



ΓΕΥΣΗ ΟΡΕΙΝΗΣ ΗΠΕΙΡΟΥ

Στα βουνά μας, φύση και άνθρωπος δίνουν τον καλύτερο εαυτό τους
για να σας προσφέρουν καθημερινά τη γεύση του τόπου τους.
Μια γεύση αυθεντική, μεστή, γεμάτη από την παράδοση και την ομορφιά του!



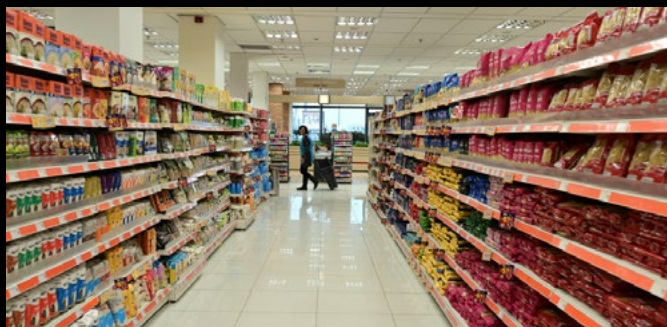
FNB SERVED **DAILY.**

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 20 ΙΟΥΛΙΟΥ 2026
ΤΕΥΧΟΣ 2370



• SUPER MARKETS

Στην τελική ευθεία η πρωτοβουλία
για μειώσεις τιμών



• ARRENA

Προς υλοποίηση το επενδυτικό πλάνο των €15 εκατ.
- Στόχος η αύξηση μεριδίου



• BIOΛANTA

Παραμένει επικεφαλής ο Κωνσταντίνος Τζιωρτζιώτης
- Συγκροτήθηκε σε σώμα το νέο ΔΣ



• AGRINO

Νέο επενδυτικό πλάνο €20 εκατ.
με ορίζοντα τριετίας

Editorial

Ζητείται συνέχεια...

Debrief

Big in Japan; Δεν φτάνει...

Business Insight

Γεννήτρια παραγωγής €20
δισ. το Euronext Athens

Business Maker

- Οι μειώσεις τιμών είναι η βιτρίνα, το ενδιαφέρον είναι αλλού...
- Η αγορά μπίρας μπαίνει τώρα στο πιο κρίσιμο τρίμηνο

SecretRecipe

Ο παρατρεχάμενος



FOOD FORWARD

From Farm to Future

2 SEASON

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



5-6 Νοεμβρίου 2026

HYATT REGENCY THESSALONIKI

ΜΕ ΤΗΝ ΑΞΙΟΠΙΣΤΙΑ ΤΗΣ



NOTICE

CONTENT & SERVICES



**DIMORAGKAS
VAIOS**

Managing Director,
NIELSENQ Greece
& Bulgaria



**KAKKAVAS
CHRISTOS**

Executive Advisor JLL,
Athens Economics



**KONTOS
DIMITRIS**

Chief Operating Officer,
METRO



**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



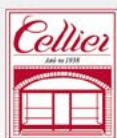
**ZOUKAS
KOSTAS**

President, PEMETE

POWERED BY

FORUM S.A.
TRADE SHOWS • PUBLICATIONS

SILVER SPONSORS



SUPPORTER

elvīda
FOODS

Για περισσότερες
πληροφορίες:



ΜΕ ΤΗΝ ΑΙΓΙΔΑ



• **ΖΥΘΟΠΟΙΑ ΠΗΝΕΙΟΥ**

ΤΡΙΠΛΑΣΙΑΣΕ ΤΑ ΣΗΜΕΙΑ ΠΩΛΗΣΗΣ ΣΤΗΝ ΛΑΡΙΣΑ - ΠΡΕΜΙΕΡΑ ΤΟΝ ΣΕΠΤΕΜΒΡΙΟ ΓΙΑ ΤΟΥΣ ΔΥΟ ΚΩΔΙΚΟΥΣ ΧΩΡΙΣ ΑΛΚΟΟΛ

Διψήφιο ρυθμό ανάπτυξης διατηρεί η Ζυθοποιία Πηνειού, σε μια σεζόν που κάθε άλλο παρά ιδανικά φαίνεται να εξελίσσεται για την αγορά της μπύρας και του αλκοόλ γενικότερα.

"Η κατανάλωση έχει πέσει σε μεγάλο βαθμό", δηλώνει στο Fnb Daily ο Πρόεδρος και Διευθύνων Σύμβουλος, Γιώργος Πέτρου, προσθέτοντας ότι "υπάρχουν σημεία που παλαιότερα χρειαζόνταν 6-7 βαρέλια την εβδομάδα και τώρα αρκούνται σε 2". Η αυστηροποίηση του πλαισίου για την οδήγηση και την κατανάλωση αλκοόλ έχει σαφώς παίξει ρόλο, σε συνδυασμό με τη μείωση του διαθέσιμου εισοδήματος αλλά και τη συγκράτηση που επιδεικνύουν στις δαπάνες τους, για άλλη μια χρονιά, οι τουρίστες από το εξωτερικό.

ΑΝΑΠΤΥΞΗ 10% ΣΤΟ ΕΞΑΜΗΝΟ

Παρά τις προκλήσεις, η εταιρεία έκλεισε το α' εξάμηνο με αύξηση 10% στην αξία πωλήσεων, γεγονός που οφείλεται σε μεγάλο βαθμό στην διεύρυνση του δικτύου και την τοποθέτηση σε περισσότερα σημεία πώλησης, ιδίως... εντός έδρας: "Στην Λάρισα ειδικά είμαστε φέτος σε τριπλάσια και παραπάνω σημεία σε σχέση με πέρυσι, αντισταθμίζοντας κάπως τη μείωση της κατανάλωσης", εξηγεί ο κ. Πέτρου. Πέρα από το HoReCa, στο σύνολο της Περιφέρειας Θεσσαλίας η Ζυθοποιία Πηνειού τοποθετείται σε όλες τις αλυσίδες super market, όπως και στη μικρή λιανική, πραγματοποιώντας μάλιστα η ίδια τη διανομή σε χονδρεμπόριο και κάβες. Παρουσία σε όλους τους μεγάλους retailers έχει και στην Θεσσαλονίκη ενώ στην Αθήνα συνεργάζεται με την Massokostas Bros και μέχρι στιγμής έχει τοποθετηθεί σε Σκλαβενίτη και ΑΒ Βασιλόπουλο.

DATA (σε €χιλ.)

Κύκλος Εργασιών

2024: 1.209

2023: 1.012

2022: 567

EBIT

2024: 81

2023: 82

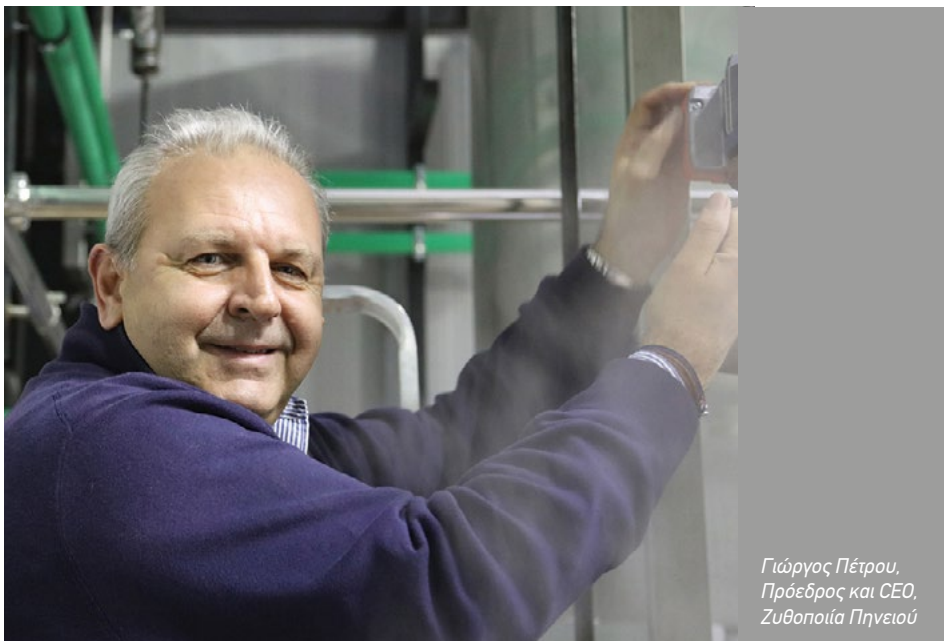
2022: (56)

Αποτέλεσμα μετά από φόρους

2024: 46

2023: 53

2022: (77)



Γιώργος Πέτρου,
Πρόεδρος και CEO,
Ζυθοποιία Πηνειού

ΤΟΝ ΑΥΓΟΥΣΤΟ Η ΕΓΚΑΤΑΣΤΑΣΗ ΤΟΥ ΕΞΟΠΛΙΣΜΟΥ

Μέσα στο Σεπτέμβριο, η Ζυθοποιία αναμένεται να κάνει το ντεμπούτο της στην κατηγορία του non alcohol, ξεκινώντας με δύο κωδικούς που θα παραπέμπουν σε μπύρες lager και horpy, αμφότερες με 0% αλκοόλ. "Θα ξεκινούσαμε νωρίτερα αλλά υπήρχαν κάποιες καθυστερήσεις στην άφιξη των μηχανημάτων από την Ιταλία", αναφέρει ο κ. Πέτρου, προσθέτοντας ότι η εγκατάσταση του εξοπλισμού θα πραγματοποιηθεί στα μέσα Αυγούστου και η παραγωγή θα ξεκινήσει άμεσα. "Εστω και προς το τέλος της σεζόν, τα λανσαρίσματα θα μας δώσουν την ευκαιρία να τεστάρουμε τις γεύσεις μας στην αγορά και να βγάλουμε κάποια συμπεράσματα", επισημαίνει ο επιχειρηματίας, αφήνοντας ανοικτό το ενδεχόμενο για παραγωγή επιπλέον κωδικών στην ίδια κατηγορία στο άμεσο μέλλον. Η επένδυση στην non-alcohol κατηγορία ανήλθε σε €500 χιλ. και αποτέλεσε την 4η φάση του επενδυτικού σχεδίου στη μονάδα της εταιρείας στη μονάδα Συκούριο. Είχαν προηγηθεί το 2025 παρεμβάσεις συνολικού ύψους €1,65 εκατ. στους αποθηκευτικούς χώρους, στη βελτίωση της ποιότητας, στη μείωση του ενεργειακού κόστους αλλά και στην γκάμα των συσκευσιών, στην οποία εντάχθηκε και το μεταλλικό κουτάκι. Έτσι, η Lola Pilsner και η Cambos Lager είναι πλέον διαθέσιμες και σε κουτάκια των 330 και 500 ml ενώ σε κουτάκι των 440 ml κυκλοφορούν η Ωκυρρόνη και η Lola IPA. Εξάλλου,

σε κουτάκι των 330 ml κυκλοφόρησε και η Pineios Sunshine, η νέα μπύρα που λανσάρισε η Ζυθοποιία το καλοκαίρι του 2025 και η οποία διατέθηκε και σε βαρέλι.

ΠΡΩΤΕΣ ΕΠΑΦΕΣ ΜΕ ΝΕΑ ΥΟΡΚΗ

Τα τελευταία χρόνια η Ζυθοποιία Πηνειού επιχειρεί να ενισχύσει και την εξωστρέφειά της, πραγματοποιώντας εξαγωγές σε Κύπρο, Αλβανία, Γαλλία και Ολλανδία. Ο επόμενος σταθμός πολύ πιθανό να είναι η Ιαπωνία, όπου, σύμφωνα με τον κ. Πέτρου, έχουν ήδη σταλεί κάποια δείγματα ενώ η πρόσφατη συμμετοχή στην Fancy Food έδωσε την ευκαιρία για κάποιες πρώτες επαφές που θα μπορούσαν να ανοίξουν την πόρτα της Νέας Υόρκης.

ΠΙΣΤΟΠΟΙΗΣΗ AFQ ΓΙΑ ΤΙΣ CRAFT

Αξίζει να σημειωθεί ότι στα τέλη Μαΐου craft μπύρες της εταιρείας απέσπασαν τη νέα πιστοποίηση AFQ (Activity FoodOxy Quality), επιβεβαιώνοντας τη βιοδραστική και αντιοξειδωτική δράση της σύνθεσής τους. Ειδικότερα, η Loches Beer με κάστανο Μελιβοίας από τον τοπικό Αγροτικό Συνεταιρισμό απέσπασε το απόλυτο 20/20 στην κλίμακα AFQ, η Lola IPA κατέγραψε 19/20 και οι Lola Porter και Lola Pilsner 18/20. Παράλληλα, πιστοποιήθηκαν και οι ετικέτες LOLA Belgian Ale, LoCo Herbal Ale και Cambos Lager.

Γιάννης Τσατσάκης
yannis@notice.gr

• ΑΦΟΙ ΠΑΠΑΓΙΑΝΝΗ

ΕΝΙΣΧΥΕΙ ΕΞΑΓΩΓΕΣ ΚΑΙ ΔΙΕΥΡΥΝΕΙ ΤΟ PORTFOLIO - ΑΛΜΑ ΚΕΡΔΩΝ 85% ΤΟ 2025

Σε διεύρυνση του χαρτοφυλακίου της, με έμφαση στην καινοτομία, τις κατηγορίες χωρίς ζάχαρη και τις διεθνείς αγορές, στρέφεται η Χαλβαδοποιία Αφοί Παπαγιάννη, την ώρα που οι οικονομικές επιδόσεις του 2025 επιβεβαιώνουν τη βελτίωση της λειτουργικής αποδοτικότητας.

Μέρος της ανάπτυξης έρχεται και από τις εξαγωγές, μιας και η Αφοί Παπαγιάννη δραστηριοποιείται σήμερα σε περισσότερες από 40 χώρες. Περίπου το 50% του κύκλου εργασιών προέρχεται από τις εξαγωγές, ποσοστό που αντιστοιχεί σε έσοδα άνω των €21 εκατ. για το 2025. Οι εξαγωγές στηρίζονται τόσο μέσω των επώνυμων προϊόντων της, όσο και μέσω συνεργασιών private label.

Βασικές αγορές αποτελούν το Ηνωμένο Βασίλειο, η Γαλλία και άλλες ευρωπαϊκές χώρες. Η Ευρώπη εξακολουθεί να αποτελεί τη μεγαλύτερη αγορά, οι Ηνωμένες Πολιτείες καταγράφουν αυξανόμενη ζήτηση για αυθεντικά ελληνικά προϊόντα, ενώ η Ασία βρίσκεται στο επίκεντρο των μεσοπρόθεσμων σχεδίων ανάπτυξης.

ΕΠΕΝΔΥΣΕΙΣ

Η εταιρεία υλοποιεί επενδυτικό πρόγραμμα, με τις υπό εκτέλεση επενδύσεις να ξεπερνούν ήδη τα €2 εκατ. Το επενδυτικό πρόγραμμα επικεντρώνεται στην ενίσχυση της παραγωγικής δυναμικότητας και στην ανάπτυξη νέων προϊόντων που ανταποκρίνονται στις σύγχρονες διατροφικές τάσεις.

ΠΡΟΪΟΝΤΑ

Σε επίπεδο προϊόντων, η φετινή στρατηγική επικεντρώνεται στην ανανέωση του portfolio. Η εταιρεία λάνσαρε την Σαρακοστή χαλβά με γέμιση speculoos, συνεχίζοντας τη στρατηγική ανάπτυξης νέων γεύσεων που ακολουθεί τα τελευταία χρόνια. Παράλληλα, επεκτάθηκε και στην αγορά των mini halva snacks, με νέους συνδυασμούς όπως βανίλια-κακάο, σοκολάτα-φράουλα και σοκολάτα-μπανάνα, διευρύνοντας την παρουσία της στην κατηγορία των convenience snacks. Ιδιαίτερο βάρος δόθηκε και στα προϊόντα zero sugar, μια αγορά που εμφανίζει έντονη ανάπτυξη. Μετά την επιτυχημένη πορεία του ταχινιού κακάο zero, προχωρά στο λανσάρισμα του ταχινιού πορτοκάλι zero, ενώ ενισχύει την κατηγορία με μπάρες χαλβά χωρίς ζάχαρη. Σύμφωνα με τη διοίκηση, το ταχί- νι κακάο zero συγκαταλέγεται στους πλέον



Βασίλης Μπατάλας, Διευθυντής Εξαγωγών, Αφοί Παπαγιάννη

επιτυχημένους κωδικούς του χαρτοφυλακίου, ενώ ο χαλβάς με στέβια διατηρεί ηγετική θέση στην κατηγορία του.

Παράλληλα, συνεχίζει να επενδύει στη βιολογική κατηγορία, διαθέτοντας βιολογικό χαλβά, ταχίνι και μπάρες, αν και αναγνωρίζει ότι πρόκειται για αγορά με διαφορετική δυναμική ανά χώρα και σημαντικά μεγαλύτερη διείσδυση στο εξωτερικό.

Η ΕΙΚΟΝΑ ΤΟ 2025

Η εταιρεία έκλεισε τη χρήση του 2025 με κύκλο εργασιών αυξημένο κατά 3,4%, με τα κέρδη προ φόρων να αυξάνονται κατά περίπου 85%. Σύμφωνα με την διοίκηση, πρόκειται για εξέλιξη που συνδέεται με τη βελτίωση του μικτού περιθωρίου κέρδους και τη μείωση του χρηματοοικονομικού κόστους. Θετικά συνέβαλε και το ότι τα αποτελέσματα του 2025 επιτεύχθηκαν χωρίς το έκτακτο έσοδο από ασφαλιστική αποζημίωση €733 χιλ. που είχε καταγραφεί το 2024 και συνδέεται με τις ζημιές που προκάλεσε η κακοκαιρία Daniel.

DATA (σε €χιλ.)

Κύκλος εργασιών	Κέρδη προ φόρων
2025: 42.487	2025: 3.862
2024: 41.105	2024: 2.082
Μεταβολή: 3,36%	Μεταβολή: 85,48%
Μικτό αποτέλεσμα	Καθαρά κέρδη
2025: 11.017	2025: 3.842
2024: 8.541	2024: 2.082
Μεταβολή: 28,98%	Μεταβολή: 84,53%

Στέλλα Αυγουστάκη
stella@notice.gr

SME
D A I L Y

Το καθημερινό
newsletter για
τη μικρομεσαία
επιχειρηματικότητα

Γίνε
συνδρομητής
ΔΩΡΕΑΝ
εδώ



ΚΥΚΛΟΦΟΡΕΙ ΔΩΡΕΑΝ

ΔΕΥΤΕΡΑ
- ΠΑΡΑΣΚΕΥΗ
ΣΤΙΣ **05:45**

Με την αξιοπιστία της

NOTICE
CONTENT & SERVICES

• ΠΑΓΚΟΣΜΙΟ ΚΥΠΕΛΛΟ 2026

ΤΑ RTD COCKTAILS ΤΟ... ΣΗΚΩΣΑΝ - ΞΕΠΕΡΑΣΑΝ ΤΗΝ ΜΠΥΡΑ ΣΕ ΑΥΞΗΣΗ ΠΩΛΗΣΕΩΝ

Η κατανάλωση κατά τη διάρκεια του Παγκοσμίου Κυπέλλου φαίνεται να αλλάζει χαρακτηριστήρα, με τα μη αλκοολούχα ποτά και τα έτοιμα προς κατανάλωση κοκτέιλ (RTD cocktails) να αναδεικνύονται στους μεγάλους κερδισμένους. Τα τελευταία στοιχεία της Circana δείχνουν ότι παρά τις σημαντικές επενδύσεις των μεγάλων ζυθοποιιών σε χορηγίες και καμπάνιες, η παραδοσιακή μπίρα δεν καταγράφει την επιθυμητή ανάπτυξη, επιβεβαιώνοντας τη μεταβολή των καταναλωτικών προτιμήσεων προς πιο ευέλικτες και πιο υγιεινές επιλογές.

Την πρώτη πλήρη εβδομάδα του τουρνουά:

- οι πωλήσεις των RTD κοκτέιλ αυξήθηκαν κατά 25,4% σε όγκο, σημειώνοντας τη μεγαλύτερη επίδοση μεταξύ όλων των κατηγοριών ποτών
- η μη αλκοολούχα μπίρα ενισχύθηκε κατά 10,9%,
- η συμβατική εγχώρια μπίρα ενισχύθηκε μόνο 2,2%

Σύμφωνα με την Sally Lyons Wyatt, Global Executive Vice President και Chief Advisor for Consumer Goods & Foodservice Insights της Circana, η εικόνα αυτή δεν αποτελεί συγχευτικό φαινόμενο και αναμένεται να δια-

τηρηθεί μέχρι την ολοκλήρωση της διοργάνωσης. Όπως επισημαίνει, το Μουντιάλ δεν δημιούργησε νέες καταναλωτικές συνήθειες, αλλά επιτάχυνε τάσεις που είχαν ήδη διαμορφωθεί στην αγορά, με τους καταναλωτές να αναζητούν μεγαλύτερη ποικιλία και πιο ισορροπημένες επιλογές.

ΤΙ ΚΑΝΟΥΝ ΟΙ ΜΕΓΑΛΟΙ ΟΜΙΛΟΙ

Παράλληλα, οι μεγάλοι όμιλοι του κλάδου συνεχίζουν να επενδύουν σημαντικά στη διοργάνωση. Η Michelob Ultra αποτελεί τον επίσημο χορηγό μπίρας του Παγκοσμίου Κυπέλλου, ενώ εταιρείες όπως η Diageo, η Molson Coors και η AB InBev έχουν αναπτύξει ειδικές καμπάνιες και προωθητικές ενέργειες.

Ωστόσο, οι προσπάθειες αυτές δεν έχουν μεταφραστεί σε αντίστοιχη αύξηση της κατανάλωσης μπίρας, καθώς η μακροχρόνια τάση περιορισμού της κατανάλωσης αλκοόλ εξακολουθεί να επηρεάζει την αγορά.

ΟΙ ΦΙΛΑΘΛΟΙ ΕΜΕΙΝΑΝ ΣΤΟ ΣΠΙΤΙ

Τα στοιχεία δείχνουν επίσης ότι η πλειονότητα των φιλάθλων επέλεξε να παρακολουθήσει τους αγώνες από το σπίτι ή σε συ-

γκεντρώσεις με φίλους και συγγενείς, ενώ μόλις το 7% δήλωσε ότι προτίμησε εστιατόριο ή μπαρ. Η συγκεκριμένη συμπεριφορά ενίσχυσε τις αγορές από τα σημεία λιανικής, τόσο σε ποτά όσο και σε συνοδευτικά προϊόντα.

Εκτός από τα RTD και τα μη αλκοολούχα ποτά, αυξημένη ζήτηση κατέγραψαν τα ενεργειακά ποτά, με άνοδο 10%, καθώς και το εμφιαλωμένο νερό. Θετικές επιδόσεις σημείωσαν επίσης κατηγορίες τροφίμων που συνδέονται με την παρακολούθηση αθλητικών διοργανώσεων, όπως:

- έτοιμα γεύματα
- λαχανικά
- pretzels
- ποπ κορν
- γλυκίσματα

Η Circana εκτιμά ότι αρκετές από αυτές τις κατηγορίες θα διατηρήσουν τη δυναμική τους και μετά το τέλος του Παγκοσμίου Κυπέλλου, καθώς η διεύρυνση των επιλογών και η στροφή των καταναλωτών προς προϊόντα που συνδυάζουν ευκολία και ισορροπημένη κατανάλωση δημιουργούν νέες ευκαιρίες ανάπτυξης για τη βιομηχανία τροφίμων και ποτών.



• **DEOLEO**

ΒΛΕΠΕΙ ΤΕΛΟΣ ΣΤΗΝ ΚΡΙΣΗ ΤΟΥ ΕΛΑΙΟΛΑΔΟΥ – ΣΤΑΘΕΡΟΠΟΙΕΙΤΑΙ Η ΑΓΟΡΑ ΜΕΤΑ ΤΗΝ ΤΡΙΕΤΙΑ ΑΝΑΤΑΡΑΞΕΩΝ

Η αγορά ελαιολάδου φαίνεται να αφήνει πίσω της μία από τις δυσκολότερες περιόδους των τελευταίων ετών, καθώς η μεγαλύτερη εταιρεία του κλάδου παγκοσμίως, η ισπανική Deoleo, εκτιμά ότι οι συνθήκες σταθεροποιούνται και η ισορροπία μεταξύ προσφοράς και ζήτησης αποκαθίσταται.

Η εταιρεία αποδίδει την επιστροφή σε πιο ομαλές συνθήκες τόσο στη βελτίωση της παραγωγής, όσο και στην αυξανόμενη ζήτηση, ιδιαίτερα στις Ηνωμένες Πολιτείες, όπου καθοριστικό ρόλο φαίνεται να διαδραματίζει ακόμη και η καινοτομία στη συσκευασία.

ΕΥΝΟΪΚΕΣ ΒΡΟΧΟΠΤΩΣΕΙΣ

Ο CEO της Deoleo, Cristóbal Valdés, δήλωσε ότι ο εξαιρετικά δύσκολος κύκλος που χαρακτήρισε την αγορά την περίοδο 2022-2024 αποτελεί πλέον παρελθόν. Όπως ανέφερε, οι ευνοϊκές βροχοπτώσεις στις βασικές ελαιοπαραγωγικές χώρες, μεταξύ αυτών και η Ισπανία, δημιουργούν προϋποθέσεις για ισχυρή παγκόσμια παραγωγή την επόμενη ελαιοκομική περίοδο, γεγονός που αναμένεται να ενισχύσει περαιτέρω τη σταθερότητα της αγοράς.

Η εκτίμηση αυτή έρχεται μετά από μια τριετία κατά την οποία η αγορά βρέθηκε αντιμέτωπη με ιστορικά υψηλές τιμές, εξαιτίας των παρατεταμένων ξηρασιών και των ακραίων θερμοκρασιών που περιορίσαν σημαντικά την παραγωγή στη νότια Ευρώπη. Παρά το γεγονός ότι αναλυτές εξακολουθούν να επισημαίνουν τους κινδύνους που συνδέονται με την κλιματική αλλαγή, τη λειψυδρία και τις ασθένειες των καλλιεργειών, η Deoleo εμφανίζεται αισιόδοξη ότι οι συνθήκες έχουν πλέον εξομαλυνθεί.

ΣΤΟΧΟΣ Η ΕΝΙΣΧΥΣΗ ΤΗΣ ΚΑΤΑΝΑΛΩΣΗΣ

Η αποκλιμάκωση των τιμών αποτελεί ήδη βασικό παράγοντα ενίσχυσης της κατανάλωσης. Σύμφωνα με τα τελευταία στοιχεία της Ευρωπαϊκής Επιτροπής, η τιμή του εξαιρετικά παρθένου ελαιολάδου στην Ισπανία διαμορφώνεται περίπου στα €3,9 ανά κιλό, έναντι του ιστορικού υψηλού των €9,3 που είχε καταγραφεί στις αρχές του 2024.

Η εξέλιξη αυτή έχει ενθαρρύνει περισσότερους Αμερικανούς καταναλωτές να εντάξουν το ελαιόλαδο στη διατροφή τους, ενισχύοντας



Cristóbal Valdés, CEO, Deoleo

τη ζήτηση σε μια από τις σημαντικότερες αγορές του κλάδου.

Ο ΡΟΛΟΣ ΤΗΣ ΣΥΣΚΕΥΑΣΙΑΣ

Παράλληλα, η εταιρεία διαπιστώνει ότι η ανάπτυξη δεν οφείλεται μόνο στη μείωση των τιμών. Σύμφωνα με τον Valdés, αυξάνεται σταθερά ο αριθμός των αμερικανικών νοικοκυριών που αγοράζουν ελαιόλαδο, ανεξαρτήτως εισοδήματος, ενώ σημαντική συμβολή έχει και η καινοτομία στις συσκευασίες. Χαρακτηριστικό παράδειγμα αποτελούν οι εύκαμπτες φιάλες τύπου squeeze, οι οποίες, σύμφωνα με την Deoleo, αντιπροσωπεύουν ήδη περίπου το 40% της ανάπτυξης της κατηγορίας στις ΗΠΑ. Η εταιρεία θεωρεί ότι τέτοιες λύσεις ανταποκρίνονται καλύτερα στις σύγχρονες μαγειρικές συνήθειες και προσελκύουν νεότερους καταναλωτές ή όσους δοκιμάζουν το ελαιόλαδο για πρώτη φορά.

• **ARRENA**

ΠΡΟΣ ΥΛΟΠΟΙΗΣΗ ΤΟ ΕΠΕΝΔΥΤΙΚΟ ΠΛΑΝΟ ΤΩΝ €15 ΕΚΑΤ. – ΣΤΟΧΟΣ Η ΑΥΞΗΣΗ ΜΕΡΙΔΙΟΥ

Επενδυτικό πρόγραμμα πάνω από €15 εκατ. τρέχει η Νερά Πηγών Γράμμου για το band Arrena, επιταχύνοντας τον αναπτυξιακό σχεδιασμό. Στόχος η ενίσχυση της παραγωγικής δυναμικότητας, η αύξηση των αποθηκευτικών χώρων και η ανάπτυξη της παρουσίας στην αγορά εμφιαλωμένου νερού, εντός και εκτός Ελλάδος.

ΕΙΣΟΔΟΣ ΣΕ ΓΥΑΛΙΝΕΣ ΣΥΣΚΕΥΑΣΙΕΣ ΚΑΙ ΕΝΙΣΧΥΣΗ ΣΕ RPET

Η επένδυση περιλαμβάνει την εγκατάσταση δύο νέων γραμμών εμφιάλωσης, μία σε γυάλινη και μία σε rPET συσκευασία, καθώς και την επέκταση των παραγωγικών και αποθηκευτικών χώρων, όπως πληροφορείται το FNB Daily.

Μέσω του συγκεκριμένου έργου η εταιρεία, πρόκειται να εισέλθει για πρώτη φορά στην κατηγορία της γυάλινης συσκευασίας, ενώ



Περικλής Κατριβάνος, Διευθύνων Σύμβουλος και Πρόεδρος του ΔΣ, Νερά Πηγών Γράμμου

με την ολοκλήρωση, η συνολική παραγωγική δυναμικότητα εκτιμάται ότι θα υπερβεί σε πολλαπλάσιο βαθμό αυτή του 2026.

Παράλληλα, για το 2027 βρίσκεται ήδη στον σχεδιασμό νέα αύξηση της δυναμικότητας στις συσκευασίες rPET, καθώς η υφιστάμενη γραμμή εμφιάλωσης αναμένεται να λει-

τουργεί με βαθμό αξιοποίησης που θα ξεπερνά το 95%.

Λόγω του αυξημένου επενδυτικού αποτυπώματος της περιόδου, το EBITDA εκτιμάται ότι θα διαμορφωθεί σε αρνητικό έδαφος, κοντά στα -€1,8 εκατ. έως το τέλος της χρήσης.

ΣΤΟΧΟΣ ΤΟ TOP 5

Σήμερα το Arrena είναι στην πρώτη οκτάδα της αγοράς εμφιαλωμένου νερού στην Ελλάδα, με τη διοίκηση της εταιρείας να θέτει ως στόχο την ένταξη στην πρώτη πεντάδα του κλάδου έως το 2031.

Με τα έως τώρα στοιχεία ο κύκλος εργασιών για το σύνολο του 2026 αναμένεται να ξεπεράσει τα €9 εκατ., έναντι €6,3 εκατ. το 2025, επιβεβαιώνοντας τη σταθερή αναπτυξιακή τροχιά της εταιρείας της οικογένειας Τσάκου.

Στέλλα Αυγουστάκη
stella@notice.gr

• **LIDL ΕΛΛΑΣ**

ΕΝΤΕΚΑ ΒΡΑΒΕΙΑ ΣΤΑ LOYALTY AWARDS ΓΙΑ ΤΗΝ ΨΗΦΙΑΚΗ ΚΑΙΝΟΤΟΜΙΑ ΚΑΙ ΤΗΝ ΕΜΠΕΙΡΙΑ ΠΕΛΑΤΗ

Μία βραδιά με αναγνώριση και επιβραβεύσεις ήταν η φετινή τελετή απονομής των Loyalty Awards 2026 για την Lidl Ελλάς. Η εταιρεία απέσπασε συνολικά 11 βραβεία, επιβεβαιώνοντας την ηγετική της θέση στην ψηφιακή καινοτομία, την προσωποποιημένη εμπειρία πελάτη μέσω του Lidl Plus, αλλά και την αδιάκοπη προσφορά της στην ελληνική κοινωνία μέσω στοχευμένων CSR ενεργειών.

ΟΙ ΔΙΑΚΡΙΣΕΙΣ

Αναλυτικά, οι διακρίσεις περιλαμβάνουν:

Gold Διακρίσεις

- Gold βραβείο στην κατηγορία "Best Personalization & Data Driven Loyalty Initiative", για τις προσωποποιημένες προσφορές και τα ψηφιακά παιχνίδια του Lidl Plus, που σχεδιάζονται με βάση τις πραγματικές ανάγκες του κάθε καταναλωτή
- Gold βραβείο στην κατηγορία "Most Innovative Initiative", για την εισαγωγή πρωτοποριακών καινοτομιών που ξε-

περνούν τα όρια ενός παραδοσιακού προγράμματος πιστότητας

- Gold βραβείο στην κατηγορία "Best in Retail", για την ψηφιακή καινοτομία στο λιανεμπόριο, η οποία αλλάζει ριζικά τα δεδομένα και επαναπροσδιορίζει την έννοια της επιβράβευσης

Silver Διακρίσεις

- Silver βραβείο στην κατηγορία "Best CSR Initiative", για την κοινωνική ενέργεια "Τα πολύτιμα δώρα που δεν χωρούν σε κουτιά"
- Silver βραβείο στην κατηγορία "Best CSR Initiative", για την υπεύθυνη πρωτοβουλία "Μαζί ενάντια στη βία κατά των παιδιών"

Bronze Διακρίσεις

- Bronze βραβείο στην κατηγορία "Best in-House Loyalty Team", για το πάθος, τη διορατικότητα και την εξαιρετική αποτελεσματικότητα της εσωτερικής ομάδας της Lidl Ελλάς
- Bronze βραβείο στην κατηγορία "Best Use of Data/ Customer Analytics", για

την επιτυχημένη ανάλυση των καταναλωτικών τάσεων με στόχο τη διαρκή εξέλιξη της ψηφιακής επιβράβευσης

- Bronze βραβείο στην κατηγορία "Best Use of CRM", για τη δημιουργία μιας σύγχρονης, απόλυτα προσωπικής και high-tech εμπειρίας για τον χρήστη της εφαρμογής
- Bronze βραβείο στην κατηγορία "Best Use of Gamification", για την ενσωμάτωση διαδραστικών παιχνιδιών που μετατρέπουν τις αγορές σε μια ευχάριστη εμπειρία
- Bronze βραβείο στην κατηγορία "Best Sustained Loyalty Initiative", για την ψηφιακή επανάσταση που επαναπροσδιόρισε την πιστότητα και την εξοικονόμηση στο ελληνικό λιανεμπόριο
- Bronze βραβείο στην κατηγορία "Best New Product / Service Loyalty Initiative", για το λανσάρισμα της νέας, ευέλικτης υπηρεσίας "Click & Pick" που διευκολύνει τις αγορές των καταναλωτών



Εβελίνα Συρίγου, Associate Consultant, Corporate Responsibility, Corporate Affairs & Sustainability, Lidl Ελλάς | Αναστασία Βουτσά, Associate Consultant, CRM & Loyalty, Lidl Ελλάς | Μαρία Ασημάκη, Team Manager, CRM & Loyalty, Lidl Ελλάς | Στέλιος Βουβούδης, Junior Consultant, CRM & Loyalty, Lidl Ελλάς | Ελένη Αρβαντιτίδου, Junior Consultant, CRM & Loyalty, Lidl Ελλάς | Έλενα Κικήρη, Associate Consultant, CRM & Loyalty, Lidl Ελλάς

• ΠΛΑΣΤΙΚΑ ΘΡΑΚΗΣ (EUROBANK EQUITIES)

Η ΣΥΣΚΕΥΑΣΙΑ ΒΑΣΙΚΟΣ ΠΥΛΩΝΑΣ ΚΕΡΔΟΦΟΡΙΑΣ ΤΟΥ ΟΜΙΛΟΥ - ΤΙ ΒΛΕΠΕΙ ΓΙΑ ΤΗΝ ΤΡΙΕΤΙΑ 2026-2028

Παρά τη συνεχιζόμενη αβεβαιότητα που συνδέεται με το αυξημένο κόστος πρώτων υλών και τη χαμηλή δραστηριότητα στον κατασκευαστικό κλάδο, οι προοπτικές του ομίλου Πλαστικά Θράκης για τη φετινή χρονιά παραμένουν πολύ θετικές, σύμφωνα με τελευταία έκθεση της Eurobank Equities.

Η χρηματιστηριακή η οποία αναβάθμισε την τιμή-στόχο για τη μετοχή στα €8 (από

€7,3 πριν), εκτιμά ότι η εξαγορά της ΒΗΑ Holdings ενισχύει το αναπτυξιακό προφίλ του ομίλου, προσθέτοντας νέες δυνατότητες σε Αυστραλία και Νέα Ζηλανδία.

Ο ΠΗΧΗΣ ΓΙΑ ΤΑ ΒΑΣΙΚΑ ΜΕΓΕΘΗ ΤΟΥ 2028

Για το 2026 προβλέπεται αύξηση των πωλήσεων κατά περίπου 9% και του EBITDA κατά 18%, ενώ σε μεσοπρόθεσμο ορίζοντα

η κερδοφορία αναμένεται να ενισχύεται, με το EBITDA να προσεγγίζει τα €65 εκατ. έως το 2028. Για τις πωλήσεις ο πήχης για το 2028 μπαίνει στα €478 εκατ.

Η ανάπτυξη αυτή στηρίζεται στη σταδιακή ανάκαμψη του κλάδου των Τεχνικών Υφασμάτων, στη διαχρονική ανθεκτικότητα του τομέα της Συσκευασίας και στην ενσωμάτωση της πλατφόρμας της ΒΗΑ.

Estimates					
€ mn	2024	2025	2026e	2027e	2028e
Revenues	370.4	389.6	426.3	456.8	477.7
EBITDA	41.4	48.4	56.9	61.8	64.8
EBIT	15.7	20.6	27.2	30.9	32.8
Net profit	10.4	18.8	19.8	22.4	24.2
EPS	0.24	0.43	0.45	0.51	0.55
DPS	0.24	0.25	0.28	0.29	0.30
Valuation					
	2024	2025	2026e	2027e	2028e
P/E	16.9x	9.2x	11.5x	10.1x	9.4x
Adj. EV/EBITDA	5.1x	4.7x	5.0x	4.5x	4.0x
EBIT/Interest Expense	3.3x	5.5x	6.8x	7.4x	8.9x
Dividend Yield	6.0%	6.2%	5.3%	5.6%	5.8%
ROE	3.8%	6.9%	7.1%	7.8%	8.1%
Source: Eurobank Equities Research.					

ΟΙ ΕΚΤΙΜΗΣΕΙΣ ΑΝΑ ΚΑΤΗΓΟΡΙΑ

Σε επίπεδο δραστηριότητας, η χρηματιστηριακή αναμένει σταδιακή ανάκαμψη του κλάδου Τεχνικών Υφασμάτων (Technical Fabrics) από μια βάση που παραμένει χαμηλή, με τις πωλήσεις να αναμένεται να αυξηθούν με ετήσιους ρυθμούς ανάπτυξης 5,4%, από τα €252 εκατ. το 2025 σε €296 εκατ. το 2028, χάρη στην αύξηση του όγκου πωλήσεων, την καλύτερη τιμολόγηση και τη βελτίωση του μείγματος προϊόντων, αν και εξακολουθεί να μην ενσωματώνει στις προβλέψεις της μια απότομη ανάκαμψη που θα τροφοδοτούνταν από τον κατασκευαστικό κλάδο στην Ευρώπη. Προβλέπει επίσης αύξηση του EBITDA του κλάδου από €24 εκατ. το 2025 σε €34 εκατ. το 2028 με το περιθώριο EBITDA να βελτιώνεται από 9,6% σε 11,5%.

Ο κλάδος της Συσκευασίας (Packaging)



Δημήτρης Μαλάμος, Διευθύνων Σύμβουλος, όμιλος Πλαστικά Θράκης

παραμένει ο βασικός πυλώνας κερδοφορίας του ομίλου, με τη χρηματιστηριακή να αναμένει ρυθμούς ανάπτυξης της τάξης του 9,2% και πωλήσεις από €148 εκατ. το 2025 σε €193 εκατ. το 2028, υποστηριζόμενες από την ανθεκτικότητα των άκαμπτων

συσκευασιών, τις επενδύσεις και τη συνεισφορά της ΒΗΑ. Παράλληλα αναμένει αύξηση του EBITDA από €24,5 εκατ. σε €31 εκατ., με τα περιθώρια κέρδους να παραμένουν ουσιαστικά σταθερά, περίπου στα επίπεδα του 16%.

Short divisional P&L					
	2024	2025	2026e	2027e	2028e
Technical Fabrics					
TF Vol sold (m tons)	79.8	86.1	90.8	95.1	98.0
growth	6%	8%	5%	5%	3%
TF Pricing per unit (EUR)	3.01	2.93	2.94	2.98	3.02
growth	-2%	-3%	0%	1%	1%
TF Sales (EUR m)	240.2	252.4	267.1	283.8	295.6
Growth	4%	5%	6%	6%	4%
TF EBITDA (EUR m)	18.7	24.2	29.4	32.3	34.1
Growth	-24%	30%	22%	10%	6%
Margin	7.8%	9.6%	11.0%	11.4%	11.5%
TF PBT (EUR m)	1.3	6.6	9.3	10.8	11.9
Growth	-85%	424%	40%	16%	11%
Packaging Unit					
PU Vol sold (m tons)	46.6	47.8	50.9	54.2	56.1
growth	16%	2%	6%	7%	3%
PU Pricing per unit (EUR)	3.04	3.10	3.34	3.39	3.44
growth	-2%	2%	8%	1%	1%
PU Sales (EUR m)	141.9	148.1	170.0	183.8	193.0
Growth	13%	4%	15%	8%	5%
PU EBITDA (EUR m)	23.0	24.5	27.8	29.7	30.9
Growth	17%	6%	14%	7%	4%
margin	16.2%	16.5%	16.4%	16.2%	16.0%
PU PBT (EUR m)	13.0	13.9	17.1	18.9	20.0
Growth	5%	7%	23%	11%	6%
Source: The Company, Eurobank Equities Research					

ΕΠΕΝΔΥΣΕΙΣ & ΤΑΜΕΙΑΚΕΣ ΡΟΕΣ

Τέλος, η διαμόρφωση των επενδυτικών δαπανών στα επίπεδα των €25-€30 εκατ. (και περίξ των €20 εκατ. ετησίως για τη διετία 2027-2028) αναμένεται να οδηγήσει σε σημαντική βελτίωση των ελεύθερων ταμειακών ροών, ενισχύοντας τη χρημα-

τοοικονομική ευελιξία του ομίλου και διατηρώντας τη δυνατότητα ανταμοιβής των μετόχων.

Ελεύθερες ταμειακές ροές (σε €εκατ.)

2028: 32

2027: 23

2026: 5

2025: (-12,1)

Μάκης Αποστόλου

makis@notice.gr



REAL ESTATE DAILY SECRET

THE KEY TO PROPRIETARY INFORMATION

Το κλειδί για να μαθαίνετε τα μυστικά της αγοράς ακινήτων, κάθε μέρα στο e-mail σας. Με την υπογραφή της



NOTICE
CONTENT & SERVICES

**ΚΑΝΤΕ
ΕΓΓΡΑΦΗ
ΕΔΩ**

• TACO BELL

ΑΠΟΣΥΡΣΗ ΜΑΡΟΥΛΙΟΥ ΜΕΤΑ ΑΠΟ ΕΞΑΡΣΗ ΚΥΚΛΟΣΠΟΡΙΑΣΗΣ ΣΤΙΣ ΗΠΑ

Η FDA ανακοίνωσε ότι η Taco Bell θα σταματήσει να χρησιμοποιεί μαρούλι από προμηθευτή που η υπηρεσία συνδέει με τη συνεχιζόμενη έξαρση κυκλοσπορίας στις Ηνωμένες Πολιτείες.

Η ανακοίνωση της FDA ήρθε λίγες ώρες αφού η Taco Bell γνωστοποίησε ότι απέσυρε “δυστηκτικά επηρεασμένο μαρούλι” από συγκεκριμένο προμηθευτή σε επιλεγμένες πολιτείες, έπειτα από συνεννόηση με τις αρμόδιες υγειονομικές αρχές.

Η ΕΡΕΥΝΑ ΓΙΑ ΤΗΝ ΠΗΓΗ ΤΗΣ ΜΟΛΥΝΣΗΣ

Η FDA ανακοίνωσε ότι σε συνεργασία με τα Centers for Disease Control and Prevention (CDC), διερευνά έξαρση κυκλοσπορίας που συνδέεται με τεμαχισμένο μαρούλι τύπου iceberg το οποίο σερβιριζόταν σε καταστήματα Taco Bell σε συγκεκριμένες πολιτείες. Σύμφωνα με τα στοιχεία του CDC, συνολικά 1.644 άτομα στις πέντε αυτές πολιτείες διαγνώστηκαν με την παρασιτική εντερική λοίμωξη και ανέφεραν ότι είχαν καταναλώσει προϊόντα της Taco Bell πριν εμφανίσουν συμπτώματα.

Από τα περιστατικά αυτά, 94 ασθενείς χρειάστηκε να νοσηλευτούν, ενώ μέχρι στιγμής δεν έχει καταγραφεί κανένας θάνατος, σύμφωνα με την FDA.

ΠΡΟΣ... ΜΕΞΙΚΟ ΟΙ ΕΡΕΥΝΕΣ

Η FDA και η Taco Bell δεν κατονόμασαν τον προμηθευτή. Ωστόσο, η αμερικανική αρχή ασφάλειας τροφίμων ανέφερε ότι η διαδικασία ικνυλάττησης της εφοδιαστικής αλυσίδας οδήγησε σε έναν κοινό προμηθευτή μαρουλιού iceberg από το Μεξικό, ο οποίος προμήθευε τα καταστήματα Taco Bell όπου είχαν καταναλώσει γεύματα οι ασθενείς πριν νοσήσουν. Νωρίτερα την ίδια ημέρα, η Washington Post μετέδωσε ότι οι ερευνητές θεωρούν πιθανή πηγή της επιμόλυνσης το μαρούλι που προμήθευε στα καταστήματα Taco Bell η εταιρεία Taylor Farms, με έδρα την Καλιφόρνια.

- Η έξαρση της νόσου ξεκίνησε την 1η Μαΐου, με το Μίσιγκαν να αποτελεί το επίκεντρο
- Υψηλός αριθμός κρουσμάτων έχει επίσης καταγραφεί στις πολιτείες Οχάιο και Νέα Υόρκη



- Οι υγειονομικές αρχές του Michigan ανακοίνωσαν την Πέμπτη ότι έχουν καταγραφεί συνολικά 4.312 περιστατικά
- Σύμφωνα με την FDA, παρότι στις Ηνωμένες Πολιτείες έχουν σημειωθεί και στο παρελθόν εξάρσεις κυκλοσπορίας, η φετινή χαρακτηρίζεται από σημαντικά μεγαλύτερη έκταση και γεωγραφική διασπορά, γεγονός που προκαλεί αυξημένη ανησυχία στις υγειονομικές αρχές. Νωρίτερα μέσα στην εβδομάδα, η Taco Bell είχε ανακοινώσει ότι απέσυρε περιορισμένο αριθμό συστατικών από ορισμένα εστιατόριά της, ως προληπτικό μέτρο.

Η ΚΥΚΛΟΣΠΟΡΙΑΣΗ

Η κυκλοσπορία είναι παρασιτική λοίμωξη που μεταδίδεται κυρίως μέσω κατανάλωσης τροφίμων – συνήθως ωμών φρούτων και λαχανικών – ή νερού που έχει επιμολυνθεί με ανθρώπινα περιττώματα. Η ασθένεια προκαλεί κυρίως διάρροια, ναυτία και άλλα συμπτώματα από το γαστρεντερικό σύστημα.

• THE COCA-COLA COMPANY

ΚΥΒΕΡΝΟΕΠΙΘΕΣΗ ΔΙΕΚΟΨΕ ΠΡΟΣΩΡΙΝΑ ΤΗΝ ΠΑΡΑΓΩΓΗ ΤΗΣ FAIRLIFE ΣΤΙΣ ΗΠΑ

Προσωρινή αναστολή της παραγωγής στις εγκαταστάσεις της Fairlife στις Ηνωμένες Πολιτείες ανακοίνωσε η The Coca-Cola Company, μετά από κυβερνοεπίθεση τύπου ransomware που έπληξε μέρος των πληροφοριακών συστημάτων της θυγατρικής της στον κλάδο των γαλακτοκομικών.

Σύμφωνα με την Coca-Cola, η Fairlife εντόπισε μη εξουσιοδοτημένη πρόσβαση τρίτου μέρους σε τμήμα της υποδομής πληροφορικής της, συμπεριλαμβανομένων συστημάτων που σχετίζονται με την παραγωγή. Η εταιρεία ενεργοποίησε άμεσα τα πρωτόκολλα αντιμετώπισης περιστατικών και επιχειρησιακής συνέχειας, ενώ βρίσκεται σε εξέλιξη έρευνα για την πλήρη έκταση του περιστατικού.

Η διερεύνηση πραγματοποιείται με τη συνδρομή εξειδικευμένων εταιρειών κυβερνοασφάλειας και εξωτερικών συμβούλων, ενώ

έχει ήδη ενημερωθεί και η αρμόδια αστυνομική αρχή. Μέχρι στιγμής, η Coca-Cola δεν έχει γνωστοποιήσει εάν υπήρξε διαρροή δεδομένων ή εάν οι δράστες υπέβαλαν αίτημα καταβολής λύτρων.

ΠΟΤΕ ΘΑ ΛΕΙΤΟΥΡΓΗΣΟΥΝ ΠΑΛΙ ΟΙ ΜΟΝΑΔΕΣ

Η εταιρεία εργάζεται για την αποκατάσταση των επηρεαζόμενων συστημάτων και την επανεκκίνηση της παραγωγής το συντομότερο δυνατό, χωρίς ωστόσο να έχει δώσει συγκεκριμένο χρονοδιάγραμμα για την πλήρη επαναλειτουργία των μονάδων.

Το περιστατικό αναδεικνύει τους αυξανόμενους κινδύνους κυβερνοασφάλειας που αντιμετωπίζει η βιομηχανία τροφίμων και ποτών, καθώς η ολοένα μεγαλύτερη εξάρτηση από ψηφιακά διασυνδεδεμένα συστήματα παραγωγής καθιστά τις επιχειρήσεις περισ-



σότερο ευάλωτες σε επιθέσεις ransomware. Τέτοιου είδους επιθέσεις μπορούν να προκαλέσουν σημαντικές διαταραχές στη λειτουργία εργοστασίων, στις εφοδιαστικές αλυσίδες και στις παραδόσεις προϊόντων.

Η ΔΥΝΑΜΙΚΗ ΤΗΣ FAIRLIFE

Η Fairlife εξαγοράστηκε πλήρως από την Coca-Cola το 2020 και αποτελεί βασικό πυλώνα της στρατηγικής της εταιρείας για την ανάπτυξη του χαρτοφυλακίου προϊόντων προστιθέμενης αξίας στον κλάδο των γαλακτοκομικών.

Η μάρκα διαθέτει στην αγορά υπερδιηθημένο γάλα, πρωτεϊνούχα ροφήματα και προϊόντα διατροφικής ενίσχυσης, τα οποία έχουν συμβάλει σημαντικά στη διεύρυνση της παρουσίας της Coca-Cola πέρα από τα αναψυκτικά.

• **CHIPOTLE**

Η ΑΛΥΣΙΔΑ ΜΕΞΙΚΑΝΙΚΟΥ ΦΑΓΗΤΟΥ ΑΝΟΙΓΕΙ ΤΟ ΠΡΩΤΟ ΣΗΜΕΙΟ... ΣΤΟ ΜΕΞΙΚΟ

Την είσοδό της στη μεξικανική αγορά πραγματοποίησε η αμερικανική Chipotle, εγκαινιάζοντας το πρώτο της εστιατόριο στη χώρα και επιχειρώντας να διεκδικήσει μερίδιο σε μία από τις πιο ανταγωνιστικές αγορές φαγητού παγκοσμίως.

Το πρώτο κατάστημα άνοιξε στο San Pedro Garza Garcia, προάστιο του Monterrey και ένα από τα ισχυρότερα οικονομικά κέντρα της Λατινικής Αμερικής, σηματοδοτώντας την έναρξη ενός ευρύτερου επενδυτικού σχεδίου στο Μεξικό.

ΤΑ ΕΠΟΜΕΝΑ ΒΗΜΑΤΑ

Ο επικεφαλής της Chipotle στο Μεξικό, Pablo de Brito, δήλωσε ότι η εταιρεία σχεδιάζει να ανοίξει έξι έως οκτώ νέα καταστήματα στην ευρύτερη περιοχή του Monterrey μέσα στους επόμενους 14 μήνες. Στη συνέχεια, η επέκταση θα συνεχιστεί στην Πόλη του Μεξικού και σταδιακά στην υπόλοιπη χώρα, στο πλαίσιο της στρατηγικής διεθνούς ανάπτυξης.

Η μεγαλύτερη πρόκληση για τη Chipotle είναι ότι εισέρχεται στην πατρίδα των tacos, όπου ο ανταγωνισμός από τις τοπικές επιχειρήσεις είναι ιδιαίτερα έντονος. Στο Μεξικό λειτουργούν περισσότερες από 147.000 καταγεγραμμένες taquerias, ενώ εκτιμάται ότι ο πραγματικός αριθμός είναι πολύ μεγαλύτερος λόγω των χιλιάδων υπαίθριων πωλητών. Ενδεικτικό είναι ότι στην Πόλη του Μεξικού το 95% των κατοίκων βρίσκεται σε απόσταση λίγων λεπτών από ένα κατάστημα tacos.

Η εμπειρία της αγοράς δείχνει επίσης ότι οι



Μεξικανοί καταναλωτές αντιμετωπίζουν με επιφύλαξη τις αμερικανικές εκδοχές της τοπικής κουζίνας. Η Taco Bell απέτυχε δύο φορές να αποκτήσει παρουσία στη χώρα, το 1992 και το 2007, καθώς οι καταναλωτές προτίμησαν τις αυθεντικές τοπικές γεύσεις.

Η ΣΥΝΕΡΓΑΣΙΑ ΚΛΕΙΔΙ ΜΕ ΤΗΝ ALSEA

Παρά τις προκλήσεις, οι προοπτικές της Chipotle αξιολογούνται θετικά από αναλυτές, κυρίως λόγω της συνεργασίας της με την Alsea, έναν από τους μεγαλύτερους διαχειριστές αλυσίδων εστίασης στην Λατινική Αμερική και την Ευρώπη. Η Alsea, που δι-

αχειρίζεται μεταξύ άλλων τα Starbucks και τη Domino's Pizza στην περιοχή, αναλαμβάνει την ανάπτυξη του δικτύου καταστημάτων, περιορίζοντας σημαντικά τον επιχειρηματικό κίνδυνο για την Chipotle.

Καθοριστικό ρόλο για την επιτυχία της αλυσίδας αναμένεται να διαδραματίσει και η προσαρμογή του μενού στις προτιμήσεις των Μεξικανών καταναλωτών, ιδιαίτερα ως προς την ένταση των πικάντικων γεύσεων. Η εταιρεία εκτιμά ότι η ποικιλία των επιλογών της μπορεί να καλύψει διαφορετικά γευστικά προφίλ, επιχειρώντας να διαφοροποιηθεί χωρίς να ανταγωνιστεί ευθέως την παραδοσιακή μεξικανική κουζίνα.

• **ΒΙΟΛΑΝΤΑ**

ΠΑΡΑΜΕΝΕΙ ΕΠΙΚΕΦΑΛΗΣ Ο ΚΩΝΣΤΑΝΤΙΝΟΣ ΤΖΙΩΡΤΖΙΩΤΗΣ - ΣΥΓΚΡΟΤΗΘΗΚΕ ΣΕ ΣΩΜΑ ΤΟ ΝΕΟ ΔΣ

Σε σώμα ανασυγκροτήθηκε το Διοικητικό Συμβούλιο της Βιολάντα, με τον ιδρυτή της Κωνσταντίνο Τζιωρτζιώτη να παραμένει στη θέση του Προέδρου και Διευθύνοντος Συμβούλου. Σύμφωνα με την πράξη που αναρτήθηκε στο ΓΕΜΗ την Παρασκευή 17 Ιουλίου, αποχώρησε από το ΔΣ ο Στέφανος Μπαλάφας, που είχε ιδιότητα μέλος και το ΔΣ συγκροτήθηκε σε σώμα ως εξής:

- Κωνσταντίνος Τζιωρτζιώτης: Πρόεδρος και Διευθύνων Σύμβουλος
- Στέφανος Τζιωρτζιώτης: Αντιπρόεδρος
- Αικατερίνη Τσίνα: Μέλος

Η θητεία του ανωτέρω Διοικητικού Συμβουλίου είναι μέχρι την 23/12/2031, δυνάμει να παραταθεί μέχρι την πρώτη τακτική Γενική Συνέλευση μετά τη λήξη της θητείας του.

Δικαίωμα υπογραφής παρέχεται στον Πρόεδρο και Διευθύνοντα Σύμβουλο του Διοικητικού Συμβουλίου, Κωνσταντίνο Τζιωρτζιώτη, και σε περίπτωση κωλύματος στον Αντιπρόεδρο, Στέφανο Τζιωρτζιώτη.

Στέλλα Αυγουστάκη
stella@notice.gr



Κωνσταντίνος Τζιωρτζιώτης, Πρόεδρος και Διευθύνων Σύμβουλος, Βιολάντα

• **AGRINO**

ΝΕΟ ΕΠΕΝΔΥΤΙΚΟ ΠΛΑΝΟ €20 ΕΚΑΤ. ΜΕ ΟΡΙΖΟΝΤΑ ΤΡΙΕΤΙΑΣ

Νέο επενδυτικό πρόγραμμα €20 εκατ. ετοιμάζεται να θέσει σε κίνηση η Agrino, αναβαθμίζοντας και, παράλληλα, αυξάνοντας τη δύναμη πυρός των παραγωγικών της υποδομών.

ΔΥΝΑΜΙΚΟΤΗΤΑ, ΚΤΙΡΙΑΚΑ ΚΑΙ ΝΕΑ ΠΡΟΪΟΝΤΑ

Όπως δηλώνει στο Fnb Daily ο Διευθυντής Marketing και Εξαγωγών της εταιρείας, Άγις Πιστιόλας, το πρόγραμμα έχει τριετή ορίζοντα και αφορά την αύξηση παραγωγικότητας, τον εκσυγχρονισμό του μηχανολογικού εξοπλισμού, την κτιριακή επέκταση και στο σχεδιασμό νέων προϊόντων. Εστιάζει κυρίως στην εγκατάσταση της Σίνδου και προβλέπει, μεταξύ άλλων, αύξηση δυναμικότητας του μύλου αλλά και της γραμμής παραγωγής snacks.

Το νέο πρόγραμμα παίρνει τη σκυτάλη από το πρόγραμμα €18 εκατ. που ξεκίνησε να υλοποιείται το 2019 και ολοκληρώθηκε φέτος. Περιλάμβανε, μεταξύ άλλων, αύξηση της παραγωγικής δυναμικότητας με νέο πλήρως αυτοματοποιημένο ορυζόμυλο δυναμικότητας 12 τόνων/ώρα στην Σίνδο, αγορά όμορου οικοπέδου 16 στρεμμάτων με την εγκατάσταση να προσεγγίζει πλέον τα 40 στρέμματα, επενδύσεις για τον ψηφιακό μετασχηματισμό καθώς και τη νέα μονάδα πα-

ραλαβής, ξήρανσης και αποθήκευσης ρυζιού στο Κλειδί Ημαθίας, επένδυση €9 εκατ. που εγκαινιάστηκε τον Μάιο του 2025.

Η ΕΙΚΟΝΑ ΤΟΥ 2025

Σύμφωνα με τον κ. Πιστιόλα η Agrino συνεχίζει να κινείται και φέτος με σταθερό αναπτυξιακό βηματισμό, μετά από μια χρονιά-ορόσημο, όπως ήταν το 2025 καθώς επιτεύχθηκαν τα καλύτερα οικονομικά αποτελέσματα στην ιστορία της. Τα κέρδη προ φόρων διαμορφώθηκαν στα €5,56 εκατ., επιβεβαιώνοντας, όπως υπογραμμίζει η εταιρεία, τη σταθερή αναπτυξιακή πορεία της, σε μια χρονιά που χαρακτηρίστηκε από αυξημένο ενεργειακό και μεταφορικό κόστος, πληθωριστικές πιέσεις στις πρώτες ύλες και συνεχείς αναταράξεις στην εφοδιαστική αλυσίδα.

DATA (σε € εκατ.)

Κύκλος Εργασιών

2025: 52

2024: 48,6

Μεταβολή: 7%

EBITDA

2025: 7,64

2024: 5,81

Μεταβολή: 31%

ΟΙ 4 ΛΟΓΟΙ ΓΙΑ ΤΑ ΜΕΓΕΘΗ-ΡΕΚΟΡ

Καθοριστική συμβολή στη βελτίωση των οικονομικών μεγεθών είχαν:

- Το ευνοϊκότερο μείγμα πωλήσεων, με μεγαλύτερη συμμετοχή των προϊόντων healthy snacking και των εξαγωγών
- Η υψηλότερη παραγωγικότητα που προέκυψε από τις επενδύσεις των προηγούμενων ετών
- Η συγκράτηση του λειτουργικού κόστους
- Οι οικονομίες κλίμακας που δημιούργησε η αύξηση του όγκου πωλήσεων

ΕΝΙΣΧΥΟΝΤΑΙ ΤΑ ΜΕΡΙΔΙΑ ΣΕ ΡΥΖΙ, ΟΣΠΡΙΑ

Στην κατηγορία του ρυζιού, όπου η Agrino διατηρεί την ηγετική θέση στην ελληνική αγορά, το μερίδιό της ενισχύθηκε κατά περίπου 1,5 ποσοστιαία μονάδα, με τη δυναμική αυτή να διατηρείται και κατά το α' εξάμηνο του 2026.

Στα όσπρια το μερίδιο της εταιρείας διαμορφώθηκε στο 11%, από περίπου 8,5% ένα χρόνο νωρίτερα. Σύμφωνα με τη διοίκηση, η εξέλιξη αυτή αντανακλά τη διαρκώς αυξανόμενη εμπιστοσύνη των καταναλωτών στα επώνυμα προϊόντα της, τάση που διατηρείται και μέσα στο 2026.

ΡΥΖΟΓΚΟΦΡΕΤΕΣ

Ανάλογη ήταν η δυναμική και στην κατηγορία των ρυζογκοφρετών, όπου η Agrino εξακολουθεί να κατέχει ηγετική θέση, με συνολικό μερίδιο αγοράς που υπερβαίνει το 60%. Την ίδια στιγμή, η σειρά chips από ρύζι και όσπρια διατήρησε την ανοδική της τροχιά, σημειώνοντας σημαντική άνοδο των πωλήσεων κατά το δεύτερο έτος παρουσίας της στην αγορά και ενισχύοντας περαιτέρω τη θέση της εταιρείας στην ταχέως αναπτυσσόμενη κατηγορία των healthy snacks.

ΕΤΡΕΞΑΝ ΜΕ 12% ΟΙ ΕΞΑΓΩΓΕΣ

Σημαντικό μοχλό ανάπτυξης αποτέλεσαν και οι εξαγωγές, οι οποίες παρουσίασαν ανάπτυξη άνω του 12% σε σχέση με το 2024. Η Agrino συνεχίζει να επενδύει στη διεύρυνση της διεθνούς παρουσίας της, ενισχύοντας το δίκτυο συνεργασιών της και προωθώντας τα επώνυμα προϊόντα ρυζιού, όσπριων και healthy snacking σε νέες αγορές.

Γιάννης Τσατσάκης
yannis@notice.gr



Άγις Πιστιόλας,
Διευθυντής
Marketing &
Εξαγωγών, Agrino

• **SUPER MARKETS**

ΣΤΗΝ ΤΕΛΙΚΗ ΕΥΘΕΙΑ Η ΠΡΩΤΟΒΟΥΛΙΑ ΓΙΑ ΜΕΙΩΣΕΙΣ ΤΙΜΩΝ

Σε φάση εφαρμογής εισέρχεται η κυβερνητική πρωτοβουλία για την αποκλιμάκωση των τιμών στα super market, καθώς η Ανεξάρτητη Αρχή Ελέγχου της Αγοράς και Προστασίας του Καταναλωτή (ΑΑΕΑ&ΠΚ) απέστειλε επιστολή προς

- ΣΕΒ
- ΣΕΒΤ
- ΕΣΒΕΠ
- Ένωση Σούπερ Μάρκετ Ελλάδας

ενεργοποιώντας τη διαδικασία συμμετοχής των επιχειρήσεων στο πρόγραμμα.

Όπως είχατε διαβάσει στο [FnB Daily στις 10/7](#), το κρίσιμο βήμα για την υλοποίηση της πρωτοβουλίας είναι η εντατική προεργασία που πρέπει να γίνει από την Ανεξάρτητη Αρχή, να ολοκληρωθούν οι επαφές με προμηθευτές, θεσμικούς φορείς και αλυσίδες λιανεμπορίου, ώστε το πρόγραμμα να είναι έτοιμο να εφαρμοστεί και να περάσει εγκαίρως στα ράφια.

Υπενθυμίζεται ότι η πρωτοβουλία αποτελεί συνέχεια των συσκέψεων που πραγματοποιήθηκαν στο Μέγαρο Μαξίμου υπό τον Πρωθυπουργό Κυριάκο Μητσοτάκη και στο Υπουργείο Ανάπτυξης, με τη συμμετοχή της κυβέρνησης, της βιομηχανίας τροφίμων και του οργανωμένου λιανεμπορίου. Προβλέπει εθελοντικές μειώσεις τιμών σε βασικούς κωδικούς καθημερινής κατανάλωσης, οι οποίες θα τεθούν σε ισχύ από τις 31 Αυγούστου και θα διαρκέσουν για τέσσερις μήνες. Οι επιχειρήσεις καλούνται να καταθέσουν έως τις 27 Ιουλίου τις δεσμευτικές προτά-

σεις τους ανά προϊόν, με την ΑΑΕΑ&ΠΚ να αξιολογεί τόσο τη σημασία των κωδικών για το καλάθι του νοικοκυριού, όσο και τη δυνατότητα ουσιαστικής εφαρμογής των μειώσεων. Η διαδικασία θα ολοκληρωθεί στις αρχές Αυγούστου, ενώ ως τιμή αναφοράς θα ληφθεί η κανονική τιμή ραφιού της 27ης Αυγούστου, πριν από την έναρξη του προγράμματος.

ΟΙ ΜΕΙΩΣΕΙΣ

Σύμφωνα με τον σχεδιασμό, οι μειώσεις θα κυμαίνονται από 5% έως 20%, ανάλογα με την κατηγορία προϊόντος. Για το νωπό κρέας μοσχάρι, χοιρινό και πουλερικά, το εύρος των μειώσεων τοποθετείται μεταξύ 5% και 15%, ενώ για τις υπόλοιπες βασικές κατηγορίες ο στόχος μπορεί να φθάνει έως και το 20%.

ΟΙ ΚΑΤΗΓΟΡΙΕΣ ΠΡΟΤΕΡΑΙΟΤΗΤΑΣ

Στις κατηγορίες προτεραιότητας περιλαμβάνονται γάλα, γιαούρτι, τυριά, αυγά, ψωμί, αλεύρι, ζυμαρικά, ρύζι, όσπρια, ελαιόλαδο, σπορέλαια, βούτυρο και μαργαρίνες, αλλά και βρεφικό γάλα, παιδικές τροφές, πάνες, καφές, δημητριακά, σοκολατοειδή, αναψυκτικά, απορρυπαντικά, προϊόντα προσωπικής υγιεινής και σχολικά είδη. Η επιλογή εστιάζει σε προϊόντα υψηλής διείσδυσης στο οικογενειακό καλάθι, αλλά και σε κατηγορίες που επηρεάστηκαν έντονα από τις πληθωριστικές πιέσεις της τελευταίας διετίας.

Ιδιαίτερη έμφαση δίνεται στο ότι οι μειώ-

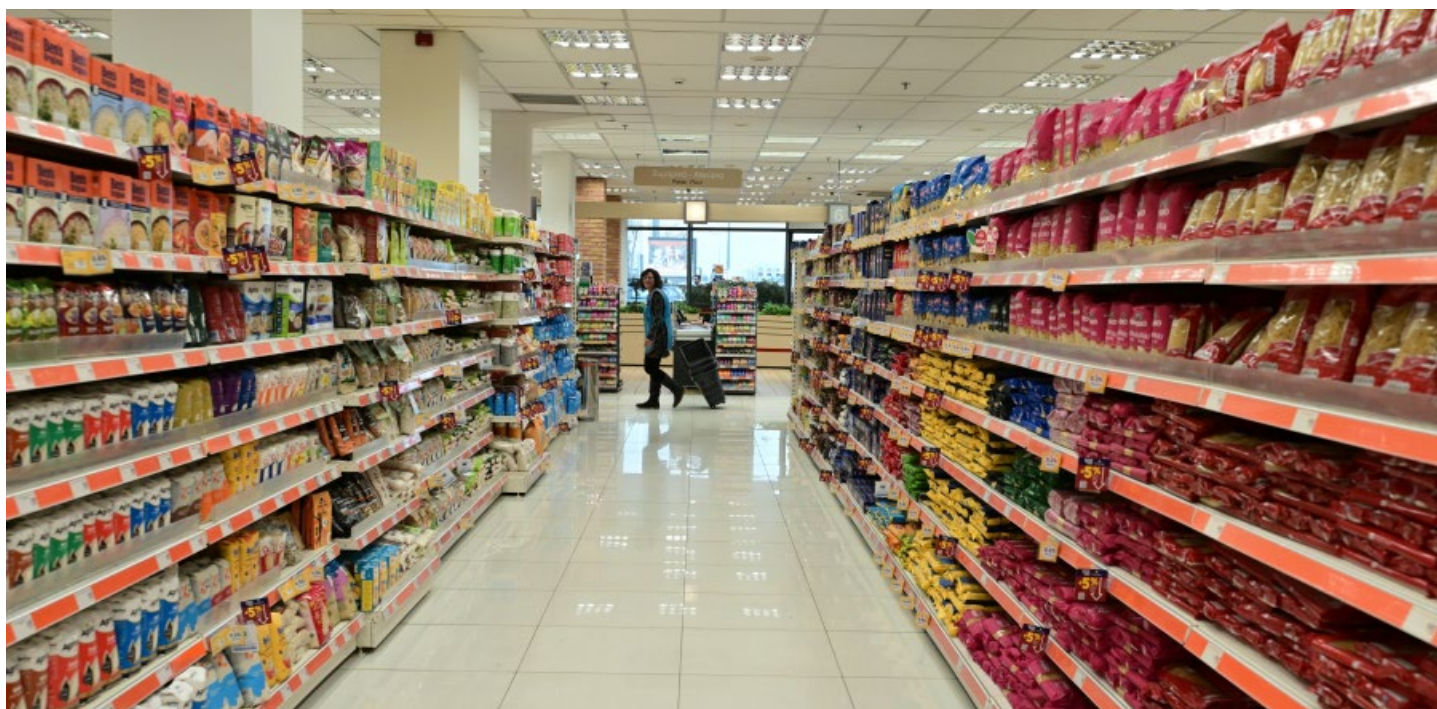
σεις θα πρέπει να αφορούν προϊόντα υψηλής εμπορικής βαρύτητας και όχι κωδικούς περιορισμένης κυκλοφορίας. Η ΑΑΕΑ&ΠΚ ξεκαθαρίζει ότι δεν θα θεωρείται ουσιαστική συμμετοχή η ένταξη αποκλειστικά περιφερειακών ή χαμηλής ζήτησης προϊόντων, καθώς στόχος είναι να υπάρξει από αποτέλεσμα στο καλάθι του καταναλωτή.

ΜΟΝΙΜΕΣ & ΜΕΤΡΗΣΙΜΕΣ

Παράλληλα, το πλαίσιο εφαρμογής επιχειρεί να διασφαλίσει ότι οι μειώσεις θα είναι μόνιμες και μετρήσιμες και δεν θα υποκαθίστανται από προσωρινές εμπορικές προωθήσεις. Οι εκπτώσεις, τα κουπόνια ή τα προγράμματα πιστότητας θα μπορούν να εφαρμόζονται μόνο επιπλέον της νέας μειωμένης τιμής και όχι να συμψηφίζονται με αυτή.

Η συμμετοχή των επιχειρήσεων παραμένει απολύτως εθελοντική, με κάθε προμηθευτή να αποφασίζει αυτόνομα τους κωδικούς και το ύψος των μειώσεων που θα προτείνει. Οι δεσμευτικές προτάσεις θα υποβάλλονται εμπιστευτικά στην ΑΑΕΑ&ΠΚ, ενώ το πλαίσιο προβλέπει ρητά ότι δεν επιτρέπεται οποιαδήποτε ανταλλαγή πληροφοριών ή συντονισμός μεταξύ ανταγωνιστών σε επίπεδο τιμών ή εμπορικής πολιτικής, ώστε να διασφαλίζεται η συμμόρφωση με τους κανόνες ανταγωνισμού.

Στέλλα Αυγουστάκη
stella@notice.gr



• Debrief •

BIG IN JAPAN; ΔΕΝ ΦΤΑΝΕΙ...

Η πρώτη έχει τζίρο περίπου \$40,9 δισ. Η δεύτερη \$23,5 δισ. Και η τρίτη \$3,2 δισ.

Mitsubishi Electric, Toshiba και Rohm αθροίζουν περίπου \$67 δισ. σε κύκλο εργασιών ετησίως. Χοντρικά το 25% του ΑΕΠ της Ελλάδας. Δεν είναι οι μεγαλύτερες ιαπωνικές εταιρείες, αλλά αντικειμενικά οι δύο πρώτες είναι τουλάχιστον Big in Japan.

Όπως θα διαβάσατε στο σημερινό BnB Daily, οι τρεις – μέχρι σήμερα αντίπαλοι – βρίσκονται σε προχωρημένες συζητήσεις για τη δημιουργία μιας κοινής εταιρείας που θα συγκεντρώσει τις δραστηριότητές τους στον τομέα των power chips. Γιατί; Επειδή στη σημερινή συνθήκη δεν είναι και τόσο μεγάλες. Με μερίδια αγοράς, κάτω του 5% η καθεμία, τη στιγμή που ανταγωνισμός κινείται στο 20%, η επιλογή είναι λίγο έως πολύ αυτονόητη: ή αλλάζουν, ή συνεχίζουν να ανταγωνίζονται μεταξύ τους. Και βουλιάζουν.

Μια ενδεχόμενη ενοποίηση έχει τη στήριξη και της ιαπωνικής κυβέρνησης. Τη συγκεκριμένη είδηση θα πρέπει να τη δούμε σε συνδυασμό και με την προ ημερών ανακοίνωση του υπουργείου Βιομηχανίας της

Ιαπωνίας για την εισαγωγή περίπου 10 εκατομμυρίων ρομπότ εξοπλισμένων με AI σε 18 τομείς έως το 2040, εν μέσω της αυξανόμενης έλλειψης εργατικού δυναμικού στη χώρα. Εδώ έχουμε τρία πράγματα.

Πρώτον, χώρες με βαριά βιομηχανία και ισχυρή τεχνολογία, σχεδιάζουν τις επόμενες δεκαετίες πάνω στους συγκεκριμένους τομείς.

Δεύτερον, η Ιαπωνία που έχει σοβαρό δημογραφικό πρόβλημα, βλέπει ως ενδεχόμενη μέρος της λύσης την αυτοματοποίηση.

Τρίτον – και αυτό που απασχολεί το σημερινό σημείωμα – είναι η απαιτούμενη κλίμακα.

Ξεκινήσαμε με την Ιαπωνία για να καταλήξουμε στην Ελλάδα.

[Στο BnB Daily στις 17 Ιουνίου,](#)

είχατε διαβάσει για την ομιλία του Σπύρου Θεοδωρόπουλου, προς τα μέλη του ΣΕΒ. Ο Πρόεδρος του Συνδέσμου είχε αναφέρει, μεταξύ άλλων, ότι η παραγωγικότητα είναι το σημαντικότερο στοιχείο της ελληνικής οικονομίας, η προϋπόθεση για περισσότερες επενδύσεις, υψηλότερους μισθούς και πραγματική σύγκλιση με την Ευρώπη. Και είχε προσθέσει, πως η αύξηση

του μεγέθους των επιχειρήσεων αποτελεί προϋπόθεση για υψηλότερη παραγωγικότητα, καλύτερους μισθούς και ισχυρότερη ανταγωνιστικότητα, κάνοντας λόγο για περισσότερες συνεργασίες, συγχωνεύσεις και κίνητρα συνενώσεων.

Οι απαιτήσεις για επενδύσεις, ο αδυσώπητος ανταγωνισμός, οι παραγωγικές ανάγκες, η ταχύτητα των εξελίξεων, ευνοούν μόνο τα πραγματικά μεγάλα σχήματα.

Όσα, δηλαδή, μπορούν να διαπραγματευτούν με πιστωτές και πελάτες από θέση ισχύος και ταυτόχρονα να “τρομάζουν” τους ανταγωνιστές με την ταχύτητα παραγωγής, την καινοτομία και τους πόρους τους.

Έτσι όπως έχουν διαμορφωθεί τα πράγματα, το μέγεθος στο επιχειρείν όχι μόνο μετράει, αλλά καθίσταται παράγοντας επιβίωσης. Οι μικροί και οι μεσαίοι, δυστυχώς, θα βρεθούν υπό πίεση. Μάλιστα, το παράδειγμα τις Ιαπωνίας φανερώνει ότι ούτε το να είσαι μεγάλος αρκεί. Πρέπει να είσαι κολοσσός.

Γιάννης Παλιούρης
giannis@notice.gr

BNB
DAILY

BUSINESS IN BRIEF

ΚΑΘΕ ΠΡΩΙ ΣΤΟ EMAIL ΣΑΣ!

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

Γίνε
συνδρομητής
εδώ

Business Maker

ΟΙ ΜΕΙΩΣΕΙΣ ΤΙΜΩΝ ΕΙΝΑΙ Η ΒΙΤΡΙΝΑ, ΤΟ ΕΝΔΙΑΦΕΡΟΝ ΕΙΝΑΙ ΑΛΛΟΥ...

Οι ανακοινώσεις για τις νέες μειώσεις τιμών από την 1η Σεπτεμβρίου μονοπώλησαν τις τελευταίες ημέρες τη δημόσια συζήτηση. Στην αγορά, όμως, η κουβέντα έχει μετατοπιστεί και... σε ένα άλλο σημείο. Οι περισσότεροι δεν αναρωτιούνται πλέον αν θα υπάρξουν μειώσεις, αλλά δύο εντελώς διαφορετικά πράγματα:

Πόσο θα αντέξουν και ποια θα είναι η συνέχεια των δεκάδων ελέγχων, που βρίσκονται ακόμη ανοικτοί.

Σύμφωνα με καλά πληροφορημένες πηγές, το παρασκήνιο, που προηγήθηκε, μόνο εύκολο δεν ήταν. Για αρκετές ημέρες υπήρχαν διαφορετικές προσεγγίσεις, ακόμη και μέσα στην κυβέρνηση.

Από τη μία, η λογική μιας συνολικής πολιτικής συμφωνίας με τη βιομηχανία και από την άλλη, η πιο άμεση γραμμή, που έλεγε "δώστε τους κωδικούς των προϊόντων". Το δύσκολο, ωστόσο, δεν ήταν ποτέ η ανακοίνωση των μειώσεων. Το πραγματικό αγκάβι ήταν το ύψος τους.

Η διαφορά ανάμεσα σε μια μείωση 5% και σε μια μείωση 15% ή ακόμη και 20% μετα-

φράζεται σε εκατομμύρια ευρώ για τη βιομηχανία, ειδικά όταν πρόκειται για βασικά καταναλωτικά αγαθά.

Ένα άλλο βασικό ερώτημα, στο οποίο φαίνεται να υπάρχει απόσταση, είναι η διάρκεια της πρωτοβουλίας. Επισήμως, γίνεται λόγος για μια παρέμβαση αρκετών μηνών. Στην αγορά, όμως, ακούγονται διαφορετικά σενάρια. Άλλοι εκτιμούν ότι οι μειώσεις δύσκολα θα αντέξουν περισσότερο από δύο μήνες. Άλλοι θεωρούν ότι μπορεί να παραταθούν για ένα τετράμηνο, εφόσον το επιτρέψουν οι συνθήκες. Δεν λείπουν, μάλιστα, και όσοι αντιμετωπίζουν όλη την υπόθεση μέσα από πολιτικό πρίσμα, εκτιμώντας ότι η διάρκειά της θα εξαρτηθεί και από τον εκλογικό σχεδιασμό της κυβέρνησης.

Κανείς, πάντως, δεν εμφανίζεται διατεθειμένος να μιλήσει για μόνιμες μειώσεις, όσο παραμένουν αμετάβλητα τα βασικά κόστη της παραγωγής. "Αν δεν πειραχτεί ο ΦΠΑ και δεν μειωθούν οι υπόλοιπες επιβαρύνσεις, όλα τα υπόλοιπα είναι προσωρινές ασκήσεις", υπογραμμίζει, μιλώντας στο

FnB Daily κορυφαίος λιανέμπορος.

Κι ενώ η συζήτηση περιστρέφεται γύρω από τα ποσοστά και τη διάρκεια των μειώσεων, το πραγματικό ενδιαφέρον μεταφέρεται ήδη αλλού. Στους ελέγχους, που πραγματοποιήσαν οι αρμόδιες αρχές τους προηγούμενους μήνες και οι οποίοι παραμένουν σε μεγάλο βαθμό ανοικτοί.

Στελέχη της αγοράς παρακολουθούν με ιδιαίτερο ενδιαφέρον την εξέλιξη αυτών των υποθέσεων, καθώς θεωρούν ότι το επόμενο διάστημα θα αρχίσουν να κλείνουν οι σχετικοί φάκελοι και να ανακοινώνονται νέα πρόστιμα. Το ύψος τους, αλλά και το ποιες επιχειρήσεις θα βρεθούν στο επίκεντρο, αποτελεί σήμερα ίσως το μεγαλύτερο θέμα συζήτησης στους διαδρόμους της αγοράς.

Πρόκειται για το δεύτερο... μέτωπο, που διαμορφώνεται πίσω από τις συμφωνίες για τις μειώσεις τιμών... Οι έλεγχοι, όμως, έχουν ήδη γίνει. Και η αγορά περιμένει τώρα με πολύ μεγαλύτερο ενδιαφέρον να δει ποιοι φάκελοι θα ανοίξουν πρώτοι και ποια πρόστιμα θα πέσουν.

Η ΑΓΟΡΑ ΜΠΥΡΑΣ ΜΠΑΙΝΕΙ ΤΩΡΑ ΣΤΟ ΠΙΟ ΚΡΙΣΙΜΟ ΤΡΙΜΗΝΟ

Αν κάποιος περίμενε να βγάλει ασφαλή συμπεράσματα για τη φετινή αγορά μπύρας μέχρι τον Ιούνιο, μάλλον βιάστηκε. Οι άνθρωποι του κλάδου επιμένουν ότι η πραγματική εικόνα αρχίζει να διαμορφώνεται τώρα. Ο Ιούλιος είναι ο πρώτος μήνας, που δείχνει ότι η κατανάλωση αρχίζει να ανεβάσει ρυθμούς και όλοι περιμένουν με ιδιαίτερο ενδιαφέρον τι θα συμβεί μέχρι και τον Οκτώβριο.

Καλά πληροφορημένες πηγές περιγράφουν το α' εξάμηνο ως αναμενόμενα δύσκολο. Οι εταιρείες είχαν προετοιμαστεί για μια πιο απαιτητική χρονιά σε σχέση με το 2024 και γνώριζαν ότι η κατανάλωση θα ξεκινούσε πιο συγκρατημένα. Αυτό, που βλέπουν τώρα, είναι μια σταδιακή αλλαγή του κλίματος, χωρίς όμως να επιτρέπεται κανένας εφησυχασμός.

Ο τουρισμός παραμένει ο μεγάλος καταλύτης. Το HoReCa εξακολουθεί να καθορίζει τον ρυθμό της αγοράς και κάθε επι-

πλέον εβδομάδα καλού καιρού μπορεί να αποδειχθεί πολύτιμη. Όπως λένε στελέχη του κλάδου, η επιμήκυνση της τουριστικής περιόδου είναι ίσως ο σημαντικότερος παράγοντας, που μπορεί να αλλάξει την τελική εικόνα της χρονιάς. Αν ο Αύγουστος, ο Σεπτέμβριος και κυρίως ο Οκτώβριος κινηθούν δυνατά, η αγορά μπορεί να κλείσει πολύ καλύτερα από ό,τι προεξοφλούσαν αρκετοί στις αρχές του έτους.

Υπάρχει, όμως, και μια άλλη πραγματικότητα. Ο καταναλωτής εξακολουθεί να είναι προσεκτικός. Δεν σταματά να βγαίνει, αλλά μετρά περισσότερο τα χρήματα, που ξοδεύει σε κάθε έξοδο. Αυτό σημαίνει ότι η κατανάλωση στη μαζική εστίαση δεν ακολουθεί πλέον τους ίδιους ρυθμούς, που γνωρίζαμε πριν από λίγα χρόνια.

Παρά τις επιμέρους διακυμάνσεις, οι ισορροπίες μεταξύ των μεγάλων παικτών δεν δείχνουν να αλλάζουν ουσιαστικά. Παράγοντες της αγοράς εκτιμούν ότι τα μερίδια πα-

ραμένουν σχεδόν στα ίδια επίπεδα, με μικρές μόνο μεταβολές. Η πραγματική μάχη δίνεται πλέον λιγότερο για την ανακατανομή των μεριδίων και περισσότερο για τη συνολική πίτα της αγοράς. Ταυτόχρονα, όλες σχεδόν οι ζυθοποιίες επιδιώκουν να διαφοροποιήσουν το χαρτοφυλάκιό τους.

Η πιο χαρακτηριστική περίπτωση είναι η μπύρα χωρίς αλκοόλ, η οποία συνεχίζει να καταγράφει σταθερή άνοδο. Στελέχη του κλάδου συνδέουν την τάση αυτή τόσο με τις αλλαγές στις καταναλωτικές συνήθειες, όσο και με την αυστηρότερη εφαρμογή της νομοθεσίας για την οδήγηση υπό την επήρεια αλκοόλ. Οι εντατικότεροι έλεγχοι και τα συχνότερα αλκοτέστ έχουν αρχίσει να επηρεάζουν τις επιλογές των καταναλωτών και, όπως παραδέχονται ακόμη και οι ίδιες οι εταιρείες, αυτό αποτελεί μια εξέλιξη, που, πέρα από την προφανή κοινωνική της διάσταση, δημιουργεί και νέες επιχειρηματικές ευκαιρίες.

• ΥΠ. ΑΓΡ. ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ & ΤΡΟΦΙΜΩΝ

ΠΡΑΣΙΝΟ ΦΩΣ ΓΙΑ ΕΠΕΝΔΥΣΕΙΣ €500 ΕΚΑΤ. ΣΤΑ ΕΛΛΗΝΙΚΑ ΘΕΡΜΟΚΗΠΙΑ

Το σύνολο των επιλέξιμων επενδυτικών προτάσεων που υποβλήθηκαν στο πρόγραμμα για την κατασκευή και τον εκσυγχρονισμό θερμοκηπίων θα χρηματοδοτήσει το υπουργείο Αγροτικής Ανάπτυξης και Τροφίμων, όπως ανακοίνωσε ο Υπουργός, Μαργариτης Σχοινάς.

Η απόφαση έρχεται ως απάντηση στο αυξανόμενο επενδυτικό ενδιαφέρον των παραγωγών, καθώς στο πρόγραμμα κατατέθηκαν

συνολικά 944 επενδυτικά σχέδια, με συνολικό προϋπολογισμό δημόσιας δαπάνης περίπου €270 εκατ., έναντι αρχικού προϋπολογισμού €150 εκατ. Οι αιτήσεις βρίσκονται ήδη σε διαδικασία αξιολόγησης, με στόχο οι πρώτοι πίνακες αποτελεσμάτων να αναρτηθούν έως το τέλος Οκτωβρίου.

Με τη συμμετοχή και ιδιωτικών κεφαλαίων, οι συνολικές επενδύσεις που αναμένεται να κινητοποιηθούν εκτιμάται ότι θα προσεγγί-



Μαργариτης Σχοινάς, Υπουργός Αγροτικής Ανάπτυξης και Τροφίμων

σουν το μισό δισεκατομμύριο ευρώ, καθιστώντας το πρόγραμμα ένα από τα μεγαλύτερα επενδυτικά εγχειρήματα στον τομέα των θερμοκηπιακών καλλιεργειών.

Business Insight

ΓΕΝΝΗΤΡΙΑ ΠΑΡΑΓΩΓΗΣ €20 ΔΙΣ. ΤΟ EURONEXT ATHENS

Χρονιά σταθμός θα μπορεί να χαρακτηριστεί το 2026 για το **Euronext Athens**. Στην περίπτωση που στο διάστημα που ακολουθεί (Αύγουστος-Δεκέμβριος) δεν έρθουν τα πάνω-κάτω, **τα μέχρι τώρα αριθμητικά δεδομένα δημιουργούν προϋποθέσεις πρωταθλητισμού για το ελληνικό χρηματιστήριο. Ακόμη και συγκριτικά με την προ Lehman περίοδο**, καθώς ο αριθμός των εισηγμένων εταιρειών είναι σημαντικά μικρότερος.

Αυτό γιατί **στο 7μηνο Ιανουαρίου-Ιουλίου οι διοικήσεις των εισηγμένων άντλησαν περισσότερα από €12 δισ.**, με τα €6 δισ. μέσω αυξήσεων κεφαλαίου και €6,5 δισ. μέσω ομολογιακών εκδόσεων. Να θυμίσω ότι το 2025 το αντίστοιχο ποσό ήταν €2,53 δισ. για το σύνολο της χρήσης.

Η μεγαλύτερη ΑΜΚ είναι της ΔΕΗ για €4,25 δισ., με του ΑΔΜΗΕ Συμμετοχών για €530 εκατ., της EivalHalcor που ολοκληρώθηκε την Πέμπτη για €250 εκατ. και για €650 εκατ. του ομίλου **Aktor** που ακολουθεί αυτή την εβδομάδα. Ειδικότερα για τον τελευταίο, σύμφωνα με όσα δήλωσε ο Αλέξανδρος Εξάρχου, εξετάζεται το ενδεχόμενο το τελικό ποσό να είναι ακόμη μεγαλύτερο. Το βιβλίο προγραμματίζεται να ανοίξει σήμερα (Δευτέρα), με την διαδικασία να διαρκεί μέχρι την Τετάρτη, για να ακολουθήσει αμέσως μετά η έκδοση ομολογιακού ύψους €300 εκατ.

Μη υπολογίζοντας τα του ομίλου Aktor,

τα κεφάλαια που προσφέρθηκαν αυτή την περίοδο ξεπέρασαν τα €55 δισ., 5 και πλέον περισσότερα αυτών που αντλήθηκαν για λογαριασμό των εταιρειών.

Τα μεγέθη είναι ενδεικτικά της ζήτησης για ελληνικά assets, της δυνατότητας τους να ζητήσουν (και να λάβουν) αυτά τα κεφάλαια, με σημαντικότητα παράμετρο πως επρόκειτο για διαδικασία καθαρά αναπτυξιακού χαρακτήρα. Ειδικότερα στις περιπτώσεις των ΔΕΗ, ΑΔΜΗΕ τα κεφάλαια αφορούν στην χρηματοδότηση επενδυτικών προγραμμάτων πολλαπλάσιας ισχύος. Πέραν του νευραλγικού χαρακτήρα τους. Το γεγονός πως στην ΑΜΚ της ΔΕΗ τα κεφάλαια που εγγράφηκαν έφθασαν τα €18 δισ. καταδεικνύει αφ' ενός το μέγεθος της ίδιας της ΔΕΗ, αφ' ετέρου του επενδυτικού περιβάλλοντος της χώρας.

Πέραν των ΑΜΚ, υλοποιήθηκε σειρά ομολογιακών εκδόσεων, νέες εισαγωγές, κ.λ.π, ανεβάζοντας τα κεφάλαια συνολικά σε περισσότερα των €12 δισ.

Κατά πάσα πιθανότητα, **ΑΜΚ και εταιρικά ομόλογα θα βγουν και στη συνέχεια, από Σεπτέμβριο και μετά**, σε μικρότερο μεν βαθμό και λιγότερα ποσά, πλην όμως κατά γενική εκτίμηση θα υπάρξει συνέχεια.

Τα κεφάλαια που αντλήθηκαν (και προσφέρθηκαν) είναι η μία πλευρά της γεννήτριας, γιατί **η άλλη αφορά στη**

διανομή κερδών, στα μερίσματα που δίνουν οι διοικήσεις των εταιρειών στους μετόχους τους. **Περισσότερες από 80 εισηγμένες διανέμουν φέτος κέρδη**, με τη σημαντική αύξηση της κερδοφορίας των τραπεζών να ανεβάζει σε **πάνω από €6,2 δισ.** τα ποσά που θα πάρουν οι επενδυτές το 2026. Σε σύγκριση, μία 5ετία και τα €1,7 δισ., η διαφορά είναι μεγάλη, προέρχεται δε από τον **τραπεζικό κλάδο** - όπως αναφέρθηκε - αλλά και από τις επιχειρήσεις που είχαν αυξημένη λειτουργική κερδοφορία σε σχέση με την αμέσως προηγούμενη χρήση. Πρακτικά, ως είθισται η διοίκηση μίας εταιρείας θα διανείμει μεγαλύτερο μερίσμα εάν έχει ισχυρότερα κέρδη, ενώ συνήθως ικανό ποσοστό χρησιμοποιείται για την χρηματοδότηση νέων επενδύσεων, διεύρυνση παραγωγής, εξαγωγές και άλλων ουσιαστικού χαρακτήρα καθώς το κέρδος/κεφάλαιο επενδύεται παραγωγικά.

Τη διετία 2025-2026 ο δείκτης κερδών του ιδιωτικού τομέα (το net return on net capital stock) όχι μόνο ξεπέρασε τα προ κρίσης επίπεδα, αλλά ειδικά για το 2026 ανέβηκε στην πρώτη θέση της Ευρωπαϊκής Ένωσης.

Διόλου αμελητέο επίτευγμα θα έλεγα, και μάλιστα εν μέσω επάλληλων κρίσεων, δασμών, ανάφλεξης και άλλου πολεμικού μετώπου στην Μέση Ανατολή (σ.σ. να μην ξεχνάμε πως το ουκρανικό παραμένει ανοικτό, επηρεάζοντας ανάλογα ενέργεια, κόστος παραγωγής, κ.λ.π.)

Editorial

ΖΗΤΕΙΤΑΙ ΣΥΝΕΧΕΙΑ...

Ένα από τα πράγματα, για τα οποία φημιζόμαστε ως χώρα, είναι ότι το Κράτος δεν έχει συνέχεια. Δεν έχει συνέχεια, όταν αλλάζει το κόμμα, το οποίο κυβερνά.

Και δεν αναφέρομαι στην αλλαγή κάποιων αποφάσεων εφαρμογής πολιτικών, που είναι λογικό να συμβαίνει λόγω ιδεολογικών και προγραμματικών αναφορών. Αλλά στο πώς (δεν) λειτουργούν βασικές υπηρεσίες του Κράτους, την πρώτη περίοδο. Και μην μπερδεύεστε με την περίπτωση του Βελγίου, που ήταν χωρίς κυβέρνηση για πολλούς πολλούς μήνες, αλλά το Κράτος λειτουργούσε κανονικότητα. Δεν ξέρουν αυτοί. Άλλωστε, όταν εμείς είχαμε χοληστερίνη, αυτοί έτρωγαν βελανίδια. Τί να λέμε τώρα...

Δεν έχει συνέχεια, συχνά ακόμα και όταν αλλάζει ο υπουργός, που αναλαμβάνει το ίδιο χαρτοφυλάκιο.

Ένα δεύτερο, για τα οποία επίσης φημιζόμαστε ως χώρα, είναι ότι το Κράτος παραλύει δύο μήνες πριν τις εκλογές. Τουλάχιστον. Για ποιο λόγο;

Διότι κάποιοι υπουργοί και υφυπουργοί - που είναι εκλεγμένοι βουλευτές - δεν λαμβάνουν τις αποφάσεις, που πρέπει, φοβούμενοι το κομματικό κόστος. Αυτό οδηγεί όλο το σύστημα από κάτω - σε πολιτικό και υπηρεσιακό επίπεδο - να κατεβάξει τα μολύβια και να μην προχωρούν πράγματα, τα

οποία είτε έχουν ήδη ψηφιστεί, είτε πρέπει να αποφασιστούν και να εφαρμοστούν. Και, επιπλέον, αφιερώνουν όλο και περισσότερο χρόνο στην προεκλογική τους εκστρατεία, στην περιφέρειά τους, παρά στο χαρτοφυλάκιο τους.

Το ίδιο κινδυνεύει να συμβεί και αυτή την περίοδο.

Παρά το γεγονός ότι ο Κυριάκος Μητσοτάκης δεν έχει πει κάτι διαφορετικό από το ότι οι εκλογές θα γίνουν το 2027, η φημολογία για κάλπες στις 27 Σεπτεμβρίου φέτος, και για σχετικές οδηγίες σε κομματικά και υπηρεσιακά όργανα, έχουν οδηγήσει, εδώ και αρκετό καιρό ήδη, στην άτυπη έναρξη της προεκλογικής περιόδου.

Με τις συνέπειες, που ανέφερα παραπάνω, να έχουν αρχίσει να γίνονται αισθητές.

Επιπλέον, όλη αυτή η φημολογία και συζήτηση κάνει κακό και στην αγορά και στο σύνολο της οικονομίας. Ειδικά, όταν έχουν επανεμφανιστεί οι γνωστοί μεσίτες, που υποσχονται τα πάντα, με λογικές Ανδρέα Παπανδρέου και δεκαετίας '80 (Άλλωστε, δεν στοιχίζουν κάτι οι υποσχέσεις. Ανέξοδες είναι. Μέχρι, που ο υπεύθυνος φέρνει τον λογαριασμό). Αυτό αυξάνει σημαντικά την αβεβαιότητα στην επιχειρηματική κοινότητα, με ό,τι μπορεί να σημαίνει στη (μη) λήψη αποφάσεων και στη (μη) υλοποίηση ή καθυστέρηση εφαρμογής των business plan τους.

Συνεπώς, τί χρειάζεται;

Πρώτον, ξεκαθάρισμα για ακόμα μια φορά για το πότε θα γίνουν εκλογές - ασφαλώς και οι πρόωρες κάλπες δεν προαναγγέλλονται, αλλά εγώ πιστεύω ότι δεν θα συμβεί αυτό. Δεύτερον, διατήρηση και ενίσχυση του προσανατολισμού του κυβερνώντος κόμματος στην κατεύθυνση της επιδίωξης της αυτοδυναμίας, όπως οφείλει να κάνει κάθε κόμμα εξουσίας.

Τρίτον, πίεση στους αιρετούς - και σε όσους επιδιώκουν να εκλεγούν -, οι οποίοι κατέχουν κρατικές ή κυβερνητικές θέσεις, να συνεχίσουν να κάνουν τη δουλειά τους μέχρι την ημέρα, που θα χρειαστεί είτε να αναλάβουν καθήκοντα, είτε να παραδώσουν σε άλλους.

Ο ανταγωνισμός είναι διαρκής, έντονος και παγκόσμιος.

Και οι διαταραχές, επίσης πολλές και ξαφνικές.

Συνεπώς, η χώρα δεν έχει καμία πολυτέλεια για χάσιμο πολύτιμου χρόνου.

Και, όσο και αν αυτό ακούγεται κλισέ, είναι η πραγματικότητα.

Τόσο απλά.

Νεκτάριος Β. Νώτης
nectarios@notice.gr

SECRETCREIPE

Ο παρατρεχάμενος

Πρώτα απ' όλα, σεβόμαστε τη δουλειά, που κάνει κάθε άνθρωπος για να βγάλει τα προς το ζην. Και σεβόμαστε ακόμα περισσότερο όσους είναι ευέλικτοι και κάνουν όποια δουλειά χρειαστεί, ακόμα

και όταν χρειάζεται να ξεβολευτούν και να αλλάξουν συνήθειες και status. Συνεπώς, σεβασμός και στο πρόσωπο, με το οποίο ασχολείται σήμερα η στήλη. Όμως, φαίνεται πως ο ίδιος αδικεί τον εαυτό του. Διότι ναι μεν εργάζεται σε θέση, την οποία θεωρεί υποβάθμιση, και

το κάνει με επιτυχία, όμως, η αμνηχανία του είναι έκδηλη, όταν βρίσκεται με τους συνεργάτες του και το αφεντικό του. Και, όπως λένε όσοι γνωρίζουν πρόσωπα και πράγματα στην εταιρεία, εμφανίζεται ως παρατρεχάμενος, μην μπορώντας να διαχειριστεί την όλη κατάσταση. Κρίμα...