

20

Χρόνια η
διαδρομή που
μας ενώνει.



Το φυσικό μεταλλικό νερό **BIKOS**
σταθερά δίπλα στο **Ioannina Lake Run**.

ILR²⁰

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

ΠΑΡΑΣΚΕΥΗ 18 ΣΕΠΤΕΜΒΡΙΟΥ 2026
ΤΕΥΧΟΣ 2394



• ΕΛΛΗΝΙΚΑ ΓΑΛΑΚΤΟΚΟΜΕΙΑ

Deal με την Χαραλαμπίδης Κρίστης
για τις εξαγωγές στο χαλλούμι



• ΕΥΡΩΠΗ

Κατρακυλά η σοδειά πατάτας – Πάνω από €800 εκατ.
οι απώλειες για τους παραγωγούς



• Ε. ΘΥΜΕΛΗΣ

Πάνω από το 20% του τζιρου κόστισε ο αφθώδης
- Η επιστροφή στα ράφια και η επόμενη μέρα



• ΧΙΩΝ

Ανάπτυξη 10% στο οκτάμηνο - Ενισχύονται
οι συνεργασίες με τα super market

Editorial

Όταν θέλει, μπορεί. Θέλει;

Debrief

Γεωπολιτική... Eurovision

Business Maker

- 6.000 επισκέπτες την ημέρα: Το πρώτο ταμείο που κάνει η Στοά
- Καστελόριζο: Διψήφια άνοδος και νέο στοίχημα στην Νέα Κηφισιά

SecretRecipe

Έρχεται μεγάλη επένδυση
στα logistics

Business Insight

Η επόμενη ημέρα
της συνεδρίασης της Fed
- Ποιες οικονομίες μπαίνουν
στο στόχαστρο των bond vigilantes

• **ΠΑΠΑΣΤΡΑΤΟΣ**

95 ΧΡΟΝΙΑ ΔΙΑΔΡΟΜΗΣ, ΤΟ SUCCESS STORY ΚΑΙ ΤΟ ΜΕΛΛΟΝ ΤΗΣ ΕΤΑΙΡΕΙΑΣ – ΟΛΑ, ΟΣΑ ΠΑΡΟΥΣΙΑΣΤΗΚΑΝ ΣΤΗ ΦΕΤΙΝΗ ΔΕΘ

Με αφετηρία τα 95 χρόνια συνεχούς παρουσίας στην Ελλάδα και κεντρικό μήνυμα “Εδώ, το επόμενο προηγείται”, η Παπαστράτος συμμετείχε για 9η συνεχή χρονιά στη Διεθνή Έκθεση Θεσσαλονίκης ως Επίσημος Υποστηρικτής.

Η ΙΣΤΟΡΙΑ ΣΧΕΔΟΝ ΕΝΟΣ ΑΙΩΝΑ ΣΕ ΝΤΟΚΙΜΑΝΤΕΡ

Ξεχωριστή θέση στη φετινή παρουσία της, είχε η αποκλειστική πρώτη προβολή του επετειακού ντοκιμαντέρ “95 χρόνια Παπαστράτος - Αυτή είναι η ιστορία μας”, του Σωτήρη Δανέζη, σε παραγωγή της Danezis Stories. Μέσα από προσωπικές μαρτυρίες ανθρώπων της εταιρείας, ιστορίες και σπάνιο αρχειακό υλικό, το ντοκιμαντέρ ξετύλιξε μια διαδρομή 95 χρόνων, αναδεικνύοντας σημαντικούς σταθμούς στην ιστορία της Παπαστράτος, αλλά και τις αλλαγές που σημάδεψαν την Ελλάδα κατά τη διάρκεια σχεδόν ενός αιώνα. Στο επίκεντρο βρέθηκαν οι άνθρωποι και οι αξίες που διαμόρφωσαν την εταιρεία από γενιά σε γενιά και συνοδεύουν την εξέλιξή της μέχρι σήμερα.

ΤΟ ΑΠΟΤΥΠΩΜΑ ΣΤΗΝ ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΚΟΙΝΩΝΙΑ ΚΑΙ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑ

Παράλληλα, παρουσιάστηκε η μελέτη του IOBE “Το Οικονομικό και Κοινωνικό Αποτύπωμα της Παπαστράτος ΑΒΕΣ στην Ελλάδα”. Η δραστηριότητα της Παπαστράτος αντιστοιχεί σήμερα σε 0,42% του ελληνικού ΑΕΠ και σε 1% των συνολικών ελληνικών εξαγωγών προϊόντων, ενώ η μέση συνεισφορά της εταιρείας στα φορολογικά έσοδα της χώρας διαμορφώνεται διαχρονικά σε 2,7%. Παράλληλα, σε μία περίοδο κατά την οποία η ελληνική οικονομία βίωσε σημαντική αποβιομηχανία, οι επενδύσεις της Παπαστράτος τετραπλασιάστηκαν την τελευταία εικοσαετία, έναντι αύξησης μόλις 35% στο σύνολο της βιομηχανίας. Όπως χαρακτηριστικά ανέφερε ο Νίκος Βέττας, Γενικός Διευθυ-



ντής του IOBE σε μία υποθετική αναγωγή, εάν η Ελλάδα διέθετε 240 επιχειρήσεις με αντίστοιχο αποτύπωμα, το ΑΕΠ της χώρας θα ήταν διπλάσιο.

ΤΟ SUCCESS STORY ΣΤΗΝ ΙΑΠΩΝΙΑ

Ο Αλέξανδρος Χατζόπουλος, Αντιπρόεδρος της Παπαστράτος, συμμετείχε στη συζήτηση της Enterprise Greece με θέμα “Διμερείς οικονομικές και εμπορικές σχέσεις Ελλάδας-Ιαπωνίας. Εξάγοντας καινοτομία στην Ιαπωνία”, στο περίπτερο της τιμώνμενης χώρας. Κατά την τοποθέτησή του, ανέδειξε τη σημασία της επένδυσης στη μεταποίηση, στην τεχνογνωσία και στη σταθερότητα ως βασικών προϋποθέσεων για την ενίσχυση της εξωστρέφειας και της διεθνούς ανταγωνιστικότητας των ελληνικών επιχειρήσεων. Είναι χαρακτηριστικό ότι το 2025 το 83% της αξίας των ελληνικών εξαγωγών προς την Ιαπωνία προήλθε από τις θερμαινόμενες ράβδους καπνού που παράγονται στο εργοστάσιο της Παπαστράτος στον Ασπρόπυργο, ενώ σήμερα το 60% της παραγωγής του εργοστασίου κατευθύνεται στην ιαπωνική αγορά.

ΟΙ ΜΕΓΑΛΕΣ ΜΕΤΑΒΑΣΕΙΣ

Στο FutuReady Greece Talk, στο πλαίσιο του FutuReady Greece, της νέας πενταε-

τούς πρωτοβουλίας της Παπαστράτος, που εστιάζει στους τομείς της εκπαίδευσης, της απασχόλησης και της κοινωνίας, βρέθηκαν στο επίκεντρο οι μεγάλες μεταβάσεις που διαμορφώνουν ήδη το μέλλον της ελληνικής κοινωνίας και οικονομίας και η ανάγκη έγκαιρης προετοιμασίας απέναντι σε αυτές. Η Μαρίνα Σπυριδάκη, Γενική Διευθύντρια Public Affairs της Παπαστράτος, παρουσίασε τη φιλοσοφία του FutuReady Greece, αναφέροντας ότι η πρωτοβουλία εκφράζει τη δέσμευση της Παπαστράτος να δημιουργεί και να επιστρέφει αξία στην κοινωνία και τη χώρα με δράσεις που έχουν ουσιαστικό αποτέλεσμα. Στο πλαίσιο αυτό, η Παπαστράτος έχει ήδη θέσει σε λειτουργία πρόγραμμα χορήγησης 50 υποτροφιών μέσα στα επόμενα 5 χρόνια σε φοιτήτριες και φοιτητές από την περιφέρεια σε συνεργασία με το Οικονομικό Πανεπιστήμιο Αθηνών και το Τμήμα Διοικητικής Επιστήμης και Τεχνολογίας, ενώ μέσα από το FutuReady Internship Program δημιουργεί 100 αμειβόμενες θέσεις πρακτικής άσκησης, με τους πρώτους 15 νέους και νέες να ξεκινούν την 1η Οκτωβρίου. Παράλληλα, η πρωτοβουλία προβλέπει δράσεις ανάπτυξης δεξιοτήτων και ενίσχυσης της εργασιακής ετοιμότητας για 1.000 νέους και νέες, πρόγραμμα ενίσχυσης εκπαιδευτικών υποδομών, κ.α.



• ΣΟΥΡΩΤΗ

ΟΙ ΤΡΕΙΣ ΑΞΟΝΕΣ ΤΗΣ ΕΜΠΟΡΙΚΗΣ ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΗΣ, ΟΙ ΣΤΟΧΟΙ ΑΝΑ ΠΡΟΪΟΝΤΙΚΗ ΚΑΤΗΓΟΡΙΑ ΚΑΙ ΟΙ ΝΕΕΣ ΕΠΕΝΔΥΣΕΙΣ

Σε τρεις βασικούς άξονες κινείται εμπορική της στρατηγική της Σουρωτή, παρότι ο κλάδος του φυσικού μεταλλικού νερού στην Ελλάδα βρίσκεται σε σημείο καμψής, επηρεασμένος άμεσα από τις ευρύτερες μακροοικονομικές προκλήσεις, την κλιματική κρίση και τις έντονες επιχειρηματικές ανακατατάξεις.

ΧΟΝΔΡΕΜΠΟΡΙΟ

Στόχος της εταιρείας είναι η αύξηση του ποσοστού συμμετοχής του χονδρεμπορίου στην ανάπτυξη, εστιάζοντας σε καταστάματα που εμφανίζουν την μεγαλύτερη κατανάλωση σε ετήσια βάση.

ΛΙΑΝΙΚΗ (SUPER MARKETS)

Έμφαση δίνεται στη διατήρηση των καναλιών διανομής, με βαρύτητα σε μικρές αλυσίδες τοπικού χαρακτήρα για αύξηση της συμμετοχής τους στον τζίρο των super markets.

ΕΞΑΓΩΓΕΣ

Ανάπτυξη των εξαγωγών, μέσω επέκτασης σε συγκεκριμένες αγορές και επέκταση γεύσεων σε υφιστάμενες και νέες αγορές. Η εταιρεία διαθέτει παρουσία σε περισσότερες από 25 χώρες παγκοσμίως. Σημαντικές αγορές αποτελούν, μεταξύ άλλων, η Κύπρος, οι ΗΠΑ, η Σαουδική Αραβία και χώρες της Βόρειας Ευρώπης, όπου καταγράφεται αυξανόμενο ενδιαφέρον για αυθεντικά ελληνικά προϊόντα υψηλής ποιότητας.

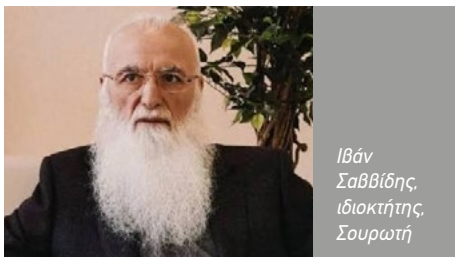
ΟΧΗΜΑ ΤΟ ΔΙΚΤΥΟ ΔΙΑΝΟΜΗΣ

Όπως αναφέρεται στις τελευταίες χρηματοοικονομικές καταστάσεις, η διετία 2025–2026 "αποτελεί ορόσημο για την εξέλιξη της εταιρείας μας. Ειδικότερα, όπως τονίζεται:

- ξεκλειδώνει νέες ευκαιρίες στην εστίαση και τον τουρισμό με ποιοτικές επιλογές μπιράς
- στην κατηγορία των φυσικών ροφημάτων και του τσαγιού, η εταιρεία τοποθετείται στην καρδιά της αγοράς του wellness με λειτουργικά (functional) προϊόντα
- αναφορικά με την κατηγορία των Water-Infused καλλυντικών, η εταιρεία "συνδέει την αγνότητα του φυσικού μεταλλικού νερού με την καθημερινή περιποίηση, εισερχόμενη σε κανάλια υψηλού περιθωρίου κέρδους (φαρμακεία & e-commerce)"

PORTFOLIO

Σε προϊόντικό επίπεδο, στη φετινή Food Expo, η εταιρεία παρουσίασε την γκάμα των ανθρακούχων φυσικών μεταλλικών νερών Souroti,



Ιλιάν
Σαββίδης,
ιδιοκτήτης,
Σουρωτή

τα οποία προέρχονται από την ιαματική πηγή Σουρωτή στην Θεσσαλονίκη.

Ακόμα παρουσίασε τη νέα σειρά Souroti Tea, το Garden x Souroti Thermal Spring Water Facial Spray, καθώς και νέες συνεργασίες.

ΕΠΕΝΔΥΣΕΙΣ

Όσον αφορά το επενδυτικό πλάνο, η διοίκηση της εταιρείας συνεχίζει και φέτος να επενδύει στην παραγωγή, με προσθήκες ή βελτιώσεις μηχανήματων και με νέες επενδύσεις, έχοντας ως στόχο την στήριξη των πωλήσεων και την ποιοτική αναβάθμιση. Τον περασμένο Ιούλιο, ο ιδιοκτήτης της εταιρείας, Ιλιάν Σαββίδης, ανακοίνωσε την υλοποίηση επενδυτικού σχεδίου για την ανακατασκευή, τον εκσυγχρονισμό και την ανέγερση νέας παραγωγικής μονάδας δίπλα στις υφιστάμενες εγκαταστάσεις.

Η νέα μονάδα θα διαθέτει δύο σύγχρονες γραμμές παραγωγής, θα ενισχύσει σημαντικά την παραγωγική δυναμικότητα, ενώ προγραμματίζεται να τεθεί σε λειτουργία στις αρχές του 2028. Οι επενδύσεις που υλοποιήθηκαν κατά την προηγούμενη τριετία οδήγησαν σε αύξηση της παραγωγικής δυναμικότητας κατά 80%, ενώ ο βαθμός αξιοποίησης του νερού της γεώτρησης διπλασιάστηκε, από 40% σε 80%.

ΠΤΩΣΗ ΜΕΓΕΘΩΝ ΤΟ 2025

Αναφορικά με τα μεγέθη της εταιρείας, το 2025 εμφάνισε μικρή πτώση πωλήσεων και ακόμη μεγαλύτερη μείωση στην κερδοφορία της λόγω των αυξημένων εξόδων διοίκησης και διάθεσης.

DATA (σε €χιλ.)

Κύκλος εργασιών	EBITDA	Κέρδη προ φόρων
2025: 16.880	2025: 1.701	2025: 964
2024: 17.150	2024: 1.802	2024: 1.171
2023: 13.899	2023: 961	2023: 369

Μάκης Αποστόλου
makis@notice.gr



• ΑΓΡΟΤΙΚΟΣ ΣΥΝΕΤΑΙΡΙΣΜΟΣ ΖΑΓΟΡΑΣ ΠΗΛΙΟΥ ΣΕ ΕΞΕΛΙΞΗ Η ΣΥΓΚΟΜΙΔΗ ΤΗΣ ΝΕΑΣ ΠΑΡΑΓΩΓΗΣ

Σε εξέλιξη βρίσκεται η φετινή συγκομιδή στον Αγροτικό Συνεταιρισμό Ζαγοράς Πηλίου, με τα πρώτα προϊόντα της νέας παραγωγής να έχουν ήδη ξεκινήσει να διατίθενται στην αγορά. Από τα μέσα Αυγούστου συγκομίστηκαν οι πρώιμες ποικιλίες μήλων Gala, καθώς και τα αχλάδια Κρυστάλλι, τα οποία κυκλοφορούν με το εμπορικό σήμα Zagorin.

Η κύρια περίοδος συγκομιδής βρίσκεται πλέον σε εξέλιξη και αναμένεται να συνεχιστεί έως τα μέσα Οκτωβρίου, με τους παραγωγούς στη Ζαγορά, το Πουρί και τη Μακρυράχη να βρίσκονται στο επίκεντρο της φετινής παραγωγικής περιόδου.

Η ΦΕΤΙΝΗ ΠΑΡΑΓΩΓΗ

Το βασικό μέρος της παραγωγής αφορά τα κόκκινα ΠΟΠ Μήλα Ζαγοράς Πηλίου, ενώ την ίδια περίοδο συγκομίζονται και άλλες ποικιλίες. Ειδικότερα, το πρόγραμμα της φετινής παραγωγής περιλαμβάνει:

- τα ΠΟΠ Μήλα Ζαγοράς Πηλίου
- τα ΠΟΠ Μήλα Ζαγοράς Πηλίου ποικιλίας Γκόλντεν
- τα μήλα ποικιλίας Τζόνα
- τα ΠΟΠ Φιρίκια Πηλίου
- τα Φούτζι
- κάστανα
- αργότερα μέσα στο φθινόπωρο, ακτινίδια

Τα ΠΟΠ Φιρίκια Πηλίου και τα Φούτζι αναμένεται να συγκομιστούν από τις αρχές έως τα μέσα Οκτωβρίου. Παράλληλα, τα πρώτα Gala της περιοχής έχουν ήδη φτάσει στην αγορά, ενώ η συγκεκριμένη ποικιλία καλλιεργείται στη Ζαγορά εδώ και σχεδόν τρεις δεκαετίες.

Τα αχλάδια Κρυστάλλι, από την πλευρά τους, αποτελούν προϊόν με παρουσία αρκετών δεκαετιών στην περιοχή, αν και η παραγωγή τους παραμένει περιορισμένη σε σχέση με τον όγκο των μήλων που διακινεί ο Συνεταιρισμός.



1+1 ΚΑΦΕΣ



ΚΟΔΙΚΟΣ: TAKEAWAY



Ισχύει για παραγγελίες takeaway από το Gregor's.gr & app έως 30.9.2026.



E-ORDER
www.gregorys.gr

f gregorys.gr d gregorysgr i gregorysgr



Γρηγόρης

• Ε. ΘΥΜΕΛΗΣ

ΠΑΝΩ ΑΠΟ ΤΟ 20% ΤΟΥ ΤΖΙΡΟΥ ΚΟΣΤΙΣΕ Ο ΑΦΘΩΔΗΣ - Η ΕΠΙΣΤΡΟΦΗ ΣΤΑ ΡΑΦΙΑ ΚΑΙ Η ΕΠΟΜΕΝΗ ΜΕΡΑ

Τις πληγές που άφησε πίσω της η πολύμηνη περιπέτεια με τον αφθώδη πυρετό -η οποία, όπως φαίνεται, δεν έχει τελειώσει ακόμα- επιχειρεί να κλείσει η Ε. Θυμέλης, προσπαθώντας να ανακτήσει σταδιακά τον εμπορικό της βηματισμό σε μια δύσκολη συγκυρία για τον τυροκομικό κλάδο.

Μιλώντας στο FNB Daily, ο Επικεφαλής Πωλήσεων της εταιρείας, Ευριπίδης Θυμέλης, εκτιμά ότι η δοκιμασία θα κοστίσει στην εταιρεία 20%-25% του τζίρου της, ωστόσο το κύριο ζητούμενο είναι να διασφαλιστεί η επόμενη μέρα και η βιωσιμότητα τόσο των τυροκομείων, όσο και της αιγοπροβατοτροφίας της Λέσβου.

ΤΟ ΛΟΥΚΕΤΟ ΤΩΝ ΔΥΟ ΕΒΔΟΜΑΔΩΝ

"Μετά την απόφαση του υπουργείου για δίμηνη απαγόρευση των εξαγωγών και της διακίνησης ώριμων τυροκομικών προϊόντων (φέτα, κασέρι, λαδοτύρι κ.α.) από το νησί, αναγκαστήκαμε, όπως και οι πολλοί ακόμα συνάδελφοι, να κλείσουμε το τυροκομείο για δύο εβδομάδες. Ήταν μια δύσκολη απόφαση, αλλά οι επιλογές και τα περιθώρια αντίδρασης ήταν εξαιρετικά περιορισμένα. Βρεθήκαμε απέναντι στο φάσμα της οικονομικής καταστροφής", υπογραμμίζει.

Δύο μήνες, εξηγεί, είναι ένα μεγάλο διάστημα για την αγορά: "Αγορές και ράφια που είχαν ανοίξει με μεγάλη προσπάθεια, πελάτες με τους οποίους είχαν χτισθεί σχέσεις εμπιστοσύνης και, γενικότερα, κόποι πολλών ετών κινδύνεψαν να χαθούν μέσα σε λίγες μόνο εβδομάδες. Προσθέστε σε αυτά

τις απώλειες τόσο σε προσωπικό (που δεν βρίσκεται εύκολα στις μέρες μας) όσο και σε πρώτη ύλη (που επίσης είναι δυσεύρετη)".

"ΜΑΣ ΣΤΗΡΙΞΑΝ ΟΙ ΣΥΝΕΡΓΑΤΕΣ ΜΑΣ"

Σε ό,τι αφορά στο οργανωμένο λιανεμπόριο, η Ε. Θυμέλης διατηρούσε συνεργασίες με αρκετές μεγάλες αλυσίδες πανελλαδικής εμβέλειας, όπως Σκλαβενίτης, My Market, Γαλαξίας, The Mart, Θανάπουλος κ.α. Το ευτύχημα, σύμφωνα με τον κ. Θυμέλη, είναι ότι σχεδόν σε όλες αυτές τις περιπτώσεις, η πρόσβαση στο ράφι δεν χάθηκε και οι συνεργασίες αποκαταστάθηκαν. "Μας στήριξαν, αντιλαμβανόμενοι ότι επρόκειτο για μια έκτακτη συνθήκη που ήταν πέραν των δυνάμεών μας. Εμείς από την πλευρά μας, κάνουμε ό,τι είναι δυνατό για να τους εξυπηρετήσουμε όλους, καλύπτοντας τις ανάγκες", τονίζει. Κατανόηση επίσης έδειξαν, όπως επισημαίνει, και οι περισσότεροι πελάτες της εταιρείας στο εξωτερικό απ' όπου, υπό κανονικές συνθήκες, προέρχεται το 10% του τζίρου της Ε. Θυμέλης. Η εταιρεία έχει παρουσία, μεταξύ άλλων, σε ΗΠΑ και ΕΕ και φέτος, σύμφωνα με τον σχεδιασμό, θα ήταν μια χρονιά σημαντικών πρωτοβουλιών για ενίσχυση της εξωστρέφειας. "Προφανώς, τα σχέδια αυτά μετατίθενται για το - όχι μακρινό, θέλουμε να πιστεύουμε- μέλλον", επισημαίνει ο ίδιος. Αντίθετα, στην εστίαση και, γενικότερα, στο HoReCa οι απώλειες ήταν περισσότερες, ωστόσο "θα προσπαθήσουμε και ελπίζουμε ότι θα καταφέρουμε να καλύψουμε το χαμένο έδαφος".

ΜΑΧΗ ΓΙΑ ΤΟ ΛΙΓΟΣΤΟ ΓΑΛΑ

Για να γίνει αυτό θα πρέπει να υπάρχει και... πρώτη ύλη. "Από τα περίπου 400.000 ζώα που είχε το νησί, έχουν θανατωθεί 80.000 ενώ πρόκειται να θανατωθούν άλλα 10.000. Το διαθέσιμο γάλα θα είναι σαφώς λιγότερο ενώ ενδιαφέρον υπάρχει και από επιχειρήσεις εκτός Λέσβου που επίσης αναζητούν πρώτη ύλη", αναφέρει ο κ. Θυμέλης. Αξίζει να σημειωθεί ότι, προ αφθώδους πυρετού, η εταιρεία του απορροφούσε από 25 έως 27 τόνους γάλακτος ημερησίως.

"ΑΡΓΑ ΤΑ ΑΝΤΑΚΛΑΣΤΙΚΑ ΤΗΣ ΠΟΛΙΤΕΙΑΣ"

Όσον αφορά τη διαχείριση της ζωνόσου, επισημαίνει ότι το τελευταίο διάστημα έχουν γίνει κάποια σωστά βήματα, ωστόσο γενικά η πολιτεία αντέδρασε με αργά αντανακλαστικά. "Ο κ. Καββαδάς (σ.σ. Υφυπουργός Αγροτικής Ανάπτυξης και Τροφίμων που αντικατέστησε τον Μακάριο Λαζαρίδη) ήρθε πριν λίγες μέρες στο νησί και προανήγγειλε την αποστολή 50 στρατιωτικών κτηνιάτρων ώστε να ολοκληρωθεί η ιχνηλάτηση. Αυτό ήταν κάτι που έπρεπε να γίνει εξαρχής. Μετά την ιχνηλάτηση, θα αποφασισθεί αν θα γίνει εμβολιασμός ή επιπλέον σφαγές για την εκρίζωση της ασθένειας", τονίζει ο κ. Θυμέλης. Σε αυτές τις συνθήκες, όπως προσθέτει, τα σχέδια για ένα νέο, μεγαλύτερο και πιο σύγχρονο εργοστάσιο σε χώρο κοντινό στις υπάρχουσες εγκαταστάσεις στο χωριό Άντισσα μπαίνουν προσωράς στον πάγο.

Γιάννης Τσατσάκης
yannis@notice.gr



Ευριπίδης Θυμέλης, Επικεφαλής Πωλήσεων, Τυροκομείο Ε. Θυμέλης

ΝΕΕΣ
ΗΜΕΡΟΜΗΝΙΕΣ

ΝΕΑ
ΤΑΥΤΟΤΗΤΑ

ΙΔΙΟΣ
ΤΟΠΟΣ

ΜΕΓΑΛΥΤΕΡΗ
ΕΞΩΣΤΡΕΦΕΙΑ
& ΕΜΠΟΡΙΚΗ
ΔΥΝΑΜΙΚΗ

16/18
ΟΚΤ
2026

ΕΚΘΕΣΙΑΚΟ ΚΕΝΤΡΟ
ΘΕΣΣΑΛΟΝΙΚΗΣ



LOGISTICS EXPO & TRANSPORTS ΘΕΣΣΑΛΟΝΙΚΗ

Ο ΙΣΧΥΡΟΣ ΣΥΜΜΑΧΟΣ ΤΟΥ ΚΛΑΔΟΥ



Managing Supply Chain Networks

ΜΑΖΙ ΚΑΙ Η ΕΚΘΕΣΗ



ΜΑΖΙ ΚΑΙ ΤΑ ΣΥΝΕΔΡΙΑ



ΜΕΓΑΣ ΧΟΡΗΓΟΣ



FORUM S.A.
Member of NürnbergMesse Group

ΚΟΡΥΦΑΙΟΣ ΔΙΟΡΓΑΝΩΤΗΣ
ΕΚΘΕΣΕΩΝ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ

Λ. Βουλιαγμένης 328 • 173 42 • Άγιος Δημήτριος • 210 5242100 • www.logisticsexpo.gr • sales@forumsa.gr

HOIREICA

foodexpo

oenotelia

xenia

artoza

Global Pack

FOODTECH

LOGISTICS
EXPO

truck
van
expo

ATHENS
COFFEE
FESTIVAL

WORLD OF
Beer

AZ

SNACKO
COFFEE

ΨΗΤΟ

PACK INSIGHTS

DAIRY

MEATPLACE

Supply Chain & Logistics

FORUM
TOTAL SOLUTIONS

Κατασκευές
Περιπτερών

Υπηρεσίες

Εκδηλώσεις

Εκτυπώσεις

• **LOGISTICS EXPO 2026**

ΣΤΗΝ ΘΕΣΣΑΛΟΝΙΚΗ ΑΠΟ 16 ΕΩΣ 18 ΟΚΤΩΒΡΙΟΥ Η ΕΚΘΕΣΗ ΓΙΑ ΤΗΝ ΕΦΟΔΙΑΣΤΙΚΗ ΑΛΥΣΙΔΑ

Στην Θεσσαλονίκη θα πραγματοποιηθεί από τις 16 έως τις 18 Οκτωβρίου 2026 η Logistics Expo 2026, με αντικείμενο τις εξελίξεις στον κλάδο των logistics και της εφοδιαστικής αλυσίδας.

Η έκθεση θα φιλοξενηθεί στα Περίπτερα 13 και 15 του Διεθνούς Εκθεσιακού Κέντρου Θεσσαλονίκης, από τις 10:00 έως τις 18:00, συγκεντρώνοντας εταιρείες και επαγγελματίες του κλάδου.

ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΑ ΚΑΙ ΝΕΕΣ ΛΥΣΕΙΣ ΣΤΑ LOGISTICS

Η θεματολογία της έκθεσης περιλαμβάνει μεταξύ άλλων τη διαχείριση αποθηκών, τους αυτοματισμούς, τις ψηφιακές τεχνολογίες, το transport packaging και το freight forwarding.

Στο επίκεντρο θα βρεθούν επίσης εφαρμογές τεχνητής νοημοσύνης στην εφοδιαστική αλυσίδα, καθώς και λύσεις που αφορούν τη μείωση του περιβαλλοντικού αποτυπώματος και τη βελτίωση της αποδοτικότητας των επιχειρήσεων.

Παράλληλα, η Θεσσαλονίκη αποτελεί σημείο αναφοράς για τις μεταφορές στην Νοτιοανατολική Ευρώπη, με το λιμάνι της πόλης να

αποτελεί μέρος των υποδομών που συνδέουν τις εμπορικές ροές της περιοχής.

ΤΑ ΠΑΡΑΛΛΗΛΑ ΣΥΝΕΔΡΙΑ

Στο πλαίσιο της έκθεσης θα πραγματοποιηθούν τα LOGI.C Conferences, με θεματολογία γύρω από τις εξελίξεις και τις προοπτικές της εφοδιαστικής αλυσίδας. Τα συνέδρια πραγματοποιούνται υπό την επιμέλεια του περιοδικού Supply Chain & Logistics και θα περιλαμβάνουν ομιλητές από την Ελλάδα και το εξωτερικό.

Παράλληλα, τα MEAT.FISH.DAIRY Conferences θα επικεντρωθούν στην ψυχή εφοδιαστική αλυσίδα (Cold Chain) και στις ανάγκες των κλάδων των τροφίμων, με αντικείμενο τη σύνδεση της παραγωγής, της μεταποίησης και του food service.

ΠΑΡΑΛΛΗΛΑ Η TRUCK & VAN EXPO

Την ίδια περίοδο θα πραγματοποιηθεί και η Truck & Van Expo, με παρουσίαση οχημάτων που χρησιμοποιούνται στις μεταφορές, από ελαφρά van για εφαρμογές city logistics έως βαρέα φορτηγά για διεθνείς μεταφορές. Η παράλληλη έκθεση θα παρουσιάσει επί-



σης τεχνολογίες ηλεκτροκίνησης και εναλλακτικών καυσίμων, καθώς και λύσεις για τη διαχείριση και τη βιωσιμότητα εταιρικών στόλων. Η Logistics Expo 2026 θα πραγματοποιηθεί με Μέγα Χορηγό τον Οργανισμό Λιμένος Θεσσαλονίκης (ΟΛΘ), ενώ τελεί υπό την αιγίδα της Περιφέρειας Κεντρικής Μακεδονίας, του Δήμου Θεσσαλονίκης και του Εμπορικού και Βιομηχανικού Επιμελητηρίου Θεσσαλονίκης.

Οι ενδιαφερόμενοι μπορούν να βρουν περισσότερες πληροφορίες για τους εκθέτες, το πρόγραμμα των συνεδρίων και τις προσκλήσεις στην επίσημη ιστοσελίδα της διοργάνωσης.

Οι προσκλήσεις θα διατεθούν δωρεάν στο: <https://logisticsexpo.gr/online-prosklisi/>

• **NESTLÉ ΕΛΛΑΣ**

ΑΛΛΑΓΕΣ ΣΤΟ ΔΣ ΚΑΙ ΝΕΑ ΟΡΓΑΝΩΤΙΚΗ ΔΙΑΡΘΡΩΣΗ

Σε αλλαγή στη σύνθεση του Διοικητικού Συμβουλίου της προχώρησε η Nestlé Ελλάς, με τον Fabian Schoenfeldt να αναλαμβάνει θέση μέλους μετά την παραίτηση του Andrea Ferrari. Ο κ. Ferrari είχε αναλάβει Head of Decision Support & Corporate Controlling της Nestlé στην Ιταλία, έχοντας προηγουμένως εμπειρία στην Purina για τη Southern Region, στην οποία περιλαμβανόταν και η Ελλάδα.

Ο Fabian Schoenfeldt είναι Head of Corporate Controlling στη Nestlé Nespresso, με αρμοδιότητες σε corporate controlling, FP&A, accounting και consolidation. Έχει προηγουμένως διατελέσει Finance & Control Director της Nespresso Germany και σε θέσεις audit/risk στον όμιλο Nestlé.

Η μεταβολή δεν επηρεάζει τη διοικητική ηγεσία της ελληνικής θυγατρικής του ελβετικού κολοσσού, καθώς Πρόεδρος και Διευθύνων Σύμβουλος της εταιρείας παραμένει ο Νικόλαος Εμμανουηλίδης και στη θέση του Αντιπροέδρου ο Αναστάσιος Κωνσταντινίδης.

Στο νέο Διοικητικό Συμβούλιο συμμετέχουν επίσης οι:

- Χρήστος Αλεβίζος, Regional Business Head Coffee South Eastern Europe της Nestlé
- Βασίλης Αδαμίδης, Διευθυντής Ανθρώπινου Δυναμικού της Nestlé Ελλάς
- Νίκος Πράπας, Head of Corporate Sales Ελλάδα, Κύπρου και Αλβανίας της Nestlé Hellas

ΤΑ ΠΡΟΣΩΠΑ-ΚΛΕΙΔΙΑ ΑΝΑ ΚΑΤΗΓΟΡΙΑ

Η νέα απόφαση αποτυπώνει παράλληλα την οργανωτική και παραγωγική διάρθρωση της εταιρείας στην ελληνική αγορά.

Σε επίπεδο προϊόντικών κατηγοριών έχουν την ευθύνη:

- ο Χρήστος Αλεβίζος για τον καφέ στη λιανική
- η Κωνσταντίνα Σπυροπούλου για τα προϊόντα μαζικής εστίασης, (καφές, κακάο, τσάι και κατεψυγμένα)



Νίκος Εμμανουηλίδης,
Πρόεδρος και
Διευθύνων
Σύμβουλος,
Nestlé Hellas

- η Σοφία Δουράτσου για τις ζωοτροφές
- ο Δημήτριος Χανιόγλου για την κατηγορία νερού
- ο Παναγιώτης Κουβάτσος για ζαχαρώδη, σοκολάτες, μαγειρικά προϊόντα, snacks και κατεψυγμένα λιανικής
- ο Μάριος Τζερεφός για την παιδική και βρεφική διατροφή
- η Αργυρώ Κουμάκη για τη Nestlé Health Science

Στέλλα Αυγουστάκη
stella@notice.gr



FOOD FORWARD

From Farm to Future

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

2 SEASON



5-6 Νοεμβρίου 2026

HYATT REGENCY THESSALONIKI

ΜΕ ΤΗΝ ΑΞΙΟΠΙΣΤΙΑ ΤΗΣ



CONTENT & SERVICES

POWERED BY



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



DIMITRIADIS YIORGOS
Chef & Culinary director



DIMORAGKAS VAIOS
Managing Director, NielsenQ Greece & Bulgaria



KAKKAVAS CHRISTOS
Executive Advisor JLL, Athens Economics



KATRIVANOS PERIKLIS
CEO, Nera Pigon Grammos S.A.



KINTZIOS SPYRIDON
Rector, Agricultural University of Athens



KONTOS DIMITRIS
Chief Operating Officer, METRO



KOUTSOURADI ARGYRO
CEO & Founder, Myrovalos Organics



LALATSI HARIS
Market Analyst



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



MAYROS ATHANASIOS
Partner EY Consumer & Health Leader for Southeastern Europe



OIKONOMIDIS GIORGOS
Founder 45 Fish Butchery/Chef



PAPACHRISTOS CHARALAMBO
President, SEFYMEH



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



SIDERIS NATASHA
CEO & Founder, Tashas Group



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



TAKOULAS VAGGELIS
Purchasing Director, METRO



TOURALIAS APOSTOLOS
Chairman, HAPO



TSACHOURIDIS PANTELIS
Purchasing Director, Diamantis Masoutis S.A.



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



ZOUKAS KOSTAS
President, PEMETE

PLATINUM SPONSOR



GOLD SPONSORS



Γιατί αξίζει.

Για περισσότερες πληροφορίες:



SILVER SPONSORS



Elikonos Capital



ΕΠ.Ο.ΕΣ



ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΚΙΝΗΣΗ ΕΡΕΥΝΗΤΙΚΩΝ ΟΡΓΑΝΩΜΕΝΗΣ ΕΣΤΙΑΣΗΣ



BANKING PARTNER

ExportGate



SUPPORTERS



ΜΕ ΤΗΝ ΑΙΓΙΔΑ



• ΕΛΛΗΝΙΚΑ ΓΑΛΑΚΤΟΚΟΜΕΙΑ

DEAL ΜΕ ΤΗΝ ΧΑΡΑΛΑΜΠΙΔΗΣ ΚΡΙΣΤΗΣ ΓΙΑ ΤΙΣ ΕΞΑΓΩΓΕΣ ΣΤΟ ΧΑΛΛΟΥΜΙ

Την παραγωγή χαλλουμιού της Χαραλαμπίδης Κρίστης που προορίζεται για αγορές του εξωτερικού αναλαμβάνει η Ελληνικά Γαλακτοκομεία στη μονάδα που διαθέτει στο Τσέρι της Λευκωσίας, όπως πληροφορείται το FNB Daily.

Η παραγωγή θα πραγματοποιείται στις εγκαταστάσεις της Cypriot Dairies Ltd, θυγατρικής του ελληνικού ομίλου, βάσει των προδιαγραφών της Χαραλαμπίδης Κρίστης.

Η πρώτη ύλη θα συνεχίσει να προέρχεται από το υφιστάμενο δίκτυο συνεργαζόμενων κτηνοτροφικών μονάδων της κυπριακής εταιρείας, ενώ τα προϊόντα θα διατίθενται με το brand Χαραλαμπίδης Κρίστης και μέσω του δικτύου της.

Η συμφωνία αφορά την εξαγωγική παραγωγή χαλλουμιού και δεν μεταβάλλει την υπόλοιπη παραγωγική δραστηριότητα της Χαραλαμπίδης Κρίστης. Στη μονάδα της στην Λεμεσό συνεχίζεται η παραγωγή φρέσκου παστεριωμένου γάλακτος, γιαουρτιού, Παραδοσιακού Πισσορκώτικου Χαλλουμιού, αναρής και άλλων γαλακτοκομικών και τυροκομικών προϊόντων.

Η ΔΥΝΑΜΙΚΟΤΗΤΑ ΤΟΥ ΕΡΓΟΣΤΑΣΙΟΥ

Η συνεργασία έρχεται περίπου δύο χρόνια μετά την έναρξη λειτουργίας του εργοστασίου της Ελληνικά Γαλακτοκομεία στο Τσέρι, στο οποίο ο όμιλος έχει επενδύσει συνολικά €70 εκατ.

Η μονάδα αναπτύσσεται σε 12.000 τ.μ., μπορεί να επεξεργάζεται έως 180 τόνους γάλακτος ημερησίως και διαθέτει ετήσια παραγωγική δυναμικότητα 18.000 τόνων χαλλουμιού. Με βάση τα στοιχεία που είχαν γνωστοποιηθεί κατά την έναρξη λειτουργίας της, η συγκεκριμένη ποσότητα αντιστοιχούσε περίπου στο 40% της συνολικής ετήσιας παραγωγής χαλλουμιού της Κύπρου.

Η παραγωγή ξεκίνησε τον Ιούνιο του 2024, ενώ τα εγκαίνια έγιναν τον Οκτώβριο του ίδιου έτους με τον Πρόεδρο του ομίλου, Στέλιο Μ. Σαράντη, να αναφέρει τότε στο FNB Daily ότι η μονάδα αναμενόταν να φθάσει σε πλήρη δυναμικότητα σε περίπου πέντε χρόνια, ανάλογα με την εξέλιξη της αγοράς.

Ο αρχικός προϋπολογισμός της επένδυσης ήταν στα επίπεδα των €30-€35 εκατ., ενώ το τελικό κόστος έφθασε τα €70 εκατ., μετά και τις καθυστερήσεις που είχαν μεσολαβήσει λόγω της πανδημίας και των διαδικασιών αδειοδότησης. Στις εγκαταστάσεις περι-



λαμβάνονται φωτοβολταϊκά ισχύος 3,2 MW, μονάδα αναερόβιας επεξεργασίας λυμάτων, από την οποία παράγεται βιοαέριο για την κάλυψη μέρους των θερμικών αναγκών, καθώς και σύστημα ανάκτησης νερού για δευτερεύουσες χρήσεις.

Η επένδυση στο Τσέρι ακολούθησε την είσοδο της Ελληνικά Γαλακτοκομεία στην Κουρούσις. Το 2022 ο όμιλος απέκτησε το 49% της κυπριακής εταιρείας, με δικαίωμα διοίκησης και πρόβλεψη για εξαγορά των υπόλοιπων μετοχών σε δεύτερο χρόνο. Η μονάδα στο Τσέρι πρόσθεσε το χαλλούμι στις κατηγορίες που παράγει ο όμιλος για τις αγορές του εξωτερικού, μαζί με τη φέτα και το ελληνικό γιαούρτι.

ΠΛΗΘΑΙΝΟΥΝ ΟΙ ΕΠΕΝΔΥΣΕΙΣ ΣΤΟ ΓΙΑΟΥΡΤΙ

Η συμφωνία έρχεται σε περίοδο αυξημένων επενδύσεων στο χαλλούμι από κυπριακές και ελληνικές γαλακτοβιομηχανίες. Οι ετήσιες εξαγωγές της Κύπρου τοποθετούνται πλέον περίπου στους 47.000 τόνους, έναντι άνω των 41.000 τόνων και αξία άνω των €350 εκατ. το 2024.

Μεταξύ των νέων projects βρίσκεται το εργοστάσιο της AG Port-Plant στα Λύμνια,

που έχει τεθεί σε δημόσια διαβούλευση και θα λειτουργεί από την Parnous Dairies. Προβλέπεται να επεξεργάζεται έως 390 τόνους γάλακτος ημερησίως, με βασικά προϊόντα το χαλλούμι και την αναρή. Η Parnous παράγει, μεταξύ άλλων, για διεθνείς αλυσίδες όπως Costco, Aldi, Lidl, Sainsbury's και Tesco.

Στην αγορά έχει εισέλθει και η Όμηρος μέσω της εξαγοράς της Hadjipieris Dairy. Η τελευταία πραγματοποιεί περίπου το 90% του τζίρου της εκτός Κύπρου και έχει παρουσία σε 15 χώρες. Η Όμηρος προγραμματίζει συνολικές επενδύσεις €30 εκατ. στην Κύπρο την επόμενη πενταετία, με €5 εκατ. να κατευθύνονται στην υφιστάμενη μονάδα και νέο εργοστάσιο δυναμικότητας 12.000 τόνων χαλλουμιού ΠΟΠ ετησίως να σχεδιάζεται σε ορίζοντα τετραετίας.

Επενδύσεις στις γραμμές παραγωγής χαλλουμιού πραγματοποιεί και η κυπριακή γαλακτοβιομηχανία Alambra της οικογένειας Πέτρου, που εξάγει σε 42 χώρες με βασικές αγορές την Σουηδία, το Ηνωμένο Βασίλειο, την Αυστραλία και τις ΗΠΑ.

Στέλλα Αυγουστάκη
stella@notice.gr

• **KROGER**

ΟΙ ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΕΣ ΠΙΕΖΟΝΤΑΙ, ΟΙ ΠΩΛΗΣΕΙΣ PL ΕΚΤΟΞΕΥΟΝΤΑΙ

Ισχυρή αύξηση κατέγραψαν οι πωλήσεις προϊόντων PL της Kroger κατά το τελευταίο οικονομικό τρίμηνο, λόγω των πιέσεων που αντιμετωπίζουν οι καταναλωτές, σύμφωνα με τον Διευθύνοντα Σύμβουλο της Kroger, Greg Foran. Οι ιδιωτικές ετικέτες της εταιρείας ξεπέρασαν σε επιδόσεις τα επώνυμα προϊόντα κατά το β' τρίμηνο του οικονομικού έτους 2026, με τη διείσδυση των προϊόντων ιδιωτικής ετικέτας στο καλάθι των καταναλωτών να αυξάνεται κατά περίπου 0,5 ποσοστιαία μονάδα, δήλωσε ο Foran.

Ο Foran αναφέρθηκε ειδικότερα στη σειρά Private Selection της εταιρείας, την οποία η Kroger διευρύνει νωρίτερα φέτος με νέες επιλογές φρέσκων και κατεψυγμένων γευμάτων, ως χαρακτηριστικό παράδειγμα της ανταπόκρισης των καταναλωτών στα προϊόντα ιδιωτικής ετικέτας.

ΑΠΟ ΠΟΥ ΠΡΟΗΛΘΕ Η ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΤΟΥ 14%

Οι πωλήσεις της Private Selection αυξήθηκαν κατά περισσότερο από 14% στο β' τρίμηνο, με την ανάπτυξη να προέρχεται κυρί-

ως από τα έτοιμα προς θέρμανση και έτοιμα προς κατανάλωση γεύματα, σύμφωνα με τον CEO της Kroger.

Παράλληλα με τα προϊόντα ιδιωτικής ετικέτας, οι καταναλωτές έδειξαν ισχυρό ενδιαφέρον και για προϊόντα υγιεινής διατροφής, καθώς και για βιολογικά προϊόντα, σύμφωνα με τον Foran. Η Kroger πρόσθεσε περισσότερα από 600 προϊόντα φυσικής και βιολογικής προέλευσης στην γκάμα της κατά τη διάρκεια του τριμήνου.

ΕΛΕΓΧΟΣ ΣΤΟΥΣ ΠΡΟΜΗΘΕΥΤΕΣ

Η Kroger καταγράφει θετικές επιδόσεις στις πωλήσεις ιδιωτικής ετικέτας, την ώρα που προσπαθεί να αποδείξει στους καταναλωτές ότι η προστιθέμενη αξία αποτελεί κορυφαία προτεραιότητά της. Σε αυτό το πλαίσιο, ο Foran δήλωσε κατά την τηλεδιάσκεψη ότι η αλυσίδα εξετάζει πολύ προσεκτικά τους προμηθευτές που ζητούν αυξήσεις τιμών, υπογραμμίζοντας ότι θεωρεί πως "η δουλειά μας είναι να είμαστε ο εκπρόσωπος του πελάτη".

"Εάν οι αυξήσεις τιμών δικαιολογούνται και έχουν νόημα, τότε είμαι απόλυτα θετικός στο



Greg Foran,
CEO,
Kroger

να καθίσουμε ως εμπορική ομάδα και να τις εξετάσουμε", ανέφερε ο Foran. "Αυτό που δεν θέλουμε είναι να φτάσουμε σε μια κατάσταση όπου κάποιος μπορεί απλώς να εμφανίζεται, να αυξάνει τις τιμές και να μην παρέχει πλήρη αιτιολόγηση για μια τέτοια αύξηση". Ο Foran τόνισε επίσης κατά την παρουσίαση των αποτελεσμάτων ότι δεν επιθυμεί η Kroger να βασίζεται στον πληθωρισμό για την αύξηση των πωλήσεών της, οι οποίες βρίσκονται υπό πίεση.

Οι πωλήσεις στα καταστήματα της Kroger σε συγκρίσιμη βάση αυξήθηκαν μόλις κατά κλάσμα της ποσοστιαίας μονάδας στο β' τρίμηνο, καθώς παράγοντες όπως οι ανησυχίες των καταναλωτών για την ασφάλεια των φρέσκων προϊόντων, λόγω της επιδημίας κυκλοσπορίας (cyclospora), επηρέασαν αρνητικά τις επιδόσεις της αλυσίδας.

• **REWE**

ΝΕΑ ΥΠΗΡΕΣΙΑ Q-COMMERCE ΓΙΑ DELIVERY ΣΕ ΛΙΓΟΤΕΡΟ ΑΠΟ ΜΙΑ ΩΡΑ

Η γερμανική αλυσίδα super market Rewe λανσάρει την Rewe Sofort-Lieferung (Rewe Instant Delivery), μια νέα υπηρεσία quick commerce που προσφέρει εξαιρετικά γρήγορες παραδόσεις ειδών παντοπωλείου, σε λιγότερο από μία ώρα. Η νέα υπηρεσία αποτελεί αποτέλεσμα στρατηγικής συνεργασίας με τις πλατφόρμες delivery Uber Eats, Wolt και Lieferando, με στόχο να καλύψει τις αυθόρμητες ανάγκες των καταναλωτών στις πόλεις. Μέσω της υπηρεσίας, οι πελάτες μπορούν να παραγγείλουν φρέσκα τρόφιμα και άλλα είδη για παράδοση στο σπίτι, στο γραφείο ή ακόμη και σε πάρκα.

Αρχικά, η Rewe διαθέτει την υπηρεσία σε επιλεγμένες μεγάλες γερμανικές πόλεις: στην Κολωνία μέσω της Wolt, στην Φρανκφούρτη μέσω της Uber Eats και στο Αμβούργο και την

Jena μέσω της Lieferando.

Οι καταναλωτές έχουν πρόσβαση σε έναν προσαρμοσμένο κατάλογο 5.000 έως 9.000 προϊόντων, ο οποίος περιλαμβάνει φρέσκα φρούτα και λαχανικά, γαλακτοκομικά, κατεψυγμένα προϊόντα και είδη ευκολίας. Οι παραγγελίες προετοιμάζονται από εργαζομένους στα τοπικά καταστήματα και στη συνέχεια παραδίδονται από τους διανομείς των αντίστοιχων πλατφορμών.

ΠΕΤΑΕΙ ΤΟ QUICK COMMERCE

Ο κλάδος του quick commerce παραμένει ένας από τους σημαντικούς τομείς ανάπτυξης στην Γερμανία, με τους αναλυτές να προβλέπουν ότι οι πωλήσεις του θα φτάσουν τα €1,3 δισ. έως το 2030, σύμφωνα με την έκθεση Quick Commerce – Germany | Statista



Lionel Souque, CEO,
Rewe

Market Forecast.

Η Rewe αξιοποιεί το υφιστάμενο δίκτυο παραλαβής της, το οποίο περιλαμβάνει περισσότερα από 2.200 καταστήματα, προκειμένου να επεκτείνει γρήγορα τις επιχειρησιακές διαδικασίες που απαιτούνται για το νέο μοντέλο παράδοσης. Μετά την αρχική φάση λανσαρίσματος, η Rewe σχεδιάζει να επεκτείνει την υπηρεσία σε επιπλέον μεγάλες μητροπολιτικές περιοχές έως το τέλος του έτους, ενώ στη συνέχεια θα ακολουθήσει η επέκταση σε μικρότερες και μεσαίες πόλεις.

• ΧΙΩΝ

ΑΝΑΠΤΥΞΗ 10% ΣΤΟ ΟΚΤΑΜΗΝΟ - ΕΝΙΣΧΥΟΝΤΑΙ ΟΙ ΣΥΝΕΡΓΑΣΙΕΣ ΜΕ ΤΑ SUPER MARKET

Με ανάπτυξη 10% έτρεχε στο οκτάμηνο η Χιών, επίδοση που η διοίκηση εκτιμά ότι είναι σε θέση να διατηρήσει, αν όχι και να βελτιώσει, στο διάστημα που απομένει μέχρι το κλείσιμο του έτους.

Εφόσον το καταφέρει θα πρόκειται για διπλασιασμό του ρυθμού του 2025 που, όπως σημειώνει στο Fnb Daily ο Διευθύνων Σύμβουλος της εταιρείας, Σπύρος Κανελλόπουλος, έκλεισε με ανάπτυξη 5%.

Είναι, δε, σε μεγάλο βαθμό απόρροια της ενίσχυσης των συνεργασιών με τα super market- πελάτες της (Σκλαβενίτης, ΑΒ Βασιλόπουλος, METRO, Γαλαξία, The Mart κ.α.), με τοποθέτηση σε περισσότερα καταστήματα.

ΓΙΝΕΤΑΙ ΑΝΑΓΝΩΡΙΣΙΜΗ Η ΣΕΙΡΑ "ECO"

Ο επιχειρηματίας δηλώνει ευχαριστημένος και από την πορεία της σειράς "Eco", με τις χάρτινες οικολογικές συσκευασίες που αποτελούν το τελευταίο λανσάρισμα της Χιών και μετρούν πλέον αρκετούς μήνες στην αγορά. "Ο κόσμος την έχει γνωρίσει πλέον και ελπίζουμε ότι θα την αγαπήσει. Πέρα από το γεγονός ότι το προϊόν που περιέχει είναι ούτως ή άλλως εξαιρετικό, θεωρούμε ότι είναι και μια αναβάθμιση για τη χώρα σε ό,τι αφορά στις συσκευασίες στο συγκεκριμένο προϊόν καθώς μέχρι πρόσφατα η κυριαρχία του πλαστικού ήταν σχεδόν καθολική. Διεθνώς, έχει αρχίσει να παγιώνεται μια αντίληψη/άποψη ότι το πλαστικό δεν είναι δείγμα ανεπτυγμένων χωρών", υπογραμμίζει.

Το retail κομμάτι αντιστοιχεί αυτή τη στιγμή στο 10%-15% του κύκλου εργασιών και στόχος της ιδιοκτησίας είναι να συνεχίσει να μεγαλώνει. Τη μερίδα του λέοντος με πο-



Σπύρος Κανελλόπουλος, Διευθ. Σύμβουλος, Χιών

σοστό 70% εξακολουθεί να κατέχει το προϊόν που κατευθύνεται για βιομηχανική χρήση και άλλες εφαρμογές (π.χ. στους δρόμους για να αποτραπεί ο σχηματισμός πάγου μετά τη χιονόπτωση).

Ο ΔΥΣΚΟΛΟΣ ΧΕΙΜΩΝΑΣ

Ο κυριότερος προβληματισμός του κ. Κανελλόπουλου δεν είναι άλλος από τις τιμές του πετρελαίου που φαίνεται να επιμένουν προς ανοδική πορεία. Όπως εξηγεί, το πετρέλαιο αντιπροσωπεύει ένα μεγάλο μέρος του συνολικού κόστους καθώς σχετίζεται με την παραγωγή, τη συσκευασία και τη μεταφορά. Με στοχευμένες παρεμβάσεις που είχαν να κάνουν κυρίως με την αύξηση της παραγωγικότητας, η Χιών κατάφερε να εξισορροπήσει κι, εν τέλει, να απορροφήσει το πρώτο κύμα των αυξήσεων που συνδέονται με το πετρέλαιο.

ΠΡΟΣ ΝΕΑ ΒΕΛΤΙΩΣΗ ΤΟΥ EBITDA

"Ακόμη ότι έρχεται δύσκολος χειμώνας και αυτό είναι κάτι που απασχολεί τη βιομηχανία

στο σύνολό της αυτό το διάστημα γιατί πέρα από το πετρέλαιο και τα ενεργειακά, με τις αυξήσεις των επιτοκίων αυξάνεται και το κόστος του χρήματος. Δεν μπορούμε αυτή τη στιγμή να προεξοφλήσουμε κάτι για τις τιμές, σίγουρα όμως και οι δικές μας δυνατότητες δεν είναι απεριόριστες", υπογραμμίζει ο κ. Κανελλόπουλος.

Ο ίδιος προσθέτει ότι οι παρεμβάσεις για την αύξηση της παραγωγικότητας, μαζί με την συγκράτηση του κόστους, έχουν συμβάλει και στη βελτίωση της λειτουργικής κερδοφορίας. Όπως αναφέρει, το EBITDA κινείται ανοδικά και, μάλιστα, με ρυθμό που πλησιάζει εκείνον της αύξησης του τζίρου.

ΣΤΗΝ ΕΠΟΜΕΝΗ ΦΑΣΗ ΓΙΑ ΤΙΣ ΕΛΛΗΝΙΚΕΣ ΑΛΥΚΕΣ

Στο επενδυτικό κομμάτι, όλη η προσοχή της Χιών είναι στραμμένη στις Ελληνικές Αλυκές τις οποίες διεκδικεί μέσω του διαγωνισμού που βρίσκεται σε εξέλιξη.

Όπως αναφέρει, η κοινοπραξία που έχει δημιουργήσει με τον όμιλο Unisel SAS είναι ένα από τα επτά σχήματα που έχουν περάσει στην επόμενη φάση. Ωστόσο, το ένα από τα δύο κομμένα σχήματα έχει καταθέσει ένσταση, γεγονός που δεν αποκλείεται να καθυστερήσει τη διαδικασία.

"Είναι ένα έργο που το θέλουμε πάρα πολύ και πιστεύουμε ότι, σε συνεργασία και με τη Unisel SAS, έχουμε την τεχνογνωσία και την ικανότητα να το διαχειριστούμε επιτυχώς", τονίζει ο κ. Κανελλόπουλος.

Γιάννης Τσατσάκης
yannis@notice

• WOLT

ΝΕΑ ΣΥΝΕΡΓΑΣΙΑ ΓΙΑ ΤΗΝ ΟΔΙΚΗ ΑΣΦΑΛΕΙΑ ΣΤΙΣ ΕΥΡΩΠΑΪΚΕΣ ΠΟΛΕΙΣ

Νέα πανευρωπαϊκή συνεργασία με το European Transport Safety Council (ETSC) ανακοίνωσε η Wolt, στο πλαίσιο της Ευρωπαϊκής Εβδομάδας Κινητικότητας, 16-22 Σεπτεμβρίου. Η συνεργασία, διάρκειας ενός έτους, επικεντρώνεται στον ρόλο των αστικών υποδομών στην οδική ασφάλεια και στις συνθήκες μετακίνησης πεζών, ποδηλατών και οδηγών δικύκλων, συμπεριλαμβανομένων των διανομέων.

Στο πλαίσιο της συνεργασίας, το ETSC θα εκπονήσει μελέτη πολιτικής για ασφαλέστερες αστικές υποδομές, εξετάζοντας ζητήματα όπως ο σχεδιασμός διασταυρώσεων, οι διαχωρισμένες υποδομές ποδηλάτων και η διαχείριση της ταχύτητας στις πόλεις. Η μελέτη θα βασιστεί σε διαθέσιμα επιστημονικά δεδομένα και θα διατηρήσει ανεξάρτητη τη διαδικασία σύνταξης και εξαγωγής συμπερασμάτων.



• **INTERELKA (BELINO)**

ΔΙΕΥΡΥΝΕΙ ΤΗ ΔΙΑΝΟΜΗ, ΒΛΕΠΕΙ ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΚΟΝΤΑ ΣΤΟ 30% ΦΕΤΟΣ

Ανάπτυξη 24% σε αξία και 21% σε όγκο κατέγραψε η Interelka στο α' εξάμηνο του 2026, με τη διοίκηση της εταιρείας να εκτιμά ότι ο ρυθμός ανάπτυξης θα επιταχυνθεί στο β' εξάμηνο, με τον πήχη για τη φετινή οικονομική χρήση να τοποθετείται κοντά στο 30%. Η αισιοδοξία αυτή πηγάζει κυρίως από τις νέες συνεργασίες που ενεργοποιήθηκαν μετά το τέλος του εξαμήνου και δεν έχουν ακόμη αποτυπωθεί στις πωλήσεις. Μεταξύ αυτών περιλαμβάνονται αλυσίδες convenience stores και περιπτέρων, όπως τα Just For You και η 4all στην Θεσσαλονίκη, αλλά και η πρόσφατη είσοδος στην ΑΒ Βασιλόπουλος, όπου η εταιρεία έχει ήδη τοποθετήσει τέσσερις κωδικούς σε περίπου 70 μεγάλα καταστήματα.

Όπως επισημαίνεται η ανάπτυξη αυτή προέρχεται κυρίως από τη διεύρυνση της διανομής και όχι από ανατιμήσεις. Η εταιρεία διατήρησε ανταγωνιστική τιμολογιακή πολιτική, σύμφωνα με τα όσα αναφέρει η διοίκηση στο FNB Daily, επενδύοντας παράλληλα σε προωθητικές ενέργειες, ενώ επέκτεινε σημαντικά το δίκτυο αντιπροσώπων και συνεργατών της στη μικρή λιανική.

Σήμερα τα προϊόντα της βρίσκονται σε περίπου 7.000 σημεία πώλησης, έναντι 4.000 πριν από έναν χρόνο, έχοντας αποκτήσει παρουσία σε νέα δίκτυα όπως τα Ελληνικά Market, CRM, Άριστα, OK! Markets και Jumbo.

ΟΙ ΝΕΕΣ ΕΥΚΑΙΡΙΕΣ

Εκτός από την αύξηση της αριθμητικής διανομής, η Interelka ενίσχυσε την παρουσία της στα υφιστάμενα σημεία μέσω καλύτερου merchandising.

Σύμφωνα με τη διοίκηση, η εικόνα του ανταγωνισμού στη μικρή λιανική έχει αλλάξει αισθητά, καθώς μεγάλοι παίκτες της αγοράς έχουν επικεντρωθεί στα πλέον αποδοτικά σημεία πώλησης, δημιουργώντας νέες ευκαιρίες ανάπτυξης στην αγορά.

ΤΟ BELINO ΟΔΗΓΕΙ ΤΗΝ ΑΝΑΠΤΥΞΗ

Βασικός μοχλός ανάπτυξης για την Interelka παραμένει το Belino, το οποίο καταγράφει σχεδόν διπλασιασμό των πωλήσεων σε σχέση με πέρυσι, χάρη τόσο στην είσοδο σε νέα σημεία, όσο και στην ενίσχυση της παρουσίας του στα υφιστάμενα. Παράλληλα, τα κρουασάν Replay καταγράφουν μονοψήφια ανάπτυξη, ενώ τα chips Replay σημειώνουν άνοδο περίπου 15%.



Η εταιρεία επικεντρώνεται στην περαιτέρω ενίσχυση των υφιστάμενων κωδικών, ενώ μέσα στον Οκτώβριο αναμένεται το λανσάρισμα ενός νέου κωδικού Belino Special Edition.

Ιδιαίτερα ισχυρή πορεία καταγράφει το κρουασάν με γεύση φιστίκι, το οποίο αποτελεί έναν από τους βασικούς οδηγούς ανάπτυξης της σειράς και εμφανίζει σταθερά υψηλές πωλήσεις στα νέα σημεία τοποθέτησης. Θετική πορεία καταγράφουν και οι σοκολατένιες γεύσεις, σε μια κατηγορία με εντονότερο ανταγωνισμό.

ΕΠΕΝΔΥΣΕΙΣ ΣΤΗΝ ΠΑΡΑΓΩΓΗ – ΕΜΦΑΣΗ ΣΤΑ ΕΠΩΝΥΜΑ BRANDS

Παράλληλα, υλοποιεί συνεχείς επενδύσεις στο εργοστάσιο, σε αυτοματισμούς και νέο εξοπλισμό, αυξάνοντας την παραγωγική δυναμικότητα για την κάλυψη της αυξανόμενης ζήτησης στην Ελλάδα και τις διεθνείς αγορές. Η διοίκηση εξακολουθεί να θεωρεί τη μικρή λιανική στρατηγικό κανάλι, καθώς συμβάλει στη διασπορά του επιχειρηματικού ρίσκου, ενώ η παρουσία στα super markets κρίνεται απαραίτητη για την περαιτέρω ενίσχυση των brands.

Παρότι η εταιρεία έχει δεχθεί προτάσεις για παραγωγή προϊόντων ιδιωτικής ετικέτας, στην παρούσα φάση δίνει προτεραιότητα στην ανάπτυξη και περαιτέρω ενίσχυση των επώνυμων σημάτων της.

Στέλλα Αυγουστάκη
stella@notice.gr

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

• **NESTLE**

ΑΓΚΑΘΙ ΟΙ ΕΠΙΔΟΣΕΙΣ ΤΗΣ ΣΤΗΝ ΒΟΡΕΙΑ ΑΜΕΡΙΚΗ – ΣΤΟ ΣΤΟΧΑΣΤΡΟ GERBER ΚΑΙ CREAMERS

Στην παραδοχή ότι χρειάζεται να βελτιώσει τις επιδόσεις της στην Βόρεια Αμερική προχώρησε η Nestlé, καθώς η Οικονομική Διευθύντρια, Anna Manz, να επισημαίνει ότι η εταιρεία “χρειάζεται να κάνει περισσότερα” για την εκτέλεση της στρατηγικής της στην περιοχή.

Μιλώντας σε συνέδριο της Barclays, η Manz ανέφερε ότι τα creamers, στα οποία περιλαμβάνεται το Coffee mate, και η παιδική και βρεφική μάρκα Gerber, αποτελούν δύο σημεία του χαρτοφυλακίου που υποαποδίδουν. Παράλληλα, τα κατεψυγμένα τρόφιμα αναπτύσσονται με βραδύτερο ρυθμό σε σχέση με τη συνολική αγορά.

Η ίδια σημείωσε πάντως ότι παρά το αδύναμο καταναλωτικό κλίμα στην Βόρεια Αμερική, δεν έχει καταγραφεί κάποια ουσιαστική αλλαγή στις καταναλωτικές δαπάνες.

ΠΡΟΒΛΗΜΑΤΑ ΣΤΗΝ ΠΑΡΑΓΩΓΗ

Στον τομέα των creamers, η Nestlé αντιμετώπισε προβλήματα παραγωγής κατά το τελευταίο τρίμηνο, επηρεάζοντας μια κατηγορία στην οποία δραστηριοποιείται μέσω του Coffee mate. Η Manz χαρακτήρισε την εξέλιξη μη αποδεκτή, ενώ η Nestlé έχει ήδη προχωρήσει σε ενέργειες για την ενίσχυση της παραγωγικής δυναμικότητας. Σύμφωνα με την ίδια, οι πρώτες ενδείξεις από τα μέτρα αυτά είναι θετικές.

Στα κατεψυγμένα τρόφιμα, η εταιρεία αναπροσαρμόζει τη στρατηγική της, εστιάζοντας σε τάσεις που συνδέονται με την ευκολία και την πρακτικότητα. Στο επίκεντρο βρίσκονται κατηγορίες όπως οι world cuisines, αλλά



Philipp Navratil, CEO, Nestlé

και προϊόντα με υψηλότερη περιεκτικότητα σε πρωτεΐνη και φυτικές ίνες.

Παράλληλα, η Nestlé εξετάζει διαφορετικά μεγέθη συσκευασίας, από μικρότερες επιλογές έως μεγαλύτερες οικογενειακές συσκευασίες, με στόχο να ενισχύσει την αντίληψη της σχέσης αξίας-τιμής.

Η ΠΡΟΚΛΗΣΗ ΤΗΣ GERBER

Ιδιαίτερη πρόκληση αποτελεί η Gerber, μία από τις ιστορικότερες μάρκες της Nestlé, η οποία εδώ και χρόνια εμφανίζει αδυναμίες. Ο CEO, Philipp Navratil, είχε δηλώσει τον Φεβρουάριο ότι η Gerber λειτουργεί ως τροχοπέδη για το μερίδιο αγοράς της εταιρείας, υπογραμμίζοντας ότι οι επιδόσεις της δεν βρίσκονται ακόμη στο επιθυμητό επίπεδο. Στο πλαίσιο της προσπάθειας αναζωογόνησης της μάρκας, η Nestlé διευρύνει πρόσφατα τη δραστηριότητά της στην αγορά παιδικών προϊόντων επανυδάτωσης, πέρα από

τον παραδοσιακό πυρήνα των γευμάτων για βρέφη και νήπια.

ΑΝΑΔΙΑΡΘΡΩΣΗ ΤΟΥ ΧΑΡΤΟΦΥΛΑΚΙΟΥ

Οι επιδόσεις στην Βόρεια Αμερική έρχονται την ώρα που η Nestlé προχωρά σε ευρεία αναδιάρθρωση του χαρτοφυλακίου της. Μέσα στο τρέχον έτος έχει αποεπενδύσει από τη δραστηριότητα βιταμινών, μετάλλων και συμπληρωμάτων διατροφής μαζικής αγοράς, έχει πουλήσει το ήμισυ του χαρτοφυλακίου premium νερών και έχει ολοκληρώσει την πώληση του υπόλοιπου κλάδου παγωτού.

Οι κινήσεις αυτές εντάσσονται στην προσπάθεια της εταιρείας να κατευθύνει κεφάλαια και πόρους προς κατηγορίες με μεγαλύτερες προοπτικές ανάπτυξης, αντιμετωπίζοντας παράλληλα τις αδυναμίες σε βασικές αγορές, όπως η Βόρεια Αμερική.

• **MY MARKET**

BACK TO SCHOOL ΔΙΑΓΩΝΙΣΜΟΣ ΜΕ 5 ΔΩΡΟΕΠΙΤΑΓΕΣ €1.500

Δύο νέες εμπορικές ενέργειες παρουσιάζουν τα My market με αφορμή την επιστροφή στα σχολεία και την έναρξη της φθινοπωρινής περιόδου. Οι δράσεις αφορούν έναν διαγωνισμό με συνολικά €7.500 σε δωροεπιταγές, καθώς και πρόγραμμα εκπτώσεων σε επιλεγμένα προϊόντα προσωπικής περιποίησης Remington.

Από τις 2 έως τις 29 Σεπτεμβρίου 2026, οι πελάτες των καταστημάτων My market και My market Local, καθώς και του ηλεκτρονικού καταστήματος mymarket.gr, μπορούν



να συμμετέχουν σε διαγωνισμό με έπαθλο πέντε δωροεπιταγές αξίας €1.500 η καθεμία.



Η συμμετοχή πραγματοποιείται με αγορές αξίας τουλάχιστον €10.

Για κάθε €10 αγορών αντιστοιχεί μία συμμετοχή, ενώ συγκεκριμένα προϊόντα με ειδική σήμανση προσφέρουν διπλές συμμετοχές.

• ΕΥΡΩΠΗ

ΚΑΤΡΑΚΥΛΑ Η ΣΟΔΕΙΑ ΠΑΤΑΤΑΣ – ΠΑΝΩ ΑΠΟ €800 ΕΚΑΤ. ΟΙ ΑΠΩΛΕΙΕΣ ΓΙΑ ΤΟΥΣ ΠΑΡΑΓΩΓΟΥΣ

Η Ευρώπη οδεύει προς μία από τις μικρότερες σοδειές πατάτας στην ιστορία, καθώς τα διαδοχικά κύματα καύσωνα και η παρατεταμένη ξηρασία έπληξαν την παραγωγή, αυξάνοντας την πίεση στις τιμές και δημιουργώντας νέους κινδύνους για τους καταναλωτές. Η παραγωγή πατάτας στην Ευρώπη και το Ηνωμένο Βασίλειο αναμένεται να μειωθεί κατά περίπου 3,5 εκατ. τόνους, σύμφωνα με ανάλυση της Energy and Climate Intelligence Unit. Με βάση τις σημερινές τιμές, η απώλεια αυτή αντιστοιχεί σε κόστος άνω των €800 εκατ. για τους παραγωγούς.

ΠΛΗΓΜΑ ΣΤΙΣ ΑΠΟΔΟΣΕΙΣ

Η φετινή σοδειά επιβαρύνεται από έναν συνδυασμό ακραίων καιρικών συνθηκών και μειωμένων καλλιεργούμενων εκτάσεων, μετά το περυσινό πλεόνασμα.

Οι αποδόσεις έχουν υποχωρήσει κατά 21% στο Βέλγιο, 13% στην Γαλλία και 10% στην Γερμανία, τρεις από τους σημαντικότερους παραγωγούς και εξαγωγείς πατάτας.

Στη γερμανική αγορά μεταποίησης, οι τιμές έχουν αυξηθεί σημαντικά από τον Ιούνιο, φτάνοντας τα €240 ανά τόνο, ενώ αντίστοιχες πιέσεις καταγράφονται σε Βέλγιο, Γαλλία και Ηνωμένο Βασίλειο.

ΑΠΟ ΤΗΝ ΠΑΤΑΤΑ ΣΤΑ ΔΗΜΗΤΡΙΑΚΑ

Η εξέλιξη προστίθεται στις ευρύτερες πιέσεις που αντιμετωπίζει η ευρωπαϊκή γεωργία. Η παραγωγή δημητριακών στην Ευρώπη αναμένεται να καταγράψει μία από τις μεγαλύτερες ετήσιες μειώσεις εδώ και δεκαετίες, ενώ οι διαταραχές στην Μαύρη Θάλασσα περιορίζουν τη μεταφορά σιτηρών.

Παράλληλα, ο πόλεμος με το Ιράν αυξάνει το κόστος των αγροτικών εισροών, ενώ ένα ενδεχόμενο ισχυρό El Niño θα μπορούσε να εντείνει τις πιέσεις τους επόμενους μήνες.

Όπως δήλωσε ο Thijs Geijer, οικονομολόγος της ING, τα ακραία καιρικά φαινόμενα αποτελούν την πιο άμεση απειλή για τους καταναλωτές, καθώς δεν θα πρέπει να θεωρούνται δεδομένες οι σταθερές τιμές στα προϊόντα καθημερινής κατανάλωσης.

ΠΡΟΒΛΗΜΑ ΓΙΑ ΤΙΣ ΠΡΟΤΗΓΑΝΙΣΜΕΝΕΣ

Η Ευρώπη καταναλώνει μεγάλες ποσότητες πατάτας, με την κατανάλωση να ξεπερνά τα 90 κιλά ανά άτομο ετησίως σε αρκετές χώρες. Η φετινή κατάσταση έρχεται σε πλήρη

Europe Dominates the Global Potato Trade

But the world's four biggest exporters are all battling a tougher growing season

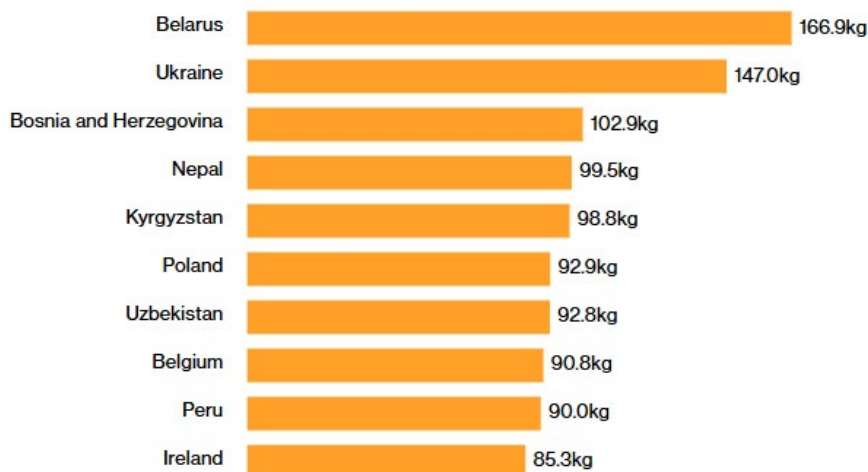
Country	Potato Exports (million tons)
France	3.3
Netherlands	2.83
Germany	2.71
Belgium	1.01
Egypt	0.9
Pakistan	0.75
China	0.63
US	0.59
Canada	0.59
Kazakhstan	0.56

Note: Data for 2024
Source: UN's FAO

Europe's Appetite for Potatoes Runs Deep

Potato supply tops 90 kilograms per person a year in several European nations

■ Potato consumption per year



Note: Data for 2023. "Food supply quantity" for potatoes and potato products
Source: UN's FAO



ρεάν μέρος της παραγωγής τους.

Η ξηρασία έχει επηρεάσει ιδιαίτερα το μέγεθος των κονδύλων, καθώς η πατάτα χρειάζεται μεγάλες ποσότητες νερού για να αναπτυχθεί.

Το πρόβλημα είναι ιδιαίτερα έντονο για τη βιομηχανία προτηγανισμένης πατάτας. Οι μεταποιητές και τα εστιατόρια προτιμούν συνήθως πατάτες μήκους άνω των 50 χιλιοστών, όμως στο Βέλγιο μόλις το ήμισυ της φετινής σοδειάς αναμένεται να πληροί τις συγκεκριμένες προδιαγραφές.

αντίθεση με την εξαιρετικά μεγάλη περυσινή σοδειά, η οποία είχε οδηγήσει ακόμη και ορισμένους παραγωγούς να διαθέτουν δω-

• **MARS**

ΓΙΑΤΙ ΒΑΖΕΙ ΤΗ ΦΥΣΙΚΗ ΜΕΝΘΟΛΗ ΑΠΟ ΤΗΝ ΙΝΔΙΑ ΣΤΗΝ ΕΥΡΩΠΑΪΚΗ ΕΦΟΔΙΑΣΤΙΚΗ ΑΛΥΣΙΔΑ ΤΣΙΧΛΑΣ

Η Mars περνά στο επόμενο στάδιο του προγράμματος Shubh Mint, εντάσσοντας φυσική μενθόλη που προέρχεται από την Ινδία στην ευρωπαϊκή εφοδιαστική αλυσίδα τσίχλας, ξεκινώντας την αξιοποίηση της πρώτης ύλης στις παραγωγικές της δραστηριότητες στο Ηνωμένο Βασίλειο και την Πολωνία. Η εξέλιξη αποτελεί σημαντικό βήμα για την εταιρεία, καθώς η μέντα αποτελεί βασική πρώτη ύλη για αρκετά από τα brands της, ενώ η παγκόσμια παραγωγή φυσικής μενθόλης εμφανίζει υψηλή γεωγραφική συγκέντρωση. Περίπου 80% της φυσικής μενθόλης παγκοσμίως προέρχεται από το Uttar Pradesh της Ινδίας, αυξάνοντας την έκθεση της εφοδιαστικής αλυσίδας σε κλιματικούς και οικονομικούς κινδύνους.

ΑΠΟ ΤΟ 2017 ΣΤΗΝ ΕΜΠΟΡΙΚΗ ΠΑΡΑΓΩΓΗ

Η Mars επενδύει από το 2017 στο Shubh Mint, σε συνεργασία με τον φορέα υλοποίησης Tanager, με στόχο τη βελτίωση της παραγωγής μέντας και την υιοθέτηση κλιματικά έξυπνων γεωργικών πρακτικών.

Το πρόγραμμα ξεκίνησε πιλοτικά σε αγροτεμάχια περίπου 1.000 τ.μ., όπου οι παραγωγοί δοκίμασαν νέες καλλιεργητικές τεχνικές και βελτιωμένο φυτικό υλικό. Η αρχική φάση είχε ως στόχο να εντοπίσει πρακτικές που θα μπορούσαν να αυξήσουν την παραγωγικότητα και το εισόδημα, περιορίζοντας παράλληλα τους κινδύνους για τους αγρότες.

ΠΟΣΟΙ ΚΑΛΛΙΕΡΓΗΤΕΣ ΕΙΝΑΙ ΣΤΟ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ

Σύμφωνα με τα στοιχεία της Mars, περισσότεροι από 24.000 καλλιεργητές έχουν

συμμετάσχει μέχρι σήμερα στο πρόγραμμα, ενώ το εισόδημα των συμμετεχόντων από την καλλιέργεια μέντας έχει υπερδιπλασιαστεί, σύμφωνα με την εταιρεία. Παράλληλα, περισσότερες από 8.500 γυναίκες έχουν εκπαιδευτεί σε κλιματικά έξυπνες γεωργικές πρακτικές, πάνω από 1.000 έχουν δημιουργήσει δικές τους επιχειρήσεις και περισσότερες από 4.500 συμμετέχουν σε ομάδες οικονομικής εκπαίδευσης και ενδυνάμωσης.

ΑΠΟ ΤΗ ΜΕΝΤΑ ΣΤΗΝ ΑΝΘΕΚΤΙΚΟΤΗΤΑ ΤΩΝ ΑΓΡΟΤΩΝ

Η εμπορική αξιοποίηση της πρώτης ύλης του Shubh Mint σηματοδοτεί τη μετάβαση του προγράμματος από το στάδιο της ανάπτυξης και δοκιμής πρακτικών στην πραγματική εφοδιαστική αλυσίδα της Mars.

Η εταιρεία σχεδιάζει πλέον να επεκτείνει την πρωτοβουλία μέσω μιας προσέγγισης "full farm", η οποία δεν θα περιορίζεται στην καλλιέργεια μέντας. Στόχος είναι να εφαρμοστούν κλιματικά έξυπνες πρακτικές και σε άλλες καλλιέργειες των αγροτικών οικογενειών.

Με αυτόν τον τρόπο, η Mars επιδιώκει να διαφοροποιήσει τις πηγές εισοδήματος των παραγωγών, περιορίζοντας την εξάρτησή τους από μία μόνο καλλιέργεια. Παράλληλα, η προσέγγιση ενισχύει την ανθεκτικότητα της ίδιας της εφοδιαστικής αλυσίδας, σε μια περίοδο κατά την οποία οι κλιματικοί κίνδυνοι αποκτούν ολοένα μεγαλύτερη σημασία για τις αγροτικές πρώτες ύλες.



Θωμάς Χασιώτης,
της, Group CFO,
Philosophish

• **PHILOSOFISH**

Ο ΘΩΜΑΣ ΧΑΣΙΩΤΗΣ ΝΕΟΣ GROUP CFO ΚΑΙ ΕΚΤΕΛΕΣΤΙΚΟ ΜΕΛΟΣ ΤΟΥ ΔΣ

Η Philosophish ανακοίνωσε την τοποθέτηση του Θωμά Χασιώτη στη θέση του Group Chief Financial Officer (CFO), καθώς και τον ορισμό του ως εκτελεστικού μέλους του Διοικητικού Συμβουλίου. Η νέα διοικητική τοποθέτηση εντάσσεται στην ενίσχυση της διοικητικής και χρηματοοικονομικής δομής της εταιρείας και στον σχεδιασμό της στρατηγικής του ομίλου. Ο Θωμάς Χασιώτης διαθέτει περισσότερα από 20 χρόνια εμπειρίας σε ανώτερες διοικητικές και χρηματοοικονομικές θέσεις στον κλάδο της ιχθυοκαλλιέργειας. Η επαγγελματική του πορεία περιλαμβάνει αντικείμενα όπως η διοίκηση, η χρηματοοικονομική στρατηγική και η επιχειρηματική ανάπτυξη.



Αντώνης Βεζύρογλου,
CEO, Φάρμες Βεζύρογλου

• **ΒΕΖΥΡΟΓΛΟΥ**

ΕΓΚΑΙΝΙΑΣΤΗΚΑΝ ΟΙ ΝΕΕΣ ΕΓΚΑΤΑΣΤΑΣΕΙΣ – ΣΤΑ 1.800 ΣΤΡΕΜΜΑΤΑ Η ΚΑΛΛΙΕΡΓΟΥΜΕΝΗ ΕΚΤΑΣΗ

Τις νέες εγκαταστάσεις της στον Σχοινά Αλεξάνδρειας εγκαινίασε η οικογένεια Βεζύρογλου, σε εκδήλωση που πραγματοποιήθηκε την Παρασκευή 11 Σεπτεμβρίου στον εξωτερικό χώρο της εταιρείας. Στην εκδήλωση παρευρέθηκαν εκπρόσωποι της κυβέρνησης και της τοπικής αυτοδιοίκησης, συνεργάτες και προσκεκλημένοι από όλη την Ελλάδα. Κατά τη διάρκεια των εγκαινίων, ο υπουργός Αγροτικής Ανάπτυξης και Τροφίμων Μαργαρίτης Σχοινάς έκοψε την κορδέλα μαζί με τους Αντώνη και Γιάννη Βεζύρογλου.

• **ΙΣΠΑΝΙΑ**

Η MERCADONA ΚΡΑΤΑ ΤΗΝ ΠΡΩΤΙΑ, ΜΕ LIDL, DIA ΚΑΙ CONSUM ΝΑ ΚΕΡΔΙΖΟΥΝ ΕΔΑΦΟΣ

Η Mercadona εξακολουθεί να ηγείται της αγοράς super market στην Ισπανία, ωστόσο αρκετοί από τους βασικούς ανταγωνιστές της ενισχύουν τη θέση τους, σύμφωνα με τα τελευταία στοιχεία για τα μερίδια αγοράς της Worldpanel by Numerator.

Κατά τους πρώτους οκτώ μήνες του έτους, η Mercadona κατέγραψε μερίδιο αγοράς

27,4%, ποσοστό που αντιστοιχεί περίπου στο συνολικό μερίδιο των πέντε βασικότερων ανταγωνιστών της: Carrefour, Lidl, Eroski, Dia και Consum.

Ωστόσο, το μερίδιο της Mercadona παρέμεινε ουσιαστικά αμετάβλητο σε ετήσια βάση, καθώς αυξήθηκε μόλις κατά 0,1 ποσοστιαία μονάδα. Την ίδια στιγμή, ο αριθμός των καταναλωτών που επισκέφθηκαν τα καταστήματά της μειώθηκε κατά 0,8 ποσοστιαία μονάδα. Μεταξύ των βασικών ανταγωνιστών, τη μεγαλύτερη αύξηση μεριδίου αγοράς κατέγραψαν οι Lidl, Dia και Consum. Η Lidl ενίσχυσε το μερίδιό της κατά 4 ποσοστιαίες μονάδες, ενώ Dia και Consum σημείωσαν αύξηση κατά 3 ποσοστιαίες μονάδες η καθεμία.

Η Dia κατέγραψε αύξηση κατά 1 ποσοστιαία μονάδα στον αριθμό των καταναλωτών που την επισκέφθηκαν κατά τους πρώτους οκτώ μήνες του έτους, ενώ οι επισκέψεις στα καταστήματά της αυξήθηκαν κατά 12,7%. Παράλληλα, η Consum κατέγραψε αύξηση κατά 1,6 ποσοστιαία μονάδα στον αριθμό των καταναλωτών που ψώνισαν από τα καταστήματά της.

Σύμφωνα με την Worldpanel by Numerator, έχει μεταβληθεί παράλληλα και η αντίληψη των καταναλωτών για την Lidl, η οποία θεωρείται ολοένα και περισσότερο ως αλυσίδα όπου οι shoppers μπορούν να πραγματοποιήσουν το σύνολο των αγορών τους για είδη παντοπωλείου.



ΟΙ ΑΛΛΑΓΕΣ ΣΤΗΝ ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΙΚΗ ΣΥΜΠΕΡΙΦΟΡΑ

Η Worldpanel by Numerator συνδέει τις μεταβολές αυτές με δύο βασικές αλλαγές στη συμπεριφορά των Ισπανών καταναλωτών, σε ένα περιβάλλον υψηλότερων τιμών και οικονομικής αβεβαιότητας: τον περαιτέρω κατακερματισμό των αγορών σε διαφορετικές αλυσίδες και την αυξημένη αξιοποίηση των προσφορών.

ΙΣΧΥΡΟΠΟΙΕΙΤΑΙ Η ΙΔΙΩΤΙΚΗ ΕΤΙΚΕΤΑ

Παράλληλα, η ιδιωτική ετικέτα συνεχίζει να κερδίζει έδαφος στην ισπανική αγορά. Κατά τους πρώτους οκτώ μήνες του 2026, τα προϊόντα ιδιωτικής ετικέτας αντιπροσώπευαν το 47,3% της αξίας του καλαθιού καταναλωτικών αγαθών, σημειώνοντας αύξηση κατά 1,4 ποσοστιαίες μονάδες σε σχέση με την αντίστοιχη περίοδο του 2025.

• Debrief •

ΓΕΩΠΟΛΙΤΙΚΗ... EUROVISION

Μετά την πρόταση της Προέδρου της Ευρωπαϊκής Επιτροπής, Ursula von der Leyen, για τη δημιουργία ενός νέου καθεστώτος στη σχέση ΕΕ-Καναδά, χθες η Πρόεδρος του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου, Roberta Metsola, δήλωσε ότι χώρες όπως η Αυστραλία και η Νέα Ζηλανδία θα μπορούσαν να ακολουθήσουν και να γίνουν "συνδεδεμένα μέλη" της Ευρωπαϊκής Ένωσης, καθώς έθνη με παρόμοιο τρόπο σκέψης επιδιώκουν στενότερους δεσμούς.

Καναδάς, Αυστραλία και Νέα Ζηλανδία, είναι "σοβαρές" χώρες. Ίσως, μάλιστα, θα μπορούσαν να περιγραφούν ως οι πιο... ευρωπαϊκές χώρες εκτός Ευρώπης. Επιπλέον, ο Καναδάς ανήκει στους G8 και τους G20, ενώ η Αυστραλία στους G20. Διαθέτουν σοβαρές βιομηχανίες και πρώτες ύλες, ενώ το γεωγραφικό τους αποτύπω-

μα εκτείνεται κυριολεκτικά από τον Αρκτικό έως τον Ανταρκτικό Κύκλο.

Με άλλα λόγια, η ΕΕ επιδιώκει – στις δηλώσεις τουλάχιστον – να παγκοσμιοποιηθεί. Και καλά κάνει, αφού με τις ΗΠΑ δεν φαίνεται – προς το παρόν – προκοπή. Ήδη ο D. Trump απείλησε με δασμούς την ΕΕ αν η πρότασή της προς τον Καναδά, δεν γίνεται με καλή... πρόθεση. Οι ΗΠΑ δείχνουν, δυστυχώς, να έχουν επιλέξει εντελώς διαφορετικό δρόμο.

Αυτά, και άλλα, είναι τα καλά της υπόθεσης, που μόνο εύκολη δεν είναι. Το πώς μπορούν να "συνδεθούν" ισχυρές χώρες από την άλλη μεριά του κόσμου στο άρμα της ΕΕ δεν είναι ξεκάθαρο. Κάτι τέτοιο συνεπάγεται αλλαγές ισορροπιών και για αυτές τις χώρες και για την ΕΕ. Επηρεάζει ολόκληρους οικονομικούς κλάδους, που πιθανόν να είναι ευχαριστημένοι με την υφιστάμενη

κατάσταση. Ας μην μιλήσουμε για την παροιμιώδη ευρωπαϊκή γραφειοκρατία, που βάζει εμπόδια στα ήδη κράτη-μέλη. Πώς, άραγε, θα τα φέρει βόλτα με κατά βάση αγγλοσαξωνικές συνήθειες και κανόνες; Η στενότερη σχέση της ΕΕ με Καναδά, Αυστραλία και Νέα Ζηλανδία είναι υπό προϋποθέσεις θετική. Και τα δύο μέρη θα αποκτήσουν άλλο ειδικό βάρος, τη στιγμή που ΗΠΑ και Κίνα είναι ξεκάθαροι πρωταγωνιστές του παγκόσμιου μπρα-ντε-φερ και δεν φαίνεται να δίνουν και πολύ σημασία στους υπόλοιπους. Είναι, όμως, μια πολύ δύσκολη υπόθεση για να προχωρήσει, αφού σε αντίθεση με την... Eurovision, όπου όλοι οι καλοί χωράνε, τα συμφέροντα και τα διακυβεύματα είναι πολύ μεγαλύτερα.

Γιάννης Παλιούρης
giannis@notice.gr

• ΜΠΑΡΜΠΑ ΣΤΑΘΗΣ

ΠΛΑΤΙΝΕΝΙΟ ΚΑΙ ΧΡΥΣΟ ΒΡΑΒΕΙΟ ΣΤΑ COMPLIANCE AWARDS 2026

Δύο διακρίσεις απέσπασε η Μπάρμπα Στάθης στα Compliance Awards 2026, με ένα Πλατινένιο και ένα Χρυσό Βραβείο.

Η εταιρεία βραβεύτηκε στις κατηγορίες "Λειτουργίες Κανονιστικής Συμμόρφωσης" και "Καλύτερος Μετασχηματισμός ESG", αντίστοιχα,

για την ανάπτυξη και εφαρμογή συστήματος ESG Data Governance. Το σύστημα αφορά τη συλλογή, τεκμηρίωση και παρακολούθηση ESG δεδομένων, ενισχύοντας το πλαίσιο εταιρικής διακυβέρνησης, λογοδοσίας και συμμόρφωσης.



Χρήστος
Τουρλούμης,
Διευθυντής
Κανονιστικής
Συμμόρφωσης,
Μπάρμπα Στάθης

Business Maker

6.000 ΕΠΙΣΚΕΠΤΕΣ ΤΗΝ ΗΜΕΡΑ: ΤΟ ΠΡΩΤΟ ΤΑΜΕΙΟ ΠΟΥ ΚΑΝΕΙ Η ΣΤΟΑ

Πολύ πάνω από τις αρχικές προσδοκίες κινείται το νέο εμπορικό σημείο στο κέντρο της Αθήνας, με την επισκεψιμότητα να φθάνει πλέον τους 6.000 ανθρώπους ημερησίως και την ομάδα που τρέχει το εγχείρημα να περιμένει ακόμη μεγαλύτερη ώθηση με την έναρξη λειτουργίας της Lidl. "Η αποδοχή του κόσμου είναι ασύλληπτη", αναφέρουν χαρακτηριστικά καλά πληροφορημένες πηγές, περιγράφοντας μια εικόνα που ξεπέρασε ακόμη και τα πιο αισιόδοξα σενάρια των ανθρώπων που βρίσκονται πίσω από το εγχείρημα. Η αίσθηση που υπάρχει είναι πως το συγκεκριμένο project ήταν κάτι που περίμενε η

περιοχή. Το ενδιαφέρον στοιχείο είναι ότι η κίνηση δεν περιορίζεται στις εργάσιμες ημέρες. Το Σάββατο εμφανίζεται εξίσου δυνατό, διατηρώντας υψηλές ροές επισκεπτών και επιβεβαιώνοντας ότι το σημείο αποκτά σταδιακά δική του δυναμική. Ήδη υπάρχει λειτουργία και τις Κυριακές, χωρίς ωστόσο να έχει ακόμη επικοινωνηθεί έντονα. Σύμφωνα με τις ίδιες πηγές, η επιλογή είναι συνειδητή: πρώτα να είναι όλα απολύτως έτοιμα και στη συνέχεια να ξεκινήσει η συστηματικότερη προβολή της κυριακάτικης λειτουργίας. Αυτό που έχει ιδιαίτερο ενδιαφέρον είναι η αλλαγή στις ροές του κόσμου στο κέντρο.

Η κίνηση φαίνεται να επηρεάζει τόσο την Πανεπιστημίου όσο και τη Σταδίου, προσηλκύνοντας μάλιστα επισκέπτες που προηγουμένως δεν είχαν λόγο να κινηθούν προς το συγκεκριμένο κομμάτι της πόλης. Το επόμενο τεστ θα έρθει με την Lidl. Η εκτίμηση είναι ότι η λειτουργία του θα προσθέσει νέο κύμα επισκεψιμότητας και θα ενισχύσει ακόμη περισσότερο τη δυναμική που έχει ήδη δημιουργηθεί. Για την ώρα, πάντως, οι 6.000 επισκέπτες την ημέρα δίνουν το πρώτο ισχυρό στίγμα: το κοινό όχι μόνο ανταποκρίθηκε, αλλά δείχνει ότι είχε πραγματικά ανάγκη έναν νέο προορισμό στην περιοχή.

ΚΑΣΤΕΛΟΡΙΖΟ: ΔΙΨΗΦΙΑ ΑΝΟΔΟΣ ΚΑΙ ΝΕΟ ΣΤΟΙΧΗΜΑ ΣΤΗΝ ΝΕΑ ΚΗΦΙΣΙΑ

Με θετικό πρόσημο κινείται το 2026 για τον όμιλο εστίασης Καστελόριζο του επιχειρηματία Αντώνη Σταύρου, με τις πωλήσεις να καταγράφουν άνοδο 10% έως 15% στο α' εξάμηνο σε σχέση με πέρυσι και την ίδια δυναμική να συνεχίζεται μέχρι σήμερα. Καλά πληροφορημένες πηγές αναφέρουν ότι η εικόνα είναι θετική σχεδόν σε όλα τα σημεία του ομίλου. Η εξαίρεση είναι το ζαχαροπλαστείο Ζουμπουρλού, το οποίο δεν ακολουθεί τις επιδόσεις των υπόλοιπων καταστημάτων, ωστόσο είναι ακόμη νωρίς για να ωριμάσει η επένδυση αφού δεν έχει συμπληρώσει ούτε τρία χρόνια λειτουργίας. Ιδιαίτερα καλή είναι η πορεία στο κέντρο της Αθήνας, όπου η αυξημένη τουριστική κίνηση εξακολουθεί να τροφοδοτεί την εστίαση. Παρά τις αυξήσεις των τι-

μών και τον ισχυρό ανταγωνισμό, η ζήτηση εμφανίζει ανθεκτικότητα. Χαρακτηριστική είναι η περίπτωση του σημείου στη Μητροπόλεως, το οποίο, σύμφωνα με τις ίδιες πηγές, δεν έχει υπάρξει ζημιογόνο ούτε μία φορά από την πρώτη ημέρα λειτουργίας του. Με τα σημερινά δεδομένα, η χρονιά δείχνει ότι μπορεί να κλείσει με αντίστοιχους ρυθμούς. Ωστόσο, στον όμιλο αποφεύγουν τις ασφαλείς προβλέψεις. Η γεωπολιτική αβεβαιότητα έχει ενισχυθεί, καθώς στον πόλεμο στην Ουκρανία έχει προστεθεί πλέον και η σύγκρουση στην Μέση Ανατολή. Την ίδια ώρα, ο Αντώνης Σταύρου προετοιμάζει την επόμενη κίνηση. Στην Νέα Κηφισιά κατασκευάζεται ιδιόκτητο κτήριο από την κατασκευαστική εταιρεία του επιχειρηματία, όπου σχεδιάζεται

να λειτουργήσει νέο κατάστημα εστίασης. Ο χρονικός ορίζοντας ολοκλήρωσης τοποθετείται στους 20 έως 24 μήνες. Το concept, πάντως, παραμένει ανοιχτό. Η απόφαση θα ληφθεί όταν το ακίνητο πλησιάζει στην ολοκλήρωσή του, καθώς θεωρείται πρόωρο να κλειδώσει από τώρα η μορφή του νέου εγχειρήματος. Η λογική είναι να υπάρχει ευελιξία μέχρι τότε. Σε δύο χρόνια, όπως επισημαίνουν οι ίδιες πηγές, μπορεί να έχουν εμφανιστεί νέες τάσεις στην εστίαση που σήμερα δεν είναι δυνατόν να προβλεφθούν. Και αυτές θα κρίνουν τελικά τι ακριβώς θα ανοίξει στην Νέα Κηφισιά. Μέχρι τότε, το βάρος παραμένει στην απόδοση του υφιστάμενου δικτύου, το οποίο εξακολουθεί να κινείται ανοδικά μέσα σε συνθήκες αγοράς.

Business Insight

Η ΕΠΟΜΕΝΗ ΗΜΕΡΑ ΤΗΣ ΣΥΝΕΔΡΙΑΣΗΣ ΤΗΣ FED - ΠΟΙΕΣ ΟΙΚΟΝΟΜΙΕΣ ΜΠΑΙΝΟΥΝ ΣΤΟ ΣΤΟΧΑΣΤΡΟ ΤΩΝ BOND VIGILANTES

Η Fed προχώρησε σε αύξηση επιτοκίων, την πρώτη από το 2023, όπως είχε προεξοφληθεί από τους οικονομολόγους και σε σημαντικό βαθμό ενσωματωθεί στους δείκτες ρίσκου στην Wall Street.

Δύο οι ενδιαφέρουσες λεπτομέρειες: το γεγονός πως η απόφαση ελήφθη ομόφωνα από την FOMC, και ότι η κίνηση Warsh κόντρα στην πίεση Trump διαβάστηκε θετικά. Από την άποψη πως ο νέος κεντρικός τραπεζίτης των ΗΠΑ είπε τα πράγματα με το όνομα τους, δηλαδή ότι ο πληθωρισμός είναι υψηλός, επίμονος και έχει διάρκεια. Ουδενί σχέση με την εσφαλμένη εκτίμηση πως θα είναι προσωρινός και διαχειρίσιμος (θέση που είχε εκφράσει αρκετές φορές η Christine Lagarde). Αλλά και στην λογική ότι δεν κάνει το χατήρι του Donald Trump, άρα δεν θα διστάσει να υιοθετήσει "γερακίσες" πρακτικές εάν θεωρεί πως έτσι μπορεί να διαχειριστεί την εκρηκτική κατάσταση που έχει διαμορφωθεί.

Ωστόσο, αυτό που απ' ό,τι φάνηκε στις τοποθετήσεις αρκετών αναλυτών δεν είχε προεξοφληθεί ήταν η βεβαιότητα πως η Fed θα προχωρήσει και σε άλλη αύξηση πριν τα Χριστούγεννα. Προαναγγελία βασικών επιτοκίων στο 4%-4,25% σε μία από τις επόμενες δύο συνεδριάσεις που ακολουθούν Οκτώβριο, Δεκέμβριο. Για τον Kevin Warsh αυτό που προέχει είναι η διαχείριση συγκεκριμένων ζητημάτων άμεσα, του carry trade, καθώς η απόδοση του 10ετούς των ΗΠΑ έχει φτάσει στο 5% και στο 3% της Ιαπωνίας. Έπρεπε να παραμείνει λειτουργική η σχέση εξυπηρέτησης χρέους των ΗΠΑ που είναι στα χέρια του μεγαλύτερου κατόχου του, την Ιαπωνία. Η εύρυθμη λειτουργία του carry trade συντηρεί την long φορά στην Wall Street, συνα-

κόλουθα μετατίθεται για επόμενο χρόνο ενδεχόμενος κίνδυνος ενός συστημικού sell off σε προεκλογική περίοδο (των ενδιάμεσων στις 3 Νοεμβρίου). Παράλληλα σπρώχνει την ΕΚΤ σε αναγκαστική νέα αύξηση επιτοκίων μέσα στο 2026, σε περίοδο που η Κομισιόν επιχειρεί να συνάψει στενότερες σχέσεις με τον Καναδά. Την ίδια ώρα, και με αφορμή ένα tweet του Trump- για την Ιρλανδία- διαφαίνεται πως το Ηνωμένο Βασίλειο δεν θέλει πια να είναι και τόσο... Ηνωμένο. Επίσης η απόφαση (ομόφωνη) απόφαση οδηγεί σε ανατίμηση του δολαρίου έναντι των κύριων εμπορικών εταίρων των ΗΠΑ, σε μία κατακερματισμένη διεθνή αγορά συναλλάγματος όπου κύριο νόμισμα συναλλαγών παραμένει το αμερικανικό νόμισμα.

Εξυπηρετεί αυτό τα συμφέροντα των ΗΠΑ; Και ναι και όχι: Από τη μία πλευρά γιατί έτσι εκτονώνονται οι αυξητικές πιέσεις στις τιμές των καυσίμων, επειδή η αναχρηματοδότηση του αμερικανικού χρέους (κυρίως του 10ετούς διάρκειας) θα συνεχίζει να απορροφά ρευστότητα/κεφάλαια από τις διεθνείς αγορές δίκως να επιβαρύνεται πέραν του ορίου (επιτόκιο 5%) που τιμολογούν οι κάτοχοι χρέους. Για την ώρα θα πει κάποιος, σωστά, αλλά σε αυτήν την χρονική συγκυρία στριμώνεται ακόμη περισσότερο το Λονδίνο (φάνηκε στην απόφαση της BoE) η μη αρεστή κυβέρνηση Andy Burnham, όπως επίσης το Παρίσι λίγους μήνες πριν τις εκλογές στην Γαλλία (έχουν οριστεί οι ημερομηνίες των 18 Απριλίου και 2 Μαΐου). Ειδικότερα σε ό,τι αφορά στην βρετανική οικονομία: **το κόστος δανεισμού εκτινάχθηκε σε τιμές 1998 (!)** μάλιστα πρόσφατα (8 Σεπτεμβρίου) το Dept Management Office αναγκάστηκε να πουλήσει ομόλογα λήξης

Ιανουαρίου 2056 αξίας 4,25 δισ. λιρών (\$5,7 δισ.) με απόδοση 5,82% – το υψηλότερο επιτόκιο που έχει καταγραφεί σε έκδοση βρετανικών κρατικών ομολόγων (gilts) από την ίδρυση του Γραφείου Διαχείρισης Δημοσίου Χρέους/DMO.

Σε ό,τι αφορά την Γαλλία, η κατάσταση δεν είναι πολύ διαφορετική: Οι αποδόσεις των ομολόγων είναι σε επίπεδα 2008, του δε 10ετούς είναι πάνω και από το αντίστοιχο της Ιταλίας.

Προφανώς υπάρχει και το αλλά, που δεν είναι άλλο από το θηριώδες χρέος των ΗΠΑ, τις... στρατοσφαιρικές αποτιμήσεις των AI, η μόχλευση σε ύψη... Ιμαλαΐων και όλων άλλων συνθέτουν ένα εκρηκτικό μείγμα, που ανάλογο του δεν έχει καταγραφεί από τον Β'ΠΠ. Ενδεικτικό πως το κόστος εξυπηρέτησης (του χρέους) έχει ξεπεράσει ήδη τον αμυντικό προϋπολογισμό άμυνας της χώρας.

Για την ώρα η Fed κερδίζει χρόνο, μεταθέτει όλο και μεγαλύτερο μέρος του προβλήματος που έχει η αμερικανική οικονομία, διατηρώντας το πλεονέκτημα του αιφνιδιασμού. Στοιχείο που όπως, έχει αποδειχθεί από το 1971 (ακύρωση της συμφωνίας Μπρετόν Γουιντς) εργαλειοποιεί σε κρίσιμες στροφές της υπερδύναμης. Θα το χρησιμοποιήσει και σε αυτή την φάση των αγορών; Και εάν ναι, θα έχει την αποτελεσματικότητα προηγούμενων ενεργειών; Θα δείξει. Μέχρι τότε όμως, η Ευρώπη θα έχει περιέλθει σε ακόμη πιο δεινή θέση, όπως και άλλοι εταίροι.

Σε ό,τι αφορά δε στον μεγάλο... άσπονδο, υποθέτει κάποιος πως θέματα (και) οικονομικού χαρακτήρα θα συζητηθούν στην επερχόμενη συνάντηση Trump-Χι, την προσεχή Πέμπτη, στην Ουάσινγκτον.

BNB
DAILY

BUSINESS IN BRIEF

ΚΑΘΕ ΠΡΩΙ
ΣΤΟ EMAIL ΣΑΣ!

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

Γίνε
συνδρομητής
εδώ



• ΑΒ ΒΑΣΙΛΟΠΟΥΛΟΣ

ΕΠΕΝΔΥΣΗ €2,6 ΕΚΑΤ. ΓΙΑ ΤΗΝ ΑΝΑΚΑΙΝΙΣΗ ΤΟΥ ΚΑΤΑΣΤΗΜΑΤΟΣ ΣΤΟ ΠΑΓΚΡΑΤΙ

Η ΑΒ Βασιλόπουλος ολοκλήρωσε την ανακαίνιση του καταστήματός της στην οδό Σπύρου Μερκούρη 38 στο Παγκράτι, συνολικής έκτασης 1.630 τ.μ., μετά από επένδυση περίπου €2,6 εκατ. Το κατάστημα διαθέτει ανανεωμένα τμήματα Κρεο-

πωλείου, Τυριών, Αλλαντικών, Ιχθυοπωλείου και Φούρνου, καθώς και νέο Sushi Bar και διευρυμένο τμήμα Ειδών Σπιτιού. Διαθέτει 14 ταμεία, εκ των οποίων 7 self-checkout, 17 θέσεις στάθμευσης και απασχολεί 68 εργαζομένους.



SECRETCREIPE

Έρχεται μεγάλη επένδυση στα logistics

Μια σημαντική επένδυση έχει ήδη σχεδιάσει και αναμένεται να αρχίσει να υλοποιεί μεγάλος όμιλος του κλάδου στην Ελλάδα. Όπως πληροφορείται το FNB Daily, πρόκειται για επένδυση σε τέτοιο σημείο, που θα του επιτρέψει να διαχειριστεί αποτελεσματικότερα την αυξημένη ζήτηση σε συγκεκριμένο κομμάτι του business του, το οποίο έχει αρχίσει να αναπτύσσει τα τελευταία χρόνια. Νεότερα, σύντομα...

Editorial

ΟΤΑΝ ΘΕΛΕΙ, ΜΠΟΡΕΙ. ΘΕΛΕΙ;

Παρακολουθώντας χθες το βράδυ τα εγκαίνια του The Hellinikon Sports Park, συγκράτησα από την ομιλία του CEO της Lamda Development, Οδυσσέα Αθανασίου, τα εξής: Το πόσο σημαντικό είναι το Κράτος να προχωρά και να μην κωλυσιεργεί, από τη στιγμή, που λαμβάνει μια απόφαση για ένα έργο στρατηγικής σημασίας, όπως αυτό του Ελληνικού. Επίσης, βλέποντας το τελετουργικό των εγκαινίων, μου ήρθε στο μυαλό η τελετή έναρξης των Ολυμπιακών Αγώνων του 2004, στην Αθήνα. Τότε, που το Κράτος και ήθελε και μπόρεσε και το έκανε.

Και με μεγάλη επιτυχία.

Κοιτάζοντας όλο το έργο του Ελληνικού, συνειδητοποιείς πόση προσπάθεια, δουλειά, οργάνωση χρειάζεται εσωτερικά ένας όμιλος για να αρχίσει πλέον να λέει ότι "έχουμε περάσει από το σχεδιάζουμε, στο παραδίδουμε", αλλά και πόση υπομονή και συνεργασία απαιτείται με το Κράτος, όπως αυτό εκπροσωπείται από τους κάθε βαθμίδας λειτουργούς του, σε κάθε υπηρεσία. Λίγες ώρες νωρίτερα, μετά από μια επίσκεψη της Ιωάννας στην Αστυνομία για να εκδώσει νέα ταυτότητα, συνειδητοποίησα το εξής:

"Κλείνεις το ραντεβού σου και στο mail, που λαμβάνεις, αναφέρονται τα πράγματα, τα οποία πρέπει να προσκομίσεις. Πηγαίνεις στο ραντεβού και εκεί, σου ζητούν να δώσεις την υφιστάμενη ταυτότητα.

-Μα, δεν αναφέρεται πουθενά αυτό στο mail, που έλαβα...

-Δεν έχει σημασία και δεν ξέρω τί λέει το mail. Πρέπει να φέρετε την ταυτότητα.

-Ορίστε τα στοιχεία της, από το gon wallet στο κινητό μου.

-Δεν θέλουμε αυτό. Την κανονική ταυτότητα θέλουμε.

-Και τί νόημα έχει να την φέρω;

-Τα διαβατήρια γιατί τα επιστρέφετε;

-Μα, τα διαβατήρια έχουν ημερομηνία λήξης!"

Λεπτομέρεια: Εάν πάτε στο gon.gr για να δείτε ποια δικαιολογητικά χρειάζονται, εκεί αναφέρεται και η ταυτότητα...

Θα συμφωνήσω με τον κ. Αθανασίου ότι έργα, όπως το The Ellinikon, ανέβαζουν κατακόρυφα την εικόνα και τη φήμη της χώρας στο εξωτερικό. Δεν είμαι σίγουρος, όμως, ότι θα κατάφεραν να αλλάξουν το perception στην κοινωνία. Όχι επειδή δεν μπορούν. Αλλά επειδή η κοινωνία δεν θέλει. Τόσο απλά.

Νεκτάριος Β. Νώτης
nectarios@notice.gr