



Δεν έτυχε... Πέτυχε!

ΤΕΛΕΙΑ
PIZZA
ΕΔΩ ΚΑΙ ΤΩΡΑ!
Με ζύμη
ψημένη σε πέτρα.

έτοιμη σε...
7'



και Ατομική

Δοκιμάστε τις πίτσες Χρυσή Ζύμη και ανακαλύψτε ότι είναι καλύτερες με διαφορά!
Το μυστικό της είναι η ζύμη! Τέλεια αφράτη μέσα και τραγανή έξω, γιατί είναι ψημένη σε πέτρα!
Και όπως πάντα, με προζύμι και ζυμωμένη με εξαιρετικό παρθένο ελαιόλαδο. Μια απολαυστική βάση που απογειώνεται γευστικά με αρωματική σάλτσα τομάτας και εκλεκτά υλικά, σε **4 λαχταριστές επιλογές**: Margherita, Special (οικογενειακή & ατομική), Χωριάτικη και BBQ.

Ψήνεις και απολαμβάνεις σε 7 λεπτά!



FNB SERVED DAILY.

Food for thought... every day!

ΤΟ ΚΑΘΗΜΕΡΙΝΟ ΨΗΦΙΑΚΟ
NEWSLETTER ΓΙΑ ΤΟΝ ΚΛΑΔΟ
ΤΡΟΦΙΜΩΝ & ΠΟΤΩΝ

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

ΠΕΜΠΤΗ 07 ΜΑΪΟΥ 2026
ΤΕΥΧΟΣ 2319



• MEGAS YEEROS

Στο +7% οι όγκοι στο α' τετράμηνο
- Πώς επηρεάζουν οι ζωνοόσοι τις εξαγωγές



• AHOLD DELHAIZE

Μεικτή η εικόνα στο α' τρίμηνο - Ποιος θα διαδεχθεί
τον Frans Muller στην ηγεσία του ομίλου



• ΚΥΛΙΝΔΡΟΜΥΛΟΙ ΣΑΡΑΝΤΟΠΟΥΛΟΣ

Σε ανοδική τροχιά και το 2025, με +7,5% στο τρίμηνο
- Παραμένει αρνητικό το κεφάλαιο κίνησης



• ESCARCOM

Διψήφια ανάπτυξη στο τετράμηνο - Σε φάση
ολοκλήρωσης επενδύσεις €2 εκατ.

Editorial

Delaware Made in... Europe

Debrief

Ο άνθρωπος που άλλαξε τις ειδήσεις

Business Maker

- Quiz: Όταν τα... "εγώ" απειλούν
να γκρεμίσουν εταιρείες
- Στην ΤτΕ ξανά ο Μασούτης
- Το μήνυμα Στουρνάρα

Business Insight

Το τρις... του sui generis
Ιρλανδού με το "Μακεδονία"

SecretRecipe

Η... μοιραία πόρτα
 στους επενδυτές



24th CFO Forum

The CFO Shift: Tech. Talent. Transformation.



► Announcing 2nd Round of Speakers



Κυριάκος Πιερρακάκης
Υπουργός Εθνικής Οικονομίας
και Οικονομικών



Bruce Whitfield
Best-selling author,
Award-winning Journalist,
Renowned business speaker



Tim Mashall
Journalist & broadcaster,
bestselling author on
international affairs



Κωνσταντίνος Αγαλιανός
Head of Finance Business
Development, SAP Hellas,
Cyprus and Malta



Λία Βαγενά
Chief Financial Officer,
BOX NOW



Πέγκυ Βελλιώου
Partner & Head of People,
People Services, Advisory,
KPMG στην Ελλάδα



Αθίνα Βουνάσου
Διευθύντρια Τομέας
Φορολογίας, Επιχειρήσεων &
Λειτουργίας Αγοράς, ZEB



Νίκος Δημάκος
Partner, Head of Management
Consulting,
KPMG στην Ελλάδα



Διονύσιος Διαμαντόπουλος
Partner, Advisory,
KPMG στην Ελλάδα



Σάσα Ηλιαδάκη
Finance Director,
Bink's Hellas S.A.



Μαρία Θεοδουλίδου
Procurement & Corporate
Governance Director & BoD
Secretary, EXECO Member,
Fourtis Group of Companies



Μιχάλης Κουβελιώτης
Deputy CEO, Aegean Airlines



Ρένα Κρεμαλή
Group Human Resources
Director, Όμιλος Επιχειρήσεων
Σαρκακή



Βασιλική Λαζαράκου
Πρόεδρος, Επιτροπή
Κεφαλαιαγοράς,



Τέσσυ Λατσού
Οικονομική Διευθύντρια
Όμιλου Foufis, Μίλος,
Εκτελεστική Επιτροπή



Ελένη Μπατιανάκη
Managing Partner,
Halcyon Equity Partners



Βαγγέλης Μπαλάς
CFO, Fraport Greece



Λαμπρίνα Μπαρμπετάκη
Managing Director & President
of the Board, AbbVie Greece,
Cyprus & Malta



Μαρία Μπεκατώρου
Διευρηγοργός,
Τηλεπικοινωνία



Αλέξανδρος Μπίνος
CFO, Cenergy Holdings



Αρτεμής Πάνου
Partner, Deal Advisory,
KPMG στην Ελλάδα



Γιάννης Παπαχρήστου
CEO, Growthland SA



Δέσποινα Παπαθεοδωρού
Partner, Transformation &
Operations,
KPMG στην Ελλάδα



Δημήτρης Παρθένης
Group CFO,
THEON International



Στράτος Πέτρου
CFO, Ethniki Asfalistikí



Σοφία Πολυδιωροπούλου
Chief Financial Officer,
OPTIMA Group



Γιώργος Ρούσσος
Chief Financial Officer,
Κοσινολος



Κατίνα Σταθάκη
CEO, Next Processing
και Γενική Διευθύντρια,
Next Payments



Στάβρος Στάμου
Γενικός Διευθυντής
Οικονομικών & Εφοδιαστικής
Λυσίας, EYDATH.A.E.



Χρήστος Στέλλας
Commercial Manager,
ENTERSOFTONE IMPACT



Αχιλλέας Τσιπούλας
Chief Financial Officer,
GasLog



Βασίλης Τσίπος
Group CFO, HELLENIC
ENERGY Holdings S.A.



Νίκος Φιλίππιδης
Διευρηγοργός, Οικονομικός
Αναλυτής, SKAI TV, Αρθρογράφος
εφημερίδα Η ΚΑΘΗΜΕΡΙΝΗ



Νίκη Φωτίου
Chief Financial Officer,
Heidmar



Νικόλαος Χαλιώτη
Finance Director, Ελλάδα,
Ισραήλ, Βελγία και τις χώρες
της Βόρειας Ευρώπης, Medtronic
και Αντιπρόεδρος Δ.Σ. Ελλάδας



Νίκος Χανίδης
Deputy General Manager & CFO,
Vicpol Polyurethane Systems

Register Now

📅 Τρίτη 9 Ιουνίου 2026

📍 Asteria Glyfada DOMUS

#CFOForum



ΓΕΜΗ 003487701000

© 2025 KPMG Στεφάνου Μονοπρόσωπη Α.Ε., Ελληνική Ανώνυμη Εταιρεία και μέλος του παθιακού οργανισμού ανεξάρτητων εταιρειών-μέλων της KPMG συνδεδεμένων με την KPMG International Limited, Διεθνική Αγγλική εταιρεία περιορισμένης ευθύνης με εγγεγραμμένους μετόχους. Το όνομα και το λογότυπο της KPMG είναι εμπορικά σήματα που χρησιμοποιούνται με άδεια των διεθνών οργανισμών της KPMG από τις ανεξάρτητες εταιρείες μέλη.

Platinum Sponsor



Distinguished Sponsors



Sponsors



Supporter



Under the
auspices of



Media Partner



Media Sponsors



KPMG supports



• **MEGAS YEEROS**

ΣΤΟ +7% ΟΙ ΟΓΚΟΙ ΣΤΟ Α' ΤΕΤΡΑΜΗΝΟ - ΠΩΣ ΕΠΗΡΕΑΖΟΥΝ ΟΙ ΖΩΝΟΣΟΙ ΤΙΣ ΕΞΑΓΩΓΕΣ

Αύξηση όγκων 7% κατέγραψε στο α' τετράμηνο η Megas Yeeros με την διοίκηση της εταιρείας να παραμένει συγκρατημένα αισιόδοξη για την πορεία του έτους.

Ο Διευθύνων Σύμβουλος της εταιρείας, Νίκος Λούστας, αναφέρει στο Fnb Daily ότι παρά τη δυναμική εκκίνηση της χρονιάς, δεν υπάρχει σαφής ένδειξη για τη συνολική εξέλιξη της, καθώς παρατηρείται επιφυλακτικότητα, κυρίως στη νησιωτική Ελλάδα και ειδικότερα στον κλάδο της εστίασης.

Το μείγμα πωλήσεων παραμένει συντριπτικά προσανατολισμένο στο κανάλι HoReCa, το οποίο αντιστοιχεί περίπου στο 95% των συνολικών πωλήσεων. Αντίθετα, το οργανωμένο λιανεμπόριο που εμφανίζει περιορισμένη κίνηση, ιδιαίτερα στις αρχές της εβδομάδας, καταγράφοντας στασιμότητα. Η ανάπτυξη της εταιρείας προέρχεται κυρίως από ψητοπωλεία, εστιατόρια και το ευρύτερο δίκτυο HoReCa, ενώ η διείσδυση στα super market θεωρείται πιο σύνθετη και απαιτητική ως προς τη χαρτογράφηση της αγοράς. Η είσοδος σε αυτό το κανάλι προϋποθέτει την ύπαρξη διαφοροποιημένων και καινοτόμων προϊόντων.

Η ΕΙΚΟΝΑ ΤΗΣ ΑΓΟΡΑΣ

Όπως ανέφερε οι ανοδικές επιδόσεις στο α' τετράμηνο, αποδίδονται κυρίως στην ενίσχυση των εξαγωγών, οι οποίες λειτουργούν ως βασικός μοχλός ανάπτυξης.

Την ίδια στιγμή, οι αυξήσεις στο ενεργειακό κόστος και στα πετρελαιοειδή δημιουργούν συνθήκες συγκράτησης της κατανάλωσης τόσο στα νησιά όσο και στην ηπειρωτική χώρα. Αντίστοιχη εικόνα καταγράφεται και στις εισαγωγές κρέατος, όπου διαπιστώνεται σαφής επιβράδυνση.

Γενικότερα, η αγορά εμφανίζει σημάδια συγκράτησης, ενώ εκτιμάται ότι η ύπαρξη ισχυρότερης εξαγωγικής δραστηριότητας στον συγκεκριμένο κλάδο θα μπορούσε να βελτιώσει την εικόνα, ωστόσο η συνολική αγορά παραμένει υποτονική.

Επιπλέον παρά τις προσδοκίες για μια ισχυρή τουριστική περίοδο, διατυπώνεται επιφυλακτικότητα ως προς την εξέλιξη της, καθώς εκτιμάται ότι η Ελλάδα ενδέχεται να επηρεαστεί από γεωπολιτικές εξελίξεις στην ευρύτερη περιοχή της Μέσης Ανατολής και του Ισραήλ, γεγονός που θα μπορούσε να ανακατευθύνει τουριστικές ροές προς πιο απομακρυσμένους προορισμούς. Η γεωγραφική εγγύτητα της χώρας σε περιοχές εντάσεων



Νίκος Λούστας,
Διευθύνων Σύμβουλος, Megas Yeeros

ενδέχεται να λειτουργήσει αποτρεπτικά για μέρος των επισκεπτών.

Σημειώνεται ότι πέρυσι η εταιρεία έκλεισε με κύκλο εργασιών που προσεγγίζει τα €70 εκατ., ενώ το EBITDA εκτιμάται γύρω στα €6,5 εκατ., χωρίς όμως να έχει ακόμη οριστικοποιηθεί.

ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΚΑΙ ΜΕΣΩ ΕΞΑΓΩΓΩΝ

Καθοριστικό ρόλο στη στρατηγική ανάπτυξης διαδραματίζουν οι εξαγωγές, οι οποίες αντιπροσωπεύουν το 45% της δραστηριότητας και εκτείνονται σε περισσότερες από 35 αγορές. Κύριες αγορές αποτελούν οι Ηνωμένες Πολιτείες, το Ηνωμένο Βασίλειο, η Ελβετία, οι Κάτω Χώρες, το Βέλγιο, η Γερμανία, η Αυστρία και η Σουηδία. Το εξαγωγικό δίκτυο παραμένει σταθερό και ενισχύεται περαιτέρω με διείσδυση σε νέους τομείς εκτός HoReCa, όπως οργανισμοί που τροφοδοτούν νοσοκομεία και πανεπιστήμια, όπου ήδη καταγράφονται συνεργασίες. Παράλληλα, συμφωνίες που υπογράφηκαν το προηγούμενο έτος βρίσκονται σε φάση υλοποίησης και ενίσχυσης. Και αυτό, όπως είπε ο κ. Λούστας αναμένεται να συμβάλλει στην διατήρηση και ίσως περαιτέρω ανάπτυξη των μεγεθών.

Η ΑΛΛΑΓΗ ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΗΣ ΣΤΗΝ ΑΓΓΛΙΑ

Ωστόσο, εξωγενείς παράγοντες επηρεάζουν αρνητικά τη δραστηριότητα σε ορισμένες αγορές. Ενδεικτικά, λόγω κρουσμάτων αφθώδους πυρετού, το Ηνωμένο Βασίλειο έχει απαγορεύσει τις εισαγωγές χοιρινού, μοσχαρίσιου και αρνίσιου κρέατος από την Ελλάδα, ενώ αντίστοιχα μέτρα έχουν ληφθεί και από τρίτες χώρες, όπως η Αλβανία. Οι

περιορισμοί αυτοί έχουν οδηγήσει σε αναδιάρθρωση της στρατηγικής πωλήσεων, με έμφαση σε προϊόντα που πληρούν τις νέες προδιαγραφές, όπως ο προψημένος γύρος, και σε αλλαγές στον τρόπο διάθεσης (π.χ. σε κοπές αντί για νωπά ή κατεψυγμένα προϊόντα).

Επιχειρήσεις που βασίζονταν σε εξαγωγές νωπών ή κατεψυγμένων προϊόντων έχουν αναστείλει προσωρινά τη δραστηριότητά τους στις συγκεκριμένες αγορές.

ΕΠΕΝΔΥΣΕΙΣ

Σε επίπεδο επενδύσεων, η εγχώρια αγορά χαρακτηρίζεται από έντονη δραστηριότητα, χωρίς ωστόσο άμεση απόδοση, καθώς οι επιχειρήσεις βρίσκονται σε φάση ανάπτυξης υποδομών. Η στρατηγική εστιάζει πρωτίστως στην αύξηση των πωλήσεων και την αξιοποίηση της υφιστάμενης δυναμικότητας, πριν την προσέλευση νέων επενδυτικών κεφαλαίων.

Η εταιρεία έχει ήδη υλοποιήσει σημαντικές επενδύσεις τα προηγούμενα χρόνια, συμπεριλαμβανομένης της ολοκλήρωσης της δεύτερης μονάδας παραγωγής στις Ηνωμένες Πολιτείες, βάσει προϋπάρχοντος σχεδισμού. Ωστόσο, η τρέχουσα συγκυρία δεν ευνοεί την άμεση δρομολόγηση νέων επενδυτικών κινήσεων. Στο μεσοπρόθεσμο πλαίσιο περιλαμβάνεται η πιθανή επένδυση σε ψυκτικούς θαλάμους, η οποία δεν αναμένεται να υλοποιηθεί εντός του τρέχοντος έτους, αλλά τοποθετείται χρονικά έως τα τέλη του 2027.

Στέλλα Αυγουστάκη
stella@notice.gr



Νέο πρόγραμμα επιβράβευσης

Χαμόγελα

10+1 ΔΩΡΟ
ΚΑΦΕΣ!



Γίνε μέλος!

Ξεκλείδωσε επιπλέον κουπόνια, προσφορές και άλλες εκπλήξεις!

my
DELIVERY

E-ORDER
www.gregorys.gr

f g d i
gregorys.gr gregorysgr gregorysgr



Γρηγόρης

• ESCARCOM

ΔΙΨΗΦΙΑ ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΣΤΟ ΤΕΤΡΑΜΗΝΟ - ΣΕ ΦΑΣΗ ΟΛΟΚΛΗΡΩΣΗΣ ΕΠΕΝΔΥΣΕΙΣ €2 ΕΚΑΤ.

Με διψήφιο ρυθμό ανάπτυξης τρέχει στο τετράμηνο η Escarcom, χτίζοντας πάνω στην καλή πορεία του 2025 που έκλεισε με αύξηση πωλήσεων αλλά και κερδοφορίας.

ΣΤΑ €18 ΕΚΑΤ. Ο ΤΖΙΡΟΣ ΤΟΥ 2025

Όπως αναφέρει στο Fnb Daily ο Πρόεδρος και Διευθύνων Σύμβουλος της εταιρείας, Δημήτρης Κοτζαβασιλόγλου, ο κύκλος εργασιών την περυσινή χρονιά κινήθηκε άνω των €18 εκατ. ενώ σημαντικά βελτιωμένη ήταν και η κερδοφορία, με το EBITDA να ξεπερνάει τα €4,5 εκατ. έναντι €3,6 εκατ. το 2024. Η εταιρεία που εδρεύει στην Σκύδρα δραστηριοποιείται στα κατεψυγμένα φρουτολαχανικά και στα τυποποιημένα σαλιγκάρια, με τα δεύτερα να αντιπροσωπεύουν πλέον πάνω από 1/3 του τζίρου της και να απορροφώνται σχεδόν αποκλειστικά από τη γαλλική αγορά. Στα φρούτα και λαχανικά η Escarcom εξειδικεύεται στα πυρηνόκαρπα (κεράσια, ροδάκινα βερίκοκα) τα οποία διαθέτει κατεψυγμένα (IQF) σε φέτες ή κύβους, εκπυρηνωμένα κ.λπ., στο B2B κανάλι με πελατολόγιο το οποίο εντοπίζεται πρωτίστως στην Ευρώπη και δευτερευόντως στις ΗΠΑ.

DATA (σε €χιλ.)

Κύκλος Εργασιών

2024: 16.887

2023: 14.710

Μεταβολή: 14,79%

EBIT

2024: 3.254

2023: 2.152

Μεταβολή: 51,06%

Κέρδη προ φόρων

2024: 3.008

2023: 1.978

Μεταβολή: 52,07%

ΠΙΟ ΟΜΑΛΗ Η ΦΕΤΙΝΗ ΣΕΖΟΝ ΣΤΑ ΦΡΟΥΤΑ

Αν και καλλιεργητικά το 2025 ήταν, λόγω των δύσκολων καιρικών συνθηκών (πχ απότομη πτώση θερμοκρασίας τον Μάρτιο στις παραγωγικές ζώνες της Β. Ελλάδας), μια χρονιά μειωμένης παραγωγής για τα πυρηνόκαρπα - με αποτέλεσμα η εταιρεία να απορροφήσει μειωμένες ποσότητες κατά 15%-20% ποσότητες - οι υψηλότερες τιμές που κατάφερε να εξασφαλίσει από τους πελάτες της λει-



τούργησαν αντισταθμιστικά, με αποτέλεσμα να ενισχυθεί ο κύκλος εργασιών της. Παράλληλα, διεύρυνε το κωδικολόγιο των προϊόντων σαλιγκαριού στο πλαίσιο των συνεργασιών που βρίσκονται σε εξέλιξη με εισαγωγείς και μεγάλες αλυσίδες super market στη γαλλική αγορά.

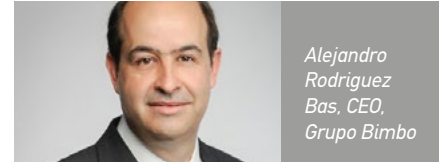
Στο κομμάτι των φρούτων η φετινή σεζόν έχει κυλήσει αρκετά πιο ομαλά και δίχως σημαντικά προβλήματα για τους παραγωγούς με αποτέλεσμα - με τα σημερινά δεδομένα τουλάχιστον - να μην αναμένονται ζητήματα προσφοράς τους επόμενους μήνες.

ΕΠΕΝΔΥΣΕΙΣ ΓΙΑ ΠΟΙΟΤΙΚΗ ΑΝΑΒΑΘΜΙΣΗ

Εξάλλου, στο τελικό στάδιο υλοποίησης έχουν εισέλθει τρία επενδυτικά προγράμματα συνολικού ύψους €2 εκατ. που υλοποιεί η Escarcom και τα οποία αφορούν κυρίως εκσυγχρονισμό και αντικατάσταση μηχανολογικού εξοπλισμού, με στόχο, όπως υπογραμμίζει ο κ. Κοτζαβασιλόγλου, την ποιοτική αναβάθμιση της παραγωγικής διαδικασίας και των προϊόντων και όχι τόσο την αύξηση της δυναμικότητας. Οι επενδύσεις θα ολοκληρωθούν εντός του 2026.

Σημειώνεται ότι οι εγκαταστάσεις της Escarcom περιλαμβάνουν δυο ξεχωριστές εργοστασιακές μονάδες - στη μία γίνεται επεξεργασία και τυποποίηση προϊόντων σαλιγκαριού και στην άλλη επεξεργασία κατεψυγμένων φρούτων και λαχανικών. Η δυναμικότητα ανέρχεται σε 3.000 τόνους σαλιγκαριών και 20.000 τόνους φρούτων ετησίως αντίστοιχα.

Γιάννης Τσατσάκης
yannis@notice.gr



Alejandro
Rodriguez
Bas, CEO,
Grupo Bimbo

• GRUPO BIMBO

ΑΝΟΔΟΣ ΠΩΛΗΣΕΩΝ 4,8% ΚΑΙ ΙΣΧΥΡΗ ΚΕΡΔΟΦΟΡΙΑ ΣΤΟ Α' ΤΡΙΜΗΝΟ

Η μεξικανική πολυεθνική εταιρεία τροφίμων Grupo Bimbo ανακοίνωσε ελαφρά αυξημένες πωλήσεις, αλλά διψήφια ανάπτυξη λειτουργικής κερδοφορίας στο α' τρίμηνο του 2026. Η ανάπτυξη οφείλεται σε ευνοϊκή τιμολόγηση, θετικό μείγμα πωλήσεων, αυξημένους όγκους και συνεισφορά από πρόσφατες εξαγορές. Ωστόσο, σε όρους τοπικού νομίσματος, οι καθαρές πωλήσεις μειώθηκαν κατά 3% λόγω επιδράσεων από τη μετατροπή συναλλάγματος.

DATA Α' τρίμηνο 2026 (εξαιρουμένων συναλλαγματικών επιδράσεων)

Καθαρές πωλήσεις: €4,93 δισ. (+4,8%)

Προσαρμοσμένο EBITDA: +15,2%

Μικτό κέρδος: +4,7%

Λειτουργικό κέρδος: +18,4%

Καθαρές πωλήσεις ανά περιοχή

Μεξικό: €1,95 δισ. (+4,5%)

Λατινική Αμερική: €570 εκατ. (+15,1%)

Ευρώπη: €620 εκατ. (+12,6%)

Βόρεια Αμερική: €1,99 δισ. (+0,7%)

Η εικόνα στην Λατινική Αμερική οφείλεται στις ισχυρές επιδόσεις σε χώρες όπως η Κολομβία, η Χιλή και η Κεντρική Αμερική, καθώς και στη συμβολή της εξαγοράς της Wickbold στην Βραζιλία.

ΑΠΟΕΠΕΝΔΥΣΕΙΣ ΚΑΙ ΕΞΑΓΟΡΕΣ

Η εταιρεία ολοκλήρωσε την αποεπένδυση μειοψηφικού ποσοστού σε συνδεδεμένη εταιρεία στο Μεξικό και ολοκλήρωσε την εξαγορά της Bonel από την Τυνησία, παραγωγού ατομικών κρουασάν.

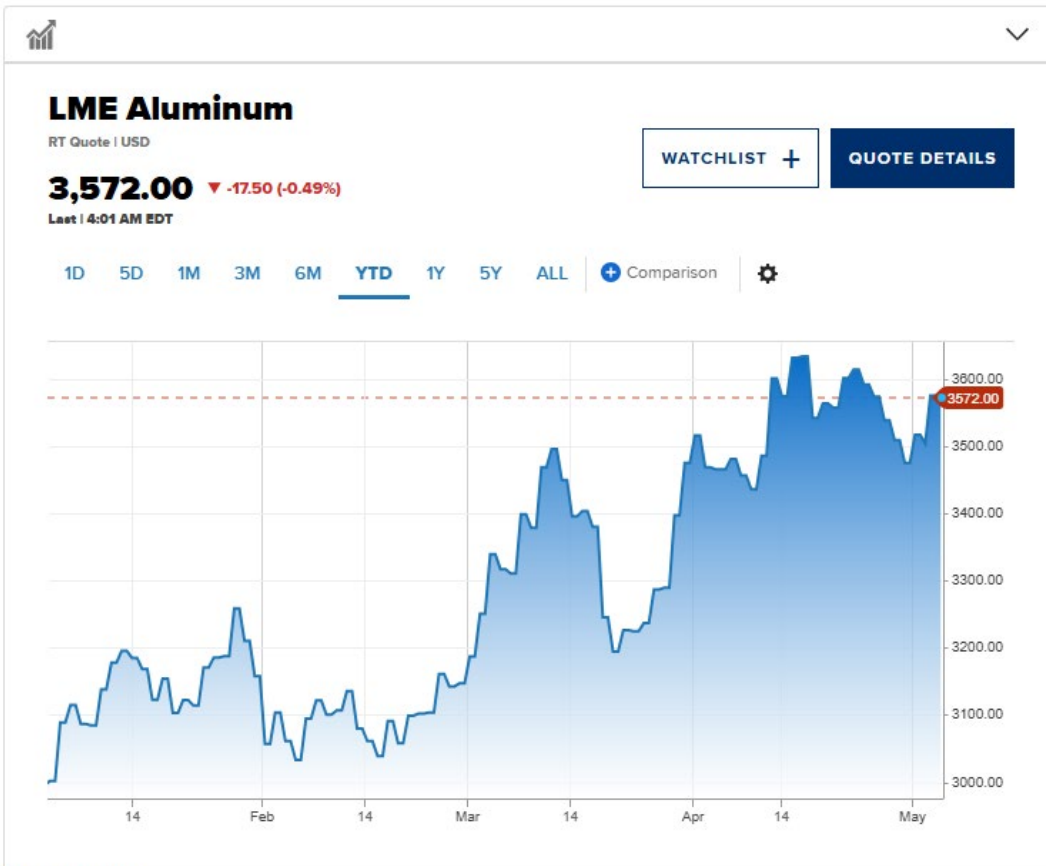
Η Grupo Bimbo δραστηριοποιείται άμεσα σε 39 χώρες και φτάνει σε άλλες 57 μέσω συνεργασιών, καλύπτοντας συνολικά 96 αγορές σε Αμερική, Ευρώπη, Ασία και Αφρική. Η εταιρεία διαθέτει 251 παραγωγικές μονάδες και περισσότερα από 1.600 κέντρα διανομής. Το χαρτοφυλάκιο της περιλαμβάνει ψωμί του τοστ, αρτοσκευάσματα, μπισκότα, τортίγιες και αλμυρά σνακ.

• ΑΛΟΥΜΙΝΙΟ
ΣΕ ΠΟΛΥΕΤΗ ΥΨΗΛΑ ΛΟΓΩ ΜΕΣΗΣ ΑΝΑΤΟΛΗΣ
– ΠΙΕΣΕΙΣ ΚΟΣΤΟΥΣ ΣΤΗ ΒΙΟΜΗΧΑΝΙΑ

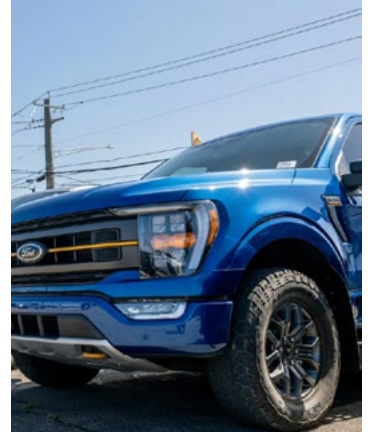
Η εκτίναξη των τιμών του αλουμινίου σε πολυετή υψηλά, στον απόηχο του πολέμου με το Ιράν, δημιουργεί πιέσεις κόστους για επιχειρήσεις που κατασκευάζουν προϊόντα, από αυτοκίνητα έως κουτάκια μπύρας. Το αλουμίνιο στο Χρηματιστήριο Μετάλλων του Λονδίνου (LME) έχει αυξηθεί πάνω από

13% μετά τα αμερικανο-ισραηλινά πλήγματα στο Ιράν στις 28 Φεβρουαρίου. Συνολικά, η τιμή του ενισχύεται περίπου κατά 19% από την αρχή του 2026, αγγίζοντας τα υψηλότερα επίπεδα από το 2022. Οι τιμές ωθούνται ανοδικά λόγω του κλεισίματος των Στενών του Ορμούζ, σύμφωνα

με τον αναλυτή της Bernstein, Bob Brackett. Ο ίδιος εκτιμά ότι το 7% της παγκόσμιας παραγωγής αλουμινίου προέρχεται από την περιοχή. Οι στρατιωτικές επιθέσεις έχουν προκαλέσει ζημιές σε εγκαταστάσεις και έχουν αφαιρέσει περίπου το 3% της παγκόσμιας προσφοράς από την αγορά.



Aluminum in 2026



ΠΟΙΕΣ ΕΙΝΑΙ ΟΙ ΕΠΙΠΤΩΣΕΙΣ ΣΤΙΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ

Στην Ford, η Οικονομική Διευθύντρια Sherry House δήλωσε ότι ο πόλεμος με το Ιράν δημιουργεί αβεβαιότητα για τις προοπτικές του αλουμινίου, βασικού υλικού για το pickup F-150. Η αυτοκινητοβιομηχανία ανέμενε πιέσεις από τις τιμές των πρώτων υλών που θα ξεπεράσουν τα \$2 δισ. — περίπου διπλάσιες από προηγούμενες εκτιμήσεις — κυρίως λόγω της αύξησης της τιμής του αλουμινίου. Οι τιμές του αλουμινίου αποτελούν βασικό σημείο εστίασης για τους επενδυτές της Ford, σύμφωνα με τον αναλυτή της UBS, Joseph Spak. Η μετοχή της εταιρείας έχει υποχωρήσει κατά 17% από την έναρξη της σύγκρουσης με το Ιράν, ενώ ο δείκτης S&P 500 έχει ενισχυθεί κατά 5,7% στο ίδιο διάστημα.

Η Οικονομική Διευθύντρια της Molson Coors, Tracey Joubert, δήλωσε την περασμένη εβδομάδα ότι η αύξηση της τιμής του αλουμινίου στις μεσοδυτικές πολιτείες των ΗΠΑ πρόσθεσε περίπου \$30 εκατ. στο κόστος πωληθέντων αγαθών στο α' τρίμηνο σε σύγκριση με πέρυσι. Η εταιρεία αναμένει περαιτέρω πληθωριστικές πιέσεις στο τρέχον τρίμηνο.

Ο Anthony DiSilvestro, Οικονομικός Διευθυντής της Keurig Dr Pepper, συμπεριέλαβε το αλουμίνιο μεταξύ των προϊόντων που έχουν καταγράψει αυξήσεις τιμών λόγω του πολέμου με το Ιράν. Αν οι αυξημένες αυτές δαπάνες διατηρηθούν μακροπρόθεσμα, η εταιρεία θα χρειαστεί να εφαρμόσει σχέδια αντιστάθμισης με στόχο την προστασία των περιθωρίων κέρδους.

ΠΕΡΑΙΤΕΡΩ ΠΙΕΣΕΙΣ ΣΤΟΝ ΟΡΙΖΟΝΤΑ

Οι αναλυτές δεν αναμένουν άμεση αποκλιμάκωση. Η UBS εκτιμά ότι η προσφορά αλουμινίου θα αυξηθεί μόλις κατά 0,3% το 2026, από προηγούμενη πρόβλεψη 2,4%, επικαλούμενη διαταραχές στην Μέση Ανατολή και περιορισμένες δυνατότητες αύξησης παραγωγικής δυναμικότητας στην Ευρώπη. Πέρα από τη γεωπολιτική κρίση, ο Brackett της Bernstein σημειώνει ότι η παραγωγή αλουμινίου είναι ιδιαίτερα ενεργοβόρα, γεγονός που συνδέει τις τιμές του μετάλλου με το κόστος φυσικού αερίου και άνθρακα. Η αύξηση των τιμών αυτών των καυσίμων λόγω του πολέμου εντείνει περαιτέρω τις ανοδικές πιέσεις.

• WALMART ΕΠΕΝΔΥΕΙ \$350 ΕΚΑΤ. ΣΕ ΝΕΑ ΜΟΝΑΔΑ ΓΑΛΑΚΤΟΣ ΣΤΟ ΤΕΞΑΣ

Η αμερικανική αλυσίδα λιανικής Walmart εγκαινίασε την τρίτη της μονάδα επεξεργασίας γάλακτος στο Robinson του Τέξας, επενδύοντας πάνω από \$350 εκατ., δημιουργώντας περισσότερες από 400 θέσεις εργασίας.

Η νέα εγκατάσταση, έκτασης άνω των 27.870 τ.μ., θα προμηθεύεται γάλα απευθείας από τοπικούς παραγωγούς, ενισχύοντας την εφοδιαστική αλυσίδα της εταιρείας και διασφαλίζοντας σταθερή προμήθεια.

ΤΑ ΠΡΟΪΟΝΤΑ

Η μονάδα θα επεξεργάζεται και θα εμφιαλώνει διάφορους τύπους γάλακτος, πλήρες, 2%, 1%, άπαχο και σοκολατούχο 1%, σε συσκευασίες ενός και μισού γαλονιού για τις μάρκες Great Value και Sam's Club Member's Mark. Θα εξυπηρετεί περισσότερα από 650 καταστήματα Walmart και Sam's Club στη νότια-κεντρική περιοχή των ΗΠΑ.

Ο Εκτελεστικός Αντιπρόεδρος τροφίμων της Walmart US, John Laney, δήλωσε ότι η νέα εγκατάσταση θα ενισχύσει την ικανότητα της εταιρείας να καλύπτει τη ζήτηση για ποιοτικό γάλα, βελτιώνοντας τη φρεσκάδα μέσω της μείωσης του χρόνου από τη φάρμα στο ράφι και προσφέροντας μεγαλύτερη συνέπεια και διαφάνεια στους πελάτες.

Η ΕΥΡΥΤΕΡΗ ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΗ

Η επένδυση αυτή εντάσσεται στη στρατηγική της Walmart για ενίσχυση της εγχώριας παραγωγής και δημιουργία πιο ανθεκτικής εφοδιαστικής αλυσίδας στα γαλακτοκομικά. Ακολουθεί αντίστοιχες εγκαταστάσεις σε Fort Wayne (Ιντιάνα) και Valdosta (Τζόρτζια), ενώ συμπληρώνει μονάδες επεξεργασίας βοδινού κρέατος σε Thomasville (Τζόρτζια) και Olathe (Κάνσας).

ΕΡΧΟΝΤΑΙ ΝΕΑ ΚΑΤΑΣΤΗΜΑΤΑ

Η εταιρεία έχει δεσμευτεί να επενδύσει \$350 δισ. έως το 2031 σε προϊόντα που παράγονται ή συναρμολογούνται στις ΗΠΑ, ενώ το 2025 πάνω από τα 2/3 των δαπανών της Walmart US αφορούσαν εγχώρια



Kirk Tanner, Πρόεδρος και CEO, Hershey

προϊόντα. Παράλληλα, σχεδιάζει την ανακαίνιση περισσότερων από 650 καταστημάτων και το άνοιγμα περίπου 20 νέων έως το 2027.

Οι αναβαθμίσεις περιλαμβάνουν ευρύτερους διαδρόμους, βελτιωμένους χώρους, νέα σήμανση και διευρυμένη γκάμα προϊόντων. Επεκτείνονται επίσης οι υπηρεσίες παραλαβής και παράδοσης, με ταχύτερες επιλογές, ενώ οπτικά κέντρα και φαρμακεία αναβαθμίζονται με ιδιωτικούς χώρους συμβουλευτικής. Νέα ψηφιακά εργαλεία που συνδέουν τη διαθεσιμότητα online με το κατάστημα βρίσκονται υπό ανάπτυξη.

ΝΕΑ ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΗ ΓΙΑ AI

Τέλος, η Walmart αναπροσαρμόζει τη στρατηγική της στην τεχνητή νοημοσύνη, εγκαταλείποντας το Instant Checkout της OpenAI υπέρ ιδιόκτητων λύσεων. Παρότι είχε ανακοινώσει συνεργασία που επέτρεπε αγορές μέσω ChatGPT, η πολυπλοκότητα της ενσωμάτωσης οδήγησε σε επαναξιολόγηση. Πλέον δίνει έμφαση σε δικές της λύσεις, όπως ο βοηθός AI Sparky, με στόχο τον καλύτερο έλεγχο της εμπειρίας πελάτη και των δεδομένων σε πραγματικό χρόνο.

• **ΤΡΑΠΕΖΑ ΠΕΙΡΑΙΩΣ**

ΠΩΣ ΔΙΑΜΟΡΦΩΝΟΝΤΑΙ ΟΙ ΤΙΜΕΣ ΣΕ 7 ΑΓΡΟΤΙΚΑ ΠΡΟΪΟΝΤΑ

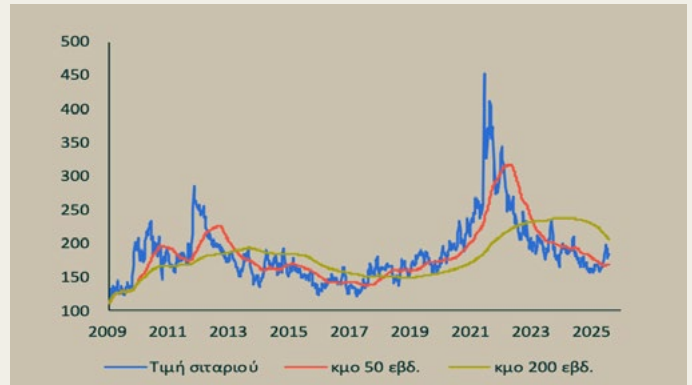
Η ενίσχυση του δείκτη των αγροτικών προϊόντων τον Απρίλιο (+0,53%), σε αντίθεση με τη σημαντική υποχώρηση του γενικού δεί-

κτη εμπορευμάτων (-4,21%), αποτυπώνει τη σχετική ανθεκτικότητα των αγροτικών αγορών, η οποία βρήκε στήριξη στα θεμελιώδη

μεγέθη, στους αυξημένους κλιματικούς κινδύνους και στις συνεχιζόμενες στρεβλώσεις των παγκόσμιων εμπορικών ροών.

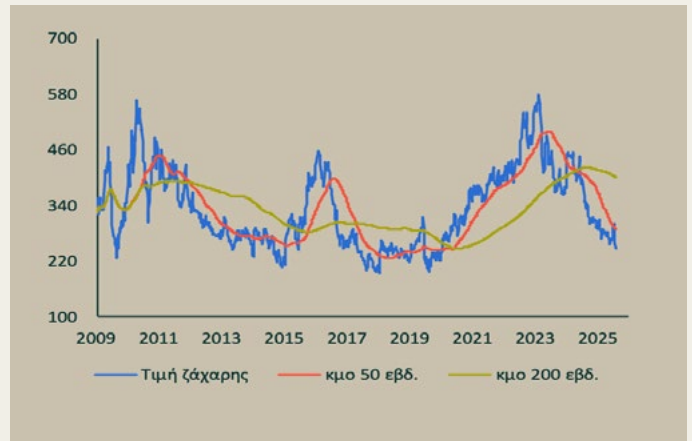
ΣΙΤΑΡΙ

Οι παγκόσμιες μηνιαίες προβλέψεις για την αγορά σιταριού (USDA) για το 2025/26 αφορούν μεγαλύτερη παραγωγή και αποθέματα, αλλά μειωμένη κατανάλωση και ελαφρώς χαμηλότερο εμπόριο. Πιο συγκεκριμένα, η παραγωγή εκτιμάται στους 844,2 εκατ. τόνους (+2,0 εκατ. τόνους από την πρόβλεψη Μαρτίου), λόγω αυξημένης παραγωγής στην Ρωσία και στην ΕΕ. Η κατανάλωση προβλέπεται μειωμένη σε 820,1 εκατ. τόνους (-4,7 εκατ. τόνους), κυρίως εξαιτίας της χαμηλότερης χρήσης για τρόφιμα, σπόρους και βιομηχανική χρήση στην Ινδία.



ΖΑΧΑΡΗ

Σύμφωνα με τις μηνιαίες προβλέψεις του USDA, η παραγωγή ζάχαρης από τις ΗΠΑ για το 2025/26 αναμένεται μειωμένη, με την παραγωγή ζαχαροκάλαμου να διατηρείται αμετάβλητη σε 4,065 εκατ. τόνους, ενώ, αντίθετα, η παραγωγή ζάχαρης από ζαχαρότευτλα μειώθηκε σε 5,060 εκατ. τόνους, με αποτέλεσμα η συνολική παραγωγή ζάχαρης να υποχωρεί σε 9,125 εκατ. τόνους από 9,167 εκατ. τόνους. Την ίδια στιγμή, η κατανάλωση εκτιμάται αυξημένη, φθάνοντας τους 12,259 εκατ. τόνους, ενώ τα αποθέματα διατηρήθηκαν στις προβλέψεις του προηγούμενου μήνα σε 1,878 εκατ. τόνους.



ΚΑΛΑΜΠΟΚΙ

Οι μηνιαίες εκτιμήσεις του USDA για την παραγωγή καλαμποκιού το 2025/2026 αναθεωρήθηκαν ανοδικά σε 1,301.1 εκατ. τόνους (+3,6 εκατ. τόνους), προερχόμενη από ανοδική αναθεώρηση στην παραγωγή της Ινδίας (3,2 εκατ. τόνους στους 46,2 εκατ. τόνους, +7% σε σχέση με πέρυσι), εξέλιξη που αποδίδεται στην επέκταση των καλλιεργήσιμων εκτάσεων λόγω της αυξημένης εγχώριας ζήτησης για αιθανόλη και στις βελτιωμένες στρεμματικές αποδόσεις. Παράλληλα, η κατανάλωση εκτιμάται ενισχυμένη σε 1,302.6 εκατ. τόνους (+2,0 εκατ. τόνους), όπως και τα αποθέματα σε 294,8 εκατ. τόνους (+2,1 εκατ. τόνους), διαμορφώνοντας τον δείκτη αποθέματα/κατανάλωση ελαφρά υψηλότερα σε 22,63% (από 22,51%).



ΧΥΜΟΣ ΠΟΡΤΟΚΑΛΙΟΥ

Σύμφωνα με τις τελευταίες εκτιμήσεις της USDA, η παγκόσμια παραγωγή χυμού πορτοκαλιού αναθεωρήθηκε ανοδικά, με την Φλόριδα να αναμένεται στα 12,20 εκατ. κιβώτια (+200.000 κιβώτια) και την Καλιφόρνια στα 48,50 εκατ. κιβώτια (+3 εκατ. κιβώτια), οδηγώντας τη συνολική παραγωγή των ΗΠΑ στα 61,61 εκατ. κιβώτια (+3,21 εκατ. κιβώτια), με τη βραζιλιάνικη παραγωγή να αναμένεται στα 292,9 εκατ. κιβώτια, αυξημένη κατά 26,9% σε σχέση με πέρυσι.



ΣΟΓΙΑ

Οι παγκόσμιες εκτιμήσεις σόγιας για το 2025/2026 αποτυπώνουν ένα περιβάλλον ενισχυμένης κατανάλωσης αλλά λιγότερο ενισχυμένης παραγωγής και περιορισμένων αποθεμάτων. Η παγκόσμια παραγωγή, σύμφωνα με στοιχεία του USDA, εκτιμάται ελαφρά υψηλότερα σε 427,4 εκατ. τόνους (+0,2 εκατ. τόνους), λόγω αυξημένης παραγωγής στην Παραγουάη με την παραγωγή στις ΗΠΑ και στην Βραζιλία να διατηρούνται αμετάβλητες (116,0 εκατ. τόνους και 180,0 εκατ. τόνους αντίστοιχα).



ΒΟΟΕΙΔΗ

Σύμφωνα με την έκθεση του Υπουργείου Γεωργίας των ΗΠΑ (USDA), η παραγωγή των βοοειδών για το 2025/26 εκτιμάται ότι θα συνεχίσει να βρίσκεται σε φάση συρρίκνωσης, με τον αριθμό των βοοειδών να εκτιμάται στα 86,2 εκατ. κεφάλια, με τις τοποθετήσεις βοοειδών σε θυρίδες σίτισης να προβλέπονται σε 1,71 εκατ. κεφάλια, καταγράφοντας πτώση 7% σε ετήσια βάση και με τις σφαγές σε 1,63 εκατ. κεφάλια μειωμένες κατά 6% σε σχέση με πέρυσι, υποδηλώνοντας στενότερη προσφορά.



ΑΚΑΤΕΡΓΑΣΤΟ ΡΥΖΙ

Σύμφωνα με εκτιμήσεις του USDA, οι παγκόσμιες προοπτικές δείχνουν ενισχυμένη παραγωγή, μικρότερη κατανάλωση, μειωμένο εμπόριο και αυξημένα τελικά αποθέματα. Η παραγωγή προβλέπεται ελαφρά αυξημένη κατά 0,4 εκατ. τόνους στους 732,9 εκατ. τόνους, κυρίως λόγω υψηλότερης παραγωγής στην Ταϊλάνδη. Παράλληλα, η κατανάλωση αναμένεται ελαφρά μειωμένη στους 540,6 εκατ. τόνους (-0,4 εκατ. τόνους), αντανακλώντας αναθεωρήσεις σε αρκετές χώρες, με τα αποθέματα να εκτιμώνται υψηλότερα σε 192,3 εκατ. τόνους (+0,8 εκατ. τόνους) και διαμορφώνοντας τον δείκτη αποθέματα/κατανάλωση ελαφρά υψηλότερα σε 35,57% (από 35,39%).



• ΑΤΤΙΚΗ ΜΕΛΙΣΣΟΚΟΜΙΚΗ
**ΞΕΚΙΝΗΜΑ 2026 ΜΕ ΑΝΑΠΤΥΞΗ 5%
- ΦΛΕΡΤΑΡΑΝ ΜΕ ΔΙΨΗΦΙΑ ΑΥΞΗΣΗ ΤΟ 2025 ΟΙ ΕΞΑΓΩΓΕΣ**

Με το δεξί έχει ξεκινήσει η χρονιά για την Αττική Μελισσοκομική, που στο τετράμηνο είδε τον κύκλο εργασιών της να ενισχύεται κατά 4%-5%, παραμένοντας στην ανοδική τροχιά που χάραξε το 2025.

Όπως δηλώνει στο Fnb Daily ο Πρόεδρος και Διευθύνων Σύμβουλος της εταιρείας, Γιώργος Πίπτας, οι πωλήσεις πέρυσι τόσο σε όγκο όσο και σε αξία, σημείωσαν αύξηση 5% ενώ ένα από τα βασικά χαρακτηριστικά της χρονιάς ήταν η ενίσχυση της εξαγωγών οι οποίες έτρεξαν με ρυθμό που άγγιξε το 10% και πλέον αντιστοιχούν στο 25% του συνολικού τζίρου.

DATA 2025

Μεταβολή πωλήσεων: +5%
Μεταβολή εξαγωγών: ~ 10%
Ποσοστό εξαγωγών
επί του συνολικού τζίρου: 25%

ΟΙ ΜΙΚΡΕΣ ΑΓΟΡΕΣ ΠΟΥ... ΜΕΓΑΛΩΣΑΝ

Η επίδοση αυτή δεν προήλθε τόσο από το άνοιγμα νέων αγορών όσο από την ανάπτυξη των υφιστάμενων και ιδίως αυτών που δεν ανήκουν στις "παραδοσιακές" για την εταιρεία. Χαρακτηριστικά παραδείγματα η Ν.



Γιώργος Πίπτας, Πρόεδρος & Διευθύνων Σύμβουλος, Αττική Μελισσοκομική

Κορέα και η Δανία καθώς και αρκετές ευρωπαϊκές χώρες, όπου, σύμφωνα με τον κ. Πίπτα, "είχαμε μέχρι τώρα παρουσία με σχετικά λίγες πωλήσεις οι οποίες όμως πέρυσι διπλασιάστηκαν".

ΔΑΣΟΜΕΛΑ ΚΑΙ ΘΥΜΑΡΙΣΙΟ ΤΑ ΠΛΕΟΝ ΔΗΜΟΦΙΛΗ

Όπως υπογραμμίζει ο ίδιος, το ελληνικό μέλι στο εξωτερικό παραμένει ακριβό σε σύγκριση με άλλες προελεύσεις, γι' αυτό και η διάθεσή του στο πραγματοποιείται κυρίως μέσω delicatessen και εξειδικευμένων καταστημάτων τροφίμων και όχι μέσω της σαφώς πιο μαζικής αγοράς του οργανωμένου λιανμπορίου. Τα δασόμελα είναι αυτά με τη μεγαλύτερη δημοφιλία, μαζί με το θυμαρίσιο που στη συνείδηση πολλών ξένων καταναλωτών είναι ταυτισμένο με τη χώρα μας.

ΝΕΟΙ ΚΑΝΟΝΕΣ ΣΗΜΑΝΣΗΣ ΑΠΟ ΤΟΝ ΙΟΥΝΙΟ

Σημείο καμπής ωστόσο για την ευρωπαϊκή και, κατ' επέκταση και την ελληνική αγορά μελιού, αναμένεται να αποτελέσει πάντως η εφαρμογή από τον Ιούνιο της οδηγίας 2024/1338 η οποία βάζει τέλος στις γενικές ενδείξεις προέλευσης και "απαιτεί" στην ετικέτα να υπάρχει σαφής και λεπτομερής σήμανσης προέλευσης. Ο κ. Πίπτας - που διασπηρεί και θέση προέδρου στο Σύνδεσμο Ελλήνων Τυποποιητών Συσκευαστών Εξαγωγέων Μελιού (ΣΕΤΣΕΜ) και μέλους στο Δ.Σ. της FEEDM (Ευρωπαϊκή Ομοσπονδία Συσκευαστών και Διανομέων Μελιού) - κάνει λόγο για μια πολύ θετική εξέλιξη η οποία μπορεί να βάλει φρένο στη νοθεία και τις ελλοποποιήσεις που αποτελούν διαχρονικές πληγές του κλάδου.

"Οι καταναλωτές θα δούνε σύντομα αλλαγές στις ετικέτες", τονίζει ο κ. Πίπτας προσθέτοντας ότι αυτό που πραγματικά έχει σημασία είναι το νέο πλαίσιο να εφαρμοστεί. "Γι' αυτό και είμαστε σε ανοιχτή γραμμή με το υπουργείο Αγροτικής ανάπτυξης ούτως ώστε να δούμε πώς θα διασφαλιστεί αυτό", υπογραμμίζει.

Γιάννης Τσατσάκης
yannis@notice.gr

• ΔΩΔΩΝΗ
ΔΩΡΕΑ €40.000 ΣΤΟ ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΑΚΟ ΝΟΣΟΚΟΜΕΙΟ ΙΩΑΝΝΙΝΩΝ

Η Δωδώνη προχώρησε σε δωρεά ιατροτεχνολογικού εξοπλισμού προς την ΩΡΛ Κλινική του Πανεπιστημιακό Νοσοκομείο Ιωαννίνων, στο πλαίσιο των δράσεων εταιρικής υπευθυνότητας που υλοποιεί.

Η δωρεά ανέρχεται σε €40.000 και αφορά σύγχρονα ενδοσκοπικά συστήματα, συγκεκριμένα ρινικά ενδοσκόπια τελευταίας τεχνολογίας, τα οποία αναμένεται να ενισχύσουν το έργο των ιατρών και να συμβάλουν στην αναβάθμιση των παρεχόμενων υπηρεσιών υγείας.

Η πρωτοβουλία εντάσσεται στο πλαίσιο της στρατηγικής ESG (Environment Society Governance) της εταιρείας, η οποία εστιάζει



σε δράσεις με κοινωνικό και περιβαλλοντικό αντίκτυπο. Σύμφωνα με την εταιρεία, η ενίσχυση του τομέα της υγείας αποτελεί βασικό άξονα

των δράσεων εταιρικής υπευθυνότητας, με στόχο τη στήριξη της τοπικής κοινωνίας και τη βελτίωση της ποιότητας ζωής.

• **AHOLD DELHAIZE**

ΜΕΙΚΤΗ Η ΕΙΚΟΝΑ ΣΤΟ Α' ΤΡΙΜΗΝΟ - ΠΟΙΟΣ ΘΑ ΔΙΑΔΕΧΘΕΙ ΤΟΝ FRANS MULLER ΣΤΗΝ ΗΓΕΣΙΑ ΤΟΥ ΟΜΙΛΟΥ

Μικτά μεγέθη παρουσίασε στο α' τρίμηνο του 2026 η Ahold Delhaize.

Οι καθαρές πωλήσεις στις ΗΠΑ διαμορφώθηκαν σε €12,7 δισ., υποχωρώντας σε ποσοστό 9%, ενώ με σταθερές συναλλαγματικές ισοτιμίες υπήρξε αύξηση 1,5%, χάρη κυρίως στη θετική συμβολή του online και των καιρικών συνθηκών. Ωστόσο, τα αποτελέσματα επηρεάστηκαν αρνητικά από τις πωλήσεις των φαρμακευτικών προϊόντων, τον αποπληθωρισμό στην κατηγορία των αυγών και τα χαμηλότερα οφέλη λόγω αλλαγών στο πρόγραμμα SNAP.

Στην Ευρώπη, οι καθαρές πωλήσεις αυξήθηκαν κατά 2,7%, με το online κανάλι να τρέχει με 3,3%.



Από αριστερά: Frans Muller, Πρόεδρος και CEO, Ahold Delhaize - Thierry Garnier

DATA Α' τρίμηνο (σε Ευρα.)

Καθαρές πωλήσεις

2026: 22.275

2025: 23.276

μεταβολή: -4,3% (+2% με σταθερές συναλλαγματικές ισοτιμίες)

Διαδικτυακές πωλήσεις

2026: 2.620

2025: 2.545

Μεταβολή: +2,9%

Λειτουργικά κέρδη

2026: 895

2025: 880

μεταβολή: 1,7%

Καθαρά κέρδη

2026: 552

2025: 554

μεταβολή: -0,5% (+7,2% με σταθερές συναλλαγματικές ισοτιμίες)

ΕΜΠΕΙΡΙΑ ΣΤΗ ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗ ΚΡΙΣΕΩΝ

"Οι διαταραχές από τη γεωπολιτική αστάθεια και τις εντάσεις, συμπεριλαμβανομένης της πρόσφατης ένοπλης σύγκρουσης στη Μέση Ανατολή, αποτελούν μια πραγματικότητα που η επιχείρησή μας έχει διαχειριστεί στο παρελθόν" σημείωσε μεταξύ άλλων ο επικεφαλής του ομίλου, Frans Muller, ο οποίος πρόσθεσε ότι "Βασίζομαστε στην προηγούμενη εμπειρία και στα μέτρα που έχουμε λάβει τα τελευταία χρόνια για να περιορίσουμε τις βραχυπρόθεσμες επιπτώσεις. Για παράδειγμα, ακολουθώντας τα διδάγματά μας από τον πόλεμο της Ουκρανίας, έχουμε ενισχύσει τις ενεργειακές μας πολιτικές μεταβαίνοντας

σε μακροπρόθεσμα συμβόλαια και αυξάνοντας τη χρήση ανανεώσιμων πηγών ενέργειας. Και η πιο εκτεταμένη χρήση των μοντέλων 'should cost', μας δίνει τις γνώσεις για να διασφαλίσουμε ότι οι αυξήσεις του κόστους θα είναι δικαιολογημένες".

GUIDANCE

Αναφορικά με τις φετινές προοπτικές η εταιρεία προβλέπει:

- υποκείμενο λειτουργικό περιθώριο κέρδους περίπου 4%
- αύξησης των υποκείμενων κερδών ανά μετοχή (EPS), κατά ένα μεσαίο έως υψηλό μονοψήφιο ποσοστό
- εξοικονόμηση τουλάχιστον €1,25 δισ. από το πρόγραμμα Save for Our Customers
- ελεύθερες ταμειακές ροές ύψους €2,3 δισ.
- ακαθάριστες κεφαλαιουχικές δαπάνες €2,7 δισ.

Μεταξύ άλλων επισημάνθηκε ότι:

- Η εξαγορά της Delfood αναμένεται να προσθέσει περίπου €200 εκατ. στις καθαρές πωλήσεις στην Ευρώπη
- Η Inflation Reduction Act στις ΗΠΑ θα επηρεάσει τις πωλήσεις φαρμακευτικών προϊόντων κατά περίπου \$450 εκατ.

ΑΛΛΑΓΗ ΗΓΕΣΙΑΣ

Στο μεταξύ χθες ανακοινώθηκε ότι ο Thierry Garnier αναμένεται να διαδεχθεί τον Frans Muller στη θέση του Προέδρου και CEO του ομίλου κατά την Ετήσια Γενική Συνέλευση που θα πραγματοποιηθεί τον Απρίλιο του

2027. Ο Frans Muller, ο οποίος θα συνταξιοδοτηθεί, εντάχθηκε στην Ahold Delhaize το 2013 και ήταν επικεφαλής από τον Ιούλιο του 2018.

Ο Γαλλοβρετανός, Thierry έχει εκτεταμένη διεθνή εμπειρία στο λιανικό εμπόριο. Ήταν Διευθύνων Σύμβουλος της Kingfisher plc, μιας διεθνούς εταιρείας λιανικής πώλησης ειδών βελτίωσης σπιτιού, από τον Σεπτέμβριο του 2019, ενώ προηγουμένως πέρασε για περισσότερες από δύο δεκαετίες από την Carrefour, όπου κατείχε μια σειρά από ανώτερες θέσεις, όπως αυτές του CEO της Carrefour International, CEO της Carrefour Asia και μέλους της εκτελεστικής ηγεσίας του ομίλου. Ήταν επίσης μη Εκτελεστικός director στην Tesco.

H... ΦΥΓΗ ΤΟΥ CLAUDE SARRAILH

Τέλος, ο επικεφαλής της Ahold Delhaize Europe & Indonesia, Claude Sarrailh, καθώς ορίστηκε Διευθύνων Σύμβουλος της ιταλικής εταιρείας λιανικής πώλησης τροφίμων Esselunga. Η Ahold Delhaize ξεκίνησε την αναζήτηση διαδόχου.

Σημειώνεται ότι ο Sarrailh ανέλαβε τα νήια της Ahold Delhaize Europe & Indonesia το 2024 και έπαιξε καθοριστικό ρόλο στην ενίσχυση της ευρωπαϊκής ηγετικής ομάδας, στη βελτίωση της επιχειρηματικής απόδοσης, και στην προώθηση own-brand στρατηγικών της εταιρείας.

Μάκης Αποστόλου
makis@notice.gr

• **SMERC**

ΠΕΘΑΝΕ Ο ΘΟΔΩΡΗΣ ΜΟΣΧΟΣ

Την απώλεια του Θοδωρή Μόσχου ανακοίνωσε το SMERediumCap, εκφράζοντας τη θλίψη του για τον θάνατο του Διευθύνοντος Συμβούλου και συνιδρυτή του επενδυτικού ταμείου. Σύμφωνα με την ανακοίνωση, η απώλεια χαρακτηρίζεται πρόωρη και αφήνει σημαντικό κενό για όσους συνεργάστηκαν μαζί του, με την εταιρεία να επισμαίνει τη συμβολή του στην πορεία και την ανάπτυξη της.

Ο εκλιπών περιγράφεται ως στέλεχος με εμπειρία και ενεργό ρόλο στην επενδυτική δραστηριότητα, ενώ γίνεται ιδιαίτερη αναφορά στα προσωπικά του χαρακτηριστικά, όπως η επαγγελματική συνέπεια, η εργατικότητα και η συνεργατικότητα. Η εταιρεία εκφράζει συλλυπητήρια προς την οικογένεια και τους οικείους του, σημειώνοντας ότι το έργο του θα συνεχιστεί.



• **DIAGEO**

ΑΠΡΟΣΜΕΝΗ ΑΥΞΗΣΗ ΠΩΛΗΣΕΩΝ ΠΑΡΑ ΤΗΝ ΑΔΥΝΑΜΙΑ ΣΤΙΣ ΗΠΑ

Η Diageo κατέγραψε απρόσμενη αύξηση 0,3% στις οργανικές καθαρές πωλήσεις τριμήνου, καθώς η ισχυρή επίδοση στην Ευρώπη και την Λατινική Αμερική αντιστάθμισε την αδυναμία στις ΗΠΑ, τη μεγαλύτερη αγορά της.



ΔΙΑΤΗΡΗΣΕ ΤΙΣ ΠΡΟΒΛΕΨΕΙΣ ΤΗΣ

Η εταιρεία, παραγωγός του ούισκι Johnnie Walker και της μπύρας Guinness, διατήρησε την πρόβλεψή της για το οικονομικό έτος 2026 και δήλωσε ότι παρακολουθεί στενά τις επιπτώσεις της συνεχιζόμενης σύγκρουσης στην Μέση Ανατολή στην ενέργεια, την εφοδιαστική αλυσίδα και τη διανομή.

Ο Διευθύνων Σύμβουλος, Dave Lewis, έχει ήδη κινηθεί γρήγορα στον νέο του ρόλο στην Diageo, μειώνοντας τις προβλέψεις πωλήσεων και περικόπτοντας στο μισό το ενδιαμέσο μέρισμα τον Φεβρουάριο.

“Η Βόρεια Αμερική παραμένει η μεγαλύτερη πρόκλησή μας, όπου οι συνθήκες αγοράς είναι αδύναμες και η πρότασή μας πρέπει να γίνει πιο ανταγωνιστική. Ήδη λαμβάνονται μέτρα για την αντιμετώπιση αυτού του ζητήματος”, ανέφερε ο Lewis σε δήλωσή του.

Οι αναφερόμενες καθαρές πωλήσεις αυξήθηκαν, λόγω θετικής επίδρασης από υπερπληθωριστικές προσαρμογές, η οποία εν μέρει αντισταθμίστηκε από αποεπενδύσεις και περιορισμένη επίδραση από συναλλαγματικές διακυμάνσεις.

ΑΠΟΕΠΕΝΔΥΣΕΙΣ

Τον Μάρτιο, η ινδική θυγατρική της Diageo, United Spirits Limited, συμφώνησε να πουλήσει το 100% της συμμετοχής της στην Royal Challengers Sports Private Limited έναντι συνολικού τιμήματος 166,6 δισ. ινδικών ρουπιών (€1,53 δισ.). Ο όμιλος προχώρησε επίσης στην αποεπένδυση της συμμετοχής του στην East African Breweries Limited, μια διαδικασία που αναμένεται να ολοκληρωθεί στο δεύτερο εξάμηνο της οικονομικής χρήσης.

Η εταιρεία εκτιμά ότι οι κινήσεις αυτές θα μειώσουν τη μόχλευση και θα ενισχύσουν τη χρηματοοικονομική της ευελιξία.

GUIDANCE

Η Diageo διατήρησε αμετάβλητη την πρόβλεψή της για το σύνολο της χρήσης και αναμένει μείωση οργανικών καθαρών πωλήσεων στην περιοχή 2%–3%. Τα οργανικά λειτουργικά κέρδη προβλέπεται να παραμείνουν σταθερά ή να σημειώσουν χαμηλή μονοψήφια αύξηση, συμπεριλαμβανομένων περίπου \$300 εκατ. σε εξοικονομήσεις από το πρόγραμμα Accelerate και των επιπτώσεων των δασμών που είχαν αναφερθεί προηγουμένως.

• **ΟΜΙΛΟΣ ΠΛΑΣΤΙΚΑ ΘΡΑΚΗΣ – ICUP**
ΝΕΑ ΕΠΕΝΔΥΣΗ ΣΤΗΝ ΕΣΤΙΑΣΗ ΜΕ ΤΟ FREEZECUP

Ο όμιλος Πλαστικά Θράκης και η ICUP προχωρούν σε συνεργασία για την ανάπτυξη και διάθεση του FreezeCup, ενός επαναχρησιμοποιούμενου ποτηριού που απευθύνεται στον κλάδο της εστίασης.

ΤΗ ΠΕΡΙΛΑΜΒΑΝΕΙ Η ΣΥΝΕΡΓΑΣΙΑ

Η συνεργασία συνοδεύεται από επένδυση σε εξοπλισμό παραγωγής, με στόχο την κάλυψη της αυξανόμενης ζήτησης, την επιτάχυνση της διανομής και τη διατήρηση της παραγωγής στην Ελλάδα, σύμφωνα με τις ισχύουσες εθνικές και ευρωπαϊκές προδιαγραφές.

Το προϊόν, για το οποίο εκκρεμεί η χορήγηση διπλώματος ευρεσιτεχνίας από τον Οργανισμό Βιομηχανικής Ιδιοκτησίας, στοχεύει να καλύψει ανάγκες της σύγχρονης εστίασης για ανθεκτικές και επαναχρησιμοποιούμενες λύσεις, προσαρμοσμένες στις απαιτήσεις των επαγγελματιών και στις νέες καταναλωτικές τάσεις.



DATA Γ' τρίμηνο 2026 (έληξε στις 31/3/2026)

Καθαρές πωλήσεις: \$4,47 δισ. (+2,35)
 Οργανική ανάπτυξη: +0,3%
 Όγκοι πωλήσεων: +0,4%
 Τιμές: -0,1%
 Οργανική ανάπτυξη
 Βόρεια Αμερική: -9,4%
 Ευρώπη: +8,8%
 Ασία/Ειρηνικός: -0,8%
 Λατινική Αμερική/Καραϊβική: +16,2%
 Αφρική: +17,1%

• **ΚΥΛΙΝΔΡΟΜΥΛΟΙ ΣΑΡΑΝΤΟΠΟΥΛΟΣ**
ΣΕ ΑΝΟΔΙΚΗ ΤΡΟΧΙΑ ΚΑΙ ΤΟ 2025, ΜΕ +7,5% ΣΤΟ ΤΡΙΜΗΝΟ
– ΠΑΡΑΜΕΝΕΙ ΑΡΝΗΤΙΚΟ ΤΟ ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΚΙΝΗΣΗΣ

Αύξηση του κύκλου εργασιών κατά περίπου 7,5% και αύξηση των αλέσεων κατά 17% κατέγραψε η Κυλινδρόμυλοι Σαραντόπουλος στο φετινό τρίμηνο σε σύγκριση με την αντίστοιχη περίοδο της περυσινής χρήσης, γεγονός που ενισχύει τις προοπτικές της εισηγμένης για το σύνολο του έτους για τη συνέχεια της χρήσης. Η διοίκηση παρακολουθεί στενά τις εξελίξεις στις αγορές ενέργειας και πρώτων υλών, οι οποίες ενδέχεται να επηρεάσουν το κόστος παραγωγής και τα περιθώρια κέρδους. Στόχος της πάντως για το 2026 είναι η περαιτέρω ενίσχυση του κύκλου εργασιών και η σταδιακή βελτίωση των οικονομικών μεγεθών, αξιοποιώντας τη θετική εμπορική δυναμική που έχει διαμορφωθεί.

Η ΕΙΚΟΝΑ ΤΟ 2025

Πέρυσι ο όμιλος εμφάνισε τζίρο €16,77 εκατ. αυξημένο κατά 19% από το 2024, ωστόσο το EBITDA υποχώρησε σημαντικά, στις €387 χιλ. Το προ φόρων αποτέλεσμα ήταν ζημιογόνο από κερδοφόρο το 2024 – λόγω της απουσίας σημαντικών κερδών από την αποτίμηση των επενδυτικών ακινήτων που είχαν προκύψει το 2024 - ενώ αντίθετη ήταν η πορεία για τα καθαρά αποτελέσματα όπου το πρόσρημο γύρισε θετικό χάρη κυρίως στον μικρότερο φόρο εισοδήματος,

DATA (σε €χιλ.)

Κύκλος εργασιών

2025: 16.770

2024: 14.107

Μεταβολή: 19%

Κόστος πωλήσεων

2025: 15.417

2024: 13.243

Μεταβολή: 16%

Μικτό αποτέλεσμα

2025: 1.353

2024: 864

Μεταβολή: 57%

EBITDA

2025: 387

2024: 2.113

Μεταβολή: (82%)

Αποτέλεσμα προ φόρων

2025: (1.074)

2024: 196

Καθαρό αποτέλεσμα

2025: 186

2024: (418)



Κωνσταντίνος Σαραντόπουλος, Επικεφαλής, Κυλινδρόμυλοι Κ. Σαραντόπουλος

κατά €6,567 εκατ. έναντι €5,834 εκατ. κατά την 31/12/2024.

Η διοίκηση εκτιμά ότι οι υφιστάμενες τραπεζικές πιστώσεις προς τον όμιλο είναι επαρκείς για την κάλυψη οποιασδήποτε πιθανής πρόσθετης ανάγκης ρευστότητας, ενώ παράλληλα εξετάζει και υλοποιεί και άλλες ενέργειες ενίσχυσης αυτής, συμπεριλαμβανομένης της αξιοποίησης στοιχείων του ενεργητικού του.

ΠΩΛΗΣΗ ΑΚΙΝΗΤΩΝ

Στις 10 Μαρτίου, της ΔΣ της εισηγμένης έδωσε το OK για την πώληση και μεταβίβαση ακινήτου ιδιοκτησίας της εταιρείας, το οποίο βρίσκεται στον Πειραιά (Νικήτα 14), προς τη συνδεδεμένη "Θεοδώρων Μονοπρόσωπη Εταιρεία Διαχείρισης Αστικών Επενδύσεων" έναντι συνολικού τιμήματος €1,3 εκατ. Θυμίζουμε ότι στα τέλη του 2024 η εταιρεία προέβη στην πώληση και μεταβίβαση του ακινήτου στα Καμίνια Πειραιά (Δ. Μουτσοπούλου 17) προς την Πολιτεία ΑΕΑΔΕ (η οποία ελέγχεται από τον πρόεδρο & CEO της Κ. Σαραντόπουλος) με συνολικό τίμημα της συναλλαγής στα €10 εκατ. εκ των οποίων πέρυσι είχε λάβει τα €9,13 εκατ.

Μάκης Αποστόλου
makis@notice.gr

ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΚΙΝΗΣΗΣ

Στο τέλος του 2025 ο όμιλος παρουσίαζε αρνητικό κεφάλαιο κίνησης, καθώς οι βραχυπρόθεσμες υποχρεώσεις υπερέβαιναν τα κυκλοφορούντα στοιχεία του ενεργητικού

• **ΟΒΑΚΙΜΙΑΝ**

ΣΤΑΘΕΡΟΤΗΤΑ ΣΤΟ Α' ΤΡΙΜΗΝΟ - Ο ΑΣΤΕΡΙΣΚΟΣ ΤΩΝ ΕΞΑΓΩΓΩΝ

Ικανοποιητικά κινείται το α' τρίμηνο του 2026 για την Οβακιμιάν Ξηροί Καρποί, χωρίς ωστόσο να καταγράφονται εξελίξεις που να διαφοροποιούν ουσιαστικά τη συνολική εικόνα της αγοράς.

Όπως μαθαίνει το Fnb Daily, η πορεία του έτους μέχρι στιγμής χαρακτηρίζεται από σταθερότητα, σε συνέχεια της προηγούμενης χρήσης (2024/2025).

Συγκεκριμένα η Οβακιμιάν κατέγραψε αύξηση κύκλου εργασιών κατά 10%, ως αποτέλεσμα της ανόδου των πωλήσεων σε όλο το φάσμα των προϊόντων της. Το περιθώριο κέρδους διατηρήθηκε σταθερό, λόγω αγορών πρώτων υλών σε ευνοϊκές τιμές αλλά και επενδύσεων σε εκσυγχρονισμό. Η αναβάθμιση των εγκαταστάσεων, η αξιοποίηση φωτοβολταϊκών και η ενίσχυση του μηχανολογικού εξοπλισμού συνέβαλαν στον περιορισμό του κόστους παραγωγής και στη βελτίωση της αποδοτικότητας.

ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΗ

Σε στρατηγικό επίπεδο, η Οβακιμιάν Ξηροί Καρποί εστιάζει, μεταξύ άλλων και στη διατήρηση και ενίσχυση του μεριδίου αγοράς μέσω νέων πελατών και συνεργασιών με ανεξάρτητους παραγωγούς, αλλά και στη συνεχή βελτιστοποίηση του λειτουργικού κό-



στους μέσω αναδιοργάνωσης διαδικασιών. Παράλληλα, ενισχύει την παρουσία της σε εγχώριες και διεθνείς εκθέσεις με στόχο τη διεύρυνση του πελατολογίου της.

ΔΙΑΘΕΣΙΜΟΤΗΤΑ ΕΛΛΗΝΙΚΗΣ ΠΡΩΤΗΣ ΥΛΗΣ

Ωστόσο, η διαθεσιμότητα ελληνικής πρώτης ύλης εξακολουθεί να αποτελεί βασικό παράγοντα για την πορεία της εταιρείας, καθώς η ανάπτυξη των εκτός Ελλάδος πωλήσεων αυξάνεται κυρίως όταν υπάρχει επαρκής ελληνική παραγωγή.

Όπως μαθαίνουμε, κατά την προηγούμενη χρήση σημειώθηκαν ελλείψεις σε προϊόντα όπως το φυστίκι, το αμύγδαλο και η σταφίδα, τα οποία έχουν αυξημένη ζήτηση στο

εξωτερικό.

Σε περιόδους μειωμένης παραγωγής περιορίζονται οι ποσότητες και επηρεάζονται οι τιμές, με άμεσο αντίκτυπο στις εξαγωγές. Αντίθετα, όταν η σοδειά είναι καλή, οι εξαγωγές ενισχύονται. Ιδιαίτερα το φυστίκι Αιγίνης, αλλά και τα αμύγδαλα, με συγκομιδή τον Σεπτέμβριο, επηρεάζουν σημαντικά τη ροή των εμπορικών συναλλαγών.

ΔΙΑΝΟΜΗ ΚΑΙ ΧΑΡΤΟΦΥΛΑΚΙΟ

Σε επίπεδο διανομής, βασίζεται σε δίκτυο χονδρεμπόρων που καλύπτουν τοπικές αγορές, όπως νησιά και σημεία εστίασης. Μέσω αυτών των συνεργασιών, τα προϊόντα φτάνουν σε καφετέριες και μικρά καταστήματα, χωρίς η εταιρεία να έχει άμεση παρουσία σε κάθε σημείο λιανικής. Η παρουσία σε μεγάλες αλυσίδες super market παραμένει περιορισμένη.

Το χαρτοφυλάκιο περιλαμβάνει τόσο επώνυμα προϊόντα όσο και brands, όπως η "Χρυσή Εσοδεία", τα οποία διατίθενται κυρίως σε μικρότερα σημεία πώλησης. Η εμπορική πολιτική παραμένει επιλεκτική ως προς τα κανάλια διάθεσης.

Στέλλα Αυγουστάκη
stella@notice.gr

• **Debrief** •

Ο ΑΝΘΡΩΠΟΣ ΠΟΥ ΑΛΛΑΞΕ ΤΙΣ ΕΙΔΗΣΕΙΣ

Η NASA εντοπίζει έναν αστεροειδή σαν εκείνον που εξαφάνισε τους δεινοσαύρους. Και τα μαθηματικά μοντέλα δείχνουν ότι κατευθύνεται προς τη Γη. Σε πόσο χρόνο θα ενημερωθούμε για το τέλος μας, αν και εφόσον η διαστημική υπηρεσία επιλέξει να μας ενημερώσει;

Σε χρόνο dt είναι η απάντηση. Social media, sites, ανταποκριτές με δορυφορικές συνδέσεις σε όλο τον κόσμο, ειδησεογραφικά πρακτορεία, έκτακτες ενημερώσεις, μηνύματα στις πλατφόρμες, όλα τρέχουν γύρω μας με φρενήρεις ρυθμούς, οπότε σε χρόνο dt, σίγουρα.

Χθες έφυγε από τη ζωή, σε ηλικία ο 87 ετών ο Ted Turner, ο ιδρυτής του CNN, δηλαδή ο άνθρωπος που μεταμόρφωσε την παραγωγή και κατανάλωση ειδησεογραφικού περιεχομένου.

Για τους νεότερους οι ζωντανές εξελίξεις

και η συνεχής ροή ειδήσεων από κάθε γωνιά τους πλανήτη, θεωρείται σήμερα ως κάτι αυτονόητο και δεδομένο.

Μια κάμερα, ένας δημοσιογράφος, μια δορυφορική σύνδεση, μια ανάρτηση, και όλα εμφανίζονται σε πραγματικό χρόνο, σε κάποια οθόνη, από το κινητό έως την τηλεόραση.

Τα πράγματα δεν ήταν πάντα έτσι. Ο Turner με το CNN μετέτρεψε τον τηλεθεατή σε "άμεσο μάρτυρα της ιστορίας", όπως είχε γράψει το Time το 1991, όταν τον είχε ανακηρύξει "Πρόσωπο της Χρονιάς".

Εκατοντάδες εκατομμύρια άνθρωποι σε όλο τον κόσμο, ήταν κολλημένοι στους τηλεοπτικούς τους δέκτες, τον Ιανουάριο του 1991. Και ξαφνικά οι οθόνες γέμισαν από λάμπεις. Επρόκειτο για τις εκρήξεις στην Βαγδάτη από τους αμερικανικούς βομβαρδισμούς, στον λεγόμενο "Πόλεμο του Κόλ-

που". Ήταν ο πρώτος πόλεμος που μεταδόθηκε ζωντανά, από το CNN.

Ο Turner θρυλείται ότι είχε πει το εξής φοβερό, πριν το ντεμπούτο του CNN στον αέρα: "Δεν θα αποσυνδεθούμε μέχρι να έρθει το τέλος του κόσμου. Θα είμαστε στον αέρα και θα καλύψουμε το τέλος του κόσμου ζωντανά, και αυτό θα είναι το τελευταίο μας ενnet..."

Όσοι, λοιπόν, είναι "ειδησάκιδες" και δεν μπορούν να μείνουν ούτε πεντάλεπτο χωρίς να γνωρίζουν τί γίνεται στον κόσμο, το οφείλουν στον Ted Turner. Αλλά και όσοι αγανακτούν από τον live καταϊγισμό ειδήσεων, επίσης πρέπει να ξέρουν ότι ο πρώτος διδάξας ήταν ο Turner. Ο άνθρωπος που άλλαξε τις ειδήσεις.

Γιάννης Παλιούρης
giannis@notice.gr

• LIDL ΕΛΛΑΣ

ΣΤΑΘΕΡΗ ΠΑΡΟΥΣΙΑ ΣΤΗΝ ΚΟΡΥΦΗ ΤΗΣ ΒΙΩΣΙΜΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑΣ

Η Lidl Ελλάς επιβεβαιώνει για ακόμη μία φορά την ηγετική της θέση στον τομέα της Βιώσιμης Ανάπτυξης, καθώς για 9η συνεχή χρονιά αναγνωρίζεται ως Sustainable Company και συμπεριλαμβάνεται στην κορυφαία ομάδα των The Most Sustainable Companies in Greece 2026.

Η διάκριση αυτή, η οποία απονέμεται από το QualityNet Foundation, αποτελεί το αποτέλεσμα μιας πολυεπίπεδης αξιολόγησης των επιχειρηματικών επιδόσεων με βάση τα διεθνή κριτήρια ESG (Environment - Society - Governance). Η Lidl Ελλάς συγκαταλέγεται στις πρώτες 43 εταιρείες που διαμορφώνουν την Επιχειρηματική Χάρτα Βιώσιμης Ανάπτυξης στη χώρα μας, επιδεικνύοντας μια ολιστική προσέγγιση μέσα από συγκεκριμένες πολιτικές, συστήματα διοίκησης και ουσιαστικά επιτεύγματα.



"ΑΝΑΠΟΣΠΑΣΤΟ ΚΟΜΜΑΤΙ ΤΟΥ DNA ΜΑΣ Η ΒΙΩΣΙΜΟΤΗΤΑ"

Με αφορμή αυτή τη διάκριση, η Βασιλική Αδαμίδου, Διευθύντρια Εταιρικών Υποθέσεων και Βιωσιμότητας της Lidl Ελλάς, δήλωσε σχετικά: "Η ανάδειξη της Lidl Ελλάς ως Sustainable Company για 9η συ-

νεχή χρονιά δεν είναι απλώς μια επιβράβευση, αλλά η απόδειξη της συνεπούς μας δέσμευσης στις αρχές της υπεύθυνης επιχειρηματικότητας.

Στη Lidl Ελλάς, η βιωσιμότητα αποτελεί αναπόσπαστο κομμάτι του DNA μας και της στρατηγικής μας για το μέλλον. Συνεχίζουμε να επενδύουμε σε πρωτοβουλίες που δημιουργούν προστιθέμενη αξία για την οικονομία, το περιβάλλον και την κοινωνία, παραμένοντας προσηλωμένοι στον στόχο μας για ένα καλύτερο αύριο για όλους."

Για τη Lidl Ελλάς, η βιωσιμότητα δεν είναι μια αποσπασματική δράση, αλλά ο πυρήνας της επιχειρηματικής της λειτουργίας. Η δέσμευση της εταιρείας παραμένει σταθερή για ένα μέλλον που σέβεται το περιβάλλον, σπρίζει την κοινωνία και πορεύεται με διαφάνεια και υπευθυνότητα.

Business Maker

QUIZ: ΟΤΑΝ ΤΑ... "ΕΓΩ" ΑΠΕΙΛΟΥΝ ΝΑ ΓΚΡΕΜΙΣΟΥΝ ΕΤΑΙΡΕΙΕΣ

Κάποτε παρουσιαζόταν ως success story. Σήμερα, όπως όλα δείχνουν, εξελίσσεται σε case study για το πώς μια εταιρεία μπορεί να χάσει το momentum της – όχι λόγω αγοράς, αλλά λόγω... εσωτερικών συγκρούσεων.

Ο λόγος για επιχείρηση, που δραστηριοποιείται σε δυναμικό κλάδο και μέχρι πρότινος έτρεχε με ρυθμούς, οι οποίοι ξεπερνούσαν τον ανταγωνισμό. Κάτι, όμως, φαίνεται πως χάλασε στην πορεία.

Και οι πληροφορίες λένε ότι η ρήξη δεν είναι πρόσφατη. Εδώ και καιρό, υπήρχαν έντονες διαφωνίες για τη στρατηγική κα-

τεύθυνση. Διαφορετικές σχολές σκέψης, αντικρουόμενα πλάνα και –κυρίως– ισχυρές προσωπικότητες, που δεν ήταν διατεθειμένες να κάνουν πίσω.

Το αποτέλεσμα;

Η συνύπαρξη έπαψε να λειτουργεί. Και κάπου εκεί ξεκίνησε η αντίστροφη μέτρηση. Οι κακές γλώσσες μιλούν για αποχώρηση-έκπληξη, με μία πλευρά να επιλέγει να φύγει οριστικά, ρίχνοντας μαύρη πέτρα. Όχι απλώς διαφωνία, αλλά ρήξη χωρίς επιστροφή. Και αυτό, σε μια χρονική στιγμή που η εταιρεία ήδη έχανε έδαφος. Γιατί η αγορά δεν συγχωρεί.

Και όταν οι ανταγωνιστές –ακόμη και αυτοί που κάποτε ήταν πίσω– αρχίζουν να κερδίζουν μερίδια, τότε το πρόβλημα δεν είναι μόνο στρατηγικό. Είναι υπαρξιακό. Η έλλειψη κοινού βηματισμού φαίνεται πως κόστισε. Το momentum χάθηκε, οι αποφάσεις καθυστέρησαν και η αγορά προχώρησε χωρίς αυτούς. Το πιο κρίσιμο, όμως, είναι αλλού: Όταν τα "εγώ" γίνονται μεγαλύτερα από την εταιρεία, το αποτέλεσμα είναι σχεδόν προδιαγεγραμμένο. Το ερώτημα τώρα είναι τί ακολουθεί. Θα βρεθεί η χρυσή τομή ή η ρήξη θα γίνει οριστική; Θα υπάρξει επαναπροσδιορισμός ή πλήρης αναδιάρθρωση;

ΣΤΗΝ ΤτΕ ΞΑΝΑ Ο ΜΑΣΟΥΤΗΣ – ΤΟ ΜΗΝΥΜΑ ΣΤΟΥΡΝΑΡΑ

Στην πρώτη γραμμή της εκπροσώπησης του επιχειρηματικού κόσμου παραμένει ο Γιάννης Μασούτης. Όπως αναφέρεται σε ανάρτηση στο LinkedIn, ανανεώθηκε για νέα τριετή περίοδο η θητεία του Προέδρου του ΕΒΕΘ, Γιάννη Μασούτη, ως μέλους του Γενικού Συμβουλίου της Τράπεζας της Ελλάδος. Η επανεκλογή του επικυρώθηκε κατά την 93η Ετή-

σια Τακτική Γενική Συνέλευση των Μετόχων της Τράπεζας της Ελλάδος, στις 6 Απριλίου.

Ο Διοικητής της ΤτΕ μάλιστα Γιάννης Στουρνάρας εξέφρασε τα συγχαρητήριά του και την προσδοκία για τη συνέχιση της ουσιαστικής συμβολής του κ. Μασούτη στο έργο και τη λειτουργία του ανώτατου οργάνου της Τράπεζας της Ελλάδος. Ο κ. Μα-

σούτης, όπως αναφέρουν παράγοντες της αγοράς, μπορεί να μεταφέρει στο τραπέζι του ανώτατου οργάνου τον παλμό της πραγματικής οικονομίας και της αγοράς, χωρίς θεωρητικές ωραιοποιήσεις. Και, μάλιστα, σε μια εποχή, που οι προκλήσεις είναι πολυεπίπεδες και απλώνονται από το ενεργειακό κόστος, έως τη φορολογία και τα ρυθμιστικά εμπόδια...

Business Insight

ΤΟ ΤΡΙΣ... ΤΟΥ SUI GENERIS ΙΡΛΑΝΔΟΥ ΜΕ ΤΟ “ΜΑΚΕΔΟΝΙΑ”

Ο επιχειρηματίας και ιδιοκτήτης της Ryanair... ξαναχτυπά. Αυτή τη φορά ανακοινώνοντας την **απόσυρση της βάσης που διατηρεί στο “Μακεδονία” της Θεσσαλονίκης**. Όπως αναφέρεται στην σχετική ειδησεογραφία το hub θα κλείσει με το τέλος της θερινής περιόδου, δηλαδή στα τέλη Οκτωβρίου.

Ο Michael O’ Leary επικαλείται - την πάγια αιτίαση του, σε Ελλάδα και ευρωπαϊκές χώρες - περί υψηλών τελών, ειδικότερα δε σε ό,τι αφορά το “Μακεδονία” την αύξηση που επέβαλε η Fraport, διαχειρίστρια του αεροδρομίου της Θεσσαλονίκης (και άλλων 13 της επικράτειας).

Είναι η πρώτη φορά; - εύλογα θα μπορούσε να υποθέσει κάποιος, λόγω των σοβαρών συνεπειών που υφίσταται ο κλάδος των αερομεταφορών διεθνώς.

Όντως, το πρόβλημα και σοβαρό και σύνθετο και με βαρύ κόστος είναι, όμως **αποτελεί πάγια τακτική του 64χρονου Ιρλανδού η αντιπαράθεση με φορείς και κυβερνήσεις, ακόμη και σε περιόδους ομαλών συνθηκών**.

Ο sui generis επιχειρηματίας ο οποίος είχε συστήσει στους Έλληνες να σταματήσουν να πίνουν καφέ και να δουλέψουν, είναι **γνωστός για το επιθετικό, αμφιλεγόμενο ύφος του**. Θεωρείται από τους ικανούς αλλά rude παράγοντες, που έχει ως στοιχείο της στρατηγικής του την πρόκληση θορύβου- συχνά εξασφαλί-

ζοντας δωρεάν δημοσιότητα για το πρόσωπο του, και διαφήμιση για την εταιρεία όπου συμμετέχει με ποσοστό 4% του μ.κ. **Πρακτικά ο O’ Leary έχει κάθε λόγο να επιχειρεί να αυξήσει την αξία της εταιρείας - εν προκειμένω της Ryanair Holdings - που αποτιμάται στα \$28 δισ.** (τον Απρίλιο, σύμφωνα με το Trading Economics). Στα \$58,86 η μετοχή της εισηγμένης στο NASDAQ. Τί σημαίνει αυτό για τη μετοχή, όταν ο Group CEO ανακοινώνει ή προχωρά σε cost cutting; Μα φυσικά άνοδο και μάλιστα ισχυρή, **όπως στην χθεσινή συνεδρίαση (+8,14%)**. Θα πει κάποιος στο “δυτικό” σύστημα ανάλογες πρακτικές αποτελούν καθημερινότητα, είναι συνήθειες, καθώς ο ίδιος κατά καιρούς έχει προτείνει την χρέωση χρήσης τουαλέτας, επιπλέον χρεώσεις για υπέρβαρους ταξιδιώτες και άλλες προτάσεις ανάλογου... ύφους.

Σε ό,τι αφορά στην τελευταία κίνηση, προφανώς και δεν είναι η πρώτη (πιθανότατα ούτε η τελευταία) καθώς στο παρελθόν είχε χρησιμοποιήσει το κλείσιμο βάσης ως μέσο πίεσης έναντι των τελών που χρεώνουν οι φορείς. **Αντίστοιχες ενέργειες είχαν γίνει με το “Ιωάννης Δασκαλογιάννης” Χανίων και το “Ιπποκράτης” της Κω**. Σε αμφότερες τις περιπτώσεις απείλησε, προχώρησε σε πρόδρομες ενέργειες αλλά εν τέλει ούτε το πτητικό πρόγραμμα της εταιρείας επηρεάστηκε ουσιαστικά, ούτε η επιβατική κίνηση στους δύο προ-

ορισμούς εμφάνισε σημαντικές απώλειες. Επιπρόσθετα **το project Ελλάδα για την Ryanair είναι σταθερά στην τριάδα των πιο επιτυχημένων πανευρωπαϊκά, την τελευταία τριετία**. Με 31 διεθνείς προορισμούς και 3 στο εσωτερικό η Ryanair προφανώς και αποτελεί τον δεύτερο μεγαλύτερο πελάτη μετά την Aegean και με 23 διεθνείς προορισμούς και 3 στο εσωτερικό, τον τρίτο-τέταρτο μεγαλύτερο του ΔΑΑ “Ελευθέριος Βενιζέλος”. Απειλεί, στην πάγια τακτική της η Ryanair, προκειμένου να εξασφαλίσει φθηνότερα τέλη από την Fraport; Θεωρητικά στέκει, πλην όμως **όπως φάνηκε στις περιπτώσεις των Χανίων, Κω η απώλεια εσόδων θα ήταν μεγαλύτερη από το (δυννητικό) όφελος που θα αποκόμιζε από φθηνότερα τέλη**.

Θα πραγματοποιήσει την απειλή του, αυτή τη φορά, και θα κλείσει την βάση του “Μακεδονία” (εργάζονται περί τα 200 άτομα, μεταξύ των οποίων πιλότοι και αεροσυνοδοί, ενώ σταθμεύουν τρία αεροσκάφη της εταιρείας); Μεμονωμένο περιστατικό ή μήπως προοίμιο άλλων ανάλογων πρακτικών; Δύσκολο να ειπωθεί με βεβαιότητα στη συγκυρία που ο κλάδος των αερομεταφορών έχει εισέλθει σε περιβάλλον αναταράξεων. **Θα αναθεωρήσει-όπως και τις προηγούμενες φορές ο Ιρλανδός; Αντί άλλης απάντησης θα παραπέμψω στην... επική κόντρα του με τον Elon Musk, με τον mr SpaceX να τον αποκαλεί absolut idiot...**

BNB
DAILY

BUSINESS IN BRIEF

ΚΑΘΕ ΠΡΩΙ ΣΤΟ EMAIL ΣΑΣ!

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

Γίνε
συνδρομητής
εδώ



• ΟΙΝΟΠΟΙΕΙΑ ΜΠΟΥΤΑΡΗ ΛΑΝΣΑΡΕΙ ΜΟΣΧΟΦΙΛΕΡΟ ΡΟΖΕ

Τα Οινοποιεία Μπουτάρη προχωρούν στην παρουσίαση νέας ετικέτας, στην κατηγορία των ροζέ οίνων. Πρόκειται για το Μοσχοφίλερο Ροζέ Μπουτάρη, το οποίο αποτελεί εξέλιξη της σειράς Μοσχοφίλερο της εταιρείας.

Το νέο προϊόν συνοδεύεται ήδη από διεθνή διάκριση, καθώς πριν από

την επίσημη κυκλοφορία του, απέσπασε Χρυσό Βραβείο στον διαγωνισμό Concours Mondial de Bruxelles.

Το κρασί είναι μονοποικιλικό, παράγεται από 100% Μοσχοφίλερο και φέρει την ένδειξη ΠΓΕ Πελοπόννησος.

Η νέα ετικέτα εντάσσεται στη στρατηγική των Οινοποιείων Μπουτάρη για ανανέωση του χαρτοφυλακίου και αξιοποίηση ελληνικών ποικιλιών, με στόχο τη διεύρυνση της παρουσίας τους στην εγχώρια και διεθνή αγορά οίνου.



SECRETRECIPE

Η... μοιραία πόρτα στους επενδυτές

Ο όμιλος είναι από τους πολύ μεγάλους και ραγδαία αναπτυσσόμενους. Και ενδιαφέρθηκε για τη συγκεκριμένη εταιρεία... η οποία έχει μείνει μόνη της. Επικίνδυνα απομονωμένη, θα έλεγα... Παρ' όλα αυτά, ο επικεφαλής της διοίκησης συνέχισε την υπεροπτική προσέγγισή του. Και έριξε πόρτα στους επενδυτές. Απόφαση, που - όπως λένε όσοι γνωρίζουν πρόσωπα και πράγματα - ίσως αποβεί μοιραία. Για να δούμε...

Editorial

Delaware Made in... Europe

Κάποια στιγμή, αρχίζουμε να συζητάμε σε αυτή την ήπειρο τα σημαντικά θέματα για το μέλλον μας και το πώς θα αναπτύξουμε 360° την επιχειρηματικότητα.

Διάβαζα τα όσα είπε χθες, σε συζήτηση στο IE Competitiveness Hub ο Πρόεδρος του Eurogroup, Κυριάκος Πιερρακάκης.

Μεταφέρω αυτούσια:

“Παίρνω μια startup και τη μετατρέπω σε scale-up. Πρέπει να γίνει εταιρεία στο Delaware και να βρει αμερικανική ενδίαμεση χρηματοδότηση ή θα πρέπει να μπορεί να αναπτυχθεί στην Ευρώπη; Αυτό είναι πολύ συγκεκριμένο για αυτή την κατηγορία.

Άρα, πρέπει να μπορέσουμε να ξεδιπλώσουμε όλα αυτά τα στοιχεία και στη συνέχεια η δουλειά μας είναι να βρούμε συναίνεση, υποθέτω. Αυτό είναι, σε πολύ μεγάλο βαθμό, και η δουλειά του Προέδρου του Eurogroup, να μπορεί, σε αυτό το άτυπο θεσμικό πλαίσιο, να διαμορφώνει συναίνεση.

Είναι καλό ότι οι μεγαλύτερες χώρες έχουν ένα άτυπο φόρουμ για να διαμορφώνουν αυτή τη συναίνεση; Λοιπόν, στο βαθμό που αυτό λειτουργεί ως διευκόλυνση, νομίζω ότι είναι θετικό.

Όλα θα εξαρτηθούν από το αν, στο τέλος της ημέρας, η στρατηγική θα γίνει συνώνυμη της υλοποίησης. Εξαρτάται από εμάς.

Αλλά, ειλικρινά, για να συμβεί αυτό, δεν πρέπει να επικρατούν οι εθνικές επιφυλάξεις που υπάρχουν - όλοι λέμε ότι συμφωνούμε με την Ένωση Αποταμιεύσεων και Επενδύσεων ή με οποιαδήποτε άλλη πρωτοβουλία επί της αρχής. Υπάρχει ένα “αλλά”, που ακολουθεί μετά την πρωτοβουλία. Και όλοι έχουμε αυτές τις εθνικές παραμέτρους, ανάλογα με το χαρτοφυλάκιο, ανάλογα με το ζήτημα.

Το ερώτημα είναι πόσο καλά θα κατανοήσουμε ότι το κόστος ευκαιρίας είναι εξίσου από με το πραγματικό κόστος. Και αυτή τη στιγμή το κατανοούμε αυτό, και το κατανοούμε επίσης λόγω της εξωγενούς φύσης των γεγονότων γύρω μας.

Η Ρωσία εισέβαλε στην Ουκρανία, άρα καταλάβαμε ότι πρέπει να ενισχύσουμε τις αμυντικές μας δυνατότητες, αλλά επίσης, ειλικρινά, η εποχή της γεωπολιτικής αθωότητας έχει τελειώσει.

Και κατανοούμε ότι πρέπει να γίνουμε όχι μόνο μια ενιαία αγορά, αλλά πιθανώς κάτι παραπάνω από αυτό.

Και, για να το πετύχουμε αυτό, πρέπει να ενισχύσουμε την άμυνα και επίσης να έχουμε ένα δόγμα στην τεχνολογία, στη στρατηγική της τεχνολογίας”. Τόσο απλά.

Νεκτάριος Β. Νώτης
nectarios@notice.gr