7η ΠΑΝΕΛΛΗΝΙΑ
ΕΘΕΛΟΝΤΙΚΗ
ΦΥΤΕΥΣΗ

ΒΙΚΟΣ

we4all

ΑΠΟ ΤΟ ΤΙΠΟΤΑ
ΞΕΚΙΝΑ Η ΖΩΗ.

Την Κυριακή δεν έχω να κάνω ΤΙΠΟΤΑ



δεν μου δίνει περισσότερη χαρά από το να βοηθάω τον πλανήτη.

ΚΥΡΙΑΚΗ | 15 ΝΟΕΜΒΡΙΟΥ

Θρακομακεδόνες, ώρα 12:00 μ.μ.

ΔΕΝ ΦΥΤΕΥΟΥΜΕ ΣΕ ΔΗΜΟΣΙΟΥΣ ΧΩΡΟΥΣ Ή ΔΑΣΗ ΧΩΡΙΣ ΤΗΝ ΚΑΤΑΛΛΗΛΗ ΑΔΕΙΑ.
ΦΥΤΕΥΟΥΜΕ ΕΚΕΙ ΠΟΥ ΜΠΟΡΟΥΜΕ, ΕΚΕΙ ΠΟΥ ΕΠΙΤΡΕΠΕΤΑΙ.

FNB SERVED DAILY.
Food for thought... every day!

ΤΟ ΚΑΘΗΜΕΡΙΝΟ ΨΗΦΙΑΚΟ NEWSLETTER ΓΙΑ ΤΟΝ ΚΛΑΔΟ ΤΡΟΦΙΜΩΝ & ΠΟΤΩΝ

Με τη συνεργασία του TotalFoodService
FOODSERVICE NEWS • INDUSTRY TRENDS • EXCLUSIVE INTERVIEWS

ΠΕΜΠΤΗ 12 ΝΟΕΜΒΡΙΟΥ 2026
ΤΕΥΧΟΣ 2432



• DRS HELLAS
Πράσινο φως για 8.700 σημεία επιστροφής – Διευκρινίσεις ζητά η αγορά για την έναρξη του συστήματος



• ΦΕΤΑ
Πρωτοβουλίες για προστασία σε τρίτες χώρες μετά την κατοχύρωση στην Μαλαισία



• FORLABELS
Νέες συνεργασίες σε τρόφιμο και φάρμακο φέρνουν ανάπτυξη κοντά στο 10%





• DEAS OLIVES
Στο στόχαστρο Ινδία και Κίνα – Νέες επενδύσεις στις παραγωγικές μονάδες

Editorial
Η γκρίνια ως πιστοποιητικό προόδου

Debrief
Με τον Σταυρό στο χέρι

Business Insight
Η IPO της Anthropic προϊδεάζει για Santa Clauss rally;

Business Maker
- Πού θα έριχνε €100 εκατ. ο Γεροστεργιούδης της Μασούτης
- Pizza Fan: Τα δύο τηλεφωνήματα για… μια πίτσα και η επιστροφή με προσφορές

SecretRecipe
Πού ανοίγει το πρώτο Better Sushi στην Αθήνα - Το ακίνητο και το μίσθωμα

• FORLABELS

ΝΕΕΣ ΣΥΝΕΡΓΑΣΙΕΣ ΣΕ ΤΡΟΦΙΜΟ ΚΑΙ ΦΑΡΜΑΚΟ ΦΕΡΝΟΥΝ ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΚΟΝΤΑ ΣΤΟ 10%

Με ρυθμό ανάπτυξης όχι μακριά από τους αρχικούς στόχους κλείνει το έτος η Forlabels, έχοντας παράλληλα καταφέρει να διευρύνει το πελατολόγιό της στους κλάδους των τροφίμων και των φαρμάκων.

"Ο τζίρος μας θα είναι αυξημένος κατά 8%-9%. Ιδανικά θα θέλαμε διψήφιο νούμερο ωστόσο, με δεδομένο το κλίμα και την κατάσταση της αγοράς, μπορώ να πω ότι είμαστε ικανοποιημένοι", δηλώνει στο FnB Daily ο Managing & Sales Director, Αυγερινός Χατζηχρυσός.

"ΚΑΘΗΜΕΡΙΝΟΣ ΑΓΩΝΑΣ"

"Δίνουμε βέβαια μεγάλη μάχη για να κρατήσουμε τα ποσοστά αυτά. Υπάρχουν περίοδοι που οι εισερχόμενες εργασίες μπορεί να περιορίζονται σε ημερήσια βάση στα €30 χιλ. ευρώ και κάποιες άλλες να φτάνουν τα €150 χιλ.

Η ουσία είναι ο μέσος όρος της εβδομάδες και, κατ' επέκταση, του μήνα να έχει ένα ποσοστό με θετικό πρόσημο και να βρίσκεται κοντά σε αυτό που έχεις θέσει ως στόχο από την αρχή της χρονιάς", συμπληρώνει.

DATA (σε €χιλ.)

Κύκλος Εργασιών
2025: 13.596
2024: 12.745
2023: 12.139

EBIT
2025: 1.226
2024: 780
2023: 931

Αποτέλεσμα προ φόρων
2025: 1.046
2024: 543
2023: 679

Κομβικό ρόλο στην αύξηση των πωλήσεων έπαιξαν οι νέες συνεργασίες που ανέπτυξε η εταιρεία με τη βιομηχανία φαρμάκου, τόσο σε επίπεδο ευθύνης προϊόντων όσο και μεγεθών (capacity). Ομοίως και στα τρόφιμα, όπου οι περισσότερες καινούργιες συνεργασίες αφορούσαν επιχειρήσεις με έντονο εξαγωγικό χαρακτήρα.



Αυγερινός Χατζηχρυσός, Managing & Sales Director, Forlabels

ΕΥΚΑΜΠΤΗ ΣΥΣΚΕΥΑΣΙΑ ΚΑΙ ΝΕΕΣ, ΒΙΩΣΙΜΕΣ ΛΥΣΕΙΣ

Σε προϊοντικό επίπεδο, σύμφωνα με τον κ. Χατζηχρυσό, η Forlabels έδωσε φέτος μεγαλύτερη βαρύτητα στο κομμάτι της εύκαμπτης συσκευασίας, μια κατηγορία που κερδίζει ολοένα και μεγαλύτερο μερίδιο αγοράς.

"Είναι ένας τομέας όπου αθροίζουμε περισσότερες συνεργασίες. Με την ποιοτική εκτύπωση, τη γρήγορη παράδοση, το χαμηλό προϊόντικό κόστος και τα μικρά τιράζ έχουμε γίνει η επιλογή εταιρειών που αναπτύσσουν νέους κωδικούς για την ελληνική αγορά ή ετοιμάζουν κάποιους υπάρχοντες για το εξωτερικό", υπογραμμίζει.

Κινητικότητα συνεχίζει να υπάρχει και στα shrink sleeves, όπως επίσης και στην βιώσιμη συσκευασία. "Υπάρχουν καινούργια υλικά τα οποία επικοινωνούμε όσο μπορούμε περισσότερο στους συνεργάτες μας προκειμένου να τα γνωρίσουν. Συχνά μάλιστα- και αντίθετα με ό,τι θα ενδεχομένως θα πίστευε κανείς- οι λύσεις αυτές δεν απέχουν πολύ σε επίπεδο τιμής από τα υφιστάμενα".

ΕΠΙΛΕΓΕΙ ΚΑΤΑΣΚΕΥΑΣΤΗ ΓΙΑ ΤΟ ΕΠΕΝΔΥΤΙΚΟ

Εντός του 2027 αναμένεται να ξεκινήσει να υλοποιείται η επένδυση ύψους €4 εκατ. που έχει σχεδιάσει η εταιρεία για την επέκταση των εγκαταστάσεών της στο Σχηματάρι. Για το σκοπό αυτό μάλιστα επενδύσει, εδώ και μια πενταετία τουλάχιστον, σε όμορο οικόπεδο.

"Είναι κάτι που πρέπει να γίνει καθώς στο υπάρχον συγκρότημα είμαστε ήδη... στριμωγμένοι. Εκτός από το κτιριακό κομμάτι που θα συνοδευτεί και με μεγαλύτερους αποθηκευτικούς χώρους για πρώτες ύλες και έτοιμο προϊόν, το έργο περιλαμβάνει και νέο μηχανολογικό εξοπλισμό για την προσθήκη καινούργιων προϊόντων στη γκάμα μας", εξηγεί ο κ. Χατζηχρυσός.

Αυτό το διάστημα η εταιρεία είναι σε διαδικασία επιλογής κατασκευαστή. Μέρος της επένδυσης, όπως διευκρινίζει, θα επιδιωχθεί να ενταχθεί σε αναπτυξιακά προγράμματα.

Γιάννης Τσατσάκης
yannis@notice.gr

• DRS HELLAS

ΠΡΑΣΙΝΟ ΦΩΣ ΓΙΑ 8.700 ΣΗΜΕΙΑ ΕΠΙΣΤΡΟΦΗΣ – ΔΙΕΥΚΡΙΝΙΣΕΙΣ ΖΗΤΑ Η ΑΓΟΡΑ ΓΙΑ ΤΗΝ ΕΝΑΡΞΗ ΤΟΥ ΣΥΣΤΗΜΑΤΟΣ

Στην ανάπτυξη του συστήματος εγγυοδοτικής ανακύκλωσης συσκευασιών ποτών περνά η DRS Hellas, μετά την αδειοδότησή της από τον Ελληνικό Οργανισμό Ανακύκλωσης, με σχεδιασμό για 8.700 σημεία επιστροφής σε πλήρη ανάπτυξη εντός του 2027. Η έγκριση ενεργοποιεί την υλοποίηση του επιχειρησιακού σχεδίου, ενώ η αγορά αναμένει διευκρινίσεις για τον χρόνο έναρξης και τη διάθεση των προϊόντων με τις νέες επισημάνσεις.

Η Πρόεδρος του Διοικητικού Συμβουλίου, Μαρία Αναργύρου-Νίκολιτς, συνέδεσε την αδειοδότηση με τη μετάβαση από τον σχεδιασμό στην υλοποίηση, θέτοντας ως προτεραιότητες τη διαφάνεια, το ορθολογικό κόστος και την πρόσβαση των καταναλωτών.

Όπως αναφέρουν στο FnB Daily πηγές της αγοράς εμφιάλωσης, η απόφαση αποτελεί βήμα που καθυστερούσε, χωρίς ωστόσο να δίνει στον κλάδο σαφή ημερομηνία εφαρμογής. "Το ότι εγκρίθηκε αποτελεί την πιο σημαντική είδηση από μόνη της για την ώρα", εξηγούν.

Οι ίδιες πηγές συνδέουν την έναρξη με την ολοκλήρωση του 65% των υποδομών, ποσοστό που, σύμφωνα με τον σχεδιασμό της DRS Hellas, προβλέπεται να έχει εγκατασταθεί κατά την εκκίνηση του συστήματος σε όλη την Επικράτεια.



Μαρία Αναργύρου - Νίκολιτς, Πρόεδρος Διοικητικού Συμβουλίου, DRS Hellas

ΕΚΚΡΕΜΕΙ ΤΟ ΧΡΟΝΟΔΙΑΓΡΑΜΜΑ

Για τους εμφιαλωτές, βασικό ζητούμενο παραμένει το πότε θα κυκλοφορήσουν στην αγορά τα προϊόντα που θα εντάσσονται στο DRS. Σύμφωνα με τις ίδιες πηγές, ο κλάδος έχει προετοιμαστεί ως προς τις ετικέτες και τις απαιτούμενες επισημάνσεις, αλλά περιμένει συγκεκριμένες οδηγίες για την εφαρμογή.

Η άδεια δόθηκε με την απόφαση 240.1/9.11.2026 του Διοικητικού Συμβουλίου του ΕΟΑΝ, με αριθμό πρωτοκόλλου 4752/10.11.2026. Για τις επιχειρήσεις, το επόμενο ζητούμενο είναι η εξειδίκευση του χρονοδιαγράμματος και των όρων εφαρμογής, ώστε να προσδιοριστεί πότε θα περάσουν τα προϊόντα και τα σημεία επιστροφής στη λειτουργία του DRS.

Επισημαίνεται ότι ο ΕΟΑΝ ενέκρινε ένα επιχειρησιακό σχέδιο και ότι η έγκριση αυτή δεν αποτελεί νέα νομοθεσία. Αναμένουν, συνεπώς, διευκρινίσεις για τα ερωτήματα των παραγωγών και για το ενδεχόμενο αλλαγών στις Κοινές Υπουργικές Αποφάσεις που εξειδικεύουν την εφαρμογή του συστήματος.

Κατά τις ίδιες πληροφορίες, προετοιμάζονται επιστολές με αιτήματα διευκρινίσεων από την πλευρά της εμφιάλωσης και άλλων κλαδικών φορέων, μεταξύ των οποίων ο ΣΕΒΑΚ. Στον ΣΕΦΥΜΕΝ αναμένεται ακόμη η συγκέντρωση της εικόνας από τα μέλη, ενώ σημαντικό μέρος των απαντήσεων για την επιχειρησιακή εφαρμογή αναμένεται από την DRS Hellas.

ΤΙ ΕΞΕΤΑΖΟΥΝ ΟΙ ΑΛΥΣΙΔΕΣ

Ανοιχτά παραμένουν και τα πρακτικά ζητήματα εγκατάστασης των υποδομών στο λιανεμπόριο. Σύμφωνα με πηγές από την εγχώρια αγορά super marketr, μόλις παρουσιάστηκαν οι τύποι των μηχανημάτων επιστροφής και οι αλυσίδες καλούνται να εξετάσουν τη χωρητικότητα των καταστημάτων τους.

Το δίκτυο προβλέπεται να αναπτυχθεί σε super market, επιλεγμένα σημεία πώλησης, δημόσιους χώρους και περιοχές τουριστικού ενδιαφέροντος. Η επιστροφή των συσκευασιών θα πραγματοποιείται τόσο μέσω αυτόματων μηχανημάτων, των Reverse Vending Machines, όσο και χειρωνακτικά. Ο σχεδιασμός λαμβάνει υπόψη τη γεωγραφία της χώρας, τη νησιωτικότητα, την εποχικότητα της κατανάλωσης και τον τουρισμό. Σε πλήρη ανάπτυξη, εντός του 2027, προβλέπονται 8.700 σημεία επιστροφής, ενώ ο στόχος για τη χωριστή συλλογή τοποθετείται σε τουλάχιστον 90% από το 2029.

ΟΙ ΕΓΓΥΗΣΕΙΣ ΑΝΑ ΣΥΣΚΕΥΑΣΙΑ

Το σύστημα αφορά πλαστικές φιάλες και μεταλλικές συσκευασίες αλουμινίου ποτών μίας χρήσης έως 3 λίτρα. Κατά την αγορά, ο καταναλωτής θα καταβάλλει εγγύηση €0,10 για συσκευασίες έως 0,5 λίτρου και €0,15 για συσκευασίες άνω των 0,5 και έως 3 λίτρα.

Με την επιστροφή της άδειας συσκευασίας σε εγκεκριμένο σημείο θα λαμβάνει ολόκληρο το ποσό μέσω απόδειξης επιστροφής, την οποία θα μπορεί να εξαργυρώνει στις αγορές του. Το πλαστικό και το αλουμίνιο θα συλλέγονται χωριστά, ώστε να αξιοποιούνται ξανά ως πρώτη ύλη για νέες συσκευασίες.

Το DRS καλύπτει την επιστροφή, τη συλλογή, την καταγραφή, τη διαλογή και την ανακύκλωση των συσκευασιών, ακολουθώντας μοντέλο που, σύμφωνα με την DRS Hellas, εφαρμόζεται ήδη σε 19 ευρωπαϊκές χώρες.

ΥΠΟΔΟΜΕΣ - ΥΠΗΡΕΣΙΕΣ

Υπενθυμίζεται ότι στην DRS Hellas συμμετέχουν παραγωγοί ποτών και επιχειρήσεις λιανικής, συνεισφέροντας τεχνογνωσία, επιχειρησιακή εμπειρία και πόρους. Η εταιρεία λειτουργεί χωρίς σκοπό διανομής κερδών από το σύστημα, με τους διαθέσιμους πόρους να επανεπενδύονται στο δίκτυο επιστροφής, στις ψηφιακές υποδομές, στη συλλογή, στη μεταφορά και στη διαλογή των συσκευασιών, καθώς και στην ενημέρωση των καταναλωτών.

Σύμφωνα με τον Γενικό Διευθυντή της DRS Hellas, Μιχάλη Παναγιωτάκη, πριν από την αδειοδότηση προηγήθηκαν η κατάθεση του επιχειρησιακού σχεδίου και διαγωνιστικές διαδικασίες βάσει διεθνών προτύπων. Με την έγκριση αρχίζει η ανάπτυξη των υποδομών και των υπηρεσιών που απαιτούνται για την πανελλαδική λειτουργία.

Στέλλα Αυγουστάκη
stella@notice.gr

• PLESIO

ΣΥΜΦΩΝΙΑ ΓΙΑ ΑΝΑΔΙΑΡΘΡΩΣΗ ΧΡΕΟΥΣ €1,4 ΔΙΣ. ΚΑΙ ΑΜΚ €390 ΕΚΑΤ.

Προκαταρκτική συμφωνία με τον βασικό της μέτοχο, Daniel Kretinsky, για την αναδιάρθρωση χρέους €1,4 δισ. που λήγει τον Μάρτιο του 2027 ανακοίνωσε η γαλλική Plesio, πρώην Casino, στη δεύτερη αναδιάρθρωση μέσα σε λιγότερο από δύο χρόνια.

Η συμφωνία περιλαμβάνει αύξηση κεφαλαίου €390 εκατ. από την France Retail Holdings, που ελέγχει η κοινοπραξία του Daniel Kretinsky, η οποία μπορεί να ανεβάσει τη συμμετοχή της στην Plesio σε περίπου 80%, ενώ το χρέος θα μειωθεί στα €800 εκατ., με επέκταση της λήξης κατά πέντε χρόνια και χαμηλότερα επιτόκια. Στόχος είναι η συμφωνία να οριστικοποιηθεί στις 19 Δεκεμβρίου.



Philippe Palazzi, CEO, όμιλος Casino

ΠΙΕΣΗ ΑΠΟ ΤΑ NON-FOOD

Τις πωλήσεις του τριμήνου βάρυνε η υποχώρηση των non-food, κυρίως τον Σεπτέμβριο, με την εταιρεία να επισημαίνει την επιδείνωση του οικονομικού περιβάλλοντος, σε μια περίοδο που η καταναλωτική εμπιστοσύνη στην Γαλλία έπεσε τον Οκτώβριο στο χαμηλότερο επίπεδο από τον Ιούνιο του 2013.

Η Plesio επιβεβαίωσε τον στόχο για μηδενικές ελεύθερες ταμειακές ροές πριν από χρηματοοικονομικά έξοδα το 2026, ενώ ο CEO, Philippe Palazzi, δεν απέκλεισε την απόκτηση νέων brands, κυρίως στο φαγητό σε πακέτο.

"ΜΕΓΑΛΥΤΕΡΗ ΕΠΙΠΤΩΣΗ" ΑΠΟ ΤΙΣ ΤΑΡΑΧΕΣ

Η κυβερνοεπίθεση των αρχών Οκτωβρίου σε εκατοντάδες γαλλικά super market έπληξε περίπου 33 καταστήματα Monoprix της Plesio, με απώλειες κάτω από €300.000, όμως οι ταραχές που ξεκίνησαν στις 17 Οκτωβρίου προκάλεσαν ζημιές σε περίπου 50 καταστήματα από λεπλασίες ή βανδαλισμούς. "Αυτό που είχε κάπως μεγαλύτερη επίπτωση στον όμιλο ήταν οι ταραχές της 17ης Οκτωβρίου", σημείωσε ο Philippe Palazzi.

• MARS

ΕΠΕΝΔΥΣΕΙΣ ΡΕΚΟΡ $1,4 ΔΙΣ. ΣΤΙΣ ΗΠΑ ΤΟ 2027

Περίπου $1,4 δισ. σχεδιάζει να επενδύσει η Mars το 2027 στις παραγωγικές μονάδες και τις λειτουργίες της στις ΗΠΑ, το μεγαλύτερο ποσό που έχει διαθέσει σε μία χρονιά, σύμφωνα με την εταιρεία. Οι επενδύσεις θα λειτουργήσουν ως επιταχυντής για το διευρυνόμενο χαρτοφυλάκιο snacks, επιτρέποντας κλιμάκωση προϊόντων και καινοτομία, ενώ θα χρηματοδοτήσουν τον εκσυγχρονισμό υφιστάμενων μονάδων, τη βελτίωση της εφοδιαστικής αλυσίδας και τη γεωγραφική επέκταση.

DATA
Επενδύσεις στις ΗΠΑ (2027): ~$1,4 δισ.
Εξαγορά Kellanova: $36 δισ.
Νέες μονάδες από την Kellanova: 15
Προϊόντα που πωλούνται στις ΗΠΑ και παράγονται εκεί: 94%
Εργαζόμενοι στις ΗΠΑ: ~80.000



Poul Weihrauch, CEO, Mars

ΠΕΡΑ ΑΠΟ ΣΟΚΟΛΑΤΑ ΚΑΙ ΤΣΙΧΛΑ

Η Mars διευρύνει το χαρτοφυλάκιό της πέρα από τη σοκολάτα και την τσίχλα, με την εξαγορά της Kellanova να δημιουργεί έναν κολοσσό των snacks με brands όπως M&M's, Extra, Pringles και Pop-Tarts.

Μόνο μέσα στο 2026 έχει ήδη επενδύσει $60 εκατ. για το brand φρουτένιων snack Trü Frü και $49 εκατ. σε μονάδα υγρής τροφής για κατοικίδια στο Οχάιο, ενώ, με τις 15 μονάδες που πρόσθεσε η Kellanova, θα συνεχίσει τις στρατηγικές επενδύσεις για τον εκσυγχρονισμό των εργοστασίων της στις ΗΠΑ.

ΚΥΜΑ ΕΠΕΝΔΥΣΕΩΝ ΣΤΟΝ ΚΛΑΔΟ

Παρά τις πληθωριστικές πιέσεις, οι εταιρείες τροφίμων και ποτών συνεχίζουν να επενδύουν στην παραγωγή στις ΗΠΑ, κυρίως σε κατηγορίες όπως τα high-protein, και στον εκσυγχρονισμό μονάδων για αποδοτικότητα. Τα σχεδιαζόμενα έργα ανακαίνισης και αναβάθμισης εξοπλισμού στον κλάδο αυξήθηκαν 27,6% τον Σεπτέμβριο σε σχέση με τον Αύγουστο, σύμφωνα με την Industrial SalesLeads.

• DOLE HELLAS

ΕΣΠΑΣΕ ΤΟ ΦΡΑΓΜΑ ΤΩΝ €100 ΕΚΑΤ., ΒΛΕΠΕΙ ΠΕΡΑΙΤΕΡΩ ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΦΕΤΟΣ - ΣΕ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΑ Η ΝΕΑ ΑΠΟΘΗΚΗ ΣΤΟΝ ΑΣΠΡΟΠΥΡΓΟ

Μικρή αύξηση των πωλήσεων με συνέχεια των κερδοφόρων χρήσεων αναμένει για φέτος η διοίκηση της Dole Fresh Fruits Hellas, η οποία αναμένει να μειώσει ταυτόχρονα τις γενικές δαπάνες και το κόστος πωληθέντων, ως ποσοστό του κύκλου εργασιών της. Παράλληλα, προσπαθεί να διευρύνει το πελατολόγιο και την εξωστρέφεια στις περιοχές που παρουσιάζουν ενδιαφέρον.

Στο τέλος του περασμένου Φεβρουαρίου, η εταιρεία έθεσε υπό λειτουργία τον νέο αποθηκευτικό της χώρο στον Ασπρόπυργο, γεγονός που θα συμβάλλει στην εξοικονόμηση πόρων από τη μείωση του κόστους αποθήκευσης, καθώς και στην καλύτερη οργάνωση των διαδικασιών αποθήκευσης και διανομής.

DATA (σε €χιλ.)
Κύκλος εργασιών
2025: 112.530
2024: 96.290
2023: 97.790
2022: 82.963
Μικτό αποτέλεσμα
2025: 6.103
2024: 5.621
2023: 7.775
2022: 4.425
Κέρδη προ φόρων
2025: 1.032
2024: 1.501
2023: 3.527
2022: 858
Κέρδη μετά από φόρους
2025: 674
2024: 1.151
2023: 2.717
2022: 681

ΑΝΑΠΤΥΞΗ 17% ΤΟ 2025

Πέρυσι ο κύκλος εργασιών της εταιρείας ενισχύθηκε κατά 16,87%, εξέλιξη που οφείλεται στην ελαφριά αύξηση της κατανάλωσης. Ταυτόχρονα, παρατηρήθηκε αύξηση κατά 17,4%, στο κόστος πωλήσεων το οποίο διαμορφώθηκε σε €106,43 εκατ., ενώ στην τελική γραμμή του ισολογισμού η κερδοφορία ήταν μειωμένη. Το γεγονός αυτό αποδίδεται στα αυξημένα έξοδα διάθεσης (κατά περίπου €500 χιλ.) και άλλα επιπλέον έξοδα (επίσης κατά €500 χιλ. σε σχέση με το 2024).



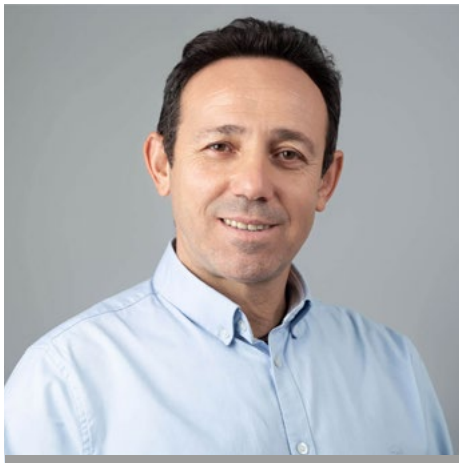
ΑΓΟΡΕΣ ΦΡΟΥΤΩΝ

Για αγορές φρούτων δαπανήθηκαν πέρυσι €82,75 εκατ. έναντι €73,6 εκατ. το 2024.

DATA από που αγόρασε τα φρούτα (σε €χιλ.)
Tropical Fruit Europe (ΗΠΑ)
2025: 81.491
2024: 70.799
Dole South Africa (N. Αφρική)
2025: 530
2024: 1.001
Dole Chile (Χιλή)
2025: 456
2024: 336
Dole Italia (Ιταλία)
2025: 377
2024: 858
Dole Europe (Γερμανία)
2025: 102
2024: 535
Dole Fresh Rom (Ρουμανία)
2025: 56
2024: 260

ΑΥΞΗΣΗ ΙΔΙΩΝ ΚΕΦΑΛΑΙΩΝ

Τα ίδια κεφάλαια αυξήθηκαν περαιτέρω σε σχέση με τη χρήση 2024, ως αποτέλεσμα της συνεχόμενης κερδοφορίας, για έβδομη συνεχόμενη χρονιά, με αποτέλεσμα από το



Στάθης Πισλής, Γενικός Διευθυντής, Dole Hellas

93,76% που ήταν το ποσοστό των ιδίων κεφαλαίων που αντιστοιχούσε σε σχέση με το εταιρικό κεφάλαιο την 31/12/2024, να αυξηθεί σε 104,51%.

ΚΑΘΟΔΙΚΟ GUIDANCE ΓΙΑ ΤΗ ΜΗΤΡΙΚΗ

Αναφορικά με την πορεία της μητρικής φέτος, σημειώνεται ότι το εννεάμηνο έκλεισε με πωλήσεις $7,2 δισ. και προσαρμοσμένα EBITDA $301 εκατ. Οι επιδόσεις αυτές οδήγησαν τη διοίκηση σε καθοδική αναθεώρηση του guidance για το σύνολο του 2026 στα $380-$390 εκατ. για τα προσαρμοσμένα EBITDA (από $400 εκατ. πριν).

DATA μητρική εννεάμηνο (σε $εκατ.)
Πωλήσεις
2026: 7.208
2025: 6.807
2024: 6.308
2023: 6.173
Προσαρμοσμένα EBITDA
2026: 301
2025: 323
2024: 318
2023: 308
Καθαρά κέρδη
2026: 90
2025: 101
2024: 175
2023: 127

Μάκης Αποστόλου
makis@notice.gr

• ΦΕΤΑ

ΠΡΩΤΟΒΟΥΛΙΕΣ ΓΙΑ ΠΡΟΣΤΑΣΙΑ ΣΕ ΤΡΙΤΕΣ ΧΩΡΕΣ ΜΕΤΑ ΤΗΝ ΚΑΤΟΧΥΡΩΣΗ ΣΤΗΝ ΜΑΛΑΙΣΙΑ

Τη δυνατότητα κατοχύρωσης της ονομασίας "Φέτα" σε περισσότερες αγορές εκτός Ευρωπαϊκής Ένωσης προτίθεται να εξετάσει η Εθνική Διεπαγγελματική Οργάνωση Φέτας (ΕΔΟΦ), μετά την ολοκλήρωση της καταχώρισής της ως Γεωγραφικής Ένδειξης στην Μαλαισία.

Όπως ανέφερε στο FnB Daily ο πρόεδρος της ΕΔΟΦ, Μιχάλης Σαράντης, η οργάνωση θα εξετάσει, σε συνεργασία με εξειδικευμένο δικηγορικό γραφείο, τις δυνατότητες νομικής προστασίας της ονομασίας σε άλλες τρίτες χώρες. Η διερεύνηση θα αφορά και αγορές στις οποίες δεν έχει εμφανιστεί πρόβλημα, καθώς πρόθεση είναι η προστασία να επιδιώκεται προληπτικά, πριν προκύψουν περιστατικά που απαιτούν παρέμβαση.

Η κατεύθυνση αυτή μεταφέρει το βάρος από την αντιμετώπιση μεμονωμένων υποθέσεων στη διερεύνηση των περιθωρίων κατοχύρωσης της ονομασίας ανά χώρα. Σύμφωνα με τον κ. Σαράντη, "η Διεπαγγελματική δεν πρόκειται να περιμένει την εμφάνιση ενός προβλήματος για να εξετάσει τις διαθέσιμες ενέργειες".

Ο ίδιος διευκρίνισε ότι αυτή τη στιγμή δεν υπάρχει άλλη συγκεκριμένη ανοιχτή υπόθεση σε εκκρεμότητα. Επομένως, ο σχεδιασμός βρίσκεται στο στάδιο της διερεύνησης και δεν αφορά ήδη δρομολογημένες διαδικασίες καταχώρισης σε συγκεκριμένες χώρες.



ΤΙ ΑΛΛΑΖΕΙ ΣΤΗΝ ΜΑΛΑΙΣΙΑ

Η καταχώριση της φέτας ως Γεωγραφικής Ένδειξης δημοσιεύθηκε στις 9 Νοεμβρίου 2026 από την αρμόδια αρχή διανοητικής ιδιοκτησίας της Μαλαισίας, Intellectual Property Corporation of Malaysia - MyIPO. Η ολοκλήρωση της διαδικασίας γνωστοποιήθηκε από την Ευρωπαϊκή Επιτροπή στις ελληνικές αρχές.

Με την καταχώριση, η ονομασία "Φέτα" αποκτά επίσημη νομική προστασία στη συγκεκριμένη αγορά. Ενισχύεται έτσι η δυνατότητα αντιμετώπισης της μη εξουσιοδοτημένης χρήσης της και προστατεύονται οι παραγωγοί και οι τυροκομικές επιχειρήσεις που τηρούν τις προβλεπόμενες προδιαγραφές της Φέτας ΠΟΠ.

Για τις ελληνικές επιχειρήσεις, η σημασία της εξέλιξης συνδέεται με τη διαφύλαξη της ταυτότητας και της προστιθέμενης αξίας του προϊόντος στην αγορά της Μαλαισίας. Η κατοχύρωση δημιουργεί ευνοϊκότερες προϋποθέσεις για την εμπορική παρουσία της ελληνικής φέτας, χωρίς αυτό να συνεπάγεται από μόνο του αύξηση πωλήσεων ή νέες εμπορικές συμφωνίες.

Η διαδικασία εντάσσεται στην ευρύτερη προσπάθεια προστασίας των ευρωπαϊκών Γεωγραφικών Ενδείξεων σε τρίτες χώρες, σε συνεργασία με την Ευρωπαϊκή Επιτροπή και τις αρμόδιες ελληνικές αρχές. Ο Γενικός Γραμματέας Αγροτικής Ανάπτυξης και Τροφίμων, Σπύρος Πρωτοψάλτης, συνέδεσε την κατοχύρωση με τη διασφάλιση της αυθεντικότητας του προϊόντος και την αποτροπή αθέμιτων πρακτικών.

Η ΠΡΟΣΤΑΣΙΑ ΟΝΟΜΑΣΙΑΣ & ΤΟ ΘΕΜΑ ΤΗΣ ΕΠΑΡΚΕΙΑΣ

Οι πρωτοβουλίες για τη νομική προστασία στις διεθνείς αγορές εξελίσσονται σε μια περίοδο κατά την οποία η ελληνική τυροκομία αντιμετωπίζει περιορισμένη διαθεσιμότητα πρώτης ύλης. Το ζήτημα είχε αναδείξει ο κ. Σαράντης μιλώντας λίγες ημέρες πριν στο συνέδριο Food Forward που διοργάνωσε η Notice Content & Services, τοποθετώντας την επάρκεια γάλακτος στην πρώτη θέση των προβλημάτων της φέτας.

Με βάση την εικόνα του οκταμήνου, εκτίμησε ότι η μείωση της παραγωγής γάλακτος θα φθάσει τους 70–80 χιλ. τόνους στο σύνολο του έτους. Η περιορισμένη διαθεσιμότητα μεταφέρεται στην παραγωγή των τυροκομείων και στη δυνατότητά τους να καλύψουν τη ζήτηση τόσο στην εγχώρια αγορά όσο και στο εξωτερικό.



Μιχάλης Σαράντης, Πρόεδρος, ΕΔΟΦ

Σύμφωνα με την εικόνα που περιέγραψε, τα τυροκομεία εμφανίζονται χωρίς αποθέματα, ενώ έχουν περιοριστεί οι προωθητικές ενέργειες, καθώς δεν υπάρχουν πρόσθετες ποσότητες προς πώληση. Η στενότητα, επομένως, επηρεάζει και την εμπορική διαχείριση του προϊόντος, περιορίζοντας τα περιθώρια διάθεσης επιπλέον όγκων μέσω προσφορών.

Στέλλα Αυγουστάκη
stella@notice.gr

• DEAS OLIVES

ΣΤΟ ΣΤΟΧΑΣΤΡΟ ΙΝΔΙΑ ΚΑΙ ΚΙΝΑ – ΝΕΕΣ ΕΠΕΝΔΥΣΕΙΣ ΣΤΙΣ ΠΑΡΑΓΩΓΙΚΕΣ ΜΟΝΑΔΕΣ

Σχεδόν το σύνολο του κύκλου εργασιών της DEAS Olives προέρχεται από τις διεθνείς αγορές, με την εταιρεία να κατευθύνει στο εξωτερικό περίπου το 99% των πωλήσεών της. Η αμερικανική αγορά, ο Καναδάς, η Βρετανία, η Γερμανία και η Γαλλία αποτελούν βασικούς προορισμούς των προϊόντων της, ενώ η Ασία βρίσκεται στο επίκεντρο της μακροπρόθεσμης στρατηγικής της. Όπως ανέφερε ο Χρήστος Δέας της DEAS Olives, μιλώντας στο FnB Daily, ακόμη και τα προϊόντα που διατίθενται στην ελληνική αγορά καταλήγουν, μέσω της τυποποίησής τους, να κατευθύνονται στο εξωτερικό. Η εταιρεία έχει αναπτύξει εξαγωγική δραστηριότητα σε πολλές αγορές διεθνώς, με τις ΗΠΑ και τον Καναδά να συγκαταλέγονται στους σημαντικότερους προορισμούς της.

Ιδιαίτερο ενδιαφέρον παρουσιάζουν, σύμφωνα με τον ίδιο, οι αγορές της Ινδίας και της Κίνας, οι οποίες θα μπορούσαν να αποτελέσουν σημαντικές ευκαιρίες ανάπτυξης μέσα στην επόμενη δεκαετία. Ωστόσο, η διεύρυνση της παρουσίας σε αυτές προϋποθέτει και μεγαλύτερη εξοικείωση των καταναλωτών με τις μεσογειακές διατροφικές συνήθειες και τα προϊόντα ελιάς.

ΝΕΕΣ ΨΗΤΕΣ ΕΛΙΕΣ

Στο πλαίσιο της ανανέωσης της προϊοντικής της γκάμας, η DEAS Olives έχει λανσάρει τα



Χρήστος Δέας, Deas Olives

Doughpacks, μια νέα σειρά ψητών ελιών με διαφορετικές μαρινάδες. Η τελική διαμόρφωση των κωδικών συνδέεται με τις επιλογές τυποποίησης και τις απαιτήσεις της συσκευασίας. Η συγκεκριμένη προσέγγιση επιτρέπει στην επιχείρηση, όπως μας σχολίασε, να προσαρμόζει την εμπορική της πρόταση στις ανάγκες των πελατών και των αγορών στις οποίες δραστηριοποιείται, διατηρώντας παράλληλα μια σειρά βασικών προϊόντων.

Η ΣΥΓΚΟΜΙΔΗ ΚΑΙ ΤΟ ΑΥΞΗΜΕΝΟ ΕΡΓΑΤΙΚΟ ΚΟΣΤΟΣ

Σε ό,τι αφορά τη φετινή παραγωγική περίοδο, η συγκομιδή ελιών ήταν ελαφρώς μειωμένη σε σχέση με την προηγούμενη χρονιά, η οποία είχε καταγράψει αυξημένη τιμή προϊόντος. Ο κ. Δέας επισημαίνει, παράλληλα, ότι η εξεύρεση εργατικού δυναμικού παραμένει μία από τις σημαντικότερες προκλήσεις για τον κλάδο. Όπως ανέφερε, η έλλειψη διαθέσιμων εργαζομένων έχει οδηγήσει σε έντονο ανταγωνισμό μεταξύ των επιχειρήσεων για την εξασφάλιση συνεργείων συγκομιδής, με αποτέλεσμα την αύξηση των απαιτήσεων ως προς το κόστος απασχόλησης. Ενδεικτικά, η εταιρεία δεν προχώρησε φέτος σε συνεργασία με συνεργείο από την Βουλγαρία, καθώς η οικονομική προσφορά που έλαβε κρίθηκε ιδιαίτερα υψηλή. Παρά τις δυσκολίες, οι όγκοι της εταιρείας κινούνται περίπου στα ίδια επίπεδα με πέρυσι, με μια μικρή θετική μεταβολή, σύμφωνα με τον επικεφαλής της.

ΝΕΕΣ ΕΠΕΝΔΥΣΕΙΣ

Η εταιρεία διαθέτει παραγωγικές εγκαταστάσεις στην Χαλκιδική, στον Βόλο και στην Άρτα, καθώς και μονάδα τυποποίησης στην Θεσσαλονίκη. Οι εγκαταστάσεις στην Χαλκιδική και την Θεσσαλονίκη έχουν αναπτυχθεί την τελευταία τριετία, ενώ ο σχεδιασμός της εταιρείας για το επόμενο διάστημα επικεντρώνεται στην αξιοποίηση και αναβάθμιση των υφιστάμενων υποδομών. Σύμφωνα με τον κ. Δέα, η επιχείρηση προγραμματίζει επενδύσεις στις υπάρχουσες μονάδες, με στόχο την αύξηση της χωρητικότητας και την ενίσχυση της παραγωγικής της δυνατότητας.

Μάριος Δελατόλας
marios@notice.gr

• Debrief •

ΜΕ ΤΟΝ ΣΤΑΥΡΟ ΣΤΟ ΧΕΡΙ

Τόση η χασούρα από ΦΠΑ, τόση από το ένα, τόση από το άλλο, κάνουμε την πρόσθεση και βγαίνει πόσα συνολικά έχασε το κράτος από τις υποθέσεις που έχουν έρθει στην επιφάνεια τον τελευταίο καιρό. Σωστά; Λάθος. Το συνολικό κόστος είναι πολύ, πολύ μεγαλύτερο.

Καταρχάς να ξεκαθαρίσουμε πώς την τελική απάντηση για το αν, ποιος και τί έχει κάνει, θα τη δώσει η Δικαιοσύνη. Από εκεί και πέρα σε κάθε περίπτωση συστηματικής φοροδιαφυγής, το κόστος δεν αφορά μόνο τα χρήματα που δεν αποδόθηκαν, αλλά την ευρύτερη λειτουργία της αγοράς – και της κοινωνίας.

Ο επαγγελματίας που πάει με τον… Σταυρό στο χέρι, ξεκινά από μειονεκτική θέση. Πληρώνει εισφορές, φόρους, κ.λπ., και ταυτόχρονα πρέπει να είναι ανταγωνιστικός με κάποιον που δεν αποδίδει κάτι από τα παραπάνω. Πώς θα γίνει αυτό; Πώς θα μπορέσει να πουλήσει ένα προϊόν ή μια υπηρεσία στην ίδια ή καλύτερη τιμή; Απλά δεν θα μπορέσει, θα χάσει πελατεία και θα κινδυνεύσει με λουκέτο.

Πάμε να δούμε μία ακόμα παράμετρο. Τα ενοίκια. Εκτός από τις κατοικίες, και τα ενοίκια των καταστημάτων έχουν φτάσει στην στρατόσφαιρα. Έχετε διαβάσει αρκετές φορές από τις στήλες του BnB και FnB Daily, το ζήτημα που αντιμετωπίζουν πολλές επιχειρήσεις – ακόμα και μεγάλες – με το ύψος τους. Αν, λοιπόν, μια επιχείρηση ή ένας επαγγελματίας που δεν τηρεί τις υποχρεώσεις του προς το κράτος, μπορεί να ενοικιάζει έναν χώρο, στρεβλώνει ή δεν στρεβλώνει την αγορά; Έχει παραπάνω λίπος να κάψει για το μίσθωμα ή δεν έχει; Βοηθά ή δεν βοηθά στην άνοδο των ενοικίων;

Ακόμα και τα παραπάνω μπορούν να αθροιστούν αριθμητικά. Το άθροισμά τους, όμως, δημιουργεί ένα κόστος μη μετρήσιμο, αλλά εξαιρετικά κρίσιμο. Δημιουργεί αίσθημα αδικίας στους νόμιμους επαγγελματίες, αυτούς με τον Σταυρό στο χέρι, στους νοικοκύρηδες, που με το μαγαζί τους έχουν να ταΐσουν και το κράτος, αλλά και τα στόματα που περιμένουν στο σπίτι.

Το αίσθημα αυτής της αδικίας είναι το μόνο που δεν χρειάζεται μια κοινωνία που έχει περάσει δια πυρός και σιδήρου τα τελευταία 15 χρόνια, και πλέον βρίσκει έστω και αργά, αργά, τον βηματισμό της.

Γιάννης Παλιούρης
giannis@notice.gr

Business Maker

ΠΟΥ ΘΑ ΕΡΙΧΝΕ €100 ΕΚΑΤ. Ο ΓΕΡΟΣΤΕΡΓΙΟΥΔΗΣ ΤΗΣ ΜΑΣΟΥΤΗΣ;

Αν είχε σήμερα στη διάθεσή του €100 εκατ. για να χτίσει το super market του 2030, πού θα τα επένδυε ο Γεροστεργιούδης; Η απάντηση έχει ιδιαίτερο ενδιαφέρον, καθώς αποτυπώνει τις προτεραιότητες, που θα καθορίσουν την επόμενη ημέρα του οργανωμένου λιανεμπορίου. Και, κυρίως, τα πεδία, στα οποία εκτιμά ότι θα κριθεί η μάχη του ανταγωνισμού. Μιλώντας στην έρευνα της ΕΥ, ο Γεροστεργιούδης ξεκαθαρίζει ότι δεν θα διέθετε ολόκληρο το ποσό στην τεχνολογία. Αντίθετα, θα μοίραζε τα χρήματα σε τέσσερις τομείς, επιδιώκοντας να συνδυάσει τον ψηφιακό μετασχηματισμό με την αναβάθμιση των καταστημάτων, της εφοδιαστικής αλυσίδας και του ανθρώπινου δυναμικού.

Το μεγαλύτερο κονδύλι, ύψους €35 εκατ., θα κατευθυνόταν στα δεδομένα, την Τεχνητή Νοημοσύνη και τις τεχνολογικές υποδομές. Στόχος, η καλύτερη γνώση του πελάτη, οι εξατομικευμένες προσφορές, η αποτελεσματικότερη διαχείριση των προγραμμάτων πιστότητας και η αυτοματοποίηση των παραγγελιών. Άλλα €30 εκατ θα επενδύονταν στο φυσικό δίκτυο. Όχι απαραίτητα σε περισσότερα καταστήματα ή μεγαλύτερους χώρους, αλλά σε καλύτερα τετραγωνικά. Ενεργειακές αναβαθμίσεις, ηλεκτρονικές ετικέτες, αυτόματα ταμεία, νέες κατηγορίες προϊόντων και καταστήματα προσαρμοσμένα στις ανάγκες κάθε περιοχής.

Στην εφοδιαστική αλυσίδα θα διοχετεύονταν €20 εκατ., με έμφαση στην αυτοματοποίηση των logistics, στον περιορισμό των αποθεμάτων, στις λιγότερες ελλείψεις στα ράφια και στη μείωση της σπατάλης. Τα υπόλοιπα €15 εκατ. θα επενδύονταν στους εργαζομένους, στην εκπαίδευση και στην προσέλκυση στελεχών με νέες δεξιότητες. Η τελευταία αυτή επιλογή μόνο τυχαία δεν είναι. Όπως εξηγεί, οι ανταγωνιστές μπορούν να αγοράσουν την ίδια τεχνολογία. Εκείνο που αντιγράφεται δυσκολότερα είναι η εταιρική κουλτούρα, οι άνθρωποι και η ταχύτητα προσαρμογής στις αλλαγές. Μια παραδοχή, που μεταφέρει τη συζήτηση από το ύψος των επενδύσεων στον τρόπο με τον οποίο διοικούνται οι επιχειρήσεις και αξιοποιούν τις δυνατότητές τους.

PIZZA FAN: ΤΑ ΔΥΟ ΤΗΛΕΦΩΝΗΜΑΤΑ ΓΙΑ... ΜΙΑ ΠΙΤΣΑ ΚΑΙ Η ΕΠΙΣΤΡΟΦΗ ΜΕ ΠΡΟΣΦΟΡΕΣ

Δύο φορές χρειάστηκε να τηλεφωνήσουν από την Pizza Fan για να επιβεβαιώσουν ότι μια παραγγελία ήταν πραγματική και όχι… φάρσα! Αυτό τουλάχιστον μαθαίνουμε από ανθρώπους, που επέλεξαν να παραγγείλουν μέσω efood, την πρώτη ημέρα επαναλειτουργίας της αλυσίδας. Το αξιοπερίεργο; Η πληρωμή είχε ήδη γίνει με κάρτα, επομένως τα χρήματα είχαν πιστωθεί κανονικά.

Προφανώς, μετά την περιπέτεια των τελευταίων εβδομάδων, η επιφυλακτικότητα περισσεύει. Πάντως, οι ίδιοι πελάτες επισημαίνουν ότι η παράδοση έγινε άψογα και στην ώρα της, χωρίς την παραμικρή καθυστέρηση. Κάτι που μόνο αυτονόητο δεν θεωρείται, δεδομένων των συνθηκών κάτω από τις οποίες επιχειρείται η επανεκκίνηση. Και φαίνεται πως η επιστροφή συνοδεύτηκε από αυξημένο ενδιαφέρον. Σύμφωνα με καλά πληροφορημένες πηγές, η κίνηση την πρώτη ημέρα ήταν ιδιαίτερα αυξημένη, με την αλυσίδα να τηρεί το χρονοδιάγραμμα και 107 από τα 109 καταστήματα να ανοίγουν ξανά την Τετάρτη.

Η επανεκκίνηση συνοδεύτηκε από γενναίες προσφορές. Στο efood εμφανίστηκε ακόμη και η τυχερή πινιάτα, ενώ εξίσου ελκυστικές ήταν οι προσφορές μέσα από την πλατφόρμα της Pizza Fan. Μια συντονισμένη εμπορική προσπάθεια να επιστρέψουν οι καταναλωτές και να ξαναμπούν οι πίτσες της αλυσίδας στο καθημερινό τους μενού.

Άλλωστε, αυτό είναι το μεγάλο στοίχημα. Όπως έχει επισημάνει στη στήλη ο δικηγόρος της εταιρείας, "η ανταπόκριση στην επαναλειτουργία είναι εξαιρετικά κρίσιμη", υπογραμμίζοντας πως "ο κόσμος γνωρίζει την Pizza Fan και όχι τον Αντάρα". Το οικονομικό διακύβευμα είναι μεγάλο. Η εταιρεία υπολογίζει ότι έχασε περίπου €5 εκατ. τζίρου όσο παρέμεινε κλειστή, όταν τα μηνιαία έσοδα κυμαίνονταν μεταξύ €8 και €9 εκατ. Το πρώτο δείγμα, λοιπόν, είναι ενθαρρυντικό. Μένει να φανεί εάν η αρχική κινητικότητα θα αποκτήσει διάρκεια και θα μεταφραστεί σε σταθερή επιστροφή των πελατών.

Και, φυσικά, αν το business θα δουλέψει χωρίς τις... δωρεάν παροχές...



Business Insight

Η IPO ΤΗΣ ANTHROPIC ΠΡΟΪΔΕΑΖΕΙ ΓΙΑ SANTA CLAUSS RALLY;

Η διοίκηση της Anthropic εξετάζει το ενδεχόμενο αύξησης της τιμής διάθεσης των μετοχών στην αρχική δημόσια προσφορά, μετά την ισχυρή ζήτηση που εκδηλώθηκε από επενδυτές. **Σε λιγότερο από μία μέρα, μετά την ανακοίνωση της εταιρείας για δυνητική αποτίμηση $1,4 τρισ., ο στόχος της IPO είχε καλυφθεί.**

Σύμφωνα με τους FT, μεταφέροντας εκτιμήσεις τραπεζιτών που συμμετέχουν στην διαδικασία της αναδοχής, αφηνόταν να εννοηθεί ότι **η αρχική τιμή διάθεσης θα μπορούσε να ξεπεράσει το αρχικό εύρος των $75-$78.** Μια τέτοια αύξηση θα μπορούσε να ανεβάσει τον στόχο αποτίμησης της εταιρείας στο $1,5 τρισ. ή και υψηλότερα τις επόμενες ημέρες, σύμφωνα με εκτιμήσεις αναλυτών.

Η Anthropic επικεντρώνεται πλέον στην άντληση όσο το δυνατόν περισσότερων κεφαλαίων μέσω της εισαγωγής της στο χρηματιστήριο, **προκειμένου να χρηματοδοτήσει τις μεγάλες δαπάνες της για υπολογιστική ισχύ,** αντί να επιδιώξει τη μεγιστοποίηση της αποτίμησής της. Παράλληλα, προβλέπεται η δυνατότητα άντλησης επιπλέον ποσού σχεδόν $10 δισ. μέσω της λεγόμενης επιλογής "greenshoe", σε περίπτωση υπερκάλυψης της προσφοράς. Επίσης ανακοινώθηκε ιδιωτική τοποθέτηση μετοχών στο πλαίσιο της συμφωνίας. Σε αυτήν, **στρατηγικοί εταίροι, μεταξύ των οποίων οι Google, Nvidia και Microsoft, θα επενδύσουν συνολικά $26 δισ. στην Anthropic,** στην ίδια τιμή με την IPO.

Οι τραπεζίτες που διαχειρίζονται την προσφορά, με επικεφαλής τις Goldman Sachs και Morgan Stanley, αναμένεται να προχωρήσουν σε υψηλότερη τιμή διάθεσης, καθώς έχουν λάβει ισχυρές ενδείξεις ζήτησης από επενδυτές κατά την έναρξη της διεθνούς παρουσίασης της προσφοράς την Τρίτη, σύμφωνα με τις ίδιες πηγές.

Προφανές πως **το βαθύ σύστημα της Wall Street, αλλά όχι μόνο, παίζει τα ρέστα του με την δημόσια προσφορά της εν λόγω εταιρείας,** πως η σχετική διαδικασία αποτελεί κρίσιμο έλεγχο αντοχών του ιδίου (του συστήματος) σε περίοδο που κατά κοινή ομολογία οι αποτιμήσεις των AI και tech giants, e.t.c είναι σε δυσθεώρητα ύψη. **Σε περίοδο που εγείρονται εύλογα ερωτήματα και ανησυχίες για την δυνατότητα του συστήματος να διαχειριστεί χρηματιστηριακές αξίες τρισεκατομμυρίων,** με υπερδανεισμένους hyperscallers, εν μέσω πληθωριστικών πιέσεων/αύξησης πληθωρισμού, **η IPO της Anthropic πρέπει όχι μόνο να προχωρήσει αλλά και να αποτελέσει σημείο αναφοράς για τη συνέχεια.** Σε πρώτη φάση για το κλείσιμο βιβλίων 2026, με τον S&P500 στις 7.520 μονάδες να μετρά συν 9,75% για το 2026.

Η IPO της Anthropic προγραμματίζεται για την προσεχή εβδομάδα (τρίτη Νοεμβρίου) δηλαδή **περίπου την εποχή που προχωρούν οι παραδοσιακές ετοιμασίες για το Santa Claus rally.** Σύμπτωση; Προφανώς και όχι, καθώς μία επιτυχής δημόσια προσφορά αυτού του θηριώδους ύψους δεν θα μπορούσε να γίνει εν μέσω κατάρρευσης των AI και του Nasdaq. Αλλωστε **ισχυρή διόρθωση προηγήθηκε, όταν μία-δύο ημέρες μετά τις ενδιάμεσες εκλογές ενεργοποιήθηκε μαζικό ξεπούλημα/sell off σε μετοχές AI, ημιαγωγών, κ.λ.π** με τις απώλειες να υπολογίζονται σε $2,5 τρισ. Πρακτικά, η αναγκαία εξαέρωση έγινε, οι χρηματιστηριακές αξίες στοιχειωδώς εξορθολογίστηκαν, πλέον υπάρχει περιθώριο υπεραπόδοσης.

Ενδεικτικά σε μόλις ένα απόγευμα (5/11) , η συνολική χρηματιστηριακή αξία των επτά μεγαλύτερων τεχνολογικών εταιρειών των ΗΠΑ, γνωστών ως Magnificent Seven, είχε μειωθεί κατά περίπου $1 τρισ. Για τον δείκτη ημιαγωγών PHLX Semiconductor καταγράφηκε η χειρότερη ημερήσια επίδοσή από την κορύφωση της πανδημίας. Ο δε Nasdaq πέρασε σε περιοχή διόρθωσης, καθώς υποχώρησε περισσότερο από 10% από το πρόσφατο υψηλό του.

Αυτά προηγήθηκαν, προετοιμάζοντας το έδαφος για το εγχείρημα δημιουργίας κλίματος που θα μπορεί να σηκώσει η IPO της Anthropic.

Η περίοδος ενός Santa Claus rally είναι τις ημέρες των Χριστουγέννων (συνήθως 2-3 συνεδριάσεις πριν, 3-4 μετά τα Χριστούγεννα), οπότε κορυφώνεται ο ανοδικός κύκλος που προετοιμαζόταν (με τις ανάλογες αγορές/εισροές) από τα μέσα Νοεμβρίου. Από τα εύχρηστα εγχειρίδια για τους αναγνώστες του BnB Daily είναι το Santa Claus Rally 2026: Dates, History and What the Data Says



SECRETRECIPE

Πού ανοίγει το πρώτο Better Sushi στην Αθήνα - Το ακίνητο και το μίσθωμα

Ότι η ιταλική αλυσίδα, Better Sushi, ανοίγει το πρώτο της εστιατόριο στην Αθήνα, και μάλιστα στην Νέα Φιλαδέλφεια, **το μάθατε από το FnB Daily**.
Ποιο ακίνητο, όμως, επέλεξε να μισθώσει για να πάρει το βάπτισμα του πυρός στην απαιτητική αγορά της αθηναϊκής εστίασης;
Όπως αποκάλυψε το Real Esate Daily Secret, πρόκειται για κατάστημα στη συμβολή των οδών Δεκελείας 223 και Ατρέως 1.
Το συγκεκριμένο ακίνητο στέγαζε μέχρι πρότινος το αρτοποιείο-ζαχαροπλαστείο, Αθήναιον.
Οι ίδιες πληροφορίες αναφέρουν ότι πρόκειται για κατάστημα επιφάνειας κοντά στα 500 τετραγωνικά μέτρα, με το μηνιαίο μίσθωμα να κλείνει στα €7.500.



Editorial

Η γκρίνια ως πιστοποιητικό προόδου

Η Μαρία Ευθυμίου είπε στο Greece Talks κάτι αυτονόητο, και ακριβώς γι' αυτό έπρεπε να ειπωθεί:
"Στην Ελλάδα, η αισιοδοξία έχει γίνει ύποπτη. Αν πεις ότι φέτος χτίστηκαν τρία σχολεία και ότι χρειάζονται άλλα δύο, θα σε πουν συντηρητικό, φιλοκυβερνητικό ή αφελή. Αν πεις ότι δεν χτίστηκε τίποτα, ότι όλα είναι σάπια και η χώρα βουλιάζει, παίρνεις αυτόματα το παράσημο του προοδευτικού".
Η ιστορικός το ονόμασε, ταραχή εν κρανίω.
Και, μάλλον, ήταν ευγενική.
Η μιζέρια δεν είναι πολιτική θέση. Είναι βολική στάση. Ο μίζερος δεν χρειάζεται να προτείνει, να διεκδικήσει ή να δουλέψει. Του αρκεί να καταγγέλλει. Η γκρίνια δεν του κοστίζει τίποτα και του χαρίζει μια διαρκή αίσθηση ηθικής ανωτερότητας.
Για εκείνον, όποιος βλέπει κάτι καλό είναι είτε αγαθιάρης, είτε πουλημένος.
Το πρόβλημα είναι ότι αυτή η λογική πετυχαίνει το αντίθετο από όσα υπόσχεται. Την πρόοδο δεν την έφεραν ποτέ όσοι δήλωναν ότι δεν γίνεται τίποτα.
Την έφεραν όσοι πίστευαν ότι κάτι μπορεί να γίνει καλύτερα και έθεταν τον επόμενο στόχο: Τρία σχολεία σήμερα, δύο ακόμη αύριο. Αυτό είναι διεκδίκηση.
Το "όλα είναι χάλια" δεν είναι διεκδίκηση. Είναι παραίτηση με καλύτερο λεξιλόγιο.
Αυτό δεν σημαίνει ότι δεν πρέπει να ασκούμε κριτική στα κακώς κείμενα. Το αντίθετο. Άλλο, όμως, η κριτική και άλλο η επαγγελματική μεμψιμοιρία.
Διότι υπάρχει και κάτι χειρότερο.
Η επαγγελματική μεμψιμοιρία εξαντλεί μια κοινωνία.
Μαθαίνει στους νέους ότι η προσπάθεια είναι μάταιη.
Μια χώρα, που γελοιοποιεί όποιον κοιτάζει μπροστά, δεν πρέπει να απορεί γιατί μένει πίσω.
Η κυρία Ευθυμίου διδάσκει ιστορία, μεταφέροντας τη γνώση από το αμφιθέατρο στην κοινωνία.
Αυτή τη φορά, μάς έδωσε και ένα μάθημα πολιτικής ψυχολογίας: Η αισιοδοξία δεν είναι ιδεολογία, είναι η προϋπόθεση για να γίνει ο,τιδήποτε.
Οι μίζεροι ας συνεχίσουν να γκρινιάζουν.
Τα σχολεία, πάντως, τα χτίζουν οι άλλοι.
Τόσο απλά.

Νεκτάριος Β. Νώτης
nectarios@notice.gr

FNB SERVED DAILY. ΤΟ ΚΑΘΗΜΕΡΙΝΟ ΨΗΦΙΑΚΟ NEWSLETTER ΓΙΑ ΤΟΝ ΚΛΑΔΟ ΤΡΟΦΙΜΩΝ ΚΑΙ ΠΟΤΩΝ
Τιμή συνδρομής: 300€ + Φ.Π.Α./έτος
Με τη συνεργασία του Total Food Service
TÜV AUSTRIA ISO 27001:2013 No: 20201210005985
TÜV AUSTRIA ISO 22301:2019 No: 20000210005984
NOTICE CONTENT & SERVICES
Βαλαωρίτου 9, 106 71 Κολωνάκι, Τ. 210 3634061

Εκδότης - Διευθυντής: Νεκτάριος Β. Νώτης | **Διευθυντής Σύνταξης:** Μάκης Αποστόλου | **Αρχισυντάκτης:** Γιάννης Παλιούρης | **Key Account Manager:** Ιφιγένεια Καραντώνη
Project Director: Μαρία Σταμένη | **Συνδρομές - Διεύθυνση Λειτουργίας:** Σύλια Τσιρτσίκου | **Executive Assistant** Λίνα Κοντοβάιου | **Digital Art Director:** ArDiDesign
Τεχνική Υποστήριξη: Θανάσης Βιρβίλης

Πληροφορίες - Συνδρομές: sylia@notice.gr, **Δελτία τύπου:** media@notice.gr