

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 01 ΑΥΓΟΥΣΤΟΥ 2025
ΤΕΥΧΟΣ 2161

Ενθέτο
**INTERNATIONAL
BEER DAY**



• ΚΟΥΛΟΥΡΑΔΕΣ

Πού θα ανοίξουν νέα σημεία σε Ελλάδα και Κύπρο
- Έως 12% η αύξηση τζίρου στο εξάμηνο



• EFOOD

Αύξηση παραγγελιών και συνολικές πωλήσεις €211
εκατ. το 2024 - Ικανοποίηση και για τη φετινή πορεία



• DAMAVAND

Πού επενδύει με την AMK, η έμφαση
στο retail και οι μετοχικές αλλαγές



• FORUM

Στρατηγική επένδυση η πλήρης εξαγορά
της omind creatives

Editorial

Πόλεμος χωρίς νικητή;

Debrief

Τη δροσιά τους να 'χουμε

Business Insight

Όμιλος Τιτάν: Τα μεγέθη,
η θυγατρική στις ΗΠΑ
και το στοίχημα του MSCI
Standard Greece

SecretRecipe

Ο επιχειρηματίας και το ταμείο
της εταιρείας σε ρόλο... ATM

Business Maker

- Ο όρος για να πουλήσει ο Θεοδωρόπουλος τον Νίκα στον Υφαντή
- Τα μηνύματα που λαμβάνει η ΜΕΒΓΑΛ από τις ΗΠΑ για τους δασμούς

• **ΟΠΩΡΟΚΗΠΕΥΤΙΚΑ**

ΠΛΗΓΜΑ ΓΙΑ ΤΟ ΑΚΤΙΝΙΔΙΟ, ΑΝΑΣΑ ΓΙΑ ΤΗΝ ΚΟΜΠΟΣΤΑ - ΟΙ ΑΜΕΣΕΣ ΚΑΙ ΕΜΜΕΣΕΣ ΣΥΝΕΠΕΙΕΣ ΑΠΟ ΤΟΥΣ ΔΑΣΜΟΥΣ TRUMP

Μικρός συνολικά για τον εγχώριο κλάδο των οπωροκηπευτικών, αλλά σημαντικός για ένα τουλάχιστον προϊόν που έχει καταφέρει εδώ και κάποια χρόνια να αποκτήσει μια αξιοπρόσεκτη παρουσία στην αμερικανική αγορά, είναι ο άμεσος αντίκτυπος των δασμών Trump που τίθενται σε ισχύ από σήμερα, Παρασκευή 1 Αυγούστου 2025.

Ο λόγος για το ακτινίδιο, στις συνολικές εξαγωγές του οποίου οι ΗΠΑ αντιπροσωπεύουν ένα διόλου ευκαταφρόνητο 10%, με προοπτική - μέχρι πρόσφατα τουλάχιστον - περαιτέρω διεύρυνσης τα επόμενα χρόνια.

Ο ΦΟΒΟΣ ΓΙΑ ΤΗΝ ΚΑΤΑΝΑΛΩΣΗ

Η μεγάλη ανησυχία εδώ δεν έχει να κάνει τόσο με ενδεχόμενη μείωση του μεριδίου της χώρας μας - αφού ο κύριος ανταγωνιστής, Ιταλία, βράζει ουσιαστικά... στο ίδιο καζάνι, έχοντας να αντιμετωπίσει τους ίδιους δασμούς. Επίσης θεωρείται απίθανο, για γεωπολιτικούς και όχι μόνο λόγους, οι Αμερικανοί εισαγωγείς να υποκαταστήσουν το ευρωπαϊκό προϊόν με ακτινίδιο από την Κίνα και το Ιράν.

"Αυτό που μας προβληματίζει είναι ότι με τον δασμό 15% το προϊόν θα καταστεί ιδιαίτερα ακριβό και θα μειωθεί συνολικά η κατανάλωση, με αποτέλεσμα να αρχίσει να χάνεται σιγά, σιγά μια πολλά υποσχόμενη αγορά για το ελληνικό ακτινίδιο", αναφέρει στο FNB Daily ο Χρήστος Κολιός, επικεφαλής της Κολιός ΑΒΕΕ και Πρόεδρος της Διεπαγγελματικής Οργάνωσης Ακτινιδίου.

ΠΡΟΣΠΑΘΕΙΕΣ ΓΙΑ ΕΞΑΙΡΕΣΗ ΜΕΣΩ ΣΕΒΕ

Όπως σημειώνει ο ίδιος, μέσω του ΣΕΒΕ, έχει γίνει το τελευταίο διάστημα μια ακόμα προσπάθεια ώστε να εξαιρεθούν τα αγροδιατροφικά προϊόντα, κρατώντας βέβαια... μικρό καλάθι. "Είναι μια μάχη που πρέπει να δώσουμε. Είναι αλήθεια ωστόσο ότι, σε αντίθεση με την πρώτη θητεία του Προέδρου Trump, όπου ο ρόλος του Κογκρέσου είχε αποδειχθεί κομβικός, η απόφαση αυτή τη φορά για τους δασμούς επαφίεται αποκλειστικά στον ίδιο", υπογραμμίζει.

ΜΙΚΡΕΣ ΟΙ ΕΛΛΗΝΙΚΕΣ ΕΞΑΓΩΓΕΣ ΣΥΝΟΛΙΚΑ

Συνολικά πάντως οι ελληνικές εξαγωγές φρέσκων φρουτολαχανικών προς τις ΗΠΑ είναι μάλλον μικρές. Ενδεικτικά, σύμφωνα με στοιχεία της ΕΛΣΤΑΤ που έχει επεξεργα-



στεί ο Incofruit Ελλάς, στο πεντάμηνο Ιανουαρίου- Μαΐου του τρέχοντος έτους ανέρχονται σε αξία στα €26,421 εκατ., αντιπροσωπεύοντας το 2,7% του συνόλου.

Το ακτινίδιο είναι το προϊόν με τις περισσότερες πωλήσεις στον κλάδο, με τις εξαγωγές του στις ΗΠΑ να φτάνουν το ίδιο διάστημα τους 11.325 τόνους, δηλαδή σχεδόν το 83% όλων των εξαγωγών νωπών οπωροκηπευτικών κατά τη διάρκεια της περιόδου, οι οποίες ανήλθαν σε 13.646 τόνους.

DATA Εξαγωγές φρούτων & λαχανικών στις ΗΠΑ (Πεντάμηνο 2025)

Προϊόν	Αξία (σε €χιλ.)	Ποσότητα (σε τόνους)
Νωπό Ακτινίδιο	21.833	11.324
Σύνολο	26.421	13.646
Συμμετοχή ακτινιδίου	82,6%	83%

Εξάλλου, το 2024, τελευταίο πλήρες έτος, οι ελληνικές εξαγωγές φρέσκων φρούτων και λαχανικών προς τις ΗΠΑ ανήλθαν σε 26.625 τόνους και €52,147 εκατ., χωρίς πάντως να υπερβαίνουν το 1,5% του συνολικού όγκου που εξήγαγε η χώρα μας (1,79 εκατ. τόνοι) και στο 2,8% της συνολικής αξίας (άνω των €1,8557 δις.).

ΕΝΑΣ... ΑΚΟΜΑ ΔΑΣΜΟΣ Η ΔΙΟΛΙΣΘΗΣΗ ΤΟΥ ΔΟΛΑΡΙΟΥ

Συνολικά η αξία των εξαγωγών νωπών φρούτων και λαχανικών που πραγματοποιήσαν τα κράτη-μέλη της ΕΕ το 2024 ανήλθε σε €638,85 εκατομμύρια - ποσό που, με τα σημερινά δεδομένα, αντιστοιχεί σε δασμούς €95,83 εκατ. Αυτό δίκως να συνυπολογίζουμε το πλεονέκτημα που, όπως τονίζει ο ειδικός σύμβουλος του Incofruit Ελλάς,

Γιώργος Πολυχρονάκης, έχουν αποκτήσει οι αμερικανικές ανταγωνιστικές επιχειρήσεις με τη διολίσθηση 13%-14% του δολαρίου έναντι του ευρώ. Επιπλέον, σύμφωνα με τον ίδιο, λιγότερο εμφανείς σε αυτή τη φάση, αλλά ενδεχομένως μεγαλύτερες, θα είναι οι συνέπειες για τις ελληνικές εξαγωγές από την ανακατεύθυνση στην ευρωπαϊκή αγορά προϊόντων άλλων χωρών, που πλέον δεν θα μπορούν να απορροφηθούν από τις ΗΠΑ (π.χ. ισπανικά σκόρδα).

ΜΕΝΕΙ ΣΤΟ 17% Η ΚΟΝΣΕΡΒΑ ΡΟΔΑΚΙΝΟΥ

Στα μεταποιημένα οπωροκηπευτικά, τη μεγαλύτερη απειλή από τους νέους δασμούς είχε ο κλάδος της κονσερβοποιίας ροδάκινου, ο οποίος ωστόσο φαίνεται να αποφεύγει τα χειρότερα, σύμφωνα τουλάχιστον με όσα αναφέρει σε ενημερωτικό έγγραφο με ερωταπαντήσεις για τη συμφωνία ΕΕ-ΗΠΑ η Ευρωπαϊκή Επιτροπή.

Όπως διευκρινίζεται η Κομισιόν, στα προϊόντα όπου ο δασμός ήδη υπερέβαινε το 15% - όπως η κομπόστα ροδάκινου η οποία επιβαρυνόταν ήδη με 17% - δεν επιβάλλεται επιπλέον δασμός και εξακολουθεί να εφαρμόζεται αυτός που ήδη ισχύει.

Μιλώντας στο FNB Daily, ο Πρόεδρος της Ένωσης Κονσερβοποιών Ελλάδος (ΕΚΕ), Κώστας Αποστόλου, μεταφέρει την ανακούφιση του κλάδου για τη συγκεκριμένη εξέλιξη καθώς, σε αντίθετη περίπτωση, το προϊόν θα βρισκόταν αντιμέτωπο με συνολικούς δασμούς 32%.

Όπως εξηγεί ο ίδιος, οι ΗΠΑ αντιστοιχούν σε πάνω από το 20% των ελληνικών εξαγωγών κομπόστας, τόσο σε ποσότητα, όσο και σε αξία, η οποία το 2024 ξεπέρασε τα €100 εκατ.

Γιάννης Τσατσάκης
yannis@notice.gr

• **ΚΟΥΛΟΥΡΑΔΕΣ**

ΠΟΥ ΘΑ ΑΝΟΙΞΟΥΝ ΝΕΑ ΣΗΜΕΙΑ ΣΕ ΕΛΛΑΔΑ ΚΑΙ ΚΥΠΡΟ - ΕΩΣ 12% Η ΑΥΞΗΣΗ ΤΖΙΡΟΥ ΣΤΟ ΕΞΑΜΗΝΟ

Επεκτείνεται το δίκτυο της Κουλουράδες σε Ελλάδα και εξωτερικό, υλοποιώντας παράλληλα και ανακαινίσεις σε υφιστάμενα καταστήματα κατά το α' εξάμηνο του έτους.

Ο επικεφαλής του Grivas Group, Δημήτρης Γρίβας, αναφέρει στο Fnb Daily ότι οι ανακαινίσεις συνέβαλλαν σε αύξηση του συνολικού τζίρου κατά 10%-12%.

Μέχρι στιγμής το δίκτυο αριθμεί 168 καταστήματα και έως τέλος του έτους προγραμματίζονται τέσσερα νέα σημεία και πιο συγκεκριμένα:

- στην οδό Βερανζέρου στο κέντρο της Αθήνας, το οποίο προβλέπεται να παραδοθεί αρχές Σεπτεμβρίου
- στη συμβολή Καφαντάρη και Ηλιουπόλεως
- στη Νέα Ερυθραία (μετεγκατάσταση σε νέο σημείο)
- στον Άγιο Δημήτριο

Επιπλέον, ένα νέο κατάστημα θα λειτουργήσει λίγο πριν από το αεροδρόμιο Ελευθέριος Βενιζέλος, στον χώρο του τελωνείου, σε συνεργασία με την Autogrill.

ΛΕΥΚΑΔΑ & ΑΓΡΙΝΙΟ

Πριν από δύο εβδομάδες, εγκαινιάστηκε νέο σημείο στην Λευκάδα σε συνεργασία με τα αρτοποιεία Κουτέρης, με την οποία η Κουλουράδες διατηρεί συνεργασία και στο Αγρίνιο. Εκεί προετοιμάζεται ακόμα ένα κατάστημα, που προβλέπεται να είναι έτοιμο έως τέλος του χρόνου.

Ερωτηθείς για την Κρήτη, ο κ. Γρίβας υπογράμμισε ότι το δίκτυο παραμένει σταθερό, καθώς δεν έχει ξεκινήσει ακόμη περαιτέρω ανάπτυξη.

ΚΥΠΡΟΣ

Σε ό,τι αφορά την παρουσία της εταιρείας στην Κύπρο, το δίκτυο επεκτείνεται με ένα πέμπτο κατάστημα, το οποίο θα έχει ανοίξει στην Λευκωσία έως τα τέλη Σεπτεμβρίου.

Ακόμα, το concept "Κουλουράδες Spot", εστιάζει κυρίως στην επαρχία και στα νησιά. Αυτή τη στιγμή διαθέτει 38 σημεία πώλησης σε όλη την Ελλάδα, με στόχο να ξεπεράσει τα 40 μέχρι το τέλος του έτους.

Ο ΦΟΥΡΝΟΣ ΣΤΗΝ ΕΥΡΥΤΑΝΙΑ

Ιδιαίτερη αναφορά έκανε για τον φούρνο που άνοιξε η Κουλουράδες στην Φουρνά Ευρυτανίας μετά από 30 χρόνια, δίνοντας, όπως



Δημήτρης Γρίβας, Ιδρυτής, Grivas Group



είπε ζωή στο χωριό.

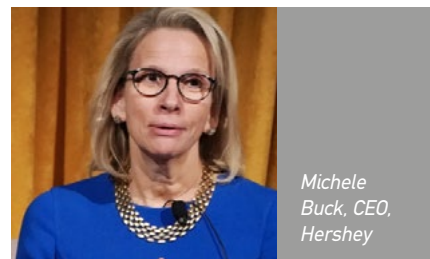
"Η υπόσχεση που είχε δοθεί στους κατοίκους πριν από οκτώ μήνες έγινε πραγματικότητα, ενώ η χαρά των ανθρώπων που υλοποίησαν το έργο είναι απερίγραπτη", εξήγησε ο κ. Γρίβας στο Fnb Daily.

Μετά το καλοκαίρι, προβλέπεται να ξεκινήσει η διανομή προϊόντων και στα γύρω χωριά, καλύπτοντας συνολικά 12 μικρούς οικισμούς. Αν και τον χειμώνα ο πληθυσμός σε ορισμένους από αυτούς δεν ξεπερνά τα 12-15 άτομα, ο φούρνος στην Φουρνά έχει σχεδιαστεί για να εξυπηρετεί ολόκληρη την περιοχή και την Ευρυτανία.

ΝΕΟ ΣΗΜΕΙΟ ΚΑΙ ΣΤΟ ΚΑΡΠΕΝΗΣΙ

Στο πλαίσιο της διεύρυνσης της παρουσίας του ομίλου στην Ευρυτανία, εκτός από τον νέο φούρνο στην Φουρνά, σύντομα θα λειτουργήσει και νέο κατάστημα Κουλουράδες στην κεντρική πλατεία του Καρπενησίου. Το κατάστημα αναμένεται να είναι έτοιμο για παραδόσεις μετά τις 20 Αυγούστου.

Στέλλα Αυγουστάκη
stella@notice.gr



Michele Buck, CEO, Hershey

• **HERSHEY**

Η ΠΑΣΧΑΛΙΝΗ ΖΗΤΗΣΗ ΕΦΕΡΕ ΑΝΟΔΟ ΠΩΛΗΣΕΩΝ ΣΤΟ Β' ΤΡΙΜΗΝΟ - ΜΕΧΡΙ \$180 ΕΚΑΤ. ΤΟ ΚΟΣΤΟΣ ΤΩΝ ΔΑΣΜΩΝ ΤΟ 2025

Πάνω από τις εκτιμήσεις των αναλυτών κινήθηκαν οι πωλήσεις β' τριμήνου για την Hershey, χάρη στην πασχαλινή ζήτηση των καταναλωτών για τα ζαχαρωτά και αλμυρά snack της εταιρείας.

Η Hershey επωφεληήθηκε από την ημερομηνία του Πάσχα, που φέτος έπεσε στις 20 Απριλίου, αλλά και από τις αποστολές των εποχιακών παραγγελιών για το Halloween, που ήταν επίσης νωρίτερα φέτος.

DATA Β' Τρίμηνο (σε \$εκατ.)

Καθαρές πωλήσεις	Μικτό αποτέλεσμα	Καθαρά κέρδη
2025: 2.615	2025: 796	2025: 63
2024: 2.075	2024: 834	2024: 181

ΑΓΚΑΘΙ ΟΙ ΔΑΣΜΟΙ

Η εταιρεία αναμένει τα έσοδα από δασμούς να κυμανθούν μεταξύ \$170-\$180 εκατ. για ολόκληρο το έτος, πολύ παραπάνω από την αρχική πρόβλεψη για \$15-\$20 εκατ., ενώ διατήρησε αμετάβλητες τις προβλέψεις για το σύνολο του έτους.

ΑΝΟΔΙΚΑ Ο ΟΓΚΟΣ ΠΩΛΗΣΕΩΝ

Ο όγκος πωλήσεων της εταιρείας αυξήθηκε κατά 21% λόγω προγραμματισμένων αλλαγών στο απόθεμα και την αλυσίδα εφοδιασμού στους τομείς ζαχαρωδών προϊόντων της Βόρειας Αμερικής και των διεθνών αγορών. Η εταιρεία αύξησε τις τιμές 5% στο β' τρίμηνο, σε σύγκριση με αύξηση 1% πριν από ένα χρόνο, προκειμένου να αντιμετωπίσει την άνοδο των τιμών του κακάο.

• **EFOOD**

ΑΥΞΗΣΗ ΠΑΡΑΓΓΕΛΙΩΝ ΚΑΙ ΣΥΝΟΛΙΚΕΣ ΠΩΛΗΣΕΙΣ €211 ΕΚΑΤ. ΤΟ 2024 - ΙΚΑΝΟΠΟΙΗΣΗ ΚΑΙ ΓΙΑ ΤΗ ΦΕΤΙΝΗ ΠΟΡΕΙΑ

Ικανοποιητική είναι η πορεία των μεγεθών της efood στο εξάμηνο του έτους, με την online πλατφόρμα delivery να φαίνεται ότι θα κλείσει ακόμα μια καλή χρονιά. Πηγές της efood ανέφεραν στο Fnb Daily ότι η καλή πορεία του εξαμήνου θα αποτυπωθεί και στα αποτελέσματα του έτους.

Η ΕΙΚΟΝΑ ΤΟΥ 2024

Πέρυσι η efood κατέγραψε αύξηση στον κύκλο εργασιών, αποτέλεσμα που προήλθε κυρίως από την αύξηση των παραγγελιών μέσω της πλατφόρμας efood, με αποτέλεσμα την αύξηση των εσόδων από προμήθειες (€29 εκατ. περισσότερα σε σχέση με το 2023). Επιπλέον, ο κύκλος εργασιών αυξήθηκε και λόγω της χρήσης των υπηρεσιών προώθησης των συνεργαζόμενων καταστημάτων στην πλατφόρμα (€5,8 εκατ. περισσότερα σε σχέση με το 2023).

DATA (σε €χιλ.)

Κύκλος εργασιών

2024: 211.006

2023: 163.805

Μεταβολή: 28,82%

Κέρδη προ φόρων

2024: 46.828

2023: 41.220

Μεταβολή: 13,60%

Καθαρά κέρδη

2024: 35.822

2023: 31.805

Μεταβολή: 12,63%

ΛΥΣΗ ΚΑΙ ΕΚΚΑΘΑΡΙΣΗ ΤΗΣ E-TABLE

Πέρυσι η άμεση μέτοχος της εταιρείας (η κυπριακή OFD Online Food Delivery Services Ltd) απορροφήθηκε δια συγχωνεύσεως από την κατά 100% μέτοχο εταιρεία-μέτοχό της με την επωνυμία ECommerce Business 10, που εδρεύει στο Λουξεμβούργο.

Επιπλέον, με ομόφωνη απόφαση του ΔΣ την 03/07/2024, η εταιρεία λαμβάνοντας υπόψη ότι δεν αποτελεί πια στρατηγική προτεραιότητα η οικονομική επένδυση και η ενίσχυση της δραστηριότητας της θυγατρικής εταιρείας E-table, αποφάσισε να μην διατεθούν περισσότεροι πόροι και να τεθεί σε λύση και εκκαθάριση. Η εν λόγω κίνηση ολοκληρώθηκε στις 5 Φεβρουαρίου 2025.



ΤΑ ΔΑΝΕΙΑ ΤΟΥ 2024

Η εταιρεία βάσει σύμβασης που συνήφθη στις 15 Ιανουαρίου 2024 προέβη σε χορήγηση δανείου ύψους €8 εκατ. προς τη μητρική εταιρεία Delivery Hero SE. Η εταιρεία, εντός του γ' τριμήνου του 2024, συμμετείχε ως εγγυήτρια στο πρόγραμμα εκδόσεως κοινού ομολογιακού δανείου εκδόσεως της συνδεδεμένης Άλφα Διανομές, που καλύφθηκε από την Optima Bank για €2.414.600, καθώς και στη σύμβαση ανοίγματος αλληλόχρεου λογαριασμού μεταξύ της Άλφα Διανομές και της Alpha Bank για το ποσό των €150.000. Μετά τη σύναψη των ανωτέρω συμβάσεων εξοφλήθηκαν ολοσχερώς τα υφιστάμενα δάνεια της Άλφα Διανομές και η εταιρεία απαλλάχθηκε πλήρως από προγενέστερες εγγυήσεις που είχε χορηγήσει για αυτήν. Ακόμα η εταιρεία εντός του γ' τριμήνου της τρέχουσας χρήσης 2024, συμμετείχε ως εγγυήτρια στο πρόγραμμα εκδόσεως κοινού ομολογιακού δανείου εκδόσεως της Delivery Hero Dmart Greece, που καλύφθηκε από την Optima Bank για το ποσό των €1.698.080, κατόπιν της σύναψης του οποίου

εξοφλήθηκαν ολοσχερώς τα υφιστάμενα δάνεια της συνδεδεμένης εταιρείας.

ΑΝΟΙΓΜΑ ΣΤΟ RETAIL ΛΕΥΚΩΝ ΣΥΣΚΕΥΩΝ

Φέτος, μεταξύ άλλων η efood έκανε άνοιγμα στο retail λευκών ηλεκτρικών αλλά και ηλεκτρονικών συσκευών μέσα από τη συνεργασία που [ανακοίνωσε στους χρήστες της αρχές του μήνα με την Κωτσόβολος](#).

Η συνεργασία που ξεκίνησε αφορά παραγωγή προϊόντων της Κωτσόβολος μέσω του efood, μεταξύ 2.500 κωδικών, όπως smartphones, ανεμιστήρες, τηλεοράσεις και PlayStation.

Όπως πληροφορείται το Fnb Daily, η πλατφόρμα μέσα από τη νέα συνεργασία - που αποτελεί την πρώτη αυτού του μεγέθους για τον κλάδο των ηλεκτρικών - εστιάζει στην περαιτέρω προώθηση του ecommerce και στον εμπλουτισμό του portfolio με προϊόντα τεχνολογίας και σπιτιού.

Στέλλα Αυγουστάκη
stella@notice.gr

Η
NOTICE
CONTENT & SERVICES

παρουσιάζει το
1ο Διεθνές Συνέδριο
στην Ελλάδα για τον κλάδο τροφίμων
και ποτών



FOOD FORWARD

From Farm to Future

Κλείσε τώρα θέση με

Early Bird έως 30/08

και κέρδισε

12% έκπτωση στη συμμετοχή σου

Με τη συμμετοχή διεθνών προσωπικοτήτων του κλάδου
Με έρευνες για τις τάσεις και το μέλλον των τροφίμων
Με εξειδικευμένα workshops
Με networking events



**15 – 18
Οκτωβρίου
2025**

Grecotel
La Riviera,
Κυλλήνη

info@foodforward.com.gr

ΜΕ ΤΗΝ ΑΞΙΟΠΙΣΤΙΑ ΤΗΣ
NOTICE
CONTENT & SERVICES

POWERED BY

forum S.A.
TRADE SHOWS • PUBLICATIONS

GOLDEN SPONSORS



ΜΕ ΤΗΝ ΑΙΓΙΔΑ



SUPPORTERS



• UNILEVER

ΑΝΟΔΟΣ ΤΩΝ ΥΠΟΚΕΙΜΕΝΩΝ ΠΩΛΗΣΕΩΝ ΜΕ ΩΘΗΣΗ ΑΠΟ ΤΟΝ ΤΟΜΕΑ ΠΑΓΩΤΟΥ

Καλύτερα των εκτιμήσεων των αναλυτών κινήθηκαν οι υποκείμενες πωλήσεις β' τριμήνου για την Unilever (+3,8%), η οποία κατέγραψε ισχυρές επιδόσεις στο τμήμα παγωτών, το οποίο σχεδιάζει να αποσχίσει. Ειδικότερα, το πλάνο του ομίλου προβλέπει την απόσχιση του τμήματος παγωτών, το οποίο θα έχει την κύρια εισηγμένη μετοχή του στην Ολλανδία και αναμένεται να ολοκληρωθεί τα μέσα Νοεμβρίου, ενώ η Unilever θα διατηρήσει μερίδιο 20% για έως

και 5 χρόνια. Η κίνηση αποτελεί μέρος ενός ευρύτερου σχεδίου αναδιάρθρωσης που ανακοίνωσε ο πρώην CEO, Hein Schumacher. Η μονάδα είχε υποστεί για χρόνια απώλεια μεριδίου αγοράς, με την Unilever να θεωρεί ότι θα είχε καλύτερες επιδόσεις ως ανεξάρτητη επιχείρηση. Υπό την ηγεσία του Peter ter Kulve, το τμήμα βελτιστοποίησε την εφοδιαστική του αλυσίδα, ενώ το β' τρίμηνο σημείωσε άνοδο, χάρη στις μάρκες Magnum και Cornetto.

ΠΩΛΗΣΗ ΤΟΠΙΚΩΝ BRANDS

Η Unilever θα εξετάσει μικρές, συμπληρωματικές συμφωνίες, αλλά όχι μεγάλα deals, δήλωσε ο Fernandez. Θα επιδιώξει, επίσης, την εκποίηση ορισμένων τοπικών brands σε μικρότερες αγορές, ενώ ο Fernandez συμπλήρωσε ότι η εταιρεία ήταν "προσεκτική" όσον αφορά τις αυξήσεις των τιμών.

[Η εικόνα ανά κατηγορία στο εξάμηνο](#)

First half performance supports full year confidence					
Underlying performance			GAAP measures		
(unaudited)	2025	vs 2024		2025	vs 2024
First Half					
Underlying sales growth (USG)		3.4%	Turnover	€30.1bn	(3.2)%
Beauty & Wellbeing		3.7%	Beauty & Wellbeing	€6.5bn	(0.8)%
Personal Care		4.8%	Personal Care	€6.5bn	(5.9)%
Home Care		1.3%	Home Care	€5.9bn	(6.7)%
Foods		2.2%	Foods	€6.6bn	(1.8)%
Ice Cream		5.9%	Ice Cream	€4.6bn	0.2%
Underlying operating profit	€5.8bn	(4.8)%	Operating profit	€5.3bn	(10.6)%
Underlying operating margin	19.3%	(30)bps	Operating margin	17.6%	(150)bps
Underlying earnings per share	€1.59	(2.1)%	Diluted earnings per share	€1.42	(3.7)%
Free cash flow	€1.1bn	€(1.1)bn	Net profit	€3.8bn	(5.1)%
Second Quarter					
USG		3.8%	Turnover	€15.4bn	(4.6)%
Quarterly dividend payable in September 2025			€0.4528 per share^(a)		

Η ΕΙΚΟΝΑ ΣΤΟ ΕΞΑΜΗΝΟ

Συνολικά, οι υποκείμενες πωλήσεις της εταιρείας στο α' εξάμηνο αυξήθηκαν κατά 3,4% σε σχέση με πέρυσι, με την άνοδο να αποδίδεται στην άνοδο κατά 1,5% του όγκου πωλήσεων και κατά 1,9% των τιμών.

Πάντως οι συνολικές πωλήσεις διαμορφώθηκαν σε €30,1 δισ., μειωμένες κατά 3,2% σε σχέση με το 2024, ενώ μειωμένα ήταν και τα λειτουργικά κέρδη της εταιρείας, στα €5,31 δισ. από €5,95 δισ. το α' εξάμηνο του 2024.

ΠΙΕΣΕΙΣ ΑΠΟ ΔΑΣΜΟΥΣ

Ο προσωρινός CFO της Unilever, Srinivas Phatak, αρνήθηκε να προσδιορίσει το πρόσθετο κόστος από τους δασμούς, αλλά δήλωσε ότι υπήρξε κάποια επίδραση στις εισαγόμενες συσκευασίες. "Είναι διαχειρίσιμο εντός των κανονικών επιπέδων πληθωρισμού", είπε.

ΣΤΟΙΧΗΜΑ ΣΕ ΗΠΑ-ΙΝΔΙΑ

Στην Κίνα, όπου η επιβράδυνση της κατανάλωσης είναι ιδιαίτερα έντονη, η Unilever δήλωσε ότι αναμένει βελτίωση της δραστηριότητας κατά το β' εξάμηνο του έτους, μετά την πτώση των πωλήσεων κατά το α' εξάμηνο.

Επιπροσθέτως, ανακοίνωσε ότι θα αυξήσει σημαντικά τις επενδύσεις της σε ΗΠΑ και Ινδία.

Στην Βόρεια Αμερική, η ανάπτυξη προέρχεται από μάρκες ευεξίας, όπως τα προϊόντα ενυδάτωσης Liquid I.V., και τα συμπληρώματα μαλλιών Nutrafol.



Fernando Fernandez, CEO, Unilever

DATA Α' εξάμηνο (σε €χιλ.)

Κύκλος εργασιών	Κέρδη προ φόρων
2025: 30.127	2025: 5.093
2024: 31.117	2024: 5.566
μεταβολή: (3,2%)	μεταβολή: (8,5%)
Λειτουργικά κέρδη	Καθαρά κέρδη
2025: 5.315	2025: 3.811
2024: 5.948	2024: 4.015
μεταβολή: (10,6%)	μεταβολή: (5,1%)

The logo is a circular emblem with a brownish-orange background. It features the text "myMykonos Villa" in a white, sans-serif font, with "LUXURY PROPERTY" in a smaller, all-caps font below it. The text is centered within the circle, which is flanked by two thin white curved lines.

myMykonos Villa

LUXURY PROPERTY

A villa made for memories



www.mymykonosvilla.gr info@mymykonosvilla.gr
Platis Gialos, 846 00, Greece
+30 211 212 1860



• **GRUPO BIMBO**

ΕΞΑΓΟΡΕΣ, ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΚΑΙ ΣΥΝΑΛΛΑΓΜΑΤΙΚΕΣ ΙΣΟΤΙΜΙΕΣ ΕΦΕΡΑΝ ΠΩΛΗΣΕΙΣ €5 ΔΙΣ. ΣΤΟ Β' ΤΡΙΜΗΝΟ

Αύξηση 9,4% στις πωλήσεις παρουσίασε στο β' τρίμηνο του 2025 η μεξικανική εταιρεία τροφίμων Grupo Bimbo, που ευνοήθηκε από τις συναλλαγματικές ισοτιμίες, την άνοδο των πωλήσεων στο Μεξικό, την Λατινική Αμερική, την Ευρώπη, την Ασία και την Αφρική, αλλά και τις πρόσφατες εξαγορές. Παρά τις θετικές αποδόσεις, το περιθώριο EBITDA συρρικνώθηκε στο 13,9%, λόγω του αδύναμου περιβάλλοντος στην Βόρεια Αμερική, των αδύναμων αποτελεσμάτων στην Κίνα και του υψηλότερου κόστους εργασίας στην Ρουμανία.

DATA Β' Τρίμηνο 2025 (σε €)
Καθαρές πωλήσεις: 4,98 δις. (+9,4%)
Προσαρμοσμένο EBITDA:
€690 εκατ. (+6,7%)

ΒΟΡΕΙΑ ΑΜΕΡΙΚΗ

Στην Βόρεια Αμερική, οι πωλήσεις αυξήθηκαν κατά 8,3% σε πέσος, αλλά μειώθηκαν κατά 4,6% μετά την προσαρμογή για τις συναλλαγματικές ισοτιμίες, λόγω της υποτονικής κατανάλωσης στις ΗΠΑ και της αποχώρησης ορισμένων μη επώνυμων επιχειρήσεων από την εταιρεία.

ΜΕΞΙΚΟ

Οι καθαρές πωλήσεις στο Μεξικό αυξήθηκαν κατά 3%, με ώθηση μεταξύ άλλων από τα κανάλια πώλησης προϊόντων ευρείας κατανάλωσης και παραδοσιακών προϊόντων.

ΕΥΡΩΠΗ, ΑΣΙΑ, ΑΦΡΙΚΗ

Στην περιοχή της Ευρώπης, Ασίας και Αφρικής, οι πωλήσεις ενισχύθηκαν κατά 6,8%, χάρη στην ισχυρή συμβολή της Bimbo QSR στις αγορές της Ινδίας, της Ρουμανίας και του Ηνωμένου Βασιλείου.

ΛΑΤΙΝΙΚΗ ΑΜΕΡΙΚΗ

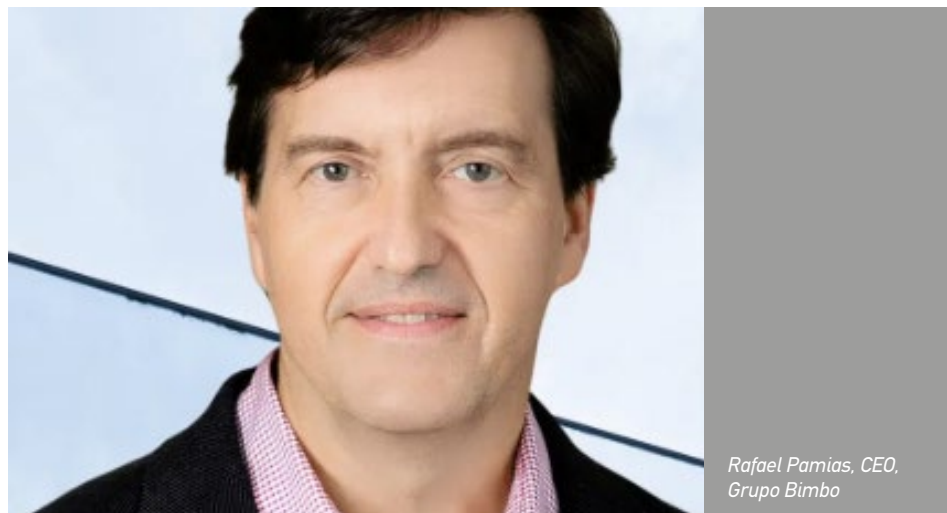
Οι πωλήσεις στην Λατινική Αμερική αυξήθηκαν κατά 17,4%, με ισχυρή ανάπτυξη στη νότια Λατινική Αμερική, το Ελ Σαλβαδόρ, την Βραζιλία και την περιοχή των Άνδεων (Κολομβία και Χιλή).

ΠΑΓΚΟΣΜΙΑ ΕΠΕΚΤΑΣΗ

Η Grupo Bimbo απέκτησε κατά τη διάρκεια του τριμήνου το υπόλοιπο μερίδιο των δραστηριοτήτων της στην Κολομβία και ολοκλήρωσε την εξαγορά της Don Don, εταιρείας αρτοποιίας στη Νοτιοανατολική Ευρώπη. Για τα σχέδια της Don Don Greece [είχατε ενημερωθεί από το Fnb Daily στις 27/5](#). Η ανάπτυξη αυτή ενισχύει την παρουσία της Bimbo σε 39 χώρες, εξυπηρετώντας καταναλωτές σε 76 αγορές παγκοσμίως.

ΔΕΣΜΕΥΣΕΙΣ ΜΕ ΓΝΩΜΟΝΑ ΤΗΝ ΥΓΕΙΑ

Η εταιρεία έχει ανακοινώσει σχέδια για επενδύσεις άνω των €1,74 δις. στο Μεξικό από το 2025 έως το 2028 και έχει αφοσιωθεί στη βελτίωση του διατροφικού προφίλ των προϊόντων της. Μέχρι το τέλος του 2025, στοχεύει το 100% των προϊόντων καθημερινής κατανάλωσης να είναι κάτω από τα καθορισμένα όρια για πρόσθετα σάκχαρα, νάτριο και ορισμένα λίπη.



Rafael Pamias, CEO,
Grupo Bimbo

POWERED BY **FN|USA.**



Carlos
Abrams
Rivera, CEO,
Kraft Heinz

• KRAFT HEINZ ΜΕΙΩΜΕΝΑ ΤΑ ΜΕΓΕΘΗ Β' ΤΡΙΜΗΝΟΥ ΠΑΡΑ ΤΗΝ ΙΚΑΝΟΠΟΙΗΤΙΚΗ ΖΗΤΗΣΗ ΣΤΙΣ ΗΠΑ

Καλύτερα του αναμενόμενου, αλλά χαμηλότερα σε ετήσια βάση, ήταν τα έσοδα και η κερδοφορία της Kraft Heinz στο β' τρίμηνο, χάρη στη ζήτηση για τα βασικά προϊόντα διατροφής και τα καρυκεύματα στις ΗΠΑ.

ΣΤΟ ΤΡΑΠΕΖΙ Η ΑΠΟΣΧΙΣΗ

Η εταιρεία επανέλαβε ότι αξιολογεί στρατηγικές συναλλαγές για ορισμένα brands. Υπενθυμίζεται ότι, σύμφωνα με δημοσιεύματα η Kraft Heinz εξετάζει το ενδεχόμενο απόσχισης ενός μεγάλου μέρους της δραστηριότητας της στον τομέα των τροφίμων, συμπεριλαμβανομένων πολλών προϊόντων Kraft, σε μια νέα οντότητα, [όπως διαβάσατε στο Fnb Daily στις 23 Ιουλίου](#).

ΥΓΙΕΙΝΕΣ ΕΠΙΛΟΓΕΣ

Η εταιρεία επιχειρεί να λανσάρει πιο υγιεινές επιλογές σε ορισμένες κατηγορίες, όπως τα επιδόρπια, προκειμένου να καλύψει την αυξανόμενη ζήτηση των καταναλωτών σε αυτά, ενώ έχει δηλώσει ότι θα αφαιρέσει τα χρωστικά από τα προϊόντα του.

DATA Β' Τρίμηνο (σε \$εκατ.)

Καθαρές πωλήσεις

2025: 6.352

2024: 6.476

Προσαρμοσμένα

να λειτουργικά

κέρδη

2025: 1.276

2024: 1.380

Προσαρμοσμένα

κέρδη ανά μετο-

χή (σε \$)

2025: 0,69

2024: 0,78

• **AB INBEV**

Η ΜΕΙΩΣΗ ΤΩΝ ΠΩΛΗΣΕΩΝ ΣΕ ΚΙΝΑ ΚΑΙ ΒΡΑΖΙΛΙΑ ΕΦΕΡΕ ΒΟΥΤΙΑ ΠΕΝΤΑΕΤΙΑΣ ΣΤΗ ΜΕΤΟΧΗ

Τη μεγαλύτερη πτώση των τελευταίων 5 ετών σημείωσε η μετοχή της Anheuser-Busch InBev, η οποία πούλησε λιγότερη μπίρα του

αναμενόμενου, ειδικά στις αγορές της Βραζιλίας και της Κίνας. Συγκεκριμένα, η ζυθοποιία ανακοίνωσε πτώση 1,9% στον οργανικό όγκο

πωλήσεων, τη στιγμή που οι αναλυτές ανέμεναν μια μικρή αύξηση, ενώ κατέγραψε αυξημένα κέρδη κατά 6,5% για το τρίμηνο, στα \$5,3 δισ.

AB InBev Tumbles the Most in Five Years Shares drop as much as 11%



Source: Bloomberg

Bloomberg

ΑΔΥΝΑΜΑ ΣΗΜΕΙΑ

Η Βραζιλία, όπου η AB InBev πωλεί brands όπως τα Brahma και Skol, αποτελεί αδύναμο σημείο για τις ζυθοποιίες παγκοσμίως. Ωστόσο, η AB InBev δήλωσε ότι η απόδοσή της ήταν χαμηλότερη από την αγορά και ότι οι όγκοι πώλησης μειώθηκαν κατά 4,9% στην Νότια Αμερική, απογοητεύοντας τους αναλυτές που περίμεναν αύξηση 1,3%. Η εταιρεία ανέφερε, επίσης, χαμηλότερους από τους αναμενόμενους όγκους πωλήσεων σε Ευρώπη και Μέση Ανατολή. Επίσης, η Κίνα αποτελεί πρόκληση για τις ζυθοποιίες, καθώς η μείωση των εταιρικών εκδηλώσεων και η επιβράδυνση των δαπανών ώθησαν τους καταναλωτές να αγοράζουν λιγότερη μπίρα.

ΑΡΝΗΤΙΚΑ ΣΗΜΑΔΙΑ

Η "αδύναμη εικόνα των όγκων και η απόδοση στη Λατινική Αμερική, καθώς και η απουσία πρόσθετων ταμειακών εσόδων" αναμένεται να επηρεάσουν αρνητικά τη μετοχή, ανέφερε ο αναλυτής της Citi, Simon Hales. Ορισμένοι επενδυτές ανέμεναν περαιτέρω επαναγορά μετοχών, την οποία οι αναλυτές της Jefferies τοποθετούν στο γ' τρίμηνο.



Michel
Doukeris,
CEO, AB
InBev

Busch Light στις ΗΠΑ, οι οποίες κερδίζουν μερίδιο αγοράς. Στην Βόρεια Αμερική, ο οργανικός όγκος αυξήθηκε κατά 0,3%, ξεπερνώντας τις εκτιμήσεις, ενισχυμένος επίσης από την απόδοση στον Καναδά.

DATA Β' Τρίμηνο 2025

Έσοδα: +70%

Όγκος: +0,7% (εξαιρουμένης της Βραζιλίας και της Κίνας)

ΠΡΟΣΠΑΘΕΙΕΣ ΑΝΑΚΑΜΨΗΣ

Ωστόσο δεν είναι μόνο η εταιρεία, αλλά ολόκληρος ο κλάδος αλκοολούχων ποτών που βρίσκεται υπό πίεση. Οι καταναλωτές παγκοσμίως, ανησυχώντας για τον αντίκτυπο των δασμών και νιώθοντας την πίεση του πληθωρισμού, έχουν περιορίσει τις δαπάνες τους, με όλες τις ζυθοποιίες να αντιμετωπίζουν δύσκολες συνθήκες σε σχεδόν όλες τις αγορές.

Η AB InBev προσπαθεί να αντισταθμίσει την επιβράδυνση επενδύοντας σε παλαιότερες μάρκες της, όπως η Michelob Ultra και η

ΜΗ ΑΛΚΟΟΛΟΥΧΕΣ ΕΠΙΛΟΓΕΣ

Όπως και οι ανταγωνιστές της, η AB InBev έχει επενδύσει σε μη αλκοολούχα ποτά, τα οποία αύξησαν τα έσοδα κατά 1/3 κατά τη διάρκεια του τριμήνου. Η Corona Zero σχεδόν διπλασίασε τον όγκο των πωλήσεων σε σύγκριση με την αντίστοιχη περίοδο του προηγούμενου έτους, ενώ στις ΗΠΑ κυκλοφόρησαν τα Michelob Ultra Zero και Busch Light Apple.

Η AB InBev διατήρησε τις προβλέψεις της για το σύνολο του έτους, για κέρδη προ τόκων, φόρων, αποσβέσεων και απομειώσεων μεταξύ 4%-8%.

• **DONALD TRUMP**

Ο ΧΑΡΤΗΣ ΤΩΝ ΕΜΠΟΡΙΚΩΝ ΣΥΜΦΩΝΙΩΝ - ΠΟΙΕΣ ΧΩΡΕΣ ΤΑ ΕΧΟΥΝ ΒΡΕΙ ΜΕ ΤΙΣ ΗΠΑ ΚΑΙ ΠΟΙΕΣ... ΑΝΑΜΕΝΟΥΝ

Από το στόμα του Donald Trump κρέμεται η παγκόσμια κοινότητα, καθώς σήμερα, 1η Αυγούστου, έληξε η προθεσμία που έδωσε για τη σύναψη εμπορικών συμφωνιών με άλλες χώρες.

ΣΥΜΦΩΝΙΕΣ ΜΕ ΒΑΣΙΚΟΥΣ ΕΤΑΙΡΟΥΣ

ΗΝΩΜΕΝΟ ΒΑΣΙΛΕΙΟ

Το Ηνωμένο Βασίλειο ηγήθηκε των εμπορικών συμφωνιών με τις ΗΠΑ, συνάπτοντας μία ήδη από τον Μάιο. Το πλαίσιο περιλαμβάνει βασικούς δασμούς 10% στα βρετανικά προϊόντα, καθώς και διάφορες ποσοστώσεις και εξαιρέσεις για προϊόντα, όπως αυτοκίνητα και αεροδιαστημικά προϊόντα. Οι συνομιλίες για τον φόρο επί των ψηφιακών υπηρεσιών του Ηνωμένου Βασιλείου, τον οποίο ο Trump θέλει να καταργήσει, συνεχίζονται, ενώ πολλές είναι και οι ασάφειες.

ΒΙΕΤΝΑΜ

Ακολούθησε το Βιετνάμ στις 2 Ιουλίου, με εμπορική συμφωνία που προβλέπει τη μείωση των δασμών από 46% σε 20%. Ο Trump ισχυρίστηκε ότι θα υπάρξει πλήρης πρόσβαση στην αγορά της χώρας για τα αμερικανικά προϊόντα. Ωστόσο, φαίνεται ότι το Βιετνάμ αιφνιδιάστηκε από τον επιβληθέντα συντελεστή 20%, καθώς ανέμεναν φόρο 11%, αλλά η ανακοίνωση έγινε... μονομερώς από τον Αμερικανό Πρόεδρο.

ΙΝΔΟΝΗΣΙΑ

Ο δασμολογικός συντελεστής της Ινδονησίας μειώθηκε από 32% σε 19% στη συμφωνία που ανακοινώθηκε στις 15 Ιουλίου. Ο Λευκός Οίκος δήλωσε ότι η Ινδονησία θα καταργήσει τους δασμολογικούς φραγμούς σε πάνω από το 99% των αμερικανικών προϊόντων που εξάγονται προς αυτήν, σε όλους τους τομείς, συμπεριλαμβανομένων των γεωργικών προϊόντων και της ενέργειας.

ΦΙΛΙΠΠΙΝΕΣ

Σε αντίθεση με τις παραπάνω χώρες της ASEAN, οι Φιλιππίνες κατάφεραν μείωση μόλις σε 19% από 20%. Η Μανίλα δεν θα επιβάλει δασμούς στα αμερικανικά προϊόντα στο πλαίσιο της συμφωνίας, σύμφωνα με τον Trump, ο οποίος επαίνεσε τη χώρα



Donald Trump, Πρόεδρος, ΗΠΑ

για το "άνοιγμα της αγοράς προς τις ΗΠΑ". Επιπλέον, δήλωσε ότι οι Φιλιππίνες θα συνεργαστούν "στρατιωτικά", χωρίς να δίνει περισσότερες λεπτομέρειες.

ΙΑΠΩΝΙΑ

Η Ιαπωνία κατέληξε σε συμφωνία με τις ΗΠΑ, με μείωση των δασμών της από 25% σε 15%, και είναι η πρώτη οικονομία που θα έχει χαμηλότερους προτιμσιακούς δασμούς για τον βασικό της τομέα, την αυτοκινητοβιομηχανία.

Η πορεία προς τη συμφωνία ήταν γεμάτη αβεβαιότητα, με τον Trump να δηλώνει πριν ότι δεν περίμενε οι δύο χώρες να καταλήξουν σε deal. Σε ξεχωριστές περιπτώσεις, χαρακτήρισε την Ιαπωνία "πολύ σκληρή" στις εμπορικές διαπραγματεύσεις και υπαινίχθηκε ότι η χώρα είναι "κακομαθημένη", επειδή δεν δέχεται αμερικανικό ρύζι, παρά την εσωτερική έλλειψη.

ΕΥΡΩΠΑΪΚΗ ΕΝΩΣΗ

Η συμφωνία της ΕΕ με τις ΗΠΑ επιτεύχθηκε μετά από μακρές διαπραγματεύσεις. Τα προϊόντα της ΕΕ υπόκεινται πλέον σε βασικό δασμολογικό συντελεστή 15%, δηλαδή το ήμισυ του 30% με το οποίο είχε απειλήσει ο Trump. Οι υφιστάμενοι δασμοί επί

των αυτοκινήτων θα μειωθούν στο 15%, ενώ οι επιβαρύνσεις επί ορισμένων προϊόντων, όπως τα αεροσκάφη και ορισμένα γενόσημα φάρμακα, θα επανέλθουν στα προ του Ιανουαρίου επίπεδα.

ΝΟΤΙΑ ΚΟΡΕΑ

Η Νότια Κορέα θα δει γενικό δασμό 15% στις εξαγωγές της, ενώ οι δασμοί στον τομέα της αυτοκινητοβιομηχανίας θα μειωθούν επίσης στο 15%. Επίσης, η χώρα "θα δώσει στις ΗΠΑ \$350 δισ. για επενδύσεις που ανήκουν και ελέγχονται από τις ΗΠΑ και θα επιλεγούν από εμένα, ως Πρόεδρο", δήλωσε ο Trump.

ΚΙΝΑ

Οι εμπορικές συνομιλίες της κυβέρνησης Trump με την Κίνα έχουν ακολουθήσει διαφορετική πορεία από τον υπόλοιπο κόσμο. Η δεύτερη μεγαλύτερη οικονομία του κόσμου βρισκόταν σταθερά στο στόχαστρο του Trump από τη στιγμή που ανέλαβε τα καθήκοντά του.

Αντί για συμφωνία, η Κίνα κατέληξε σε μια σειρά αναστολών των "αμοιβαίων" δασμών της. Αρχικά επιβλήθηκε δασμός 34% την "Ημέρα της Απελευθέρωσης", πριν μια σειρά αμοιβαίων μέτρων μεταξύ των δύο

πλευρών, οδηγήσει σε εκτίναξη των δασμών στο 145% για τις κινεζικές εισαγωγές στις ΗΠΑ και στο 125% για τις αμερικανικές εισαγωγές στην Κίνα.

Ωστόσο, οι δύο πλευρές συμφώνησαν να μειώσουν τους δασμούς τον Μάιο, εκκευρία που σύμφωνα με τα υφιστάμενα δεδομένα ισχύει μέχρι τις 12 Αυγούστου.

ΒΑΣΙΚΟΙ ΕΜΠΟΡΙΚΟΙ ΕΤΑΙΡΟΙ ΧΩΡΙΣ ΣΥΜΦΩΝΙΑ

ΙΝΔΙΑ

Προσφάτως, ο Trump ανακοίνωσε δασμούς 25% στην Ινδία, με επιπλέον ποινή που δεν προσδιορίστηκε για τις, κατά την άποψή του, αθέμιτες εμπορικές πολιτικές και για την αγορά στρατιωτικού εξοπλισμού και ενέργειας από την Ρωσία.

Ο δασμολογικός συντελεστής 25% είναι ελαφρώς χαμηλότερος από αυτόν που επέβαλε ο ίδιος την "Ημέρα της Απελευθέρωσης", όταν ανακοίνωσε συντελεστή 26% για τον βασικό εμπορικό εταίρο των ΗΠΑ, αλλά βρίσκεται στο ανώτερο άκρο του εύρους 20%-25% που ο Πρόεδρος των ΗΠΑ είχε δηλώσει ότι εξετάζει.

ΚΑΝΑΔΑΣ
Ο Καναδάς αντιμετωπίζει πλέον δασμούς 35% σε διάφορα προϊόντα από σήμερα (1η Αυγούστου), με τον Trump να απειλεί επίσης να αυξήσει το ποσοστό αυτό σε περίπτωση αντιποίνων.

ΚΑΝΑΔΑΣ

ΜΕΞΙΚΟ
Όπως και ο Καναδάς, το Μεξικό αποτελεί επί μακρόν στόχο των δασμών των ΗΠΑ, με τον Trump να επικαλείται τα ναρκωτικά και την παράνομη μετανάστευση ως παράγοντες για την επιβολή δασμών στον νότιο γείτονα των ΗΠΑ. Χθες ο Αμερικανός Πρόεδρος δήλωσε ότι δεν θα αυξήσει τους δασμούς στα μεξικανικά προϊόντα πέρα από τα τρέχοντα επίπεδά τους για 90 ημέρες, προκειμένου να δώσει χρόνο για τη σύναψη εμπορικής συμφωνίας. Πρόσφατα είχε απειλήσει να αυξήσει τον γενικό δασμολογικό συντελεστή στις μεξικανικές εισαγωγές στο 30%, από τον δασμό 25% που είχε επιβάλει προηγουμένως.

ΜΕΞΙΚΟ

ΑΥΣΤΡΑΛΙΑ
Η Αυστραλία αντιμετωπίζει βασικό δασμό 10%, καθώς έχει εμπορικό έλλειμμα με τις ΗΠΑ. Ωστόσο, η χώρα θα μπορούσε να αντιμετωπίσει υψηλότερο δασμολογικό συντελεστή εάν ο Trump αποφασίσει να αυξήσει το ποσοστό. Πρόσφατα, η Αυστραλία χαλάρωσε τους περιορισμούς στις εισαγωγές αμερικανικού βοείου κρέατος, μια κίνηση που το γραφείο του Αμερικανού εμπορικού εκπροσώπου απέδωσε στον Trump.

ΑΥΣΤΡΑΛΙΑ
Η Αυστραλία αντιμετωπίζει βασικό δασμό 10%, καθώς έχει εμπορικό έλλειμμα με τις ΗΠΑ. Ωστόσο, η χώρα θα μπορούσε να αντιμετωπίσει υψηλότερο δασμολογικό συντελεστή εάν ο Trump αποφασίσει να αυξήσει το ποσοστό. Πρόσφατα, η Αυστραλία χαλάρωσε τους περιορισμούς στις εισαγωγές αμερικανικού βοείου κρέατος, μια κίνηση που το γραφείο του Αμερικανού εμπορικού εκπροσώπου απέδωσε στον Trump.

SÖ POSH!

the trendletter

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

Κάθε Σάββατο στις 9.30

ΤΟ ΕΒΔΟΜΑΔΙΑΙΟ NEWSLETTER

ΓΙΝΕ ΣΥΝΔΡΟΜΗΤΗΣ ΕΔΩ

• **ΩΜΕΓΑ**

ΛΑΝΣΑΡΕΙ ΕΞΙ ΝΕΑ ΠΡΟΪΟΝΤΑ - ΕΤΟΙΜΑΖΕΙ ΠΡΑΣΙΝΕΣ ΕΠΕΝΔΥΣΕΙΣ

Στη συνεχή βελτίωση των προϊόντων με έμφαση στην καινοτομία, την ποιότητα και τη διατροφική αξία, σε τιμές που ανταποκρίνονται στις σύγχρονες ανάγκες, εστιάζει η Ωμέγα.

ΕΝΙΣΧΥΣΗ PORTFOLIO

Τον Σεπτέμβριο πρόκειται να λανσάρει έξι νέα προϊόντα δημητριακών στη σειρά Φύση. Όπως πληροφορείται το Fnb Daily, ο εμπλουτισμός του portfolio με νέες κατηγορίες προϊόντων - όπως τα δημητριακά πρωϊνού, τα οποία ήδη αυξάνουν μερίδια - είναι στρατηγική απόφαση για την εταιρεία, που επενδύει εντατικά σε έρευνα και ανάπτυξη για επέκταση σε προϊόντα με functional διατροφικά οφέλη, όπως δημητριακά protein και no sugar.

Επιπλέον συνεχίζει τις μελέτες για ένταξη στο portfolio και νέων κατηγοριών functional τροφίμων μέχρι το τέλος έτους.

ΑΥΞΑΝΕΙ ΤΙΣ ΕΞΑΓΩΓΕΣ

Η Ωμέγα ενισχύει τη διανομή των προϊόντων της, τόσο στη μικρή λιανική, όσο και στο HoReCa στην Ελλάδα, ενώ παράλληλα ενισχύει και την παρουσία της στις διεθνείς αγορές.

Μεταξύ των βασικών στόχων για φέτος είναι και η επέκταση των εξαγωγών, με τον τζίρο των πωλήσεων από τις εκτός Ελλάδος αγορές να φτάνει το €1,5 εκατ.

Μέχρι στιγμής έχει στρατηγική παρουσία σε αγορές όπως Κύπρος, Γερμανία, και Κεντρική Ευρώπη, δίνοντας έμφαση στο brand Ωμέγα.



Όλγα
Κωνστα-
ντακο-
πούλου,
Marketing
Manager,
Ωμέγα

Ο ΕΠΕΝΔΥΤΙΚΟΣ ΣΧΕΔΙΑΣΜΟΣ

Παράλληλα η εταιρεία είναι σε φάση κατάρτισης επενδυτικού πλάνου για τα επόμενα χρόνια, που θα βασίζεται στην ενίσχυση της σειφορίας και της περιβαλλοντικής ευθύνης. Οι επενδύσεις θα αφορούν:

- βιώσιμες πρώτες ύλες
- μείωση του περιβαλλοντικού αποτυπώματος στην παραγωγή
- μετάβαση σε συσκευασίες φιλικές προς το περιβάλλον
- απλοποίηση των εσωτερικών δομών
- αυτοματοποίηση παραγωγικών και διανεμητικών διαδικασιών μέσω χρήσης σύγχρονων στατιστικών μοντέλων business intelligence, για βελτίωση της αποδοτικότητας και διασύνδεση των υποκαταστημάτων σε όλη την Ελλάδα

Στέλλα Αυγουστάκη
stella@notice.gr

• **SOFTONE F&B**

ΝΕΑ ΛΥΣΗ ΠΑΡΑΓΓΕΛΙΟΛΗΨΙΑΣ OREXSYS LITE

Τη λύση παραγγελιοληψίας OrExSys Lite παρουσιάζει η Softone F&B, με στόχο την αναβάθμιση της ψηφιακής οργάνωσης των επιχειρήσεων του κλάδου εστίασης.

ΧΑΡΑΚΤΗΡΙΣΤΙΚΑ

Μέσα από ένα φιλικό ψηφιακό περιβάλλον, το OrExSys Lite αυτοματοποιεί λειτουργίες, όπως η διαχείριση παραγγελιών, τραπεζιών και ταμείου, εξασφαλίζοντας ταχύτητα και ακρίβεια σε κάθε συναλλαγή.

Η λύση OrExSys Lite υποστηρίζει ασύρματες συσκευές παραγγελιοληψί-



ας (PDAs), ενώ διασυνδέεται με ERP, EFT/POS και υπηρεσίες ηλεκτρονικής τιμολόγησης.

SME
D A I L Y

Το νέο καθημερινό
newsletter για
τη μικρομεσαία
επιχειρηματικότητα

Γίνε
συνδρομητής
ΔΩΡΕΑΝ
εδώ



ΚΥΚΛΟΦΟΡΕΙ ΔΩΡΕΑΝ

ΔΕΥΤΕΡΑ
- ΠΑΡΑΣΚΕΥΗ
ΣΤΙΣ **09:15**

Με την αξιοπιστία της

NOTICE
CONTENT & SERVICES

• **DAMAVAND**

ΠΟΥ ΕΠΕΝΔΥΕΙ ΜΕ ΤΗΝ ΑΜΚ, Η ΕΜΦΑΣΗ ΣΤΟ RETAIL ΚΑΙ ΟΙ ΜΕΤΟΧΙΚΕΣ ΑΛΛΑΓΕΣ

Αύξηση της παραγωγικής δυναμικότητας και ακόμα μεγαλύτερη έμφαση σε προϊόντα που απευθύνονται στο κανάλι του retail περιλαμβάνει, μεταξύ άλλων, το πλάνο ανάπτυξης που έχει καταρτίσει για την Damavand το Diorama Investments II RAIF SCA.

ΣΤΟΧΟΣ ΟΙ 200.000 ΤΟΝΟΙ ΠΡΩΤΗΣ ΥΛΗΣ

Όπως αναφέρουν στο Fnb Daily πηγές κοντά στη διοίκηση της βιομηχανίας μεταποίησης ντομάτας - που εδρεύει στα Φίλια Καρδίτσας -, ο στόχος είναι σε βραχυπρόθεσμο ορίζοντα να απορροφά περί τους 200.000 τόνους πρώτης ύλης ετησίως (από 150.000 τόνους σήμερα), νούμερο που ιδανικά θα ήθελε να προσεγγίσει μέσα στην επόμενη τριετία. Εξίσου σημαντική προτεραιότητα αποτελεί η συνέχιση της μετατόπισης του μείγματος πωλήσεων προς προϊόντα καταναλωτικής συσκευασίας με μεγαλύτερη προστιθέμενη αξία. Η στροφή αυτή μάλιστα, όπως επισημαίνεται και στις οικονομικές καταστάσεις της χρήσης 2023/24, συνέβαλε αποφασιστικά στην αύξηση του κύκλου εργασιών κατά 19% στα €46,5 εκατ.

ΝΕΕΣ ΜΗΧΑΝΕΣ ΓΙΑ ΧΑΡΤΙΝΗ ΣΥΣΚΕΥΑΣΙΑ

Οι παραπάνω στόχοι και προτεραιότητες αντικατοπτρίζονται στο επενδυτικό πρόγραμμα που βρίσκεται σε εξέλιξη και το ύψος του οποίου ξεπερνάει τα €7 εκατ. Όπως πληροφορείται το Fnb Daily, μεταξύ άλλων, περιλαμβάνει την αγορά δύο νέων μηχανών για χάρτινες retail συσκευασίες, η μία εκ των οποίων μάλιστα έχει ήδη εγκατασταθεί ενώ η δεύτερη αναμένεται τον Οκτώβριο. Επιπλέον, σχεδιάζεται νέα αποθήκη 5 στρεμάτων, καθώς και παρεμβάσεις για αυτοματοποίηση της παραγωγικής διαδικασίας και την ενεργειακή αναβάθμιση των εγκαταστάσεων.

Το επενδυτικό πρόγραμμα θα χρηματοδοτηθεί από την αύξηση μετοχικού κεφαλαίου, συνολικού ύψους €11,5 εκατ., που ξεκίνησε το φθινόπωρο του 2024 και αναμένεται να ολοκληρωθεί έως τα μέσα του 2026.

Η αρχή έγινε μετά τον Νοέμβριο του 2024, όταν το fund Diorama Investments II RAIF SCA απέκτησε, μέσω της Agris Agri Holding SA, το σύνολο των μετοχών της Damavand, ενώ, όπως αναφέρεται στις οικονομικές καταστάσεις, ποσό ύψους €8 εκατ. ολοκληρώθηκε εντός της χρήσης 2024/25.



Στο διάστημα αυτό, αξίζει να σημειωθεί, ειδήθηκε ως μέτοχος μειοψηφίας στο ιδιοκτησιακό σχήμα η Iason Lantzis Company Μονοπρόσωπη Α.Ε., εταιρεία του Ιάσωνα Λάντζη, Διευθύνοντας Συμβούλου της Atlas Tapes (από την οποία αποσπένδυσε το 2022 το Diorama I).

DATA (σε €χιλ.)

Πωλήσεις
2024: 46.462
2023: 39.201
Μικτό κέρδος
2024: 7.781
2023: 4.814

Αποτέλεσμα προ φόρων
2024: (3.674)
2023: (441)

ΝΕΑ ΑΥΞΗΣΗ ΣΤΟ EBITDA ΤΟ 2024/25

Πέρα από τον τζίρο, η Damavand κατάφερε τη χρήση 2023/24 να αυξήσει και το EBITDA κατά 57% (+€2,1 εκατ.) ενώ, σύμφωνα με πηγές κοντά στη διοίκηση, περαιτέρω βελτίωση σημειώθηκε τη χρήση 2024/25, που ολοκληρώθηκε τον Ιούνιο.

Σύμφωνα πάντα με τις οικονομικές καταστάσεις, το μικτό κέρδος για τη χρήση 2023/24 ενισχύθηκε 62% στα €7,8 εκατ. ενώ η καθαρή θέση αυξήθηκε κατά €5 εκατ. σε σχέση με την προηγούμενη χρήση. Ωστόσο, παρά το ισχυρό EBITDA, η Damavand εμφανίσε στην χρήση 2023-2024 καθαρές ζημιές

€3,763 εκατ. λόγω "εκτάκτων και μη επαναλαμβανόμενων ζημιών", όπως σημειώνει η διοίκηση.

Ο καθαρός δανεισμός της ανήλθε σε €30,2 εκατ., από €25,7 εκατ. στη χρήση 2023/23 και η αύξηση αυτή, σύμφωνα με τη διοίκηση, χρηματοδότησε τις ανάγκες σε κεφάλαιο κίνησης καθώς και τις αγορές παγίων στα πλαίσια του επενδυτικού προγράμματος που είναι σε εξέλιξη.

ΚΡΑΤΗΣΕ ΨΗΛΑ ΤΑ ΣΥΜΒΑΣΙΟΠΟΙΗΜΕΝΑ ΣΤΡΕΜΜΑΤΑ

Για τη φετινή καμπάνια της ντομάτας, που βρίσκεται πλέον σε εξέλιξη, η Damavand αναμένει να απορροφήσει περί τους 130.000-135.000 τόνους πρώτης ύλης. Μάλιστα, παρά τα υψηλά αποθέματα τελικών προϊόντων που χαρακτηρίζουν την αγορά φέτος, διατήρησε τα συμβασιοποιημένα στρέμματα καλλιέργειας πάνω από τα 16.500, θέλοντας με αυτό τον τρόπο να δείξει, όπως υπογραμμίζει, "την έμπρακτη στήριξή της στην τοπική οικονομία, σημαντικό μέρος της οποίας αποτελούν οι συνεργαζόμενοι παραγωγοί βιομηχανικής τομάτας".

Συνολικά οι συμβάσεις καλλιέργειας σεζόν 2025 αναμένεται να ξεπεράσουν τα 16.500 στρέμματα, ενώ την ίδια ώρα από πηγές του κλάδου της βιομηχανικής τομάτας εκτιμάται πως τα συνολικά συμβασιοποιημένα στρέμματα στην ελληνική αγορά θα έχουν μείωση.

Γιάννης Τσατσάκης
yannis@notice.gr

• ΓΑΛΛΙΑ

ΑΥΞΗΜΕΝΕΣ ΟΙ ΑΠΟΠΕΙΡΕΣ ΕΞΑΠΑΤΗΣΗΣ ΕΛΛΗΝΙΚΩΝ ΕΞΑΓΩΓΙΚΩΝ ΕΤΑΙΡΕΙΩΝ - ΤΙ ΑΠΟΚΑΛΥΠΤΕΙ Η ΠΡΕΣΒΕΙΑ ΜΑΣ

Προσπάθειες εξαπάτησης εις βάρος ελληνικών επιχειρήσεων και περιστατικά phishing έχουν παρουσιαστεί τους τελευταίους μήνες στη γαλλική αγορά, με το γραφείο ΟΕΥ της Πρεσβείας μας στο Παρίσι να επιστράτη την προσοχή σε όσους Έλληνες επιχειρηματίες διερευνούν δυνατότητες διεύθυνσης της εξαγωγικής τους δραστηριότητας στην Γαλλία.

Ορισμένες από τις πιο συχνές κατηγορίες απόπειρας απάτης που έχουν περιέλθει στην αντίληψη της πρεσβείας το τελευταίο διάστημα είναι οι ακόλουθες:

Παραπομπική χρήση διακριτικών και στοιχείων επικοινωνίας γαλλικών εταιρειών

Συχνά παρατηρείται το φαινόμενο παραπλανητικής χρήσης επωνυμίας, σήματος και στοιχείων επικοινωνίας υπαρκτών και καθιερωμένων γαλλικών επιχειρήσεων, κατά τρόπο ιδιαίτερα αληθοφανή από άτομα τα οποία παρουσιάζονται ως εκπρόσωποι των εν λόγω επιχειρήσεων, με τις οποίες ουδεμία σχέση στην πραγματικότητα διατηρούν, με στόχο δήθεν συνεργασία για εξαγωγές προς τη γαλλική αγορά. Σε αυτήν την περίπτωση, χρήσιμο θα ήταν οι Έλληνες εξαγωγείς να επικοινωνούν απευθείας με τις εταιρείες στα στοιχεία επικοινωνίας που είναι διαθέσιμα από ανεξάρτητη πηγή (και όχι ενδεχομένως στα στοιχεία που αναγράφονται στα ηλεκτρονικά μηνύματα του φερόμενου ως εκπροσώπου της εταιρείας).

ΤΟ ΚΟΛΠΟ ΜΕ ΤΑ E-MAILS

Επισημαίνεται δε ότι πέραν της πάγιας τακτικής των δραστών να δίδουν κινητά τηλέφωνα (συνήθως προπληρωμένες κάρτες κινητών), δημιουργούν ηλεκτρονικές διευθύνσεις (e-mails), οι οποίες έχουν χαρακτηριστικά που προσομοιάζουν και παραπέμπουν στην πραγματική εταιρεία με ελαφρώς παραποιημένο το domain name της.

Ενδεικτικά σημειώνεται ότι έχει περιέλθει ενδιαφέρον για εισαγωγές σε ελληνικές εταιρείες από ηλεκτρονική διεύθυνση "@sodexos.info", ενώ η επίσημη ηλεκτρονική διεύθυνση της πραγματικής εταιρείας είναι @sodexo.com.

Ομοίως έχει προσεγγιστεί ελληνική εταιρεία από την ηλεκτρονική διεύθυνση "@webshop-relaisdor.fr", σε αντιδιαστολή



με την πραγματική της οποίας το domain name είναι το @relaisdor.fr, καθώς και εκδήλωση ενδιαφέροντος για συνεργασία από e-mail "@lasomadis.com" αντί του ορθού του ομίλου @systeme-u.fr.

Τα εν λόγω e-mails φαίνονται να προέρχονται από πραγματικά στελέχη των εταιρειών, τα οποία είτε δεν ανήκουν πλέον στο εργατικό δυναμικό της, είτε είναι εν ενεργεία στελέχη π.χ. οι Γενικοί Διευθυντές των ομίλων, οι οποίοι προφανώς λόγω βεληνεκούς της εταιρείας δεν είναι αρμόδιοι για την εκτέλεση παραγγελιών.

Γι' αυτό προτείνεται όπως αξιοποιείται κάθε πληροφορία παρεχόμενη στις επίσημες ιστοσελίδες των εν λόγω ομίλων, αλλά και άμεση επικοινωνία μέσω δικτύων κοινωνικής δικτύωσης (π.χ. LinkedIn) προς τυχόν επιβεβαίωση των στελεχών των εταιρειών.

Παραπλανητική χρήση στοιχείων εταιρειών που συνδέονται με μεγάλους ομίλους επιχειρήσεων με το σύστημα franchising. Πολλές γαλλικές υπεραγορές ακολουθούν το μοντέλο franchising. Έχουν παρουσιαστεί κρούσματα απόπειρας εξαπάτησης για τον διακριτικό τίτλο "LECLERC", με τη χρήση σήματος διαφόρων franchisees (ενδεικτικά αναφέρονται DIRECT DISTRIBUTION, VANDIS, NICODIS, APOLIDIS, HYPER SAINT AUNES, SERGE DISTRIBUTION κ.α.). Αντίστοιχα έχουν

περιέλθει σε γνώση του Γραφείου περιστατικά παράνομης χρήσης των διακριτικών τίτλων "INTERMARCHE", "SUPER U", "CARREFOUR", "LIDL", "METRO", "MONOPRIX" κ.α.

Η συνήθης πρακτική των δραστών συνίσταται στο να οικειοποιούνται και να χρησιμοποιούν τα στοιχεία της εμπορικής επωνυμίας της δικαιούχου εταιρείας (franchisee) π.χ. VANDIS αντί του διακριτικού τίτλου της αλυσίδας στην οποία ανήκει, (εν προκειμένω LECLERC) τον οποίο προφανώς χρησιμοποιεί στις συναλλαγές της η πραγματική εταιρεία.



ΨΕΥΤΙΚΟΙ ΙΣΤΟΤΟΠΟΙ

Αξίζει να σημειωθεί ότι οι φερόμενοι ως εκπρόσωποι εταιρείας δημιουργούν ακόμη και ιστοσελίδα βάσει της επωνυμίας και των χαρακτηριστικών της δικαιούχου εταιρείας (franchisee). Ενδεικτικά επισημαίνεται ότι φερόμενοι ως εκπρόσωποι της Vouziers Distribution, η οποία είναι μία από τις εταιρείες που υπάγονται στο επιχειρηματικό μοντέλο franchise

του "LECLERC", έχουν δημιουργήσει την ιστοσελίδα: <https://vouziers-distribution.fr/index-2.html> ενώ η πραγματική εταιρεία χρησιμοποιεί την ιστοσελίδα του ομίλου, ήτοι <https://www.e.leclerc/mag/e-leclercvouziers>.

Στους ψεύτικους αυτούς ιστοτόπους, για τους οποίους συχνά οι δράστες δημιουργούν και θετικά σχόλια σε μηχανές αναζήτησης (google), βρίσκονται αναρτημένα τα πραγματικά στοιχεία της εταιρείας, όπως η πραγματική έδρα της εταιρείας, ο αριθμός SIREN/SIRET, (αντίστοιχος του ελληνικού ΑΦΜ / ΓΕ.ΜΗ), ο ενδοκοινοτικός αριθμός ΦΠΑ κ.α.

LECLERC - LES MOUSQUETAIRES

Σημειώνεται ότι οι υπεραγορές LECLERC πέραν της λειτουργίας τους ως καταστήματα franchise, δημιουργούν ενώσεις ανά ευρύτερες γεωγραφικές περιοχές για ομαδοποίηση των παραγγελιών τους (λ.χ. GALEC - Groupement d'Achats E.LECLERC, στα βορειοδυτικά της χώρας Centrale Coopérative d'achat des Centres E.Leclerc de l'Ouest- SCAOUEST: <https://www.scaouest.fr/>, και δυτικά και νότια των Παρισίων SOCAMAINE: <https://www.socamaine.fr/>).

Συνεπώς ενόψει της παράδοσης των εμπορευμάτων, κρίνεται σκόπιμο όπως λαμβάνεται υπόψη η ταχυδρομική διεύθυνση της έδρας της εταιρείας και των λοιπών μελών της ένωσης του αγοραστικού κέντρου και επανεξετάζονται με μεγαλύτερη προσοχή, κατά περίπτωση, παραδόσεις σε γεωγραφικά διαμερίσματα μακρινών περιφερειών.

Ειδικότερα, αναφορικά με τις υπεραγορές τροφίμων Intermarché, επισημαίνεται ότι αυτές υπάγονται στον όμιλο Les Mousquetaires (<https://www.mousquetaires.com/notre-groupement/>).

Η επίσημη ηλεκτρονική διεύθυνση της πραγματικής εταιρείας είναι αυτή της οποίας το domaine name είναι "@mousquetaires.com". Ως εκ τούτου, συνιστάται προσοχή σε κάθε άλλη περίπτωση domaine name που τυχόν περιέχει τον όρο "intermarché".

ΚΑΤΑΓΓΕΛΙΕΣ ΤΩΝ ΠΕΡΙΣΤΑΤΙΚΩΝ

Οι περισσότερες γαλλικές εταιρείες, με τις οποίες το Γραφείο ΟΕΥ έχει επικοινωνήσει, κατόπιν διαπίστωσης ύποπτων προσεγγίσεων ελληνικών επιχειρήσεων, έχουν προβεί από πλευράς τους στις απαιτού-

μενες ενέργειες, έχοντας καταγγείλει στις αρμόδιες γαλλικές αρχές τα περιστατικά που έχουν υποπέσει στην αντίληψή τους. Ορισμένες εξ αυτών μάλιστα, φτάνουν σε σημείο να δημιουργούν επιπλέον ιστοσελίδες με σχετικές ανακοινώσεις προς αποφυγήν εξάπλωσης αντίστοιχων περιστατικών <https://www.segredistribution.com/en/home.html> και <https://www.segre-distribution.com/>

Στο πλαίσιο αυτό, κρίνεται σκόπιμο, για ενδεχόμενη συνεργασία με εταιρείες, με τις οποίες δεν έχει υπάρξει προηγούμενη συναλλαγή, να διασταυρώνονται τα στοιχεία από ανεξάρτητες επίσημες πηγές π.χ. από την ιστοσελίδα του ομίλου franchise, ήτοι απευθείας από το site (και όχι από την εμπορική επωνυμία του δικαιοδόχου), από τα επαγγελματικά δίκτυα κοινωνικής δικτύωσης, αλλά και να ζητηθούν εκ προοιμίου οι απαραίτητες εξασφαλίσεις, όπως ενδεχομένως προπληρωμή στο ακέραιο τυχόν παραγγελίας, προ της κατασκευής, παραγωγής και της αποστολής του εμπορεύματος (καθώς συνήθως ζητάται εκ μέρους του φερόμενου αγοραστή πίστωση 15-20 ημερών).

Μάκης Αποστόλου
makis@notice.gr

• FORUM

ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΗ ΕΠΕΝΔΥΣΗ Η ΠΛΗΡΗΣ ΕΞΑΓΟΡΑ ΤΗΣ OMIND CREATIVES

Στην εξαγορά της omind creatives προχώρησε η Forum SA, μέλος του γερμανικού εκθεσιακού ομίλου Nuernberg Messe Group, ενισχύοντας το αποτύπωμά της στην κλαδική ενημέρωση μέσα από αυτή τη στρατηγική επένδυση.

Το νέο καταστατικό της omind creatives, που αναρτήθηκε στο Γενικό Εμπορικό Μητρώο αναφέρει ότι μοναδικός της μέτοχος είναι η Forum Εκθέσεις – Εκδόσεις – Συνέδρια Ανώνυμη Εταιρεία.

Διαχειριστές της omind creatives είναι πλέον ο Πρόεδρος και Διευθύνων Σύμβουλος της Forum, Θανάσης Παναγούλιας και ο Οικονομικός Διευθυντής και Μέλος του ΔΣ της Forum, Στράτος Αποστολάκος.

ΣΥΜΒΟΥΛΟΙ

Όπως πληροφορείται το FnB Daily οι δύο μέτοχοι της omind creatives, Θεόδωρος Δημητριάδης και Αντώνης Μοσχονίδης, θα πα-

ραμείνουν κοντά στην εταιρεία υπό τη νέα διοίκηση, διατηρώντας συμβουλευτικές δραστηριότητες. Τον Σεπτέμβριο θα υπάρξουν επίσημες ανακοινώσεις για την εξαγορά αλλά και περισσότερες πληροφορίες για τα νέα projects της Forum.



Θανάσης Παναγούλιας, Πρόεδρος και Διευθύνων Σύμβουλος, Forum

INFO - OMIND CREATIVES

Η omind creatives διοργανώνει τις εκθέσεις:

- Supply Chain & Logistics Expo
 - Meat & Grill Days Expo
 - Frozen Food Expo
 - Dairy Expo

Ακόμα εκδίδει τα περιοδικά:

- Supply Chain & Logistics
 - Dairy News
 - The Grill
 - Meat Place

INFO - FORUM

Το χαρτοφυλάκιο της Forum περιλαμβάνει 9 εμπορικές εκθέσεις:

- Horeca
- Foodtech
- Food Expo
- Athens Coffee Festival
- Oenotelia
- World Of Beer Festival
- Artoza
- Xenia

• Global Pack

Ακόμα, εκδίδει 4 κλαδικά περιοδικά:

- Snack & Coffee
- A-Z
- Ψητο
- Ambrosia

• Debrief •

ΤΗ ΔΡΟΣΙΑ ΤΟΥΣ ΝΑ 'ΧΟΥΜΕ

Τέλη δεκαετίας '90. Μόλις έχω απολυθεί από τον Στρατό και η πρώτη δουλειά που πέφτει μπροστά μου είναι στον Ελευθερουδάκη, στο 7ώροφο κατάστημα της Πανεπιστημίου. Δουλεύω στον 2ο όροφο που έχει και βιβλία για ομορφιά, κοσμήματα κ.λπ. Δεν υπάρχει ούτε μία, σχεδόν, ημέρα που δυο, τρεις πελάτες στη βόλτα τους στο βιβλιοπωλείο να μην ζητήσουν την "Κόμη της Βερενίκης".

Τότε, δεν γνώριζα ούτε το βιβλίο, ούτε τον συγγραφέα, τον Γιώργο Γραμματικάκη, που έφυγε το 2023. Είχα συνδέσει, όμως, τις... τελίτσες και είχα καταλήξει στο... ασφαλές συμπέρασμα ότι επρόκειτο για κάποιο βιβλίο... κομμωτικής. Και απορούσα γιατί δεν ήταν στον δικό μου όροφο. Ντροπή, ξεντροπή, αυτό νόμιζα. Αφού είδα και απόειδα, και αφού κάθε μέρα όλος και κάποιος πελάτης το αναζητούσε, είπα να μάθω κι εγώ ποια είναι επιτέλους αυτή η Βερενίκη.

Τέλος, αυτό ήταν. Το συγκεκριμένο βιβλίο

ήταν αυτό που "μου άλλαξε τη ζωή", για να καταφύγω στη γνωστή κλισέ φράση. Διαβάζοντάς το συνειδητοποίησα ότι τα βιβλία είναι πύλη μεταφοράς στη γνώση, στην εμπειρία και τελικά στη χαρά. Το βιβλίο είναι πηγή δημιουργίας διασταλτικής σκέψης και διέυρυνσης οριζόντων. Ναι ξέρω, και άλλα κλισέ, αλλά έτσι είναι. Σχεδόν 25 χρόνια μετά, οι περίπου 30 κούτες βιβλίων ήταν το μεγαλύτερο πρόβλημα που αντιμετώπισα σε μια μετακόμιση. Η σχέση των περισσότερων Ελλήνων με το βιβλίο είναι υποτυπώδης. Βασική αιτία, κατά τη γνώμη μου, είναι η βασανιστική αποσθήθιση-παπαγαλία των σχολικών ετών. Μεγάλο τραύμα. Αν δεν προέρχεται από οικογένεια που διαβάζει, θα μπεις στον κόσμο του βιβλίου μόνο από κάποια ευτυχή συγκυρία (όπως στην περίπτωση μου) ή αν κάποιος σε πάρει από το χέρι.

Ενόψει, λοιπόν, των καλοκαιρινών διακοπών σκέφτηκα να μοιραστώ τη δική μου εμπειρία

με τον κόσμο του βιβλίου. Προς Θεού, ο τίτλος στον οποίο αναφέρομαι δεν είναι κάποια προσπάθεια διαφήμισης. Άλλωστε δεν τη χρειάζεται, νομίζω βρίσκεται στην 37η έκδοση. Επίσης το παρόν σημείωμα δεν έχει ίχνος υπερβολής, ειλικρινά, (πω, πω, τι πολλά βιβλία που έχω διαβάσει). Άλλο τραύμα αυτό, που δημιουργούν ορισμένοι. Απλά σκέφτηκα να το κάνω γιατί οι καλοκαιρινές διακοπές είναι μια πρώτης τάξεως ευκαιρία για να διαβάσουμε. Όχι τις τηλεγραφικές ειδήσεις που σκρολάρουμε στα social, ούτε τους clickbait τίτλους. Όσο για το ποια βιβλία είναι "καλά"; Μα τα βιβλία που αρέσουν στον καθένα, όπως ακριβώς και τα τραγούδια. Τη δροσιά τους να 'χουμε, λοιπόν.

Καλό καλοκαίρι, με υγεία και ξεκούραση για όλους μας.

Γιάννης Παλιούρης
giannis@notice.gr

Business Maker

Ο ΟΡΟΣ ΓΙΑ ΝΑ ΠΟΥΛΗΣΕΙ Ο ΘΕΟΔΩΡΟΠΟΥΛΟΣ ΤΟΝ ΝΙΚΑ ΣΤΟΝ ΥΦΑΝΤΗ

Πυκνώνουν οι πληροφορίες για την πώληση του Νίκα στον Υφαντή. Με τον Ντισάκος - όπως όλα δείχνουν - να έχει βγει εκτός κάδρου, ο Υφαντής φέρεται να διεκδικεί με αξιώσεις την απόκτηση του μεγάλου αντιπάλου του.

Τραπεζικές πηγές, μάλιστα, αναφέρουν στο FNB Daily πως η συμφωνία εξαγοράς έχει κλειδώσει κατά 80% και τονίζουν πως σύντο-

μα θα υπάρξουν εξελίξεις από τις διαπραγματεύσεις, που βρίσκονται σε εξέλιξη.

Ο Σπύρος Θεοδωρόπουλος, πάντως, εξακολουθεί να διαψεύδει σε συνομιλητές του την πώληση του Νίκα και, μάλιστα, στα ποσά, που γράφονται.

Ωστόσο, όταν ερωτάται εάν πουλάει την αλ-λαντοβιομηχανία, ο έμπειρος επιχειρηματίας και νυν πρόεδρος του ΣΕΒ απαντά πως τύπο-

τα δεν αποκλείεται και πως "όλα πωλούνται", υπενθυμίζοντας με νόημα πως, πριν από μερικά χρόνια, δεν δίστασε να συμφωνήσει στη μεταβίβαση της Chipita στον πολυεθνικό κολλοσσό της Mondelez, έναντι συνολικής αξίας \$2 δισ. Είναι προφανές πως όλα θα κριθούν στο τίμημα και εάν αυτό ικανοποιήσει τον γνωστό βιομήχανο...

Μείνετε συντονισμένοι...

ΤΑ ΜΗΝΥΜΑΤΑ ΠΟΥ ΛΑΜΒΑΝΕΙ Η ΜΕΒΓΑΛ ΑΠΟ ΤΙΣ ΗΠΑ ΓΙΑ ΤΟΥΣ ΔΑΣΜΟΥΣ

Με διψήφιους ρυθμούς ανάπτυξης τρέχουν οι εξαγωγές της ΜΕΒΓΑΛ στο επτάμηνιο της τρέχουσας χρήσης, με την Ιταλία και τις Ηνωμένες Πολιτείες να αποτελούν τις βασικές χώρες, που κατευθύνονται τα προϊόντα της.

"Υπάρχει μεγάλη ζήτηση και, παρά τη γενικότερη αβεβαιότητα, που επικρατεί διεθνώς, οι παραγγελίες είναι αυξημένες", σημειώνουν στη στήλη καλά πληροφορημένες πηγές.

Ειδικά για την αμερικάνικη αγορά και τις προοπτικές, που διαμορφώνονται μετά τη συμφωνία των ΗΠΑ με την ΕΕ για δασμούς 15%, οι ίδιες πηγές επισημαίνουν πως δεν έχει παρατηρηθεί αυτή τη στιγμή κάποια αλλαγή στην άλλη άκρη του Ατλαντικού. Υπογραμμίζουν, μάλιστα, πως οι αντιπρόσωποί τους εμφανίζονται καθησυχαστικοί, ωστόσο, περιμένουν με ιδιαίτερο ενδιαφέρον την αντίδραση

των Αμερικανών καταναλωτών το επόμενο διάστημα, στο ενδεχόμενο μιας γενικευμένης αύξησης των τιμών. Μέχρι στιγμής, πάντως, και μετά την επιβολή ενδιάμεσων δασμών 10% την περασμένη άνοιξη, δεν έχουν παρατηρηθεί ανατιμήσεις όσον αφορά τα δικά της προϊόντα. Θετικό τέλος είναι τα μηνύματα και από την εσωτερική αγορά, με την εταιρεία να κερδίζει μερίδια...

Business Insight

ΟΜΙΛΟΣ ΤΙΤΑΝ: ΤΑ ΜΕΓΕΘΗ, Η ΘΥΓΑΤΡΙΚΗ ΣΤΙΣ ΗΠΑ ΚΑΙ ΤΟ ΣΤΟΙΧΗΜΑ ΤΟΥ MSCI STANDARD GREECE

Κύκλο εργασιών €1,328 δισ., κέρδη EBITDA €286,9 εκατ. και **καθαρά κέρδη €68,4 εκατ.** ανακοίνωσε, για το εξάμηνο, η διοίκηση του **ομίλου Τιτάν**. Συνοπτικά κρίνοντας, πρόκειται για μία **καλή περίοδο Ιανουαρίου-Ιουνίου**, καθώς στις **ΗΠΑ** η ανθεκτικότητα των τιμών τιμνέντου, σε συνδυασμό με τις αυξημένες πωλήσεις αδρανών υλικών και ιπτάμενης τέφρας, συνέβαλαν στον μετριασμό των πιέσεων που ασκήθηκαν στους όγκους πωλήσεων τιμνέντου, λόγω παρατεταμένων δυσμενών καιρικών συνθηκών και μειωμένης ζήτησης στον κλάδο κατοικίας. **Στην Ελλάδα**, η εγχώρια δραστηριότητα παρουσίασε **ισχυρή αύξηση όγκου πωλήσεων** σε όλες τις κατηγορίες προϊόντων και πέτυχε αυξημένες πωλήσεις, χάρη στη συνεχιζόμενη δυναμική της κατασκευαστικής δραστηριότητας στη χώρα και στην αποτελεσματική τιμολογιακή πολιτική. **Και στην Ανατολική Μεσόγειο**, η δραστηριότητα στην Αίγυπτο κατέγραψε **ισχυρή ανάκαμψη το 2025**, επιτυγχάνοντας υψηλές επιδόσεις τόσο στον εγχώριο τομέα, όσο και στον εξαγωγικό, υποστηριζόμενη και από την αύξηση των επιπέδων τιμών. Ενδιαφέρουσα η **αύξηση των επενδυτικών δαπανών, στα €127 (από €109 εκατ. το αντίστοιχο εξάμηνο 2024)**, με τις επενδύσεις να επικεντρώνονται στην αξιοποίηση καινοτόμων τεχνολογιών για την υποστήριξη της ανάπτυξης και τη βελτίωση του κόστους. Θα συμπληρώνα στα συν αυτής της πε-

ρίοδου την **αναβάθμιση του Μιχάλη Κολακίδη** (Διευθύνων Σύμβουλος και Οικονομικός Διευθυντής του ομίλου Τιτάν). Όπως και τις **ελεύθερες ταμειακές ροές €102 εκατ.**, συνδυαστικά με τη **μείωση του καθαρού δανεισμού στα €137 εκατ.** Ειδικότερα για το τελευταίο, ο δραστηκός περιορισμός, από τα €622 εκατ. (τέλος 2024) επιτεύχθηκε μέσω των εσόδων που αντλήθηκαν κυρίως από την **αρχική δημόσια προσφορά της θυγατρικής Titan America** και δευτερευόντως από την ολοκλήρωση της πώλησης της AdoCim. **Φεβρουάριο 2025 έγινε το IPO για το 15% του μ.κ. της θυγατρικής στις ΗΠΑ**, μέσα Μαΐου η πώληση της συμμετοχής στην Τουρκία. Εκτίμησή μου πως ένα από τα κλειδιά του ομίλου Τιτάν για το 2026 θα είναι το ενδεχόμενο εξελίξεων στις ΗΠΑ. Αυτό γιατί, η αρχική εισήγηση για διάθεση μειοψηφικού ποσοστού της Titan America ήταν εύρους ποσοστού 15% έως 25% του μ.κ., τελικά διατέθηκε το χαμηλότερο. Σύμφωνα με αναλυτή (τραπεζικής χρηματιστηριακής) η αναδίπλωση υπαγορεύτηκε από την **εκλογή Trump** και την εκτίμηση ότι **το US asset θα μπορούσε να αποκτήσει μεγαλύτερη επενδυτική αξία** - συνακόλουθα μία (δυννητική) διάθεση ενός επιπλέον 10% έως 15% θα απέφερε αυξημένα έσοδα. Σε ένα τέτοιο ενδεχόμενο **η διοίκηση Cobuz** θα επέτρεπε τον μηδενισμό του καθαρού δανεισμού, με ό,τι αυτό θα μπορούσε να σημαίνει πολλαπλώς σε ενοποιημένο μέ-

γεθος. Από τους πλέον γνώστες του κλάδου, διεθνώς, ο **Ρουμανογάλλος παράγων, ο Marcel Cobuz** (με πολυετή θητεία και εκ των πρωτεργατών της συγχώνευσης των κολοσσών Lafarge και Holcim), σίγουρα θα έχει πολλά σχέδια και περισσότερες εναλλακτικές για την επόμενη γενιά του ομίλου (που ιδρύθηκε το 1902 και εισήχθη στο - τότε - χρηματιστήριο το 1912, δεύτερη παλαιότερη εταιρεία μετά την Εθνική Τράπεζα της Ελλάδος). Αυτά θα τα δούμε συν τω χρόνω, γιατί προσώρας **αυτό που μένει να επιβεβαιωθεί (ή όχι) είναι το ενδεχόμενο επανένταξης στο καλάθι του MSCI Standard Greece**. Την προσεχή Πέμπτη (7/8) ο οίκος θα ανακοινώσει τα αποτελέσματα της αναθεώρησης των δεικτών MSCI, με μοιρασμένες τις πιθανότητες ο Τιτάν να πάρει το OK για επάνοδο στον σημαντικότερο διεθνή δείκτη (για τις ελληνικές εταιρείες). **Στα €2,75-€2,90 δισ. η αποτίμηση στη διάρκεια της δεκαήμερης παρακολούθησης (από τη συνεδρίαση της 21/7)**, με μία (τυχαία) επιλέξιμη συνεδρίαση για το ένα από τα κρίσιμα κριτήρια/προϋποθέσεις. Το άλλο αφορά στην αποτίμηση της ελεύθερης διασποράς (σ.σ. η ΕΔΥΒΕΜ κατέχει το 48,89% του μ.κ.). Αυτά, για τελευταίο Insight μας- της θερινής περιόδου. Καλό μήνα Αύγουστο, με ευχές για διακοπές όπως τις επιθυμεί ο καθένας. Εμείς, πρώτα ο Θεός, από αρχές Σεπτεμβρίου, σε αυτή τη φιλόξενη γωνιά.



REAL ESTATE DAILY SECRET

THE KEY TO PROPRIETARY INFORMATION

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

NOTICE

CONTENT & SERVICES

**KANTE
ΕΓΓΡΑΦΗ
ΕΔΩ**

• GROUPE CASINO

ΕΠΙΣΤΡΟΦΗ ΣΤΗΝ ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΜΕ ΣΥΓΚΡΙΣΙΜΕΣ ΠΩΛΗΣΕΙΣ ΑΝΩ ΤΩΝ €2 ΔΙΣ.

Σε τροχιά ανάπτυξης επέστρεψε η Groupe Casino μετά την οικονομική της αναδιάρθρωση, καταγράφοντας θετικές επιδόσεις στο β' τρίμηνο. Μεταξύ άλλων, ο τομέας χονδρικής, ο οποίος περιλαμβάνει τις πωλήσεις σε franchisees από αποθήκες μαρκών convenience, αντιπροσώπευε το 31,3% των πωλήσεων.



Philippe Palazzi, CEO, Group Casino

DATA Β' Τρίμηνο (σε €)

Συγκρίσιμες πωλήσεις:

2,08 δις. (+2,4%)

Καθαρές πωλήσεις

brands Monoprix, Franprix, Casino

και Naturalia: +2,7%

Προσαρμοσμένο EBITDA:

286 εκατ. (+12,2%)

ΑΝΑΔΙΑΡΘΡΩΣΗ ΚΑΤΑΣΤΗΜΑΤΩΝ

Στο α' εξάμηνο η εταιρεία επιχείρησε τον εξορθολογισμό του δικτύου καταστημάτων της και μείωση του κόστους. Έκλεισε ή αποχώρησε από 832 καταστήματα, άνοιξε 92 νέα και μεταβίβασε 55 ολοκληρωμένα καταστήματα σε franchises ή επιχειρηματικές μισθώσεις. Ο Philippe Palazzi, CEO του ομίλου Casino, ανέφερε ότι η εταιρεία δίνει έμφαση στα καθημερινά είδη διατροφής και τις λύσεις γρήγορου φαγητού, προκειμένου να ενισχύσει το μερίδιο αγοράς της.

SECRETCREIPE

Ο επιχειρηματίας και το ταμείο της εταιρείας σε ρόλο... ATM

Είναι από τις κλασικές περιπτώσεις... βλάβης, που καταγράφονται στις ελληνικές επιχειρήσεις. Αναφερόμαστε, δηλαδή, στο γεγονός ότι ο μέτοχος, που ακόμα προσπαθεί να καταλάβει γιατί τα πράγματα ακόμα δεν έχουν ισιώσει στο business του, χρησιμοποιεί το ταμείο της εταιρείας σαν... ATM. Δηλαδή, σηκώνει λεφτά κατά το δοκούν και ανάλογα με τις... ημερήσιες - όπως λένε οι κακές γλώσσες - ανάγκες του. Το γεγονός αυτό σχολιάζεται ήδη... ποικιλοτρόπως εσωτερικά, ειδικά από τους ανθρώπους της οικονομικής διεύθυνσης και του λογιστηρίου, οι οποίοι προσπαθούν, με εύστοχο τρόπο, να εξηγήσουν στο αφεντικό τους ότι αυτό πρέπει με κάποιο τρόπο να σταματήσει. Μάταια, όμως, μέχρι στιγμής...

Editorial

Πόλεμος χωρίς νικητή;

Στον απόηχο των συμφωνιών των Ηνωμένων Πολιτειών με την Ευρωπαϊκή Ένωση και την Ιαπωνία, όλο και περισσότεροι αναλυτές επιχειρούν να αποκωδικοποιήσουν τα οφέλη και τις απώλειες για όλες τις πλευρές.

Διάβαζα στο Bloomberg ότι αμφότερες οι συμφωνίες είναι lose-lose για όλους τους εμπλεκόμενους. Αναλυτές εκτιμούν ότι, με στενούς οικονομικούς όρους, ο ισχυρισμός ότι οι ΗΠΑ βγήκαν κερδισμένες και από τις δύο διαπραγματεύσεις είναι απλώς ψευδής.

Δείτε γιατί:

Πρώτον, οι δασμοί είναι φόροι. Συνεπώς, Δεύτερον, σύντομα, οι Αμερικανοί καταναλωτές θα πληρώσουν το μεγαλύτερο μέρος, αν όχι το σύνολο, της αύξησης του κόστους. Και,

Τρίτον, το πρόβλημα δεν είναι μόνο ότι οι εισαγωγές θα είναι ακριβότερες. Αλλά και ότι,

Τέταρτον, οι Αμερικανοί παραγωγοί ανταγωνιστικών προϊόντων θα αντιμετωπίσουν λιγότερη πίεση για να ανταγωνιστούν και να καινοτομήσουν και θα αυξήσουν και αυτοί τις τιμές τους. Άρα,

Πέμπτον, όλο αυτό το περιβάλλον θα συμπιέσει το βιοτικό επίπεδο των Αμερικανών καταναλωτών. Διότι,

Έκτον, αυτή η πλευρά της ανάλυσης υποστηρίζει πως ο μεγαλύτερος χαμένος από τους δασμούς είναι πάντα η χώρα, που τους επιβάλλει. Και πως,

Έβδομον, το κόστος αυτό μπορεί να είναι διαχειρίσιμο μακροπρόθεσμα, μόνο εάν οι συμφωνίες βάζουν τέλος στις πρόσφατες εμπορικές διαμάχες.

Σε κάθε περίπτωση, και με όλο τον σεβασμό στη γνώση και την εμπειρία αυτών των αναλυτών, εγώ λέω ότι η αγορά θα δείξει, μόλις ισορροπήσει, το αν θα υπάρξουν κερδισμένοι ή μόνο χαμένοι από την όλη διαδικασία.

Τόσο απλά.

Καλές διακοπές!

Νεκτάριος Β. Νώτης

nectarios@notice.gr

**Οι νέες τάσεις, οι αναδυόμενες αγορές
και οι ευκαιρίες μιας αγοράς \$804,65 δισ.**



ΑΠΟ ΤΗΝ



ΣΕΒΗ ΣΑΛΑΓΙΑΝΝΗ
sevi@notice.gr



€763 εκατ.

συνολική προστιθέμενη αξία των δραστηριοτήτων της εταιρείας, που αντιστοιχεί στο 0,32% του ΑΕΠ της χώρας

€350 εκατ. περισσότερα συγκριτικά με το 2021

€259 εκατ. αύξηση συγκριτικά με το 2021



€764 εκατ.

συνολική συνεισφορά της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας στα έσοδα του κράτους, που αντιστοιχεί στο 0,7% των συνολικών φορολογικών εσόδων



αύξηση €1,4 συγκριτικά με το 2021

€4,9

επιπλέον προστιθέμενης αξίας δημιουργούνται στην ελληνική οικονομία για κάθε €1 άμεσης συνεισφοράς της εταιρείας μας στο ΑΕΠ

ΜΕΛΕΤΗ ΚΟΙΝΩΝΙΚΟΥ
ΚΑΙ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΟΥ
ΑΝΤΙΚΤΥΠΟΥ 2024 ΤΗΣ
**ΑΘΗΝΑΪΚΗΣ
ΖΥΘΟΠΟΙΙΑΣ
ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ**



15 περισσότερες συγκριτικά με το 2021

49

επιπλέον θέσεις εργασίας στην ελληνική οικονομία, υποστηρίζει κάθε μία θέση άμεσης εργασίας στην Αθηναϊκή Ζυθοποιία

4.000 περισσότερα νοικοκυριά συγκριτικά με το 2021



Το εισόδημα

~14.000

νοικοκυριών ενισχύεται από τις συνολικές θέσεις εργασίας που υποστηρίζονται από την Αθηναϊκή Ζυθοποιία στην αλυσίδα αξίας μας



11.000 περισσότερες θέσεις συγκριτικά με το 2021

~37.000

θέσεις εργασίας υποστηρίζονται συνολικά στην αλυσίδα αξίας μας, που αντιστοιχούν στο 0,73% του συνολικού εργατικού δυναμικού της χώρας



**ΑΘΗΝΑΪΚΗ
ΖΥΘΟΠΟΙΙΑ**



• INTERNATIONAL BEER DAY 2025

Πώς ξεκίνησε ο εορτασμός της ημέρας - Ιστορίες από το... 5.000 π.Χ.

Ο εορτασμός της International Beer Day ξεκίνησε από την Σάντα Κρουζ της Καλιφόρνια στις ΗΠΑ, με στόχο να γιορτάσει την τέχνη της ζυθοποιίας, αλλά και να αναδείξει τους ανθρώπους που παράγουν το προϊόν.

Η ημέρα γρήγορα επεκτάθηκε παγκοσμίως για να συμπεριλάβει και γιορτές για τους barmen, αλλά και άλλους επαγγελματίες της μπύρας. Μάλιστα, δεν επεκτάθηκε μόνο σε εύρος, αλλά και σε μέγεθος, αφού από το 2007, όταν πρωτοξεκίνησε, σήμερα γιορτάζεται σε:

- 207 πόλεις
- 50 χώρες
- 6 ηπείρους

Η ποικιλία και οι νέες εμπειρίες είναι τα χαρακτηριστικά γνωρίσματα της International Beer Day, δίνοντας την ευκαιρία στους συμμετέχοντες να μοιραστούν διάφορες τεχνικές για την παρασκευή της μπύρας, καθώς και τρόπους απόλαυσης.

Οι ιδρυτές της International Beer Day αναφέρουν 3 λόγους για την καθιέρωση της ημέρας, οι οποίοι είναι οι εξής:

- Συνεστίωση με φίλους και απόλαυση της γεύσης της μπύρας
- Εορτασμός με όσους είναι υπεύθυνοι για την παρασκευή και το σερβίρισμα της μπύρας

- Η ένωση του κόσμου υπό τη σημαία της μπύρας, γιορτάζοντας τις μπύρες όλων των εθνών μαζί σε μία μόνο ημέρα

Η ΠΑΛΑΙΟΤΕΡΗ ΣΥΝΤΑΓΗ

Η παλαιότερη συνταγή που έχει καταγραφεί για μπύρα - η πρώτη καταγεγραμμένη μπύρα από κριθάρι - χρονολογείται περίπου στο 5.000 π.Χ.

Η ζυθολογία, ο επιστημονικός όρος για την παρασκευή μπύρας, προέρχεται από τις ελληνικές λέξεις ζύθος (που σημαίνει μπύρα) και λόγος (μελέτη).

Ας δούμε κάποια άλλα ιδιαίτερα γεγονότα που συνδέονται με την μπύρα.

- Το Oktoberfest ξεκίνησε στο Μόναχο το 1810, ως γιορτή για τον βασιλικό γάμο του πρίγκιπα Λουδοβίκου με την πριγκίπισσα Τερέζα της Σαξονίας-Χιλντμπουργκχάουζεν
- Στην κρατική έκθεση του 2010 στο Τέξας των ΗΠΑ, η... τηγανητή μπύρα κέρδισε το βραβείο για το πιο δημιουργικό τηγανητό φαγητό
- Σε απάντηση στον αμερικανικό νόμο περί απαγόρευσης, ο Ουίνστον Τσώρτσιλ δήλωσε ότι αυτό ήταν "προσβολή για όλη την ιστορία της ανθρωπότητας"

- Στην Γερμανία δημιουργήθηκε ένας αγωγός μπύρας, όπου περισσότερα από 100.000 γαλόνια μπύρας διοχετεύονταν μέσω σωλήνων μήκους 7 χιλιομέτρων για να σερβίρονται στους επισκέπτες ενός φεστιβάλ heavy metal. Ο σκοπός ήταν να μην καταστραφεί το γρασίδι από τα φορτηγά μπύρας που πηγαινοέρχονταν στο χώρο του φεστιβάλ
- Η πιο δυνατή μπύρα παγκοσμίως περιέχει 67,5% αλκοόλ κατ' όγκο, με τη σκωτσέζικη ζυθοποιία Brewmeister να παράγει αυτό το ποτό, ονόματι Snake Venom, το 2017
- Οι κορυφαίες χώρες παραγωγής μπύρας παγκοσμίως είναι η Κίνα, οι ΗΠΑ, η Βραζιλία, το Μεξικό και η Γερμανία
- Η πιο ακριβή μπύρα στον κόσμο πωλείται στο Κατάρ, όπου μια φιάλη 330 ml κοστίζει κατά μέσο όρο \$11,26
- Ο Andre the Giant, διάσημος παλαιστής του WWE, κατέχει το παγκόσμιο ρεκόρ για τις περισσότερες μπύρες που έχει πει συνεχόμενα
- Cenophilicophobia είναι η ονομασία της κατάστασης κατά την οποία ένα άτομο φοβάται τα άδεια ποτήρια μπύρας
- Σύμφωνα με την Guinness, περίπου 93.000 λίτρα μπύρας καταλήγουν κάθε χρόνο στις γενειάδες των Άγγλων



• INTERNATIONAL BEER DAY 2025

Η ακτινογραφία της παγκόσμιας αγοράς μπίρας

- Οι νέες τάσεις, οι αναδυόμενες αγορές και οι ευκαιρίες

Σε \$804,65 δισ. εκτιμάται η παγκόσμια αγορά μπίρας για το 2025, ενώ προβλέπεται να αγγίξει τα \$998,98 δισ. ως το 2028, αναπτυσσόμενη με σύνθετο ρυθμό ανάπτυξης (CAGR) 4,42%.

Η ανάπτυξη της αγοράς παραμένει σταθερή λόγω:

- της προσφοράς προϊόντων υψηλής ποιότητας
- της ανάπτυξης νέων προϊόντων
- της υψηλότερης αγοραστικής δύναμης των καταναλωτών

που αντισταθμίζουν τη μειωμένη ζήτηση από τους καταναλωτές που εστιάζουν στην υγεία. Οι premium lager επιλογές, οι εναλλακτικές λύσεις με χαμηλή περιεκτικότητα σε αλκοόλ και τα λειτουργικά ποτά ενισχύουν την αφοσίωση των καταναλωτών μεταξύ των νεότερων ηλικιακών ομάδων, ενώ οι πλατφόρμες ψηφιακού

εμπορίου βελτιώνουν την προσβασιμότητα στην αγορά.

Η επέκταση της αγοράς μπίρας αποδίδεται στον αυξανόμενο πληθυσμό μεσαίου εισοδήματος στην Ασία-Ειρηνικό, στον καθιερωμένο τομέα της βιοτεχνικής μπίρας στην Ευρώπη και στην αναβίωση των επιχειρήσεων εστίασης στην Βόρεια Αμερική. Επιπλέον, οι συμμετέχοντες στην αγορά αποκτούν ανταγωνιστικό πλεονέκτημα μέσω πρωτοβουλιών βιωσιμότητας και ψηφιοποίησης της εφοδιαστικής αλυσίδας.

ΚΥΡΙΑ ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ ΕΚΘΕΣΗΣ

- Ανά τύπο προϊόντος, η lager είχε το 86,46% της αγοράς μπίρας το 2024, ενώ η ale προβλέπεται να αναπτυχθεί με CAGR 4,85% έως το 2030
- Ανά κατηγορία, το τμήμα των τυποποιημένων

προϊόντων κατέχει το 78,46% της αγοράς μπίρας, ενώ ο όγκος της premium μπίρας αναμένεται να αυξηθεί με CAGR 4,96% έως το 2030

- Ανά συσκευασία, οι φιάλες κατέλαβαν το 54,77% της αγοράς το 2024, ενώ οι μεταλλικές συσκευασίες σημείωσαν τον ταχύτερο CAGR 5,25% λόγω της βιωσιμότητας και της ευκολίας χρήσης τους
- Ανά κανάλι διανομής, τα καταστήματα λιανικής πώλησης είχαν το 55,65% των εσόδων το 2024, ενώ τα καταστήματα χονδρικής πώλησης αναπτύσσονται με CAGR 5,53% λόγω της ανόδου στην οικιακή κατανάλωση
- Ανά γεωγραφική περιοχή, η Ασία-Ειρηνικός κατείχε μερίδιο 28,99% της αγοράς μπίρας το 2024 και παραμένει η ταχύτερα αναπτυσσόμενη περιοχή, με CAGR 4,63%

Global Beer Market Trends and Insights

Drivers Impact Analysis

DRIVER	(~) % IMPACT ON CAGR FORECAST	GEOGRAPHIC RELEVANCE	IMPACT TIMELINE
Growing Number of Breweries Leading to High Prevalence of Craft Beer	+1.20%	North America, Europe, Australia	Medium term (2-4 years)
Growing Tourism and Hospitality Impact Positive Growth	+0.90%	Global, with emphasis on tourism-dependent economies	Short term ($\leq$ 2 years)
Product Innovation in Terms of Ingredient and Alcohol Content	+1.10%	Global, with early adoption in North America and Europe	Medium term (2-4 years)
Health Conscious Consumer Accelerating Demand For Gluten Free Beer	+0.70%	North America, Europe, Australia	Long term ($\geq$ 4 years)
Rising Focus on Sustainable and Ethical Beer Production	+0.85%	Global, with leadership from Europe and North America	Long term ($\geq$ 4 years)
Brewing Industry's Technological Evolution	+0.65%	Global, with early adoption in developed markets	Medium term (2-4 years)

ΔΙΑΔΟΣΗ ΤΗΣ ΒΙΟΤΕΧΝΙΚΗΣ ΜΠΥΡΑΣ

Η επέκταση των ζυθοποιείων craft επηρεάζει την απόδοση της αγοράς, με περισσότερες από 500 ανεξάρτητες ζυθοποιίες να λειτουργούν στην Νέα Υόρκη. Παράλληλα, η νέα νομοθεσία που τέθηκε σε εφαρμογή μείωσε τα έξοδα κανονιστικής συμμόρφωσης

κατά 30% και βελτιστοποίησε τις διαδικασίες αδειοδότησης, διευκολύνοντας την ανάπτυξη της craft μπίρας. Επιπλέον, ο τομέας της craft μπίρας διατηρεί το μερίδιο αγοράς του μέσω περιφερειακών δικτύων εφοδιαστικής αλυσίδας και διείσδυσης στην τοπική αγορά, με τις ζυθοποιίες να εφαρμόζουν εμπειρίες απευθείας προς τον καταναλωτή, δημιουργώντας ανταγωνιστικό πλεονέκτημα. Η ανάπτυξη της αγοράς έχει ενισχύσει τη διαφοροποίηση των προϊόντων, προσφέροντας στους καταναλωτές εναλλακτικά γευστικά προφίλ και μεθόδους παραγωγής που ευθυγραμμίζονται με τα μεταβαλλόμενα πρότυπα κατανάλωσης, σε μια αγορά που ιστορικά έχει ενοποιηθεί από μεγάλους κατασκευαστές.

Επιπλέον, οι προτιμήσεις των καταναλωτών στον τομέα της μπίρας παρουσιάζουν σημαντική μετατόπιση, καθώς οι καταναλωτές της γενιάς των millennials και της Gen Z αναζητούν ποικίλα είδη μπίρας, όπως India Pale Ales (IPA), μπίρες σιταριού, stouts και εποχιακές ποικιλίες με φρούτα. Αυτό συνιστά μετάβαση από τις παραδοσιακές lager σε επιλογές βιοτεχνικής μπίρας. Για παράδειγμα, η μπίρα σιταριού και οι παραλλαγές IPA της Bira 91, μαζί με τη Stout της Simba, καταδεικνύουν την εξέλιξη της αγοράς προς ποικίλα γευστικά προφίλ. Μικροζυθοποιίες, όπως η Arbor Brewing Company στο Μπανγκαλόρ και η Gateway Brewing Co. στην Βομβάη, παράγουν μικρές παρτίδες εποχιακών μπυρών που ενσωματώνουν τοπικά συστατικά, όπως μάνγκο, βούτυρο κοκούμ και μπαχαρικά. Αυτή η καινοτομία ευθυγραμμίζεται με τις προτιμήσεις των νεότερων Ινδών καταναλωτών για χειροποίητες μπίρες.

ΩΘΗΣΗ ΑΠΟ ΤΟΥΡΙΣΜΟ ΚΑΙ ΦΙΛΟΞΕΝΙΑ

Η ανάκαμψη των τομέων του τουρισμού και της φιλοξενίας αυξάνει την ανάπτυξη της αγοράς μπίρας, κυρίως στον τομέα της εστίασης. Στην Ασία, το Χονγκ Κονγκ, η Σιγκαπούρη, η Ταϊλάνδη και το Βιετνάμ παρουσιάζουν σημαντική κατανάλωση αλκοόλ στον τομέα της εστίασης, με την μπίρα να κατέχει ηγετική θέση στην αγορά του Βιετνάμ (91% της κατανάλωσης) και της Ταϊλάνδης (73%). Σύμφωνα με την Bistro Chat, το 2023 ο τομέας της εστίασης θα επεκταθεί στις εναλλακτικές λύσεις ready-to-drink προϊόντων. Επιπλέον, ο τουρισμός συμβάλλει στις πωλήσεις μπίρας μέσω των καναλιών εστίασης (μπαρ, εστιατόρια, ξενοδοχεία και θέρετρα) και των καναλιών λιανικής (καταστήματα duty-free, super market και καταστήματα

λιανικής). Τα φεστιβάλ μπίρας, οι χώροι διασκέδασης και οι πολιτιστικές εκδηλώσεις ενισχύουν περαιτέρω τη διανομή μπίρας μέσω αυτών των καναλιών.

Επιπλέον, ο τουρισμός μπίρας συμβάλλει στην ανάπτυξη της αγοράς, καθώς οι καταναλωτές αυξάνουν τη συμμετοχή τους σε επισκέψεις σε ζυθοποιεία, ξεναγήσεις σε εγκαταστάσεις παραγωγής και εκδηλώσεις του κλάδου. Αυτός ο τομέας ενισχύει τις περιφερειακές αγορές μπίρας μέσω της αύξησης των δαπανών των εγχώριων και διεθνών επισκεπτών. Το Βέλγιο αποτελεί παράδειγμα αυτής της ανάπτυξης, με τις εγκαταστάσεις παραγωγής στην Μπριζ και τις Βρυξέλλες να καταγράφουν σημαντικό αριθμό επισκεπτών.

ΚΑΙΝΟΤΟΜΙΑ ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ

Οι παραγωγοί μπίρας πάνε ένα βήμα παραπέρα, αναπτύσσοντας νέες συνταγές προϊόντων για να ανταποκριθούν στις προτιμήσεις των καταναλωτών για ποικίλες γεύσεις και συστατικά με έμφαση στην υγεία. Για παράδειγμα, τον Απρίλιο του 2025, η Heineken παρουσίασε το Heineken Studio, μια πλατφόρμα καινοτομίας που περιλαμβάνει πειραματικές μπίρες limited edition, βελτιωμένες συνταγές αφρού και προγραμματιζόμενα συστήματα διανομής που επιτρέπουν την εξατομίκευση των ποτών.

Επιπλέον, οι παραγωγοί μπίρας ενσωματώνουν βότανα, μπαχαρικά και φρούτα για να ανταποκριθούν στη ζήτηση των καταναλωτών για ιδιαίτερες γεύσεις. Αυτή η στρατηγική ανάπτυξης προϊόντων ανταποκρίνεται στη ζήτηση της αγοράς για ελαφρύτερες, δροσιστικές μπίρες κατάλληλες για παρατεταμένη κατανάλωση. Η ενσωμάτωση φυσικών συστατικών ευθυγραμμίζεται με τις τάσεις ευεξίας, προσφέροντας παράλληλα γευστικές ποικιλίες. Επί παραδείγματι, η Holidaily

Brewing Co. στις ΗΠΑ παράγει μπίρες χωρίς γλουτένη, εποχιακές και περιορισμένης κυκλοφορίας. Η Citrus Blonde Ale, που περιέχει ξύσμα πορτοκαλιού και λεμονιού, απευθύνεται στο τμήμα της αγοράς που αναζητά ξεχωριστά γευστικά προφίλ.

Η ΖΗΤΗΣΗΣ ΓΙΑ ΜΠΥΡΑ ΧΩΡΙΣ ΓΛΟΥΤΕΝΗ

Η αγορά της μπίρας χωρίς γλουτένη παρουσιάζει ανάπτυξη, λόγω της αυξημένης ευαισθητοποίησης των καταναλωτών για την υγεία, των διευρημένων διατροφικών απαιτήσεων και της κοιλιοκάκης. Το 2023, στοιχεία του Ministero della Salute έδειξαν ότι το 0,45% του πληθυσμού της Ιταλίας είχε διαγνωστεί με κοιλιοκάκη.

Επίσης, μεγάλες ζυθοποιίες παράγουν προϊόντα που ανταποκρίνονται σε συγκεκριμένες διατροφικές απαιτήσεις, όπως μπίρες χωρίς γλουτένη, χαμηλές σε θερμίδες και σε υδατάνθρακες. Τα προϊόντα απευθύνονται σε καταναλωτές που ακολουθούν keto, paleo και άλλες τέτοιου είδους δίαιτες. Αυτή η επέκταση επιτρέπει στους ζυθοποιούς να αυξήσουν το μερίδιο αγοράς μεταξύ των καταναλωτών που ενδιαφέρονται για την υγεία τους και που στο παρελθόν απέφευγαν την μπίρα λόγω ευαισθησίας στη γλουτένη ή διατροφικών προτιμήσεων.

Επιπλέον, τα φεστιβάλ μπίρας που προσφέρουν επιλογές χωρίς γλουτένη αυξάνουν την ευαισθητοποίηση της αγοράς σχετικά με τις προτιμήσεις των καταναλωτών, καθώς παρέχουν ενημέρωση στους καταναλωτές σχετικά με τις επιπτώσεις της γλουτένης στην υγεία, ενώ παράλληλα επιτρέπουν στους παραγωγούς να παρουσιάσουν τα προϊόντα τους. Για παράδειγμα, η Γερμανία διοργάνωσε ένα gluten free Oktoberfest τον Οκτώβριο του 2022.

Restraints Impact Analysis

RESTRAINT	(~) % IMPACT ON CAGR FORECAST	GEOGRAPHIC RELEVANCE	IMPACT TIMELINE
Stringent Government Regulations	-0.80%	Global, with significant impact in Europe and North America	Medium term (2-4 years)
Consumer's Inclination Toward No/Low Alcohol Products	-0.60%	Global, with early adoption in Europe and North America	Long term (≥ 4 years)
Raw Material Cost Inflation and Supply Chain Challenges Impact Beer Production	-0.75%	Global, with varying intensity across regions	Medium term (2-4 years)
Religious and Cultural Constraints Affecting Beer Market Growth	-0.50%	Middle East, North Africa, parts of Asia	Long term (≥ 4 years)

Source: Mordor Intelligence

ΑΥΣΤΗΡΟΙ ΠΕΡΙΟΡΙΣΜΟΙ

Οι κανονισμοί επηρεάζουν την αγορά της μπύρας. Τα ρυθμιστικά μέτρα αντιμετωπίζουν ζητήματα δημόσιας υγείας που σχετίζονται με την κατανάλωση αλκοόλ, ιδίως από ανηλίκους. Τον Ιανουάριο του 2025, η Υπηρεσία Φορολογίας και Εμπορίου Αλκοόλ και Καπνού στις ΗΠΑ (TTB) εφάρμοσε ρυθμιστικές τροποποιήσεις στα πρότυπα για το αλκοόλ και την μπύρα, με την επιβολή της αναγραφής των "στοιχείων αλκοόλ" στις ετικέτες, απαιτώντας τα περισσότερα ποτά από βύνη, συμπεριλαμβανομένης της μπύρας, να αναγράφουν διατροφικές πληροφορίες. Οι ετικέτες πρέπει να αναγράφουν το μέγεθος της μερίδας, τον αριθμό των μερίδων ανά συσκευασία, την περιεκτικότητα σε αλκοόλ κατ' όγκο (ABV) και τις θερμίδες ανά μερίδα. Αυτές οι απαιτήσεις τυποποιούν την επισήμανση των αλκοολούχων ποτών σύμφωνα με τους ισχύοντες κανονισμούς για τα τρόφιμα.

Επίσης, η εφαρμογή αυξημένων ειδικών φόρων κατανάλωσης και περιορισμένων ωρών πώλησης αλκοόλ, μειώνουν την προσβασιμότητα και την προσιτότητα της μπύρας, περιορίζοντας την ανάπτυξη της αγοράς. Για παράδειγμα, στην Ινδία, οι διαφορετικοί κανονισμοί σε επίπεδο πολιτείας σχετικά με τη διαφήμιση και τη φορολογία του αλκοόλ δημιουργούν λειτουργικές προκλήσεις για τους παραγωγούς μπύρας. Έτσι, τα διαφορετικά κανονιστικά πλαίσια μεταξύ των περιφερειών επηρεάζουν τις λειτουργικές δυνατότητες των ζυθοποιών, περιορίζοντας την ανάπτυξη προϊόντων και την ανάπτυξη της αγοράς, ενώ αυξάνουν τα έξοδα συμμόρφωσης με τους κανονισμούς.

Η ΖΗΤΗΣΗ

Η αυξανόμενη ζήτηση για εναλλακτικά προϊόντα χωρίς αλκοόλ και με χαμηλή περιεκτικότητα σε αλκοόλ επηρεάζει την απόδοση της αγοράς μπύρας, καθώς οι όγκοι παραδοσιακής μπύρας μειώνονται. Σχετική υγειονομική γνωμοδότηση στις ΗΠΑ αναφέρεται στη σχέση μεταξύ της κατανάλωσης αλκοόλ και του καρκίνου, επηρεάζοντας τα πρότυπα αγοράς και οδηγώντας στη μετάβαση προς τη μέτρια κατανάλωση. Αυτή η μεταβολή δημιουργεί λειτουργικές προκλήσεις για τα συμβατικά προϊόντα μπύρας, ενώ παράλληλα παρέχει ευκαιρίες επέκτασης της αγοράς προς εναλλακτικά.

Επιπλέον, η ζήτηση των καταναλωτών για μη αλκοολούχα ποτά με ποιότητα γεύσης αυξάνεται. Η ανάπτυξη της αγοράς οφείλεται στις τάσεις για υγεία και ευεξία, στη μείωση της κατανάλωσης αλκοόλ μεταξύ των νεότερων ηλικιακών ομάδων και στους αυστηρούς κανονισμούς για την οδήγηση υπό την επήρεια αλκοόλ. Οι παραγωγοί μπύρας επεκτείνουν το χαρτοφυλάκιο των προϊόντων τους με εναλλακτικά προϊόντα με χαμηλή ή μηδενική περιεκτικότητα σε αλκοόλ, όπως είναι για παράδειγμα, η Heineken 0.0.

ΑΝΑΛΥΣΗ ΤΜΗΜΑΤΩΝ

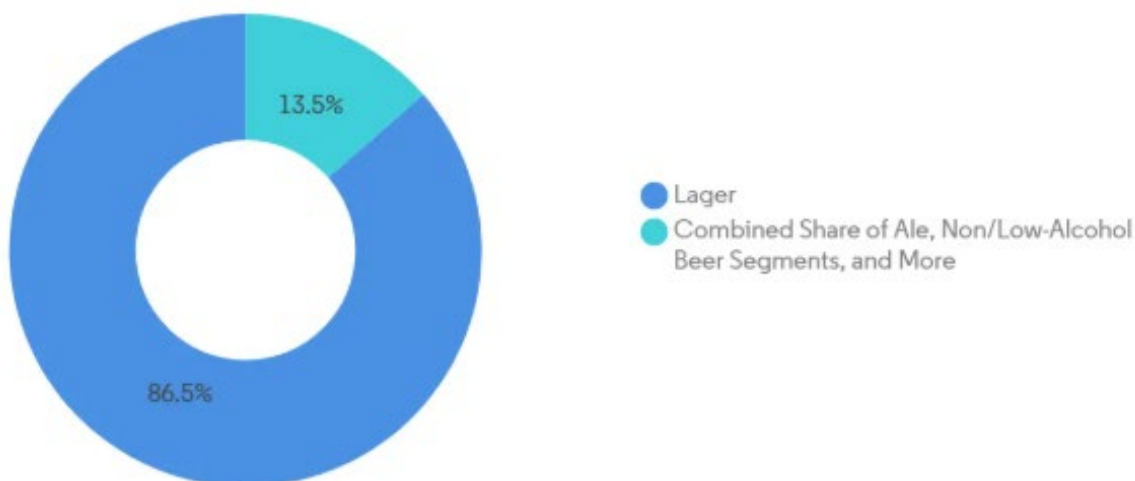
Ανά τύπο προϊόντος

Η lager μπύρα αντιπροσωπεύει το 86,46% του μεριδίου αγοράς το 2024, χάρη στην ελκυστικότητά της για τη μαζική αγορά και το τυποποιημένο γευστικό προφίλ της. Παράλληλα, υποστηρίζεται από την υποδομή διανομής των κλασικών ζυθοποιείων και τις επενδύσεις σε marketing, ιδίως στις ανα-

δυόμενες αγορές που σημειώνουν αυξημένη κατανάλωση.

Εν τω μεταξύ, ο τομέας της ale αναμένεται να καταγράψει CAGR 4,85% (2025-2030), υποστηριζόμενος από την ανάπτυξη προϊόντων σε μικροζυθοποιίες και την ζήτηση των καταναλωτών για ποικίλα γευστικά προφίλ. Σύμφωνα με την Brewers Association, το World Beer Cup 2025 κατέδειξε την εξέλιξη της αγοράς, με τις Juicy ή Hazy India Pale Ale (290 συμμετοχές) και τις West Coast-Style India Pale Ale (253 συμμετοχές) να καταγράφουν τη μεγαλύτερη συμμετοχή. Ο τομέας της μη αλκοολούχας και χαμηλής περιεκτικότητας σε αλκοόλ μπύρας, παρουσιάζει σταθερή ανάπτυξη, με την Heineken 0.0 να διατηρεί ηγετική θέση στην παγκόσμια κατηγορία, δραστηριοποιούμενη σε 117 αγορές. Η αγορά της μπύρας παρουσιάζει διαφοροποίηση των προϊόντων ως απάντηση στη ζήτηση των καταναλωτών. Η Heineken Silver κατέγραψε αύξηση όγκου 34% το 2024, κυρίως στην Κίνα και το Βιετνάμ, ενώ η Tiger Soju αύξησε τη διείσδυσή της στην αγορά. Ο τομέας των ειδικών και εποχιακών μπυρών δημιούργησε πρόσθετες πηγές εσόδων, όπως αποδεικνύεται από την κυκλοφορία των 8.6 Cherry και La Trappe Eros από την Royal Swinkels το 2024. Επιπλέον, η εφαρμογή της τεχνολογίας AI στις διαδικασίες ζυθοποίησης βελτίωσε την αποδοτικότητα της παραγωγής και τον ποιοτικό έλεγχο, ενώ παράλληλα επέτρεψε στους παραγωγούς να αναπτύξουν διαφοροποιημένα γευστικά προφίλ που ανταποκρίνονται στις προτιμήσεις των καταναλωτών για ποικιλία προϊόντων.

Beer Market: Market Share By Product Type, 2024



Source: Mordor Intelligence



Ανά κατηγορία

Η standard μπύρα κατέχει μερίδιο αγοράς 78,46% το 2024, υποστηριζόμενη από ανταγωνιστικές τιμές και καθιερωμένες προτιμήσεις των καταναλωτών. Το premium τμήμα παρουσιάζει αύξηση 4,96% CAGR (2025-2030), αντανakλώντας τη στροφή των καταναλωτών προς προϊόντα υψηλότερης ποιότητας. Η Heineken ανέφερε αύξηση 5% στον όγκο των premium μπυρών το 2024, κυρίως μέσω των εμπορικών σημάτων Heineken, Birra Moretti και Kingfisher Ultra. Παρομοίως, η Constellation Brands κατέκτησε την ηγετική θέση στην αγορά ως η δεύτερη μεγαλύτερη εταιρεία μπύρας και εξασφάλισε το υψηλότερο μερίδιο αγοράς στην κατηγορία premium των ΗΠΑ το 2023. Επιπλέον, η κατηγορία premium μπύρας επεκτείνεται λόγω των υψηλότερων διαθέσιμων εισοδημάτων στις αναδυόμενες αγο-

ρές και της αλλαγής της αντίληψης των καταναλωτών για την μπύρα ως premium ποτό. Στην Νότια Κορέα, η εφαρμογή ενός συστήματος φόρου επί του όγκου των αλκοολούχων ποτών έχει ωφελήσει τις premium μπύρες, με αποτέλεσμα οι εξαγωγές από τις ΗΠΑ προς την Κορέα να φθάσουν τα \$17,9 εκατ. το 2023, σημειώνοντας αύξηση 43% σε σχέση με το 2022, σύμφωνα με το αμερικανικό Υπουργείο Γεωργίας.

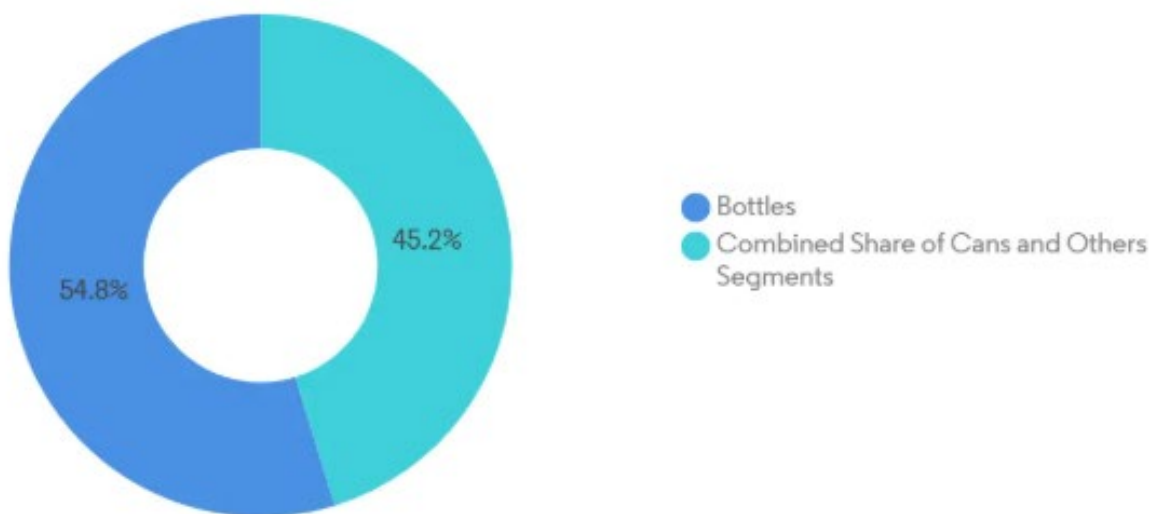
Ανά τύπο συσκευασίας

Οι φιάλες κυριαρχούν στην αγορά με μερίδιο 54,77% το 2024, διατηρώντας την ισχυρή τους θέση τόσο στον τομέα της εστίασης όσο και στον τομέα της λιανικής πώλησης, χάρη στην premium θέση τους. Τα κουτιά αποτελούν το ταχύτερα αναπτυσσόμενο τμήμα, με CAGR 5,25% (2025-2030), χάρη στην περιβαλλοντική βιωσιμότητα και την ευκολία

για τους καταναλωτές. Η Ετήσια Έκθεση και Έκθεση Βιωσιμότητας της Ball Corporation για το 2024 δείχνει τον στόχο της εταιρείας να επιτύχει παγκόσμιο ποσοστό ανακύκλωσης 90% για τα αλουμινένια κουτιά ποτών έως το 2030. Η εταιρεία αύξησε το ανακυκλωμένο περιεχόμενο των προϊόντων της σε 74% το 2024.

Επιπλέον, η Fort George Brewery στο Όρεγκον εφαρμόζει πρωτοβουλίες βιωσιμότητας μέσω ανακυκλώσιμων αλουμινένιων κουτιών και φωτοβολταϊκών. Οι κανονιστικές απαιτήσεις, συμπεριλαμβανομένης της τροποποίησης των κανόνων διαχείρισης πλαστικών αποβλήτων από το Υπουργείο Περιβάλλοντος της Ινδίας, απαιτούν την αναγραφή των πληροφοριών συσκευασίας μέσω κωδικών QR για να διασφαλίζεται η ικνηλασιμότητα και η συμμόρφωση.

Beer Market: Market Share By Packaging Type, 2024



Source: Mordor Intelligence



Ανά κανάλι διανομής

Τα καταστήματα διατηρούν το 55,65% του μεριδίου αγοράς το 2024, καθώς προσφέρουν ολοκληρωμένες υπηρεσίες και βελτιωμένη εμπειρία στους πελάτες. Σύμφωνα με το Heineken Beer Report 2024, η μπύρα παραμένει το κύριο αλκοολούχο ποτό στην αγορά εντός της χώρας στο Ηνωμένο Βασίλειο, με τα καταστήματα να εφαρμόζουν στρατηγικές premium προϊόντων για να ανταποκριθούν στις απαιτήσεις των καταναλωτών. Ο τομέας εκτός της χώρας προβλέπεται να αυξηθεί με μέσο ετήσιο ρυθμό 5,53% (2025-2030), ωθούμενος από την επέκταση του ψηφιακού λιανικού εμπορίου και την αυξανόμενη υιο-

θέτηση της οικιακής κατανάλωσης.

Τα καταστήματα ειδικών ποτών και οι κάβες συνεχίζουν να κυριαρχούν στα κανάλια διανομής εκτός εστιατορίων, λειτουργώντας ως σημεία λιανικής πώλησης για premium και craft μπύρες με εκπαιδευμένο προσωπικό που βοηθά τους πελάτες στην επιλογή τους. Τα super market, τα καταστήματα ψιλικών και οι πλατφόρμες e-commerce επεκτείνουν το μερίδιο αγοράς τους μέσω εκτεταμένων χαρτοφυλακίων μπύρας και ανταγωνιστικών τιμών. Επίσης, το δίκτυο διανομής μετασχηματίζεται μέσω ψηφιακών πρωτοβουλιών. Για παράδειγμα, οι επενδύσεις της Heineken σε πλατφόρμες ηλεκτρονικού εμπορίου και

στην υποδομή Digital Backbone, μαζί με την πλατφόρμα eB2B eazle, δημιούργησαν περίπου €13 δισ. σε ακαθάριστη αξία εμπορευμάτων το 2024.

ΓΕΩΓΡΑΦΙΚΗ ΑΝΑΛΥΣΗ

Η Ασία-Ειρηνικός παρήγαγε το 28,99% των εσόδων του 2024 και παραμένει η ταχύτερα αναπτυσσόμενη περιοχή με CAGR 4,63% έως το 2030. Η αγορά αλκοολούχων ποτών στην Ασία-Ειρηνικό μετασχηματίζεται λόγω της αστικοποίησης, της αύξησης του διαθέσιμου εισοδήματος και της ανάπτυξης της μεσαίας τάξης. Η Κίνα, ο κύριος συνεισφέρων της αγοράς, αναφέρει μείωση του όγκου κα-

τανάλωσης μπίρας λόγω του κορεσμού της αγοράς και της αλλαγής των προτιμήσεων των καταναλωτών. Η αγορά αλκοολούχων ποτών στην Ινδία παρουσιάζει σημαντική ανάπτυξη, που αποδίδεται στον νεαρό πληθυσμό και στην αυξημένη αποδοχή του αλκοόλ. Τον Ιούνιο του 2024, η Asahi εφάρμοσε μια στρατηγική αγοράς με την εισαγωγή της "Dry Crystal", μπίρας χαμηλής περιεκτικότητας σε αλκοόλ. Το προϊόν κατέκτησε τη δεύτερη θέση στην κατηγορία των ελαφριών μπιρών στο Χονγκ Κονγκ μέσα σε 4 μήνες από την είσοδό του στην αγορά. Η απόδοση υποδηλώνει την αυξημένη ζήτηση της αγοράς για premium προϊόντα με χαμηλή περιεκτικότητα σε αλκοόλ μεταξύ των αστικών καταναλωτών και επιβεβαιώνει την αποτελεσματικότητα της ανάπτυξης ειδικών προϊόντων.

Η Ευρώπη διατηρεί ισχυρή θέση στην παγκόσμια βιομηχανία ζυθοποιίας, με την Heineken να κυριαρχεί στην αγορά και να κατατάσσεται δεύτερη παγκοσμίως. Η εταιρεία διαχειρίζεται περισσότερα από 350

εμπορικά σήματα σε 190 χώρες. Η ωριμότητα της ευρωπαϊκής αγοράς έχει οδηγήσει σε εξειδικευμένες προτιμήσεις των καταναλωτών, ειδικά στις κατηγορίες της βιοτεχνικής και της ειδικής μπίρας. Οι πολιτικές του ομίλου Carlsberg, συμπεριλαμβανομένης της στρατηγικής Accelerate SAIL και των εξαγορών στην Ινδία, το Νεπάλ και την Britvic plc τον Ιούλιο του 2024, καταδεικνύουν την επέκταση της αγοράς τόσο σε ανεπτυγμένες, όσο και σε αναδυόμενες περιοχές. Η εταιρεία ενίσχυσε την παρουσία της μέσω της επέκτασης της συνεργασίας με την PepsiCo τον Σεπτέμβριο του 2024. Η Ευρώπη καταδεικνύει ηγετικό ρόλο στις πρωτοβουλίες βιωσιμότητας, όπως δείχνουν τα στοιχεία της Γερμανικής Υπηρεσίας Περιβάλλοντος, σύμφωνα με τα οποία τα ποσοστά ανακύκλωσης μηχανικών πλαστικών συσκευασιών αυξήθηκαν από 42,1% σε 68,9% μεταξύ 2018 και 2023.

Η Βόρεια Αμερική, και ιδίως οι ΗΠΑ, αντιπροσωπεύουν μια ώριμη αγορά μπίρας που χαρακτηρίζεται από την καινοτομία των

προϊόντων. Η Brewers Association αναφέρει ότι η μπίρα craft διατήρησε μερίδιο αγοράς 13,3% το 2024, παρά τις προκλήσεις όσον αφορά τον όγκο, αντανakλώντας τη σταθερή ζήτηση των καταναλωτών για προϊόντα υψηλής ποιότητας και χειροποίητα προϊόντα. Η παραγωγή, η διανομή και η λιανική πώληση μπίρας στην περιοχή λειτουργούν στο πλαίσιο ενός πολυεπίπεδου κανονιστικού πλαισίου σε ομοσπονδιακό, πολιτειακό και τοπικό επίπεδο. Η Constellation Brands κατέγραψε καλή απόδοση, με προβλεπόμενη αύξηση των καθαρών πωλήσεων μπίρας κατά 6%-8% και αύξηση των λειτουργικών εσόδων κατά 11%-12% για το οικονομικό έτος 2025. Στις αναπτυσσόμενες περιοχές, η Νότια Αμερική, η Μέση Ανατολή και η Αφρική παρουσιάζουν μεταβλητούς ρυθμούς ανάπτυξης. Η Heineken ενίσχυσε τη θέση της στην αφρικανική αγορά μέσω της εξαγοράς της Distell και της Namibia Breweries τον Απρίλιο του 2023, αξίας €1,2 δισ., επεκτείνοντας τις δραστηριότητες και την παραγωγική της ικανότητα στην Νότια Αφρική.

Beer Market: CAGR (%), Growth Rate By Region, 2025 - 2030



ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΤΙΚΟ ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝ

Η παγκόσμια αγορά μπίρας λειτουργεί με μια συγκεντρωτική, ανταγωνιστική δομή, όπου πολυεθνικές εταιρείες ελέγχουν σημαντικά χαρτοφυλάκια εμπορικών σημάτων και δίκτυα διανομής. Αυτές οι εταιρείες εφαρμόζουν στρατηγικές premiumization για να αντιμετωπίσουν τις προκλήσεις όσον αφορά τον όγκο. Η Heineken κατέγραψε αύξηση του όγκου των premium μπιρών κατά ένα μονοψήφιο ποσοστό το 2024, η οποία αποδίδεται στη ναυαρχίδα της, τη μάρκα Heineken, και στα premium προϊόντα της, όπως η Birra Moretti και η Kingfisher Ultra. Η Constellation Brands κατέχει τη δεύτερη θέση μεταξύ των μεγαλύτερων εταιρειών

μπίρας στις ΗΠΑ και παρουσιάζει την υψηλότερη αύξηση του μεριδίου αγοράς στον τομέα των premium προϊόντων, με τη μάρκα Modelo Especial να καταγράφει τις υψηλότερες πωλήσεις σε δολάρια μεταξύ των μαρκών μπίρας το 2024. Οι εταιρείες του κλάδου εφαρμόζουν στρατηγικές διαφοροποίησης του χαρτοφυλακίου τους πέρα από τα παραδοσιακά τμήματα της μπίρας. Το 2024, η Heineken εγκαινίασε ένα κέντρο Beyond Beer στο Ηνωμένο Βασίλειο, απέκτησε μειοψηφικό μερίδιο στην STÉLZ και επέκτεινε το προϊόν Tiger Soju σε επιπλέον αγορές. Το 2025, ο όμιλος Carlsberg εξαγόρασε την Britvic plc, επέκτεινε τη συνεργασία του με την PepsiCo και εκποίησε τις δρα-

στηριότητές του στη Ρωσία.

Επιπλέον, η ψηφιακή μεταμόρφωση ενισχύει την ανταγωνιστικότητα της αγοράς, όπως αποδεικνύεται από τις επενδύσεις της Heineken σε πλατφόρμες ηλεκτρονικού εμπορίου και σε υποδομές Digital Backbone. Η πλατφόρμα eB2B της εταιρείας, eazle, δημιούργησε περίπου €13 δισ. σε ακαθάριστη αξία εμπορευμάτων το 2024. Στον τομέα της βιωσιμότητας, η Karbon Brewing στοχεύει να δημιουργήσει την πρώτη ζυθοποιία με αρνητικό αποτύπωμα άνθρακα στον Καναδά, μέσω της προμήθειας τοπικών συστατικών και της συνεργασίας με το Πανεπιστήμιο Trent σε τεχνολογίες πράσινης ζυθοποιίας.

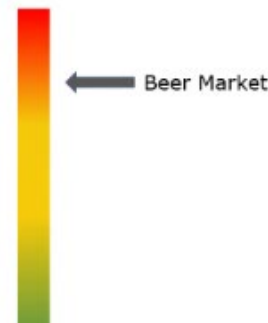
Beer Industry Leaders

- 1 Heineken N.V.
- 2 Anheuser-busch Inbev SA/NV
- 3 Carlsberg Group
- 4 Molson Coors Beverage Company
- 5 Asahi Group Holdings Ltd

*Disclaimer: Major Players sorted in no particular order

Market Concentration

Consolidated - Market dominated by 1-5 major players.



Fragmented - Highly competitive market without dominant players.

Source : Mordor Intelligence



• INTERNATIONAL BEER DAY 2025

Τα... ασυνήθιστα είδη μπίρας

Αφορμή για δοκιμή ενός διαφορετικού είδους μπίρας δίνει ο εορτασμός της International Beer Day, αφού καταγράφονται πάνω από 100 διαφορετικά είδη (και υποείδη) μπίρας παγκοσμίως και χιλιάδες διαφορετικές μάρκες.

Η ημέρα είναι ιδανική για τη δοκιμή ενός από τα ασυνήθιστα είδη μπίρας:

- **Gruitt:** Αυτή η μπίρα μπορεί να αρέσει ιδιαίτερα στους λάτρεις του φανταστικού κόσμου του Τόλκιν, καθώς έχει μεσαιωνικό χαρακτήρα, με βότανα και μπαχαρικά,

κά, όπως αρτεμισία και φασκόμυλο. Μια σχετική ποικιλία είναι η Posca Rustica από την Brassier Dupont, Tourpes Belgium

- **Oyster Stout:** Προέρχεται από φήμες για μια παράδοση στην Νέα Ζηλανδία και την Αγγλία, σύμφωνα με την οποία ορισμένοι ζυθοποιοί χρησιμοποιούσαν στρείδια στην μπίρα για "υγειονομικούς λόγους". Μερικές σύγχρονες ζυθοποιίες έχουν υιοθετήσει αυτή την παράδοση, όπως η The Porterhouse Brewing Company στο Δουβλίνο της Ιρλανδίας
- **Gose:** Αυτή η μπίρα, που προέρχεται από αρχαίες ζυθοποιικές παραδόσεις στην Λειψία της Γερμανίας, παρασκευάζεται με αλατισμένο νερό που της δίνει αλμυρή γεύση. Η Upright Brewing στο Πόρτλαντ του Όρεγκον είναι μία από τις λίγες ζυθοποιίες που έχουν ξεκινήσει να αναβιώνουν την παράδοση, με τις δικές τους εκδοχές αυτής της αλατισμένης μπίρας

