

Απορροφούμε τον

~~ΦΠΑ~~

Εσπίνος φύλλο	1 Kg	1,89	1,64
Φασόλια γίγαντες	750 g	2,29	1,95
Φασόλια λαβράκι	1 Kg	2,39	2,42
Σπρουγιά φασολίνα Ήλιος	1 Kg	2,49	1,87
Σπρουγιά φολιά φασολίνα	1 Kg	1,79	1,55
Αραπιάς	1 Kg	2,49	1,69
Αραπιάς Γέλλος	1 Kg	2,49	1,99
Αραπιάς με αγνιάρες	1 Kg	2,49	3,12
Μπαμπιά	1 Kg	3,49	3,12
Μπαμπιά extra	1 Kg	5,49	4,48
Μπαμπιά Αλεξανδρινή	750g	3,49	2,82
Ανάμικτα λαχανικά	1 Kg	1,69	1,64
Αγνιάρες πάτσι	750 g	2,49	2,77
Ρεβύθια προφασμένα	600 g	2,49	2,16

Ζυμαρικά λινγκουί	500g	0,95	0,51
Καφέ μακαρόνια	500g	0,42	0,33
Ζυμαρικά τρεντίνγκε	1kg	1,42	1,03
Καθαρά μέτρο	1kg	0,42	1,06
Ζυμαρικά τριπέλι	500g	0,42	0,53
Ζυμαρικά spaghetti No. 6	1kg	0,42	0,94

Από 20.03. έως 19.04.

Απορροφούμε τον ΦΠΑ
σε επιλεγμένα
κατεψυγμένα λαχανικά
και **ζυμαρικά**
για τη **Σαρακοστή**



Βρες **όλα τα προϊόντα**
στα καταστήματα Lidl
ή στο **lidl-hellas.gr**





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 02 ΑΠΡΙΛΙΟΥ 2025
ΤΕΥΧΟΣ 2083

Editorial

Δύο ταχύτητες

Debrief

Είναι ζήτημα... πίτας

Business Insight

ΟΛΠ: Τα ρεκόρ,
ο μεθοδικός αγοραστής
και οι γεωπολιτικές εξελίξεις

Business Maker

- Η ολική επαναφορά των KFC και η στάση(:) στον θεσσαλικό κάμπο
- Μέχρι την Ελλάδα έφθασαν οι Αμερικανοί για... αυγά!

SecretRecipe

Νέο Spit Jack στο Golden Hall



• ΜΑΣΟΥΤΗΣ-ΚΡΗΤΙΚΟΣ

Μπαίνει στο... club των €2 δισ.
και διεκδικεί τη δεύτερη θέση



• VENUS GROWERS

Πωλήσεις €115,5 εκατ
με ρεκόρ παραγωγής το 2024
- Νέα επένδυση άνω των €7 εκατ. για κτιριακά



• HALCYON EQUITY PARTNERS

Επενδύει στον όμιλο Ergon
- Ακολουθεί και νέα επένδυση στην κατηγορία των τροφίμων



• THE FOOD INDUSTRY ASSOCIATION

Πώς οι retailers μπορούν να προσελκύσουν περισσότερες δαπάνες στο τμήμα θαλασσιών



Βρες όλα τα προϊόντα στα καταστήματα Lidl ή στο lidl-hellas.gr



Από 20.03. έως 19.04.

Απορροφούμε τον ΦΠΑ

σε επιλεγμένα

κατεψυγμένα λαχανικά

και **ζυμαρικά**

για τη **Σαρακοστή**



Αν μπορούσε η χάρτινη συσκευασία εκτός ψυγείου να **χάσει** το στρώμα αλουμινίου;

Με τη λύση της SIG Terra alu-free
μπορείτε να έχετε ένα ασηπτικό
κουτί για υγρά από υπεύθυνη
προέλευση χαρτιού **χωρίς**
στρώμα αλουμινίου. Ένα ακόμα
βήμα για μια βιώσιμη
συσκευασία.



for better



Για περισσότερες πληροφορίες www.europack.gr

• F&B

ΤΑ... ΕΞΩΦΡΕΝΙΚΑ ΛΑΝΣΑΡΙΣΜΑΤΑ, ΣΑΝ ΠΡΩΤΑΠΡΙΛΙΑΤΙΚΗ ΦΑΡΣΑ

Πρωταπριλιά χθες και, όπως κάθε χρόνο, οι εταιρείες παγκοσμίως επιδόθηκαν σε... εξωφρενικές ανακοινώσεις προϊόντων. Ωστόσο, μερικές ασυνήθιστες ιδέες - εκτός Πρωταπριλιάς - δεν αποτελούν πάντοτε φάρσα, αλλά προσπάθεια να κερδίσουν μερίδιο αγοράς εν μέσω των μεταβαλλόμενων καταναλωτικών προτιμήσεων. Ακολουθούν μερικές καινοτομίες, τόσο απροσδόκητες, που θα μπορούσαν οι καταναλωτές να τις περάσουν ως... φάρσα.

ΚΑΡΑΜΕΛΑ ΜΕ ΓΕΥΣΗ ΣΟΥΠΑΣ



Το brand της General Mills παρουσίασε τον Ιανουάριο το Soup Drops, κοτόσουπα σε μορφή καραμέλας. Το Soup Drops απευθύνεται στην ανάγκη μια γρήγορης σούπας για όσους είναι άρρωστοι και δυσκολεύονται να μαγειρέψουν, ενώ παρουσιάζεται και ως η απόλυτη εναλλακτική για όσους δεν θέλουν να μεταφέρουν ένα μπολ κλασικής σούπας μαζί τους. Το προϊόν θυμίζει τη γεύση της σούπας κοτόπουλου με κυλοπίτες της Progresso, ενσωματώνοντας στοιχεία, όπως ζωμό, λαχανικά και κοτόπουλο σε μορφή σκληρής καραμέλας.

LUXURY ΑΝΑΝΑΣ \$395



Σε μια ρεαλιστική απεικόνιση των προϊόντων διατροφών ως είδος πολυτελείας, η Del Monte παρουσίασε σαν έργο τέχνης τον ανανά Rubyglow, έναντι \$395. Ο πανάκριβος ανανάς αναπτύχθηκε μετά από

16 χρόνια έρευνας στην Κόστα Ρίκα, έχει γεύση τροπικού φρούτου, ενώ εξωτερικά είναι κόκκινος. Ωστόσο, αυτό που τον κάνει ξεχωριστό είναι η σπανιότητά του, καθώς παράγεται μόνο σε μερικές χιλιάδες ετησίως.

ΕΤΟΙΜΑ ΓΕΥΜΑΤΑ ΓΙΑ 18+



Τον Οκτώβριο του 2024 λανσαρίστηκαν τα έτοιμα γεύματα Pepper X, εμπλουτισμένα "με το πιο καυτό τσίλι στον κόσμο", τα οποία απευθύνονται μόνο σε ενήλικες. Πιο καυτερά κατά...53.000% από μια πιπεριά jalapeno, τα γεύματα έχουν τόσο έντονη γεύση, που η Iceland Foods έθεσε τον περιορισμό κατανάλωσης 18+.

ΚΡΕΜΑ ΠΡΟΣΩΠΟΥ ΑΠΟ DRESSING ΣΑΛΑΤΑΣ



Η Nando's εισήλθε στην αγορά της περιποίησης της επιδερμίδας με την Extra Creamy Face Cream, η οποία αντλεί την έμπνευσή της από το dressing της εταιρείας για σαλάτες.

Η νέα κρέμα προσώπου είναι εμπλουτισμένη με σκόρδο και μαύρο πιπέρι - συστατικά που δεν συνδέονται με τη ρουτίνα περιποίησης του δέρματος - και υπόσχεται λείο και απαλό δέρμα, χάρη στις αντιγηραντικές και αντιμυκητιασικές ιδιότητες του

σκόρδου, ενώ το μαύρο πιπέρι προσφέρει απολέπιση και φωτεινότητα στο δέρμα.

ΤΕΤΡΑΓΩΝΑ DORITOS



Η Doritos έφερε τα πάνω κάτω στον κόσμο των snacks με τα limited edition τσιπς σε τετράγωνο σχήμα. Αν και οι καταναλωτές ανησύχησαν, τα τσιπς της εταιρείας δεν θα αλλάξουν, καθώς το λανσάρισμα συνδέεται με την κυκλοφορία της ταινίας A Minecraft Movie.

ΑΥΓΑ ΑΠΟ ΤΗΝ ORDINARY



Σε μια απροσδόκητη κίνηση, η μάρκα περιποίησης δέρματος The Ordinary, εισήλθε στην αγορά των αυγών. Καθώς η τιμή των αυγών έχει ανέβει λόγω της γρίπης των πτηνών, η εταιρεία κάνει λογοπαίγνιο με το όνομά της υποσχόμενη αυγά σε "κανονικές" (ordinary) τιμές.

Βέβαια, η εταιρεία λάνσαρε τα αυγά ταγκάρωντας στα social media γνωστούς φαρσέρων ΗΠΑ, οπότε παραμένει μυστήριο, εάν πρόκειται για κόλπο marketing ή φάρσα.

ΑΠΟ ΤΟ ΓΙΑΟΥΡΤΙ ΣΤΟ ΜΟΣΧΑΡΙ



Τον Μάρτιο, η Yeo Valley Organic έκανε ένα απροσδόκητο βήμα στον τομέα του κρέατος, με το λανσάρισμα των νέων μπιφτεκίων βιολογικού μοσχαρίσιου βοείου κρέατος ελευθέρως βοσκής. Πρόκειται για

μία ασυνήθιστη κίνηση από τη μεγαλύτερη μάρκα βιολογικού γιαουρτιού του Ηνωμένου Βασιλείου, που έχει τις ρίζες της στα γαλακτοκομικά προϊόντα.

ΕΝΑ... ΤΡΟΜΑΚΤΙΚΟ ΜΕΙΓΜΑ ΣΑΛΤΣΑΣ



Η Kraft Heinz μπήκε στο πνεύμα του Halloween πέρυσι, λανσάροντας μια περιορισμένη έκδοσης "τρομακτική σάλτσα εποχής", σε συνεργασία με τη Monster

Munch. Η Heinz Scarily Good Monster Munch Mayo συνδυάζει την πικάντικη γεύση του Pickled Onion Monster Munch με την απαλή γεύση της Heinz Mayo.

ΓΛΥΚΙΑ ΚΑΙ ΠΙΚΑΝΤΙΚΗ ΓΕΥΣΗ ΑΠΟ ΤΗΝ DOUGHLICIOUS



Η Doughlicious πειραματίζεται με την τάση swicy, λανσάροντας σε συνεργασία με την PepsiCo, το Extra Flamin' Hot Cookie Dough & Gelato Bites. Πρόκειται για snack που συνδυάζει 2 εντελώς αντίθετες γεύσεις, τη γλυκιά και την πικάντικη.

• ΜΑΝΙΟΣ

ΣΤΗΝ ΑΒ ΒΑΣΙΛΟΠΟΥΛΟΣ ΣΧΕΔΟΝ ΤΟ 50% ΤΟΥ ΤΖΙΡΟΥ ΤΗΣ - ΠΕΡΙΟΡΙΣΜΕΝΕΣ ΕΞΑΓΩΓΕΣ ΣΕ ΒΑΛΚΑΝΙΑ & ΤΟΥΡΚΙΑ

Σχεδόν το 50% του συνολικού κύκλου εργασιών της διαθέτει στην ΑΒ Βασιλόπουλος η εταιρεία νωπών αλιευμάτων Μανιός. Οι δύο



Γιάννης Μανιάς, Συνιδρυτής, Μανιάς

εταιρείες, όπως εξήγησε ο Brand President της αλυσίδας, Νίκος Λαβίδας, σε επίσημη επίσκεψη στις εγκαταστάσεις της εταιρείας στην Ιχθυόσκαλα της Καβάλας, διατηρούν στρατηγική συνεργασία εδώ και 14 χρόνια στην κατηγορία των ελεύθερων νωπών αλιευμάτων (σαρδέλα, γαύρο, μπακαλιάρο, κουτσομούρα κ.λπ).

Όπως αναφέρει στο Fnb Daily ένας εκ των ιδιοκτητών της εταιρείας, ο Γιάννης Μανιάς, έχει αποκλειστική συνεργασία με 15 αλιευτικά σκάφη, τα οποία προμηθεύουν την εταιρεία με φρέσκα αλιεύματα.

Αυτά επιλέγονται από την Μανιάς και μεταφέρονται σε ιχθυοκιβώτια στις αποθηκευτικές εγκαταστάσεις της ΑΒ Βασιλόπουλος στην Σίνδο και στα Οινόφυτα. Μέρος της παραγωγής της Μανιάς διατίθεται στην τοπική αγορά της Καβάλας και της Βορείου Ελλάδος, συνολικά. Παράλληλα, όπως πρόσθεσε στο Fnb Daily, μικρό μέρος του τζίρου πραγματοποιείται από αγορές του εξωτερικού, κυρίως στα Βαλκάνια και την Τουρκία.

ΕΜΦΑΣΗ ΣΤΟ ΨΑΡΙ

Η ΑΒ Βασιλόπουλος διαθέτει πάγκο νωπών ψαριών (ψαριέρες) σε περίπου 150 καταστήματα του δικτύου της, και όπως σημειώνει η Senior Category Manager Fresh Meat

& Fish της ΑΒ Βασιλόπουλος, Ζέτα Τζιορίδου, ο τζίρος των ψαριών στο συνολικό κύκλο εργασιών της ΑΒ Βασιλόπουλος είναι σημαντικός. Όπως ανέφερε δίνεται έμφαση στη συγκεκριμένη κατηγορία, γιατί δημιουργεί πιστότητα στον καταναλωτή.

Η ΙΧΘΥΟΣΚΑΛΑ

Σύμφωνα με τα όσα δήλωσε στο Fnb Daily ο Διευθύνων Σύμβουλος του ΟΚΑΑ, Απόστολος Αποστολάκος, η Ιχθυόσκαλα της Καβάλας καταλαμβάνει έκταση 10.849,80 τ.μ. και σε αυτή δραστηριοποιούνται 34 επιχειρήσεις που διενεργούν χονδρικές πωλήσεις αλιευμάτων. Οι αγοραστές ανέρχονται στους 150 και εκπροσωπούν ιχθυοπωλεία, λαϊκές, χώρους εστίασης και εργοστάσια.

Πέρυσι διακινήθηκαν από τις εγκαταστάσεις της Ιχθυόσκαλας Καβάλας 8.365 τόνοι αλιευμάτων, από τα οποία 7.345 τόνοι ήταν εγχώρια. Η αξία των αλιευμάτων που διακινήθηκαν από την Ιχθυόσκαλα, ανήλθε πέρυσι σε €30,5 εκατ., ενώ η αξία των εγχώριων αλιευμάτων ήταν κοντά στα €26 εκατ. Συνολικά πέρυσι διακινήθηκαν στην Ιχθυόσκαλα Καβάλας 1 εκατ. ιχθυοκιβώτια.

Στέλλα Αυγουστάκη
stella@notice.gr

• **ΚΤΗΜΑ ΒΙΒΛΙΑ ΧΩΡΑ ΠΟΥ ΟΦΕΙΛΕΤΑΙ Η ΠΤΩΣΗ ΟΓΚΟΥ ΕΞΑΓΩΓΩΝ ΚΑΤΑ 13% ΣΤΟ Α' ΤΡΙΜΗΝΟ - ΕΤΟΙΜΑΖΕΙ ΕΠΕΝΔΥΣΕΙΣ €2,3 ΕΚΑΤ. ΣΤΟ ΚΟΚΚΙΝΟΧΩΡΙ**

Νέο κύκλο επενδύσεων, €2,3 εκατ., ετοιμάζεται να υλοποιηθεί στο Κτήμα Βιβλία Χώρα, όπως εξήγησε στο Fnb Daily ο οινολόγος Βασίλης Τσακτσαρλής, που μαζί με τον Βαγγέλη Γεροβασιλείου δημιούργησαν το Κτήμα το 1998. Το Κτήμα, πρόκειται να καταθέσει αίτημα στο νέο πρόγραμμα "Στήριξη για επενδύσεις στη μεταποίηση, εμπορία ή και ανάπτυξη γεωργικών προϊόντων" του Υπουργείου Αγροτικής Ανάπτυξης, προκειμένου να δημιουργήσει εντός του Κτήματος στο Κοκκινοχώρι επιπλέον αποθηκευτικούς χώρους και να εγκαταστήσει νέο μηχανολογικό εξοπλισμό. Ακόμα, θα εξετάσει και τη δημιουργία ενός επιπλέον κτιρίου μηχανημάτων.



ΟΙ ΤΡΕΙΣ ΠΑΡΑΓΟΝΤΕΣ ΠΟΥ ΕΠΗΡΕΑΖΟΥΝ ΤΟ ΤΡΙΜΗΝΟ

Στο τρίμηνο το Κτήμα καταγράφει πτώση 13% σε όγκο εξαγωγών, γεγονός που, σύμφωνα με τον κ. Τσακτσαρλή οφείλεται σε τρεις βασικούς παράγοντες:

- την κατάσταση που διαμορφώνεται στην Αμερική λόγω των δασμών Trump
- την ύφεση που παρατηρείται στην Γερμανία
- τη μείωση ζήτησης για premium κρασιά στην Ελλάδα

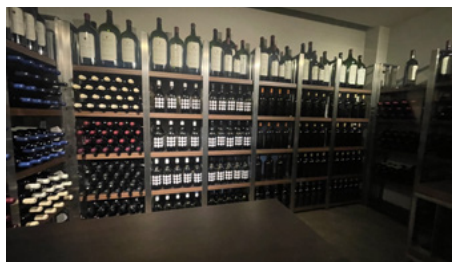
ΕΩΣ 28% ΤΟΥ ΟΓΚΟΥ ΣΤΙΣ ΕΞΑΓΩΓΕΣ

Η Αμερική και η Γερμανία είναι οι πρώτες χώρες για το δίκτυο εξαγωγών της Βιβλία Χώρα, σύμφωνα με τον κ. Τσακτσαρλή. Συνολικά, το Κτήμα εξάγει το 26%-28% της ετήσιας παραγωγής.

Πέρα από Αμερική και Γερμανία, ισχυρή είναι η παρουσία και σε Ευρώπη γενικότερα αλλά και Ασία (Σιγκαπούρη, Κορέα κ.α.).

Η ΣΥΝΕΡΓΑΣΙΑ ΜΕ ΤΗΝ ΑΒ ΒΑΣΙΛΟΠΟΥΛΟΣ

Το Κτήμα παράγει σε ετήσια βάση περίπου 800.000 φιάλες που αντιστοιχούν σε 13 διαφορετικές ετικέτες. Η μεγαλύτερη παραγωγή αντιστοιχεί στο Κτήμα Λευκό, έπειτα ακολουθεί το Κτήμα Ερυθρός και την πρώτη τριάδα κλείνει το Κτήμα Ροζέ. Από εκεί και πέρα οι ακολουθούν οι υπόλοιπες ετικέτες, στις οποίες αντιστοιχούν από 2.000 έως 30.000 φιάλες. Το Κτήμα Βιβλία Χώρα διατηρεί συνεργασία με την ΑΒ Βασιλόπουλος, που διαθέτει μια κάβα 500 κωδικών. Όπως εξηγεί η ομάδα της εται-



ρείας στο Fnb Daily, η ΑΒ Βασιλόπουλος έχει τη μεγαλύτερη κάβα μεταξύ των retailers, ενώ απορροφά τη μεγαλύτερη ποσότητα μεταξύ των συνεργασιών του Κτήματος.

ΣΤΑ €13 ΕΚΑΤ. ΟΙ ΠΩΛΗΣΕΙΣ ΤΟ 2024

Αξίζει να αναφερθεί ότι η προηγούμενη χρονιά έκλεισε με πωλήσεις κοντά στα €13 εκατ. για το Κτήμα Βιβλία Χώρα. Όπως είπε ο κ. Τσακτσαρλής, η σοδειά του 2022 επηρεάστηκε από χαλάζι, γεγονός που οδήγησε σε σημαντική αύξηση πωλήσεων το 2023, οπότε ο κύκλος εργασιών είχε ανέλθει στα €11,73 εκατ.

Στέλλα Αυγουστάκη
stella@notice.gr



Rogier Leliveld, Chief Client Officer, WPP (Ολλανδία) & Επικεφαλής παγκόσμιου τμήματος πελατών Heineken, WPP

• **HEINEKEN Η WPP GLOBAL SHOPPER MARKETING ΚΑΙ COMMERCE PARTNER**

Την WPP ως παγκόσμιο shopper marketing και commerce partner επέλεξε η Heineken, επιδιώκοντας να αξιοποιήσει τις λύσεις marketing που βασίζονται στην Τεχνητή Νοημοσύνη για τα brands της.

Ομάδα της WPP, με επικεφαλής την VML Amsterdam, θα αξιοποιήσει το λειτουργικό σύστημα της εταιρείας, WPP Open, που βασίζεται στην AI και παρέχει δημιουργικές end-to-end λύσεις εμπειρίας μάρκας και εμπορίου.

ΣΤΟΧΟΣ Η ΕΝΙΣΧΥΣΗ ΤΗΣ ΠΑΡΟΥΣΙΑΣ

Στο πλαίσιο της συνεργασίας η WPP θα συνεργαστεί με την παγκόσμια ομάδα της Heineken για την ενίσχυση της παρουσίας της μάρκας στα καταστήματα και στα μπαρ, στις στρατηγικές ecommerce και στη βελτιστοποίηση της εμπειρίας του καταναλωτή. Επιπλέον, η ομάδα θα επικεντρωθεί στην ανάπτυξη ολοκληρωμένων εμπειριών για τους καταναλωτές γύρω από διοργανώσεις, όπως η Formula 1, το UEFA Champions League, καθώς και live events.

• **HALCYON EQUITY PARTNERS**

ΕΠΕΝΔΥΕΙ ΣΤΟΝ ΟΜΙΛΟ ERGON - ΑΚΟΛΟΥΘΕΙ ΚΑΙ ΝΕΑ ΕΠΕΝΔΥΣΗ ΣΤΗΝ ΚΑΤΗΓΟΡΙΑ ΤΩΝ ΤΡΟΦΙΜΩΝ

Επένδυση μειοψηφικού ποσοστού στον όμιλο Ergon ανακοίνωσε το Halcyon Equity Partners S.C.A SICAR (Halcyon Equity Partners), επιβεβαιώνοντας το ρεπορτάζ του BnB Daily στις 27/3 για νέα επενδυτική κίνηση μετά την εισαγωγή στην Wheelsys.

Όπως αναφέρουν στο Fnb Daily στελέχη κοινά στη διοικητική ομάδα της Halcyon Equity Partners, η συγκεκριμένη επένδυση στα τρόφιμα αποτελεί την πρώτη του fund, αλλά όχι και την τελευταία.

Το Halcyon Equity Partners - που έχει επενδύσει και στο ελληνικό lifestyle brand Zeus+Δίοπε, στα μέσα του προηγούμενου Δεκεμβρίου - έχοντας υπό διαχείριση κεφάλαια που ξεπερνούν τα €170 εκατ., πρόκειται να ανακοινώσει και νέα επένδυση στην κατηγορία των τροφίμων, εντός του α' εξαμήνου.

Η ΕΠΕΝΔΥΣΗ ΣΤΗΝ ERGON

Η Ελένη Μπαθιανάκη, Managing Partner του Halcyon Equity Partners υπογράμμισε στην ανακοίνωση για την επένδυση ότι η στήριξη του Halcyon Equity Partners στοχεύει στο να αναπτύξει και αναδείξει το Ergon σε παγκόσμιο σημείο αναφοράς για τη μεσογειακή κουλτούρα.

Αναλυτικά, το Halcyon Equity Partners θα διαδραματίσει ενεργό ρόλο στην επιτάχυνση της παγκόσμιας ανάπτυξης της Ergon, προσφέροντας αναπτυξιακά κεφάλαια για το άνοιγμα νέων καταστημάτων Ergon Agoras και Ergon House σε Ελλάδα και εξωτερικό, με έμφαση στην Ευρώπη και την Μέση Ανατολή. Παράλληλα, θα συμβάλλει:

- στην ενίσχυση της λειτουργικής αποδοτικότητας
- στην οργάνωση της διοικητικής δομής και
- στη δημιουργία στρατηγικών συνεργασιών που θα υποστηρίξουν τη μακροπρόθεσμη διεθνή ανάπτυξη και θα ανοίξουν νέες πηγές εσόδων

ERGON

Με παρουσία σε Ελλάδα, Κύπρο, Μέση Ανατολή και Ηνωμένο Βασίλειο, η Ergon συνεχίζει να επεκτείνεται διεθνώς, υλοποιώντας ποικίλα επιχειρηματικά concepts υπό μία ενιαία ταυτότητα, βασισμένη σε ένα ευέλικτο επιχειρηματικό μοντέλο και ένα αναπτυσσόμενο οικοσύστημα από sub-brands:

- ERGON Originals
- 72H
- Balboa
- FMCG brands (The Serras, Naked Swim, Eddy και Hero)

ΤΑ ΦΕΤΙΝΑ OPENINGS

Ο Συνιδρυτής και CEO του ομίλου Ergon Foods, Θωμάς Δούζης, ανέφερε ότι η εν λόγω συνεργασία δίνει τη δύναμη και την ώθηση στον όμιλο να φτάσει ακόμη πιο ψηλά. "Η συνεργασία μας με το Halcyon Equity Partners δεν αφορά μόνο την ανάπτυξη· βασίζεται σε μια κοινή φιλοσοφία, κοινό πάθος και μια αυθεντική σύνδεση με τους ανθρώπους πίσω από το όραμα. Μαζί, δίνουμε ώθηση στην παγκόσμια επέκταση της Ergon, φέρνοντας τα αυθεντικά μεσογει-

κά μας προϊόντα, τα εμβληματικά Agoras και τα ξεχωριστά ξενοδοχειακά μας εγχειρήματα, Ergon Houses, σε εμβληματικές τοποθεσίες ανά τον κόσμο. Ανυπομονώ για τη συνέχεια του ταξιδιού", τόνισε μεταξύ άλλων. Επιπλέον, υπογράμμισε στο Fnb Daily ότι φέτος η Ergon Group έχει προγραμματίσει να ανοίξει:

- ERGON Agora Dubai τον Ιούνιο
- ERGON House Ερμού τον Ιούνιο
- ERGON Deli Doha το β' εξάμηνο
- ERGON Deli Bahrain το β' εξάμηνο
- ERGON Deli London το β' εξάμηνο

Παράλληλα, η εταιρεία εξετάζει και διάφορα ακόμα projects για το τέλος του β' εξαμήνου, του 2025 σε Ευρώπη και Μέση Ανατολή, τα οποία για την ώρα δεν είναι ανακοινώσιμα.

ΦΕΤΟΣ Η ΕΤΑΙΡΕΙΑ ΣΥΜΜΕΤΟΧΩΝ

Με σκοπό την καλύτερη διαχείριση και ανάπτυξη όλων των brands και concepts του ομίλου, σε όλες τις γεωγραφικές περιοχές υπό το οικοσύστημα της Ergon, η διοίκηση ετοιμάζεται να προχωρήσει στη σύσταση εταιρείας συμμετοχών. Εκτιμάται ότι το 2025 θα είναι η πρώτη χρονιά που θα δημοσιοποιήσει ενοποιημένες οικονομικές καταστάσεις. Αξίζει να αναφέρουμε ότι η προηγούμενη χρήση έκλεισε για την Ergon Group με κύκλο εργασιών €34,5 εκατ. και EBITDA €4,8 εκατ.

Στέλλα Αυγουστάκη
stella@notice.gr



Ελένη Μπαθιανάκη, Managing Partner, Halcyon Equity Partners, Θωμάς και Γιώργος Δούζης, Συνιδρυτές, Ergon

• **VENUS GROWERS**

ΠΩΛΗΣΕΙΣ €115,5 ΕΚΑΤ. ΜΕ ΡΕΚΟΡ ΠΑΡΑΓΩΓΗΣ ΤΟ 2024 - ΝΕΑ ΕΠΕΝΔΥΣΗ ΑΝΩ ΤΩΝ €7 ΕΚΑΤ. ΓΙΑ ΚΤΙΡΙΑΚΑ

Στην επέκταση του πελατολογίου της εκτός των ευρωπαϊκών αγορών, που αποτελούν τον κύριο προορισμό της ελληνικής κονσέρβας, προχώρησε το 2024 η Venus Growers, γεγονός που τη βοήθησε να αντισταθμίσει ως έναν βαθμό το αντίκτυπο από τις πιεσμένες - για άλλη μια χρονιά - τιμές.

ΑΝΕΒΑΣΜΕΝΟΣ Ο ΟΓΚΟΣ ΠΩΛΗΣΕΩΝ

Όπως αναφέρει στο FNB Daily ο Γενικός Διευθυντής της συνεταιριστικής κονσερβοποιίας, Στέλιος Θεοδουλίδης, ο κύκλος εργασιών ανήλθε στην περυσινή χρήση στα €115,5 εκατ., σημειώνοντας αύξηση 5% σε σχέση με το 2023. Η επίδοση αυτή οφείλεται κατά κύριο λόγο στην αύξηση του όγκου πωλήσεων, απόρροια της διεύρυνσης του δικτύου συνεργατών και αγοραστών στις αγορές που ήταν ήδη παρούσα.

Σημειωτέον ότι το 98%, σχεδόν, των πωλήσεων της Venus Growers αντιστοιχεί στις εξαγωγές. Σύμφωνα με τον κ. Θεοδουλίδη, το 2024 ήταν για την Venus Growers χρονιά-ρεκόρ σε επίπεδο παραγωγής, καθώς επεξεργάστηκε συνολικά 62.000 τόνους φρούτων - κατά κύριο λόγο συμπύρνα ροδάκινα και δευτερευόντως αχλάδια, βερίκοκα, δαμάσκηνα κ.ά.



Στέλιος Θεοδουλίδης, Γενικός Διευθυντής, Venus Growers



ΑΝΤΙΧΑΛΑΖΙΚΑ ΣΤΟΝ ΙΔΙΟΚΤΗΤΟ ΟΠΩΡΩΝΑ ΤΩΝ 300 ΣΤΡΕΜΜΑΤΩΝ

Παράλληλα, ολοκληρώθηκε ένα ακόμα έργο για την τοποθέτηση αντιχалаζικών δικτύων στον πρότυπο οπωρώνα 300 στρεμμάτων, όπου ο συνεταιρισμός εδώ και μια τριετία αναπτύσσει τη δική του καλλιέργεια αχλαδιών. Συμπεριλαμβανομένων των αρδευτικών, το κόστος της συγκεκριμένης επένδυσης ήταν της τάξης του €1 εκατ.

ΣΚΕΨΕΙΣ ΚΑΙ ΓΙΑ ΑΤΜΟΠΑΡΑΓΩΓΗ

Για το 2025 η Venus Growers δρομολογεί ένα νέο επενδυτικό project, με προϋπολογισμό €7-€8 εκατ., για την επέκταση των κτιριακών εγκαταστάσεων με προσθήκη, μεταξύ άλλων, νέων αποθηκευτικών και ψυκτικών χώρων. Στο ίδιο πρόγραμμα, όπως διευκρινίζει ο κ. Θεοδουλίδης, είναι πολύ πιθανό να συμπεριληφθεί και μια επένδυση για την κάλυψη των ενεργειακών αναγκών των εργοστασίων.

Το νέο επενδυτικό σχέδιο έχει τριετή ορίζοντα υλοποίησης και, εκτός απροόπτου, θα ξεκινήσει να υλοποιείται τη φετινή χρονιά.

Γιάννης Τσατσάκης
yannis@notice.gr

DATA (σε €χιλ.)

Κύκλος Εργασιών

2023: 110.077

2022: 96.511

Μεταβολή: 13,99%

EBIT

2023: 11.070

2022: 4.518

Κέρδη μετά από φόρους

2023: 5.664

2022: 201

ΟΛΟΚΛΗΡΩΘΗΚΕ PROJECT €5 ΕΚΑΤ. ΓΙΑ ΕΚΣΥΓΧΡΟΝΙΣΜΟ

Εξάλλου, την περυσινή χρονιά ολοκληρώθηκε επενδυτικό πρόγραμμα ύψους €5 εκατ. που είχε ενταχθεί στο μέτρο 4.2.1. του ΠΑΑ - και ξεκίνησε να υλοποιείται τρία χρόνια νωρίτερα - το οποίο αφορούσε τον εκσυγχρονισμό και την αναβάθμιση του μηχανολογικού εξοπλισμού των εργοστασίων στην Βέροια και Αλεξάνδρεια Ημαθίας.



• **ALDI (ΗΝ. ΒΑΣΙΛΕΙΟ)**

ΛΑΝΣΑΡΕΙ ΠΑΓΩΤΟ ΣΟΚΟΛΑΤΑΣ DUBAI

Τη viral τάση της σοκολάτας Dubai σε μορφή παγωτού λανσάρει η Aldi στο Ηνωμένο Βασίλειο. Το παγωτό συνδυάζει πλούσια σοκολάτα με φιστίκι σε μια τραγανή, σαν γκοφρέτα υφή, ενώ θα είναι διαθέσιμο από τις 14 Απριλίου σε συσκευασία 500ml. Σύμφωνα με την Aldi, πρόκειται για την πρώτη φορά που παγωτό σε στυλ σοκολάτας Dubai διατίθεται σε super market της χώρας, ενώ θα κοστίζει £3,99.



• **ΝΟΥΝΟΥ POWERBOWL**

ΜΕΓΑΣ ΧΟΡΗΓΟΣ ΤΟΥ 3ου ΔΙΕΘΝΟΥΣ ΗΜΙΜΑΡΑΘΩΝΙΟΥ ΠΑΤΡΑΣ

Τον 3ο Διεθνή Ημιμαραθώνιο Πάτρας ως Μέγας Χορηγός στηρίζει το ΝΟΥΝΟΥ PowerBowl, ενισχύοντας την προσπάθεια των αθλητών μέσα από τη δύναμη της σωστής διατροφής.

Στον φετινό Ημιμαραθώνιο Πάτρας, που θα διεξαχθεί στις 6 Απριλίου, το ΝΟΥΝΟΥ PowerBowl θα δώσει ενέργεια και δύναμη στους δρομείς, προάγοντας τον υγιεινό τρόπο ζωής και τον αθλητισμό.

• THE FOOD INDUSTRY ASSOCIATION

ΠΩΣ ΟΙ RETAILERS ΜΠΟΡΟΥΝ ΝΑ ΠΡΟΣΕΛΚΥΣΟΥΝ ΠΕΡΙΣΣΟΤΕΡΕΣ ΔΑΠΑΝΕΣ ΣΤΟ ΤΜΗΜΑ ΘΑΛΑΣΣΙΝΩΝ

Τις ευκαιρίες γύρω από τα θαλασσινά, και το πώς να επωφεληθούν οι retailers, προσελκύοντας τους καταναλωτές, εξετάζει νέα έκθεση του The Food Industry Association.

ΤΟ ΠΑΡΑΔΟΞΟ ΜΕ ΤΟΥΣ ΑΓΟΡΑΣΤΕΣ

Ενώ τα θαλασσινά κατέγραψαν μείωση στις πωλήσεις το 2024 στις ΗΠΑ, οι συχνοί αγοραστές τους είναι "μια εξαιρετικά επιθυμητή" πελατειακή βάση, που φέρνει ευκαιρίες ανάπτυξης στους retailers. Ο αριθμός τους έχει αυξηθεί κατά 32% τα τελευταία 5 χρόνια, ενώ -όπως σημειώνει το FMI- πρόκειται για ομάδα που ψωνίζει συχνότερα και έχει υψηλότερο εισόδημα.

BY THE NUMBERS

■ **\$23.4 billion**

Annual sales of all seafood products last year

■ **-1.2%**

Revenue growth of seafood in 2024

■ **1%**

Unit growth of seafood in 2024

■ **\$103**

Average basket size with any seafood item

ΘΕΜΑ ΑΝΤΙΛΗΨΕΩΝ

Ο Αντιπρόεδρος φρέσκων τροφίμων του FMI, Rick Stein, εξήγησε ότι οι retailers θα πρέπει να σκύψουν πάνω από τους περιστασιακούς ή συχνούς αγοραστές θαλασσινών, καταρρίπτοντας τις αντιλήψεις ότι πρόκειται για προϊόντα ακριβά ή περίπλοκα στην προετοιμασία, καθώς και να τονίσουν τα οφέλη στην υγεία.

Σύμφωνα με την έκθεση, οι πελάτες ενδιαφέρονται να μάθουν νέους τρόπους μαγειρέματος των θαλασσινών και οι retailers μπορούν να προσφέρουν συνταγές που υπογραμμίζουν την ευκολία στην προετοιμασία.

While supermarkets still reign as consumers' primary seafood store, they have lost ground to other retailers since 2020.

Share of seafood shoppers who consider these formats their primary store for seafood

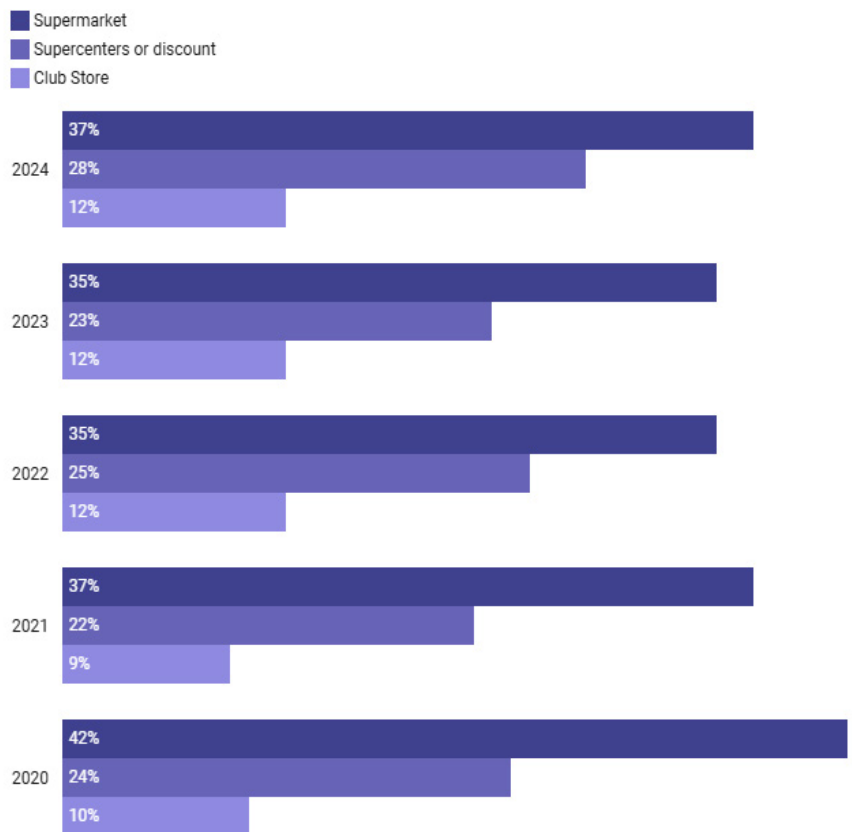


Chart: Peyton Bigora/Grocery Dive • Source: FMI - The Food Industry Association • Get the data • Created with Datawrapper

ΓΙΑΤΙ ΚΟΒΟΥΝ ΤΑ ΘΑΛΑΣΣΙΝΑ ΟΙ ΑΜΕΡΙΚΑΝΟΙ ΑΓΟΡΑΣΤΕΣ

- Λόγω πληθωρισμού/τιμών (37%)
- Λόγω της τιμής σε σύγκριση με άλλες πηγές πρωτεΐνης (30%)
- Λόγω των τιμών ανά κιλό (26%)
- Λόγω της συνολικής τιμής συσκευασίας/αγοράς (16%)

ΑΓΟΡΕΣ ΜΕΣΩ ΔΙΑΔΙΚΤΥΟΥ

Μόλις το 44% των καταναλωτών θαλασσινών έχουν αγοράσει σχετικά προϊόντα μέσω διαδικτύου. Ενώ το ποσοστό αυτό συνιστά αύξηση σε σύγκριση με τα προηγούμενα χρόνια, υπογραμμίζει την αργή υιοθέτηση αυτής της μεθόδου αγοράς, σύμ-

φωνα με την έκθεση. Η FMI ενθαρρύνει τους retailers να προωθήσουν τα θαλασσινά ως επιλογή στο διαδίκτυο, ώστε να κατακτήσουν μεγαλύτερο μερίδιο των δαπανών των πελατών, σημειώνοντας ότι οι online πλατφόρμες χρησιμεύουν ως "εξαιρετικό κανάλι επικοινωνίας για την προσέγγιση των καταναλωτών θαλασσινών". Τέλος, οι πάγκοι θαλασσινών έχουν, επίσης, αποδειχθεί αποτελεσματικοί στην ανάδειξη της ποιότητας του τμήματος, σύμφωνα με την έκθεση. Μεταξύ των αγοραστών των οποίων το παντοπωλείο που επισκέπτονται δεν διαθέτει πάγκο θαλασσινών, περίπου τα 2/3 δήλωσαν ότι θα ήθελαν να υπάρχει ένας τέτοιος.

• INCOFRUIT

ΣΤΟ -2,9% ΟΙ ΕΙΣΑΓΩΓΕΣ ΟΠΩΡΟΚΗΠΕΥΤΙΚΩΝ ΣΤΟ Α' ΤΡΙΜΗΝΟ - ΤΙ ΠΡΟΪΟΝΤΑ ΕΙΣΑΓΟΜΕ ΚΑΙ ΑΠΟ ΠΟΙΕΣ ΧΩΡΕΣ

Ελαφρώς μειωμένες κατά 2,89%, στους 225.522 τόνους, ήταν οι εισαγωγές φρούτων και λαχανικών στη χώρα μας το α' τρίμηνο του 2025, σύμφωνα με τα στοιχεία του Incofruit.

Τα περισσότερα εισαγόμενα φρούτα & λαχανικά στο διάστημα αυτό ήταν:

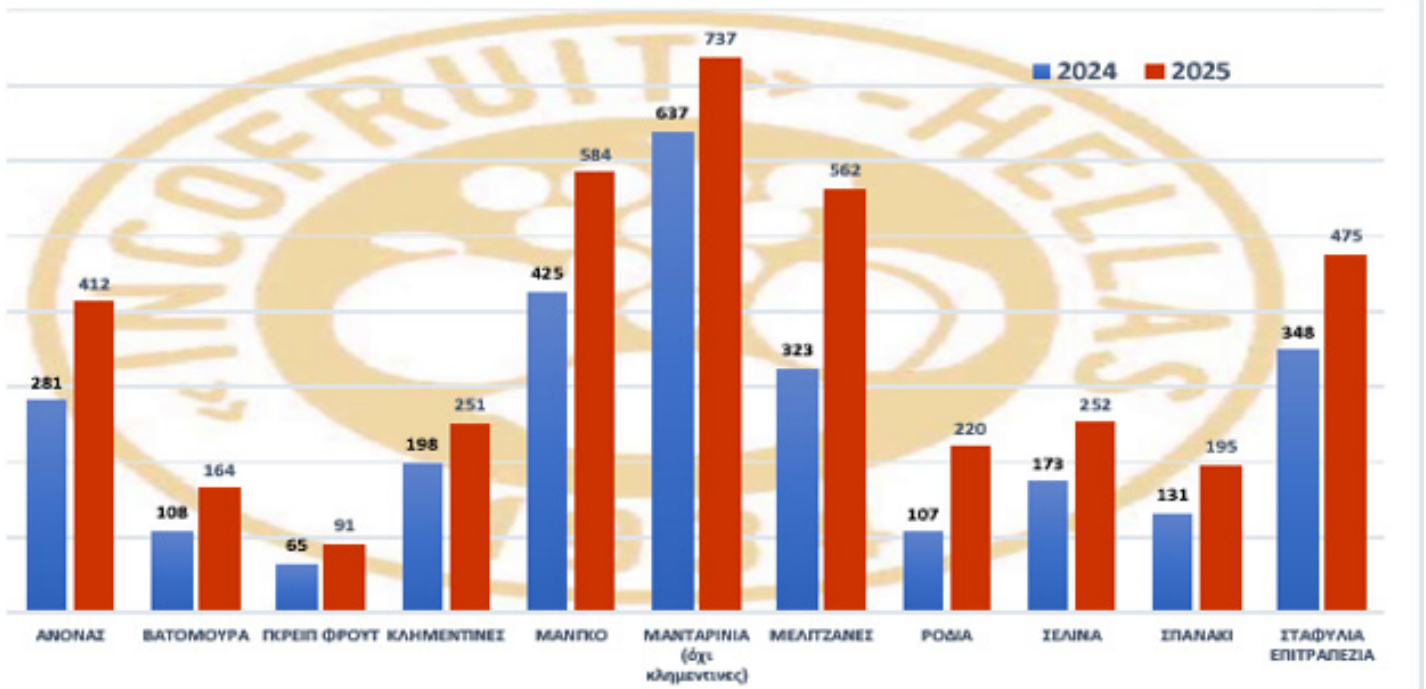
- οι πατάτες με 117.893 τόνους (-9,82%), προερχόμενες από Γαλλία, Αίγυπτο και Κύπρο
- οι μπανάνες με 73.569 τόνους (+20,08%), με κυριότερες προμηθεύτριες χώρες τον Ισημερινό, την Κόστα Ρίκα και την Κολομβία
- τα κρεμμύδια με 4.642 τόνους (-32,21%), από Ολλανδία, Αυστρία, Γερμανία
- τα μήλα με 3.988 τόνους (-44,92%), από Πολωνία, Β.Μακεδονία, Ιταλία
- τα μανιτάρια με 3.305 τόνους (+2,28%) από Πολωνία, Ιταλία, Ολλανδία



- τα αβοκάντο με 1.211 τόνους (-10,96%), από Ολλανδία, Ισραήλ, Ισπανία
- οι πιπεριές, γλυκοπιπεριές με 1.493 τόνους (-11,9%), από Ισραήλ, Ισπανία, Γερμανία

- οι τομάτες με 973 τόνους (+2,64%), από Γερμανία, Τουρκία, Αίγυπτο
- τα λεμόνια με 477 τόνους (-43,21%), από Ολλανδία, Τουρκία, Ισπανία
- τα πορτοκάλια με 69 τόνους (-93,47%) από Αίγυπτο

ΕΙΣΑΓΩΓΕΣ ΕΠΙΛΕΓΜΕΝΩΝ ΦΡΟΥΤΩΝ & ΚΑΧΑΝΙΚΩΝ 3-ΜΗΝΟΥ (τόνοι)



ΑΠΟ ΤΗΝ ΑΙΓΥΠΤΟ ΣΤΗΝ ΒΟΥΛΓΑΡΙΑ

Ειδικότερα σε ό,τι αφορά τα πορτοκάλια, από τον Incofruit σημειώνεται με ιδιαίτερη έμφαση ότι το συγκεκριμένο διάστημα εισήχθησαν και διήλθαν από τη χώρα μας με προορισμό τη Βουλγαρία, 69 τόνοι αιγυπτιακά πορτοκάλια (σε Bins άνω των 300 κιλών), μέρος των οποίων απερρίφθη και τα υπόλοιπα διακι-

νήθηκαν ως α' ποιοτικής κατηγορίας προϊόν (κλάση I). Παράλληλα, εισήχθησαν αιγυπτιακά πορτοκάλια (χωρίς καταβολή ΦΠΑ) και επανεξήχθησαν προς Βουλγαρία με ελληνικά πιστοποιητικά ποιότητας ως α' ποιοτικής κατηγορίας ακόμη και στις περιπτώσεις που ήταν χύμα εντός Bins (γεγονός που εγείρει σοβαρά ερωτήματα περί της συμμόρφωσης με τις κοινοτικές προδιαγραφές εμπορίας),

με τιμή €0,53/κιλό, όταν η τιμή εισόδου ήταν €0,693/κιλό χωρίς να εισπραχθεί ο προβλεπόμενος πρόσθετος δασμός (€0,693-€0,53=€0,16/κιλό), εκπορίζοντας αθεμίτως τα εξαγόμενα ελληνικά πορτοκάλια στη συγκεκριμένη αγορά.

Μάκης Αποστόλου
makis@notice.gr

• ΜΑΣΟΥΤΗΣ-ΚΡΗΤΙΚΟΣ ΜΠΑΙΝΕΙ ΣΤΟ... CLUB ΤΩΝ €2 ΔΙΣ. ΚΑΙ ΔΙΕΚΔΙΚΕΙ ΤΗ ΔΕΥΤΕΡΗ ΘΕΣΗ

Τη δεύτερη θέση στον εγχώριο κλάδο των super markets – όπου κυριαρχεί με διαφορά η Σκλαβενίτης – θα διεκδικήσει ο νέος παίκτης ο οποίος θα προκύψει από το δρομολογούμενο deal Μασούτης-ΑΝΕΔΗΚ Κρητικός.

Με βάση τις εκτιμήσεις ο ενοποιημένος τζίρος των δύο αλυσίδων εκτιμάται ότι διαμορφώθηκε στα περίπου των €1,9 δις., με την ΑΒ Βασιλόπουλος να βρίσκεται τα τελευταία χρόνια στα επίπεδα των €2 δις. και την Lidl Ελλάς να βρίσκεται πιο ψηλά, σύμφωνα με τις εκτιμήσεις των ανθρώπων της.

Πωλήσεις (σε €εκατ.)

Μασούτης

2024*: 1.145

2023: 1.070

ΑΝΕΔΗΚ Κρητικός

2024*: 780-800

2023: 703,79

*εκτιμήσεις

Σε ό,τι αφορά το EBITDA, σύμφωνα με τις τελευταίες δημοσιευμένες καταστάσεις, το 2023, οι δύο αλυσίδες εμφάνισαν σωρευτικά περίπου €100 εκατ.



Διαμαντής Μασούτης - Άγγελος Κρητικός

EBITDA 2023 (σε €εκατ.)

Μασούτης: 66,96

ΑΝΕΔΗΚ Κρητικός: 32,18

ΔΙΚΤΥΟ

Η συνένωση των δύο αλυσίδων super market δημιουργεί ένα μεγάλο δίκτυο καταστημάτων σε όλη την Ελλάδα.

Ο Μασούτης διαθέτει πάνω από 350 καταστήματα λιανικής, 16 μεγάλα καταστήματα Grand και 23 καταστήματα χονδρικής Cash & Carry

Η Κρητικός λειτουργεί περίπου 900 καταστήματα, κυρίως μεσαίου και μικρού μεγέθους, με το μεγαλύτερο μέρος τους να λειτουργεί με το σύστημα franchise. Σημαντικό τμήμα του δικτύου της Κρητικός προήλθε από την

εξαγορά του ομίλου Συνεργαζόμενοι Παντοπώλες το 2022, που περιλάμβανε 300 καταστήματα franchise υπό τις επωνυμίες Ήλιος, Γρήγορα, Ελληνικά Μάρκετ και Πρόδος, καθώς και 52 εταιρικά καταστήματα.

Καταστήματα

Μασούτης: 389

ΑΝΕΔΗΚ Κρητικός: 900

ΕΡΓΑΖΟΜΕΝΟΙ

Τέλος, αναφορικά με το ανθρώπινο δυναμικό των δύο αλυσίδων, σύμφωνα με τις καταστάσεις του 2023, προσεγγίζει τα 15.000 άτομα.

Προσωπικό (2023)

Μασούτης: 10.764

ΑΝΕΔΗΚ Κρητικός: 3.700

Μάκης Αποστόλου

makis@notice.gr

• ΒΙΚΟΣ

ΝΕΑ ΚΑΜΠΑΝΙΑ ΜΕ ΤΙΤΛΟ "ΑΣΤΕΙΡΕΥΤΗ ΔΥΝΑΜΗ"

"Αστείρευτη δύναμη" είναι ο τίτλος της νέας καμπάνιας που τρέχει το Φυσικό Μεταλλικό Νερό Βίκος και προσφέρει έναν στοχασμό στην ανθρώπινη εμπειρία και τη σύνδεση με τον κόσμο, όπως αναφλερεται. Στην καρδιά του σεναρίου βρίσκεται η φράση "Κι αν στερέψω εγώ, πότισέ με απ' τη δική σου. Κι άμα στερέψεις εσύ, θα σε ποτίσω απ' τη δική μου".

Η επιλογή της τεχνικής του infinite zoom φέρει το ίδιο το μήνυμα της ταινίας: ότι όλα είναι συνδεδεμένα. Η φύση, η παράδοση, η κοινότητα, η επόμενη γενιά. Την ιδέα και την υλοποίηση της καμπάνιας υπογράφει η Soho Square, με παραγωγή από τη Filmiki και σκηνοθεσία από τους Original Kids.

Δείτε το video της καμπάνιας εδώ.



Δύναμή μας, η ροή μας.

• ΚΗΠΟΙ ΚΑΡΔΙΤΣΑΣ
**ΠΑΕΙ ΓΙΑ 125 ΣΤΡΕΜΜΑΤΑ
ΥΔΡΟΠΟΝΙΚΗΣ ΝΤΟΜΑΤΑΣ ΤΟ 2026
- ΜΠΑΙΝΕΙ ΣΤΗΝ ΑΒ ΒΑΣΙΛΟΠΟΥΛΟΣ**

Στην επέκταση των θερμοκηπιακών εγκαταστάσεων υδροπονικής ντομάτας προχωράει η Κήποι Καρδίτσας, βάζοντας στόχο τον υπερδιπλασιασμό των καλλιεργούμενων εκτάσεων μέσα σε λιγότερο από επτά χρόνια λειτουργίας.

Η επιχείρηση ξεκίνησε το 2020 με 50 στρέμματα στεγασμένης επιφάνειας στην Καρδίτσομαγούλα του Δήμου Καρδίτσας, και το 2024 πρόσθεσε στο ενεργητικό της άλλα 25 στρέμματα, φτάνοντας συνολικά τα 75, που δίνουν μια παραγωγή της τάξης των 4.000 τόνων ετησίως.

ΕΠΕΝΔΥΣΗ €4 ΕΚΑΤ.

Το επόμενο βήμα, όπως πληροφορείται το FNB Daily, θα είναι η προσθήκη άλλων 50 στρεμμάτων μέσα στο 2016, μέσω επένδυσης το ύψος της οποίας εκτιμάται ότι θα φτάσει τα €4 εκατ. Το εγχείρημα αναμένεται να ενταχθεί στον Αναπτυξιακό και, σύμφωνα τουλάχιστον με τον μέχρι στιγμής σχεδιασμό, δεν θα περιλαμβάνει νέο συσκευαστήριο αφού κρίνεται ότι το ήδη υπάρχον είναι σε θέση να καλύψει τις ανάγκες της αυξημένης παραγωγής. Την υλοποίηση του έργου θα αναλάβει η Ωρίων Τεχνική ΑΕ, μητρική της Κήποι Καρδίτσας και η ολοκλήρωσή του αναμένεται εντός του 2026.



**ΠΑΡΟΥΣΙΑ ΣΕ ΜΕΓΑΛΕΣ
ΑΛΥΣΙΔΕΣ**

Η Κήποι Καρδίτσας παράγει μεγαλόκαρπη ντομάτα beef και απευθύνεται στην εγχώρια αγορά έχοντας, μεταξύ άλλων, παρουσία σε μεγάλες αλυσίδες όπως Σκλαβενίτη, Lidl, ΜΕΤΡΟ-My Market και Κρητικό. Στη λίστα, όπως πληροφορείται το FNB Daily, θα προστεθεί σύντομα και η ΑΒ Βασιλόπουλος, με την οποία οι σχετικές συζητήσεις κατέληξαν σε συμφωνία.

ΑΝΑΠΤΥΞΗ 30% ΤΟ 2024

Το 2024 έκλεισε με ρυθμό ανάπτυξης κοντά στο 30%, με την εταιρεία, πέρα από την αύξηση του όγκου πωλήσεων (απόρροια των επιπλέον 25 στρεμμάτων που προστέθηκαν στην παραγωγή), να επωφελείται και από τη σημαντική άνοδο που κατέγραψε η τιμή της ντομάτας το τελευταίο δίμηνο του έτους.

Γιάννης Τσατσάκης
yannis@notice.gr

DATA (σε €χιλ.)

<u>Κύκλος Εργασιών</u>	<u>EBIT</u>
2023: 8.934	2023: 2.178
2022: 6.924	2022: 244
Μεταβολή: 39,02%	Μεταβολή: 790,32%
<u>EBITDA</u>	<u>Κέρδη προ φόρων</u>
2023: 3.359	2023: 1.520
2022: 1.294	2022: (136)
Μεταβολή: 159,47%	Μεταβολή: 1,212%

**ΣΤΟΧΟΣ ΤΑ 70 ΚΙΛΑ
ΑΝΑ ΤΕΤΡΑΓΩΝΙΚΟ**

Εκτός από τις στεγασμένες εκτάσεις, επιδίωξη της εταιρείας είναι να αυξήσει και την παραγωγικότητα που σήμερα ανέρχεται σε 65 κιλά ανά τετραγωνικό μέτρο. Ο στόχος που έχει τεθεί είναι η απόδοση να φτάσει τα 70 κιλά ανά τετραγωνικό, κάτι που θα δώσει μια παραγωγή της τάξης των 8.750 τόνων ντομάτας υδροπονίας ετησίως, υπερδιπλάσια δηλαδή της σημερινής.

SME
D A I L Y

**Το νέο καθημερινό
newsletter για
τη μικρομεσαία
επιχειρηματικότητα**

Γίνε
συνδρομητής
ΔΩΡΕΑΝ
εδώ



ΚΥΚΛΟΦΟΡΕΙ ΔΩΡΕΑΝ
**ΔΕΥΤΕΡΑ
- ΠΑΡΑΣΚΕΥΗ**
ΣΤΙΣ **09:15**

Με την αξιοπιστία της
NOTICE
CONTENT & SERVICES

• **ILLYCAFFE**

ΡΕΚΟΡ ΚΕΡΔΩΝ ΤΟ 2024 ΜΕ ΜΟΧΛΟ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ ΗΠΑ ΚΑΙ ΕΥΡΩΠΗ

Αύξηση κερδών κατά 42% κατέγραψε το 2024 η illycafe, λόγω των ισχυρών επιδόσεων στις πωλήσεις σε ΗΠΑ και Ευρώπη.

DATA (σε Ευρατ.)

Έσοδα

2024: 630

2023: 595,1

EBITDA

2024: 110

2023: 92,8

EBIT

2024: 61

2023: 30,5

Καθαρά κέρδη

2024: 33

2023: 23,7



Cristina Scocchia, CEO, illycafe

κροοικονομικό και γεωπολιτικό περιβάλλον και τη συνεχή αύξηση του κόστους των πρώτων υλών".

ΟΙ ΑΓΟΡΕΣ ΠΟΥ ΞΕΧΩΡΙΣΑΝ

Το περασμένο έτος, ο όμιλος εδραίωσε περαιτέρω τη θέση στην Ιταλία στην κατηγορία του super-premium καφέ.

Στην Ευρώπη, η ανάπτυξη προήλθε κυρίως από τις αγορές των:

- Ισπανία
- Γαλλία
- Ηνωμένο Βασίλειο

Οι ΗΠΑ κατέγραψαν ανάπτυξη (+11%) σε όλα

τα κανάλια διανομής, ιδίως στο διαδικτυο (+18%). Το κανάλι HoReCa αναπτύχθηκε 6% σε σύγκριση με το 2023, με εξαιρετικές επιδόσεις στην Ιταλία, τις ΗΠΑ, την Ισπανία και τη Γαλλία.

ΔΙΑΝΟΜΗ BONUS ΣΤΟΥΣ ΕΡΓΑΖΟΜΕΝΟΥΣ

Δεδομένων των αποτελεσμάτων-ρεκόρ, η ιταλική εταιρεία καφέ ανακοίνωσε ότι θα χορηγήσει ένα έκτακτο bonus ύψους €1 εκατ. στους περισσότερους από 1.000 υπαλλήλους της παγκοσμίως, αναγνωρίζοντας τη συμβολή τους στην επιτυχία της εταιρείας.

ΜΕΤΡΙΑΣΜΟΣ ΤΟΥ ΑΥΞΗΜΕΝΟΥ ΚΟΣΤΟΥΣ

Για το 2025 η CEO της εταιρείας αναφέρθηκε σε προκλήσεις του κλάδου, ιδίως λόγω της αύξησης του κόστους των πρώτων υλών κατά 20%. "Δεσμευόμαστε να μετριάσουμε τον αντίκτυπο στα περιθώρια κέρδους που προκαλούνται από την αύξηση των τιμών του ανεπεξέργαστου καφέ, ενώ συνεχίζουμε να επενδύουμε στην καινοτομία και στη διεθνή ανάπτυξη", τόνισε.

ΙΣΧΥΡΗ ΟΡΓΑΝΙΚΗ ΑΝΑΠΤΥΞΗ

Η Cristina Scocchia, CEO της illycafe, σχολίασε ότι "το 2024 σηματοδότησε την τρίτη συνεχή χρονιά ισχυρής οργανικής ανάπτυξης, με διψήφιες αυξήσεις, τόσο στο EBITDA, όσο και στα καθαρά κέρδη, παρά το δύσκολο μα-

SÖ POSH!
the trendletter

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

Κάθε Σάββατο στις 9.30

ΤΟ ΕΒΔΟΜΑΔΙΑΙΟ NEWSLETTER

ΓΙΝΕ ΣΥΝΔΡΟΜΗΤΗΣ ΕΔΩ

• Debrief •

ΕΙΝΑΙ ΖΗΤΗΜΑ... ΠΙΤΑΣ

Όλοι εναντίον όλων. Μόνο έτσι θα μπορούσε να περιγράψει κάποιος την κατάσταση που διαμορφώθηκε μετά την εξαγγελία για τις αυξήσεις στους μισθούς των στελεχών των Ενόπλων Δυνάμεων. Όχι, δεν αναφέρομαι καθόλου στο πολιτικό προσωπικό. Ο λόγος, για τους πολίτες.

Στα social media. Η μία επαγγελματική ομάδα εναντίον της άλλης. "Και γιατί να μην πάρω εγώ αντίστοιχη αύξηση, που έχω x προϋπηρεσία;" "Όχι, εμείς την αξίζουμε περισσότερο γιατί το έργο μας παράγει την γ υπεραξία". "Και με τον ιδιωτικό τομέα τι θα γίνει; Εμείς και αν αξίζουμε μεγάλες αυξήσεις στους μισθούς μας".

Η ίδια κατάσταση και στην πραγματική... πραγματικότητα, όχι στην ψηφιακή. Επίτηδες τις τελευταίες ημέρες ανοίγω τη συγκεκριμένη συζήτηση, να κόψω αντιδράσεις. Διαφορετικοί άνθρωποι, με διαφορετικό επαγγελματικό και

εκπαιδευτικό υπόβαθρο, σε θέσεις ή μη ευθύνης, όλοι μου απάντησαν το ίδιο: "γιατί όχι και εμείς;"

Προφανώς, όποιον να ρωτήσεις αν θέλει αύξηση, καταφατικά θα απαντήσει. Οι απαντήσεις, όμως, που διάβασα και έλαβα κατά πρόσωπο δεν ήταν ακριβώς... κόσμιες. Ήταν, τρόπον τινά, διανθισμένες. Διέκρινα ένα παράπονο, για να το περιγράψω ήπια, αλλά ακόμα χειρότερα τη δημιουργία ενός κοινωνικού αυτοματισμού. Όλοι θεωρούν εαυτών αδικημένο και τους άλλους – τους όποιους άλλους – ευνοημένους.

Το ακόμα πιο ανησυχητικό είναι ότι όλοι, μα όλοι, περιμένουν ότι κάποιο πούγκι θα ανοίξει και θα αρχίσουν να πέφτουν τα ευρώ σαν μάννα εξ ουρανού. Η προσδοκία αυτή είναι απολύτως θεμιτή, αφού τα εισοδήματα είναι πιεσμένα. Εδώ και πολλά χρόνια. Είναι, όμως, και ανησυχητική γιατί τη λογική του να μοιράζει το κράτος λεφτά τη δοκιμάσαμε,

με τα γνωστά οδυνηρά αποτελέσματα, όταν ήρθε ο λογαριασμός.

Η αύξηση του εισοδήματος είναι κατά τη γνώμη μου το Νο1 ζητούμενο από τους πολίτες και μάλιστα απολύτως δικαιολογημένα. Όλοι αυτό ζητούν και συζητούν. Το θέμα είναι πώς μπορεί να γίνει. Πάλι κατά τη γνώμη μόνο με έναν τρόπο: με το μέγιστο της πίτας, την ακόμα μεγαλύτερη ανάπτυξη της οικονομίας, με περισσότερες επενδύσεις, σε νέους κλάδους και τομείς, που θα έχουν πολλαπλασιαστική ισχύ, όχι απλά γραμμική.

Αυτή θα πρέπει να είναι η κεντρική στόχευση της χώρας. Σε διαφορετική περίπτωση απλά θα κυνηγάμε την ουρά μας, με τη μία κοινωνική ομάδα να φθονεί την άλλη επειδή είδε 100 ευρώ παραπάνω στη μισθοδοσία του μήνα.

Γιάννης Παλιούρης
giannis@notice.gr

Business Maker

Η ΟΛΙΚΗ ΕΠΑΝΑΦΟΡΑ ΤΩΝ KFC ΚΑΙ Η ΣΤΑΣΗ(;) ΣΤΟΝ ΘΕΣΣΑΛΙΚΟ ΚΑΜΠΟ

Με σημαντικούς ρυθμούς αναπτύσσεται τελευταία η αλυσίδα εστιατορίων KFC.

"Μπορεί να είναι πάνω από τρεις δεκαετίες στην Ελλάδα, ωστόσο τον τελευταίο περίπου ενάμιση χρόνο έχει καταφέρει να ξεχωρίσει", αναφέρει στο Fnb Daily παράγοντας της εστίασης. Στέκεται, μάλιστα, και στη λειτουργία των νέων καταστημάτων, μεταξύ των οποίων

και εκείνα στην Μεταμόρφωση και στον Γέρακα, που έχουν κάνει τη διαφορά σε επίπεδο αισθητικής.

Το τελευταίο προσφέρει και υπηρεσίες Drive-Thru για πιο γρήγορη εξυπηρέτηση.

Η Food Plus, που αναπτύσσει το δίκτυο της KFC στη χώρα μας με 21 σημεία σε Αθήνα και Θεσσαλονίκη, ετοιμάζεται - όπως ακούγεται στην πιάντα - να ανοίξει

νέο σημείο στην Λάρισα.

Η διοίκηση, υπό τον Γιώργο Τάνε, πάντως, επιλέγει να κρατήσει χαμηλούς τόνους, με δεδομένη και την αρνητική εμπειρία από την Pizza Hut.

Το κλείσιμο της διάσημης αμερικανικής αλυσίδας πίτσας, άλλωστε, δεν ήταν εύκολη υπόθεση, παρότι η πανδημία και οι συνέπειές της σάρωσαν τα πάντα στο πέρασμά τους...

ΜΕΧΡΙ ΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ ΕΦΘΑΣΑΝ ΟΙ ΑΜΕΡΙΚΑΝΟΙ ΓΙΑ... ΑΥΓΑ !

Μέχρι την Ελλάδα έφθασαν, όπως μαθαίνουμε, οι Αμερικανοί, προκειμένου να προμηθευτούν αυγά και να δώσουν λύση στις τεράστιες ελλείψεις, που αντιμετωπίζουν, λόγω της γρίπης των πουλερικών !

Ναι, καλά διαβάσατε.

Όπως πληροφορείται το Fnb Daily, το

υπουργείο Γεωργίας των ΗΠΑ έκανε διερευνητικές επαφές με μια σειρά από Έλληνες παραγωγούς, χωρίς, ωστόσο, κάποιο αποτέλεσμα.

Εκτός των δυσκολιών στην εξαγωγή ενός τόσο ευπαθούς προϊόντος σε τόσο μακρινή απόσταση, δεν υπήρχαν διαθέσιμες ποσότητες.

Το σύνολο της παραγωγής, άλλωστε, προορίζεται για να καλύψει τις εγχώριες ανάγκες...

Βέβαια, υπήρχε και το παράδειγμα εταιρειών στο εξωτερικό, που έσπευσαν με δέλεαρ και τις καλές τιμές να συνεργαστούν με τους Αμερικανούς και άφησαν εκτεθειμένες τις χώρες τους.

Business Insight

ΟΛΠ: ΤΑ ΡΕΚΟΡ, Ο ΜΕΘΟΔΙΚΟΣ ΑΓΟΡΑΣΤΗΣ ΚΑΙ ΟΙ ΓΕΩΠΟΛΙΤΙΚΕΣ ΕΞΕΛΙΞΕΙΣ

Επ' ουδενί θα μπορούσε να περάσουν απαρατήρητα τόσο τα οικονομικά αποτελέσματα-ρεκόρ του 2024, όσο τα ιστορικά υψηλά για τη μετοχή του ΟΛΠ. Πολύ, δε, περισσότερο όταν, στη χθεσινή συνεδρίαση για τον τίτλο του Οργανισμού καταγράφηκε ποσοστό ανόδου μεγαλύτερο του 12%, με την τιμή στα €39,6, συνακόλουθα η χρηματιστηριακή αξία να προσεγγίζει το όριο του €1 δισ.

Με άνοδο 16,89% σε διάστημα εβδομάδας και 29,17% στο τρίμηνο η μετοχή, και με αυξανόμενες συναλλαγές - σε σημείο που τις τελευταίες συνεδριάσεις κάλυπταν ικανό μέρος της ελεύθερης διασποράς - άρχισαν να κυκλοφορούν σε χρηματιστηριακά και επιχειρηματικά γραφεία διάφορα σενάρια για το ποιος θα μπορούσε να είναι ο επίμονος "μυστηριώδης" αγοραστής, τί θα σήμαινε (δυνητικά) η συγκέντρωση ισχυρού μειοψηφικού ποσοστού στα χέρια ενός ισχυρού παράγοντα ή κάποιου fund που θα ενεργούσε ως ενδιάμεσος κ.λπ.

Πέραν, όμως, των κάθε λογής ενδεχομένων, είναι τα γεγονότα που δικαιολογούν τη διαμόρφωση της αποτίμησης στα μεγέθη του €1 δισ.

Κατ' αρχήν, τα οικονομικά αποτελέσματα-ρεκόρ του 2024: έσοδα €230,9 εκατ. (5%), κέρδη προ φόρων €112,9 εκατ. (17,4%), καθαρά κέρδη μετά από φόρους €87,4 (30,8%), με τα ταμειακά διαθέσιμα στα €204,5 εκατ. (31/12/2024). Η διοίκηση ξάφνιασε ευχάριστα την επενδυτική κοινότητα, καθώς πρότεινε διανομή κερδών 43,7% μεγαλύτερη (από τη χρήση 2023), ήτοι €1,92/μτχ. Πρόκειται για τη μεγαλύτερη δια-

νομή μερίσματος και την υψηλότερη κερδοφορία στην ιστορία της εταιρείας, σημειώνοντας για τέταρτη συνεχόμενη χρονιά βελτιωμένα οικονομικά αποτελέσματα.

Αυξητική η τάση για όλους τους τομείς δραστηριότητας/λειτουργίας: νέο ρεκόρ προσεγγίσεων, επιβατικής κίνησης, με αύξηση εσόδων 15,5% η κρουαζιέρα, ρεκόρ για τον σταθμό αυτοκινήτων 28,2% - κυρίως λόγω της ανόδου των εσόδων αποθήκευσης και της ενίσχυσης της εγχώριας ζήτησης. Η θετική αυτή επίδοση αντιστάθμισε τη μείωση του φορτίου διαμετακόμισης, αναδεικνύοντας την αποδοτικότητα του τομέα. Ο Προβλήτας I, που διαχειρίζεται απευθείας ο ΟΛΠ, είχε αύξηση εσόδων κατά 10,1%, ως αποτέλεσμα της αυξημένης διακίνησης φορτίων στο δεύτερο εξάμηνο. Οι Προβλήτες II και III είχαν λιγότερα έσοδα κατά 6,5%, λόγω της μείωσης διακίνησης κυρίως στο α' εξάμηνο. Συνολικά, η δραστηριότητα στους σταθμούς εμπορευματοκιβωτίων επέδειξε αξιοσημείωτη ανθεκτικότητα, διατηρώντας τα συνολικά έσοδα των προβλητών I, II και III στο ίδιο επίπεδο, παρά τις επιπτώσεις της κρίσης στην Ερυθρά Θάλασσα. Αύξηση και στην ακτοπλοΐα κατά 6,5% και οριακή στη ναυπηγοεπισκευαστική ζώνη.

Όσον αφορά το εύλογο ερώτημα γιατί θα μπορούσε κάποιος ισχυρός παίκτης να μαζεύει μετοχές του ΟΛΠ, όπως αποτυπώνεται στην ανά εβδομάδα άνοδο της τιμής της μετοχής: Το Υπεταμείο δικαιούται να ορίζει ένα μέλος στο εννεαμελές ΔΣ και ένα μη Εκτελεστικό

στην Επιτροπή Ελέγχου, ενώ ταυτόχρονα διατηρεί δικαίωμα αρνησικυρίας σε ορισμένα σημαντικά θέματα (reserved matters). Η σύνθεση του ΔΣ 6 Κινέζοι και 3 Έλληνες- Δημήτρης Πολίτης/από το Ταμείο, Γιάννης Μώραλης/Δήμαρχος Πειραιά και Νίκος Αρβανίτης.

Πρακτικά κάποιος μαζεύει ΟΛΠ μέσα από την αγορά ό,τι δεν είναι στον έλεγχο του βασικού μετόχου - δηλαδή της CosCo- και του ΤΑΙΠΕΔ. Ο μεν κινεζικός όμιλος ελέγχει το 67% του μ.κ., το δε Ταμείο έχει το 7,14% του μ.κ., άρα ένα 25,86% είναι διάσπαρτο στην αγορά. Θυμίζω, στις 5 Μαρτίου 2014 το ΤΑΙΠΕΔ προκήρυξε διεθνή διαγωνισμό για την πώληση του 67% του μ.κ., στις 8 Απριλίου 2014 υπογράφηκε η σύμβαση πώλησης των μετοχών (σε δύο φάσεις 51% και 16%). Με κόστος συνολικά 368,5 εκατ. η CosCo απόκτησε βάση-πύλη εισόδου των προϊόντων της στην Ευρώπη, σε ένα λιμάνι που, πλέον είναι πρώτο στην Μεσόγειο και τέταρτο στην Ευρώπη (σε όρους εμπορευματοκιβωτίων/TEUs). Συνακόλουθα, εάν ο ισχυρός παίκτης καταφέρει και μαζέψει ένα μεγάλο ποσοστό της ελεύθερης διασποράς, τότε στο βέλτιστο ενδεχόμενο, δηλαδή συγκεντρώνοντας το 25,86%, μαζί με το 7,14% του Ταμείου χτίζει θέση καταστατικής μειοψηφίας. Το τι σημαίνει για έναν μέτοχο να διαθέτει την καταστατική μειοψηφία, να έχει αυτό που στη διεθνή ορολογία ονομάζεται blocking minority, είναι ευνόητο. Τώρα εάν και κατά πόσον αυτό θα μπορούσε να σχετίζεται με τις ευρύτερες γεωπολιτικές εξελίξεις, το δόγμα Trump θα φανεί στη συνέχεια.



REAL ESTATE DAILY SECRET
THE KEY TO PROPRIETARY INFORMATION

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

NOTICE
CONTENT & SERVICES

**KANTE
ΕΓΓΡΑΦΗ
ΕΔΩ**

• ΦΥΣΙΚΟ ΜΕΤΑΛΛΙΚΟ ΝΕΡΟ ΒΙΚΟΣ ΔΙΠΛΑ ΣΤΟΥΣ ΑΘΛΗΤΕΣ ΤΟΥ "ΔΕΗ ΔΙΕΘΝΗ ΠΟΔΗΛΑΤΙΚΟΥ ΓΥΡΟΥ ΕΛΛΑΔΑΣ 2025"

Το "παρών" για δεύτερη συνεχόμενη χρονιά στον "ΔΕΗ Διεθνή Ποδηλατικό Γύρο Ελλάδας 2025" δίνει το φυσικό μεταλλικό Βίκος. Καθ' όλη τη διάρκεια του αγώνα, θα είναι σύμμαχος των αθλητών, προσφέροντας την ενυδάτωση και την αναζωογόνηση που χρειάζονται σε κάθε στάση ανεφοδιασμού. Παράλληλα, τα φυσικά μεταλλικά αναψυκτικά Βίκος και το Βίκος Cool tea, θα δίνουν δροσιά στις στιγμές ξεκούρασης, όπως αναφέρεται.

Στον τερματισμό στις 6 Απριλίου στο Σύνταγμα, η γκάμα προϊόντων Βίκος θα υποδεχθεί αθλητές και θεατές σε έναν ειδικά διαμορφωμένο χώρο, όπου όλοι θα έχουν την ευκαιρία να απολαύσουν τα προϊόντα της εταιρείας.



SECRETRECIPE

Νέο Spit Jack στο Golden Hall

Την επιτυχία του project στο κέντρο της Αθήνας επιδιώκει να μεταφέρει και στα βόρεια ο Γιώργος Μελισσάρης, προχωρώντας στο άνοιγμα ακόμα ενός Spit Jack. Όπως πληροφορείται το Fnb Daily, η γνωστή roisserie θα αποκτήσει αδερφάκι, στο Golden Hall, και, συγκεκριμένα, στον τελευταίο όροφο του εμπορικού κέντρου, στη θέση του Pastis. Το opening αναμένεται asap.

Editorial

Δύο ταχύτητες

Διάβαζα τα στοιχεία της έρευνας του IOBE για το οικονομικό κλίμα στην Ελλάδα.

Η οποία δείχνει ότι τον Μάρτιο ο δείκτης βελτιώθηκε κατά 0,8 μονάδες, σε αντίθεση με την Ευρωζώνη και την Ευρωπαϊκή Ένωση.

Πού οφείλεται αυτό;

Στη βελτίωση του κλίματος στις Κατασκευές και τη Βιομηχανία, την ώρα που οι Υπηρεσίες, το Λιανικό Εμπόριο και η Καταναλωτική Εμπιστοσύνη εξασθένησαν ελαφρώς.

Συνεπώς, έχουμε, από τη μία πλευρά τις αισιόδοξες προβλέψεις για την παραγωγή στη Βιομηχανία και τις λιγότερο απαισιόδοξες προβλέψεις για το πρόγραμμα εργασιών στις Ιδιωτικές Κατασκευές να τροφοδοτούν θετικά τον δείκτη.

Και από την άλλη, όμως, καταγράφεται σχετική ενίσχυση των αρνητικών εκτιμήσεων των καταναλωτών για την οικονομική κατάσταση των νοικοκυριών τους και την οικονομία της χώρας. Και αυτό λειτουργεί δυσμενώς, όπως είναι φυσικό, στο Λιανικό Εμπόριο και τις Υπηρεσίες. Την ίδια στιγμή, τα μακροοικονομικά και δημοσιονομικά δεδομένα της οικονομίας παραμένουν σταθερά, με τη μείωση της ανεργίας να δημιουργεί εισοδήματα σε περισσότερα νοικοκυριά. Το ίδιο συμβαίνει, όμως, και με τον πληθωρισμό, που εμμένει σε τιμές άνω του 2%.

Ταυτόχρονα, οι εξωτερικές αβεβαιότητες εντείνονται, εν μέσω κύματος προστατευτισμού στο διεθνές εμπόριο.

Με αναμενόμενο αντίκτυπο στα εξωστρεφή τμήματα της ελληνικής οικονομίας (βέβαια, οι συντάκτες της έρευνας τονίζουν, και ορθώς, ότι οι ακριβείς συνέπειες δεν μπορούν ακόμη να αξιολογηθούν σε αυτή την ευμετάβλητη συγκυρία).

Και εδώ, έχει σημασία να δούμε σε τι βαθμό θα αντισταθμιστούν αυτές οι τάσεις από την ενδυνάμωση ευρωπαϊκών επιχειρηματικών συμμαχιών σε σημαντικούς κλάδους, που είναι πιθανό να δημιουργήσει νέες ευκαιρίες και για τις ελληνικές επιχειρήσεις.

Αυτό δείχνει ότι η οικονομία τρέχει με δύο ταχύτητες;

Για τον Μάρτιο ναι.

Το ζητούμενο είναι αν θα διατηρηθεί αυτή η εικόνα, που επιδεινώθηκε ελαφρώς τον Φεβρουάριο, σε σχέση με τον αισιόδοξο Ιανουάριο.

Αν ναι, σημαίνει ότι κάτι δεν φτάνει στον τελικό καταναλωτή.

Κάτι διαφεύγει της οικονομικής αλυσίδας.

Αν όχι, τότε είναι συγκυριακό.

Για να δούμε...

Τόσο απλά.

Νεκτάριος Β. Νώτης

nectarios@notice.gr