

FNB SERVED DAILY.

Food for thought... every day!

ΤΟ ΚΑΘΗΜΕΡΙΝΟ ΨΗΦΙΑΚΟ
NEWSLETTER ΓΙΑ ΤΟΝ ΚΛΑΔΟ
ΤΡΟΦΙΜΩΝ & ΠΟΤΩΝ

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

ΠΑΡΑΣΚΕΥΗ 10 ΙΟΥΛΙΟΥ 2026
ΤΕΥΧΟΣ 2364



• ΙΕΛΚΑ

Τα S/M κερδίζουν μερίδιο στο έτοιμο φαγητό
- Στα €770 ετησίως η δαπάνη του μέσου νοικοκυριού



• ΥΠΟΥΡΓΕΙΟ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ

Από τις 31/8 η μείωση 5% σε βασικά προϊόντα
- Τί βλέπει η αγορά ως σημείο-κλειδί
στην εφαρμογή του μέτρου



• ΚΟΣΜΙΚΟΝ

Παρέμεινε σε ανοδική τροχιά, συγκρατώντας
την κερδοφορία παρά τους εξωγενείς παράγοντες



• ΔΟΥΖΕΝΗΣ ΕΛΑΙΟΛΑΔΑ

Σταθεροί τζίροι και τονάζ - Βλέπει πίεση στις τιμές
λόγω αύξησης παραγωγής

Editorial
Κυριαρχία με δανεικά

Debrief
Το "δώρο"

Business Maker

- Το στοίχημα των μειώσεων και ο παράγοντας Μέση Ανατολή
- Πίσω από τις νέες ταμπέλες: Η νέα... άσκηση της Μασούτης

SecretRecipe

Στην αντεπίθεση

Business Insight

Βουйнаχ: Ο Γάλλος ο οποίος έπεισε τους Greeks του shipping να δέσουν κάβο στην Αθήνα

• THE ELLINIKON SPORTS PARK ΞΕΚΙΝΑ ΜΕ ΚΑΝΤΙΝΕΣ ΚΑΙ ΜΙΚΡΑ ΣΗΜΕΙΑ ΤΟ F&B

Στην β' φάση περνά η ανάπτυξη του εμπορικού σκέλους της εστίασης στο The Ellinikon Sports Park, καθώς η Lamda Development έχει ήδη ολοκληρώσει τις πρώτες συμφωνίες για τα σημεία F&B που θα λειτουργήσουν εντός του νέου αθλητικού προορισμού.

Η πλήρης ανάπτυξη του τομέα της εστίασης τοποθετείται χρονικά από τον Σεπτέμβριο, παράλληλα με την επίσημη έναρξη λειτουργίας του συνόλου του project.

Στην αρχική περίοδο λειτουργίας, οι επισκέπτες θα εξυπηρετούνται κυρίως από μικρά σημεία εστίασης και καντίνες, ενώ όσο το έργο εξελίσσεται θα προστίθενται νέοι συνεργάτες και επιπλέον εμπορικές χρήσεις, διευρύνοντας σταδιακά την προσφορά στον κλάδο του F&B.

Η διοίκηση της Lamda Development ακολουθεί κλιμακωτή στρατηγική ανάπτυξης, συνδένοντας την εμπορική ωρίμανση του χώρου με την αύξηση της επισκεψιμότητας και την εξέλιξη του συνολικού project.

ΟΛΟΗΜΕΡΟΣ ΠΡΟΟΡΙΣΜΟΣ

Κατά τη διάρκεια του soft opening, που προγραμματίζεται για τις 20 Ιουλίου, στόχος είναι η σταδιακή εξοικείωση του κοινού με τις εγκαταστάσεις. Από τον Σεπτέμβριο, με την



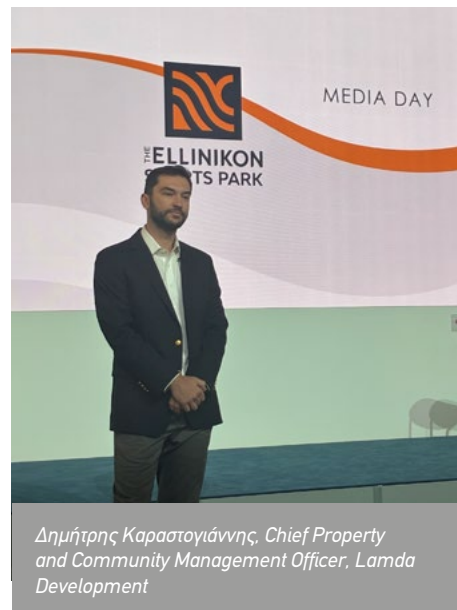
πλήρη λειτουργία της πρώτης φάσης του Sports Park, θα ενεργοποιηθεί και το οργανωμένο δίκτυο εστίασης, το οποίο αποτελεί μέρος του σχεδιασμού για τη μετατροπή του χώρου σε προορισμό ολόημερης παραμονής.

Το The Ellinikon Sports Park αναπτύσσεται σε έκταση 287 στρεμμάτων, με επένδυση ύψους €80-€100 εκατ. για την πρώτη φάση (χωρίς τις βασικές υποδομές).

Η διοίκηση εκτιμά ότι θα προσελκύσει:

- 200.000-300.000 επισκέπτες έως το τέλος του 2026
- 1 εκατ. το 2027 και
- έως 5 εκατ. επισκέψεις ετησίως όταν ολοκληρωθεί το σύνολο της ανάπτυξης

Οι προβλέψεις αυτές δημιουργούν σημαντικές προοπτικές και για το οικοσύστημα της



Δημήτρης Καραστογιάννης, Chief Property and Community Management Officer, Lamda Development

εστίασης που θα αναπτυχθεί εντός του πάρκου τα επόμενα χρόνια.

Διαβάστε περισσότερα για το The Ellinikon Sports Park στο σημερινό τεύχος του [BnB Daily](#).

Στέλλα Αυγουστάκη
stella@notice.gr

• COCA-COLA ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ ΝΕΑ ΧΑΡΤΙΝΗ ΣΥΣΚΕΥΑΣΙΑ ΓΙΑ ΤΙΣ ΠΟΛΥΣΥΣΚΕΥΑΣΙΕΣ ΦΙΑΛΩΝ

Η Coca-Cola στην Ελλάδα, μέσω της Coca-Cola Hellas και της Coca-Cola Τρία Έψιλον, προχωρά στην υιοθέτηση μιας νέας γενιάς συσκευασίας για επιλεγμένες πολυσυσκευασίες φιαλών πλαστικού, αντικαθιστώντας το πλαστικό περιτύλιγμα με χάρτινη λαβή.

Η νέα λύση αποτελεί μέρος της νέας γενιάς τεχνολογιών δευτερογενούς συσκευασίας και κατασκευάζεται από ανακυκλώσιμο χαρτόνι με πιστοποίηση FSC. Η συγκεκριμένη πιστοποίηση διασφαλίζει ότι οι πρώτες ύλες προέρχονται από υπεύθυνα διαχειριζόμενα δάση ή από ελεγμένες και ανακυκλωμένες πηγές. Η χάρτινη λαβή έχει σχεδιαστεί ώστε να συγκρατεί με ασφάλεια τις φιάλες, προσφέροντας σταθερότητα και πρακτικότητα κατά τη χρήση από τους καταναλωτές. Οι φιάλες και οι ετικέτες των προϊόντων παραμένουν αμετάβλητες, ενώ η νέα συσκευασία είναι πλή-



ρως ανακυκλώσιμη και μπορεί να απορριπτεί στους κάδους ανακύκλωσης χαρτιού.

ΠΟΤΕ ΘΑ ΞΕΚΙΝΗΣΕΙ Η ΔΙΑΘΕΣΗ

Στην ελληνική αγορά, η διάθεση της νέας συσκευασίας ξεκινά εντός του Ιουλίου 2026, ενώ η πλήρης διαθεσιμότητά της αναμένεται έως τον Σεπτέμβριο του ίδιου έτους.

Η νέα χάρτινη λαβή θα είναι διαθέσιμη στις πολυσυσκευασίες Coca-Cola 2x1L, 2x1,5L

και 4x500ml, καθώς και στις πολυσυσκευασίες Fanta και Sprite 4x500ml.

Μέσω της νέας τεχνολογίας χάρτινης λαβής, η Coca-Cola στην Ελλάδα συνεχίζει να επενδύει στη βελτιστοποίηση της πρωτογενούς και δευτερογενούς συσκευασίας, με στόχο τη μείωση του βάρους και των υλικών που χρησιμοποιούνται, ενισχύοντας παράλληλα τη δέσμευσή της για την ανάπτυξη πιο βιώσιμων λύσεων συσκευασίας.

PROTEIN YOGURT BOWLS

Granola
ΠΗΓΗ ΠΡΩΤΕΪΝΩΝ
13,5g / bowl

**Φυστικοβούτυρο
& Μπανάνα**
ΠΗΓΗ ΠΡΩΤΕΪΝΩΝ
18,5g / bowl



E-ORDER
www.gregorys.gr
f d i
gregorys.gr gregorysgr gregorysgr



Download app!

Γρηγόρης

• ΔΟΥΖΕΝΗΣ ΕΛΑΙΟΛΑΔΑ

ΣΤΑΘΕΡΟΙ ΤΖΙΡΟΙ ΚΑΙ ΤΟΝΑΖ - ΒΛΕΠΕΙ ΠΙΕΣΗ ΣΤΙΣ ΤΙΜΕΣ ΛΟΓΩ ΑΥΞΗΣΗΣ ΠΑΡΑΓΩΓΗΣ

Μικρό καλάθι κρατάει για το δεύτερο μισό της χρονιάς, αλλά και τη νέα εμπορική σεζόν στο ελαιόλαδο, ο Γιάννης Δουζένης, Διευθύνων Σύμβουλος της Δουζένης Ελαιόλαδα, διαβλέποντας μείωση τιμών ενόσω το τοπίο σε ό,τι αφορά την κατανάλωση παραμένει θολό. "Δεν μπορούμε να μιλήσουμε με συγκεκριμένα ποσοστά ακόμα, καθώς έχουμε μπροστά μας τους τελευταίους κρίσιμους μήνες πριν την έναρξη της συγκομιδής. Όμως, εκτός συγκλονιστικού απροόπτου, θα έχουμε μια διόλου αμελητέα αύξηση στην παραγωγή, τόσο στην Ελλάδα, όσο και σε παγκόσμιο επίπεδο", αναφέρει χαρακτηριστικά στο Fnb Daily, προσθέτοντας ότι αυτό αναπόφευκτα θα φέρει μια πίεση στις τιμές.

ΜΟΥΔΙΑΣΜΕΝΗ Η ΚΑΤΑΝΑΛΩΣΗ

Η πίεση αυτή είναι δύσκολο να αποσοβηθεί χωρίς κάποια ενίσχυση της κατανάλωσης, κάτι που αυτή τη στιγμή δεν διαφαίνεται στον ορίζοντα. Το αντίθετο, όπως σημειώνει, ειδικά τους τελευταίους 2-3 μήνες, μοιάζει να έχει κατεβάσει ταχύτητα και η αγορά παραμένει μουδιασμένη. "Σίγουρα η πληθωριστική κρίση με την μείωση του διαθέσιμου εισοδήματος έχει παίξει τον ρόλο της, όπως και η γεωπολιτική αναταραχή στην Μέση Ανατολή δημιουργώντας προσκόμματα στις εμπορικές ροές", εξηγεί, συμπληρώνοντας ότι "ίσως δεν έχουμε δει ακόμα το πλήρες εύρος των συνεπειών του".

ΚΡΑΤΑ ΤΙΣ ΔΥΝΑΜΕΙΣ ΤΗΣ

Η Δουζένης Ελαιόλαδα φαίνεται ότι συντηρεί τις δυνάμεις της καθώς τόσο οι όγκοι όσο και η αξία πωλήσεων στο πρώτο μισό της χρονιάς κινήθηκαν στα αντίστοιχα περυσινά επίπεδα, δείχνοντας μάλιστα και κάποιες ανοδι-

κές τάσεις. Το 2025 είχε καταγράψει αύξηση 10% στο τονάζ και στον τζίρο, παραμένοντας πάνω από τα €10 εκατ.

DATA (σε €χιλ.)

Κύκλος Εργασιών

2024:	10.162
2023:	16.651
2022:	9.771
2021:	7.598

EBIT

2024:	723
2023:	618
2022:	295
2021:	383

Καθαρά κέρδη

2024:	521
2023:	442
2022:	258
2021:	262

ΕΞΑΓΩΓΕΣ ΣΕ ΠΑΝΩ ΑΠΟ 25 ΧΩΡΕΣ

Η εταιρεία έχει παρουσία σε περισσότερες από 25 αγορές, τις οποίες επιχειρεί να διευρύνει. Σε αυτό το πλαίσιο, το 2025 έκανε τα πρώτα της βήματα στην αγορά της Παραγουάης που, [μιλώντας στο Fnb Daily](#), ο κ. Δουζένης είχε χαρακτηρίσει μικρή αλλά αρκετά δυναμική.

Το εργοστάσιό της βρίσκεται σε ιδιόκτητη έκταση 8.500 τ.μ. στο Άστρος Κυνουρίας και διαθέτει τα brands Ταΰγετος, Θεώνη και Douzenis.

Γιάννης Τσατσάκης
yannis@notice.gr



Γιάννης Δουζένης,
Διευθύνων
Σύμβουλος,
Ελαιόλαδα
Δουζένης



• NESTLE

ΕΠΕΝΔΥΣΗ \$688 ΕΚΑΤ. ΓΙΑ ΝΕΑ ΜΟΝΑΔΑ NESCAFÉ ΣΤΗΝ ΤΑΙΛΑΝΔΗ

Σε επένδυση 563 εκατ. ελβετικών φράγκων (περίπου \$688 εκατ.) προχωρά η Nestlé, για τη δημιουργία νέας μονάδας παραγωγής Nescafé στην Ταϊλάνδη, μια αγορά καφέ αξίας περίπου 1 δισ. ελβετικών φράγκων. Η εγκατάσταση θα περιλαμβάνει και ένα προηγμένο κέντρο διανομής εντός του εργοστασίου, με στόχο τη μείωση των χρόνων παράδοσης, τη βελτίωση της διαχείρισης αποθεμάτων και την ενίσχυση της ευελιξίας της εφοδιαστικής αλυσίδας.

ΤΙ ΘΑ ΠΑΡΑΓΕΙ

Η νέα μονάδα, η οποία θα βρίσκεται στην επαρχία Samut Prakan, θα παράγει ολόκληρη τη γκάμα προϊόντων Nescafé, συμπεριλαμβανομένου:

- του στιγμιαίου καφέ
- των μειγμάτων καφέ
- των έτοιμων προς κατανάλωση ροφημάτων

Το εργοστάσιο αναμένεται να τεθεί σε λειτουργία το β' εξάμηνο του 2028 και θα απασχολεί περισσότερους από 500 εργαζομένους.

ΕΝΙΣΧΥΣΗ ΤΗΣ ΤΟΠΙΚΗΣ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑΣ

Παράλληλα, η εγκατάσταση θα στηρίζει τους τοπικούς αγρότες και προμηθευτές, αξιοποιώντας πρώτες ύλες και συστατικά από την Ταϊλάνδη συνολικής αξίας άνω των 100 εκατ. ελβετικών φράγκων ετησίως, συμβάλλοντας στην ενίσχυση της τοπικής οικονομίας και των γύρω κοινοτήτων. Η επένδυση έχει λάβει υποστήριξη από το Συμβούλιο Επενδύσεων της Ταϊλάνδης (Thailand's Board of Investment), καθώς ευθυγραμμίζεται με τον στόχο της χώρας για την ανάπτυξη μιας οικονομίας Bio-Circular Green (BCG), βασισμένης στην κυκλικότητα, τη βιοοικονομία και την πράσινη ανάπτυξη.

• **ΜITSΟΡΟΥΛΟΣ -THE MEAT FAMILY**

ΙΣΧΥΡΗ ΑΝΑΠΤΥΞΗ & ΠΡΟΒΛΕΨΗ ΓΙΑ ΕΝΟΠΟΙΗΜΕΝΟ ΚΥΚΛΟ ΕΡΓΑΣΙΩΝ ΠΟΥ ΘΑ ΞΕΠΕΡΑΣΕΙ ΤΑ 70 ΕΚ. €

Για περισσότερα από 60 χρόνια, η **Mitsopoulos – The Meat Family** ακολουθεί μια σταθερή πορεία ανάπτυξης, εξελισσόμενη από μια οικογενειακή επιχείρηση σε έναν από τους πλέον σύγχρονους και αξιόπιστους παραγωγούς κρέατος στην Ελλάδα. Σήμερα, έχοντας επενδύσει συστηματικά στην παραγωγή, την τεχνολογία και την καινοτομία, αποτελεί έναν ολοκληρωμένο οργανισμό που καλύπτει κάθε στάδιο της παραγωγικής διαδικασίας, από τη φάρμα έως το τελικό προϊόν.

ΕΝΑ ΜΟΝΤΕΛΟ ΠΛΗΡΟΥΣ ΚΑΘΕΤΟΠΟΙΗΣΗΣ

Η φιλοσοφία της εταιρείας βασίζεται στην πλήρως καθετοποιημένη παραγωγή. Μέσα από ιδιόκτητες μονάδες αναπαραγωγής και εκτροφής, μονάδα παραγωγής ζωοτροφών, χοιροσφαγείο, μονάδα παραγωγής και τυποποίησης κρέατος, logistics center και ιδιόκτητο στόλο διανομής, η Mitsopoulos διατηρεί τον πλήρη έλεγχο της παραγωγικής αλυσίδας. Το μοντέλο αυτό της επιτρέπει να εξασφαλίζει σταθερή ποιότητα, πλήρη ικνηλασιμότητα, υψηλά πρότυπα ασφάλειας τροφίμων και ευελιξία στην ανάπτυξη νέων προϊόντων.

ΕΠΕΝΔΥΟΝΤΑΣ ΣΤΟ ΑΥΡΙΟ

Η αναπτυξιακή της πορεία υποστηρίζεται από ένα επενδυτικό πλάνο ύψους 30 εκατ. ευρώ για την περίοδο 2023–2030, από το οποίο έχουν ήδη υλοποιηθεί επενδύσεις ύψους 10 εκατ. ευρώ. Το πρόγραμμα περιλαμβάνει τη δημιουργία νέας μονάδας παραγωγής, τον εκσυγχρονισμό των υφιστάμενων παραγωγικών εγκαταστάσεων με νέες τεχνολογίες και ρομποτικά συστήματα, επενδύσεις σε ενεργειακές υποδομές καθώς και την επέκταση των κτηριακών εγκαταστάσεων για την αύξηση της αποθηκευτικής δυναμικότητας.

ΑΠΟ ΤΟ PRIVATE LABEL ΣΤΟ ΕΠΩΝΥΜΟ BRAND

Εδώ και δεκαετίες η Mitsopoulos αποτελεί έναν από τους σημαντικότερους παραγωγούς προϊόντων ιδιωτικής ετικέτας στην ελληνική αγορά, αναπτύσσοντας μακροχρόνιες συνεργασίες με κορυφαίες αλυσίδες λιανικής και πελάτες στην Ελλάδα και το εξωτερικό. Παράλληλα, τα τελευταία χρόνια επενδύει δυναμικά στην ανάπτυξη του επώνυμου brand της, αξιοποιώντας τη βαθιά τεχνογνω-



σία που έχει αποκτήσει στην παραγωγή και φιλοδοξώντας να κατακτήσει ακόμη ισχυρότερη θέση και στη συνείδηση του τελικού καταναλωτή.

Σήμερα διαθέτει περισσότερους από 600 κωδικούς προϊόντων, καλύπτοντας ένα ευρύ χαρτοφυλάκιο που περιλαμβάνει νωπό κρέας, κατεψυγμένα και προψημένα προϊόντα, σουβλάκι, γύρο, κρεατοσκευάσματα, αλλαντικά και ολοκληρωμένες λύσεις για το οργανωμένο λιανεμπόριο και τη μαζική εστίαση.

ΠΙΣΤΟΠΟΙΗΜΕΝΗ ΑΞΙΟΠΙΣΤΙΑ

Η ποιότητα και η βιωσιμότητα δεν αποτελούν υπόσχεση αλλά σταθερή αρχή. Η εταιρεία εφαρμόζει πιστοποιημένες διαδικασίες σύμφωνα με **14 διεθνώς αναγνωρισμένα πρότυπα**, ενώ διακρίσεις όπως το **EcoVadis Silver Medal**, η πιστοποίηση **No Food Waste** και τα **Superior Taste Awards** επιβεβαιώνουν τη σταθερή προσήλωσή της στη βιωσιμότητα, την κυκλική οικονομία και την ανάπτυξη προϊόντων που διακρίνονται για την ποιότητα και τη γεύση τους.

ΠΑΡΟΥΣΙΑ ΜΕ ΔΙΕΘΝΗ ΠΡΟΣΑΝΑΤΟΛΙΣΜΟ

Με εξαγωγική δραστηριότητα σε περισσότερες από 10 χώρες και συστηματική συμμετοχή στις σημαντικότερες διεθνείς εκθέσεις τροφίμων, ενισχύει διαρκώς τη διεθνή της παρουσία. Η αξιοπιστία της, η παραγωγική της δυναμικότητα και η δυνατότητα ανάπτυξης εξατομικευμένων λύσεων την έχουν καθιερώσει ως έναν στρατηγικό συνεργάτη για retailers, επαγγελματίες της εστίασης και διεθνείς αγορές.

ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΜΕ ΕΠΙΚΕΝΤΡΟ ΤΟΝ ΑΝΘΡΩΠΟ

Πίσω από κάθε επένδυση βρίσκονται οι άνθρωποι της εταιρείας. Η Mitsopoulos επενδύει στη δημιουργία ενός σύγχρονου και ασφαλούς εργασιακού περιβάλλοντος, ενισχύοντας την εκπαίδευση, την εξέλιξη και τη διαρκή ανάπτυξη των εργαζομένων της. Παράλληλα, ενσωματώνει τη βιωσιμότητα στη συνολική επιχειρηματική της στρατηγική, υλοποιώντας πρωτοβουλίες που μειώνουν το περιβαλλοντικό της αποτύπωμα και δημιουργούν ουσιαστική αξία για τις τοπικές κοινωνίες.

• **ΚΟΣΜΙΚΟΝ**

ΠΑΡΕΜΕΙΝΕ ΣΕ ΑΝΟΔΙΚΗ ΤΡΟΧΙΑ, ΣΥΓΚΡΑΤΩΝΤΑΣ ΤΗΝ ΚΕΡΔΟΦΟΡΙΑ ΠΑΡΑ ΤΟΥΣ ΕΞΩΓΕΝΕΙΣ ΠΑΡΑΓΟΝΤΕΣ

Συνεχίστηκε και το 2025 η ανοδική πορεία για το Κοσμικόν, τη γνωστή αλυσίδα ζαχαροπλασטיών στην Αθήνα που τρέχει η εταιρεία Παλαμίδης Α.Υιοί Δ. Τελώνη και ΣΙΑ, [επιβεβαιώνοντας την τάση που είχε καταγραφεί στο 10μηνο](#).

Στο τελευταίο δίμηνο της χρονιάς, η εταιρεία είχε τζίρο €2,7 εκατ. και καθαρά κέρδη €436 χιλ., επίδοση η οποία διατήρησε την ετήσια ανάπτυξη στα επίπεδα του 5,45%, ενώ παράλληλα συνετέλεσε στον περιορισμό της πτώσης της τελικής κερδοφορίας κατά 4,7% έναντι του διψήφιου ποσοστού που εμφανιζε στο 10μηνο.

Οι επιδόσεις των πωλήσεων κρίνονται ιδιαίτερα σημαντικές από τη διοίκηση, εάν συνεκτιμηθούν οι αρνητικοί εξωγενείς παράγοντες οι οποίοι χαρακτήρισαν την εν λόγω χρήση όπως:

- η διαταραχή στην εφοδιαστική αλυσίδα
- η άνοδος των πληθωριστικών πιέσεων
- οι διαρκείς ανατιμήσεις σε προϊόντα ενέργειας και στις πρώτες ύλες

DATA (σε €χιλ.)

Κύκλος εργασιών

2025: 11.734
2024: 11.127
2023: 10.721

Μικτό αποτέλεσμα

2025: 6.008
2024: 5.739
2023: 5.482

EBITDA

2025: 2.311
2024: 2.383
2023: 2.527

Κέρδη προ φόρων

2025: 2.096
2024: 2.198
2023: 2.353

Καθαρά κέρδη

2025: 1.625
2024: 1.706
2023: 1.829

ΕΞΟΔΑ

Στις επιδόσεις της κερδοφορίας βοήθησαν οι προσπάθειες συγκράτησης του κόστους. Ειδικότερα, τα έξοδα διοίκησης αυξήθηκαν κατά περίπου €109 χιλ. και τα έξοδα διάθεσης κατά €275 χιλ.



DATA έξοδα (σε €χιλ.)

Έξοδα διοίκησης

2025: 697
2024: 588

Έξοδα διάθεσης

2025: 3.213
2024: 2.938

ΑΙΣΙΟΔΟΞΙΑ ΓΙΑ ΤΟ 2026

Το Διοικητικό Συμβούλιο διατηρεί συγκρατημένη αισιοδοξία για την τρέχουσα χρήση και προσδοκά μία σταθεροποιητική πορεία λόγω του αυξημένου ανταγωνισμού.

INFO - Καταστήματα

- Αγ. Νικόλαος: Λεωφ. Ιωνίας 104
- Αγ. Ελευθέριος: Χρυσοστόμου Σμύρνης 69
- Π. Φάληρο: Αγ. Αλεξάνδρου 102 & Ζησιμοπούλου
 - Αγ. Μαρίνα: Ιερά Οδός 335
- Γλυφάδα: Πλατεία Βάσως Κατράκη 6
- Αγ. Παρασκευή: Χαλανδρίου 34

ΣΥΜΠΛΗΡΩΝΕΙ 65 ΧΡΟΝΙΑ ΖΩΗΣ

Η ιστορία για την "Παλαμίδης Δ. Υιοί Δ. Τελώνη και Σία ΑΕ Παραγωγής και Εμπορίας Ειδών Ζαχαροπλαστικής" ξεκίνησε τον Σεπτέμβριο του 1961 όταν ο Λεωνίδας Παλαμίδης και ο Δημήτρης Τελώνης άνοιξαν το πρώτο ζαχαροπλαστείο Κοσμικόν στον ηλεκτρικό σταθμό Αγ. Νικολάου. Το 1975 μεταφέρθηκε στην Λεωφ. Ιωνίας 104 όπου λειτουργεί μέχρι σήμερα.

Μάκης Αποστόλου
makis@notice.gr

SME

D A I L Y

Το καθημερινό
newsletter για
τη μικρομεσαία
επιχειρηματικότητα

Γίνε
συνδρομητής
ΔΩΡΕΑΝ
εδώ



ΚΥΚΛΟΦΟΡΕΙ ΔΩΡΕΑΝ

ΔΕΥΤΕΡΑ
- ΠΑΡΑΣΚΕΥΗ
ΣΤΙΣ **05:45**

Με την αξιοπιστία της



NOTICE
CONTENT & SERVICES



FOOD FORWARD

From Farm to Future

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

2 SEASON

5-6 Νοεμβρίου 2026
HYATT REGENCY THESSALONIKI



ΜΕ ΤΗΝ ΑΞΙΟΠΙΣΤΙΑ ΤΗΣ



NOTICE

CONTENT & SERVICES

Για περισσότερες πληροφορίες:



POWERED BY

FORUM S.A.
TRADE SHOWS • PUBLICATIONS

ΜΕ ΤΗΝ ΑΙΓΙΔΑ



ESE
ΕΛΛΗΝΙΚΟ ΣΥΝΔΕΣΜΟΣ ΕΡΕΜΕΤΕΣ ΕΛΛΑΔΟΣ

ΠΕ
ΠΕΤΤΟΥΤΟΠΟΙΗΤΕΣ ΕΛΛΑΔΟΣ



50
YEARS OF SERVICE
SEVE
SME ASSOCIATION

ΕΕΕΤ
1932

• **ΙΕΛΚΑ**

ΤΑ Σ/Μ ΚΕΡΔΙΖΟΥΝ ΜΕΡΙΔΙΟ ΣΤΟ ΕΤΟΙΜΟ ΦΑΓΗΤΟ - ΣΤΑ €770 ΕΤΗΣΙΩΣ Η ΔΑΠΑΝΗ ΤΟΥ ΜΕΣΟΥ ΝΟΙΚΟΚΥΡΙΟΥ

Στα €14,79 ανά νοικοκυριό - ποσό που αντιστοιχεί σε περίπου €770 ετησίως - διαμορφώνεται η μέση εβδομαδιαία δαπάνη για έτοιμο φαγητό, σύμφωνα με πανελλαδική έρευνα του ΙΕΛΚΑ που πραγματοποιήθηκε σε δείγμα 800 καταναλωτών. Παράλληλα, το 39% των καταναλωτών δήλωσε ότι δεν αγοράζει καθόλου έτοιμο φαγητό, ποσοστό μειωμένο πάντως σε σχέση με το 45% που καταγραφόταν το 2016.

ΤΙ ΧΡΗΜΑΤΑ ΞΟΔΕΥΟΥΝ

Από αυτούς που αγοράζουν έτοιμα φαγητά,

- το 19% δαπανά €11 έως €20 την εβδομάδα
- το 13% από €21 έως €35
- το 11% από €6 έως €10
- το 7% έως €5

Αντίθετα, μόλις ένα μικρό ποσοστό καταναλωτών πραγματοποιεί υψηλότερες εβδομαδιαίες δαπάνες.

Τα στοιχεία δείχνουν ότι το έτοιμο φαγητό λειτουργεί κυρίως ως συμπληρωματική λύση για την καθημερινότητα και όχι ως βασική μορφή διατροφής.

ΕΝΙΣΧΥΟΥΝ ΤΗ ΘΕΣΗ ΤΟΥΣ ΤΑ SUPER MARKETS

Η σύγκριση με τα αντίστοιχα στοιχεία του 2016 καταγράφει σημαντικές μεταβολές στις προτιμήσεις των καταναλωτών ως προς το σημείο αγοράς έτοιμου φαγητού, με βασικό χαρακτηριστικό την αισθητή ενίσχυση του ρόλου των αλυσίδων super market.

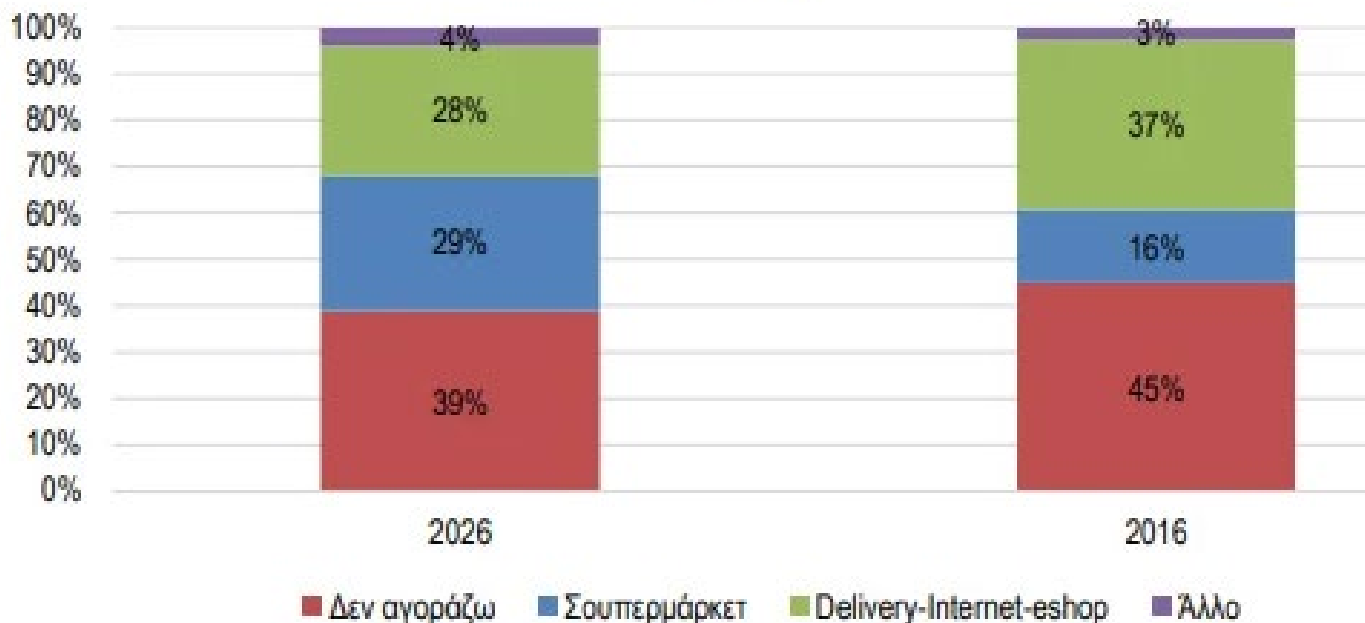
Συγκεκριμένα, το 29% των καταναλωτών

δηλώνει ότι αγοράζει έτοιμο μαγειρευτό φαγητό από super market, έναντι 16% το 2016, σχεδόν διπλάσιο ποσοστό μέσα σε μία δεκαετία.

Η εικόνα αυτή δείχνει μετατόπιση μέρους της κατανάλωσης προς τις οργανωμένες αλυσίδες λιανικής, οι οποίες τα τελευταία χρόνια έχουν επενδύσει σημαντικά στην ανάπτυξη νέων προτάσεων έτοιμου φαγητού.

Παράλληλα, μειώνεται το ποσοστό των καταναλωτών που δηλώνει ότι δεν αγοράζει καθόλου έτοιμο φαγητό, από 45% το 2016 σε 39% σήμερα, γεγονός που επιβεβαιώνει ότι η συγκεκριμένη αγορά αποκτά σταδιακά μεγαλύτερη διείσδυση στην καθημερινότητα των ελληνικών νοικοκυριών.

Από πού προτιμάτε να αγοράζετε τα παρακάτω προϊόντα (έτοιμο μαγειρευτό φαγητό);



ΤΙ ΑΓΟΡΑΖΟΥΝ ΣΤΑ SUPER MARKETS

Με βάση τα στοιχεία της έρευνας, το προϊόν με τη μεγαλύτερη διείσδυση είναι το ψητό κοτόπουλο, το οποίο έχει δοκιμάσει το 61% των καταναλωτών, ενώ το 12% δηλώνει ότι το καταναλώνει συστηματικά. Υψηλά ποσοστά δοκιμής καταγράφουν επίσης τα σφολιατοιειδή, με 50%, τα γεύματα

σε κονσέρβα με 48%, οι έτοιμες σαλάτες με 42%, τα γλυκά με 38% και τα σάντουιτς ή μπάρες με 44%.

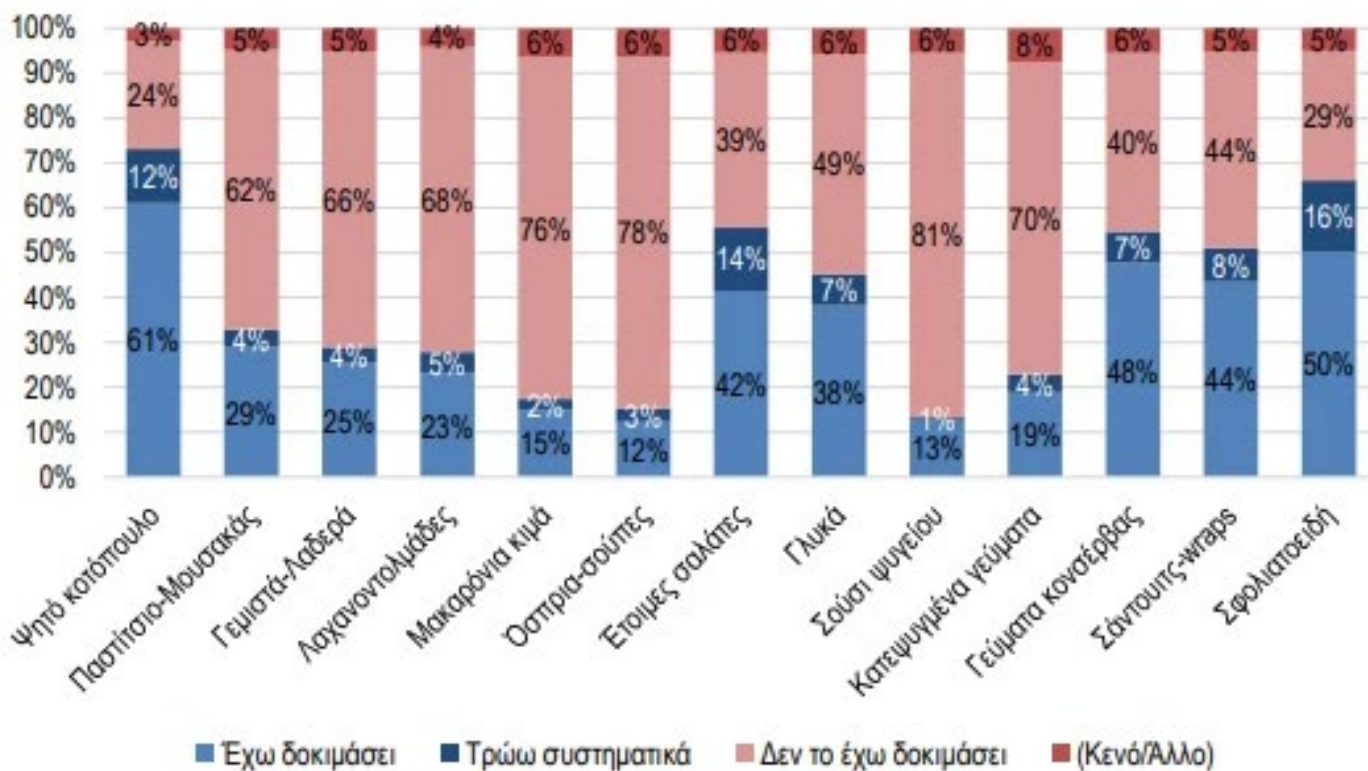
Λιγότερες δοκιμές γίνονται σε κατηγορίες όπως τα όσπρια και οι σούπες, με 12%, το σούσι ψυγείου με 13%, τα μακαρόνια με κιμά με 15% και τα κατεψυγμένα γεύματα με 19%.

ΣΥΣΤΗΜΑΤΙΚΗ ΚΑΤΑΝΑΛΩΣΗ

Σε επίπεδο συστηματικής κατανάλωσης, τα υψηλότερα ποσοστά καταγράφουν:

- τα σφολιατοιειδή: 16%
- οι έτοιμες σαλάτες: 14%
- το ψητό κοτόπουλο: 12%
- τα σάντουιτς/ wraps: 8%
- τα γεύματα σε κονσέρβα: 7%
- τα γλυκά: 7%

Τι από τα παρακάτω έχετε δοκιμάσει ή τρώτε συστηματικά από το σουπερμάρκετ



Η ΕΛΛΕΙΨΗ ΧΡΟΝΟΥ Ο ΒΑΣΙΚΟΣ ΛΟΓΟΣ ΑΓΟΡΑΣ

Σύμφωνα με την έρευνα του ΙΕΛΚΑ, ο βασικότερος λόγος για τον οποίο οι καταναλωτές στρέφονται στο έτοιμο φαγητό είναι η έλλειψη χρόνου. Το 41% δηλώνει ότι αγοράζει έτοιμο φαγητό επειδή λόγω εργασίας δεν προλαβαίνει να μαγειρέψει.

Παράλληλα, το 12% επιλέγει έτοιμο φαγητό για ειδικές διατροφικές ή γευστικές προτιμήσεις, όπως εθνικές κουζίνες ή ειδική διατροφή, ενώ το 8% αναφέρει ότι δεν συμφέρει οικονομικά να μαγειρεύει στο σπίτι,

κυρίως όταν πρόκειται για λίγα άτομα.

Το υπόλοιπο 39% δηλώνει ότι δεν αγοράζει έτοιμο φαγητό.

Τα ευρήματα δείχνουν ότι η κατηγορία καλύπτει κυρίως πρακτικές ανάγκες, που συνδέονται με τον σύγχρονο τρόπο ζωής, ενώ παράλληλα λειτουργεί και ως επιλογή ευχαρίστησης ή κοινωνικής κατανάλωσης.

ΔΕΝ ΑΝΤΙΚΑΘΙΣΤΑ ΤΟ ΣΠΙΤΙΚΟ

Παρά την αυξημένη διείσδυση του έτοιμου φαγητού, οι καταναλωτές εξακολουθούν να θεωρούν ότι το έτοιμο φαγητό εξα-

κολουθεί να αντιμετωπίζεται κυρίως ως λύση ευκολίας και να θεωρείται υποδεέστερο του μαγειρεμένου φαγητού στο σπίτι. Ειδικότερα, το 80% συμφωνεί ότι το έτοιμο φαγητό δεν είναι τόσο υγιεινό όσο το σπιτικό, ενώ μόλις το 9% διαφωνεί. Ακόμη πιο καθαρή είναι η εικόνα στο ζήτημα της γεύσης. Μόνο το 7% θεωρεί ότι το έτοιμο φαγητό είναι πιο νόστιμο από το σπιτικό, ενώ το 71% διαφωνεί.

Μάκης Αποστόλου
makis@notice.gr



• **REWE - MARS**

ΠΙΛΟΤΙΚΟ PROJECT ΕΦΟΔΙΑΣΤΙΚΗΣ ΑΛΥΣΙΔΑΣ ΑΠΟΚΛΕΙΣΤΙΚΑ ΜΕ ΗΛΕΚΤΡΟΚΙΝΗΣΗ

Πιλοτικό διασυνοριακό έργο μεταφορών υλοποιούν REWE Group και Mars, με στόχο την πλήρη ηλεκτροκίνηση ενός ολοκληρωμένου διαδρόμου εφοδιαστικής αλυσίδας. Οι δύο εταιρείες επιδιώκουν να αποδείξουν ότι τα ηλεκτρικά φορτηγά με μπαταρία μπορούν να μειώσουν σημαντικά τις εκπομπές αερίων του θερμοκηπίου στην εφοδιαστική αλυσίδα τροφίμων, χωρίς να επηρεάζεται η επιχειρησιακή αποδοτικότητα.

ΤΟ ΕΡΓΟ

Το έργο συνδέει τις παραγωγικές εγκαταστάσεις της Mars στην Ολλανδία και την Γερμανία με το δίκτυο logistics της REWE Group και περισσότερα από 300 καταστήματα λιανικής. Τα τρόφιμα, τα προϊόντα ζαχαροπλαστικής και οι ζωοτροφές κατοικίδιων μεταφέρονται στην κεντρική αποθήκη της REWE στο Oranienburg και στη συνέχεια διανέμονται τόσο στα φυσικά καταστήματα όσο και στα κέντρα εκτέλεσης ηλεκτρονικών παραγγελιών.

Το εγχείρημα βασίζεται σε στόλο 47 ηλεκτρικών φορτηγών με μπαταρία, εκ των οποίων τα 23 διαχειρίζεται η Mars και τα 24 η REWE Group. Μέχρι σήμερα, τα οχήματα έχουν διανύσει περισσότερα από 2,4 εκατ. χιλιόμετρα, εξοικονομώντας περίπου 750.000 λίτρα πε-



τρελαίου κίνησης και αποτρέποντας την εκπομπή σχεδόν 2.600 τόνων ισοδυνάμου διοξειδίου του άνθρακα (CO_{2e}).

Ο ΡΟΛΟΣ ΤΗΣ ΗΛΕΚΤΡΟΚΙΝΗΣΗΣ

Ο Executive Director Logistics/SCM της REWE Group, Lars Siebel, υποστήριξε ότι η ηλεκτροκίνηση αποτελεί πλέον επιχειρηματικά βιώσιμη επιλογή, καλώντας τις εταιρείες μεταφορών να αξιολογήσουν τα οικονομικά οφέλη της μετάβασης. Όπως ανέφερε, οι γεωπολιτικές αβεβαιότητες διατηρούν υψηλή τη μεταβλητότητα στις τιμές του πετρελαίου, ενώ το κόστος της ηλεκτρικής ενέργειας εί-

ναι πιο σταθερό και εκτιμάται ότι θα μειωθεί περαιτέρω. Σύμφωνα με τον ίδιο, ήδη περισσότερες από τις μισές διαδρομές του δικτύου της REWE είναι οικονομικότερο να πραγματοποιούνται με ηλεκτρικά φορτηγά, ενώ ο καλύτερος σχεδιασμός των δρομολογίων μπορεί να επιταχύνει την απόσβεση της αρχικής επένδυσης.

Πέρα από τη μείωση των εκπομπών, οι δύο εταιρείες επισημαίνουν ότι τα ηλεκτρικά φορτηγά περιορίζουν περίπου στο μισό και τα επίπεδα θορύβου σε σχέση με τα πετρελαιοκίνητα οχήματα, γεγονός που αποτελεί σημαντικό πλεονέκτημα στις αστικές περιοχές.

POWERED BY **FN|USA.**

• **MARS**

ΚΛΕΙΝΕΙ ΕΡΓΟΣΤΑΣΙΟ ΤΗΣ NATURE'S BAKERY ΣΤΟ ΜΙΖΟΥΡΙ, ΧΑΝΟΝΤΑΙ 345 ΘΕΣΕΙΣ ΕΡΓΑΣΙΑΣ

Στο κλείσιμο της μονάδας παραγωγής της Nature's Bakery στο Hazelwood του Μιζούρι, προχωρά η Mars. Η απόφαση θα οδηγήσει στην κατάργηση 345 θέσεων εργασίας, ενώ η οριστική παύση της λειτουργίας του να έχει προγραμματιστεί για τον Σεπτέμβριο του 2027. Οι απολύσεις θα πραγματοποιηθούν σε δύο φάσεις: τον Σεπτέμβριο του 2026 και τον Φεβρουάριο του 2027.

ΠΟΥ ΘΑ ΜΕΤΑΦΕΡΘΕΙ Η ΠΑΡΑΓΩΓΗ

Η Nature's Bakery θα μεταφέρει την παραγωγική της δραστηριότητα σε άλλες εγκα-

ταστάσεις του ομίλου. Η εταιρεία διαθέτει ήδη μονάδες παραγωγής στο Salt Lake και στο Carson της Νεβάδα.

Παράλληλα, γνωστοποίησε ότι οι εργαζόμενοι που επηρεάζονται από την απόφαση θα έχουν τη δυνατότητα να διεκδικήσουν άλλες θέσεις εργασίας τόσο στην Nature's Bakery όσο και στην Mars.

ΠΩΣ ΕΧΕΙ ΕΞΕΛΙΧΘΕΙ ΤΟ BRAND

Η Mars εξαγόρασε την Nature's Bakery το 2020, λίγο μετά την απόκτηση της επίσης γνωστής μάρκας μπαρών δημητριακών Kind.

Έκτοτε, η εταιρεία έχει επισημάνει ότι κα-



τάφερε να εξελίξει την Nature's Bakery σε ένα από τα ταχύτερα αναπτυσσόμενα brands στην κατηγορία των snack bars. Μάλιστα, επένδυσε \$237 εκατ. για την κατασκευή της μονάδας παραγωγής στο Salt Lake, προκειμένου να ανταποκριθεί στην αυξανόμενη ζήτηση.

• **ΗΠΑ**

ΕΞΑΙΡΕΣΗ ΤΟΥ ΒΡΑΖΙΛΙΑΝΙΚΟΥ ΚΑΦΕ ΑΠΟ ΤΟΥΣ ΔΑΣΜΟΥΣ ΖΗΤΑ Ο ΚΛΑΔΟΣ

Η αμερικανική βιομηχανία καφέ κάλεσε την κυβέρνηση του Donald Trump να διατηρήσει τον πράσινο καφέ από την Βραζιλία εκτός του καθεστώτος επιβολής δασμών, στο πλαίσιο της δημόσιας διαβούλευσης που βρίσκεται σε εξέλιξη.

Παράλληλα, η National Coffee Association (NCA) ζήτησε να συμπεριληφθεί και ο στιγμιαίος καφές στον κατάλογο των προϊόντων που θα εξαιρούνται από τους δασμούς, υποστηρίζοντας ότι αποτελεί κρίσιμη πρώτη ύλη για τη διατήρηση της ανταγωνιστικότητας της αμερικανικής βιομηχανίας καφέ, ιδιαίτερα καθώς αυξάνεται η ζήτηση για νέα προϊόντα, όπως οι έτοιμοι προς κατανάλωση καφέδες σε κουτί.

ΕΡΕΥΝΑ ΓΙΑ ΤΙΣ ΕΜΠΟΡΙΚΕΣ ΠΡΑΚΤΙΚΕΣ

Η κυβέρνηση των ΗΠΑ διεξάγει αυτή την εβδομάδα δημόσια διαβούλευση στο πλαίσιο της έρευνας για τις εμπορικές πρακτικές της Βραζιλίας.

Η κυβέρνηση Trump εξετάζει το ενδεχόμενο επιβολής δασμού 25% σε σειρά βραζιλιάνικων προϊόντων, υποστηρίζοντας ότι η χώρα εφαρμόζει αθέμιτες εμπορικές πρακτικές σε διάφορους τομείς, από το ψηφιακό εμπόριο έως την παράνομη αποψίλωση των δασών. "Η διατήρηση των εισαγωγών αυτών των κατηγοριών καφέ χωρίς δασμούς θα έχει σημαντικά οφέλη τόσο για την αμερικανική οικονομία όσο και για σχεδόν 200 εκατομμύρια ενήλικες Αμερικανούς που καταναλώνουν καφέ καθημερινά", δήλωσε ο Πρόεδρος της National Coffee Association, William Murray.

Η ΣΗΜΑΣΙΑ ΤΗΣ ΒΡΑΖΙΛΙΑΣ

Η Βραζιλία αποτελεί τον μεγαλύτερο παραγωγό και εξαγωγέα καφέ παγκοσμίως, καλύπτοντας περίπου το 1/3 των αναγκών της αγοράς των ΗΠΑ.

Πέρυσι, η χώρα βρέθηκε αντιμέτωπη με την επιβολή δασμού 50%, γεγονός που προκάλεσε σημαντικές αναταράξεις στην αμερικανική



νική αγορά καφέ, μέχρις ότου η Ουάσιγκτον αποφάσισε να συμπεριλάβει τον πράσινο καφέ στον κατάλογο των προϊόντων που εξαιρούνται από τους δασμούς. Αντίθετα, ο στιγμιαίος καφές παρέμεινε επιβαρυνμένος με δασμό 50% μέχρι την απόφαση του Ανώτατου Δικαστηρίου των ΗΠΑ, η οποία ακύρωσε το μεγαλύτερο μέρος των δασμών που είχε επιβάλει η κυβέρνηση Trump. Σήμερα, ο στιγμιαίος καφές υπόκειται σε ενιαίο παγκόσμιο εισαγωγικό δασμό 10%.

• **SEVEN & I**

ΑΝΑΒΑΘΜΙΖΕΙ ΤΟ GUIDANCE ΓΙΑ ΤΖΙΡΟ ΚΑΙ ΚΕΡΔΟΦΟΡΙΑ

Η Seven & i Holdings αναθεώρησε προς τα πάνω τις προβλέψεις της για τα κέρδη και τις πωλήσεις του τρέχοντος οικονομικού έτους, ενισχύοντας την αισιοδοξία ότι οι προσπάθειες αναδιάρθρωσης και μετασχηματισμού του ομίλου αρχίζουν να αποδίδουν.

Ειδικότερα, αναμένει έσοδα 10,4 τρισ. γιεν από 9,5 τρισ. πριν, και λειτουργικά κέρδη 425 δισ. γιεν από 405 δισ. στην προηγούμενη εκτίμηση.

ΣΤΟ ΕΠΙΚΕΝΤΡΟ Ο ΜΕΤΑΣΧΗΜΑΤΙΣΜΟΣ

Η Seven & i βρίσκεται σε διαδικασία μετασχηματισμού με στόχο να εξελιχθεί σε έναν παγκόσμιο όμιλο καταστημάτων ευκολίας, ύστερα από χρόνια πιέσεων που δεχόταν για το ιδιαίτερα εκτεταμένο και ετερογενές χαρτοφυλάκιο λιανικών δραστηριοτήτων της. Στην Ιαπωνία, τα καταστήματα 7-Eleven εξακολουθούν να επωφελούνται από την αύξηση της μέσης δαπάνης ανά πελάτη, αν και η επισκεψιμότητα παραμένει ανομοιογενής. Την ίδια στιγμή, οι δραστηριότητες του ομίλου στην Βόρεια Αμερική συνεχίζουν να εμ-



φανίζουν πιο υποτονική δυναμική στις πωλήσεις εμπορευμάτων.

ΑΠΟΕΠΕΝΔΥΣΕΙΣ

Στο πλαίσιο της στρατηγικής αναδιάρθρωσης, η Seven & i έχει ήδη προχωρήσει στην πώληση μη βασικών δραστηριοτήτων λιανικής στην Ιαπωνία, όπως αλυσίδες super market και εξειδικευμένων καταστημάτων. Οι κινήσεις αυτές πραγματοποιήθηκαν κατά τη διάρκεια του προηγούμενου έτους, όταν η εταιρεία επιχείρησε να ενισχύσει τη θέση της απέναντι στην πρόταση εξαγοράς ύψους 6,77 τρισ. γιεν που είχε καταθέσει η καναδική Alimentation Couche-Tard.



Stephen Hayes Dacus, CEO, Seven & i

• **NEUROPUBLIC**

ΝΕΟΣ ΓΥΡΟΣ ΕΠΕΝΔΥΣΕΩΝ €1,55 ΕΚΑΤ. ΚΑΙ ΕΝΙΣΧΥΣΗ ΣΥΜΜΕΤΟΧΗΣ ΤΟΥ LATSCO FAMILY OFFICE

Σε νέα φάση ανάπτυξης εισέρχεται η Neuropublic, μετά την ενίσχυση της συμμετοχής του Latsco Family Office, με την εταιρεία να επιταχύνει τη διεθνή της επέκταση, να υλοποιεί επενδυτικό πρόγραμμα ύψους €1,55 εκατ. για το 2026 και να προχωρά σε αναδιάρθρωση της διοίκησης.

ΝΕΟΣ ΠΡΟΕΔΡΟΣ Ο ΔΗΜΗΤΡΗΣ ΑΦΕΝΤΟΥΛΗΣ

Η εταιρεία εξέλεξε νέο Διοικητικό Συμβούλιο με Πρόεδρο τον Δημήτρη Αφεντούλη, Διευθύνοντα Σύμβουλο του Latsco Family Office... επιλογή, που δείχνει την πρόθεση του μετόχου να εμπλακεί ακόμα πιο ενεργά στη λειτουργία της εταιρείας.

ΕΠΕΝΔΥΣΕΙΣ ΚΑΙ ΣΕ ΝΕΑ ΠΡΟΪΟΝΤΑ

Το επενδυτικό πρόγραμμα του 2026 κατευθύνεται κυρίως

- Στην ανάπτυξη νέων προϊόντων και υπηρεσιών
- Στην ενίσχυση των δραστηριοτήτων Έρευνας και Ανάπτυξης (R&D) και
- Στην επιτάχυνση της διεθνούς ανάπτυξης.

Στο πλαίσιο αυτό εξελίσσεται η ανάπτυξη του "gaiaTRAP", της λύσης ψηφιακής παρακολούθησης εντόμων με αξιοποίηση Τεχνητής Νοημοσύνης, καθώς και του "GAIAGuard", της πλατφόρμας πρόληψης και έγκαιρης προειδοποίησης για πυρκαγιές και άλλους φυσικούς κινδύνους. Παράλληλα, η εταιρεία αναπτύσσει νέες εφαρμογές που αξιοποιούν τεχνολογίες AI, Internet of Things (IoT) και ανάλυσης δεδομένων, με στόχο την ενίσχυση της διεθνούς ανταγωνιστικότητάς της.



Στον σχεδιασμό της εντάσσεται επίσης η περαιτέρω αξιοποίηση της γραμμής παραγωγής ηλεκτρονικών συστημάτων, μέσω της οποίας σχεδιάζει και κατασκευάζει ηλεκτρονικά προϊόντα τόσο για τις δικές της εφαρμογές, όσο και για συνεργάτες στην Ελλάδα και το εξωτερικό.

ΕΝΙΣΧΥΣΗ ΤΗΣ ΔΙΕΘΝΟΥΣ ΠΑΡΟΥΣΙΑΣ

Η Neuropublic ενισχύει ήδη την παρουσία της στις αγορές της Βόρειας και της Υποσαχάριας Αφρικής, ενώ παράλληλα διερευνά νέες επιχειρηματικές ευκαιρίες σε αγορές, όπου αυξάνεται η ζήτηση για προηγμένες ψηφιακές εφαρμογές.

Την ίδια στιγμή, επενδύει στην ανάπτυξη νέων λύσεων, που αξιοποιούν τεχνολογίες

AI και IoT, με έμφαση στις εφαρμογές πρόληψης και έγκαιρης προειδοποίησης φυσικών κινδύνων, ενώ αξιολογεί πιθανές εξαγορές και άλλες επιχειρηματικές κινήσεις που μπορούν να δημιουργήσουν συνέργειες και να ενισχύσουν τη διεθνή της παρουσία.

ΘΕΤΙΚΟ ΞΕΚΙΝΗΜΑ ΓΙΑ ΤΟ 2026

Για τη χρήση του 2025, η Neuropublic κατέγραψε

- Έσοδα €14,13 εκατ.
- EBITDA €2,80 εκατ.
- Κέρδη προ φόρων €1,15 εκατ.

ενώ θετική είναι και η πορεία του φετινού εξαμήνου.

Στέλλα Αυγουστάκη

stella@notice.gr

• **EFOOD**

ΝΕΑ ΕΝΕΡΓΕΙΑ ΓΙΑ ΤΙΣ ΠΟΔΟΣΦΑΙΡΙΚΕΣ ΒΡΑΔΙΕΣ ΤΟΥ ΠΑΓΚΟΣΜΙΟΥ ΚΥΠΕΛΛΟΥ

Το efood παρουσιάζει τη νέα ενέργεια Football Party Deals, με αφορμή τον μεγάλο τελικό του Παγκοσμίου Κυπέλλου, προσφέροντας στους χρήστες της πλατφόρμας ειδικές επιλογές φαγητού και προσφορές από συνεργαζόμενα καταστήματα.

Η ενέργεια, η οποία είναι διαθέσιμη από την έναρξη του Παγκοσμίου Πρωταθλήματος, περιλαμβάνει ειδικό φίλτρο στην εφαρμογή

του efood, μέσω του οποίου οι χρήστες μπορούν να εντοπίζουν επιλεγμένα combos και μενού, με εκπτώσεις που ξεκινούν από 25%. Στόχος της πρωτοβουλίας είναι η δημιουργία μιας ολοκληρωμένης εμπειρίας παραγγελίας για τις σημαντικές αθλητικές στιγμές, συνδυάζοντας ποικιλία επιλογών, προνομιακές τιμές και την εξυπηρέτηση της πλατφόρμας. Μέσω του φίλτρου Football Party Deals, οι



χρήστες μπορούν να επιλέξουν ανάμεσα σε προτάσεις που απευθύνονται σε διαφορετικές ποδοσφαιρικές παρέες, με διαθέσιμες επιλογές όπως πίτσες, burgers, σουβλάκια, finger food, καθώς και ειδικά combos που συνδυάζουν φαγητό και ποτό.

• **ΠΑΓΩΤΑ ΠΗΛΙΟ**

ΡΕΚΟΡ ΤΖΙΡΟΥ ΤΟ 2025 - Ο ΚΑΙΡΟΣ ΦΡΕΝΑΡΕ ΤΗΝ ΚΑΤΑΝΑΛΩΣΗ ΣΤΟ ΠΕΝΤΑΜΗΝΟ

Το βηματισμό της φαίνεται να βρίσκει σιγά σιγά η αγορά παγωτού, μετά από ένα μάλλον αρκετά νωχελικό α' πεντάμηνο που δεν βοηθήθηκε καθόλου από τις καιρικές συνθήκες. "Η χρονιά ήταν λίγο δύσκολη στο πρώτο μισό της, καθώς οι σχετικά χαμηλές θερμοκρασίες κάθε άλλο παρά ευνόησαν την κατανάλωση", εξηγεί στο Fnb Daily ο Στέλιος Πεπονόπουλος, Πρόεδρος και Διευθύνων Σύμβουλος της Παγωτά Πήλιο, που εδρεύει στον Βόλο.

"ΤΟ ΠΑΓΩΤΙΝΙ ΚΕΡΔΙΖΕΙ ΜΕΡΙΔΙΑ"

"Από τον προηγούμενο μήνα ωστόσο η εικόνα έχει αλλάξει και η αγορά θα λέγαμε ότι έχει πάρει τα πάνω της, επιστρέφοντας στους συνήθεις για την εποχή ρυθμούς", προσθέτει.

Ο ίδιος παρατηρεί ότι συνεχίζεται και φέτος

μία τάση που από πέρυσι είχε αρχίσει να γίνεται ιδιαίτερα αισθητή: "Βλέπουμε ότι το παγωτίνι εξακολουθεί να ενισχύεται και να κερδίζει μερίδια αγοράς έναντι του έτοιμου, τυποποιημένου παγωτού ψυγείου- κάτι πολύ λογικό από τη στιγμή που η τιμή του δεύτερου αναλογικά έχει ανέβει σε πολύ υψηλά επίπεδα, τα οποία δυσκολεύεται να ακολουθήσει ο καταναλωτής".

ΜΙΚΡΗ ΠΤΩΣΗ 3% ΣΤΟ ΠΡΩΤΟ ΜΙΣΟ

Η τάση αυτή, όπως και η πανελλαδική πλεον παρουσία που φτάνει μέχρι και σε νησιωτικές περιοχές, βοήθησε την Παγωτά Πήλιο να κλείσει το 2025 με ανάπτυξη 10% και τζίρο της τάξης των €8 εκατ., τον υψηλότερο της ιστορίας της. Η επιβράδυνση της κατανάλωσης, λόγω των χαμηλών καιρικών συνθη-

κών, είχε ως αποτέλεσμα το α' εξάμηνο να κλείσει ελαφρώς πτωτικά με μείωση 3% στον κύκλο εργασιών, που ωστόσο, σύμφωνα με τον κ. Πεπονόπουλο, αναμένεται να αντιστραφεί στη συνέχεια της χρονιάς.

DATA (σε €χιλ.)

Κύκλος Εργασιών

2024: 7.479

2023: 6.607

2022: 5.156

2021: 4.600

EBIT

2024: 1.638

2023: 1.321

2022: 543

2021: 432

Αποτέλεσμα προ φόρων

2024: 1.637

2023: 1.320

2022: 539

2021: 428



ΣΥΝΕΡΓΑΣΙΑ ΜΕ ΦΟΥΡΝΟΥΣ ΖΟΡΠΑ ΣΤΗΝ ΚΥΠΡΟ

Οι εξαγωγές εξακολουθούν να κινούνται στο 10% του τζίρου και αφορούν την Κύπρο, όπου εδώ και κάποια χρόνια υπάρχει συνεργασία με την Φούρνοι Ζορπός, τη μεγαλύτερη αλυσίδα αρτοποιειών της χώρας με περισσότερα από 50 καταστήματα.

Η εταιρεία πρόσθεσε φέτος στην γκάμα της τη γεύση Speculoos, τόσο σε ξυλάκι, όσο και σε τούρτα-παγωτό, με τους κωδικούς της πλέον να ανέρχονται σε 50 και έχει ήδη αρχίσει να δουλεύει πάνω σε αυτούς που θα παρουσιάσει την επόμενη σεζόν.

ΕΝ ΑΝΑΜΟΝΗ ΕΓΚΡΙΣΕΩΝ ΓΙΑ ΤΗΝ ΕΠΕΝΔΥΣΗ ΤΩΝ €2 ΕΚΑΤ.

Παράλληλα, βρίσκεται εν αναμονή της έγκρισης υπαγωγής, αλλά και των οικοδομικών αδειών, προκειμένου να ξεκινήσει την υλοποίηση του επενδυτικού σχεδίου €2 εκατ. για επέκταση των κτιριακών εγκαταστάσεων και εκσυγχρονισμό του μηχανολογικού εξοπλισμού. Η έμφαση, όπως υπογραμμίζει ο κ. Πεπονόπουλος, θα δοθεί στην επέκταση των αποθηκευτικών χώρων (ψυγεία, κατάψυξη).

Γιάννης Τσατσάκης
yannis@notice.gr

• ΥΠΟΥΡΓΕΙΟ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ

ΑΠΟ ΤΙΣ 31/8 Η ΜΕΙΩΣΗ 5% ΣΕ ΒΑΣΙΚΑ ΠΡΟΪΟΝΤΑ - ΤΙ ΒΛΕΠΕΙ Η ΑΓΟΡΑ ΩΣ ΣΗΜΕΙΟ-ΚΛΕΙΔΙ ΣΤΗΝ ΕΦΑΡΜΟΓΗ ΤΟΥ ΜΕΤΡΟΥ

Στην τελική ευθεία εισέρχεται η εθνική πρωτοβουλία για τη μείωση των τιμών σε βασικά προϊόντα, καθώς από τις 31 Αυγούστου θα ξεκινήσει η εφαρμογή του μέτρου στα ράφια των super market, με τη συμμετοχή της βιομηχανίας, των προμηθευτών και των αλυσίδων λιανεμπορίου σε εθελοντική βάση.

Όπως ανακοίνωσε ο Υπουργός Ανάπτυξης Τάκης Θεοδωρικάκος οι μειώσεις θα διαμορφώνονται κατ' ελάχιστον στο 5%, με στόχο, όπου είναι εφικτό, να κινηθούν σε υψηλότερα επίπεδα, ενώ η δράση θα έχει διάρκεια από δύο έως τέσσερις μήνες.

ΟΡΙΣΤΙΚΟΠΟΙΗΣΗ ΚΑΤΗΓΟΡΙΩΝ

Η πρωτοβουλία οριστικοποιήθηκε στη συνάντηση του Υπουργού με εκπροσώπους της βιομηχανίας, των προμηθευτών, των πολυεθνικών, των αλυσίδων super market, της Ανεξάρτητης Αρχής Ελέγχου της Αγοράς και του υπουργείου.

Στο επίκεντρο της σύσκεψης βρέθηκε και η οριστικοποίηση των κατηγοριών προϊόντων που θα ενταχθούν στην πρωτοβουλία, καθώς και του ποσοστού μείωσης. Το μέτρο θα καλύπτει βασικά τρόφιμα, είδη διαβίωσης και προϊόντα συντήρησης του νοικοκυριού.

Η συμμετοχή των εταιρειών στο πρόγραμμα θα είναι εθελοντική. Παράλληλα, η εφαρμογή της πρωτοβουλίας θα τελεί υπό την εποπτεία της νέας Ανεξάρτητης Αρχής Ελέγχου της Αγοράς και Προστασίας του Καταναλωτή, ενώ οι επιμέρους διαδικασίες υλοποίησης θα εξειδικευτούν σε συνεργασία με τις συμμετέχουσες επιχειρήσεις.



INFO - ΚΑΤΗΓΟΡΙΕΣ

- Νωπό κρέας: μοσχάρι, χοιρινό, πουλερικά
- Γάλα, γιαούρτι, τυρί και αυγά
 - Ψωμί και αλεύρι
 - Ζυμαρικά, ρύζι και όσπρια
- Ελαιόλαδο, σπορέλαια, βούτυρο και μαργαρίνες
- Βρεφικό γάλα, παιδικές τροφές και πάνες
 - Καφές, δημητριακά
- Σοκολάτα, μπισκότα και σοκολατοειδή
 - Αναψυκτικά
- Καθαριστικά (Απορρυπαντικά πλυντηρίου και πιάτων, γενικής χρήσης)
 - Προϊόντα προσωπικής υγιεινής
 - Σχολικά είδη

εβδομάδες θα πραγματοποιηθεί εντατική προεργασία καθώς θα πρέπει να ολοκληρωθούν οι επαφές με προμηθευτές, θεσμικούς φορείς και αλυσίδες λιανεμπορίου, ώστε το πρόγραμμα να είναι έτοιμο να εφαρμοστεί και να περάσει εγκαίρως στα ράφια.

Ιδιαίτερη έμφαση δόθηκε στην ανάγκη να οργανωθεί σωστά η εφαρμογή της πρωτοβουλίας, ώστε ο καταναλωτής να αντιληφθεί τόσο το οικονομικό όφελος, όσο και τον τρόπο λειτουργίας του μέτρου. Όπως χαρακτηριστικά αναφέρουν, "το κρίσιμο στάδιο πλέον δεν είναι η ανακοίνωση της πρωτοβουλίας, αλλά η διευθέτηση όλων των επιμέρους λεπτομερειών, ώστε να περιοριστούν αδυναμίες που θα μπορούσαν να δημιουργήσουν προβλήματα κατά την υλοποίησή της".

Τονίστηκε δε ότι ο μόνος παράγοντας που μπορεί να επηρεάσει ουσιαστικά την αγορά είναι ο ισχυρός ανταγωνισμός και η αντιμετώπιση των αδυναμιών που τον περιορίζουν.

Στέλλα Αυγουστάκη
stella@notice.gr

ΤΟ (ΣΗΜΑΝΤΙΚΟ) ΕΠΟΜΕΝΟ ΒΗΜΑ

Σύμφωνα με τα όσα αναφέρουν πηγές της αγοράς, με γνώση των όσων έγιναν στη συνάντηση, τις επόμενες τρεις έως τέσσερις

• ΑΒ ΒΑΣΙΛΟΠΟΥΛΟΣ

ΝΕΑ ΥΠΗΡΕΣΙΑ CATERING ΓΙΑ ΠΑΡΤΙ ΚΑΙ ΕΤΑΙΡΙΚΕΣ ΕΚΔΗΛΩΣΕΙΣ

Μια νέα υπηρεσία για την οργάνωση μπουφédων σε πάρτι και εταιρικές εκδηλώσεις παρουσιάζει η ΑΒ Βασιλόπουλος. Πρόκειται για εξέλιξη για την οποία [είχατε ενημερωθεί από το FNB Daily στις 15/5](#).

Η νέα υπηρεσία περιλαμβάνει έτοιμες αλμυρές επιλογές σε πρακτικές συσκευασίες, δίνοντας τη δυνατότητα στους πελάτες να συνθέσουν τον μπουφέ που ανταποκρίνεται στις ανάγκες και την περίπτωση που επιθυμούν να οργανώσουν.

Η υπηρεσία απευθύνεται σε διαφορετικές στιγμές της καθημερινότητας, από παιδικά πάρτι, γενέθλια και συγκεντρώσεις στο σπίτι



τι έως εταιρικές εκδηλώσεις, συναντήσεις γραφείου και μικρές στιγμές φιλοξενίας με συνεργάτες ή ομάδες.

MENΟΥ

Στο διαθέσιμο μενού περιλαμβάνονται επιλογές όπως:

- μίνι τρίγωνα

- μπριός
- μίνι ρολς
- burgers
- κεφτεδάκια
- κοτομπουκιές
- καλαμάκια

προσφέροντας διαφορετικούς συνδυασμούς γεύσεων ανάλογα με το κοινό, το είδος της εκδήλωσης και τις προτιμήσεις των πελατών.

Οι παραδόσεις γίνονται κατά τις απογευματινές ώρες, από Δευτέρα έως Σάββατο, ενώ απαιτείται χρόνος προετοιμασίας από 48 έως 72 ώρες.

• **PEPSICO**

ΟΙ ΤΙΜΕΣ ΤΩΝ ΚΑΥΣΙΜΩΝ ΦΡΕΝΑΡΟΥΝ ΤΙΣ ΠΩΛΗΣΕΙΣ SNACKS ΣΤΗΝ ΒΟΡΕΙΑ ΑΜΕΡΙΚΗ

Οι καταναλωτές στην Βόρεια Αμερική περιορίσαν τις δαπάνες τους κατά το β' τρίμηνο του έτους, σύμφωνα με την PepsiCo, καθώς η άνοδος στις τιμών των καυσίμων επιβάρυνε τους οικογενειακούς προϋπολογισμούς, επιβραδύνοντας τις προσπάθειες της εταιρείας να αναζωογονήσει τις πωλήσεις του κλάδου αλμυρών snacks.

Η εταιρεία, που διαθέτει μεταξύ άλλων τα Doritos, Lay's και Gatorade, κατέγραψε μείωση 2% στα έσοδα του κλάδου τροφίμων στην Βόρεια Αμερική, ενώ οι όγκοι πωλήσεων παρέμειναν αμετάβλητοι, παρά το γεγονός ότι νωρίτερα μέσα στο έτος προχώρησε σε μειώσεις τιμών έως και 15% σε ορισμένα προϊόντα.

“Η κατάσταση του καταναλωτή είναι χειρότερη από ό,τι είχαμε προβλέψει και αυτό οφείλεται κυρίως στις τιμές των καυσίμων”, δήλωσε ο Chief Executive Officer της PepsiCo, Ramon Laguarta. Όπως ανέφερε, οι καταναλωτές περιορίσαν περισσότερο από το αναμενόμενο τις αγορές τους σε καταστήματα ευκολίας και σε άλλα σημεία όπου πραγματοποιούνται αυθόρμητες αγορές, εξαιτίας του αυξημένου κόστους των καυσίμων.

DATA Εξάμηνο (σε \$κατ.)

Πωλήσεις	Λειτουργικά κέρδη	Καθαρά κέρδη
2026: 43.624	2026: 7.236	2026: 5.342
2025: 40.645	2025: 4.372	2025: 3.122
Μεταβολή: 7,3%	Μεταβολή: 65%	Μεταβολή: 71,1%

ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΗ ΜΕΙΩΣΗΣ ΤΙΜΩΝ

Η PepsiCo καταβάλλει προσπάθειες να ενισχύσει τις πωλήσεις των αλμυρών snacks και είχε καταγράψει τα πρώτα σημάδια ανάκαμψης νωρίτερα φέτος, μετά τη μείωση των τιμών έως και 15% στις συσκευασίες μεσαίου μεγέθους. Ωστόσο, η δυναμική αυτή επιβραδύνθηκε κατά το β' τρίμηνο.

ΠΡΟΟΠΤΙΚΕΣ

Η εταιρεία διατήρησε αμετάβλητες τις προβλέψεις για το σύνολο του οικονομικού έτους 2026, εκφράζοντας την εκτίμηση ότι η στρατηγική των χαμηλότερων τιμών θα συμβάλει σταδιακά στην ανάκαμψη των επιδόσεων κατά το β' εξάμηνο. Όπως δήλωσε ο Chief



Ramon Laguarta, CEO, PepsiCo

Financial Officer της PepsiCo, Steve Schmitt, η δραστηριότητα στην Βόρεια Αμερική ήταν πιο αδύναμη από το αναμενόμενο και πλέον η βελτίωση των επιδόσεων εκτιμάται ότι θα είναι πιο σταδιακή.

Παράλληλα, ο Ramon Laguarta ανέφερε ότι η εταιρεία αναπροσαρμόζει σε ορισμένες περιπτώσεις τις μειώσεις τιμών, ενώ λανσάρει περισσότερα προϊόντα με υψηλότερη περιεκτικότητα σε πρωτεΐνη και φυτικές ίνες, ανταποκρινόμενη στη μετατόπιση των προτιμήσεων των καταναλωτών προς πιο υγιεινές επιλογές.

• Debrief •

ΤΟ “ΔΩΡΟ”

Δίνουν και παίρνουν οι αναλύσεις για τη Σύνοδο του NATO στην Άγκυρα και το... “bromance” Trump-Erdogan. Το ποιος, αν και τί κέρδισε, θα φανεί σε βάθος χρόνου, ας μην προτρέχουμε. Άλλωστε με την ταχύτητα που αλλάζουν όλα, το σημερινό κέρδος μπορεί να μετατραπεί σε χασούρα αύριο, και τούμπαλιν.

Πάντως πολλοί ηγέτες χωρών του NATO, ασχολούνται σήμερα με το [πώς θα... απε-υεργοποιήσουν το δώρο που τους έκανε ο Tayyip Erdogan](#): ένα περίστροφο με πραγματικά πυρομαχικά και κιτ καθαρισμού. Ένα λειτουργικό όπλο, δηλαδή.

Μια ματιά στον διεθνή Τύπο, και οι σχετικές αναλύσεις επιβεβαιώνουν το προφανές: μέσω της συγκεκριμένης επιλογής, ο Erdogan ήθελε να αναδείξει την αμυντική βιομηχανία της Τουρκίας, η οποία έχει κα-

ταστεί βασικός πυλώνας εξαγωγών για τη γείτονα. Κυρίως, όμως, ήθελε να δείξει ότι είναι διαθέσιμη για τη συμμαχία, τώρα που τα πράγματα έχουν σφίξει γενικώς, και η Άμυνα βρίσκεται στον σχεδιασμό και στα χείλη όλων.

Ακριβώς αυτή η εξέλιξη, μετατρέπει πλέον την τουρκική αμυντική βιομηχανία από επιχειρηματική δραστηριότητα, σε μοχλό εξωτερικής πολιτικής. Η Τουρκία λέει στην Ευρώπη, “κοίτα, εδώ έχω έτοιμα εργοστάσια που παράγουν αμυντικά συστήματα. Και έχω εξειδικευμένους ανθρώπους που δουλεύουν σε αυτά. Ό,τι ψάχνεις εσύ τώρα να στήσεις, εγώ το έχω ήδη έτοιμο”.

Η Τουρκία επένδυσε συστηματικά και σε βάθος χρόνου στην Άμυνα. Χωρίς θόρυβο, αρχικά, με ολοένα και πιο εξωστρεφή φωνή σήμερα. Αυτή την επένδυση, λοι-

πόν, επιχειρεί να εξαργυρώσει, αναβαθμίζοντας τη θέση της. Η αμυντική βιομηχανία ως “δώρο” στην Ευρώπη, που αναζητά νέες δικλίδες ασφαλείας, μετά από δεκαετίες επιπόλαιου εφησυχασμού.

Δεν τα γράφουμε όλα αυτά για να προκαλέσουμε αισθήματα ανησυχίας και ανασφάλειας. Καταγράφουμε τα γεγονότα, απλά και μόνο για να καταδείξουμε τις ευκαιρίες που ως χώρα χάσαμε κάποτε, επιλέγοντας άλλους δρόμους, στρεβλής, όπως αποδείχθηκε, ανάπτυξης. Και για να υπενθυμίσουμε ότι απαιτείται υπομονή και επιμονή για να χτίσεις κάτι. Επενδύεις σήμερα, για να δεις οφέλη μετά από χρόνια. Σε κάθε περίπτωση, ποτέ δεν είναι αργά.

Γιάννης Παλιούρης
giannis@notice.gr

Business Maker

ΤΟ ΣΤΟΙΧΗΜΑ ΤΩΝ ΜΕΙΩΣΕΩΝ ΚΑΙ Ο ΠΑΡΑΓΟΝΤΑΣ ΜΕΣΗ ΑΝΑΤΟΛΗ

Η αγορά ετοιμάζεται για την εθνική πρωτοβουλία μείωσης των τιμών από τις 31 Αυγούστου, όμως πίσω από τις δημόσιες δεσμεύσεις επικρατεί έντονος προβληματισμός για το πόσο βαθιές θα είναι τελικά οι εκπτώσεις, που θα φτάσουν στο ράφι. Η κυβέρνηση έχει θέσει ως ελάχιστο στόχο μειώσεις 5% στα βασικά προϊόντα, με διάρκεια από δύο έως τέσσερις μήνες και με εθελοντική συμμετοχή των επιχειρήσεων. Ωστόσο, καλά πληροφορημένες πηγές από τον κλάδο εκτιμούν ότι το τελικό αποτέλεσμα θα κριθεί από παράγοντες, που σήμερα κανείς δεν μπορεί να προβλέψει. Ο μεγάλος άγνωστος, σύμφωνα με στελέχη του οργανωμένου λιανεμπορίου, είναι η πορεία της σύγκρουσης στην Μέση Ανατολή. Όπως σημειώνουν, η επανεμφάνιση της γεωπολιτικής έντασης έχει αλλάξει τα δεδομένα μέσα σε λίγες ημέρες, επαναφέροντας την αβεβαιότητα γύρω από τις διεθνείς

τιμές ενέργειας, τα μεταφορικά κόστη και τις πρώτες ύλες. "Όλα είναι ρευστά αυτή τη στιγμή. Αν το πετρέλαιο πάρει ξανά την ανηφόρα, οι συζητήσεις που γίνονται σήμερα μπορεί να χρειαστεί να επανεξεταστούν", αναφέρει χαρακτηριστικά άνθρωπος της αγοράς. Οι ίδιες πηγές εξηγούν ότι αρκετές βιομηχανίες είχαν ήδη συζητήσει ένα άτυπο πάγωμα των ανατιμήσεων για το επόμενο διάστημα, όμως κανείς δεν μπορεί να δεσμευτεί για μεγαλύτερες υποχωρήσεις, αν οι διεθνείς συνθήκες επιδεινωθούν. Γι' αυτό και αρκετοί θεωρούν ότι το ποσοστό του 5% λειτουργεί περισσότερο ως αφετηρία, παρά ως δεδομένο αποτέλεσμα για όλες τις κατηγορίες προϊόντων. Στον κλάδο υπενθυμίζουν επίσης ότι η αύξηση των πωλήσεων δεν μεταφράζεται αυτόματα σε μεγαλύτερη κερδοφορία. Τα περιθώρια παραμένουν εξαιρετικά

περιορισμένα, συχνά μεταξύ 1% και 1,5%, ενώ το αυξημένο εργατικό κόστος, οι αποσβέσεις και τα χρηματοοικονομικά έξοδα απορροφούν μεγάλο μέρος των εσόδων. "Βλέπουμε μεγαλύτερους τζίρους, όχι όμως μεγαλύτερα κέρδη", σημειώνουν χαρακτηριστικά. Έτσι, αρκετοί παράγοντες της αγοράς εκτιμούν ότι το πραγματικό παιχνίδι θα συνεχίσει να παίζεται στις προσφορές και στις συμφωνίες με τη βιομηχανία και όχι στις οριζόντιες μειώσεις τιμών. Αν το διεθνές περιβάλλον ηρεμήσει, οι ίδιες πηγές δεν αποκλείουν να δημιουργηθούν οι προϋποθέσεις για μεγαλύτερες μειώσεις μέσα στο φθινόπωρο. Αν όμως η ένταση στην Μέση Ανατολή συνεχιστεί, το πιθανότερο σενάριο είναι ότι οι επιχειρήσεις θα επιλέξουν να προστατεύσουν τα ήδη ισχνά περιθώρια κέρδους τους, περιορίζοντας το εύρος των μειώσεων.

ΠΙΣΩ ΑΠΟ ΤΙΣ ΝΕΕΣ ΤΑΜΠΕΛΕΣ: Η ΝΕΑ... ΑΣΚΗΣΗ ΤΗΣ ΜΑΣΟΥΤΗΣ

Οι αλλαγές στις προσόψεις των καταστημάτων είναι το πιο ορατό κομμάτι της εξαγοράς του Κρητικού από τον Μασούτη. Πίσω από τις νέες ταμπέλες, ωστόσο, εξελίσσεται μία από τις πιο απαιτητικές ασκήσεις ενοποίησης, που έχει γνωρίσει τα τελευταία χρόνια το ελληνικό λιανεμπόριο τροφίμων. Καλά πληροφορημένες πηγές αναφέρουν ότι η ενσωμάτωση της Κρητικής στον όμιλο Μασούτης εξελίσσεται σύμφωνα με τον σχεδιασμό, χωρίς όμως να υποτιμάται η πολυπλοκότητα του εγχειρήματος. Η αλλαγή εμπορικής ταυτότητας αποτελεί μόνο την αρχή. Το μεγαλύτερο βάρος έχει πέσει στην ενοποίηση των πληροφοριακών

συστημάτων, των αποθηκών, των διαδικασιών προμηθειών και της συνολικής λειτουργίας του νέου οργανισμού. Σύμφωνα με τις ίδιες πηγές, μέχρι το τέλος του έτους θα έχει ολοκληρωθεί και η φορολογική απορρόφηση, με στόχο στις 31 Δεκεμβρίου το νέο εταιρικό σχήμα να λειτουργεί ως μία ενιαία επιχείρηση σε όλα τα επίπεδα. Πρόκειται για μια διαδικασία, που απαιτεί συντονισμό εκατοντάδων ανθρώπων και χιλιάδων κωδικών προϊόντων. Το αποτέλεσμα, εφόσον τηρηθεί το χρονοδιάγραμμα, θα δημιουργήσει έναν όμιλο με κύκλο εργασιών, που θα υπερβαίνει τα €2 δισ., ενισχύοντας ακόμη περισσότερο τον ανταγωνισμό απέναντι στους

υπόλοιπους μεγάλους παίκτες της αγοράς. Παράγοντες του κλάδου εκτιμούν ότι το ενδιαφέρον πλέον δεν βρίσκεται μόνο στο μέγεθος του νέου σχήματος, αλλά κυρίως στις συνέργειες που θα προκύψουν. Η κοινή διαπραγμάτευση με τους προμηθευτές, η καλύτερη αξιοποίηση των logistics και η ενοποίηση των δικτύων μπορούν να δημιουργήσουν οικονομίες κλίμακας, που δύσκολα επιτυγχάνονται οργανικά. Το στοίχημα, όπως παραδέχονται άνθρωποι, που παρακολουθούν στενά την αγορά, δεν είναι η αλλαγή της επιγραφής. Είναι η ομαλή λειτουργία μιας πολύ μεγαλύτερης εταιρείας από την πρώτη ημέρα του 2027.

• **DANONE**

ΔΩΡΕΑ ΙΑΤΡΟΤΕΧΝΟΛΟΓΙΚΟΥ ΕΞΟΠΛΙΣΜΟΥ ΣΤΟ ΝΟΣΟΚΟΜΕΙΟ ΠΑΠΑΓΕΩΡΓΙΟΥ

Σε δωρεά ιατροτεχνολογικού εξοπλισμού προς τη Β' Νεογνολογική Κλινική & Μονάδα Εντατικής Νοσηλείας Νεογνών του Γενικού Νοσοκομείου Παπαγεωργίου Θεσσαλονίκης προχώρησε η Danone, στο πλαίσιο των δράσεων στήριξης της κοινωνίας και της ενίσχυσης της φροντίδας για τα νεογνά και τα παιδιά.

Η δωρεά αφορά δύο εξειδικευμένα μηχανήματα, τα οποία ενισχύουν τις δυνατότητες παρακολούθησης και υποστήριξης πρόωρων

και ευάλωτων νεογνών, τόσο εντός της Μονάδας Εντατικής Νοσηλείας Νεογνών όσο και κατά τη διάρκεια των μεταφορών τους. Συγκεκριμένα, η Danone προσέφερε ένα μηχανήμα ICON του οίκου OSYPKA για μη επεμβατική αιμοδυναμική παρακολούθηση νεογνών, με τη δωρεά να έχει πραγματοποιηθεί τον Δεκέμβριο του 2024.

Παράλληλα, τον Δεκέμβριο του 2025 ολοκληρώθηκε η δωρεά ενός φορητού αναπνευστικού συστήματος υποστήριξης παι-



διών και νεογνών EVENeo του γερμανικού οίκου Fritz Stephan, το οποίο χρησιμοποιείται σε θερμοκοιτίδες για την ασφαλή αναπνευστική υποστήριξη νεογνών κατά τη διακομιδή και αεροδιακομιδή τους.

Business Insight

ΒΟΥJΝΑΗ: Ο ΓΑΛΛΟΣ Ο ΟΠΟΙΟΣ ΕΠΕΙΣΕ ΤΟΥΣ GREEKS ΤΟΥ SHIPPING ΝΑ ΔΕΣΟΥΝ ΚΑΒΟ ΣΤΗΝ ΑΘΗΝΑ

Με την εισαγωγή προς διαπραγμάτευση των ομολογιών της ναυτιλιακής Seanergy, στο Euronext Athens την προσεχή Τρίτη ολοκληρώνεται με απόλυτη επιτυχία ακόμη μία έκδοση με ελληνικό χρώμα ενισχύοντας την παρουσία των Greeks στο ελληνικό χρηματιστήριο.

Η προσφορά για την Seanergy Maritime Holdings έφτασε στα €202,8 εκατ. - υπερκαλύπτοντας κατά 2,03 φορές την ζήτηση - με σημαντικό το ό,τι μεγάλο μέρος εγγραφών αφορούσε ιδιώτες επενδυτές. Με συντονιστές αναδόχους την AXIA Ventures Group και Piraeus Securities το ΚΟΔ τιμολογήθηκε στο 4,9%, με το 92% των τίτλων να κατανέμεται σε ιδιώτες. Η ναυτιλιακή, με Διευθύνοντα Σύμβουλο τον Σταμάτη Τσαντάνη είναι εισηγμένη στον Nasdaq (με κωδικό SHIP) διαθέτει στόλο 17 χύδην ξηρού φορτίου τύπου Capesize και 2 τύπου Newcastlemax, Από τους κύριους λόγους του... κατάπλου στο ελληνικό χρηματιστήριο ήταν η ένταξη του στην ομπρέλα του ομίλου Euronext.

Ανατρέχοντας, όχι πολύ πριν, Οκτώβριο 2025 ο επικεφαλής του ομίλου, **Stephane Boujnah**, είχε προτεραιοποιήσει στους στόχους του την προσέλκυση των μεγάλων ελληνικών ναυτιλιακών εταιρειών. Ήδη η **Safe Bulk** (συμπερόντων **Πόλυ Β. Χατζηιωάννου**) είναι σε διαπραγμάτευση στην Κύρια Αγορά μετοχών (με κωδικό SB) στην τιμή των €5,90 (και αποτίμηση €600,7 εκατ.). Προφανές το κίνητρο του Boujnah, να

συμβάλει στην **εμβάθυνση του Euronext Athens**, αυξάνοντας τον κύκλο εργασιών/έσοδα για τον όμιλο Euronext που διοικεί, αξιοποιώντας τον κλάδο όπου η Ελλάδα πρωταγωνιστεί διεθνώς. Ωστόσο, ο Γάλλος βρήκε σχετικά στρωμένο έδαφος - έστω ομολογιακό - καθώς είχε προηγηθεί η έκδοση ομολογιακών της **Costamare**, **συμπερόντων Κωστή Κωνσταντακόπουλου**, η πρώτη που άντλησε €100 εκατ. με έκδοση ομολόγου στο ΧΑ, Μάιο 2021, για να ακολουθήσουν η **CPLP Shipping**, **συμπερόντων Βαγγέλη Μαρινάκη**, με ομολόγο €150 εκατ., Οκτώβριο 2021, και δεύτερη έκδοση €100 εκατ. τον Ιούλιο 2022. Τον Φεβρουάριο 2022, η **Safe Bulk**, **συμπερόντων Χατζηιωάννου**, προχώρησε επίσης σε ομολογιακή έκδοση €100 εκατ.

Εμφανές πως ο κλάδος έχει αρχίσει να επιταχύνει, η δύσκολη αρχή έχει γίνει (παράλληλα στις αγορές μετοχών-ομολόγων), με αρκετά ονόματα δυνητικά ενδιαφερόμενων να κυκλοφορούν σε Ακτή Μιαούλη και γραφεία εξειδικευμένων χρηματιστηριακών. Το ενδιαφέρον της **Okeanis Eco Tankers** (συμπερόντων **Αλαφούζου**) είναι λίγο ως πολύ γνωστό, μάλιστα η έκδοση ομολογιακού σχεδιάζεται για τα τέλη Αυγούστου. Η εταιρεία είναι εισηγμένη στο Euronext Oslo Boers (ticker code OET) με την μετοχή στις 533 Νορβηγικές κορώνες (περί τα €48). Η αγορά σταθερού εισοδήματος του ΧΑ δίνει τη δυνατότητα στις εταιρείες να έχουν άλλη μια εναλλακτική πηγή χρηματοδότη-

σης εκτός του τραπεζικού δανεισμού αλλά και να διευρύνουν την επενδυτική τους βάση. Με αυτό το σκεπτικό ο **Πέτρος Παππάς** έχει δεχτεί πρόταση για εισαγωγή μετοχών της εταιρείας του στην αντίστοιχη της Αθήνας. Εισηγμένη στην Wall Street, η **Star Bulk Carriers Corp** (ticker code SBLK) στην τιμή των \$25,50. Σύμφωνα με τις τελευταίες πληροφορίες δεν έχει καταλήξει με ποιο τρόπο θα γίνει η εισαγωγή - δηλαδή με έκδοση νέων μετοχών ή με παράλληλη εισαγωγή/διαπραγμάτευση, όπως έπραξε ο **Πόλυς Β. Χατζηιωάννου** αρχές Ιουνίου. Στην περίπτωση που προχωρήσει το εγχείρημα η εισαγωγή δεν θα πρέπει να υπολογίζεται πριν τον Οκτώβριο.

Παράλληλα, η διοίκηση του Euronext φέρεται να συζητά με ακόμη άλλους 2-3 Greeks προτάσσοντας σε εισηγμένους στην Wall Street το δέλεαρ ενός dual listing σε ευρωπαϊκή αγορά, με προοπτική ένταξης στην κατηγορία των Developed Markets. Η Αθήνα προσφέρει και γεωπολιτικό πλεονέκτημα, πέραν του προφανούς, το ευρωπαϊκό διαβατήριο που θα μπορούσε να λειτουργήσει αντισταθμιστικά για μία εισηγμένη στο αμερικανικό χρηματιστήριο. Το τελευταίο στην θεωρητική περίπτωση που έφτανε στα άκρα η αντιπαράθεση Ουάσιγκτον-Πεκίνου και μία ναυτιλιακή εισηγμένη μεν στο NYSE αλλά με πλοία χτισμένα σε κινεζικά ναυπηγεία, θα έπρεπε να...ισορροπήσει μεταξύ των δύο πλευρών.

SECRETCRECIPE

Στην αντεπίθεση

Είχαν επιλέξει να βρίσκονται στην αφάνεια τα τελευταία τουλάχιστον τέσσερα χρόνια. Με ελάχιστη, έως καθόλου προβολή, έκαναν τη δουλειά τους, που δεν είναι άλλη από το να αναπτύσσουν την επιχείρησή τους. Και, τώρα, που μπήκε το νερό στο αυλάκι, και το business χτυπάει κορυφή, οι μέτοχοι ξεκινούν αντεπίθεση εξωστρέφειας. Προσεκτικά και απόλυτα επιλεκτικά. Σύντομα, στις οθόνες σας...

SÖ POSH!
the trendletter

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

**Κάθε Σάββατο
στις 9.30**

ΤΟ ΕΒΔΟΜΑΔΙΑΙΟ NEWSLETTER

ΓΙΝΕ ΣΥΝΔΡΟΜΗΤΗΣ ΕΔΩ

Editorial

Κυριαρχία με δανεικά

Η λέξη της ημέρας στις Βρυξέλλες ήταν χθες, "κυριαρχία".

Το χθεσινό Eurogroup, σε διευρυμένη σύνθεση, συζήτησε τον αντίκτυπο της Τεχνητής Νοημοσύνης στον χρηματοπιστωτικό τομέα και τις προϋποθέσεις, ώστε η Ευρώπη να αναπτύξει ισχυρό οικοσύστημα AI και να ενισχύσει την τεχνολογική της κυριαρχία — με προσκεκλημένο τον CEO της Mistral AI, Arthur Mensch.

Η παρουσία του Mensch ήταν ταυτόχρονα το πιο ελπιδοφόρο και το πιο αποκαλυπτικό στοιχείο της ημέρας.

Ελπιδοφόρο, γιατί οι υπουργοί Οικονομικών μιλούν επιτέλους με κάποιον, που φτιάχνει τεχνολογία, αντί μόνο μεταξύ τους για το πώς θα τη ρυθμίσουν.

Αποκαλυπτικό, γιατί μια ήπειρος 450 εκατομμυρίων ανθρώπων έχει να επιδείξει ουσιαστικά μία εταιρεία θεμελιωδών μοντέλων — εξαιρετική μεν, αλλά με υπολογιστική ισχύ σε αμερικανικά chip και μετοχολόγιο με γενναία αμερικανικά κεφάλαια. Κυριαρχία, λοιπόν, με δανεικά.

Οι αριθμοί δεν αφήνουν περιθώρια αυταπάτης.

Τέσσερις μόνο αμερικανικές εταιρείες — Alphabet, Amazon, Meta, Microsoft — έχουν προϋπολογίσει για φέτος κεφαλαιουχικές δαπάνες περίπου \$650 δισ., κατά κύριο λόγο για data centers και υποδομές AI, από περίπου \$400 δισ. το 2025.

Τέσσερις εταιρείες, δηλαδή, επενδύουν σε ένα χρόνο ποσό, που αγγίζει το ΑΕΠ της Πολωνίας. Απέναντι, η Ευρώπη αντιπαρθέτει το InvestAI των €200 δισ. — πολυετές, μελλοντικό και, ως συνήθως, εν πολλοίς ιδιωτικό.

Ο Mario Draghi τα είχε πει ωμά ήδη από το 2024: Η Ευρώπη χρειάζεται πρόσθετες επενδύσεις €750-€800 δισ. ετησίως — σχεδόν 5% του ΑΕΠ της... ποσό, που η ήπειρος δεν έχει επικειρήσει από το σχέ-

διο Μάρσαλ — αλλιώς την περιμένει "αργός βασανισμός".

Προειδοποίησε ότι το χάσμα ΗΠΑ-ΕΕ οφείλεται σχεδόν εξ ολοκλήρου στην τεχνολογία και ότι καμία ευρωπαϊκή εταιρεία με κεφαλαιοποίηση άνω των €100 δισ. δεν δημιουργήθηκε τα τελευταία πενήντα χρόνια. Έκτοτε, η απάντηση της Ευρώπης υπήρξε κυρίως θεωρητική.

Υπάρχει, βέβαια, και η άλλη ανάγνωση.

Το ότι η ατζέντα του Eurogroup διευρύνεται από τη λογιστική των ελλειμμάτων στην ανταγωνιστικότητα, το ότι το ECOFIN προωθεί την Ένωση Αποταμιεύσεων και Επενδύσεων για να διοχετευτούν επιτέλους οι ευρωπαϊκές αποταμιεύσεις σε ευρωπαϊκές επενδύσεις αντί για αμερικανικά ομόλογα, δεν είναι αμελητέα.

Τα κεφάλαια υπάρχουν.

Σε αδράνεια, αλλά υπάρχουν.

Η ιστορία, όμως, έχει και ελληνικό υστερόγραφο η ιστορία:

Στην προεδρική καρέκλα του Eurogroup κάθεται ο Κυριάκος Πιερρακάκης, που έχει χαρακτηρίσει τις επενδύσεις στην τεχνολογία "ζήτημα ευρωπαϊκής κυριαρχίας". Ότι η χώρα-πρόβλημα κάποτε της Ευρωζώνης δίνει σήμερα τον Πρόεδρο, που συντονίζει τη συζήτηση για το μέλλον της, έχει αδιαμφισβήτητη συμβολική αξία.

Το ερώτημα είναι αν η Ευρώπη θα διανύσει τη διαδρομή της Ελλάδας — από την κρίση στην αξιοπιστία — ή την αντίστροφη: Από την υπεροχή στη διαχείριση της παρακμής, με άσπογα συντεταγμένες κοινές δηλώσεις. Η κυριαρχία δεν διακηρύσσεται.

Κατακτάται.

Και, προς το παρόν, η Ευρώπη τη διακηρύσσει.

Τόσο απλά.

Νεκτάριος Β. Νώτης
nectarios@notice.gr