

# Κέρδισε την απόλυτη εμπειρία του UEFA EURO 2024™ για το παιδί σου

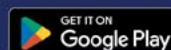


Ισχύουν όροι & προϋποθέσεις



Official Partner

WE'RE  
ON YOUR  
TEAM



Κατέβασε το Lidl Plus τώρα



# 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 01 ΑΠΡΙΛΙΟΥ 2024  
ΤΕΥΧΟΣ 1862



## • EOS CAPITAL PARTNERS

Follow on επενδύσεις €6,5 εκατ. σε Agrifreda και Seagull - Το νέο fund



## • AVRAMAR

Πότε μπαίνουν στα ταμεία της τα €20 εκατ.  
- Σε αναζήτηση επενδυτή οι τράπεζες



## • EBROFARMA

Εξωστρέφεια και Campus έφεραν ανάπτυξη 7,4% και διψήφια αύξηση κερδών



## • WORLD COFFEE PORTAL

Πάνω από 45.000 τα επώνυμα cafes στην Ευρώπη  
- Αυξημένη ζήτηση για premium & specialty coffee

EDITORIAL: Ήταν ένας Γερμανός, ένας Ολλανδός και ένας... Ιταλός

SECRET RECIPE: Η αγωνία της manager

Μπες στο  
**Lidl Kids Team**  
του UEFA EURO 2024™

Δήλωσε συμμετοχή

από 07.03. έως 01.05.



WE'RE  
ON YOUR  
TEAM



Official Partner

• **STARBUCKS**

## ΣΤΟΧΟΣ ΓΙΑ +100 ΚΑΤΑΣΤΗΜΑΤΑ ΣΤΟ ΗΝΩΜΕΝΟ ΒΑΣΙΛΕΙΟ

Στο άνοιγμα επιπλέον 100 καταστημάτων στο Ηνωμένο Βασίλειο στοχεύει η Starbucks, επιδιώκοντας να αξιοποιήσει την περυσινή ισχυρή ανάπτυξη των καταστημάτων και των πωλήσεων.

Η αμερικανική αλυσίδα πέτυχε τον στόχο που είχε θέσει τον Μάρτιο του 2023 να ανοίξει 100 καταστήματα στο Ηνωμένο Βασίλειο κατά τη διάρκεια του οικονομικού έτους που έληξε την 1η Οκτωβρίου 2023. Μετά από σημαντικές επενδύσεις στο δίκτυο drive-thru, η Starbucks έκλεισε την περίοδο με 1.168 καταστήματα στο Ηνωμένο Βασίλειο και έκτοτε έχει επεκταθεί σε 1.260 σημεία πώλησης σε όλη τη χώρα.

### ΚΟΣΤΟΣ ΖΩΗΣ & ΕΠΙΣΚΕΨΙΜΟΤΗΤΑ

Σύμφωνα με την εταιρεία, η επισκεψιμότητα των καταστημάτων στο Ηνωμένο Βασίλειο εξακολουθεί να επηρεάζεται αρνητικά από την κρίση του κόστους ζωής. Η ανάπτυξη καταστημάτων της αλυσίδας θα συνεχίσει να επικεντρώνεται σε καίρια σημεία με drive-thru και υψηλή επισκεψιμότητα, στο κέντρο των πόλεων. Η Starbucks λειτουργεί σήμερα 340 τοποθεσίες drive-thru στο Ηνωμένο Βασίλειο.

### ΠΩΛΗΣΕΙΣ

Η Starbucks κατά το 12μηνο που έληξε την 1η Οκτωβρίου 2023 κατέγραψε:

- 22% αύξηση των πωλήσεων στο Ηνωμένο Βασίλειο σε ετήσια βάση και έφτασε τα £547,7 εκατ., με τα μικτά κέρδη να αυξάνονται κατά 15% στα £149 εκατ.
- αύξηση των μελών πιστότητας με αποκορύφωμα τα 1,2 εκατ. μέλη
- αύξηση των παραγγελιών κρύων ροφημάτων

Το Ηνωμένο Βασίλειο είναι η μεγαλύτερη αγορά της Starbucks στην περιοχή της Ευ-



ρώπης, της Μέσης Ανατολής και της Αφρικής (EMEA). Η αλυσίδα καφέ σημείωσε περυσι αύξηση 31% των πωλήσεων στην εν λόγω περιοχή, στα \$425,4 εκατ., χάρη στα νέα ανοίγματα καταστημάτων. Το μικτό κέρδος στην περιοχή αυξήθηκε κατά 37% στα \$321,7 εκατ., ενώ τα λειτουργικά κέρδη αυξήθηκαν κατά 72% στα \$125,5 εκατ..

Η επέκταση των καταστημάτων της Starbucks στην EMEA φέτος αναμένεται να καθοδηγηθεί από τους συνεργάτες αδειοδότησης, Alshaya Group και Alsea.

### ΝΕΑ ΚΑΤΑΣΤΗΜΑΤΑ

Τον Οκτώβριο του 2023, ο CEO της Alshaya Group, John Hadden, δήλωσε ότι η επιχείρηση σχεδίαζε να ανοίγει 250 καταστήματα Starbucks ετησίως, "στοχεύοντας σε 3.000 καταστήματα τα επόμενα πέντε χρόνια, από 2.000 σήμερα". Ο όμιλος Alshaya Group λειτουργεί καταστήματα Starbucks σε Μπαχρέιν, Αίγυπτο, Ιορδανία, Κουβέιτ, Λίβανο, Μαρόκο, Ομάν, Κατάρ, Σαουδική Αραβία, Τουρκία και Ηνωμένα Αραβικά Εμιράτα.

Η Alsea λειτουργεί 576 καταστήματα Starbucks σε Γαλλία, Ισπανία, Κάτω Χώρες, Βέλγιο, Πορτογαλία και Λουξεμβούργο. Τον Μάρτιο του 2024, ο όμιλος διέθεσε το 25% της προγραμματισμένης επένδυσης ύψους \$356 εκατ. στο χαρτοφυλάκιο των εμπορικών σημάτων του για την επέκταση καταστημάτων στην Ευρώπη.

## Editorial

### Ήταν ένας Γερμανός, ένας Ολλανδός και ένας... Ιταλός

"Πάντα γίνεται λόγος για την Γερμανία ως τον μεγάλο ασθενή... Ανησυχώ περισσότερο ότι είναι η Ευρώπη που αρρωσταίνει", δήλωνε την περασμένη εβδομάδα ο επικεφαλής της Bundesbank, Joachim Nagel. Και, ξέρετε, αυτή η δήλωση δεν έχει να κάνει με το γεγονός ότι ο Γερμανός αξιωματούχος θέλει να στρέψει το επίκεντρο του προβλήματος αλλού. Δυστυχώς.

Μακάρι να ήταν έτσι.

Διότι διαβάζω όλο και πιο συχνά σε ξένα media αναλύσεις γύρω από την ευρύτερη κατάσταση στην Ευρωζώνη.

Από τη μία πλευρά, η Γερμανία έκλεισε χθες - όπως όλα δείχνουν - το δεύτερο συνεχόμενο τρίμηνο ύφεσης, με τις εκτιμήσεις να αναφέρουν ότι - για το σύνολο του έτους - η χώρα θα καταγράψει μικρή έως καθόλου ανάπτυξη. Για τους λόγους, που όλοι γνωρίζουμε. Από την άλλη πλευρά, υπάρχουν και οικονομίες, όπως της Ολλανδίας και της Ιρλανδίας, που - εξαρτώμενες από το εμπόριο - έχουν αρχίσει και φρενάρουν, με αποτέλεσμα να μειώνεται η συνεισφορά τους στην ευρωπαϊκή ανάπτυξη.

Και, στο βάθος, η Γαλλία, με την πολύ μικρή ανάπτυξη, το αυξανόμενο δημοσιονομικό έλλειμμα, τις ελάχιστες επενδύσεις και τη χαμηλή αύξηση της παραγωγικότητας, αλλά και η Ιταλία, που χρηματοδοτεί τις επενδύσεις με υψηλό δημοσιονομικό κόστος, αλλά βλέπει και την καταναλωτική εμπιστοσύνη να ενισχύεται και τον πληθωρισμό να μειώνεται. Σε συνδυασμό με την εκτίμηση ότι τα επιτόκια έχουν φτάσει στο υψηλότερο σημείο τους, το Bloomberg εκτιμά ότι η ύφεση στη χώρα είναι λιγότερο πιθανή. Τόσο απλά.

Νεκτάριος Β. Νώτης  
[nectarios@notice.gr](mailto:nectarios@notice.gr)

### SECRETCREIPE

#### Η αγωνία της manager

Πρόκειται για μία από τις πλέον δυναμικές παρουσίες στον κλάδο των τροφίμων και ποτών, αλλά και του Horeca. Με θητεία σε υψηλόβαθμες θέσεις πολυεθνικών και όχι μόνο. Πάντα ψύχραιμη και κυνική. Όμως, αυτή την περίοδο, όπου τρέχει το νέο project της εταιρείας της, δεν κρύβει την αγωνία της για την ομαλή λειτουργία του. Βλέπετε, η παροχή υπηρεσιών απαιτεί - εκτός από οργάνωση και τεχνογνωσία - και κατανόηση των αναγκών από το προσωπικό...





## • WORLD COFFEE PORTAL

# ΠΑΝΩ ΑΠΟ 45.000 ΤΑ ΕΠΩΝΥΜΑ CAFES ΣΤΗΝ ΕΥΡΩΠΗ - ΑΥΞΗΜΕΝΗ ΖΗΤΗΣΗ ΓΙΑ PREMIUM & SPECIALTY COFFEE

Η συνολική αγορά των επωνύμων αλυσίδων καφέ στην Ευρώπη αύξησε τα σημεία πώλησης πέρυσι κατά 3,3%, στα 45.008, με το 82,5% των operators που συμμετείχαν στην έρευνα του World Coffee Portal να αναφέρουν αύξηση πωλήσεων.

Στα γενικότερα συμπεράσματα, τέσσερις αγορές (το Ηνωμένο Βασίλειο, η Ρωσία, η Τουρκία και η Ισπανία) επεκτάθηκαν με περισσότερα από 100 καταστήματα, ενώ οι 20 κορυφαίοι ευρωπαϊκοί operators, συμπεριλαμβανομένων των McCafé, Starbucks, Costa Coffee, Greggs και Caffè Nero, αντιπροσωπεύουν σχεδόν το ήμισυ της συνολικής αγοράς επώνυμων αλυσίδων καφέ.

## ΥΨΗΛΑ ΚΟΣΤΗ ΚΑΙ ΧΑΜΗΛΗ ΕΜΠΙΣΤΟΣΥΝΗ

Οι περισσότερες ευρωπαϊκές αγορές επώνυμων αλυσίδων καφέ σημείωσαν ανάπτυξη τους τελευταίους 12 μήνες, παρά το γεγονός ότι πολλοί operators έχουν να αντιμετωπίσουν υψηλά λειτουργικά κόστη και χαμηλή εμπιστοσύνη των καταναλωτών, όπως αποκάλυψε η νέα έρευνα του World Coffee Portal.

Ενώ οι περισσότεροι operators ανέφεραν αύξηση πωλήσεων, το υψηλό κόστος για τις πρώτες ύλες και το προσωπικό, σε συνδυασμό με το χαμηλότερο διαθέσιμο εισόδημα των καταναλωτών, παρέμειναν βασικά εμπόδια στην κερδοφορία.

Με τις μέσες τιμές των ποτών να αυξάνονται ταχύτερα από τον ετήσιο πληθωρισμό της ΕΕ, οι operators υφίστανται αυξανόμε-

νη πίεση να επιδείξουν το λεγόμενο value-for-money, σε ένα ολοένα και πιο ανταγωνιστικό περιβάλλον.

## Η ΕΙΚΟΝΑ ΣΕ ΒΑΣΙΚΕΣ ΑΓΟΡΕΣ

Οι μεγάλες αγορές, συμπεριλαμβανομένου του Ηνωμένου Βασιλείου, της Ρωσίας, της Γαλλίας και της Τουρκίας, πέτυχαν όλες μονοψήφια ανάπτυξη.

Είναι, δε, αξιοσημείωτο ότι η Ουκρανία πέτυχε διψήφια ανάπτυξη, παρά τη συνεχιζόμενη εισβολή της Ρωσίας.

Η Γερμανία ήταν η μεγαλύτερη αγορά που παρουσίασε μείωση στο δίκτυο, ενώ και η Ελλάδα σημείωσε χαμηλή μονοψήφια μείωση στον αριθμό των καταστημάτων.

## ΟΙ ΝΕΕΣ ΤΑΣΕΙΣ

Η έρευνα του World Coffee Portal σε περισσότερους από 400 leaders της ευρωπαϊκής βιομηχανίας προσδιόρισε την ανάπτυξη του specialty coffee ως την κύρια τάση της αγοράς τους τελευταίους 12 μήνες.

Φιλόδοξες, μικρότερες και μεσαίου μεγέθους αλυσίδες, που αναπτύσσουν με επιτυχία boutique-at-scale μοντέλα περιλαμβάνουν:

- το WatchHouse στο Ηνωμένο Βασίλειο
- το Syra Coffee στην Ισπανία
- το The Barn στην Γερμανία
- το Coutume στην Γαλλία

Οι Ολλανδοί specialty operators, Anne & Max και Coffeecompany πρόσθεσαν επίσης καταστήματα σε μια αγορά που εστιάζει όλο και περισσότερο στην ποιότητα.

Στην Σκανδιναβία, αλυσίδες καφέ premium, όπως

- το Joe & The Juice της Δανίας
- το Kahls The & Kaffehandel της Σουηδίας και
- το Åpent Bakeri της Νορβηγίας

ανταγωνίζονται δυναμικά αντιπάλους διεθνούς κλίμακας.

Στην αγορά καφέ της Γερμανίας που εστιάζει στα αρτοποιεία, πολλοί operators ανταποκρίνονται στην αυξανόμενη ζήτηση για προϊόντα υψηλής ποιότητας με ανανεωμένες σειρές καφέ.

## Η ΕΙΚΟΝΑ ΣΕ ΙΒΗΡΙΚΗ ΧΕΡΣΟΝΗΣΟ ΚΑΙ Κ.Α. ΕΥΡΩΠΗ

Η ισπανική αγορά επώνυμων cafes ανέκαμψε από την υποχώρηση των καταστημάτων τα δύο από τα τελευταία τρία χρόνια και έγινε η ταχύτερα αναπτυσσόμενη αγορά από τις top 20 τους τελευταίους 12 μήνες – με τα McCafé, Starbucks και Rodilla να εμφανίζουν υψηλές επιδόσεις.

Η Πορτογαλία πέτυχε χαμηλό διψήφιο ρυθμό ανάπτυξης, με το εγχώριο brand, Arcadia, να είναι η ταχύτερα αναπτυσσόμενη εταιρεία. Εν τω μεταξύ, το τμήμα επώνυμων cafes της Ρουμανίας συνέχισε τον μετασχηματισμό του σε μια μεγάλη ευρωπαϊκή αγορά, με επικεφαλής τους ταχέως αναπτυσσόμενους εγχώριους operators, 5 to go και Ted's Coffee.

Η κουλτούρα των premium καφέ εκτός σπιτιού συνεχίζει επίσης να αναπτύσσεται σε πολλές μικρότερες αγορές, ιδίως στην Λιθουανία και την Σλοβακία.



## ΠΡΟΟΠΤΙΚΕΣ

Το World Coffee Portal προβλέπει ότι η συνολική ευρωπαϊκή αγορά επώνυμων καφέ θα ξεπεράσει τα 46.600 καταστήματα εντός 12 μηνών, βάζοντας τον πήχη μέχρι τον Μάρτιο του 2029 στα 52.800 καταστήματα, με ετήσια ανάπτυξη 3,2%. Καθώς οι πληθωριστικές πιέσεις έχουν υποχωρήσει τους τελευταίους 12 μήνες, το 62% των leaders της ευρωπαϊκής βιομηχανίας που συμμετείχαν στην έρευνα από το World Coffee Portal ανέφεραν θετικές συναλλαγές, μια ετήσια ανάπτυξη της τάξης του 4%.

γές, μια ετήσια ανάπτυξη της τάξης του 4%.

## ΣΕ ΤΙ ΜΟΝΤΕΛΑ ΠΡΕΠΕΙ ΝΑ ΕΣΤΙΑΣΟΥΝ

Ο ιδρυτής και διευθύνων σύμβουλος του ομίλου Allegra, Jeffrey Young ανέφερε ότι "τα επώνυμα cafes σε όλη την Ευρώπη αντιμετωπίζουν σημαντικούς αντίθετους ανέμους, με το υψηλό κόστος αγαθών, προσωπικού και ακινήτων να πιέζει τα περιθώρια κέρδους για τους operators. Ωστόσο, παρά αυτές τις προκλήσεις, η ισχυρή ζήτηση για καφέ

υψηλής ποιότητας, ιδιαίτερα για specialty, αυξάνεται και δημιουργεί νέες ευκαιρίες στους operators να ενισχύσουν την καινοτομία του μενού. Ποτέ δεν ήταν πιο σημαντικό για τις αλυσίδες καφέ να επικεντρωθούν σε λιτά, αποτελεσματικά επιχειρηματικά μοντέλα και να διασφαλίσουν ότι οι πελάτες αντιλαμβάνονται την αξία, καθώς το κόστος της επίσκεψης σε ένα cafe συνεχίζει να αυξάνεται".

Μάκης Αποστόλου

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

**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





• **GAIA WINES**

## ΕΠΕΝΔΥΣΕΙΣ ΣΤΟ ΟΙΝΟΠΟΙΕΙΟ ΝΕΜΕΑΣ - ΕΠΕΚΤΑΣΗ ΣΕ ΝΕΕΣ ΑΓΟΡΕΣ

Σημαντικές επενδύσεις που πρόκειται να αυξήσουν την παραγωγική δυναμική και να δώσουν περαιτέρω ανάπτυξη στην Gaia Wines υλοποιεί η εταιρεία. "Ήδη έχουμε προχωρήσει στην ανανέωση του εξοπλισμού και πλέον απομένει η ολοκλήρωση της κτιριακής επέκτασης στο οινοποιείο Νεμέας", δηλώνει στο Fnb Daily ο Λέων Καράτσαλος, συνιδρυτής της Gaia Wines. Η εταιρεία καταγράφει διψήφια ανάπτυξη τα τελευταία χρόνια και το 2024 κλείνει 30 χρόνια παρουσίας στην αγορά. Φέτος προχώρησε στο λανσάρισμα ενός νέου κρασιού. Πρόκειται για το Optimus, από κλώνο Αγιωργίτικου με προσθήκη Βερτζαμί.

### Η ΕΤΑΙΡΕΙΑ

Η Gaia Wines έχει τις παραγωγικές της εγκαταστάσεις στην Νεμέα και στην Σαντορίνη, όπου διατηρεί οινοποιεία, ενώ τα κεντρικά της γραφεία είναι στο Μαρούσι. Εμπορεύεται δικές της ετικέτες σε:

- Κόκκινο κρασί
- Λευκό κρασί
- Ροζέ κρασί
- Ξύδι

### ΕΠΕΚΤΑΣΗ ΣΤΟ ΕΞΩΤΕΡΙΚΟ

Η εταιρεία εξάγει σε ποσοστό 50% του τζίρου της σε μεγάλες αγορές όπως οι ΗΠΑ, η Αυστραλία, η Νορβηγία, το Ηνωμένο Βασίλειο και στις μεγάλες χώρες της Ευρώπης. "Στό-

χος μας είναι να ενισχύσουμε τα μερίδιά μας στις αγορές που βρισκόμαστε με το υπάρχον δίκτυο διανομής που διαθέτουμε, ενώ μπαίνουμε σε μικρότερες αγορές. Για παράδειγμα, στις αγορές της Λιθουανίας και της Λετονίας", αναφέρει ο κ. Καράτσαλος.

### ΟΙ ΠΡΟΟΠΤΙΚΕΣ ΓΙΑ ΦΕΤΟΣ

Μέχρι στιγμής το α' τρίμηνο του έτους κινείται για όλη την αγορά οίνου πιο υποτονικά συγκριτικά με το αντίστοιχο διάστημα του 2023. "Ωστόσο αυτό δεν συνεπάγεται ότι θα είναι όλη η χρήση χειρότερη.

Πολλά εξαρτώνται από τον τουρισμό, καθώς όλοι οι παραγωγοί κερδίζουν από την άνοδό του", επισημαίνει ο συνιδρυτής της Gaia Wines.

### ΤΑ ΠΕΡΙΘΩΡΙΑ ΚΕΡΔΟΥΣ

Ο κ. Καράτσαλος επισημαίνει πως η αύξηση της τιμής πρώτων υλών και του ενεργειακού κόστους συμπιέζει τα περιθώρια κέρδους του κλάδου. "Εμείς δεν περνάμε τις αυξήσεις στην τιμή του καταναλωτή. Ωστόσο, όλος ο κλάδος βλέπει πίεση στα περιθώρια κέρδους, απόρροια της ανόδου των τιμών" αναφέρει χαρακτηριστικά, προσθέτοντας πως "η τελευταία διετία για τον κλάδο του κρασιού ήταν πολύ θετική".

Νικόλας Ταμπακόπουλος

[nicolas@notice.gr](mailto:nicolas@notice.gr)



• **ESSELUNGA**

## ΠΕΔΙΟ ΔΟΚΙΜΗΣ ΚΑΙΝΟΤΟΜΙΩΝ ΤΟ ESSELUNGALAB ΣΤΟ ΜΙΛΑΝΟ

Η ιταλική αλυσίδα super market Esselunga άνοιξε το EsselungaLab, ένα πεδίο δοκιμών για νέες ιδέες, διαδικασίες και εργαλεία πώλησης.

Το EsselungaLab χρησιμεύει ως κόμβος για τη διερεύνηση υπηρεσιών, τεχνολογιών, μεθόδων επικοινωνίας, υλικών, ακόμη και λύσεων αιχμής που ανταποκρίνονται στις εξελισσόμενες ανάγκες των πελατών ενώ λειτουργεί ως περιβάλλον χωρίς μετρητά, δεχόμενο μόνο ψηφιακές πληρωμές.

### ΤΙ ΠΕΡΙΛΑΜΒΑΝΕΙ ΤΟ LAB

Το EsselungaLab εκτείνεται σε δύο ορόφους, καλύπτει έκταση περίπου 600 τ.μ. και διαθέτει

- ένα τμήμα grab-and-go 70 τ.μ. που παρέχει πρόσβαση σε καθημερινά είδη πρώτης ανάγκης, όπως έτοιμα γεύματα, φρέσκα προϊόντα, συσκευασμένα κρέατα και αρτοσκευάσματα
- καφετέρια με εσωτερικές και εξωτερικές θέσεις για 100 άτομα
- ανοιχτή κουζίνα στον πρώτο όροφο, μια νησίδα σαλάτας με ρομποτικό βοηθό και διαφανείς οθόνες OLED, προσφέροντας μια μεγάλη ποικιλία από φρεσκομαγειρεμένα γεύματα, συμπεριλαμβανομένων επιλογών φυτικής προέλευσης και υγιεινών επιλογών. Οι θέσεις φθάνουν τις 130 με την προσθήκη ενός χώρου lounge στη βεράντα

Το EsselungaLab αναπτύχθηκε σε συνεργασία με το "Design for all Italia" ενώ προωθεί και φιλικές προς το περιβάλλον επιλογές, όπως ανακυκλωμένα/ανακυκλώσιμα έπιπλα, ηλιακούς συλλέκτες για την παραγωγή ενέργειας και ελάχιστη χρήση πλαστικών.



Από αριστερά: Λέων Καράτσαλος, Γιάννης Παρασκευόπουλος, συνιδρυτές, Gaia Wines

• **AVRAMAR**

## ΠΟΤΕ ΜΠΑΙΝΟΥΝ ΣΤΑ ΤΑΜΕΙΑ ΤΗΣ ΤΑ €20 ΕΚΑΤ. - ΣΕ ΑΝΑΖΗΤΗΣΗ ΕΠΕΝΔΥΤΗ ΟΙ ΤΡΑΠΕΖΕΣ

Έπασαν οι υπογραφές μεταξύ των τραπεζών και της Avramar προκειμένου να χορηγηθεί στην εταιρεία ιχθυοκαλλιέργειας δάνειο €20 εκατ., με σκοπό την περαιτέρω κεφαλαιακή ενίσχυσή της.

Σύμφωνα με πληροφορίες του Fnb Daily, η χρηματοδοτική ροή των €20 εκατ. προς την Avramar δεν θα ξεκινήσει αμέσως. Τα χρήματα θα εκταμιευθούν εντός των επόμενων 10 ημερών και η διαχείριση του δανείου θα γίνεται υπό την επίβλεψη της Deloitte ως peace keeper των διαδικασιών και υπεύθυνη για την πιστή τήρηση της συμφωνίας. "Είναι ένας αλληλόχρεος λογαριασμός", αναφέρουν πηγές με γνώση των εξελίξεων στο Fnb Daily.

Η οριστικοποίηση της συμφωνίας αποτελεί σημαντική στιγμή για τη μετέπειτα πορεία της Avramar, καθώς με τα μέχρι τώρα δεδομένα το ύψος του κεφαλαίου κρίθηκε απαραίτητο για τη βιωσιμότητά της.

"Είναι μια κανονικά λειτουργούσα εταιρεία, πληρώνει στην ώρα της το προσωπικό, δεν έχει καθυστερήσεις σε μισθοδοσία και ασφαλιστικές εισφορές. Όμως εάν δεν βρεθεί επενδυτής, βραχυπρόθεσμα θα αντιμετωπίσει προβλήματα", λένε οι ίδιες πηγές.

### ΟΙ ΔΥΟ ΕΓΓΥΗΣΕΙΣ ΤΩΝ ΤΡΑΠΕΖΩΝ

Η υπογραφή της συμφωνίας για τη χορήγηση του δανείου έγινε καθώς τα δύο funds που έχουν επενδύσει στην Avramar δήλωσαν πέρυσι τον Απρίλιο αδυναμία χορήγησης επιπλέον κεφαλαίου. Έκτοτε ήταν σε συνεχή διαβούλευση με τις τράπεζες, που ζητούσαν εγγυήσεις για τη χορήγηση του.

Τελικά, το πράσινο φως δόθηκε υπό δύο όρους:

- αφενός οι τράπεζες να λάβουν ενέχυρο τις μετοχές της Avramar
- αφετέρου να ξεκινήσουν την αναζήτηση επενδυτή

Επιπλέον, και η τοποθέτηση της Deloitte ήταν μια ακόμα εγγύηση για την ολοκλήρωση των διαβουλεύσεων.

### ΕΩΣ ΤΟΝ ΙΟΥΛΙΟ ΤΟ DEADLINE

Οι ίδιες πηγές συμπληρώνουν πως το επόμενο διάστημα θα είναι εξίσου κρίσιμο για την πορεία της Avramar, καθώς οι τράπεζες επιθυμούν έως τον Ιούλιο να έχουν βρει επενδυτή. Ωστόσο, καλά γνωρίζοντας εκτιμούν πως ένα τέτοιο deal δεν μπορεί να έχει



Eugenio Meschini, Group CEO, Avramar

ολοκληρωθεί μέχρι το τέλος του έτους.

### ΤΙ ΘΑ ΖΗΤΗΣΕΙ Ο ΕΠΕΝΔΥΤΗΣ

Ποιος, όμως, θα είναι αυτός που θα θελήσει να αναλάβει το project Avramar; Πηγές του κλάδου υπογραμμίζουν στο Fnb Daily ότι θεωρείται βέβαιο πως ο νέος επενδυτής θα ζητήσει... γενναίο κούρεμα των δανειακών υποχρεώσεων της εταιρείας. Μέχρι στιγμής οι υποχρεώσεις της προς τις τράπεζες ξεπερνούν τα €400 εκατ., με το μεγαλύτερο μέρος να είναι από τον Νηρέα και την Σελόντα, ενώ η Ανδρομέδα ήταν η μόνη υγιής εταιρεία και με χαμηλό δανεισμό.

### ΤΙ ΠΗΓΕ ΛΑΘΟΣ

Υπενθυμίζεται ότι η Avramar δημιουργήθηκε από την ενοποίηση του ομίλου Ανδρομέδα και των εταιρειών Νηρέας, Σελόντα και Περσέας, οι οποίες φέρουν δάνεια που ξεπερνούν τα €400 εκατ., εκ των οποίων τα €370 είναι στην Ελλάδα και έχουν μεταφερθεί στη νέα εταιρεία, που έχει αναλάβει την αποπληρωμή τους.

Οι βασικοί μέτοχοι της εταιρείας, το κρατικό επενδυτικό ταμείο του Άμπου Ντάμπι, Mubadala, και το αμερικανικό fund Amerria Capital Management, έχουν επενδύσει περίπου €200 εκατ. από το 2017 που εισήλθαν στην εταιρεία. Παρά τα βάρη των εταιρειών της Avramar, οι προοπτικές ανάπτυξης του

κλάδου, το μέγεθος και το εξαγωγικό προφίλ της Avramar (διαθέτει το 95% της παραγωγής στο εξωτερικό) την κατέστησαν ελκυστική προς επένδυση.

Η είσοδος των δύο επενδυτικών κεφαλαίων δημιούργησε αισιοδοξία, τόσο στη μητρική, όσο και στον κλάδο συνολικά, καθώς η εξυγίανση του όλο εγχειρήματος ήταν μεγάλη πρόκληση.

Προϋπόθεση για την είσοδο των funds στην Avramar ήταν η υλοποίηση του business plan, όμως αυτό φάνηκε ιδιαιτέρως δύσκολο project τα επόμενα χρόνια. "Από την πλευρά των fund δεν απέδωσε", λένε οι ίδιες πηγές, τονίζοντας πως "το management πρέπει να ελίσσεται".

Η πανδημία, αλλά κυρίως η αύξηση του ενεργειακού κόστους, οδήγησαν τους μετόχους να ζητήσουν επιπλέον δανεισμό. Μαθαίνουμε πως, μόλις βρεθεί επενδυτής, οι Mubadala και Amerria Capital Management θα αποχωρήσουν ουσιαστικά από την Avramar.

### ΖΗΜΙΕΣ ΤΟ 2023

Αξίζει να αναφέρουμε ότι η Avramar έκλεισε το 2023 με ζημιές, με τον τζίρο του ομίλου να είναι πάνω από €400 εκατ.

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

## • IWSR (ΗΠΑ) ΟΙ ΚΥΡΙΕΣ ΤΑΣΕΙΣ ΠΟΥ ΕΝΙΣΧΥΟΥΝ ΤΟΝ ΚΛΑΔΟ ΚΡΑΣΙΟΥ ΤΟ 2024

Οι Millennials, τα premium τμήματα και οι εξαγωγικές αγορές θα μπορούσαν να συμβάλουν στην ενίσχυση των προοπτικών της κατηγορίας κρασιού των ΗΠΑ, σύμφωνα με τα στοιχεία του IWSR. Η αγορά κρασιού των ΗΠΑ θα αντιμετωπίσει προκλήσεις από το 2024 και στη συνέχεια, λόγω

- συρρίκνωσης της καταναλωτικής βάσης
- μείωσης του όγκου
- εξομάλυνσης της αύξησης των κερδών στους αφρώδεις οίνους

### ΠΡΟΒΛΕΨΕΙΣ

Το IWSR προβλέπει ότι ο όγκος της αγοράς κρασιού των ΗΠΑ θα μειωθεί κατά 2% μεταξύ 2022 - 2027. Πρόκειται για επιτάχυνση των πρόσφατων μειώσεων (2017-22 CAGR όγκου -1%).

Οι αναμενόμενες μειώσεις θα προέλθουν από το βασικό τμήμα του κρασιού (85% του όγκου της αγοράς), που σύμφωνα με τις προβλέψεις του IWSR θα μειωθεί ετησίως κατά 3% έως το 2027. Άλλα τμήματα - αφρώδης, ενισχυμένος, άλλοι οίνοι και ελαφριά απεριτίφ - θα αυξηθούν από πολύ μικρότερες βάσεις.

### ΚΑΤΑΝΑΛΩΣΗ

"Η σταθερή αύξηση του αριθμού των τακτικών καταναλωτών - ο αριθμός των εβδομαδιαίων καταναλωτών κρασιού έχει κινηθεί ανοδικά - σε συνδυασμό με τη συνεχιζόμενη τάση συγκράτησης, συνέβαλε στο να καταστεί το 2023 μια χρονιά προκλήσεων για την αμερικανική βιομηχανία κρασιού", αναφέρει ο Marten Lodewijks, Διευθυντής Συμβουλευτικής - Αμερική, IWSR.

Οι ΗΠΑ έχουν επίσης έντονη στροφή προς την εγχώρια κατανάλωση - 88% του κρασιού που παράγεται στις ΗΠΑ καταναλώνεται εγχώρια, σε σύγκριση με

- 57% στην Ιταλία
- 56% στη Γαλλία
- 38% στην Ισπανία

### PREMIUMISATION

Στο πρόσφατο παρελθόν, το premiumisation κατάφερε να αντισταθμί-



σει τη μείωση του όγκου, αυξάνοντας τη συνολική αξία της αμερικανικής αγοράς. Αυτό δεν ισχύει πλέον. Μετά από μείωση της αξίας κατά 1% το 2022, το IWSR αναμένει ότι η αξία της κατηγορίας θα παραμείνει σχετικά σταθερή έως το 2027.

Το IWSR προβλέπει σημαντική μείωση όγκου, αξίας και τυποποιημένης τιμής μεταξύ 2022 - 2027 στις χαμηλές τιμές, σε αντίθεση με την αναμενόμενη αύξηση για τα προϊόντα υψηλής και ανώτερης ποιότητας.

### ΓΗΡΑΣΜΕΝΟΙ ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΕΣ

Ο συνολικός πληθυσμός που πίνει κρασί γερνάει.

- Η Gen Z αντιπροσωπεύει το 7% των τακτικών καταναλωτών (RWDs)
- Οι Boomers το 6%

Το 2019, το 29% των RWDs ανήκε στην ηλικιακή ομάδα έως 34. Μέχρι το 2023 το ποσοστό αυτό είχε μειωθεί στο 23%. Στο ίδιο χρονικό διάστημα, το ποσοστό των RWDs ηλικίας 55+ αυξήθηκε από 38% σε 43%.

### MILLENNIALS

"Οι Millennials είναι η πιο εμπλεκόμενη ηλικιακή ομάδα στην κατηγορία του κρασιού, με βελτιωμένες οικονομικές προοπτικές και συνεχή προθυμία να ξοδεύουν περισσότερα χρήματα για κρασί", αναφέρει ο Richard Halstead, COO Consumer Insights, IWSR. Περίπου το 44% των Millennials έχουν μεγάλη εμπλοκή στην

κατηγορία κρασιού, σε σύγκριση με το 30% για το σύνολο, σύμφωνα με το IWSR:

- 57% πίνει κρασί δύο ή περισσότερες ημέρες την εβδομάδα, έναντι 46% του συνόλου
- 73% δοκιμάζει νέα ή διαφορετικά στυλ κρασιού σε τακτική βάση, έναντι 58% του συνόλου.

### ΑΦΡΩΔΗΣ ΟΙΝΟΣ

Αν και η δυναμική αύξησης του όγκου επιβραδύνεται, με τις προβλέψεις του IWSR να δείχνουν μέση ανάπτυξη 1% του όγκου, 2022-2027 (έναντι 6% την περίοδο 2017-2022), οι προοπτικές για την αγορά αφρώδους οίνου των ΗΠΑ είναι σε μεγάλο βαθμό θετικές, χάρη σε μια διευρυνόμενη βάση όλο και πιο αφοσιωμένων καταναλωτών που πραγματοποιούν συχνότερες αγορές στην κατηγορία ως εναλλακτική λύση για το μη αλκοολούχο κρασί στα γεύματα. Σημαντικό ρόλο παίζει και η χρήση του ως συστατικό απεριτίφ κοκτέιλ.

### POST-COVID TRENDS

Οι τακτικοί καταναλωτές επέστρεψαν στην εστίαση με μεγαλύτερη συχνότητα από πριν από την πανδημία με μικρότερες, ωστόσο, δαπάνες. Πέρυσι, ωστόσο, οι καταναλωτές έδειξαν αυξημένη προτίμηση στην κατανάλωση στο σπίτι λόγω και της απομακρυσμένης εργασίας.

Χριστίνα Ζαφειρούλη  
[zafairouli@notice.gr](mailto:zafairouli@notice.gr)



## • LIDL PORTUGAL ΕΝΙΣΧΥΕΙ ΤΙΣ ΕΞΑΓΩΓΕΣ ΝΩΠΩΝ ΦΡΟΥΤΩΝ & ΛΑΧΑΝΙΚΩΝ

Η συνεργασία μεταξύ της Lidl Portugal και της Portugal Fresh βοήθησε εκατοντάδες τοπικούς παραγωγούς να εξάγουν 22.300 χιλιάδες τόνους φρούτων και λαχανικών σε 9 ευρωπαϊκές χώρες.

Όπως αναφέρεται σε διεθνή Μέσα, περίπου 20 διαφορετικά είδη φρούτων και λαχανικών από την Πορτογαλία εξήχθησαν σε:

- Γερμανία
- Γαλλία
- Ισπανία
- Λουξεμβούργο
- Πολωνία
- Σουηδία
- Ηνωμένο Βασίλειο
- Ιρλανδία
- Σλοβακία

Οι εξαγωγές του "p Pera Rocha do Oeste ΠΟΠ", ένα είδος αχλαδιού της Πορτογαλίας, ανήλθαν σε 11.200 τόνους το 2023.

### ΣΤΗΡΙΞΗ ΕΘΝΙΚΗΣ ΠΑΡΑΓΩΓΗΣ

"Αυτοί οι αριθμοί αντικατοπτρίζουν για άλλη μια φορά τη δέσμευσή μας στη χώρα και τη δέσμευσή μας να υποστηρίξουμε την εθνική παραγωγή, σε έναν τομέα που θεωρούμε κρίσιμο, τα φρούτα και τα λαχανικά. Η ποιότητα της εθνικής παραγωγής διαφορο-

ποιείται και είναι αυτό που κερδίζει τους άλλους Ευρωπαίους καταναλωτές. Η αποστολή μας, μαζί με την Portugal Fresh, είναι να ενθαρρύνουμε τη συνεχή παρουσία της στο διεθνές δίκτυο καταστημάτων μας, βοηθώντας τους συνεργάτες μας να αναπτυχθούν", αναφέρει ο Jorge Pierre Silva, διευθυντής φρούτων και λαχανικών στην Lidl Portugal. "Τα αποτελέσματα του 2023 καταδεικνύουν ξεκάθαρα τη δυναμική του εθνικού αγροδιατροφικού τομέα και την ικανότητά του να προσφέρει στους καταναλωτές σε όλο τον κόσμο προϊόντα υψηλής ποιότητας, ασφάλειας και ποικιλομορφίας", υπογραμμίζει ο Gonçalo Santos Andrade, πρόεδρος της Portugal Fresh.

### ΞΕΚΙΝΗΣΑΝ ΟΙ ΕΞΑΓΩΓΕΣ ΛΩΤΟΥ

Μέσα από την Lidl Πορτογαλίας ξεκίνησε πέ- ρυσι οι εξαγωγές λωτού, με 123 τόνους να εξάγονται στη Γερμανία.

Επιπλέον, πραγματοποιήθηκαν εξαγωγές σε:

- Πυρηνόκαρπα (δαμάσκηνα - νεκταρίνια – ροδάκινα): Έφτασαν τους 2.300 τόνους
- Κόκκινα φρούτα (βατόμουρα και σμέου- ρα): Ανήλθαν σε 1.800 τόνους.
- άλλα προϊόντα (κολοκύθα, κάστανο, λευ- κό λάχανο/λάχανο, λάχανο καρδιάς και πεπόνι)



## • ΣΚΛΗΡΟ ΣΙΤΑΡΙ ΑΝΕΒΑΙΝΕΙ ΣΕ ΕΞΑΓΩΓΕΣ Η ΤΟΥΡΚΙΑ

Σημαντική άνοδο καταγράφουν οι εξα- γωγές σκληρού σιταριού από την Τουρ- κία, που παραμένει και φέτος μία εκ των πιο σημαντικών χωρών παραγωγής, μετά τον Καναδά.

### 2ος ΜΕΓΑΛΥΤΕΡΟΣ ΠΑΡΑΓΩΓΟΣ

Συγκεκριμένα, με βάση πρόσφατα στοι- χεία, η Τουρκία πρόκειται να αναδειχθεί ως ο δεύτερος μεγαλύτερος εξαγωγέας σκληρού σίτου στον κόσμο για την καλλι- εργητική περίοδο 2023/24.

### Η ΑΔΥΝΑΜΙΑ ΤΟΥ ΚΑΝΑΔΑ

Η παραγωγή σκληρού σιταριού από την Τουρκία κάλυψε το κενό που δημιούργη- σε στην αγορά η μειωμένη παραγωγή από τον Καναδά, λόγω μιας ακόμα ξηρασίας σε διάστημα τριών ετών.

### ΜΕΙΩΣΗ ΤΩΝ ΑΠΟΘΕΜΑΤΩΝ

Σύμφωνα με το Διεθνές Συμβούλιο Σιτη- ρών, τα παγκόσμια αποθέματα σκληρού σίτου αναμένεται να πέσουν φέτος σε χα- μηλό 30 χρόνων. Ωστόσο, οι εξαγωγές από την Τουρκία απέτρεψαν ένα άμεσο έλλειμμα και διατήρησαν τη σταθερότητα των τιμών σε διεθνές επίπεδο.

Μέχρι πρότινος η Τουρκία ήταν από τους μεγαλύτερους εισαγωγείς σκληρού σί- του στην περιοχή της Μεσογείου, όμως την περίοδο 2023/24 εξήγαγε περίπου 1,5 εκατομμύριο τόνους σκληρού σίτου.

"Η Τουρκία, με την είσοδό της στις παγκό- σμιες αγορές ως εξαγωγέας, άλλαξε το παιχνίδι. Μπορώ να πω ότι δεν είναι κάτι μεμονωμένο, οι εξαγωγές θα διατηρή- σουν τη δυναμική τους", δήλωσε ο Aykut Goymen, πρόεδρος της Ένωσης Βιομη- χανίας Ζυμαρικών της Τουρκίας.



## • ΟΜΙΛΟΣ LAVAZZA ΑΝΩ ΤΩΝ \$3 ΔΙΣ. Ο ΤΖΙΡΟΣ ΤΟ 2023

Συνεχή ανάπτυξη, σύμφωνα με την εταιρική στρατηγική της, καταγράφει ο όμιλος Lavazza, με αποτέλεσμα ο κύκλος εργασιών να ξεπεράσει τα €3 δισ. το 2023. Στο αποτέλεσμα αυτό συνέβαλε η εξαγορά της MaxiCoffee, η οποία ενίσχυσε τη διεθνή παρουσία του ομίλου.

Για φέτος ο CEO, Antonio Baravalle, δήλωσε ότι ο όμιλος έχει ως κύριο στόχο την ανάκαμψη του μεικτού περιθωρίου λειτουργίας.

### ΟΙΚΙΑΚΗ ΚΑΤΑΝΑΛΩΣΗ

Ο κύκλος εργασιών κατέγραψε σταθερή, συνεχή ανάπτυξη και στα δύο target του ομίλου, δηλαδή στην οικιακή κατανάλωση και στο ηλεκτρονικό εμπόριο, το οποίο σημείωσε αύξηση +28% σε σύγκριση με το 2022. Σε ό,τι αφορά τις φυτείες του καφέ ο όμιλος Lavazza αναπτύσσεται. Λαμβάνοντας υπόψη τις 15 κύριες γεωγραφικές περιοχές στις οποίες δραστηριοποιείται,

- σημείωσε αύξηση +6,6% σε σχέση με το 2022
- κέρδισε μερίδια αγοράς, επιτυγχάνοντας ανάπτυξη 9,1% σε σύγκριση με το 2022

Στο τμήμα, δε, κατασκευής σκευάσματος για κάψουλες, χάρη στη διάθεση της ενημερωμένης σειράς καψουλών NCC, σημείωσε αύξηση αξίας 15,3% έναντι του 2022, σε σύγκριση με την ανάπτυξη 3% για την αγορά συνολικά, οδηγώντας σε κέρδος μεριδίων.

### ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΣΤΗ ΛΙΑΝΙΚΗ

Ο όμιλος ανέφερε αύξηση πωλήσεων κατά αξία στο κανάλι λιανικής σε όλες τις αγορές:

- Ηνωμένες Πολιτείες: + 9,8%
- Πολωνία: + 21%
- Ηνωμένο Βασίλειο: +8,6%
- Ιταλία: +6,3%
- Γαλλία: +5,8%

### DATA - ΟΜΙΛΟΥ

EBITDA

2023: €263 εκατ

Περιθώριο EBITDA

2023: 8,6%

### ΟΙ ΠΡΟΚΛΗΣΕΙΣ ΤΟΥ 2023

Το 2023 ήταν ακόμα μια χρονιά με αυξανόμενο κόστος για την ποικιλία του Green coffee καθώς και για την ποικιλία Robusta, η οποία κατά τη διάρκεια του έτους έφτασε να στοιχίζει περίπου \$3.200 ανά τόνο- ενώ οι τιμές της πρώτης ύλης του καφέ παραμένουν υψηλές.

Όπως αναμενόταν, τα υψηλά επίπεδα του πληθωρισμού σε όλες τις αγορές έχουν αποδυναμώσει την αγοραστική δύναμη των καταναλωτών. Αυτό είχε σημαντικό αντίκτυπο στον κλάδο του καφέ, με αποτέλεσμα να υπάρχει περίπου μείωση 3% την περίοδο Ιανουαρίου-Δεκεμβρίου 2023. Σε αυτό το ασταθές περιβάλλον που αντιμετωπίζουν όλες οι επιχειρήσεις, ο όμι-



Antonio Baravalle, CEO, όμιλος Lavazza

λος Lavazza έθεσε ως προτεραιότητα την προστασία των καταναλωτών, τηρώντας μια τιμολογιακή πολιτική που του επέτρεψε να διαφυλάξει το πελατολόγιό του, ενώ παράλληλα συνέχισε τα επενδυτικά του πλάνα ώστε να διασφαλίσει μακροπρόθεσμες προοπτικές ανάπτυξης. Αυτή η τακτική αφενός οδήγησε σε μειωμένα περιθώρια κέρδους για τον όμιλο, αφετέρου υπήρξε βελτίωση της επίδοσής του, τόσο σε αξία, όσο και σε όγκο πωλήσεων συνολικά, γεγονός που αποτυπώνεται στην αύξηση μεριδίου αγοράς κατά 0,3 ποσοστιαίες μονάδες.

[Τα πάντα για τον κλάδο  
HORECA, στο horecaopen.com](https://horecaopen.com)

## • S ONE HOSPITALITY ΑΝΟΙΞΕ ΣΤΗΝ ΚΗΦΙΣΙΑ ΤΟ RICK'S STEAKHOUSE

Το νέο του project εγκαίνιασε ο όμιλος S One Hospitality στην Κηφισιά. Πρόκειται για το Rick's Steakhouse, ένα εστιατόριο εμπνευσμένο από τα steakhouses της Νέας Υόρκης των 30s'.

"Το Rick's είναι κάτι περισσότερο από ένα απλό εστιατόριο. Είναι μια σκηνή, όπου

κάθε γεύμα είναι μια παράσταση και κάθε καλεσμένος είναι ένα αστέρι", αναφέρει ο Δήμος Στασινόπουλος, ιδιοκτήτης του ομίλου S One Hospitality.

Τα πιάτα επιμελείται ο executive chef του ομίλου Δημήτρης Σταμούδης με την μπριγάδα του.





• ΕΞΑΓΩΓΕΣ

## ΠΙΕΣΗ ΣΤΗ ΔΙΑΚΙΝΗΣΗ ΦΡΟΥΤΩΝ ΑΠΟ ΤΗΝ ΚΡΙΣΗ ΣΤΗΝ ΕΡΥΘΡΑ ΘΑΛΑΣΣΑ

Συνεχίσθηκε η συγκομιδή και εξαγωγή πορτοκαλιών και μανταρινιών όπως ανέφερε το εβδομαδιαίο δελτίο του Incofruit. Αναλυτικά, η κρίση της Ερυθράς Θάλασσας ασκεί πίεση στη διεθνή διακίνηση εμπορευμάτων. Όσον αφορά τον κλάδο, ο όγκος φρούτων που αποστέλλονταν από την Αίγυπτο σε άλλες ηπείρους ανακατευθύνθηκαν και κατέληξαν στην Ευρώπη πιέζοντας τις τιμές. Περίπου το 20% της παραγωγής της Αιγύπτου είχε προορισμό αγορές στην Ασία. Το ίδιο πρόβλημα, αλλά σε μικρότερο ποσοστό, ισχύει και για το Μαρόκο.

### ΠΟΥ ΟΦΕΙΛΕΤΑΙ Η ΑΥΞΗΣΗ

Σύμφωνα με τα προκαταρκτικά στοιχεία της TAXUD για τον Ιανουάριο και τον Φεβρουάριο, το 2024, η ΕΕ-27 έχει εισαγάγει 120.984 τόνους, ποσότητα που αντιπροσωπεύει αύξηση 46,4% (+38.400 τόνους) σε σύγκριση με το πρώτο δίμηνο του

2023 και αύξηση 75,6% πάνω από το μέσο όρο. Η αύξηση αυτή οφείλεται κυρίως στην άνοδο των εισαγωγών από την Αίγυπτο για δεύτερη συνεχή χρονιά, με αύξηση 55,9% σε σχέση με πέρυσι.

### ΠΑΝΩ ΟΙ ΦΡΑΟΥΛΕΣ - ΚΑΤΩ ΟΙ ΝΤΟΜΑΤΕΣ

Οι εξαγωγές φράουλας από την αρχή του χρόνου μέχρι 28/3/2024 ήταν αυξημένες 10,3%, με τη ζήτηση να είναι σταθερά ανοδική.

Οι εξαγωγές ντοματών παρουσιάστηκαν μειωμένες κατά 22,1%, στους 12.240 τόνους έναντι 16.368 τόνων το αντίστοιχο διάστημα του 2023.

### ΠΤΩΣΗ 50% ΓΙΑ ΤΑ ΜΗΛΑ

Οι εξαγωγές μήλων στο διάστημα 1/9/23-29/3/24 υποχώρησαν σε 28.336 τόνους, έναντι 56.277 τόνων την αντίστοιχη περίοδο

2022/2023. Η μειωμένη ροή των εξαγωγών σε συνδυασμό με τις ιδιαίτερα αυξημένες εισαγωγές μήλων το ίδιο χρονικό διάστημα δημιουργεί ερωτήματα για τυχόν ελληνοποίηση τους για τη διάθεση τους στην εγχώρια αγορά. Σε περιπτώσεις εξαγωγής πρέπει να αναγράφεται η χώρα καταγωγής τους και να συνοδεύονται από αναλύσεις τους για υπολείμματα φυτοφαρμάκων.

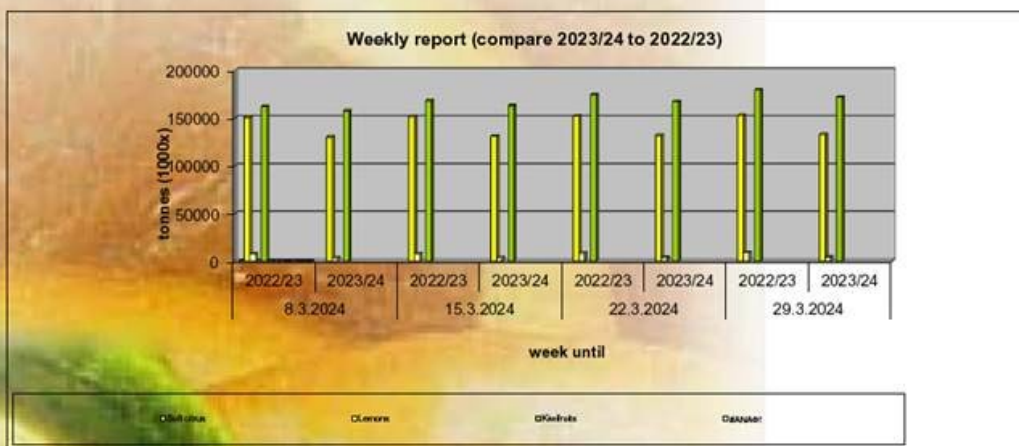
### ΑΚΤΙΝΙΔΙΑ

Οι εξαγωγές ακτινιδίων από 1/9/2023 έως και 29/3/2024 διαμορφώθηκαν σε 172.108 τόνους, μειωμένες κατά 4,2% έναντι του διαστήματος 2022/23. Ειδικότερα, προς ορισμένες χώρες οι εξαγωγές διαμορφώθηκαν ως εξής:

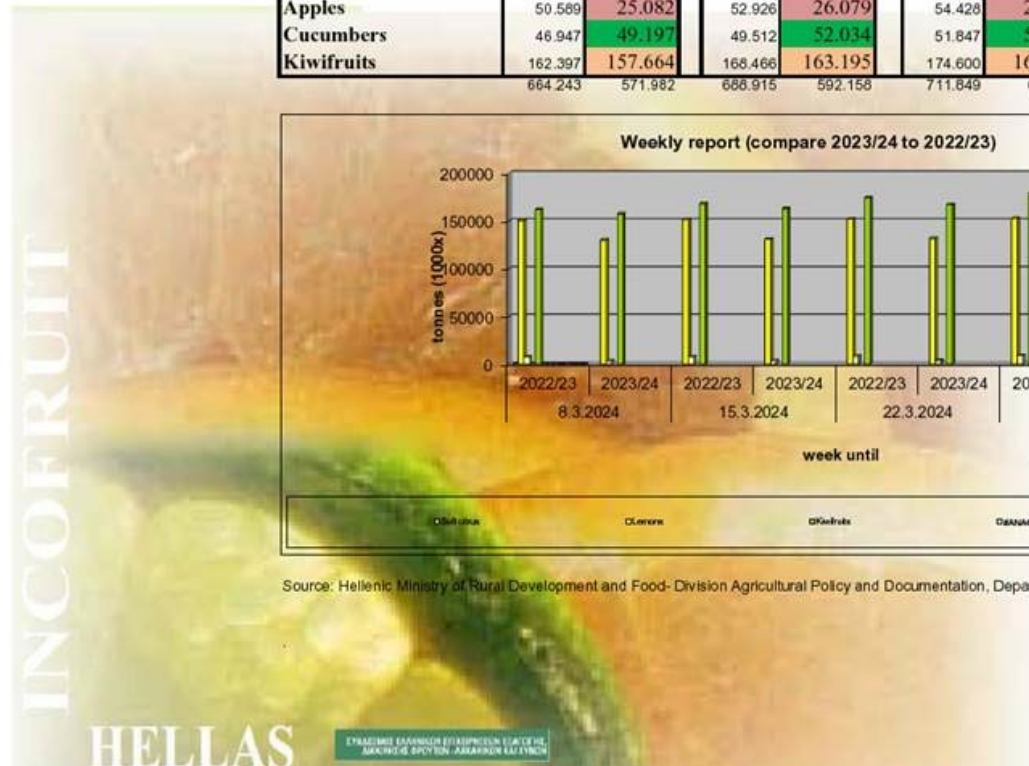
- Καναδάς: 6.872 τόννοι
- ΗΠΑ: 15.458 τόννοι
- Ισπανία: 26.656 τόννοι
- Ιταλία: 26.024 τόννοι

### Greek Exports and Consignments of Fruits and Vegetables

| (in metric tons)              |          |         |           |         |           |         |           |         |
|-------------------------------|----------|---------|-----------|---------|-----------|---------|-----------|---------|
| Week until:                   | 8.3.2024 |         | 15.3.2024 |         | 22.3.2024 |         | 29.3.2024 |         |
| commercial season 1/10 - 30/9 | 2022/23  | 2023/24 | 2022/23   | 2023/24 | 2022/23   | 2023/24 | 2022/23   | 2023/24 |
| Oranges                       | 245.168  | 205.961 | 257.656   | 215.511 | 269.418   | 224.013 | 279.166   | 234.321 |
| Soft citrus                   | 150.840  | 130.271 | 151.658   | 131.172 | 152.423   | 131.953 | 152.970   | 133.167 |
| Lemons                        | 7.900    | 3.490   | 8.289     | 3.843   | 8.714     | 4.044   | 9.226     | 4.581   |
| Grapefruits                   | 402      | 316     | 409       | 324     | 418       | 329     | 422       | 335     |
| Apples                        | 50.589   | 25.082  | 52.926    | 26.079  | 54.428    | 27.190  | 56.277    | 28.336  |
| Cucumbers                     | 46.947   | 49.197  | 49.512    | 52.034  | 51.847    | 54.417  | 54.372    | 57.390  |
| Kiwifruits                    | 162.397  | 157.664 | 168.466   | 163.195 | 174.600   | 167.529 | 179.705   | 172.108 |
|                               | 664.243  | 571.982 | 688.915   | 592.158 | 711.849   | 609.475 | 732.137   | 630.238 |
|                               |          |         |           |         |           |         |           | 23>22   |
|                               |          |         |           |         |           |         |           | -16,1%  |
|                               |          |         |           |         |           |         |           | -12,9%  |
|                               |          |         |           |         |           |         |           | -50,3%  |
|                               |          |         |           |         |           |         |           | -49,6%  |
|                               |          |         |           |         |           |         |           | 5,6%    |
|                               |          |         |           |         |           |         |           | -4,2%   |
|                               |          |         |           |         |           |         |           | -13,9%  |



Source: Hellenic Ministry of Rural Development and Food- Division Agricultural Policy and Documentation, Department of Agricultural Statistics



• **EOS CAPITAL PARTNERS**

## FOLLOW ON ΕΠΕΝΔΥΣΕΙΣ €6,5 ΕΚΑΤ. ΣΕ AGRIFREDA ΚΑΙ SEAGULL - ΤΟ NEO FUND

Δύο follow on επενδύσεις αναμένεται να πραγματοποιήσει το επόμενο διάστημα η EOS Capital Partners. Ειδικότερα, θα επενδύσει €5 εκατ. στην Agrifreda και €1,5 εκατ. στην Seagull.

### ΟΙ ΠΕΡΥΣΙΝΕΣ ΕΠΕΝΔΥΣΕΙΣ

Πέρυσι επένδυσε

- €10 εκατ. για το 33,11% της Medfrigo, η οποία δραστηριοποιείται στις αγορές του 3PL Logistics και της εσωτερικής διαμεταφοράς
  - €15 εκατ. για το 35,21% της Eurolamp, η οποία δραστηριοποιείται στην αγορά συστημάτων φωτισμού
  - €10,76 εκατ. για το 34,77% της εταιρείας εμφιάλωσης νερού Μεντεκίδης
- Ήδη το fund έχει επενδύσει €112,56 εκατ. σε ελληνικές μικρομεσαίες επιχειρήσεις.



Απόστολος Ταμβακάκης, CEO, EOS Capital Partners

### FIRST CLOSING ΓΙΑ €210-€220 ΕΚΑΤ.

Αξίζει να αναφερθεί ότι ξεκίνησαν οι διαδικασίες ανάληψης ενός νέου υπό διαχείριση fund από την εταιρεία. Συγκεκριμένα, έχει λάβει έγκριση συμμετοχής από την Ελληνική Αναπτυξιακή Τράπεζα Επενδύσεων για ποσό €100 εκατ. και επίσης την πρόθεση συμμετοχής από ιδιώτες για ποσό που υπερβαίνει τα €120 εκατ. Εντός Απριλίου αναμένεται να πραγματοποιηθεί το first closing του fund για ποσό €210-€220 εκατ.

#### DATA (σε € χιλ.)

|                       |             |
|-----------------------|-------------|
| Πωλήσεις              | 2023: 1.832 |
|                       | 2022: 2.506 |
| Κέρδη προ φόρων       | 2023: 616   |
|                       | 2022: 1.078 |
| Κέρδη μετά από φόρους | 2023: 466   |
|                       | 2022: 825   |
| Ενεργητικό            | 2023: 4.110 |
|                       | 2022: 4.706 |
| Υποχρεώσεις           | 2023: 504   |
|                       | 2022: 282   |

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



### • ΧΡΥΣΑΝΘΗ ΜΠΟΝΟΥ ΑΝΕΛΑΒΕ CEO ΣΤΗΝ ΠΟΤΟΠΟΙΙΑ ΠΛΩΜΑΡΙΟΥ

Στο δυναμικό της Ποτοποιία Πλωμαρίου Ισίδωρος Αρβανίτης εντάχθηκε η Χρυσάνθη Μπόνου. Όπως πληροφορείται το FNB Daily η κα. Μπόνου έχει αναλάβει από τον Φεβρουάριο Διευθύνουσα Σύμβουλος στην εταιρεία της οικογένειας Καλογιάννη. Θυμίζουμε ότι προέρχεται από την Μινέρβα Ελαιουργικών Επιχειρήσεων και Τροφίμων, στην οποία εργάζονταν 20 χρόνια συνολικά, εκ των οποίων τα έξι ήταν στην ηγεσία της εταιρείας.

• **ΜΑΚΒΕΛ**

## ΣΤΟΝ ΑΕΡΑ Η ΝΕΑ ΚΑΜΠΑΝΙΑ "ΤΩΡΑ ΜΙΛΑΕΙ Η ΓΕΥΣΗ!"

Στον τηλεοπτικό αέρα βρίσκεται η νέα διαφημιστική ταινία της Μάκβελ, που δημιούργησε για λογαριασμό της η Magiq Doorz και παρουσιάζει το brand σε ένα διαφορετικό επικοινωνιακό πλαίσιο. Η καμπάνια με τίτλο "Τώρα μιλάει η γεύση!" αποτυπώνει διάφορα συναισθήματα που συνοδεύονται από το τραγούδι "Macarena" που μετατρέπεται σε "Macaronia MAKA - MAKA - MAKA - ΜΑΚΒΕΛ - ΜΑΚΑΡΟΝΙΑ" και ντύνει μουσικά την καμπάνια.

### ΣΥΓΧΡΟΝΗ ΑΙΣΘΗΤΙΚΗ

Όπως αναφέρεται σε σχετική ανακοίνωση, με τη σύγχρονη αισθητική και την πρωτότυ-

πη, uplifting προσέγγισή της, η ταινία εστιάζει στην υψηλή ποιότητα και αξίες που πρεσβεύει η Μάκβελ. Χορός, χρώμα και ενθουσιασμός συνθέτουν ένα visual party που περιγράφει με τον πιο εύστοχο τρόπο την αδιαμφισβήτητη ανώτερη γεύση των ζυμαρικών Μάκβελ, μια γεύση που ενώνει όλους τους ανθρώπους κάθε ηλικίας και γούστου, γιατί, "Τώρα, μιλάει η γεύση!"

Διαφημιζόμενος : ΜΑΚΒΕΛ  
Agency: MAGIQ DOORZ  
Production company: THE STRIPES  
Director: KIMINO



DOP: Αλέξης Κανάκης  
Producer: Κωστής Κατσαρός  
Production Designer: Ζέττα Μομπάρακ  
Styling: Ευαγγελία Δελένδα  
Food Styling: Olivia Webb  
Compositing: KIMINO  
Motion Graphics: Αντώνης Πετρούλιας  
Design: Μαργαρίτα Παπαστεργίου  
Music Production: Λευτέρης Σαμπών  
Music Licensing: yellowgroove  
Sound Design: yellowgroove



• **ΕΒΡΟΦΑΡΜΑ**

## ΕΞΩΣΤΡΕΦΕΙΑ ΚΑΙ CAMPUS ΕΦΕΡΑΝ ΑΝΑΠΤΥΞΗ 7,4% ΚΑΙ ΔΙΨΗΦΙΑ ΑΥΞΗΣΗ ΚΕΡΔΩΝ

Ο ενοποιημένος κύκλος εργασιών του ομίλου Εβροφάρμα αυξήθηκε πέρυσι κατά 7,4% και ανήλθε σε €48,76 εκατ., ενώ σημαντικά βελτιωμένο κατά 46%, ήταν το EBITDA, το οποίο δι-αμορφώθηκε σε €5,246 εκατ. από €3,595 εκατ. την αμέσως προηγούμενη χρήση. Υψηλή διψή-φια ανάπτυξη κατέγραψε και η τελική κερδοφο-ρία της εταιρείας.

**DATA (σε € χιλ.)**

| Πωλήσεις     | Κέρδη προ φόρων |
|--------------|-----------------|
| 2023: 48.761 | 2023: 2.707     |
| 2022: 45.381 | 2022: 1.522     |
| EBITDA       | Κέρδη μετά από  |
| 2023: 5.246  | φόρους          |
| 2022: 3.595  | 2023: 2.202     |
|              | 2022: 1.419     |

### ΕΠΕΝΔΥΣΕΙΣ

Η διοίκηση της γαλακτοβιομηχανίας στάθηκε μεταξύ άλλων:

- στην αύξηση του όγκου των πωλήσε-ων, κυρίως φέτας ΠΟΠ και στραγγιστού γιαουρτιού
- στην αύξηση του λειτουργικού κέρδους λόγω του αποδοτικότερου μίγματος πώλη-σης των προϊόντων της εταιρείας σε συνδυ-ασμό με τον εξορθολογισμό των τιμών πώ-λησης αυτών
- στις συνεχιζόμενες νέες επενδύσεις του ομίλου κυρίως σε μηχανολογικό και βιομη-χανικό εξοπλισμό, οι οποίες ανήλθαν πέρυ-σι σε €2,428 εκατ. Σχεδόν στο σύνολό τους είναι ενταγμένες στις διατάξεις του Μέρους 4.2.1 του υπουργείου Αγροτικής Ανάπτυξης και επιχορηγούνται κατά 50%
- στην επένδυση €355 χιλ. για την εγκατάστα-ση και λειτουργία Φωτοβολταϊκού Πάρκου ισχύος 750kw, το οποίο συμβάλλει στη μεί-ωση κατανάλωσης ενέργειας
- στην πραγματοποίηση εξαγωγών αξίας €4,575 εκατ. οι οποίες αποτελούν το 11,21% του κύκλου εργασιών της εταιρείας, με στό-χο την περαιτέρω ανάπτυξή τους

### CAMPUS

Σημαντικό ρόλο στην αύξηση των πωλήσεων διατέλεσε η περαιτέρω επέκταση της εταιρεί-ας στις ξένες αγορές, καθώς και η αύξηση στην παραγωγή του στραγγιστού γιαουρτιού και της φέτας ΠΟΠ.

Σύμφωνα με την εισηγμένη, βασική παράμε-τρος επίτευξης των ανωτέρω στόχων αποτέλε-σε η ιδιοπαραγωγή ανωτέρας ποιότητας ελληνι-κού αγελαδινού γάλακτος από το στάβλο ζώων της θυγατρικής εταιρείας, Campus, (τον μεγα-λύτερο στην Ελλάδα) αλλά και η αξιοποίησή του από τη μητρική εταιρεία μέσω των συνεχιζόμε-νων επενδύσεων σε μηχανολογικό εξοπλισμό.

### ΣΥΜΨΗΦΙΣΜΟΣ ΖΗΜΙΩΝ & ΜΕΙΩΣΗ EURIBOR

Στα σημαντικά γεγονότα της περασμένης χρο-νιάς αναφέρονται:

- Ο συμψηφισμός σωρευμένων ζημιών της εταιρείας μέσω αφενός μείωσης της ονο-μαστικής αξίας του συνόλου των 13.673.200 μετοχών και αφετέρου μέσω μείωσης του αποθεματικού υπέρ το άρτιο. Το συνολικό ποσό των ζημιών, οι οποίες συμψηφίσθη-καν ανήλθαν σε €7,224 εκατ. Σκοπός της ανωτέρω μείωσης του μετοχικού κεφαλαί-ου της εταιρείας ήταν η εξυγίανση της χρη-ματοοικονομικής και περιουσιακής διάρ-θρωσής της
- Η μείωση του περιθωρίου του Κοινο-πρακτικού Ομολογιακού Δανείου. Στις 25/10/2023 υπογράφηκε η τροποποίηση ορισμένων όρων του Κοινοπρακτικού Ομο-λογιακού Δανείου της εταιρείας και συγκε-κριμένα η μείωση της ποσοστιαίας ετήσι-ας προσάυξης του επιτοκίου EURIBOR (Περιθώριο) από 3,20% σε 2,40% με ανα-δρομική ισχύ από την 21/02/2023 και έως την ημερομηνία λήξεως του Ομολογιακού Δανείου
- Η πώληση του συνόλου των εταιρικών με-ριδίων στην ΑΛ.ΜΑΡΩ ΙΚΕ που κατείχε η θυγατρική εταιρεία



Χρήστος Παπαζηλάκης, αναπληρωτής πρόεδρος & CEO, Εβροφάρμα

- Συγκεκριμένα την 29η Δεκεμβρίου 2023 πωλήθηκαν, τα εταιρικά μερίδια που κατεί-χε η θυγατρική του Ομίλου στην πρώην συγ-γενική εταιρεία ΑΛ ΜΑΡΩ ΙΚΕ, έναντι €105 χιλ. λογιστικοποιώντας ζημία από την πώλη-ση της συμμετοχής αυτής ποσού € 4 χιλ. στις οικονομικές καταστάσεις του ομίλου

### ΠΡΟΟΠΤΙΚΕΣ

Όπως αναφέρεται στις χρηματοοικονομικές κα-ταστάσεις, στρατηγικός στόχος της διοίκησης του ομίλου παραμένει η παραγωγή υψηλής ποιότη-τας ιδιοπαραγόμενου αγελαδινού γάλακτος και η διάθεση στον τελικό καταναλωτή ανώτερης ποι-ότητας γαλακτοκομικών και τυροκομικών προ-ϊόντων. Προς την κατεύθυνση αυτή, εντός του 2024, αναμένεται σημαντική αύξηση των εξα-γωγών, όχι μόνο σε χώρες της Ευρώπης αλλά και σε τρίτες χώρες. Ταυτόχρονα, θα ξεκινήσει νέο επενδυτικό πλάνο με στόχο την αύξηση της παραγωγικότητας και την περαιτέρω βελτίωση του κόστους παραγωγής. Τέλος, θα συνεχιστούν οι επενδύσεις στον ψηφιακό μετασχηματισμό με στόχο την αύξηση της ανταγωνιστικότητας και τη βελτίωση λήψης αποφάσεων.

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