

# Delifrance

LIVE EVERYDAY DELICIOUS



**Crafted to inspire.  
Made to enjoy.**

ΜΕΤΡΟΠΟΛΙΤΑΝ  
ΕΚΔΟΣΗ

13-16 Δεβ  
2026

**HOIRE|CAI**

ΜΙΑ ΕΚΘΕΣΗ ΠΑΓΚΟΣΜΙΟΥ ΕΠΙΠΕΔΟΥ

Leading the change

**ΣΥΜΜΕΤΕΧΟΥΜΕ!**

**HALL 4 | STAND B09-C09**



[www.delifrance.com/gr](http://www.delifrance.com/gr)  
Delifrance Hellas | 210 4251130



# 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

ΤΕΤΑΡΤΗ 11 ΦΕΒΡΟΥΑΡΙΟΥ 2026  
ΤΕΥΧΟΣ 2268



## • COCA - COLA HBC

Στα €11,6 δισ. τα καθαρά έσοδα του ομίλου το 2025  
- Παρέμεινε σε ανοδική τροχιά η Ελλάδα,  
στο επίκεντρο η Αφρική



## • CANDIA NUTS

Η διψήφια ανάπτυξη το 2025, η συνεργασία  
με την Lidl Ελλάς και οι σκέψεις για Ινδία



## • SUPER MARKETS

Ανάπτυξη 1,3% σε αξία και 0,3% σε όγκους πωλήσεων  
βλέπουν τα στελέχη του FMCG στο α' εξάμηνο



## • TARGET

Κόβει θέσεις εργασίας από γραφεία και αποθήκες,  
ενισχύει τα καταστήματα

## Editorial

Τα μετρημένα ψωμιά των αρτοποιιών

## Debrief

Εθνική ανάγκη για εθνική συνεννόηση

## Business Insight

Alumil: Ανάπτυξη με επέκταση  
προς τα Ανατολικά

## Business Maker

- Όλοι στον χορό των εξαγορών  
στα τρόφιμα, όχι μόνο τα funds
- Έκτος χρόνος... αντιδικίας  
με εξώδικα και μηνύσεις

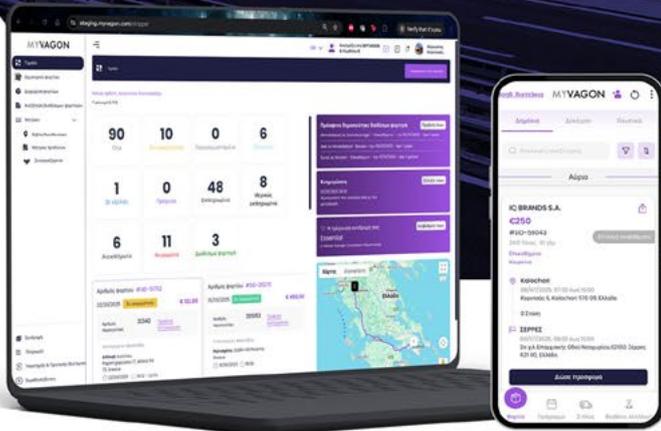
## SecretRecipe

Στροφή 180 μοιρών

## Ψηφιοποίησε τη δρομολόγησή των φορτίων σου

**Ανέβασε το φορτίο μία φορά.  
Συντόνισε τα πάντα.  
Παρακολούθησε live.**

➤ Οργάνωσε όλους τους μεταφορείς σου σε μία ενιαία ψηφιακή πλατφόρμα, εξοικονόμησε χρόνο και μείωσε τα μεταφορικά κόστη.



**Bonus:** Γίνε μέλος δωρεάν στο MYVAGON Marketplace<sup>BETA</sup> και απέκτησε άμεσα πρόσβαση σε 1.000+ μεταφορείς όταν χρειάζεσαι επιπλέον χωρητικότητα.

**Σήμερα**



➤ Ο κλασικός τρόπος

**Αύριο**



➤ Με την MYVAGON.COM

**ΜΙΑ ΠΛΑΤΦΟΡΜΑ, ΟΛΟΙ ΟΙ ΜΕΤΑΦΟΡΕΙΣ ΣΟΥ, ΕΣΥ ΣΤΟ ΚΕΝΤΡΟ.  
» Αυτή είναι η MYVAGON**

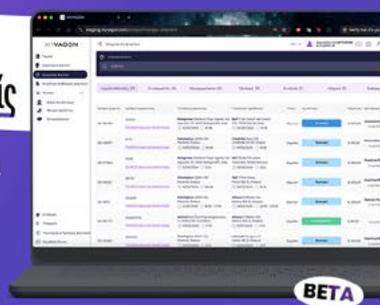
**Δυσκολεύεσαι να βρεις μεταφορείς;**

Επιπλέον χωρητικότητα, όποτε τη χρειάζεσαι.

Πρόσβαση στο MYVAGON Marketplace<sup>BETA</sup>, την 1η ψηφιακή αγορά φορτίων στην Ελλάδα, με ένα συνεχώς αναπτυσσόμενο δίκτυο από 1.000+ μεταφορικές εταιρείες και ανεξάρτητους οδηγούς.

Βρες μεταφορείς γρήγορα, αναβάθμισε τα logistics σου και εξασφάλισε άμεση κάλυψη για τα φορτία σου — όλα μέσα από μία κεντρική πλατφόρμα.

**Άμεση πρόσβαση  
σε 1.000+ μεταφορείς**



«Με την MYVAGON, έχουμε κεντριοκοπήσει και ψηφιοποιήσει τη διαχείριση των μεταφορών μας. Έχουμε μειώσει τα τηλεφωνήματα, εξοικονομήσει χρόνο και βελτιώσει τον προγραμματισμό δρομολογίων σε όλο το δίκτυο μεταφορέων μας.»

Όλγα Τσάγκαρη – Υπεύθυνη Δρομολόγησης  
ΒΙΚΟΣ- ΗΠΕΙΡΩΤΙΚΗ ΒΙΟΜΗΧΑΝΙΑ ΕΜΦΙΑΛΩΣΕΩΝ Α.Ε.



**Ξεκίνα να μεταφέρεις πιο έξυπνα τώρα**



Επισκέψου την **MYVAGON.com**  
& αναβάθμισε τα logistics σου

• ΜΗΤΡΟΣΥΛΗΣ

## ΤΡΕΧΕΙ ΜΕ +12% ΣΤΟ ΕΠΤΑΜΗΝΟ ΤΗΣ ΧΡΗΣΗΣ - ΣΤΑ €2 ΕΚΑΤ. ΤΟ ΕΠΟΜΕΝΟ ΕΠΕΝΔΥΤΙΚΟ ΒΗΜΑ

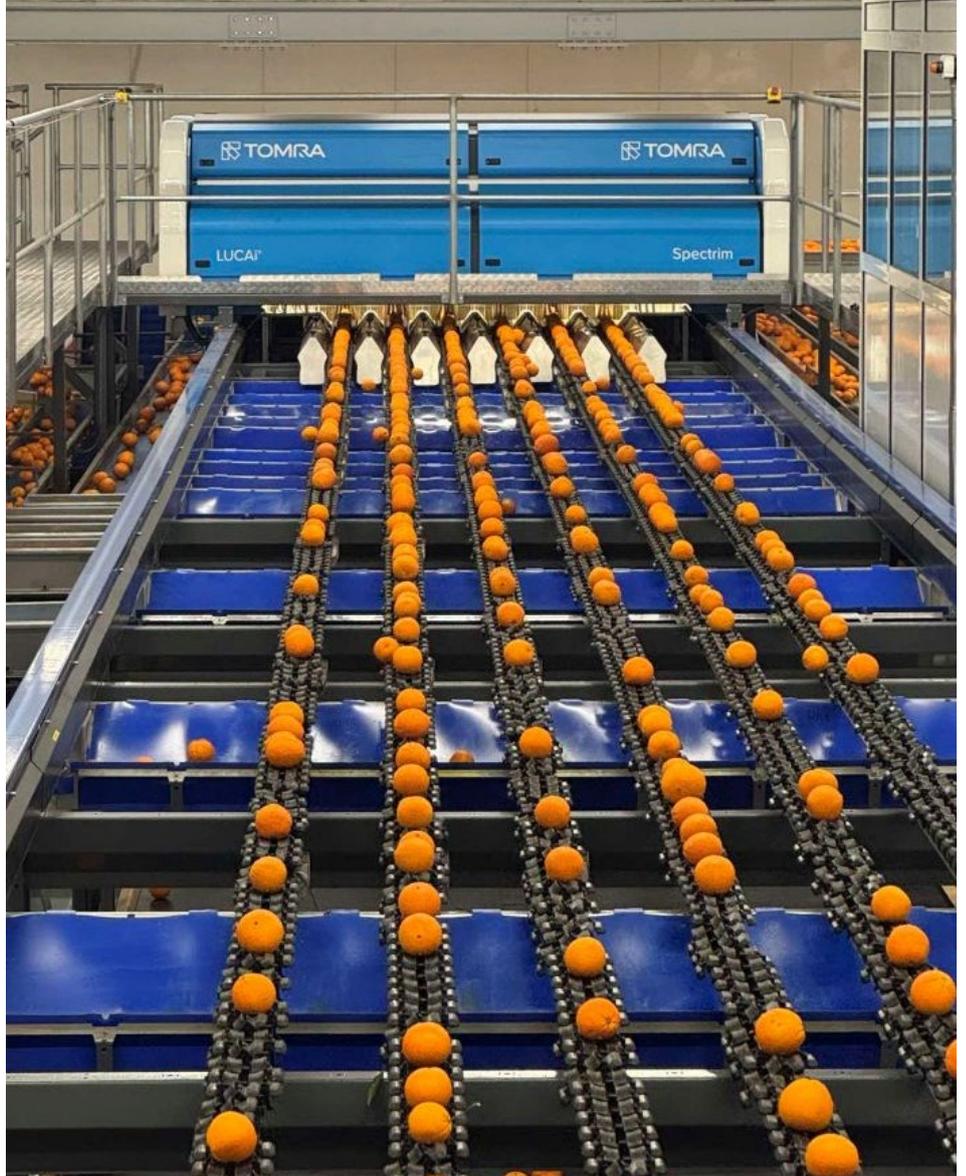
Νέο επενδυτικό πρόγραμμα στο συσκευαστήριο εσπεριδοειδών που λειτουργεί στην Αργολίδα δρομολογεί η Μητροσύλης, σχεδόν αμέσως μετά την ολοκλήρωση της νέας γραμμής διαλογής και επεξεργασίας των φρούτων, με χρήση Τεχνητής Νοημοσύνης.

Όπως δηλώνει στο Fnb Daily ο Διευθύνων Σύμβουλος της εταιρείας, Χρήστος Μητροσύλης, το νέο σχέδιο περιλαμβάνει παρεμβάσεις για τον περαιτέρω εκσυγχρονισμό, την επέκταση και την αναβάθμιση της ίδιας μονάδας (σ.σ. σε απόσταση 1 κλμ. η εταιρεία διατηρεί και ένα ακόμα συσκευαστήριο για ακτινίδια και πυρηνόκαρπα). Ο σχετικός φάκελος έχει ήδη υποβληθεί προς έγκριση σε πρόγραμμα του υπουργείου Αγροτικής Ανάπτυξης και Τροφίμων, ενώ το κόστος της επένδυσης αναμένεται να ξεπεράσει τα €2 εκατ.

### ΜΕ ΙΔΙΑ ΚΕΦΑΛΑΙΑ Η ΝΕΑ ΓΡΑΜΜΗ ΜΕ ΑΙ

Όσο περίπου κόστισε δηλαδή και η νέα γραμμή συσκευασίας με ΑΙ που εγκαινιάστηκε πριν λίγες μέρες στις ίδιες εγκαταστάσεις και η οποία, αξίζει να σημειωθεί, υλοποιήθηκε με ίδια κεφάλαια σε κάτι παραπάνω από έναν χρόνο.

"Ξεκινήσαμε πέρυσι και την ολοκληρώσαμε φέτος στο 100%", σημειώνει ο κ. Μητροσύλης, προσθέτοντας ότι δίνει 35 τόνους την ώρα τελικό προϊόν ενώ η επεξεργασία και η ποιοτική διαλογή γίνονται με ηλεκτρονικά συστήματα, κάμερες και Τεχνητή Νοημοσύνη, δίχως ανθρώπινη παρουσία.



#### DATA 1/7-30/6 (σε €χιλ.)

##### Κύκλος Εργασιών

2023/2024: 20.336  
2022/2023: 19.191  
2021/2022: 13.275  
2020/2021: 17.706

##### EBIT

2023/2024: 427  
2022/2023: 276  
2021/2022: (721)  
2020/2021: 314

##### Αποτέλεσμα προ φόρων

2023/2024: 118  
2022/2023: 93  
2021/2022: (845)  
2020/2021: 183



Χρήστος Μητροσύλης, Διευθύνων Σύμβουλος, Μητροσύλης

### ΔΙΨΗΦΙΑ ΑΝΑΠΤΥΞΗ

Η Μητροσύλης είναι αμιγώς εξαγωγική επιχείρηση, με πελατολόγιο που εκτείνεται σε 50 χώρες και φέτος συμπληρώνει μισό αιώνα ζωής. Η τρέχουσα χρήση (σ.σ. το οικονομικό έτος της ολοκληρώνεται στις 30 Ιουνίου) κυλάει μέχρι στιγμής με αύξηση σχεδόν 12% στις πωλήσεις σε όρους αξίας.

Η εταιρεία διαχειρίζεται περί τους 25.000 τόνους εσπεριδοειδών, 5.000 τόνους ακτινιδίων, 5.000 τόνους καρπουζιών και 1.000 τόνους βερίκοκων σε ετήσια βάση καθώς και επιτραπέζια σταφύλια το τονάζ των οποίων διαφοροποιείται αναλόγως των καιρικών συνθηκών.

Γιάννης Τσατσάκης  
[yannis@notice.gr](mailto:yannis@notice.gr)



FINLANDIA®



5 OLIVES  
IN YOUR  
FINLANDIA?

IT'S SOOOO FINE

METROPOLITAN  
EXPO  
13-16 Δεβ  
2026

HOIRE|CAI  
ΜΙΑ ΕΚΘΕΣΗ ΠΑΓΚΟΣΜΙΟΥ ΕΠΙΠΕΔΟΥ



Leading the change

ΣΥΜΜΕΤΕΧΟΥΜΕ!

Join us @ Hall 1 B21 | C19

3E  
Coca-Cola Τρίτα Έψιλον

It's so fine to drink responsibly.

Finlandia is a registered trademark. © 2025 Finlandia Vodka Ltd. All rights reserved.  
Please do not share or forward this content with anyone under the legal drinking age and drink responsibly.

**• COCA - COLA HBC**

# ΣΤΑ €11,6 ΔΙΣ. ΤΑ ΚΑΘΑΡΑ ΕΣΟΔΑ ΤΟΥ ΟΜΙΛΟΥ ΤΟ 2025 - ΠΑΡΕΜΕΙΝΕ ΣΕ ΑΝΟΔΙΚΗ ΤΡΟΧΙΑ Η ΕΛΛΑΔΑ

Με αύξηση των καθαρών εσόδων από πωλήσεις σε οργανική βάση κατά 8,1% έκλεισε το 2025 για την Coca-Cola HBC, χάρη κυρίως στις τιμές, καθώς οι όγκοι αυξήθηκαν κατά 2,8%, κυρίως λόγω των επιδόσεων στα ανθρακούχα αναψυκτικά (+2,5%), και στα ποτά ενέργειας (+28,3%). Τα καθαρά έσοδα ανά κιβώτιο αυξήθηκαν κατά 5,1% σε οργανική βάση, ως αποτέλεσμα των στοχευμένων πρωτοβουλιών διαχείρισης αύξησης εσόδων (RGM) και του χαμηλότερου επιπέδου πληθωρισμού.

Οι πωλήσεις του ομίλου ενισχύθηκαν κατά περίπου 5%, φθάνοντας στα επίπεδα των €11,6 δισ., ενώ η συγκρίσιμη καθαρή κερδοφορία ενισχύθηκε κατά 19,4%, προσεγγίζοντας τα επίπεδα του €1 δισ. (στα €989,3 εκατ.).

**DATA**

Όγκος (σε εκατ. τεμάχια)	Καθαρά έσοδα από πωλήσεις ανά κιβώτιο (σε €)
2025: 2.997	2025: 3,87
2024: 2.914	2024: 3,69
Μεταβολή: 2,8% (οργανική 2,8%)	Μεταβολή: 4,9% (οργανική 5,1%)
Καθαρά έσοδα από πωλήσεις (σε €εκατ.)	Συγκρίσιμο προσαρμοσμένο EBITDA (σε €εκατ.)
2025: 11.604	2025: 1.807
2024: 10.754	2024: 1.604
Μεταβολή: 4,9% (οργανική 5,1%)	Μεταβολή: 12,7%
Συγκρίσιμα καθαρά κέρδη (σε €εκατ.)	
2025: 989,3	
2024: 828,8	
Μεταβολή: 19,4%	

**ΕΛΛΑΔΑ**

Στην Ελλάδα, οι όγκοι πωλήσεων αυξήθηκαν κατά 0,6%, παρά την υψηλή συγκριτική βάση. Ο όγκος πωλήσεων των ανθρακούχων αναψυκτικών μειώθηκε ελαφρώς, αν και σημειώθηκε υψηλή μονοψήφια αύξηση στην Coke Zero και αύξηση στην Sprite κατά μεσαίο μονοψήφιο ποσοστό. Επίσης, σημειώθηκε υψηλή διψήφια αύξηση στα ποτά ενέργειας. Ο όγκος πωλήσεων των μη ανθρακούχων αναψυκτικών παρέ-

μεινε στα ίδια επίπεδα με πέρυσι, καθώς η μικρή αύξηση της κατηγορίας του εμφιαλωμένου νερού αντισταθμίστηκε από τη μείωση της κατηγορίας των χυμών κατά χαμηλό μονοψήφιο ποσοστό. Τέλος, τα ποτά για αθλούμενους σημείωσαν ισχυρή διψήφια αύξηση σε μικρή συγκριτική βάση.

**Η ΕΙΚΟΝΑ ΑΝΑ ΓΕΩΓΡΑΦΙΚΗ ΠΕΡΙΟΧΗ**
**Αναπτυγμένες αγορές**

- Όγκος (σε εκατ. τεμάχια): 631,6 (0)
- Καθαρά έσοδα από πωλήσεις (σε €εκατ.): 3.599,7 (+2,8%)
- Καθαρά έσοδα από πωλήσεις ανά κιβώτιο (σε €): 5,70 (+2,8%)
- Λειτουργικό EBIT: 371 (-3,8%)

**Αναπτυσσόμενες αγορές**

- Όγκος (σε εκατ. τεμάχια): 486,4 (+0,8%)
- Καθαρά έσοδα από πωλήσεις (σε €εκατ.): 2.551,8 (+7%)
- Καθαρά έσοδα από πωλήσεις ανά κιβώτιο (σε €): 5,25 (+6,1%)
- Λειτουργικό EBIT: 239 (+6,9%)

**Αναδυόμενες αγορές**

- Όγκος (σε εκατ. τεμάχια): 1.879,4 (+4,4%)
- Καθαρά έσοδα από πωλήσεις (σε €εκατ.): 5.453 (+12%)
- Καθαρά έσοδα από πωλήσεις ανά κιβώτιο (σε €): 2,90 (+7,3%)
- Λειτουργικό EBIT: 735,4 (+27,5%)

**Η ΕΙΚΟΝΑ ΑΝΑ ΚΑΤΗΓΟΡΙΑ**

- **Ανθρακούχα αναψυκτικά (+2,5%)**. Η Trademark Coke αναπτύχθηκε με χαμηλά μονοψήφια ποσοστά ενώ η Coke Zero με χαμηλά διψήφια. Η Fanta και η Sprite υποχώρησαν με χαμηλό μονοψήφιο ποσοστό. Τα ανθρακούχα αναψυκτικά για ενήλικες αναπτύχθηκαν σε μεσαία μονοψήφια ποσοστά, με επικεφαλής την Αφρική, υποστηριζόμενη από νέες κυκλοφορίες γεύσεων και εξειδικευμένες καμπάνιες. Ο όμιλος συνέχισε επίσης να επεκτείνει την Three Cents, σε νέες αγορές
- **Ενεργειακά Ποτά (+28,3%)**. Το 2025 αποτέλεσε την 10η συνεχόμενη χρονιά διψήφιας ανάπτυξης. Στις Αναπτυσσόμενες και Αναπτυσσόμενες αγορές, η ανάπτυξη προήλθε από το Monster, υποστηριζόμενη από καινοτομίες που ξεκίνησαν καθ' όλη τη διάρκεια του έτους, συμπεριλαμβανομένου ενός νέου ποτού Monster με τον Lando Norris. Στις Αναδυόμενες αγορές, την ανάπτυξη συνέχισε να την οδηγούν οι Predator και Fury στην Αφρική, υποστηριζόμενες από συνεργασίες με το ποδόσφαιρο και τοπικές δράσεις μάρκετινγκ

- **Καφές (-19,8%)**. Η εστίαση παρέμεινε στο out-of-home κανάλι (το οποίο αναπτύχθηκε με +26,5%), χάρη στις αλυσίδες Costa Coffee και Caffè Vergnano, με τον όμιλο να αναπτύσσει τα υφιστάμενα καταστήματα και να προσθέτει στο δίκτυο 2.100 νέα καταστήματα. Η συνολική μείωση κατά 19,8% στους συνολικούς όγκους πωλήσεων καφέ, ήταν σύμφωνη με τις προσδοκίες της διοίκησης, καθώς από τις αρχές του 2025 ξεκίνησε η υλοποίηση στρατηγικού πλάνου για επικέντρωση της Costa Coffee κυρίως στο κανάλι πωλήσεων εκτός σπιτιού, όπου βλέπει μεγαλύτερες μακροπρόθεσμες δυνατότητες
- **Stills (-1%)**. Η επίδοση αυτή οφείλεται κυρίως στους χυμούς, με τους όγκους της κατηγορίας να μειώνονται σε μεσαίους μονοψήφιους αριθμούς σε ένα δύσκολο περιβάλλον. Ο τομέας των εμφιαλωμένων νερών αυξήθηκε σε χαμηλό μονοψήφιο ποσοστό, με την αύξηση στις αναδυόμενες αγορές να αντισταθμίζει τις μειώσεις στις αναπτυγμένες και αναπτυσσόμενες αγορές. Ο τομέας των αθλητικών ποτών συνέχισε την ισχυρή του δυναμική, με χαμηλά διψήφια ποσοστά αύξησης, καθώς ο όμιλος λάνσαρε νέες γεύσεις Powerade και αξιοποίησε τοπικές συνεργασίες και παγκόσμιους πρεσβευτές. Τέλος, ο τομέας του έτοιμου προς κατανάλωση τσαγιού (RTD) μειώθηκε σε μεσαία μονοψήφια επίπεδα
- **Premium Spirits (+12,2%)**. Βασικός μοχλός ανάπτυξης ήταν η Finlandia Vodka, για την οποία ξεκίνησε μια νέα παγκόσμια καμπάνια τον περασμένο Απρίλιο, συμβάλλοντας στην αυξημένη αναγνωρισιμότητα της μάρκας και στην αύξηση του μεριδίου αγοράς σε βασικές αγορές. Οι συνεργασίες διανομής με τις Brown-Forman, Bacardi και Edrington συνέχισαν επίσης να αποφέρουν ανάπτυξη, ενώ πραγματοποιήθηκε το λανσάρισμα της Bacardi & Coca-Cola

**GUIDANCE**

Το guidance της εταιρείας για το 2026 έχει ως εξής:

- οργανική ανάπτυξη εσόδων: 6%-7%
- οργανική ανάπτυξη λειτουργικών κερδών: 7%-10%
- αρνητική επίδραση στα συγκρίσιμα λειτουργικά κέρδη, από συναλλαγματικές διαφορές: έως €30 εκατ.
- καθαρά χρηματοοικονομικά έξοδα: €25-€45 εκατ.

Μάκης Αποστόλου  
[makis@notice.gr](mailto:makis@notice.gr)



Zoran Bogdanovic,  
 Διευθύνων Σύμβουλος,  
 Coca-Cola HBC AG

# LAVAZZA

TORINO, ITALIA, 1895

ΔΗΛΩΣΕ ΚΙ ΕΣΥ ΣΥΜΜΕΤΟΧΗ  
ΣΤΟ ΠΕΡΙΠΤΕΡΟ ΤΗΣ **LAVAZZA**,  
ΣΤΟ **HALL 1**, ΠΕΡΙΠΤΕΡΟ **C22-D25**



## Παρασκευή 13/2

12:00 - 13:00

**Tales of Italy  
Cupping Session**

15:00 - 16:00

**Tales of Italy  
Cupping Session**

16:00 - 17:00

**Signature Coffee Cocktails by  
Lavazza Barista Challenge  
2025 - 2026 Finalists**

## Σάββατο 14/2

12:00 - 13:00

**Tales of Italy  
Cupping Session**

13:00 - 14:30

**Italian Pastry & Coffee  
Pairing Experience**

15:00 - 16:00

**Tales of Italy  
Cupping Session**

16:00 - 17:00

**Signature Coffee Cocktails  
by Lavazza Barista Challenge  
2025 - 2026 Finalists**

## Κυριακή 15/2

12:00 - 13:00

**Tales of Italy  
Cupping Session**

14:00 - 16:00

**Tales of Italy Blends  
στο Brew Bar του SCA**

15:00 - 16:00

**Tales of Italy  
Cupping Session**

16:00 - 17:00

**Signature Coffee Cocktails by  
Lavazza Barista Challenge  
2025 - 2026 Finalists**

## Δευτέρα 16/2

12:00 - 13:00

**Tales of Italy  
Cupping Session**

15:00 - 16:00

**Tales of Italy  
Cupping Session**

16:00 - 17:00

**Signature Coffee Cocktails  
by Lavazza Barista Challenge  
2025 - 2026 Finalists**

• COCA - COLA HBC

## ΣΤΟ ΕΠΙΚΕΝΤΡΟ ΑΦΡΙΚΗ, ΝΕΑ ΠΡΟΪΟΝΤΑ ΚΑΙ ΜΕΓΑΛΕΣ ΑΘΛΗΤΙΚΕΣ ΕΚΔΗΛΩΣΕΙΣ

Ιδιαίτερη έμφαση στην πορεία των αγορών της Αφρικής, τις επιδόσεις των ανεπτυγμένων αγορών, αλλά και στις στρατηγικές προτεραιότητες για τη φετινή χρονιά, δόθηκε από τη διοίκηση της Coca-Cola HBC στο χθεσινό conference call.

### ΞΕΧΩΡΙΣΕ Η ΑΙΓΥΠΤΟΣ

Η Αίγυπτος ξεχώρισε ως βασικός μοχλός ανάπτυξης, με αύξηση όγκων σε χαμηλά έως μεσαία μονοψήφια επίπεδα. Η εξέλιξη αυτή αποδίδεται σε ένα σύνολο συντονισμένων ενεργειών που υλοποιούνται με συνέπεια τα τελευταία χρόνια, σε ένα περιβάλλον που πλέον χαρακτηρίζεται από μεγαλύτερη μακροοικονομική σταθερότητα, τόσο στην Αίγυπτο, όσο και στην Νιγηρία.

Η γενικότερη σταθεροποίηση του οικονομικού και λειτουργικού περιβάλλοντος στην Αφρική έχει δημιουργήσει τις προϋποθέσεις ώστε οι επενδύσεις της εταιρείας να αποδίδουν με μεγαλύτερη ορατότητα. Στην περίπτωση της Αιγύπτου, η πρόσφατη απόδοση αποτελεί αποτέλεσμα πολυετούς στρατηγικής, η οποία υλοποιήθηκε ακόμη και σε περιόδους έντονων πιέσεων και αντίξων συνθηκών.

### ROUTE-TO-MARKET

Η στρατηγική αυτή περιλαμβάνει την αναβάθμιση του χαρτοφυλακίου προϊόντων, την επιτάχυνση επενδύσεων σε εμπορικές και πωλησιακές δυνατότητες, καθώς και την εκτεταμένη αξιοποίηση δεδομένων για τη βελτίωση του revenue growth management. Παράλληλα, πραγματοποιήθηκαν ουσιαστικές παρεμβάσεις στο μοντέλο διάθεσης στην αγορά (route-to-market), καθώς και αλλαγές στις εμπορικές πολιτικές και στον τρόπο συνεργασίας με τους χονδρεμπόρους.

Επίσης, δόθηκε έμφαση στην ενίσχυση του ανθρώπινου δυναμικού μέσω εκπαιδευτικών προγραμμάτων και στην αύξηση της παραγωγικής δυναμικότητας, με νέες γραμμές κουτιών και πρόσθετη γραμμή παραγωγής στην Αλεξάνδρεια.

Ιδιαίτερη συμβολή είχαν και τα τοπικά προσαρμοσμένα προγράμματα marketing της The Coca-Cola Company, με έμφαση στη μουσική και το ποδόσφαιρο.

### COCA COLA BEVERAGES AFRICA

Σε ό,τι αφορά τη συμφωνία με την Coca-Cola Beverages Africa, η διοίκηση ανέφερε πως



η διαδικασία κανονιστικών εγκρίσεων βρίσκεται σε εξέλιξη, με εκτιμώμενη ολοκλήρωση έως το τέλος του έτους. Στο μεταβατικό στάδιο, οι ομάδες των δύο εταιρειών επικεντρώνονται στον σχεδιασμό της ενσωμάτωσης, ενώ η διοίκηση επαναλαμβάνει ότι θα δώσει επικαιροποιημένο guidance μετά την ολοκλήρωση της συναλλαγής. Τότε θα παρουσιαστούν και οι εκτιμήσεις για το πόσο η CCBA θα επηρεάσει τους στόχους οργανικής ανάπτυξης και τη μεσοπρόθεσμη επέκταση των περιθωρίων.

### ΑΙ ΣΤΗΝ ΝΙΓΗΡΙΑ

Αναφορά έγινε και στις νέες δυνατότητες Τεχνητής Νοημοσύνης που εφαρμόστηκαν πιλοτικά στην Νιγηρία, με συνδυασμό δεδομένων καταναλωτών και πελατών, επιτρέποντας τη λεπτομερή τμηματοποίηση των σημείων πώλησης και την προσαρμοσμένη εμπορική εκτέλεση ανά προφίλ καταναλωτή. Το πρόγραμμα κατέγραψε υψηλότερη απόδοση τόσο σε όγκους, όσο και σε έσοδα ανά κιβώτιο, σε σύγκριση με την ομάδα ελέγχου. Με βάση τα αποτελέσματα αυτά, η εταιρεία προχωρά σε σημαντική επέκταση της εφαρμογής, υπερτριπλασιάζοντας τον αριθμό των σημείων πώλησης, ενώ τα συμπεράσματα του προγράμματος θα αποτελέσουν τη βάση για την ανάπτυξη αντίστοιχων λύσεων και σε άλλες αγορές.

### PORTFOLIO

Σε ό,τι αφορά το portfolio, στην κατηγορία των ανθρακούχων αναψυκτικών, ιδιαίτερη

μεία έγινε στη νέα Coca-Cola χωρίς ζάχαρη και χωρίς καφεΐνη, με ανανεωμένη εμφάνιση και τοποθέτηση. Σύμφωνα με τη διοίκηση, η συγκεκριμένη έκδοση καταγράφει ισχυρή εμπορική δυναμική και συμβάλλει στη συνολική ανάπτυξη του brand Coca-Cola, η οποία ενισχύεται σταθερά από τρίμηνο σε τρίμηνο. Παράλληλα, προγραμματίζονται νέα λανσαρίσματα στις κατηγορίες των adult mixers, όπως τα Schweppes και Kinley, καθώς και στη Fanta, όπου οι εποχικές ενεργοποιήσεις – με αιχμή το Halloween – αποκτούν ολοένα και μεγαλύτερη σημασία στο marketing mix. Σημαντικές εξελίξεις αναμένονται και για την Powerade, η οποία εντάσσεται πιο δυναμικά στις αθλητικές ενεργοποιήσεις του ομίλου, ενόψει και του επερχόμενου, διευρυμένου Παγκοσμίου Κυπέλλου της FIFA.

Σε ό,τι αφορά τα ενεργειακά ποτά, η εταιρεία επιβεβαίωσε ότι οι κυκλοφορίες του 2026 θα ακολουθήσουν ένα καλά δομημένο χρονοδιάγραμμα, χωρίς ωστόσο να δοθούν συγκεκριμένες ημερομηνίες, σημειώνοντας ότι η φιλοσοφία παραμένει η ίδια: καινοτομίες που οδηγούν σε σταδιακή αύξηση των συναλλαγών και υποστηρίζονται από ισχυρή εκτέλεση σε όλες τις αγορές.

Αναφορά έγινε και στις δράσεις που συνδέονται με τους Χειμερινούς Ολυμπιακούς Αγώνες στην Ιταλία.

Στέλλα Αυγουστάκη  
[stella@notice.gr](mailto:stella@notice.gr)

# Make *time* count



Join us at HoReCa Expo 2026  
Hall 1 | B21-B23, C19-C21



**3E**  
Coca-Cola Τρία Έψιλον



• **ΕΥΡΩΠΑΪΚΗ ΕΝΩΣΗ**  
**ΝΕΕΣ ΔΙΑΣΦΑΛΙΣΕΙΣ ΓΙΑ ΤΗΝ ΠΡΟΣΤΑΣΙΑ**  
**ΤΟΥ ΑΓΡΟΤΙΚΟΥ ΤΟΜΕΑ ΜΕΤΑ ΤΟ DEAL**  
**ΜΕ MERCOSUR**

Η Ευρωπαϊκή Ένωση ενέκρινε χθες νέες διασφαλίσεις για την προστασία του αγροτικού τομέα της, στο πλαίσιο της εμπορικής συμφωνίας με τις χώρες της Mercosur (Αργεντινή, Βραζιλία, Παραγουάη και Ουρουγουάη). Το deal, που έχει ήδη συμφωνηθεί ανεπίσημα με τα κράτη-μέλη της ΕΕ, κατατέθηκε και εγκρίθηκε με 483 ψήφους υπέρ, 102 κατά και 67 αποχές στην Ολομέλεια του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου.

Ο νέος κανονισμός προβλέπει πως η ΕΕ θα μπορεί να αναστείλει προσωρινά τις δασμολογικές προτιμήσεις για τις εισαγωγές αγροτικών προϊόντων από τις χώρες της Mercosur, εάν η αύξηση των εισαγωγών αυτών βλάψει τους παραγωγούς της ΕΕ.

Οι ενέργειες αυτές επικεντρώνονται σε ευαίσθητα προϊόντα, όπως το βοδινό, τα πουλερικά και άλλα αγροτικά προϊόντα, τα οποία απειλούνται από αθέμιτο ανταγωνισμό λόγω των χαμηλών τιμών εισαγωγής.

**ΥΠΟ ΠΡΟΫΠΟΘΕΣΕΙΣ**

Η νέα νομοθεσία θέτει αυστηρούς όρους για την ενεργοποίηση των διασφαλίσεων. Συγκεκριμένα, η Ευρωπαϊκή Επιτροπή θα ξεκινά έρευνα για την ανάγκη λήψης μέτρων προστασίας όταν οι εισαγωγές ευαίσθητων προϊόντων αυξάνονται κατά 5% κατά μέσο όρο για τρία έτη, ενώ παράλληλα οι τιμές εισαγωγής είναι κατά 5% χαμηλότερες από τις εγχώριες. Η Επιτροπή θα υποχρεούται να υποβάλλει έκθεση στο Κοινοβούλιο κάθε έξι μήνες για την αξιολόγηση των επιπτώσεων των εισαγωγών.



Επιπλέον, έρευνες μπορεί να ζητηθούν από κράτος-μέλος ή από φορείς που εκπροσωπούν τον κλάδο παραγωγής, εφόσον προκύπτει κίνδυνος σοβαρής ζημίας.

Επιπλέον, έρευνες μπορεί να ζητηθούν από κράτος-μέλος ή από φορείς που εκπροσωπούν τον κλάδο παραγωγής, εφόσον προκύπτει κίνδυνος σοβαρής ζημίας.

**ΕΠΟΜΕΝΑ ΒΗΜΑΤΑ**

Ο κανονισμός θα δημοσιευτεί στην Επίσημη Εφημερίδα της ΕΕ μόλις εγκριθεί επίσημα από το Συμβούλιο, και θα τεθεί σε εφαρμογή παράλληλα με την ενδιάμεση εμπορική συμφωνία ΕΕ-Mercosur. Η συμφωνία αυτή επιδιώκει να διασφαλίσει μια δίκαιη εμπορική σχέση με τις χώρες της Mercosur, ενώ προστατεύει τα συμφέροντα των ευρωπαϊκών αγροτών και της εγχώριας παραγωγής.

• **ΑΓΓΕΛΑΚΗΣ**  
**ΣΕ ΕΞΕΛΙΞΗ ΤΟ ΕΠΕΝΔΥΤΙΚΟ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ**  
**€30 ΕΚΑΤ.**

Η Αγγελάκης πραγματοποίησε την καθιερωμένη κοπή της Πρωτοχρονιάτικης Πίτας για το 2026 το Σάββατο 31 Ιανουαρίου, παρουσία εργαζομένων, εκπροσώπων της πολιτείας και της τοπικής αυτοδιοίκησης, καθώς και συνεργατών της εταιρείας.

Όπως ανέφερε η εταιρεία, το 2026 σηματοδοτεί την έναρξη μιας νέας αναπτυξιακής περιόδου, η οποία έχει ήδη ξεκινήσει από τα τέλη του 2025 με το επαναλανσάρισμα του brand και την υλοποίηση επενδυτικού προγράμματος ύψους €30 εκατ.

Το πρόγραμμα περιλαμβάνει επέκταση εγκαταστάσεων, εκσυγχρονισμό παραγωγικών γραμμών και τριπλασιασμό της παραγωγικής δυναμικότητας, με έμφαση στη βιώσιμη



Θάνος Αγγελάκης, Πρόεδρος και Διευθύνων Σύμβουλος, Κοτόπουλα Αγγελάκης

ανάπτυξη, και αναμένεται να ολοκληρωθεί έως το τέλος του 2026. Παράλληλα, η εταιρεία έλαβε για πρώτη φορά την πιστοποίηση Great Place to Work®.



• **MARKET IN**  
**ΔΕΝ ΑΠΟΔΕΧΕΤΑΙ**  
**ΤΟ ΠΡΟΣΤΙΜΟ**  
**€72.370**  
**ΠΟΥ ΤΗΣ**  
**ΕΠΙΒΛΗΘΗΚΕ**  
**ΑΠΟ ΤΗΝ ΔΙΜΕΑ**

Η αλυσίδα Market In δηλώνει ότι δεν αποδέχεται το πρόστιμο €72.370 που της επιβλήθηκε από την ΔΙΜΕΑ, έπειτα από ελέγχους που διενεργήθηκαν τον Μάιο και τον Ιούνιο του 2025.

Σύμφωνα με την εταιρεία, από τους 622 κωδικούς προϊόντων που ελέγχθηκαν, στους 610 δεν διαπιστώθηκε καμία παράβαση, ενώ οι 12 κωδικοί για τους οποίους επιβλήθηκε το πρόστιμο δεν τεκμηριώνουν, κατά την άποψή της, υπέρβαση του προβλεπόμενου πλεονέκτημα στο μικτό περιθώριο κέρδους. Η Market In υποστηρίζει ότι ο έλεγχος βασίστηκε σε ασαφές και μη εφαρμόσιμο κανονιστικό πλαίσιο, το οποίο καταργήθηκε λίγο μετά την ολοκλήρωση των ελέγχων. Παράλληλα, τονίζει τον ελληνικό χαρακτήρα της εταιρείας και τη διαχρονική της στόχευση στην παροχή ανταγωνιστικών τιμών προς όφελος των καταναλωτών, απορρίπτοντας κάθε αμφισβήτηση της αξιοπιστίας της. Η εταιρεία καλεί την πολιτεία να σταματήσει τη στοχοποίηση των super market ως υπευθύνων για τις αυξήσεις των τιμών, επισημαίνοντας ότι η ακρίβεια οφείλεται σε ευρύτερους παράγοντες και απαιτείται ουσιαστική αντιμετώπιση του προβλήματος.



## PIERRE HERMÉ

Ένα όνομα ορόσημο  
της γαλλικής  
γαστρονομίας.

Βραβευμένος ως ο **Καλύτερος Pastry Chef** στον Κόσμο στα World's 50 Best Restaurants το 2016, ο pastry chef-chocolatier Pierre Hermé σχεδιάζει μια ιδιαίτερη σειρά viennoiserie προϊόντων με ΠΟΠ Βούτυρο Βρετάνης αποκλειστικά για την BRIDOR.

JOIN US FOR MORE



**OLYMPIC FOODS**  
ΣΤΗΝ ΚΟΡΥΦΗ ΤΗΣ ΠΟΙΟΤΗΤΑΣ

[www.olympic-foods.gr](http://www.olympic-foods.gr)

13-16 Feb  
2026  
METROPOLITAN  
EXPO

HOIRE|CA|  
A WORLD CLASS TRADE SHOW

Βρείτε μας  
στο **Hall 4**  
περίπτερο **A07**

Leading the change

• SUPER MARKETS

# ΑΝΑΠΤΥΞΗ 1,3% ΣΕ ΑΞΙΑ ΚΑΙ 0,3% ΣΕ ΟΓΚΟΥΣ ΠΩΛΗΣΕΩΝ ΒΛΕΠΟΥΝ ΤΑ ΣΤΕΛΕΧΗ ΤΟΥ FMCG ΣΤΟ Α' ΕΞΑΜΗΝΟ

Περιορισμένη ανάπτυξη, της τάξης του 1,3%, περιμένουν για τον κλάδο των super markets για το α' εξάμηνο του 2026 τα στελέχη των επιχειρήσεων λιανεμπορίου FMCG (ταχυκίνητων καταναλωτικών αγαθών), ενώ για τον όγκο πωλήσεων ο πήχης μπαίνει στο +0,3%. Αυτά προκύπτουν σε σχετική έρευνα του Ινστιτούτου Έρευνας Λιανεμπορίου Καταναλωτικών Αγαθών που διεξήχθη τον Ιανουάριο 2026 σε δείγμα 120 ανώτερων και ανώτατων στελεχών επιχειρήσεων (λιανεμπόριο-αλυσίδες super market και προμηθευτές FMCG) από τη Γενική Διεύθυνση και τα τμήματα Marketing, Πωλήσεων. Αγορών, Οικονομικών, Πληροφορική κ.λπ.

## ΠΡΟΣΔΟΚΙΕΣ

Σε σχέση με τις προσδοκίες για τις πωλήσεις του κλάδου, το 58% θεωρεί ότι η αξία των πωλήσεων του κλάδου θα αυξηθεί το επόμενο εξάμηνο (έναντι 48% την ίδια περίοδο πέρυσι), με ένα μικρό ποσοστό 17% να αναμένει μείωση (έναντι 23% πέρυσι).

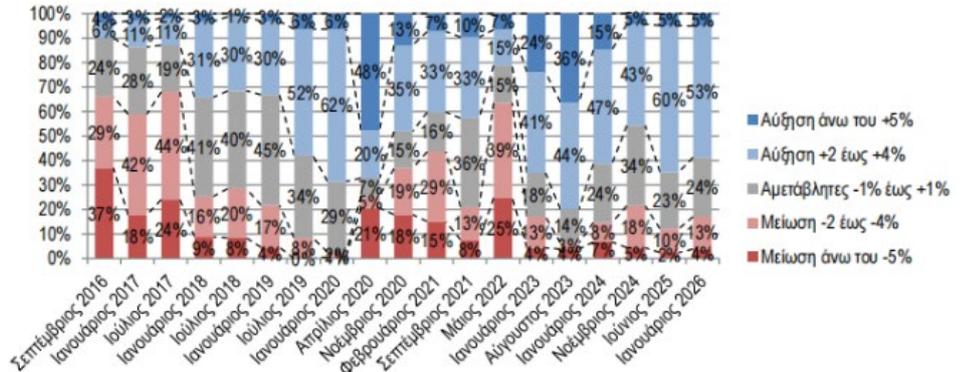
## ΧΕΙΡΟΤΕΡΗ Η ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗ ΚΑΤΑΣΤΑΣΗ

Παρά τις θετικές προσδοκίες για την ανάπτυξη του κλάδου, αρνητική καταγράφηκε η αποτίμηση της εξέλιξης της οικονομικής κατάστασης της χώρας στα τέλη του 2025. Συγκεκριμένα, μόλις το 25% θεωρεί ότι η οικονομική κατάσταση βελτιώθηκε και το 39% ότι χειρότερη. Οι εκτιμήσεις των στελεχών είναι στα ίδια περίπου επίπεδα με το προηγούμενο έτος. Το οικονομικό κλίμα παρουσιάζει συνολικά καλή εικόνα, η οποία οφείλεται στο συνδυασμό των εκτιμήσεων των στελεχών (πωλήσεις, τιμές, οικονομικές συνθήκες). Συγκεκριμένα ο συνδυασμός των σταθερών πωλήσεων και της μη αύξησης των τιμών οδηγεί σε αυτό το αποτέλεσμα.

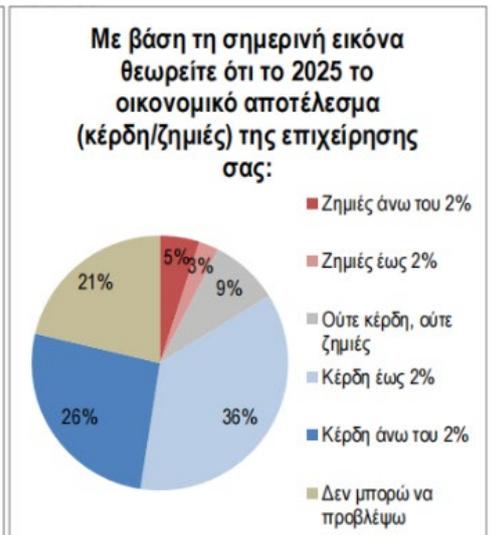
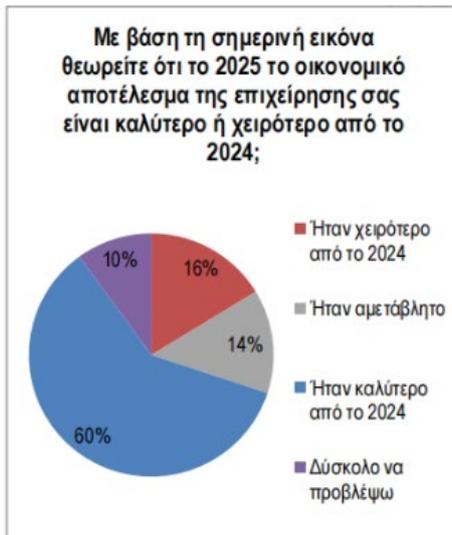
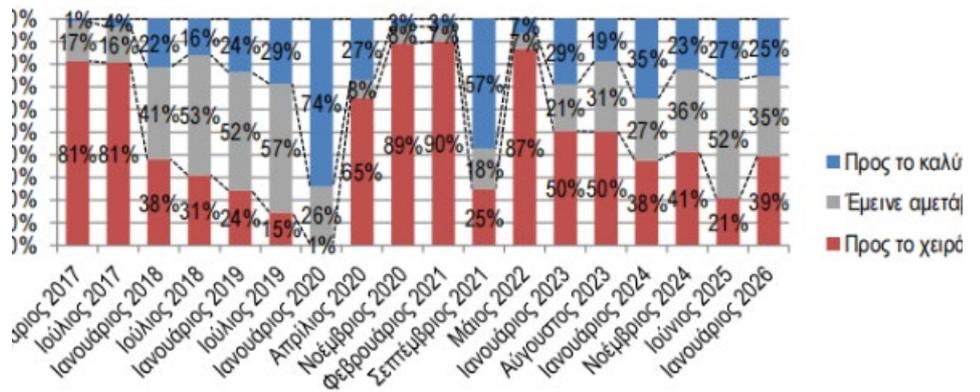
## ΠΩΣ ΕΙΝΑΙ Η ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗ ΚΑΤΑΣΤΑΣΗ ΤΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ

Μεταξύ των θεμάτων που εξετάστηκαν, είναι η αποτίμηση της οικονομικής κατάστασης των επιχειρήσεων. Η πλειοψηφία των επιχειρήσεων σε ποσοστό 60% ανέφερε ότι είχε καλύτερο οικονομικό αποτέλεσμα σε σχέση με το 2024, ενώ 16% χειρότερο. Οι υπόλοιπες επιχειρήσεις του δείγματος, είτε δεν έχουν ακόμα σαφή εικόνα, είτε δεν είδαν μεταβολή. Επίσης, το 62% των επιχειρήσεων θεωρούν ότι ήταν κερδοφόρες το 2025, το 8% ζημιώγουνες, ενώ το 30% δεν έχουν σαφή εικόνα. Πρακτικά 3 στις 4 επιχειρήσεις του κλάδου του

Πώς πιστεύετε ότι θα κινηθούν οι πωλήσεις του κλάδου το επόμενο δίμηνο σε σχέση με το ίδιο εξάμηνο/έτος πέρυσι;



Πώς πιστεύετε ότι μεταβλήθηκε η οικονομική κατάσταση στη χώρα το προηγούμενο δίμηνο;



λιανεμπορίου και της βιομηχανίας τροφίμων αναμένουν κάποια μικρή κερδοφορία το 2025, ενώ 1 στις 12 αναμένει ζημιές. Πρακτικά η μέση κερδοφορία αναμένεται κοντά στο 1,2%.

Μάκης Αποστόλου  
[makis@notice.gr](mailto:makis@notice.gr)



Leading the **change**

**HO|RE|CA|**

ΜΙΑ ΕΚΘΕΣΗ ΠΑΓΚΟΣΜΙΟΥ ΕΠΙΠΕΔΟΥ

• **TARGET**

## ΚΟΒΕΙ ΘΕΣΕΙΣ ΕΡΓΑΣΙΑΣ ΑΠΟ ΓΡΑΦΕΙΑ ΚΑΙ ΑΠΟΘΗΚΕΣ, ΕΝΙΣΧΥΕΙ ΤΑ ΚΑΤΑΣΤΗΜΑΤΑ

Σε ενίσχυση στελέκωσης των καταστημάτων της προχωρά η Target, την ίδια στιγμή που περικόπτει περίπου 500 θέσεις εργασίας σε κέντρα διανομής και περιφερειακά γραφεία, σε μια προσπάθεια να ανακτήσει την εμπιστοσύνη των πελατών που διαμαρτύρονται για ακατάστατα ράφια, ελλείψεις προϊόντων και μεγάλες ουρές στα ταμεία.

Σύμφωνα με εσωτερικό υπόμνημα προς τους εργαζομένους, το οποίο περιήλθε στην κατοχή του CNBC, η αμερικανική αλυσίδα λιανικής αλλάζει τον τρόπο λειτουργίας και εποπτείας των καταστημάτων της, με στόχο τη βελτίωση της εμπειρίας πελάτη, βασική προτεραιότητα του νέου Διευθύνοντος Συμβούλου, Michael Fiddelke.

### ΜΕΙΩΣΗ ΚΑΤΑΣΤΗΜΑΤΩΝ

Η εταιρεία σχεδιάζει να μειώσει τον αριθμό των "περιφερειών καταστημάτων", δηλαδή των γεωγραφικών ενότητων στις οποίες κατανέμονται τα σχεδόν 2.000 καταστήματά της, και να κατευθύνει περισσότερους πόρους σε επιπλέον ώρες εργασίας για το προσωπικό πρώτης γραμμής.

Στο πλαίσιο των αλλαγών, η Target προχωρά σε απολύσεις περίπου 500 εργαζομένων: περίπου 100 σε επίπεδο περιφερειακής διοίκησης καταστημάτων και περίπου 400 σε εγκαταστάσεις της εφοδιαστικής αλυσίδας.



Michael Fiddelke, CEO, Target

"Η αλλαγή αυτή μάς επιτρέπει να επενδύσουμε σημαντικά περισσότερους πόρους στα καταστήματα - κυρίως σε επιπλέον προσωπικό και ώρες εργασίας όπου υπάρχει μεγαλύτερη ανάγκη, αλλά και σε νέα προγράμματα εκπαίδευσης για την εμπειρία πελάτη", αναφέρεται στο email.

Το μήνυμα συνυπέγραψαν η Adrienne Costanzo, Chief Stores Officer, και η Gretchen McCarthy, Chief Supply Chain and Logistics Officer. Εκπρόσωπος της

Target διευκρίνισε ότι οι αλλαγές δεν επηρεάζουν τους αρχικούς μισθούς των εργαζομένων στα καταστήματα, οι οποίοι κυμαίνονται από \$15 έως \$24 την ώρα, ανάλογα με την περιοχή.

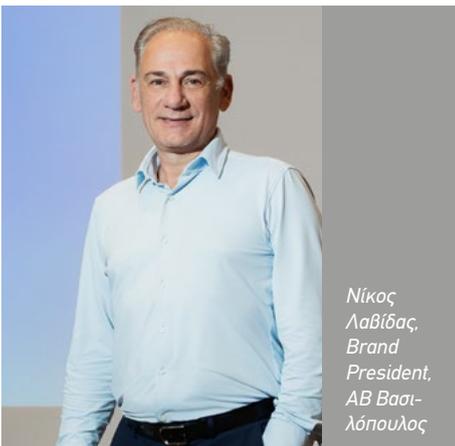
### ΣΤΟΧΟΣ Η ΕΠΙΣΤΡΟΦΗ ΣΤΗΝ ΑΝΑΠΤΥΞΗ

Η οργανωτική αναδιάρθρωση αποτελεί μία από τις πρώτες κινήσεις του Michael Fiddelke, ο οποίος ανέλαβε καθήκοντα CEO την 1η Φεβρουαρίου. Η Target επιδιώκει επιστροφή στην ανάπτυξη, καθώς οι ετήσιες πωλήσεις της παραμένουν σχεδόν αμετάβλητες τα τελευταία τέσσερα χρόνια, ενώ το 2024 είχε προχωρήσει σε περικοπή 1.800 εταιρικών θέσεων.

Η εταιρεία έχει δεχθεί κριτική από πελάτες και επενδυτές ότι έχει αποδυναμωθεί σε τομείς που παλαιότερα τη διαφοροποιούσαν, όπως η εξυπηρέτηση πελατών και το μόντερνο, "fashion-forward" προϊόντικό μείγμα που της χάρισε το προσωνύμιο "Tarzhay". Παράλληλα, η Target αντιμετώπισε αντιδράσεις και μπόϊκοτάζ λόγω πολιτικών και κοινωνικών τοποθετήσεων τα τελευταία χρόνια, ενώ δέχεται έντονο ανταγωνισμό από παίκτες όπως η Walmart, σε ένα περιβάλλον όπου οι καταναλωτές περιορίζουν τις προαιρετικές αγορές.

• **ΑΒ ΒΑΣΙΛΟΠΟΥΛΟΣ**

## ΑΝΑΚΟΙΝΩΣΕ ΤΗΝ ΕΞΑΓΟΡΑ ΤΗΣ ΑΓΟΡΑΣ ΝΑΤΑΛΙ



Νίκος Λαβίδας,  
Brand  
President,  
ΑΒ Βασίλοπουλος

Την ολοκλήρωση της συμφωνίας για την εξαγορά της αλυσίδας "Αγορά Ναταλί" ανακοίνωσε και επίσημα χθες το πρωί η ΑΒ Βασίλοπουλος, [επιβεβαιώνοντας το σχετικό ρεπορτάζ του Fnb Daily](#).

Η επένδυση στα καταστήματα "Αγορά Ναταλί", τα οποία κατέγραψαν κύκλο εργασιών €9 εκατ. το 2024, ενισχύει περαιτέρω τη θέση της εταιρείας στην Βόρεια Ελλάδα.

### ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΗ ΕΝΙΣΧΥΣΗ ΣΤΗΝ ΘΕΣΣΑΛΟΝΙΚΗ

Με τη συγκεκριμένη κίνηση η ΑΒ Βασίλοπουλος ενισχύει στρατηγικά την παρουσία

της στην Θεσσαλονίκη, εντάσσοντας 12 νέα καταστήματα στο δίκτυο franchise της. Η επένδυση εντάσσεται στο ευρύτερο πλάνο δυναμικής ανάπτυξης του δικτύου συνεργατών της εταιρείας σε πανελλαδικό επίπεδο.

Το δίκτυο franchise αριθμεί σήμερα περισσότερα από 400 καταστήματα σε όλη τη χώρα, με τη συμμετοχή άνω των 250 επιχειρηματιών.

Για το 2026, η στρατηγική ανάπτυξης προβλέπει τη δημιουργία 100 νέων καταστημάτων franchise, με έμφαση σε αστικές και τουριστικές περιοχές.

• **HERSHEY**  
**ΒΛΕΠΕΙ ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΕΩΣ 5% ΦΕΤΟΣ,  
ΜΕΤΑ ΤΗ ΣΗΜΑΝΤΙΚΗ ΠΤΩΣΗ ΚΕΡΔΩΝ ΤΟ 2025**

Η Hershey έβαλε υψηλότερα τον φετινό πήχη για πωλήσεις και κερδοφορία σε σχέση με τις εκτιμήσεις της Wall Street, στηριζόμενη στη σταθερή ζήτηση για τα προϊόντα ζαχαροπλαστικής και τα αλμυρά snacks της, καθώς και στα συνεχιζόμενα οφέλη από τις προηγούμενες αυξήσεις τιμών που εφαρμόστηκαν για την απορρόφηση του αυξημένου κόστους.

Η Hershey εκτιμά ότι οι καθαρές πωλήσεις για το 2026 θα αυξηθούν μεταξύ 4% και 5%. Παράλληλα, προβλέπει προσαρμοσμένα κέρδη ανά μετοχή (adjusted EPS) από \$8,20 έως \$8,52.

**ΑΝΑΤΥΞΗ 7% ΣΤΟ Δ' ΤΡΙΜΗΝΟ**

Στο δ' τρίμηνο του 2025, οι καθαρές πωλήσεις της εταιρείας αυξήθηκαν κατά 7%, φτάνοντας τα \$3,09 δισ. Η επίδοση αυτή έρχεται σε αντίθεση με την ανταγωνίστρια Mondelez, η οποία προειδοποίησε για μια υποτονική χρονιά, καθώς οι προηγούμενες αυξήσεις τιμών επηρέασαν αρνητικά τους όγκους πωλήσεων.

Οι τάσεις κατανάλωσης snacks στις ΗΠΑ παρέμειναν ισχυρές κατά τη διάρκεια του δ' τριμήνου του 2025, ενισχυμένες από τη σταθερή πελατειακή βάση και την περίοδο του Halloween - τη σημαντικότερη εμπορική περίοδο για τη βιομηχανία σοκολάτας και καραμελών.

Οι πωλήσεις στο τμήμα αλμυρών snack της Hershey στην Βόρεια Αμερική αυξήθηκαν κατά 28%, με κινητήριες δυνά-



Kirk Tanner, CEO, Hershey Company

μεις brands όπως τα SkinnyPop και Dot's Pretzels.

**ΠΑΝΩ ΟΙ ΤΙΜΕΣ, ΚΑΤΩ ΟΙ ΟΓΚΟΙ**

Οι συνολικοί όγκοι πωλήσεων της εταιρείας μειώθηκαν κατά 3%, ενώ οι τιμές αυξήθηκαν κατά 9%. Ο Διευθύνων Σύμβουλος, Kirk Tanner, δήλωσε ότι η Hershey αναμένει "ελαφρώς χαμηλότερη ευαισθησία των όγκων στις τιμολογιακές αυξήσεις" σε σχέση με τον αρχικό σχεδιασμό.

Οι αυξημένες επενδύσεις σε διαφήμιση και μάρκετινγκ, καθώς και η επέκταση της εταιρείας σε πιο υγιεινά προϊόντα και επιλογές χωρίς ζάχαρη, συνέβαλαν επίσης στη στήριξη των πωλήσεων.

**ΤΙΜΕΣ**

Η Hershey έχει προχωρήσει σταδιακά σε αυξήσεις τιμών τον τελευταίο χρόνο, προκειμένου να μετριάσει τον αντίκτυπο των διακυμάνσεων στους δασμούς και την εκτίναξη του κόστους του κακάο, μετά από σοβαρές διαταραχές στην εφοδιαστική αλυσίδα της Δυτικής Αφρικής, η οποία αντιπροσωπεύει περίπου το 70% της παγκόσμιας παραγωγής του βασικού συστατικού της σοκολάτας. Ωστόσο, οι εκρηκτικές τιμές του κακάο άσκησαν πιέσεις στο μικτό περιθώριο κέρδους της εταιρείας κατά το τρίμηνο, το οποίο μειώθηκε κατά 17 ποσοστιαίες μονάδες, διαμορφούμενο στο 37%.

Παρότι οι τιμές χονδρικής έχουν υποχωρήσει από τα υψηλά επίπεδα που καταγράφηκαν στα τέλη του 2024, οι παραγωγοί συνεχίζουν να μετακυλίνουν το αυξημένο κόστος πρώτων υλών στους καταναλωτές.

**DATA (σε \$εκατ.)**

Πωλήσεις

2025: 11.692

2024: 11.202

Μικτό αποτέλεσμα

2025: 3.923

2024: 5.301

Λειτουργικά κέρδη

2025: 1.441

2024: 2.898

Καθαρά κέρδη

2025: 883

2024: 2.221



• **ΦΑΡΜΑ ΚΟΥΚΑΚΗ**

**ΔΙΕΘΝΕΙΣ ΔΙΑΚΡΙΣΕΙΣ ΣΤΑ  
INTERNATIONAL TASTE AWARDS 2026**

Διεθνείς διακρίσεις στα International Taste Awards 2026, που διοργανώνονται από το International Taste Institute, απέσπασε η Φάρμα Κουκάκη.

Η απονομή του Diamond Taste Award έγινε στο Κεφίρ με Κόκκινα Φρούτα, το μοναδικό προϊόν κεφίρ διεθνώς που, όπως αναφέρει η εταιρεία, έχει λάβει τη συγκεκριμένη ανα-

γνώριση, μετά από επτά συνεχόμενες χρονιές μέγιστης βαθμολογίας.

Παράλληλα, η εταιρεία απέσπασε τέσσερα Crystal Taste Awards για προϊόντα κεφίρ, στραγγιστού γιαουρτιού και πρωτεϊνούχου κακάο, καθώς και επιπλέον τιμητικές διακρίσεις για ευρύ φάσμα προϊόντων του χαρτοφυλακίου της.

• ΠΟΤΟΠΟΙΙΑ ΧΡΙΣΤΟΠΟΥΛΟΣ

## ΤΑ ΣΧΕΔΙΑ ΓΙΑ ΔΙΕΥΡΥΝΣΗ ΤΟΥ ΕΜΠΟΡΙΚΟΥ ΔΙΚΤΥΟΥ ΣΕ ΟΛΗ ΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ ΚΑΙ ΕΠΕΚΤΑΣΗ ΜΟΝΑΔΑΣ

Να ενδυναμώσει της παρουσία της στην Αθήνα αλλά και στο σύνολο της χώρας, επιδιώκει η Ποτοποιία Χριστόπουλος βάζοντας στο μικροσκόπιό της και τις τουριστικές περιοχές.

### ΣΕ ΑΝΑΖΗΤΗΣΗ ΔΙΑΝΟΜΕΑ

Όπως δηλώνει στο Fnb Daily ο Κώστας Χριστόπουλος, εκ των ιδιοκτητών, αυτό το διόστημα η εταιρεία από την Καλαμάτα βρίσκεται σε αναζήτηση συνεργάτη που θα μπορούσε να αναλάβει τη διανομή των προϊόντων της, ούτως ώστε να αποκτήσει πρόσβαση σε περισσότερα σημεία πώλησης. Παράλληλα, υπάρχουν σκέψεις και για ανάληψη του χονδρεμπορίου εξ ολοκλήρου από την ίδια, τουλάχιστον για την περίπτωση της Αττικής-σχέδιο που, εφόσον προχωρήσει, θα περιλαμβάνει τόσο τα ποτά, όσο και τα παστέλια και τους ξηρούς καρπούς που η οικογένεια παράγει μέσω της εταιρείας Φίλιππος. Εκτός από την ηπειρωτική Ελλάδα, στο στόχαστρο της εταιρείας βρίσκονται πλέον και τα νησιά, με όπλο τη νέα σειρά λικέρ που παρουσίασε μέσα στο 2025 σε διάφορες γεύσεις και με ιδιαίτερα προσεγμένες και καλαίσθητες ετικέτες, οι οποίες όπως σημειώνει ο κ. Χριστόπουλος, τις καθιστούν ιδανική επιλογή για δώρο.

### Η.. ΠΕΙΡΑΓΜΕΝΗ ΜΕ ΤΣΙΠΟΥΡΟ ΜΑΡΓΑΡΙΤΑ

Πέραν των λικέρ, η Ποτοποιία Χριστόπουλος παρουσίασε μέσα στο 2025 τζιν, βότκα αλλά και την "Μαργαρώ", ένα κοκτέιλ με βάση το τσίπουρο που, όπως το όνομά του προδίδει, παραπέμπει στην Margharita και το οποίο, σύμφωνα με τον ίδιο, έκανε ιδιαίτερη αίσθηση στην αγορά.

Η εταιρεία παράγει πληθώρα αποσταγμάτων (μεταξύ αυτών, τεκίλα, ρούμι, βότκα κ.α.) ωστόσο ο κύριος όγκος των πωλήσεών της προέρχεται από τα αποστάγματα, όπως ούζο και τσίπουρο, με το δεύτερο να είναι αυτό που, σύμφωνα με τον κ. Χριστόπουλο, παρουσίασε τη μεγαλύτερη άνοδο το 2025.

Άλλωστε, όπως προσθέτει, πρόκειται για μια κατηγορία που γενικά έχει σημαντικούς ρυθμούς ανάπτυξης και παρουσιάζει ιδιαίτερο ενδιαφέρον: "Από τη στιγμή που εμφανιάστηκε κι έγινε επώνυμο, βλέπουμε ότι βελτιώνεται διαρκώς και ραγδαία και πλέον εκτιμώ ότι έχει ξεπεράσει σε ποιότητα πολλά άλλα αποστάγματα, ιδίως από το εξωτερικό. Οι σύγχρονες μέθοδοι επεξεργασίας και



Κώστας Χριστόπουλος, ιδιοκτήτης, Ποτοποιία Χριστόπουλος

απόστασης σαφώς συμβάλουν πολύ σε αυτό καθώς καθιστούν τη γεύση του, θα λέγαμε, πιο απαλή και γλυκιά, δηλαδή προσβάσιμη σε μια μεγαλύτερη μερίδα κοινού", αναφέρει χαρακτηριστικά.

### ΣΤΑ ΣΚΑΡΙΑ ΝΕΑ ΣΕΙΡΑ ΧΩΡΙΣ ΑΛΚΟΟΛ

Τα νέα λανσαρίσματα συνέβαλαν ώστε η εταιρεία να αγγίξει διψήφιους ρυθμούς ανάπτυξης το 2025 ενώ στα μελλοντικά σχέδια, πέρα από τη διεύρυνση του δικτύου πωλήσεων, είναι επίσης η επέκταση της υπάρχουσας μονάδας η οποία, σύμφωνα με τον κ. Χριστόπουλο, έχει σχεδόν εξαντλήσει πλέον

τη δυναμικότητά της. Σε προϊόντικό επίπεδο, το επόμενο βήμα πιθανότατα θα είναι η κυκλοφορία μιας σειράς ποτών χωρίς αλκοόλ. Το μεγαλύτερο κομμάτι των πωλήσεων της Ποτοποιίας Χριστόπουλος προέρχεται από το κανάλι του HORECA ωστόσο έχει παρουσία και στο retail, με τοποθέτηση, μεταξύ άλλων, στα καταστήματα της Κρητικής και των σούπερ μάρκετ Μουργή στη Μεσσηνία, σε μικρότερες τοπικές αλυσίδες και σε σημεία μικρής λιανικής ενώ στην Αθήνα βρίσκεται, μεταξύ άλλων, στην κάβα Cellier.

Γιάννης Τσατσάκης  
[yannis@notice.gr](mailto:yannis@notice.gr)

• ΑΠΑΝΤΗΣΗ ΣΤΗΝ ΚΡΙΣΗ ΤΟΥ ΚΡΑΣΙΟΥ  
**ΤΟ ΕΥΡΩΠΑΪΚΟ ΚΟΙΝΟΒΟΥΛΙΟ ΕΓΚΡΙΝΕΙ  
ΝΕΟ ΠΑΚΕΤΟ ΜΕΤΡΩΝ**

Το Ευρωπαϊκό Κοινοβούλιο ενέκρινε νέα νομοθεσία με στόχο την ενίσχυση της προστασίας και της στήριξης του ευρωπαϊκού αμπελοοικονομικού τομέα, επιχειρώντας να απαντήσει στις αυξανόμενες πιέσεις που αντιμετωπίζουν οι οινοπαραγωγοί σε ολόκληρη την ΕΕ. Η σχετική ψηφοφορία ολοκληρώθηκε με ευρεία πλειοψηφία, καθώς 625 ευρωβουλευτές ψήφισαν υπέρ, 15 κατά και 11 απείχαν. Η έγκριση αφορά την προσωρινή συμφωνία που επιτεύχθηκε μεταξύ του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και των κρατών μελών στις 4 Δεκεμβρίου 2025. Το νέο κανονιστικό πλαίσιο εισάγει αλλαγές τόσο στην επισήμανση των προϊόντων, όσο και στα διαθέσιμα χρηματοδοτικά εργαλεία, με στόχο τη βελτίωση της ανταγωνιστικότητας και της ανθεκτικότητας του κλάδου.

**ΚΑΝΟΝΕΣ ΕΠΙΣΗΜΑΝΣΗΣ**

Έμφαση δίνεται στην αποσαφήνιση των κανόνων επισήμανσης για οίνους μειωμένης περιεκτικότητας σε αλκοόλη και χωρίς αλκοόλη.

Σύμφωνα με τις νέες διατάξεις, η ένδειξη "χωρίς αλκοόλ" σε συνδυασμό με τη σήμανση "0,0%" θα επιτρέπεται μόνο όταν η περιεκτικότητα σε αλκοόλη δεν υπερβαίνει το 0,05% κατ' όγκο.

Για προϊόντα με περιεκτικότητα έως 0,5% θα χρησιμοποιείται αποκλειστικά η ένδειξη "χωρίς αλκοόλ", ενώ οίνοι με περιεκτικότητα άνω του 0,5%, αλλά μειωμένα κατά τουλάχιστον 30% σε σχέση με την τυπική περιεκτι-

κότητα της κατηγορίας τους, θα φέρουν την ένδειξη "μειωμένης αλκοόλης".

**ΧΡΗΜΑΤΟΔΟΤΙΚΗ ΣΤΗΡΙΞΗ**

Παράλληλα, η νέα νομοθεσία προβλέπει αυξημένη χρηματοδοτική στήριξη και μεγαλύτερη ευελιξία για τους οινοπαραγωγούς, ιδίως σε περιπτώσεις σοβαρών φυσικών καταστροφών, ακραίων καιρικών φαινομένων ή φυτικών ασθενειών. Εισάγεται επίσης η δυνατότητα αξιοποίησης ευρωπαϊκών κονδυλίων για μέτρα όπως η εκρίζωση αμπελώνων, ενώ το εθνικό ανώτατο όριο πληρωμών για απόσταση οίνου και πρώιμο τρύγο ορίζεται στο 25% των συνολικών διαθέσιμων κονδυλίων ανά κράτος μέλος.

**ΕΝΙΣΧΥΣΗ ΟΙΝΟΤΟΥΡΙΣΜΟΥ**

Σημαντικό σκέλος της μεταρρύθμισης αφορά την ενίσχυση του οινοτουρισμού και την προώθηση των ευρωπαϊκών οίνων στις διεθνείς αγορές. Η ευρωπαϊκή συγχρηματοδότηση σχετικών πρωτοβουλιών θα φτάνει το 60%, με τη δυνατότητα πρόσθετης εθνικής συνεισφοράς έως 30% για μικρομεσαίες επιχειρήσεις και έως 20% για μεγαλύτερες εταιρείες. Οι επιλέξιμες δράσεις περιλαμβάνουν διαφημιστικές καμπάνιες, συμμετοχή σε εκθέσεις και εκδηλώσεις, καθώς και μελέτες αγοράς, με χρηματοδότηση που μπορεί να καλύπτει περιόδους έως και εννέα ετών. Για να τεθεί σε ισχύ, η προσωρινή συμφωνία θα πρέπει να λάβει και την τελική έγκριση του Συμβουλίου της ΕΕ.



**SME**  
D A I L Y

**Το καθημερινό  
newsletter για  
τη μικρομεσαία  
επιχειρηματικότητα**

Γίνε  
συνδρομητής  
**ΔΩΡΕΑΝ**  
εδώ



ΚΥΚΛΟΦΟΡΕΙ ΔΩΡΕΑΝ  
**ΔΕΥΤΕΡΑ  
- ΠΑΡΑΣΚΕΥΗ**  
ΣΤΙΣ **05:45**

Με την αξιοπιστία της  
**NOTICE**  
CONTENT & SERVICES

• CO-OP

## ΕΠΕΚΤΑΣΗ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΩΝ ΜΕ 18 ΝΕΑ ΚΑΤΑΣΤΗΜΑΤΑ ΚΑΙ ΡΙΖΙΚΕΣ ΑΝΑΚΑΙΝΙΣΕΙΣ ΤΟ 2026

Σχέδια για την ανάπτυξη 18 νέων και ανακαινισμένων καταστημάτων κατά το α' τρίμηνο του 2026, ανακοίνωσε η βρετανική συνεταιριστική αλυσίδα super market, Co-op.

Η επέκταση θα ξεκινήσει με το άνοιγμα ενός νέου καταστήματος στο Willowbrook Park του Didcot (Οξφόρδη) και περιλαμβάνει σημαντικές ανακαινίσεις σε υπάρχοντα καταστήματα, όπως αυτά στο Eastern Green του Coventry και σε ένα κατάστημα του δικτύου franchise στο Ealing του Λονδίνου.

### ΟΙ ΠΥΛΩΝΕΣ ΤΟΥ ΣΧΕΔΙΟΥ

Τα καταστήματα θα λειτουργούν ως κοινοτικά κέντρα, προσφέροντας προϊόντα υψηλής ποιότητας, αξία και πληθώρα υπηρεσιών, όπως αρτοσκευάσματα, προϊόντα Fairtrade και φρέσκα, υγιεινά προϊόντα.

Επιπλέον, θα προσφέρονται και άλλες υπηρεσίες, όπως μηχανήματα καφέ, πληρωμές λογαριασμών και σημεία παραλαβής και επιστροφής δεμάτων.

Η Co-op συνεχίζει να επεκτείνει την παρο-



Shirine Khoury-Haq, CEO, Co-operative Group

σία της στο ηλεκτρονικό εμπόριο τροφίμων, με παραγγελίες που συλλέγονται από τοπικά καταστήματα. Η υπηρεσία αυτή καλύπτει πλέον περίπου το 86% του πληθυσμού του Ηνωμένου Βασιλείου μέσω του δικού της ηλεκτρονικού καταστήματος και συνεργατών, όπως οι Just Eat, Deliveroo και Uber Eats.



### ΝΕΑ ΣΕΙΡΑ ΦΑΓΗΤΟΥ

Τον Ιανουάριο, η Co-op παρουσίασε τη νέα σειρά "Served Taste of Asia", που περιλαμβάνει κύριο πιάτο και δύο συνοδευτικά για δύο άτομα.

Επιπλέον, για πρώτη φορά σε βρετανικό κατάστημα convenience, παρουσίασε γεύματα ιδιωτικής ετικέτας GLP-1-friendly, στο πλαίσιο της υγιεινής σειράς Good Fuel.

Ο συνεταιρισμός επιβεβαίωσε επίσης τη δέσμευσή του για την υποστήριξη της βρετανικής γεωργίας, με το 100% των φρέσκων και κατεψυγμένων κρεάτων να προέρχονται από το Ηνωμένο Βασίλειο.

## • Debrief •

### ΕΘΝΙΚΗ ΑΝΑΓΚΗ ΓΙΑ ΕΘΝΙΚΗ ΣΥΝΕΝΝΟΗΣΗ

Επίσημη πρώτη χθες στην Βουλή για τη συζήτηση σχετικά με το νέο Λύκειο και το Εθνικό Απολυτήριο. Είναι γνωστό ότι η λέξη συνεννόηση στο ελληνικό πολιτικό σκηνικό είναι σαν τον... Λευκό Ρινόκερο. Σπανίζει. Στην περίπτωση, όμως, που εξετάζουμε σήμερα όλοι πρέπει να βάλουν νερό στο κρασί τους και να συνεννοηθούν. Γιατί; Πολύ απλά επειδή πρόκειται για εθνικό ζήτημα.

Αυτή τη στιγμή βρισκόμαστε ενώπιον μιας σκληρής πραγματικότητας.

Πρώτον. Τα παιδιά δεν γουστάρουν - για να το πω όπως μου το λένε - το Λύκειο. Όλα τους φταίνε: τα βιβλία, ο τρόπος μαθήματος και εξετάσεων, οι Πανελλαδικές, όλα. Δεν ξέρω αν έχουν δίκιο, ξέρω, όμως, ότι πολλά παιδιά βλέπουν το Λύκειο ως μια ανηφορική οδό άγχους και πίεσης, με τελικό προορισμό... το απόλυτο άγχος και πίεση, δηλαδή τις εξετάσεις εισαγωγής στα ΑΕΙ.

Δεύτερον. Αν λάβουμε υπόψη μας τα κατά καιρούς αποτελέσματα των εκθέσεων PISA, φαίνεται ότι σε κρίσιμους τομείς οι Έλληνες μαθητές υστερούν. Απαραίτητη διευκρίνιση:

οι συγκεκριμένες εκθέσεις αφορούν μικρότερες τάξεις, αλλά δεν μπορώ να φανταστώ ότι κάτι αλλάζει δραματικά στο Λύκειο.

Τρίτον. Το πεδίο των απαιτούμενων γνώσεων έχει αλλάξει σε ασύλληπτο βαθμό. Όταν ήμουν στο Λύκειο, συναντούσαμε τον όρο Τεχνητή Νοημοσύνη σε καμιά ταινία επιστημονικής φαντασίας, και αν. Δεν υπήρχε κάπου γύρω μας. Ούτε καν στον ορίζοντα. Τώρα βρίσκεται παντού. Την ίδια στιγμή, όμως, ένα από τα σημαντικότερα βιβλία που έχω διαβάσει είναι η Ιστορία του Θουκυδίδη. Βιβλίο το οποίο θεωρώ ακρογωνιαίο λίθο για την καλλιέργεια ολοκληρωμένης σκέψης. Τι κάνουμε λοιπόν; Πώς χωράς στις ίδιες εκπαιδευτικές ώρες και την Τεχνητή Νοημοσύνη και τους Κλασσικούς; Πώς ισορροπείς ανάμεσα σε δύο εξίσου μεγάλες αναγκαιότητες;

Τέταρτον. Τα ελληνόπουλα δεν βρίσκονται πια σε πλεονεκτική θέση. Όπως άλλωστε και όλα τα παιδιά στον Δυτικό κόσμο. Ως εργαζόμενοι αύριο θα κληθούν να αναμετρηθούν με παιδιά από αναπτυσσόμενες χώ-

ρες που κάνουν άλματα, προκειμένου να βρουν και αυτές μια θέση στον ήλιο της ευημερίας.

Πέμπτον. Το σχολείο μπορεί να μην είναι το Ω, αλλά σίγουρα είναι ένα από τα Α στην εξέλιξη του ανθρώπου. Δεν λέω ότι ο καλός μαθητής και ο πτυχιούχος θα γίνει de facto επιτυχημένος επιχειρηματίας, εργαζόμενος και καλός άνθρωπος, αλλά το σχολείο είναι θεμέλιο, είναι βάση για τη ζωή. Μ' αυτά και μ' αυτά λοιπόν, ο Εθνικός Διάλογος (όπως χαρακτηρίζεται) σχετικά με το νέο Λύκειο και το Εθνικό Απολυτήριο είναι αναγκαίος. Περισσότερο αναγκαίο, όμως, είναι οι πολιτικές δυνάμεις να συνεννοηθούν στοιχειωδώς σε αυτό το πεδίο, να ακούσουν τί έχουν να τους πουν οι ειδικοί και να χαράξουν πολιτικές που θα απαντάνε στις προκλήσεις που θα κληθούν να αντιμετωπίσουν τα παιδιά μας του χρόνου, σε δέκα και σε είκοσι χρόνια...

Γιάννης Παλιούρης  
[giannis@notice.gr](mailto:giannis@notice.gr)

• CANDIA NUTS

## Η ΔΙΨΗΦΙΑ ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΤΟ 2025, Η ΣΥΝΕΡΓΑΣΙΑ ΜΕ ΤΗΝ LIDL ΕΛΛΑΣ ΚΑΙ ΟΙ ΣΚΕΨΕΙΣ ΓΙΑ ΙΝΔΙΑ

Με διψήφια αύξηση έκλεισε το 2025 για την Candia Nuts, που στοχεύει σε περαιτέρω ενίσχυση της παραγωγικής δυναμικής με νέες επενδύσεις στο Βιομηχανικό Πάρκο στις Μαλάδες Ηρακλείου.

Με εξαγωγές σε πάνω από 30 αγορές, σταθερή συνεργασία με την Lidl Ελλάς τον τομέα του private label στην κατηγορία των καραμελωμένων ξηρών καρπών, και κάλυ-

ψη των συνεργασιών στην εγχώρια αγορά, το προσεχές διάστημα προγραμματίζονται επενδύσεις επέκτασης μεγάλης κλίμακας στο εργοστάσιό της. Σχεδόν θα γίνει ένα νέο εργοστάσιο, που προβλέπεται να διπλασιάσει το capacity, όπως αναφέρει στέλεχός της στο Fnb Daily.

### ΝΕΕΣ ΓΕΥΣΕΙΣ ΣΤΟΥΣ ΚΑΡΑΜΕΛΩΜΕΝΟΥΣ

Το εύρος των προϊónτικων κατηγοριών παραμένει σταθερό, ωστόσο υπάρχουν νέες προσθήκες στην υπάρχουσα γκάμα. Στην κατηγορία των καραμελωμένων ξηρών καρπών, η εταιρεία παρουσιάζει νέες γεύσεις, όπως τζίντζερ και αμύγδαλο, ενώ έχει ήδη αναπτύξει προϊόντα όπως φιστίκι με αλμυρή καραμέλα και πιπέρι. Τα συγκεκριμένα προϊόντα αναμένεται να είναι διαθέσιμα στην ελληνική αγορά εντός του β' τριμήνου.

### ΒΑΣΙΚΕΣ ΑΓΟΡΕΣ ΕΥΡΩΠΗ & ΑΜΕΡΙΚΗ

Βασικές αγορές εξαγωγών είναι η Ευρώπη και η Αμερική, με την εταιρεία να σχεδιάζει σταθεροποίηση και περαιτέρω ανάπτυξη και στις δύο αγορές, αν και στην Αμερική παρατηρείται επιβράδυνση του αγοραστικού ενδιαφέροντος λόγω των δασμών, που έχουν καταστήσει τις εταιρείες επιφυλακτικές ως προς την σύναψη νέων εμπορικών συμφωνιών.

### ΕΥΚΑΙΡΙΕΣ ΣΕ ΙΝΔΙΑ

Ιδιαίτερο ενδιαφέρον παρουσιάζει η Ινδία για συγκεκριμένες κατηγορίες προϊόντων, λόγω απουσίας δασμών, με την εταιρεία να προσανατολίζεται σε διερευνητικές κινήσεις προς αυτή την κατεύθυνση.

Στέλλα Αυγουστάκη  
[stella@notice.gr](mailto:stella@notice.gr)



Δράκος  
Μαραγκάκης,  
Πρόεδρος ΔΣ,  
Candia Nuts

## Business Maker

### ΟΛΟΙ ΣΤΟΝ ΧΟΡΟ ΤΩΝ ΕΞΑΓΟΡΩΝ ΣΤΑ ΤΡΟΦΙΜΑ, ΟΧΙ ΜΟΝΟ ΤΑ FUNDS

Με τα αυτιά τους ανοιχτά σε νέες εξαγορές βρίσκονται και κορυφαίες ελληνικές βιομηχανίες τροφίμων. Παράλληλα με την προώθηση των επενδυτικών τους σχεδίων, αρκετοί παραδοσιακοί παίκτες του κλάδου παρακολουθούν την αγορά και περιμένουν την κατάλληλη στιγμή για να χτυπήσουν. "Δεν είναι μόνο τα funds, τα οποία ενδιαφέρονται για επιθετικές ενέργειες", επισημαίνει στη στήλη κορυφαία τραπεζική πηγή, τονίζοντας πως μπορεί οι αξίες των assets να έχουν ανέβει σημαντικά τα

δυο τελευταία χρόνια, ωστόσο, υπάρχουν ακόμη περιθώρια για σημαντικά deals. Ενδεικτικές είναι οι περιπτώσεις της Melissa Κίκιζας και των Μύλων Λούλη, οι οποίοι, την ίδια στιγμή με την αναβάθμιση των παραγωγικών τους υποδομών, δηλώνουν έτοιμοι να αξιοποιήσουν τις ευκαιρίες που θα παρουσιαστούν. "Δεν αποκλείουμε το ενδεχόμενο εξαγορών", υπογραμμίζουν χαρακτηριστικά σε συνομιλητές τους. Κανείς από αυτούς, ωστόσο, δεν πρόκειται να κάνει μια εξαγορά για την εξαγορά. Και να

πληρώσει ένα υπέρογο τίμημα. Έχουν, άλλωστε, εμπειρία από εξαγορές και δεν περιμένουν τώρα για να πάρουν το βάπτισμα του πυρός. Οι συζητήσεις γίνονται με όρους βιωσιμότητας. Τί σγκώνει ο ισολογισμός; Τί αντέχει το management; Και, κυρίως, τί αντέχει η επόμενη μέρα. Γιατί οι εξαγορές δεν είναι σπριντ. Είναι μααραθώνιος. Τα τηλέφωνα δεν έχουν σταματήσει να χτυπούν. Χωρίς απαραίτητα κάποια άμεση κίνηση, αλλά οι... φάκελοι είναι στο τραπέζι και εξετάζονται εξονυχιστικά.

### ΕΚΤΟΣ ΧΡΟΝΟΣ... ΑΝΤΙΔΙΚΙΑΣ ΜΕ ΕΞΩΔΙΚΑ ΚΑΙ ΜΗΝΥΣΕΙΣ

Στον έκτο χρόνο εισέρχεται το μέτωπο, που έχει ανοίξει ο πρώην μεγαλομέτοχος της Creta Farms, Τάκης Δομαζάκης, με τους νέους ιδιοκτήτες της κρητικής αλλαντοβιομηχανίας. Σύμφωνα με πληροφορίες, ο κ. Δομαζάκης εξακολουθεί να στέλνει διάφορα εξώδικα και μηνύσεις στην εταιρεία, με επίκεντρο τη διαδικασία αλλαγής ιδιοκτησιακού καθεστώτος, προκειμένου να αποφευχθεί η κατάρρευσή της. "Συνε-

χίζεται ο κυκεώνας", σημειώνουν χαρακτηριστικά στη στήλη πηγές κοντά στη διοίκηση Βιτζηλαίου και επισημαίνουν πως αδυνατούν να αντιληφθούν γιατί συνεχίζεται αυτή η αντιδικία. Τη στιγμή, που και ο πρώην μεγαλομέτοχος είχε δώσει τη συγκατάθεσή του. Οι ίδιες πηγές προσθέτουν πως "υπήρξε standstill agreement, και στη διαγωνιστική διαδικασία εμφανίστηκαν επενδυτές, παρ'

όλα αυτά, συνεχίζει να μιλά για έλλειψη διαφάνειας". Ξεκαθαρίζουν πως "όλα έγιναν θεσμικά" και δηλώνουν πως δεν ανησυχούν καθόλου. Απλά, όπως λένε, εξακολουθούν να πληρώνουν δικηγόρους και να υποχρεώνουν ένα ολόκληρο τμήμα στην εταιρεία (το νομικό) να απαντάει διαρκώς σε εξώδικα και μηνύσεις, χάνοντας πολύτιμο χρόνο. Και χρήμα...

## Business Insight

### ALUMIL: ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΜΕ ΕΠΕΚΤΑΣΗ ΠΡΟΣ ΤΑ ΑΝΑΤΟΛΙΚΑ

Με την ανακοίνωση της συμφωνίας **EE- Ινδίας**, η προσοχή διορατικών επενδυτών-αναλυτών στράφηκε προς εταιρείες που είτε έχουν παρουσία, είτε σχεδιάζουν να αποκτήσουν, στην πολυπληθέστερη χώρα του πλανήτη. Συγκεκριμένες οι περιπτώσεις γνωστών ελληνικών επιχειρήσεων που συμπεριλαμβάνονται σε αυτή την κατηγορία, **με τις πιο σημαντικές να αφορούν την Eurobank, τον όμιλο Titan Cement, την Aegean** που προγραμματίζει απ' ευθείας πτήσεις προς Δελχί-Μουμπάϊ, **αλλά και πιο μεσαίου μεγέθους, με κυριότερο πρεσβευτή την Alumil.** Επίσης και μικρότερες, λ.χ. από τον κλάδο της εστίασης Coffee Island, κ.ά. Για το άνοιγμα της συγκεκριμένης αγοράς έχουν γίνει αρκετές προσπάθειες, κατά γενική εκτίμηση όμως οι βάσεις τέθηκαν με την αποστολή 70 ελληνικών επιχειρήσεων- υπό του υφυπουργείου για την Οικονομική Διπλωματία και Εξωστρέφεια (Κώστας Φραγκογιάννης) και του Enterprice Greece (Μάιρα Μυρογιάννη) τέλη Φεβρουαρίου 2024. **Σήμερα, δύο χρόνια μετά η ελληνική επιχειρηματικότητα έχει αναπτυχθεί όσον αφορά συγκεκριμένες εταιρείες,** αλλά υπολείπεται αισθητά από το να θεωρηθεί ότι έχει αποκτήσει ευρύτερη πρόσβαση (\*). Από τις χαρακτηριστικές, όσο και ενδεικτικές περιπτώσεις η Alumil, με το Business Insight να αναφέρεται ειδικά στη συγκεκριμένη λόγω των σημαντικών **προσυμφωνημένων εντολών που πραγματοποιήθηκαν στη**

**χθεσινή συνεδρίαση.** Συγκεκριμένα, στο διάστημα 11.02'-11.06' πέρασαν **τέσσερα πακέτα για συνολικά 210 χιλ. μτχ., όλα στην τιμή των €6 (\*\*).** Σύμφωνα με χρηματιστηριακές πηγές οι εντολές έγιναν **μέσω χρηματιστηριακής με διεθνές πελατολόγιο, για λογαριασμό διαχειριστή ξένου fund.** Θα μπορούσε να θεωρηθεί ως μία κατ' αρχήν διερευνητική τοποθέτηση που έγινε βάσει ακριβώς του προσανατολισμού της εισηγμένης. Γνωστό στην κοινότητα πως ο **Γιώργος Μυλωνάς εδώ και δέκα χρόνια έχει παρουσία στη συγκεκριμένη αγορά,** και μάλιστα με ρυθμό σταθερής μεγέθυνσης. Έγινε δε ευρύτερα γνωστή την περίοδο 2020-2023, αναλαμβάνοντας **δύο μεγάλα οικιστικά έργα, το εμβληματικό "Jayabheri The Peak" στο Hyderabad και το project για 25.000 διαμερίσματα οικιστικής χρήσης σε συγκροτήματα πύργων στο Mumbai.** Ο λόγος για τεράστια συγκροτήματα, ενδεικτικά τόσο των δυνατοτήτων της εταιρείας - όσο των... χασοκών προοπτικών που διανοίγονται στην ινδική αγορά. Ποιο ήταν, τότε, από τα συγκριτικά πλεονεκτήματα της Alumil (που της εξασφάλισε το συμβόλαιο...); **Το πράσινο αλουμίνιο,** με πολύ μικρότερο ανθρακικό αποτύπωμα. Η Alumil είναι η πρώτη εταιρεία στην Ελλάδα, και **μία από τις ελάχιστες παγκοσμίως, που έχει λάβει την πιστοποίηση "OK Recycled" της TÜV AUSTRIA** για την παραγωγή πρώτης ύλης από 60% ανακυκλωμένο αλουμίνιο που χρησιμοποιείται σε όλα τα προφίλ των αρχιτεκτονικών συστημάτων της.

Η ανάπτυξη συνεχίστηκε, και από δύο πολιτείες επεκτάθηκε σε διψήφιο αριθμό καλύπτοντας ευρεία έκταση της επικράτειας. Μάλιστα Σεπτέμβριο 2025 ενίσχυσε την στρατηγική παρουσία **εγκαινιάζοντας νέα γραφεία στο Navi Mumbai.** Πλέον ο **όμιλος αναπτύσσει περί τα 100 έργα μεγάλης κλίμακας σε διάφορες αγορές, ορισμένα από τα οποία στην αγορά της Ινδίας.** Για μερίδα αναλυτών η ινδική αγορά είναι κομβική, καθώς η παρουσία της είναι ώριμη και το brand από τα καθιερωμένα, ικανή να συμβάλλει σημαντικά στα οικονομικά αποτελέσματα του 2026. Θυμίζοντας πως **για το 2025 υπολογίζεται τζίρος μεγαλύτερος του μισού δισ. (για €520 εκατ. εκτιμούν οι αναλυτές).** Ενδιαφέρουσα λεπτομέρεια, ο ορισμός (23/9/2025) ως δεύτερου ειδικού διαπραγματευτή (της μετοχής) την Eurobank Equities, θυμίζοντας ότι ο όμιλος Eurobank έχει - από το εγχώριο banking - την πιο συγκροτημένη παρουσία στην Ινδία. (\*) για τις 18 του τρέχοντος η προγραμματισμένη επίσκεψη του Κυριάκου Μητσοτάκη στην Ινδία (στο Δελχί η συνάντηση με τον Ναρέντρα Μόντι) ενώ μόλις την προηγούμενη εβδομάδα σειρά επαφών είχε ο Νίκος Δένδιας. (\*\*) ενδεικτικό το γεγονός πως με τη χθεσινή άνοδο της τιμής της μετοχής, η χρηματιστηριακή αξία του ομίλου Alumil, ξεπέρασε τα (μόλις) €200 εκατ. (στα €202,9 εκατ.), πολυετές υψηλό.

**BNB**  
**DAILY**

BUSINESS IN BRIEF

ΚΑΘΕ ΠΡΩΙ  
ΣΤΟ EMAIL ΣΑΣ!

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

ΜΑΖΙ ΜΕ ΤΟ BNB DAILY:

BnBeauty

Γίνε  
συνδρομητής  
εδώ



**SECRETRECIPE**

**Στροφή 180 μοιρών**

Σε στροφή 180 μοιρών υποχρεώθηκε επιχειρηματίας στο Horeca, σε ό,τι αφορά το business plan του σχετικά με το κοινό-στόχο. Ο λόγος είναι πως ο manager, στον οποίο είχε αναθέσει την εκπόνηση του πλάνου, είχε επιλέξει την προσέγγιση upper κοινού, με το αντίστοιχο food cost. Όμως, δεν έλαβε υπόψη τα δημογραφικά των περιοχών και την προϊστορία του brand. Έτσι, το project έχει πάει άπατο μέχρι σήμερα, και ο επιχειρηματίας, που έστειλε σπίτι του το στέλεχος, άλλαξε ρότα, επιλέγοντας την παλαιότερη δοκιμασμένη συνταγή...

**Editorial**

**Τα μετρημένα ψωμιά των αρτοποιιών**

Το αγαπημένο μου hobby στην εφηβεία ήταν να αγοράζω δίσκους και να ακούω μουσική, στην αρχή βινύλια και μετά cd, το οποίο οδήγησε στην ενασχόλησή μου με αυτό, που ονομάζουμε DJ. Έτσι, λοιπόν, είχα ανάγκη να αγοράζω πολλούς δίσκους, τα λεγόμενα maxi single, με αποτέλεσμα να επισκέπτομαι συχνά ουκ ολίγα δισκοπωλεία. Ήταν η περίοδος, που είχε αρχίσει να αναπτύσσεται πολύ έντονα το Metropolis και στη συνέχεια το Virgin, τα οποία πουλούσαν αρκετά φθηνότερα από τα μικρότερα, συνοικιακά δισκάδικα. Με εξαίρεση λοιπόν το Ρεφραίν του Χρήστου Γιαμπίλη, στη Σταά Φέξη, στην Ομόνοια, το οποίο εξειδικεύταν σε maxi single tailor made για DJs, αγόραζα τους υπόλοιπους δίσκους μου από το Music Planet, που μεσουρανούσε για πολλά χρόνια στην Λεωφόρο Βουλιαγμένης, στην Δάφνη. Κάποια στιγμή, ο ανταγωνισμός των μεγάλων οδήγησε τον ιδιοκτήτη του, Χρήστο Σκορίνη, να μεταφέρει το κατάστημα σε μία κάθετη οδό της λεωφόρου. Μία μέρα, συζητώντας μαζί του, άρχισε να μου λέει για τον άνισο ανταγωνισμό με τους μεγάλους, "καθώς οι δισκογραφικές πουλάνε σε εμάς χονδρική, στις τιμές που οι μεγάλοι μπορούν και πουλάνε λιανική". Τότε λοιπόν του είπα το εξής: "Από την Δάφνη έως την Γλυφάδα είστε επτά δισκοπωλεία. Γιατί δεν κάνετε μια ενιαία εταιρεία, γιατί δεν συγχωνεύεστε, ώστε να φαίνεστε ως μία επιχείρηση, με πολύ μεγαλύτερες πωλήσεις, και άρα να μπορείτε να πετύχετε καλύτερες τιμές από τις δισκογραφικές". Του είπα δηλαδή το αυτονόητο. "Τι είναι αυτά που μου λες;" μου απάντησε. "Δεν γίνονται αυτά τα πράγματα. Διότι αυτό σημαίνει ότι θα έχουμε όλοι μας χαμηλότερο περιθώριο κέρδους". - Ναι, αλλά δεν είναι προτιμότερο αυτό από το να οδηγηθείτε στο λουκέτο; - Δεν γίνονται αυτά τα πράγματα. Η συζήτηση τελείωσε εκεί και, φυσικά, και τα

επτά δισκάδικα έκλεισαν πολύ νωρίτερα από τα μεγάλα, και όχι λόγω ψηφιοποίησης της μουσικής. Γιατί το θυμήθηκα αυτό; Διότι διάβασα την ανακοίνωση των αρτοποιιών, η οποία απλά καταγράφει ότι έχουν κλείσει πολλές επιχειρήσεις του κλάδου, επειδή, όπως λένε, δεν μπορούν να αντιμετωπίσουν τα αυξημένα κόστη λειτουργίας τους, αλλά και γιατί, όπως λένε, τα νέα δεδομένα με την ψηφιακή κάρτα εργασίας και την διασύνδεση POS-ταμειακών τους οδηγούν σε αυξημένα λειτουργικά. Για το δεύτερο, καταλαβαίνω ότι πολύ εξ αυτών ζορίζονται, δεδομένου ότι είχαν κάνει ένα business plan, στηριζόμενο στη μαύρη εργασία και στην απόκρυψη εσόδων. Και, τώρα, φυσικά τα βρίσκουν μπαστούνια. Για το πρώτο, η απάντηση είναι ίδια με την περίπτωση των δισκοπωλείων: Η ισχύς εν τη ενώσει. Άλλος τρόπος δεν υπάρχει. Και επειδή, όπως καταλαβαίνω από τη σχετική ανακοίνωση, δυσκολεύονται να το αντιληφθούν και να το αποδεχθούν θα έλεγα, προβλέπω τα λουκέτα να συνεχιστούν. Διότι η δημιουργία αλυσίδων, εκτός από την καλύτερη διαχείριση του κόστους, δημιουργεί και προϋποθέσεις για καλύτερο branding και καλύτερη επικοινωνία και διαφήμιση των usp τους. Άρα, στρώνει το χάλι για να αντέξουν στο άκρω ανταγωνιστικό περιβάλλον και να διεκδικήσουν κομμάτι από το μερίδιο, που έχουν χάσει από τα super market και τις μεγάλες αλυσίδες. Φαίνεται, όμως, δυστυχώς, πως όλοι θέλουν να συνεχίσουν να λειτουργούν με όρους παλαιότερων δεκαετιών, διατηρώντας την υψηλή κερδοφορία, η οποία βέβαια προέκυπτε από τις στρεβλώσεις - για να το πω ευγενικά - στη λειτουργία τους και από ένα περιβάλλον πολύ λιγότερο ανταγωνιστικό. Τόσο απλά.

Νεκτάριος Β. Νώτης  
nectarios@notice.gr

**SÖ POSH!**

the trendletter

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

**Κάθε Σάββατο  
στις 9.30**

ΤΟ ΕΒΔΟΜΑΔΙΑΙΟ NEWSLETTER

ΓΙΝΕ ΣΥΝΔΡΟΜΗΤΗΣ ΕΔΩ