

**Η αλήθεια είναι
ότι το νερό μας
φιλτράρεται
από τη φύση.
Εκεί όπου ανήκει.**



Αρρένα
ΦΥΣΙΚΟ ΜΕΤΑΛΛΙΚΟ ΝΕΡΟ

Καθαρό. Σαν την αλήθεια.

arrena.gr   arrena.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 05 ΟΚΤΩΒΡΙΟΥ 2026
ΤΕΥΧΟΣ 2405



• COCA-COLA HBC

Τί μεγέθη αναμένει η UBS για τη διετία 2026-2027
- Αμετάβλητη η πιστοληπτική της αξιολόγηση
από την Moody's



• MARKET IN

Η πώση τζιρού και κερδών
και η τριπλή επιφύλαξη του ελεγκτή



• EURIMAC

Μερίδιο 6% για το brand Μάκβελ και ανάπτυξη 20%
στο οκτάμηνο - Νέο επενδυτικό πλάνο τριετίας



• CIRCANA

Franchise και έτοιμο φαγητό στη μάχη για τις αγορές
της γειτονιάς - Οι τάσεις που διαμορφώνουν τη ζήτηση

Editorial

23,2 δισ. ευρώ και ένα μαθηματικό αδιέξοδο

Debrief

Τί γίνεται στην Γαλλία;

Business Insight

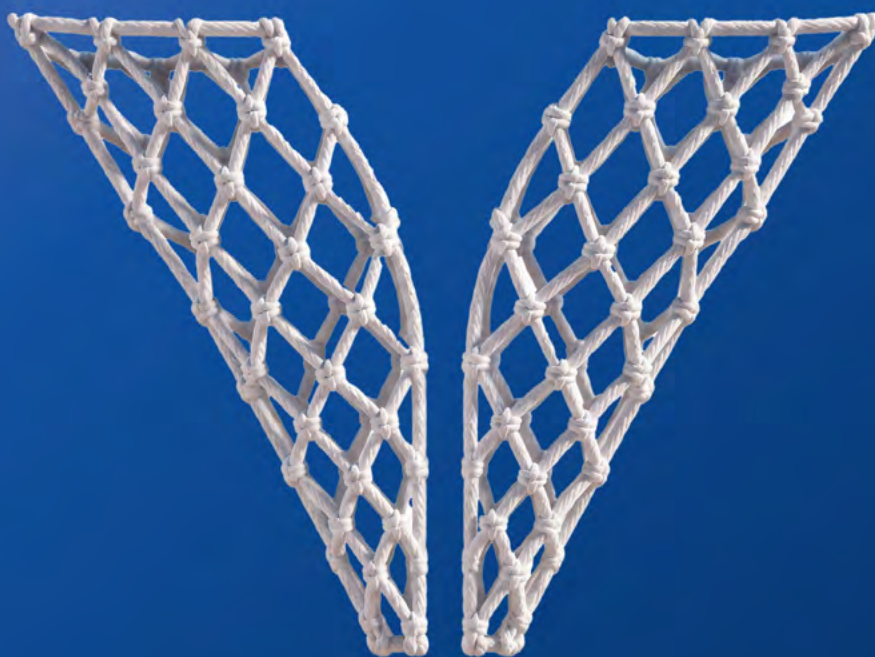
Η CrediaPantelakis και
η αναπόφευκτη συγκέντρωση
των χρηματοπιστηριακών

Business Maker

- Coca-Cola HBC: Τρέχει
στον καφέ με 1.600 νέα σημεία
μέσα σε 10 μήνες
- Η τιμή δεν αρκεί πια
– Η AI αλλάζει τους κανόνες
της αγοράς

SecretRecipe

Το turnaround story του project
εκτός Αττικής



Για 2^η χρονιά, το παιχνίδι μάς **ενώνει**.

Η συνεργασία μας με τη Stoiximan Greek Basketball League συνεχίζεται για ακόμη μία σεζόν.

Ως **Επίσημος Χορηγός**, στηρίζουμε το ελληνικό μπάσκετ και όσα το κάνουν ξεχωριστό: **το πάθος, την ομαδικότητα, την ευγενή άμιλλα και τη δύναμη να προχωράς πάντα μπροστά.**

• **VIVARTIA**

Η ΑΚΤΙΝΟΓΡΑΦΙΑ ΤΟΥ 2025 ΑΝΑ ΚΛΑΔΟ ΜΕΤΑ ΤΗΝ ΠΩΛΗΣΗ ΜΠΑΡΜΠΑ-ΣΤΑΘΗ ΚΑΙ ΔΩΔΩΝΗΣ

Βελτιωμένα ήταν τα μεγέθη του ομίλου Vivartia από συνεχιζόμενες δραστηριότητες το 2025, μία χρονιά η οποία σηματοδοτήθηκε από την πώληση της Μπαρμπα-Στάθης στην Ideal Holdings και της Δωδώνης στην Ελληνικά Γαλακτοκομεία.

Οι πωλήσεις βελτιώθηκαν κατά 7,4% και το EBITDA κατά 12,4%.

Τα έξοδα διοίκησης και διάθεσης από συνεχιζόμενες δραστηριότητες αυξήθηκαν κατά 9,7% και διαμορφώθηκαν σε €218,8 εκατ, κάτι που οφείλεται κυρίως στην εξαγορά και περαιτέρω ανάπτυξη της αλυσίδας Jackaroo από τον Κλάδο Εστίασης, με αύξηση των σημείων πώλησης και κατ' επέκταση του προσωπικού και των σχετικών ενοικίων.

Στην τελική γραμμή του ισολογισμού, η κερδοφορία ήταν μειωμένη λόγω έκτακτων και μη επαναλαμβανόμενων δαπανών.

DATA από συνεχιζόμενες δραστηριότητες (σε €εκατ.)

Πωλήσεις	Μικτό αποτέλεσμα
2025: 755,5	2025: 229,0
2024: 703,6	2024: 216,8
μεταβολή: 7,4%	μεταβολή: 5,6%
EBITDA	
2025: 81,2	
2024: 72,2	
μεταβολή: 12,4%	
Κέρδη προ φόρων	Καθαρά κέρδη
2025: 18,5	2025: 9,0
2024: 25,9	2024: 17,5
μεταβολή: (28,6%)	μεταβολή: (48,6%)

ΚΛΑΔΟΣ ΓΑΛΑΚΤΟΚΟΜΙΚΩΝ (ΔΕΛΤΑ)

Οι πωλήσεις του κλάδου γαλακτοκομικών αυξήθηκαν κατά 2,5% και διαμορφώθηκαν σε €298,7 εκατ. Ο κλάδος διατήρησε τα σημαντικά μερίδια αγοράς του σχεδόν σε όλες τις κατηγορίες προϊόντων που δραστηριοποιείται. Ειδικότερα εντός του 2025, στις κατηγορίες Λευκό Γιαούρτι, Desserts και Σοκολατούχο Γάλα, παρουσίασε ανάπτυξη των μεριδίων σε όγκο και σε αξία, ενώ στις κατηγορίες λευκό γάλα ψυγείου, φυτικά ροφήματα και χυμοί, παρουσίασε οριακή μείωση στα μερίδιά σε όγκο και αξία λόγω κυρίως της αύξησης των Προϊόντων Ιδιωτικής Ετικέτας. Τα Προσαρμοσμένα EBITDA ενισχύθηκαν κατά 19%, στα €22,2 εκατ.



ΚΛΑΔΟΣ ΚΑΤΕΨΥΓΜΕΝΩΝ ΕΙΔΩΝ (Αραμπατζής - Ελληνική Ζύμη)

Ο Κλάδος Κατεψυγμένων με βασικό άξονα τις εξαγωγές, κατέγραψε αύξηση του κύκλου εργασιών της τάξεως του 7,2%, ο οποίος διαμορφώθηκε σε €163,6 εκατ., ενώ ενισχυμένα κατά 7,2%, στα €27,3 εκατ. ήταν τα προσαρμοσμένα EBITDA.

ΚΛΑΔΟΣ ΕΣΤΙΑΣΗΣ (Goody's Burger House, everest, Flocafé Espresso Room και La Pasteria, Jackaroo)

Ο Κλάδος Εστίασης, επηρεασμένος αφενός από την προσθήκη της Read Meat και αφετέρου από τη θετική πορεία του τουρισμού, τόσο του εγχώριου μέσα από την αύξηση της κίνησης σε αυτοκινητόδρομους και σε πλοία, όσο και του εισαγόμενου μέσα από την αύξηση της κίνησης σε αεροδρόμια, παρουσίασε αύξηση στον κύκλο εργασιών κατά 13,1%, ο οποίος διαμορφώθηκε άγγιξε τα €300 εκατ. Με διψήφια ανάπτυξη (10,4%) κινήθηκαν και τα προσαρμοσμένα EBITDA του κλάδου, στα €32,8 εκατ.

ΔΑΝΕΙΣΜΟΣ

Ο συνολικός δανεισμός του ομίλου κατά την 31h/12/2025 υποχώρησε σε €275,38 εκατ. (από περίπου από περίπου €642 εκατ. στο τέλος του 2024) με €226,75 εκατ. να αφορά σε μακροπρόθεσμες δανειακές υποχρεώσεις και €48,63 εκατ. σε βραχυπρόθεσμες, ενώ τα συνολικά ταμειακά διαθέσιμα διαμορφώθηκαν σε €56,1 εκατ. Επίσης σημειώνεται ότι, κατά την 31h Δεκεμβρίου 2025, λόγω της σημαντικής αποπληρωμής μακροπρόθεσμου δανεισμού προς τον μέτοχο από ταμειακά διαθέσιμα της Vivartia (τα οποία υποχώρησαν σε €180,36 εκατ. από €278,63 εκατ. στα τέλη του 2024), ο Όμιλος παρουσιάζει αρνητικό κεφάλαιο κίνησης, το οποίο ανερχόταν σε €22,73 εκατ.

ΝΕΑ ΟΜΟΛΟΓΙΑΚΑ ΔΑΝΕΙΑ

Αναφορικά με τις φετινές εξελίξεις, τον Ιανουάριο του 2026 η θυγατρική Frozen Holdings προχώρησε στην έκδοση ομολογιακού δανείου €10 εκατ., το οποίο καλύφθηκε πλήρως από την Τράπεζα Πειραιώς, ενώ τον Απρίλιο η

Vivartia υπέγραψε με τις τράπεζες Πειραιώς, Alpha και Eurobank ομολογιακό δάνειο €150 εκατ. Παράλληλα, προχώρησε στην ολική αποπληρωμή του ομολογιακού Δανείου προς την Τράπεζα Πειραιώς συνολικού ύψους € 19,6 εκατ. και στην επιστροφή μετοχικού κεφαλαίου ποσού €125 εκατ. προς τον μέτοχο.

Σημειώνεται επίσης ότι τον περασμένο Μάρτιο η θυγατρική Nutrico αποπλήρωσε ενδοομιλικό δάνειο της θυγατρικής της Δέλτα Τρόφιμα, ποσού €40,933 εκατ.

ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝ ΑΒΕΒΑΙΟΤΗΤΑΣ

Τη φετινή χρονιά, οι πολεμικές συρράξεις στην Ουκρανία και στην Μέση Ανατολή συνεχίζονται, ενώ παράλληλα ο συνδυασμός των πληθωριστικών πιέσεων και της μειωμένης καταναλωτικής δαπάνης έχουν αρχίσει να δημιουργούν συνθήκες πίεσης στην αγορά.

Το υψηλό κόστος διαβίωσης έχει αναδειχθεί σε βασικό θέμα και αναδεικνύει την απαισιοδοξία των πολιτών για τις μελλοντικές προοπτικές σε παγκόσμιο επίπεδο, όπως και την στροφή σε προϊόντα ιδιωτικής ετικέτας.

ΟΙ ΒΑΣΙΚΟΙ ΑΞΟΝΕΣ ΤΟΥ ΠΛΑΝΟΥ

Μέσα σε αυτό το έντονα αβέβαιο και ευμετάβλητο περιβάλλον η διοίκηση συνεχίζει να υλοποιεί το μέσο-μακροπρόθεσμο στρατηγικό της πλάνο, στους βασικούς άξονες του οποίου περιλαμβάνονται:

- Η προσφορά προϊόντων και υπηρεσιών υψηλής ποιότητας και προστιθέμενης αξίας προς τους καταναλωτές σε προσιτές τιμές
- Η διατήρηση και ενδυνάμωση της ηγετικής θέσης όλων των κλάδων στην Ελλάδα, μέσω της ανάπτυξης και ενδυνάμωσης των δικτύων τους και μέσω νέων προϊόντων καινοτομιών.
- Η συνεχής αναβάθμιση της εμπειρίας των καταναλωτών μέσω του ψηφιακού μετασχηματισμού και αύξηση των loyalty schemes, μέσω εργαλείων και υπηρεσιών που απαντούν στις σύγχρονες καταναλωτικές ανάγκες
- Ο εξορθολογισμός και βελτιστοποίηση του λειτουργικού μοντέλου των εταιρειών του ομίλου
- Η περαιτέρω επέκταση της παρουσίας του ομίλου στο εξωτερικό για την ενίσχυση των εξαγωγών

Μάκης Αποστόλου
makis@notice.gr

BABY ΦΥΛΛΑ ΒΕΖΥΡΟΓΛΟΥ

ΠΛΥΜΕΝΑ ΜΕ ΦΡΟΝΤΙΔΑ

Ανακαλύψτε τη νέα σειρά
«Απ' τα Περιβόλια του Βεζύρογλου».

Εκλεκτά baby φύλλα, ολοφρέσκα
και τραγανά, πλυμένα και έτοιμα
να τα απολαύσετε.

Ποιότητα Βεζύρογλου.



www.vezyrogloufarm.com

  @VezyroglouFarm



απ' τα περιβόλια του
Βεζύρογλου

• **STAYIA FARM**

ΑΝΟΙΓΕΙ ΚΑΤΑΣΤΗΜΑ VASILISSA ΣΤΟ ΚΟΛΩΝΑΚΙ - ΣΕ ΣΚΛΑΒΕΝΙΤΗ, ΑΒ ΒΑΣΙΛΟΠΟΥΛΟ, E-FOOD ΚΑΙ WOLT ΤΑ BEE BROS

Εντονότερη παρουσία στο κανάλι του οργανωμένου λιανεμπορίου αποκτά το brand The Bee Bros της Stayia Farm μέσα από νέες συμφωνίες με retailers αλλά και από την επέκταση ήδη υφιστάμενων συνεργασιών. Ειδικότερα, η εταιρεία έχει έρθει σε συμφωνία με Σκλαβενίτη και ΑΒ Βασιλόπουλο για την τοποθέτηση στα καταστήματα τριών-αρχικά- κωδικών, κάτι που αναμένεται να γίνει μέσα στις επόμενες εβδομάδες. "Δεν έχουν ανέβει ακόμα τα προϊόντα, όμως έχουμε δώσει τα χέρια και αυτό θα γίνει σύντομα", εξηγεί στο Fnb Daily ο Όμηρος Πανταζίδης, Εμπορικός Διευθυντής της Stayia Farm, διευκρινίζοντας ότι σε αμφότερες τις αλυσίδες οι τοποθετήσεις θα γίνουν στα τμήματα Υγιεινής Διατροφής.

ΔΙΕΥΡΥΝΕΤΑΙ Η ΓΚΑΜΑ ΣΕ ΜΕΤΡΟ-MY MARKET, ΓΑΛΑΞΙΑ

Παράλληλα, ισχυρότερο θα είναι το αποτύπωμα της μάρκας και στα ράφια των METRO- My Market και Γαλαξία όπου είχε ήδη παρουσία καθώς και στις δύο περιπτώσεις στους 5 κωδικούς που ήταν ήδη διαθέσιμοι έχουν προστεθεί άλλοι 5. Μάλιστα, όπως σημειώνει ο κ. Πανταζίδης, στην περίπτωση του Γαλαξία στα μεγάλα καταστήματα τοποθετείται η πλήρης γκάμα.

Υπενθυμίζεται ότι η Stayia Farm έχει τοποθετήσει τα Bee Bros και σε δύο βορειοελλαδίτικες αλυσίδες, στην Πίτσιας που επικε-

ντρώνεται κυρίως στην Κεντρική Μακεδονία (5 κωδικοί) και στην Αφροδίτη που δραστηριοποιείται σε Θεσσαλονίκη και Χαλκιδική (6 κωδικοί).

"ΘΕΤΙΚΗ Η ΑΝΤΑΠΟΚΡΙΣΗ ΤΟΥ ΚΟΙΝΟΥ"

Πέρα από τα super market, όπως αναφέρει ο κ. Πανταζίδης, το brand είναι πλέον διαθέσιμο -σύντομα με την πλήρη γκάμα του- και στα marketplace των efood και Wolt, με τους καταναλωτές να έχουν πάντα τη δυνατότητα μέσα από τις δύο πλατφόρμες να γευτούν τα μενού των καταστημάτων Bee Bros σε Κηφισιά και Νέα Σμύρνη.

"Η μέχρι στιγμής ανταπόκριση του κοινού στα δύο καταστήματα είναι κάτι παραπάνω από ικανοποιητική και αναμένουμε την συμπλήρωση ενός 12μηνου λειτουργίας ώστε να έχουμε την πλήρη εικόνα", υπογραμμίζει ο συνομιλητής μας προσθέτοντας ότι στόχος της Stayia Farm παραμένει η δημιουργία νέων σημείων τόσο στην Ελλάδα όσο και στο εξωτερικό με το μοντέλο του franchise.

ΤΕΛΗ ΝΟΕΜΒΡΙΟΥ ΤΟ ΚΑΤΑΣΤΗΜΑ VASILISSA

Ωστόσο, όπως όλα δείχνουν, τα καταστήματα Bee Bros δεν είναι τα μοναδικά που θα έχει στο ενεργητικό της μέχρι το τέλος του χρόνου η Stayia Farm. Όπως αποκαλύπτει ο κ. Πανταζίδης, στα τέλη Νοεμβρίου αναμένεται

να ανοίξει στην Αθήνα και, ειδικότερα, στην οδό Πινδάρου στο Κολωνάκι το πρώτο φυσικό κατάστημα Vasilissa. "Θα είναι ένας χώρος που θα ταιριάζει στο niche χαρακτήρα του brand με σκοπό να δώσει στον επισκέπτη τη δυνατότητα να γνωρίσει τη φιλοσοφία του. Θα διαθέτει όλα τα προϊόντα της σειράς αλλά και κάποια παρεμφερή", επισημαίνει ο συνομιλητής μας.

DATA (σε €χιλ.)

Κύκλος Εργασιών

2025: 5.396

2024: 6.405

2023: 5.978

EBIT

2025: 403

2024: 366

2023: 400

Κέρδη προ φόρων

2025: 208

2024: 204

2023: 302

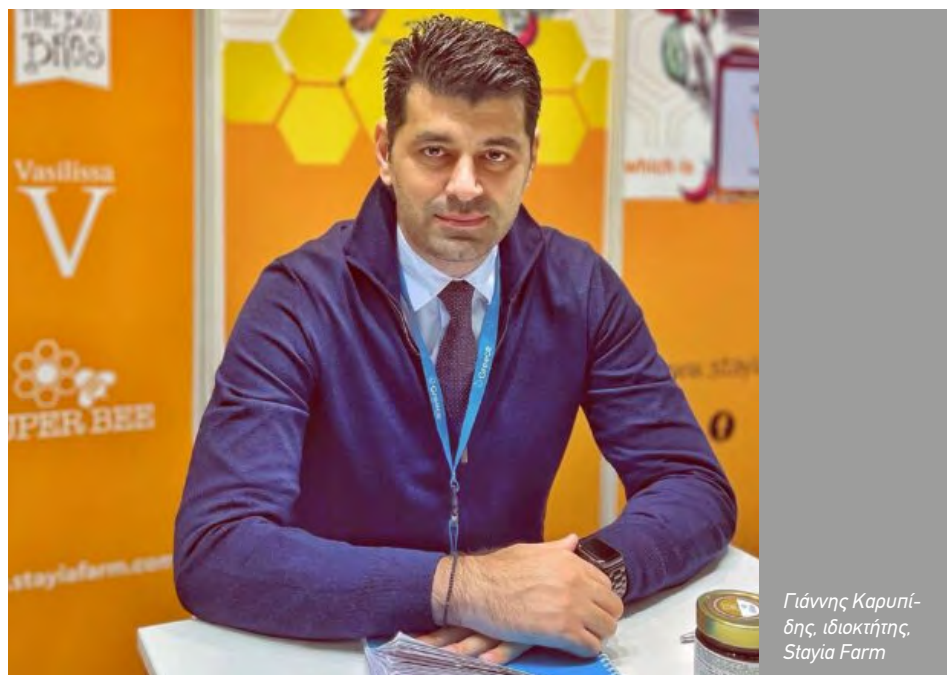
ΑΝΑΠΤΥΞΗ 8% ΣΤΟ ΕΞΑΜΗΝΟ ΚΙ ΕΞΑΓΩΓΕΣ

Στο οκτάμηνο του 2026 η Stayia Farm τρέχει με ανάπτυξη 4% με τις εξαγωγές να αντιστοιχούν στο 35% του συνολικού τζίρου. Έχοντας τοποθετηθεί φέτος σε μεγάλες αλυσίδες στα ΗΑΕ και, πιο πρόσφατα τον Ιούνιο, στην Σαουδική Αραβία, ετοιμάζεται τώρα να ενισχύσει την παρουσία της και στην αγορά της Ν. Κορέας με την Vasilissa. "Μετά το διαδικτυακό κανάλι που αποτελεί το παραδοσιακό, θα λέγαμε, για την εν λόγω χώρα, τώρα θα μπορούμε και σε φυσικά καταστήματα retail", εξηγεί ο κ. Πανταζίδης.

ΕΡΧΟΝΤΑΙ ΜΠΑΡΑ ΚΑΙ ΜΕΛΟΜΑΚΑΡΟΝΟ BEE BROS

Στη γκάμα των Bee Bros, μετά το κρουασάν και τη γκοφρέτα φράουλα, προστέθηκαν πρόσφατα δύο νέα αλείμματα, το μέλι με φράουλα και το μέλι με μπανάνα. Επιπλέον, ενόψει των Χριστουγέννων ετοιμάζεται σκοπεύει να κυκλοφορήσει αλείμμα και μπάρα μελομακάρονο.

Γιάννης Τσατσάκης
yannis@notice.gr



Γιάννης Καρυνί-
δης, ιδιοκτήτης,
Stayia Farm

ECR GATHERING 2026



Decoding Shopper Behavior Together

Τρίτη 20
Οκτωβρίου

Δαΐς (Μεσογείων 151,
Παράδεισος Αμαρουσίου)
ΩΡΑ: 14:00-18:00



Ο shopper αλλάζει και μαζί του αλλάζει ολόκληρη η αγορά.

Το ECR Hellas διοργανώνει το **ECR Gathering 2026 – Decoding Shopper Behavior Together**, τη νέα ετήσια συνάντηση με επίκεντρο τον σύγχρονο shopper και τις νέες αγοραστικές διαδρομές.

Η εκδήλωση θα ξεκινήσει με τον **Γιάννη Μασούτη, Πρόεδρο Δ. ΜΑΣΟΥΤΗΣ ΑΕ και Πρόεδρο ΔΣ ΕΣΕ**, σε μία ουσιαστική συζήτηση με τον **Βαγγέλη Κυπριώτη, Αν. CEO SEPTONA ΑΕΒΕ και Μέλος ΔΣ ECR Hellas**, για την αγορά, την επιχειρηματικότητα και τις προκλήσεις της επόμενης ημέρας.

Στο πρόγραμμα περιλαμβάνεται επίσης η συζήτηση της **Χριστίνας Χαλκιαδάκη, CEO ΧΑΛΚΙΑΔΑΚΗΣ ΑΕ και Μέλους ΔΣ ECR Hellas** με τον **Μιχάλη Μπούση, Επιχειρηματία στον κλάδο των supermarkets στις ΗΠΑ & Πρόεδρος ΠΑΕ ΟΦΗ**, για όσα αλλάζουν στον shopper μέσα από εμπειρίες που ξεπερνούν τα όρια μίας μόνο αγοράς.

Δύο αποκλειστικές έρευνες: “Η Κατανάλωση σε Μετάβαση: Οι Δυνάμεις που Διαμορφώνουν το αύριο της Αγοράς”, **Παναγιώτης Μπορέτος, Πρόεδρος & Διευθύνων Σύμβουλος CIRCANA** και «Η Αγοραστική Διαδρομή στην εποχή του Phygital”, **Διονύσης Ποταμίτης, General Manager BRANDSMIRROR**, γίνονται η βάση για να ξεκινήσουν οι συζητήσεις στις οποίες συμμετέχουν οι:

- **Γιαλαμάς Χαράλαμπος**, Sales Director **Δ. ΜΑΣΟΥΤΗΣ ΑΕ**
- **Κοντός Δημήτρης**, COO **METRO ΑΕΒΕ**
- **Συμεώνογλου Ανδρέας**, Senior Vice President Commerce **ΑΒ ΒΑΣΙΛΟΠΟΥΛΟΣ Μ.ΑΕ**
- **Αναγνωστοπούλου Αλίκη**, Marketing Director Baby Care **GR, CY & MT, P&G**
- **Αντωννάκης Γιώργος**, Unified Commerce & Business Growth Senior Director **ΚΩΤΣΟΒΟΛΟΣ**
- **Ηλία Κυριακή**, Γενική Διευθύντρια **ΕΛΓΕΚΑ ΑΕ**
- **Καρατζάς Γιώργος**, Home Care Business Unit Director **ΕΛΑΪΣ – UNILEVER ΑΕ**
- **Κλωνάρης Αλέξανδρος**, Chief Marketing Officer **YOURHERO (Douleutas, YourPro)**
- **Μπιλάλης Θανάσης**, Global Head **WOLT**
- **Τόμπρα Μαρίλια**, Country Director **SEPHORA ΑΕ**
- **Τσιτίδου Εριέττα**, Commercial Director **SKROUTZ**
- **Φαφούτη Φωτίνα**, Marketing Director **GR&CY COCA COLA 3E**

Γιατί οι αλλαγές στην αγορά δεν αρκεί να καταγράφονται. Πρέπει να αποκωδικοποιούνται έγκαιρα.

ΕΓΓΡΑΦΕΣ:

<https://www.eventora.com/el/Events/ecr-gathering-2026>

Αν θέλετε να είστε μέρος αυτής της διαδραστικής συζήτησης, κλείστε εγκαίρως τη θέση σας:

Περισσότερες πληροφορίες:
ECR Gathering 2026 – Decoding Shopper Behavior Together - ECR Hellas
ή επικοινωνήστε με το γραφείο του ECR Hellas, Ζωή Τσαγκρασούλη,
τηλ.: 210 93.29.647, e-mail: info@ecr.gr

ΧΟΡΗΓΟΙ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ

ADVERTISING.gr

BusinessNews.gr

FOODReporter

NOTICE

Retail
BUSINESS

RetailTODAY

σελφ
σέρβις

ΧΟΡΗΓΟΣ
ΟΠΤΙΚΗΣ
ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ

guru
ADVERTISING

• CIRCANA

FRANCHISE ΚΑΙ ΕΤΟΙΜΟ ΦΑΓΗΤΟ ΣΤΗ ΜΑΧΗ ΓΙΑ ΤΙΣ ΑΓΟΡΕΣ ΤΗΣ ΓΕΙΤΟΝΙΑΣ - ΟΙ ΤΑΣΕΙΣ ΠΟΥ ΔΙΑΜΟΡΦΩΝΟΥΝ ΤΗ ΖΗΤΗΣΗ

Η ανάπτυξη μέσω franchise, η προσαρμογή του ραφίου στις μικρές καθημερινές αγορές και η αξιοποίηση του quick commerce αποτελούν βασικές κατευθύνσεις για τις επιχειρήσεις που δραστηριοποιούνται στο convenience, σύμφωνα με στοιχεία της Circana που έχει στη διάθεσή του το FNB Daily.

Το πεδίο ανταγωνισμού διευρύνεται, καθώς λιανεμπόριο και εστίαση διεκδικούν τις ίδιες περιστάσεις κατανάλωσης, από τον πρωινό καφέ έως το βραδινό γεύμα.

Για τις μεγάλες αλυσίδες, η Circana αναδεικνύει το franchise σε βασικό όχημα επέκτασης. Η αξιοποίηση κεφαλαίων και ανθρώπινου δυναμικού των συνεργατών υποστηρίζει την αύξηση των σημείων και τη διεύρυνση της γεωγραφικής παρουσίας, με στόχο τον περιορισμό του κόστους και τη βελτίωση των περιθωρίων.

Η εμπορική απόδοση του δικτύου συνδέεται, παράλληλα, με την ικανότητα κάθε καταστήματος να καλύπτει τις ανάγκες της περιοχής του. Η εγγύτητα, το διευρυμένο ωράριο, η ταχύτητα εξυπηρέτησης και η προσωπική σχέση συντηρούν την προτίμηση προς το κατάστημα γειτονιάς, η οποία ενισχύθηκε στην πανδημία.

ΟΙ ΤΑΣΕΙΣ ΠΟΥ ΔΙΑΜΟΡΦΩΝΟΥΝ ΤΗ ΖΗΤΗΣΗ

Η Circana διακρίνει τέσσερις βασικούς λόγους αγοράς:

- κάλυψη έκτακτων ελλείψεων
- αγορά για άμεση κατανάλωση
- εξασφάλιση γεύματος
- εξυπηρέτηση εκτός συνήθους ωραρίου

Η διάκριση αυτή επηρεάζει την επιλογή κωδικών, τις συσκευασίες, την προβολή και τις προωθητικές ενέργειες.

Στον καφέ, στο πρωινό και στα snacks, το convenience ανταγωνίζεται φούρνους και καφετέριες. Στο μεσημεριανό και στο βραδινό γεύμα συναντά τις επιχειρήσεις ταχείας εστίασης, ενώ στις έκτακτες και βραδινές αγορές ανταγωνίζεται περίπτερα, αυτόματους πωλητές και πλατφόρμες παράδοσης.

Η επιλογή του καταναλωτή καθορίζεται από τέσσερα κριτήρια: απόσταση, ταχύτητα αγοράς, διαθεσιμότητα και καταλληλότητα της προσφερόμενης λύσης. Για την επιχείρηση, επομένως, η θέση του καταστήματος χρειάζεται να συνδυάζεται με αντίστοιχη εμπορική πρόταση.



ΠΡΟΜΗΘΕΥΤΕΣ

Ο περιορισμένος χώρος απαιτεί αυστηρότερη επιλογή προϊόντων και σαφή ρόλο για κάθε κωδικό. Η Circana ξεχωρίζει τα τρόφιμα και ροφήματα άμεσης κατανάλωσης, τα έτοιμα γεύματα, τις premium επιλογές και τα προϊόντα αυθόρμητης αγοράς.

Για τους προμηθευτές, το κανάλι απαιτεί προσαρμογή του χαρτοφυλακίου, με μεγέθη συσκευασίας και τιμές που ανταποκρίνονται σε μικρά καλάθια. Η σύνθεση της ποικιλίας χρειάζεται επίσης να λαμβάνει υπόψη τη ζήτηση ανά ώρα της ημέρας, τις τοπικές ανάγκες και την απόδοση των νέων λανσαρισμάτων.

Ιδιαίτερη θέση έχει το snacking, καθώς καλύπτει διαφορετικές περιστάσεις κατανάλωσης και επιτρέπει συνδυαστικές πωλήσεις με ποτά και ροφήματα. Οι εύχρηστες συσκευασίες και οι συνδυαστικές προσφορές αποτελούν εργαλεία ανάπτυξης αυτών των αγορών. Η διαθεσιμότητα παραμένει κρίσιμη για τη διατήρηση της πώλησης. Όταν ο πελάτης αναζητεί άμεση κάλυψη μιας ανάγκης, η έλλειψη του προϊόντος μπορεί να τον οδηγήσει σε άλλο κατάστημα.

QUICK COMMERCE

Η συνεργασία με τις ψηφιακές πλατφόρμες διευρύνει την πρόσβαση στον καταναλωτή, αλλά θέτει και ζητήματα διαχείρισης της πελατειακής σχέσης. Ο λιανεμπόρος έχει την ευθύνη της ποικιλίας, της ποιότητας, της δι-

αθεσιμότητας και της εκτέλεσης της παραγγελίας, ενώ η πλατφόρμα διαχειρίζεται την αναζήτηση, την πληρωμή και την παράδοση. Η Circana εστιάζει στον έλεγχο των δεδομένων, των προτάσεων προϊόντων και της επικοινωνίας με τον πελάτη. Αντίστοιχα, θέτει το ζήτημα του ποιος ενισχύει την πιστότητα, ποιος επωφελείται από την προωθητική επένδυση και ποιος διατηρεί την επαναλαμβανόμενη αγορά.

ΠΡΟΣΘΕΤΕΣ ΠΩΛΗΣΕΙΣ ΣΤΑ ΠΡΑΤΗΡΙΑ

Περιθώριο ανάπτυξης εντοπίζεται και στα καταστήματα των πρατηρίων καυσίμων, όπου η υπάρχουσα επισκεψιμότητα μπορεί να υποστηρίξει πωλήσεις γευμάτων, snacks και συνδυαστικών προσφορών. Η προσέλευση για ανεφοδιασμό χρειάζεται να συνοδεύεται από συγκεκριμένο λόγο αγοράς μέσα στο κατάστημα.

Η Circana προτείνει δοκιμή προσφορών, ενεργειών πιστότητας και αλλαγών στο ράφι, με επέκταση όσων αποφέρουν πρόσθετες πωλήσεις. Αντίστοιχη στόχευση απαιτείται στην επικοινωνία του convenience, όπως αναφέρει, η προβολή δηλαδή να συνδέεται με συγκεκριμένη ανάγκη και ώρα κατανάλωσης, ώστε να δημιουργεί σαφή λόγο επίσκεψης.

Στέλλα Αυγουστάκη
stella@notice.gr



FOOD FORWARD

From Farm to Future

2 SEASON

Το μεγαλύτερο συνέδριο για τον κλάδο των Τροφίμων & Ποτών **επιστρέφει**



5-6 Νοεμβρίου 2026

HYATT REGENCY THESSALONIKI

ΜΕ ΤΗΝ ΑΞΙΟΠΙΣΤΙΑ ΤΗΣ



CONTENT & SERVICES

POWERED BY



TRADE SHOWS • PUBLICATIONS



AGAPITOU MARIA
Head of Management Systems & Products Certification Division of TÜV AUSTRIA Hellas



CHARALAMPAKIS GEORGIOS
Business Development Consultant, NOISIS SA



DIMITRIADIS YIORGOS
Chef & Culinary director



DIMORAGKAS VAIOS
Managing Director, NIELSEN Greece & Bulgaria



FOSKOLOS VAGGELIS
Head of Retail Sales & insights, Circa



KAKKAVAS CHRISTOS
Executive Advisor JLL, Athens Economics



KATRIVANOS PERIKLIS
CEO, Nera Pigon Graminou SA



KINTZIOS SPYRIDON
Rector, Agricultural University of Athens



KONTOS DIMITRIS
Chief Operating Officer, METRO



KOUTSOURADI ARGYRO
CEO & Founder, Myrovolos Organics



LALATSI HARIS
Market Analyst



LOULOUMARIS SYMEON
Country Manager Danone, Plant Based, Dairy Numil Hellas SA



MAVROS ATHANASIOS
Partner EY Consumer & Health Leader for Southeastern Europe



OIKONOMIDIS GIORGOS
Founder 45 Fish Butchery/Chief



PAPACHRISTOS CHARALAMBO
President, SEFYMEN



PARASKEVAIDOU CHRISTINA
Director of Operational Planning & Development, NOISIS SA



POTAMITIS ANTONIS
President & CEO, WEST Group & President, Institute of Sales of Greece



SARANTIS MICHALIS
CEO, Hellenic Dairies SA



SIDERIS NATASHA
CEO & Founder, Tashis Group



SINODINOS DIMITRIS
Chairman of the Board SEET & Commercial Director KONVA SA



SOLOMOS TAKIS
Co-Founder & Partner Elikonos Capital AIFM



TAKOULAS VAGGELIS
Purchasing Director, METRO



TOURALIAS APOSTOLOS
Chairman, HAPO



TSACHOURIDIS PANTELIS
Purchasing Director, Diamantis Masoutis SA



VAPORIDIS STELIOS
Project Development Manager in the Agri Food Sector TÜV AUSTRIA Hellas



VEROPOULOS NIKOS
President, Vero SA



ZOUKAS KOSTAS
President, PEHETE

PLATINUM SPONSOR



GOLD SPONSORS



Γιατί αξίζει.

Για περισσότερες πληροφορίες:



SILVER SPONSORS



Elikonos Capital



BANKING PARTNER

ExportGate



SUPPORTERS

DANONE

ONE PLANET. ONE HEALTH



PARTNER



ΜΕ ΤΗΝ ΑΙΓΙΔΑ



• **FAO**

ΝΕΟ ΚΥΜΑ ΑΝΑΤΙΜΗΣΕΩΝ ΣΑΡΩΝΕΙ ΤΗΝ ΑΓΟΡΑ ΤΡΟΦΙΜΩΝ

Νέα άνοδο κατέγραψαν τον Σεπτέμβριο οι διεθνείς τιμές των τροφίμων, φθάνοντας στο υψηλότερο επίπεδο των τελευταίων σχεδόν τεσσάρων ετών, καθώς οι δυσκολίες στις μεταφορές και οι ανησυχίες για τις καιρικές συνθήκες πιέζουν τις αγορές βασικών αγροτικών προϊόντων.

Σύμφωνα με τον Οργανισμό Τροφίμων και Γεωργίας του ΟΗΕ (FAO), ο δείκτης διεθνών τιμών τροφίμων διαμορφώθηκε στις 136 μονάδες τον Σεπτέμβριο, από αναθεωρημένες 134 μονάδες τον Αύγουστο.

Πρόκειται για το υψηλότερο επίπεδο από τον Νοέμβριο του 2022. Οι μεγαλύτερες αυξήσεις καταγράφηκαν στα σιτηρά, τη ζάχαρη και τα φυτικά έλαια, ενώ αντίθετα οι διεθνείς τιμές κρέατος και γαλακτοκομικών υποχώρησαν. Ιδιαίτερα έντονοι είναι οι πιέσεις στη ζάχαρη, καθώς οι φόβοι για ισχυρό φαινόμενο El Niño έχουν οδηγήσει τις διεθνείς τιμές σε υψηλό 18 μηνών.

ΠΕΡΙΟΡΙΣΜΕΝΗ ΔΙΑΘΕΣΙΜΟΤΗΤΑ ΣΙΤΗΡΩΝ

Την ίδια ώρα, η δραστική υποχώρηση του εμπορίου μέσω της Μαύρης Θάλασσας εξαιτίας του πολέμου έχει περιορίσει τη διαθεσιμότητα σιτηρών στις διεθνείς αγορές.

Οι τιμές των συμβολαίων σίτου είχαν φθάσει στις αρχές Σεπτεμβρίου στο υψηλότερο επίπεδο της τελευταίας τριετίας.

ΑΝΟΔΙΚΑ ΤΑ ΦΥΤΙΚΑ ΕΛΑΙΑ

Ανοδικά κινήθηκε και ο δείκτης φυτικών ελαίων, ο οποίος ενισχύθηκε κατά 0,6% τον Αύ-



γουστο, καταγράφοντας τρίτη διαδοχική μηνιαία αύξηση και το υψηλότερο επίπεδο από τον Ιούνιο του 2022.

Η άνοδος στις διεθνείς τιμές φοινικέλαιου και σογιέλαιου υπερκάλυψε τις χαμηλότερες τιμές σε ηλιέλαιο και κραμβέλαιο. Στην περίπτωση του φοινικέλαιου, οι ανησυχίες για πιθανές επιπτώσεις από το El Niño αποτέλεσαν έναν από τους βασικούς παράγοντες άνοδου.

ΥΠΟΧΩΡΗΣΕΙΣ ΟΙ ΤΙΜΕΣ ΚΡΕΑΤΟΣ & ΓΑΛΑΚΤΟΚΟΜΙΚΩΝ

Αύξηση κατά 1% κατέγραψε τον Αύγουστο και ο δείκτης τιμών κρέατος, λόγω υψηλότερων τιμών σε πουλερικά, χοιρινό και πρόβειο κρέας. Πάντως τον Σεπτέμβριο, σύμφωνα με τα τελευταία στοιχεία του FAO, οι τιμές κρέατος και γαλακτοκομικών υποχώρησαν, χωρίς όμως να ανατρέψουν τη συνολική ανοδική εικόνα.

ΝΕΕΣ ΑΝΑΤΙΜΗΣΕΙΣ

Ο επικεφαλής οικονομολόγος του FAO, Maximo Torero, προειδοποίησε ότι οι πιέσεις

πλέον δεν περιορίζονται σε μία κατηγορία προϊόντων. Όπως ανέφερε, οι διαταραχές στα Στενά του Ορμούζ και στη Μαύρη Θάλασσα, σε συνδυασμό με τις επιπτώσεις των ακραίων καιρικών φαινομένων, δημιουργούν ένα ευρύτερο κύμα άνοδου στις τιμές της ενέργειας, των μεταφορών και βασικών τροφίμων. Εφόσον οι συνθήκες αυτές διατηρηθούν, εκτίμησε ότι οι ανατιμήσεις θα αρχίσουν να περνούν στις τιμές καταναλωτή, με μεγαλύτερη ένταση στις οικονομίες που εξαρτώνται σε μεγάλο βαθμό από εισαγωγές τροφίμων και ενέργειας.

ΟΙ ΠΡΟΒΛΕΨΕΙΣ ΓΙΑ ΤΗΝ ΑΓΟΡΑ ΣΙΤΗΡΩΝ

Σε ξεχωριστή έκθεσή του, ο FAO διατήρησε σχεδόν αμετάβλητη την πρόβλεψή του για την παγκόσμια παραγωγή σιτηρών το 2026, στα 2,979 δις. τόνους. Η ποσότητα αυτή είναι κατά 2,1% χαμηλότερη από το ιστορικό υψηλό του 2025, ωστόσο εξακολουθεί να αποτελεί τη δεύτερη μεγαλύτερη συγκομιδή που έχει καταγραφεί.

Παράλληλα, ο Οργανισμός αναθεώρησε προς τα κάτω κατά 0,7% την πρόβλεψή του για το παγκόσμιο εμπόριο σιτηρών την περίοδο 2026-2027. Η αναθεώρηση αποδίδεται κυρίως στις χαμηλότερες εκτιμήσεις για τις εξαγωγές σιταριού και καλαμποκιού, καθώς οι περιορισμένες δυνατότητες μεταφοράς μέσω της Μαύρης Θάλασσας συνεχίζουν να επηρεάζουν τις διεθνείς ροές εμπορίου.

Νίκος Ταμπακόπουλος
nicolas@notice.gr

• **LIDL ΕΛΛΑΣ**

ΦΕΡΝΕΙ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ ΤΟ ΣΥΛΛΕΚΤΙΚΟ ΜΑΞΙΛΑΡΙ NECKCROISSANT

Ένα πρωτότυπο ταξιδιωτικό μαξιλάρι σε σχήμα κρουασάν παρουσίασε η Lidl, με αφορμή την Εβδομάδα Μόδας του Παρισιού, επιχειρώντας να συνδέσει τα προϊόντα του φούρνου της με τον χώρο του lifestyle. Το "NeckCroissant", όπως ονομάζεται, αποτελεί μια ειδικά σχεδιασμένη εκδοχή του κλασικού μαξιλαριού αυχένα, με τη μορφή του χαρακτηριστικού κρουασάν της αλυσίδας. Η εταιρεία επεκτείνει πλέον την πρωτοβουλία σε 25 ευρωπαϊκές χώρες, μεταξύ των οποίων και η Ελλάδα. Από τις 8 Οκτωβρίου 2026, η Lidl θα πραγματοποιήσει κλήρωση για τη διάθεση των συλλεκτικών μαξιλαριών, η παγκόσμια παραγωγή των οποίων περιο-

ρίζεται σε μόλις 5.000 τεμάχια.

ΤΙ ΠΕΡΙΛΑΜΒΑΝΕΙ Η ΠΡΩΤΟΒΟΥΛΙΑ

Κάθε μαξιλάρι συνοδεύεται από ένα ψηφιακό εκπωτικό κουπόνι για την εφαρμογή Lidl Plus, το οποίο μπορεί να εξαργυρωθεί στα καταστήματα της αλυσίδας για την αγορά ενός φρεσκοψημένου κρουασάν. Με αυτόν τον τρόπο, η εταιρεία συνδέει το συλλεκτικό αντικείμενο με την προώθηση των προϊόντων του φούρνου της, αξιοποιώντας παράλληλα τις δυνατότητες της ψηφιακής της εφαρμογής.

Μέσα από την πρωτοβουλία, η Lidl αξιοποιεί



τη διεθνή προβολή του Paris Fashion Week για να προωθήσει τα προϊόντα του φούρνου της, δίνοντας έμφαση στη φρεσκάδα, την ποιότητα και την προσιτή τιμή. Παράλληλα, επιχειρεί να ενισχύσει τη σύνδεση της εμπορικής της δραστηριότητας με το ψηφιακό περιβάλλον, συνδυάζοντας ένα συλλεκτικό αντικείμενο με προσφορές μέσω της εφαρμογής Lidl Plus.

• COCA-COLA HBC

ΤΙ ΜΕΓΕΘΗ ΑΝΑΜΕΝΕΙ Η UBS ΓΙΑ ΤΗ ΔΙΕΤΙΑ 2026-2027 - ΑΜΕΤΑΒΛΗΤΗ Η ΠΙΣΤΟΛΗΠΤΙΚΗ ΤΗΣ ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ ΑΠΟ ΤΗΝ MOODY'S

Ισχυρές επιδόσεις αναμένει για την Coca-Cola HBC στο γ' τρίμηνο του 2026 η UBS, η οποία διατηρεί τη σύσταση Buy και την τιμή-στόχο στις €65,76 (56 λίρες), με περιθώριο ανόδου που αγγίζει το 30%.

Ειδικότερα ο ελβετικός οίκος αναμένει οργανική αύξηση εσόδων κατά 8,5% στο γ' τρίμηνο (έναντι εκτίμησης της αγοράς για 7,7%) και των όγκων κατά 5,2% (περίπου στα επίπεδα του consensus), ενώ η θετική έκπληξη εκτιμάται ότι θα προέλθει κυρίως από το μείγμα τιμών και προϊόντων, για το οποίο προβλέπεται αύξηση 3,1%, έναντι 2,4% που περιμένει η αγορά.

Η ΕΙΚΟΝΑ ΑΝΑ ΓΕΩΓΡΑΦΙΚΗ ΑΓΟΡΑ

Ανά γεωγραφική αγορά η UBS αναμένει αύξηση όγκων:

- 4,6% στις ανεπτυγμένες αγορές
- 4,1% στις αναπτυσσόμενες αγορές
- 5,6% στις αναδυόμενες αγορές

Στις ανεπτυγμένες αγορές, η UBS διαπιστώνει ισχυρές τάσεις πωλήσεων στα ανθρακούχα αναψυκτικά και κέρδη μεριδίων αγοράς στην Ιταλία, ενώ θετικά λειτουργούν και οι ευκολότερες συγκρίσεις σε άλλες αγορές, μεταξύ των οποίων η Αυστρία.

Στις αναπτυσσόμενες αγορές, η Πολωνία εμφανίζει σημάδια σταθεροποίησης, η Ουγγαρία επωφελείται από τις ευνοϊκές καιρικές συνθήκες η Τσεχία αναμένεται να επιταχύνει σε σχέση με το πρώτο εξάμηνο, ενώ η

Σλοβακία εκτιμάται ότι θα συνεχίσει την ανοδική της πορεία, καθώς υποχωρούν οι επιπτώσεις από τον φόρο στη ζάχαρη.

Στις αναδυόμενες αγορές, παραμένουν ισχυρές οι τάσεις στην Νιγηρία αναμένοντας υψηλά μονοψήφια ποσοστά ανάπτυξης, ενώ στην Αίγυπτο αναμένεται κάποια επιβράδυνση. Στην Ουκρανία, οι όγκοι εκτιμάται ότι θα επηρεαστούν από προβλήματα στην εφοδιαστική αλυσίδα μετά τις ζημιές που υπέστησαν γραμμές παραγωγής από επιθέσεις drones τον Σεπτέμβριο.

Στη Ρουμανία, το δύσκολο καταναλωτικό περιβάλλον εξακολουθεί να επηρεάζει τη δραστηριότητα, αν και οι ευνοϊκότερες συγκρίσεις αναμένεται να λειτουργήσουν υποστηρικτικά. Τέλος για τη Ρωσία, οι μακροοικονομικές συνθήκες παραμένουν αμετάβλητες, με τις ευνοϊκότερες συγκρίσεις να στηρίζουν τις επιδόσεις.

ΟΙ ΠΡΟΒΛΕΨΕΙΣ ΓΙΑ ΤΗ ΔΙΕΤΙΑ 2026-2027

Για το σύνολο του 2026, η UBS προβλέπει για την Coca-Cola HBC:

- Έσοδα €12,555 δισ. (+8,2%)
- EBIT €1,517 δισ. (+11,8%)
- Προσαρμοσμένα καθαρά κέρδη: €1,077 δισ. (+8,9%)

Για το 2027, ο οίκος αναμένει:

- Έσοδα: €13,293 δισ.
- EBIT: €1,637 δισ.
- Καθαρά κέρδη: €1,173 δισ.

ΜΕΤΟΧΗ

Σε επίπεδο αποτίμησης, η UBS σημειώνει ότι η μετοχή διαπραγματεύεται P/E περίπου 16 φορές τα εκτιμώμενα κέρδη του 2027 και με πολλαπλασιαστή EV/NOPAT περίπου 17 φορές, σε επίπεδα αντίστοιχα με τις ευρωπαϊκές εταιρείες καταναλωτικών αγαθών, εξαιρουμένων των αλκοολούχων ποτών.

Παράλληλα, η UBS εκτιμά ότι η πρόσφατη υποχώρηση της μετοχής έχει περιορίσει σημαντικά την αξία που αποδίδει η αγορά στη ρωσική δραστηριότητα της εταιρείας.

MOODY'S

Την ίδια στιγμή, η Moody's διατηρεί την πιστοληπτική αξιολόγηση Baa1 της Coca-Cola HBC, με σταθερές προοπτικές.

Σύμφωνα με τη Moody's, η αξιολόγηση αντανάκλα το ισχυρό επιχειρηματικό προφίλ της Coca-Cola HBC, η οποία συγκαταλέγεται μεταξύ των μεγαλύτερων εμφιαλωτών στο σύστημα της Coca-Cola, με τη θέση της να αναμένεται να ενισχυθεί περαιτέρω μετά την εξαγορά της Coca-Cola Beverages Africa (CCBA), η οποία εκτιμάται ότι θα ολοκληρωθεί έως το τέλος του 2026.

Στα θετικά στοιχεία της αξιολόγησης περιλαμβάνονται, επίσης:

- το ιστορικό αύξησης της κερδοφορίας και παραγωγής ισχυρών ταμειακών ροών
- η συντηρητική χρηματοοικονομική πολιτική του ομίλου, με μεσοπρόθεσμο στόχο για τον δείκτη καθαρού δανεισμού προς συγκρίσιμο EBITDA μεταξύ 1,5 και 2 φορές

Παράλληλα, στην αξιολόγηση συνυπολογίζεται η κατά μία βαθμίδα ενίσχυση λόγω της εκτιμώμενης στήριξης από την The Coca-Cola Company (A1, σταθερές προοπτικές).

ΠΙΕΣΕΙΣ ΑΠΟ ΤΟ ΓΕΩΠΟΛΙΤΙΚΟ ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝ

Από την άλλη πλευρά, η Moody's επισημαίνει ότι η πιστοληπτική αξιολόγηση της Coca-Cola HBC περιορίζεται από την έκθεσή της σε αγορές με λιγότερο σταθερό γεωπολιτικό περιβάλλον, γεγονός που ενδέχεται να προκαλέσει διακυμάνσεις στις επιδόσεις της και στις συναλλαγματικές ισοτιμίες.

Μάκης Αποστόλου
makis@notice.gr



Zoran Bogdanovic,
Διευθύνων Σύμβουλος, Coca-Cola
HBC AG

• ΝΕΟ ΠΑΚΕΤΟ ΣΤΗΝ ΤΕΛΙΚΗ ΕΥΘΕΙΑ ΤΟ DEAL ΒΙΟΜΗΧΑΝΩΝ ΚΑΙ ΚΥΒΕΡΝΗΣΗΣ - ΚΟΝΤΑ ΣΤΑ €100 ΕΚΑΤ. Η ΣΤΗΡΙΞΗ

Στην τελική ευθεία βρίσκεται η οριστικοποίηση του πακέτου για τη στήριξη της βιομηχανίας καθώς οι διαπραγματεύσεις μεταξύ ΣΕΒ και κυβέρνησης είναι θετικές. Πρόκειται για ένα πακέτο κοντά στα €100 εκατ. και στόχος είναι να γίνουν οι ανακοινώσεις στην ομιλία του Πρωθυπουργού στην αυριανή Γενική Συνέλευση του ΣΕΒ. "Καταβάλλεται προσπάθεια να χρησιμοποιηθούν τα ευρωπαϊκά εργαλεία και πιστεύουμε σύντομα σε λύση στήριξης της βιομηχανίας" αναφέρουν κυβερνητικές πηγές στο BnB Daily.

Η ΛΥΣΗ

Η εφαρμογή των μέτρων που θα αποφασιστούν, θα προχωρήσει με βάση τα ευρωπαϊκά πλαίσια για τις κρατικές ενισχύσεις CISAF και METSAF.

Το CISAF αποτελεί το πλαίσιο κρατικών ενισχύσεων της Ευρωπαϊκής Επιτροπής για την Καθαρή Βιομηχανική Συμφωνία, το οποίο επιτρέπει, μεταξύ άλλων, τη μείωση έως 50% της μέσης ετήσιας χονδρεμπορικής τι-

μής ρεύματος για ποσότητα που δεν ξεπερνάει το μισό της ετήσιας κατανάλωσης των επιλέξιμων επιχειρήσεων.

ΛΥΣΗ ΓΙΑ ΤΙΣ ΜΙΚΡΕΣ ΚΑΙ ΜΕΣΑΙΕΣ ΒΙΟΜΗΧΑΝΙΕΣ

Σύμφωνα με τις ίδιες πηγές, για τις μικρότερες και μεσαίες βιομηχανίες προκρίνεται μία λύση που αφορά στην αναδρομική επιδότηση της ενέργειας για ολόκληρο το 2026, κάτι που θα μειώνει τις επιπτώσεις της ενεργειακής κρίσης.

γιατικής κρίσης.

Υπενθυμίζεται πως οι μεσαίες βιομηχανίες και οι μικρότερες στην Βόρεια Ελλάδα σκέφονται μέχρι και την αλλαγή έδρας στην Βουλγαρία, ενώ παράλληλα ορισμένες βιομηχανίες έχουν ρίξει την παραγωγή τους και χρησιμοποιούν λιγότερες μονάδες παραγωγής.

Νίκος Ταμπακόπουλος
nicolas@notice.gr



Σπύρος
Θεοδω-
ρόπουλος,
Πρόεδρος,
ΣΕΒ

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



• **HORMEL FOODS**

ΕΠΕΝΔΥΕΙ \$1,1 ΔΙΣ. ΣΤΟ ΕΠΕΞΕΡΓΑΣΜΕΝΟ ΚΟΤΟΠΟΥΛΟ ΜΕ ΤΗΝ ΕΞΑΓΟΡΑ ΤΗΣ BRAKEBUSH

Στην εξαγορά της Brakebush Brothers, εταιρείας που ειδικεύεται στην παραγωγή προϊόντων κοτόπουλου προστιθέμενης αξίας, προχωρά η Hormel Foods, καθώς υπέγραψε οριστική συμφωνία με την οικογένεια Brakebush, η οποία ελέγχει την επιχείρηση. Η συναλλαγή αποτιμάται σε περίπου \$1,1 δισ. και αναμένεται να ολοκληρωθεί κατά το πρώτο τρίμηνο του οικονομικού έτους 2027 της Hormel Foods. Η εξαγορά εντάσσεται στη στρατηγική της εταιρείας για επενδύσεις σε αναπτυσσόμε-

νες κατηγορίες πρωτεϊνών, με στόχο την ενίσχυση της θέσης της στην αγορά προϊόντων κοτόπουλου προστιθέμενης αξίας. Παράλληλα, αναμένεται να ενισχύσει τη δραστηριότητά της στον κλάδο της μαζικής εστίασης.

ΤΑ ΠΛΕΟΝΕΚΤΗΜΑΤΑ ΤΗΣ BRAKEBUSH

Ο προσωρινός CEO της Hormel Foods, Jeff Ettinger, χαρακτήρισε την Brakebush έναν ιδιαίτερα αναγνωρισμένο παίκτη στην αγο-

ρά κοτόπουλου προστιθέμενης αξίας. Παράλληλα, υπογράμμισε ότι η δραστηριότητα Foodservice αποτελεί έναν από τους βασικούς μοχλούς ανάπτυξης της Hormel Foods, εκφράζοντας την προσδοκία ότι η εξαγορά θα ενισχύσει την παρουσία της στην αγορά κοτόπουλου προστιθέμενης αξίας.

Από την πλευρά του, ο John Ghingo, ο οποίος πρόκειται να αναλάβει τη θέση του Προέδρου και Διευθύνοντος Συμβούλου της Hormel Foods, επισήμανε ότι το κοτόπουλο αποτελεί μία από τις πλέον ελκυστικές αναπτυσσόμενες κατηγορίες στην αγορά πρωτεϊνών, ενώ χαρακτήρισε την επιχειρηματική πλατφόρμα που έχει αναπτύξει η Brakebush ιδιαίτερα σημαντική για την κάλυψη της αυξανόμενης ζήτησης.

ΤΟ ΠΡΟΦΙΛ ΤΗΣ BRAKEBUSH

Με έδρα το Ουισκόνσιν των ΗΠΑ, η Brakebush ιδρύθηκε το 1925 και εξυπηρετεί ένα πελατολόγιο στον κλάδο της μαζικής εστίασης, το οποίο περιλαμβάνει τόσο μεγάλες εθνικές αλυσίδες όσο και περιφερειακούς παρόχους. Η εταιρεία διαθέτει πέντε παραγωγικές εγκαταστάσεις και δύο εργαστήρια έρευνας και ανάπτυξης, ενώ κατά τους τελευταίους 12 μήνες κατέγραψε καθαρές πωλήσεις περίπου \$1,2 δισ., μέγεθος που αποτυπώνει την παρουσία της στην αγορά προϊόντων κοτόπουλου προστιθέμενης αξίας.

ΣΤΟΧΟΣ Η ΕΝΙΣΧΥΣΗ ΤΗΣ ΚΕΡΔΟΦΟΡΙΑΣ ΑΠΟ ΤΟ 2028

Σε οικονομικό επίπεδο, η Hormel Foods προσδοκά ότι η εξαγορά θα συμβάλει στην επιτάχυνση της ανάπτυξής της, στην αξιοποίηση λειτουργικών συνεργειών και στην ενίσχυση των ταμειακών ροών της. Ειδικότερα, η εταιρεία εκτιμά ότι η συναλλαγή θα έχει θετική επίδραση στα προσαρμοσμένα κέρδη ανά μετοχή (EPS), αρχής γενομένης από το οικονομικό έτος 2028. Η δραστηριότητα της Brakebush αναμένεται να ενταχθεί κυρίως στον τομέα Foodservice της Hormel Foods, ενισχύοντας περαιτέρω τη συγκεκριμένη επιχειρηματική μονάδα.



Jeff Ettinger, προσωρινός CEO, Hormel Foods

• MCCORMICK

ΞΕΠΕΡΑΣΑΝ ΤΑ \$2 ΔΙΣ. ΟΙ ΠΩΛΗΣΕΙΣ ΤΟΥ Γ' ΤΡΙΜΗΝΟΥ – ΣΤΟ ΕΠΙΚΕΝΤΡΟ Η ΣΥΜΦΩΝΙΑ ΜΕ ΤΗΝ UNILEVER

Πάνω από τις προβλέψεις των αναλυτών διαμορφώθηκαν οι πωλήσεις της McCormick το γ' τρίμηνο, καθώς οι καταναλωτές συνέχισαν να στρέφονται στα καρυκεύματα και τις σάλτσες της εταιρείας. Η συνεχιζόμενη πίεση στο διαθέσιμο εισόδημα των νοικοκυριών έχει περιορίσει την προθυμία των καταναλωτών να δαπανούν χρήματα για γεύματα εκτός σπιτιού, ενισχύοντας τη ζήτηση για προϊόντα που προσφέρουν γευστική ποικιλία με σχετικά χαμηλό κόστος. Σε αυτή την κατηγορία εντάσσονται οι σάλτσες Cholula και Frank's RedHot της McCormick.

Παράλληλα, οι εταιρείες με έμφαση στη γεύση, όπως η McCormick, επωφελούνται από τις μεταβολές στις διατροφικές συνήθειες που συνδέονται με τη χρήση φαρμάκων απώλειας βάρους της κατηγορίας GLP-1.

ΑΝΘΕΚΤΙΚΟ ΜΟΝΤΕΛΟ

Ειδικότερα, οι πωλήσεις της McCormick ανήλθαν σε \$2,02 δις. από \$1,72 δις. το αντίστοιχο περυσινό διάστημα, ξεπερνώντας τις εκτιμήσεις των αναλυτών.

Ο Πρόεδρος, CEO και επικεφαλής της εταιρείας, Brendan M. Foley, χαρακτήρισε τα αποτελέσματα ενδεικτικά της ανθεκτικότητας του επιχειρηματικού μοντέλου της McCormick, το οποίο βασίζεται σε προϊόντα με επίκεντρο τη γεύση, παρά

τις διακυμάνσεις του επιχειρηματικού περιβάλλοντος.

DATA Εννεάμηνο (σε \$εκστ.)

Έσοδα

2026: 5.835

2025: 4.990

Μικτό αποτέλεσμα

2026: 2.282

2025: 1.872

Λειτουργικά κέρδη

2026: 721

2025: 760

Καθαρά κέρδη

2026: 1.290

2025: 567

ΤΟ DEAL ΤΩΝ \$65 ΔΙΣ.

Παράλληλα με τις οικονομικές επιδόσεις της, η McCormick συνεχίζει τον σχεδιασμό για την ενσωμάτωση της δραστηριότητας τροφίμων της Unilever, στο πλαίσιο της προτεινόμενης συμφωνίας συγχώνευσης, συνολικής αξίας \$65 δις.

Η εταιρεία ανακοίνωσε ότι η προετοιμασία για την ενσωμάτωση των δραστηριοτήτων προχωρά σύμφωνα με τον σχεδιασμό, εκφράζοντας παράλληλα την εμπιστοσύνη της στην επίτευξη των αναμενόμενων στρατηγικών και οικονομι-



Brendan M. Foley, Πρόεδρος και CEO, McCormick

κών οφελών από τη συναλλαγή. Μεταξύ των προσδοκώμενων αποτελεσμάτων περιλαμβάνεται η σημαντική αύξηση των κερδών ανά μετοχή μετά την ολοκλήρωση της συμφωνίας.

Η διοίκηση εμφανίζεται, παράλληλα, αισιόδοξη για τις προοπτικές του 2026, επικαλούμενη τις επιδόσεις από την αρχή του έτους, οι οποίες περιλαμβάνουν οργανική αύξηση των πωλήσεων, διεύρυνση των περιθωρίων κέρδους και ισχυρές ταμειακές ροές.

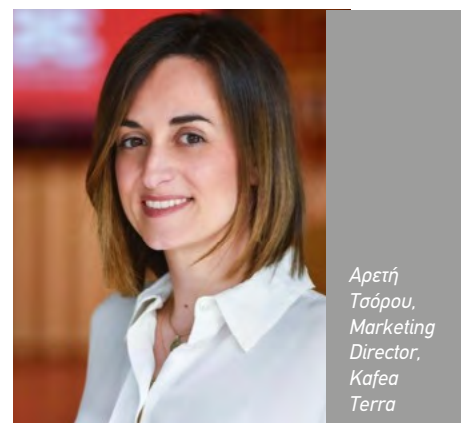
• KAFEA TERRA

Η ΑΡΕΤΗ ΤΣΟΡΟΥ ΝΕΑ MARKETING DIRECTOR

Η Αρετή Τσορού ανέλαβε τη θέση της Marketing Director στην Kafea Terra μετακινούμενη από την Zespri International, όπου κατείχε τη θέση της Regional Brand Development Manager για την Ευρώπη και την Βόρεια Αμερική.

Στην Zespri International, όπου εργάστηκε για περίπου πέντε χρόνια, είχε την ευθύνη για τον σχεδιασμό και την υλοποίηση στρατηγικών ανάπτυξης του εμπορικού σήματος, καθώς και για την ανάπτυξη περιφερειακών καμπανιών μάρκετινγκ και επικοινωνίας. Παράλληλα, διαχειριζόταν τους

σχετικούς προϋπολογισμούς και συνεργαζόταν με ομάδες από διαφορετικές αγορές, με στόχο την ενίσχυση της αναγνωρισιμότητας και της εμπορικής ταυτότητας της εταιρείας. Προηγουμένως, είχε εργαστεί για περίπου δύομισι χρόνια στην Coca-Cola HBC, ως Marketing Manager στην Ελλάδα, με αρμοδιότητες που περιλάμβαναν τον μακροπρόθεσμο και ετήσιο σχεδιασμό marketing για τα εμπορικά σήματα της εταιρείας, καθώς και τον εντοπισμό νέων ευκαιριών ανάπτυξης σε διαφορετικές κατηγορίες προϊόντων και κανάλια διανομής.



Αρετή Τσορού, Marketing Director, Kafea Terra

• **EURIMAC**

ΜΕΡΙΔΙΟ 6% ΓΙΑ ΤΟ BRAND ΜΑΚΒΕΛ ΚΑΙ ΑΝΑΠΤΥΞΗ 20% ΣΤΟ ΟΚΤΑΜΗΝΟ - ΝΕΟ ΕΠΕΝΔΥΤΙΚΟ ΠΛΑΝΟ ΤΡΙΕΤΙΑΣ

Την ανοδική πορεία των τελευταίων ετών συντηρεί το brand Μάκβελ της Eurimac, κερδίζοντας μερίδια σε μια μάλλον στάσιμη, τουλάχιστον σε επίπεδο κατανάλωσης, αγορά ζυμαρικών.

Όπως δηλώνει στο Fnb Daily ο Διευθύνων Σύμβουλος της Βιομηχανίας, Οδυσσέας Παπαδόπουλος, στο οκτάμηνο του 2026% η μάρκα παρουσιάζει ανάπτυξη άνω του 20% σε όρους όγκου την ώρα που η αγορά ζυμαρικών συνολικά εμφανίζει οριακή πτώση 0,2%.

Στη μεγάλη αγορά, ήτοι στο οργανωμένο λιανεμπόριο το μερίδιο του Μάκβελ φτάνει πλέον το 4,5% ωστόσο, βάζοντας στην εξίσωση και το κανάλι της μικρής λιανικής όπου η εταιρεία είναι αρκετά δυνατή, το ποσοστό ανεβαίνει στο 6%. Συνυπολογίζοντας τα υπόλοιπα brands και, φυσικά, τις ιδιωτικές ετικέτες που παράγει για λογαριασμό αλυσίδων, το συνολικό μερίδιο της Eurimac

στην εγχώρια αγορά ζυμαρικών ανέρχεται σε 30%.

ΝΕΟΙ ΚΩΔΙΚΟΙ ΧΑΜΗΛΟΥ ΓΛΥΚΑΙΜΙΚΟΥ ΔΕΙΚΤΗ

Η διοίκηση της εταιρείας εμφανίζεται ιδιαίτερα ικανοποιημένη από την πορεία τόσο της σειράς Mac & Cheese όσο και των ζυμαρικών χαμηλού γλυκαιμικού δείκτη. Τα τελευταία, ύστερα από ενάμιση περίπου χρόνο κυκλοφορίας, κατέχουν το 1% της αγοράς ζυμαρικών σε όρους αξίας. Στην γκάμα τους προστέθηκαν δύο ακόμα κωδικοί (pasta νούμερο 10 και τριβελάκι) και ακολουθεί ένας ακόμα (κοφτό μακαρονάκι) ανεβάζοντας το συνολικό αριθμό σε επτά.

ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΑΝΩ ΤΟΥ 4% ΣΕ ΟΓΚΟ ΣΤΟ ΟΚΤΑΜΗΝΟ

Στο οκτάμηνο οι πωλήσεις σε όγκο της Eurimac είναι ενισχυμένες 4%-5% σε σχέση

με το αντίστοιχο περυσινό διάστημα και η χρονιά, σύμφωνα με τις εκτιμήσεις του κ. Παπαδόπουλου, θα κλείσει με αύξηση από 3% έως 7%.

Ο στόχος που έχει τεθεί είναι η εταιρεία να ισοφαρίσει ή να ξεπεράσει τους 74.600 τόνους του 2024 που, όπως υπογραμμίζει ο κ. Παπαδόπουλος, συνιστούν ιστορικό ρεκόρ όχι μόνο για την Eurimac αλλά για την ελληνική βιομηχανία ζυμαρικών γενικότερα. Η πρόβλεψή του είναι ότι και ο τζίρος θα είναι ελαφρώς αυξημένος σε σχέση με πέρυσι, όπως και το EBITDA.

ΠΛΗΓΗ ΤΟ ΕΝΕΡΓΕΙΑΚΟ

Ο κ. Παπαδόπουλος εκτιμά ότι δεν θα υπάρξει κάποια πίεση από τις τιμές του σκληρού σιταριού καθώς, παρά τα προβλήματα που παρουσιάζει λόγω των βροχοπτώσεων η σοδειά στον Καναδά που αλωνίζεται αυτό το διάστημα, η συνολική παραγωγή παραμένει μεγάλη. Αν ληφθούν υπόψη και τα υψηλά, παγκοσμίως, αποθέματα, η αγορά συνολικά εμφανίζεται καλυμμένη, οπότε η ανοδική τάση που παρατηρείται τις τελευταίες εβδομάδες στις τιμές του σιταριού στην ιταλική αγορά, δεν αναμένεται να έχει συνέχεια ή βάθος. Αντίθετα, μεγαλύτερο πονοκέφαλο αποτελεί αυτή τη στιγμή το ενεργειακό κόστος το οποίο έχει αναρριχηθεί σε υψηλά επίπεδα, δίχως ενδείξεις αποκλιμάκωσης.

ΟΛΟΚΛΗΡΩΝΟΝΤΑΙ ΕΠΕΝΔΥΣΕΙΣ €26 ΕΚΑΤ.

Η Eurimac ολοκληρώνει φέτος επενδυτικό πρόγραμμα €26 εκατ. που ξεκίνησε να υλοποιείται το 2020 και, μεταξύ άλλων, περιλάμβανε νέα γραμμή παραγωγής, αποθηκευτικούς χώρους τελικού προϊόντος και σιλό 20.000 τόνων που αύξησαν τη συνολική δυναμικότητα σε 57.000 τόνους πρώτης ύλης. Ήδη έχει ξεκινήσει ο σχεδιασμός του επενδυτικού πλάνου της επόμενης τριετίας το οποίο σε πρώτη φάση προβλέπει επενδύσεις της τάξης των €3 εκατ. κάθε χρόνο. "Θα συμπληρώσουμε και, παράλληλα, θα υποστηρίξουμε τα έργα που έχουμε ήδη υλοποιήσει, αυξάνοντας παράλληλα την ευελιξία και την προσαρμοστικότητα μας απέναντι σε νέες νόρμες, νομοθεσίες αλλά και τις απαιτήσεις των πελατών μας", σημειώνει ο κ. Παπαδόπουλος.



Οδυσσέας Παπαδόπουλος, Διευθύνων Σύμβουλος, Eurimac

Γιάννης Τσατσάκης
yannis@notice.gr

• **ΙΝΔΙΑ**

ΕΞΕΤΑΖΕΙ ΜΕΙΩΣΗ ΔΑΣΜΩΝ ΣΤΙΣ ΕΙΣΑΓΩΓΕΣ ΟΣΠΡΙΩΝ ΓΙΑ ΤΟΝ ΠΕΡΙΟΡΙΣΜΟ ΤΟΥ ΠΛΗΘΩΡΙΣΜΟΥ

Τη μείωση των εισαγωγικών δασμών σε συγκεκριμένες κατηγορίες οσπρίων εξετάζει η Ινδία, επιδιώκοντας να ενισχύσει την εγχώρια προσφορά και να περιορίσει τις πληθωριστικές πιέσεις στα τρόφιμα. Η πρωτοβουλία έρχεται εν μέσω ανησυχιών για την παραγωγή.

Ειδικότερα, η ενδεχόμενη μείωση των δασμών αφορά τις φακές και τον κίτρινο αρακά, ενώ τα ρεβίθια ενδέχεται να εξαιρεθούν. Σήμερα, οι εισαγωγές κόκκινων φακών και ρεβιθιών επιβαρύνονται με δασμό 10%, ενώ στον κίτρινο αρακά ανέρχεται στο 30%.

Παράλληλα, η κυβέρνηση έχει ήδη επιτρέψει την αδασμολόγητη εισαγωγή αρακά *rigeeon* και μαύρων φασολιών έως τον Μάρτιο του 2027.

Η ΕΞΑΡΤΗΣΗ ΑΠΟ ΤΙΣ ΕΙΣΑΓΩΓΕΣ ΚΑΙ ΟΙ ΠΙΕΣΕΙΣ ΣΤΗΝ ΠΑΡΑΓΩΓΗ

Η Ινδία είναι ο μεγαλύτερος παραγωγός, καταναλωτής και εισαγωγέας οσπρίων παγκοσμίως, με τις εισαγωγές να καλύπτουν σημαντικό μέρος της εγχώριας ζήτησης.



Κατά το οικονομικό έτος 2024-2025, η παραγωγή διαμορφώθηκε σε 25,7 εκατ. τόνους, έναντι εισαγωγών 7,3 εκατ. τόνων, οι οποίες αντιστοιχούσαν περίπου στο 23% της συνολικής κατανάλωσης.

Οι φετινές προοπτικές, ωστόσο, προκαλούν ανησυχία, καθώς οι βροχοπτώσεις σε ορισμένες σημαντικές παραγωγικές πολιτείες ήταν έως και 30% χαμηλότερες από τον μέσο όρο. Δεδομένου ότι μεγάλο μέρος των καλλιεργειών εξαρτάται από τις καιρικές συνθήκες, η μει-

ωμένη βροχόπτωση ενδέχεται να επηρεάσει σημαντικά την παραγωγή.

Η ΜΑΧΗ ΚΑΤΑ ΤΟΥ ΠΛΗΘΩΡΙΣΜΟΥ

Η κυβέρνηση του Narendra Modi εξετάζει παρεμβάσεις για την ενίσχυση της προσφοράς, έχοντας ήδη προχωρήσει σε μειώσεις δασμών στα φυτικά έλαια και σε προσαρμογές στις εξαγωγές ζάχαρης. Την ίδια στιγμή, η πιθανή διατήρηση των δασμών στα ρεβίθια ενδέχεται να λειτουργήσει ως κίνητρο για την αύξηση των καλλιεργούμενων εκτάσεων, καθώς οι αγρότες ξεκινούν τις φυτεύσεις τον Οκτώβριο.

Οι πιέσεις εντείνονται ενόψει της εορταστικής περιόδου, κατά την οποία αυξάνεται παραδοσιακά η ζήτηση για όσπρια. Ενδεικτικά, ο πληθωρισμός στα τρόφιμα ανήλθε στο 5,95% τον Αύγουστο, ενώ οι τιμές του αρακά *rigeeon* και των μαύρων φασολιών αυξήθηκαν κατά 5,6% και 7,4% αντίστοιχα σε ετήσια βάση.

• **MARKET IN**

Η ΠΤΩΣΗ ΤΖΙΡΟΥ ΚΑΙ ΚΕΡΔΩΝ ΚΑΙ Η ΤΡΙΠΛΗ ΕΠΙΦΥΛΑΞΗ ΤΟΥ ΕΛΕΓΚΤΗ

Τις επενδύσεις στο δίκτυο και την ενίσχυση των προωθητικών ενεργειών συνεχίζει το 2026 η Market In, επιδιώκοντας σταθεροποίηση και ανάπτυξη της δραστηριότητάς της μετά την υποχώρηση των πωλήσεων και της κερδοφορίας το 2025. Σύμφωνα με την οικονομική έκθεση για τη χρήση του 2025, η διοίκηση εκτιμά ότι υπάρχουν προοπτικές για καλύτερα αποτελέσματα φέτος, καθώς οι επενδυτικές δραστηριότητες που συνδέονται με το άνοιγμα νέων καταστημάτων συνεχίζονται.

Το δίκτυο της αλυσίδας της οικογένειας Ράμμου αριθμεί 261 καταστήματα, ενώ στην εταιρεία απασχολούνται 3.561 εργαζόμενοι.

ΑΝΤΙΔΙΚΙΑ ΜΕΤΑΞΥ ΜΕΤΟΧΩΝ

Παράλληλα με τον επιχειρηματικό σχεδιασμό, το 2026 καταγράφηκαν νέες δικαστικές κινήσεις στην αντιπαράθεση μεταξύ των αδελφών Μαργαρίτας και Ευλαμπίας Ράμμου. Η Μαργαρίτα Ράμμου, μέτοχος μειοψηφίας, αμφισβητεί αποφάσεις που αφορούν τη διαχείριση της ακίνητης περιουσίας και τις συναλλαγές με συνδεδεμένα πρόσωπα, ενώ η πλειυρά της διοίκησης απορρίπτει τις αιτιάσεις και υποστηρίζει τη νομιμότητα των ενεργειών της. Τον Απρίλιο κατατέθηκε αίτηση για διορισμό προσωρινής διοίκησης στην Market In ΑΕΒΕ, με σκοπό την



εκπροσώπηση της εταιρείας σε δικαστικές διαδικασίες σχετικά με την απόκτηση τεσσάρων μεζονετών στην Κερατέα. Πρόκειται για αίτημα της μειοψηφίας και όχι για απόφαση αλλαγής της διοίκησης.

ΠΕΡΙΟΡΙΣΜΟΣ ΤΖΙΡΟΥ

Η νέα χρήση ακολουθεί μια χρονιά κατά την οποία ο κύκλος εργασιών της Market In διαμορφώθηκε σε €405,85 εκατ., καταγράφοντας μείωση 3,05%. Η διοίκηση αποδίδει την υποχώρηση στην αναδιάρθρωση του δικτύου καταστημάτων που πραγματοποιήθηκε μέσα στο 2025.

DATA (σε €χιλ.)

Κύκλος εργασιών	Μεικτό Κέρδος
2025: 405.850	2025: 118.103
2024: 418.612	2024: 116.366
Μεταβολή: (3,05%)	Μεταβολή: 1,49%
Αποτελέσματα προ τόκων και φόρων	
2025: 1.766	
2024: 2.100	
Μεταβολή: (15,90%)	
Κέρδη προ φόρων	Καθαρά κέρδη περιόδου μετά από φόρους
2025: 1.229	2025: 588.994
2024: 1.492	2024: 953.618
Μεταβολή: (17,62%)	Μεταβολή: (38,24%)

Ο ΑΣΤΕΡΙΣΚΟΣ ΤΟΥ ΕΛΕΓΚΤΗ

Η έκθεση ελέγχου διατυπώνει γνώμη με επιφύλαξη για τρία ζητήματα: τη μη απομείωση συμμετοχής σε θυγατρική κατά €2,48 εκατ., τη μη σχηματισθείσα πρόβλεψη αποζημίωσης προσωπικού ύψους περίπου €3,85 εκατ. και τη μη απομείωση επίδικων και καθυστερούμενων απαιτήσεων κατά περίπου €3,65 εκατ.

Στέλλα Αυγουστάκη
stella@notice.gr



• ATHENS COFFEE FESTIVAL 2026 ΠΑΝΩ ΑΠΟ 19.000 ΟΙ ΕΠΙΣΚΕΠΤΕΣ ΣΤΗ ΦΕΤΙΝΗ 11η ΔΙΟΡΓΑΝΩΣΗ

Το πιο ζωντανό, γευστικό και διασκεδαστικό τριήμερο της χρονιάς ολοκληρώθηκε με τον πιο φαντασμαγορικό τρόπο. Το Athens Coffee Festival 2026 κατέκλυσε την Τεχνόπολη Δήμου Αθηναίων στο Γκάζι από τις 26 έως τις 28 Σεπτεμβρίου, υποδεχόμενο 19.019 επισκέπτες που ήρθαν, ήπιαν, χόρεψαν και έδωσαν τον δικό τους παλμό στο απόλυτο φεστιβαλικό event της πόλης.

Από το πρωί μέχρι το βράδυ, παρέες, αμόρε, συνάδελφοι -ακόμα και τα τετράποδα αστεράκια μας!- χαλάρωσαν κάτω από τον φθινοπωρινό ήλιο, δοκίμασαν απίθανες ποικιλίες καφέ, έβγαλαν αμέτρητες selfies και υποδέχτηκαν τη νέα σεζόν με την καλύτερη διάθεση.

ΤΙ ΣΥΝΕΒΗ ΣΤΟ ATHENS COFFEE FESTIVAL 2026

- **200+ Brands Καφέ & New Age Beverages:** Η Τεχνόπολη μετατράπηκε στον απόλυτο παράδεισο του καφέ! Οι top baristas ετοίμαζαν live εκκυλίσσεις από σπάνιες ποικιλίες (Γουατεμάλα, Κόστα Ρίκα, Κολομβία, Νότιο Αφρική, Τζαμάικα, Αιθιοπία, Βιετνάμ), σερβίροντας από κλασικό espresso



μέχρι αρωματικό cold brew, εντυπωσιακά nitro και δροσιστικά coffee cocktails. Παράλληλα, το κοινό δοκίμασε τις πιο hot τάσεις σε matcha, τσάι, artisanal αναψυκτικά και functional drinks

- **7 Super Hosts On Board:** Για πρώτη φορά, 7 αγαπημένα πρόσωπα της pop κουλτούρας -Θανάσης Πασσάς, Fosbloque, Λυμπέρης Μέλκι, Γιάν-

νης Κατινάκης, Βαγγέλης Κυπαρίσσης (aka Βουλίτσα), Ευαγγελία Τσιουρίδα και Κώστας Τσαμουράι—ανέλαβαν ρόλο Super Hosts, ξεσηκώνοντας το κοινό με παιχνίδια on camera, selfies, τρομερές ατάκες και ασταμάτητα happenings

- **Stand-Up Comedy & Άφθονο Γέλιο:** Το Αμφιθέατρο πήρε φωτιά με την ελίτ του ελληνικού stand-up comedy! Οι



Ηλίας Φουντούλης, Άγγελος Σπηλιόπουλος και Ανδρέας Πασπάτης χάρισαν μοναδικές στιγμές γέλιου σε κατάμεστε παραστάσεις

- **Live DJ Sets & Full Party Mode:** Η μουσική δεν σταμάτησε λεπτό! Τα sunset sets της Queen G και του θρυλικού GPAL ταξίδεψαν το κοινό σε Progressive & Tech House μονοπάτια,

ενώ οι Street Outdoors Soundsystem μετέτρεψαν τη Δευτέρα στο πιο ανατρεπτικό party της πόλης

- **Coffee Competitions & Home Barista Vibes:** Η καρδιά του καφέ χτύπησε δυνατά στο Πανελλήνιο Πρωτάθλημα Καφέ Roasting 2027 by SCA Greece, ενώ στα workshops "Coffee Matters" οι λάτρεις του είδους έμαθαν όλα τα

μυστικά για να γίνουν οι απόλυτοι home baristas

Το Athens Coffee Festival 2026 ανανεώνει το ραντεβού του για την επόμενη χρονιά, υποσχόμενο ακόμα περισσότερο καφέ, μουσική και αξέχαστες στιγμές.

- Μέγας Χορηγός: NOYNOY Barista's Gold
- Mobility Partner: Free Now



• **GREEK BRANDS**

ΣΥΖΗΤΗΣΕΙΣ ΓΙΑ ΔΙΕΥΡΥΝΣΗ ΠΑΡΟΥΣΙΑΣ ΣΕ ΑΦΡΙΚΗ, Μ. ΑΝΑΤΟΛΗ ΚΑΙ Β. ΑΜΕΡΙΚΗ

Ανοδικά κινείται το 2026 η δραστηριότητα της Greek Brands τόσο σε όγκο, όσο και σε αριθμό ενεργών εξαγωγικών προγραμμάτων, όπως αναφέρει στο Fnb Daily ο ιδιοκτήτης της εταιρείας Πάνος Μαυράκης.

Η Greek Brands, που αποτελεί εξαγωγικό βραχίονα παραγωγών και γραφείο προμηθειών αγοραστών του εξωτερικού, προβλέπεται να κλείσει τη χρονιά θετικά. Πάντως η τελική εικόνα των εξαγωγών, τομέας που από το 2020 και μετά καταγράφει αύξηση, εξαρτάται από τις φορτώσεις του τελευταίου τριμήνου και όχι μόνο από τις παραγγελίες. Επιπλέον τα προϊόντα ιδιωτικής ετικέτας αντιστοιχούν πλέον περίπου στο μισό της δραστηριότητάς της και αποτελούν το τμήμα με τη μεγαλύτερη δυναμική.

ΑΓΟΡΕΣ-ΣΤΟΧΟΙ

Η δραστηριότητά της είναι αποκλειστικά εξαγωγική, με παρουσία έως σήμερα σε περισσότερες από 20 χώρες. Στις ώριμες αγορές της περιλαμβάνονται η Ευρωπαϊκή Ένωση, η Βόρεια Αμερική και η Μέση Ανατολή. Για την επόμενη διετία σχεδιάζει να διευρύνει την παρουσία της στην Βόρεια Αμερική, ενώ εξετάζει ευκαιρίες στον Κόλπο και την Αυστραλία. Παράλληλα, βρίσκεται σε συζητήσεις για συνεργασίες στην Αφρική, την Μέση

Ανατολή και την Βόρεια Αμερική.

Στόχος της δεν είναι η αύξηση του αριθμού των διανομέων, αλλά η ανάπτυξη περισσότερων κατηγοριών προϊόντων με τους ίδιους αγοραστές. Αυτή την περίοδο τη μεγαλύτερη ζήτηση εμφανίζουν οι επιτραπέζιες ελιές, κυρίως οι Καλαμών, το εξαιρετικά παρθένο ελαιόλαδο, η φέτα ΠΟΠ και η κατεψυγμένη ζύμη.

ΕΛΛΗΝΙΚΑ ΠΡΟΪΟΝΤΑ ΣΕ ΞΕΝΑ ΡΑΦΙΑ

Σύμφωνα με την εταιρεία, το private label αποτελεί για πολλούς Έλληνες παραγωγούς έναν πρακτικό τρόπο εισόδου σε ξένες αλυσίδες, χωρίς την επένδυση προβολής που απαιτεί η ανάπτυξη δικού τους σήματος. Η ζήτηση, ωστόσο, δεν περιορίζεται πλέον στη χαμηλότερη τιμή: οι αγοραστές ζητούν τεκμηριωμένη προέλευση και, όπου είναι εφικτό, πιστοποίηση ΠΟΠ.

Η φέτα και το γιαούρτι εξακολουθούν να ανοίγουν την πόρτα στους ξένους αγοραστές, οι οποίοι στη συνέχεια αναζητούν και άλλες ελληνικές κατηγορίες. Η διατήρησή τους, σύμφωνα με την Greek Brands, εξαρτάται από τη συνέπεια στις προδιαγραφές, τις πιστοποιήσεις και τις παραδόσεις. Σε αυτό το πεδίο στρέφει και την επόμενη φάση της



Πάνος Μαυράκης, Ιδιοκτήτης, Greek Brands

ανάπτυξής της, επενδύοντας στην εξαγωγική προετοιμασία των παραγωγών και στην τεχνολογία που υποστηρίζει τη διαχείριση των αγορών της.

Στέλλα Αυγουστάκη
stella@notice.gr

• Debrief •

ΤΙ ΓΙΝΕΤΑΙ ΣΤΗΝ ΓΑΛΛΙΑ;

Μαθητικές κινητοποιήσεις ή κάτι βαθύτερο; Έφηβοι στους δρόμους ή μπάχα-λάκηδες που βάζουν φωτιές; Στο διαδίκτυο και ειδικά στο social media παίζουν όλες οι εκδοχές. Το μόνο σίγουρο είναι ότι τις τελευταίες ημέρες κάτι γίνεται στην Γαλλία.

Γρήγορη σύνοψη: Όλα ξεκίνησαν στις 17 Σεπτεμβρίου, στο λύκειο Saint-Exupery σε προάστιο Creteil του Παρισιού, σε ένδειξη υποστήριξης στους εκπαιδευτικούς που απεργούν για την έλλειψη προσωπικού και πόρων. Σήμερα, Δευτέρα 4 Οκτωβρίου, περίπου 500 σχολεία σε όλη την Γαλλία θα κλείσουν εν όλω ή εν μέρει. Παράλληλα, έχουν συλληφθεί πάνω από 5.000 άνθρωποι, εκ των οποίων το 85% ανήλικοι, υπάρχουν τραυματίες, κα-

μένα λεωφορεία κ.λπ.

Η Γαλλία Οδεύει προς προεδρικές εκλογές την ερχόμενη άνοιξη, με τις έως τώρα έρευνες να δείχνουν ότι της κούρσας ηγούνται Μαρίν Λεπέν και Ζαν-Λυκ Μελανσόν.

Ταυτόχρονα, οδεύει προς κρίση χρέους. Ο λόγος χρέους προς το ΑΕΠ αναμένεται να ανέβει στο 122% το επόμενο έτος από 119% φέτος, και σύμφωνα με αναλυτές το τελευταίο σχέδιο της κυβέρνησης απέτυχε να σταματήσει την αύξηση των αποδόσεων των ομολόγων, καθώς οι επενδυτές ζητούν κάτι παραπάνω.

Στην πραγματικότητα, η Γαλλία χρειάζεται μεταρρυθμίσεις. Ωστόσο είναι γνωστό ότι προτιμά τις διαμαρτυρίες από τις μεταρρυθμίσεις. Για την ακρίβεια θα μπο-

ρούσε να ισχυριστεί κανείς ότι παράγει περισσότερες διαμαρτυρίες από όσες μπορεί να καταναλώσει. Διαχρονικά η γαλλική κοινωνία έχει μια τάση να ξεγείρεται, ακόμα και εναντίον του εαυτού της.

Ωστόσο η Γαλλία είναι η Γαλλία. Πρόκειται για τη δεύτερη μεγαλύτερη οικονομία στην Ευρωζώνη και τον έναν από τους δύο πυλώνες – ο άλλος είναι η Γερμανία – πάνω στους οποίους στηρίχθηκε η ευρωπαϊκή, κουτσουρεμένη, ενοποίηση. Οποιαδήποτε ανακατασούρα εις Παρισίους έχει με τον ένα ή τον άλλο τρόπο, αποτύπωμα σε όλην την ήπειρο.

Γιάννης Παλιούρης
giannis@notice.gr

• EFOOD

Ο ΧΑΡΗΣ ΤΑΚΑΣ ΑΝΑΛΑΜΒΑΝΕΙ ΤΗ ΘΕΣΗ ΤΟΥ COO

Ο Χάρης Τάκας αναλαμβάνει τη θέση του Chief Operating Officer (COO) της efood, έπειτα από μια δεκαετή πορεία στην εταιρεία, κατά τη διάρκεια της οποίας κατείχε θέσεις στους τομείς του marketing, της εφοδιαστικής αλυσίδας και του quick commerce.

Πριν από την ανάληψη των νέων καθηκόντων του, διατελούσε Γενικός Διευθυντής Quick Commerce, θέση την οποία κατείχε από τον Οκτώβριο του 2022. Στο πλαίσιο των αρμοδι-

οτήτων του, είχε την ευθύνη για την ανάπτυξη του efood market, τη σύναψη στρατηγικών συνεργασιών με μεγάλες αλυσίδες super market, αλλά και την επέκταση της παρουσίας της εταιρείας στο φυσικό λιανεμπόριο. Νωρίτερα, είχε διατελέσει senior logistics director της efood, ενώ την περίοδο 2021-2022 κατείχε τη θέση του Senior Marketing Director, με ευθύνη για τον σχεδιασμό και την υλοποίηση της στρατηγικής marketing.



Χάρης Τάκας, COO, Efood

Business Maker

COCA-COLA HBC: ΤΡΕΧΕΙ ΣΤΟΝ ΚΑΦΕ ΜΕ 1.600 ΝΕΑ ΣΗΜΕΙΑ ΜΕΣΑ ΣΕ 10 ΜΗΝΕΣ

Στον καφέ συνεχίζει να πατάει γκάζι η Coca-Cola HBC, με το βάρος να πέφτει πλέον εκεί, όπου η διοίκηση βλέπει μεγαλύτερες ευκαιρίες για κερδοφόρα ανάπτυξη: Στην κατανάλωση εκτός σπιτιού και ειδικότερα στο HoReCa. Η εισηγμένη αναφέρει ότι η δραστηριότητά της στον καφέ έχει ξεπεράσει τα 15.000 σημεία σε 21 αγορές, ενώ μόνο μέσα στο 2026 προστέθηκαν σχεδόν 1.600 νέα σημεία. Κάθε νέο σημείο, όπως επισημαίνει η εταιρεία, αποτελεί και μια διαφορετική εμπορική ευκαιρία, καθώς η πρόταση προσαρμόζεται στο προφίλ του πελάτη και στους καταναλωτές που εξυπηρετεί. Με Costa Coffee και Caffè

Vergnano 1882, η παρουσία της εκτείνεται από τον χώρο εργασίας και την κατανάλωση εν κινήσει έως τα καφέ.

Η λογική δεν είναι μία λύση για όλους. Κάθε κανάλι απαιτεί διαφορετική προσέγγιση, με την εταιρεία να δίνει έμφαση στην premium εμπειρία καφέ. Η κατεύθυνση αυτή έρχεται να επιβεβαιώσει όσα είχε περιγράψει ο CEO της Coca-Cola HBC, Zoran Bogdanovic, όταν η εταιρεία αποφάσισε να αποχωρήσει από το κανάλι των super market. Ο καφές, είχε ξεκαθαρίσει, παραμένει προτεραιότητα, με το βάρος να μεταφέρεται στην εστίαση, το catering και τα ξενοδοχεία, όπου η διοίκηση

εντοπίζει περισσότερες ευκαιρίες για κερδοφόρα ανάπτυξη.

Το στοίχημα, ωστόσο, γίνεται δυσκολότερο εξαιτίας του κόστους. Η ραγδαία άνοδος της πρώτης ύλης την τελευταία διετία ασκεί ισχυρή πίεση στην κατηγορία, περιορίζοντας τα περιθώρια και δοκιμάζοντας την κατανάλωση. "Είμαστε σε μαραθώνιο καθώς θέλουμε να κερδίσουμε στην κατηγορία", είχε υπογραμμίσει ο Bogdanovic, σημειώνοντας ότι η εταιρεία εξακολουθεί να μαθαίνει και να διαβάσει την αγορά. "Βλέπουμε ολιστικά πώς θα χτίσουμε τη δραστηριότητά μας και θα την κάνουμε βιώσιμη", είχε αναφέρει.

Η ΤΙΜΗ ΔΕΝ ΑΡΚΕΙ ΠΙΑ – Η ΑΙ ΑΛΛΑΖΕΙ ΤΟΥΣ ΚΑΝΟΝΕΣ ΤΗΣ ΑΓΟΡΑΣ

Η χαμηλή τιμή δεν είναι πλέον αρκετή για να κερδίσει τον καταναλωτή. Σύμφωνα με έρευνα της BCG, η αγορά αλλάζει ταχύτητα, καθώς αξία, υγεία, νέες μορφές νοικοκυριών και Τεχνητή Νοημοσύνη επηρεάζουν όλο και περισσότερο τις αγοραστικές αποφάσεις. Η έρευνα, σε περισσότερους από 13.000 καταναλωτές και 12 αγορές, δείχνει ότι το 67% δεν θα αγοράσει ένα προϊόν, ακόμη κι αν μπορεί να το πληρώσει, όταν θεωρεί ότι δεν προσφέρει αρκετή αξία. Και εδώ βρίσκεται η παγίδα για τις επιχειρήσεις: Μόλις το 14% των περισσότερων από 1.000 brands που εξετάσε η BCG καταφέρνει να κερδίζει σταθερά τη μάχη του value.

Την ίδια στιγμή, αλλάζει το ίδιο το νοικοκυριό.

Στις ώριμες αγορές, ένα στα τρία αποτελείται πλέον από ένα άτομο, έξι εκατοστιαίες μονάδες περισσότερες από το 2010. Οι συγκεκριμένοι καταναλωτές ξοδεύουν δύο έως τρεις φορές περισσότερα κατά κεφαλήν, παρότι 50%-70% θεωρεί ότι προϊόντα και υπηρεσίες δεν έχουν σχεδιαστεί για τις ανάγκες του. Το αγοραστικό τους ταξίδι έχει επίσης περίπου 30% λιγότερα σημεία επαφής.

Εντύπωση προκαλούν τα ευρήματα για την AI. Η χρήση της στις αγορές σχεδόν τριπλασιάστηκε μέσα σε 18 μήνες. Φθάνει στο 50% στις αναπτυσσόμενες αγορές, στο 43% στα νοικοκυριά υψηλότερου εισοδήματος και στο 42% μεταξύ Gen Z και Millennials. Ακόμη πιο ενδιαφέρον για τα brands: Στο 63% των αγορών

με βοήθεια AI, ο αλγόριθμος προτείνει μάρκες, που διαφορετικά ο καταναλωτής δεν θα εξέταζε. Στο κάδρο μπαίνει και η μακροζωία. Οι λεγόμενοι longevity seekers πλησιάζουν τους τέσσερις στους δέκα καταναλωτές, έχοντας αυξηθεί κατά τέσσερις ποσοστιαίες μονάδες μέσα σε έναν χρόνο.

Οι επιλογές τους επηρεάζουν από διατροφή, fitness και ομορφιά μέχρι πρόληψη και οικονομικό σχεδιασμό. Για τις επιχειρήσεις, η αλλαγή είναι πρακτική: Δεν αρκεί πλέον να βρίσκονται στο σωστό ράφι. Πρέπει να προσφέρουν πειστική αξία και να βρίσκονται ανάμεσα στις επιλογές, που θα εμφανίσει η AI όταν ο πελάτης ζητήσει από έναν αλγόριθμο να ψωνίσει μαζί του.

Business Insight

Η CREDIAPANTELAKIS ΚΑΙ Η ΑΝΑΠΟΦΕΥΚΤΗ ΣΥΓΚΕΝΤΡΩΣΗ ΤΩΝ ΧΡΗΜΑΤΙΣΤΗΡΙΑΚΩΝ

Σε διαδικασία συγκέντρωσης οι χρηματιστηριακές, με την ανακοίνωση **απόκτησης του 70% της Pantelakis Securities από την CrediaBank**, την επικείμενη εξαγορά του 67% έως 80,84% της **Euroxx από την Optima Bank** και τις **επαφές που γίνονται σε μεσαίες εταιρείες του κλάδου** να προϊδεάζουν για όσα ακολουθούν το 2027. Χρονιά που με την αναβάθμιση της ελληνικής αγοράς και από τον οίκο Moody's την πλήρη ένταξη στην κατηγορία των developed markets, προεξοφλείται πως θα αποτελέσει κρησάρα για τις ΑΧΕΠΕΥ.

Τέλη 2027 ο χρηματιστηριακός κλάδος σε ελάχιστα, και μόνον, θα θυμίζει αυτόν που γνωρίζαμε από την δεκαετία του 1990 μέχρι τελευταία, **η εκτίμηση παλαιού παράγοντα ο οποίος είναι σε συζητήσεις με ομόλογό του άλλης εταιρείας για το ενδεχόμενο συνένωσης των δυνάμεων τους**. Κατ' αρχήν **η συμφωνία Ελένης Βρεττού-Νίκου Παντελάκη** έχει ως αποτέλεσμα την ένταξη της ιστορικής χρηματιστηριακής στον όμιλο CrediaBank με την επωνυμία CrediaPantelakis Securities (CPS), διευρύνοντας τις δυνατότητες της τράπεζας στην επενδυτική τραπεζική. Οι πελάτες της τράπεζας θα μπορούν να αξιοποιήσουν ένα ευρύ φάσμα επενδυτικών προϊόντων και υπηρεσιών, ενώ οι πελάτες της χρηματιστηριακής θα μπορούν να έχουν πρόσβαση στις τραπεζικές υπηρεσίες του ομίλου. **Οι συνέργειες αυτές αναμένεται να ενισχύσουν τα έσοδα από προμήθειες και να συμβάλουν στη διαφοροποίηση των πηγών εσόδων της Τράπεζας**, ενώ με περιορισμένες κεφαλαιακές απαιτήσεις.

Συν τω χρόνω, **προχωρά η απόκτηση πλειοψηφικού ποσοστού της Euroxx από την Optima Bank**, διαδικασία που ως προς το ουσιαστικό μέρος της εκτιμάται πως **θα μπορούσε να ολοκληρωθεί πριν τις εορτές των**

Χριστουγέννων. Το κυοφορούμενο deal οδηγεί στην δημιουργία του δεύτερου μεγαλύτερου χρηματιστηριακού σχήματος, έρχεται δε να εναρμονισθεί-όπως αυτό της CrediaBank- με τις εξελίξεις στον χώρο δηλαδή την ένταξη της EXAE στον όμιλο Euronext, την αναβάθμιση της αγοράς στην κατηγορία των αναπτυσσόμενων.

Η Euroxx είναι επί σειρά ετών η πρώτη μη τραπεζική ΑΧΕΠΕΥ στην κατάταξη των μεριδίων αγοράς και η τρίτη σε τζίρους με μερίδιο 12,42% το 2025. Η Optima Bank ήταν έβδομη στα μερίδια αγοράς το 2025 με ποσοστό 5,60% και επί σειρά ετών στην έκτη-έβδομη θέση της κατάταξης. Με ιδιαίτερα ισχυρό τμήμα παραγώγων που της δίνει τη δεύτερη θέση στην κατάταξη των συναλλαγών του ΧΠΑ. Θεωρητικά, οι δύο εταιρίες έχουν αθροιστικό μερίδιο 18%. Με τις συγκεκριμένες δύο κινήσεις ο κλάδος συγκεντρώνεται ακόμη περισσότερο, καθώς: **η Πειραιώς έχει μερίδιο 23,25% (με ισχυρή παρουσία λόγω όγκου και θεσμικών εντολών), η Eurobank Equities 18,52% (με σημαντικό τζίρο σε εγχώριους και ξένους επενδυτές) και περίπου 12% η Euroxx**.

Πρακτικά οι τρεις πρώτοι έχουν το 53%-54% από σύνολο 50 εταιρειών (συμπεριλαμβανόμενων με έδρα την Κύπρο, εξ' αποστάσεως remote members) σε αγορά που το 2026 χαρακτηρίζεται από θεαματική αύξηση συναλλαγών. Μέχρι και την τελευταία εβδομάδα **ο μέσος ημερήσιος τζίρος διαμορφωνόταν στα €358,2 εκατ., κατά 64,3% μεγαλύτερο του 2025, υπερδιπλάσιο του 2024 και με τις εκτιμήσεις για το 2027 να υπερβαίνουν το μισό δισ**. Ωστόσο, η μεγαλύτερη αξία συναλλαγών δεν σημαίνει ανάλογη αύξηση εσόδων/κερδοφορίας καθώς η διοίκηση (Euronext) προχωρά στη θέσπιση νέων χρεώσεων (λ.χ. από 1ης Οκτωβρίου για online trading) αύξηση υφιστάμενων,

κ.λ.π

Τα μερίδια αγοράς των άλλων δύο τραπεζικών χρηματιστηριακών (Alpha Finance AXIA- Εθνική χρηματιστηριακή) παραπέμπουν σε ακόμη μεγαλύτερη συγκέντρωση. Καταλυτικό το ποσοστό, που μαζί με αυτών που συμπληρώνουν την 10-12άδα (UBS, Citigroup, BofA, ΛέωνΔεπόλας, Merit) **αφήνουν ελάχιστα μερίδια για τις άλλες, κυρίως μεσαίες, μικρότερες**.

Μονόδρομος η συνένωση δυνάμεων, όπως στην παλαιότερη περίπτωση της απορρόφησης των **Ηλίας Α. Πετροπουλάκης ΑΕΠΕΥ και Μίδας ΑΕΠΕΥ από την Merit χρηματιστηριακή (Νοέμβριος 2017)**, αλλά και στις πιο πρόσφατες (με μετατροπή σε ΑΕΠΕΥ) και τις τελευταίες (σε εξέλιξη). Αναπόφευκτη η διαδικασία συγχωνεύσεων & εξαγορών (Mergers & Acquisitions), μετά μάλιστα την διάσπαση δι' απόσχισης κλάδου στην EXAE.

Το Χρηματιστήριο και γενικότερα ό,τι αφορά τη διαχείριση και λειτουργία των ρυθμιζόμενων αγορών αξιών και παραγώγων μαζί με τα ακίνητα της EXAE, περνούν σε μια μη εισηγμένη θυγατρική εταιρεία και πλέον η εισηγμένη είναι ένα κέλυφος που κατέχει τη συγκεκριμένη θυγατρική. Το κέλυφος- EXAE θα συγχωνευτεί με το Euronext και έτσι η μη εισηγμένη θυγατρική θα είναι ο βραχίονας, μέσω του οποίου το Euronext θα ελέγχει το Χρηματιστήριο.

Σε αυτή τη συγκυρία, **για τουλάχιστον δύο ΑΧΕΠΕΥ ενεργοποιείται διαδικασία σε ΑΕΠΕΥ (διεύρυνση παροχής επενδυτικών υπηρεσιών, με μικρότερα κόστη), κοινό μυστικό πως επικεφαλής δύο ή τριών εταιρειών είναι σε (πρώιμες) συζητήσεις για το ενδεχόμενο συγχώνευσης**, ενώ συγκεκριμένη boutique χρηματιστηριακή στρέφεται ακόμη πιο στοχευμένα σε προώθηση εταιρικών συμφωνιών.

SECRETCRECIPE

Το turnaround story του project εκτός Αττικής

Και, για να είμαστε πιο συγκεκριμένοι, πρόκειται για την προσπάθεια να προκύψει turnaround story από τον επιχειρηματία, ο οποίος, μόλις είδε ότι τα νούμερα δεν πάνε με βάση το business plan του εκτός Αττικής project, πήρε και τις ανάλογες αποφάσεις. Έτσι, όπως πληροφορείται το FNB Daily, συζητά με έμπειρο στέλεχος της συγκεκριμένης αγοράς, που φημίζεται για την εμμονή του στα νούμερα και την πιστή εφαρμογή στο business plan. Αν οι συζητήσεις έχουν αίσιο τέλος, τότε να περιμένετε κάτι πολύ δυνατό. Για να δούμε...

SO POSH!

the trendletter

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

**Κάθε Σάββατο
στις 9.30**

ΤΟ ΕΒΔΟΜΑΔΙΑΙΟ NEWSLETTER

ΓΙΝΕ ΣΥΝΔΡΟΜΗΤΗΣ ΕΔΩ

Editorial

23,2 δισ. ευρώ και ένα μαθηματικό αδιέξοδο

Το 2008, η τότε κυβέρνηση δημιούργησε τον λογαριασμό του ΑΚΑΓΕ. Δηλαδή, του Ασφαλιστικού Κεφαλαίου Αλληλεγγύης Γενεών. Χρηματοδοτείται από τις κρατήσεις της Εισφοράς Αλληλεγγύης Συνταξιούχων, από περίπου ίσης αξίας κρατική συμμετοχή και από τους τόκους των αποδόσεων του κεφαλαίου.

Ο σκοπός του κουμπαρά είναι να συνδράμει στη χρηματοδότηση των συντάξεων με στόχο την επάρκειά τους στα επόμενα χρόνια. Πόσα χρήματα έχει συγκεντρώσει μέχρι σήμερα (οκτάμηνο 2026);

Όπως διάβασα στο Κεφάλαιο, 23,2 δισ. ευρώ.

Νούμερο, που ακούγεται καθησυχαστικό. Ο κουμπαράς μεγάλωσε κατά 1,4 δισ. σε οκτώ μήνες, έμεινε ανέγγιχτος από το 2019 και θα μπει στο παιχνίδι μετά το 2032.

Τί προβλέπεται να κάνει τότε;

Να καλύπτει, ας πούμε, τις μισές ετήσιες αυξήσεις των συντάξεων με περίπου 300 εκατ. ευρώ.

Αυτό δεν είναι λύση.

Είναι αναβολή.

Το πρόβλημα δεν είναι λογιστικό.

Είναι αριθμητικό.

Το "μαζικό κύμα συνταξιοδοτήσεων", όπως συχνά περιγράφεται στα media, θα κρατήσει ως το 2030-2035 και σημαίνει κάτι απλό. Όλο και περισσότεροι βγαίνουν από την αγορά εργασίας και όλο και λιγότεροι μπαίνουν. Όσοι μένουν πληρώνουν συντάξεις για περισσότερα χρόνια, αφού, ευτυχώς, ζούμε περισσότερο. Προσθέστε την υπογεννητικότητα και τη μνημονιακή ρήτρα για συνταξιοδοτική δαπάνη στο 2,5% του ΑΕΠ έως το 2060. Η εξίσωση κλείνει τότε μόνο με περικοπές, εκτός αν αλλάξουμε τους όρους της. Πώς;

Πρώτον, τέλος σε κάθε μορφή πρόωρης σύνταξης, χωρίς τις "ειδικές κατηγορίες",

που κάθε τόσο ξεφυτρώνουν από το πουθενά. Ένα σύστημα, που δυσκολεύεται να πληρώσει τις κανονικές συντάξεις του αύριο, δεν μπορεί να χρηματοδοτεί τις πρώρες του σήμερα.

Δεύτερον, ουσιαστικά κίνητρα σε όσους φτάνουν στο όριο και θέλουν να συνεχίσουν. Όχι συμβολικά, αλλά τέτοια που να κάνουν την παραμονή στη δουλειά πιο συμφέρουσα από την έξοδο. Κάθε εργαζόμενος, που μένει έναν χρόνο ακόμη, είναι ένας συνταξιούχος λιγότερος και ένας εισφορέας περισσότερος.

Τρίτον, αύξηση των ορίων ηλικίας. Ναι, είναι αντιδημοφιλές. Όμως το προσδόκιμο ζωής αυξάνεται, κάτι που όλοι ευχόμαστε να συνεχιστεί, και οι γεννήσεις μειώνονται. Τα περισσότερα χρόνια εργασίας δεν είναι λοιπόν πολιτική επιλογή, είναι μαθηματικό αποτέλεσμα. Το τίμιο είναι να το εξηγήσουμε στους εργαζόμενους τώρα, όχι να τους το ανακοινώσουμε όταν θα έχει έρθει ο λογαριασμός - που, κατά τη γνώμη μου, έχει ήδη έρθει.

Τέταρτον, πολύ μεγαλύτερο βάρος στην επαγγελματική ασφάλιση. Τα ταμεία επαγγελματικής ασφάλισης είναι ο δεύτερος πυλώνας, που λείπει από ένα σύστημα, το οποίο στηρίζεται σχεδόν αποκλειστικά στο κράτος. Χρειάζονται φορολογικά κίνητρα, απλούστερο πλαίσιο και ενεργή εμπλοκή των επιχειρήσεων.

Ο κουμπαράς είναι χρήσιμος.

Οι κουμπαράδες όμως έχουν ένα γνωστό ελάττωμα: Κάποτε αδειάζουν.

Το ερώτημα είναι αν ως τότε θα έχουμε χτίσει κάτι πιο ανθεκτικό ή αν θα τον σπάμε για να κερδίζουμε λίγο ακόμη χρόνο.

Τόσο απλά.

Νεκτάριος Β. Νώτης
nectarios@notice.gr