

FOODReporter

ΦΡΕΣΚΙΑ ΕΝΗΜΕΡΩΣΗ

- 03 Ο τρόπος που η Granikal μπαίνει στη διανομή κρασιού
- 06 NielsenIQ: Στα €345 το μηνιαίο κόστος του νοικοκυριού στο σούπερ μάρκετ
- 08 Η είσοδος στο χρηματιστήριο δεν απασχολεί το ελληνικό τρόφιμο

Το FOODReporter στη Food Expo 2026

Η επένδυση του Νίκου Βαρδινογιάννη στην ΕΑΣ Πάρου

Παραγωγική αναβάθμιση με πρόγραμμα 2,2 εκατ. ευρώ



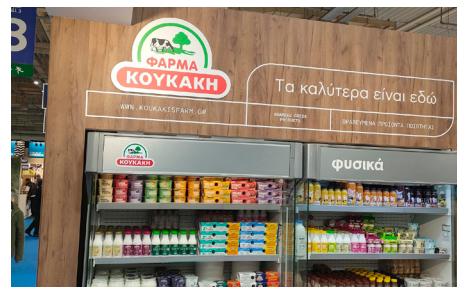
Έμφαση στην παρουσίαση του συνολικού portfolio τυριών έδωσε στη Food Expo 2026 η Ένωση Αγροτικών Συνεταιρισμών (ΕΑΣ) Πάρου. Το τυροκομείο λειτουργεί από το 1960, ως Γαλακτοκομικός Συνεταιρισμός Πάρου πριν τη συνένωση σε ενιαίο φορέα. Ενσωματώθηκε το 2001, εισφέροντας εγκαταστάσεις. Άμεσα ξεκίνησε αναβάθμιση και στις γραμμές τυροκόμησης (2002). Η ΕΑΣ Πάρου ολιστικά δραστηριοποιείται σε τυροκομία, ελαιουργία, οινοποιία, ζωοτροφές και διανομή. Η είσοδος του επενδυτικού σχήματος Tethys, ελέγχου του Νίκου Βαρδινογιάννη, στην ΕΑΣ Πάρου, φέρνει νέο «κύμα» επενδύσεων για παραδοσιακά γαλακτοκομικά και τυροκομικά προϊόντα, ντόπια παραγωγή κατά 100%. Οι

επενδύσεις, ύψους 2,2 εκατ. ευρώ, ξεκίνησαν το 2025 και φέτος ολοκληρώνονται. Περιλαμβάνουν νέο, σύγχρονο μηχανολογικό εξοπλισμό, νέες γραμμές παραγωγής που αυξάνουν την παραγωγική δυναμικότητα, με την αξιοποίηση προγράμματος μεταποίησης στο ΕΣΠΑ, στο οποίο εντάχθηκε αντίστοιχο επενδυτικό σχέδιο. Οι κτιριακές εγκαταστάσεις, με έδρα τον Άγιο Γεώργιο στην Παροικία, τριπλασιάστηκαν (ανάπτυξη νέων κτιρίων 200%), για να φιλοξενήσουν τα υπερσύγχρονα μηχανήματα. Προστίθενται νέες γραμμές συσκευασίας και παλετοποίησης.

Το «πάτημα» στην αγορά της Αττικής

Η ΕΑΣ Πάρου δραστηριοποιείται σε λιανική και χονδρική σε ολόκληρη την Πάρο. Μέσω χονδρεμπόρων (Leader, Global Foods, Option Foods), δίνει έμφαση στην αγορά Ho.Re.Ca. Στο κανάλι των σούπερ μάρκετ, τα προϊόντα βρίσκονται μόνο στο νησί, για την ώρα. Η στόχευση αφορά είσοδο στην αγορά της Αττικής -σε food service και οργανωμένο λιανεμπόριο, ώστε να ανέβει η ΕΑΣ Πάρου ένα σκαλί ψηλότερα από όσα εξασφαλίζει η εποχική τουριστική κατανάλωση. Ο τυροκόμος Μάρκος Κορτιάνος εξήγησε στο FOODReporter ότι η ανάπτυξη στην Αττική είναι ευκατρία και απολύτως αναγκαία για το «μεγάλωμα» της εταιρείας και την αύξηση πωλήσεων: «Εξαιτίας του τοπικισμού στο ντόπιο καταναλωτικό κοινό, της επάρκειας ανταγωνιστικών ντόπιων προϊόντων και τήρησης ισορροπιών στη διανομή, είναι πιο εύκολο να αναπτυχθεί το portfolio τυριών σε μεγάλες πόλεις της ηπειρωτικής Ελλάδας, παρά στις λοιπές Κυκλάδες, όπου ο τουρισμός καταναλώνει τα αντίστοιχα τοπικά προϊόντα». Ο διευθυντής επικοινωνίας Μάνος Σταυριανός τόνισε ότι θα ήταν ευχής έργον η καλύτερη επικοινωνία για συνέργειες μεταξύ των επιχειρήσεων τροφίμων των Κυκλάδων. Τα παραδοσιακά προϊόντα της ΕΑΣ Πάρου είναι το σουρωτό Πάρου (αλειφώδες τυρί, αντίστοιχο της ξινομυζήθρας), η γραβιέρα Πάρου, το κεφαλάκι Πάρου (κεφαλοτύρι) και το κρασοτύρι, σε συνεργασία με το Οινοποιείο ΑΓΣ Πάρου, όλα τους 100% αγελαδινά. Για τη γραβιέρα Πάρου υπάρχουν προχωρημένες συζητήσεις για αίτηση ένταξης σε κατάλογο ΠΟΠ.

Κωνσταντίνος Βορίλας



Φάρμα Κουκάκη: Ενίσχυση παραγωγής και συσκευασίας

Θέμα ημερών αποτελεί η οριστικοποίηση μετοχικής συμμετοχής της EOS Capital Partners στη Φάρμα Κουκάκη, διαδικασία που κινείται ομαλά, κατά τα συμφωνημένα. Μέσα στον Απρίλιο 2026, θα αρχίσει η ενεργοποίηση της αύξησης παραγωγικής δυναμικότητας στα προϊόντα γιαούρτης. Μέσα στον Ιούνιο αναμένεται η δημιουργία νέων γραμμών συσκευασίας και ετικετοποίησης (labelling), στο πλαίσιο ενίσχυσης της συνολικής παραγωγικής δυναμικότητας της βιομηχανίας. Θα ακολουθήσουν και επόμενα στάδια εντατικοποίησης της παραγωγής, κάτι που είναι το ζητούμενο για το μέλλον. Μέσα σε ανταγωνιστικό περιβάλλον, η Φάρμα Κουκάκη επιτυγχάνει να καταστήσει όσο το δυνατόν πληρέστερη την γκάμα προϊόντων της. Εξάλλου, επιδεικνύει έντονη εξωστρέφεια με συμμετοχής σε εκθέσεις του εξωτερικού -και στη Food Expo 2026, επιδιώκοντας και νέες συνεργασίες στο εξωτερικό. Στελέχη της εταιρείας είπαν στο FOODReporter ότι οι προκλήσεις που προκύπτουν για τις βιομηχανίες τροφίμων από το ρευστό γεωπολιτικό περιβάλλον, αφορούν αυξήσεις σε δευτερογενείς και τριτογενείς ύλες συσκευασίας (πλαστικό, αλουμινόφυλλα, φιλμ), οι οποίες είναι απορροφήσιμες ως κόστος από τις βιομηχανίες.

Κωνσταντίνος Βορίλας

BOUSSIAS
events

Με τη Συνεργασία

ΣΥΒΙΝΥΣ
Sustainable Business Innovation & Development

10th
year

PACKAGING AWARDS 2026

Honouring What Makes Products Stand Out

ΥΠΟΒΟΛΗ ΥΠΟΨΗΦΙΟΤΗΤΩΝ ΕΩΣ

27/03/26

ΔΗΛΩΣΤΕ ΤΩΡΑ ΣΥΜΜΕΤΟΧΗ

www.packagingawards.gr

ΚΡΙΤΙΚΗ ΕΠΙΤΡΟΠΗ



ΠΡΟΕΔΡΟΣ ΚΡΙΤΙΚΗΣ
ΕΠΙΤΡΟΠΗΣ

**Καθ. Παναγιώτης
Κυριάκης**

Καθ. Τμ. Μηχανικών Σχεδίασης Προϊόντων
& Συστημάτων, ΠΔΜ
Δ/ντής Ινστιτούτου Παραδοσιακής
Αρχιτεκτονικής & Πολιτιστικής Κληρονομιάς,
Πανεπιστημιακό Ερευνητικό Κέντρο
Δυτικής Μακεδονίας
Δ/ντής του Εργαστηρίου Υπολογιστικού
Σχεδιασμού και Ψηφιακής Κατασκευαστικής,
ΠΔΜ



**Δρ Νικόλαος
Ευκολίδης**

Αναπλ. Καθηγητής,
Τμήμα Μηχανικών Σχεδίασης
Προϊόντων & Συστημάτων,
ΠΔΜ



Πασχάλης Καστανάς
Μέλος Επιτροπής Περιβ. &
Αειφορίας ΣΕΒΤ, Sustainable
Packaging Manager Nestlé
Hellas



**Κώστας
Κυριόπουλος**
Group Procurement
Director, Sarantis Group



**Γκρέττα
Κωνσταντινίδη
Ορφανού**
Communication
Manager, La Petite Jumelle



**Μάριβη
Λάμπου**

Head of Marketing
BestPrice.gr



**Δρ. Κυριακή
Λαμπροπούλου**

Προϊσταμένη Τομέα Διασφάλισης
Ποιότητας & Ελέγχων Λειτουργία
Διεύθ. Ελέγχων, The Mart



**Δημήτρης
Μαντής**
Πρόεδρος ΣΥ.ΒΙ.Π.Υ.Σ



**Δρ. Γεώργιος
Μπάλας**
Καθ. ΟΠΑ, Δ/ντής Μεταπτ.
Σπουδών Μάρκετινγκ &
Επικοινωνίας,
Πρ. Ελληνικής Ακαδημίας
Μάρκετινγκ



Χριστίνα Πάνου

Διευθ. Διαχείρισης Ποιότητας,
Όμιλος Εταιριών Εστίασης
Goody's / Everest



**Ιωάννης
Παπαδημητρίου**

Founder & Managing
Director, ABOVE Ltd.



**Μιχάλης
Τσακούτος**

Πρόεδρος ΔΣ ΕΨΑ,
Chairman, Staramaki



PRINTING AWARDS 2026

hosted by PACKAGING AWARDS



**Γιώργος
Αργυρόπουλος**
Senior Offset
Printing,
Print Services Hellas



**Δρ. Γεράσιμος
Βονιτσάνος**
MSc, MBA, MEd, MA,
Ελληνικό Ανοικτό
Παν/μιο



**Δρ. Βασιλική
Μπέλεση**
Χημικός, Καθ. Τμήμ.
Γραφιστικής & Οπτικής
Επικ., Κατεύθυνση
Τεχν. Γραφικών Τεχνών



**Δρ. Ευγενία
Παγάνη**
Μεταδιδ. Ερευν.
Τμήμ. Γραφιστικής &
Οπτικής Επικ. ΠΑΔΑ,
Διδάκτ. ΠΤΔΕ ΕΚΠΑ,
Τεχνολ. Γραφικών
Τεχνών



**Δρ. Αναστάσιος
Ε. Πολίτης**

Αντιπρ. HELGRAMED -
Πανελλήνια Ένωση
Πτυχ. Τεχνολογίας
Γραφικών Τεχνών

Πληροφορίες & Υποψηφιότητες: Δημήτρης Μάγουρας, **T:** 217 7776 242, **M:** 6980 978 399, **E:** dmaggouras@boussias.com
Χορηγίες: Κατερίνα Λιοδάκη, **T:** 217 7776 241, **M:** 6974 742 403, **E:** kliodaki@boussias.com
Περιεχόμενο: Νάνσυ Φαναρά, **T:** 217 7776 199, **M:** 6932 200 059, **E:** nfanara@boussias.com

Official Publications

Marketing
Week

Manufacturing

σελφ
σέρβις

Το FOODReporter στο Οινόγραμμα 2026
Πώς η Granikal μπαίνει στη διανομή κρασιού


Την είσοδό της στην κατηγορία οίνου σηματοδότησε η συμμετοχή της Granikal στην έκθεση Οινόγραμμα 2026. «Πέρα από τις κατηγορίες «σκληρών» ποτών και premium αλκοολούχων, αλλά και απεριτίφ, η Granikal προσφέρει πλέον στους πελάτες της ολοκληρωμένη λύση, εντάσσοντας και κρασιά στο portfolio της, με κυρίαρχη αναφορά την ανάπτυξη πωλήσεων στο χώρο της εστίασης».

υπογράμμισε ο Sommelier και Wine Consultant της εταιρείας, Νίκος Μπιμπλής, μιλώντας στο FOODReporter.

Η στόχευση της Granikal είναι η ενσωμάτωση και διανομή κωδικών από boutique ελληνικά οινοποιεία, «με ενσωματωμένη τη φιλοσοφία του “Drink Different”, που ακολουθεί η εταιρεία». Η έμφαση είναι στον άνθρωπο-οινοποιό πίσω από κάθε κωδικό. Προτείνονται σε κάθε τελικό σημείο ξεχωριστές ποικιλίες, που δεν βρίσκονται τόσο εύκολα ή δεν προσφέρονται από τον ανταγωνισμό. Τα περισσότερα συνεργαζόμενα οινοποιεία μπαίνουν μέσω της Granikal για πρώτη φορά σε δίκτυο ευρείας διανομής, κάτι που στη συγκεκριμένη συνεργασία αφορά κατά 100% σημεία εστίασης και φιλοξενίας, αλλά και κάβες, εστιατόρια. Πρόκειται για 11 διεθνή οινοποιεία [από Ιταλία, Ισπανία (3), Γερμανία (1)] και δύο ελληνικά: Κτήμα Μενεξέ, οικογενειακό οινοποιείο από το Ηράκλειο Κρήτης και Κτήμα Άμπελον της οικογένειας Μπριτζίκη (Σάκης, Διονυσία) από την Αρχαία Ολυμπία, με αρχαίες ποικιλίες και γηγενείς ζυμώσεις. «Αναζητούμε οικογενειακά οινοποιεία, που δουλεύουν στο χέρι, με μεράκι και έχουν εξασφαλισμένη και τη νέα γενιά να έρχεται, ώστε να υπάρχει συνέχεια», επεξήγησε ο κ. Μπιμπλής. «Υπάρχει κορεσμός στο ροζέ κρασί, το λευκό έχει επιστρέψει: Επιλέγεται ως πιο γαστρονομικό, επειδή συνδυάζεται με φαγητό στις περιορισμένες εξόδους του καταναλωτικού κοινού», πρόσθεσε.

Κωνσταντίνος Βορίλας


Κτήμα Κίσσα: Η ανάδειξη χαρακτήρα οίνου «ψυχρού κλίματος»

Σε best-seller προϊόν του Κτήματος Κίσσα έχει ανέλθει τα τελευταία δύο χρόνια το ασύρτικο, η κατανάλωση του οποίου έχει ανέβει εσχάτως, εξαιτίας της σχετικής αύξησης της ζήτησης από αγορές του εξωτερικού, όπως ανέλυσε στο FOODReporter ο οινοποιός τρίτης γενιάς Δημήτρης Κίσσας. Το Κτήμα Κίσσα εξάγει σε Ηνωμένο Βασίλειο, Γαλλία, Καναδά και ΗΠΑ. Οι πωλήσεις αφορούν κατά 100% το κανάλι Ho.Re.Ca. Πρώτη χώρα εκτός Ελλάδος είναι η Κύπρος. «Η τάση προς πιο ελαφριά κρασιά, για λιγότερες εκκυλίσσεις και χαμηλότερη επίγευση βαρελιού, ακόμη και λιγότερου αλκοόλ, γενικά πιο ευκολόπιετων, έχει αλλάξει τις ισορροπίες και έχει παραγκωνίσει λίγο τους κωδικούς ροζέ κρασιού», είπε ο κ. Κίσσας. Η έδρα είναι το Διμνιό Κορινθίας, με αμπελώνες οινοπαραγωγής στην ορεινή Κορινθία, 40 περίπου χιλιόμετρα, από τις εγκαταστάσεις οινοποίησης, σε φύτευση εντός εκτάσεων υψόμετρου άνω των 500 μέτρων. Το Κτήμα Κίσσα φύτευε κατά μέσο όρο στα 700 μέτρα, τώρα φυτεύει ακόμη ψηλότερα, περίπου στα 1.000 μέτρα υψόμετρο. Παράγει οίνους από ποικιλίες σαββατιανό, μαλαγουζιά, ασύρτικο, μοσχοφιλέρο και έναν κωδικό pinot noir. «Προτιμούμε ποικιλίες είτε “που αγαπάνε το κρύο”, είτε εκείνες που μας βοηθούν να αναδείξουμε τον χαρακτήρα “ψυχρού κλίματος”, που επιθυμούμε για το portfolio μας», εξήγησε. Το Κτήμα Κίσσα εμπορεύεται εμφιαλωμένους οίνους για μια εξαετία.

Κωνσταντίνος Βορίλας

2026
Sales Excellence AWARDS

Celebrate success in a new world

ΔΗΛΩΣΤΕ ΤΩΡΑ ΥΠΟΨΗΦΙΟΤΗΤΑ

www.salesexcellenceawards.gr

ΥΠΟΒΟΛΗ ΥΠΟΨΗΦΙΟΤΗΤΩΝ ΕΩΣ
27/03/2026

Πληροφορίες & Υποψηφιότητες: Μαρία Ιωσήφ, T: 217 7776 243, E: miosif@bouscias.com
Χορηγίες: Ιλιάννα Κέρπου, T: 217 7776 193, E: ikerpou@bouscias.com | Φαίδρα Μπαριτάκη, T: 217 7776 192, E: pbaritaki@bouscias.com | **Πληροφορίες:** Operations Dept IPE K: 694 894 9594, E: contact@ipe.org.gr

Official Publication
Marketing Week

ΥΠΟ ΤΗΝ ΑΙΓΙΔΑ


 ΣΥΜΒΟΥΛΙΟ ΓΙΑ ΤΗ
ΒΙΩΣΙΜΗ ΑΝΑΠΤΥΞΗ

BOUSSIAS
events presents

HELLENIC RESPONSIBLE BUSINESS AWARDS 2026

LEVEL 11 LESS TALKING. MORE DOING.

Τα Hellenic Responsible Business Awards εισέρχονται στη δεύτερη δεκαετία τους, επαναπροσδιορίζοντας το τι σημαίνει Υπεύθυνη Επιχειρηματικότητα στην Ελλάδα.

Από τη δράση, στη στρατηγική.
Από τη συμμόρφωση, στον μετασχηματισμό.
Από το χθες, στο Level 11.

ΒΑΣΙΚΕΣ ΕΝΟΤΗΤΕΣ ΒΡΑΒΕΥΣΗΣ

1. Υπεύθυνη Ηγεσία
2. Επιχείρηση ESG (Μεγάλη / ΜμΕ)
3. Στρατηγική ESG
4. Επιχειρησιακός Μετασχηματισμός & Βιώσιμη Ανάπτυξη
5. Αριστεία στη Συνεργασία
6. Αριστεία στην Εκπαίδευση **NEO**
7. Purpose (ανά κλάδο)
8. Ισότιμη Συμμετοχή
9. Βιώσιμη Τεχνολογία & AI **NEO**
10. ΜΚΟ
11. Ομάδα CSR
12. ESG Consultancy

ΔΙΕΚΔΙΚΗΣΤΕ ΤΗ ΜΕΓΑΛΗ ΔΙΑΚΡΙΣΗ ΤΗΣ ΔΙΟΡΓΩΝΣΗΣ

- Grand Award
- CSR Corporate Brand της Χρονιάς

ΔΗΛΩΣΤΕ ΤΩΡΑ ΥΠΟΨΗΦΙΟΤΗΤΑ
www.responsiblebusiness.gr

ΥΠΟΒΟΛΗ ΥΠΟΨΗΦΙΟΤΗΤΩΝ ΕΩΣ

17/04/26

Συμμετοχές: Φίλιππος Κιουρτσιδάκης, Τ: 217 7776 248, E: fkiourtsidakis@boussias.com

Χορηγίες: Ιλιάννα Κέρπου, Τ: 217 7776 193, E: ikerpou@boussias.com

Φαίδρα Μπαριτάκη, Τ: 217 7776 192, E: pbaritaki@boussias.com

Official Publication

**Marketing
Week**

Ολυμπιακή Ζυθοποιία: Στόχος ανάπτυξης μεταξύ 5% και 6% για το 2026

Εν μέσω γεωπολιτικών πιέσεων, η εταιρεία «κοιτάζει μπροστά»

Προχωρούν κανονικά οι επενδύσεις ύψους 30 εκατ. ευρώ για την περίοδο 2024-2026, με αιχμή τη διεύρυνση της προϊοντικής γκάμας και την ενίσχυση της παραγωγικής βάσης στην Ελλάδα που υλοποιεί η Ολυμπιακή Ζυθοποιία, μέλος του Ομίλου Carlsberg. Το επενδυτικό πλάνο προχωρά κανονικά, σε περίοδο αυξημένων πιέσεων για τον κλάδο αλκοολούχων ποτών και του καναλιού Ho.Re.Ca. Τα παραπάνω ανέφερε ο διευθύνων σύμβουλος της εταιρείας, Marcin Burdach, στο πλαίσιο δημοσιογραφικής εκδήλωσης, στις 18 Μαρτίου 2026, στο εργοστάσιο της εταιρείας στη Ριτσώνα Ευβοίας.

Εκσυγχρονισμός ζυθοποιείων, ανάπτυξη νέων προϊόντων

Ο κ. Burdach παρουσίασε την πορεία της επιχείρησης και τις στρατηγικές της προτεραιότητες. Όπως σημείωσε ο ίδιος, το 2025 αποτέλεσε «σταθερή έως ελαφρώς υποτονική χρονιά», λόγω των έντονων πληθωριστικών πιέσεων που επηρέασαν τη συμπεριφορά των



Marcin Burdach, διευθύνων σύμβουλος, Ολυμπιακή Ζυθοποιία

καταναλωτών, ειδικά στο κανάλι της Ho.Re.Ca. Παρά το περιβάλλον αυτό, η εταιρεία συνεχίζει να δίνει έμφαση τόσο στον εκσυγχρονισμό των ζυθοποιείων, όσο και στην ανάπτυξη νέων προϊόντων.

Κεντρικός άξονας στρατηγικής η ενίσχυση προϊόντων χωρίς ή με χαμηλό αλκοόλ στο portfolio

Κεντρικός άξονας της στρατηγικής της Ολυμπιακής Ζυθοποιίας για το άμεσο μέλλον αποτελεί η ενίσχυση των επιλογών χωρίς ή με χαμηλό αλκοόλ,

καθώς και η περαιτέρω διείσδυση στο κανάλι Ho.Re.Ca.

Σε επίπεδο επιδόσεων, η αξία των πωλήσεων αυξήθηκε το 2025, ενώ για το 2026 η διοίκηση στοχεύει σε περαιτέρω ανάπτυξη της τάξης του 5%-6% σε όγκο και αξία, παρά τις γεωπολιτικές αβεβαιότητες. Την ίδια στιγμή, η αγορά μπίρας στην Ελλάδα κατέγραψε πτώση 6% το 2025, ωστόσο, η μάρκα Kaiser συνέχισε την ανοδική της πορεία, με μονοψήφιο ρυθμό ανάπτυξης, ενισχύοντας την ήδη υπάρχουσα δυναμική της τελευταίας πενταετίας. Η Ολυμπιακή Ζυθοποιία διατηρεί ισχυρή θέση ως δεύτερος παίκτης στην αγορά, ενώ περίπου το 20% της παραγωγής της εξάγεται, ποσοστό που αυξάνεται σταθερά. Τα νέα προϊόντα που θα λανσαριστούν θα παράγονται και στα τρία ελληνικά ζυθοποιεία του Ομίλου, συμπεριλαμβανομένης και της μικροζυθοποιίας «Νήσος» στην Τήνο.

Φωτεινή Αποστόλου

ΥΠΟ ΤΗΝ ΑΙΓΙΔΑ

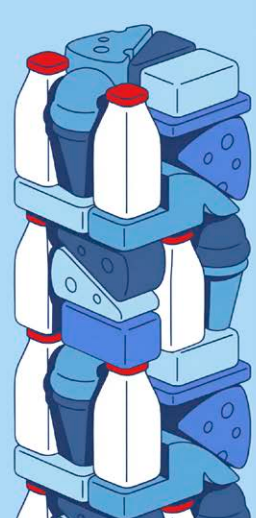


SUPER EARLY BIRD
 -15% ΕΩΣ 27.03.26

BOUSSIAS
events presents

The Dairy conference

Ανθεκτικότητα:
Από την παράδοση στη διαρκή αλλαγή



05/06
2026

WYNDHAM
GRAND ATHENS
ΑΙΘΟΥΣΑ ΑΘΗΝΑ

Συμμετοχές: Γεωργία Γιανναδοπούλου, T: 217 7776 237, E: ggianadopoulos@boussias.com
Χορηγίες: Κατερίνα Λιοδάκη, T: 217 777 6241, E: kliodaki@boussias.com
Περιεχόμενο: Άννα Χατζή, T: 217 777 6130, E: ahatzi@boussias.com

JOIN NOW WITH -15%

LEARN MORE

Official Publications

FOODReporter **σελφ σέρβις**

NielsenIQ: Στα 345 ευρώ το μηνιαίο κόστος του νοικοκυριού στο σούπερ μάρκετ

Το 95% των Ελλήνων «βλέπει» ανατιμήσεις και αλλάζει αγοραστικές συνήθειες



Το εντυπωσιακό ποσοστό του 95% των Ελλήνων καταναλωτών δηλώνει σήμερα ότι οι τιμές στα προϊόντα διατροφής και οικιακής χρήσης έχουν αυξηθεί. Σύμφωνα με τα στοιχεία της έρευνας Shoppers' Insights της NielsenIQ, που παρουσίασε η Retail Vertical Sales Executive της εταιρείας,

Σοφία Κυριακουλέα, ο «υποψιασμένος» αγοραστής εγκαταλείπει πλέον την πιστότητα σε μάρκες και στρέφεται μεθοδικά στην αναζήτηση της χαμηλότερης τιμής, προκειμένου να συγκρατήσει το μηνιαίο κόστος του νοικοκυριού του.

Η «ακτινογραφία» του καλαθιού της εβδομάδας

Παρά την άνοδο της τεχνολογίας, το φυσικό κατάστημα παραμένει ο κυρίαρχος του παιχνιδιού, συγκεντρώνοντας το 90% των προτιμήσεων των καταναλωτών. Η τάση δείχνει σαφή στροφή στις τακτικές μαζικές αγορές, με το 65% των καταναλωτών να επισκέπτεται το σούπερ μάρκετ μία φορά την εβδομάδα, ενώ ένα σημαντικό ποσοστό επιστρέφει δύο με τρεις φορές μέσα στην ίδια εβδομάδα για συμπληρωματικές αγορές σε φρέσκα προϊόντα. Στο επίκεντρο του ενδιαφέροντος βρίσκονται τα γαλακτοκομικά, τα βασικά είδη διατροφής όπως το ρύζι και τα ζυμαρικά, καθώς και τα φρέσκα φρούτα και λαχανικά.

Κερδίζουν αναγνώριση τα προϊόντα ιδιωτικής ετικέτας

Το μέσο μηνιαίο κόστος ανά νοικοκυριό ανέρχεται πλέον στα 345 ευρώ, σημειώνοντας αύξηση 2%, από τα 338 ευρώ της προηγούμενης χρονιάς. Η ακρίβεια έχει καταστήσει τα προϊόντα ιδιωτικής ετικέτας την πρώτη επιλογή για πολλούς, καθώς το 64% των αγοραστών έχει ήδη αντικαταστήσει αγαπημένα επώνυμα προϊόντα με οικονομικότερες εναλλακτικές. Οι καταναλωτές αναγνωρίζουν πλέον ότι η ποιότητα των προϊόντων ιδιωτικής ετικέτας είναι εξίσου καλή με τα επώνυμα προϊόντα. Το 25% επιλέγει πλέον και premium σειρές ιδιωτικής ετικέτας. Η στρατηγική επιβίωσης του νοικοκυριού βασίζεται στην αυστηρή οργάνωση: Το 84% προσέρχεται στο κατάστημα με έτοιμη λίστα αγορών, αν και το 57% τελικά υποκύπτει σε αυθόρμητες αγορές, εκτός προγράμματος.

Η «μάχη» των προσφορών και οι προκλήσεις του e-grocery

Η ευαισθησία στις τιμές είναι τόσο υψηλή που το 68% των αγοραστών γνωρίζει με ακρίβεια τις τιμές των προϊόντων που βάζει συχνά στο καλάθι του, εντοπίζοντας άμεσα τις ανατιμήσεις στο κρέας, τα γαλακτοκομικά και τα καθαριστικά. Η έρευνα της NielsenIQ καταδεικνύει ότι οι καταναλωτές είναι έτοιμοι να αλλάξουν μάρκα ή και ολόκληρη αλυσίδα σούπερ μάρκετ για να βρουν την καλύτερη προσφορά.

Στον αντίποδα, το e-grocery παρουσιάζει σημαντικές προκλήσεις, καθώς το 53% των καταναλωτών δηλώνει ότι δεν σκοπεύει να πραγματοποιήσει ηλεκτρονικές αγορές το επόμενο εξάμηνο. Οι βασικοί ανασταλτικοί παράγοντες παραμένουν οι καθυστερήσεις στην παράδοση και το επιπλέον κόστος των μεταφορικών. Η παράδοση σε λιγότερο από 4 ώρες και το χαμηλό όριο για δωρεάν μεταφορικά αποτελούν τις βασικές προϋποθέσεις για να εμπιστευτεί το ψηφιακό ράφι, την ώρα που το φυσικό κατάστημα εξακολουθεί να προσφέρει την αίσθηση του ελέγχου και της άμεσης ικανοποίησης.

Ελισάβετ Παπούλιου

present

10

UNDER 33

SALES RISING STARS

Αναδείξτε τα ανερχόμενα
ταλέντα σας.

Ενισχύστε το **Brand** σας
ως εργοδότης επιλογής.

NOMINATIONS DEADLINE
03/04/2026

ΣΥΜΠΛΗΡΩΣΕ ΤΩΡΑ
ΥΠΟΨΗΦΙΟΤΗΤΑ

ΜΑΘΕ ΠΕΡΙΣΣΟΤΕΡΑ
www.marketingweek.gr
www.salesexcellenceawards.gr

Περισσότερες πληροφορίες:
Μαρία Ιωσήφ, T: 217 7776 243,
E: miosif@boussias.com

METRO ΑΕΒΕ: «ΔΕΥΤΕΡΗ ΖΩΗ» ΓΙΑ ΠΑΝΩ ΑΠΟ 8.600 ΤΟΝΟΙ ΥΛΙΚΩΝ

Με αφορμή την Παγκόσμια Ημέρα Ανακύκλωσης, η Metro ΑΕΒΕ επιβεβαίωσε τη σταθερή της δέσμευση στην προστασία περιβάλλοντος και ενίσχυση κυκλικής οικονομίας. Στο πλαίσιο των «Πράξεων Ευθύνης», συγκέντρωσε το 2025 περισσότερους από 8.600 τόνους υλικών, σε ολοκληρωμένο πρόγραμμα ανακύκλωσης σε My market, Metro Cash & Carry, κέντρα διανομής, γραφεία. Μέσω του προγράμματος «Μαζί, τρέφουμε χαμόγελα», η Metro ΑΕΒΕ συμβάλλει ενεργά στη μείωση της σπατάλης τροφίμων.

BOUSSIAS
events presents

Procurement Conference

powered by **ENTERSOFTONE**

Rewriting the Procurement Playbook: Influence, Impact, Innovation

26/05/26 | Ethniki Asfaltiki
Conference Centre

Το Procurement Conference επιστρέφει για **6η συνεχή** χρονιά, επιβεβαιώνοντας τον ρόλο του ως το κορυφαίο σημείο συνάντησης για τα στελέχη που διαμορφώνουν το παρόν και το μέλλον των προμηθειών.

Σε έναν κόσμο αυξημένης αβεβαιότητας, τεχνολογικών ανατροπών και μεταβαλλόμενων κανονιστικών πλαισίων, το procurement καλείται να ξαναγράψει το «εγχειρίδιό» του: από λειτουργία κόστους σε μοχλό επιρροής, ανθεκτικότητας και καινοτομίας.

Μέσα από στοχευμένες ομιλίες, σύγχρονα case studies και ουσιαστικό διάλογο, κορυφαία στελέχη της αγοράς θα αναδείξουν πώς η τεχνητή νοημοσύνη, η στρατηγική διαχείριση προμηθευτών, η βιωσιμότητα και το ανθρώπινο δυναμικό επαναπροσδιορίζουν τον ρόλο των προμηθειών.

**Ελάτε να ξαναγράψουμε μαζί
το Procurement Playbook!**

JOIN NOW**ΜΑΘΕΤΕ ΠΕΡΙΣΣΟΤΕΡΑ**

Συμμετοχές: Ευαγγελία Παπακώστα, **T:** 217 7776 344, **E:** epapakosta@boussias.com
Χορηγίες: Κατερίνα Λιοδάκη, **T:** 217 7776 241, **E:** kliodaki@boussias.com
Περιεχόμενο: Χαρά Κανατσούλη, **T:** 217 7776 156, **E:** xkanatsouli@boussias.com

Official Publication
Manufacturing

Χάρης Βαφειάς: «Έλληνας επιχειρηματίας της χρονιάς» για το 2026

Βράβευση και για στελέχη από: ΑΠΣΙ Πίνδος, Ergon Foods, Κτήμα Γεροβασιλείου



«Έλληνας επιχειρηματίας της χρονιάς» για την Ελλάδα και το έτος 2025 ανακηρύχθηκε από την ΕΥ ο διευθύνων σύμβουλος του Ομίλου Vafias, Χάρης Βαφειάς, σε εκδήλωση που αναδεικνύει την ελληνική επιχειρηματικότητα. Ο κ. Βαφειάς έλαβε και τη συμπληρωματική βράβευση του «πιο δυναμικά αναπτυσσόμενου επιχειρηματία». Επιπλέον, ο πρόεδρος του ΑΠΣΙ Πίνδος, Ανδρέας Δημητρίου έλαβε το βραβείο «επιχειρηματικής ανθεκτικότητας», ο πρόεδρος και διευθύνων σύμβουλος της Ergon Foods, Θωμάς Δούζης, έλαβε το βραβείο του «διεθνώς αναπτυσσόμενου επιχειρηματία» και τέλος, ο πρόεδρος και διευθύνων σύμβουλος του Κτήματος Γεροβασιλείου, έλαβε τη διάκριση του «πρωτοπόρου επιχειρηματία» για το 2025. Πρόεδρος της κριτικής επιτροπής των φετινών επιχειρηματικών βραβείων της ΕΥ και νικητής του αντίστοιχου βραβείου «Έλληνα επιχειρηματία της χρονιάς» το 2008 ήταν ο πρόεδρος και συνιδρυτής της VNK Capital, Βασίλης Κάτσος. «Η αξιολόγηση της επιτροπής για το θεσμό του "επιχειρηματία της χρονιάς" της ΕΥ πρέπει να δρουν ως επιτροπή επενδυτικού ενδιαφέροντος ενός private equity. Ο θεσμός αξίζει την επένδυση σε αυτόν, για την ανάδειξη των πλέον επιτυχημένων σχημάτων κάθε χρόνο», δήλωσε ο κ. Κάτσος.

Ergon Foods: Έρχονται νέα σημεία σε Λονδίνο, Αθήνα, Μπαχρέιν, ΗΠΑ

Εν μέσω γεωπολιτικής ρευστότητας και παρά τη στάση αναμονής που απαιτεί το σύγχρονο περιβάλλον, οι βραβευμένες επιχειρήσεις τροφίμων, συνεχίζουν τις επενδύσεις τους και την εξέλιξη των δραστηριοτήτων της. Χθες, εξάλλου, η Ergon Foods άνοιξε ένα ακόμη νέο σημείο στο Λονδίνο, το τριακοστό για την εταιρεία, όπως αποκάλυψε ο ιδρυτής και διευθύνων σύμβουλος Θωμάς Δούζης. Από εκεί και πέρα, έπονται ένα ακόμη καινούριο ξενοδοχείο Ergon House στην οδό Ερμού (επάνω από την «Ταβέρνα Ερμού», στο κέντρο της Αθήνας έως το τέλος του φετινού καλοκαιριού, αλλά και το Ergon House London στη βρετανική πρωτεύουσα, έως το τέλος του 2026. «Αν ο πόλεμος σταματήσει, θα είμαστε σε θέση να ανοίξουμε άλλα δύο καταστήματα στο Μπαχρέιν, όπως προγραμματίζαμε», πρόσθεσε. Από την πλευρά των προϊόντων, η Ergon Foods σε παρόντα χρόνο «ανοίγει» την αγορά της Ασίας (νοτιανατολική Ασία και Άπω Ανατολή), ξεκινώντας από Σιγκαπούρη και Νότια Κορέα. Το 2027 θα ανοίξουν καταστήματα και ξενοδοχεία στην αγορά των ΗΠΑ.

Υπό κατασκευή η Αγορά Μοδιάνο, ολοκληρώθηκε η αδειοδότηση

Αναφορικά με την ανάληψη του εγχειρήματος της αναβίωσης της Αγοράς Μοδιάνο, ο κ. Δούζης ελπίζει η αγορά να ανοίξει τον Αύγουστο ή το Σεπτέμβριο 2026. «Υπήρχε έντονη και πολύπλοκη αδειοδοτική διαδικασία, ως μνημείο, που την ολοκληρώσαμε -πλέον ξεκινά η κατασκευή», διευκρίνισε.

Κωνσταντίνος Βορίλας



Η είσοδος στο χρηματιστήριο δεν απασχολεί το ελληνικό τρόφιμο

Παραμένει χαμηλό το ενδιαφέρον ελληνικών επιχειρήσεων τροφίμων για είσοδο στο Χρηματιστήριο Αθηνών, ανεξαρτήτως μεγέθους. «Το συνεταιριστικό μοντέλο είναι καθορίζει την ταυτότητά μας, δεν παρεκκλίνουμε από αυτήν. Παραμένουμε στο πρότυπο σύγχρονο μοντέλο λειτουργίας, με προτεραιότητα τη συλλογικότητα. Με αυτό το μοντέλο έχουμε φτάσει στην κορυφή, έτσι θα συνεχίσουμε», δήλωσε ο πρόεδρος του ΑΠΣΙ Πίνδος, Ανδρέας Δημητρίου. Ο ιδρυτής και διευθύνων σύμβουλος της Ergon Foods, Θωμάς Δούζης, δήλωσε: «Η δουλειά μας απαιτεί στοιχεία ιδιωτικότητας στη διαδικασία και διάρκεια σχεδιασμού συμπράξεων και real estate συμφωνιών. Η δημοσιότητα που απαιτείται για τις εισηγμένες εταιρείες δεν συμβαδίζει με τον τρόπο ανάπτυξής μας, καθώς απαιτείται πολλαπλάσιος χρόνος επώασης για κάθε συνέργεια. Υπάρχουν παραδείγματα εταιρειών του εξωτερικού στο χώρο μας, που εγγράφηκαν σε κεφαλαιαγορές και αναζητούν μέθοδο απεμπλοκής». «Οι οικογενειακές επιχειρήσεις μικρού βεληνικού είναι το ιδανικότερο σχήμα για την ελληνική αμπελοκαλλιέργεια. Εμπορεύομαστε χειροποίητο προϊόν -απαιτεί προσωπική επαφή με διανομείς και πελάτες. Στη μαζική παραγωγή οίνου, σε πολυεθνικά σχήματα, ο έλεγχος χάνεται. Υπάρχουν παραδείγματα εταιρειών οίνου που εισήχθησαν στο χρηματιστήριο και δεν τα κατάφεραν», είπε ο πρόεδρος και διευθύνων σύμβουλος του Κτήματος Γεροβασιλείου, Βαγγέλης Γεροβασιλείου. Κωνσταντίνος Βορίλας

BOUSSIAS
events presents

16th Food Retail conference

Turning point for Supermarkets & FMCG

01/04 2026

 Αμφιθέατρο
OTEAcademy

Δεν είναι άλλο ένα **save the date**. Είναι ένα **wake-up call**. Είναι το καμπανάκι πριν την επόμενη μεγάλη στροφή.

Γιατί το Food Retail δεν **αλλάζει** απλώς επανεφευρίσκει τον εαυτό του. Η ταχύτητα, η ευελιξία και η **στρατηγική** καθορίζουν ποιος θα προηγηθεί. Οι επιχειρήσεις που θα ξεχωρίσουν θα επαναπροσδιορίσουν τη σχέση τους με τον καταναλωτή, θα **επενδύσουν** σε ανθεκτικά μοντέλα και θα πάρουν **αποφάσεις** με καθαρή στρατηγική κατεύθυνση.

[JOIN NOW](#)
[LEARN MORE](#)


Χαρά Νικολοπούλου
Αντιπρόεδρος,
Επιτροπή Ανταγωνισμού



Σπύρος Θεοδωρόπουλος
Chairman of the Board of Directors,
SEV - President & CEO, Bespoke
SGA Holdings S.A.



Βασιλική Αδαμίδου
Director of Corporate
Affairs & Sustainability,
Lidl Hellas



Νίκος Βέττας
Γενικός Διευθυντής,
Ίδρυμα Οικονομικών &
Βιομηχανικών Ερευνών
(IOBE)



Θεόδωρος Γεροστεργίουδης
Διευθύνων Σύμβουλος,
Δ. Μασούτης Α.Ε.



Νίκος Λαβίδας
Brand President,
AB Vassilopoulos
Single Member S.A.



Αριστοτέλης Παντελιάδης
Chairman & Chief Executive
Officer, METRO AEBE



Μαντώ Πατσαούρα
Διευθύνουσα Σύμβουλος,
Kariera Group



Boris Planer
Ambassador, WORLD
RETAIL CONGRESS



Χριστίνα Χαλκιαδάκη
Chief Executive Officer,
Chalkiadakis S.A.

ΧΟΡΗΓΟΙ



ΥΠΟΣΤΗΡΙΚΤΕΣ



VENUE SPONSOR



Συμμετοχές: Γεωργία Γιανναδοπούλου, Sales Executive, T: 217 7776 237 E: ggjanadopoulos@bouscias.com

Χορηγίες: Θάνος Θώμος, T: 217 7776 322, E: thomos@bouscias.com | Λίτσα Αντωνιάδη, T: 217 7776 158, E: lantoniadi@bouscias.com

Project Management: Έρρικα Ανδριανοπούλου, M: 694 5967 783, E: eandrianopoulos@bouscias.com

Conference Program Director: Αλεξάνδρα Γκίτσι, δημοσιογράφος, E: alexgkitsi@yahoo.gr

Official Publications

FOODReporter
σελφ σέρβις

TÜV Nord Hellas: Νέος CEO ο Χάρης Τολούμης



Η TÜV Nord Hellas ανακοινώνει την ενίσχυση της διοικητικής της δομής με τον ορισμό του Χάρη Τολούμη στη θέση του 2ου Διευθύνοντος Συμβούλου (Co-CEO), στο πλευρό της Βασιλικής Καζάζη. Η κίνηση εντάσσεται στο πλαίσιο του στρατηγικού πλάνου ανάπτυξης του οργανισμού, με επίκεντρο την επιτάχυνση του ψηφιακού μετασχηματισμού και τη δημιουργία καινοτόμων υπηρεσιών στους τομείς της επιθεώρησης και πιστοποίησης. Ο κ. Τολούμης, διαθέτοντας μακρά διεθνή εμπειρία και αποδεδειγμένη πορεία σε ηγετικές θέσεις τεχνολογίας, αναλαμβάνει να οδηγήσει την εταιρεία στη νέα ψηφιακή εποχή.

Beyond Meat: «Τριγμοί» από λογιστικές εκκρεμότητες στα αποθέματα

Σε νέα αναβολή στη δημοσίευση οικονομικών αποτελεσμάτων 2025 (έτος και τέταρτο τρίμηνο) προχώρησε η Beyond Meat, ζητώντας «πρόσθετο χρόνο» για την ολοκλήρωση λογιστικού ελέγχου στα αποθέματά της, εστιάζοντας κυρίως σε προβλέψεις για πλεονάζον εμπόρευμα. Η παραδοχή για κενά στον έλεγχο οικονομικών στοιχείων πλήττει την αξιοπιστία απέναντι στους επενδυτές. Τα προκαταρκτικά έσοδα του τριμήνου κινήθηκαν εντός προβλέψεων, αλλά η συνολική εικόνα δεν πείθει, με ετήσια έσοδα στα 240 εκατ. ευρώ. Η Beyond Meat έχει ήδη λάβει προειδοποίηση διαγραφής από τον Nasdaq, δέχεται σφοδρές νομικές επιθέσεις από μετόχους για απόκρυψη δυσμενών στοιχείων. Παρά την πρόσφατη ανταλλαγή χρέους ύψους 695 εκατ. ευρώ για την επιμήκυνση λήξεων, οι πιέσεις στην κερδοφορία και οι συνεχιζόμενες ζημιές από το 2019 θέτουν σε αμφισβήτηση το πλάνο αναδιάρθρωσης. Η Beyond Meat έχει περιθώριο έως 31 Μαρτίου 2026 για να καταθέσει την ετήσια έκθεσή της, με τον κλάδο των εναλλακτικών πρωτεϊνών να παρακολουθεί στενά την πτώση του άλλοτε «ηγέτη» της αγοράς.

ΣΤΟΝ ΠΥΘΜΕΝΑ

Έφεραν την υπόθεση του εμπορικού σήματος στα δικαστήρια, παρότι είναι εταιρεία χαμηλών τόνων, ακριβώς επειδή δεν άντεχαν την αθρόα χρησιμοποίηση του όρου από επιχείρηση εποχιακού προϊόντος τέτοιας γεωγραφικής γειτνίασης. Κι αν δικαιώθηκαν, η απέναντι πλευρά έκανε τέτοια καμπάνια, που την εμφανίζει «θιγόμενη».



Nissin: Αποκτά τον έλεγχο της κοινοπραξίας με τη URC στις Φιλιππίνες

Σε στρατηγική ενίσχυση παρουσίας στη νοτιοανατολική Ασία προχώρη η ιαπωνική Nissin Foods Holdings, αυξάνοντας το μερίδιό της στην κοινοπραξία «instant noodles» στις Φιλιππίνες. Η Nissin συμφώνησε στην εξαγορά επιπλέον 21% από τον τοπικό εταίρο, Universal Robina Corp. (URC). Με την ολοκλήρωση της συμφωνίας, η συμμετοχή της Nissin στη Nissin Universal Robina Corp. (NURC) θα ανέλθει σε 70% από 49%. Το ποσοστό της URC θα υποχωρήσει στο 30%. Η κίνηση ευθυγραμμίζεται με τη στρατηγική ανάπτυξης της Nissin έως το 2030, η οποία στοχεύει το 45% των λειτουργικών κερδών να προέρχεται από διεθνείς αγορές. Η νέα δομή θα επιτρέψει στη Nissin ηγετικό ρόλο στην καινοτομία προϊόντων και brand building. Η URC θα διατηρήσει τη διαχείριση καθημερινών λειτουργιών. Η Nissin ενισχύει διαρκώς το παγκόσμιο αποτύπωμά της, έχοντας πρόσφατα ανακοινώσει τη δημιουργία θυγατρικής και μονάδας παραγωγής στην Τουρκία.

ΑΡΧΙΣΥΝΤΑΚΤΗΣ:
Κωνσταντίνος Βορίλας
kvorilas@boussias.com

ΣΥΝΤΑΞΗ:
Φωτεινή Αποστόλου,
fapostolou@boussias.com
Άννα Χατζή, ahatz@boussias.com

ΔΙΑΦΗΜΙΣΗ: **Κατερίνα Μπουσμπουκέα,**
kbousboukea@boussias.com
ΣΥΝΔΡΟΜΕΣ: **Μαριλένα Δαμιανάκη,**
mdamianaki@boussias.com
ΥΠΟΔΟΧΗ ΔΙΑΦΗΜΙΣΗΣ: **Γιώτα Κουκουτέγου**
gkoukoutegou@boussias.com
ΣΕΛΙΔΟΠΟΙΗΣΗ: **Εύη Μπάβα**

ΔΙΕΥΘΥΝΟΥΣΑ ΣΥΜΒΟΥΛΟΣ:
Αντωνία Κατσουλιέρη

ΔΙΕΥΘΥΝΤΡΙΑ ΣΥΝΤΑΞΗΣ ΕΚΔΟΣΕΩΝ:
Κατερίνα Πολυμερίδου

GROUP SUBSCRIPTIONS DIRECTOR:
Ειρήanna Αβούρη

BOUSSIAS
media

ΚΛΑΔΙΚΑ ΜΕΣΑ ΜΟΝ ΙΚΕ
Λ. Κηφισίας 125-127 -Τ.Κ. 115 24, Αθήνα
Κτίριο Cosmos Center Τ: 210 710 2452

Κόστος ετήσιας εταιρικής συνδρομής: 270€ + ΦΠΑ 24%

FIND US ON

