

**Τα προϊόντα
περιόδου έχουν
ΦΠΑ 24%.**

**Δεν είναι
φόρος.**

**Είναι
διάκριση!**



Μειώνουμε μόνιμα την τιμή σε προϊόντα περιόδου Siempre.

Και τα παρέχουμε δωρεάν στο #teamlidl, στους χώρους εργασίας.

Και κάνουμε ακόμα περισσότερα σε συνεργασία με τους οργανισμούς **WHEN, It's Just Period, Deon Policy Institute**, χρηματοδοτώντας μια πανελλαδική έρευνα για αυτή την έμφυλη οικονομική ανισότητα.



Γιατί αξίζει.



FNB SERVED DAILY.

Food for thought... every day!

ΤΟ ΚΑΘΗΜΕΡΙΝΟ ΨΗΦΙΑΚΟ
NEWSLETTER ΓΙΑ ΤΟΝ ΚΛΑΔΟ
ΤΡΟΦΙΜΩΝ & ΠΟΤΩΝ

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

ΔΕΥΤΕΡΑ 09 ΦΕΒΡΟΥΑΡΙΟΥ 2026
ΤΕΥΧΟΣ 2266



• MERE

Σε αναζήτηση ακινήτων για περαιτέρω επέκταση στην Ελλάδα



• ΖΥΘΟΠΟΙΑ ΜΑΚΕΔΟΝΙΑΣ ΘΡΑΚΗΣ

Διεύρυνση portfolio με είσοδο στο νερό - EBITDA €5,6 εκατ. και μερίδιο έως 6% το 2025



• THE COCA-COLA COMPANY (ΗΠΑ)

Αλλάζει... μενού - Βγαίνει από τα κατεψυγμένα και δίνει έμφαση στα zero-sugar προϊόντα



• ΑΙΛΙΜΠΙΝΙΣΗΣ

Βλέπει ανάπτυξη 25% φέτος - Ολοκληρώνεται το εξαετές επενδυτικό πλάνο των €17,5 εκατ.

Editorial
Τεχνική αλλεργία

Debrief
Η Αθήνα και οι άλλοι

Business Insight

Euronext Athens:
Θα είναι χρονιά του Greek
Shipping to 2026...

Business Maker

- Το double ανόδου των Μύλων Λούλη και οι νέες επενδύσεις σε Σούρπη - Κερατσίνι
- Τα Vegan προϊόντα σε τροχιά αναδίπλωσης - Η νέα στρατηγική

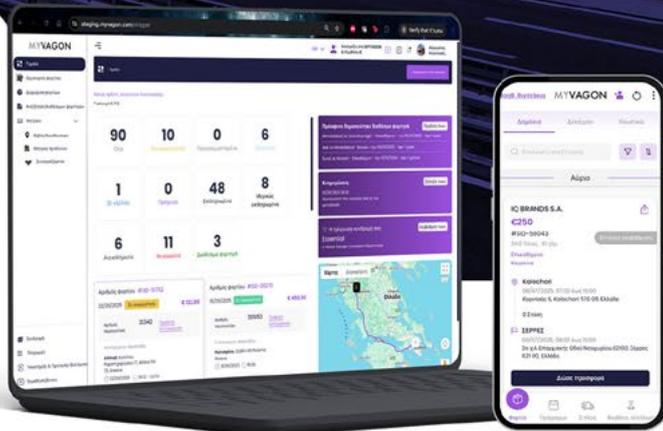
SecretRecipe

Ποιο opening; Ο ΔΕΔΔΗΕ να είναι καλά...

Ψηφιοποίησε τη δρομολόγησή των φορτίων σου

**Ανέβασε το φορτίο μία φορά.
Συντόνισε τα πάντα.
Παρακολούθησε live.**

➤ Οργάνωσε όλους τους μεταφορείς σου σε μία ενιαία ψηφιακή πλατφόρμα, εξοικονόμησε χρόνο και μείωσε τα μεταφορικά κόστη.



Bonus: Γίνε μέλος δωρεάν στο MYVAGON Marketplace^{BETA} και απέκτησε άμεσα πρόσβαση σε 1.000+ μεταφορείς όταν χρειάζεσαι επιπλέον χωρητικότητα.

Σήμερα



➤ Ο κλασικός τρόπος

Αύριο



➤ Με την MYVAGON.COM

**ΜΙΑ ΠΛΑΤΦΟΡΜΑ, ΟΛΟΙ ΟΙ ΜΕΤΑΦΟΡΕΙΣ ΣΟΥ, ΕΣΥ ΣΤΟ ΚΕΝΤΡΟ.
» Αυτή είναι η MYVAGON**

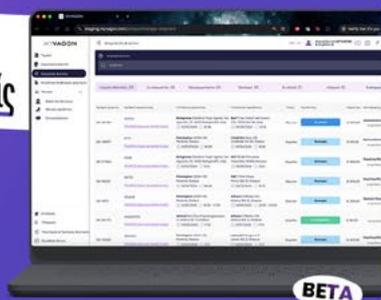
Δυσκολεύεσαι να βρεις μεταφορείς;

Επιπλέον χωρητικότητα, όποτε τη χρειάζεσαι.

Πρόσβαση στο MYVAGON Marketplace^{BETA}, την 1η ψηφιακή αγορά φορτίων στην Ελλάδα, με ένα συνεχώς αναπτυσσόμενο δίκτυο από 1.000+ μεταφορικές εταιρείες και ανεξάρτητους οδηγούς.

Βρες μεταφορείς γρήγορα, αναβάθμισε τα logistics σου και εξασφάλισε άμεση κάλυψη για τα φορτία σου — όλα μέσα από μία κεντρική πλατφόρμα.

**Άμεση πρόσβαση
σε 1.000+ μεταφορείς**



BETA

«Με την MYVAGON, έχουμε κεντριοκοπήσει και ψηφιοποιήσει τη διαχείριση των μεταφορών μας. Έχουμε μειώσει τα τηλεφωνήματα, εξοικονομήσει χρόνο και βελτιώσει τον προγραμματισμό δρομολογίων σε όλο το δίκτυο μεταφορέων μας.»

Όλγα Τσάγκαρη – Υπεύθυνη Δρομολόγησης
BIKOS- ΗΠΕΙΡΩΤΙΚΗ ΒΙΟΜΗΧΑΝΙΑ ΕΜΦΙΑΛΩΣΕΩΝ Α.Ε.



Ξεκίνα να μεταφέρεις πιο έξυπνα τώρα



Επισκέψου την **MYVAGON.com**
& αναβάθμισε τα logistics σου

• **ΓΑΛΒΑΣ ΖΑΧΑΡΟΠΛΑΣΤΙΚΗ**

ΔΥΝΑΜΩΝΕΙ ΤΗΝ ΠΑΡΟΥΣΙΑ ΤΗΣ ΣΤΙΣ ΗΠΑ - ΑΝΑΠΤΥΞΗ 7% ΤΟ 2025 ΚΑΙ ΕΠΕΝΔΥΣΗ ΣΕ ΝΕΟΥΣ ΧΩΡΟΥΣ ΚΑΤΑΨΥΞΗΣ

Την παρουσία της στην αγορά των ΗΠΑ, η οποία αποτελεί το Νο1 εξαγωγικό της προορισμό, συνεχίζει να ενισχύει η Γάλβας Ζαχαροπλαστική, επενδύοντας παράλληλα στις παραγωγικές και δη στις αποθηκευτικές της υποδομές.

Όπως αναφέρει στο Fnb Daily ο Αλέξανδρος Μιντζιρίκης, Υπεύθυνος Πωλήσεων για την Αττική, "πρόκειται για μια ανεξάντλητη, θα έλεγε κανείς, αγορά, στην οποία έχουμε καταφέρει να διεισδύσουμε με επιτυχία. Μια αγορά με πολυπληθές κοινό και, τουλάχιστον για τα δεδομένα των καιρών, με αρκετά καλή οικονομική δυνατότητα".

ΑΠΟ ΕΞΑΓΩΓΕΣ ΤΟ 60% ΤΟΥ ΤΖΙΡΟΥ

Οι εξαγωγές αντιστοιχούν σχεδόν στο 60% του τζίρου της Γάλβας ενώ πέρα των ΗΠΑ, εξάγει στις περισσότερες ευρωπαϊκές χώρες μέσω αντιπροσώπων οι οποίοι διανέμουν τα κατεψυγμένα προϊόντα της.

Εντός της Ελλάδας, η εταιρεία δραστηριοποιείται πλέον μόνο στη χονδρική και το πελατολόγιό της εκτείνεται σε αρτοζαχαροπλαστική, αρτοποιεία, καφετέριες κ.α. Στην Αθήνα αριθμεί περί τα 240 σημεία πώλησης ενώ έχει παρουσία σε όλα σχεδόν τα νησιά.



Αλέξανδρος Μιντζιρίκης, Υπεύθυνος Πωλήσεων για την Αττική, Γάλβας Ζαχαροπλαστική

ΔΥΣΚΟΛΕΥΕΙ ΤΗΝ ΑΓΟΡΑ Η ΣΥΜΠΙΕΣΗ ΤΩΝ ΕΙΣΟΔΗΜΑΤΩΝ

Ο κ. Μιντζιρίκης κάνει λόγο για μια δύσκολη αγορά, κυρίως εξαιτίας της μείωσης του διαθέσιμου εισοδήματος του καταναλωτή που έχει σαν συνέπεια ένα μεγάλο τμήμα του πληθυσμού να μπαίνει "σε φάση επιβίωσης". Αυτό με τη σειρά του, αναφέρει, σημαίνει ότι κόβει ή περιορίζει τις δαπάνες του για τα είδη μη πρώτης ανάγκης". "Σαν εται-

ρεία έχουμε καταφέρει να διατηρήσουμε τις δυνάμεις μας και να αναπτυσσόμαστε λόγω της ποιότητάς μας", υπογραμμίζει.

ΨΗΛΟΤΕΡΑ ΦΕΤΟΣ Η ΑΝΑΠΤΥΞΗ

Το 2025 έκλεισε με αύξηση 7%-8% στον κύκλο εργασιών, ενώ το 2026, σύμφωνα με τις εκτιμήσεις της ιδιοκτησίας, θα κινηθεί ψηλότερα λόγω της "συνεχούς διεύρυνσης του πελατολογίου αλλά και τους υψηλούς ρυθμούς με τους οποίους τρέχουν οι εξαγωγές". Η γκάμα της Γάλβας περιλαμβάνει όλα τα είδη γλυκών (ατομικά κεράσματα, σιροπιαστά, τούρτες κ.α.) και παγωτά τα οποία παρασκευάζονται στα δύο εργοστάσια που διαθέτει στις Σέρρες. Το 2025 πραγματοποιήθηκε επένδυση για την επέκταση πτέρυγας σε ένα από αυτό προκειμένου να αυξηθούν οι χώροι κατάψυξης για τα γλυκά και η παραγωγική δυνατότητα της μονάδας παγωτού.

Η εταιρεία ιδρύθηκε στο Σιδηρόκαστρο Σερρών, όπου εδρεύει μέχρι σήμερα το 1960 ενώ από τις αρχές του 2021 διαθέτει κέντρο διανομής στο Περιστερί για την καλύτερη διαχείριση και εξυπηρέτηση των πελατών της στην Αθήνα και στην νησιωτική Ελλάδα.

Γιάννης Τσατσάκης
yannis@notice.gr

• **NORDZUCKER**

ΚΛΕΙΝΕΙ ΕΡΓΟΣΤΑΣΙΟ ΖΑΧΑΡΗΣ ΣΤΗΝ ΣΛΟΒΑΚΙΑ ΛΟΓΩ ΤΗΣ ΥΦΕΣΗΣ ΣΤΗΝ ΕΥΡΩΠΑΪΚΗ ΑΓΟΡΑ

Η Nordzucker, ο δεύτερος μεγαλύτερος παραγωγός ζάχαρης στην Γερμανία, ανακοίνωσε ότι θα κλείσει το εργοστάσιο ζάχαρης που διαθέτει στην Σλοβακία στο τέλος της τρέχουσας παραγωγικής περιόδου, καθώς η ευρωπαϊκή αγορά ζάχαρης παραμένει σε ύφεση. Η μονάδα στην περιοχή Trencianska Tepľa στην Σλοβακία θα συνεχίσει να λειτουργεί ως εμπορικό και διαμετακομιστικό κέντρο logistics. Περίπου οι μισές από τις 180 θέσεις εργασίας στο εργοστάσιο θα καταργηθούν, πρόσθεσε εκπρόσωπος της Nordzucker.

ΠΡΟΕΙΔΟΠΟΙΗΣΗ ΓΙΑ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΚΕΣ ΖΗΜΙΕΣ

Στις 15 Ιανουαρίου, η Nordzucker είχε προειδοποιήσει ότι αναμένει να περάσει σε επήσεις λειτουργικές ζημιές, λόγω της κατάρρευσης των τιμών ζάχαρης στην Ευρωπαϊκή



Lars Gorissen, CEO, Nordzucker

Ένωση, οι οποίες πλήττουν τους παραγωγούς σε ολόκληρη την ευρωπαϊκή αγορά, προσθέτοντας ότι θα επιδιώξει εξοικονόμηση κόστους.

ΧΑΜΗΛΕΣ ΤΙΜΕΣ ΖΑΧΑΡΗΣ

Η Südzucker, ο μεγαλύτερος παραγωγός ζάχαρης στην Γερμανία, ανέφερε επίσης τον Ιανουάριο ότι οι χαμηλές τιμές ζάχαρης θα ασκήσουν πιέσεις στα κέρδη της, ενώ η γαλλική Tereos ανακοίνωσε τον Νοέμβριο απότομη πτώση των κερδών του πρώτου εξα-

μήνου. Οι τιμές ζάχαρης στην Ευρωπαϊκή Ένωση βρίσκονται κοντά σε χαμηλά τετραετίας, ενώ οι παγκόσμιες τιμές κινούνται κοντά σε χαμηλά πενταετίας. Το Reuters μετέδωσε ότι οι Ευρωπαίοι παραγωγοί ζητούν από τους αγρότες να μειώσουν τις καλλιέργειες ζαχαρότευλων.

"Λαμβάνουμε αυτή την απόφαση με το βλέμμα στραμμένο στο μέλλον και με αίσθημα ευθύνης για τη μακροπρόθεσμη σταθερότητα και κερδοφορία της εταιρείας μας", δήλωσε ο CEO της Nordzucker, Lars Gorissen.

Η υποτονική αγορά ζάχαρης, που χαρακτηρίζεται από πλεονάζουσα παραγωγική ικανότητα και χαμηλά περιθώρια κέρδους, οδήγησε τη Nordzucker στην υιοθέτηση ενός εκτεταμένου πακέτου μέτρων εξοικονόμησης κόστους το 2025, το οποίο ενισχύθηκε περαιτέρω το 2026.

Χωρίς καφεΐνη.
Χάρισε στο βράδυ σου
μοναδική γεύση!

Join us @ HoReCa Expo 2026!
Hall 1 B21 | C19



νέα
εμφάνιση
ΙΔΙΑ ΓΕΥΣΗ



3E

Coca-Cola Τρία Έψιλον

• **MORRISONS**
ΣΕ ΑΝΑΖΗΤΗΣΗ ΕΩΣ
£1 ΔΙΣ. ΜΕ ΕΓΓΥΗΣΗ
ΑΚΙΝΗΤΑ

Ο βρετανικός όμιλος *supermarket*, *Morrisons*, εξετάζει επιλογές για την άντληση έως και £1 δισ. (περίπου €1,2 δισ.), με εξασφαλίσεις πάνω σε μέρος του εκτεταμένου χαρτοφυλακίου ιδιόκτητων καταστημάτων του, σύμφωνα με πηγές του *Sky News*. Η κίνηση αυτή έρχεται καθώς η *Morrisons*, η οποία ανήκει από το 2021 στο αμερικανικό επενδυτικό κεφάλαιο *Clayton Dubilier & Rice*, επιδιώκει να ενισχύσει τη θέση της, μετά την ανακοίνωση στασιμότητας στα ετήσια κέρδη της, λόγω αυξημένου κόστους. Ο Διευθύνων Σύμβουλος, *Rami Baitiéh*, επιχειρεί να εκσυγχρονίσει την *Morrisons*, η οποία διαφοροποιείται από τους βασικούς ανταγωνιστές της, καθώς διαθέτει και δικές της μονάδες παραγωγής, παράγοντας περίπου το ήμισυ των φρέσκων προϊόντων που διαθέτει προς πώληση. Η αλυσίδα έχει υποαποδώσει έναντι των παραδοσιακών ανταγωνιστών της, *Tesco* και *Sainsbury's*, αλλά και των εκπτώτικων αλυσίδων *Aldi* και *Lidl*.



Rami Baitiéh,
CEO,
Morrisons

SALE AND LEASEBACK

Σύμφωνα με το *Sky News*, η διαδικασία βρίσκεται σε αρχικό στάδιο και είναι πιθανό να περιλαμβάνει μια συμβατική συναλλαγή πώλησης και επαναμίσθωσης (*sale-and-leaseback*). Μία από τις επιλογές που εξετάζονται είναι η σύναψη μεσοπρόθεσμου ή μακροπρόθεσμου δανεισμού, με εξασφαλίσεις πάνω σε αριθμό καταστημάτων της αλυσίδας.

ΣΤΑΣΙΜΟΤΗΤΑ ΚΕΡΔΟΦΟΡΙΑΣ

Τον Ιανουάριο, η *Morrisons* ανακοίνωσε στασιμότητα στα βασικά λειτουργικά κέρδη για τη χρήση 2024/25, αποδίδοντάς την στην αύξηση του κόστους, αν και σημείωσε βελτίωση των εμπορικών επιδόσεων κατά την

κρίσιμη χριστουγεννιάτικη περίοδο.

Τα υποκείμενα κέρδη προ τόκων, φόρων, αποσβέσεων και απομειώσεων (*EBITDA*), που αποτελεί τον βασικό δείκτη κερδοφορίας της εταιρείας, διαμορφώθηκαν αμετάβλητα στις £835 εκατ. (περίπου €955,3 εκατ.) για το οικονομικό έτος που έληξε στις 26 Οκτωβρίου, παρά την αύξηση των εσόδων κατά 3,2%, στις £15,8 δισ. (περίπου €18,1 δισ.).

Η εξέλιξη αυτή αποδίδεται σε αύξηση του κόστους κατά £200 εκατ. (περίπου €228,8 εκατ.), ως αποτέλεσμα του προϋπολογισμού της βρετανικής κυβέρνησης για το 2024, των επιπτώσεων από κυβερνοεπίθεση κατά το πρώτο τρίμηνο και του υψηλότερου του αναμενομένου πληθωρισμού.

• **ΙΣΠΑΝΙΑ**
ΠΩΣ ΑΛΛΑΖΕΙ Η ΚΑΤΑΝΑΛΩΣΗ ΚΡΑΣΙΟΥ
- ΟΙ ΝΕΕΣ ΤΑΣΕΙΣ ΣΤΗΝ ΠΑΡΑΓΩΓΗ

Στο πλαίσιο της *Barcelona Wine Week* που πραγματοποιήθηκε στην Βαρκελώνη την προηγούμενη εβδομάδα, παρουσιάστηκαν δύο μελέτες που αποτυπώνουν τόσο τις τρέχουσες εξελίξεις στην αγορά, όσο και τις προοπτικές του ισπανικού οινικού τομέα.

Η πρώτη, με τίτλο "The Spanish Wine Observatory: Consumption Habits, Perceptions, Trends and Future of the Sector", βασίζεται σε 1.600 συνεντεύξεις και καταγράφει τη σταθερή προτίμηση των Ισπανών στην κατανάλωση κρασιού εκτός σπιτιού. Σύμφωνα με τα ευρήματα, εννέα στους δέκα καταναλωτές δηλώνουν ότι πίνουν κρασί σε μπαρ και εστιατόρια, γεγονός που επιβεβαιώνει τη σημασία του *on-trade* καναλιού.

Το κρασί εξακολουθεί να συνδέεται κυρίως με κοινωνικές στιγμές, οικογενειακά ή φιλικά γεύματα και τη γαστρονομία γενικότερα. Παράλληλα, περισσότεροι από τους μισούς καταναλωτές δηλώνουν ότι καταναλώνουν κρασί και στο σπίτι, πραγματοποιώντας τις αγορές τους κυρίως από *supermarket*



(73%) και *hypermarkets* (55%). Τα εξειδικευμένα καταστήματα, οι κάβες, το ηλεκτρονικό εμπόριο και οι λέσχες κρασιού παραμένουν δευτερεύοντα κανάλια, καλύπτοντας συνολικά μόλις το 23% της αγοράς.

NO-LOW ALCOHOL

Σημαντική δυναμική καταγράφεται και στην κατηγορία *No-Low alcohol*, κυρίως μεταξύ των νεότερων ηλικιών. Στους καταναλωτές 18-29 ετών, το 15% δηλώνει ότι αγοράζει τακτικά κρασιά χωρίς ή με χαμηλή περιεκτικότητα σε αλκοόλ, ενώ το 30,5% τα έχει κα-

ταναλώσει τον τελευταίο χρόνο, κυρίως για λόγους υγείας και ευεξίας. Η συγκεκριμένη ηλικιακή ομάδα δείχνει προτίμηση σε πιο ελαφριές και άμεσες επιλογές, όπως τα *rosé*, οι αφρώδεις οίνοι και τα πιο ανεπίσημα ποτά με βάση το κρασί, καθώς και σε εναλλακτικές μορφές συσκευασίας, όπως μικρά *μπουκάλια* και ατομικές συσκευασίες.

ΟΙ ΒΑΣΙΚΕΣ ΤΑΣΕΙΣ

Η δεύτερη μελέτη, που εκπονήθηκε από το *marketing agency Veintemillas*, εντοπίζει δέκα βασικές τάσεις που διαμορφώνουν τη στρατηγική προσαρμογή του κλάδου. Μεταξύ αυτών περιλαμβάνονται:

- η επανεισαγωγή αυτόχθονων ποικιλιών σταφυλιού πιο ανθεκτικών στην κλιματική αλλαγή,
- οι επενδύσεις στη ρομποτική και τη μηχανική συγκομιδή,
- η αξιοποίηση τεχνολογιών όπως αισθητήρες, *drones*, *Artificial Intelligence* και *Big Data* για τη βελτιστοποίηση της αμπελοαγωγικής παραγωγής

Η επαγγελματική επιλογή

The Mart

Η **The Mart** δίνει το «παρών» για **7η συνεχόμενη χρονιά** στην κορυφαία εμπορική έκθεση **HOIREICA 2026**, που θα πραγματοποιηθεί από **13 έως 16 Φεβρουαρίου** στο **Metropolitan Expo**.

Με σταθερή παρουσία στον θεσμό που αποτελεί σημείο αναφοράς για τον κλάδο της φιλοξενίας και της εστίασης, η **The Mart** επιβεβαιώνει τη δέσμευσή της να βρίσκεται δίπλα στους Επαγγελματίες, αφουγκραζόμενη τις ανάγκες και τις προκλήσεις της αγοράς. Με συνεχείς επενδύσεις η **The Mart** παραμένει προσηλωμένη στην πάγια στρατηγική της να αναβαθμίζει το επίπεδο εξυπηρέτησης, την προσφερόμενη ποιότητα και ποικιλία με 40.000 προϊόντα, ώστε να καλύπτει με τον καλύτερο δυνατό τρόπο τις ανάγκες κάθε επαγγελματία και να γίνεται αρωγός της ανάπτυξης της επιχείρησής του.

Η ομάδα της The Mart με εξειδικευμένους συμβούλους θα βρίσκεται στο περίπτερο, στη θέση Hall 4 - A04/B03.

HOIREICA
ΜΙΑ ΕΚΘΕΣΗ ΠΑΓΚΟΣΜΙΟΥ ΕΠΙΠΕΔΟΥ

METROPOLITAN
EXPO
13-16 Φεβ
2026

HALL 4 - A04/B03

ΣΥΜΜΕΤΕΧΟΥΜΕ!



Leading the **change**

• **ΑΛΙΜΠΙΝΙΣΗΣ**

ΒΛΕΠΕΙ ΑΝΑΠΤΥΞΗ 25% ΦΕΤΟΣ – ΟΛΟΚΛΗΡΩΝΕΤΑΙ ΤΟ ΕΞΑΕΤΕΣ ΕΠΕΝΔΥΤΙΚΟ ΠΛΑΝΟ ΤΩΝ €17,5 ΕΚΑΤ.

Διψήφια ανάπτυξη, στα επίπεδα του 25%, αναμένει και για τη φετινή χρονιά η διοίκηση της Αλιμπινίσης, δηλαδή πωλήσεις της τάξης των €25 εκατ.

Πέρυσι, η ευβοϊκή εταιρεία παραγωγής ψωμιού και προϊόντων ζύμης εκτιμάται ότι εμφάνισε αύξηση τζίρου κατά 13%, γύρω στα €19,4 εκατ., συνεχίζοντας την αναπτυξιακή τάση των τελευταίων ετών. Παράλληλα, η κερδοφορία της κινήθηκε σταθεροποιητικά.

DATA (σε €χιλ.)

Πωλήσεις

- 2025*: 19.400
- 2024: 17.239
- 2023: 14.753
- 2022: 11.870

Μικτό αποτέλεσμα

- 2024: 5.803
- 2023: 4.865
- 2022: 3.596

EBITDA

- 2024: 2.611
- 2023: 2.024
- 2022: 931

Κέρδη προ φόρων

- 2024: 1.311
- 2023: 961
- 2022: 252

Καθαρά κέρδη

- 2024: 1.018
- 2023: 755
- 2022: 210

*εκτιμήσεις



Μανώλης Χαδιός, Commercial Manager, Άρτος & Ζύμη Αλιμπινίσης

ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΣΕ ΟΛΑ ΤΑ ΚΑΝΑΛΙΑ

Ο Μανώλης Χαδιός, Εμπορικός Διευθυντής της Αλιμπινίσης, ανέφερε στο Fnb Daily ότι "τη χρονιά που μας πέρασε ενισχύθηκε σημαντικά η συνεργασία της εταιρείας με τις αλυσίδες super market, ενώ παράλληλα υπήρξε χρονιά έναρξης με σημαντικούς παίκτες του κλάδου. Επίσης, είχαμε ανάπτυξη πωλήσεων τόσο στον τομέα των αντιπροσώπων/χονδρεμπόρων όσο και στο Food Service".

ΕΠΕΝΔΥΣΕΙΣ

Σχετικά με το εξαετές επενδυτικό πλάνο της τάξης των €17,5 εκατ., μέσα στην άνοιξη αναμένεται να έχει επιτευχθεί η πλήρης υλοποίησή του, καθώς ολοκληρώνεται η κατασκευή της νέας αποθήκης κατεψυγμένων

που αποτελεί και το μεγαλύτερο έργο του προγράμματος.

Ενδιάμεσα πραγματοποιήθηκαν έργα υποδομής, κατασκευάστηκαν κτίρια που φιλοξενούν νέους χώρους παραγωγής, αποθήκευσης και γραφείων ενώ αποκτήθηκε και σύγχρονος μηχανολογικός εξοπλισμός για την ενίσχυση της παραγωγής.

ΝΕΑ ΠΡΟΪΟΝΤΑ

Σε επίπεδο portfolio, το 2025 η εταιρεία λανσάρει μια νέα σειρά συσκευασμένων ντονατ και πιρσοκί, η οποία σύμφωνα με τη διοίκηση, "για την κατηγορία των κατεψυγμένων ζυμών αποτέλεσε μια διαφοροποιημένη πρόταση για τον καταναλωτή".

Ο κ. Χαδιός τόνισε ότι "συνεχίζουμε να δουλεύουμε σε επίπεδο R&D με κριτήριο πάντα

την καινοτομία και το νέο ενδιαφέρον για την αγορά. Στα πλαίσια αυτά, ευελπιστούμε εντός του 2026 να υλοποιήσουμε κάποιες από τις ιδέες αυτές και να τις παρουσιάσουμε".

ΠΑΡΟΥΣΙΑ ΣΤΗΝ PLMA

Η Αλιμπινίσης σχεδιάζει περαιτέρω επέκταση των δραστηριοτήτων της εκτός Ελλάδας. Όπως ανέφερε ο Εμπορικός Διευθυντής της εταιρείας, "η εξωστρέφεια αποτελεί κύριο άξονα της στρατηγικής μας για τα επόμενα χρόνια ξεκινώντας από το 2026 και την παρουσία μας σε διεθνή έκθεση (στην PLMA) σχεδόν μια δεκαετία μετά την τελευταία μας προσπάθεια".

Μάκης Αποστόλου
makis@notice.gr



Leading the **change**

HO|RE|CA|

ΜΙΑ ΕΚΘΕΣΗ ΠΑΓΚΟΣΜΙΟΥ ΕΠΙΠΕΔΟΥ

• ΚΡΕ.ΚΑ

ΣΤΟ ΣΦΥΡΙ ΤΟΝ ΜΑΡΤΙΟ ΟΙ ΕΓΚΑΤΑΣΤΑΣΕΙΣ ΣΤΗΝ ΧΡΥΣΟΥΠΟΛΗ - Η ΠΡΩΤΗ ΤΙΜΗ ΠΡΟΣΦΟΡΑΣ ΑΓΓΙΖΕΙ ΤΑ €3 ΕΚΑΤ.

Για τις 4 Μαρτίου είναι προγραμματισμένος ο ηλεκτρονικός πλειστηριασμός για το βιομηχανικό συγκρότημα της άλλοτε εισηγμένης, καβαλιώτικης βιομηχανίας κρεατοπαραγωγής, ΚΡΕ.ΚΑ., με επισπεύδουσα την Εθνική Τράπεζα και τιμή πρώτης προσφοράς τα €2.997.000.

Οι συγκεκριμένες εγκαταστάσεις βρίσκονται στη Τοπική Κοινότητα Πέρνης, στη Χρυσούπολη, επί της Επαρχιακής Οδού Νέας Καρβάλης, σε εκτός σχεδίου περιοχή, 5 κλμ. βόρεια από το Διεθνές Αεροδρόμιο Καβάλας, 3 κλμ νότια της Βιομηχανικής Περιοχής Καβάλας, όπου συγκεντρώνονται οι περισσότερες βιομηχανικές χρήσεις της περιοχής και από την Εγνατία Οδό.

ΤΙ ΒΓΑΙΝΕΙ ΣΤΟ ΣΦΥΡΙ

Συγκεκριμένα στο σφυρί βγαίνουν τα δικαιώματα σε ποσοστό 100% κατά πλήρη κυριότητα νομή και κατοχή αγροτεμαχίων εκτάσεως:

- 10.243 τ.μ. Εντός του αγροτεμαχίου υφίσταται κτίσμα δύο ορόφων συνολικού εμβαδού 3.794,42 τ.μ. Το σφυρί αφορά και τον μηχανολογικό εξοπλισμό
- 9.546 τ.μ., το οποίο περιλαμβάνει ηλεκτρολογικές εγκαταστάσεις και πλήρη εξοπλισμό περιβαλλοντικής προστασίας και βιολογικού καθαρισμού αποβλήτων
- 7.713 τ.μ. Εντός του αγροτεμαχίου ανεγέρθηκαν εγκαταστάσεις συνολικού εμβαδού 755,78 τ.μ. Συγκεκριμένα, μονάδα επεξεργασίας αποβλήτων βουστασίου και υποπροϊόντων σφαγής.
- 78.768 τ.μ. Εντός του αγροτεμαχίου υπάρχουν κτίσματα, ήτοι σταβλικές εγκαταστάσεις συνολικού εμβαδού 16.357 τ.μ.
- 10.700 τ.μ. Εντός του αγροτεμαχίου ανεγέρθηκε ισόγεια μονάδα παρασκευής ζωοτροφών συσκευασίας και επεξεργασίας γεωργικών προϊόντων εμβαδού 261 τ.μ.



Ζαχαρίας Κιουτσούκουσας, επικεφαλής, ΚΡΕ.ΚΑ

ΕΚΤΟΣ ΕΞΩΔΙΚΑΣΤΙΚΟΥ

Όπως αναφέρεται στις τελευταίες δημοσιευμένες οικονομικές καταστάσεις της ΚΡΕ.ΚΑ για τη χρήση 2024, εντός του 2025 ανατράπηκε η εξωδικαστική ρύθμιση οφειλών της εταιρίας με την ΑΑΔΕ και τον ΕΦΚΑ, λόγω αδυναμίας καταβολής δόσεων και το σύνολο των ληξιπρόθεσμων οφειλών προς τους παραπάνω φορείς έγινε απαιτητό. Παράλληλα προσθέτει ότι "η εταιρεία δεν είναι σε θέση να συνεχίσει ομαλά τις δραστηριότητές της".

DATA (σε €χιλ.)

Κύκλος εργασιών

2024: 21.555

2023: 22.210

Μικτό αποτέλεσμα

2024: 753

2023: 822

Αποτέλεσμα μετά από φόρους

2024: (10.260)

2023: (5.870)

ΑΡΝΗΤΙΚΟ ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΚΙΝΗΣΗΣ ΚΑΤΑ €46,88 ΕΚΑΤ.

Οι βραχυπρόθεσμες υποχρεώσεις της εταιρείας, ανέρχονταν κατά την 31/12/2024 στα €48,62 εκατ., ενώ το κυκλοφορούν ενεργητικό σε €1,75 εκατ., με συνέπεια το κεφάλαιο κίνησης να εμφανίζεται αρνητικό κατά €46,88 εκατ. Επιπλέον, τα συνεχιζόμενα αρνητικά αποτελέσματα έχουν καταστήσει αρνητικό το σύνολο των Ιδίων Κεφαλαίων της εταιρείας και συντρέχουν οι προϋποθέσεις εφαρμογής των διατάξεων του άρθρου 119 του Ν. 4548/2018.

Μάκης Αποστόλου
makis@notice.gr



BNB
DAILY

BUSINESS IN BRIEF

ΚΑΘΕ ΠΡΩΙ
ΣΤΟ EMAIL ΣΑΣ!

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

ΜΑΖΙ ΜΕ ΤΟ BNB DAILY:

BnBeauty

Γίνε
συνδρομητής
εδώ



• ΑΝΑΨΥΚΤΙΚΑ ΨΗΛΟΡΕΙΤΗΣ ΧΤΥΠΑΕΙ ΤΗΝ ΠΟΡΤΑ ΤΩΝ ΜΕΓΑΛΩΝ ΑΛΥΣΙΔΩΝ - ΑΝΑΠΤΥΞΗ 30% ΕΚΤΟΣ ΚΡΗΤΗΣ ΤΟ 2025

Σε φάση επέκτασης του δικτύου και της παρουσίας της εκτός Κρήτης βρίσκεται το τελευταίο διάστημα η Αναψυκτικά Ψηλορείτης, εγχείρημα που φαίνεται ότι περνάει και μέσα από τις σάλες μεγάλων super market πανελλαδικής εμβέλειας.

Εκτός από το κανάλι HORECA απ' όπου προέρχεται το μεγαλύτερο κομμάτι του τζίρου της με παρουσία σε πολλά τοπικά ξενοδοχεία και καταστήματα εστίασης, η εταιρεία έχει παρουσία σε αρκετά σημεία μικρής λιανικής αλλά και στην αλυσίδα Χαλκιαδάκης. Όπως πληροφορείται ωστόσο το FNB Daily, το τελευταίο διάστημα έχουν πυκνώσει οι επαφές με μεγάλους retailers για τοποθέτηση σε καταστήματα που διατηρούν στην Κρήτη αλλά κι εκτός αυτής.

ΔΥΟ ΝΕΟΙ ΚΩΔΙΚΟΙ ΤΟ 2025

"Τα προϊόντα έχουν παρουσιαστεί και έχουν αφήσει πολύ καλές εντυπώσεις, θα πρέπει ωστόσο να βρεθεί και... χώρος στο ράφι καθώς, όπως λένε οι εκπρόσωποι των λιανέμπορων, υπάρχει αυτή τη στιγμή μια πληθώρα κωδικών από μικρές και (κυρίως) μεγάλες

εταιρείες του κλάδου", αναφέρουν στο FNB Daily πηγές με γνώση των διεργασιών.

Πάντως οι προσπάθειες για διεύρυνση δικτύου που ξεκίνησαν ουσιαστικά το 2021 έχουν αποφέρει καρπούς καθώς, όπως πληροφορούμαστε, το 2025 οι πωλήσεις εκτός Κρήτης έτρεξαν με ρυθμό 30%, συμβάλλοντας στην αύξηση τόσο του τζίρου, όσο και των ποσοτήτων που κατέγραψε την περασμένη χρονιά η εταιρεία. Οι προσπάθειες επέκτασης του δικτύου εκτός Κρήτης μέσω νέων θα συνεχιστούν και τη φετινή χρονιά, με όπλο και την ευρεία γκάμα στην οποία μέσα στο 2025 προστέθηκαν δύο νέοι κωδικοί, το Πράσινο Μήλο Χωρίς Ζάχαρη και το Pink Grapefruit. Όπως και οι υπόλοιποι κωδικοί διατίθενται σε γυάλινες συσκευασίες των 250 ml, ενισχύοντας το premium προφίλ που διατηρεί η μάρκα, με παραπομπές στο παρελθόν.

ΕΠΕΝΔΥΣΗ €1 ΕΚΑΤ. ΓΙΑ ΝΕΑ ΑΠΟΘΗΚΗ

Στο τιμόνι της Αναψυκτικά Ψηλορείτης βρίσκεται ο Γιώργος Δασκαλάκης, τρίτη γενιά της οικογένειας ο οποίος συνεχίζει στα βήματα του



Γιώργος Δασκαλάκης, ιδιοκτήτης, Αναψυκτικά Ψηλορείτης

παππού του ο οποίος ξεκίνησε την επιχείρηση τη δεκαετία του 1950.

Η εμφιάλωση πραγματοποιείται σε μονάδα που διατηρεί η εταιρεία στο χωριό Σκούρβουλα Ηρακλείου ενώ σε ξεχωριστό, κοντινό χώρο βρίσκονται οι αποθηκευτικές εγκαταστάσεις. Σε μια απόσταση 500μ. περίπου από τις τελευταίες, δημιουργείται, όπως πληροφορούμαστε, αυτό το διάστημα ένας νέος αποθηκευτικός χώρος στο πλαίσιο μιας επένδυσης το συνολικό ύψος της οποίας ξεπερνά το €1 εκατ.

Γιάννης Τσατσάκης
yannis@notice.gr

• TONY'S ΕΠΕΝΔΥΣΕΙΣ ΣΤΗΝ ΕΦΟΔΙΑΣΤΙΚΗ ΑΛΥΣΙΔΑ ΜΕ ΦΟΝΤΟ ΤΙΣ ΤΙΜΕΣ ΣΤΟ ΚΑΚΑΟ

Η σοκολατοποιεία Tony's Chocolonely ανακοίνωσε ότι σκοπεύει να αξιοποιήσει τη μείωση των τιμών του κακάο επενδύοντας στην εφοδιαστική της αλυσίδα, με στόχο να περιορίσει μελλοντικές ανατιμήσεις και αιφνίδιες διακυμάνσεις τιμών.

"Όπως όλοι, βρεθήκαμε αντιμέτωποι με ένα είδος... τσουνάμι κόστους, τόσο από το κακάο, όσο και από τους δασμούς που επιβάρυναν την επιχείρηση", δήλωσε στο Reuters στο Λονδίνο ο CEO της Tony's, Douglas Lamont. Η εταιρεία έχει αυξήσει τις τιμές της κατά περίπου 20%-30% τους τελευταίους 12 έως 18 μήνες.

ΓΡΑΜΜΗ ΑΜΥΝΑΣ ΓΙΑ ΤΟ ΜΕΛΛΟΝ

Με την πίεση στις τιμές να υποχωρεί, ο Lamont επιδιώκει να επενδύσει στην ανθεκτικότητα της εφοδιαστικής αλυσίδας, στηρίζοντας αγρότες ώστε να μπορούν να επενδύσουν σε καλλιέργειες, προστασία από ασθένειες και διαχείριση αποδόσεων, προκειμένου να θωρακιστούν απέναντι σε μελλοντικούς κραδασμούς.

Η εταιρεία καλεί επίσης τους μεγάλους παραγωγούς σοκολάτας να ακολουθήσουν την ίδια πρακτική. Οι πωλήσεις σε όγκο της Tony's αυξήθηκαν κατά 4% στο τελευταίο οικονομικό έτος, ωστόσο οι μεγαλύτεροι παίκτες του κλάδου δεν παρουσιάζουν αντίστοιχη εικόνα.

Ο κολοσσός της επεξεργασίας κακάο Barry Callebaut κατέγραψε πτώση 9,9% στους όγκους πωλήσεων το τρίμηνο Σεπτεμβρίου-Νοεμβρίου, παρά την αύξηση των εσόδων του.

Η μονάδα ζαχαρωδών της Nestlé, παραγωγού της KitKat, σημείωσε επίσης μείωση στους όγκους πωλήσεων, ενώ η Mondelez, που παράγει την Cadbury, είχε ήδη περικόψει τις προβλέψεις κερδοφορίας της τον Οκτώβριο.

ΕΠΕΝΔΥΣΕΙΣ ΣΕ ΑΓΡΟΤΕΣ

Για τον Lamont, οι χαμηλότερες τιμές δημιουργούν μια ευκαιρία για τους παραγωγούς σοκολάτας να στηρίξουν τη μακροπρόθεσμη ανθεκτικότητα της εφοδιαστικής αλυσίδας μέσω επενδύσεων στους αγρότες, οι οποίοι -στην πλειονότητά τους στη Δυτική Αφρική- κερδί-



Douglas Lamont, CEO, Tony's

ζουν λιγότερο από \$1 την ημέρα, σύμφωνα με τα Ηνωμένα Έθνη. Ο ίδιος διευκρίνισε ότι η Tony's δεν σκοπεύει να μετακυλίσει τις χαμηλότερες τιμές κακάο στους καταναλωτές.

Η Tony's, που ελέγχεται κατά πλειοψηφία από το επενδυτικό κεφάλαιο Verlinvest, έχει δει τις Ηνωμένες Πολιτείες να ξεπερνούν την Ολλανδία ως τη μεγαλύτερη αγορά της και καταγράφει ισχυρή ανάπτυξη τη φετινή χρονιά, σύμφωνα με τον Lamont.

Η εταιρεία προμηθεύεται κακάο μέσω της πρωτοβουλίας ηθικής προμήθειας Open Chain, την οποία χρησιμοποιούν επίσης λιανεμπορικές αλυσίδες όπως η Albert Heijn και η Waitrose για σοκολάτες ιδιωτικής ετικέτας.

• LOULIS FOOD INGREDIENTS ΣΤΑΘΕΡΗ ΕΠΕΝΔΥΣΗ ΣΤΗΝ ΚΟΙΝΩΝΙΑ ΚΑΙ ΤΗ ΒΙΩΣΙΜΗ ΔΙΑΤΡΟΦΗ

Σταθερή παρουσία στις τοπικές κοινωνίες όπου δραστηριοποιείται, διατηρεί η Loulis Food Ingredients, αναπτύσσοντας πρωτοβουλίες με μετρήσιμο κοινωνικό και περιβαλλοντικό αποτύπωμα.

Κατά τη διάρκεια του 2025, η εταιρεία διέθεσε περισσότερους από 150 τόνους αλεύρων σε πάνω από 235 κοινωνικές δομές και φορείς σε όλη τη χώρα, καλύπτοντας άμεσες και ουσιαστικές ανάγκες. Μεταξύ αυτών περιλαμβάνονται και 24 οργανισμοί που υποστηρίζουν παιδιά με ειδικές ανάγκες.

ΕΠΕΝΔΥΣΗ ΣΕ ΜΕΙΩΣΗ ΣΠΑΤΑΛΗΣ ΤΡΟΦΙΜΩΝ

Παράλληλα, η Loulis Food Ingredients επενδύει συστηματικά στη μείωση της σπατάλης τροφίμων, συμμετέχοντας ενεργά ως ιδρυτικό μέλος στη Συμμαχία για την Καταπολέμηση της Σπατάλης Τροφίμων. Μέσα από υπεύθυνη διαχείριση αποθεμάτων και συνεργασίες με κοινωνικούς φορείς, προϊόντα που παραμένουν κατάλληλα προς κατα-



Νίκος Λούλης,
Πρόεδρος Δ.Σ.,
Loulis Food
Ingredients

νάωση διοχετεύονται σε ευάλωτες ομάδες, συμβάλλοντας στον περιορισμό των απωλειών σε ολόκληρη την εφοδιαστική αλυσίδα.

Ο ΡΟΛΟΣ ΤΟΥ ΜΟΥΣΕΙΟΥ

Σημαντικό ρόλο στο κοινωνικό αποτύπωμα της εταιρείας διαδραματίζει και το Μουσείο Λούλη, το οποίο λειτουργεί στο Κερατσίνι. Το μουσείο αναδεικνύει την ιστορία της άλεσης και της διατροφής στην Ελλάδα, προσφέροντας εκπαιδευτικές δράσεις για σχολεία, οικογένειες και το ευρύ κοινό. Μέσα από βιωματικές εμπειρίες, συνδέει την παραδοσιακή γνώση με τις σύγχρονες προκλήσεις της δια-

τροφής και της βιωσιμότητας, συμβάλλοντας στην ενημέρωση και την ευαισθητοποίηση γύρω από κρίσιμα διατροφικά και περιβαλλοντικά ζητήματα.

Όπως επισημαίνει η Λήδα Μαλικέντζου, ESG & Communication Manager της Loulis Food Ingredients, η κοινωνική υπευθυνότητα αποτελεί βασικό πυλώνα της στρατηγικής της εταιρείας. "Μέσα από τη στήριξη ευάλωτων κοινωνικών ομάδων, τη μείωση της σπατάλης τροφίμων και την επένδυση στην εκπαίδευση, επιδιώκουμε να δημιουργούμε μακροπρόθεσμη αξία για την κοινωνία και τις επόμενες γενιές".

• MERE ΣΕ ΑΝΑΖΗΤΗΣΗ ΑΚΙΝΗΤΩΝ ΓΙΑ ΠΕΡΑΙΤΕΡΩ ΕΠΕΚΤΑΣΗ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ

Ακίνητα προς ενοικίαση για τη δημιουργία καταστημάτων λιανικής αναζητά η Mere στην ελληνική αγορά, στα πλαίσια επέκτασης της παρουσίας της στη χώρα μας. Τα ακίνητα θα πρέπει να διαθέτουν εμβαδόν 800 τ.μ. και άνω και να είναι κατάλληλα για εμπορική χρήση.

ΕΠΕΚΤΑΣΗ ΣΤΗΝ ΕΥΡΩΠΗ

Η αλυσίδα συνεχίζει την αναπτυξιακή της πορεία, επεκτεινόμενη σε νέες αγορές, μεταξύ των οποίων περιλαμβάνονται η Ελλάδα, η Πορτογαλία, η Γαλλία, οι Ηνωμένες Πολιτείες και το Ηνωμένο Βασίλειο. Το επιχειρηματικό της μοντέλο βασίζεται στη διάθεση προϊόντων χαμηλού κόστους σε καθημερινή βάση, με έμφαση στον περιορισμό του λειτουργικού κόστους.

Υπενθυμίζεται ότι στην ελληνική αγορά, το αρχικό πλάνο επέκτασης της Mere, μέσω της θυγατρικής Torg Hellas, παρουσίασε καθυστερήσεις, κυρίως λόγω των επιπτώσεων του πολέμου στην Ουκρανία και του αυξη-

μένου ανταγωνισμού. Παρ' όλα αυτά, την τελευταία διετία η αλυσίδα έχει ενισχύσει την παρουσία της στη χώρα, αναπτύσσοντας δίκτυο 11 καταστημάτων.

Συγκεκριμένα, τα καταστήματα της Mere λειτουργούν σε:

- Εύοσμο
- Θεσσαλονίκη
- Λάρισα
- Κόρινθο
- Τρίπολη
- Αγρίνιο
- Αμαλιάδα
- Τρίκαλα
- Καλαμάτα
- Γιαννιτσά
- Πτολεμαΐδα
- Βέροια

ΖΗΜΙΕΣ ΤΟ 2024

Σε επίπεδο οικονομικών μεγεθών, σύμφωνα με τις τελευταίες οικονομικές καταστάσεις που έχει δημοσιεύσει η εταιρεία για τη χρήση του 2024, ο καθαρός κύκλος εργασιών ανήλθε σε €11,98 εκατ., μειωμένος κατά 37,73%, ενώ τα αποτελέσματα προ φόρων ήταν αρνητικά στα €797 χιλ., εξέλιξη που συνδέεται με το αυξημένο λειτουργι-



κό κόστος στο πλαίσιο της αναπτυξιακής στρατηγικής.

ΑΝΑΜΕΝΕΙ ΔΙΠΛΑΣΙΑΣΜΟ ΕΣΟΔΩΝ

Σε επίπεδο προοπτικών, η εταιρεία εκτιμά ανοδική πορεία των εσόδων, με στόχο τον διπλασιασμό του κύκλου εργασιών στις επόμενες χρήσεις, τόσο μέσω της βελτίωσης της απόδοσης των υφιστάμενων καταστημάτων, όσο και μέσω της συνέχισης της επέκτασης με νέα σημεία πώλησης.

Στέλλα Αυγουστάκη
stella@notice.gr

• ΖΥΘΟΠΟΙΑ ΜΑΚΕΔΟΝΙΑΣ ΘΡΑΚΗΣ
**ΔΙΕΥΡΥΝΣΗ PORTFOLIO ΜΕ ΕΙΣΟΔΟ ΣΤΟ ΝΕΡΟ
- EBITDA €5,6 ΕΚΑΤ. ΚΑΙ ΜΕΡΙΔΙΟ ΕΩΣ 6% ΤΟ 2025**

Η στρατηγική είσοδος στο επιτραπέζιο νερό εντός του α' εξαμήνου αποτελεί το πιο πρόσφατο βήμα στη σταδιακή διαφοροποίηση του χαρτοφυλακίου της Ζυθοποιίας Μακεδονίας Θράκης, όπως ανέφερε σε δημοσιογραφική εκδήλωση στις εγκαταστάσεις της εταιρείας στην Κομοτηνή, ο CEO Δημήτρης Πολιτόπουλος της εταιρείας, επιβεβαιώνοντας το ρεπορτάζ του [FnB Daily στις 17 Ιουλίου](#).

Μέσω του brand tununu, η εταιρεία επεκτείνεται περαιτέρω στην κατηγορία των μη αλκοολούχων ροφημάτων, με νέα προϊόντα όπως tununu με yuzu και άλλες γεύσεις, αξιοποιώντας υφιστάμενες γραμμές εμφιάλωσης.

Η παραγωγή επιτραπέζιου νερού προγραμματίζεται να ξεκινήσει εντός των επόμενων δύο-τριών μηνών και εντάσσεται στο συνολικό επενδυτικό πλάνο της τελευταίας περιόδου, €50 εκατ. Η διοίκηση έχει ξεκαθαρίσει ότι η επιλογή αφορά δημιουργία νέας δραστηριότητας και όχι εξαγορά υφιστάμενης εταιρείας ή πηγής, σε ευθυγράμμιση με το επιχειρηματικό DNA του ομίλου.

ΜΕΡΙΔΙΟ ΑΓΟΡΑΣ

Στην εγχώρια αγορά μπίρας, η Ζυθοποιία Μακεδονίας Θράκης κατέχει σήμερα μερίδιο περίπου 6% του συνολικού όγκου, σε έναν κλάδο που εξακολουθεί να χαρακτηρίζεται από υψηλό βαθμό συγκέντρωσης. Η θέση αυτή έχει επιτευχθεί σταδιακά, παρά τις διαρθρωτικές πιέσεις, μέσω επενδύσεων στην ποιότητα, στην καθετοποίηση και στη διαφοροποίηση προϊόντων, με όχημα τις μπίρες Βεργίνα.

ΕΠΕΝΔΥΣΕΙΣ €20 ΕΚΑΤ.

Σημειώνεται πως οι εγκαταστάσεις της ΖΜΘ είναι μεταξύ των πλέον σύγχρονων της Ευρώπης, όπου λειτουργεί και ενσωματωμένο βυνοποιείο, το οποίο χρησιμοποιεί αποκλειστικά τοπική βύνη. Ο κ. Πολιτόπουλος, αναφερόμενος στο εγχείρημα που ξεκίνησε πριν 30 χρόνια παράλληλα με την δραστηριότητα στη χημική βιομηχανία ανέφερε ότι στην Ευρώπη μόλις 4 ζυθοποιεία διαθέτουν αντίστοιχη καθετοποιημένη δομή. Το εργοστάσιο στην Κομοτηνή διαθέτει 13 δεξαμενές ζύμωσης και ωρίμανσης έως 100 χιλιάδες λίτρα, καθώς και 32 δεξαμενές μικρότερης χωρητικότητας για ευελιξία στην παραγωγή.

Την περίοδο 2023-2025, η εταιρεία υλοποίησε επενδύσεις ύψους €20 εκατ., αυξάνοντας τη συνολική δυναμικότητα παραγωγής από περίπου 200 χιλ. σε 650 χιλ. εκατόλιτρα ετησίως, μετά την κατασκευή νέας ζυθοποιητικής μονά-



Δημήτρης Πολιτόπουλος, CEO, Ζυθοποιία Μακεδονίας Θράκης

δας στις εγκαταστάσεις της Κομοτηνής. Η αξιοποίηση της δυναμικότητας προβλέπεται να εξελιχθεί σταδιακά, ανάλογα με τις συνθήκες της αγοράς και την εξέλιξη του ανταγωνιστικού πλαισίου.

ΤΟ ΝΕΟ ΕΡΓΟΣΤΑΣΙΟ ΚΥΤΙΟΠΟΙΑΣ

Στο επενδυτικό πλάνο της επόμενης διετίας περιλαμβάνεται και η δημιουργία εργοστασίου κυτιοποιίας στην Ροδόπη, συνολικού προϋπολογισμού €50 εκατ. Η μονάδα θα διαθέτει αρχική παραγωγική ικανότητα 500 εκατ. μεταλλικών κουτιών ετησίως, με δυνατότητα επέκτασης στο 1 δισ., καλύπτοντας τις ανάγκες της ίδιας της εταιρείας, της εγχώριας αγοράς και των εξαγωγών στα Βαλκάνια.

Η επένδυση αναμένεται να δημιουργήσει περισσότερες από 100 νέες θέσεις εργασίας και να λειτουργήσει ως απάντηση στο διαπιστωμένο έλλειμμα παραγωγικής δυναμικότητας συσκευασίας στην Ευρώπη.

ΤΑ ΜΕΓΕΘΗ ΤΟΥ 2025

Σε επίπεδο οικονομικών επιδόσεων, ο κύκλος εργασιών της εταιρείας διαμορφώθηκε το 2025 στα €31,4 εκατ., ενώ το EBITDA ανήλθε σε €5,6 εκατ. Η κατανομή των πωλήσεων είναι πλέον ισοβαρής μεταξύ καναλιών horeca και λιανμπορίου, μετά από μακρά περίοδο ενίσχυσης της παρουσίας στο οργανωμένο retail, όπως εξήγησε ο κ. Πολιτόπουλος από τα κεντρικά της Ζυθοποιίας στην Κομοτηνή.

ΕΝΔΥΝΑΜΩΣΗ ΕΞΑΓΩΓΩΝ

Οι εξαγωγές αντιπροσωπεύουν περίπου 4%-5% του συνολικού όγκου, με παρουσία σε αγορές όπως Καναδάς, Ηνωμένες Πολιτείες, Παναμάς, χώρες της Ευρώπης, Αυστραλία και Κύπρος. Παράλληλα, η εταιρεία συνεργάζεται με διανομείς σε 12 χώρες και σχεδιάζει είσοδο



σε νέες αγορές, μεταξύ των οποίων Ρουμανία και Βουλγαρία, ενώ προγραμματίζει

Η ΔΙΑΜΑΧΗ ΜΕ ΤΗΝ HEINEKEN

Αναφορικά με την δικαστική διαμάχη με την Heineken και την θυγατρική της στην Ελλάδα, Αθηναϊκή Ζυθοποιία, ο κ. Πολιτόπουλος ανέφερε ότι η ΖΜΘ αναμένει πρωτόδικη απόφαση από το Διοικητικό Δικαστήριο του Άμστερνταμ, στο πλαίσιο αγωγής αποζημίωσης που στηρίζεται σε προηγούμενες αποφάσεις της Επιτροπής Ανταγωνισμού Ελλάδος περί κατάχρησης δεσπόζουσας θέσης στην ελληνική αγορά μπίρας. Η απόφαση αναμένεται να έχει βγει έως τα μέσα Μαρτίου. Η συνολική απαίτηση, συμπεριλαμβανομένων τόκων από τις αρχές του 2025, υπερβαίνει, όπως είπε ο κ. Πολιτόπουλος τα €210 εκατ., ενώ πρόσθεσε ότι η υπόθεση θεωρείται η πρώτη στην Ευρωπαϊκή Ένωση, όπου ιδιωτική επιχείρηση διεκδικεί αποζημίωση τέτοιας κλίμακας, βάσει διαπιστώσεων εθνικής αρχής ανταγωνισμού.

Στέλλα Αυγουστάκη
stella@notice.gr

• ΑΛΚΟΟΛΟΥΧΑ (ΗΠΑ) ΑΠΟ ΤΑ PREMIUM ΣΤΡΟΦΗ ΣΤΑ RTDs ΚΑΙ ΣΕ ΠΙΟ... ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΑ ΠΟΤΑ



Η αμερικανική βιομηχανία αλκοολούχων ποτών πέρασε ακόμη μία... νηφάλια χρονιά το 2025. Τα έσοδα των εταιρειών του κλάδου υποχώρησαν κατά 2,2%, στα \$36,4 δισ. σε ετήσια βάση, σύμφωνα με νέα στοιχεία του κλαδικού φορέα Distilled Spirits Council of the United States (Discus). Η πώση αποδίδεται στις οικονομικές πιέσεις και στη μειωμένη καταναλωτική εμπιστοσύνη, που περιόρισαν τις δαπάνες για μη απολύτως αναγκαία αγαθά, όπως αναφέρεται σε σχετικό ρεπορτάζ του CNBC.

ΑΥΞΗΜΕΝΟΙ ΟΓΚΟΙ, ΜΕΙΩΜΕΝΑ ΕΣΟΔΑ

Οι συνολικοί όγκοι πωλήσεων αυξήθηκαν κατά 1,9%, φτάνοντας τα 318,1 εκατ. κιβώτια των 9 λίτρων, γεγονός που υποδηλώνει αυξανόμενη ζήτηση. Ωστόσο, η πτώση των εσόδων δείχνει ότι, ενώ οι Αμερικανοί συνεχίζουν να καταναλώνουν αλκοόλ, στρέφονται σε φθηνότερες επιλογές, περιορίζοντας τις αγορές premium προϊόντων.

Σχεδόν όλες οι βασικές κατηγορίες αποσταγ-

μάτων κατέγραψαν μείωση εσόδων.

- Οι πωλήσεις βότκας υποχώρησαν κατά 3%, στα \$7 δισ.
- Οι πωλήσεις τεκίλας και mezcals - της ταχύτερα αναπτυσσόμενης κατηγορίας τα τελευταία χρόνια - μειώθηκαν κατά 4,1%, στα \$6,4 δισ.
- Τα έσοδα από αμερικανικό ουίσκι και λικέρ μειώθηκαν κατά 0,9% και 3,2% αντίστοιχα

Top 5 spirits in the U.S. by revenue in 2025

	Revenue	Year-over-year % change
Vodka	\$7B	-3%
Tequila / mezcals	\$6.4B	-4.1%
American whiskey	\$5.1B	-0.9%
Cocktails / Ready-to-drink	\$3.8B	16.4%
Cordials	\$2.7B	-3.2%

Source: Distilled Spirits Council of the United States



ΜΕΓΑΛΗ ΑΝΑΠΤΥΞΗ

Οι πωλήσεις έτοιμων κοκτέιλ, συμπεριλαμβανομένων των ποτών RTD (ready-to-drink) με βάση τα αποστάγματα, εκτοξεύθηκαν πάνω από 16% σε σύγκριση με το προηγούμενο έτος, φτάνοντας τα \$3,8 δισ. Η συγκεκριμένη κατηγορία έχει υπερδιπλασιάσει το μερίδιό της στην αγορά από το 2021, καθώς οι καταναλωτές στρέφονται σε χαμηλότερες τιμές.

Ακόμη και στην τεκίλα, η στρόφη αφορά πλέον πιο προσιτά προϊόντα, καθώς οι μακροοικονομικές πιέσεις ωθούν τους καταναλωτές να επανεξετάσουν τις δαπάνες για premium μάρκες. Οι όγκοι πωλήσεων στη χαμηλότερη κατηγορία τιμής τεκίλας/mezcals που παρακολουθεί η Discus αυξήθηκαν κατά 6,5% το 2025, ενώ η αμέσως επόμενη κατηγορία σημείωσε άνοδο 2,8%. Αντίθετα, οι όγκοι πω-

λήσεων ουίσκι, βότκας, ρουμιού και τζιν μειώθηκαν σε αυτές τις κατηγορίες τιμής.

ΣΤΡΟΦΗ ΠΡΟΣ ΦΘΗΝΟΤΕΡΑ ΠΡΟΪΟΝΤΑ

Καθώς οι καταναλωτές κατευθύνονται προς φθηνότερα αποστάγματα, εταιρείες όπως η Diageo και η Brown-Forman φαίνεται να βρίσκονται σε πλεονεκτική θέση, καθώς έχουν μεγαλύτερη έκθεση σε χαμηλότερης τιμής τεκίλα και στην ταχέως αναπτυσσόμενη κατηγορία RTD.

ΕΜΠΟΡΙΚΕΣ ΕΝΤΑΣΕΙΣ

Οι αποσταγματοποιοί αντιμετωπίζουν επίσης δυσκολίες στο εξωτερικό. Οι εξαγωγές αμερικανικών αποσταγμάτων μειώθηκαν κατά 9% σε ετήσια βάση το β' τρίμηνο του 2025, εν μέσω συνεχιζόμενων εμπορικών εντάσε-

ων και της απόσυρσης αμερικανικών προϊόντων από πολλά καναδικά ράφια, μετά τις αυξήσεις δασμών που επέβαλε πέρυσι ο Πρόεδρος Donald Trump. Στελέχη του κλάδου αναφέρουν ότι η αβεβαιότητα γύρω από τους δασμούς δυσχεραίνει τον μακροπρόθεσμο σχεδιασμό.

Παρά τη μείωση των εσόδων, τα αποστάγματα διατήρησαν το προβάδισμα σε μερίδιο αγοράς στο σύνολο της αγοράς αλκοολούχων ποτών, με ποσοστό 42,4%, έναντι 41,8% για την μπύρα και 15,7% για το κρασί.

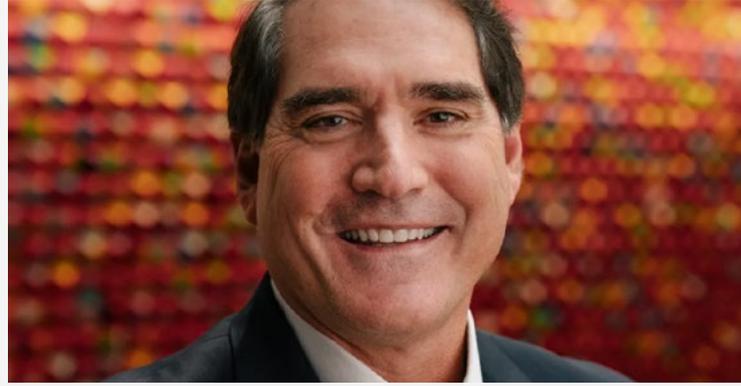
Το μήνυμα του 2025 είναι σαφές: οι καταναλωτές πίνουν λιγότερο, αλλά όσοι συνεχίζουν να πίνουν, το κάνουν πιο επιλεκτικά. Σε ένα δυσκολότερο οικονομικό περιβάλλον, η φθηνότερη τεκίλα και τα RTDs κερδίζουν έδαφος έναντι των premium φιαλών στα μπαρ.

• **THE COCA-COLA COMPANY (ΗΠΑ)**

ΑΛΛΑΖΕΙ... ΜΕΝΟΥ - ΒΓΑΙΝΕΙ ΑΠΟ ΤΑ ΚΑΤΕΨΥΓΜΕΝΑ ΚΑΙ ΔΙΝΕΙ ΕΜΦΑΣΗ ΣΤΑ ZERO-SUGAR ΠΡΟΪΟΝΤΑ

Η The Coca - Cola Company ανακοίνωσε ότι διακόπτει τα κατεψυγμένα προϊόντα της, συμπεριλαμβανομένης της κατεψυγμένης σειράς Minute Maid, στις αγορές των ΗΠΑ και του Καναδά, καθώς προσπαθεί να προσαρμοστεί στις μεταβαλλόμενες προτιμήσεις των καταναλωτών.

Η εταιρεία έχει στραφεί δυναμικά στο χαρτοφυλάκιο των ροφημάτων μηδενικής ζάχαρης, καθώς και σε πιο "premium" προϊόντα, όπως το γάλα Fairlife, σε ένα ασταθές καταναλωτικό περιβάλλον.



Henrique Braun, CEO (από 31/3/2026), The Coca - Cola Company

ΡΥΘΜΙΣΤΙΚΟ ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝ

Η Coca-Cola αντιμετωπίζει ένα αυστηρότερο ρυθμιστικό περιβάλλον για τα συσκευασμένα τρόφιμα στις Ηνωμένες Πολιτείες. Η αυξανόμενη ζήτηση για προϊόντα χαμηλών θερμίδων επηρέαζε αρνητικά τις πωλήσεις της βασικής μάρκας Coca-Cola, ενώ η στρο-

φή προς τοπικά προϊόντα περιορίζει τη ζήτηση σε αγορές όπως η Ινδία και η Κίνα, όπως ανέφεραν στελέχη της εταιρείας τον περασμένο Οκτώβριο. Τον Δεκέμβριο του 2025, η Coca-Cola όρισε τον Henrique Braun ως νέο Διευθύνοντα Σύμβουλο, αντικαθιστώντας τον James Quincey, καθώς οι εταιρεί-

ες τροφίμων και ποτών προσαρμόζουν τις στρατηγικές τους σε καταναλωτές που αναζητούν πιο υγιεινά και προσιτά ποτά και σνακ. Ο Braun, 57 ετών, θα αναλάβει καθήκοντα από τις 31 Μαρτίου, ενώ ο Quincey θα μεταβεί στον ρόλο του Εκτελεστικού Προέδρου, σύμφωνα με ανακοίνωση της εταιρείας

• Debrief •

Η ΑΘΗΝΑ ΚΑΙ ΟΙ ΑΛΛΟΙ

Το 2019 ήταν 15 στα 100 ευρώ. Το 2024 είχε φτάσει στα 23 στα 100 ευρώ και με ενδιαφέρον αναμένουμε τα στοιχεία για την περυσινή χρονιά, όταν αυτά θα είναι διαθέσιμα. Ο λόγος για το μερίδιο της Αττικής στις τουριστικές εισπράξεις, όπως προκύπτει από σχετική μελέτη του ΙΝΣΕΤΕ ([εδώ, στις σελίδες 13 και 14 συγκεκριμένα](#)).

Ουσιαστικά η μελέτη λέει ότι περίπου 1 στα 4 ευρώ που άφησαν οι τουρίστες, το "κατέθεσαν" εντός των συνόρων του νομού Αττικής. Και θα ήταν λογικό να υποθέσουμε ότι μιλάμε κυρίως για την Αθήνα.

Καταρχάς συγχαρητήρια σε επιχειρήσεις, φορείς κ.λπ. της Αττικής/Αθήνας. Το γεγονός ότι η πρωτεύουσα ανεβαίνει συνεχώς τουριστικά, σημαίνει ότι όλοι κάτι κάνουν καλά. Μπορεί να υπάρχει η τάση του city break, αλλά κανένας δεν κάνει break σε city που δεν έχει να προσφέρει κάτι καλό και όμορφο. Επομένως κάτι γίνεται σωστά στην Αθήνα. Το γεγονός, επίσης, ότι ακόμα και τώρα, Φεβρουάριο μήνα, με... ενοχλούν καθη-

μερινά στο Μετρό τουρίστες με τις βαλίτσες τους, σημαίνει ότι η Αθήνα γράφει όλο τον χρόνο, όχι μόνο το καλοκαίρι.

Η Αττική ενισχύεται και στη Μέση Δαπάνη ανά Επίσκεψη. Συγκεκριμένα, από τις τουριστικές Περιφέρειες, τη μεγαλύτερη αύξηση μεταξύ 2019 και 2024 παρουσιάζει η Αττική με €103, ακολουθούμενη από την Κρήτη (€86) και το Νότιο Αιγαίο όπου είναι απολύτως οριακή (€ 1). Αντίθετα στα Ιόνια Νησιά και την Κεντρική Μακεδονία παρατηρείται μείωση (€ - 49) και (€ -121) αντίστοιχα. Τα στοιχεία επίσης δείχνουν πως η λειτουργία του μουσείου της Ακρόπολης πρόσθεσε μιάμιση μέρα στη μέση παραμονή των τουριστών στην Αθήνα. Αρέσει, δεν αρέσει, ο τουρισμός είναι η ατμομηχανή της ελληνικής οικονομίας. Ας μου επιτραπεί, εδώ, ένα προσωπικό παράδειγμα. Το χωριό της μητέρας μου απέχει 5 χιλιόμετρα από το χωριό του πατέρα μου. Το χωριό της μητέρας μου έχει 1.000 μόνιμους κατοίκους, ποδοσφαιρική ομάδα, δύο βενζινάδικα, super market,

σχολείο κ.λπ. Το χωριό του πατέρα μου έχει 141 μόνιμους κατοίκους και κάθε σπίτι που "φεύγει" ο τελευταίος ηλικιωμένος, κλειδώνει για πάντα, όπως μου είπε πρόσφατα ένας συγχωριανός. Το χωριό της μητέρας μου είναι παραθαλάσσιο. Ο τουρισμός είναι που το κρατά ζωντανό και ακμαίο.

Διαφαίνεται, λοιπόν, μια τάση τουριστικής ισχυροποίησης της Αθήνας. Δεν γκρινιάζουμε γι' αυτό. Αλλά ίσως αξίζει να δούμε γιατί η Αθήνα τρέχει πιο γρήγορα από την υπόλοιπη Ελλάδα. Όχι για να κόψουμε τη φόρα της πρωτεύουσας. Απλά για να έχουν την ίδια φορά και οι άλλες περιοχές τις χώρες. Γιατί; Επειδή πολύ απλά, αρέσει, δεν αρέσει, επίσης, ο τουρισμός αποτελεί το αόρατο σύνολο μεταξύ της επαρχίας που αναπτύσσεται, από την επαρχία που μαραζώνει. Και δεν μας παίρνει να μείνουν πίσω και άλλες περιοχές της Ελλάδας.

Γιάννης Παλιούρης
giannis@notice.gr

• LIDL HELLAS

ΝΕΟ ΑΝΑΚΑΙΝΙΣΜΕΝΟ ΚΑΤΑΣΤΗΜΑ ΣΤΗΝ ΝΕΑ ΙΩΝΙΑ ΒΟΛΟΥ ΜΕ ΕΠΕΝΔΥΣΗ €2,6 ΕΚΑΤ.

Η Lidl Ελλάς προχωρά με συνέπεια το πρόγραμμα αναβάθμισης των καταστημάτων της, με το τελευταίο βήμα να αφορά το κατάστημα στην Νέα Ιωνία Βόλου, στην οδό Φυτόκου 14, το οποίο επαναλειτουργεί από την Πέμπτη 5 Φεβρουαρίου, πλήρως ανακαινισμένο.

Η επένδυση για την αναβάθμιση ανήλθε σε €2,6 εκατ., ενώ ο χώρος πώλησης εκτείνεται σε 1.076 τ.μ. και έχει διαμορφωθεί σύμφωνα με τις πιο πρόσφατες προδιαγραφές της Lidl Ελλάς, ώστε να προσφέρει λειτουργικότητα, άνεση και ευκολία στην περιήγηση των καταναλωτών.

ΤΙ ΑΛΛΑΓΕΣ ΠΕΡΙΛΑΜΒΑΝΟΝΤΑΙ

Μεταξύ των σημαντικότερων αλλαγών περιλαμβάνονται:

- 60 θέσεις στάθμευσης, συμπεριλαμβανομένων θέσεων για ηλεκτρικά οχήματα
- 4 ταμεία και 6 αυτόματα self-checkout, για ταχύτερη και πιο ευέλικτη εξυπηρέτηση
- 4 θέσεις φόρτισης ηλεκτρικών οχημάτων, που θα τεθούν σύντομα σε λειτουργία, υποστηρίζοντας τη βιώσιμη μετακίνηση
- Νέος χώρος ανακύκλωσης πλήρως οργανωμένος



Martin Brandenburger, CEO, Lidl Hellas / Cyprus

- Ανανεωμένος χώρος Bake Off
- Εκσυγχρονισμένες ψυκτικές εγκαταστάσεις, με βελτιωμένη ενεργειακή απόδοση.
- Αναβαθμισμένος περιβάλλον χώρος, με βελτιώσεις στην αισθητική και τη συνολική λειτουργικότητα

Business Maker

ΤΟ DOUBLE ΑΝΟΔΟΥ ΤΩΝ ΜΥΛΩΝ ΛΟΥΛΗ ΚΑΙ ΟΙ ΝΕΕΣ ΕΠΕΝΔΥΣΕΙΣ ΣΕ ΣΟΥΡΠΗ - ΚΕΡΑΤΣΙΝΙ

Δεύτερη συνεχόμενη καλή χρονιά, όπως μαθαίνουμε, κατέγραψαν οι Μύλοι Λούλη. Σύμφωνα με καλά πληροφορημένες πηγές, οι πωλήσεις της αλευροβιομηχανίας αυξήθηκαν σε όγκο κατά 7%, ποσοστό διπλάσιο του αρχικού στόχου 3,5%, που είχε θέσει η διοίκηση.

Πρόκειται για αύξηση σε συνέχεια της εξίσου ισχυρής ανόδου του 6% του 2024, όταν συνολικά η εσωτερική αγορά βρισκόταν υπό πίεση. Οι πωλήσεις σε αξία, πάντως, παρέμειναν σταθερές, λόγω της απόφασης να συγκρατηθούν οι τιμές και να παραμείνουν ανταγωνιστικά τα προϊόντα. Ικανοποίηση υπάρχει και για την κερδοφορία, η οποία, όπως χαρα-

κτηριστικά λένε στο FNB Daily οι ίδιες πηγές, "ήταν η δεύτερη καλύτερη χρονιά στην ιστορία της εταιρείας, μετά το 2024".

Κινητήριο μοχλός της ανάπτυξης είναι οι πελάτες με σημαντική εξαγωγική δραστηριότητα, η οποία αυξάνεται χρόνο με τον χρόνο. Ενδεικτική είναι η περίπτωση του Αραμπατζή, ο οποίος έχει διευρύνει κατακόρυφα το εξαγωγικό του αποτύπωμα – περίπου το 60% των εσόδων εκτιμάται ότι προέρχεται από τις διεθνείς πωλήσεις.

Καταλυτικό ρόλο παίζει και το γεγονός πως η εταιρεία της οικογένειας Λούλη μεγαλώνει το μερίδιο στον τομέα της χονδρικής πώλησης. Οι μεγάλες αλυσίδες φούρνων, που βρίσκο-

νται σε φάση ανάπτυξης, επιλέγουν να προμηθεύονται την πρώτη ύλη από μεγάλους προμηθευτές, οι οποίοι – πέρα από σταθερά υψηλή ποιότητα – έχουν τη δυνατότητα καλύτερων τιμών και πιστώσεων. Η ανάπτυξη φέρνει και επενδύσεις, οι οποίες, σύμφωνα με τις ίδιες πληροφορίες, θα επικεντρωθούν στην ενίσχυση των αποθηκευτικών υποδομών στην Ελλάδα και, συγκεκριμένα, σε Σούρπη και Κερατσίνι, με στόχο αύξηση χωρητικότητας κατά 50%! Υπολογίζεται πως συνολικά θα απαιτηθούν κεφάλαια €5 με €6 εκατ. "Το βάρος τώρα πέφτει στην Ελλάδα, όπου διαφαίνονται σοβαρά περιθώρια επέκτασης", επισημαίνεται χαρακτηριστικά

ΤΑ VEGAN ΠΡΟΪΟΝΤΑ ΣΕ ΤΡΟΧΙΑ ΑΝΑΔΙΠΛΩΣΗΣ – Η ΝΕΑ ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΗ

Μπροστά σε ένα εντελώς διαφορετικό περιβάλλον από ό,τι όταν ξεκίνησε, βρίσκεται η αγορά των vegan προϊόντων στην Ευρώπη. Όπως αναφέρουν στη στήλη παράγοντες του κλάδου, τα δεδομένα έχουν αλλάξει αισθητά τους τελευταίους 18 μήνες, αναγκάζοντας έναν κλάδο, που ξεκίνησε με μεγάλες προσδοκίες, να παίζει... άμυνα.

Οι περιορισμοί στη χρήση των όρων, όπως meat, αλλά και η συζήτηση για απαγορεύσεις σε ονομασίες τύπου vegan burger και vegan nuggets συνθέτουν ένα αρνητικό σκηνικό. Η αίσθηση, που υπάρχει, είναι ότι η

πίεση από τα ευρωπαϊκά λόμπι του κρέατος σε χώρες με ισχυρή παράδοση στα αλλαντικά και τη ζωική πρωτεΐνη – όπως η Γερμανία και η Ιταλία – έχει προκαλέσει το σπινάλιο αρνητικών εξελίξεων για τα συμφέροντα των vegan προϊόντων.

Στην Ιταλία, για παράδειγμα, απομακρύνονται από τα ψυγεία κρέατος, ενώ έχουν θεσπιστεί ακόμη και πρόστιμα για παραβάσεις, με την κυβέρνηση Meloni να προβάλλει ανοιχτά την ανάγκη προστασίας της παραδοσιακής βιομηχανίας. Στην Ελλάδα, η εικόνα είναι ακόμη πιο περιορισμένη. Όπως αναφέρουν στελέ-

χη της βιομηχανίας, οι αλυσίδες δεν δείχνουν ιδιαίτερο ενθουσιασμό να στηρίξουν την κατηγορία, ενώ ο Έλληνας καταναλωτής παραμένει επιφυλακτικός. Το vegan δεν έγινε καθημερινότητα.

Για τις ελληνικές βιομηχανίες τροφίμων, που επένδυσαν στην κατηγορία, η απάντηση είναι σχεδόν μονόδρομος. Εξαγωγές. Όχι γιατί οι αγορές του εξωτερικού είναι εύκολες, αλλά γιατί στο εσωτερικό οι προοπτικές είναι περιορισμένες. Το vegan παραμένει εδώ, αλλά όχι πια ως ανερχόμενο αστέρι. Περισσότερο ως μια αγορά, που δοκιμάζει τα όριά της.

Business Insight

EURONEXT ATHENS: ΘΑ ΕΙΝΑΙ ΧΡΟΝΙΑ ΤΟΥ GREEK SHIPPING TO 2026...

Θα μπορούσε το 2026 να αποτελέσει την χρονιά-ορόσημο για την πρώτη εισαγωγή ναυτιλιακής της ποντοπόρου ναυτιλίας στο Euronext Athens; Διόλου θεωρητικό το ερώτημα, σύμφωνα με τις πληροφορίες του BnB Daily από τρεις διαφορετικές πηγές που συγκλίνουν στην ίδια κατεύθυνση. **Χρηματιστηριακές, επιχειρηματικές και τραπεζικές είναι, ήδη, ενεργές και σε διαδικασία προσέγγισης εφοπλιστών,** σε επαφές με ναυλομεσίτες και με εκπόνηση προγραμμάτων χρηματοδότησης. Ξεκινώντας από την κορυφή, **εκπεφρασμένη η βούληση του Stéphane Boujnah να ελλιμενίσει εταιρείες ελληνικών συμφερόντων στο υπό διαμόρφωση Euronext Athens.** Τόσο στην ενημέρωση του Τύπου-όπου εξέφρασε την απορία του για τη μη παρουσία Greeks στο Χρηματιστήριο Αθηνών-, την ώρα που οι Oceanis Eco Tankers (οικογένεια Αλαφούζου), Star Bulk Carriers (Πέτρος-Αλέξανδρος Παππάς), με dual listing σε Nasdaq και Oslo Stock Exchange, e.t.c Πληροφορίες θέλουν τον Καμίλ Μποτέν σε διερευνητικές συζητήσεις για το ενδεχόμενο IPO στο χρηματιστήριο Αθηνών, από τις προτεραιότητες του νέου προέδρου του ελληνικού χρηματιστηρίου. Παράλληλες οι ενέργειες τραπεζικών παραγόντων προς την ίδια κατεύθυνση, προφανής ο λόγος σύμφωνα με πηγή συστημικού ομίλου, ο οποίος αναφέρεται σε **χρηματοδότηση σχεδόν \$55 δισ. (2025), αυξημένη για δεύτερη σερί χρήση (στα \$53,5 δισ. το 2024), με το εγχώριο banking να έχει σημαντική έκθεση στο shipping** με γραμμές σχεδόν 15 δισ. Γνωστό πως **Eurobank και Alpha Bank έχουν το μεγαλύτερο μερίδιο.** Αλλά και Εθνική, Πειραιώς διαθέτουν ικανό ποσοστό ενώ στον κλάδο δραστηριοποιούνται επίσης οι Aegean Baltic Bank, Credia Bank, Optima Bank.

[Το Business Insight εξ' αρχής είχε επισημάνει την πολύπλευρη σημασία της ποντοπόρου ναυτιλίας](#) (ελληνικών/ελληνόκτητων συμφερόντων) θεωρώντας πως θα μπορούσε να αποτελέσει **διαπραγματευτικό χαρτί της Αθήνας, στις σχέσεις της με την Ουάσιγγτον.**

Το μέγεθος της, συνοπτικά: **οι Greeks διαθέτουν το 20% του παγκόσμιου στόλου και πάνω από το 30% της Ευρωπαϊκής Ένωσης** (σε όρους χωρητικότητας), με βαρύνοντα λόγο στα διεθνή δρώμενα- όπως λ.χ. φάνηκε στην διαφοροποίηση τους στην προσπάθεια του Διεθνούς Ναυτιλιακού Οργανισμού (IMO) να περάσει το πλαίσιο για την απανθρακοποίηση της παγκόσμιας ναυτιλίας. Επίσης, στην **ετήσια έκδοση του Lloyd's List "One Hundred People"** συμπεριλαμβάνονταν δεκαεπτά προσωπικότητες-εκπροσώπων της ελληνικής ναυτιλίας **(με την Μαρία Αγγελικούση στην 8η από την 12η θέση, και τον Βαγγέλη Μαρινάκη στη 10η).** Το πόσο σημαντικό είναι αυτό, τεκμαίρεται από το γεγονός ότι στην κορυφή των επιδραστικότερων προσωπικοτήτων στο shipping είναι ο Donald Trump. Σύμφωνα με τραπεζικές πηγές, τμήματα επενδυτικής στρατηγικής με εξειδίκευση στην ποντοπόρο είναι on board, **σάρωμα της σχετικής αγοράς σε διεθνές επίπεδο είναι σε εξέλιξη, με επιδίωξη την προσέλκυση εφοπλιστικού κεφαλαίου,** συνακόλουθα πηγής σημαντικών εσόδων για την ελληνική κεφαλαιαγορά. Στο monitoring των τραπεζικών, κατ' αρχήν εισηγμένες στην Wall Street (NYSE, Nasdaq) λ.χ. Tsakos Energy Navigation, Capital Clean Energy Carriers, Navigation, Costamare, Danaos, EuroSeas, Global Ship Lease, Stealth GasSeenergy, e.t.c., θυμίζοντας πως η CCEC-συμφερόντων Βαγγέλη Μαρινάκη προχωρά (17-19 Φεβρουαρίου) στην έκδοση ομολογιακού ύψους 250 εκατ.

Για παράγοντες της Ακτής Μιαούλη, **η συγκυρία είναι θετική, καθώς ο Πειραιάς είναι στο επίκεντρο της ανάκαμψης της ναυτιλίας,** με τις διελεύσεις των πλοίων ανακάμπτουν σταδιακά από τη Διώρυγα του Σουέζ. Ειδικότερα, το λιμάνι του Πειραιά συνεχίζει να ενισχύει τον ρόλο του **ως ένα από τα πλέον σύγχρονα και στρατηγικά λιμάνια της Μεσογείου,** έτοιμο να υποδεχθεί τη νέα γενιά των υπερμεγεθών πλοίων μεταφοράς εμπορευματοκιβωτίων (Ultra-Large Container Ships – ULCS) σύμφωνα με το Tradewinds News. Με αιχμή του δόρατος τον Σταθμό Εμπορευματοκιβωτίων της PCT, ο Πειραιάς **διαθέτει πλέον βάθη έως 18 μέτρα και γερανογέφυρες Super-Post-Panamax, ικανές να εξυπηρετούν πλοία άνω των 24 σειρών στο πλάτος.** Προδιαγραφές που τον κατατάσσουν στην ίδια κατηγορία με τα μεγαλύτερα λιμενικά hubs της Ευρώπης. **Παράλληλα, και το λιμάνι της Θεσσαλονίκης μπαίνει σταδιακά στο παιχνίδι των mega-ships.** Συνεπώς... πρόσω οι προϋποθέσεις για την ανάδειξη του Euronext Athens σε αναβαθμισμένο χρηματοδοτικό/επενδυτικό hub- συμπληρωματικό του εγχώριου banking. Προοπτική που φαίνεται να έχει αποτέλεσμα, καθώς **τουλάχιστον δύο (εξ' όσων γνωρίζουμε) Greeks είναι σε ρότα επαφών με τραπεζικούς και επενδυτικούς/χρηματιστηριακούς παράγοντες για τη ευόδωση ενός στόχου ετών (*).** (*) από την εποχή πριν τον αείμνηστο Νικήτα Νιάρχο και όσων ακολούθησαν μέχρι σήμερα το ενδεχόμενο εισαγωγής ναυτιλιακών της ποντοπόρου στο Χρηματιστήριο Αθηνών, αποτελούσε/αποτελεί μύχια επιδίωξη. Ανεκπλήρωτη για σχεδόν 40 χρόνια που είμαι στο ρεπορτάζ. Φαίνεται πως ήρθε η ώρα να δούμε το 2026-αρχές 2027 την πρώτη... άφιξη.

SECRETRECIPE

Ποιο opening; Ο ΔΕΔΔΗΕ να είναι καλά...

Το opening του νέου και πολύ ενδιαφέροντος project, ιαπωνικού χαρακτήρα, στο Κουκάκι, το περιμένουμε πώς και πώς. Όλα είναι έτοιμα εδώ και εβδομάδες. Όλα. Όχι ακριβώς. Οι επιχειρηματίες περιμένουν - πάνω από μήνα, μαθαίνουμε - τον ΔΕΔΔΗΕ να πάει για να συνδέσει το τριφασικό ρεύμα. Αλλά, δε βαριέστε; Τα ενόικια και τα λοιπά έξοδα τρέχουν. Χωρίς έσοδα. Ψιλά γράμματα...

SÒ POSH!
the trendletter

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

**Κάθε Σάββατο
στις 9.30**

ΤΟ ΕΒΔΟΜΑΔΙΑΙΟ NEWSLETTER

ΓΙΝΕ ΣΥΝΔΡΟΜΗΤΗΣ ΕΔΩ

Editorial

Τεχνική αλλεργία

Η εβδομάδα ξεκινάει, αναμένοντας ένα μεγάλο γεγονός στο τέλος της: Την κάθοδο των αγροτών στην Αθήνα, την Παρασκευή, όπως έχουν μέχρι στιγμής προαναγγείλει. Γιατί θέλουν να έρθουν στην πρωτεύουσα;

Διότι, όπως λένε, τα αιτήματά τους δεν έχουν ικανοποιηθεί από την κυβέρνηση, αφού υποστηρίζουν πως βασικά ζητήματα παραμένουν, όπως η αναπλήρωση του χαμένου εισοδήματος, Μάλιστα.

Προφανώς, θεωρούν πως είναι ο μόνος κλάδος, ο οποίος πρέπει να παίρνει όλα όσα ζητάει κάθε φορά, έχοντας το ανικανοποίητο, δεδομένου ότι τα όσα έχει ανακοινώσει η κυβέρνηση ότι θα τους δώσει είναι κάτι παραπάνω από ικανοποιητικά.

Τί κάνουν, όμως, οι ίδιοι από την πλευρά τους;

Κατανοούν την ανάγκη να εξελίξουν τον τρόπο παραγωγής τους, ώστε να είναι ανταγωνιστικοί και στις τιμές και στην ποιότητα; Μάλλον όχι.

Ή, για να το πω πιο σωστά, δεν θέλουν να το καταλάβουν.

Με αφορμή, λοιπόν, τις νέες κινητοποιήσεις, έψαξα δηλώσεις αγροτοσυνδικαλιστών από τον Δεκέμβριο, όταν και είχαν κλείσει τους δρόμους, σχεπικά με το ότι η χρήση νέων τεχνολογιών στην παραγωγή είναι μονόδρομος. Διαβάστε με προσοχή:

“Η Ευρωπαϊκή Ένωση θέλει αγρότες σαν κι εμάς; Το μοντέλο είναι αγρότη-ταιφλικά; Ευφυής γεωργία και όλες αυτές τις π@η@ριές; Διότι με την ευφυή γεωργία δεν είναι να μένει κόσμος εδώ”.

Αυτός, λοιπόν, ο άνθρωπος, που ηγείται των αγώνων των αγροτών, δεν θέλει καθόλου την τεχνολογία.

Έχει αλλεργία στην εξέλιξη της παραγωγής. Δηλαδή, στην εξέλιξη του προϊόντος του. Βέβαια, ίσως το “του” κακώς το χρησιμοποιώ, διότι - στη συντριπτική πλειονότητα των περιπτώσεων - οι συγκεκριμένοι συνδικαλιστές είναι τύπου Γκρούεζας (για όσους θυμούνται τον κομματάρχη του Μαυρογιαλόρου από την κορυφαία ελληνική ταινία). Δηλαδή, πληρώνονται από το... κόμμα. Άρα, όχι μόνο δεν ενδιαφέρονται για την ευφυή γεωργία, αλλά, επιπλέον, τέτοιες... καπιταλιστικές πρακτικές τους χαλάνε τη μαγιά του παραμυθιού, που πουλάνε στους υπόλοιπους αγρότες. Και το οποίο αποτελεί τον μοναδικό λόγο ύπαρξής τους στον αγροτικό κόσμο.

Και ποια είναι η λύση;

Η επιστροφή στην... τεχνική λύση, όπως έλεγαν τότε, τόσο για το 2025, όσο και για το 2026, “ώστε να πάρουμε τα λεφτά μας κανονικά και να κάτσουμε να κουβεντιάσουμε για τη συνέχεια”.

Με ποιον, άραγε, να κουβεντιάσουν; Με την κυρία Κοβέτσι;

Σίγουρα δεν εννοούν την Ευρωπαϊά Εισαγγελέα...

Α, και κάτι ακόμα.

Να επιστρέψει ο ΟΠΕΚΕΠΕ εκτός ΑΑΔΕ.

Γιατί;

Γιατί έτσι!

Πολλά ρωτάτε!

Τόσο απλά.

Νεκτάριος Β. Νώτης
nectarios@notice.gr