VIKOS®

PREMIUM MIXERS



athens bar show

ΖΗΤΗΣΤΕ ΤΑ

ΤΑ ΝΕΑ **VIKOS®** PREMIUM MIXERS

ΣΤΟ **ATHENS BAR SHOW.**

ΤΡΙΤΗ 03.11 *&* **ΤΕΤΑΡΤΗ 04.11**

STAND **108**

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

ΤΕΤΑΡΤΗ 04 ΝΟΕΜΒΡΙΟΥ 2026
ΤΕΥΧΟΣ 2426



• SUPER MARKET
Εντατικοί έλεγχοι στα συστήματα ψύξης - Τί επισημαίνει με επιστολή στην ΕΣΕ εταιρεία κυβερνοασφάλειας



• VIKOS PREMIUM MIXERS
Αύξηση πωλήσεων και διεύρυνση της σειράς χωρίς ζάχαρη



• ARLA FOODS HELLAS
Το πλάνο για να διατηρηθεί σε ανοδική τροχιά φέτος μετά το +5% του 2025



• CAVINO
Στα περυσινά επίπεδα ο τζίρος του 2026 για τον όμιλο - Επιστροφή στα κέρδη για τα Ελληνικά Κελλάρια Οίνων

Editorial
Ο πόλεμος είναι αμερικάνικος, ο λογαριασμός (πάντα) ευρωπαϊκός

Debrief
Κάποτε στην Αμερική...

Business Insight
Στα ρηχά το Small Cap Conference, στο Mid Cap της Τρίτης η προσοχή

Business Maker
- Επιστρέφουν σε κανονική λειτουργία τα Bread Factory
- Οι προσφορές λιγοστεύουν στα ράφια, η αγωνία μεταφέρεται στον Ιανουάριο

SecretRecipe
Η μεγάλη μάχη για το αλάτι της χώρας με τα πτωτικά κέρδη

FOOD FORWARD

From Farm to Future

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

2 SEASON



5–6 Νοεμβρίου 2026

HYATT REGENCY THESSALONIKI

Για περισσότερες πληροφορίες:

ΜΕ ΤΗΝ ΑΞΙΟΠΙΣΤΙΑ ΤΗΣ NOTICE CONTENT & SERVICES

POWERED BY FORUM S.A. TRADE SHOWS • PUBLICATIONS



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



BOSNIDIS DIMITRIOS
Supply Chain Director for Greece & Cyprus, Coca-Cola HBC



BOURIKOS DIMITRIOS
General Director of customs & Excise, Independent Authority for Public Revenue



CHARALAMPAKIS GEORGIOS
Business Development Consultant, NOISIS



DIMITRIADIS YIORGOS
Chef & Culinary director



DIMORAGKAS YAIOS
Managing Director, NIELSENIQ Greece & Bulgaria



FOSKOLOS VAGGELIS
Head of Retail Sales & Insights, Circana



GEORGATOS VLASSIS
Vice President, EPOES - CEO, Gregory's



GEROSTERGIOUDIS THEODOROS
CEO, Masoutis



GIANNITSIS CHRISTOS
CEO, Omiros Dairies



JANEVSKI VLADIMIR
Managing Director, Premier Capital Hellas



KAKKAVAS CHRISTOS
Executive Advisor JLL, Athens Economics



KAPLANIDIS VASSILIS
Export Manager, DESSERTA



KATRIVANOS PERIKLIS
CEO, Nera Pigon Grammou



KONTOS DIMITRIS
Chief Operating Officer, METRO



KOUTSOURADI ARGYRO
CEO & Founder, Myrovolos Organics



LALATSIS HARIS
Market Analyst



LOULOUMARIS SYMEON
Country Manager Danone Specialized Nutrition, Plant Based,Dairy Numil Hellas



LYMPEROPOULOU ANTIGONI
CEO Hellenic Development Bank of Investments (HDBI ex TANEO)



MANOLAS IOANNIS
Managing Director, IBLS



MICHALOPOULOU MARIA
Marketing & Exports Manager, Select Fish



MAVROS ATHANASIOS
Partner EY Consumer & Health Leader for Southeastern Europe



OIKONOMIDIS GIORGOS
Founder 45 Fish Butchery/Chef



PAPACHRISTOS CHARALAMBOS
President, SEFYMEN



PAPADIMITRAKOPOULOS CHRISTOS
Founder & Owner Orange Be Global



PAPADOPOULOS GIANNIS
Senior Partner, EOS Capital



PAPAEFTHYMIOU THANOS
CEO, VALMA



PAPANIKOLAOU ATHANASIOS
President, EPOES - CEO, Vivartia Group



PARASKEVAIDOU CHRISTINA
Director of Operational Planning & Development, NOISIS



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



SARANTIS MICHALIS
CEO, Hellenic Dairies



SKANIAS NIKOS
Chief Executive Officer (CEO) of Dariki Dairy



SIDERIS NATASHA
CEO & Founder, Tasha's Group



SINODINOS DIMITRIS
Chairman of the Board SEET & Commercial Director KONYA



SOLOMOS TAKIS
Co-Founder & Partner Elikonos Capital AIFM



TAKAS NIKOLAOS
Managing Partner THERMI VC



TAKOULAS VAGGELIS
Purchasing Director, METRO



TOURALIAS APOSTOLOS
Chairman, HAPO



TRIANTAFYLLOS ANASTASIOS
Managing Partner, Andersen Legal in Greece

TSACHOURIDIS PANTELIS
Purchasing Director, Diamantis Masoutis

TSIAOUSIDIS SAVVAS
Corporate & Investment Banking Northern Greece, EUROBANK

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

VARDAKA KONSTANTINA
Talent Development Director & Head of LHH Greece, The Adecco Group

VASSILIADIS ALKIS
Strategic Growth & Executive Business Advisor

VEROPOULOS NIKOS
President, Vero

VEZYROGLOU ANTONIS
CEO, A. Vezyroglou

ZEMPILOGLOU NASOS
CEO, Mytilos

ZOUKAS KOSTAS
President, PEMETE

ΔΕΙΤΕ ΕΔΩ ΤΟ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ ΤΟΥ ΣΥΝΕΔΡΙΟΥ

PLATINUM SPONSORS

Coca-Cola Τρία Έψιλον
ΜΕΛΟΣ ΤΟΥ ΟΜΙΛΟΥ COCA-COLA HBC

50 ΧΡΟΝΙΑ μασούτης

GOLD SPONSORS

Desserta HELLAS S.A.
exclusive partners of Berglandmilch

LIDL Γιατί αξίζει.

SILVER SPONSORS

Cellier

Elikonos Capital

ΕΠΟ.ΕΣ

TÜV AUSTRIA

BANKING PARTNER

ExportGate

EUROBANK

ΜΕ ΤΗΝ ΑΙΓΙΔΑ

SUPPORTERS

Adecco · ΒΑΛΜΑ · DANONE ONE PLANET. ONE HEALTH · elvida FOODS · eos GLOBAL INVESTMENTS · ibis · noisis · OMIROS · PREMIUM · THERMI VC

PARTNER

ATHENIAN BREWERY · FANTASCRIPT · ΚΟΥΚΟΥΤΑΡΑΣ · MEDIA HOLOGRAM · Mindy · mytilos · STARGIFTS · VERO

MEDIA SPONSOR

VORIA.GR

ΓΕΩΠΟΝΙΚΟ ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΑΘΗΝΩΝ AGRICULTURAL UNIVERSITY OF ATHENS

ΕΜΠΟΡΙΚΟ & ΒΙΟΜΗΧΑΝΙΚΟ ΕΠΙΜΕΛΗΤΗΡΙΟ ΑΘΗΝΩΝ

ΕΔΟΑΟ

ΕΛΟΠΥ

ESE

ΙΝΕ

ΕΜΕΤΕ

SEVE

ΣΕΒΤ

ΕΕΕΤ 1932

ΖΕΘΥΜΝ

• ARLA FOODS HELLAS

ΤΟ ΠΛΑΝΟ ΓΙΑ ΝΑ ΔΙΑΤΗΡΗΘΕΙ ΣΕ ΑΝΟΔΙΚΗ ΤΡΟΧΙΑ ΦΕΤΟΣ ΜΕΤΑ ΤΟ +5% ΤΟΥ 2025

Η διατήρηση της κερδοφορίας και η περαιτέρω ενίσχυση των μεριδίων αγοράς της, η ενίσχυση των ταμειακών ροών και η αποτελεσματική διαχείριση του κεφαλαίου κίνησης, αποτελούν τους βασικούς πυρήνες της φετινής στρατηγικής της Arla Foods Hellas, όπως αναφέρεται στις χρηματοοικονομικές καταστάσεις.

Η εταιρεία συνεχίζει τις προωθητικές ενέργειες για τα προϊόντα Lurpak, τα τυριά και κρέμες γάλακτος Arla, τα έτοιμα ροφήματα καφέ Starbucks και τη σειρά προϊόντων Arla Protein.

Η διοίκηση παρακολουθεί στενά τις εξελίξεις στις διεθνείς αγορές γαλακτοκομικών προϊόντων, τις μεταβολές στο κόστος των πρώτων υλών, καθώς και τις γενικότερες πληθωριστικές πιέσεις που επηρεάζουν το καταναλωτικό περιβάλλον, με την Arla να συνεχίζει να εφαρμόζει πολιτικές βελτιστοποίησης του κόστους και αποτελεσματικής διαχείρισης των εμπορικών της δραστηριοτήτων.

Σημειώνει βέβαια ότι οι ενδείξεις για τον ελληνικό τουρισμό παραμένουν θετικές και φέτος και αναμένεται να υποστηρίξουν τη ζήτηση σε βασικές προϊοντικές κατηγορίες της εταιρείας.

ΝΕΟ ΛΑΝΣΑΡΙΣΜΑ

Σε επίπεδο portfolio, τον περασμένο Μάρτιο λανσαρίστηκε στην ελληνική αγορά η νέα σειρά Starbucks Protein Drinks with Coffee, σε δύο γεύσεις: Caramel Hazelnut και Caffè Latte.

Η σειρά έχει ήδη σημειώσει επιτυχία σε ευρωπαϊκές αγορές, ενώ στην Ελλάδα παράγεται και διανέμεται από την Arla Foods, ενισχύοντας τη θέση των Starbucks στον χώρο των ready-to-drink ροφημάτων.



Άντζελα Κοτρότσου, Αντιπρόεδρος & CEO, Arla Foods Hellas

Η ΕΙΚΟΝΑ ΤΟ 2025

Πέρυσι παρέμεινε σε τροχιά ανάπτυξης των μεγεθών της, με τις πωλήσεις να ενισχύονται κατά 5% και τα προ φόρων κέρδη να εμφανίζουν άνοδο της τάξης του 35,7%. Το Lurpak παραμένει το σημαντικότερο προϊόν της εταιρείας ενώ παράλληλα "σημαντική παραμένει και η ανάπτυξη στις άλλες κατηγορίες προϊόντων της εταιρείας" και συγκεκριμένα στην κατηγορία τυριών και σε εκείνη των έτοιμων ροφημάτων.

DATA (σε €χιλ.)

Πωλήσεις
2025: 72.381
2024: 68.934
2023: 64.232
2022: 61.033

Μικτό αποτέλεσμα
2025: 21.644
2024: 17.601
2023: 17.664
2022: 15.658

Κέρδη προ φόρων
2025: 1.844
2024: 1.359
2023: 1.305
2022: 1.208

Καθαρά κέρδη
2025: 1.323
2024: 1.018
2023: 982
2022: 906

ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΓΙΑ ΤΗ ΜΗΤΡΙΚΗ

Σε ό,τι αφορά τη μητρική, στο α' εξάμηνο του 2026 εμφάνισε περαιτέρω ενίσχυση των μεγεθών της. Ο CEO, Peder Tuborgh, δήλωσε μεταξύ άλλων ότι "η παγκόσμια ζήτηση για πρωτεΐνη υψηλής διατροφικής αξίας και σταθερής ποιότητας συνεχίζει να αυξάνεται, ενώ τα γαλακτοκομικά προϊόντα διαδραματίζουν καθοριστικό ρόλο τόσο στην υγιεινή διατροφή όσο και στη δημιουργία ανθεκτικών συστημάτων τροφίμων. Όταν η ζήτηση είναι τόσο ισχυρή, η υπεύθυνη επιλογή είναι να επενδύουμε στην κάλυψή της. Υλοποιούμε επενδύσεις μεγάλης κλίμακας, με στόχο τη δημιουργία σύγχρονων και αποδοτικών παραγωγικών δυνατοτήτων, οι οποίες ανταποκρίνονται στις ανάγκες των καταναλωτών, ενισχύουν την επισιτιστική ασφάλεια και διασφαλίζουν το μέλλον του συνεταιρισμού μας".

DATA Arla Foods Α' εξάμηνο

Πωλήσεις (σε €δισ.)
2026: 7,6
2025: 7,5

Όγκος γάλακτος (σε δισ. κιλά)
2026: 7,9
2025: 7,2

Καθαρά κέρδη (σε €εκατ.)
2026: 213
2025: 158

Καθαρά κέρδη (ως ποσοστό % επί των πωλήσεων)
2026: 2,8
2025: 2,1

ΕΥΡΩΠΗ

Στην Ευρώπη, τα έσοδα μειώθηκαν κατά 7,1%, διαμορφούμενα σε €3,953 δισ. (52,1% του συνόλου), κυρίως λόγω της μείωσης των εμπορικών τιμών, μετά την πτώση που σημειώθηκε στις αγορές βασικών εμπορευμάτων (commodities). Παρά τις πιέσεις στις τιμές, η αύξηση των εσόδων από τις πωλήσεις επώνυμων προϊόντων, η οποία οφείλεται στην αύξηση του όγκου πωλήσεων, παρέμεινε ισχυρή, φτάνοντας το 6,4% από -2,4% στο α' εξάμηνο του 2025.

Η εξέλιξη αυτή υποστηρίχθηκε από τη διατηρούμενη καταναλωτική ζήτηση και τις στοχευμένες επενδύσεις στα εμπορικά σήματα, με ιδιαίτερα ισχυρές επιδόσεις στο Ηνωμένο Βασίλειο και την Σουηδία. Οι επιμέρους σειρές προϊόντων Arla Skyr και Arla Protein κατέγραψαν αύξηση εσόδων λόγω αύξησης του όγκου πωλήσεων κατά 39,6% και 25,1% αντίστοιχα.

Η συνολική ανάπτυξη ενισχύθηκε περαιτέρω από την εισαγωγή νέων μορφών προϊόντων στις κατηγορίες μαγειρικής και ροφημάτων με βάση το γάλα (MBB), καθώς και από τις ισχυρές επιδόσεις στην κατηγορία των επώνυμων τυροκομικών προϊόντων.

GUIDANCE

Η Arla προβλέπει έσοδα €16,8–€17,6 δισ. για το 2026 και αύξηση 4%-6% στα έσοδα από επώνυμα προϊόντα βάσει όγκου, ενώ για την κερδοφορία βάζει τον πήχη στο 2,8%-3,2% επί των συνολικών πωλήσεων.

Μάκης Αποστόλου
makis@notice.gr

• VIKOS PREMIUM MIXERS

ΑΥΞΗΣΗ ΠΩΛΗΣΕΩΝ ΚΑΙ ΔΙΕΥΡΥΝΣΗ ΤΗΣ ΣΕΙΡΑΣ ΧΩΡΙΣ ΖΑΧΑΡΗ

Ανοδικά κινούνται οι πωλήσεις των VIKOS Premium Mixers το 2026, ακολουθώντας την ανάπτυξη του δικτύου συνεργατών και την επέκταση της παρουσίας τους σε περισσότερα σημεία, σύμφωνα με πηγές από την Ηπειρωτική Βιομηχανία Εμφιαλώσεων. Για το 2027, η εταιρεία επιδιώκει μεγαλύτερη διείσδυση στην αγορά, με νέες συνεργασίες και περαιτέρω διεύρυνση των σημείων παρουσίας της.

Η ανάπτυξη του δικτύου συνοδεύεται από τη διεύρυνση της γκάμας, με επόμενο λανσάρισμα το VIKOS Ginger Beer Zero Sugar, το οποίο αναμένεται να κυκλοφορήσει τις επόμενες ημέρες. Η προσθήκη ενισχύει τη σειρά χωρίς ζάχαρη, ενώ οι ίδιες πηγές αναφέρουν ότι διατίθεται πλέον γκάμα που καλύπτει το σύνολο των αναγκών των επαγγελματιών του μπαρ.

ΑΝΑΠΤΥΞΗ MIXERS

Η επιλογή ανάπτυξης mixers χωρίς ζάχαρη βασίστηκε σε στοιχεία που δείχνουν ότι οι καταναλωτές αναζητούν όλο και περισσότερο προϊόντα με λιγότερη ή μηδενική ζάχαρη, διατηρώντας τις απαιτήσεις τους για τη γεύση και την ποιότητα.

Η τάση αυτή έχει επεκταθεί και στα premium cocktails, οδηγώντας την εταιρεία στη δημιουργία της σειράς Zero Sugar σε συνεργασία με τους Αλέξανδρο Τσελεπή και Κωνσταντίνο Θεοδωρακόπουλο, δημιουργούς του The Bar in Front of the Bar.

Κατά τις ίδιες πηγές, η ζήτηση για επιλογές χωρίς ζάχαρη έχει ήδη περάσει στην κατανάλωση cocktails, όπως συμβαίνει και με τις επιλογές χωρίς αλκοόλ. Οι καταναλωτές ζητούν περισσότερες εναλλακτικές στις γευστικές τους προτιμήσεις, εξέλιξη που, όπως επισημαίνουν, επηρεάζει συνολικά τη διαμόρφωση της σύγχρονης αγοράς των μπαρ.



ΠΕΙΡΑΜΑΤΙΣΜΟΣ

Σε επίπεδο επαγγελματιών, η εταιρεία διαπιστώνει δεκτικότητα σε νέες προτάσεις, καθώς οι bartenders πειραματίζονται με συνταγές ή αναδιαμορφώνουν τις υπάρχουσες, αναζητώντας προϊόντα που διευρύνουν τις δυνατότητες παρασκευής ποτών και ανταποκρίνονται στις απαιτήσεις των πελατών τους.

Σύμφωνα με τις ίδιες πηγές η ποιότητα, η γευστική ισορροπία και η πρακτική χρησιμότητα πίσω από την μπάρα καθορίζουν την αξιοποίηση μιας νέας πρότασης.

Στέλλα Αυγουστάκη
stella@notice.gr



• DUNAPACK PACKAGING

ΤΟ ΕΠΕΝΔΥΤΙΚΟ PROJECT ΤΩΝ €25 ΕΚΑΤ. ΣΤΗΝ EL PACK ΚΑΙ ΤΑ ΣΧΕΔΙΑ ΓΙΑ ΝΕΕΣ ΕΞΑΓΟΡΕΣ

Στην επόμενη ημέρα μετά την εξαγορά της El Pack στρέφεται η Dunapack Packaging, δρομολογώντας επενδυτικό πρόγραμμα που ξεπερνά τα €25 εκατ. και αποσκοπεί στον διπλασιασμό της παραγωγικής δυναμικότητας της εταιρείας. Η συναλλαγή, η οποία έλαβε την έγκριση της Επιτροπής Ανταγωνισμού, αποτελεί, όπως σχολιάστηκε στο FnB Daily, μέρος της στρατηγικής επέκτασης του ομίλου στην ελληνική αγορά κυματοειδούς χαρτιού και συσκευασίας.

Όπως ανέφερε στο FnB Daily ο Managing Director της Dunapack Packaging, Βασίλης Έξαρχος, το επενδυτικό πρόγραμμα στην El Pack αναμένεται να ολοκληρωθεί μέσα στους επόμενους έξι έως οκτώ μήνες. Με την ολοκλήρωσή του, η παραγωγική δυνατότητα της εταιρείας εκτιμάται ότι θα έχει διπλασιαστεί, ενισχύοντας τη συνολική παραγωγική παρουσία της Dunapack στην Ελλάδα.



Βασίλης Έξαρχος, Managing Director, Dunapack Packaging

ΣΤΑΘΕΡΗ ΑΝΑΠΤΥΞΗ

Η εξαγορά έρχεται σε μια περίοδο κατά την οποία η Dunapack καταγράφει σταθερή ανάπτυξη. Σύμφωνα με τον κ. Έξαρχο, την τελευταία δεκαετία η εταιρεία σημειώνει μεσοσταθμική ετήσια αύξηση περίπου 5% τόσο στην κερδοφορία όσο και στους όγκους πωλήσεων. Το 2026 αναμένεται να αποτελέσει την καλύτερη χρονιά της, όπως τόνισε ο κ. Έξαρχος τόσο σε επίπεδο παραγωγικής δραστηριότητας όσο και οικονομικών αποτελεσμάτων.

ΕΝΙΣΧΥΣΗ ΤΟΥ ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΜΟΥ ΣΤΗΝ ΑΓΟΡΑ ΣΥΣΚΕΥΑΣΙΑΣ

Η αύξηση της παραγωγικής δυναμικότητας της El Pack αναμένεται, σύμφωνα με τη διοίκηση της Dunapack, να επηρεάσει και τον ανταγωνισμό στον κλάδο του κυματοειδούς χαρτιού. Όπως σημείωσε ο κ. Έξαρχος, η ενίσχυση της παραγωγής μπορεί να μεταφραστεί σε μεγαλύτερη διαθεσιμότητα προϊόντων στην αγορά, δημιουργώντας νέα δεδομένα για τις επιχειρήσεις του κλάδου.

Παράλληλα, η εταιρεία καλείται να λειτουργήσει σε ένα περιβάλλον αυξημένου κόστους, με βασική πρόκληση τις ενεργειακές δαπάνες. Ο κ. Έξαρχος επισήμανε ότι το ενεργειακό κόστος στην Ελλάδα συγκαταλέγεται στα υψηλότερα της ΕΕ, γεγονός που επιβαρύνει την ανταγωνιστικότητα των εγχώριων παραγωγικών μονάδων.

Πρόσθετη πίεση δημιουργεί ο ανταγωνισμός από χώρες όπως η Τουρκία, η Βουλγαρία και η Αλβανία, όπου, σύμφωνα με τον ίδιο, οι επιχειρήσεις επωφελούνται από χαμηλότερη φορολογία και εργασιακό κόστος. Σε αυτές τις συνθήκες, η βελτίωση της παραγωγικότητας και η συγκράτηση του λειτουργικού κόστους αποτελούν βασικές προϋποθέσεις για τη διατήρηση της ανταγωνιστικής θέσης των ελληνικών επιχειρήσεων.

ΕΠΕΝΔΥΣΕΙΣ €15 ΕΚΑΤ. ΤΗΝ ΕΠΟΜΕΝΗ ΤΡΙΕΤΙΑ

Πέρα από την επένδυση στην El Pack, η Dunapack προχωρά και στον εκσυγχρονισμό των δικών της παραγωγικών εγκαταστάσεων. Η τελευταία επένδυση αφορά τον τομέα συγκόλλησης των κιβωτίων, με το κτίριο που θα στεγάσει τον σχετικό μηχανολογικό εξοπλισμό να έχει ολοκληρωθεί περίπου 20 ημέρες πριν από τις δηλώσεις του κ. Έξαρχου.

Για την επόμενη τριετία, η εταιρεία έχει σχεδιάσει πρόσθετο επενδυτικό πρόγραμμα ύψους περίπου €15 εκατ., το οποίο αφορά την περαιτέρω αναβάθμιση της παραγωγικής της δραστηριότητας. Σε ό,τι αφορά τη γεωγραφική ανάπτυξη, η Dunapack δεν έχει ως προτεραιότητα την ενίσχυση των εξαγωγών. Αντίθετα, επικεντρώνεται στην κάλυψη της ελληνικής αγοράς, καθώς το υψηλό κόστος μεταφοράς περιορίζει την οικονομική βιωσιμότητα της εξαγωγικής δραστηριότητας. Όπως ανέφερε ο κ. Έξαρχος, με τα σημερινά επίπεδα του μεταφορικού κόστους και τις τιμές των καυσίμων, η συστηματική επέκταση στο εξωτερικό δεν αποτελεί ρεαλιστική επιλογή για την εταιρεία.

ΑΝΟΙΧΤΟ ΤΟ ΕΝΔΕΧΟΜΕΝΟ ΝΕΩΝ DEALS

Η εξαγορά της El Pack δεν φαίνεται να αποτελεί απαραίτητα την τελευταία κίνηση της Dunapack στην ελληνική αγορά. Ο κ. Έξαρχος ανέφερε ότι η εταιρεία παραμένει ανοιχτή σε νέες εξαγορές το επόμενο διάστημα, χωρίς να αποκαλύψει εάν βρίσκονται ήδη σε εξέλιξη συγκεκριμένες συζητήσεις.

Η στρατηγική της Dunapack επικεντρώνεται, επομένως, στην ενίσχυση της παραγωγικής της βάσης στην Ελλάδα, τόσο μέσω οργανικών επενδύσεων όσο και μέσω πιθανών εξαγορών, με στόχο τη διεύρυνση της παρουσίας της στην εγχώρια αγορά συσκευασίας.

Μάριος Δελατόλας
marios@notice.gr



Serge Joris, CEO, όμιλος Frigoglass

• FRIGOGLASS

ΣΤΑ €5 ΕΚΑΤ. ΤΑ ΕΤΗΣΙΑ ΕΣΟΔΑ ΑΠΟ ΤΙΣ ΤΕΧΝΙΚΕΣ ΥΠΗΡΕΣΙΕΣ ΣΤΗΝ COCA-COLA ΤΡΙΑ ΕΨΙΛΟΝ

Περίπου €5 εκατ. τον χρόνο εκτιμά η Frigoglass ότι θα είναι τα ακαθάριστα έσοδα από τις κύριες τεχνικές υπηρεσίες που θα παρέχει στην Coca-Cola Τρία Έψιλον, συμπληρώνοντας τη σχετική ανακοίνωση της 29ης Οκτωβρίου. Η διευκρίνιση δόθηκε μετά από ερώτημα της Επιτροπής Κεφαλαιαγοράς. Η εκτίμηση στηρίζεται στα διαθέσιμα ιστορικά στοιχεία και τα πραγματικά έσοδα μπορεί να διαφέρουν, ανάλογα με την έκταση των υπηρεσιών



• ΝΟΥΝΟΥ

ΜΠΑΙΝΕΙ ΣΤΗΝ ΚΑΤΗΓΟΡΙΑ ΤΟΥ ΚΕΦΙΡ ΜΕ ΝΕΑ ΣΕΙΡΑ ΣΕ ΤΡΕΙΣ ΓΕΥΣΕΙΣ

Στην κατηγορία του κεφίρ, μια αγορά με ανοδική πορεία, μπαίνει το Νουνού με τη νέα σειρά Νουνού Kefir, διευρύνοντας την γκάμα των γαλακτοκομικών του.

- Καλλιέργειες: 9 ζωντανές καλλιέργειες κεφίρ
- Βιταμίνες: πλούσιο σε Β6, πηγή D και Β12
- Θρεπτικά συστατικά: πλούσιο σε πρωτεΐνη και ασβέστιο
- Γεύσεις: λευκό, φράουλα, ροδάκινο

• ΥΠΟΥΡΓΕΙΟ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ (ΜΕΓΑΛΕΣ ΕΠΕΝΔΥΣΕΙΣ)

ΟΙ ΤΕΣΣΕΡΙΣ F&B ΕΤΑΙΡΕΙΕΣ ΠΟΥ ΘΑ ΩΦΕΛΗΘΟΥΝ ΤΟ 40% ΤΩΝ ΕΝΙΣΧΥΣΕΩΝ ΤΟΥ Β' ΚΥΚΛΟΥ

Ενισχύσεις €41,65 εκατ. προβλέπονται για τέσσερα επενδυτικά σχέδια τροφίμων και ποτών στους οριστικούς πίνακες κατάταξης του Β' κύκλου του καθεστώτος "Μεγάλες Επενδύσεις" του Αναπτυξιακού Νόμου.
Η σειρά κατάταξης προκύπτει από τη συνολική βαθμολογία αξιολόγησης των σχεδίων, ενώ τα ποσά ενίσχυσης είναι διακριτά από τον συνολικό προϋπολογισμό κάθε επένδυσης.
Το καθεστώς απευθύνεται σε σχέδια με συνολικό επιλέξιμο κόστος άνω των €15 εκατ., ενώ οι πίνακες δημοσιοποιήθηκαν από τη Γενική Γραμματεία Ιδιωτικών Επενδύσεων, με τη διαδικασία έκδοσής τους να ολοκληρώνεται, κατά το Υπουργείο Ανάπτυξης, σε λιγότερες από 90 ημέρες.

ΟΙ ΕΤΑΙΡΕΙΕΣ

Η ΖΕΩ Αρτοποιία, η Γιώτης, η Χρυσή Χήνα και η Νερά Πηγών Γράμμου συγκεντρώνουν περίπου το 40% των συνολικών ενισχύσεων, με επενδύσεις σε Θεσσαλονίκη, Αιτωλοακαρνανία, Ρέθυμνο και Καστοριά αντίστοιχα.

- Το μεγαλύτερο ποσό μεταξύ των τεσσάρων επιχειρήσεων αφορά τη **ΖΕΩ Αρτοποιία**, η οποία κατατάσσεται δεύτερη και προβλέπεται να λάβει €15 εκατ. για επενδυτικό σχέδιο ύψους €25 εκατ. στην Περιφερειακή Ενότητα Θεσσαλονίκης
- Η **Νερά Πηγών Γράμμου**, που παράγει και εμπορεύεται το φυσικό μεταλλικό νερό Arrena βρίσκεται στην όγδοη θέση της κατάταξης, περιλαμβάνεται με ενίσχυση €13,11 εκατ. για επένδυση €17,47 εκατ. στην Καστοριά
- Για την **Γιώτης**, που κατατάσσεται τρίτη, προβλέπονται ενισχύσεις €6,09 εκατ. για project €15,22 εκατ. στην Αιτωλοακαρνανία
- Στην τέταρτη θέση βρίσκεται η **Χρυσή Χήνα** (Mediterranean Life), η οποία συνδέεται με τον όμιλο Γευσήνους. Το σχέδιό της αφορά την επέκταση της δυναμικότητας υφιστάμενης μονάδας παραγωγής έτοιμων γευμάτων στο Ρέθυμνο, με προϋπολογισμό €15,52 εκατ., προβλεπόμενη ενίσχυση €7,45 εκατ. και δημιουργία 39 νέων θέσεων απασχόλησης

ΕΠΕΝΔΥΣΕΙΣ ΠΡΟΫΠΟΛΟΓΙΣΜΟΥ €226,2 ΕΚΑΤ.

Συνολικά, οι οριστικοί πίνακες του Β' κύκλου περιλαμβάνουν δέκα επενδυτικά σχέδια, προϋπολογισμού €226,2 εκατ., με προβλεπόμενες κρατικές ενισχύσεις άνω των €104 εκατ. Σύμφωνα με το Υπουργείο Ανάπτυξης, από την υλοποίησή τους αναμένεται να δημιουργηθούν περισσότερες από 400 νέες θέσεις εργασίας στην περιφέρεια.
Εκτός των τροφίμων και ποτών, περιλαμβάνονται επενδύσεις στη βιομηχανία τσιμέντου και αλουμινίου, στη χημική και φαρμακευτική παραγωγή, στις υπηρεσίες επεξεργασίας δεδομένων και στη χάρτινη συσκευασία.
Δείτε τις non food εταιρείες που συμμετέχουν στο πρόγραμμα στο σημερινό BnB Daily.

Στέλλα Αυγουστάκη
stella@notice.gr



Από επάνω αριστερά: Μανώλης Βαβουράκης, Πρόεδρος & CEO, Γευσήνους - Νίκος Τσάκος, μέλος ΔΣ, Νερά Πηγών Γράμμου - Τάσος Χαλβατζής, ιδρυτής, ΖΕΩ Αρτοποιΐα - Ιωάννης Γιώτης, επικεφαλής, Γιώτης

• SUPER MARKET

ΕΝΤΑΤΙΚΟΙ ΕΛΕΓΧΟΙ ΣΤΑ ΣΥΣΤΗΜΑΤΑ ΨΥΞΗΣ - ΤΙ ΕΠΙΣΗΜΑΙΝΕΙ ΜΕ ΕΠΙΣΤΟΛΗ ΣΤΗΝ ΕΣΕ ΕΤΑΙΡΕΙΑ ΚΥΒΕΡΝΟΑΣΦΑΛΕΙΑΣ

Εντατικούς ελέγχους στα συστήματα ψύξης πραγματοποιούν οι αλυσίδες super market στην Ελλάδα, μετά τα διαδοχικά περιστατικά κυβερνοεπιθέσεων σε ευρωπαϊκά καταστήματα τροφίμων. Σύμφωνα με πληροφορίες του FnB Daily, οι έλεγχοι ξεκίνησαν πολύ πρόσφατα και βρίσκονται σε εξέλιξη για την αξιολόγηση του κινδύνου, χωρίς μέχρι στιγμής να έχει εντοπιστεί αντίστοιχο κρούσμα. Πηγές της Σκλαβενίτης αναφέρουν στο FnB Daily ότι έχει κινητοποιηθεί το σύνολο του κλάδου.

Την ενημέρωση των επιχειρήσεων επιβεβαιώνει στο FnB Daily ο Απόστολος Πεταλάς, Γενικός Διευθυντής της Ένωσης Σούπερ Μάρκετ Ελλάδας (ΕΣΕ): "Όλες οι αλυσίδες μέλη της ΕΣΕ είναι ενημερωμένες για τα τεχνικά χαρακτηριστικά που αφορούν τις κυβερνοεπιθέσεις στους θερμοστάτες ψυκτικών θαλάμων συγκεκριμένου τύπου, όπως αυτές που έγιναν σε ορισμένες ευρωπαϊκές χώρες, και έχουν λάβει αναλυτικές οδηγίες για τις ενέργειες που πρέπει να κάνουν για να τις αποτρέψουν".

ΕΝΗΜΕΡΩΣΗ ΣΤΗΝ ΕΣΕ ΚΑΙ ΤΕΧΝΙΚΕΣ ΟΔΗΓΙΕΣ

Από τα πρώτα περιστατικά στην Γαλλία, η ελληνοϊσραηλινή εταιρεία κυβερνοασφάλειας CyberPax απέστειλε στην ΕΣΕ ενημέρωση για τα τεχνικά χαρακτηριστικά των επιθέσεων και οδηγίες αποτροπής τους, παρέχοντας στη συνέχεια επικαιροποιήσεις για τις εξελίξεις. Η επιστολή που έχει στη διάθεσή του το FnB Daily έφτασε στην ΕΣΕ στις 2 Νοεμβρίου και μια μέρα μετά ακολούθησε επιστολής της Εθνικής Αρχής Κυβερνοασφάλειας προς την Ένωση.

Η CyberPax επισημαίνει την ανάγκη ελέγχου ολόκληρης της αλυσίδας διαχείρισης των συστημάτων ψύξης. Πέρα από την αποσύνδεση των ελεγκτών από το δημόσιο διαδίκτυο και την ενημέρωση του λογισμικού, προτείνει καταγραφή των προσβάσεων των τεχνικών συνεργατών, ανεξάρτητους συναγερμούς θερμοκρασίας και σαφή διαδικασία νυχτερινής παρέμβασης. Παράλληλα, συστήνει αποσαφήνιση των συμβατικών ευθυνών για τη συντήρηση και την ασφάλεια του εξοπλισμού, καθώς και έλεγχο της ασφαλιστικής κάλυψης για ζημιές και απώλεια αποθεμάτων από κυβερνοεπίθεση.

ΠΑΝΩ ΑΠΟ 300 ΕΚΤΕΘΕΙΜΕΝΑ ΣΥΣΤΗΜΑΤΑ

Η Εθνική Αρχή Κυβερνοασφάλειας είχε προειδοποιήσει ήδη από τις 14 Οκτωβρίου 2026 για ευπάθειες σε ελεγκτές εμπορικής ψύξης των Danfoss, Copeland/Dixell και Carel, μετά τις επιθέσεις στην Γαλλία. Στην Ελλάδα είχε εντοπίσει περισσότερα από 300 εκτεθειμένα συστήματα, καλώντας τους διαχειριστές τους να τα αποσυνδέσουν άμεσα από το δημόσιο διαδίκτυο. Ο αριθμός αφορά δυνητικά ευάλωτες εγκαταστάσεις και όχι καταγεγραμμένες επιθέσεις.

Στην επιστολή προς την ΕΣΕ, η Αρχή ζητά την εφαρμογή των μέτρων προστασίας τόσο από τις επιχειρήσεις όσο και από τους συνεργάτες εγκατάστασης και συντήρησης του εξοπλισμού. Συγκεκριμένα, η απομακρυσμένη πρόσβαση πρέπει να γίνεται μόνο μέσω ασφαλούς σύνδεσης VPN και πολυπαραγοντικής αυθεντικοποίησης. Ζητούνται επίσης αλλαγή των προεπιλεγμένων κωδικών, εγκατάσταση ενημερώσεων ασφαλείας και αντικατάσταση εξοπλισμού που δεν υποστηρίζεται πλέον από τον κατασκευαστή.

ΔΥΟ ΚΥΜΑΤΑ ΕΠΙΘΕΣΕΩΝ ΣΤΗΝ ΕΥΡΩΠΗ

Όπως διαβάσατε στο χθεσινό τεύχος του FnB Daily το πρώτο κύμα καταγράφηκε τη νύχτα της 11ης προς τη 12η Οκτωβρίου στην Γαλλία, επηρεάζοντας εκατοντάδες καταστήματα αλυσίδων, μεταξύ των οποίων οι Intermarché, Coopérative U, E.Leclerc και Carrefour. Οι παρεμβάσεις στα συστήματα ψύξης προκάλεσαν άνοδο της θερμοκρασίας και καταστροφή τροφίμων, ενώ άνοιξε εισαγγελική έρευνα.

Στις 2 Νοεμβρίου ακολούθησαν περιστατικά σε εννέα ευρωπαϊκές χώρες. Μεταξύ άλλων, επηρεάστηκαν περίπου 15 Carrefour στο Βέλγιο, 13 SuperValu στην Ιρλανδία, 7 Intermarché στην Πορτογαλία και 6 Coop στην Σουηδία. Προβλήματα αναφέρθηκαν επίσης σε Λουξεμβούργο (και σε καταστήματα της Ahold), Ιταλία, Εσθονία, Φινλανδία και Ολλανδία, οδηγώντας σε απορρίψεις ή προληπτικές αποσύρσεις προϊόντων. Ωστόσο, δεν είχε επιβεβαιωθεί κυβερνοεπίθεση σε κάθε περίπτωση.

Η ΠΡΟΛΗΨΗ ΚΑΙ Η ΑΝΑΦΟΡΑ ΠΕΡΙΣΤΑΤΙΚΩΝ

Τα περιστατικά ανέδειξαν τις άμεσες συνέπειες που μπορεί να έχει μια παραβίαση ψηφιακών συστημάτων στη συντήρηση των τροφίμων και στη λειτουργία των καταστημάτων. Η ΕΑΚ εντοπίζει το πρόβλημα σε ελεγκτές προσβάσιμους από το διαδίκτυο, με παλαιό λογισμικό και ανεπαρκή προστασία.

"Ό,τι εντοπίζουμε εμείς, το εντοπίζει και ο επιτιθέμενος" αναφέρει στην επιστολή ο διοικητής της Αρχής, Μιχάλης Μπλέτσας. Ο ίδιος υπογραμμίζει ότι ένα γνωστό αλλά αδιόρθωτο κενό μπορεί να προκαλέσει φυσική ζημιά μέσα σε μία νύχτα, με κόστος πολλαπλάσιο εκείνου της πρόληψης, και ότι η κυβερνοασφάλεια πρέπει να αποτελεί δομικό συστατικό κάθε ψηφιακής διασύνδεσης.



Dr. Eric Tartas, ιδρυτής και CEO, CyberPax

Στέλλα Αυγουστάκη
stella@notice.gr

• SUPER MARKET

ΜΕΙΩΣΕΙΣ ΤΙΜΩΝ ΣΕ ΣΧΕΔΟΝ 1.000 ΚΩΔΙΚΟΥΣ ΓΙΑ ΤΟ ΔΙΜΗΝΟ ΝΟΕΜΒΡΙΟΥ - ΔΕΚΕΜΒΡΙΟΥ

Σε 994 κωδικούς προϊόντων, με μέση μείωση της βασικής τιμής ραφιού κατά 7,1%, ανέρχονται οι δηλωμένες συμμετοχές στη Β΄ φάση της Εθνικής Πρωτοβουλίας Μείωσης Τιμών για το δίμηνο Νοεμβρίου - Δεκεμβρίου 2026. Η λίστα παραμένει ανοιχτή, με την ΑΑΕΑ&ΠΚ να συνεχίζει τις επαφές με προμηθευτές και αλυσίδες σούπερ μάρκετ για την προσθήκη κωδικών.

DATA Συμμετοχές
Επώνυμα προϊόντα: 628 κωδικοί - Μέση μείωση 6,7%
Ιδιωτική ετικέτα: 307 κωδικοί - Μέση μείωση 8%
Κρέας: 59 κωδικοί - Μέση μείωση 7,3%

Οι μειώσεις αφορούν τη βασική τιμή ραφιού, επί της οποίας μπορούν να εφαρμόζονται πρόσθετες προσφορές. Η συμμετοχή είναι εθελοντική και κάθε επιχείρηση επιλέγει αυτοτελώς τόσο τα προϊόντα που εντάσσει όσο και το ποσοστό μείωσης.

ΟΙ ΣΥΜΜΕΤΟΧΕΣ ΤΩΝ ΠΡΟΜΗΘΕΥΤΩΝ

Στα επώνυμα προϊόντα, οι αναλυτικοί πίνακες περιλαμβάνουν τρόφιμα και ποτά, είδη προσωπικής υγιεινής και προϊόντα οικιακής χρήσης. Στον κλάδο τροφίμων συμμετέχουν, μεταξύ άλλων

- Κρι Κρι
- ΜΕΒΓΑΛ
- Όπτιμα
- Μινέρβα
- Arla Foods Hellas
- Δέλτα
- Υφαντής
- Creta Farms
- Καραμολέγκος
- Elbisco
- Eurimac
- Barilla Hellas
- Melissa Kikizas
- Μπάρμπα Στάθης
- Παπαδόπουλος
- Βιολάντα
- ION
- Γιώτης

Οι μειώσεις διαφοροποιούνται ανά κωδικό. Ενδεικτικά, στις καταχωρίσεις της Κρι Κρι και της ΜΕΒΓΑΛ διαμορφώνονται στο 5%, στην Μινέρβα κυμαίνονται από 5% έως 12% κλπ.

Στα ποτά, η λίστα περιλαμβάνει, μεταξύ άλλων

- Ελληνικοί Χυμοί
- Χήτος
- ΕΨΑ
- Coca-Cola 3E
- PepsiCo Hellas
- Kafea Terra
- Cafetex

Στις υπόλοιπες κατηγορίες καταγράφονται συμμετοχές από επιχειρήσεις όπως

- Procter & Gamble
- Unilever
- Beiersdorf
- Παπουτσάνης
- Σαράντης
- Colgate-Palmolive
- Henkel
- Μέγα
- Septona

Ο πίνακας επώνυμων προϊόντων περιλαμβάνει επίσης ξεχωριστές καταχωρίσεις με ρητή ένδειξη ότι αφορούν μόνο τον Σκλαβενίτη.

ΠΟΙΟΙ ΕΜΦΑΝΙΖΟΝΤΑΙ ΣΤΗ ΛΙΣΤΑ ΙΔΙΩΤΙΚΗΣ ΕΤΙΚΕΤΑΣ

Στη λίστα ιδιωτικής ετικέτας εμφανίζονται οι ΑΒ Βασιλόπουλος, Μασούτης, Εγνατία, ΕΛΟΜΑΣ και η "Πρωτοβουλία Πίτσιας". Οι συμμετοχές καλύπτουν, μεταξύ άλλων, γαλακτοκομικά, αλλαντικά, κατεψυγμένα προϊόντα, ζυμαρικά, ρύζι, όσπρια, χυμούς, καθαριστικά και τροφές κατοικιδίων. Ενδεικτικά, στη Μασούτης προβλέπεται μείωση 13% σε κωδικούς στριφτής πίτας και 10% σε συγκεκριμένους κωδικούς τροφών κατοικιδίων.

Στο κρέας καταγράφονται συμμετοχές από Γαλαξία, Πίτσια, Lidl, Εγνατία, ΑΒ, Μασούτη, My market και Σκλαβενίτη. Στους κωδικούς του Γαλαξία οι μειώσεις κυμαίνονται από 10% έως 15%, στη Lidl από 10% έως 10,2% και στην Εγνατία από 5% έως 11%. Οι καταχωρίσεις των ΑΒ, Μασούτη, My market και Πίτσια προβλέπουν μείωση 5%, ενώ στον Σκλαβενίτη τα ποσοστά διαμορφώνονται από 6,6% έως 6,8%.

Η δεύτερη φάση διαδέχεται την περίοδο Σεπτεμβρίου - Οκτωβρίου. Από τις 4 Νοεμβρίου 2026 οι συμμετέχοντες κωδικοί θα είναι διαθέσιμοι στην πλατφόρμα posokanei.gov.gr, μαζί με ενημέρωση για τις τιμές τους.



• CAVINO

ΣΤΑ ΠΕΡΥΣΙΝΑ ΕΠΙΠΕΔΑ Ο ΤΖΙΡΟΣ ΤΟΥ 2026 ΓΙΑ ΤΟΝ ΟΜΙΛΟ - ΕΠΙΣΤΡΟΦΗ ΣΤΑ ΚΕΡΔΗ ΓΙΑ ΤΑ ΕΛΛΗΝΙΚΑ ΚΕΛΛΑΡΙΑ ΟΙΝΩΝ

Στη λειτουργική ενοποίηση όλων των εταιρειών που έχει εντάξει στο άρμα του τα τελευταία χρόνια θα συνεχίσει να δίνει έμφαση και το 2027 ο όμιλος Cavino, αξιοποιώντας παράλληλα τις συνέργειες που έχουν ήδη αναδειχθεί αλλά και αυτές που θα προκύψουν στην πορεία.

"Οποιαδήποτε επιδείνωση εμφανιστεί στην πορεία αυτή στις οικονομικές αποδόσεις της Cavino θα αντισταθμιστεί από εκείνες των Ελληνικών Κελλαριών Οίνων και στο τέλος της ημέρας θα έχουμε, εκτιμούμε, ένα βελτιωμένο αποτέλεσμα σε επίπεδο ομίλου", δηλώνει στο FnB Daily ο Οικονομικός Διευθυντής, Νέστορας Δρίτσας.

"ΜΗΔΕΝΙΣΕ ΤΟ ΚΟΝΤΕΡ"

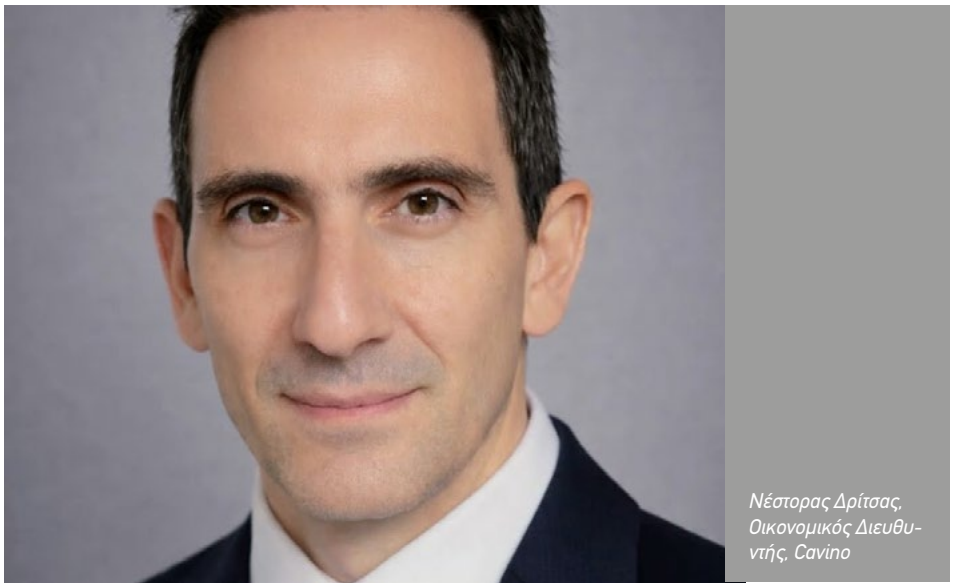
Αυτό διαφαίνεται ότι θα ισχύσει και τη φετινή χρονιά για την πρώην οινοποιία Κουρτάκη θα κλείσει με σταθεροποιημένο τζίρο αλλά υψηλότερη κερδοφορία στην οποία μάλιστα επέστρεψε, ανέλπιστα ίσως, από πέρυσι. "Είχαμε πει εξαρχής ότι ο στόχος είναι για τα Ελληνικά Κελλάρια Οίνου να μηδενίσουμε, τρόπον τινά, το κοντέρ σε πρώτη φάση και εν συνεχεία να μπει η εταιρεία σε μια φάση υγιούς ανάπτυξης και κερδοφορίας. Σίγουρα μας ικανοποιεί το θετικό πρόσημο του 2025, χωρίς μάλιστα να έχει συμπληρώσει καν μια πλήρη χρήση υπό τον έλεγχό μας (σ.σ. η εξαγορά ανακοινώθηκε στα μέσα Φεβρουαρίου) και φέτος το αποτέλεσμα αυτό θα βελτιωθεί περαιτέρω", υπογραμμίζει ο κ. Δρίτσας. Όπως συμπληρώνει, στο διάστημα αυτό πραγματοποιήθηκαν στοχευμένες παρεμβάσεις για την αύξηση της παραγωγικότητας, την αυτοματοποίηση της παραγωγικής διαδικασίας και το rebranding ορισμένων προϊόντων.

DATA ΕΛΛΗΝΙΚΑ ΚΕΛΛΑΡΙΑ ΟΙΝΟΥ
(σε €χιλ.)
Κύκλος Εργασιών
2025: 19.546
2024: 21.760
2023: 24.107
EBIT
2025: 538
2024: (1.838)
2023: 672
Αποτέλεσμα προ φόρων
2025: 19
2024: (2.703)
2023: (167)

ΠΤΩΤΙΚΗ Η ΑΓΟΡΑ

Για τον όμιλο Cavino, το 2026 αναμένεται να κλείσει με κύκλο εργασιών κοντά στα περυσινά επίπεδα και την κερδοφορία ελαφρώς βελτιωμένη. "Η διατήρηση των πωλήσεων στα επίπεδα του 2025 είναι ουσιαστικά ο στόχος όλων των εταιρειών που δραστηριοποιούνται στο χώρο του αλκοόλ- και, με την κατάσταση που έχει διαμορφωθεί στην αγορά - είναι γεγονός πως ούτε δεδομένο είναι ούτε εύκολα μπορεί να επιτευχθεί", σχολιάζει ο συνομιλητής μας.

Τόσο για το κρασί όσο και για τα spiritsμ η αγορά είναι πτωτική - στη δεύτερη περίπτωση, μάλιστα, και με διψήφιο ποσοστό- τη στιγμή που τα κοστολόγια έχουν αυξηθεί.



Νέστορας Δρίτσας, Οικονομικός Διευθυντής, Cavino

ΑΥΞΗΣΗ 10% ΣΤΑ ΚΟΣΤΗ

"Συνυπολογίζοντας το ενεργειακό, τα μεταφορικά, τις αυξήσεις στο ανθρώπινο δυναμικό κλπ η αύξηση του κόστους φτάνει το 10% τουλάχιστον, την οποία ωστόσο δεν θέλουμε να μετακυλίσουμε στην κατανάλωση, επομένως την έχουμε επωμισθεί εμείς", εξηγεί ο κ. Δρίτσας.

DATA CAVINO* (σε €χιλ.)
Κύκλος Εργασιών
2025: 54.429
2024: 35.178
2023: 32.560
EBITDA
2025: 6.240
2024: 5.117
2023: 4.055
Αποτέλεσμα προ φόρων
2025: 3.665
2024: 3.470
2023 2.562
*Για τον όμιλο

ΤΟ ΕΠΕΝΔΥΤΙΚΟ ΤΩΝ €5 ΕΚΑΤ.

Η Cavino έχει ήδη υποβάλει αίτημα για ένταξη του ύψους €5 εκατ. επενδυτικού σχεδίου της στο Πρόγραμμα Π3-73-2.3 του υπουργείου Αγροτικής Ανάπτυξης. Η επένδυση έχει να κάνει με την αύξηση της παραγωγικής δυναμικότητας, τη βελτίωση και τον μετασχηματισμό του μηχανολογικού εξοπλισμού και την ενσωμάτωση νέων τρόπων παραγωγής ενώ αναμένεται να ολοκληρωθεί εντός διετίας. Συμμετέχει, επίσης, σε τέσσερα ερευνητικά προγράμματα για την κυκλική οικονομία και την παραγωγή οίνων χαμηλής περιεκτικότητας σε αλκοόλ.

ΟΙΝΟΠΟΙΕΙ ΚΑΙ ΣΤΟ ΚΤΗΜΑ ΝΕΜΕΙΟΝ

Ο κ. Δρίτσας κάνει ειδική μνεία στην εξαιρετική ποιοτικά και ποσοτικά πρώτη ύλη που παρέλαβε το φετινό καλοκαίρι ο όμιλος σε όλες τις περιοχές που πλέον δραστηριοποιείται. Μεταξύ αυτών και η Νεμέα όπου μάλιστα φέτος λειτούργησε για πρώτο φορά το οινοποιείο του Κτήματος Νέμειον που εξαγοράστηκε από την Cavino στα τέλη του 2024.

Γιάννης Τσατσάκης
yannis@notice.gr

• TACO BELL

ΠΤΩΣΗ 4% ΣΤΙΣ ΠΩΛΗΣΕΙΣ Γ' ΤΡΙΜΗΝΟΥ ΜΕΤΑ ΤΗΝ ΕΠΙΔΗΜΙΑ ΚΥΚΛΟΣΠΟΡΙΑΣΗΣ

Κατά 4% υποχώρησαν στο γ΄ τρίμηνο οι πωλήσεις ίδιων καταστημάτων της Taco Bell στις ΗΠΑ, καθώς οι πελάτες απέφυγαν τα εστιατόρια μετά την επιδημία κυκλοσπορίασης, μιας παρασιτικής λοίμωξης, που συνδέθηκε με μαρούλι iceberg που σερβιρίστηκε στα καταστήματα της αλυσίδας.

Η εβδομαδιαία κίνηση στα εστιατόρια έπεσε 20% στο αποκορύφωμα, στις αρχές Ιουλίου, σύμφωνα με την Placer.ai, ενώ οι αμερικανικές υγειονομικές αρχές κήρυξαν τη λήξη της επιδημίας τον Οκτώβριο, με 570 νοσηλείες και δύο θανάτους.

DATA Γ΄ Τρίμηνο

Taco Bell ΗΠΑ (πωλήσεις ίδιων καταστημάτων): -4%

Taco Bell διεθνώς (πωλήσεις ίδιων καταστημάτων): +5%

KFC (πωλήσεις ίδιων καταστημάτων): +1%

Yum Brands (πωλήσεις ίδιων καταστημάτων, χωρίς Pizza Hut): 0%

Έσοδα Yum Brands: $2,05 δισ.

Καθαρά κέρδη Yum Brands: $1,62 δισ. (από $397 εκατ.)



Sean Tresvant, CEO, Taco Bell

ΒΕΛΤΙΩΣΗ ΑΠΟ ΤΟ ΤΕΛΟΣ ΣΕΠΤΕΜΒΡΙΟΥ

Το χειρότερο σημείο για τις πωλήσεις ήταν το Σαββατοκύριακο της 18ης Ιουλίου και από τότε οι τάσεις βελτιώνονται.

Σύμφωνα με τον CEO της Yum Brands, Chris Turner, από το τέλος Σεπτεμβρίου η Taco Bell ξεπερνά τον κλάδο των εστιατορίων γρήγορης εξυπηρέτησης στις ΗΠΑ στις πωλήσεις ίδιων καταστημάτων.

ΤΑ ΚΕΡΔΗ ΑΠΟ ΤΗΝ ΠΩΛΗΣΗ ΤΗΣ PIZZA HUT

Η Yum Brands ξεπέρασε τις εκτιμήσεις στα κέρδη ανά μετοχή, ενώ τα καθαρά κέρδη περιλαμβάνουν το όφελος από την πώληση της Pizza Hut. Η δραστηριότητα στην Κίνα πέρασε στην Yum China στις 7 Αυγούστου και το υπόλοιπο στην LongRange Capital την 1η Σεπτεμβρίου. Στην KFC η άνοδος ήρθε από την Κίνα και την Ευρώπη, ενώ οι πωλήσεις συστήματος στις ΗΠΑ υποχώρησαν 6%.

• Debrief •

ΚΑΠΟΤΕ ΣΤΗΝ ΑΜΕΡΙΚΗ…

Θα ανατρέψουν τους συσχετισμούς δυνάμεων οι Δημοκρατικοί; Θα αντέξουν οι Ρεπουμπλικάνοι; Θα επιβεβαιωθούν οι δημοσκόποι ή θα διαψευστούν;

Αν κάποιος παρακολουθεί τα media, τα social media, τον δημόσιο λόγο στις ΗΠΑ, είναι σχετικά εύκολο να διαπιστώσει ότι έχουν διαμορφωθεί δύο διαφορετικοί κόσμοι, που όχι μόνο δεν συνομιλούν μεταξύ τους, αλλά πολλές φορές δεν θέλει καν να βλέπει ο ένας τον άλλο. Όχι σε επίπεδο πολιτικών ηγεσιών, αυτό είναι το λιγότερο.

Ο διχασμός βαθαίνει σε επίπεδο κοινωνίας.

Ενδεικτικός και μόνο, ο χθεσινός τίτλος των New York Times με τις εξελίξεις: "Ζωντανές Ενημερώσεις για τις Ενδιάμεσες Εκλογές - Ένα διχασμένο έθνος ψηφίζει για να αποφασίσει τον έλεγχο του Κογκρέσου".

"Ένα διχασμένο έθνος"… Πότε διχάστηκαν οι Αμερικανοί; Και γιατί; Εξαρτάται ποιον θα ρωτήσεις: αν είναι Δημοκρατικός θα σου πει ότι για όλα φταίει ο Trump. Αν ρωτήσεις Ρεπουμπλικάνο θα σου πει ότι προηγήθηκαν πολιτικές των Δημοκρατικών, που έφεραν ως απάντηση τον Trump.

Η απάντηση σε τέτοια ζητήματα δεν είναι ή "αυτό" ή το "άλλο". Η απουσία επαφής έχει πολυπαραγοντικές αιτίες, που συσσωρεύονται για χρόνια και δεκαετίες, πριν εκδηλωθεί. Μικρές ζημιές που δεν επιδιορθώνονται και διαφορές που δεν επιλύονται εν τη γενέσει τους. Όπως ακριβώς στα ζευγάρια, έτσι και στα μεγαλύτερα σύνολα, από τη… συνέλευση της πολυκατοικίας μέχρι ολόκληρες κοινωνίες, η ρήξη δεν έρχεται έτσι, από το πουθενά. Έχει γίνει… δουλίτσα για πολύ καιρό πριν.

Ό,τι, μα ό,τι, και αν έγραψαν οι κάλπες στις ΗΠΑ (μέχρι τη στιγμή που γράφονταν αυτές οι γραμμές δεν υπήρχε εικόνα), δεν έχει μεγάλη σημασία. Για την ακρίβεια δεν έχει τη μεγαλύτερη σημασία. Αυτό που πραγματικά μετράει είναι αν τα δύο μέρη θα αρχίσουν να συνομιλούν και πάλι μεταξύ τους. Όπως ήταν κάποτε λογικό.

Γιάννης Παλιούρης
giannis@notice.gr

• WOLT

ΦΕΡΝΕΙ ΤΟ WOLT BENEFITS ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ ΑΠΟ ΤΟΝ ΙΑΝΟΥΑΡΙΟ

Στην αγορά των διατακτικών σίτισης μπαίνει η Wolt, φέρνοντας στην Ελλάδα από τον Ιανουάριο του 2027 το Wolt Benefits. Οι επιχειρήσεις θα δίνουν στους εργαζομένους ένα ποσό που ορίζουν οι ίδιες, για γεύματα, αγορές από super market και άλλες επιλέξιμες κατηγορίες, που θα χρησιμοποιείται τόσο σε παραγγελίες delivery όσο και σε φυσικά καταστήματα.

Το δίκτυο των συμβεβλημένων καταστημάτων θα περιλαμβάνει επιχειρήσεις από τους υφιστάμενους συνεργάτες της Wolt αλλά και άλλα επιλεγμένα φυσικά καταστήματα που θα ενταχθούν στο πρόγραμμα. Οι εργαζόμενοι που χρησιμοποιούν την υπηρεσία μπορούν να έχουν πρόσβαση και στο Wolt+, με επιπλέον προνόμια στις επιλέξιμες παραγγελίες.



ΧΡΕΩΣΗ ΜΕ ΒΑΣΗ ΤΗ ΧΡΗΣΗ

Οι εργοδότες ορίζουν τα ποσά, τους δικαιούχους και τους κανόνες χρήσης μέσα από την πλατφόρμα Wolt for Work Admin, και χρεώνονται με βάση την πραγματική χρήση της παροχής. Η υπηρεσία προστίθεται στο Wolt for Work, που καλύπτει ήδη γεύματα και αγορές για το γραφείο, εταιρικές εκδηλώσεις, προμήθειες και επιβράβευση εργαζομένων.

Business Maker

ΕΠΙΣΤΡΕΦΟΥΝ ΣΕ ΚΑΝΟΝΙΚΗ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΑ ΤΑ BREAD FACTORY

Σε κανονική λειτουργία βρίσκεται το δίκτυο Bread Factory, σύμφωνα με καλά πληροφορημένες πηγές, με την Switz Group να κοιτάζει πλέον και την ανάπτυξη νέων καταστημάτων. Η δέσμευση τραπεζικών λογαριασμών συνεργατών franchise, στο πλαίσιο της έρευνας για την υπόθεση, Το Χωριάτικο, προκάλεσε αναστάτωση, αλλά σύμφωνα με πληροφορίες αρχίζει να διαμορφώνεται μια διαφορετική καθημερινότητα.

Οι ίδιες πηγές υποστηρίζουν ότι οι υποχρεώσεις καταβάλλονται κανονικά και οι φόροι πληρώνονται στο ακέραιο, ενώ ο νέος επενδυτής συνέβαλε στην διατήρηση περισσότερων από 1.000 θέσεων εργασίας. Η επιστροφή στην κανονικότητα συνδέεται πλέον με την επόμενη κίνηση. Νέα καταστήματα βρίσκονται στον σχεδιασμό, με την προϋπόθεση να καταλαγιάσει η αναστάτωση και να αποκατασταθεί ένα σταθερότερο περιβάλλον για το δίκτυο, χωρίς ωστόσο αυτή τη στιγμή να γίνονται αναφορές για συγκεκριμένο αριθμός σημείων ή χρονοδιάγραμμα. Η κατεύθυνση, πάντως, είναι ότι η Switz θέλει να συνεχίσει την επιχειρηματική ανάπτυξη, αντί η υπόθεση να οδηγήσει σε απαξίωση της δραστηριότητας.

Στην αγορά, η εξέλιξη διαβάζεται και σε αντιπαραβολή με την αβεβαιότητα γύρω από την Pizza Fan. Για τα Bread Factory, οι συνομιλητές περιγράφουν λειτουργία, που συνεχίζεται, και προοπτική επέκτασης, χωρίς αυτό να σημαίνει ότι οι δύο υποθέσεις έχουν ίδια χαρακτηριστικά. Το ενδιαφέρον βρίσκεται και στη συζήτηση που ανοίγει μεταξύ επιχειρηματιών του κλάδου. Σύμφωνα με τις ίδιες πηγές, οι αποκαλύψεις μπορούν να αποτελέσουν αφορμή για πρωτοβουλίες από τις ίδιες τις επιχειρήσεις, με έμφαση στη νομιμότητα και στους όρους ανταγωνισμού.

Η ευθύνη, όπως τη θέτουν, δεν εξαντλείται σε πολιτικές αποφάσεις. Αφορά όσους δραστηριοποιούνται στην αγορά και καλούνται να δείξουν ότι μπορούν να διατηρήσουν θέσεις εργασίας και να αναπτύσσονται πληρώνοντας τις υποχρεώσεις τους. Στην Switz, παρά την ταλαιπωρία, μιλούν για συνέχεια της λειτουργίας και προετοιμασία της ανάπτυξης, όταν υποχωρήσει η αβεβαιότητα.

ΟΙ ΠΡΟΣΦΟΡΕΣ ΛΙΓΟΣΤΕΥΟΥΝ ΣΤΑ ΡΑΦΙΑ, Η ΑΓΩΝΙΑ ΜΕΤΑΦΕΡΕΤΑΙ ΣΤΟΝ ΙΑΝΟΥΑΡΙΟ

Λιγότερα προϊόντα περιλαμβάνει το νέο δίμηνο της θνικής πρωτοβουλίας μείωσης τιμών, σύμφωνα με καλά πληροφορημένες πηγές της αγοράς. Η αρχική συμφωνία μεταξύ κυβέρνησης και ΣΕΒ αφορούσε δίμηνη συμμετοχή, κάτι που είχε επισημάνει και ο Σπύρος Θεοδωρόπουλος. Ορισμένοι κωδικοί συνεχίζουν για τέσσερις μήνες, ενώ άλλοι προστέθηκαν για τον Νοέμβριο και τον Δεκέμβριο.

Η μικρότερη συμμετοχή σε σχέση με την πρώτη περίοδο περιγράφεται ως αναμενόμενη, καθώς δεν υπήρχε γενική δέσμευση παράτασης. Πίσω από την αλλαγή βρίσκεται και η πίεση στο κόστος. Το πετρέλαιο επιβαρύνει τη μεταφορά, αλλά επηρεάζει και το πλαστικό των συσκευασιών, δημιουργώντας δεύτερη εστία επιβάρυνσης για τους προμηθευτές.

Οι ίδιες πηγές δεν βλέπουν αυτή τη στιγμή σοβαρό κύμα ανατιμήσεων. Εκτιμούν, όμως, ότι η πίεση μπορεί να περιορίσει τις εκπτώσεις και τη δυνατότητα συμμετοχής σε πρωτοβουλίες χαμηλότερων τιμών. Η διαφορά για τον καταναλωτή μπορεί έτσι να εμφανιστεί στην προσφορά που δεν θα βρει, ακόμη και αν η κανονική τιμή δεν αλλάξει. Αυτό είναι ένα από τα ενδεχόμενα που απασχολούν την αγορά.

Για το χριστουγεννιάτικο καλάθι, η εικόνα εμφανίζεται ευκολότερη. Μια έκπτωση 25% για περίπου τρεις εβδομάδες θεωρείται περισσότερο διαχειρίσιμη από μια παρατεταμένη μείωση, ιδιαίτερα όταν εντάσσεται στον συνήθη προωθητικό προγραμματισμό. Οι συνομιλητές της στήλης εκτιμούν ότι θα υπάρξουν προϊόντα, επισημαίνοντας πως είναι νωρίς για οριστική εικόνα. Η αγορά περιγράφεται σήμερα ως ήρεμη, αλλά οι ανησυχίες μεταφέρονται στο ξεκίνημα της επόμενης χρονιάς. Εάν δεν αποκλιμακωθούν ενέργεια και πετρέλαιο, προμηθευτές ενδέχεται να δηλώσουν ότι δεν μπορούν να συνεχίσουν την υποστήριξη των προσφορών. Οι δυνατότητες περαιτέρω απορρόφησης κόστους, όπως μεταφέρεται, στενεύουν. Για το λιανεμπόριο, η ανησυχία δεν περιορίζεται στον τζίρο. Η δυσαρέσκεια του πελάτη για την ακρίβεια επιστρέφει στο κατάστημα και επιβαρύνει τη σχέση μαζί του. Γι' αυτό οι ίδιες πηγές επιμένουν ότι επιθυμούν χαμηλότερες τιμές. Το δύσκολο τηλεφώνημα είναι εκείνο του προμηθευτή, που εξηγεί ότι δεν έχει πλέον περιθώριο να στηρίξει την επόμενη εμπορική ενέργεια.

• ELIKONOS CAPITAL

ΝΕΟ ΓΡΑΦΕΙΟ ΣΤΗΝ ΘΕΣΣΑΛΟΝΙΚΗ - ΑΝΑΚΟΙΝΩΝΕΙ ΔΥΟ ΑΚΟΜΑ DEAL ΜΕΧΡΙ ΤΟ ΤΕΛΟΣ ΤΟΥ ΕΤΟΥΣ

Την παρουσία της στην Βόρεια Ελλάδα, όπου μέσω του Elikonos III έχει κάνει ήδη τέσσερις επενδύσεις, επιχειρεί να εδραιώσει η Elikonos Capital, με τη σύσταση γραφείου και στην Θεσσαλονίκη. Οι επικεφαλής του fund, Παντελής Παπαγεωργίου και Τάκης Σολωμός, εγκαινίασαν χθες, μαζί με τους συνεργάτες τους και παρουσία εκπροσώπων της αγοράς, το νέο γραφείο, που βρίσκεται επί της Πλατείας Αριστοτέλους, στο νούμερο 5.

Με την κίνηση αυτή, όπως ανέφεραν, επιβεβαιώνουν την εμπιστοσύνη τους στις επιχειρηματικές προοπτικές της Βόρειας Ελλάδας. Άλλωστε, από τις 6 επενδύσεις, που έχει κάνει το τρίτο τους fund, οι τέσσερις είναι στην Βόρεια Ελλάδα. Με τις επερχόμενες δύο, στους κλάδους της τεχνολογίας και της φιλοξενίας, το 50% των επενδύσεων του fund θα είναι από την περιοχή, την ώρα, που από την Βόρεια Ελλάδα παράγεται το 20% του ελληνικού ΑΕΠ, όπως τόνισαν χαρακτηριστικά.

Υπενθυμίζεται πως οι τέσσερις επενδύσεις, που το Elikonos III έχει κάνει στην Βόρεια Ελλάδα, είναι:



Παντελής Παπαγεωργίου, Τάκης Σολωμός, επικεφαλής, Elikonos Capital

- Ακρίτας
- Βάμβαλης
- Βεζύρογλου
- Μυτίλος

Business Insight

ΣΤΑ ΡΗΧΑ ΤΟ SMALL CAP CONFERENCE, ΣΤΟ MID CAP ΤΗΣ ΤΡΙΤΗΣ Η ΠΡΟΣΟΧΗ

Με ικανοποιητική συμμετοχή αλλά με **μάλλον μέτριο αποτέλεσμα του Small Cap Conference** που διεξήχθη προχθές Δευτέρα (στο ξενοδοχείο Divani). Με τη συμμετοχή 14 εταιρειών μεσαιομικρής αποτίμησης (**Alpha Trust Andromeda, AS Company, Biokarpet, Δάιος Πλαστικά, Elton Group, European Innovation Solutions, Λανακάμ, Quality & Reliability, Revoil, Softweb, Trek Development, Unibios, Verallis και Y/KNOT Invest**).

Παρότι σε προηγούμενο χρόνο είχαν καλλιεργηθεί προσδοκίες για μεγαλύτερο αριθμό συναντήσεων, για περισσότερες συμφωνίες και αποτέλεσμα πιο πρακτικό (με εισροές σε μετοχές), το κλίμα ήταν περισσότερο διαδικαστικό παρά ουσιαστικό. Τουλάχιστον προς την κατεύθυνση που θα ήθελαν τα διοικητικά στελέχη των εταιρειών. Πέρασα από την ημερίδα, μίλησα με παράγοντες των εταιρειών, κοινός τόπος πως η εκδήλωση ήταν μάλλον πιο υποτονική σε σχέση με την αντίστοιχη του 2025.

Κάτι η διεθνής συγκυρία, η αβεβαιότητα και λόγω των ενδιάμεσων εκλογών στις ΗΠΑ, η διάχυτη επιφυλακτικότητα σε όλα τα ευρωπαϊκά χρηματιστήρια, κάτι η απουσία σημαντικών επιχειρηματικών εξελίξεων και διεργασιών, **στη συγκεκριμένη συγκυρία φαίνεται πως γενικότερα το ελληνικό χρηματιστήριο έχει ξεμείνει από καύσιμα.** Πολύ δε περισσότερο η κατηγορία μετοχών/εισηγμένων που παραδοσιακά είτε περνά κάτω από το ραντάρ των αναλυτών, είτε περιορίζεται στις εισροές κυρίως Ελλήνων διαχειριστών, λίγων ισχυρών ιδιωτών επενδυτών και σπάνια μετρημένων ξένων funds.

Από τα θετικά της εκδήλωσης **η πεποίθηση των ίδιων των βασικών μετόχων, επιχειρηματιών πως οι εταιρείες έχουν τις προϋποθέσεις να διεκδικήσουν μεγαλύτερο μερίδιο του επενδυτικού ενδιαφέροντος**, συνακόλουθα κεφαλαίων. Μάλιστα σε 4-5 περιπτώσεις τα επιτελικά στελέχη είχαν να παρουσιάσουν ενδιαφέρουσες ενέργειες που προοπτικά θα μπορούσαν να αποφέρουν προστιθέμενη αξία στα αποτελέσματα της εταιρείας και τον μέτοχο/επενδυτή.

Για την ώρα, δεν θα αναφερθώ ονομαστικά, καθώς θα περιμένω να δω εάν όντως υπάρξει πρακτικό αποτέλεσμα (δηλαδή εισροές στη μετοχή) άλλωστε για αυτόν τον σκοπό γίνονται οι επενδυτικές ημερίδες.

Ορισμένες εταιρείες είχαν αρκετές συναντήσεις με διαχειριστές, αναλυτές αλλά εξ' όσων έμαθα μόλις για 2-3 περιπτώσεις θα πρέπει να υπήρξε πρακτικό αποτέλεσμα (συμφωνία για απόκτηση πακέτου μετοχών). Όμως στα τραπέζια των περισσότερων κοινή ήταν η εκτίμηση, ότι πέρυσι η ημερίδα είχε ενεργότερη συμμετοχή παραγόντων της αγοράς, πως έγιναν συμφωνίες που προοπτικά αποτυπώθηκαν και στο χρηματιστηριακό ταμπλό.

Αντίθετα, στη φετινή εκδήλωση ήταν διάχυτη η επιφυλακτικότητα για αρκετά και σοβαρά προβλήματα που αντιμετωπίζει γενικότερα το εγχώριο επιχειρείν (λ.χ. **το ενεργειακό θα πρέπει να ήταν το... top σημείο αναφοράς),** η διεθνής αβεβαιότητα, όπως και οι εξελίξεις στο (γεω)πολιτικό πεδίο. Λογικό θα πει κάποιος, καθώς από το αποτέλεσμα των midterms στις ΗΠΑ εξαρτάται η πορεία πολλών και ουσιωδών που αφορούν (και) τις επιχειρήσεις. Από τα κόστη χρήματος, ενέργειας μέχρι την εγχώρια ζήτηση, τις εξαγωγές κ.λ.π.

Ωστόσο, κοινή ήταν η εκτίμηση πως ακόμη και έτσι ημερίδες θα πρέπει να γίνονται- πολύ δε περισσότερο σε περιόδους αβεβαιότητας, ρευστότητας- να επαναδιατυπώνεται η παρουσία των λεγόμενων μικρών του Euronext Athens.

Την προσεχή εβδομάδα διοργανώνεται ανάλογη εκδήλωση για mid caps, με το ενδιαφέρον από την πλευρά θεσμικών μεγαλύτερο. Ονόματα όπως των **Alter Ego Media, Lavipharm, KPI KPI, AVAX, ΑΕΕΑΠ, εταιρειών πληροφορικής** εύλογα συγκεντρώνουν την προσοχή περισσότερων διαχειριστών. Συνεπώς, σε αναμονή του Mid Cap Conference για να έχουμε, ως insighter σαφέστερη εικόνα για ευρύτερο μέρος της αγοράς (πέραν των τραπεζών και των large caps του FTSE25). Πάγια και διαχρονική θέση μας είναι ότι το ελληνικό χρηματιστήριο θα πρέπει να εκπροσωπεί περισσότερους, να απευθύνεται σε μεγαλύτερο επενδυτικό ακροατήριο.

• FNB IN THE WORLD

ΑΝΟΔΟΣ ΕΣΟΔΩΝ ΓΙΑ ΤΗΝ CCEP, ΝΕΕΣ ΠΡΟΤΑΣΕΙΣ ΑΠΟ ΤΗΝ FERRERO ΚΑΙ ΦΡΕΣΚΑ ΤΡΟΦΙΜΑ ΜΕΣΩ AMAZON ΣΤΗΝ ΓΕΡΜΑΝΙΑ

Η άνοδος εσόδων για την Coca-Cola Europacific Partners, τα νέα προϊόντα της Ferrero για τα 80 χρόνια της και τα φρέσκα τρόφιμα στην αυθημερόν παράδοση της Amazon στη Γερμανία, ξεχωρίζουν στις διεθνείς εξελίξεις του κλάδου.

CCEP: ΣΤΑΘΕΡΕΣ ΟΙ ΠΡΟΒΛΕΨΕΙΣ

Άνοδο 6,5% στα έσοδα του γ΄ τριμήνου, ως τις 2 Οκτωβρίου, κατέγραψε η Coca-Cola Europacific Partners (CCEP), με τους όγκους να αυξάνονται 3,5%, χάρη στον καλό καιρό του καλοκαιριού στην Ευρώπη, την Coca-Cola Zero Sugar και τα ενεργειακά ποτά. Η εταιρεία διατήρησε τις προβλέψεις για το 2026 χωρίς αναβάθμιση. "Το καταναλωτικό περιβάλλον παραμένει δύσκολο και η γεωπολιτική κατάσταση έχει επηρεάσει το λειτουργικό κόστος", σημείωσε ο CEO Damian Gammell, προσθέτοντας ότι η επιχείρηση "παραμένει ανθεκτική". Στη Γερμανία οι όγκοι υποχώρησαν ελαφρά, λόγω προσωρινής διατάραξης με πελάτες τον Σεπτέμβριο.



DATA Γ΄ Τρίμηνο

Έσοδα: €5,76 δισ. (+6,5%, +5,8% χωρίς συναλλαγματικές επιδράσεις)
Όγκοι: +3,5% (Ευρώπη +2,3%, Ασία-Ειρηνικός και Νοτιοανατολική Ασία +6,3%)
Έσοδα ανά κιβώτιο: €5,46 (+2,2%)
Coca-Cola Zero Sugar: +9,7%
Ενεργειακά ποτά: +17,3%
Πρόβλεψη 2026: έσοδα +3% με +4%, λειτουργικά κέρδη ~+7%

FERRERO: ΝΕΑ ΠΡΟΪΟΝΤΑ ΓΙΑ ΤΑ 80 ΧΡΟΝΙΑ

Με σειρά νέων προϊόντων γιορτάζει τα 80 χρόνια της η Ferrero, επεκτείνοντας τη Nutella σε μπισκότα και κατεψυγμένα αρτοσκευάσματα. Τα Nutella Cookies, που παράγονται σε συνεργασία με την Delacre, κυκλοφορούν στην Ιταλία τον Νοέμβριο, ενώ το Pain au Nutella για ψήσιμο στο σπίτι προστίθεται στη σειρά κατεψυγμένων, δίπλα σε Muffin, Croissant, Donut και Crepe. Στην Ιταλία κυκλοφορεί και εποχική σειρά έξι προϊόντων Wonka, σε συνεργασία με το Netflix.

INFO

- Nutella Cookies: Ιταλία, Νοέμβριος 2026
- Pain au Nutella: κατεψυγμένο αρτοσκεύασμα για ψήσιμο στο σπίτι
- Wonka (με Netflix): έξι προϊόντα, ανάμεσά τους Kinder Joy Wonka με παιχνίδια Funko
- Pocket Coffee: Extra Dark 90 g με 70% κακάο και Pocket Coffee Eggs, φθινόπωρο 2026
- Eat Natural Granola: 300 g, σε εκδοχές Protein και Nuts & Seeds, Ιανουάριος 2027
- Kinder Crunchy Cookie: ήδη στο λιανεμπόριο

AMAZON: ΦΡΕΣΚΑ ΤΡΟΦΙΜΑ ΣΤΗΝ ΙΔΙΑ ΠΑΡΑΓΓΕΛΙΑ

Φρέσκα και ευπαθή τρόφιμα, από φρούτα και λαχανικά ως κρέας, ψάρι, γαλακτοκομικά και κατεψυγμένα, πρόσθεσε η Amazon στις παραγγελίες αυθημερόν παράδοσης σε επιλεγμένες περιοχές της Φρανκφούρτης, της Κολωνίας και του Μονάχου, με επέκταση σε άλλες μητροπολιτικές περιοχές τις επόμενες εβδομάδες. Οι πελάτες συνδυάζουν τρόφιμα και άλλα προϊόντα σε μία παραγγελία, με παράδοση σε παράθυρο δύο ή τεσσάρων ωρών, ενώ τα ευαίσθητα στη θερμοκρασία προϊόντα έρχονται σε μονωτική, ανακυκλώσιμη συσκευασία.

INFO

Παράδοση για μέλη Prime (παράθυρο 4 ωρών): δωρεάν από €29, αλλιώς €3,99
Παράδοση χωρίς Prime: €9,99 (4 ώρες), €10,99 (2 ώρες)

SECRETRECIPE

Η μεγάλη μάχη για το αλάτι της χώρας με τα πτωτικά κέρδη

Οι επτά διεκδικητές για τις Ελληνικές Αλυκές αναμένεται να καταθέσουν τις δεσμευτικές τους προσφορές τον Απρίλιο, αποκαλύπτοντας τις προθέσεις τους. Τα οικονομικά στοιχεία, που θα δουν στο data room, παρουσιάζουν μια μεικτή - και μάλλον προβληματική - εικόνα: Πωλήσεις, που συρρικνώνουν τα κέρδη (Τζίρος +27%, κερδοφορία -21%), αποθέματα €6,8 εκατ., πάνω από τον ετήσιο κύκλο εργασιών, αλλά μειωμένα ταμειακά διαθέσιμα στα €602.00. Οι ενδιαφερόμενοι επενδυτές είναι η ΚΑΛΑΣ, η Mantis Trading, η Meccanica Group, η ιταλική SOSALT, καθώς και οι συμπράξεις Μ.Π. Θεοδώρου–Salinity Group, Πίτσιας–Κωνσταντόπουλος και Unisel–Χιών.

Editorial

Ο πόλεμος είναι αμερικάνικος, ο λογαριασμός (πάντα) ευρωπαϊκός

Στις ΗΠΑ ο πόλεμος με το Ιράν έχει γίνει, πριν απ' όλα, ζήτημα αντλίας. Η βενζίνη ήταν κάτω από τα $3 το γαλόνι πριν από τις 28 Φεβρουαρίου. Πέρασε τα $4 μέσα σε έναν μήνα, έφτασε στα $4,56 τον Μάιο και ξανάρχισε να ανεβαίνει κάθε φορά που άναβαν ξανά οι εχθροπραξίες. Ο πληθωρισμός ανέβηκε σε υψηλό τριετίας. Η αποδοχή του Donald Trump πλησιάζει ιστορικό χαμηλό, ανεξάρτητα από το αποτέλεσμα των ενδιάμεσων εκλογών (όταν γραφόταν το κείμενο, δεν είχε γίνει γνωστό αυτό). Σε κάθε περίπτωση, οι Αμερικανοί ψήφισαν χθες με το πρατήριο στο μυαλό τους. Και, ως γνωστόν, για έναν πρόεδρο, που υποσχέθηκε φθηνή ενέργεια, αυτό είναι πολιτικό πρόβλημα πρώτου μεγέθους.

Αυτή είναι η μισή ιστορία. Την άλλη μισή, τη διηγείται ο Javier Blas στο Bloomberg, και είναι πολύ πιο ευχάριστη για την Ουάσιγκτον.

Το πετρέλαιο είναι παγκόσμιο εμπόρευμα. Όταν κλείνουν τα Στενά του Ορμούζ, το βαρέλι ακριβαίνει παντού, στο Τέξας, όπως και στον Πειραιά.

Το φυσικό αέριο, όμως, δεν ταξιδεύει τόσο εύκολα. Για να διασχίσει έναν ωκεανό πρέπει να ψυχθεί στους -162 βαθμούς, να υγροποιηθεί και να φορτωθεί σε ειδικά πλοία, μέσα από μονάδες, που κοστίζουν έως $10 δισ. η καθεμία. Γι' αυτό η αγορά αερίου παραμένει περιφερειακή. Και, στη δική τους περιφέρεια, οι Αμερικανοί κάθονται πάνω σε ένα από τα πιο γενναιόδωρα γεωλογικά αποθέματα του πλανήτη, που η… επανάσταση του σχιστολιθικού αερίου έκανε εκμεταλλεύσιμο εδώ και δύο δεκαετίες. Οι αριθμοί είναι σχεδόν προκλητικοί. Ο Ευρωπαίος και ο Ασιάτης αγοραστής πληρώνουν σήμερα πάνω από $30 ανά mBtu, δηλαδή, στη μονάδα που μας είναι πιο οικεία, πάνω από €90 η μεγαβατώρα. Ο Αμερικανός πληρώνει περίπου $3. Την περασμένη εβδομάδα, εν μέσω της "μεγαλύτερης ενεργειακής κρίσης της ιστορίας", η αμερικανική τιμή έπεσε για λίγο στα $2,5, χαμηλό διετίας.

Ο Καναδάς είναι ακόμη χαμηλότερα, στο $1,5. Η ψαλίδα των 12 προς 1 δεν είχε ανοίξει ποτέ τόσο πολύ: Ούτε το 2022 με την Ουκρανία ούτε μετά την Φουκουσίμα.

Αυτό δεν αφορά μόνο όσους μαγειρεύουν με αέριο. Στις Ηνωμένες Πολιτείες, σχεδόν μισά νοικοκυριά ζεσταίνονται με φυσικό αέριο, άρα ο αμερικανικός χειμώνας δεν θα είναι ασυνήθιστα σκληρός. Επιπλέον, οι μονάδες φυσικού αερίου καθορίζουν συχνά την τιμή του ρεύματος, άρα το φθηνό αέριο σημαίνει και φθηνότερο ρεύμα.

Μελέτη του Berkley υπολογίζει ότι, από το 2007, το σχιστολιθικό αέριο έχει εξοικονομήσει στην αμερικανική οικονομία έως $4,3 τρισεκατομμύρια, σε σχέση με όσα πλήρωναν Ευρωπαίοι και Ιάπωνες. Μόνο για το 2026, ο Blas εκτιμά άλλα $400 δισ. Ο Αμερικανός, λοιπόν, πληρώνει ακριβά στην αντλία, αλλά κερδίζει στον λογαριασμό θέρμανσης και ρεύματος. Ας κάνουμε τώρα τον ίδιο λογαριασμό για την Ευρώπη.

Στη βενζίνη και στο ντίζελ, πληρώνουμε την ίδια παγκόσμια άνοδο με τους Αμερικανούς. Μάλιστα την πληρώνουμε πάνω σε τιμές, που οι φόροι ήδη φουσκώνουν, με αποτέλεσμα κάθε άνοδος του Brent να γίνεται στο ελληνικό πρατήριο αφορμή για συζήτηση γύρω από το τραπέζι της κουζίνας. Στο φυσικό αέριο πληρώνουμε δεκαπλάσια από τους Αμερικανούς. Στο ρεύμα, επειδή το ευρωπαϊκό μοντέλο αφήνει το αέριο να καθορίζει την οριακή τιμή, το κόστος περνάει αυτούσιο στον λογαριασμό. Στη βιομηχανία, η χαλυβουργία, τα λιπάσματα και τα τρόφιμα καλούνται να ανταγωνιστούν αμερικανούς ομολόγους, που αγοράζουν την ίδια πρώτη ύλη με το ένα δέκατο της τιμής.

Υπάρχει και μια ακόμη ειρωνεία. Ένα μέρος του αερίου, που αγοράζει η Ευρώπη, είναι αμερικανικό LNG. Οι ΗΠΑ εξάγουν ρεκόρ ποσοτήτων και κερδίζουν πελάτες από το Κατάρ και τους υπόλοιπους παραγωγούς του Κόλπου που πλήττονται από τον πόλεμο. Η Αμερική δηλαδή κερδίζει δύο φορές: Απολαμβάνει φθηνό αέριο στο εσωτερικό και πουλάει στο εξωτερικό σε τιμές κρίσης. Η Ευρώπη πληρώνει δύο φορές: την κρίση και τον προμηθευτή που επωφελείται από αυτήν.

Ο Trump, προς τιμήν του, το είπε ξεκάθαρα σε συγκέντρωση τον Οκτώβριο: "Βγάζουμε μια τεράστια περιουσία". Θα μπορούσαμε να προσθέσουμε και τη συνέχεια: "Και δεν μας νοιάζει ποιος πληρώνει τη διαφορά".

Το έργο το έχουμε ξαναδεί. Το 2022 η Ευρώπη πλήρωσε την ενεργειακή αυτονόμηση από την Ρωσία, με τις ευλογίες και τα φορτία LNG της Ουάσιγκτον. Το 2026 πληρώνει έναν πόλεμο, που δεν αποφάσισε, δεν διεξάγει και στις αποφάσεις του οποίου δεν έχει λόγο.

Η TotalEnergies μάς καθησυχάζει ότι αέριο αυτόν τον χειμώνα θα υπάρχει, απλώς θα κοστίσει ακριβότερα.

Η Αθήνα ζητά - και ορθώς - ευελιξία από τη ρήτρα διαφυγής για να στηρίξει τα νοικοκυριά. Οι Βρυξέλλες, όπως πάντα, μελετούν.

Ο ευρωπαϊκός ενεργειακός σχεδιασμός μοιάζει να ακολουθεί έναν σταθερό κανόνα: Κάθε κρίση τη ζούμε ως έκπληξη και κάθε λογαριασμό τον πληρώνουμε σαν να ήταν μοιραίος.

Το συμπέρασμα δεν είναι ότι φταίει η Αμερική επειδή έχει σχιστόλιθο, ούτε ότι η Ευρώπη θα βρει αύριο το δικό της Τέξας. Είναι ότι, όσο η Ευρώπη αγοράζει την ενεργειακή της ασφάλεια από άλλους, θα πληρώνει τις κρίσεις των άλλων. Και, αν κρίνουμε από τα τελευταία τέσσερα χρόνια, θα τις πληρώνει πάντα ακριβότερα από αυτούς, που τις προκάλεσαν.

Ο Αμερικανός ψηφοφόρος θα τιμωρήσει, ενδεχομένως, στις ενδιάμεσες τον Trump για τη βενζίνη. Ο Ευρωπαίος δεν έχει κάλπη στην οποία να ψηφίσει γι' αυτόν τον πόλεμο.

Έχει μόνο λογαριασμούς: Της αντλίας, του αερίου και του ρεύματος.

Απλά πράγματα.

Νεκτάριος Β. Νώτης
nectarios@notice.gr

FNB SERVED DAILY. ΤΟ ΚΑΘΗΜΕΡΙΝΟ ΨΗΦΙΑΚΟ NEWSLETTER ΓΙΑ ΤΟΝ ΚΛΑΔΟ ΤΡΟΦΙΜΩΝ ΚΑΙ ΠΟΤΩΝ
Τιμή συνδρομής: 300€ + Φ.Π.Α./έτος

Με τη συνεργασία του Total Food Service

TÜV AUSTRIA ISO 27001:2013 No: 20201210005985
TÜV AUSTRIA ISO 22301:2019 No: 20000210005984

NOTICE CONTENT & SERVICES
Βαλαωρίτου 9, 106 71 Κολωνάκι, Τ. 210 3634061

Εκδότης - Διευθυντής: Νεκτάριος Β. Νώτης | **Διευθυντής Σύνταξης:** Μάκης Αποστόλου | **Αρχισυντάκτης:** Γιάννης Παλιούρης | **Sales Executive:** Ιφιγένεια Καραντώνη | **Project Director:** Μαρία Σταμένη
Συνδρομές - Διεύθυνση Λειτουργίας: Σύλια Τσιρτσίκου | **Executive Assistant** Λίνα Κοντοβάιου | **Digital Art Director:** ArDiDesign | **Τεχνική Υποστήριξη:** Θανάσης Βιρβίλης
Πληροφορίες - Συνδρομές: sylia@notice.gr, **Δελτία τύπου:** media@notice.gr