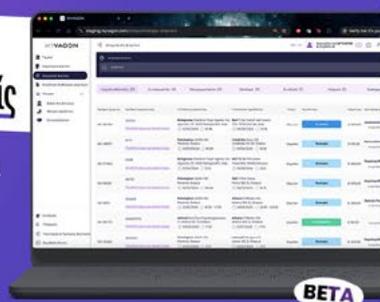
Δυσκολεύεσαι να βρεις μεταφορείς;

Επιπλέον χωρητικότητα, όποτε τη χρειάζεσαι.

Πρόσβαση στο MYVAGON Marketplace^{BETA}, την 1η ψηφιακή αγορά φορτίων στην Ελλάδα, με ένα συνεχώς αναπτυσσόμενο δίκτυο από 1.000+ μεταφορικές εταιρείες και ανεξάρτητους οδηγούς.

Βρες μεταφορείς γρήγορα, αναβάθμισε τα logistics σου και εξασφάλισε άμεση κάλυψη για τα φορτία σου — όλα μέσα από μία κεντρική πλατφόρμα.

**Άμεση πρόσβαση
σε 1.000+ μεταφορείς**



«Με την MYVAGON, έχουμε κεντριοκοπήσει και ψηφιοποιήσει τη διαχείριση των μεταφορών μας. Έχουμε μειώσει τα τηλεφωνήματα, εξοικονομήσει χρόνο και βελτιώσει τον προγραμματισμό δρομολογίων σε όλο το δίκτυο μεταφορέων μας.»

Όλγα Τσάγκαρη – Υπεύθυνη Δρομολόγησης
BIKOS- ΗΠΕΙΡΩΤΙΚΗ ΒΙΟΜΗΧΑΝΙΑ ΕΜΦΙΑΛΩΣΕΩΝ Α.Ε.



Ξεκίνα να μεταφέρεις πιο έξυπνα τώρα



Επισκέψου την **MYVAGON.com**
& αναβάθμισε τα logistics σου

• **FERRERO INTERNATIONAL GREECE**

ΑΝΑΠΤΥΞΗ 15,44% ΑΛΛΑ ΠΤΩΣΗ ΚΕΡΔΩΝ ΣΤΗ ΧΡΗΣΗ 2024/2025 - ΟΙ ΕΠΕΝΔΥΣΕΙΣ ΤΟΥ ΟΜΙΛΟΥ ΚΑΙ ΤΑ ΝΕΑ ΛΑΝΣΑΡΙΣΜΑΤΑ

Με ανάπτυξη της τάξης του 15,44% και πωλήσεις €73,12 εκατ., αλλά και πτώση κερδοφορίας, έκλεισε η χρήση 2024/2025 (που ολοκληρώθηκε στις 31/8/2025) για την Ferrero International S.A Greece, με τους διαχειριστές της εταιρείας να προτείνουν προς την τακτική Γενική Συνέλευση τη διανομή μερίσματος €1,3 εκατ.

Η διοίκηση της εταιρείας αναμένει για την τρέχουσα χρήση ότι θα παραμείνει σε ανοδική τροχιά. Όπως αναφέρεται στις τελευταίες οικονομικές καταστάσεις, "στόχος μας θα είναι η αύξηση του κύκλου εργασιών της εταιρείας, καθώς και η ταυτόχρονη σταθεροποίηση των συνολικών εξόδων λειτουργίας της". Το management team - υπό την Εύη Γιαννίση η οποία την τελευταία διετία είναι Country Manager της Ferrero International SA Greece, μετά από 11 χρόνια στη θέση της Marketing Manager της εταιρείας - θα επικεντρωθεί στη δυναμική του υφιστάμενου χαρτοφυλακίου και στην προσπάθεια περαιτέρω ανάπτυξής του.



σχέση με τις επιδόσεις της μητρικής, η οποία αναπτύχθηκε με ρυθμούς 4,6%, εμφανίζοντας πωλήσεις ύψους €19,3 δισ. Ωστόσο επέδειξε αξιοσημείωτη επενδυτική δραστηριότητα, με τις επενδύσεις της να προσεγγίζουν τα επίπεδα του €1,1 δισ. Παράλληλα, ο ιταλικός όμιλος Ζαχαροπλαστικής ανέφερε κέρδη €202,4 εκατ. για το οικονομικό έτος 2024-2025 που έληξε στις 31 Αυγούστου 2025, σημαντικά αυξημένα σε σχέση με τα €168,7 εκατ. της αμέσως προηγούμενης χρήσης.

ΝΕΕΣ ΠΡΟΣΘΗΚΕΣ

Η Ferrero συνέχισε να εξελίσσει το χαρτοφυλάκιο μέσω στοχευμένης επέκτασης κατηγοριών και στρατηγικής καινοτομίας στα brands. Μεταξύ άλλων στη χρήση 2024/2025

- Λάνσαρε την Nutella Plant-based για την κάλυψη της εξελισσόμενης καταναλωτικής ζήτησης
- Επέκτεινε την Nutella σε νέες κατηγορίες με μια σειρά κατεψυγμένων αρτοσκευασμάτων, συμπεριλαμβανομένων των Nutella Crepes και Nutella Donut.
- Επέκτεινε τρία τοπικά εμπορικά brands ζαχαροπλαστικής της Βόρειας Αμερικής σε μπάρες παγωτού: Butterfinger®, BabyRuth® και 100 Grand®
- Λάνσαρε την Tic Tac Two, μια νέα σειρά χωρίς ζάχαρη, διπλής γεύσης
- Επεκτάθηκε σε snacks υψηλής περιεκτικότητας σε πρωτεΐνες με την εξαγορά της Power Crunch, μιας κορυφαίας μάρκας μπάρων πρωτεΐνης σε γκοφρέτες στις ΗΠΑ

ΕΠΕΝΔΥΣΕΙΣ

Για να υποστηρίξει την ανάπτυξη του χαρτοφυλακίου και την επέκταση της γεωγραφικής του παρουσίας, ο όμιλος συνεχίζει να ενισχύει την παρουσία του σε βασικές αγορές.

- Στην Βόρεια Αμερική, η Ferrero ανακοίνωσε την επέκταση των εγκαταστάσεων της στο Μπράντφορντ του Οντάριο.



Εύη Γιαννίση,
Country
Manager,
Ferrero
International
SA Greece

Αυτό θα δημιουργήσει 500 θέσεις εργασίας και θα φέρει την παραγωγή μπισκότων Nutella εκτός Ευρώπης για πρώτη φορά. Ο όμιλος άνοιξε επίσης μια νέα εγκατάσταση Kinder Bueno στο Μπλούμιγκτον του Ιλινόις, υποστηρίζοντας 200 νέους ρόλους και 15.700 τ.μ. παραγωγικής ικανότητας

- Στην Ευρώπη, ενίσχυσε περαιτέρω τις παραγωγικές του δυνατότητες στο εργοστάσιο Villers-Écailles στη βόρεια Γαλλία, το μεγαλύτερο εργοστάσιο παραγωγής Nutella στον κόσμο, για να καλύψει τη μελλοντική ζήτηση

ΕΞΑΓΟΡΑ WK KELLOGG

Επίσης κατά τη χρήση 2024/2025, η εταιρεία ανακοίνωσε την εξαγορά της WK Kellogg Co, συμπεριλαμβανομένης της παραγωγής, της εμπορίας και της διανομής του χαρτοφυλακίου δημητριακών πρωινού της WK Kellogg Co στις Ηνωμένες Πολιτείες, τον Καναδά και την Καραϊβική. Στο πλαίσιο της εξαγοράς, η Ferrero πρόσθεσε στο ανθρώπινο δυναμικό της 3.000 εργαζομένους, ανεβάζοντας τον συνολικό αριθμό εργαζομένων της Ferrero σήμερα σε περισσότερους από 50.000 παγκοσμίως.

INFO - Όμιλος Ferrero International

- Παρουσία με γραφεία & παραγωγή: >50 χώρες
- Brands που πωλούνται σε περισσότερες από 170 χώρες: 35
 - Μονάδες παραγωγής: 41
- Μονάδες επεξεργασίας φουντουκιού: 7
 - Εργαζόμενοι: >50.000

Μάκης Αποστόλου
makis@notice.gr

DATA 1/9-31/8 (σε €χιλ.)

Κύκλος εργασιών

2024/2025: 73.124
2023/2024: 63.345
2022/2023: 53.886
2021/2022: 47.859

Κέρδη προ φόρων

2024/2025: 1.910
2023/2024: 2.652
2022/2023: 1.347
2021/2022: 1.200

Καθαρά κέρδη

2024/2025: 1.464
2023/2024: 2.195
2022/2023: 976
2021/2022: 1.143

PORTFOLIO

Στην Ελλάδα, η Ferrero δραστηριοποιείται από το 1994 και διαθέτει μεταξύ άλλων τα προϊόντα:

- Ferrero Rocher
- Nutella
- Kinder
- Tic Tac

Η ΕΙΚΟΝΑ ΤΟΥ ΟΜΙΛΟΥ

Αξίζει να αναφερθεί ότι η ελληνική θυγατρική του ομίλου Ferrero υπεραπέδωσε σε



AYPA®

CARBO

3E
Coca-Cola Τρία Έμφιλων



HALL 1
B21/C19

• **ΚΑΦΕΣ CANEPHORA**
ΣΑΡΩΝΕΙ ΣΤΗΝ ΒΡΑΖΙΛΙΑ - ΡΕΚΟΡ ΤΙΜΩΝ
ΚΑΙ ΝΕΕΣ ΚΑΛΛΙΕΡΓΕΙΕΣ

Οι ποικιλίες καφέ Canephora, συμπεριλαμβανομένων των Conilon και Robusta, επεκτείνονται σε βραζιλιάνικες πολιτείες που παραδοσιακά παρήγαν ελάχιστες ή καθόλου ποσότητες αυτών των καλλιεργειών, καθώς οι αυξημένες τιμές ενισχύουν το ενδιαφέρον, σύμφωνα με ηγετικά στελέχη του κλάδου, ερευνητές και κρατικούς αξιωματούχους.

ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΤΗΣ ΤΟ ΒΙΕΤΝΑΜ

Η Βραζιλία είναι ο μεγαλύτερος παραγωγός καφέ Arabica παγκοσμίως, της ηπιότερης σε γεύση ποικιλίας που προτιμούν οι αλυσίδες καφέ του λιανεμπορίου, οι οποίες παραδοσιακά είναι διατεθειμένες να πληρώσουν υψηλότερες τιμές, αντισταθμίζοντας τις χαμηλότερες αποδόσεις σε σύγκριση με τον καφέ Canephora.

Προς το παρόν, η χώρα είναι ο δεύτερος μεγαλύτερος παραγωγός καφέ Canephora, μιας πιο δυνατής ποικιλίας που χρησιμοποιείται για εσπρέσο και στιγμιαίο καφέ, αλλά πλησιάζει ταχέως το Βιετνάμ, τον μεγαλύτερο καλλιεργητή Canephora παγκοσμίως.

Η πολιτεία Εσπίριτο Σάντο παράγει τη συντριπτική πλειονότητα του καφέ Canephora της Βραζιλίας, ιδιαίτερα της ποικιλίας Conilon. Ωστόσο, από το 2020, η παραγωγή σε πολιτείες όπως το Μάτο Γκρόσο και η Μίνας Ζεράις έχει αυξηθεί σημαντικά, σύμφωνα με στοιχεία της κρατικής υπηρεσί-

ας εφοδιασμού και στατιστικής γεωργίας Conab.

Η ΠΟΡΕΙΑ ΤΩΝ ΤΙΜΩΝ

Η επέκταση των καλλιεργειών Canephora πέρα από τα παραδοσιακά τους όρια οφείλεται στις υψηλές τιμές, δηλώνουν φορείς της αγοράς.

Πριν από έναν χρόνο, οι τιμές του Canephora – που διαπραγματεύεται ως Robusta – έφτασαν στο ιστορικό ρεκόρ των 5.849 δολαρίων ανά μετρικό τόνο. Έκτοτε έχουν υποχωρήσει, αλλά παραμένουν υψηλές σε σύγκριση με τα ιστορικά επίπεδα. Και ο Arabica, το ακριβότερο είδος κόκκου, διαπραγματεύτηκε πέρυσι σε ιστορικά υψηλά επίπεδα, πριν επίσης υποχωρήσει.

Αν και η Μίνας Ζεράις είναι ο βασικός παραγωγός Arabica της Βραζιλίας, η παραγωγή Canephora στην πολιτεία αναμένεται να φτάσει τους 602.200 σάκους των 60 κιλών (132,3 λίβρες) το 2026, που θα αντιπροσωπεύουν αύξηση 94% σε σύγκριση με το 2020, σύμφωνα με στοιχεία της Conab.

Το Μάτο Γκρόσο, μία από τις μεγαλύτερες αγροτικές πολιτείες της Βραζιλίας, γνωστή για τις εκτεταμένες καλλιέργειες σόγιας και καλαμποκιού, αντιεί έμπνευση από τη γειτονική Ροντόνια, παραγωγό Robusta, επιδιώκοντας να αυξήσει την παραγωγή καφέ, δήλωσαν γεωπόνοι στο Reuters.



SME
D A I L Y

Το καθημερινό newsletter για τη μικρομεσαία επιχειρηματικότητα

Γίνε συνδρομητής ΔΩΡΕΑΝ εδώ



ΚΥΚΛΟΦΟΡΕΙ ΔΩΡΕΑΝ
ΔΕΥΤΕΡΑ - ΠΑΡΑΣΚΕΥΗ
ΣΤΙΣ **05:45**

Με την αξιοπιστία της

NOTICE
CONTENT & SERVICES



Leading the **change**

HO|RE|CA|

ΜΙΑ ΕΚΘΕΣΗ ΠΑΓΚΟΣΜΙΟΥ ΕΠΙΠΕΔΟΥ

• ΓΑΛΛΟΙ ΟΙΝΟΠΑΡΑΓΩΓΟΙ

ΑΠΑΝΤΗΣΗ ΣΤΗΝ ΠΤΩΣΗ ΤΩΝ ΤΙΜΩΝ ΜΕ... ΔΙΚΑΙΑ ΑΚΡΙΒΟΤΕΡΑ ΠΡΟΪΟΝΤΑ

Η κατακόρυφη πτώση των τιμών πώλησης των φιαλών οίνου, η οποία είναι πλήρως αποσυνδεδεμένη από το κόστος παραγωγής που εκτοξεύεται, είναι ένα θέμα που έχει φέρει σε απόγνωση τους Γάλλους οινοπαραγωγούς.

Η λύση που προτείνει η κοινότητα 70 οινοποιείων (το 80% των οποίων είναι συνεταιρισμοί), πιστοποιημένων με το πρότυπο ISO 26000 για την Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη (ΕΚΕ), είναι η εξής: να παροτρύνουν μέσω της ετικέτας τον καταναλωτή να πληρώσει λίγο παραπάνω, ώστε να ανταμειφθεί σωστά και βιώσιμα η εργασία που γίνεται στο αμπέλι, στο οινοποιείο και στις επιχειρήσεις.

ΣΕΙΡΑ ENGAGÉS

Η σειρά κρασιών "Engagés", που λανσαρίστηκε επίσημα τη Δευτέρα 9 Φεβρουαρίου κατά τη διάρκεια της έκθεσης Wine Paris, παρουσιάζεται ως "σημείο αναφοράς για τη δίκαιη τιμή προς τη Γη και τους Ανθρώπους". Η σειρά, που ξεκινά με περίπου 30 κωδικούς, βασίζεται σε ένα κοινό πρότυπο ετικέτας: με χρωματιστά κεφαλαία γράμματα αναγράφεται η υπογραφή "Engagés", το λογότυπο "Vignerons Engagés", το σύνθημα

"μια δίκαιη τιμή για τη Γη και τους Ανθρώπους", το λογότυπο του οινοποιείου και η γεωγραφική ένδειξη (ΠΟΠ ή ΠΓΕ).

ΒΙΩΣΙΜΟΤΗΤΑ

Η οπίσθια ετικέτα αναδεικνύει τη βιωσιμότητα:

- Για τους συνεταιρισμούς: Το ποσοστό του κύκλου εργασιών που αναδιανέμεται στους αμπελουργούς (αμοιβή παραγωγής + πριμ)
- Για τα ιδιωτικά οινοποιεία: Με έναν δείκτη βραχέων αλυσίδων εφοδιασμού και τοπικής συμμετοχής: το ποσοστό των "προμηθευτών που βρίσκονται σε ακτίνα 200 χλμ. από το κτήμα"

"ΞΕΚΙΝΑΜΕ ΤΗ ΔΙΑΔΙΚΑΣΙΑ"

Εμπνεόμενοι από την κίνηση "C'est qui le patron" (Ποιος είναι το αφεντικό), η οποία ευαισθητοποιεί τους καταναλωτές για την αξία της αγροτικής εργασίας, οι "Vignerons Engagés" δεν προχωρούν ακόμα στην αναγραφή του ακριβούς ποσού που κερδίζει ο παραγωγός ανά φιάλη.

"Η διαμόρφωση του κόστους του κρασιού είναι πιο σύνθετη από εκείνη του γάλακτος",

εξηγεί ο Rémi Marlin, Πρόεδρος της Ένωσης. Είναι δύσκολο να αναγραφεί μια τιμή αυτή τη στιγμή, καθώς κάθε σοδειά είναι μοναδική και οι διαπραγματεύσεις με τα super market δεν έχουν ολοκληρωθεί. "Ξεκινάμε τη διαδικασία, θέλουμε να είμαστε ευέλικτοι και να δράσουμε γρήγορα. Ίσως αργότερα να βελτιώσουμε το μήνυμα με άλλους δείκτες βιωσιμότητας", προσθέτει ο Marlin.

ΟΙ ΠΡΟΣΔΟΚΙΕΣ ΤΩΝ ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΩΝ

Σύμφωνα με μελέτη σε 1.167 καταναλωτές της Opinion Way που παρουσιάστηκε το 2025, το 63% των καταναλωτών δηλώνουν έτοιμοι να πληρώσουν 10% παραπάνω για ένα "δεσμευμένο" κρασί (ποσοστό που φτάνει το 71% στις ηλικίες 18-34), υπό την προϋπόθεση ότι η ποιότητα είναι εγγυημένη. Για τους καταναλωτές, "βιώσιμο κρασί" σημαίνει:

- Δίκαιη αμοιβή των παραγωγών (41%)
- Προστασία της βιοποικιλότητας (41%)
- Στήριξη της τοπικής οικονομίας (36%)
- Ευημερία των εργαζομένων (35%)

"ΦΘΗΝΟΤΕΡΟ ΑΠΟ ΕΝΑΝ ESPRESSO ΣΤΟ... ΠΑΡΙΣΙ"

"Αντί να σχολιάζουμε την κρίση, παίρνουμε την πρωτοβουλία και περνάμε στη δράση", τονίζει ο Marlin. "Πρέπει να ξαναβρούμε την πραγματική αξία ενός έτους εργασίας στο αμπέλι. Δυστυχώς, υπάρχουν κρασιά που δεν έχουν καθόλου δίκαιη τιμή. Ορισμένα μπουκάλια κοστίζουν λιγότερο από έναν espresso στο Παρίσι...".

Στόχος είναι το κάθε μέλος να τοποθετήσει το κρασί του στο ανώτερο εύρος τιμών της κατηγορίας του, υπενθυμίζοντας ότι η βιωσιμότητα απαιτεί μακροπρόθεσμες επενδύσεις.

ΟΧΙ ΣΤΗΝ ΥΠΕΡΒΟΛΙΚΗ ΣΗΜΑΝΣΗ

Παρά την άνοδο διαφόρων ετικετών δίκαιου εμπορίου (FairTrade), οι "Vignerons Engagés" επέλεξαν να μην προσθέσουν άλλη μια πιστοποίηση πάνω στις υπάρχουσες. "Θα μείνουμε στο δικό μας πλαίσιο. Έχουμε ήδη την υπόσχεση στην οπίσθια ετικέτα, την οποία κάθε μέλος πρέπει να μπορεί να αιτιολογήσει".

Τέλος, η συσκευασία είναι οικολογικά σχεδιασμένη: ελαφρύτερη φιάλη, απουσία καψουλίου και ετικέτες από ανακυκλωμένο ή βιολογικό χαρτί.



• **AVRAMAR**

HAPPY END ME ΤΟΥΣ ΑΡΑΒΕΣ, ΘΑ ΚΙΝΗΘΕΙ ΝΟΜΙΚΑ Η COOKE

Μετά από πολύμηνες διεργασίες και παρά την προσπάθεια του καναδικού ομίλου Cooke να... διεμβολίσει τη διαδικασία πώλησης, οι πιστώτριες τράπεζες παραδίδουν τα κλειδιά της Avramar Greece στους Άραβες της Aqua Bridge.

Η συμφωνία για τη μεταβίβαση των μετοχών της μεγαλύτερης εταιρείας υδατοκαλλιέργειας που είχαν ενεχυριαστεί από το σχήμα των πιστωτών, με επικεφαλής της Τρ. Πειραιώς, θα περάσει στο επενδυτικό fund από τα Ηνωμένα Αραβικά Εμιράτα.

Η τελική συμφωνία υπογράφεται άμεσα και οδηγεί σε νέα σελίδα την Avramar Greece που παρότι προ ετών είχε ξανα-διασωθεί από τις τράπεζες, βρέθηκε σε νέες περιπέτειες λόγω σοβαρών αστοχιών του τότε management.



τάσταση και κατέθεσε μια όντως ελκυστική προσφορά για να αποκτήσει τον έλεγχό της.

ρασμα των δανείων στους Άραβες μετά την πρόσφατη κίνηση που έκαναν οι Καναδοί, η οποία όμως δεν στέφθηκε από επιτυχία.

ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗ ΑΝΑΤΡΟΠΗΣ ΑΠΟ ΤΗΝ COOKE

Η αλλαγή σελίδας πραγματοποιήθηκε [με φόντο τις προσπάθειες του καναδικού πολυεθνικού ομίλου Cooke να αποκτήσει την Avramar](#), εκτός όμως της διαγωνιστικής διαδικασίας που πραγματοποίησε η Deloitte για λογαριασμό των πιστωτών.

Ο πολυεθνικός όμιλος που μπήκε καθυστερημένα στην κούρσα για τη διεκδίκηση της μεγαλύτερης ελληνικής εταιρείας υδατοκαλλιέργειας, επιχείρησε να ανατρέψει την κα-

ΒΕΛΤΙΩΜΕΝΗ ΠΡΟΤΑΣΗ

Στο αντίπαλο στρατόπεδο οι Άραβες της Aqua Bridge, που είχαν συμμετάσχει από την πρώτη στιγμή στη διαγωνιστική διαδικασία και εν τέλει αναδείχθηκαν προτιμητέος επενδυτής, έχοντας μάλιστα μπει και στη διαδικασία υπογραφής MoU, ανταποκρίθηκαν στα νέα δεδομένα βελτιώνοντας σημαντικά την αρχική τους πρόταση που συνολικά έφτασε περίξ των €230 εκατ., ξεπερνώντας αυτή των Καναδών. Σύμφωνα με πληροφορίες η Cooke θα κινηθεί νομικά για το πέ-

DATA 2025
Πωλήσεις: €320 εκατ.
EBITDA: > €50 εκατ.
Παραγωγή: 50.000 τόνοι ιχθυοειδών (περίπου το 45% της συνολικής παραγωγής στην Ελλάδα)

Νίκος Ταμπακόπουλος
nicolas@notice.gr

• **ΓΙΑΝΝΗΣ ΑΝΤΕΤΟΚΟΥΝΜΠΟ**

ΛΑΝΣΑΡΕΙ ΔΙΚΗ ΤΟΥ ΝΕΑ ΣΕΙΡΑ ΜΕ ΖΕΛΕΔΑΚΙΑ

Ο Γιάννης Αντετοκούνμπο επεκτείνει τις επιχειρηματικές του δραστηριότητες και εισέρχεται στον κλάδο των γλυκισμάτων, με το λανσάρισμα της δικής του σειράς από ζελεδάκια, τα FR34K Gummies.

Τα Giannis FR34K Gummies κυκλοφόρησαν επίσημα από χτες στην αγορά των ΗΠΑ, σύμφωνα με το Forbes. Το όνομα του προϊόντος αποτελεί έναν συνδυασμό του διάσημου προσωνυμίου, "Greek Freak", και του αριθμού 34 που φορά στη φανέλα του. Η κίνηση αυτή υλοποιείται σε συνεργασία με την Candy Funhouse, μια εταιρεία στην οποία ο σταρ των Μιλγουόκι Μπακς έχει τοποθετηθεί ως επενδυτής μέσω του family office του.

ΟΙ 3 ΓΕΥΣΕΙΣ ΠΟΥ ΚΥΚΛΟΦΟΡΟΥΝ

Τα ζελεδάκια κυκλοφορούν σε τρεις γεύσεις – tropical, strawberry lemonade και mixed berry – ενώ τα σχήματά τους έχουν άμεση



την έντονη καθημερινότητα του NBA. Για τη δημιουργία των FR34K Gummies, ο Αντετοκούνμπο συμμετείχε ενεργά στον σχεδιασμό, αντλώντας έμπνευση από τις γεύσεις των παιδικών του χρόνων στην Αθήνα. Ο επικεφαλής marketing της Candy Funhouse, σημείωσε πως το προϊόν στοχεύει να αναδείξει την πιο ανάλαφρη και παιχνιδιάρικη πλευρά του κορυφαίου αθλητή.

Η CANDY FUNHOUSE

Η Candy Funhouse, με έδρα τον Καναδά, διαθέτει ένα τεράστιο χαρτοφυλάκιο γλυκών, και η επένδυση του Γιάννη το 2023 έγινε με στόχο τη δομημένη είσοδό του σε αγορές που τον ενδιαφέρουν προσωπικά. Τα προϊόντα είναι ήδη διαθέσιμα online μέσω του brand Candy Fun Street, καθώς και μέσω της υπηρεσίας GoPuff σε επιλεγμένες αμερικανικές πόλεις.

• **ΑΠΟΣΤΑΓΜΑΤΟΠΟΙΙΑ ΤΟΚΑΛΗ**
ΕΤΡΕΞΕ ΜΕ +5% ΤΟ 2025 - ΚΛΕΙΔΙ
ΓΙΑ ΤΗΝ ΕΠΕΚΤΑΣΗ ΣΤΑ ΝΟΤΙΑ
ΤΟ ΥΠΟΚΑΤΑΣΤΗΜΑ ΣΤΗΝ ΑΘΗΝΑ

Κομβική φαίνεται ότι αποδείχτηκε για την Αποσταγματοποιία Τοκαλή η προ τριετίας απόφαση να προχωρήσει στην δημιουργία υποκαταστήματος στην Αθήνα, στην περιοχή του Κολωνού, δημιουργώντας τις προϋποθέσεις για διεύρυνση του εμπορικού δικτύου της σε ένα μεγαλύτερο κομμάτι της χώρας. Όπως λέει στο FNB Daily ο Κώστας Τοκαλής, εκ των ιδιοκτητών της οικογενειακής επιχείρησης από την Νέα Αγχιάλο Μαγνησίας, ένα από τα κέρδη της κίνησης αυτής ήταν η είσοδος πριν από έναν χρόνο στην αγορά της Ρόδου, όπου πλέον έχει αρκετά ισχυρή παρουσία. "Ήταν κάτι που προέκυψε μετά την άφιξή μας στην Αθήνα και θεωρώ ότι μας άνοιξε καινούργιες δυνατότητες", σημειώνει, προσθέτοντας ότι εταιρεία τόσο στην πρωτεύουσα, όσο και στις κεντρικές εγκαταστάσεις της στην Μαγνησία ακολουθεί τη λογική της συνεργασίας με χονδρεμπόρους οι οποίοι στη συνέχεια τροφοδοτούν τα τελικά σημεία.

ΣΥΝΕΡΓΑΣΙΑ ΜΕ ΒΙΟΛΟΓΙΚΟ ΧΩΡΙΟ

Πέρα από τις κάβες, η εταιρεία έχει παρουσία με το βιολογικό της τσίπουρο σε αρκετές μικρές τοπικές αλυσίδες αλλά και στο Βιολογικό Χωριό, δεδομένου ότι, όπως τονίζει ο συνομιλητής μας, πρόκειται για ένα από τα ελάχιστα με επίσημη πιστοποίηση ως τέτοιο (από Biohellas το 2004). Ένα δεύτερο στοιχείο διαφοροποίησης, αναφέρει, είναι η διπλή απόσταση που τονίζεται και στην ετικέ-

τα του. Συνολικά η Αποσταγματοποιία Τοκαλή έχει παρουσία σε 60 σημεία λιανικής και σε αρκετά περισσότερα σημεία εστίασης ενώ γεωγραφικά, πέρα από το νομό Μαγνησίας και την Ρόδο που προαναφέρθηκε, τοποθετείται σε Λαμία, Σποράδες Αττική, Μεσσηνία, Αργολίδα και αυτό το διάστημα χτίζει την παρουσία της στην Κορινθία.

ΕΤΟΙΜΑΖΕΙ ΠΑΛΑΙΩΜΕΝΟ ΤΣΙΠΟΥΡΟ

Το 2025, όπως αναφέρει ο κ. Τοκαλής, η εταιρεία έτρεξε με 5%-6%, ρυθμός τον οποίο με δεδομένη την κατάσταση στην αγορά, ο ίδιος θεωρεί τουλάχιστον ικανοποιητικό, ενώ στα σχέδια της επιχείρησης είναι να λανσάρει μέσα στα επόμενα χρόνια και παλαιωμένο τσίπουρο, ένα προϊόν με ιδιαίτερη δυναμική. Πρόσφατα, έχοντας προχωρήσει στην αναδιάρθρωση των αμπελώνων της η οικογένεια προχώρησε στην αγορά μιας καινούργιας τρυγητικής μηχανής αξίας €100 χιλ. Από τους αμπελώνες αυτούς που εκτείνονται σε 400 στρέμματα και καλλιεργούνται βιολογικά και με πληθώρα ποικιλιών προέρχεται η πρώτη ύλη (Ροδίτης, Μαλαγουζιά, Μοσχάτο Αμβούργου, Μοσχάτο Σάμου, Chardonnay, Merlot, Syrah κ.α.) για τα τσίπουρά αλλά και για τα κρασιά που παράγει.

Γιάννης Τσατσάκης
yannis@notice.gr



• **ΜΑΣΟΥΤΗΣ**
ΝΕΑ ΚΑΜΠΑΝΙΑ
ΜΕ ΤΙΤΛΟ
"ΣΠΑΜΕ ΤΙΣ ΤΙΜΕΣ!
ΜΟΝΟ
ΣΤΟΝ ΜΑΣΟΥΤΗ!"

Η Διαμαντής Μασούτης Α.Ε., γιορτάζει 50 χρόνια δυναμικής παρουσίας και προσφοράς και εγκαινιάζει μια νέα, ξεχωριστή καμπάνια με τίτλο: "Σπάμε τις τιμές! Μόνο στον Μασούτη!"

Η καμπάνια ξεκίνησε το Σάββατο 14 Φεβρουαρίου και θα υλοποιείται κάθε Σάββατο, για συνολικά 50 συνεχόμενες εβδομάδες, στο πλαίσιο του εορτασμού των 50 χρόνων της εταιρείας. Όπως αναφέρεται στην ανακοίνωση, "κάθε Σάββατο, για 50 συνεχόμενες εβδομάδες, ένα αγαπημένο προϊόν επιλέγεται και προσφέρεται σε πραγματικά 'σπασμένη' τιμή, προσφέροντας ουσιαστικό όφελος στους καταναλωτές".

Η προσφορά ισχύει σε όλα τα super market Μασούτης, καθώς και στο ηλεκτρονικό κατάστημα masoutis.gr, δίνοντας τη δυνατότητα σε όλους να αποκτήσουν το προϊόν της εβδομάδας εύκολα και άμεσα.

Με την ενέργεια αυτή, καταλήγει η ανακοίνωση, "η Διαμαντής Μασούτης Α.Ε. συνεχίζει δυναμικά να στηρίζει την ελληνική οικογένεια, συνδυάζοντας ποιότητα, ποικιλία και ανταγωνιστικές τιμές, με νέες ευκαιρίες εξοικονόμησης κάθε εβδομάδα, για συνολικά 50 συνεχόμενες εβδομάδες".

• ΔΡΥΑΣ

ΜΕΣΗ ΑΝΑΠΤΥΞΗ 15% ΤΗΝ ΤΕΛΕΥΤΑΙΑ ΔΕΚΑΕΤΙΑ - ΣΤΑ ΠΛΑΝΑ ΤΡΙΕΤΙΑΣ ΣΗΜΕΙΟ ΛΙΑΝΙΚΗΣ ΣΕ ΝΗΣΙ

Με αύξηση των πωλήσεων κατά 3%-4% εκτιμάται ότι έκλεισε το 2025 για την ελληνική εταιρεία παραγωγής τρούφας, Δρύας, επίδοση η οποία σύμφωνα με τη διοίκηση θεωρείται ικανοποιητική, δεδομένων των αρχικών προβλέψεων που έκαναν λόγο για πιθανή κάμψη.

Οι βασικές πιέσεις στην κερδοφορία προέρχονται από το αυξημένο ενεργειακό κόστος και τις μεταφορές. Η γεωγραφική θέση της επιχείρησης στην Βέροια εντείνει το μεταφορικό κόστος, ιδιαίτερα για τις εξαγωγικές δραστηριότητες. Η διανομή σε αγορές του εξωτερικού απαιτεί αυξημένες δαπάνες logistics, στοιχείο που επηρεάζει το τελικό περιθώριο κέρδους.

ΕΞΑΓΩΓΙΚΟΣ ΠΡΟΣΑΝΑΤΟΛΙΣΜΟΣ

Πάντως, όπως αναφέρει στο Fnb Daily ο ιδιοκτήτης της εταιρείας, Γιώργος Μεντιρογλου, η εταιρεία έχει καταγράψει μέση ετήσια ανάπτυξη της τάξης του 15% από το 2015 έως σήμερα.

Η Δρύας έχει έντονη εξαγωγική δραστηριότητα, με παρουσία σε ευρωπαϊκές και ασιατικές αγορές - μεταξύ άλλων σε Ταϊβάν και Σιγκαπούρη - καθώς και στις Ηνωμένες Πολιτείες. Παρότι η διεθνής ζήτηση για προϊόντα τρούφας είναι υψηλή, η εταιρεία επισημαίνει ότι η ανταγωνιστικότητα των ελληνικών brands παραμένει περιορισμένη. Σύμφωνα με τη διοίκηση, στις διεθνείς αγορές η τρούφα συνδέεται σχεδόν αποκλειστικά με την Ιταλία, παρότι σημαντικές ποσότητες πρώτης ύλης προέρχονται από την Ελλάδα και εξαγονται στη συνέχεια ως ιταλικό



κό προϊόν. Ο ανταγωνισμός εντοπίζεται κυρίως σε ιταλικές επιχειρήσεις, οι οποίες διαθέτουν ισχυρό πλεονέκτημα σε επίπεδο branding και marketing.

ΕΜΠΟΡΙΚΗ ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΗ

Η εμπορική στρατηγική της εταιρείας εστιάζει αποκλειστικά σε δίκτυα HoReCa και εξειδικευμένη λιανική, όπως εστιατόρια, ξενοδοχεία και delicatessen. Η διοίκηση ξεκαθαρίζει ότι δεν εξετάζει τη διείσδυση σε αλυσίδες super market, καθώς θεωρεί ότι η φύση και ο χαρακτήρας των προϊόντων δεν συνάδουν με τη μαζική διανομή. Παράλληλα, στα μεσοπρόθεσμα σχέδια περιλαμβάνεται η δημιουργία σημείου λιανικής σε νησιωτικό προορισμό εντός της επόμενης τριετίας, με στόχο την ενίσχυση της παρουσίας σε αγορές υψηλής τουριστικής κατανάλωσης. Μεταξύ των περιοχών που εξετάζονται είναι η Πάρος, η Σαντορίνη, η Ρόδος και η Κρήτη.

ΠΡΟΟΠΤΙΚΕΣ

Η διοίκηση δεν θέτει συγκεκριμένους ποσοτικούς στόχους για την επόμενη περίοδο, επιδιώκει ωστόσο περαιτέρω ενίσχυση

της διεθνούς της παρουσίας. Η βασική πρόκληση παραμένει η ενδυνάμωση της αξιοπιστίας και της αναγνωρισιμότητας του ελληνικού προϊόντος στο εξωτερικό, σε μια αγορά όπου η ιταλική ταυτότητα κυριαρχεί επικοινωνιακά.

Με σταθερή, διψήφια ανάπτυξη την τελευταία δεκαετία και περιορισμένη αλλά ποιοτικά ελεγχόμενη παραγωγή, η Δρύας επιχειρεί να εδραιώσει τη θέση της στον κλάδο των premium προϊόντων τρούφας, επενδύοντας στην εξωστρέφεια και στη διαφοροποίηση.

ΠΡΟΦΙΛ

Η Δρύας αποτελεί μία από τις πρώτες οργανωμένες ελληνικές προσπάθειες καλλιέργειας και μεταποίησης τρούφας. Ο κ. Μεντιρογλου ανέφερε πως ξεκίνησε το 2008 την καλλιέργεια τρούφας, σε μια περίοδο κατά την οποία η συγκεκριμένη δραστηριότητα ήταν ουσιαστικά ανύπαρκτη στην Ελλάδα σε οργανωμένη μορφή.

Η κατοχυρωμένη ανάπτυξη της επιχείρησης ξεκίνησε το 2015, όταν η εταιρεία προχώρησε στη δημιουργία δικής της γκάμας προϊόντων. Σήμερα, το χαρτοφυλάκιό της περιλαμβάνει περισσότερους από 70 κωδικούς, που εκτείνονται από έλαια τρούφας και σάλτσες έως ολόκληρες τρούφες και έτοιμα γεύματα. Η παραγωγή παραμένει περιορισμένης κλίμακας, με έμφαση στον σπιτικό χαρακτήρα των προϊόντων και στη διατήρηση ποιοτικών προδιαγραφών.

Μάριος Δελατόλας
marios@notice.gr

• ΥΠΟΥΡΓΕΙΟ ΑΓΡΟΤΙΚΗΣ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ & ΤΡΟΦΙΜΩΝ

ΣΤΟ ΤΡΑΠΕΖΙ ΕΚΤΑΚΤΗ ΑΠΟΖΗΜΙΩΣΗ ΓΙΑ ΤΟ ΕΛΛΗΝΙΚΟ ΡΥΖΙ

Συνάντηση εργασίας πραγματοποιήθηκε μεταξύ της πολιτικής ηγεσίας του Υπουργείου Αγροτικής Ανάπτυξης και Τροφίμων και του Διοικητικού Συμβουλίου της Εθνικής Διεπαγγελματικής Οργάνωσης Ελληνικού Ρυζιού (ΕΔΟΡΕΛ), με αντικείμενο τα κρίσιμα ζητήματα που αντιμετωπίζει ο κλάδος της ορυζοκαλλιέργειας.

ΠΟΙΑ ΖΗΤΗΜΑΤΑ ΕΞΕΤΑΣΤΗΚΑΝ

Κατά τη διάρκεια της συνάντησης εξετάστηκαν αναλυτικά τα προβλήματα που επηρεάζουν την παραγωγή ρυζιού στη χώρα, με τους εκπροσώπους του κλάδου να επι-

σημαίνουν τη δυσμενή οικονομική συγκυρία και τις πιέσεις που δέχονται οι παραγωγοί. Όπως υπογραμμίστηκε, οι υφιστάμενες συνθήκες δημιουργούν σοβαρούς κινδύνους βιωσιμότητας για τον τομέα, καθιστώντας αναγκαία τη λήψη άμεσων μέτρων στήριξης.

Ο Υπουργός Κώστας Τσιάρας εμφανίστηκε θετικός στο ενδεχόμενο χορήγησης έκτακτης οικονομικής ενίσχυσης (de minimis) προς τους ορυζοπαραγωγούς, αναγνωρίζοντας τη δυσκολία της τρέχουσας περιόδου, σύμφωνα με την ανακοίνωση της ΕΔΟΡΕΛ. Το ύψος της ενίσχυσης ανά στρέμμα ανα-



Κώστας Τσιάρας, Υπουργός Αγροτικής Ανάπτυξης και Τροφίμων

μένεται να οριστικοποιηθεί το προσεχές διάστημα, με βάση τα διαθέσιμα δημοσιονομικά περιθώρια.

• **ΙΟΝΙΚΙ**
ΕΚΔΗΛΩΣΗ ΓΙΑ ΤΗ ΣΥΜΠΛΗΡΩΣΗ 35 ΕΤΩΝ
ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΑΣ ΤΗΣ

Εταιρική εκδήλωση με τη συμμετοχή εργαζομένων από την Θεσσαλονίκη, την Αθήνα και την Κρήτη διοργάνωσε η Ιονική στις 7 Φεβρουαρίου με αφορμή τη συμπλήρωση 35 ετών λειτουργίας της. Η πρωτοβουλία είχε επετειακό χαρακτήρα και στόχευε στην ανάδειξη της εταιρικής διαδρομής και της συμβολής του ανθρώπινου δυναμικού στην ανάπτυξη της επιχείρησης.

Κεντρικό μήνυμα της εκδήλωσης ήταν το “Ζυμώνουμε το αύριο”, το οποίο πλαισίωσε το σύνολο των δράσεων της ημέρας. Η διοίκηση ανέδειξε τη σημασία της συλλογικής προσπάθειας, της συνεργασίας και της συνέπειας που χαρακτηρίζουν τη λειτουργία της εταιρείας διαχρονικά, δίνοντας έμφαση στη συνέχεια και τη μελλοντική της πορεία.

ΤΟ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ

Στο πρόγραμμα περιλαμβάνόταν, μεταξύ άλλων, η καθιερωμένη κοπή της βασιλόπιτας, καθώς και η προσφορά 35 επετειακών



Γιώργος
Πορτοκαλίδης,
CEO, Ιονική

δώρων προς εργαζομένους, ως συμβολική αναγνώριση της συνεισφοράς τους. Η εκδήλωση λειτούργησε ως ευκαιρία ενίσχυσης της εσωτερικής συνοχής και επαναδιατύπωσης των βασικών αξιών που διέπουν την εταιρική ταυτότητα της Ιονική.

Με την ολοκλήρωση 35 ετών παρουσίας, η εταιρεία δηλώνει ότι παραμένει προσανατολισμένη στην επένδυση στο ανθρώπινο δυναμικό της, το οποίο χαρακτηρίζει ως βασικό πυλώνα σταθερότητας και ανάπτυξης.

• **ΘΕΟΝΗ**
ΧΟΡΗΓΟΣ ΣΤΟ 1st ATHENS
GASTRONOMIC FORUM

Ως χορηγός στο 1st Athens Gastronomic Forum, το οποίο πραγματοποιήθηκε στις 9 και 10 Φεβρουαρίου 2026 στην Τεχνόπολη Δήμου Αθηναίων, συμμετείχε το Φυσικό Μεταλλικό Νερό Θεόνη.

Το 1st Athens Gastronomic Forum αποτέλεσε το πρώτο διεθνές συνέδριο γαστρονομίας στην Ελλάδα, συγκεντρώνοντας στην Αθήνα διακεκριμένους chef – μεταξύ αυτών και βραβευμένους με αστέρια Michelin – επαγγελματίες της εστίασης, εκπροσώπους των Μέσων ενημέρωσης και κοινό με έντονο ενδιαφέρον για τις σύγχρονες τάσεις στη γεύση και τη φιλοξενία.

ΠΟΥ ΕΠΙΚΕΝΤΡΩΘΗΚΑΝ
ΟΙ ΣΥΖΗΤΗΣΕΙΣ

Στο επίκεντρο των συζητήσεων βρέθηκαν οι καινοτόμες τεχνικές, η δημιουργικότητα στη σύγχρονη κουζίνα, αλλά και ο ρόλος της γαστρονομίας στη διαμόρφωση του τουριστικού προϊόντος και της συνολικής εμπειρίας φιλοξενίας.

Στον εκθεσιακό χώρο της διοργάνωσης, η Θεόνη ανέπτυξε το δικό της περίπτερο. Κατά τη διάρκεια του διημέρου, εξειδικευμένος water sommelier παρουσίασε την προέλευση, τη μεταλλική σύσταση και το αλκαλικό pH 8 του νερού.



BNB
DAILY

BUSINESS IN BRIEF

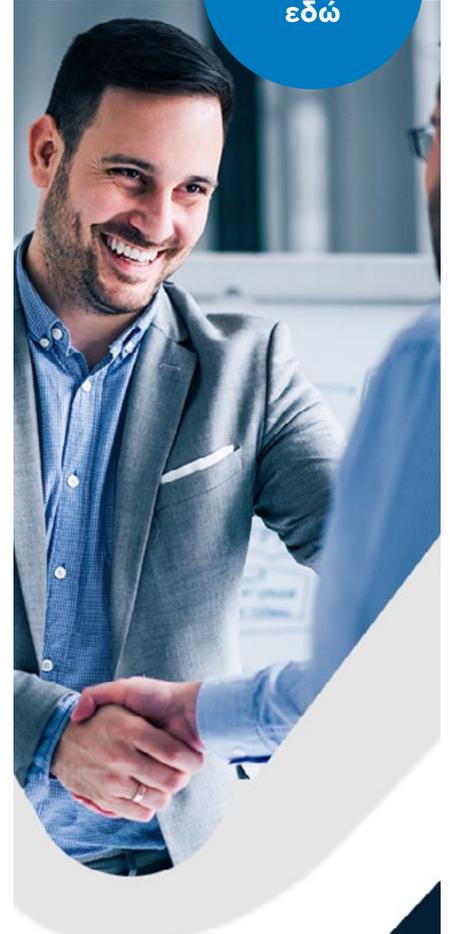
ΚΑΘΕ ΠΡΩΙ
ΣΤΟ EMAIL ΣΑΣ!

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

ΜΑΖΙ ΜΕ ΤΟ BNB DAILY:



Γίνε
συνδρομητής
εδώ



• **GEORGE LAFAZANIS WINERY**

ΕΠΕΚΤΑΣΗ ΑΜΠΕΛΩΝΩΝ ΚΑΙ ΕΙΣΟΔΟΣ ΣΤΟ ΒΙΟΛΟΓΙΚΟ ΚΡΑΣΙ - ΑΝΑΠΤΥΞΗ 5% ΤΟ 2025

Στην επέκταση των ιδιόκτητων αμπελώνων της προχωράει η George Lafazanis Winery, επενδύοντας παράλληλα σε περισσότερες γηγενείς ποικιλίες στις οποίες μάλιστα βλέπει σημαντική εξαγωγική προοπτική.

Όπως εξηγεί στο Fnb Daily ο Βασίλης Λαφαζάνης, τρίτη γενιά της οικογενειακής επιχείρησης και επικεφαλής οινολόγος, οι νέες αγορές αφορούν 15 στρέμματα στις περιοχές Κούτσι και Αχλαδιά Νεμέας όπου βρίσκονται οι αμπελώνες του κτήματος, με τη συνολική έκταση να ανέρχεται πλέον σε 115 στρέμματα. "Έχουμε επιλέξει να επενδύσουμε σε premium περιοχές που γνωρίζουμε ότι θα μας δώσουν μεν χαμηλότερες στρεμματικές αποδόσεις αλλά πιο ποιοτικό καρπό", υπογραμμίζει.

ΕΞΑΓΩΓΙΚΟ ΟΠΛΟ ΟΙ ΕΓΧΩΡΙΕΣ ΠΟΙΚΙΛΙΕΣ

Το επόμενο κύμα φυτεύσεων στην παραγωγική της βάση θα αφορά, μεταξύ άλλων, μαυροτράγανο και μαυροδάφνη, δύο κόκκινες ελληνικές ποικιλίες τις οποίες η οινοποιία πιστεύει πολύ. "Γενικά έχουμε πολύ ισχυρή πίστη στο εγχώριο αμπελουργικό δυναμικό. Αναζητούμε και προσπαθούμε να αναβιώσουμε ποικιλίες που είτε έχουν ξεχαστεί, είτε δεν ενδιαφέρονται πλέον γι' αυτές οι υπόλοιποι οινοποιοί. Θεωρούμε ότι είναι μια προσπάθεια που αξίζει τον κόπο και, επιπλέον, μπορεί να αξιοποιηθεί στις εξαγωγές", σημειώνει ο κ. Λαφαζάνης και προσθέτει: "Υπάρχει ένα τεράστιο κοινό εκεί έξω που ενδιαφέρεται για το ελληνικό κρασί και πιστεύω ότι είναι μονόδρομος σαν χώρα να απευθυνθούμε σε αυτό με τις δικές μας ποικιλίες".

ΣΥΖΗΤΗΣΕΙΣ ΜΕ ΚΙΝΑ ΓΙΑ ΤΟ ΑΦΡΩΔΕΣ

Η εξωστρέφεια είναι ένα σημείο στο οποίο η οικογένεια Λαφαζάνη δίνει πλέον μεγάλη έμφαση. "Νομίζω ότι είμαστε ένα οινοποιείο που μπορεί να υποστηρίξει τους όγκους, την ποιότητα και τη συνέπεια που απαιτεί μια σοβαρή εξαγωγική στρατηγική", τονίζει. Για την ώρα, οι εξαγωγές του οινοποιείου υπολείπονται του 10% του τζίρου της, ωστόσο ο στόχος είναι να ανέβουν πολύ ψηλότερα τα επόμενα χρόνια. "Προσπαθούμε είτε με δικές μας ενέργειες, είτε μέσα από τη συμμετοχή μας σε προγράμματα προώθησης, να ενισχύσουμε αυτό το κομμάτι, έχοντας ως στόχο κυρίως την ευρωπαϊκή αγορά", σημειώνει ο κ.



Βασίλης Λαφαζάνης, Επικεφαλής Οινολόγος, George Lafazanis Winery

Λαφαζάνης. Όπως αποκαλύπτει ο ίδιος, αυτό το διάστημα βρίσκονται σε εξέλιξη συζητήσεις για είσοδο στην αγορά της Κίνας με όχημα το αφρώδες κρασί της οινοποιίας για το οποίο εκδηλώθηκε έντονο ενδιαφέρον.

ΕΝΙΣΧΥΣΗ ΠΑΡΟΥΣΙΑΣ ΣΤΑ SUPER MARKET

Ένας δεύτερος στόχος είναι η ενίσχυση της παρουσίας στο κανάλι της λιανικής και δη στις μεγάλες αλυσίδες super market. "Μέχρι στιγμής έχουμε παρουσία, μεταξύ άλλων, σε Κρητικό, Γαλαξία, Market In, Ok! Market και Βιολογικό Χωριό. Οι επόμενοι στόχοι είναι ο Σκλαβενίτης και ο Μασούτης. Εκτιμώ ότι στο κομμάτι των super market παίζει σημαντικό ρόλο το timing αλλά και η τοποθέτηση με προϊόντα που θα δώσουν υπεραξία στο καταναλωτικό κοινό", εξηγεί. Το 70% του κύκλου εργασιών εξακολουθεί να προέρχεται από το κανάλι του HoReCa όπου, μέσω συνεργατών, το οινοποιείο έχει καταφέρει να έχει παρουσία στο μεγαλύτερο μέρος της χώρας.

ΕΠΕΝΔΥΣΗ ΣΤΟΝ ΟΙΝΟΤΟΥΡΙΣΜΟ

Το 2025 ολοκληρώθηκε με αύξηση 5% στην αξία πωλήσεων, επίδοση που, για τα δεδομένα της αγοράς ο κ. Λαφαζάνης κρίνει αρ-

κετά ικανοποιητική. Εξάλλου, στο πλαίσιο της περαιτέρω ανάπτυξης στο σκέλος του οινοτουρισμού, στις εγκαταστάσεις του οινοποιείου δημιουργείται ένας καινούργιος χώρος με αίθουσα γευσιγνωσίας, μπαρ αλλά και μουσειακό χώρο αφιερωμένο στην ιστορία και την κουλτούρα του κρασιού. Στα πλαίσια της οινοποιίας για το άμεσο μέλλον είναι επίσης η κατασκευή ενός μικρού logistics center με μεγαλύτερους αποθηκευτικούς χώρους για έτοιμα προϊόντα αλλά και αναλώσιμα.

ΤΟ ΣΚΕΦΤΕΤΑΙ ΓΙΑ ΚΡΑΣΙ ΜΕ ΧΑΜΗΛΟ ΑΛΚΟΟΛ

Το κρασί με χαμηλή περιεκτικότητα αλκοόλ είναι μια τάση που παρακολουθεί με ενδιαφέρον η Οινοποιία Λαφαζάνη, χωρίς ακόμα να έχει προχωρήσει στην κυκλοφορία μιας ετικέτας στην κατηγορία αυτή. Εξάλλου, πρόσφατα μπήκε και στην κατηγορία του βιολογικού καθώς πιστοποίησε ως τέτοιους το σύνολο των αμπελώνων της. "Αυτό μας έδωσε την δυνατότητα να τοποθετήσουμε τη βιολογική πιστοποίηση σε πέντε ετικέτες μας", αναφέρει ο κ. Λαφαζάνης.

Γιάννης Τσατσάκης
yannis@notice.gr

• **CARREFOUR**

ΣΕ ΑΠΟΚΛΕΙΣΤΙΚΕΣ ΔΙΑΠΡΑΓΜΑΤΕΥΣΕΙΣ ΓΙΑ ΤΗΝ ΠΩΛΗΣΗ ΤΗΣ ΘΥΓΑΤΡΙΚΗΣ ΣΤΗΝ ΡΟΥΜΑΝΙΑ

Σε αποκλειστικές διαπραγματεύσεις με την Paval Holding για την πώληση των δραστηριοτήτων της στην Ρουμανία εισήλθε η Carrefour. Η κίνηση εντάσσεται στο πλαίσιο στρατηγικής αναθεώρησης (strategic review) της συγκεκριμένης δραστηριότητας, η οποία ξεκίνησε από την Carrefour στις αρχές του 2025.

Η συναλλαγή βασίζεται σε επιχειρηματική αξία (enterprise value) ύψους €823 εκατ. Η συμφωνία τελεί υπό την αίρεση των συνήθων ρυθμιστικών εγκρίσεων και αναμένεται να ολοκληρωθεί κατά το β' εξάμηνο του 2026.

ΑΝΑΘΕΩΡΗΣΗ ΧΑΡΤΟΦΥΛΑΚΙΟΥ

Ο Alexandre Bompard, Πρόεδρος και Διευθύνων σύμβουλος της Carrefour, δήλωσε: "Η πώληση της Carrefour Ρουμανίας επιβεβαιώνει τη σημαντική πρόοδο της αναθεώρησης χαρτοφυλακίου (portfolio



review) που ξεκίνησε το 2025. Μετά τις σημαντικές συναλλαγές που ολοκληρώθηκαν τους τελευταίους δώδεκα μήνες — ιδίως την εξαγορά των μειοψηφικών συμμετοχών στην Carrefour Brazil και την πώληση

της Carrefour Italy — ο όμιλος συνεχίζει τον μετασχηματισμό του και την αναδιάρθρωση με έμφαση στις τρεις βασικές του χώρες." Η Paval Holding αποτελεί το επενδυτικό όχημα της οικογένειας Paval, η οποία κατέχει την αλυσίδα ειδών DIY Dedeman — μία από τις μεγαλύτερες επιχειρηματικές επιτυχίες της χώρας.

Η ΠΑΡΟΥΣΙΑ ΣΤΗΝ ΡΟΥΜΑΝΙΑ

Η Carrefour Ρουμανίας λειτουργεί ένα πολυκαναλικό/πολυμορφικό δίκτυο (multi-format network) περίπου 478 καταστημάτων στη χώρα, εκ των οποίων 55 hypermarkets, 191 super market, 202 καταστήματα ευκολίας (convenience stores) και 30 καταστήματα εκπτώτικου τύπου (discount stores). Κατέγραψε ακαθάριστες πωλήσεις (gross sales) ύψους €3,2 δισ. το 2024 και το 2025, που αντιστοιχούν περίπου στο 3,5% των συνολικών πωλήσεων του Ομίλου.

• Debrief •

ΟΠΩΣ ΑΜΕΡΙΚΗ; ΟΥΤΕ ΓΙΑ ΑΣΤΕΙΟ!

Τα έχουμε... χώσει αρκετές φορές στην Ευρώπη; Τα έχουμε. Υπάρχει περίπτωση να έχουμε εγγραφεί στα κατάστιχα με τους αντιευρωπαϊστές από κάποιους αναγνώστες; Υπάρχει. Ανήκουμε πραγματικά σε αυτή την κατηγορία ή απλά εντοπίζουμε τα κακώς κείμενα, μπας και διορθωθούν; Σας διαβεβαιώνουμε ισχύει το δεύτερο. Γι' αυτό και σήμερα θα αποθεώσουμε μια ευρωπαϊκή κατάκτηση. Μια κατάκτηση που δείχνει γιατί με παρά τις πολλές αδυναμίες της, η Γηραιά Ήπειρος παραμένει το καλύτερο μέρος να ζεις.

Αφορμή ο θάνατος του James Van Der Beek, πρωταγωνιστή της δημοφιλούς σειράς Dawson's Creek, κάπου προς τα τέλη των '90s. Ο ηθοποιός πάλευε με τον καρκίνο τα τελευταία χρόνια και σύμφωνα με διεθνή ΜΜΕ μετά τον θάνατό του ξεκίνησε μια εκστρατεία συγκέντρωσης χρημάτων, καθώς οι ιατρικοί λογαριασμοί εξάντλησαν τους πόρους της οικογένειας.

Ο εκλιπών δεν ήταν κάποιος super star του Χόλιγουντ, από αυτούς που για κάθε ταινία πληρώνονται 20 ή 30 εκατομμύρια δολάρια. Ήταν, όμως, ένα γνωστό πρόσωπο και το Dawson's Creek είχε παγκόσμια

απήχηση. Γράφονται διάφορα για την κακή συμφωνία που είχε κάνει ως νεαρός ηθοποιός για τα δικαιώματα επανάληψης της σειράς, αλλά και πάλι μικρή σημασία έχει κάτι τέτοιο. Έστω για μια σύντομη περίοδο ήταν star, παγκόσμια αναγνωρίσιμος. Δεν μπορεί να μην είχε κάποια σημαντικά έσοδα. Κι όμως, όταν αργότερα βρέθηκε αντιμέτωπος με ένα σοβαρό πρόβλημα υγείας τα πάντα εξανεμίστηκαν.

Δεν ήταν, λοιπόν, ο μέσος Αμερικανός. Ποια, λοιπόν, είναι η "τύχη" ενός απλού ανειδίκευτου εργάτη στις ΗΠΑ σε αυτές τις περιπτώσεις; "Στην Αμερική αν αρρωστήσεις και δεν έχεις λεφτά, την πάτησες", μου είχε πει σε ανύποπτο χρόνο φίλος που έχει γνώση της χώρας. Άνθρωπος, μάλιστα, ο οποίος είναι φανατικός υποστηρικτής της ελεύθερης οικονομίας, της επιχειρηματικότητας χωρίς ασφυκτικούς ρυθμιστικούς ελέγχους κ.λπ. Κι όμως, και αυτός, όπως κάθε λογικός άνθρωπος, εντοπίζει στο σύστημα υγείας των ΗΠΑ ένα τεράστιο πρόβλημα που εξουθενώνει τους μη έχοντες πολλά, πολλά, πολλά, όμως, χρήματα.

Στην Ευρώπη γκρινιάζουμε για πολλά. Και καλά κάνουμε. Οφείλουμε να αναγνωρί-

σουμε, όμως, ότι αν αρρωστήσεις, δεν... πας σαν το σκυλί στο αμπέλι. Ούτε όσοι μένουν πίσω, στην περίπτωση που τα πράγματα δεν εξελιχθούν καλά, βρίσκονται καταχρεωμένοι. Μπορεί να θεωρούμε κάτι τέτοιο δεδομένο, αλλά δεν είναι. Η Ευρώπη — και μαζί η Ελλάδα — έχουν δημιουργήσει δίκτυ ασφαλείας σε τέτοιες περιπτώσεις. Η Δημόσια Υγεία είναι Δημόσια και αφορά όλους, έχοντες και μη.

Πρόκειται για τεράστια κατάκτηση, που πρέπει να διαφυλάξουμε ως κόρη οφθαλμού. Αν το δούμε ανθρωπιστικά, δεν χρειάζεται επιχειρηματολογία. Αλλά και σκληρά, ωφελιμιστικά, αν το δει κανείς, έτσι πρέπει να γίνεται. Τα κράτη που προσφέρουν περίθαλψη στους πολίτες τους, είναι κράτη που εξασφαλίζουν κοινωνική συνοχή. Και η κοινωνική συνοχή είναι προαπαιτούμενο για να πας μπροστά.

Στο συγκεκριμένο πεδίο, λοιπόν, ψηφίζουμε Ευρώπη και Ελλάδα και με τα δύο χέρια. Το αμερικανικό παράδειγμα, δεν το θέλουμε. Ούτε για αστείο...

Γιάννης Παλιούρης
giannis@notice.gr

• PEPSICO HELLAS
**ΣΤΟ 12% Η ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΤΟΥ HORECA ΤΟ 2025
- ΕΠΙΔΙΩΚΕΙ ΑΥΞΗΣΗ ΜΕΡΙΔΙΟΥ**

Ανάπτυξη της τάξης του 12% για το 2025 στο κανάλι εστίασης και ξενοδοχείων εκτιμά ότι κατέγραψε η PepsiCo Hellas, σε μια περίοδο κατά την οποία η αγορά εκτός οικίας εμφανίζει σημάδια σταθεροποίησης, με διαφοροποιήσεις ανά κατηγορία προϊόντων.

Η ΠΑΡΟΥΣΙΑ ΣΤΗΝ ΑΓΟΡΑ

Σύμφωνα με πηγές κοντά στην εταιρεία η PepsiCo διατηρεί σημαντική παρουσία στην κατηγορία των αλμυρών σνακ, όπου κατέχει την πρώτη θέση σε μερίδιο αγοράς. Στα ανθρακούχα αναψυκτικά, και ειδικότερα στην κατηγορία τύπου cola, καθώς και στις γεύσεις πορτοκα-

λάδας και λεμονάδας, η εταιρεία επιδιώκει αύξηση του μεριδίου της, σε μια αγορά με έντονο ανταγωνισμό και ισχυρούς διεθνείς και εγχώριους παίκτες. Η προσπάθεια εστιάζει κυρίως στη διεύρυνση της διανομής και στην ενίσχυση της παρουσίας σε σημεία μαζικής εστίασης,

ΣΥΝΕΧΙΖΕΙ ΤΗ ΣΥΝΕΡΓΑΣΙΑ ΜΕ ΤΗΝ ΕΨΑ

Σε επίπεδο παραγωγής, η συνεργασία με την ΕΨΑ συνεχίζεται, χωρίς να έχουν ανακοινωθεί άμεσες αλλαγές. Υπενθυμίζεται ότι η PepsiCo έχει συνεργασία με την ελληνική βιομηχανία αναψυκτικών στις εγκαταστάσεις της οποίας παρά-



γεται η ΗΒΗ. Το ενδεχόμενο μεταφοράς δραστηριοτήτων στις εγκαταστάσεις στο Λουτράκι παραμένει σε στάδιο σχεδιασμού, χωρίς συγκεκριμένο χρονοδιάγραμμα υλοποίησης. Αξίζει να αναφερθεί ότι η εταιρεία συμπληρώνει φέτος 100 χρόνια παρουσίας στην ελληνική αγορά.

Στέλλα Αυγουστάκη
stella@notice.gr

Business Maker

ΓΑΛΟΠΟΥΛΑ: Ο ΜΕΓΑΛΟΣ ΠΟΝΟΚΕΦΑΛΟΣ ΤΗΣ ΑΛΛΑΝΤΟΒΙΟΜΗΧΑΝΙΑΣ

Η πίεση στην αγορά αλλαντικών δεν έρχεται από τη ζήτηση. Έρχεται από το κόστος. Και ειδικά από τη γαλοπούλα, η οποία εξελίσσεται σε... ανοικτή πληγή. Πηγές της αγοράς μιλούν για υπερδιπλασιασμό της τιμής της πρώτης ύλης. Από τα €4 το κιλό, στα €8, και παραμένει εκεί... ψηλά. Το πρόβλημα είναι μεγάλο. Και αυτό, γιατί τα αλλαντικά γαλοπούλας αντιστοιχούν περίπου στο 50% της κατανάλωσης αλλαντικών στην Ελλάδα. Δεν είναι niche προϊόν. Είναι βασικό. Κι όταν το βασικό ακριβαί-

νει τόσο, το σύστημα αρχίζει να βιώνει κραδασμούς. Οι μεγάλες αλλαντοβιομηχανίες, όπως λένε οι ίδιες πηγές, επιλέγουν να μην περάσουν όλο το κόστος στον καταναλωτή. Αντίθετα, επιδοτούν τη γαλοπούλα από άλλους κωδικούς. Προσφορές, εσωτερικές μεταφορές κόστους, συμπίεση περιθωρίων είναι μερικές από τις κινήσεις, που επιστρατεύουν.

Το στοίχημα είναι η ισορροπία. Να μη γίνουν τα προϊόντα απλησίαστα. Να μη χαθεί όγκος. Και να παραμείνει ο καταναλωτής στο ράφι. Η

ελπίδα όλων είναι μία: Να υποχωρήσει η τιμή της πρώτης ύλης. Γιατί, την ίδια ώρα, αυξάνονται οι μισθοί, ενώ το ενεργειακό κόστος παραμένει ψηλά καθιστώντας την προσπάθεια απορρόφησης του κόστους εξαιρετικά απαιτητική υπόθεση.

Το ερώτημα πλέον είναι για πόσο μπορεί να την απορροφούν. Γιατί όταν η πρώτη ύλη μένει τόσο ψηλά για τόσο καιρό, κάποια στιγμή ο λογαριασμός εμφανίζεται.

Και, τότε, οι επιλογές στενεύουν....

QUIZ: ΠΟΙΟΣ MANAGER ΕΠΙΧΕΙΡΕΙ ΔΥΝΑΜΙΚΟ COMEBACK ΣΤΑ ΤΡΟΦΙΜΑ ΚΑΙ ΠΟΤΑ

Πάτησε... pause για τρία χρόνια στα σχέδια, που είχε δρομολογήσει, και τώρα επιστρέφει δυναμικά. Και αυτό γιατί ήθελε να δοκιμάσει κάτι καινούριο. Πείστηκε ότι μπορούσε να προσφέρει, ευρύτερα για το κοινό καλό. Οι προσδοκίες αποδείχθηκαν φρούδες. Η πραγματικότητα τον προσγέωσε απότομα, και αναγκάστηκε να αποχωρήσει. Οι δυσκολίες, ωστόσο, που συνάντησε δεν τον πτόησαν. Αντίθετα, φαίνεται ότι τον έκαναν πιο δυνατό. Και πιο σοφό. Λειτουργήσαν ως περίοδος ωρίμανσης. "Ήταν διδακτικά χρόνια", φέρεται να λέει ο ίδιος σε ανθρώπους του περιβάλλοντός του, αποφεύγοντας να επεκταθεί περισσότερο. Το ενδιαφέρον είναι ότι, παρά την απόσταση που

κράτησε από την πρώτη γραμμή, το όνομά του δεν έφυγε ποτέ από το τραπέζι. Καλά πληροφορημένες πηγές αναφέρουν ότι το τελευταίο διάστημα δέχθηκε σειρά προτάσεων. Από συνεργασίες μέχρι προτάσεις για να αναλάβει ηγετικό ρόλο σε νέα projects, που σχεδιάζουν εδραιωμένες εταιρείες του κλάδου. Και, κάπου εκεί, φαίνεται ότι ήρθε η στιγμή της απόφασης. Σύμφωνα με τις ίδιες πηγές, ο έμπειρος manager αποφάσισε να αποδεχθεί την πρόταση για να ηγηθεί ενός επενδυτικού σχήματος, που τοποθετείται σε έναν από τους πιο δυναμικούς κλάδους της ελληνικής αγοράς τροφίμων και ποτών. Πρόκειται για ένα εγχείρημα με φιλοδοξίες και συγκεκριμένο σχέδιο ανάπτυξης,

που – εφόσον οι συνθήκες το επιτρέψουν – δεν αποκλείεται να φτάσει μέχρι και την Λεωφόρο Αθηνών. Καθοριστικό ρόλο, σύμφωνα με καλά πληροφορημένες πηγές, έπαιξε και ο επιχειρηματίας, που βρίσκεται πίσω από το εγχείρημα. Ένα πρόσωπο με έντονη δραστηριότητα τα τελευταία χρόνια, που αναζητούσε έναν άνθρωπο της αγοράς με εμπειρία και γνώση των ισορροπιών. Ο ίδιος, όταν ερωτάται σχετικά, κρατά χαμηλούς τόνους. "Είναι μια ωραία συνεργασία και έχει ενδιαφέρον", περιορίζεται να λέει σε συνομιλητές του. Πολύ σύντομα πάντως αναμένονται οι σχετικές ανακοινώσεις για την επιστροφή του, η οποία θα κάνει... αίσθηση. Μείνετε συντονισμένοι.

Business Insight

ΤΙ ΣΗΜΑΙΝΕΙ Η ΑΝΑΒΑΘΜΙΣΗ ΤΗΣ ΕΘΝΙΚΗΣ ΤΡΑΠΕΖΑΣ ΑΠΟ ΤΗΝ SCORE, Η ALLIANZ ΚΑΙ ΟΙ ΑΓΟΡΕΣ ΙΔΙΩΝ

Απόγευμα Παρασκευής, και μετά την... τραυματική εξέλιξη της συνεδρίασης, η **Score Ratings** αξιολόγησε την μακροπρόθεσμη ικανότητα της Εθνικής Τράπεζας σε **BBB+** με σταθερή προοπτική. Ο οίκος προσέδωσε την **υψηλότερη αξιολόγηση από το εγχώριο banking, μάλιστα την τοποθέτησε μία βαθμίδα πάνω από το αξιόχρεο της χώρας.**

[Πολλαπλά τα ενθαρρυντικά μηνύματα από την τοποθέτηση του γερμανικού οίκου.](#) Κατ' αρχήν το γεγονός πως **ανακοινώθηκε μετά το μίνι sell off που είχε προηγηθεί στο Χρηματιστήριο Αθηνών** - στο πλαίσιο ευρύτερου ξεπουλήματος assets χρηματιστηρίων του ευρώ-νότου (IBEX, MIB, e.t.c)- είναι από μόνο του θετικό. Είχε προηγηθεί το **-4,02% του Δείκτη Τραπεζών**, στις 2.633,13 μονάδες, **με τη μετοχή της Εθνικής να υποχωρεί 2,80% στα €14,56, με συναλλαγές 5,06 εκατ. τμχ.** Περίπου την ίδια ώρα ο EuroStoxx Banks υποχωρούσε κατά 3,22% στις 258,08 μονάδες.

Ο γερμανικός οίκος αναφέρεται σε μακροπρόθεσμη ικανότητα της Εθνικής, εδραία με ισχυρό ισολογισμό, ανθεκτική κερδοφορία και υψηλά κεφαλαιακά αποθέματα.

Η απόφαση της διοίκησης της Εθνικής να συνεργαστεί με τον οίκο συμβάλλει στην ενδυνάμωση και διαφοροποίηση του αξιολογικού προφίλ της, ενισχύοντας περαιτέρω τη θέση της τράπεζας στις ευρωπαϊκές κεφαλαιαγορές. Σημαντική λεπτομέρεια, η **Score Ratings GmbH** εί-

ναι ο μόνος ευρωπαϊκός οίκος αξιολόγησης, αναγνωρισμένος από την ΕΚΤ, με ό,τι αυτό μπορεί να σημαίνει ειδικά για την τράπεζα και ειδικά για την ελληνική οικονομία (σ.σ αφορά στο χρέος/κρατικά ομόλογα). Ως εγκεκριμένος ευρωπαϊκός οίκος για τις πράξεις αναχρηματοδότησης της ΕΚΤ, η **Score προσδίδει θεσμική βαρύτητα στο αξιολογικό αποτέλεσμα.** Η διαφοροποίηση του αξιολογικού προφίλ ενισχύει την αξιοπιστία της τράπεζας σε ένα ευρύτερο επενδυτικό κοινό και ενδυναμώνει τη θέση της στις ευρωπαϊκές κεφαλαιαγορές. Σε μια συγκυρία που **το εγχώριο banking επιδιώκει την περαιτέρω ενσωμάτωση στο ευρωπαϊκό χρηματοπιστωτικό οικοσύστημα,** η εξέλιξη αυτή αποκτά σαφή στρατηγική σημασία. Το πιθανότερο είναι πως, συν τω χρόνω θα επεκταθεί σε ευρύτερο μέρος του τραπεζικού συστήματος, έμμεσα της εθνικής οικονομίας.

Όπως σημείωνε παράγων του οικονομικού επιτελείου "...σ' ένα περιβάλλον αυξημένων μακροοικονομικών και γεωπολιτικών αβεβαιοτήτων, τα στοιχεία αυτά λειτουργούν ως βασικοί πυλώνες σταθερότητας, μειώνουν το προφίλ ρίσκου της τράπεζας, συνακόλουθα του συστημικού τραπεζικού", (σ.σ. εννοώντας και τις Eurobank, Πειραιώς, Alpha Bank). Ειδικότερα για την Εθνική, **το rating κατά μία κλίμακα υψηλότερα του αξιόχρεου της χώρας αναγνωρίζει στην τράπεζα χαρακτηριστικά ανθεκτικότητας** που υπερβαίνουν το sovereign risk.

Η αξιολόγηση της Score έρχεται σε μία συγκυρία που, εκτός συγκλονιστικού απρόοπτου **η διοίκηση Μυλωνά είναι κοντά στην ανακοίνωση της συμφωνίας συνεργασίας, με την επίσης γερμανική Allianz.**

Από τα σημαντικά της έκθεσης του οίκου, πάντα σύμφωνα με τον παράγοντα του οικονομικού επιτελείου, ο χαρακτήρας "μακροπρόθεσμου" ως προς την ικανότητα της τράπεζας, που **έμμεσα αντανάκλαται ευρύτερα στο χρηματοπιστωτικό σύστημα και το περιβάλλον της οικονομίας.** Προφανώς μία τράπεζα (και δη συστημική) αναπτύσσεται οργανικά, παράγει επαναλαμβανόμενη κερδοφορία, μεγαθύνεται όταν το ευρύτερο οικονομικό περιβάλλον είναι ανάλογο.

Σε αυτά που σημειώνονται σήμερα θα προσέθετα, όσον αφορά στην Εθνική, **το συνεχιζόμενο πρόγραμμα αγοράς ιδίων μετοχών.** Σύμφωνα με την τελευταία ανακοίνωση, **στο διάστημα 29/1- 5/2 αποκτήθηκαν συνολικά 276.000 κοινές μετοχές (στη μέση σταθμισμένη τιμή των €15,4061/μτχ., συνολικής αξίας €4.252.077.** Στα 12.381.755 το σύνολο των ιδίων που έχει αποκτηθεί (ήτοι το 1,35%) που προοπτικά πρόκειται να ακυρωθούν (ενισχύοντας την εσωτερική αξία/επί ωφέλεια των υφιστάμενων μετοχών). Ειδικότερα για το τελευταίο, θα αναφερθούμε εκτενέστερα σε επόμενο insight μας, καθώς εντάσσεται στην συνολικότερη πολιτική ανταμοιβής των μετόχων/επενδυτών.



REAL ESTATE DAILY SECRET

THE KEY TO PROPRIETARY INFORMATION

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

NOTICE
CONTENT & SERVICES

**ΚΑΝΤΕ
ΕΓΓΡΑΦΗ
ΕΔΩ**

SECRETRECIPE

Pickle Soda: Νέο mixer από την Three Cents

Ένα νέο και διαφορετικό από τα άλλα μίξερ ετοιμάζει η ομάδα της Three Cents. Πρόκειται για το Pickle Soda με άρωμα αγγουριού. Χρησιμοποιούν το οξικό οξύ (acetic acid), το οποίο είναι το κύριο συστατικό του ξυδιού, ως υποκατάστατο των συνθετισμένων οξέων. Επιπλέον, αποξηραμένο κόλιανδρο και άνηθο. Όλα αυτά δημιουργούν, όπως λένε οι εμπνευστές του, ένα πολύπλευρο γευστικά μίξερ, με νότες αγγουριού, μαζί με σέλινο. Το νέο προϊόν αναμένεται να κυκλοφορήσει τον Μάιο, με πρώτη αγορά - όπως πάντα - την ελληνική.



Editorial

10-50-40

Συζητάμε και γράφουμε εδώ και μήνες για το πόσο οι υψηλές τιμές στα προϊόντα οδηγούν σε αυξήσεις τιμών στην εστίαση και πόσο όλο αυτό επηρεάζει τις συνήθειες των καταναλωτών.

Και αναφέρομαι στο γεγονός ότι ένα κομμάτι του πληθυσμού έχει περιορίσει τις εξόδους από το σπίτι και τις έχει υποκαταστήσει με αγορές αλκοολούχων και άλλων προϊόντων από το super market, οδηγώντας έτσι σε υποκατάσταση του "βγαίνουμε έξω" από το "μένουμε σπίτι". Αυτό συνέβαλε και στην άνοδο των πωλήσεων σε άγκο στο οργανωμένο λιανεμπόριο.

"Άρα, σε κάθε περίπτωση, δεν αλλάζει κάτι. Κερδισμένοι είστε πάλι", είπα σε υψηλόβαθμο στέλεχος ηγέτιδας εταιρείας του κλάδου.

Για να μου απαντήσει: "Δεν είναι έτσι ακριβώς. Διότι, εδώ συμβαίνουν δύο πράγματα: Πρώτον, ο μισός τζίρος μας είναι από το Hogeca και θέλουμε να αυξήσουμε αυτή τη στάθμιση, διότι οι πωλήσεις εκεί έχουν υψηλότερα περιθώρια κέρδους και από εκεί μπορείς να δημιουργήσεις τις τάσεις για το σύνολο των καταναλωτών. Αυτό, όμως, μπορεί να συμβεί, όταν οι συνθήκες στην κατανάλωση είναι οι επιθυμητές. Διότι,

Δεύτερον, η ελληνική κοινωνία τα τελευταία χρόνια αποκτά όλο και περισσότερο χαρακτηριστικά της έντονης ταξικότητας των αντίστοιχων αγγλοσαξονικών. Και αυτό έχει άμεσες και φανερές επιπτώσεις στην κατανάλωση. Διότι, αυτή τη στιγμή, συμβαίνει το εξής: η αγορά είναι χωρισμένη στο 10-50-40. Δηλαδή, 10% των καταναλωτών είναι σε οικονομική κατάσταση να αγοράζουν ό,τι θέλουν - άρα και τα premium προϊόντα -, σε οποιαδήποτε τιμή, 50% μπορούν να αποκοούν βασικά αγαθά και κάποια προϊόντα της μεσαίας και φτηνής κατηγορίας, και το 40% αδυνατεί να αγοράσει κάτι παραπάνω από τα πολύ βασικά, ή ακόμα και αυτά.

Καταλαβαίνεις, λοιπόν, ότι όλη αυτή η κατάσταση μας προβληματίζει ιδιαίτερα, δεδομένου ότι, με αυτό τον τρόπο, περιορίζονται σημαντικά τα περιθώρια κέρδους μας, αφού υποχρεωνόμαστε να αναπροσαρμόζουμε διαρκώς την τιμολογιακή μας πολιτική".

Τόσο απλά.

Νεκτάριος Β. Νώτης
nectarios@notice.gr

SÖ POSH!

the trendletter

Κάθε Σάββατο στις 9.30

ΓΙΝΕ ΣΥΝΔΡΟΜΗΤΗΣ ΕΔΩ

#04 ΔΕΥΤΕΡΑ 16 ΦΕΒΡΟΥΑΡΙΟΥ 2026

**LOULIS FOOD
INGREDIENTS**

Νέο Soufflé Pancake
και έμφαση
στη σειρά μειγμάτων
Oh my!

JANNEC

Διευρυμένο
κωδικολόγιο
με έμφαση
στο non-alcohol

VROUBIS

Εμπλουτίζει
τα bfresh spiritiko,
feeju και έμφαση
στην feeju pro

AROSIS

Νέες ρυζογκοφρέτες
με γίγαντες
και φακές



Μεταδίδουν οι



Νεκτάριος
Β. Νώτης



Μάκης
Αποστόλου



Στέλλα
Αυγουστάκη



Γιάννης
Τσατσάκης



Μάριος
Δελατόλας

Με την αξιοπιστία της



NOTICE
CONTENT & SERVICES

BUSINESS LAB

Τεχνολογία, βιωσιμότητα και ψηφιακή στρατηγική στο επίκεντρο του κλάδου Φιλοξενίας

Η HORECA ανοίγει στο Business Lab έναν ουσιαστικό διάλογο για το μέλλον της φιλοξενίας, φέρνοντας στο ίδιο τραπέζι επαγγελματίες, επιχειρηματίες, ακαδημαϊκούς και στελέχη της αγοράς.

Σε συζήτηση που συμμετείχαν ο Σπύρος Κερκύρας, F&B Entrepreneur, ο Δρ. Σωτήρης Βαρελάς, Αναπληρωτής Καθηγητής Πανεπιστημίου Πειραιώς, ο Γιώργος Παπαδογούλας, Υποψήφιος Διδάκτορας Πα.Δ.Α. και F&B Consultant, και ο Γκίκας Ξενάκης, Chef στο Aleria Restaurant, αναδείχθηκαν οι μεγάλες προκλήσεις που αντιμετωπίζουν σήμερα οι επιχειρήσεις εστίασης, από τη διαχείριση κόστους και προσωπικού μέχρι τη σωστή αξιοποίηση της Τεχνητής Νοημοσύνης. Ιδιαίτερη αναφορά έγινε στα συνθέστερα λάθη των εστιατορίων, αλλά και στα θετικά στοιχεία της ελληνικής εστίασης που αποτελούν σταθερό πλεονέκτημα σε ένα διαρκώς μεταβαλλόμενο περιβάλλον.

AI & REVENUE MANAGEMENT

Στη συνέχεια, η συζήτηση μεταφέρθηκε στον ξενοδοχειακό κλάδο. Στο πάνελ που συμμετείχαν ο Βασίλης Ριαβόγλου, Chief Growth Officer Hotelinsider και HBIS, ο Νίκος Τσιτσούλης, Co-founder hotellab, και ο Δημήτρης Δημητριάδης, CIO και Co-Founder TheFutureCats Innovation Consultancy, οι ομιλητές ανέλυσαν πώς η Τεχνητή Νοημοσύνη επηρεάζει το revenue management μέσα από έξυπνα μοντέλα τιμολόγησης, αλλά και πώς μεταβάλλεται συνολικά η εμπορική στρατηγική των ξενοδοχείων.

Η συζήτηση εστίασε στη νέα ισορροπία ανάμεσα στις διαδικτυακές πλατφόρμες και τις απευθείας κρατήσεις, στη σημασία του σωστού μίγματος καναλιών επικοινωνίας, αλλά και στη διατήρηση της ταυτότητας των ξενοδοχείων μέσα στην αυτοματοποίηση. Ιδιαίτερη βαρύτητα δόθηκε στην εμπειρία του πελάτη, στην οργανωσιακή αλλαγή και στις δεξιότητες που θα χρειαστούν οι ξενοδοχοί τα επόμενα χρόνια, καθώς και στη διαχρονική αξία της ελληνικής φιλοξενίας και στο πώς μπορεί να συνυπάρξει ουσιαστικά με τα εργαλεία της τεχνητής νοημοσύνης.

Ακολούθησε ένα ιδιαίτερα πρακτικό case study από τον Σωτήρη Κοπατσά-



ρη, Managing Director του Carpe Diem Santorini – Future Hotels. Μέσα από συγκεκριμένα παραδείγματα, παρουσιάστηκε πώς η Τεχνητή Νοημοσύνη και οι αυτοματισμοί μπορούν να εφαρμοστούν στην καθημερινή λειτουργία ενός ελληνικού ξενοδοχείου, βελτιώνοντας διαδικασίες, έσοδα και συνολική εμπειρία φιλοξενίας.

ΜΗΧΑΝΟΡΓΑΝΩΣΗ

Το Business Lab συνεχίστηκε με ένα πάνελ αφιερωμένο στη συνολική μηχανοργάνωση των επιχειρήσεων HORECA. Τον συντονισμό ανέλαβε η δημοσιογράφος Βίκη Βαμιεδάκη, ενώ συμμετείχαν ο Λάμπρος Λαμπριανάκης, General Manager HIT Hospitality, ο Στράτος Ζέρβας, CEO Business Cloud, ο Σταύρος Βάσος, COO και Co-Founder Butler, και ο Μιχάλης Μπακούρης, Managing Director Entersoft One F&B. Το πάνελ ανέδειξε την ανάγκη για ολιστική προσέγγιση που συνδέει τη λειτουργία, τον πελάτη και τα έσοδα, με έμφαση στη διασύνδεση συστημάτων, στη

βελτίωση της εμπειρίας και στη λήψη αποφάσεων βάσει δεδομένων.

Στο expert talk που ακολούθησε, ο Άλκης Ρουγγέρης, Commercial Director της Epsilon Hospitality, εστίασε στην πρακτική εφαρμογή της τεχνητής νοημοσύνης και των αυτοματισμών στην καθημερινή λειτουργία των επιχειρήσεων HoReCa, αναδεικνύοντας λύσεις που εξοικονομούν χρόνο, μειώνουν κόστος και ενισχύουν την αποδοτικότητα.

Ο ΡΟΛΟΣ ΤΗΣ ΓΑΣΤΡΟΝΟΜΙΑΣ

Τέλος, η συζήτηση όπου συμμετείχαν ο Τάσος Γιατράς, Αντιπρόεδρος ΠΟΕΣΕ, ο Νίκος Φωτιάδης, Executive Chef, ο Θανάσης Γιαλούρης από τη Forum SA και ο Νίκος Μιχαλίτσας από την Hop On Communication, ανέδειξε τη γαστρονομία ως βασικό πυλώνα πολιτιστικής ταυτότητας και οικονομικής ανάπτυξης, υπογραμμίζοντας τον ρόλο της στην εμπειρία φιλοξενίας και στη διεθνή εικόνα της χώρας.

HORECA 2026 (ΗΜΕΡΑ 2)

Κινητικότητα και συζητήσεις που ανέδειξαν τις ανάγκες και τις προοπτικές του κλάδου

Η δεύτερη ημέρα της HORECA 2026 ανέδειξε ακόμη πιο έντονα τον παλμό και τη δυναμική της έκθεσης, με τους επαγγελματίες της φιλοξενίας και της εστίασης να γεμίζουν από νωρίς τους χώρους του Metropolitan Expo.

Η προσέλευση ήταν αρκετά μεγάλη, με επισκέπτες που ήρθαν αποφασισμένοι να ανακαλύψουν νέες ιδέες, να εξερευνήσουν καινοτόμες λύσεις και να ενισχύσουν το δίκτυο συνεργασιών τους.

Στα περίπτερα των εκθετών επικράτησε έντονη κινητικότητα, με παρουσιάσεις προϊόντων και συζητήσεις που ανέδειξαν τις ανάγκες και τις προοπτικές του κλάδου. Η ποικιλία των προτάσεων και η ποιότητα των συμμετοχών δημιούργησαν ένα περιβάλλον γεμάτο επαγγελματική ενέργεια και δημιουργική διάθεση.

BUSINESS LAB

Στο Business Lab, η θεματολογία της ημέρας επικεντρώθηκε στην επιχειρησιακή εξέλιξη, την αξιοποίηση δεδομένων και τις πρακτικές που ενισχύουν την αποδοτι-

κότητα των σύγχρονων επιχειρήσεων. Οι ομιλητές μοιράστηκαν εμπειρίες και εργαλεία που μπορούν να μεταμορφώσουν την καθημερινή λειτουργία των επαγγελματιών του κλάδου.

GASTRONOMY LAB

Το Gastronomy Lab συνέχισε να αποτελεί σημείο αναφοράς, με νέες γαστρονομικές προσεγγίσεις, τεχνικές υψηλού επιπέδου και δημιουργίες που εντυπωσίασαν το κοινό. Οι chefs παρουσίασαν σύγχρονες τάσεις και εμπνευσμένες εφαρμογές που αναδεικνύουν τη γαστρονομική εξέλιξη της χώρας.

SCA 2026

Την ίδια στιγμή, τα Πανελλήνια Πρωταθλήματα Καφέ SCA 2026 διατήρησαν αμείωτο το ενδιαφέρον, με τους διαγωνιζόμενους να προσφέρουν ακόμη μία ημέρα γεμάτη δεξιοτεχνία, πάθος και υψηλές επιδόσεις. Το κοινό παρακολούθησε με ενθουσιασμό τις προσπάθειες των baristi, που ανέδειξαν το επίπεδο και την ποιότητα της ελληνικής coffee community.



AROSIS

Νέες ρυζογκοφρέτες με γίγαντες και φακές

Μια νέα προϊόντική κατηγορία παρουσιάζει στην HORECA η Άροσις. Πρόκειται για ρυζογκοφρέτες με βάση τα όσπρια — από γίγαντες και φακές — σχεδιασμένα και για τον επαγγελματία της εστίασης αλλά και για το οργανωμένο λιανεμπόριο, με υψηλή θρεπτική αξία, ευελιξία χρήσεων και ελληνική πρώτη ύλη, διευρύνοντας το χαρτοφυλάκιο της εταιρείας στον τομέα των λειτουργικών και υγιεινών επιλογών. Στην έκθεση, η εταιρεία παρουσιάζει παράλληλα το σύνολο του HoReCa portfolio της, μέσα από τα brands άροσις και Voion Land Products.

Η Άροσις παράγει υψηλής ποιότητας ελληνικά ρύζια και δημητριακά, βασισμένα στο αυθεντικό terroir των μικρών παραγωγών και στη γαστρονομική παράδοση της χώρας. Η γκάμα της περιλαμβάνει παραδοσιακά και βιολογικά όσπρια, φασόλια, φακές, ρεβίθια και άλλες ποικιλίες υψηλής θρεπτικής αξίας, που καλύπτουν ένα ευρύ φάσμα επαγγελματικών εφαρμογών.

ΕΞΑΓΩΓΕΣ

Με εξαγωγική δραστηριότητα σε περισσότερες από 18 χώρες, η Άροσις απευθύνεται σε επαγγελματίες και καταναλωτές διεθνώς. Η ποιότητα και η γεύση των προϊόντων της έχουν αναγνωριστεί με διακρίσεις στα Superior Taste Award, επιβεβαιώνοντας τη διεθνή τους απήχηση.



GASTRONOMY LAB

Τί παρουσίασαν γνωστοί chefs και sommeliers στο επιδραστικό stage του Hall 4

Ένα live μάθημα αρτοποιίας – γευσιγνωσίας, στο οποίο το κοινό δοκίμασε διαφορετικά είδη ψωμιού πραγματοποιήσε στο επιδραστικό stage του Hall 4 ο International Bread Sommelier, Δημήτρης Φραγκογιάννης. "Το ψωμί θα κυριαρχήσει ως προϊόν πολυτελείας. Θα δημιουργούνται ολοένα και περισσότερα boutique αρτοποιεία που θα παρασκευάζουν λίγα ψωμιά αλλά με υψηλή ποιότητα", ανέφερε.



ΑΙ ΕΡΓΑΛΕΙΑ

Στη συνέχεια, η πρώην CEO της Alain Ducasse και νυν Co-founder του Catalyst ai Academy, Elise Masurel, μοιράστηκε έξυπνες ιδέες χρήσης των AI εργαλείων για τον σχεδιασμό ενός μενού και για τη διαχείριση του προσωπικού και των πελατών. "Δεν είναι πλέον απλώς μια επιλογή: μέσω AI, κερδίζετε χρόνο και ενέργεια ώστε να αφοσιωθείτε στο στρατηγικό σας όραμα, σε δημιουργικά και καινοτόμα project", τόνισε.

ΣΥΝΤΑΓΗ ΜΕ ΧΤΕΝΙΑ & ΦΡΕΣΚΑ ΛΑΧΑΝΙΚΑ

Τη σκυτάλη πήραν ο Executive Chef του Le Meurice – Alain Ducasse Restaurant, Amaury Bouhours, βραβευμένος με δύο αστέρια Michelin και ο Executive Chef Director της Ducasse Conseil, Jérôme Lacressonnière, με το session "Contemporary Michelin Cuisine – Ζωμοί, Καπνίσματα & Σύγχρονα Contrasts". Παρουσίασαν στους θεατές μία συνταγή με χτένια και φρέσκα λαχανικά, η οποία διαμορφώθηκε με την ξεχωριστή τεχνική τους ώστε να αναδεικνύει πλήθος υφών και γεύσεων.



ΤΑ... ΟΡΦΑΝΑ ΓΕΜΙΣΤΑ

Από τη δική του μεριά, ο βραβευμένος chef με αστέρι Michelin, Νίκος Καραθάνας, χάρισε στους επισκέπτες της HORECA την ευκαιρία να γευτούν τη σύγχρονη αστική εκδοχή της ελληνικής κουζίνας. Μαγείρεψε τα κλασικά ορφανά γεμιστά, όπως τα σερβίρει στο εστιατόριο "Ateno Cook & Deli". Χρησιμοποιώντας αναβαθμισμένες τεχνικές, παρασκεύασε ένα sophisticated πιάτο, βασισμένο στη φιλοσοφία που κομίζει ο ίδιος πως "σπουδαίο είναι ένα πολύ καλό φαγητό, σωστά μαγειρεμένο. Ένα φαγητό που όταν κλείνεις τα μάτια σου, καταλαβαίνεις τι τρως".

ΤΑ ΤΡΙΑ ΠΙΑΤΑ ΤΟΥ ΝΙΚΟΥ ΡΟΥΣΣΟΥ

Έπειτα, ο επίσης βραβευμένος chef με δύο αστέρια Michelin, Νίκος Ρούσσο, υπό τον

τίτλο "ένα υλικό, άπειρα πιάτα!" παρουσίασε τρία εντελώς διαφορετικά μεταξύ τους γεύματα με έναν κοινό γευστικό παρονομαστή: τη μαγιονέζα Hellmann's. Ανεβαίνοντας στο stage του Gastronomy Lab εκ μέρους της Unilever Food Solutions, επαίνεσε τη λειτουργικότητα του εν λόγω υλικού, λέγοντας ότι "δρα πρωταγωνιστικά χωρίς να είναι ο πρωταγωνιστής του πιάτου, γι' αυτό επιλέγεται από streeed food μαγαζιά μέχρι fine dining εστιατόρια". Το κοινό, λοιπόν, είχε την ευκαιρία να απολαύσει αθηναϊκή σαλάτα σε μορφή τάρταρ (με λαβράκι), hot dog από χταπόδι και τη σαλάτα "από τη γη" με συστατικά όπως κρουτόν από χαρούπι, ντοματίνια και μια σειρά από πίκλες.

ΚΡΗΤΙΚΗ ΠΑΡΑΔΟΣΗ

Τέλος, ο Βασίλης Μακράκης, Χανιώτης chef του off-grid και farm to table Milia Mountain Restaurant που εδρεύει στον ομώνυμο μεσαιωνικό οικισμό της Κρήτης, έδειξε live πώς η κρητική παράδοση μεταμορφώνεται σε σύγχρονη γαστρονομική εμπειρία. Μοιράστηκε τα μυστικά της συνταγής του για χοιρινή σπάλα στον ξυλόφουρνο, μαζί με παρασκευές από προσέλινο υπό τη συνοδεία σάλτσας από αγριομάραθα. Με αυτόν τον τρόπο έκλεισε η πρώτη μέρα του Gastronomy Lab, το οποίο φέρνει στο προσκήνιο τη γνώση, την καινοτομία και τις πρακτικές που επαναπροσδιορίζουν την Εστίαση.

JACOBS DOUWE EGBERTS PROFESSIONAL

Νέα blends στη γκάμα του Jacobs με έμφαση στη διαφοροποίηση

Την πλήρη γκάμα των λύσεων για τους συνεργάτες της και τους επαγγελματίες στην οποία μάλιστα συνεχίζουν να προστίθενται νέοι κωδικοί παρουσιάζει η Jacobs Douwe Egberts (JDE) Professional στην HORECA 2026.

ΑΝΑΝΕΩΣΗ ΣΥΣΚΕΥΑΣΙΩΝ ΚΑΙ ΠΟΙΚΙΛΟΜΟΡΦΙΑ

Η πιο πρόσφατη προσθήκη ακούει στο όνομα Jacobs Treasures και, όπως σημειώνουν από την εταιρεία, είναι ένα πολύ ιδιαίτερο, χαρμάνι espresso το οποίο φιλοδοξεί να καλύψει τις απαιτήσεις σημείων -και, κατ' επέκταση πελατών- που αναζητούν την ποικιλομορφία και την ιδιαιτερότητα. Στο ίδιο πνεύμα κινείται και το Jacobs Origins με καταγωγή από την Λατινή Αμερική που λανσαρίστηκε το 2025 κι έρχεται να δώσει ένα πιο διαφοροποι-

ημένο χαρακτήρα στη γκάμα του Jacobs απευθυνόμενο σε όσους θέλουν να ξεφύγουν από τις τυποποιημένες λύσεις. Δίπλα τους ο Jacobs Selezione με τον premium χαρακτήρα, μαζί με τα πιο mainstream blends σε διάφορα roasting profiles ενώ αξίζει να σημειωθεί και ο... άνεμος ανανέωσης στην ταυτότητα του brand Jacobs, ο οποίος αποτυπώνεται στις νέες συσκευασίες.

ΣΕ ΠΡΩΤΟ ΠΛΑΝΟ Η ΒΙΩΣΙΜΟΤΗΤΑ

Ιδιαίτερη έμφαση δίνεται επίσης στο brand L'or με τα επίσης premium χαρακτηριστικά, όπως επίσης και στο σύστημα Cafitesse για τα ξενοδοχεία με το brand Douwe Egberts, μια λύση που, όπως τονίζεται, αποτελεί μια "πλήρως sustainable λύση, με minimum resources από τους



συνεργάτες μας όσον αφορά την καθαριότητα και το refill των προϊόντων, με πολλά διαφορετικά χαρμάνια και πολύ γρήγορους χρόνους".

Γενικά, η βιωσιμότητα είναι κεντρικό θέμα στη φετινή συμμετοχή της JDE Professional, όπως υπογραμμίζεται και από καφεόδεντρο που δεσπόζει στο κέντρο του περιπέτρου.

JANNEC

Διευρυμένο κωδικολόγιο με έμφαση στο non-alcohol

Στην ολοένα και ταχύτερα αναπτυσσόμενη κατηγορία του non-alcohol δίνει μεγάλη βάση η Jannec στο περίπετρό της στην HORECA 2026.

"Δεδομένου ότι όλα τα brands που δουλεύουμε είναι πολύ μεγάλες εταιρείες, δεν θα μπορούσαν να μην έχουν επενδύσει σε τέτοιες σειρές", αναφέρουν στο FNB Daily στελέχη της εταιρείας, προσθέτοντας ότι πρόκειται για μια τάση που είναι εμφανής σε όλες τις κατηγορίες, από τα spirits και το κρασί μέχρι τα RTDs (Ready-to-Drink).

Χαρακτηριστικά παραδείγματα οι σχετικές προσθήκες στη γκάμα των JP Cheme τα οποία βρίσκονται φέτος σε περίοπτη θέση στο περίπετρο της Jannec. "Παρόμοια additions είχαμε και στο κωδικολόγιο του Le Coq, όπως και του Whitley Neill", αναφέρουν χαρακτηριστικά.

ΕΥΡΥ PORTFOLIO

Παρά το γεγονός ότι η κατάσταση στην αγορά πέρυσι ήταν δύσκολη, λόγω των πεσμένων καταναλώσεων, η Jannec διατήρησε τις δυνάμεις και τους τζίρους της, ποντάροντας και στο ευρύτατο portfolio της που εξασφαλίζει επαρκή διαφοροποίηση.



ΠΟΛΛΕΣ ΟΙ ΕΥΚΑΙΡΙΕΣ ΓΙΑ ΤΟ VIWA

Στις προτεραιότητες της φετινής χρονιάς συγκαταλέγεται, μεταξύ άλλων, η αξιοποίηση του Viwa, ενός πολύ ιδιαίτερου brand

με μεταλλικό βιταμινούχο νερό και βιταμινούχο τσάι σε διάφορες γεύσεις που, πέραν των συμβατικών, μπορεί να τοποθετηθεί σε μια πλειάδα νέων σημείων πώλησης, όπως πχ τα γυμναστήρια ή οι παιδότοποι.

VROUBIS

Εμπλουτίζει τα bfresh spitiko, feeju και έμφαση στην feeju pro

Νέες προτάσεις που απευθύνονται τόσο στον επαγγελματία, όσο και στον σύγχρονο καταναλωτή που αναζητά προστιθέμενη αξία πέρα από ένα απλό ρόφημα, παρουσιάζει στην HORECA η vRoubis.

BFRESH SPITIKO

Φέτος, η σειρά bfresh spitiko ενισχύεται με τη νέα γεύση Λεμόνι – Φράουλα, έναν φυσικό και δροσερό συνδυασμό που ισορροπεί ανάμεσα στη φρεσκάδα του λεμονιού και τη γλυκιά ένταση της φράουλας, καλύπτοντας ανάγκες τόσο των café όσο και των χώρων φιλοξενίας.

FEEJU

Παράλληλα, το brand feeju αναπτύσσεται δυναμικά στην κατηγορία των λειτουργικών shots. Η σειρά feeju functional shots εμπλουτίζεται με τη νέα γεύση Σταφύλι – Λεμόνι – Μαστίχα, με βιταμίνη C και πρεβιοτικά που υποστηρίζουν την πέψη και τη συνολική υγεία του εντέρου. Τα feeju shots βασίζονται σε λειτουργικά συστατικά όπως τζίντζερ, κουρκουμάς, μαύρο πιπέρι και ασερόλα, ενώ περιλαμβάνουν στοχευμένες βιταμίνες και μέταλλα, βιταμίνη C, B12, D3, ψευδάργυρο και μαγνήσιο, που συμβάλλουν στη φυσιολογική λειτουργία του οργανισμού και ανταποκρίνονται στις απαιτήσεις ενός σύγχρονου, απαιτητικού τρόπου ζωής.



FEEJU PRO

Ιδιαίτερη έμφαση δίνεται και στη σειρά feeju PRO, η οποία, σύμφωνα με την εταιρεία έχει σχεδιαστεί για να προσφέρει ευελιξία και σταθερή ποιότητα σε επιχειρήσεις εστίασης, καφέ και ξενοδοχειακές μονάδες.

Το χαρτοφυλάκιο περιλαμβάνει χυμό lime, fruit purées, cordials, σιρόπια, καθώς και χυμούς φρούτων προς αραιώση σε ασκούς, ειδικά σχεδιασμένους για τις ανάγκες του ξενοδοχειακού πρωινού και ευρύτερων επαγγελματικών εφαρμογών.

LOULIS FOOD INGREDIENTS

Νέο Soufflé Pancake και έμφαση στη σειρά μειγμάτων Oh my!

Η Kenfood, θυγατρική της Louis Food Ingredients, ενισχύει την παρουσία της στην αγορά της επαγγελματικής εστίασης, παρουσιάζοντας σύγχρονες και ευέλικτες λύσεις που ανταποκρίνονται στις αυξανόμενες απαιτήσεις του κλάδου HoReCa.

Στο πλαίσιο της συμμετοχής της στην HORECA 2026 η Kenfood παρουσιάζει τη σειρά μειγμάτων "Oh my!", η οποία περιλαμβάνει λύσεις για βάφλα, κρέπα και pancakes, τόσο σε κλασική όσο και σε vegan εκδοχή. Τα προϊόντα Oh my Pancake!, Oh my Crepe!, Oh my Waffle! και Oh my Vegan! έχουν σχεδιαστεί ώστε να προσφέρουν ευκολία στη χρήση, σταθερότητα στο αποτέλεσμα και δυνατότητα προσαρμογής σε διαφορετικά concepts καταστημάτων, από street food και brunch



spots έως premium dessert menus. Ιδιαίτερη θέση στη σειρά καταλαμβάνει το νέο Soufflé Pancake, μια πρόταση που ξεχωρίζει για τον όγκο, την αφράτη υφή και την αισθητική της. Το προϊόν απαντά στη ζήτηση για σύγχρονες

και "instagrammable" επιλογές brunch και γλυκού, μετατρέποντας κάθε σεβίρισμα σε ολοκληρωμένη εμπειρία και ενισχύοντας την προστιθέμενη αξία της επιχείρησης.

ΟΙ ΑΛΛΕΣ ΠΡΟΤΑΣΕΙΣ

Παράλληλα, στο περίπτερο της εταιρείας παρουσιάζονται δημιουργικές εφαρμογές σε brioche, cookies, κέικ και μπάρες, αναδεικνύοντας την ευελιξία των μειγμάτων και τις πολλαπλές δυνατότητες αξιοποίησής τους στο σύγχρονο κατάστημα εστίασης. Οι προτάσεις αυτές λειτουργούν ως έμπνευση για επαγγελματίες που επιδιώκουν να εμπλουτίσουν το μενού τους με προϊόντα υψηλής ποιότητας και σταθερής απόδοσης.

Β.Σ. ΚΑΡΟΥΛΙΑΣ

Cupping session για τις νέες ποικιλίες καφέ από το Μεξικό και την Βραζιλία

Νέες ποικιλίες καφέ από το Μεξικό και την Βραζιλία, μέσα από αποκλειστικά cupping sessions, παρουσιάζει μεταξύ άλλων στη φετινή έκθεση η Β.Σ. Καρούλιας. Η εμπειρία ολοκληρώνεται με signature espresso cocktails, προσφέροντας μια ολοκληρωμένη γευστική πρόταση στο αναβαθμισμένο περίπτερό της (Hall 1, Stand B14-C11), συνδυάζοντας ενημέρωση, καινοτομία και απόλαυση.

CORTESE CAFFÈ

Ο Cortese Caffè δραστηριοποιείται στην ελληνική αγορά από το 2012, αποτελώ-

ντας μέρος του χαρτοφυλακίου της Β.Σ. Καρούλιας. Σε σύντομο χρονικό διάστημα καταφέρνει να ξεχωρίσει για τη σταθερή ποιότητα και το υψηλό γευστικό του προφίλ. Σήμερα καθουρνίζεται στην Ελλάδα, προσαρμοσμένος στις απαιτήσεις του εγχώριου κοινού, διασφαλίζοντας συνέπεια και ισορροπία στο τελικό αποτέλεσμα. Δεκατέσσερα χρόνια μετά την είσοδό του στην αγορά, επανασυστήνεται, ενισχυμένος από την τεχνογνωσία των Ελλήνων συνεργατών roasters της Β.Σ. Καρούλιας και με σαφή έμφαση στη βιωσιμότητα, διεκδικώντας πρωταγωνι-

στικό ρόλο σε ένα σύγχρονο και απαιτητικό περιβάλλον.

AIRFLOW – NEW ERA COFFEE ROAST

Η σειρά Airflow εισάγει μια νέα προσέγγιση στο καθούρνισμα καφέ στην Ελλάδα. Μέσα από το συγκεκριμένο project, η Β.Σ. Καρούλιας παρουσιάζει premium blends και single origin επιλογές, επαναπροσδιορίζοντας την έννοια του ποιοτικού καφέ. Με σύγχρονη τεχνογνωσία και απόλυτη προσήλωση στο γευστικό αποτέλεσμα, το Airflow φιλοδοξεί να συμβάλει δυναμικά στη διαμόρφωση της νέας εποχής του specialty καφέ στη χώρα.

CAFFÈ DIEMME

Από το 1927, ο Ιταλικός Οίκος Caffè Diemme αναπτύσσει εκλεπτυσμένα χαρμάνια με διακριτά αρωματικά και γευστικά χαρακτηριστικά. Η μακρά του παράδοση αποτυπώνεται τόσο στα signature blends όσο και στις μονοποικιλιακές επιλογές του. Το 2026 σηματοδοτεί μια νέα φάση για το brand, με ανανεωμένη εταιρική ταυτότητα και φρεσκαρισμένες συσκευασίες, διατηρώντας αμετάβλητη τη δέσμευση στην υψηλή ποιότητα που το χαρακτηρίζει διαχρονικά.

DALLMAYR

Με ιστορία που ξεπερνά τα 300 χρόνια, ο Οίκος Dallmayr με έδρα το Μόναχο συγκαταλέγεται στους πλέον αναγνωρισμένους οίκους καφέ διεθνώς. Η φήμη του βασίζεται στην επιλογή εξαιρετικών ποικιλιών από ορεινές περιοχές υψηλής ποιότητας ανά τον κόσμο. Από το 2012, η Β.Σ. Καρούλιας αποτελεί τον αποκλειστικό διανομέα της Dallmayr στην ελληνική αγορά, ενισχύοντας την παρουσία του brand στο εγχώριο δίκτυο HoReCa και λιανικής.

