



fifteen
years
athens
bar
show

Ζήσ' το εδώ:
Stand 108
Τρίτη 4/11
Τετάρτη 5/11

VIKOS®

FNB SERVED DAILY.

Food for thought... every day!

ΤΟ ΚΑΘΗΜΕΡΙΝΟ ΨΗΦΙΑΚΟ
NEWSLETTER ΓΙΑ ΤΟΝ ΚΛΑΔΟ
ΤΡΟΦΙΜΩΝ & ΠΟΤΩΝ

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

ΔΕΥΤΕΡΑ 03 ΝΟΕΜΒΡΙΟΥ 2025
ΤΕΥΧΟΣ 2206



• ARTIZAN

Οι κινήσεις που οδήγησαν σε ανάπτυξη 7%
στο δεκάμηνο παρά την πτώση των εξαγωγών
και τις δυσκολίες στην αγορά



• GALAXY FOODS

Ανάπτυξη άνω του 10% με ώθηση από τις εξαγωγές
- Στο στόχαστρο ΝΑ Ασία και Μέση Ανατολή



• KATSAROS DISTILLERY WINERY

Αντίβαρο από Ασία & Λατ. Αμερική στις μειωμένες
πωλήσεις της Κεντρικής Ευρώπης
- Ανάπτυξη 2% το 2025



• ΑΛΚΟΟΛΟΥΧΑ ΠΟΤΑ

Απώλειες \$830 δις. για τις μετοχές σε μια τετραετία
λόγω καταναλωτικών συνηθειών

Editorial

Σχολή για πωλητές

Debrief

Μια χώρα ΕΣΠΑ

Business Insight

Aegean: Η ευρωπαϊκή πρωτιά
με την απευθείας σύνδεση
με Βαγδάτη και η σημασία της

SecretRecipe

Το δις εξαμαρτείν...

Business Maker

- Ένα μέτρο που θυμούνταν μόνο οι προμηθευτές και... ο υπουργός
- Το κλειδί για την ανάπτυξη της Τσιλιλής και η πόρτα στα fund

Retailer of the Year 2025



Στη METRO δεν μετράμε απλώς βραβεία.

Μετράμε στιγμές καινοτομίας, δημιουργίας και διαρκούς εξέλιξης.

Οι 22 διακρίσεις ανήκουν στους ανθρώπους μας, που με αφοσίωση, πάθος και δημιουργικότητα κάνουν πράξη κάθε μας στόχο.



• **KATSAROS DISTILLERY WINERY**

ΑΝΤΙΒΑΡΟ ΑΠΟ ΑΣΙΑ & ΛΑΤ. ΑΜΕΡΙΚΗ ΣΤΙΣ ΜΕΙΩΜΕΝΕΣ ΠΩΛΗΣΕΙΣ ΤΗΣ ΚΕΝΤΡΙΚΗΣ ΕΥΡΩΠΗΣ - ΑΝΑΠΤΥΞΗ 2% ΤΟ 2025

Τη δυνατότητα να εξισορροπήσει την πώληση των πωλήσεων στην Κεντρική Ευρώπη έδωσαν στην Katsaros Distillery-Winery τα εξαγωγικά ανοίγματα που πραγματοποίησε εντός του 2025 στην Ασία και στην Λατινική Αμερική.

Όπως εξηγεί στο Fnb Daily ο Γενικός Διευθυντής, Νίκος Κατσάρος, η εταιρεία απέκτησε φέτος παρουσία στην Βραζιλία, στον Παναμά και στην Αργεντινή, εξέλιξη που ήρθε ως επιστέγασμα πρωτοβουλιών, όπως η συμμετοχή στην έκθεση Prowein Sao Paolo για δύο συνεχόμενες χρονιές. Παράλληλα, εισήλθε στην Ινδία μέσω της συνεργασίας με μεγάλη τοπική εμπορική εταιρεία. Πρόκειται για μια αγορά που ο κ. Κατσάρος εκτιμά ότι θα δώσει ακόμα μεγαλύτερη ώθηση στο εγγύς μέλλον.

ΠΕΣΜΕΝΗ Η ΚΑΤΑΝΑΛΩΣΗ ΣΤΗΝ ΚΕΝΤΡΙΚΗ ΕΥΡΩΠΗ

Αν στα παραπάνω προστεθεί και η δυναμική ανάπτυξη - μέσα από μια σειρά προωθητικών ενεργειών - στην Κίνα, προκύπτει μια σημαντική μάζα εξαγωγικών ροών που αντισταθμίζει τις απώλειες στην Κεντρική Ευρώπη, και δη σε Γερμανία (κατά πρώτο λόγο), Ολλανδία και Βέλγιο.

"Στις εν λόγω αγορές βλέπουμε μια επιβράδυνση που έχει να κάνει με την αβεβαιότητα και τη μείωση της καταναλωτικής δαπάνης, κάτι που αποτυπώνεται στους τζίρους των ελληνικών εστιατορίων που ειδικά στην περίπτωση της Γερμανίας είναι 30% κάτω σε σχέση με πέρυσι," σημειώνει ο κ. Κατσάρος.

ΣΤΟ 71% ΤΟΥ ΤΖΙΡΟΥ ΟΙ ΕΞΑΓΩΓΕΣ

Οι εξαγωγές εκτείνονται σε συνολικά 29 χώρες και αντιστοιχούν πλέον στο 71% των πωλήσεων της θεσσαλικής αποσταγματοποιίας-οινοποιίας, ο τζίρος της οποίας κινείται περί των €4 εκατ.

Την ίδια στιγμή, στην ελληνική αγορά, ιδιαίτερα ισχυρό ρεύμα φαίνεται ότι έχει αποκτήσει το Angel Tears, τσίπουρο τριπλής απόσταξης οι πωλήσεις του οποίου έχουν ανεβάσει ταχύτητα.

ΕΝΤΟΝΗ ΖΗΤΗΣΗ ΓΙΑ ΤΟ ANGEL TEARS

"Παρά το γεγονός ότι πρόκειται για ένα premium και, άρα, κάθε άλλο παρά φτηνό προϊόν, παρατηρούμε ότι δεχόμαστε παραγγελίες από ολόένα και περισσότερα μαγαζιά" αναφέρει ο κ. Κατσάρος.

Όλα τα παραπάνω μεταφράζονται σε ρυθμό ανάπτυξης που αυτή τη στιγμή ανέρχεται σε 2% -σίγουρα όχι υψηλό για τα δεδομένα της εταιρείας που, με εξαίρεση την περυσινή χρονιά, κατέγραφε αύξηση πωλήσεων από 8% έως 17% ετησίως την περασμένη 25ετία. "Οι συνθήκες ωστόσο έχουν αλλάξει στο μακροοικονομικό επίπεδο, οπότε, δεδομένων των συνθηκών, είμαστε ικανοποιημένοι", υπογραμμίζει ο συνομιλητής μας.

ΕΠΕΝΔΥΣΕΙΣ ΓΙΑ ΕΚΣΥΓΧΡΟΝΙΣΜΟ ΚΙ ΑΥΞΗΣΗ ΤΗΣ ΠΑΡΑΓΩΓΗΣ

Πριν λίγες μέρες η Katsaros Distillery-Winery ολοκλήρωσε επενδυτικό σχέδιο €354 χιλ. που εστίασε στον εκσυγχρονισμό του μηχανολογικού εξοπλισμού και ετοιμάζεται να ενταχθεί σε πρόγραμμα της Περιφέρειας με νέο επενδυτικό πλάνο, για τον εκσυγχρονισμό του εξοπλισμού, νέους χώρους υποδοχής στέμφυλων, αλλά και στην αγορά νέου μηχανήματος εμφιάλωσης προκειμένου να αυξήσει την παραγωγική της δυναμικότητα.

Γιάννης Τσατσάκης
yannis@notice.gr



Νίκος Κατσάρος,
Γενικός Διευθυντής,
Katsaros
Distillery Winery

Η ΠΟΙΟΤΗΤΑ ΒΡΙΣΚΕΤΑΙ

Baby φύλλο
Kale

Αναλλοίωτη θρεπτική αξία
- Φρεσκάδα που διαρκεί
(παράδοση σε 24 ώρες
από την συσκευασία)

Πλούσιο σε
βιταμίνες C, K,
και Μαγγάνιο

Χωρίς καμία
επεξεργασία (από
την καλλιέργεια έως
και την τυποποίηση)

Πιστοποιήσεις
GLOBALGAP PLUS /
ISO 22000:2018/
GRASP

Εργαστηριακές
αναλύσεις και έλεγχοι
ποιότητας καθημερινά,
όλο το χρόνο

ΣΤΗ ΛΕΠΤΟΜΕΡΕΙΑ



Στην εταιρεία "Απ' τα Περιβόλια του Βεζύρογλου"
επενδύουμε καθημερινά στο άριστο αποτέλεσμα. Όλοι
μας, εργαζόμενοι και διοίκηση, ενώνουμε τις δυνάμεις
μας συνδυάζοντας εμπειρία, τεχνογνωσία και σύγχρονη
τεχνολογία, για την παραγωγή εξαιρετικών προϊόντων.
110 χρόνια εμπειρίας, 110 χρόνια άριστη ποιότητα!

www.vezyrogloufarm.com

@VezyroglouFarm

1110
ΧΡΟΝΙΑ



απ' τα περιβόλια του
Βεζύρογλου

• AB INBEV

ΕΝΔΙΑΜΕΣΟ ΜΕΡΙΣΜΑ ΚΑΙ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ ΕΠΑΝΑΓΟΡΑΣ ΜΕΤΟΧΩΝ ΥΨΟΥΣ \$6 ΔΙΣ.

Επαναφορά ενδιάμεσου μερίσματος και πρόγραμμα επαναγοράς μετοχών ύψους \$6 δισ. που θα ολοκληρωθεί σε διάστημα δύο ετών, ανακοίνωσε η Anheuser-Busch InBev, καθώς κατέγραψε καλύτερα του αναμενόμενου αποτελέσματα στο γ' τρίμηνο.

ΜΕΤΡΗΜΕΝΗ ΑΙΣΙΟΔΟΞΙΑ

Συγκεκριμένα, η βελγική ζυθοποιία ανακοίνωσε αύξηση 3,3% στα οργανικά κέρδη από λειτουργικές δραστηριότητες, ξεπερνώντας τις προβλέψεις για αύξηση 0,9%. Ωστόσο, εξακολουθεί να είναι η χαμηλότερη τριμηνιαία αύξηση κερδών από το 2021, καθώς η εταιρεία

πλήττεται από την πτώση πωλήσεων και την αστάθεια των συναλλαγματικών ισοτιμιών. "Η επικείμενή μας συνέχισε να σημειώνει αύξηση τόσο στα έσοδα, όσο και στα κέρδη", δήλωσε ο CEO της εταιρείας, Michel Doukeris, προσθέτοντας ότι η διαχείριση του κόστους βοήθησε στην αντιστάθμιση των αρνητικών επιπτώσεων.

Figure 3. Consolidated income statement
in USD Mio

	3Q24	3Q25	Organic growth
Revenue	15 046	15 133	0.9%
Cost of sales	(6 680)	(6 596)	0.4%
Gross profit	8 366	8 537	2.0%
SG&A	(4 490)	(4 535)	(0.5)%
Other operating income/(expenses)	215	203	(5.4)%
Normalized EBIT	4 091	4 205	3.2%
Non-underlying items above EBIT	(125)	55	
Net finance income/(expense)	(1 043)	(1 165)	
Non-underlying net finance income/(expense)	236	(947)	
Share of results of associates	89	110	
Non-underlying share of results of associates	-	-	
Income tax expense	(758)	(726)	
Profit	2 489	1 532	
Profit attributable to non-controlling interest	418	478	
Profit attributable to equity holders of AB InBev	2 071	1 054	
Normalized EBITDA	5 424	5 594	3.3%
Underlying Profit	1 971	1 970	

ΕΠΑΝΑΓΟΡΑ ΜΕΤΟΧΩΝ

Οι αναλυτές ανέμεναν πρόγραμμα επαναγοράς ύψους \$2 δισ. διάρκειας ενός έτους, όμως η AB InBev προχώρησε σε γενναιότερη κίνηση. Η απόφαση ελήφθη, καθώς η εταιρεία μειώνει το χρέος της και αυξάνει σταδιακά τις αποδόσεις προς τους μετόχους. Ως εκ τούτου, ανακοίνωσε ένα ενδιάμεσο μέρισμα \$0,15/μετοχή, το πρώτο ενδιάμεσο μέρισμα από το 2019.

ΚΥΡΙΑ ΣΗΜΕΙΑ

Οι όγκοι της AB InBev μειώθηκαν κατά 3,7%, με την πιο απότομη πτώση να καταγράφεται στην Βραζιλία, ενώ στην Κίνα οι πωλήσεις της υστέρησαν για ακόμη μία φορά σε σχέση με τους ανταγωνιστές. Στις ΗΠΑ, η μπύρα Michelob Ultra, είχε καταστεί το No1 brand σε όγκο πωλήσεων στον κλάδο, καθώς η Bud Light έχει υποστεί μπόϊκόταζ τα τελευταία χρόνια.


 Michel Doukeris,
CEO, AB InBev

capacities
Powered by CAFA

present:

**ROOTS
& WINGS**

**// 05
nov**

// wednesday / 17:00

// OTE HQ / MAROUSSI

Χορηγοί:



SOCIALDOO

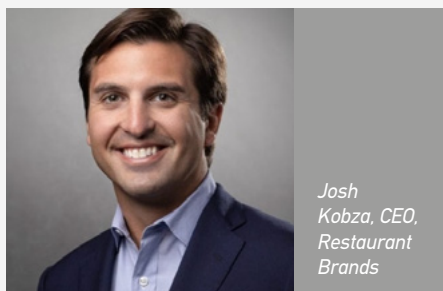


Χορηγός Επικοινωνίας:

NOTICE
CONTENT & SERVICES

• RESTAURANT BRANDS ΚΑΘΑΡΑ ΚΕΡΔΗ \$436 ΕΚΑΤ. ΣΤΟ Γ' ΤΡΙΜΗΝΟ ΜΕ ΣΤΗΡΙΞΗ ΑΠΟ ΔΙΕΘΝΕΙΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΕΣ ΚΑΙ TIM HORTONS

Τριμηνιαία κέρδη και έσοδα που ξεπέρασαν τις προσδοκίες των αναλυτών ανακοίνωσε η Restaurant Brands, χάρη στην ανάπτυξη των εστιατορίων της, διεθνώς, και της Tim Hortons, που αντιπροσωπεύουν περίπου το 70% της κερδοφορίας. Η εταιρεία σημείωσε ότι οι καταναλωτές με χαμηλό και μεσαίο εισόδημα ξοδεύουν λιγότερα χρήματα για φαγητό τα τελευταία τρίμηνα. Το γ' τρίμηνο δεν αποτέλεσε εξαίρεση, ωστόσο η στρατηγική αποφυγής "πο-



Josh
Kobza, CEO,
Restaurant
Brands

λέμων τιμών" φάνηκε να αποδίδει. "Αν κοιτάξετε τα αποτελέσματά μας, τα πάμε καλά παρά ορισμένες από αυτές τις τάσεις", δήλωσε ο CEO της εταιρείας, Josh Kobza.

DATA Γ' Τρίμηνο (σε \$)

Καθαρές πωλήσεις

2025: 2,44 δισ.

2024: 2,29 δισ.

Πωλήσεις (ανάπτυξη)

Ίδιων καταστημάτων: +4%

Διεθνής τομέας: +6,5%

Tim Hortons: +4,2%

Burger King: +3,1%

Popeyes: -2,4%

Προσαρμοσμένο

EBITDA

2025: 794 εκατ.

2024: 748 εκατ.

Καθαρά κέρδη

2025: 436 εκατ.

2024: 357 εκατ.

ΟΙ ΑΤΜΟΜΗΧΑΝΕΣ ΤΗΣ ΑΝΟΔΟΥ

Τα εστιατόρια της εταιρείας στην Δυτική Ευρώπη, την Κίνα και την Ιαπωνία πρωταγωνίστησαν στις πωλήσεις, όπως εξήγησε ο Kobza. Από την άλλη, η καναδική Tim Hortons έχει επικεντρωθεί στις προσφορές φαγητού για να ανεβάσει πωλήσεις και επισκεψιμότητα στα εστιατόριά της, ενώ η βελτιωμένη συνταγή για iced latte βοήθησε στην άνοδο των πωλήσεων κρύων ροφημάτων κατά 10%.

BURGER KING

Η Burger King έχει επικεντρωθεί στην ανακαίνιση των εστιατορίων και στις προωθητικές καμπάνιες, αναζωογονώντας τις πωλήσεις στις ΗΠΑ. Κοιτώντας μπροστά, η αλυσίδα θα επικεντρωθεί στην περαιτέρω "αναβάθμιση των προϊόντων", δήλωσε ο Πρόεδρος της Burger King US, Tom Curtis. "Νομίζω ότι αυτό είναι σημαντικό σε ένα περιβάλλον, όπου ακούμε για συρρίκνωση της οικονομίας και μείωση του κόστους. Επομένως, εμείς θα κάνουμε το αντίθετο από τους άλλους", πρόσθεσε.

POPEYES

Ωστόσο, η Popeyes ήταν η μόνη που ανέφερε μείωση των πωλήσεων, αφού δυσκολεύεται από ανταγωνιστικά brands. "Νομίζω στα επόμενα τρίμηνα θα επικεντρωθούμε στο να σημειώσουμε ακόμη μεγαλύτερη πρόοδο στον λειτουργικό τομέα, όσον αφορά τη συνέπεια της εμπειρίας που προσφέρουμε στους πελάτες σε όλα τα καταστήματά μας", δήλωσε ο Kobza. Σε αυτό το πλαίσιο, η Popeyes σκοπεύει να επικεντρωθεί στα βασικά προϊόντα του menu της, μετά από μια χρονιά πειραματισμών με νέες κατηγορίες, όπως τα chicken wings με κόκκαλο.

Σέβη Σαλαγιάννη

sevi@notice.gr

• HERSHEY

ΟΙ ΠΩΛΗΣΕΙΣ ΣΤΑ SUGAR FREE ΕΦΕΡΑΝ ΑΝΑΒΑΘΜΙΣΜΕΝΟ GUIDANCE ΓΙΑ ΤΟ 2025

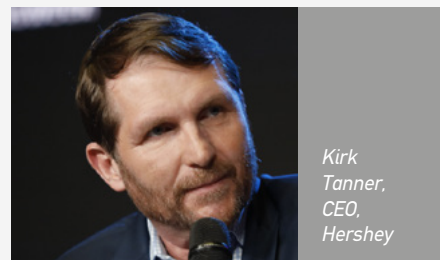
Αναβαθμισμένες προβλέψεις για το σύνολο της χρήσης έδωσε η Hershey, η οποία ανακοίνωσε καλύτερα του αναμενόμενου τριμηνιαία αποτελέσματα. Η εταιρεία αποδίδει την αύξηση των πωλήσεων στην επέκταση της γκάμας πιο υγιεινών και χωρίς ζάχαρη προϊόντων, αλλά και στην ανάπτυξη των κατηγοριών σοκολάτας, γλυκών και καραμελών μέντας. Ωστόσο, ο CEO, Kirk Tanner, προειδοποίησε για πιο αργή έναρξη της περιόδου αγορών για το Halloween, λόγω του θερμότερου καιρού στις ΗΠΑ.

Στον κλάδο αλμυρών snacks της Βόρειας Αμερικής, οι όγκοι πωλήσεων αυξήθηκαν κατά 11%, χάρη στα brands SkinnyPop και

Dot's Pretzels, ενώ οι τιμές στην κατηγορία υποχώρησαν κατά 1%. Αντίθετα, στον τομέα σοκολάτας, οι όγκοι μειώθηκαν κατά 1%, με τις τιμές να αυξάνονται κατά 7%.

ΑΥΞΗΣΕΙΣ ΤΙΜΩΝ

Παρότι οι retailers στις ΗΠΑ προσφέρουν εκπτώσεις σε προϊόντα Hershey λόγω του Halloween, η εταιρεία προχώρησε σε αυξήσεις τιμών, επικαλούμενη δασμούς και άνοδο του κόστους του κακάο. Η εταιρεία προβλέπει ετήσιες δασμολογικές δαπάνες \$160-170 εκατ., χαμηλότερες από τις προβλέψεις του Αυγούστου, κυρίως λόγω των μειωμένων δασμών στον Καναδά.



Kirk
Tanner,
CEO,
Hershey

GUIDANCE

- Καθαρές πωλήσεις: +3% (+2% προηγούμενως)
- Κέρδη ανά μετοχή (κατώτατο όριο): \$5,81 (\$\$5,9 προηγούμενως)

DATA Γ' Τρίμηνο (σε \$)

Καθαρές πωλήσεις

2025: 3,18 δισ.

2024: 2,98 δισ.

Προσαρμοσμένα

κέρδη ανά μετοχή

2025: 1,30

2024: 2,20

> 7-10
NOE
2025

METROPOLITAN EXPO



Global Pack

ΔΙΕΘΝΗΣ ΕΚΘΕΣΗ ΣΥΣΚΕΥΑΣΙΑΣ



Packaging INSPIRING Innovation

Supported by



| POWTECH



TECHNOPHARM

ΜΑΖΙ ΚΑΙ Η ΕΚΘΕΣΗ

FOODTECH

ΔΙΕΘΝΗΣ ΕΚΘΕΣΗ ΕΠΕΞΕΡΓΑΣΙΑΣ ΤΡΟΦΙΜΩΝ

FORUMSA. Member of NürnbergMesse Group

Λ. Βουλιαγμένης 328 • Άγιος Δημήτριος, 173 42 • 210 5242100 • www.globalpackexpo.gr • sales@forumsa.gr

**NÜRNBERG
MESSE**

• **GALAXY FOODS**

ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΑΝΩ ΤΟΥ 10% ΜΕ ΩΘΗΣΗ ΑΠΟ ΤΙΣ ΕΞΑΓΩΓΕΣ - ΣΤΟ ΣΤΟΧΑΣΤΡΟ ΝΑ ΑΣΙΑ ΚΑΙ ΜΕΣΗ ΑΝΑΤΟΛΗ

Εντός στόχων του αναπτυξιακού της πλά- νου, που προέβλεπε διψήφια αύξηση πω- λήσεων τη φετινή χρονιά, κινείται η Galaxy Foods, παίρνοντας σημαντική ώθηση από το κανάλι των εξαγωγών.

Οι τελευταίες, όπως εξηγεί στο Fnb Daily ο Γενικός Διευθυντής της εταιρείας, Πολυ- χρόνης Μαβίδης, εκτείνονται σε 28 χώρες και δεν αποκλείεται να αγγίξουν φέτος το 40% του συνολικού τζίρου, τόσο μέσα από την ενδυνάμωση του υφιστάμενου πελα- τολογίου, όσο και από τη σύναψη νέων συνεργασιών.

"Υπάρχουν πελάτες με τους οποίους είμα- στε μαζί από 5 έως και 20 χρόνια", αναφέρει χαρακτηριστικά, προσθέτοντας ότι ο κύριος όγκος των εξαγωγών κατευθύνεται στην Κε- ντρική και Ανατολική Ευρώπη. Σε ό,τι αφορά τις νέες αγορές, την προσοχή των ιδιοκτητών της Galaxy Foods έχουν προσελκύσει η ΝΑ Ασία και η Μέση Ανατολή, εξ ου και η παρου- σία της εταιρείας σε αρκετές από τις μεγάλες τοπικές εκθέσεις (π.χ. Gulf Food).

ΣΥΝΤΟΜΑ ΤΑ ΝΕΟΤΕΡΑ

Μάλιστα, σε ορισμένες από αυτές τις αγο- ρές έχουν γίνει ήδη οι πρώτες κινήσεις και συζητήσεις με ενδιαφερόμενους πελάτες, όπως και οι πρώτες δοκιμαστικές παραγγε- λίες. "Είμαστε σε φάση αναμονής, πιθανότατα να έχουμε νεότερα σύντομα πάνω σε αυτό", αναφέρει ο κ. Μαβίδης.

Η αύξηση των εξαγωγών είναι αυτή που τρο-

φοδοτεί τον ρυθμό ανάπτυξης άνω του 10%, με τον οποίο τρέχει μέχρι στιγμής τη χρονιά η Galaxy Foods. "Είναι αλήθεια ότι στην ελ- ληνική αγορά δεν έχουμε κάνει ιδιαίτερες κινήσεις για να ανοίξουμε το πελατολόγιο, χωρίς βέβαια αυτό να σημαίνει ότι μας είναι αδιάφορο. Απλά αυτή τη στιγμή το εξωτερι- κό απορροφά το μεγαλύτερο μέρος της ενέρ- γειάς μας", επισημαίνει ο επιχειρηματίας.

ΝΕΕΣ ΠΙΣΤΟΠΟΙΗΣΕΙΣ ΠΡΟ ΤΩΝ ΠΥΛΩΝ

Η εταιρεία έχει δρομολογήσει τις διαδι- κασίες για την πιστοποίησή της κατά ISO 45001 (ασφάλεια εργαζομένων) και 55001 (ενεργειακή διαχείριση), με την πρώτη να ολοκληρώνεται πρώτη, εκτός απροόπτου, μέχρι το τέλος του χρόνου ενώ η δεύτερη αναμένεται να έχει εξασφαλιστεί μέχρι το Φεβρουάριο 2026.

ΨΗΦΙΟΠΟΙΗΣΗ ΚΑΙ ΑΥΤΟΜΑΤΙΣΜΟΙ

Παράλληλα σε εξέλιξη βρίσκεται επενδυτι- κό πρόγραμμα άνω των €2 εκατ. για μηχανο- λογικό εξοπλισμό αλλά και για την αυτομα- τοποίηση και ψηφιοποίηση της παραγωγικής διαδικασίας. Το εν λόγω πρόγραμμα, όπως σημειώνει ο κ. Μαβίδης, αναμένεται να τρέ- ξει για τουλάχιστον 1,5 χρόνο ακόμα.

Γιάννης Τσατσάκης
yannis@notice.gr



Πολυχρόνης
Μαβίδης, Γενικός
Διευθυντής,
Galaxy Foods



• **RABOBANK** ΟΙ ΠΑΓΚΟΣΜΙΕΣ ΠΡΟΟΠΤΙΚΕΣ ΤΟΥ ΚΛΑΔΟΥ ΧΟΙΡΟΤΡΟΦΙΑΣ ΓΙΑ ΤΟ 2026

Μικρή μείωση του παγκόσμιου πληθυ- σμού χοιρομητέρων (sow herd) το 2026 διαπιστώνει σε ανάλυσή της η Rabobank, με την πτώση να οφείλεται κυρίως στην Κίνα. Οι τιμές χοιρινού στην κινεζική αγο- ρά είναι ήδη κατά 42% χαμηλότερες σε ετήσια βάση, εντείνοντας την πίεση στον κλάδο.

ΔΙΕΘΝΕΣ ΕΜΠΟΡΙΟ

Το εμπόριο χοιρινού κρέατος αναμένεται ενεργό, παρά τα εμπόδια που δημιουρ- γούν οι γεωπολιτικές εντάσεις. Προβλέ- πεται ότι στα τέλη του 2025 η παγκόσμια εξαγωγή χοιρινού θα βρίσκεται σε επίπε- δα παρόμοια ή ελαφρώς υψηλότερα σε σχέση με το 2024. Ενδεικτικά, η Βραζιλία ενισχύει το μερίδιό της σε 15% του συνό- λου των εξαγωγών.

ΚΑΘΟΡΙΣΤΙΚΗ Η ΥΓΕΙΑ ΤΩΝ ΖΩΩΝ

Σύμφωνα με την ανάλυση, κρίσι- μο στοιχείο παραμένει η υγεία του ζω- ικού πληθυσμού, καθώς παραμονεύ- ουν ζωνοόσοι. Στο Βιετνάμ οι τιμές χοιρινού κατέρρευσαν λόγω αναζωπύ- ρωσης της Αφρικανική Πανώλη των Χοί- ρων (ASF), που προκάλεσε αναστάτωση στους παραγωγούς.

Η ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΕΙΚΟΝΑ

Στην Ελλάδα, βάσει των στοιχείων της ΕΛ- ΣΤΑΤ για την περίοδο 2023-2024 ο αριθ- μός χοίρων αυξήθηκε 1,9% (786.156 κε- φάλια το 2024 από 771.480 το 2023), ενώ ο αριθμός εκμεταλλεύσεων χοιροτροφίας μειώθηκε κατά 11,1% (4.287 το 2024 από 4.823 το 2023).

07-10 NOE 2025

METROPOLITAN EXPO



FOODTECH

ΔΙΕΘΝΗΣ ΕΚΘΕΣΗ ΕΠΕΞΕΡΓΑΣΙΑΣ ΤΡΟΦΙΜΩΝ

Supported by



| POWTECH



TECHNOPHARM

ΜΑΖΙ ΚΑΙ Η ΕΚΘΕΣΗ



Global Pack

ΔΙΕΘΝΗΣ ΕΚΘΕΣΗ ΣΥΣΚΕΥΑΣΙΑΣ

FORUMSA. Member of NürnbergMesse Group

Λ. Βουλιαγμένης 328 • 173 42 • Άγιος Δημήτριος • 210 5242100 • www.foodtech.gr • sales@forumsa.gr

 **NÜRNBERG
MESSE**

• **ΧΑΛΒΑΤΖΗΣ ΜΑΚΕΔΟΝΙΚΗ**

ΝΕΟΣ ΚΩΔΙΚΟΣ ΣΤΗ ΣΕΙΡΑ ΛΑΧΑΝΙΚΩΝ ΣΤΟΝ ΑΤΜΟ - ΣΗΜΑΝΤΙΚΑ ΠΕΡΙΘΩΡΙΑ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ ΣΤΗΝ ΑΜΕΡΙΚΗ

Συνεχίζει την ανάπτυξη της σειράς λαχανικών σε ατμό η Χαλβατζής Μακεδονική, με πιο πρόσφατο προϊόν το καλαμπόκι σε σπυρί. Το συγκεκριμένο προϊόν κυκλοφόρησε στις αρχές Οκτωβρίου, ξεκινώντας από τα καταστήματα ΑΒ Βασιλόπουλος, ενώ σταδιακά θα ενταχθεί και στους υπόλοιπους retailers του δικτύου της εταιρείας.

ΕΞΑΓΩΓΕΣ ΣΕ 25 ΕΤΑΙΡΕΙΕΣ

Η Χαλβατζής Μακεδονική - που έχει περάσει στο portfolio της Ideal Holdings - εξάγει σε 25 χώρες, κάθε μία από τις οποίες παρουσιάζει διαφορετικές προϊόντικές ανάγκες, επομένως κάθε χώρα έχει και το... δικό της best selling προϊόν. Το ποσοστό των εξαγωγών αντιστοιχεί περίπου στο 15% του συνολικού τζίρου, με τις διεθνείς δραστηριότητες να εξελίσσονται σταθερά ανοδικά. Σημαντικό μερίδιο του κύκλου εργασιών προέρχεται από τις μαρμελάδες και τα γλυκά του κουταλιού, κατηγορίες που σημειώνουν υψηλές επιδόσεις, με τη φρουτοσειρά και τα λαχανικά να έρχονται πρώτα σε πωλήσεις.



ΤΟ ΠΑΝΤΖΑΡΙ ΠΡΩΤΟ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ

Η Κύπρος αποτελεί την πιο δυναμική αγορά του εξωτερικού, ενώ στην Ελλάδα το παντζάρι καταγράφει την υψηλότερη ζήτηση, ακολουθούμενο από το καλαμπόκι, το ρεβίθι και την κολοκύθα.

Η εταιρεία έχει επενδύσει σε νέες συσκευασίες, ενισχύοντας την παρουσία της στα ράφια και διευρύνοντας το προϊόντικό της αποτύπωμα.

Παράλληλα, εξετάζει νέες αγορές με αυξημένη δυναμική, με την Αμερική να βρίσκεται ήδη στον χάρτη των εξαγωγών, προσφέροντας όμως ακόμη σημαντικά περιθώρια ανάπτυξης.

Στόχος είναι η περαιτέρω επέκταση της διεθνούς παρουσίας και η ενίσχυση της θέσης της εταιρείας στις παγκόσμιες αγορές τροφίμων.

Στέλλα Αυγουστάκη
stella@notice.gr

• **SUPER MARKETS (UK)**

ΖΗΤΟΥΝ ΑΠΑΛΛΑΓΗ ΑΠΟ ΤΟΝ ΠΡΟΣΘΕΤΟ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟ ΦΟΡΟ

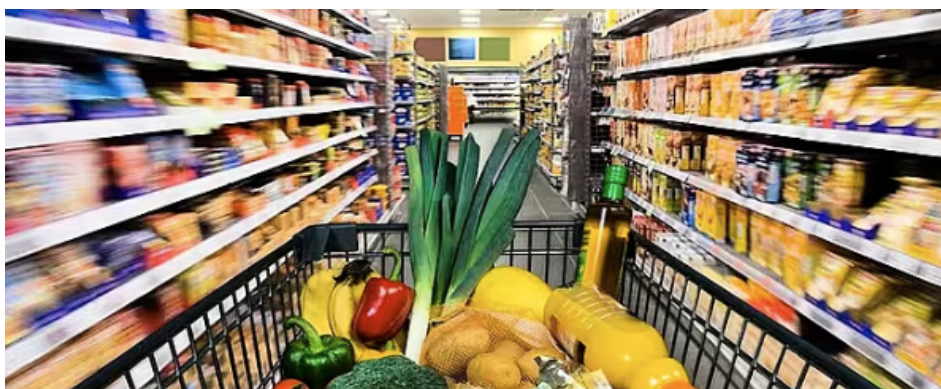
Επιστολή στην υπουργό Οικονομικών, Rachel Reeves, έστειλαν 9 από τις μεγαλύτερες αλυσίδες super market στο Ηνωμένο Βασίλειο, ζητώντας την εξαίρεσή τους από τον προτεινόμενο πρόσθετο φόρο για τις επιχειρήσεις. Στην επιστολή, που συντόνισε το British Retail Consortium (BRC), σημειώνεται ότι η απαλλαγή:

- θα συμβάλει στην καταπολέμηση του πληθωρισμού των τροφίμων
- θα στηρίξει την απασχόληση
- θα ενθαρρύνει τις επενδύσεις

ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗ ΠΙΕΣΗ

Η CEO του BRC, Helen Dickinson, ανέφερε ότι τα super markets αντιμετωπίζουν τεράστια οικονομική πίεση, με επιπλέον κόστος που υπερβαίνει τα £7 δισ. μόνο για το 2025, λόγω της αύξησης των εισφορών και των νέων φόρων συσκευασίας.

Πρόσθεσε ότι τα μεγάλα καταστήματα λιανικής πώλησης, απασχολούν σχεδόν 1 εκατομμύριο άτομα και καταβάλλουν το 1/3 του συνόλου των επιχειρηματικών φόρων λιανικής πώλησης.



INFO-ΑΛΥΣΙΔΕΣ

- Aldi
- Asda
- Iceland Food
- Lidl
- M&S
- Morrisons
- Sainsbury's
- Tesco
- Waitrose

ΠΛΗΘΩΡΙΣΜΟΣ ΤΡΟΦΙΜΩΝ

Οι λιανοπωλητές συμπληρώνουν ότι ο πληθωρισμός των τροφίμων αυξάνεται σταθερά και θα συνεχιστεί, κάτι που θα έχει αντίκτυπο στα νοικοκυριά με χαμηλότερο εισόδημα.

Όπως αναφέρεται στην επιστολή, οι τρέχουσες πληθωριστικές πιέσεις επιδεινώνονται από την αύξηση των φορολογικών και κανονιστικών επιβαρύνσεων.



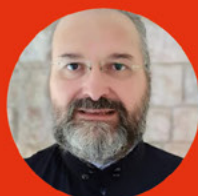
DEFENCE FORWARD

Securing society. Creating values.

25
November
2025
Aigli Zappeiou

Let's get together to shape the next era of defence, connecting technology, strategy, and society under one vision: Securing the Future.

KEYNOTE SPEAKERS



Grekas Aristarchos
Associate Professor of Theology National and Kapodistrian University of Athens



Karakonstantis Panagiotis
Legal Advisor Ministry of Justice



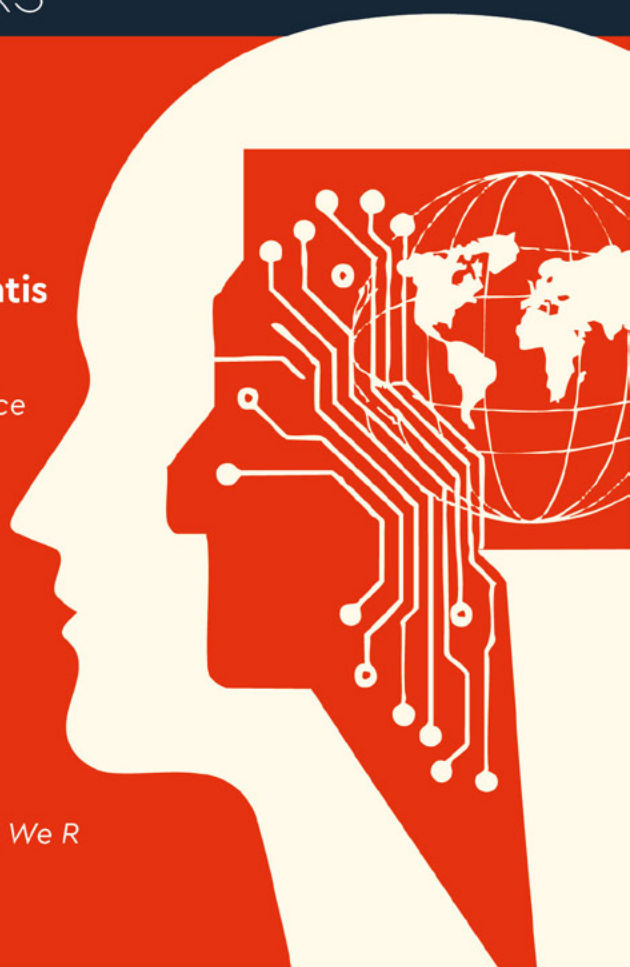
Mizrahi Ilan
*Ex-Head of National Security Council of Israel
Ex- Deputy Director of Mossad*



Moniquet Claude
Director European Strategic Intelligence and Security Center (ESISC)



Pitsika Rebecca
Founder & CEO, We R



PLATINUM SPONSOR



EYEONIX

SILVER SPONSORS



UNDER THE AUSPICE



• **ΑΛΚΟΟΛΟΥΧΑ ΠΟΤΑ**

ΑΠΩΛΕΙΕΣ \$830 ΔΙΣ. ΓΙΑ ΤΙΣ ΜΕΤΟΧΕΣ ΣΕ ΜΙΑ ΤΕΤΡΑΕΤΙΑ ΛΟΓΩ ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΙΚΩΝ ΣΥΝΗΘΕΙΩΝ

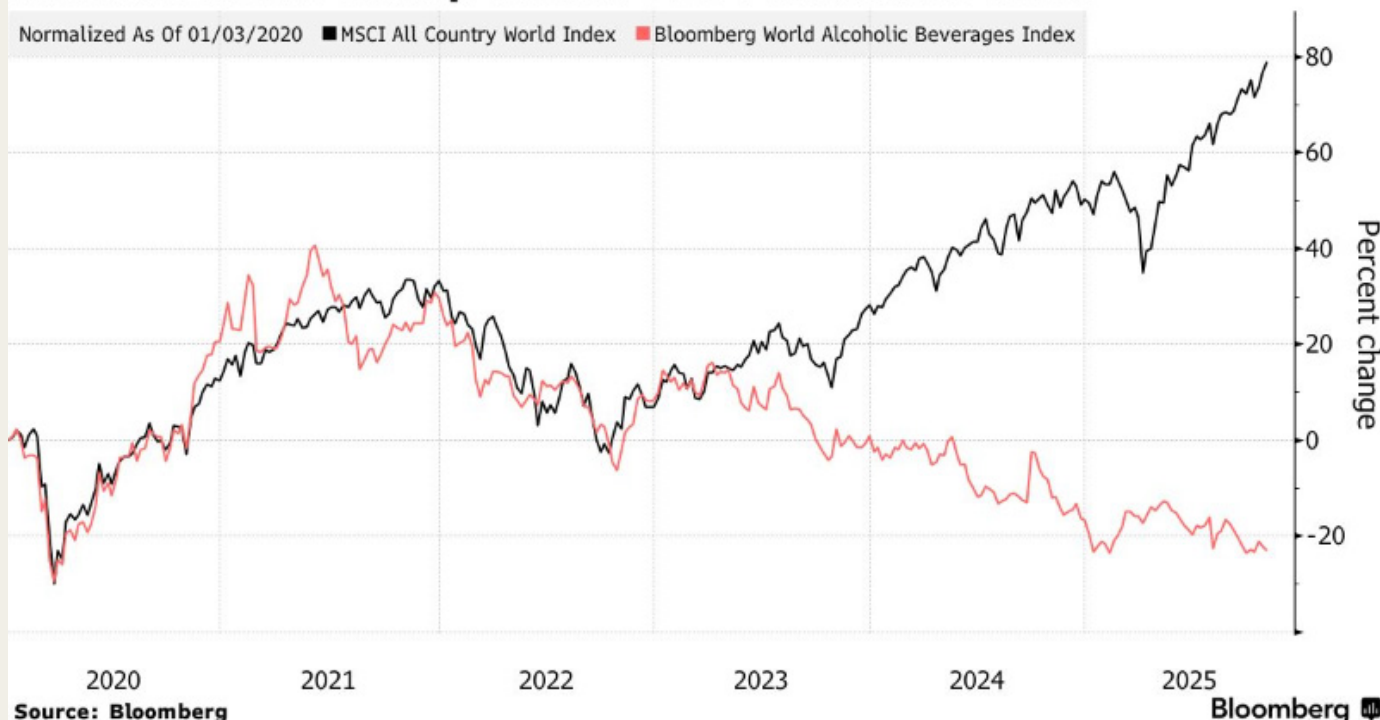
Απώλειες \$830 δις. σε μια τετραετία έχουν καταγράψει οι μετοχές των κορυφαίων εισηγμένων εταιρειών μπύρας, κρασιού και οινοπνευματωδών ποτών παγκοσμίως, με τον κλάδο να είναι αντιμέτωπος με τεκτονι-

κές αλλαγές, κυρίως όσον αφορά τις συνήθειες κατανάλωσης αλκοόλ.

Σύμφωνα με το Bloomberg, ο σχετικός δείκτης για περίπου 50 εταιρείες βρίσκεται 46% κάτω από το ρεκόρ του Ιουνίου 2021.



Alcohol Stocks Slump Below Pre-Pandemic Levels



ΡΙΖΙΚΕΣ ΑΛΛΑΓΕΣ

Η αλλαγή των καταναλωτικών συνθηθειών και οι εντεινόμενες ανησυχίες για την υγεία έχουν πλήξει την κερδοφορία, σε συνδυασμό με τους αμερικανικούς δασμούς, την επίδραση των υψηλών επιτοκίων στις καταναλωτικές δαπάνες και τις αυξημένες τιμές των εμπορευμάτων. Ειδικά, στην Κίνα, η μειωμένη καταναλωτική ισχύς των νοικοκυριών και η απαγόρευση του αλκοόλ σε επίσημες εκδηλώσεις έχουν επιδεινώσει την πτωτική τάση.

ΣΕ ΑΔΙΕΞΟΔΟ ΟΙ ΕΤΑΙΡΕΙΕΣ

Ως αποτέλεσμα οι εταιρείες πιέζονται, έχοντας μείνει πίσω από τα ρεκόρ ανόδου που καταγράφονται στις παγκόσμιες αγορές. "Υπάρχει μια διαρθρωτική αλλαγή σε εξέλιξη - οι άνθρωποι πίνουν λιγότερο", δήλωσε η Sarah Simon, αναλύτρια της Morgan

Stanley. Μεταξύ άλλων, η μετοχή της Diageo έχει υποχωρήσει στα χαμηλότερα επίπεδα της τελευταίας δεκαετίας, ενώ η Brown-Forman και η αυστραλιανή Treasury Wine Estates σημείωσαν παρόμοια πτώση. Αντιστοίχως, η κινεζική Kweichow Moutai διαπραγματεύεται σε τιμή χαμηλότερη κατά 40% από το υψηλό του 2021. Η πτώση ενδέχεται να συνεχιστεί, καθώς οι παραγωγοί είναι αντιμέτωποι και με αυξημένα επίπεδα χρέους και αναταραχές στη διοίκηση, αφού προσαρμόζονται σε έναν κλάδο υπό συνεχή μεταβολή, σύμφωνα με την Simon.

ΜΕΤΑΒΑΛΛΟΜΕΝΑ ΠΡΟΤΥΠΑ

Η κύρια πρόκληση που αντιμετωπίζει ο κλάδος είναι η αλλαγή συμπεριφοράς των καταναλωτών. Τον Αύγουστο, ο δείκτης Gallup που αναφέρεται στην κατανάλωση αλκοόλ στις ΗΠΑ, μειώθηκε στο χαμηλό-

τερο επίπεδο από το 1939. Η τάση αποχής από το αλκοόλ έχει ενισχυθεί, ενώ η εμφάνιση εναλλακτικών λύσεων αλκοόλ, όπως η κάνναβη, έχουν επίσης μειώσει τις πωλήσεις ποτών.

ΝΕΑ ΛΑΝΣΑΡΙΣΜΑΤΑ ΚΑΙ DEALS

Η κρίση έχει οδηγήσει σε μια σειρά νέων συμφωνιών και λανσαρισμάτων προϊόντων:

- η Carlsberg A/S παρουσίασε έναν μη αλκοολούχο μπλιτ
- η Davide Campari-Milano NV λάνσαρε το μη αλκοολούχο Crodino στις ΗΠΑ
- η Diageo εξαγόρασε την Ritual Zero Proof Non-Alcoholic Spirits
- η Moët Hennessy απέκτησε μερίδιο στην Bloom, που παράγει ανθρακούχα ποτά

Επιπλέον, υπήρξαν πιο δραματικές εξελίξεις, όπως αναδιαρθρώσεις και περικοπές θέσεων εργασίας. Φέτος, άλλαξαν οι CEOs

των Diageo, Remy Cointreau και Campari στην Ευρώπη, της Treasury Wine στην Αυστραλία, της Molson Coors Beverage στις

ΗΠΑ και της Suntory Holdings στην Ιαπωνία, ενώ η Moutai είδε δύο Προέδρους να αποχωρούν σε λιγότερο από μία διετία.

Alcohol Stock Gauge Trades at Cheapest Level Since 2012

■ Bloomberg World Alcoholic Beverages - BEst P/E Ratio 12m fwd



• ΚΥΡΙΑΖΗΣ ΦΡΟΥΤΑ ΕΤΡΕΞΕ 24,1% ΣΤΟ ΕΞΑΜΗΝΟ – ΠΩΛΗΣΕΙΣ €28,35 ΕΚΑΤ. ΤΟ 2024

Ανάπτυξη 24,1% εμφάνιζε στο α' εξάμηνο του 2025 η Κυριαζής Φρούτα.

Πέρυσι η εταιρεία έτρεξε με ρυθμό της τάξης του 43,47%, εμφανίζοντας πωλήσεις €28,35 εκατ. ενώ η κερδοφορία πιέστηκε λόγω της αύξησης των εξόδων διοίκησης και διάθεσης.

DATA (σε €χιλ.)

Κύκλος εργασιών

2024: 28.349

2023: 19.760

2022: 13.366

Κέρδη προ φόρων

2024: 901,1

2023: 2.051

2022: 569,2

Καθαρά κέρδη

2024: 676,7

2023: 1.597

2022: 438,2



TAMEIO ΚΑΙ ΔΑΝΕΙΑ

Τα ταμειακά διαθέσιμα της εταιρείας αυξήθηκαν πέρυσι κατά 21,54% και διαμορφώθηκαν σε €1,61 εκατ., ενώ τα δάνεια αυξήθηκαν σημαντικά, στα επίπεδα των €5,06 εκατ. από €1,12 εκατ. την αμέσως προηγούμενη χρονιά.

ΠΡΟΦΙΛ

Η εταιρεία, η οποία διαθέτει σύγχρονες εγκαταστάσεις συσκευασίας και αποθή-

κευσης στο Τραγάνι Σαγαϊτικών Αχαΐας, έχει ως κύριο αντικείμενο τη συσκευασία – τυποποίηση φραουλών και εν γένει φρούτων – λαχανικών και γεωργικών πρωτογενών προϊόντων, καθώς και το εμπόριο αυτών, στην Ελλάδα και το εξωτερικό. Το 90% της παραγωγής της κατευθύνεται στις διεθνείς αγορές.

Μάκης Αποστόλου
makis@notice.gr

• JERONIMO MARTINS

ΚΛΕΙΔΙ ΓΙΑ ΤΗΝ ΑΝΑΠΤΥΞΗ Η ΠΟΛΩΝΙΚΗ BIEDRONKA

Να διατηρήσει τις χαμηλές τιμές απορροφώντας την αύξηση κόστους καλείται η μεγαλύτερη αλυσίδα λιανικής πώλησης τροφίμων της Πολωνίας, Biedronka, που ανήκει στην

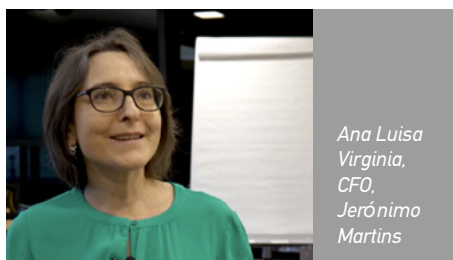
πορτογαλική Jerónimo Martins, προκειμένου να διατηρήσει την κερδοφορία της, όπως ανέφερε η CFO, Ana Luisa Virginia. Σύμφωνα με την ίδια, παρά τα θετικά οικο-

νομικά αποτελέσματα της Jerónimo Martins, το ανταγωνιστικό περιβάλλον στην πολωνική αγορά επιβραδύνει τις προοπτικές ανάπτυξης της Biedronka.

(€ Million)	9M 25		9M 24		Δ	Q3 25		Q3 24		Δ
Net Sales and Services	26,534		24,765		7.1%	9,138		8,467		7.9%
Gross Profit	5,460	20.6%	5,066	20.5%	7.8%	1,894	20.7%	1,749	20.7%	8.3%
Operating Costs	-3,648	-13.7%	-3,433	-13.9%	6.3%	-1,230	-13.5%	-1,156	-13.6%	6.5%
EBITDA	1,811	6.8%	1,633	6.6%	10.9%	664	7.3%	593	7.0%	11.9%
Depreciation	-848	-3.2%	-779	-3.1%	8.9%	-286	-3.1%	-265	-3.1%	7.9%
EBIT	964	3.6%	855	3.5%	12.8%	378	4.1%	328	3.9%	15.2%
Net Financial Costs	-243	-0.9%	-195	-0.8%	24.7%	-85	-0.9%	-64	-0.8%	32.2%
Gains/Losses in Joint Ventures and Associates	-1	0.0%	-1	0.0%	19.8%	0	0.0%	0	0.0%	13.1%
Other Profits/Losses	-66	-0.2%	-74	-0.3%	n.a.	-6	-0.1%	-12	-0.1%	n.a.
EBT	654	2.5%	585	2.4%	11.8%	286	3.1%	251	3.0%	14.0%
Income Tax	-163	-0.6%	-140	-0.6%	16.2%	-63	-0.7%	-57	-0.7%	10.1%
Net Profit	492	1.9%	445	1.8%	10.4%	223	2.4%	193	2.3%	15.2%
Non-Controlling Interests	-8	0.0%	-6	0.0%	46.2%	-8	-0.1%	-6	-0.1%	34.4%
Net Profit Attributable to JM	484	1.8%	440	1.8%	10.0%	214	2.3%	187	2.2%	14.6%
EPS (€)	0.77		0.70		10.0%	0.34		0.30		14.6%
EPS without Other Profits/Losses (€)	0.87		0.80		8.6%	0.35		0.31		11.6%

ΚΛΕΙΔΙ ΟΙ ΤΙΜΕΣ

"Η πολωνική αγορά συνεχίζει να είναι πολύ, πολύ ανταγωνιστική... και πρέπει να συνεχίσουμε να είμαστε οι ηγέτες στις τιμές", εξήγησε, προσθέτοντας ότι η Biedronka "δεν είναι τόσο πρόθυμη να μετακυλήσει όλο το βάρος του πληθωρισμού" στους καταναλωτές και στοχεύει να μειώσει το κόστος. Σύμφωνα με την ίδια, αυτό το μοντέλο προστατεύει την κερδοφορία, αφού το περιθώριο EBITDA της Biedronka αυξήθηκε στο



Ana Luisa Virginia,
CFO,
Jerónimo Martins

7,9%, από 7,7% έναν χρόνο νωρίτερα, παρά τον ανταγωνισμό.

ΕΠΕΚΤΑΣΗ ΣΕ ΠΟΛΩΝΙΑ-ΣΛΟΒΑΚΙΑ

Τον Σεπτέμβριο, η Biedronka απαριθμούσε 3.829 καταστήματα στην Πολωνία, έχοντας ανοίξει 99 νέα σημεία φέτος. Στόχος της εταιρείας είναι 130-150 νέα καταστήματα το 2025. Μετά το άνοιγμα του πρώτου καταστήματός της στην Σλοβακία τον Μάρτιο, διαθέτει πλέον 8 καταστήματα στη χώρα και αναμένεται να φτάσει τα 50 μέχρι το τέλος του έτους.

• ATHENS BAR SHOW 2025 ΕΠΙΣΤΡΕΦΕΙ ΣΤΙΣ 4 ΝΟΕΜΒΡΙΟΥ ΚΛΕΙΝΟΝΤΑΣ 15 ΧΡΟΝΙΑ ΠΑΡΟΥΣΙΑΣ

Δεκαπέντε χρόνια γιορτάζει το Athens Bar Show που επιστρέφει φιλοξενώντας εκατοντάδες εκθέτες, δεκάδες σεμινάρια, masterclasses και γευστικές εμπειρίες. Την αυλαία ανοίγει το Official Opening Party Athens Bar Show x Metaxa στο Κέντρο Αθηνών, ενώ η διοργάνωση κορυφώνεται με το International Closing Party. Φέτος, η έκθεση θέτει ως στόχο μια διοργάνωση 100% χωρίς πλαστικό μιας χρήσης, με τη χρήση ανακυκλώσιμων και γυάλινων ποτηριών και με πρακτικές που μειώνουν το περιβαλλοντικό αποτύπωμα.



INFO

- Ημερομηνία: 4&5/11
- Μέρος: Τεχνόπολη Δήμου Αθηναίων

ATHENS BAR WEEK

Από τις 2 έως τις 6 Νοεμβρίου, η Athens Bar Week 2025 θα αναδείξει την Αθήνα σε επίκεντρο της παγκόσμιας bar κουλτούρας, με περισσότερα από 200 bar events, guest shifts και pop-ups σε όλη την πόλη

• **ARTIZAN**

ΟΙ ΚΙΝΗΣΕΙΣ ΠΟΥ ΟΔΗΓΗΣΑΝ ΣΕ ΑΝΑΠΤΥΞΗ 7% ΣΤΟ ΔΕΚΑΜΗΝΟ ΠΑΡΑ ΤΗΝ ΠΤΩΣΗ ΤΩΝ ΕΞΑΓΩΓΩΝ ΚΑΙ ΤΙΣ ΔΥΣΚΟΛΙΕΣ ΣΤΗΝ ΑΓΟΡΑ

Αύξηση 7% σε αξία και διψήφια ανάπτυξη σε όγκο καταγράφει στο δεκάμηνο η Artizan, με τη διοίκηση της εταιρείας να αναφέρει στο Fnb Daily ότι είναι ικανοποιημένη από την πορεία της εταιρείας, μέλος του Switz Group στο έτος. Ο Διευθύνων Σύμβουλος της εταιρείας, Κώστας Μαρίνος, εξηγεί ότι το δεκάμηνο κρίνεται επιτυχημένο, και η εκτίμηση είναι ότι η χρονιά θα κλείσει σε αυτά τα επίπεδα, χωρίς να υπάρχουν σημαντικές μεταβολές το τελευταίο δίμηνο.

DATA (σε €χιλ.)

Κύκλος εργασιών

2024: 13.954

2023: 14.620

Μεταβολή: (4,56%)

Μικτό αποτέλεσμα

2024: 4.942

2023: 4.952

Μεταβολή: (0,20%)

Αποτέλεσμα προ τόκων και φόρων

2024: 848

2023: 1.144

Μεταβολή: (25,87%)

Καθαρά κέρδη

2024: 56

2023: 255

Μεταβολή: (78,04%)



είται ενεργά, καθώς και τη διεύρυνση της παρουσίας της σε αγορές όπου μέχρι πρό-
σφατα δεν είχε παρουσία.

Από πέρυσι η Artizan επεκτείνεται τόσο σε επίπεδο προϊόντων, όσο και σε επίπεδο πε-
λατολογίου, ενώ η φετινή ανάπτυξη σχετίζε-
ται κυρίως με την κατηγορία των λιπαρών,
καθώς η συγκεκριμένη αγορά διαθέτει με-
γαλύτερη βάση και δυναμική.

ΕΞΑΓΩΓΕΣ

Οι εξαγωγές της Artizan το 2024 είχαν ση-
μειώσει άνοδο 2%, ενώ φέτος καταγράφουν
μείωση της τάξης του 10%. Η εταιρεία εξα-
γει συνολικά σε έξι χώρες, με βασική αγορά
την Ρουμανία, ενώ δραστηριοποιείται επίσης
στην Βουλγαρία, την Αλβανία, την Μολδαβία
και την Βόρεια Μακεδονία. Στη στρατηγική
ανάπτυξη πενταετίας για την εταιρεία περι-
λαμβάνεται και η ενίσχυση του τομέα των
εξαγωγών, αν και προτεραιότητα παραμένει
η ελληνική αγορά.

Στέλλα Αυγουστάκη
stella@notice.gr



• **ILLY**

ΠΑΡΟΥΣΙΑΣΕ ΤΗΝ ΠΡΩΤΟΒΟΥΛΙΑ "WHY WE MAKE IT"

Μετά τα pop-ups σε Μιλάνο και Νέα Υόρ-
κη, ο illy επέλεξε το Σύνταγμα στην Αθήνα
ως επόμενο σταθμό παρουσίασης της δι-
εθνούς πρωτοβουλίας "Why We Make It".

ΠΙΣΩ ΑΠΟ ΤΗΝ ΠΑΡΑΓΩΓΗ ΚΑΦΕ

Στο πλαίσιο της δράσης, το κοινό συμμε-
τείχε σε:

- γευσιγνωσίες espresso
- διαδραστικές εμπειρίες αρωμά-
των με την καθοδήγηση ειδικών της
Università del Caffè
- στο memory game για τον κόσμο του
καφέ

Τέλος, παρουσιάστηκε το καλλιτεχνικό
project "illy Take Art Away", που υλοποι-
ήθηκε από τον illy και την Kafea Terra σε
συνεργασία με την Ανωτάτη Σχολή Κα-
λών Τεχνών.

• **HORECA**

Το 2024 αποτέλεσε έτος ενίσχυσης του
HoReCa, που πλέον αντιπροσωπεύει πε-
ρίπου το 1/3 των συνολικών εργασιών της
εταιρείας, με τα υπόλοιπα 2/3 να αφορούν το
κομμάτι των πρώτων υλών. Ωστόσο πέρυσι,
όπως και φέτος, σύμφωνα με τον κ. Μαρί-
νο, υπήρξαν δυσκολίες ανάπτυξης στην αγο-
ρά για όλες τις εταιρείες του κλάδου. "Το πε-
ρυσινό καλοκαίρι δεν ήταν τόσο παραγωγικό
όσο περίμενε ο κλάδος. Το ίδιο συνέβη και
φέτος. Αν και δεν ήταν όλοι οι μήνες κακοί
ή όλοι μέτριοι, ωστόσο, δεν υπήρξε διαφο-
ρά", ανέφερε.

Η ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΗ

Έχοντας το παράδειγμα του 2024, η εταιρεία
ενίσχυσε ακόμα περισσότερο φέτος το μείγ-
μα πελατών της, την ανάπτυξη νέων κατηγο-
ριών προϊόντων στις οποίες δραστηριοποι-

• Debrief •

ΜΙΑ ΧΩΡΑ ΕΣΠΑ

“Κάτσε να δούμε, τώρα με το ΕΣΠΑ μπορεί να γίνει κάτι με το στεγαστικό”, μου είπε ένας φίλος. Πήγα να πω κάτι, αλλά συγκρατήθηκα και συγκατάνευσα με ένα κούνημα του κεφαλιού. Τα γνωστά ταμπελάκια “Το έργο αυτό συγχρηματοδοτήθηκε με πόρους από το τάδε ή το δείνα πρόγραμμα” τα έχω δει σχεδόν παντού, από δημόσιες υποδομές, μέχρι επιχειρήσεις. Τώρα φαίνεται πως έρχονται και στο στεγαστικό, όπως διαβάζουμε σε διάφορα ρεπορτάζ. Εύλογα μπορεί κάποιος να πει ότι οι επιδοτήσεις δεν είναι κάποιο ελληνικό προνόμιο, τρέχουν σε όλη την Ευρώπη. Σωστά, αν και δεν ξέρω σε ποια έκταση. Και για να είμαι ειλικρινής δεν με ενδιαφέρει, γιατί τη λογική “επιδοτήσεις, voucher, επιδόματα” τη θυμάμαι από μικρό παιδί. Και δεν είμαι και μεγάλος... fan, γιατί στο δικό μου μυαλό συνιστά επιβεβαίωση ότι η ελληνική οικονομία είναι μία από τις τελευταίες σοσιαλιστικές οικονομίες στον κόσμο.

Έχουμε εκπαιδευτεί να περιμένουμε πότε θα ανοίξει το επόμενο πρόγραμμα που επιδοτεί κάτι (για να μην κρυβόμαστε, περιμένω πως και πως πότε θα βγει το επόμενο πρόγραμμα για ηλιακό θερμοσίφωνα γιατί ξεχάστηκα και δεν κατέθεσα αίτηση σε αυτό που έχει κλείσει). Κάπου, κάπως, κάποτε θα τρέξει κάποιο πρόγραμμα που θα μας δώσει τη δυνατότητα να απλώσουμε τα πόδια μας λίγο παραπάνω από εκεί που φτάνει το πάπλωμά μας. Και όχι μόνο αυτό. Τρέχεις, ψάχνεις να δεις αν δικαιούσαι να ενταχθείς στο α' ή το β' πρόγραμμα, κάνεις χαρτιά, τα καταθέτεις μήνες πριν την προθεσμία, υπολογίζεις σε κάποια ενίσχυση και στο τέλος μένεις απ' έξω επειδή οι πόροι εξαντλήθηκαν. Και πώς να μην εξαντληθούν, αφού μαζί με εσένα έχει καταθέσει τα ίδια χαρτιά και η μισή Ελλάδα. Και κάπως έτσι η ζωή συνεχίζεται. Με την ελπίδα, από τη μεριά μας, ότι στην επόμενη επι-

δότηση θα είναι η σειρά μας, και την υπόσχεση, από τη μεριά του κράτους, ότι θα υπάρξει και επόμενη και επόμενη και επόμενη επιδότηση. Ωραία, θα πει κάποιος, και τίθες να γίνει; Μήπως λέω, αν όλη η ενέργεια, οι σχεδιασμοί, οι προγραμματισμοί, οι ώρες εργασίας που έχουν αφιερωθεί εδώ και δεκαετίες στη σύνταξη και διεκδίκηση των κάθε λογής προγραμμάτων ενίσχυσης, είχαν αφιερωθεί στην επίλυση δομικών προβλημάτων και την άρση επιχειρηματικών εμποδίων, μήπως η μορφή της οικονομίας μας ήταν άλλη; Μήπως σε αυτή την περίπτωση πολίτες και επιχειρηματίες είχαν μεγαλύτερο πάπλωμα με ιδίες δυνάμεις, και έτσι θα άπλωναν τα πόδια τους όσο οι ίδιοι ήθελαν; Μήπως, δηλαδή, θα ήταν καλύτερα αν είχαμε κράτος, αντί για κράτος-πατερούλη; Είναι επιθυμητό; Θέλουμε;

Γιάννης Παλιούρης
giannis@notice.gr

Business Maker

ΕΝΑ ΜΕΤΡΟ ΠΟΥ ΘΥΜΟΥΝΤΑΝ ΜΟΝΟ ΟΙ ΠΡΟΜΗΘΕΥΤΕΣ ΚΑΙ... Ο ΥΠΟΥΡΓΟΣ

Σε μια σκωπτική δήλωση προχώρησε γνωστός λιανέμπορος αναφορικά με το Καλάθι του Νοικοκυριού και την απόσυρσή του, ύστερα από τρία χρόνια. “Έτσι και αλλιώς, μόνο ο υπουργός και οι προμηθευτές μας, οι οποίοι έπρεπε να το συντηρούν, το θυμούνται. Ο καταναλωτής το είχε ξεχάσει από καιρό”, αναφέρει χαρακτηριστικά, επισημαίνοντας παράλληλα πως δεν πρόκειται να αλλάξει κάτι στην αγορά.

Αφήνει, μάλιστα, να εννοηθεί πως, παρότι το μέτρο διαφημίστηκε υπερβολικά ως... ανάχωμα στην άνοδο των τιμών, τελικά η συμβολή, που είχε στην αντιμετώπιση της ακρίβειας, ήταν μάλλον ήσσονος σημασίας, αφού η εκρηκτική άνοδος των πρώτων υλών δεν άφηνε πολλά περιθώρια στις εταιρείες να απορροφήσουν το κόστος. Για την ιστορία, να θυμίσουμε τις αντιδράσεις, που προκλήθηκαν με την εφαρμογή

του μέτρου. Οι περισσότερες αφορούσαν την υπερβολική προβολή, που έτυχαν τότε, και με δηλώσεις της τότε πολιτικής ηγεσίας του υπουργείου Ανάπτυξης, τα προϊόντα ιδιωτικής ετικέτας σε αντίθεση με τα επώνυμα. Μάλιστα, στην αρχή οι βιομηχανίες παραγωγής επώνυμων προϊόντων ήταν απρόθυμες να στηρίξουν την πρωτοβουλία. Στη συνέχεια, ωστόσο, έσπευσαν να στηρίξουν την προσπάθεια...

ΤΟ ΚΛΕΙΔΙ ΓΙΑ ΤΗΝ ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΤΗΣ ΤΣΙΛΙΛΗΣ ΚΑΙ Η ΠΟΡΤΑ ΣΤΑ FUND

Σε αναπτυξιακή τροχιά βρίσκεται η ποτοποιία Τσιλιλή, η οποία, όπως πληροφορείται το Fnb Daily, αναμένεται να κλείσει τη φετινή χρονιά με αύξηση πωλήσεων περίξ του 7%. Η εταιρεία του Κώστα Τσιλιλή έχει καταφέρει να κάνει διασπορά κινδύνου, έχοντας χαρτοφυλάκιο προϊόντων, που απλώνεται από τα αποστάγματα έως το κρασί, αλλά και παρουσία σε πολλά κανάλια. Έτσι, σήμερα, που η εστίαση αλλά και γενικότερα το εισόδημα των νοι-

κοκυριών δοκιμάζονται, πετυχαίνει να αντισταθμίσει τις απώλειες από άλλες πηγές. Καταλυτικό ρόλο παίζουν και οι εξαγωγές, οι οποίες αυτή τη στιγμή συνεισφέρουν το 20% του κύκλου εργασιών. Στον αντίποδα, πηγή προβληματισμού εξακολουθεί να αποτελεί η γερμανική αγορά, η οποία έχει εισέλθει σε καθοδική πορεία, λόγω των δυσκολιών, που ταλανίζουν την οικονομία της χώρας. Η στρατηγική ανάπτυξης στο εξωτερικό παραμένει

ψηλά στην ατζέντα και τα στελέχη της εταιρείας συνεχίζουν να αναζητούν νέες αγορές για να διοχετεύσουν τα προϊόντα τους, με έμφαση τις χώρες, που υπάρχει ισχυρή ελληνική ομογένεια. Η καλή πορεία, όπως μαθαίνουμε, έχει προσελκύσει το ενδιαφέρον διάφορων fund, που έκαναν κρούση και κατέθεσαν πρόταση εξαγοράς. Όλες, ωστόσο, οι προτάσεις απορρίφθηκαν, αφού ο Κώστας Τσιλιλής διαμηνύει πως δεν πουλάει...

Business Insight

ΑΕΓΕΑΝ: Η ΕΥΡΩΠΑΪΚΗ ΠΡΩΤΙΑ ΜΕ ΤΗΝ ΑΠΕΥΘΕΙΑΣ ΣΥΝΔΕΣΗ ΜΕ ΒΑΓΔΑΤΗ ΚΑΙ Η ΣΗΜΑΣΙΑ ΤΗΣ

Η ανακοίνωση πως η **Aegean** δρομολογεί προς **Βαγδάτη**, με την πρώτη - απ' ευθείας πτήση - να ορίζεται για τις 16 Δεκεμβρίου, έδειξε να ξαφνιάζει μέρος της επιχειρηματικής/επενδυτικής κοινότητας. Ωστόσο, το γεγονός πως η **είδηση έγινε γνωστή από τον Υπ. Εξωτερικών, Γιώργο Γεραπετρίτη**, προσδίδει την ουσία της ενέργειας, πολύ δε περισσότερο από τη στιγμή που πραγματοποιήθηκε μετά το πέρας της συνάντησης του με τον Ιρακινό ομόλογο του, **Fuad Hussein**. Το σχετικό πλάνο, όπως μεταδόθηκε στα διεθνή Μέσα (Euronews, Iraqi TV e.t.c) με φόντο τις σημαίες Ελλάδας-Ιράκ, ήταν αυτό που λένε... χίλιες αναλύσεις. Συνεκτιμώντας πως η **Aegean είναι η πρώτη εταιρεία χώρας-μέλους της ΕΕ που εγκαινιάζει απ' ευθείας σύνδεση**,

το όλο εγχείρημα εκφεύγει του αυστηρά επιχειρηματικού, όταν μάλιστα έχει προηγηθεί **ανάλογη σύνδεση με το Ερμπίλ, πρωτεύουσα της κουρδικής περιφέρειας του Ιράκ**. Η Aegean δρομολογεί προς/από το Ερμπίλ - ήδη από τις 23 Φεβρουαρίου - με δύο δρομολόγια την εβδομάδα (Τετάρτη-Κυριακή) ενώ προετοιμάζεται να προσγειωθεί και στο **Maṭār Baġdād ad-Dawaliyy**, 16 χιλιόμετρα έξω από την ιρακινή πρωτεύουσα. Σημειωτέον πως στον μεγαλύτερο διεθνή αερολιμένα του Ιράκ δρομολογούν τόσο η **Turkish Airlines**, όσο η **Pegasus Airlines**. Κοινός τό-

πος πως η **Άγκυρα** μεθοδικά υλοποιεί πολιτική "ήπιας ισχύος" μέσω της **Turkish** - που χρηματοδοτείται αφειδώς με κρατικό χρήμα (*), διευρύνοντας την παρουσία της στην ευρύτερη Μέση Ανατολή-Αφρική, υποστηρίζοντας την επιχειρηματική/πολιτιστική διάδοση της τουρκικής κουλτούρας.

Προφανές πως η **δρομολόγηση προς/από Βαγδάτη γίνεται λιγότερο με επιχειρηματικά/επενδυτικά κριτήρια και περισσότερο με γεωοικονομικής σημασίας**, ενισχύοντας την εκτίμηση όσων - εδώ και καιρό - θεωρούν ότι και η Αθήνα έχει τα δικά της "εργαλεία" για να σηματοδοτήσει την παρουσία της σε νευραλγικά σημεία - και διπλωματικού ενδιαφέροντος. Μάλιστα, σε αυτή τη συλλογιστική εντάσσουν και την **επικείμενη απ' ευθείας σύνδεση Ελλάδας-Ινδίας**, χωρών με αρχαιόθεν σχέσεις, και στην παρούσα περίοδο με κοινούς στόχους που ξεπερνούν το καθαρά τουριστικό.

Έχω αναφερθεί παλαιότερα πως, **επί της ουσίας πρόκειται για επέκταση, λοιπόν, που θα βάλει την Aegean στο άρμα του India-Middle East-Europe Economic Corridor (IMEC)**. Με όσα έχουν ειπωθεί από τους Ευτύχιο Βασιλάκη και Δημήτρη Γερογιάννη, Μάρτιο 2026 η Aegean ανοίγει φτερά για την Ινδία, μπαίνοντας σε μία αγορά με ισχυρή τάση και σημαντική κοινωνική τάση, που μπορεί και ενδιαφέρεται να επισκεφθεί τη χώρα μας.

Η συγκυρία, θα έλεγε κάποιος, ιδανική, καθώς οι εξελίξεις στα γεωπολιτικά αναβαθμίζουν σε όλα τα επίπεδα τις παραδοσιακά φιλικές σχέσεις Αθήνας - Δελχί. Η στρατηγική κίνηση της διοίκησης την ώρα που η Ινδία έχει περιορίσει δραστικά τη συνεργασία της με τουρκικές αεροπορικές εταιρίες και επιδιώκει να αναπτύξει στενότερες σχέσεις με την Ελλάδα. **Βασιλάκης και Γερογιάννης είχαν τα αντανάκλαστικά, διέγνωσαν έγκαιρα την ευκαιρία και μεθοδικά πέτυχαν να εξασφαλίσουν δύο Airbus A321neo XLR (Extra Long Range)**, που θα παραληφθούν Δεκέμβριο του 2025 και Ιανουάριο του 2026. Με αυτονομία έως 10,5 ώρες, τα νέα αεροσκάφη ανοίγουν για την Aegean τον δρόμο προς **προορισμούς μεγάλης εμβέλειας εκτός ΕΕ**, προσφέροντας πλήρως αναβαθμισμένες υπηρεσίες. Με αυτό τον τρόπο ξεπεράστηκε το εμπόδιο που αφορούσε τη χρονική μετάθεση της παράδοσης από την Airbus των ειδικά διαρρυθμισμένων A321n.

(*) αφελές το ερώτημα γιατί δεν έχει τεθεί ζήτημα αθέμιτου ανταγωνισμού, για την κρατικώς χρηματοδοτούμενη Turkish Airlines, στις Βρυξέλλες, καθώς αεροπορική χώρας μη μέλους της ΕΕ μεν, αλλά κόντρα στα συμφέροντα ευρωπαϊκών αερομεταφορέων, που μόνο λόγω Covid-19 επιτράπηκε η κεφαλαιακή ενίσχυση με δμόσιο χρήμα.

SÖ POSH!
the trendletter

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

Κάθε Σάββατο στις 9.30

ΤΟ ΕΒΔΟΜΑΔΙΑΙΟ NEWSLETTER

ΓΙΝΕ ΣΥΝΔΡΟΜΗΤΗΣ ΕΔΩ

• OB STREEM

ΔΙΕΘΝΗΣ ΔΙΑΚΡΙΣΗ ΓΙΑ ΤΟΝ ΟΡΦΕΑ ΒΕΪΝΟΓΛΟΥ ΑΠΟ ΤΗΝ INTERNATIONAL ASSOCIATION OF MOVERS

Με την ανώτατη διάκριση από την International Association of Movers (IAM) αναγνωρίστηκε η συμβολή του Προέδρου του ΔΣ τη OB Streem, Ορφέα Βεϊνόγλου, στον κλάδο logistics. Σύμφωνα με τη σχετική ανακοίνωση,

"η βράβευση στο Hall of Honor αποτελεί επιβεβαίωση της συνεισφοράς του στον χώρο των διεθνών μεταφορών και της συμβολής του στην ανάπτυξη του ελληνικού κλάδου logistics σε διεθνές επίπεδο".



SECRETCREIPE

Το δις εξαμαρτείν...

Όχι μία, αλλά δύο φορές - και ίσως και περισσότερες - προσπάθησε στο πέρασμα των χρόνων ο γνωστός επιχειρηματίας του κλάδου να δοκιμάσει την τύχη του στην καφεστίαση... τόσο εντός, όσο και εκτός Ελλάδος. Όλες ανεπιτυχώς. Παρ' όλα αυτά, όπως πληροφορείται το Fnb Daily, σχεδιάζει να προσπαθήσει ξανά. Μιαλό δεν βάζει, λένε οι συνεργάτες του...

Editorial

Σχολή για πωλητές

Ένα από τα βασικά χαρακτηριστικά της σημερινής περιόδου στο λιανεμπόριο είναι η πλήρης απόλωση της εμπειρίας για τον καταναλωτή. Ειδικά σε κομμάτια του λιανεμπορίου, όπου πραγματικά η ενίσχυση και διαρκής βελτίωση της εμπειρίας είναι προς όφελος και των ίδιων των καταστημάτων, καθώς οδηγεί, με μαθηματική ακρίβεια, σε περισσότερο τζίρο. Συζητούσα το Σάββατο με υψηλόβαθμο στέλεχος αλυσίδας και έλεγα ότι, δυστυχώς, σε καταστήματα ηλεκτρονικών ειδών, για παράδειγμα, όπου πραγματικά το περιθώριο αύξησης της πώλησης ανά καταναλωτή είναι Sky is the Limit, δεν νιώθεις την παραμικρή εμπειρία. Τα πάντα γίνονται μηχανικά, χωρίς ουδείς να σε τσιγκλάει για να σου παρουσιάσει όσο καλύτερα γίνεται, τόσο αυτό που θες να πάρεις, όσο και αυτά, τα οποία δεν είχες σκεφτεί να αγοράσεις, αλλά τελικά να σε κάνει να τα πάρεις! "Ξέρεις γιατί συμβαίνει αυτό; Διότι, πλέον του γεγονότος ότι οι νέες γενιές δεν νοιάζονται να κάνουν το κάτι παραπάνω, στην Ελλάδα δεν εκτιμούμε όσο πρέπει - έως καθόλου - το επάγγελμα του πωλητή. Το θεωρούμε μεταβατικό, όχι καριέρας. Και για αυτό δεν του δίνουμε την πρέπουσα σημασία", μου είπε. "Γιατί να μην έχουμε μια σχολή για πωλητές; Είτε κρατική, είτε/και ιδιωτική;". Και μου ανέφερε προσωπική του εμπειρία. Έψαχνε να αγοράσει κάτι σε είδος ρουχισμού. Μπήκε, λοιπόν, στο κατάστημα μιας εταιρείας, το brand της οποίας δεν είναι ελκυστικό, δεν είναι trendy. Εκεί, συνάντησε μια πωλήτρια, η οποία ήταν τόσο καλή στη δουλειά της, ώστε την έκανε να αγοράσει όχι ένα είδος, αλλά τρία! Διότι την έκανε να βιώσει μια εμπειρία, την οποία ουδέποτε περίμενε! Και αυτό, όπως μου είπε, είναι το καλύτερο παράδειγμα, που επιβεβαιώνει τα όσα προτείνει. Θα συμφωνήσω απολύτως. Μήπως να το ξαναδούμε όλοι όλο αυτό; Τόσο απλά.

Νεκτάριος Β. Νώτης
nectarios@notice.gr