

Η αλήθεια είναι ότι
στη φύση δεν υπάρχει
τίποτα πιο καθαρό
από το νερό της.


Αρρένα
ΦΥΣΙΚΟ ΜΕΤΑΛΛΙΚΟ ΝΕΡΟ



Αρρένα

ΦΥΣΙΚΟ ΜΕΤΑΛΛΙΚΟ ΝΕΡΟ

Καθαρό. Σαν την αλήθεια.

arreona.gr   arreona.water





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

ΔΕΥΤΕΡΑ 15 ΙΟΥΝΙΟΥ 2026
ΤΕΥΧΟΣ 2345

Editorial

Η απαιτητή λάμψη της τζάμπα μαγκιάς

Debrief

Ακούστε τους, μιλήστε τους

Business Insight

Aegean, ΔΑΑ: Ευνοούνται από ενδεχόμενη επιστροφή προς την κανονικότητα

Business Maker

- Γιατί η Carlsberg επενδύει στην Ουκρανία παρά τον πόλεμο
- Οι κόκκινες γραμμές στη συμφωνία για τη μείωση των τιμών

SecretRecipe

Logistics: Πράσινο φως για δύο επενδύσεις σε Μαρκόπουλο και Σίνδο



• ΜΕΒΓΑΛ

Αντίστροφη μέτρηση για το εργοστάσιο των €180 εκατ.
- Διψήφια ανάπτυξη στο πεντάμηνο



• MARE MAGNUM

Ανάπτυξη 10% στο πεντάμηνο
- Η ευνοϊκή συγκυρία με τις τιμές και η πρόβλεψη για EBITDA €10 εκατ.



• ΕΛΛΗΝΙΚΕΣ ΔΙΑΝΟΜΕΣ

Τρέχει με +13% στο πεντάμηνο
- Ικανοποίηση για τη διείδυση των νέων brands στο on-trade κανάλι



• ΖΩΓΡΑΦΟΣ

Μπαίνει στο healthy snacking
- Στοχεύει σε ανάπτυξη 10% φέτος



3rd Annual Real Estate Conference

Αγορά σε Μετάβαση: Επένδυση, Στέγαση και η Πόλη του Αύριο

INTERCONTINENTAL ATHENAEUM ATHENS

ΥΠΟ ΤΗΝ ΑΙΓΙΔΑ



ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΔΗΜΟΚΡΑΤΙΑ
Υπουργείο Εθνικής Οικονομίας
και Οικονομικών



ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΔΗΜΟΚΡΑΤΙΑ
Υπουργείο Κοινωνικής Συνοχής
και Οικογένειας



ΔΗΜΟΣ ΑΘΗΝΑΙΩΝ

ΤΡΙΤΗ
16 Ιουνίου
2026

POWERED BY
NOTICE
CONTENT & DESIGN



**ΟΣΟ ΦΥΣΙΚΟ
ΕΙΝΑΙ
ΝΑ ΠΙΝΕΙΣ
ΝΕΡΟ, ΤΟΣΟ ΦΥΣΙΚΟ
ΕΙΝΑΙ ΝΑ ΔΙΝΕΙΣ ΑΙΜΑ.**

**ΣΤΗΡΙΖΟΥΜΕ
ΤΗΝ ΕΘΕΛΟΝΤΙΚΗ
ΑΙΜΟΔΟΣΙΑ**

ΒΙΚΟΣ®

**ΚΑΝΕ ΤΗ ΔΙΑΦΟΡΑ.
ΓΙΝΕ ΕΘΕΛΟΝΤΗΣ ΑΙΜΟΔΟΤΗΣ ΣΗΜΕΡΑ.**



• **ΖΩΓΡΑΦΟΣ**
ΜΠΑΙΝΕΙ ΣΤΟ HEALTHY SNACKING
- ΣΤΟΧΕΥΕΙ ΣΕ ΑΝΑΠΤΥΞΗ 10% ΦΕΤΟΣ

Σε πιο συγκρατημένους ρυθμούς σε σχέση με την προηγούμενη πενταετία εκτιμά ότι θα κινηθεί το 2026 η Ζωγράφος, έχοντας θέσει ως στόχο ανάπτυξη έως 10% για το σύνολο της χρήσης.

Όπως ανέφερε στο Fnb Daily η Διευθύνουσα Σύμβουλος της εταιρείας, Ειρήνη Ζωγράφου, το 2025 έκλεισε με κύκλο εργασιών κοντά στα €5 εκατ., έχοντας καταγράψει σταθερή ανοδική πορεία τα τελευταία πέντε χρόνια, ενώ οι πωλήσεις στα γλυκαντικά αυξήθηκαν κατά 15,2%, έναντι ανάπτυξης 8,7% της συνολικής αγοράς.

Η Ζωγράφος έχει παρουσία στην Κύπρο μέσω συνεργασίας με τον Σκλαβενίτη και εξετάζει επέκταση σε επιλεγμένες βαλκανικές αγορές, εντάσσοντας την εξωστρέφεια στους επόμενους άξονες ανάπτυξης.

ΥΨΗΛΗ ΚΕΡΔΟΦΟΡΙΑ
ΠΑΡΑ ΤΙΣ ΠΙΕΣΕΙΣ

Η εταιρεία διατηρεί κερδοφορία κοντά στο 10%, παρά τις πιέσεις από πρώτες ύλες και μεταφορικά κόστη. Η διοίκηση επιλέγει να απορροφά μέρος των ανατιμήσεων, ώστε να περιορίζει τις αυξήσεις προς τον τελικό καταναλωτή. Βασικοί πυλώνες του τζίρου παραμένουν

- η καστανή ζάχαρη
- οι μαρμελάδες
- το υγρό γλυκαντικό στέβιας

με τις δύο τελευταίες κατηγορίες να αντιπροσωπεύουν περίπου το 50% του κύκλου εργασιών.

Η επιβράδυνση του 2026 αποδίδεται στην πίεση που δέχεται ο Έλληνας καταναλωτής, αλλά και στο αυξημένο γεωπολιτικό ρίσκο, με αιχμή τις εξελίξεις στην Μέση Ανατολή και την κρίση γύρω από το Ιράν. Όπως ανέφερε η κα. Ζωγράφου, το α' εξάμηνο της χρονιάς δεν εμφανίζει την ίδια δυναμική με τα προηγούμενα χρόνια, γεγονός που οδηγεί τη διοίκηση σε πιο συγκρατημένες προβλέψεις για το κλείσιμο της χρήσης. Σημειώνεται ότι παραδοσιακά η εταιρεία καταγράφει ανάπτυξη +15% κάθε χρόνο κατά μέσο όσο.

HEALTHY SNACKING

Παρά τις συνθήκες της αγοράς, η Ζωγράφος επιχειρεί είσοδο στην αγορά του healthy snacking, με τη σειρά μπαρών "2good!", που αναμένεται να κυκλοφορήσουν στην αγορά μέσα στις επόμενες ημέρες. Η σειρά περιλαμβάνει τέσσερις κωδικούς με φρούτα και ξηρούς καρπούς, χωρίς προσθήκη ζάχαρης,



Ειρήνη Ζωγράφου,
Διευθύνουσα Σύμβουλος, Ζωγράφος

ενώ το ποσοστό φρούτων και ξηρών καρπών είναι από 80% έως 93%. Οι νέες μπάρες θα τοποθετηθούν αρχικά τον Ιούνιο στα super market Γαλαξίας, ενώ η εταιρεία βρίσκεται σε συζητήσεις με Σκλαβενίτη και My Market. Το οργανωμένο λιανεμπόριο παραμένει η βασική προτεραιότητα για την ανάπτυξη της νέας σειράς.

INFO - ΓΕΥΣΕΙΣ

- Μπανάνα & κακάο
- Κόκκινα φρούτα & κάσιους
- Μήλο, κανέλα, σταφίδες & κάσιους
- Μάγκο & αμύγδαλα

ΤΑ ΜΕΡΙΔΙΑ ΑΓΟΡΑΣ
ΑΝΑ ΚΑΤΗΓΟΡΙΑ

Παράλληλα, η Ζωγράφος διατηρεί ισχυρές θέσεις στις βασικές κατηγορίες της. Για το 2025 με βάση τα στοιχεία της Circana κατέγραψε μερίδιο αγοράς:

- 82,3% στη φρουκτόζη
- 25,4% στην καστανή ζάχαρη
- 28,9% στη στέβια υγρό
- 15,9% στη στέβια δισκία
- 17,8% στην αγαύη

Σε επίπεδο sell-out growth,

- η αγαύη κατέγραψε αύξηση 46,6%
- η στέβια υγρό 28,7%

- η στέβια σε δισκία 17,5%
 - η καστανή ζάχαρη 5,7%
- Αντίστοιχα, στις κατηγορίες όπου δραστηριοποιείται η εταιρεία,
- η υγρή στέβια αναπτύχθηκε κατά 25,6%
 - οι μαρμελάδες χωρίς ζάχαρη κατά 24,5%
 - το σιρόπι αγαύης κατά 9,9% και
 - η συνολική αγορά μαρμελάδας επίσης κατά 9,9%.

Στις κατηγορίες

- της ακατέργαστης ζάχαρης, η συνολική αγορά υποχώρησε κατά 2,9%, στα €10,16 εκατ., ενώ η Ζωγράφος κινήθηκε αντίθετα, αυξάνοντας τις πωλήσεις της κατά 3,9%, στα €2,35 εκατ.
- των γλυκαντικών, η συνολική αγορά ανήλθε στα €10,09 εκατ., με αύξηση 8,7%, ενώ οι πωλήσεις της Ζωγράφος έφθασαν τα €1,84 εκατ., αυξημένες κατά 15,2%

ΕΠΕΝΔΥΣΕΙΣ

Σε επίπεδο επενδύσεων, η εταιρεία εξετάζει ενίσχυση της παραγωγής, αναβάθμιση της παραγωγικής διαδικασίας και ενδεχομένως νέα παραγωγική μονάδα. Ωστόσο, οι αποφάσεις αυτές δεν προχωρούν άμεσα, λόγω της αυξημένης γεωπολιτικής αβεβαιότητας.

Στέλλα Αυγουστάκη
stella@notice.gr

• **MARE MAGNUM**

ΑΝΑΠΤΥΞΗ 10% ΣΤΟ ΠΕΝΤΑΜΗΝΟ - Η ΕΥΝΟΪΚΗ ΣΥΓΚΥΡΙΑ ΜΕ ΤΙΣ ΤΙΜΕΣ ΚΑΙ Η ΠΡΟΒΛΕΨΗ ΓΙΑ ΕΒΙΤΔΑ €10 ΕΚΑΤ.

Με διψήφιο ρυθμό ανάπτυξης τρέχει μέχρι στιγμής το 2026 η Mare Magnum, αξιοποιώντας και την ιδιαίτερα ευνοϊκή συγκυρία για τον κλάδο της ιχθυοκαλλιέργειας όπου οι τιμές έχουν αναρριχηθεί και συντηρούνται σε υψηλά εικοσαετίας.

Όπως εξηγεί στο Fnb Daily ο Πρόεδρος και Διευθύνων Σύμβουλος της εταιρείας, Γιώργος Πιτάκας, η τσιπούρα βρίσκεται αυτό το διάστημα στα €6,5 το κιλό FOB για την κατηγορία των 400-600 γραμμαρίων, ενώ ακόμα καλύτερη είναι η εικόνα στο λαβράκι που κινείται στα €7,5-€8 FOB για την ίδια κατηγορία βάρους.

ΦΡΕΝΟ ΣΤΗΝ ΠΡΟΣΦΟΡΑ

Σε αμφότερες τις περιπτώσεις, η άνοδος των τιμών απορρέει κατά κύριο λόγο από τη μείωση της προσφοράς ενώ σημάδια ανάκαμψης παρατηρούνται και στη ζήτηση η οποία, σημειωτέον, παραδοσιακά εντείνεται τη θερινή περίοδο.

Σύμφωνα με εκτιμήσεις, η παραγωγή τσιπούρας και λαβρακιού -που αντιστοιχούν περίπου στο 90% του συνόλου της παραγωγής της ελληνικής ιχθυοκαλλιέργειας - κινήθηκε το 2025 περίξ των 120.000 τόνων, όχι πολύ μακριά δηλαδή από τους 114.500 τόνους του 2024, σύμφωνα με την τελευταία έκθεση του ΕΛΟΠΥ, η οποία ήταν ήδη μειωμένη κατά 5,5% σε σύγκριση με το 2023. Επιπλέον η Τουρκία, βασικός ανταγωνιστής της χώρας μας και πλέον μεγαλύτερος από πλευράς ποσοτήτων παίκτης της Μεσογείου αντιμετώπισε σοβαρά προβλήματα με ασθένειες που περιορίσαν τη δική της παραγωγή.

Πέρα από αυτά τα δύο βασικά είδη, ψηλά παραμένουν οι τιμές για το μπλοκόπι που βρίσκεται στα €7,5 το κιλό και... ακόμα ψηλότερα στα €9 για το φαγκρί στο οποίο, αξίζει να σημειωθεί, δεν υπάρχει τουρκικός ανταγωνισμός αφού δεν παράγεται από τη γείτονα χώρα.

ΑΥΞΗΜΕΝΕΣ ΟΙ ΕΞΑΓΩΓΕΣ ΣΤΟ ΙΣΡΑΗΛ

Στο σκέλος της ζήτησης, η Ελλάδα έχει επωφεληθεί από το εμπάργκο της Τουρκίας στις εξαγωγές προς το Ισραήλ (βασικός προμηθευτής της μέχρι πρότινος σε τσιπούρα και λαβράκι), καλύποντας σε ένα μεγάλο βαθμό το κενό. Επιπλέον και σε ένα πιο μακροπρόθεσμο ορίζοντα, πρέπει να σημειωθεί ότι θετικά στην κατανάλωση των ψαριών ιχθυοκαλλιέργειας επιδρά και η διαφανιζόμενη μείωση των πληθυσμών της άγριας αλιείας.



Γιώργος Πιτάκας,
Πρόεδρος & Διευθύνων Σύμβουλος, Mare Magnum

ΑΝΑΠΤΥΞΗ 8% ΕΩΣ 10% ΤΟ 2026

Σε αυτό το φόντο κι έχοντας αφήσει πίσω της ένα 2025 με αύξηση σχεδόν 15% στον κύκλο εργασιών και υπερδιπλασιασμό της λειτουργικής, και όχι μόνο, κερδοφορίας (βοηθούσης και της αποκλιμάκωσης των τιμών των ιχθυοτροφών), η Mare Magnum έκλεισε, σύμφωνα με τον κ. Πιτάκα, το πρώτο πεντάμηνο της τρέχουσας χρήσης με ανάπτυξη 10%. Δεδομένου ότι οι συσχετισμοί μεταξύ προσφοράς και ζήτησης δεν αναμένεται να μεταβληθούν δραματικά μέχρι το τέλος του έτους, η εκτίμησή του είναι ότι το 2026 θα κλείσει με αύξηση 8%-10% στον κύκλο εργασιών και ΕΒΙΤΔΑ κοντά στα €10 εκατ.

DATA (σε €χιλ.)

Κύκλος Εργασιών	ΕΒΙΤΔΑ	Κέρδη προ φόρων
2025: 42.635	2024: 2.978	2025: 5.275
2024: 37.158	2023: 2.875	2024: 1.938
2023: 33.931		2023: 1.963

ΕΠΕΝΔΥΣΕΙΣ €10 ΕΚΑΤ.

Η εταιρεία έχει δρομολογήσει επενδύσεις συνολικού ύψους €10 εκατ. για την επόμενη τετραετία οι οποίες έχουν ενταχθεί στο ΠΑΛΥΘ (Πρόγραμμα Αλιείας, Υδατοκαλλιέργειας και Θάλασσας) 2021-27 και αφορούν, μεταξύ άλλων:

- Ανανέωση εξοπλισμού μονάδων
- Ιχθυογεννητικό σταθμό
- Εργοστάσιο μεταποίησης
- Συσκευαστήριο

Γιάννης Τσατσάκης
yannis@notice.gr



• ΦΥΣΙΚΟ ΜΕΤΑΛΛΙΚΟ ΝΕΡΟ ΒΙΚΟΣ

ΤΙΜΑ ΤΟΥΣ ΕΘΕΛΟΝΤΕΣ ΑΙΜΟΔΟΤΕΣ ΚΑΙ ΕΝΙΣΧΥΕΙ ΤΟ ΜΗΝΥΜΑ ΤΗΣ ΠΡΟΣΦΟΡΑΣ ΖΩΗΣ

Με αφορμή την Παγκόσμια Ημέρα Εθελοντή Αιμοδότη στις 14 Ιουνίου, το φυσικό μεταλλικό νερό Βίκος επιβεβαιώνει τη δέσμευσή του σε δράσεις εταιρικής κοινωνικής ευθύνης, αναδεικνύοντας τη σημασία της εθελοντικής αιμοδοσίας.

Με κεντρικό μήνυμα "Όσο φυσικό είναι να πίνεις νερό, τόσο φυσικό είναι να δίνεις αίμα", η εταιρεία στηρίζει την εθελοντική αιμοδοσία ως θεσμό δημόσιας υγείας και κοινωνικής συνοχής, προβάλλοντας την έννοια της συλλογικής προσφοράς.

Στο πλαίσιο της φετινής πρωτοβουλίας ενημέρωσης και ευαισθητοποίησης, το φυσικό μεταλλικό νερό Βίκος μεταφέρει το μήνυμα της αιμοδοσίας σε έξι πόλεις της Ελλάδας - Αθήνα, Ιωάννινα, Θεσσαλονίκη, Βόλο, Πάτρα και Ηράκλειο Κρήτης - μέσω προβολών σε αστικά λεωφορεία.

47 ΕΤΑΙΡΙΚΕΣ ΑΙΜΟΔΟΣΙΕΣ ΑΠΟ ΤΟ 2010

Η Ηπειρωτική Βιομηχανία Εμφιαλώσεων, μέσω του φυσικού μεταλλικού νερού Βίκος, έχει πραγματοποιήσει από το 2010 έως σήμερα 47 εταιρικές αιμοδοσίες, συγκεντρώνοντας περίπου 1.300 φιάλες αίματος, στο πλαίσιο δράσεων που εντάσσονται στην εταιρική της κουλτούρα. Σύμφωνα με την εταιρεία, κάθε φιάλη αίματος αντιστοιχεί σε μια πράξη αλληλεγγύης που μπορεί να αποδειχθεί καθοριστική για τη ζωή ενός συνανθρώπου, ενώ στόχος των πρωτοβουλιών είναι η ενίσχυση της ενημέρωσης και της κοινωνικής ευαισθητοποίησης γύρω από την εθελοντική αιμοδοσία.

• **ΝΙΚΟΣ ΛΟΥΛΗΣ (LOULIS FOOD INGREDIENTS)**

“Η ΤΕΧΝΗΤΗ ΝΟΗΜΟΣΥΝΗ Η ΜΕΓΑΛΥΤΕΡΗ ΕΠΑΝΑΣΤΑΣΗ ΠΟΥ ΕΧΕΙ ΓΝΩΡΙΣΕΙ Η ΑΝΘΡΩΠΟΤΗΤΑ”

Την ανάγκη να διατηρήσει η Ελλάδα τη μεταρρυθμιστική της δυναμική και να ενισχύσει τη διαφοροποίηση του παραγωγικού της μοντέλου υπογράμμισε ο Πρόεδρος της Loulis Food Ingredients, Νίκος Λούλης, μιλώντας στο φόρουμ του Οικονομικού Ταχυδρόμου.

Όπως ανέφερε, η χώρα έχει διανύσει μια δύσκολη περίοδο τα τελευταία χρόνια και έχει βελτιώσει σημαντικά τις οικονομικές της επιδόσεις. Ωστόσο, προειδοποίησε ότι δεν υπάρχει περιθώριο εφησυχασμού, τονίζοντας πως η ανάπτυξη δεν μπορεί να στηρίζεται σε έναν μόνο κλάδο της οικονομίας.

Σύμφωνα με τον ίδιο, ο τουρισμός αποτελεί διαχρονικά βασικό πυλώνα ανάπτυξης, ενώ τα τελευταία χρόνια έχουν αναπτυχθεί και άλλοι τομείς. Παρ’ όλα αυτά, η βιομηχανία εξακολουθεί να αποτελεί πεδίο όπου καταγράφεται σημαντικό έλλειμμα.

ΤΟ ΠΡΟΒΛΗΜΑ ΜΕ ΤΗΝ ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΜΕΤΑΠΟΙΗΣΗ

Ο κ. Λούλης επισήμανε ότι η μεταποίηση αντιστοιχεί περίπου στο 9% του ελληνικού ΑΕΠ, όταν ο μέσος όρος στην Ευρωπαϊκή Ένωση προσεγγίζει το 14%. Όπως σημείωσε, η αποβιομηχάνιση είναι μια πραγματικότητα που η χώρα καλείται να αντιμετωπίσει, καθώς η ενίσχυση της παραγωγής συνδέεται τόσο με την ανάπτυξη, όσο και με την ανθεκτικότητα της οι-

κονομίας. Όταν μια χώρα δεν παράγει επαρκώς, αναγκάζεται να αυξάνει τις εισαγωγές της, με υψηλότερο κόστος και μεγαλύτερη έκθεση σε περιόδους κρίσεων.

Ο ΡΟΛΟΣ ΤΗΣ ΑΙ

Ιδιαίτερη αναφορά έκανε στην Τεχνητή Νοημοσύνη, την οποία χαρακτήρισε ως τη σημαντικότερη τεχνολογική επανάσταση που έχει γνωρίσει η ανθρωπότητα. Υποστήριξε ότι οι δυνατότητες της βρίσκονται ακόμη σε πρώιμο στάδιο αξιοποίησης και ότι η χρήση της πρέπει να επεκταθεί σε όλους τους τομείς της οικονομίας, συμπεριλαμβανομένης της βιομηχανίας. Όπως τόνισε, η επιτυχής ενσωμάτωσή της προϋποθέτει επενδύσεις σε εργαλεία, εκπαίδευση και εταιρική κουλτούρα, ενώ παράλληλα απαιτούνται δικλίδες ασφαλείας ώστε τα οφέλη να έχουν θετικό κοινωνικό και οικονομικό αποτύπωμα.

ΤΟ ΑΝΘΡΩΠΙΝΟ ΔΥΝΑΜΙΚΟ

Παράλληλα, εξέφρασε έντονη ανησυχία για την έλλειψη ανθρώπινου δυναμικού, που χαρακτήρισε ως αναδυόμενο δομικό πρόβλημα για την ελληνική οικονομία. Όπως ανέφερε, η υποχώρηση της τεχνικής εκπαίδευσης και το κοινωνικό στίγμα που συνοδεύει αρκετά τεχνικά επαγγέλματα έχουν περιορίσει την προσφορά εξειδικευμένων εργαζομένων. Για τον λόγο



Νίκος Λούλης, επικεφαλής, Loulis Food Ingredients

αυτό, υπογράμμισε την ανάγκη στενότερης συνεργασίας Πολιτείας και επιχειρήσεων για τη δημιουργία εκπαιδευτικών δομών που θα καλύπτουν τις ανάγκες της βιομηχανίας.

Αναφερόμενος στην Loulis Food Ingredients, σημείωσε ότι ο όμιλος πλησιάζει τα 250 χρόνια παρουσίας στον κλάδο του αλευριού. Όπως εξήγησε, η προσαρμοστικότητα αποτέλεσε το βασικό στοιχείο που επέτρεψε στην εταιρεία να διατηρήσει την αναπτυξιακή της πορεία, δίνοντας ιδιαίτερη έμφαση στην εταιρική διακυβέρνηση και στη λειτουργία ενός ισχυρού διοικητικού συμβουλίου.

Κλείνοντας, αναφέρθηκε στον ρόλο του ΣΕΒ, επισημαίνοντας τη συμβολή του στη διαμόρφωση και επικοινωνία των θέσεων της επιχειρηματικής κοινότητας προς την Πολιτεία και την κοινωνία.

• **COFFEECO UPCYCLE**

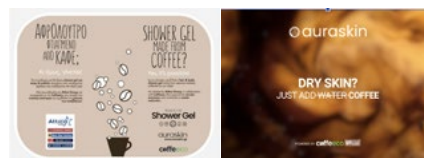
ΝΕΕΣ ΣΥΝΕΡΓΑΣΙΕΣ ΜΕ EMPIRIA GROUP, BLUE HOTELS & RESORTS ΚΑΙ ATTICA GROUP

Στρατηγικές συνεργασίες με την Empiria Group, την Blue Hotels & Resorts και την Attica Group ανακοίνωσε η Coffeeco Upcycle, ενισχύοντας την παρουσία της στον τουριστικό κλάδο και διευρύνοντας την εφαρμογή πρακτικών κυκλικής οικονομίας.

Στο πλαίσιο των συνεργασιών, τα καλλυντικά προϊόντα Auraskin της Coffeeco, τα οποία παράγονται από ανακυκλωμένο καφέ, θα χρησιμοποιούνται στις ξενοδοχειακές μονάδες των Empiria Group και Blue Hotels & Resorts.

Παράλληλα, η Attica Group συνεχίζει για δεύτερη χρονιά τη χρήση των αφρόλουτρων Auraskin στα πλοία της, αξιοποιώντας προϊόντα που παράγονται από ανακυκλωμένο καφέ ο οποίος καταναλώνεται εντός των πλοίων.

Σύμφωνα με την εταιρεία, οι συνεργασίες εντάσσονται στη στρατηγική ανάπτυξης της κυκλικής οικονομίας στον τουρισμό, με στόχο την



αξιοποίηση αποβλήτων καφέ ως πρώτης ύλης για προϊόντα καλλυντικής φροντίδας.

ΤΟ ΝΕΟ ΔΣ

Παράλληλα, η Coffeeco προχώρησε σε διεύρυνση του Διοικητικού της Συμβουλίου με την ένταξη της Στεφανίας Φλέγγα και του Βασιλείου Καρατζένη. Η Στεφανία Φλέγγα διαθέτει περισσότερα από 30 χρόνια επαγγελματικής εμπειρίας στον τουριστικό κλάδο. Ο Βασίλειος Καρατζένης διαθέτει περισσότερα από 20 χρόνια εμπειρίας στον τομέα των επενδύσεων και της διαχείρισης κεφαλαίων. Το 2020 ίδρυσε τη VDK

Capital. Υπενθυμίζεται ότι καθήκοντα Προέδρου του Δ.Σ. έχει αναλάβει ο Γιάννης Θεοδωρόπουλος. Το νέο ΔΣ της Coffeeco Upcycle απαρτίζεται από τους:

- Γιάννης Θεοδωρόπουλος — Πρόεδρος, μέλος ΔΣ της Bespoke
- Δρ. Αλέξης Παντζιάρος — CEO & Co-Founder Coffeeco
- Μάριος Βλαχογιάννης — COO & Co-Founder Coffeeco
- Βασίλειος Καρατζένης — Founder & CEO, VDK Capital
- Κωνσταντίνος Κωνσταντινόπουλος — CEO Coffee Island
- Κωνσταντίνος Λάμπρου – Strategic Advisor – Business Development, Corporate Affairs & ESG
- Στεφανία Φλέγγα — CEO, Movement Hospitality Consulting

• **ΕΛΛΗΝΙΚΕΣ ΔΙΑΝΟΜΕΣ**

ΤΡΕΧΕΙ ΜΕ +13% ΣΤΟ ΠΕΝΤΑΜΗΝΟ - ΙΚΑΝΟΠΟΙΗΣΗ ΓΙΑ ΤΗ ΔΙΕΙΣΔΥΣΗ ΤΩΝ ΝΕΩΝ BRANDS ΣΤΟ ON-TRADE ΚΑΝΑΛΙ

Με θετικό πρόσημο ολοκληρώνεται το πρώτο μισό της χρονιάς για την Ελληνικές Διανομές η οποία, εν μέσω μιας σχετικά ράθυμης αγοράς, εξακολουθεί να γράφει διψήφιους ρυθμούς ανάπτυξης, δίκως ακόμα να έχουμε μπει στην καρδιά της θερινής σεζόν.

ΑΝΑΠΤΥΞΗ 6% ΠΑΝΩ ΑΠΟ ΤΙΣ ΠΡΟΒΛΕΨΕΙΣ

Όπως δηλώνει στο FNB Daily ο Στέφανος Καβαλιώτης, Country Wholesale Sales Manager της εταιρείας (θυγατρικής της Hellenic Duty Free Shops), το α' πεντάμηνο του 2026 είχε μεν αρκετά σκαμπανεβάσματα ωστόσο έκλεισε με αύξηση άνω του 13% στο τζίρο η οποία μάλιστα υπερβαίνει κατά 6% τις αρχικές εκτιμήσεις. Ιδιαίτερα σημαντικό, σύμφωνα με τον ίδιο, είναι ότι "το ποιοτικό κομμάτι του portfolio αντέχει", όπως επίσης και ότι τα brands ροής και δη τα νεότερα εξ αυτών διαγράφουν μια παραπάνω από ικανοποιητική πορεία στην αγορά.

"Η τεκίλα Salitos, για παράδειγμα, πάει πάρα πολύ καλά και ανοίγει ολοένα και περισσότερο τη διανομή της", σημειώνει, προσθέτοντας ότι η επιτυχία της πιθανότατα οφείλεται στο ότι "πέραν των ποιοτικών της προδιαγραφών, είναι και τιμολογιακά προϊόν που σέβε-



Στέφανος Καβαλιώτης, Country Wholesale Sales Manager, Ελληνικές Διανομές

ται την τσέπη του καταναλωτή". Σημειώνεται ότι η Salitos από Blue Weber αγαύη διατίθεται σε τρεις κωδικούς: Silver, Gold και Chilli.

"ΣΤΕΚΕΤΑΙ ΑΠΕΝΑΝΤΙ ΣΤΗΝ STOLI Η 9 MILE"

Ικανοποίηση υπάρχει και για την πορεία των άλλων δύο πρόσφατων αφίξεων, του ρουμιού Commander Jones και της βότκας 9 Mile. Στην πρώτη περίπτωση, όπως εξηγεί ο κ. Καβαλιώτης, "έχουμε να κάνουμε με ένα entry level ρούμι με 37,5%-38% αλκοόλ από ζαχαροκάλαμο που διατίθεται σε τρεις τύπους: λευκό, σκούρο και dark spice, με τους οποίους είναι εξοικωμένος ο ουρανίσκος του Έλληνα καταναλωτή. Είναι μια ποιοτική και, συνάμα, οικονομική σειρά που μας έχει

βοηθήσει επίσης πολύ στο να εδραιώσουμε συμφωνίες και για τα υπόλοιπα brands". Ιδιαίτερα ενθαρρυντική είναι επίσης η επαναληψιμότητα που παρατηρείται στις παραγγελίες της 9 Mile που, σύμφωνα με το συνομιλητή μας, "αποδεικνύεται ιδιαίτερα ανταγωνιστική απέναντι στην Stolichnaya, με πολύ καλό feedback, όσον αφορά την ποιότητά της, από τους καταναλωτές, όπως μας μεταφέρουν οι πελάτες μας".

ΣΤΑΘΕΡΟΤΗΤΑ ΣΤΟ RETAIL

Στο off-trade κανάλι, εν τω μεταξύ, οι πωλήσεις παρουσιάζουν συνολικά μια σταθερότητα. Υπενθυμίζεται ότι η Ελληνικές Διανομές είναι παρούσα σε Σκλαβενίτη - The Mart, Μασσούτη, Metro-My Market και OK!Market. Σε γεωγραφικό επίπεδο κι επιστρέφοντας στην κρύα αγορά, η εταιρεία παρουσιάζει φέτος μεγαλύτερη διείσδυση σε Λευκάδα, Κέρκυρα, Κρήτη, Κω, Ρόδο, Κυκλάδες και Χαλκιδική ενώ στους στόχους της από την επόμενη χρονιά είναι να ενισχύσει την παρουσία της τόσο στο βορειοανατολικό τμήμα της χώρας όσο και στην Πελοπόννησο.

Γιάννης Τσατσάκης
yannis@notice.gr

• **ΕΥΡΩΠΑΪΚΗ ΕΠΙΤΡΟΠΗ**

ΠΡΟΤΕΙΝΕΙ ΑΠΑΓΟΡΕΥΣΗ ΕΙΣΑΓΩΓΩΝ ΡΩΣΙΚΟΥ ΜΠΑΚΑΛΙΑΡΟΥ ΣΤΟ ΝΕΟ ΠΑΚΕΤΟ ΚΥΡΩΣΕΩΝ

Η Ευρωπαϊκή Επιτροπή πρότεινε την απαγόρευση εισαγωγών ρωσικού μπακαλιάρου στο πλαίσιο ενός νέου πακέτου κυρώσεων, με στόχο την αύξηση της πίεσης προς την Ρωσία για τη συνεχιζόμενη εισβολή στην Ουκρανία. Ανακοινώνοντας το προτεινόμενο 21ο πακέτο κυρώσεων, η Πρόεδρος της Κομισιόν, Ursula von der Leyen, δήλωσε ότι τα μέτρα επεκτείνονται για πρώτη φορά και στον τομέα της αλιείας.



Η ΠΡΟΤΑΣΗ

Η πρόταση περιλαμβάνει σημαντικούς περιορισμούς στις εισαγωγές ορισμένων αλιευτικών προϊόντων, καθώς και πλήρη απαγόρευση για άλλα, μεταξύ των οποίων και ο μπακαλιάρος. "Αντιμετωπίζουμε έναν από τους τελευταίους μεγάλους τομείς που δεν έχουν ακόμη υπαχθεί σε κυρώσεις: την αλιεία", δήλωσε η von der Leyen. "Προτείνου-

με σημαντικούς περιορισμούς στις εισαγωγές ορισμένων αλιευτικών προϊόντων και πλήρη απαγόρευση για άλλα, συμπεριλαμβανομένου του μπακαλιάρου".

ΠΟΙΟΣ ΕΙΝΑΙ Ο ΣΤΟΧΟΣ

Σύμφωνα με τη von der Leyen, οι νέοι περιορισμοί στις εισαγωγές αποσκοπούν στη στήριξη της προσπάθειας της Ευρώπης να μειώσει

την εξάρτησή της από τις ρωσικές εισαγωγές και να διαφοροποιήσει τις πηγές προμήθειας. Το πακέτο προβλέπει επίσης την εναρμόνιση των εμπορικών περιορισμών που ισχύουν για τη Λευκορωσία, με εκείνους που εφαρμόζονται ήδη στη Ρωσία. Σύμφωνα με την Ευρωπαϊκή Επιτροπή, το μέτρο αυτό θα συμβάλει στην αποτροπή χρήσης της Λευκορωσίας ως διαμετακομιστικής οδού για το ρωσικό εμπόριο. Παράλληλα με τις προτάσεις που αφορούν την αλιεία, η Επιτροπή επιδιώκει να επιβάλει νέους περιορισμούς στις εξαγωγές προϊόντων και τεχνολογιών που χρησιμοποιούνται από τη ρωσική αμυντική βιομηχανία. Επιπλέον, προτείνονται νέες απαγορεύσεις εισαγωγών για αγαθά όπως συγκεκριμένα μέταλλα, μεταλλεύματα και ανταλλακτικά αυτοκινήτων. Τα προτεινόμενα μέτρα θα πρέπει να εγκριθούν από τα κράτη-μέλη της Ευρωπαϊκής Ένωσης προτού τεθούν σε ισχύ.

• IFIC

ΟΙ ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΕΣ ΔΙΝΟΥΝ ΟΛΟΕΝΑ ΜΕΓΑΛΥΤΕΡΗ ΣΗΜΑΣΙΑ ΣΤΑ ΣΥΣΤΑΤΙΚΑ ΤΩΝ ΤΡΟΦΙΜΩΝ

Οι προσδοκίες των καταναλωτών σχετικά με τις διατροφικές ετικέτες μεταβάλλονται, καθώς οι πληροφορίες που παρέχονται στις συσκευασίες επηρεάζουν ολόενα και περισσότερο τις αγοραστικές τους αποφάσεις, σύμφωνα με νέα έρευνα του International Food Information Council (IFIC).

Οι καταναλωτές δεν περιορίζονται πλέον στην αναζήτηση στοιχείων που θα πρέπει να μειώσουν στη διατροφή τους, όπως η ζάχαρη ή το νάτριο. Αντίθετα, ενδιαφέρονται όλο και περισσότερο για θρεπτικά συστατικά που μπορούν να προσθέσουν στη διατροφή τους, με την πρωτεΐνη να αναδεικνύεται σε έναν από τους σημαντικότερους παράγοντες αξιολόγησης ενός προϊόντος.

Σύμφωνα με τα ευρήματα της έρευνας:

- το 45% των καταναλωτών εξετάζει τις θερμίδες ενός προϊόντος
- το 44% δίνει ιδιαίτερη προσοχή στη συνολική περιεκτικότητα σε σάκχαρα
- το 42% αναζητά πληροφορίες για την περιεκτικότητα σε πρωτεΐνη

ΤΙ ΑΝΑΖΗΤΟΥΝ

Το IFIC επισημαίνει ότι η αλλαγή αυτή συνδέεται με την αυξανόμενη δημοτικότητα των

λειτουργικών συστατικών. Όλο και περισσότεροι καταναλωτές αναζητούν προϊόντα που περιέχουν πρωτεΐνη ή άλλα θρεπτικά συστατικά τα οποία μπορούν να συμβάλουν στη βελτίωση συγκεκριμένων παραμέτρων υγείας, στην αθλητική απόδοση ή ακόμη και στην προσωπική φροντίδα και ομορφιά.

Παράλληλα, περίπου τέσσερις στους δέκα καταναλωτές θεωρούν χρήσιμο να αναγράφονται στην εμπρόσθια όψη της συσκευασίας τόσο τα συστατικά και τα θρεπτικά στοιχεία που είναι ωφέλιμο να καταναλώνονται περισσότερο όσο και εκείνα που καλό είναι να περιορίζονται.

ΠΩΣ ΑΛΛΑΖΕΙ Η ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΗ ΤΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ

Η μεταβολή των καταναλωτικών προτιμήσεων οδηγεί ολόενα και περισσότερες επιχειρήσεις τροφίμων στην αναθεώρηση των διατροφικών ετικετών τους. Η WK Kellogg, για παράδειγμα, έχει ήδη ανανεώσει την παρουσίαση των διατροφικών πληροφοριών στα προϊόντα της, προβάλλοντας πιο εμφανώς στοιχεία όπως η πρωτεΐνη, οι φυτικές ίνες και άλλα σημαντικά θρεπτικά συστατικά. Την ίδια στιγμή, ο Οργανισμός Τροφίμων



και Φαρμάκων των ΗΠΑ (FDA) έχει προτείνει την υποχρεωτική αναγραφή βασικών διατροφικών πληροφοριών στην εμπρόσθια πλευρά των συσκευασιών, ώστε οι καταναλωτές να μπορούν να εντοπίζουν ευκολότερα πιο υγιεινές επιλογές.

Η αυξανόμενη ζήτηση για πιο κατανυγές και προσβάσιμες πληροφορίες συνδέεται επίσης με τη μεγαλύτερη δυσπιστία απέναντι στα τεχνητά συστατικά και τη στροφή προς πιο φυσικές επιλογές. Σύμφωνα με έρευνα της Acosta Group, σχεδόν το 58% των καταναλωτών διαβάζει πάντα ή τις περισσότερες φορές τις ετικέτες πριν αγοράσει ένα νέο προϊόν, γεγονός που αναδεικνύει τη σημασία της διαφάνειας και της ξεκάθαρης ενημέρωσης στη σύγχρονη αγοραστική διαδικασία.

• ΕΥΡΩΠΗ

ΠΡΟΒΛΗΜΑΤΙΣΜΟΣ ΓΙΑ ΤΗΝ ΚΙΝΕΖΙΚΗ ΕΠΕΛΑΣΗ ΣΤΑ ΠΟΥΛΕΡΙΚΑ

Στους 17,3 εκατομμύρια τόνους ετησίως, έχει φτάσει η παραγωγή πουλερικών στην Κίνα, σύμφωνα με στοιχεία του Υπουργείου Γεωργίας των ΗΠΑ (USDA), έπειτα από σταθερή ανάπτυξη κατά την τελευταία δεκαετία. Το 2020 η Κίνα εξήγαγε περίπου 20.000 τόνους κρέατος πουλερικών στην Ευρώπη. Πέρυσι, η ποσότητα αυτή εκτινάχθηκε στους 150.000 τόνους, με τα προϊόντα να εισέρχονται τόσο στις αγορές της Ευρωπαϊκής Ένωσης, όσο και του Ηνωμένου Βασιλείου.

Ένα ακόμη ζήτημα που προκαλεί ανησυχία στην ευρωπαϊκή αγορά, σύμφωνα με τον Sojka, είναι οι ιδιαίτερα ανταγωνιστικές τιμές των κινεζικών προϊόντων.

ΑΝΤΙΣΤΡΟΦΗ ΤΩΝ ΙΣΟΡΡΟΠΙΩΝ

Η Κίνα αποτελούσε κάποτε σημαντική αγορά για τους Ευρωπαίους εξαγωγείς πουλερικών. Όπως σημειώνει η Puls Biznesu, η πολωνική πτηνοτροφική βιομηχανία προ-

σπαθεί εδώ και χρόνια να ανακτήσει την πρόσβαση της στην κινεζική αγορά, η οποία έκλεισε το 2020 μετά από σειρά κρουσμάτων γρίπης των πτηνών στην Πολωνία.

Ωστόσο, από την επιβολή των περιορισμών και μετά, η παραγωγή πουλερικών της Κίνας αυξήθηκε κατά όγκο που αντιστοιχεί περίπου στην ετήσια παραγωγή της Πολωνίας. Ως αποτέλεσμα, η χώρα διαθέτει πλέον σημαντικές δυνατότητες εξαγωγών.

Μέσα σε αυτό το περιβάλλον αυξημένης εγχώριας παραγωγής, ο κινεζικός κλάδος πουλερικών βρέθηκε αντιμέτωπος με κρίση υπερπροσφοράς το 2025, γεγονός που ώθησε τη χώρα να ενισχύσει τις εξαγωγές κρέατος κοτόπουλου.

Η Ευρώπη δεν αποτελεί τη μοναδική αγορά-στόχο. Από τις αρχές του 2026, Ρώσοι πτηνοτρόφοι έχουν επίσης εκφράσει παράπονα για τη σημαντική αύξηση των εισαγωγών πουλερικών από την Κίνα.



ΑΠΕΛΕΥΘΕΡΩΣΗ ΤΩΝ ΕΙΣΑΓΩΓΩΝ

Η αύξηση των κινεζικών εξαγωγών πουλερικών προς την Ευρώπη αναμένεται να συνεχιστεί, καθώς ολόενα και περισσότερες κινεζικές μονάδες επεξεργασίας κρέατος λαμβάνουν πιστοποίηση για την προμήθεια προϊόντων στην ευρωπαϊκή αγορά.

Οι Ευρωπαίοι παραγωγοί αποδίδουν μέρος της αύξησης των κινεζικών εξαγωγών στις πρόσφατες αλλαγές στο σύστημα αδειοδότησης.

Σε αυτό το στάδιο, οι ευρωπαϊκές ρυθμιστικές αρχές διαθέτουν περιορισμένα μέσα για να ανακόψουν την αυξανόμενη παρουσία των κινεζικών πουλερικών στην αγορά.

• ΜΕΒΓΑΛ

ΑΝΤΙΣΤΡΟΦΗ ΜΕΤΡΗΣΗ ΓΙΑ ΤΟ ΕΡΓΟΣΤΑΣΙΟ ΤΩΝ €180 ΕΚΑΤ. - ΔΙΨΗΦΙΑ ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΣΤΟ ΠΕΝΤΑΜΗΝΟ

Στην αυξανόμενη διεθνή ζήτηση για ελληνικά γαλακτοκομικά προϊόντα στηρίζει η Μεβγάλ το νέο επενδυτικό της σχέδιο, το οποίο περιλαμβάνει τη δημιουργία μιας νέας παραγωγικής μονάδας στα Κουφάλια Θεσσαλονίκης.

Όπως ανέφερε στο Fnb Daily ο Διευθύνων Σύμβουλος της Μεβγάλ, Κωνσταντίνος Παπαδόπουλος Χατζάκος, η επένδυση θα ξεπεράσει τα €160 εκατ., με το συνολικό της ύψος, συμπεριλαμβανομένου του κεφαλαίου κίνησης, να διαμορφώνεται περίπου στα €180 εκατ.

Η νέα μονάδα αναμένεται να τεθεί σε λειτουργία το 2027 και έχουν ήδη ξεκινήσει οι εργασίες προετοιμασίας του οικοπέδου, ενώ η εταιρεία αναμένει την έκδοση των απαραίτητων αδειών προκειμένου να ξεκινήσει η κατασκευή.

ΤΡΙΠΛΑΣΙΑΖΕΙ ΠΑΡΑΓΩΓΗ

Πρόκειται για επένδυση που δεν αφορά αποκλειστικά το γιαούρτι. Αν και το Greek yogurt θα αποτελέσει τον βασικό παραγωγικό άξονα της νέας μονάδας, στις νέες εγκαταστάσεις θα παράγονται επίσης γάλα μακράς διάρκειας, καθώς και οξυγαλακτικά και πινόμμενα προϊόντα, όπως κεφίρ και άλλες σχετικές κατηγορίες που ήδη περιλαμβάνονται στο χαρτοφυλάκιο της εταιρείας. Οι νέες γραμμές παραγωγής θα επιτρέψουν τη σταδιακή μεταφορά της παραγωγικής δραστηριότητας από το υφιστάμενο εργοστάσιο στις νέες εγκαταστάσεις.

Η επένδυση αναμένεται να τριπλασιάσει τη δυναμικότητα παραγωγής της εταιρείας, δίνοντας τη δυνατότητα στη Μεβγάλ να ανταποκριθεί στην αυξανόμενη διεθνή ζήτηση για ελληνικό γιαούρτι και φέτα.

Ο σχεδιασμός προβλέπει τη συγκέντρωση της παραγωγής στη νέα μονάδα, αξιοποιώντας τα

πλεονεκτήματα ενός σύγχρονου εργοστασίου σε επίπεδο παραγωγικότητας, εξοικονόμησης πόρων και λειτουργικής αποδοτικότητας. Για τον λόγο αυτό δεν προβλέπεται μακροπρόθεσμα παράλληλη λειτουργία των δύο μονάδων.

ΘΕΤΙΚΟ ΞΕΚΙΝΗΜΑ ΣΤΟ 2026

Αναφερόμενος στην πορεία της εταιρείας κατά το α' πεντάμηνο του 2026, ο κ. Παπαδόπουλος - Χατζάκος υπογράμμισε ότι η Μεβγάλ κινείται με υψηλή διψήφια ανάπτυξη, η οποία προέρχεται κυρίως από τις εξαγωγικές δραστηριότητες. Παρά την έως τώρα θετική πορεία, η διοίκηση αποφεύγει προς το παρόν να προχωρήσει σε συγκεκριμένες εκτιμήσεις για το σύνολο της χρονιάς. Όπως εξήγησε η θερινή περίοδος αποτελεί το σημαντικότερο διάστημα για τη δραστηριότητα της εταιρείας, καθώς περίπου το 40% του ετήσιου κύκλου εργασιών πραγματοποιείται κατά τους καλοκαιρινούς μήνες. Ως εκ τούτου, μια πιο ασφαλής εκτίμηση για την πορεία της χρήσης αναμένεται μετά το τέλος του καλοκαιριού.

ΒΑΣΙΚΕΣ ΑΓΟΡΕΣ

Συμπλήρωσε ότι θετική παραμένει και η εικόνα της εγχώριας αγοράς, ωστόσο ο βασικός μοχλός ανάπτυξης εντοπίζεται στο εξωτερικό. Οι σημαντικότερες αγορές για την εταιρεία είναι η Κεντρική Ευρώπη και οι Ηνωμένες Πολιτείες. Η φέτα καταγράφει ιδιαίτερα ισχυρή παρουσία στην αμερικανική αγορά, ενώ το γιαούρτι αναπτύσσεται κυρίως στις ευρωπαϊκές χώρες όπου η κατηγορία συνεχίζει να διευρύνεται.

Στέλλα Αυγουστάκη
stella@notice.gr



Κωνσταντίνος Παπαδόπουλος Χατζάκος, Διευθύνων Σύμβουλος, Μεβγάλ

BNB
DAILY

BUSINESS IN BRIEF

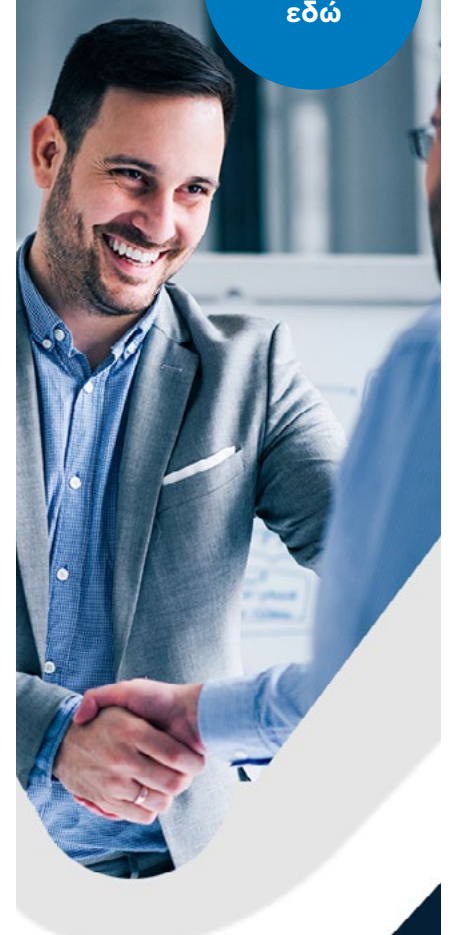
ΚΑΘΕ ΠΡΩΙ
ΣΤΟ EMAIL ΣΑΣ!

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

ΜΑΖΙ ΜΕ ΤΟ BNB DAILY:

BnBeauty

Γίνε
συνδρομητής
εδώ



• **SCHWARZ GROUP**

ΑΥΞΗΣΗ ΕΣΟΔΩΝ 5,8% ΤΟ 2025, ΣΤΟ +6,1% Η LIDL - ΔΡΟΜΟΛΟΓΟΥΝΤΑΙ ΕΠΕΝΔΥΣΕΙΣ ΑΝΩ ΤΩΝ €10 ΔΙΣ. ΦΕΤΟΣ

Με αύξηση εσόδων και περαιτέρω ενίσχυση της θέσης των εταιρειών του ολοκλήρωσε το οικονομικό έτος 2025 το Schwarz Group.

Τα έσοδα των καταστημάτων Lidl αυξήθηκαν κατά 6,1% σε ετήσια βάση, χάρη στην επέκταση του δικτύου καταστημάτων και στην αύξηση της πελατειακής βάσης στην Γερμανία και την υπόλοιπη Ευρώπη. Για να διασφαλίσει περαιτέρω τις αλυσίδες εφοδιασμού της μεταξύ Ασίας και Ευρώπης, η Lidl επενδύει στον εκσυγχρονισμό του στόλου της Tailwind και έχει αναθέσει την κατασκευή πέντε νέων πλοίων για τη ναυτιλιακή εταιρεία.

KAUFLAND

Η Kaufland ενίσχυσε περαιτέρω τη θέση της τόσο στη γερμανική αγορά, όσο και στις αγορές



Gerd
Chrzanowski,
CEO, Schwarz
Group

της Ανατολικής Ευρώπης. Παράλληλα, η αλυσίδα επέκτεινε το Kaufland Marketplace στην Ιταλία και την Γαλλία και πλέον η πλατφόρμα λειτουργεί σε επτά ευρωπαϊκές χώρες. Ωστόσο, τα ηλεκτρονικά έσοδα των Lidl και Kaufland παρέμειναν αμετάβλητα στα επίπεδα των €1,7 δισ.

DATA 2025 (σε €δισ.)

Έσοδα Ομίλου: 185,6 (+5,8%)

Έσοδα Lidl: 140,2 (+6,1%)

Έσοδα Kaufland: 36,7 (+4,3%)

Η ΕΙΚΟΝΑ ΣΤΙΣ ΥΠΟΛΟΙΠΕΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΕΣ

PreZero. Η εταιρεία διαχείρισης αποβλήτων και ανακύκλωσης PreZero κατέγραψε αύξηση εσόδων κατά 5,1%, φτάνοντας τα €4,1 δισ. Παράλληλα, επέκτεινε το επιχειρηματικό της μοντέλο εισερχόμενη στον τομέα της ανακύκλωσης μπαταριών μέσω της εξαγοράς της RE.LION.BAT.

Schwarz Produktion. Οι παραγωγικές εταιρείες του ομίλου κατέγραψαν αύξηση εσόδων κατά 23,9%, φτάνοντας τα €5,7 δισ. Η ανάπτυξη υποστηρίχθηκε από την πλήρη λειτουργική αξιοποίη-

ση του εργοστασίου του ομίλου στο Derby της Αγγλίας. Παράλληλα, προχώρησε στην εξαγορά της εταιρείας παραγωγής μαρμελάδων και μελιού Göbber, με στόχο την ενίσχυση της αυτάρκειας των εφοδιαστικών αλυσίδων της.

Schwarz Digits. Ο τομέας πληροφορικής και ψηφιακών υπηρεσιών του ομίλου, κατέγραψε αύξηση εσόδων κατά 15,8%, φτάνοντας τα €2,2 δισ. Η ανάπτυξη αποδίδεται στην αυξημένη ζήτηση από γερμανικές και ευρωπαϊκές επιχειρήσεις για την cloud πλατφόρμα STACKIT.

ΠΡΟΟΠΤΙΚΕΣ

Η Schwarz Group ανακοίνωσε ότι θα συνεχίσει να υλοποιεί το επενδυτικό και αναπτυξιακό της πρόγραμμα και κατά το οικονομικό έτος 2026.

Οι προγραμματισμένες επενδύσεις θα ξεπεράσουν τα €10 δισ., εκ των οποίων περίπου €5 δισ. θα κατευθυνθούν στη Γερμανία.

Οι επενδύσεις θα επικεντρωθούν:

- Στην ενίσχυση του βασικού επιχειρηματικού πυρήνα
- Στην αύξηση του μεριδίου αγοράς στο φυσικό λιανεμπόριο
- Στη διασφάλιση μακροπρόθεσμης ψηφιακής ανεξαρτησίας
- Στην ενίσχυση της αυτάρκειας σε πόρους και εφοδιαστικές αλυσίδες

• **MOLSON COORS**

ΕΠΕΝΔΥΕΙ ΞΑΝΑ ΣΤΙΣ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΕΣ ΜΠΥΡΕΣ ΚΑΘΩΣ ΥΠΟΧΩΡΕΙ Η CRAFT ΑΓΟΡΑ

Η Molson Coors επενδύει εκ νέου στις οικονομικές μπίρες, καθώς οι πληθωριστικές πιέσεις επηρεάζουν τους καταναλωτές και η ζήτηση για craft μπίρες υποχωρεί.

Οι λεγόμενες "value beers", όπως η Pabst Blue Ribbon και η Keystone Light, αποτέλεσαν για χρόνια δημοφιλείς επιλογές σε κοινωνικές συγκεντρώσεις, ωστόσο επηρεάστηκαν σημαντικά τόσο από την πανδημία COVID-19 όσο και από την ανάπτυξη της αγοράς craft μπίρας.

ΕΠΙΒΡΑΔΥΝΣΗ ΓΙΑ ΤΙΣ CRAFT

Σήμερα, με την αγορά των craft μπιρών να επιβραδύνεται και τους καταναλωτές να δίνουν μεγαλύτερη σημασία στην τιμή, οι μεγάλοι ζυθοποιοί επιδιώκουν να προσελκύσουν νεότερες ηλικίες δίνοντας έμφαση στην αξία και την προσιτότητα.

Στο πλαίσιο της στρατηγικής της για το 2030,

η Molson Coors αναμορφώνει το χαρτοφυλάκιο των οικονομικών της brands, εστιάζοντας κυρίως στις Miller High Life και Keystone. Η εταιρεία σχεδιάζει να επαναφέρει την Keystone Ice τον Αύγουστο, μετά τη διακοπή της το 2021, ενώ παράλληλα επεκτείνει τη σειρά με την νέα Keystone Apple. Παράλληλα, επανέφερε μια light εκδοχή της Miller High Life, η οποία διατίθεται ήδη σε περισσότερες από 20 πολιτείες των ΗΠΑ, με στόχο περαιτέρω επέκταση.

Η ΝΕΑ ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΙΚΗ ΤΑΣΗ

Τα τελευταία χρόνια, οι νεότεροι καταναλωτές έχουν στραφεί σε ποτά με έντονες γεύσεις και υψηλότερη περιεκτικότητα σε αλκοόλ, αναζητώντας μεγαλύτερη αξία για τα χρήματά τους. Μάρκες όπως οι BuzzBallz και BeatBox έχουν αποκτήσει ιδιαίτερη δημοτικότητα σε αυτές τις ηλικιακές ομάδες.



Καθώς η συνολική κατανάλωση αλκοόλ μειώνεται και η αγορά μπίρας αντιμετωπίζει προκλήσεις, η Molson Coors θεωρεί ότι ο συνδυασμός χαμηλότερων τιμών και καινοτομίας μπορεί να ενισχύσει εκ νέου το ενδιαφέρον των νέων καταναλωτών. Για τον σκοπό αυτό ενισχύει την παρουσία της στο TikTok και ανανεώνει τη συσκευασία της Miller High Life.

Ο CEO της εταιρείας, Rahul Goyal, έχει χαρακτηρίσει τα συγκεκριμένα brands ως πιθανό μοχλό ανάπτυξης σε μια περίοδο αυξημένης ευαισθησίας των καταναλωτών στις τιμές, επισημαίνοντας ωστόσο ότι πρόκειται για μια μακροπρόθεσμη προσπάθεια.

• **NESPRESSO**

ΕΠΕΝΔΥΕΙ ΣΕ ΕΝΑΛΛΑΚΤΙΚΟΥΣ ΜΕΤΑΦΟΡΕΙΣ ΓΙΑ ΤΗ ΔΙΑΝΟΜΗ ΤΩΝ ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ ΤΗΣ

Οι μικρότεροι πάροχοι μεταφοράς δεμάτων ενισχύουν συνεχώς τη θέση τους στην αμερικανική αγορά, καθώς οι μεγάλοι μεταφορείς περιορίζουν το εύρος των δραστηριοτήτων τους και οι επιχειρήσεις αναζητούν πιο ευέλικτες λύσεις διανομής. Σύμφωνα με την The Colography Group, οι περιφερειακοί, τοπικοί και εναλλακτικοί πάροχοι last-mile delivery παρέδωσαν σχεδόν 1,32 δισεκατομμύρια δέματα στις ΗΠΑ το 2025, έναντι 424 εκατομμυρίων τέσσερα χρόνια νωρίτερα, αυξάνοντας το μερίδιό τους εις βάρος μεγάλων παικτών όπως η FedEx, η UPS και η U.S. Postal Service.

ΑΛΛΑΓΗ ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΗΣ

Η στρατηγική της Nespresso αποτελεί χαρακτηριστικό παράδειγμα αυτής της μεταβολής. Παραδοσιακά, η εταιρεία βασιζόταν σε ένα δίκτυο ενός μόνο μεταφορέα, δίνοντας έμφαση κυρίως στο κόστος και στην έγκαιρη

παράδοση. Ωστόσο, τα τελευταία χρόνια άρχισε να αξιολογεί τη συμβολή των συνεργατών διανομής στη συνολική εμπειρία του πελάτη. Όπως ανέφερε ο Matthew Greenspan, Director of Logistics and Transportation της Nespresso, η επιλογή μεταφορέων δεν αντιμετωπίζεται πλέον αποκλειστικά ως ζήτημα μεταφοράς, αλλά ως μέρος της εμπειρίας που προσφέρεται στον καταναλωτή. Η εταιρεία εξετάζει πλέον αν οι συνεργάτες της μπορούν να προσφέρουν μεγαλύτερη ευελιξία, να βελτιώσουν την εξυπηρέτηση και να υποστηρίξουν τους μακροπρόθεσμους στόχους του brand. Η αλλαγή αυτή οδήγησε τη Nespresso στην υιοθέτηση στρατηγικής πολλαπλών μεταφορέων και στη συνεργασία με αναπτυσσόμενους εναλλακτικούς παρόχους.

ΠΟΙΟΣ ΕΙΝΑΙ Ο ΣΤΟΧΟΣ

Στόχος είναι η δημιουργία μακροχρόνιων συνεργασιών που δεν βασίζονται αποκλει-



στικά στον όγκο αποστολών αλλά σε κοινή ανάπτυξη και αμοιβαία αξία.

Ένας από τους συνεργάτες της εταιρείας είναι η Jitsu, η οποία υποστηρίζει πρωτοβουλίες που συνδέονται με την ανακάλυψη καφουλών καφέ. Μέσω της συνεργασίας αυτής, οι πελάτες μπορούν να παραδίδουν χρησιμοποιημένες κάψουλες για ανακύκλωση κατά τη στιγμή που παραλαμβάνουν μια νέα παραγγελία. Η υπηρεσία λειτουργεί χωρίς επιπλέον μετακινήσεις ή επιβάρυνση για τον πελάτη και προσφέρεται δωρεάν σε συγκεκριμένες περιοχές για παραγγελίες άνω των \$50.

• **Debrief** •

ΑΚΟΥΣΤΕ ΤΟΥΣ, ΜΙΛΗΣΤΕ ΤΟΥΣ

“Η υπεροψία, με την οποία αντιμετώπισαν το όλο θέμα, οι συστημικοί πολιτικοί, και κυρίως τα λαϊκίστικα επιχειρήματα”, γράφει ο Νεκτάριος Νώτης στο σημερινό Editorial, αναφορικά με το πώς στην Βρετανία ήρθε το Brexit και στην Ελλάδα το δημοψήφισμα του 2015. Δεν θα άλλαζα ούτε λέξη. Και ορμώνοντας από αυτή τη φράση θα μοιράσω την απόσταση μεταξύ Βρετανίας και Ελλάδας. Θα πάω στην Ελβετία, όπου χθες έλαβε χώρα ένα “απίθανο” δημοψήφισμα: οι Ελβετοί κλήθηκαν να πουν “ναι” ή “όχι” στο όριο των 10 εκατομμυρίων κατοίκων. Το χαρακτηρίζω “απίθανο” γιατί δεν θυμάμαι ποτέ στο παρελθόν, οι πολίτες – ή ένα μέρος των πολιτών – μιας χώρας να λένε “όχι, δεν θέλουμε να είμαστε περισσότεροι”. Ωστόσο στη συγκεκριμένη περίπτωση έχουμε τα εξής. Η πρόταση για το δημοψήφισμα ήρθε από το Ελβετικό Λαϊκό Κόμμα, καθώς ο πληθυσμός της Ελβετίας έχει αυξηθεί ρα-

γδαία από το 2002, όταν ήταν 7,3 εκατομμύρια. Τώρα φτάνει τα 9,1 εκατομμύρια, εκ των οποίων το 27% δεν είναι Ελβετοί πολίτες. Μετανάστες δηλαδή.

Το μεταναστευτικό, λοιπόν, έρχεται, ξανάρχεται και... ματαξανάρχεται στην επικαιρότητα κάθε μέρα (κυριολεκτικά). Σε όλη την Ευρώπη (κυριολεκτικά), ενώ δεν θα πρέπει να ξεχνάμε ότι έπαιξε ρόλο και στην εκλογή Trump. Με διαφορετική ένταση και αφορμή, ωστόσο δεν υπάρχει μέρα που να μην ανοίξει κάποιου είδους συζήτηση για το μεταναστευτικό.

Η εύκολη λύση είναι η καταδίκη όσων ανησυχούν. “Είναι ξενοφοβικοί, είναι έτσι, είναι γιουβέτσι”. Η υπεροψία, δηλαδή, με την οποία ξεκινήσαμε την σημερινό μας σημείωμα. Ξέρουμε που θα οδηγήσει αυτό, το έχουμε ξαναδεί το έργο.

Ο δύσκολος δρόμος έχει ανάλυση και συζή-

τηση. Πόσους μετανάστες χρειάζονται οι ευρωπαϊκές οικονομίες; Σε ποιες ειδικότητες; Πώς θα μοιραστούν μέσα στον τοπικό πληθυσμό; Πού θα πάνε οι περισσότεροι, σε πόλεις ή σε χωριά; Πόσο έτοιμες είναι οι τοπικές κοινωνίες; Πόσο έτοιμοι είναι οι ίδιοι να αφομοιωθούν στις τοπικές κοινωνίες; Και αν δεν θέλουν να αφομοιωθούν;

Αυτά και πολλά ακόμη, τα βάζεις κάτω και τα εξηγείς με το νι και με το σίγμα στους πολίτες. Και αυτή είναι δουλειά που πρέπει να κάνουν οι συστημικές δυνάμεις. Οι υπόλοιποι που απλά παρατηρούν και λένε εύκολες αράδες, δεν προσφέρουν καμιά υπηρεσία. Ή μάλλον προσφέρουν κακή υπηρεσία και στις χώρες τους αλλά και στους ανθρώπους που πάνε σε αυτές για μια καλύτερη ζωή.

Γιάννης Παλιούρης
giannis@notice.gr

Business Maker

ΓΙΑΤΙ Η CARLSBERG ΕΠΕΝΔΥΕΙ ΣΤΗΝ ΟΥΚΡΑΝΙΑ ΠΑΡΑ ΤΟΝ ΠΟΛΕΜΟ

Η Carlsberg επενδύει €12 εκατ. σε νέα γραμμή παραγωγής κουτιών αλουμινίου στο ζυθοποιείο της στο Λβιβ, επιβεβαιώνοντας ότι παραμένει προσηλωμένη στην ουκρανική αγορά, παρά τις συνθήκες πολέμου. Την αποκάλυψη έκανε ο ίδιος ο Διευθύνων Σύμβουλος του δανέζικου ομίλου, Jacob Aarup-Andersen, ξεκαθαρίζοντας ότι η εταιρεία όχι μόνο έχει συνεχίσει να επενδύει στην Ουκρανία από την έναρξη του πολέμου, αλλά σκοπεύει να εξακολουθήσει να το κάνει και τα επόμενα χρόνια. Το μήνυμα του επικεφαλής της Carlsberg έχει ιδιαίτερη σημασία, σε μια περίοδο, όπου πολλές πολυεθνικές εξακολουθούν να αντιμετωπίζουν με επιφυλακτικότητα τις επενδύσεις σε περιοχές υψηλού γεωπολιτικού κινδύνου.

Η διοίκηση του ομίλου φαίνεται να αξιολογεί διαφορετικά τις προοπτικές της χώρας. "Πιστεύουμε ακράδαντα ότι, όταν επιστρέψει η ειρήνη, η Ουκρανία θα αναδειχθεί σε έναν σημαντικό κινητήρα ανάπτυξης για την Ανατολική Ευρώπη", ανέφερε χαρακτηριστικά ο Jacob Aarup-Andersen, αποτυπώνοντας τον τρόπο, με τον οποίο βλέπει η εταιρεία τη μακροπρόθεσμη δυναμική της αγοράς. Πίσω από την επένδυση των €12 εκατ., πρόσωπα που παρακολουθούν τις στρατηγικές κινήσεις των μεγάλων ομίλων στην περιοχή διακρίνουν μια προσπάθεια έγκαιρης τοποθέτησης ενόψει της μεταπολεμικής περιόδου. Οι επιχειρήσεις, που διατηρούν σήμερα παραγωγική παρουσία και επιχειρησιακή συνέχεια, ενδέχεται να αποκτήσουν ισχυρό προβάδισμα, όταν

ξεκινήσει η φάση της ανοικοδόμησης και της οικονομικής ανάκαμψης. Ο CEO της Carlsberg συνέδεσε την επιχειρηματική παρουσία του ομίλου με μια ευρύτερη ευθύνη απέναντι στη χώρα. Όπως ανέφερε, η εταιρεία θεωρεί υποχρέωσή της να συμβάλει, ώστε "μια σημαντική ευρωπαϊκή χώρα να έχει την ευκαιρία να ευημερήσει ξανά". Στο ίδιο πλαίσιο, ανακοίνωσε δωρεά €67 χιλ. προς το ουκρανικό ίδρυμα Unbroken, το οποίο υποστηρίζει βετεράνους του πολέμου στην επιστροφή τους στην αγορά εργασίας. Η πρωτοβουλία παρουσιάστηκε κατά τη διάρκεια του μεγαλύτερου πολιτικού φεστιβάλ της Δανίας, όπου η Carlsberg διοργάνωσε συζήτηση για τον ρόλο, που μπορούν να διαδραματίσουν οι επιχειρήσεις στην επόμενη ημέρα της Ουκρανίας.

ΟΙ ΚΟΚΚΙΝΕΣ ΓΡΑΜΜΕΣ ΣΤΗ ΣΥΜΦΩΝΙΑ ΓΙΑ ΤΗ ΜΕΙΩΣΗ ΤΩΝ ΤΙΜΩΝ

Η συζήτηση για μια νέα συμφωνία μεταξύ κυβέρνησης και βιομηχανίας τροφίμων, με στόχο τη συγκράτηση των τιμών στα ράφια, έχει ήδη ανοίξει και, σύμφωνα με καλά πληροφορημένες πηγές, το βασικό αντάλλαγμα, που θέτουν οι επιχειρήσεις, είναι η κατάργηση του πλαφόν στο μικτό περιθώριο κέρδους, το οποίο εφαρμόζεται τα τελευταία χρόνια. Οι ίδιες πηγές αναφέρουν ότι οι εταιρείες δεν εμφανίζονται αρνητικές απέναντι σε μια νέα συνεννόηση με το υπουργείο Ανάπτυξης, υπό την προϋπόθεση, όμως, ότι θα αποκατασταθούν συνθήκες πιο ομαλής λειτουργίας της αγοράς. Το θέμα έχει ήδη απασχολήσει τις συζητήσεις κορυφαίων στελεχών του κλάδου, ενώ σύμφωνα με πληροφορίες τέθηκε και σε συνεδριάσεις του διοικητικού συμβουλίου του Συνδέσμου Ελληνικών Βιομηχανιών Τροφίμων. Το βασικό μήνυμα, που μεταφέρεται προς την πολιτική ηγεσία, είναι ότι

οι επιχειρήσεις δεν βλέπουν σήμερα ουσιαστικά περιθώρια για νέες μειώσεις τιμών στα τυποποιημένα προϊόντα. Αντίθετα, θεωρούν ότι υπάρχει δυνατότητα διατήρησης των τιμών στα σημερινά επίπεδα, αποφεύγοντας ένα νέο κύκλο ανατιμήσεων, που θα επιβάρυνε περαιτέρω τους καταναλωτές. Υποστηρίζουν ότι η μεγαλύτερη πίεση στο καλάθι του νοικοκυριού δεν προέρχεται πλέον από τα τυποποιημένα προϊόντα των μεγάλων βιομηχανιών, αλλά από τις κατηγορίες των φρέσκων προϊόντων, όπου οι αυξήσεις είναι πολύ πιο έντονες και σε αρκετές περιπτώσεις εκτός ελέγχου των μεταποιητικών επιχειρήσεων. Σύμφωνα με στελέχη του κλάδου, η δημόσια συζήτηση συχνά επικεντρώνεται στις επώνυμες συσκευασμένες μάρκες, ενώ οι μεγαλύτερες ανατιμήσεις καταγράφονται σε κατηγορίες, που επηρεάζονται άμεσα από το κόστος παραγωγής, τις καιρικές συνθήκες,

τη διαθεσιμότητα πρώτων υλών και τις διακυμάνσεις της αγροτικής παραγωγής. Την ίδια στιγμή, η κυβέρνηση δεν φαίνεται να εξετάζει παρεμβάσεις μέσω του ΦΠΑ. Οι πληροφορίες συγκλίνουν στο ότι δεν βρίσκεται στο τραπέζι μείωση συντελεστών σε βασικές κατηγορίες τροφίμων. Έτσι, η συζήτηση μεταφέρεται σχεδόν αποκλειστικά στο πεδίο των εμπορικών πρακτικών και των περιθωρίων κέρδους. Για τις επιχειρήσεις, η άρση του πλαφόν αποτελεί προϋπόθεση για οποιαδήποτε νέα συμφωνία. Για την κυβέρνηση, η συγκράτηση των τιμών παραμένει πολιτική προτεραιότητα. Το ερώτημα είναι αν μπορεί να βρεθεί κοινός τόπος χωρίς να δημιουργηθούν νέες πιέσεις στα ράφια. Οι επόμενες εβδομάδες αναμένονται κρίσιμες. Και όπως λένε παράγοντες της αγοράς, η διαπραγμάτευση δεν αφορά πλέον το αν θα πέσουν οι τιμές, αλλά το πώς θα αποφευχθεί η επόμενη άνοδός τους.

Business Insight

ΑΕΓΕΑΝ, ΔΑΑ: ΕΥΝΟΟΥΝΤΑΙ ΑΠΟ ΕΝΔΕΧΟΜΕΝΗ ΕΠΙΣΤΡΟΦΗ ΠΡΟΣ ΤΗΝ ΚΑΝΟΝΙΚΟΤΗΤΑ

Διήμερο προεξόφλησης εξελίξεων που θα φέρνουν πιο κοντά την επίτευξη συμφωνίας ΗΠΑ-Ιράν, ήταν οι συνεδριάσεις Πέμπτης-Παρασκευής. Διάστημα που για την Wall Street χαρακτηρίστηκε ιστορικό, λόγω της IPO της Space X, και της πρώτης του κολοσσού του Elon Musk στην αποτίμηση των \$1,77 δισ. Για την Ευρώπη σηματοδεύτηκε από την επιστροφή της ΕΚΤ στις αυξήσεις επιτοκίων, για την ελληνική οικονομία και την εγχώρια επιχειρηματική/επενδυτική κοινότητα η προοπτική μίας θερινής/τουριστικής περιόδου που θα αποφέρει έσοδα ανάλογα του 2025. Στα €23,6 δισ. τα έσοδα από τον τουρισμό πέρυσι (από €21,6 δισ. το 2024), με περισσότερους από 38 εκατ. επισκέπτες, και συνολική άμεση συνεισφορά στο ΑΕΠ €32,4 δισ. (στο 13% του ΑΕΠ), σύμφωνα με το Ινστιτούτο Ελληνικών Τουριστικών Επιχειρήσεων.

Κατά γενική εκτίμηση, πρεσβευτές/πρωταγωνιστές του κλάδου, η Aegean και ο ΔΑΑ "Ελευθέριος Βενιζέλος"- κύριοι εκπρόσωποι του ευρύτερα εννοούμενου κλάδου στο ελληνικό χρηματιστήριο. Με αποτίμηση κάτι λιγότερο από το μόλις €1 δισ. ο μεγαλύτερος αεροπορικός όμιλος της χώρας την Τετάρτη και στα €3,2 δισ. ο μεγαλύτερος διεθνής αερολιμένας (και 15ο busiest airport to 2025). Ως insighter θα αναφερθώ, κυρίως στον πρώτο (πρεσβευτή) καθώς η χρηματιστηριακή αξία με το κλείσιμο της Τετάρτης αναδείκνυε την Aegean σε κλασική περίπτωση undervalued stock. Με βασική προϋπόθεση πως το μέτωπο της Μέ-

σης Ανατολής-Ιράν βαίνει προς την λήξη του, και οι παράμετροι που διαμορφώνουν τα οικονομικά μεγέθη του κλάδου αερομεταφορών αποκτούν σταδιακά, σχετική κανονικότητα. Χρήζει αναφοράς πως, η μετοχή της εισηγμένης παρ' ότι με απώλειες (για το 2026), είχε τη δεύτερη καλύτερη απόδοση από τον μέσο ευρωπαϊκό όρο, συγκεκριμένα των μετοχών αεροπορικών του δείκτη Stoxx Total Market Airlines.

Για την εταιρεία, παρά τις προκλήσεις στο α' τρίμηνο με ζημιές λόγω εποχικότητας και κόστους καυσίμων, η διοίκηση βλέπει ανάκαμψη το καλοκαίρι. Η μέση τιμή-στόχος από αναλυτές είναι στα €16,06 με ανοδικό περιθώριο που ξεπερνά το 30%, με μέση σύσταση "αγορά" (υψηλή εκτίμηση στα €17,30-€17,50). Με μέρισμα στα €0,90, η απόδοση διαμορφώνεται περίπου στο 7,4%, σχεδόν διπλάσια της μέσης απόδοσης των εισηγμένων. Στο α' τρίμηνο (με μήνα πολέμου τον Μάρτιο) η εταιρεία είχε κύκλο εργασιών €320,7 εκατ. αυξημένο κατά 5% σε σχέση με το αντίστοιχο του 2025, επιβατική κίνηση επίσης περισσότερη κατά 4% μεταφέροντας 3,2 εκατ. επιβάτες και συντελεστή πληρότητας στο 80,8% επίσης πάνω από τον περυσινό. Στο διάστημα Ιανουαρίου-Μαρτίου η διοίκηση παρέλαβε 2 νέα αεροσκάφη A321 neo, με προοπτική παραλαβής άλλων 5 μέχρι το τέλος Σεπτεμβρίου. Στο ταμείο τα διαθέσιμα (και λοιπά ισοδύναμα) ήταν €891,6 εκατ. (περιλαμβάνοντας χρηματοοικονομικές επενδύσεις ύψους €283,3 εκατ. ενώ στις 12/3 αποπληρώθη-

κε το ομολογιακό των €200 εκατ.). Ωστόσο, όπως έχει σημειωθεί σε παλαιότερα Insight μας, η διοίκηση Βασιλάκη-Γεργιάννη είχε προνοήσει κλειδώνοντας το 60% των τιμών καυσίμων για ένα χρόνο, με τον επικεφαλής του ομίλου Ευτύχιο Βασιλάκη να παραδέχεται πως "...

τα τελευταία 30 χρόνια, υπήρξαν πολλές κρίσεις και παρ' όλα αυτά τα μεγέθη πολλαπλασιάστηκαν". Καθοριστικός παράγοντας, σύμφωνα με τον κ. Βασιλάκη, είναι η εξωστρέφεια: "Αν πουλάς ένα προϊόν σε όλο τον κόσμο και βελτιώνεις την ανταγωνιστικότητά σου, στέκεσαι καλύτερα".

Και ερχόμαστε στο σήμερα. Στη συνεδρίαση της Πέμπτης έγιναν αγορές στα €11,77-€11,92, για να ακολουθήσουν την Παρασκευή νέες στα €12,01-€12,35 με άνοδο 2,87% για την τιμή της μετοχής, ανεβάζοντας την αποτίμηση πάνω από το όριο του €1 δισ., στα €1,097 δισ. Ανατρέχοντας στην πρόσφατη έκθεση της Optima, οι αναλυτές της χρηματιστηριακής διατήρησαν την τιμή-στόχο στα €14,7, με σύσταση για "αγορά" εδράζοντας τη,

α) στη στρατηγική επέκτασης του δικτύου (συμφωνία codeshare με την Air China, καθώς και τα νέα δρομολόγια προς Μπάρι, Πάφο, Ρότερνταμ και Καζαμπλάνκα, ενισχύουν περαιτέρω τη διεθνή παρουσία της εταιρείας και στηρίζουν τον στόχο για 22 εκατ. διαθέσιμες θέσεις προς 164 προορισμούς- την προηγούμενη εβδομάδα προστέθηκε η συμφωνία με την Icelandair) β) στο ότι έχει ήδη προχωρήσει σε αυξήσεις τιμών εισιτηρίων, επιχειρώντας να αντισταθμίσει μέρος της πίεσης.



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**

SECRETRECIPE

Logistics: Πράσινο φως για δύο επενδύσεις σε Μαρκόπουλο και Σίνδο

Η αγορά των logistics συνεχίζει να αναπτύσσεται με γρήγορους ρυθμούς, καθώς δύο σημαντικές επενδύσεις της Box Now και της FedEx εξασφάλισαν τις απαραίτητες εγκρίσεις για τις εγκαταστάσεις τους σε Θεσσαλονίκη και Αττική. Στην ΒΙ.ΠΕ. Σίνδου, η Box Now έλαβε περιβαλλοντική αδειοδότηση για το κέντρο αποθήκευσης και διανομής, που υποστηρίζει το συνεχώς αναπτυσσόμενο δίκτυο θυρίδων παραλαβής δεμάτων στην Βόρεια Ελλάδα. Παράλληλα, η FedEx Express Greece έλαβε το πράσινο φως για νέο κέντρο logistics στο Βιομηχανικό Πάρκο Μαροκοπούλου, κοντά στο αεροδρόμιο της Αθήνας.

SÒ POSH!
the trendletter

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

**Κάθε Σάββατο
στις 9.30**

ΤΟ ΕΒΔΟΜΑΔΙΑΙΟ NEWSLETTER

ΓΙΝΕ ΣΥΝΔΡΟΜΗΤΗΣ ΕΔΩ

Editorial

Η απατηλή λάμψη της τζάμπα μαγκιάς

Το σημερινό άρθρο έχει αφορμή μια σημειολογική παρατήρηση:

Ότι στα μέσα της προηγούμενης δεκαετίας, δύο σημαντικές αποφάσεις και τα γεγονότα αυτών συνέβησαν αμφοτέρω καλοκαίρι: Τέλη Ιουνίου με αρχές Ιουλίου.

Η αρχή έγινε το 2015, με την απόφαση της τότε ελληνικής κυβέρνησης να προχωρήσει στο γνωστό δημοψήφισμα. Με τις γνωστές συνέπειες για την καθημερινότητα πολιτών και επιχειρήσεων και τις επακόλουθες εξελίξεις.

Η συνέχεια δόθηκε το 2016, με την απόφαση της τότε βρετανικής κυβέρνησης να προχωρήσει στο γνωστό δημοψήφισμα για το Brexit. Με τις γνωστές συνέπειες για όλους εκεί, στο νησί, τις οποίες βιώνουν μέχρι και σήμερα... συνέπειες πολύ πιο επώδυνες από ό,τι φανταζόταν ακόμα και ο πιο φανατικός εχθρός της εξόδου της χώρας από την Ευρωπαϊκή Ένωση.

Κοινός παρανομαστής και των δύο εξελίξεων;

Η υπεροψία, με την οποία αντιμετώπισαν το όλο θέμα, οι συστημικοί πολιτικοί, και κυρίως τα λαϊκίστικα επιχειρήματα.

Στην περίπτωση της Ελλάδας, κουνώντας απλά το δάχτυλο στους πολίτες, που υποστήριζαν τις μη ρεαλιστικές και ανέφικτες προτάσεις των λαϊκιστών, χωρίς να συζητήσουν μαζί τους και να τους εξηγήσουν τί ακριβώς συνέβαινε στη χώρα και τί έπρεπε να γίνει στη συνέχεια.

Στην περίπτωση της Βρετανίας, δεν έκαναν κάποια βήματα πίσω, τα οποία θα μείωναν την ένταση των αντιδράσεων της κοινής γνώμης για τις επιπτώσεις του μεταναστευτικού.

Κοινός αριθμητής και των δύο εξελίξεων;

Η πολιτική απειρία, η έλλειψη προσλαμβάνουσών και η άγνοια κινδύνου των λαϊκιστών... χαρακτηριστικά, τα οποία φάνηκαν όταν κλήθηκαν να διαχειριστούν την επόμενη ημέρα.

Στην περίπτωση της Ελλάδας, μάσησαν - ευτυχώς. Και έκαναν πίσω.

Στην περίπτωση της Βρετανίας, θεωρούσαν ότι μπορούσαν να τα καταφέρουν και ότι η χώρα θα τα πάει ακόμα καλύτερα.

Αλλά, έτσι είναι:

Η απατηλή λάμψη της τζάμπα μαγκιάς.

Τόσο απλά.

Νεκτάριος Β. Νώτης

nectarios@notice.gr