

Επαγγελματικό
ταξίδι στο
εξωτερικό;



Ο Φ.Π.Α. μπορεί να επιστρέψει μαζί σας

Ξενοδοχεία, μετακινήσεις, συνέδρια, εκθέσεις και άλλες επαγγελματικές δαπάνες στο εξωτερικό μπορεί να περιλαμβάνουν Φ.Π.Α. που δικαιούται να ανακτήσει η επιχείρησή σας.

Είμαστε εδώ για να κάνουμε τη διαδικασία επιστροφής Φ.Π.Α. πιο εύκολη.

Δαπάνες 2025 |
Προθεσμία υποβολής: 30.09.2026



• CORTEVA

Στην τελική ευθεία ο διαχωρισμός σε δύο νέες εταιρείες - Ποιοι αναλαμβάνουν επικεφαλής



• ΧΗΤΟΣ

Τριψήφια ενίσχυση κερδών το 2025, συγκρατημένη αισιοδοξία φέτος



• SEKE - THE GRECIANS

Νέες συμφωνίες με Γαλαξία, Avolta, Θανόπουλο και επέκταση με Σκλαβενίτη, Μασούτη - Σε συζητήσεις με METRO-My Market



• PELOPAC

Βλέπει σταθερότητα πωλήσεων αλλά και πίεση στην κερδοφορία φέτος - Γιατί δεν ανησυχεί για τους αμερικανικούς δασμούς

Editorial

Ο εκφοβισμός δουλεύει - Απλώς όχι όπως νομίζετε

Debrief

Ακριβή(ς) μου γεωργία...

Business Insight

Το συγκριτικό πλεονέκτημα Motor Oil, HelleniQ Energy, η Wood & Co και ο MSCI Greece

SecretRecipe

Ο Βούδας και τα μηνύματά του

Business Maker

- Ο Σκλαβενίτης σπάει το φράγμα των €6 δισ.
- Δύο ανοίγματα σε λίγες ημέρες - Τα Fridays πάνε... Πειραιά

• ΚΑΤΑΛΟΝΙΑ | ΔΕΥ-Ν'ΗΙ-ΔΟ

ΕΝΑ ΜΥΣΤΑΓΩΓΙΚΟ ΓΑΣΤΡΟΝΟΜΙΚΟ ΟΔΟΙΠΟΡΙΚΟ ΣΤΗΝ ΨΥΧΗ ΤΟΥ ΑΥΘΕΝΤΙΚΟΥ ΚΑΤΑΛΑΝΙΚΟΥ ΑΜΠΕΛΩΝΑ

(Δευτέρα 26 Οκτωβρίου – Κυριακή 1 Νοεμβρίου 2026)

Το Déu-n'hi-do Voyage είναι ένα επιμελημένο οδοιπορικό που ξεκινά από την Βαρκελώνη και διασχίζει την ορεινή Ισπανική και τη μεσογειακή Γαλλική Καταλονία, με την υπογραφή της Authentic Wine.

Ένα ταξίδι στην καρδιά του καταλανικού αμπελώνα, εκεί όπου αιώνες παράδοσης, μοναδικά terroirs και γηγενείς ποικιλίες ξεπερνούν τα σύγχρονα σύνορα των κρατών και αφηγούνται μια κοινή μεσογειακή ταυτότητα μέσα από το κρασί, τη γαστρονομία και τους ανθρώπους της.



Από τους αμπελώνες του Priorat έως τις παραθαλάσσιες περιοχές του Roussillon, θα διασχίσουμε τοπία σπάνιας φυσικής ομορφιάς, εκεί όπου η επιβλητική οροσειρά των Πυρηναίων σηματοδοτεί διαχρονικά το πέρασμα ανάμεσα στην Γαλλία και την Ισπανία.

Μέσα από ιδιωτικές επισκέψεις σε αμπελώνες και κελάρια περιορισμένης πρόσβασης, επιλεγμένες εμπειρίες οινογενώσεως, προσεκτικά σχεδιασμένα wine pairings και συναντήσεις με τους ανθρώπους πίσω από κάθε ετικέτα, θα αποκτήσουμε πρόσβαση σε έναν κόσμο που αποκαλύπτεται μόνο σε όσους τον βιώνουν από κοντά.



Πρόκειται για μια επιμελημένη εμπειρία που μας επιτρέπει να ζήσουμε για λίγες ημέρες με τον ρυθμό και τις συνήθειες των ανθρώπων της Καταλονίας, όπως θα το έκαναν οι ίδιοι οι locals.

Το Déu-n'hi-do Voyage προσφέρει μια μοναδική ευκαιρία να εξερευνήσουμε τη διαχρονική σχέση ανάμεσα στη γη, τη γαστρονομική κληρονομιά και τον πολιτισμό της Μεσογείου, μέσα από μια εμπειρία όπου η παράδοση συναντά τη σύγχρονη τέχνη της φιλοξενίας.



Η γαστρονομία αποτελεί τον φυσικό συνοδοιπόρο του ταξιδιού. Ένας private chef θα επιμελείται τη γαστρονομική μας διαδρο-

μή, δημιουργώντας πιάτα εμπνευσμένα από εκλεκτές τοπικές πρώτες ύλες και αναδεικνύοντας την παράδοση της Καταλονίας, καθώς και τη βαθιά σύνδεσή της με κάθε ξεχωριστό κρασί που θα συνοδεύει το ταξίδι μας. Η εμπειρία έχει σχεδιαστεί αποκλειστικά για μια μικρή ομάδα 12 συμμετεχόντων, ώστε κάθε επίσκεψη, κάθε γεύμα και κάθε συνάντηση να διατηρεί τον προσωπικό και αυθεντικό χαρακτήρα της.



Η εμπειρία περιλαμβάνει:

- 6 διανυκτερεύσεις σε επιλεγμένα καταλύματα
- 6 ιδιωτικές επισκέψεις σε οινοποιεία και αμπελώνες περιορισμένης πρόσβασης
- Γευσιγνωσία περισσότερων από 100 φυσικών κρασιών υψηλής ποιότητας
- 5 δείπνα με επιλεγμένα wine pairings
- Μετακινήσεις από την Βαρκελώνη προς το Priorat, το Roussillon και τις γύρω περιοχές

ΚΟΣΤΟΣ ΣΥΜΜΕΤΟΧΗΣ:
3.408 ΕΥΡΩ/ΑΤΟΜΟ

Η εμπειρία θα πραγματοποιηθεί με περιορισμένο αριθμό συμμετεχόντων και ελάχιστη συμμετοχή 12 ατόμων.

Μια εμπειρία στην αυθεντική Καταλονία (Ισπανική & Γαλλική), εκεί όπου το κρασί, η γαστρονομία και ο πολιτισμός συνθέτουν έναν τρόπο ζωής που αποκαλύπτεται μόνο σε όσους τον βιώνουν από κοντά.

(Δευτέρα 26 Οκτωβρίου – Κυριακή 1 Νοεμβρίου 2026)

Για περισσότερες πληροφορίες σχετικά με το Déu-n'hi-do Voyage:

Μαρία Σταμένη

m.stameni@notice.gr

• **PELORAC**

ΒΛΕΠΕΙ ΣΤΑΘΕΡΟΤΗΤΑ ΠΩΛΗΣΕΩΝ ΑΛΛΑ ΚΑΙ ΠΙΕΣΗ ΣΤΗΝ ΚΕΡΔΟΦΟΡΙΑ ΦΕΤΟΣ - ΓΙΑΤΙ ΔΕΝ ΑΝΗΣΥΧΕΙ ΓΙΑ ΤΟΥΣ ΑΜΕΡΙΚΑΝΙΚΟΥΣ ΔΑΣΜΟΥΣ

Στα επίπεδα του 2025, δηλαδή περίξ των €30 εκατ., εκτιμά η διοίκηση της Pelorac ότι θα διαμορφωθεί φέτος ο κύκλος εργασιών. Ωστόσο, όπως αναφέρεται στις τελευταίες χρηματοοικονομικές καταστάσεις, αναμένεται να υπάρξει σχετική πίεση στην κερδοφορία, καθώς το υψηλό κόστος ενέργειας, το αυξημένο κόστος πρώτων υλών, οι προκλήσεις στις μεταφορές λόγω γεωπολιτικών εντάσεων και η συνεχιζόμενη έλλειψη εργατικού δυναμικού, είναι παράγοντες που επηρεάζουν σημαντικά το κόστος παραγωγής.

ΗΠΑ

Παράλληλα, η επιβολή δασμών από τις ΗΠΑ σε ευρωπαϊκά προϊόντα, συμπεριλαμβανομένων των ελληνικών επιτραπέζιων ελιών, δημιουργεί πρόσθετη αβεβαιότητα στο διεθνές εμπορικό περιβάλλον και ενδέχεται να ενισχύσει τις πληθωριστικές πιέσεις και τον κίνδυνο επιβράδυνσης της καταναλωτικής ζήτησης στην αμερικανική αγορά.

Ωστόσο, η διοίκηση της Pelorac εκτιμά ότι οι πιθανές επιπτώσεις στην ανταγωνιστικότητα των προϊόντων της στην αμερικανική αγορά θα είναι περιορισμένες, καθώς η αγορά επιτραπέζιας ελιάς των ΗΠΑ βασίζεται σχεδόν αποκλειστικά σε εισαγόμενα προϊόντα.

Επιπλέον, τονίζεται ότι η εταιρεία διαθέτει ισχυρή και διαχρονική παρουσία στην αγορά αυτή, έχοντας αναπτύξει μακροχρόνιες συνεργασίες με τους πελάτες της. Παράλληλα, το μεγαλύτερο μέρος του χαρτοφυλακίου της ανήκει στην κατηγορία των προϊόντων υψηλής ποιότητας με προστιθέτη τιμή, η οποία έχει αποδείξει διαχρονικά ότι παρουσιάζει αυξημένη ανθεκτικότητα της ζήτησης ακόμη και σε περιόδους πληθωριστικών πιέσεων και οικονομικής επιβράδυνσης.

ΟΙ ΕΚΤΙΜΗΣΕΙΣ ΓΙΑ ΤΗΝ ΠΑΡΑΓΩΓΗ ΕΛΙΑΣ

Οι εκτιμήσεις για την παραγωγή της πράσινης ελιάς Χαλκιδικής κατά τη νέα ελαιοκομική περίοδο είναι θετικές, καθώς αναμένεται επάρκεια πρώτης ύλης και σχετική αποκλιμάκωση των πιέσεων στις τιμές.

Αντίθετα, οι προβλέψεις για την ελιά Καλαμών παραμένουν επιφυλακτικές, καθώς εκτιμάται ότι η παραγωγή θα είναι περιορισμένη και θα συνοδεύεται από ποιοτικές προκλήσεις, γεγονός που ενδέχεται να διατηρήσει σε υψηλά επίπεδα το κόστος προμήθειας της.

ΕΠΕΝΔΥΣΕΙΣ

Η εταιρεία συνεχίζει να επενδύει στην αναβάθμιση της παραγωγικής της δυναμικότητας, τον εκσυγχρονισμό του μηχανολογικού εξοπλισμού, στην αξιοποίηση καινοτόμων τεχνολογιών στην παραγωγική διαδικασία και την περαιτέρω ψηφιοποίηση των διοικητικών λειτουργιών.

Παράλληλα, συνεχίζει τις επενδύσεις στην ανάπτυξη νέων προϊόντων και στην αναβάθμιση του υφιστάμενου χαρτοφυλακίου της, ανταποκρινόμενη στις εξελισσόμενες ανάγκες των καταναλωτών και στις τάσεις της διεθνούς αγοράς τροφίμων.

Η ΕΙΚΟΝΑ ΤΟ 2025

Πέρυσι η ανάπτυξη διαμορφώθηκε στο 7,4% και αποδίδεται τόσο στη διεύρυνση του όγκου πωλήσεων, όσο και στην αναπροσαρμογή των τιμών πώλησης, αντανakλώντας τη σημαντική αύξηση του κόστους παραγωγής και των πρώτων υλών.

Από την άλλη πλευρά, τα αυξημένα έξοδα (διοίκησης, διάθεσης και διάφορα), οδήγησαν σε μικρή κάμψη της κερδοφορίας της.

DATA (σε €χιλ.)

Κύκλος εργασιών

2025:	30.684
2024:	28.568
2023:	22.204
2022:	29.947

Μικτό αποτέλεσμα

2025:	3.388
2024:	3.149
2023:	2.269
2022:	3.155

EBITDA

2025:	2.151
2024:	2.396
2023:	1.673
2022:	2.203

Κέρδη προ φόρων

2025:	1.129
2024:	1.150
2023:	339
2022:	1.240

ΕΤΟΣ ΠΡΟΚΛΗΣΕΩΝ ΓΙΑ ΤΟΝ ΚΛΑΔΟ ΤΗΣ ΕΛΙΑΣ

Το 2025 αποτέλεσε χρονιά με σημαντικές προκλήσεις για τον κλάδο της επιτραπέζιας



Κωνσταντίνος Κωνσταντινίδης,
Πρόεδρος
& CEO,
Pelorac



ελιάς, ο οποίος διατήρησε την ισχυρή εξαγωγική του δυναμική για την Ελλάδα.

Ωστόσο, η παραγωγική βάση επηρεάστηκε από δυσμενείς καιρικές συνθήκες, τη συνεχιζόμενη έλλειψη εργατικού δυναμικού και τη διατήρηση υψηλού κόστους εργασίας, καθώς και από τις αυξημένες τιμές της ενέργειας, οι οποίες επιβάρυναν τόσο την πρωτογενή παραγωγή όσο και τη μεταποιητική δραστηριότητα, οδηγώντας σε αυξημένο κόστος προμήθειας πρώτων υλών.

Στις ελιές Καλαμών παρά τη σχετικά ικανοποιητική παραγωγή σε επίπεδο ποσοτήτων, παρατηρήθηκαν προβλήματα ποιότητας, τα οποία περιόρισαν την εμπορεύσιμη ποσότητα της πρώτης ύλης και αύξησαν το κόστος διαλογής και επεξεργασίας.

Παράλληλα, η αγορά των γαλακτοκομικών προϊόντων επηρεάστηκε από τη νόσο της ευλογιάς των προβάτων και τις δυσμενείς κλιματολογικές συνθήκες, γεγονός που οδήγησε σε μείωση του διαθέσιμου ζωικού κεφαλαίου και σε σημαντική αύξηση του κόστους προμήθειας των σχετικών πρώτων υλών.

Μάκης Αποστόλου
makis@notice.gr



FOOD FORWARD

From Farm to Future

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

2 SEASON



5-6 Νοεμβρίου 2026

HYATT REGENCY THESSALONIKI

ΜΕ ΤΗΝ ΑΞΙΟΠΙΣΤΙΑ ΤΗΣ



NOTICE

CONTENT & SERVICES



**DIMORAGKAS
VAIOS**
Managing Director,
NIELSEN Greece
& Bulgaria



**KAKKAVAS
CHRISTOS**
Executive Advisor ILL,
Athens Economics



**KINTZIOS
SPYRIDON**
Rector, Agricultural
University of Athens



**KONTOS
DIMITRIS**
Chief Operating Officer,
METRO



**KOUTSOURADI
ARGYRO**
CEO & Founder,
Myrovolos Organics



**LOULOUMARIS
SYMEON**
Country Manager Danone
Specialized Nutrition,
Plant Based, Dairy
Numil Hellas S.A.



**PAPACHRISTOS
CHARALAMBOS**
President, SEFYMEN



**SINODINOS
DIMITRIS**
President, SEET



**TAKOULAS
VAGGELIS**
Purchasing Director,
METRO



**TOURALIAS
APOSTOLOS**
Chairman, HAPO

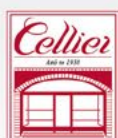


**ZOUKAS
KOSTAS**
President, PEMETE

POWERED BY

forum S.A.
TRADE SHOWS • PUBLICATIONS

SILVER SPONSORS



SUPPORTER

elvida
FOODS

Για περισσότερες
πληροφορίες:



ΜΕ ΤΗΝ ΑΙΓΙΔΑ



• ΛΟΥΞ

ΤΑ MIXERS ΕΝΙΣΧΥΟΥΝ ΤΙΣ ΠΩΛΗΣΕΙΣ – ΔΙΕΥΡΥΝΕΙ HORECA ΚΑΙ ΕΞΑΓΩΓΕΣ ΜΕ ΟΧΗΜΑ ΤΗΝ SIAL

Σε βασικό μοχλό ανάπτυξης των πωλήσεων της Λουξ εξελίσσεται η νέα σειρά mixers, την οποία η εταιρεία λάνσαρε το β' τρίμηνο του έτους [και για την οποία είχατε ενημερωθεί από το FNB Daily στις 18/03](#). Η θετική ανταπόκριση οδηγεί τη διοίκηση στην περαιτέρω ενίσχυση της παρουσίας της, τόσο στο κανάλι HoReCa, όσο και στις διεθνείς αγορές, με αιχμή τη συμμετοχή στην SIAL.

Όπως αναφέρει στο FNB Daily η Chief Marketing Manager της Λουξ, Χρύσα Μαρλαφέκα, η εμπορική ανάπτυξη της νέας σειράς βρίσκεται ακόμη σε εξέλιξη, καθώς συνεχίζονται οι συνεργασίες και η τοποθέτηση των προϊόντων σε νέα σημεία πώλησης. Παράλληλα, αυξημένο ενδιαφέρον εκδηλώνεται ακόμη και από καταναλωτές σε νησιωτικές και απομακρυσμένες περιοχές, οι οποίοι επικοινωνούν με την εταιρεία προκειμένου να ενημερωθούν για τα σημεία διάθεσης των προϊόντων.

Παρά τη θετική πορεία των νέων λανσαρισμάτων, η πορτοκαλάδα και η λεμονάδα εξακολουθούν να αποτελούν τους εμπορικά ισχυρότερους κωδικούς της εταιρείας, με τη ζήτησή τους να ενισχύεται κατά τους θερινούς μήνες.

ΕΝΙΣΧΥΕΙ ΤΟ ΑΠΟΤΥΠΩΜΑ ΣΤΟ HORECA

Στο πλαίσιο της στρατηγικής ανάπτυξης των mixers, η Λουξ θα συμμετάσχει για πρώτη φορά στο Athens Bar Show, επιδιώκοντας να ενισχύσει την παρουσία της στην οργανωμένη εστίαση και ειδικότερα στον χώρο των bars. Μέχρι σήμερα η εμπορική δραστηριότητα της εταιρείας ήταν περισσότερο προσανατολισμένη στη μικρή λιανική και στα super markets, ωστόσο η νέα κατηγορία προϊόντων δημιουργεί προοπτικές περαιτέρω διεξόδου στο κανάλι HoReCa.

Παράλληλα, η εταιρεία προετοιμάζει νέα λανσαρίσματα στην κατηγορία των mixers, με αφορμή και τη συμμετοχή της στην SIAL. Σύμφωνα με την κα Μαρλαφέκα, βρίσκεται σε εξέλιξη η διαδικασία ολοκλήρωσης των συνταγών για δύο νέες γεύσεις, οι οποίες αναμένεται να παρουσιαστούν στη διεθνή έκθεση.

ΣΤΟΧΟΣ Η ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΤΩΝ ΕΞΑΓΩΓΩΝ

Η SIAL αποτελεί ταυτόχρονα και βασικό άξονα της εξαγωγικής στρατηγικής της Λουξ για



Χρύσα Μαρλαφέκα, Chief Marketing Officer, Λουξ

το επόμενο διάστημα. Η εταιρεία θα συμμετάσχει με μεγαλύτερο και πιο εξειδικευμένο περίπτερο στην κατηγορία των drinks.

Σύμφωνα με τη διοίκηση, η εξαγωγική δραστηριότητα κινείται σήμερα με σταθερούς ρυθμούς, χωρίς ουσιαστικές μεταβολές, ενώ οι προτεραιότητες για τις διεθνείς αγορές θα διαμορφωθούν ανάλογα με το ενδιαφέρον που θα εκδηλωθεί κατά τη διάρκεια της έκθεσης.

Σε επίπεδο χαρτοφυλακίου, η εταιρεία σχεδιάζει επίσης την ανανέωση του σχεδιασμού συσκευασίας σε υφιστάμενους κωδικούς, με έμφαση στη σειρά cola.

ΠΙΕΣΜΕΝΗ Η ΑΓΟΡΑ ΑΝΑΨΥΚΤΙΚΩΝ

Αναφερόμενη στις συνθήκες της αγοράς, η κα Μαρλαφέκα σημειώνει ότι το 2026 χαρακτηρίζεται από υποχώρηση της ζήτησης τόσο στην εστίαση, όσο και στον τουρισμό, εικόνα που επηρεάζει συνολικά την αγορά των αναψυκτικών.

Όπως επισημαίνει, παρά το δυσμενές περιβάλλον, η κατανάλωση ενισχύεται από την περίοδο μετά το Πάσχα έως και τον Οκτώβριο, διάστημα κατά το οποίο η κατηγορία παρουσιάζει αυξημένη κινητικότητα. Στο πλαίσιο αυτό, η εταιρεία αναφέρει ότι οι πωλήσεις της κινούνται σε καλύτερα επίπεδα σε σχέση με τους υπόλοιπους μήνες του έτους.

Στέλλα Αυγουστάκη
stella@notice.gr



Παναγιώτης Βεργής, Περιφερειακός Διευθυντής Εταιρικών Σχέσεων και Βιωσιμότητας, The Coca-Cola Company

• THE COCA – COLA COMPANY Ο ΠΑΝΑΓΙΩΤΗΣ ΒΕΡΓΗΣ ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΚΟΣ ΔΙΕΥΘΥΝΤΗΣ ΕΤΑΙΡΙΚΩΝ ΣΧΕΣΕΩΝ ΚΑΙ ΒΙΩΣΙΜΟΤΗΤΑΣ

Σε αλλαγή στη διοικητική της ομάδα προχώρησε η The Coca-Cola Company, αναθέτοντας στον Παναγιώτη Βεργή τα καθήκοντα του Senior Director Εταιρικών Σχέσεων, Επικοινωνίας και Βιώσιμης Ανάπτυξης για την Ελλάδα, την Κύπρο, την Βουλγαρία και την Λευκορωσία.

Στον νέο του ρόλο, ο Παναγιώτης Βεργής θα έχει την ευθύνη για τη διαμόρφωση και την υλοποίηση της στρατηγικής της εταιρείας στους τομείς των Public Affairs, της Εταιρικής Επικοινωνίας και της Βιώσιμης Ανάπτυξης στις τέσσερις αγορές ευθύνης του.

Ο Παναγιώτης Βεργής διαθέτει συνολικά 18 χρόνια επαγγελματικής εμπειρίας στον όμιλο Coca-Cola, εκ των οποίων τα 14 στην Coca-Cola HBC, έχοντας αναλάβει σειρά διοικητικών θέσεων τόσο σε τοπικό όσο και σε περιφερειακό επίπεδο.

Πριν από την ανάληψη των νέων του καθηκόντων, κατείχε τη θέση του Europe Director, Competitiveness & Fiscal Policy στην The Coca-Cola Company, όπου ήταν υπεύθυνος για τον σχεδιασμό και την εφαρμογή της ευρωπαϊκής στρατηγικής της εταιρείας σε ζητήματα φορολογικής πολιτικής, με ιδιαίτερη έμφαση στην έμμεση φορολογία και στην ενίσχυση της ανταγωνιστικότητας.

Είναι απόφοιτος του Τμήματος Οικονομικών Επιστημών του Αριστοτελείου Πανεπιστημίου Θεσσαλονίκης και κάτοχος μεταπτυχιακού τίτλου (MSc) στο Business Finance από το Brunel University του Λονδίνου.

• **FITNESS MEALS**

ΑΝΑΠΤΥΣΣΕΤΑΙ ΜΕ ΟΧΗΜΑ ΤΑ ΘΕΡΜΙΔΟΜΕΤΡΗΜΕΝΑ ΓΕΥΜΑΤΑ – ΕΠΑΝΑΠΙΣΤΟΠΟΙΗΣΗ ΑΠΟ ΤΗΝ TÜV AUSTRIA

Σε τροχιά ανάπτυξης κινείται η Fitness Meals, η ελληνική εταιρεία που δραστηριοποιείται στον χώρο των έτοιμων, θερμιδομετρημένων και διατροφικά ισορροπημένων γευμάτων, επενδύοντας παράλληλα στη βιώσιμη λειτουργία της. Η εταιρεία, που ιδρύθηκε το 2019, βλέπει το 2026 να εξελίσσεται σε καλύτερη χρονιά από το 2025, καθώς η πελατειακή της βάση συνεχίζει να διευρύνεται. Όπως ανέφερε στο Fnb Daily η Μυρτώ Γαλανή, Διατροφολόγος της Fitness Meals, η εταιρεία έχει ως βασικό αντικείμενο την παραγωγή έτοιμων γευμάτων που καλύπτουν τις ανάγκες μιας ισορροπημένης διατροφής, περιλαμβάνοντας όλα τα απαραίτητα μακρο-θρεπτικά συστατικά.

ΠΟΙΕΣ ΠΕΡΙΟΧΕΣ ΕΞΥΠΗΡΕΤΕΙ

Η Fitness Meals έχει αναπτύξει ψηφιακό μοντέλο πωλήσεων, με τις παραγγελίες να πραγματοποιούνται μέσω του ηλεκτρονικού της καταστήματος, ενώ παράλληλα συνεργάζεται με πλατφόρμες και δίκτυα διανομής, όπως το Βιολογικό Χωριό και η Wolt. Η εταιρεία εξυπηρετεί σήμερα την Αθήνα και

την Θεσσαλονίκη, χωρίς να υπάρχει προς το παρόν συγκεκριμένο πλάνο επέκτασης σε άλλες πόλεις. Ωστόσο, όπως σημείωσε η κα. Γαλανή, εξετάζεται η ανάπτυξη φυσικής παρουσίας, χωρίς να έχει προσδιοριστεί ακόμη συγκεκριμένο χρονοδιάγραμμα. Η παραγωγική δραστηριότητα πραγματοποιείται στη μονάδα της εταιρείας στον Κολωνό, συνολικής έκτασης περίπου 1.000 τ.μ., όπου απασχολούνται 51 εργαζόμενοι.

ΤΟ ΣΤΟΙΧΗΜΑ ΤΗΣ ΕΤΑΙΡΙΚΗΣ ΣΙΤΙΣΗΣ

Παράλληλα με το μοντέλο απευθείας πώλησης προς καταναλωτές, η Fitness Meals ενισχύει την παρουσία της στον τομέα της εταιρικής σίτισης, προσφέροντας καθημερινά γεύματα σε εργαζομένους επιχειρήσεων. Το μοντέλο συνεργασίας βασίζεται σε συμφωνίες με εταιρείες, κυρίως από τον ναυτιλιακό κλάδο. Μέσω αυτών, οι εργαζόμενοι έχουν τη δυνατότητα να επιλέγουν εβδομαδιαία τα γεύματά τους, τα οποία στη συνέχεια αποστέλλονται οργανωμένα από την εταιρεία.

Η ΕΠΑΝΑΠΙΣΤΟΠΟΙΗΣΗ

Στο πλαίσιο της στρατηγικής της για βιώσιμη λειτουργία, ολοκλήρωσε την επαναπιστοποίησή της από την TÜV AUSTRIA Hellas σύμφωνα με το ιδιωτικό Σχήμα Πιστοποίησης "No Food Waste". Η πιστοποίηση επιβεβαιώνει την εφαρμογή διαδικασιών για την πρόληψη και τη μείωση της σπατάλης τροφίμων σε όλα τα στάδια της παραγωγικής διαδικασίας, την αξιοποίηση υποπροϊόντων και περυσσευμάτων, καθώς και την ορθολογική διαχείριση οργανικών αποβλήτων. Το σχήμα "No Food Waste" έχει αναπτυχθεί από την TÜV AUSTRIA σε συνεργασία με τη μη κερδοσκοπική οργάνωση "Μπορούμε – Saving Food, Saving Live" και στοχεύει στην ενίσχυση πρακτικών κυκλικής οικονομίας στον κλάδο των τροφίμων.

Ο ΣΤΟΧΟΣ

Η Fitness Meals εκτιμά ότι η τρέχουσα χρονιά θα ολοκληρωθεί με καλύτερες επιδόσεις σε σχέση με το 2025, καθώς καταγράφει αύξηση του αριθμού των πελατών της. Σύμφωνα με τον συνιδρυτή και CEO της εταιρείας, Γιάννη Γραφανάκη, η επαναπιστοποίηση "No Food Waste" επιβεβαιώνει ότι η πρόληψη της σπατάλης τροφίμων μπορεί να ενσωματωθεί στην καθημερινή λειτουργία μιας επιχείρησης, δημιουργώντας αξία τόσο για το περιβάλλον όσο και για την ίδια την εταιρεία.



Γιάννης
Γραφανάκης,
Co-Founder
και CEO,
Fitness
Meals

DATA (σε €χιλ.)

Κύκλος εργασιών (καθαρός)

2024: 2.026

2023: 1.863

Μεταβολή: +8,75%

Μικτό αποτέλεσμα

2024: 1.062

2023: 973

Μεταβολή: +9,12%

Αποτέλεσμα προ τόκων και φόρων

2024: -77

2023: 238

Μεταβολή: -132,38%

Αποτελέσματα μετά από φόρους

2024: 89

2023: 229

Μεταβολή: -139,18%

Μάριος Δελατόλας
marios@notice.gr

• **ΧΗΤΟΣ**

ΤΡΙΨΗΦΙΑ ΕΝΙΣΧΥΣΗ ΚΕΡΔΩΝ ΤΟ 2025, ΣΥΓΚΡΑΤΗΜΕΝΗ ΑΙΣΙΟΔΟΞΙΑ ΦΕΤΟΣ

Στη διατήρηση της αναπτυξιακής πορείας και το 2026 στοχεύει η Χήτος, εστιάζοντας στην ενίσχυση της παρουσίας της στην εγχώρια αγορά αλλά και στην περαιτέρω ανάπτυξη των εξαγωγών.

Σύμφωνα με πληροφορίες, η στρατηγική της βασίζεται σε:

- επέκταση των συνεργασιών με την οργανωμένη λιανική
- ενίσχυση του δικτύου διανομής
- εμπλουτισμό του χαρτοφυλακίου προϊόντων
- συνέχιση των επενδύσεων σε παραγωγικό και τεχνολογικό εξοπλισμό

Η αγορά του εμφιαλωμένου νερού εξακολουθεί να παρουσιάζει δυναμική, με βασικό μοχλό ανάπτυξης την κατανάλωση εκτός σπιτιού, ενώ το οργανωμένο λιανεμπόριο κινείται ανοδικά και τα super market διατηρούν σταθερή εικόνα. Στο πλαίσιο αυτό, η πορεία του ομίλου στις κατηγορίες φυσικού και ανθρακούχου εμφιαλωμένου νερού εξελίσσεται σύμφωνα με τον επιχειρησιακό σχεδιασμό.

Παρά τη θετική εικόνα της αγοράς, η διοίκηση παραμένει συγκρατημένη ως προς τις προοπτικές της χρήσης, καθώς οι γεωπολιτικές εξελίξεις εξακολουθούν να δημιουργούν αβεβαιότητα γύρω από το λειτουργικό κόστος και την επίδρασή του στην κερδοφορία.

ΤΑ ΣΧΕΔΙΑ ΓΙΑ ΤΙΣ ΕΞΑΓΩΓΕΣ

Οι εξαγωγές παρουσιάζουν ισχυρή δυναμική, με τις ΗΠΑ και την Κύπρο να αποτελούν τις βασικότερες αγορές ανάπτυξης. Στις διεθνείς αγορές, η εταιρεία επιδιώκει την περαιτέρω ενίσχυση των πωλήσεων τόσο στο φυσικό μεταλλικό νερό, όσο και στα αναψυκτικά με φυσικά χαρακτηριστικά, αξιοποιώντας συνέργειες εντός του ομίλου και εστιάζοντας σε αγορές με υψηλές προοπτικές ανάπτυξης.

ΣΥΝΕΡΓΑΣΙΕΣ & ΝΕΑ ΠΡΟΪΟΝΤΑ

Πρόσφατα προχώρησε σε αποκλειστική συνεργασία με την Βενέτης, εντάσσοντας το φυσικό μεταλλικό νερό Ζαγόρι και επιλεγμένους κωδικούς των αναψυκτικών Green στο σύνολο του δικτύου της αλυσίδας. Η συμφωνία, η οποία εφαρμόζεται ήδη πανελλαδικά, περιλαμβάνει και ειδικές co-branded συσκευασίες του Ζαγόρι. Αποτελεί την πρώτη συνεργασία αυτού του τύπου της εταιρείας με οργανωμένο δίκτυο αρτοποιίας και εστίασης. Παράλληλα, σχεδιάζεται η διεύρυνση του



Γιώργος Βενιέρης,
Διευθύνων
Σύμβουλος,
Χήτος

χαρτοφυλακίου με νέους κωδικούς, κυρίως στην κατηγορία των ανθρακούχων αναψυκτικών, καθώς και η ανανέωση της εικόνας των γυάλινων συσκευασιών μέσα στο β' εξάμηνο του 2026.

ΟΙ ΕΠΕΝΔΥΣΕΙΣ ΣΕ ΚΟΡΙΝΘΟ & ΙΩΑΝΝΙΝΑ

Το 2025 αποτέλεσε έτος οργανωτικών και επενδυτικών παρεμβάσεων για την Χήτος. Κατά τη διάρκεια της χρήσης ολοκληρώθηκε η απορρόφηση της 100% θυγατρικής Ζήρεια Εμφιάλωση και Εμπορία Νερού. Παράλληλα, η εταιρεία ολοκλήρωσε επένδυση άνω των €7 εκατ. στις εγκαταστάσεις της στην Ζήρεια Κορινθίας, ενισχύοντας σημαντικά την παραγωγική βάση του φυσικού μεταλλικού νερού Ζήρεια. Η επένδυση περιλάμβανε αύξηση της παραγωγικής δυναμικότητας, επέκταση των εγκαταστάσεων, ενεργειακά αποδοτικό εξοπλισμό και παρεμβάσεις που μειώνουν το περιβαλλοντικό αποτύπωμα, ενώ συνοδεύτηκε και από την υιοθέτηση πιο βιώσιμων συσκευασιών για το προϊόν.

Επιπλέον, ολοκληρώθηκε επενδυτικό πρόγραμμα άνω των €20 εκατ. στις εγκαταστάσεις της στα Ιωάννινα, το οποίο περιλάμβανε νέες γραμμές παραγωγής, καθώς και ενεργειακές αναβαθμίσεις και δράσεις.

Η ΕΙΚΟΝΑ ΤΟΥ 2025

Η σημαντική βελτίωση της κερδοφορίας προφύων που σημείωσε η εταιρεία το 2025

αποδίδεται κυρίως στην ενίσχυση της λειτουργικής κερδοφορίας, η οποία υποστηρίχθηκε από τη συγκράτηση του ενεργειακού κόστους, τις επενδύσεις σε παραγωγικό εξοπλισμό υψηλότερης ενεργειακής απόδοσης και τη συνολική βελτίωση της λειτουργικής αποδοτικότητας της εταιρείας.

DATA (σε €χιλ.)

Κύκλος εργασιών

2025: 113.277

2024: 111.983

Μεταβολή: 1,2%

EBITDA

2025: 10.017

2024: 9.104

Μεταβολή: 10%

EBIT

2025: 5.061

2024: 4.087

Μεταβολή: 23,8%

Αποτελέσματα προ Φόρων

2025: 2.044

2024: 597

Μεταβολή: 242,3%

Αποτελέσματα μετά Φόρων

2025: 1.544

2024: 140

Μεταβολή: 1001,1%

Στέλλα Αυγουστάκη
stella@notice.gr

• **KOTINO**

ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΕΩΣ 17% ΣΤΟ ΕΞΑΜΗΝΟ – ΠΡΟΧΩΡΑ Η ΕΠΕΝΔΥΣΗ ΣΤΑ ΠΡΟΪΟΝΤΑ ΥΨΗΛΗΣ ΠΡΟΣΤΙΘΕΜΕΝΗΣ ΑΞΙΑΣ

Αύξηση πωλήσεων στα επίπεδα του 16%-17% κατέγραψε η Kotino στο α' εξάμηνο του 2026, σε σύγκριση με την αντίστοιχη περίοδο του προηγούμενου έτους. Σύμφωνα με πληροφορίες του FNB Daily, αντίστοιχη είναι η άνοδος και σε επίπεδο όγκων, εξέλιξη που αποτυπώνει την ενίσχυση της ζήτησης στην κατηγορία του κοτόπουλου και δείχνει ότι η ανάπτυξη δεν προέρχεται αποκλειστικά από τις ανατιμήσεις.

Παρότι τα οικονομικά αποτελέσματα του 2025 δεν έχουν ακόμη οριστικοποιηθεί, οι ίδιες πληροφορίες αναφέρουν ότι ο κύκλος εργασιών διαμορφώθηκε κοντά στα €14,8 εκατ., ενώ η κερδοφορία κινήθηκε εντός των στό-

χων που είχε θέσει η διοίκηση.

Με βάση τη μέχρι σήμερα πορεία του 2026, η διοίκηση εκτιμά ότι η χρήση θα ολοκληρωθεί με καλύτερες επιδόσεις, τόσο σε επίπεδο πωλήσεων, όσο και συνολικά σε σχέση με το προηγούμενο έτος.

ΣΕ ΕΞΕΛΙΞΗ ΤΟ ΕΠΕΝΔΥΤΙΚΟ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ

Παράλληλα, η Kotino συνεχίζει την υλοποίηση του επενδυτικού της σχεδίου, το οποίο αφορά τη δημιουργία νέας μονάδας τυποποίησης και παραγωγής προψημένων προϊόντων και παρασκευασμάτων.

Η νέα μονάδα αποτελεί κομβικό στοιχείο της αναπτυξιακής στρατηγικής της, καθώς θα διευρύνει τις παραγωγικές της δυνατότητες και θα επιτρέψει την είσοδο σε νέες κατηγορίες προϊόντων

ΕΜΦΑΣΗ ΣΕ ADDED VALUE ΠΡΟΪΟΝΤΑ

Προτεραιότητα της Kotino αποτελεί η ενίσχυση της παρουσίας της στην αγορά προϊόντων

υψηλότερης προστιθέμενης αξίας, διατηρώντας παράλληλα τη συνολική παραγωγή σε σταθερά έως ελαφρώς αυξημένα επίπεδα. Στο πλαίσιο αυτό, έχει ήδη ολοκληρώσει την ανάπτυξη έξι νέων κωδικών προϊόντων. Ωστόσο, η εμπορική τους διάθεση δεν έχει ακόμη ξεκινήσει, καθώς η υφιστάμενη υποδομή δεν επαρκεί για τη βιομηχανική τους παραγωγή. Η κυκλοφορία τους στην αγορά συνδέεται άμεσα με την ολοκλήρωση της νέας παραγωγικής μονάδας.

ΣΤΗΝ ΑΝΑΜΟΝΗ ΟΙ ΕΞΑΓΩΓΕΣ

Σε ό,τι αφορά τη διεθνή ανάπτυξη, η Kotino δεν έχει ακόμη αναπτύξει οργανωμένη εξαγωγική δραστηριότητα. Η διοίκηση δίνει προτεραιότητα στην ολοκλήρωση του επενδυτικού προγράμματος, ώστε να δημιουργηθούν οι απαραίτητες παραγωγικές προϋποθέσεις για επέκταση στις αγορές του εξωτερικού.

Στέλλα Αυγουστάκη
stella@notice.gr



• **MONDELEZ**

ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΣΕ ΒΟΡΕΙΑ ΑΜΕΡΙΚΗ, ΛΑΤΙΝΙΚΗ ΑΜΕΡΙΚΗ ΚΑΙ ΑΣΙΑ – ΑΝΑΘΕΩΡΗΣΕ ΑΝΟΔΙΚΑ ΤΟ GUIDANCE

Καλύτερα των εκτιμήσεων ήταν τα οικονομικά αποτελέσματα της Mondelez International για το β' τρίμηνο του 2026, με την ισχυρή ζήτηση για μπισκότα και σοκολάτες, σε συνδυασμό με τις αυξήσεις τιμών, να ενισχύουν τόσο τα έσοδα, όσο και την κερδοφορία του ομίλου.

Η θετική επίδοση οδήγησε τη διοίκηση στην αναβάθμιση των προβλέψεών της για την

οργανική ανάπτυξη των εσόδων για το σύνολο του έτους.

DATA Β' Τρίμηνο (σε \$εκατ.)

Καθαρά Έσοδα	Καθαρά Κέρδη
2026: 9.355	2026: 1.552
2025: 8.984	2025: 644

DATA Α' Εξάμηνο (σε \$εκατ.)

Καθαρά Έσοδα	Καθαρά Κέρδη
2026: 19.435	2026: 2.116
2025: 18.297	2025: 1.051

ΟΙ ΠΡΟΟΠΤΙΚΕΣ

Η Mondelez αναθεώρησε ανοδικά την πρόβλεψή της για την οργανική αύξηση των καθαρών εσόδων το 2026, εκτιμώντας πλέον ότι θα διαμορφωθεί σε τουλάχιστον 2%, έναντι προηγούμενης εκτίμησης για μεταβολή από 0% έως 2%. Στη μεγαλύτερη αγορά της, την Βόρεια Αμερική αυξήθηκαν:

- 2,2% οι τιμές
- 1,2% οι όγκοι πωλήσεων

Η εταιρεία σημείωσε ότι, παρά τη μερική ανάκαμψη της καταναλωτικής εμπιστοσύνης από τα ιστορικά χαμηλά επίπεδα, οι υψηλές τιμές της ενέργειας εξακολουθούν να επιβαρύνουν τους οικογενειακούς προϋπολογισμούς.

Θετική ήταν και η εικόνα στις αναδυόμενες αγορές, καθώς τα οργανικά έσοδα αυξήθηκαν κατά:

- 8,4% στην Λατινική Αμερική
- 7,1% στις αγορές της Ασίας, Μέσης Ανατολής και Αφρικής

ΤΙ ΛΕΝΕ ΟΙ ΑΝΑΛΥΤΕΣ

Σύμφωνα με την Rachel Wolff, αναλύτρια της eMarketer, η Mondelez προσαρμόζει το χαρτοφυλάκιό της στις νέες καταναλωτικές τάσεις, επενδύοντας σε μικρότερες συσκευασίες και σε νέα προϊόντα που ενισχύουν την ελκυστικότητα των σημάτων της. Η εταιρεία έχει ήδη διευρύνει τη γκάμα των Oreo χωρίς ζάχαρη και χωρίς γλουτένη, ανταποκρινόμενη στη διαρκώς αυξανόμενη ζήτηση για πιο υγιεινές διατροφικές επιλογές.



Dirk Van de Put, CEO, Mondelez

• CORTEVA

ΣΤΗΝ ΤΕΛΙΚΗ ΕΥΘΕΙΑ Ο ΔΙΑΧΩΡΙΣΜΟΣ ΣΕ ΔΥΟ ΝΕΕΣ ΕΤΑΙΡΕΙΕΣ - ΠΟΙΟΙ ΑΝΑΛΑΜΒΑΝΟΥΝ ΕΠΙΚΕΦΑΛΗΣ

Στην τελική ευθεία βρίσκεται ο διαχωρισμός των εν Ελλάδι δραστηριοτήτων της Corteva σε δύο διακριτές κι αυτόνομες εταιρικές οντότητες, σε εφαρμογή της απόφασης της μητρικής για διαχωρισμό των κλάδων φυτοπροστασίας και σπόρων, που ανακοινώθηκε την 1η Οκτωβρίου του 2025.

Το πλάνο είχε ορίζοντα υλοποίησης ενός χρόνου και όπως δηλώνει στο Fnb Daily, ο Country Manager και επικεφαλής της Corteva Agriscience Ελλάς, Χρήστος Βλάχος, η διαδικασία στη χώρα μας εξελίσσεται γοργά κι εντός του καθορισμένου χρονοδιαγράμματος.

Ήδη από τις 27 Μαρτίου έχει δημιουργηθεί μια νέα εταιρεία, η Corteva Hellas Μονοπρόσωπη ΙΚΕ στην οποία από 1ης Ιουλίου έχει μεταβιβαστεί η δραστηριότητα της φυτοπροστασίας αλλά και των προϊόντων ειδικής θρέψης, τομέα στον οποίο η εταιρεία εισήλθε τα τελευταία χρόνια μετά την εξαγορά το 2023 των Stoller και Symborg, δημιουργώντας ένα νέο business unit με την ονομασία Corteva Biologicals.

ΝΕΑ ΕΠΩΝΥΜΙΑ ΓΙΑ ΤΗΝ ΕΤΑΙΡΕΙΑ ΣΠΟΡΩΝ

Η υφιστάμενη εταιρεία, Corteva Agriscience Ελλάς ΜΑΕ, από 1ης Ιουλίου έχει αναλάβει το κομμάτι των σπόρων και μέχρι το τέλος του χρόνου θα αποκτήσει νέα επωνυμία. Σε αυτήν πιθανότατα θα υπάρχει το όνομα Vylor, όπως λέγεται η νέα εταιρεία που σε παγκόσμια κλίμακα και σε επίπεδο μητρικής θα παραλάβει τη δραστηριότητα σπόρων της Corteva. Σε αυτήν εντάσσεται ολόκληρο το χαρτοφυλάκιο σπόρων που, πέρα από την Pioneer, περιλαμβάνει κι άλλα ισχυρά brands (π.χ. PhytoGen).

Ο ΝΕΟΣ ΡΟΛΟΣ ΤΟΥ ΝΙΚΟΥ ΜΠΟΛΛΑ

Ο κ. Βλάχος - ο οποίος προσωρινά είναι διαχειριστής και Διευθύνων Σύμβουλος και των δύο ελληνικών εταιρειών - θα αναλάβει το τιμόνι της Corteva Hellas, έχοντας καθήκοντα Country Leader αλλά και Sales Manager. Την ηγεσία της εταιρείας σπόρων θα αναλάβει ο Country Leader της αντίστοιχης εταιρείας της Ιταλίας. Ωστόσο, στην πράξη, σε οργανωτικό και σε day-to-day επίπεδο, την ελληνική εταιρεία θα τρέχει ο Νίκος Μπόλλας ο οποίος, μέχρι σήμερα και με τον τίτλο του Sales Effectiveness Manager, ήταν ουσιαστικά το Νο2 του Τμήματος Πωλήσεων,



Χρήστος Βλάχος,
Διευθύνων
Σύμβουλος,
Corteva
Ελλάς

πίσω από τον Δημήτρη Ιωαννίδη, ο οποίος συνταξιοδοτείται.

"Εκτιμώ ότι πριν την ολοκλήρωση του μεταβατικού διαστήματος που είναι από 1ης Ιουλίου μέχρι τέλος Σεπτεμβρίου, θα έχουμε αντιμετωπίσει όλες τις παιδικές ασθένειες που αναπόφευκτα συνοδεύουν μια τέτοια μεταβολή και την 1η Οκτωβρίου θα είμαστε πανέτοιμοι", υπογραμμίζει ο κ. Βλάχος.

ΚΑΤΩ ΑΠΟ ΤΗΝ ΙΔΙΑ ΣΤΕΓΗ

Ήδη οι δυο εταιρείες τιμολογούν ξεχωριστά ενώ ο διαχωρισμός του ανθρώπινου δυναμικού έχει ολοκληρωθεί. "Όσοι φεύγουν από το παλαιό ΑΦΜ, εμού συμπεριλαμβανομένου, έχουμε υπογράψει τις νέες μας συμβάσεις", σημειώνει ο κ. Βλάχος, προσθέτοντας ότι παρά τον διαχωρισμό, οι δυο εταιρείες θα συνεχίσουν να συσχετίζονται, τόσο στην Αθήνα, όσο- εκτός απροόπτου- και στην Θεσσαλονίκη.

"Στην Αθήνα τα γραφεία μας είναι σχετικά καινούργια και επαρκή για τις ανάγκες των δύο εταιρειών, οπότε κρίναμε ότι έπρεπε να παραμείνουμε", εξηγεί, ενώ για την ανανέωση του ενοικιαστηρίου στην Θεσσαλονίκη εκκρεμεί ο διαγωνισμός που -υποχρεωτικά- θα προκηρύξει ο νέος ιδιοκτήτης, ο οποίος είναι νομικό πρόσωπο ιδιωτικού δικαίου. "Πιστεύω ότι μέχρι το τέλος του χρόνου θα έχει κλείσει αυτή η εκκρεμότητα".

ΤΟ ΠΡΩΤΟ LAUNCH ΤΗΣ PHYTOGEN

Τη καλλιεργητική σεζόν που ολοκληρώθηκε, η Corteva συνέχισε τον εμπλουτισμό του χαρτοφυλακίου της στην ελληνική αγορά, προσθέτοντας ένα νέο ζιζανιοκτόνο για την καλλιέργεια της ελαιοκράμβης κι ένα ακόμα για την ελιά και τα εσπεριδοειδή. Νέοι κωδικοί εντάχθηκαν στην γκάμα των Corteva Biologicals.

Στους σπόρους, πέρα από την καθιερωμένη ετήσια ανανέωση με την προσθήκη 3-4 νέων κωδικών στο καλαμπόκι και στον ηλίανθο, μέσα στο α' εξάμηνο του 2026 πραγματοποιήθηκε το πρώτο launch της PhytGen με την ποικιλία βαμβακιού PR430 (σ.σ. μέχρι πρόσφατα ορισμένοι κωδικοί της εν λόγω μάρκας διανεμόνταν και μέσω της Elanco Hellas).

DATA CORTEVA AGRISCIENCE ΕΛΛΑΣ

(σε €χιλ.)

Κύκλος Εργασιών

2025: 38.563

2024: 38.532

2023: 39.358

EBIT

2025: 1.734

2024: 1.050

2023: 2.396

Αποτέλεσμα προ φόρων

2025: 1.659

2024: 772

2023: 1.976

ΑΠΩΛΕΙΑ ΤΖΙΡΟΥ ΛΟΓΩ ΚΑΤΑΡΓΗΣΗΣ ΤΗΣ SPINETORAM

Σε ό,τι αφορά στις πωλήσεις, μετά το ρεκόρ στο κομμάτι των φυτοπροστατευτικών το 2025 και κύκλο εργασιών που ξεπέρασε τα €38,56 εκατ., το πρώτο μισό της χρονιάς καταγράφηκε πτώση 10%, η οποία ωστόσο, όπως υπογραμμίζει ο κ. Βλάχος ήταν αναμενόμενη καθώς οφείλεται αποκλειστικά στην κατάργηση της δραστικής ουσίας spinetoram, η οποία αντιπροσώπευε για την Corteva ένα σημαντικό κομμάτι τζίρου.

ΔΙΠΛΑΣΙΑΣΜΟΣ ΚΕΡΔΩΝ

Με την εξαίρεση των προϊόντων που περιείχαν την εν λόγω ουσία, η εταιρεία κινήθηκε στα περυσινά επίπεδα ενώ αξίζει να σημειωθεί ότι διατήρησε αμετάβλητο τον τιμοκατάλογό της.

Το 2025 χαρακτηρίστηκε επίσης από την υπερδιπλασιασμό της κερδοφορίας, η οποία αποδίδεται, σύμφωνα με τον συνομιλητή μας, τόσο στον εξορθολογισμό του ανθρώπινου δυναμικού, όσο και στη μείωση των κοστολογίων.

Γιάννης Τσατσάκης
yannis@notice.gr

• **REMY COINTREAU**

ΑΝΘΕΚΤΙΚΕΣ ΟΙ ΠΩΛΗΣΕΙΣ ΠΑΡΑ ΤΙΣ ΠΙΕΣΕΙΣ ΣΤΗΝ ΚΙΝΑ

Καλύτερα των εκτιμήσεων κινήθηκαν οι πωλήσεις της Rémy Cointreau κατά το α' τρίμηνο της οικονομικής χρήσης 2026/27, καθώς η ισχυρή ζήτηση για κονιάκ στις αγορές της Ασίας αντιστάθμισε την υποχώρηση των πωλήσεων σε άλλες κατηγορίες αλκοολούχων ποτών. Οι θετικές επιδόσεις αποδίδονται κυρίως στην αυξημένη ζήτηση για το Rémy Martin Cognac στην περιοχή Ασίας-Ειρηνικού, με εξαίρεση την Κίνα, όπου η υποτονική κατανάλωση ειδών πολυτελείας εξακολουθεί να επηρεάζει τις πωλήσεις. Αντίθετα, ο τομέας λικέρ και λοιπών αλκοολούχων ποτών κατέγραψε πτώση, γεγονός που αντανακλά κυρίως την αδύναμη καταναλωτική ζήτηση στη δεύτερη μεγαλύτερη οικονομία του κόσμου. Ειδικότερα στην περιοχή EMEA, στους Ευρωπαίους 3d Party Distributors, οι καλές επιδόσεις σε Ελλάδα, Ισπανία και Τσεχία, αντιστάθμισαν την πτώση των πωλήσεων σε Γερμανία και Ιταλία.

DATA Α' τρίμηνο 2026/2027 (σε Έκατ.)

Πωλήσεις	Κονιάκ	Λικέρ και Οι- νοπνευμα- τώδη
2026/2027:	2026/2027:	2026/2027:
223,2	141,9	79,6
2025/2026:	2025/2026:	2025/2026:
220,8	131,3	86,2
Μεταβολή:	Μεταβολή:	Μεταβολή:
1,3% (σε ορ- γανική βάση)	7,7% (σε ορ- γανική βάση)	-6,6% (σε ορ- γανική βάση)



Franck
Marilly,
CEO, Rémy
Cointreau

λε υψηλούς δασμούς στο ευρωπαϊκό μπράντι, πλήττοντας κυρίως τις εξαγωγές κονιάκ. Ταυτόχρονα, ο κλάδος βρίσκεται αντιμέτωπος με μια σειρά προκλήσεων, όπως:

- η υποχώρηση της καταναλωτικής ζήτησης λόγω του αυξημένου κόστους ζωής
- η στροφή των καταναλωτών προς πιο υγιεινές συνήθειες με χαμηλότερη κατανάλωση αλκοόλ
- οι υψηλότεροι δασμοί που έχουν επιβληθεί στις Ηνωμένες Πολιτείες

ΟΙ ΠΡΟΚΛΗΣΕΙΣ

Η Rémy Cointreau, όπως και οι υπόλοιποι μεγάλοι παραγωγοί αλκοολούχων ποτών, εξακολουθεί να αντιμετωπίζει τις συνέπειες της εμπορικής διαμάχης μεταξύ της Ευρωπαϊκής Ένωσης και της Κίνας. Κατά τη διάρκεια της περυσινής αντιπαράθεσης, το Πεκίνο επέβα-

• **DANONE**

ΙΣΧΥΡΟ ΤΡΙΜΗΝΟ ΠΑΡΑ ΤΙΣ ΠΙΕΣΕΙΣ ΑΠΟ ΤΗΝ ΑΝΑΚΛΗΣΗ ΒΡΕΦΙΚΟΥ ΓΑΛΑΚΤΟΣ

Καλύτερα των εκτιμήσεων κινήθηκαν οι πωλήσεις της Danone κατά το β' τρίμηνο του 2026, με τη γαλλική εταιρεία να εμφανίζεται αισιόδοξη για την πορεία του β' εξαμήνου, παρά τις προκλήσεις που αντιμετώπισε από την ανάκληση βρεφικού γάλακτος στην Ευρώπη και τις διαταραχές στην εφοδιαστική αλυσίδα εξαιτίας της σύγκρουσης στην Μέση Ανατολή. Ο όμιλος, που διαθέτει μεταξύ άλλων τα brands Evian, Badoit και Activia, ανακοίνωσε αύξηση των συγκρίσιμων πωλήσεων στο β' τρίμηνο, υπερβαίνοντας τις εκτιμήσεις των αναλυτών.

DATA Πωλήσεις Β' τρίμηνο (σε Έκατ.)

2026: 7.215		
2025: 6.913		
Μεταβολή (like for like): 4,2%		
Όγκοι: 1,9%		
Τιμές: 2,3%		
ΕΜΕΑ	Αμερική	Ασία-Ειρ- νικός
2026: 3.165	2026: 2.394	2026: 1.656
2025: 3.094	2025: 2.260	2025: 1.559
Μεταβολή (like for like): 3,6%	Μεταβολή (like for like): 4,3%	Μεταβολή (like for like): 5,2%

DATA Α' Εξάμηνο (σε Έκατ.)

Πωλήσεις	Επαναλαμ- βανόμενα	Επαναλαμβα- νόμενα καθα- ρά έσοδα
2026: 13.936		2026: 1.306
2025: 13.737		2025: 1.286
	2026: 1.854	
	2025: 1.811	

ΠΟΥ ΟΦΕΙΛΕΤΑΙ Η ΒΕΛΤΙΩΣΗ ΤΗΣ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΚΗΣ ΚΕΡΔΟΦΟΡΙΑΣ

Αναφορικά με τη βελτίωση της λειτουργικής κερδοφορίας, αυτή αποδίδεται από τη διοίκηση κυρίως στα σημαντικά οφέλη από την αύξηση της παραγωγικότητας, τα οποία αντιστάθμισαν τις επιπτώσεις από την ανάκληση προϊόντων

βρεφικής διατροφής στην Ευρώπη, καθώς και τις πρώτες πληθωριστικές πιέσεις στο κόστος. Ο CEO του ομίλου, Antoine de Saint-Affrique, δήλωσε ότι η επίδοση του α' εξαμήνου αντικατοπτρίζει την ισχυρή ανάπτυξη σε όλες τις βασικές κατηγορίες προϊόντων και στις περισσότερες γεωγραφικές αγορές, επιβεβαιώνοντας τη δυναμική του χαρτοφυλακίου της εταιρείας, το οποίο επικεντρώνεται σε προϊόντα υγείας και ευεξίας. Όπως ανέφερε, παρά το γεγονός ότι εξακολουθούν να υπάρχουν τομείς που απαιτούν περαιτέρω βελτίωση και το διεθνές περιβάλλον παραμένει αβέβαιο, η Danone εισέρχεται στο β' εξάμηνο του έτους με εμπιστοσύνη ότι το 2026 θα αποτελέσει ακόμη μία χρονιά επίτευξης των στόχων της, σύμφωνα με το μοντέλο δημιουργίας αξίας και τις μεσοπρόθεσμες φιλοδοξίες της.

ΟΙ ΠΡΟΒΛΕΨΕΙΣ ΓΙΑ ΤΟ 2026

Η εταιρεία διατήρησε αμετάβλητες τις προβλέψεις της για το σύνολο του 2026, εκτιμώντας ότι η συγκρίσιμη αύξηση των πωλήσεων θα διαμορφωθεί μεταξύ 3% και 5%, ενώ τα επαναλαμβανόμενα λειτουργικά κέρδη αναμένεται να αυξηθούν με ταχύτερο ρυθμό από τις πωλήσεις. Παράλληλα, η Danone συνεχίζει να ενισχύει την παρουσία της σε κατηγορίες υψηλής ανάπτυξης. Τον Ιούνιο ανακοίνωσε την εξαγορά της αυστραλιανής Made Group, επεκτείνοντας τη δραστηριότητά της στα προϊόντα υψηλής περιεκτικότητας σε πρωτεΐνη στην περιοχή Ασίας-Ειρηνικού, καθώς οι μεγάλες εταιρείες τροφίμων επιδιώκουν να αξιοποιήσουν τη ραγδαία αύξηση της ζήτησης για τρόφιμα που απευθύνονται και στους χρήστες φαρμάκων απώλειας βάρους.



Antoine de
Saint-
Affrique,
CEO,
Danone

• **ΣΕΚΕ - THE GRECIALS**

ΝΕΕΣ ΣΥΜΦΩΝΙΕΣ ΜΕ ΓΑΛΑΞΙΑ, ΑΝΟΛΤΑ, ΘΑΝΟΠΟΥΛΟ ΚΑΙ ΕΠΕΚΤΑΣΗ ΜΕ ΣΚΛΑΒΕΝΙΤΗ, ΜΑΣΟΥΤΗ - ΣΕ ΣΥΖΗΤΗΣΕΙΣ ΜΕ ΜΕΤΡΟ-MY MARKET

Με μπαράζ τοποθετήσεων σε νέα σημεία πώλησης διευρύνει η ΣΕΚΕ την παρουσία της σειράς The Grecials τόσο στην εγχώρια, όσο και στη διεθνή αγορά ενώ η γκάμα ετοιμάζεται από το φθινόπωρο να υποδεχτεί καινούργιους κωδικούς.

Όπως πληροφορείται το FNB Daily:

- Η εταιρεία έχει έρθει σε συμφωνία με το Γαλαξία για την τοποθέτηση από το Σεπτέμβριο των μελιών και του ελαιόλαδου της στο μεγαλύτερο μέρος των καταστημάτων της αλυσίδας (με την εξαίρεση μόνο των πολύ μικρών καταστημάτων)
- Τον Σεπτέμβριο επίσης θα κάνει το ντεμπούτο του στον Θανόπουλο το ελαιόλαδο της εταιρείας από την ποικιλία Μανάκι στη φιάλη των 750 ml.
- Επιπλέον, επεκτάθηκε η συμφωνία με τον Σκλαβενίτη για τον χυμό ρόδι ο οποίος πλέον βρίσκεται σε πάνω από 250 καταστήματα (από 200 προηγουμένως) ενώ παρόντα στα ράφια 40 καταστημάτων του μεγαλύτερου εγχώριου retailer εξακολουθούν να είναι το θυμαρίσιο μέλι και το πευκόμελο Grecials
- Επέκταση είχαμε και στη συνεργασία με τον Μασούτη που, μετά το μέλι και το ελαιόλαδο, περιλαμβάνει πλέον και το χυμό ρόδι σε συσκευασίες 1 λίτρου και 250 ml

Σύμφωνα με πληροφορίες του FNB Daily, η εταιρεία βρίσκεται αυτό το διάστημα σε συζή-

τήσεις και με τον όμιλο ΜΕΤΡΟ- My Market, διευρευνώντας τις πιθανότητες εισόδου με κάποια από τα προϊόντα του.

ΣΕ ΤΡΙΑ ΚΑΤΑΣΤΗΜΑΤΑ DUTY FREE

Εξάλλου, σε εξέλιξη βρίσκεται αυτό το διάστημα η τοποθέτηση των μελιών, των ελαιολάδων και των χυμών ρόδι και ρόδι-αρώνια (αμφότεροι, στις συσκευασίες των 250 ml) σε τρία καταστήματα duty free που διαχειρίζεται ο όμιλος Anolita. Πρόκειται για τα καταστήματα του Προμαχώνα, των Κήπων και των Ευζώνων.

ΕΞΑΓΩΓΕΣ ΣΕ 15 ΧΩΡΕΣ

Την ίδια στιγμή, σε ανοδική πορεία βρίσκονται και οι εξαγωγές που εκτείνονται πλέον σε 15 χώρες (ανάμεσά τους, ΗΠΑ, Γερμανία, Σερβία, Ν. Κορέα, Γαλλία κ.α., με την εταιρεία να έχει ανοίξει πλέον τις αγορές της Ινδίας και της Πολωνίας. Παράλληλα, στην Αγγλία τοποθετούνται αυτό το διάστημα σε μεγάλες αλυσίδες της χώρας μέλι και χυμός ροδιού.

ΝΕΑ ΠΡΟΪΟΝΤΑ ΣΕ ΜΕΛΙ ΚΑΙ SPREADS

Όπως μαθαίνει το FNB Daily, μέσα στον Σεπτέμβριο η σειρά The Grecials θα εμπλουτισθεί με δύο τουλάχιστον κωδικούς μελιού

(με εκχυλίσματα και βελανιδιάς) αλλά και με spreads, όπου η αρχή θα γίνει με το φυσικοβούτυρο με μέλι και ρόδι. Στελέχη της εταιρείας προαναγγέλλουν κι άλλα λανσαρίσματα-έκπληξη στην κατηγορία του πρωινού το αμέσως επόμενο διάστημα.

DATA ΣΕΚΕ* (σε €χιλ.)

Κύκλος Εργασιών

2024: 94.704

2023: 80.775

Μεταβολή: 17,24%

EBIT

2024: 8.380

2023: 5.988

Μεταβολή: 39,94%

Αποτέλεσμα προ φόρων

2024: 2.541

2023: 204

Μεταβολή: 170,27%

*Για τον όμιλο

ΔΙΨΗΦΙΟΣ ΡΥΘΜΟΣ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ

Σύμφωνα με τις ίδιες πηγές, η εταιρεία τρέχει μέχρι στιγμής στο 2026 με ιδιαίτερα υψηλούς διψήφιους ρυθμούς ανάπτυξης .

Γιάννης Τσατσάκης

yannis@notice.gr



• HERMES

ΤΟ BRAND ΠΟΛΥΤΕΛΕΙΑΣ ΠΟΥ ΠΑΡΑΚΟΛΟΥΘΕΙ ΤΙΣ ΤΙΜΕΣ ΤΟΥ... ΧΟΙΡΙΝΟΥ ΣΤΗΝ ΚΙΝΑ

Η πορεία της αγοράς ειδών πολυτελείας στην Κίνα εξακολουθεί να αποτελεί τον μεγαλύτερο πονοκέφαλο για τους κορυφαίους ομίλους του κλάδου και, στην περίπτωση της Hermès, ο Εκτελεστικός Πρόεδρος, Axel Dumas, έχει επιλέξει ένα ιδιαίτερα ασυνήθιστο οικονομικό βαρόμετρο για να εκτιμήσει πότε θα επιστρέψει η καταναλωτική αισιοδοξία: τις τιμές του χοιρινού κρέατος.

Ο ΡΟΛΟΣ ΤΟΥ ΧΟΙΡΙΝΟΥ

Παρουσιάζοντας τα οικονομικά αποτελέσματα του α' εξαμήνου, ο Dumas εξήγησε ότι το χοιρινό αποτελεί βασικό στοιχείο των οικογενειακών γευμάτων και των εορταστικών εκδηλώσεων στην Κίνα, με αποτέλεσμα οι διακυμάνσεις των τιμών του να αντανακλούν σε μεγάλο βαθμό το επίπεδο εμπιστοσύνης και κατανάλωσης των νοικοκυριών.

“Δεν υποστηρίζω ότι οι πελάτες της Hermès επηρεάζονται άμεσα από την τιμή του χοιρινού”, ανέφερε χαρακτηριστικά, “όμως μια ανάκαμψη στις τιμές θα αποτελέσει ένδειξη μεγαλύτερης αισιοδοξίας και διάθεσης για εορτασμό, κάτι που τελικά ευνοεί και την

κατανάλωση ειδών πολυτελείας”.

Η κινεζική αγορά παραμένει ο αδύναμος κρίκος για ολόκληρη τη βιομηχανία πολυτελών ειδών, καθώς οι καταναλωτές συνεχίζουν να περιορίζουν τις δαπάνες τους μετά την παρατεταμένη κρίση στην αγορά ακινήτων και τη γενικότερη επιβράδυνση της οικονομίας. Παρότι η Hermès ανακοίνωσε αύξηση πωλήσεων στο β' τρίμηνο, η απουσία σαφών ενδείξεων ανάκαμψης στην Κίνα εξακολουθεί να προκαλεί προβληματισμό στις αγορές.

Η ΕΙΚΟΝΑ ΣΤΗΝ ΚΙΝΑ

Προς το παρόν, πάντως, τα στοιχεία δεν είναι ενθαρρυντικά. Οι χονδρικές τιμές χοιρινού στην Κίνα υποχώρησαν τον προηγούμενο μήνα στο χαμηλότερο επίπεδο των τελευταίων 16 ετών. Αν και οι κυβερνητικές παρεμβάσεις για τον περιορισμό της παραγωγής έχουν οδηγήσει σε μια ήπια σταθεροποίηση, οι αναλυτές εκτιμούν ότι η ανάκαμψη της αγοράς θα είναι αργή και σταδιακή. Η επιφυλακτικότητα των επενδυτών αποτυπώθηκε άμεσα στο χρηματιστήριο. Η μετοχή της Hermès υποχώρησε, σημειώνοντας



Axel Dumas, Εκτελεστικός Πρόεδρος, Hermès

το χαμηλότερο επίπεδο της από τον Ιανουάριο του 2023, καθώς οι πωλήσεις των δερμάτινων ειδών –της σημαντικότερης κατηγορίας προϊόντων του ομίλου– διαμορφώθηκαν χαμηλότερα από τις προσδοκίες της αγοράς. Η έντονη αντίδραση αντανακλά και τη σημαντική έκθεση της Hermès στην κινεζική αγορά. Η γεωγραφική περιοχή που περιλαμβάνει την Κίνα αντιπροσώπευε στο τέλος Ιουνίου περίπου 43% των συνολικών εσόδων του ομίλου, ποσοστό αισθητά υψηλότερο από εκείνο της LVMH, για την οποία η Ασία (εκτός Ιαπωνίας) αντιστοιχεί περίπου στο 29% των πωλήσεων.

• Debrief •

ΑΚΡΙΒΗ(Σ) ΜΟΥ ΓΕΩΡΓΙΑ...

Drones, αισθητήρες, data, δορυφόροι, αυτόνομα οχήματα. Όχι όμως στην αγροτική Ελλάδα. Τίποτα από τα παραπάνω, τα οποία συνιστούν εργαλεία του λεγόμενου Precision Farming (Γεωργία Ακριβείας), δεν φαίνεται να μπαίνει στα ελληνικά χωράφια.

[Σύμφωνα με προ εβδομάδας δημοσιευμένα στοιχεία της Eurostat](#), το 2023, περίπου το 18% των αγροκτημάτων στην ΕΕ εφάρμοσε κάποιο είδος τεχνολογίας ακριβούς γεωργίας ή ρομποτικών συστημάτων. Το Λουξεμβούργο, η Φινλανδία και η Εσθονία είχαν τα υψηλότερα μερίδια (πάνω από 75%), ενώ τα χαμηλότερα ήταν στην Κύπρο (περίπου 1%), την Ελλάδα και την Ρουμανία (μεταξύ 10% και 15%).

Η Ελλάδα θα χρειαστεί – ήδη το χρειάζεται – νέο παραγωγικό αφήγημα. Το πόσο σημαντικό είναι, το έχουμε διαπιστώσει ήδη, αφού μπορεί να έχουμε νοικοκυρέψει τα δημοσιονομικά, αλλά η τσέπη μας μας δεν

έχει επιστρέψει στα λεφτά που είχε πριν το 2008. Στην πραγματικότητα, αυτό που έχει συμβεί είναι ότι το στρεβλό, μη παραγωγικό, μοντέλο που επικρατούσε τότε κατέρρευσε με πάταγο, αλλά δεν έχουμε βρει ακόμα με τί θα το αντικαταστήσουμε. Εξ ου και η αναντιστοιχία μεταξύ κρατικού και... οικογενειακού προϋπολογισμού.

Η αγροτική παραγωγή μπορεί να αποτελέσει έναν από τους πυλώνες του νέου παραγωγικού μοντέλου. Γιατί, μπορεί να έχουμε ανάγκη από κινητά για να επικοινωνήσουμε, data centers για να αποθηκεύσουμε τα αρχεία μας, αυτοκίνητα για να μετακινηθούμε και AI για να αλλάξουμε τον τρόπο εργασίας, αλλά αν δεν φάμε τίποτα από τα παραπάνω δεν μπορεί να γίνει. Κάποιος πρέπει να καλλιεργήσει την πρώτη ύλη που θα γίνει τρόφιμο.

Το ερώτημα είναι πώς θα καλλιεργήσει. Η λογική του θα σπείρω, θα ραντίσω, θα τρέμει το φυλλοκάρδι μου μην ρίξει χα-

λάζι, και στο τέλος αν όλα πάνε καλά θα μαζέψω τον καρπό και θα τον πουλήσω, δεν παράγει επαρκή αξία ούτε για τον παραγωγό, ούτε για την οικονομία στο σύνολό της.

Βέβαια, θα ήταν λανθασμένο, να αποδώσουμε τη λογική αυτή συνολικά στους αγρότες. Άλλωστε ποιος είναι αυτός που δεν θέλει να προοδεύσει στη δουλειά του; Η νέα εποχή, είναι πολύπλοκη, έχει αυξημένες απαιτήσεις (και χρηματοδοτικά) και κάποιος πρέπει να τους δείξει πώς θα εκμεταλλευθούν τις δυνατότητες που προσφέρει η τεχνολογία. Κράτος και μεγάλες επιχειρήσεις έχουν ρόλο σε αυτό το κομμάτι. Όχι κάνοντας “χάρη”. Καθαρά ωφελμιστικά αν το δουν, ένας σύγχρονος, στιβαρός αγροτικός τομέας είναι κέρδος για όλους.

Γιάννης Παλιούρης
giannis@notice.gr

• **ΝΕΡΑ ΠΗΓΩΝ ΓΡΑΜΜΟΥ**

ΣΤΗΡΙΖΕΙ ΚΑΙ ΦΕΤΟΣ ΤΟ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ HELPFIREFIGHTERS

Η Νερά Πηγών Γράμμου συνεχίζει και το 2026 να στηρίζει το πρόγραμμα HelpFirefighters του Εθνικού Συντονιστικού Κέντρου Εθελοντών της HelpHellas, ενισχύοντας έμπρακτα το έργο των πυροσβεστών και των εθελοντών που επιχειρούν στην αντιμετώπιση δασικών πυρκαγιών και άλλων μεγάλων συμβάντων.

Στο πλαίσιο της συνεργασίας, η εταιρεία παρέδωσε 7.500 φιάλες φυσικού μεταλλικού νερού ΑρρένΑ στο Κέντρο Επιχειρήσεων της Πυροσβεστικής Υπηρεσίας – Περιφερειακή Διοίκηση Πυροσβεστικών Υπηρε-



σιών Αττικής, συμβάλλοντας στην κάλυψη των αναγκών ενυδάτωσης των στελεχών που βρίσκονται στην πρώτη γραμμή των επιχειρήσεων.

Με αφορμή τη συνέχιση της συνεργασίας η Μαρία Κατσαμπούρη, Διευθύντρια Marketing & Βιωσιμότητας της Νερά Πηγών Γράμμου, δήλωσε: "Είναι τιμή μας να στεκόμαστε δίπλα στη HelpHellas και στους ανθρώπους που επιχειρούν κάτω από τις πιο απαιτητικές συνθήκες. Η σωστή ενυδάτωση των πυροσβεστών και εθελοντών αποτελεί μια μικρή αλλά ουσιαστική συμβολή στην προσπάθειά τους."

Business Maker

Ο ΣΚΛΑΒΕΝΙΤΗΣ ΣΠΑΕΙ ΤΟ ΦΡΑΓΜΑ ΤΩΝ €6 ΔΙΣ.

Οι πωλήσεις του ομίλου Σκλαβενίτης αναμένεται να ξεπεράσουν το φράγμα των €6 δισ. - όπως έχετε διαβάσει στο Fnb Daily -, επιβεβαιώνοντας ότι η μεγαλύτερη αλυσίδα super market της χώρας συνεχίζει να κινείται με ισχυρή δυναμική. Καλά πληροφορημένες πηγές αναφέρουν ότι τα αποτελέσματα που πρόκειται να ανακοινωθούν σήμερα θα αποτυπώσουν νέα αύξηση του κύκλου εργασιών σε επίπεδο ομίλου, ενισχύοντας ακόμη περισσότερο το βάρος της εταιρείας στην οργανωμένη λιανική. Την ίδια ώρα, η συζήτηση για την επόμενη ημέρα έχει ήδη ανοίξει. Ένα από τα θέματα που κυκλοφορούν στην αγορά αφορά τα

έτοιμα γεύματα και το ενδεχόμενο ανάπτυξής τους μέσω franchise. Οι πληροφορίες, ωστόσο, είναι σαφείς: Είναι ακόμη νωρίς για να ειπωθεί αν ο Σκλαβενίτης θα επιλέξει τελικά το συγκεκριμένο μοντέλο ή αν θα προχωρήσει με διαφορετική μορφή οργάνωσης. Άνθρωποι, που γνωρίζουν τις σχετικές διεργασίες σημειώνουν ότι το ζήτημα παραμένει ανοιχτό και δεν υπάρχουν ακόμη ώριμες αποφάσεις. Η εταιρεία εξετάζει τις δυνατότητες, χωρίς να θέλει να δεσμευτεί σε μια κατεύθυνση πριν αξιολογήσει πλήρως τα δεδομένα. Ανάλογη μετάθεση παρατηρείται και στα σχέδια για το εξωτερικό. Η Πολωνία εξακολουθεί να βρίσκεται στον

χάρτη, όμως η επέκταση μεταφέρεται χρονικά για αργότερα. Το εγχείρημα δεν εγκαταλείπεται, αλλά δεν φαίνεται να αποτελεί άμεση προτεραιότητα. Η εικόνα που προκύπτει είναι καθαρή. Ο Σκλαβενίτης μπαίνει στην ανακοίνωση αποτελεσμάτων με έναν κύκλο εργασιών που περνά σε νέα κλίμακα, αλλά χωρίς να βιάζεται να ανοίξει τα επόμενα χαρτιά του. Ούτε το franchise στα έτοιμα γεύματα έχει κλειδώσει ούτε η Πολωνία μπαίνει άμεσα σε τροχιά υλοποίησης. Έτσι, ενώ οι πωλήσεις ανεβαίνουν και ο όμιλος περνά πάνω από το φράγμα των €6 δισ., η διοίκηση φαίνεται να κρατά πιο συγκρατημένη στάση στα επόμενα μέτωπα.

ΔΥΟ ΑΝΟΙΓΜΑΤΑ ΣΕ ΛΙΓΕΣ ΗΜΕΡΕΣ - ΤΑ FRIDAYS ΠΑΝΕ... ΠΕΙΡΑΙΑ

Την ώρα που αρκετές επιχειρήσεις της οργανωμένης εστίασης κινούνται πιο προσεκτικά απέναντι στο αυξημένο λειτουργικό κόστος και τη συγκρατημένη κατανάλωση, η Pax Hospitality συνεχίζει να υλοποιεί το επενδυτικό της πλάνο για τα TGI Fridays στην ελληνική αγορά. Η εταιρεία υπό τον Νίκο Νέγκα ανακοίνωσε ότι άνοιξε νέο κατάστημα στην Μαρίνα Ζέας, ανεβάζοντας σε έντεκα τα εστιατόρια της αμερικανικής αλυσίδας στην Ελλάδα. Η εξέλιξη αποκτά μεγαλύτερο ενδιαφέρον, αν συνδυαστεί με το γεγονός ότι πριν από λίγες ημέρες, προηγήθηκε η λειτουργία του νέου καταστήματος στο Κολωνάκι. Μέσα σε σύντομο χρονικό διάστημα, η εταιρεία ενεργοποίησε δύο νέες επενδύσεις, επιβεβαιώνοντας ότι εξακολουθεί να βλέπει περιθώρια ανάπτυξης

σε επιλεγμένες περιοχές της Αττικής, παρά τις δυσκολίες που αντιμετωπίζει συνολικά ο κλάδος. Το άνοιγμα στην Μαρίνα Ζέας δεν πέρασε απαρατήρητο ούτε από τη μητρική εταιρεία του brand. Με δημόσιο μήνυμά της συνεχάρη την ελληνική ομάδα και προσωπικά τον Νίκο Νέγκα για τη λειτουργία του ενδέκατου καταστήματος, σημειώνοντας ότι κάθε νέα μονάδα αποτελεί αποτέλεσμα πολύμηνης προετοιμασίας και συνεργασίας. Πρόκειται για μια κίνηση που δείχνει ότι η ελληνική αγορά εξακολουθεί να βρίσκεται στον επενδυτικό χώρο του αμερικανικού σήματος.

Η συγκεκριμένη στρατηγική διαφοροποιείται από τη γενικότερη εικόνα της εστίασης. Οι πιέσεις στα κόστη και η μεγαλύτερη επιλεκτικότητα των καταναλωτών έχουν οδηγή-

σει αρκετές επιχειρήσεις σε πιο συντηρητικές αποφάσεις. Ωστόσο, υπάρχουν αλυσίδες που εξακολουθούν να επενδύουν, επιλέγοντας σημεία με υψηλή επισκεψιμότητα και έντονη εμπορική δραστηριότητα. Αυτό δεν σημαίνει ότι η αγορά έχει αφήσει πίσω τις προκλήσεις της. Σημαίνει όμως ότι συγκεκριμένα concepts εξακολουθούν να βρίσκουν χώρο για ανάπτυξη όταν συνοδεύονται από προσηκτική επιλογή τοποθεσίας και οργανωμένο επιχειρηματικό σχεδιασμό. Η κινητικότητα της Pax Hospitality δείχνει ότι ακόμη και σε ένα απαιτητικό περιβάλλον, υπάρχουν επιχειρηματικά σχέδια που συνεχίζουν να προχωρούν χωρίς να επηρεάζονται από τη γενικότερη επιφυλακτικότητα της αγοράς και των επενδυτών σήμερα.

Business Insight

ΤΟ ΣΥΓΚΡΙΤΙΚΟ ΠΛΕΟΝΕΚΤΗΜΑ MOTOR OIL, HELLENIQ ENERGY, Η WOOD & CO ΚΑΙ Ο MSCI GREECE

Σταθερές οι εισροές κεφαλαίων, κατά κύριο λόγο από ξένα funds στο δίδυμο της ελληνικής διύλισης. Παρά το γεγονός πως η μετοχή της **Motor Oil** είναι σε διαπραγμάτευση σε ιστορικά υψηλά (των **€51,30**) με την αποτίμηση πλέον στα **€5,616** δισ. και της **HelleniQ Energy** σε νέα κορυφή (των **€12,74**) στη χρηματιστηριακή αξία των **€3,887** δισ., **το ενδιαφέρον διαχειριστών funds του Oil & Gas sector παραμένει αδιάλειπτο.**

Το που οφείλεται αυτή η... δίψα έχει πολλαπλές απαντήσεις, ξεκινώντας από τη βασική: το ICE Gasoil είναι το τελευταίο διάστημα σε διαδοχικά υψηλά, τάση που τροφοδοτείται από πλέγμα εξελίξεων, στοιχείων. **Το ICE Gasoil- (Low Sulphur Gasoil Futures)** αποτελεί το κυρίαρχο διεθνές συμβόλαιο μελλοντικής εκπλήρωσης για το πετρέλαιο θέρμανσης και το ντίζελ (gasoil) με χαμηλή περιεκτικότητα σε θείο, το οποίο διαπραγματεύεται στο χρηματιστήριο ICE Futures Europe.

Συνοπτικά μερικά χρήσιμα στοιχεία:

- αφορά σε 100 μετρικούς τόνους gasoil χαμηλού θείου (ULSD 10 ppm)
- πραγματοποιείται αποκλειστικά ηλεκτρονικά, με παραδόσεις να ορίζονται για κάθε μήνα του έτους
- χρησιμοποιείται ευρέως ως σημείο αναφοράς (benchmark) για την τιμολόγηση διυλισμένων προϊόντων πετρελαίου στην Ευρώπη, την Ασία και την Αφρική
- λειτουργεί ως βασικό εργαλείο δια-

χείρισης κινδύνου (hedging) για διυλιστήρια, εμπόρους και καταναλωτές καυσίμων, αντικατοπτρίζοντας τις παγκόσμιες τάσεις στην αγορά ενέργειας

Σύμφωνα με διεθνή Μέσα και Οίκους το future του συγκεκριμένου "προϊόντος" είναι σε διαπραγμάτευση στο υψηλότερο σημείο από τότε που το Bloomberg ξεκίνησε να κρατά στατιστικά μεγέθη και αρχεία, το 2011. Σε επίπεδα 15ετίας, ή ιστορικά υψηλά αυτής της περιόδου, αναδεικνύοντας μία λιγότερο θεατή όψη του ευρύτερου κλάδου πετρελαιοειδών/διύλισης.

Γνωστό στην διεθνή επενδυτική κοινότητα πως, πρωτίστως η Motor Oil αλλά και η HelleniQ Energy, είναι από τους μετρημένους - πανευρωπαϊκά - ομίλους που διυλίζουν στο 100% της δυναμικότητας τους και ότι η MOH διαθέτει ίσως τις πιο σύγχρονες εγκαταστάσεις στην περιοχή της Μεσογείου, με περιθώρια απόδοσης υπερδιπλάσια του ευρωπαϊκού μέσου όρου.

Τί σημαίνει αυτό; **Αμφότεροι οι όμιλοι λειτουργούν με το μέγιστο περιθώριο κέρδους σε σημείο που αναλυτές ξένων οίκων εκτιμούν πως η διοίκηση της MOH θα μπορούσε να πετύχει προσαρμοσμένα EBITDA €1,6 δισ. και κάτι λιγότερα, στα €1,4 δισ., η HelleniQ Energy.**

Εκτίμηση αναλυτών της Wood & Co, που δείχνουν να συμπεριφέρονται και άλλοι ξένοι οίκοι, λ.χ. η Goldman Sachs που μέσα Ιουλίου προχώρησε σε σημαντική αναθεώρηση της τιμής-στόχου στα €49 από τα

€41 ευρώ. Στόχος που σε λιγότερο από δύο εβδομάδες υπερκαλύφθηκε, καθώς στην συνεδρίαση της προηγούμενης Παρασκευής (24/7) έφθασε έως τα €51,30.

Το να αγοράζει μία Goldman Sachs, μία Wood & Co, ενώ αναλυτές άλλων οίκων ανεβάζουν τον πήχη ακόμη και στα €60 ευρώ, σημαίνει πως διαβλέπουν περιθώρια περαιτέρω ανόδου.

Σε αυτά τα επίπεδα αποτίμησης, είναι προφανές πως μέρος των εισροών οφείλεται και σε... παράπλευρους λόγους, όπως για παράδειγμα της προοπτικής ένταξης της Motor Oil στον MSCI Greece. Πάνω από τα €3 δισ. η αποτίμηση της ελεύθερης διασποράς, σταθερά αυξημένη η συναλλακτική δραστηριότητα (πάνω από 170 χιλ. τμχ. στην χθεσινή συνεδρίαση), πληρούνται τα βασικά κριτήρια για την επάνοδο στο μεγάλο δείκτη.

Θυμίζω πως σχεδόν δύο χρόνια πριν (13 Αυγούστου 2024) ο οίκος έθετε εκτός MSCI Greece τη μετοχή της MOH μεταφέροντας τη στον MSCI Small Cap Greece. Τότε (13/8/2024) η τιμή της μετοχής ήταν στα €21,20 (εβδομαδιαία μέση τιμή), πλέον σε νέα ιστορικά υψηλά (€51,30). **Σύμφωνα με τους αναλυτές της Wood & Co αμφότεροι οι όμιλοι θα μπορούν να παράγουν προσαρμοσμένα EBITDA μεγαλύτερα του €1 δισ. έως το 2030.** Προοπτική που εξηγεί γιατί αναθεωρούν την στοχοθεσία στα €58 για τη μετοχή της MOH και στα €13,5 της HelleniQ Energy, με σύσταση για "αγορά" και "διακράτηση" αντίστοιχα.

BNB
DAILY

BUSINESS IN BRIEF

ΚΑΘΕ ΠΡΩΙ ΣΤΟ EMAIL ΣΑΣ!

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

Γίνε
συνδρομητής
εδώ



• **ΑΒ ΒΑΣΙΛΟΠΟΥΛΟΣ**

ΕΠΤΑ ΔΙΑΚΡΙΣΕΙΣ ΣΤΑ LOYALTY AWARDS 2026 ΓΙΑ ΤΗΝ ΕΞΕΛΙΞΗ ΤΟΥ AB PLUS

Αναγνώριση για τη στρατηγική της στον τομέα της πιστότητας πελατών απέσπασε η ΑΒ Βασιλόπουλος, η οποία διακρίθηκε με συνολικά επτά βραβεία στα Loyalty Awards 2026.

Η εταιρεία απέσπασε δύο Gold, ένα Silver και τέσσερα Bronze βραβεία, ξεχωρίζοντας για πρωτοβουλίες που αξιοποιούν:

- την τεχνολογία
- την ανάλυση δεδομένων
- τους μηχανισμούς gamification
- τη σύνδεση των φυσικών καταστημάτων με τα ψηφιακά κανάλια



SECRETCIPE

Ο Βούδας και τα μηνύματά του

Είναι γνωστός για την αποτελεσματικότητά του στη διαχείριση δύσκολων καταστάσεων. Και, μετά την πρώτη, μεγάλη αποστολή, που έφερε σε πέρας πριν από 10 χρόνια, συνεχίζει με απόλυτη επιτυχία. Οι γνωστοί και φίλοι τον φωνάζουν Βούδα, διότι κάνει δουλειά, ξέρει πολλά, αλλά δεν μιλά. Και δεν αντιδρά. Όπως πρόσφατα. Για όσους ξέρουν...

Editorial

Ο ΕΚΦΟΒΙΣΜΟΣ ΔΟΥΛΕΥΕΙ - ΑΠΛΩΣ ΟΧΙ ΟΠΩΣ ΝΟΜΙΖΕΤΕ

Ας το παραδεχτούμε: Οι δασμοί του Trump έφεραν αποτελέσματα. Εμπορικοί εταίροι υποκλίθηκαν, υποχωρήσεις υπογράφηκαν, ανακοινώσεις θριάμβου εκδόθηκαν.

Ο εκφοβισμός, αποδεικνύεται, είναι αποτελεσματική εξωτερική πολιτική — αρκεί ο απέναντι να έχει στενά συμφέροντα, εξαρτημένη αγορά ή υπαρξιακό άγχος για την ομπρέλα ασφαλείας του.

Ή, ακόμη καλύτερα, αρκεί να μοιάζει μεγάλος, αλλά να είναι στην πραγματικότητα 27 κράτη μέλη, που καυγαδίζουν κάτω από έναν κοινό μανδύα. Ουδεμία σχέση με υπαρκτές ενώσεις, προφανώς.

Το ερώτημα, βέβαια, δεν είναι αν ο εκφοβισμός αποδίδει διπλωματικά. Είναι ποιος πληρώνει τον λογαριασμό.

Οι επικριτές έχουν έτοιμη την απάντηση: Αφού κανείς δεν διαπραγματεύεται πια επιστροφή στο μηδέν — η νέα, υψηλότερη βάση έχει γίνει σιωπηρά αποδεκτή — ο Πρόεδρος βλάπτει τις άλλες χώρες ρίχνοντας γροθιά στο πρόσωπο των Αμερικανών. Κομψή διατύπωση.

Και για χρόνια, οι οικονομολόγοι δυσκολεύονταν να βρουν αποδείξεις ότι οι ξένοι εξαγωγείς ρίχνουν τις τιμές τους για να κρατήσουν την αμερικανική αγορά. Μόνο, που η πραγματικότητα, ως συνήθως, αρνείται να συνεργαστεί με τα καθάρια αφηγήματα.

Μελέτη υποστηρίζει ότι οι εξαγωγείς προς τις ΗΠΑ δέχθηκαν γενναίο πλήγμα: Οι δασμοί του 2018-19 συνέτριψαν τους όγκους και εκτόξευσαν τα κόστη — κάτι που κανονικά θα ανέβαζε τις τιμές.

Δεν τις ανέβασε.

Συμπέρασμα: Οι εξαγωγείς επωμίστηκαν περίπου το 60% του δασμολογικού βάρους. Προσοχή, όμως, στη διατύπωση της... νίκης: Δεν κερδίζουν οι Αμερι-

κανοί. Απλώς χάνουν και οι ξένοι.

Για κάποιους στην Ουάσιγκτον, αυτό μετράει ως επιτυχία — το ζητούμενο δεν ήταν ποτέ το κέρδος, αλλά ο πόνος του άλλου.

Δεύτερη μελέτη, για τους περυσινούς δασμούς, προσθέτει την πιο ενδιαφέρουσα απόχρωση. Όπου οι Αμερικανοί εισαγωγείς έμειναν πιστοί στους ίδιους προμηθευτές και τα ίδια προϊόντα, οι τιμές δεν κουνήθηκαν. Όπου άλλαξαν προμηθευτές, μια αύξηση δασμών κατά 8 εκατοστιαίες μονάδες συνδέθηκε με πτώση των τιμών εισαγωγής προ δασμών κατά 5%. Ιδού η... επιτυχία — μέχρι να διαβάσει κανείς τα ψιλά γράμματα: Περίπου το μισό της πτώσης οφείλεται στο ότι οι αγοραστές στράφηκαν σε φθηνότερα, χαμηλότερης ποιότητας προϊόντα.

Το άλλο μισό;

Η δική μου διαίσθηση λέει ότι ένα μέρος του ακούει στο όνομα... απάτη — τιμολόγια, που η αξία τους μειώνεται μαγικά μόλις περάσουν το τελωνείο.

Ο απολογισμός:

Οι δασμοί λειτουργούν, με την έννοια ότι όλοι χάνουν — απλώς σε διαφορετικές αναλογίες. Οι ξένοι πληρώνουν, οι Αμερικανοί καταναλώνουν χειρότερα προϊόντα, και το παγκόσμιο εμπόριο αποκτά μια νέα κανονικότητα, όπου η ερώτηση δεν είναι πόσο θα κερδίσουμε, αλλά πόσο θα πονέσει ο άλλος.

Αν αυτό είναι στρατηγική, τότε είναι στρατηγική με τη λογική του καυγά σε σχολική αυλή.

Με τη διαφορά ότι εδώ τα σπασμένα τα πληρώνουμε όλοι.

Τόσο απλά.

Νεκτάριος Β. Νώτης
nectarios@notice.gr