

FNB SERVED DAILY.

Food for thought... every day!

ΤΟ ΚΑΘΗΜΕΡΙΝΟ ΨΗΦΙΑΚΟ
NEWSLETTER ΓΙΑ ΤΟΝ ΚΛΑΔΟ
ΤΡΟΦΙΜΩΝ & ΠΟΤΩΝ

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

ΤΡΙΤΗ 13 ΟΚΤΩΒΡΙΟΥ 2026
ΤΕΥΧΟΣ 2411



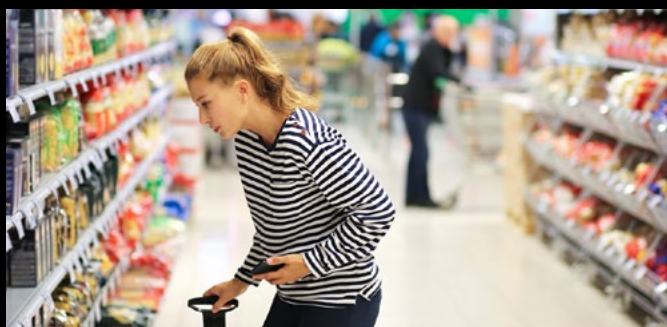
• EUROBANK EQUITIES

Γιατί τοποθετεί στα top picks την Coca-Cola HBC



• ΒΙΟΖΩΚΑΤ

Πάει για 110.000 τόνους και τζίρο €43 εκατ. φέτος
- Τον Νοέμβριο σε λειτουργία η νέα μονάδα



• SUPER MARKETS (CIRCANA)

Στα €10 δισ. οι πωλήσεις οκταμήνου,
φρενάρει η ανάπτυξη



• ΓΑΛΛΙΑ

Κυβερνοεπίθεση στα ψυγεία μεγάλων αλυσίδων S/M
— Καταστράφηκαν τρόφιμα

Editorial

Και οι εργοδότες έχουν... εργαζομένους

Debrief

Λίγο χρώμα δεν θα φέρει την άνοιξη αλλά...

Business Insight

CMF: Το καρέ των... θεμέλιων
επενδυτών και οι δύο άσοι
Μαρινάκη

Business Maker

- Η αφρόκρεμα του επιχειρείν
στα γενέθλια της Ideal
- Coca-Cola HBC: Το καμπανάκι
για το 2027, η Ρωσία και
το στοίχημα της Αφρικής

SecretRecipe

Δυναμική είσοδος σε ακόμα
έναν κλάδο

• ΚΟΥΦΕΤΟΠΟΙΑ ΧΑΤΖΗΓΙΑΝΝΑΚΗ

ΑΠΟ ΤΟ 2027 Η ΠΛΗΡΗΣ ΑΠΟΔΟΣΗ ΤΩΝ ΕΠΕΝΔΥΣΕΩΝ – ΣΤΟ 40% ΤΟΥ ΤΖΙΡΟΥ ΟΙ ΕΞΑΓΩΓΕΣ

Από το 2027 εκτιμά η διοίκηση της Κουφετοποιίας Χατζηγιαννάκη ότι θα αποδώσουν πλήρως οι επενδύσεις των προηγούμενων ετών, καθώς η προσαρμογή στην ενοποιημένη παραγωγική μονάδα στο Πολυδένδρι εξακολουθεί να επηρεάζει την πορεία της και το 2026.

Προτεραιότητες της φετινής χρήσης ήταν η

- καλύτερη αξιοποίηση της παραγωγικής δυναμικότητας
- ο έλεγχος του κόστους
- η ενίσχυση των πωλήσεων στην Ελλάδα και το εξωτερικό

Οι εξαγωγές αγγίζουν το 40% του συνολικού κύκλου εργασιών, με παρουσία σε περισσότερες από 50 χώρες. Ηνωμένο Βασίλειο και Γερμανία συγκαταλέγονται στις βασικές αγορές, στις οποίες η εταιρεία επιδιώκει να ενισχύσει τη θέση της. Παράλληλα, εξετάζει νέες ευκαιρίες σε Γαλλία, Βέλγιο και Ηνωμένα Αραβικά Εμιράτα, δίνοντας έμφαση στις κατηγορίες *sugar dragées* και διακόσμησης γλυκών.

ΑΥΞΗΣΗ ΠΩΛΗΣΕΩΝ & ΠΕΡΙΟΡΙΣΜΟΣ ΖΗΜΙΩΝ ΤΟ 2025

Το 2025 ο κύκλος εργασιών αυξήθηκε κατά 7,13%, με τη διοίκηση να συνδέει την άνοδο με την ανάκαμψη της εμπορικής δραστηριότητας μετά τη μετεγκατάσταση της κύριας παραγωγικής μονάδας και τη διατήρηση της ζήτησης. Το κόστος πωλήσεων, ωστόσο, αυξήθηκε κατά 15,51%, περιορίζοντας το μικτό κέρδος, ενώ και μικτό περιθώριο υποχώρησε στο 22,03% λόγω των υψηλών τιμών κακάο και ασημιού, των δαπανών μεταφοράς της παραγωγής σοκολάτας και της μη πλήρους αξιοποίησης των νέων εγκαταστάσεων κατά τη μεταβατική περίοδο.

Πρόσθετη επιβάρυνση, όπως πληροφορείται

το FNB Daily προήλθε από την αναδιοργάνωση της διανομής στην Βόρεια Ελλάδα, ενώ η δυνατότητα άμεσης μετακύλισης του κόστους στις τιμές πώλησης ήταν περιορισμένη.

DATA (σε €χιλ.)

Κύκλος εργασιών

2025: 7.300

2024: 6.814

Μεταβολή: 7,13%

Μικτό αποτέλεσμα

2025: 1.608

2024: 1.886

Μεταβολή: (14,77%)

Αποτέλεσμα προ φόρων

2025: (698)

2024: (956)

ΕΝΟΠΙΩΣΗ ΠΑΡΑΓΩΓΗΣ ΣΤΟ ΠΟΛΥΔΕΝΔΡΙ

Υπενθυμίζεται ότι τη διετία 2024–2025 ολοκληρώθηκε επενδυτικό πρόγραμμα περίπου €4,5 εκατ., το οποίο περιλάμβανε τη μετεγκατάσταση στο Πολυδένδρι Αττικής, τον εκσυγχρονισμό της παραγωγής, την αυτοματοποίηση διαδικασιών και την αναβάθμιση των υποδομών logistics.

Για την τριετία 2023–2025 υλοποιήθηκαν συνολικές επενδύσεις €7,41 εκατ., εκ των οποίων €245 χιλ. το 2025 σε ακίνητα, μηχανήματα, ψηφιακό μετασχηματισμό και λοιπό εξοπλισμό. Την άνοιξη του 2025 ολοκληρώθηκε η πώληση του ακινήτου στο Καλοχώρι Θεσσαλονίκης, όπου λειτουργούσαν η παραγωγή σοκολάτας και το κέντρο διανομής για την Βόρεια Ελλάδα. Η μεταφορά του παραγωγικού εξοπλισμού

στο Πολυδένδρι ολοκληρώθηκε το καλοκαίρι της ίδιας χρονιάς, συγκεντρώνοντας το σύνολο της παραγωγής σε μία μονάδα. Η υφιστάμενη υποδομή μπορεί να υποστηρίξει υψηλότερο όγκο δραστηριότητας χωρίς άμεσες σημαντικές πρόσθετες επενδύσεις.

ΣΥΜΦΩΝΙΑ €1,2 ΕΚΑΤ. ΓΙΑ ΤΟ ΠΑΛΙΟ ΕΡΓΟΣΤΑΣΙΟ

Στις 31 Ιουλίου 2026 η εταιρεία εισέπραξε προκαταβολή για την πώληση του παλαιού εργοστασίου στον Πειραιά, επί των οδών Θιβών 55–59 και Άρτης 3, με συμφωνημένο τίμημα €1,2 εκατ. Η ολοκλήρωση της μεταβίβασης και η είσπραξη του υπολοίπου αναμένεται να ενισχύσουν τη ρευστότητα.

Στις 12 Αυγούστου συμφωνήθηκε με την Alpha Bank διετής ανανέωση υφιστάμενης χρηματοδότησης περίπου €1,5 εκατ. Οι κινήσεις αυτές ακολουθούν χρήση κατά την οποία το κεφάλαιο κίνησης ήταν αρνητικό κατά €3,16 εκατ., με τις βραχυπρόθεσμες υποχρεώσεις να ανέρχονται σε €6,47 εκατ. στο τέλος του 2025.

ΝΕΑ ΣΕΙΡΑ

Στο προϊόντικό σκέλος, η Κουφετοποιία Χατζηγιαννάκη παρουσίασε στην ISM τη νέα σειρά Soft Bite Rods σε σχήμα Macaroni, με ζαχαρώδη επικάλυψη και μαλακή γέμιση κρέμας κακάο.

Η σειρά προορίζεται για επαγγελματική και οικιακή ζαχαροπλαστική, με εφαρμογές σε τούρτες, *cupcakes* και άλλα γλυκά σε εκδοχές με βρώσιμο ασήμι, καθώς και σε μεταλλικές, ματ, γυαλιστερές και πιτσιλωτές αποχρώσεις.

Στέλλα Αυγουστάκη

stella@notice.gr



To
 FNB SERVED
DAILY.

Food for thought... every day!

στην

SHAL

INSPIRE FOOD BUSINESS

Καθημερινή ενημέρωση για όσα συμβαίνουν,
από τις 17 έως και τις 21 Οκτωβρίου,
στη No 1 έκθεση τροφίμων και ποτών:

- Η παρουσία των ελληνικών επιχειρήσεων
- Οι νέες τάσεις στον κλάδο παγκοσμίως
 - Καινοτόμα προϊόντα
 - Συνεντεύξεις

ΜΕΤΑΔΙΔΟΥΝ



**Μάκης
Αποστόλου**



**Στέλλα
Αυγουστάκη**



**Μάριος
Δελατόλας**

ΣΧΟΛΙΑΖΕΙ



**Νεκτάριος
Β. Νώτης**

Με την υπογραφή
του δημοσιογραφικού
επιτελείου και την
αξιοπιστία της



NOTICE

CONTENT & SERVICES

POWERED BY

ΒΙΚΟΣ®

μασούτης
ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΑ ΚΑΙ ΕΛΛΗΝΙΚΑ

 **PROMO
SOLUTION**
EXHIBIT.CREATE.

ΧΟΡΗΓΟΣ ΑΕΡΟΜΕΤΑΦΟΡΩΝ

AEGEAN 

• **ΙΕΛΚΑ**

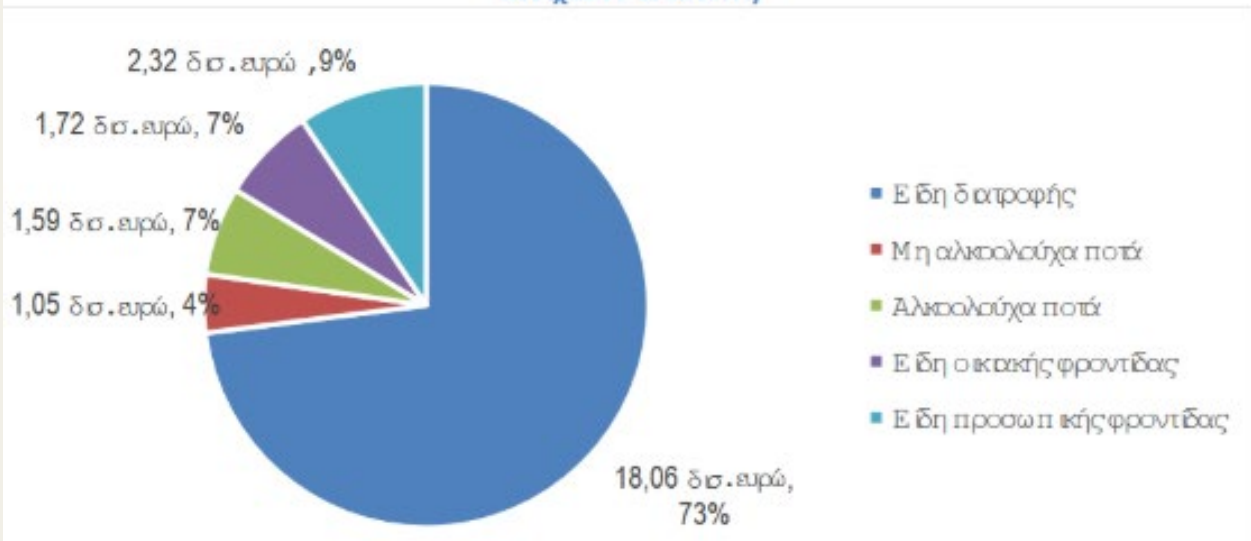
ΣΤΑ €25,7 ΔΙΣ. Η ΕΤΗΣΙΑ ΔΑΠΑΝΗ ΓΙΑ ΕΙΔΗ ΠΑΝΤΟΠΩΛΕΙΟΥ - Η ΣΥΓΚΡΙΣΗ 2008 ΜΕ 2025 ΣΤΙΣ ΔΑΠΑΝΕΣ ΓΙΑ ΤΡΟΦΙΜΑ

Στα €25,7 δισ. εκτιμάται η συνολική ετήσια δαπάνη για είδη παντοπωλείου, σύμφωνα με τελευταία έρευνα του ΙΕΛΚΑ, με βάση στοιχεία της ΕΛΣΤΑΤ. Το μεγαλύτερο μέρος αφορά είδη διατροφής, με ετήσια δαπάνη περίπου €18,1 δισ., ενώ περί-

που €1 δισ. αφορά μη αλκοολούχα ποτά και €1,6 δισ. στα αλκοολούχα ποτά. Παράλληλα, σημαντικό μέρος του συνολικού καλαθιού αφορά μη τρόφιμα, με περίπου €1,7 δισ. να αντιστοιχούν σε είδη οικιακής φροντίδας και €2,3 δισ. σε είδη προσωπικής

φροντίδας. Σημειώνεται ότι η εκτίμηση των €25,7 δισ. αφορά αποκλειστικά τη δαπάνη των ελληνικών νοικοκυριών και δεν περιλαμβάνει την πρόσθετη δαπάνη των περίπου 40 εκατ. ξένων επισκεπτών στη χώρα, η οποία εκτιμάται ότι ξεπερνά το €1,5 δισ.

Κατανομή αγορών ειδών παντοπωλείου σε ετήσια βάση, σε δισ. Ευρώ 2025 (Πηγή: ΙΕΛΚΑ, επεξεργασία στοιχείων ΕΛ.ΣΤΑΤ.)



Η ΕΤΗΣΙΑ ΚΑΤΑ ΚΕΦΑΛΗΝ ΔΑΠΑΝΗ

Σύμφωνα με τα αποτελέσματα της ανάλυσης του ΙΕΛΚΑ, η συνολική ετήσια δαπάνη κατά κεφαλήν διαμορφώθηκε το 2025 σε €9.216, αυξημένη κατά 5,5% σε σχέση με το 2024. Η δαπάνη για είδη παντοπωλείου ανήλθε σε €2.433 κατά κεφαλήν, παρουσιάζοντας μικρότερη αύξηση, κατά 3,9%. Ειδικότερα, η δαπάνη για είδη διατροφής αυξήθηκε κατά 4,1%, για μη αλκοολούχα ποτά κατά 3,6% και για αλκοολούχα ποτά κατά 8,1%. Στα μη τρόφιμα, η δαπάνη για είδη οικιακής φροντίδας αυξήθηκε κατά 8,7%, ενώ για είδη προσωπικής φροντίδας μειώθηκε κατά 2,9%.

Η αύξηση της δαπάνης για είδη παντοπωλείου το 2025 ήταν χαμηλότερη τόσο από την αύξηση της συνολικής καταναλωτικής δαπάνης (+5,5%), όσο και από την αύξηση των καθαρών αποδοχών σε δύο ενδεικτικά νοικοκυριά που εξετάζονται. Οι καθαρές αποδοχές ενός άγαμου χωρίς παιδιά με αποδοχές ίσες με το 100% των μέσων αποδοχών αυξήθηκαν κατά 7,3% το 2025, ενώ σε ζευγάρι με δύο εργαζόμενους και



δύο παιδιά, με αποδοχές και των δύο ίσες με το 100% των μέσων αποδοχών, αυξήθηκαν κατά 9,4%. Αντίθετα, μεγαλύτερες πιέσεις καταγράφονται σε άλλες βασικές κατηγορίες του οικογενειακού προϋπολογισμού, με τη δαπάνη για στέγαση να αυξάνεται κατά 8,3%, το ενοίκιο κατά 14,4% και την εστίαση κατά 6,1%.

ΑΝΑΔΙΑΡΘΡΩΣΗ

Εξετάζοντας την πορεία της καταναλωτικής δαπάνης την περίοδο 2008-2025 σημειώνεται ότι η συνολική ετήσια δαπάνη κατά κεφαλήν μειώθηκε έντονα κατά την περί-

οδο της οικονομικής κρίσης, από €9.518 το 2008 σε χαμηλό €6.267 το 2020, και στη συνέχεια ανέκαμψε, φτάνοντας το 2025 στα €9.216, χωρίς ακόμη να έχει επανέλθει σε ονομαστικούς όρους στα επίπεδα του 2008. Οι επιμέρους κατηγορίες ακολούθησαν διαφορετικές διαδρομές. Η δαπάνη για διατροφή και μη αλκοολούχα ποτά αποδείχθηκε περισσότερο ανελαστική κατά την περίοδο της κρίσης, ενώ τα τελευταία χρόνια παρουσιάζει ανοδική πορεία. Ιδιαίτερα έντονη είναι παράλληλα η αύξηση της δαπάνης για στέγαση και εστίαση μετά το 2020 και την πανδημία.



FOOD FORWARD

From Farm to Future

2 SEASON

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



5-6 Νοεμβρίου 2026

HYATT REGENCY THESSALONIKI

ΜΕ ΤΗΝ ΑΞΙΟΠΙΣΤΙΑ ΤΗΣ



CONTENT & SERVICES

POWERED BY



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



CHARALAMPAKIS GEORGIOS
Business Development Consultant, NOISIS SA



DIMITRIADIS YORGOS
Chef & Culinary director



DIMORAGKAS VAIOS
Managing Director, NIELSENQ Greece & Bulgaria



FOSKOLOS VAGGELIS
Head of Retail Sales & Insights, Circana



JANEVSKI VLADIMIR
Managing Director, Premier Capital Hellas



KAKKAVAS CHRISTOS
Executive Advisor JLL, Athens Economics



KATRIVANOS PERIKLIS
CEO, Nera Pigon Grammou SA



KINTZIOS SPYRIDON
Rector, Agricultural University of Athens



KONTOS DIMITRIS
Chief Operating Officer, METRO



KOUTSOURADI ARGYRO
CEO & Founder, Myrovalas Organics



LALATIS HARIS
Harvest Analyst



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



MAVROS ATHANASIOS
Partner EY Consumer & Health Leader for Southeastern Europe



OIKONOMIDIS GIORGOS
Founder 43 Fish Butchery/Chef



PAPACHRISTOS CHARALAMBO
President, SEPTHEX



PAPADIMITRAKOPOULOS CHRISTOS
Founder & Owner Orange Be Global



PARASKEVAIDOU CHRISTINA
Director of Operational Planning & Development, NOISIS SA



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



SARANTIS MICHALIS
CEO, Hellenic Dairies SA



SIDERIS NATASHA
CEO & Founder, Tassara Group



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



SOLOMOS TAKIS
Co Founder & Partner Elikonos Capital AIFM



TAKOULAS VAGGELIS
Purchasing Director, METRO



TOURALIAS APOSTOLOS
Chairman, HAAPO



TSACHOURIDIS PANTELIS
Purchasing Director, Diamantis Masoutis SA



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



VEROPOULOS NIKOS
President, Vero SA



ZOUKAS KOSTAS
President, PEHETE

PLATINUM SPONSOR



GOLD SPONSORS



BANKING PARTNER

ExportGate



Για περισσότερες πληροφορίες:



SILVER SPONSORS



Elikonos Capital



ΕΠ.Ο.ΕΣ



ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΔΗΜΟΚΡΑΤΙΑ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΙΑΚΟ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ ΚΑΠ



SUPPORTERS



PARTNER



ΜΕ ΤΗΝ ΑΙΓΙΑ



Πίνακας 1: Ετήσια κατά κεφαλήν δαπάνη σε σημαντικές κατηγορίες αγορών, 2023-2025
 (Πηγή: ΙΕΛΚΑ, επεξεργασία στοιχείων ΕΛ.ΣΤΑΤ., Eurostat)

Κατηγορία δαπάνης	2023	2024	2025	Μεταβολή 2024-2023	Μεταβολή 2025-2024
Σύνολο αγορών	8,533.06	8,731.85	9,216.20	2.3%	5.5%
Είδη παντοπωλείου	2,282.03	2,341.52	2,433.27	2.6%	3.9%
Είδη διατροφής	1,670.38	1,706.58	1,776.30	2.2%	4.1%
Μη αλκοολούχα ποτά	96.30	99.39	102.99	3.2%	3.6%
Αλκοολούχα ποτά	136.25	144.86	156.61	6.3%	8.1%
Είδη οικιακής φροντίδας	154.68	155.49	168.96	0.5%	8.7%
Είδη προσωπικής φροντίδας	224.41	235.19	228.41	4.8%	-2.9%
Στέγαση	1,198.94	1,253.22	1,357.57	4.5%	8.3%
Ενοίκιο	319.65	364.41	416.76	14.0%	14.4%
Ηλεκτρισμός	310.84	343.39	355.70	10.5%	3.6%
Σύνολο καυσίμων	792.56	760.15	780.46	-4.1%	2.7%
Βενζίνη, πετρέλαιο και υγραέριο κίνησης	509.67	508.05	511.85	-0.3%	0.7%
Λοιπά καύσιμα (πετρέλαιο θέρμανση, φυσικό αέριο, κλπ)	282.89	252.10	268.61	-10.9%	6.5%
Εστίαση	865.87	927.44	984.30	7.1%	6.1%
Αποδοχές άγαμο άτομο χωρίς παιδιά με αποδοχές ίσες με το 100% των μέσων αποδοχών	18,022.41	20,041.56	21,498.27	11.2%	7.3%
Αποδοχές Ζευγάρι με δύο εργαζόμενους και δύο παιδιά, με αποδοχές και των δύο ίσες με το 100% των μέσων αποδοχών	39,191.91	40,769.11	44,582.54	4.0%	9.4%

Η ΑΝΑΛΥΣΗ ΤΟΥ ΚΛΑΔΟΥ ΤΡΟΦΙΜΩΝ

Ειδικότερα σε ό,τι αφορά τον τομέα της διατροφής, η σύγκριση των στοιχείων του 2025 με το 2008 και το 2015 δείχνει ότι οι μεταβολές δεν είναι ομοιόμορφες, αλλά αποτυπώνουν σημαντικές μετατοπίσεις μεταξύ επιμέρους κατηγοριών προϊόντων:

- Στις **βασικές πηγές υδατανθράκων** καταγράφεται διαφοροποιημένη εικόνα. Η ποσότητα **ψωμιού και ειδών αρτοποιίας** είναι μειωμένη κατά 12,3% σε σχέση με το 2008, ενώ αντίθετα τα **δημητριακά** εμφανίζουν αύξηση 32,3% και τα ζυμαρικά 10,3%. Πρόκειται επομένως περισσότερο για μεταβολή της σύνθεσης των αγορών παρά για μία ενιαία τάση περιορισμού των υδατανθράκων
- Στις **ζωικές πρωτεΐνες** παρατηρείται σαφής μετατόπιση μεταξύ κατηγοριών. Το **βόειο κρέας** μειώνεται κατά 29,2% σε σχέση με το 2008, τα **αλλαντικά** κατά 35,4%, τα **ψάρια** κατά 14,6% και τα **θα-**

λασσινά κατά 37,2%. Στον αντίποδα, τα **πουλερικά** αυξάνονται κατά 31,9%, φτάνοντας τα 16,9 κιλά ανά άτομο ετησίως

- Στα **γαλακτοκομικά** καταγράφεται επίσης σημαντική αλλαγή της σύνθεσης των αγορών. Το **πλήρες νωπό γάλα** μειώνεται κατά 42,5% και το συντηρημένο κατά 60,0%, ενώ το **γάλα χαμηλών λιπαρών** αυξάνεται κατά 38,0% και το **γιαούρτι** κατά 31,0%, ενώ πλέον εμφανίζονται και τα **φυτικά γάλατα**
- Ιδιαίτερα μεγάλη αύξηση παρουσιάζουν τα **αυγά**, κατά 66,6% σε σχέση με το 2008
- Στα **λίπη και έλαια** ξεχωρίζει η μείωση των αγοραζόμενων ποσοτήτων **ελαιολάδου** κατά 34,8% έναντι του 2008 και κατά 40,2% έναντι του 2015. Η εξέλιξη αυτή θα πρέπει να εξετάζεται και σε συνδυασμό με τη διαχρονική μεταβολή των τιμών, αλλά και των καταναλωτικών συνηθειών και δεν μπορεί από μόνη της να αποδοθεί σε έναν συγκεκριμένο παράγοντα
- Στα **φρούτα και λαχανικά** η εικόνα είναι

επίσης μικτή: οι ποσότητες φρούτων μειώνονται κατά 8,9% σε σχέση με το 2008, ενώ τα λαχανικά παραμένουν ουσιαστικά σταθερά (+1,0%)

- Τα **όσπρια** αυξάνονται κατά 23,5% και οι **ξηροί καρποί** κατά 11,0%. Αντίθετα, σημαντική μείωση καταγράφεται στις πατάτες (-24,2%)
- Εντυπωσιακή είναι η αλλαγή στις κατηγορίες **γλυκών και έτοιμων τροφίμων**. Η αγορά **ζάχαρης** έχει περιοριστεί κατά 53,5% σε σχέση με το 2008, ενώ αυξάνονται το **μέλι** και οι **μαρμελάδες** (+68,9%), οι **σοκολάτες** (+9,3%) και τα **παγωτά** (+20,2%)
- Παράλληλα, ιδιαίτερα ισχυρή είναι η ανάπτυξη των **έτοιμων γευμάτων**, από μόλις 0,24 κιλά κατά κεφαλήν το 2015 σε 3,34 κιλά το 2025, εξέλιξη που αποτυπώνει τη στροφή σε λύσεις μεγαλύτερης ευκολίας και ταχύτητας

Μάκης Αποστόλου
makis@notice.gr

Πίνακας 2: Σύγκριση της μέσης κατά κεφαλήν ετήσιων αγορών σε σημαντικές κατηγορίες τροφίμων 2008-2025 (Πηγή: ΙΕΛΚΑ, επεξεργασία στοιχείων ΕΛ.ΣΤΑΤ.)

Προϊόν	Μονάδα	2008	2015	2025	2025 Vs 2008	2025 Vs 2015
Ρύζι	Κιλά	5.22	6.17	5.65	8.2%	-8.4%
Ψωμί και είδη αρτοποιίας	Κιλά	51.33	49.93	45.00	-12.3%	-9.9%
Δημητριακά	Κιλά	1.56	2.03	2.06	32.3%	1.3%
Αλεύρι	Κιλά	6.49	7.65	6.43	-0.9%	-15.9%
Ζυμαρικά	Κιλά	10.97	13.18	12.10	10.3%	-8.2%
Βόειο κρέας	Κιλά	17.36	14.26	12.29	-29.2%	-13.8%
Χοιρινό κρέας*	Κιλά	10.07	9.56	9.49	-5.7%	-0.7%
Πρόβειο κρέας*	Κιλά	5.55	3.84	4.50	-18.9%	17.2%
Πουλερικά*	Κιλά	12.79	14.84	16.87	31.9%	13.7%
Αλλαντικά	Κιλά	5.25	4.08	3.39	-35.4%	-17.0%
Ψάρια*	Κιλά	11.42	10.42	9.75	-14.6%	-6.5%
Θαλασσινά*	Κιλά	2.17	1.46	1.36	-37.2%	-6.8%
Γάλα νωπό πλήρες	Λίτρα	40.74	40.24	23.41	-42.5%	-41.8%
Γάλα νωπό με χαμηλά λιπαρά	Λίτρα	10.17	10.06	14.04	38.0%	39.6%
Γάλα συντηρημένο	Λίτρα	7.30	4.19	2.92	-60.0%	-30.3%
Λοιπά γάλατα μη ζωικά	Λίτρα	-	-	1.02	N/A	N/A
Γιαούρτι	Κιλά	7.33	8.68	9.60	31.0%	10.7%
Τυρί	Κιλά	15.82	13.24	12.09	-23.6%	-8.7%
Αυγά	Τεμάχια	58.43	69.77	97.37	66.6%	39.6%
Βούτυρο γάλακτος	Κιλά	0.22	0.33	0.44	103.7%	34.1%
Φυτικό βούτυρο	Κιλά	1.98	1.56	1.21	-39.1%	-22.5%
Ελαιόλαδο	Λίτρα	13.72	14.95	8.94	-34.8%	-40.2%
Σπορέλαια	Λίτρα	4.49	3.86	4.05	-9.8%	4.9%
Φρούτα*	Κιλά	84.33	78.94	76.80	-8.9%	-2.7%
Φρούτα ξηρά, ξηροί καρποί	Κιλά	1.46	1.32	1.62	11.0%	22.2%
Λαχανικά*	Κιλά	65.59	62.45	66.26	1.0%	6.1%
Όσπρια	Κιλά	5.02	6.74	6.20	23.5%	-7.9%
Κρεμμύδια ξερά	Κιλά	9.74	10.39	11.33	16.3%	9.0%
Πατάτες *	Κιλά	38.61	35.57	29.28	-24.2%	-17.7%
Ζάχαρη	Κιλά	9.06	5.53	4.21	-53.5%	-23.8%
Μέλι και μαρμελάδες	Κιλά	1.62	2.06	2.74	68.9%	33.2%
Σοκολάτες	Κιλά	1.28	1.33	1.40	9.3%	4.9%
Παγωτά	Κιλά	1.74	1.55	2.09	20.2%	34.7%
Έτοιμα γεύματα	Κιλά	-	0.24	3.34	N/A	1277.1%

*Νωπά και κατεψυγμένα

• ΚΤΗΜΑ ΤΣΕΛΕΠΟΥ

ΣΤΑ €3,5 ΕΚΑΤ. Ο ΣΤΟΧΟΣ ΠΩΛΗΣΕΩΝ ΓΙΑ ΤΟ 2026 – ΟΛΟΚΛΗΡΩΝΟΝΤΑΙ ΕΠΕΝΔΥΣΕΙΣ €5 ΕΚΑΤ.

Πωλήσεις €3,5 εκατ. αναμένει για το 2026 το Κτήμα Τσέλεπου, έναντι περίπου €3,35 εκατ. την προηγούμενη χρήση, με την προβλεπόμενη αύξηση να διαμορφώνεται κοντά στο 6%, όπως αναφέρει στο Fnb Daily ο οينوποιός και ιδιοκτήτης του Κτήματος, Ανδρέας Τσέλεπος. Η εκτίμηση για τη φετινή χρήση συνοδεύεται από πρόβλεψη διατήρησης για τα προ φόρων κέρδη στα επίπεδα του 2025, σε μια χρονιά κατά την οποία, σύμφωνα με τον κ. Τσέλεπο οι συνθήκες στον αμπελώνα εξακολουθούν να δημιουργούν διαφορετικές πιέσεις ανά περιοχή.

ΣΑΝΤΟΡΙΝΗ

Στην Σαντορίνη, η μεγάλη υποχώρηση της παραγωγής περιορίζει τη διαθεσιμότητα σταφυλιών και αυξάνει τις τιμές της πρώτης ύλης. Ο κ. Τσέλεπος κάνει λόγο για ιδιαίτερα χαμηλές ποσότητες και αναφέρει τιμές που φτάνουν τα €14–€15 το κιλό η πρώτη ύλη. Κατά την εκτίμηση της διοίκησης, το πρόβλημα δεν εξηγείται αποκλειστικά από τις καιρικές συνθήκες. Συνδέεται επίσης με την ηλικία και την παραγωγική κατάσταση μέρους των φυτών Ασύρτικου, γεγονός που καθιστά αναγκαίες παρεμβάσεις ανανέωσης του αμπελώνα.

ΜΑΝΤΙΝΕΙΑ ΚΑΙ ΝΕΜΕΑ

Στην Μαντίνεια και στην Νεμέα, αντιθέτως, η αποτίμηση της φετινής χρονιάς είναι θετική. Η διαφοροποίηση αυτή δείχνει ότι οι πιέσεις στην παραγωγή δεν έχουν την ίδια ένταση

σε όλες τις περιοχές όπου δραστηριοποιείται η εταιρεία.

DATA (σε €χιλ.)

Κύκλος εργασιών

2025: 3.348

2024: 1.781

Μεταβολή: 88%

Μικτό αποτέλεσμα

2025: 1.169

2024: 640

Μεταβολή: 82,62%

Κέρδη προ φόρων

2025: 489

2024: 255

Μεταβολή: 91,64%

Καθαρά κέρδη

2025: 380

2024: 198

Μεταβολή: 92,12%

ΑΝΑΔΙΑΝΟΜΗ ΠΩΛΗΣΕΩΝ

Η άνοδος των εσόδων αποδίδεται σε παρεμβάσεις τόσο στην εμπορική λειτουργία, όσο και στις παραγωγικές υποδομές. Η ανάθεση της διανομής σε εξωτερικό συνεργάτη άλλαξε τον τρόπο διάθεσης των κρασιών, διευρύνοντας, κατά τη διοίκηση, τις δυνατότητες πρόσβασης στην αγορά.

Στο ίδιο διάστημα, ο εκσυγχρονισμός του οινοποιείου βελτίωσε την απόδοση της παραγωγικής διαδικασίας, ενώ οι νέες φυτεύσεις

αρχίζουν να συνεισφέρουν στην παραγωγή. Η εταιρεία συνδέει την αύξηση των πωλήσεων με τη συνδυασμένη επίδραση αυτών των αλλαγών, χωρίς να δίνει επιμέρους στοιχεία για τη συμβολή κάθε παρέμβασης.

ΕΠΕΝΔΥΣΕΙΣ

Το επενδυτικό πρόγραμμα των τελευταίων δύο ετών, ύψους περίπου €5 εκατ., επικεντρώνεται στην Αρκαδία και προβλέπεται να ολοκληρωθεί μέσα στο 2026. Περιλαμβάνει επέκταση των κτιριακών εγκαταστάσεων, αναβάθμιση του οινοποιείου και διεύρυνση των αμπελώνων.

Οι δαπάνες αυτές δημιουργούν υποδομές για τα επόμενα χρόνια, καθώς η ανάπτυξη του αμπελώνα απαιτεί χρόνο μέχρι να αποδώσει παραγωγικά. Η επιλογή της διοίκησης είναι να στηρίξει την επέκταση στην απόκτηση αμπελιών και στην ενίσχυση των δικών της δραστηριοτήτων. Όπως προκύπτει από σχετικές δηλώσεις, οι εξαγορές άλλων εταιρειών δεν αποτελούν προτεραιότητα του σημερινού σχεδιασμού.

ΤΟ 35% ΤΩΝ ΠΩΛΗΣΕΩΝ ΣΤΟ ΕΞΩΤΕΡΙΚΟ

Οι εξαγωγές αντιστοιχούν περίπου στο 35% του κύκλου εργασιών, με παρουσία σε περίπου 25 χώρες. Οι Ηνωμένες Πολιτείες και ο Καναδάς αποτελούν τις βασικές διεθνείς αγορές.

Παρά τις αλλαγές στο εμπορικό περιβάλλον και το ζήτημα των δασμών στις ΗΠΑ, η διοίκηση δηλώνει ότι δεν έχει καταγράψει μέχρι στιγμής προβλήματα στη συγκεκριμένη αγορά. Δεν παραθέτει, ωστόσο, αναλυτικά μεγέθη για την εξέλιξη των πωλήσεων ανά χώρα ή για ενδεχόμενες μεταβολές στο κόστος διάθεσης.

ΝΕΕΣ ΕΤΙΚΕΤΕΣ ΤΟ 2026

Στο χαρτοφυλάκιο της Δρυόπης έχει προστεθεί μονοποικιλιακό κρασί από Κυδωνίτσα, για το οποίο η διοίκηση αναφέρει θετική εμπορική πορεία, χωρίς να δημοσιοποιεί όγκους ή αξία πωλήσεων.

Για το 2026 προγραμματίζεται επίσης η κυκλοφορία κρασιού από το νέο οινοποιείο στην Νάουσα, ενώ βρίσκεται σε εξέλιξη πειραματική δουλειά στην κατηγορία των αφρωδών.

Στέλλα Αυγουστάκη
stella@notice.gr



Γιάννης Τσέλεπος, Οينوποιός,
Επικεφαλής, Κτήμα
Τσέλεπου

• **LIDL GB**

ΕΠΕΝΔΥΣΕΙΣ £400 ΕΚΑΤ. ΣΕ ΠΡΟΣΦΟΡΕΣ ΚΑΙ ΜΕΙΩΣΕΙΣ ΤΙΜΩΝ ΑΠΟ ΤΙΣ ΑΡΧΕΣ ΤΟΥ ΕΤΟΥΣ

Σε επενδύσεις ύψους £400 εκατ. για προωθητικές ενέργειες και μειώσεις τιμών έχει προχωρήσει από τις αρχές του έτους η Lidl GB, με στόχο τη στήριξη των βρετανικών νοικοκυριών.

Σύμφωνα με ανακοίνωση της εταιρείας, οι προσφορές και οι μειώσεις τιμών αφορούσαν 1.200 προϊόντα, μεταξύ των οποίων είδη πρώτης ανάγκης, φρούτα, λαχανικά, κρέας και ψάρια.

ΠΡΟΣΘΕΤΗ ΕΠΕΝΔΥΣΗ ΣΤΟ LIDL PLUS

Παράλληλα, η αλυσίδα ανακοίνωσε πρόσθετη επένδυση ύψους £75 εκατ., με στόχο την ενίσχυση των προνομίων για τα μέλη του προγράμματος πιστότητας Lidl Plus από τώρα έως τα Χριστούγεννα.

Από το συνολικό ποσό, £50 εκατ. θα διατεθούν σε πρωτοβουλίες επιβράβευσης πελατών, όπως εξατομικευμένα κουπόνια και πόντοι Lidl Points. Τα υπόλοιπα £25 εκατ. θα κατευθυνθούν σε στοχευμένες προσφορές τροφίμων και προϊόντων από την ενότητα "Middle of Lidl", στην οποία περιλαμβάνονται διάφορα είδη πέραν του βασικού

διατροφικού καλαθιού.

Η Lidl γνωστοποίησε επίσης ότι κατά τη διάρκεια του καλοκαιριού εξαργυρώθηκαν περισσότερα από πέντε εκατομμύρια κουπόνια του Lidl Plus Marketplace, ενώ οι συναλλαγές μέσω του Lidl Plus αυξήθηκαν κατά 17% τον τελευταίο μήνα.

Ανταποκρινόμενη στην αυξημένη ζήτηση για εξατομικευμένες ανταμοιβές, η εταιρεία αύξησε φέτος κατά 60% τη χρηματοδότηση που διαθέτει για κουπόνια.

ΕΠΕΝΔΥΣΕΙΣ ΣΕ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΑ & ΔΙΚΤΥΟ

Η Lidl GB αναφέρθηκε, παράλληλα, στις πρωτοβουλίες της για την ενσωμάτωση νέων τεχνολογιών στα καταστήματά της.

Η νέα υπηρεσία Lidl & Go προσφέρει στα μέλη του Lidl Plus τη δυνατότητα να σαρώσουν τα προϊόντα τους μέσω κινητού τηλεφώνου, χρησιμοποιώντας την εφαρμογή Lidl Plus. Την ίδια στιγμή, έξυπνες ζυγαριές με τεχνητή νοημοσύνη αναγνωρίζουν αυτόματα τα προϊόντα που τοποθετούνται σε αυτές προς ζύγιση.

Επιπλέον, η εταιρεία επεκτείνει το δίκτυο των



Ryan McDonnell, CEO, Lidl GB

ταμείων αυτοεξυπηρέτησης στα καταστήματά της.

Όπως σημείωσε η Lidl, οι επενδύσεις αυτές ακολουθούν τις θετικές επιδόσεις της κατά τη χρήση του 2025, κατά την οποία ο όγκος των πωληθέντων προϊόντων αυξήθηκε κατά 486 εκατ. μονάδες, ενώ ο κύκλος εργασιών ενισχύθηκε κατά 10,8%.

Για τη χρήση του 2026, η οποία βρίσκεται σε εξέλιξη, η αλυσίδα σχεδιάζει να ανοίξει περισσότερα από 50 νέα καταστήματα, επιδιώκοντας να εξυπηρετήσει την αυξανόμενη πελατειακή της βάση.

• **ΜΠΑΡΜΠΑ ΣΤΑΘΗΣ**

FOOD SUPPLIER OF THE YEAR ME ΕΠΤΑ ΔΙΑΚΡΙΣΕΙΣ

Τον τίτλο "Food Supplier of the Year" απέσπασε η Μπάρμπα Στάθης στα Supermarket Awards 2026, συγκεντρώνοντας συνολικά έξι χρυσά και ένα ασημένιο βραβείο. Οι διακρίσεις αφορούν πρωτοβουλίες στους τομείς της ανάπτυξης προϊόντων, της εμπορικής δραστηριότητας, της εκπαίδευσης και της κοινωνικής προσφοράς.

ΧΡΥΣΑ ΒΡΑΒΕΙΑ

Η σειρά "Ας Μαγειρέψουμε" απέσπασε δύο χρυσά βραβεία. Οι διακρίσεις αφορούν την εισαγωγή νέων προϊόντων με συνταγές για λαδερά και όσπρια, τα οποία έχουν σχεδιαστεί ώστε να περιορίζουν τον χρόνο προετοιμασίας, καθώς και την ανάπτυξη συνταγών οσπρίων με λαχανικά, με έμφαση στην ευκολία παρασκευής και τη διατροφική αξία. Παράλληλα, οι φρέσκες σαλάτες της εταιρείας βραβεύτηκαν με χρυσό για την αύξηση των πωλήσεων και του μεριδίου αγοράς τους, σε μια κατηγορία όπου η

εμπορική επίδοση αποτελεί βασικό δείκτη ανταγωνιστικότητας.

Δύο ακόμη χρυσά βραβεία απονεμήθηκαν για πρωτοβουλίες που, σύμφωνα με την εταιρεία, αναδεικνύουν τη συμβολή της στην ελληνική οικονομία και τη δημιουργία αξίας. Χρυσό βραβείο απέσπασε επίσης το εκπαιδευτικό πρόγραμμα "Μικροί Καλλιερητές: Ένα Πράσινο Μέλλον Ξεκινά από το Σχολείο". Η πρωτοβουλία έχει στόχο να εξοικειώσει τα παιδιά με τη φύση, την καλλιέργεια και τη σημασία της ισορροπημένης διατροφής, συνδέοντας την εκπαιδευτική διαδικασία με την αγροτική παραγωγή και τα τρόφιμα.

ΑΣΗΜΕΝΙΟ ΒΡΑΒΕΙΟ

Στον τομέα της κοινωνικής προσφοράς, η πρωτοβουλία "Προσφέρουμε" απέσπασε ασημένιο βραβείο. Η δράση υλοποιείται από τη Μπάρμπα Στάθης και την αλυσίδα Σκλαβενίτης, σε συνεργασία με τον οργανισμό "Μαζί για το Παιδί", και αφορά την προσφο-



ρά 11.500 υγιεινών γευμάτων σε παιδιά που βρίσκονται σε ανάγκη.

"ΑΝΑΓΝΩΡΙΣΗ ΤΗΣ ΔΙΑΧΡΟΝΙΚΗΣ ΠΡΟΣΠΑΘΕΙΑ ΤΩΝ ΑΝΘΡΩΠΩΝ ΜΑΣ"

Ο Μιχάλης Χαμαλέλλης, Διευθύνων Σύμβουλος, δήλωσε: "Η ανάδειξη της Μπάρμπα Στάθης ως Food Supplier of the Year, μαζί με τις σημαντικές διακρίσεις στα Supermarket Awards 2026, αποτελεί ιδιαίτερη τιμή και ουσιαστική αναγνώριση της διαχρονικής προσπάθειας των ανθρώπων μας. Αντανακλά μία πορεία χτισμένη με συνέπεια, υπευθυνότητα και αφοσίωση στην ποιότητα και επιβεβαιώνει τη δέσμευσή μας να καινοτομούμε και να δημιουργούμε αξία για τους καταναλωτές και τους συνεργάτες μας."

• ΓΑΛΛΙΑ

ΚΥΒΕΡΝΟΕΠΙΘΕΣΗ ΣΤΑ ΨΥΓΕΙΑ ΜΕΓΑΛΩΝ ΑΛΥΣΙΔΩΝ S/M – ΚΑΤΑΣΤΡΑΦΗΚΑΝ ΤΡΟΦΙΜΑ

Κυβερνοεπίθεση που επηρέασε τα συστήματα ψύξης σε εκατοντάδες καταστήματα αντιμετώπισαν οι γαλλικές αλυσίδες super market Intermarché και Coopérative U, προκαλώντας ανησυχία για την ασφάλεια των τροφίμων και τις οικονομικές επιπτώσεις στο λιανεμπόριο.

Σύμφωνα με τις δύο εταιρείες, οι οποίες ενημέρωσαν το Γαλλικό Πρακτορείο Ειδήσεων (AFP) στις 12 Οκτωβρίου, στο στόχαστρο βρέθηκαν περίπου 150 έως 200 καταστήματα της Intermarché και σχεδόν 100 της Coopérative U. Η επίθεση φέρεται να επέτρεψε την εξ αποστάσεως ενεργοποίηση της διαδικασίας απόψυξης στα ψυγεία, διαταράσσοντας τις συνθήκες συντήρησης.

Η εισαγγελία του Παρισιού επιβεβαίωσε το περιστατικό και ξεκίνησε έρευνα, καθώς υπάρχουν αναφορές ότι επηρεάστηκαν και άλλες μεγάλες αλυσίδες, ενώ καταγράφηκαν και πυρκαγιές, χωρίς να έχουν διευκρινιστεί οι συνθήκες εκδήλωσής τους.



ΑΝΑΦΟΡΕΣ ΓΙΑ ΕΠΙΘΕΣΕΙΣ ΚΑΙ ΣΕ ΑΛΛΕΣ ΑΛΥΣΙΔΕΣ

Σύμφωνα με το γαλλικό τηλεοπτικό δίκτυο BFM TV, η κυβερνοεπίθεση ενδέχεται να επηρέασε και την E. Leclerc, τη μεγαλύτερη αλυσίδα στην Γαλλία. Παράλληλα, ο ειδησεογραφικός ιστότοπος Je Bosse en Grande Distribution ανέφερε ότι προβλήματα αντιμετώπισαν και οι Carrefour Market και Monoprix, χωρίς οι συγκεκριμένες εταιρείες να έχουν επιβεβαιώσει τις πληροφορίες. Η Intermarché ανακοίνωσε ότι θα πρέπει να απορριφθούν τα νωπά και κατεψυγμένα προϊόντα που επηρεάστηκαν από τη διακοπή της ψύξης. Το ύψος των απωλειών δεν έχει ακόμη προσδιοριστεί, ενώ η εταιρεία καταδίκασε τη σπατάλη τροφίμων και τις οικονομικές ζημιές που προκάλεσε το περιστατικό.

“ΠΡΩΤΟΦΑΝΗΣ ΕΠΙΘΕΣΗ”

Ο Διευθύνων Σύμβουλος της Coopérative U, Dominique Schelcher, χαρακτήρισε την επίθεση “πρωτοφανή”, επιβεβαιώνοντας ότι τα

συστήματα ψύξης της εταιρείας είχαν επηρεαστεί από τη νύχτα της 11ης Οκτωβρίου. Ο ίδιος υπογράμμισε τη σοβαρότητα της στοχοποίησης εξοπλισμού απαραίτητου για τη συντήρηση των νωπών προϊόντων και την τροφοδοσία του πληθυσμού, ενώ ανέφερε ότι οι ομάδες της εταιρείας εργάζονται για την αποκατάσταση της λειτουργίας των συστημάτων. Παράλληλα, ζήτησε τη διερεύνηση των συνθηκών της επίθεσης.

Η Intermarché προειδοποίησε, επίσης, ότι ενδέχεται να προκύψουν ζητήματα ασφαλιστικής κάλυψης, καθώς ορισμένα συμβόλαια δεν καλύπτουν αντίστοιχα περιστατικά εντός των καταστημάτων.

ΕΡΕΥΝΑ ΓΙΑ ΤΙΣ ΖΗΜΙΕΣ

Η εισαγγελία του Παρισιού διερευνά την ευρείας κλίμακας κυβερνοεπίθεση, με στόχο να εντοπιστούν όλες οι επιχειρήσεις που επηρεάστηκαν και να αποσαφηνιστεί η σύνδεση του περιστατικού με τις αναφερόμενες ζημιές, συμπεριλαμβανομένης της απώλειας τροφίμων και των πυρκαγιών.

Το περιστατικό αναδεικνύει τους κινδύνους που δημιουργεί η εξάρτηση των επιχειρήσεων από ψηφιακά συστήματα ελέγχου κρίσιμων λειτουργιών. Σε αντίθεση με επιθέσεις που περιορίζονται στην απώλεια δεδομένων ή στη διακοπή ηλεκτρονικών υπηρεσιών, μια παρέμβαση σε συστήματα ψύξης μπορεί να προκαλέσει άμεσες υλικές ζημιές, να θέσει ζητήματα ασφαλείας τροφίμων και να διαταράξει την εφοδιαστική αλυσίδα.

• AHOLD DELHAIZE

ΖΗΤΗΜΑ ΑΣΦΑΛΕΙΑΣ ΣΤΟ ΔΙΚΤΥΟ ΤΗΣ – ΣΕ ΕΞΕΛΙΞΗ ΕΝΕΡΓΕΙΕΣ ΓΙΑ ΤΗΝ ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ ΚΑΙ ΤΟΝ ΠΕΡΙΟΡΙΣΜΟ ΤΟΥ ΠΡΟΒΛΗΜΑΤΟΣ

Ζήτημα ασφάλειας στο δίκτυό της αντιμετωπίζει η Ahold Delhaize, με τον όμιλο να έχει ενεργοποιήσει διαδικασίες για την αξιολόγηση και τον περιορισμό του προβλήματος.

Όπως αναφέρει σε ανακοίνωσή της, οι αρμόδιες ομάδες έχουν ήδη ξεκινήσει τις απαραίτητες ενέργειες για τη διερεύνηση και την αντιμετώπιση του περιστατικού. Στο πλαίσιο αυτό, ορισμένα συστήματα τίθενται προσωρινά εκτός λειτουργίας, προκειμένου να προστατευθούν από ενδεχόμενους κινδύνους.

Η εταιρεία διευκρινίζει ότι, προς το παρόν,



Frans Muller,
Διευθύνων
Σύμβουλος,
Ahold
Delhaize

τα καταστήματά της παραμένουν ανοιχτά και εξυπηρετούν κανονικά τους πελάτες. “Η προστασία των υποδομών μας αποτελεί ύψιστη προτεραιότητα, προς όφελος των πελατών, των εργαζομένων και των συνεργατών μας”, σημειώνει η Ahold Delhaize, ζητώντας συγγνώμη για την όποια αναστάτωση ενδέχεται να έχει προκαλέσει το ζήτημα σε πελάτες και συνεργάτες.

Μέχρι στιγμής, η εταιρεία δεν έχει δώσει περισσότερες λεπτομέρειες σχετικά με τη φύση του περιστατικού ή τις πιθανές επιπτώσεις του.

• **EUROBANK EQUITIES**

ΓΙΑΤΙ ΤΟΠΟΘΕΤΕΙ ΣΤΑ TOP PICKS ΤΗΝ COCA COLA HBC

Τιμή στόχο €61,7 από €59,5 προηγουμένως, δίνει για τη μετοχή της Coca Cola HBC, η Eurobank Equities, που διατηρεί και τη σύσταση αγοράς.

Όπως αναφέρει η χρηματιστηριακή, το μοντέλο αποτίμησής της προσαρμόζεται, ενσωματώνοντας τις υψηλότερες προβλέψεις για τα οικονομικά μεγέθη, οι οποίες αντισταθμίζονται εν μέρει από την αύξηση του μέσου σταθμικού κόστους κεφαλαίου (WACC) στο 8,1%, αντανakλώντας το περιβάλλον υψηλότερων επιτοκίων και τα αυξημένα ασφάλιστρα κινδύνου στις αγορές.

Η μετοχή της Coca Cola HBC περιλαμβάνεται επίσης στις κορυφαίες επενδυτικές επιλογές της (Top Picks), ενόψει των αναμενόμενων ανοδικών αναθεωρήσεων των εκτιμήσεων της αγοράς, καθώς η συνεισφορά της CCBA θα ενσωματώνεται σταδιακά στις συγκλίνουσες προβλέψεις των αναλυτών.

ΑΒΕΒΑΙΟΤΗΤΕΣ

Οι πρόσφατες ανησυχίες που συνδέονται με την Ρωσία έχουν επαναφέρει ένα γεωπολιτικό ασφάλιστρο κινδύνου στην αποτίμηση της μετοχής.

Ωστόσο, η χρηματιστηριακή εκτιμάει ότι οι δραστηριότητες της Coca-Cola HBC εκτός

Ρωσίας, συμπεριλαμβανομένης της CCBA, αποτιμώνται σε περισσότερα από €52 ανά μετοχή, ενώ για τη ρωσική δραστηριότητα έχουν ήδη υιοθετηθεί σημαντικά πιο συντηρητικές παραδοχές αποτίμησης.

Δεδομένου ότι σημαντικό μέρος της αξίας των ιδίων κεφαλαίων της ρωσικής δραστηριότητας αντανakλά την υψηλή καθαρή ταμειακή θέση που έχει συσσωρευθεί τοπικά, θεωρούμε ότι η τρέχουσα αποτίμηση της μετοχής ενσωματώνει με το παραπάνω το γεωπολιτικό ασφάλιστρο κινδύνου.

ΙΣΧΥΡΑ ΜΕΓΕΘΗ

Μετά τις ισχυρές επιδόσεις του α' εξαμήνου και την αναβάθμιση των προβλέψεων της διοίκησης για το σύνολο της χρήσης, η Eurobank Equities προχωρά σε ήπια ανοδική αναθεώρηση των εκτιμήσεών της για τα βασικά μεγέθη.

Πλέον προβλέπει έσοδα €12,48 δισ. για το 2026, αυξημένα κατά 7,5% σε ετήσια βάση, και προσαρμοσμένα λειτουργικά κέρδη (EBIT) €1,50 δισ., ενισχυμένα κατά 10,5%. Οι νέες εκτιμήσεις είναι υψηλότερες κατά περίπου 1% και 3% αντίστοιχα σε σχέση με τις προηγούμενες προβλέψεις της χρηματιστηριακής, καθώς η ισχυρότερη βάση όγκων

πωλήσεων και η ανθεκτικότερη τιμολογιακή πολιτική υπεραντισταθμίζουν τις αυξημένες πιέσεις στο κόστος κατά το δεύτερο εξάμηνο.

ΠΤΩΣΗ ΤΟΥ ΡΥΘΜΟΥ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ

Εξακολουθεί, ωστόσο, να αναμένει σημαντική επιβράδυνση του ρυθμού ανάπτυξης στο β' εξάμηνο σε σύγκριση με το πρώτο, λόγω των τεσσάρων λιγότερων ημερών πωλήσεων στο τέταρτο τρίμηνο, της αύξησης του κόστους πωληθέντων ανά κιβώτιο με ρυθμό μεταξύ 4% και 6% περίπου και της συνεχιζόμενης επανεπένδυσης σε δραστηριότητες marketing.

Η υψηλότερη βάση εκκίνησης και η ισχυρή επιχειρησιακή εκτέλεση το 2026 οδηγούν επίσης σε αναβάθμιση των προβλέψεών της για την περίοδο 2027-2028.

Η διοίκηση αναμένει πλέον ότι η οργανική αύξηση των εσόδων για το σύνολο του 2026 θα διαμορφωθεί κοντά στο ανώτατο όριο του εύρους 6%-7%, ενώ προβλέπει οργανική αύξηση των λειτουργικών κερδών EBIT κατά 8%-10%, έναντι προηγούμενης εκτίμησης 7%-10%.

Νίκος Ταμπακόπουλος
nicolas@notice.gr



Zoran Bogdanovic, CEO,
Coca Cola HBC

• **ΤΥΡΟΚΟΜΕΙΟ ΚΑΛΟΜΟΙΡΗ-ΗΛΒΙΓΑΛ**

ΑΝΑΠΤΥΞΗ 10% ΣΤΟ ΕΞΑΜΗΝΟ ΚΑΙ ΕΝΑΡΞΗ ΕΞΑΓΩΓΩΝ ΣΤΙΣ ΗΠΑ - ΕΠΕΝΔΥΣΗ €500 ΧΙΛ. ΓΙΑ ΕΚΣΥΓΧΡΟΝΙΣΜΟ

Νέο επενδυτικό πρόγραμμα για την περαιτέρω αναβάθμιση του εργοστασίου της στην Ηλεία ετοιμάζεται να υλοποιήσει η ΗΛΒΙΓΑΛ (Ηλειακή Βιομηχανία Γάλακτος)- Τυροκομείο Καλομοίρη έχοντας ήδη ολοκληρώσει στη διάρκεια της τελευταίας τριετίας επενδύσεις συνολικού ύψους €1,5 εκατ.

Όπως δηλώνει στο Fnb Daily ο Πρόεδρος και Διευθύνων Σύμβουλος, Σάκης Καλομοίρης, οι νέες παρεμβάσεις θα έχουν κόστος €500 χιλ. και θα αφορούν στον εκσυγχρονισμό της παραγωγικής της μονάδας στην Ηλεία, με το έργο να εντάσσεται σε τοπικό Leader.

"ΜΟΝΟΔΡΟΜΟΣ ΟΙ ΑΥΞΗΣΕΙΣ ΣΤΗ ΦΕΤΑ"

Στο εννιάμηνο του 2026 η εταιρεία τρέχει με ανάπτυξη 10% που αποδίδεται κυρίως στις ανατιμήσεις, απόρροια των αυξημένων τιμών του γάλακτος. Με το αιγοπρόβειο να αγγίζει πλέον τα €2 το κιλό και τα ενεργειακά κόστη στα ύψη, ο κ. Καλομοίρης διαβλέπει ότι οι τιμές της φέτας- βασικού προϊόντος της- στην αγορά θα ενισχυθούν κι άλλο στο... όχι και τόσο μακρινό μέλλον. "Εμείς, για παράδειγμα, έχουμε ήδη ένα κοστολόγιο €10 το κιλό, οπότε αν συνυπολογίσει κανείς τα ποσοστά κέρδους εμπόρων, μεσαζόντων και λιανεμπόρων μπορεί να σχηματίσει μια εικόνα για το πού θα φτάσει το προϊόν", αναφέρει χαρακτηριστικά.

DATA (σε €χιλ.)

Κύκλος Εργασιών

2025: 6.506

2024: 6.201

2023: 6.220

EBIT

2025: 251

2024: 214

2023: 204

Κέρδη προ φόρων

2025: 246

2024: 211

2023: 200

ΜΑΚΡΟΧΡΟΝΙΕΣ ΣΥΝΕΡΓΑΣΙΕΣ ΜΕ ΠΑΡΑΓΩΓΟΥΣ

Οι παραγωγικές ανάγκες της ΗΛΒΙΓΑΛ φτάνουν τους 3.500-4.000 τόνους αιγοπρόβειου γάλακτος ετησίως, ποσότητα που μέχρι σήμερα τουλάχιστον δεν έχει δυσκολευτεί να εξασφαλίσει. "Λόγω της ιστορίας και



Σάκης Καλομοίρης, Διευθύνων Σύμβουλος, Τυροκομείο Καλομοίρη (ΗΛ.ΒΙ.ΓΑΛ.)

των πολλών χρόνων που έχουμε στην αγορά, έχουμε αναπτύξει ένα δίκτυο σταθερών συνεργασιών. Δύσκολα θα φύγει ένας παραγωγός από εμάς για μια μικρή διαφορά της τάξης των 5 λεπτών στην τιμή, οπότε πιστεύω ότι ούτε στη φετινή παραγωγή σεζόν θα αντιμετωπίσουμε προβλήματα", σημειώνει.

ΣΤΟ 20% ΤΟΥ ΤΖΙΡΟΥ ΟΙ ΕΞΑΓΩΓΕΣ

Ένα σημαντικό κομμάτι των πωλήσεων της επιχείρησης που ανέρχεται σε 20% του συνολικού τζίρου προέρχεται από τις εξαγωγές οι οποίες φέτος έχουν επεκταθεί και στις ΗΠΑ. Από τους υπόλοιπους προορισμούς, οι κυριότεροι είναι η Αγγλία, η Γαλλία, το Ντουμπάι και το Κατάρ.

Ο κ. Καλομοίρης δηλώνει ικανοποιημένος

από την πορεία του νέου καταστήματος που από τον Μάιο του 2025 ξεκίνησε να λειτουργεί στην Αθήνα στην περιοχή των Εξαρχείων, ανεβάζοντας το συνολικό αριθμό σε τέσσερα (λειτουργεί ακόμα δύο καταστήματα στον Πύργο κι ένα στην Γαστούνη, ενώ έχει και παρουσία στις μεγάλες αλυσίδες που δραστηριοποιούνται στον νομό Ηλείας).

Στον μισθωμένο χώρο 150 τ.μ. πέρα από ολόκληρη τη γκάμα της εταιρείας (ανθύττο, γραβιέρες, κρέμες, γιαούρτια, πανακότα) διατίθενται επίσης επιλεγμένα προϊόντα μικρότερων επιχειρήσεων της περιφέρειας, όπως αλλαντικά, ζυμαρικά, μέλι μαρμελάδα, αλίπαστα κ.α.

Γιάννης Τσατσάκης
yannis@notice.gr

• **ΒΙΟΖΩΚΑΤ**

ΠΑΕΙ ΓΙΑ 110.000 ΤΟΝΟΥΣ ΚΑΙ ΤΖΙΡΟ €43 ΕΚΑΤ. ΦΕΤΟΣ - ΤΟΝ ΝΟΕΜΒΡΙΟ ΣΕ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΑ Η ΝΕΑ ΜΟΝΑΔΑ

Την αυξημένη ζήτηση για έτοιμες ζωοτροφές υψηλής ποιότητας από τους αιγοπροβατοτρόφους που επιβίωσαν της επέλασης των ζωνοδόων και παραμένουν ενεργοί, κεφαλαιοποιεί η Βιοζωκάτ, αυξάνοντας τις πωλήσεις και το μερίδιο αγοράς της.

ΑΝΑΡΠΑΣΤΟ ΤΟ ΠΡΟΒΕΙΟ ΓΑΛΑ

Όπως δηλώνει στο FNB Daily ο Αντιπρόεδρος της εταιρείας, Αλέξανδρος Τριανταφύλλου, "αυτή τη στιγμή υπάρχει πολύ έντονη ζήτηση για αιγοπρόβειο γάλα από την πλευρά των τυροκόμων καθώς τα περίπου 500.000 ζώα που έχουν σφαγιασθεί μεταφράζονται σε μια ποσότητα της τάξης των 20.000 τόνων τελικού προϊόντος, δηλαδή φέτας, σε μια σε χρονική στιγμή που οι εξαγωγές συνεχίζουν να αναπτύσσονται με γοργούς ρυθμούς".

"Με δεδομένη επίσης την ασάφεια και την περιρρέουσα ανησυχία για την ανασύσταση των κοπαδιών, οι παραγωγοί που συνεχίζουν στο επάγγελμα βλέπουν το γάλα τους να γίνεται ανάρπαστο, εξ ου και η αύξηση της τιμής. Με τη σειρά της η τελευταία, επιτρέπει και, παράλληλα, δίνει κίνητρο στους κτηνοτρόφους να ταΐζουν τα ζώα τους με καλύτερες τροφές προκειμένου να αυξηθούν οι εισκομίσεις", συμπληρώνει.

ΚΕΡΔΙΖΕΙ ΕΔΑΦΟΣ ΤΟ ΠΕΛΛΕΤ

Την ίδια στιγμή, η σχετική οικονομική άνεση σε συνδυασμό με τις ελλείψεις εργατικών χεριών στις κτηνοτροφικές μονάδες ωθεί τους παραγωγούς να επενδύσουν σε έτοιμη ποιοτική ζωοτροφή αντί να μπουκ στην διαδικασία να την παρασκευάσουν οι ίδιοι. "Γι' αυτό και βλέπουμε ότι οι ζωοτροφές σε μορφή πέλλετ κερδίζουν φέτος ολοένα και περισσότερο έδαφος, προσφέροντας στον κτηνοτρόφο μια έτοιμη και αξιόπιστη λύση", σημειώνει ο κ. Τριανταφύλλου.

ΓΕΩΓΡΑΦΙΚΗ ΕΠΕΚΤΑΣΗ

Στην ισχυροποίηση της θέσης της Βιοζωκάτ στην αγορά συνέβαλαν επίσης:

- Η διεύθυνση σε περισσότερες γεωγραφικές περιοχές, προκειμένου να αντισταθμιστούν οι απώλειες πελατολόγιου σε Κεντρική Μακεδονία και Θεσσαλία που πληγώθηκαν βαριά από την ευλογιά. "Χάσαμε 100 μεγάλες μονάδες που, δυστυχώς για τον κλάδο, το πιθανότερο είναι ότι δεν θα επαναλειτουργήσουν ούτε θα αντικατασταθούν", υπογραμμίζει ο συνομιλητής μας



Αλέξανδρος
Τριανταφύλλου,
Αντιπρόεδρος,
Βιοζωκάτ

- Το άνοιγμα της εταιρείας στον κλάδο της πάχυνσης ζωοτροφών όπου επίσης καταγράφεται αύξηση ζήτησης και τιμών

DATA (σε €χιλ.)

Κύκλος Εργασιών

2025: 41.601

2024: 34.491

2023: 34.170

EBIT

2025: 2.913

2024: 2.209

2023: 3.827

Κέρδη προ φόρων

2025: 2.211

2024: 1.391

2023: 3.001

ΑΥΞΗΣΗ 7% ΣΤΟ ΤΟΝΑΖ ΣΤΟ ΕΝΝΕΑΜΗΝΟ

Ο συνδυασμός όλων των παραπάνω είχε ως αποτέλεσμα η εταιρεία να καταγράφει στο εννεάμηνο αύξηση 7% στις πωλήσεις σε όγκο και, με την τάση να είναι ξεκάθαρα ανοδική, το πιθανότερο είναι να πιάσει το στόχο των 110.000 τόνων που έχει τεθεί για φέτος. Πέρυσι, υπενθυμίζεται, η Βιοζωκάτ διέθεσε 100.000 τόνους ζωοτροφών.

Σε όρους αξίας και με δεδομένο ότι μέχρι στιγμή οι τιμές διατηρήθηκαν σταθερές, η χρονιά αναμένεται να κλείσει με μια μικρή αύξηση στον κύκλο εργασιών που εκτιμάται

ότι θα ανέλθει σε €43 εκατ. Πέρυσι η εταιρεία έκλεισε στα έναντι €41,6 εκατ., καταγράφοντας αύξηση σχεδόν 21% παρά το γεγονός ότι το πελατολόγιο που χάθηκε από τις ζωνοδόους αντιστοιχούσε σε τζίρο €2,5 εκατ. Η δε κερδοφορία αναμένεται να κινηθεί στα περσινά επίπεδα.

ΤΑ ΚΟΣΤΗ ΦΕΡΝΟΥΝ ΑΥΞΗΣΕΙΣ ΤΙΜΩΝ

Όπως εξηγεί ο κ. Τριανταφύλλου, οι αυξήσεις τιμών είναι αναπόφευκτες το επόμενο διάστημα, λόγω των αυξήσεων που καταγράφονται ήδη σε πρώτες ύλες, όπως το καλαμπόκι και η σόγια, σε συνδυασμό με την ανατιμήσεις στα μεταφορικά. Ωστόσο, δύσκολα θα προλάβουν να έχουν μεγάλο αντίκτυπο στην φετινή χρήση.

ΕΠΕΝΔΥΣΗ ΑΝΩ ΤΩΝ €2,5 ΕΚΑΤ. ΣΤΙΣ ΣΕΡΡΕΣ

Εξάλλου, τον Νοέμβριο ξεκινά την παραγωγική λειτουργία της η νέα μονάδα ζωοτροφών της Βιοζωκάτ στις Σέρρες. Πρόκειται για επένδυση €2,5-€3 εκατ. για την ανακατασκευή μιας εγκατάστασης που από το 2011 είχε στην κατοχή της η εταιρεία και η οποία μέχρι τώρα χρησιμοποιούνταν ως κέντρο logistics. Η νέα μονάδα υλοποιήθηκε με ίδια κεφάλαια και θα δώσει στην Βιοζωκάτ μια επιπλέον δυναμικότητα 15.000-20.000 τόνων.

Γιάννης Τσατσάκης
yannis@notice.gr

• **ΤΕΧΝΗΤΗ ΝΟΗΜΟΣΥΝΗ**

Η ΕΞΑΤΟΜΙΚΕΥΜΕΝΗ ΤΙΜΟΛΟΓΗΣΗ ΑΠΕΙΛΕΙ ΤΗΝ ΤΣΕΠΗ ΤΩΝ ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΩΝ

Οι μεγάλες αλυσίδες fast food και τα super market ενσωματώνουν ολοένα περισσότερα εργαλεία AI, εντείνοντας τις ανησυχίες για την εξάπλωση της δυναμικής και της εξατομικευμένης τιμολόγησης, που θα μπορούσαν να επηρεάσουν τις τιμές που πληρώνουν οι καταναλωτές.

Πρόσφατη αγωγή στις ΗΠΑ κατά της McDonald's υποστήριξε ότι η αλυσίδα χρησιμοποιεί σύστημα τιμολόγησης με Τεχνητή Νοημοσύνη, χρεώνοντας υπερβολικά τους πελάτες για προϊόντα όπως τα Big Mac και οι τηγανιτές πατάτες. Η εταιρεία αρνήθηκε ότι αξιοποιεί AI για να προσδιορίζει πόσα είναι διατεθειμένοι να πληρώσει κάθε καταναλωτής, επισημαίνοντας ότι παρέχει στους δικαιολογούμενους της εργαλεία και συστάσεις για τη λήψη τεκμηριωμένων αποφάσεων.

Παράλληλα, αλυσίδες όπως οι Kroger, Walmart και Amazon Fresh υιοθετούν

ηλεκτρονικές ετικέτες ραφιών, οι οποίες επιτρέπουν την ψηφιακή ενημέρωση των τιμών. Η Whole Foods Market διευκρίνισε ότι δεν εφαρμόζει δυναμική τιμολόγηση, υποστηρίζοντας ότι η τεχνολογία απλοποιεί τις αλλαγές τιμών και περιορίζει τα απορρίμματα χαρτιού.

ΔΥΝΑΜΙΚΗ ΤΙΜΟΛΟΓΗΣΗ

Η δυναμική τιμολόγηση αφορά τις μεταβολές των τιμών ανάλογα με τις συνθήκες της αγοράς, όπως η ζήτηση, η χρονική στιγμή και οι τιμές των ανταγωνιστών. Σύμφωνα με την Miroslava Marinova, ανώτερη λέκτορα εμπορικού δικαίου στο University of East London, η πρακτική εφαρμόζεται εδώ και χρόνια σε αεροπορικές εταιρείες, ξενοδοχεία και υπηρεσίες μετακίνησης.

Ωστόσο, οι οικονομολόγοι της Τράπεζας της Αγγλίας, Clare Lombardelli και Rupal Patel, προειδοποίησαν ότι η τεχνολογική

εξέλιξη επιτρέπει πλέον την εξατομίκευση των τιμών, ώστε οι επιχειρήσεις να χρεώνουν ποσά που προσεγγίζουν τη μέγιστη τιμή που είναι διατεθειμένοι να πληρώσει κάθε πελάτης. Η πρακτική αυτή είναι γνωστή ως "τέλεια διάκριση τιμών".

Η εξάπλωση των ηλεκτρονικών ετικετών και των συστημάτων πληρωμών με αναγνώριση προσώπου διευρύνει παράλληλα τις δυνατότητες συλλογής δεδομένων, όπως το ιστορικό συναλλαγών, η διαδικτυακή συμπεριφορά, η τοποθεσία και οι αγοραστικές συνήθειες.

ΟΙ ΕΠΙΠΤΩΣΕΙΣ ΣΤΟΥΣ ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΕΣ

Η εξατομικευμένη τιμολόγηση ενδέχεται να δυσκολέψει και τη μέτρηση του πληθωρισμού, καθώς οι δείκτες βασίζονται σε αντιπροσωπευτικά δείγματα τιμών. Όταν οι τιμές μεταβάλλονται συνεχώς και διαφέρουν από καταναλωτή σε καταναλωτή, γίνεται δυσκολότερη η αποτύπωση της πραγματικής επιβάρυνσης των νοικοκυριών.

Παράλληλα, πολιτείες των ΗΠΑ λαμβάνουν μέτρα για τον περιορισμό πρακτικών που βασίζονται σε προσωπικά δεδομένα. Στην Νέα Υόρκη προβλέπεται υποχρέωση γνωστοποίησης της χρήσης τέτοιων δεδομένων για τον καθορισμό τιμών, ενώ στο Μέριλαντ έχουν επιβληθεί περιορισμοί στην εξατομικευμένη τιμολόγηση τροφίμων που οδηγεί σε υψηλότερες χρεώσεις. Αντίστοιχα μέτρα έχουν θεσπιστεί στο Νιου Τζέρσεϊ και στο Κονέκτικατ.



• **STARBUCKS**

ΔΙΑΨΕΥΔΕΙ ΤΑ ΣΕΝΑΡΙΑ ΕΞΑΓΟΡΑΣ ΤΗΣ CHIPOTLE

Η Starbucks ανακοίνωσε ότι δεν πρόκειται να εξαγοράσει την Chipotle Mexican Grill, διαψεύδοντας τα δημοσιεύματα που ήθελαν την αλυσίδα καφέ να εξετάζει το ενδεχόμενο εξαγοράς της εταιρείας εστίασης.

Η ανακοίνωση ακολουθεί δημοσίευμα της προηγούμενης εβδομάδας, σύμφωνα με το οποίο η Starbucks, υπό τη διοίκηση του πρώην Διευθύνοντος Συμβούλου της



Chipotle, Brian Niccol, είχε επεξεργαστεί πρόταση εξαγοράς της εταιρείας.

Την περασμένη εβδομάδα, η Starbucks είχε δηλώσει ότι παραμένει "απόλυτα προσηλωμένη" στην υλοποίηση του σχεδίου αναστροφής της πορείας της. Το πρόγραμμα αυτό έχει συμβάλει στην ανάκαμψη της αύξησης των πωλήσεων, έπειτα από μια παρατεταμένη περίοδο υποτονικών επιδόσεων.

• CONSTELLATION BRANDS DEAL \$353 ΕΚΑΤ. ΓΙΑ ΤΗΝ ΑΠΟΚΤΗΣΗ ΤΗΣ SPIKEDADE

Στην εξαγορά της SpikedAde, αμερικανικού brand έτοιμων προς κατανάλωση ποτών (RTD), προχώρησε η Constellation Brands, σε συμφωνία που μπορεί να φτάσει σε αξία έως τα \$353 εκατ.

Η συναλλαγή περιλαμβάνει αρχική καταβολή \$75 εκατ. για την πλήρη απόκτηση της SpikedAde, ενώ προβλέπονται πρόσθετες πληρωμές έως και \$278 εκατ. σε βάθος πενταετίας, ανάλογα με τις μελλοντικές επιδόσεις του brand.

Στο πλαίσιο της εξαγοράς, η ομάδα της SpikedAde θα ενσωματωθεί στο τμήμα μπίρας της Constellation Brands. Η εταιρεία θα αναλάβει την εποπτεία της παραγωγής, το marketing και τη διανομή των προϊόντων, ενώ σχεδιάζει να ευθυγραμμίσει τη διανομή του brand με τους συνεργάτες της στο δίκτυο διανομών Gold Network, υπό την προϋπόθεση της συμμόρφωσης με την ισχύουσα νομοθεσία.

Η SPIKEDADE

Η SpikedAde δραστηριοποιείται στην αναδυόμενη κατηγορία των αλκοολούχων ποτών τύπου "Ade", τα οποία αντλούν έμπνευση από τα αθλητικά ποτά. Τα προ-

ϊόντα της βασίζονται στη βότκα, δεν περιέχουν ανθρακικό και έχουν μηδενική περιεκτικότητα σε ζάχαρη, με 100 θερμίδες ανά μερίδα.

Σύμφωνα με στοιχεία της Circana που επικαλείται η Constellation Brands, οι πωλήσεις σε αξία στην κατηγορία των έτοιμων προς κατανάλωση αλκοολούχων ποτών με βάση τα αποστάγματα αυξήθηκαν κατά 25% στο διάστημα των 52 εβδομάδων έως τις 30 Αυγούστου 2026.

ΝΕΕΣ ΕΥΚΑΙΡΙΕΣ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ

Ο Nicholas Fink, Πρόεδρος και Διευθύνων Σύμβουλος της Constellation Brands, δήλωσε ότι η SpikedAde έχει καταφέρει να αποκτήσει διακριτή θέση σε μια αναδυόμενη κατηγορία και να αναπτύξει ένα brand που βρίσκει ανταπόκριση στους καταναλωτές.

Όπως πρόσθεσε, καθώς οι προτιμήσεις των καταναλωτών εξελίσσονται και αναδύονται νέες περιστάσεις κατανάλωσης, η εταιρεία προσβλέπει στην αξιοποίηση των βάσεων που έχει δημιουργήσει η ομάδα της SpikedAde. Παράλληλα, σκοπεύει να αξιοποιήσει την τεχνογνωσία και τις επιχει-



Nicholas Fink,
Πρόεδρος
και CEO,
Constellation
Brands

ρησιακές της δυνατότητες για να επιταχύνει την ανάπτυξη του brand, να διευρύνει την παρουσία του στην αγορά και να δημιουργήσει νέες ευκαιρίες ανάπτυξης για την κατηγορία μακροπρόθεσμα.

Από την πλευρά του, ο Jason Cohen, ιδρυτής και διευθύνων σύμβουλος της SpikedAde, σημείωσε ότι η εξαγορά θα επιτρέψει στο brand να προσεγγίσει περισσότερους καταναλωτές, αξιοποιώντας την κλίμακα δραστηριοτήτων και την τεχνογνωσία της Constellation Brands.

• SUPER MARKETS (CIRCANA) ΣΤΑ €10 ΔΙΣ. ΟΙ ΠΩΛΗΣΕΙΣ ΟΚΤΑΜΗΝΟΥ, ΦΡΕΝΑΡΕΙ Η ΑΝΑΠΤΥΞΗ

Στο 5,5% διαμορφώθηκε η ανάπτυξη στα super markets στο οκτάμηνο του 2026, με πωλήσεις λίγο πάνω από τα €10 δισ., κα-



τεβάζοντας για άλλον έναν μήνα την ταχύτητα ανάπτυξης.

Ανάπτυξη 2026

- 8μηνο: 5,5%
- 7μηνο: 5,6%
- 6μηνο: 5,8%
- 5μηνο: 6,4%
- 4μηνο: 6,5%
- 3μηνο: 6,9%
- 2μηνο: 9%
- αρχές έτους: 8%

Όπως προκύπτει από τη μελέτη της Circana, η συντριπτική πλειοψηφία των

δαπανών διατηρήθηκε στα τρόφιμα, με τους καταναλωτές να ξοδεύουν περίπου 6% περισσότερα σε σχέση με το αντίστοιχο διάστημα του 2025 (αγγίζοντας τα 8,37 δισ.). Υψηλότερες στα επίπεδα του 4%-5% ήταν οι πωλήσεις στα προϊόντα προσωπικής φροντίδας και υγιεινής (σε €804 εκατ.) και στα προϊόντα για το σπίτι (€727 εκατ.).

Η ΕΙΚΟΝΑ ΤΩΝ ΤΙΜΩΝ

Η μέση αύξηση τιμής κινήθηκε στο +1,6%, ενώ η περυσινή χρονιά είχε κλείσει στα ίδια επίπεδα.

ΔΙΑΒΑΣΤΕ ΕΔΩ ΑΝΑΛΥΤΙΚΑ ΤΑ ΣΤΟΙΧΕΙΑ

• 7-ELEVEN (ΗΠΑ)

ΜΕ ΟΠΛΟ ΤΗΝ ΕΦΟΔΙΑΣΤΙΚΗ ΑΛΥΣΙΔΑ ΣΤΗ ΜΑΧΗ ΓΙΑ ΤΗ ΜΕΙΩΣΗ ΤΟΥ ΚΟΣΤΟΥΣ

Η 7-Eleven Inc., ο βορειοαμερικανικός βραχίονας της αλυσίδας 7-Eleven, εξετάζει το ενδεχόμενο να αναλάβει εσωτερικά μέρος των δραστηριοτήτων της εφοδιαστικής της αλυσίδας, επιδιώκοντας να μειώσει το κόστος, καθώς ο επίμονος πληθωρισμός επιβαρύνει την καταναλωτική ζήτηση στις ΗΠΑ, δήλωσε την Παρασκευή ο Διευθύνων Σύμβουλος της εταιρείας.

Η εταιρεία, η οποία ανήκει στον ιαπωνικό όμιλο Seven & i Holdings, καταγράφει υποτονικούς ρυθμούς ανάπτυξης, καθώς οι καταναλωτές περιορίζουν τις δαπάνες τους υπό το βάρος του αυξανόμενου πληθωρισμού.

ΤΑ ΣΧΕΔΙΑ

Τον Απρίλιο, η Seven & i μετέθεσε τα σχέδιά της για την εισαγωγή της βορειοαμερικανικής δραστηριότητας στο χρηματιστήριο, μεταφέροντας τον χρονικό ορίζοντα στο οικονομικό έτος που αρχίζει τον Απρίλιο του 2027 ή αργότερα, αντί για το δεύτερο εξάμηνο του 2026, επικαλούμενη την

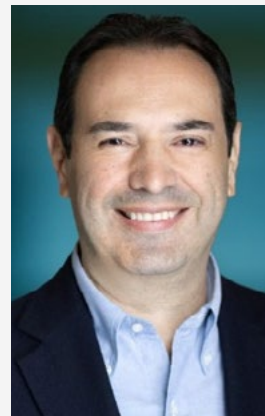
αβεβαιότητα στις αγορές.

Ο νέος Διευθύνων Σύμβουλος της 7-Eleven Inc., Mauricio Leyva, ο οποίος ανέλαβε τα καθήκοντά του τον Αύγουστο, δήλωσε ότι η εταιρεία εξετάζει πρόσθετα μέτρα περιορισμού του κόστους. Αυτό συμβαίνει ακόμη και καθώς οι υψηλές τιμές των καυσίμων ενισχύουν τα έσοδα, την ώρα που οι δαπάνες αυξάνονται σε ολόκληρη την εφοδιαστική αλυσίδα και οι πληθωριστικές πιέσεις, μαζί με το κόστος των καυσίμων, αναμένεται να ενταθούν περαιτέρω μεσοπρόθεσμα και μακροπρόθεσμα.

ΠΟΥ ΘΑ ΔΟΘΕΙ ΕΜΦΑΣΗ

Η 7-Eleven Inc. έχει εισαγάγει προϊόντα με πιο προσιτές τιμές, προκειμένου να προσελκύσει καταναλωτές. Παράλληλα, αναδιαμορφώνει το δίκτυο προμηθειών και διανομής της, επιδιώκοντας περαιτέρω μείωση του κόστους, δήλωσε ο Leyva.

“Σε έναν βαθμό, έχουμε αναθέσει υπερβολικά μεγάλο μέρος των δραστηριοτήτων μας σε εξωτερικούς συνεργάτες”, ανέφε-



Mauricio Leyva, CEO, 7-Eleven Inc.

ρε στην ίδια συνέντευξη ο Stephen Dacus, διευθύνων σύμβουλος της Seven & i. “Πιθανότατα έχει έρθει η ώρα να αναπτύξουμε περισσότερες δυνατότητες και υποδομές στο εσωτερικό της εταιρείας”, πρόσθεσε.

Οι μακροπρόθεσμες επενδύσεις της εταιρείας χρηματοδοτούνται κατά κύριο λόγο από ίδια κεφάλαια, σύμφωνα με τον Leyva. Ο Dacus δήλωσε ότι μια μελλοντική εισαγωγή της 7-Eleven Inc. στο χρηματιστήριο θα εξαρτηθεί από τη μεταβολή του μακροοικονομικού περιβάλλοντος. Πρόσθεσε ότι η επιχείρηση χρειάζεται περισσότερο χρόνο για να πείσει τους επενδυτές ότι το σχέδιο ανάκαμψής της αποδίδει.

• Debrief •

ΛΙΓΟ ΧΡΩΜΑ ΔΕΝ ΘΑ ΦΕΡΕΙ ΤΗΝ ΑΝΟΙΞΗ ΑΛΛΑ...

... κάτι είναι και αυτό, για την καταταλαιπωρημένη Σταδίου. Χθες περνώντας με το τρόλεϊ από τη γωνία Σταδίου και Αιόλου είδα ότι είχαν κατέβει οι σκαλωσιές από τον τοίχο που κάποτε συνόρευε με τον Κατράντζο. Η όμορφη εικόνα που κάποιοι – δεν έχω ιδέα ποιοι – ζωγράφιζαν επί μήνες πέφτει πια ελεύθερη στο μάτι, χωρίς την παρεμβολή ικριωμάτων.

Το συγκεκριμένο σημείο χάσκει σαν ανοιχτή πληγή στο κέντρο της Αθήνας από το 1980, μετά τον εμνηρησμό και την κατάρρευση του πολυκαταστήματος Κατράντζος. Και συνεχίζει να χάσκει, προφανώς. Ωστόσο κάπως γλύκανε από χθες.

Τον αντίλογο, τον “ακούω” ήδη. Το graffiti θα ομορφύνει την Αθήνα; Δεν μιλάμε για το graffiti-μουντζούρα που έχει εξαπλωθεί

σχεδόν παντού, σε εκατοντάδες χιλιόμετρα, και μαζί με την αφισκόλληση, κάνουν φρικτική την ήδη άσχημη εικόνα των αθηναϊκών δρόμων. Γι’ αυτές τις περιπτώσεις πρέπει να γίνει σοβαρή προσπάθεια, γιατί η κατάσταση έχει ξεφύγει εντελώς.

Στη γωνία Σταδίου και Αιόλου έγινε μια κανονική, καλλιτεχνική προσπάθεια. Ένα τεράστιο άχαρο ντουβάρι, ομόρφυνε. Για αυτό μιλάμε, όχι για μουντζούρες και συνθήματα.... για την επανάσταση που έρχεται, το Μαράκι που έφυγε και την ομάδα που αδικήθηκε. (Σημειωτέον, ούτε η... επανάσταση έρχεται, ούτε η ομάδα αδικήθηκε. Όσο για το Μαράκι, φίλε ξέχνα τη είναι ήδη αλλού. Οπότε τσάμπα μουντζουρώνετε τους τοίχους).

Από τις τρεις αρτηρίες του Κέντρου της Αθή-

νας, Ακαδημίας, Πανεπιστημίου, Σταδίου, η τρίτη είναι αυτή που έχει πληγωθεί περισσότερο, εδώ και καιρό. Η αποεπένδυση που έφεραν η χρεοκοπία και τα Μνημόνια είναι ακόμα ορατή στο σώμα του ιστορικού αυτού δρόμου. Ειδικά, όσο ο επισκέπτης πλησιάζει προς την Ομόνοια.

Ωστόσο τα τελευταία χρόνια έχουν αρχίσει να εμφανίζονται και πάλι σκαλωσιές και το χαρακτηριστικό πράσινο πανί στις προσόψεις κτιρίων της. Ένδειξη ότι έχουν ξεκινήσει ανακαινίσεις και ανανέωση χρήσεων. Υπάρχει πολύς δρόμος ακόμα, μέχρι η Σταδίου να συνέλθει, αλλά κάτι κινείται. Και μια όμορφη εικόνα σε ένα άχαρο ντουβάρι, είναι κάτι.

Γιάννης Παλιούρης
giannis@notice.gr

Business Maker

Η ΑΦΡΟΚΡΕΜΑ ΤΟΥ ΕΠΙΧΕΙΡΕΙΝ ΣΤΑ ΓΕΝΕΘΛΙΑ ΤΗΣ IDEAL

Δεν ήταν μια συνηθισμένη επετειακή εκδήλωση. Τα πέμπτα γενέθλια της Ideal Holdings συγκέντρωσαν ορισμένα από τα ισχυρότερα ονόματα της ελληνικής επιχειρηματικής και πολιτικής σκηνής, αλλά και μια προσωπικότητα με διεθνές εκτόπισμα. Η προσέλευση ήταν εντυπωσιακή, με την επενδυτική κοινότητα να έχει ιδιαίτερα δυνατή εκπροσώπηση. Ανάμεσα στους παρευρισκομένους ξεχώρισε ο Άλεξ Φωτακίδης της CVC, η ομάδα της AXIA Ventures, με τους Γιώργο Λινάτσα και Αλέξανδρο Αργυρού, και ο Γιάννης Παπαδόπουλος του EOS.

Ξεχωριστή, ωστόσο, ήταν η παρουσία του Βασίλη Κάτσου της VNK Capital. Και αυτό γιατί πρόκειται για έναν από τους ανθρώπους που πίστεψαν από νωρίς στο όραμα του Λάμπρου Παπακωνσταντίνου, σπρίζοντας την προσπάθεια της Ideal όταν

οι συνθήκες στην αγορά ήταν κάθε άλλο παρά εύκολες.

Ιδιαίτερο επιχειρηματικό βάρος είχε και η παρουσία των αδελφών Αναστάση και Χάρη Δαυίδ, της οικογένειας που συνδέεται με την Coca-Cola HBC. Η κοινή εμφάνισή τους στην εκδήλωση της Ideal δεν πέρασε απαρατήρητη. Από τον επιχειρηματικό κόσμο παρόντες ήταν επίσης ο γνωστός οινοποιός Στέλιος Μπουτάρης, ο Γιάννης Αρτινός της Αμβυξ και ο Νικόλας Πεγιάτης της PwC. Αλλά η βραδιά είχε και μια διεθνή πινελιά. Στην εκδήλωση βρέθηκε ο Τζορτζ Όσμπορν, πρώην Υπουργός Οικονομικών της Βρετανίας και Πρόεδρος του Βρετανικού Μουσείου. Ο Βρετανός πολιτικός είχε συζήτηση με τον Αλέξη Παπαχελά, Διευθυντή της Καθημερινής.

Ισχυρή ήταν και η πολιτική εκπροσώπηση. Εκεί βρέθηκε ο Αντιπρόεδρος της κυβέρ-

νησης Κωστής Χατζηδάκης, τον οποίο συνδέει με τον Λάμπρο Παπακωνσταντίνου μια γνωριμία, που κρατά από το μακρινό 1983, όταν ήταν ακόμη φοιτητές. Μια σχέση 43 ετών, που ξεκίνησε πολύ πριν οι επαγγελματικές τους διαδρομές πάρουν διαφορετικές κατευθύνσεις. Παρόντες ήταν επίσης οι υπουργοί Σταύρος Παπασταύρου και Βασίλης Κικίλιας, καθώς και οι πρώην υπουργοί Νότης Μητράκης και Χρήστος Σταϊκούρας. Στην εκδήλωση βρέθηκαν ακόμη η Βασιλική Λαζαράκου, ο Γιάννος Κοντόπουλος και, φυσικά, σύσσωμη η ομάδα της Ideal. Στο επίκεντρο ο Λάμπρος Παπακωνσταντίνου, που είχε κάθε λόγο να χαμογελά. Πέντε χρόνια μετά, δίπλα του βρίσκονταν τόσο εκείνοι που στήριξαν το εγχείρημα από την αρχή, όσο και πρόσωπα που σήμερα διαμορφώνουν τις εξελίξεις στην ελληνική αγορά.

COCA-COLA HBC: ΤΟ ΚΑΜΠΑΝΑΚΙ ΓΙΑ ΤΟ 2027, Η ΡΩΣΙΑ ΚΑΙ ΤΟ ΣΤΟΙΧΗΜΑ ΤΗΣ ΑΦΡΙΚΗΣ

Μια ενδιαφέρουσα συζήτηση, με αρκετές προεκτάσεις για την πορεία της διεθνούς οικονομίας, έγινε στα πηγαδάκια της εκδήλωσης για τα πέντε χρόνια της Ideal Holdings. Πρωταγωνιστής, κορυφαίος παράγοντας της Coca-Cola HBC, ο οποίος, σύμφωνα με καλά πληροφορημένες πηγές, εμφανίστηκε ιδιαίτερα προβληματισμένος για όσα έρχονται το 2027. Η εκτίμησή του ήταν πως η γεωπολιτική αβεβαιότητα θα συνεχιστεί, με την Ευρώπη και την Μέση Ανατολή να βρίσκονται αντιμέτωπες με νέες αναταράξεις. Μάλιστα, επιστράτευσε μια βρετανική ρήση για να πε-

ριγράψει τη σημασία της γαλλικής και της γερμανικής οικονομίας. Όταν Γερμανία και Γαλλία κρυστολογούν, ολόκληρη η Ευρώπη υποφέρει. Και έσπευσε να προειδοποιήσει πως δεν υπάρχει κανένας λόγος να χαιρόμαστε για τις σημερινές δυσκολίες της Γερμανίας, ακόμη κι αν στο παρελθόν δεν έδειξε την ίδια συμπόνια απέναντι στην ελληνική κρίση.

Οι συνέπειες, εξήγησε, θα αγγίξουν όλους. Ενδιαφέρον είχαν και όσα ανέφερε για τις επιχειρηματικές δραστηριότητες της Coca-Cola HBC. Για την Ρωσία υπογράμμισε ότι πρόκειται για μια ξεχωριστή δραστηριότητα,

την οποία διαχειρίζεται ουσιαστικά η τοπική διοίκηση, με περιορισμένες παρεμβάσεις. Οι κυρώσεις επιβάλλουν ιδιαίτερη προσοχή στους χειρισμούς, ενώ απέφυγε να επεκταθεί περισσότερο. Αντίθετα, εμφανίστηκε αισιόδοξος για την Αφρική, την οποία χαρακτήρισε αγορά με μεγάλες προοπτικές και το μεγάλο επιχειρηματικό στοίχημα του ομίλου. Όσο για την ολοκλήρωση της εξαγοράς της Coca-Cola Beverages Africa, επισήμανε ότι η διαδικασία εξαρτάται από τις εγκρίσεις των αρχών ανταγωνισμού και κινείται βάσει χρονοδιαγράμματος, με ορίζοντα τα τέλη του 2026 ή τις αρχές του 2027.



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**

• **ΒΙΚΟΣ COLA**

ΣΤΟ ΠΛΕΥΡΟ ΤΗΣ ΚΑΕ ΗΡΑΚΛΗΣ ΓΙΑ 2η ΣΥΝΕΧΟΜΕΝΗ ΧΡΟΝΙΑ

Τη συνεργασία της με την ΚΑΕ Ηρακλής για δεύτερη συνεχόμενη χρονιά ανανεώνει η ΒΙΚΟΣ COLA, συνεχίζοντας την παρουσία της στο ελληνικό μπάσκετ και τη σύνδεση του εμπορικού της σήματος με μία ομάδα με μακρά ιστορία στο άθλημα. Η ανανέωση της συνεργασίας αφορά τη νέα αγωνιστική σεζόν, με τις δύο πλευρές

να διατηρούν κοινό σημείο αναφοράς την υποστήριξη του αθλητισμού και τη σύνδεση της ομάδας με τους φιλάθλους της. Ο Κωνσταντίνος Σεπετάς, Αντιπρόεδρος της Ηπειρωτικής Βιομηχανίας Εμφιαλώσεων, δήλωσε: "Είμαστε ιδιαίτερα χαρούμενοι που συνεχίζουμε για δεύτερη χρονιά στο πλευρό της ΚΑΕ ΗΡΑΚΛΗΣ, μιας ομά-



δας με μεγάλη ιστορία και ξεχωριστή θέση στο ελληνικό μπάσκετ. Η ΒΙΚΟΣ COLA παραμένει σταθερά δίπλα στην ομάδα και τους φιλάθλους της για μια δυναμική αγωνιστική χρονιά."

Business Insight

CMF: ΤΟ ΚΑΡΕ ΤΩΝ... ΘΕΜΕΛΙΩΝ ΕΠΕΝΔΥΤΩΝ ΚΑΙ ΟΙ ΔΥΟ ΑΣΟΙ ΜΑΡΙΝΑΚΗ

Από σήμερα έως μεθαύριο Πέμπτη η **δημόσια προσφορά για τις έως 42 εκατ. νέες μετοχές της Capital Maritime Finance**. Ανώτατη τιμή διάθεσης τα €7,84/μετοχή, ποσό που πρόκειται να αντληθεί έως τα €300 εκατ. Στην ανώτατη τιμή η CMF αποτιμάται σε €784 εκατ., πριν την αύξηση, και στα €1,03 δισ. Η **μητρική CMTC, που ελέγχεται από τον Ευάγγελο Μαρινάκη, θα διατηρήσει περίπου 75,8%, ενώ η διασπορά θα διαμορφωθεί στο 24,2% του μ.κ.** Λίγο ως πολύ γνωστά τα ανωτέρω, γι' αυτό και η συνοπτική αναφορά τους. Την προσεχή Τρίτη 20 Οκτωβρίου το παραδοσιακό καμπανάκι εισαγωγής στην Κύρια Αγορά, και με μέγεθος €1,03 δισ. (σε όρους αποτίμησης) η ένταξη της στον δείκτη FTSE25 Large Cap, σε εύθετο επενδυτικό χρόνο, προεξοφλείται ήδη από την κοινότητα. **Με (δυννητική) χρηματιστηριακή αξία η CMF θα καταλάμβανε την 31η θέση της σχετικής κατάταξης, μετά την Lamda Development και μπροστά από Λάμψα, Aegean, Star Bulk Carriers κ.α.** Καλό πλάσάρισμα με τη μία, αποτελώντας την πρώτη ναυτιλιακή που εισάγει τις μετοχές της αποκλειστικά στο ελληνικό χρηματιστήριο/Euronext Athens. **Η εταιρεία έχει κερδοφορία υψηλής ποιότητας και σχεδόν πλήρη κάλυψη εσόδων σε μακροπρόθεσμο ορίζοντα.** Διαθέτει προοπτική, βάσει του στόλου που χτίζει και εκτός δραματικών εξελίξεων διεθνώς θα ενσωματώνεται σταδιακά στην καθαρή θέση. Πιθανότατα το €1,03 δισ. θα αποδειχθεί μέγεθος αποτίμησης-σημείου αναφοράς και βάσης για την συνέχεια. **Με καθαρά έσοδα €239,3 εκατ. η διοίκηση προορίζεται να αποκτήσει 23 νέα πλοία στους επόμενους 24 μήνες.**

Ακριβώς σε αυτή την προοπτική επενδύουν οι τέσσερις επιχειρηματίες, **Γιάννης Β. Βαρδινολιάνης, Σωκράτης Κόκκαλης, Ευάγγελος Μυτιληναίος και Γιώργος Περιστερής, εισφέροντας συνολικά €70 εκατ. (δηλαδή το 6,77% του μ.κ.).** Με ποσοστόελεύθερης διασποράς στο 24%-25% οι τέσσερις cornerstones συγκροτούν το κύριο μπλοκ βασικών μετόχων μειοψηφίας. Οι πληροφορίες τους θέλουν να παρακολουθούν την προοπτική μεγέθυνσης της ναυτιλιακής, που πρακτικά θα σημαίνει εδραία μετοχική βάση. **Με άσους η πλευρά Μαρινάκη, ως insider θα αναφερθώ σε δύο (που δεν...παίζουν στα Μέσα).** **Ο ένας αφορά τη μηδενική έκθεση της CMF στην spot αγορά.** Πράγματι, zero spot market exposure σημαίνει ότι η εταιρεία δεν έχει ούτε ένα πλοίο διαθέσιμο για άμεση ναύλωση (σε τρέχουσες τιμές αγοράς). Αντιθέτως όλα τα πλοία είναι δεσμευμένα με συμβόλαια μακροχρόνιας μίσθωσης. Ειδικότερα, τα κύρια συμβόλαια βασίζονται σε μακροχρόνιες συμφωνίες τύπου "take-or-pay" (συμβόλαια σταθερής πληρωμής ανεξάρτητα από τη χρήση) με κορυφαίους διενθεις ναυλωτές. **Βάσει του ενημερωτικού το συνολικό ανεκτέλεστο υπόλοιπο συμβασιοποιημένων εσόδων ανέρχεται ύψους \$3,9 δισ.** Αναφέρω τα συμβόλαια με τους CMA CGM (τον γαλλικό κολοσσό- τρίτη μεγαλύτερη εταιρεία τακτικών γραμμών στον κόσμο-, με συμβόλαια σχεδόν \$3 δισ. δολαρίων και Unifeeder -θυγατρική του ομίλου DP World - με συμβόλαια που φτάνουν το \$1 δισ.). Ενδεικτική η αναφορά για να έχουμε αίσθηση της τάξης μεγέθους αλλά και των προοπτικών όταν θα μπου σε ρότα τα 23 υπό ναυπήγη-

ση. **Έσοδα εγγυημένα σε ορίζοντα δεκαετίας,** θυμίζοντας πως ένας πλήρης ναυτιλιακός κύκλος (που περιλαμβάνει τις φάσεις της Ύφεσης, της Ανάκαμψης, της Κορύφωσης/Εκρηξης και της Διόρθωσης) διαρκεί (συνήθως) από 5 έως 15 έτη.

Ο έτερος (δεύτερος) άσος είναι η σταθερή πολιτική διανομής κερδών στους μετόχους. Άκρως ενδιαφέρον, καθώς (πάντα σύμφωνα με το Ενημερωτικό) προκύπτουν "Συνολική Αξία Επιχείρησης/Κέρδη προ τόκων, φόρων και αποσβέσεων στις 7,5 Χ φορές". Σημειώ- τέον πως στο EBITDA μίας εταιρείας αποτυπώνεται η καθαρή λειτουργική κερδοφορία, ανεξάρτητα από το πώς χρηματοδοτείται ή πώς λογιστικοποιούνται οι αποσβέσεις. Ως προς την Καθαρή Αξία Ενεργητικού υπολογίζεται στη μία φορά (η συνολική αξία των περιουσιακών της στοιχείων μείον τις συνολικές της υποχρεώσεις/Net Asset Value). **Τί σημαίνουν αυτά για έναν ενδιαφερόμενο επενδυτή; Καθαρές ταμειακές ροές (μετά από τόκους) στα €130 με €135 εκατ. (ετησίως) με τη διοίκηση της CMF να αναφέρεται σε τριμηνιαίες καταβολές κερδών (μερισμάτων Χ4 έτος).** Συνακόλουθα μία (δυννητική) μερισματική απόδοση (βάσει της ανώτατης τιμής εγγραφών). Βάσει όσων έχουν αναφερθεί **η διοίκηση θα μπορούσε να διανεμίει κέρδη στους μετόχους/επενδυτές αντίστοιχα μερισματικής απόδοσης 7%.** Δεδομένου ότι η μέση μερισματική απόδοση των εισηγμένων, για το 2026 υπολογίζεται στο 3,5% με 4%, η (δυννητική) διανομή της CMF είναι σχεδόν διπλάσια, σαν να πρόκειται για dividend stock. Με ό,τι αυτό μπορεί να σημαίνει για έναν επενδυτή (μεγάλο ή μικρό).

SECRETCRECIPE

Δυναμική είσοδος σε ακόμα έναν κλάδο

Πρόκειται για ραγδαία αναπτυσσόμενο και ισχυρό όμιλο του κλάδου. Ο οποίος επιλέγει πολύ προσεκτικά τις κινήσεις του τα τελευταία χρόνια, διευρύνοντας διαρκώς την παρουσία του και ενισχύοντας το αποτύπωμά του στην αγορά. Τελευταία του κίνηση, όπως πληροφορείται το FNB Daily, η είσοδός του σε ένα άκρως ανταγωνιστικό πεδίο. Οι ίδιες πληροφορίες αναφέρουν ότι ο όμιλος εμφανίστηκε απόλυτα δομημένα και με άσους στο μανίκι του, κάνοντας τους υφιστάμενους παίκτες να ανησυχούν. Εντομότητα. Νεότερα, σύντομα...

SÖ POSH!

the trendletter

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

**Κάθε Σάββατο
στις 9.30**

ΤΟ ΕΒΔΟΜΑΔΙΑΙΟ NEWSLETTER

ΓΙΝΕ ΣΥΝΔΡΟΜΗΤΗΣ ΕΔΩ

Editorial

Και οι εργοδότες έχουν... εργαζομένους

Βγήκε πριν από λίγες ημέρες η ευρωβουλευτής, Ελεονόρα Μελέτη, και μίλησε στο Ευρωκοινοβούλιο για εργοδότες, που εκβιάζονται από τους εργαζομένους τους. Και έγινε ο κακός χαμός. Έπεσαν να την φάνε.

Γιατί; Διότι, σε αυτή εδώ τη χώρα, η οικονομία της οποίας βασίζεται στην ελεύθερη αγορά και τον καπιταλισμό και αναπτύσσεται χάρη κυρίως στις επενδύσεις του ιδιωτικού τομέα - αναφέρομαι στις υγιείς και μη κρατικοδίαιτες επιχειρήσεις, που είναι και η πλειονότητα -, και αυτό προσφέρει δουλειά και δυνατότητες προκοπής - η γνωστή, αγαπημένη μου λέξη, όπως ξέρετε - σε εκατομμύρια εργαζομένους, είμαστε εναντίον του κεφαλαίου, των ιδιωτών, του καπιταλισμού. Ζούμε ακόμα στη δεκαετία του '80, και, όταν ειπωθεί κάτι υπέρ των επιχειρηματιών και των εργοδοτών, αυτό είναι επαισχυντό και αυτός, που το εξέφρασε, πουλημένο τομάρι του κεφαλαίου.

Ας δούμε τα πράγματα με ψυχραιμία: Πρώτον, είναι όλοι οι εργοδότες συνεπείς απέναντι στο προσωπικό τους και συμπεριφέροντα σωστά; Ασφαλώς, και δυστυχώς, όχι. Είναι γνωστές οι περιπτώσεις επιχειρήσεων, οι οποίες καθυστερούν να πληρώσουν μισθούς και άλλες παροχές, ή/και οι διοικήσεις τους συμπεριφέρονται λίαν επιεικώς απaráδεκτα στους εργαζομένους τους. (Ευτυχώς, πρόκειται για μειονότητα, η οποία συρρικνώνεται με την πάροδο των ετών. Όχι διότι οι συγκεκριμένοι επιχειρηματίες ξυπνούν ένα πρωί και μετανοούν και αλλάζουν πορεία. Αλλά γιατί αναγκάζονται από τις εξελίξεις στην αγορά εργασίας και τα best practices όλο και περισσότερων εταιρειών). Αυτό σημαίνει ότι, Δεύτερον, νομιμοποιούνται οι εργαζόμενοι να συμπεριφέρονται αντιεπαγγελματικά και

ανεύθυνα απέναντι και σε περιπτώσεις εργοδοτών, που λειτουργούν με όρους απόλυτης χρηστής διοίκησης; Ασφαλώς και όχι. Όμως, ναι, υπάρχουν περιπτώσεις εργαζομένων, οι οποίοι είναι εσκεμμένα αμελείς στα καθήκοντά τους, επειδή έχουν στραβώσει με μια απόφαση της διοίκησης, ή διαφωνούν με τη στρατηγική, που ακολουθείται στον τομέα τους. Όπως και περιπτώσεις, που οι εργαζόμενοι σηκώνονται και φεύγουν εν ώρα εργασίας, γιατί "βρήκα κάτι άλλο", ή "δεν αντέχω την πίεση" και διάφορα άλλα τέτοια (η εστίαση το βιώνει πολύ έντονα όλο αυτό). Και, προσοχή! Αναφέρομαι σε περιπτώσεις, όπου η επιχείρηση είναι απόλυτα συνεπής και σωστή απέναντί τους.

Συνεπώς, για να τελειώνουμε με το θέμα: Καλοί και κακοί υπάρχουν και στις δύο πλευρές.

Και στους εργοδότες και στους εργαζομένους.

Και, όπως - πολύ σωστά - διαδίδουμε την κακή φήμη μιας εταιρείας, όταν δεν φέρεται σωστά στο προσωπικό της, το ίδιο πρέπει να κάνουμε και για τους εργαζομένους εκείνους, που δεν τιμούν τη συνεργασία τους με την επιχείρηση, η οποία τους δίνει ψωμί. Πάνω απ' όλα, όμως, στο τέλος της ημέρας, πρέπει αμφότεροι να κατανοήσουν ότι δεν είναι αντίπαλοι.

Αλλά βρίσκονται στην ίδια πλευρά του ποταμού.

Διότι, αν η εργοδοτική πλευρά αντιμετωπίζει σωστά τους υπαλλήλους της και οι υπάλληλοι εργάζονται με συνέπεια και αποτελεσματικότητα, και οι δύο έχουν την πρόπουσα συμπεριφορά, και οι δύο κερδίζουν.

Και μόνο.

Τόσο απλά.

Νεκτάριος Β. Νώτης
nectarios@notice.gr