



Μεγάλος
διαγωνισμός

Ισχύουν όροι και προϋποθέσεις.



Με Lidl Plus φουλάρεις και πας

**250 τυχεροί κάθε εβδομάδα
κερδίζουν από 1 δωροκάρτα ΕΚΟ
αξίας 100€**

Διάρκεια διαγωνισμού: **22.06. έως 19.07.**
Μάθε περισσότερα μέσα από την εφαρμογή Lidl Plus



Δυνατότητα συμμετοχής
κάθε εβδομάδα



Σκάνανε και κατέβασέ το τώρα!



FNB SERVED DAILY.

Food for thought... every day!

ΤΟ ΚΑΘΗΜΕΡΙΝΟ ΨΗΦΙΑΚΟ
NEWSLETTER ΓΙΑ ΤΟΝ ΚΛΑΔΟ
ΤΡΟΦΙΜΩΝ & ΠΟΤΩΝ

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

ΤΡΙΤΗ 23 ΙΟΥΝΙΟΥ 2026
ΤΕΥΧΟΣ 2351



• ΤΟ MANNA ΤΣΑΤΣΑΡΩΝΑΚΗ

Ανάπτυξη πάνω από τον μέσο όρο της αγοράς
στο πεντάμηνο, με κέρδη σε μερίδια
- Ενίσχυση εξαγωγών με τη νέα μονάδα



• ΕΛΣΑΠ

Σταθερό τονάζ αλλά μείωση τζίρου φέτος λόγω τιμών
- Στα €17 εκατ. οι πωλήσεις το 2024/25



• ΚΡΙΝΟΣ

Στο 5% η ανάπτυξη στο πεντάμηνο
- Τα αλκοολούχα οδηγούν τις εξαγωγές



• DANONE

Μηνύει την Chobani για παραπλανητικούς
ισχυρισμούς

Editorial

Παράλογη ευφορία

Debrief

Αναζητώντας τον... καταλληλότερο

Business Maker

- Γιατί οι τιμές στα ράφια δεν θα πέσουν όπως το Brent
- Γαλαξίας: Η σταθεροποίηση των πωλήσεων το 2025 και ο πήχης για φέτος

SecretRecipe

Επαγγελματίας μπαταχτής

Business Insight

Capital Group: Η στροφή από το banking στο energy
- Μετά από ΔΕΗ, ΑΔΜΗΕ ενισχύει θέσεις σε Cenergy και περιμένει για ElvalHalcor

• **COSMOFISH**

ΑΝΑΜΕΝΕΙ ΣΤΑΘΕΡΕΣ ΠΩΛΗΣΕΙΣ ΦΕΤΟΣ – ΟΙ ΚΙΝΗΣΕΙΣ ΓΙΑ ΜΕΤΡΙΑΣΜΟ ΤΩΝ ΚΙΝΔΥΝΩΝ

Σταθερές πωλήσεις στα επίπεδα των €10,8 εκατ. αναμένει για τη φετινή χρονιά η διοίκηση της Cosmofish, η οποία δραστηριοποιείται στην αλίευση, τη διαλογή, τη συντήρηση και τη διανομή αλιευμάτων.

ΟΙ ΚΙΝΔΥΝΟΙ...

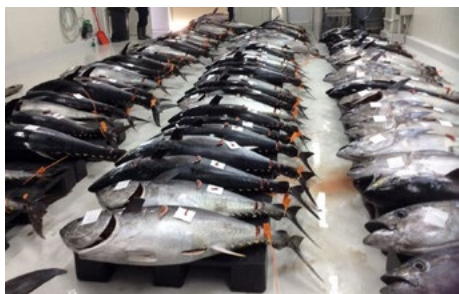
Η εταιρεία έχει να αντιμετωπίσει ένα πλήθος παραγόντων που μπορούν να επηρεάσουν δυσμενώς τη λειτουργία της εφοδιαστικής αλυσίδας, αλλά και γενικότερα τη δραστηριότητά της, όπως:

- Γεωπολιτικές εντάσεις (Ιράν – Μέση Ανατολή)
- Εμπορικοί κανονισμοί
- Επιβολή δασμών
- Πληθωριστικές πιέσεις
- Σημαντική εξάρτηση από μικρό αριθμό προμηθευτών
- Διακυμάνσεις τιμών ενέργειας
- Αυστηροποίηση νομοθεσίας Ε.Ε. για θέματα βιωσιμότητας
- Ελλείψεις εργατικού δυναμικού
- Αυξήσεις κατώτατων μισθών

...ΚΑΙ ΠΩΣ ΤΟΥΣ ΑΝΤΙΜΕΤΩΠΙΖΕΙ

Όπως αναφέρεται στις χρηματοοικονομικές καταστάσεις, η Cosmofish κάνει προσπάθειες μετριασμού των κινδύνων όπως είναι π.χ. η διαφοροποίηση προμηθευτών, ο σχεδιασμός εναλλακτικών τρόπων εφοδιασμού και η διατήρηση των εργαζομένων.

Παράλληλα αξιολογεί διαρκώς τη δυνατότητα απορρόφησης μέρους του κόστους λόγω των προσπαθειών μετριασμού ή τη μεταφορά του κόστους στην τιμή των αλιευμάτων, έχοντας ως κύριο στόχο τη συνεχή αύξηση του μεριδίου αγοράς με διατήρηση της κερδοφορίας της καθώς και της ποιότητας των αλιευμάτων και των παρεχόμενων υπηρεσιών της σε υψηλά επίπεδα.



ΑΝΟΔΙΚΑ ΤΟ 2025

Το 2025 έκλεισε με μικρή αύξηση του τζίρου της (της τάξης του 0,74%), αλλά με σημαντι-



Στιγμιότυπο από το περίπτερο της εταιρείας σε έκθεση στη Βαρκελώνη

κή άνοδο της κερδοφορίας της, με το EBITDA να διαμορφώνεται σε €356 χιλ. και τα καθαρά κέρδη σε €213 χιλ.

Στην έκτακτη Γενική Συνέλευση του περασμένου Φεβρουαρίου αποφασίστηκε η διανομή στους μετόχους €25,5 χιλ. από κέρδη προηγούμενων χρήσεων.

Η οικογένεια Ρούσση με παράδοση ήδη τριών γενεών στην αλιευτική δραστηριότητα, ανοίγει το 1984 νέο κεφάλαιο στις επιχειρήσεις της με τη ναυπήγηση του αλιευτικού Hariness στην Φλόριντα από τον Γιάννη Ρούσση. Δυο χρόνια αργότερα ενισχύει το δυναμικό της με την αγορά του αλιευτικού Hellenic Spirit. Τα δύο αυτά αλιευτικά δραστηριοποιήθηκαν για την επόμενη πενταετία στην αλιεία τόνου και ξιφία στον Κόλπο του Μεξικού και στην Βοστώνη. Στη δεκαετία του 1990 φθάνουν στην Ελλάδα. Χάρη στο εμπορικό πνεύμα της νέας γενιάς, του Δημήτρη και τον Αντώνη Ρούσση, προχωρά σε εξαγωγές τόνου ερυθρού και ξιφία, όχι μόνο στην Ευρώπη, αλλά και στη μακρινή Ιαπωνία. Σε παράλληλη εποχή και με την πολύτιμη εμπειρία τριών γενιών στον τομέα της εμπορίας αλιευμάτων, η οικογένεια Βούλγαρη, με την προσωπική σφραγίδα του Νίκου Βούλγαρη, μπαίνει σε νέα τροχιά το 1981, πραγματοποιώντας τις πρώτες εισαγωγές νωπών ιχθύων από πολλές χώρες της Ευρώπης και της Αφρικής, όπως Γαλλία, Ισπανία, Ιταλία, Μαρόκο, Σενεγάλη, Τυνησία και Νότια Αφρική.

DATA (σε €χιλ.)

Κύκλος εργασιών

2025: 10.807

2024: 10.727

Μικτό αποτέλεσμα

2025: 2.282

2024: 2.099

EBITDA

2025: 356

2024: 116

Κέρδη προ φόρων

2025: 284

2024: 55

Καθαρά κέρδη

2025: 213

2024: 34

ΕΠΕΝΔΥΣΗ

Οι επενδύσεις σε πάγιο εξοπλισμό που πραγματοποιήθηκαν στη χρήση του 2025 ανήλθαν σε €633 χιλ. και αφορούν κατά κύριο λόγο την προσθήκη νέου ακινήτου στον Ασπρόπυργο για επέκταση των δραστηριοτήτων της εταιρείας.

ΕΝΩΣΗ ΟΙΚΟΓΕΝΕΙΩΝ ΡΟΥΣΣΗ-ΒΟΥΛΓΑΡΗ

Αναφορικά με την εταιρεία, σημειώνεται ότι το 2013 ένωσαν τις δυνάμεις τους δύο οικογένειες με πλούσια ιστορία και παράδοση στη θάλασσα.



Μάκης Αποστόλου
makis@notice.gr

• **LIDL ΕΛΛΑΣ**
ΣΤΙΣ ΠΡΩΤΕΣ ΕΤΑΙΡΕΙΕΣ ΠΟΥ ΕΛΑΒΑΝ
ΤΟ "ΣΗΜΑ ΔΙΑΦΟΡΕΤΙΚΟΤΗΤΑΣ"

Η Lidl Ελλάς συγκαταλέγεται στις πρώτες επιχειρήσεις που έλαβαν το "Σήμα Διαφορετικότητας", την πρωτοβουλία του Υπουργείου Κοινωνικής Συνοχής και Οικογένειας για την αξιολόγηση επιχειρήσεων του ιδιωτικού τομέα σε θέματα διαφορετικότητας, ισότητας και συμπερίληψης (DEI).

Η πιστοποίηση απονέμεται σε επιχειρήσεις που εφαρμόζουν πολιτικές και πρακτικές με στόχο τη δημιουργία εργασιακού περιβάλλοντος ίσων ευκαιριών, χωρίς διακρίσεις και με σεβασμό στη διαφορετικότητα.

Η διαδικασία αξιολόγησης κάλυψε ένα ευρύ φάσμα κριτηρίων, όπως η σύνθεση του ανθρώπινου δυναμικού, οι διαδικασίες προσέλκυσης, επιλογής και εξέλιξης εργαζομένων, η προσβασιμότητα εγκαταστάσεων και ψηφιακών υπηρεσιών, τα υποστηρικτικά μέτρα για άτομα με αναπηρία, καθώς και οι πολιτικές και τα εκπαιδευτικά προγράμ-

ματα που σχετίζονται με τη συμπερίληψη και την ισότητα στον εργασιακό χώρο.

ΔΙΑΦΟΡΕΤΙΚΟΤΗΤΑ & ΣΥΜΠΕΡΙΛΗΨΗ

Με αφορμή τη διάκριση, η Σοφία Ουζουνίδου, Chief People Officer της Lidl Ελλάς, ανέφερε ότι η διαφορετικότητα και η συμπερίληψη αποτελούν βασικά στοιχεία της εταιρικής κουλτούρας της Lidl Ελλάς, επισημαίνοντας ότι η πιστοποίηση ενισχύει τη δέσμευση της εταιρείας για τη συνεχή εφαρμογή πολιτικών ίσων ευκαιριών και τη δημιουργία ενός περιβάλλοντος όπου οι εργαζόμενοι αισθάνονται ότι ανήκουν και μπορούν να εξελίσσονται.

Από την πλευρά της, η Δόμνα Μιχαηλίδου συνεχάρη την Lidl Ελλάς για τη διάκριση, σημειώνοντας ότι στον κλάδο του λιανεμπορίου η συμπερίληψη αποκτά ιδιαίτερη



Σταύρος Μηλιώνης, Πρόεδρος KEAN & Diversity Charter Greece - Κατερίνα Πατσογιάννη, Γενική Γραμματέας Ισότητας & Ανθρωπίνων Δικαιωμάτων - Δόμνα Μιχαηλίδου, Υπουργός Κοινωνικής Συνοχής & Οικογένειας | Σοφία Ουζουνίδου, Chief People Officer Lidl Ελλάς - Έλενα Ράπη, Υφυπουργός Κοινωνικής Συνοχής & Οικογένειας - Δημήτρης Παπαστεργίου, Υπουργός Ψηφιακής Διακυβέρνησης & Τεχνητής Νοημοσύνης

σημασία λόγω της ποικιλομορφίας των θέσεων εργασίας και του μεγάλου αριθμού εργαζομένων.

Η Lidl Ελλάς επισημαίνει ότι η προώθηση της διαφορετικότητας και της συμπερίληψης αποτελεί διαρκή προτεραιότητα της εταιρείας, ενώ στο πλαίσιο της σχετικής πρωτοβουλίας παρουσιάζει και νέα σειρά βίντεο με στόχο την ανάδειξη των πρακτικών που εφαρμόζει στους χώρους εργασίας της.

• **GOLDMAN SACHS**
ΚΙΝΔΥΝΟΣ ΝΕΟΥ ΣΟΚ ΣΤΗΝ ΑΓΟΡΑ
ΤΡΟΦΙΜΩΝ ΤΗΣ ΝΟΤΙΟΑΝΑΤΟΛΙΚΗΣ ΑΣΙΑΣ

Η Νοτιοανατολική Ασία ενδέχεται να βρεθεί αντιμέτωπη με νέο σοκ στην εφοδιαστική αλυσίδα τροφίμων, καθώς η άνοδος των τιμών του πετρελαίου και των λιπασμάτων, σε συνδυασμό με την πιθανότητα εκδήλωσης ισχυρού φαινομένου El Niño στα τέλη του 2026, αναμένεται να αυξήσει σημαντικά το κόστος των τροφίμων, σύμφωνα με νέα έκθεση της Goldman Sachs.

Η αμερικανική επενδυτική τράπεζα επισημαίνει ότι οι επιπτώσεις της σύγκρουσης στην Μέση Ανατολή έχουν ήδη αρχίσει να επηρεάζουν τις τιμές των καυσίμων, ενώ η αύξηση του κόστους των λιπασμάτων μεταφέρεται σταδιακά στην αγροτική παραγωγή. Παράλληλα, η πιθανότητα ενός ισχυρού El Niño στα τέλη του 2026 ενδέχεται να προκαλέσει νέο πλήγμα στην αγροτική παραγωγή, τη στιγμή που οι επιπτώσεις από τις αυξήσεις στις τιμές της ενέργειας και των λιπασμάτων θα έχουν ήδη περάσει στην αλυσίδα εφοδιασμού.

ΟΙ ΠΙΟ ΕΥΑΛΩΤΕΣ ΟΙΚΟΝΟΜΙΕΣ

Σύμφωνα με την έκθεση, Σιγκαπούρη και Φιλιππίνες αναμένεται να επηρεαστούν περισσότερο, καθώς εξαρτώνται σε μεγάλο βαθμό από εισαγωγές τροφίμων.



Ωστόσο, ευάλωτες παραμένουν και οι υπόλοιπες οικονομίες της περιοχής. Αν και η Μαλαισία και η Ινδονησία εμφανίζονται περισσότερο προστατευμένες λόγω της ισχυρής παραγωγής φοινικέλαιου, η Goldman Sachs επισημαίνει ότι, χωρίς να συνοπλογίζεται ο συγκεκριμένος κλάδος, και οι δύο χώρες είναι καθαροί εισαγωγείς τροφίμων. Στην Ταϊλάνδη, περισσότερο από το 90% των λιπασμάτων εισάγεται από το εξωτερικό, γεγονός που καθιστά τη χώρα ιδιαίτερα ευάλωτη στις διακυμάνσεις των διεθνών τιμών.

Ο ΡΟΛΟΣ ΤΟΥ ΠΕΤΡΕΛΑΙΟΥ ΚΑΙ ΤΩΝ ΛΙΠΑΣΜΑΤΩΝ

Η αύξηση των τιμών του πετρελαίου επηρεάζει άμεσα το κόστος παραγωγής και μεταφοράς των αγροτικών προϊόντων, με αποτέλεσμα οι ανατιμήσεις να μεταφέρονται

γρήγορα στις τιμές των τροφίμων. Παράλληλα, ενδεχόμενες διαταραχές στον εφοδιασμό πετρελαίου θα μπορούσαν να αυξήσουν περαιτέρω το κόστος των λιπασμάτων που παράγονται στην Μέση Ανατολή ή ακόμη και να περιορίσουν τη διαθεσιμότητά τους.

Σύμφωνα με τον ΟΟΣΑ (OECD), μια τέτοια εξέλιξη θα μπορούσε να επηρεάσει τις καλλιεργητικές περιόδους του 2026 και του 2027, οδηγώντας σε χαμηλότερες αποδόσεις και υψηλότερες τιμές τροφίμων σε βάθος χρόνου.

ΟΙ ΠΙΕΣΕΙΣ ΣΤΟΝ ΠΛΗΘΩΡΙΣΜΟ ΤΡΟΦΙΜΩΝ

Η Goldman Sachs εκτιμά ότι ο συνδυασμός της μεταβλητότητας στις τιμές του πετρελαίου, της αύξησης του κόστους των λιπασμάτων και των επιπτώσεων του El Niño θα προσθέσει κατά μέσο όρο 1 ποσοστιαία μονάδα στον πληθωρισμό τροφίμων της Νοτιοανατολικής Ασίας μέσα σε έξι μήνες.

Η επίδραση αναμένεται να κορυφωθεί στις 2,1 ποσοστιαίες μονάδες μετά από δώδεκα μήνες, προτού υποχωρήσει ελαφρώς στις 2 ποσοστιαίες μονάδες σε ορίζοντα δεκαοκτώ μηνών.

• ΕΛΣΑΠ

ΣΤΑΘΕΡΟ ΤΟΝΑΖ ΑΛΛΑ ΜΕΙΩΣΗ ΤΖΙΡΟΥ ΦΕΤΟΣ ΛΟΓΩ ΤΙΜΩΝ - ΣΤΑ €17 ΕΚΑΤ. ΟΙ ΠΩΛΗΣΕΙΣ ΤΟ 2024/25

Με μείωση τζιρού, που αποδίδεται στην υποχώρηση των τιμών και όχι του τονάζ των πωλήσεων το οποίο κινήθηκε στα περυσινά επίπεδα θα κλείσει, τη φετινή χρήση (1/7/2025-31/6/2026) η ΕΛΣΑΠ, η οποία ειδικεύεται στην παραγωγή κι εμπορία ακατέργαστου και εξευγενισμένου πυρηνέλαιου καθώς και άλλων υποπροϊόντων ελιάς. Όπως αναφέρει στο FNB Daily ο Διευθύνων Σύμβουλος της εταιρείας, Μανώλης Γιαννούλης, στη χρήση 2024/25 ο κύκλος εργασιών ανήλθε σε €17,4 εκατ., αυξημένος κατά σχεδόν 30% με μεγάλη βελτίωση και στην κερδοφορία. Οσοστό φέτος θα είναι μειωμένος από 15% έως 20%. "Οι ποσότητες ήταν πάνω κάτω οι ίδιες, οι τιμές ήταν αυτές που έκαναν τη διαφορά στον τζίρο", εξηγεί, προσθέτοντας ότι η προσοχή πλέον είναι στραμμένη στην καινούργια σοδειά.

ΡΥΘΜΙΣΤΗΣ ΓΙΑ ΤΗΝ ΑΓΟΡΑ Η ΙΣΠΑΝΙΑ

Η τιμή του ακατέργαστου πυρηνέλαιου αυτό το διάστημα είναι στα €1.100-€1.500 ο τόνος, επίπεδα που κρίνονται όχι ιδιαίτερα υψηλά αλλά ικανοποιητικά. Ευχής έργον, σχολιάζει, θα ήταν να μείνουν εκεί. Αυτό σε μεγάλο βαθμό θα εξαρτηθεί από τις ποσότητες που θα παράξει η Ισπανία. Σύμφωνα με τον κ. Γιαννούλη, οι προβλέψεις σήμερα τοποθετούν την παραγωγή της ιβηρικής χώρας στους 1,5 εκατ. τόνους, νούμερο αρκετά μεγάλο που θα μπορούσε να ασκήσει πίεση στις τιμές. Τον ρόλο της φυσικά θα παίζει και η εγχώρια παραγωγή, οι προβλέψεις για την οποία αυτή τη στιγμή είναι αρκετά ευαίσθητες, τουλάχιστον σε ό,τι αφορά στις ποσότητες. Αξίζει να σημειωθεί εδώ ότι η παραγωγή πυρηνέλαιου αντιστοιχεί συνήθως στο 11%-12% της συνολικής παραγωγής ελαιόλαδου. Επομένως, μια παραγωγή της τάξης των 300 χιλ. τόνων (όχι ασυνήθιστη για τη χώρα μας) δίνει περί τους 35 χιλ. τόνους πυρηνέλαιου. Την περυσινή χρονιά που υπήρξε μείωση, η παραγωγή πυρηνέλαιου εκτιμάται ότι κινήθηκε μεταξύ 20 και 25 χιλ. τόνων.

Η ΕΛΣΑΠ εδρεύει στο Ναύπλιο αλλά διαθέτει επίσης εργοστάσια σε Μεσολόγγι και Κέρκυρα. Σε ετήσια βάση, σύμφωνα με τον επιχειρηματία, διαχειρίζεται κατά μέσο όρο 70-80 χιλ. τόνους ελαιοπυρήνα και παράγει 6-7 χιλ. τόνους λάδια. Το εξευγενισμένο εξ αυτών διατίθενται σε εγχώριες τυποποιητικές επιχειρήσεις για να αναμειχθούν με παρθένα



Μανώλης Γιαννούλης, Διευθύνων Σύμβουλος, ΕΛΣΑΠ

ελαιόλαδα ενώ το ακατέργαστο πυρηνέλαιο διοχετεύεται κυρίως στην Ισπανία.

DATA 1/7-30/6 (σε €χιλ.)

Κύκλος εργασιών

2024/2025: 17.421

2023/2024: 13.450

2022/2023: 14.869

EBITDA

2024/2025: 3.039

2023/2024: 741

2022/2023: 2.599

Αποτέλεσμα μετά φόρων

2024/2025: 1.951

2023/2024: (387)

2022/2023: 1.581

ΜΗ ΕΠΙΛΕΞΙΜΑ ΤΑ ΠΥΡΗΝΕΛΑΙΟΥΡΓΕΙΑ ΓΙΑ ΕΠΕΝΔΥΣΕΙΣ ΕΚΣΥΓΧΡΟΝΙΣΜΟΥ

Αυτό το διάστημα δεν βρίσκεται σε εξέλιξη κάποιο επενδυτικό πρόγραμμα δεδομένου ότι, όπως υπογραμμίζει ο κ. Γιαννούλης, σε εργαλεία όπως ο Αναπτυξιακός Νόμος τα πυρηνελαιουργεία είναι επιλέξιμα- και αυτό μετά από προσπάθειες χρόνων- μόνο για επενδύσεις που έχουν να κάνουν με αύξηση δυναμικότητας.

"Είναι λίγο... δώρο άδωρο αυτό γιατί τα περισσότερα πυρηνελαιουργεία είναι ούτως ή άλλως σε θέση να επεξεργαστούν μεγαλύτερες ποσότητες ελαιοπυρήνα από αυτές που διαχειρίζονται σήμερα. Αυτό που πραγματικά έχουν ανάγκη είναι οι επενδύσεις εκσυγχρονισμού προκειμένου να μειώσουν ακόμα περισσότερο το περιβαλλοντικό τους αποτύπωμα. Δυστυχώς όμως τέτοιες επενδύσεις σήμερα δεν λαμβάνουν κάποια ενίσχυση", καταλήγει ο κ. Γιαννούλης

Γιάννης Τσατσάκης
yannis@notice.gr

SME S
D A I L Y

Το καθημερινό newsletter για τη μικρομεσαία επιχειρηματικότητα

Γίνε συνδρομητής ΔΩΡΕΑΝ εδώ



ΚΥΚΛΟΦΟΡΕΙ ΔΩΡΕΑΝ

ΔΕΥΤΕΡΑ - ΠΑΡΑΣΚΕΥΗ
ΣΤΙΣ **05:45**

Με την αξιοπιστία της



NOTICE

CONTENT & SERVICES

• **ΗΠΑ**

ΟΙ ΝΕΟΙ ΠΕΡΙΟΡΙΣΜΟΙ ΣΤΑ ΚΟΥΠΟΝΙΑ ΤΡΟΦΙΜΩΝ ΠΙΕΖΟΥΝ ΤΙΣ ΜΕΓΑΛΕΣ ΒΙΟΜΗΧΑΝΙΕΣ ΤΡΟΦΙΜΩΝ

Οι αυστηρότεροι περιορισμοί στις αγορές που μπορούν να πραγματοποιούν οι δικαιούχοι του ομοσπονδιακού προγράμματος διατροφικής βοήθειας (SNAP) στις ΗΠΑ δημιουργούν νέες προκλήσεις για τις μεγαλύτερες βιομηχανίες τροφίμων και ποτών της χώρας, καθώς επηρεάζουν τόσο τη ζήτηση, όσο και τη στρατηγική ανάπτυξης των προϊόντων τους.

Έως τον Μάιο, το Υπουργείο Γεωργίας των ΗΠΑ είχε εγκρίνει ειδικές εξαιρέσεις σε 23 πολιτείες, περιορίζοντας την αγορά συγκεκριμένων επεξεργασμένων τροφίμων, αναψυκτικών και προϊόντων με υψηλή περιεκτικότητα σε ζάχαρη μέσω του SNAP. Σύμφωνα με την εταιρεία ερευνών Numerator, οι αλλαγές ενδέχεται να μειώσουν τις πωλήσεις τροφίμων και ποτών έως και κατά \$830 εκατ. μέσα στο 2026, καθώς οι καταναλωτές είτε στρέφονται σε επιτρεπόμενα προϊόντα, είτε περιορίζουν συνολικά τις αγορές τους. Ο CEO της Kroger, Greg Foran, δήλωσε ότι οι πελάτες εξακολουθούν να αντιμετωπίζουν οικονομικές πιέσεις λόγω της μείωσης των παροχών SNAP και του αυξημένου κόστους καυσίμων, γεγονός που οδηγεί σε πιο προσεκτικές αγοραστικές επιλογές.

ΠΟΥ ΕΣΤΙΑΖΟΥΝ ΟΙ ΠΟΛΙΤΕΙΕΣ

Οι περισσότερες πολιτείες εστιάζουν στον αποκλεισμό ζαχαρούχων αναψυκτικών και προϊόντων ζαχαροπλαστικής, εξέλιξη που αναγκάζει τις μεγάλες εταιρείες συσκευασμένων τροφίμων να επανεξετάσουν τόσο τη συμπεριφορά των καταναλωτών, όσο και τη σύνθεση των προϊόντων τους.

Η Αϊόβα αποτέλεσε την πρώτη πολιτεία που ενσωμάτωσε στη νομοθεσία της βασικές αρχές της πρωτοβουλίας "Make America Healthy Again" (MAHA), απαγορεύοντας συγκεκριμένες τεχνητές χρωστικές ουσίες στα σχολικά γεύματα και περιορίζοντας τη χρήση των επιδομάτων SNAP για την αγορά αναψυκτικών και γλυκών.

ΤΙ ΚΑΝΟΥΝ ΟΙ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ

Αρκετές επιχειρήσεις έχουν ήδη ξεκινήσει να προσαρμόζονται. Η Hershey πραγματοποιεί έρευνες σε καταναλωτές που χρησιμοποιούν SNAP, προκειμένου να κατανοήσει πώς μεταβάλλονται οι αγοραστικές τους συνήθειες, ενώ εξετάζει πιθανές υποκαταστάσεις προϊόντων και αλλαγές στη διαχείριση του οικογενειακού προϋπολογισμού.



Οι αλλαγές αναμένεται να επηρεάσουν κυρίως προϊόντα εταιρειών όπως οι Kraft Heinz, PepsiCo, Coca-Cola, General Mills και Nestlé. Ωστόσο, ο Διευθύνων Σύμβουλος της J.M. Smucker, Mark Smucker, εμφανίστηκε πιο αισιόδοξος, υποστηρίζοντας ότι μέχρι στιγμής οι νέοι κανόνες δεν έχουν ουσιαστικό αντίκτυπο στις δραστηριότητες της εταιρείας.

Την ίδια στιγμή, εκτιμάται ότι περίπου 3,5 εκατομμύρια Αμερικανοί έχουν χάσει την πρόσβαση στο πρόγραμμα SNAP μετά τις αλλαγές που υπέγραψε ο Donald Trump, περιορίζοντας ταυτόχρονα τη συνολική αγοραστική δύναμη των νοικοκυριών και τα έσοδα των μεγάλων λιανεμπορικών αλυσίδων. Η Walmart εξακολουθεί να συγκεντρώνει περίπου το 1/4 των αγορών που πραγματοποιούνται μέσω του SNAP, ενώ ακολουθούν οι Kroger, Costco και Amazon.

• **FISCHER**

ΝΕΑ 360° ΚΑΜΠΑΝΙΑ ΜΕ ΕΠΙΚΕΝΤΡΟ ΤΙΣ ΠΡΟΣΩΠΙΚΕΣ ΕΜΠΕΙΡΙΕΣ

Η Fischer παρουσιάζει τη νέα της καμπάνια 360°, με κεντρικό μήνυμα "Κάθε εμπειρία, μία γεύση", επενδύοντας σε μια επικοινωνιακή στρατηγική που συνδέει το προϊόν με τις προσωπικές εμπειρίες και τις αναμνήσεις των καταναλωτών.

Στο επίκεντρο της καμπάνιας βρίσκεται η ιδέα ότι οι σημαντικές στιγμές της καθημερινότητας αποτυπώνονται στη μνήμη και συνδέονται με γεύσεις, εικόνες και συναισθήματα. Μέσα από αυτή την προσέγγιση, η Fischer επιχειρεί να αναδείξει τη θέση της ως συνοδοιπόρου σε εμπειρίες όπως ταξίδια, συναντήσεις με φίλους, συναυλίες, καλοκαιρινές εξόδους και

άλλες προσωπικές στιγμές.

MESSAGE IN A BOTTLE

Παράλληλα, η Fischer λανσάρει το ψηφιακό activation Message in a Bottle, μέσω του οποίου οι συμμετέχοντες καλούνται να μοιραστούν μια προσωπική ανάμνηση με αγαπημένο τους πρόσωπο. Με τη χρήση AI, η ανάμνηση μετατρέπεται σε προσωποποιημένο μήνυμα, το οποίο παρουσιάζεται μέσα σε ένα ψηφιακό μπουκάλι Fischer. Στο πλαίσιο της ενέργειας, οι συμμετέχοντες διεκδικούν δώρα της Fischer, ενώ ένας νικητής θα κερδίσει ταξίδι για δύο στην Αλσατία της Γαλλίας, τόπο καταγωγής της μάρκας.



• **DANONE**
ΜΗΝΥΕΙ ΤΗΝ CHOBANI ΓΙΑ ΠΑΡΑΠΛΑΝΗΤΙΚΟΥΣ ΙΣΧΥΡΙΣΜΟΥΣ

Η Danone κατέθεσε αγωγή κατά της αμερικανικής Chobani, κατηγορώντας την ότι παραπλανά τους καταναλωτές σχετικά με την περιεκτικότητα σε πρωτεΐνη των προϊόντων της.

Η γαλλική εταιρεία υποστηρίζει ότι η Chobani υπερεκτιμά την ποσότητα πρωτεΐνης που αναγράφεται στις συσκευασίες πολλαπλών μερίδων του προϊόντος Chobani 20G Protein, το οποίο θεωρεί άμεσο ανταγωνιστή του Oikos Pro, της σειράς υψηλής πρωτεΐνης της Danone.

Η ΖΗΤΗΣΗ ΓΙΑ ΠΡΟΪΟΝΤΑ ΥΨΗΛΗΣ ΠΡΩΤΕΪΝΗΣ

Η διαμάχη αποκτά ιδιαίτερη σημασία, καθώς η κατηγορία των προϊόντων υψηλής πρωτεΐνης αποτελεί μία από τις λίγες στην αγορά τροφίμων που συνεχίζουν να καταγράφουν αυξημένη ζήτηση, λόγω της ευρείας χρήσης των φαρμάκων απώλειας βάρους τύπου GLP-1.

Οι χρήστες αυτών των φαρμάκων αναζητούν τροφές πλούσιες σε πρωτεΐνη για να περιορίσουν την απώλεια μυϊκής μάζας κατά τη διάρκεια της θεραπείας. Σύμφωνα με μελέτη της Boston Consulting Group (BCG), το γιαούρτι συγκαταλέγεται στα προϊόντα των οποίων η κατανάλωση παραμέ-

νει αυξημένη ακόμη και μετά τη διακοπή της αγωγής.

ΟΙ ΚΑΤΗΓΟΡΙΕΣ ΚΑΙ Η ΑΠΑΝΤΗΣΗ ΤΗΣ CHOBANI

Η Danone υποστηρίζει ότι η Chobani ανέγραψε το προϊόν της και χρησιμοποιεί παραπλανητικές πληροφορίες στις ετικέτες, παρουσιάζοντας μεγαλύτερες μερίδες ώστε να εμφανίζεται υψηλότερη περιεκτικότητα σε πρωτεΐνη. Κατά την εταιρεία, η πρακτική αυτή δυσκολεύει την άμεση σύγκριση των προϊόντων από τους καταναλωτές και επιτρέπει στη Chobani να διαθέτει τα προϊόντα της σε χαμηλότερες τιμές από το Oikos, του οποίου οι ετήσιες πωλήσεις ξεπερνούν το €1 δισ.

Από την πλευρά της, η Chobani απορρίπτει πλήρως τις κατηγορίες. Ο ιδρυτής και Διευθύνων Σύμβουλος της, Hamdi Ulukaya, δήλωσε ότι η Danone επιδιώκει απλώς να δημιουργήσει αρνητική δημοσιότητα για την εταιρεία του.

ΠΙΕΣΕΙΣ ΣΤΗΝ ΑΜΕΡΙΚΑΝΙΚΗ ΑΓΟΡΑ

Η δικαστική διαμάχη εξελίσσεται σε μια περίοδο κατά την οποία η Danone αντιμετωπίζει αυξημένες πιέσεις στην αγορά γα-



λακτοκομικών των Ηνωμένων Πολιτειών. Παρότι επεκτείνει σταδιακά την παραγωγική της δυναμικότητα για να ανταποκριθεί στην αυξημένη ζήτηση για προϊόντα υψηλής πρωτεΐνης, αναλυτές της Barclays εκτιμούν ότι η ανάκαμψη της δραστηριότητάς της στις ΗΠΑ προχωρά με αργούς ρυθμούς.

Σύμφωνα με στοιχεία της NielsenIQ που επικαλείται η Chobani:

- Το μερίδιο αγοράς της στις ΗΠΑ αυξήθηκε στο 26% το 4^ο τρίμηνο του έτους, από 21% πριν από τρία χρόνια
- Το αντίστοιχο μερίδιο της Danone μειώθηκε από 30,7% σε 25,8% την ίδια περίοδο

Δεν είναι η πρώτη φορά που οι δύο εταιρείες συγκρούονται δικαστικά. Από το 2016, η Danone έχει κινηθεί νομικά κατά της Chobani τουλάχιστον τέσσερις φορές για ζητήματα εμπορικής επικοινωνίας και συσκευασίας, ενώ η αμερικανική εταιρεία υποστηρίζει ότι οι προηγούμενες υποθέσεις απορρίφθηκαν από τα δικαστήρια.

• **ION**
ΔΩΡΕΑ ΣΤΟΝ ΕΥΑΓΓΕΛΙΣΜΟ 10 ΜΗΧΑΝΗΜΑΤΩΝ ΘΕΡΜΑΝΣΗΣ ΑΙΜΑΤΟΣ ΚΑΙ ΟΡΟΥ

Η ION προχώρησε σε δωρεά 10 σύγχρονων μηχανημάτων θέρμανσης αίματος και ορού προς το Γενικό Νοσοκομείο Αθηνών "Ευαγγελισμός", με στόχο την ενίσχυση της ποιότητας και της ασφάλειας των παρεχόμενων υπηρεσιών υγείας. Τα μηχανήματα χρησιμοποιούνται σε χειρουργικές επεμβάσεις, μεταγίσεις και επείγοντα περιστατικά, συμβάλλοντας στην πρόληψη της υποθερμίας των ασθενών και στη βελτίωση των κλινικών αποτελεσμάτων. Σύμφωνα με το νοσοκομείο, η χρήση τους ενισχύει την ασφάλεια των ασθενών και υποστηρίζει την παροχή φροντίδας υψηλών προδιαγραφών.

Η πρωτοβουλία εντάσσεται στο πλαίσιο δράσεων εταιρικής κοινωνικής ευθύνης της ION, η οποία αναφέρει ότι υλοποιεί διαχρονικά δράσεις με κοινωνικό αποτύπωμα και στήριξη της ελληνικής κοινωνίας. "Στην ION πιστεύουμε ότι η επιχειρηματική ανάπτυξη αποκτά πραγματική αξία όταν συνοδεύεται από προσφορά προς την κοινωνία. Η δωρεά μας προς το Νοσοκομείο "Ευαγγελισμός" εκφράζει έμπρακτα τη δέσμευσή μας να στηρίζουμε το δημόσιο σύστημα υγείας και να συμβάλλουμε στη φροντίδα και την ασφάλεια των συνανθρώπων μας", δήλωσε η Πρόεδρος της ION, Κωνσταντίνα Κωτσιοπούλου.



Στέλιος Κόκκορης, Επίκουρος Καθηγητής ΜΕΘ - Γιώργος Μαστοράκης, Προϊστάμενος Μονάδας Εντατικής Θεραπείας - Μιχάλης Φιλιππίδης, Διευθυντής Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης, ION - Ιωάννα - Μαρία Δημοπούλου, Καθηγήτρια Διευθύντρια Α' Κλινικής Εντατικής Θεραπείας Ιατρικής Σχολής Πανεπιστημίου Αθηνών - Απόστολος Κορωναίος, Διευθυντής ΕΣΥ - Ιωάννα Τιμπαλέξη, Νοσηλεύτρια ΜΕΘ - Ντίνα Ρίζου, Νοσηλεύτρια ΜΕΘ - Μαργαρίτα Λάππα, Διευθύντρια Νοσηλεύτρια ΜΕΘ

• ΤΟ ΜΑΝΝΑ ΤΣΑΤΣΑΡΩΝΑΚΗ

ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΠΑΝΩ ΑΠΟ ΤΟΝ ΜΕΣΟ ΟΡΟ ΤΗΣ ΑΓΟΡΑΣ ΣΤΟ ΠΕΝΤΑΜΗΝΟ, ΜΕ ΚΕΡΔΗ ΣΕ ΜΕΡΙΔΙΑ - ΕΝΙΣΧΥΣΗ ΕΞΑΓΩΓΩΝ ΜΕ ΤΗ ΝΕΑ ΜΟΝΑΔΑ

Ιδιαίτερα θετική είναι η πορεία της εταιρείας κατά το πρώτο πεντάμηνο του έτους για την εταιρεία "Το Μάννα Τσατσαρωνάκη", καθώς οι πωλήσεις της κινούνται με ανάπτυξη περίπου 20% σε αξία, επίδοση που υπερβαίνει την πορεία της συνολικής αγοράς.

Όπως πληροφορείται το Fnb Daily, σύμφωνα με τα στοιχεία της NielsenIQ, η κατηγορία αναπτύσσεται με ρυθμό κοντά στο 10%, με την εταιρεία να αναπτύσσεται πάνω από τον εν λόγω ρυθμό, ενισχύοντας παράλληλα το μερίδιό της κατά περίπου τρεις ποσοστιαίες μονάδες.

ΕΝΙΣΧΥΣΗ ΔΙΕΙΣΔΥΣΗΣ ΣΤΗΝ ΑΓΟΡΑ

Η κρητική αρτοποιομηχανία αποδίδει τη συγκεκριμένη επίδοση στην έντονη επικοινωνιακή υποστήριξη του brand, στο διευρυμένο προωθητικό πλάνο και στη συνολική δραστηριοποίηση γύρω από την κατηγορία. Όπως επισημαίνεται, παρατηρείται αύξηση της διείσδυσης των προϊόντων στους καταναλωτές, με την εταιρεία να συμβάλλει ενεργά στην ανάδειξη της διατροφικής τους αξίας. Ιδιαίτερα στην κατηγορία των παξιμαδιών, η έμφαση δίνεται στα καθαρά συστατικά, στη θρεπτική αξία και στα χαρακτηριστικά που ανταποκρίνονται στις σύγχρονες καταναλωτικές ανάγκες για πιο ισορροπημένες και ανθεκτικές διατροφικές επιλογές. Η συνολική ανάπτυξη της κατηγορίας ενισχύει περαιτέρω τη θέση της εταιρείας ως ηγέτιδας δύναμης στην αγορά.

ΣΥΣΚΕΥΑΣΙΕΣ DOYPACK

Σε επίπεδο προϊόντων, έχει ολοκληρωθεί η ανανέωση ολόκληρης της γκάμας, με το σύνολο των κωδικών να διατίθεται πλέον σε συσκευασίες doypack, μια επιλογή που, σύμφωνα με την εταιρεία, προσφέρει σημαντικά πλεονεκτήματα έναντι του ανταγωνισμού τόσο σε επίπεδο λειτουργικότητας, όσο και σε επίπεδο εικόνας στο ράφι.

Παράλληλα, συνεχίζεται η ανάπτυξη της σειράς mini με νέα λανσαρίσματα όπως τα παξιμάδια με ελαιόλαδο τύπου Κυθήρων, ολικής άλεσης, ενώ η εταιρεία επενδύει και στην περαιτέρω ανάπτυξη της σειράς δαγκωτό με νέες γεύσεις. Οι νέοι κωδικοί θα ξεκινήσουν να τοποθετούνται από τον Ιούλιο σε οργανωμένα σημεία λιανικής μεταξυ των οποίων και τα καταστήματα της AB Βασιλόπουλος.



Ελένη Τσατσαρωνάκη, Πρόεδρος και Διευθύνουσα Σύμβουλος, Το Μάννα Τσατσαρωνάκη

ΞΕΚΙΝΗΣΕ ΤΟ ΠΛΑΝΟ ΕΞΑΓΩΓΩΝ

Παράλληλα με την ενίσχυση της παρουσίας στην εγχώρια αγορά, η εταιρεία έχει αρχίσει να δουλεύει πιο εντατικά το κομμάτι των εξαγωγών. Η στρατηγική αυτή βρίσκεται σήμερα σε φάση ανάπτυξης επαφών και διερεύνησης συνεργασιών, με στόχο να δημιουργηθεί από νωρίς ένα δίκτυο πιθανών πελατών και συνεργατών στις διεθνείς αγορές. Όπως μαθαίνουμε, το ενδιαφέρον που καταγράφηκε κατά τη διάρκεια της Anuga τόσο από ευρωπαϊκές, όσο και από αμερικανικές επιχειρήσεις, επιβεβαιώνει ότι υπάρχουν σημαντικές δυνατότητες ανάπτυξης για τα προϊόντα της εταιρείας εκτός Ελλάδας. Στο πλαίσιο αυτό σχεδιάζει να συμμετάσχει και στην Sial 2026. Το εξαγωγικό πλάνο συνδέεται άμεσα με τη δημιουργία της νέας παραγωγικής μονάδας,

καθώς μέχρι σήμερα βασικός περιοριστικός παράγοντας παραμένει η διαθέσιμη παραγωγική δυναμικότητα.

Για τον λόγο αυτό, η εταιρεία δίνει έμφαση στην καλλιέργεια επαφών και στη δημιουργία των κατάλληλων προϋποθέσεων, ώστε όταν η νέα μονάδα τεθεί σε λειτουργία να είναι σε θέση να εξυπηρετήσει μεγαλύτερους όγκους και απαιτητικότερες συνεργασίες. Η πρώτη γραμμή παραγωγής του νέου εργοστασίου αναμένεται να τεθεί σε λειτουργία το 2027, με τη διοίκηση να στοχεύει μέχρι τότε να έχει ήδη αναπτύξει ουσιαστικές εμπορικές σχέσεις τόσο στην Ευρώπη, όσο και στις Ηνωμένες Πολιτείες.

Στέλλα Αυγουστάκη
stella@notice.gr

• **FRESHELLAS**

ΝΕΟΣ ΦΟΡΕΑΣ ΕΤΑΙΡΕΙΩΝ ΣΥΣΚΕΥΑΣΙΑΣ & ΤΥΠΟΠΟΙΗΣΗΣ ΦΡΟΥΤΩΝ ΚΑΙ ΛΑΧΑΝΙΚΩΝ

Στις 21 Ιουνίου πραγματοποιήθηκε η ιδρυτική συνέλευση του FresHellas (Σύνδεσμος Ελληνικών Επιχειρήσεων Συσκευασίας & Τυποποίησης Φρέσκων Προϊόντων και Λαχανικών) με τη συμμετοχή επιχειρήσεων από όλη την Ελλάδα.

Ο FresHellas δημιουργήθηκε με σκοπό να αποτελέσει τη συλλογική εκπροσώπηση επιχειρήσεων που δραστηριοποιούνται στη διαλογή, τυποποίηση και συσκευασία φρέσκων φρούτων και λαχανικών. Στους βασικούς στόχους του περιλαμβάνονται η προώθηση της συνεργασίας, της εξωστρέφειας, της ποιότητας, της καινοτομίας και της βιώσιμης ανάπτυξης του κλάδου.

ΠΡΟΣΩΡΙΝΟ ΔΣ

Στην προσωρινή διοίκηση ορίστηκαν:

- Πρόεδρος ο Σάββας Αργυράκης από την ΕΑΣ Καβάλας
- Αντιπρόεδρος ο Νίκος Σωφρονιάδης από



τη Westland Fruit

- Γενικός γραμματέας ο Γεώργιος Κατσαγκιώτης, επικεφαλής της ομώνυμης εταιρείας
- Ταμίας ο Δημήτρης Μανιατάκος, ιδιοκτήτης της Europack
- Μέλος ο Νίκος Κουτλιάμπας, πρόεδρος του ΑΣΕΠΟΠ Βελβεντού

ΣΤΟΧΟΣ ΤΟΥ ΣΥΝΔΕΣΜΟΥ

Σύμφωνα με την ιδρυτική του διακήρυξη, βασική επιδίωξη του Συνδέσμου είναι:

- η θεσμική εκπροσώπηση των μελών
- η τεκμηριωμένη παρέμβαση σε ζητήματα που αφορούν τον κλάδο



Σάββας
Αργυράκης,
Πρόεδρος,
FresHellas

- η ενίσχυση της ανταγωνιστικότητας των ελληνικών προϊόντων
- η συμβολή στη διαμόρφωση πολιτικών για τη στήριξη της ελληνικής γεωργίας, των εξαγωγών και της ανάπτυξης της υπαίθρου

Οι διαδικασίες αναγνώρισης του Συνδέσμου και συγκρότησης των πρώτων οργάνων διοίκησής του αναμένεται να ολοκληρωθούν το επόμενο διάστημα. Παράλληλα, οι επιχειρήσεις του κλάδου θα μπορούν να ενημερωθούν για το καταστατικό μέσω προσωρινού ιστότοπου και να εκδηλώσουν ενδιαφέρον συμμετοχής ως μέλη.

• **ΚΡΑΣΙ ΚΑΙ ΥΓΕΙΑ**

ΤΙ ΕΔΕΙΞΑΝ ΔΥΟ ΝΕΕΣ ΜΕΛΕΤΕΣ ΣΕ ΗΠΑ ΚΑΙ ΗΝΩΜΕΝΟ ΒΑΣΙΛΕΙΟ

Δύο μεγάλες μελέτες που δημοσιεύθηκαν πρόσφατα επαναφέρουν στο επίκεντρο της συζήτησης τις επιπτώσεις της μέτριας κατανάλωσης αλκοόλ, και ειδικότερα του κρασιού, στη θνησιμότητα από κάθε αιτία και στους κινδύνους εμφάνισης καρκίνου.

Οι μελέτες, που βασίζονται σε μεγάλης κλίμακας πληθυσμιακά δεδομένα από τις Ηνωμένες Πολιτείες και το Ηνωμένο Βασίλειο, εξετάζουν τη σχέση μεταξύ κατανάλωσης αλκοόλ και δεικτών υγείας, επισημαίνοντας διαφοροποιήσεις ανάλογα με την ποσότητα και το είδος του ποτού.

ΗΠΑ

Η πρώτη μελέτη, που δημοσιεύθηκε στο Journal of General Internal Medicine, βασίστηκε στην πληθυσμιακή ομάδα REGARDS, η οποία περιλαμβάνει 30.239 ενήλικες άνω των 45 ετών. Οι ερευνητές αξιολόγησαν την επίδραση της κατανάλωσης αλκοόλ στη θνησιμότητα από καρκίνο, ταξινομώντας την κατανάλωση σε τέσσερις κατηγορίες: καθόλου, χαμηλή, μέτρια και υψηλή.

Μετά από μέση περίοδο παρακολούθησης 13,3 ετών, τα αποτελέσματα έδειξαν ότι η χαμηλή κατανάλωση συνδέθηκε με μείωση

11% του κινδύνου καρκίνου, ενώ η υψηλή κατανάλωση με αύξηση 21%. Για τη μέτρια κατανάλωση δεν διαπιστώθηκε στατιστικά σημαντική συσχέτιση με τη θνησιμότητα από καρκίνο.

Οι συγγραφείς επισημαίνουν ότι μέρος των διαφορών μπορεί να σχετίζεται με παράγοντες όπως το κάπνισμα, ενώ σημειώνεται ότι τα δεδομένα κατανάλωσης βασίστηκαν σε αυτοαναφορές.

ΗΝΩΜΕΝΟ ΒΑΣΙΛΕΙΟ

Η δεύτερη μελέτη, που δημοσιεύθηκε στο Journal of the American College of Cardiology, βασίστηκε σε δεδομένα άνω των 340.000 συμμετεχόντων από την UK Biobank (2006–2022) και εξέτασε τη θνησιμότητα από κάθε αιτία, καθώς και από καρκίνο και καρδιαγγειακά νοσήματα.

Η ανάλυση κατέγραψε ότι η υψηλή κατανάλωση αλκοόλ συνδέθηκε με αύξηση 24% της θνησιμότητας από κάθε αιτία, 36% της θνησιμότητας από καρκίνο και 14% από καρδιαγγειακά νοσήματα, σε σύγκριση με άτομα που δεν κατανάλωναν ή κατανάλωναν περιστασιακά αλκοόλ.

Παράλληλα, διαπιστώθηκαν διαφοροποιή-



σεις ανάλογα με το είδος του ποτού, με την κατανάλωση μπύρας, αποσταγμάτων και μπλίντι να συνδέεται με υψηλότερο κίνδυνο θνησιμότητας, ενώ το κρασί εμφάνισε σχετικά χαμηλότερες συσχετίσεις κινδύνου σε ορισμένες κατηγορίες.

ΠΑΡΑΓΟΝΤΕΣ ΤΡΟΠΟΥ ΖΩΗΣ ΚΑΙ ΕΡΜΗΝΕΙΣ

Οι ερευνητές σημειώνουν ότι οι διαφορές μπορεί να σχετίζονται με συνοδευτικές συμπεριφορές, όπως η διατροφή και ο τρόπος κατανάλωσης αλκοόλ, καθώς το κρασί καταναλώνεται συχνότερα στο πλαίσιο γευμάτων και από πληθυσμιακές ομάδες με διαφορετικά πρότυπα υγείας.

Παράλληλα, υπογραμμίζεται ότι οι παρατηρούμενες συσχετίσεις δεν συνεπάγονται απαραίτητα αιτιώδη σχέση και ότι απαιτούνται περαιτέρω τυχαίοποιημένες ελεγχόμενες μελέτες για πιο σαφή συμπεράσματα.

• ΚΡΙΝΟΣ

ΣΤΟ 5% Η ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΣΤΟ ΠΕΝΤΑΜΗΝΟ - ΤΑ ΑΛΚΟΟΛΟΥΧΑ ΟΔΗΓΟΥΝ ΤΙΣ ΕΞΑΓΩΓΕΣ

Μεσαίο μονοψήφιο ρυθμό ανάπτυξης κατέγραψε στο α' πεντάμηνο η Κρίνος. Ο Διευθύνων Σύμβουλος της εταιρείας, Γιάννης Αναστασόπουλος, εξηγεί στο Fnb Daily ότι οι συνολικές δραστηριότητες της εταιρείας, που περιλαμβάνουν την ποτοποιία, τα αναψυκτικά και το εμφιαλωμένο νερό, κινούνται με περίπου 5% ανάπτυξη σε σχέση με την αντίστοιχη περίοδο του προηγούμενου έτους. Παρά τις προκλήσεις, η εταιρεία εκτιμά ότι κατά τη φετινή χρονιά έχει εισέλθει σε πιο σταθερή τροχιά σε σχέση με προηγούμενες περιόδους και θεωρεί ικανοποιητική μια επίδοση που θα κινηθεί στα επίπεδα του 2025 για τις βασικές κατηγορίες δραστηριότητας.

ΕΞΑΓΩΓΕΣ ΣΕ 24 ΑΓΟΡΕΣ

Η Κρίνος εξάγει σε 24 αγορές του εξωτερικού με τις σημαντικότερες για τα προϊόντα της να εντοπίζονται στο Βέλγιο, την Αυστρία, τις Βαλκανικές χώρες και τις Αραβικές αγορές, ενώ πιο περιορισμένη είναι η παρουσία σε ΗΠΑ και Αυστραλία.

Το μεγαλύτερο μέρος των εξαγωγών εξακολουθεί να προέρχεται από τα αλκοολούχα, με την εταιρεία να δίνει πλέον έμφαση στην ανάπτυξη προϊόντων χαμηλής αλκοολικής περιεκτικότητας και ποτών που συνδυάζουν αλκοόλ με χυμούς, κατηγορία στην οποία βλέπει προοπτικές περαιτέρω διεθνούς διείσδυσης.

ΕΠΕΝΔΥΣΕΙΣ €2,3 ΕΚΑΤ.

Σε επίπεδο επενδύσεων, η Κρίνος βρίσκεται σε φάση υλοποίησης επενδυτικού προγράμματος €2,3 εκατ., το οποίο περιλαμβάνει την αναβάθμιση του μηχανολογικού εξοπλισμού, την επέκταση των αποθηκευτικών εγκαταστάσεων και τη δημιουργία νέων αποστακτηρίων για την παραγωγή ποτών. Παράλληλα, προχωρά η κατασκευή νέου επισκέψιμου αποσταγματοποιείου, έργο που έχει ήδη ξεκινήσει και εκτιμάται ότι θα ολοκληρωθεί το καλοκαίρι του 2027.

Η διοίκηση θεωρεί ότι οι επενδύσεις αυτές θα ενισχύσουν σημαντικά την παραγωγική δυναμικότητα σε όλους τους βασικούς τομείς δραστηριότητας, αναψυκτικά, εμφιαλωμένο νερό και ποτοποιία, δημιουργώντας τις προϋποθέσεις για περαιτέρω ανάπτυξη τα επόμενα χρόνια.

Η στρατηγική της εστιάζει στη διεύρυνση των συνεργασιών, στην ενίσχυση των σημείων διάθεσης και στην περαιτέρω ανάπτυξη της παρουσίας της στη μικρή λιανική και στο HoReCa. Η διοίκηση εκτιμά ότι οι συγκεκριμένες πρωτοβουλίες θα αποτυπωθούν σε σημαντική βελτίωση των μεγεθών της συγκεκριμένης δραστηριότητας έως το τέλος του έτους.



Γιάννης Αναστασόπουλος, Διευθύνων Σύμβουλος, Αναψυκτικά Κρίνος

Η διοίκηση εκτιμά ότι οι συγκεκριμένες πρωτοβουλίες θα αποτυπωθούν σε σημαντική βελτίωση των μεγεθών της συγκεκριμένης δραστηριότητας έως το τέλος του έτους.

ΝΕΑ ΚΑΝΟΝΙΚΟΤΗΤΑ ΣΤΗΝ ΑΓΟΡΑ

Στον τομέα των αναψυκτικών, η διοίκηση εκτιμά ότι τόσο η ελληνική, όσο και οι διεθνείς αγορές, διαμορφώνουν σταδιακά μια "νέα κανονικότητα" ως προς τις παραγγελίες, τους όγκους και τα επίπεδα κατανάλωσης. Ωστόσο, η διεθνής οικονομική και γεωπολιτική αβεβαιότητα συνεχίζει να επηρεάζει τη ζήτηση σε ορισμένες κατηγορίες προϊόντων, δημιουργώντας έντονες διακυμάνσεις στους όγκους παραγγελιών. Η εικόνα αυτή δυσκολεύει τον προγραμματισμό σε πρώτες ύλες και υλικά συσκευασίας, ενώ παράλληλα δι-

ατηρεί αυξημένο το κόστος μεταφορών και εφοδιαστικής αλυσίδας.

Αντίθετα, στην αγορά των αλκοολούχων ποτών η εικόνα παραμένει πιο συγκρατημένη. Στην εγχώρια αγορά καταγράφεται στασιμότητα έως και οριακή υποχώρηση της ζήτησης, χωρίς ωστόσο έντονες μεταβολές. Στις εξαγωγές, αρκετές αγορές εμφανίζουν κάμψη, εξέλιξη που αποδίδεται τόσο στην πίεση που ασκεί η ακρίβεια στο διαθέσιμο εισόδημα των καταναλωτών, όσο και στις ευρύτερες διεθνείς συνθήκες. Παράλληλα, η στροφή μέρους του καταναλωτικού κοινού προς προϊόντα χωρίς αλκοόλ ή με χαμηλότερη περιεκτικότητα σε ζάχαρη επηρεάζει τη δυναμική ορισμένων παραδοσιακών κατηγοριών.

Στέλλα Αυγουστάκη
stella@notice.gr

• Γ. ΚΑΤΣΑΓΚΙΩΤΗΣ- INTERNATIONAL FRUIT

ΟΛΟΚΛΗΡΩΣΕ ΕΠΕΝΔΥΣΗ €1 ΕΚΑΤ. ΣΕ ΝΕΟΥΣ ΨΥΚΤΙΚΟΥΣ ΘΑΛΑΜΟΥΣ - ΠΡΟΧΩΡΑ Η ΑΝΑΔΙΑΡΘΡΩΣΗ ΠΟΙΚΙΛΙΩΝ ΣΤΟ ΣΤΑΦΥΛΙ

Επιπλέον 1.000 τόνους στην αποθηκευτική της δυναμικότητα έχει προσθέσει η Γ. Κατσαγκιώτης-International Fruit μέσω της επέκτασης του συσκευαστηρίου της και της προσθήκης νέων ψυκτικών θαλάμων.

Η ύψους €1 εκατ. επένδυση που εντάχθηκε στο Ταμείο ανάκαμψης ξεκίνησε να υλοποιείται το 2024 και ολοκληρώθηκε πέρυσι, δίνοντας στην εταιρεία από την Καβάλα τη δυνατότητα να απορροφήσει και, παράλληλα, να διαχειριστεί με μεγαλύτερη ευελιξία αυξημένες ποσότητες επιτραπέζιων σταφυλιών στα οποία εξειδικεύεται.

ΕΞΑΓΩΓΕΣ ΣΕ 20 ΧΩΡΕΣ

Όπως δηλώνει στο FnB Daily ο ιδιοκτήτης της, Γιώργος Κατσαγκιώτης, η επιχείρηση που έχει μια διαδρομή 45 ετών, είναι αμιγώς εξαγωγική, με πελατολόγιο που εκτείνεται σε 20 ευρωπαϊκές χώρες και περιλαμβάνει μεγάλες αλυσίδες σούπερ μάρκετ.

Σε ετήσια βάση η Γ. Κατσαγκιώτης-International Fruit διαχειρίζεται κι εξάγει από 4 έως 5 χιλ. τόνους επιτραπέζιων σταφυλιών, διατηρώντας σταθερές συνεργασίες με παραγωγούς της περιοχής ενώ ένα σημαντικό κομμάτι από αυτό το τονάζ προέρχεται από τις ιδιόκτητες εκτάσεις 300 στρεμμάτων που καλλιεργεί η οικογένεια.

Η THOMPSON SEEDLESS

Σε αυτές έχει εγκαταστήσει και συνεχίζει να φυτεύει μια σειρά από νέες ποικιλίες

σταφυλιών όπως οι Arra 15, 30, 32, 19, Sugar Crisp, Sweet Globe, Jack Salute κ.α. "Η Thomson Seedless ήταν μια ποικιλία που πρόσφερε αρκετά, όμως θεωρώ ότι έχει κλείσει πλέον τον κύκλο της στη χώρα μας. Είναι ανάγκη να προχωρήσουμε σε αναδιάρθρωση ποικιλιών. Αυτό κάνουμε στα δικά μας αμπέλια και προσπαθούμε να μεταφέρουμε αυτό το μήνυμα και στις συνεργασίες μας με τους καλλιεργητές", υπογραμμίζει ο κ. Κατσαγκιώτης.

αντίξοες καιρικές συνθήκες που επηρεάζουν τον τρύγο- η διακύμανση του κύκλου εργασιών εξαρτάται από τις τιμές. Σύμφωνα με τον συνομιλητή μας, το 2025 οι πωλήσεις κινήθηκαν στα επίπεδα του 2024, ήτοι περίε των €6 εκατ. Αυτή τη στιγμή απέχουμε περίπου 1 μήνα από την έναρξη του φετινού τρύγου, με την καλλιεργητική περίοδο να έχει κυλήσει μέχρι στιγμής ομαλά.

"ΟΙ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ ΤΟΥ ΚΛΑΔΟΥ ΑΠΟΚΤΟΥΝ ΦΩΝΗ"

Αξίζει να σημειωθεί ότι ο κ. Κατσαγκιώτης είναι ο Γεν. Γραμματέας του νεοσύστατου FresHellas (Σύνδεσμος Ελληνικών Επιχειρήσεων Συσκευασίας & Τυποποίησης Φρέσκων Προϊόντων και Λαχανικών) που, όπως θα αποτελεί το νέο συλλογικό εκπρόσωπο των επιχειρήσεων που δραστηριοποιούνται στη διαλογή, τυποποίηση και συσκευασία φρέσκων φρούτων και λαχανικών.

"Ήταν απαραίτητο να αποκτήσουν οι επιχειρήσεις του κλάδου φωνή. Δυστυχώς δεν υπήρχε ως τώρα η κατάλληλη εκπροσώπηση", τονίζει ο κ. Κατσαγκιώτης, προαναγγέλλοντας πρωτοβουλίες και δράσεις μέσω των οποίων θα αναδειχθούν τα ουκ ολίγα προβλήματα που τις απασχολούν, από το εργατικό και το έλλειμμα ανταγωνιστικότητας μέχρι την ανάγκη για σοβαρές επενδύσεις σε παραγωγικές υποδομές.

DATA (σε €χιλ.)

Κύκλος Εργασιών

2024: 5.010

2023: 6.075

2022: 3.661

EBIT

2024: 282

2023: 277

2022: 103

Αποτέλεσμα προ φόρων

2024: 282

2023: 276

2022: 102

ΠΕΡΙΕ ΤΩΝ €6 ΕΚΑΤ. Ο ΠΕΡΥΣΙΝΟΣ ΤΖΙΡΟΣ

Οι ποσότητες που εμπορεύεται ετησίως η εταιρεία είναι υπό κανονικές συνθήκες σταθερές, επομένως- κι εφόσον δεν υπάρχουν

Γιάννης Τσατσάκης
yannis@notice.gr



• **ASDA**

ΖΗΜΙΕΣ ΣΧΕΔΟΝ £1 ΔΙΣ. ΛΟΓΩ ΕΠΙΘΕΤΙΚΗΣ ΜΕΙΩΣΗΣ ΤΙΜΩΝ ΚΑΙ ΕΚΤΑΚΤΩΝ ΕΠΙΒΑΡΥΝΣΕΩΝ

Η βρετανική αλυσίδα super market Asda κατέγραψε προ φόρων ζημιές, καθώς η νέα στρατηγική επιθετικών μειώσεων τιμών, σε συνδυασμό με σημαντικές έκτακτες επιβαρύνσεις, επηρέασε σημαντικά τα οικονομικά αποτελέσματα. Παράλληλα, οι συνολικές πωλήσεις της εταιρείας, συμπεριλαμβανομένων των καυσίμων, υποχώρησαν επίσης.

DATA 2025 (σε £εκατ.)

Πωλήσεις: 25.900 (-3,4%)

Ζημιές προ φόρων: 989 (από 599 το 2024)

Ο Εκτελεστικός Πρόεδρος, Allan Leighton, ο οποίος επέστρεψε στην Asda στα τέλη του 2024, έχει θέσει ως στόχο η εταιρεία να προσφέρει τιμές 5%-10% χαμηλότερες από τους βασικούς ανταγωνιστές της, Tesco και Sainsbury's, αναγνωρίζοντας ότι η στρατηγική αυτή θα μειώσει σημαντικά την κερδοφορία βραχυπρόθεσμα. Όπως έχει δηλώσει, η πλήρης ανάκαμψη της Asda ενδέχεται να απαιτήσει έως και πέντε χρόνια.



Allan Leighton, Εκτελεστικός Πρόεδρος, Asda

ΟΙ ΕΚΤΑΚΤΕΣ ΕΠΙΒΑΡΥΝΣΕΙΣ

Από τις συνολικές ζημιές, περίπου £656 εκατ. προήλθαν από έκτακτες χρεώσεις. Συγκεκριμένα:

- £284 εκατ. αφορούσαν το κόστος ολοκλήρωσης του διαχωρισμού των πλ-

ροφοριακών συστημάτων της εταιρείας από την Walmart

- £344 εκατ. προήλθαν από λογιστική απομείωση της αξίας του χαρτοφυλακίου ακινήτων της

Η διοίκηση της Asda υποστηρίζει ότι οι ζημιές αυτές δεν αντικατοπτρίζουν τη λειτουργική εικόνα της εταιρείας, επισημαίνοντας ότι εξακολουθεί να διαθέτει ισχυρή ρευστότητα.

ΠΙΕΣΗ ΣΕ ΚΕΡΔΟΦΟΡΙΑ ΚΑΙ ΜΕΡΙΔΙΑ ΑΓΟΡΑΣ

Η Asda είχε ήδη ανακοινώσει τον Μάρτιο ότι τα προσαρμοσμένα λειτουργικά της κέρδη (EBITDA μετά τα μισθώματα) υποχώρησαν κατά 33%, στα £764 εκατ.

Παράλληλα, τα τελευταία στοιχεία της αγοράς δείχνουν ότι η εταιρεία εξακολουθεί να χάνει μερίδιο αγοράς στη βρετανική αγορά λιανικής, αν και ο ρυθμός της πτώσης στις πωλήσεις παρουσιάζει σημάδια επιβράδυνσης. Η Asda ελέγχεται κατά πλειοψηφία από το επενδυτικό κεφάλαιο TDR Capital, ενώ η Walmart διατηρεί μειοψηφικό ποσοστό 10%.

• Debrief •

ΑΝΑΖΗΤΩΝΤΑΣ ΤΟΝ... ΚΑΤΑΛΛΗΛΟΤΕΡΟ

“Ο ήλιος ποτέ δεν δύει στη Βρετανική Αυτοκρατορία”, συνήθιζαν να λένε οι Βρετανοί. Και ήταν περίπου αλήθεια, τον 19ο και στις αρχές του 20ου αιώνα. Όποιος ρίξει μια ματιά στους χάρτες εκείνης της εποχής θα καταλάβει γιατί.

Σήμερα η Βρετανική Αυτοκρατορία όχι μόνο ανήκει στα βιβλία της ιστορίας, αλλά η ίδια η Βρετανία έχει μπει σε ένα σπирάλ πολιτικής αστάθειας που θα ήταν αδιανόητο ακόμα και μέχρι πριν λίγες δεκαετίες. Χθες ο Πρωθυπουργός, Keir Starmer, ανακοίνωσε ότι θα παραιτηθεί από την ηγεσία των Εργατικών και από την πρωθυπουργία. Η παραίτηση Starmer έρχεται σχεδόν δέκα χρόνια από τότε που το Ηνωμένο Βασίλειο ψήφισε υπέρ της αποχώρησης από την Ευρωπαϊκή Ένωση. Ο διάδοχός του θα είναι ο έβδομος ηγέτης της χώρας σε αυτή την περίοδο. Εφτά πρωθυπουργοί σε δέκα χρόνια, δηλαδή ένας πρωθυπουργό ανά ενάμι-

σι χρόνο, χοντρικά. Και οι Βρετανοί ακόμα δεν έχουν βρει τον... καταλληλότερο.

Το εντυπωσιακό είναι ότι ο Starmer ήταν... καταδικασμένος από την αρχή. Την παραμονή των γενικών εκλογών του 2024, η καθαρή βαθμολογία ικανοποίησής του σύμφωνα με την Ipsos ήταν στο -21. Ενώ το 31% του κοινού δήλωναν ικανοποιημένοι με την απόδοσή του, το 52% ήταν δυσαρεστημένοι. Το πρόβλημα όχι μόνο για τον Starmer, αλλά και για όσους προηγήθηκαν, σε πρώτη ανάγνωση ακούει στο όνομα Brexit. Οι Βρετανοί πίστεψαν ότι το “νησί” θα ήταν καλύτερα εκτός ΕΕ, χάραξαν νέα πορεία, και τελικά ακόμα πελαγοδρομούν.

Σε πρώτη ανάγνωση, όμως. Γιατί το Brexit δεν δημιουργήθηκε εν κενώ, δεν ήρθε ουρανοκατέβατο. Υπήρχαν αιτίες πίσω από αυτό. Και οι αιτίες αυτές όχι μόνο δεν εξαλείφθηκαν, αλλά σήμερα είναι ακόμα πιο έντονες. Όπως σημειώνει το CNBC, η κυ-

βέρνηση Starmer τελικά αποδυναμώθηκε από τη μείωση των ποσοστών στις δημοσκοπήσεις, τις εσωτερικές διαμάχες των Εργατικών και την αυξανόμενη δημόσια απογοήτευση για την αποτυχία της να επιτύχει γρήγορα αποτελέσματα όσον αφορά την ανάπτυξη και το κόστος ζωής.

Η περίπτωση της Βρετανίας αποδεικνύει ότι οι μαγικές, εύκολες λύσεις, ανήκουν οριστικά στο παρελθόν. Ο όποιος ηγέτης, στην όποια χώρα, βρίσκεται ενώπιον μίας και μόνο πραγματικότητας: οφείλει να ακούει πάρα πολύ καλά τους πολίτες, ακόμα και αυτούς που ζητάνε τα πάντα, όλα. Και μετά να τους εξηγεί, τί μπορεί να τους προσφέρει και κυρίως γιατί. Στη σημερινή συγκυρία ο καταλληλότερος συμπίπτει με τον ελικρινέστερο.

Γιάννης Παλιούρης
giannis@notice.gr

Business Maker

ΓΙΑΤΙ ΟΙ ΤΙΜΕΣ ΣΤΑ ΡΑΦΙΑ ΔΕΝ ΘΑ ΠΕΣΟΥΝ ΟΠΩΣ ΤΟ BRENT

Παρά τη σημαντική αποκλιμάκωση που καταγράφεται στις διεθνείς τιμές του πετρελαίου, μετά το deal ΗΠΑ – Ιράν, οι καταναλωτές θα αργήσουν να δουν αντίστοιχες μειώσεις στα ράφια των super market. Αυτό αναφέρουν στη στήλη παράγοντες της αγοράς, τονίζοντας ότι η εξίσωση του κόστους έχει γίνει πλέον πολύ πιο σύνθετη σε σχέση με την περίοδο πριν από την ενεργειακή κρίση.

Το ενεργειακό κόστος, λένε, εξακολουθεί να αποτελεί σημαντική παράμετρο, και δεν είναι ο μόνος κυρίαρχος παράγοντας, που καθορίζει τις τελικές τιμές. Το μεγαλύτερο βάρος μεταφέρεται στο εργατικό κόστος και στα ενοίκια. Επιπλέον, η τουριστική κίνηση, η οποία παρόλες τις αντιξοότητες αναμένεται και φέτος να κινηθεί σε υψηλά επίπεδα, λειτουργεί

ως παράγοντας στήριξης των τιμών. Προμηθευτές και αλυσίδες λιανικής προετοιμάζονται κάθε καλοκαίρι για πολλαπλάσιο πληθυσμό σε σχέση με τον μόνιμο, γεγονός που δημιουργεί διαφορετικές συνθήκες αγοράς σε σχέση με την ηπειρωτική χώρα. Η εικόνα αυτή επηρεάζει τόσο τη διαμόρφωση των τιμών, όσο και τις επενδυτικές αποφάσεις των μεγάλων αλυσίδων. Δεν είναι τυχαίο ότι τα τελευταία χρόνια παρατηρείται έντονη επέκταση οργανωμένων δικτύων super market σε νησιωτικές περιοχές. Οι μεγάλες αλυσίδες αναζητούν νέα σημεία παρουσίας σε τουριστικές αγορές, επιδιώκοντας να αξιοποιήσουν τη σημαντική εποχική κατανάλωση. Η εξέλιξη αυτή δημιουργεί πρόσθετο ανταγωνισμό, αλλά ταυτόχρονα ανεβάζει και το συνολικό λειτουργικό κόστος,

καθώς οι επιχειρήσεις επενδύουν σε νέες υποδομές, αποθηκευτικούς χώρους και προσωπικό. Παράγοντες της αγοράς εκτιμούν ότι οι καταναλωτές θα συνεχίσουν να βλέπουν επιλεκτικές μειώσεις σε συγκεκριμένες κατηγορίες προϊόντων που επηρεάζονται άμεσα από το ενεργειακό κόστος. Ωστόσο, δεν αναμένουν γενικευμένη αποκλιμάκωση τιμών στο εύρος, που θα δικαιολογούσε μια απλή σύγκριση με την πορεία του πετρελαίου ή του φυσικού αερίου. “Όσο ο τουρισμός ενισχύει τη ζήτηση και οι επιχειρήσεις συνεχίζουν να απορροφούν αυξημένες μισθολογικές και λειτουργικές δαπάνες, η επιστροφή σε χαμηλότερα επίπεδα τιμών θα παραμένει πιο αργή από ό,τι θα περίμεναν οι καταναλωτές”, επισημαίνει με νόημα κορυφαίος στέλεχος του λιανεμπορίου.

ΓΑΛΑΞΙΑΣ: Η ΣΤΑΘΕΡΟΠΟΙΗΣΗ ΤΩΝ ΠΩΛΗΣΕΩΝ ΤΟ 2025 ΚΑΙ Ο ΠΗΧΗΣ ΓΙΑ ΦΕΤΟΣ

Με αύξηση πωλήσεων 2% εκτιμάται ότι θα κλείσει το 2026 για την Πέντε ΑΕ, που αναπτύσσει το δίκτυο super market Γαλαξίας. Πρόκειται για μια επίδοση, που, σύμφωνα με καλά πληροφορημένες πηγές, θεωρείται ικανοποιητική υπό τις σημερινές συνθήκες, καθώς η κατανάλωση κινείται χωρίς ιδιαίτερες εξάρσεις και η πίεση στο διαθέσιμο εισόδημα των νοικοκυριών παραμένει αισθητή. Οι πωλήσεις στα υφιστάμενα καταστήματα κινούνται περίπου στα περυσινά επίπεδα, χωρίς να καταγράφονται σημαντικές μεταβολές. Σε ό,τι αφορά το 2025, οι ίδιες πληροφορίες αναφέρουν ότι ο τζίρος παρέμεινε σχεδόν αμετάβλητος.

Η εικόνα αυτή αποτυπώνει το γενικότερο κλίμα στην αγορά τροφίμων, όπου οι καταναλωτές εμφανίζονται περισσότερο προσεκτικοί στις αγορές τους, παρά τη σταθεροποίηση του πληθωρισμού σε σχέση με τα προηγούμενα χρόνια. Την ίδια στιγμή,

η φετινή χρονιά είναι η πρώτη, κατά την οποία αναμένεται να φανεί ουσιαστικά η επίδραση της εξαγοράς της αλυσίδας Παπαγεωργίου στα Ιωάννινα. Η συναλλαγή ολοκληρώθηκε τον Φεβρουάριο και, πλέον, η διοίκηση προσβλέπει στην πλήρη ενσωμάτωση των δραστηριοτήτων της στο δίκτυο του Γαλαξία. Παράλληλα, η εταιρεία συνεχίζει το επενδυτικό της πρόγραμμα, με την ανάπτυξη δύο νέων ιδιόκτητων καταστημάτων σε Ιωάννινα και Κιλκίς. Η επιλογή μόνο τυχαία δεν θεωρείται, καθώς η διοίκηση επιδιώκει να ενισχύσει την παρουσία της σε περιοχές, όπου διαθέτει ήδη ισχυρά ερείσματα και δυνατότητες περαιτέρω ανάπτυξης. Αν και η Πέντε ΑΕ εξακολουθεί να συγκαταλέγεται στις πλέον υγιείς επιχειρήσεις του κλάδου, χωρίς τραπεζικό δανεισμό και με τη μεγάλη πλειονότητα των καταστημάτων της να στεγάζεται σε ιδιόκτητα ακίνητα, τα τελευταία χρόνια έχει βρεθεί αντιμέτωπη με τις συνέπειες της έντονης

συγκέντρωσης, που παρατηρείται στην αγορά. Η ενδυνάμωση της λεγόμενης ομάδας των πέντε μεγαλύτερων αλυσίδων έχει μεταβάλει τις ισορροπίες, με αποτέλεσμα ο Γαλαξίας να καταγράφει απώλειες μεριδίων αγοράς. Η απάντηση της διοίκησης σε αυτή την πραγματικότητα είναι η περαιτέρω ανάπτυξη μέσω εξαγορών μικρότερων περιφερειακών αλυσίδων. Μετά την Παπαγεωργίου, πληροφορίες αναφέρουν ότι αναζητείται ήδη ο επόμενος στόχος στην Δυτική Ελλάδα, αν και οι διαθέσιμες επιλογές στην ηπειρωτική χώρα έχουν πλέον περιοριστεί σημαντικά. Το περιβάλλον πάντως παραμένει απαιτητικό. Ο έντονος ανταγωνισμός στις κορυφαίες θέσεις της αγοράς συνεχίζει να ασκεί πιέσεις στα περιθώρια κέρδους, τα οποία έχουν υποχωρήσει σε σχέση με προηγούμενα χρόνια. Ωστόσο, οι πωλήσεις εξακολουθούν να αυξάνονται, έστω και με συγκρατημένο ρυθμό...

Business Insight

CAPITAL GROUP: Η ΣΤΡΟΦΗ ΑΠΟ ΤΟ BANKING ΣΤΟ ENERGY - ΜΕΤΑ ΑΠΟ ΔΕΗ, ΑΔΜΗΕ ΕΝΙΣΧΥΕΙ ΘΕΣΕΙΣ ΣΕ CENERGY ΚΑΙ ΠΕΡΙΜΕΝΕΙ ΓΙΑ ELVALHALCOR

Σε αλλαγή επενδυτικής πολιτικής προχωρά από τα τέλη 2024 ο όμιλος **Capital**, που σταδιακά στρέφεται προς τον κλάδο της ενέργειας, ευρύτερα εννοούμενο. Ένας από τους παλαιότερους και μεγαλύτερους επενδυτικούς ομίλους διεθνώς, το Capital Group Companies, από το 1931 στο Λος Άντζελες με υπό διαχείριση περιουσιακά στοιχεία \$3,3 τρισ. διαθέτει διαχρονικά σημαντική παρουσία και σε ελληνικά assets. Παρουσία που περιλαμβάνει στρατηγικές συμμετοχές και επενδύσεις είτε μέσω αμοιβαίων κεφαλαίων (λ.χ. τα American Funds), είτε απ' ευθείας (μέσω Capital World Investors). Παλαιότερα ο όμιλος διατηρούσε σημαντικές μειοψηφικές θέσεις στο εγχώριο banking όπως και σε συγκεκριμένες εταιρείες, φορείς, (Jumbo, EXAE, κ.ά.), συμμετοχές που από τα τέλη 2023, αρχές 2024 άρχισε να μειώνει σταδιακά, αλλάζοντας τη δομή των χαρτοφυλακίων του. **Οκτώβριο 2024, θυγατρικός βραχίονας του ομίλου συμμετέχει στο placement της Cenergy Holdings**, αποκτώντας περί τα 3,7 εκατ. μετοχές (ήτοι το 1,75% του μ.κ.) έναντι €15/μετοχή. Τότε το fund είχε επενδύσει περί τα €55 εκατ., συμμετοχή που σήμερα αποτιμάται στα περίπου €97,3 εκατ. (δηλαδή εγγράφει υπεραξίες €42,3 εκατ.). Η Cenergy Holdings ήταν η **πρώτη τοποθέτηση σε**

μετοχή ομίλου πέραν του τραπεζικού κλάδου και διαχρονικών επιλογών (λ.χ. στην Jumbo πρωτοεπένδυσε το 2016), με τις υπεραξίες να λειτουργούν ως επιταχυντής μείωσης της συμμετοχής σε μ.κ. τραπεζών.

Το 2025 διέθετε ποσοστά μεγαλύτερα του 5% στο μ.κ. των Εθνική, Eurobank, ενώ μέσω ΑΜΚ είχε αποκτήσει θέση στην Alpha Bank. Ωστόσο, αρχές 2026 η συμμετοχή στο μ.κ. των τραπεζών υποχωρεί χαμηλότερα του 5%, ορίου που καθιστά υποχρεωτική τη γνωστοποίηση συναλλαγών (είτε αγοράς, είτε πώλησης) με **χρηματιστηριακές πηγές να υπολογίζουν τα τρέχοντα μερίδια στο 4,5%-4,9%** (των Εθνικής, Eurobank). Σύμφωνα με τις ίδιες πηγές η κεντρική γραμμή του νέου επικεφαλής του asset management- Mike Gitlin- ο οποίος διαδέχθηκε τον Tim Armour, Οκτώβριο 2023) περιλάμβανε αλλαγή επενδυτικού μείγματος στις περισσότερες από τις 15 αγορές (χωρών) όπου δραστηριοποιείται ο όμιλος (διαθέτοντας 33 γραφεία).

Η στροφή και προς το energy sector αποτέλεσε από τις κύριες γραμμές διαχείρισης, με τον ελληνικό κλάδο από τους πρώτους που τέθηκαν στο monitoring. Οι λόγοι προφανείς, βαθιά υποτιμημένα περιουσιακά στοιχεία, σε μία αγορά που μετασχηματίζεται με ταχύτατο ρυθμό, διαθέτοντας διψήφια

περιθώρια υπεραπόδοσης έναντι του ευρωπαϊκού μέσου όρου. Ενδεικτικά δύο στοιχεία, την περίοδο που **η αποτίμηση του ομίλου ΔΕΗ δεν ξεπερνούσε τα €6 δισ.**, η **Energias de Portugal** τιμολογούνταν τρεις και φορές παραπάνω (σ.σ. €18,2 δισ.). Όταν η **Cenergy Holdings** είχε χρηματιστηριακή αξία στα €2,3 δισ. λ.χ., η **Nexans** ήταν πάνω από τα €6,2 δισ., κ.ο.κ.

Προφανές το (δυνतिकό) upgrade συγκεκριμένων assets- ειδικότερα από τον ενεργειακό κλάδο- με αποτέλεσμα χαρτοφυλάκια του Capital Group να συμμετάσχουν στην ΑΜΚ της ΔΕΗ. Επρόκειτο για την πρώτη φορά που έπαιρνε θέση στην **ΔΕΗ, γράφτηκε δε για €900 εκατ. για να λάβει τελικά μετοχές αξίας €250 εκατ.**, συμμετοχή που έσπευσε να ενισχύσει στη συνέχεια αγοράζοντας από το ταμπό. Παράλληλα **συμμετείχε στην ΑΜΚ του ΑΔΜΗΕ ως cornerstone**- επενδύοντας €70 εκατ. μέσω του Capital World Investors. Ήδη, στην κοινότητα θεωρείται, σχεδόν βέβαιο πως το Capital Group θα είναι εκ των κύριων αμερικανικών κεφαλαίων που θα συμμετάσχουν στην **ΑΜΚ της ElvalHalcor**, που προγραμματίζεται μέσα στον Ιούλιο. Επίσης,- επί του πειστηρίου- **θυγατρικό χαρτοφυλάκιο του ομίλου φέρεται να συμμετέχει στο placement που προχωρά η Cenergy Holdings.**



REAL ESTATE DAILY SECRET

THE KEY TO PROPRIETARY INFORMATION

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



NOTICE
CONTENT & SERVICES

**ΚΑΝΤΕ
ΕΓΓΡΑΦΗ
ΕΔΩ**

• COCA-COLA 3 ΕΨΙΛΟΝ
**Ο ΓΙΑΝΝΗΣ ΑΝΤΕΤΟΚΟΥΝΜΠΟ
ΝΕΟΣ BRAND AMBASSADOR
ΤΗΣ AMITA**

Η Amita ανακοίνωσε νέα στρατηγική συνεργασία με τον Έλληνα διεθνή καλαθοσφαιριστή και παίκτη του NBA, Γιάννη Αντετοκούνμπο, ο οποίος αναλαμβάνει τον ρόλο του brand ambassador.

Σύμφωνα με την ανακοίνωση, η συνεργασία συνδέει ένα ιστορικό brand χυμού με έναν αθλητή διεθνούς εμβέλειας, με κοινά σημεία αναφοράς την αυθεντικότητα, την εμπιστοσύνη, τη συνέπεια και τη σύνδεση με την έννοια της καθημερινής φροντίδας.

Στο πλαίσιο της συνεργασίας, η Amita και ο Γιάννης Αντετοκούνμπο θα υλοποιήσουν 360° επικοινωνιακή καμπάνια, εμπνευσμένη από κοινές αξίες και με στόχο την ανάδειξη της έννοιας της φροντίδας μέσα από καθημερινές στιγμές.

Παράλληλα, η Amita υποστήριξε την πρωτοβουλία CAFF Family Day x Desmos στην Αθήνα, στο



πλαίσιο δράσεων κοινωνικής προσφοράς που συνδέονται με την οικογένεια Αντετοκούνμπο και την ενίσχυση οικογενειών που βρίσκονται σε ανάγκη.

SECRETRECIPE

Επαγγελματίας μπαταχτής

Εδώ και χρόνια, ο συγκεκριμένος επιχειρηματίας είναι γνωστός για την τακτική του: "Μόνο αν χρωστάς, σου δίνουν σημασία". Και την εφαρμόζει στα πάντα: Στις τράπεζες, στο Δημόσιο, στους προμηθευτές του. Επικαλούνταν, μάλιστα, μεγάλες επενδύσεις, που πραγματοποιούσε και οι οποίες τον είχαν αφήσει ταπί, όπως έλεγε. Μάλιστα, το τελευταίο εξάμηνο έλεγε ότι τελειώνουν τα ζόρια με την ολοκλήρωση του επενδυτικού του πλάνου και διαβεβαίωνε ότι από τον Ιούνιο θα αρχίσει να πληρώνει. Μόνο, που, μέχρι στιγμής, δεν έχει κάνει την παραμικρή κίνηση από το e-banking του. Προς καμία κατεύθυνση. Και έχει αρχίσει πάλι να μην εμφανίζεται στο τηλέφωνο. Για να δούμε...

Editorial

Παράλογη ευφορία

Το σημερινό Editorial έχει αφορμή τον θάνατο χθες, σε ηλικία 100 ετών, ενός εκ των κορυφαίων κεντρικών τραπεζιτών στον κόσμο:

Του Alan Greenspan.

Πρόκειται για μία μορφή στον παγκόσμιο τραπεζικό κλάδο, ο οποίος ήταν επικεφαλής της Fed, στις Ηνωμένες Πολιτείες, από το 1987 έως το 2006.

Πλέον αυτής της της θητείας, ο Greenspan έχει μείνει γνωστός για μια σημαντική του ομιλία, το 1996, με θέμα την πρόκληση των κεντρικών τραπεζών σε μια δημοκρατική κοινωνία.

Συγκρατώ δύο πράγματα από αυτή:

Πρώτον, ότι η Fed πρέπει να έχει λειτουργική ανεξαρτησία, ώστε να αντιστέκεται σε βραχυπρόθεσμες πολιτικές πιέσεις για χαμηλά επιτόκια, οι οποίες και αποδεσμεύουν πληθωριστικές δυνάμεις.

Δεύτερον, και πλέον σημαντικό, μίλησε για την Παράλογη Ευφορία.

Διατύπωσε, δηλαδή, το εξής ερώτημα: Πώς γνωρίζουμε πότε η Παράλογη Ευφορία έχει οδηγήσει σε υπερτίμηση των περιουσιακών στοιχείων, πριν η φούσκα σκάσει;

Η λογική αλυσίδα είναι η εξής:

Ο χαμηλός πληθωρισμός μειώνει την αβεβαιότητα

→ Τα risk premiums πέφτουν

→ Οι τιμές μετοχών και ακινήτων ανεβαίνουν.

Όλα αυτά είναι φυσιολογικά.

Το πρόβλημα προκύπτει όταν η αισιοδοξία αποσυνδέεται από τα θεμελιώδη μεγέθη και γίνεται παράλογη, δημιουργώντας εκτεθειμένες αποτιμήσεις, που υπόκεινται σε απότομες και παρατεταμένες διορθώσεις, όπως συνέβη στην Ιαπωνία τη δεκαετία του 1990 (και στις Ηνωμένες Πολιτείες το 2008).

Ποια είναι η λύση;

Ο Greenspan δεν έδωσε απάντηση σε αυτό.

Έδωσε, όμως, την κατεύθυνση, την οποία πρέπει να ακολουθούν οι κεντρικοί τραπεζίτες, παραδεχόμενος ότι η κεντρική τράπεζα πρέπει να διαχειρίζεται αβεβαιότητες, που δεν μπορεί πλήρως να μετρήσει, σε μια οικονομία, η οποία αλλάζει πιο γρήγορα απ' όσο την αντιλαμβάνεται.

30 χρόνια πριν....

RIP, Alan Greenspan.

Τόσο απλά.

Νεκτάριος Β. Νώτης
nectarios@notice.gr