

Τέτοιο χαλβά δεν έχεις ξαναφάει!

Με τραγανό, καραμελωμένο Speculoos.
Ελληνική δημιουργία. Καθαρή απόλαυση.



Deluxe
Χαλβάς Speculoos
400 g
1 Kg = 7,48€

2,99 €



Γιατί αξίζει.



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

ΠΑΡΑΣΚΕΥΗ 27 ΜΑΡΤΙΟΥ 2026
ΤΕΥΧΟΣ 2298



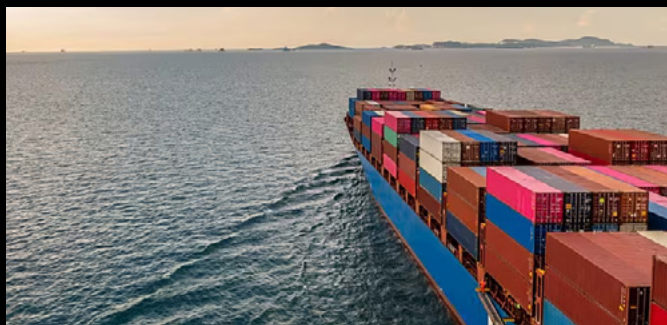
• DIAGEO HELLAS

Κάμψη μεγεθών για δεύτερη συνεχόμενη χρήση λόγω επιβράδυνσης της αγοράς και εμπορικών πιέσεων – Ο νέος επικεφαλής



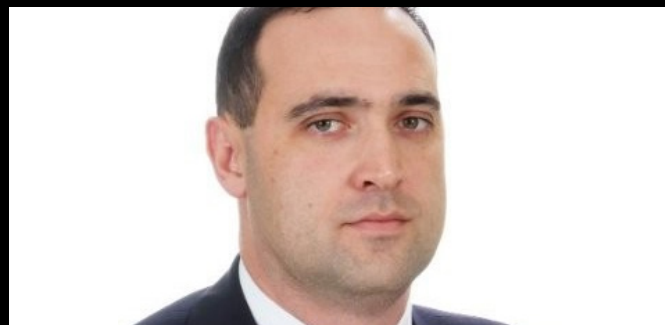
• PERNOD RICARD

Εξετάζει εξαγορά της Brown-Forman, εταιρεία παραγωγής του Jack Daniel's



• ΝΑΥΤΙΛΙΑ

Σε κίνδυνο η τροφοδοσία τροφίμων της Μέσης Ανατολής - Ο πόλεμος παγώνει τις θαλάσσιες μεταφορές



• PASSALIS

Φέρνει τα Kuchen Meister στην Ελλάδα - Ποια brands ενισχύουν το μερίδιό τους

Editorial
Αβεβαιότητα

Debrief
Δύο ξένοι

Business Maker

- Η κατηγορία καφέ που δεν καταλαβαίνει από κρίση και οι 2 καταλύτες
- Αντισταθμιστικά για τη νέα αύξηση του κατώτατου

SecretRecipe

Ο γάμος και τα πουρνάρια

Business Insight

Sarantis: Eva undervalued χαρτί του FTSE25 Large Cap και η προοπτική του €1 δις. που βλέπει η Eurobank Equities

NEO

Αν η μέρα είναι busy,
η διατροφή γίνεται... easy!



ΧΩΡΙΣ
ΠΡΟΣΘΗΚΗ
ΖΑΧΑΡΗΣ

35g
ΠΡΟΤΕΪΝΗΣ

26
ΒΙΤΑΜΙΝΕΣ &
ΙΧΝΟΣΤΟΙΧΕΙΑ

ΧΩΡΙΣ
ΛΑΚΤΟΖΗ

Τώρα, ακόμα και αν ο χρόνος σου είναι περιορισμένος,
ένα πλήρες γεύμα είναι στο χέρι σου!



• **STAYIA FARM**

ΔΕΥΤΕΡΟ ΚΑΤΑΣΤΗΜΑ ΒΕΕ ΒROS ΣΤΗΝ ΝΕΑ ΣΜΥΡΝΗ ΚΑΙ ΣΧΕΔΙΑ ΓΙΑ ΕΥΡΩΠΑΪΚΗ ΕΠΕΚΤΑΣΗ

Το δεύτερο κατάστημα The Bee Bros έθεσε σε λειτουργία πριν λίγες μέρες στην Νέα Σμύρνη η Stayia Farm, κάνοντας ακόμα πιο αισθητή την παρουσία της στο κομμάτι του retail.

Πρόκειται για το δεύτερο σημείο που ανοίγει η μελισσοκομική εταιρεία, δεδομένου ότι εδώ κι έξι μήνες λειτουργεί ένα ακόμα κατάστημα με την ίδια επωνυμία στην Κηφισιά. Όπως δηλώνει στο FNB ο Εμπορικός Διευθυντής της εταιρείας, Όμηρος Πανταζίδης, τα εν λόγω σημεία λειτουργούν σαν προωθητικοί πυλώνες του brand, ενώ τα σχέδια της Stayia Farm για την ανάπτυξη του δικτύου δεν περιορίζονται εντός των ελληνικών συνόρων: "Το πλάνο είναι να ανοικτούν τέτοια καταστήματα σε όλες σχεδόν τις ευρωπαϊκές πρωτεύουσες και σταδιακά να αναπτυχθεί περαιτέρω η αλυσίδα", αναφέρει χαρακτηριστικά.

ΕΙΣΟΔΟΣ ΣΕ ΜΥ ΜΑΡΚΕΤ, ΓΑΛΛΕΙΑ & ΠΙΤΣΙΑ

Πέραν του δικτύου καταστημάτων, σε φάση διεύρυνσης βρίσκεται και η γκάμα της μάρ-

κας στην οποία προστέθηκαν πρόσφατα τρεις νέοι κωδικοί, ανεβάζοντας το συνολικό αριθμό σε έξι: Ατομικές βάφλες με επικάλυψη σοκολάτας και βανίλιας καθώς και ρόφημα με κακάο και φράουλα- με το μέλι να αντικαθιστά, σε όλες τις περιπτώσεις, τη ζάχαρη. Σύμφωνα με τον κ. Πανταζίδη, νέες προσθήκες θα πραγματοποιηθούν το επόμενο διάστημα.

Ο ίδιος προσθέτει ότι η σειρά The Bee Bros βρίσκεται πλέον και σε περισσότερα σημεία του οργανωμένου λιανεμπορίου καθώς, πρόσφατα τοποθετήθηκε στα METRO-My Market, στον Γαλαξία και στη βορειοελλαδική αλυσίδα Πιτσιάς. Παράλληλα, σύμφωνα με τον κ. Πανταζίδη, σε ανάπτυξη βρίσκεται και η σειρά Vasilissa με αιχμή του δόρατος αυτή την περίοδο το παστέλι όπου ετοιμάζονται κάποιοι καινούργιοι κωδικοί.

ΕΝΤΟΝΗ ΖΗΤΗΣΗ ΑΠΟ Σ. ΑΡΑΒΙΑ ΚΑΙ ΚΑΤΑΡ

Στο μέτωπο των εξαγωγών που αντιστοιχούν στο 40% του συνολικού κύκλου εργασιών της Stayia Farm, παρά τα αναπόφευ-

κτα προβλήματα που δημιουργεί η πολεμική σύρραξη, η εταιρεία εξακολουθεί να γίνεται αποδέκτης έντονου ενδιαφέροντος από την Μέση Ανατολή, με την Σαουδική Αραβία και το Κατάρ να είναι δυο από τις τελευταίες προσθήκες στη λίστα των εξαγωγικών προορισμών.

DATA STAYIA FARM (σε €χιλ.)

Κύκλος Εργασιών

2024: 6.405

2023: 5.978

Μεταβολή: 6,89%

EBIT

2024: 366

2023: 400

Μεταβολή: (8,87%)

Κέρδη προ φόρων

2024: 204

2023: 302

Μεταβολή: (38,73%)

ΑΝΑΠΤΥΞΗ 5% ΤΟ 2025

Αξίζει να σημειωθεί ότι πρόσφατα η εταιρεία μετακόμισε στο νέο, εργοστάσιο στην Ριτσώνα που αποτελεί μια επένδυση άνω των €4 εκατ. κι εκτείνεται σε 3.500 τ.μ. με πρόβλεψη για άλλο τόσο τουλάχιστον σε χώρους παραγωγής και αποθήκευσης. Μεταξύ άλλων, η νέα μονάδα διαθέτει πλήρως αυτοματοποιημένες γραμμές για τυποποίηση μελιού και παραγωγή παστελιών.

Το 2025, σύμφωνα με τον κ. Πανταζίδη, η Stayia Farm έτρεξε με ανάπτυξη της τάξης του 5%.

Γιάννης Τσατσάκης
yannis@notice.gr



Γιάννης
Καρυπίδης,
ιδιοκτήτης,
Stayia
Farm

• **MONDELEZ INTERNATIONAL**

ΝΕΟ ΚΡΟΥΑΣΑΝ ΜΟΛΤΟ ΟΡΕΟ

Η Mondelez International προχωρά σε λανσάρισμα νέου προϊόντος στην ελληνική αγορά, συνδυάζοντας δύο ισχυρά brands του χαρτοφυλακίου της, το Molto και το Oreo. Το νέο κρουασάν Molto Oreo συνδυάζει αφράτη ζύμη με γέμιση κρέμας και μπισκότου Oreo, προσφέροντας μια διαφοροποιημένη πρόταση στην κατηγορία των σνακ.

Σύμφωνα με τον Αλέξανδρο Μπαλτατζή, Marketing Lead σε Ελλάδα και Κύπρο, η

εταιρεία επιδιώκει την ανάπτυξη καινοτόμων προϊόντων που συνδυάζουν τοπικά αγαπημένα προϊόντα με διεθνή brands, ανταποκρινόμενη στις εξελισσόμενες προτιμήσεις των καταναλωτών.

Το προϊόν είναι ήδη διαθέσιμο σε σημεία πώλησης πανελλαδικά, ενισχύοντας την παρουσία της εταιρείας στην αγορά έτοιμων αρτοποιημάτων. Η προώθησή του υποστηρίζεται από πολυκαναλική διαφημιστική



καμπάνια με κεντρικό μήνυμα "Molto έξω ή Oreo μέσα; Φάε και θα δεις", με στόχο την ενίσχυση της αναγνωρισιμότητας και τη δοκιμή από τους καταναλωτές.

A central image showing a delivery driver wearing a red helmet and jacket, holding several pizza boxes. The scene is framed by a circular fisheye lens effect with a rainbow-like chromatic aberration. The driver is smiling slightly. One of the pizza boxes is clearly visible with the text 'PIZZA Belly' and the efood logo.

Κουδούνι;
efood!

Φαγητό; Supermarket; Καφές; Ή οτιδήποτε άλλο;
Η στιγμή που περιμένεις έχει κιόλας φτάσει!

• **DIAGEO HELLAS**

ΚΑΜΨΗ ΜΕΓΕΘΩΝ ΓΙΑ ΔΕΥΤΕΡΗ ΣΥΝΕΧΟΜΕΝΗ ΧΡΗΣΗ ΛΟΓΩ ΕΠΙΒΡΑΔΥΝΣΗΣ ΤΗΣ ΑΓΟΡΑΣ ΚΑΙ ΕΜΠΟΡΙΚΩΝ ΠΙΕΣΕΩΝ – Ο ΝΕΟΣ ΕΠΙΚΕΦΑΛΗΣ

Κάμψη μεγεθών για δεύτερη συνεχόμενη οικονομική χρήση εμφάνισε η Diageo Hellas. Ειδικότερα, στο οικονομικό έτος 2024/2025 που έληξε στις 30/6/2025, η εταιρεία εμφάνισε πτώση των πωλήσεων κατά 7,3%, στα €69,18 εκατ. και απώλεια άνω του €1 εκατ. στην καθαρή της κερδοφορία, καθώς δι-αμορφώθηκε σε €2,715 εκατ. από €3,736 εκατ. στη χρήση 2023/2024.

Το ΔΣ πρότεινε την διανομή μερίσματος €2,69 εκατ. από τα καθαρά κέρδη της χρήσης.

ΟΙ ΑΙΤΙΕΣ ΤΗΣ ΠΤΩΣΗΣ

Σύμφωνα με τα όσα αναφέρονται στις χρηματοοικονομικές καταστάσεις στη χρήση καταγράφηκε επιβράδυνση της αγοράς και αυξημένες εμπορικές πιέσεις (ιδίως στο α' εξάμηνο), κάτι που αποτυπώθηκε και στη μείωση του μικτού αποτελέσματος. Ωστόσο "η εταιρεία προχώρησε σε στοχευμένη διαχείριση και εξορθολογισμό των λειτουργικών της δαπανών, περιορίζοντας την επί-δραση της συμπίεσης των περιθωρίων".

DATA 1/7-30/6 (σε €χιλ.)

Καθαρός κύκλος εργασιών

2024/2025: 69.183
2023/2024: 74.622
2022/2023: 78.458
2021/2022: 64.692
2020/2021: 50.028

Μικτό αποτέλεσμα

2024/2025: 24.532
2023/2024: 29.015
2022/2023: 32.741
2021/2022: 26.735
2020/2021: 21.197

Κέρδη προ φόρων

2024/2025: 3.625
2023/2024: 4.734
2022/2023: 4.886
2021/2022: 3.684
2020/2021: 3.174

Καθαρά κέρδη

2024/2025: 2.715
2023/2024: 3.736
2022/2023: 3.881
2021/2022: 2.245
2020/2021: 2.443



Christopher Wangai Gitau, Πρόεδρος ΔΣ, Diageo Hellas

ΕΜΠΟΡΙΚΕΣ ΑΠΑΙΤΗΣΕΙΣ

Στις 30/06/2025 οι εμπορικές απαιτήσεις περιλάμβαναν απαιτήσεις από πελάτες, ποσού €28,3 εκατ. (από €32,72 εκατ. την αμέσως προηγούμενη χρήση) και μεταχρονολογημένες επιταγές €3,04 εκατ. (από €2,62 εκατ.).

Στο τέλος Ιουνίου του 2025 η εταιρεία είχε σχηματίσει πρόβλεψη για επισφαλείς απαιτήσεις συνολικού ποσού περίπου €15 εκατ. Σημειώνεται ότι διατηρεί ασφαλιστική κάλυψη κλάδου πιστώσεων για τη διαχείριση του πιστωτικού κινδύνου που προκύπτει από τις εμπορικές απαιτήσεις.

TAMEIO

Ακόμη, η Diageo Hellas εμφάνιζε ταμειακά διαθέσιμα €16,82 εκατ. (από €13,88 εκατ. στις 30/6/2024), τα οποία αφορούν καταθέσεις σε ευρώ σε τράπεζες εσωτερικού και εξωτερικού υψηλής πιστοληπτικής ικανότητας.

ΑΛΛΑΓΗ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ

Στα τέλη της προηγούμενης χρονιάς η εταιρεία προχώρησε σε αλλαγή μελών του διοικητικού της συμβουλίου. Συγκεκριμένα, με απόφαση της Γενικής Συνέλευσης (19/12/2025), εκλέχθηκε νέο διοικητικό συμβούλιο και στη συνέχεια συγκροτήθηκε σε σώμα με Πρόεδρο τον Christopher Wangai Gitau, Αντιπρόεδρο την Κωνσταντίνα Παπαχρηστοπούλου και Μέλος τον Jacopo Agostini. Ο κ. Gitau ήταν προηγουμένως Εμπορικός Διευθυντής στην Serengeti Breweries Ltd. Με περισσότερα από 25 χρόνια εμπειρίας στον ταχέως εξελισσόμενο τομέα καταναλωτικών αγαθών, είχε ανώτερες θέσεις στις East African Breweries Limited (EABL), Meta Abo Breweries Ethiopia και Cooke International, υλοποιώντας πρωτοβουλίες εμπορικού μετασχηματισμού σε όλη την Αφρική και την Νοτιοανατολική Ασία.

Μάκης Αποστόλου
makis@notice.gr

SME
D A I L Y

Το καθημερινό newsletter για τη μικρομεσαία επιχειρηματικότητα

Γίνε συνδρομητής ΔΩΡΕΑΝ εδώ



ΚΥΚΛΟΦΟΡΕΙ ΔΩΡΕΑΝ

ΔΕΥΤΕΡΑ - ΠΑΡΑΣΚΕΥΗ
ΣΤΙΣ **05:45**

Με την αξιοπιστία της

NOTICE
CONTENT & SERVICES

H



NOTICE

CONTENT & SERVICES

παρουσιάζει το
1ο Συνέδριο

Αγροδιατροφικού τομέα στην Αθήνα



**AGRI FOOD
FORWARD**

Cultivating Innovation, Harvesting Growth.

Με τη συμμετοχή εκπροσώπων του κλάδου
Παρουσίαση ερευνών και τάσεων για το μέλλον
Προτάσεις καινοτομίας και ψηφιοποίησης
Πιστοποίηση και εξωστρέφεια
Networking με στελέχη της αγοράς



**Αγαπητού
Μαρία**
Διευθύντρια Πιστοποίησης
Συστημάτων Διαχείρισης
& Προϊόντων,
TUV AUSTRIA Hellas



**Βαπορίδης
Στέλιος**
Διευθυντής Ανάπτυξης
Αγροδιατροφικού
Τομέα,
TUV AUSTRIA Hellas



**Γραμματής
Δημήτρης**
Δ/ντής Παραρτήματος
Αιγαίου,
TUV AUSTRIA Hellas



**Davran
Ismail**
Global Product
Manager,
TUV AUSTRIA Group



**Δρ.υς
Στέλιος**
CEO,
Food Standard



**Ζαργάνης
Πέτρος**
Ζαργάνης Πρότυπα
Βιοαgroκτίσματα ΑΕ



**Θεοχαρίδης
Κώστας**
Υπεύθυνος Αγορών
Σκληρού Σίτου,
Barilla Hellas



**Καλλιός
Γιάννης**
Country Manager,
TUV AUSTRIA in Greece



**Καραστάβρος
Ιωάννης**
Managing Director,
AGRONOMIA



**Λαζαρίδου
Έφη**
CEO Οργανισμού
Νέας Γεωργίας,
Νέα Γενιά



**Λαμπρόπουλος
Χάρης Dr**
Πρόεδρος, Ελληνική
Αναπτυξιακή Τράπεζα
Επενδύσεων ΑΕ, ΕΙΒ
& EIF



**Λεουτσάκου
Λίνα**
Sustainability & Public
Affairs Manager,
Αθηναϊκή Ζυθοποιία



**Μάμαλης
Σπύρος**
Πρόεδρος,
ΕΛΓΟ - ΔΗΜΗΤΡΑ



**Μέλος
Γιάννης**
Παραγωγός & Ιδιοκτήτης,
Λειφόρος Γη



**Μπαργατάκης
Παντελής**
Γενικός Διευθυντής,
TUV AUSTRIA Labs



**Μποργράκος
Γρηγόρης**
Founder & CEO,
Planet Foods



**Μπουρικός
Δημήτριος**
Γενικός Διευθυντής,
Τελωνείων & ΕΦΚ



**Πάλλη
Αλεξάνδρα**
Αντιπεριφερειάρχης
Επιχειρηματικότητα
και Ευρωπαϊκού
Προγραμματισμού,
Περιφέρεια Αττικής



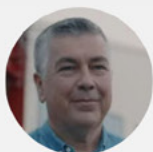
**Ποταμίτης
Διονύσιος**
Owner, Evlogia



**Ρεμπούτσικα
Γεωργία**
Διευθύντρια
Σύμβουλος, ΕΟΠΠΕΠ



**Σίμος
Δημήτρης**
Managing Partner
& CEO, SPOROS
PLATFORM



**Σκανιάς
Νίκος**
CEO, Δωρική
Τυροκομία ΑΕ



**Σταυροπούλου
Έλενα**
Υπεύθυνη Πιστοποίησης
Αγροτικών Προϊόντων,
TUV AUSTRIA Hellas



**Στεργίου
Γιώργος**
CEO, ANYFION
GREECE S.A.



**Τακάς
Νικόλαος**
Managing Partner,
THERMI VC



**Τζέμου
Μυρίνη**
Compliance Manager,
Φάρμα Μητσόπουλος



**Τουραλίδης
Απόστολος**
Πρόεδρος, ΕΛΟΠΥ



**Vogl
Gerda**
Austrian Ambassador
in Greece



**Χωραφά
Ντία**
Οργάνωση Μπορούμε,
Συμμαχία
για τη Μείωση
Σπατάλης Τροφίμων

2 Απριλίου 2026
Αμφιθέατρο Οργανισμού Κεντρικών
Αγορών & Αλιείας (ΟΚΑΑ)



POWERED BY
TUV
AUSTRIA

ΥΠΟΣΤΗΡΙΚΤΕΣ



KORRES



• **AND ICE**

ΟΙ ΣΥΝΕΡΓΑΣΙΕΣ ΠΟΥ ΔΥΝΑΜΩΝΟΥΝ ΤΗΝ ΠΑΡΟΥΣΙΑ ΣΤΗΝ ΑΘΗΝΑ ΚΑΙ ΤΑ ΣΧΕΔΙΑ ΓΙΑ ΝΕΑ ΓΡΑΜΜΗ ΠΑΡΑΓΩΓΗΣ ΣΤΗΝ ΣΙΝΔΟ

Το αποτύπωμά της στην Αττική συνεχίζει να ενισχύει η And Ice έχοντας αποκτήσει πλέον παρουσία τόσο στο κανάλι του HoReCa όσο και σε ένα σημαντικό κομμάτι της -μικρής κυρίως- λιανικής.

Όπως αναφέρουν στο Fnb Daily στελέχη της εταιρείας premium παγωτού που εδρεύει στην Θεσσαλονίκη, η είσοδος στο δίκτυο των Coffee Berry και σε επιλεγμένα καταστήματα Mikel με αιχμή του δόρατος το brand Chillato έχει αυξήσει την αναγνωρισιμότητα της μάρκας, φέρνοντας παράλληλα κοντά σε μια μεγάλη δεξαμενή καταναλωτών.

ΤΟΠΟΘΕΤΗΣΗ ΣΕ ΓΝΩΣΤΑ ΟΠΩΡΟΠΩΛΕΑ

Εξίσου κομβικές ήταν και οι συνεργασίες με την αλυσίδα θανάπουλος καθώς και μεγάλα οπωροπωλεία-delicatessen, όπως ο Λεμονοανθός (N. Ερυθραία), το Χωριοδάκι, ο Μποναμάς, το Bonna Terra, το Περί Γης και το Madonna Uppermarket, οι περισσότερες από τις οποίες ξεκίνησαν το 2025.

"Πλέον έχουμε αρκετά ζωηρή παρουσία στα Βόρεια και στα Νότια Προάστια καθώς και σε κεντρικά σημεία της πρωτεύουσας ενώ πιο

αργά μεν αλλά σταθερά, αναπτυσσόμαστε και στο δυτικό κομμάτι", σημειώνουν χαρακτηριστικά, εξηγώντας ότι αυτή η επέκταση γίνεται παράλληλα με τη διεύρυνση της διανομής στην Βόρεια Ελλάδα αλλά και στη νησιωτική χώρα (Κυκλάδες, Δωδεκάνησα).

ΕΙΣΟΔΟΣ ΣΤΟ SCOOP, ΕΡΧΕΤΑΙ ΚΑΙ ΠΑΙΔΙΚΗ ΣΕΙΡΑ

Η γκάμα των Chillato αριθμεί 8 βασικούς κωδικούς στο παγωτό ξυλάκι ενώ από το Σεπτέμβριο του 2025 εμπλουτίστηκε με frozen yogurt. Επιπλέον, η εταιρεία έχει εισέλθει πλέον και στο κομμάτι του scoop (χύμα) παγωτού, γεγονός που, όπως τονίζουν τα στελέχη της, της ανοίγει νέες προοπτικές ανάπτυξης. Στα σχέδιά της είναι το επόμενο διάστημα στην 'οικογένεια Chillato' να προστεθεί και μια παιδική σειρά με 4 γεύσεις.

"ΤΟ DOOR -ΤΟ- DOOR ΑΤΟΝΕΙ"

Στο 2025 η And Ice διατήρησε τους υψηλούς αναπτυξιακούς ρυθμούς με τον κύκλο εργασιών της σχεδόν να διπλασιάζεται. "Το σημαντικό είναι ότι υπάρχει ζήτηση για το προϊόν μας και, μάλιστα, ενεργή", επισημαίνουν τα στελέχη της, εξηγώντας ότι "το door-to- door εξαλείφεται



σταδιακά και πλέον είναι οι πελάτες που απευθύνονται σε εμάς. Ελπίζουμε η τάση αυτή να διατηρηθεί και τα επόμενα χρόνια να συνεχίσουμε να κερδίζουμε μερίδιο αγοράς".

ΑΥΞΗΣΗ ΔΥΝΑΜΙΚΟΤΗΤΑΣ

Σε αυτό το πλαίσιο, η εταιρεία προσανατολίζεται στη δημιουργία μέσα στην επόμενη πενταετία νέας γραμμής παραγωγής στις εγκαταστάσεις της στη ΒΙΠΕ Σίνδου η οποία θα τετραπλασιάσει την δυναμικότητά της, δίνοντάς της παράλληλα τη δυνατότητα και για παραγωγή private label προϊόντων. Αξίζει να σημειωθεί ότι η And Ice έχει αναπτύξει και εξαγωγική δραστηριότητα, στοχεύοντας σε πρώτη φάση στην Κεντρική Ευρώπη και στα Εμιράτα.

Γιάννης Τσατσάκης
yannis@notice.gr

• **AUCHAN**

ΟΙ ΙΣΧΥΡΕΣ ΔΙΕΘΝΕΙΣ ΕΠΙΔΟΣΕΙΣ ΟΔΗΓΗΣΑΝ ΤΟ ΕΒΙΤΔΑ ΣΤΟ €1 ΔΙΣ. ΤΟ 2025 - ΤΟ ΦΕΤΙΝΟ GUIDANCE

Κατά 1,5% αυξήθηκε ο κύκλος εργασιών της Auchan Retail το 2025, στα €32 δισ., χάρη στις ισχυρές διεθνείς επιδόσεις που αντιστάθμισαν τις επιπτώσεις της αναδιάρθρωσης στην Γαλλία. Το ΕΒΙΤΔΑ αυξήθηκε επίσης σε ποσοστό 16,1%, στα επίπεδα του €1 δισ., κυρίως λόγω αποτελεσματικού ελέγχου κόστους.

ΓΑΛΛΙΑ

Στη Γαλλία, ο κύκλος εργασιών μειώθηκε, επηρεασμένος από τον εκσυχρονισμό 20 καταστημάτων, το κλείσιμο 36 ζημιωγόνων σημείων και τη στρατηγική που εφαρμόσε στις τιμές. Ωστόσο, το ΕΒΙΤΔΑ αυξήθηκε από την απόδοση πρώην καταστημάτων της Groupe Casino και τα μέτρα εξοικονόμησης κόστους.

Μέσω συνεργασίας με το Groupement Mousquetaires, η Auchan σχεδιάζει πώλη-

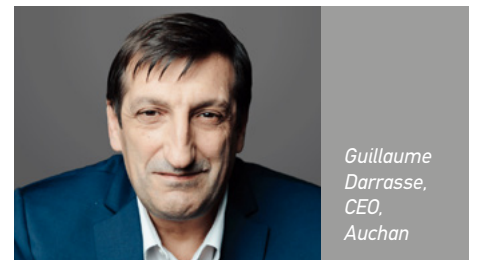
ση 91 super market, διατήρηση 11 με νέα formats και μετατροπή 164 σε franchise (Intermarché/Netto). Η στρατηγική περιλαμβάνει κοινές προμήθειες, εμπορικές ενέργειες και επενδύσεις €240 εκατ.

DATA Γαλλία 2025
Κύκλος Εργασιών: €16,3 δισ.
Μεταβολή: -0,5%
EBITDA: €154 εκατ.

ΥΠΟΛΟΙΠΗ ΕΥΡΩΠΗ

Σε Ισπανία, Πορτογαλία, Πολωνία και Ρουμανία, ο κύκλος εργασιών αυξήθηκε κατά 1,8%, με το ΕΒΙΤΔΑ να διαμορφώνεται σε €654 εκατ.

- Πορτογαλία: +7,5% (€2,3 δισ.), λόγω ισχυρών επιδόσεων και εξαγορών



Guillaume Darrasse, CEO, Auchan

- Ισπανία (Alcampo): -1,4%, λόγω καυσίμων και κλεισίματος 15 καταστημάτων, με σταθερές συγκρίσιμες πωλήσεις
- Πολωνία: +1,1% (€2,8 δισ.), χάρη σε νέα καταστήματα, ψηφιακές πωλήσεις και καύσιμα
- Ρουμανία: +4,3% (€1,6 δισ.), χάρη στην επέκταση του franchise

ΠΡΟΟΠΤΙΚΕΣ

Φέτος η Auchan θα ανακαινίσει 35 hypermarket στην Ευρώπη και θα επιταχύνει το franchise με περίπου 180 νέα καταστήματα. Παράλληλα, επενδύει σε αυτοματοποιημένες αποθήκες σε Πολωνία και Ισπανία. Η εταιρεία στοχεύει σε δείκτη μόχλευσης κάτω από 1,5 φορές έως το 2028.

• ΕΕ – ΑΥΣΤΡΑΛΙΑ

ΕΜΠΟΡΙΚΗ ΣΥΜΦΩΝΙΑ ΜΕ ΔΥΟ ΟΨΕΙΣ ΓΙΑ ΤΗΝ ΕΥΡΩΠΗ

Η ολοκλήρωση των διαπραγματεύσεων για τη Συμφωνία Ελεύθερου Εμπορίου ΕΕ–Αυστραλίας προκάλεσε ανάμεικτες αντιδράσεις στον αγροτικό τομέα. Η Eucolait, η οποία εκπροσωπεί τους εμπόρους γαλακτοκομικών προϊόντων στην Ευρώπη, χαιρέτισε τις νέες ευκαιρίες, ενώ η Cora-Cogeca, που εκπροσωπεί τους αγρότες, εξέφρασε ανησυχίες για τις επιπτώσεις στους αγροτικό κόσμο.

Η Eucolait χαρακτήρισε τη συμφωνία θετικό βήμα, τονίζοντας ότι ενισχύει την ανταγωνιστικότητα των ευρωπαϊκών βιομηχανιών. Οι εξαγωγές γαλακτοκομικών της ΕΕ προς την Αυστραλία ανήλθαν σχεδόν στα €400 εκατ. το 2025, με το τυρί να κατέχει το μεγαλύτερο μερίδιο, ακολουθούμενο από βούτυρο, γάλα σε σκόνη και βρεφικά προϊόντα. Η οργάνωση χαιρέτισε την κατάργηση δασμών στο τυρί και την προστασία γεωγραφικών ενδείξεων, επισημαίνοντας ωστόσο την ανάγκη διασφάλισης έναντι μελλοντικών αυξήσεων δασμών. Παρόμοια στάση κράτησε και η European Dairy Association, υπογραμμίζοντας τις νέες εμπορικές ευκαιρίες μέσω ποσοστώσεων (TRQ)

για προϊόντα όπως βούτυρο, αποβουτυρωμένο γάλα σε σκόνη και πρωτεΐνη ορού.

ΑΝΗΣΥΧΙΕΣ ΑΓΡΟΤΩΝ

Η Cora-Cogeca προειδοποίησε ότι η ευρωπαϊκή γεωργία χρησιμοποιείται για ευρύτερους εμπορικούς στόχους, με πιθανές μη βιώσιμες συνέπειες για ευαίσθητους τομείς. Ιδιαίτερη ανησυχία προκαλούν οι παραχωρήσεις σε:

- Βοδινό κρέας (30.600 τόνοι TRQ)
- πρόβειο κρέας (25.000 τόνοι TRQ)
- Ζάχαρη (35.000 τόνοι TRQ)
- ρύζι (8.500 τόνοι TRQ)

Η οργάνωση σημείωσε ότι η σωρευτική επίδραση πολλαπλών εμπορικών συμφωνιών, ειδικά μετά τη Συμφωνία Mercosur, εντείνει τις πιέσεις. Επιπλέον, εκτιμά ότι τα οφέλη ίσως είναι περιορισμένα ακόμη και για το κρασί, καθώς οι Αυστραλοί εξαγωγείς ενδέχεται να ωφεληθούν περισσότερο.

Τόνισε επίσης ότι οι Ευρωπαίοι αγρότες αντιμετωπίζουν αυξημένο κόστος, πληθωρισμό και γεωπολιτική αβεβαιότητα (π.χ. εξελίξεις στο Ιράν), γεγονός που επιδεινώνει την κατάσταση.



ΤΑ ΒΑΣΙΚΑ ΣΗΜΕΙΑ

Η συμφωνία αναμένεται να αυξήσει τις εξαγωγές της ΕΕ έως 33% την επόμενη δεκαετία, φτάνοντας τα €17,7 δισ. ετησίως. Περιλαμβάνει:

- κατάργηση άνω του 99% των δασμών
- εξοικονόμηση περίπου €1 δισ. ετησίως για επιχειρήσεις
- άρση δασμών σε προϊόντα όπως τυρί, κρασί, κρέας, φρούτα, σοκολάτα

Για ευαίσθητους τομείς (κρέας, ζάχαρη, γαλακτοκομικά, ρύζι), θα ισχύουν περιορισμένες εισαγωγές μέσω ποσοστώσεων (TRQ), ώστε να προστατευθούν οι ευρωπαϊκοί παραγωγοί.

• ΖΑΓΟΡΙ

ΝΕΑ ΚΑΜΠΑΝΙΑ ΠΡΟΒΑΛΛΕΙ ΤΗ ΣΥΝΔΕΣΗ ΤΟΥ ΠΡΟΪΟΝΤΟΣ ΜΕ ΤΟΝ ΤΟΠΟ ΚΑΤΑΓΩΓΗΣ ΤΟΥ

Η νέα καμπάνια του Φυσικού Μεταλλικού Νερού Ζαγόρι αναδεικνύει τη σημασία της προέλευσης και της αυθεντικότητας, προβάλλοντας τη σύνδεση του προϊόντος με τον τόπο καταγωγής του, την Βόρεια Πίνδο και τα Ζαγοροχώρια. Εστιάζει στη φιλοσοφία επιστροφής στις ρίζες και στα ουσιαστικά στοιχεία που διαμορφώνουν την ταυτότητα της μάρκας, υπογραμμίζοντας ότι η ποιότητα ξεκινά από την πηγή.

Η καμπάνια παρουσιάζει το φυσικό περιβάλλον, την αρχιτεκτονική και την πολιτιστική κληρονομιά της περιοχής ως βασικούς πα-

ράγοντες που καθορίζουν τον χαρακτήρα του προϊόντος. Παράλληλα, επισημαίνεται η διαχρονική πορεία της μάρκας από το 1988 και η ισχυρή της θέση στην ελληνική αγορά, όπου διατηρεί ηγετική παρουσία και υψηλά επίπεδα εμπιστοσύνης από τους καταναλωτές. Σύμφωνα με τη διοίκηση της εταιρείας, η επικοινωνία αυτή επανατοποθετεί τη μάρκα γύρω από την έννοια της καταγωγής ως βασικού στοιχείου διαφοροποίησης. Η καμπάνια υλοποιείται μέσω ολοκληρωμένου πλάνου προβολής, με έντονη παρουσία σε υπαίθρια μέσα και σε κεντρικά σημεία με-



γάλων πόλεων, ενισχύοντας την αναγνωρισιμότητα και τη σύνδεση με το κοινό.

• Β.Σ. ΚΑΡΟΥΛΙΑΣ

ΠΑΡΟΥΣΙΑΖΕΙ ΤΟ ΘΗΛΙΟ ICE TEA

Η Β.Σ. Καρούλιας παρουσιάζει το Thélío Ice Tea, μια νέα premium σειρά ready-to-drink ροφημάτων χωρίς προσθήκη ζάχαρης, ενισχύοντας τη δυναμική των healthier non-alcoholic επιλογών στη σύγχρονη αγορά. Το προϊόν υιοθετεί μια πιο ισορροπημένη και σύγχρονη προσέγγιση στην κατηγορία του ice tea, δίνοντας έμφαση τόσο στην απόλαυση

όσο και στην ευεξία. Διατίθεται σε τρεις γεύσεις και περιέχει βιταμίνες που συμβάλλουν στη μείωση της κόπωσης, ενώ χαρακτηρίζεται από χαμηλές θερμίδες. Η premium τοποθέτησή του ενισχύεται από τη γυάλινη συσκευασία των 330ml, καθιστώντας το κατάλληλο για σημεία κατανάλωσης όπως café, brunch spots και beach bars. Με σαφή δι-



αφοροποίηση από τα παραδοσιακά ice tea, το Thélío Ice Tea προβάλλεται ως μια ποιοτική και σύγχρονη επιλογή που ανταποκρίνεται στις νέες κατα-

ναλωτικές τάσεις, ενισχύοντας τα μενού με μια πιο "καθαρή" και συνειδητή πρόταση στην κατηγορία των μη αλκοολούχων ροφημάτων.

• ΧΡΥΣΑ ΑΥΓΑ

ΝΕΑ ΛΑΝΣΑΡΙΣΜΑΤΑ ΣΤΑ ΠΡΩΤΕΪΝΟΥΧΑ ΖΕΛΕ - Η ΕΝΙΣΧΥΣΗ ΤΗΣ ΠΑΡΑΓΩΓΙΚΗΣ ΔΥΝΑΜΙΚΗΣ ΚΑΙ ΤΟ ΣΤΟΙΧΗΜΑ ΤΗΣ ΙΤΑΛΙΑΣ

Νέες προσθήκες στο χαρτοφυλάκιο της και ενίσχυση της παραγωγικής της δυναμικής, βρίσκονται στο pipeline της Χρυσά Αυγά για το επόμενο διάστημα. Όπως πληροφορείται το FNB Daily, στο πλαίσιο του εμπλουτισμού του portfolio, η εταιρεία προχωρά στην ανάπτυξη και διάθεση νέων προϊόντων που ανταποκρίνονται στη ζήτηση για λειτουργικά τρόφιμα υψηλής διατροφικής αξίας.

ΡΟΦΗΜΑΤΑ

Μεταξύ αυτών περιλαμβάνονται ροφήματα πρωτεΐνης σε συσκευασία 250 ml, με περιεκτικότητα 22 γραμμαρίων πρωτεΐνης, διαθέσιμα σε γεύσεις όπως κεράσι και γιαούρτι με φράουλα, καθώς και νέες προσθήκες όπως γεύση λεμόνι στη σειρά White Egg. Παράλληλα, η εταιρεία λανσάρει στην αγορά ζελέ υψηλής πρωτεΐνης με προσθήκη γιαουρτιού, ενισχύοντας περαιτέρω την κατηγορία των προϊόντων της.

Η ΙΤΑΛΙΑ

Η Χρυσά Αυγά διαθέτει παρουσία στο σύνολο των μεγάλων αλυσίδων super market στην Ελλάδα, με την παραγωγή της να κατευθύνεται κυρίως στην εγχώρια αγορά. Η ζήτηση παραμένει σταθερή, με εποχικές αυξήσεις, ιδιαίτερα κατά την περίοδο του Πάσχα, όταν καταγράφονται και παραγγελίες από το εξωτερικό, όπως από την Ιταλία. Ωστόσο, η εξαγωγική δραστηριότητα δεν έχει ακόμη αναπτυχθεί συστηματικά, αν και αποτελεί μέρος του μελλοντικού σχεδιασμού.

ΠΑΝΩ ΑΠΟ 600.000 ΟΡΝΙΘΕΣ

Σε επίπεδο παραγωγής, η Χρυσά Αυγά διατηρεί περισσότερες από 600.000 όρνιθες, ενώ προγραμματίζει την ένταξη επιπλέον 120.000 εντός του έτους. Η ενίσχυση αυτή



αποσκοπεί στην αύξηση της παραγωγικής ικανότητας και στην αποτελεσματικότερη κάλυψη της ζήτησης.

Παράλληλα, σε επίπεδο ομίλου, η θυγατρική Sovitmo ενισχύει τη διεθνή της παρουσία στον τομέα των κατεψυγμένων προϊόντων για τον επαγγελματικό κλάδο, με εξαγωγές σε αγορές των Βαλκανίων, την Κύπρο και την Μέση Ανα-

τολή, ενώ πρόσφατα επεκτάθηκε και στο Κουβέιτ. Η δραστηριότητα αυτή λειτουργεί συμπληρωματικά στη συνολική στρατηγική ανάπτυξης, με έμφαση σε εξειδικευμένα προϊόντα υψηλής προστιθέμενης αξίας.

Στέλλα Αυγουστάκη
stella@notice.gr

SÖ POSH!

the trendletter

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

Κάθε Σάββατο στις 9.30

ΤΟ ΕΒΔΟΜΑΔΙΑΙΟ NEWSLETTER

• **PASSALIS**

ΦΕΡΝΕΙ ΤΑ ΚΥΧΕΝ MEISTER ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ - ΠΟΙΑ BRANDS ΕΝΙΣΧΥΟΥΝ ΤΟ ΜΕΡΙΔΙΟ ΤΟΥΣ

Η Passalis συνεχίζει να ενισχύει τη θέση της στην ελληνική αγορά τροφίμων, διευρύνοντας το χαρτοφυλάκιό της με νέα προϊόντα και κατηγορίες. Μεταξύ των πιο πρόσφατων προσθηκών συγκαταλέγονται τα προϊόντα της Kuchen Meister, τα οποία μέχρι πρότινος δεν είχαν παρουσία στην εγχώρια αγορά και πλέον διατίθενται μέσω της εταιρείας, καθώς και νέα προϊόντα μπαχαρικών που εντάχθηκαν στο χαρτοφυλάκιο το τελευταίο εξάμηνο.

Τα νέα αυτά λανσαρίσματα απευθύνονται κυρίως στο κανάλι του retail, με επιλεκτική παρουσία και στη μαζική εστίαση.

ΑΝΕΒΑΙΝΟΥΝ DE CECCO & CAPUTO

Σε επίπεδο πωλήσεων, βασικοί μοχλοί ανάπτυξης παραμένουν καθιερωμένες κατηγορίες και συνεργασίες για την Passalis. Ιδιαίτερα ισχυρή είναι η απόδοση των προϊόντων De Cecco, ενώ αξιοσημείωτη είναι και η συνεισφορά της Santa Maria. Παράλληλα, δυναμική ανάπτυξη εμφανίζει η κατηγορία των προϊόντων Caputo, η οποία ενισχύεται σταθερά, ακολουθώντας την αυξανόμενη ζήτηση της αγοράς.

ΣΤΑΘΕΡΗ Η ΚΕΡΔΟΦΟΡΙΑ ΤΟ 2025

Η εταιρεία αν και διατηρεί ενεργή στρατηγική εμπλουτισμού του προϊοντικού της χαρτοφυλακίου, σε επίπεδο οικονομικών επιδόσεων η προηγούμενη χρονιά έκλεισε με ελαφρώς μειωμένο κύκλο εργασιών, ενώ η κερδοφορία παρέμεινε σχεδόν σταθερή. Σημαντική πρόκληση



Βαγγέλης
Πασσαλής, CEO,
Passalis

απέτελε η αύξηση του κόστους logistics και διανομής, το οποίο επηρέασε τη συνολική λειτουργική απόδοση.

Για το τρέχον έτος, οι πρώτες ενδείξεις χαρακτηρίζονται συγκρατημένες, με την εταιρεία να εκτιμά ωστόσο ότι η πορεία θα βελτιωθεί στη συνέχεια. Παράλληλα, η Passalis αξιοποιεί τη δραστηριότητά της στην Ελλάδα ως βάση για περιορισμένες εξαγωγές σε γειτονικές αγορές, όπως η Κύπρος, η Βόρεια Μακεδονία, η Σερβία και η Αλβανία, με αιχμή κυρίως τα προϊό-

ντα Caputo και επιλεγμένες κατηγορίες μπαχαρικών και αρτοποιίας.

Όσον αφορά τη γεωγραφική επέκταση, ορισμένες κατηγορίες, όπως τα γλυκίσματα, παραμένουν προσανατολισμένες αποκλειστικά στην ελληνική αγορά, ενώ εξετάζεται η περαιτέρω ανάπτυξη προϊόντων όπως η Santa Maria στην Κύπρο.

Στέλλα Αυγουστάκη
stella@notice.gr

• **ΔΙΑΜΑΝΤΗΣ ΜΑΣΟΥΤΗΣ**

ΣΥΜΠΛΗΡΩΝΕΙ 50 ΧΡΟΝΙΑ ΣΤΗΝ ΑΓΟΡΑ ΚΑΙ ΤΟ ΓΙΟΡΤΑΖΕΙ ΜΕ 50 ΗΜΕΡΕΣ ΓΕΜΑΤΕΣ ΔΩΡΑ

Η Διαμαντής Μασούτης Α.Ε., με αφορμή τη συμπλήρωση 50 ετών παρουσίας στην ελληνική αγορά, υλοποιεί επετειακή προωθητική ενέργεια με τίτλο "50 χρόνια Μασούτης σημαίνει 50 ημέρες γεμάτες δώρα". Ο διαγωνισμός ξεκινά στις 26 Μαρτίου και διαρκεί 50 ημέρες, κατά τη διάρκεια των οποίων αναδεικνύονται καθημερινά τρεις νικητές, με συνολικό αριθμό 150 τυχερών.

Οι συμμετέχοντες διεκδικούν δώρα όπως κινητά τηλέφωνα τελευταίας τεχνολογίας, πόντους επιβράβευσης €200 μέσω της mas card, καθώς και δωροεπιταγές καυ-

σίων ίσης αξίας. Η συμμετοχή πραγματοποιείται με κάθε αγορά σε φυσικά καταστήματα ή στο ηλεκτρονικό κατάστημα της αλυσίδας, με τη χρήση της κάρτας πιστότητας, ενώ ο αριθμός των συμμετοχών αυξάνεται ανάλογα με την αξία των αγορών. Μέσω της συγκεκριμένης πρωτοβουλίας, η εταιρεία εκφράζει την ευγνωμοσύνη της προς το καταναλωτικό κοινό για τη μακροχρόνια εμπιστοσύνη, επιβεβαιώνοντας τη στρατηγική της προσήλωση στην κάλυψη των καθημερινών αναγκών των νοικοκυριών και στη δημιουργία προστιθέμενης αξίας για τους πελάτες της.

• **JBS**
ΕΣΟΔΑ-ΡΕΚΟΡ ΑΛΛΑ ΠΙΕΣΕΙΣ
ΣΤΑ ΠΕΡΙΘΩΡΙΑ ΚΕΡΔΟΥΣ

Η JBS ανακοίνωσε σχεδόν αμετάβλητα καθαρά κέρδη για το δ' τρίμηνο, καθώς τα έσοδα-ρεκόρ των \$23,06 δισ. αντισταθμίστηκαν από πιεσμένα περιθώρια (7,4% από 9,2% το 2024), κυρίως στον τομέα βόειου κρέατος στις Ηνωμένες Πολιτείες.

Ο CEO της JBS, Gilberto Tomazoni, δήλωσε ότι η προσφορά βοοειδών θα παραμείνει περιορισμένη το 2026, λόγω της καθοδικής φάσης του κύκλου κτηνοτροφίας, ενώ η εταιρεία αντιμετωπίζει και απεργία σε εργοστάσιο στο Κολοράντο. Παρά τις δυσκολίες, η ισχυρή ζήτηση εκτιμάται ότι θα μετριάσει μέρος των πιέσεων.

DATA Δ' Τρίμηνο (σε \$εκ.τ.)

Καθαρές πωλήσεις

2025: 23.063

2024: 19.974

Προσαρμοσμένο EBITDA

2025: 1.715

2024: 1.847

Καθαρά Κέρδη

2025: 415

2024: 413

ΤΟΜΕΑΣ ΒΟΕΙΟΥ ΚΡΕΑΤΟΣ

Παρά τις πιέσεις, οι επιδόσεις στην Βόρεια Αμερική ξεπέρασαν τις προσδοκίες. Αναλυτές της JPMorgan απέδωσαν την ανθεκτικότητα στη σταθερή ζήτηση και στη διαχείριση κόστους, παρά τις υψηλές τιμές βοοειδών. Αντίστοιχα, η Santander εκτίμησε ότι τα συμβόλαια παραγωγών βοήθησαν στην αντι-

στάθμιση του κόστους, με τη ζήτηση να παραμένει ισχυρή.

ΚΟΣΤΗ ΚΑΙ ΔΙΕΘΝΕΙΣ ΠΙΕΣΕΙΣ

Η ένταση στην Μέση Ανατολή αύξησε το κόστος logistics, χωρίς όμως να επηρεαστεί η ζήτηση στον Περσικό Κόλπο. Τα εργοστάσια της JBS στην περιοχή λειτουργούν κανονικά. Παράλληλα, η Κίνα επέβαλε περιορισμούς στις εισαγωγές βόειου κρέατος (ποσοστώσεις και δασμούς), επηρεάζοντας τις εξαγωγές. Η εταιρεία εκτιμά ότι μέρος των ποσοτήτων θα διοχετευθεί σε άλλες αγορές, ενώ η εγχώρια ζήτηση στην Βραζιλία μπορεί να απορροφήσει μέρος των απωλειών.

Η ΣΥΝΟΛΙΚΗ ΕΙΚΟΝΑ ΤΟΥ 2025

Σε ετήσια βάση ο συνολικός τζίρος άγγιξε τα \$82 δισ., ενώ αυξημένη ήταν και η καθαρή κερδοφορία της JBS ξεπερνώντας τα επίπεδα των \$2 δισ. Ωστόσο μειωμένο ήταν το α EBITDA κατά 5%, με το περιθώριο να μειώνεται σε 7,9% από 9,3% το 2024.

DATA έτος (σε \$εκ.τ.)

Καθαρές πωλήσεις

2025: 86.184

2024: 77.183

Προσαρμοσμένο EBITDA

2025: 6.831

2024: 7.192

Καθαρά Κέρδη

2025: 2.024

2024: 1.727



Gilberto Tomazoni, CEO, JBS



• **ΠΟΤΟΠΟΙΑ ΠΛΩΜΑΡΙΟΥ**
ΙΣΙΔΩΡΟΥ ΑΡΒΑΝΙΤΟΥ
ΣΥΜΜΕΤΕΙΧΕ
ΣΤΗΝ ΕΚΘΕΣΗ
PROWEIN 2026

Η Ποτοποιία Πλωμαρίου Ισιδώρου Αρβανίτου ενίσχυσε τη διεθνή της παρουσία μέσω της συμμετοχής της στην έκθεση ProWein 2026 στο Ντίσελντορφ, επιβεβαιώνοντας τη δυναμική της στον παγκόσμιο κλάδο των premium spirits.

Σε ένα περιβάλλον με ισχυρή εκπροσώπηση του τομέα αποσταγμάτων και έμφαση σε τάσεις όπως η premiumization και η αυθεντικότητα, η εταιρεία παρουσίασε το ούζο Πλωμαρίου, το οποίο συνδυάζει πολυετή παράδοση με σύγχρονα ποιοτικά χαρακτηριστικά.

Σύμφωνα με την ανακοίνωση, "η θετική ανταπόκριση των επαγγελματιών του κλάδου ανέδειξε τη διεθνή απήχηση του προϊόντος και τη ζήτηση για ελληνικά premium spirits. Παράλληλα, η συμμετοχή της έκθεσης εντάσσεται στη στρατηγική εξωστρέφειας της εταιρείας, συμβάλλοντας στην ανάπτυξη συνεργασιών και στην περαιτέρω διεύρυνση της παρουσίας της σε βασικές αγορές. Με επίκεντρο την ποιότητα, την καινοτομία και τη διαφοροποίηση, η εταιρεία συνεχίζει να επενδύει στην ενίσχυση της διεθνούς θέσης του ούζου".

• ALTON AVIATION CONSULTANCY

ΕΩΣ ΚΑΙ 560% ΑΥΞΗΣΗ ΣΤΑ ΑΕΡΟΠΟΡΙΚΑ ΕΙΣΙΤΗΡΙΑ - ΣΟΚ ΣΤΙΣ ΠΤΗΣΕΙΣ ΑΣΙΑΣ-ΕΥΡΩΠΗΣ

Οι ταξιδιώτες που περιμένουν φθηνότερα διηπειρωτικά αεροπορικά εισιτήρια αυτό το καλοκαίρι είναι πιθανό να απογοητευτούν, καθώς οι τιμές παραμένουν ιδιαίτερα αυξημένες λόγω γεωπολιτικών εντάσε-

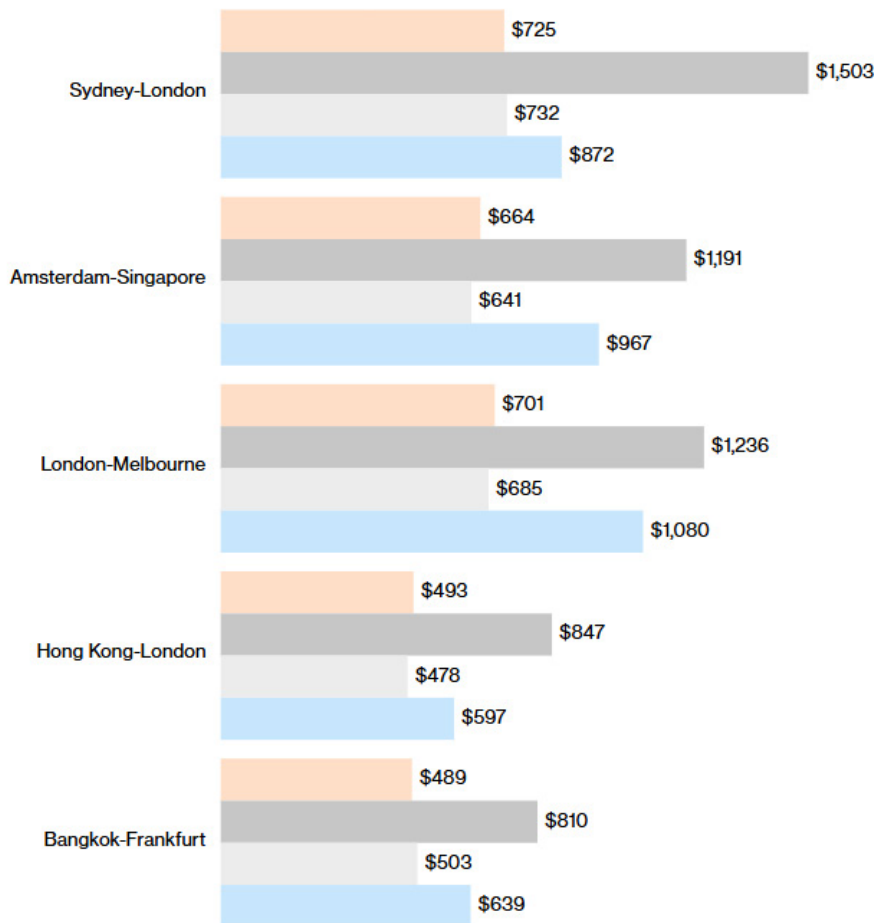
ων στον Περσικό Κόλπο. Σύμφωνα με την Alton Aviation Consultancy, οι τιμές σε βασικές διαδρομές Ασίας-Ευρώπης έχουν αυξηθεί έως και 560% τον τελευταίο μήνα και αναμένε-

ται να παραμείνουν υψηλές έως το φθινόπωρο. Για τον Ιούνιο, οι ναύλοι είναι κατά μέσο όρο 70% υψηλότεροι σε σχέση με πέρυσι, με ένα εισιτήριο από Σίδνεϊ προς Λονδίνο να ξεπερνά τα \$1.500.

Farewell to Cheap Flights

Airfares are expected to remain elevated this year

June 2025 June 2026 Oct 2025 Oct 2026



ΠΙΕΣΕΙΣ ΣΕ ΟΛΕΣ ΤΙΣ ΔΙΑΔΡΟΜΕΣ

Η αύξηση των τιμών αφορά και τα ταξίδια από Ευρώπη προς Ασία, όπου οι ναύλοι είναι έως και 79% υψηλότεροι, ενώ ορισμένες διαδρομές κοστίζουν σχεδόν τριπλάσια σε σχέση με το 2025. Η κρίση, που συνδέεται με εξελίξεις γύρω από το Ιράν, έχει προκαλέσει περίπου 70.000 ακυρώσεις πτήσεων και σοβαρές διαταραχές στα αεροπορικά δίκτυα.

Κλεισίματα εναέριου χώρου, μειωμένη χωρητικότητα και αυξημένα κόστη καυσί-

μων πιέζουν τις τιμές προς τα πάνω, ενώ η ζήτηση αρχίζει να υποχωρεί. Σύμφωνα με την Cirium, οι κρατήσεις:

- Ευρώπη προς ΗΠΑ: -15%
- ΗΠΑ προς Ευρώπη: -11%
- Ασία προς Ευρώπη: -4,4%

ΕΠΙΜΟΝΑ ΥΨΗΛΕΣ ΤΙΜΕΣ

Ακόμη και αν οι γεωπολιτικές εντάσεις αποκλιμακωθούν, οι τιμές δεν αναμένεται να μειωθούν άμεσα. Όπως σημειώνει η Alton, μπορεί να χρειαστούν έως και τρεις μήνες για να περάσει η μείωση των τιμών

καυσίμων στην αγορά.

Ιδιαίτερα επηρεασμένες είναι οι πτήσεις μέσω κόμβων όπως Ντουμπάι, Αμπού Ντάμπι και Ντόχα, που διαχειρίζονται περίπου το 1/3 της κίνησης μεταξύ Ασίας και Ευρώπης (σύμφωνα με την Roland Berger).

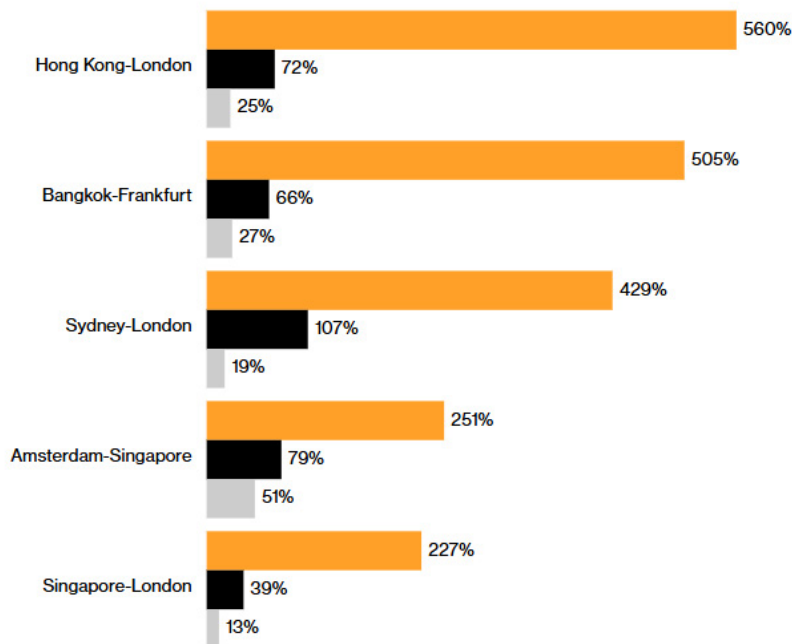
Παραδείγματα αυξήσεων:

- Χονγκ Κονγκ προς Heathrow Λονδίνου: +560% (\$3.318)
- Μπανγκόκ προς Φρανκφούρτη: +505% (\$2.870)
- Σίδνεϊ προς Λονδίνο: +429%

Premium on Departures

Ticket prices soar amid travel disruption

March '26 vs Feb '26 June '26 vs June '25 Oct '26 vs Oct '25



Note: March fares are through March 23 compared to full month of February. Fares are either direct or 1-stop flights and include transits through Gulf hubs.
Source: Alton Aviation Consultancy

ΚΟΣΤΗ ΚΑΥΣΙΜΩΝ ΚΑΙ ΕΠΙΒΑΡΥΝΣΕΙΣ

Η άνοδος των τιμών συνδέεται και με αυξημένα κόστη καυσίμων, εν μέρει λόγω περιορισμών στα Στενά του Ορμούζ. Καθώς το

καύσιμο αντιστοιχεί περίπου στο 1/3 των λειτουργικών δαπανών, οι αεροπορικές μετακυλίουν το κόστος στους επιβάτες. Εταιρείες όπως Air France-KLM, Cathay Pacific και Air New Zealand έχουν ήδη αυξήσει τις

επιβαρύνσεις καυσίμων. Συνολικά, η αγορά παραμένει ασταθής, με υψηλές τιμές, μειωμένη ζήτηση και αυξημένη αβεβαιότητα να διαμορφώνουν ένα δύσκολο περιβάλλον για τους ταξιδιώτες τους επόμενους μήνες.

• ΝΑΥΤΙΛΙΑ

ΣΕ ΚΙΝΔΥΝΟ Η ΤΡΟΦΟΔΟΣΙΑ ΤΡΟΦΙΜΩΝ ΤΗΣ ΜΕΣΗΣ ΑΝΑΤΟΛΗΣ - Ο ΠΟΛΕΜΟΣ ΠΑΓΩΝΕΙ ΤΙΣ ΘΑΛΑΣΣΙΕΣ ΜΕΤΑΦΟΡΕΣ

Η περιοχή της Μέσης Ανατολής έχει επείγουσα ανάγκη για εισαγωγές τροφίμων, οι οποίες έχουν διαταραχθεί από το ξέσπασμα του πολέμου στον Κόλπο, δήλωσε ο Πρόεδρος του διοικητικού συμβουλίου του δανέζικου ναυτιλιακού ομίλου μεταφοράς εμπορευματοκιβωτίων A.P. Moller-Maersk., Robert Maersk Uggla. Σύμφωνα με το World Economic Forum, οι χώρες του Συμβουλίου Συνεργασίας του Κόλπου, που περιλαμβάνουν την Σαουδική Αραβία, το Κατάρ και τα Ηνωμένα Αραβικά Εμιράτα, εισάγουν έως και το 85% των τροφίμων τους.

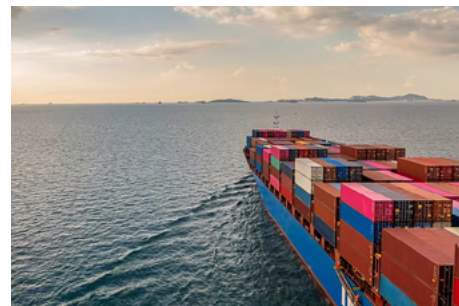
ΕΠΙΠΤΩΣΕΙΣ ΠΟΛΕΜΟΥ

Ο πόλεμος έχει φέρει τη ναυτιλιακή δραστηριότητα στον Κόλπο σχεδόν σε ακινησία, προκαλώντας αλυσιδωτές επιπτώσεις στις παγκόσμιες εφοδιαστικές αλυσίδες.

Η Maersk ανέστειλε προσωρινά τις κρατήσεις φορτίων προς πολλά λιμάνια στην περιοχή του Κόλπου και εισήγαγε έκτακτες επιβαρύνσεις καυσίμων (bunker fuel surcharges) παγκοσμίως, προκειμένου να αντισταθμίσει την αύξηση του κόστους καυσίμων.

ΕΠΕΙΓΟΥΣΑ ΑΝΑΓΚΗ

Η εταιρεία διαθέτει περισσότερους από 6.000 εργαζομένους στην περιοχή, παρέχοντας βασικές υπηρεσίες μεταφοράς και εφοδιαστικής σε τοπικούς πελάτες και τις κοινότητές τους. "Αυτό περιλαμβάνει μια επείγουσα ανάγκη για εισαγωγές τροφίμων, συχνά με τη χρήση λύσεων ψυχρής αλυσίδας, όπως τα ψυκτικά εμπορευματοκιβώτια της Maersk, έναν τομέα στον οποίο είμαστε ηγέτες της αγοράς στην περιοχή", ανέφερε ο Robert Maersk Uggla στη γενι-



κή συνέλευση των μετόχων του ομίλου. Η ανταγωνίστρια εταιρεία μεταφοράς εμπορευματοκιβωτίων, Hapag-Lloyd, δήλωσε νωρίτερα την Τετάρτη ότι αντιμετωπίζει πρόσθετο κόστος ύψους \$40 έως \$50 εκατ. την εβδομάδα λόγω της κρίσης με το Ιράν, επικαλούμενη αυξημένα κόστη καυσίμων, ασφάλιστρα και χρεώσεις αποθήκευσης εμπορευματοκιβωτίων.

• **PERNOD RICARD**

ΕΞΕΤΑΖΕΙ ΕΞΑΓΟΡΑ ΤΗΣ BROWN-FORMAN, ΕΤΑΙΡΕΙΑ ΠΑΡΑΓΩΓΗΣ ΤΟΥ JACK DANIEL'S

Πιθανή εξαγορά της Brown-Forman, ιδιοκτήτριας του Jack Daniel's, φέρεται να εξετάζει η Pernod Ricard, καθώς οι εταιρείες αλκοολούχων αναζητούν τρόπους αντίδρασης στην ύφεση που πλήττει τον κλάδο.

Όπως αναφέρει το Bloomberg η γαλλική εταιρεία έχει πραγματοποιήσει κάποιες αρχικές συζητήσεις με την Brown-Forman, με έδρα το Λούισβιλ του Κεντάκι.

Η Brown-Forman, με χαρτοφυλάκιο που περιλαμβάνει μάρκες, όπως το Fords Gin και η τεκίλα Herradura, βρίσκεται αντιμέτωπη με χαμηλή ζήτηση για premium ποτά στις ΗΠΑ.

ΜΙΚΡΟΤΕΡΗ ΚΑΤΑΝΑΛΩΣΗ, ΦΘΗΝΟΤΕΡΑ ΠΟΤΑ

Pernod και Brown-Forman αναζητούν τρόπους για να ενισχύσουν τις δραστηριότητές τους σε μια εποχή που οι καταναλωτές πίνουν λιγότερο και στρέφονται σε πιο οικονομικά ποτά. Οι συζητήσεις βρίσκονται σε εξέλιξη και δεν υπάρχει καμία βεβαιότητα ότι θα οδηγήσουν σε συμφωνία, ανέφεραν οι πηγές.

Και οι δύο εταιρείες δεν απάντησαν όταν κλήθηκαν να σχολιάσουν τις πληροφορίες του Bloomberg.

Η Pernod, τα τελευταία χρόνια, έχει αυξήσει την έκθεσή της σε οινοπνευματώδη ποτά, όπως το bourbon και η τεκίλα, μέσω εξαγορών. Το 2022, συμφώνησε να αποκτήσει πλειοψηφική συμμετοχή στην Código 1530 Tequila - μια μάρκα, που συνιδρύθηκε από

τον Αμερικανό star της κάντρι μουσικής, George Strait. Την επόμενη χρονιά, συμφώνησε να αγοράσει την εταιρεία παραγωγής αρωματισμένου ουίσκι, Skrewball.

ΑΣΘΕΝΕΣΤΕΡΗ ΖΗΤΗΣΗ

Οι μετοχές της Pernod έχουν απωλέσει περισσότερο από το 1/3 της αξίας τους τους τελευταίους 12 μήνες. Η εταιρεία αντιμετωπίζει δυσκολίες εν μέσω μειωμένης ζήτησης στις ΗΠΑ και την Κίνα, ιδίως για το κονιάκ Martell.

Οι αυξανόμενες παγκόσμιες εμπορικές εντάσεις, μετά τον περιορισμό των αφορολόγητων πωλήσεων κονιάκ από την Κίνα σε αντίποινα για τους δασμούς της Ευρωπαϊκής Ένωσης στα κινεζικά ηλεκτρικά οχήματα, έχουν οδηγήσει σε δύσκολες χρονιές την Pernod και τους Ευρωπαίους ανταγωνιστές της. Η Pernod αντιμετωπίζει επίσης δασμούς των ΗΠΑ στις εξαγωγές της από την ΕΕ και το Ηνωμένο Βασίλειο.

Η Brown-Forman αντιμετωπίζει επίσης προκλήσεις από τους δασμούς των ΗΠΑ, οι οποίοι έχουν οδηγήσει σε μειωμένες πωλήσεις στο εξωτερικό λόγω αμοιβαίων δασμών. Στον Καναδάς έχει δει το μεγαλύτερο πλήγμα, δήλωσε ο Διευθύνων Σύμβουλος, Lawson Whiting, κατά την πρόσφατη ανακοίνωση των κερδών της εταιρείας, με τις πωλήσεις στη χώρα να μειώνονται κατά περίπου 60% στο τρίμηνο έως τον Οκτώβριο.



Από αριστερά: Alexandre Ricard, CEO, Pernod Ricard - Lawson Whiting, CEO, Brown-Forman

BNB
DAILY

BUSINESS IN BRIEF

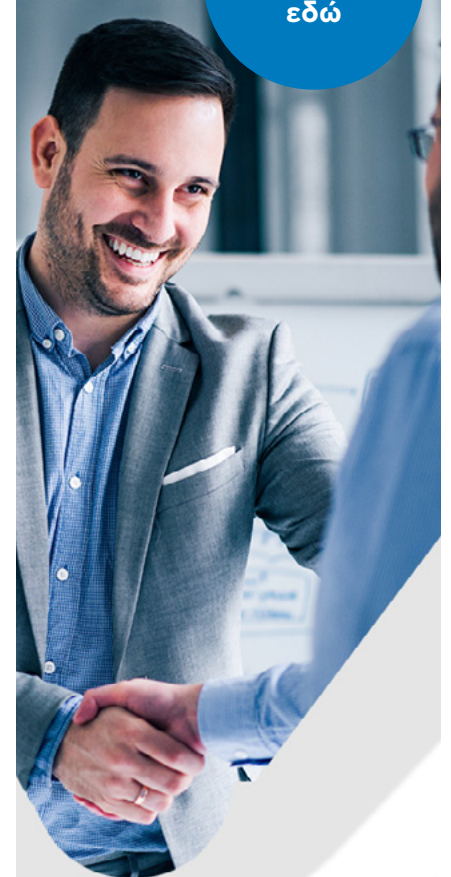
**ΚΑΘΕ ΠΡΩΙ
ΣΤΟ EMAIL ΣΑΣ!**

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

ΜΑΖΙ ΜΕ ΤΟ BNB DAILY:

BnBeauty

Γίνε
συνδρομητής
εδώ



• **LIDL ΡΟΥΜΑΝΙΑΣ**

ΣΧΕΔΙΑΖΕΙ ΠΑΝΩ ΑΠΟ 40 ΝΕΑ ΚΑΤΑΣΤΗΜΑΤΑ ΜΕ ΕΠΕΝΔΥΣΕΙΣ ΥΨΟΥΣ €285 ΕΚΑΤ.

Η Lidl Ρουμανίας αυξάνει σημαντικά τις επενδύσεις της, διαθέτοντας πάνω από €285 εκατ. για το οικονομικό έτος 2026 (1 Μαρτίου 2026 – 28 Φεβρουαρίου 2027), ποσό αυξημένο κατά 56% σε σχέση με πέρυσι. Ο προϋπολογισμός θα χρηματοδοτήσει το άνοιγμα περισσότερων από 40 νέων καταστημάτων, ενισχύοντας την παρουσία της εταιρείας τόσο σε μεγάλες πόλεις, όσο και σε μικρότερες περιοχές της Ρουμανίας. Παράλληλα, η επέκταση αναμένεται να δημιουργήσει περίπου 1.000 νέες θέσεις εργασίας και να αυξήσει τη συνεργασία με τοπικούς προμηθευτές.

200 ΝΕΑ ΣΗΜΕΙΑ ΩΣ ΤΟ 2030

Η Lidl εισέρχεται έτσι σε επιταχυνόμενη φάση ανάπτυξης, με στόχο το άνοιγμα 200 νέων καταστημάτων έως το 2030 (σε σύγκριση με το 2024). Την περίοδο Μαρτίου 2024 –

Φεβρουαρίου 2026 άνοιξαν ήδη 41 νέα σημεία, ανεβάζοντας το συνολικό δίκτυο σε 392 καταστήματα.

Ο CEO της Lidl Romania, José Alberto Chueca, δήλωσε ότι η αύξηση του επενδυτικού προϋπολογισμού αντανακλά την εμπιστοσύνη της εταιρείας στις δυνατότητες της τοπικής αγοράς και τη δέσμευσή της να προσφέρει προϊόντα υψηλής ποιότητας σε ανταγωνιστικές τιμές.

ΤΟ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΟ ΑΠΟΤΥΠΩΜΑ ΣΤΗΝ ΡΟΥΜΑΝΙΑ

- Η εταιρεία συνέβαλε με €2,31 δισ. στην ακαθάριστη προστιθέμενη αξία της οικονομίας της Ρουμανίας (περίπου 0,65% του ΑΕΠ) Επιπλέον, κάθε θέση εργασίας στην εταιρεία υποστηρίζει έμμεσα περίπου έξι ακόμη, οδηγώντας σε σχεδόν



José Alberto Chueca Val, CEO, Lidl Ρουμανίας

90.000 θέσεις εργασίας συνολικά, σύμφωνα με ανάλυση της KPMG (2024)

- Η εταιρεία συνεργάζεται με περισσότερους από 500 Ρουμάνους προμηθευτές, δαπανώντας πάνω από €2,16 δισ. το 2024
- Το ανθρώπινο δυναμικό της ξεπερνά ήδη τους 14.000 εργαζομένους. Οι 1.000 νέες θέσεις εργασίας αναμένεται να ενισχύσουν περαιτέρω την παρουσία της εταιρείας στην αγορά εργασίας

• **Debrief** •

ΔΥΟ ΞΕΝΟΙ

Τελικά στο επιχειρείν το μέγεθος όντως μετράει. Όχι ότι δεν το ξέραμε, αλλά μια [νέα έρευνα του EBEΘ σε συνεργασία με την Palmos Analysis](#), αποτυπώνει δύο ξεκάθαρα διακριτούς κόσμους στο επιχειρηματικό τοπίο της χώρας. Οι μικροί αγωνίζονται να πάρουν ανάσες, τη στιγμή που οι μεγάλοι ανοίγουν το βήμα τους.

Έχουμε και λέμε λοιπόν:

- Ενώ 9 στις 10 επιχειρήσεις (91%) απασχολούν από 0 έως 4 άτομα, ο αθροιστικός τους τζίρος δεν ξεπερνά το 20% του συνολικού κύκλου εργασιών της χώρας (προσφέροντας το 29% των θέσεων εργασίας)
- Οι πολύ μικρές επιχειρήσεις (τζίρος έως €100.000) βλέπουν το μέλλον απαισιόδοξα (το 61% αναμένει δυσμενέστερη κατάσταση). Αντίθετα, οι επιχειρήσεις με τζίρο άνω του €1.000.000 είναι συντριπτικά πιο αισιόδοξες
- Για τους μικρούς (έως 10 άτομα) το Νο1 πρόβλημα είναι η υψηλή φορολογία (48%). Για τους μεγάλους (50+ άτομα), το πρόβλημα μετατοπίζεται στο υψηλό κόστος ενέργειας/καυσίμων (51%) και πρώτων υλών
- Θετική αποτίμηση για τον κύκλο εργασιών του 2025 σε σχέση με το 2024, δί-

νουν οι επιχειρήσεις με πάνω από 5 εργαζόμενους ή πάνω από €500.000 ετήσιο κύκλο εργασιών, σε αντίθεση με τις μικρότερες επιχειρήσεις που καταγράφουν αρνητική αποτίμηση.

- Οι επιχειρήσεις με πάνω από 21 εργαζομένους δημιουργούν νέες θέσεις εργασίας (57%), ενώ έχουν και το μονοπώλιο της εξωστρέφειας, καθώς το 92% των πολύ μικρών επιχειρήσεων δεν έχει καμία εξαγωγική δραστηριότητα
- Το 53% των μικρών δηλώνουν μη ικανοποιημένες από τις τράπεζες και σχεδόν οι μισές (48%) δεν έκαναν καμία απολύτως επένδυση τα τελευταία 2 χρόνια. Αντίθετα, οι μεγάλες επιχειρήσεις επενδύουν μαζικά σε εξοπλισμό, λογισμικό και νέα προϊόντα, έχοντας εξαιρετικές τραπεζικές σχέσεις (74% ικανοποίηση)

Αν συνδυαστούν τα παραπάνω στοιχεία, εύλογα προκύπτει το συμπέρασμα ότι υπάρχει πρόβλημα. Όχι μόνο για τις ίδιες τις επιχειρήσεις, αλλά με προβολή στο μέλλον για το σύνολο της οικονομικής δραστηριότητας. Γιατί όταν οι συντριπτικά περισσότεροι δεν μπορούν ούτε να επενδύσουν, ούτε νέες θέσεις να δημιουργήσουν, ούτε

να εξάγουν, απλά χάνουν το τραίνο. Κάθε τραίνο, όποτε και αν περάσει με οποιαδήποτε ταχύτητα. Και αναπόφευκτα κάποια στιγμή θα μαραζώσουν.

Θα διακινδυνεύσουμε μια πρόβλεψη: η κατάσταση θα γίνει ακόμα πιο δύσκολη. Από τη μια μεριά οι αβεβαιότητες δεν λένε να κοπιάσουν. Από την άλλη η Τεχνητή Νοημοσύνη είναι ήδη εδώ και μεταμορφώνει τα πάντα. Για να την παρακολουθήσει μια επιχείρηση χρειάζεται κεφάλαια για επενδύσεις. Επενδύσεις σε πλατφόρμες, σε εκπαίδευση προσωπικού, σε διαδικασίες, σε πολλά.

Οι μεγαλύτερες και μεγάλες επιχειρήσεις θα βρουν (λογικά) την οδό προς τη νέα συνθήκη που διαμορφώνεται. Οι μικρές όμως; Πολύ δύσκολα, για να μην πούμε αδύνατο. Η λογική λέει ότι οι πιθανότητες για να επιβιώσουν σε αυτό το περιβάλλον αυξάνονται με έναν τρόπο: Ισχύς εν τη ενώσει. Αν δεν προχωρήσουν σε συνενώσεις, τώρα, για να αποκτήσουν άλλο αποτύπωμα, σε όλο το εύρος του business τους, η ήδη δύσβατη διαδρομή θα γίνει αδιάβατη. Win-win τώρα, λοιπόν, για να μην έρθει το lose-lose μετά.

Γιάννης Παλιούρης
giannis@notice.gr

• BEVERAGE WORLD

ΔΙΑΚΡΙΣΕΙΣ ΓΙΑ ΤΗΝ CRAFT ΣΕΙΡΑ ΤΗΣ ΜΠΥΡΑΣ VOREIA

Τρία ασημένια μετάλλια απέσπασε η σειρά craft μύρας Voreia στον διεθνή διαγωνισμό Concours International de Lyon 2026, μεταξύ 1.580 συμμετοχών από 58 χώρες, όπως ανακοίνωσε η Siris Brewery. Η Voreia IPA συγκέντρωσε την υψηλότερη βαθμολογία στην κατηγορία American IPA, ενώ διακρίσεις έλαβαν επίσης η Voreia Imperial Porter και η Voreia Stout στις κατηγορίες τους. Η εταιρεία επισημαίνει ότι οι διακρίσεις επιβεβαιώνουν τη συνέπεια, την τεχνογνωσία και την προσήλωσή της στην παραγωγή craft μύρας υψηλής ποιότητας με ελληνική ταυτότητα. Παράλληλα, υπογραμμίζει ότι η συγκεκριμένη επιτυχία ενισχύει τη διεθνή παρουσία της Voreia, η οποία τα τελευταία χρόνια καταγράφει σταθερά βραβεύσεις σε σημαντικούς θεσμούς του κλάδου. Ο διαγωνισμός Concours International de Lyon, που πραγματοποιείται ετησίως στην Λυών, αποτελεί έναν από τους σημαντικότερους στον χώρο των ποτών, προσελκύοντας συμμετοχές από όλο τον κόσμο. Αποκλειστικός διανομέας της Voreia στην Ελλάδα είναι η Beverage World.



Business Maker

Η ΚΑΤΗΓΟΡΙΑ ΚΑΦΕ ΠΟΥ ΔΕΝ ΚΑΤΑΛΑΒΑΙΝΕΙ ΑΠΟ ΚΡΙΣΗ ΚΑΙ ΟΙ 2 ΚΑΤΑΛΥΤΕΣ

Σε μια αγορά τροφίμων και ποτών, που δοκιμάζεται από πληθωριστικές πιέσεις, υπάρχει μία κατηγορία, η οποία συνεχίζει να δείχνει αξιοσημείωτη ανθεκτικότητα: Οι κάψουλες καφέ. Παρά τη μεταβλητότητα στη ζήτηση, το συγκεκριμένο segment, όχι μόνο δεν υποχωρεί, αλλά σε ορισμένες περιπτώσεις καταγράφει και ανάπτυξη.

Η εξήγηση δεν βρίσκεται τόσο στην πιστότητα των καταναλωτών, όσο στη δυναμική των προωθητικών ενεργειών. Όπως εξηγούν στη στήλη καλά πληροφορημένες πηγές, η αγορά κινείται πλέον με όρους έντο-

να εμπορικούς: Εκπτώσεις και επιθετικές καμπάνιες από μεγάλους παίκτες, όπως η Nespresso και η Jacobs, καθορίζουν σε μεγάλο βαθμό τον όγκο πωλήσεων. Με απλά λόγια, η κατανάλωση... ακολουθεί την προσφορά.

Την ίδια στιγμή, η στροφή στην κατανάλωση καφέ στο σπίτι, που ενισχύθηκε την περίοδο της πανδημίας, φαίνεται να έχει αποκτήσει πιο μόνιμα χαρακτηριστικά. Οι καταναλωτές αναζητούν ποιότητα και ευκολία, ακόμη κι αν περιορίζουν δαπάνες σε άλλες κατηγορίες. Αυτό δίνει στις εταιρείες ένα σαφές περιθώριο να επενδύσουν

σε premium προϊόντα, χωρίς όμως να χάνουν το βλέμμα τους από την τιμή. Ωστόσο, το μοντέλο αυτό έχει και όρια.

Η εξάρτηση από τις προσφορές συμπιέζει τα περιθώρια κέρδους και δημιουργεί έναν φαύλο κύκλο, όπου η ανάπτυξη εξαρτάται από τη διαρκή ένταση των προωθητικών ενεργειών. Σε ένα περιβάλλον αυξημένου κόστους παραγωγής και μεταφορών, το ερώτημα είναι πόσο βιώσιμο είναι αυτό το μοντέλο. Το βέβαιο είναι ότι οι κάψουλες καφέ παραμένουν – προς το παρόν – η εξαίρεση σε έναν κλάδο που αναζητά κατεύθυνση.

ΑΝΤΙΣΤΑΘΜΙΣΤΙΚΑ ΓΙΑ ΤΗ ΝΕΑ ΑΥΞΗΣΗ ΤΟΥ ΚΑΤΩΤΑΤΟΥ

Το μη χείρον βέλτιστον. Κάπως έτσι αντιμετωπίζουν παράγοντες της εστίασης τη νέα αύξηση του κατώτατου μισθού στα €920 από την 1η Απριλίου, επισημαίνοντας ωστόσο ότι τα περιθώρια στενεύουν επικίνδυνα στον κλάδο του επισιτισμού. Και αυτό, γιατί έχουν να διαχειριστούν και την πίεση από τη νέα συλλογική σύμβαση εργασίας.

Πρόκειται – όπως λένε – για μια παρέμβαση, που έρχεται να προστεθεί σε ένα ήδη ασφυκτικό κόστος λειτουργίας. Το timing

μόνο ευνοϊκό δεν είναι. Οι επιχειρήσεις εξακολουθούν να λειτουργούν υπό το βάρος της ενεργειακής κρίσης, με υψηλό κόστος ενέργειας, ακριβές πρώτες ύλες και αυξημένα μεταφορικά να συνθέτουν ένα τριπλό μέτωπο πιέσεων. Σε αυτό το περιβάλλον, κάθε νέα επιβάρυνση λειτουργεί σωρευτικά. Δεν είναι τυχαίο ότι επανέρχονται με ένταση τα αιτήματα για αντισταθμιστικά μέτρα. Η μείωση του ΦΠΑ στο 11% και οι φορολογικές ελαφρύνσεις τίθενται εκ νέου στο τραπέζι, ως αναγκαίες παρεμ-

βάσεις για να διατηρηθεί η βιωσιμότητα των επιχειρήσεων. Το βασικό ερώτημα, ωστόσο, παραμένει ανοικτό: Πόσο μπορεί να απορροφηθεί το αυξημένο κόστος χωρίς να μετακυλιστεί στον καταναλωτή; Και αν τελικά περάσει στις τιμές, ποια θα είναι η επίπτωση στη ζήτηση; Ο κλάδος δείχνει να αποδέχεται τις εξελίξεις, αλλά χωρίς περιθώρια αισιοδοξίας. Οι επόμενες εβδομάδες θα δείξουν αν θα υπάρξει ισορροπία ή αν η πίεση θα μεταφερθεί τελικά στην αγορά.

Business Insight

SARANTIS: ENA UNDERVALUED ΧΑΡΤΙ ΤΟΥ FTSE25 LARGE CAP ΚΑΙ Η ΠΡΟΟΠΤΙΚΗ ΤΟΥ €1 ΔΙΣ. ΠΟΥ ΒΛΕΠΕΙ Η EUROBANK EQUITIES

Στα €13,82 - €14,10 οι εντολές στην χθεσινή συνεδρίαση, με αποτέλεσμα η μετοχή να είναι από τις εξαιρέσεις του FTSE25 LargeCap με θετικό ταμείο από την αρχή του 2026. Μεταβολή +2,48% έναντι απωλειών 2,96% καθιστώντας το χαρτί σε **outperform τόσο έναντι της αγοράς (Γενικού Δείκτη), όσο και της μεγάλης κεφαλαιοποίησης.**

Επενδυτικά η Sarantis - ως όμιλος και ως μετοχή - έχει το εξής παράδοξο: είναι η **μόνη από τις 25 του δείκτη με τόσο ελάχιστη παρακολούθηση από χρηματιστηριακές και τμήματα ανάλυσης.** Περνά, σχεδόν απαραίτητη από τα ραντάρ των αναλυτών, παρότι είναι όμιλος που το 2025 κατέγραψε **κύκλο εργασιών €600 εκατ., κέρδη προ τόκων αποσβέσεων €89 εκατ., λειτουργικά €67 εκατ. και καθαρά €53,1 εκατ.** Βλέποντας την τελική γραμμή: τα λειτουργικά κέρδη ενισχύθηκαν κατά 10%, το περιθώριο EBIT αυξήθηκε στο 11,2% (από 10,2% (pas mal), το δε κέρδος ανά μετοχή (e/ps) στα €0,83/μτχ. από €0,71/μτχ. (το 2024).

Συν τω χρόνω, το 2025 η **διοίκηση πέτυχε ενίσχυση της κεφαλαιακής βάσης** - καθαρή ταμειακή θέση στα €23,5 εκατ. (από €8,5 εκατ.), ελεύθερες ταμειακές ροές €79,5 (από €32,8 εκατ.) με πρόωρη αποπληρωμή χρέους €15,7 εκατ. (το β' εξάμηνο 2025).

Επαρκή, θεωρώ τα (συνοπτικά) οικονομικά αποτελέσματα μίας

οικονομικής χρήσης με μεθοδική, αποτελεσματική διαχείριση που συνδυάζει και αμυντικά αλλά και επιθετικά χαρακτηριστικά. Κατ' αρχήν άμυνα- για διασφάλιση των κεκτημένων (του 2024), σταδιακό build up επίθεσης (το 2025) με στόχευση ρεκόρ-μεγεθών (για το 2026).

Τρία τα συγκριτικά όπλα για φέτος:

α) **η ολοκλήρωση της αναβάθμισης της μονάδας επανακοκκοποίησης της Stella Pack**, η οποία από το 2026 αναμένεται να συμβάλει σε αύξηση της αποδοτικότητας, βελτίωση των επιδόσεων βιωσιμότητας και εξοικονόμηση κόστους,

β) **η συνέχιση της επέκτασης του εργοστασίου στα Οινόφυτα**, με έργα ενίσχυσης της παραγωγικής δυναμικότητας που θα εξελιχθούν εντός του 2026, υποστηρίζοντας την ανάπτυξη των κατηγοριών προϊόντων Ομορφιάς, Περιποίησης Δέρματος και Αντηλιακής Προστασίας, και

γ) **ενίσχυση της διεθνούς παρουσίας**, με τη δυναμική επέκταση της μάρκας αντηλιακών προϊόντων Carroten σε επιλεγμένες διεθνείς αγορές, με προγραμματισμό για διάθεση επιπρόσθετων κωδικών για την αγορά των ΗΠΑ, ενισχύοντας περαιτέρω τη διεύθυνση της μάρκας και υποστηρίζοντας τις μακροπρόθεσμες προοπτικές ανάπτυξης.

Για το 2026, ο Γιάννης Μπούρας

εκτιμά: πωλήσεις €620 εκατ., EBITDA €97 εκατ. (στο 15,6% το περιθώριο), ελεύθερες τμειακές ροές (FCF) €63 εκατ. και capex €20 εκατ., εύλογα καθιστούν τον Διευθύνοντα Σύμβουλο του ομίλου, συγκρατημένα αισιόδοξο για την φετινή χρήση.

Υποθέτω ότι ανάλογη εικόνα βλέπουν και οι αναλυτές της Eurobank Equities, οι οποίοι μέσα Σεπτεμβρίου ξεκίνησαν την κάλυψη της μετοχής, με τιμή-στόχο τα €16,5 και σύσταση «αγορά»/buy. Στα €12,8 - τότε- η μετοχή, διέγραψε ανοδική πορεία έως τα €15,26 (20/2/2026) για να διορθώσει έως τα €12,92, **με την Eurobank να επανέρχεται μόλις την Τρίτη (24/3) επανασυστήνοντας είσοδο στη μετοχή.** Αυτή την φορά προτάσσοντας το discount 20% έναντι ευρωπαϊκών ομίλων του κλάδου, την περαιτέρω αύξηση των εξαγωγών που ενισχύουν το growth story της Sarantis, εκτιμώντας περιθώριο απόδοσης έως 20%. Με τρέχουσα χρηματιστηριακή αξία €894,4 εκατ., στη (δυννητική) περίπτωση που επιβεβαιωθούν οι αναλυτές, η (θεωρητική) θα μπορεί να είναι μεγαλύτερη του €1 δις.

Στα €0,39/μτχ. το (μεικτό) μέρισμα, αυξημένο κατά 25% (το 2025), με την κοινότητα να προσβλέπει σε διανομή μεγαλύτερου (χρήσης 2026) εάν και εφ' όσον επιτευχθούν οι στόχοι της διοίκησης.



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**

• COCA-COLA HBC
**ΠΡΟΧΩΡΑ ΣΕ ΤΡΙΠΛΗ ΕΚΔΟΣΗ
ΟΜΟΛΟΓΩΝ ΥΨΟΥΣ €10 ΔΙΣ.**

Η Coca-Cola HBC Finance B.V. προχωρά σε έκδοση τριών σειρών ομολογιών σταθερού επιτοκίου, διάρκειας 2,5 ετών, 4,5 ετών και 7,5 ετών, συνολικού ύψους €10 δις., με την πλήρη εγγύηση της μητρικής Coca-Cola HBC AG. Τα καθαρά έσοδα θα χρησιμοποιηθούν για γενικές ανάγκες χρηματοδότησης και αναχρηματοδότησης του ομίλου Coca-Cola HBC. Μέρος των εσόδων θα κατευθυνθεί στη χρημα-

τοδότηση της εξαγοράς της Coca-Cola Beverages Africa (CCBA). Πρόκειται για μια κίνηση στρατηγικής σημασίας που αναμένεται να ολοκληρωθεί έως το τέλος του 2026.

Θα υποβληθεί αίτηση για την εισαγωγή των Ομολογιών στην Επίσημη Λίστα (Official List) της FCA και προς διαπραγμάτευση στην Κύρια Αγορά (Main Market) του Χρηματιστηρίου του Λονδίνου (London Stock Exchange plc).



Zoran
Bogdanović,
CEO, Coca-
Cola HBC

Editorial

Αβεβαιότητα

Πριν από δύο Πέμπτες - 19 Μαρτίου -, [στο Real Estate Daily Secret](#) γράφαμε για τις επιπτώσεις και τις πιέσεις, που έχει μπροστά της η ελληνική αγορά ακινήτων, λόγω του πολέμου στο Ιράν.

Και το μεγαλύτερο πρόβλημα από όλα δεν είναι άλλο από την αύξηση των επιτοκίων, δεδομένου ότι οι υψηλές τιμές και οι πληθωριστικές πιέσεις οδηγούν τις κεντρικές τράπεζες σε αυτή τη λύση, δημιουργώντας προβλήματα σε όσους έχουν δανειστεί - ή θέλουν να δανειστούν - με κυμαινόμενο επιτόκιο για να αγοράσουν σπίτι.

Προσέξτε, όμως!

Αυτό δεν είναι κάτι μακροπρόθεσμο.

Διότι, ήδη, στην άλλη πλευρά του Ατλαντικού, τα πράγματα δεν πάνε όπως τα περίμεναν αναλυτές και οικονομολόγοι. Δηλαδή, οι εκτιμήσεις μιλούσαν για χαμηλότερα επιτόκια στα στεγαστικά φέτος και για περισσότερα επιτόκια προς πώληση.

Τι συμβαίνει αντ' αυτού;

Το μέσο 30ετές επιτόκιο στεγαστικών έφτασε στο 6,38% αυτή την εβδομάδα. Αυξήθηκε για τέταρτη συνεχόμενη εβδομάδα και άγγιξε υψηλά εξαμήνου. Και βάλε.

Και για να καταλάβετε πόσο επηρεάζεται η αγορά από τα όσα συμβαίνουν στην Μέση Ανατολή, αρκεί να σας πω ότι πρόκειται για τη μεγαλύτερη εβδομαδιαία αύξηση σε επιτόκια στεγαστικών από τον περυσινό Απρίλιο, οπότε και ο Trump ανακοίνωσε τις αυξήσεις στους δασμούς.

Και αυτός είναι ένας μεγάλος και σημαντικός πονοκέφαλος για τον Αμερικανό Πρόεδρο.

Όχι μόνο για τη μη αναγέννηση της αγοράς ακινήτων. Αλλά, κυρίως, για τον λόγο που κάνει διστακτικούς τους υποψήφιους αγοραστές:

Την αβεβαιότητα.

Τόσο απλά.

Νεκτάριος Β. Νώτης

nectarios@notice.gr

SECRETRECIPE

Ο γάμος και τα πουρνάρια

Αλγεινή εντύπωση έχει προκαλέσει στους συνομιλητές του η κίνηση του συγκεκριμένου επιχειρηματία να διακόψει τις μεταξύ των συνομιλίες για είσοδο επενδυτικού σχήματος στην εταιρεία του, όχι λόγω διαφωνιών ή κάποιου έκτακτου γεγονότος, αλλά επειδή ο ίδιος αποφάσισε να αφιερώσει μία εβδομάδα στο αγαπημένο του... hobby! Οι υποψήφιοι επενδυτές, οι οποίοι φημίζονται για την ευγένειά τους και τους καλούς τρόπους τους, έγιναν έξαλλοι, μην μπορώντας να πιστέψουν όχι μόνο αυτό, που συνέβη, αλλά και το γεγονός ότι τους ανακοινώθηκε χωρίς κανένα δισταγμό! Άφησε τον γάμο, να πάει για πουρνάρια. Και αυτό μπορεί να αποδειχτεί deal breaker...