



MITSOPOULOS
THE MEAT FAMILY

ΣΠΑΤΑΛΗ ΤΡΟΦΙΜΩΝ

δεν αντιμετωπίζεται με μία μόνο λύση

ΠΡΟΛΑΜΒΑΝΟΥΜΕ

01

- ▶ Ψηφιακό σύστημα διαχείρισης αποθήκης
- ▶ Συσκευασίες SKIN για μεγαλύτερη διάρκεια ζωής
- ▶ Προϊόντα IQF για χρήση μόνο της ποσότητας που χρειάζεται

ΔΙΑΤΗΡΟΥΜΕ ΤΑ ΤΡΟΦΙΜΑ ΣΤΗΝ ΚΑΤΑΝΑΛΩΣΗ

02

- ▶ Δωρεές ασφαλών & βρώσιμων προϊόντων
- ▶ Διάθεση προϊόντων στους εργαζομένους με ειδικές τιμές

ΑΞΙΟΠΟΙΟΥΜΕ ΥΠΕΥΘΥΝΑ

03

- ▶ Διαλογή & μέτρηση πρώην τροφίμων & υποπροϊόντων
- ▶ Μονάδα Αδρανοποίησης

ΜΕΤΡΑΜΕ & ΒΕΛΤΙΩΝΟΥΜΕ

04

- ▶ Καταγραφή ροών & παρακολούθηση τελικού προορισμού
- ▶ Εκπαίδευση & ευαισθητοποίηση των εργαζομένων

ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ 2025

0,05%

πρώην τρόφιμα οδηγήθηκαν
σε αδρανοποίηση*

2,42%

μη βρώσιμα υποπροϊόντα παραγωγής
οδηγήθηκαν σε αδρανοποίηση*

2.163 τόνοι

βρώσιμων προϊόντων
διατέθηκαν μέσω δωρεών

Τεκμηριωμένη
δέσμευση



*Σε σχέση με την ποσότητα πωλήσεων.

FNB SERVED DAILY.

Food for thought... every day!

ΤΟ ΚΑΘΗΜΕΡΙΝΟ ΨΗΦΙΑΚΟ
NEWSLETTER ΓΙΑ ΤΟΝ ΚΛΑΔΟ
ΤΡΟΦΙΜΩΝ & ΠΟΤΩΝ

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

ΤΡΙΤΗ 29 ΣΕΠΤΕΜΒΡΙΟΥ 2026
ΤΕΥΧΟΣ 2401



• ΑΒ ΒΑΣΙΛΟΠΟΥΛΟΣ

Βλέπει κερδοφορία έως το 2028
- Πρόταση σε Μασούτη για καταστήματα
που έμειναν εκτός του deal με Κρητικό



• JESPER Ø STERGAARD (7-ELEVEN DENMARK)

Ποιες τάσεις βλέπει για την ελληνική αγορά
convenience - Τί λέει στο FNB Daily για τα σχέδια
ανάπτυξης του brand



• ΑΣΕΠΟΠ ΒΕΛΒΕΝΤΟΥ

Πάει για νέο ρεκόρ τζίρου, παρά τη διόρθωση
τιμών - Ο ρόλος των υποκαταστημάτων σε Αθήνα,
Θεσσαλονίκη



• LOULIS FOOD INGREDIENTS

Πτώση μεγεθών στο εξάμηνο, αβεβαιότητα
και για το σύνολο της χρήσης

Editorial

Η σαμπάνια στο ψυγείο

Debrief

Να τα σβήσουμε, αλλά θα φτάσει;

Business Insight

Οι Fed, ECB, τα midterms,
η Wall Street και οι διεθνείς
αγορές

Business Maker

- Ο καφές φεύγει από το τραπέζι
και πάει... σπίτι
- Λιγότερες προσφορές
στα ράφια των super market

SecretRecipe

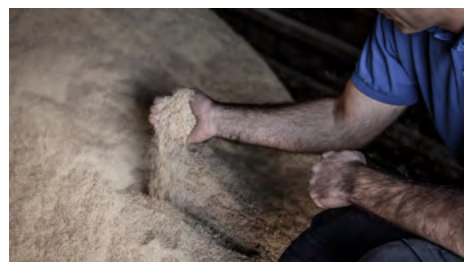
Νέα επένδυση στην
Πελοπόννησο

• ΕΛΛΗΝΙΚΟ ΧΟΙΡΙΝΟ MITSOROULOS: ΜΙΑ ΠΑΡΑΓΩΓΙΚΗ ΔΙΑΔΡΟΜΗ ΠΑΝΩ ΑΠΟ ΜΙΣΟ ΑΙΩΝΑ

Η ελληνική χοιροτροφία συνδέεται διαχρονικά με την πορεία της Mitsoroulos. Με περισσότερα από 60 χρόνια παρουσίας στον πρωτογενή τομέα, η εταιρεία έχει αναπτύξει και εξελίξει ένα ολοκληρωμένο, καθετοποιημένο παραγωγικό μοντέλο, που ξεκινά από τη δική της αναπαραγωγή και καλύπτει την εκτροφή, τη σφαγή, την επεξεργασία, τη συσκευασία και τη διανομή του τελικού προϊόντος. Η ενιαία διαχείριση αυτής της διαδρομής επιτρέπει τη συστηματική παρακολούθηση του προϊόντος και τη διαμόρφωση σταθερών προδιαγραφών ποιότητας και ασφάλειας ήδη από τα πρώτα στάδια της παραγωγής έως το τελικό σημείο διάθεσης. Η καθετοποίηση από τον πρωτογενή τομέα επιτρέπει στην εταιρεία να έχει έλεγχο από την αρχή για κρίσιμες παραμέτρους που αφορούν την υγεία, την ανάπτυξη και τη διαχείριση των ζώων. Στο ίδιο πλαίσιο εντάσσεται και η διατροφή τους, με ζωτροφές φυτικής προέλευσης και σιτηρέσια προσαρμοσμένα στις ανάγκες κάθε σταδίου ανάπτυξης. Σήμερα, το Ελληνικό Χοιρινό βρίσκεται ξανά στο επίκεντρο μιας σειράς πρωτοβουλιών με στόχο την περαιτέρω ανάδειξη της αξίας και της θέσης του στην αγορά. Η νέα γενιά της Mitsoroulos συνεχίζει αυτή την πορεία, αξιοποιώντας την εμπειρία δεκαετιών, σύγχρονες υποδομές και νέα δυναμική.

ΣΥΓΧΡΟΝΗ ΧΟΙΡΟΤΡΟΦΙΑ ΜΕ ΔΙΕΘΝΗ ΠΡΟΤΥΠΑ

Η υγεία των ζώων, οι συνθήκες εκτροφής και η συστηματική παρακολούθησή τους αποτελούν βασικές παραμέτρους της σύγχρονης χοιροτροφικής παραγωγής. Η προσέγγιση αυτή αποτυπώνεται και στη διαδικασία πιστοποίησης της εταιρείας σύμφωνα με το νέο πρότυπο της TÜV AUSTRIA για την ευζωία των χοίρων, η οποία βρίσκεται στο τελικό στάδιο. Η Mitsoroulos συμμετείχε ενεργά στην ανάπτυξη του συγκεκριμένου προτύπου, με στόχο να αποτελέσει την πρώτη εταιρεία που θα πιστοποιηθεί βάσει αυτού. Οι συνεχείς επενδύσεις σε σύγχρονες εγκαταστάσεις, μηχανολογικό εξοπλισμό, αυτοματοποιημένες γραμμές και ρομποτικά συστήματα ενισχύουν την ακρίβεια και τη σταθερότητα των διαδικασιών. Παράλληλα, η εταιρεία εφαρμόζει 14 πιστοποιημένα συστήματα διαχείρισης σύμφωνα με διεθνώς



αναγνωρισμένα πρότυπα, καλύπτοντας διαφορετικές πτυχές της λειτουργίας της και θέτοντας ένα σαφές πλαίσιο οργάνωσης, ελέγχου και συνεχούς βελτίωσης. Τα συστήματα αυτά εντάσσονται σε μια ευρύτερη λογική συστηματικού ελέγχου, τεκμηρίωσης και συνεχούς εξέλιξης. Η τεχνολογία, οι επενδύσεις και η εφαρμογή συγκεκριμένων προτύπων λειτουργούν συμπληρωματικά, με κοινό ζητούμενο τη συνέπεια και τη σταθερότητα σε όλη τη λειτουργία.

ΤΟ ΕΛΛΗΝΙΚΟ ΧΟΙΡΙΝΟ ΞΑΝΑ ΕΠΩΝΥΜΑ ΣΤΟ ΠΡΟΣΚΗΝΙΟ

Με οδηγό την εμπειρία και τις αξίες της, η Mitsoroulos συνεχίζει να εξελίσσεται και να επενδύει στο μέλλον. Με υψηλά πρότυπα ποιότητας και ασφάλειας και σταθερή

παρουσία στην ελληνική παραγωγή, επαναφέρει επώνυμα το Ελληνικό Χοιρινό στην αγορά. Η επιλογή αυτή αναδεικνύει τις δυνατότητες της ελληνικής χοιροτροφίας, συμβάλλοντας παράλληλα στην ενίσχυση της εγχώριας παραγωγικής βάσης και στη δημιουργία αξίας για την ελληνική οικονομία. Με τεχνογνωσία, έρευνα και συνεχή εξέλιξη των πρακτικών της, η Mitsoroulos δεν προσδοκεί μόνο να κρατήσει ζωντανή την ελληνική χοιροτροφία αλλά και να εξελίξει το ίδιο το Ελληνικό Χοιρινό.

Με συνέπεια, καινοτομία και σεβασμό στον άνθρωπο, τα ζώα και το περιβάλλον, η Mitsoroulos συνεχίζει να διαμορφώνει την επόμενη ημέρα της, επενδύοντας σε μια σύγχρονη και υπεύθυνη παραγωγική δραστηριότητα στην Ελλάδα.

• **ΗΠΑ - ΚΙΝΑ**

ΣΥΜΦΩΝΙΑ TRUMP – ΧΙ ΓΙΑ ΜΕΙΩΣΕΙΣ ΔΑΣΜΩΝ ΣΕ ΕΜΠΟΡΕΥΜΑΤΑ ΑΞΙΑΣ \$60 ΔΙΣ.

Σε συμφωνία για τη μείωση των δασμών σε εισαγωγές συνολικής αξίας \$60 δισ., με \$30 δισ. να αντιστοιχούν σε κάθε χώρα, κατέληξαν ΗΠΑ και Κίνα, επιδιώκοντας τη σταθεροποίηση των εμπορικών τους σχέσεων μετά τη συνάντηση των Donald Trump και Xi Jinping στην Ουάσιγκτον.

ΤΙ ΠΕΡΙΛΑΜΒΑΝΕΙ Η ΣΥΜΦΩΝΙΑ

Η συμφωνία περιλαμβάνει 77 κατηγορίες προϊόντων που εισάγονται στις ΗΠΑ, μεταξύ των οποίων είδη οικιακής χρήσης, πυροτεχνήματα, αθλητικό εξοπλισμό και παιχνίδια. Αντίστοιχα, η Κίνα έχει καταρτίσει κατάλογο 1.619 προϊόντων που θα μπορούσαν να επωφεληθούν από τις μειώσεις, συμπεριλαμβανομένων κρέατος, γαλακτοκομικών, σιτηρών, άνθρακα και ιατρικού εξοπλισμού.

ΠΑΡΑΤΑΣΗ ΤΗΣ ΕΜΠΟΡΙΚΗΣ ΕΚΕΧΕΙΡΙΑΣ

Οι δύο χώρες συμφώνησαν, παράλληλα, να παρατείνουν την εμπορική εκεχειρία έως τον Ιανουάριο, επιδιώκοντας μια ευρύτερη συμφωνία ενόψει δύο ακόμη αναμενόμενων συναντήσεων των ηγετών τους μέσα στο έτος. Οι μειώσεις δασμών θα τεθούν ταυτόχρονα σε ισχύ, μετά την ολοκλήρωση των απαραίτητων διαδικασιών. Σύμφωνα με το κινεζικό υπουργείο Εμπορίου, περίπου το 90% των προϊόντων που περιλαμβάνονται στη συμ-

φωνία θα υπαχθεί στους συνήθεις δασμολογικούς συντελεστές του καθεστώτος του πλέον ευνοούμενου κράτους.

Ο εκπρόσωπος Εμπορίου των ΗΠΑ, Jamieson Greer, χαρακτήρισε τα προϊόντα μη ευαίσθητα, επισημαίνοντας ότι η συμφωνία θα διευκολύνει την πρόσβαση αμερικανικών αγροτικών προϊόντων και ιατρικών συσκευών στην κινεζική αγορά, ενώ θα περιορίσει τα εμπόδια για τις εισαγωγές κινεζικών ειδών οικιακής χρήσης και παιχνιδιών στις ΗΠΑ.

ΑΓΡΟΤΙΚΑ ΠΡΟΪΟΝΤΑ ΚΑΙ Ο ΑΝΘΡΑΚΑΣ

Ιδιαίτερη σημασία έχουν οι μειώσεις δασμών στα αγροτικά προϊόντα, όπως το σιτάρι, το καλαμπόκι και το σόργο. Η εξέλιξη αυτή ενδέχεται να διευκολύνει την επίτευξη του στόχου της Κίνας για ετήσιες αγορές αμερικανικών αγροτικών προϊόντων αξίας τουλάχιστον \$17 δισ. έως το 2028, πέραν της δέσμευσής της για την προμήθεια 25 εκατ. τόνων σόγιας ετησίως.

Παράλληλα, η συμφωνία προβλέπει μειώσεις δασμών στον αμερικανικό άνθρακα που εισάγει η Κίνα, με το Πεκίνο να εκτιμά ότι θα ενισχυθούν οι σχετικές αγορές το 2027 και το 2028. Η Ουάσιγκτον έχει ανακοινώσει ότι η Κίνα δεσμεύτηκε να εισαγάγει τουλάχιστον 10 εκατ. μετρικούς τόνους αμερικανικού άνθρακα σε καθένα από τα δύο έτη.



Xi Jinping, Πρόεδρος, Κίνα-Donald Trump, Πρόεδρος, ΗΠΑ



• **ΕΔΟΦ**

ΕΝΗΜΕΡΩΤΙΚΕΣ ΗΜΕΡΙΔΕΣ ΣΕ ΑΓΡΙΝΙΟ ΚΑΙ ΚΑΛΑΒΡΥΤΑ ΓΙΑ ΤΗ ΦΕΤΑ ΠΟΠ

Στις προκλήσεις που αντιμετωπίζει η ελληνική αιγοπροβατοτροφία, αλλά και στις προοπτικές περαιτέρω ανάπτυξης της Φέτας ΠΟΠ, επικεντρώθηκαν οι ενημερωτικές ημερίδες της Εθνικής Διεπαγγελματικής Οργάνωσης Φέτας (ΕΔΟΦ), οι οποίες πραγματοποιήθηκαν στο Αγρίνιο στις 23 Σεπτεμβρίου και στα Καλάβρυτα στις 24 Σεπτεμβρίου, με τη συμμετοχή κτηνοτρόφων, μεταποιητών και εκπροσώπων του κλάδου.

Ιδιαίτερη έμφαση δόθηκε στην επικαιροποίηση των στοιχείων των παραγωγών και των ποσοτήτων αιγοπρόβειου γάλακτος, καθώς και στη διατήρηση της ποιότητας και της αυθεντικότητας του προϊόντος.

Παράλληλα, εξετάστηκαν οι δυνατότητες ενίσχυσης της παρουσίας της Φέτας ΠΟΠ στις διεθνείς αγορές, με την ΕΔΟΦ να αναδεικνύει τη σημασία της συνεργασίας μεταξύ όλων των κρίκων της παραγωγικής αλυσίδας.

ΠΡΟΒΛΗΜΑΤΑ

Σημαντικό μέρος των συζητήσεων αφορούσε τα προβλήματα που αντιμετωπίζει σήμερα η ελληνική αιγοπροβατοτροφία. Μεταξύ των βασικών ζητημάτων που τέθηκαν ήταν το αυξημένο κόστος παραγωγής, η μείωση του ζωικού κεφαλαίου και οι ζωνοόσοι, καθώς και η ανάγκη διασφάλισης επαρκούς ποσότητας ποιοτικής πρώτης ύλης για την παραγωγή Φέτας ΠΟΠ.

Ας πετάξουμε αυτή τη συνταγή από την κουζίνα μας.

...Έπειτα, σουτάρουμε τα μανιτάρια.



**Ψωνίζουμε σωστά. Αποθηκεύουμε σωστά. Αξιοποιούμε πλήρως.
Μαζί μειώνουμε τη σπατάλη τροφίμων.**

Στην Ελλάδα κάθε χρόνο -από το χωράφι μέχρι και το πιάτο μας- πετάμε περισσότερους από 2 εκατομμύρια τόνους τρόφιμα, ενώ το 50% της συνολικής σπατάλης τροφίμων δημιουργείται στα νοικοκυριά μας.



Συμμαχία
για τη Μείωση της
Σπατάλης Τροφίμων.



Δεν έτυχε... Πέτυχε!

• **NESTLE**

ΒΛΕΠΕΙ ΟΡΓΑΝΙΚΗ ΑΝΑΠΤΥΞΗ 3%-4% ΦΕΤΟΣ – ΠΑΝΩ ΑΠΟ CHF 9 ΔΙΣ. ΤΟ FREE CASH FLOW

Οργανική ανάπτυξη μεταξύ 3% και 4% για το σύνολο του 2026 προβλέπει η Nestlé, εκτιμώντας παράλληλα ότι οι ελεύθερες ταμειακές ροές θα ξεπεράσουν τα 9 δισ. ελβετικά φράγκα. Η εταιρεία αναμένει επίσης επιτάχυνση της πραγματικής εσωτερικής ανάπτυξης (RIG) σε σχέση με το 2025, καθώς και βελτίωση του περιθωρίου λειτουργικού κέρδους σε σύγκριση με την προηγούμενη χρονιά.

ΟΙ ΠΡΟΒΛΕΨΕΙΣ ΓΙΑ ΤΟ 2026

Για το σύνολο της χρονιάς, οι βασικές εκτιμήσεις της Nestlé περιλαμβάνουν:

- Οργανική ανάπτυξη: 3%-4%, με επιτάχυνση της RIG σε σχέση με το 2025
- Περιθώριο λειτουργικού κέρδους: Αναμένεται να βελτιωθεί έναντι του 2025, με το περιθώριο του β' εξαμήνου να εκτιμάται ότι θα κινηθεί περίπου στα ίδια επίπεδα με εκείνο του α'
- Ελεύθερες ταμειακές ροές: Πάνω από 9 δισ. ελβετικά φράγκα
- Μικτό περιθώριο κέρδους: Αναμένεται να βελτιωθεί σε σύγκριση με το 2025.
- Συναλλαγματικές επιδράσεις: Εκτιμάται ότι θα επιβαρύνουν τις πωλήσεις κατά περίπου 3% για το σύνολο του 2026

Στο β' τρίμηνο, η οργανική ανάπτυξη ανήλθε σε 3,7%, αποτελούμενη κατά:

- +1,8% από την πραγματική εσωτερική ανάπτυξη (RIG)
- +1,9% από τις τιμές

ΤΟ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ ΕΞΟΙΚΟΝΟΜΗΣΗΣ ΚΟΣΤΟΥΣ

Η Nestlé αναμένει βελτίωση του μικτού περιθωρίου κέρδους το 2026, ενώ για το β' εξάμηνο εκτιμά ότι θα υπάρξει όφελος από τη μείωση του κόστους καφέ και κακάο, καθώς και από την υλοποίηση πρόσθετων εξοικονομήσεων.

Από την άλλη πλευρά, η εταιρεία επισημαίνει ότι οι αυξημένες δαπάνες μεταφοράς και ενέργειας, λόγω της σύγκρουσης στην Μέση Ανατολή, αναμένεται να επιβαρύνουν το κόστος. Οι προβλέψεις της δεν περιλαμβάνουν ενδεχόμενες επιστροφές δασμών, οι οποίες, εφόσον προκύψουν, θα αποτελέσουν πρόσθετο όφελος.

Στο πλαίσιο του προγράμματος εξοικονόμησης κόστους "Fuel for Growth", η Nestlé έχει επιτύχει σωρευτικές εξοικονομήσεις 1,7 δισ. ελβετικών φράγκων κατά το α' εξάμηνο του 2026, διατηρώντας τον στόχο των 2 δισ. για



Philipp Navratil,
CEO, Nestle

το σύνολο της χρονιάς.

Παράλληλα, οι δαπάνες μάρκετινγκ αυξήθηκαν κατά 30 μονάδες βάσης σε ετήσια βάση, φτάνοντας το 8,9% των πωλήσεων στο πρώτο εξάμηνο.

Η ΕΙΚΟΝΑ ΑΝΑ ΓΕΩΓΡΑΦΙΚΗ ΠΕΡΙΟΧΗ

Η πορεία των πωλήσεων παρουσίασε διαφορετική δυναμική στις βασικές γεωγραφικές ζώνες του ομίλου κατά το β' τρίμηνο του 2026.

Αμερική

- Οργανική ανάπτυξη: 2,8%
- RIG: 0,8%
- Τιμές: 1,9%

Ασία, Ωκεανία και Αφρική

- Οργανική ανάπτυξη: 6,5%
- RIG: 4,8%
- Τιμές: 1,7%

Ευρώπη

- Οργανική ανάπτυξη: 1,5%
- RIG: 0%
- Τιμές: 1,5%

Η πορεία των πωλήσεων στηρίχθηκε κυρί-

ως στον καφέ και στα προϊόντα για κατοικίδια. Ωστόσο, η RIG επηρεάστηκε από προσωρινές διακοπές συνεργασίας με ορισμένους λιανεμπόρους, ενώ οι ανατιμήσεις παρουσίασαν επιβράδυνση σε σχέση με την αντίστοιχη περίοδο του προηγούμενου έτους.

NESPRESSO & ΕΜΦΙΑΛΩΜΕΝΟ ΝΕΡΟ

Nespresso

- Οργανική ανάπτυξη: 3,4%,
- RIG: 1,5%
- Τιμές: 2%

Εμφιαλωμένο νερό

- Οργανική ανάπτυξη: 6,6%
- RIG: 2,2%
- Τιμές: 4,4%

Παράλληλα, η Nestlé ανακοίνωσε συμφωνία για τη δημιουργία κοινοπραξίας με συμμετοχή 50% για κάθε πλευρά, με αντικείμενο τις δραστηριότητες εμφιαλωμένου νερού και premium ροφημάτων. Από τη συναλλαγή αναμένονται καθαρά έσοδα περίπου 2,8 δισ. ελβετικών φράγκων κατά το α' εξάμηνο του 2027.

ECR GATHERING 2026



Decoding Shopper Behavior Together

Τρίτη 20
Οκτωβρίου

Δαΐς (Μεσογείων 151,
Παράδεισος Αμαρουσίου)
ΩΡΑ: 14:00-18:00



Ο shopper αλλάζει και μαζί του αλλάζει ολόκληρη η αγορά.

Το ECR Hellas διοργανώνει το **ECR Gathering 2026 – Decoding Shopper Behavior Together**, τη νέα ετήσια συνάντηση με επίκεντρο τον σύγχρονο shopper και τις νέες αγοραστικές διαδρομές.

Η εκδήλωση θα ξεκινήσει με τον **Γιάννη Μασούτη, Πρόεδρο Δ. ΜΑΣΟΥΤΗΣ ΑΕ και Πρόεδρο ΔΣ ΕΣΕ**, σε μία ουσιαστική συζήτηση με τον **Βαγγέλη Κυπριώτη, Αν. CEO SEPTONA ΑΕΒΕ και Μέλος ΔΣ ECR Hellas**, για την αγορά, την επιχειρηματικότητα και τις προκλήσεις της επόμενης ημέρας.

Στο πρόγραμμα περιλαμβάνεται επίσης η συζήτηση της **Χριστίνας Χαλκιάδακη, CEO ΧΑΛΚΙΑΔΑΚΗΣ ΑΕ και Μέλος ΔΣ ECR Hellas** με τον **Μιχάλη Μπούση, Επιχειρηματία στον κλάδο των supermarkets στις ΗΠΑ & Πρόεδρος ΠΑΕ ΟΦΗ**, για όσα αλλάζουν στον shopper μέσα από εμπειρίες που ξεπερνούν τα όρια μίας μόνο αγοράς.

Δύο αποκλειστικές έρευνες: “Η Κατανάλωση σε Μετάβαση: Οι Δυνάμεις που Διαμορφώνουν το αύριο της Αγοράς”, **Παναγιώτης Μπορέτος, Πρόεδρος & Διευθύνων Σύμβουλος CIRCANA** και «Η Αγοραστική Διαδρομή στην εποχή του Phygital”, **Διονύσης Ποταμίτης, General Manager BRANDSMIRROR**, γίνονται η βάση για να ξεκινήσουν οι συζητήσεις στις οποίες συμμετέχουν οι:

- **Γιαλαμάς Χαράλαμπος**, Sales Director **Δ. ΜΑΣΟΥΤΗΣ ΑΕ**
- **Κοντός Δημήτρης**, COO **METRO ΑΕΒΕ**
- **Συμεώνογλου Ανδρέας**, Senior Vice President Commerce **ΑΒ ΒΑΣΙΛΟΠΟΥΛΟΣ Μ.ΑΕ**
- **Αναγνωστοπούλου Αλίκη**, Marketing Director Baby Care **GR, CY & MT, P&G**
- **Αντωννάκης Γιώργος**, Unified Commerce & Business Growth Senior Director **ΚΩΤΣΟΒΟΛΟΣ**
- **Ηλία Κυριακή**, Γενική Διευθύντρια **ΕΛΓΕΚΑ ΑΕ**
- **Καρατζάς Γιώργος**, Home Care Business Unit Director **ΕΛΑΪΣ – UNILEVER ΑΕ**
- **Κλωνάρης Αλέξανδρος**, Chief Marketing Officer **YOURHERO (Douleutas, YourPro)**
- **Μπιλάλης Θανάσης**, Global Head **WOLT**
- **Τόμπρα Μαρίλια**, Country Director **SEPHORA ΑΕ**
- **Τσιτίδου Εριέττα**, Commercial Director **SKROUTZ**
- **Φαφούτη Φωτίνα**, Marketing Director **GR&CY COCA COLA 3E**

Γιατί οι αλλαγές στην αγορά δεν αρκεί να καταγράφονται. Πρέπει να αποκωδικοποιούνται έγκαιρα.

ΕΓΓΡΑΦΕΣ:

<https://www.eventora.com/el/Events/ecr-gathering-2026>

Αν θέλετε να είστε μέρος αυτής της διαδραστικής συζήτησης, κλείστε εγκαίρως τη θέση σας:

Περισσότερες πληροφορίες:
ECR Gathering 2026 – Decoding Shopper Behavior Together - ECR Hellas
ή επικοινωνήστε με το γραφείο του ECR Hellas, Ζωή Τσαγκρασούλη,
τηλ.: 210 93.29.647, e-mail: info@ecr.gr

ΧΟΡΗΓΟΙ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ

ADVERTISING.gr

BusinessNews.gr

FOODReporter

NOTICE

Retail BUSINESS

RetailTODAY

σελφ σέρβις

ΧΟΡΗΓΟΣ
ΟΠΤΙΚΗΣ
ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ

guru
ADVERTISING

• ΑΣΕΠΟΠ ΒΕΛΒΕΝΤΟΥ ΠΑΕΙ ΓΙΑ ΝΕΟ ΡΕΚΟΡ ΤΖΙΡΟΥ, ΠΑΡΑ ΤΗ ΔΙΟΡΘΩΣΗ ΤΙΜΩΝ - Ο ΡΟΛΟΣ ΤΩΝ ΥΠΟΚΑΤΑΣΤΗΜΑΤΩΝ ΣΕ ΑΘΗΝΑ, ΘΕΣΣΑΛΟΝΙΚΗ

Με νέα αύξηση τζίρου αναμένεται να κλείσει τη φετινή χρήση ο ΑΣΕΠΟΠ Βελβεντού, παρά το γεγονός ότι, μετά το περυσινό limit-up, οι τιμές για το επιτραπέζιο ροδάκινο (σ.σ. βασικό προϊόν του) έχουν διορθώσει προς χαμηλότερα και, βάσει ιστορικού, πιο συνηθισμένα νούμερα.

"Η περυσινή ήταν μια ιδιαίτερη χρονιά. Οι τιμές στο ράφι πήγαν πολύ ψηλά ενώ και για τους παραγωγούς κινήθηκαν σε καλά επίπεδα", δηλώνει στο FNB Daily ο Γενικός Διευθυντής του συνεταιρισμού, Ευθύμης Μπαλάνης. "Φέτος η συνθήκη είναι διαφορετική, όμως οι εκτιμώ ότι και πάλι ο εκκαθαρίσις για τους παραγωγούς θα είναι ικανοποιητικός", συμπληρώνει, αποφεύγοντας πάντως τις προβλέψεις για συγκεκριμένα νούμερα ή ποσοστά.

ΜΕΙΩΜΕΝΕΣ ΟΙ ΠΟΣΟΤΗΤΕΣ

Συνολικά οι ποσότητες που κλήθηκε να διαχειριστεί φέτος η οργάνωση ήταν μειωμένες. "Υπήρξε μια πτώση της παραγωγής που μεσοσταθμικά θα την τοποθετούσαμε στο 7%. Η μείωση ήταν πιο αισθητή στις πρώιμες ποικιλίες και όσοι βαδίζαμε προς τα πιο όψιμα φρούτα, η ψαλίδα έκλεινε", εξηγεί ο κ. Μπαλάνης.

Παρ' όλα αυτά, ο ΑΣΕΠΟΠ Βελβεντού, έχοντας πετύχει το 2025 ρεκόρ στον κύκλο εργασιών με ανάπτυξη 50%, φαίνεται ότι βαδίζει προς νέο ιστορικό υψηλό. "Πέρυσι κλείσαμε στα €25 εκατ., φέτος εκτιμώ ότι θα πάμε παραπάνω, είναι νωρίς ωστόσο για να πούμε ακριβώς πόσο", επισημαίνει ο συνομιλητής μας.

Όπως τονίζει, ο συνεταιρισμός κατάφερε φέτος να συνάψει νέες συνεργασίες στην ελληνική αγορά, κεφαλαιοποιώντας τα δύο υποκαταστήματα στις λαχαναγορές Αθήνας και Θεσσαλονίκης. "Τα συγκεκριμένα σημεία έχουν παίξει πολύ σημαντικό ρόλο στην διεύρυνση του πελατολογίου μας", τονίζει ο κ. Μπαλάνης.

"ΔΥΣΚΟΛΗ Η ΑΓΟΡΑ ΤΗΣ ΔΥΤ. ΕΥΡΩΠΗΣ"

Το ανοδικό momentum συντηρούν και οι εξαγωγές οι οποίες αντιστοιχούν στο 50% και πλέον των συνολικών πωλήσεων. "Εχουμε παρουσία σε αγορές όπως, πχ η Γερμανία, ωστόσο γενικά επικεντρωνόμαστε κυρίως



Ευθύμης
Μπαλάνης,
Γενικός
Διευθυντής
ΑΣΕΠΟΠ
Βελβεντού

στην Κεντρική και Ανατολική Ευρώπη, όπως επίσης και στα Βαλκάνια. Η Δυτική Ευρώπη είναι αυτή τη στιγμή δύσκολη για τα ελληνικά φρούτα, κυρίως λόγω του αυξημένου μεταφορικού κόστους που επηρεάζει αρνητικά την ανταγωνιστικότητά μας", σημειώνει. Στον ΑΣΕΠΟΠ Βελβεντού είναι ικανοποιημένοι και από την μέχρι στιγμής πορεία του Velvita Gold, του brand ροδάκινου και νεκταρινιού που παρουσιάστηκε το 2024 και απαρτίζεται από 13 ποικιλίες που εξασφαλίζουν συνέχεια και σταθερότητα, σε συγκεκριμένα πολύ υψηλά ποιοτικά και γευστικά χαρακτηριστικά. "Τα Velvita Gold βρίσκονται πλέον σε όλες τις αλυσίδες και χρόνο με το χρόνο αποκτούν μεγαλύτερη αναγνωρισιμότητα και δημοφιλία, παρά το γεγονός ότι είναι λίγο πιο ακριβά. Ο καταναλωτής φαίνεται ότι εκτιμάει τη σταθερότητα στα γευστικά και, γενικότερα, στα ποιοτικά του χαρακτηριστικά", σχολιάζει ο κ. Μπαλάνης.

ΟΛΟΚΛΗΡΩΘΗΚΑΝ ΕΠΕΝΔΥΣΕΙΣ €4,2 ΕΚΑΤ.

Ο συνεταιρισμός ολοκλήρωσε φέτος τρία -ενταγμένα στο Ταμείο Ανάκαμψης- επενδυτικά σχέδια συνολικού ύψους €4,2 εκατ. και αναμένει την εκταμίευση των αντίστοιχων ενισχύσεων.

Οι επενδύσεις αφορούσαν σε:

- Εκσυγχρονισμό και ενεργειακή αναβάθμιση των εγκαταστάσεων
- Εκσυγχρονισμό του εξοπλισμού και των μηχανημάτων τόσο του συνεταιρισμού, όσο και των παραγωγών-μελών του
- Αναδιάρθρωση καλλιέργειών

Τέλος σε εξέλιξη βρίσκεται αυτό το διάστημα πρόγραμμα προώθησης για τις αγορές της Ισπανίας και της Γερμανίας.

Γιάννης Τσατσάκης
yannis@notice.gr



• ΟΛΥΜΠΙΑΚΗ ΖΥΘΟΠΟΙΑ ΑΝΟΙΞΕ ΤΙΣ ΠΟΡΤΕΣ ΤΟΥ ΖΥΘΟΠΟΙΕΙΟΥ ΤΗΣ ΣΤΗΝ ΡΙΤΣΩΝΑ

Εκατοντάδες επισκέπτες υποδέχθηκε το Σάββατο 26 Σεπτεμβρίου το ζυθοποιείο της Ολυμπιακής Ζυθοποιίας στην Ριτσώνα Ευβοίας, στο πλαίσιο της δράσης "Ανοικτά Ζυθοποιεία" της Ελληνικής Ένωσης Ζυθοποιών. Η εκδήλωση έδωσε στο κοινό την ευκαιρία να γνωρίσει από κοντά τη διαδικασία παραγωγής της μπίρας, μέσα από ξεναγήσεις στις εγκαταστάσεις και συνεδρίες γευσιγνωσίας.

Κατά τη διάρκεια της επίσκεψης, οι συμμετέχοντες παρακολούθησαν τα στάδια παραγωγής, από την επιλογή των πρώτων υλών έως τη συσκευασία, ενώ είχαν τη δυνατότητα να δοκιμάσουν διαφορετικές κατηγορίες μπίρας και να εξοικειωθούν με τα ιδιαίτερα χαρακτηριστικά τους. Παράλληλα, στον εξωτερικό χώρο του ζυθοποιείου, η εταιρεία διοργάνωσε δραστηριότητες με επίκεντρο τα προϊόντα της, ενώ το πρόγραμμα περιλάμβανε σταθμό μπάμπεκιου και ζωντανές μουσικές επιλογές από DJs, πλαισιώνοντας την εκδήλωση.



FOOD FORWARD

From Farm to Future

2 SEASON

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



5-6 Νοεμβρίου 2026

HYATT REGENCY THESSALONIKI

ΜΕ ΤΗΝ ΑΞΙΟΠΙΣΤΙΑ ΤΗΣ



NOTICE

CONTENT & SERVICES

POWERED BY

FORUM S.A.
TRADE SHOWS • PUBLICATIONS



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



DIMITRIADIS YIORGOS
Chief & Culinary director



DIMORAGKAS VAIOS
Managing Director, NIELSEN Greece & Bulgaria



FOSKOLOS VAGGELIS
Head of Retail Sales & insights, Circana



KAKKAVAS CHRISTOS
Executive Advisor JLL, Athens Economics



KATRIVANOS PERIKLIS
CEO, Nera Pigon Grammos SA



KINTZIOS SPYRIDON
Rector, Agricultural University of Athens



KONTOS DIMITRIS
Chief Operating Officer, METRO



KOUTSOURADI ARGYRO
CEO & Founder, Myrovoulos Organics



LALATSI HARIS
Market Analyst



LOULOUMARIS SYMEON
Country Manager Danone Specialized Nutrition, Plant Based Dairy Numil Hellas SA



MAVROS ATHANASIOS
Partner EY Consumer & Health Leader for Southeastern Europe



OIKONOMIDIS GIORGOS
Founder 45 Fish Butchery/Chief



PAPACHRISTOS CHARALAMBO
President, SEFYMEN



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



SARANTIS MICHALIS
CEO, Hellenic Dairies SA



SIDERIS NATASHA
CEO & Founder, Tashas group



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



SOLOMOS TAKIS
Co Founder & Partner Elikonos capital AIFM



TAKOULAS VAGGELIS
Purchasing Director, METRO



TOURALIAS APOSTOLOS
Chairman, HAIPO



TSACHOURIDIS PANTELIS
Purchasing Director, Diamantis Masmotis SA



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



VEROPOULOS NIKOS
President, Vero SA



ZOUKAS KOSTAS
President, PEMETE

PLATINUM SPONSOR



GOLD SPONSORS



Γιατί αξίζει.

Για περισσότερες πληροφορίες:



SILVER SPONSORS



Elikonos Capital



BANKING PARTNER

ExportGate



SUPPORTERS



PARTNER



ΜΕ ΤΗΝ ΑΙΓΙΔΑ



• **TRINITY WINES**

ΠΡΟΣ ΔΙΨΗΦΙΑ ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΜΕ ΠΩΛΗΣΕΙΣ €43 ΕΚΑΤ. ΦΕΤΟΣ – ΟΙ ΝΕΕΣ ΕΤΙΚΕΤΕΣ ΤΟΥ 2026

Πωλήσεις €43 εκατ. με διψήφια ανάπτυξη σε σχέση με πέρυσι, αναμένει για τη φετινή οικονομική χρήση η διοίκηση της Trinity Wines, με βάση την πορεία εργασιών μέχρι σήμερα.

Η ΕΙΚΟΝΑ ΤΟ 2025

Πέρυσι η εταιρεία εμφάνισε ανάπτυξη 1,42%, με τις πωλήσεις να διαμορφώνονται στα €39,1 εκατ. λίγο κάτω από τον πήχη που είχε θέσει η διοίκηση (€40 εκατ.). Από την άλλη πλευρά, μικρή κάμψη, σε μονοψήφια ποσοστά, εμφάνισε η κερδοφορία και την καθαρή κερδοφορία να παραμένει πάνω από τα επίπεδα των €5 εκατ. Το ΔΣ της εταιρείας πρότεινε τη διανομή μερίσματος €5 εκατ. στους μετόχους της.

DATA (σε €χιλ.)

Κύκλος εργασιών	Κέρδη προ φόρων
2025: 39.068	2025: 6.509
2024: 38.520	2024: 6.921
2023: 35.557	2023: 7.021
2022: 32.271	2022: 6.821
2021: 24.099	2021: 4.966
Μικτά κέρδη	Καθαρά κέρδη
2025: 11.320	2025: 5.054
2024: 11.344	2024: 5.393
2023: 10.694	2023: 5.476
2022: 9.571	2022: 5.327
2021: 6.654	2021: 3.933



Ντίνος Πετρό-γιαννης,
Πρόεδρος & CEO,
Trinity Wines

ΙΔΙΑ ΚΕΦΑΛΑΙΑ & ΥΠΟΧΡΕΩΣΕΙΣ

Παράλληλα, τα ίδια κεφάλαια αυξήθηκαν κατά περίπου 14%, στα €20,93 εκατ. από περίπου €18,37 εκατ. την αμέσως προηγούμενη χρονιά, με το σύνολο των βραχυπρόθεσμων υποχρεώσεων να αυξάνονται στα €9,78 εκατ. από €9,5 εκατ. έναν χρόνο πριν.

Από τις βραχυπρόθεσμες υποχρεώσεις, περίπου το €2,6 εκατ. αφορούσαν βραχυπρόθεσμες δανειακές υποχρεώσεις (από €1,5 εκατ. το 2024).

ΕΠΕΝΔΥΣΕΙΣ

Στο α' τετράμηνο του 2025 ολοκληρώθηκαν οι οικοδομικές εργασίες για την ανακαίνιση γραφείων, ιδιοκτησίας της εταιρείας στο Μαρκόπουλο Αττικής, και πλέον γίνεται χρήση αυτών.

Την προηγούμενη τριετία η Trinity Wines



Luca Roagna

ολοκλήρωσε επενδύσεις ύψους άνω τα €4 εκατ., οι οποίες κατευθύνθηκαν σε ιδιόκτητες αποθήκες 3.000 τ.μ., στην περιοχή των Καλυβίων, καθώς και στην αγορά καινούργιων γραφείων στο Μαρκόπουλο.

Η ΣΥΝΕΡΓΑΣΙΑ ΜΕ ΙΤΑΛΙΚΟ ΟΙΝΟΠΟΙΕΙΟ

Φέτος το καλοκαίρι ανακοινώθηκε η νέα ετικέτα του Troupis Winery – Mantinea, το Oracle Assyrtiko και τον περασμένο Μάιο η προσθήκη των κρασιών του ιταλικού οινοποιείου Luca Roagna στο portfolio της εταιρείας.

Στις αρχές του έτους είχε προηγηθεί η νέα ετικέτα του οινοποιείου Messarea στην Ξιναρά Τήνου, το Ασπράς Ασύρτικο.

Μάκης Απόστολου

makis@notice.gr

• **ALDI**

ΕΠΕΝΔΥΣΕΙΣ £900 ΕΚΑΤ. ΣΤΗΝ ΒΡΕΤΑΝΙΑ ΤΟ 2027, ΜΕ 40 ΝΕΑ ΚΑΤΑΣΤΗΜΑΤΑ

Επενδύσεις £900 εκατ. το 2027 σχεδιάζει η βρετανική θυγατρική της Aldi, με στόχο την επέκταση του δικτύου της και την ενίσχυση των υποδομών διανομής, καθώς επιδιώκει να αυξήσει το μερίδιό της στην αγορά τροφίμων του Ηνωμένου Βασιλείου.

Το επενδυτικό πρόγραμμα προβλέπει τη δημιουργία 40 νέων καταστημάτων, ενώ η εταιρεία σχεδιάζει να ενισχύσει παράλληλα το δίκτυο διανομής της. Η Aldi UK, η τέταρτη μεγαλύτερη αλυσίδα super market στην Βρετανία, διαθέτει σήμερα 1.092 καταστήματα και αναμένεται να εγκαινιάσει ακόμη 30 μέσα στις επόμενες δέκα εβδομάδες. Μακροπρόθεσμος στόχος της είναι να φτάσει τα 1.500 καταστήματα.

Η Aldi και η ανταγωνίστριά της Lidl έχουν επεκτείνει σημαντικά την παρουσία τους στη βρετανική αγορά τις τελευταίες δύο δεκαετίες, εντείνοντας τον ανταγωνισμό με τις παραδοσιακές αλυσίδες.

ΤΑ ΜΕΓΕΘΗ

Το 2025, τα λειτουργικά κέρδη της Aldi UK παρέμειναν σχεδόν αμετάβλητα, στις £432,9 εκατ. με το περιθώριο κέρδους να διαμορφώνεται στο 2,3%. Η επίδοση αντανάκλα τις επενδύσεις της εταιρείας στις τιμές, στις υποδομές και στις αποδοχές των εργαζομένων. Την ίδια χρονιά, οι πωλήσεις της, συμπεριλαμβανομένης της Ιρλανδίας, αυξήθηκαν κατά 5%, στις £19 δισ.



Giles Hurley,
CEO, Aldi UK

Ωστόσο, η ανάπτυξη της Aldi υπολείπεται της συνολικής αγοράς τροφίμων. Το δωδεκάμηνο έως τις 6 Σεπτεμβρίου 2026, οι πωλήσεις της στην Βρετανία αυξήθηκαν μόλις κατά 0,7%, ενώ το μερίδιό της υποχώρησε κατά 0,2 ποσοστιαίες μονάδες, στο 10,6%. Αντίθετα, η Lidl GB κατέγραψε αύξηση πωλήσεων κατά 8% την ίδια περίοδο.

Παρά τις πιέσεις, η Aldi έχει διαθέσει από τις αρχές του 2026 συνολικά £340 εκατ. για μειώσεις τιμών, επιδιώκοντας να ενισχύσει την ανταγωνιστικότητά της.

• SUPER MARKETS (ΙΕΛΚΑ) - ΑΥΓΟΥΣΤΟΣ 2026

ΠΑΡΑΜΕΝΕΙ ΦΘΗΝΟΤΕΡΟ ΣΕ ΠΟΣΟΣΤΑ ΑΠΟ 5,7% ΜΕΧΡΙ 36,8% ΤΟ ΜΕΣΟ ΚΑΛΑΘΙ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ

Χαμηλότερες παραμαάνουν οι τιμές του τυπικού καλαθιού νοικοκυριού στα ελληνικά super markets, σε σχέση με άλλες 8 ευρωπαϊκές χώρες, σύμφωνα με την επαναλαμβανόμενη έρευνα του ΙΕΛΚΑ.

ΤΙ ΔΕΙΧΝΕΙ Η ΣΥΓΚΡΙΣΗ

Τον περασμένο Αύγουστο, σε σύγκριση τιμών σε συνολικά 40 κατηγορίες προϊόντων, σε ένα δείγμα άνω των 6.000 τιμών σε 48 διαφορετικές αλυσίδες, προέκυψε ότι το μέσο

καλάθι στην Ελλάδα παραμένει το οικονομικότερο σε ποσοστά από 2,9% (Πορτογαλία) μέχρι 28,6% (Γερμανία).

Πίνακας 1: Σύγκριση μέσων τιμών καλαθιού προϊόντων σε υπερμάρκετ Ελλάδας, Γαλλίας, Ηνωμένου Βασιλείου, Ισπανίας, Πορτογαλίας, Ιταλίας με ΦΠΑ και χωρίς ΦΠΑ

	Συντελεστές ΦΠΑ	Τιμές με ΦΠΑ	Τιμές χωρίς ΦΠΑ	Διαφορά με Ελλάδα με ΦΠΑ	Διαφορά με Ελλάδα χωρίς ΦΠΑ
 Ελλάδα	24%, 13%, 6%	141.74	122.46		
 Ισπανία	21%, 10%, 4%	158.61	148.20	11.9%	21.0%
 Πορτογαλία	23%, 13%, 6%	145.80	129.42	2.9%	5.7%
 Η.Β.	20%, 5%, 0%	180.68	167.52	27.5%	36.8%
 Γαλλία	20%, 10%, 5,5%	181.28	166.90	27.9%	36.3%
 Ιταλία	22%, 10%, 4%	158.17	146.24	11.6%	19.4%
 Γερμανία	19%, 7%	182.29	165.69	28.6%	35.3%
 Ρουμανία	21%, 11%, 5%	164.44	149.23	16.0%	21.9%
 Βουλγαρία	20%	163.16	135.97	15.1%	11.0%

ΦΠΑ ΑΝΑ ΧΩΡΑ

Η εικόνα των αποτελεσμάτων αλλάζει σημαντικά όταν αφαιρεθεί ο αναλογούν ΦΠΑ ανά χώρα. Η σύγκριση των καλαθιών σε αυτή την περίπτωση δείχνει ότι όλες οι χώρες έχουν ακόμη πιο ακριβό μέσο καλάθι από την Ελλάδα, σε ποσοστά από 5,7% (Πορτογαλία) μέχρι

36,8% (Ηνωμένο Βασίλειο).

Αυτό είναι αποτέλεσμα της διαφοράς που έχει ο χαμηλός ΦΠΑ ανά χώρα (πρόκειται για τον ΦΠΑ που αναφέρεται σε τρόφιμα και ποτά). Στην Ελλάδα αυτός ο ΦΠΑ είναι 13%. Ο ΦΠΑ είναι υψηλότερος από όλες τις χώρες, με εξαίρεση την Βουλγαρία που είναι

στο 20%.

Η Ελλάδα καταγράφει επίσης με τον δεύτερο υψηλότερο μέσο συντελεστή ΦΠΑ για το καλάθι των 40 κατηγοριών ανάμεσα στις 9 χώρες με 15,7%, ενώ η Ισπανία τον χαμηλότερο με 7% (με πολλά προϊόντα στον χαμηλό συντελεστή).

Πίνακας 2: Συντελεστές ΦΠΑ στις συγκρινόμενες χώρες

	Συντελεστές ΦΠΑ	Μέσος συντελεστής ΦΠΑ καλαθιού
 Ελλάδα	24%, 13%, 6%	15.7%
 Ισπανία	21%, 10%, 4%	7.0%
 Πορτογαλία	23%, 13%, 6%	12.7%
 Η.Β.	20%, 5%, 0%	7.9%
 Γαλλία	20%, 10%, 5,5%	8.6%
 Ιταλία	22%, 10%, 4%	8.2%
 Γερμανία	19%, 7%	10.0%
 Ρουμανία	21%, 11%, 5%	10.2%
 Βουλγαρία	20%	20.0%



• **JESPER ØSTERGAARD (7-ELEVEN DENMARK)**

ΠΟΙΕΣ ΤΑΣΕΙΣ ΒΛΕΠΕΙ ΓΙΑ ΤΗΝ ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΑΓΟΡΑ CONVENIENCE – ΤΙ ΛΕΕΙ ΣΤΟ FNB DAILY ΓΙΑ ΤΑ ΣΧΕΔΙΑ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ ΤΟΥ BRAND

Με μεγαλύτερη ένταση προς τρόφιμα και ποτά εκτιμά ότι θα κινηθεί τα επόμενα χρόνια η ελληνική αγορά convenience ο Jesper Østergaard, CEO της 7-Eleven Denmark, βλέποντας παράλληλα περιθώριο ενίσχυσης των οργανωμένων αλυσίδων και concepts έναντι των μικρών ανεξάρτητων καταστημάτων.

Μιλώντας στο Fnb Daily, ο κ. Østergaard σημειώνει ότι παρά το γεγονός ότι δεν γνωρίζει σε βάθος την εγχώρια αγορά, δεν διακρίνει σημαντικές αποκλίσεις από τις βασικές τάσεις που διαμορφώνονται στην υπόλοιπη Ευρώπη. Υπό αυτό το πρίσμα, εκτιμά ότι το food & beverage θα αποτελέσει βασικό πεδίο ανάπτυξης και για το ελληνικό convenience.

ΙΣΧΥΡΟΤΕΡΑ BRANDS VS ΑΝΕΞΑΡΤΗΤΩΝ ΣΗΜΕΙΩΝ

Σε επίπεδο δομής της αγοράς, ο επικεφαλής της 7-Eleven Denmark εκτιμά ότι ισχυρότερα brands, concepts και αλυσίδες θα κερδίζουν σταδιακά έδαφος έναντι των παραδοσιακών ανεξάρτητων καταστημάτων. Αποφεύγει, πάντως, να συνδέσει την παραπάνω εκτίμηση με ενδεχόμενη είσοδο της 7-Eleven στην Ελλάδα, ξεκαθαρίζοντας ότι

δεν διαθέτει επαρκή γνώση της αγοράς ώστε να αξιολογήσει σήμερα ένα τέτοιο ενδεχόμενο ή το μοντέλο ανάπτυξης που θα μπορούσε να ακολουθηθεί.

Η ΣΗΜΑΣΙΑ ΤΟΥ FOOD AND BEVERAGE

Η κατεύθυνση που περιγράφει για την Ελλάδα βρίσκεται στον πυρήνα της στρατηγικής που ακολουθεί ήδη η 7-Eleven Denmark. Τρόφιμα, αρτοποιία και ζεστά και κρύα ροφήματα αποτελούν τις κατηγορίες με τις καλύτερες επιδόσεις για την αλυσίδα το 2026, με το α' εξάμηνο να κινείται πάνω από τις προσδοκίες.

Για το υπόλοιπο του έτους αναμένεται θετική ανάπτυξη σε συγκρίσιμη βάση (LFL), με χαμηλότερο ωστόσο ρυθμό έναντι του α' εξαμήνου.

Σύμφωνα με τον κ. Østergaard, το food & beverage θα αποτελέσει συνολικά βασικό μοχλό ανάπτυξης για το ευρωπαϊκό convenience.

Καθώς όμως στην ίδια κατεύθυνση στρέφεται το σύνολο σχεδόν του κλάδου, η διαφοροποίηση θα κριθεί τόσο στο προϊόν, όσο και στην εκτέλεση σε επίπεδο καταστήματος.

ΝΕΑ ΣΗΜΕΙΑ VENDING & AI

Για την επόμενη διετία-τριετία, η 7-Eleven Denmark σχεδιάζει να ενισχύσει περαιτέρω στο food & beverage με νέα προϊόντα και concepts, ενώ στο πλάνο περιλαμβάνονται νέα φυσικά καταστήματα σε σημεία υψηλής κίνησης, όπως αεροδρόμια και νοσοκομεία. Παράλληλα, επενδύσεις κατευθύνονται στο vending, στην αξιοποίηση της Τεχνητής Νοημοσύνης – τόσο στις κεντρικές λειτουργίες όσο και στα καταστήματα – καθώς και στην ψηφιοποίηση και τα προγράμματα loyalty.

ΠΡΟΤΕΡΑΙΟΤΗΤΑ ΣΤΙΣ ΥΦΙΣΤΑΜΕΝΕΣ ΑΓΟΡΕΣ

Σε επίπεδο Reitan Convenience, προτεραιότητα παραμένει η ανάπτυξη στις επτά αγορές όπου ήδη δραστηριοποιείται – Νορβηγία, Σουηδία, Φινλανδία, Δανία, Λιθουανία, Λετονία και Εσθονία –, καθώς εκτιμάται ότι εξακολουθούν να υπάρχουν σημαντικά περιθώρια περαιτέρω ανάπτυξης. Ο όμιλος παρακολουθεί παράλληλα τις εξελίξεις στην υπόλοιπη Ευρώπη, χωρίς στην παρούσα φάση να προκύπτει συγκεκριμένο σχέδιο εισόδου σε νέα αγορά.

Στέλλα Αυγουστάκη
stella@notice.gr



Jesper
 Østergaard, CEO,
 7-Eleven Denmark

• **ΑΒ ΒΑΣΙΛΟΠΟΥΛΟΣ**

ΒΛΕΠΕΙ ΚΕΡΔΟΦΟΡΙΑ ΕΩΣ ΤΟ 2028 - ΠΡΟΤΑΣΗ ΣΕ ΜΑΣΟΥΤΗ ΓΙΑ ΚΑΤΑΣΤΗΜΑΤΑ ΠΟΥ ΕΜΕΙΝΑΝ ΕΚΤΟΣ ΤΟΥ DEAL ΜΕ ΚΡΗΤΙΚΟ

Επιστροφή σε καθαρή κερδοφορία έως το 2028, ενδεχομένως και νωρίτερα, αναμένει η ΑΒ Βασιλόπουλος, με την ολοκλήρωση του μετασχηματισμού του δικτύου να αποτελεί βασική προϋπόθεση για την επίτευξη του στόχου.

Όπως ανέφερε στο Fnb Daily ο Brand President της εταιρείας, Νίκος Λαβίδας, στο οκτάμηνο του 2026 κινείται στον ίδιο ρυθμό με την υπόλοιπη αγορά, με αξία και όγκους να αναπτύσσονται παράλληλα. Η εικόνα σε επίπεδο μεριδίου είναι βελτιωμένη σε σχέση με το 2025.

Ο κύκλος εργασιών το 2025 αυξήθηκε κατά 3,5%, με τη διοίκηση να εκτιμά ότι η ανάπτυξη θα ήταν υψηλότερη χωρίς τις μετατροπές εταιρικών καταστημάτων σε franchise. Στη διετία 2024-2025 περίπου 70 σημεία άλλαξαν μοντέλο λειτουργίας, με τον τζίρο ενός franchise να αντιστοιχεί περίπου στο 30% εκείνου ενός εταιρικού καταστήματος. Καθώς οι μετατροπές είναι λιγότερες φέτος, για το 2026 αναμένεται ισχυρότερη ανάπτυξη έναντι του 2025.



Νίκος Λαβίδας, Brand President, AB Βασιλόπουλος

ΟΙ ΠΑΡΑΓΟΝΤΕΣ ΤΗΣ ΦΕΤΙΝΗΣ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ

Στους βασικούς άξονες ανάπτυξης για το 2026 περιλαμβάνονται το convenience, το omnichannel και τα own brands. Οι ηλεκτρονικές πωλήσεις πλησιάζουν το 4% του τζίρου της, έναντι περίπου 3% της αγοράς, ενώ οι online παραγγελίες εξυπηρετούνται από ένα Home Shop Center, 40 hubs και περισσότερα από 100 καταστήματα. Μέσω της Wolt προστίθενται περισσότερα από 200 σημεία, αξιοποιώντας και το δίκτυο franchise, ενώ σχεδιάζεται η σύνδεση του AB Plus με Wolt, efood, BOX και Skroutz. Στην ιδιωτική ετικέτα, στόχος είναι η συμμετοχή στις πωλήσεις να αυξηθεί από 34% σήμερα σε 40% μέσα στην επόμενη τριετία. Για το 2027 προγραμματίζονται 1.000 νέοι κωδικοί, επιπλέον των περίπου 4.000 που διαθέτει σήμερα η αλυσίδα, με έμφαση σε εντοπιότητα, υγιεινή διατροφή και προσιτές επιλογές.

ΜΠΑΙΝΕΙ ΣΤΑ ΕΤΟΙΜΑ ΠΑΙΔΙΚΑ ΓΕΥΜΑΤΑ

Στο convenience εντάσσεται και η περαιτέρω ανάπτυξη του έτοιμου φαγητού. Η

σειρά με τον Άκη Πετρετζίκη αριθμεί 38 συνταγές, ενώ για το 2027 σχεδιάζονται παιδικά γεύματα. Παράλληλα, sushi bars λειτουργούν σε 14 καταστήματα.

ΝΕΑ ΕΠΕΝΔΥΣΗ ΣΤΑ LOGISTICS

Σε πλήρη λειτουργία βρίσκεται από τις 14 Σεπτεμβρίου η νέα αποθήκη non-food, επιφάνειας περίπου 35.000 τ.μ., μετά από επένδυση άνω των €3 εκατ. Η εγκατάσταση διαχειρίζεται

- περίπου 6.000 κωδικούς
 - περισσότερα από 24 εκατ. κιβώτια ετησίως
- εκτιμάται ότι θα μειώσει κατά 10% το κόστος μεταφορών
- Για το 2027 προβλέπονται
- ψυχόμενος χώρος περίπου 1.000 τ.μ. και ανάπτυξη cross-docking,
 - ενώ σε ορίζοντα πενταετίας εξετάζεται η δημιουργία ενιαίου κέντρου logistics περίπου 100.000 τ.μ. στην Αττική.

ΕΠΕΝΔΥΣΕΙΣ €11 ΕΚΑΤ. ΣΤΗΝ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΑ

Στο τεχνολογικό σκέλος, η ΑΒ επενδύει €11 εκατ. την περίοδο 2024-2027 για την

επέκταση των self-checkout στο σύνολο του εταιρικού δικτύου. Σήμερα λειτουργούν 800 αυτόματα ταμεία σε 195 καταστήματα. Επιπλέον €1 εκατ. κατευθύνεται σε ρομποτικά συστήματα καθαρισμού, τα οποία αναμένεται να λειτουργούν σε 50 σημεία το 2027.

DATA

Κύκλος εργασιών

2025: €2 δισ.

Μεταβολή vs 2024: 3,5%

Προσαρμοσμένη λειτουργική κερδοφορία

2025: €27,3 εκατ.

Μεταβολή vs 2024: 2%

Περιθώριο: 1,4%

Μικτό περιθώριο

2025: 24,6%

Μεταβολή vs 2024: 0,7% (λόγω πολιτικής τιμών)

ΠΡΟΣΘΕΤΑ ΚΟΣΤΗ

Παράλληλα, η εταιρεία απορρόφησε πέρυσι πρόσθετα κόστη €23 εκατ., εκ των οποίων

- €12 εκατ. αφορούσαν επιπλέον επένδυση στις τιμές
- €6,5 εκατ. αυξήσεις μισθών
- €2,5 εκατ. logistics και
- €2 εκατ. λοιπά λειτουργικά κόστη

Τα ταμειακά διαθέσιμα μειώθηκαν κατά 14,8%, στα €59 εκατ., καθώς κεφάλαια κατευθύνθηκαν στην ανάπτυξη και στον εκσυγχρονισμό του δικτύου.

Οι επενδύσεις ανήλθαν σε €52 εκατ., από τα οποία

- €16 εκατ. κατευθύνθηκαν στο υφιστάμενο δίκτυο
- €13 εκατ. σε νέα καταστήματα
- €9 εκατ. σε υποδομές και πράσινη ανάπτυξη
- €8 εκατ. σε τεχνολογία
- €6 εκατ. σε logistics

INFO - ΔΙΚΤΥΟ

Σύνολο

2026 (8μηνο): 715

2025: 659

2024: 624

Franchise

2026: 470 (+30 έως τέλος του έτους)

2025: 405

2024: 331

Εταιρικά

2026: 300

Παράλληλα, η ΑΒ έχει καταθέσει πρόταση στην Μασούτης για τα καταστήματα που η Επιτροπή Ανταγωνισμού έχει αφήσει εκτός της συμφωνίας με την Κρητικός. Πρόκειται για πέντε εταιρικά καταστήματα στην Χαλκιδική και ένα στην Κρήτη, τα οποία προγραμματίζεται να διατε-

θούν έως τα μέσα Νοεμβρίου. Επιπλέον η εταιρεία αξιολογεί και 46 franchise πανελλαδικά.

Η ΕΙΚΟΝΑ ΤΗΣ ΕΝΑ

Για την ΕΝΑ, η οποία διατηρεί 14 σημεία, οι πωλήσεις έχουν σταθεροποιηθεί, χωρίς ωστόσο η δραστηριότητα να είναι κερδοφόρα. Ο κ. Λαβίδας ανέφερε ότι ως βασική πρόκληση παραμένει το γεγονός ότι σημαντικό μέρος των πελατών είναι μικρά ανεξάρτητα καταστήματα που λειτουργούν ανταγωνιστικά προς το δίκτυο της ΑΒ, ενώ η στροφή προς το HoReCa απαιτεί διαφορετική εμπορική προσέγγιση. Το ενδεχόμενο πώλησης της δραστηριότητας εξακολουθεί να εξετάζεται, χωρίς να υπάρχει συγκεκριμένη απόφαση σύμφωνα με τον ίδιο.

Στέλλα Αυγουστάκη

stella@notice.gr

POWERED BY **FN|USA.**

• COSTCO

ΧΑΜΗΛΕΣ ΤΙΜΕΣ ΚΑΙ ΦΘΗΝΑ ΚΑΥΣΙΜΑ ΕΦΕΡΑΝ ΕΣΟΔΑ \$95,72 ΔΙΣ. ΣΤΟ ΤΡΙΜΗΝΟ

Η Costco Wholesale ξεπέρασε τις εκτιμήσεις των αναλυτών για το δ' τρίμηνο, καταγράφοντας ισχυρή αύξηση των συγκρίσιμων πωλήσεων, καθώς οι πληθωριστικές πιέσεις ενισχύουν τη στροφή των καταναλωτών σε οικονομικότερες επιλογές.

- Τα έσοδα αυξήθηκαν κατά περίπου 11%, στα \$95,72 δισ., έναντι εκτιμήσεων για \$94,86 δισ.
- Οι συγκρίσιμες πωλήσεις, εξαιρουμένων των καυσίμων και των συναλλαγματικών επιδράσεων, ενισχύθηκαν κατά 6,7%, έναντι πρόβλεψης για 6,11%.

Η ΣΤΡΟΦΗ ΠΟΥ ΕΝΙΣΧΥΕΙ ΤΙΣ ΠΩΛΗΣΕΙΣ

Το μοντέλο της Costco, που βασίζεται στις πωλήσεις μεγάλων ποσοτήτων σε χαμηλές τιμές, σε συνδυασμό με τα οικονομικότερα καύσιμα, προσελκύει περισσότερους καταναλωτές που επιδιώκουν να περιορίσουν τις δαπάνες τους. Όπως ανέφερε ο Arun Sundaram, αναλυτής της CFRA, η εταιρεία κατέγραψε ακόμη ένα τρίμηνο

ισχυρών επιδόσεων, με την αύξηση των συγκρίσιμων πωλήσεων να υπερβαίνει εκείνη των μεγάλων ανταγωνιστών της. Η ανάπτυξη στηρίχθηκε τόσο στην αυξημένη επισκεψιμότητα, όσο και στην άνοδο της μέσης αξίας των αγορών. Σημαντική ήταν και η συμβολή των καυσίμων, με τον Διευθύνοντα Σύμβουλο της εταιρείας, Ron Vachris, να επισημαίνει ότι ο συγκεκριμένος τομέας κατέγραψε έτος-ρεκόρ. Τα πρατήρια της Costco, που διαθέτουν συνήθως καύσιμα σε χαμηλότερες τιμές από την αγορά, προσελκύουν ιδιαίτερα τους καταναλωτές που είναι ευαίσθητοι στις τιμές. Η τάση αυτή ενισχύεται από την αύξηση του κόστους των καυσίμων, στον απόηχο του πολέμου στο Ιράν, σύμφωνα με τον Oliver Chen, αναλυτή της TD Cowen.

ΕΠΙΣΤΡΟΦΕΣ ΔΑΣΜΩΝ ΚΑΙ ΜΕΙΩΣΕΙΣ ΤΙΜΩΝ

Στα αποτελέσματα συνέβαλαν και οι επιστροφές δασμών ύψους \$184 εκατ., όπως γνωστοποίησε ο Οικονομικός Διευθυντής της Costco, Gary Millerchip. Οι επιστροφές



Ron Vachris, Πρόεδρος και CEO, Costco Wholesale

πραγματοποιήθηκαν στο πλαίσιο του νόμου International Emergency Economic Powers Act.

Σύμφωνα με τον Ron Vachris, η εταιρεία επανεπένδυσε τα σχετικά ποσά σε μειώσεις τιμών για επιλεγμένα προϊόντα, όπως είδη πρώτης ανάγκης, κρέας, ποτά και ορισμένα μη διατροφικά αγαθά.

Παράλληλα, η Costco καταγράφει αύξηση της μέσης αξίας του καλαθιού αγορών, καθώς οι καταναλωτές περιορίζουν τη συχνότητα των επισκέψεων τους και προτιμούν να αγοράζουν μεγαλύτερες ποσότητες τροφίμων και βασικών αγαθών σε μία επίσκεψη.

• LOULIS FOOD INGREDIENTS ΠΤΩΣΗ ΜΕΓΕΘΩΝ ΣΤΟ ΕΞΑΜΗΝΟ, ΑΒΕΒΑΙΟΤΗΤΑ ΚΑΙ ΓΙΑ ΤΟ ΣΥΝΟΛΟ ΤΗΣ ΧΡΗΣΗΣ

Πτώση της τάξης του 4,46% εμφάνισαν οι πωλήσεις του ομίλου Loulis Food Ingredients στο α' εξάμηνο της φετινής χρονιάς.

DATA όμιλος – Εξάμηνο (σε €χιλ.)

Πωλήσεις	Μικτό αποτέλεσμα
2026: 93.670	2026: 17.947
2025: 98.038	2025: 18.086
2024: 98.759	2024: 18.923
2023: 100.133	2023: 13.534

EBITDA

2026: 6.822
2025: 8.051
2024: 9.718
2023: 5.972

Κέρδη προ φόρων

2026: 3.387
2025: 3.870
2024: 5.496
2023: 6.806

Καθαρά κέρδη

2026: 2.515
2025: 2.767
2024: 4.317
2023: 5.291



Νίκος
Λούλης,
επικεφαλής,
Loulis
Food
Ingredients

5,29%. Ακολούθως, το μικτό κέρδος υποχώρησε κατά 0,77%, σε €17,95 εκατ., ενώ το μικτό περιθώριο διαμορφώθηκε σε 19,16% έναντι 18,45% το πρώτο εξάμηνο του 2025. Τα έξοδα διοίκησης και τα έξοδα διάθεσης του ομίλου ανήλθαν σε €15,61 εκατ., αυξημένα κατά 7,14% σε σχέση με το αντίστοιχο διάστημα του 2025.

ΚΕΡΔΟΦΟΡΙΑ

Σε ό,τι αφορά το EBITDA διαμορφώθηκε σε €6,82 εκατ. παρουσιάζοντας μείωση κατά 15,28% στον όμιλο, ενώ μειωμένα ήταν τα κέρδη και στην τελική γραμμή του ισολογισμού.

Τα κέρδη προ φόρων του ομίλου υποχώρησαν κατά 12,4%, στα €3,39 εκατ. και τα καθαρά κέρδη κατά 9,4%, στα επίπεδα των €2,51 εκατ.

ΠΡΟΟΠΤΙΚΕΣ

Η προβλεπόμενη πορεία για το β' εξάμηνο του 2026 εξακολουθεί να επηρεάζεται από την αβεβαιότητα που επικρατεί στην εγχώρια και τη διεθνή οικονομία, λόγω των γεωπολιτικών εξελίξεων και των μεταβαλλόμενων μακροοικονομικών συνθηκών.

Κύριοι παράγοντες αβεβαιότητας παραμένουν η μεταβλητότητα των τιμών της ενέργειας και των πρώτων υλών, οι πληθωριστικές πιέσεις, οι εξελίξεις στα επιτόκια και στις συνθήκες χρηματοδότησης, καθώς και οι μεταβολές στις διεθνείς εφοδιαστικές αλυσίδες.

Μάκης Αποστόλου
makis@notice.gr

Η ΕΙΚΟΝΑ ΑΝΑ ΚΑΤΗΓΟΡΙΑ

- **Καταναλωτικά Προϊόντα Αλευρόμυλου & μείγματα Αρτοποιίας & Ζαχαροπλαστικής:** οι πωληθείσες ποσότητες ανήλθαν σε 12 χιλ. τόνους τόσο για τον όμιλο όσο και για την εταιρεία, έναντι 12,3 χιλ. τόνων την αντίστοιχη περίοδο του 2025, παρουσιάζοντας μείωση κατά 2,44%. Οι πωλήσεις της κατηγορίας μειώθηκαν κατά 8,75%
- **Επαγγελματικά Προϊόντα Αλευρόμυλου:** οι πωληθείσες ποσότητες στον όμιλο ανήλθαν σε 156,7 χιλ. τόνους, σημειώνοντας αύξηση κατά 3,64%. Παρά την αύξηση των πωληθεισών ποσοτήτων, οι πωλήσεις της κατηγορίας ανήλθαν σε €63,93 εκατ. μειωμένες κατά 0,54%
- **Μείγματα & Α΄Υγες για την Αρτοποιία & Ζαχαροπλαστική:** οι πωλήσεις προς τρίτους ανήλθαν σε €5,98 εκατ. έναντι €9,14 εκατ. παρουσιάζοντας μείωση κατά 34,57%
- **Δημητριακά:** οι πωληθείσες ποσότητες ανήλθαν σε 64,5 χιλ. τόνους παρουσιάζοντας αύξηση κατά 20,11% σε σχέση με το α' εξάμηνο του 2025. Ωστόσο, οι πωλήσεις προς τρίτους ανήλθαν σε €16,13 εκατ., σημειώνοντας μείωση κατά 0,80%

ΚΟΣΤΟΣ ΠΩΛΗΘΕΝΤΩΝ & ΕΞΟΔΑ

Το κόστος πωληθέντων του ομίλου ανήλθε σε €75,72 εκατ., σημειώνοντας μείωση κατά

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

• ΜΥΛΟΙ ΘΡΑΚΗΣ - Ι. ΟΥΖΟΥΝΟΠΟΥΛΟΣ

ΕΙΣΟΔΟΣ ΣΕ EFOOD ΚΑΙ THE MART ΚΑΙ ΠΕΝΤΕ ΝΕΕΣ ΠΡΟΤΑΣΕΙΣ ΓΙΑ ΤΟΥΣ ΕΠΑΓΓΕΛΜΑΤΙΕΣ

Σε νέα κανάλια διάθεσης επεκτείνει την παρουσία της η Μύλοι Θράκης- Ι. Ουζουνόπουλος, συνεχίζοντας παράλληλα να διευρύνει την προϊοντική της γκάμα.

Όπως δηλώνει στο FNB Daily ο Εμπορικός Διευθυντής, Νίκος Σπέντζας, στο κομμάτι του retail που απευθύνεται στους ιδιώτες καταναλωτές το αλεύρι για όλες τις χρήσεις που παράγει η εταιρεία είναι πλέον διαθέσιμο και μέσω της πλατφόρμας efood. Στο δε επαγγελματικό σκέλος, επιλεγμένα προϊόντα της τοποθετούνται και είναι διαθέσιμα στα καταστήματα cash & carry The Mart. Πρόκειται για δύο κινήσεις που, όπως υπογραμμίζει, στόχο έχουν να ανταποκριθούν στις σύγχρονες αγοραστικές συνήθειες τόσο των καταναλωτών όσο και των επαγγελματιών.

ΕΠΕΚΤΕΙΝΕ ΤΗΝ GOLD, ΠΑΡΟΥΣΙΑΣΕ ΤΗΝ LONG RISE

Ειδικά σε ό,τι αφορά τους τελευταίους, η αλευροβιομηχανία βρίσκεται, σύμφωνα με τον κ. Σπέντζα σε φάση εμπλουτισμού του προϊοντικού χαρτοφυλακίου έχοντας από τις αρχές του έτους επεκτείνει τη σειρά Gold με δύο νέα εξειδικευμένα μίγματα με προζύμι για την παραγωγή ψωμιού σε φέτες, το Goldy Loaf και το Goldy Rustic.

Επιπλέον, πρόσφατα λάνσαρε τη σειρά Long Rise, τρία νέα μίγματα αλεύρων αργής ωρίμανσης (Πολύσπορο, Φαρίνα Dorato, Χωριάτικο) που απευθύνονται στα αρτοποιεία. Ο κ. Σπέντζας προαναγγέλλει την κυκλοφορία το επόμενο διάστημα νέων προϊόντων υψηλής προστιθέμενης αξίας για τον επαγγελματία.

DATA (σε €χιλ.)

Κύκλος Εργασιών

2025: 43.419

2024: 48.479

2023: 46.979

2022: 56.858

EBITDA

2025: 2.993

2024: 3.030

2023: 3.102

2022: 3.403

Κέρδη προ φόρων

2025: 398

2024: 212

2023: 116

2022: 1.149

ΠΑΝΩ ΟΙ ΟΓΚΟΙ, ΚΑΤΩ Ο ΤΖΙΡΟΣ ΣΤΟ ΟΚΤΑΜΗΝΟ

Στο οκτάμηνο του 2026 ο όγκος πωλήσεων είναι, σύμφωνα με το συνομιλητή μας, αυξημένος κατά 3%-5% ωστόσο ο συνολικός κύκλος εργασιών εμφανίζεται οριακά μειωμένος- κυρίως λόγω της μικρότερης εμπορίας σιτηρών και των χαμηλότερων μέσων τιμών πώλησης. Παρόμοια ήταν η εικόνα και για το 2025, χρονιά κατά την οποία ο κύκλος εργασιών υποχώρησε 10,4%, αποκλειστικά λόγω της μείωσης των πωλήσεων από εμπορική δραστηριότητα σιταριών και λοιπών πωλήσεων εμπορευμάτων.

ΑΝΟΔΙΚΑ INNOVATION ΚΑΙ ΠΟΛΥΤΕΛΕΙΑΣ

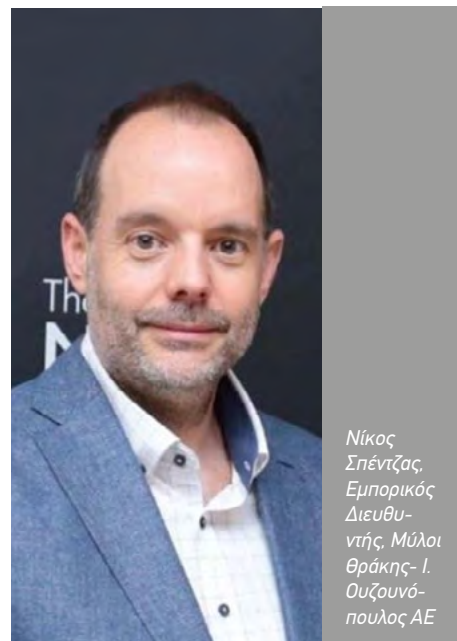
Ωστόσο, η στρατηγική εστίασης σε προϊόντα υψηλής προστιθέμενης αξίας συνεχίζει να αποδίδει καθώς, σύμφωνα με τον κ. Σπέντζα, τα άλευρα Innovation και πολυτελείας κατέγραψαν αύξηση, ενισχύοντας περαιτέρω τη συμμετοχή τους στις πωλήσεις. Τα εν λόγω προϊόντα είχαν αυξήσει κατά 8,2% τους όγκους τους και το 2025, αποτελώντας πλέον το 61% του συνολικού όγκου αλεύρων. Οι πωλήσεις αλεύρων όλων των κατηγοριών σημείωσαν άνοδο 2,9% την περσινή χρονιά φτάνοντας τους 66.660 τόνους, αυξάνοντας κατά 1,13% και τον παραγωγικό κύκλο εργασιών.

ΨΗΛΑ ΟΙ ΤΙΜΕΣ ΣΙΤΑΡΙΟΥ ΚΑΙ ΤΑ ΚΟΣΤΗ

"Η περυσινή χρονιά χαρακτηρίστηκε από χαμηλότερες τιμές πρώτων υλών και πιεσμένη κατανάλωση λόγω του συρρικνούμενου διαθέσιμου εισοδήματος. Παράλληλα, η ζήτηση για εξειδικευμένα άλευρα και λύσεις για τον επαγγελματία αρτοποιό συνέχισε να αυξάνεται", επισημαίνει ο κ. Σπέντζας, προσθέτοντας ότι και το επόμενο διάστημα προδιαγράφεται ιδιαίτερα απαιτητικό.

"Από τον Ιούλιο, οι επιθέσεις σε λιμάνια και εμπορικά πλοία στην Μαύρη Θάλασσα, έχουν περιορίσει δραστικά τις εξαγωγές σιτηρών από τις δύο χώρες. Σε συνδυασμό με τις ξηρασίες σε μεγάλες παραγωγικές χώρες, αυτό έχει οδηγήσει τις διεθνείς τιμές του σίτου στα υψηλότερα επίπεδα των τελευταίων ετών", υπογραμμίζει.

"Παράλληλα, προσθέτει, η εταιρεία καλείται να διαχειριστεί το αυξημένο κόστος μεταφορικών, όπως και το κόστος ενέργειας στο οποίο ενώ τους τελευταίους μήνες κα-



Νίκος Σπέντζας,
Εμπορικός Διευθυντής, Μύλοι Θράκης- Ι. Ουζουνόπουλος ΑΕ

ταγράφονται ανοδικές πιέσεις και στο κόστος ενέργειας. Η άνοδος του κόστους της πρώτης ύλης, της ενέργειας και των μεταφορών αναμένεται να ασκήσει σημαντικές πιέσεις τους επόμενους μήνες". Παρ' όλα αυτά, δηλώνει αισιόδοξος ότι η Μύλοι Θράκης- Ι. Ουζουνόπουλος θα ανταποκριθεί επιτυχώς στις προκλήσεις του διεθνούς περιβάλλοντος, έχοντας ως σταθερές βάσεις την ποιότητα και την καινοτομία.

ΟΙ ΕΠΕΝΔΥΣΕΙΣ

Στο πλαίσιο του στρατηγικού της σχεδιασμού, η εταιρεία ολοκλήρωσε σημαντική επένδυση για τη "Θεμελιώδη αλλαγή της παραγωγικής διαδικασίας υφιστάμενης Αλευροβιομηχανίας 4.0". Η επένδυση αφορά ψηφιοποίηση της παραγωγικής διαδικασίας.

Παράλληλα, εγκρίθηκε η υπαγωγή του έργου "Ερευνα και ανάπτυξη συστήματος ανίχνευσης μεταλλικών ξένων σωματιδίων για τη βιομηχανία τροφίμων" (METDETECT). Επίσης, συγκαταλέγεται στις 35 εταιρείες, από τις 389 συνολικά, που εγκρίθηκαν στο "Ερευνώ - Καινοτομώ", με το έργο ΚΑΡΥΩΝ για την ανάπτυξη έτοιμων μιγμάτων αλεύρων σίτου και καρυδιού υψηλής διατροφικής αξίας, το οποίο υλοποιείται σε συνεργασία με το Αριστοτέλειο Πανεπιστήμιο Θεσσαλονίκης (ΑΠΘ) και την εταιρεία Petrou Nuts.

Γιάννης Τσατσάκης
yannis@notice.gr

• **INTERMARCHÉ**

ΛΑΝΣΑΡΕΙ 100 ΝΕΑ ΠΡΟΪΟΝΤΑ ΙΔΙΩΤΙΚΗΣ ΕΤΙΚΕΤΑΣ – ΣΤΟΧΟΣ ΤΡΙΕΤΙΑΣ ΓΙΑ 40% ΤΟΥ ΤΖΙΡΟΥ ΑΠΟ PL

Στην ενίσχυση του χαρτοφυλακίου προϊόντων ιδιωτικής ετικέτας προχωρά η Intermarché, λανσάροντας σχεδόν 100 νέα προϊόντα, συσκευασίες και καινοτομίες, τα οποία θα τοποθετηθούν στα καταστήματά της από τον Σεπτέμβριο έως τον Οκτώβριο. Από τις νέες προσθήκες, οι 39 αφορούν αποκλειστικές καινοτομίες. Η νέα πρωτοβουλία εντάσσεται στη στρατηγική της γαλλικής αλυσίδας για την ενίσχυση των ιδιόκτητων εμπορικών σημάτων της, με στόχο αυτά να αντιπροσωπεύουν το 40% του συνολικού κύκλου εργασιών μέσα στην επόμενη τριετία, αλλά και να καταστούν η αγαπημένη επιλογή των Γάλλων καταναλωτών.

Η φθινοπωρινή συλλογή βασίζεται σε τρεις άξονες:

- υγεία
- απόλαυση
- υπευθυνότητα

Με το νέο λανσάρισμα, οι νέοι κωδικοί προϊόντων που έχει παρουσιάσει η Intermarché από την αρχή του 2026 ξεπερνούν συνολικά τους 260.

ΥΓΙΕΙΝΗ ΔΙΑΤΡΟΦΗ ΚΑΙ ΓΕΥΣΗ

Ο πρώτος άξονας αφορά την υγεία, με προϊόντα που διαθέτουν απλούστερες λίστες συστατικών και υψηλές διατροφικές αξιολογήσεις. Μεταξύ αυτών περιλαμβάνονται τα μπισκότα λεμονιού και βρώμης με βατόμουρο της Chabrior, τα οποία φέρουν Nutri-Score A, παρασκευάζονται με γαλλικό σιτάρι και δεν περιέχουν φοινικέλαιο.

Παράλληλα, η σειρά προϊόντων προσωπικής περιποίησης OK Clean, στην οποία περιλαμβάνονται αποτρίχωτικές κρέμες, υγρά σαπούνια χεριών και αποσμητικά, εμπλουτίζεται με προϊόντα που περιέχουν πάνω από 95% συστατικά φυσικής προέλευσης και συγκεντρώνουν υψηλές βαθμολογίες στην εφαρμογή Yuka.

Ο δεύτερος άξονας εστιάζει στη γευστική απόλαυση, με νέες εκδοχές καθημερινών προϊόντων. Στις προτάσεις της Intermarché περιλαμβάνονται κάσιους και αμύγδαλα με επικάλυψη σοκολάτας από τη σειρά Les Créations, καθώς και νέα προϊόντα κονσερβοποιημένων ψαριών Capitaine Cook,



Thierry
Cotillard,
Πρόεδρος,
Groupement
Mousquetaires
(μητρική της
Intermarché)

όπως καπνιστός σολομός με άνηθο και τόνος με πράσινο πιπέρι και λεμόνι. Στη σειρά Pâturages προστίθενται, επίσης, γιαούρτια ελληνικού τύπου με φρούτο του δράκου και φρούτο του πάθους.

ΟΙ ΟΙΚΟΛΟΓΙΚΕΣ ΕΝΑΛΛΑΚΤΙΚΕΣ

Ο τρίτος άξονας αφορά την περιβαλλοντική υπευθυνότητα, με την Intermarché να διευρύνει τη σειρά Je réduis, δίνοντας ιδιαίτερη έμφαση στο μειωμένο ανθρακικό αποτύπωμα των προϊόντων μέσω της σχετικής επισημάνσης στις συσκευασίες.

• **Debrief** •

ΝΑ ΤΑ ΣΒΗΣΟΥΜΕ, ΑΛΛΑ ΘΑ ΦΤΑΣΕΙ;

Τίποτα δεν αποκλείεται, όλα μπαίνουν στο τραπέζι πια. Ακόμα και όσα κάποτε θα ακούγονταν ακραία. Όπως, η προχθεσινή πρόταση της Κομισιόν για... σβηστά φώτα, ως αντίδοτο στην ενεργειακή κρίση. Συγκεκριμένα, ο Dan Jørgensen, Επίτροπος Ενέργειας της ΕΕ, [σε επιστολή προς τα κράτη-μέλη](#), προτείνει μεταξύ άλλων, το "σβήσιμο του περιττού δημόσιου φωτισμού τη νύχτα" ώστε να μειωθεί η ζήτηση Φυσικού Αερίου.

Σύντομη περίληψη: Το πρόβλημα έχει προκύψει επειδή οι αποθήκες φυσικού αερίου της ΕΕ είναι περίπου 70% γεμάτες, περίπου 12 ποσοστιαίες μονάδες κάτω από το ίδιο σημείο πέρυσι. Την ίδια στιγμή η τιμή του Φυσικού Αερίου τραβάει την ανηφόρα. [Τα έχει περιγράψει αναλυτικά ο Insider](#), πριν λίγες ημέρες.

Χωρίς καμία δόση ειρωνείας, ακόμα

και αυτό να το συζητήσουμε. Οι έκτακτες συνθήκες, απαιτούν έκτακτες ενέργειες. Το ερώτημα, όμως, είναι άλλο. Αν περπατάμε το βράδυ με... φακό, θα αποφύγουμε τα χειρότερα; Για παράδειγμα, [στο χθεσινό Business Maker του FNB Daily](#), διαβάσατε τις ανησυχίες κορυφαίου παράγοντα της αγοράς για την Εθνική Πρωτοβουλία Μείωσης των Τιμών, την ώρα που το κόστος για βιομηχανίες και super market ανεβαίνει ξανά. Οι επιχειρήσεις βλέπουν τους λογαριασμούς τους να φουσκώνουν, πρώτες ύλες, ηλεκτρικό ρεύμα, μεταφορές και μισθοδοσία προσθέτουν πίεση στην παραγωγή και στη λειτουργία των καταστημάτων ενώ στον λογαριασμό μπαίνουν και τα αυξημένα δημοτικά τέλη.

Την ίδια στιγμή, ο D. Trump επανήλθε χθες στο θέμα diesel, αφήνοντας

να εννοηθεί ότι ο Λευκός Οίκος εξακολουθεί να εξετάζει το ενδεχόμενο απαγόρευσης των εξαγωγών καθώς αντιμετωπίζει αυξανόμενες πολιτικές πιέσεις για να αντιμετωπίσει τις τιμές των καυσίμων ενόψει των ενδιάμεσων εκλογών του Νοεμβρίου. Αν, ο μη γένοιτο, κάτι τέτοιο συμβεί, έρχονται νέες αυξήσεις, ίσως και ζήτημα επάρκειας.

Το τί τελικά θα συμβεί μένει να φανεί. Μπορεί όλα, μπορεί κάποια, μπορεί και τίποτα. Ο χειμώνας, όμως, πού έρχεται μυρίζει πώς θα είναι βαρύς για νοικοκυριά και επιχειρήσεις. [Πώς το είπε τις προάλλες η Kristalina Georgieva του ΑΝΤ](#); "Για να παραφράσω το Game of Thrones, ο χειμώνας έρχεται".

Γιάννης Παλιούρης
giannis@notice.gr

• **ΒΙΖΤΕΚ - ΠΙΝΔΟΣ**

SILVER AWARD ΣΤΑ BITE AWARDS 2026 ΓΙΑ ΤΗΝ ΑΞΙΟΠΟΙΗΣΗ ΤΗΣ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΑΣ ΣΤΗΝ ΠΑΡΑΓΩΓΗ

Διάκριση απέσπασε η Biztec, αυτή τη φορά μαζί με τον Αγροτικό Πτηνοτροφικό Συνεταιρισμό Ιωαννίνων Πίνδος, στα BITE Awards 2026. Η Biztec και η Πίνδος απέσπασαν Silver Award στην κατηγορία Best Use of Production & Operation Management (POM), για την αξιοποίηση της τεχνολογίας στη διαχείριση της παραγωγής και των επιχειρησιακών λειτουργιών. Ο Γιώργος Κακαβάς, Πρόεδρος της Biztec δήλωσε: "Η συγκεκριμένη διάκριση έχει για εμάς ξεχωριστή αξία, γιατί επιβεβαιώνει τη δύναμη των μακροχρόνιων σχέσεων εμπιστοσύνης που χτίζουμε με τους πελάτες μας. Στην Biztec πιστεύουμε ότι οι πελάτες μας είναι συνεργάτες και μέρος της ευρύτερης οικογένειάς μας.



Γιώργος
Κακαβάς,
Πρόεδρος,
Biztec



Εξελισσόμαστε μαζί, αντιμετωπίζουμε μαζί τις νέες προκλήσεις και δημιουργούμε λύσεις που έχουν πραγματική αξία."

Business Maker

Ο ΚΑΦΕΣ ΦΕΥΓΕΙ ΑΠΟ ΤΟ ΤΡΑΠΕΖΙ ΚΑΙ ΠΑΕΙ... ΣΠΙΤΙ

Η κάψουλα κρατά ζωντανή την κατανάλωση καφέ στο σπίτι, την ώρα που ο καφές εκτός σπιτιού χάνει όγκο. Καλά πληροφορημένες πηγές της αγοράς περιγράφουν δύο διαφορετικές ταχύτητες: στα super market οι πωλήσεις για κατ' οίκον κατανάλωση παρέμειναν σταθερές τον Αύγουστο και ο όγκος κινήθηκε περίπου 2% υψηλότερα. Στην εστίαση, αντίθετα, η εκτίμηση για την υποχώρηση φθάνει το 10% έως 15%. Ο ελληνικός και ο καφές φίλτρου κινούνται ελαφρώς ανοδικά. Η κάψουλα, όμως, είναι εκείνη που τραβά την αγορά, με διψήφιο ρυθμό αύξησης. Όπως αναφέρουν παράγοντες της αγοράς, η εξήγηση δεν βρίσκεται μόνο στη συ-

νήθεια. Όλο και περισσότεροι καταναλωτές φτιάχνουν τον καφέ τους στο σπίτι, ακόμη και freddo για τη διαδρομή, περιορίζοντας τα χρήματα που αφήνουν καθημερινά στο ταμείο ενός καταστήματος. "Με μέση κατανάλωση περίπου ενάμισι καφέ την ημέρα, η διαφορά στο πορτοφόλι γίνεται εμφανής", σημειώνουν χαρακτηριστικά. Η πίεση εκτός σπιτιού έχει και δεύτερη όψη. Καφέ δεν πουλούν πια μόνο οι εξειδικευμένες αλυσίδες και τα καφέ. Φούρνοι και καταστήματα σάντουιτς διεκδικούν μερίδιο από την ίδια πίτα. Τα σημεία αυξήθηκαν, ο όγκος όμως μοιράζεται σε περισσότερα ταμεία, όπως επισημαίνουν παράγοντες με παρουσία στον κλάδο. Ενδια-

φέρονται νέα υπάρχουν και στο μέτωπο της πρώτης ύλης, καθώς το καλοκαίρι κύλησε με έντονες καθημερινές διακυμάνσεις στο χρηματιστήριο καφέ. Οι εκτιμήσεις για τη σοδειά ήταν αντικρουόμενες και αρκετοί στην αγορά κράτησαν αποθέματα, ανησυχώντας για νέα πίεση. Τον τελευταίο μήνα, ωστόσο, οι τιμές έχουν υποχωρήσει, κατά περίπου 12% έως 15% σύμφωνα με τις ίδιες πηγές. Η καλή εικόνα της σοδειάς στην Βραζιλία και οι βροχές περιορίζουν, προς το παρόν, τους φόβους για την προσφορά. Δεν σβήνουν όμως τη μετάτοπιση της ζήτησης: το σπίτι κερδίζει έδαφος, ενώ τα καταστήματα πρέπει να διεκδικήσουν ξανά την καθημερινή στάση για καφέ....

ΛΙΓΟΤΕΡΕΣ ΠΡΟΣΦΟΡΕΣ ΣΤΑ ΡΑΦΙΑ ΤΩΝ SUPER MARKET

Λιγότερες προσφορές είδαν οι καταναλωτές στα ράφια των super market το 2025. Και αυτό, παρά το γεγονός ότι η αναζήτηση της χαμηλότερης τιμής παρέμεινε ψηλά στις προτεραιότητες των νοικοκυριών. Όπως προκύπτει από τα στοιχεία της Circa που παραθέτει η Μασούτης στις οικονομικές καταστάσεις της, το ποσοστό των πωλήσεων που πραγματοποιήθηκε μέσω προσωρινών μειώσεων τιμών υποχώρησε στο 24,6%, από 25,4% το 2024. Η αλλαγή έχει ενδιαφέρον, καθώς συντελείται σε μια αγορά που συνέχισε να μεγαλώνει. Η αξία των προϊόντων ευρείας κατανάλωσης στα ελληνικά super market έφθασε τα

€14,094 δισ., καταγράφοντας αύξηση 6,1%. Ο όγκος πωλήσεων ενισχύθηκε κατά 3,7%, ενώ η μέση τιμή ανά μονάδα αυξήθηκε 1,7%. Στα τρόφιμα, που αντιπροσωπεύουν περίπου το 82,6% της συνολικής αγοράς, η μέση τιμή ανέβηκε 2,5%. Τα συσκευασμένα προϊόντα εμφάνισαν αύξηση αξίας 6,4%, ενώ στα προϊόντα μεταβλητού βάρους η ανάπτυξη έφθασε στο 8,2%. Η υποχώρηση των προσφορών συνοδεύτηκε από περαιτέρω στροφή στην ιδιωτική ετικέτα. Το μερίδιο των private label ανέβηκε στο 27,3%, από 26,8% έναν χρόνο νωρίτερα. Οι πωλήσεις τους αυξήθηκαν 7,5%, έναντι 4,8% των επώνυμων προϊόντων. Τα στοιχεία

σκιαγραφούν έναν καταναλωτή που παραμένει προσεκτικός, ακόμη και μετά τη σταδιακή αποκλιμάκωση των πληθωριστικών πιέσεων. Ο μέσος πληθωρισμός στην Ελλάδα διαμορφώθηκε στο 2,5%, εξακολουθώντας, σύμφωνα με την Μασούτης, να επηρεάζει την αγοραστική δύναμη και τις επιλογές των νοικοκυριών. Την ίδια ώρα, ενέργεια, πρώτες ύλες και προβλήματα στις εφοδιαστικές αλυσίδες συνέχισαν να επιβαρύνουν τις επιχειρήσεις, ενώ το χρηματοοικονομικό κόστος παρέμεινε σχετικά υψηλό. Το συμπέρασμα είναι ότι η αγορά μεγάλωσε με λιγότερη προωθητική ένταση και περισσότερη ιδιωτική ετικέτα.

Business Insight

ΟΙ FED, ECB, ΤΑ MIDTERMS, Η WALL STREET ΚΑΙ ΟΙ ΔΙΕΘΝΕΙΣ ΑΓΟΡΕΣ

Προς τις ενδιάμεσες εκλογές στις ΗΠΑ και οι επενδυτές όπου γης. Την Τρίτη 3 Νοεμβρίου, οι ενδιάμεσες εκλογές, με τα στοιχήματα για την έκβαση τους να συνεκτιμώνται, ήδη, από τους traders στην Wall Street. [Ενδεικτική η αναφορά του Bloomberg](#) (από τις 10 Σεπτεμβρίου) για μία Wall Street που ποντάρει σε ένα δικασμένο Κογκρέσο, καθώς πλησιάζει η κρίσιμη αναμέτρηση του Νοεμβρίου. Κατ' αρχήν, **η ιστορικότητα της μεγαλύτερης αγοράς του πλανήτη είναι με το μέρος των long**, ειδικότερα όσων ενεργούν με μεσοπρόθεσμο χρόνο (διακράτησης ή συμμετοχής στην αγορά). Διαχρονικά, οσάκις διεξάγονται ενδιάμεσες (midterms) στις ΗΠΑ **η αγορά μετοχών (του S&P500) για χρονικό διάστημα Σεπτεμβρίου-Ιουλίου αποφέρει μέση απόδοση 19% σε ποσοστό 95,8%**. Ήτοι, σε 24 φορές τις 23 η παραμονή ενός επενδυτή, trader εντός παιδιάς τον έστειλε στο ταμείο με μικρότερα ή μεγαλύτερα κέρδη. **Εξαίρεση αποτέλεσε το 1930 δηλαδή την περίοδο των ενδιάμεσων μετά το κραχ του 1929**. Έκτοτε ακολούθησαν διαδοχικά περίοδοι με θετική απόδοση, έχοντας ως σημείο εκκίνησης (πρώτης αγοράς) στα τέλη Σεπτεμβρίου, και τερματισμού (τελευταίας πώλησης) προς την λήξη Ιουλίου. Δεδομένου ότι πρόκειται για, σχεδόν διαχρονικό δείγμα η επιβεβαίωση του (ή όχι) τιμολογείται με ανάλογο χαμηλό ρίσκο. Τα μέχρι τώρα στοιχήματα παραπέμπουν σε **ανάκτηση της Βουλής των Αντιπροσώπων από τους**

Δημοκρατικούς και διατήρηση ελαφρού προβαδίσματος των Ρεπουμπλικάνων στην Γερουσία. Θα μπορούσαν οι Δημοκρατικοί να ξανά κερδίσουν και τα δύο σπίτια, [το εύλογο ερώτημα της Schrodgers](#).

Για τους χρηματιστηριακούς αναλυτές η ανωτέρω περίπτωση, γνωστή ως **The Sweet Spot** αποτελεί ένα ιδανικό και χαμηλού ρίσκου αποτέλεσμα που αποτρέπει σαρωτικές, ανατρεπτικές αλλαγές πολιτικής. Ο Trump διατηρεί το δικαίωμα βέτο αλλά οι Δημοκρατικοί ελέγχουν τουλάχιστον το ένα σώμα του Κογκρέσου. Από την πλευρά τους **οικονομολόγοι των Morgan Stanley, Citi εκτιμούν ότι οι εκλογές θα έχουν περιορισμένο άμεσο αντίκτυπο στα εταιρικά κέρδη ή στον δείκτη S&P 500**, καθώς η εκτελεστική εξουσία διατηρεί τον βασικό έλεγχο στους δασμούς, τη μετανάστευση, την εξωτερική πολιτική και τους ρυθμιστικούς κανόνες. Ωστόσο, για τους πιο βραχυπρόθεσμους παίκτες το Reuters θυμίζει την λεγόμενη "κατάρα των ενδιάμεσων εκλογών" (midterm curse) με τα χρηματιστήρια κοντά σε ιστορικά υψηλά με χαμηλή μεταβλητότητα, αλλά με αυξημένες πιθανότητες αυξημένης μεταβλητότητας το δίμηνο (Σεπτεμβρίου-Οκτωβρίου) που προηγείται των ενδιάμεσων. Στην τελευταία περίπτωση, συνεκτιμώντας πως αμφότερα τα συστήματα Ρεπουμπλικάνοι vs Δημοκρατικοί παίζουν τα ρέστα τους, **οι traders τιμολογούν τις εξελίξεις σε πολλά μέτωπα (από Ορμούζ που**

επηρεάζει τις τιμές πετρελαίου, αποδόσεις ομολόγων, μέχρι ομοσπονδιακό χρέος και αστάθμητους παράγοντες). Η διοίκηση Trump έχει το καρπούζι (τιμές πετρελαίου, αποδόσεις ομολόγων) μένει να φανεί εάν θα έχει και το μαχαίρι (Fed).

Τέλος εβδομάδας η δημοσίευση στοιχείων για την απασχόληση Σεπτεμβρίου στις ΗΠΑ, μία από τις σημαντικές παραμέτρους επηρεασμού των αποφάσεων/πολιτικών των μελών της Fed. **Στις 27-28 Οκτωβρίου η επόμενη συνεδρίαση, στις 28-29 της ΕΚΤ**. Η πιθανότητα νέας αύξησης επιτοκίων από την Fed τον Οκτώβριο έχει αυξηθεί στο 70% στηρίζοντας την ισοτιμία του δολαρίου έναντι άλλων βασικών νομισμάτων. Εύλογη η στάση αναμονής και των επενδυτών στις διεθνείς αγορές. Για το σύστημα του Προέδρου των ΗΠΑ η διατήρηση μίας σχετικής ομαλότητας στην Wall Street είναι ιδιαίτερης σημασίας, περνάει δε κατά κύριο λόγο μέσα από την συντήρηση (ή ελεγχόμενη αποφόρτιση) των AI με τις... στρατοσφαιρικές αποτιμήσεις.

Το γεγονός και μόνο που στο δείπνο του Trump στον Χί Τζινπινγκ, στον Λευκό Οίκο δίπλα στον Πρόεδρο των ΗΠΑ (και απέναντι στον ομόλογο της Κίνας) κάθονταν οι Altman (OpenAI), Bezos (Amazon), Musk (SpaceX), Pitchai (Google) καταδεικνύει την σπουδαιότητα που αποδίδεται από τον Λευκό Οίκο. Προφανώς δεν παρευρέθηκαν για... φωτογράφιση.



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**

SECRETCRECIPE

Νέα επένδυση στην Πελοπόννησο

Μια μεγάλη επένδυση - για τα δεδομένα του κλάδου - ετοιμάζει στην Πελοπόννησο γνωστή εταιρεία. Όπως πληροφορείται το FNB Daily, οι συζητήσεις με τους συμβούλους της, που τρέχουν τον φάκελο, είναι σε τελικό στάδιο, ενώ στόχος είναι η δημιουργία νέας γραμμής παραγωγής, η οποία θα ενισχύσει σημαντικά την παραγωγική δυναμική της επιχείρησης.

SÒ POSH!

the trendletter

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

**Κάθε Σάββατο
στις 9.30**

ΤΟ ΕΒΔΟΜΑΔΙΑΙΟ NEWSLETTER

ΓΙΝΕ ΣΥΝΔΡΟΜΗΤΗΣ ΕΔΩ

Editorial

Η σαμπάνια στο ψυγείο

Πρώτα το 1-2 στο Βελιγράδι, μετά το 0-1 στο Άουγκσμπουργκ. Η Εθνική νίκησε την Γερμανία για πρώτη φορά, στην ενδέκατη απόπειρα, και μάλιστα χάλασε την πρώτη εντός έδρας βραδιά του Γιούργκεν Κλοπ στον γερμανικό πάγκο. Ο ομοσπονδιακός τεχνικός της Γερμανίας μίλησε για ίσως την πιο χρυσή γενιά του ελληνικού ποδοσφαίρου. Και δεν έχει άδικο:

Η ομάδα του Γιόβανοβιτς έχει ταλέντο, ηλικία και, σπάνιο είδος για τα καθ' ημάς, παίκτες που ξέρουν να κρατούν τη μπάλα και όχι μόνο να την κυνηγούν.

Ας κρατήσουμε όμως τη σαμπάνια στο ψυγείο.

Όχι για την Εθνική.

Για όλα τα υπόλοιπα.

Το έχουμε ξαναδεί: Το 2004 κατακτήσαμε την Ευρώπη, και η επόμενη μέρα βρήκε το ελληνικό ποδόσφαιρο ακριβώς εκεί που το είχαμε αφήσει: Άδεια γήπεδα, χρεοκοπημένες ΠΑΕ, διαιτητές ύποπτοι μέχρι αποδείξεως του εναντίου.

Ακολούθησε η Κοριόπολις, ακολούθησαν οι ξένοι διαιτητές ως επίσημη ομολογία αναξιοπιστίας, ακολούθησαν τα παιχνίδια κλεισμένων των θυρών.

Το τρόπαιο πήγε στη Βιτρίνα.

Το σύστημα έμεινε στο υπόγειο.

Το μπάσκετ, αντίθετα, το 1987 δεν πήρε απλώς ένα Ευρωπαϊκό. Πήρε μια χώρα. Κλειστά γήπεδα φύτρωσαν σε κάθε δήμο, τα παιδιά γέμισαν τις ακαδημίες, οι ομάδες επένδυσαν, και μέσα σε μια δεκαετία Παναθηναϊκός και Ολυμπιακός σήκωναν Ευρωλίγκες. Η επιτυχία της Εθνικής έγινε υποδομή. Στο ποδόσφαιρο έγινε ανάμνηση.

Οι λόγοι είναι γνωστοί και, δυστυχώς, καθόλου εξαιρετικοί:

Η βία, που αδειάζει τις κερκίδες και φέρνει τιμωρίες αντί για οικογένειες. Είναι τριτοκοσμική η κατάσταση να απαγορεύεται η μετακίνηση φιλάθλων. Οι ιδιοκτήτες, που αντιμετωπίζουν το πρωτάθλημα ως πεδίο προσωπικών πολέμων και την ΕΠΟ ως λάφυρο. Η διαιτησία, που παραμένει δημοφιλέστερο άθλημα από το ίδιο το ποδόσφαιρο.

Οι υποδομές, με τα ολυμπιακά ακίνητα να σαπίζουν και τα νέα γήπεδα να χρειάζονται δεκαετίες για να περάσουν από τη μακέτα στο μπετόν.

Και οι ντόπιοι παίκτες: Σύμφωνα με τα πιο πρόσφατα στοιχεία του CIES, η Ελλάδα είναι έβδομη στον κόσμο, με το 68,9% των αγωνιστικών λεπτών να πηγαίνει σε ξένους. Όταν το πρωτάθλημα δεν εμπιστεύεται τον Έλληνα ποδοσφαιριστή, είναι μικρό θαύμα ότι η Εθνική βρίσκει έντεκα.

Και εδώ βρίσκεται η ειρωνεία: Η σημερινή γενιά δεν είναι προϊόν του συστήματος, αλλά εξαίρεσή του. Βγήκε από δύο-τρεις ακαδημίες, που δούλεψαν σωστά και από παιδιά που έφυγαν νωρίς για το εξωτερικό. Αν πανηγυρίσουμε μια πρόκριση, θα πανηγυρίσουμε μια ομάδα που μεγάλωσε παρά το ελληνικό ποδόσφαιρο, όχι χάρη σε αυτό. Η Εθνική μπορεί να πάει πολύ ψηλά. Το ερώτημα είναι αν θα την ακολουθήσει κανείς άλλος.

Με βάση την εμπειρία, το στοίχημα δεν έχει καλή απόδοση.

Τόσο απλά.

Νεκτάριος Β. Νώτης
nectarios@notice.gr