



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

ΤΡΙΤΗ 05 ΜΑΪΟΥ 2026
ΤΕΥΧΟΣ 2317



• ΔΩΔΩΝΗ

Επενδύσεις €10 εκατ. και νέο εργοστάσιο
από την οικογένεια Σαράντη



• AVE

Φετινός στόχος η προσθήκη 20 νέων καταστημάτων
franchise στο δίκτυο της Carrefour



• ΧΗΤΟΣ

Ολοκλήρωσε επένδυση €7 εκατ. στην Ζήρεια
- Στα ίδια επίπεδα με πέρυσι το α' τετράμηνο



• MEDITERRA

Γίνεται AB Shop & Go μέχρι τέλος Ιουνίου
το Παντοπωλείο στο Κολωνάκι
- Διψήφια ανάπτυξη στο τρίμηνο

Editorial

Μέρισμα καπιταλισμού

Debrief

Η δουλειά των ηγετών

Business Insight

Motor Oil: Θα βγει
στις αγορές με έκδοση
ευρω-ομολόγου;

Business Maker

- Γιατί ο espresso κέρδισε τον φραπέ στην Ελλάδα
- Η Νο1 πρόκληση για τα ελληνικά ψάρια στην Ισπανία

SecretRecipe

Ο κύριος "Δεν πουλάω"
ανάλογα με το... τίμημα

• AVE
**ΦΕΤΙΝΟΣ ΣΤΟΧΟΣ Η ΠΡΟΣΘΗΚΗ 20 ΝΕΩΝ ΚΑΤΑΣΤΗΜΑΤΩΝ
FRANCHISE ΣΤΟ ΔΙΚΤΥΟ ΤΗΣ CARREFOUR**

Στη διαφοροποίηση των δραστηριοτήτων του, την αξιοποίηση συνεργειών μεταξύ των επιμέρους τομέων και τη δημιουργία ενός ισχυρού, πολυδιάστατου επιχειρηματικού μοντέλου με βιώσιμη ανάπτυξη, βασίζεται η στρατηγική του ομίλου AVE για τη φετινή χρονιά.

Σύμφωνα με τα όσα αναφέρει στην οικονομική έκθεση, το 2026 σηματοδοτεί την περαιτέρω ενίσχυση και διεύρυνση νέων στρατηγικών δραστηριοτήτων του ομίλου.

RETAIL & MORE

Αναλυτικότερα, μέσω της θυγατρικής Retail & More, θυγατρική που έχει αναλάβει το Master Franchise της Carrefour στην Ελλάδα, ο όμιλος σχεδιάζει την ανάπτυξη δικτύου νέων καταστημάτων, με έμφαση στο franchise. Στο πλαίσιο της βελτιστοποίησης των υφιστάμενων λειτουργιών τα εταιρικά καταστήματα αναμένεται να περάσουν σε δίκτυο franchise έτσι ώστε να ανταποκρίνονται στο business model των convenience stores, με στόχο να βελτιώσει δραστικά το λειτουργικό αποτέλεσμα και τις χρηματοροές.

Φετινός στόχος είναι η λειτουργία 20 νέων καταστημάτων στο δίκτυο franchise. Το πλάνο επέκτασης του δικτύου θα υποστηριχτεί και από την ανάπτυξη εργαλείων πιστότητας σύμφωνα με την CRM στρατηγική της Carrefour, με λανσάρισμα loyalty card στα τέλη του 2026.

ΕΜΦΑΣΗ ΣΤΙΣ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΕΣ ΠΕΡΙΟΧΕΣ

Το 2025 λειτούργησαν 8 νέα καταστήματα σε Κέρκυρα, Κρήτη, Ζάκυνθο και Καρδίτσα με κύριο στόχο να ενισχυθεί περαιτέρω το αποτύπωμα του brand Carrefour σε τουριστικές περιοχές.

Παράλληλα, υλοποιώντας το πλάνο ανάπτυξης των store concepts και formats της Carrefour, ο όμιλος συνέχισε να επενδύει στο quick commerce και στο e-commerce, εφαρμόζοντας την omni channel στρατηγική της Carrefour.

Όσον αφορά τα προϊόντα η εταιρεία συνεχίζει να επενδύει σε τοπικά παραγόμενα προϊόντα ιδιωτικής ετικέτας Carrefour, με στόχο να τα αυξήσει σε 200 στο τέλος του 2026, δίνοντας έμφαση σε εξαγωγίμα προϊόντα.

ΣΥΜΜΕΤΟΧΗ ΣΤΗΝ ERINO

Σημειώνεται ότι το περασμένο καλοκαίρι η Retail & More υπέγραψε με την Hatora Enterprises Co. Ltd. δεσμευτική συμφωνία για συμμετοχή στο κεφάλαιο της κυπριακής εταιρίας Erino Enterprises Co. Ltd. καταβάλλοντας €1,5 εκατ. για την απόκτηση ποσοστού 15%.

Η Erino έχει ως σκοπό την δραστηριοποίηση στον χώρο των φαρμακείων, ο οποίος αναμένεται να παρουσιάσει σταθερή ανάπτυξη τα επόμενα χρόνια.

FBD

Επιπλέον, ο όμιλος ενισχύει τη δραστηριότητά του στο χονδρικό εμπόριο τροφίμων μέσω της FBD, με στόχο για το 2026 τη διεύρυνση του πελατολογίου και την ενίσχυση των συνεργασιών στον κλάδο των FMCG.

Παράλληλα, συνεχίζεται η ανάπτυξη του τομέα παραγωγής ταινιών, καθώς και η ενίσχυση της παρουσίας του ομίλου στον χώρο των καταναλωτικών ηλεκτρονικών προϊόντων και της οικιακής και ψηφιακής ψυχαγωγίας, επενδύοντας σε κατηγορίες με υψηλή δυναμική και προοπτικές ανάπτυξης.

Στον κλάδο του κλιματισμού, παρά τη δυσμενή συγκυρία της ελληνικής αγοράς, ο όμιλος AVE πέτυχε πέρυσι να διευρύνει τη δραστηριότητά του, αυξάνοντας τις πωλήσεις στα €1,05 εκατ.

Η ΕΙΚΟΝΑ ΤΟ 2025

Πέρυσι οι πωλήσεις του ομίλου αυξήθηκαν κατά 8,2% σε ετήσια βάση, φθάνοντας τα €31,14 εκατ., χάρη κυρίως στην αύξηση των πωλήσεων του τομέα εκμετάλλευσης δικαιωμάτων Ταινιών & Διανομής VideoGames. Σε ό,τι αφορά τα αποτελέσματα προ φόρων του ομίλου στη χρήση του 2025 για τις συνεχιζόμενες δραστηριότητες διαμορφώθηκαν σε ζημιές €2,25 εκατ. έναντι κερδών €3,1 εκατ. το 2024, κυρίως λόγω της μειωμένης ύπαρξης κατά το 2025 των εκτάκτων εσόδων που προήλθαν από την επιτυχή ρύθμιση των δανείων της εταιρείας σε σχέση με την αμέσως προηγούμενη χρήση.



DATA (σε €χιλ.)	
Κύκλος εργασιών	
2025:	31.137
2024:	28.777
μεταβολή:	8,2%
Μικτό αποτέλεσμα	
2025:	5.586
2024:	5.253
μεταβολή:	6,33%
EBITDA	
2025:	(2.615)
2024:	(4.576)
Καθαρό αποτέλεσμα	
2025:	(2.315)
2024:	2.719

Μάκης Αποστόλου
makis@notice.gr

• **ΧΗΤΟΣ**
ΟΛΟΚΛΗΡΩΣΕ ΕΠΕΝΔΥΣΗ €7 ΕΚΑΤ. ΣΤΗΝ ΖΗΡΕΙΑ - ΣΤΑ ΙΔΙΑ ΕΠΙΠΕΔΑ ΜΕ ΠΕΡΥΣΙ ΤΟ Α' ΤΕΤΡΑΜΗΝΟ

Επένδυση άνω των €7 εκατ. στις εγκαταστάσεις της στην Ζήρεια Κορινθίας ολοκλήρωσε η Χήτος, μέλος του ομίλου Green Beverages, σηματοδοτώντας τη νέα φάση ανάπτυξης του φυσικού μεταλλικού νερού Ζήρεια. Όπως αναφέρει στο Fnb Daily ο Διευθύνων Σύμβουλος του ομίλου, Γιώργος Βενιέρης η επένδυση στοχεύει στην ενίσχυση της premium κατηγορίας του ελληνικού εμφιαλωμένου νερού, με έμφαση σε βιώσιμες συσκευασίες και τοπική παραγωγή υψηλής προστιθέμενης αξίας.

ΑΥΞΗΣΗ ΠΑΡΑΓΩΓΙΚΗΣ ΔΥΝΑΜΙΚΟΤΗΤΑΣ

Με την υλοποίηση της επένδυσης, η παραγωγική δυναμικότητα της μονάδας αυξάνεται κατά 554%, φτάνοντας τις 40.000 φιάλες την ώρα, ενισχύοντας την ανταγωνιστική θέση της εταιρείας στην ελληνική αγορά.

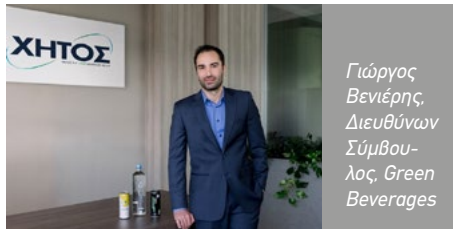
Οι νέες γραμμές παραγωγής λειτουργούν με μειωμένο περιβαλλοντικό αποτύπωμα, επιτυγχάνοντας εξοικονόμηση άνω του 20% υλικού ανά φιάλη PET. Παράλληλα, οι εγκαταστάσεις διευρύνθηκαν από 1.800 σε 4.000 τ.μ., ενώ το ανθρώπινο δυναμικό αυξήθηκε, με στόχο την ενίσχυση της τοπικής οικονομίας μέσω νέων θέσεων εργασίας.

Στο πλαίσιο της στρατηγικής βιωσιμότητας, προγραμματίζεται επίσης η εγκατάσταση φωτοβολταϊκού συστήματος στη μονάδα της Ζήρειας, με στόχο τη μείωση των εκπομπών CO₂ και την ενίσχυση της ενεργειακής αυτονομίας.

Σημειώνεται ότι το φυσικό μεταλλικό νερό Ζήρεια διατίθεται πλέον σε χάρτινη συσκευασία 100% ανακυκλώσιμη με καπάκι φυτικής προέλευσης για την αγορά HoReCa, καθώς και σε φιάλες PET με χρήση ανακυκλωμένου πλαστικού (rPET), επίσης 100% ανακυκλώσιμες.

ΕΠΕΝΔΥΣΕΙΣ ΑΝΩ ΤΩΝ €20 ΕΚΑΤ.

Ερωτηθείς για το συνολικό επενδυτικό πλάνο στον τομέα του νερού ο κ. Βενιέρης ανέφερε ότι παράλληλα, έχει ολοκληρωθεί ένα εκτεταμένο επενδυτικό πρόγραμμα άνω των €20 εκατ. στις εγκαταστάσεις της Χήτος στα Ιωάννινα, το οποίο εντάχθηκε στο Ταμείο Ανάκαμψης και Ανθεκτικότητας. Το πρόγραμμα, μεταξύ άλλων, περιλαμβάνει την εγκατάσταση φωτοβολταϊκών συστημάτων, την ανάπτυξη νέων γραμμών παραγωγής που αυξάνουν σημαντικά τη δυναμικότητα, καθώς και παρεμβάσεις για τη μείωση του περιβαλλοντικού αποτυπώματος μέσω ελαφρύτερων και πιο αποδοτικών πλαστικών συσκευασιών.



Γιώργος Βενιέρης, Διευθύνων Σύμβουλος, Green Beverages

ΣΥΓΚΡΑΤΗΜΕΝΗ ΑΙΣΙΟΔΟΞΙΑ ΓΙΑ ΤΟ ΕΤΟΣ

Η Χήτος στο α' τετράμηνο κινείται στα περυσινά επίπεδα, με το κανάλι του s/m να παρουσιάζει θετική ανάπτυξη, ενώ για το σύνολο της χρονιάς, η διοίκηση διατηρεί συγκρατημένα αισιόδοξες εκτιμήσεις, επισημαίνοντας ωστόσο την αβεβαιότητα που συνδέεται με τις διεθνείς εξελίξεις και ειδικότερα με πιθανές επιπτώσεις στον τουρισμό και στο κόστος λειτουργίας. Η αναπτυξιακή δυναμική αναμένεται να προέλθει τόσο από το brand Ζαγόρι, όσο και από τη νεότερη εμπορική δραστηριότητα του Ζήρεια, που ενισχύει σταδιακά την παρουσία του στην αγορά.

ΔΥΝΑΜΙΚΗ ΑΓΟΡΑ Η ΗΠΑ

Ιδιαίτερα θετική είναι η εικόνα στον τομέα των εξαγωγών, με το φυσικό μεταλλικό νερό να καταγράφει σημαντική ανάπτυξη σε διεθνείς αγορές. Οι Ηνωμένες Πολιτείες αποτελούν μία από τις πιο δυναμικές αγορές, ενώ ανοδική πορεία παρουσιάζουν και ευρωπαϊκές χώρες, με την Κύπρο να ξεχωρίζει.

ΣΤΑ ΣΚΑΡΙΑ ΝΕΑ ΠΡΟΪΟΝΤΑ

Σε επίπεδο προϊόντων, η εταιρεία προετοιμάζει την είσοδο νέων κωδικών, κυρίως στην κατηγορία των ανθρακούχων, ενώ παράλληλα σχεδιάζει ανανέωση της εικόνας των γυάλινων συσκευασιών της, με ορίζοντα υλοποίησης το δεύτερο μισό του 2026.

Πέρυσι η Χήτος κατέγραψε ελαφρώς θετική πορεία, τόσο σε επίπεδο αξίας όσο και λειτουργικής κερδοφορίας, με το EBITDA να διαμορφώνεται περίπου στα €10 εκατ.

Στέλλα Αυγουστάκη
stella@notice.gr



• **ALDI NORD**
ΙΣΧΥΡΗ ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΤΟ 2025 ΜΕ ΑΝΟΔΟ ΕΣΟΔΩΝ ΚΑΙ ΜΕΡΙΔΙΩΝ ΑΓΟΡΑΣ

Ο όμιλος Aldi Nord ανακοίνωσε ισχυρές επιδόσεις για το οικονομικό έτος 2025, με αύξηση εσόδων, ενίσχυση του αριθμού πελατών και κέρδη σε μερίδια αγοράς στις χώρες όπου δραστηριοποιείται.

DATA 2025

Ετήσια έσοδα: ≈ €31 δισ. (+7,4%)
Μεταβολή εσόδων σε συγκρίσιμη βάση: +5,6%
Έσοδα σε Γερμανία: +5,9%
Αριθμός συναλλαγών: +7%

ΜΕΡΙΔΙΑ ΑΓΟΡΑΣ

Η Aldi Nord κατέγραψε επίσης αύξηση μεριδίων αγοράς, με πρωταγωνιστές:

- την Ολλανδία: +0,6%
- την Γερμανία: +0,5%

Σήμερα, περισσότεροι από 4,5 εκατομμύρια πελάτες ψωνίζουν καθημερινά στα καταστήματα της Aldi Nord σε όλη την Ευρώπη, όπως σημείωσε η εταιρεία discount.

ΠΟΙΑ ΠΡΟΪΟΝΤΑ ΕΔΩΣΑΝ ΩΘΗΣΗ

Τα φρέσκα προϊόντα διαδραμάτισαν κεντρικό ρόλο στις επιδόσεις, με τα φρούτα και λαχανικά, το κρέας και τα ψάρια να αντιστοιχούν περίπου στο 20% των συνολικών εσόδων της Aldi Nord το 2025.

Η εταιρεία άνοιξε περίπου 100 νέα καταστήματα και ανακαίνισε περισσότερα από 200 σημεία πώλησης. Συνολικά, επένδυσε €1,5 δισ. στα συγκεκριμένα έργα κατά τη διάρκεια του έτους.

Ο όμιλος πρόσθεσε ότι η ανάπτυξη συνεχίστηκε και στους πρώτους μήνες του οικονομικού έτους 2026, με τα έσοδα, τον αριθμό πελατών και τα μερίδια αγοράς σε ορισμένες περιπτώσεις να καταγράφουν διψήφια ποσοστά αύξησης σε σύγκριση με το προηγούμενο έτος.

• **MOLSON COORS**

ΑΝΤΕΧΕΙ ΣΤΙΣ ΠΙΕΣΕΙΣ, ΠΑΡΑΜΕΝΕΙ ΕΠΙΦΥΛΑΚΤΙΚΗ ΓΙΑ ΤΗ ΣΥΝΕΧΕΙΑ

Η Molson Coors ξεπέρασε τις εκτιμήσεις των αναλυτών για τις πωλήσεις και τα κέρδη του α' τριμήνου, χάρη στις αυξήσεις τιμών και τη ζήτηση για μπύρες premium, ιδιαίτερα στη δραστηριότητα στην αμερικανική ήπειρο.

Η εταιρεία, που παράγει μπύρες όπως οι Coors Light και Miller Lite, έχει προχωρήσει σε αυξήσεις τιμών για να μετριάσει τον αντίκτυπο του αυξανόμενου κόστους πρώτων υλών, συμπεριλαμβανομένου του αλουμινίου, και να αντισταθμίσει την πιο αδύναμη ζήτηση.

Παράλληλα, η ζυθοποιία ενισχύει τα premium προϊόντα της, όπως οι Blue Moon Belgian White και Peroni Nastro Azzurro, ενώ επεκτείνεται και σε ταχύτερα αναπτυσσόμενες κατηγορίες, όπως τα έτοιμα προς κατανάλωση αρωματισμένα κοκτέιλ.



Rahul Goyal, Πρόεδρος και CEO, Molson Coors

ΠΡΟΚΛΗΣΕΙΣ

Τα στελέχη της εταιρείας διατήρησαν επιφυλακτικό τόνο όσον αφορά τη ζήτηση και το κόστος.

Ο CEO, Rahul Goyal, δήλωσε ότι η εταιρεία δραστηριοποιείται σε ένα "δυναμικό εξωτερικό περιβάλλον με περιορισμένη ορατότητα βραχυπρόθεσμα".

Η Molson Coors αντιμετωπίζει επίσης αυξημένες τιμές εισροών, ιδίως την επιβάρυνση στο αλουμίνιο, η οποία προσέθεσε περίπου \$30 εκατ. σε επιπλέον κόστος κατά το τρίμηνο, όπως ανέφερε η εταιρεία.

ΤΙ ΕΚΤΙΜΗΣΕΙΣ ΔΙΝΕΙ ΓΙΑ ΤΟ 2026

Για το σύνολο του 2026, εκτιμά ότι οι καθαρές πωλήσεις θα κινηθούν μεταξύ μείωσης 1% και αύξησης 1% σε σχέση με πέρυσι, ενώ τα προσαρμοσμένα κέρδη ανά μετοχή αναμένεται να μειωθούν κατά 11% έως 15%.

Παράλληλα, προειδοποίησε ότι οι όγκοι πωλήσεων στις ΗΠΑ το β' τρίμηνο είναι πιθανό να μειωθούν κατά 6% έως 9% σε ετήσια βάση, με τις πιέσεις κόστους να κορυφώνονται στα μέσα του έτους και να υποχωρούν στο β' εξάμηνο.

DATA Α' ΤΡΙΜΗΝΟ 2026

Καθαρές πωλήσεις: \$2,35 δισ. (+2%)
Συνολικοί όγκοι πωλήσεων: -2,9%
Προσαρμοσμένα κέρδη ανά μετοχή: +24%

ΓΙΑΤΙ ΥΠΟΧΩΡΗΣΑΝ ΟΙ ΟΓΚΟΙ

Τα προσαρμοσμένα κέρδη ανά μετοχή αυξήθηκαν, λόγω ελέγχου του κόστους. Οι συνολικοί όγκοι πωλήσεων μειώθηκαν καθώς η ασθενέστερη ζήτηση και ο έντονος ανταγωνισμός επηρέασαν αρνητικά τις αγορές των ΗΠΑ και της Ευρώπης, όπου οι καταναλωτές παραμένουν επιφυλακτικοί εν μέσω επίμονου πληθωρισμού.

• **ΗΠΑ**

ΚΑΤΑΡΓΟΥΝ ΤΟΥΣ ΔΑΣΜΟΥΣ ΣΤΟ ΒΡΕΤΑΝΙΚΟ ΟΥΙΣΚΙ

Ο Donald Trump ανακοίνωσε ότι θα καταργήσει τους δασμούς σε όλες τις εισαγωγές ουίσκι από το Ηνωμένο Βασίλειο, προσφέροντας σημαντική ώθηση στους αποσταγματοποιούς από την Σκωτία και την Βόρεια Ιρλανδία.

Σε ανάρτησή του στην πλατφόρμα Truth Social, ο Trump δήλωσε ότι θα καταργήσει όλους τους δασμούς και περιορισμούς στο ουίσκι προς τιμήν της επίσκεψης του βασιλικού ζεύγους στις ΗΠΑ, ενώ θα ενισχύσει τη δυνατότητα της Σκωτίας να συνεργάζεται με την πολιτεία Kentucky στον τομέα του whiskey και του bourbon.

Παρότι η ανάρτησή του επικεντρωνόταν στη βιομηχανία scotch whisky, ο Εμπορικός Αντιπρόσωπος των ΗΠΑ, πρέσβης

Jamieson Greer, επιβεβαίωσε αργότερα ότι η προνομιακή αυτή δασμολογική μεταχείριση ισχύει για όλα τα ουίσκι που παράγονται στο Ηνωμένο Βασίλειο.

Το ουίσκι που αποστάζεται στην Ιρλανδία θα συνεχίσει να υπόκειται στον τυπικό δασμό εισαγωγής 15% που επιβάλλεται σε προϊόντα από την ΕΕ.

ΩΘΗΣΗ ΣΤΟΝ ΚΛΑΔΟ

Ο Διευθύνων Σύμβουλος της Scotch Whisky Association, Mark Kent, χαρακτήρισε την εξέλιξη ως σημαντική ώθηση για τον κλάδο στη σημαντικότερη εξαγωγική του αγορά. Ο Kent σημείωσε ότι οι φορείς του κλάδου, καθώς και οι κυβερνήσεις του Ηνωμένου Βασιλείου και της Σκωτίας, "εργάστηκαν



ακούραστα" τους τελευταίους μήνες για την επαναφορά ενός καθεστώτος μηδενικών δασμών (zero-for-zero) στο εμπόριο ουίσκι και bourbon, προσθέτοντας ότι η σχέση μεταξύ της βιομηχανίας scotch whisky και της αμερικανικής βιομηχανίας whiskey θα αναζωογονηθεί μετά την ανακοίνωση.

• **ΑΓΡ.ΟΙΚΟΣ ΣΠΥΡΟΥ**

ΠΤΩΣΗ 8,4% ΣΤΙΣ ΠΩΛΗΣΕΙΣ, ΜΕ ΕΠΙΣΤΡΟΦΗ ΣΤΑ ΚΕΡΔΗ ΧΑΡΗ ΣΤΙΣ ΡΥΘΜΙΣΕΙΣ ΤΩΝ ΔΑΝΕΙΩΝ ΤΗΣ

Σημαντικά κέρδη αντί ζημιών την προηγούμενη διετία εμφάνισε πέρυσι η Αγροτικός Οίκος Σπύρου, παρά την πτώση των πωλήσεων, κάτι όμως που αποδίδεται αποκλειστικά στις ρυθμίσεις των δανειακών της υποχρεώσεων. Ειδικότερα, ο ενοποιημένος κύκλος εργασιών του ομίλου υποχώρησε κατά 8,4% - στα χαμηλότερα επίπεδα από το 2021 - κάτι που οφείλεται αποκλειστικά στην πτώση πωλήσεων σε τρίτες χώρες, εκτός ΕΕ.

DATA (σε €χιλ.)

Κύκλος Εργασιών

2025: 15.015
2024: 16.393
2023: 15.478
2022: 15.679
2021: 13.531

EBITDA

2025: 438
2024: 1.906
2023: 1.116
2022: 1.507
2021: (338)

Αποτέλεσμα προ φόρων

2025: 2.906
2024: (289)
2023: (2.459)
2022: 407
2021: (1.723)

ΥΠΟΧΩΡΗΣΑΝ ΟΙ ΠΩΛΗΣΕΙΣ ΕΚΤΟΣ ΕΛΛΑΔΑΣ

Οι εκτός Ελλάδας πωλήσεις ανήλθαν πέρυσι στο 25,6% του συνολικού της τζίρου από 30% το 2024.

DATA Πωλήσεις (σε €χιλ.)

Ελλάδα

2025: 11.168
2024: 10.251

ΕΕ

2025: 1.594
2024: 1.074

Τρίτες χώρες

2025: 2.253
2024: 5.067

ΡΥΘΜΙΣΕΙΣ ΟΦΕΙΛΩΝ

Η εταιρεία έχει προχωρήσει στη ρύθμιση δανειακών και λοιπών υποχρεώσεων ως ακολούθως:



- Στις 29/5/2025 προχώρησε σε αναδιάρθρωση της αποπληρωμής δανειακών της υποχρεώσεων συνολικού ποσού €12,21 εκατ. Με βάση τη νέα συμφωνία ποσό €4,6 εκατ. θα εξοφληθεί σε 20 έτη (έως το 2046), και το υπόλοιπο ποσό θα διαγραφεί μετά την ολοσχερή εξόφληση του ανωτέρω ποσού. Από την αναδιάρθρωση προέκυψαν κεφαλαιακά κέρδη ποσού €2,65 εκατ. που αναγνωρίστηκαν στα χρηματοοικονομικά έσοδα
- Για την οφειλή συνολικής ονομαστικής αξίας €3,1 εκατ. έναντι της Prohuman, συμφωνήθηκε η διαγραφή κεφαλαίου €2,48 εκατ. και άτοκη εξόφληση του υπολοίπου σε 20 έτη (έως το 2046), με δεκαετή περίοδο χάριτος. Από τη νέα συμφωνία προέκυψε (σε σύγκριση με την προηγούμενη περίοδο) κεφαλαιακό επιπλέον κέρδος €1,374 εκατ. που αναγνωρίστηκε στα χρηματοοικονομικά έσοδα
- Η οφειλή €2,25 εκατ. έναντι της Meditech, βάσει της νέας συμφωνίας, θα εξοφληθεί έντοκα σε 20 έτη (έως το 2046), με πενταετή περίοδο χάριτος

Ακόμη, εντός του 2025 η εταιρεία προχώρησε στην εξόφληση του υπολοίπου της δανειακής της υποχρέωσης προς την Quant Master Services (νυν Cepal Hellas) €62.166,80, με την οποία έλαβε βεβαίωση

άφεσης του διαγραφόμενου χρέους (debt release) €929.535, σύμφωνα με τη σχετική σύμβαση ρύθμισης, η οποία εκκαθαρίστηκε στις αρχές του 2026. Σύντομα, αναμένεται και η άρση των αντίστοιχων προσημειώσεων του πιστωτικού ιδρύματος επί των ακινήτων της εταιρίας, €1 εκατ.

Τέλος, στα τέλη της περασμένης χρονιάς (6/11/2025), εκδόθηκε δικαστική απόφαση του Πολυμελούς Πρωτοδικείου Αθηνών, βάσει της οποίας επιτεύχθηκε ρύθμιση των οφειλόμενων ασφαλιστικών και φορολογικών υποχρεώσεων της εταιρίας, €11,649 εκατ. Από τη ρύθμιση, προέκυψε διαγραφή €1,398 εκατ. από προσαυξήσεις φορολογικών οφειλών, καθώς και διαγραφή €1,115 εκατ. από προσαυξήσεις ασφαλιστικών οφειλών. Το υπόλοιπο οφειλόμενο ποσό θα αποπληρωθεί σε 240 άνισες άτοκες δόσεις.

BUSINESS PLAN

Η στρατηγική επέκτασης σε νέες αγορές, η διαρκής επένδυση σε R&D νέων προϊόντων και η ορθολογική διαχείριση των περιουσιακών στοιχείων του ομίλου θα αποτελέσουν τον βασικό κορμό στην περαιτέρω προσπάθεια βελτίωσης της χρηματοοικονομικής του θέσης.

Μάκης Αποστόλου
makis@notice.gr

• ΦΥΣΙΚΟ ΜΕΤΑΛΛΙΚΟ ΝΕΡΟ ΒΙΚΟΣ

ΑΝΑΝΕΩΣΕ ΩΣ ΤΟ 2028 ΤΗ ΧΟΡΗΓΙΚΗ ΣΥΝΕΡΓΑΣΙΑ ΜΕ ΤΗΝ ΕΘΝΙΚΗ ΑΘΛΗΤΙΚΗ ΟΜΟΣΠΟΝΔΙΑ ΑΤΟΜΩΝ ΜΕ ΑΝΑΠΗΡΙΕΣ

Σε ανανέωση της χορηγικής τους συνεργασίας για ακόμη τρία χρόνια, έως το 2028, προχώρησαν η Εθνική Αθλητική Ομοσπονδία Ατόμων με Αναπηρίες και η Ηπειρωτική Βιομηχανία Εμφιαλώσεων, με το φυσικό μεταλλικό νερό ΒΙΚΟΣ να συνεχίζει να στηρίζει το έργο και τους αθλητές της Ομοσπονδίας. Η συμφωνία επιβεβαιώνει τη συνέχιση της συνεργασίας των δύο πλευρών, με έμφαση στη στήριξη του αθλητισμού των ατόμων με αναπηρία και στην προώθηση των αρχών της ισότητας, της συμπερίληψης και του ευ αγωνίζεσθαι.

ΤΙ ΣΗΜΑΙΝΕΙ Η ΑΝΑΝΕΩΣΗ ΤΗΣ ΣΥΝΕΡΓΑΣΙΑΣ

Με αφορμή την ανανέωση της συνεργασίας, ο Πρόεδρος της Ε.Α.ΟΜ. ΑμεΑ, Κωνσταντίνος Σιάχος, δήλωσε: "Η διαχρονική στήριξη



του φυσικού μεταλλικού νερού ΒΙΚΟΣ στο έργο της Ομοσπονδίας μας αποτελεί έμπρακτη απόδειξη της κοινωνικής ευαισθησίας και της ουσιαστικής προσήλωσής του στις αξίες του αθλητισμού. Συνεχίζουμε μαζί, με συνέπεια και αισιοδοξία, με κοινό στόχο την περαιτέρω ενίσχυση των αθλητών μας και την ευρύτερη ανάδειξη του αθλητισμού των ατόμων με αναπηρία".

Από την πλευρά της Ηπειρωτικής Βιομη-

χανίας Εμφιαλώσεων, ο Brand & Media Manager, Ηλίας Λυμπέρης, ανέφερε: "Στην Ηπειρωτική Βιομηχανία Εμφιαλώσεων πιστεύουμε βαθιά ότι ο αθλητισμός αποτελεί πεδίο ίσων ευκαιριών, δύναμης και έμπνευσης. Η συνεργασία μας με την Ε.Α.ΟΜ. ΑμεΑ υπερβαίνει το πλαίσιο μιας χορηγικής σχέσης και αποτελεί μια συνειδητή επιλογή στήριξης ανθρώπων που, μέσα από τη στάση ζωής και την προσπάθειά τους, μας υπενθυμίζουν καθημερινά το αληθινό νόημα της υπέρβασης".

Η ανανέωση της συνεργασίας αποτυπώνει τη δέσμευση τόσο της Ηπειρωτικής Βιομηχανίας Εμφιαλώσεων όσο και της Ε.Α.ΟΜ. ΑμεΑ να συνεχίσουν την υποστήριξη των αθλητών με αναπηρία και την ενίσχυση ενός μοντέλου αθλητισμού με κοινωνικό αποτύπωμα και χωρίς αποκλεισμούς.

• VINITALY 2026

ΛΙΓΟΤΕΡΟΙ ΕΠΙΣΚΕΠΤΕΣ ΣΤΗΝ ΕΚΘΕΣΗ, ΑΛΛΑ ΑΙΣΙΟΔΟΞΙΑ ΓΙΑ ΤΟΝ ΚΛΑΔΟ ΤΟΥ ΟΙΝΟΥ

Χαμηλότερα σε σχέση με το προηγούμενο έτος η φετινή προσέλευση στην έκθεση Vinitaly, με τους διοργανωτές ωστόσο να εκφράζουν ικανοποίηση, επικαλούμενοι το διεθνές γεωπολιτικό περιβάλλον και τις επιπτώσεις του στις ροές επισκεπτών των μεγάλων ευρωπαϊκών εκθέσεων. Η έκθεση Vinitaly είναι βασικό σημείο αναφοράς για τον ιταλικό αμπελοοινικό τομέα και συγκεντρώνει επαγγελματίες που δραστηριοποιούνται σε ένα περιβάλλον μετασχηματισμού.

ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΣΕ ΑΠΟΑΛΚΟΟΛΩΜΕΝΟΥΣ ΟΙΝΟΥΣ

Όπως αναφέρεται σε σχετικό report της ΚΕ-ΟΣΟΕ, ιδιαίτερη έμφαση δόθηκε στην κατηγορία των αποαλκοολωμένων οίνων, η οποία εξετάστηκε από το Παρατηρητήριο UIV-Vinitaly ως προς τις προοπτικές ανάπτυξης της.

Σύμφωνα με τα στοιχεία, αναμένεται αύξηση 90% στην παραγωγή το 2026. Η εξέλιξη αυτή συνδέεται με την εφαρμογή διυπουργικού διατάγματος στα τέλη Δεκεμβρίου, το οποίο ρύθμισε την παραγωγή αποαλκοολω-



μένων και μερικών αποαλκοολωμένων οίνων στην Ιταλία, αίροντας προηγούμενα νομοθετικά εμπόδια.

Στο νέο πλαίσιο, περίπου οι μισές από τις επιχειρήσεις που συμμετείχαν στην έρευνα σχεδιάζουν να ξεκινήσουν εγχώρια παραγωγή, ενώ τα ποτά με βάση το κρασί καταγράφουν σημαντική αύξηση, από 3% το 2025 σε 27% φέτος. Τα κρασιά χωρίς αλκοόλ αντιπροσώπευαν σε 54% της κατηγορίας.

ΔΙΕΘΝΗΣ ΖΗΤΗΣΗ

Σύμφωνα με ανάλυση δεδομένων της Nielsen IQ και της IWSR, η διεθνής ζήτηση για οίνους ολικής ή μερικής αποαλκοώσεως παρουσιάζει διαφοροποιημένες τάσεις. Τα κρασιά χωρίς αλκοόλ εμφανίζουν ανάπτυξη, ενώ τα κρασιά χαμηλής περιεκτικότητας σε αλκοόλ υποχωρούν.

Τα μη αλκοολούχα αφρώδη κατέγραψαν αύξηση 24% στο Ηνωμένο Βασίλειο και 15% στις

ΗΠΑ. Συνολικά, η κατηγορία no-low δημιούργησε το 2025 κύκλο εργασιών άνω των €1,2 δισ. στο λιανεμπόριο σε Γερμανία, Ηνωμένο Βασίλειο και ΗΠΑ, με εκτιμώμενο όγκο 160 εκατ. φιάλες.

ΠΕΡΙΟΡΙΣΜΕΝΗ Η ΑΠΟΔΟΧΗ ΑΠΟ ΤΑ ΕΣΤΙΑΤΟΡΙΑ

Η ζήτηση εξακολουθεί να συνδέεται κυρίως με λόγους υγείας, ενώ η βελτίωση της ποιότητας και η εξοικείωση των καταναλωτών ενισχύουν την κατηγορία. Ωστόσο, σύμφωνα με τον Paulo Castelletti της Unione Italiana Vini, το ζήτημα της γεύσης εξακολουθεί να αποτελεί περιοριστικό παράγοντα για περίπου το 25% των δυνητικών καταναλωτών. Στην Ιταλία, η αποδοχή παραμένει περιορισμένη, καθώς το 71% των εστιατορίων που συμμετείχαν σε σχετική έρευνα δεν προτίθεται να εντάξει αποαλκοολωμένα κρασιά στη λίστα του, ενώ μόλις το 3% τα έχει ήδη βάλει στο μενού.

• **MELISSA KIKIZAS**
ΕΠΕΝΔΥΣΕΙΣ, ΕΞΑΓΩΓΕΣ ΚΑΙ ΠΑΡΑΓΩΓΗ
ΣΤΟ ΕΠΙΚΕΝΤΡΟ ΤΗΣ ΕΠΙΣΚΕΨΗΣ
ΠΙΕΡΡΑΚΑΚΗ

Τις εγκαταστάσεις της Melissa Kikizas στην Λάρισα επισκέφθηκε την περασμένη Τρίτη ο Υπουργός Εθνικής Οικονομίας και Οικονομικών και Πρόεδρος του Eurogroup, Κυριάκος Πιερρακάκης, κατόπιν πρόσκλησης της εταιρείας, εξέλιξη για την οποία είχατε ενημερωθεί από το [FnB Daily](#).

Κατά τη διάρκεια της επίσκεψης, ο CEO της εταιρείας, Αλέξανδρος Κίκιζας, παρουσίασε την πορεία και τη σημερινή δραστηριότητα της Melissa Kikizas, καθώς και το στρατηγικό της όραμα, το οποίο επικεντρώνεται στη σύνδεση της ελληνικής μεσογειακής διατροφής με τις σύγχρονες απαιτήσεις και τη διεθνή αγορά.

Ακολούθησε ξενάγηση στις εγκαταστάσεις, που περιλάμβανε τον Μύλο, το Μακαρονοποιείο, την Ακαδημία Σίτου Melissa και το Μουσείο Σίτου. Μέσα από αυτή τη διαδικασία αναδείχθηκε η καθετοποιημένη παραγωγική λειτουργία της εταιρείας, από τη συνεργασία με Έλληνες παραγωγούς και την επιλογή πρώτων υλών έως την άλεση, την παραγωγή και το τελικό προϊόν.

ΠΑΡΑΓΩΓΙΚΗ ΔΥΝΑΜΙΚΗ

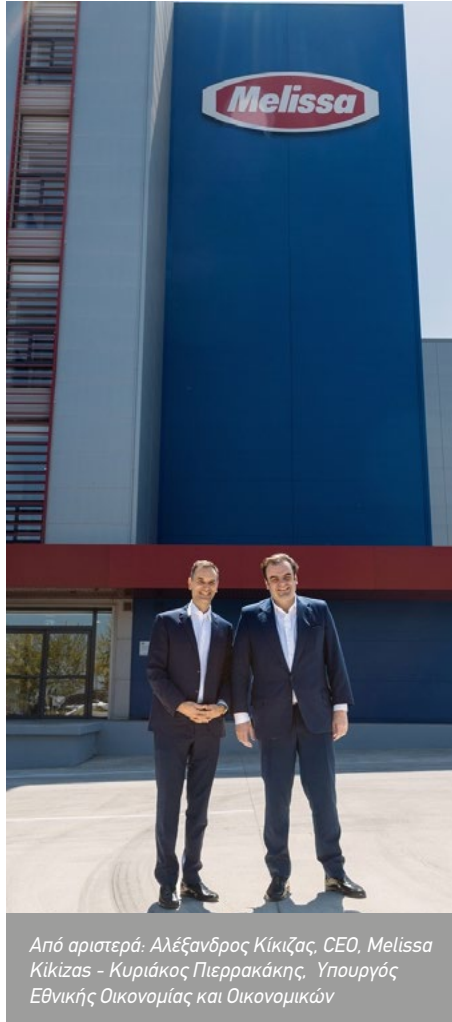
Η μονάδα της Λάρισας αποτελεί έναν από τους βασικούς παραγωγικούς πυλώνες της εταιρείας και συγκαταλέγεται μεταξύ των μεγαλύτερων εργοστασίων παραγωγής ζυμαρικών στην Ευρώπη. Η καθετοποίηση της παραγωγής επιτρέπει τον ποιοτικό έλεγχο σε όλα τα στάδια, ενώ οι επενδύσεις σε τεχνολογία, υποδομές και νέα προϊόντα ενισχύουν τη θέση της εταιρείας στην ελληνική και διεθνή αγορά.

Ιδιαίτερη αναφορά έγινε στον ρόλο του ελληνικού σκληρού σίτου, που αποτελεί βασικό στοιχείο της παραγωγής και της ανταγωνιστικότητας της εταιρείας. Μέσω της Ακαδημίας Σίτου Melissa, η οποία ιδρύθηκε το 2015, η εταιρεία επενδύει στην εκπαίδευση των παραγωγών και στην υιοθέτηση σύγχρονων και βιώσιμων καλλιεργητικών πρακτικών.

ΣΥΝΔΕΣΗ ΜΕ ΤΗΝ ΠΑΡΑΔΟΣΗ ΚΑΙ ΤΗΝ ΕΚΠΑΙΔΕΥΣΗ

Η επίσκεψη συνεχίστηκε στο Μουσείο Σίτου, το οποίο εγκαινιάστηκε το 2023 και παρουσιάζει τη διαδρομή του σιταριού από την παραγωγή έως την κατανάλωση, μέσα από συλλογές γεωργικών εργαλείων και αρχαιακό υλικό της οικογένειας Κίκιζα.

Η επίσκεψη ολοκληρώθηκε στην κουζίνα



Από αριστερά: Αλέξανδρος Κίκιζας, CEO, Melissa Kikizas - Κυριάκος Πιερρακάκης, Υπουργός Εθνικής Οικονομίας και Οικονομικών

της Ακαδημίας Σίτου Melissa, όπου παρουσιάστηκαν πιάτα ζυμαρικών, αποτυπώνοντας τη σύνδεση της παραγωγής με τη γαστρονομική εμπειρία.

ΕΞΑΓΩΓΙΚΗ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΑ

Η Melissa Kikizas συγκαταλέγεται στις μεγαλύτερες ελληνικές εταιρείες τροφίμων, με κύκλο εργασιών €140 εκατ. και παρουσία σε περισσότερες από 45 χώρες. Οι εξαγωγές αντιστοιχούν περίπου στο 50% του συνολικού όγκου πωλήσεων, ενώ η εταιρεία αποτελεί τον μεγαλύτερο Έλληνα παραγωγό ζυμαρικών και έναν από τους σημαντικούς εξαγωγείς ελληνικού εξαιρετικού παρθένου ελαιόλαδου διεθνώς.

Παράλληλα, η εταιρεία διακρίθηκε για 8η συνεχή χρονιά ως "Best Work Place Hellas 2026", καταλαμβάνοντας την 3η θέση στην κατηγορία εταιρειών με περισσότερους από 250 εργαζομένους στην Ελλάδα.



• **ΜΑΜΟΣ**
ΝΕΑ ΚΑΜΠΑΝΙΑ
ΜΕ ΕΜΦΑΣΗ
ΣΤΗΝ ΕΛΛΗΝΙΚΗ
ΓΑΣΤΡΟΝΟΜΙΑ

Τη νέα της καμπάνια για το 2026 παρουσιάζει η μπύρα Μάμος, εστιάζοντας στη σύνδεσή της με την ελληνική γαστρονομία, τις πρώτες ύλες και τους ανθρώπους που τις παράγουν. Με κεντρικό μήνυμα "Εκεί που όλα μοιράζονται. Εκεί το πάθος εζυμώνεται", η καμπάνια αναδεικνύει το τρίπτυχο πάθος, μεράκι και εκλεκτά υλικά, που σύμφωνα με την εταιρεία χαρακτηρίζει κάθε αυθεντική εμπειρία.

Κεντρικό στοιχείο της φετινής καμπάνιας αποτελεί σειρά τεσσάρων επεισοδίων στο YouTube, με παρουσιαστή τον δημοσιογράφο Κωνσταντίνο Βρεπτό. Η σειρά περιλαμβάνει επισκέψεις σε σημεία όπως η Βαρβάκειος Αγορά, η Ιχθυόσκαλα και η λαϊκή αγορά της Κυψέλης, με στόχο την ανάδειξη πρώτων υλών, ιστοριών και ανθρώπων που δραστηριοποιούνται στον χώρο της γαστρονομίας.

Κάθε επεισόδιο ολοκληρώνεται με τη δημιουργία πιάτων σε συνεργασία με επιλεγμένους chefs, ενώ η σειρά καταλήγει σε επεισόδιο round table, στο οποίο οι συμμετέχοντες συνθέτουν ένα συλλογικό μενού που αποτυπώνει τη φιλοσοφία της μπύρας ΜΑΜΟΣ.

ΠΟΥ ΕΠΕΚΤΕΙΝΕΤΑΙ Η ΚΑΜΠΑΝΙΑ

Η καμπάνια επεκτείνεται και εκτός ψηφιακού περιβάλλοντος, μέσα από τις "Δευτέρες του ΜΑΜΟΥ". Τον Ιούνιο του 2026, η εταιρεία θα παρουσιάσει ειδικά διαμορφωμένο μενού σε επιλεγμένα εστιατόρια σε Αθήνα και Θεσσαλονίκη, προσκαλώντας το κοινό σε γαστρονομικές εμπειρίες. Παράλληλα, θα πραγματοποιηθεί διαγωνισμός μέσω ψηφιακής πλατφόρμας, μέσω του οποίου οι συμμετέχοντες θα μπορούν να διεκδικήσουν συμμετοχή στις συγκεκριμένες βραδιές.

• **DIA**
ΕΠΕΝΔΥΕΙ €180 ΕΚΑΤ. ΓΙΑ ΤΗ ΣΤΗΡΙΞΗ ΤΗΣ ΙΣΠΑΝΙΚΗΣ ΓΑΛΑΚΤΟΚΟΜΙΑΣ

Η αλυσίδα super market DIA ανακοίνωσε ότι επενδύει €180 εκατ. το 2026 για την προμήθεια γάλακτος από την Ισπανία, ενισχύοντας τη δέσμευσή της στις τοπικές εφοδιαστικές αλυσίδες και στον εθνικό γαλακτοκομικό τομέα. Η εταιρεία σχεδιάζει να αγοράσει περίπου 200 εκατ. λίτρα γάλακτος από Ισπανούς προμηθευτές φέτος, με το σύνολο των προϊόντων ιδιωτικής ετικέτας να προέρχεται από την εγχώρια αγορά. Σε σύγκριση με το προηγούμενο έτος, η DIA αύξησε τον όγκο του εγχώρια προμηθευμένου γάλακτος κατά περίπου 4%.

ΣΤΟ 65% ΤΟ ΡΛ ΓΑΛΑ

Το γάλα ιδιωτικής ετικέτας αντιστοιχεί σχεδόν στο 65% των συνολικών πωλήσεων γάλακτος της DIA. Από τα €180 εκατ. της επένδυσης, η εταιρεία θα διαθέσει €117 εκατ. σε προϊόντα ιδιωτικής ετικέτας. Η ζήτηση συνεχίζει να αυξάνεται στην κατηγορία αυτή, ιδιαίτερα για γάλα χωρίς λακτόζη και εμπλουτισμένο με πρωτεΐνη, σύμφωνα με την εταιρεία. Το προϊόν Dia Láctea αποτελεί ένα από τα ισχυρότερα brand ιδιωτικής ετικέτας, με τις

πωλήσεις του να αυξάνονται κατά 37% και να φτάνουν τα 5,6 εκατ. λίτρα το 2025.

ΕΜΦΑΣΗ ΣΕ ΤΟΠΙΚΟΥΣ ΠΡΟΜΗΘΕΥΤΕΣ

Το γάλα ιδιωτικής ετικέτας θα προέρχεται εξ ολοκλήρου από ισπανικές φάρμες, όπως σημείωσε η DIA. Η Γαλικία αποτελεί τον μεγαλύτερο προμηθευτή με σχεδόν 100 εκατ. λίτρα, ακολουθούμενη από την Καστίλλη και Λεόν, την Καταλονία, την Αστούριαν και τη Χώρα των Βάσκων. Η εταιρεία συνεργάζεται με περισσότερους από 1.100 τοπικούς προμηθευτές σε όλο το δίκτυό της και προμηθεύεται περίπου το 96% των προϊόντων της εγχώρια, σύμφωνα με την ίδια.

ΜΑΚΡΟΠΡΟΘΕΣΜΟ ΣΧΕΔΙΟ ΒΙΩΣΙΜΟΤΗΤΑΣ

Η επένδυση αποτελεί μέρος του μακροπρόθεσμου σχεδίου βιωσιμότητας "The Value of Every Day" της DIA. Λειτουργεί δίκτυο άνω των 2.300 καταστημάτων, καθώς και πανεθνικές online υπηρεσίες. Η εταιρεία ανέφερε ότι το επιχειρηματικό της μοντέλο δημιουργεί περισσότερα από €7 δισ. αξίας σε τομείς όπως η γεωργία, η κτηνοτροφία, η μεταποίηση και η εφοδιαστική αλυσίδα στην Ισπανία.



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**



• BUSINESS UPDATE - POWERED BY EATE

ΟΙ ΕΠΕΝΔΥΣΕΙΣ ΑΠΟ SPOROS ΚΑΙ BIG PI VENTURES & ΟΙ ΕΥΚΑΙΡΙΕΣ ΓΙΑ ΤΟ ΕΛΛΗΝΙΚΟ ΟΙΚΟΣΥΣΤΗΜΑ DEFENCE TECH

Στην υλοποίηση νέων επενδύσεων, με έμφαση στον πρωτογενή τομέα, την αγροδιατροφή και τη διαχείριση υδάτινων πόρων προσανατολίζεται η Sporos Platform, όπως δήλωσε ο Αλέξανδρος Καρύδης, Founding Partner του επενδυτικού σχήματος, στο BnB Daily.

Όπως ανέφερε, το Sporos έχει ήδη προχωρήσει σε 14 επενδύσεις, με επίκεντρο την παραγωγική οικονομία και όχι το κλασικό μοντέλο venture capital, το οποίο εστιάζει αποκλειστικά σε τεχνολογικές εταιρείες. Η επενδυτική στρατηγική επικεντρώνεται σε κλάδους με περιβαλλοντικό και κοινωνικό αποτύπωμα, με στόχο την αλλαγή του παραγωγικού μοντέλου.

Όσον αφορά τα επόμενα βήματα, στόχος είναι μέχρι το τέλος του 2026 να πραγματοποιηθούν ακόμη 4 επενδύσεις, ανεβάζοντας το συνολικό επενδυμένο κεφάλαιο στα €40 εκατ. Ιδιαίτερη έμφαση δίνεται στη διαχείριση και εξοικονόμηση υδάτινων πόρων, ενώ, όπως σχολίασε ο κ. Καρύδης, αναμένονται νέες επενδυτικές ανακοινώσεις για εταιρείες που ευθυγραμμίζονται με αυτή την κατεύθυνση.

Επιπλέον, το Sporos εξετάζει επενδύσεις στον χώρο των agrilogistics, με στόχο τη σύνδεση καινοτομίας και αποδοτικότερης χρήσης πόρων, ενώ δίνεται αυξημένη βαρύτητα στον πρωτογενή και αγροδιατροφικό τομέα, που θεωρείται κρίσιμος για τη δημιουργία προστιθέμενης αξίας.

Επικεντρώνεται σε βασικούς τομείς, όπως

- καθαρή ενέργεια και εφοδιαστική αλυσίδα
- μεταποίηση και βιομηχανική συμβίωση
- αγροδιατροφή και βιοοικονομία
- γαλάζια ανάπτυξη και βιώσιμος τουρισμός

καθώς και σε οριζόντιους καταλύτες κυκλικότητας (circular enablers), που εξοικονομούν πόρους σε σημαντικές αλυσίδες αξίας.

Το European Investment Fund (EIF), μέλος του ομίλου της Ευρωπαϊκής Τράπεζας Επενδύσεων (ETEπ), ανακοίνωσε τη συμμετοχή του στην Sporos Platform.

Κατά τη διάρκεια της εκδήλωσης "Sporos Impact Evening" στην Αθήνα πραγματοποιήθηκαν θεματικές συζητήσεις για το impact investing, τη βιομηχανική καινο-



τομία και τη βιώσιμη αγροδιατροφή, με τη συμμετοχή εταιρειών του χαρτοφυλακίου. Μεταξύ άλλων, ο Δρ. Χάρης Λαμπρόπουλος, Πρόεδρος της Ελληνικής Αναπτυξιακής Τράπεζας Επενδύσεων (EATE) και μέλος των Διοικητικών Συμβουλίων της ΕΤΕπ και του EIF, τόνισε ότι η συμμετοχή τόσο της EATE όσο και του EIF στο Sporos αποτελεί "ένα επιτυχημένο παράδειγμα συνεργασίας μεταξύ εθνικών αναπτυξιακών θεσμών και της ευρωπαϊκής επενδυτικής αρχιτεκτονικής, αποδεικνύοντας ότι η Ελλάδα διαθέτει πλέον το θεσμικό βάθος και την επενδυτική ικανότητα που απαιτούνται για τη στήριξη φιλόδοξων στρατηγικών αντίκτυπου, ευθυγραμμισμένων με την ευρωπαϊκή ατζέντα πράσινης και βιώσιμης χρηματοδότησης".

JA GREECE: ΤΑ ΒΡΑΒΕΙΑ ΤΗΣ ΜΑΘΗΤΙΚΗΣ ΕΜΠΟΡΙΚΗΣ ΕΚΘΕΣΗΣ ΑΘΗΝΑΣ 2026

Με μεγάλη επιτυχία ολοκληρώθηκαν οι Μαθητικές Εμπορικές Εκθέσεις 2026 του Junior Achievement Greece, με την πραγματοποίηση της Μαθητικής Εμπορικής Έκθεσης Αθήνας 2026 στο εμπορικό κέντρο The Mall Athens της LAMDA Development. Συνολικά, 52 μαθητικές startups και περισσότεροι από 600 μαθητές και μαθήτριες συνεργάστηκαν και δημιούργησαν καινοτόμα προϊόντα και υπηρεσίες που δίνουν λύσεις σε κοινωνικά και περιβαλλοντικά προβλήματα.

Το βραβείο "Πρώτη Πρωτότυπη / Υπηρεσία" στην Εικονική Επιχείρηση "Alia Ai" από το Ροδίων Παιδεία απένειμε η κα. Αντιγόνη Λυμπεροπούλου - Διευθύνουσα Σύμβουλος της Ελληνικής Αναπτυξιακής Τράπεζας Επενδύσεων. Η Alia Ai είναι μια έξυπνη φωνητική βοηθός που μιλά άπαιστα ελληνικά και κλείνει ραντεβού 24/7 μέσω τηλεφώνου. Διαθέτει αυτόματη λίστα αναμονής, έλεγχο ΕΟΠΥΥ και Enterprise Dashboard, προσφέροντας πάνω από 4 ώρες ημερήσιας παραγωγικότητας, με πλήρη συμμόρφωση με τον GDPR.

BIG PI VENTURES: ΣΤΑ ROBOTICS Η ΕΠΟΜΕΝΗ ΕΠΕΝΔΥΣΗ ΤΟΥ GROWTH

Στον κλάδο των robotics εντοπίζεται ο επόμενος επενδυτικός σταθμός του Big Pi Growth I, του πρώτου growth equity fund στην Ελλάδα και στη ΝΑ Ευρώπη που έχει δημιουργήσει η Big Pi Ventures, ενώ θα ακολουθήσει τουλάχιστον μια ακόμα επένδυση μέχρι το τέλος του χρόνου, ανεβάζοντας το συνολικό αριθμό σε τρεις, δεδομένου ότι ήδη από τον περασμένο Ιούλιο έχει εισέλθει στην διεθνή ψηφιακή πλατφόρμα υγείας και υγειονομικής περιθαλψής Numap.

Το τελευταίο εγχείρημα των Μάρκου Βερέμη, Νίκου Καλιαγκόπουλου, Άλεξ Ελευθεριάδη, Guy Krief και Πάνου Μέτση εστιάζει σε upscale εταιρείες και φιλοδοξεί να καλύψει το κενό που εντοπίζεται στη χώρα μας στη χρηματοδοτική υποστήριξη επιχειρήσεων που βρίσκονται στα -πιο ώριμα- στάδια Series A και Series B. Έρχεται, δε, να συμπληρώσει τη δράση των Big Pi I και πλέον, Big Pi II που επικεντρώνονται στη στήριξη εταιρειών στα στάδια pre-seed και seed, καλύπτοντας ουσιαστικά ολόκληρη τη διαδρομή των επιχειρήσεων τεχνολογίας, από την πρώιμη έως και την ύστερη φάση ανάπτυξής τους.

Στο μικροσκόπιο του fund βρίσκονται εταιρείες με Έλληνες ιδρυτές και σημαντική παρουσία στη χώρα μας, αμιγώς ελληνικές ή ξένες που ενδιαφέρονται να αποκτήσουν ουσιαστική παρουσία στην Ελλάδα. Ωστόσο, πέρα από το ελληνικό στοιχείο, ψηλά στη λίστα των προτεραιοτήτων της Big Pi βρίσκεται επίσης το έμπυχο δυναμικό και δη το ταλέντο των μηχανικών της κάθε εταιρείας. "Κοιτάμε πρωτίστως το ανθρώπινο κεφάλαιο της κάθε εταιρείας.

Το Big Pi Growth έχει αυτή τη στιγμή υπό διαχείριση κεφάλαια €150 εκατ., τα οποία μέχρι το τέλος του 2026 αναμένεται να ανέλθουν σε €200 εκατ. Το πλάνο προβλέπει την πραγματοποίηση από 8 έως 12 επενδύσεων, με ποσά από €7 έως €20 εκατ. ανά εταιρεία, ενώ, εκτός από τα κεφάλαια, όπως επισημαίνουν τα στελέχη του, φέρνει στο τραπέζι επιχειρησιακή και χρηματοοικονομική τεχνογνωσία καθώς και τις δεξιότητες μιας ηγετικής ομάδας από διαφορετικά backgrounds, με

κοινή συνισταμένη και συνδετικό ιστό την τεχνολογία.

Οι partners εξαίρουν επίσης τον κομβικό ρόλο της Ελληνικής Αναπτυξιακής Τράπεζας Επενδύσεων (EATE), η οποία δεν περιορίζεται μόνο στο ρόλο της ως cornerstore investor. "Η ταχύτητα με την οποία υπερπηδούνται γραφειοκρατικά και όχι μόνο εμπόδια είναι κάτι που δεν συναντά κανείς εύκολα, ούτε σε ανώτατο ευρωπαϊκό τραπεζικό επίπεδο", αναφέρουν.

Μέχρι σήμερα το Big Pi II έχει επενδύσει στις ακόλουθες εταιρείες:

- Acumino
- ORama VR
- Corsmed
- TileDB
- Aliciabots
- Nutropy
- Juisci
- LSPR

TECS CAPITAL II: ΣΤΟ ΡΑΝΤΑΡ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ ΠΟΥ ΚΑΙΝΟΤΟΜΟΥΝ

Έτοιμοι να επενδύσουν σε συνολικά 17 καινοτόμες επιχειρήσεις που δραστηριοποιούνται στον ευρύτερο χώρο του αποκαλούμενου deep tech δηλώνουν οι άνθρωποι που στελεχώνουν το TECS Capital II, ένα venture capital fund που συστάθηκε πριν από μερικούς μήνες έχοντας ως βασικό χρηματοδότη την Ελληνική Αναπτυξιακή Τράπεζα Επενδύσεων (EATE).

Σύμφωνα με το cnn.gr, όπως σημείωσαν κατά τη διάρκεια άτυπης ενημερωτικής συνάντησης ο Αντώνης Ηλίας και η Μαριλίζ Κοκορότσικου, εκ των βασικών εταίρων του fund, το TECS Capital II έχει να διαθέσει για επενδύσεις συνολικά €12,1 εκατ.

Το fund έχει προχωρήσει ήδη σε δύο επενδύσεις: η πρώτη είναι στην Aisthesis Medical, μία εταιρεία που έχει αναπτύξει ένα AI εργαλείο για την πρόληψη της σήψης, το οποίο χρησιμοποιείται ήδη από αρκετά νοσοκομεία στην Ευρώπη. Η δεύτερη είναι η Optimemms, η οποία εδρεύει στη Θεσσαλονίκη και δραστηριοποιείται στο χώρο της διαχείρισης ενεργειακών συστημάτων, με τη λύση της να χρησιμοποιείται ήδη από εταιρείες που συνολικά διαθέτουν 1.200 φωτοβολταϊκά πάρκα.

Το πλάνο για το TECS Capital II είναι να επενδύσει σε άλλες 15 εταιρείες μέσα στην επόμενη τριετία, με τα ποσά χρηματοδότησης να κυμαίνονται μεταξύ €300.000 και €1,5 εκατ.

Αξίζει να σημειωθεί ότι στο TECS Capital II, εταίροι στο οποίο είναι ακόμη ο Σωτήρης Σιάγας και ο Γαβριήλ Ταυρίδης, ενώ αποτελεί, τρόπον τινά, τη συνέχεια του TECS Capital I, το οποίο δημιουργήθηκε το 2020 με βασικό χρηματοδότη την EATE. Το συγκεκριμένο fund είχε €3,1 εκατ. προς διάθεση και ολοκλήρωσε πρόσφατα τον επενδυτικό κύκλο του, με ενδιαφέρον στοιχείο ότι ήταν το πρώτο που επένδυσε αποκλειστικά σε εγχειρήματα στη βόρεια Ελλάδα.

ΕΥΚΑΙΡΙΕΣ ΚΑΙ ΠΡΟΚΛΗΣΕΙΣ ΓΙΑ ΤΟ ΕΛΛΗΝΙΚΟ ΟΙΚΟΣΥΣΤΗΜΑ DEFENCE TECH

Τις ευκαιρίες και τις προκλήσεις για την δημιουργία ενός ελληνικού οικοσυστήματος αμυντικών ψηφιακών τεχνολογιών αποτύπωσαν ομιλητές από τον κλάδο της τεχνολογίας και της άμυνας στο δεύτερο CNN Insights του 2026, που πραγματοποιήσε το CNN Greece το πρωί της Δευτέρας 30/3 στην Αίγλη Ζαππείου.

Στο πρώτο πάνελ της ημέρας, ο Δημήτρης Μαλλάς, δημοσιογράφος του CNN Greece, συζήτησε με τον Dr Χάρη Λαμπρόπουλο, Πρόεδρο της Ελληνικής Αναπτυξιακής Τράπεζας Επενδύσεων (EATE), τον Τάσο Ροζολή, Πρόεδρο του Συνδέσμου Ελληνικών Κατασκευαστών Αμυντικού Υλικού (ΣΕΚΠΥ) και τον Χρήστο Ταραντίλη, Εταίρο και Επικεφαλής Τομέα Δημοσίου και Κεντρικής Κυβέρνησης της ΕΥ Ελλάδος, σχετικά με τις ευκαιρίες και τις προκλήσεις που υπάρχουν για τις ελληνικές εταιρείες στον κλάδο του defense tech.

"Η μεγαλύτερη πρόκληση είναι να μπορούν να δημιουργηθούν υβριδικά συστήματα χρηματοδότησης, τα οποία να συνδυάζουν το δημόσιο χρήμα με το ιδιωτικό, και με τη συμμετοχή φορέων, όπως το ΕΛΚΑΚ και το Υπουργείο Άμυνας, οι οποίοι θα δράσουν ως proof of sale", σημείωσε ο Δρ. Χάρης Λαμπρόπουλος.

Η ΠΑΤΡΑ ΣΤΟ ΕΠΙΚΕΝΤΡΟ ΤΗΣ ΝΕΑΣ ΕΝΕΡΓΕΙΑΚΗΣ ΕΠΟΧΗΣ

Τις προκλήσεις, τις ευκαιρίες και τις στρατηγικές κατευθύνσεις της ενεργειακής μετάβασης κατέδειξαν οι ομιλητές στη συνεδρία "Η Πάτρα, Πύλη της Νέας Ενεργειακής Οικονομίας της Μεσογείου", στο πλαίσιο του 15ου Forum Ενέργειας, που διοργάνωσε ο "Σ.Ε." με θεσμικό συνδιοργανωτή το Τεχνικό Επιμελητήριο Δυτικής Ελλάδος.

Στη συνεδρία παρευρέθηκαν, μεταξύ άλλων, ο Δρ. Χάρης Λαμπρόπουλος, Πρό-

εδρος της Ελληνικής Αναπτυξιακής Τράπεζας Επενδύσεων, καθώς και η Διευθύνουσα Σύμβουλος κα Αντιγόνη Λυμπεροπούλου, επιβεβαιώνοντας το αυξημένο ενδιαφέρον του οργανισμού για τον ρόλο της Πάτρας στο νέο ενεργειακό και επενδυτικό τοπίο.

Ο Δρ. Χάρης Λαμπρόπουλος, στάθηκε ιδιαίτερα στη σημασία της χρηματοδότησης της καινοτομίας. Σύμφωνα με το symboulos.gr, σημείωσε ότι η Τεχνητή Νοημοσύνη αποτελεί ήδη καθοριστικό παράγοντα, ενώ συμφώνησε με το όραμα μετατροπής της Πάτρας σε κόμβο έρευνας και ανάπτυξης. Προέβλεψε ότι στην 5η βιομηχανική επανάσταση θα έχει ενσωματωθεί η εκθετική και ταχεία εισαγωγή της Τεχνητής Νοημοσύνης στην καθημερινότητά μας.

Ο ίδιος ανέδειξε τον ρόλο των επενδυτικών κεφαλαίων στη στήριξη των νεοφυών επιχειρήσεων, επισημαίνοντας ότι η πρόσβαση σε τραπεζική χρηματοδότηση παραμένει περιορισμένη. Μια νέα επιχείρηση χρειάζεται κεφάλαια επιχειρηματικού κινδύνου.

Στο πλαίσιο αυτό, η Ελληνική Αναπτυξιακή Τράπεζα Επενδύσεων διαχειρίζεται κεφάλαια ύψους €2,2 δις., με στόχο την ενεργοποίηση του επενδυτικού οικοσυστήματος. "Αυτά τα κεφάλαια δίνονται μέσα από Funds τα οποία έχουν επενδυτικό σκοπό και καμία σχέση με τα Funds που ακούμε καθημερινά στις ειδήσεις και έχουν σχέση με την εκποίηση σπιτιών", επισήμανε ο κ. Λαμπρόπουλος.

ΑΝΘΕΚΤΙΚΟ ΤΟ ΕΛΛΗΝΙΚΟ ΟΙΚΟΣΥΣΤΗΜΑ

Η εκτίμηση ότι, σε σύγκριση με άλλες αγορές, η Ελλάδα δεν έχει γνωρίσει τις υπερβολικές αποτιμήσεις που εμφανίστηκαν διεθνώς, διατυπώθηκε από τον Πρόεδρο της Ελληνικής Αναπτυξιακής Τράπεζας Επενδύσεων, Δρ. Χάρη Λαμπρόπουλο, στο πλαίσιο της φετινής ετήσιας – κλειστής – εκδήλωσης της Deloitte για την "Κλιμάκωση του ελληνικού επιχειρείν" (5th Scale-Up Event) στην Αράχωβα. Όπως ανέφερε, "το ελληνικό οικοσύστημα είναι πιο ανθεκτικό και πιο ελκυστικό σε σχέση με ό,τι βλέπουμε αλλού". Παράλληλα, τόνισε ότι για την προσέλκυση περισσότερων κεφαλαίων απαιτούνται επιτυχημένα exits και ισχυρά success stories που θα λειτουργήσουν ως καταλύτης για νέες επενδύσεις.

Στο ίδιο πλαίσιο αναδείχθηκε και η παρουσία επιχειρηματικών πρωτοβουλιών

με διεθνή προσανατολισμό. Ενδεικτική είναι η δραστηριότητα του ομίλου Epthoosia Group των Μίλτου Καμπουρίδη και Σάκη Τανιμανίδη, οι οποίοι σχεδιάζουν τη δημιουργία ενός μεγάλου μουσείου αφιερωμένου στην ελληνική μυθολογία, ενώ ήδη αναζητείται το κατάλληλο οικόπεδο. Ο όμιλος διαθέτει το master franchise του "Museum of Illusions" σε αρκετές χώρες

και αναπτύσσει παράλληλα το δικό του concept "Paradox Museum", με περισσότερα από 20 σημεία διεθνώς – από τις ΗΠΑ έως την Ινδία – και με πρόσφατο άνοιγμα στη Χιλιεραμπάντ.

Ο Σάκης Τανιμανίδης, μάλιστα, συμμετείχε στην ίδια διοργάνωση της Deloitte στην Αράχωβα, αυτή τη φορά με την ιδιότητα του επιχειρηματία, σε συζήτηση με τη Διευθύ-

νουσα Σύμβουλο της Ελληνικής Αναπτυξιακής Τράπεζας Επενδύσεων, κα. Αντιγόνη Λυμπεροπούλου. Στο πλαίσιο αυτό προανήγγειλε, μεταξύ άλλων, και την επιστροφή του "Dragons' Den", το οποίο αναμένεται να προβληθεί με νέο κύκλο τον ερχόμενο Σεπτέμβριο από τον ΣΚΑΪ, με την παραγωγή να αναλαμβάνει η BetterKnown Entertainment.

• ΔΩΔΩΝΗ

ΕΠΕΝΔΥΣΕΙΣ €10 ΕΚΑΤ. ΚΑΙ ΝΕΟ ΕΡΓΟΣΤΑΣΙΟ ΑΠΟ ΤΗΝ ΟΙΚΟΓΕΝΕΙΑ ΣΑΡΑΝΤΗ

Σε τροχιά υλοποίησης εισέρχεται επενδυτικό σχέδιο €10 εκατ. για τη γαλακτοβιομηχανία Δωδώνη, με την οικογένεια Σαράντη να εξαγγέλει από τα Ιωάννινα ότι αναμένεται να δημιουργηθεί νέα μονάδα στην Ήπειρο για στήριξη της παραγωγικής δυναμικής, ενώ δρομολογούνται παρεμβάσεις εκσυγχρονισμού σε παραγωγή και δίκτυο προμήθειας γάλακτος. Στόχος είναι το νέο εργοστάσιο, το οποίο αναμένεται να είναι state of the art και θα ανεγερθεί σε οικόπεδο που αναζητά η Ελληνικά Γαλακτοκομεία στην περιοχή, να τεθεί σε λειτουργία εντός της επόμενης πενταετίας.

ΤΙ ΠΕΡΙΛΑΜΒΑΝΕΙ ΤΟ ΕΠΕΝΔΥΤΙΚΟ

Το επενδυτικό πλάνο €10 εκατ., κατανέμεται σε επιμέρους δράσεις που αφορούν τόσο νέες εγκαταστάσεις, όσο και την αναβάθμιση υφιστάμενων υποδομών. Ήδη,

- περίπου €1 εκατ έχει δεσμευθεί για έργα περιβαλλοντικής διαχείρισης και συγκεκριμένα για την αναβάθμιση του βιολογικού καθαρισμού, ενώ
- το υπόλοιπο ποσό κατευθύνεται σε εκσυγχρονισμό γραμμών παραγωγής φέτας και γιαουρτιού, επενδύσεις σε βιολογικά προϊόντα και έργα ψηφιακού μετασχηματισμού.

Σε ό,τι αφορά την περιοχή, επιβεβαιώθηκε ότι μέρος της δραστηριότητας φέτας έχει μετακινηθεί στην Λάρισα, στο πλαίσιο αναδιάρθρωσης των μονάδων, ωστόσο η οικογένεια Σαράντη υπογράμμισε τη διαχρονική σύνδεση της εταιρείας με την περιοχή, σημειώνοντας ότι η παρουσία της στα Ιωάννινα και την Ήπειρο αποτελεί σταθερή επιλογή για το μέλλον.

"ΓΥΡΙΖΕΙ ΣΕ ΑΝΑΠΤΥΞΗ"

Ο Πρόεδρος του Διοικητικού Συμβουλίου της Δωδώνη, Στέλιος Μ. Σαράντης, και ο Διευθύνων Σύμβουλος, Γεώργιος Τ. Σαράντης, ανέ-



Από αριστερά: Κωνσταντίνος Χύτας, Αναπληρωτής Διευθύνων Σύμβουλος - Στέλιος Μ. Σαράντης, Πρόεδρος Διοικητικού Συμβουλίου - Γιώργος Τ. Σαράντης, Πρόεδρος ΔΣ, Δωδώνη - Κωνσταντίνος Τόλης, Υπεύθυνος Επικοινωνίας, Ελληνικά Γαλακτοκομεία

δειξαν τη σημασία της επανατοποθέτησης της ηπειρωτικής γαλακτοβιομηχανίας σε αναπτυξιακή τροχιά. Όπως σημείωσαν, η προηγούμενη περίοδος χαρακτηρίστηκε από περιορισμένη επενδυτική δραστηριότητα, παλαιωμένο εξοπλισμό και συρρίκνωση της ζώνης γάλακτος, παράγοντες που επηρέασαν τη λειτουργική απόδοση.

Σε ό,τι αφορά τη συνεργασία με τους παραγωγούς, ο Αναπληρωτής Διευθύνων Σύμβουλος της Δωδώνη, Κωνσταντίνος Χύτας, διευκρίνισε ότι η τιμολογιακή πολιτική στο γάλα διαφοροποιείται ανάλογα με τον όγκο και τα ποιοτικά χαρακτηριστικά της πρώτης ύλης. Όπως ανέφερε, η βασική επιδίωξη της εταιρείας παραμένει η διεύρυνση της ζώνης γάλακτος, μέσω της προσέλευσης νέων συνεργαζόμενων κτηνοτρόφων, τόσο εντός όσο και εκτός Ηπείρου. Τόνισαν δε ότι η Ήπειρος διατηρεί ένα συγκριτικό πλεονέκτημα, καθώς μέχρι σήμερα δεν έχουν καταγραφεί περιστατικά ζωνοδύων, στοιχείο που ενισχύει την αξιοπιστία της πρώτης ύλης.

ΕΝΙΣΧΥΣΗ ΤΟΥ BRAND DODONI

Με την ολοκλήρωση των σχεδιαζόμενων επενδύσεων και την επέκταση της παραγωγικής βάσης, η διοίκηση εκτιμά ότι θα δημιουργηθούν οι συνθήκες για ενίσχυση της ανταγωνιστικότητας και περαιτέρω ανάπτυ-

ξη σε εγχώριες και διεθνείς αγορές. Εξάλλου, όπως είχε τονίσει ο Μιχάλης Σαράντης στο Fnb Daily, μεταξύ των στόχων είναι η ενίσχυση του brand Dodoni που στο εξωτερικό έχει ισχυρό positioning και έχει καθιερωθεί ως πρεσβευτής της ελληνικής γεύσης και παράδοσης.

Η εξαγωγική δραστηριότητα της εταιρείας εκτείνεται σε περισσότερες από 50 χώρες σε όλες τις ηπείρους, με τη στρατηγική να εστιάζει αποκλειστικά στην προώθηση των επώνυμων προϊόντων της και όχι σε ιδιωτικής ετικέτας συνεργασίες, επιβεβαιώνοντας την προσήλωσή της στην ανάδειξη της αξίας του brand. Με σταθερή παρουσία σε ώριμες και απαιτητικές αγορές, η εταιρεία έχει καταφέρει να δημιουργήσει ισχυρούς δεσμούς εμπιστοσύνης με τους καταναλωτές. Οι αγορές-κλειδιά που αποτελούν στρατηγική προτεραιότητα για το επόμενο διάστημα είναι

- οι ΗΠΑ
- ο Καναδάς
- η Αυστραλία
- η Ολλανδία και
- η Ισπανία

περιοχές όπου τα μεσογειακά προϊόντα καταγράφουν αυξημένη ζήτηση και παρουσιάζουν σημαντικές προοπτικές ανάπτυξης.

Στέλλα Αυγουστάκη
stella@notice.gr

• **MEDITERRA**

ΓΙΝΕΤΑΙ AB SHOP & GO ΜΕΧΡΙ ΤΕΛΟΣ ΙΟΥΝΙΟΥ ΤΟ ΠΑΝΤΟΠΩΛΕΙΟ ΣΤΟ ΚΟΛΩΝΑΚΙ - ΔΙΨΗΦΙΑ ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΣΤΟ ΤΡΙΜΗΝΟ

Με διψήφιο ρυθμό ανάπτυξης ολοκλήρωσε το α' τρίμηνο του 2026 η Mediterra, μετά από μια χρονιά που, [όπως είχε αναφέρει σε σχετικό ρεπορτάζ το FnB Daily](#), έκλεισε με αύξηση, έστω και οριακή, του κύκλου εργασιών παρά την απώλεια εσόδων από τους 15 περίπου τόνους μαστίχας που της στέρησε η κακή παραγωγική χρονιά του 2024.

Ωστόσο, ο Διευθύνων Σύμβουλος, Γιάννης Μανδάλας, εμφανίζεται επιφυλακτικός για τη φετινή χρονιά, παρά το δυνατό ξεκίνημα της εισηγμένης συνεταιριστικής επιχείρησης. "Το α' τρίμηνο πήγε πολύ καλά, όπως το περιμέναμε και το είχαμε προβλέψει, όμως δεν μπορούμε να παραβλέψουμε αυτά που συμβαίνουν γύρω μας. Πολύ φοβάμαι ότι έχουμε να αντιμετωπίσουμε μια κρίση διαφορετική από εκείνες, πχ του 1972 (πετρελαϊκή) ή της πιο πρόσφατης που αντιμετώπισε η χώρα μας τη δεκαετία του 2010. Αυτή τη φορά έχουμε να κάνουμε με κάτι παγκόσμιο, διακλαδικό που δεν αφήνει εκτός καμία κατηγορία προϊόντων, χώρα ή κανάλι διανομής και ως τέτοια σίγουρα προκαλεί ένα φόβο", δηλώνει στο FnB Daily.

ΚΑΤΕΒΑΖΕΙ ΤΑΧΥΤΗΤΑ

Το γεγονός αυτό καθιστά, σύμφωνα με τον ίδιο, ριψοκίνδυνη κάθε πρόβλεψη ή εκτίμηση για τη συνέχεια της χρονιάς, υποχρεώνοντας και τη Mediterra να αναπροσαρμόσει τη στρατηγική της και... να κατεβάσει ταχύτητα. "Αναγκαστικά, κάποια από τα πλάνα μας θα πάνε λίγο πιο πίσω ή θα τα προχωρήσουμε με μεγαλύτερη προσοχή. Για παράδειγμα, το 2025 λανσάραμε 21 καινούργια προϊόντα και φέτος είχαμε στα σχέδιά μας σχεδόν άλλα τόσα, ωστόσο τώρα θα περιμένουμε λιγάκι, τουλάχιστον μέχρι το καλοκαίρι να δούμε πώς θα διαμορφωθεί η περιρρέουσα ατμόσφαιρα", σημειώνει ο κ. Μανδάλας.

ΣΤΟΝ ΠΑΓΟ ΠΡΟΣΩΡΑΣ ΤΟ ΤΡΙΤΟ ΠΑΝΤΟΠΩΛΕΙΟ

Στο ίδιο πνεύμα, στον πάγο μπαίνει προσώρας και το σχέδιο για το άνοιγμα 3ου Μεσογειακού Παντοπωλείου για το οποίο η Mediterra αναζητούσε χώρο στην Αθήνα. Μάλιστα, όπως επιβεβαιώνει ο συνομιλητής μας, το δεύτερο Παντοπωλείο που ήδη λειτουργούσε στο Κολωνάκι (σ.σ. υπάρχει ένα ακόμα στο Πυργί Χίου) θα μετατραπεί σε AB Shop & Go, μετά από σχετική συμφωνία με την AB Βασιλόπουλος. "Αποφασίσαμε ότι θα ήταν καλύτερα για το συγκεκριμένο κατά-



Γιάννης Μανδάλας, Mediterra, Διευθύνων Σύμβουλος

στημα να προχωρήσει έτσι. Άλλωστε, πέρα από το γεγονός ότι το brand μας ΕΛΜΑ ούτως ή άλλως είχε παρουσία σε όλους τους μεγάλους retailers, ως franchisee διατηρούμε την ευελιξία να τοποθετήσουμε προϊόντα τρίτων που εμείς θα επιλέξουμε", δηλώνει ο κ. Μανδάλας. Βάσει του υφιστάμενου χρονοδιαγράμματος, η ένταξη του Παντοπωλείου στο δίκτυο της AB Βασιλόπουλος θα ολοκληρωθεί μέχρι το τέλος Ιουνίου.

Εξάλλου, σύμφωνα με τον κ. Μανδάλια, παραμένει ως έχει το σχέδιο για επένδυση της τάξης των €2,5 εκατ. μέσω του Αναπτυξιακού Νόμου στο εργοστάσιο της Mediterra για επέκταση υφιστάμενου παραγωγικού εξοπλισμού, αναδιarrυθμίσεις σε χώρους παραγωγής και λειτουργίας, αύξηση δυναμικότητας κ.α.

ΑΥΞΗΣΗ 1,3% ΣΤΟΝ ΤΖΙΠΟ ΤΟ 2025

Το 2025 ολοκληρώθηκε με αύξηση 1,3% στον κύκλο εργασιών για τη μητρική εταιρεία ενώ το EBITDA υποχώρησε ελαφρώς στα €901 χιλ. έναντι €917 χιλ. το 2024. Στις εταιρικές προτεραιότητες για το 2026, σύμφωνα με τις οικονομικές καταστάσεις, εντάσσονται ο ο ψηφιακός μετασχηματισμός, η περαιτέρω ενίσχυση των υποδομών ασφάλειας των πληροφοριακών συστημάτων, καθώς και η επένδυση σε σύγχρονους μηχανισμούς κυβερνοασφάλειας. Παράλληλα, βασική προτεραιότητα για το 2026 αποτελεί η ενίσχυση της υγείας και ασφάλειας των εργαζομένων, μέσω στοχευμένων παρεμβάσεων τόσο εντός της παραγωγικής μονάδας όσο και στον περιβάλλοντα χώρο. Εξίσου σημαντική παραμένει η προτεραιότητα της πράσινης μετάβασης, με έμφαση στην ενσωμάτωση στο εταιρικό πλαίσιο των ευρωπαϊκών πολιτικών "από το χωράφι στο ράφι", καθώς και στις αρχές της κυκλικής οικονομίας". Παράλληλα, η διοίκηση στοχεύει στην παρουσίαση τουλάχιστον 15 νέων προϊόντων μέσα στο 2026. Το 2025, όπως προαναφέρθηκε, παρουσιάστηκαν 21 νέα προϊόντα εκ των οποίων τα 7 αφορούν τη σειρά Cultura Mediterra, 5 τη σειρά Mastihashop, 7 τη σειρά Art of Nature, 1 τη μάρκα ΕΛΜΑ και 1 τη μάρκα Snake Isle.

DATA (σε €χιλ.)

Κύκλος Εργασιών

2025: 14.443

2024: 14.252

Μεταβολή: 1,3%

EBITDA

2025: 901

2024: 917

Μεταβολή: (1,7%)

Αποτέλεσμα προ φόρων

2025: 542

2024: 596

Μεταβολή: (9%)

Γιάννης Τσατσάκης
yannis@notice.gr

• CASINO
**ΝΕΑ ΕΤΑΙΡΙΚΗ
ΤΑΥΤΟΤΗΤΑ
ΚΑΙ ΣΥΓΧΡΟΝΑ
CONVENIENCE
STORES ΣΤΗΝ
ΓΑΛΛΙΑ**

Ο όμιλος Casino εγκαινίασε τη νέα του εταιρική ταυτότητα με το άνοιγμα δύο ανακαινισμένων καταστημάτων στο Saint-Etienne και στο Feurs στην Γαλλία.

Σύμφωνα με την εταιρεία, τα νέα καταστήματα σχεδιάστηκαν ώστε να ανταποκρίνονται στις ανάγκες των σύγχρονων αστικών καταναλωτών, δίνοντας έμφαση στα φρέσκα προϊόντα και στις επιλογές take away.

Η ανανέωση αυτή εντάσσεται στο στρατηγικό σχέδιο Renpouveau 2030, που αποσκοπεί στον εκσυγχρονισμό των καταστημάτων ευκολίας (convenience stores) της Casino.

ΤΟ ΝΕΟ CONCEPT

Με αυτό το νέο format, η Casino επιδιώκει να γεφυρώσει την παράδοση με την καινοτομία στα καταστήματά της και να εκσυγχρονίσει την εμπειρία των convenience stores. Η διατάξη των καταστημάτων δίνει έμφαση στην



Philippe Palazzi,
CEO, Ομίλου
Casino

ανάδειξη φρέσκων, βιολογικών και τοπικών προϊόντων. Πέρα από τη λιανική πώληση, τα καταστήματα τοποθετούνται ως σημεία κοινωνικής εξυπηρέτησης, προσφέροντας υπηρεσίες όπως δανεισμό εξοπλισμού, παραλαβή δεμάτων και ειδικά διαμορφωμένους χώρους για take away. Η Γενική Διευθύντρια των brands Groupe Casino, SPAR και Vival, Magali Daubinet-Salen, δήλωσε: "Η νέα αυτή εταιρική ταυτότητα αποτελεί ένα καθοριστικό ορόσημο στον μετασχηματισμό του ομίλου Casino, που βρίσκεται στον πυρήνα του σχεδίου Renpouveau 2030".

ΕΠΙΔΙΩΚΕΙ ΝΕΟ ΞΕΚΙΝΗΜΑ

Η μάρκα Casino, που ιδρύθηκε στο Feurs το 1898, λειτουργεί σήμερα περίπου 550 καταστήματα σε όλη την Γαλλία, εκ των οποίων το 65% είναι franchised.

Η εταιρεία σημείωσε ότι η επιλογή της συγκεκριμένης πόλης για το ντεμπούτο των πρώτων καταστημάτων με τη νέα ταυτότητα έχει συμβολικό χαρακτήρα.

Τα δύο αυτά καταστήματα αποτελούν ένα νέο μοντέλο λιανεμπορίου, το οποίο η Casino σχεδιάζει να επεκτείνει σε ακόμη 50 σημεία έως το 2030, όπως πρόσθεσε.

• **Debrief** •

Η ΔΟΥΛΕΙΑ ΤΩΝ ΗΓΕΤΩΝ

Ακολουθεί αντιδημοφιλής άποψη, σε συνέχεια του χθεσινού σημειώματος περί ηγεσίας και με αφορμή το... beef μεταξύ του Friedrich Merz και του Donald Trump.

Πριν μερικές ημέρες ο Γερμανός Καγκελάριος ανέφερε ότι το Ιράν "ταπεινώνει" την Ουάσινγκτον στο τραπέζι των διαπραγματεύσεων, δήλωση που προκάλεσε οργή στην άλλη πλευρά του Ατλαντικού, με τον Trump να σημειώνει στα social media ότι ο Merz "κάνει απαίσια δουλειά".

Προχθές ο Friedrich Merz επιχειρήσε να ρίξει τους τόνους. Επισήμανε ότι δεν εγκαταλείπει την προσπάθεια για τη διατλαντική σχέση, ούτε τη συνεργασία του με τον Donald Trump. Πρόσθεσε, δε, ότι η ανακοίνωση των ΗΠΑ πως θα αποσύρουν 5.000 Αμερικανούς στρατιώτες από βάσεις στην Γερμανία δεν ήταν έκπληξη και δεν πρέπει να θεωρηθεί ως αντίποινα.

Γιατί οι ΗΠΑ αποφάσισαν να αποσύρουν στρατιώτες τους από την Γερμανία, το ξέρουν μόνον αυτές. Μπορεί να έχει σχέση με τη στάση Merz, μπορεί και όχι. Το θέμα είναι ότι ο Γερμανός Καγκελάριος χρησιμοποίησε τη λέξη "ταπείνωση" για να περιγράψει την κατάσταση των ΗΠΑ στις διαπραγματεύσεις με το Ιράν.

Πολλές φορές ακούω ή διαβάζω ενστάσεις, γιατί οι ηγέτες – γενικώς – δεν τα... χώνουν πιο σκληρά σε ηγέτες άλλων χωρών. Γιατί πολύ απλά δεν είναι αυτή η δουλειά τους. Στις συζητήσεις μεταξύ φίλων και γνωστών, στις αναλύσεις των αρθρογράφων, στις εκτιμήσεις των ακαδημαϊκών υπάρχει μια πολυτέλεια: εκπροσωπούν μόνο τον εαυτό τους, άντε και τον οργανισμό για τον οποίο εργάζονται.

Ο ηγέτης εκπροσωπεί τη χώρα του, δηλαδή τους πολίτες της. Και στόχος του είναι να εξυπηρετεί τα συμφέροντά τους. Σταθ-

μίζει ένα σωρό πράγματα: την ισχύ της χώρας του, τη θέση της στο διεθνές στερέωμα, τις οικονομικές και άλλες υποχρεώσεις της, τον σχεδιασμό της για τα επόμενα χρόνια και άλλα πολλά.

Μία λάθος δήλωση μπορεί να έχει αμελητέα επίπτωση για τον ίδιο – το πολύ, πολύ να μην τον κάνουν... παρέα άλλοι ηγέτες ή να έχει εσωτερικό πολιτικό κόστος. Ωστόσο επειδή ακριβώς εκπροσωπεί τη χώρα του, η αντίδραση που τυχόν φέρει η ίδια δήλωση μπορεί να έχει πολλαπλό κόστος για τους πολίτες.

Συμπερασματικά, η δουλειά των ηγετών δεν είναι να τα... χώνουν στο διεθνές στερέωμα. Δουλειά τους είναι να μετράνε σωστά τη συγκυρία και να διαλέγουν με σύνεση πού, πότε και τί θα πουν.

Γιάννης Παλιούρης
giannis@notice.gr

• **MONDELEZ INTERNATIONAL**

ΣΥΜΜΕΤΕΧΕΙ ΣΤΑ ΓΕΥΜΑΤΑ ΧΑΡΑΣ ΓΙΑ ΤΑ ΠΑΙΔΙΚΑ ΧΩΡΙΑ SOS, ΣΤΟ ΠΛΑΙΣΙΟ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΟΣ ΤΗΣ ΣΚΛΑΒΕΝΙΤΗΣ

Η Mondelez International συμμετέχει στη δράση "Γεύματα Χαράς" για τα Παιδικά Χωριά SOS, μια πρωτοβουλία εταιρικής κοινωνικής ευθύνης που συνδέει τις καθημερινές αγορές των καταναλωτών με την υποστήριξη παιδιών που έχουν ανάγκη.

Η δράση υλοποιήθηκε από τις 22 Ιανουαρίου έως τις 4 Φεβρουαρίου 2026, στο πλαίσιο του προγράμματος της Σκλαβενίτης "Απλές Πράξεις Μεγάλης Αξίας", και σημείωσε θετική ανταπόκριση από το καταναλωτικό κοινό.



Μέσω του μηχανισμού της πρωτοβουλίας, για κάθε αγορά επιλεγμένων προϊόντων της

Mondelez International στα καταστήματα Σκλαβενίτης, προσφέρονται συνολικά 1.500 γεύματα στα Παιδικά Χωριά SOS, ποσό που αντιστοιχεί σε δωρεά ύψους €10.000.

Μετά την ολοκλήρωση της πρώτης φάσης, η δράση επαναλαμβάνεται από τις 30 Απριλίου έως τις 13 Μαΐου 2026, με διευρυμένη συμμετοχή προϊόντων των brands 7DAYS, Molto, Lacta Wafers, Bake Rolls, Oreo και Philadelphia, δίνοντας τη δυνατότητα συμμετοχής σε μεγαλύτερο αριθμό καταναλωτών.

Business Maker

ΓΙΑΤΙ Ο ESPRESSO ΚΕΡΔΙΣΕ ΤΟΝ ΦΡΑΠΕ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ

Ο καφές στην Ελλάδα δεν είναι απλώς μια καθημερινή συνήθεια. Είναι τελετουργία, κοινωνικός θεσμός, κομμάτι της ταυτότητάς μας. Από τα χρόνια της τουρκοκρατίας μέχρι τα σύγχρονα καφέ, η σχέση του Έλληνα με το ρόφημα αυτό εξελίσσεται, αλλά δεν αλλοιώνεται. Αντιθέτως, γίνεται πιο σύνθετη, πιο απαιτητική και –το κυριότερο– πιο ποιοτική.

Αυτό επισημαίνουν στη στήλη παράγοντες του κλάδου, επισημαίνοντας ότι ο καφές στη σύγχρονη ελληνική ιστορία πέρασε από τρία στάδια:

Η πρώτη μεγάλη φάση ήταν ο ελληνικός

καφές. Βαρύς, γλυκός ή σκέτος, σε μικρά φλιτζάνια, με το κατακάθι να λέει... ιστορίες. Σε δύσκολες εποχές, ακόμη και με υποκατάστατα, ο καφές δεν έφυγε από το καθημερινό τραπέζι. Στη συνέχεια, ήρθε η... επανάσταση του φραπέ, ενός καθαρά ελληνικού επινοήματος που ταυτίστηκε με το καλοκαίρι, τη χαλαρότητα και την ανεμελιά. Η τρίτη φάση, όμως, ήταν αυτή που άλλαξε το παιχνίδι: Ο espresso. Και όχι απλώς τον υιοθετήσαμε – τον εξελίξαμε. Ο freddo espresso και freddo cappuccino έγιναν εθνικά ροφήματα, με τον Έλληνα να απαιτεί ποιότητα πρώτης ύλης, σωστό καβούρ-

δισμα και τεχνική εκκύλισης.

Γιατί, όμως, αυτή η στροφή; Η απάντηση, όπως λένε οι ειδικοί του κλάδου, είναι απλή: Γεύση και ποιότητα. Ο στιγμιαίος καφές είναι προϊόν επεξεργασίας. Ο espresso είναι αγροτικό προϊόν. Έχει προέλευση, χαρακτήρα. Και αυτό, σε μια κοινωνία που ωριμάζει γευστικά, κάνει τη διαφορά. Ο Έλληνας δεν πίνει απλώς καφέ. Επενδύει σε αυτόν. Και ίσως αυτό να εξηγεί γιατί η χώρα παραμένει στις υψηλότερες θέσεις κατανάλωσης στην Ευρώπη. Δεν είναι θέμα ποσότητας. Είναι θέμα κουλτούρας.

Η Νο1 ΠΡΟΚΛΗΣΗ ΓΙΑ ΤΑ ΕΛΛΗΝΙΚΑ ΨΑΡΙΑ ΣΤΗΝ ΙΣΠΑΝΙΑ

Σε μια περίοδο, όπου οι εξαγωγές αποτελούν βασικό πυλώνα της ελληνικής οικονομίας, τα ιχθυρά συνεχίζουν να αποδεικνύονται... βαρύ χαρτί. Και η ισπανική αγορά, σταθερά, επιβεβαιώνει τον ρόλο της ως μία από τις πιο κρίσιμες για τον κλάδο, όχι μόνο ως προορισμός προϊόντων, αλλά και ως σημείο αναφοράς για τις καταναλωτικές τάσεις.

Με εξαγωγές που άγγισαν τα €240,32 εκατ. το 2025, η Ισπανία αποτελεί τη δεύτερη σημαντικότερη αγορά για τα ελληνικά προϊόντα ιχθυοκαλλιέργειας, πίσω μόνο από την Ιταλία. Τα στοιχεία δείχνουν μια σχέση αμοιβαίας εμπιστοσύνης, αλλά και έντονου ανταγωνισμού, σε μια αγορά που γνωρίζει πολύ καλά το προϊόν.

Η Ελλάδα βρίσκεται στη 14η θέση μεταξύ των προμηθευτών της Ισπανίας και στην 6η μεταξύ των ευρωπαϊκών χωρών. Από την άλλη πλευρά, η Ισπανία αποτελεί σημαντικό προμηθευτή για την ελληνική αγορά, ιδιαίτερα σε μαλάκια και κατεψυγμένα προϊόντα, επιβεβαιώνοντας τον διπλό χαρακτήρα της εμπορικής σχέσης. Το ενδιαφέρον, ωστόσο, βρίσκεται τόσο στη σύνθεση των εξαγωγών, όσο και στη συμπεριφορά των καταναλωτών. Το 92% των ελληνικών εξαγωγών αφορά νωπά ψάρια, με τη μέση ετήσια κατανάλωση να δείχνει μια σαφή προτίμηση στα φρέσκα προϊόντα. Ακόμη πιο αποκαλυπτική είναι η ηλικιακή διάσταση. Οι καταναλωτές άνω των 50 ετών οδηγούν την αγορά, με κατανάλω-

ση στα 19,82 κιλά για τις ηλικίες 50-64 και εκτοξεύεται στα 32,07 κιλά για όσους είναι άνω των 65, πολύ πάνω από τον μέσο όρο των 17,99 κιλών. Σε επίπεδο εισοδήματος, η ανώτερη τάξη κατέχει το μεγαλύτερο μερίδιο αξίας, με 25,39%, ωστόσο η κατώτερη εισοδηματικά τάξη εμφανίζει την υψηλότερη κατά κεφαλή κατανάλωση, με 25,97 κιλά. Ένα στοιχείο που δείχνει ότι τα ιχθυρά παραμένουν βασικό στοιχείο διατροφής, ανεξαρτήτως εισοδήματος. Το εμπορικό ισοζύγιο παραμένει υπέρ της Ελλάδας, με πλεόνασμα άνω των €163 εκατ. Η πρόκληση πλέον δεν είναι η διείσδυση, αλλά η διατήρηση αυτής της δυναμικής, σε μια αγορά όπου η ποιότητα δεν είναι επιλογή – είναι προϋπόθεση.

Business Insight

ΜOTOR OIL: ΘΑ ΒΓΕΙ ΣΤΙΣ ΑΓΟΡΕΣ ΜΕ ΕΚΔΟΣΗ ΕΥΡΩ-ΟΜΟΛΟΓΟΥ;

Με τη διοίκηση να υλοποιεί επενδύσεις €4 δισ., έχοντας καταγράψει κέρδη-ρεκόρ το 2025 - με παράλληλη μείωση του καθαρού δανεισμού - ενδεχόμενη νέα έξοδος στις αγορές με ευρωμόλογο θα ήταν εξέλιξη που θα "τιμολογούσε" θετικά η επενδυτική κοινότητα.

Ο επενδυτικός σχεδιασμός ανέρχεται σε περίπου €4 δισ., εκ των οποίων €1,5 δισ. κατευθύνονται στη διύλιση και €2,5 δισ. σε νέες ενεργειακές δραστηριότητες, με το 64% του προγράμματος να έχει ήδη υλοποιηθεί, όπως επανέλαβε ο Πέτρος Τζαννετάκης, αναφερόμενος στην ενεργειακή μετάβαση (στη συζήτηση με τίτλο "Energy Transition: Strategy, Supply and Capital Flows" / 11ο Delphi Economic Forum).

Σύμφωνα με τον Αναπληρωτή Διευθύνοντα Σύμβουλο του ομίλου, η ηγετική πορεία της εταιρείας στον τομέα της διύλισης βασίστηκε σε έναν μακροπρόθεσμο οριζόντα, ο οποίος υποστηρίχθηκε ουσιαστικά από το μοντέλο της οικογενειακής εισηγμένης επιχείρησης. Η ανάπτυξη αυτή στηρίχθηκε σε διαρκείς επενδύσεις σε τεχνολογία, εξοπλισμό και ανθρώπινο δυναμικό, ενώ ενισχύθηκε μέσω στρατηγικών εξαγορών και επέκτασης σε δραστηριότητες όπως τα δίκτυα λιανικής και τα αεροπορικά καύσιμα. Ο ενεργειακός μετασχηματισμός της εταιρείας, ξεκίνησε ήδη από το 2018, με τις πρώτες επενδύσεις στην αιολική ενέργεια να υλοποιούνται το 2019. Σήμερα, το χαρτοφυλάκιο στις Ανανεώσιμες Πηγές Ενέργειας ανέρχεται σε περίπου 900 MW, αποτελούμενο κυρίως από αιολι-

κά πάρκα, με συμπληρωματικές επενδύσεις σε ηλιακή ενέργεια και μονάδες αποθήκευσης.

Η διοίκηση έχει αποδείξει πως διαθέτει άριστα αντανακλαστικά, μετατρέποντας τις κρίσεις σε αξιοποίηση ευκαιριών, τακτική που ακολουθήθηκε και στην εν εξελίξει κρίση στον Περσικό. Στο πλαίσιο των γεωπολιτικών αναταράξεων, αναδείχθηκε η σημασία της ευελιξίας στην εφοδιαστική αλυσίδα, καθώς η Motor Oil προχώρησε σε άμεση διαφοροποίηση της τροφοδοσίας των διυλιστηρίων (στους Αγίους Θεοδώρους) αντικαθιστώντας το προερχόμενο μέσω των Στενών του Ορμούζ, με άλλες πηγές. Σημειωτέον πως, σύμφωνα με προηγούμενο insight μας, το 75% της τροφοδοσίας γινόταν μέσω της επίμαχης περιοχής, με την... αλλαγή πλεύσης να επιτυγχάνεται σε διάστημα λίγων ημερών.

Κοινός τόπος σε χρηματιστηριακά γραφεία πως, πριν την έναρξη του πολέμου στον Περσικό, εξεταζόταν το ενδεχόμενο μίας νέας έκδοσης ευροbond, καθώς τον Ιούλιο λήγει υφιστάμενο ευρωμόλογο. Προφανώς οι εξελίξεις στην ευρύτερη περιοχή ανέβαλαν το εγχείρημα, αλλά με το ενδεχόμενο να παραμένει στο τραπέζι. Χρήζει αναφοράς πως η ΜΟΗ και λόγω του άριστου rating που διαθέτει, πετυχαίνει μέσω διαδοχικών εκδόσεων να μειώνει τα κόστη χρήματος. Θυμίζω ότι, στις 8 Ιουλίου 2021 αποφασίσθηκε η έκδοση ευροbond, με αρχικό προγραμματισμό να αντληθούν €350 εκατ. Η θεαματική υπερκάλυψη όμως οδήγησε την διοίκηση να τραβήξει τελικά €400 εκατ.

καθώς η ζήτηση ήταν υπέρ πολλαπλάσια. Το σημαντικό ήταν πως η τιμολόγηση είχε γίνει στο 2,125%, με τα €350 εκατ. να χρησιμοποιούνται για την αποπληρωμή ομολόγων (senior note)- ύψους €350 εκατ.- με επιτόκιο στο 3,25% και λήξη το 2022. Διπλό το άμεσο όφελος, καθώς από το 3,25% η - τότε - νέα έκδοση έγινε κατά 112,5 μ.β βάσης χαμηλότερα, η δε πρόωρη- κατά ένα έτος- αποπληρωμή είχε ανάλογο θετικό τελικό αποτέλεσμα (στον καθαρό δανεισμό).

Απόρροια αυτής της μεθοδικής επανατιμολόγησης το γεγονός πως το 2025 καταγράφηκε κερδοφορία- ρεκόρ (€648 εκατ.) με σημαντική μείωση του καθαρού δανεισμού (στο €1,58 δισ.) ενισχύοντας τους ποιοτικούς δείκτες κεφαλαιακής επάρκειας.

Δεν είναι τυχαίο πως η Motor Oil είναι από τους ελάχιστους ομίλους που δεν διατάζει να εκτεθεί στην απαιτητική διεθνή αγορά- όπου και οι όροι έκδοσης/εισαγωγής είναι αυστηροί- και το επενδυτικό περιβάλλον πιο ανταγωνιστικό. Όπως και των προηγούμενων, έτσι και του υφιστάμενου τίτλου η διαπραγμάτευση γίνεται σε ευρωπαϊκή αγορά, και συγκεκριμένα στο Global Exchange Market, του χρηματιστηρίου της Ιρλανδίας (Dublin Euronext). Προφανώς το αν θα προχωρήσει η έξοδος (με ευροbond) θα εξαρτηθεί από την συγκυρία, το κλίμα που θα επικρατεί το επόμενο διάστημα στις αγορές, με τραπεζικό παράγοντα να εκτιμά πως εάν δεν επιβαρυνθεί η κατάσταση το εγχείρημα θα μπορούσε να γίνει, ακόμη και μέσα στον Μάιο.



REAL ESTATE DAILY SECRET

THE KEY TO PROPRIETARY INFORMATION

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

NOTICE
CONTENT & SERVICES

**ΚΑΝΤΕ
ΕΓΓΡΑΦΗ
ΕΔΩ**

SECRETRECIPE

Ο κύριος “Δεν πουλάω” ανάλογα με το... τίμημα

Εδώ και χρόνια, ο συγκεκριμένος επιχειρηματίας απαντά σε όσους επενδυτές τον προσεγγίζουν ότι “Δεν πουλάω”. Και επιχειρηματολογεί επ’ αυτού ότι έχει πολλά σχέδια για την επιχείρησή του και πως δεν χρειάζεται τα χρήματα κανενός άλλου. Τώρα, όμως, όπως πληροφορείται το Fnb Daily, που το pressing από τους υποψήφιους επενδυτές και τα fund έχει γίνει ασφυκτικό, φαίνεται ότι έχει βάλει νερό στο κρασί του. Και, πλέον, όπως σχολιάζουν έμπειροι παρατηρητές και συνομιλητές του, “όλα είναι θέμα τιμήματος”. Για να δούμε...

SÒ POSH!
the trendletter

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

**Κάθε Σάββατο
στις 9.30**

ΤΟ ΕΒΔΟΜΑΔΙΑΙΟ NEWSLETTER

ΓΙΝΕ ΣΥΝΔΡΟΜΗΤΗΣ ΕΔΩ

Editorial

Μέρισμα καπιταλισμού

Διαβάζω την είδηση: “Οι μισθοί και οι άλλες αμοιβές κορυφαίων στελεχών επιχειρήσεων σε παγκόσμια κλίμακα έχουν αυξηθεί κατακόρυφα τα τελευταία χρόνια, ενώ όλοι οι υπόλοιποι εργαζόμενοι έχουν ολοένα λιγότερα χρήματα στη διάθεσή τους, με βάση στοιχεία του Διεθνούς Οργανισμού Εργασίας και του ΔΝΤ, που ανέλυσε η Oxfam”.

Και, για να μιλήσουμε με αριθμούς, το 2025, οι μέσες ετήσιες αποδοχές των κορυφαίων στελεχών ήταν \$8,4 εκατομμύρια, αυξημένες κατά 11%, ενώ το μέσο ετήσιο εισόδημα των εργαζομένων ήταν \$17.156, αυξημένο κατά μόλις 0,5%.

Μάλιστα, σε σύγκριση με το 2019, στην περίπτωση των golden boys έχουμε αύξηση 54%, ενώ στην περίπτωση των εργαζομένων, έχουμε μείωση 12%.

Πάντα, λαμβάνοντας υπόψη και τον πληθωρισμό.

Τί σημαίνουν όλα αυτά; Ότι και αυτό το στοιχείο συμβάλλει σημαντικά στη διεύρυνση και ένταση της ταξικότητας στην κοινωνία παγκοσμίως.

Και αυτό, με τη σειρά του, οδηγεί σε ακόμα μεγαλύτερες κοινωνικές εντάσεις και θυμό στα μεσαία και κατώτερα οικονομικά στρώματα. Πρέπει τα υψηλόβαθμα στελέχη να αμείβονται

πλουσιοπάροχα, δεδομένου ότι από αυτά εξαρτάται η πορεία μιας εταιρείας, και ότι μπορεί να βρεθούν εκτός θέσης και επιχείρησης από τη μια μέρα στην άλλη, αν κάτι στραβώσει;

Ασφαλώς και πρέπει. Διότι, άλλωστε, από τις αποφάσεις αυτών εξαρτώνται και οι δουλειές και οι ζωές των υπολοίπων εργαζομένων, τους οποίους διοικούν. Από αυτό, όμως, το σημείο, μέχρι τα ίδια αυτά τα στελέχη να λειτουργούν προκλητικά σε σχέση με το υπόλοιπο προσωπικό και να αποφασίζουν για τα bonus και τις αποδοχές τους χωρίς να διανέμουν μέρισμα και στους εργαζομένους υπάρχει απόσταση.

Είμαι υπέρμαχος των πλουσιοπάροχων αμοιβών και ανταμοιβών των όσων διοικούν μια επιχείρηση. Η ευθύνη τους και η πίεση, που δέχονται, είναι ασύλληπτα μεγάλη και 24/7.

Στην εποχή, όμως, όπου τίποτα δεν μένει κρυφό και όπου τα εισοδήματα των εργαζομένων πιέζονται από τις υψηλές τιμές των διαρκών διαταραχών, καλό θα ήταν να προβλεφθεί και ένα μέρισμα προς αυτούς.

Ένα μέρισμα καπιταλισμού. Τόσο απλά.

Νεκτάριος Β. Νώτης
nectarios@notice.gr