



3αλφα®

2 νέες γεύσεις

Φουλ γεύση που θα λατρεύεις



**τραγανά; ναι!
τηγανητά; όχι!**

ακόμα περισσότερο!

Μόνο 17% λιπαρά

13% φυτική πρωτεΐνη



FNB SERVED DAILY.

Food for thought... every day!

ΤΟ ΚΑΘΗΜΕΡΙΝΟ ΨΗΦΙΑΚΟ
NEWSLETTER ΓΙΑ ΤΟΝ ΚΛΑΔΟ
ΤΡΟΦΙΜΩΝ & ΠΟΤΩΝ

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

ΤΡΙΤΗ 09 ΙΟΥΝΙΟΥ 2026
ΤΕΥΧΟΣ 2341



• ΕΤΑΝΑΠ-ΣΑΜΑΡΙΑ

Η αποτίμηση της Deloitte και οι επενδυτές
της Συνεταιριστικής Χανίων



• ΒΙΟΛΑΝΤΑ

Νέα εταιρεία από τα παιδιά του Κωνσταντίνου
Τζιωρτζιώτη



• ΤΡΙΚΚΗ

Ντεμπούτο για τα πρωτεϊνούχα επιδόρπια γάλακτος
σε My Market και Σκλαβενίτη
- Ανάπτυξη 25% στο τετράμηνο



• PHILOSOFISH

Βλέπει τζίρο €130 εκατ. και τριπλασιασμό
του EBITDA φέτος

Editorial

Τεχνητή αυτοκαταστροφή

Debrief

Αρχίζει το ματς

Business Insight

Η αναβάθμιση της Αττικής:
Από το γαλάζιο
του Σαρωνικού
στο πράσινο του Τατοΐου

Business Maker

- Ο Θεοδωρόπουλος,
το παράδοξο και
οι 400 χιλιάδες... ξενιτεμένοι
- Η νέα μάχη των brands
δεν γίνεται στο ράφι...

SecretRecipe

Παπαδοπούλου: Αγόρασε
οικόπεδο 75.000 τ.μ.
στην Ελευσίνα

Χρυσή Ζύμη

Δεν έτυχε... Πέτυχε!

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

έτοιμη σε...
7'



και Ατομική

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

Ψήνεις και απολαμβάνεις σε 7 λεπτά!



• **ΕΤΑΝΑΠ-ΣΑΜΑΡΙΑ**

Η ΑΠΟΤΙΜΗΣΗ ΤΗΣ DELOITTE ΚΑΙ ΟΙ ΕΠΕΝΔΥΤΕΣ ΤΗΣ ΣΥΝΕΤΑΙΡΙΣΤΙΚΗΣ ΧΑΝΙΩΝ

Σε διαδικασία αλλαγής μετοχικού ελέγχου φαίνεται να εισέρχεται η ΕΤΑΝΑΠ-Σαμαριά, καθώς σύμφωνα με σχετικές αναφορές βρίσκεται εν εξελίξει due diligence από επενδυτές, που επιδιώκουν την απόκτηση πλειοψηφικού ποσοστού στην εταιρεία.

Ένα σίριαλ, το οποίο αναμένεται να συνεχιστεί με ιδιαίτερο ενδιαφέρον, άρχισε στην Κρήτη, μετά τη Γενική Συνέλευση της ΕΤΑΝΑΠ. Αφορμή αποτέλεσε η δήλωση του Προέδρου της Συνεταιριστικής Τράπεζας Χανίων, Μιχάλη Μαρακάκη, ότι η τράπεζα έχει δεσμευθεί να διαθέσει τη συμμετοχή της στην εταιρεία, όπως υποχρεούται από την Τράπεζα της Ελλάδος, μετά την απόκτηση πανελλαδικής τραπεζικής άδειας. Θυμίζουμε ότι η Τράπεζα ελέγχει σήμερα το 28,5% της ΕΤΑΝΑΠ.

ΕΛΛΗΝΕΣ ΟΙ ΕΝΔΙΑΦΕΡΟΜΕΝΟΙ

Σύμφωνα πάντα με όσα έγιναν γνωστά κατά τη Γενική Συνέλευση, Έλληνες επενδυτές πραγματοποιούν ήδη οικονομικό, φορολογικό και νομικό έλεγχο της εταιρείας, με στόχο την απόκτηση ποσοστού άνω του 50%, με τίμημα σημαντικά υψηλότερο από τη λογιστική αξία των €6. Σύμφωνα πάντως με όσα αναφέρει στο Fnb Daily ο κ. Μαρακάκης, για τον καθορισμό της εύλογης αξίας της εταιρείας ανατέθηκε ανεξάρτητη αποτίμηση στην Deloitte, η οποία, σύμφωνα με τον ίδιο, προσδιόρισε κατώτατη αξία άνω των €17 ανά μετοχή.

Όπως ανέφερε, υπήρξε ενδιαφέρον από διάφορους επενδυτές. Η προσφορά που έχει διαμορφωθεί υπερβαίνει κατά περισσότερο από 60% την αποτίμηση της μετοχής, ενώ σε αυτήν προστίθεται και το μέρισμα, γεγονός που, σύμφωνα με τον ίδιο, καθιστά το τίμημα ιδιαίτερα ικανοποιητικό για την τράπεζα.

Παράγοντες της αγοράς, πάντως, εκφράζουν στο Fnb Daily τον προβληματισμό τους σχετι-

κά με την παροχή στοιχείων σε πλήθος επενδυτών, την προέλευση των οποίων ουδείς γνωρίζει.

Ο κ. Μαρακάκης αποκάλυψε επίσης ότι η διοίκηση της τράπεζας επικοινωνήσε με την Attica Group πριν από την οριστικοποίηση της διαδικασίας, δεδομένου ότι ο όμιλος είχε εκδηλώσει ενδιαφέρον στο παρελθόν για την απόκτηση της συμμετοχής της τράπεζας.

ΠΗΓΕΣ ΑΤΤΙΚΑ GROUP: ΚΑΜΙΑ ΕΝΗΜΕΡΩΣΗ ΚΑΙ ΓΝΩΣΗ ΤΙΜΗΜΑΤΟΣ ΚΑΙ ΕΠΕΝΔΥΤΩΝ

Πηγές της Attica Group, με τις οποίες συνομίλησε το Fnb Daily, υποστηρίζουν ότι ο όμιλος δεν έχει λάβει επίσημη γνώση ούτε της προσφοράς, που φέρεται να βρίσκεται σε εξέλιξη, ούτε της διαδικασίας, μέσω της οποίας αυτή προωθείται. Οι ίδιες πηγές επισημαίνουν ότι βάσει των κανόνων εταιρικής διακυβέρνησης, δεν έχει τεθεί σχετικό θέμα προς αξιολόγηση στα αρμόδια όργανα της εταιρείας, ενώ μέχρι στιγμής δεν έχει ληφθεί καμία απόφαση για πώληση της συμμετοχής της Attica Group στην ΕΤΑΝΑΠ-Σαμαριά.

ΠΟΙΟΣ ΕΙΝΑΙ Ο ΕΠΕΝΔΥΤΗΣ

Αναφερόμενος στον υποψήφιο επενδυτή, ο Πρόεδρος της Τράπεζας Χανίων διευκρίνισε στο Fnb Daily ότι δεν πρόκειται για επενδυτικό fund, αλλά για Έλληνες ιδιώτες επενδυτές με σημαντική οικονομική επιφάνεια και γνώση του κλάδου των αναψυκτικών, καθώς έχουν δραστηριοποιηθεί και στο παρελθόν σε συναφείς τομείς και δεν προέρχονται από την Κρήτη. Ο ίδιος μίλησε για δέσμευση των επενδυτών για διατήρηση της έδρας της εταιρείας στην Κρήτη, και των θέσεων εργασίας. Επιπλέον, σύμφωνα με τον κ. Μαρακάκη, έχει τεθεί ως όρος να δοθεί η δυνατότητα στους υφιστάμενους μικρο-



Μιχάλης Μαρακάκης, Πρόεδρος Συνεταιριστικής Τράπεζας Χανίων

μετόχους να διαθέσουν, για συγκεκριμένο χρονικό διάστημα, τις μετοχές τους στην ίδια τιμή, που θα προσφερθεί στην τράπεζα.

Ο κ. Μαρακάκης υπογράμμισε επίσης ότι οι ενδιαφερόμενοι επενδυτές επιθυμούν τη συνέχεια της διοικητικής και επιχειρησιακής εμπειρίας που διαθέτει η εταιρεία, θεωρώντας κομβικό τον ρόλο του Διευθύνοντος Συμβούλου, Μανώλη Αποστολάκη.

ΤΟ ΧΡΟΝΟΔΙΑΓΡΑΜΜΑ

Ο Πρόεδρος της Συνεταιριστικής Τράπεζας Χανίων δήλωσε ότι η διαδικασία βρίσκεται σε ιδιαίτερα προχωρημένο στάδιο, με το due diligence να έχει ουσιαστικά ολοκληρωθεί και τη συναλλαγή να μπορεί να κλείσει ακόμη και έως τα τέλη του μήνα.

Εντύπωση, πάντως, προκαλούν και οι πληροφορίες ότι ο υποψήφιος επενδυτής αναζητά δανεισμό για να καλύψει το κόστος της εξαγοράς. Ωστόσο, μέχρι στιγμής δεν έχει υπάρξει επίσημη επιβεβαίωση ούτε για τη δομή της συναλλαγής, ούτε για την ταυτότητα του επενδυτή, που βρίσκεται πίσω από την προσφορά.

Στέλλα Αυγουστάκη
stella@notice.gr

• **ΘΕΟΝΗ**

ΝΕΑ ΔΩΡΕΑ ΣΤΟ ΝΟΣΟΚΟΜΕΙΟ ΚΑΡΔΙΤΣΑΣ

Σε νέα δωρεά προς την Ουρολογική Κλινική του Γενικού Νοσοκομείου Καρδίτσας προχώρησε το Φυσικό Μεταλλικό Νερό Θεόνη, συμβάλλοντας στην αναβάθμιση του ιατροτεχνολογικού εξοπλισμού της μονάδας.

Η πρωτοβουλία αυτή αποτελεί συνέχεια προηγούμενης παρέμβασης της εταιρείας, που είχε αφορά την ανακαίνιση της Παιδιατρικής Κλινικής του ίδιου νοσοκομείου, επιβεβαιώνοντας τη διαρκή της παρουσία και στήρι-

ξη στις δημόσιες δομές υγείας της περιοχής. Η δωρεά περιλαμβάνει την προμήθεια σύγχρονου απεικονιστικού συστήματος ουρολογίας τελευταίας γενιάς, υψηλής ευκρίνειας (HD), με τεχνολογία LED και Narrow Band Imaging (NBI), τύπου OLYMPUS OTV-S500. Ο εξειδικευμένος αυτός εξοπλισμός ενισχύει σημαντικά τη δυνατότητα έγκαιρης και ακριβούς διάγνωσης πρώιμων βλαβών της ουροδόχου κύστης, αναβαθμίζοντας τη συνο-



λική ποιότητα των παρεχόμενων ιατρικών υπηρεσιών.

• PHILOSOFISH

ΒΛΕΠΕΙ ΤΖΙΡΟ €130 ΕΚΑΤ. ΚΑΙ ΤΡΙΠΛΑΣΙΑΣΜΟ ΤΟΥ ΕΒΙΤΔΑ ΦΕΤΟΣ

Η περαιτέρω ανάπτυξη των εξαγωγών, η αύξηση των προϊόντων υψηλής προστιθέμενης αξίας, η υλοποίηση νέων επενδύσεων και η ενίσχυση της παραγωγικής της δυναμικότητας μέσω εξαγωγών, περιλαμβάνεται στη στρατηγική της Philosophish για το 2026.

Πηγές της εταιρείας, μιλώντας στο Fnb Daily υπογραμμίζουν ότι ο η πορεία του πενταμήνου κρίνεται ιδιαίτερα θετική, ενώ τόσο ο Απρίλιος όσο και ο Μάιος κινήθηκαν πάνω από τους στόχους που είχαν τεθεί σε επίπεδο πωλήσεων και κερδοφορίας.

Στο πλαίσιο αυτό, η διοίκηση εκτιμά ότι υπάρχουν οι προϋποθέσεις, τόσο σε επίπεδο παραγωγικής δυναμικότητας, όσο και ευελιξίας, ώστε να επιτευχθούν οι στόχοι της χρονιάς. Ειδικότερα, επιδιώκεται η υπέρβαση των €130 εκατ. σε κύκλο εργασιών, ενώ στόχος είναι τα EBITDA να διαμορφωθούν σε επίπεδα τριπλάσια σε σχέση με το 2025.

DATA (σε €κιλ.)

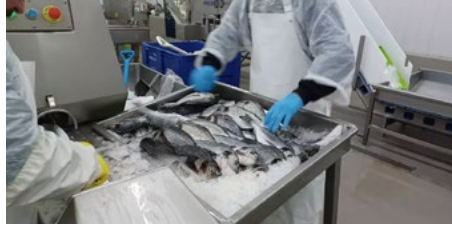
Πωλήσεις	Αποτέλεσμα	Καθαρό
2025: 111.689	<u>προ φόρων</u>	<u>αποτέλεσμα</u>
2024: 103.425	2025: 6.848	2025: 5.124
	2024: [14.458]	2024: [14.643]

ΠΡΟΪΟΝΤΑ ΠΡΟΣΤΙΘΕΜΕΝΗΣ ΑΞΙΑΣ

Η αύξηση της συμμετοχής προϊόντων υψηλής προστιθέμενης αξίας στο προϊόντικό μίγμα αποτέλεσε έναν από τους βασικούς παράγοντες ενίσχυσης των οικονομικών επιδόσεων της Philosophish το 2025. Τα value-added προϊόντα διαμορφώθηκαν στο 18% του συνολικού όγκου πωλήσεων, έναντι 6% το 2024, συμβάλλοντας στην αύξηση της μέσης τιμής πώλησης κατά 20%.

Η συγκεκριμένη κατηγορία περιλαμβάνει φιλέτα, καθαρισμένα προϊόντα και συσκευασίες τροποποιημένης ατμόσφαιρας (MAP), ενώ η εταιρεία εξετάζει την επέκταση της δραστηριότητάς της σε νέες κατηγορίες, όπως τα ready-to-cook προϊόντα και οι εναλλακτικές μορφές συσκευασίας.

Παράλληλα, η εμπορική της παρουσία ενισχύεται τόσο στην εγχώρια, όσο και στη διεθνή αγορά. Στην Ελλάδα, τα προϊόντα της διατίθενται μέσω των αλυσίδων Μασούτης και Metro, ενώ μέσω συνεργατών χονδρικής έχουν παρουσία και στα δίκτυα των AB Βασιλόπουλος και Σκλαβενίτης. Στο εξωτερικό συνεργάζεται με την Lidl σε επιλεγμένες αγορές.



ΣΥΝΕΡΓΑΣΙΕΣ ΜΑΚΡΑΣ ΔΙΑΡΚΕΙΑΣ

Η εταιρεία διαθέτει παρουσία σε περισσότερες από 30 αγορές διεθνώς, με τις εξαγωγές να αντιπροσωπεύουν περίπου το 90% του συνολικού κύκλου εργασιών της. Τα τελευταία χρόνια δίνεται ιδιαίτερη έμφαση σε αγορές υψηλής προστιθέμενης αξίας, με βασικούς πυλώνες ανάπτυξης την Κεντρική Ευρώπη, τις παραδοσιακές ευρωπαϊκές αγορές, την Ιταλία, την Ισπανία και τα Βαλκάνια.

Ιδιαίτερη σημασία έχει και η αγορά του Ισραήλ, η οποία αποτελεί μία από τις σημαντικότερες για την εταιρεία, καθώς η χώρα καταγράφει υψηλή κατανάλωση ελληνικών προϊόντων και αποτελεί ηγετική αγορά στην κατηγορία.

Δεδομένης της αυξημένης ζήτησης σε σχέση με τη διαθέσιμη προσφορά, η διοίκηση εξετάζει επιλεκτικά νέες συνεργασίες, με στόχο τη σταδιακή απομάκρυνση από τη spot αγορά και την ενίσχυση συνεργασιών μακράς διάρκειας. Η προσέγγιση αυτή θεωρείται ότι προσφέρει μεγαλύτερη σταθερότητα και υψηλότερη κερδοφορία σε σύγκριση με τις βραχυπρόθεσμες εμπορικές συμφωνίες.

ΕΠΕΝΔΥΣΕΙΣ

Σε επενδυτικό επίπεδο, η διοίκηση αναμένει τη θετική έκβαση των διαδικασιών χρηματοδότησης που βρίσκονται σε εξέλιξη, οι οποίες εκτιμάται ότι θα αποτελέσουν τη βάση για την υλοποίηση ενός σημαντικού επενδυτικού προγράμματος τα επόμενα χρόνια. Στο πλαίσιο αυτό, κατά τη διάρκεια του 2025 η εταιρεία υπέβαλε έξι επενδυτικά σχέδια στο πρόγραμμα "Παραγωγικές Επενδύσεις στην Υδατοκαλλιέργεια", με το αναμενόμενο ποσοστό επιδότησης να διαμορφώνεται περίπου στο 71%, γεγονός που μπορεί να ενισχύσει ουσιαστικά τη χρηματοδότηση των μελλοντικών επενδύσεων.

Παράλληλα, έχει ήδη ξεκινήσει η υλοποίηση προγράμματος εκσυγχρονισμού των εγκαταστάσεων, το οποίο περιλαμβάνει νέες επενδύσεις σε μηχανολογικό εξοπλισμό με στόχο την αύξηση της παραγωγικής δυναμικότητας.

Στέλλα Αυγουστάκη
stella@notice.gr



• PHILOSOFISH

ΤΡΕΙΣ ΔΙΑΚΡΙΣΕΙΣ ΣΤΑ INTERNATIONAL TASTE INSTITUTE AWARDS 2026

Η Philosophish διακρίθηκε στο International Taste Institute 2026, έναν διεθνή θεσμό αξιολόγησης γεύσης, έπειτα από διαδικασία blind tasting που πραγματοποιήθηκε από επαγγελματίες chefs και γευστιγνώστες από διάφορες χώρες.

Η Τσιπούρα Philosophish απέσπασε 3 Golden Stars, κατακτώντας την ανώτατη κατηγορία "Exceptional Product", η οποία απονέμεται σε προϊόντα που αξιολογούνται για την εξαιρετική γευστική τους ποιότητα.

Παράλληλα, το Λαβράκι Philosophish και το Φαγκρί Philosophish βραβεύθηκαν με 2 Golden Stars το καθένα, κατακτώντας την κατηγορία "Remarkable Product".

ΕΝΙΣΧΥΣΗ PREMIUM POSITIONING

Η συγκεκριμένη διάκριση, σύμφωνα με την εταιρεία, ενισχύει το premium positioning της Philosophish στις διεθνείς αγορές, παρέχοντας ένα επιπλέον στοιχείο αξιοπιστίας προς συνεργάτες, retailers και επαγγελματίες του κλάδου, ενώ παράλληλα ενισχύει την εμπιστοσύνη των καταναλωτών που αναζητούν προϊόντα υψηλής διατροφικής αξίας και γευστικής ποιότητας.

Ο Δημήτρης Ζήγρας, Chief Commercial Officer της Philosophish, δήλωσε σχετικά: "Η διάκριση των προϊόντων μας στο International Taste Institute αποτελεί μια ιδιαίτερα σημαντική αναγνώριση, καθώς προέρχεται από ανεξάρτητη αξιολόγηση επαγγελματιών chefs μέσω blind tasting. Η διάκριση όλων των προϊόντων μας επιβεβαιώνει ότι η ποιότητα, η φρεσκάδα και η φροντίδα που επενδύουμε καθημερινά σε κάθε στάδιο της παραγωγής μεταφράζονται σε μια πραγματικά ανώτερη γευστική εμπειρία."

• **CREATIVE PACK BLUEBOX**

ΤΟ ΠΛΑΝΟ ΓΙΑ ΤΖΙΡΟ €50 ΕΚΑΤ. ΚΑΙ ΕΒΙΤΔΑ €8 ΕΚΑΤ. ΣΤΗΝ ΤΡΙΕΤΙΑ - ΝΕΕΣ ΕΠΕΝΔΥΣΕΙΣ €25,5 ΕΚΑΤ. ΣΕ ΛΑΥΡΙΟ ΚΑΙ ΚΙΛΚΙΣ

Αύξηση 67% στον κύκλο εργασιών και διπλασιασμό του ΕΒΙΤΔΑ, με σημαντική ενίσχυση των μεριδίων αγοράς, περιλαμβάνει το πλάνο της Creative Pack Bluebox για την επόμενη τριετία.

Ο όμιλος κάτω από τη σκέπη του οποίου, πέρα από την ομώνυμη εταιρεία, βρίσκεται και η Adam Pack η οποία εξαγοράστηκε το Νοέμβριο του 2025 από την Deca Investments, διαθέτει τρεις μονάδες σε Κιλκίς Άγιο Στέφανο και Λαύριο Αττικής ενώ φέτος τρέχει επενδύσεις €25,5 εκατ.

"Ο ΜΕΓΑΛΥΤΕΡΟΣ ΠΑΡΑΓΩΓΟΣ ΚΥΤΙΟΠΟΙΙΑΣ ΣΤΑ ΒΑΛΚΑΝΙΑ"

Τα €16 εκατ. αφορούν επενδυτικό πρόγραμμα στο εργοστάσιο του Κιλκίς (σ.σ. αποκτήθηκε το 2024 με την εξαγορά της Κυτίων από τον όμιλο Pygamis) που, όπως δηλώνει στο FNB Daily ο Διοικητικός Διευθυντής του ομίλου, Γιώργος Οράτης, θα υποβληθεί στο τέλος Ιουνίου προς έγκριση σε αναπτυξιακό πρόγραμμα με επιδότηση €10 εκατ. και θα καταστήσει την Creative Pack Bluebox το μεγαλύτερο παραγωγό κυτιοποιίας στα Βαλκάνια.

ΝΕΑ ΜΗΧΑΝΗ ΕΚΤΥΠΩΣΗΣ OFFSET

Τα υπόλοιπα €9,5 εκατ. από ίδια κεφάλαια και δανεισμό αφορούν επένδυση που υλοποιείται στο εργοστάσιο της Adam Pack στο Λαύριο, η οποία δραστηριοποιείται στην παραγωγή χαρτοκυτίων με αέτωμα (γνωστά ως Gable Top) και πλαστικών πωμάτων για χαρτοκυτία. "Ήδη έχει αποκτηθεί και λειτουργεί νέα μηχανή κόλλησης κουτιών ενώ στα

μέσα Αυγούστου αναμένουμε μια νέα μηχανή εκτύπωσης offset η οποία αναμένεται να ενσωματωθεί και να τεθεί σε λειτουργία μέχρι τον Νοέμβριο", εξηγεί ο κ. Οράτης που κατέχει πλέον και τη θέση του Διευθύνοντος Συμβούλου της Adam Pack, διαδεχόμενος τον Νίκο Πετρίδη. "Η ολοκλήρωση του επενδυτικού σχεδίου θα αυξήσει σημαντικά την παραγωγικό μας ικανότητα, φτάνοντας το 1 δισ. συσκευασίες Gable Top και τα 500 εκατ. πώματα τα οποία, σημειωτέον, είμαστε από τους λίγους που τα παράγουν εντός εργοστασίου", συμπληρώνει.

DATA ADAM PACK (σε €χιλ.)

Κύκλος εργασιών

2024: 16.120

2023: 15.658

2022: 18.294

Καθαρό αποτέλεσμα

2024: 96,86

2023: (148,5)

2022: (102,8)

ΣΤΟΧΟΣ Η 3η ΘΕΣΗ

Τα οφέλη της επένδυσης αναμένεται να αποτυπωθούν από το επόμενο έτος στις οικονομικές επιδόσεις της Adam Pack, χωρίς ωστόσο αυτό να σημαίνει ότι η φετινή χρονιά δεν θα κλείσει με σημαντική αύξηση του κύκλου εργασιών. Σύμφωνα με τον κ. Οράτη, το 2025 ο τζίρος διαμορφώθηκε στα €16,5 εκατ. ωστόσο φέτος αναμένεται να κινηθεί μεταξύ €18,5-€19 εκατ. Συνοψολογίζοντας και το εξαγωγικό αποτύπωμα (μεταξύ άλλων,

έχει αναπτύξει σημαντικό πελατολόγιο στην Αφρική), ο ίδιος θεωρεί ότι η εταιρεία σε σύντομο χρονικό διάστημα μπορεί να φτάσει τα €30 εκατ. και να καταστεί ο τρίτος μεγαλύτερος παίκτης του κλάδου, μετά τις Tetrapak κι Elorak. "Πίσω από τις δύο πολυεθνικές, υπάρχουν αυτή τη στιγμή 3-4 μικρότερες ανεξάρτητες εταιρείες. Ο στόχος είναι εμείς να γίνουμε οι μεγαλύτεροι από αυτές", αναφέρει χαρακτηριστικά.

ΕΝΔΙΑΦΕΡΟΝ ΓΙΑ ΤΟ ΕΛΑΙΟΛΑΔΟ

Στα σχέδια της εταιρείας δεν είναι να εισέλθει στην κατηγορία των ασηπτικών, ωστόσο σκοπεύει να αναπτύξει νέα καλούπια, μεγέθη και σχήματα, όπως επίσης και να βολιδοσκοπήσει κι άλλους κλάδους τροφίμων και ποτών, εκτός από τη γαλακτοκομία και τους χυμούς που αυτή τη στιγμή αποτελούν το μεγαλύτερο μέρος του πελατολογίου της (όχι ωστόσο τους μοναδικούς αφού, για παράδειγμα, παράγει περιέκτες και για το brand εμφιαλωμένου νερού Θεόνη).

Ένας από τους κλάδους που παρουσιάζει ενδιαφέρον, σύμφωνα με τον κ. Οράτη, είναι αυτός του ελαιόλαδου, δεδομένης και της ευαισθητοποίησης που υπάρχει αυτή τη στιγμή σε αγορά και καταναλωτές για την προστασία του προϊόντος (γέυση, αντιοξειδωτικά, βιταμίνες, πολυφαινόλες κ.α.) από την ηλιακή ακτινοβολία.

Αξίζει να σημειωθεί ότι, παράλληλα με τις επενδύσεις στις παραγωγικές υποδομές, έχουν γίνει και αρκετά έργα αναβάθμισης των εγκαταστάσεων της Adam Pack, με επιπλέον παροχές για τους εργαζόμενους, όπως γυμναστήριο και εστιατόριο.

"ΦΙΛΟΔΟΞΟΙ ΑΛΛΑ ΕΦΙΚΤΟΙ ΟΙ ΣΤΟΧΟΙ"

Με την υλοποίηση των επενδύσεων ο όμιλος στοχεύει σε ένα τζίρο της τάξης των €50 εκατ. μέσα στην επόμενη τριετία, από €30 εκατ. σήμερα ,ενώ ο πήχης για το ΕΒΙΤΔΑ έχει τεθεί στα €8 εκατ., έναντι €4 εκατ. σήμερα. "Θεωρώ ότι πρόκειται για απόλυτα εφικτούς στόχους αλλά και αναγκαίους ούτως ώστε να αρχίσουμε να μειώνουμε τον -αναπόφευκτο λόγω της ταχύτατης ανάπτυξης- δανεισμό μας, διατηρώντας παράλληλα έναν μικρότερο ρυθμό αύξησης των πωλήσεων", καταλήγει ο κ. Οράτης.



Γιώργος Οράτης, Διοικητικός Διευθυντής, Creative Pack Blue Box

Γιάννης Τσατσάκης
yannis@notice.gr

• **COCA-COLA ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ**
ΕΙΚΟΣΙ ΧΡΟΝΙΑ ΔΡΑΣΗΣ
ΓΙΑ ΤΗΝ ΠΡΟΣΤΑΣΙΑ ΤΟΥ ΝΕΡΟΥ

Το 2026 αποτελεί χρονιά ορόσημο για την Coca-Cola στην Ελλάδα (Coca-Cola Hellas και Coca-Cola Τρία Έψιλον), καθώς συμπληρώνονται 20 χρόνια δράσεων που εστιάζουν στην αντιμετώπιση της λειψυδρίας, την ενίσχυση της υδατικής ασφάλειας και τη βελτίωση της διαχείρισης των υδάτινων πόρων.

ZERO DROP MEDITERRANEAN

Στο πλαίσιο αυτό, εγκαινιάζεται το νέο πρόγραμμα “Zero Drop Mediterranean”, με χρηματοδότηση από το The Coca-Cola Foundation, το οποίο στοχεύει στην ενίσχυση της ανθεκτικότητας των υδατικών πόρων στην Μεσόγειο.

Από το 2006 έχουν υλοποιηθεί περισσότερα από 80 έργα προστασίας και εξοικονόμησης νερού σε 38 νησιά και πόλεις, σε συνεργασία με τον οργανισμό Global Water Partnership – Mediterranean (GWP-Med), με τη στήριξη του The Coca-Cola Foundation, της Coca-Cola στην Ελλάδα και τοπικών αρχών. Τα έργα αφορούν περιοχές με πληθυσμό άνω των 212.000 κατοίκων και έχουν συμβάλει, βάσει εκτιμήσεων, στη διασφάλιση δισεκατομμυρίων λίτρων νερού ετησίως.

ΤΟ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ ZERO DROP

Το 2022 ξεκίνησε το πρόγραμμα “Zero Drop” από τον GWP-Med με χρηματοδότηση του The Coca-Cola Foundation, ως συνέχεια της στρατηγικής για πιο ολοκληρωμένη διαχείριση υδάτινων πόρων. Το πρόγραμμα

εγκαινιάστηκε στην Φολέγανδρο με παρεμβάσεις σε υποδομές παροχής θαλασσινού νερού προς μονάδες αφαλάτωσης, επιτυγχάνοντας εξοικονόμηση εκατομμυρίων λίτρων νερού ετησίως.

- Το 2023 υλοποιήθηκαν έργα στο Ηράκλειο Κρήτης με αναβάθμιση αρδευτικών δικτύων, ενώ ξεκίνησαν παρεμβάσεις στον Δήμο Τανάγρας για ανακυκλοφορία και επαναχρησιμοποίηση νερού πλύσης φίλτρων στη Μονάδα Επεξεργασίας Νερού Καλλιθέας
- Το 2025 η εφαρμογή τους επεκτάθηκε στο Διυλιστήριο Νερού Σχηματάρη, που τροφοδοτείται από τον ταμιευτήρα του Μόρνου
- Στις αρχές του 2026 υλοποιήθηκε νέο έργο στο Αίγιο, με στόχο τη μείωση απωλειών στο δίκτυο ύδρευσης μέσω αντικατάστασης παλαιών αγωγών και αναβάθμισης του συστήματος διανομής

ΤΑ ΟΦΕΛΗ

Σύμφωνα με τη στρατηγική της Coca-Cola για τη διαχείριση των υδάτινων πόρων, η εταιρεία εστιάζει τόσο στην αποδοτική χρήση του νερού στις λειτουργίες της, όσο και στην επιστροφή νερού στη φύση και στις κοινότητες. Από το 2015, σύμφωνα με τα στοιχεία της εταιρείας, έχει επηρεαστεί στη φύση και τις τοπικές κοινωνίες περισσότερο από το 100% του νερού που χρησιμοποιείται στα τελικά προϊόντα της παγκοσμίως.



• **ΦΑΡΜΑ ΔΟΜΟΚΟΣ**
ΜΑΘΗΤΕΣ
ΓΥΜΝΑΣΙΟΥ
ΓΝΩΡΙΣΑΝ
ΑΠΟ ΚΟΝΤΑ
ΤΗ ΣΥΓΧΡΟΝΗ
ΚΤΗΝΟΤΡΟΦΙΑ

Μια βιωματική εκπαιδευτική εμπειρία είχαν την ευκαιρία να ζήσουν οι μαθητές της Α΄ Τάξης του Γυμνασίου Δομοκού, μέσα από επίσκεψή τους στη Φάρμα Δομοκού, με στόχο τη γνωριμία με τον πρωτογενή τομέα και τη λειτουργία μιας σύγχρονης κτηνοτροφικής μονάδας.

Κατά την επίσκεψη στη φάρμα της εταιρείας Ήπειρος στο Περιβόλι Δομοκού, οι μαθητές περιηγήθηκαν στις εγκαταστάσεις και ήρθαν σε άμεση επαφή με τις διαδικασίες καθημερινής φροντίδας και διαχείρισης των ζώων. Παράλληλα, ενημερώθηκαν για τον ρόλο της τεχνολογίας στη σύγχρονη κτηνοτροφική παραγωγή, καθώς και για τα πρότυπα ευζωίας που εφαρμόζονται στη μονάδα.

Ιδιαίτερη αναφορά έγινε στη σύνδεση της φάρμας με την παραγωγή του παραδοσιακού προϊόντος Κατίκι Δομοκού ΠΟΠ “Ορεινές Πλαγιές”.

Ο Ιωάννης Καϊμακάμης, Διευθυντής της φάρμας, ανέφερε: “Στην Φάρμα Δομοκός επενδύουμε συστηματικά στη διασύνδεση της παραγωγής με την κοινωνία και την εκπαιδευτική κοινότητα, καθώς πιστεύουμε ότι η εξωστρέφεια, η μεταφορά γνώσης και η επαφή των νέων με τον πρωτογενή τομέα αποτελούν κρίσιμες προϋποθέσεις για το μέλλον της ελληνικής κτηνοτροφίας.”



• **INGREDION**

ΕΞΑΓΟΡΑΖΕΙ ΤΗΝ TATE & LYLE ENANTI £2,7 ΔΙΣ.

Στην εξαγοράσει την Tate & Lyle Plc έναντι £2,7 δισ. προχωρά η Ingredion Inc., σε μια συμφωνία που σηματοδοτεί το τέλος της σχεδόν εκατονταετούς παρουσίας της βρετανικής εταιρείας στο Χρηματιστήριο του Λονδίνου.

Η αμερικανική εταιρεία προσφέρει 595 πένες σε μετρητά για κάθε μετοχή της Tate & Lyle, ενώ οι μέτοχοι θα δικαιούνται να λάβουν έως και 20 πένες ανά μετοχή σε μερίσματα. Η προσφορά αντιστοιχεί σε premium σχεδόν 60% σε σχέση με την τιμή της μετοχής πριν δημοσιοποιηθεί το ενδιαφέρον εξαγοράς.

ΙΣΤΟΡΙΚΗ ΕΤΑΙΡΕΙΑ

Η Tate & Lyle συγκαταλέγεται στις παλαιότερες εισηγμένες εταιρείες του Ηνωμένου Βασιλείου. Ξεκίνησε ως εταιρεία διύλισης ζάχαρης στα τέλη του 19ου αιώνα, ενώ το 2010 πούλησε τη δραστηριότητά της στη ζάχαρη για να επικεντρωθεί σε υποκατάστατα ζάχαρης και λύσεις μείωσης θερμίδων. Παράλληλα, έχει επεκταθεί στην αγορά φυτικών ινών.

Η αποχώρησή της από το Χρηματιστήριο του Λονδίνου αποτελεί ακόμη ένα πλήγμα για τη βρετανική αγορά, η οποία τα τελευταία χρό-

νια βλέπει τη διεθνή της ελκυστικότητα να υποχωρεί, καθώς αρκετές εταιρείες επιλέγουν άλλες αγορές, μεταφέρουν τις εισηγμένες μετοχές τους στις ΗΠΑ ή αποδέχονται προτάσεις εξαγοράς.

ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΣΥΣΤΑΤΙΚΩΝ

Τόσο η Tate & Lyle όσο και η Ingredion δραστηριοποιούνται στην ανάπτυξη συστατικών που βοηθούν τις βιομηχανίες τροφίμων και ποτών να μειώνουν τη ζάχαρη και τα λιπαρά, διατηρώντας τη γεύση και την υφή των προϊόντων.

Τα συστατικά τους χρησιμοποιούνται σε ευρύ φάσμα προϊόντων, από παγωτά και αρτοσκευάσματα έως σούπες, σάλτσες και αναψυκτικά.

Το 2024 η Tate & Lyle εξαγόρασε την CP Kelco έναντι \$1,8 δισ., ενισχύοντας το χαρτοφυλάκιό της σε εξειδικευμένα συστατικά που βελτιώνουν την υφή των τροφίμων. Ωστόσο, αντιμετωπίζει πιέσεις από τον ανταγωνισμό και μειώσεις τιμών στην αγορά, με τη διοίκηση να προειδοποιεί για υποχώρηση των εσόδων τα επόμενα χρόνια.

Η Ingredion, με έδρα το Westchester του Ιλινόις και χρηματιστηριακή αξία περίπου \$6,3 δισ., έχει τις ρίζες της στην επεξεργασία κα-



James P. Zallie, Πρόεδρος και CEO, Ingredion

λαμποκίου. Από το 2012 έχει στραφεί περισσότερο στα πρόσθετα τροφίμων και στα συστατικά που συμβάλλουν στην παραγωγή πιο υγιεινών και θρεπτικών προϊόντων.

• **CARLSBERG**

ΣΧΕΔΙΑΖΕΙ ΙΡΟ ΕΩΣ \$700 ΕΚΑΤ. ΓΙΑ ΤΗΝ ΙΝΔΙΚΗ ΘΥΓΑΤΡΙΚΗ ΤΗΣ

Η Carlsberg A/S ετοιμάζεται να καταθέσει προσχέδιο ενημερωτικού δελτίου για τη δημόσια εγγραφή της ινδικής θυγατρικής της, ακόμη και μέσα στον τρέχοντα μήνα, σύμφωνα με πηγές που γνωρίζουν την υπόθεση. Η πιθανή εισαγωγή στο χρηματιστήριο θα μπορούσε να αντλήσει έως και \$700 εκατ., ανέφεραν οι ίδιες πηγές, οι οποίες ζήτησαν να διατηρήσουν την ανωνυμία τους λόγω του εμπιστευτικού χαρακτήρα των πληροφοριών. Η Carlsberg συνεργάζεται με την Kotak Mahindra Capital Co., καθώς και με τις τοπικές μονάδες των JPMorgan Chase & Co. και Citigroup Inc. για τη σχεδιαζόμενη διάθεση μετοχών.

Σύμφωνα με τις ίδιες πηγές, η δημόσια εγγραφή αναμένεται να πραγματοποιηθεί μέσω δευτερογενούς διάθεσης μετοχών από τη δανέζικη ζυθοποιία και θα μπορούσε να λάβει χώρα αργότερα μέσα στο έτος. Εκπρόσωποι της Carlsberg αρνήθηκαν να σχολιάσουν, επαναλαμβάνοντας μόνο ότι η



Jacob Aarup-Andersen, CEO, Carlsberg

εταιρεία εξετάζει επιλογές για την ενίσχυση της αξίας για τους μετόχους της, συμπεριλαμβανομένης μιας πιθανής δημόσιας εγγραφής, χωρίς ωστόσο να έχει ληφθεί οριστική απόφαση.

Ο ΡΟΛΟΣ ΤΗΣ ΙΝΔΙΑΣ

Οι μεγάλοι διεθνείς όμιλοι αλκοολούχων αναζητούν ολοένα και περισσότερο τρόπους να αξιοποιήσουν την αξία των δραστηριοτήτων τους στην Ινδία, ποντάροντας στην αυξανόμενη κατανάλωση σε μία από τις ταχύτερα αναπτυσσόμενες μεγάλες οικονομίες του κόσμου. Η Pernod Ricard SA, παραγωγός της βότκας Absolut και του σκωτσέζικου ούισκι Chivas Regal, εξετάζει επίσης το ενδεχόμενο εισαγωγής της ινδικής δραστηριότητάς της στο χρηματιστήριο και έχει ήδη προσλάβει συμβούλους για τη διαδικασία. Η Carlsberg India είναι η δεύτερη μεγαλύτερη ζυθοποιία της χώρας, με μερίδιο αγοράς περίπου 22%, σύμφωνα με εταιρική παρουσίαση. Η εταιρεία ιδρύθηκε στην Ινδία το 2007 και σήμερα λειτουργεί 14 ζυθοποιεία σε ολόκληρη τη χώρα, εκ των οποίων οκτώ είναι ιδιόκτητες μονάδες παραγωγής και έξι λειτουργούν μέσω συμβολαϊκής παραγωγής, σύμφωνα με πληροφορίες που είναι διαθέσιμες στον ιστότοπό της.

• ΕΛΣΤΑΤ-ΣΕΒΕ
**ΔΙΨΗΦΙΑ ΑΥΞΗΣΗ
ΤΩΝ ΕΛΛΗΝΙΚΩΝ
ΕΞΑΓΩΓΩΝ
ΣΤΟ ΤΕΤΡΑΜΗΝΟ
– ΣΤΑ €17,8 ΔΙΣ.
Η ΑΞΙΑ ΤΟΥΣ**

Διψήφια ανάπτυξη παρουσίασαν οι ελληνικές εξαγωγές το α' τετράμηνο του 2026 σύμφωνα με τα προσωρινά στοιχεία της ΕΛΣΤΑΤ που επεξεργάστηκε το ΙΕΕΣ του ΣΕΒΕ. Οι εισαγωγές επίσης παρουσίασαν αύξηση, ωστόσο το εμπορικό έλλειμμα περιορίστηκε.

DATA Α' τετράμηνο 2025 (σε €εκατ.)

Εξαγωγές: 17.771,5 (+11,3%)
Εισαγωγές: 28.210,8 (+3,3%)
Έλλειμμα: 10.439,3 (-8%)

Η ΕΙΚΟΝΑ ΑΝΑ ΓΕΩΓΡΑΦΙΚΗ ΠΕΡΙΟΧΗ

Όσον αφορά τους εξαγωγικούς προορισμούς, κατά το διάστημα Ιανουαρίου–Απριλίου 2026 σε σύγκριση με το αντίστοιχο διάστημα του 2025, καταγράφηκε σημαντική αύξηση των εξαγωγών τόσο προς τις χώρες της Ευρωπαϊκής Ένωσης (27) όσο και προς τις Τρίτες Χώρες.

DATA Α' τετράμηνο 2025 - Εξαγωγικοί προορισμοί (σε €εκατ.)

ΕΕ: 10.314,2 (+12,1%)
Τρίτες χώρες: 7.457,3 (+10,2%)
Μερίδιο ΕΕ: 58% (+0,4%)
Μερίδιο Τρίτων Χωρών: 42% (-0,4%)

Εξαιρουμένων των πετρελαιοειδών, οι εξαγωγές προς τις χώρες της Ευρωπαϊκής Ένωσης ανήλθαν σε €8.868,9 εκατ. έναντι €8.224,7 εκατ. το διάστημα Ιανουαρίου–Απριλίου 2025, σημειώνοντας αύξηση κατά €644,2 εκατ. ή 7,8%, ενώ οι εξαγωγές προς Τρίτες Χώρες διαμορφώθηκαν σε €4.097,1 εκατ. έναντι €4.215,8 εκατ., παρουσιάζοντας μείωση κατά €118,7 εκατ. ή 2,8%. Ως εκ τούτου, το μερίδιο της Ευρωπαϊκής Ένωσης στο σύνολο των εξαγωγών χωρίς πετρελαιοειδή ανήλθε σε 68,4% και το μερίδιο των Τρίτων Χωρών σε 31,6%.



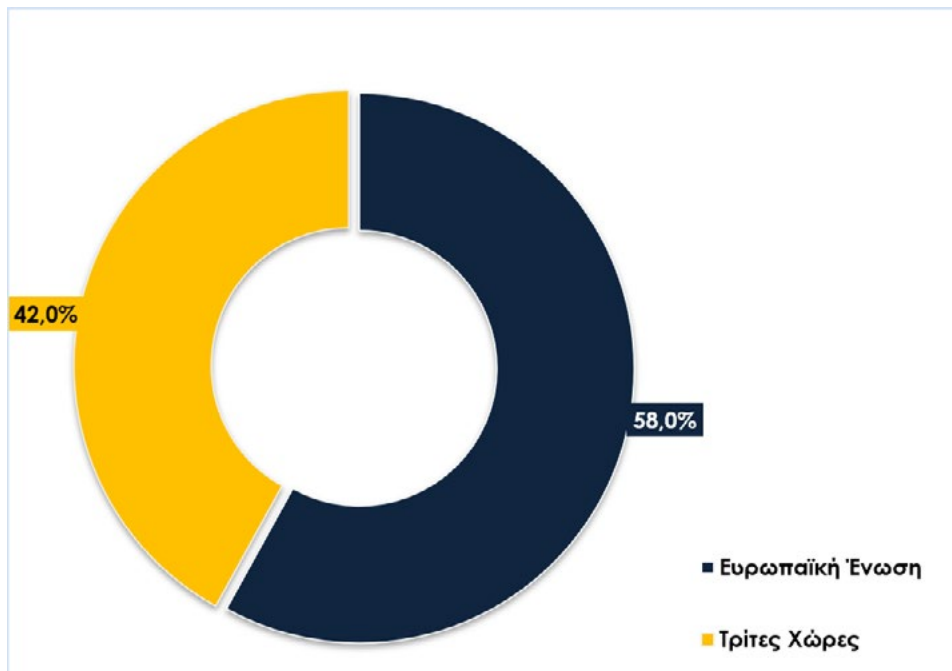
Πίνακας 4. Εξαγωγές ανά κλάδο, Ιανουάριος - Απρίλιος 2025/2026

(ποσά σε εκατ. ευρώ)	Ιαν-Απρ 26*	Ιαν-Απρ 25*	Διαφορά 26/25	ΕΤ 26/25
Τρόφιμα	3.345,2	3.035,5	309,7	10,2%
Βιομηχανικά	2.515,9	2.570,1	-54,2	-2,1%
Χημικά	2.184,0	2.137,1	46,9	2,2%
Μηχ/τα-Οχήματα	1.622,1	1.594,2	27,9	1,8%
Διάφ. Βιομηχανικά	1.251,6	1.205,3	46,3	3,8%
Πρώτες Ύλες	668,3	599,9	68,4	11,4%
Ποτά-Καπνά	498,5	498,7	-0,2	0,0%
Λίπη-Έλαια	321,9	383,5	-61,6	-16,1%
Μη ταξινομημένα	39,8	38,4	1,4	3,7%
Πετρελαιοειδή	5.324,2	3.918,6	1.405,6	35,9%
Σύνολο χωρίς πετρελαιοειδή**	12.447,3	12.062,6	384,7	3,2%
Σύνολο**	17.771,5	15.981,2	1.790,3	11,2%

Επεξεργασία: ΙΕΕΣ-ΣΕΒΕ, ΕΤ: Ετήσια Τάση

*Προσωρινά στοιχεία ΕΛΣΤΑΤ

**Οι διαφορές στο σύνολο προκύπτουν από τον τρόπο υπολογισμού των εξαγωγών ανά κλάδο



• **JOSE CUERVO**
**ΛΑΝΣΑΡΕΙ ΝΕΑ ΣΕΙΡΑ ΕΤΟΙΜΩΝ
COCKTAILS ΜΕ ΤΕΚΙΛΑ ΣΕ ΚΟΥΤΙ**

Η Jose Cuervo διευρύνει το χαρτοφυλάκιό της στην κατηγορία των έτοιμων προς κατανάλωση ποτών, λανσάροντας μια νέα σειρά κονσερβοποιημένων cocktails με βάση την τεκίλα. Τα νέα Cuervo Canned Cocktails παρασκευάζονται με τεκίλα και έχουν αλκοολικό βαθμό 5,9% ABV (αλκοόλ κατ' όγκο). Η σειρά διατίθεται σε συσκευασία ποικιλίας οκτώ κουτιών, καθώς και σε τετράδες με μία μόνο γεύση και σε μεμονωμένα κουτιά. Η νέα γκάμα περιλαμβάνει τέσσερις γεύσεις:

- Classic Margarita
- Paloma
- Strawberry Margarita
- Pink Lemonade

Η ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΤΩΝ RTDS

Το λανσάρισμα έρχεται σε μια περίοδο κατά την οποία τα RTD ποτά με βάση τα αποστάγματα συνεχίζουν να καταγράφουν ισχυρή ανάπτυξη. Η Cuervo επικαλείται στοιχεία της αγοράς που δείχνουν ότι η συγκεκριμένη κατηγορία αυξήθηκε κατά 30% τον τελευταίο χρόνο, ενώ τα RTD ποτά με χαμηλότερο αλκοολικό βαθμό, μεταξύ 5% και 5,9% ABV, αντιπροσωπεύουν πλέον το δεύτερο μεγαλύτερο μερίδιο της αγοράς. Τα νέα προϊόντα διαθέτουν ανανεωμένη συσκευασία με χρωματική κωδικοποίηση ανά γεύση, με στόχο τη μεγαλύτερη προβολή και αναγνωρισιμότητα στα ράφια των καταστημάτων.



ΔΙΑΘΕΣΗ ΚΑΙ ΤΙΜΟΛΟΓΗΣΗ

Η σειρά διατίθεται σταδιακά σε αλυσίδες λιανικής στις Ηνωμένες Πολιτείες, μεταξύ των οποίων οι Walmart, Kroger, 7-Eleven, Total Wine και επιλεγμένα καταστήματα CVS. Παράλληλα, είναι διαθέσιμη μέσω πλατφορμών διανομής κατ' οίκον, όπως οι DoorDash, Instacart και Uber Eats. Η προτεινόμενη λιανική τιμή της συσκευασίας ποικιλίας οκτώ κουτιών ανέρχεται στα \$18,99, ενώ οι τετράδες κοστίζουν \$9,99 και τα μεμονωμένα κουτιά \$2,99.

• **BARILLA**
**ΜΕΙΩΝΕΙ ΖΑΧΑΡΗ ΚΑΙ ΑΛΑΤΙ ΣΤΑ ΠΡΟΪΟΝΤΑ ΤΗΣ
- ΕΠΕΝΔΥΕΙ ΣΤΗ ΒΙΩΣΙΜΟΤΗΤΑ**

Η ιταλική πολυεθνική Barilla συνέχισε το 2025 τη μείωση της περιεκτικότητας των προϊόντων της σε ζάχαρη και αλάτι, ενώ παράλληλα προώθησε τη χρήση ανανεώσιμων πηγών ενέργειας και βιώσιμων γεωργικών πρακτικών, σύμφωνα με την Έκθεση Βιωσιμότητας 2025.

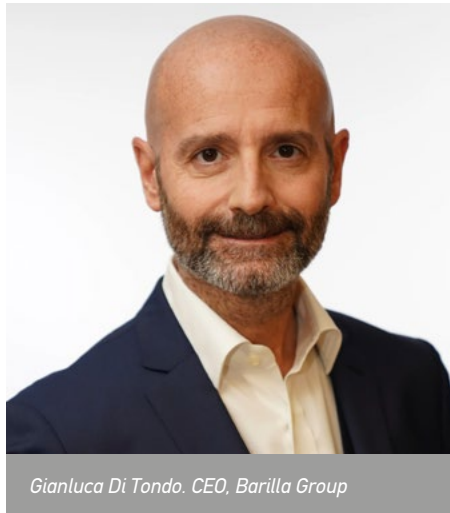
Συγκεκριμένα:

- το 89% των προϊόντων που διέθεσε στην αγορά περιείχε λιγότερα από 5 γραμμάρια ζάχαρης ανά μερίδα
- το 90% λιγότερα από 0,5 γραμμάρια αλατιού ανά μερίδα
- το 90% αποτελούσε πηγή φυτικών ινών

ΕΠΕΝΔΥΣΕΙΣ ΣΕ R&D

Η Barilla επένδυσε περισσότερα από €47 εκατ. στην έρευνα, την ανάπτυξη και τη διασφάλιση ποιότητας. Στο πλαίσιο αυτό δημιούργησε το BITE (Barilla Innovation & Technology Experience), έναν νέο παγκόσμιο κόμβο καινοτομίας με έδρα την Πάρμα της Ιταλίας.

Παράλληλα, πένδυσε €30 εκατ. για τον τετραπλασιασμό της φωτοβολταϊκής ισχύος στις μονάδες παραγωγής ζυμαρικών και αρτοποιημάτων. Η επένδυση αυτή εντάσσεται



Gianluca Di Tondo, CEO, Barilla Group

σε ένα πενταετές πρόγραμμα έως το 2030, συνολικού ύψους €168 εκατ., το οποίο επικεντρώνεται στην ενεργειακή αποδοτικότητα, την παραγωγή ενέργειας από ανανεώσιμες πηγές και τη βιώσιμη διαχείριση υδάτινων πόρων.

Η εγκατάσταση πέντε νέων φωτοβολταϊκών πάρκων στην Ιταλία και την Ελλάδα αύξησε τη συνολική εγκατεστημένη φωτοβολταϊκή ισχύ της Barilla σε περισσότερα από 8

MW, επίπεδο υπερτετραπλάσιο σε σχέση με το 2022.

**Η ΣΥΝΔΕΣΗ ΜΕ ΤΟΝ ΤΟΜΕΑ
ΤΗΣ ΓΕΩΡΓΙΑΣ**

Στον τομέα της γεωργίας, η εταιρεία προμηθεύτηκε το 2025 συνολικά 4.160 τόνους μαλακού σιταριού που καλλιεργήθηκε μέσω πρακτικών αναγεννητικής γεωργίας, με στόχο η ποσότητα αυτή να φτάσει τους 250.000 τόνους έως το 2030. Μέσω του προγράμματος Barilla Sustainable Farming (BSF), στο οποίο έχουν συμμετάσχει σχεδόν 7.000 αγρότες από το 2010, προμηθεύτηκε περισσότερους από 816.000 τόνους πρώτων υλών που παρήχθησαν με βιώσιμες γεωργικές πρακτικές.

Το 2025 η Barilla δώρισε παγκοσμίως 4.000 τόνους τροφίμων και διέθεσε €2 εκατ. για κοινωνικούς σκοπούς. Στον τομέα της συσκευασίας προχώρησε σε πρωτοβουλίες για τη μείωση του περιβαλλοντικού αποτυπώματος, όπως η νέα συσκευασία για τα Tagliatelle, που εξοικονομεί 150 τόνους χαρτονιού ετησίως, και η χρήση γυάλινων βάζων για έτοιμες σάλτσες που κατασκευάζονται κατά περίπου 65% από ανακυκλωμένο γυαλί.

• **ΑΒ ΒΑΣΙΛΟΠΟΥΛΟΣ**

ΝΕΕΣ ΨΗΦΙΑΚΕΣ ΕΠΕΝΔΥΣΕΙΣ ΣΕ ΚΑΤΑΣΤΗΜΑΤΑ ΚΑΙ ΕΦΟΔΙΑΣΤΙΚΗ ΑΛΥΣΙΔΑ

Η ΑΒ Βασιλόπουλος συνεχίζει να επενδύει σε ψηφιακές λύσεις με στόχο τη βελτίωση της αγοραστικής εμπειρίας και την ενίσχυση της λειτουργικής αποδοτικότητας σε όλα τα επίπεδα της δραστηριότητάς της.

Στο επίκεντρο της στρατηγικής της βρίσκονται τα αναβαθμισμένα Self Checkout ταμεία, οι νέες δυνατότητες του προγράμματος AB Plus μέσω των AB Kiosks, καθώς και ψηφιακές υπηρεσίες όπως η ενημέρωση υπολοίπου επαναφορτιζόμενων καρτών σίτισης. Παράλληλα, η εταιρεία προχωρά στον εκσυγχρονισμό των εργαλείων που χρησιμοποιούνται στα Κέντρα Διανομής της.

Ο ΡΟΛΟΣ ΤΩΝ SELF CHECKOUTS

Η νέα γενιά Self Checkout έχει σχεδιαστεί με στόχο την απλούστευση της διαδικασίας συναλλαγής, με λιγότερα βήματα και πρόσθετες δυνατότητες, όπως η εξαργύρωση πόντων AB Plus και η χρήση πολλαπλών τρόπων πληρωμής στην ίδια συναλλαγή.

Παράλληλα, οι προσωπικές προσφορές του προγράμματος AB Plus είναι πλέον διαθέσιμες και στα φυσικά καταστήματα μέσω των AB Kiosks, επιτρέποντας στους πελάτες να τις ενεργοποιούν άμεσα, ενισχύοντας τη σύνδεση μεταξύ ψηφιακών καναλιών και φυσικής αγοραστικής εμπειρίας.

ΜΕΤΑΒΑΣΗ ΣΤΟ LYDIA VOICE

Σε επίπεδο εφοδιαστικής αλυσίδας, η εταιρεία προχωρά στην αναβάθμιση του συστήματος Voice Picking, με τη μετάβαση στο Lydia Voice, το οποίο ενισχύει την ακρίβεια και την παραγωγικότητα στις διαδικασίες συλλογής και διανομής. Νέες λειτουργίες, όπως το Multistore Picking και το Put-to-Light, συμβάλλουν στη



μείωση λαθών και στην ταχύτερη εκτέλεση παραγγελιών.

Παράλληλα, η εταιρεία εφαρμόζει ημερήσια αποτίμηση αποθεμάτων, ενισχύοντας την ακρίβεια των οικονομικών δεδομένων και τη δυνατότητα ταχύτερης λήψης αποφάσεων, ενώ αξιοποιεί και εργαλεία βελτιστοποίησης χω-

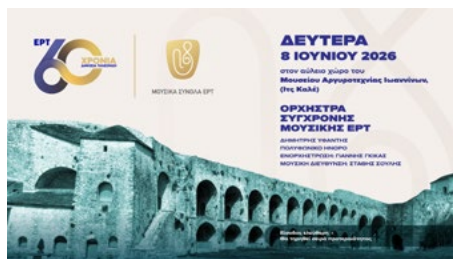
ροθέτησης προϊόντων στα Κέντρα Διανομής για καλύτερη διαχείριση χώρου και χρόνου.

Στο σύνολό της, η ΑΒ Βασιλόπουλος συνδέει την τεχνολογία με την καθημερινή λειτουργία της, με στόχο πιο απλές διαδικασίες για τον πελάτη και μεγαλύτερη αποδοτικότητα στο εσωτερικό της εταιρείας.

• **ΗΠΕΙΡΩΤΙΚΗ ΒΙΟΜΗΧΑΝΙΑ ΕΜΦΙΑΛΩΣΕΩΝ**

ΥΠΟΣΤΗΡΙΚΤΗΣ ΣΤΗ ΣΥΝΑΥΛΙΑ ΤΗΣ ΕΡΤ ΣΤΑ ΙΩΑΝΝΙΝΑ

Η Ηπειρωτική Βιομηχανία Εμφιαλώσεων συμμετείχε ως υποστηρικτής στη συναυλία των Μουσικών Συνόλων της ΕΡΤ, η οποία πραγματοποιήθηκε χθες, στον χώρο του Μουσείου Αργυροτεχνίας Ιωαννίνων, στο Ιτς Καλέ. Η εκδήλωση διοργανώθηκε με αφορμή τη συμπλήρωση 60 ετών λειτουργίας της Δημόσιας Τηλεόρασης. Στη συναυλία συμμετείχε η Ορχήστρα Σύγχρονης Μουσικής της ΕΡΤ, το πολυφωνικό συγκρότημα "Ηνωρο" και ο ερμηνευτής Δημήτρης Υφαντής. Η Ηπειρωτική Βιομηχανία Εμφιαλώσεων, με



έδρα και ισχυρούς δεσμούς με την Ήπειρο, υποστηρίζει διαχρονικά πρωτοβουλίες που προάγουν τον πολιτισμό και ενισχύουν την

πολιτιστική ζωή της περιοχής. Όπως επισμαίνεται, ο πολιτισμός αποτελεί αναπόσπαστο στοιχείο της ταυτότητας και της ανάπτυξης των τοπικών κοινωνιών.

Μέσα από τη συμμετοχή της στη συγκεκριμένη διοργάνωση, η εταιρεία επιβεβαιώνει τη δέσμευσή της να στηρίζει δράσεις που ενισχύουν το πολιτιστικό αποτύπωμα των Ιωαννίνων και συμβάλλουν στην ανάδειξη της περιοχής ως σημείου αναφοράς για τον πολιτισμό και τη σύγχρονη καλλιτεχνική έκφραση.

• **ΒΙΟΛΑΝΤΑ**

ΝΕΑ ΕΤΑΙΡΕΙΑ ΑΠΟ ΤΑ ΠΑΙΔΙΑ ΤΟΥ ΚΩΝΣΤΑΝΤΙΝΟΥ ΤΖΙΩΡΤΖΙΩΤΗ

Μια νέα εταιρεία με βασικό αντικείμενο δραστηριότητας την παραγωγή μπισκότων συστάθηκε με έδρα την Σιάτιστα Κοζάνης και αρχικό κεφάλαιο €15 χιλ., αποτελούμενο από 600 μετοχές, αξίας €25 η κάθε μία. Πρόκειται για την "Μπισκοτοποιία Βανίλια Ι.Κ.Ε.", στην οποία, σύμφωνα με τη χθεσινή καταχώρηση στο ΓΕΜΗ, συμμετέχουν μέλη της οικογένειας Τζιωρτζιώτη, και συγκεκριμένα τρία παιδιά του ιδιοκτήτη της Βιολάντα, Κωνσταντίνου Τζιωρτζιώτη.

ΟΙ ΤΕΣΣΕΡΙΣ ΕΤΑΙΡΟΙ

Στη μετοχική σύνθεση συμμετέχουν τέσσερις εταίροι. Συγκεκριμένα

- Γεώργιος Αναστασίου: 26,5%
- Στέφανος Τζιωρτζιώτης: 24,5%
- Μοδέστος Τζιωρτζιώτης: 24,5%
- Σοφία Τζιωρτζιώτη: 24,5%

Θυμίζουμε ότι ο Στέφανος Τζιωρτζιώτης είναι Αντιπρόεδρος στο διοικητικό συμβούλιο της Βιολάντα.

ΠΟΥ ΘΑ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΠΟΙΗΘΕΙ

Σε ό,τι αφορά τους τομείς δραστηριότητας της νέας εταιρείας, αυτοί έχουν ως εξής:

- Παραγωγή μπισκότων
- Παραγωγή άλλων ξηρών η διατηρούμε-



- των ειδών αρτοποιίας
- Χονδρικό εμπόριο ζάχαρης, σοκολάτας και ειδών ζαχαροπλαστικής
- Χονδρικό εμπόριο τραγανού ψωμιού, παξιμαδιών, φρυγανισμένου ψωμιού και παρόμοιων φρυγανισμένων προϊόντων
- Χονδρικό εμπόριο φρέσκων ειδών ζαχαροπλαστικής και γλυκισμάτων
- Χονδρικό εμπόριο προϊόντων ζαχαροπλαστικής (συμπεριλαμβάνεται η λευκή σοκολάτα) που δεν περιέχουν κακάο
- Αρτοποιία· παραγωγή νωπών ειδών ζαχαροπλαστικής

- Παραγωγή ψωμιού, νωπών ειδών ζαχαροπλαστικής και γλυκισμάτων
- Παραγωγή νωπών ειδών ζαχαροπλαστικής και γλυκισμάτων
- Παραγωγή παξιμαδιών, μπισκότων, διατηρούμενων ειδών ζαχαροπλαστικής
- Παραγωγή παξιμαδιών και μπισκότων· παραγωγή διατηρούμενων ειδών ζαχαροπλαστικής και γλυκισμάτων
- Παραγωγή αρτοποιασκευασμάτων με μπαχαρικά (gingerbread) και παρόμοιων ειδών· γλυκών μπισκότων· βαφλών (γκοφρών) και γκοφρετών

• **CAMPARI**

OFFICIAL PARTNER ΣΤΟ 79ο ΦΕΣΤΙΒΑΛ ΚΑΝΝΩΝ ΓΙΑ 5η ΧΡΟΝΙΑ

Το Campari επέστρεψε στο 79ο Φεστιβάλ Καννών, σηματοδοτώντας την πέμπτη χρονιά παρουσίας του ως Official Partner.

Στο επίκεντρο της διοργάνωσης, το Campari Lounge λειτούργησε ως σημείο συνάντησης για σκηνοθέτες, δημιουργούς και επαγγελματίες της κινηματογραφικής βιομηχανίας. Κατά τη διάρκεια της ημέρας, ο χώρος αξιοποιήθηκε για θεματικές συζητήσεις και επαγγελματικές συναντήσεις, ενώ τις βραδινές ώρες μετατρεπόταν σε χώρο φιλοξενίας VIP καλεσμένων, με signature cocktail εμπειρίες βασισμένες στο εμβληματικό aperitif του brand.

ΕΚΔΗΛΩΣΕΙΣ

Σημαντικές στιγμές της παρουσίας του Campari στο φεστιβάλ περιλάμβαναν επιμέρους εκδηλώσεις και συνεργασίες, μεταξύ των οποίων:

- το Golden Globes Luncheon στο Campari Lounge
- ζωντανή ηχογράφιση του podcast Awards Chatter σε συνεργασία με το



- The Hollywood Reporter
 - το Soho House Members' Aperitivo
- Η παρουσία του Campari στις Κάννες εντάσσεται σε μια μακροχρόνια σχέση με τον κι-

νηματογράφο, η οποία διαρκεί πάνω από σαράντα χρόνια, μέσα από συνεργασίες με φεστιβάλ, δημιουργούς και καλλιτεχνικές πρωτοβουλίες.

• ΦΥΣΙΚΟ ΜΕΤΑΛΛΙΚΟ ΝΕΡΟ ΒΙΚΟΣ

ΣΤΗΡΙΖΕΙ ΤΟΝ ΠΑΡΑΟΛΥΜΠΙΑΚΟ ΑΘΛΗΤΙΣΜΟ ΜΕΣΑ ΑΠΟ ΤΟ ΠΑΝΕΛΛΗΝΙΟ ΠΡΩΤΑΘΛΗΜΑ ΠΑΡΑΚΟΛΥΜΒΗΣΗΣ

Με μεγάλη συμμετοχή και υψηλό αγωνιστικό επίπεδο ολοκληρώθηκε το ΒΙΚΟΣ Πανελλήνιο Πρωτάθλημα ΠαραΚολύμβησης 2026, που πραγματοποιήθηκε στις 30 και 31 Μαΐου στο Ολυμπιακό Κέντρο Υγρού Στίβου του ΟΑΚΑ, συγκεντρώνοντας κορυφαίους αθλητές και αθλήτριες από όλη την Ελλάδα.

ΣΥΜΠΕΡΙΛΗΨΗ ΚΑΙ ΙΣΟΤΗΤΑ

Η ονοματοδοσία της διοργάνωσης από το φυσικό μεταλλικό νερό ΒΙΚΟΣ επιβεβαιώνει τη διαχρονική στήριξη της μάρκας στον ελληνικό αθλητισμό και ιδιαίτερα στο παραολυμπιακό κίνημα, προωθώντας τις αξίες της συμπερίληψης, της ισότητας και της ίσης πρόσβασης στον αθλητισμό.

Ξεχωριστή παρουσία στη διοργάνωση είχαν οι αθλητές της ΒΙΚΟΣ Team, Δημοσθένης Μιχαλεντζάκης και Έφη Γκουλή, οι οποίοι επιβεβαίωσαν το υψηλό αγωνιστικό τους επίπεδο, σημειώνοντας σημαντικές επιδόσεις και προσθέτοντας νέες διακρίσεις στο ενεργητικό τους.

ΔΙΑΧΡΟΝΙΚΗ ΔΕΣΜΕΥΣΗ

Η Ειρήνη Κωνσταντοπούλου, Corporate & Marketing Tech Manager της Ηπειρωτικής Βιομηχανίας Εμφιαλώσεων, δήλωσε μεταξύ άλλων ότι "η ονοματοδοσία του Πανελλήνιου Πρωταθλήματος ΠαραΚολύμβησης αποτελεί ιδιαίτερη τιμή για το φυσικό μεταλλικό νερό ΒΙΚΟΣ και επιβεβαιώνει τη δι-



αχρονική μας δέσμευση στις αξίες της συμπερίληψης και της ίσης πρόσβασης στον αθλητισμό.

Από την πλευρά του, ο Πρόεδρος της Εθνικής Αθλητικής Ομοσπονδίας Ατόμων με Αναπηρίες (ΕΑΟΜ-ΑμεΑ), Κωνσταντίνος Σιάχος, δήλωσε ότι "το ΒΙΚΟΣ Πανελλήνιο Πρωτάθλημα ΠαραΚολύμβησης 2026 αποτέλεσε μια διοργάνωση υψηλού αγωνιστικού και

οργανωτικού επιπέδου, αναδεικνύοντας την αφοσίωση, το ήθος και την αγωνιστική αξία των αθλητών και των αθλητριών μας. Η διαχρονική υποστήριξη του φυσικού μεταλλικού νερού ΒΙΚΟΣ προς την Ομοσπονδία και το παραολυμπιακό κίνημα αποτελεί πολύτιμο σύμμαχο στην προσπάθειά μας να δημιουργούμε περισσότερες ευκαιρίες ανάπτυξης και προβολής του αθλήματος."

• ΔΩΡΙΚΗ

Ο ΒΑΣΙΛΗΣ ΚΑΠΛΑΝΙΔΗΣ ΑΝΑΛΑΜΒΑΝΕΙ ΚΑΘΗΚΟΝΤΑ EXPORT MANAGER

Την ένταξη του Βασίλη Καπλανίδη στην ομάδα της ανακοίνωσε η Δωρική, ο οποίος αναλαμβάνει τη θέση του Export Manager.

Ο κ. Καπλανίδης διαθέτει εμπειρία άνω των 30 ετών στον τομέα των διεθνών πωλήσεων και στη στρατηγική ανάπτυξης εξαγωγικών δραστηριοτήτων, με εξειδίκευση στον κλάδο των τροφίμων και ιδιαίτερη έμφαση στα γαλακτοκομικά προϊόντα.

Στο πλαίσιο της επαγγελματικής του πορείας, έχει συμβάλει στην ανάπτυξη της παρουσίας ελληνικών επιχειρήσεων σε ώριμες και αναδυόμενες διεθνείς αγορές, με εμπειρία στη διαμόρφωση και υλοποίηση εμπορικών στρατηγικών, στη διαχείριση σύνθετων δικτύων διανομής και στην ανάπτυξη συνερ-

γασιών με διεθνείς αλυσίδες λιανικής και εμπορικούς εταίρους.

ΕΝΙΣΧΥΣΗ ΕΞΩΣΤΡΕΦΕΙΑΣ

Από τη νέα του θέση στη Δωρική θα αξιοποιήσει την εμπειρία του στο περιβάλλον λιανικής και στις απαιτήσεις διεθνών πελατών, με έμφαση στη στρατηγική ανάπτυξη αγορών εκτός Ελλάδας.

Κατά τη διάρκεια της σταδιοδρομίας του έχει εργαστεί σε εταιρείες όπως οι Δωδώνη, Mevgal, Eldia και Procter & Gamble, αποκτώντας ολοκληρωμένη εμπειρία σε εμπορική ανάπτυξη και εξαγωγική στρατηγική σε διεθνές περιβάλλον.

Σε δήλωσή του, ο CEO της εταιρείας, Νίκος



Βασίλης Καπλανίδης, Export Manager, Δωρική

Σκανιάς, ανέφερε ότι η εμπειρία του Βασίλη Καπλανίδη σε διεθνείς εξαγωγές και ανάπτυξη νέων αγορών ευθυγραμμίζεται με τη στρατηγική της εταιρείας για ενίσχυση της εξωστρέφειας και της παρουσίας της σε ξένες αγορές.

• ΤΡΙΚΚΗ

ΝΤΕΜΠΟΥΤΟ ΓΙΑ ΤΑ ΠΡΩΤΕΪΝΟΥΧΑ ΕΠΙΔΟΡΠΙΑ ΓΑΛΑΚΤΟΣ ΣΕ MY MARKET ΚΑΙ ΣΚΛΑΒΕΝΙΤΗ - ΑΝΑΠΤΥΞΗ 25% ΣΤΟ ΤΕΤΡΑΜΗΝΟ

Δυναμική είσοδο σε δύο κατηγορίες γαλακτοκομικών - που τρέχουν με σημαντικούς ρυθμούς ανάπτυξης - επιχειρεί η Τρίκκη, εμπλουτίζοντας παράλληλα τη γκάμα των προϊόντων της.

Η αρχή έγινε στα τέλη του 2025 με το βιο-λειτουργικό γάλα ΒΩ που, όπως το όνομά του προδίδει, διαθέτει σημαντικά ενισχυμένο προφίλ λιπαρών οξέων και είναι αποτέλεσμα φυσικής, επίλεκτης και πιστοποιημένης παραγωγής. Το προϊόν αναπτύχθηκε σε συνεργασία με το Αριστοτέλειο Πανεπιστήμιο Θεσσαλονίκης και το Πανεπιστήμιο Θεσσαλίας ενώ τα ζώα που συμμετέχουν στο πρόγραμμα παραγωγής τρέφονται με πατενταρισμένο φυσικό σιτηρέσιο πλούσιο σε πολυακόρεστα λιπαρά οξέα και φυσικά αντιοξειδωτικά από ρίγανη, φασκόμυλο, δεντρολίβανο, μάραθο και μελισσόχορτο. Το ΒΩ έκανε το ντεμπούτο του στην οργανωμένη λιανική το Δεκέμβριο του 2025 σε περιορισμένες ποσότητες στα My Market όπου και συνεχίζει ενώ εδώ και λίγες μέρες βρίσκεται επίσης και σε ψυγεία του Σκλαβενίτη.

ΣΤΑ ΠΛΑΝΑ ΚΑΙ ΓΙΑΟΥΡΤΙ ΜΕ ΠΕΡΙΣΣΟΤΕΡΑ Ω3

Επιπλέον, σε αμφότερες τις αλυσίδες από τις αρχές της τρέχουσας εβδομάδας έχει ξεκινήσει το εμπορικό της ταξίδι η νέα σειρά επιδορπίων γάλακτος Proteon, με υψηλή περιεκτικότητα (από 18 έως 20 g ανά κυπελλάκι) σε πρωτεΐνη και χωρίς προσθήκη ζάχαρης. Η σειρά περιλαμβάνει 6 γεύσεις: Βανίλια, Σοκολάτα, Καραμέλα, Φιστίκι, Μπανάνα - Μπισκότο και Ρυζόγαλο. Στα σχέδια της συνεταιριστικής γαλακτοβιομηχανίας είναι να κυκλοφορήσει το επόμενο διάστημα και γιαούρτι από το γάλα με υψηλή περιεκτικότητα σε Ω3.

DATA (σε €χιλ.)

Κύκλος εργασιών

2023: 21.261

2022: 21.011

Μικτό αποτέλεσμα

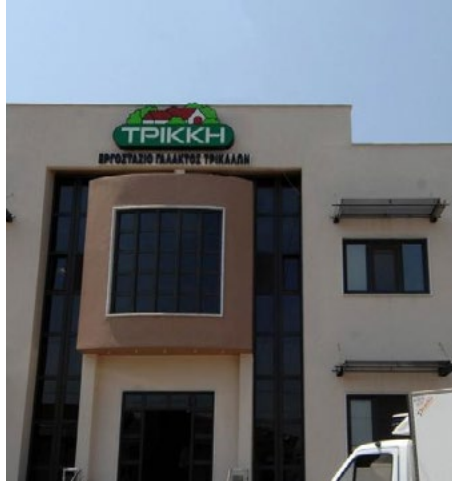
2023: 5.557

2022: 3.858

Αποτέλεσμα προ τόκων και φόρων

2023: 683

2022: (191)



ΑΥΞΗΣΗ ΑΝΩ ΤΟΥ 6% ΣΤΟ ΤΖΙΡΟ ΤΟ 2025

Τα νέα λανσαρίσματα πάντως έδωσαν σημαντική ώθηση στον κύκλο εργασιών της Τρίκκη ο οποίος, σύμφωνα με τον επιστημονικό σύμβουλο της επιχείρησης, Θανάση Λιούτα, ενισχύθηκε στο τετράμηνο κατά 25%. "Δεν ξέρουμε αν ο ρυθμός αυτός θα διατηρηθεί, καθώς οφείλεται στο αυξημένο ενδιαφέρον για τους καινούργιους κωδικούς ενώ και οι ποσοστίες τους είναι σχετικά μικρές, κάτι που αποτελεί συνειδητή επιλογή καθώς θέλουμε να έχουμε πλήρη έλεγχο της παραγωγής του καινοτόμου αυτού γάλακτος σε πρωτογενές επίπεδο", υπογραμμίζει. Η περυσινή χρονιά έκλεισε με ανάπτυξη 6%-7%, σύμφωνα με τον ίδιο, αρκετά ικανοποιητική "δεδομένου ότι ως συνεταιρισμός και, μάλιστα, δίχως δανεισμό, επιλέγουμε να κινηθούμε με μικρά βήματα και όχι με άλματα", όπως επισημαίνει.

Η επιλογή να μην καταφύγει σε δανεισμό αλλά και τα ιδιαίτερα σφικτά χρονοδιαγράμματα οδήγησαν την εταιρεία στην απόφαση να μην ολοκληρώσει το 100% του ύψους €7,5 εκατ. επενδυτικού σχεδίου που είχε ενταχθεί στο Ταμείο Ανάκαμψης. Από το συνολικό προϋπολογισμό ολοκληρώθηκαν -πριν λίγες εβδομάδες μάλιστα- παρεμβάσεις €4 εκατ., μεταξύ αυτών στην διατηρησιμότητα του γιαουρτιού, σε επεκτάσεις της γραμμής παραγωγής του φρέσκου γάλακτος και σε νέους χώρους υποδοχής του γάλακτος.

Γιάννης Τσατσάκης
yannis@notice.gr

BNB
DAILY

BUSINESS IN BRIEF

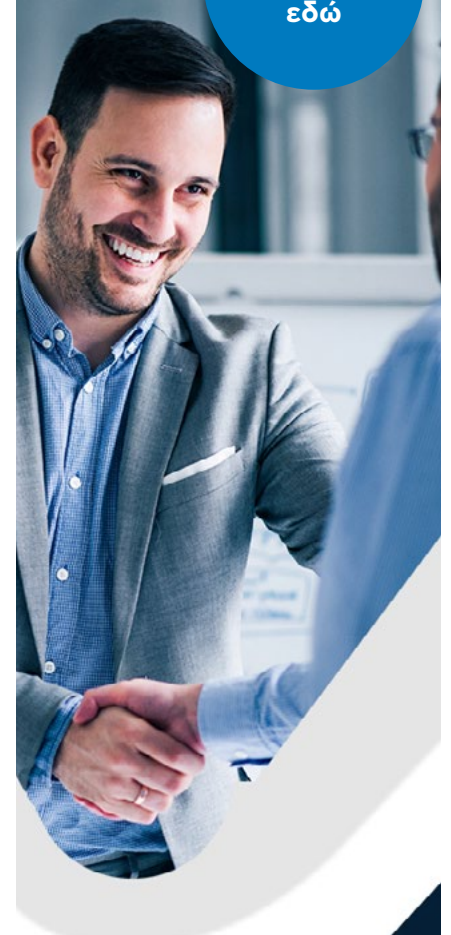
ΚΑΘΕ ΠΡΩΙ ΣΤΟ EMAIL ΣΑΣ!

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

ΜΑΖΙ ΜΕ ΤΟ BNB DAILY:

BnBeauty

Γίνε
συνδρομητής
εδώ



• **ΒΕΛΓΙΟ**

ΑΥΣΤΗΡΟΠΟΙΕΙ ΤΗ ΔΙΑΦΗΜΙΣΗ ΑΛΚΟΟΛ ΜΕ ΝΕΟ ΥΓΕΙΟΝΟΜΙΚΟ ΜΗΝΥΜΑ

Σε σημαντική αυστηροποίηση του πλαισίου για τη διαφήμιση αλκοολούχων ποτών προχωρά το Βέλγιο, με νέο βασιλικό διάταγμα που βρίσκεται ακόμη υπό θεσμική επεξεργασία και αναμένεται να διαμορφώσει ένα πιο περιοριστικό περιβάλλον για το marketing του κλάδου.

Η ΒΑΣΙΚΗ ΑΛΛΑΓΗ

Κεντρική αλλαγή αποτελεί η αντικατάσταση του ισχύοντος υγειονομικού μηνύματος από τη φράση "Το αλκοόλ βλάπτει την υγεία", η οποία θα είναι υποχρεωτική σε όλες τις διαφημιστικές επικοινωνίες για μπίρα, κρασί και αλκοολούχα ποτά. Η ρύθμιση αυτή εντάσσεται σε μια ευρύτερη στρατηγική ενίσχυσης της δημόσιας υγείας και περιορισμού της έκθεσης των ανηλίκων σε σχετικό περιεχόμενο. Παράλληλα, το σχέδιο προβλέπει την απαγόρευση διαφημίσεων σε μέσα ενημέρωσης των οποίων το κοινό αποτελείται κατά τουλάχιστον 30% από ανηλίκους, επεκτείνοντας ουσιαστικά τους περιορισμούς και στο ψηφιακό περιβάλλον και στους δημιουργούς περιεχομένου, όταν το κοινό τους είναι κατά κύριο λόγο ανήλικο.

ΠΡΟΩΘΗΤΙΚΕΣ ΕΝΕΡΓΕΙΕΣ

Σημαντικές αλλαγές εισάγονται και στον τρόπο προωθητικών ενεργειών, καθώς καταρ-



γούνται πρακτικές όπως η δωρεάν διάθεση αλκοολούχων ποτών μέσω εντύπων ή συνδρομών, καθώς και οι προσφορές τύπου "δώρο με αγορά άλλου προϊόντος". Αντιθέτως, διατηρούνται ορισμένες μορφές προώθησης, όπως οι γευσιγνωσίες και συγκεκριμένες εκδηλώσεις ή δεξιώσεις.

Ιδιαίτερη συζήτηση έχει προκαλέσει η νέα διατύπωση του υγειονομικού μηνύματος, το οποίο δεν περιορίζεται πλέον στην έννοια της "κατάχρησης", αλλά αναφέρεται συνολικά στην κατανάλωση αλκοόλ, γεγονός που έχει εγείρει αντιδράσεις ως προς την ένταση και τη γενίκευση της προειδοποίησης.

Το σχέδιο βασιλικού διατάγματος αναμένεται να λάβει την τελική γνωμοδότηση του Συμβουλίου της Επικρατείας του Βελγίου, πριν υπογραφεί από τον βασιλιά και δημοσιευθεί στην επίσημη εφημερίδα της κυβέρνησης, διαδικασία που θα καθορίσει και τον χρόνο έναρξης ισχύος του νέου πλαισίου.



Παναγιώτης Μονεμβασιώτης, Πρόεδρος, ΕΕΠΑΖ

• **ΕΕΠΑΖ**

ΣΥΓΚΡΟΤΗΘΗΚΕ ΣΕ ΣΩΜΑ ΤΟ ΝΕΟ ΔΙΟΙΚΗΤΙΚΟ ΣΥΜΒΟΥΛΙΟ

Σε σώμα συγκροτήθηκε το νέο Διοικητικό Συμβούλιο της Ελληνικής Ένωσης Επιχειρήσεων Αρτοποιίας Ζαχαροπλαστικής (Ε.Ε.Π.Α.Ζ.), το οποίο προέκυψε από τις αρχαιρεσίες που πραγματοποιήθηκαν στο πλαίσιο της Τακτικής Γενικής Συνέλευσης της Ένωσης στις 20 Μαΐου.

Η σύνθεση του νέου Διοικητικού Συμβουλίου έχει ως εξής:

- Πρόεδρος: Παναγιώτης Μονεμβασιώτης
- Α' Αντιπρόεδρος: Φώτης Σταυράτης
- Β' Αντιπρόεδρος: Μάκης Σταματάκης
- Γραμματέας: Βασίλης Πελαρδής
- Ταμίας: Ευάγγελος Πέλεκας
- Μέλη: Παύλος Τερκενλής, Παναγιώτης Στεργίου, Χρήστος Σόβολος, Σπύρος Γαβριλίδης, Ελευθερία Κοντιλιέρη και Παντελής Πασχαλίδης
- Αναπληρωματικά μέλη εξελέγησαν οι Μιχάλης Λεμονής και Φίλιππος – Χρήστος Κοντιλιέρης

• Debrief •

ΑΡΧΙΖΕΙ ΤΟ ΜΑΤΣ

Το Μουντιάλ του 1986 στο Μεξικό είναι το πρώτο που σίγουρα θυμάμαι. Έχω μια υποψία ότι θυμάμαι φάσεις και από το 1982 στην Ισπανία, αλλά ίσως να πρόκειται για "κατασκευή". Δηλαδή είδα στιγμιότυπα σε μεταγενέστερο χρόνο και νομίζω ότι τα έχω δει το 1982.

Το Μουντιάλ, όμως, του 1986 είναι ξεκάθαρα μπροστά μου (σε ασπρόμαυρη τηλεόραση), με αποκορύφωμα δύο φάσεις: "το χέρι του θεού" και το καλύτερο, ίσως, γκολ στην ιστορία του θεσμού. Και οι δύο με την υπογραφή του Ντιέγκο Μαραντόνα, στο ματς Αργεντινή-Αγγλία.

Το ποδόσφαιρο το έχω εγκαταλείψει εδώ και χρόνια. Το ελληνικό πρωτάθλημα

για λόγους που αν αναφέρω θα γίνω δυσάρεστος. Τις ευρωπαϊκές διοργανώσεις γιατί μπουκώσα. Αν σχεδόν κάθε ημέρα έχει και κάποιο αγώνα, από κάποια οργάνωση, σε κάποια κατηγορία, κάποιας χώρας, ε, στο τέλος βαριέσαι. Τουλάχιστον εγώ βαρέθηκα.

Για να μην πολυλογώ, το Μουντιάλ είναι η μόνη ποδοσφαιρική διοργάνωση για την οποία ανυπομονώ και παρακολουθώ, όσο μου επιτρέπουν οι επαγγελματικές μου υποχρεώσεις. Η μόνη σύνδεση που διατηρώ με την μπάλα. Μία φορά στα τέσσερα χρόνια.

Την επόμενη Πέμπτη, λοιπόν, και για έναν μήνα η σύνδεση αυτή θα ξαναζωντανέψει. Θα μαζευτούμε φίλοι, οι

"γνώστες" θα αναλύσουν τα τακτικά πλάνα των προπονητών, θα κατακεραυνώσουν το α και το β "παλτό" και φυσικά θα εξηγήσουν γιατί θα το πάρει η ομάδα που υποστηρίζουν (αφού το αξίζει ντε).

Το Μουντιάλ τότε, τώρα και πάντα, θα είναι ωραίο. Γιατί δεν είναι μόνο ποδόσφαιρο. Είναι αίσθηση, γιορτή, μνήμες, νοσταλγία, παρέα, πλάκα, καζούρα. Και γι' αυτό, ακόμα και αν πλέον δεν μπορούμε να βγούμε στο πάρκο για να μιμηθούμε τα τσαλιμάκια του Ντιέγκο, θα το τιμήσουμε και φέτος. Ν' αρχίσει το ματς.

Γιάννης Παλιούρης
giannis@notice.gr

• ΟΥΖΟ ΠΛΩΜΑΡΙΟΥ

ΔΡΑΣΗ ΚΑΘΑΡΙΣΜΟΥ ΣΤΗΝ ΠΑΡΑΛΙΑ ΑΓΙΟΥ ΙΣΙΔΩΡΟΥ ΓΙΑ 3η ΣΥΝΕΧΟΜΕΝΗ ΧΡΟΝΙΑ

Για 3η συνεχόμενη χρονιά, η Ποτοποία Πλωμαρίου υλοποίησε δράση καθαρισμού στην παραλία του Αγίου Ισιδώρου στη Λέσβο, ενόψει της θερινής περιόδου, συμβάλλοντας στην προστασία ενός από τους πιο δημοφιλείς καλοκαιρινούς προορισμούς του νησιού.

Στην πρωτοβουλία συμμετείχαν για ακόμη μία χρονιά το Πανεπιστήμιο Αιγαίου και η εταιρεία τεχνοβλαστού του, Scidrones, ενώ τη δράση υποστήριξε ο Δήμος Μυτιλήνης.



Business Maker

Ο ΘΕΟΔΩΡΟΠΟΥΛΟΣ, ΤΟ ΠΑΡΑΔΟΞΟ ΚΑΙ ΟΙ 400 ΧΙΛΙΑΔΕΣ... ΞΕΝΙΤΕΜΕΝΟΙ

Η συζήτηση για την παραγωγικότητα καταλήγει σχεδόν πάντα στο ίδιο σημείο: στο ανθρώπινο δυναμικό. Πρόκειται για μια ανοιχτή πληγή για τη βιομηχανία - και ειδικά για τη βιομηχανία τροφίμων - και καθώς βαδίζουμε και στην ετήσια γενική συνέλευση του ΣΕΒ, τόσο και πιο έντονα στη δημόσια συζήτηση, όπως μεταφέρουν στη στήλη καλά πληροφορημένες πηγές. Δεν είναι τυχαίες οι τελευταίες αναφορές του Σπύρου Θεοδωρόπουλου, ο οποίος αναμένεται να επανεκλεγεί πρόεδρος του Συνδέσμου. Ο πολύπειρος επιχειρηματίας επικαλέστηκε στοιχεία σχετικής μελέτης του ΣΕΒ και του IOBE, σύμφωνα με την οποία η ελληνική οικονομία συνεχίζει να αντιμετωπίζει ένα παράδοξο. Από τη μία πλευρά οι επιχειρήσεις αναζητούν προσωπικό και από την

άλλη η χώρα εξακολουθεί να διαθέτει σημαντικά ανεκμετάλλετα αποθέματα ανθρώπινου κεφαλαίου. Η πρώτη δεξαμενή βρίσκεται στο εξωτερικό. Περισσότεροι από 400.000 Έλληνες εξακολουθούν να εργάζονται εκτός συνόρων, πολλοί από αυτούς με υψηλό επίπεδο εκπαίδευσης και εμπειρία σε ανταγωνιστικές αγορές. Η δεύτερη δεξαμενή είναι οι γυναίκες, όπου τα ποσοστά συμμετοχής στην αγορά εργασίας παραμένουν χαμηλότερα σε σχέση με άλλες ευρωπαϊκές χώρες. Το πρόβλημα δεν είναι καινούργιο, αλλά οι δημογραφικές εξελίξεις το καθιστούν ακόμη πιο πιεστικό. Παράλληλα, η επιχειρηματική κοινότητα επαναφέρει όλο και πιο συχνά τη συζήτηση για την οργανωμένη οικονομική μετανάστευση. Οι ανάγκες σε βιομηχανία, κατασκευές, τουρισμό

και αγροτική παραγωγή έχουν αυξηθεί σημαντικά, ενώ η προσφορά εργαζομένων δεν ακολουθεί τον ίδιο ρυθμό. Το θέμα αποκτά ιδιαίτερη σημασία καθώς η Ελλάδα βρίσκεται αντιμέτωπη με μία από τις ταχύτερες δημογραφικές μεταβολές στην Ευρώπη. Οι γεννήσεις μειώνονται, ο πληθυσμός γηράσκει και οι επιχειρήσεις καλούνται να λειτουργήσουν σε ένα περιβάλλον όπου το ανθρώπινο κεφάλαιο εξελίσσεται στον πιο σπάνιο παραγωγικό πόρο. Όσοι συμμετείχαν στη συζήτηση συμφωνούν σε ένα σημείο: το ζήτημα δεν μπορεί πλέον να αντιμετωπίζεται ως θέμα κοινωνικής πολιτικής. Πρόκειται για κρίσιμο αναπτυξιακό παράγοντα που θα επηρεάσει τις επενδύσεις, την παραγωγικότητα και τελικά την ανταγωνιστικότητα της χώρας τα επόμενα χρόνια.

Η ΝΕΑ ΜΑΧΗ ΤΩΝ BRANDS ΔΕΝ ΓΙΝΕΤΑΙ ΣΤΟ ΡΑΦΙ...

Μια ενδιαφέρουσα διαπίστωση περιλαμβάνει η τελευταία έρευνα της ΕΥ για τον κλάδο των καταναλωτικών προϊόντων. Η μάχη για την προσοχή του καταναλωτή μεταφέρεται σταδιακά από τα φυσικά και ψηφιακά ράφια, στις πλατφόρμες Τεχνητής Νοημοσύνης. Τα στοιχεία δείχνουν ότι η επιρροή της AI στις αγοραστικές αποφάσεις αυξάνεται σταθερά. Ωστόσο, περισσότεροι από τους μισούς καταναλωτές εξακολουθούν να μην έχουν πραγματοποιήσει αγορά βασισμένοι αποκλειστικά σε προτάσεις AI. Αυτό όμως δεν καθυστεράει τις μεγάλες εταιρείες. Αντίθετα, τις ωθεί να επα-

νασχεδιάσουν τη στρατηγική τους. Όπως επισημαίνει η ΕΥ, η ορατότητα ενός brand στα εργαλεία Τεχνητής Νοημοσύνης μπορεί να εξελιχθεί σε κρίσιμο παράγοντα επιτυχίας τα επόμενα χρόνια. Την ίδια στιγμή, οι επιχειρήσεις καταναλωτικών προϊόντων πρέπει να αναζητήσουν την ανάπτυξη μέσω εξαγορών και συγχωνεύσεων. Η στρατηγική είναι σχετικά απλή: αποεπένδυση από δραστηριότητες χαμηλότερης απόδοσης και ενίσχυση παρουσίας σε κατηγορίες με υψηλότερα περιθώρια κέρδους. Η ΕΥ σημειώνει ότι οι επιτυχημένες εξαγορές δεν κρίνονται πλέον μόνο από το μέγεθος.

Απαιτούν γρήγορη αξιοποίηση συνεργειών, ισχυρά δίκτυα διανομής και αποτελεσματική διαχείριση κεφαλαίου. Το βασικό συμπέρασμα της έρευνας είναι ότι η διαφοροποίηση αποκτά μεγαλύτερη σημασία από ποτέ. Οι επιχειρήσεις που θα ξεχωρίσουν δεν θα είναι απαραίτητα εκείνες που θα ακολουθήσουν τις τάσεις αλλά εκείνες που θα καταφέρουν να παραμείνουν διαρκώς σχετικές με τον καταναλωτή. Και σε έναν κόσμο όπου οι αλγόριθμοι συμμετέχουν όλο και περισσότερο στις αποφάσεις αγοράς, η έννοια της αναγνωρισιμότητας αποκτά μια εντελώς νέα διάσταση.

• ADUS

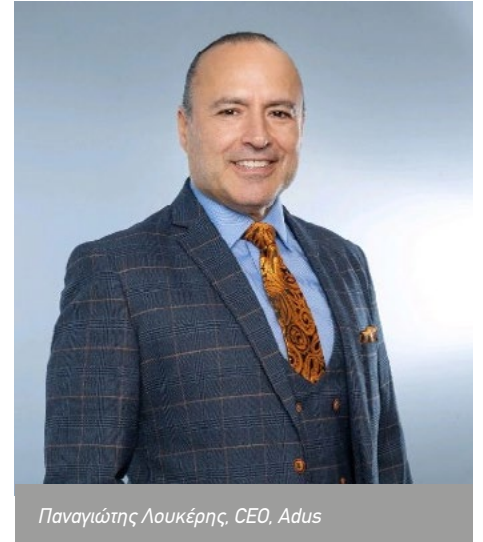
ΠΑΝΕΛΛΑΔΙΚΗ ΚΑΛΥΨΗ ΚΑΙ ΕΝΙΣΧΥΣΗ ΤΗΣ ΠΑΡΟΥΣΙΑΣ ΤΗΣ ΣΤΑ ΝΗΣΙΑ

Η Adus συνεχίζει να ενισχύει τη δραστηριότητά της στην ελληνική αγορά, προσφέροντας γεωγραφική κάλυψη σε όλη τη χώρα, συμπεριλαμβανομένων των νησιωτικών περιοχών, όπου ήδη υποστηρίζει συνεργαζόμενα brands μέσα από ένα οργανωμένο δίκτυο στελεχών και συνεργατών.

Η κάλυψη των νησιωτικών αγορών αποκτά ιδιαίτερη βαρύτητα, καθώς πρόκειται για περιοχές με έντονη εποχικότητα και αυξημένες απαιτήσεις εξυπηρέτησης. Μέσα από τη φυσική παρουσία των στελεχών της στο πεδίο,

η Adus διασφαλίζει τη συνέπεια στην εκτέλεση των εμπορικών ενεργειών, την άμεση ανταπόκριση στις ανάγκες της αγοράς και τη διατήρηση σταθερών σχέσεων με τα σημεία πώλησης σε όλη την Ελλάδα.

Όπως επισημαίνει η διοίκηση της εταιρείας, η στρατηγική της Adus βασίζεται στη δημιουργία σχέσεων εμπιστοσύνης και στη στενή συνεργασία με τους πελάτες της, λειτουργώντας ως προέκταση των ομάδων τους με κοινό στόχο την ανάπτυξη των brands σε κάθε σημείο της χώρας.



Παναγιώτης Λουκέρης, CEO, Adus

Business Insight

Η ΑΝΑΒΑΘΜΙΣΗ ΤΗΣ ΑΤΤΙΚΗΣ: ΑΠΟ ΤΟ ΓΑΛΑΖΙΟ ΤΟΥ ΣΑΡΩΝΙΚΟΥ ΣΤΟ ΠΡΑΣΙΝΟ ΤΟΥ ΤΑΤΟΪΟΥ

Το ένα μετά το άλλο πηχρά επιχειρηματικά ονόματα δραστηριοποιούνται στον κλάδο του τουρισμού και της ψυχαγωγίας.

Πέρα από τον φιλόδοξο επενδυτικό σχεδιασμό του "Ελληνικού", όπου προορίζεται τα επόμενα χρόνια να λειτουργήσει ένας από τους μεγαλύτερους εμπορικούς, ψυχαγωγικούς προορισμούς της Ευρώπης, **η επαν-ανάπτυξη της Γλυφάδας συνδυαστικά με το project της νέας Ακτής Βουλιαγμένης, συνθέτουν τη διαμορφούμενη νέα Αθηνναϊκή Ριβιέρα.**

Τα δύο μεγάλα εμπορικά έργα που αναπτύσσονται εντός της έκτασης, **το Riviera Galleria και το The Ellinikon Mall**, αναμένεται να αποτελέσουν τους νέους πυλώνες ανάπτυξης της Νότιας Αθήνας, προσελκύοντας διεθνή brands, επισκέπτες και επενδύσεις. Τα τελευταία διαθέσιμα στοιχεία δείχνουν πως **η αγορά ψηφίζει υπέρ των νέων projects, καθώς τέλη Μαΐου είχαν συμφωνηθεί μη δεσμευτικές συμφωνίες με εμπορικούς συνεργάτες για το 70% της συνολικής μεικτής εκμίσθωσης επιφάνειας του The Ellinikon Mall.** Heads of Terms είχαν συμφωνηθεί για το 76% της συνολικής επιφάνειας που μισθώνεται στο Riviera Galleria. Όμορη η περιοχή της Γλυφάδας, που θεωρείται πως θα αποτελέσει από τους βασικούς αποδέκτες της ανάπτυξης του "Ελληνικού". Ενδεικτι-

κά τα στοιχεία της Cushman & Wakefield Proprius (για το α' τρίμηνο 2026), για **ενοίκια στα κορυφαία σημεία της αγοράς να φτάνουν στα €150/τ.μ. και απόδοση στο 6%-7% για τα εμπορικά ακίνητα.**

Μόλις 6 με 7 χιλιόμετρα νοτιότερα, **η CVC Capital- μέσω της EverGood - έχει αναλάβει την εκ βάθρων αναβάθμιση της Ακτής Βουλιαγμένης.** Όχημα ειδικού σκοπού της Vivartia, σχεδιάζεται να αναπτύξει σημεία εστίασης του ομίλου (La Pasteria, Everest, Jackaroo, e.t.c), **να δημιουργήσει ένα νέο concept στην ιστορική "Ωκεανίδα" με (ή χωρίς) την συμμετοχή της "Γευσήνους".** Η εταιρεία - συμφερόντων Μανώλη Βαρδουράκη - από τις πλέον έμπειρες ελληνικές εταιρείες στον τομέα της μαζικής εστίασης και του οργανωμένου food service, με αποδεδειγμένη τεχνογνωσία στη διαχείριση μεγάλων εγκαταστάσεων και αυξημένων ροών επισκεπτών- ως γνωστόν συμμετέχει στο εγχείρημα (ανάπλασης της Ακτής Βουλιαγμένης).

EverGood και "Γευσήνους" είναι μεγέθη που μπορούν να αλλάξουν τα δεδομένα σε ένα από τα πιο σταθερά σημεία αναφοράς για την Αθηνναϊκή Ριβιέρα- από τις αρχές της δεκαετίας του '60. Στα €265 εκατ. ο κύκλος εργασιών της πρώτης- στα €345 εκατ. με το δίκτυο καταστημάτων (δικαιώχρησης) - και EBITDA €98,6 εκατ. το 2024 (συν 10%

σε σχέση με το 2023). Στα €120 εκατ. της δεύτερης (από €86,5 εκατ. το 2023).

Αυτά στα νότια, γιατί **στα βόρεια τρέχουν οι εξελίξεις με το πρώην βασιλικό κτήμα στο Τατόι.** Σύμφωνα με πληροφορίες, στο Υπερταμείο ολοκληρώνεται η αξιολόγηση των φακέλων που κατατέθηκαν στο πλαίσιο της πρώτης φάσης του διαγωνισμού παραχώρησης.

Πέντε οι συμμετέχοντες: **Άκτωρ Παραχωρήσεις, Εκτερ, Dimand, Elia Corporation, και Reina Hellenic Properties.** Ενδιαφέρουσα η παρουσία των δύο τελευταίων ονομάτων, καθότι λιγότερο γνωστά, αλλά με φιλοδοξία να τοποθετηθούν στον "χάρτη της επόμενης ημέρας". Η Elia Properties- είναι συμφερόντων Ιωάννη Μυτιληναίου- με έντονο αποτύπωμα στον αγροδιατροφικό και παραγωγικό τομέα. Η δε Reina Hellenic Properties- σύμπραξη της Hellenic Properties, υπό τον Ερρίκο Αρώνες- και της εταιρείας των αδερφών Δούζη, γνωστών και από την ανάπτυξη του brand της Ergon.

Γέννημα θρέμμα Κηφισιάς, ο Διευθύνων Σύμβουλος της Hellenic Properties, σύζυγος της Μαρίας Παπαθανασίου (δημιουργού της Oustand Communications) δραστηριοποιείται με επιτυχία και στο real estate, αναλαμβάνοντας σημαντικά οικιστικά projects στα βόρεια).

SECRETRECIPE

Παπαδοπούλου: Αγόρασε οικόπεδο 75.000 τ.μ. στην Ελευσίνα

Σε μία ακόμα επένδυση αναμένεται να προχωρήσει η βιομηχανία τροφίμων Ε.Ι.Παπαδόπουλος, σε μια προσπάθεια να καλύπτει τη συνεχώς αυξανόμενη ζήτηση, αλλά και να έχει την παραγωγική δυναμική για νέα προϊόντα στην αγορά. Πρόκειται για **επιβεβαίωση των πληροφοριών που είχε μεταφέρει το χθεσινό Secret Recipe**. Έτσι, όπως αποκάλυψε το Real Estate Daily Secret, μετά την επένδυση €60 εκατ. για την επέκταση του εργοστασίου της στην Α' ΒΙ.ΠΕ. Βόλου, η οποία τέθηκε πρόσφατα σε δημόσια διαβούλευση, η εταιρεία προχώρησε στην αγορά οικοπέδου 75.000 τετραγωνικών μέτρων στην Ελευσίνα. Σύμφωνα με τις ίδιες πληροφορίες, το ακίνητο αυτό θα χρησιμοποιηθεί τόσο για την κατασκευή ακόμα μίας παραγωγικής μονάδας, όσο και για δημιουργία αποθηκών και κέντρου Logistics.

Η Ε.Ι. Παπαδόπουλος διαθέτει σήμερα τέσσερα εργοστάσια, σε

- Αθήνα
- Θεσσαλονίκη
- Βόλο και
- Οινόφυτα

και μία κεντρική αποθήκη στην περιοχή του Ασπροπύργου.

SÖ POSH!

the trendletter

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

**Κάθε Σάββατο
στις 9.30**

ΤΟ ΕΒΔΟΜΑΔΙΑΙΟ NEWSLETTER

ΓΙΝΕ ΣΥΝΔΡΟΜΗΤΗΣ ΕΔΩ

Editorial

Τεχνητή αυτοκαταστροφή

Τελικά, φαίνεται ότι μεγάλο μέρος του εργατικού δυναμικού, όχι μόνο στην Ελλάδα, αλλά παγκοσμίως, εξακολουθεί να σκέφτεται και να λειτουργεί μακριά από την πραγματικότητα.

Αφορμή για το σημερινό σχόλιο αποτέλεσε η συζήτηση που είχα με έναν από τους πλέον έμπειρους ανθρώπους στην εστίαση, σχετικά με το γνωστό θέμα της έλλειψης προσωπικού.

Δηλαδή, της απροθυμίας πολλών εργαζομένων να πιάσουν δουλειά επισήμως, και όχι να είναι στο ταμείο ανεργίας, να παίρνουν το γνωστό επίδομα και να κάνουν μαύρα μεροκάματα. Όλοι αυτοί, αλλά και όσοι αρνούνται να δουλέψουν κατά τι παραπάνω, κρυβόμενοι πίσω από την ψηφιακή κάρτα εργασίας, σίγουρα εθελουφλούν.

Διότι, όπως μου έλεγε ο συγκεκριμένος άνθρωπος, έτσι όπως πάει το πράγμα, σε λίγο καιρό θα συμβούν τα εξής δύο:

Πρώτον, θα βγαίνουμε έξω για φαγητό και θα μας σερβίρουν ρομπότ, τα οποία θα κάνουν τη δουλειά ψυχρά μεν, αποτελεσματικά δε.

Δεύτερον, θα πηγαίνουμε σε εστιατόρια, τα οποία δεν θα έχουν κουζίνες. Αντίθετα, θα παραγγέλνουν τις ποσότητες φαγητού, που θεωρούν ότι χρειάζονται για το menu της ημέρας, από μία εκ των 4-5 dark kitchen, που νομοτελειακά θα αναπτυχθούν, και οι οποίες θα μαγειρεύουν για λογαριασμό των εστιατορίων.

Που θα καταλήξει όλο αυτό;

Μα, φυσικά, στη μόνιμη ανεργία όλων αυτών, οι οποίοι σήμερα αρνούνται να δουλέψουν νόμιμα, επίσημα, αποτελεσματικά. Αρνούνται να εργαστούν σε μια επιχείρηση και να δώσουν το κάτι παραπάνω, το οποίο, στο τέλος της ημέρας, θα φέρει και σε αυτούς το κάτι παραπάνω, στις τσέπες τους και τους τραπεζικούς τους λογαριασμούς.

Μην κατηγορούμε, λοιπόν, μόνο τον άνθρωπο για όσα έχει δημιουργήσει με την Τεχνητή Νοημοσύνη, αλλά να αποδίδουμε και τις ευθύνες, που του αναλογούν, για την πορεία προς την αυτοκαταστροφή του.

Τόσο απλά.

Νεκτάριος Β. Νώτης
nectarios@notice.gr