

Δώρο ο ΦΠΑ*

στα βασικά σου είδη

* Η προωθητική ενέργεια αφορά σε εμπορική έκπτωση, ισόποση με τον αναλογούντα ΦΠΑ ανά κατηγορία προϊόντος



Για όλο τον **Σεπτέμβριο**
μειώνουμε τις τιμές
σε **70+ προϊόντα**
βασικής ανάγκης.



Γιατί αξίζει.

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

ΠΕΜΠΤΗ 17 ΣΕΠΤΕΜΒΡΙΟΥ 2026
ΤΕΥΧΟΣ 2393



• MARS HELLAS

Γιατί υποχώρησε η κερδοφορία πέρυσι παρά το +5% στις πωλήσεις - Έτρεχε με 8,5% η Royal Canin στο πεντάμηνο



• UNILEVER – McCORMICK

Δύο νέες εταιρείες στην Ελλάδα για το νέο σχήμα τροφίμων - Υπό νέα δομή Knorr, Hellmann's & Food Solutions



• ΗΠΕΙΡΩΤΙΚΗ ΒΙΟΜΗΧΑΝΙΑ ΕΜΦΙΑΛΩΣΕΩΝ

Επενδύει €77 εκατ. στην Ήπειρο για νέο εργοστάσιο ανακύκλωσης πλαστικού



• MINEPBA

Οι χαμηλότερες τιμές στο ελαιόλαδο έριξαν τον περυσινό τζίρο – Στο 11% το περιθώριο EBITDA

Editorial

Τί συμβαίνει τελικά με το πετρέλαιο

Debrief

The American way

Business Maker

- Πού ψάχνει το επόμενο... deal ο Κρητικός μετά τον Μασούτη
- Ο κίνδυνος που απειλεί το μεγάλο πλεονέκτημα του delivery

SecretRecipe

Άλλο επίπεδο...

Business Insight

Ποιος αγοράζει μετοχές ΟΛΠ και γιατί - Πού στοχεύουν οι Han Chao και Su Xudong

20

Χρόνια η
διαδρομή που
μας ενώνει.



Το φυσικό μεταλλικό νερό **BIKOS**
σταθερά δίπλα στο **Ioannina Lake Run**.

ILR²⁰

• MARS HELLAS

ΓΙΑΤΙ ΥΠΟΧΩΡΗΣΕ Η ΚΕΡΔΟΦΟΡΙΑ ΠΕΡΥΣΙ ΠΑΡΑ ΤΟ +5% ΣΤΙΣ ΠΩΛΗΣΕΙΣ - ΕΤΡΕΧΕ ΜΕ 8,5% Η ROYAL CANIN ΣΤΟ ΠΕΝΤΑΜΗΝΟ

Στη διατήρηση της αναπτυξιακής πορείας στοχεύει για τη φετινή χρονιά η διοίκηση της Mars Hellas, επιδιώκοντας τη σταδιακή ανάπτυξη και σταθεροποίηση των περιθωρίων κερδοφορίας της.

Η στρατηγική αυτή θα βασιστεί, όπως αναφέρεται στις χρηματοοικονομικές καταστάσεις:

- στη βελτιστοποίηση του λειτουργικού της μοντέλου
- στην περαιτέρω ενδυνάμωση του προϋπολογισμού της χαρτοφυλακίου με έμφαση στην καινοτομία
- στην αποτελεσματικότερη διαχείριση του κόστους της εφοδιαστικής αλυσίδας

Η ΕΙΚΟΝΑ ΤΟΥ 2025

Η Mars Hellas παρέμεινε και το 2025 σε τροχιά ανάπτυξης, αυξάνοντας τις πωλήσεις της κατά 5%, στα €64,4 εκατ., ενώ ανοδικά κινήθηκαν όλες οι κατηγορίες προϊόντων της.

Πωλήσεις ανά κατηγορία (σε €χιλ.)

<u>Σοκολάτα</u>
2025: 21.308
2024: 20.485
2023: 18.967
<u>Ζωοτροφές</u>
2025: 25.955
2024: 24.725
2023: 23.709
<u>Τσίχλα</u>
2025: 10.102
2024: 9.359
2023: 7.336
<u>Τροφές</u>
2025: 7.025
2024: 6.740
2023: 6.310

ΠΟΥ ΑΠΟΔΙΔΕΤΑΙ Η ΠΤΩΣΗ ΤΗΣ ΚΕΡΔΟΦΟΡΙΑΣ

Ωστόσο το μικτό αποτέλεσμα της εμφάνισε μείωση κατά 12%, στα επίπεδα των €23,18 εκατ., εξέλιξη η οποία σύμφωνα με τη διοίκηση αποτυπώνει την έντονη πίεση από την άνοδο του κόστους παραγωγής και των πρώτων υλών, με κυριότερη αυτή της κατηγορίας της σοκολάτας.

Όπως αναφέρεται στις χρηματοοικονομικές καταστάσεις, "η μεταβολή αυτή αντανάκλασε τη στρατηγική απόφαση της εταιρείας να απορροφήσει σημαντικό μέρος των πληθωριστικών πιέσεων της εφοδιαστικής αλυσίδας,

προστατεύοντας την αγοραστική δύναμη των καταναλωτών και διασφαλίζοντας τη μακροπρόθεσμη ανταγωνιστικότητα των προϊόντων της στην εγχώρια αγορά".

Αξίζει να αναφερθεί ότι ενώ οι πωλήσεις αυξήθηκαν σε ετήσια βάση κατά περίπου €3 εκατ., το κόστος πωλήσεων και τα έξοδα διοίκησης και διάθεσης ήταν περισσότερα κατά €6 εκατ., στα €59,82 εκατ.

DATA (σε €χιλ.)

<u>Κόστος πωλήσεων</u>
2025: 41.213
2024: 34.974
<u>Έξοδα διοίκησης</u>
2025: 4.145
2024: 4.361
<u>Έξοδα διάθεσης</u>
2025: 14.466
2024: 14.484

Όλα τα παραπάνω αποτυπώθηκαν και στην τελική γραμμή του ισολογισμού όπου τα προφύρων κέρδη υποχώρησαν κατά 22,2% και η καθαρή κερδοφορία κατά 11,8%.

DATA 2021-2025 (σε €χιλ.)

<u>Τζίρος</u>	<u>Κέρδη προ φόρων</u>
2025: 64.390	2025: 7.224
2024: 61.309	2024: 9.281
2023: 56.318	2023: 7.326
2022: 50.181	2022: 5.508
2021: 43.524	2021: 6.188
<u>Μικτό αποτέλεσμα</u>	<u>Καθαρά κέρδη</u>
2025: 23.177	2025: 5.586
2024: 26.335	2024: 6.334
2023: 23.959	2023: 3.377
2022: 19.725	2022: 4.221
2021: 19.561	2021: 4.611

ROYAL CANIN

Σε ό,τι αφορά την κατηγορία των τροφών ζώων συντροφιάς, σημειώνεται ότι η Royal Canin Hellas, θυγατρική του ομίλου Mars, εμφάνισε ανάπτυξη κατά 6,5%, ενώ η καθαρή κερδοφορία διαμορφώθηκε στο +33%. Αναφορικά με τη φετινή πορεία της, διατηρείται αισιοδοξία για συνέχιση της ανοδικής πορείας, καθώς στο α' πεντάμηνο του 2026 κατέγραψε ανάπτυξη 8,48%.



Αλκης Γέραλης, Πρόεδρος & CEO, Mars Hellas

DATA Royal Canin Hellas (σε € χιλ.)

<u>Πωλήσεις</u>	<u>Κέρδη προ φόρων</u>
2025: 23.220	2025: 5.228
2024: 21.803	2024: 3.975
2023: 20.685	2023: 3.495
2022: 19.189	2022: 4.332
<u>Μικτό αποτέλεσμα</u>	<u>Καθαρά κέρδη</u>
2025: 14.135	2025: 4.004
2024: 12.676	2024: 3.010
2023: 11.879	2023: 2.676
2022: 11.387	2022: 3.391

ΠΡΟΦΙΛ

Η Mars Hellas, με περισσότερα από 40 χρόνια παρουσίας στην ελληνική αγορά, διαθέτει brands όπως:

- τις σοκολάτες M&M's, Mars, Snickers, Twix, Maltesers, MilkyWay και Bounty
- τις τσίχλες Orbit, Wringley και 5
- τις μασώμενες καραμέλες Skittles
- τα snacks Pringles, Cheez-It
- τα δημητριακά πρωινού Kellogg's
- το ρύζι και τις σάλτσες Ben's Original
- τις τροφές κατοικίδιων Royal Canin, Pedigree, Whiskas, Sheba, Cesar, Perfect Fit, Kitekat και Catisfactions

Μάκης Αποστόλου
makis@notice.gr

• ΑΧΑΪΚΟ ΕΝΤΕΛΒΑΪΣ

ΠΑΕΙ ΓΙΑ ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΑΝΩ ΤΟΥ 15% ΤΟ 2026 - ΔΙΕΥΡΥΝΕ ΤΟ ΔΙΚΤΥΟ ΤΩΝ ΠΕΛΑΤΩΝ ΤΗΣ

Θετικό πρόσημο σε μια σεζόν που ξεκίνησε μάλλον υποτονικά αλλά ανέβασε ταχύτητες στην πορεία, βάζει η διοίκηση της Αχαϊκό Εντελβαΐς, προσβλέποντας μάλιστα σε υψηλότερους ρυθμούς ανάπτυξης από την περυσινή, αρκετά ικανοποιητική χρονιά.

"Εκτιμώ ότι θα κλείσουμε το 2026 με αύξηση της τάξης του 15%, ενδεχομένως και υψηλότερα στις πωλήσεις μας", δηλώνει στο Fnb Daily ο Γιάννης Μιχαλόπουλος, ιδιοκτήτης της εταιρείας που δραστηριοποιείται στο παγωτό αλλά και στα μπισκότα και στα προϊόντα ζύμης.



Γιάννης Μιχαλόπουλος, ιδιοκτήτης Αχαϊκό Εντελβαΐς

ΑΥΞΗΣΗ ΠΑΡΑΓΩΓΙΚΟΤΗΤΑΣ

Ο ίδιος προσθέτει ότι περαιτέρω βελτίωση αναμένει και στην κερδοφορία αφενός λόγω της αποκλιμάκωσης της τιμής της σοκολάτας, αφετέρου λόγω των επενδύσεων που έχουν πραγματοποιηθεί στην αυτοματοποίηση και στην αύξηση της παραγωγικότητας και οι οποίες φαίνεται ότι... πιάνουν τόπο, αντισταθμίζοντας τις αυξήσεις στο ενεργειακό και, γενικότερα, στα κόστη παραγωγής.

DATA (σε €χιλ.)

Κύκλος Εργασιών

2025: 11.462
2024: 10.244
2023: 8.685
2022: 7.205

EBITDA

2025: 1.028
2024: 879
2023: 1.085
2022: 1.215

Κέρδη προ φόρων

2025: 699
2024: 597
2023: 786
2022: 941

ΕΠΕΚΤΑΣΗ ΠΕΛΑΤΟΛΟΓΙΟΥ

Σε ό,τι αφορά το πελατολόγιο, εξηγεί ότι η εταιρεία κατάφερε φέτος να μπει σε νέα σημεία πώλησης και, παράλληλα, να διεισδύσει περαιτέρω σε γεωγραφικές περιοχές όπου παλαιότερα δεν είχε ιδιαίτερα έντονη παρουσία όπως, για παράδειγμα, η Βόρεια Ελλάδα - έστω κι αν η τελευταία, λόγω κλιματολογικών συνθηκών, χαρακτηρίζεται από σαφώς χαμηλότερα νούμερα κατανάλωσης.

Οι ασυνήθιστα χαμηλές θερμοκρασίες που

επικράτησαν τον φετινό Μάιο προκάλεσαν αρχικά προβληματισμό ωστόσο στη συνέχεια η αγορά, όπως υπογραμμίζει, βρήκε σταδιακά τον βηματισμό της. Παρά τις καλές επιδόσεις της Αχαϊκό Εντελβαΐς πάντως, ο κ. Μιχαλόπουλος εκφράζει την ανησυχία του για το γεγονός ότι οι καταναλωτές "παραμένουν σφιγμένοι, κάτι που προφανώς έχει να κάνει με τη μείωση του διαθέσιμου εισοδήματος".

ΠΡΟΒΛΗΜΑΤΙΣΜΟΣ ΓΙΑ ΕΝΕΡΓΕΙΑ ΚΑΙ ΕΠΙΤΟΚΙΑ

Εξίσου προβληματισμένος δηλώνει και από τις προβλέψεις για "δύσκολο χειμώνα", ένεκα των ανατιμήσεων στα καύσιμα αλλά και των αυξημένων επιτοκίων. "Το ακριβό κόστος λειτουργεί αποτρεπτικά για νέες επενδύσεις", τονίζει, εξηγώντας ότι "στις σκέψεις μας ήταν να κάνουμε νέες επενδύσεις για αύξηση δυναμικότητας, αφού αυτή τη στιγμή δεχόμαστε από τους συνεργάτες μας κρούσεις για περισσότερα προϊόντα στις οποίες όμως δεν μπορούμε να ανταποκριθούμε". Αξίζει να σημειωθεί ότι πέραν την ελληνικής αγοράς, η Αχαϊκό Εντελβαΐς πραγματοποιεί και κάποιες εξαγωγές σε Κύπρο, Γαλλία και Γερμανία.

ΕΠΕΝΔΥΣΗ

Το 2025 η εταιρεία ολοκλήρωσε επένδυση ύψους €2 εκατ. για την κατασκευή ενός νέου εργοστασίου όπου μεταφέρθηκε η παραγωγή των μπισκότων και των προϊόντων ζύμης. Στην έτερη μονάδα παράγεται πλέον αποκλειστικά παγωτό ωστόσο υπάρχουν σχέδια για την αναβάθμιση και επέκτασή της, ιδίως σε ό,τι αφορά στους αποθηκευτικούς χώρους.

Γιάννης Τσατσάκης
yannis@notice.gr

SME
D A I L Y

Το καθημερινό
newsletter για
τη μικρομεσαία
επιχειρηματικότητα

Γίνε
συνδρομητής
ΔΩΡΕΑΝ
εδώ



ΚΥΚΛΟΦΟΡΕΙ ΔΩΡΕΑΝ

ΔΕΥΤΕΡΑ
- ΠΑΡΑΣΚΕΥΗ

ΣΤΙΣ **05:45**

Με την αξιοπιστία της



NOTICE
CONTENT & SERVICES

• ΗΠΕΙΡΩΤΙΚΗ ΒΙΟΜΗΧΑΝΙΑ ΕΜΦΙΑΛΩΣΕΩΝ ΕΠΕΝΔΥΕΙ €77 ΕΚΑΤ. ΣΤΗΝ ΗΠΕΙΡΟ ΓΙΑ ΝΕΟ ΕΡΓΟΣΤΑΣΙΟ ΑΝΑΚΥΚΛΩΣΗΣ ΠΛΑΣΤΙΚΟΥ

Νέα επένδυση για τη δημιουργία εργοστασίου ανακύκλωσης πλαστικού στην Ήπειρο δρομολογεί η Ηπειρωτική Βιομηχανία Εμφιαλώσεων, διευρύνοντας την παραγωγική της δραστηριότητα στην περιοχή.

Η νέα μονάδα, προϋπολογισμού €76,8 εκατ. έρχεται να προστεθεί στις υφιστάμενες παραγωγικές υποδομές της και θα ενισχύσει τη δραστηριότητα στην ανακύκλωση και επαναξιοποίηση πλαστικού.

Επιπλέον στόχος είναι η ενίσχυση της κυκλικής οικονομίας και της βιώσιμης ανάπτυξης στην περιοχή. Από τη λειτουργία της προβλέπεται επίσης η δημιουργία νέων θέσεων εργασίας.

ΟΙ ΕΓΚΑΤΑΣΤΑΣΕΙΣ

Η Ηπειρωτική Βιομηχανία Εμφιαλώσεων

- λειτουργεί τέσσερα εργοστάσια με καθετοποιημένη παραγωγή
- διαθέτει 31 γραμμές παραγωγής, εκ των οποίων
- οι 15 είναι γραμμές εμφιάλωσης νερού και αναψυκτικών και
- οι 18 είναι γραμμές παραγωγής preforms και πωμάτων στην PETCOM Plastics

Επίσης από το Νοέμβριο του 2022, λειτουργούν δύο νέες γραμμές παραγωγής αναψυκτικών (can - γυάλινη φιάλη) στο εργοστάσιο Βίκος Cola στο Καλπάκι Ιωαννίνων.

Η εταιρεία, η οποία δραστηριοποιείται από το



1990 στην αγορά φυσικού μεταλλικού νερού και αναψυκτικών, διαθέτει σήμερα επτά πηγές φυσικού νερού και τέσσερις παραγωγικές μονάδες. Η συνολική παραγωγική δυναμικότητά της ανέρχεται σε 677.200 φιάλες ανά ώρα, ενώ η δραστηριότητά της περιλαμβάνει επίσης την παραγωγή φιαλών και πωμάτων.

ΣΤΑ €131,7 ΕΚΑΤ. Ο ΤΖΙΡΟΣ ΤΟ 2025

Η νέα επένδυση ακολουθεί τη διαμόρφωση του κύκλου εργασιών στα €131,7 εκατ., που κινήθηκε εντός των στόχων που είχε θέσει η εταιρεία για την χρήση του 2025.

Παράλληλα, το ανθρώπινο δυναμικό της εταιρείας αυξήθηκε πέρυσι κατά 4,42%, με τον μέσο αριθμό εργαζομένων να φτάνει τα 613 άτομα.

ΠΙΕΣΗ ΣΤΗΝ ΚΑΤΑΝΑΛΩΣΗ

Σε επίπεδο αγοράς, η κατανάλωση εμφιαλωμένου νερού εμφανίζεται μειωμένη μέσα στο 2026, σύμφωνα με τα όσα αναφέρουν στο Fnb Daily πηγές της Ηπειρωτικής Βιομηχανίας Εμφιαλώσεων. Η υποχώρηση καταγράφηκε και κατά τη θερινή περίοδο, παρά το γε-

γονός ότι οι καιρικές συνθήκες ήταν σταθερές έως και ευνοϊκές για την κατηγορία.

Την ίδια στιγμή, ο ανταγωνισμός έχει ενταθεί, καθώς στην αγορά έχει αυξηθεί ο αριθμός των ετικετών και των διαθέσιμων επιλογών. Όπως εξηγούν οι ίδιες πηγές, οι νεότεροι παίκτες πιέζουν τις τιμές προκειμένου να διεκδικήσουν μερίδια, με αποτέλεσμα οι πωλήσεις να κατανέμονται μεταξύ περισσότερων εμπορικών σημάτων.

Για το σύνολο της χρονιάς εκτιμάται ότι η αγορά θα εμφανίσει οριακή αύξηση, παρά την υποχώρηση που καταγράφεται στην κατανάλωση.

ΣΤΗΝ ΠΡΩΤΗ ΘΕΣΗ ΤΟ ΒΙΚΟΣ

Στο συγκεκριμένο περιβάλλον, το φυσικό μεταλλικό νερό Βίκος διατηρεί, σύμφωνα με τα στοιχεία που επικαλείται η εταιρεία, την πρώτη θέση στην ελληνική αγορά εμφιαλωμένου νερού, την οποία κατέχει από το 2024. Η αναφορά βασίζεται στα στοιχεία της NielsenIQ για την αγορά το 2025.

Στο εμπορικό σκέλος, η Ηπειρωτική Βιομηχανία Εμφιαλώσεων διευρύνει τη διανομή των προϊόντων της, ενώ πραγματοποιεί επενδύσεις σε επικοινωνία και marketing. Το χαρτοφυλάκιο φυσικών νερών συμπληρώνεται από τα Μιτσικέλι και Ίρις.

Στέλλα Αυγουστάκη
stella@notice.gr

• ΕΖΑ ΝΕΟ ΟΚΤΑΜΕΛΕΣ ΔΣ ΜΕ ΠΡΟΕΔΡΟ ΤΟΝ ΤΖΩΡΤΖΗ ΚΑΝΑΚΑΡΗ

Νέα σύνθεση αποκτά το Διοικητικό Συμβούλιο της Ελληνικής Ζυθοποιίας Ατλάντης, σε συνέχεια της συνεδρίασης του ΔΣ στις 12 Αυγούστου 2026 και της Τακτικής Γενικής Συνέλευσης της 7ης Σεπτεμβρίου 2026. Πρόεδρος του νέου οκταμελούς Διοικητικού Συμβουλίου αναλαμβάνει ο Τζώρτζης Κανακάρης, ενώ στη σύνθεση συμμετέχουν στελέχη με εκτελεστικές και μη εκτελεστικές αρμοδιότητες.

ΠΟΙΑ ΕΙΝΑΙ Η ΝΕΑ ΣΥΝΘΕΣΗ

Η νέα σύνθεση του ΔΣ έχει ως εξής:

- Τζώρτζης Κανακάρης – Πρόεδρος ΔΣ
- Νικήτας Ασπιώτης – Διευθύνων Σύμβουλος
- Πέτρος Γιαννακάκος – Οικονομικός Διευθυντής
- Αλέξανδρος Κατσουρίδης – Μη εκτελεστικό μέλος

- Νικόλαος Κούλης – Μη εκτελεστικό μέλος
- Ιωάννης Κаланτζής – Μη εκτελεστικό μέλος
- Αθανάσιος Συριανός – Μη εκτελεστικό μέλος
- Παντελής Οικονόμου – Μη εκτελεστικό μέλος

ΣΤΟ ΕΠΙΚΕΝΤΡΟ Η ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΚΙ ΟΙ ΝΕΕΣ ΣΥΝΕΡΓΑΣΙΕΣ

Σύμφωνα με την εταιρεία, η νέα διοικητική σύνθεση εντάσσεται στον σχεδιασμό για την επόμενη επιχειρησιακή περίοδο της ΕΖΑ, με έμφαση στην ανάπτυξη της δραστηριότητάς της και στην αξιοποίηση νέων επιχειρηματικών ευκαιριών.

Στις προτεραιότητες που αναφέρονται περιλαμβάνονται η διεύρυνση στρατηγικών και εμπορικών συνεργασιών, καθώς και η αξιο-



Τζώρτζης Κανακάρης,
Πρόεδρος
ΔΣ, ΕΖΑ

ποίηση νέων δυνατοτήτων ανάπτυξης για την εταιρεία.

Η ΕΖΑ αναφέρει ότι η νέα διοικητική δομή αποσκοπεί στη διαμόρφωση ενός πλαισίου λήψης επιχειρηματικών αποφάσεων με επίκεντρο τις ανάγκες και τις προοπτικές της εταιρείας, καθώς και τη δημιουργία αξίας για τους μετόχους και τους συνεργάτες της.

• UNILEVER - McCORMICK

ΔΥΟ ΝΕΕΣ ΕΤΑΙΡΕΙΕΣ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ ΓΙΑ ΤΟ ΝΕΟ ΣΧΗΜΑ ΤΡΟΦΙΜΩΝ - ΥΠΟ ΝΕΑ ΔΟΜΗ KNORR, HELLMANN'S & FOOD SOLUTIONS

Τις εταιρικές δομές για τη μετάβαση της δραστηριότητας τροφίμων της Unilever σε ξεχωριστό σχήμα στην Ελλάδα, δημιουργεί η πολυεθνική [μετά τη συμφωνία με την McCormick](#).

Η συμφωνία για τον συνδυασμό της δραστηριότητας Foods της Unilever με τον αμερικανικό όμιλο αποτιμάται συνολικά σε \$44,8 δισ. και προβλέπει τη συνένωση της μονάδας τροφίμων της Unilever με την McCormick, μέσω του σχήματος Reverse Morris Trust, οδηγώντας στη δημιουργία μιας νέας εταιρείας στον κλάδο μπαχαρικών και καρυκευμάτων, με εκτιμώμενο κύκλο εργασιών \$20 δισ.

Η Unilever και οι μέτοχοί της θα διατηρήσουν πλειοψηφικό ποσοστό 65%, διασφαλίζοντας τον στρατηγικό έλεγχο της νέας οντότητας. Η συναλλαγή προβλέπει καταβολή \$15,7 δισ. σε μετρητά.

Με βάση τη συμφωνημένη μετοχική διάρθρωση, οι μέτοχοι της Unilever θα κατέχουν το 55,1% του νέου ομίλου, η ίδια η Unilever επιπλέον 9,9% και οι υφιστάμενοι μέτοχοι της McCormick το 35%. Στο κοινό χαρτοφυλάκιο θα ενταχθούν, μεταξύ άλλων, τα brands

- Knorr
- Hellmann's
- McCormick
- French's
- Frank's RedHot
- Cholula

Η ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΑΓΟΡΑ

Στην ελληνική αγορά έχουν ήδη συσταθεί δύο νέες εταιρείες, η Sandman Greece One Μονοπρόσωπη ΑΕ και η Sandman Greece Two Μονοπρόσωπη ΑΕ, με διακριτό αντικείμενο στο εμπορικό και στο παραγωγικό-εφοδιαστικό σκέλος.

Μοναδικός μέτοχος και των δύο εταιρειών είναι η Lipoma B.V., εταιρεία του ομίλου Unilever με έδρα το Ρότερνταμ, η οποία κατέχει το 100% του μετοχικού τους κεφαλαίου. Οι δύο εταιρείες έχουν κοινή έδρα στην Κηφισιά.

ΟΙ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΕΣ

Η Sandman Greece One επικεντρώνεται στο εμπορικό κομμάτι. Στις δραστηριότητές της περιλαμβάνονται το χονδρικό εμπόριο σαλτσών, μειγμάτων καρυκευμάτων, αρτυμάτων, προϊόντων σιναπιού και μουστάρδας, καθώς και σουπών, ζωμών, μπαχαρικών και άλλων τυποποιημένων ειδών διατροφής.



Γιώργος Τζαβάρας, General Manager Unilever Greece, Cyprus, Balkans & Baltics, Unilever

Διαφορετικό αντικείμενο έχει η Sandman Greece Two, στην οποία περιλαμβάνονται η παραγωγή μουστάρδας, μαγιονέζας και συναφών προϊόντων, η παραγωγή αρτυμάτων και καρυκευμάτων, καθώς και δραστηριότητες αποθήκευσης, διανομής και υπεργολαβικής παραγωγής.

Ο ΣΧΕΔΙΑΣΜΟΣ

Σύμφωνα με τον σχεδιασμό που περιγράφεται για την ελληνική αγορά, στη νέα εταιρική περίμετρο αναμένεται να μεταφερθεί η δραστηριότητα τροφίμων που σήμερα βρίσκεται στην Ελαΐς-Unilever. Σε αυτή περιλαμβάνονται τα brands Knorr και Hellmann's, καθώς και η Unilever Food Solutions, η οποία δραστηριοποιείται στην επαγγελματική εστίαση.

ΠΟΤΕ ΑΝΑΜΕΝΕΤΑΙ Η ΜΕΤΑΒΑΣΗ

Όπως πληροφορείται το Fnb Daily η μετάβαση στην Ελλάδα αναμένεται να ολοκληρωθεί προς το τέλος του α' εξαμήνου του 2027, ενώ η απόφαση για διαχωρισμό εντάσσεται στη συνολική μετατόπιση προς κατηγορίες όπως η ομορφιά, η προσωπική φροντί-

δα και το home care.

Έως τότε, οι Sandman Greece One & Two θα αποτελέσουν τις εταιρικές βάσεις για τη διαμόρφωση της νέας δραστηριότητας, ενώ οι σημερινές επωνυμίες χαρακτηρίζονται μεταβατικές και ενδέχεται να αλλάξουν στη συνέχεια.

Στο νέο σχήμα αναμένεται επίσης να μετακινηθούν στελέχη από τη σημερινή δραστηριότητα τροφίμων της Unilever, ενώ προβλέπεται η δημιουργία νέων θέσεων εργασίας. Σε επίπεδο αγοράς, η δημιουργία δύο διακριτών εταιρικών σχημάτων αναμένεται να αυξήσει την πολυπλοκότητα στις εμπορικές σχέσεις, ιδιαίτερα για το οργανωμένο λιανεμπόριο, το οποίο θα κληθεί να διαχειριστεί συνεργασίες με δύο ξεχωριστές οντότητες. Ακόμα, η συγκεκριμένη εξέλιξη εντάσσεται σε μια ευρύτερη τάση μετασχηματισμού των πολυεθνικών ομίλων, με έμφαση στη βελτιστοποίηση του επιχειρηματικού χαρτοφυλακίου και την ενίσχυση της αποδοτικότητας.

Στέλλα Αυγουστάκη
stella@notice.gr

• **KRAFT HEINZ**

ΝΕΕΣ ΓΕΥΣΕΙΣ ΚΑΙ ΕΠΕΝΔΥΣΕΙΣ ΓΙΑ ΤΗΝ... ΑΝΑΓΕΝΝΗΣΗ ΤΗΣ PHILADELPHIA

Η Kraft Heinz ενισχύει τις επενδύσεις στα εμβληματικά brands της, επιχειρώντας να ανακτήσει το ενδιαφέρον των καταναλωτών, με την Philadelphia να βρίσκεται στο επίκεντρο της νέας στρατηγικής. Το brand cream cheese λανσάρει τρεις νέες γεύσεις, ενώ μέσα στα επόμενα δύο χρόνια σχεδιάζει να παρουσιάσει συνολικά 10 νέες ποικιλίες, σε μια προσπάθεια να δώσει νέα δυναμική σε μια κατηγορία όπου κατέχει ήδη ηγετική θέση.

Ο ΣΤΟΧΟΣ

Η στρατηγική αυτή έρχεται καθώς η Kraft Heinz επιχειρεί να αναστρέψει την πολυετή στασιμότητα των πωλήσεών της, μετά και το πάγωμα του σχεδίου διάσπασης. Παράλληλα, έχει αυξήσει στα \$700 εκατ. τις επενδύσεις για την ενίσχυση των brands της. Σημαντικό μέρος των κεφαλαίων κατευθύνεται στην Philadelphia. Η Kraft Heinz αναμένεται να αυξήσει κατά 63% φέτος τις επεν-

δύσεις marketing στο brand σε σχέση με το 2025, ενώ αυξημένη είναι και η χρηματοδότηση για έρευνα και ανάπτυξη. Οι επενδύσεις ειδικά για την ανάπτυξη νέων γεύσεων έχουν τετραπλασιαστεί.

Η Philadelphia αντιπροσωπεύει περίπου το 62% των πωλήσεων cream cheese στις ΗΠΑ, σύμφωνα με την Euromonitor International.

ΟΙ ΝΕΕΣ ΠΡΟΤΑΣΕΙΣ

Οι νέες προτάσεις περιλαμβάνουν whipped cream cheese με Mike's Hot Honey, salted caramel και την εποχική γεύση cranberry orange.

Η γεύση Mike's Hot Honey θα διατίθεται αρχικά αποκλειστικά μέσω της Walmart, πριν επεκταθεί από τον Ιανουάριο σε περισσότερους retailers. Παράλληλα, η Philadelphia έχει ήδη λανσάρει lactose-free εκδοχή, διευρύνοντας το κοινό στο οποίο απευθύνεται. Στόχος της Kraft Heinz είναι οι νέες προτάσεις να δημιουργούν πρόσθετες πωλήσεις



Steve Cahillane, CEO, Kraft Heinz

χωρίς να γίνονται τόσο εξειδικευμένες ώστε να περιορίζονται σε ένα μικρό καταναλωτικό κοινό.

Η στρατηγική δεν περιορίζεται στις νέες γεύσεις. Η Kraft Heinz θέλει να διευρύνει τις περισταίες κατανάλωσης του cream cheese, ώστε το προϊόν να μην συνδέεται αποκλειστικά με το κλασικό bagel.

Influencers στο TikTok και websites με συνταγές χρησιμοποιούνται για την προβολή νέων εφαρμογών, από dips έως σάλτσες ζυμαρικών. Η Philadelphia ενισχύει παράλληλα την ταυτότητά της ως αυθεντικό γαλακτοκομικό προϊόν, επαναφέροντας στοιχεία του "pure dairy equity" της μάρκας, ενώ τον Φεβρουάριο παρουσίασε την καμπάνια "Really Philly good".



• **ΑΘΗΝΑΪΚΗ ΖΥΘΟΠΟΪΑ**

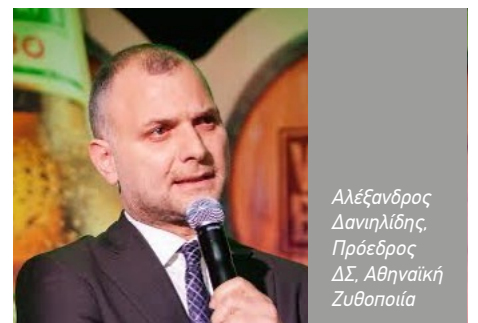
ΑΝΑΛΑΜΒΑΝΕΙ ΤΗΝ ΠΑΡΑΓΩΓΗ ΚΑΙ ΔΙΑΝΟΜΗ ΤΗΣ NOCTUA ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ

Η Αθηναϊκή Ζυθοποιία και η Noctua ανακοίνωσαν τη συνεργασία τους, με στόχο την ενίσχυση της παρουσίας της Noctua στην ελληνική αγορά.

Στο πλαίσιο της συμφωνίας της άδειας χρήσης του σήματος, η Αθηναϊκή Ζυθοποιία αναλαμβάνει την παραγωγή, τη διανομή και την ανάπτυξη του δικτύου πωλήσεων της Noctua σε όλη την Ελλάδα. Παράλληλα, η ομάδα της Noctua παραμένει ενεργά μέρος της πορείας της μάρκας, συνεργαζόμενη στενά με την Αθηναϊκή Ζυθοποιία. Έτσι, η Noctua θα συνεχίσει να διατηρεί την ταυτότητα και τα χαρακτηριστικά που την έκαναν ξεχωριστή, ενώ αποκτά νέες δυνατότητες ανάπτυξης.

ΣΥΝΕΡΓΑΣΙΑ ΜΕ ΑΞΙΑ ΚΑΙ ΓΙΑ ΤΙΣ ΔΥΟ ΠΛΕΥΡΕΣ

Ο Θανάσης Σπυριδώνης, Διευθυντής Marketing της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας, σημειώνει: "Είμαστε ιδιαίτερα χαρούμενοι για τη συνεργασία μας με τη Noctua, ένα brand με ξεχωριστή σύνδεση με την Αθήνα. Πιστεύουμε ότι πρόκειται για μια συνεργασία με σημαντική αξία και για τις δύο πλευρές, που συνδυάζει την ισχυρή ταυτότητα και δυναμική της Noctua με την τεχνογνωσία, την παραγωγική δυνατότητα και το δίκτυο της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας, δημιουργώντας νέες προοπτικές ανάπτυξης και για τις δύο ζυθοποιίες."



Αλέξανδρος Δανηλίδης, Πρόεδρος ΔΣ, Αθηναϊκή Ζυθοποιία

Ο Ορφέας Δημόπουλος, συνιδρυτής της Noctua, αναφέρει σχετικά: "Δέκα χρόνια μετά την έναρξη του ταξιδιού μας στον χώρο παραγωγής μπίρας, η Noctua ανοίγει ένα νέο κεφάλαιο στη διαδρομή της. Η συνεργασία με την Αθηναϊκή Ζυθοποιία θα δώσει στις μπίρες της Noctua την ευκαιρία να κάνουν ένα βήμα μπροστά, απαντώντας έτσι στις προκλήσεις μιας απαιτητικής και μεταβαλλόμενης αγοράς."

• **SUPER MARKETS (CIRCANA)**

ΚΑΤΕΒΑΖΟΥΝ ΡΥΘΜΟΥΣ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ ΜΗΝΑ ΜΕ ΤΟ ΜΗΝΑ - ΠΩΛΗΣΕΙΣ €8,4 ΔΙΣ. ΣΤΟ ΕΠΤΑΜΗΝΟ

Νέα επιβράδυνση της ανάπτυξης, στο 5,6%, η εμφάνισαν στο επτάμηνο του 2026 τα super markets στην Ελλάδα, με πωλήσεις €8,4 δισ.

Ανάπτυξη 2026

- 7μηνο: 5,6%
- 6μηνο: 5,8%
- 5μηνο: 6,4%
- 4μηνο: 6,5%
- 3μηνο: 6,9%
- 2μηνο: 9,0%
- αρχές έτους: 8,0%

Η συντριπτική πλειοψηφία των δαπανών

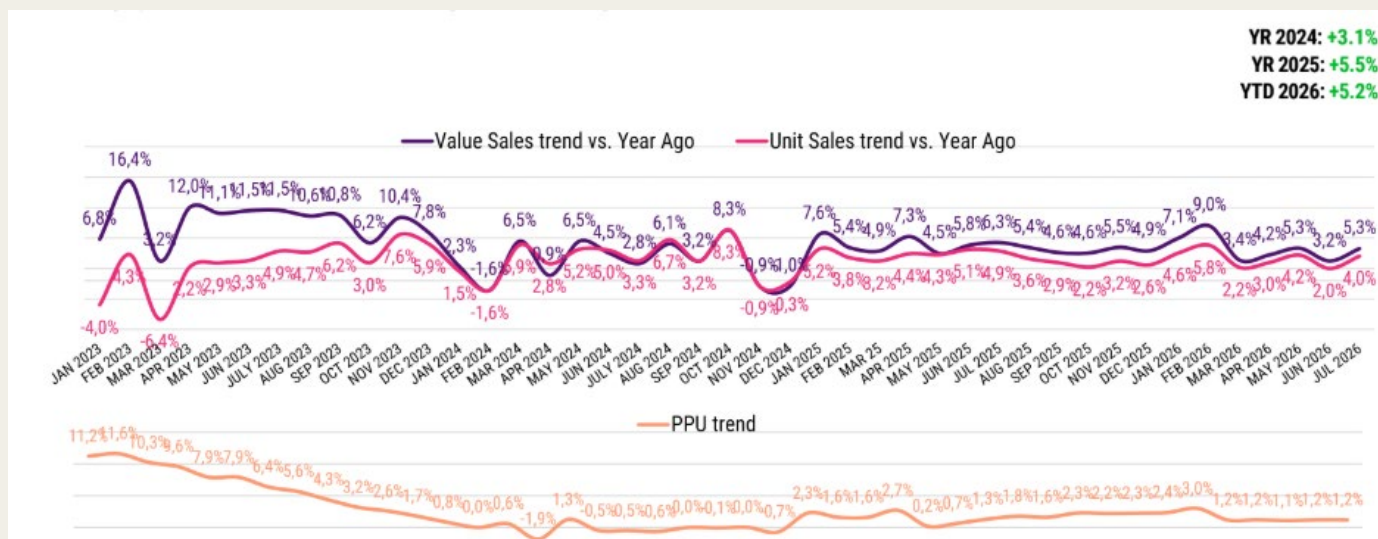


κατευθύνθηκε στα τρόφιμα, με τους καταναλωτές να ξοδεύουν περίπου 6% περισσότερα σε σχέση με το αντίστοιχο διάστημα του 2025 (αγγίζοντας τα €7 δισ.). Ελαφρώς υψηλότερες (πéριξ του 3%-4%) ήταν οι πωλήσεις στα προϊόντα προσωπικής φροντίδας και υγιεινής (σε €669 εκατ.) και στα προϊόντα για το σπίτι (€605 εκατ.).

Η ΕΙΚΟΝΑ ΤΩΝ ΤΙΜΩΝ

Η μέση αύξηση τιμής κινήθηκε στο +1,6% ενώ η περυσινή χρονιά είχε κλείσει περίπου στα ίδια επίπεδα (+1,7%).

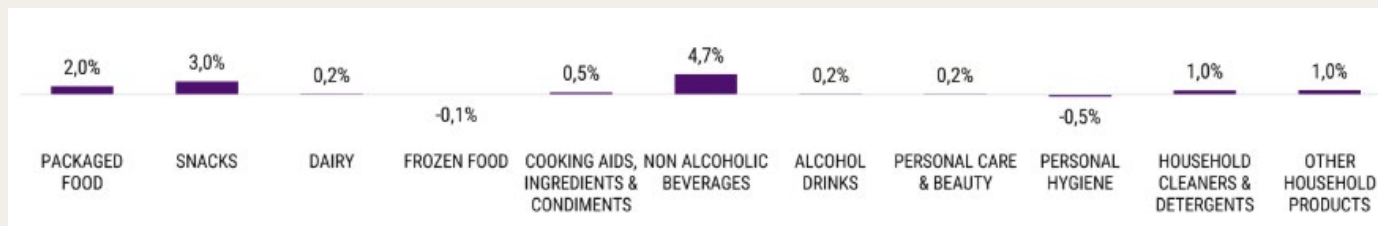
Η ανάπτυξη και η πορεία των τιμών μήνα-μήνα



Ανά giga κατηγορία υπήρξαν μέσες αυξήσεις τιμών 2% στα τρόφιμα και 0,8% στα προϊόντα για το σπίτι. Αντίθετα οριακές μειώσεις της τάξης του 0,1% καταγράφηκε στα προϊόντα προσωπικής φροντίδας

και υγιεινής. Οι μεγαλύτερες αυξήσεις τιμών ανά μονάδα καταγράφηκαν στα μη αλκοολούχα ποτά (4,7%) και τα snacks (3%). Αξίζει ακόμη να υπογραμμιστεί ότι ενισχύ-

θηκαν κατά 1,5% οι προωθητικές ενέργειες (ως ποσοστό επί των πωλήσεων) βάσης για το σύνολο των FMCGs, χάρη κυρίως στις κατηγορίες τροφίμων (+1,9).



PL

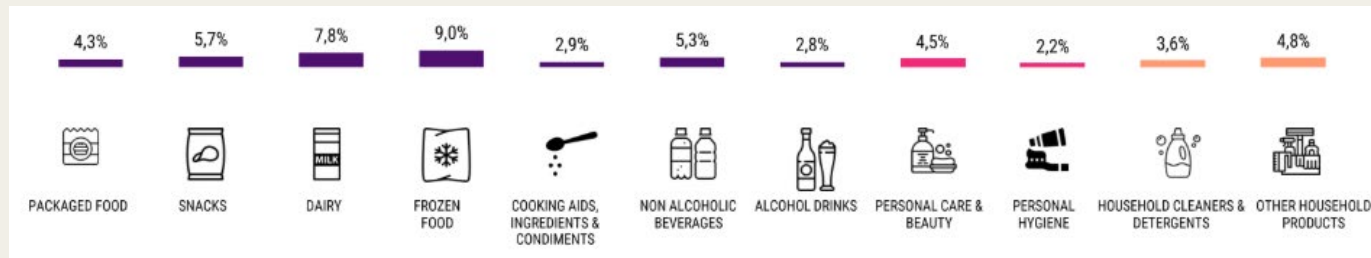
Το μερίδιο του PL διαμορφώθηκε σε 27,2%, με την ανάπτυξη να διαμορφώνεται στο 5,2%, στα ίδια επίπεδα με αυτή των επώνυμων brands.

ΟΙ ΠΡΩΤΑΓΩΝΙΣΤΕΣ ΣΕ ΑΞΙΑ....

Σε επίπεδο σταθερού barcode, στις giga κατηγορίες, σε όρους αξίας τα τρόφιμα αναπτύχθηκαν με 5,5%, τα είδη σπιτιού κατά 3,4% και τα προϊόντα υγείας & ομορ-

φιάς με 4,1%.

Τη μεγαλύτερη ανάπτυξη εμφάνισαν τα κατεψυγμένα τρόφιμα (9%), ενώ ακολούθησαν τα γαλακτοκομικά (7,8%) και τα μη αλκοολούχα ποτά (5,3%).



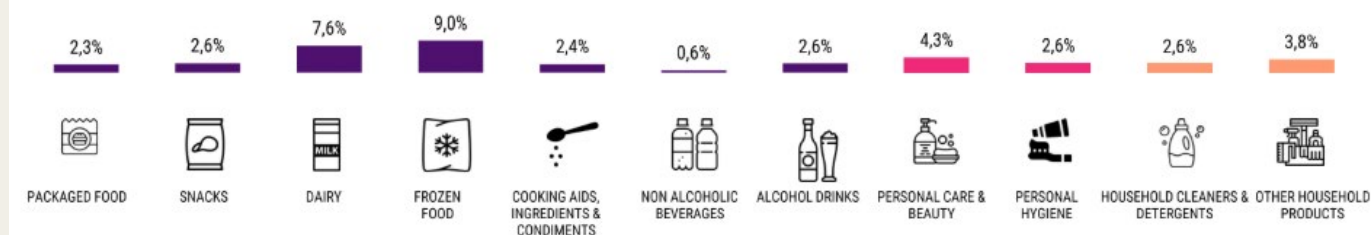
... ΚΑΙ ΟΓΚΟ

Σε όρους όγκου, τα τρόφιμα αναπτύχθηκαν με 3,4%, τα είδη σπιτιού κατά 3,5% και τα

προϊόντα υγείας & ομορφιάς με 3,2%.

Ανά κατηγορία, τη μεγαλύτερη βελτίωση εμφάνισαν τα κατεψυγμένα προϊόντα (9%)

και τα γαλακτοκομικά (7,6%).



ΣΤΟ +7,1% ΤΑ ΧΥΜΑ ΠΡΟΪΟΝΤΑ

Στα προϊόντα επί ζυγίω, που έτρεξαν με ρυθμό 7,1%, ανάπτυξη άνω του 11% εμφάνισαν οι κατηγορίες κρέατος και ψαριών. Αντίθετα, αρνητικό πρόσημο είχαν οι κρύες κοπές και τα γαλακτοκομικά.

ΞΕΧΩΡΙΖΟΥΝ HYPER ΚΑΙ ΚΑΤΑΣΤΗΜΑΤΑ ΓΕΙΤΟΝΙΑΣ

Αναλύοντας την εικόνα του κλάδου ανά μέγεθος καταστήματος, τα hyper markets παραμένουν στην κορυφή της ανάπτυ-

ξης, με τα πολύ μικρά καταστήματα να ακολουθούν.

Ανάπτυξη ανά τύπο καταστήματος

- >2.500 τ.μ.: 8,2%
- 1.000-2.500 τ.μ.: 4,8%
- 400-1.000 τ.μ.: 3,3%
- 0-400 τ.μ.: 7,1%

- Νησιά Ιονίου & Αιγαίου: 6,7%
- Κεντρική Ελλάδα: 6,3%
- Κρήτη: 5,4%
- Θεσσαλονίκη: 5,2%
- Πελοπόννησος: 5,0%
- Αττική: 4,7%
- Βόρεια Ελλάδα: 4,5%

ΣΤΗΝ ΚΟΡΥΦΗ ΤΑ ΝΗΣΙΑ

Σε γεωγραφικό επίπεδο, τις υψηλότερες επιδόσεις κατέγραψαν τα νησιά.

Ανάπτυξη ανά γεωγραφική περιοχή

Μάκης Απόστολου

makis@notice.gr

BNB
DAILY

BUSINESS IN BRIEF

ΚΑΘΕ ΠΡΩΙ ΣΤΟ EMAIL ΣΑΣ!

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

Γίνε
συνδρομητής
εδώ

• **ΜΙΝΕΡΒΑ**

ΟΙ ΧΑΜΗΛΟΤΕΡΕΣ ΤΙΜΕΣ ΣΤΟ ΕΛΑΙΟΛΑΔΟ ΕΡΙΞΑΝ ΤΟΝ ΠΕΡΥΣΙΝΟ ΤΖΙΡΟ – ΣΤΟ 11% ΤΟ ΠΕΡΙΘΩΡΙΟ EBITDA

Στα €69,26 εκατ. διαμορφώθηκε ο κύκλος εργασιών της Μινέρβα το 2025, μειωμένος κατά 6,8% σε σύγκριση με την προηγούμενη χρήση, εξέλιξη που αποδίδεται στις χαμηλότερες τιμές που επικράτησαν συνολικά στην αγορά ελαιολάδου. Ωστόσο τα κέρδη ενισχύθηκαν κατά 20,53% σε σχέση με το 2024.

DATA (€σε εκατ.)

Κύκλος εργασιών	Περιθώριο EBITDA
2025: 69,26	2025: 11%
2024: 74,32	2024: 10,4%
Μεταβολή: 6,8%	Κέρδη προ φόρων
Ebitda	2025: 1,82
2025: 7,62	2024: 1,51
2024: 7,71	Μεταβολή: 20,53%
Μεταβολή: (1,17%)	

ΕΞΑΓΩΓΕΣ

Οι πωλήσεις εκτός Ελλάδας διαμορφώθηκαν σε €9,35 εκατ. το 2025 και αντιστοιχούσαν στο 13,5% του συνολικού κύκλου εργασιών. Η χρήση συνοδεύτηκε παράλληλα από αλλαγές στο εταιρικό και προϊόντικό χαρτοφυλάκιο. Ολοκληρώθηκε η απορρόφηση της Mediterranean Foods, ενώ η Μινέρβα απέκτησε από την Flora Food τα εμπορικά σήμα-



Κατερίνα
Βλάχου,
CEO,
Μινέρβα

τα ελαιολάδου και σπορέλαιων Άλτις, Ελάνθη, Φλώρα και Sol.

Η παραγωγή των σημάτων που αποκτήθηκαν μεταφέρθηκε στο εργοστάσιο της εταιρείας στο Σχηματάρι Βοιωτίας. Στην ίδια μονάδα συγκεντρώνεται η παραγωγή στις κατηγορίες ελαίων, ξιδιού, μαργαρίνης, βούτυρου και μαγιονέζας. Η συγκέντρωση των δραστηριοτήτων και η αξιοποίηση των υφιστάμενων υποδομών συνδέονται με τον περιορισμό του παραγωγικού κόστους και την επίτευξη οικονομικών κλίμακας.

ΕΠΕΝΔΥΣΕΙΣ ΣΕ ΠΑΡΑΓΩΓΗ & ΕΝΕΡΓΕΙΑ

Η εταιρεία συνεχίζει τις επενδύσεις στον εκσυγχρονισμό των παραγωγικών εγκαταστάσεων, με έμφαση στην παραγωγική αποδο-

τικότητα και στη μείωση του ενεργειακού κόστους.

Παράλληλα, συνεχίζονται οι επενδύσεις στον ψηφιακό μετασχηματισμό, με εφαρμογές στις παραγωγικές γραμμές και αξιοποίηση δεδομένων στη διαδικασία λήψης αποφάσεων. Στις σχετικές παρεμβάσεις περιλαμβάνονται επίσης νέα επιχειρηματικά μοντέλα και αλλαγές στην οργάνωση της εργασίας, με κατεύθυνση τη μείωση του κόστους και τη βελτίωση της αποδοτικότητας.

Η ΠΑΡΑΓΩΓΗ ΣΤΗΝ ΓΑΣΤΟΥΝΗ

Στην Γαστούνη βρίσκεται η βασική μονάδα παραγωγής και συσκευασίας προϊόντων ντομάτας, καθώς και κέτσαπ και μουςτάρδας. Η πρώτη ύλη ντομάτας είναι 100% ελληνικής προέλευσης και προέρχεται από παραγωγούς του νομού Ηλείας.

Η εταιρεία παρέχει στους συνεργαζόμενους παραγωγούς γεωργικά εφόδια, καθοδήγηση και εκπαίδευση σε νέες γεωργικές πρακτικές.

Στο χαρτοφυλάκιο περιλαμβάνονται, μεταξύ άλλων, τα σήματα:

- Μινέρβα
- Χωριό
- Άλτις
- Pummaro
- ΤΟΠ
- Φαστ
- Brava
- Σαβόι
- Ελάνθη
- Φλώρα
- Sol

• **ALDI BELGIUM**

ΝΕΑ ΣΕΙΡΑ FOOD-TO-GO ΜΕ 40 ΠΡΟΪΟΝΤΑ – ΚΑΤΩ ΑΠΟ ΤΑ €5 ΟΙ ΤΙΜΕΣ

Καθώς οι φοιτητές επιστρέφουν στις εστίες και οι εργαζόμενοι στα γραφεία τους μετά τις καλοκαιρινές διακοπές, η Aldi Belgium λανσάρει νέα σειρά προϊόντων food-to-go, με στόχο καταναλωτές που αναζητούν γρήγορες και οικονομικές επιλογές για φαγητό και ρόφημα εν κινήσει.

Η νέα ενότητα "To Go" περιλαμβάνει περίπου 40 επιλογές φρέσκων προϊόντων, από ζυμαρικά, wraps και σαλάτες έως κομμένα φρούτα, φρέσκους χυμούς, iced coffees και κρύα αναψυκτικά. Τα προϊόντα έχουν σχεδιαστεί για άμεση αγορά και κατανάλωση.

Η Aldi έχει προσαρμόσει τη νέα γκάμα στις ανάγκες εργαζομένων και καταναλωτών που βρίσκονται καθ' οδόν και αναζητούν γρήγορα και οικονομικά γεύματα, θέτοντας ως ανώτατη τιμή για τα προϊόντα της κατηγορίας τα €5.

ΟΙ ΠΡΟΤΑΣΕΙΣ

Η ψυχόμενη ενότητα συνδυάζει περίπου 25 ήδη δημοφιλή προϊόντα με 15 νέες προτάσεις. Στις βασικές επιλογές περιλαμβάνονται wraps, σαλάτες ζυμαρικών, κρύα έτοιμα γεύματα και σάντουιτς με ανοιχτή επικάλυψη.

Η Aldi προσφέρει, παράλληλα, και πιο ελαφριές επιλογές, όπως φρέσκα κομμένα φρούτα, μεταξύ των οποίων ανανάς και πεπόνι, σπόρους ροδιού και κύπελλα με ανάμεικτα φρούτα.

ΕΝΙΣΧΥΕΤΑΙ Η ΓΚΑΜΑ ΡΟΦΗΜΑΤΩΝ

Σημαντικό μέρος των νέων προσθηκών αποτελεί η κατηγορία των ροφημάτων, την οποία η Aldi διευρύνει με νέες επιλογές. Παράλληλα με τα ήδη διαθέσιμα αναψυκτικά και τη σειρά ενεργειακών ποτών Golden Power, η αλυσίδα εισάγει νέα προϊόντα, όπως ένα ρόφημα με



Natalie
Duthoy,
Managing
director of
procurement,
Aldi Belgium

κολлагόνο και σαμπούκο υπό το brand River. Για τους λάτρεις του καφέ, η Aldi διευρύνει τη σειρά iced latte υπό το brand Barissimo, ενώ φρέσκοι χυμοί και smoothies φρούτων συμπληρώνουν τη γκάμα.

Οι τιμές των ροφημάτων ξεκινούν από μόλις €0,39, ενώ τα πλήρη γεύματα και τα snacks διατίθενται από €2,49. Η νέα σειρά "To Go" είναι πλέον διαθέσιμη στη μεγάλη πλειονότητα των καταστημάτων Aldi στο Βέλγιο.

• **STARBUCKS**

ΕΞΕΤΑΖΕΙ ΠΩΛΗΣΗ ΠΛΕΙΟΨΗΦΙΚΟΥ ΠΑΚΕΤΟΥ ΣΤΗΝ ΙΑΠΩΝΙΑ - ΕΩΣ ΤΑ \$3 ΔΙΣ. ΕΝΑ ΠΙΘΑΝΟ DEAL

Η Starbucks εξετάζει την πώληση πλειοψηφικού μεριδίου στη δραστηριότητά της στην Ιαπωνία (όπως είχαμε γράψει και στις 11/6), σε μια πιθανή συμφωνία περίπου \$3 δισ., σύμφωνα με δύο άτομα με γνώση του θέματος που μίλησαν στο Reuters.

Η δραστηριότητα της Starbucks στην Ιαπωνία, της μεγαλύτερης αλυσίδας καφέ στον κόσμο, περιλαμβάνει 1.883 καταστήματα και αντιπροσωπεύει σχεδόν το 9% του παγκόσμιου δικτύου της, σύμφωνα με στοιχεία του Σεπτεμβρίου 2025.

Η Starbucks έχει ζητήσει από αρκετούς χρηματοοικονομικούς συμβούλους να καταθέσουν προτάσεις σχετικά με τις διαθέσιμες επιλογές για τη συγκεκριμένη δραστηριότητα και είναι ανοιχτή στην πώληση πλειοψηφικού μεριδίου, ανέφεραν οι ίδιες πηγές.

Το μέγεθος του μεριδίου που ενδέχεται τελικά να πωληθεί δεν έχει ακόμη καθοριστεί, ενώ η αποτίμηση που θα επιδιώξει τελικά θα αποτελέσει αντικείμενο διαπραγμάτευσης, δήλωσε μία από τις πηγές.

ΣΥΝΕΧΗΣ ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ ΤΗΣ ΕΤΑΙΡΙΚΗΣ ΔΟΜΗΣ

"Η Starbucks Japan είναι μια ισχυρή επιχείρηση, με ισχυρή σύνδεση των καταναλωτών με το brand και μια παρουσία που απολαμβάνει εμπιστοσύνης, έχοντας οικοδομηθεί επί 30 χρόνια στην περιοχή", απάντησε εκπρόσωπος της Starbucks σε ερώτημα που έθεσε το Reuters μέσω email σχετικά με την ενδεχόμενη πώληση μεριδίου, προσθέτοντας: "Αξιολογούμε συνεχώς την καταλληλότερη εταιρική δομή, ώστε να δημιουργούμε ουσιαστική αξία για τους πελάτες και τους μετόχους μας".

Η πιθανή πώληση βρίσκεται σε εξέλιξη καθώς η Starbucks αναδιαμορφώνει το παγκόσμιο χαρτοφυλάκιό της υπό τον Διευθύνοντα Σύμβουλο, Brian Niccol, ο οποίος έχει προχωρήσει στο κλείσιμο καταστημάτων και στη μείωση θέσεων εργασίας στα κεντρικά γραφεία στη Βόρεια Αμερική, σε μια προσπάθεια αποκατάστασης της κερδοφορίας.

Η διαδικασία για την αποεπένδυση από πλειοψηφικό μερίδιο της δραστηριότητας της Starbucks στην Ιαπωνία αναμένεται να προσελκύσει το ενδιαφέρον διεθνών και τοπικών εταιρειών εξαγορών, σύμφωνα με τις πηγές. Μια επίσημη διαδικασία θα μπορούσε να ξεκινήσει το τέταρτο τρίμηνο, πρόσθεσε μία από αυτές.



Brian Niccol, CEO, Starbucks

στηριότητα περίπου στα \$1,5 δισ.

Έκτοτε, η επιχείρηση έχει επεκταθεί από περίπου 1.050 καταστήματα σε 1.883 σημεία πώλησης, σύμφωνα με τα στοιχεία του Σεπτεμβρίου 2025.

ΕΣΤΙΑΣΗ ΣΤΙΣ ΗΠΑ

Αναλυτές της TD Securities ανέφεραν τον Ιούνιο ότι η αξιοποίηση της αξίας της ιαπωνικής μονάδας θα είχε στρατηγικό νόημα, καθώς η συγκεκριμένη αγορά δεν βρίσκεται στον πυρήνα του brand της Starbucks και μια τέτοια κίνηση θα μπορούσε να επιτρέψει στη διοίκηση να επικεντρωθεί περισσότερο στην ανάκαμψη της βασικής δραστηριότητάς της στις ΗΠΑ.

Οι προσπάθειες του Niccol να προσελκύσει ξανά πελάτες μέσω αναβαθμίσεων στα καταστήματα και εντατικότερου μάρκετινγκ έχουν συμβάλει στη σταθεροποίηση της ζήτησης, έχουν όμως επίσης αυξήσει το κόστος και ασκήσει πιέσεις στα περιθώρια κέρδους.

Οι συγκρίσιμες πωλήσεις καταστημάτων στον διεθνή τομέα αυξήθηκαν κατά 5,7% το γ' τρίμηνο, με την εταιρεία να αποδίδει στην Ιαπωνία σημαντικό μέρος αυτής της αύξησης. Πέρυσι, η Starbucks παραχώρησε τον έλεγχο των δραστηριοτήτων της στην Κίνα στην Boyu Capital, σε μια συμφωνία που αποτίμησε την επιχείρηση στα \$4 δισ., αναδεικνύοντας την πίεση που ασκούν η επιβράδυνση της ανάπτυξης και ο εντεινόμενος ανταγωνισμός. Το deal ολοκληρώθηκε τον περασμένο Απρίλιο.

STARBUCKS JAPAN

Η Starbucks απέκτησε τον πλήρη έλεγχο της δραστηριότητάς της στην Ιαπωνία το 2014, εξαγοράζοντας το μερίδιο του επί μακρόν συνεργάτη της Sazaby League έναντι περίπου \$914 εκατ. και αποτιμώντας τότε τη δρα-

• **ΙΤΑΛΙΑ**

ΥΨΗΛΑ ΤΑ ΑΠΟΘΕΜΑΤΑ ΚΡΑΣΙΟΥ ΠΑΡΑ ΤΗ ΜΕΙΩΜΕΝΗ ΠΑΡΑΓΩΓΗ

Η Ιταλία αναμένεται να διατηρήσει και φέτος την πρώτη θέση παγκοσμίως στην παραγωγή κρασιού, με τη νέα σοδειά να εκτιμάται κοντά στα επίπεδα του 2025. Ωστόσο, οι επιπτώσεις από τον καύσωνα και την ξηρασία σε αρκετές αμπελουργικές ζώνες, σε συνδυασμό με τα υψηλά αποθέματα, διατηρούν την αγορά υπό πίεση.

Η παραγωγή θα μπορούσε να διαμορφωθεί περίπου στα 44,5 εκατ. εκατόλιτρα, σύμφωνα με τον Federico Repetto, broker της Vini Repetto στη Βερόνα. Παρά τις σχετικά περιορισμένες ποσότητες, οι αγοραστές δεν δείχνουν να βιάζονται, καθώς εκτιμούν ότι η αγορά θα διαθέτει επαρκές κρασί.

ΚΑΥΣΩΝΑΣ ΚΑΙ ΞΗΡΑΣΙΑ ΧΤΥΠΟΥΝ ΤΟΥΣ ΑΜΠΕΛΩΝΕΣ

Οι υψηλές θερμοκρασίες και η έλλειψη νερού επηρέασαν διαφορετικά τις αμπελουργικές περιοχές της χώρας. Στο Αμπρούτσο και την Μάρκε, οι συνθήκες περιόρισαν τις αποδόσεις και αύξησαν τους αλκοολικούς βαθμούς των σταφυλιών. Στην Απουλία, αντίθετα, οι χειμερινές βροχοπτώσεις δημιούργησαν αποθέματα νερού που επέτρεψαν τη χρήση άρδευσης.

Μειωμένοι όγκοι καταγράφονται και στην Σι-

κελία, ενώ στο Βένετο η εικόνα διαφέρει μεταξύ Τρεβίζο και Βερόνας. Οι νεότεροι αμπελώνες γύρω από το Τρεβίζο, με πρόσβαση σε άρδευση, εμφανίζουν καλύτερη ανθεκτικότητα, ενώ οι παλαιότεροι αμπελώνες στις πλαγιές της Βερόνας έχουν επηρεαστεί περισσότερο.

Παράλληλα, αρκετές σημαντικές ονομασίες προέλευσης, μεταξύ των οποίων Valpolicella, Chianti, Barolo και Brunello di Montalcino, προχώρησαν σε εθελοντικούς περιορισμούς των αποδόσεων. Η διαφοροποίηση ανά περιοχή έχει καταστήσει δύσκολη τη διαμόρφωση συνολικής πρόβλεψης για τη σοδειά.

ΓΕΜΑΤΕΣ ΟΙ ΑΠΟΘΗΚΕΣ

Το μεγαλύτερο πρόβλημα, πάντως, παραμένει το απόθεμα κρασιού. Στις 31 Ιουλίου 2026, οι ποσότητες στις ιταλικές αποθήκες ανέρχονταν σε 42,6 εκατ. εκατόλιτρα, αυξημένες κατά 7% σε ετήσια βάση. Από αυτές, 23,5 εκατ. εκατόλιτρα αφορούσαν κρασιά ΠΟΠ/ΠΔΟ, 10,9 εκατ. ΠΓΕ/ΠΓΙ και 3,1 εκατ. γλέυκος.

Το μεγαλύτερο μέρος της πίεσης εντοπίζεται στα ερυθρά κρασιά, ενώ τα λευκά διαθέτουν περισσότερες διεξόδους, από τα αφρώ-



δη και ημιαφρώδη έως τα ήσυχια κρασιά, το βερμούτ και τα κοκτέιλ. Τα υψηλά αποθέματα περιορίζουν, ωστόσο, τον διαθέσιμο χώρο στις δεξαμενές ενόψει της νέας σοδειάς.

ΣΤΟ ΤΡΑΠΕΖΙ Η ΕΚΤΑΚΤΗ ΑΠΟΣΤΑΣΗ

Η κατάσταση επαναφέρει τις πιέσεις για έκτακτη απόσταση κρασιού, ώστε να απομακρυνθούν πλεονάζουσες ποσότητες από την αγορά. Στην Σικελία, οργανώσεις του κλάδου ζητούν την ενεργοποίηση σχετικού προγράμματος, ενώ αντίστοιχα αιτήματα έχουν διατυπωθεί και στην Απουλία.

Μεταξύ των προτάσεων περιλαμβάνονται επίσης μέτρα μεσοπρόθεσμης και μακροπρόθεσμης αποθεματοποίησης, η εφαρμογή περιφερειακού αμπελουργικού μητρώου και η εκρίζωση αμπελώνων που έχουν φυτευτεί χωρίς άδεια. Οι φορείς της Σικελίας υπολογίζουν τις παράνομες φυτεύσεις σε περίπου 40.000 εκτάρια.

• Debrief •

THE AMERICAN WAY

Αν κάτι χαρακτηρίζει τους Αμερικανούς είναι... η μύτη τους. Οσμίζονται το χρήμα από μακριά και μόλις εντοπίσουν την παραμικρή ευκαιρία, τίθενται αμέσως σε εγρήγορση για να βγάλουν ακόμα περισσότερο. Δεν έγιναν τυχαία, άλλωστε, υπερδύναμη. Ασχέτως των σημερινών, σοβαρών, προβλημάτων τα οποία αντιμετωπίζουν. Καλά, καλά, δεν πρόλαβε να τελειώσει η Πρόεδρος της ΕΚΤ, Christine Lagarde, τη φράση της, ότι Ευρώπη πρέπει να αναπτύξει τη δική της τεχνολογία ΤΝ, και τα πιστωτικά ιδρύματα από την άλλη πλευρά του Ατλαντικού δήλωσαν "παρών". Θα ανοίξουν τις κάνουλες για την Γηραιά Ήπειρο.

[Σύμφωνα με το Bloomberg](#), λοιπόν, JPMorgan Chase και Goldman Sachs ήδη ετοιμάζονται να χρηματοδοτήσουν δισεκατομμύρια δολάρια σε ευρωπαϊκές επενδύσεις ΑΙ, διεκδικώντας ηγετικό ρόλο στην

προσπάθεια της Ευρώπης να μειώσει την εξάρτησή της από εισαγόμενες τεχνολογίες. Και οι δύο τράπεζες έχουν συγκροτήσει εξειδικευμένες ομάδες για να προτείνουν συμφωνίες σε διαχειριστές κέντρων δεδομένων και επενδυτές.

Το σημερινό σημείωμα δεν έχει να κάνει καθόλου με το τεχνολογικό κομμάτι της ΤΝ. Αρκετά ασχοληθήκαμε τις τελευταίες ημέρες. Εστιάζει στην ετοιμότητα και στη διαφορά αντίληψης, των αμερικανικών κολοσσών.

Η Ευρώπη ενδέχεται να χρειαστεί έως \$3 τρις. έως το 2035 για τη χρηματοδότηση υποδομών cloud, κέντρων δεδομένων και άλλων κρίσιμων τεχνολογιών, σύμφωνα με το Bloomberg Intelligence. Μόνο φέτος στις ΗΠΑ έχουν εκδοθεί ομόλογα για υποδομές ΑΙ πάνω από \$350 δισ. Οι αντίστοιχες εκδόσεις στην Ευρώπη θα φτάσουν

από \$5 έως \$10 δισ. με ένα πολύ μεγαλύτερο κύμα να αναμένεται το 2027, σύμφωνα με εκτιμήσεις της Goldman Sachs. Τί σημαίνει αυτό; Απλούστατα ότι η Ευρώπη είναι σχεδόν μια παρθένα αγορά, με πάρα πολύ ψωμί για όποιον προλάβει να χτίσει πρώτος στιβαρή παρουσία.

Το λογικό είναι ότι και οι ευρωπαϊκές τράπεζες δεν θα κάτσουν με σταυρωμένα χέρια, να βλέπουν τους Αμερικανούς να τους παίρνουν την μπουκιά από το στόμα. Το λογικό, λέμε, γιατί ακόμα συζητάμε για ολοκλήρωση της ενιαίας αγοράς κ.λπ.

Είναι ένα ενδιαφέρον ερώτημα, γιατί αν τελικά καταφέρεις απεξαρτηθείς τεχνολογικά από τις ΗΠΑ... εξαρτώμενος από αμερικανικά κεφάλαια, ε, δεν θα 'ναι και επιτυχία.

Γιάννης Παλιούρης
giannis@notice.gr

Business Maker

ΠΟΥ ΨΑΧΝΕΙ ΤΟ ΕΠΟΜΕΝΟ... DEAL Ο ΚΡΗΤΙΚΟΣ ΜΕΤΑ ΤΟΝ ΜΑΣΟΥΤΗ

Το deal με τον Μασούτη μπορεί να έκλεισε έναν μεγάλο κύκλο για τον Άγγελο Κρητικό, δεν σημαίνει όμως ότι ο επιχειρηματίας σκοπεύει να μείνει εκτός επενδυτικού παιχνιδιού. Το αντίθετο. Καλά πληροφορημένες πηγές αναφέρουν ότι ήδη εξετάζει την επόμενη ημέρα, με το ενδιαφέρον του να στρέφεται κυρίως στα ακίνητα, αλλά και σε ευκαιρίες που μπορούν να ανοίξουν νέες δραστηριότητες. Υπάρχει, ωστόσο, ένας βασικός όρος. Οι επενδύσεις που θα μπουν στο μικροσκόπιό του θα πρέπει να έχουν περιορισμένες ανάγκες σε λειτουργικά έξοδα και έξοδα μισθοδοσίας. Πρόκειται για παράμετρο που, σύμφωνα με τις ίδιες πηγές, βρίσκεται ψηλά στα κριτήρια με τα οποία αξιολογεί πλέον κάθε πιθανή κίνη-

ση. Η κατεύθυνση αυτή δείχνει και τον τρόπο με τον οποίο ο γνωστός επιχειρηματίας αντιμετωπίζει την επόμενη επιχειρηματική του φάση. Δεν αναζητά απαραίτητα μια νέα δραστηριότητα με το μέγεθος ή τα χαρακτηριστικά εκείνης που άφησε πίσω του. Κοιτάζει περισσότερο επενδυτικές ευκαιρίες που μπορούν να σταθούν αυτόνομα και να μην απαιτούν βαριά οργανωτική δομή ή μεγάλο αριθμό εργαζομένων. Τα ακίνητα βρίσκονται, όπως λένε καλά πληροφορημένες πηγές, μεταξύ των πεδίων που εξετάζει πιο προσεκτικά. Δεν είναι όμως το μοναδικό. Η διάθεση είναι να παραμείνει ενεργός και να αξιοποιήσει περιπτώσεις που θα θεωρήσει ελκυστικές, εφόσον πληρούν τις προϋποθέσεις που έχει θέσει. Άνθρωποι που

γνωρίζουν τις σκέψεις του σημειώνουν πως δεν υπάρχει πίεση για μια γρήγορη νέα κίνηση. Μετά το deal με τον Μασούτη, έχει την πολυτέλεια να επιλέξει τον χρόνο και το πεδίο της επόμενης επένδυσης. Άλλωστε, όπως χαρακτηριστικά λέγεται, "δεν έχει να αποδείξει τίποτα σε κανέναν". Αυτό σημαίνει ότι οι προτάσεις που φτάνουν στο τραπέζι περνούν από αυστηρό φίλτρο, χωρίς βιασύνη και χωρίς την ανάγκη δημιουργίας ενός μεγάλου ομίλου. Η λογική είναι επενδυτική: κεφάλαια εκεί όπου διακρίνεται ευκαιρία, με όσο γίνεται απλούστερη λειτουργία και ελεγχόμενες απαιτήσεις στελέχωσης. Το ζητούμενο πλέον δεν είναι το μέγεθος, αλλά η απόδοση και η ευελιξία κάθε νέου εγχειρήματος.

Ο ΚΙΝΔΥΝΟΣ ΠΟΥ ΑΠΕΙΛΕΙ ΤΟ ΜΕΓΑΛΟ ΠΛΕΟΝΕΚΤΗΜΑ ΤΟΥ DELIVERY

Ένα από τα βασικά πλεονεκτήματα πάνω στα οποία χτίστηκε το μοντέλο των πλατφορμών delivery στην Ευρώπη κινδυνεύει να περιοριστεί αισθητά εάν η Ευρώπη υιοθετήσει αυστηρότερα κριτήρια για το εργασιακό καθεστώς που διέπει το προσωπικό που απασχολούν. Όπως λένε παράγοντες της αγοράς, οι αλλαγές που μπορεί να επέλθουν στην αντιμετώπιση των διανομέων θα... ταρακουνήσουν το μοντέλο των πλατφορμών. Σήμερα το μοντέλο προσφέρει στις εταιρείες μεγάλη ευελιξία. Οι πλατφόρμες δεν επιβαρύνονται με μισθούς με τον τρόπο που συμβαίνει στις συμβατικές επιχειρήσεις, ενώ μπορούν να προσαρμόζουν πολύ ευκολότερα τη διαθέσιμη δύναμη διανομής ανάλογα με τον όγκο της δουλειάς. Όταν η ζήτηση ανεβαίνει, υπάρχει μεγαλύτε-

ρη κινητοποίηση. Όταν υποχωρεί, το μοντέλο προσαρμόζεται χωρίς το σταθερό κόστος που συνοδεύει μια κλασική σχέση εργασίας. Ακριβώς αυτή η ευελιξία βρίσκεται πλέον στο επίκεντρο. Συνολικά, στην Ευρώπη εκδηλώνεται σαφής δυσφορία απέναντι σε ένα μοντέλο που επιτρέπει στις πλατφόρμες να λειτουργούν με διαφορετικούς όρους από τις κανονικές εταιρείες που απασχολούν προσωπικό. Η κατεύθυνση που περιγράφουν οι ίδιες πηγές είναι ότι, αργά ή γρήγορα, οι διανομείς θα αντιμετωπίζονται περισσότερο ως υπάλληλοι. Μια τέτοια εξέλιξη θα άλλαζε ουσιαστικά την εξίσωση για τις εταιρείες delivery, καθώς θα περιόριζε το πλεονέκτημα του χαμηλότερου σταθερού κόστους και της άμεσης προσαρμογής στις διακυμάνσεις της ζήτησης. Και εκεί βρί-

σκεται ο πραγματικός κίνδυνος για τις πλατφόρμες. Δεν αφορά την τεχνολογία ούτε την ικανότητά τους να βρίσκουν πελάτες. Αφορά τον ίδιο τον τρόπο με τον οποίο οργανώθηκε η ανάπτυξή τους. Εάν το εργασιακό μοντέλο πλησιάζει εκείνο των συμβατικών επιχειρήσεων, ένα κομμάτι της απόστασης που τις χωρίζει σήμερα από τον ανταγωνισμό θα χαθεί. Για έναν κλάδο που έχει επενδύσει ακριβώς στην ταχύτητα και την ευελιξία, η αλλαγή αυτή δεν είναι λεπτομέρεια. Σημαίνει διαφορετική βάση κόστους και διαφορετικούς όρους λειτουργίας απέναντι σε επιχειρήσεις που διατηρούν προσωπικό. Γι' αυτό και το εργασιακό μέτωπο εξελίσσεται, κατά τις ίδιες πηγές, σε έναν από τους πονοκεφάλους της επόμενης ημέρας.

SÖ POSH!
the trendletter

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

Κάθε Σάββατο στις 9.30
ΤΟ ΕΒΔΟΜΑΔΙΑΙΟ NEWSLETTER

ΓΙΝΕ ΣΥΝΔΡΟΜΗΤΗΣ ΕΔΩ

Business Insight

ΠΟΙΟΣ ΑΓΟΡΑΖΕΙ ΜΕΤΟΧΕΣ ΟΛΠ ΚΑΙ ΓΙΑΤΙ - ΠΟΥ ΣΤΟΧΕΥΟΥΝ ΟΙ HAN CHAO ΚΑΙ SU XUDONG

Με αυξημένες συναλλαγές η σταθερή άνοδος για τη μετοχή του ΟΛΠ έως τα νέα ιστορικά υψηλά των €46. Τα σχεδόν 30 χιλιάδες τεμάχια που πραγματοποιήθηκαν χθες στο εύρος των €44,35 - €46 είναι συναλλαγές... μηνός, για τα δεδομένα του ΟΛΠ ήρθαν δε ως συνέχεια σε συναλλαγές 39,8 χιλ. τμχ την Τρίτη και άλλων 32 χιλ. τμχ την Δευτέρα. Είχαν προηγηθεί μικρότερες έκτασης εντολές που φαίνεται να ξεκίνησαν τέλη Αυγούστου. Το ενδιαφέρον είναι πως, όλη αυτή η δραστηριότητα άρχισε περίπου με την έγκριση αλλαγών στο καταστατικό του Οργανισμού, μετά από σύγκληση Έκτακτης Γενικής Συνέλευσης. Διαδικασία που κίνησε το διοικητικό συμβούλιο, επί της ουσίας ο βασικός μέτοχος, δηλαδή [η China CosCo Shipping Corporation που ελέγχει το 67% του μετοχικού κεφαλαίου](#). Κύριο θέμα ήταν η αναγκασία τροποποίηση συγκεκριμένων άρθρων ώστε το καταστατικό να είναι σε ευθυγράμμιση με τις σύγχρονες επιχειρηματικές πρακτικές. Ποιος θα μπορούσε να είναι αυτές, αναφέρονταν στην ημερήσια διάταξη: Στρατηγική εξέλιξη των τομέων των λιμένων, της εφοδιαστικής αλυσίδας (logistics) και των υποδομών, καθώς και μακροπρόθεσμοι αναπτυξιακοί στόχοι. Γινόταν αναφορά για "δυνατότητα συμμετοχής σε εταιρείες στην Ελλάδα ή στο εξωτερικό δεν αφορούν κάποιο συγκεκριμένο έργο ή επενδυτικό

σχέδιο αυτή τη στιγμή. Δημιουργούν ένα σύγχρονο και ευέλικτο πλαίσιο, το οποίο θα επιτρέψει στην εταιρεία να αξιολογεί ευκαιρίες συμβατές με τη στρατηγική και τους μακροπρόθεσμους στόχους της". Το "εξωτερικό" ήταν, επί της ουσίας, η προσθήκη που για πρώτη φορά συμπεριλαμβανόταν στον στρατηγικό σχεδιασμό της διοίκησης. Δεδομένου ότι τα θέματα που τέθηκαν ψηφίστηκαν από το 81,94%, σημαίνει πως κάποιος/ κάποιιοι από τους μετόχους μειοψηφίας δεν τα ενέκριναν. Έχει ενδιαφέρον ο συσχετισμός, καθώς το Δημόσιο (ΕΕΣΥΠ/Ταμείο) συμμετέχει με 7,14% και με μικρότερα ICM Ltd, Vanguard Capital, Praude Asset Management, Amundi, Mirae, Dimensional. Το Helikon Investments είχε αποκτήσει θέση αρχές 2021, που Νοέμβριο του ίδιου έτους αύξησε σε πάνω από 5% του μ.κ. Μία ημέρα πριν την έκτακτη ΓΣ είχε ανακοινωθεί πως η Euroxx χρηματοπιστηριακή αναλαμβάνει market maker στη μετοχή, από την 1η Σεπτεμβρίου. Υποθέτει κάποιος πως όλα αυτά σχετίζονται μεταξύ τους (ειδικός διαπραγματευτής που αναλαμβάνει την χρηματοπιστηριακή μόχλευση) την ώρα που η διοίκηση προωθεί την διεύρυνση των δραστηριοτήτων με αναφορά και στο εξωτερικό, για πρώτη φορά στην 10ετία που μέτοχος είναι ο κινεζικός όμιλος. Το τι σχεδιάζει η διοίκηση εντός συνόρων είναι λίγο ως πολύ γνωστό, έχει ανακοινωθεί και με τα συνήθη

προβλήματα θα προχωρήσει κάποια στιγμή. Το που στοχεύει εκτός συνόρων είναι το ζητούμενο, σε περίοδο που διαδραματίζονται ιστορικές εξελίξεις στην ευρύτερη περιοχή, σε διόδους διέλευσης, ναυσιπλοΐας, σχεδιασμός νέων δρόμων από την περιοχή του Ινδικού προς την Μεσόγειο. Εξελίξεις που θα μπορούσε να προσελκύσουν και επενδυτικό ενδιαφέρον, πέραν του ευρύτερου επιχειρηματικού, με το απλό επιχείρημα πως η αποτίμηση του ΟΛΠ είναι μόλις €1,133 δισ. με διψήφιο discount έναντι €1,57 δισ. του [Hamburger Hafen und Logistik AG. Το λιμάνι του Αμβούργου είναι στην τρίτη θέση της σχετικής κατάταξης έναντι του Πειραιά στην έκτη.](#) Η "εκτός συνόρων" προοπτική είναι αυτή που θα μπορούσε να κάνει την διαφορά για τον ΟΛΠ, τόσο επιχειρηματικά, όσο επενδυτικά. Με τους δύο ισχυρούς παράγοντες του φορέα να φωτογραφίζουν εν μέρει τη στόχευση. Ο Πρόεδρος του Οργανισμού, Han Chao, σημείωνε πως η δυνατότητα συμμετοχής σε εταιρεία στο εξωτερικό δεν αφορά σε κάποιο συγκεκριμένο έργο ή φορέα αυτή τη στιγμή. Ο δε Διευθύνων Σύμβουλος, Su Xudong, αναφερόμενος στην 10ετή παρουσία της CosCo στον ΟΛΠ/Ελλάδα υπαινίχθηκε πως ένα από τα επόμενα βήματα θα είναι σε... άλλα νερά. Τα έργα αναβάθμισης της Ναυπηγοεπισκευαστικής Ζώνης Περάματος, είναι μέρος αυτού του σχεδιασμού.



REAL ESTATE DAILY SECRET

THE KEY TO PROPRIETARY INFORMATION

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



NOTICE
CONTENT & SERVICES

**ΚΑΝΤΕ
ΕΓΓΡΑΦΗ
ΕΔΩ**

• **COCA-COLA HBC**

ΓΙΑ ΠΟΙΟΥΣ ΛΟΓΟΥΣ ΜΠΗΚΕ ΣΤΟ TOP LIST ΤΩΝ ΜΕΤΟΧΩΝ ΤΗΣ EUROBANK EQUITIES

Τη μετοχή της Coca-Cola HBC στη λίστα των κορυφαίων της επιλογών πρόσθεσε η Eurobank Equities, αντικαθιστώντας την Motor Oil. Κατά τη χρηματιστηριακή, η CCH προσφέρει μια καθαρή προοπτική για αναβαθμίσεις των εκτιμήσεων κερδοφορίας, καθώς τα αποτελέσματα του α' εξαμήνου 2026 ξεπέρασαν τις προσδοκίες (περίπου 5% υψηλότερα τα EPS), ενώ η διοίκηση έχει ήδη αναβαθμίσει το guidance για το σύνολο του έτους.

Η ΕΞΑΓΟΡΑ ΤΗΣ CCBA

Παράλληλα, η πρόσφατη έγκριση από τις νοτιοαφρικανικές αρχές για την εξαγορά της Coca-Cola Beverages Africa (CCBA) αίρει ένα

σημαντικό ρυθμιστικό εμπόδιο και αναμένεται να επιτρέψει στους επενδυτές να αρχίσουν να ενσωματώνουν πληρέστερα στη χρηματιστηριακή αποτίμηση τη συνεισφορά της συμφωνίας στα κέρδη του 2027.

ΒΑΣΙΚΟΙ ΚΑΤΑΛΥΤΕΣ

Συνολικά, η Eurobank Equities θεωρεί ότι η θετική δυναμική των εκτιμήσεων για την κερδοφορία της εταιρείας και η εξαγορά της CCBA αποτελούν τους βασικούς καταλύτες που μπορούν να στηρίξουν τη μετοχή από τα τρέχοντα επίπεδα.

Μάκης Αποστόλου

makis@notice.gr



Zoran Bogdanovic,
Διευθύνων Σύμβουλος, Coca-Cola
HBC AG

SECRETCIPE

Άλλο επίπεδο...

Η διαφορά στη διαχείριση της καθημερινότητας της εταιρείας και στην όλη φιλοσοφία, που έχει περάσει ο νέος CEO σε όλους, είναι εμφανής, σε σχέση με τον προκάτοχό του. Και, όπως λένε οι γνωρίζοντες πρόσωπα και πράγματα, "καλός άνθρωπος ήταν ο προηγούμενος, αλλά όχι για να διοικήσει το μαγαζί". Ο νέος, λοιπόν, είναι ωραίος, αφού ο παλιός ήταν αλλιώς. Αλλά από την... ανάποδη!

Editorial

ΤΙ ΣΥΜΒΑΙΝΕΙ ΤΕΛΙΚΑ ΜΕ ΤΟ ΠΕΤΡΕΛΑΙΟ

Η είδηση είχε όλα τα συστατικά για πανικό:

Ο αγωγός Ανατολής-Δύσης της Σαουδικής Αραβίας, 7 εκατομμύρια βαρέλια ημερησίως, χτυπημένος από drone, εκτός λειτουργίας.

Το Ριάντ ακυρώνει φορτία προς ευρωπαϊκά διυλιστήρια. Τα Στενά του Ορμούζ, εδώ και καιρό, ήδη προβληματικά. Κανονικά, θα περιμέναμε τιμές να απογειώνονται σαν πύραυλος.

Και όντως ανέβηκαν — απλώς όχι όσο υπόσχονταν οι τίτλοι.

Διότι είναι απλώς η αγορά, που παίρνει ανάσα, αφού είχε ήδη τιμολογήσει το χειρότερο σενάριο νωρίτερα.

Αυτό είναι το σημείο, που χάνεται στη βιασύνη για το εντυπωσιακό headline: Οι αγορές πετρελαίου δεν περιμένουν να συμβεί η κρίση για να αντιδράσουν — την προεξοφλούν.

Η στιγμή, που ανακοινώθηκε η ζημιά στον αγωγό, η τιμή είχε ήδη ενσωματώσει τον κίνδυνο. Μια μικρή διόρθωση μετά από αυτό δεν σημαίνει ότι ο κίνδυνος εξατμίστηκε. Σημαίνει ότι οι traders άρχισαν να ρευστοποιούν κέρδη, ή ότι κάποιος πίστεψε τη δήλωση του Αμερικανού Υπουργού Ενέργειας ότι η επισκευή θα κρατήσει λίγες μέρες — παρά τις εκτιμήσεις στο Reuters για τρεις έως πέντε εβδομάδες.

Το πραγματικό ερώτημα δεν είναι γιατί δεν ανέβηκε άλλο η τιμή, αλλά τι θα συμβεί αν η επισκευή τραβήξει. Γιατί ταυτόχρονα η Λιβύη κλείνει κοιτάσματα, η Κίνα αδειάζει αποθέματα, και το αμερικανικό στρατηγικό απόθεμα βρίσκεται σε ιστορικό χαμηλό. Δηλαδή, το μαξιλάρι ασφαλείας του συστήματος έχει ήδη ξεφουσκώσει προτού χτυπήσει η επόμενη κρίση.

Για την Ελλάδα, το πρακτικό αποτέλεσμα είναι ήδη ορατό στην αντλία — αμόλυβδη στα €2,16, ακόμα ψηλότερα στην Απτική. Οι τιμές δεν "έπεσαν αντί να ανέβουν".

Απλώς ανέβηκαν νωρίτερα απ' ό,τι νομίζαμε.

Και τώρα περιμένουμε να δούμε αν θα κρατήσουν, ή αν είναι απλώς η ηρεμία πριν το επόμενο drone.

Τόσο απλά.

Νεκτάριος Β. Νώτης

nectarios@notice.gr