

Η ΦΑΣΗ ΤΩΡΑ ΕΙΝΑΙ *green*

ΝΕΑ ΓΕΝΙΑ ΑΝΑΨΥΚΤΙΚΩΝ



ΜΕ **ΒΙΤΑΜΙΝΕΣ**

ΧΩΡΙΣ ΠΡΟΣΘΗΚΗ ΖΑΧΑΡΗΣ

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 06 ΙΟΥΝΙΟΥ 2025
ΤΕΥΧΟΣ 2122



• ΣΤ. ΚΑΝΑΚΗΣ

Συνεχίζει ανοδικά μετά την υπέρβαση των €30 εκατ.
σε πωλήσεις το 2024 - Τα νέα παγωτά Fabbri
και οι artisanal προτάσεις



• ALDI NORD - ALDI SÜD

Γιατί μπαίνει στο τραπέζι
το ενδεχόμενο συγχώνευσης



• AMBYX

Μονοψήφια ανάπτυξη στο τετράμηνιο – Από την 1η
Ιουλίου ξεκινά τη διανομή του The Famous Grouse



• CHICKEN WARS (ΗΠΑ)

Το κοτόπουλο το νέο... πεδίο μάχης
για τις αμερικανικές αλυσίδες fast food

Editorial

Τα αντίβαρα στην ευρω-αβεβαιότητα

Debrief

Πού θα κάτσει η μπίλια;

Business Insight

Attica Συμμετοχών:
Πρόσω η διοίκηση, αρόδου
για το placement και
η... ναυμαχία των Κυκλάδων

Business Maker

- Ο κρυφός άσος της Καλλιμάνη και το μπάσιμο σε efood και Wolt
- Ελαιοκομικό μητρώο όπως... Κτηματολόγιο

SecretRecipe

Το group που ανεβαίνει
και απειλεί

Το φρέσκο
στην καρδιά μας
από το 2000



Σας ευχαριστούμε για την εμπιστοσύνη
και τη συνεργασία.

25

eurocatering
FRESH & NATURAL



📍 Αθήνα

📍 Θεσσαλονίκη

📍 Λιβαδειά

📍 Πάτρα

📍 Λάρισα

📍 Ιωάννινα

• CHICKEN WARS (ΗΠΑ)

ΤΟ ΚΟΤΟΠΟΥΛΟ ΤΟ ΝΕΟ... ΠΕΔΙΟ ΜΑΧΗΣ ΓΙΑ ΤΙΣ ΑΜΕΡΙΚΑΝΙΚΕΣ ΑΛΥΣΙΔΕΣ FAST FOOD

Ένας πόλεμος με επίκεντρο... το κοτόπουλο έχει ξεσπάσει στον τομέα της εστίασης των ΗΠΑ, με τις αιτίες του να σχετίζονται με τις αλλαγές στη συμπεριφορά των καταναλωτών, αλλά και τις επιθετικές στρατηγικές των franchisees για να ανακτήσουν ή να διατηρήσουν την πελατεία τους.

Είχε προηγηθεί μια αντίστοιχη σύγκρουση γύρω από τα σάντουιτς κοτόπουλου το 2019, ενώ σήμερα οι μεγάλες αλυσίδες σπεύδουν η μια μετά την άλλη να λανσάρουν νέα προϊόντα του εν λόγω πουλερικού, ανταγωνιζόμενες η μια την άλλη.

Όλα αυτά τη στιγμή που, επιχειρώντας να αφουγκραστούν τις διαθέσεις των καταναλωτών - και ειδικά της Gen Z - για εξερεύνηση νέων γεύσεων, οι αλυσίδες fast food επενδύουν σε νέα προϊόντα για να ενισχύσουν το μερίδιο αγοράς τους. Ενδεικτικό είναι το γεγονός ότι, σύμφωνα με την Technomic, πάνω από το 90% των εστιατορίων γρήγορης εξυπηρέτησης διαθέτουν πλέον σάντουιτς με κοτόπουλο στο βασικό τους μενού.

ΟΙ ΒΑΣΙΚΟΙ ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΤΕΣ

Chick-fil-A

Η αλυσίδα ηγείται στον τομέα των κοτόπουλων, με τα φιλέτα της να είναι δημοφιλή για την υφή και τη γεύση τους. Το Chicken Sandwich παραμένει κλασική επιλογή, με το φιλέτο κοτόπουλου τηγανισμένο σε καθαρό λάδι για τραγανή υφή και γεύση. Άλλα δημοφιλή προϊόντα της είναι το grilled spicy delux sandwich και τα φιλέτα κοτόπουλου με ελαφριά κρούστα.

Popeyes

Η Popeyes, η οποία είχε προκαλέσει τον πρώτο chicken war το 2019 με το δημοφιλές spicy chicken sandwich, επαναλάνσαρε τα wraps με κοτόπουλο. Τα νέα wraps διατίθενται σε 3 γεύσεις: Classic, Spicy και Honey Mustard, με τιμή \$3,99 το καθένα.

McDonald's

Η McDonald's επαναφέρει τα snack wraps στις 10 Ιουλίου, [όπως διαβάσατε στο FNB Daily στις 5/6](#), προσφέροντας γεύσεις, όπως spicy και ranch, ενώ ταυτόχρονα επενδύει σε value meals, όπως το \$5 meal deal, για να προσελκύσει πελάτες που αναζητούν οικονομικές επιλογές.

KFC

Η KFC παρουσίασε νέα εκδοχή στα φιλέτα κοτόπουλου με στόχο να ενισχύσει τη θέση της στην αγορά. Ταυτόχρονα, προσφέρει συνδυαστικά γεύματα κοτόπουλου σε προσιτές τιμές.

Raising Cane's

Τα Chicken Tenders της Raising Cane's είναι το κεντρικό προϊόν της αλυσίδας, η οποία έχει χτίσει την ταυτότητά της γύρω από αυτά. Πρόκειται για χοντρά φιλέτα κοτόπουλου, χωρίς κόκαλο, που μαρινάζονται για 24 ώρες και τηγανίζονται φρέσκα σε λάδι χωρίς trans λιπαρά.

Dave's Hot Chicken

Ενδεικτικό της δυναμικής των αλυσίδων κοτόπουλου είναι το γεγονός ότι το private

equity, Roark Capital, ανακοίνωσε την εξαγορά του πλειοψηφικού πακέτου της αναπτυσσόμενης Dave's Hot Chicken, όπως αναφέρθηκε στο FNB Daily στις 4/6. Η αλυσίδα προσφέρει ποικιλία πικάντικων κοτόπουλων, με... star το "Reaper", για το οποίο ο πελάτης πρέπει να υπογράψει δήλωση αποποίησης ευθύνης, καθώς ενδέχεται να μην αντέξει την πικάντικη γεύση του.

ΓΙΑΤΙ ΤΟΣΟΣ ΝΤΟΡΟΣ ΓΥΡΩ ΑΠΟ ΤΟ ΚΟΤΟΠΟΥΛΟ

- Είναι φθηνότερο και πιο σταθερό στις τιμές σε σχέση με το βόειο κρέας
- Η Gen Z και οι Millennials προτιμούν τα πουλερικά από το κόκκινο κρέας, επικαλούμενες λόγους υγείας και βιωσιμότητας

Και το πιο σημαντικό, είναι κερδοφόρο προϊόν. Σύμφωνα με ανάλυση του Forbes, ένα premium σάντουιτς κοτόπουλου μπορεί να παρασκευαστεί με κόστος τροφίμων κάτω από \$2 και να πωληθεί μεταξύ \$4,50-\$6,50, αποφέροντας μικτό κέρδος άνω του 60%.

ΠΩΣ ΘΑ ΕΞΕΛΙΧΘΕΙ Η ΔΙΑΜΑΧΗ;

Ενώ οι προτιμήσεις των Αμερικανών μπορεί να ωριμάζουν, να διαφοροποιούνται και να αλλάζουν ανά περιόδους, η κουλούρα τους για βολικά και εύκολα φαγητά, όπως τα σάντουιτς με κοτόπουλο είναι βαθιά ριζωμένη στον πολιτισμικό και γαστρονομικό ιστό της χώρας, σημειώνουν οι αναλυτές.

Καθώς ο ανταγωνισμός εντείνεται, η επιτυχία σε αυτόν τον υπερκορεσμένο χώρο θα εξαρτηθεί από την ικανότητα ενός brand να συνδυάσει τη γαστρονομία, με τη διατήρηση της ανταγωνιστικότητας σε ένα μεταβαλλόμενο καταναλωτικό περιβάλλον. Πρόκειται για έναν "πόλεμο" για το ποιος μπορεί να συνδυάσει καλύτερα την παράδοση με την καινοτομία, να αυξήσει την κερδοφορία χωρίς να υποβαθμίσει την ποιότητα και να προσφέρει μια συνεπή εμπειρία στον πελάτη σε μεγάλη κλίμακα.

Σέβη Σαλαγιάννη
sevi@notice.gr



412

ΠΑΡΑΓΟΜΕΝΟΙ
ΚΩΔΙΚΟΙ

100+

ΣΥΝΕΡΓΑΖΟΜΕΝΟΙ
ΠΑΡΑΓΩΓΟΙ

ΣΕ ΟΛΗ
ΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ

600+

ΤΟΝΟΙ
ΠΡΟΣΦΟΡΑΣ

ΣΕ ΕΥΑΛΩΤΕΣ
ΟΜΑΔΕΣ ΣΥΝΟΛΙΚΑ

50

ΤΟΝΟΙ
ΟΡΓΑΝΙΚΩΝ
ΑΠΟΒΛΗΤΩΝ

ΕΧΟΥΝ ΑΠΟΣΤΑΛΛΕΙ
ΓΙΑ ΚΟΜΠΟΣΤΟΠΟΙΗΣΗ

25

ΧΡΟΝΙΑ
ΕΜΠΕΙΡΙΑΣ

ΣΤΗΝ ΠΑΡΑΓΩΓΗ ΚΑΙ
ΔΙΑΝΟΜΗ ΦΡΕΣΚΩΝ
ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ

86

ΦΟΡΤΗΓΑ
ΨΥΓΕΙΑ

ΙΔΙΟΚΤΗΤΟΣ
ΣΤΟΛΟΣ

1200

ΣΗΜΕΙΑ
ΔΙΑΝΟΜΗΣ
ΚΑΘΗΜΕΡΙΝΑ

Σας ευχαριστούμε
για την εμπιστοσύνη
και τη
συνεργασία.

eurocatering
FRESH & NATURAL



12

ΒΡΑΒΕΙΑ
ΑΡΙΣΤΕΙΑΣ, ΕΚΕ,
ΔΗΜΙΟΥΡΓΙΚΟΤΗΤΑΣ
& ΚΑΙΝΟΤΟΜΙΑΣ
ΤΑ ΤΕΛΕΥΤΑΙΑ 15 ΧΡΟΝΙΑ

📍 Αθήνα

📍 Θεσσαλονίκη

📍 Λιβαδειά

📍 Πάτρα

📍 Λάρισα

📍 Ιωάννινα

• ΑΓΡΟΚΤΗΜΑΤΑ ΚΙΘΑΙΡΩΝΑ ΜΠΑΙΝΕΙ ΣΤΟ ΣΤΡΑΓΓΙΣΤΟ ΓΙΑΟΥΡΤΙ - ΔΙΕΥΡΥΝΕΤΑΙ Η ΓΚΑΜΑ ΤΩΝ ΕΠΙΔΟΡΠΙΩΝ ΜΕ ΤΟΝ ΧΑΛΒΑ ΨΥΓΕΙΟΥ

Στην κατηγορία του στραγγιστού γιαουρτιού ετοιμάζονται να εισέλθουν τα Αγροκτήματα Κιθαιρώνα, προσθέτοντας στην γκάμα τους ένα προϊόν με ολοένα αυξανόμενη δημοφιλία τόσο εντός, όσο κι εκτός των ελληνικών συνόρων.

ΕΠΕΝΔΥΣΗ ΑΝΩ ΤΟΥ €1 ΕΚΑΤ.

Όπως αναφέρει στο Fnb Daily ο Διευθύνων Σύμβουλος και εκ των μετόχων της εταιρείας, Κώστας Φραγκάκης, η παραγωγή του νέου προϊόντος θα ξεκινήσει εντός των επόμενων δύο-τριών μηνών και αφού ολοκληρωθούν και οι τελευταίες εργασίες στο πλαίσιο της επένδυσης άνω του €1 εκατ. που ξεκίνησε να υλοποιείται πριν από 1,5 χρόνο. Το επενδυτικό σχέδιο είχε να κάνει με τον εκσυγχρονισμό του εργοστασίου στον Ασπρόπυργο με αντικατάσταση, όπου κρίθηκε αναγκαίο, του μηχανολογικού εξοπλισμού και την προσθήκη νέου, προκειμένου να διευρυνθούν οι παραγωγικές του δυνατότητες. "Προχωρήσαμε σε πλήρη αναβάθμιση της μονάδας και πλέον είμαστε σε θέση να παράξουμε και στραγγιστό γιαούρτι", επισημαίνει ο κ. Φραγκάς, θυμίζοντας ότι η εταιρεία ήδη διαθέτει στην γκάμα της πρόβειο, κασιόκιο και αγελαδινό γιαούρτι.

Το στραγγιστό δεν θα είναι ωστόσο η μοναδική νέα προϊόντική προσθήκη το 2025 για τα Αγροκτήματα Κιθαιρώνα καθώς εδώ και λίγες εβδομάδες έχει ξεκινήσει την εμπορική του καριέρα ο σιμιγδαλένιος χαλβάς ψυγείου σε συσκευασία των 150 γραμμαρίων.

ΝΤΕΜΠΟΥΤΟ ΣΤΟΝ ΣΚΛΑΒΕΝΙΤΗ

Η διάθεσή του ξεκίνησε από τον Σκλαβενίτη ωστόσο δεν αποκλείεται να επεκταθεί και σε άλλες αλυσίδες με τις οποίες συνεργάζεται η εταιρεία (AB Βασιλόπουλος, My Market, Market In, Lidl κ.α.). "Ήταν μια ιδέα που ουσιαστικά μας προτάθηκε και, δεδομένου ότι παράγουμε ήδη χαλβά σε μικρές βέβαια ποσότητες, αποφασίσαμε να προχωρήσουμε, από τη στιγμή που είχαμε την υποδομή και την τεχνογνωσία", σημειώνει ο κ. Φραγκάκης, προσθέτοντας ότι το νέο προϊόν τις πρώτες εβδομάδες της διάθεσής του "πηγαίνει πολύ καλά".

ΝΕΟΣ ΚΩΔΙΚΟΣ ΠΡΟΣΕΧΩΣ

Σύμφωνα με τον ίδιο, η γκάμα των επιδορπίων θα εμπλουτισθεί σύντομα ακόμα περισσότερο. "Έχουμε ένα δυνατό τμήμα R&D



Κώστας Φραγκάκης, Μέτοχος και Διευθύνων Σύμβουλος, Αγροκτήματα Κιθαιρώνα

με το οποίο αυτό το διάστημα δουλεύουμε αρκετά νέα πράγματα", αναφέρει χαρακτηριστικά, εξηγώντας ότι το επόμενο λανσάρισμα θα είναι ένα προϊόν που θα έχει σχέση με το γάλα ενώ θα πατάει ταυτόχρονα στις κατηγορίες του επιδορπίου και του γλυκίσματος. Αξίζει να σημειωθεί ότι στα επιδόρπια συγκαταλέγεται το δεύτερο - μετά το εμφιαλωμένο αγελαδινό γάλα - πιο δημοφιλές προϊόν της εταιρείας, το ρυζόγαλο που, όπως και η κρέμα βανίλια, διατίθενται και με στέβια. "Πιστεύουμε ότι ειδικά στα δύο αυτά προϊόντα με στέβια έχουμε την καλύτερη ποιότητα στην αγορά. Ψαχτήκαμε για έναν περίπου χρόνο με τους προμηθευτές και με τις γευστικές δοκιμές και βρήκαμε την ιδανική, θεωρούμε, γευστική ισορροπία", τονίζει ο κ. Φραγκάκης.

ΠΡΟΒΛΕΨΗ ΓΙΑ ΤΖΙΡΟ ΑΝΩ ΤΩΝ €6 ΕΚΑΤ. ΦΕΤΟΣ

Το 2024 ο κύκλος εργασιών της εταιρείας ξεπέρασε τα €5,7 εκατ. ενώ η πρόβλεψη για φέτος είναι ότι παίρνοντας ώθηση και από τους νέους κωδικούς, θα ξεπεράσει τα €6 εκατ. Ήδη το πεντάμηνο του 2025 τρέχει με ρυθμό άνω του 10%.

DATA (σε €χιλ.)

Κύκλος Εργασιών

2024: 5.700*

2023: 5.219

2022: 3.200

* Εκτίμηση

EBIT

2023: 73

2022: 28

Καθαρά κέρδη

2023: 34

2022: 5

Γιάννης Τσατσάκης
yannis@notice.gr



Στέλιος Μπουτάρης, Πρόεδρος, Σύνδεσμος Ελληνικού Οίνου-Παρασκευάς Κορδοπάτης, Διευθυντής, ΚΕΟΣΟΕ-Χρήστος Μάρκου, Πρόεδρος, ΚΕΟΣΟΕ

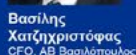
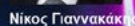
• ΚΕΟΣΟΕ- ΣΕΟ ΕΠΙΚΕΝΤΡΟ ΤΗΣ ΣΥΝΑΝΤΗΣΗΣ Η ΒΙΩΣΙΜΟΤΗΤΑ ΤΗΣ ΕΛΛΗΝΙΚΗΣ ΑΜΠΕΛΟΥΡΓΙΑΣ

Η διάσωση της ελληνικής αμπελουργίας βρέθηκε στο επίκεντρο της πρώτης συνάντησης του νεοεκλεγέντα Προέδρου του Συνδέσμου Ελληνικού Οίνου (ΣΕΟ), Στέλλιου Μπουτάρη, με τον Πρόεδρο της ΚΕΟΣΟΕ, Χρήστο Μάρκου και τον Διευθυντή της, Παρασκευά Κορδοπάτη. Κορυφαίο ζήτημα συμφωνήθηκε ότι αποτελούν τα θέματα, της βιωσιμότητας της ελληνικής αμπελουργίας, καθώς και τα πεδία παρεμβάσεων, που απαιτούνται για μια βιώσιμη και ανταγωνιστική αμπελουργία.

Σύμφωνα με το κοινό δελτίο Τύπου, η αντιμετώπιση των διαθρωπικών αδυναμιών και των διαχρονικών παθογενειών του πρωτογενή τομέα, έγινε αποδεκτό ότι μπορεί να πραγματοποιηθεί μόνο με μεταρρυθμίσεις ουσίας, που θα προκύψουν από τα συμπεράσματα μελέτης για τον Στρατηγικό Σχεδιασμό μιας βιώσιμης και ανταγωνιστικής αμπελουργίας, με αποκλειστικά εφαρμόσιμες πολιτικές, καθώς και με μέτρα και τομές, που θα συμφωνηθούν και θα υλοποιηθούν, από όλα τα εμπλεκόμενα μέρη (Αμπελουργοί-Οινοποιοί-Πολιτεία).

ΕΠΙΠΛΕΟΝ ΖΗΤΗΜΑΤΑ

- Η άμεση λειτουργία της προσφάτως συσταθείσας Ομάδας Εργασίας Αμπελοοινικού Τομέα, υπό την προεδρεία του Γενικού Γραμματέα του Υπουργείου Αγροτικής Ανάπτυξης και Τροφίμων, Γεώργιου Στρατάκου
- Η θεσμοθέτηση σε εθνικό επίπεδο του πλαισίου λειτουργίας του ευρωπαϊκού θεσμού των ομάδων παραγωγών, δηλαδή των τοπικών συμβουλίων ζώνης ΠΟΠ και ΠΙΓΕ
- Οι προϋποθέσεις βιωσιμότητας των μικρών οινοποιείων και των αμπελουργικών εκμεταλλεύσεων
- Η απάντηση του κλάδου Αμπελουργίας-Οινοποιείας "στην εντεινόμενη από διάφορα lobbies αντιαλκοολικής εκστρατείας, που επιχειρεί να εξομοιώσει το κρασί με τα σκληρά αλκοολούχα ποτά"



#CFOForum

ΔΙΑΚΕΚΡΙΜΕΝΟΙ ΧΟΡΗΓΟΙ



ΥΠΟΣΤΗΡΙΚΤΕΣ

ΥΠΟ ΤΗΝ ΑΙΓΙΔΑ

SWEET SPONSOR

MEDIA PARTNER

ΧΟΡΗΓΟΙ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ

advertising 

BusinessNews.gr

Business
TODAY

Business

6 Voice

crisis m

onitor D

AUYFAX



ipù EUR

2day

FORTUNE
GREECE

FNB
DAILY

INDU

STRY m

ono new

NetF

NEW 24/7

VS **IF**

RetailTO

DAY: STA

RTUPPER

WORKFOR

E

• LINDT & SPRUENGLI – BARRY CALLEBEAUT ΑΝΤΙΘΕΤΕΣ ΠΟΡΕΙΕΣ ΓΙΑ ΤΙΣ ΜΕΤΟΧΕΣ ΤΟΥΣ ΜΕ ΦΟΝΤΟ ΤΙΣ ΥΨΗΛΕΣ ΤΙΜΕΣ ΚΑΚΑΟ

Διαφορετική πορεία ακολουθούν φέτος οι μετοχές δύο από των μεγαλύτερων εταιρειών σοκολάτας στην Ελβετία, καθώς η ραγδαία άνοδος των τιμών του κακάου αποτελεί μεγαλύτερο εμπόδιο για τη μία από ό,τι για την άλλη.

Η μετοχή της Lindt & Spruengli έχει σημειώσει άνοδο 29%, καθώς η εταιρεία που παράγει τη σοκολάτα Lindor μετακίνησε το υψηλότερο κόστος στους πελάτες, με τη βοήθεια της κυκλοφορίας προϊόντων όπως η σοκολάτα Dubai. Αντίθετα, της Barry Callebaut έχει σημειώσει πτώση 29%.



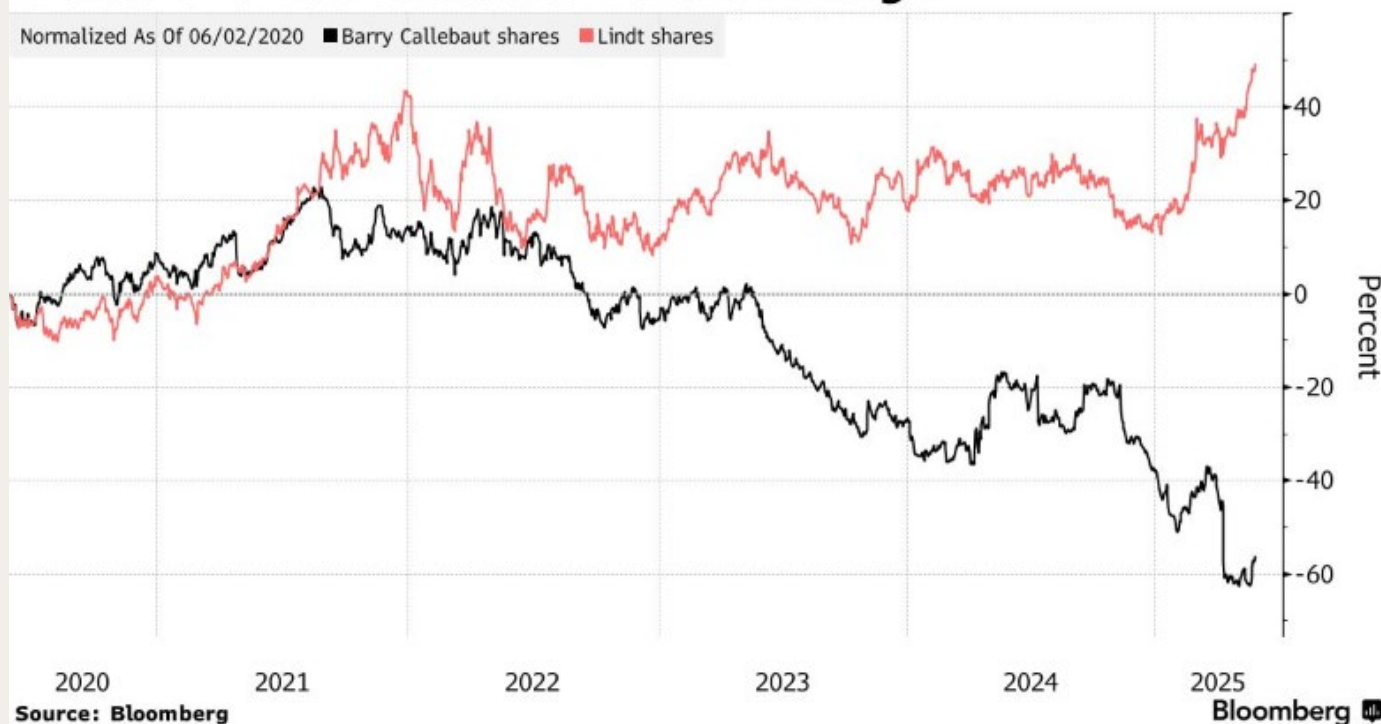
ΠΡΟΚΛΗΣΗ ΤΟ ΚΟΣΤΟΣ ΚΑΚΑΟ

Το κόστος του κακάου αποτελεί πρόκληση και για τις δύο εταιρείες, καθώς η τιμή του παραμένει σταθερά υψηλή, αφού υπερετραπλασιάστηκε το 2023 και το 2024. Ωστόσο, ενώ η Lindt σχεδιάζει διψήφιες αυξή-

σεις τιμών φέτος, οι πελάτες της Barry Callebaut – μεταξύ των οποίων η Nestle και η Hershey – έχουν αναστείλει τις παραγγελίες τους, περιμένοντας να μειωθούν οι τιμές. "Η Barry Callebaut αντιμετωπίζει μια τέλεια καταιγίδα από υποτονι-

κή ζήτηση και περιορισμένη τιμολογιακή ισχύ", δήλωσε ο αναλυτής της Bloomberg Intelligence, Ignacio Canals Polo. Αντίθετα, "η Lindt ξεχωρίζει εν μέσω της τρέχουσας αναταραχής στην αγορά κακάο, αξιοποιώντας την premium θέση της".

Shares of Swiss Chocolate Makers Diverge



ΜΕ ΩΘΗΣΗ ΑΠΟ ΤΗΝ ΣΟΚΟΛΑΤΑ DUBAI

Η Lindt, η οποία δραστηριοποιείται στον τομέα των προϊόντων υψηλής ποιότητας, κατάφερε να κερδίσει μερίδιο αγοράς από αντα-

γωνιστές, όπως η Mondelez International. Το λανσάρισμα της σοκολάτας Dubai στα τέλη του περασμένου έτους χαρακτηρίστηκε "μεγάλη επιτυχία" από τον αναλυτή της UBS, Joern Iffert. Οι αυξήσεις των τιμών θα συνε-

χιστούν φέτος λόγω των υψηλότερων τιμών του κακάο, δήλωσε εκπρόσωπος της Lindt. Ωστόσο, η εταιρεία αναμένει ότι η τάση "από την ποσότητα προς την ποιότητα" στην κατα-νάληψη premium σοκολάτας θα συνεχιστεί.

Cocoa Prices Remain Stubbornly High



ΑΡΝΗΤΙΚΑ ΠΕΡΙΘΩΡΙΑ ΚΕΡΔΟΥΣ

Από την άλλη, οι πελάτες της Barry Callebaut έχουν μειώσει την περιεκτικότητα σε σοκολάτα στα προϊόντα τους, επηρεάζοντας αρνητικά τα περιθώρια κέρδους. Τον Απρίλιο, η εταιρεία μείωσε τις προβλέψεις της για τις πωλήσεις του έτους, με αποτέλεσμα την πτώ-

ση της μετοχής της.

"Με κάθε αύξηση της τιμής του κακάο, υπάρχει αρνητική επίδραση στις ελεύθερες ταμειακές ροές", δήλωσε ο Damian Burkhardt, επικεφαλής διαχειριστής χαρτοφυλακίου ελβετικών μετοχών στην EFG Asset Management. Τα στελέχη της εταιρεί-

ας έχουν δυσκολευτεί να ανταπεξέλθουν στο δύσκολο περιβάλλον. Οι μετοχές της Barry Callebaut είχαν συνολική αρνητική ετήσια απόδοση 30% υπό την ηγεσία του Διευθύνοντος Συμβούλου Peter Feld, ο οποίος ανέλαβε τα νήια τον Απρίλιο του 2023 μετά την ξαφνική αποχώρηση του Peter Boone.

Valuation Gap Widens



ΠΙΘΑΝΗ Η ΑΝΤΙΣΤΡΟΦΗ

Σίγουρα, οι μέσοι-στόχοι τιμών των αναλυτών υποδηλώνουν ότι η τύχη των δύο ελβετικών παρασκευαστών σοκολάτας, που εδρεύουν σε απόσταση περίπου 10 χλμ. μεταξύ τους στην Ζυρίχη, θα μπορούσε να αντιστραφεί τους επόμενους 12 μήνες.

Οι προβλέψεις τους δείχνουν ότι η Barry Callebaut, η οποία έπεσε στο χαμηλότερο επίπεδο του 2011 τον περασμένο μήνα, θα ανακάμψει κατά 31% από τα τρέχοντα επίπεδα. Εν τω μεταξύ, η Lindt, η οποία κυμαίνεται κοντά σε ιστορικά υψηλά επίπεδα, θα μπορούσε να υποχωρήσει κατά 12%. Ο

αναλυτής της BNP Paribas Exane, Mikheil Omanadze, χαρακτηρίζει τις μετοχές της Lindt "ακριβές". Ωστόσο, ο David Roux της Morgan Stanley θεωρεί ότι η υπεραξία της εταιρείας παραγωγής σοκολάτας σε σχέση με τις ευρωπαϊκές εταιρείες βασικών κατανάλωτικών αγαθών θα διατηρηθεί.

• **LIDL ΕΛΛΑΣ**

ΑΝΑΛΑΜΒΑΝΕΙ ΤΗΝ ΕΥΘΥΝΗ ΠΟΥ ΤΗΣ ΑΝΑΛΟΓΕΙ ΓΙΑ ΤΟ ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝ

Με μια νέα τηλεοπτική ταινία και κεντρικό μήνυμα "Όσο πιο μεγάλος είσαι, τόσο μεγαλύτερη είναι και η ευθύνη σου", η Lidl Ελλάς αναγνωρίζει ότι η προστασία του περιβάλλοντος είναι ευθύνη όλων μας.

Η καμπάνια εστιάζει στην έννοια της ευθύνης, όπως αυτή εκφράζεται μέσα από τις πράξεις και τις επιλογές της Lidl Ελλάς. Στην ταινία, η Γωγώ Δελογιάννη, chef και πρέσβειρα της Lidl Ελλάς, ο Γιώργος Καπουτζίδης, ηθοποιός, σεναριογράφος και πρεσβευτής της Lidl Ελλάς και ο Αντώνης Τσαπατάκης, Παραολυμπιονίκης, παγκόσμιος πρωταθλητής κολύμβησης και πρεσβευτής της Lidl Ελλάς, μαζί με εθελοντές, συμμετέχουν σε δράσεις προστασίας του περιβάλλοντος, ενισχύοντας το μήνυμα της συλλογικής προσπάθειας.

Η αφήγηση πλαισιώνεται από εικόνες της φύσης και στιγμές παιδικής ανεμελιάς, ενώ αποσπάσματα από την Ασκητική του Νίκου Καζαντζάκη, προσδίδουν διαχρονικό χαρακτήρα.

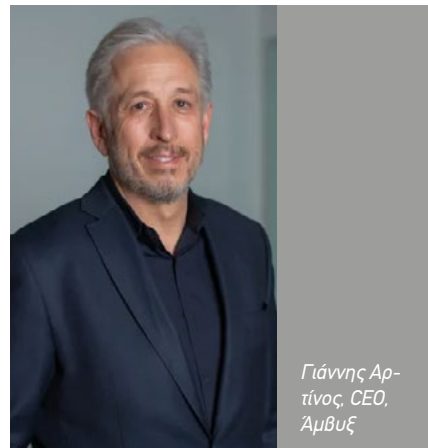
Η ταινία προβάλλεται σε όλα τα παραδοσιακά και ψηφιακά μέσα επικοινωνίας, ενώ η καμπάνια δημιουργήθηκε σε συνεργασία με την The Newtons Laboratory, την παραγωγή ανέλαβε η Boo Productions και τη σκηνοθεσία υπέγραψε ο Δημήτρης Νάκος.

ΠΟΙΚΙΛΕΣ ΠΡΑΣΙΝΕΣ ΔΡΑΣΕΙΣ

Στο πλαίσιο της στρατηγικής βιωσιμότητας, η Lidl Ελλάς υλοποιεί δράσεις με θετικό περιβαλλοντικό αντίκτυπο. Η πρωτοβουλία Plastic Free Greece, σε συνεργασία με το Ίδρυμα Αθανάσιος Κ. Λασκαρίδης και υπό την αιγίδα των Υπουργείων Τουρισμού και Περιβάλλοντος, στοχεύει όχι στον καθαρισμό ακτών, αλλά και στην προώθηση μιας βιώσιμης νοοτροπίας, με τη συμμετοχή άνω των 420 ενεργών εθελοντών.

Μέσω της στρατηγικής Climate Strategy 2.0, η εταιρεία στοχεύει σε Net-Zero έως το 2050, λειτουργώντας ήδη από το 2022 με 100% πράσινη ενέργεια και επεκτείνοντας τη στρατηγική της σε όλη την αλυσίδα αξίας.

Σημαντική είναι και η συμβολή της στην αποκατάσταση της Βόρειας Εύβοιας και των Αφιδνών, με επένδυση €500 χιλ. για αναδάσωση και διαχείριση φυσικών πόρων, σε συνεργασία με το Υπουργείο Περιβάλλοντος και το Αριστοτέλειο Πανεπιστήμιο Θεσσαλονίκης. Τέλος, για τρίτη χρονιά, συνεργάζεται με την We4All σε δράσεις αναδάσωσης, καθαρισμούς και εκπαιδευτικά προγράμματα, με την ενεργή συμμετοχή 137 εθελοντών εργαζομένων και των παιδιών τους και 16.700 νέα δένδρα, ενισχύοντας τον εταιρικό εθελοντισμό και χτίζοντας ένα βιώσιμο μέλλον. Δείτε την ταινία [εδώ](#).



Γιάννης Αρτίνο, CEO, Άμβυξ

• **AMBYΞ**

ΜΟΝΟΨΗΦΙΑ ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΣΤΟ ΤΕΤΡΑΜΗΝΟ – ΑΠΟ ΤΗΝ 1η ΙΟΥΛΙΟΥ ΞΕΚΙΝΑ ΤΗ ΔΙΑΝΟΜΗ ΤΟΥ THE FAMOUS GROUSE

Μονοψήφια ανοδικά κινήθηκε στο α' τετράμηνο του 2025 η Άμβυξ, με τη διοίκηση της εταιρείας να εμφανίζεται ικανοποιημένη από την πορεία των πωλήσεων μέχρι τώρα. Εκτιμά, μάλιστα, ότι η φετινή χρονιά θα κυμανθεί σε υψηλότερα επίπεδα, μιας και η βάση πέρυσι ήταν χαμηλή και η χρονιά δύσκολη.

ΠΡΟΣΔΟΚΑ ΣΕ ΔΙΑΧΡΟΝΙΚΗ ΣΥΝΕΡΓΑΣΙΑ

Σε αυτό αναμένεται να συμβάλλει η συμφωνία αποκλειστικής διανομής του The Famous Grouse που περνά στην Άμβυξ από 1η Ιουλίου. Υπενθυμίζεται ότι μέχρι τότε τη διανομή του την έχει η Coca Cola Hellenic. Η διάρκεια της συνεργασίας θα είναι πολυετής, με την Άμβυξ να προσβλέπει σε διαχρονική συμπόρευση.

ΣΦΑΙΡΑ... Η ΒΟΤΚΑ

Όπως μαθαίνει το Fnb Daily, η περυσινή χρονιά ήταν καλή για την εταιρεία, με την κατηγορία της βότκας να καταγράφει τον υψηλότερο ρυθμό πωλήσεων μεταξύ των κατηγοριών προϊόντων που διανέμει η εταιρεία. Η εικόνα για τη σαμπάνια δεν ήταν το ίδιο καλή, ενώ ικανοποιητική ήταν η πορεία για την κατηγορία του κρασιού.

Στέλλα Αυγουστάκη
stella@notice.gr

Η Lidl Ελλάς αναλαμβάνει την ευθύνη που της αναλογεί για το περιβάλλον

• ΣΤ. ΚΑΝΑΚΗΣ

ΣΥΝΕΧΙΖΕΙ ΑΝΟΔΙΚΑ ΜΕΤΑ ΤΗΝ ΥΠΕΡΒΑΣΗ ΤΩΝ €30 ΕΚΑΤ. ΣΕ ΠΩΛΗΣΕΙΣ ΤΟ 2024 - ΤΑ ΝΕΑ ΠΑΓΩΤΑ FABBRI ΚΑΙ ΟΙ ARTISANAL ΠΡΟΤΑΣΕΙΣ

Ανοδικά κινήθηκαν οι πωλήσεις της Στ. Κανάκης το α' τετράμηνο του 2025, με την εταιρεία εμπορίας πρώτων υλών αρτοποιίας, ζαχαροπλαστικής αλλά και παγωτού - που από το 2019 ανήκει στη νορβηγική Orkla - να ποντάρει σε καλύτερες τιμές πρώτων υλών προκειμένου να ενισχύσει τα περιθώρια κέρδους.

Σημειώνεται ότι κατά την προηγούμενη χρονιά η εταιρεία εμφάνισε αύξηση κατά 8,1% στον κύκλο εργασιών, ο οποίος ανήλθε σε περίπου €30,4 εκατ. Σύμφωνα με τη διοίκηση, καθοριστικοί παράγοντες της ανοδικής πορείας υπήρξαν τόσο η αύξηση του όγκου, όσο και των τιμών πώλησης των προϊόντων, καθώς και η προσαρμοστικότητα της εταιρείας στις απαιτήσεις της αγοράς και της οικονομικής συγκυρίας.

ΠΙΕΣΕΙΣ ΑΠΟ ΤΙΣ ΠΡΩΤΕΣ ΥΛΕΣ

Σε επίπεδο κερδοφορίας, η εταιρείας διατήρησε σε υψηλό επίπεδο το περιθώριο μικτών και καθαρών κερδών, παρά το συνεχιζόμενο δυσμενές οικονομικό περιβάλλον εξαιτίας των έντονων ανοδικών πληθωριστικών τάσεων και ειδικότερα των τιμών πρώτων υλών. Οι αυξήσεις στις τιμές των προϊόντων που εισήγαγε η εταιρεία καθ' όλη διάρκεια του 2024 και ο έντονος εγχώριος ανταγωνισμός, διαμόρφωσε το ποσοστό του περιθώ-

ρίου κέρδους σε 29,7%, ενώ η τελική κερδοφορία υποχώρησε ελαφρώς.

DATA (σε €χιλ.)

Πωλήσεις

2024:	30.389
2023:	28.117
2022:	25.849
2021:	20.962
2020:	17.271

Μικτό αποτέλεσμα

2024:	9.019
2023:	8.209
2022:	7.925
2021:	6.791
2020:	5.878

Κέρδη προ φόρων

2024:	3.208
2023:	3.316
2022:	3.316
2021:	2.503
2020:	1.959

Καθαρά κέρδη

2024:	2.488
2023:	2.573
2022:	2.571
2021:	1.938
2020:	1.477

ΣΤΟΧΟΙ

Βασικός στόχος της εταιρείας και για τη φετινή χρονιά, όπως επισημαίνεται στις ετήσιες χρηματοοικονομικές καταστάσεις, εξακολουθεί να παραμένει η ενδυνάμωση της θέσης της στην αγορά εντός της οποίας δραστηριοποιείται, η διατήρηση και ει δυνατόν η αύξηση του κύκλου εργασιών της, η διατήρηση των περιθωρίων κέρδους και ο περιορισμός του κόστους λειτουργίας.

ΕΠΙΔΕΙΞΕΙΣ ΠΑΓΩΤΟΥ

Όπως είχε αναφέρει [σε ρεπορτάζ το Fnb Daily](#) τον περασμένο Φεβρουάριο, πέρυσι η εταιρεία εμπλούτισε το portfolio των συνεργασιών της ξεκινώντας με τη βελγική εταιρεία σοκολάτας Veliche, ενώ έφερε στην Ελλάδα και περίπου 10 νέες γεύσεις της Fabbri, της οποίας η Στ. Κανάκης αποτελεί βασικό αντιπρόσωπο στη χώρα μας.

Τον περασμένο Μάρτιο πραγματοποιήθηκαν οι φετινές επιδείξεις Παγωτού στα Centers of gastronomy σε Αθήνα και Θεσσαλονίκη, από το τεχνικό τμήμα ζαχαροπλαστικής & παγωτού της εταιρείας και με καλεσμένους guests τους Gelato Masters της Fabbri 1905, Franco Toso και Salvatore Trigilio.

ΕΜΦΑΣΗ ΣΤΗΝ ΠΟΙΟΤΗΤΑ

Παράλληλα στην τελευταία Artoza παρουσίασε artisanal προτάσεις σε ενεργό αλλά και παραδοσιακό προζύμι αλλά και νέους κωδικούς στη συγκεκριμένη κατηγορία.

Σύμφωνα με τα όσα είχε δηλώσει στο Fnb Daily ο Αντιπρόεδρος & Αναπληρωτής Διευθύνων Σύμβουλος της εταιρείας, Στέλιος Κανάκης, "η αγορά αντιμετωπίζει προκλήσεις που κυρίως έχουν να κάνουν με ζητήματα ποιότητας και δέχεται πολλές αλλαγές. Ωστόσο, όσες εταιρείες έφεραν μπροστά την ποιότητα, δεν έχασαν ποτέ".

ΕΞΑΓΩΓΕΣ

Η Στ. Κανάκης, εξάγει από την Ελλάδα σε περίπου 7 αγορές του εξωτερικού, με κυριότερες την Κύπρο και τα Βαλκάνια. Το ποσοστό των εξαγωγών καλύπτει περίπου το 5% του ετήσιου τζίρου της και, πρόκειται για ένα κανάλι στο οποίο η Στ. Κανάκης ανεβάζει σε ετήσια βάση πωλήσεις και τონάζ.



Στέλιος Κανάκης,
Αντιπρόεδρος &
Αναπληρωτής
CEO, Στ. Κανάκης

Μάκης Αποστόλου
makis@notice.gr

• **ΚΡΙΝΟΣ ΑΝΑΨΥΚΤΙΚΑ**

ΟΙ ΕΠΕΝΔΥΣΕΙΣ €2,3 ΕΚΑΤ. ΚΑΙ ΟΙ ΝΕΕΣ rPET ΣΥΣΚΕΥΑΣΙΕΣ

Σε φάση υλοποίησης του επενδυτικού της σχεδίου €2,3 εκατ. βρίσκεται η Κρίνος. Όπως αναφέρει στο FNB Daily ο Διευθύνων Σύμβουλος της εταιρείας από το Αίγιο, Γιάννης Αναστασόπουλος, το επενδυτικό σχέδιο της εταιρείας περιλαμβάνει:

- Αναβάθμιση μηχανολογικού εξοπλισμού
- Επέκταση αποθηκευτικών υποδομών
- Δημιουργία νέων αποστακτηρίων για την παραγωγή ποτών

Το πλάνο της Κρίνος αναμένεται να συμβάλει στην ενίσχυση της παραγωγικής δυναμικής του business συνολικά (αναψυκτικό, νερό, ποτοποιία).

PORTFOLIO

Σε ό,τι αφορά το προϊόντικό portfolio, στην κατηγορία του αναψυκτικού πέρυσι η Κρίνος προσέθεσε στην γκάμα της Βυσσινάδα, διαθέσιμη σε καταστήματα HoReCa, μικρή λιανική και convenience store.

Το σύνολο του portfolio της Κρίνος έχει δυνατή παρουσία τοπικά στην Πελοπόννησο, τόσο σε μεγάλους retailers, αλλά και σε μικρότερες αλυσίδες της Αττικής, της Βοιωτίας, αλλά και σε ανεξάρτητα σημεία πώλησης.

Για τη φετινή χρονιά, δεν προβλέπεται νέο λανσάρισμα στον τομέα των αναψυκτικών, καθώς η εταιρεία επιλέγει να παρακολου-

θήσει την πορεία της αγοράς και αναλόγως να κινηθεί.

Παράλληλα, διερευνά σε πειραματικό στάδιο νέες κατηγορίες προϊόντων, πέραν του υφιστάμενου portfolio, δίνοντας προτεραιότητα στη δοκιμή τους στο εξωτερικό και, έπειτα στην εγχώρια αγορά.

ΕΞΑΓΩΓΕΣ

Παρά τις δυσκολίες που παρουσιάζει σε επίπεδο εξαγωγών ο κλάδος του αναψυκτικού, η εταιρεία εξάγει περίπου το 10% των προϊόντων της που βασίζονται σε φυσικούς χυμούς, ενώ σε άλλες σειρές όπως οι αρωματισμένες σόδες ή προϊόντα χωρίς ζάχαρη και με αρωματική βάση, οι εξαγωγές ισοσκελίζουν τις πωλήσεις στην εγχώρια αγορά (50%-50%).

Οι βασικές αγορές εξαγωγών περιλαμβάνουν την Γερμανία, το Βέλγιο, την Ολλανδία, τα Βαλκάνια, την Κύπρο, την Μάλτα και γειτονικές χώρες, ενώ υπάρχει στρατηγικός προσανατολισμός προς τις αραβικές αγορές για τα προϊόντα αναψυκτικού.

ΝΕΕΣ rPET

Από 1η Ιανουαρίου 2025, η εταιρεία συμμορφώνεται πλήρως με τις ευρωπαϊκές απαιτήσεις, εισάγοντας συσκευασίες rPET. Το 2024, οι πωλήσεις νερού σημείωσαν αύξηση 12% σε όγκο.

Παράλληλα, ετοιμάζεται νέα σειρά εμφιαλωμένου νερού σε γυάλινη συσκευασία, η οποία προορίζεται αποκλειστικά για εξαγωγή και χρήση σε HoReCa.

Στέλλα Αυγουστάκη

stella@notice.gr

• **ΑΓΓΕΛΑΚΗΣ**

ΟΚΤΩ ΔΙΑΚΡΙΣΕΙΣ ΣΤΑ MEDITERRANEAN TASTE AWARDS 2025

Πέντε χρυσά και τρία ασημένια βραβεία απέσπασε η Αγγελάκης στα φετινά Mediterranean Taste Awards 2025.

ΧΡΥΣΕΙΣ ΔΙΑΚΡΙΣΕΙΣ

- Ολόκληρο κοτόπουλο Ελαιοπουλάκι
- Κοτόπουλο το χωρικό
- Μπουκιές κοτόπουλου πανέ (Nuggets)
- Φιλετίνια πανέ (Strips)
- Ατομικά ρολάκια κοτόπουλου Αγγελάκης

ΑΣΗΜΕΝΙΕΣ ΔΙΑΚΡΙΣΕΙΣ

- Ολόκληρο κοτόπουλο Αγγελάκης
- Μπιφτέκι κοτόπουλου ελαιοπουλάκι με βρώμη
- Μπιφτέκι κοτόπουλου "Μυστικές Συνταγές"



• ALDI NORD - ALDI SÜD

ΓΙΑΤΙ ΜΠΑΙΝΕΙ ΣΤΟ ΤΡΑΠΕΖΙ ΤΟ ΕΝΔΕΧΟΜΕΝΟ ΣΥΓΧΩΝΕΥΣΗΣ

Τη συγχώνευση των Aldi Nord και Aldi Süd εξετάζουν οι οικογένειες Albrecht και Heister αντίστοιχα, όπως αναφέρουν γερμανικά δημοσιεύματα. Ο αυξημένος ανταγωνισμός, η ανάγκη για μεγαλύτερες επενδύσεις σε τεχνολογία και logistics, η επέκταση της παγκόσμιας παρουσίας και η αποτυχημένη απόπειρα εξαγοράς της Aldi Süd αποτελούν πιθανά κίνητρα για τις συζητήσεις.

ΤΟ ΔΙΑΖΥΓΙΟ ΤΟΥ 1961

Οι ρίζες της Aldi χρονολογούνται από το 1945, όταν οι αδελφοί Theo και Karl Albrecht, ανέλαβαν το οικογενειακό παντοπωλείο στο Έσσεν. Μέσα σε μια δεκαετία, η επιχείρησή τους είχε αναπτυχθεί σε πάνω από 100 καταστήματα, ωστόσο, μια διαφωνία το 1961 οδήγησε στη διάσπαση της εταιρείας σε δύο ξεχωριστές οντότητες, την Aldi Nord και την Aldi Süd.

ΑΝΕΞΑΡΤΗΤΗ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΑ

Παρά το γεγονός ότι συνεργάζονται σε θέματα προμηθειών, ιδιωτικών brands και διαφήμισης, η Aldi Nord και η Aldi Süd λειτουργούν ανεξάρτητα, με διαφορετική επωνυμία σε ορισμένες αγορές και εντελώς ξεχωριστές νομικές δομές.

ΔΙΕΥΡΕΥΝΗΤΙΚΕΣ ΣΥΖΗΤΗΣΕΙΣ

Η πιθανή συγχώνευση, η οποία θα μπορούσε να αποτελέσει "ιστορική" κίνηση, βρίσκεται ακόμη σε διερευνητικό στάδιο και θα περι-



Christoph Schwaiger,
CEO, Aldi
Süd - Felix
Rottmann,
CEO, Aldi
Nord

λαμβάνει τη δημιουργία μιας κοινής εταιρείας χαρτοφυλακίου, με ίση εκπροσώπηση και των δύο οικογενειών. Αν και η πλήρης συγχώνευση μέχρι το τέλος του 2025 είναι απίθανη, η αρχική ενοποίηση θα μπορούσε να ξεκινήσει με τις δραστηριότητες πληροφορικής και λογισμικού, προκειμένου να αξιοποιηθούν οι συνέργειες. Οι θυγατρικές θα παραμείνουν αρχικά ανεπηρέαστες.

ΘΑ ΣΚΟΝΤΑΨΟΥΝ ΣΕ ΕΜΠΟΔΙΑ;

Σύμφωνα με δημοσιεύματα, το σχέδιο περιλαμβάνει τη δυνατότητα ευθυγράμμισης των διεθνών στρατηγικών με την πάροδο του χρόνου, διατηρώντας παράλληλα κάποια αρχική λειτουργική ανεξαρτησία.

Οι διαφορετικές εταιρικές κουλτούρες μετά από 60 χρόνια ξεχωριστής λειτουργίας, τα πιθανά ρυθμιστικά εμπόδια και τα νομικά ζητήματα, που σχετίζονται με τα οικο-

γενειακά ιδρύματα, αποτελούν σημαντικές προκλήσεις.

INFO - ΠΕΡΙΟΧΕΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΠΟΙΗΣΗΣ

Aldi Nord

- Βόρεια Γερμανία
- Μπενελούξ (Βέλγιο, Ολλανδία, Λουξεμβούργο)
 - Γαλλία
 - Πολωνία
 - Ισπανία
 - Πορτογαλία

Aldi Süd

- Νότια Γερμανία
 - ΗΠΑ
- Ηνωμένο Βασίλειο
 - Αυστραλία

• FEVERTREE-MOLSON COORS

ΘΑ ΕΠΙΜΕΡΙΣΤΟΥΝ ΤΟ ΚΟΣΤΟΣ ΤΩΝ ΑΜΕΡΙΚΑΝΙΚΩΝ ΔΑΣΜΩΝ

Η Fevertree Drinks ανακοίνωσε ότι θα μοιραστεί το κόστος του δασμού 10% που θα επιβληθεί στις εισαγωγές του Ηνωμένου Βασιλείου στις ΗΠΑ με τη ζυθοποιία Molson Coors, στο πλαίσιο της πρόσφατης συνεργασίας τους για τον μετριασμό των βραχυπρόθεσμων επιπτώσεων.

Η βρετανική εταιρεία, γνωστή για τα premium cocktail, θεωρεί τις ΗΠΑ ως τη μεγαλύτερη αγορά της, όπου συνεχίζει να παρουσιάζει ισχυρή δυναμική, ενισχυμένη από τη συνεργασία της με την αμερικανική ζυθοποιία Molson Coors. Τον Ιανουάριο, η Molson Coors απέκτησε μερίδιο στη Fevertree, εξασφαλίζοντας τα αποκλειστικά δικαιώματα διανομής και εμπορίας των προϊόντων της βρετανικής εταιρείας στις ΗΠΑ.



Charles Gibb,
CEO, Fevertree
Drinks

ΑΛΛΑΓΗ ΗΓΕΣΙΑΣ

Τέλος, σύμφωνα με την εταιρεία, ο Charles Gibb, CEO της εταιρείας για την Βόρεια Αμε-

ρική, θα παραιτηθεί και θα τον διαδεχθεί ο Judd Hausner, ο οποίος διαθέτει εκτεταμένη εμπειρία από το δίκτυο μπίρας των ΗΠΑ.

• **ΚΥΡΙΑΚΟΣ ΠΙΕΡΡΑΚΑΚΗΣ (ΥΠ. ΕΘΝΙΚΗΣ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑΣ)**

ΘΑ ΔΙΕΚΔΙΚΗΣΟΥΜΕ ΕΞΑΙΡΕΣΕΙΣ ΑΠΟ ΠΙΘΑΝΟΥΣ ΑΜΕΡΙΚΑΝΙΚΟΥΣ ΔΑΣΜΟΥΣ ΣΤΑ ΑΓΡΟΤΙΚΑ ΠΡΟΪΟΝΤΑ

Την εξαίρεση των ελληνικών αγροτικών προϊόντων από την επιβολή δασμών, εάν δεν φτάσουν σε αποτέλεσμα οι διαπραγματεύσεις ΕΕ-ΗΠΑ, θα ζητήσει η ελληνική κυβέρνηση, όπως προανήγγειλε χθες ο Υπουργός Εθνικής Οικονομίας και Οικονομικών, Κυριάκος Πιερρακάκης.

Μιλώντας στο συνέδριο Cantina Academy ο κ. Πιερρακάκης εξήγησε ότι "ιδανικά θα θέλαμε να καταλήξουμε σε ένα περιβάλλον μηδενικών δασμών στη διμερή σχέση ΕΕ-ΗΠΑ", προσθέτοντας ότι "σε αρνητικό σενάριο θα διεκδικήσουμε εξαιρέσεις για τα ελληνικά αγροτικά προϊόντα".

ΤΟΠΟΘΕΤΗΣΗ ΣΤΟ ΔΙΕΘΝΕΣ ΡΑΦΙ

Αναφερόμενος στην προβολή των ελληνικών προϊόντων στο εξωτερικό, ο κ. Πιερρακάκης εξήγησε ότι "ο στόχος είναι πώς ένα εξαιρετικά αγροτικό ποιοτικό προϊόν, όπως είναι το ελληνικό, θα βρει τη θέση που του αξίζει στο διεθνές ράφι". Παράλληλα, ανέφερε ενέργειες, όπως η στήριξη στους συνεταιρισμούς, τα κίνητρα για περισσότερες επενδύσεις και η μείωση βαρών, όπως ο Ειδικός Φόρος Κατανάλωσης ή τα ανταγωνιστικά τιμολόγια στο ρεύμα.



Κυριάκος Πιερρακάκης, Υπουργός Εθνικής Οικονομίας και Οικονομικών

ΑΥΞΗΣΗ ΤΩΝ ΕΞΑΓΩΓΩΝ

Επιπλέον, τόνισε ότι "η πρόκληση για τις ελληνικές εξαγωγές είναι να αυξηθούν περαιτέρω ως προς το ποσοστό του ΑΕΠ: από 19% του ΑΕΠ το 2009, οι ελληνικές εξαγωγές είναι σήμερα συνολικά πάνω από το 40%, με κοινοτικό μέσο όρο στο 51%. Για μια μικρή οικονομία όπως η ελληνική, ο στόχος είναι το ποσοστό αυτό να ανέλθει στο 60%". Ο κ. Πιερρακάκης διευκρίνισε ότι ο αγροτικός τομέας έχει ακόμη απόσταση να καλύψει από πλευράς ψηφιοποίησης, αλλά χαρακτήρισε εφικτό το να κατακτήσει και ο πρωτογενής τομέας το επιθυμητό αποτέλεσμα μέσα από στοχευμένες ενέργειες.

ΕΝΑΛΛΑΚΤΙΚΕΣ ΑΓΟΡΕΣ ΚΑΙ ΟΠΕΚΕΠΕ

Παράλληλα, υπογράμμισε τη σημασία της αναζήτησης εναλλακτικών αγορών, όπως την Ινδία, και άλλες αγορές, όπου ο ελληνικός αγροτικός τομέας μπορεί να επεκταθεί. Για το θέμα του ΟΠΕΚΕΠΕ, διευκρίνισε ότι ο Οργανισμός θα απορροφηθεί από την ΑΑΔΕ με οριζόντιο τρόπο. Όπως εξήγησε, από την 1η Ιανουαρίου 2026 οι αγροτικές επιδοτήσεις θα περνάνε μέσα από την ΑΑΔΕ.



Thierry Cotillard, Πρόεδρος, Groupement Les Mousquetaires

• GROUPEMENT LES MOUSQUETAIRES (INTERMARCHÉ)

ΣΧΕΔΙΑΖΕΙ ΤΗΝ ΠΩΛΗΣΗ 8 ΕΡΓΟΣΤΑΣΙΩΝ ΕΠΕΞΕΡΓΑΣΙΑΣ ΤΡΟΦΙΜΩΝ

Την πώληση 8 από τα 55 εργοστάσια επεξεργασίας τροφίμων που διαθέτει στην Γαλλία σχεδιάζει η Groupement Les Mousquetaires, η εταιρεία πίσω από την Intermarché, κίνηση που αναμένεται να επηρεάσει περίπου 1.200 θέσεις εργασίας.

Τα εργοστάσια, τα οποία παράγουν προϊόντα, όπως συσκευασίες ρυζιού, μπαχαρικά, χυμούς φρούτων και θαλασσινά, θεωρούνται "μη στρατηγικά" από την Agromousquetaires, τον κλάδο παραγωγής του ομίλου Mousquetaires. Η πώλησή τους εντάσσεται στο πλαίσιο των προσπάθειών της εταιρείας να επικεντρωθεί σε πρώτες ύλες και ελάχιστα μεταποιημένα τρόφιμα.

ΣΕ ΟΡΙΖΟΝΤΑ ΤΡΙΕΤΙΑΣ

Η διαδικασία πώλησης αναμένεται να διαρκέσει 1-3 χρόνια, με την Intermarché να δίνει προτεραιότητα σε αγοραστές που θα διατηρήσουν και θα αναπτύξουν το υπάρχον εργατικό δυναμικό και τις εγκαταστάσεις. Ενώ η Intermarché παράγει περίπου το 40% των pl προϊόντων της εσωτερικά, η διατήρηση της κερδοφορίας έχει καταστεί δύσκολη λόγω των παλαιών εγκαταστάσεων και της μειωμένης εστίασης στα υπερ-επεξεργασμένα τρόφιμα.

• **SPAR**

ΣΤΑ €74 ΕΚΑΤ. ΤΑ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΚΑ ΚΕΡΔΗ ΕΞΑΜΗΝΟΥ - Η ΕΞΟΔΟΣ ΑΠΟ ΠΟΛΩΝΙΑ ΚΑΙ ΤΑ ΣΧΕΔΙΑ ΣΕ ΕΛΒΕΤΙΑ ΚΑΙ ΗΝ. ΒΑΣΙΛΕΙΟ

Ελαφρώς πτωτικά κινήθηκε στο α' εξάμηνο της οικονομικής χρήσης 2024/2025 ο κύκλος εργασιών του ομίλου SPAR, ο οποίος δραστηριοποιείται στην Ιρλανδία, τη Νοτιοδυτική Αγγλία και την Ελβετία, καθώς και στη χώρα καταγωγής του, την Νότια Αφρική.

DATA Α' Εξάμηνο

Κύκλος εργασιών: €3,26 δισ.
Ακαθάριστα κέρδη: €350 εκατ.
Λειτουργικά κέρδη: €74 εκατ. (+1,6%)
EBITDA: €84 εκατ. (+1,7%)

ΟΙ ΚΙΝΗΣΕΙΣ ΓΙΑ ΤΗ ΜΕΙΩΣΗ ΤΟΥ ΧΡΕΟΥΣ

Ο retailer ολοκλήρωσε την πώληση των δραστηριοτήτων του στην Πολωνία τον Ιανουάριο, ενώ εξετάζει την πώληση περίπου 363 καταστημάτων στην Ελβετία και αναθεωρεί τις δραστηριότητές του στο Ηνωμένο Βασίλειο, στο πλαίσιο μιας στρατηγικής μείωσης του χρέους.

ΝΟΤΙΑ ΑΦΡΙΚΗ

Στην Νότια Αφρική, ο κύκλος εργασιών αυξήθηκε κατά 1,7%, παρά τις αρνητικές επιπτώσεις των δύσκολων εμπορικών συνθηκών στις εσωτερικές περιοχές, το κλείσιμο καταστημάτων στο South Rand, τις αναταραχές στην Μοζαμβίκη, την υποτονική απόδοση της Black Friday και την πιο αδύναμη εορταστική περίοδο.

Τα συνολικά έσοδα από τη χονδρική πώληση τροφίμων και αλκοολούχων ποτών αυξήθηκαν κατά 1,1%, ενώ τα έσοδα από τη λιανική πώληση κατά 1,9%.

Ο λιανοπωλητής σημείωσε ισχυρή ανάπτυξη στα τμήματα πελατών με χαμηλότερα εισοδήματα, ενώ η απόδοση των μεσαίων και ανώτερων τμημάτων ήταν υποτονική.

ΙΡΛΑΝΔΙΑ

Οι πωλήσεις στην Ιρλανδία μειώθηκαν κατά 0,6% σε ετήσια βάση σε τοπικό νόμισμα σε σύγκριση με την ίδια περίοδο του προηγούμενου έτους, λόγω αλλαγών στις καταναλωτικές συνήθειες. Οι υπηρεσίες λιανικής πώλησης τροφίμων, τα ζαχαροπλαστικά και τα γαλακτοκομικά προϊόντα αναδείχθηκαν ως οι κατηγορίες με τις καλύτερες επιδόσεις.



Angelo Swartz, CEO, Spar

• **ΑΠ. ΤΑΜΒΑΚΑΚΗΣ**
(EOS CAPITAL)
ΕΠΕΝΔΥΟΥΜΕ
ΣΕ ΕΛΛΗΝΙΚΑ
ΠΡΟΪΟΝΤΑ ΓΙΑΤΙ
ΕΙΝΑΙ ΚΑΛΑ
ΚΑΙ ΕΧΟΥΝ
ΜΕΤΑΠΩΛΗΤΙΚΗ
ΑΞΙΑ

"Επενδύουμε στη δευτερογενή παραγωγή, αλλά όλες μας οι εταιρείες κάνουν συμβολαϊκή γεωργία", δήλωσε χθες ο Απόστολος Ταμβακάκης, Πρόεδρος του EOS Capital Partners Fund, κατά την ομιλία του στο 2ο Cantina Academy.

Ο κ. Ταμβακάκης στην παρέμβασή του ανέφερε ότι το fund έχει προβεί σε επενδύσεις ύψους €400 εκατ., τονίζοντας ότι "ενδιαφερόμαστε γιατί τα ελληνικά προϊόντα είναι καλά και έχουν μεταπωλητική αξία. Υπάρχουν Έλληνες και ξένοι επενδυτές που εν-



Απόστολος
Ταμβακάκης,
Επικεφαλής,
EOS Capital
Partners

διαφέρονται και παράλληλα υπάρχει μεγάλη δυνατότητα συγχωνεύσεων και εξαγωγών".

"ΟΙ ΚΡΙΣΕΙΣ ΔΙΝΟΥΝ ΕΥΚΑΙΡΙΕΣ"

Επιπλέον, τόνισε ότι "αναμένουμε ενδυνάμωση και να βγει υπεραξία λόγω της διασφάλισης

τροφής στην περιοχή του Κόλπου. Δεν συνιστούν απειλή οι δασμοί των ΗΠΑ". Συνέχισε δε λέγοντας πως "όταν υπάρχει κρίση, ακόμη και στην εφοδιαστική αλυσίδα – όπως τον καιρό του COVID- συμβάλλει στην αύξηση των εξαγωγών. Οι κρίσεις δίνουν ευκαιρίες".

• ΠΑΡΑΔΟΣΙΑΚΟ ΚΟΥΛΟΥΡΙ ΘΕΣΣΑΛΟΝΙΚΗΣ

ΞΕΚΙΝΗΣΕ ΕΞΑΓΩΓΕΣ ΣΕ ΑΓΓΛΙΑ, ΓΕΡΜΑΝΙΑ, ΙΤΑΛΙΑ ΚΑΙ ΚΟΙΤΑΖΕΙ ΠΡΟΣ ΓΑΛΛΙΑ - ΝΕΟΙ ΚΩΔΙΚΟΙ ΠΡΟ ΤΩΝ ΠΥΛΩΝ

Με ρυθμό ανάπτυξης 22% τρέχει στο πεντάμηνο της φετινής χρήσης η Παραδοσιακό Κουλούρι Θεσσαλονίκης, έχοντας μπει σε τροχιά υπέρβασης των επιδόσεων του 2024, όταν οι πωλήσεις αυξήθηκαν σε ποσοστό 20%.

ΨΗΛΟΤΕΡΑ ΦΕΤΟΣ Ο ΠΗΧΗΣ

Σύμφωνα με την Βασιλική Κώνστα, Chief Operating Officer κι εκ των ιδιοκτητών, ο ρυθμός ανάπτυξης είναι ενδεικτικός της δυναμικής που έχει αποκτήσει η εταιρεία και θα ανέβει ακόμα πιο πάνω τους επόμενους μήνες, "δεδομένου ότι στο πεντάμηνο περιλαμβάνεται και το δίμηνο Ιανουαρίου-Φεβρουαρίου που παραδοσιακά είναι και το πλέον υποτονικό για την εν λόγω αγορά".

Εξάλλου, σημαντική ώθηση αναμένεται δώσουν και τα καινούργια προϊόντα (όπως κριτσίνια με superfoods, κριτσίνια και μπισκότα χωρίς ζάχαρη που έχει αντικατασταθεί από μαλιτόλνη κ.λπ.) που έχει ήδη λανσάρει η εταιρεία σε επιλεγμένα σημεία πώλησης και τα οποία, όπως σημειώνει στο Fnb Daily, έχουν τύχει πολύ θερμής ανταπόκρισης από την αγορά.

ΜΕΓΑΛΟ ΤΟ ΕΝΔΙΑΦΕΡΟΝ ΓΙΑ ΠΡΟΪΟΝΤΑ ΧΩΡΙΣ ΖΑΧΑΡΗ

Στις βασικές προτεραιότητες της Παραδοσιακό Κουλούρι Θεσσαλονίκης για το 2025 είναι και η ανάπτυξη των εξαγωγών, κάτι που έχει αρχίσει να παίρνει σάρκα και οστά από την

άνοιξη. Έτσι, μετά την Κύπρο, η εταιρεία προχώρησε στις πρώτες αποστολές προς Αγγλία, Γαλλία και Γερμανία ενώ βρίσκεται κοντά και στην είσοδο στη γαλλική αγορά.

"Αν και η ζήτηση και οι προτιμήσεις διαφέρουν, όπως είναι λογικό, από χώρα σε χώρα, σε γενικές γραμμές οι πρώτες εξαγωγές αφορούν κυρίως τους πιο ταχυκίνητους και στην Ελλάδα κωδικούς. Ωστόσο, αξίζει να σημειωθεί ότι σε όλες τις περιπτώσεις υπάρχει πολύ μεγάλο ενδιαφέρον για τα προϊόντα χωρίς ζάχαρη και δη τα μπισκότα. Είναι κάτι που μας έχει κάνει εντύπωση και, νομίζω, ενδεικτικό των νέων διατροφικών τάσεων", επισημαίνει.

ΑΝΑΝΕΩΣΗ ΣΥΣΚΕΥΑΣΙΩΝ

Η ενίσχυση της εξωστρέφειας αποτελεί στρατηγική επιλογή της εταιρείας, όπως υπογραμμίζει η κα Κώνστα, η οποία προσθέτει ότι ο στόχος είναι φέτος να ανέλθουν φέτος σε διψήφιο ποσοστό του συνολικού τζίρου.

Με αφορμή την έναρξη των εξαγωγών σε χώρες της Δυτικής Ευρώπης, η εταιρεία προχώρησε σε ανασχεδιασμό και αναβάθμιση των συσκευασιών και ένα γενικότερο... φρεσκάρισμα του brand.

ΣΕ ΕΞΕΛΙΞΗ ΕΠΕΝΔΥΣΕΙΣ €1,5 ΕΚΑΤ.

Παράλληλα, ετοιμάζεται να εντάξει στο χαρτοφυλάκιό της νέα προϊόντα διαφορετικής

φιλοσοφίας τα οποία τοποθετούνται στην κατηγορία του κουλουριού. Στην κατεύθυνση αυτή, προχωράει στην προμήθεια του κατάλληλου μηχανολογικού εξοπλισμού στο πλαίσιο δύο επενδυτικών προγραμμάτων συνολικού ύψους €1,5 εκατ.

Όπως εξηγεί η κα Κώνστα, μεταξύ άλλων, τα προγράμματα εστιάζουν λιγότερο στα κτιριακά και περισσότερο στον εκσυγχρονισμό του μηχανολογικού εξοπλισμού, στις συσκευασίες, στην αυτοματοποίηση της παραγωγικής διαδικασίας με τη χρήση νέων τεχνολογιών, στη δημιουργία νέων brands κ.α.

ΑΠΟ ΤΟΥ ΧΡΟΝΟΥ ΤΟ ΝΕΟ ΕΡΓΟΣΤΑΣΙΟ

Την ίδια στιγμή, εξακολουθεί να ισχύει ο σχεδιασμός για μετεγκατάσταση σε νέα βιομηχανική μονάδα με μεγαλύτερες παραγωγικές και αποθηκευτικές δυνατότητες, όπως είχε γράψει σε [σχετικό ρεπορτάζ το Fnb Daily](#).

"Είμαστε ακόμα στην αναζήτηση του κατάλληλου χώρου ενώ αναμένουμε να ανοίξει και κάποιο αναπτυξιακό πρόγραμμα που θα μπορούσαμε να εντάξουμε την εν λόγω επένδυση", επισημαίνει η κα Κώνστα, συμπληρώνοντας ότι με τα σημερινά δεδομένα η μετακόμιση στο νέο εργοστάσιο είναι πιο πιθανό να γίνει το 2026.

Γιάννης Τσατσάκης
yannis@notice.gr



• Debrief •

ΠΟΥ ΘΑ ΚΑΤΣΕΙ Η ΜΠΙΛΙΑ;

Το ότι ο όρος "Τεχνητή Νοημοσύνη" έχει γίνει της μόδας είναι γνωστό. Κάποιοι βλέπουν το κατώφλι μιας νέας εποχής άπειρων δυνατοτήτων για την ανθρωπότητα, άλλοι φοβούνται ότι για πρώτη φορά στην ιστορία θα έχουμε σοβαρό ανταγωνισμό. Με ό,τι αυτό μπορεί να σημαίνει για τις δουλειές και τη ζωή μας.

Το πιο πρόσφατο και ενδιαφέρον σχετικό debate έλαβε χώρα πριν μερικές ημέρες. Πρωταγωνιστές ο Dario Amodei, CEO της Anthropic - εταιρείας που έχει αναπτύξει μια οικογένεια Μεγάλων Γλωσσικών Μοντέλων – και ο δισεκατομμυριούχος Mark Cuban.

Ο πρώτος προειδοποίησε ότι η Τεχνητή Νοημοσύνη θα μπορούσε να εξαλείψει τις μισές θέσεις εργασίας υπαλλήλων γραφείου εισαγωγικού επιπέδου — και να αυξήσει την ανεργία στο 10%-20% τα επόμενα ένα έως πέντε χρόνια. Πρόσθεσε, μάλιστα, ότι οι εταιρείες Τεχνητής Νοημοσύνης και

η κυβέρνηση (σ.σ. αναφερόταν στις ΗΠΑ) πρέπει να σταματήσουν να πασπαλίζουν με άχνη αυτό που έρχεται: την πιθανή μαζική κατάργηση θέσεων εργασίας σε τομείς όπως η τεχνολογία, τα χρηματοοικονομικά, η νομική, η συμβουλευτική και άλλα επαγγέλματα γραφείου, ιδίως σε θέσεις εισαγωγικού επιπέδου.

Ο Cuban απάντησε: "Κάποιος πρέπει να υπενθυμίσει στον CEO ότι κάποτε υπήρχαν περισσότερες από 2 εκατομμύρια γραμματείς. Υπήρχαν επίσης ξεχωριστοί υπάλληλοι που έκαναν υπαγόρευση στο γραφείο. Αυτοί ήταν οι αρχικοί 'εκτοπισμένοι'. Νέες εταιρείες με νέες θέσεις εργασίας θα προέλθουν από την Τεχνητή Νοημοσύνη και θα αυξήσουν τη ΣΥΝΟΛΙΚΗ απασχόληση". Από τη μία έχουμε μια τρομακτική πρόβλεψη, από την άλλη μια αισιόδοξη εκτίμηση. Πού θα κάτσει η μπίλια; Κανείς δεν μπορεί να πει με σιγουριά. Γιατί ενώ όλοι αντιλαμβάνονται ότι η Τεχνητή Νοημοσύνη δεν

συνιστά γραμμικό αλλά εκθετικό παράγοντα αλλαγών, στην πραγματικότητα μόλις έχουμε αρχίσει να ξύνουμε την επιφάνειά της. Τί κρύβει από κάτω μόνο να το... ψυχανεμιστούμε μπορούμε.

Και τί κάνεις σε αυτές τις περιπτώσεις που βλέπεις απλά ένα φωτεινό σημείο στον ορίζοντα, αλλά δεν ξέρεις αν είναι τρένο ή το τέλος του τούνελ; Μόνο ένα πράγμα μπορείς να κάνεις: να ετοιμαστείς και για τα δύο ενδεχόμενα, δημιουργώντας ασφαλιστικές δικλίδες και εναλλακτικές και ενημερώνοντας την κοινή γνώμη, δηλαδή τους καθημερινούς ανθρώπους που θα βρεθούν αντιμέτωποι με τις αλλαγές που έρχονται, κυριολεκτικά παντού. Ο Cuban και ο Amodei μάλλον θα τη βρουν την άκρη, όπως και να 'χει. Οι υπόλοιποι πρέπει να δούμε τί θα κάνουμε...

Γιάννης Παλιούρης
giannis@notice.gr

Business Maker

Ο ΚΡΥΦΟΣ ΑΣΟΣ ΤΗΣ ΚΑΛΛΙΜΑΝΗ ΚΑΙ ΤΟ ΜΠΑΣΙΜΟ ΣΕ eFOOD ΚΑΙ WOLT

Για ένα απαιτητικό, αλλά και αρκετά δημιουργικό εγχείρημα, κάνει λόγο η Ντίνα Καλλιμάνη, μιλώντας σε συνομιλητές της για την Wortheat.

Την εταιρεία έτοιμων γευμάτων υψηλής διατροφικής αξίας, [που έκανε πρόσφατα το ντεμπούτο της](#).

"Το ονειρευόμουν χρόνια και μου ταιριάζει", λέει χαρακτηριστικά, επισημαίνοντας πως επέλεξε να πορευθεί μόνη και να μην εμπλέξει κανέναν άλλο επιχειρηματία στην

προσπάθειά της.

Στην παρούσα φάση τουλάχιστον.

Ισχυρό χαρτί, όπως μαθαίνουμε, είναι και η συνεργασία με διακεκριμένους chef, που επιμελούνται το menu. Με έναν, μάλιστα, να αποτελεί... έκπληξη.

Ψηλά στην ατζέντα, πάντως, βρίσκονται οι μικρομεσαίες εταιρείες, που δεν έχουν κουζίνα για τους εργαζομένους τους. Και αυτές που προσφέρουν εκπαιδευτικά κουπόνια φαγητού στους υπαλλήλους τους.

Δεν είναι τυχαίο ότι επέλεξε το κέντρο διανομής να γίνει στο Agora Center στο Μαρούσι, ώστε να βρίσκεται κοντά στην περιοχή, Δαχτυλίδι, όπου βρίσκονται πολλά γραφεία και αναμένεται να δημιουργούν νέα.

Πάντως, θετικά είναι και τα πρώτα μηνύματα από τις πλατφόρμες delivery φαγητού, όπου έχει ήδη τοποθετήσει τα προϊόντα της η εταιρεία, όπως το efood, η Wolt και το Box.

ΕΛΑΙΟΚΟΜΙΚΟ ΜΗΤΡΩΟ ΟΠΩΣ... ΚΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟ

Σε αναμμένα κάρβουνα κάθονται οι ελαιόπαραγωγοί της χώρας. Και ο λόγος δεν είναι οι δασμοί Trump, αλλά η επικαιροποίηση του ελαιοκομικού μητρώου, όπου καταγράφονται αναλυτικά όλα τα κτήματα και οι ιδιοκτήτες τους, και θα μπορεί να υπολογιστεί η σημερινή αξία.

Κάτι, που, όπως λέει στη στήλη ο πρόεδρος της Εθνικής Διεπαγγελματικής Ορ-

γάνωσης Επιτραπέζιας Ελιάς, Γιώργος Ντούτσιος, έχει σοβαρές επιπτώσεις στον ελληνικό ελαιώνα.

"Η προσπάθεια επικαιροποίησης", όπως λέει, "ξεκίνησε πριν χρόνια, ωστόσο, στην πορεία κόλλησε".

Στο μεταξύ, έχουν γίνει μεταβιβάσεις γης και νέες φυτεύσεις, οι οποίες δεν έχουν καταγραφεί.

Πρόκειται, όπως επισημαίνει ο κ. Ντούτσιος, για ένα ζήτημα, που απασχολεί έντονα τον κλάδο, και επιδιώκουν την εξεύρεση λύσης με τη βοήθεια της Πολιτείας και του αρμόδιου υπουργείου.

"Στο ελαιοκομικό μητρώο θα υπάρχει καταγεγραμμένος όλος ο ελαιώνας της χώρας. Όπως ακριβώς συμβαίνει με το Εθνικό Κτηματολόγιο", σημειώνει.

Business Insight

ΑΤΤΙΚΑ ΣΥΜΜΕΤΟΧΩΝ: ΠΡΟΣΩ Η ΔΙΟΙΚΗΣΗ, ΑΡΟΔΟΥ ΓΙΑ ΤΟ PLACEMENT ΚΑΙ Η... ΝΑΥΜΑΧΙΑ ΤΩΝ ΚΥΚΛΑΔΩΝ

Σε τρεις άξονες η ανάπτυξη του ομίλου Attica Συμμετοχών, με προορισμό το 2030. **Ανανέωση στόλου** για την πράσινη μετάβαση, **περαιτέρω επικέντρωση στον πελάτη** και αξιοποίηση των τεχνικών που προσφέρει η **Τεχνητή Νοημοσύνη**, το τρίπτυχο της διοίκησης Κυριάκου Μάγειρα και Παναγιώτη Δικαίου. Η στήλη ως insighter θα επιχειρήσει να διαβάσει πίσω από τις γραμμές των ανακοινώσεων.

Κατ' αρχήν το επενδυτικό πρόγραμμα ριζικού εκσυγχρονισμού του στόλου είναι πενταετούς διάρκειας, με έμφαση να δίνεται στα ταχύπλοα. Έχουν συμβασιοποιηθεί, ήδη, €500 εκατ. του ευρύτερου προγράμματος ύψους €1,2 δισ. Αναλυτικότερα, ο σχεδιασμός περιλαμβάνει την προσθήκη 2-3 νέων ταχύπλοων τύπου Aero για τον Αργοσαρωνικό, επιπλέον 2 ταχύπλοα τύπου HighSpeed αυξημένης χωρητικότητας οχημάτων, καθώς και Ro/Ro.

Δεν θα αναφερθώ ιδιαίτερα στα τύπου Roll on-Roll of (δηλαδή μεταφοράς φορτηγών, ρυμουλκούμενων κ.λπ.) καθώς το στοίχημα θα παιχτεί στα επιβατικού τύπου, με στόχευση κυρίως στις γραμμές από/προς τις Κυκλάδες. Η πρόβλεψη για τον σχεδιασμό/χτίσιμο ενός συμβατικού - τύπου Blue Star Delos - υποθέτω πως εντάσσεται στο πλαίσιο ενίσχυσης γραμμών πέραν των Κυκλάδων.

Το καύσιμο είναι μία πολύ σημαντική (και λόγω κόστους) παράμετρος, πάνω στην οποία κουμπώνει ο σχεδιασμός για την δημιουργία/απόκτηση νέων μονάδων. Στις προκλήσεις που καλείται να αντιμετωπίσει η ακτοπλοΐα την επόμενη ημέρα - καθώς επιβαρύνεται το λειτουργικό κόστος με συνέπεια να επηρεάζονται από την τιμολογιακή πολιτική (εισιτήρια), μέχρι τα περιθώρια καθαρού λειτουργικού αποτελέσματος - καλείται να προσαρμοστεί η διοίκηση. Δεδομένο το πλαίσιο κανονιστικών πρωτοβουλιών της Ευρωπαϊκής Ένωσης για τη μείωση των εκπομπών στα πλοία, το FuelEU, που αφορά την υποχρεωτική χρήση καυσίμων χαμηλών εκπομπών, και το πε-

ριβαλλοντικό τέλος EU ETS (Σύστημα Εμπορίας Εκπομπών). Να προσθέσω πως, σε ό,τι αφορά το EU ETS, οι ναυτιλιακές εταιρείες εντάσσονται σταδιακά, με την υποβολή 40% των δικαιωμάτων το 2024, το 70% το 2025 και φτάνοντας στο 100% μέχρι το 2026, με παράγοντες της αγοράς να εκτιμούν τη συνολική επιβάρυνση στο 17% με 20% επί της τιμής του εισιτηρίου σε απόλυτα μεγέθη.

Ο σχεδόν παράλληλος εκσυγχρονισμός/ενίσχυση του στόλου σε κυρίως 2 μέτωπα, Αργοσαρωνικού και Κυκλάδων δείχνει τη στόχευση της διοίκησης, γνωρίζοντας πολύ καλά πως οι... ναυμαχίες θα δοθούν στα χωρικά των Κυκλάδων. Στον Αργοσαρωνικό ο όμιλος - μέσω της Hellenic Sea Ways - έχει τον απόλυτο έλεγχο της κατάστασης (στις σημαντικές γραμμές προς Υδρα, Σπέτσες), ενώ με ενδιαφέρον αναμένεται η ανταπόκριση που έχει η σφήνα της Magic Sea Ferries - new entry στα δρομολόγια μέχρι Πόρτο Χέλι -, πλην όμως αυτή θα είναι μετρησίμη σε τοπικό επίπεδο.

Το big game είναι οι γραμμές των Κυκλάδων (και δη από/προς Πειραιά - σε αντιδιαστολή με τα από/προς Ραφήνα) όπου πραγματοποιείται ένα πολύ σημαντικό μέρος του κύκλου εργασιών, κερδών EBITDA των ακτοπλοϊκών. Μόλις προχθές το BnB αναφερόταν στην αναπόφευκτη κόντρα Attica Συμμετοχών - SeaJets, από τη στιγμή που δρομολογούνται δύο νέα σύγχρονα ταχύπλοα (χωρητικότητας 2.000 επιβατών).

Σε αυτό το σημείο να κάνω μία συνοπτική κατάσταση του κλάδου ευρύτερα (Αιγαίο): τα νησιά της Ελλάδας και την ηπειρωτική χώρα εξυπηρετούν τα καλοκαίρια 155 πλοία τα οποία ταξιδεύουν καθημερινά σε 115 λιμάνια, είτε συνδέοντάς τα με την ενδοχώρα, είτε μεταξύ τους. Τα καράβια αυτά ανήκουν σε 33 εταιρείες. Εκείνες οι εταιρείες που μπορούν να σηκώσουν το βάρος των επενδύσεων που απαιτούνται για την πράσινη μετάβαση, αλλά και να αντέξουν τα αυξημένα κόστη καυσίμων, που ήδη φέτος ακρίβυναν περαιτέρω, μετρούνται

στα δάχτυλα του ενός χεριού. Και καθώς έτσι ξεκινάει ένας γύρος συγχωνεύσεων και εξαγορών εταιρειών ή και πλοίων, καθώς κάποιες μεσαίου μεγέθους επιχειρήσεις θα προσπαθήσουν να αποκτήσουν το εκτόπισμα και την εταιρική δομή που θα τους επιτρέψει πρόσβαση σε δημόσιες αλλά και τραπεζικές χρηματοδοτήσεις. Τα αναφέρω ως προς το σκέλος της χρηματοδότησης και του αναπόφευκτου της συγκέντρωσης, προοπτικά (προς το 2030 όταν θα εφαρμόζονται τα νέα πλαίσια). Προφανές πως, η διοίκηση της Attica Συμμετοχών βλέπει προς το 2030, βάζει πρόσω και διαθέτοντας άνετη (και συγκριτικά χαμηλού κόστους) χρηματοδότηση επιβεβαιώνει την ηγετική θέση της στον κλάδο.

Τί μπορεί να σημαίνει αυτό, κατ' αρχήν επενδυτικά; Η μετάθεση και μόνο ενός ενδεχόμενου placement για το 2026, ενισχύει την εκτίμηση αναλυτών πως στα κεντρικά (Πειραιώς) έχει υπερισχύσει η εκτίμηση ότι τα €517,9 εκατ. (*) της τρέχουσας αποτίμησης είναι υποτιμημένα σε σχέση με την (προσδοκώμενη) σε εύθετο χρονικό ορίζοντα. Θυμίζω πως το Capital Day για την προετοιμασία του placement - μέσα στο 2025 - πραγματοποιήθηκε στις 3 Φεβρουαρίου τρέχοντος, στο Λονδίνο. Σύμφωνα με εκτιμήσεις αναλυτών της Euroxx και Πειραιώς χρηματιστηριακής είχα καταλάβει πως ένα fair value θα ήταν από τα €700 εκατ. και πάνω. Συμπληρώνω δε, ότι η διάθεση μειοψηφικού ποσοστού αρχικά ήταν για τα τέλη του 2024 - λόγω άλλων placements πήγε πιο πίσω, για το 2025 - και πλέον προς το 2026. Το γιατί, ευκόλως εννοούμενο παραλείπεται.

(*) οι παλαιότεροι θα ενθυμούνται πως σε μεγέθη τρέχουσας αποτίμησης (€500-€550 εκατ.) έγινε το mega deal Περικλή Παναγόπουλου - Ανδρέα Βγενόπουλου, το καλοκαίρι του μακρινού 2007. Όσοι είχαμε παρακολουθήσει - τότε - τη σχετική διαδικασία δεν μπορούμε παρά να συμφωνήσουμε με τους αναλυτές οι οποίοι εκτιμούν ένα εύλογο τίμημα - τουλάχιστον - στα €700 εκατ., και λίγα λέω...

• EL SABOR SNACKS ΠΟΥ ΑΝΤΑΠΟΚΡΙΝΟΝΤΑΙ ΣΤΟ VALUE LIFESTYLE

Τη γεύση με την πρακτική συσκευασία συνδυάζει η γκάμα προϊόντων της El Sabor, που περιλαμβάνει nachos, dips και wraps.

Όπως αναφέρεται, το brand προσφέρει λύσεις που ανταποκρίνονται στο value lifestyle, δηλαδή στην κατανάλωση με ουσία. Η El Sabor προσφέρει, χωρίς να απαιτεί πολλά: Μία συσκευασία nachos

της El Sabor (σε μία από τις πολλές γεύσεις), ένα ή δύο dips που καλύπτουν όλους τους γευστικούς τύπους (από πικάντικα μέχρι κρεμώδη), μερικά έξτρα υλικά από το ψυγείο, μαζί με καλή παρέα μπορούν να στήσουν ένα casual βράδυ στο σπίτι, ένα τραπέζι για φίλους της τελευταίας στιγμής, μια ταινία ή ένα επιτραπέζιο.



SECRETCREIPE

Το group που ανεβαίνει και απειλεί

Με πολύ συγκεκριμένες κινήσεις, τοποθετήσεις φρέσκων στελεχών, με σύγχρονη νοοτροπία, και καινοτόμο marketing, ο συγκεκριμένος όμιλος ανεβάζει διαρκώς πωλήσεις και απειλεί την παραδοσιακή πρωτοκαθεδρία του αντιπάλου του. Για να δούμε αν και πώς θα αντιδράσει ο εν υπνώσει πρώτος. Πώς αλλάζουν οι καιροί...

Editorial

Τα αντίβαρα στην ευρω-αβεβαιότητα

Τί κρατάμε από τα σχόλια των αναλυτών της Ευρωπαϊκής Κεντρικής Τράπεζας, στο πλαίσιο της ανακοίνωσης της μείωσης των επιτοκίων, για όγδοη διαδοχική φορά από το περυσινό καλοκαίρι; Πρώτον, παρά το γεγονός ότι η αβεβαιότητα στις εμπορικές πολιτικές αναμένεται να επηρεάσει αρνητικά τις επιχειρηματικές επενδύσεις και τις εξαγωγές, ιδίως σε βραχυπρόθεσμο ορίζοντα, η άνοδος των δημόσιων επενδύσεων στην άμυνα και τις υποδομές θα στηρίξει ολοένα και περισσότερο την ανάπτυξη μεσοπρόθεσμα.

Δεύτερον, η άνοδος των πραγματικών εισοδημάτων και η ισχυρή αγορά εργασίας θα επιτρέψει στα νοικοκυριά να δαπανούν περισσότερο. Μαζί με τις ευνοϊκότερες συνθήκες χρηματοδότησης, αυτό θα πρέπει να ενισχύσει την ανθεκτικότητα της οικονομίας σε παγκόσμιες διαταραχές.

Τρίτον, αναλύοντας συγκεκριμένα σενάρια, μια περαιτέρω κλιμάκωση των εμπορικών εντάσεων τους επόμενους μήνες θα είχε ως αποτέλεσμα ο ρυθμός ανάπτυξης και ο πληθωρισμός να διαμορφωθούν σε επίπεδα χαμηλότερα από ό,τι προβλέπει το βασικό σενάριο. Αντιθέτως, εάν οι εμπορικές εντάσεις αποκλιμακωθούν με ευνοϊκή έκβαση, ο ρυθμός ανάπτυξης και, σε μικρότερο βαθμό, ο πληθωρισμός θα διαμορφωθούν σε επίπεδα υψηλότερα από ό,τι προβλέπει το βασικό σενάριο.

Τέταρτον, ο ρυθμός ανόδου των μισθών παραμένει αυξημένος, εξακολουθεί να μετριάζεται όμως αισθητά και τα κέρδη απορροφούν εν μέρει τον αντίκτυπο του στον πληθωρισμό.

Πέμπτον, οι ανησυχίες, ότι η αυξημένη αβεβαιότητα και οι ευμετάβλητες αντιδράσεις της αγοράς στις εμπορικές εντάσεις τον Απρίλιο θα είχαν περιοριστική επίδραση στις συνθήκες χρηματοδότησης, έχουν εξασθενήσει.

Τόσο απλά.

Νεκτάριος Β. Νώτης
nectarios@notice.gr