

FNB SERVED DAILY.

Food for thought... every day!

ΤΟ ΚΑΘΗΜΕΡΙΝΟ ΨΗΦΙΑΚΟ
NEWSLETTER ΓΙΑ ΤΟΝ ΚΛΑΔΟ
ΤΡΟΦΙΜΩΝ & ΠΟΤΩΝ

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

ΔΕΥΤΕΡΑ 06 ΙΟΥΛΙΟΥ 2026
ΤΕΥΧΟΣ 2360



• ΣΚΛΑΒΕΝΙΤΗΣ

Ενισχύει την παραγωγική καθετοποίηση
με νέα θυγατρική, επεκτείνει τα νέα concepts λιανικής



• TERRA CRETA

Δεύτερο ελαιοποιείο στην Μεσαρά με νέο μοντέλο
συνεργασίας με παραγωγούς



• ΝΕΡΟ

Κινητοποίηση στον Αποκόρωνα για να διατηρηθεί
ο τοπικός χαρακτήρας της ΕΤΑΝΑΠ



• ΑΝΑΣΤΑΣΙΟΣ ΓΙΑΓΚΟΓΛΟΥ (ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΕΝΩΣΗ ΚΑΦΕ)

Ανησυχία λόγω Ελ Νίνιο, σταθερή
η αγορά μέχρι τον Σεπτέμβριο

Editorial

Rationality breaks

Debrief

Αναγκαίες υπερεξουσίες

Business Maker

- Uber Eats: Η είσοδος που... πάγωσε πριν ξεκινήσει
- Η Lavazza ψάχνει τη νέα της ανάπτυξη... στο ψυγείο

Business Insight

ΕΥΔΑΠ: Η λειψυδρία,
η Urban Services
και τα πρώτα έργα

SecretRecipe

Mediterra: Άλλαξε
ισολογισμό, επανήλθε
στο Χρηματιστήριο Αθηνών
αλλά πάλι έχει... ζημιές

• ΒΙΟΜΗΧΑΝΙΕΣ ΚΟΜΠΟΣΤΑΣ

Η ΔΙΕΛΚΥΣΤΙΝΔΑ ΜΕ ΤΙΣ ΞΕΝΕΣ ΑΛΥΣΙΔΕΣ ΓΙΑ ΤΙΣ ΤΙΜΕΣ ΚΑΙ ΟΙ ΕΜΠΟΡΙΚΕΣ ΣΥΜΦΩΝΙΕΣ ΠΟΥ ΔΙΝΟΥΝ ΕΛΠΙΔΑ

Αντιμέτωπες με ισχυρές πιέσεις από το μπλοκ των αγοραστών, δηλαδή τις μεγάλες αλυσίδες super market του εξωτερικού, βρίσκονται για άλλη μια χρονιά οι εγχώριες βιομηχανίες παραγωγής κομπόστας στο πλαίσιο των διαπραγματεύσεων για τον καθορισμό των τιμών που βρίσκονται σε εξέλιξη.

ΠΙΕΖΟΥΝ ΓΙΑ ΜΟΝΟΚΙΛΟ ΚΑΤΩ ΤΟΥ €1

"Ο κλάδος εννοείται ότι θα προσπαθήσει για το καλύτερο. Υπάρχει έντονο pressing ώστε η τιμή να πέσει κάτω από τα περυσινά επίπεδα, που ήταν ήδη αρκετά χαμηλά", δηλώνει στο Fnb Daily ο Πρόεδρος της Ένωσης Κονσερβοποιών Ελλάδας (ΕΚΕ), Κώστας Αποστόλου. Όπως εξηγεί, οι τιμές πέρυσι κινήθηκαν περίξ του €1 για το τυπικό μονόκιλο (σ.σ. η μεταλλική συσκευασία με καθαρό βάρος της τάξης των 850 γραμμαρίων), νούμερο που ωστόσο φαίνεται ακριβό φέτος στους αγοραστές.

"Μας ζητούν να πάμε ακόμα πιο χαμηλά, με το επιχείρημα ότι η ζήτηση για κομπόστα έχει υποχωρήσει σε μεγάλο βαθμό. Ωστόσο, εμείς βλέπουμε το προϊόν να πωλείται στα ράφια τους έως και 2-2,5 φορές πάνω από την τιμή με την οποία το προμηθεύτηκαν από εμάς. Αυτό μας κάνει να σκεφτόμαστε ότι η πίεση προς εμάς έχει να κάνει περισσότερο με την προσπάθεια να συντηρήσουν ή και να αυξήσουν τα περιθώρια κέρδους τους", υπογραμμίζει ο κ. Αποστόλου.

ΜΕΙΩΜΕΝΕΣ ΟΙ ΕΚΤΑΣΕΙΣ, ΠΕΡΙΣΣΟΤΕΡΟ ΤΟ ΣΥΜΠΥΡΗΝΟ

Η εν εξελίξει διελκυστίνδα με τους ξένους αγοραστές πιθανότατα εξηγεί και την σιγή ιχθύος εκ μέρους των βιομηχανιών για τις τιμές αγοράς του συμπύρηνου ροδάκινου, η συγκομιδή του οποίου ξεκινά οσονούπω με τις πρώιμες ποικιλίες. Αν και οι εκτάσεις φέτος ήταν μειωμένες κατά 10.000 στρέμματα και ορισμένες ζώνες χτυπήθηκαν από τις χαλαζοπτώσεις, οι πρώτες εκτιμήσεις κάνουν λόγο για παραγωγή αυξημένη κατά 10% περίπου σε σύγκριση με την περυσινή (295.000 τόνοι συμπύρηνου ροδάκινου), κυρίως λόγω της καλής καρπώδους. Οι ποσότητες αυτές απέχουν πολύ από νούμερα της τάξης, πχ των 400.000 τόνων, που συγκομίστηκαν το 2023, κρίνονται ωστόσο επαρκείς για τις φετινές ανάγκες της βιομηχανίας.

ΞΑΝΑ ΑΒΕΒΑΙΟΤΗΤΑ ΓΙΑ ΤΙΣ ΗΠΑ

Με δεδομένο ότι η ζήτηση από την Ευρώπη μοιάζει να έχει χτυπήσει ταβάνι και η αγορά των ΗΠΑ εξακολουθεί να καλύπτεται από πέπλο αβεβαιότητας (σ.σ. θεωρητικά από τις 5 Ιουλίου ο δασμός επιστρέφει από το 27% στο 17%, ωστόσο η αμερικανική προεδρία το τελευταίο διάστημα αφήνει να εννοηθεί ότι υπάρχουν σκέψεις παράτασης), η προσοχή των επιχειρήσεων του κλάδου έχει στραφεί σε νέες κι εν δυνάμει ενδιαφέρουσες αγορές.

ΔΙΟΔΟΣ ΣΕ MERCOSUR, ΜΕΞΙΚΟ & ΙΝΔΙΑ

Μια τέτοια προοπτική, σύμφωνα με τον κ. Αποστόλου, προσφέρει η συμφωνία της ΕΕ με τις χώρες Mercosur που προβλέπει μείωση των δασμών 5% κατ' έτος (34% το 2026, 29% το 2027, 24% το 2028 κ.ο.κ.) "δίνοντάς μας τη δυνατότητα να τοποθετηθούμε με σαφώς πιο ανταγωνιστικούς όρους σε μια μεγάλη αγορά στην οποία στο παρελθόν είχαμε παρουσία", όπως αναφέρει χαρακτηριστικά. Το ίδιο και η συμφωνία με το Μεξικό που προβλέπει μείωση δασμών 3% ετησίως, όπως και η προαναγγελθείσα συμφωνία με την Ινδία όπου σήμερα η Ελλάδα δεν έχει παρουσία καθώς οι δασμοί ξεπερνούν το 50%. Εφόσον η εμπορική συμφωνία προχωρήσει, οι δασμοί για χυμούς και φρουτοσαλάτες μηδενίζονται άμεσα ενώ για την κομπόστα ροδάκινου καταργούνται εντός πενταετίας. Οι συμφωνίες αυτές θα μπορούσαν να δώσουν νέες διόδους στις ελληνικές κονσερβοποιίες ωστόσο τα οφέλη τους δεν αφορούν τη φετινή χρονιά.

Αναφορικά με την κομπόστα, θετικό για τον κλάδο είναι ότι η νέα εμπορική σεζόν ξεκινά δίχως σημαντικό στοκ στις αποθήκες. Κάτι που δεν ισχύει για τον χυμό ροδάκινου όπου το στοκ είναι αρκετό, η ζήτηση ασθενική και οι τιμές, στις λίγες δουλειές που συζητούνται, κινούνται ακόμα και κάτω των €1.000 ανά τόνο (για το συμπύκνωμα 30-32 brix) από €1.700-1.800 την προηγούμενη σεζόν.

Γιάννης Τσατσάκης
yannis@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



NOTICE

CONTENT & SERVICES

POWERED BY

FORUM S.A.
TRADE SHOWS • PUBLICATIONS

ΜΕ ΤΗΝ ΑΙΓΙΔΑ



Για περισσότερες πληροφορίες:

• COCA-COLA HBC AG

ΣΥΝΕΧΙΖΕΤΑΙ ΤΟ ΚΥΜΑ ΑΝΟΔΙΚΩΝ ΑΝΑΘΕΩΡΗΣΕΩΝ ΓΙΑ ΤΗ ΜΕΤΟΧΗ ΑΠΟ ΤΟΥΣ ΔΙΕΘΝΕΙΣ ΟΙΚΟΥΣ

Μετά την Jefferies, άλλοι δύο επενδυτικοί οίκοι ανέβασαν την προηγούμενη εβδομάδα τον πήχη για τη μετοχή της Coca-Cola HBC, περιμένοντας ένα ισχυρό β' τρίμηνο, ενώ θεωρούν ως καταλύτη ανάπτυξης των επόμενων ετών την εξαγορά της CCBA.

DEUTSCHE BANK

Η Deutsche Bank διατηρεί τη σύσταση αγοράς, αυξάνοντας την τιμή-στόχο για τη μετοχή περίπου στα €65 από €53 πριν.

Ο γερμανικός οίκος εμφανίζεται αισιόδοξος για τις προοπτικές του ομίλου, σημειώνοντας ότι η ισχυρή πορεία των πωλήσεων, η αποτελεσματική τιμολογιακή πολιτική και η συνεχιζόμενη βελτίωση του μείγματος προϊόντος στηρίζουν τη διατηρήσιμη ανάπτυξη της κερδοφορίας.

Αναφορικά με την εξαγορά της Coca-Cola Beverages Africa (CCBA), η Deutsche Bank θεωρεί ότι η συναλλαγή ενισχύει σημαντικά το μακροπρόθεσμο επενδυτικό αφήγημα της Coca-Cola HBC, διευρύνοντας την έκθεσή της σε αγορές με υψηλούς ρυθμούς ανάπτυξης και δημιουργώντας σημαντικές συνέργειες.

CITI

Από την πλευρά της η Citi αυξάνει επίσης την τιμή, στα €59 περίπου (από περίπου €53 πριν), διατηρώντας όμως ουδέτερη σύσταση, καθώς θεωρεί ότι η σημερινή αποτίμηση της μετοχής αντανακλά ήδη μεγάλο μέρος των θετικών προοπτικών του ομίλου.

Ο αμερικανικός οίκος εκτιμά ότι το α' εξάμηνο θα κλείσει με οργανική αύξηση των λειτουργικών κερδών (EBIT) κατά 13,4%, υψηλότερα από τη μέση εκτίμησης της αγοράς (11,3%). Για το ίδιο διάστημα προβλέπει οργανική αύξηση όγκων 6,5% και καθαρών εσόδων 8,8%.

ΟΙ ΠΡΟΒΛΕΨΕΙΣ ΓΙΑ ΤΟ 2026

Σύμφωνα με την Citi, η Coca-Cola HBC είναι πιθανό να αυξήσει τον στόχο οργανικής αύξησης των λειτουργικών κερδών για το 2026 στο 9%-11%, από 7%-10% σήμερα, ενώ για τις οργανικές πωλήσεις εκτιμά ότι θα αναπτυχθούν με 6%-7% για το σύνολο της χρονιάς. Για το σύνολο του 2026 η Citi προβλέπει οργανική αύξηση:

- των όγκων πωλήσεων κατά 3,5%
- των καθαρών εσόδων από πωλήσεις κατά 5,9%



Zoran Bogdanovic, Διευθύνων Σύμβουλος, Coca-Cola HBC AG

- των λειτουργικών κερδών κατά 10%
- Αναφορικά με την CCBA ο οίκος εκτιμά ότι η ενσωμάτωσή της θα προσθέσει περαιτέρω ώθηση στα κέρδη ανά μετοχή της Coca-Cola HBC από το β' εξάμηνο του 2026 και μετά.

ΤΡΙΑ ΣΕΝΑΡΙΑ

Η Citi παραθέτει τρία πιθανά σενάρια για την πορεία της μετοχής μέσα στους επόμενους δώδεκα μήνες:

- Στο βασικό σενάριο, η τιμή-στόχος διαμορφώνεται σε περίπου €59, επίπεδο που αντανακλά σταθερή εκτέλεση του επιχειρηματικού σχεδίου, οργανική αύξηση πωλήσεων σύμφωνα με τους μεσοπρόθεσμους στόχους και διατήρηση των περιθωρίων κέρδους
- Στο αισιόδοξο σενάριο, η μετοχή θα μπορούσε να φτάσει τα €76 περίπου, εφόσον η εταιρεία εμφανίσει ισχυρότερη οργανική ανάπτυξη, πετύχει μεγαλύτερη ενίσχυση των κερδών μέσω εξαγορών και συνεχίσει να εκπληρώσει θετικά σε όγκους και περιθώρια κέρδους
- Στο αρνητικό σενάριο, η τιμή θα μπορούσε να υποχωρήσει στα €35 περίπου, σε ενδεχόμενο επιβράδυνσης της ανάπτυξης, χαμηλότερης κερδοφορίας, σημαντικής επιδείνωσης των περιθωρίων ή αρνητικών εξελίξεων σε βασικές αγορές, όπως η Ρωσία, καθώς και ενδεχόμενης αναθεώρησης των αποτιμήσεων του κλάδου

Μάκης Αποστόλου
makis@notice.gr



• EUROPASTRY

ΕΞΑΓΟΡΑΖΕΙ ΤΗΝ ΑΜΕΡΙΚΑΝΙΚΗ HIGHLAND BAKING COMPANY

Σε εξαγορά της Highland Baking Company, οικογενειακής αμερικανικής εταιρείας παραγωγής premium αρτοσκευασμάτων για τον κλάδο της μαζικής εστίασης, θα προχωρήσει η Europastry, εταιρεία παραγωγής κατεψυγμένων προϊόντων αρτοποιίας.

Η Highland Baking Company διαθέτει δύο παραγωγικές μονάδες, στο Northbrook και στο Spartanburg.

ΔΕΝ ΑΛΛΑΖΕΙ ΕΜΠΟΡΙΚΗ ΕΠΩΝΥΜΙΑ

Η εταιρεία θα συνεχίσει να δραστηριοποιείται με την υφιστάμενη εμπορική επωνυμία και τη σημερινή διοικητική της ομάδα, διασφαλίζοντας τη συνέχεια των εργασιών της.

Η εξαγορά αναμένεται να ενισχύσει την παρουσία της Europastry στην Βόρεια Αμερική, μία από τις σημαντικότερες και ταχύτερα αναπτυσσόμενες αγορές της παγκόσμιας βιομηχανίας αρτοποιίας.

Η συμφωνία φέρνει κοντά δύο εταιρείες με συμπληρωματικά χαρτοφυλάκια προϊόντων, δημιουργώντας έναν διεθνή όμιλο αρτοποιίας με συνδυασμένο ετήσιο κύκλο εργασιών που ξεπερνά τα \$2,3 δισ.

ΠΟΙΑ ΕΙΝΑΙ ΤΑ ΣΧΕΔΙΑ

Η Europastry σχεδιάζει σημαντικές επενδύσεις στις Ηνωμένες Πολιτείες, με στόχο την αύξηση της παραγωγικής δυναμικότητας και την ανάπτυξη νέων προϊόντων. Η συναλλαγή τελεί υπό την αίρεση των συνήθων εγκρίσεων από τις αρμόδιες ρυθμιστικές αρχές και αναμένεται να ολοκληρωθεί κατά το δεύτερο εξάμηνο του 2026.

• ΗΠΑ ΣΧΕΔΟΝ ΣΕ ΕΠΙΠΕΔΑ ΡΕΚΟΡ ΟΙ ΤΙΜΕΣ ΤΟΥ ΒΟΔΙΝΟΥ – Η ΖΗΤΗΣΗ ΠΑΡΑΜΕΝΕΙ ΥΨΗΛΗ

Καθώς οι Αμερικανοί ετοιμάζονταν να... ανάψουν τις ψησταριές τους για την Ημέρα Ανεξαρτησίας των ΗΠΑ (4η Ιουλίου), βρίσκονταν αντιμέτωποι με μία από τις υψηλότερες τιμές βοδινού κρέατος που έχουν καταγραφεί ποτέ. Παρά το αυξημένο κόστος, η ζήτηση για βοδινό κρέας και μοσχαρίσιες μπριζόλες παραμένει ισχυρή.

Η ΑΙΤΙΑ ΤΩΝ ΑΥΞΗΣΕΩΝ

Οι τιμές έχουν εκτοξευθεί, καθώς το απόθεμα βοοειδών στις Ηνωμένες Πολιτείες έχει υποχωρήσει στο χαμηλότερο επίπεδο των τελευταίων δεκαετιών, έπειτα από χρόνια ξηρασίας, αυξημένου κόστους ζωοτροφών και συρρίκνωσης του ζωικού κεφαλαίου.

Η περιορισμένη προσφορά οδήγησε σε σημαντική αύξηση των τιμών τόσο στα super market, όσο και στην εστίαση.

Αν και οι τιμές υποχώρησαν ελαφρώς τον Μάιο, μετά τα ιστορικά υψηλά επίπεδα της άνοιξης, οι καταναλωτές εξακολουθούν να πληρώνουν σχεδόν τιμές ρεκόρ, σύμφω-

να με στοιχεία του U.S. Bureau of Labor Statistics,

DATA Μεταβολή μέσης τιμής (Μάιος)

Κιμάς: \$6,75/λίβρα (+13%)
Μοσχαρίσιες μπριζόλες: \$12,80/λίβρα (+16%)

ΖΗΤΗΣΗ

Ωστόσο, μέχρι στιγμής οι καταναλωτές δεν φαίνεται να εγκαταλείπουν την παραδοσιακή καλοκαιρινή συνήθεια του μπάρμπεκιου. Εκπρόσωπος της Kroger δήλωσε στο CNBC ότι η ζήτηση για μοσχαρίσιες μπριζόλες παραμένει ιδιαίτερα υψηλή, ενώ αυξάνεται και το ενδιαφέρον για premium και βιολογικές επιλογές.

Παράλληλα, σύμφωνα με στοιχεία της NielsenIQ, το βοδινό κατέγραψε τη μεγαλύτερη αύξηση σε αξία πωλήσεων μεταξύ όλων των κατηγοριών τροφίμων ενόψει της 4ης Ιουλίου, με τις πωλήσεις να αυξά-



νονται κατά περίπου \$352 εκατ. σε σύγκριση με πέρυσι.

Η “ΠΡΟΣΙΤΗ ΠΟΛΥΤΕΛΕΙΑ”

Η NielsenIQ επισημαίνει ότι οι μπριζόλες θεωρούνται ολοένα και περισσότερο μια μορφή “προσιτής πολυτέλειας”, για την οποία οι καταναλωτές είναι διατεθειμένοι να πληρώσουν περισσότερα, εξοικονομώντας χρήματα από άλλες αγορές.

Ταυτόχρονα, οι αγοραστές δίνουν μεγαλύτερη βαρύτητα στην ποιότητα, προτιμώντας χαρακτηριστικά όπως η πιστοποίηση USDA Prime, το κρέας χωρίς προσθήκη ορμονών, τα βοοειδή ελεύθερας βοσκής και το κρέας χωρίς χρήση αντιβιοτικών.

• JERSEY MIKE'S ΚΑΤΕΘΕΣΕ ΑΙΤΗΣΗ ΓΙΑ IPO ΣΤΟ ΧΡΗΜΑΤΙΣΤΗΡΙΟ ΤΗΣ ΝΕΑΣ ΥΟΡΚΗΣ

Η αλυσίδα καταστημάτων σάντουιτς Jersey Mike's υπέβαλε αίτηση για IPO, γνωστοποιώντας ότι οι πωλήσεις στα ίδια καταστήματα αυξήθηκαν σωρευτικά κατά 50% την περίοδο 2020-2025.

Σύμφωνα με το ενημερωτικό δελτίο που κατέθεσε στις αρμόδιες αρχές, η Jersey Mike's κατέγραψε το 2025 καθαρά κέρδη \$55 εκατ. και έσοδα \$724 εκατ.

Η επίδοση αυτή ξεχωρίζει σε έναν κλάδο όπου οι περισσότερες αλυσίδες έχουν καταγράψει επιβράδυνση πωλήσεων τα τελευταία δύο χρόνια, καθώς οι καταναλωτές περιορίζουν τις δαπάνες τους για φαγητό εκτός σπιτιού.

ΤΟ ΔΙΚΤΥΟ ΤΗΣ JERSEY MIKE'S

Σήμερα, η Jersey Mike's διαθέτει σχεδόν 3.300 καταστήματα, αποτελώντας τη δεύ-

τερη μεγαλύτερη αλυσίδα σάντουιτς τύπου hoagie στις Ηνωμένες Πολιτείες μετά την Subway.

Περίπου 2.000 καταστήματα έχουν ανοίξει την τελευταία δεκαετία, ενώ σχεδόν ολόκληρο το δίκτυο λειτουργεί με το μοντέλο franchise, με τα έσοδα να προέρχονται κυρίως από δικαιώματα εκμετάλλευσης και διαφημιστικές εισφορές.

Περισσότερο από έναν χρόνο πριν, η Blackstone απέκτησε πλειοψηφικό πακέτο μετοχών της εταιρείας, σε συμφωνία που, σύμφωνα με πληροφορίες, αποτίμησε τη Jersey Mike's περίπου στα \$8 δισ. Μετά τη συμφωνία, τη θέση του Διευθύνοντος Συμβούλου ανέλαβε ο Charlie Morrison, πρώην επικεφαλής της Wingstop.

Ο ιδρυτής Peter Cancro, ο οποίος ξεκίνησε να εργάζεται σε κατάστημα σάντουιτς



Charlie Morrison,
CEO,
Jersey Mike's

σε ηλικία 14 ετών και εξαγόρασε το Mike's Subs το 1975, διατηρεί σημαντικό ποσοστό συμμετοχής και παραμένει μέλος του Διοικητικού Συμβουλίου, δηλώνοντας ότι θα συνεχίσει να συμμετέχει ενεργά στην ανάπτυξη της εταιρείας στις ΗΠΑ και διεθνώς.

• ΑΝΑΣΤΑΣΙΟΣ ΓΙΑΓΚΟΓΛΟΥ (ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΕΝΩΣΗ ΚΑΦΕ) ΑΝΗΣΥΧΙΑ ΛΟΓΩ ΕΛ ΝΙΝΙΟ, ΣΤΑΘΕΡΗ Η ΑΓΟΡΑ ΜΕΧΡΙ ΤΟΝ ΣΕΠΤΕΜΒΡΙΟ

Σε περίοδο μεταβλητότητας εισέρχεται η αγορά του καφέ, με τις διεθνείς τιμές να επηρεάζονται από κλιματικούς παράγοντες στην Βραζιλία και αυξημένη χρηματιστηριακή δραστηριότητα.

Όπως επισημαίνει στο FNB Daily, ο Πρόεδρος της Ελληνικής Ένωσης Καφέ, Αναστάσιος Γιάγκογλου, η πρόσφατη αναταραχή συνδέεται με καιρικά φαινόμενα που αποδίδονται στο Ελ Νίνιο, δημιουργώντας αβεβαιότητα για την παραγωγή στην Βραζιλία, τον μεγαλύτερο εξαγωγέα καφέ παγκοσμίως.

Ο ΡΟΛΟΣ ΤΩΝ ΑΓΟΡΩΝ

Σύμφωνα με τον κ. Γιάγκογλου, μαζί με την αβεβαιότητα στην παραγωγή τη μεταβλητότητα ενισχύει και η χρηματιστηριακή διαπραγμάτευση. Όπως αναφέρει, "υπάρχει μεγάλη ανησυχία για το Ελ Νίνιο" και επισημαίνει ότι οι παραγωγοί και οι εξαγωγείς εμφανίζονται επιφυλακτικοί, χωρίς να υπάρχει ξεκάθαρη εικόνα για την εξέλιξη της προσφοράς.

Παράλληλα, σημειώνει ότι η μετάδοση των ανατιμήσεων στην ελληνική αγορά δεν είναι άμεση, καθώς οι τελευταίες αγορές έχουν πραγματοποιηθεί περίπου 1 έως 1,5 μήνα πριν.

ΠΟΙΑ ΘΑ ΕΙΝΑΙ Η ΣΤΑΣΗ ΤΗΣ ΕΛΛΗΝΙΚΗΣ ΑΓΟΡΑΣ

Σύμφωνα με τον ίδιο, η αγορά του καφέ στην Ελλάδα εμφανίζει έως τώρα αντοχές, με σημαντικό μέρος των ανατιμήσεων να απορροφάται από την εφοδιαστική αλυσίδα.

"Η προσωπική μου εκτίμηση είναι πως, λόγω της αντοχής του κλάδου και του ανταγωνισμού, θα απορροφηθεί το μεγαλύτερο μέρος των ανατιμήσεων, εκτός αν υπάρξει πολύ μεγάλη αύξηση", αναφέρει χαρακτηριστικά, προσθέτοντας ότι υπάρχει και συμφωνημένη στάση της αγοράς για αποφυγή ανατιμήσεων έως τον Σεπτέμβριο. Ο ίδιος διευκρινίζει ότι η εκτίμηση αυτή αποτελεί προσωπική άποψη.

ΠΙΕΣΕΙΣ ΣΤΑ ΠΕΡΙΘΩΡΙΑ ΚΑΙ ΠΕΡΙΟΡΙΣΜΕΝΑ ΑΠΟΘΕΜΑΤΑ

Ο κλάδος του καφέ έχει ήδη περάσει μια περίοδο έντονων πιέσεων, με αυξήσεις που σε προηγούμενες φάσεις ξεπέρασαν το 100%, ενώ η τελική μετακύλιση στην αγορά ήταν σημαντικά χαμηλότερη.

Ο κ. Γιάγκογλου σημειώνει ότι τα μεικτά περιθώρια κέρδους το 2025 κινήθηκαν σε οριακά επίπεδα, γεγονός που περιορίσε τη δυνατότητα συνέχισης της απορρόφησης κόστους.



Αναστάσιος
Γιάγκογλου,
Πρόεδρος, Ελ-
ληνική Ένωση
Καφέ

Παράλληλα, αναφέρει ότι τα αποθέματα διεθνώς παραμένουν περιορισμένα, με εκτιμήσεις να κάνουν λόγο για κάλυψη περίπου 45 έως 60 ημερών, καθώς οι υψηλές τιμές δεν επέτρεψαν τη δημιουργία ισχυρών αποθεμάτων.

ΤΙ ΓΙΝΕΤΑΙ ΣΤΟ ΔΙΕΘΝΕΣ ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝ

Σύμφωνα με στοιχεία της αγοράς που επικαλούνται διεθνείς αναλυτές, τα συμβόλαια arabica έχουν καταγράψει ανοδική πορεία, με ισχυρή επενδυτική δραστηριότητα και αυξημένη τοποθέτηση σε ανοδικά στοιχεία, καθώς οι ανησυχίες για την παραγωγή στην Βραζιλία εντείνονται.

Η μεταβλητότητα αποδίδεται τόσο σε κλιματικές συνθήκες, όσο και σε προσδοκίες για την παγκόσμια προσφορά, με αναλυτές να επισημαίνουν ότι η αγορά κινείται συχνά με βάση προσδοκίες για μελλοντικές διαταραχές και όχι μόνο τα τρέχοντα δεδομένα παραγωγής.

Η μεταβολή της τιμής του καφέ από τις 26/6 μέχρι και τις 3/7

US Coffee C Futures ▼ 302.15 -7.75 (-2.50%)

Analyze chart



1 Day -2.50%	1 Week +8.97%	1 Month +16.20%	3 Months +1.96%	6 Months -15.70%	1 Year +3.43%	5 years +97.44%	Max +58.94%
-----------------	------------------	--------------------	--------------------	---------------------	------------------	--------------------	----------------

ΠΡΟΟΠΤΙΚΕΣ

Όπως εκτιμά ο Πρόεδρος της Ελληνικής Ένωσης Καφέ, οι όποιες αλλαγές στις τιμές είναι πιθανότερο να αποτυπωθούν από τον Σεπτέμβριο και μετά, εκτός εάν προκύψουν ακραία

καιρικά ή χρηματιστηριακά γεγονότα μέσα στο καλοκαίρι.

Παράλληλα, σημειώνει ότι η αγορά του καφέ αναμένεται να παραμείνει χωρίς ιδιαίτερες μεταβολές την περίοδο του καλοκαιριού, λόγω

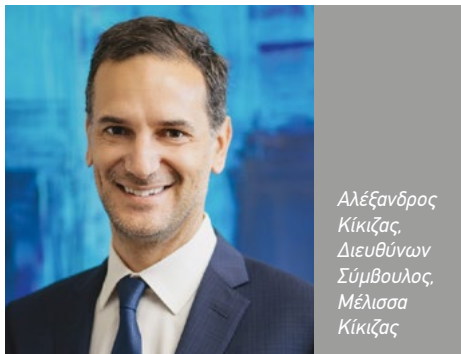
υφιστάμενων δεσμεύσεων και της γενικότερης προσπάθειας αποφυγής νέων ανατιμήσεων.

Μάριος Δελατόλας
marios@notice.gr

• **TERRA CRETA**

ΔΕΥΤΕΡΟ ΕΛΑΙΟΠΟΙΕΙΟ ΣΤΗΝ ΜΕΣΑΡΑ ΜΕ ΝΕΟ ΜΟΝΤΕΛΟ ΣΥΝΕΡΓΑΣΙΑΣ ΜΕ ΠΑΡΑΓΩΓΟΥΣ

Στην υλοποίηση νέων επενδύσεων, που διευρύνουν την παραγωγική της δυναμικότητα και ενισχύουν τη διασύνδεσή της με τον πρωτογενή τομέα, προχωρά η Terra Creta, έχοντας ως βασικό



Αλέξανδρος
Κίκιζας,
Διευθύνων
Σύμβουλος,
Μέλισσα
Κίκιζας

κό έργο τη δημιουργία δεύτερου ελαιοποιείου στην Μεσαρά Κρήτης, μία από τις σημαντικότερες ελαιοπαραγωγικές περιοχές της χώρας. Η επένδυση υπερβαίνει την ανάπτυξη νέων παραγωγικών υποδομών, καθώς συνοδεύεται από ένα νέο πλαίσιο συνεργασίας με παραγωγούς της περιοχής των Αστερουσίων. Μέσω του συγκεκριμένου μοντέλου, η εταιρεία επιδιώκει να συνδυάσει την εξειδίκευση των τοπικών παραγωγών στην καλλιέργεια του ελαιοκάρπου με τη δική της τεχνογνωσία στην ελαιοποίηση, την τυποποίηση και την ανάπτυξη διεθνών αγορών.

Σύμφωνα με πηγές κοντά στη διοίκηση, η πρωτοβουλία αποσκοπεί στη δημιουργία ενός περισσότερο ολοκληρωμένου παραγωγικού μοντέλου, ενισχύοντας τη σύνδεση της πρωτογενούς παραγωγής με τη μεταποίηση και τις εξαγωγές. Η εταιρεία εκτιμά ότι αντίστοιχες συνεργείες μπορούν να συμβάλουν στη δημιουργία μεγαλύτερης προστιθέμενης αξίας για όλους τους κρίκους της αλυσίδας, ενισχύοντας παράλληλα την ανταγωνιστικότητα της ελληνικής ελαιοκομίας και τη διεθνή παρουσία του ελληνικού εξαιρετικού παρθένου ελαιολάδου.

ΣΤΑΘΕΡΗ ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΗ ΠΑΡΑ ΤΙΣ ΔΙΑΚΥΜΑΝΣΕΙΣ ΤΩΝ ΤΙΜΩΝ

Παράλληλα, η θυγατρική της Melissa Kikizas διατηρεί αμετάβλητο τον μακροπρόθεσμο αναπτυξιακό της σχεδιασμό, παρά τις έντονες διακυμάνσεις που καταγράφονται τα τελευταία χρόνια στην παραγωγή και στις διεθνείς τιμές του ελαιολάδου.

Η διοίκηση της εταιρείας επισημαίνει ότι οι βραχυπρόθεσμες μεταβολές της αγοράς δεν επηρεάζουν τον στρατηγικό της προσανατολισμό, ο οποίος βασίζεται στη διαχρονική επένδυση στην ποιότητα, την εξωστρέφεια και την ενίσχυση της προστιθέμενης αξίας του ελληνικού εξαιρετικού παρθένου ελαιολάδου. Παρά το απαιτητικό περιβάλλον που διαμορφώνουν οι υψηλές τιμές, η Terra Creta συνεχίζει να επενδύει στη μακροπρόθεσμη ανάπτυξη της κατηγορίας, με στόχο την περαιτέρω ενίσχυση της θέσης του ελληνικού ελαιολάδου τόσο στην εγχώρια αγορά, όσο και στο εξωτερικό.

Στο πλαίσιο αυτό, θεωρεί ότι η ενίσχυση της διεθνούς παρουσίας του ελληνικού εξαιρετικού παρθένου ελαιολάδου αποτελεί διαχρονική προτεραιότητα, ανεξάρτητα από τις πρόσκαιρες διακυμάνσεις που καταγράφονται στην παγκόσμια αγορά.

Στέλλα Αυγουστάκη
stella@notice.gr

Business OPINION



ΕΛΛΑΔΑ – ΙΝΔΙΑ: ΜΙΑ ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΗ ΕΥΚΑΙΡΙΑ ΓΙΑ ΤΗΝ ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΑΓΡΟΔΙΑΤΡΟΦΗ

Του Βασίλη Ανδρικόπουλου*

Η πρόσφατη επιχειρηματική αποστολή της Ινδίας στην Αθήνα και το Business Forum που διοργάνωσαν το Εμπορικό και Βιομηχανικό Επιμελητήριο Αθηνών (ΕΒΕΑ), η Enterprise Greece και η Πρεσβεία της Ινδίας στην Αθήνα επιβεβαίωσαν ότι οι ελληνοϊνδικές οικονομικές σχέσεις εισέρχονται σε μια νέα, πιο ώριμη και ουσιαστική φάση.

Είχα την τιμή, ως Πρόεδρος του Μεταποιητικού Τμήματος του ΕΒΕΑ, να συντονίσω το Roundtable Discussion για τον κλάδο Food & Agriculture, μαζί με τον Amit Sawhney, Managing Director της KIZ Foods, με βασική παρέμβαση του Ανδρέα Χασάπη, General Manager και Head of Commercial Banking της Eurobank. Η συζήτηση επικεντρώθηκε σε ένα κρίσιμο ερώτημα: πώς οι επιχειρηματικές ευκαιρίες μπορούν να μετατραπούν σε μακροχρόνιες εμπορικές και επενδυτικές συνεργασίες. Η Ινδία, με περισσότερους από 1,4 δισεκατομμύρια κατοίκους και μία από τις ταχύτερα αναπτυσσόμενες οικονομίες παγκοσμίως, εξελίσσεται σε μία από τις σημαντικότερες αγορές τροφίμων του κόσμου. Η συνεχής αύξηση της μεσαίας τάξης, που εκτιμάται ότι θα ξεπεράσει τα 500 εκατομμύρια καταναλωτές μέσα στην επόμενη δεκαετία, δημιουργεί αυξανόμενη ζήτηση για ποιοτικά, ασφαλή και επώνυμα προϊόντα διατροφής. Για την Ελλάδα, η συγκυρία είναι ιδιαίτερα ευνοϊκή. Το διμερές εμπόριο ξεπέρασε το €1,37 δισ. το 2025, καταγράφοντας ιστορικό υψηλό, ενώ οι δυνατότητες ανάπτυξης παραμένουν σημαντικά μεγαλύτερες, ιδιαίτερα στον αγροδιατροφικό τομέα. Προϊόντα όπως το εξαιρετικό παρθένο ελαιόλαδο, τα κρασιά ΠΟΠ, τα γαλακτοκομικά, τα μεταποιημένα τρόφιμα και συνολικά η μεσογειακή διατροφή μπορούν να αποκτήσουν ισχυρότερη παρουσία σε μία αγορά που αναζητά προϊόντα υψηλής ποιότητας και προστιθέμενης αξίας.

Παράλληλα, η Ελλάδα ενισχύει τον ρόλο της ως πύλη εισόδου προς την Ευρώπη. Η στρατηγική της θέση, οι σύγχρονες λιμενικές και εφοδιαστικές υποδομές, αλλά και η ανάπτυξη του India-Middle East-Europe Economic Corridor (IMEC) δημιουργούν νέες προοπτικές για την ενίσχυση των εμπορικών ροών μεταξύ Ινδίας και Ευρώπης.

Το βασικό συμπέρασμα του Roundtable ήταν ξεκάθαρο: η επόμενη φάση των ελληνοϊνδικών σχέσεων δεν θα κριθεί από τις προθέσεις, αλλά από τις συνεργασίες που θα δημιουργηθούν. Η ελληνική αγροδιατροφή διαθέτει ποιότητα, τεχνογνωσία και ισχυρά brands. Η Ινδία διαθέτει μέγεθος, δυναμική ζήτηση και αναπτυσσόμενα δίκτυα διανομής. Ο συνδυασμός αυτών των δύο μπορεί να αποτελέσει έναν νέο πυλώνα ανάπτυξης για τις ελληνικές εξαγωγές και μια σημαντική ευκαιρία για την ενίσχυση της εξωστρέφειας της ελληνικής μεταποίησης.

*Ο Βασίλης Ανδρικόπουλος είναι Πρόεδρος Μεταποιητικού Τμήματος, ΕΒΕΑ

• **ARIVIA**

ΕΣΤΙΑΣΗ ΣΤΗΝ VIOLIFE ΜΕ ΣΤΟΧΟ ΤΗΝ ΑΝΑΚΑΜΨΗ ΜΕΓΕΘΩΝ - ΔΙΨΗΦΙΑ ΠΤΩΣΗ ΤΟΥ EBITDA ΤΟ 2025

Συνεχίστηκε και πέρυσι στους ίδιους ρυθμούς με το 2024, δηλαδή άνω του 7%, η πώση των πωλήσεων για την arivia. Ακόμη μεγαλύτερη, στα επίπεδα του 12,25%, ήταν η πτώση για το EBITDA.

Όπως αναφέρεται στις χρηματοοικονομικές καταστάσεις, το 2025 χαρακτηρίστηκε από σημαντικές πληθωριστικές πιέσεις κυρίως λόγω της αύξησης στις τιμές των πρώτων υλών, υλικών συσκευασίας, ενέργειας, και μισθών κ.ά., που ήταν άμεσα αισθητές ήδη από τα τέλη του 2024.

Η διοίκηση έλαβε σχετικά μέτρα προχωρώντας σε αναγκαίες ανατιμήσεις των προϊόντων. Ταυτόχρονα, σύναψε εγκαίρως συμβάσεις με σημαντικούς προμηθευτές α' υλών προκειμένου να δεσμεύσει ευνοϊκές τιμές για την εταιρεία.

DATA (σε €χιλ.)

Πωλήσεις

2025:	82.966
2024:	89.339
2023:	97.069
EBITDA	
2025:	24.965
2024:	28.450
2023:	30.117

Λειτουργικά κέρδη

2025:	21.783
2024:	25.455
2023:	27.117

Καθαρά κέρδη

2025:	15.312
2024:	19.488
2023:	21.029

ΕΠΙΣΤΡΟΦΗ ΕΠΙΔΟΤΗΣΗΣ

Όπως είχε γράψει και το FNB (20/6/2025), σε έκτακτη Γενική Συνέλευση των μετόχων της arivia που πραγματοποιήθηκε στις 14 Μαΐου 2025, αποφασίστηκε να υποβληθεί αίτηση ανάκλησης των εγκεκριμένων αποφάσεων υπαγωγής επενδυτικών της έργων που είχαν υπαχθεί στις διατάξεις του Αναπτυξιακού Νόμου και να επιστρέψει το ποσό της αναγνωρισθείσας φορολογικής απαλλαγής, συνολικού ύψους €1,625 εκατ. μετά προσαυξήσεων.

Σύμφωνα με τα όσα αναφέρονται στις χρηματοοικονομικές καταστάσεις, η ανάκληση αποφασίστηκε προκειμένου να εξυπηρετηθούν οι ανανεωμένοι στρατηγικοί στόχοι



Χαράλαμπος
Τροχίδης,
CEO, arivia

ανάπτυξης και να αρθούν οι μακροχρόνιες δεσμεύσεις που απορρέουν από τις ανωτέρω εγκριτικές αποφάσεις και οι οποίες θα δυσχέραιναν τις επιχειρηματικές αποφάσεις της arivia και του ομίλου Flora Food στον οποίο ανήκει.

ΕΝΙΣΧΥΣΗ ΤΟΥ BRAND VIOLIFE

Όπως αναφέρεται στις χρηματοοικονομικές καταστάσεις, η εταιρεία στα πλαίσια της ενίσχυσης, προώθησης και επέκτασης του σήματος Violife συνέχισε τη στοχευμένη παγκόσμια διαφημιστική εκστρατεία, "εντάσσοντας στο δυναμικό του έμπειρη ομάδα στελεχών αλλά και δεσμεύοντας σημαντικά κονδύλια για την προώθηση του σήματος, πρωτίστως στις ΗΠΑ και στο Ηνωμένο Βασίλειο". Πρόσφατα η Violife, εταιρεία παραγωγής φυτικών εναλλακτικών τυριών, αλειμμάτων και creamers χωρίς γαλακτοκομικά, ανακοίνωσε τη δημιουργία της νέας σειράς περιεχομένου "Undairy the Dish" σε TikTok και Instagram. Η πρωτοβουλία εντάσσεται στην ευρύτερη καμπάνια "Undairy the Craving" της Flora Food Group, η οποία περιλαμβάνει διαγωνισμούς με δωροκάρτες, συνεργασίες με επαγγελματίες chef, μια πλατφόρμα δημιουργίας συνταγών με Τεχνητή Νοημοσύνη

και πρόγραμμα επιχορηγήσεων για ανερχόμενους επαγγελματίες της γαστρονομίας. Μέσα από τη νέα στρατηγική επικοινωνίας της, η Violife επιχειρεί να αντιμετωπίσει βασικές επιφυλάξεις των καταναλωτών απέναντι στα vegan τυριά, όπως η γεύση, η υφή και η δυνατότητα τήξης τους.

ΠΡΟΤΕΡΑΙΟΤΗΤΕΣ

Βασικές προτεραιότητες της διοίκησης και για τη φετινή χρονιά παραμένουν:

- Η περαιτέρω εκμετάλλευση του παγκόσμιου δικτύου της Flora Food Group για διείσδυση στις αγορές χωρών που μέχρι σήμερα δεν είχε πρόσβαση ή περιορισμένη εμπορική παρουσία
- Η ωφέλεια από τη δημιουργία οικονομικών κλίμακας λόγω των δικτύων διανομής και παραγωγής της Flora Food Group
- Η ενίσχυση της παρουσίας των προϊόντων της εταιρείας στις ΗΠΑ, τον Καναδά, στο Ηνωμένο Βασίλειο, στην Γερμανία και την Ολλανδία με προσθήκη νέων σημείων διάθεσης και ανάπτυξη ιδίων εμπορικών σημάτων (own brands)
- Η εισαγωγή καινοτόμων προϊόντων στην αγορά, μέσω στοχευμένων επενδύσεων σε προσωπικό και στον τομέα της Έρευνας και Ανάπτυξης, με σκοπό την περαιτέρω ανάπτυξη των κύριων αγορών
- Η συνεχής εμπορική ανάπτυξη παρά τις προκλήσεις που δημιουργεί η μείωση του διαθέσιμου εισοδήματος των καταναλωτών

Μάκης Αποστόλου
makis@notice.gr

• **EUPHORIA**

ΣΕ ΠΟΙΕΣ ΕΥΡΩΠΑΪΚΕΣ ΑΓΟΡΕΣ ΕΠΕΚΤΕΙΝΕΤΑΙ – ΤΡΕΧΕΙ ΜΕ ΡΥΘΜΟ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ 40%

Σε φάση ισχυρής ανάπτυξης και με σταθερά υψηλούς ρυθμούς αύξησης πωλήσεων βρίσκεται η Euphoria Meals, η οποία ενισχύει παράλληλα την παραγωγική της βάση και σχεδιάζει περαιτέρω επέκταση τόσο στην εγχώρια, όσο και στη διεθνή αγορά, σύμφωνα με τα όσα δήλωσε στο FNB Daily, η συνιδιοκτήτρια της εταιρείας, Μαρία Μπέρτα Μαρκοπούλου. Μετά από αύξηση των πωλήσεων 40% το 2025 σε σχέση με το 2024, η εταιρεία θέτει ως στόχο τη διατήρηση αντίστοιχης δυναμικής και για το 2026.

Η παραγωγική έδρα της είναι στην Εύβοια, ενώ όπως ανέφερε, η εταιρεία συνεργάζεται φέτος και με ένα εργοστάσιο στο Κορωπί για να πετύχει τον στόχο που είχε θέσει, για διπλασιασμό της παραγωγής.

ΤΑ ΠΡΟΪΟΝΤΑ

Δραστηριοποιείται στην παραγωγή ενεργειακών bars. Τα προϊόντα βασίζονται σε ελληνικό μέλι και ελληνικό ελαιόλαδο, και, σύμφωνα με την εταιρεία, δεν περιέχουν πρόσθετη ζάχαρη ή συντηρητικά.

Τοποθετεί τα προϊόντα της κυρίως σε κανάλια εκτός οργανωμένου λιανεμπορίου, όπως πανεπιστημιακά κυλικεία, νοσοκομεία, delis, καφέ και ξενοδοχεία κατά τη θερινή περίοδο. Επίσης τα προϊόντα της εταιρείας είναι στο θανάπουλο, ενώ βρίσκεται σε συζητήσεις και με τα super market Κρητικός.

Επιπλέον περιλαμβάνονται συνεργασίες στον χώρο των μεταφορών και της

φιλοξενίας.

Μεταξύ αυτών αναφέρεται η Levante Ferries, καθώς και παρουσία σε επιλεγμένους χώρους φιλοξενίας και εστίασης, όπως το Sunny Chalkidiki, το Tatoi Club και το Once in Mykonos.

ΕΞΑΓΩΓΕΣ

Η εταιρεία πραγματοποιεί ήδη εξαγωγές σε Ολλανδία και Πολωνία. Για το επόμενο διάστημα, ο στρατηγικός σχεδιασμός περιλαμβάνει επέκταση σε αγορές όπως το Ηνωμένο Βασίλειο, οι Σκανδιναβικές χώρες και οι χώρες της Βαλτικής, όπου εκτιμάται ότι υπάρχει αυξημένη ζήτηση.

Επιπλέον, εξετάζονται προοπτικές εισόδου στις Ηνωμένες Πολιτείες, ενώ βρίσκονται σε εξέλιξη συζητήσεις με εκπρόσωπο από την Εσθονία, με πιθανή επέκταση δικτύου σε Ρουμανία και Ιταλία. Ανοιχτό παραμένει και το ενδεχόμενο ανάπτυξης σε αγορές της Μέσης Ανατολής.

Σύμφωνα με τη διοίκηση, καταγράφεται σημαντική αύξηση στο κόστος βασικών πρώτων υλών, όπως το πύτουρο βρώμης και το φουντούκι, με το κόστος προμήθειας να έχει σχεδόν τριπλασιαστεί σε ορισμένες περιπτώσεις. Παρά τις πιέσεις στο κόστος, η εταιρεία αναφέρει ότι έχει διατηρήσει σταθερές τις τιμές των προϊόντων της.

Μάριος Δελατόλας

marios@notice.gr



Μαρία Μπέρτα
Μαρκοπούλου,
Συνιδιοκτήτρια,
Euphoria Meals



Διάκριση για τις πολιτικές ισότητας,
διαφορετικότητας και συμπερίληψης

50 **μασούτης**

• ΔΙΑΜΑΝΤΗΣ ΜΑΣΟΥΤΗΣ ΕΛΑΒΕ ΤΟ ΣΗΜΑ ΔΙΑΦΟΡΕΤΙΚΟΤΗΤΑΣ

Η Διαμαντής Μασούτης έλαβε το Σήμα Διαφορετικότητας του Υπουργείου Κοινωνικής Συνοχής και Οικογένειας, την επίσημη αναγνώριση που απονέμεται σε επιχειρήσεις του ιδιωτικού τομέα οι οποίες εφαρμόζουν πολιτικές ισότητας, διαφορετικότητας και συμπερίληψης στους χώρους εργασίας τους. Το Σήμα Διαφορετικότητας απονέμεται σε επιχειρήσεις που ενσωματώνουν στην καθημερινή λειτουργία τους τις αρχές της ισότητας, της διαφορετικότητας και της συμπερίληψης, διαμορφώνοντας ένα εργασιακό περιβάλλον που προάγει τον σεβασμό, την αξιοκρατία και τις ίσες ευκαιρίες για όλους.

ΑΝΑΓΝΩΡΙΣΗ ΤΩΝ ΑΞΙΩΝ ΤΗΣ ΕΤΑΙΡΕΙΑΣ

Ο ESG Manager της Διαμαντής Μασούτης, Μιχαήλ Φυγκιώρης, δήλωσε: "Η απονομή του Σήματος Διαφορετικότητας αποτελεί ιδιαίτερη τιμή για την εταιρεία μας και σημαντική αναγνώριση των αξιών μας, προάγοντας την ισότητα, τη συμπερίληψη και το σεβασμό στον εργασιακό μας χώρο. Στην Διαμαντής Μασούτης Α.Ε. θέλουμε να δημιουργούμε ίσες ευκαιρίες για όλους, στηρίζουμε όλους τους ανθρώπους μας και προσφέρουμε ένα υγιές και καινοτόμο περιβάλλον εργασίας. Ευχαριστούμε το Υπουργείο Κοινωνικής Συνοχής και Οικογένειας για αυτή την πρωτοβουλία και για τη διάκριση, καθώς και όλους τους εργαζομένους της εταιρείας μας που καθημερινά κάνουν πράξη τις αξίες μας".

• **LIDL ΕΛΛΑΣ**

PLATINUM ΔΙΑΚΡΙΣΗ ΣΤΟΝ CR INDEX ΓΙΑ ΔΕΥΤΕΡΗ ΣΥΝΕΧΟΜΕΝΗ ΧΡΟΝΙΑ

Η Lidl Ελλάς επιβεβαιώνει για ακόμη μία χρονιά τη θέση της στον τομέα της βιώσιμης ανάπτυξης και της υπεύθυνης επιχειρηματικότητας, αποσπώντας την Platinum διάκριση στον εθνικό Δείκτη Εταιρικής Ευθύνης CR Index. Πρόκειται για τη δεύτερη συνεχόμενη χρονιά κατά την οποία κατακτά τη συγκεκριμένη διάκριση, η οποία αποτελεί τη δεύτερη υψηλότερη βαθμίδα του θεσμού, αναγνωρίζοντας τη συστηματική επένδυση στις αρχές ESG.

Ο θεσμός διοργανώνεται για 18η συνεχή χρονιά από το Ινστιτούτο Εταιρικής Ευθύνης (Corporate Responsibility Institute – CRI) και αποτελεί εργαλείο αξιολόγησης και σημείο αναφοράς για τη συγκριτική αποτύπωση των επιδόσεων επιχειρήσεων σε τέσσερις βασικούς πυλώνες: την κοινωνία, το περιβάλλον, τους εργαζομένους και την αγορά.

ΕΠΙΒΕΒΑΙΩΣΗ ΤΗΣ ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΗΣ ΤΗΣ

Η Lidl Ελλάς συμμετέχει στον θεσμό από το 2018 και αναγνωρίζεται σταθερά για την απόδοση της στρατηγικής της στην εταιρική κοινωνική υπευθυνότητα και τη βιωσιμότητα. Η



αξιολόγηση πραγματοποιείται βάσει 100 αυστηρών διεθνών κριτηρίων, τα οποία χρησιμοποιούνται ως προαπαιτούμενα σε σημαντικούς ESG δείκτες διεθνώς.

Η Platinum διάκριση αποδίδεται ως επιβεβαίωση μιας ολοκληρωμένης και μακροπρόθεσμης στρατηγικής που ενσωματώνει

τη βιωσιμότητα στον πυρήνα της επιχειρηματικής λειτουργίας της εταιρείας. Παράλληλα, το συγκεκριμένο εργαλείο παρέχει συγκριτικά στοιχεία ανά κλάδο και συμβάλλει στη συνεχή βελτίωση των ESG ratings της εταιρείας, ενισχύοντας την αξιοπιστία της έναντι επενδυτών, τραπεζών και άλλων χρηματοοικονομικών οργανισμών.

“Η διατήρηση της Platinum διάκρισης στον CR Index για δεύτερη συνεχή χρονιά αποτελεί μια σπουδαία επιβεβαίωση της στρατηγικής μας επιλογής να τοποθετούμε τη βιώσιμη ανάπτυξη στον πυρήνα κάθε επιχειρηματικής μας απόφασης. Από το 2020, συμμετέχουμε με συνέπεια σε αυτή την απαιτητική αξιολόγηση, αποδεικνύοντας ότι για τη Lidl Ελλάς η υπευθυνότητα δεν μεταφράζεται σε αποσπασματικές δράσεις, αλλά σε μια διαρκή, μετρήσιμη δέσμευση απέναντι στους ανθρώπους μας, την κοινωνία, το περιβάλλον και την αγορά. Η επιτυχία αυτή ανήκει σε ολόκληρη την ομάδα μας, η οποία καθημερινά κάνει πράξη το όραμά μας για ένα πιο βιώσιμο και δίκαιο αύριο”, δήλωσε η Βασιλική Αδαμίδου, Διευθύντρια Εταιρικών Υποθέσεων & Βιωσιμότητας της Lidl Ελλάς.

• **VINEXPO ASIA**

Η ΚΑΤΑΝΑΛΩΣΗ ΚΡΑΣΙΟΥ ΑΛΛΑΖΕΙ - ΤΙ ΨΑΧΝΟΥΝ ΟΙ ΑΓΟΡΑΣΤΕΣ

Παρά τις εκτιμήσεις μετά την πανδημία ότι η Σιγκαπούρη θα αναλάμβανε τον κυρίαρχο ρόλο για τα κρασιά και τα αλκοολούχα ποτά στην Ασία, το Χονγκ Κονγκ εξακολουθεί να αποτελεί βασική πύλη εισόδου προς την Κίνα και τη Νοτιοανατολική Ασία. Κάτι που επιβεβαίωσε η έκθεση Vinexpo Asia, στα τέλη Μαΐου στο Χονγκ Κονγκ.

Όπως αναφέρεται σε report της ΚΕΟΣΟΕ, οι κινητήριες δυνάμεις της ζήτησης έχουν αλλάξει, καθώς οι αγορές που σχετίζονται με συμπόσια, επίσημες δεξιώσεις και δώρα υποχωρούν προς όφελος μιας πιο εξατομικευμένης κατανάλωσης.

ΜΕΤΑΒΑΛΛΟΝΤΑΙ ΟΙ ΠΡΟΤΙΜΗΣΕΙΣ

Παράλληλα, οι καταναλωτικές προτιμήσεις μεταβάλλονται. Αν και οι Κινέζοι εξακολουθούν να προτιμούν τα κόκκινα κρασιά, τα λευκά, τα αφρώδη και τα ποτά χαμηλής περιεκτικότητας σε αλκοόλ κερδίζουν συνεχώς



έδαφος. Η στροφή προς λιγότερο αλκοόλ και πιο δροσερά ποτά αποτελεί πλέον παγκόσμια τάση, ενώ αγορές όπως η Ιαπωνία και η Νότια Κορέα εξακολουθούν να παρουσιάζουν ενδιαφέρον, παρά τις πιέσεις από τις συναλλαγματικές ισοτιμίες.

Στην Κίνα, ωστόσο, ο ανταγωνισμός είναι εντονότερος και η πίεση στις τιμές μεγαλύτερη. Η αγορά είναι ήδη κορεσμένη και οι καταναλωτές δεν περιμένουν τους παραγωγούς κρασιού. Για τον λόγο αυτό, οι παραγωγοί καλούνται να διαφοροποιηθούν, προσφέροντας προϊόντα με καλή σχέση ποι-

ότητας-τιμής και αναζητώντας οι ίδιοι τους πελάτες τους.

ΠΟΙΑ ΠΡΟΪΟΝΤΑ ΑΝΕΒΑΙΝΟΥΝ

Η μεταβολή των καταναλωτικών προτύπων έχει οδηγήσει στην άνοδο των πιο ελαφριών και φρουτώδων κόκκινων κρασιών, ακόμη και στην Κίνα, που παραδοσιακά προτιμούσε πιο δομημένα κόκκινα κρασιά. Παράλληλα, περιοχές όπως η Κοιλιά του Ροδανού επιδιώκουν να αναδείξουν περισσότερο τα λευκά κρασιά τους, επενδύοντας σε νέες ετικέτες και καινοτόμα προϊόντα, όπως λευκά κρασιά από μαύρα σταφύλια (blanc de noirs), ενώ αυξημένο ενδιαφέρον καταγράφεται και για ορισμένα παλαιωμένα μοσχάτα.

Όπως επισημαίνουν οι επαγγελματίες του κλάδου, η Ασία εξακολουθεί να προσφέρει σημαντικές ευκαιρίες για τους παραγωγούς οίνου, ωστόσο η επιτυχία προϋποθέτει πλέον ολοκληρωμένη εμπορική στρατηγική και όχι μόνο ποιοτικά προϊόντα.

• ΝΕΡΟ

ΚΙΝΗΤΟΠΟΙΗΣΗ ΣΤΟΝ ΑΠΟΚΟΡΩΝΑ ΓΙΑ ΝΑ ΔΙΑΤΗΡΗΘΕΙ Ο ΤΟΠΙΚΟΣ ΧΑΡΑΚΤΗΡΑΣ ΤΗΣ ΕΤΑΝΑΠ

Έντονο ενδιαφέρον και ανησυχία επικρατεί στην τοπική κοινωνία του Αποκόρωνα, αλλά και στους επιχειρηματικούς κύκλους της Κρήτης, σχετικά με το ιδιοκτησιακό καθεστώς της ΕΤΑΝΑΠ. Στο επίκεντρο της αντιπαράθεσης βρίσκεται το μέλλον της ιστορικής εταιρείας εμφιάλωσης του νερού Samaria, η οποία αξιοποιεί τις πηγές του Στύλου Χανίων. Αυτή τη στιγμή, η μετοχική σύνθεση της εταιρείας λαϊκής βάσης διαμορφώνεται ως εξής: ~29% ελέγχεται από τη Συνεταιριστική Τράπεζα Χανίων (υπό την ηγεσία του Μιχάλη Μαρακάκη)

~32% ανήκει στην ANEK

~14% κατέχει προσωπικά ο Πρόεδρος της εταιρείας, Μανώλης Αποστολάκης

Το υπόλοιπο ποσοστό ~25% βρίσκεται διάσπαρτο σε εργαζόμενους και κατοίκους της περιοχής.

ΠΩΣ ΠΡΟΕΚΥΨΕ ΤΟ ΠΡΟΒΛΗΜΑ

Το πρόβλημα ανέκυψε καθώς ο Μ. Μαρακάκης φαίνεται να προωθεί την άμεση πώληση του πακέτου μετοχών της τράπεζας σε τρεις συγκεκριμένους επενδυτές, έναντι €16 ανά μετοχή, παρακάμπτοντας ανοιχτές διαγωνιστικές διαδικασίες. Η κίνηση αυτή προκαλεί αντιδράσεις, καθώς Κρητικοί επιχειρηματίες έχουν ήδη εκδηλώσει ενδιαφέρον, καταθέ-

τοντας, μάλιστα, σύμφωνα με πληροφορίες, οικονομικά ανώτερη προσφορά.

Παρά το γεγονός ότι η αγορά της Κρήτης βουίζει για μια απόφαση, που ζημιώνει οικονομικά την ίδια την τράπεζα και έρχεται σε ευθεία σύγκρουση με το κοινό αίσθημα των κατοίκων, η διοίκηση της Τράπεζας Χανίων δείχνει αποφασισμένη να προχωρήσει.

ΤΟ ΨΗΦΙΣΜΑ ΤΟΥ ΔΗΜΟΤΙΚΟΥ ΣΥΜΒΟΥΛΙΟΥ Αντιδρώντας άμεσα, το Δημοτικό Συμβούλιο Αποκορώνου εξέδωσε ομόφωνο ψήφισμα, καλώντας τη διοίκηση της ΕΤΑΝΑΠ και της τράπεζας σε ανοιχτό διάλογο. Παράλληλα, δόθηκε εντολή στον Δήμαρχο να διερευνήσει τη δυνατότητα συγκέντρωσης κεφαλαίων από ντόπιους επενδυτές, ώστε να εξαγοραστούν οι μετοχές και να παραμείνουν σε κρητικά χέρια.

ΚΛΕΙΔΙ Η ΣΤΑΣΗ ΑΠΟΣΤΟΛΑΚΗ

Κλειδί θεωρείται η στάση, που θα κρατήσει ο Μανώλης Αποστολάκης για την έκβαση της υπόθεσης. Για την τοπική κοινωνία, το ζήτημα είναι βαθιά συναισθηματικό: Η ΕΤΑΝΑΠ ιδρύθηκε το 1978 με όραμα του εμβληματικού Μητροπολίτη Ειρηναίου Γαλανάκη και από το 1980 αποτελεί τον βασικότερο οικονομικό και εργασιακό πυλώνα της περιοχής.



Μιχάλης Μαρακάκης, Πρόεδρος Συνεταιριστικής Τράπεζας Χανίων

BNB
DAILY

BUSINESS IN BRIEF

**ΚΑΘΕ ΠΡΩΙ
ΣΤΟ EMAIL ΣΑΣ!**

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

ΜΑΖΙ ΜΕ ΤΟ BNB DAILY:

BnBeauty

Γίνε
συνδρομητής
εδώ



• ΣΚΛΑΒΕΝΙΤΗΣ

ΕΝΙΣΧΥΕΙ ΤΗΝ ΠΑΡΑΓΩΓΙΚΗ ΚΑΘΕΤΟΠΟΙΗΣΗ ΜΕ ΝΕΑ ΘΥΓΑΤΡΙΚΗ, ΕΠΕΚΤΕΙΝΕΙ ΤΑ ΝΕΑ CONCEPTS ΛΙΑΝΙΚΗΣ

Σε τρεις άξονες υλοποιεί αυτήν την περίοδο το επενδυτικό και επιχειρηματικό της πλάνο η Σκλαβενίτης: ενισχύει την παραγωγική της βάση αλλά και την παρουσία της στη λιανική μέσω νέων formats και αναβαθμίσεων του υφιστάμενου δικτύου. Οι τελευταίες κινήσεις της εταιρείας αποτυπώνουν μια στρατηγική που εκτείνεται από την καθετοποίηση της παραγωγής, έως την εξέλιξη των σημείων πώλησης και την προσαρμογή τους στις νέες καταναλωτικές ανάγκες.

Η ΝΕΑ ΘΥΓΑΤΡΙΚΗ

Σύμφωνα με πληροφορίες του Fnb Daily, η σύσταση της νέας εταιρείας, Κηφισός Ελληνικά Συσκευαστήρια Μονοπρόσωπη, αποτελεί μέρος της διαδικασίας διαχωρισμού των υφιστάμενων παραγωγικών δραστηριοτήτων του ομίλου σε ξεχωριστή εταιρική οντότητα. Η νέα εταιρεία ιδρύθηκε με μετοχικό κεφάλαιο €3,5 εκατ., το οποίο καλύφθηκε εξ ολοκλήρου από τη μοναδική μέτοχο, την Ελληνική Χαρτοβιομηχανία Γλάρος, θυγατρική του ομίλου Σκλαβενίτη.

Η δραστηριότητα περιλαμβάνει:

- την παραγωγή επεξεργασμένων και συντηρημένων ξηρών καρπών
- την επεξεργασία, τυποποίηση και συσκευασία αγροτικών προϊόντων, οσπρίων, βοτάνων και μπαχαρικών
- την παραγωγή αποξηραμένων φρούτων
- τη χονδρική εμπορία ξηρών καρπών και σιτηρών
- την παροχή υπηρεσιών συσκευασίας

Με έδρα το Περιστέρι και διάρκεια λειτουργίας 50 ετών, η εταιρεία διοικείται από πενταμελές διοικητικό συμβούλιο, με πρόεδρο τη Μαρία Σκλαβενίτου και διευθύνοντα σύμβουλο τον Γεράσιμο Σκλαβενίτη.

ΧΑΡΤΟΦΥΛΑΚΙΟ

Η νέα εταιρική δομή διευρύνει το παραγωγικό αποτύπωμα που έχει αναπτύξει τα τελευταία χρόνια ο όμιλος μέσω εξειδικευμένων θυγατρικών. Στο χαρτοφυλάκιο του περιλαμβάνονται ήδη:

- η Γλάρος στον τομέα των χαρτικών
- η Baker Master στην παραγωγή προϊόντων ζύμης
- η Meat House στην επεξεργασία κρέατος
- η Αύρα Παραγωγή Γευμάτων, που υλοποιεί στην Μαγούλα μία από τις μεγαλύτερες παραγωγικές επενδύσεις του ομίλου στον τομέα των έτοιμων γευμάτων



Γεράσιμος
Σκλαβενίτης,
Επικεφαλής,
Ελληνικές
Υπεραγορές
Σκλαβενίτη

Με την προσθήκη της Κηφισός Ελληνικά Συσκευαστήρια, ο όμιλος επεκτείνεται πλέον οργανωμένα και στον τομέα της επεξεργασίας και τυποποίησης ξηρών καρπών και λοιπών αγροτικών προϊόντων.

ΝΕΑ ΣΗΜΕΙΑ FOOD TO GO ΣΤΟΝ ΙΟΥΛΙΟ

Την ίδια στιγμή, η Σκλαβενίτης συνεχίζει την ανάπτυξη του νέου concept καταστημάτων Food to Go. Σύμφωνα με πληροφορίες του Fnb Daily, μέσα στον Ιούλιο προγραμματίζεται η λειτουργία ακόμη δύο νέων σημείων, εκ των οποίων το ένα θα βρίσκεται στο κέντρο της Αθήνας. Η επέκταση του συγκεκριμένου format εντάσσεται στη στρατηγική για ενίσχυση της παρουσίας της στην αγορά του

convenience retail, διευρύνοντας τις επιλογές γρήγορης εξυπηρέτησης και έτοιμων λύσεων για τον καταναλωτή, παράλληλα με το παραδοσιακό δίκτυο υπεραγορών.

ΑΝΑΚΑΙΝΙΣΗ ΔΥΟ ΣΗΜΕΙΩΝ SELF SERVICE

Παράλληλα με την ανάπτυξη νέων formats, ο όμιλος επενδύει και στον εκσυγχρονισμό του υφιστάμενου δικτύου καταστημάτων. Πρόσφατα ολοκληρώθηκαν οι ανακαινίσεις δύο καταστημάτων self-service, στην Δάφνη, επί της οδού Καφαντάρη, και στον Άγιο Δημήτριο, επί της οδού Λιδωρικίου.

Στέλλα Αυγουστάκη
stella@notice.gr

• NESTLÉ ΕΞΕΤΑΖΕΙ ΜΕΙΩΣΕΙΣ ΣΤΟΝ ΚΑΦΕ ΜΕΤΑ ΤΗΝ ΑΠΟΚΛΙΜΑΚΩΣΗ ΤΟΥ ΚΟΣΤΟΥΣ

Η Nestlé θα λάβει υπόψη τη μείωση των τιμών των κόκκων καφέ κατά τον καθορισμό των λιανικών τιμών των προϊόντων της, δήλωσε στο Reuters ανώτατο στέλεχος της εταιρείας, αφήνοντας ανοιχτό το ενδεχόμενο να υπάρξει ανακούφιση για τους καταναλωτές, οι οποίοι τα τελευταία χρόνια έχουν βρεθεί αντιμέτωποι με σημαντικές αυξήσεις.

Οι τιμές του καφέ κατέγραψαν έντονη άνοδο το 2024 και έφθασαν σε ιστορικά υψηλά επίπεδα το 2025, καθώς οι δυσμενείς καιρικές συνθήκες επηρέασαν την παγκόσμια παραγωγή. Ωστόσο, από τις αρχές του έτους οι τιμές των κόκκων ακολουθούν γενικά πτωτική πορεία.

“Η μείωση των τιμών του καφέ είναι θετική για όλους, καθώς μειώνει το κόστος και ενδέχεται να οδηγήσει και σε χαμηλότερες τιμές για τους καταναλωτές”, δήλωσε ο επικεφαλής της στρατηγικής επιχειρηματικής μονάδας καφέ της Nestlé, Axel Touzet.

“Θα προσαρμοστούμε ανάλογα με τις συνθήκες και τις ιδιαιτερότητες κάθε αγοράς, αλλά να, θα λάβουμε υπόψη τη μείωση των τιμών



Philipp Navratil,
CEO, Nestlé

όταν αποφασίσουμε για την τιμολογιακή πολιτική των προϊόντων καφέ”, πρόσθεσε.

ΠΟΤΕ ΘΑ ΦΤΑΣΟΥΝ ΣΤΟΥΣ ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΕΣ

Οι δηλώσεις του Touzet αποτελούν μέχρι στιγμής την πιο σαφή ένδειξη ότι η Nestlé ενδέχεται να προχωρήσει σε μειώσεις των τιμών του καφέ, έπειτα από τις σημαντικές ανατιμήσεις των τελευταίων ετών.

Ο Touzet διευκρίνισε ότι οι τελικές τιμές για τους καταναλωτές θα εξαρτηθούν από τα διαθέσιμα αποθέματα, καθώς και από τις τιμές στις οποίες η εταιρεία προμηθεύτηκε τον καφέ. Σύμφωνα με ειδικούς της αγοράς καφέ, απαιτούνται τουλάχιστον εννέα μήνες μέχρι οι μεταβολές στις τιμές των πρώτων

υλών να περάσουν στις τελικές τιμές που πληρώνουν οι καταναλωτές. Αυτό οφείλεται, μεταξύ άλλων, στον χρόνο που απαιτείται για το καβούρδισμα, αλλά και στις διαπραγματεύσεις των συμβολαίων προμήθειας.

Ως αποτέλεσμα, οι τιμές στα καταστήματα λιανικής και στις καφετέριες παραμένουν σε υψηλά επίπεδα, παρά την αποκλιμάκωση των διεθνών τιμών των κόκκων.

Η ΣΤΡΟΦΗ ΣΕ ΦΥΣΙΚΑ ΧΡΩΜΑΤΑ

Νωρίτερα μέσα στην εβδομάδα, η Nestlé ανακοίνωσε ότι σχεδιάζει να καταργήσει τις τεχνητές χρωστικές ουσίες από όλα τα προϊόντα της παγκοσμίως έως το τέλος του 2026, η πρώτη μεγάλη εταιρεία τροφίμων που προχωρά σε τέτοια πρωτοβουλία.

• Debrief •

ΑΝΑΓΚΑΙΕΣ ΥΠΕΡΕΞΟΥΣΙΕΣ

“Και τώρα θα τα αλλάξω όλα”. Ο γνωστός μου είναι πλέον βέβαιος ότι θα μπορέσει να περάσει τις μεταρρυθμίσεις που εδώ και καιρό ήθελε, αλλά αντιμετωπίζει αδιαφορία ή και αντιδράσεις. Όχι δεν είναι πολιτικός. Ένας ταπεινός... διαχειριστής παλιάς πολυκατοικίας είναι. Δύσκολη “δουλειά”.

Ο συγκεκριμένος άνθρωπος διάβασε τις τελευταίες ημέρες – όπως και όλοι μας – ότι έρχεται νομοθετική ρύθμιση στο πλαίσιο της οποίας θα δοθούν και κάποιες “υπερεξουσίες” στους διαχειριστές πολυκατοικιών προκειμένου να βοηθηθούν στην άσκηση των καθηκόντων τους.

Ένας από τους λόγους της ασχήμιας της Αθήνας είναι οι πολυκατοικίες,

ας είμαστε ειλικρινείς. Ωστόσο η πολυκατοικία ήταν μια ανάγκη, λόγω της τεράστιας εσωτερικής μετανάστευσης προηγούμενων δεκαετιών. Για να λέμε, όμως, όλη την αλήθεια, οι πολυκατοικίες είναι τόσο άσχημες επειδή στη συντριπτική τους πλειονότητα είναι ασυντήρητες. Κτίρια 50 και 60 ετών που δεν έχουν βαφτεί ούτε μια φορά από την ημέρα που παραδόθηκαν στους ενοίκους τους.

Όποιος είχε την τύχη να κάνει διαχειριστής σε παλιά πολυκατοικία με πολλά διαμερίσματα, ξέρει. Αν, μάλιστα, οι ιδιοκτήτες την έχουν εγκαταλείψει για πολλά χρόνια και τα διαμερίσματα νοικιάζονται, ακόμα χειρότερα. Ακόμα και μια απλή αλλά αναγκαία απόφαση μπορεί

να μπλοκάρει.

Επειδή η κρίση... ελικρινιάς συνεχίζεται, να πούμε ότι η επερχόμενη νομοθετική ρύθμιση δεν πρόκειται να μεταμορφώσει την Αθήνα. Για να ανακαινιστεί ένα κτίριο εκτός από θέληση χρειάζεται και χρήμα. Και εκεί μάλλον θα δυσκολευτεί ο γνωστός, και όποιος άλλος διαχειριστής έχει τη φιλοδοξία να φρεσκάρει την πολυκατοικία του.

Σε κάθε περίπτωση, ακόμα και μια, δυο πολυκατοικίες να ανακαινιστούν σε ένα κάθετο στενό της Δροσοπούλου ή της Αχαρνών, για παράδειγμα, κέρδος θα είναι.

Γιάννης Παλιούρης
giannis@notice.gr

Business Maker

UBER EATS: Η ΕΙΣΟΔΟΣ ΠΟΥ... ΠΑΓΩΣΕ ΠΡΙΝ ΞΕΚΙΝΗΣΕΙ

Η είδηση ότι η Uber Eats ετοιμάζε την είσοδό της στην Ελλάδα είχε προκαλέσει αισιοδοξία στην αγορά του delivery. Η προσδοκία ήταν απλή: ένας ακόμη ισχυρός παίκτης θα ενίσχυε τον ανταγωνισμό, θα πίεζε τις προμήθειες και θα ανάγκαζε τις υπάρχουσες πλατφόρμες να ανοίξουν περισσότερο το παιχνίδι. Λίγους μήνες αργότερα, όμως, το σχέδιο αυτό φαίνεται πως μπαίνει στον πάγο και η ελληνική αγορά επιστρέφει στην αναμονή. Σύμφωνα με δημοσίευμα των FT, η Uber εγκαταλείπει, προς το παρόν, την επέκταση σε πέντε από τις επτά ευρωπαϊκές αγορές που είχε ανακοινώσει, μεταξύ αυτών και η Ελλάδα. Η προτεραιότητα μεταφέρεται πλέον στην προσπάθεια εξαγοράς της Delivery Hero, της μητρικής του efood, παρά το γεγονός ότι η πρόταση των περίπου €10 δισ. απορρίφθηκε πριν από λίγους μήνες. Οι συζητήσεις

συνεχίζονται, όμως η στάση της Prosus, του βασικού μετόχου, και ο αναμενόμενος έλεγχος των ευρωπαϊκών αρχών ανταγωνισμού, κρατούν το εγχείρημα ανοικτό αλλά αβέβαιο. Για την ελληνική αγορά, η εξέλιξη αλλάζει τις ισορροπίες. Το delivery φαγητού και καφέ κινείται πλέον σε ετήσιο τζίρο που προσεγγίζει ή και ξεπερνά τα €1,5 δισ., με το efood να διατηρεί ηγετική θέση, την Wolt να στηρίζεται στη δύναμη της DoorDash και το BOX να αξιοποιεί το οικοσύστημα της Cosmote. Η προσθήκη της Uber εκτιμάτο ότι θα άνοιγε νέο κύκλο ανταγωνισμού, κυρίως στις προμήθειες που καταβάλλουν τα συνεργαζόμενα καταστήματα. Παράγοντες του κλάδου υποστηρίζουν ότι κάθε νέα πλατφόρμα ενισχύει τη διαπραγματευτική θέση των εστιατορίων και δημιουργεί πίεση στις χρεώσεις. Αυτή η προοπτική, προς το παρόν, απομακρύνεται. Η

Uber δεν θα ξεκινούσε από το μηδέν. Διαθέτει ήδη εφαρμογή εγκατεστημένη σε εκατομμύρια κινητά, δίκτυο οδηγών, υπηρεσίες μετακίνησης και το πρόγραμμα Uber One, που θα μπορούσε να συνδέσει μεταφορές και παραγγελίες φαγητού στην ίδια συνδρομή. Αυτό το οικοσύστημα θεωρούνταν το μεγάλο της όπλο απέναντι στους υφιστάμενους παίκτες. Προς το παρόν, όμως, η αγορά δεν θα δοκιμάσει αυτή την αναμέτρηση. Οι προσδοκίες για χαμηλότερες προμήθειες και μεγαλύτερο ανταγωνισμό μετατίθενται για αργότερα, με όλα πλέον να εξαρτώνται από το αν η Uber θα καταφέρει τελικά να βάλει στο χαρτοφυλάκιο της την Delivery Hero. Μέχρι τότε, η χαρά που είχε δημιουργήσει η επικείμενη είσοδος της στην Ελλάδα αποδεικνύεται, τουλάχιστον προς ώρα, πρόωρη...

Η LAVAZZA ΨΑΧΝΕΙ ΤΗ ΝΕΑ ΤΗΣ ΑΝΑΠΤΥΞΗ... ΣΤΟ ΨΥΓΕΙΟ

Η αγορά του καφέ αλλάζει και μαζί της αλλάζουν και οι στρατηγικές των μεγάλων παικτών. Για την Lavazza, η επόμενη μάχη δεν θα δοθεί μόνο στο ράφι με τον αλεσμένο ή τον espresso, αλλά και στα ψυγεία των super market, εκεί όπου η κατηγορία των έτοιμων προς κατανάλωση ροφημάτων αποκτά ολοένα μεγαλύτερη δυναμική. Την κατεύθυνση αυτή περιέγραψε ο Chief Innovation, Sustainability & Institutional Relations Officer του ομίλου, Pietro Mazzà, με αφορμή την ανακοίνωση της συνεργασίας της Lavazza με την Müller για τη δημιουργία νέας σειράς Ready to Drink καφέδων που θα διατίθενται σε ψυγείο. Όπως αναφέρει, η είσοδος στη νέα κατηγορία αποτελεί μέρος μιας ευρύτερης στρατηγικής, καθώς η εταιρεία επιχειρεί να μεταφέρει την τεχνογνωσία της στον καφέ σε "μορφές που ανταποκρίνονται στις μεταβαλλόμενες καταναλωτικές συνήθειες, διατηρώντας παράλληλα τη συνέπεια, την ποιότητα και την

αξία του brand". Η επιλογή της Müller μόνο τυχαία δεν θεωρείται. Σύμφωνα με τον Pietro Mazzà, η συνεργασία φέρνει κοντά "συμπληρωματικές δυνατότητες μέσα σε ένα στοχευμένο οικοσύστημα", επιτρέποντας στις δύο εταιρείες να προσεγγίσουν με ξεκάθαρη στρατηγική την αγορά των ready-to-drink προϊόντων ψυγείου. Εξίσου συμβολική είναι και η επιλογή του Wimbledon για την επίσημη παρουσίαση της νέας σειράς. Όπως σημειώνει το στέλεχος της Lavazza, το τουρνουά προσφέρει μια παγκόσμια σκηνή για να έρθει το νέο προϊόν σε επαφή με καταναλωτές και διεθνείς αγορές, αλλά και να συλλεχθούν τα πρώτα στοιχεία που θα καθορίσουν τα επόμενα βήματα της στρατηγικής. "Η εισαγωγή αυτού του νέου προϊόντος στην κατηγορία των ροφημάτων ψυγείου σημαίνει δοκιμή νέων μορφών, μάθηση από την αγορά και διαμόρφωση ενός μακροπρόθεσμου οδικού χάρτη για γειτονικές κατηγορίες και μελλοντική ανάπτυξη",

αναφέρει χαρακτηριστικά. Παράγοντες της αγοράς βλέπουν πίσω από τη συγκεκριμένη κίνηση μια ευρύτερη τάση. Η κατηγορία των ready-to-drink ροφημάτων ψυγείου εξελίσσεται σε ένα από τα πιο ενδιαφέροντα πεδία ανάπτυξης για τις εταιρείες τροφίμων και ποτών, καθώς οι καταναλωτές αναζητούν ευκολία και νέες εμπειρίες κατανάλωσης. Υπολογίζεται ότι διεθνώς ξεπερνάει σε αξία τα €30-€35 δισ., με ρυθμούς ανάπτυξης άνω του 6% ετησίως, καθώς κερδίζει έδαφος σε καφέ, τσάι και λειτουργικά ροφήματα on-the-go. Την ίδια ώρα, οι μεγάλες μάρκες καλούνται να βρουν νέες πηγές εσόδων σε μια περίοδο όπου η πίεση στο διαθέσιμο εισόδημα περιορίζει την ανάπτυξη των παραδοσιακών κατηγοριών. Δεν είναι τυχαίο ότι ολοένα περισσότεροι όμιλοι επιλέγουν να επεκτείνουν τα brands τους σε γειτονικές αγορές, αναζητώντας τον επόμενο μοχλό ανάπτυξης πέρα από το βασικό τους προϊόν.

Business Insight

ΕΥΔΑΠ: Η ΛΕΙΨΥΔΡΙΑ, Η URBAN SERVICES ΚΑΙ ΤΑ ΠΡΩΤΑ ΕΡΓΑ

Μία ανακοίνωση, του Υπουργείου Περιβάλλοντος και Ενέργειας ενεργοποίησε τα ανατακλαστικά διορατικών παικτών της αγοράς. Η **έγκριση από το ΥΠΕΝ χρηματοδότησης €16,62 εκατ. για 16 έργα αντιμετώπισης της λειψυδρίας**, συνιστά το πρώτο έμπρακτο ΟΚ της Πολιτείας στην κατεύθυνση διαχείρισης ενός τόσο σοβαρού προβλήματος. Τα έργα εντάσσονται στην Εθνική Στρατηγική για τα Ύδατα (Φάση Α') και αφορά εννέα νησιωτικούς δήμους και περιοχές της ηπειρωτικής χώρας. Περιλαμβάνουν **από αντικατάσταση παλαιών δικτύων και νέους αγωγούς, μέχρι μονάδες αφαλάτωσης** και απονιτροποίησης όπως και υποδομών ύδρευσης. Στόχος, κατ' αρχήν ο περιορισμός των πολύ μεγάλων απωλειών νερού - λ.χ. στην **Σκόπελο** η μισή ποσότητα χάνεται λόγω παλαιότητας του δικτύου - και η ενίσχυση της δυναμικότητας σε περιοχές με αυξημένες πιέσεις εποχικά - στην **Ζάκυνθο** η νέα μονάδα επεξεργασίας θα καλύπτει τις ανάγκες 20.000 κατοίκων. Επίσης, στην **Αλόνησο** η αφαλάτωση χαρακτηρίζεται άμεσης προτεραιότητας. **Η συσχέτιση των ανωτέρω με την ΕΥΔΑΠ είναι έμμεση - ως προς το πρόβλημα, δηλαδή τη λειψυδρία** - όμως η έγκριση του ΥΠΕΝ στη χρηματοδότηση αυτών των μικρών έργων είναι άμεση, καθώς καταδεικνύει την βούληση της κυβέρνησης να βρει λύσεις στο πρόβλημα. Και η **ΕΥΔΑΠ** ως ο μεγαλύτερος φορέας, σε εθνικό επίπεδο, σχεδόν αποκλειστικός τροφοδότης της πρωτεύουσας (και του μεγαλύτερου μέρους του λεκανοπεδίου Αττικής) έχει **κεντρικό ρόλο**, ο οποίος και έχει αναγνωριστεί και έχει προτεραιοποιηθεί. Για τον Ιούλιο έχει προγραμματισθεί η κατάθεση στη Ρυθμιστική Αρχή Αποβλήτων

Ενέργειας και Υδάτων, η **μελέτη κόστους-οφέλους για την εγκατάσταση 2,5 εκατ. έξυπνων υδρομέτρων, έργο ύψους €350 εκατ.**, ενώ παράλληλα δρομολογούνται οι διαδικασίες για το έργο **"Ψυτάλεια 3.0", προϋπολογισμού άνω των €500 εκατ.** Σε συνεργασία με την PwC (έχει αναλάβει την εκπόνηση της μελέτης) η διοίκηση είναι σε επαφές με διεθνείς εταιρείες, προκειμένου να επιλέξει την καταλληλότερη τεχνολογία και να καθορίσει τις απαραίτητες τεχνικές προδιαγραφές που ανταποκρίνονται στις ελληνικές συνθήκες. Παράλληλα, προχωρούν οι διαδικασίες και για το φιλόδοξο έργο **"Ψυτάλεια 3.0"**, που αποτελεί μία από τις μεγαλύτερες επενδύσεις της ΕΥΔΑΠ. Σύμφωνα με τον Χάρη Σαχίνη το έργο εντάσσεται **στο δεκαετές επενδυτικό πρόγραμμα που υλοποιεί η διοίκηση, συνολικού προϋπολογισμού €2,5 δις.**, κατά τον Διευθύνοντα Σύμβουλο της επιχείρησης. Κοινός τόπος στην κοινότητα πως ακριβώς αυτή η προοπτική (των έργων) συνδυαστικά με την... τιμολόγηση του προβλήματος (της λειψυδρίας) είχαν ως αποτέλεσμα **την είσοδο της Urban Services στο μετοχικό κεφάλαιο της ΕΥΔΑΠ, με την πλευρά Περιστερή να αγοράζει από τον John Paulson το ποσοστό συμμετοχής του 9,7% στο μ.κ.**, αρχές Μαρτίου. Στα €10/μτχ η απόκτηση της θέσης, που μετά από λίγες ημέρες ενισχύθηκε με την εξαγορά επιπλέον 2,8% από ξένο επενδυτικό κεφάλαιο. Η επένδυση του ομίλου στον κλάδο κρίσιμων υποδομών αποφέρει επαναλαμβανόμενα έσοδα μακροπρόθεσμα.

Όπως είχε αναφερθεί σε παλαιότερο θέμα του BnB Daily, το ενδεχόμενο περαιτέρω αύξησης της συμμετοχής δεν μπορεί να αποκλειστεί, θυμίζοντας ότι το Υπερταμείο διαθέτει

το 11,3%, ενώ ποσοστό περίπου 4,8% διατηρεί, εδώ και δεκαετία, ο Γιώργος Σαλονίκης. Το 2025 η διοίκηση διένειμε κέρδη (2024) €7,455 εκατ., ενώ το 2026 που δεν θα μοιράσει, η χρονιά θεωρείται "ορόσημο" λόγω των εξασφαλισμένων επιπλέον εσόδων από την εφαρμογή του νέου τιμολογιακού πλαισίου. Σύμφωνα με αναλυτή (ο οποίος παρακολουθεί την ΕΥΔΑΠ) η είσοδος στο μ.κ. της ΓΕΚ Τέρνα (μέσω της Urban Services) επιβεβαιώνει την αλλαγή κατεύθυνσης της επιχείρησης. **Η εταιρεία δεν αντιμετωπίζεται πλέον απλώς ως άλλο ένα κρατικό asset που μοιράζει μερίσματα, αλλά ως πεδίο μεγάλων κατασκευαστικών και επενδυτικών έργων.** Για έναν όμιλο όπως η ΓΕΚ Τέρνα, το τεράστιο επενδυτικό πρόγραμμα της ΕΥΔΑΠ αποτελεί προνομιακό πεδίο για την ανάληψη νέων συμβάσεων. Η άνοδος από τα €7,65 στα €11,46 (σχεδόν 50%) σε διάστημα τεσσάρων μηνών δείχνει πως η κοινότητα τιμολογούσε την ΕΥΔΑΠ πολύ χαμηλότερα από την πραγματική της αξία. **Η δε καταγραφή νέων υψηλών 18ετίας την προηγούμενη εβδομάδα** ενισχύουν την εκτίμηση όσων υποστηρίζουν πως ο τίτλος έχει αλλάξει πίστα. Αυτό γιατί το έξυπνο χρήμα είθισται να ακολουθεί επιχειρηματικούς καταλύτες (όπως η ΓΕΚ Τέρνα) και να επενδύει στο νέο... επιθετικότερο outlook συμμετοχών τους. Κάτι που - για την ώρα - δεν έχει συμβεί με την ΕΥΑΘ, αλλά αργά ή αργότερα θα συμβεί... **Στα €1,218 δις. η αποτίμηση της ΕΥΔΑΠ, στα μόλις €164,6 εκατ. της ΕΥΑΘ,** τεράστιο discount κυρίως λόγω της απουσίας μίας... ΓΕΚ Τέρνα από το μ.κ. Ψαλίδα που θα κλείσει, όταν βρεθεί ο διορατικός στρατηγικός επενδυτής.



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**

• ΖΥΘΟΠΟΙΑ ΜΑΚΕΔΟΝΙΑΣ ΘΡΑΚΗΣ ΟΛΟΚΛΗΡΩΘΗΚΕ Η ΣΥΓΚΟΜΙΔΗ ΣΙΔΕΡΙΤΗ ΓΙΑ ΤΟ TUVUNU

Η Ζυθοποιία Μακεδονίας Θράκης ανακοίνωσε την ολοκλήρωση της φετινής συγκομιδής σιδερίτη (τσάι του βουνού), ο οποίος αποτελεί τη βασική πρώτη ύλη για το brand TUVUNU, στο πλαίσιο της στρατηγικής της για την ανάπτυξη της συμβολαιακής γεωργίας και την ενίσχυση της ελληνικής πρωτογενούς παραγωγής.

Η συγκομιδή πραγματοποιήθηκε από δίκτυο συνεργαζόμενων παραγωγών σε ορεινές περιοχές της Θράκης και της Βόρειας Ελλάδας. Σύμφωνα με την ανακοίνωση, το μοντέλο συμβολαιακής καλλιέργειας που εφαρμόζει η εταιρεία διασφαλίζει τη σταθερότητα της εφοδιαστικής αλυσίδας και την ποιότητα της πρώτης ύλης.



SECRETCREIPE

Mediterra: Άλλαξε ισολογισμό, επανήλθε στο Χρηματιστήριο Αθηνών αλλά πάλι έχει... ζημιές

Ξανά στο Χρηματιστήριο Αθηνών διαπραγματεύονται οι μετοχές της Mediterra, καθώς ήρθη η επιφύλαξη του ορκωτού. Δημοσίευσε εκ νέου ισολογισμό όπου πέτυχε απομείωση του κωδικού "Εξοδα Αναπτυξης" κατά €401 χιλ., καθώς το ποσό υπερβαίνει την ανακτήσιμη αξία τους. Ωστόσο παραμένει με ζημιές...

Editorial

Rationality breaks

Παρακολουθώντας το φετινό Παγκόσμιο Κύπελλο Ποδοσφαίρου, ένα κοινό χαρακτηριστικό, που έχουν όλοι οι αγώνες, είναι οι αποδοκμασίες των φιλάθλων, όταν έρχεται η ώρα του Hydration Break (ένα στη μέση κάθε ημιχρόνου). Και η πολύ μεγάλη συζήτηση, που έχει σηκωθεί παντού για αυτά τα διαλείμματα. Οι φιλάθλοι γκρινιάζουν, διότι διακόπτεται το θέαμα και η ροή του αγώνα και άπαντες κατηγορούν την FIFA ότι οι καιρικές και κλιματικές συνθήκες δεν είναι ασφυκτικές σε όλους τους αγώνες, ώστε να απαιτείται αυτό το διάλειμμα, αλλά ότι το κάνει καθαρά για εμπορικούς σκοπούς (βλ. διαφημίσεις). Η αλήθεια είναι πως έτσι συνδυάζεται το τερπνόν μετά του ωφελίμου. Δηλαδή, και οι ποδοσφαιριστές να ξεκουράζονται και να υπάρχουν και έσοδα. Και, για να υπάρχουν έσοδα, πρέπει να είναι προγραμματισμένα αυτά τα διαλείμματα, ιδανικά σε όλους τους αγώνες. Όπως και έχει συμβεί, δεδομένου ότι η παγκόσμια ομοσπονδία δεν θέλει να πάθει ό,τι έπαθε στο mundial του Κατάρ, με το Fox, που είχε τα δικαιώματα μετάδοσης για τις Ηνωμένες Πολιτείες. Τότε, που οι θερμοκρασίες δεν απαιτούσαν διαλείμματα

ενυδάτωσης, το κανάλι, όμως, έχασε ούκ ολίγα χρήματα έτσι, πήγε δικαστικά την FIFA, και η ομοσπονδία έσπευσε σε συμβιβασμό, ο οποίος την υποχρέωσε σε hydration breaks σε όλους τους αγώνες, ανεξαρτήτως κλιματικών συνθηκών (πλέον του ότι έδωσε πάλι τα δικαιώματα στο Fox, και μάλιστα στο ένα τρίτο του τιμήματος σε σχέση με αυτά του Κατάρ). Όμως, όλοι όσοι γκρινιάζουν για εμπορευματοποίηση του - ούτως ή άλλως - εμπορευματοποιημένου αθλήματος, ξεχνούν κάτι: Ότι τα διαλείμματα αυτά είναι σωτήρια για τους ποδοσφαιριστές, οι οποίοι τα έχουν δει κυριολεκτικά όλα και έχουν εξαντλήσει τις αντοχές τους και φέτος, ειδικά όσοι παίζουν στα μεγάλα ευρωπαϊκά πρωταθλήματα. Και, επιπλέον, μια πρώτης τάξης ευκαιρία για τους προπονητές να δώσουν οδηγίες και να ανακατέψουν την τράπουλα, αν δουν ότι κάτι δεν πάει καλά. Είναι, λοιπόν, αυτά τα διαλείμματα, εκτός από ενυδάτωσης, και λογικής. Άλλωστε, αρχίστε να τα συνηθίζετε, διότι είναι θέμα 1-2 ετών να δούμε να καθιερώνονται σε όλους τους αγώνες ποδοσφαίρου, κάθε διοργάνωσης. Τόσο απλά.

Νεκτάριος Β. Νώτης
nectarios@notice.gr