



Σκληρά Τυριά Ελλάδας

Τυριά 6μηνης ωρίμανσης
που παράγονται στην Ελλάδα



ΚΕΦΑΛΟΤΥΡΙ
ΑΓΕΛΛΑΔΟΣ

3kg | 9kg | 2kg
(Σαγανάκι)

ΓΡΑΒΙΕΡΑ
ΑΓΕΛΛΑΔΟΣ

3kg | 9kg | 2kg





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

ΠΑΡΑΣΚΕΥΗ 20 ΦΕΒΡΟΥΑΡΙΟΥ 2026
ΤΕΥΧΟΣ 2275



• HARD ROCK CAFE

Υποσχόμενο ξεκίνημα το 2026 μετά το -4% το 2025
λόγω μειωμένης τουριστικής δαπάνης



• NESTLE

Βλέπει οργανική ανάπτυξη 3%-4% το 2026 - Το πλάνο
αναδιάρθρωσης και το σχέδιο για 16.000 απολύσεις



• ARTIZAN

Φετινός στόχος η αύξηση πωλήσεων
8% έως 10%



• ZOINOS WINERY

Είσοδος στην Κίνα και ανάπτυξη 6% το 2025 - Ξεκινά
η κατασκευή του ζυθοποιείου για την Stala

Editorial

Ας πρόσεχαν...

Debrief

Άλλοι να τα βλέπουν αυτά

Business Maker

- Πού βλέπει (τώρα) για εξαγορές η Γαλαξίας
- Η Avramar, η εγγυητική και το ερώτημα της... Amerga

SecretRecipe

Μύκονος: Μία αποχώρηση και μια νέα άφιξη στο ίδιο σημείο

Business Insight

Το σημαντικό deal που κλείνει στην Θεσσαλονίκη και πως η Σάνη ίσως φέρει κοντά 2 ή και 3 εισηγμένους



• HORECA 2026 ΨΗΦΙΑΚΕΣ ΣΥΝΑΛΛΑΓΕΣ ΣΧΕΔΙΑΣΜΕΝΕΣ ΓΙΑ ΤΙΣ ΑΝΑΓΚΕΣ ΤΗΣ ΕΣΤΙΑΣΗΣ ΚΑΙ ΤΗΣ ΦΙΛΟΞΕΝΙΑΣ

Η HORECA αποτελεί διαχρονικά το πεδίο όπου οι εξελίξεις στον κλάδο της εστίασης και της φιλοξενίας αποκτούν πρακτική διάσταση. Είναι το σημείο συνάντησης των ανθρώπων της αγοράς με τις λύσεις που καλούνται να στηρίξουν την καθημερινή λειτουργία επιχειρήσεων υψηλών απαιτήσεων. Η φετινή παρουσία της Global Payments, μέσω της [NBG Pay](#) και της [EDPS](#), ανέδειξε τη στρατηγική σημασία των ψηφιακών συναλλαγών ως βασικό πυλώνα ανάπτυξης για τους επαγγελματίες που δραστηριοποιούνται στη HORECA.



Σε ένα περιβάλλον με έντονη κινητικότητα, ισχυρή παρουσία εκθετών και αυξημένη προσέλευση επαγγελματιών από όλο το φάσμα της εστίασης και της φιλοξενίας, η HORECA 2026 επιβεβαίωσε τον ρόλο της ως τον βασικό επιχειρηματικό κόμβο του κλάδου. Οι παρουσιάσεις και οι θεματικές ενότητες που αναπτύχθηκαν κατά τη διάρκεια της διοργάνωσης ανέδειξαν τις νέες τάσεις και



τις προκλήσεις της αγοράς, ενισχύοντας τον διάλογο γύρω από την αναβάθμιση υπηρεσιών, τη βιώσιμη ανάπτυξη και τον ψηφιακό μετασχηματισμό των επιχειρήσεων. Σε αυτό το πλαίσιο, η NBG Pay και η EDPS παρουσίασαν ένα ολοκληρωμένο χαρτοφύλακιο λύσεων, σχεδιασμένο για να ανταποκρίνεται στον έντονο ρυθμό λειτουργίας επιχειρήσεων εστίασης και φιλοξενίας, ανεξαρτήτως μεγέθους.



Κεντρικό ρόλο είχε το **NBG Pay tom**, μια λύση που μετατρέπει το smartphone σε τερματικό αποδοχής πληρωμών, χωρίς πρόσθετο εξοπλισμό. Σε περιβάλλοντα όπου η ταχύτητα εξυπηρέτησης και η απρόσκοπτη ροή συναλλαγών είναι κρίσιμες, το tom πα-

ρουσιάστηκε ως εργαλείο που απλοποιεί την καθημερινότητα και προσφέρει ευελιξία, ειδικά σε ώρες αιχμής ή σε σημεία με αυξημένη κινητικότητα.

Παράλληλα, οι λύσεις **eCommerce** και **Pay by Link** ανέδειξαν την ανάγκη των επιχειρήσεων HORECA να λειτουργούν πλέον πέρα από τα όρια του φυσικού καταστήματος. Η δυνατότητα αποδοχής πληρωμών από απόσταση, είτε για κρατήσεις, είτε για προκαταβολές, είτε για υπηρεσίες catering και events, δίνει στους επαγγελματίες τον έλεγχο των συναλλαγών τους με τρόπο απλό και ασφαλές, χωρίς την απαίτηση ύπαρξης e-shop.

Σε μια αγορά που μετασχηματίζεται διαρκώς, το οικοσύστημα των ψηφιακών συναλλαγών έχει αναδειχθεί πλέον ως κεντρικός πυλώνας για την λειτουργία των επιχειρήσεων, προσφέροντας στρατηγικά εργαλεία για την αναβάθμιση των ανταγωνιστικών πλεονεκτημάτων. Η παρουσία της [NBG Pay](#) και της [EDPS](#) στη HORECA 2026 ανέδειξε ακριβώς αυτήν την αντίληψη, προσφέροντας λύσεις σχεδιασμένες με γνώμονα την πραγματική λειτουργία των επιχειρήσεων και συνεργασίες που δημιουργούν σταθερές βάσεις εμπιστοσύνης.

Για τον κλάδο της εστίασης και της φιλοξενίας, το μέλλον των συναλλαγών χτίζεται με τη σιγουριά του σήμερα, μέσα από τεχνολογία που λειτουργεί στην πράξη και συνεργάτες που κατανοούν τον ρυθμό και τις προκλήσεις της αγοράς.

• NESTLE
**ΒΛΕΠΕΙ ΟΡΓΑΝΙΚΗ
ΑΝΑΠΤΥΞΗ 3%-4%
ΤΟ 2026 - ΤΟ ΠΛΑΝΟ
ΑΝΑΔΙΑΡΘΡΩΣΗΣ
ΚΑΙ ΤΟ ΣΧΕΔΙΟ ΓΙΑ
16.000 ΑΠΟΛΥΣΕΙΣ**

Οργανική ανάπτυξη σε ένα εύρος 3%-4% αναμένει για τη φετινή χρονιά η διοίκηση της Nestle, περιλαμβάνοντας και τον αρνητικό αντίκτυπο από τις ανακλήσεις του βρεφικού γάλακτος, με τις ελλείψεις αποθεμάτων και τις επιστροφές προϊόντων να επηρεάζουν τους όγκους πωλήσεων.

Ακόμη αναμένει επιτάχυνση της πραγματικής εσωτερική ανάπτυξης (RIG) χάρη σε ένα στοχευμένο σχέδιο που υλοποιεί η διοίκηση υπό τον νέο CEO, Philipp Navratil.

Όπως ανέφερε χθες με αφορμή την ανακοίνωση των αποτελεσμάτων του 2025, "εστιάζουμε το χαρτοφυλάκιό μας σε τέσσερις επιχειρήσεις, με επικεφαλής τα ισχυρότερα εμπορικά μας σήματα, με ιεράρχηση πόρων και απλοποιημένη οργάνωση. Αναβαθμίζουμε το μάρκετινγκ και την καινοτομία μας και αυξάνουμε τις επενδύσεις σε πλατφόρμες υψηλού δυναμικού ανάπτυξης, οι οποίες πλέον έχουν διευρυμένο πεδίο εφαρμογής και αντιπροσωπεύουν το 30% των πωλήσεων. Ακόμη, ενισχύουμε την αποτελεσματικότητα μας και ενισχύουμε την οικονομική μας θέση".

ΟΙ ΒΑΣΙΚΟΙ ΠΥΛΩΝΕΣ

Ειδικότερα, έχει σχεδιαστεί η αναδιάρθρωση του ομίλου σε τέσσερις βασικούς επιχειρηματικούς πυλώνες, με βασικό στόχο τον περιορισμό των δαπανών. Οι νέοι τομείς περιλαμβάνουν:

- φροντίδα κατοικίδιων (petcare)
- καφέ (coffee)
- διατροφή (nutrition)
- τρόφιμα και snacks (food & snacks)

Παράλληλα, η εταιρεία βρίσκεται σε προχωρημένο στάδιο συζητήσεων για την εκχώρηση των εναπομεινάντων δραστηριοτήτων παγωτού στην κοινοπραξία Froneri με την PAI Partners.

ΠΤΩΣΗ ΜΕΓΕΘΩΝ ΤΟ 2025 ΠΑΡΑ ΤΙΣ ΑΝΑΤΙΜΗΣΕΙΣ

Αναφορικά με την εικόνα της πολυεθνικής το 2025, οι πωλήσεις της μειώθηκαν κατά 2% και η καθαρή της κερδοφορία σε ποσοστό 17% συγκριτικά με την αμέσως προηγούμενη οικονομική χρήση. Η οργανική ανάπτυξη



Philipp Navratil,
CEO, Nestle

του ομίλου διαμορφώθηκε σε 3,5% από 2,2% το 2024, με το 2,8% να αποδίδεται στις τιμές.

DATA (σε εκατ. ελβετικά φράγκα)

Πωλήσεις
2025: 89.490
2024: 91.354
2023: 92.998
2022: 94.424

Λειτουργικό κέρδος
2025: 12.277
2024: 14.724
2023: 14.063
2022: 12.326

Καθαρά κέρδη
2025: 9.033
2024: 10.884
2023: 11.209
2022: 9.270

ελαφρώς θετικός κατά τη διάρκεια του έτους. Στα είδη ζαχαροπλαστικής, οι βραχυπρόθεσμες ελαστικότητες ήταν πιο έντονες. Εκτός του καφέ και των ειδών ζαχαροπλαστικής, η οργανική ανάπτυξη ήταν θετική στις περισσότερες κατηγορίες, κυρίως με την ανάπτυξη που καθοδηγήθηκε από τον δείκτη RIG στον τομέα της φροντίδας κατοικίδιων ζώων.

FUEL FOR GROWTH

Τέλος υπενθυμίζεται ότι το δ' τρίμηνο του 2025, η Nestle ανακοίνωσε την επιτάχυνση των προγραμματισμένων μειώσεων προσωπικού σε παγκόσμιο επίπεδο, σε περίπου 16.000 άτομα έως το τέλος του 2027. Αυτό περιλαμβάνει περίπου 12.000 υπαλλήλους γραφείου, οδηγώντας σε αυξημένο στόχο για ετήσια εξοικονόμηση λειτουργικής αποδοτικότητας ύψους 1 δισεκατομμυρίου ελβετικών φράγκων. Το 20% των στοχευμένων εξοικονομήσεων να έχει ήδη ολοκληρωθεί, νωρίτερα από το προγραμματισμένο. Σύμφωνα με τη διοίκηση, σε συνδυασμό με το πρόγραμμα εξοικονόμησης προμηθειών, βρίσκεται σε καλό δρόμο για να επιτύχει συνολική εξοικονόμηση κόστους, Fuel for Growth, 3 δισεκατομμυρίων ελβετικών φράγκων έως το τέλος του 2027.

Η ΕΙΚΟΝΑ ΑΝΑ ΚΑΤΗΓΟΡΙΑ

Ανά κατηγορία, τα είδη ζαχαροπλαστικής και ο καφές ήταν οι ισχυρότεροι παράγοντες οργανικής ανάπτυξης, λόγω της υψηλής μονοψήφιας τιμολόγησης. Η Nestle εστίασε στις δύο κατηγορίες με "έξυπνες" δράσεις τιμολόγησης για την πλήρη αντιμετώπιση των αυξήσεων του κόστους εισροών όπου είναι δυνατόν.

Στον καφέ, οι επιπτώσεις της ελαστικότητας ήταν περιορισμένες και ο δείκτης RIG ήταν

Μάκης Αποστόλου
makis@notice.gr

• **ZERO WASTE HORECA**

Η ΥΙΟΘΕΤΗΣΗ ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝΤΙΚΑ ΥΠΕΥΘΥΝΩΝ ΠΡΑΚΤΙΚΩΝ ΩΣ ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΤΙΚΟ ΠΛΕΟΝΕΚΤΗΜΑ ΓΙΑ ΤΟΝ ΚΛΑΔΟ

Για τέταρτη συνεχόμενη χρονιά πραγματοποιήθηκαν οι “Zero Waste HORECA” Διακρίσεις, αναδεικνύοντας επιχειρήσεις του κλάδου Φιλοξενίας και Εστίασης που εφαρμόζουν στην πράξη περιβαλλοντικά υπεύθυνες πρακτικές και μειώνουν συστηματικά το αποτύπωμά τους. Στο πλαίσιο της έκθεσης HORECA 2026, 425 επιχειρήσεις από όλη την Ελλάδα έλαβαν Χρυσή, Αργυρή ή Χάλκινη Zero Waste HORECA Διάκριση, ενώ 10 επιχειρήσεις επιβραβεύτηκαν με χρηματικά έπαθλα για τις καινοτόμες πρωτοβουλίες που υλοποίησαν.

ΠΑΝΩ ΑΠΟ 3.200 ΜΕΛΗ

Το πρόγραμμα “Zero Waste HORECA” υλοποιείται από την Οικολογική Εταιρεία Ανακύκλωσης, με τη χρηματοδότηση του The Coca-Cola Foundation και υπό την αιγίδα του Υπουργείου Περιβάλλοντος και Ενέργειας. Σήμερα αριθμεί περισσότερα από 3.200 ενεργά μέλη σε όλη τη χώρα, τα οποία αξιοποιούν την ψηφιακή πλατφόρμα zerowastefuture.gr ως βασικό εργαλείο για τη βελτίωση των περιβαλλοντικών και λειτουργικών τους επιδόσεων.

Μέσα από την ιστοσελίδα, οι επιχειρήσεις έχουν πρόσβαση σε εργαλεία αυτοαξιολόγησης, εκπαιδευτικό υλικό και πρακτικές κατευθύνσεις που καλύπτουν το σύνολο των βασικών λειτουργιών ενός καταστήματος HORECA:

- διαχείριση απορριμμάτων και ανακύκλωση
- εξοικονόμηση ενέργειας και νερού
- βιώσιμες προμήθειες



Φίλιππος Κυρκίτσος, Πρόεδρος Οικολογικής Εταιρείας Ανακύκλωσης



Μαρία Τζελέπη, Διευθύντρια Εταιρικών Υποθέσεων, Επικοινωνίας & Βιώσιμης Ανάπτυξης Coca-Cola Hellas

Κάθε μία από αυτές τις πρακτικές, εφόσον υιοθετηθούν έχουν ως αποτέλεσμα και τη μείωση του λειτουργικού τους κόστους. Οι διακρίσεις βασίζονται σε αξιολόγηση από 29μελή επιτροπή με εκπροσώπους της Πολιτείας, της ακαδημαϊκής κοινότητας και κοινωνικών και οικονομικών φορέων, διασφαλίζοντας αξιοπιστία και αντικειμενικότητα.

ΥΨΗΛΟΤΕΡΑ ΕΠΙΠΕΔΑ ΕΜΠΙΣΤΟΣΥΝΗΣ

Την ίδια στιγμή, η αξία της συμμετοχής σε αντίστοιχα προγράμματα επιβεβαιώνεται και από την πλευρά της αγοράς. Η πανελλαδική



έρευνα “Βιωσιμότητα στον κλάδο HORECA: Τι ζητούν οι καταναλωτές”, που υλοποιήθηκε από το Οικονομικό Πανεπιστήμιο Αθηνών με τη χρηματοδότηση της Coca-Cola Hellas, δείχνει ότι οι επιχειρήσεις που συμμετέχουν σε προγράμματα όπως το “Zero Waste HORECA” απολαμβάνουν υψηλότερα επίπεδα εμπιστοσύνης.

Σύμφωνα με τα ευρήματα, το 75% των καταναλωτών έχει θετική γνώμη για τις επιχειρήσεις-μέλη, ενώ το 65% όσων γνωρίζουν το πρόγραμμα δηλώνουν πιθανό να επιλέξουν μια επιχείρηση-μέλος και το 67% ότι θα τη συστήσουν.

ΕΡΓΑΛΕΙΟ ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΤΙΚΟΤΗΤΑΣ

Οι “Zero Waste HORECA” Διακρίσεις αποτυπώνουν τη σταδιακή ωρίμανση του κλάδου σε θέματα βιωσιμότητας και αναδεικνύουν ένα πρακτικό μοντέλο μετάβασης που συνδυάζει περιβαλλοντικό όφελος και επιχειρησιακή αξία. Για τις επιχειρήσεις HORECA, η βιωσιμότητα εξελίσσεται πλέον σε εργαλείο ανταγωνιστικότητας και όχι απλώς σε υποχρέωση συμμόρφωσης.



Ομαδική φωτογραφία χρηματικών επάθλων

• **ARLA FOODS**

ΣΤΟ +9,4% ΤΑ ΕΣΟΔΑ, ΣΤΑ €415 ΕΚΑΤ. ΤΑ ΚΕΡΔΗ ΤΟ 2025 ΕΝ ΜΕΣΩ ΜΕΤΑΒΛΗΤΟΤΗΤΑΣ ΣΤΗΝ ΑΓΟΡΑ ΓΑΛΑΚΤΟΣ

Αύξηση 9,4% στα έσοδα του οικονομικού έτους 2025, τα οποία ανήλθαν σε €15,1 δισ., κατέγραψε η Arla Foods, σε μια χρονιά έντονης μεταβλητότητας στην προσφορά γάλακτος.

Η εταιρεία, γνωστή για το brand Lurpak, απέδωσε την ανάπτυξη

- σε ιστορικά υψηλή συλλογή γάλακτος 14,3 δισ. κιλών
- στις αυξημένες τιμές βασικών εμπορευμάτων (commodities) στο α' εξάμηνο
- στις ισχυρές επιδόσεις του τομέα συστατικών (ingredients)

ΚΕΡΔΗ €415 ΕΚΑΤ.

Τα καθαρά κέρδη διαμορφώθηκαν στα €415 εκατ., ενώ η Arla κατέβαλε στους παραγωγούς-μέλη της 56,4 λεπτά του ευρώ ανά κιλό γάλακτος. Το διοικητικό συμβούλιο πρότεινε συμπληρωματική πληρωμή 2,2 λεπτών ανά κιλό.

Ο CEO, Peder Tuborgh, δήλωσε ότι οι επιδόσεις επιβεβαιώνουν την αποτελεσματικότητα της στρατηγικής, τονίζοντας ότι ο συνεταιρισμός ενίσχυσε τη θέση του στην αγορά, προσέφερε αξία-ρεκόρ στους παραγωγούς και προχώρησε σε βήματα βιωσιμότητας.

ΑΓΟΡΑ ΔΥΟ ΦΑΣΕΩΝ

Το 2025 χαρακτηρίστηκε από δύο διαφορετικές φάσεις: ισχυρή ζήτηση και ισορροπημένη προσφορά στις αρχές του έτους, απότομη αύξηση της παραγωγής γάλακτος στο β' εξάμηνο

σε όλη την Ευρώπη. Η υπερπροσφορά οδήγησε σε πτώση των διεθνών τιμών, ασκώντας πίεση στην αξία του γάλακτος σε όλο τον κλάδο. Ο Πρόεδρος της γαλακτοβιομηχανίας, Jan Toft Nørgaard, επισήμανε ότι η ταχεία μετάβαση από περιορισμένη σε άφθονη προσφορά δοκίμασε την ευελιξία των παραγωγών, αλλά ο συνεταιρισμός απέδειξε την ανθεκτικότητά του. Η θυγατρική Arla Foods Ingredients κατέγραψε άνοδο εσόδων 43,1% στα €1,5 δισ., ενισχυμένη από τη διεθνή ζήτηση για πρωτεΐνες υψηλής προστιθέμενης αξίας και την ενσωμάτωση της Whey Nutrition από την Volac.

Τα έσοδα από επώνυμα προϊόντα αυξήθηκαν κατά 6,9%, με τις τιμές να επηρεάζουν αρνητικά τους όγκους στο α' εξάμηνο. Στο β' εξάμηνο, οι όγκοι ενισχύθηκαν 1,8%, οδηγώντας σε ετήσια αύξηση 0,2%.

GUIDANCE

Η Arla προβλέπει έσοδα €13,3–€14,1 δισ. για το 2026 και αύξηση 1%–3% στα έσοδα από επώνυμα προϊόντα βάσει όγκου. Αναμένει ότι η αυξημένη προσφορά γάλακτος θα συνεχίσει να πιέζει την αγορά στις αρχές του έτους, με μερική εξομάλυνση αργότερα, καθώς θα αποκατασταθεί η ισορροπία προσφοράς και ζήτησης.

Ο Tuborgh δήλωσε ότι ο συνεταιρισμός είναι προετοιμασμένος για τη μεταβλητότητα, εκτιμώντας πως η προσαρμογή των τιμών θα ενισχύσει εκ νέου τη ζήτηση στα γαλακτοκομικά προϊόντα.



Peder Tuborgh,
CEO, Arla Foods

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

14-16
ΜΑΡΤΙΟΥ
METROPOLITAN
EXPO

20
26



foodexpo Greece



• **ZOINOS WINERY**

ΕΙΣΟΔΟΣ ΣΤΗΝ ΚΙΝΑ ΚΑΙ ΑΝΑΠΤΥΞΗ 6% ΤΟ 2025 - ΞΕΚΙΝΑ Η ΚΑΤΑΣΚΕΥΗ ΤΟΥ ΖΥΘΟΠΟΙΕΙΟΥ ΓΙΑ ΤΗΝ ΣΤΑΛΑ

Με αύξηση 6% στις πωλήσεις έκλεισε το 2025 η Zoinos Winery παίρνοντας ώθηση κατά κύριο λόγο από την εγχώρια αγορά και ιδίως από το κανάλι του οργανωμένου λιανεμπορίου, το οποίο έτρεξε με διψήφιο ποσοστό.

ΚΕΡΔΙΖΕΙ ΕΔΑΦΟΣ ΣΤΗΝ ΚΥΠΡΟ

Με χαμηλότερο ρυθμό κινήθηκαν οι εξαγωγές που αντιπροσωπεύουν πλέον το 18% του συνολικού τζίρου, ωστόσο, όπως αναφέρει στο Fnb Daily ο Διευθύνων Σύμβουλος, Θανάσης Κατσανάκης, η συνεταιριστική οινοποιία να κατάφερε να προσθέσει στη λίστα των προορισμών της την Κίνα.

Σύμφωνα, δε, με τον προϊστάμενο του Εμπορικού Τμήματος, Δημήτρη Μηλιώτη, καλό momentum έχουν αποκτήσει οι πωλήσεις στην Κύπρο όπου μάλιστα -και παρά τις αρχικές επιφυλάξεις λόγω της ύπαρξης της τοπικής ζηβανίας (σ.σ. παραδοσιακό απόσταγμα)- η πορεία του εμφιαλωμένου τσίπουρου

είναι κάτι παραπάνω από ικανοποιητική. Αιχμή του δόρατος για τις εξαγωγές της Ζοίνος παραμένουν τα αφρώδη κρασιά της, με τη φυσική προέλευση των φυσσαλίδων (σ.σ. δημιουργούνται με φυσική ζύμωση κατά την παραμονή στη δεξαμενή και δεν αποτελούν προϊόν ανθράκωσης) να προβάλλεται και να αξιολογείται από την οινοποιία ως ένα επιπλέον επικείμενο στον εμπορικό στίβο.

DATA (σε €χιλ.)

Κύκλος Εργασιών

2024: 6.940
2023: 6.645
2022: 5.991
2021: 5.209

ΕΒΙΤ

2024: 718
2023: 831
2022: 785
2021: 578

Κέρδη προ φόρων

2024: 561
2023: 645
2022: 705
2021: 488



Θανάσης Κατσανάκης, Διευθύνων Σύμβουλος, Zoinos Winery

Σύμφωνα με τον κ. Μηλιώτη, ένα σημαντικό βήμα για την οινοποιία αποτελεί η απόφαση όλα τα ΠΟΠ κρασιά να αποτελούν πλέον προϊόν βιολογικής αμπελοργίας και να φέρουν τη σχετική πιστοποίηση- κάτι που έχει ήδη συμβεί για παράδειγμα στην Debina Orange, την πλέον παραδοσιακή οινοποίηση της ηπειρωτικής αυτής ποικιλίας. "Σίγουρα είναι μια απόφαση με ρίσκο γιατί η βιολογική καλλιέργεια, όπως είναι γνωστό, έχει συγκεκριμένες προδιαγραφές και σε μια κακή παραγωγικά χρονιά κινδυνεύεις να χάσεις κάποια

προϊόντα. Όμως, αποτελεί συνειδητή επιλογή και στρατηγική απόφαση", υπογραμμίζει.

ΑΦΗΝΕΙ ΥΠΟΣΧΕΣΕΙΣ ΤΟ ΜΠΕΚΑΡΙ

Εξίσου στοχευμένη είναι η απόφαση για επένδυση και ανάπτυξη των τοπικών ή λιγότερο γνωστών ελληνικών ποικιλιών, κάποιες από τις οποίες ήδη καλλιεργούνται πειραματικά στους ιδιόκτητους αμπελώνες που ξεπερνούν τα 220 στρέμματα. Μια από αυτές που κερδίζει εκτάσεις, και σύμφωνα με τον κ.Μηλιώτη, μπορεί να δώσει σημαντικά πράγματα στο άμεσο μέλλον, είναι το Μπεκάρι που σήμερα χρησιμοποιείται στο blend του Αρκτούρου (Βλάχικο, Μπεκάρι, Cabernet Chauvignon).

ΕΜΦΑΣΗ ΣΕ ΤΟΠΙΚΕΣ ΠΟΙΚΙΛΙΕΣ ΤΗΣ ΑΧΑΪΑΣ

Έμφαση στις τοπικές ποικιλίες όμως θα δοθεί και στην αμπελοργική ζώνη της Αχαΐας όπου η Ζοίνος δραστηριοποιείται από το 2022 μέσω της εξαγοράς του Οινοποιείου Κωστόπουλου στο Καλέντζι. "Μας ενδιαφέρει πολύ ο Ροδίτης, η Αλεπού, η Μαυροδάφνη και το Μοσχάτο Ρίου", τονίζει ο κ. Κατσανάκης, υπενθυμίζοντας και τις συνεργασίες που διατηρεί η Ζοίνος στην Αττική με τους συνεταιρισμούς Κορωπίου και Μεγάρων. Στο μεταξύ, σε εξέλιξη βρίσκεται η δημιουργία νέου ζυθοποιείου στην ΒΙΠΕ Ιωαννίνων όπου θα στεγαστεί η μικροζυθοποιία Στάλα. "Έχουμε ήδη παραγγείλει τα μηχανήματα και το άμεσως επόμενο διάστημα αναμένεται να ενταχθεί το έργο στον Αναπτυξιακό, όπου έχουμε υποβάλει σχετικό αίτημα", σημειώνει ο κ. Κατσανάκης, προσθέτοντας ότι το επενδυτικό σχέδιο ανέρχεται σε πρώτη φάση σε €600 χιλ.

Γιάννης Τσατσάκης
yannis@notice.gr

• **ΖΑΛΦΑ**

ΤΙΜΗΣΕ ΤΗΝ ΠΑΓΚΟΣΜΙΑ ΗΜΕΡΑ ΟΣΠΡΙΩΝ ΜΕ ΚΟΙΝΩΝΙΚΗ ΔΡΑΣΗ

Η Ζαλφα, με αφορμή την Παγκόσμια Ημέρα Οσπρίων στις 10 Φεβρουαρίου 2026, υλοποίησε δράση κοινωνικής προσφοράς. Σε συνεργασία με τον οργανισμό "The Love Van", βρέθηκε στο κέντρο της Αθήνας, όπου εργαζόμενοι και εθελοντές παρασκεύασαν και διένειμαν περισσότερες από 200 μερίδες ζεστού φαγητού σε άτομα

που βρίσκονται σε ανάγκη, με μενού φασολάδα και ρεβιθάδα, αναδεικνύοντας τη διατροφική αξία των οσπρίων. Παράλληλα, ενίσχυσε οικονομικά τον οργανισμό, σπρίζοντας τη συνέχιση του έργου του. Μέσα από πρωτοβουλίες με κοινωνικό αποτύπωμα, η εταιρεία ενισχύει τον ρόλο της ως υπεύθυνου εταιρικού πολίτη.



• **WALMART – TARGET**
ΒΙΟΙ... ΑΝΤΙΘΕΤΟΙ ΤΑ ΠΡΟΗΓΟΥΜΕΝΑ
ΧΡΟΝΙΑ – ΠΟΙΟ ΕΙΝΑΙ ΤΟ ΣΤΟΙΧΗΜΑ
ΤΟΥ 2026 ΓΙΑ ΤΟΥΣ ΓΙΓΑΝΤΕΣ
ΤΟΥ ΑΜΕΡΙΚΑΝΙΚΟΥ RETAIL

Στη "νέα εποχή" των Walmart και Target υπό τους νέους CEOs και τις προοπτικές για την κατανάλωση στις ΗΠΑ το 2026, είναι στραμμένο το ενδιαφέρον των επενδυτών.

Από την 1η Φεβρουαρίου, CEO της Walmart είναι ο John Furner και της Target ο Michael Fiddelke, στελέχη με πολυετή πορεία εντός των εταιρειών.

Οι δύο αλυσίδες αντιμετωπίζουν κοινές προκλήσεις: οι καταναλωτές συνεχίζουν να δαπανούν, αλλά επιλεκτικά, καθώς ο πληθωρισμός και οι δασμοί διατηρούν υψηλές τις τιμές σε τρόφιμα και βασικά αγαθά, περιορίζοντας τις αγορές μη απαραίτητων ειδών.

ΑΝΤΙΘΕΤΕΣ ΠΟΡΕΙΕΣ ΣΤΟ
ΤΑΜΠΛΟ

Η χρηματιστηριακή πορεία τους αποτυπώνει τη διαφοροποίηση επιδόσεων.

Η μετοχή της Walmart έχει ενισχυθεί περίπου 163% την τελευταία πενταετία και 24% τον τελευταίο χρόνο, αγγίζοντας νέο υψηλό 52 εβδομάδων.

Αντίθετα, της Target έχει υποχωρήσει περίπου 40% σε βάθος πενταετίας και 10% τον τε-

λευταίο χρόνο.

Η Walmart αναμένει αύξηση καθαρών πωλήσεων 4,8%-5,1% σε ετήσια βάση, ενώ η Target οδεύει προς ετήσια πτώση. Η Walmart κερδίζει μερίδιο αγοράς σε όλα τα εισοδηματικά στρώματα, ενισχύει το ηλεκτρονικό εμπόριο και αναπτύσσει δραστηριότητες υψηλότερου περιθωρίου, όπως η διαφήμιση και το marketplace τρίτων. Μάλιστα, μετέφερε την κύρια διαπραγμάτευση της μετοχής της από το New York Stock Exchange στον Nasdaq, επιδιώκοντας να δημιουργήσει τεχνολογικό προφίλ, πιο κοντά σε αυτό της Amazon.

ΟΙ ΠΡΟΤΕΡΑΙΟΤΗΤΕΣ
ΤΩΝ ΝΕΩΝ CEOs

Ο John Furner διαδέχθηκε τον Doug McMillon σε μια επιχείρηση που χαρακτηρίζεται "θεμελιωδώς υγιής", με έμφαση στην Τεχνητή Νοημοσύνη και τον ψηφιακό μετασχηματισμό. Η Walmart έχει συνάψει συμφωνίες με τις πλατφόρμες AI OpenAI (ChatGPT) και Google (Gemini) για τη βελτίωση της εμπειρίας αγορών.



John Furner, CEO, Walmart - Michael Fiddelke, CEO, Target

Στον αντίποδα, ο Michael Fiddelke καλείται να επαναφέρει την Target σε τροχιά ανάπτυξης έπειτα από τέσσερα χρόνια σχεδόν στάσιμων πωλήσεων. Η εταιρεία αντιμετωπίζει μειωμένη επισκεψιμότητα σε καταστήματα και online, παράπονα για ελλείψεις αποθεμάτων και μεγάλες ουρές, καθώς και αντιδράσεις για κοινωνικές και πολιτικές θέσεις. Έχει ήδη μειώσει προσωπικό, περικόποντας 1.800 εταιρικές θέσεις πέρυσι. Η νέα στρατηγική εστιάζει σε τέσσερις άξονες: ενίσχυση του εμπορικού μείγματος (merchandising), βελτίωση της εμπειρίας πελάτη, επιτάχυνση της τεχνολογικής μετάβασης και ενδυνάμωση ανθρώπινου δυναμικού. Η Target αυξάνει τη στελέχωση στα καταστήματα, μειώνοντας ταυτόχρονα περίπου 500 θέσεις σε κέντρα διανομής και περιφερειακά γραφεία, ενώ προχωρά και σε αλλαγές στη διοικητική ομάδα.

• **WALMART**
ΙΣΧΥΡΟ ΤΡΙΜΗΝΟ
ΜΕ ΩΘΗΣΗ ΑΠΟ
E-COMMERCE
ΚΑΙ ΔΙΑΦΗΜΙΣΗ

Αύξηση στις πωλήσεις του εορταστικού τριμήνου ανακοίνωσε η Walmart, με κέρδη και έσοδα που ξεπέρασαν τις εκτιμήσεις της Wall Street, χάρη στη δυναμική του ηλεκτρονικού εμπορίου, της διαφημιστικής δραστηριότητας και του marketplace τρίτων. Για το τρέχον οικονομικό έτος, η εταιρεία προβλέπει άνοδο καθαρών πωλήσεων. Ο CFO, John David Rainey, ανέφερε ότι οι ταχύτερες παραδόσεις από τα καταστήματα ενισχύουν την προσέλκυση καταναλωτών, ιδίως υψηλότερων εισοδημάτων, οδηγώντας σε περαιτέρω αύξηση μεριδίων αγοράς.



SAME-STORE-SALES

Οι πωλήσεις σε συγκρίσιμα καταστήματα (same-store sales) αυξήθηκαν στις ΗΠΑ όπως και στην Sam's Club (εξαιρουμένων καυσίμων). Οι online πωλήσεις στις ΗΠΑ εκτινάχθηκαν 27%, σημειώνοντας 15ο συνεχόμενο τρίμηνο διψήφιας ανάπτυξης, ενώ παγκοσμίως αυξήθηκαν 24%. Το ηλεκτρονικό εμπόριο αντιστοιχεί πλέον στο 23% των πωλήσεων στις ΗΠΑ. Οι παραδόσεις από

καταστήματα αυξήθηκαν περίπου 50% και τα έσοδα από τη διαφημιστική δραστηριότητα (Walmart Connect) κατά 41%.

ΚΑΤΑΝΟΜΗ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ

Παρά την ισχυρή πορεία, η ανάπτυξη δεν κατανέμεται ομοιόμορφα: καταγράφεται πίεση στα χαμηλότερα εισοδηματικά στρώματα, ενώ η αύξηση δαπανών είναι εντονότερη στα υψηλά εισοδήματα — φαινόμενο που παραπέμπει σε "K-shaped economy". Παράλληλα, η εταιρεία ενέκρινε νέο πρόγραμμα επαναγοράς μετοχών ύψους \$30 δισ.

DATA Δ' Τρίμηνο (FY2026)
Έσοδα: \$190,66 δισ. (+6%)
Same-store sales (ΗΠΑ): +4,6%
Καθαρά κέρδη: \$4,24 δισ. (\$0,53/μετοχή)

• **GENERAL MILLS**
ΣΤΟΧΟΣ Η ΕΠΙΣΤΡΟΦΗ ΣΕ ΑΝΑΠΤΥΞΗ
ΜΕ ΟΠΛΑ ΤΗΝ ΑΙ ΚΑΙ ΝΕΑ ΠΡΟΪΟΝΤΑ

Στροφή στην Τεχνητή Νοημοσύνη και στην ενίσχυση της καινοτομίας προϊόντων κάνει η General Mills, επιδιώκοντας να αναζωπυρώσει το ενδιαφέρον των καταναλωτών. Ο CEO της εταιρείας, Jeffrey Harmening, δήλωσε ότι ο όμιλος αξιοποιεί την AI, με στόχο την καλύτερη κατανόηση των καταναλωτών και των αναγκών τους, αναπτύσσοντας λύσεις βάσει των δεδομένων που συλλέγει. Παράλληλα, χρησιμοποιεί Τεχνητή Νοημοσύνη στο μάρκετινγκ, ώστε να στοχεύει αποτελεσματικότερα το κοινό, ανάλογα με το μήνυμα κάθε brand. “Επαναπροσδιορίζουμε τον τρόπο με τον οποίο καινοτομούμε”, ανέφερε ο Harmening, επισημαίνοντας ότι η εταιρεία επενδύει σε δυνατότητες που θα αποδώσουν “μεγαλύτερες και πιο ουσιαστικές ιδέες” με απήχηση στους καταναλωτές.

Η ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΑ ΣΤΟ ΕΠΙΚΕΝΤΡΟ

Η έμφαση στην AI έρχεται σε μια περίοδο όπου όλο και περισσότεροι καταναλωτές χρησιμοποιούν τεχνολογικά εργαλεία για να ανακαλύψουν νέα brands ή να οργανώσουν τις αγορές τους. Η General Mills ανακοίνωσε ότι τριπλασίασε τον ρυθμό ανάπτυξης του ηλεκτρονικού εμπορίου στους

πέντε μεγαλύτερους συνεργάτες λιανικής, με υπηρεσίες διανομής.

ΝΕΑ ΠΡΟΪΟΝΤΑ

Πέρα από την τεχνολογία, η εταιρεία επενδύει στην ανάπτυξη νέων προϊόντων που ανταποκρίνονται σε σύγχρονες διατροφικές τάσεις, όπως η αυξημένη ζήτηση για πρωτεΐνη και φυτικές ίνες. Η Dana McNabb, επικεφαλής του τομέα North America Retail, ανέφερε ότι στο β' εξάμηνο προγραμματίζονται λανσαρίσματα “GLP-1-friendly” προϊόντων, δηλαδή κατάλληλων για καταναλωτές που λαμβάνουν φαρμακευτικές αγωγές απώλειας βάρους. Μεταξύ αυτών περιλαμβάνονται τα Honey Nut Cheerios Protein και μπάρρες διατροφής της Ghost Performance.

ΘΕΛΕΙ +25% ΣΤΑ ΝΕΑ ΠΡΟΪΟΝΤΑ

Η General Mills στοχεύει αύξηση περίπου 25% στις καθαρές πωλήσεις από νέα προϊόντα, με συνεισφορά και από τα οκτώ brands της. Στο πλαίσιο αυτό, δίνει έμφαση στη βελτίωση “γεύσης, διατροφικής αξίας, συστατικών και συσκευασίας” σε ολόκληρο το χαρτοφυλάκιο προϊόντων της. Σχεδι-



*Jeff Harmening,
Chairman
and CEO,
General
Mills*

άζει, μεταξύ άλλων, πιο “τυρένια” εκδοχή των Annie’s Mac & Cheese και ζύμη Pillsbury για ψήσιμο που φουσκώνει περισσότερο. Παράλληλα, επενδύει σε ανα σχεδιασμό συσκευασιών, σημειώνοντας ότι αλλαγές σε brands όπως Chex Mix και Gushers έχουν ήδη οδηγήσει σε αύξηση πωλήσεων.

ΧΑΜΗΛΟΤΕΡΑ ΟΙ ΠΡΟΒΛΕΨΕΙΣ
ΓΙΑ ΤΟ 2026

Η στρατηγική στροφή προς την καινοτομία και την AI έρχεται την ώρα που ο όμιλος υποβαθμίζει τις προβλέψεις για το οικονομικό έτος 2026, εκτιμώντας ότι οι οργανικές πωλήσεις ενδέχεται να μειωθούν έως και 2%.

Στα πιο πρόσφατα αποτελέσματα, κατέγραψε καθαρές πωλήσεις \$4,9 δισ., μειωμένες κατά 7% σε ετήσια βάση, με τη διοίκηση να επισημαίνει ότι το καταναλωτικό κλίμα δεν έχει ανακάμψει όπως αναμενόταν.

SÒ POSH!

the trendletter

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

Κάθε Σάββατο στις 9.30

ΤΟ ΕΒΔΟΜΑΔΙΑΙΟ NEWSLETTER

ΓΙΝΕ ΣΥΝΔΡΟΜΗΤΗΣ ΕΔΩ

• **ARTIZAN**

ΦΕΤΙΝΟΣ ΣΤΟΧΟΣ Η ΑΥΞΗΣΗ ΠΩΛΗΣΕΩΝ 8% ΕΩΣ 10%

Με αύξηση πωλήσεων της τάξης του 8% έως 10% σε αξία εκτιμάται ότι θα κινηθεί η τρέχουσα χρήση για την Artizan, εάν δεν υπάρχουν απρόβλεπτες εξελίξεις στον τομέα των πρώτων υλών και του κόστους παραγωγής. Το ποσοστό αυτό θεωρείται ικανοποιητικό, δεδομένων των συνθηκών, ιδίως αν ληφθεί υπόψη η συγκρατημένη εκκίνηση του έτους για τον κλάδο, όπως αναφέρουν στελέχη της εταιρείας στο FNB Daily.

Η χρονιά ξεκίνησε με χαμηλότερους ρυθμούς για την ευρύτερη αγορά τροφίμων, καθώς ο Ιανουάριος – παραδοσιακά ο πιο... μικρός εμπορικά μήνας λόγω αργιών και περιορισμένης καταναλωτικής κίνησης -, κινήθηκε υποτονικά. Ωστόσο, σύμφωνα με στελέχη της Artizan, η εταιρεία κατέγραψε θετική μεταβολή έναντι της αντίστοιχης περυσινής περιόδου, διαφοροποιούμενη από τη γενικότερη εικόνα.

MILKA & OREO MUFFIN

Η εταιρεία, μέλος του ομίλου Switz Group, με παρουσία που καλύπτει τόσο τη λιανική, όσο και τα επαγγελματικά δίκτυα διανομής, προχωρά σε τακτική ανανέωση κωδικών, στη διασπορά καναλιών πώλησης και στη σταδιακή ενίσχυση προϊόντων υψηλότερης προστιθέμενης αξίας.

Στο πλαίσιο της ετήσιας ανανέωσης του χαρτοφυλακίου της, ενισχύει και φέτος τη σειρά ατομικών γλυκών snack με νέες εκδοχές σε muffins, μεταξύ άλλων με γεύσεις που συνδέονται με τα brands Milka και Oreo. Η κίνηση εντάσσεται στη διαρκή προσπάθεια διατήρησης της ελκυστικότητας του προϊόντικού μείγματος, σε μια αγορά όπου ο κύκλος ζωής των κωδικών είναι ολοένα και πιο σύντομος. Παρά την παρουσία ισχυρών εμπορικά επιμέρους προϊόντων, η Artizan δεν εμφανίζει εξάρτηση από έναν συγκεκριμένο κωδικό που να εμφανίζεται ως best selling. Όπως επισημαίνουν αρμόδιες πηγές, οι βασικές κατηγορίες της εταιρείας, από muffins και



donuts έως αρτοσκευάσματα τύπου μπαγκέτας και μικρά ψωμάκια συνοδευτικά, συνεισφέρουν περίπου ισομερώς στον συνολικό κύκλο εργασιών. Η κατανομή αυτή περιορίζει τον κίνδυνο διακυμάνσεων από πιθανή κάμψη σε επιμέρους τμήμα της αγοράς.

ΤΑ ΚΑΤΕΨΥΓΜΕΝΑ

Ωστόσο, ιδιαίτερη βαρύτητα διατηρεί ο τομέας των κατεψυγμένων, ο οποίος αντιστοιχεί περίπου στο 33% του συνολικού τζίρου. Η συγκεκριμένη δραστηριότητα τροφοδοτεί σε σημαντικό βαθμό επαγγελματικά κανάλια, με αιχμή τα ξενοδοχεία και τις επιχειρήσεις εστίασης.

Προϊόντα όπως croissants, mini αρτοσκευάσματα, muffins και ψωμάκια κουβέρ εμφανίζουν σταθερή απορρόφηση, ιδίως από ξενοδοχεία που επενδύουν στην ποιοτική αναβάθμιση του πρωινού και των παρεχόμενων υπηρεσιών.

Για το επόμενο διάστημα, το βάρος αναμένεται να δοθεί στην περαιτέρω διεύρυνση της παρουσίας στο HoReCa, στην ενίσχυση συνεργασιών με αλυσίδες φιλοξενίας και στη διατήρηση της ισορροπίας μεταξύ φρέσκων και κατεψυγμένων προϊόντων.

Στέλλα Αυγουστάκη
stella@notice.gr

• **ΙΟΝΙΚΙ**

ΓΙΟΡΤΑΖΕΙ 35 ΧΡΟΝΙΑ ΚΑΙ ΣΥΜΜΕΤΕΧΕΙ ΣΤΗΝ 12h ARTOZYMA

Η Ioniki, σε συνεργασία με την Olympic Foods, συμμετέχει στην 12h Artozyma, η οποία θα πραγματοποιηθεί από τις 28 Φεβρουαρίου έως τις 2 Μαρτίου 2026 στην Θεσσαλονίκη. Φέτος, η Ioniki γιορτάζει 35 χρόνια συνεχούς παρουσίας στον χώρο των τροφί-

μων. Κατά τη διάρκεια της έκθεσης, στο Περίπτερο 13, Stand B11 (Εγνατία 154), θα παρουσιαστούν τα νέα προϊόντα της εταιρείας, bagels & flatbreads, εμπλουτίζοντας τη γκάμα με σύγχρονες και ευέλικτες επιλογές για επαγγελματίες του κλάδου.



• **PERNOD RICARD**

ΔΙΨΗΦΙΑ ΠΤΩΣΗ ΜΕΓΕΘΩΝ ΣΤΟ ΕΞΑΜΗΝΟ, ΚΑΛΕΣ ΕΠΙΔΟΣΕΙΣ ΣΕ ΙΝΔΙΑ ΚΑΙ DUTY FREE - ΥΠΟΣΧΕΤΑΙ ΙΣΧΥΡΟ COMEBACK

Μείωση πωλήσεων και στις πέντε βασικές αγορές προτεραιότητάς της κατά το α' εξάμηνο του οικονομικού έτους 2025/2026 ανακοίνωσε η Pernod Ricard, ενώ και τα κέρδη του ομίλου υποχώρησαν, καθώς οι διακυμάνσεις στις συναλλαγματικές ισοτιμίες και ο πληθωρισμός κόστους επιβάρυναν περαιτέρω την αναταραχή στις δραστηριότητές της στις ΗΠΑ και την Κίνα.

Συνολικά οι πωλήσεις υποχώρησαν κατά 15%, στα €5,25 δισ. και τα καθαρά κέρδη κατά 17%, στα επίπεδα του €1 δισ.

Ωστόσο, οι επιδόσεις του α' εξαμήνου κινήθηκαν σε γενικές γραμμές εντός των προσδοκιών και κατέγραψαν βελτίωση στο β' τρίμηνο, καθώς η αγορά της Ινδίας και το παγκόσμιο κανάλι duty free, παρουσίασαν ανάκαμψη.

Σε οργανική βάση η εικόνα της Pernod Ricard ήταν καλύτερη καθώς ο τζίρος υποχώρησε σε ποσοστό 5,9% και τα λειτουργικά κέρδη (από συνεχιζόμενες δραστηριότητες) κατά 7,5%.



Alexandre Ricard,
CEO, Pernod
Ricard

DATA Α' Εξάμηνο (σε €κατ.)

Πωλήσεις

2025/2026: 5.253

2024/2025: 6.176

μεταβολή: (15%)

Καθαρά κέρδη

2025/2026: 1.003

2024/2025: 1.214

μεταβολή: (17%)

ΠΡΟΒΛΕΨΗ ΓΙΑ ΑΝΑΠΤΥΞΗ

3%-6%

Η Pernod έχει δεσμευθεί να επιτύχει καλύτερα αποτελέσματα στο β' εξάμηνο της τρέχουσας χρήσης.

Παράλληλα, επανέλαβε την πρόβλεψή της για αύξηση πωλήσεων μεταξύ 3% και 6% για την περίοδο 2027-2029, παρά τη γενικευμένη κάμψη της ζήτησης στον κλάδο.

Η εταιρεία δεσμεύτηκε επίσης να προστατεύσει το περιθώριο κέρδους της μέσω σχεδί-

ου αναδιάρθρωσης που στοχεύει σε εξοικονόμηση €1 δισ. για την περίοδο 2026-2029, το οποίο περιλαμβάνει και απώλειες θέσεων εργασίας.

Όλες οι εταιρείες του κλάδου των αλκοολούχων ποτών έχουν επηρεαστεί από το τέλος της άνθησης πωλήσεων που είχε σημειωθεί την περίοδο της πανδημίας. Η ζήτηση επλήγη επίσης από τους δασμούς στις εισαγωγές κοινάκ στην Κίνα και στα προϊόντα της ΕΕ που εισέρχονται στις Ηνωμένες Πολιτείες.

• **ΒΙΚΟΣ COLA**

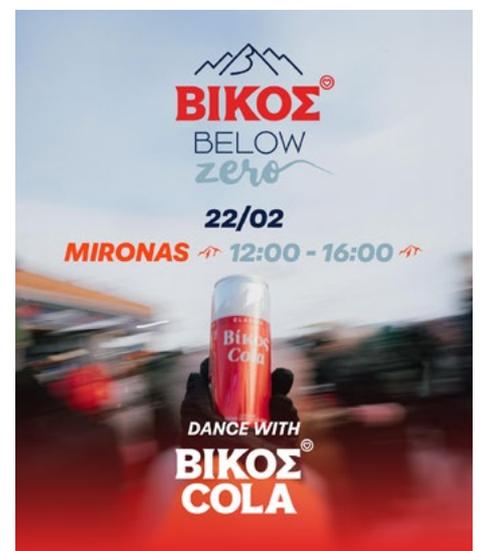
ΒΙΚΟΣ BELOW ZERO SESSIONS ΣΤΟ ΧΙΟΝΟΔΡΟΜΙΚΟ ΚΕΝΤΡΟ ΚΑΛΑΒΡΥΤΩΝ

Τα ΒΙΚΟΣ Below Zero Sessions επιστρέφουν το 2026 στο Χιονοδρομικό Κέντρο Καλαβρύτων, και φέρνουν στο βουνό το απόλυτο μίχ χειμερινής διασκέδασης παρέα με την ΒΙΚΟΣ COLA.

Η αρχή γίνεται δυναμικά με το Vol. 1, το Σάββατο 22 Φεβρουαρίου, με DJ set από τον Μύρωνα Στρατή, που ανεβάζει τον ρυθμό και μετατρέπει το Χιονοδρομικό Κέντρο Καλαβρύτων, στο απόλυτο winter meeting point.

"Δυνατοί ήχοι, αυθεντικό après-ski vibe και ένα crowd που κινείται στον ίδιο ρυθμό δημι-

ουργούν μία εμπειρία που ξεκινά στις πίστες και συνεχίζεται δυναμικά και μετά το ride, όταν το βουνό αλλάζει tempo και η διασκέδαση κορυφώνεται" αναφέρει η σχετική ανακοίνωση συνεχίζοντας: "Στην καρδιά του experience βρίσκεται η ΒΙΚΟΣ COLA, ενισχύοντας την ένταση της στιγμής και συνοδεύοντας ιδανικά τη μουσική και το après-ski με τη χαρακτηριστική της γεύση. Και αυτό είναι μόνο η αρχή. Τα Καλάβρυτα αποκτούν ξανά τη δική τους μουσική ταυτότητα και τα ΒΙΚΟΣ Below Zero Sessions γίνονται το soundtrack του χειμώνα".



• **HORECA 2026**

74.750 ΕΠΑΓΓΕΛΜΑΤΙΕΣ ΕΖΗΣΑΝ ΤΟΝ ΠΑΛΜΟ ΤΗΣ

Χιλιάδες επαγγελματίες από κάθε γωνιά της Ελλάδας, 500 κορυφαίοι εκθέτες και ένα φανταστικό vibe! Για τέσσερις ημέρες, η καρδιά της επιχειρηματικότητας χτύπησε δυνατά στο Metropolitan Expo. 74.750 δραστήρια στελέχη έφυγαν γεμάτοι εικόνες, νέες ιδέες, έμπνευση, συνεργασίες και αισιοδοξία για την επόμενη ημέρα της επιχειρησής τους.

Πέρα από μια έκθεση, η HORECA είναι μια εμπειρία που συνδυάζει πάθος, γνώση και νέες τάσεις. Στο φετινό τετραήμερο, 74.750 visionaries του τουρισμού και της εστίασης συναντήθηκαν για να ανακαλύψουν το μέλλον του κλάδου. Η HORECA 2026 απέδειξε πως αποτελεί τον συνδετικό κρίκο της ελληνικής επιχειρηματικότητας, προσφέροντας πρόσβαση σε καινοτόμα προϊόντα και τεχνολογίες αιχμής που οδηγούν στην υγιή ανάπτυξη.

Οι 500 εκθέτες παρουσίασαν τις πιο custom & premium προτάσεις τους και προσέφεραν μια ολιστική ματιά στις παγκόσμιες τάσεις συναντώντας παλιούς και νέους συνεργάτες. Από το hospitality και το fine dining μέχρι το bakery και το coffee industry, οι πιο πρωτοποριακές λύσεις της αγοράς "συστήθηκαν" σε επαγγελματίες που δεν συμβιβάζονται με τίποτα λιγότερο από την κορυφαία ποιότητα.

Παράλληλα, το 56,5 % των επισκεπτών προήλθε από την επαρχία, γεγονός που αποδεικνύει ότι οι decision makers από όλη την Ελλάδα εμπιστεύονται την HORECA για την αναβάθμιση των επιχειρήσεών τους μέσα από σύγχρονες υπηρεσίες και διεθνή brands.

ΠΑΛΜΟΣ ΚΑΙΝΟΤΟΜΙΑΣ ΚΑΙ ΕΜΠΝΕΥΣΗΣ ΣΤΑ SPECIAL EVENTS ΤΗΣ HORECA!

Οι παράλληλες δράσεις της έκθεσης έκλεψαν για ακόμα μια φορά τις εντυπώσεις. Στο [HORECA Business Lab](#), οι επαγγελματίες του τουρισμού και της εστίασης ανακάλυψαν νέα εργαλεία marketing και management μέσα από διαδραστικά workshops. Την ίδια στιγμή, η σκηνή του [Coffee Championships 2026 by SCA Greece](#) "φλεγόταν" από τον ανταγωνισμό των κορυφαίων baristas, ενώ στο [Gastronomy Lab](#), ένα all-star line up από chefs παρουσίασαν το μέλλον της βιώσιμης γαστρονομίας και τις πιο σύγχρονες μαγειρικές τάσεις.

Η HORECA 2026 κατέκτησε τους επαγγελματίες του κλάδου. Στελέχη από όλη τη χώρα αλλά και το εξωτερικό, ήρθαν, είδαν



και δήλωσαν εντυπωσιασμένοι!

Το κλίμα αισιοδοξίας και ενθουσιασμού είναι διάχυτο στις δηλώσεις των επισκεπτών καθώς ανακάλυψαν πρωτοποριακά προϊόντα, φρέσκιες ιδέες και πραγματοποιήσαν ουσιαστικές επαφές. Η έκθεση απέδειξε πως παραμένει ο κορυφαίος προορισμός για όσους αναζητούν την επόμενη μεγάλη καινοτομία για την επιχείρησή τους.

[Ας δούμε τι είπαν...](#)

• **HARD ROCK CAFE**

ΥΠΟΣΧΟΜΕΝΟ ΞΕΚΙΝΗΜΑ ΤΟ 2026 ΜΕΤΑ ΤΟ -4% ΤΟ 2025 ΛΟΓΩ ΜΕΙΩΜΕΝΗΣ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗΣ ΔΑΠΑΝΗΣ

Με καλούς αιωνούς έχει ξεκινήσει το 2026 για το εν Ελλάδι business της Hard Rock Cafe, με τη διοικητική ομάδα της αλυσίδας να καταγράφει αυξημένες πωλήσεις τόσο στο Food & Beverage (εστίαση), όσο και στο retail κομμάτι. "Προφανώς είναι πολύ ωραίο για να εξάγουμε συμπεράσματα ή να κάνουμε προβλέψεις, όμως η χρονιά έχει ξεκινήσει αρκετά δυναμικά. Μέχρι και το πρώτο 15ήμερο του Φεβρουαρίου τα νούμερά μας είναι πολύ καλύτερα σε σχέση με πέρυσι και στα δύο κανάλια. Ελπίζουμε η τάση αυτή να διατηρηθεί. Υπάρχει μια κινητικότητα στην πόλη όσον αφορά στον τουρισμό κι αυτό είναι πολύ ευχάριστο", δηλώνει στο FNB Daily ο Γενικός Διευθυντής της Hard Rock Cafe Hellas, Σταμάτης Τσαμτσουκάκης.

ΠΤΩΣΗ 7% ΣΤΟ ΣΚΕΛΟΣ ΤΟΥ RETAIL

Όπως εξηγεί ο ίδιος, τα μεγέθη των εν Ελλάδι καταστημάτων, και δη του κεντρικού εμπορικού καταστήματος στην Πλάκα και των δύο pop-ups στον Πειραιά, είναι άμεσα συνυφασμένα με την πορεία και το προφίλ του τουρισμού. Γι' αυτό και το 2025, το retail σκέλος που αντιπροσωπεύει το 55% του τζίρου κι έχει να κάνει με είδη ρουχισμού και branded αξεσουάρ, σημείωσε πτώση 7%. "Παρά το γεγονός ότι σε απόλυτα νούμερα οι τουρίστες αυξήθηκαν, επρόκειτο κυρίως για χαμηλότερου βιοτικού επιπέδου επισκέπτες. Είναι χαρακτηριστικό ότι ενώ η κρουαζιέρα ήταν, σύμφωνα με τα επίσημα νούμερα αυξημένη, ο τζίρος στα δύο καταστήματα του Πειραιά υποχώρησε 5%", υπογραμμίζει και προσθέτει: "Επιπλέον, η αβεβαιότητα και η ανασφάλεια που δημιούργησαν οι γεωπολιτικές εντάσεις, οι συζητήσεις περί δασμών κ.λπ. πίεσαν την κατανάλωση, όπως έκανε άλλωστε και η μείωση του πραγματικού διαθέσιμου εισοδήματος", προσθέτει.

ΑΥΞΗΣΗ 3% ΣΤΟ F&B

Αυτό αποτυπώθηκε ως ένα βαθμό και στο κομμάτι της εστίασης όπου, ιδίως τους τελευταίους μήνες του 2025, υπήρξαν ακυρώσεις σε πολλά events και εκδηλώσεις που είχαν πραγματοποιηθεί για το εστιατόριο στην Πλάκα. Παρόλα αυτά, η χρονιά για το F&B σκέλος της αλυσίδας έκλεισε θετικά με αύξηση 3% του τζίρου. Δεδομένων ωστόσο των απωλειών στο retail κανάλι, το πρόσημο για το 2025 ήταν αρνητικό με μείωση 4% στο συνολικό κύκλο εργασιών. Οι πρώτες εβδομάδες του 2026 πάντως επιτρέπουν μεγαλύτερη αισιοδοξία ενώ η προσοχή της εταιρείας εύλογα παραμένει στραμμένη και στο φιλόδοξο project στο Ελληνικό που αναμένεται να ολοκληρωθεί εντός διετίας.

DATA HARD ROCK CAFE (σε €χιλ.)

Κύκλος Εργασιών

2024: 3.348

2023: 3.275

2022: 2.535

Μικτό Κέρδος

2024: 1.012

2023: 1.036

2022: 675

Αποτέλεσμα προ φόρων

2024: (267)

2023: (81)

2022: (290)

BRUNCH MENU ΚΑΙ ΠΡΟΣΘΗΚΕΣ ΜΕ ΕΛΛΗΝΙΚΟ ΧΡΩΜΑ

Στο εστιατόριο στο Μοναστηράκι, εν τω μεταξύ, εδώ και δύο εβδομάδες έχει προστεθεί Brunch Menu ενώ προσθήκες με ελληνικό χαρακτήρα έχουν πραγματοποιηθεί και στον υπόλοιπο κατάλογο. "Πλέον έχουμε ένα local menu που περιλαμβάνει και τοπικά πιάτα,



Σταμάτης Τσαμτσουκάκης, Γενικός Διευθυντής, Hard Rock Cafe Hellas

όχι μόνο με την έννοια της συνταγή αλλά και των υλικών, όπως οι μπριζόλες τις οποίες προμηθευόμαστε από ντόπια κρεοπωλεία", αναφέρει ο κ. Τσαμτσουκάκης. Δοκιμαστικά έχει ενταχθεί επίσης και πορτοκαλόπιτα ενώ μέχρι το καλοκαίρι, σύμφωνα με τον ίδιο, "θα προστεθούν και πιο signature πιάτα, πχ μια ιδιαίτερη Greek Salad".

Ανανεωμένο είναι και το πλάνο των εκδηλώσεων που περιλαμβάνει Tango Nights κάθε δεύτερη Τετάρτη ενώ υπάρχουν σκέψεις και για "Παιδικές Κυριακές" όπως και για lives στη διάρκεια της εβδομάδας.

Σύμφωνα με τον κ. Τσαμτσουκάκη, για την ώρα τουλάχιστον, δεν υπάρχουν σχέδια για κάποιο νέο κατάστημα ρούχων ή εστιατόριο. "Μας έχουν προσεγγίσει για να κάνουμε κάτι σε περιοχές όπως η Κρήτη ή η Θεσσαλονίκη. Όμως η προτεραιότητά μας δεν είναι να πάμε αλλού αλλά να αναπτυχθούμε στην περιοχή που ήδη βρισκόμαστε, εν αναμονή και του Ελληνικού", επισημαίνει.

Γιάννης Τσατσάκης
yannis@notice.gr

• **ΑΡΡΕΝΑ**

ΑΜΕΣΗ ΣΤΗΡΙΞΗ ΣΤΗΝ ΑΙΓΙΝΑ ΓΙΑ ΤΟ ΠΡΟΒΛΗΜΑ ΥΔΡΟΔΟΤΗΣΗΣ

Σοβαρό πρόβλημα ως προς την υδροδότηση με πόσιμο νερό αντιμετωπίζει Αίγινα από τον Δεκέμβριο, λόγω αιφνίδιας βλάβης του υποθαλάσσιου αγωγού ύδρευσης. Το νησί έχει κηρυχθεί σε κατάσταση έκτακτης ανάγκης, γεγονός που έχει δημιουργήσει αυξημένες

ανάγκες για άμεση στήριξη των κατοίκων. Η Νερά Πηγών Γράμμου ΑΕ ανταποκρίθηκε άμεσα στην κρίσιμη αυτή κατάσταση παρέχοντας Φυσικό Μεταλλικό Νερό Αρρένα, ενώ παράλληλα, όπως αναφέρεται σε σχετική ανακοίνωση, βρίσκεται σε επικοινωνία με



τον Δήμαρχο του νησιού, με στόχο την κάλυψη των αναγκών και τη συνεχή υποστήριξη των κατοίκων έως ότου αποκατασταθεί πλήρως το πρόβλημα.

• SUPER FOODS BLEND ΕΝΙΣΧΥΣΗ ΚΩΔΙΚΟΛΟΓΙΟΥ ΜΕ ΜΠΑΡΕΣ ΠΡΩΤΕΪΝΗΣ

Σε φάση εμπορικής και παραγωγικής επέκτασης εισέρχεται η ελληνική εταιρεία τροφίμων Super Foods Blend, η οποία ενισχύει το χαρτοφυλάκιό της με νέες μπάρες πρωτεΐνης, διευρύνει το δίκτυο συνεργασιών της και επενδύει περαιτέρω στην εξαγωγική της παρουσία σε Κύπρο και ευρωπαϊκές αγορές. Σήμερα το χαρτοφυλάκιο αριθμεί 55 διαφορετικούς κωδικούς, ωστόσο με την ένταξη των νέων σειρών ο συνολικός αριθμός αναμένεται να υπερβεί τους 100.

ΠΟΥ ΕΣΤΙΑΖΕΙ

Έμφαση δίνεται στις μπάρες πρωτεΐνης, οι οποίες τοποθετούνται στην κατηγορία των premium προϊόντων, με έμφαση στην "καθαρή" σύνθεση και χωρίς προσθήκη ζάχαρης. Η επιλογή αυτή ανταποκρίνεται σε μια καταναλωτική τάση που καταγράφει ετήσια αύξηση άνω του 8% στην Ευρώπη, σύμφωνα με στοιχεία της αγοράς λειτουργικών



snack. Ακόμα η σταθερή άνοδος της ζήτησης για προϊόντα υψηλής διατροφικής αξίας και χαμηλής περιεκτικότητας σε ζάχαρη διαμορφώνει νέα δεδομένα στον κλάδο των λειτουργικών τροφίμων, ευκαιρία, που όπως πληροφορείται το FNB Daily θέλει να αξιοποιήσει η εταιρεία.

Η παραγωγική δραστηριότητα συγκεντρώνεται στο εργοστάσιο της εταιρείας στους Αγίους Αναργύρους, όπου τα τελευταία χρόνια έχουν υλοποιηθεί επενδύσεις για την ανα-

βάθμιση του εξοπλισμού και την ενίσχυση της δυναμικότητας.

ΕΝΙΣΧΥΣΗ ΔΙΚΤΥΟΥ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ

Σε εμπορικό επίπεδο, η εταιρεία επειδιώκει πολυκαναλική παρουσία, με κύριες συνεργασίες εκείνες με χονδρεμπόρους. Το δίκτυο διανομής ενισχύεται με νέες συμφωνίες, οι οποίες, όπως επισημαίνεται, αναμένεται να αυξήσουν τη διείσδυση σε εξειδικευμένα σημεία πώλησης, όπως καταστήματα υγιεινής διατροφής και γυμναστήρια.

ΕΞΑΓΩΓΕΣ ΚΑΙ ΣΤΗΝ ΚΥΠΡΟ

Η εξωστρέφεια αποτελεί βασικό άξονα της στρατηγικής. Ήδη προϊόντα της εταιρείας διακινούνται στην Κύπρο και σε επιλεγμένες ευρωπαϊκές χώρες. Ο στόχος για τα επόμενα δύο έτη είναι η αύξηση του ποσοστού των εξαγωγών μέσω διεύρυνσης συνεργασιών και εισόδου σε νέες αγορές. Σύμφωνα με την εταιρεία, το επόμενο διάστημα αναμένεται να αποτελέσει περίοδο περαιτέρω εδραίωσης στην εγχώρια αγορά και σταδιακής ενίσχυσης της παρουσίας στο εξωτερικό.

Στέλλα Αυγουστάκη
stella@notice.gr

• Debrief •

ΑΛΛΟΙ ΝΑ ΤΑ ΒΛΕΠΟΥΝ ΑΥΤΑ

Γράψαμε προχθές για τα [άλματα της Κίνας στο πεδίο της ρομποτικής](#). Θα ήταν παράλειψη, σήμερα, να μην αναφερθούμε στο πώς η Κίνα έχει κατορθώσει κάποια από τα τεχνολογικά άλματα, που εντυπωσιάζουν – και γιατί όχι – προκαλούν ζήλια και φόβο στην Δύση. Πώς; Με τη βοήθεια και ζεστού, κρατικού χρήματος.

Δεν το λέμε εμείς. Το αναφέρει το Διεθνές Νομισματικό Ταμείο. [Σύμφωνα, λοιπόν, με δημοσίευμα των Financial Times, το ΔΝΤ](#)

- πρώτον, κάλεσε την Κίνα να μειώσει στο μισό την κρατική στήριξη προς τη βιομηχανία, καθώς αυξάνονται οι διεθνείς ανησυχίες για την πλεονάζουσα παραγωγική ικανότητα στη δεύτερη μεγαλύτερη οικονομία στον κόσμο
- δεύτερον, εκτίμησε ότι η Κίνα δαπανά περίπου το 4% του ΑΕΠ της για την επιδότηση εταιρειών σε κρίσιμους τομείς και δήλωσε ότι θα πρέπει να μειώσει αυτό το ποσοστό κατά 2 ποσοστιαίες μονάδες μεσοπρόθεσμα
- τρίτον, ανέφερε ότι η βιομηχανική πολιτι-

κή που ακολουθεί η Κίνα έχει επιτρέψει την τεχνολογική καινοτομία σε ορισμένους τομείς, αν και συνολικά ο αντίκτυπος στην οικονομία ήταν αρνητικός

Ουσιαστικά, το ΔΝΤ υποστηρίζει ότι το κινεζικό κράτος δίνει επιδοτήσεις \$750 δισ. σε εταιρείες που δραστηριοποιούνται σε κρίσιμους τομείς. Δηλαδή όσο το συνολικό ΑΕΠ του Βελγίου, συν \$80 δισ. επιπλέον. Τα παραπάνω ποσά προκύπτουν με βάση [στοιχεία της Παγκόσμιας Τράπεζας](#) για το ΑΕΠ της Κίνας και του Βελγίου το 2024 και με δεδομένο ότι το ΔΝΤ κάνει λόγο για επιδοτήσεις 4% επί του κινεζικού ΑΕΠ.

Το 1990 το ΑΕΠ της Κίνας ήταν \$361 δισ. Από τότε, υποδέχθηκε επενδύσεις από όλο τον κόσμο, έγινε παγκόσμιο εργοστάσιο, εκπαίδευσε τις νέες γενιές, αφομοίωσε και εξέλιξε εισαγόμενη τεχνολογία, χρησιμοποίησε και χρησιμοποιεί φθηνή ενέργεια, επιδοτεί σύμφωνα με το ΔΝΤ κρίσιμους τομείς.

Τί πέτυχε με όλα αυτά;

- Το 2024 το ΑΕΠ ανήλθε στα \$18,74 τρισ.
- Το κατά κεφαλήν ΑΕΠ το 1990 ήταν \$318,

το 2024 \$13.303

- Το 1991 η απασχόληση στη βιομηχανία ως ποσοστό του συνόλου ανερχόταν περίπου στο 20%. Το 2023 στο 31,8%
 - Το 2025, 130 κινεζικές εταιρείες ήταν στη λίστα Fortune Global 500 για το 2025
- Ορθά κοφτά και με πάση ειλικρίνεια. Καλά κάνουν οι Κινέζοι. Άριστα. Δηλαδή πώς αλλιώς θα εκτοξευόταν το ΑΕΠ από τα \$361 δισ. το 1990 στα \$18,74 τρισ. το 2024; Δηλαδή, κατ' επέκταση, πώς αλλιώς θα έβγαιναν από τη φτώχεια εκατοντάδες εκατομμύρια πολίτες. Με τον... Σταυρό στο χέρι; Στον πραγματικό κόσμο δεν γίνονται αυτά. Οι Κινέζοι είχαν σαφή, ξεκάθαρη πολιτική και πέτυχαν ό,τι πέτυχαν. Τώρα αν στην Δύση αυτό δεν αρέσει, άλλο θέμα συζήτησης. Ας δουν οι δυτικές ελίτ τα δικά τους λάθη και προβλήματα και μετά ας γκρινιάξουν για τα πεπραγμένα της Κίνας. Άλλωστε μέχρι πριν από λίγα χρόνια, δεν φαινόταν να τους ενοχλούν και πολύ.

Γιάννης Παλιούρης
giannis@notice.gr

• WOLT

ΕΠΕΚΤΕΙΝΕΙ ΤΗΝ ΕΜΠΕΙΡΙΑ ΠΕΡΑ ΑΠΟ ΤΟ DELIVERY ΜΕ ΤΟ WOLT OUT

Η Wolt επεκτείνει τις υπηρεσίες της με το Wolt Out, μια νέα λειτουργία που επιτρέπει στους χρήστες να ανακαλύπτουν και να εξαργυρώνουν αποκλειστικές προσφορές σε φυσικά καταστήματα, όταν βρίσκονται εκτός σπιτιού. Η υπηρεσία ξεκινά πιλοτικά σε επιλεγμένες περιοχές της Θεσσαλονίκης, με στόχο την ενίσχυση της τοπικής εστίασης και τη βελτίωση της φυσικής εμπειρίας κατανάλωσης.

Οι χρήστες αποκτούν πρόσβαση σε αποκλειστικά προνόμια και ανταμοιβές, ενώ οι επιχειρήσεις αποκτούν ένα σύγχρονο εργαλείο για να προσελκύουν νέους πελάτες και να αυξάνουν την επισκεψιμότητα των καταστημάτων τους.



ΠΩΣ ΛΕΙΤΟΥΡΓΕΙ

Η διαδικασία έχει τα εξής βήματα:

- Οι χρήστες εισέρχονται στην κατηγορία Wolt Out και, μέσω του χάρτη της εφαρμογής, εντοπίζουν τα διαθέσιμα καταστήματα και τις προσφορές τους
- Επιλέγουν και αποθηκεύουν τις προσφορές που τους ενδιαφέρουν
- Επισκέπτονται το κατάστημα και σαρώνουν τον ειδικό QR code Wolt Out, εμφανίζοντας την αποθηκευμένη προσφορά στο προσωπικό για εξαργύρωση

- Με την ολοκλήρωση της διαδικασίας, οι χρήστες συγκεντρώνουν αυτόματα πόντους (credits) για μελλοντικές αγορές. Για παράδειγμα, περνώντας μπροστά από μια καφετέρια, ο χρήστης μπορεί να σαρώσει τον QR κωδικό, να δει την προσφορά "Δωρεάν cookie με καφέ", να την αποθηκεύσει στην εφαρμογή και να την εξαργυρώσει επιτόπου. Επιπλέον, θεματικές προκλήσεις ενθαρρύνουν τους χρήστες να επισκέπτονται νέα καταστήματα και να επιβραβεύονται για τη συχνή παρουσία τους.

Business Maker

ΠΟΥ ΒΛΕΠΕΙ (ΤΩΡΑ) ΓΙΑ ΕΞΑΓΟΡΕΣ Η ΓΑΛΑΞΙΑΣ

Στον κόσμο του λιανεμπορίου υπάρχει ένας άγραφος νόμος: Αν σταματήσεις να μεγαλώνεις, αρχίζεις να μικραίνεις. Η Γαλαξίας φαίνεται να το γνωρίζει καλά. Το 2025 έκλεισε με σταθερές πωλήσεις. Χωρίς εντυπωσιακές εξάρσεις. Αλλά και χωρίς απώλειες. Ο Ιανουάριος κινήθηκε δυναμικά και ο Φεβρουάριος συνεχίζει με πάνω από τη βάση. Με την ίδια και αμείωτη ένταση συνεχίζεται και η επέκταση του δικτύου της αλυσίδας super market.

Μετά τα έξι νέα καταστήματα, που προστέθηκαν στα Ιωάννινα μέσα από την εξαγορά τοπικής αλυσίδας, νέα ανοίγματα προγραμματίζονται σε Ιωάννινα και Κιλκίς, ενώ στο Αγρίνιο και την Πρέβεζα ετοιμάζονται μεγαλύτερα projects. Στο ραντάρ, φυσικά, εξακολουθούν να υπάρχουν και οι εξαγορές. Γιατί "οι εξαγορές φέρνουν κάτι πολύτιμο: Πωλήσεις σε χρόνο... dt", όπως λένε πηγές της εταιρείας και προσθέτουν: "Το να αγοράσεις ένα έτοιμο

δίκτυο είναι ταχύτερο από το να το χτίσεις". Στο στόχαστρο βρίσκονται μικρότερες αλυσίδες και περιφερειακοί παίκτες σε Μακεδονία, Πελοπόννησο, αλλά και Δυτική Ελλάδα. Εκεί, όπου σταθερά επενδύει τα τελευταία χρόνια. Την ίδια στιγμή, σε πλήρη εξέλιξη βρίσκεται και η νέα μεγάλη επένδυση logistics στον Ασπρόπυργο, σε έκταση 100 στρεμμάτων. Γιατί στο λιανεμπόριο, η αποθήκη είναι εξίσου σημαντική με το... ράφι.

Η ANRAMAR, Η ΕΓΓΥΗΤΙΚΗ ΚΑΙ ΤΟ ΕΡΩΤΗΜΑ ΤΗΣ... AMERRA

Την εγγυητική περιμένουν μέχρι και σήμερα οι τράπεζες από την Aqua Bridge, ώστε να επισημοποιηθεί και τυπικά η συμφωνία πώλησης των δανείων της Anramar. Αυτό αναφέρουν στη στήλη καλά πληροφορημένες πηγές, εκφράζοντας παράλληλα την αισιοδοξία τους ότι η συμφωνία θα προχωρήσει κανονικά και δεν τίθεται κανένα ζήτημα υπαναχώρησης. Η εγγυητική είναι ύψους περίπου 23 εκατ. ευρώ και αντιστοιχεί στο 10% του τιμήματος για την απόκτηση των δανείων της Anramar, τα οποία ανέρχονται σε περίπου 410 εκατ.

ευρώ. Πρόκειται για... κούρεμα της τάξης του 45%.

Η ολοκλήρωση της συναλλαγής τοποθετείται σε διάστημα 60 ημερών, στο οποίο θα διευκρινιστεί η διαδικασία και ο τρόπος μεταβίβασης. Σε κάθε περίπτωση, όπως εξηγούν στο Fnb Daily οι ίδιες πηγές, το αραβικό fund με την αγορά των δανείων και των ενεχύρων επί των μετοχών καθίσταται κυρίαρχος στη μεγαλύτερη εταιρεία της ελληνικής ιχθυοκαλλιέργειας, παρότι βασικός μέτοχος παραμένει η Amerga.

Η Aqua Bridge, με την απόκτηση των δανείων και των ενεχύρων, αποκτά το δικαίωμα σύγκλησης της γενικής συνέλευσης και ορισμού του διοικητικού συμβουλίου. "Πρόκειται για τα κορυφαία όργανα διοίκησης και ελέγχου μιας εταιρείας, τα οποία λαμβάνουν όλες τις κρίσιμες αποφάσεις", επισημαίνουν χαρακτηριστικά. Όσον αφορά την αντίδραση της Amerga, οι ίδιες πηγές αναφέρουν πως κανείς δεν μπορεί να γνωρίζει πως ακριβώς θα αντιδράσουν και εάν θα κινηθούν νομικά. Αλλά αυτό είναι κάτι, που θα φανεί το επόμενο διάστημα...

Business Insight

ΤΟ ΣΗΜΑΝΤΙΚΟ DEAL ΠΟΥ ΚΛΕΙΝΕΙ ΣΤΗΝ ΘΕΣΣΑΛΟΝΙΚΗ ΚΑΙ ΠΩΣ Η ΣΑΝΗ ΙΣΩΣ ΦΕΡΕΙ ΚΟΝΤΑ 2 Η ΚΑΙ 3 ΕΙΣΗΓΜΕΝΟΥΣ

Το πόσο ενδιαφέροντα επιχειρηματικά stories μπορεί να ακούσει κάποιος σε μία - κατ' εξοχήν - κοσμική/κοινωνική εκδήλωση ούτε που το φανταζόμουν (*).

Και όμως, εάν και εφ' όσον αυτά που ειπώθηκαν ευσταθούν, τότε **ένα σημαντικό deal για την ευρύτερη Θεσσαλονίκη, είναι στα σκαριά.**

Σύμφωνα με τον ωτακουστή της στήλης, ο **Λεωνίδας Ζησιάδης**, με οικογενειακή ιστορία (και) στον τουριστικό-ξενοδοχειακό κλάδο στο πλαίσιο υλοποίησης του φιλόδοξου project στην Σάνη/Χαλκιδική, **φέρεται να εξετάζει το ενδεχόμενο να ανοίξει την εταιρεία του σε στρατηγικό εταίρο.**

Από τους εξέχοντες παράγοντες της Θεσσαλονίκης, **εντάχθηκε στην MED του Ευθύμη Χατζηβασιλείου** - αποκτώντας στη συνέχεια το πλειοψηφικό πακέτο της γνωστής εταιρείας εσωρούχων, την οποία και εισήγαγε στην Εναλλακτική Αγορά του Χρηματιστηρίου με αρχική αποτίμηση περίπου €13 εκατ., μέγεθος που μέσω μετάταξης στην Κύρια Αγορά έφθασε μέχρι τα 170 εκατ. πλέον ως ONYX.

Αλλαγή δραστηριότητας και στροφή προς τον οικογενειακό οικείο τουριστικό κλάδο. Ο **Λεωνίδας Ζησιάδης** - ο πρεσβύτερος - και ο **Αναστάσιος Ανδρεάδης**, συνέταιροι και εξ αγχιστείας συγγενείς, **έβαλαν το θεμέλιο λίθο του Sani Resort.** Οι δυο τους δραστηριοποιούνταν από κοινού στον τομέα των κατασκευών στην Θεσσαλονίκη. Ο Ζησιάδης ήταν βασικός μέτοχος στην Sani έως το 2015. Και όπως είναι γνωστό στην Χαλκιδική επιστρέφει, μετά την απορρόφηση τριών διαφο-

ρετικών θυγατρικών από τον τομέα του τουρισμού - των ONYΞ, Green Hope και Αγάνωρ - συγκροτήθηκε η ONYΞ, η οποία αντικατέστησε την MED στο χρηματιστηριακό ταμπλό.

Το κύριο project - αρκούντως φιλόδοξο - αφορά την επένδυση ύψους €388 εκατ. σε έκταση 600 στρεμμάτων, στα 400 από τα οποία σχεδιάζεται η δημιουργία ενός ολοκληρωμένου τουριστικού (και αγροτο-τουριστικού θέρετρο διεθνών προδιαγραφών).

Λίγο ως πολύ γνωστά αυτά, στην επιχειρηματική/επενδυτική κοινότητα (ο Λεωνίδας Ζησιάδης είχε δραστηριοποιηθεί και σε αυτόν τον κλάδο, μέσω της APEX), **με το καινούργιο να προκύπτει από την ενδεχόμενη συνεργασία του με επιχειρηματία βασικό μέτοχο ομίλου (κατασκευών/υποδομών- ενέργειας).**

Ο τρόπος στρατηγικής συμφωνίας θα αφορά στην **απόκτηση σημαντικού μειοψηφικού ποσοστού της εισηγμένης - πρακτικά μέσω AMK** - με τον νέο εταίρο να είναι αυτός που θα αναλαμβάνει το κατασκευαστικό έργο. **Με αποτίμηση €107,5 εκατ., πλέον η ONYX φέρεται πως σε ενδεχόμενη αύξηση €30 εκατ. θα μπορούσε να καλυφθεί η συμμετοχή του επιχειρηματία-βασικού μετόχου του ομίλου.** Το ακόμη πιο ενδιαφέρον: **Οι κρούσεις έχουν γίνει προς δύο πλευρές - αμφότερες έχουν ομίλους μεγάλης κεφαλαιοποίησης/με σημαντική παρουσία στον FTSE25 Large Cap - και οι δύο φέρεται πως είναι κατ' αρχήν θετικές στην προοπτική συνεργασίας (και σύμφωνα με τους όρους που κυκλοφορούν στην κοινότητα).**

Το δέλεαρ αρκούντως ελκυστικό, με τον έναν (εκ των δύο) να έχει περιορισμένη παρουσία στο ξενοδοχειακό (με 5άστερο boutique hotel, στο κέντρο της Αθήνας) και να ενδιαφέρεται να διευρύνει τις πολυσχιδείς δραστηριότητές του.

Το project στην Σάνη αναπτύσσεται σε δύο κύριες ζώνες: τουριστικό χωριό 53,6 στρεμμάτων (όπου θα ανεγερθούν 108 τουριστικές κατοικίες επιφανείας 80-120 τ.μ. συνολικής δόμησης 9.350 τ.μ.). Το "χωριό" θα πλαισιώνεται από δίκτυο κοινοτικών και εμπορικών υποδομών — mini-market, φούρνο-café, φαρμακείο, καταστήματα τοπικών προϊόντων, αγροτουριστικά εργαστήρια, υπαίθριο σινεμά και πλατεία εκδηλώσεων — συνολικής επιφάνειας 1.150 τ.μ.. Το ήμισυ της έκτασης προορίζεται να αποδοθεί στον δήμο ως κοινόχρηστος χώρος.

Ο βασικός πυρήνας του έργου είναι στο σύνθετο τουριστικό σύμπλεγμα, όπου αναπτύσσονται 71 blocks δορυφορικών bungalows, 120 αυτόνομες βίλες (προς πώληση 120-180 τ.μ.) και 3 συγκροτήματα δωματίων με σουίτες. Παράλληλα θα αναπτυχθούν αθλητικές, πολιτιστικές και αγροτουριστικές εγκαταστάσεις: γήπεδα tennis, padel και mini-soccer, βοτανικός κήπος, εκθεσιακό μουσείο, θέατρο, οίνοποιείο-αποστακτήριο και εργαστήριο μελισσοκομίας.

Ομολογουμένως φιλόδοξο επενδυτικό πρόγραμμα, για το οποίο συζητούσαν με θέρμη Θεσσαλονικείς που παρευρέθηκαν στην εκδήλωση της Τετάρτης.

(*) για τα 20 χρόνια Glow, Βράδυ Τετάρτης στο Amalias 36.

BNB
DAILY

BUSINESS IN BRIEF

ΚΑΘΕ ΠΡΩΙ
ΣΤΟ EMAIL ΣΑΣ!

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

ΜΑΖΙ ΜΕ ΤΟ BNB DAILY:

BnBeauty

Γίνε
συνδρομητής
εδώ



• MY MARKET LOCAL
**ΤΙΜΗΘΗΚΑΝ ΜΕ ΤΗ ΔΙΑΚΡΙΣΗ
"BE SPOKEN FRANCHISE"**

Με τη διάκριση "Be Spoken Franchise" τιμήθηκαν τα My market Local στα Franchise Awards 2026. Το δίκτυο αριθμεί πλέον 65 καταστήματα, με πρόσφατο άνοιγμα στο Ηράκλειο Κρήτης, και συνεχίζει να επεκτείνεται μέσω ενός σύγχρονου και ευέλικτου μοντέλου franchise. Η φιλοσοφία του βασίζεται στην ουσιαστική υποστήριξη των συνεργατών, την εκπαίδευση, την αξιοποίηση εμπορικών συμφω-

νών και τη δημιουργία βιώσιμων και κερδοφόρων επιχειρήσεων. Κεντρικό στοιχείο της στρατηγικής ανάπτυξης είναι η στενή συνεργασία με τους franchisees και η προσαρμογή στις ανάγκες κάθε τοπικής αγοράς, ενισχύοντας τον ρόλο του σύγχρονου καταστήματος γειτονιάς. Τον επόμενο μήνα προγραμματίζεται το άνοιγμα 5 νέων καταστημάτων, με στόχο την περαιτέρω πανελλαδική επέκταση του δικτύου.



SECRETRECIPE

Μύκονος: Μία αποχώρηση και μια νέα άφιξη στο ίδιο σημείο

Την περυσινή σεζόν, η συγκεκριμένη επιχείρηση είχε κατέβει στο νησί των ανέμων με πολλές φιλοδοξίες. Άπαντες θεωρούσαν δεδομένη την επιτυχία του εγχειρήματος. Τελικά, οι προσδοκίες διαψεύστηκαν και οι επιχειρηματίες έφυγαν από την Μύκονο, γράφοντας ζημιά. Στο ίδιο σημείο, όμως, ετοιμάζεται να ανοίξει αντίστοιχο μαγαζί εστίασης, από άλλη, επίσης γνωστή και επιτυχημένη επιχείρηση. Για να δούμε...

Editorial

Ας πρόσεχαν...

Τί αποφάσισαν οι φίλοι μας οι Βρετανοί πριν από χρόνια; Να αποσυρθούν από την Ευρωπαϊκή Ένωση. Έκαναν το σχετικό δημοψήφισμα και, εδώ και μια δεκαετία, είναι επισήμως εκτός της Ένωσης. Το ήθελαν. Πολύ. Χωρίς να υπολογίσουν και να σκεφτούν τις συνέπειες. Και τώρα; Τώρα, τί; Τώρα, έρχεται η Ευρωπαϊκή Επιτροπή και ετοιμάζεται να νομοθετήσει πρόβλεψη, ότι, ένα ποσοστό προϊόντων από στρατηγικούς κλάδους, η παραγωγή των οποίων στηρίζεται και σε δημόσια χρηματοδότηση, πρέπει να παράγεται εντός Ευρωπαϊκής Ένωσης. Και, ξαφνικά, ο Nick Thomas-Symonds, Υπουργός της Βρετανίας για τις σχέσεις με την ΕΕ, βγήκε να προειδοποιήσει. Τί ακριβώς; Ότι το σχέδιο, Made in Europe, όπως ονομάζεται, "θα μπορούσε να επηρεάσει τις αλυσίδες εφοδιασμού και να δημιουργήσει περιττά εμπόδια στο εμπόριο μεταξύ Λονδίνου και ορισμένων κρατών μελών της ΕΕ". Και συνέχισε: "Η ανησυχία μου είναι ότι, αν υπήρχαν πολύ αυστηρές απαιτήσεις προτίμησης, θα

υπήρχε κίνδυνος να επηρεαστούν οι βαθιά ενσωματωμένες αλυσίδες εφοδιασμού μας, δημιουργώντας περιττά εμπόδια στο εμπόριο σε βασικές βιομηχανίες Ηνωμένου Βασιλείου-ΕΕ και αυξάνοντας το κόστος. Αυτό θα επηρέαζε σαφώς τις αλυσίδες εφοδιασμού ΗΒ-Ισπανίας". Και ανέφερε την Ισπανία, διότι το Ηνωμένο Βασίλειο είναι ο τέταρτος μεγαλύτερος επενδυτής στην ιβηρική χώρα. Όλα αυτά, την ώρα που ο Πρωθυπουργός Starmer, έχει μιλήσει για την ανάγκη η Βρετανία να ευθυγραμμιστεί περισσότερο με την ΕΕ, η οποία επιτρέπει την ελεύθερη κυκλοφορία αγαθών, υπηρεσιών, κεφαλαίων και ανθρώπων μεταξύ των κρατών μελών. Το έχουν μετανιώσει; Big time. Θέλουν να επιστρέψουν; 100%. Και ο Starmer το παλεύει όσο μπορεί. Στην παρούσα φάση, οι πιθανότητες δεν είναι με το μέρος του. Δεν το παίζουν καν οι στοιχηματικές! Ας πρόσεχαν... Τόσο απλά.

Νεκτάριος Β. Νώτης
nectarios@notice.gr