

Sani[®] sensitive

MEN

Absorbent Protectors
Απορροφητικά προστατευτικά

Με την έγκριση της

ΕΛΛΗΝΙΚΗΣ
ΟΥΡΟΛΟΓΙΚΗΣ
ΕΤΑΙΡΕΙΑΣ



Ισχυρά, όπως εσύ!

Τα απορροφητικά προστατευτικά ακράτειας
Sani Sensitive MEN συνδυάζουν:

- Αξεπέραστη απορροφητικότητα.
- Αποδεδειγμένο περιορισμό των οσμών, για έως και 8 ώρες!
- Μοναδικά σταθερή εφαρμογή.



Τα μόνα
με αυτοκόλλητα
φτερά και 3 σημεία
επικόλλησης



Περιορίζει
τις οσμές
για έως και

8 ώρες



www.sanisensitive.gr

Γραμμή Καταναλωτών:
800-11-84200

ΜΕΓΑ
Ελληνική
καινοτομία





• **COCA COLA HBC AG**

Οργανική ανάπτυξη 13,7% στο εννεάμηνο - Μεσαία
μονοψήφια αύξηση των όγκων στην Ελλάδα



• **CARLSBERG (ΕΝΝΕΑΜΗΝΟ)**

Σταθερότητα στους όγκους πωλήσεων
- Έντονη η ανάπτυξη στην Ελλάδα



• **ΜΕΝΤΕΚΙΔΗΣ**

Στο 4,7% το μερίδιο στη ζεστή αγορά
το εννεάμηνο - Επενδύσεις άνω των €7 εκατ.
για αύξηση παραγωγής



• **ΚΟΥΡΕΛΛΑΣ**

Επιστρέφει στην κερδοφορία
- Πού εστιάζει τη στρατηγική της

EDITORIAL: Βλέποντας και κάνοντας...

SECRET RECIPE: Deal κάτω από τα ραντάρ



2nd ESG Conference

Unlock your sustainability opportunities

Το 2ο ESG Conference της KPMG στην Ελλάδα έρχεται την Τρίτη 10 Δεκεμβρίου για να καλωσορίσει όλα τα στελέχη της αγοράς που ασχολούνται με το ESG σε μια εκδήλωση αφιερωμένη στη δημιουργία ενός βιώσιμου μέλλοντος και στην προώθηση δημιουργικών, υπεύθυνων επιχειρηματικών πρακτικών!



Στόχος του συνεδρίου είναι να προσφέρει μια μοναδική ευκαιρία στους συμμετέχοντες να ενημερωθούν σχετικά με τις τελευταίες παγκόσμιες τάσεις, πλαίσια και πρωτοβουλίες στον τομέα της βιωσιμότητας και του ESG και να μάθουν πώς να ενσωματώσουν επιτυχώς αυτές τις αρχές στα επιχειρηματικά τους μοντέλα.

CSRD Assurance and Preparation, Double Materiality Assessment under CSRD, CSDDD, Decarbonization, the Future of ESG Data, the role of AI in ESG, Net Zero & Scope 3 στην «καρδιά» του συνεδρίου.

Join us στο ESG Conference με στόχο να ευθυγραμμίσουμε τις δράσεις μας με τους παγκόσμιους στόχους της επίτευξης οικονομικής ευημερίας, κοινωνικής ισότητας και περιβαλλοντικής ανθεκτικότητας για έναν καλύτερο και πιο βιώσιμο κόσμο.

Δηλώστε τώρα συμμετοχή και αξιοποιήστε την

Early Bird τιμή -20%!

Register Now

📅 Τρίτη, 10 Δεκεμβρίου 2024 📍 Athenaeum Intercontinental

#ESGConference



• AB INBEV (Γ' ΤΡΙΜΗΝΟ)

ΗΠΑ, ΜΕΞΙΚΟ ΚΑΙ ΚΙΝΑ ΕΠΛΗΞΑΝ ΤΑ ΕΣΟΔΑ ΤΗΣ ΜΕΓΑΛΥΤΕΡΗΣ ΖΥΘΟΠΟΙΙΑΣ ΣΤΟΝ ΚΟΣΜΟ

Χαμηλότερα από τις προβλέψεις ήταν τα έσοδα και τα κέρδη για το γ' τρίμηνο για τη μεγαλύτερη ζυθοποιία παγκοσμίως, καθώς η Anheuser-Busch InBev πούλησε λιγότερη μπύρα σε βασικές αγορές, όπως οι ΗΠΑ, το Μεξικό και η Κίνα. Ωστόσο, αύξησε τις προβλέψεις της για το σύνολο του έτους και ανακοίνωσε την επαναγορά μετοχών ύψους €2 δισ. τους επόμενους 12 μήνες.

Η ΕΙΚΟΝΑ ΤΟΥ ΤΡΙΜΗΝΟΥ

Τα έσοδά της και οι όγκοι σημείωσαν αύξηση 2,1% και μείωση 2,4% αντίστοιχα, έναντι προβλέψεων για αύξηση 3,4% και μείωση 0,4%, ενώ ανέφερε οργανική αύξηση των EBITDA κατά 7,1%, έναντι των προσδοκιών για αύξηση 8,6%.

Ο διευθύνων σύμβουλος της εταιρείας, Michel Doukeris, ανέφερε ότι η AB InBev αναμένει για το σύνολο του έτους οργανι-

κή αύξηση EBITDA μεταξύ 6% και 8%, έναντι 4-8% από την προηγούμενη πρόβλεψη.

ΛΙΓΟΤΕΡΕΣ ΠΩΛΗΣΕΙΣ ΣΕ ΒΑΣΙΚΕΣ ΑΓΟΡΕΣ

Η παραγωγός των Stella Artois και της Budweiser πούλησε λιγότερη μπύρα στη μεγαλύτερη αγορά της, τις ΗΠΑ, καθώς οι πωλήσεις προς τους χονδρέμπορους υποχώρησαν κατά 0,2% και οι πωλήσεις προς τους λιανοπωλητές κατά 3%.

Είδε επίσης χαμηλή μονοψήφια μείωση στο Μεξικό, μια άλλη κρίσιμη αγορά για τις μπύρες της, εν μέσω δυσμενών καιρικών συνθηκών και ηπιότερης καταναλωτικής ζήτησης. Τα έσοδα και οι όγκοι μειώθηκαν κατά 16,1% και 14,2% αντίστοιχα στην Κίνα, με την AB InBev να επισημαίνει ιδιαίτερη αδυναμία στις πωλήσεις σε χώρους όπως τα μπαρ και τα εστιατόρια.



SECRETCREIPE

Deal κάτω από τα ραντάρ

Μια πολύ ενδιαφέρουσα συμφωνία έκλεισε πρόσφατα στον κλάδο του τροφίμου. Και, μάλιστα, πολύ κάτω από τα ραντάρ. Μόλις έχουμε το πράσινο φως, θα ενημερωθείτε πρώτοι. Φυσικά, εδώ, στο Fnb Daily.

Editorial

Βλέποντας και κάνοντας...

Τα δεδομένα στην Ευρωζώνη έχουν ως εξής:

Τα στοιχεία για το ΑΕΠ έδειξαν ανάκαμψη της οικονομίας στο τρίτο τρίμηνο, και μάλιστα με τον ταχύτερο ρυθμό ανάπτυξης των τελευταίων δύο ετών.

Το γεγονός ότι ο πληθωρισμός σταμάτησε την πτωτική του πορεία και ξέφυγε από τα χαμηλά τριών ετών τον Οκτώβριο, δεν εξέπληξε τους αναλυτές, καθώς η πτώση των τιμών της ενέργειας της προηγούμενης χρονιάς δεν λαμβάνεται πλέον υπόψη κατά τον υπολογισμό.

Αυτά, όμως, σε κάθε περίπτωση, δικαιώνουν την Christine Lagarde - και το λέω εγώ αυτό! - στη διστακτικότητά της για την επιτάχυνση του ρυθμού μείωσης των επιτοκίων. Διότι πρόκειται για εξελίξεις, που πιθανώς να ενθαρρύνουν την Ευρωπαϊκή Κεντρική Τράπεζα να υιοθετήσει μια λιγότερο επιθετική προσέγγιση, σχετικά με τη μείωση των επιτοκίων στις επόμενες συνεδριάσεις.

Συνεπώς, εκτιμάται ότι θα υποχωρήσει σημαντικά η επίμονη φημολογία σχετικά με τη - μικρών πιθανοτήτων - μεγάλη μείωση επιτοκίων, κατά 50 μ.β. από την ΕΚΤ, τον Δεκέμβριο.

Ποιο είναι το πιθανότερο σενάριο για την επόμενη συνεδρίαση;

Μια... τυπική - όπως χαρακτηρίζεται - κίνηση μείωσης επιτοκίων κατά 25 μ.β.

Και κάτι ακόμα.

Αυτό δεν σημαίνει ότι θα δούμε την Φρανκφούρτη να υιοθετεί μια ήπια ρητορική στις επικείμενες ανακοινώσεις της.

Αλλά, αντίθετα, να επιλέγει λεκτικά, βασισμένα αποκλειστικά στην αξιολόγηση των δεδομένων.

Τόσο απλά.

Νεκτάριος Β. Νώτης

nectarios@notice.gr

• **ΟΜΗΡΟΣ**

ΜΕ ΝΕΕΣ ΠΡΟΤΑΣΕΙΣ ΠΟΥ ΑΝΤΑΝΑΚΛΟΥΝ ΤΗ ΣΥΓΧΡΟΝΗ ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΓΑΣΤΡΟΝΟΜΙΑ ΣΤΗΝ SIAL 2024

Η Όμηρος συμμετείχε δυναμικά, για ακόμη μία χρονιά στη διεθνή έκθεση τροφίμων Sial 2024, στο Παρίσι, επιβεβαιώνοντας τη δέσμευσή της στην υψηλή ποιότητα και την πρωτοπορία στον κλάδο των τυροκομικών προϊόντων.

Στην έκθεση, που αποτελεί σημείο αναφοράς για τις εξελίξεις στον τομέα των τροφίμων, η Όμηρος εντυπωσίασε το διεθνές κοινό με την εκτενή γκάμα προϊόντων της, δίνοντας έμφαση στη διατήρηση της αυθεντικότητας.

ΒΡΑΒΕΥΜΕΝΑ ΠΡΟΪΟΝΤΑ ΣΕ ΠΟΛΛΕΣ ΕΚΔΟΧΕΣ ΚΑΙ ΓΕΥΣΕΙΣ

Το περίπτερο της Όμηρος αποτέλεσε σημείο συνάντησης για επαγγελματίες του κλάδου, διανομείς και αγοραστές από όλο τον κόσμο. Οι επισκέπτες είχαν την ευκαιρία να δοκιμάσουν τα βραβευμένα προϊόντα της εταιρείας, με πρωταγωνιστές

- την αυθεντική ελληνική Φέτα ΠΟΠ
- τη βιολογική φέτα ΠΟΠ και
- φέτα ΠΟΠ χωρίς λακτόζη

Επίσης, τη σειρά τυριών σχάρας "Grill the Greek", σε διαφορετικές εκδοχές και γεύσεις, όπως με τσίλι, με βασιλικό για πιο αρωματικές νότες, καθώς και σε στρογγυλό σχήμα, ειδικά σχεδιασμένο για τη χρήση σε burgers, η οποία συνδυάζει ποιότητα και σύγχρονες διατροφικές ανάγκες.

Οι επισκέπτες εντυπωσιάστηκαν από την premium σειρά η οποία περιλαμβάνει τη



βαρελίσια φέτα (Barrel Aged Feta PDO), με ιδιαίτερα πλούσια και δυνατή γεύση, που αναδεικνύει την παραδοσιακή ελληνική τυροκομία καθώς και από το νέο τυρί "Paneer," που ανταποκρίνεται στις προτιμήσεις των διεθνών αγορών.

ΟΙ ΝΕΕΣ ΠΡΟΤΑΣΕΙΣ

Η Όμηρος έχοντας στόχο την καινοτομία και τη διεθνή εξωστρέφεια, παρουσίασε και νέες προϊόντικές προτάσεις που αντανάκλουν τη σύγχρονη ελληνική γαστρονομία, αλλά και την ικανότητά της να προσαρμόζεται στις προκλήσεις της παγκόσμιας αγοράς τροφίμων.

Στην έκθεση έκαναν το ντεμπούτο τους και δύο νέα προϊόντα. Το νέο τυρί spread με φέτα, ιδανικό για άλειμμα, σνακ ή συνοδευτικό σε ποικιλία πιάτων, καθώς και το high protein λευκό τυρί, ένα προϊόν υψηλής πρωτεΐνης, που απευθύνεται στους καταναλωτές που ακολουθούν μια πιο αθλητική ή ισορροπημένη διατροφή, χωρίς να στερούνται τη



μοναδική γεύση του καλού τυριού.

Η ανταπόκριση από τους επισκέπτες της Sial ήταν θερμή, αναδεικνύοντας την παγκόσμια απήχηση των προϊόντων της Όμηρος. Οι επαγγελματίες του χώρου εκτίμησαν τη συνδυαστική προσέγγιση παράδοσης και καινοτομίας που χαρακτηρίζει την εταιρεία, καθώς και την ποικιλία της που καλύπτει τις ανάγκες διαφορετικών καταναλωτικών προφίλ.

Παράλληλα, η παρουσία της Όμηρος στην Sial ενίσχυσε τις συνεργασίες με υφιστάμενους και νέους εμπορικούς συνεργάτες, ενδυναμώνοντας την εξαγωγική της δραστηριότητα σε περισσότερες από 30 χώρες.



• ΜΕΝΤΕΚΙΔΗΣ

ΣΤΟ 4,7% ΤΟ ΜΕΡΙΔΙΟ ΣΤΗ ΖΕΣΤΗ ΑΓΟΡΑ ΤΟ ΕΝΝΕΑΜΗΝΟ - ΕΠΕΝΔΥΣΕΙΣ ΑΝΩ ΤΩΝ €7 ΕΚΑΤ. ΓΙΑ ΑΥΞΗΣΗ ΠΑΡΑΓΩΓΗΣ

Με διψήφια ανάπτυξη σε όγκο και αξία έτρεξε η Μεντεκίδης στο εννεάμηνο, αυξάνοντας παράλληλα το μερίδιό της στην αγορά. Σύμφωνα με πληροφορίες του FNB Daily, η εταιρεία, που εμπορεύεται τα brands Διός και Σέλι, με βάση τα στοιχεία της Nielsen για το εννεάμηνο έχει μερίδιο στη ζεστή αγορά 4,7%, ενώ οι εκτιμήσεις για το σύνολο της αγοράς είναι στο 8%-9%.

Στρατηγική της βιομηχανίας νερού για την τρέχουσα χρήση, είναι η περαιτέρω ανάπτυξη κερδοφόρων πωλήσεων, με σκοπό την απόκτηση μεγαλύτερων μεριδίων αγοράς και την αύξηση της κερδοφορίας της, διατηρώντας τα υψηλά ποσοστά EBITDA του 2023.

Η ΠΟΡΕΙΑ ΤΟΥ 2023

Η αυξημένη ζήτηση των προϊόντων οδήγησε την Μεντεκίδης σε αύξηση πωλήσεων όγκου και αξίας το 2023, παράλληλα με τη διεύρυνση του δικτύου διανομής σε Βόρεια και Νότια Ελλάδα, μέσα από στοχευμένες κινήσεις της ομάδας πωλήσεων.

Ομοίως, η άνοδος του EBITDA οφείλεται τόσο στην παραπάνω στρατηγική, όσο και στην ισορροπία της αγοράς, σε ό,τι αφορά την τιμή των πρώτων υλών και της ενέργειας, συγκριτικά με το 2022.

DATA (σε €χιλ.)

<u>Κύκλος εργασιών</u>	
2023: 20.493	
2022: 16.718	
Μεταβολή: 22,58%	
<u>Μικτό αποτέλεσμα</u>	
2023: 9.131	
2022: 6.090	
Μεταβολή: 49,94%	
<u>EBITDA</u>	
2023: 4.492	
2022: 2.118	
Μεταβολή: 112,09%	
<u>Κέρδη προ φόρων</u>	
2023: 2.907	
2022: 573	
Μεταβολή: 406,74%	

ΕΞΑΓΩΓΕΣ

Η Μεντεκίδης έχει αυξήσει τη διεύθυνσή της και στο εξωτερικό, έχοντας μια νέα συνεργασία στην Βόρεια Μακεδονία από αρχές του



Δημήτρης Μεντεκίδης, Πρόεδρος, Μεντεκίδης

έτους, ενώ τον Σεπτέμβριο ξεκίνησε και στο Κόσσοβο. Το Διός έχει ήδη παρουσία στην Ρουμανία, αγορά την οποία άνοιξε η Μεντεκίδης βάζοντας πρώτα το Σέλι.

Επίσης, η εταιρεία, πάλι με όχημα το Σέλι και αργότερα το Διός, μπήκε στην Γερμανία, στην Αλβανία αλλά και στην Κύπρο (πρώτα με Διός και έπειτα με το Σέλι).

ΕΠΕΝΔΥΣΕΙΣ

Έχοντας ως προτεραιότητα την ενίσχυση της παρουσίας της στην αγορά και στηρίζοντας την ανοδική πορεία των τελευταίων ετών, προγραμματίζει σειρά επενδύσεων, τόσο στο Διός, όσο και στο Σέλι. Στόχος είναι αύξηση της παραγωγικής δυναμικής, ενώ το ύψος του επενδυτικού πλάνου εκτιμάται ότι θα είναι στα ίδια και μεγαλύτερα επίπεδα, με την επένδυση €7,5 εκατ. που έγινε πριν μερικά χρόνια στο Διός.

ΑΜΚ

Στη διάρκεια του έτους ολοκληρώθηκε η ΑΜΚ €12,38 εκατ. με την είσοδο νέων επενδυτών στην Μεντεκίδης. Η εταιρεία απέκτησε πρόσφατα νέους επενδυτές, συγκεκριμένα τους Σπύρο Θεοδωρόπουλο, Απόστολο Ταμβακάκη, και Νίκο Καραμούζη, οι οποίοι, μέσω της Water Invest εξαγόρασαν το πλειοψηφικό πακέτο μετοχών της. Η κίνηση προέκυψε σε μία περίοδο που η αγορά εμφανιζόταν νεορού στην Ελλάδα σημειώνει αυξημένο επενδυτικό ενδιαφέρον και στροφή προς στρατηγικές εξαγορές και επεκτάσεις.

Στέλλα Αυγουστάκη
stella@notice.gr



• ΑΒ ΒΑΣΙΛΟΠΟΥΛΟΣ

15 ΧΡΟΝΙΑ ΣΥΝΕΡΓΑΣΙΑΣ ΜΕ ΤΗΝ KRIVEK

Εδώ και 15 χρόνια συνεργάζεται η ΑΒ Βασιλόπουλος με τον όμιλο εταιρειών Krivek, ο οποίος προμηθεύει την αλυσίδα με κρέατα, ψάρια και αλιεύματα, τόσο νωπά, όσο και κατεψυγμένα, καλύπτοντας τις ανάγκες των καταστημάτων της στην Κρήτη και πανελλαδικά. Στο θέμα αυτό είχε αναφερθεί [πρόσφατο ρεπορτάζ του FNB Daily](#).

ΤΑ ΟΦΕΛΗ ΓΙΑ ΤΗΝ KRIVEK

Από το 2009, η ΑΒ Βασιλόπουλος έχει αναπτύξει αποκλειστική συνεργασία με την Krivek, με κρέατα και ψάρια μέσω της σειράς Krivek Quality Meat και Vira. Η συνεργασία αυτή έχει συνεισφέρει περίπου €3,5 εκατ. στον συνολικό κύκλο εργασιών της Krivek, ετησίως.

Η Krivek έχει επενδύσει και στην παραγωγή κατεψυγμένων προϊόντων φυτικής προέλευσης, διαθέτοντας τη σειρά CampoFarm στα ράφια της ΑΒ Βασιλόπουλος. Με υποκαταστήματα σε πόλεις όπως η Αθήνα, το Ηράκλειο, τα Χανιά, η Κως και η Ρόδος, η Krivek ενισχύει τη θέση της στην ελληνική αγορά, επεκτείνοντας παράλληλα τη δραστηριότητά της σε βαλκανικές αγορές.

• CARLSBERG (ΕΝΝΕΑΜΗΝΟ) ΣΤΑΘΕΡΟΤΗΤΑ ΣΤΟΥΣ ΟΓΚΟΥΣ ΠΩΛΗΣΕΩΝ - ΕΝΤΟΝΗ Η ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ

Άνοδο 0,8% εμφάνισαν οι όγκοι πωλήσεων της Carlsberg στο εννεάμηνο, αν και το καλοκαίρι καταγράφηκε μικρή πτώση κατά 0,2%, καθώς οι καλές επιδόσεις στην περιοχή της Κεντρικής και Ανατολικής Ευρώπης & Ινδίας (CEE&I) αντισταθμίστηκαν από τη μέτρια πορεία σε Κίνα, Γαλλία και Ηνωμένο Βασίλειο. Τα συνολικά έσοδα εννεαμήνου ενισχύθηκαν κατά 3% (+1,3% στο γ' τρίμηνο) με διπλούς ρυθμούς ανάπτυξης στην περιοχή της CEE&I, ενώ τα έσοδα ανά εκατόλιτρα ενισχύθηκαν κατά 2% τόσο σε επίπεδο γ' τριμήνου όσο και σε εννεαμήνου.



Jacob
Aarup-
Andersen,
CEO,
Carlsberg

Η ΕΙΚΟΝΑ ΑΝΑ ΚΑΤΗΓΟΡΙΑ

- Premium μπύρες: -0,5%
- Μπύρες χωρίς αλκοόλ: +6%
- Ποτά εκτός μπύρας (Beyond Beer): +10%

- Αναψυκτικά: +4%
- Αναφορικά με τα premium brands της Carlsberg αυτά κινήθηκαν ως εξής:
- Tuborg: +2%

- Carlsberg: +11%
- Brooklyn: +9%
- 1664 Blanc: +8%
- Somersby: +2%



ΔΥΣΚΟΛΟ ΤΡΙΜΗΝΟ

Ο Διευθύνων Σύμβουλος του ομίλου, Jacob Aarup-Andersen, σχολίασε ότι "ήταν ένα δύσκολο τρίμηνο, επηρεασμένο από ένα δύσκολο καταναλωτικό περιβάλλον και τις καιρικές συνθήκες. Ωστόσο, επιτύχαμε αύξηση όγκου και εσόδων στην πλειονότητα των αγορών μας, αν και οι χαμηλότεροι όγκοι σε Κίνα, Γαλλία και Ηνωμένο Βασίλειο επηρέασαν τη συνολική

κρίση απόδοση του ομίλου".

Δήλωσε πάντως ικανοποιημένος με την ανάπτυξη των βασικών κατηγοριών μακροπρόθεσμης στρατηγικής ανάπτυξης του ομίλου, συμπεριλαμβανομένων των ζυθοποιιών χωρίς αλκοόλ, της κατηγορίας Beyond Beer και των αναψυκτικών. Πρόσθεσε ότι εντός του α' τριμήνου του 2025 θα ολοκληρωθεί η εξαγορά της Britvic, ενώ η συνεργασία της Carlsberg με την PepsiCo

θα επεκταθεί περαιτέρω με δύο επιπλέον αγορές από το 2026.

Για το 2024 η διοίκηση εκτιμά ανάπτυξη της λειτουργικής κερδοφορίας με ρυθμούς 4%-6%.

ΔΥΤΙΚΗ ΕΥΡΩΠΗ

Η ανάπτυξη των οργανικών εσόδων στην Δυτική Ευρώπη ήταν σταθερή. Τα έσοδα/ηλ αυξήθηκαν στις περισσότερες αγορές,

κυρίως λόγω των ανατιμήσεων στην αρχή του έτους, αλλά τα συνολικά έσοδα επηρεάστηκαν από τη λήξη της licensee συμφωνίας με την Kronenbourg 1664 στο Ηνωμένο Βασίλειο. Εξαιρουμένου αυτού, τα έσοδα/ηλ ήταν βελτιωμένα κατά περίπου 2%.

Καταγράφηκε θετική ανάπτυξη όγκου στις Σκανδιναβικές χώρες, την Γερμανία και την Πολωνία, ενώ οι όγκοι μειώθηκαν στο Ηνωμένο Βασίλειο, την Ελβετία και την Γαλλία. Στο Ηνωμένο Βασίλειο, οι όγκοι επηρεάστηκαν από τους προσωρινούς περιορισμούς της αλυσίδας εφοδιασμού, ενώ στην Γαλλία καταγράφηκε ήπια απώλεια του μεριδίου αγοράς.

ΑΣΙΑ

Τα οργανικά έσοδα στην Ασία υποχώρησαν κατά 3,3%. Η θετική πορεία των εσόδων/ηλ υποστηρίχθηκε από τις αυξήσεις των τιμών, ιδίως στο Λάος λόγω του υψηλού πληθωρισμού. Από το ξεκίνημα του 2024, οι όγκοι στην Κίνα παρέμειναν σταθεροί, σε μια αγορά η οποία υποχώρησε κατά 5%. Στο Βιετνάμ, οι όγκοι πωλήσεων αυξήθηκαν κατά χαμηλά μονοψήφια ποσοστά, με την εταιρεία να βελτιώνει το μερίδιο αγοράς της. Από τις υπόλοιπες χώρες, οι όγκοι μπίρας αυξήθηκαν στην Μαλαισία, την Σιγκαπούρη και την Καμπότζη, ενώ στο Λάος, οι όγκοι επηρεάστηκαν από τις πολλαπλές αυξήσεις τιμών που πέρασαν φέτος.

CEE&I

Αναφορικά με την περιοχή CEE&I, εμφανίσε οργανική αύξηση των εσόδων της κατά 9,8%, ως αποτέλεσμα της αύξησης των εσόδων/ηλ κατά 4% και της αύξησης του όγκου κατά 5,2%. Οι επιδόσεις αυτές υποστηρίχθηκαν από τις αυξήσεις των τιμών και το πολύ θετικό μείγμα προϊόντων χάρη στην έντονη ανάπτυξη του premium χαρτοφυλακίου. Η αναφερόμενη αύξηση των εσόδων ήταν 6,9%, λόγω της υποτίμησης των νομισμάτων στην Ανατολική Ευρώπη. Στην Ινδία, η αύξηση του όγκου κατά τη φετινή χρονιά κινείται στα επίπεδα του 12%-15%, ενώ υπογραμμίζεται η ιδιαίτερα έντονη ανάπτυξη σε αγορές όπως η Ελλάδα, η Ουκρανία και οι χώρες της Βαλτικής.

ΟΛΥΜΠΙΑΚΗ ΖΥΘΟΠΟΙΙΑ

Αναφορικά με την πορεία της Ολυμπιακής Ζυθοποιίας πέρυσι, η εταιρεία εμφάνισε αύξηση 8% των καθαρών πωλήσεων (στα €129,65 εκατ.) παρά τη μείωση του συνολικού όγκου πωλήσεων κατά 17%, η οποία οφείλεται στην πώση των ενδομικλών πωλήσεων προς την Βουλγαρία. Η ενίσχυση των επιδόσεων στην ελληνική αγορά αποδίδεται στη γενικότερη αύξηση που παρατηρήθηκε στο κανάλι της εστίασης, αλλά και στη συνεχιζόμενη άνοδο του τουρισμού στη χώρα μας. Τα καθαρά κέρδη της εταιρείας ενισχύθηκαν κατά 45,2%, στα €10,24 εκατ.

DATA (σε χιλ.)

Πωλήσεις

2023: 181.122

2022: 170.824

Καθαρές πωλήσεις

2023: 129.654

2022: 119.934

Κέρδη προ φόρων

2023: 13.233

2022: 10.065

Καθαρά κέρδη

2023: 10.213

2022: 6.740

ΕΠΕΝΔΥΣΕΙΣ

Κατά το 2023 η εταιρεία υλοποίησε επενδύσεις ύψους €9,325 εκατ. που αφορούσαν σε:

- Εξοπλισμό για τον συνεχή εκσυγχρονισμό των παραγωγικών της μονάδων
- Τεχνολογικό εξοπλισμό και αυτοματοποίηση των συστημάτων της
- Εξοπλισμό σχετικά με την υγεία και ασφάλεια σε όλες τις εγκαταστάσεις της
- Εξοπλισμό πωλήσεων

Στις οικονομικές καταστάσεις σημειώνεται τέλος ότι η εταιρεία εξαγόρασε το σήμα της Kaiser και της Henniger στις 8 Μαρτίου έναντι €4 εκατ.

Μάκης Αποστόλου

makis@notice.gr

• LIDL HELLAS

ΥΠΟΣΤΗΡΙΞΕ ΤΟ MAKE-A-WISH ΕΛΛΑΔΟΣ ΠΡΑΓΜΑΤΟΠΟΙΩΝΤΑΣ 25 ΕΥΧΕΣ ΠΑΙΔΙΩΝ

Με αφορμή την 25η επέτειο παρουσίας της στην Ελλάδα η Lidl Ελλάς στήριξε το Make-A-Wish με την εκπλήρωση 25 ευχών παιδιών, 3 έως 18 ετών, που πάσχουν από κάποια σοβαρή ασθένεια, καλύπτοντας όλο το

κόστος για την κάθε ευχή.

Ανάμεσα στις ευχές που εκπληρώθηκαν, ξεχωρίζουν ιστορίες παιδιών που απέκτησαν αμαξίδια, κονσόλες βιντεοπαιχνιδιών, ανανεωμένα δωμάτια αλλά και μοναδικές εμπειρίες ζωής, όπως ταξίδια στην Disneyland και το UEFA Champions League. Η Lidl Ελλάς πρόσφερε σε αυτά τα παιδιά στιγμές χαράς και αισιοδοξίας με τη συμβολή εθελοντών του οργανισμού Make-A-Wish.

ΠΡΑΞΕΙΣ ΑΓΑΠΗΣ ΚΑΙ ΠΡΟΣΦΟΡΑΣ

"Τα 25 χρόνια παρουσίας μας στην ελληνική κοινωνία, τα γιορτάζουμε με πράξεις αγάπης και προσφοράς, δίνοντας χαρά σε παιδιά που πραγματικά το έχουν ανάγκη. Για εμάς, η

κοινωνική ευθύνη είναι πυλώνας της φιλοσοφίας μας και δεν θα μπορούσαμε να σκεφτούμε καλύτερο τρόπο να τιμήσουμε αυτήν την επέτειο από το να στηρίξουμε το έργο του Make-A-Wish. Μέσα από αυτή τη συνεργασία, νιώθουμε πιο δυνατοί και πιο αποφασισμένοι να συνεχίσουμε το έργο μας, πάντα με στόχο την κοινωνική προσφορά και τη βιώσιμη ανάπτυξη", δήλωσε η Βασιλική Αδαμίδου, Διευθύντρια Εταιρικών Σχέσεων & Βιωσιμότητας της Lidl Ελλάς. "Μακάρι να είχαμε περισσότερες τέτοιες συνεργασίες ώστε να ανταποκριθούμε στον αυξανόμενο όγκο αιτημάτων που δεχόμαστε. Σήμερα, στην Ελλάδα, 17.300 παιδιά παλεύουν μία ασθένεια απειλητική για τη ζωή τους. Μόνο με ανθρώπους σαν τους ανθρώπους της Lidl Ελλάς και κάποιων ακόμη εταιρειών που μας αγαπούν μπορούμε να το πετύχουμε. It takes LIDL to Make-A-Wish!", δήλωσε η Σάντρα Ζαφειρακοπούλου, Γενική Διευθύντρια του οργανισμού Make-A-Wish Ελλάδος.



• **UNI.FUND**

ΠΟΥ ΣΤΟΧΕΥΕΙ Ο ΝΕΟΣ ΓΥΡΟΣ ΧΡΗΜΑΤΟΔΟΤΗΣΗΣ €1 ΕΚΑΤ. ΓΙΑ ΤΗΝ INDEEX

Την Indeex (μέχρι πρότινος Oliveex), startup που δραστηριοποιείται στον χώρο της ψηφιοποίησης και βελτιστοποίησης βιομηχανικών διαδικασιών, πρόσθεσε πρόσφατα στο portfolio του το Uni.Fund.

Η Indeex, έχοντας σχηματίζει σημαντικό πελατολόγιο γκέτιδων εταιρειών, όπως οι

- Κλιάφας του ομίλου Ελληνικά Γαλακτοκομία
- Ούζο 12 του CAMPARI Group
- Ζυθοποιία SIRIS (Photos Photiades Group)
- Ζύθος ΒΑΠ
- Ζυθοποιία Πηνειού

έχει αναπτύξει μια καινοτόμα λύση λογισμικού η οποία ενσωματώνεται σε υπάρχουσες βιομηχανικές εγκαταστάσεις και τις μετατρέπει σε πλήρως ψηφιακές με μηδενικές αλλαγές στον εξοπλισμό τους.

Ο συνιδρυτής της Indeex, Κωνσταντίνος Ακρίβος, ανέφερε για τη νέα συνεργασία με το Uni.Fund ότι, "η τεχνογνωσία και η υποστήριξή τους έρχονται σε μια κρίσιμη στιγμή, καθώς εστιάζουμε στην κλιμάκωση της επιχείρησής μας και στην επέκταση των δραστηριοτήτων μας στην Κεντρική Ευρώπη. Η νέα συνεργασία, όχι μόνο μας παρέχει τους πόρους για να επιταχύνουμε την ανάπτυξή μας, αλλά φέρνει επίσης πολύτιμη στρατηγική καθοδήγηση για την αποτελεσματική εφαρμογή του πλάνου μας".

DIGITAL TWIN

Σύμφωνα με σχετική ανακοίνωση, η πλατφόρμα Digital Twin της εταιρείας απλουστεύει τη χρήση του AI και των τεχνολογιών αιχμής στον κόσμο των βιομηχανικών διαδικασιών, δημιουργώντας ψηφιακά δίδυμα που καταγράφουν κάθε βήμα της παραγωγικής διαδικασίας, με σκοπό την ανάδειξη σημείων βελτίωσης, και την έγκαιρη διάγνωση βλαβών και προβλημάτων. Η συνολική αυτή καταγραφή δημιουργεί ένα λεπτομερές, αδιάβλητο μηχανισμό ικνηλασιμότητας σε κάθε κύκλο παραγωγής.

Η εξοικονόμηση ενέργειας, η μείωση καθυστερήσεων και νεκρών χρόνων και ο βέλτιστος χρονοπρογραμματισμός και αξιοποίηση πόρων παραγωγής, είναι μερικές μόνο από τις δυνατότητες της πλατφόρμας Digital Twin της Indeex που συνεισφέρουν σημαντικά στην επίτευξη στόχων βιωσιμότητας και στον περιορισμό του περιβαλλοντικού



αποτυπώματος.

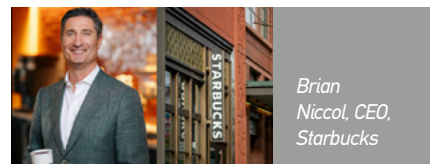
Οι πρώτοι εμπορικοί πελάτες πετυχαίνουν από τους πρώτους κιάλας μήνες χρήσης έως και 22% αύξηση δυναμικότητας στην παραγωγή τους, χωρίς την ανάγκη για νέες επενδύσεις σε υλικοτεχνικό εξοπλισμό, και, έως 40% αύξησης της αποδοτικότητας του εργατικού τους δυναμικού μέσω της ψηφιοποίησης και οργάνωσης των διαδικασιών παραγωγής τους.

ΕΠΕΝΔΥΤΕΣ

Στον νέο Venture Capital γύρο χρηματοδότησης ύψους €1 εκατ., δεύτερο κατά σειρά για την εταιρεία, ηγήθηκε το Uni.Fund με τη συμμετοχή του υφιστάμενου επενδυτή - TECS Capital, και θα αξιοποιηθεί για την περαιτέρω ανάπτυξη του προϊόντος, την ενίσχυση της ομάδας και την είσοδο στις αγορές της κεντρικής Ευρώπης, που έχει ήδη δρομολογηθεί.

Ο Partner του Uni.Fund, Κωνσταντίνος Λαύκας, ανέφερε για την Indeex ότι είναι "μία εταιρεία που ουσιαστικά δραστηριοποιείται στο κομμάτι της ψηφιοποίησης της βιομηχανίας συνδυάζοντας data, AI και απλή / lean προσέγγιση στην εφαρμογή και στη χρήση. Με βάση και τις νέες τάσεις στον παγκόσμιο χώρο, η ψηφιοποίηση της βιομηχανίας αποτελεί το νέο μεγάλο βήμα στην εκθετική ανάπτυξη και την ανάδειξη υπεραξιών".

Από την πλευρά του, ο Partner του TECS Capital, Αντώνης Ηλιας, πρόσθεσε ότι "είναι μια σημαντική ημέρα για την Indeex, που σηματοδοτεί την ενίσχυση της στρατηγικής επέκτασής της στις διεθνείς αγορές. Είμαστε περήφανοι για την πρόοδο της εταιρείας, την εξέλιξη της ιδρυτικής ομάδας, του Δημήτρη και του Κωνσταντίνου, και ενθουσιασμένοι που συμμετέχουμε και σε αυτόν τον γύρο χρηματοδότησης, συνεργαζόμενοι με την ομάδα του Uni.fund για να στηρίξουμε από κοινού τα επόμενα βήματα της εταιρείας".



Brian
Niccol, CEO,
Starbucks

• **STARBUCKS**

ΑΛΛΑΓΗ ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΗΣ ΓΙΑ ΝΑ ΕΠΙΣΤΡΕΨΟΥΝ ΟΙ ΠΕΛΑΤΕΣ

Πλάνο αλλαγής στρατηγικής για να επιστρέψουν οι πελάτες έχει ο CEO των Starbucks, Brian Niccol, καθώς τα τριμηνιαία κέρδη και έσοδα έπεσαν έξω από τις εκτιμήσεις των αναλυτών, με τις πωλήσεις στις αγορές των ΗΠΑ και της Κίνας να απογοητεύουν.

DATA - Δ' Τρίμηνο χρήσης 2023/2024

Έσοδα: \$9,07 δισ. (-3%)

Καθαρά κέρδη: \$909,3 εκατ. (-25,4%)

ΒΗΜΑΤΑ ΕΠΑΝΑΣΧΕΔΙΑΣΜΟΥ

- παράδοση του ροφήματος στον πελάτη σε λιγότερο από 4 λεπτά
- επαναφορά των μπαρών καρυκευμάτων
- κατάργηση επιπλέον χρεώσεων για εναλλακτικά γάλατα
- περισσότερη τάση στις mobile παραγγελίες και πληρωμές
- βελτίωση της στελέχωσης των εστιατορίων
- περιορισμός των νέων καφετεριών και ανακαινίσεων

ΑΔΥΝΑΜΙΑ ΣΕ ΒΑΣΙΚΕΣ ΑΓΟΡΕΣ

Οι παγκόσμιες πωλήσεις μειώθηκαν κατά 7%, λόγω της αδύναμης ζήτησης στις ΗΠΑ και την Κίνα, ενώ η κίνηση στα καταστήματά της παγκοσμίως μειώθηκε κατά 8% κατά τη διάρκεια του τριμήνου. Τα σημεία στις ΗΠΑ ανέφεραν μείωση 6% των πωλήσεων εντός καταστήματος, η οποία τροφοδοτήθηκε από την πτώση της επισκεψιμότητας κατά 10%. Στην Κίνα, οι ίδιες πωλήσεις της εταιρείας σημείωσαν πτώση 14%, καθώς η Starbucks αντιμετωπίζει ανταγωνισμό από τοπικούς ανταγωνιστές, όπως η Luckin Coffee.

DATA - Χρήση 2023/2024

Έσοδα: \$29,765 δισ. (+1%)

Καθαρά κέρδη: \$3,76 δισ. (-8,8%)

• **COCA COLA HBC AG**

ΟΡΓΑΝΙΚΗ ΑΝΑΠΤΥΞΗ 13,7% ΣΤΟ ΕΝΝΕΑΜΗΝΟ - ΜΕΣΑΙΑ ΜΟΝΟΨΗΦΙΑ ΑΥΞΗΣΗ ΤΩΝ ΟΓΚΩΝ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ

Αύξηση των καθαρών εσόδων από πωλήσεις σε οργανική βάση κατά 13,9%, στο γ' τρίμηνο του 2024 και κατά 13,7% στους πρώτους εννέα μήνες του έτους, πέτυχε η Coca-Cola HBC. Στην Ελλάδα, οι όγκοι πωλήσεων αυξήθηκαν κατά μεσαία μονοψήφιο ποσοστό, "επωφελούμενοι από την υλοποίηση της καλά σχεδιασμένης στρατηγικής μας κατά τη διάρκεια της καλοκαιρινής περιόδου", όπως αναφέρει η εταιρεία. Τα ανθρακούχα αναψυκτικά αυξήθηκαν κατά μεσαίο μονοψήφιο ποσοστό, κυρίως λόγω της Coke Zero και της Sprite. Ο καφές κατέγραψε ισχυρή διψήφια αύξηση, ενώ τα μη ανθρακούχα αναψυκτικά κατέγραψαν μεσαία μονοψήφια αύξηση, κυρίως χάρη στην καλή απόδοση του νερού και των χυμών.

DATA - Εννέαμηνιο

Όγκος (σε εκατ. τεμάχια)

2024: 2.244

2023: 2.168

Μεταβολή: 3,5% (οργανική 3,5%)

Καθαρά έσοδα από πωλήσεις (σε €εκατ.)

2024: 8.223

2023: 7.819

Μεταβολή: 5,2% (οργανική 13,7%)

Καθαρά έσοδα από πωλήσεις

ανά κιβώτιο (σε €)

2024: 3,66

2023: 3,61

Μεταβολή: 1,6% (οργανική 9,9%)

ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΕΣ ΚΑΤΗΓΟΡΙΕΣ

Αναλυτικά, σε επίπεδο ομίλου, καταγράφηκε αύξηση του όγκου πωλήσεων σε οργανική βάση κατά 4%, η οποία οφείλεται κυρίως στην άνοδο που σημειώθηκαν στις κατηγορίες στρατηγικής προτεραιότητας:

- ανθρακούχα αναψυκτικά: 3,9%
- ποτά ενέργειας: 28,0%
- καφές: 35,6%

Παράλληλα, σημειώθηκε αύξηση των οργανικών εσόδων ανά κιβώτιο κατά 9,5%, "χάρη στις στοχευμένες πρωτοβουλίες διαχείρισης αύξησης των εσόδων".

Τα καθαρά έσοδα από πωλήσεις σε δημοσιευμένη βάση αυξήθηκαν κατά 8,9%, με την ισχυρή οργανική αύξηση να αντισταθμίζεται, εν μέρει, από τις δυσμενείς συναλλαγματικές μεταβολές στις αναδυόμενες αγορές. Επισημαίνεται, επίσης, η συνεχιζόμενη αύξηση του μεριδίου αγοράς σε αξία στα έτοιμα



Zoran Bogdanovic,
Διευθύνων Σύμβουλος,
Coca-Cola HBC AG

προς κατανάλωση μη αλκοολούχα ποτά και στα ανθρακούχα αναψυκτικά, στους πρώτους εννέα μήνες του έτους.

Η ΕΙΚΟΝΑ ΤΟΥ Γ' ΤΡΙΜΗΝΟΥ ΑΝΑ ΑΓΟΡΑ

Αναπτυγμένες αγορές

Αύξηση των καθαρών οργανικών εσόδων κατά 3%, με αύξηση του όγκου πωλήσεων, παρά τις διαφορετικές συνθήκες του καταναλωτικού περιβάλλοντος μεταξύ των αγορών.

- Όγκος (σε εκατ. τεμάχια): 184,9 (+0,9%)
- Καθαρά έσοδα από πωλήσεις (σε €εκατ.): 998,9 (+3%)
- Καθαρά έσοδα από πωλήσεις ανά κιβώτιο (σε €): 5,40 (+2%)

Αναπτυσσόμενες αγορές

Αύξηση των καθαρών οργανικών εσόδων κατά 12,6%, κυρίως χάρη στη διεύρυνση των εσόδων ανά κιβώτιο και με θετικές επιδόσεις ως προς τον όγκο πωλήσεων.

- Όγκος (σε εκατ. τεμάχια): 132,8 (+2,5%)
- Καθαρά έσοδα από πωλήσεις (σε €εκατ.): 676,6 (+12,6%)
- Καθαρά έσοδα από πωλήσεις ανά κιβώτιο (σε €): 5,09 (+9,8%)

Αναδυόμενες αγορές

Αύξηση των καθαρών οργανικών εσόδων κατά 24,1%, κυρίως χάρη στη διεύρυνση των εσόδων ανά κιβώτιο, καθώς και στην καλή αύξηση του όγκου πωλήσεων, παρά το δυσμενές περιβάλλον σε αρκετές αγορές.

- Όγκος (σε εκατ. τεμάχια): 499,6 (+5,6%)
- Καθαρά έσοδα από πωλήσεις (σε €εκατ.): 1.372,4 (+24,1%)
- Καθαρά έσοδα από πωλήσεις ανά κιβώτιο (σε €): 2,75 (+17,4%)

GUIDANCE

Ο Zoran Bogdanovic, Διευθύνων Σύμβουλος της Coca-Cola HBC AG, δήλωσε μεταξύ άλλων ότι, "αναγνωρίζουμε τις μακροοικονομικές και γεωπολιτικές προκλήσεις, καθώς και

τις διαφορετικές συνθήκες του καταναλωτικού περιβάλλοντος στις χώρες όπου δραστηριοποιούμαστε. Παρ' όλα αυτά, λαμβάνοντας υπόψη την ισχυρή απόδοσή μας στους πρώτους εννέα μήνες του έτους, και την πεποίθησή μας ότι μπορούμε να συνεχίσουμε τη θετική πορεία μας στην αγορά, επικαιροποιούμε τις οικονομικές μας κατευθύνσεις για το έτος". Το επικαιροποιημένο guidance της εταιρείας έχει ως εξής:

- αύξηση των καθαρών εσόδων από πωλήσεις σε οργανική βάση στο εύρος 11% με 13% (από εύρος 8%-12% προηγούμενως)
- αύξηση του κόστους πωληθέντων ανά κιβώτιο σε συγκρίσιμη βάση κατά χαμηλό μονοψήφιο ποσοστό (από εύρος με-ταξύ χαμηλού και μεσαίου μονοψήφιου ποσοστού προηγούμενως, ως αποτέλεσμα της συνδυασμένης επίδρασης του πληθωρισμού, των συναλλαγματικών διαφορών από συναλλαγές και των συναλλαγματικών διαφορών μετατροπής των αποτελεσμάτων στο νόμισμα αναφοράς του ομίλου)
- αύξηση των λειτουργικών κερδών σε οργανική βάση στο εύρος 10% με 12% (από 7%-12% προηγούμενως)

ΑΛΛΕΣ ΠΑΡΑΜΕΤΡΟΙ

Σε ό,τι αφορά τις εκτιμήσεις της διοίκησης για άλλες παραμέτρους που επηρεάζουν τα αποτελέσματα του ομίλου, αναφέρονται τα ακόλουθα:

- Η αρνητική επίδραση στα συγκρίσιμα λειτουργικά κέρδη, από συναλλαγματικές διαφορές μετατροπής των αποτελεσμάτων στο νόμισμα αναφοράς του ομίλου θα ανέλθει στα επίπεδα των €30-50 εκατ.
- Δεν αναμένονται να προκύψουν σημαντικά έξοδα αναδιάρθρωσης
- Ο συγκρίσιμος πραγματικός φορολογικός συντελεστής θα διαμορφωθεί στο άνω άκρο του εύρους 25% - 27%
- Τα καθαρά χρηματοοικονομικά έξοδα θα ανέλθουν στα επίπεδα των €60-€75 εκατ.
- Η επίδραση από την εξαγορά της επιχείρησης της Finlandia Vodka στα συγκρίσιμα λειτουργικά κέρδη θα είναι μεταξύ €14 και €16 εκατ., από €10-12 εκατ. που ήταν η προηγούμενη εκτίμηση

Μάκης Αποστόλου
makis@notice.gr

• **ΚΟΥΡΕΛΛΑΣ**

ΕΠΙΣΤΡΕΦΕΙ ΣΤΗΝ ΚΕΡΔΟΦΟΡΙΑ - ΠΟΥ ΕΣΤΙΑΖΕΙ ΤΗ ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΗ ΤΗΣ

Ανάπτυξη εξαγωγών, επαναλανάρισμα της μάρκας στην ελληνική αγορά και επένδυση στην επεξεργασία και μεταποίηση ορού γάλακτος στην εγκατάσταση Γρεβενών, δρομολογεί ο όμιλος Δέλτα Τρόφιμα για τη θυγατρική του εταιρεία, Κουρέλλας.

ΣΤΟΧΟΣ ΟΙ ΣΥΝΕΡΓΕΙΕΣ

Η εταιρεία από τα Γρεβενά, μετά την εξαγορά του 70% των μετοχών από την Δέλτα, ενισχύει την παρουσία της στην αγορά και επιδιώκει ανάπτυξη portfolio.

Πέρυσι τον Μάιο ολοκληρώθηκε η εξαγορά του 70% των μετοχών της Κουρέλλας από την Δέλτα. Η εταιρεία θα ενοποιείται από την Δέλτα Τρόφιμα που είναι θυγατρική της Nutrico (πρώην Dairy Holdings), η οποία με τη σειρά της είναι 100% θυγατρική της Vivartia Συμμετοχών. Όπως αναφέρει η διοίκηση, η εξαγορά του 70% των μετοχών της εταιρείας από την Δέλτα Τρόφιμα θα επηρεάσει την τρέχουσα και τις επόμενες χρήσεις θετικά μέσω συνεργειών που θα αποκτήσει με την ένταξη της στην οικογένεια της Δέλτα.

ΕΡΕΥΝΑ & ΑΝΑΠΤΥΞΗ

Έχοντας ως κύριες δραστηριότητες τη λειτουργία γαλακτοκομείων και την τυροκομία, με την παραγωγή και εμπορία γάλακτος φέτας και διαφόρων ειδών γαλακτοκομικών προϊόντων, η εταιρεία συμμετέχει και σε προγράμματα έρευνας και ανάπτυξης.

Σε αυτόν τον τομέα η εταιρεία συμμετείχε πέρυσι στο έργο του επιχειρησιακού προγράμματος δυτικής Μακεδονίας 2014-2022 με τίτλο "Ανάπτυξη και πειραματική αξιολόγηση καινοτόμων τύπων γιαουρτιού μέσω ενθυλάκωσης βιοδραστικών συστατικών

που έχουν εκχυλιστεί από φρούτα". Το έργο πραγματοποιείται στο πλαίσιο του μέτρου 1.2.1.01 "Δράσεις συνεργασιών και δικτύωσης μεταξύ ερευνητικών φορέων, εκπαιδευτικών ιδρυμάτων και επιχειρήσεων σε τομείς προτεραιότητας του σχεδίου στρατηγικής έξυπνης εξειδίκευσης της Περιφέρειας".

ΚΕΡΔΗ ΑΠΟ ΖΗΜΙΕΣ

Για τη χρήση του 2023 πηγές της εταιρείας ανέφεραν στο FnB Daily ότι ανέμεναν να κινηθεί στα ίδια περίπου επίπεδα με το 2022, χρονιά κατά την οποία "παρουσίασε ισορροπία μέσα σε ένα περιβάλλον παρατεταμένης οικονομικής αστάθειας". Αυτό επιβεβαιώθηκε με τη δημοσίευση των οικονομικών καταστάσεων του 2023, ενώ σύμφωνα με πληροφορίες του FnB Daily, κατά τη φετινή χρήση η εταιρεία αναμένεται να γυρίσει σε κέρδη μετά τις τελευταίες ζημιολύγες χρονιές.

DATA (σε €χιλ.)

Κύκλος εργασιών

2023: 12.118

2022: 12.657

Μεταβολή: (4,26%)

Μικτό αποτέλεσμα

2023: 1.363

2022: 2.318

Μεταβολή: (41,18%)

EBITDA

2023: 21

2022: (654)

Καθαρό αποτέλεσμα

2023: (899)

2022: (1.542)



SME
D A I L Y

**Το νέο καθημερινό
newsletter για
τη μικρομεσαία
επιχειρηματικότητα**

Γίνε
συνδρομητής
ΔΩΡΕΑΝ
εδώ



ΚΥΚΛΟΦΟΡΕΙ ΔΩΡΕΑΝ

**ΔΕΥΤΕΡΑ
- ΠΑΡΑΣΚΕΥΗ**
ΣΤΙΣ **09:15**

Με την αξιοπιστία της

NOTICE
CONTENT & SERVICES

• **GREEN BEVERAGES**

ΕΝΙΣΧΥΕΙ ΤΗΝ ΠΑΡΟΥΣΙΑ ΤΗΣ ΣΤΗΝ ΜΕΣΗ ΑΝΑΤΟΛΗ

Ενισχύει την παρουσία του στη Μέση Ανατολή ο όμιλος Green Beverages. Ο Γιάννης Χήτος, Πρόεδρος της Green Cola και ο Γιώργος Βενιέρης, Διευθύνων Σύμβουλος του ομίλου, βρέθηκαν στα γραφεία της Gulf International πραγματοποιώντας συνάντηση με τους Armand Courson, Managing Director της Green Cola Middle East και τον Hamzah Ghoussainy, Brand Manager της Green Cola στο region.



PLANNING ΓΙΑ ΤΗ ΔΙΕΙΣΔΥΣΗ ΣΤΟ REGION

Σκοπός της συνάντησης ήταν η νέα στρατηγική της εταιρείας για την προώθηση των προϊόντων του ομίλου στην περιοχή, την εξέλιξη των πωλήσεων και την εξέλιξη της συνεργα-

σίας τους στο μέλλον.

"Η συνεργασία αποτελεί ένα σημαντικό βήμα, καθώς ενώνουμε τις δυνάμεις μας για νέες ιδέες, για προώθηση καινοτόμων στρατηγικών πωλήσεων και σχεδίων προς ένα βιώσιμο μέλλον", ανέφερε η Gulf International για τη συνάντηση των δύο μερών.

ΣΥΝΕΡΓΑΣΙΕΣ ΚΑΙ ΣΤΗΝ ΣΑΟΥΔΙΚΗ ΑΡΑΒΙΑ

Έχοντας παρουσία πέρυσι σε 14 χώρες της Μ. Ανατολής, ο όμιλος Green Beverages προχώρησε φέτος σε δύο νέες συμφωνίες, στα Ηνωμένα Αραβικά Εμιράτα με την Gulf International, και στην Σαουδική Αραβία με

την Al Rabie. Αυτές αναμένεται να προσδώσουν επιπλέον ανάπτυξη στην εταιρεία την περίοδο 2025-2026.

Τον περασμένο Ιούνιο, η Green Cola Middle East ανακοίνωσε συνεργασία με την εταιρεία πωλήσεων και διανομής FMCG στα Ηνωμένα Αραβικά Εμιράτα Gulf International LL, με στόχο τη διείσδυση του εμπορικού σήματος της Green Cola και των προϊόντων της στην αγορά των Ηνωμένων Αραβικών Εμιράτων. Τον Ιούλιο η Green Cola Middle East ανακοίνωσε τη συνεργασία της με την Al Rabie Saudi Foods, μία από τις μεγαλύτερες εταιρείες στην παραγωγή χυμών στην Σαουδική Αραβία.



• **ΒΙΚΟΣ**

ΧΟΡΗΓΟΣ ΤΟΥ 14ου ΚΑΙ 15ου ΒΙΚΟΣ SALONICA TENNIS TOURNAMENT

Χορηγός του 14ου και του 15ου Βίκος Salonica Tennis Tournament ήταν το φυσικό μεταλλικό νερό Βίκος, ενισχύοντας τα με τον απαραίτητο εξοπλισμό (κύπελλα, μπάλες, καπέλα και μπλούζες), με στόχο την διεκπεραίωση των αγώνων. Επίσης, δρόσισε τους παίκτες, προσφέροντάς τους φυσικό μεταλλικό νερό Βίκος καθώς και φυσικά μεταλλικά αναψυκτικά Βίκος.

Ο Β-ΟΙΚΟΣ ΤΗΣ ΖΩΗΣ ΜΑΣ

Η μακροχρόνια συνεργασία του Βίκος με τη διοργάνωση από τα πρώτα τουρνουά, εντάσσεται στο ευρύτερο πρόγραμμα δράσεων και πρωτοβουλιών,

"Ο Β-οίκος της ζωής μας", που στηρίζει και αναδεικνύει την αξία του αθλητισμού και της υγείας.



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**

• ΠΡΩΤΟΦΑΝΟΥΣΗΣ

ΑΥΞΑΝΕΙ ΤΟ ΤΟΝΑΖ ΤΩΝ ΑΚΤΙΝΙΔΙΩΝ ΜΕ ΝΕΕΣ ΕΠΕΝΔΥΣΕΙΣ ΣΕ ΨΥΚΤΙΚΟΥΣ ΘΑΛΑΜΟΥΣ - ΠΑΝΩ ΑΠΟ €60 ΕΚΑΤ. Ο ΦΕΤΙΝΟΣ ΤΖΙΡΟΣ

Στην... πεπατημένη των τελευταίων ετών που τη θέλει να επενδύει κάθε χρονιά σημαντικά ποσά στην αναβάθμιση και στην επέκταση των παραγωγικών υποδομών της, φαίνεται ότι θα πορευθεί και το 2025 η Πρωτοφανούσης, εμβαθύνοντας παράλληλα τη συνεργασία της με τη νεοζηλανδική Zespri, τον μεγαλύτερο παίκτη της παγκόσμιας αγοράς ακτινιδίου.

Το φετινό καλοκαίρι ολοκληρώθηκε η κατασκευή τεσσάρων νέων ψυκτικών θαλάμων - και η προμήθεια του σχετικού νέου βοηθητικού εξοπλισμού - στο συγκρότημα της Νέας Εφέσσου. Όπως εξηγεί στο Fnb Daily ο πρόεδρος και CEO της εταιρείας, Νικόλαος Πρωτοφανούσης, αυτό ήταν το τελευταίο στάδιο μιας επένδυσης, συνολικού ύψους €5 εκατ., η οποία αυξάνει τη συνολική δυναμικότητα αποθήκευσης στους 23.000 τόνους ακτινιδίων.

Η σκυτάλη περνάει τώρα σε ένα νέο επενδυτικό πρόγραμμα δύο φάσεων, και πάλι στις ψυκτικές εγκαταστάσεις, η πρώτη εκ των οποίων - η οποία είναι άμεσης υλοποίησης - θα προσθέσει στο Νέα Έφεσσο 10 ακόμα θαλάμους δυναμικότητας 5.000 τόνων. Σε δεύτερο στάδιο και στο ίδιο αγροτεμάχιο θα ακολουθήσουν άλλοι 10 θάλαμοι δυναμικότητας επίσης 5.000 τόνων.

ΝΕΟ ΣΥΣΚΕΥΑΣΤΗΡΙΟ

Όπως τονίζει ο κ. Πρωτοφανούσης, οι επενδύσεις αυτές ανεβάζουν ψηλότερα τον πήχη των διακινούμενων ποσοτήτων. Έρχονται, δε, σε συνέχεια επενδυτικού πρότζεκτ €10,8 εκατ., που ολοκληρώθηκε πρόσφατα, για την κατασκευή νέου συσκευαστηρίου ακτινιδίων, το οποίο, όπως ο ίδιος σημειώνει, είναι από τα μεγαλύτερα, αν όχι το μεγαλύτερο, του είδους του στην Ευρώπη, με δυνατότητα τυποποίησης 200 τόνων το οκτάωρο. Όπως ο ίδιος προσθέτει, την τελευταία δεκαετία έχουν πραγματοποιηθεί επενδύσεις άνω των €35 εκατ.



ΚΑΘΕΤΟΠΟΙΗΣΗ

Την ίδια στιγμή, η εταιρεία δίνει έμφαση και στην καθετοποίησή της, κατεύθυνση στην οποία κινείται τα τελευταία 4-5 χρόνια. Αυτή τη στιγμή οι καλλιεργούμενες εκτάσεις ανέρχονται σε 717 στρέμματα, εκ των οποίων ήδη αξιοποιούνται παραγωγικά τα 500. Σε αυτό το πλαίσιο, ενδεικτικά, το 2023 προχώρησε στην αγορά μιας έκτασης σχεδόν 87 στρεμμάτων στην Χρυσούπολη Καβάλας. Παράλληλα, προσανατολίζεται να επεκτείνει και σε παραγωγικό επίπεδο τη συνεργασία της με την Zespri, βρισκόμενη σε συζητήσεις για την καλλιέργεια σε ελληνικό έδαφος της κιτρινόσαρκης ποικιλίας Sun Gold. Ήδη μικρές ποσότητες έχουν παραχθεί στο πλαίσιο μιας πιλοτικής καλλιέργειας συνολικά 25 στρεμμάτων που ξεκίνησε πριν από τέσσερα χρόνια με μια μικρή ομάδα καλλιεργητών σε Άρτα, Πιερία και Χρυσούπολη.

Η ΕΙΚΟΝΑ ΤΟΥ 2024

Η φετινή χρονιά αναμένεται να κλείσει με θετικό ρυθμό ανάπτυξης, που θα φέρει τον κύκλο εργασιών πάνω από τα €60 εκατ. και περαιτέρω αύξηση των κερδών, μετά από ένα 2023 πολύ υψηλών επιδόσεων. Ειδικότερα, οι πωλήσεις αυξήθηκαν κατά σχεδόν 28% ενώ το EBITDA και τα προ φόρων κέρδη ήταν ενισχυμένα σε ποσοστό 236% και 485% αντίστοιχα. Σύμφωνα με τον επιχειρηματία, τα μεγέθη αυτά "ήταν απόρροια τόσο των αυξημένων ποσοτήτων που διαχειρίστηκε η εταιρεία όσο και των ανεβασμένων τιμών πώλησης", όπως διευκρινίζει.

DATA (σε €χιλ.)

Κύκλος Εργασιών	Κέρδη προ φόρων	EBITDA
2023: 55.864	2023: 6.371	2023: 8.907
2022: 43.707	2022: 1.088	2022: 2.650

ΜΑΚΡΟΠΡΟΘΕΣΜΕΣ ΣΥΝΕΡΓΑΣΙΕΣ

Το 90% των πωλήσεων πραγματοποιείται στο εξωτερικό, με την εταιρεία, όπως λέει χαρακτηριστικά ο κ. Πρωτοφανούσης, να δρέπει τους καρπούς μιας προσπάθειας για την ενίσχυση της εξωστρέφειας που ξεκίνησε πριν από 25 χρόνια. Είναι χαρακτηριστικό ότι σήμερα πραγματοποιεί σχεδόν το 30% των ελληνικών εξαγωγών κερασιών, ενώ στα ακτινίδια το αντίστοιχο ποσοστό αγγίζει το 15%. Αποτελεί συνεργάτη αλυσίδων, όπως:

- η Costo στις ΗΠΑ και τον Καναδά
- οι Jeronimo, Lidl και Tesco στην Ευρώπη
- η Wellcome στο Χονγκ Κονγκ

Μάλιστα, όπως αναφέρεται στις πρόσφατα δημοσιευμένες οικονομικές καταστάσεις, οι μακροπρόθεσμες και σταθερές συνεργασίες που διατηρεί της δίνουν τη δυνατότητα να μετακυλίει στις τιμές πώλησης το μεγαλύτερο μέρος της αύξησης του κόστους παραγωγής.

Πωλήσεις (σε €χιλ.)

Εξωτερικό
2023: 51.089
2022: 39.618
Εσωτερικό
2023: 4.774
2022: 4.089

Γιάννης Τσατσάκης
yannis@notice.gr