



Η ΜΠΥΡΑ ΤΟΥ ΕΛΛΗΝΙΚΟΥ ΠΑΝΗΓΥΡΙΟΥ

ΡΑΝΤΕΒΟΥ ΕΚΕΙ!



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 13 ΙΟΥΛΙΟΥ 2026
ΤΕΥΧΟΣ 2365



• MELISSA KIKIZAS

Ασία και Αφρική οι νέες αγορές-στόχοι
– Πού θα κατευθυνθούν οι επόμενες επενδύσεις



• CIRCANA (ΠΕΝΤΑΜΗΝΟ)

Στο +10,3% οι πωλήσεις κοτόπουλου – Την τιμητική
τους είχαν τα... κοκόρια, υποχώρησαν τα αλλαντικά



• ΖΑΧΑΡΗ

Η Ευρώπη χάνει παραγωγική δυναμικότητα
– Πού θα ισοροπήσουν οι τιμές



• V.ROUBIS

Πάει για τζίρο €5 εκατ. το 2026 – Συνεργασία με Chex
Finer Foods στις ΗΠΑ και functional shots για παιδιά

Editorial

Ο Infantino σε ρόλο Thatcher

Debrief

Το καλό προϊόν πουλάει από μόνο του

Business Insight

Είναι περίπτωση under valued stock η Lamda Development;

Business Maker

- Μασούτης: Το μυστικό της διαδοχής που κράτησε την οικογένεια στο τιμόνι
- Ερμού, Γλυφάδα, Κηφισιά: Οι τσουχτερές τιμές των ενοικίων στο F&B

SecretRecipe

Στην Βουλιαγμένη ανοίγει το πρώτο Tashas Café



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



NOTICE

CONTENT & SERVICES

Για περισσότερες
πληροφορίες:



POWERED BY

forum S.A.
TRADE SHOWS • PUBLICATIONS

ΜΕ ΤΗΝ ΑΙΓΙΔΑ



• V.ROUBIS

ΠΑΕΙ ΓΙΑ ΤΖΙΡΟ €5 ΕΚΑΤ. ΤΟ 2026 - ΣΥΝΕΡΓΑΣΙΑ ΜΕ CHEX FINER FOODS ΣΤΙΣ ΗΠΑ ΚΑΙ FUNCTIONAL SHOTS ΓΙΑ ΠΑΙΔΙΑ

Με ρυθμό ανάπτυξης 40% έκλεισε το α' εξάμηνο του έτους η V.Roubis, παίρνοντας ώθηση κυρίως από τα Feeju functional shots (λειτουργικά σφηνάκια ευεξίας) τα οποία, εκτός από την εσωτερική αγορά, μπαίνουν και σε ολοένα περισσότερα σημεία πώλησης στο εξωτερικό.

ΟΙ ΝΕΕΣ ΑΓΟΡΕΣ

Όπως δηλώνει στο Fnb Daiy ο ιδρυτής και Διευθύνων Σύμβουλος, Βασίλης Ρουμπής, οι εξαγωγές αντιπροσωπεύουν πλέον το 20% του τζίρου και στις αγορές που άνοιξε πρόσφατα συμπεριλαμβάνονται, μεταξύ άλλων

- η Ιρλανδία
- η Ρουμανία
- το Κόσσοβο
- η Αλβανία
- η Ιορδανία
- η Σουηδία

ενώ οσονούπω παίρνει σειρά η Ν. Κορέα όπου έχουν ήδη πέσει οι σχετικές υπογραφές. Η συνεργασία ωστόσο στην οποία επενδύει περισσότερο, αφορά τις ΗΠΑ και είναι με την Gourmet International η οποία πρόσφατα (σ.σ. τον Απρίλιο) εξαγοράστηκε από την Chex Finer Foods.

ΣΕ 400 ΚΑΤΑΣΤΗΜΑΤΑ ΤΗΣ WORLD MARKET

"Εχουμε ήδη ξεκινήσει τις αποστολές. Είναι μια εταιρεία με παναμερικανική εμβέλεια που η συνεργασία μαζί της μας προσδίδει δυναμική. Για παράδειγμα, μέσω αυτής έχουμε τοποθετηθεί στην World Market International, αλυσίδα με 400 καταστήματα", εξηγεί ο κ. Ρουμπής.

Τα Feeju shots αποτελούν την αιχμή του δό-



Βασίλης Ρουμπής, Ιδρυτής & CEO, V.Roubis

ρατος και εντός των συνόρων, έχοντας τοποθετηθεί σε περισσότερα καταστήματα καφεστίασης και σημεία grab & go ενώ έχουν προστεθεί στις ήδη υπάρχουσες - πάνω στους χυμούς Bfresh spitiko- συνεργασίες με αλυσίδες, όπως η Γρηγόρης και η Starbucks.

Εξάλλου, σύμφωνα με τον κ. Ρουμπή, νέες πόρτες έχει ανοίξει στην εταιρεία και η συνεργασία με την Γευσήνους, μέσω της οποίας έχει διεισδύσει σε κυκλική σχολείων, νοσοκομείων κ.α., τη στιγμή που έχουν αυξηθεί και οι κρούσεις από εταιρείες catering. Με τους υφιστάμενους ρυθμούς ανάπτυξης, η εκτίμηση του επιχειρηματία είναι ότι το 2026 θα κλείσει με τζίρο μεταξύ €4,5 και €5 εκατ. Το 2025, όπως αναφέρει, ο κύκλος εργασιών ξεπέρασε τα 3,235 εκατ. ενώ το EBITDA τα €727 χιλ.

DATA (σε €χιλ.)

Κύκλος Εργασιών 2025: 3,235 εκατ.

EBITDA: 727.

Εξαγωγές (επί του τζίρου): 20%

ΝΤΕΜΠΟΥΤΟ ΣΤΗΝ SIAL PARIS ΤΑ ΣΦΗΝΑΚΙΑ ΓΙΑ ΠΑΙΔΙΑ

"Τα λειτουργικά σφηνάκια είναι πλέον μια κατηγορία που αναπτύσσεται ταχύτατα", σημειώνει ο κ. Ρουμπής και προαναγγέλλει ότι η γκάμα σύντομα θα διευρυνθεί με δύο νέους κωδικούς που θα απευθύνονται στα παιδιά. Η επίσημη παρουσίασή τους μάλιστα θα γίνει στην SIAL Paris 2026.

ΟΛΟΚΛΗΡΩΝΕΤΑΙ ΤΟ ΕΠΕΝΔΥΤΙΚΟ ΤΩΝ €3,158 ΕΚΑΤ.

Προκειμένου να υποστηρίξει τη ζήτηση, η V.Roubis προχώρησε σε επένδυση €3,158 εκατ. στο πλαίσιο του Αναπτυξιακού Νόμου σε νέα παραγωγική μονάδα στην Χαλκίδα, η οποία ολοκληρώνεται αυτό το διάστημα, με την παραγωγική δυναμικότητα στα Feeju shots να ανέρχεται πλέον στις 16.000 φιάλες την ώρα.

ΠΡΟΤΕΡΑΙΟΤΗΤΑ ΤΑ LOGISTICS ΤΟ 2027

Τον Δεκέμβριο αναμένεται να ολοκληρωθεί η μετεγκατάσταση στα καινούργια γραφεία ενώ το 2027 θα δρομολογηθεί νέος επενδυτικός κύκλος, ο οποίος αυτή τη φορά θα δίνει έμφαση στα logistics.

Γιάννης Τσατσάκης
yannis@notice.gr

• ΒΙΚΟΣ COLA

ΕΠΙΣΤΡΕΦΕΙ ΣΤΟ ΦΕΣΤΙΒΑΛ ΠΟΖΑΡ ΓΙΑ 3η ΣΥΝΕΧΟΜΕΝΗ ΧΡΟΝΙΑ

Η ΒΙΚΟΣ COLA συμμετέχει για τρίτη συνεχόμενη χρονιά στο Φεστιβάλ Πόζαρ, το οποίο θα πραγματοποιηθεί από τις 16 έως τις 19 Ιουλίου στα Λουτρά Αλμωπίας, συνεχίζοντας την παρουσία της σε μία από τις μεγαλύτερες μουσικές διοργανώσεις του καλοκαιριού.

Το φεστιβάλ, που φέτος συμπληρώνει 16 χρόνια διοργάνωσης, φιλοξενεί καλλιτέχνες της ελληνικής μουσικής σκηνής και DJ sets, προσφέροντας ένα τετραήμερο μουσι-

κών εκδηλώσεων και ψυχαγωγίας.

Στο πλαίσιο της παρουσίας της στη διοργάνωση, η ΒΙΚΟΣ COLA θα διαθέτει το χαρακτηριστικό κόκκινο container της, το οποίο θα λειτουργήσει ως σημείο δραστηριοτήτων για το κοινό. Οι επισκέπτες θα έχουν τη δυνατότητα να συμμετέχουν σε photobooth, διαδραστικά activations και δράσεις με δώρα, στο πλαίσιο των ενεργειών εμπειρίας που έχει σχεδιάσει η εταιρεία για το φεστιβάλ.



• **SOCIETE GENERALE**

ΧΡΗΜΑΤΟΔΟΤΕΙ ΕΠΕΝΔΥΣΗ \$100 ΕΚΑΤ. ΓΙΑ ΝΕΑ ΜΟΝΑΔΑ ΖΑΧΑΡΗΣ ΣΤΟ ΚΑΜΕΡΟΥΝ

Η Societe Generale οργανώνει κοινοπρακτικό δάνειο για τον Καμερούνεζο επιχειρηματία, Nassourou Issa, με στόχο τη χρηματοδότηση μιας νέας μονάδας παραγωγής ζάχαρης, η οποία φιλοδοξεί να ανταγωνιστεί τις εγκαταστάσεις που ελέγχει η οικογένεια Castel.

Η χρηματοδότηση από τη θυγατρική της γαλλικής τράπεζας στο Καμερούν, σε συνεργασία με την τοπική CCA-Bank, θα επιτρέψει στον όμιλο Nasco Group του Nassourou Issa να ξεκινήσει τις εργασίες για το νέο εργοστάσιο, συνολικής επένδυσης ύψους \$100 εκατ.

300.000 ΤΟΝΟΙ ΕΤΗΣΙΩΣ

Σύμφωνα με τον Nassourou Issa, η μονάδα αναμένεται να παράγει 300.000 τόνους ζάχαρης ετησίως έως το 2028, ξεπερνώντας την παραγωγική δυναμικότητα της Société Sucrière du Cameroun (Sosucam), που ελέγχεται από την οικογένεια Castel, καθώς και κάθε άλλης μονάδας παραγωγής ζάχαρης στην ευρύτερη περιοχή.

Το Καμερούν δαπάνησε περίπου \$120 εκατ. για εισαγωγές ζάχαρης το 2025. Η παραγωγή της Sosucam έχει επηρεαστεί, μεταξύ άλλων, από τη διαμάχη που βρίσκεται σε εξέλι-



Nassourou Issa

ξη σχετικά με τον επιχειρησιακό έλεγχο των δραστηριοτήτων της οικογένειας Castel.

Σύμφωνα με τον Nassourou Issa, η ετήσια κατανάλωση ζάχαρης στο Καμερούν ανέρχεται σε περίπου 300.000 τόνους.

ΤΙ ΠΡΟΒΛΕΠΕΙ ΤΟ ΣΧΕΔΙΟ

Το επενδυτικό σχέδιο προβλέπει επίσης την εγκατάσταση αεριοστρόβιλου, ο οποίος θα μπορεί να παράγει έως και 10 MW ηλεκτρικής ενέργειας για την κάλυψη των ενεργειακών αναγκών της μονάδας.

Ο Nassourou Issa υπενθύμισε ότι το 2022 επένδυσε \$50 εκατ. στην κατασκευή μονά-



δας διύλισης φοινικέλαιου και εργοστασίου παραγωγής σαπουνιού, τα οποία βρίσκονται πλέον σε πλήρη λειτουργία.

Σήμερα, η εταιρεία παράγει περίπου 120.000 τόνους φοινικέλαιου ετησίως, καταγράφοντας ετήσιες πωλήσεις ύψους περίπου \$130 εκατ. Μέρος των εσόδων αυτών θα κατευθυνθεί στη χρηματοδότηση της νέας επένδυσης στον κλάδο της ζάχαρης.

Παράλληλα, η Nasco Group βρίσκεται σε διαπραγματεύσεις με την Africa Export-Import Bank για την εξασφάλιση πρόσθετης χρηματοδότησης, η οποία θα καλύψει τις λειτουργικές ανάγκες της νέας μονάδας.

• **ΕΔΟΤΟΚΚ**

ΝΕΟΣ ΠΡΟΕΔΡΟΣ Ο ΑΘΑΝΑΣΙΟΣ ΚΑΣΙΔΗΣ

Νέος Πρόεδρος της Εθνικής Διεπαγγελματικής Οργάνωσης Κρέατος και Κτηνοτροφίας (ΕΔΟΤΟΚΚ) αναδείχθηκε ο Αθανάσιος Κασίδης, Διευθύνων Σύμβουλος και ιδιοκτήτης των επιχειρήσεων Κασίδης και Φάρμα Ελασσόνας, κατά τη Γενική Συνέλευση της Οργάνωσης που πραγματοποιήθηκε στην Λάρισα.

ΤΟ ΝΕΟ ΔΣ

Το νέο Διοικητικό Συμβούλιο της ΕΔΟΤΟΚΚ διαμορφώνεται ως εξής:

- Αθανάσιος Κασίδης, Πρόεδρος (ΣΕΒΕΚ)
- Άννα Καρβουνίδου, Α΄ Αντιπρόεδρος (ΑΚΣ Ελ. Βοσκής Ελληνικός Μόσχος)
- Στέργιος Κουτσιώφτης, Β΄ Αντιπρόεδρος (Βοοτροφικός Σύλλογος Κεντρικής Μακεδονίας)
- Σάββας Κεσίδης, Γενικός Γραμματέας (Πανελλήνια Ομοσπονδία Κρεοπωλών)
- Γεώργιος Διδάγγελος, Ταμίας (Σύνδεσμος Ελληνικής Κτηνοτροφίας)



Αθανάσιος Κασίδης, Πρόεδρος, ΕΔΟΤΟΚΚ

- Στέργιος Κύρτσος, Τακτικό Μέλος και Νικόλαος Παλάσκας, Αναπληρωτής (Πανελλήνια Ένωση Κτηνοτρόφων)
- Κωνσταντίνος Στραβογιάννης, Μέλος (Ένωση Σφαγείων Ελλάδας)

Στην πρώτη του τοποθέτηση ως πρόεδρος της ΕΔΟΤΟΚΚ, ο Αθανάσιος Κασίδης ευ-

χαρίστησε τον απερχόμενο Πρόεδρο, Ιωάννη Φασουλά, και τα μέλη της προηγούμενης διοίκησης, υπογραμμίζοντας τη σημασία της συνέχειας και της συνεργασίας.

Όπως ανέφερε, η ΕΔΟΤΟΚΚ αποτελεί τον θεσμικό χώρο συνάντησης όλων των κρίκων της αλυσίδας του κρέατος, από την παραγωγή και τα σφαγεία έως τη μεταποίηση, το εμπόριο και τη λιανική.

ΠΡΟΤΕΡΑΙΟΤΗΤΕΣ

Μεταξύ των βασικών προτεραιοτήτων της νέας διοίκησης περιλαμβάνονται:

- η στήριξη της υγιούς επιχειρηματικότητας
- η δημιουργία προστιθέμενης αξίας στην ελληνική περιφέρεια
- η αναβάθμιση των υποδομών
- η ενεργότερη παρουσία της ΕΔΟΤΟΚΚ στις εθνικές και ευρωπαϊκές διαβουλεύσεις, ενόψει και της νέας Κοινής Αγροτικής Πολιτικής μετά το 2028

• **MELISSA KIKIZAS**

ΑΣΙΑ ΚΑΙ ΑΦΡΙΚΗ ΟΙ ΝΕΕΣ ΑΓΟΡΕΣ-ΣΤΟΧΟΙ – ΠΟΥ ΘΑ ΚΑΤΕΥΘΥΝΘΟΥΝ ΟΙ ΕΠΟΜΕΝΕΣ ΕΠΕΝΔΥΣΕΙΣ

Την περαιτέρω ενίσχυση των εξαγωγών θέτει ως βασική προτεραιότητα για την επόμενη διετία η Melissa Kikizas, δίνοντας έμφαση τόσο στη διεύρυνση της παρουσίας της στις υφιστάμενες αγορές, όσο και στην είσοδο σε νέες γεωγραφικές περιοχές. Η εταιρεία συνεχίζει να αναπτύσσεται στις ΗΠΑ παρά τους δασμούς, διατηρεί ισχυρή παρουσία στην Ευρωπαϊκή Ένωση και στρέφει πλέον το ενδιαφέρον της στις αγορές Ασίας και Αφρικής.

ΝΕΑ ΠΡΟΪΟΝΤΑ

Παράλληλα, η διοίκηση δίνει έμφαση στην ανάπτυξη νέων προϊόντων που ανταποκρίνονται στις μεταβαλλόμενες καταναλωτικές τάσεις, αξιοποιώντας τη διεθνή ζήτηση για προϊόντα που συνδέονται με τη μεσογειακή διατροφή. Στο πλαίσιο αυτό, τα τελευταία χρόνια έχει διευρύνει το χαρτοφυλάκιό της με ζυμαρικά υψηλής περιεκτικότητας σε πρωτεΐνη, προϊόντα με αλεύρι οσπρίων ή πολύτο λαχανικών, καθώς και νέα προϊόντα ελαιολάδου με φυσικά εκχυλισμένα αρωματικά συστατικά.

ΟΛΟΚΛΗΡΩΘΗΚΕ Η ΕΠΕΝΔΥΣΗ ΣΤΗΝ ΛΑΡΙΣΑ

Στο επενδυτικό σκέλος, η εταιρεία έχει ολοκληρώσει τον βασικό κύκλο εκσυγχρονισμού της παραγωγικής της βάσης στα ζυμαρικά. Ο νέος μύλος στην Λάρισα βρίσκεται ήδη σε λειτουργία, ενώ έχουν προστεθεί δύο νέες γραμμές παραγωγής και έχουν υλοποιηθεί επενδύσεις σε αυτοματισμούς και τεχνολογικό εξοπλισμό. Σύμφωνα με τη διοίκηση, η υφιστάμενη παραγωγική δυναμικότητα επαρκεί για να καλύψει τα αναπτυξιακά σχέδια των επόμενων ετών, με αποτέλεσμα η έμφαση να μετατοπίζεται πλέον στην αξιοποίηση των υφιστάμενων υποδομών, στην ανάπτυξη νέων προϊόντων και στην ενίσχυση της εξαγωγικής δραστηριότητας.

ΑΥΤΟΜΑΤΟΠΟΙΗΣΗ

Για το επόμενο διάστημα, οι νέες επενδύσεις επικεντρώνονται κυρίως στον κλάδο του ελαιολάδου και αφορούν έργα αυτοματοποίησης, τυποποίησης και περαιτέρω ανα-



Αλέξανδρος Κίκιζας, Διευθύνων Σύμβουλος,
Μέλισσα Κίκιζας

βάθμισης της παραγωγικής διαδικασίας. Παράλληλα, η εταιρεία εξετάζει τη διεύρυνση του χαρτοφυλακίου της μέσω νέων προϊόντων, χωρίς προς το παρόν να ανακοινώνει συγκεκριμένες κινήσεις.

Στέλλα Αυγουστάκη
stella@notice.gr

• **BARRY CALLEBAUT**

ΕΠΙΣΤΡΟΦΗ ΣΕ ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΜΕΤΑ ΑΠΟ 2 ΧΡΟΝΙΑ – ΑΝΑΒΑΘΜΙΣΗ GUIDANCE ΓΙΑ ΤΙΣ ΠΩΛΗΣΕΙΣ

Αύξηση 5,7% στους όγκους πωλήσεων κατά το γ' τρίμηνο, ανακοίνωσε η ελβετική βιομηχανία σοκολάτας, Barry Callebaut, καταγράφοντας την πρώτη θετική μεταβολή τα τελευταία δύο έτη.

Παράλληλα, αναθεώρησε προς τα πάνω τις προβλέψεις για το σύνολο της οικονομικής χρήσης που ολοκληρώνεται τον Αύγουστο, εκτιμώντας πλέον ότι οι πωλήσεις σε όγκο θα υποχωρήσουν κατά 1%, έναντι προηγούμενης πρόβλεψης για μείωση 2,5%.

ΒΑΣΙΚΟΣ ΔΕΙΚΤΗΣ ΟΙ ΟΓΚΟΙ

Οι όγκοι πωλήσεων της Barry Callebaut παρακολουθούνται στενά από τους επενδυτές και την αγορά, καθώς αποτελούν βασικό δείκτη της παγκόσμιας ζήτησης για σοκολάτα, σε μια περίοδο όπου οι τιμές του κακάο εξακολουθούν να κινούνται σε ιστορικά υψηλά επίπεδα.

Την ίδια περίοδο, τα συμβόλαια μελλοντικής εκπλήρωσης (futures) του κακάο σημείωσαν άνοδο περίπου 90%, καθώς το φαινό-



Hein Schumacher, CEO, Barry Callebaut

μενο El Niño και οι ανησυχίες για τις καλλιέργειες στη Δυτική Αφρική συνέχισαν να στηρίζουν τις τιμές.

Ο ΡΟΛΟΣ ΤΟΥ ΚΑΚΑΟ

Σύμφωνα με τον Jon Cox, επικεφαλής ανάλυσης ελβετικών μετοχών στην Kepler Cheuvreux, η επιστροφή στην αύξηση των όγκων πωλήσεων, έπειτα από δύο χρόνια συνεχούς υποχώρησης, αποτελεί θετική εξέλιξη. Ωστόσο, όπως επισήμανε, η βελτίωση προήλθε κυρίως από τον κλάδο του κακάο, ο οποίος χαρακτηρίζεται από χαμηλότερα περιθώρια κέρδους. Αυτό, σύμφωνα με τον ίδιο, εξηγεί γιατί η εταιρεία διατήρησε αμετάβλητη την πρόβλεψη για τα λειτουργικά κέρδη (EBIT), παρά την ανοδική αναθεώρηση των εκτιμήσεων για τους όγκους πωλήσεων. Ο Jon Cox προειδοποίησε ότι οι ιδιαίτερα υψηλές τιμές του κακάο εξακολουθούν να αποτελούν σημαντικό κίνδυνο τόσο για τον ισολογισμό της εταιρείας, όσο και για τη διατηρησιμότητα της ζήτησης.

• ΖΑΧΑΡΗ

Η ΕΥΡΩΠΗ ΧΑΝΕΙ ΠΑΡΑΓΩΓΙΚΗ ΔΥΝΑΜΙΚΟΤΗΤΑ – ΠΟΥ ΘΑ ΙΣΟΡΡΟΠΗΣΟΥΝ ΟΙ ΤΙΜΕΣ

Νέα δεδομένα διαμορφώνονται στην αγορά ζάχαρης, καθώς

- η μείωση της ευρωπαϊκής παραγωγικής δυναμικότητας
- οι αυξημένες εισαγωγές από τρίτες χώρες και
- οι κλιματικές αβεβαιότητες

δημιουργούν συνθήκες περιορισμένης προσφοράς.

Ο Πρόεδρος της Royal Sugar, Χρήστος Καραθανάσης, μιλώντας στο FNB Daily, σημείωσε ότι το κλείσιμο 3 εργοστασίων ζάχαρης στην Γαλλία αποτελεί ένδειξη της πίεσης, που δέχεται ο ευρωπαϊκός κλά-

δος, με τις επιπτώσεις να εκτιμά ότι θα γίνουν πιο αισθητές τα επόμενα χρόνια.

"Η Ευρώπη μειώνει σταδιακά την παραγωγική της βάση. Η ενεργειακή κρίση και το αυξημένο κόστος λειτουργίας έχουν οδηγήσει αρκετές μονάδες σε διακοπή δραστηριότητας".

ΤΑ ΓΕΓΟΝΟΤΑ-ΚΛΕΙΔΙΑ

- **El Niño:** Η ιαπωνική μετεωρολογική υπηρεσία επιβεβαίωσε τον σχηματισμό του φαινομένου· η NOAA δίνει 67% πιθανότητα για «Super El Niño», τον ισχυρότερο που έχει καταγραφεί.
- **Ινδία:** Ο πιο άνυδρος Ιούνιος 12ετίας· η μετεωρολογική υπηρεσία υποβάθμισε τον μουσώνα στο 90% του μέσου όρου. Εκτιμήσεις για απώλειες παραγωγής 3-8 εκατ. τόνων. Εμπάργκο εξαγωγών ως 30/9.
- **Βραζιλία:** Οι βροχές καθυστερούν τη συγκομιδή· οι μύλοι στρέφουν το καλάμι μαζικά στην αιθανόλη.
- **Ταϊλάνδη:** Έντονη ξηρασία και μειωμένες εκτάσεις — αλλά προς το παρόν παράγει πάνω από τις προσδοκίες, με εξαγωγές +29% στο τετράμηνο.

Η ΑΥΞΑΝΟΜΕΝΗ ΕΞΑΡΤΗΣΗ ΑΠΟ ΕΙΣΑΓΩΓΕΣ

Σύμφωνα με τον Πρόεδρο της Royal Sugar, η συρρίκνωση της παραγωγής στην Ευρώπη ενισχύει την εξάρτηση της αγοράς από εισαγωγές, κυρίως από χώρες με προτιμσιακή πρόσβαση στην ευρωπαϊκή αγορά. "Υπάρχουν πολλές εισαγωγές από προτιμσιακές χώρες και αυτό δημιουργεί ανοδικές πιέσεις στη ζάχαρη".

Η εξέλιξη αυτή αποτελεί μακροπρόθεσμη πρόκληση για την Ευρώπη, καθώς χώ-

ρες, όπως η Ιταλία και αρκετές βαλκανικές, έχουν ήδη περιορισμένη ή μηδενική παραγωγική παρουσία, ενώ τα τρία λουκέτα στην Γαλλία αποτελούν προειδοποιητικά σημάδια για τον ευρωπαϊκό κλάδο.

ΟΙ ΕΚΤΙΜΗΣΕΙΣ ΓΙΑ ΤΗΝ ΤΙΜΗ

Παρά τις ανοδικές πιέσεις, η εκτίμηση της Royal Sugar είναι ότι η αγορά δεν οδηγείται σε ακραίες αυξήσεις.

Ο κ. Καραθανάσης ανέφερε ότι η νέα παραγωγή, η οποία ξεκινά τον Σεπτέμβριο,

αναμένεται να λειτουργήσει εξισορροπτικά, εκτιμώντας ότι η τιμή της ζάχαρης θα μπορούσε να διαμορφωθεί κοντά στα €500 ανά τόνο. "Δεν θεωρούμε ότι θα διατηρηθεί η άνοδος για μεγάλο διάστημα, αλλά επίσης δεν εκτιμούμε ότι θα υπάρξει μεγάλη πτώση", σημειώνοντας ότι η αγορά διαθέτει ακόμη σημαντικά αποθέματα. "Στην Ευρώπη υπάρχουν περίπου 3 εκατ. τόνοι αποθεμάτων ζάχαρης, γεγονός που λειτουργεί ως μαξιλάρι απέναντι σε απότομες μεταβολές των τιμών".

Η ΠΟΡΕΙΑ ΤΗΣ ΤΙΜΗΣ ΤΗΣ ΖΑΧΑΡΗΣ ΣΤΟ 12ΜΗΝΟ



ΤΙ ΛΕΝΕ ΟΙ ΑΝΑΛΥΤΕΣ

Doriana Milenkov (Senior Analyst, Rabobank)

"Το ινδικό εμπόργκο εξαγωγών (σε ισχύ ως 30/9) ήταν αναμενόμενο και ήδη τιμολογμένο στα futures — γι' αυτό η αγορά δεν σοκαρίστηκε. Αυτό είναι κυρίως πολιτικό σήμα: Προστασία του Ινδού καταναλωτή από τη μία, στήριξη των περιθωρίων των παραγωγών από την άλλη. Επισημαίνεται παράλληλα η διαρθρωτική πτώση της κατανάλωσης στις ώριμες αγορές (ΕΕ, ΗΠΑ)".

Michael McDougall (Αναλυτής, Softs)

Στοιχειοθετεί ανοδικό αφήγημα, με τέσσερα καμπανάκια:

- Χειρότερος καύσωνας στα χρονικά στην Ευρώπη
- Μουσώνας -42% στην Ινδία
- Ζέστη και ξηρασία στην Ταϊλάνδη
- Προσβολή ψευδόκοκκου στο ζαχαροκά-

λαμο της Φλόριντα

- Αντίβαρο: Οι χαμηλότερες τιμές ενέργειας, που στρέφουν καλάμι πίσω στη ζάχαρη

Claudiu Covrig (Ιδρυτής, Covrig Analytics)

Υποστηρίζει ότι η απουσία ινδικών εξαγωγών από το β' εξάμηνο 2026 ως το τέλος του 2027 σημαίνει έλλειμμα 1,3 εκατ. τόνων στις ροές λευκής ζάχαρης για το α' εξάμηνο 2027. Ωστόσο, αμφισβητεί τα σενάρια τριετούς ινδικής αποχής: "Οι ανησυχίες για το El Niño είναι υπερβολικές", λέει, σημειώνοντας ότι οι ινδικές εξαγωγές ούτως ή άλλως δεν ήταν ανταγωνιστικές φέτος.

Marcelo Bonifacio (Market Intelligence Analyst, StoneX Brazil)

"Σφιχτή βραχυπρόθεσμη προσφορά, αλλά ταβάνι στο ράλι. Το μείγμα αιθανόλης στην Βραζιλία ήταν από τα υψηλότερα για Μάρτιο, όμως η σοδειά ζαχαροκάλαμου μπορεί

να αγγίξει τους 621 εκατ. τόνους, η Ταϊλάνδη παράγει πάνω από τις προσδοκίες και η Ινδία διατηρεί δυνατότητα επανόδου. Το ισοζύγιο μπορεί να γυρίσει προς πλεόνασμα στο β' εξάμηνο του 2026".

Citigroup

Βλέπει βραζιλιάνικη παραγωγή 39,5 εκατ. τόνων το 2026/27 — έναντι 43,95 της κρατικής Conab — λόγω στροφής των μύλων στην αιθανόλη, και προειδοποιεί ότι ένα ισχυρό El Niño μπορεί να έχει σημαντικό αντίκτυπο σε Ινδία και Ταϊλάνδη στο επόμενο εξάμηνο, έως δωδεκάμηνο.

Atul Chaturvedi (Director, Shree Renuka Sugars)

"Με την έμφαση στην αιθανόλη, όλα τα πλεονάσματα ζάχαρης έχουν εξαντληθεί. Με το El Niño προ των πυλών, κάθε συζήτηση για εξαγωγές θα ήταν απερίσκεπτη και παράλογη, τουλάχιστον για τα επόμενα χρόνια".

ΟΙ ΕΚΤΙΜΗΣΕΙΣ ΤΩΝ ΟΙΚΩΝ ΓΙΑ ΤΟ ΙΣΟΖΥΓΙΟ 2026/27

Οίκος / Φορέας	Ισοζύγιο 2026/27	Προηγούμενη εκτίμηση	Σχόλιο
StoneX	Έλλειμμα 550.000 τόνων	Πλεόνασμα 2,3 εκατ. τόνων (2025/26)	Στροφή σε έλλειμμα (20/5)
Rabobank	Έλλειμμα 1,1 εκατ. τόνων	—	Προκαταρκτική εκτίμηση (24/6)
Czarnikow	Έλλειμμα 100.000 τόνων	Πλεόνασμα 1,4 εκατ. τόνων	Αναστροφή λόγω αιθανόλης (11/6)
ISO	Έλλειμμα 262.000 τόνων	Πλεόνασμα 2,2 εκατ. τόνων (2025/26)	Παραγωγή -1,15% στους 180 εκατ. τόνους
Covrig Analytics	Πλεόνασμα 100.000 τόνων	Πλεόνασμα 380.000 τόνων (Μάιος)	Ο πιο συγκρατημένος
Green Pool	Πλεόνασμα 156.000 τόνων	Πλεόνασμα 2,74 εκατ. τόνων (2025/26)	Οριακό πλεόνασμα

Με κόκκινο οι προβλέψεις ελλείμματος. Πηγές: Barchart, Nasdaq, Sugaronline, StoneX (Μάιος-Ιούνιος 2026).

ΠΡΟΚΛΗΣΗ ΤΟ ΚΟΣΤΟΣ ΜΕΤΑΦΟΡΑΣ

Για την ελληνική αγορά, πέρα από την ίδια την τιμή της ζάχαρης, σημαντικό ρόλο διαδραματίζει και το κόστος μεταφοράς, με αυτό από την Ουκρανία να έχει αυξηθεί πάνω από 100%, σε ενάμιση χρόνο, επηρεάζοντας το τελικό κόστος προμήθειας.

DATA Ζάχαρη

Τρέχουσα τιμή: 15,01 σεντς/λίμπρα
Μεταβολή μήνα: +7,74% (-9,2% σε ετήσια βάση)

Παραγωγή Κεντρικής-Νότιας Βραζιλίας (α' 15ήμερο Ιουνίου): 2,31 εκατ. τόνοι (-3% σε ετήσια βάση)

Μείγμα ζάχαρης στους μύλους της Βραζιλίας: 41,42% (από 50,09% πέρυσι)

Μάριος Δελατόλας

marios@notice.gr



• **ΜΑΣΡΑΣ**

ΝΕΑ ΕΠΕΝΔΥΣΗ €6 ΕΚΑΤ. ΓΙΑ ΕΠΕΚΤΑΣΗ ΜΟΝΑΔΑΣ ΠΛΑΣΤΙΚΩΝ - ΕΤΡΕΞΕ ΜΕ +10% ΣΤΟ ΕΞΑΜΗΝΟ

Σε τροχιά νέου ιστορικού υψηλού, τόσο σε ό,τι αφορά τον τζίρο όσο και τη λειτουργική κερδοφορία της τρέχουσας χρήσης, παραμένει η Μασράς, έχοντας ολοκληρώσει το α' εξάμηνο με θετικό ρυθμό ανάπτυξης. "Είμαστε περίπου 10% πάνω στις πωλήσεις μας και, επιπλέον, έχουμε κυκλοφορήσει αρκετούς καινούργιους κωδικούς που έχουν καλή πορεία", δηλώνει στο FNB Daily ο Στέφανος Παπάζογλου, Διευθύνων Σύμβουλος της εταιρείας, μέλος του ομίλου Prerac.

ΠΑΕΙ ΓΙΑ ΝΕΑ ΡΕΚΟΡ ΣΕ ΤΖΙΡΟ, EBITDA

"Αν και είναι αρκετά νωρίς, διαφαίνεται ότι το 2026 θα πάμε ακόμα καλύτερα από το 2025. Με βάση τις εκτιμήσεις μας και το κλίμα που εισπράττουμε από την αγορά, θεωρώ ότι θα ανέβουμε ακόμα περισσότερο σε τζίρο ενώ, κατά πιθανότητα, το ίδιο θα συμβεί και με το EBITDA", προσθέτει. Υπενθυμίζεται ότι το 2025 έκλεισε για την Μασράς με τον κύκλο εργασιών στα €15 εκατ. και το EBITDA στα €2 εκατ. - αμφότερα ρεκόρ για την εταιρεία που ιδρύθηκε το 2002.

DATA (σε €χιλ.)

Κύκλος Εργασιών

2024: 12.869

2023: 13.894

2022: 13.915

EBIT

2024: 942

2023: 1.035

2022: 596

Κέρδη προ φόρων

2024: 626

2023: 769

2022: 308

ΑΝΤΕΞΕ ΣΤΑ ΑΥΞΗΜΕΝΑ ΚΟΣΤΗ

Η Μασράς δεν έμεινε ανεπηρέαστη από τις αυξήσεις στα κοστολόγια των προηγούμενων μηνών. "Το μισθολογικό κόστος, για παράδειγμα, έχει αυξηθεί 10% σε σχέση με πέρυσι ενώ οι αυξήσεις στις πρώτες ύλες έφτασαν σε κάποιες περιπτώσεις το 30%, ξεκινώντας όμως από αρκετά χαμηλή βάση. Προχωρήσαμε, από την πλευρά μας, σε κάποιες μικρή αύξηση τιμών, σε γενικές γραμμές πάντως μπορέσαμε να ανταπεξέλθουμε στα ανεβασμένα κοστολόγια", υπογραμμίζει



Στέφανος Παπάζογλου, Διευθύνων Σύμβουλος, Μασράς

ο κ. Παπάζογλου.

Παράλληλα, η Μασράς δρομολογεί ένα νέο επενδυτικό σχέδιο, συνολικού ύψους €6 εκατ. για την επέκταση της μονάδας παραγωγής πλαστικών, με στόχο την αύξηση την αύξηση της δυναμικότητάς της και την ανάπτυξη νέων προϊόντων "για τη βιομηχανία τροφίμων, το super market, την εστίαση, γενικά για όλες τις χρήσεις και κατηγορίες όπου δραστηριοποιούμαστε". Όπως αναφέρει ο επιχειρηματίας, το αίτημα για ένταξη στον αναπτυξιακό έχει υποβληθεί και η εταιρεία βρίσκεται εν αναμονή της έγκρισής του ενώ από πλευράς τραπεζικής χρηματοδότησης, διευκρινίζει, το έργο είναι εξασφαλισμένο.

ΛΕΙΠΕΙ ΕΞΕΙΔΙΚΕΥΜΕΝΟ ΠΡΟΣΩΠΙΚΟ

"Φυσικά έχουμε κι άλλα πράγματα στο μυαλό μας σε ό,τι αφορά τις επενδύσεις για το κοντινό μέλλον, ωστόσο καλό θα ήταν πρώτα να αξιοποιήσουμε τις υπάρχουσες υποδομές και αυτές που θα δημιουργήσουμε με το νέο επενδυτικό μας project", τονίζει. Όπως προσθέτει ο ίδιος, το μείζον πρόβλημα σήμερα για επιχειρήσεις σαν τη δική του είναι η έλλειψη εξειδικευμένου προσωπικού (αν όχι και προσωπικού, γενικότερα). "Αυτή τη στιγμή δεν εκμεταλλευόμαστε τις υφιστάμενες γραμμές παραγωγής. Χαρακτηριστικά, έχουμε προχωρήσει, όπως προαναφέραμε, στο λανσάρισμα κάποιων καινούργιων κωδικών τους οποίους όμως, ακριβώς γι' αυτό το λόγο, δεν έχουμε μπορέσει να τους υποστηρίξουμε όπως θα θέλαμε", τονίζει.

Γιάννης Τσατσάκης
yannis@notice.gr



Αντώνης Αυγερόπουλος, Πρόεδρος, Ελληνικό Ινστιτούτο Εξυπηρέτησης Πελατών

• ΕΛΛΗΝΙΚΟ ΙΝΣΤΙΤΟΥΤΟ ΕΞΗΠΗΡΕΤΗΣΗΣ ΠΕΛΑΤΩΝ ΝΕΟΣ ΠΡΟΕΔΡΟΣ Ο ΑΝΤΩΝΗΣ ΑΥΓΕΡΟΠΟΥΛΟΣ ΤΗΣ NESPRESSO HELLAS

Σε αλλαγή της ηγεσίας του Ελληνικού Ινστιτούτου Εξυπηρέτησης Πελατών προχώρησαν τα μέλη του, εκλέγοντας στη θέση του Προέδρου τον CEO της Nespresso Hellas, Αντώνη Αυγερόπουλο, για τα επόμενα δύο χρόνια. Αντιπρόεδρος είναι ο CEO της Global Link, Κώστας Σιγαλός, Γενικός Γραμματέας ο ιδρυτής και CEO της Rethink Business Lab, Δημήτρης Γεωργόπουλος και Ταμίας η Εμπορική Διευθύντρια της Yuboto, Ελεάννα Σγουρῶφ.

Το ΕΙΕΠ εκπροσωπεί πάνω από 130 επιχειρήσεις-μέλη, με συνολικό τζίρο άνω των €50 δισ., παρέχοντας έτσι τις υπηρεσίες του σε περισσότερους από 130.000 εργαζομένους.

Όπως δήλωσε ο κ. Αυγερόπουλος, "Η εμπειρία του πελάτη είναι πιο σημαντική από ποτέ στην Ελλάδα, χτίζοντας εμπιστοσύνη, πιστότητα και μακροχρόνια επιχειρηματική επιτυχία. Θέλω να ευχαριστήσω την κοινότητα του Ινστιτούτου για την εμπιστοσύνη σας. Προσδοκώ στη συνεργασία όλων μας για να ενδυναμώσουμε περαιτέρω την κουλτούρα του πελατοκεντρισμού και της αριστείας σε όλη την Ελλάδα".

• CIRCANA (ΠΕΝΤΑΜΗΝΟ)

ΣΤΟ +10,3% ΟΙ ΠΩΛΗΣΕΙΣ ΚΟΤΟΠΟΥΛΟΥ - ΤΗΝ ΤΙΜΗΤΙΚΗ ΤΟΥΣ ΕΙΧΑΝ ΤΑ... ΚΟΚΟΡΙΑ, ΥΠΟΧΩΡΗΣΑΝ ΤΑ ΑΛΛΑΝΤΙΚΑ

Ανάπτυξη κατέγραψε η κατηγορία του κοτόπουλου στα super market της χώρας κατά το φετινό πεντάμηνο, σύμφωνα με στοιχεία της Circana που έχει στη διάθεσή του το FNB Daily.

Οι συνολικές πωλήσεις αυξήθηκαν κατά 10,3% σε αξία, φθάνοντας τα €153,32 εκατ., ενώ σε όγκο ενισχύθηκαν κατά 9,5%, στα 27,74 εκατ. τεμάχια. Τη μεγαλύτερη ποσοστιαία άνοδο μεταξύ των υποκατηγοριών σημείωσαν τα... κοκκόρια, ενώ θετική ήταν η εικόνα για τις περισσότερες κατηγορίες νωπού και κατεψυγμένου κοτόπουλου. Αντίθετα, πιέσεις καταγράφθηκαν στο επεξεργασμένο χύμα, στο ολόκληρο συσκευασμένο κοτόπουλο και στα αλλαντικά.

ΠΑΝΩ ΟΙ ΚΟΚΟΡΕΣ

Το απλό κοτόπουλο κατέγραψε αύξηση 10,2% σε αξία, με πωλήσεις στα €151,75 εκατ., ενώ οι όγκοι ενισχύθηκαν κατά 9,3%, στα 27,41 εκατ. τεμάχια.

Τη μεγαλύτερη ποσοστιαία άνοδο παρουσίασαν τα κοκκόρια, με τις πωλήσεις να αυξάνονται κατά 27,4% σε αξία και κατά 27,7% σε όγκο.

ΣΥΣΚΕΥΑΣΜΕΝΟ & ΕΠΕΞΕΡΓΑΣΜΕΝΟ

Πέραν της συνολικής κατηγορίας του κοτόπουλου, που περιλαμβάνει το απλό κοτόπου-

λο και τα κοκκόρια, η Circana αποτυπώνει ξεχωριστά την πορεία επιμέρους κατηγοριών προϊόντων, οι οποίες δεν αποτελούν υποσύνολα της συνολικής κατηγορίας.

Το επεξεργασμένο συσκευασμένο κοτόπουλο κατέγραψε αύξηση 23,7% σε αξία, με τις πωλήσεις να ανέρχονται στα €33,32 εκατ., ενώ σε όγκο ενισχύθηκε κατά 15,8%, στα 3,38 εκατ. τεμάχια.

Ανοδικά κινήθηκε και το τεμαχισμένο συσκευασμένο κοτόπουλο, με αύξηση 11,5% σε αξία και 13,8% σε όγκο, καθώς και το τεμαχισμένο χύμα κοτόπουλο, το οποίο σημείωσε άνοδο 12,4% σε αξία και 13,4% σε όγκο. Θετικό πρόσημο παρουσίασε επίσης το ολόκληρο χύμα κοτόπουλο, με αύξηση 7,9% σε αξία και 9% σε όγκο.

Αντίθετα, το επεξεργασμένο χύμα κοτόπουλο κατέγραψε υποχώρηση 11,8% σε αξία, με τις πωλήσεις να κλείνουν στα €8,9 εκατ., ενώ σε όγκο οι πωλήσεις μειώθηκαν κατά 14,9%.

ΠΤΩΤΙΚΑ ΤΟ ΟΛΟΚΛΗΡΟ ΣΥΣΚΕΥΑΣΜΕΝΟ

Πτωτική ήταν η εικόνα σε αξία και για το ολόκληρο συσκευασμένο κοτόπουλο, όπου οι πωλήσεις διαμορφώθηκαν στα €10 εκατ., μειωμένες κατά 6,8% σε σχέση με το αντίστοιχο πεντάμηνο του 2025. Σε όγκο, ωστόσο, η κατηγορία παρέμεινε ουσιαστικά σταθερή, καταγράφοντας οριακή αύξηση 0,8%.

ΑΝΟΔΙΚΑ ΚΑΙ ΤΑ ΚΑΤΕΨΥΓΜΕΝΑ ΠΡΟΪΟΝΤΑ

Εξετάζοντας τις πωλήσεις σε αξία βασικών κατηγοριών κατεψυγμένων προϊόντων παρατηρείται διαφοροποιημένη εικόνα σε επίπεδο όγκου, καθώς τα nuggets υποχώρησαν, ενώ τα semi ready meals κινήθηκαν ανοδικά.

Στην κατηγορία chicken nuggets, οι πωλήσεις σε αξία διαμορφώθηκαν στα €6,72 εκατ., καταγράφοντας αύξηση 3,9%. Σε επίπεδο όγκου, οι πωλήσεις ανήλθαν σε 606.411 μονάδες, σημειώνοντας μείωση 3,6%.

Ανοδική ήταν η πορεία και στην κατηγορία semi ready meals.

Οι πωλήσεις σε αξία ανήλθαν σε €398.732, παρουσιάζοντας αύξηση 14,1%. Παράλληλα, ο όγκος πωλήσεων διαμορφώθηκε σε 27.563 μονάδες, κλείνοντας στο +14,3%.

ΠΤΩΤΙΚΑ ΤΑ ΑΛΛΑΝΤΙΚΑ

Η κατηγορία των αλλαντικών κοτόπουλου καταγράφει στο πεντάμηνο μείωση 8,3% με τις πωλήσεις να φτάνουν σχεδόν στα €2,6 εκατ., ενώ ο όγκος πωλήσεων της κατηγορίας ανέρχεται σε 256.393 μονάδες στο πεντάμηνο καταγράφοντας μείωση 13,6%.

Στέλλα Αυγουστάκη
stella@notice.gr



• WIKIFARMER - ΧΑΛΑΣΤΡΑ Α' ΚΑΙ ΕΓΕΝΕΤΟ WEDDING RICE ΓΙΑ ΤΗΝ ΑΞΙΟΠΟΙΗΣΗ ΡΥΖΙΟΥ Β' ΔΙΑΛΟΓΗΣ

Στην αξιοποίηση του ρυζιού Β' διαλογής στοχεύει η δημιουργία του Wedding Rice, μιας πρωτοβουλίας του Συνεταιρισμού Ορυζοπαγωγών Χαλάστρας Α' σε συνεργασία με τη Wikifarmer. Όπως αναφέρει στο FNB Daily ο Διευθύνων Σύμβουλος και Co-Founder της Wikifarmer, Ηλίας Σούσης, η ιδέα γεννήθηκε ως απάντηση στη σπατάλη περισσότερων από 200 τόνων ρυζιού που χρησιμοποιούνται κάθε χρόνο στην Ελλάδα στο παραδοσιακό έθιμο της ρίψης ρυζιού στους γάμους, αλλά και στην ανάγκη αξιοποίησης ποσοτήτων ρυζιού Β' διαλογής, οι οποίες δεν προορίζονται για επιτραπέζια κατανάλωση.

ΝΕΑ ΠΡΟΪΟΝΤΙΚΗ ΚΑΤΗΓΟΡΙΑ

Στο πλαίσιο της πρωτοβουλίας δημιουργήθηκε, όπως εξηγεί, μια νέα κατηγορία προϊόντος με συγκεκριμένη χρήση και εμπορική ταυτότητα, αξιοποιώντας ρύζι που μέχρι τότε είχε περιορισμένες δυνατότητες εμπορικής διάθεσης. Το προϊόν διατέθηκε μέσω της πλατφόρμας της Wikifarmer και απευθύνθηκε σε επαγγελματίες του κλάδου γάμων, δημιουργώντας ένα επιπλέον κανάλι διάθεσης για τους παραγωγούς.

ΣΤΟΧΟΣ Η ΜΕΙΩΣΗ ΤΟΥ FOOD WASTE

Το λανσάρισμα του Wedding Rice πραγματοποιήθηκε μέσα από ένα ντοκιμαντέρ

που αφηγείται την ιστορία πίσω από την πρωτοβουλία.

Μέσα στον πρώτο χρόνο, 41 τόνοι εμπορικά απορριπτόμενου ρυζιού μετατράπηκαν σε πωλήσεις, η επισκεψιμότητα της πλατφόρμας αυξήθηκε κατά 110%, ενώ οι πωλήσεις ρυζιού ενισχύθηκαν κατά 260%. Παράλληλα, η πρωτοβουλία έλαβε την υποστήριξη της ελληνικής κυβέρνησης ως δράση για τη μείωση της σπατάλης τροφίμων.

ΣΥΝΕΡΓΑΣΙΑ ΜΕ ΤΗΝ ΜΑΣΟΥΤΗΣ

Σύμφωνα με τον κ. Σούση, το Wedding Rice διατίθεται σε συσκευασίες από 2 έως 25 κιλά, καλύπτοντας τόσο επαγγελματικές, όσο και ιδιωτικές ανάγκες.

Συνολικά βρίσκεται στην αγορά εδώ και περίπου από δύο χρόνια, στην Μασούτης - σε αποκλειστική συνεργασία - σε συσκευασίες 2 και 5 κιλών, ενώ είναι διαθέσιμο και μέσω της ηλεκτρονικής πλατφόρμας της Wikifarmer.

ΙΚΑΝΟΠΟΙΗΣΗ ΓΙΑ ΤΟ 2026

Ερωτηθείς για την πορεία της Wikifarmer, ο κ. Σούσης ανέφερε ότι μέχρι στιγμής το 2026 κινείται ελαφρώς καλύτερα σε σχέση με το προηγούμενο έτος.

Στέλλα Αυγουστάκη
stella@notice.gr



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:

BnBeauty

Γίνε
συνδρομητής
εδώ



• DEL MONTE ΕΠΕΝΔΥΕΙ ΣΤΑ ΣΥΣΤΑΤΙΚΑ CLEAN LABEL ΜΕΣΩ ΣΥΝΕΡΓΑΣΙΑΣ ΜΕ ΤΗΝ TREATT

Η Del Monte Corporation θα διαθέσει στην αγορά εκχυλίσματα πραγματικών φρούτων για εφαρμογές στη βιομηχανία ποτών, στο πλαίσιο νέας συνεργασίας με την εταιρεία παραγωγής συστατικών, Treatt.

Η νέα σειρά περιλαμβάνει εκχυλίσματα από ανανά, καρπούζι, μάνγκο και πεπόνι κανταλούπης. Η συνεργασία αποσκοπεί στην παροχή λύσεων συστατικών "clean label" για τους παραγωγούς ποτών, ανταποκρινόμενη στη ζήτηση των καταναλωτών για πιο υγιεινές επιλογές με φυσικά και αναγνωρίσιμα συστατικά.

Η ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΗ

Η πρωτοβουλία εντάσσεται στη στρατηγική της Del Monte για τη δημιουργία πιο σταθερών πηγών εσόδων, σε μια περίοδο κατά την οποία οι γεωργικές δραστηριότητές της δέχονται πιέσεις από τον πόλεμο στο Ιράν και τις ευρύτερες γεωπολιτικές εξελίξεις. Η εταιρεία αναζητά νέους μοχλούς ανάπτυξης μετά την εξαγορά της Del Monte Foods ένα-



ντι \$285 εκατ., η οποία επανέφερε, για πρώτη φορά έπειτα από σχεδόν τέσσερις δεκαετίες, τις δραστηριότητες νωπών και κονσερβοποιημένων φρούτων υπό κοινό εταιρικό έλεγχο. Σύμφωνα με τις προβλέψεις της διοίκησης, η δραστηριότητα των κονσερβοποιημένων προϊόντων αναμένεται να ενισχύσει τις ταμειακές ροές του ομίλου, καθώς ο τομέας των νωπών φρούτων εκτιμάται ότι θα παρουσιάσει ασθενέστερες επιδόσεις.

Η Del Monte εισήλθε στην αγορά των εξειδικευμένων συστατικών το 2024, ιδρύοντας ειδική επιχειρηματική μονάδα που επικεντρώνεται σε λύσεις "clean label". Παράλληλα, η νέα δραστηριότητα εντάσσεται στη στρατηγική βιωσιμότητας της εταιρείας, με στόχο τον περιορισμό

της σπατάλης και τη μετατροπή υποπροϊόντων σε συστατικά υψηλής προστιθέμενης αξίας.

ΤΙ ΖΗΤΟΥΝ ΟΙ ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΕΣ

Στο πλαίσιο της συνεργασίας, η Treatt αξιοποιεί τη δική της τεχνολογία εκχύλισης για την ανάκτηση αυθεντικών αρωμάτων φρούτων, διασφαλίζοντας σταθερή ποιότητα και υψηλή απόδοση στις εφαρμογές ποτών. Όπως δήλωσε η Emma Bowles, Group Director of category and marketing της Treatt, η νέα σειρά επιτρέπει στις μάρκες να ανταποκρίνονται στη ζήτηση των καταναλωτών για αυθεντική γεύση, αναγνωρίσιμα συστατικά και ισχυρότερες επιδόσεις στον τομέα της βιωσιμότητας.

• Debrief •

ΤΟ ΚΑΛΟ ΠΡΟΪΟΝ ΠΟΥΛΑΕΙ ΑΠΟ ΜΟΝΟ ΤΟΥ

Καλές οι εμπορικές πρακτικές, ωραίες οι στρατηγικές ανοίγματος σε νέες αγορές, εξαιρετικές οι προσπάθειες προσέγγισης νέων κοινών, αλλά κάθε πώληση έχει έναν βασικό πυλώνα: το προϊόν. Καλύπτει τις ανάγκες του αγοραστή; Το εμπιστεύεται; Έχει αξία και ποιότητα που να αντιστοιχεί στην τιμή του; Αν ναι όλα καλά. Αν όχι... Houston we have a problem.

Στο σημερινό Editorial Νεκτάριος Νώτης επισημαίνει, σωστά, πώς ο Πρόεδρος της FIFA, Gianni Infantino, προσπαθεί να κάνει πιο θελκτικό, ως προϊόν, το ποδόσφαιρο. Το θέμα είναι αν το φετινό Παγκόσμιο Κύπελλο βοηθά προς αυτή την κατεύθυνση. Αν, δηλαδή, το προϊόν του είναι καλό.

Ας πάρουμε τα πράγματα ένα, ένα.

Το θέαμα καθώς πλησιάζουμε προς το τέλος, γίνεται ολοένα και καλύτερο, κάτι ανα-

μενόμενο. Μένουν ομάδες υψηλότερης δυναμικότητας, οπότε ανεβαίνει και η ποιότητα των αγώνων.

Το φετινό πρόβλημα, όπως το αντιλαμβάνομαι εγώ, έχει να κάνει με την αξιοπιστία των αγώνων. Υπάρχει γκρίνια ότι σπρώχνονται, κατά κάποιον τρόπο, συγκεκριμένες ομάδες. Αυτό δεν είναι κάτι καινούριο. Το φετινό Μουντιάλ, όμως, είναι σαν startup της Silicon Valley. Κάμερες και αισθητήρες παντού, καταγράφουν τα πάντα. Κι όμως, σε αυτή τη συνθήκη, που θεωρητικά η τεχνολογία διορθώνει την όποια αδικία, η γκρίνια είναι σημαντική. Αν μάλιστα, συνυπολογίσουμε και την άρση της τιμωρίας παίκτη των ΗΠΑ, μετά από παρέμβαση... Trump, κάτι δεν έχει γίνει σωστά.

Επιπλέον, για πρώτη φορά σε Μουντιάλ κα-

ταγράφεται κάτι απολύτως ξενερωτικό: οι παίκτες που σκοράρουν δεν πανηγυρίζουν (ούτε και οι θεατές). Πρώτα, γυρίζουν να σιγουρευτούν ότι κάποια κάμερα ή κάποιος αισθητήρας δεν το ακύρωσε, και μετά πανηγυρίζουν. Sorry κιόλας, αλλά αυτό δεν είναι ποδόσφαιρο, ακόμα και για κάποιον όπως εγώ, που δεν πολυσασχολούμαι.

Αφορμή το Μουντιάλ για αυτά. Το ίδιο ισχύει παντού. Καλές οι επικές ανακοινώσεις, αλλά στο τέλος της ημέρας αυτό που μετράει είναι αν ο καταναλωτής απόλαυσε αυτό που είδε, αγόρασε, γεύτηκε, βίωσε. Αν είναι καλό, θα το αγοράσει ξανά και ξανά. Δεν θα χρειαστεί καν να του το πουλήσει κάποιος. Πουλάει από μόνο του.

Γιάννης Παλιούρης
giannis@notice.gr

Business Maker

ΜΑΣΟΥΤΗΣ: ΤΟ ΜΥΣΤΙΚΟ ΤΗΣ ΔΙΑΔΟΧΗΣ ΠΟΥ ΚΡΑΤΗΣΕ ΤΗΝ ΟΙΚΟΓΕΝΕΙΑ ΣΤΟ ΤΙΜΟΝΙ

Το πώς μια οικογενειακή επιχείρηση περνά από τη μία γενιά στην άλλη, χωρίς να χάσει την ταυτότητά της, βρέθηκε στο επίκεντρο της κλειστής συζήτησης που διοργάνωσε η Endeavor Greece στην Θεσσαλονίκη, με προσκεκλημένο τον πρόεδρο της Μασούτης Α.Ε., Γιάννη Μασούτη. Η συνάντηση έφερε στο ίδιο τραπέζι μια επιλεγμένη ομάδα ιδρυτών από το δίκτυό της, με τη συζήτηση να επικεντρώνεται στις προκλήσεις, που αντιμετωπίζουν οι οικογενειακές επιχειρήσεις όταν έρχεται η ώρα της διαδοχής.

Η περίπτωση της Μασούτης βρέθηκε στο επίκεντρο λόγω της διαδρομής της. Από ένα κατάστημα στο κέντρο της Θεσσαλονίκης το 1976, η εταιρεία εξελίχθηκε στη μεγαλύτερη

αλυσίδα super market της Βόρειας Ελλάδας και σε μία από τις μεγαλύτερες παρουσίες του οργανωμένου λιανεμπορίου στη χώρα, παραμένοντας οικογενειακή επιχείρηση.

Η συζήτηση με τον Γιάννη Μασούτη δεν περιορίστηκε στην ανάπτυξη της εταιρείας, αλλά επικεντρώθηκε στις πιο δύσκολες πλευρές της μετάβασης από τη μία γενιά στην επόμενη. Στο πώς η νέα γενιά εισέρχεται σε μια επιχείρηση, που έχει ήδη χτιστεί, χωρίς να διαγράψει όσα προηγήθηκαν, αλλά και στο πώς διατηρείται η εταιρική ταυτότητα στη διάρκεια αυτής της αλλαγής.

Στο τραπέζι τέθηκαν ακόμη οι εξελίξεις στο λιανεμπόριο, η κατεύθυνση του κλάδου, αλλά και η σημασία των σχέσεων με τους προμη-

θευτές και τα brands. Πρόκειται για ζητήματα, που, όπως σημειώνει η Endeavor Greece, μπορούν να συζητηθούν ουσιαστικά μόνο από ανθρώπους, οι οποίοι έχουν βρεθεί στην πράξη αντιμέτωποι με τις απαιτήσεις της επιχειρηματικής καθημερινότητας.

Η συνάντηση στην Θεσσαλονίκη ανέδειξε ένα από τα βασικά ερωτήματα που απασχολούν πολλές οικογενειακές επιχειρήσεις: Πώς η επόμενη γενιά αναλαμβάνει ενεργό ρόλο, διατηρώντας την πορεία που έχει χαραχθεί μέχρι σήμερα.

Πριν από αυτό, όμως, υπάρχει ένα άλλο, πιο βασικό ερώτημα: Αν η επόμενη γενιά πρέπει υποχρεωτικά να ασχοληθεί με την οικογενειακή επιχείρηση...

ΕΡΜΟΥ, ΓΛΥΦΑΔΑ, ΚΗΦΙΣΙΑ: ΟΙ ΤΣΟΥΧΤΕΡΕΣ ΤΙΜΕΣ ΤΩΝ ΕΝΟΙΚΙΩΝ ΣΤΟ F&B

Μπορεί οι συζητήσεις στα επιχειρηματικά πηγαδάκια να περιστρέφονται γύρω από την ακρίβεια και τις πιέσεις στο διαθέσιμο εισόδημα, όμως η εγχώρια αγορά εστίασης συνεχίζει να κινείται σε ρυθμούς υψηλών ταχυτήτων, με τις πολυεθνικές αλυσίδες και τα ισχυρά τοπικά brands να δίνουν σκληρή μάχη για ένα καλό πόστο. Τα τελευταία στοιχεία της Cushman & Wakefield αποτυπώνουν την πραγματικότητα, που αντιμετωπίζουν οι εταιρείες F&B, οι οποίες καλούνται ναβάλουν βαθιά το χέρι στην τσέπη αν θέλουν πρόσβαση στα βαριά καταναλωτικά κοινά της πρωτεύουσας.

Στο εμπορικότερο τετράγωνο της χώρας, το κέντρο της Αθήνας κρατά τα σκήπτρα της ακρίβειας. Για ένα τυπικό κατάστημα των 350 τετραγωνικών μέτρων στην οδό Ερμού,

το Κολωνάκι και την ευρύτερη περιοχή του Ψυρρή, η μηνιαία μίσθωση ξεκινά από το καθόλου ευκαταφρόνητο ποσό των €50 και εκτοξεύεται μέχρι τα €100 ανά τετραγωνικό. Πρόκειται για μια ζώνη, όπου το real estate εξαργυρώνει την ασταμάτητη ροή τουριστών και των locals της μαζικής αγοράς, με το νεανικό κοινό να δίνει τον τόνο και να υποδέχεται διαρκώς νέα concepts και premium cafe-bar.

Η κατάσταση δεν αλλάζει ιδιαίτερα, όταν η πυξίδα στρέφεται προς τα βόρεια και τα νότια προάστια, όπου οι ιδιοκτήτες ακινήτων διατηρούν ψηλά τις απαιτήσεις τους.

Στην κοσμική Γλυφάδα, με επίκεντρο την Πλατεία Κύπρου και τις οδούς Ζησιμοπούλου και Μεταξά, το ταμπλό γράφει από €50 έως €80 το τετραγωνικό, με τη ζήτηση να τρο-

φοδοτείται από ένα μείγμα εύπορων μόνιμων κατοίκων και ξένων επισκεπτών.

Το ίδιο ακριβώς τίμημα, από €50 έως €80 ανά τ.μ., καλούνται να καταβάλουν οι επιχειρηματίες και στο παραδοσιακό οχυρό της Κηφισιάς, στις οδούς Λεβίδου, Κολοκοτρώνη, Κασσαβέτη και στο Κεφαλάρι, ποντάροντας σχεδόν αποκλειστικά στη σταθερή αγοραστική δύναμη των κατοίκων της περιοχής.

Η πιο ρεαλιστική, αλλά εξαιρετικά υποσχόμενη επιλογή, έρχεται από το μεγάλο λιμάνι. Στον Πειραιά, η εμπορική κίνηση στην Σωτήρος και το Πασαλιμάνι κρατά τα ενοίκια στη ζώνη των €40 με €70 το τετραγωνικό, προσφέροντας μια εναλλακτική με καλό value for money για αλυσίδες fast food και δημοφιλή café, που θέλουν να πιάσουν τον παλμό της τοπικής κοινωνίας και των επιβατών της κρουαζιέρας.



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

**KANTE
ΕΓΓΡΑΦΗ
ΕΔΩ**

• ΜΥΚΟΝΟΣ CHOCOLATE

Η ΠΡΩΤΗ ΣΟΚΟΛΑΤΟΠΟΙΙΑ ΤΗΣ ΜΥΚΟΝΟΥ ΕΙΝΑΙ ΓΕΓΟΝΟΣ

Η Σοκολατοποιία Μυκόνου (Mykonos Chocolate) παρουσίασε την πρώτη σοκολάτα, που παράγεται εξ ολοκλήρου στο νησί, με την πρώτη συλλογή της να εξαντλείται μέσα στις πρώτες 24 ώρες από την κυκλοφορία της.

Η συλλογή αποτελεί το πρώτο λανσάρισμα του νέου ελληνικού brand και αντλεί έμπνευση από την Μύκονο.

ΓΕΥΣΕΙΣ

Οι διαφορετικές γεύσεις της συλλογής φέρουν ονομασίες που παραπέμπουν στην Μύκονο, όπως:

- Sunset in Chora



- Matogianni
- Pink Sand
- Olive and Sea
- Little Pelican
- Summer Love
- JMK to Rio
- Party with Ouza

Η Mykonos Chocolate διατίθεται μέσω του ηλεκτρονικού καταστήματος της εταιρείας, στα καταστήματα Flora Super Markets της Μυκόνου, καθώς και σε επιλεγμένα ξενοδοχεία και σημεία πώλησης. Παράλληλα, βρίσκεται σε εξέλιξη η δημιουργία της πρώτης flagship boutique, Mykonos Chocolate, στη Χώρα της Μυκόνου.

Business Insight

ΕΙΝΑΙ ΠΕΡΙΠΤΩΣΗ UNDER VALUED STOCK Η LAMDA DEVELOPMENT;

Με αφορμή τα αποτελέσματα τριμήνου, τον στόχο της διοίκησης για ταμειακές ροές €600 εκατ., και την επικείμενη παράδοση των αθλητικών εγκαταστάσεων, εύλογα γεννάται το ερώτημα κατά πόσον **η τρέχουσα χρηματιστηριακή αξία των €1,145 δισ.** αποτελεί δίκαιη τιμή ή πρόκειται για κλασική περίπτωση υποτιμημένης μετοχής. Κατ' αρχήν, **με τιμή κλεισίματος στα €6,48 ευρώ (10/7)** η μεταβολή για τη μετοχή παραμένει σε υποαπόδοση έναντι της αγοράς, σε συνέχεια ανάλογης τάσης του 2025. Αυτό αφορά στο παρόν/στο μέχρι τώρα, γι' αυτό και το θέμα του insight είναι εάν οι προοπτικές δικαιολογούν υπεραπόδοση.

Θα ξεκινήσω από τα **bearish στοιχεία** (σύμφωνα με τα μεγέθη τριμήνου): **αύξηση λειτουργικών εξόδων στα €22,8 εκατ. και EBITDA προ αποτιμήσεων σε -€8,5 εκατ.** Ωστόσο, θα πει κάποιος πως αυτό ήταν αναμενόμενο, με τη διοίκηση σε φάση έντασης εργασιών (CAPEX €126 εκατ. στο τρίμηνο), υπενθυμίζοντας πως το project έχει εμπρόθεσμη και... αδηφάγη ανάγκη μετρητών. **Καθαρή Αξία Ενεργητικού στα €1,529 δισ.,** ελαφρώς μειωμένη, με το NAV να αντιστοιχεί σε €8,97/μετοχή.

Υψηλό ρίσκο μετάβασης από την εκτέλεση στη λειτουργία, πρακτικά αυτό σημαίνει πως **η διοίκηση υλοποιεί ένα τεράστιο έργο που χρειάζεται πολύ κεφάλαιο μπρο-**

στά προκειμένου να μπορεί να έχει έσοδα/λειτουργικό κέρδος στη συνέχεια. Όπως είπε ο Διευθύνων Σύμβουλος, η Lamda Development περνά από την κατασκευή/πωλήσεις στην παράδοση, διάστημα που εκτός των άλλων ο όμιλος επιβαρύνεται με έντονες πληθωριστικές πιέσεις στα υλικά, κόστος κατασκευής κ.λ.π., μέχρι να μπει το "κλειδί στην πόρτα".

Για να συνεχίσω με τα bullish, όπου υπεισέρχεται η παράμετρος της προοπτικής, με ζητούμενο το κατά πόσον στο outlook τιμολογείται εύλογα αυτό που θα αξίζει (κοστολογείται), λ.χ. σε 6-9 μήνες από σήμερα. Τί έδειξαν τα μεγέθη τριμήνου: **αύξηση πωλήσεων στα €142,7 εκατ. ποσοστό 35% στο Top Line Growth.** Πρακτικά αυτό σημαίνει πως η εταιρεία περνά - ήδη - από τον σχεδιασμό στην εκτέλεση, δηλαδή παραγωγή εσόδων. Η TLG είναι εντυπωσιακή. **Ο όμιλος διαθέτει ισχυρά hedging assets,** δηλαδή λειτουργία που παράγει έσοδα/κέρδη EBITDA σε βαθμό που αντισταθμίζεται το κόστος του Ελληνικού.

Όντως, το χαρτοφυλάκιο εμπορικών κέντρων, **η Μαρίνα Φλοίσβου απέδωσε ρεκόρ EBITDA από τα Malls και αύξηση 12% από τον Φλοίσβο.** Εισπράξεις €1,7 δισ. και με το 87% του Little Athens να έχει πωληθεί (ή προκλεισθεί) το ρίσκο του εγχειρήματος είναι μειωμένο. Συν το γεγονός του αυξη-

μένου ποσοστού πωλήσεων δείχνει πως το προϊόν έχει βρει (αγοραστική) ανταπόκριση, ότι αγκαλιάζεται από ένα αρκετά απαιτητικό κοινό. Εκτιμώ πως, αυτό θα μπορούσε να αποτελέσει μελλοντικό goodwill για τη διοίκηση. Κάτι που θεωρώ ότι αρχίζει να αποτυπώνεται-πλέον- από το α' τρίμηνο: **για το μεν The Ellinikon Mall ποσοστό 70% έχει προσυμφωνηθεί (για μικτή εκμίσθωση επιφάνειας), το δε Riviera Galleria κατά 78%,** που σημαίνει ότι η διοίκηση διασφαλίζει μελλοντικά έσοδα από ισχυρούς ομίλους, επιχειρηματίες, πριν καν ολοκληρωθεί η κατασκευή. Στην υλοποίηση αυτού του σύνθετου εγχειρήματος **η διοίκηση διαθέτει ταμείο €831 εκατ., μη χρησιμοποιημένες γραμμές χρηματοδότησης (δανείων) €232 εκατ., δηλαδή €1,063 δισ. μαζίλαρι.**

Στα €6,48 η χρηματιστηριακή τιμή στο ταμπλό, στα €8,97 η καθαρή αξία ενεργητικού (net asset value), δηλαδή η αξία των περιουσιακών στοιχείων μείον τις υποχρεώσεις. **Σημαντικό το discount,** που αργά ή γρήγορα θα αρχίσει να μειώνεται. Κοινός τόπος πως η ψαλίδα κλείνει όσο τα διάφορα σημαντικά τμήματα του σύνθετου έργου γίνονται ορατά. Στην περίπτωση που η τρέχουσα αποτίμηση των €1,145 δισ. αποτελεί undervalued τιμολόγηση της Lamda Development.

SECRETCRECIPE

Στην Βουλιαγμένη ανοίγει το πρώτο Tashas Café

Την Βουλιαγμένη - εκεί, δηλαδή, όπου πέρυσι γιόρτασε τα γενέθλιά της - επέλεξε η ελληνικής καταγωγής Νοτιοαφρικανή, Natasha Sideris, να ανοίξει το πρώτο Tashas Café στην Ελλάδα. Οι εργασίες είναι πυρετώδεις, ώστε το κατάστημα να λειτουργήσει το συντομότερο δυνατό, στον χώρο, όπου μέχρι πρότινος στεγαζόταν - χωρίς να αντέξει τον ανταγωνισμό του διπλανού και all time classic, Waffle House - το Bufala Gelato του Fais Group. Πληροφορίες του Fnb Daily ανέφεραν ότι το Tashas Group κλείνει και τις τελευταίες θέσεις του προσωπικού, με την κυρία Sideris να έχει βλέψεις και για περισσότερα σημεία, υπό το brand, Tashas, στην Ελλάδα. Ο όμιλος αριθμεί σήμερα 40 σημεία, υπό 13 brand - όπως το εξαιρετικό εστιατόριο, Avli by tashas, και τα Bungalo34, Flamingo Room by tashas, Galaxy Bar, Le Parc by tashas - σε Νότια Αφρική, Ηνωμένα Αραβικά Εμιράτα, Σαουδική Αραβία, Μπαχρέιν και Ηνωμένο Βασίλειο.

SÖ POSH!

the trendletter

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

**Κάθε Σάββατο
στις 9.30**

ΤΟ ΕΒΔΟΜΑΔΙΑΙΟ NEWSLETTER

ΓΙΝΕ ΣΥΝΔΡΟΜΗΤΗΣ ΕΔΩ

Editorial

Ο Infantino σε ρόλο Thatcher

Έχοντας ήδη μπει στην τελευταία εβδομάδα και τα ημιτελικά του παγκοσμίου κυπέλλου - και περιμένοντας φυσικά τη Γαλλία να σηκώσει την κούπα, όπως άλλωστε το δικαιούται και το δικαιούνταν και το 2022 άσχετα εάν κάποιοι επιθυμούν να το δώσουν ξανά στην ομάδα της κλάψας που λέγεται Αργεντινή - καταγράφω τα εξής:

Ναι, είναι ένα Μουντιάλ, όπου αποθεώνεται το εμπορικό στοιχείο, όπου πωλείται και μάλιστα πολύ ακριβά το καθετί, όπου αυξήθηκαν οι ομάδες, που συμμετέχουν, ώστε να υπάρχουν περισσότεροι αγώνες, άρα περισσότερα εισιτήρια, άρα περισσότερα χρήματα από τηλεοπτικά δικαιώματα, άρα μεγαλύτερο ενδιαφέρον από περισσότερες χώρες.

Ναι, είναι ένα Μουντιάλ, όπου ο Πρόεδρος της FIFA, Infantino, προσπαθεί μαζί με τον Πρόεδρο Trump να κάνει τους Αμερικανούς να ασχοληθούν περισσότερο με το ποδόσφαιρο. Και αυτό γίνεται με κάθε κόστος (δεχόμενος ακόμα και το αίτημα για ακύρωση της κόκκινης κάρτας σε ποδοσφαιριστή των Ηνωμένων Πολιτειών).

Όμως, είναι ταυτόχρονα ένα Μουντιάλ, το οποίο μας δείχνει πολλά για το πώς αλλάζει η όλη προσέγγιση απέναντι στο ποδόσφαιρο - το μπάσκετ και άλλα αθλήματα - ως θέαμα περισσότερο πλέον, και όχι τόσο ως οπαδική ενασχόληση.

Τι σημαίνει αυτό στην πράξη;

Σημαίνει ότι τα συμβόλαια των ποδοσφαιριστών θα γίνονται όλο και ακριβότερα.

Σημαίνει ότι, κατά συνέπεια, οι ομάδες θα χρειάζονται περισσότερα έσοδα.

Σημαίνει ότι, κατά συνέπεια, τα εισιτήρια θα είναι πιο ακριβά, τα τηλεοπτικά δικαιώματα θα είναι πιο ακριβά, άρα και τα όσα θα πληρώνουμε στα συνδρομητικά κανάλια, οι διαφημίσεις θα είναι πιο ακριβές.

Όλα αυτά καταλήγουν στην τάση, που υπάρχει τα τελευταία χρόνια παγκοσμίως, ειδικά μετά την πανδημία, ο άρτος και τα θεάματα να κα-

θίστανται όλο και πιο δυσπρόσιτα - έως και απρόσιτα - για όλο και περισσότερο κόσμο.

Μου θυμίζει ιστορίες, που μου διηγούνταν ο αείμνηστος Βασίλης (που είχε την τιμή να τον έχω πατέρα), σύμφωνα με τις οποίες, τη δεκαετία του '60, η διασκέδαση σε μπουζούκια και ευρύτερα κέντρα διασκέδασης ήταν απλησίαστη για τον μέσο Έλληνα.

Και που οδηγεί αυτό;

Οδηγεί στο ότι ο μέσος φίλαθλος έχει τη δυνατότητα να απολαμβάνει από κοντά πολύ λιγότερα παιχνίδια της ομάδας του από ό,τι είχε συνηθίσει.

Οδηγεί στο ότι αυτοί, που έχουν τη δυνατότητα να παρακολουθούν παιχνίδια από κοντά, θα απολαμβάνουν όλο και περισσότερο μια συνολική εμπειρία θεάματος, κυρίως πριν, αλλά και μετά τον αγώνα. Ένας αγώνας, δηλαδή, παύει να είναι ένα παιχνίδι μεταξύ δύο ομάδων μόνο, αλλά μετατρέπεται, αλλού ταχύτερα αλλού πιο αργά, σε ένα event ακόμα και για όλη την οικογένεια.

Στο τελευταίο, δηλαδή στον οικογενειακό χαρακτήρα, θα συμβάλλει, ειδικά στην Ελλάδα, η άνοδος της τιμής των εισιτηρίων, που θα απομακρύνει από τα γήπεδα όλους αυτούς τους αργόσχολους, οργανωμένους και μη, οι οποίοι πηγαίνουν, όχι για να παρακολουθήσουν έναν αγώνα, αλλά επειδή θεωρούν το γήπεδο κτήμα τους και πεδίο για να ξεσπάσουν και να βγάλουν τα απωθημένα τους.

Αυτή είναι η θετική πλευρά της στάσης, που περιγράφω σήμερα, η οποία όμως προϋποθέτει, στην περίπτωση της χώρας μας, οι διοικήσεις των ομάδων να κόψουν τις επιδοτήσεις και τον ομφάλιο λώρο με τους οργανωμένους οπαδούς και τον χουλιγκανισμό. Για άλλους λόγους, δηλαδή, ο Gianni Infantino λειτουργεί ως σύγχρονη Margaret Thatcher. Τόσο απλά.

Νεκτάριος Β. Νώτης
nectarios@notice.gr