



AngelosP@7

Παιδιά Μαναβική όχι από το supermarket.

Reply



Lidl Hellas

Όποιος ξέρει, ξέρει.

Συνεργαζόμαστε με παραγωγούς και προμηθευτές οπωρολαχανικών από όλη την Ελλάδα 🌟❤️ και διενεργούμε διαρκώς ποιοτικούς ελέγχους 🔍

Έτσι εξασφαλίζουμε ότι τα φρούτα και τα λαχανικά φτάνουν σ' εσένα ολόφρεσκα, γεμάτα θρεπτική αξία και γεύση.

Εσύ το ήξερες; 😊

Reply



Όποιος ξέρει
ξέρει.



Γιατί αξίζει.

FNB SERVED DAILY.

Food for thought... every day!

ΤΟ ΚΑΘΗΜΕΡΙΝΟ ΨΗΦΙΑΚΟ
NEWSLETTER ΓΙΑ ΤΟΝ ΚΛΑΔΟ
ΤΡΟΦΙΜΩΝ & ΠΟΤΩΝ

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

ΤΕΤΑΡΤΗ 29 ΑΠΡΙΛΙΟΥ 2026
ΤΕΥΧΟΣ 2314



• SPOROS MEALS

Ποια είναι η εταιρεία που επένδυσε η Εριέττα Κούρκουλου-Λάτση – Οι διεθνείς αγορές που έχει βάλει στο στόχαστρο



• ARZYBAKE

Επένδυση €22 εκατ. από τον Μιχάλη Αραμπατζή για νέα μονάδα παραγωγής κατεψυγμένων προϊόντων ζύμης



• BIANANTA

Πολύ κοντά σε συμφωνία με την Καραμολέγκος - Τί απαντά η εταιρεία



• THE COCA-COLA COMPANY

Ισχυρές πωλήσεις στο α' τρίμηνο - Άγγιξε το 20% η ενίσχυση της λειτουργικής κερδοφορίας

Editorial

Η κυρία Μόνικα από το Μεξικό και ο Jamie Dimon

Debrief

Ο κοιμώμενος γίγαντας

Business Insight

Eurobank: Ο "ακρογωνιαίος λίθος" κατά Καραβία και το στοίχημα της Ινδίας

Business Maker

- Στρατηγικό hub και νέα γραμμή στήνει η Coca Cola HBC στην Αίγυπτο
- Ο τουρισμός σώζει την παρτίδα για την εστίαση στην Αθήνα

SecretRecipe

Ο Καραμολέγκος, η Βιολάντα και η Δερμίσσης

Τουριστική Σεζόν: Κάθε δευτερόλεπτο στο ράφι μετράει!



Μην αφήνετε τις πωλήσεις σας στην τύχη. Εξασφαλίστε πλήρη κάλυψη στα νησιά και μηδενίστε τα out-of-stock με την ADUS.

Ενισχύστε την παρουσία σας ΤΩΡΑ

• **SPOROS MEALS**

ΠΟΙΑ ΕΙΝΑΙ Η ΕΤΑΙΡΕΙΑ ΠΟΥ ΕΠΕΝΔΥΣΕ Η ΕΡΙΕΤΤΑ ΚΟΥΡΚΟΥΛΟΥ-ΛΑΤΣΗ – ΟΙ ΔΙΕΘΝΕΙΣ ΑΓΟΡΕΣ ΠΟΥ ΕΧΕΙ ΒΑΛΕΙ ΣΤΟ ΣΤΟΧΑΣΤΡΟ

Στην ελληνική εταιρεία παιδικών snack, Sporos Meals, αποφάσισε να επενδύσει η Εριέττα Κούρκουλου-Λάτση.

Ειδικότερα, η εταιρεία Karra Perla, συμφερόντων της κας Κούρκουλου- Λάτση, εισέρχεται στο μετοχικό κεφάλαιο της Sporos Meals με μειοψηφικό ποσοστό συμμετοχής, "στηρίζοντας την αναπτυξιακή πορεία της ελληνικής εταιρείας που φιλοδοξεί να επαναπροσδιορίσει την παιδική διατροφή με καθαρές και θρεπτικές επιλογές", όπως αναφέρει η σχετική ανακοίνωση.

ΤΙ ΕΙΔΕ ΣΤΗΝ SPOROS

Για την ίδια την Εριέττα Κούρκουλου-Λάτση, η επένδυση στην Sporos Meals συνδέεται άμεσα με τη σημασία που έχει η διατροφή στα πρώτα χρόνια της ζωής. Όπως αναφέρει χαρακτηριστικά, "οι διατροφικές συνήθειες που χτίζονται στην παιδική ηλικία επηρεάζουν ολόκληρη τη ζωή μας. Γι' αυτό και με συγκίνησε ιδιαίτερα η φιλοσοφία της Sporos. Δεν πρόκειται απλώς για μια εταιρεία τροφίμων, αλλά για μια προσπάθεια να δοθούν καλύτερες και πιο καθαρές επιλογές στα παιδιά και στις οικογένειες". Πρόσθεσε ακόμη πως, "όταν γνώρισα την Έρη, είδα μια μαμά που ξεκίνησε από μια πολύ προσωπική ανάγκη – να προσφέρει στο παιδί της πιο ποιοτικές επιλογές διατροφής – και κατάφερε να τη μετατρέψει σε μια πρωτοποριακή επιχειρηματική ιδέα που απαντά σε μια πραγματική ανάγκη, με ξεκάθαρο όραμα. Είμαι πολύ χαρούμενη που θα στηρίξουμε την εξέλιξη της Sporos και ανυπομονώ να δω αυτή την προσπάθεια να μεγαλώνει και να φτάνει σε ακόμη περισσότερες οικογένειες".

ΤΡΕΧΕΙ ΜΕ ΤΡΙΨΗΦΙΟΥΣ ΡΥΘΜΟΥΣ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ

Μιλώντας στο Fnb Daily η Έρη Χρηστογιάννη, Managing Director της εταιρείας, ανέφερε ότι η Sporos Meals εμφάνισε πέρυσι ανάπτυξη της τάξης του 160%, ενώ η ανοδική τάση συνεχίζεται και στο ξεκίνημα του 2026, με ανάπτυξη που φθάνει το 70%.

Για το σύνολο του 2026, η διοίκηση θέτει ως στόχο περαιτέρω αύξηση του τζίρου κατά 120% σε σχέση με το 2025, στοιχείο που αποτυπώνει την επιτάχυνση της εμπορικής ανάπτυξης της εταιρείας.

PORTFOLIO

Σήμερα η εταιρεία διαθέτει χαρτοφυλάκιο 10 προϊόντων, το οποίο περιλαμβάνει μεταξύ άλλων κράκερ και κριτσίνια.

Στο πλαίσιο της αναπτυξιακής στρατηγικής, η γκάμα των προϊόντων αναμένεται να επεκτα-



Έρη Χρηστογιάννη, Managing Director, Sporos Meals και Ηλίας Κατσαούνος, CPO, Sporos Meals - Εριέττα Κούρκουλου-Λάτση



θεί σε 13 κωδικούς, ενώ για το 2027 εξετάζεται η είσοδος σε νέες κατηγορίες προϊόντων πέρα από τα snack.

ΔΙΚΤΥΟ ΔΙΑΝΟΜΗΣ ΚΑΙ ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΑΓΟΡΑ

Η εταιρεία έχει αναπτύξει δίκτυο άνω των 300 σημείων πώλησης στην Ελλάδα. Τα προϊόντα της διατίθενται σε μεγάλες και μικρότερες αλυσίδες λιανικής, όπως τον Θανάπουλο και τον Κρητικό (με το Εκλεκτόν), καθώς και σε εξειδικευμένα καταστήματα τροφίμων, delicatessen, φαρμακεία, καφέ, παιδότοπους, ξενοδοχεία και σχολεία.

ΔΙΕΘΝΗΣ ΕΠΕΚΤΑΣΗ

Όπως υπογράμμισε η κα. Χρηστογιάννη, η διεθνής ανάπτυξη αποτελεί βασικό στρατηγικό άξονα. Η εταιρεία έχει ήδη ξεκινήσει την είσοδό της στην κυπριακή αγορά από τις αρχές του 2026, ενώ βρίσκονται σε εξέλιξη συνεργασίες με τοπικούς συνεργάτες και μεγάλες αλυσίδες λιανικής για την τοποθέτηση προϊόντων. Όπως μας αποκάλυψε, η εταιρεία βρίσκεται σε συζητήσεις για τοποθέτηση προϊόντων με μεγάλη

αλυσίδα στη χώρα.

Παράλληλα, στο στρατηγικό πλάνο περιλαμβάνονται οι αγορές της Ρουμανίας, του Ηνωμένου Βασιλείου και της Ισπανίας, με στόχο την είσοδο σε μία εξ αυτών εντός του έτους, μέσω τοπικού συνεργάτη και περαιτέρω επέκταση από το 2027.

ΕΠΕΝΔΥΤΙΚΗ ΔΟΜΗ ΚΑΙ ΚΕΦΑΛΑΙΑΚΗ ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΗ

Η διοίκηση, σύμφωνα με την κ. Χρηστογιάννη, παραμένει ανοιχτή σε νέες μειοψηφικές επενδύσεις, πέρα από τη μειοψηφική συμμετοχή της Karra Perla.

Η επένδυση αυτή αποτελεί ένα σημαντικό ορόσημο για την Sporos, η οποία με επίκεντρο τη φιλοσοφία της "καθαρής ετικέτας" (clean label), δημιουργεί προϊόντα με βιολογικές πρώτες ύλες, χωρίς προσθήκη ζάχαρης, αλατιού ή συντηρητικών, με στόχο να συμβάλει στη διαμόρφωση υγιεινών διατροφικών συνηθειών από την παιδική ηλικία.

Μάριος Δελατόλας
marios@notice.gr

• ΠΙΤΕΣ ΚΟΛΙΟΣ
**ΑΝΑΠΤΥΞΗ 10% ΣΤΟ ΤΡΙΜΗΝΟ
- ΜΠΑΙΝΕΙ ΣΕ ΛΙΘΟΥΑΝΙΑ, ΛΕΤΟΝΙΑ
ΚΑΙ ΑΠΟΦΕΥΓΕΙ ΤΙΣ ΑΥΞΗΣΕΙΣ ΤΙΜΩΝ**

Το κατώφλι δύο ακόμα ξένων αγορών πέ-
ρασε πριν μερικές εβδομάδες η Πίτες Κο-
λιός, διευρύνοντας το δίκτυο των εξαγωγών
της, που αντιστοιχούν σχεδόν στο 50% του
τζίρου της.

ΟΙ ΒΑΣΕΙΣ ΜΠΗΚΑΝ ΣΤΗΝ ΑΝΥΓΑ

Πρόκειται για την Λιθουανία και την Λετο-
νία, δύο χώρες για τις οποίες η προεργασία,
όπως δηλώνει στο Fnb Daily ο εκ των ιδιο-
κτητών, Παναγιώτης Κολιός, στην πραγματι-
κότητα ξεκίνησε αρκετούς μήνες νωρίτερα:
"Οι πρώτες κουβέντες έγιναν στην Ανυγα,
χτίσαμε μια επαφή και πριν από ένα μήνα πε-
ρίπου κλείσαμε τις συνεργασίες", σημειώνει,
προσθέτοντας ότι ενδιαφέρον για τα προϊόντα
της εταιρείας είχε εκδηλωθεί και παλαιότε-
ρα από τις δύο χώρες της Βαλτικής αλλά η οι
πωλήσεις ήταν σχετικά υποτονικές.

**ΕΝΙΣΧΥΜΕΝΗ ΠΑΡΟΥΣΙΑ
ΣΕ ΑΓΓΛΙΑ, ΓΕΡΜΑΝΙΑ**

"Τώρα βλέπουμε να ζητούνται μεγαλύτερες
ποσότητες. Γενικά, υπάρχει ένα εντονότερο
ενδιαφέρον για ελληνικά προϊόντα και για τη
κατηγορία των flatbreads ειδικότερα", υπο-
γραμμίζει. Πέραν της Λιθουανίας και της Λε-
τονίας, το 2026, σύμφωνα με τον κ. Κολιό, η
εταιρεία ενίσχυσε με περισσότερα προϊόντα
την παρουσία της και σε υφιστάμενες αγο-
ρές, όπως η Αγγλία, η Γερμανία και οι Σκαν-
διναβικές χώρες.

Σε κάθε περίπτωση, η κυπριακή (rocket) και
η κλασική ελληνική πίτα είναι τα πλέον δη-
μοφιλή προϊόντα της εταιρείας ενώ το δικό
τους κοινό αρχίζουν να βρίσκουν η Pita Rich
in Protein και η -εμπνευσμένη από την δι-
ατροφική παράδοση των νησιών του Αιγαί-
ου και, ειδικότερα, από την Κίμωλο) - Λαδέ-
νια, που παρουσιάστηκε σε μεγάλη κλίμακα
πέρυσι.

**ΣΤΑ €19,1 ΕΚΑΤ. Ο ΤΖΙΡΟΣ
ΤΟ 2025**

Το 2025 έκλεισε με αύξηση 14% στον κύκλο
εργασιών που ανήλθε σε €19,1 εκατ. ενώ
βελτιωμένο ήταν και το EBITDA. Στο τρίμη-
νο η εταιρεία έτρεχε με 10% και δεδομένου
ότι υπάρχουν υπογεγραμμένα συμβόλαια με
αλυσίδες, η εκτίμηση της διοίκησης είναι ότι
ο διψήφιος ρυθμός θα διατηρηθεί μέχρι το
τέλος του 2026, πετυχαίνοντας μια επίδοση
παρόμοια της περυσινής.



Παναγιώτης Κολιός, συνιδιοκτήτης, Πίτες Κολιός

DATA (σε €χιλ.)

Κύκλος Εργασιών

2024: 16.882
2023: 12.829
2022: 10.803

EBIT

2024: 2.269
2023: 977
2022: (220)

Αποτέλεσμα προ φόρων

2024: 2.102
2023: 929
2022: (303)

"ΑΠΟΡΡΟΦΑΜΕ ΤΑ ΚΟΣΤΗ"

Ο κ. Κολιός σπεύδει να διευκρινίσει ότι, παρά
την αύξηση στο κόστος παραγωγής από
πρώτες ύλες, καύσιμα, υλικά συσκευασίας
και αναλώσιμα, η εταιρεία του δεν σκοπεύ-
ει να προχωρήσει σε ανατιμήσεις. "Έχουμε
αποφασίσει, βραχυπρόθεσμα τουλάχιστον,
να μην κάνουμε αυξήσεις τιμών. Έχουμε
απορροφήσει και θα συνεχίσουμε να το κά-
νουμε, στο μέτρο του δυνατού, τις αυξήσεις
στα κόστη, σεβόμενοι και τη δύσκολη θέση
του καταναλωτή", υπογραμμίζει.

Γιάννης Τσιτσάκης
yannis@notice.gr



• ACTIVE
**ΝΕΑ ΔΙΚΤΥΑΚΗ
ΥΠΟΔΟΜΗ
ΓΙΑ ΤΗΝ METRO**

Ο ελληνικός όμιλος τεχνολογίας και πη-
ροφορικής Active, συνεργάστηκε με την
METRO ΑΕΒΕ για τον σχεδιασμό και την
υλοποίηση μιας ενιαίας και ευφυούς δι-
κτυακής υποδομής, με στόχο τον εκσυγ-
χρονισμό της λειτουργίας του σύγχρονου
retail.

Η METRO, η οποία διαθέτει δίκτυο 350 κα-
ταστημάτων My market, My market Local
και METRO Cash and Carry σε όλη την Ελ-
λάδα, προχώρησε στην υιοθέτηση μιας
νέας αρχιτεκτονικής προσέγγισης για τη
διαχείριση των υποδομών της.

Η ΣΥΝΕΡΓΑΣΙΑ

Στο πλαίσιο της συνεργασίας, η Active αξι-
οποίησε δικτυακό εξοπλισμό της Huawei
και την πλατφόρμα κεντρικής διαχείρισης
iMaster NCE, δημιουργώντας ένα ενοπι-
ημένο ψηφιακό οικοσύστημα που συνδυ-
άζει συνδεσιμότητα, Wi-Fi και τεχνολογίες
IoT. Η λύση βασίστηκε σε αρχιτεκτονική
SD-Branch, επιτρέποντας τη μετάβαση
από ένα παραδοσιακό μοντέλο δικτύου
σε μια πιο ευέλικτη και ευφυή πλατφόρ-
μα λειτουργίας.

Παράλληλα, πραγματοποιήθηκε αναβάθ-
μιση της δικτυακής υποδομής των κατα-
στημάτων, με εκσυγχρονισμό του LAN και
υιοθέτηση τεχνολογίας Wi-Fi 7, προκειμέ-
νου να υποστηριχθούν εφαρμογές όπως τα
self-checkout συστήματα, οι ηλεκτρονικές
ετικέτες ραφιών (ESL) και λοιπός εξοπλι-
σμός IoT. Επιπλέον, εφαρμόστηκε τμηματο-
ποίηση δικτύου για τον διαχωρισμό κρίσι-
μων συστημάτων, ενισχύθηκαν τα επίπεδα
ασφάλειας και ενσωματώθηκαν δυνατότη-
τες κεντρικής παρακολούθησης και απομα-
κρυσμένων ενημερώσεων.

• **THE COCA-COLA COMPANY**

ΙΣΧΥΡΕΣ ΠΩΛΗΣΕΙΣ ΣΤΟ Α' ΤΡΙΜΗΝΟ - ΑΓΓΙΞΕ ΤΟ 20% Η ΕΝΙΣΧΥΣΗ ΤΗΣ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΚΗΣ ΚΕΡΔΟΦΟΡΙΑΣ

Πωλήσεις α' τριμήνου που ξεπέρασαν τις προσδοκίες της Wall Street ανασκοίνωσε η Coca-Cola Co., ενισχυμένες από τις αυξημένες αγορές μικρότερων συσκευασιών και τις ανατιμήσεις.

Η εταιρεία με έδρα την Ατλάντα κατέγραψε οργανική αύξηση εσόδων 10%, υψηλότερη από τον μέσο όρο των εκτιμήσεων των αναλυτών. Τα προσαρμοσμένα κέρδη ανά μετοχή (EPS) επίσης ξεπέρασαν τις προσδοκίες.

Η ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΗ

Τα αποτελέσματα δείχνουν ότι οι προσπάθειες της Coca-Cola να προσελκύσει καταναλωτές με πιο υγιεινές εναλλακτικές σε σχέση με τα αναψυκτικά πλήρους ζάχαρης — όπως τα zero sugar και diet προϊόντα — αποδίδουν. Παράλληλα, οι μικρότερες συσκευασίες ενισχύουν την ανάπτυξη, καθώς οι καταναλωτές γίνονται πιο προσεκτικοί στις δαπάνες τους εν μέσω αυξανόμενων τιμών ενέργειας που συνδέονται με



Henrique Braun, CEO, The Coca-Cola Company

τον πόλεμο στο Ιράν.

Η μετοχή είχε ήδη ενισχυθεί περίπου 8% από την αρχή του έτους, έναντι περίπου 5% ανόδου του δείκτη S&P 500.

Ο μεγαλύτερος όμιλος ποτών στον κόσμο βρίσκεται επίσης σε φάση αλλαγής ηγεσίας. Ο Henrique Braun ανέλαβε CEO στα τέλη Μαρτίου, μετά από σχεδόν τρεις δεκαετίες στην εταιρεία, αντικαθιστώντας τον

James Quincey, ο οποίος βρισκόταν στην κορυφή της διοίκησης για εννέα χρόνια. Ο Braun θεωρείται ότι γνωρίζει σε βάθος το πολύπλοκο σύστημα εμφιάλωσης και διανομής της εταιρείας.

DATA Α' Τρίμηνο (σε \$εκατ.)

Καθαρά έσοδα

2026: 12.472

2025: 11.129

μεταβολή: 12% (σε οργανική βάση +10%)

Λειτουργικά κέρδη

2026: 4.359

2025: 3.659

μεταβολή: 19%

Λειτουργικό περιθώριο

2026: 35,0%

2025: 32,9%

Συγκρίσιμο λειτουργικό περιθώριο

2026: 34,5%

2025: 33,8%

• **SUJA LIFE**

ΣΤΟ ΧΡΗΜΑΤΙΣΤΗΡΙΑΚΟ ΤΑΜΠΛΟ ΜΕ ΣΤΟΙΧΗΜΑ ΤΗΝ ΥΓΙΕΙΝΗ ΔΙΑΤΡΟΦΗ - IPO ΜΕ ΣΤΟΧΟ ΤΗΝ ΑΝΤΛΗΣΗ \$213,3 ΕΚΑΤ.

Η Suja Life στοχεύει να αντλήσει έως και \$213,3 εκατ. από την αρχική δημόσια προσφορά (IPO) της στις ΗΠΑ, ποντάροντας ότι η στροφή προς πιο υγιεινή και καθαρή διατροφή θα προσελκύσει το ενδιαφέρον των επενδυτών προς την εταιρεία βιολογικών χυμών. Η εταιρεία, η οποία διαθέτει ένα χαρτοφυλάκιο εμπορικών σημάτων όπως τα Suja Organic, Vive Organic και Slice Soda, καθώς και υφιστάμενος επενδυτής της, επιδιώκουν να πουλήσουν περίπου 8,89 εκατ. μετοχές στην προσφορά, με τιμή μεταξύ \$21 και \$24 ανά μετοχή. Καθώς οι αγορές μετοχών ανακάμπτουν από τη μεταβλητότητα που συνδέεται με τη σύγκρουση στο Ιράν, δημιουργείται εκ νέου δυναμική για την ανοιξιάτικη περίοδο IPOs, με τις εταιρείες να κινούνται γρήγορα ώστε να εκμεταλλευτούν αυτό το ευνοϊκό παράθυρο.

Σύμφωνα με το ενημερωτικό δελτίο (prospectus) της Suja Life, μία από τις σημαντικότερες αλλαγές στη βιομηχανία ποτών είναι η αυξανόμενη προσπάθεια των καταναλωτών να μειώσουν την κατανάλωση ζαχαρούχων ροφημάτων.

Ο ΡΟΛΟΣ ΤΩΝ ΦΑΡΜΑΚΩΝ ΑΠΩΛΕΙΑΣ ΒΑΡΟΥΣ

Η άνοδος των φαρμάκων απώλειας βάρους τύπου GLP-1, όπως τα Ozempic και Wegovy, συμβάλλει επίσης στην ενίσχυση της ζήτησης για πιο υγιεινά και λιγότερο επεξεργασμένα τρόφιμα, καθώς οι χρήστες επιδιώκουν να διαχειριστούν την όρεξη και τις παρενέργειες.

Αρκετές εταιρείες καταναλωτικών αγαθών έχουν αρχίσει να λανσάρουν προϊόντα για να εκμεταλλευτούν αυτή τη μεταστροφή, εκτιμώντας ότι τα συγκεκριμένα



φάρμακα δεν περιορίζουν μόνο την πρόσληψη θερμίδων, αλλά αναδιαμορφώνουν και τις μακροπρόθεσμες διατροφικές προτιμήσεις προς πιο υγιεινά πρότυπα.

Η αγορά IPO καταναλωτικών εταιρειών δείχνει σημάδια ανάκαμψης, καθώς οι επενδυτές αρχίζουν να παραβλέπουν την αβεβαιότητα που σχετίζεται με δασμούς και τιμές καυσίμων, η οποία προηγουμένως περιόριζε τη διάθεσή τους για επενδύσεις.

• **ΗΠΑ**

ΚΑΙΡΙΚΕΣ ΣΥΝΘΗΚΕΣ, ΠΛΗΘΩΡΙΣΤΙΚΕΣ ΠΙΕΣΕΙΣ ΚΑΙ ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΜΟΣ ΨΑΛΙΔΙΣΑΝ ΤΙΣ ΕΠΙΔΟΣΕΙΣ ΤΗΣ DOMINO'S

Ασθενέστερη του αναμενομένου αύξηση στις συγκρίσιμες πωλήσεις στις ΗΠΑ ανακοίνωσε η Domino's Pizza, μόλις κατά 0,9%, σημαντικά χαμηλότερα από την άνοδο 2,3% που ανέμεναν οι αναλυτές της Wall Street, σύμφωνα με εκτιμήσεις της StreetAccount.

"Δεν είμαστε ικανοποιημένοι", παραδέχτηκε ο CEO, Russell Weiner, στο CNBC.

Η αλυσίδα πίτσας μείωσε επίσης την πρόβλεψή της για τις ετήσιες συγκρίσιμες πωλήσεις στις ΗΠΑ σε χαμηλή μονοψήφια αύξηση, από την προηγούμενη εκτίμηση για άνοδο 3%.



Russell Weiner, CEO, Domino's

Ο Weiner ανέφερε ότι αναμένει περισσότερες αλυσίδες fast-food να αναφέρουν παρόμοιες πιέσεις λόγω των χειμερινών καιρικών συνθηκών και της ασθενούς καταναλωτικής εμπιστοσύνης, η οποία υποχώρησε τον Μάρτιο εξαιτίας της εκτίναξης των τιμών καυσίμων που συνδέεται με τον πόλεμο στο Ιράν.

DATA Α' ΤΡΙΜΗΝΟ - Πωλήσεις (σε \$εκατ.)

ΗΠΑ

2026: 2.303

2025: 2.241

μεταβολή: 2,8% (0,9% σε σύγκριση ίδιων καταστημάτων)

Καταστήματα εκτός ΗΠΑ

2026: 2.437

2025: 2.223

μεταβολή: 4%

Ο ΡΟΛΟΣ ΤΟΥ ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΜΟΥ

Κατά τη διάρκεια του τριμήνου, η Domino's αντιμετώπισε επίσης εντονότερο ανταγωνισμό από άλλες αλυσίδες πίτσας. Οι Papa John's και Pizza Hut προσέφεραν αντίστοιχες προωθητικές ενέργειες στην ίδια

τιμή με την προσφορά "Best Deal Ever" των \$9,99 της Domino's. Παράλληλα, η Little Caesars υποσκέλιζε την προσφορά "Mix & Match" των \$6,99 της Domino's με μια εκδοχή στα \$5,99.

Η Yum ανακοίνωσε τον Νοέμβριο ότι εξετάζει στρατηγικές επιλογές για την Pizza Hut, οι οποίες ενδέχεται να περιλαμβάνουν και πώληση. Παράλληλα, η Papa John's φέρεται να βρίσκεται σε συνομιλίες με το Irbth Capital, το οποίο υποστηρίζεται από κεφάλαια του Κατάρ, με στόχο την αποχώρησή της από το χρηματιστήριο. Και οι δύο αλυσίδες έχουν επίσης ανακοινώσει σχέδια για το κλείσιμο εκατοντάδων καταστημάτων φέτος, κάτι που θα μπορούσε να ενισχύσει περαιτέρω τη δεσπόζουσα θέση της Domino's στην αγορά πίτσας.

Ο Weiner σημείωσε ότι, εάν είτε η Pizza Hut είτε η Papa John's περάσουν σε ιδιωτικά χέρια, είναι πιθανό ένας νέος ιδιοκτήτης να προχωρήσει σε ακόμη περισσότερα λουκέτα καταστημάτων — εξέλιξη που θα ευνοήσει τη Domino's.

Η μετοχή της Domino's έχει χάσει σχεδόν το 1/3 της αξίας της τον τελευταίο χρόνο, με τη χρηματιστηριακή αξία της εταιρείας να διαμορφώνεται περίπου στα \$11,2 δισ.

• **ΜΑΣΟΥΤΗΣ**

ΤΟΠΟΘΕΤΕΙ 84 ΑΠΙΝΙΔΩΤΕΣ ΣΕ ΣΤΑΘΜΟΥΣ ΜΕΤΡΟ ΣΕ ΑΘΗΝΑ ΚΑΙ ΘΕΣΣΑΛΟΝΙΚΗ

Η Διαμαντής Μασούτης, σε συνεργασία με το Υπουργείο Υποδομών και Μεταφορών και τον Αναπληρωτή Υπουργό Μεταφορών Κωνσταντίνο Κυρανάκη, προχώρησε στην υλοποίηση δράσης εταιρικής κοινωνικής ευθύνης, μέσω της δωρεάς 84 αυτόματων εξωτερικών απινιδωτών (AED) για τους σταθμούς Μετρό της Αθήνας και της Θεσσαλονίκης.

Στο πλαίσιο της πρωτοβουλίας, εγκαταστάθηκαν 66 απινιδωτές στους σταθμούς του μετρό στην Αθήνα και 18 στην Θεσσαλονίκη, καλύπτοντας σημεία υψηλής επιβατικής κίνησης. Με τον τρόπο αυτό δημιουργείται ένα εκτεταμένο δίκτυο άμεσης παρέμβασης στα

δύο μεγαλύτερα αστικά συγκοινωνιακά δίκτυα της χώρας, με στόχο την ενίσχυση της ασφάλειας των πολιτών στις καθημερινές τους μετακινήσεις.

Η παράδοση των απινιδωτών ξεκίνησε τον Σεπτέμβριο του 2025 στην Θεσσαλονίκη με τη δωρεά 18 συσκευών προς την Ελληνικό Μετρό, ενώ ολοκληρώθηκε τον Απρίλιο του 2026 στην Αθήνα με την εγκατάσταση 66 ακόμη συσκευών στη ΣΤΑ.ΣΥ.

ΕΚΠΑΙΔΕΥΤΙΚΟ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ

Η πρωτοβουλία συνοδεύεται και από εκπαιδευτικό πρόγραμμα σε συνεργασία με το Υπουργείο Υποδομών και Μεταφορών και



την ΣΤΑ.ΣΥ., το οποίο αφορά την εκπαίδευση εργαζομένων στη χρήση απινιδωτών και στην παροχή πρώτων βοηθειών.

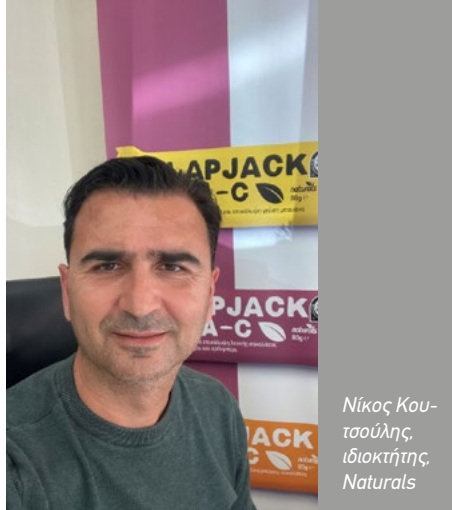
Σε αναγνώριση της δράσης, το Υπουργείο Υποδομών και Μεταφορών απένειμε στην εταιρεία Διαμαντής Μασούτης τιμητική διάκριση για τη συμβολή της στην ενίσχυση της δημόσιας υγείας και ασφάλειας.

• **NATURALS**

ΑΝΟΙΓΕΙ ΤΗΝ ΓΚΑΜΑ ΜΕ ΝΕΟ ΙΣΟΤΟΝΙΚΟ ΠΟΤΟ ΚΑΙ PREMIUM CHIPS - ΑΝΑΠΤΥΞΗ 15% ΣΤΟ ΤΕΤΡΑΜΗΝΟ

Το προϊόντικο της χαρτοφυλάκιο συνεχίζει να εμπλουτίζει η Naturals, αυξάνοντας παράλληλα τις κατηγορίες στις οποίες έχει παρουσία, είτε με επώνυμους κωδικούς δικής της παραγωγής, είτε με προϊόντα ξένων οίκων που αντιπροσωπεύει.

Όπως αποκαλύπτει στο Fnb Daily ο επικεφαλής και ιδιοκτήτης της επιχείρησης, Νίκος Κουτσούλης, εντός ημερών πρόκειται να γίνουν οι πρώτες παραλαβές του ισοτονικού ποτού Faster από την Πολωνία, με τη διάθεση, κατά κύριο λόγο σε γυμναστήριο και μικρή λιανική, να ξεκινάει μέσα στον επόμενο μήνα. Το Faster που είναι εμπλουτισμένο με βιταμίνες B3, B6 και B12 έρχεται σε δύο γεύσεις, Multi Fruit και Mango, αμφοτέρως σε συσκευασία 750 ml.



Νίκος Κουτσούλης, ιδιοκτήτης, Naturals

ΝΕΟΙ ΚΩΔΙΚΟΙ ΜΕ ΕΜΠΝΕΥΣΗ ΑΠΟ ΣΟΚΟΛΑΤΑ ΝΤΟΥΜΠΑΪ

Πριν, πριν από ένα μήνα η Naturals ξεκίνησε τη διανομή στην ελληνική αγορά των Jazz, πατατάκια που τοποθετούνται στο premium τμήμα της αγοράς σε συσκευασία των 130 γραμμαρίων και 4 γεύσεις: Sour Cream & Onion, Sour Cream Jalapenos, Real Cheddar, Caramelized Onions. Τη λίστα των φετινών λανσαρισμάτων συμπληρώνουν τα flapjack με γεύση σοκολάτας Ντουμπάι και η Σοκολάτι Ντουμπάι, που παράγονται από την Naturals στην Ελλάδα και διατίθενται με το δικό της brand.

"Κάθε χρόνο προσπαθούμε να ανοίξουμε 2-3 νέες κατηγορίες. Πάντα επιχειρούμε να αφουγκραστούμε τις τάσεις της αγοράς και να φέρουμε ή να παράξουμε προϊόντα που ανταποκρίνονται σε αυτές τα οποία όμως παράλληλα υπηρετούν και το όραμά μας για healthy eating και για έναν πιο υγιεινό τρόπο ζωής γενικότερα", υπογραμμίζει ο κ. Κουτσούλης. Σε αυτό το πνεύμα, όπως εξηγεί, η Naturals ξεκίνησε πέρυσι, μεταξύ άλλων, τη διάθεση μιας σειράς bubble tea και του βιταμινούχου νερού Vina καθώς και την παραγωγή νέων επώνυμων κωδικών χυμών.

ΜΕ ΑΦΕΤΗΡΙΑ ΤΟ FLAPJACK

Η εταιρεία ουσιαστικά σύστησε στην ελληνική αγορά τα flapjack το 2013 και στη συνέχεια διεύρυνε σταδιακά την γκάμα της προσθέτοντας χυμούς αλόης, μπάρες πρωτεΐνης και δημητριακών και άλλους κωδικούς που τοποθετούνται στην κατηγορία του healthy snacking ενώ από το 2015, πέρα από τις ει-

σαγωγές, ξεκίνησε να παράγει και τα δικά της επώνυμα προϊόντα.

ΒΑΣΙΚΟΣ ΠΡΟΟΡΙΣΜΟΣ Η ΜΙΚΡΗ ΛΙΑΝΙΚΗ

Στο οργανωμένο λιανεμπόριο συνεργάζεται με τις αλυσίδες Γαλαξίας, My Market, AB Βασιλόπουλος, ANEDHK Κρητικός ωστόσο, όπως υπογραμμίζει ο κ. Κουτσούλης, "ο κύριος προορισμός μας είναι η παραδοσιακή, όπως τη λέμε, αγορά της μικρής λιανικής, ήτοι mini market και παντοπωλεία αλλά και τα γυμναστήρια".

DATA (σε €χιλ.)

Κύκλος Εργασιών

2024: 1.591

2023: 1.971

2022: 926

EBIT

2024: (47)

2023: 24

2022: 12

Αποτέλεσμα προ φόρων

2024: (58)

2023: 11

2022: 10

Σύμφωνα με τον κ. Κουτσούλη, στο πρώτο τετράμηνο η Naturals τρέχει με ρυθμό ανάπτυξης 15% ενώ το 2025 έκλεισε με αύξηση πωλήσεων που άγγιξε το 10%.

Γιάννης Τσατσάκης
yannis@notice.gr



Μιχάλης Αραμπατζής, Πρόεδρος & CEO, Arzybake

• ARZYBAKE ΕΠΕΝΔΥΣΗ €22 ΕΚΑΤ. ΑΠΟ ΤΟΝ ΜΙΧΑΛΗ ΑΡΑΜΠΑΤΖΗ ΓΙΑ ΝΕΑ ΜΟΝΑΔΑ ΠΑΡΑΓΩΓΗΣ ΚΑΤΕΨΥΓΜΕΝΩΝ ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ ΖΥΜΗΣ

Σε δημόσια διαβούλευση τέθηκε επενδυτικός φάκελος της Arzybake, συμφερόντων του Μιχάλη Αραμπατζή, η οποία είχε συσταθεί τον περασμένο Οκτώβριο με αρχικό μετοχικό κεφάλαιο €1 εκατ., για να ακολουθήσει λίγο αργότερα ΑΜΚ της τάξης των €2 εκατ. Το προτεινόμενο έργο, ύψους €21,916 εκατ., που κατατέθηκε στην Enterprise Greece για την ένταξή της στο καθεστώς των Στρατηγικών Επενδύσεων, αφορά στην ίδρυση νέας πλήρως αυτοματοποιημένης βιομηχανικής μονάδας παραγωγής κατεψυγμένων προϊόντων ζύμης, η οποία θα εγκατασταθεί στη Βιομηχανική Περιοχή Θεσσαλονίκης σε μισθωμένο ακίνητο.

ΤΙ ΠΕΡΙΛΑΜΒΑΝΕΙ ΤΟ ΠΛΑΝΟ

Η μονάδα προβλέπεται να παράγει σφολιατοειδή, κρουασάν, καθώς και προϊόντα πίτας και μπουγάτσας, μέσω 5 γραμμών παραγωγής, εκ των οποίων 4 θα αφορούν προϊόντα πίτας και 1 σφολιατοειδή /κρουασάν.

Η επένδυση περιλαμβάνει την κατασκευή βιομηχανικών εγκαταστάσεων και την προμήθεια και εγκατάσταση εξοπλισμού που καλύπτει τα στάδια της παραγωγικής διαδικασίας, από τη ζύμωση και την επεξεργασία έως την κατάψυξη, συσκευασία και αποθήκευση των προϊόντων, με βασικό στάδιο την ταχεία κατάψυξη.

Παράλληλα, προβλέπεται η εγκατάσταση συστημάτων ελέγχου, παρακολούθησης και ιχνηλασιμότητας της παραγωγής, καθώς και η ενσωμάτωση ψηφιακών τεχνολογιών στη λειτουργία της μονάδας.

Μάκης Αποστόλου
makis@notice.gr

• ΖΑΓΟΡΙ

ΧΟΡΗΓΟΣ ΣΤΟ NO FINISH LINE ATHENS ΓΙΑ ΑΚΟΜΗ ΜΙΑ ΧΡΟΝΙΑ

Το Φυσικό Μεταλλικό Νερό Ζαγόρι συμμετείχε για ακόμη μία χρονιά ως χορηγός στον φιλανθρωπικό αγώνα No Finish Line Athens, επιβεβαιώνοντας τη διαχρονική του στήριξη σε δράσεις που συνδέονται με τον αθλητισμό και την κοινωνική προσφορά.

Η διοργάνωση πραγματοποιήθηκε από τις 22 έως τις 26 Απριλίου στο Πεδίον του Άρεως, συγκεντρώνοντας 8.127 δρομείς και περιπατητές, οι οποίοι κάλυψαν συνολικά περισσότερα από 71.000 χιλιόμετρα.

Στο πλαίσιο της διοργάνωσης, ξεχώρισε και η παρουσία του Μίλτου Τεντόγλου, με τον οποίο το brand διατηρεί συνεργασία για τρίτη συνεχόμενη χρονιά.



"ΜΕΡΟΣ ΤΗΣ ΤΑΥΤΟΤΗΤΑΣ ΜΑΣ"

Η Στεφανία Τσάπαλα, Group Marketing Director της Χήτος δήλωσε χαρακτηριστικά: "Για εμάς στο Ζαγόρι, ο αθλητισμός και η

κοινωνική προσφορά δεν είναι απλώς δράσεις, αλλά μέρος της ταυτότητάς μας. Μέσα από πρωτοβουλίες, όπως το No Finish Line Athens και μέσα από συνεργασίες με αν-

θρώπους, όπως ο Μίλτος Τεντόγλου, θέλουμε να στηρίζουμε ουσιαστικά ό,τι εμπνέει και δημιουργεί θετικό αποτύπωμα στην κοινωνία."

• ΟΛΛΑΝΔΙΑ

ΑΠΟΡΡΙΠΤΕΙ ΦΟΡΤΙΑ ΣΟΓΙΑΣ ΑΠΟ ΤΗΝ ΑΡΓΕΝΤΙΝΗ

Η Ολλανδία απέρριψε τουλάχιστον δύο φορτία αλεύρου σόγιας από την Αργεντινή αυτόν τον μήνα, μετά τον εντοπισμό μη εγκεκριμένου γενετικά τροποποιημένου υλικού (GMO). Οι ολλανδικές αρχές κατέγραψαν δύο ειδοποιήσεις τον Απρίλιο που αφορούσαν φορτία προερχόμενα από την Αργεντινή, τον μεγαλύτερο εξαγωγέα αλεύρου σόγιας παγκοσμίως. Οι κοινοποιήσεις της 14ης και 17ης Απριλίου ανέφεραν την παρουσία μη εγκεκριμένων γενετικά τροποποιημένων χαρακτηριστικών, σύμφωνα με τον ιστότοπο της Ευρωπαϊκής Επιτροπής.

Ο ΡΟΛΟΣ ΤΗΣ ΩΣ ΕΙΣΑΓΩΓΕΑΣ

Η Ολλανδία αποτελεί βασική πύλη εισαγωγών ζωοτροφών προς την ΕΕ και οποιαδήποτε διαταραχή εκεί μπορεί να επηρεάσει ευρύτερα τις εφοδιαστικές αλυσίδες της περιοχής. Η αυξημένη επιτήρηση των αργεντινικών φορτίων ενδέχεται να περιορίσει τη ζήτηση της ΕΕ — του μεγαλύτερου εισαγωγέα αλεύρου σόγιας παγκοσμίως — για προμήθειες από την Νότια Αμερική, ενισχύοντας την ελκυστικότητα των αμερικανικών προϊόντων σόγιας.

Τα συμβόλαια μελλοντικής εκπλήρωσης για το αλεύρι σόγιας στο Chicago Board of Trade



κατέγραψαν άνοδο τη Δευτέρα, λόγω εκτιμήσεων ότι οι απορρίψεις θα ενισχύσουν τη ζήτηση για εναλλακτικές προελεύσεις.

Η ΕΕ εισάγει περίπου 20 εκατ. τόνους αλεύρου σόγιας ετησίως και βασίζεται κυρίως στην Νότια Αμερική για την προμήθεια, με

την Βραζιλία και την Αργεντινή ως βασικούς προμηθευτές. Οποιαδήποτε παρατεταμένη διαταραχή στις ροές αυτές θα μπορούσε να αναδιαμορφώσει σταδιακά τα παγκόσμια εμπορικά πρότυπα, δεδομένων των αυστηρών κανονιστικών προτύπων της Ένωσης.

• COFFEE ISLAND ΣΤΑΘΕΡΟΙ ΡΥΘΜΟΙ ΣΤΗΝ ΕΥΡΩΠΗ ΚΑΙ ΔΙΕΥΡΥΝΣΗ ΤΟΥ PORTFOLIO

Συνεχίζει τη στρατηγική ανάπτυξης η Coffee Island, με έμφαση στη σταδιακή διεθνή επέκταση, την ενίσχυση της παραγωγικής της βάσης και τη συνεχή ανανέωση του προϊοντικού της χαρτοφυλακίου.

Όπως αναφέρει ο CMO της εταιρείας Πάνος Κωνσταντινόπουλος, στο εξωτερικό η εταιρεία αντιμετωπίζει προκλήσεις που συνδέονται με τη γεωπολιτική αστάθεια σε ορισμένες αγορές. Η προγραμματισμένη είσοδος στην Ιορδανία δεν έχει ακόμη ολοκληρωθεί, παρά το γεγονός ότι το κατάστημα είναι έτοιμο και λειτουργεί δοκιμαστικά. Ανέφερε ότι οι περιορισμοί στις μετακινήσεις και στις αεροπορικές συνδέσεις έχουν καθυστερήσει την επίσημη έναρξη λειτουργίας, υπογραμμίζοντας τη σημασία της φυσικής παρουσίας για την υποστήριξη συνεργατών σε νέες αγορές.

ΣΤΑΘΕΡΟΤΗΤΑ ΣΤΗΝ ΕΥΡΩΠΗ

Την ίδια στιγμή, η ανάπτυξη στην Ευρώπη προχωρά με πιο σταθερούς ρυθμούς. Στην Ισπανία, η παρουσία της εταιρείας ενισχύεται με νέα καταστήματα στην Μαδρίτη, ενώ στην Γαλλία εξετάζονται τα επόμενα βήματα μετά την έναρξη δραστηριότητας στο Παρίσι. Παράλληλα, η αγορά της Αιγύπτου καταγράφει θετική πορεία, με το τοπικό εργοστάσιο να ενισχύεται μέσω επενδύσεων σε εξοπλισμό και υποδομές, ανταποκρινόμενο στην αυξανόμενη ζήτηση.

ΤΟ ΔΙΚΤΥΟ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ

Η επενδυτική δραστηριότητα της Coffee Island παραμένει έντονη και στην Ελλάδα, με αναβαθμίσεις στο δίκτυο καταστημάτων και σημαντικές προσθήκες σε παραγωγικό εξοπλισμό. Η εταιρεία επενδύει συστηματικά σε νέες τεχνολογίες και γραμμές παραγωγής, επιδιώκοντας τη βελτιστοποίηση της

λειτουργίας της και την ενίσχυση της ανταγωνιστικότητάς της.

ΠΡΟΪΟΝΤΑ

Σε επίπεδο προϊόντων, η στρατηγική επικεντρώνεται στη διεύρυνση του χαρτοφυλακίου με νέες κατηγορίες ροφημάτων και την αξιοποίηση σύγχρονων τάσεων της αγοράς. Ιδιαίτερη έμφαση δίνεται στα λεγόμενα "functional" ροφήματα, καθώς και σε νέες προτάσεις που ανταποκρίνονται στις μεταβαλλόμενες καταναλωτικές συνήθειες. Η εταιρεία υιοθετεί μια κουλτούρα πειραματισμού, αναγνωρίζοντας ότι η καινοτομία συνεπάγεται και αποτυχίες, οι οποίες όμως αποτελούν μέρος της αναπτυξιακής διαδικασίας.

Παράλληλα, το αυξημένο κόστος πρώτων υλών και εφοδιαστικής αλυσίδας αποτελεί σημαντική πρόκληση για τον κλάδο. Η Coffee Island επιχειρεί να απορροφήσει μέρος των ανατιμήσεων μέσω οικονομιών κλίμακας και βελτιστοποίησης των λειτουργικών της δαπανών, περιορίζοντας όσο το δυνατόν τις επιβαρύνσεις προς τους συνεργάτες και τους καταναλωτές. Ωστόσο, υπό τις παρούσες συνθήκες, το ενδεχόμενο μελλοντικών αυξήσεων τιμών παραμένει ανοικτό.

Η εταιρεία διατηρεί σταθερή επενδυτική φιλοσοφία, επανεπενδύοντας τα κέρδη της στην ανάπτυξη των δραστηριοτήτων της, χωρίς να επιβραδύνει τα επεκτατικά της σχέδια. Η προσέγγιση αυτή αντανακλά μια μακροπρόθεσμη στρατηγική που δίνει προτεραιότητα στη βιώσιμη ανάπτυξη, τη στήριξη του δικτύου συνεργατών και τη διαρκή ενίσχυση της θέσης της στην εγχώρια και διεθνή αγορά.

Στέλλα Αυγουστάκη
stella@notice.gr



Πάνος
Κωνσταντινό-
πουλος, CMO,
Coffee Island



• TRIKALINOS ΤΙ ΠΑΡΟΥΣΙΑΣΕ ΣΤΗ ΔΙΕΘΝΗ ΕΚΘΕΣΗ SEAFOOD EXPO GLOBAL ΣΤΗΝ ΒΑΡΚΕΛΩΝΗ

Η Trikalinos συμμετείχε στη διεθνή έκθεση Seafood Expo Global, η οποία πραγματοποιήθηκε στην Βαρκελώνη από τις 21 έως τις 23 Απριλίου και αποτελεί μία από τις σημαντικότερες διοργανώσεις για τον κλάδο των θαλασσινών παγκοσμίως.

Στο πλαίσιο της συμμετοχής της, η Trikalinos υποδέχθηκε στο περίπτερό της συνεργάτες και νέες επαφές, παρουσιάζοντας την premium σειρά προϊόντων της, με επίκεντρο το αυγοτάραχο. Η εταιρεία έδωσε έμφαση στην αυθεντικότητα των προϊόντων της, στη σταθερή ποιότητα και στην ελληνική της ταυτότητα, στοιχεία που αναδείχθηκαν κατά τη διάρκεια της έκθεσης.

Όπως αναφέρεται σε σχετική ανακοίνωση, η παρουσία της Trikalinos στη Seafood Expo Global ενίσχυσε περαιτέρω τη διεθνή της δραστηριότητα. Παράλληλα, η συμμετοχή της συνέβαλε στη διερεύνηση νέων συνεργασιών και εμπορικών συμφωνιών, με στόχο την περαιτέρω ανάπτυξη.

• **ΒΙΟΛΑΝΤΑ**

ΠΟΛΥ ΚΟΝΤΑ ΣΕ ΣΥΜΦΩΝΙΑ ΜΕ ΤΗΝ ΚΑΡΑΜΟΛΕΓΚΟΣ - ΤΙ ΑΠΑΝΤΑ Η ΕΤΑΙΡΕΙΑ

Στην Καραμολέγκος οδεύει σύμφωνα με επιβεβαιωμένες πληροφορίες του Fnb Daily η Βιολάντα, όπως ενημερωθήκατε χτες από την έκτακτη έκδοση του Fnb Daily.

Οι συζητήσεις μεταξύ των δύο πλευρών, όπως μαθαίνουμε, βρίσκονται σε ώριμο στάδιο, με την οριστική συμφωνία να είναι πολύ κοντά. Μετά την τροπή που πήρε η δικαστική εξέλιξη με την προφυλάκιση του Κωνσταντίνου Τζωρτζιώτη και το κλείσιμο των δύο εργοστασίων που τροφοδοτούσαν το μεγαλύτερο μέρος του όγκου παραγωγής, η διοίκηση της μπισκοτοβιομηχανίας προχώρησε σε μια κίνηση που διασφαλίζει το μέλλον του brand και τους εργαζόμενους.

Εξάλλου, η οικογένεια Τζωρτζιώτη δεν εξέταζε το ενδεχόμενο συνεργασίας με άλλες επιχειρήσεις για την παραγωγή των προϊόντων της. Η παραγωγική διαδικασία θεωρείται ιδιαίτερα εξειδικευμένη και δεν θα μπορούσε να αναπαραχθεί εύκολα από άλλη εταιρεία. Για τον λόγο αυτό, οι προσπάθειες επικεντρώθηκαν στην επιτάχυνση των διαδικασιών επαναλειτουργίας της μονάδας της VitaFree αλλά και στην είσοδο επενδυτή που θα μπορούσε να στηρίξει την εταιρεία την επόμενη μέρα.

Πληροφορίες μας αναφέρουν ότι επενδυτικό ενδιαφέρον υπήρχε και από δύο ακόμα επιχειρήσεις, με την Καραμολέγκος να προχωρά, όπως όλα δείχνουν, σε συμφωνία.

ΑΠΟΚΑΤΑΣΤΑΣΗ ΠΑΡΑΓΩΓΙΚΗΣ ΔΥΝΑΜΙΚΗΣ

Η αποκατάσταση της παραγωγικής δυναμικότητας αποτελούσε εξάλλου το επόμενο μεγάλο στοιχείο για την Βιολάντα, μετά τη φονική έκρηξη και τη μεγάλη πυρκαγιά που σημειώθηκαν στα τέλη Ιανουαρίου στην κεντρική μονάδα της εταιρείας στα Τρίκαλα.

Το δυστύχημα είχε τραγικό απολογισμό, καθώς πέντε εργαζόμενες που βρίσκονταν στη νυχτερινή βάρδια έχασαν τη ζωή τους όταν ισχυρή έκρηξη προκάλεσε εκτεταμένη πυρκαγιά στο εργοστάσιο. Το περιστατικό σημειώθηκε σε μία από τις δύο παραγωγικές μονάδες της εταιρείας στην περιοχή, η οποία λειτουργούσε κανονικά εκείνη την ώρα.

Η συγκεκριμένη εγκατάσταση αποτελούσε κομβικό τμήμα της παραγωγικής δραστηριότητας της Βιολάντα, καθώς φιλοξενούσε γραμμές παραγωγής που κάλυπταν σημαντικό μέρος του συνολικού όγκου, μεταξύ των οποίων και προϊόντα όπως δημητριακά πρωινού.



ΟΙ ΕΠΕΝΔΥΣΕΙΣ

Τα τελευταία χρόνια η μονάδα είχε ενισχυθεί μέσω σημαντικών επενδύσεων. Το 2021 ολοκληρώθηκε η δεύτερη φάση τριετούς επενδυτικού προγράμματος €14 εκατ., το οποίο περιλάμβανε την εγκατάσταση δύο νέων γραμμών παραγωγής, καθώς και τη δημιουργία σύγχρονου κέντρου logistics δυναμικότητας 3.500 παλετοθέσεων, στο πλαίσιο της αναπτυξιακής στρατηγικής της εταιρείας.

ΑΝΟΙΓΜΑ ΝΕΑΣ ΚΑΤΗΓΟΡΙΑΣ

Η Καραμολέγκος με την συγκεκριμένη κίνηση μπαίνει σε μια κατηγορία που εδώ και καιρό ήθελε να ανοίξει. Αναλαμβάνει έτοιμα δίκτυα πωλήσεων εντός και εντός Ελλάδος μεγαλώνει το αποτύπωμα του στο ράφι, αναμένεται σίγουρα ότι θα δημιουργήσει συνεργείες με άλλα προϊόντα του portfolio, ενώ οι παραγωγικές του δομές αναμένεται να στηρίξουν την παραγωγή των προϊόντων της Βιολάντα.

Παρά τις δυσκολίες που προκάλεσε το δυστύχημα, η ζήτηση για τα προϊόντα της εταιρείας παραμένει υψηλή τόσο στην ελληνική αγορά όσο και στο εξωτερικό. Η ελληνική αγορά εξακολουθεί να τροφοδοτείται χάρη στα αποθέματα που υπήρχαν πριν από το περιστατικό.

ΕΞΑΓΩΓΕΣ ΣΕ 30+ ΧΩΡΕΣ

Η Βιολάντα εξάγει τα προϊόντα της σε περίπου 30 χώρες, με την Γερμανία να αποτελεί τη σημαντικότερη αγορά του εξωτερικού. Οι

εξαγωγές αντιστοιχούν περίπου στο 30% του συνολικού κύκλου εργασιών της εταιρείας. Σε επίπεδο παραγωγικής δυναμικότητας, η κεντρική μονάδα της εταιρείας διαθέτει εννέα γραμμές παραγωγής, ενώ η μονάδα στην Λάρισα λειτουργεί με μία γραμμή. Η VitaFree διαθέτει δύο γραμμές παραγωγής, ενώ το νέο εργοστάσιο που σχεδιάζεται αναμένεται επίσης να διαθέτει δύο γραμμές.

Παράλληλα, προχωρά ο σχεδιασμός για τη δημιουργία ενός νέου εργοστασίου στα Τρίκαλα, ένα project που είχε ξεκινήσει πριν από το περιστατικό. Το νέο εργοστάσιο θα κατασκευαστεί δίπλα στις υπάρχουσες εγκαταστάσεις, ενισχύοντας περαιτέρω την παραγωγική δυναμικότητα της εταιρείας τα επόμενα χρόνια.

Η ΑΠΑΝΤΗΣΗ ΤΗΣ ΒΙΟΛΑΝΤΑ

Πηγές κοντά στη διοίκηση της Βιολάντα ανέφεραν στο Fnb Daily ότι "οι αναφορές περί εξαγοράς της εταιρείας είναι αναληθείς". Υπογράμμισαν ότι "το ιδιοκτησιακό καθεστώς της Βιολάντα παραμένει αμετάβλητο. Η ευθύνη για την ακρίβεια των δημοσιευμάτων είναι αυτονόητη, ιδίως όταν αφορά επιχειρήσεις, εργαζομένους και συνεργάτες. Η Βιολάντα είναι και παραμένει ελληνική εταιρεία, με έδρα την Θεσσαλία, με σταθερή διοίκηση, δομή και στρατηγική. Η πορεία της Βιολάντα είναι ξεκάθαρη και συνεχίζεται απερίσπαστα".

Στέλλα Αυγουστάκη
Stella@notice.gr

• NESTLE
**ΕΠΕΚΤΕΙΝΕΙ ΤΟ
NESCAFÉ ESPRESSO
CONCENTRATE ΣΕ
10 ΕΥΡΩΠΑΪΚΕΣ
ΑΓΟΡΕΣ**

Η Nestlé επεκτείνει το Nescafé Espresso Concentrate σε δέκα επιπλέον αγορές στην Ευρώπη, με στόχο την ενίσχυση της ανάπτυξης στον κρύο καφέ, έναν από τους βασικούς τομείς ανάπτυξης της εταιρείας. Σημειώνεται πως απευθύνεται ιδιαίτερα σε νεότερους καταναλωτές που προτιμούν τον παγωμένο καφέ όλο τον χρόνο και όχι μόνο εποχιακά.

ΠΟΥ ΘΑ ΕΙΝΑΙ ΔΙΑΘΕΣΙΜΟ ΤΟ ΠΡΟΪΟΝ

Το προϊόν θα είναι πλέον διαθέσιμο στην Γαλλία, την Ελβετία, την Γερμανία, το Βέλγιο, τις Κάτω Χώρες, την Νορβηγία, την Δανία, την Αυστρία, την Ισπανία και την Πορτογαλία, μετά από μια επιτυχημένη κυκλοφορία στο Ηνωμένο Βασίλειο και την Ιρλανδία πέρυσι. Στοχεύει να αξιοποιήσει την αυξανόμενη τάση κατανάλωσης παγωμένου καφέ, προ-



σφέροντας μια υψηλής ποιότητας, εύχρηστη και προσαρμόσιμη επιλογή για την παρασκευή καφέ τύπου καφετέριας στο σπίτι, όπως αναφέρει η εταιρεία.

ΠΟΙΑ ΕΙΝΑΙ Η ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΗ

Ο παγωμένος καφές συμβάλλει στην επέκταση της κατηγορίας, καλύπτοντας πολλαπλές ανάγκες των καταναλωτών, ενώ προσελκύει νέους καταναλωτές, ιδιαίτερα από τη Gen Z. Η Nestlé βρίσκεται σε πλεονεκτική θέση για

να αξιοποιήσει αυτή την ευκαιρία, αξιοποιώντας την παγκόσμια ηγετική της θέση και τη βαθιά τεχνογνωσία της στον καφέ για καινοτομία και κλιμάκωση σε αυτό το segment. Το προϊόν θα διατίθεται σε τρεις γεύσεις,

- σκέτο (black)
- βανίλια
- καραμέλα

ενώ υπάρχουν σχέδια για προσθήκη επιπλέον γεύσεων που θα προσαρμόζονται στις τοπικές προτιμήσεις.

• **Debrief** •

Ο ΚΟΙΜΩΜΕΝΟΣ ΓΙΓΑΝΤΑΣ

Ο Μάιος μάς έφτασε (σχεδόν) εμπρός βήμα ταχύ να τον προϋπαντήσουμε. Και μαζί ανοίγει για τα καλά η καλοκαιρινή τουριστική σεζόν, που καλώς ή κακώς, έχει καταστεί εδώ και πολλά χρόνια βαρόμετρο για το σύνολο της οικονομίας. Θα πάει καλά ο τουρισμός; Όλα καλά τότε... Ωστόσο η οικονομία έχει και άλλους τομείς. Τομείς στους οποίους αν δίνουμε μεγαλύτερη προσοχή και το εθνικό προϊόν θα αυξανόταν και η Ελλάδα δεν θα ήταν μόνο η Αθήνα και 5-6 ακόμα μεγάλες πόλεις.

Αφορμή για το σημερινό σημείωμα [η εκτενής ανάλυση της διαNEΟσις](#) για τον αγροτικό τομέα, σύμφωνα με την οποία η συνολική αξία της αγροτικής παραγωγής το 2024 ανήλθε περίπου στα €15,7 δισ. Για να το δούμε λίγο σε αντιπαραβολή με τον τουρισμό. Την ίδια χρονιά η άμεση συμβολή του τουρισμού στην ελληνική οικονομία έφτασε τα €30,2 δισ., δηλαδή διπλάσια της αξίας της αγροτικής παραγωγής. Μόνο που στην πρώτη περίπτω-

ση μιλάμε για τη "βαριά βιομηχανία" της χώρας, ενώ με την "αγροτιά" ασχολούμαστε σχεδόν πάντα για όλους τους λάθους λόγους.

Για να μην παρεξηγηθούμε. Δεν έχουμε κάτι εναντίον του τουρισμού. Όλοι από αυτόν τρώμε στο τέλος της ημέρας, με τον έναν ή τον άλλο τρόπο. Απλά σημειώνουμε ότι με βάση τα παραπάνω ποσά, ο αγροτικός τομέας δείχνει να έχει τεράστιες δυνατότητες, αν αντιμετωπίσουμε τις μεγάλες αδυναμίες του.

Ποιες είναι αυτές; Όπως αποτυπώνονται στην έρευνα:

- Μικρές και κατακερματισμένες αγροτικές εκμεταλλεύσεις
- Μεγάλη ηλικία των αγροτών
- Χαμηλό επίπεδο κατάρτισης
- Υστέρηση σε επενδύσεις
- Κόστος παραγωγής
- Κλιματική αλλαγή και ύδατα

Ο συνδυασμός όλων των παραπάνω οδηγεί σε χαμηλή παραγωγικότητα. Συγκεκριμένα, ενώ όπως προαναφέραμε

η συνολική αξία της παραγωγής έφτασε σχεδόν τα €15,7 δισ. σε ονομαστικούς όρους, σε πραγματικούς το 2023 σημείωσε πτώση κατά 6,1% και το 2024 ακολούθησε νέα μείωση κατά 1,1%. Δηλαδή, ο Τομέας συρρικνώνεται.

Προφανώς, τα προβλήματα της ελληνικής αγροτικής παραγωγής είναι χρόνια. Υπάρχουν, όμως σημαντικές, ευκαιρίες. Η Ελλάδα είναι ευλογημένος τόπος από πλευράς κλίματος και τα τελευταία χρόνια ο όρος "επισιτιστική επάρκεια" έρχεται ξανά και ξανά στο προσκήνιο. Μπορεί να μην έχει αχανείς εύφορες πεδιάδες, αλλά πλέον ούτε αυτές είναι τόσο απαραίτητες, όσο στο παρελθόν. Η γεωργία και η κτηνοτροφία έχουν γίνει σκληρές επιστήμες. Αρκεί να συμφωνήσουμε σε ένα σχέδιο για σύγχρονες επενδύσεις και κατάρτιση των ανθρώπων που δουλεύουν τη γη και τα αγαθά της.

Γιάννης Παλιούρης
giannis@notice.gr

• COCA – COLA ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ

ΞΕΚΙΝΑ Η ΝΕΑ ΤΗΣ ΚΑΜΠΑΝΙΑ "COCA-COLA. ΤΟΣΟ ΔΙΚΗ ΜΑΣ"

Η Coca-Cola στην Ελλάδα ξεκινά νέα τηλεοπτική καμπάνια με τίτλο "Coca-Cola. Τόσο δική μας", η οποία επιχειρεί να αναδείξει τη διαχρονική και βαθιά σχέση του brand με την ελληνική καθημερινότητα. Κεντρική ιδέα της καμπάνιας είναι ότι αυτό που καθιστά ένα παγκόσμιο εμπορικό σήμα πραγματικά οικείο είναι οι άνθρωποι που το εντάσσουν στη ζωή τους. Στο επίκεντρο βρίσκονται ιστορίες και πρόσωπα που συνδέονται με την παρουσία της Coca-Cola στην καθημε-



ρινή ζωή. Η καμπάνια θα αναπτυχθεί σταδιακά από τον Μάιο έως τον Ιούλιο και θα περιλαμ-

βάνει τηλεοπτικό σποτ, ψηφιακή προβολή και υπαίθρια διαφήμιση, με στόχο την ανάδειξη καθημερινών στιγμών και των ανθρώπων που τις διαμορφώνουν. Παράλληλα, η εταιρεία συνδέει τη συγκεκριμένη επικοινωνιακή πρωτοβουλία με τη συνολική της παρουσία στην ελληνική κοινωνία και οικονομία, παραπέμποντας στη σχετική μελέτη για το οικονομικό και κοινωνικό της αποτύπωμα στην Ελλάδα την περίοδο 2022–2024.

Business Maker

ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΟ HUB ΚΑΙ ΝΕΑ ΓΡΑΜΜΗ ΣΤΗΝΕΙ Η COCA COLA HBC ΣΤΗΝ ΑΙΓΥΠΤΟ

Αντίστροφα μετρά ο χρόνος για την έναρξη της νέας γραμμής παραγωγής της Coca Cola HBC στο εργοστάσιο της εταιρείας, στην Αλεξάνδρεια της Αιγύπτου. Όπως μας πληροφορούν τοπικά Μέσα ενημέρωσης, αναμένεται να λειτουργήσει τον προσεχή Ιούνιο, στο πλαίσιο των προοπτικών ανάπτυξης, που βλέπει η πολυεθνική στην αφρικανική χώρα. Η Αίγυπτος αναδεικνύεται σε κάτι πολύ περισσότερο από μια απλή αγορά για την Coca-Cola HBC. Είναι ενδεικτικό ότι, σε πρόσφατη συνάντηση του Υπουργού Βιομηχανίας της Αιγύπτου, Khaled Hashem, με τον Γενικό Διευθυντή της Coca-Cola HBC Egypt, Adnan Toric, ξεκαθαρίστηκε πως πρόθεση της εταιρείας είναι η προσθήκη μίας νέας γραμμής παραγωγής κάθε χρόνο,

προκειμένου να καλυφθεί η αυξανόμενη ζήτηση και να θωρακιστεί η ανταγωνιστικότητα του ομίλου. Ωστόσο, η είδηση είναι αλλού και αφορά το ψηφιακό κέντρο, που δρομολογείται στην Αίγυπτο. Το κέντρο αυτό, όπως αναφέρθηκε, δεν θα εξυπηρετεί απλώς τις τοπικές ανάγκες, αλλά θα παρέχει ολοκληρωμένες υπηρεσίες τεχνολογίας σε οντότητες της Coca-Cola Hellenic σε 27 χώρες σε Ευρώπη και Αφρική. Μάλιστα, ο σχεδιασμός προβλέπει σχεδόν διπλασιασμό των θέσεων εργασίας, με στόχο τους 450 εξειδικευμένους εργαζόμενους έως το 2027. Από την πλευρά του, ο Khaled Hashem έστειλε σαφές μήνυμα προς την εταιρεία: Η Αίγυπτος δεν θέλει να είναι απλώς μια μεγάλη αγορά κατανάλωσης, αλλά

ένας περιφερειακός βιομηχανικός κόμβος. Ο Υπουργός δεσμεύτηκε για την άμεση επίλυση γραφειοκρατικών κωλυμάτων μέσω της Αρχής Βιομηχανικής Ανάπτυξης (IDA), εστιάζοντας στην εντοπιότητα (localization) της παραγωγής και στην εμβάθυνση της συνεργασίας με τις τοπικές εφοδιαστικές αλυσίδες. Από την πλευρά του, ο Adnan Toric σημείωσε ότι η Αίγυπτος αποτελεί το κεντρικό hub για τις περιφερειακές δραστηριότητες, συνδυάζοντας την παραδοσιακή βιομηχανική ισχύ με την πράσινη ανάπτυξη και την τεχνολογική καινοτομία. Για την ιστορία, η Coca-Cola HBC διατηρεί στην Αίγυπτο πέντε εργοστάσια παραγωγής σε κομβικά σημεία: Αλεξάνδρεια, Ασιούτ, Τάντα, Καλιούμπ και Μενούφια.

Ο ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΣΩΖΕΙ ΤΗΝ ΠΑΡΤΙΔΑ ΓΙΑ ΤΗΝ ΕΣΤΙΑΣΗ ΣΤΗΝ ΑΘΗΝΑ

"Δεν είναι υπερβολή να πει κανείς ότι, αυτή τη στιγμή, η εστίαση στην Αθήνα αναπνέει χάρη στον τουρισμό". Αυτό αναφέρει στη στήλη παράγοντας του κλάδου, επισημαίνοντας πως, αν κάτι κρατά όρθια την αγορά, "δεν είναι η εσωτερική κατανάλωση, ούτε η βελτίωση των περιθωρίων, αλλά οι εκατομμύρια επισκέπτες, που συνεχίζουν να γεμίζουν την πόλη και να τροφοδοτούν την καθημερινή κίνηση". Η Αθήνα, όπως λέει, τα τελευταία χρόνια έχει μετατραπεί σε έναν από τους πιο δυναμικούς αστικούς προορισμούς της Ευρώπης. Η άνοδος δεν είναι τυχαία και αποτυπώνεται ξεκάθαρα στις επενδύσεις. Το νέο Conrad Athens στο πρώην Hilton, η ανάπλαση του Αρσάκειου Μεγάρου με το project ΣΤΟΑ, αλλά και το κύμα νέων ξενοδοχεί-

ακών μονάδων δείχνουν ότι η πόλη βρίσκεται σε φάση βαθιάς τουριστικής αναβάθμισης. Παράλληλα, οι βραχυχρόνιες μισθώσεις έχουν αλλάξει τον χάρτη της φιλοξενίας. Περιοχές, όπως το Κουκάκι, έχουν εξελιχθεί σε μικρά... οικοσυστήματα τουρισμού, με την τοπική οικονομία να εξαρτάται σχεδόν αποκλειστικά από τις ροές επισκεπτών. Και δεν είναι οι μόνες. Αυτό εξηγεί γιατί η εικόνα στο κέντρο δείχνει ανθεκτική. Τα τραπέζια γεμίζουν, οι δρόμοι έχουν ζωή, και η κατανάλωση —έστω επιλεκτική— συνεχίζεται. Όμως αυτή είναι μόνο η μία πλευρά. Στο παρασκήνιο, οι πιέσεις είναι έντονες και διαρκείς. Πρώτες ύλες, ενέργεια και μισθολογικό κόστος διαμορφώνουν ένα περιβάλλον, όπου τα περιθώρια στενεύουν. Η αύξηση του κατώτατου μι-

σθού και οι συλλογικές συμβάσεις ανεβάζουν τον πήχη των εξόδων, σε μια στιγμή που οι επιχειρήσεις δεν έχουν μεγάλη ευχέρεια να μετακυλίσουν το κόστος. Η ισορροπία είναι εύθραυστη. Πολλοί απορροφούν μέρος των αυξήσεων για να μη χάσουν πελατεία, άλλοι προχωρούν σε προσεκτικές ανατιμήσεις. Κανείς όμως δεν αισθάνεται πραγματικά ασφαλής. Και εδώ βρίσκεται το κρίσιμο σημείο: Χωρίς τον τουρισμό, η εικόνα θα ήταν εντελώς διαφορετική. Πολύ πιο δύσκολη, ίσως και οριακή για αρκετές επιχειρήσεις. Η Αθήνα έχει κερδίσει το στοίχημα της προσέλκυσης επισκεπτών. Το ερώτημα είναι αν αυτό αρκεί για να στηρίξει διαρκώς μια αγορά που πιέζεται από παντού. Προς το παρόν, είναι αυτό που την κρατά όρθια.

Business Insight

EUROBANK: Ο “ΑΚΡΟΓΩΝΙΑΙΟΣ ΛΙΘΟΣ” ΚΑΤΑ ΚΑΡΑΒΙΑ ΚΑΙ ΤΟ ΣΤΟΙΧΗΜΑ ΤΗΣ ΙΝΔΙΑΣ

Μήνυμα προς πάσα κατεύθυνση έστειλε ο Φωκίων Καραβίας τονίζοντας πως «...η κριτική που ασκείται με αίτημα τη χαλάρωση των κανόνων τόσο σε δημοσιονομικό όσο και σε τραπεζικό επίπεδο όχι μόνο δεν δικαιώνεται σε περιόδους κρίσης, αλλά αποδεικνύεται επικίνδυνα εφήμερη» .

Στο πλαίσιο της τακτικής Γενικής Συνέλευσης μετόχων, η ομιλία του Διευθύνοντος Συμβούλου του ομίλου, με τα κύρια σημεία της να αναφέρονται αναλυτικά σε σχετικό θέμα του BnB Daily.

Η στήλη, ως insighter θα επιχειρήσει να ερμηνεύσει το σημείο αναφοράς του, για “**ακρογωνιαίο λίθο**” της στρατηγικής ανάπτυξης της Eurobank- που σύμφωνα με τον ίδιο είναι η διαφοροποίηση των πηγών-εσόδων.

Η διοίκηση Καραβία, πέτυχε σε διάστημα τριετίας-τετραετίας να μετατρέψει την holding σε **ισχυρό τραπεζικό-ασφαλιστικό όμιλο, με ενεργητικό €110 δισ., παρουσία σε 3 χώρες- και προοπτική επέκτασης**. Στρατηγική διαφοροποίησης (πηγών εσόδων) που όπως σημείωσαν οι πιο παρατηρητικοί «...απαιτεί όμως και περαιτέρω κινήσεις στους τομείς της τραπεζικής, των ασφαλειών αλλά και της διαχείρισης περιουσίας...».

Προφανώς με τις “περαιτέρω κινήσεις” ο τραπεζίτης δείχνει πως εννοεί την **ενεργότερη παρουσία στην “ηλεκτρονική τραπεζική”** (και δεν εννοώ το υφιστάμενο e-banking που καλύπτει >1.800 συναλλαγές (πληρωμές, μεταφορές) 24/7 μέσω υπολογιστή, tablet ή κι-

ντιού). Προσφέρει ασφαλή διαχείριση λογαριασμών και καρτών, online εγγραφή, καθώς και υπηρεσίες Open Banking (account aggregation) για επισκόπηση λογαριασμών άλλων τραπεζών.

Άλλωστε, **όπως περιέγραψε ο Prem Watsa στην παρουσίαση της ετήσιας έκθεσης του Fairfax Financial Holdings, η Eurobank είναι μία από τις πιο επιτυχημένες επενδύσεις στην ιστορία του ομίλου FFH**. Σε ποια σημεία είχε σταθεί ο μεγαλοεπιχειρηματίας; Απόδοση ιδίων κεφαλαίων (στο εντυπωσιακό 16% το RoE), συνεισφορά συνδεδεμένων εταιρειών στα αποτελέσματα του FFH (μερίδιο κερδών από associates στα \$816 εκατ.) και δημιουργία υπεραξίας. **Θυμίζω πως, η αγοραία αξία της συμμετοχής της Fairfax στην Eurobank αυξήθηκε το 2025 κατά \$1,43 δισ.** Για τον Prem Watsa ο χρονισμός διακράτησης της συμμετοχής του στην Eurobank- και σε συνδεδεμένες εταιρείες- είναι σε συσχέτιση με την παραγωγή υπεραξίας- από αυτή την άποψη με το RoE της τράπεζας.

Το άνοιγμα προς την Ινδία- μέσω Κύπρου- είναι ένας δυνητικός στόχος της διοίκησης, στον οποίο εργάζεται μεθοδικά την τελευταία διετία. Μάλιστα τον Μάιο πρόκειται να γίνουν τα εγκαίνια του Γραφείου Αντιπροσωπείας στην Βομβάη (παρουσία του προέδρου της Κυπριακής Δημοκρατίας). Πρακτικά η Eurobank καθίσταται η πρώτη ελληνική (και κυπριακή) τράπεζα με φυσική παρουσία στην αγορά της Ινδίας.

Παράλληλα **θα είναι και η πρώτη ελληνική τράπεζα (και στην Ευρώπη), με δυνατότητα ενεργοποίησης του συστήματος συναλλαγών UPI**, στο πλαίσιο της συνεργασίας με την NPCI International Payments. Πρωτοβουλία που θέτει σε ισχύ διασυνοριακές πληρωμές Ελλάδα - Ινδίας με την Eurobank να είναι η πρώτη τράπεζα που προσφέρει αυτή τη δυνατότητα. **Θυμίζω ότι συνεργάζεται, ήδη με την LTM, έναν από τους μεγαλύτερους παρόχους τεχνολογικών λύσεων στην Ινδία**. Οι δύο όμιλοι δημιούργησαν πέρυσι έναν Global Delivery Center στην Πούνε της Ινδίας, στελεχωμένο με τοπικούς μηχανικούς, για την υποστήριξη των διεθνών λειτουργιών IT της Eurobank.

Δεν είναι τυχαίο πως, **ο Φωκίων Καραβίας ήταν σαφής και ως προς την τεχνολογικό προσανατολισμό θεωρώντας τρίτο πυλώνα ισχυροποίησης «τη θεμελίωση του μέλλοντος μέσω της τεχνολογίας**, στην οποία η Eurobank θα επενδύσει από το 2026 έως το 2028 συνολικά €750 εκατ». Για το προσωπικό της τράπεζας αναμένεται να διανεμηθούν €35,3 εκατ.». Σε αυτό το πλαίσιο συμπεριλαμβάνεται η παράλληλη ανάπτυξη neobank.

Αλλά και ως προς την core δραστηριότητα η αύξηση των άμεσων (παραγωγικών) επενδύσεων θα πρέπει να καταστεί Πολικός Αστéρας της πολιτικής, δηλαδή επιπλέον πηγές παραγωγής επαναλαμβανόμενης λειτουργικής κερδοφορίας.

BNB
DAILY

BUSINESS IN BRIEF

ΚΑΘΕ ΠΡΩΙ
ΣΤΟ EMAIL ΣΑΣ!

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

ΜΑΖΙ ΜΕ ΤΟ BNB DAILY:

BnBeauty

Γίνε
συνδρομητής
εδώ



• ΚΡΙΝΟΣ ΑΝΑΨΥΚΤΙΚΑ
**ΛΑΝΣΑΡΕΙ ΑΛΟΥΜΙΝΕΝΙΟ ΚΟΥΤΑΚΙ
330ML ΓΙΑ ΤΗ ΣΟΔΑ ΚΡΙΝΟΣ**

Η εταιρεία αναψυκτικών Κρίνος παρουσιάζει για τη νέο σεζόν τη Σόδα Κρίνος σε αλουμινένιο κουτάκι των 330ml.

Σύμφωνα με τη σχετική ανακοίνωση, "η Σόδα Κρίνος παραμένει κλασικό και δημοφιλές προϊόν, με μηδενικές θερμίδες, κατάλληλη για κατανάλωση τόσο σκέτη όσο και σε cocktails και mocktails". Η εταιρεία τονίζει ότι πρόκειται για 100% ανακυκλώσιμη συσκευασία, στο πλαίσιο της περιβαλλοντικής της προσέγγισης και της στροφής σε πιο βιώσιμες πρακτικές. Η νέα πρόταση θα διατίθεται σε επιλεγμένα σημεία πώλησης και τοπικά καταστήματα. Σύμφωνα με την ανακοίνωση, το προϊόν είναι κατάλληλο για vegan, vegetarian και gluten-free διατροφή.



Editorial

Η κυρία Μόνικα από το Μεξικό και ο Jamie Dimon

Τα όσα είπε προχθές ο επικεφαλής της JP Morgan, Jamie Dimon, μπορεί να μην ηχούν ευχάριστα στα αυτιά αναλυτών και τραπεζιτών, μπορεί να έχουν ειπωθεί ξανά από τον ίδιο, όμως, έχουν απόλυτη βάση.

Τί ακριβώς είπε, δηλαδή;

Στην ουσία, προειδοποίησε ξανά ότι δεν αποκλείεται να δούμε ύφεση στην αγορά πιστώσεων.

Και αυτή μπορεί να αποδειχθεί χειρότερη από ό,τι αναμένεται. Παρά το γεγονός των εξαιρετικών τριμηνιαίων αποτελεσμάτων του κλάδου και της καλής κατάστασης, που βρίσκονται τα χαρτοφυλάκια δανείων.

Γιατί τότε το λέει αυτό;

Διότι στον τομέα της ιδιωτικής πίστωσης, αυτή τη στιγμή, στις Ηνωμένες Πολιτείες, δραστηριοποιούνται πάνω από 1.000 εταιρείες. Τί σημαίνει αυτό;

Ότι, δεδομένου πως δεν έχουμε βιώσει πιστωτική ύφεση εδώ και πολύ καιρό, όταν κάποια στιγμή συμβεί αυτό, τότε δεν θα τα πάνε όλες καλά. Και, σύμφωνα με τον Dimon, η ύφεση αυτή δεν θα είναι τρομερή, απλώς θα είναι χειρότερη από ό,τι νομίζουν οι περισσότεροι.

Σίγουρα, λοιπόν, δεν μιλάμε για κρίση αλλά Lehman Brothers.

Τότε, που η οποιαδήποτε κυρία Μόνικα από το Μεξικό, που μόλις είχε έρθει στις Ηνωμένες Πολιτείες και ήταν ανειδίκευτη εργάτρια, με πολύ χαμηλές αποδοχές και χωρίς πιστωτικό track record, έμπαινε στις μικρές τοπικές τράπεζες και έπαιρνε το στεγαστικό - και όχι μόνο - δάνειο που ήθελε (η συνέχεια με την Lehman είναι γνωστή).

Ε, νομίζω ότι ο Dimon κάτι τέτοιο θέλει να πει για κάποιες εκ των χιλίων αυτών επιχειρήσεων. Τόσο απλά.

Νεκτάριος Β. Νώτης
nectarios@notice.gr

SECRETRECIPE

Ο Καραμολέγκος, η Βιολάντα και η Δερμίσος

Μπορεί η συμφωνία εξαγοράς της Βιολάντα από την Καραμολέγκος να είναι πολύ κοντά - κάποιοι την θεωρούν τελειωμένη υπόθεση -, όμως, η γνωστή αρτοποιομηχανία, η οποία εδώ και αρκετό καιρό ψάχνεται να μπει στην παραγωγή μπισκότου, είχε εκκινήσει συζητήσεις με άλλη εταιρεία. Όπως πληροφορείται το FNB Daily, πρόκειται για την επίσης τρικαλινή, και γειτονική στην Βιολάντα, Δερμίσος. Όμως, μόλις παρουσιάστηκε από τις τράπεζες η ευκαιρία της Βιολάντα, οι συνομιλίες πάγωσαν.