

Top Employer για 10^η συνεχόμενη χρονιά!



Γιατί αξίζει.



Μια αναγνώριση για όσα κάνουμε
για τους ανθρώπους μας.

Γιατί το αξίζουν.

team.lidl.gr



FNB SERVED **DAILY.**

Food for thought... every day!

ΤΟ ΚΑΘΗΜΕΡΙΝΟ ΨΗΦΙΑΚΟ
NEWSLETTER ΓΙΑ ΤΟΝ ΚΛΑΔΟ
ΤΡΟΦΙΜΩΝ & ΠΟΤΩΝ

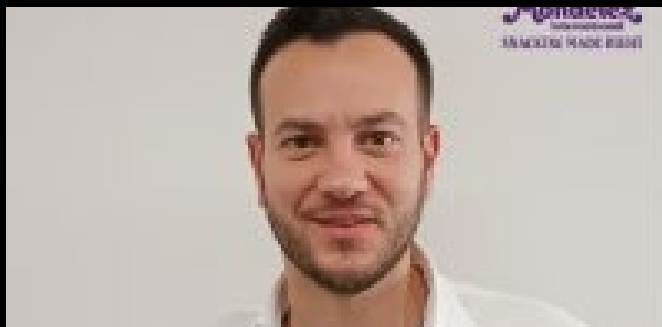
Με τη συνεργασία του
 **TotalFoodService**
FOODSERVICE NEWS • INDUSTRY TRENDS • EXCLUSIVE INTERVIEWS

ΠΕΜΠΤΗ 29 ΙΑΝΟΥΑΡΙΟΥ 2026
ΤΕΥΧΟΣ 2259



• ΝΕΡΟ

Στην κορυφή ο Βίκος, ακολουθεί το Ζαγόρι,
στην τρίτη θέση το... PL



• MONDELEZ ΕΛΛΑΣ

Νέος Αντιπρόεδρος ο Γιάννης Σιδεράς - Το... σερί
διοικητικών αλλαγών από τον Οκτώβριο του 2024



• KARPEA

Η νευραλγική συμφωνία στις ΗΠΑ και οι κινήσεις
για την Ασία - Γιατί η διοίκηση βάζει ψηλά τον πήχη
για το 2026



• ΒΙΟΖΩΚΑΤ

Πωλήσεις €41,5 εκατ. το 2025 - Ολοκληρώνεται
μετά το Πάσχα η μονάδα στις Σέρρες

Editorial

Το Dubai και η χοληστερίνη του μυαλού μας

Debrief

Πάγιο έξοδο

Business Insight

Το rebalancing της MSCI
τον Φεβρουάριο, η αναβάθμιση
του Αυγούστου και τα σενάρια

Business Maker

- Τα νέα σχέδια Κίκιζα
για την Terra Creta
και το ταμείο του 2025
- Η επόμενη μέρα
για την Βιολάντα
και τα ερωτήματα

SecretRecipe

Tottis: Με +7% έκλεισε το '25
σε τζίρο και όγκο

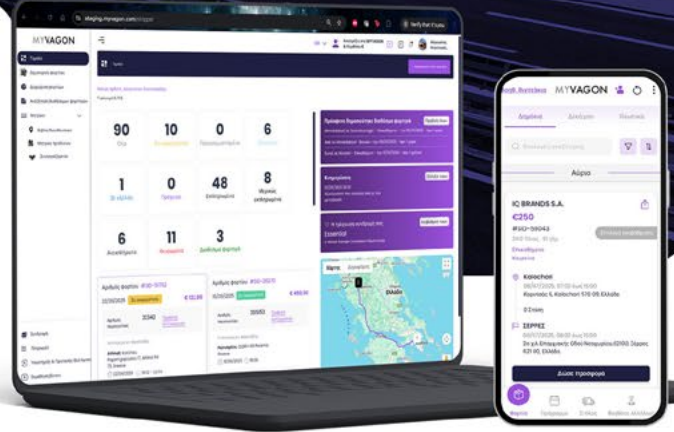
MYVAGON

Ψηφιοποίησε τη δρομολόγησή των φορτίων σου

**Ανέβασε το φορτίο μία φορά.
Συντόνισε τα πάντα.
Παρακολούθησε live.**

➤ Οργάνωσε όλους τους μεταφορείς σου σε μία ενιαία ψηφιακή πλατφόρμα, εξοικονόμησε χρόνο και μείωσε τα μεταφορικά κόστη.

Bonus: Γίνε μέλος δωρεάν στο MYVAGON Marketplace^{BETA} και απέκτησε άμεσα πρόσβαση σε 1.000+ μεταφορείς όταν χρειάζεσαι επιπλέον χωρητικότητα.



Σήμερα



➤ Ο κλασικός τρόπος

Αύριο



➤ Με την MYVAGON.COM

**ΜΙΑ ΠΛΑΤΦΟΡΜΑ, ΟΛΟΙ ΟΙ ΜΕΤΑΦΟΡΕΙΣ ΣΟΥ, ΕΣΥ ΣΤΟ ΚΕΝΤΡΟ.
» Αυτή είναι η MYVAGON**

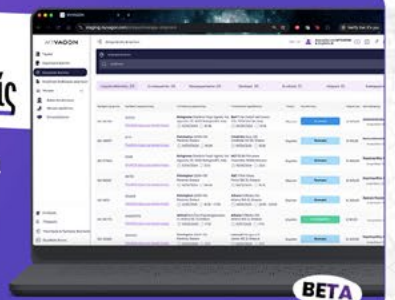
Δυσκολεύεσαι να βρεις μεταφορείς;

Επιπλέον χωρητικότητα, όποτε τη χρειάζεσαι.

Πρόσβαση στο MYVAGON Marketplace^{BETA}, την 1η ψηφιακή αγορά φορτίων στην Ελλάδα, με ένα συνεχώς αναπτυσσόμενο δίκτυο από 1.000+ μεταφορικές εταιρείες και ανεξάρτητους οδηγούς.

Βρες μεταφορείς γρήγορα, αναβάθμισε τα logistics σου και εξασφάλισε άμεση κάλυψη για τα φορτία σου — όλα μέσα από μία κεντρική πλατφόρμα.

**Άμεση πρόσβαση
σε 1.000+ μεταφορείς**



«Με την MYVAGON, έχουμε κεντρίκοποιήσει και ψηφιοποιήσει τη διαχείριση των μεταφορών μας. Έχουμε μειώσει τα τηλεφωνήματα, εξοικονομήσει χρόνο και βελτιώσει τον προγραμματισμό δρομολογίων σε όλο το δίκτυο μεταφορέων μας.»

Όλγα Τσάγκαρη – Υπεύθυνη Δρομολόγησης
ΒΙΚΟΣ- ΗΠΕΙΡΩΤΙΚΗ ΒΙΟΜΗΧΑΝΙΑ ΕΜΦΙΑΛΩΣΕΩΝ Α.Ε.



Ξεκίνα να μεταφέρεις πιο έξυπνα τώρα



Επισκέψου την **MYVAGON.com**
& αναβάθμισε τα logistics σου

• ΤΖΙΦΡΗΣ ΓΑΛΑΚΤΟΚΟΜΙΚΑ

ΝΤΕΜΠΟΥΤΟ ΓΙΑ ΤΟ ΚΑΤΣΙΚΙΣΙΟ ΓΙΑΟΥΡΤΙ - ΤΑ ΕΠΟΜΕΝΑ ΒΗΜΑΤΑ ΣΤΗΝ ΑΘΗΝΑ ΚΑΙ ΤΟ ΣΧΕΔΙΟ ΓΙΑ ΝΕΑ ΜΟΝΑΔΑ ΣΤΗΝ ΑΜΦΙΛΟΧΙΑ

Το δεύτερο της κατάσταση στην Αθήνα ετοιμάζει να ανοίξει τον επόμενο μήνα η Τζίφρης Γαλακτοκομικά ενώ στο δίκτυο δεν αποκλείεται σύντομα να προστεθεί και τρίτο, ενισχύοντας την παρουσία της στην πρωτεύουσα. Όπως δηλώνει στο Fnb Daily ο ιδρυτής και επικεφαλής της γαλακτοβιομηχανίας, Κώστας Δασκαλάκης, το νέο γαλακτοπωλείο βρίσκεται στην οδό Σιβιτανίδου 16 στην Καλλιθέα σε χώρο 55 τ.μ. και αναμένεται να ξεκινήσει τη λειτουργία του στα τέλη Φεβρουαρίου. Έρχεται, δε, να προστεθεί στα άλλα έξι γαλακτοπωλεία που η επιχείρηση διατηρεί στο Στάντιο Αμφιλοχίας (όπου βρίσκεται και η έδρα της), στο Αγρίνιο, στην Πάτρα, στην Θεσσαλονίκη και στο Παγκράτι της Αθήνας. Όπως διευκρινίζει, όλα είναι εταιρικά και όχι franchise ενώ δουλεύονται από ανθρώπους με τους οποίους η ιδιοκτησία συνδέεται με σχέσεις αμοιβαίας εκτίμησης κι εμπιστοσύνης.

ΣΚΕΨΕΙΣ ΓΙΑ ΝΕΟ ΚΑΤΑΣΤΗΜΑ ΣΤΑ ΒΟΡΕΙΑ ΠΡΟΑΣΤΙΑ

Στις σκέψεις του κ. Δασκαλάκη είναι να προχωρήσει στο άνοιγμα ενός ακόμα καταστήματος στην Αθήνα, αυτή τη φορά στα Βόρεια Προάστια. "Μας προτρέπουν να το κάνουμε πολλοί πελάτες που σήμερα έρχονται από μακριά στο Παγκράτι για να βρουν τα προϊόντα μας, οπότε το σκεφτόμαστε", αναφέρει χαρακτηριστικά.

Στα γαλακτοπωλεία Τζίφρης, πάντως, έχει κάνει το ντεμπούτο του εδώ και λίγες μέρες το το πιο πρόσφατο προϊόν της επιχείρησης, το κατσικίσιο γιαούρτι, με ιδιαίτερα θετικό feedback από το κοινό. "Είπαμε να το βγάλουμε πρώτα στα δικά μας μαγαζιά γιατί ουσιαστικά είναι... υπό δοκιμή. Άλλωστε και η πρώτη ύλη, το κατσικίσιο γάλα, δεν είναι άπλετο αυτή τη στιγμή, η σεζόν του ξεκινάει ουσιαστικά από τα μέσα Μαρτίου και μετά", εξηγεί ο κ. Δασκαλάκης.

ΜΕΧΡΙ ΤΟ ΚΑΛΟΚΑΙΡΙ ΚΥΚΛΟΦΟΡΕΙ ΤΟ ΚΕΦΙΡ

Η ίδια λογική ακολουθήθηκε και στο λανσάρισμα των νέων προϊόντων που προστέθηκαν στην γκάμα των γλυκισμάτων τους τελευταίους μήνες, δηλαδή του προφιτερόλ και των τριγώνων Πανοράματος ενώ σειρά τώρα παίρνει το κεφίρ που αναμένεται να κυκλοφορήσει μέχρι το καλοκαίρι στην κλασική του εκδοχή αλλά και σε διάφορες γεύσεις που δεν έχουν ακόμα οριστικοποιηθεί



Κώστας
Δασκαλάκης, ιδιοκτήτης, Τζίφρης
Γαλακτομικά

(π.χ. με φρούτα του δάσους, φράουλα, σοκολάτα κ.α.).

Πέραν των δικών της καταστημάτων η Τζίφρης Γαλακτομικά έχει παρουσία σε γνωστές αλυσίδες πανελλαδικής εμβέλειας, όπως Σκλαβενίτη, ΑΒ Βασιλόπουλο, METRO- My Market αλλά και σε μικρότερα καταστήματα, αριθμώντας πάνω 800 σημεία πώλησης που της δίνουν πρόσβαση ακόμα και σε νησιά.

παγωτό το οποίο θα συνεχίσει να παράγεται στην υφιστάμενη μονάδα.

Η εταιρεία έχει αγοράσει οικόπεδο 6 στρεμμάτων και διερευνά τη χρήση αναπτυξιακού προγράμματος του υπουργείου Αγροτικής Ανάπτυξης που θα δημοσιευθεί το επόμενο διάστημα. Η επένδυση "με αρκετή προσωπική εργασία", όπως σημειώνει ο κ. Δασκαλάκης, αναμένεται να κοστίσει περί το €1,8 εκατ.

DATA 1/7/2023-30/6 2024 (σε €χιλ.)

Κύκλος Εργασιών: 3.188

EBIT: 391

Καθαρά κέρδη: 286

ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΑΝΩ ΤΟΥ 20% ΠΕΡΥΣΙ

Την περυσινή χρονιά, σύμφωνα με τον κ. Δασκαλάκη, ο ρυθμός ανάπτυξης ξεπέρασε το 20% τόσο σε όρους αξίας, όσο και ποσοτήτων, ενώ στα σχέδιά του είναι η δημιουργία μιας νέας μονάδας στην Αμφιλοχία στην οποία θα μεταφερθεί η παραγωγή του συνόλου σχεδόν των προϊόντων, εκτός από το

ΤΟ ΝΕΟ ΕΡΓΟΣΤΑΣΙΟ ΚΑΙ Η ΜΟΝΑΔΑ ΕΚΤΡΟΦΗΣ ΓΑΙΩΝ

Ο συνολικότης μας εξετάζει ακόμα την δημιουργία και μιας μονάδας εκτροφής γαϊών στην Αμφιλοχία προκειμένου να υποστηρίξει την παραγωγή του κατσικίσου γιαουρτιού καθώς κι άλλων προϊόντων.

Σημειώνεται ότι η Τζίφρης Γαλακτομικά παράγει μια μεγάλη γκάμα γαλακτομικών προϊόντων, από γιαούρτια και τυριά μέχρι παγωτά και γλυκίσματα, ενώ διαθέτει και παραδοσιακά προϊόντα όπως τραχανά, κυλοπίτες κ.α.

Γιάννης Τσατσάκης
yannis@notice.gr



Leading the **change**

HORECA

ΜΙΑ ΕΚΘΕΣΗ ΠΑΓΚΟΣΜΙΟΥ ΕΠΙΠΕΔΟΥ

• **ΒΙΟΖΩΚΑΤ**

ΠΩΛΗΣΕΙΣ €41,5 ΕΚΑΤ. ΤΟ 2025 - ΟΛΟΚΛΗΡΩΝΕΤΑΙ ΜΕΤΑ ΤΟ ΠΑΣΧΑ Η ΜΟΝΑΔΑ ΣΤΙΣ ΣΕΡΡΕΣ

Ως μια ιδιαίτερα καλή οικονομική χρήση, με ισχυρά μεγέθη και ανθεκτικότητα απέναντι σε εξωγενείς πιέσεις, αποτιμάται το 2025 για την Βιοζωκάτ, η οποία έκλεισε τελικά τη χρήση με παραγωγή που άγγιξε τους 100.000 τόνους και κύκλο εργασιών άνω των €41,5 εκατ., επίπεδα αυξημένα σε σχέση με την προηγούμενη χρονιά.

ΜΕΡΙΔΙΟ 10%

Η Βιοζωκάτ δίνει ιδιαίτερη έμφαση στο τμήμα του αιγοπρόβειου γάλακτος, όπου το 2025 έκλεισε με μερίδιο αγοράς περίπου 10%, θέτοντας ως στρατηγικό στόχο την υπέρβαση του 15% τα επόμενα χρόνια. Στην κατηγορία της, διατηρεί σαφή ηγετική θέση, με όγκους παραγωγής που, σύμφωνα με εκτιμήσεις της αγοράς, είναι τριπλάσιοι από εκείνους του δεύτερου μεγαλύτερου παίκτη.

Ο ΠΑΡΑΓΟΝΤΑΣ ΕΥΛΟΓΙΑ

Σύμφωνα με στελέχη της εταιρείας, τα οποία μίλησαν στο Fnb Daily, εάν δεν υπήρχε η ευλογία που επηρέασε την εγχώρια κτηνοτροφία, τα οικονομικά μεγέθη θα μπορούσαν να είχαν κινηθεί ακόμη υψηλότερα.

Η εμφάνιση κρουσμάτων είχε άμεσο αντίκτυπο στη δραστηριότητα, οδηγώντας σε απώλειες περίπου 70 κτηνοτροφικών μονάδων από ένα συνολικό δίκτυο 2.000 συνεργατών της Βιοζωκάτ. Παρ' όλα αυτά, η εκτεταμένη γεωγραφική διασπορά του πελατολογίου, με παρουσία από την Πελοπόννησο έως τον Έβρο, λειτούργησε θετικά, περιορίζοντας τις συνολικές επιπτώσεις. Αντίθετα, σε περιοχές με υψηλή συγκέντρωση παραγωγής, όπως η Θεσσαλία, ορισμένες επιχειρήσεις του κλάδου φέρονται να υπέστησαν απώλειες που άγγιξαν ακόμη και το 100% της πελατειακής τους βάσης.

ΑΥΞΑΝΕΙ ΤΗ ΔΥΝΑΜΙΚΟΤΗΤΑ

Μέσα σε αυτό το περιβάλλον, η εταιρεία κινήθηκε από τις αρχές του έτους σε αναδιάρθρωση των εμπορικών της καναλιών, επιχειρώντας να καλύψει τα κενά που προέκυψαν. Σημαντικό ρόλο στην προσαρμογή αυτή έπαιξαν και οι καθυστερήσεις στη λειτουργία της νέας παραγωγικής μονάδας στις Σέρρες, οι οποίες αποδίδονται κυρίως σε γραφειοκρατικά ζητήματα και μετατόπισαν το χρονοδιάγραμμα έναρξης για μετά την περίοδο του Πάσχα.

Η νέα μονάδα άρχισε να υλοποιείται στα τέλη



Αλέξανδρος Τριανταφύλλου, Αντιπρόεδρος, Βιοζωκάτ



του 2025 και αναμένεται να ολοκληρωθεί τον Απρίλιο. Θα διαθέτει δυναμικότητα παραγωγής 10 τόνων ανά ώρα και εκτιμάται ότι κατά το πρώτο έτος πλήρους λειτουργίας θα ξεπεράσει τους 15.000 τόνους, λειτουργώντας στο μέγιστο της δυναμικότητάς της. Η έναρξη λειτουργίας της θα αποσυμφορήσει τη βασική μονάδα της Βιοζωκάτ στην Κατερίνη και θα ενισχύσει τη συνολική παραγωγική ευελιξία του ομίλου.

ΕΠΕΝΔΥΣΕΙΣ

Το έργο αυτό ολοκληρώνει ένα επενδυτικό πρόγραμμα που ξεκίνησε πριν από δύο χρόνια, με αρχικό προϋπολογισμό €6 εκατ. και τελική δαπάνη που ανήλθε στα €8 εκατ. Στο πλαίσιο της επένδυσης εντάσσεται και η εγκατάσταση πέντε νέων σιλό για αποθήκευση πρώτων υλών σε αλευρώδη μορφή, προσθέτοντας επιπλέον αποθηκευτική ικανότητα περίπου 2.500 τόνων.

Στέλλα Αυγουστάκη
stella@notice.gr



• **ΑΥΣΤΡΑΛΙΑ**

Η ΜΕΙΩΜΕΝΗ ΚΑΤΑΝΑΛΩΣΗ ΕΦΕΡΕ ΠΤΩΣΗ 8% ΣΤΙΣ ΕΞΑΓΩΓΕΣ ΚΡΑΣΙΟΥ ΤΟ 2025

Η αξία των εξαγωγών αυστραλιανού κρασιού μειώθηκε κατά 8% και διαμορφώθηκε στα 2,34 δισ. δολάρια Αυστραλίας (\$1,6 δισ.) το 2025, καθώς η παγκόσμια υποχώρηση της κατανάλωσης αλκοόλ οδήγησε σε μειωμένες αποστολές προς βασικές αγορές, όπως η Κίνα και η Βρετανία.

Η Αυστραλία είναι ο πέμπτος μεγαλύτερος εξαγωγέας κρασιού παγκοσμίως. Όπως και άλλες οινοπαραγωγικές περιοχές, βρίσκεται αντιμέτωπη με υπερπροσφορά και πτωτικές πωλήσεις.

Οι καταναλωτές περιορίζουν συνολικά την κατανάλωση αλκοόλ, ακολουθώντας τις τάσεις ευεξίας, αλλά και προκειμένου να εξοικονομήσουν χρήματα, καθώς το κόστος ζωής αυξάνεται, δήλωσε ο Peter Bailey, επικεφαλής market insights στο Wine Australia.

Όπως πρόσθεσε, για τους εξαγωγείς κρασιού παγκοσμίως, τα εμπορικά εμπόδια και οι περιφερειακές συγκρούσεις καθιστούν επίσης πιο δύσκολη και πιο δαπανηρή τη διάθεση προϊόντων στις διεθνείς αγορές.

ΕΞΑΓΩΓΕΣ ΠΡΟΣ ΚΙΝΑ

Η αξία των αυστραλιανών εξαγωγών προς την Κίνα — τη σημαντικότερη και πιο προσοδοφόρα αγορά της χώρας — κατέγραψε τη μεγαλύτερη πτώση, μειούμενη κατά 17% το περασμένο έτος, στα 755 εκατ. δολάρια Αυστραλίας (\$530 εκατ.). Οι Αυστραλοί οινοπαραγωγοί είχαν καταγράψει ισχυρές πωλήσεις στην κινεζική αγορά το 2024, όταν το Πεκίνο ήρε τους δασμούς που είχαν ουσιαστικά μπλοκάρει το εμπόριο. Ωστόσο, η ταχεία συρρίκνωση της ζήτησης για κρασί στην Κίνα αρχίζει πλέον να αφήνει έντονο αποτύπωμα στον κλάδο.

• **ΝΕΡΟ**

ΣΤΗΝ ΚΟΡΥΦΗ Ο ΒΙΚΟΣ, ΑΚΟΛΟΥΘΕΙ ΤΟ ΖΑΓΟΡΙ, ΣΤΗΝ ΤΡΙΤΗ ΘΕΣΗ ΤΟ... PL

Βίκος, Ζαγόρι είναι οι βασικοί παίκτες στην αγορά εμφιαλωμένου νερού (φυσικό μεταλλικό και επιτραπέζιο) στην Ελλάδα σε ό,τι αφορά το μερίδιο όγκου πωλήσεων για το 2025, όπως προκύπτει από τα στοιχεία της NielsenIQ για το σύνολο της αγοράς (S/M, Superettes, Convenience, Kiosks, Discounters) που έχει στη διάθεσή του το Fnb Daily.

ΠΡΩΤΟ ΤΟ BRAND ΒΙΚΟΣ

Ειδικότερα, στην πρώτη θέση κατατάσσεται το brand Βίκος, με μερίδιο 19,8% επί του συνολικού όγκου πωλήσεων, που αποτελεί και το μεγαλύτερο μεμονωμένο brand της κατηγορίας.

Ακολουθεί το Ζαγόρι, με μερίδιο 18,2%, ενώ τα δύο ηπειρώτικα brands συγκεντρώνουν 38% του όγκου πωλήσεων, αντιπροσωπεύοντας αθροιστικά πάνω από το 1/3 του συνολικού όγκου πωλήσεων της κατηγορίας του φυσικού μεταλλικού νερού.

PL

Στην τρίτη θέση βρίσκονται τα Private Labels (μεταξύ των οποίων είναι το Μαράτα της Σκλαβενίτης που παράγει η Χήτος και το Γάργαρο που εμψαλώνεται από την πηγή Σεπετά και διανέμεται στα My Market), με μερίδιο 14,6%, τα οποία αποτελούν ξεχωριστό και σημαντικό τμήμα της κατηγορίας. Συνολικά η πρώτη τρι-

άδα συγκεντρώνει το 52,6% του όγκου πωλήσεων της κατηγορίας.

ΘΕΟΝΗ

Την τέταρτη θέση καταλαμβάνει το Θεόνη, με μερίδιο 8,1%, διαμορφώνοντας μια δεύτερη βαθμίδα κάτω από την κορυφή.

Οι τέσσερις μεγαλύτερες παρουσίες της κατηγορίας (Βίκος, Ζαγόρι, Private Labels, Θεόνη) συγκεντρώνουν συνολικά περίπου 60,7% του όγκου πωλήσεων.

ΟΙ ΑΛΛΟΙ ΠΑΙΚΤΕΣ

Η... μεσαία ζώνη της αγοράς αποτελείται από σειρά εμπορικών σημάτων με μερίδια μεταξύ περίπου 2,5% και 4,5%.

Σε αυτήν εντάσσονται το Κόρη της Nestle με 4,3%, το Διός της Μεντεκίδης με 4,2%, το Anra της Coca Cola Hellenic με 3,8%.

Ακολουθούν τρία κρητικά brands

- Ρούβας με 3%
- Σαμαριά με 2,9%
- Ζάρος με 2,8%

και το ηπειρώτικο Πήγες Κωσπυλάτας με 2,7%.

Χαμηλότερα μερίδια με ποσοστά κάτω του 1,5%, εμφανίζουν

- το Δροσιά της Agrifreda με 1,5%



- το επιτραπέζιο Αρέθουσα με 1,3%
- το Arrena του Παναγιώτη Τσάκου με 1,2%
- το Δίρφυς με 1,1%

Ακόμη μικρότερη παρουσία έχουν:

- το επιτραπέζιο νερό Νεφέλη που εμψαλώνεται στην Δίρφυς (0,8%)
- το Μιτσικέλι της Ηπειρωτικής Βιομηχανίας Εμφιαλώσεων (0,7%)
- το Θέρισο από την Νερά Κρήτης (0,7%)
- το Ίρις της Ηπειρωτικής Βιομηχανίας Εμφιαλώσεων (0,6%)
- το Ιόλη της Ελληνικά Οινοποιεία (0,5%)
- το Aqua Carpatica του Γιάννη Βάλβη (0,3%)

Τέλος, η κατηγορία "All Others", που συγκεντρώνει 6,8%, αντιπροσωπεύει το άθροισμα πολλών μικρότερων ή τοπικών σημάτων με περιορισμένη ατομική συνεισφορά στον συνολικό όγκο πωλήσεων.

Στέλλα Αυγουστάκη

stella@notice.gr

• **ΕΛΛΗΝΕΣ ΠΤΗΝΟΤΡΟΦΟΙ (ΕΔΟΠ)**

ΣΟΒΑΡΟΙ ΚΙΝΔΥΝΟΙ ΑΠΟ ΤΗ ΣΥΜΦΩΝΙΑ ΕΕ-MERCOSUR - ΤΙ ΖΗΤΑΝΕ ΓΙΑ ΤΟΝ ΚΛΑΔΟ

Η Εθνική Διεπαγγελματική Οργάνωση Πτηνοτροφίας (ΕΔΟΠ) προειδοποιεί για σοβαρούς κινδύνους στην ελληνική πτηνοτροφία από τη συμφωνία Ευρωπαϊκής Ένωσης-Mercosur και ζητά την εξαίρεση ή τον αυστηρό περιορισμό του κλάδου από το πεδίο εφαρμογής της.

ΕΠΙΣΤΟΛΗ

Σε επιστολή προς τον Πρωθυπουργό, Κυριάκο Μητσοτάκη και τον Υπουργό Αγροτικής Ανάπτυξης, Κώστα Τσιάρα, η ΕΔΟΠ τονίζει ότι:

- Η πτηνοτροφία είναι στρατηγικός και αυτάρκης τομέας για την επισιτιστική επάρκεια και την αγροτική οικονομία
- Οι εισαγωγές από χώρες Mercosur, παρότι τυπικά οφείλουν να τηρούν τα πρό-

τυπα της ΕΕ, είναι δύσκολο να ελεγχθούν πλήρως, με κίνδυνο υποβάθμισης ποιότητας

- Δεν διασφαλίζεται ισοδυναμία κόστους σε περιβάλλον, ευζωία ζώων και κανονιστικές υποχρεώσεις, δημιουργώντας άνισο ανταγωνισμό εις βάρος των Ευρωπαίων παραγωγών
- Η συμφωνία δεν ωφελεί ουσιαστικά τον καταναλωτή, καθώς τυχόν μειώσεις κόστους δεν περνούν στις τιμές λιανικής, ενώ η χρήση εισαγόμενων προϊόντων αφορά κυρίως μεταποιημένα/εστίαση χωρίς υποχρεωτική ένδειξη προέλευσης
- Οι ελληνικές επιχειρήσεις έχουν ήδη επενδύσει σημαντικά για πλήρη συμμόρφωση με το αυστηρό ευρωπαϊκό πλαίσιο



ΤΑ ΑΙΤΗΜΑΤΑ ΤΗΣ ΕΔΟΠ

Η ΕΔΟΠ ζητά:

- Ρητή εξαίρεση ή αυστηρό περιορισμό της πτηνοτροφίας
- Ίσους όρους και κόστος συμμόρφωσης για εισαγόμενα και ευρωπαϊκά προϊόντα.
- Μηχανισμό αυτόματης αναστολής ποσοτώσεων αν διαταραχθεί η αγορά
- Υποχρεωτική επισήμανση προέλευσης σε μεταποιημένα και εστίαση
- Έμπρακτη στήριξη της εγχώριας παραγωγής

• EFOOD

ΥΨΗΛΑ ΕΠΙΠΕΔΑ ΙΚΑΝΟΠΟΙΗΣΗΣ - "ΑΠΟΛΥΤΑ ΘΕΤΙΚΗ" ΣΥΝΕΡΓΑΣΙΑ ΓΙΑ ΠΑΝΩ ΑΠΟ ΤΟ 60% ΤΩΝ ΔΙΑΝΟΜΕΩΝ

Τα αποτελέσματα διευρυμένης εσωτερικής έρευνας ικανοποίησης συνεργατών διανομέων, που πραγματοποιήθηκε τον Σεπτέμβριο 2025 σε δείγμα άνω των 12.000 διανομέων πανελλαδικά, παρουσίασε το efood. Η έρευνα εστίασε σε τρεις βασικούς άξονες: ευελιξία ωραρίου, εργασία στο πεδίο & υποστήριξη, και συνολική εμπειρία συνεργασίας. Τα αποτελέσματα καταδεικνύουν υψηλά επίπεδα ικανοποίησης, με πάνω από 60% των διανομέων να αξιολογούν τη συνεργασία τους ως απόλυτα θετική και μόλις 7% να εκφράζουν αρνητική άποψη.

ΚΥΡΙΟ ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΤΙΚΟ ΠΛΕΟΝΕΚΤΗΜΑ

Κύριο ανταγωνιστικό πλεονέκτημα αναδεικνύεται η ευελιξία, καθώς η πλειονότητα των διανομέων δηλώνει ικανοποιημένη από την ελευθερία επιλογής ωραρίου και προτιμά το μοντέλο συνεργασίας ως freelancer.



ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΚΗ ΥΠΟΣΤΗΡΙΞΗ

Ιδιαίτερα θετικά αξιολογείται και η τεχνολογική υποστήριξη, με περίπου 80% των συμμετεχόντων να δηλώνουν ικανοποιημένοι από τη λειτουργικότητα του rider app, το οποίο διευκολύνει τον προγραμματισμό και την εκτέλεση διανομών. Παράλληλα, η επικοινωνία και η υποστήριξη από τις ομάδες logistics και fleet coordination συγκεντρώνουν θετικές αξιολογήσεις από την πλειονότητα των διανομέων.

• EFOOD

ΞΕΚΙΝΑ ΣΥΝΕΡΓΑΣΙΑ ΜΕ ΤΗΝ HUMANITY GREECE

Το efood ξεκινά συνεργασία με την Humanity Greece για τη στήριξη της Κοινωνικής Κουζίνας στο κέντρο της Αθήνας. Η σύμπραξη καλύπτει μία ημέρα μαγειρέματος κάθε εβδομάδα για έναν χρόνο, προσφέροντας πάνω από 400 φρέσκα vegan γεύματα εβδομαδιαίως σε ανθρώπους που αντιμετωπίζουν επισιτιστική ανασφάλεια. Η Κοινωνική Κουζίνα λειτουργεί από το 2022 και προσφέρει ετησίως περισσότερα από 40.000 vegan γεύματα, με δυνατότητα

άμεσης ανταπόκρισης σε κρίσεις. Η vegan προσέγγιση προάγει τη συμπερίληψη και τη βιωσιμότητα, ενώ εφαρμόζονται zero-waste πρακτικές, κυκλική οικονομία, κομποστοποίηση και οικολογικές συσκευασίες. Η δράση υλοποιείται στον χώρο της Humanity Greece με τη στήριξη εθελοντών και εντάσσεται στο πρόγραμμα Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης Love Delivered του efood, ενισχύοντας την κοινωνική προσφορά με ουσιαστικό και βιώσιμο αντίκτυπο.



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



• **STARBUCKS**

ΤΟ TURNAROUND ΑΠΟΔΙΔΕΙ ΑΛΛΑ ΠΙΕΖΕΙ ΤΗΝ ΚΕΡΔΟΦΟΡΙΑ

Η Starbucks ανακοίνωσε μικτά αποτελέσματα τριμήνου, καθώς το σχέδιο που βρίσκεται σε εξέλιξη οδηγεί σε αύξηση της επισκεψιμότητας για πρώτη φορά έπειτα από δύο χρόνια, ασκώντας ωστόσο πίεση στην κερδοφορία.

“Τα αποτελέσματα του α' τριμήνου αποδεικνύουν ότι η στρατηγική Back to Starbucks αποδίδει και πιστεύουμε ότι βρισκόμαστε μπροστά από το χρονοδιάγραμμα”, δήλωσε ο CEO της εταιρείας, Brian Niccol.

Εκτός από το κόστος του σχεδίου, τα υψηλότερα κόστη καφέ και οι δασμοί άσκησαν πιέσεις στα περιθώρια κέρδους. Εξαιρουμένων των δαπανών αναδιάρθρωσης και λοιπών έκτακτων στοιχείων, τα κέρδη διαμορφώθηκαν στα 56 σεντς ανά μετοχή. Οι καθαρές πωλήσεις αυξήθηκαν κατά 6% στα \$9,92 δισ., χάρη στο δεύτερο συνεχόμενο τρίμηνο αύξησης των συγκρίσιμων πωλήσεων.

SAME-STORE SALES

Οι παγκόσμιες same-store sales αυξήθηκαν κατά 4%, ξεπερνώντας τις εκτιμήσεις για άνοδο 2,3%, ενώ η επισκεψιμότητα αυξήθηκε κατά 3% - η πρώτη άνοδος εδώ και δύο χρόνια. Για πρώτη φορά από το β' τρίμηνο του οικονομικού 2022, καταγράφηκε αύξηση συναλλαγών τόσο από μέλη του loyalty προγράμματος, όσο και από μη μέλη.

Διεθνώς, οι same-store sales αυξήθηκαν



Brian Niccol, CEO, Starbucks

κατά 5%, ενώ στην Κίνα - τη δεύτερη μεγαλύτερη αγορά της εταιρείας - σημείωσαν άνοδο 7%. Κατά τη διάρκεια του τριμήνου, η

Starbucks ανακοίνωσε σχέδια για τη δημιουργία κοινοπραξίας με την Boyu Capital, για τη διαχείριση των δραστηριοτήτων της στην Κίνα.

DATA Α' ΤΡΙΜΗΝΟ

Έσοδα: \$9,92 δισ.

Καθαρά κέρδη: \$293,3 εκατ.

Προσαρμοσμένα κέρδη ανά μετοχή: \$0,56

ΕΠΕΚΤΑΣΗ ΔΙΚΤΥΟΥ

Η Starbucks άνοιξε 128 νέα καταστήματα το α' τρίμηνο και σχεδιάζει το άνοιγμα 600-650 νέων καταστημάτων το οικονομικό έτος 2026, μετά το κλείσιμο περίπου 400 καταστημάτων στις ΗΠΑ το προηγούμενο έτος.

GUIDANCE

Δημοσίευσε επίσης τις πρώτες οικονομικές προβλέψεις της από τον Οκτώβριο του 2024, όταν είχε αναστείλει το guidance.

Για το οικονομικό έτος 2026, η Starbucks προβλέπει προσαρμοσμένα κέρδη ανά μετοχή (EPS) μεταξύ \$2,15-\$2,40, στο χαμηλότερο άκρο των εκτιμήσεων της Wall Street για \$2,35, σύμφωνα με την LSEG. Παράλληλα, αναμένει αύξηση συγκρίσιμων πωλήσεων (same-store sales) τουλάχιστον κατά 3% παγκοσμίως και στις ΗΠΑ.



• **AUCHAN**

ΜΕΤΑΣΧΗΜΑΤΙΣΜΟΣ ΤΟΥ BUSINESS ΣΕ ΣΥΝΕΡΓΑΣΙΑ ΜΕ ΤΟ GROUPEMENT MOUSQUETAIRES

Στην υλοποίηση του σχεδίου μετασχηματισμού της σε συνεργασία με το Groupement Mousquetaires στην Γαλλία, προχωρά η Auchan Retail, με στόχο την αναζωογόνηση του format των καταστημάτων της.

Το project, το οποίο ανακοινώθηκε τον Νοέμβριο του 2025 και αποσκοπεί στην αντιμετώπιση της πίεσης στην αγοραστική δύναμη των καταναλωτών καθώς και των ταχύτατων αλλαγών στο food retail, έχει πλέον εισέλθει στη φάση διαβούλευσης με τους εκπροσώπους των εργαζομένων.

ΤΙ ΠΡΟΒΛΕΠΕΙ Η ΣΥΝΕΡΓΑΣΙΑ

Ύστερα από εκτενή αξιολόγηση και των 266 super market που διαθέτει, η Auchan Retail κατέληξε σε τρεις εναλλακτικές κατευθύνσεις για τη μελλοντική ανάπτυξη του δικτύου της. Στο πλαίσιο της συνεργασίας με το Groupement Mousquetaires, 164 super market θα μεταφερθούν σε μια νέα, ανεξάρτητη νομική οντότητα, η οποία θα ανήκει στην Auchan Retail France.

Τα καταστήματα αυτά θα λειτουργούν με καθεστώς franchise υπό τα σήματα Intermarché ή Netto.

Η εταιρεία στοχεύει στη βελτίωση της ανταγωνιστικότητας των τιμών και της λειτουργικής αποδοτικότητας, υιοθετώντας το επιχειρηματικό μοντέλο της Intermarché. Το μοντέλο αυτό περιλαμβάνει απλοποιημένες λειτουργίες, τριετές πρόγραμμα αναβάθμισης για όλα τα καταστήματα, καθώς και εξειδικευμένη εφοδιαστική αλυσίδα που διαχειρίζεται το Groupement Mousquetaires.

Παράλληλα, το Groupement Mousquetaires έχει εκδηλώσει ενδιαφέρον να αναλάβει τη διαχείριση τριών επιπλέον εγκαταστάσεων της Auchan Retail (Saint-Ouen, Brétigny και Orly), παρέχοντας υπηρεσίες διαχείρισης. Η ενσωμάτωση των 164 super market στο νέο σχήμα αναμένεται να ολοκληρωθεί έως τον Απρίλιο του 2027.

Έντεκα καταστήματα θα παραμείνουν εντός του ομίλου Auchan Retail France, λειτουργώντας με διαφορετικά formats. Τα συγκεκριμένα σημεία επιλέχθηκαν με βάση το μέγεθος, τη γεωγραφική τους θέση και τις μακροπρόθεσμες αναπτυξιακές τους προοπτικές.

Τα υπόλοιπα 91 super market, λόγω της γεωγραφικής ή οικονομικής τους κατάστασης, θα προσφερθούν προς πώληση στο Groupement Mousquetaires, με την υποβολή προσφορών να αναμένεται τον Απρίλιο.

OMNI CHANNEL ΕΜΠΕΙΡΙΑ

Το εγχείρημα αυτό εντάσσεται στη στρατηγική της Auchan Retail να εξελιχθεί σε έναν ευέλικτο, πολυμορφικό λιανέμπορο, ο οποίος θα δραστηριοποιείται υπό διαφορετικές εμπορικές επωνυμίες, δίνοντας παράλληλα έμφαση στον μετασχηματισμό των hypermarkets σε κόμβους υπηρεσιών και omni-channel εμπειρίας.

Η υλοποίηση του σχεδίου τελεί υπό την προϋπόθεση της ολοκλήρωσης των διαβουλεύσεων με τους εκπροσώπους των εργαζομένων και της έγκρισης από την αρμόδια αρχή ανταγωνισμού.



Guillaume Darrasse,
Διευθύνων
Σύμβουλος,
Auchan Retail

SME
D A I L Y

**Το καθημερινό
newsletter για
τη μικρομεσαία
επιχειρηματικότητα**

Γίνε
συνδρομητής
ΔΩΡΕΑΝ
εδώ



ΚΥΚΛΟΦΟΡΕΙ ΔΩΡΕΑΝ

**ΔΕΥΤΕΡΑ
- ΠΑΡΑΣΚΕΥΗ**
ΣΤΙΣ **05:45**

Με την αξιοπιστία της



NOTICE
CONTENT & SERVICES

• **KARPEA**

Η ΝΕΥΡΑΛΓΙΚΗ ΣΥΜΦΩΝΙΑ ΣΤΙΣ ΗΠΑ ΚΑΙ ΟΙ ΚΙΝΗΣΕΙΣ ΓΙΑ ΤΗΝ ΑΣΙΑ - ΓΙΑΤΙ Η ΔΙΟΙΚΗΣΗ ΒΑΖΕΙ ΨΗΛΑ ΤΟΝ ΠΗΧΗ ΓΙΑ ΤΟ 2026

Χρονιά σταθερότητας σε ό,τι αφορά τους όγκους αλλά και την αξία πωλήσεων ήταν το 2025 για την Karpea, με τη διοίκηση ωστόσο της ελαιουργικής επιχείρησης να εμφανίζεται αισιόδοξη και να θέτει ψηλά τον πήχη για τη φετινή χρονιά. "Στις πωλήσεις μας δεν είχαμε κάποια ιδιαίτερη μεταβολή. Ουσιαστικά κινηθήκαμε στα επίπεδα του 2024. Θα έλεγα ωστόσο ότι προετοιμάσαμε το έδαφος για να έχουμε σημαντική ανάπτυξη στο άμεσο μέλλον", δηλώνει στο Fnb Daily ο Εμπορικός Διευθυντής, Δημήτρης Καραχανίδης και συμπληρώνει: "Έγινε μια πολύ αξιόλογη και καλά δομημένη δουλειά στο κομμάτι των νέων συμφωνιών η οποία εκτιμώ ότι θα αποδώσει μέσα στο 2026".

DATA KARPEA (σε €χιλ.)

Κύκλος Εργασιών

2024: 3.204

2023: 4.070

Μεταβολή: (21,27%)

EBIT

2024: 253

2023: 158

Μεταβολή: 60,12%

Κέρδη προ φόρων

2024: 206

2023: 155

Μεταβολή: 32,9%

ΘΕΤΙΚΑ ΤΑ ΜΗΝΥΜΑΤΑ ΑΠΟ ΗΠΑ

Κάνει ειδική μνεία στη συμφωνία που κλείστηκε στις αρχές Σεπτεμβρίου με μεγάλο retailer στις ΗΠΑ η οποία, όπως υπογραμμίζει, "μπορεί να αποδειχτεί για εμάς νευραλγικής σημασίας".

Το εν λόγω deal βάζει επί της ουσίας την Karpea σε εππλέον 1.600 σημεία πώλησης ενισχύοντας σε μεγάλο βαθμό την παρουσία της στη χώρα. "Αυτή τη στιγμή, δεδομένου ότι (σ.σ. η συμφωνία) δεν έχει τρέξει ούτε ένα πεντάμηνο και ότι για την αποστολή μόνο των φορτίων απαιτούνται πάνω από 25 μέρες, δεν έχουμε νούμερα που προσφέρονται για εξαγωγή ασφαλών συμπερασμάτων.

Όμως οι πρώτες ενδείξεις είναι κάτι παραπάνω από θετικές", τονίζει. Παράλληλα, την περασμένη χρονιά έγιναν κινήσεις και για τοποθέτηση στην αγορά της Ασίας οι οποίες, σύμφωνα με τον κ. Καραχανίδη, αναμένεται επίσης να καρποφορήσουν μέσα στο 2026.

Η ΣΥΝΘΗΚΗ ΣΤΗΝ ΑΓΟΡΑ ΕΛΑΙΟΛΑΔΟΥ

Ένας επιπλέον λόγος που κάνει τον κ. Καραχανίδη αισιόδοχο είναι η συνθήκη που έχει διαμορφωθεί φέτος στην παγκόσμια αγορά ελαιόλαδου. "Σίγουρα το γεγονός ότι η ποσότητα και η ποιότητα του ελληνικού ελαιό-

λαδου δεν είναι στα επίπεδα που είχαν εκτιμηθεί αρχικά, συνεπάγεται αυξημένο κόστος για τις ελληνικές επιχειρήσεις που αναζητούν και βασίζονται στην πρώτη ύλη. Την ίδια στιγμή, όμως, παρόμοιο πρόβλημα αντιμετωπίζει, για παράδειγμα, και η Ιταλία, με αποτέλεσμα και οι δικές τους τιμές να είναι ψηλά. Αυτό μας δίνει τη δυνατότητα να τους ανταγωνιστούμε στην ποιότητα όπου πολύ συχνά υπερτερούμε", υπογραμμίζει.

ΝΕΟΙ ΚΩΔΙΚΟΙ ΕΝΤΟΣ ΤΟΥ 2026

Οι εξαγωγές αντιπροσωπεύουν περί το 90% των πωλήσεων της Karpea. Εντός των ελληνικών συνόρων στα μέσα του Οκτωβρίου η εταιρεία προχώρησε σε συμφωνία με την Wolt για τη διάθεση μέσω της πλατόρμας της τελευταίας 8 κωδικών εξαιρετικού παρθένου ελαιόλαδου. Και αυτή η συμφωνία, όπως εξηγεί, είναι αρκετά "φρέσκια" για να μπορεί να αξιολογηθεί, ωστόσο φαίνεται να αποδίδει τα αναμενόμενα βάζοντας την εταιρεία στο υποσχόμενο κανάλι του fast retail. Ο κ. Καραχανίδης προαναγγέλλει το λανσάρισμα ορισμένων νέων κωδικών μέσα στο 2026 ενώ μέσα στους επόμενους μήνες αναμένεται να ληφθεί η απόφαση για το χώρο που θα φιλοξενήσει το νέο εργοστάσιο της Karpea, μια επένδυση άνω των €2 εκατ.

Γιάννης Τσατσάκης
yannis@notice.gr



Δημήτρης
Καραχανίδης,
Εμπορικός
Διευθυντής,
Karpea

• **ΗΠΑ**

Η ΑΝΑΓΚΗ ΔΙΑΦΟΡΟΠΟΙΗΣΗΣ ΣΤΡΕΦΕΙ ΤΟΥΣ RETAILERS ΣΕ ΣΥΝΕΡΓΑΣΙΕΣ ΜΕ ΤΟΠΙΚΑ BRANDS

Καθώς οι παραδοσιακές αλυσίδες super market αναζητούν τρόπους να αντέξουν τον αυξανόμενο ανταγωνισμό από άλλους τύπους λιανεμπόρων, πολλές στρέφονται στις συνεργασίες με μικρότερους, τοπικούς προμηθευτές προκειμένου να ξεχωρίσουν στα μάτια των καταναλωτών.

ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΗ ΔΙΑΦΟΡΟΠΟΙΗΣΗΣ

Η διάθεση εξειδικευμένων προϊόντων από τοπικούς παραγωγούς — συχνά ακόμη και σε ένα μόνο κατάστημα — αποτελεί ιδιαίτερα αποτελεσματικό εργαλείο διαφοροποίησης για ανεξάρτητα και περιφερειακά super market, σημείωσε η Sandy Brown, επικεφαλής και Εκτελεστική Αντιπρόεδρος της Brown's Super Stores, που δι-

αχειρίζεται 12 καταστήματα ShopRite στην Φιλαδέλφεια.

Όπως ανέφερε, το βασικό πλεονέκτημα των ShopRite είναι η βαθιά παρουσία στις τοπικές κοινότητες, σε αντίθεση με μεγάλες αλυσίδες που εξυπηρετούν πολλές αγορές ταυτόχρονα. "Οι συνεργασίες με τοπικούς επιχειρηματίες μάς επιτρέπουν να είμαστε πιο δεμένοι με την κοινότητα και να προσφέρουμε διαφορετικά προϊόντα", τόνισε.

Αντίστοιχα, ο Eric Siperas της LaBonne's Markets στο Κονέκτικατ θεωρεί ότι τα τοπικά προϊόντα είναι κρίσιμα για τη διαφοροποίηση, καθώς οι ίδιοι διανομείς προμηθεύουν και τους ανταγωνιστές. "Αν όλοι προμηθεύονται από τις ίδιες πηγές, είναι

δύσκολο να ξεχωρίσεις", ανέφερε.

Ακόμη και μεγαλύτεροι παίκτες, όπως η Giant Food της Ahold Delhaize, αναγνωρίζουν τη σημασία των τοπικών brands. Σύμφωνα με τη Meg MacAvoy, Category Manager της αλυσίδας, οι καταναλωτές ζητούν στήριξη τοπικών παραγωγών και μεγαλύτερη ποικιλία γεύσεων, ενώ τα μικρά brands συχνά επιδεικνύουν μεγαλύτερη ευελιξία στις μεταβαλλόμενες τάσεις.

Ο ΡΟΛΟΣ ΤΩΝ DATA

Παράλληλα, εξειδικευμένες μάρκες όπως η Nuts.com και η Egglife αξιοποιούν δεδομένα και πιλοτικές συνεργασίες για να αποδείξουν τη δυναμική των προϊόντων τους. Ο CEO της Egglife, David Kroll, τόνισε ότι τα niche brands προσφέρουν πολύτιμα insights για τη συμπεριφορά των καταναλωτών και βοηθούν τους λιανεμπόρους να αναπτύξουν κατηγορίες με προοπτική ανάπτυξης.

Η ανάπτυξη τοπικών brands απαιτεί υπομονή και σωστό timing. Όπως σημειώνει η MacAvoy, η είσοδος σε μια μεγάλη αλυσίδα δεν είναι το τέλος, αλλά η αρχή μιας συνεργασίας που απαιτεί προετοιμασία, κλιμάκωση και στενή συνεργασία και από τις δύο πλευρές.



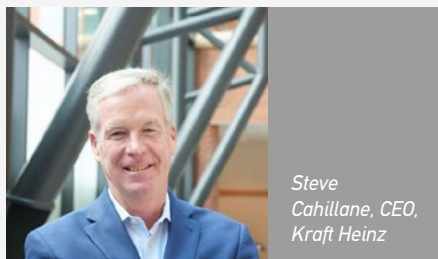
• **KRAFT HEINZ**

ΚΕΤΣΑΠ ΣΕ... ΒΑΡΕΛΙ ΕΛΕΩ SUPER BOWL

Το KegChup, την πρώτη στην ιστορία της κέτσαπ σε μορφή βαρελιού, παρουσίασε η Kraft Heinz, αναφέροντας ότι ένα άδειο μπουκάλι κέτσαπ αποτελεί "μεγαλύτερο φάουλ" από ένα άδειο βαρέλι μπίρας την Κυριακή του Super Bowl.

Η πλειονότητα των φιλάθλων παρακολουθεί τον αγώνα από το σπίτι, με το 84% να ετοιμάζει μόνο του τα snacks για την παρέα, σύμφωνα με στοιχεία της NielsenIQ που επικαλείται η εταιρεία.

Η νέα κυκλοφορία έρχεται να διασφαλίσει ότι οι φίλαθλοι δεν θα ψάχνουν απεγνωσμένα για κέτσαπ, το οποίο συνήθως περιορίζεται σε ένα μικρό μπουκάλι.



Steve
Cahillane, CEO,
Kraft Heinz

ΣΥΣΚΕΥΑΣΙΑ ΜΕ... ΚΑΝΟΥΛΑ

Το KegChup, που διατίθεται σε περιορισμένη έκδοση, έχει ύψος 19,5 ίντσες και χωρητικότητα 114 ουγκιές, ενώ διαθέτει εύχρηστη κάνουλα για εύκολη σερβίρισμα. Η εταιρεία παρουσίασε για πρώτη φορά



την ιδέα μέσω Instagram το περασμένο φθινόπωρο, συγκεντρώνοντας σχεδόν ένα εκατομμύριο προβολές και χιλιάδες αλληλεπιδράσεις από τους fans.

Το Super Bowl θα διεξαχθεί στις 8 Φεβρουαρίου στο Levi's Stadium στη Santa Clara της California, με τους New England Patriots να αντιμετωπίζουν τους Seattle Seahawks.

• **AMAZON**

ΤΙΤΛΟΙ ΤΕΛΟΥΣ ΓΙΑ ΤΑ ΦΥΣΙΚΑ ΣΗΜΕΙΑ AMAZON GO ΚΑΙ AMAZON FRESH - ΤΟ ΒΑΡΟΣ ΣΕ ONLINE GROCERY ΚΑΙ WHOLE FOODS

Το κλείσιμο των καταστημάτων Amazon Go και Amazon Fresh στις ΗΠΑ σχεδιάζει η Amazon, καθώς στρέφει την προσοχή της στο online grocery και στην επέκταση της αλυσίδας Whole Foods Market.

ΝΕΑ ΣΤΟΧΕΥΣΗ

Η εταιρεία ανέφερε ότι η κίνηση αυτή εντάσσεται στο πλαίσιο της επαναπροτεραιοποίησης των επενδύσεών της, επισημαίνοντας ότι, παρότι έχει διαπιστώσει ενθαρρυντικά σημάδια στα φυσικά καταστήματα τροφίμων με το brand Amazon, δεν έχει ακόμη καταφέρει να δημιουργήσει μια "διακριτή εμπειρία πελάτη" με το κατάλληλο οικονομικό μοντέλο για ανάπτυξη μεγάλης κλίμακας. "Υστερα από προσεκτική αξιολόγηση της δραστηριότητας και του τρόπου με τον οποίο μπορούμε να εξυπηρετούμε καλύτερα τους πελάτες μας, λάβαμε τη δύσκολη απόφαση να κλείσουμε τα φυσικά καταστήματα Amazon Go και Amazon Fresh, μετατρέποντας ορισμένες τοποθεσίες σε κα-



Doug Herrington,
CEO,
Worldwide
Amazon
Stores

ταστήματα Whole Foods Market", ανέφερε η εταιρεία σε σχετική ανακοίνωση. Σήμερα, η Amazon συγκαταλέγεται στους τρεις μεγαλύτερους παίκτες της αγοράς τροφίμων στις ΗΠΑ, με περισσότερα από \$150 δισ. σε ακαθάριστες πωλήσεις και πάνω από 150 εκατομμύρια πελάτες που αγοράζουν τρόφιμα από την πλατφόρμα της κάθε χρόνο.

ΤΙ ΘΕΛΟΥΝ ΟΙ ΑΜΕΡΙΚΑΝΟΙ

Ο όμιλος σκοπεύει να μετατρέψει αρκετά καταστήματα Amazon Go και Amazon Fresh σε



Whole Foods Market, ενώ το Amazon Fresh online θα συνεχίσει να εξυπηρετεί τους καταναλωτές. Παράλληλα, σχεδιάζει το άνοιγμα περισσότερων από 100 νέων καταστημάτων Whole Foods Market και την επέκταση του σχεδίου Whole Foods Market Daily Shop, το οποίο προσφέρει μεγάλη γκάμα φυσικών και βιολογικών προϊόντων σε προσιτές τιμές. Η Amazon πρόσθεσε ότι οι καταναλωτές στις ΗΠΑ στρέφονται ολοένα και περισσότερο στην online παράδοση για βασικά είδη και φρέσκα τρόφιμα, προκειμένου να ανταποκριθούν στους γρήγορους ρυθμούς της καθημερινότητάς τους.

• Debrief •

ΠΑΓΙΟ ΕΞΟΔΟ

Δεν είναι λίγες – για την ακρίβεια είναι πολλές – οι φορές που ο Δημόσιος Τομέας γίνεται σάκος του μποξ. Στις περισσότερες περιπτώσεις δικαιολογημένα, αφού το Κράτος στην Ελλάδα έχει τη μαγική ικανότητα να κάνει ακόμα και το πιο απλό πράγμα, απίστευτα δύσκολο, σε βαθμό διαφορικής εξίσωσης. Να τα λέμε όλα, όμως. Στο ψηφιακό κομμάτι φαίνεται πως ο Δημόσιος Τομέας έχει ανοίξει το βήμα του. Σημαντικά. Αυτό τουλάχιστον προκύπτει από [την ετήσια έκδοση του Παρατηρητηρίου Ψηφιακού Μετασχηματισμού](#) για την ψηφιακή ωριμότητα της Ελλάδας, την οποία παρουσίασε ο ΣΕΒ, και για την οποία μπορείτε να διαβάσετε στο σημερινό BnB Daily. Τί βλέπουμε στην εν λόγω έκθεση:

- Η ψηφιοποίηση των υπηρεσιών προς πολίτες και επιχειρήσεις έχει επιταχυνθεί σημαντικά. Τα ποσοστά κάλυψης των στόχων υπερβαίνουν το 70%
- Η ψηφιακή ωριμότητα των ελληνικών ΜμΕ έχει βελτιωθεί, όμως, η υιοθέτηση τεχνολογιών αιχμής παραμένει χα-

μηλή. Επίσης, οι ελληνικές επιχειρήσεις δεν έχουν αναπτύξει ακόμη κουλτούρα κυβερνοασφάλειας

Γιατί μπορεί να συμβαίνει αυτό; Για μια σειρά από λόγους. Ένας από αυτούς, σίγουρα, είναι το... ταμείο. Και λέμε σίγουρα, γιατί στην ίδια έκθεση οι δύο από τις τέσσερις προτάσεις του ΣΕΒ για την επιτάχυνση της ψηφιοποίησης των επιχειρήσεων είναι:

- Η διαμόρφωση χρηματοδοτικών προγραμμάτων για την επιτάχυνση της υιοθέτησης ΑΙ στις επιχειρήσεις με παράλληλη διαχείριση της αλλαγής
- Η διαμόρφωση φορολογικών κινήτρων και ευέλικτων χρηματοδοτικών εργαλείων που ενθαρρύνουν την υιοθέτηση προηγμένων ψηφιακών λύσεων από τις επιχειρήσεις

Η τεχνολογία – ειδικά σε επιχειρηματικό επίπεδο – έχει ένα κοινό χαρακτηριστικό με τον μηχανοκίνητο αθλητισμό: πρόκειται για ακριβά σπορ. Συνεπώς καλά κάνει ο ΣΕΒ και προτείνει διαμόρφωση χρηματοδοτικών εργα-

λείων για την ενίσχυση των επιχειρήσεων με στόχο την ψηφιοποίησή τους. Άλλωστε οι επιχειρήσεις είναι αυτές που δημιουργούν πλούτο, όχι το Κράτος.

Από τη στιγμή, όμως, που συμμετέχεις σε κάποιο ακριβό σπορ, ξέρεις ότι πρέπει να βάζεις το χέρι στην τσέπη. Πέρα από την όποια καλοδεχούμενη βοήθεια υπό τη μορφή κινήτρων κ.λπ., οι επιχειρηματίες πρέπει να βλέπουν τις επενδύσεις – ειδικά στην τεχνολογία – ως πάγιο έξοδο. Ναι, ως πάγιο έξοδο.

Γιατί; Πολύ απλά επειδή είναι οι επενδύσεις αυτές που σου εξασφαλίζουν ότι παραμένεις relevant, ανταγωνιστικός και εν τέλει ζωντανός σε συνθήκες ανηλεούς ανταγωνισμού και διαρκών ανατροπών, όπως συμβαίνει σήμερα (και πιθανότατα θα εξακολουθεί να συμβαίνει – σε ακόμα μεγαλύτερη ένταση – τα επόμενα χρόνια).

Συν Αθηνά και χείρα κίνει...

Γιάννης Παλιούρης
giannis@notice.gr

Business Maker

ΤΑ ΝΕΑ ΣΧΕΔΙΑ ΚΙΚΙΖΑ ΓΙΑ ΤΗΝ TERRA CRETA ΚΑΙ ΤΟ ΤΑΜΕΙΟ ΤΟΥ 2025

Με αμείωτη ένταση συνεχίζει η Melissa Κίκιζας την ενδυνάμωση της παρουσίας της στο ελαιόλαδο. Σύμφωνα με καλά πληροφορημένες πηγές, τα επόμενα 2-3 χρόνια το βάρος πέφτει στην περαιτέρω ενίσχυση της Terra Creta, με επενδύσεις στην αυτοματοποίηση των γραμμών παραγωγής και τη δημιουργία νέων αποθηκευτικών υποδομών στο υπάρχον ελαιοτριβείο. Παράλληλα, στο τραπέζι βρίσκεται και η δημιουργία δεύτερου ελαιοτριβεύου στην Κρήτη και συγκεκριμένα στα Χανιά. Συνολικά, το επενδυτικό πλάνο για την Terra Creta εκτιμάται ότι θα φθάσει τα €5 εκατ. για φέτος. Σχεδιασμός, και μάλιστα φιλόδοξος, υπάρχει και στον κλάδο των ζυμαρικών, ωστόσο κινείται σε πιο μακροπρόθεσμο ορίζοντα. Η διοίκηση, όπως μαθαίνουμε, προσανατολίζεται στην κατά-

θεση επενδυτικού πλάνου που θα αφορά την αυτοματοποίηση της παραγωγής, τη δημιουργία νέας αποθήκης αλλά και την αύξηση της παραγωγικής δυναμικότητας σε επόμενη φάση. Στις σκέψεις βρίσκεται πάντα και το ενδεχόμενο εξαγωγών, ωστόσο δεν υπάρχει κάτι συγκεκριμένο αυτή τη στιγμή στον ορίζοντα. Σε κάθε περίπτωση, η κινητικότητα που αναπτύσσεται στον ευρύτερο κλάδο των τροφίμων δεν αφήνει αδιάφορους τους διοικούντες τον όμιλο Κίκιζα.

Στο μέτωπο των οικονομικών μεγεθών, οι πωλήσεις την περυσινή χρονιά σε όγκο παρέμειναν σταθερές, ωστόσο σε αξία υποχώρησαν λόγω της μεγάλης πτώσης στις τιμές του ελαιόλαδου. Αντίθετα, η κερδοφορία εμφανίζεται ελαφρώς ενισχυμένη. Για τη φετινή χρονιά, η αίσθηση

που υπάρχει είναι πως θα είναι ανοδική καθώς δεν φαίνεται—αυτή τη στιγμή—κάτι που θα ανατρέψει την καλή πορεία, με τις εξαγωγές να συνεισφέρουν σταθερά το 50% των εσόδων και να αποτελούν κινητήριο δύναμη. Ιδιαίτερο ενδιαφέρον παρουσιάζει η εικόνα στις ΗΠΑ. Παρά τους δασμούς Trump, οι ίδιες πηγές αναφέρουν πως τα συμβόλαια και η τροφοδοσία της Walmart συνεχίζονται κανονικά. Η αγωνία, ωστόσο, παραμένει, τόσο για την πορεία της ισοτιμίας ευρώ – δολαρίου όσο και για πιθανές ανατροπές στην πολιτική του Αμερικανού Προέδρου, που εξακολουθεί να θεωρείται αστάθμητος παράγοντας. Οι συνεργάτες στην άλλη πλευρά του Ατλαντικού, πάντως, επαναλαμβάνουν σταθερά πως "συνεχίζουμε κανονικά".

Η ΕΠΟΜΕΝΗ ΜΕΡΑ ΓΙΑ ΤΗΝ ΒΙΟΛΑΝΤΑ ΚΑΙ ΤΑ ΕΡΩΤΗΜΑΤΑ

Η επόμενη μέρα στη Βιολάντα βρίσκει την αγορά να παρακολουθεί συγκλονισμένη την εξέλιξη της υπόθεσης. Το τραγικό δυστύχημα στο εργοστάσιο των Τρικάλων, με τον θάνατο πέντε εργαζομένων γυναικών έχει προκαλέσει κάτι παραπάνω από ένα... μούδιασμα, και έχει αφήσει ανοιχτά ερωτήματα που ακόμη δεν βρίσκουν απαντήσεις. Στο παρασκήνιο, πάντως, αρχίζουν να διατυπώνονται οι πρώτες ανησυχίες για το τι μέλλει γενέσθαι με την τροφοδοσία των super market, ειδικά αν η μονά-

δα παραμείνει κλειστή για μεγάλο χρονικό διάστημα. Προς το παρόν, όπως λένε παράγοντες της αγοράς, το θέμα αυτό περνά σε δεύτερη μοίρα. Η έκταση της τραγωδίας δεν αφήνει περιθώρια για τέτοιους υπολογισμούς τώρα. Κάποιοι, μάλιστα, επέλεξαν να σταθούν πρώτα στο ανθρώπινο σκέλος, στέλνοντας και συλλυπητήριες επιστολές και αποφεύγοντας κάθε δημόσια συζήτηση για εμπορικές συνέπειες. Ωστόσο, τις επόμενες ημέρες τα ερωτήματα θα επιστρέψουν αναπόφευκτα. "Πώς

θα εξελιχθεί η υπόθεση μετά την κατάθεση του ιδιοκτήτη στον εισαγγελέα. Τι σημαίνουν τα πορίσματα των Αρχών για τη συνέχεια της εταιρείας;", είναι μερικά από τα ερωτήματα που απασχολούν την αγορά. Στο μεταξύ, όπως μαθαίνουμε, σε πολλές βιομηχανίες έχει ήδη ξεκινήσει μια αθόρυβη εσωτερική διεργασία: επανέλεγχος συστημάτων ασφαλείας, διαδικασιών και υποδομών, χωρίς τυμπανοκρουσίες. Γιατί όταν συμβαίνει μια τέτοια τραγωδία, κανείς δεν μπορεί να μένει ασυγκίνητος...

BNB
DAILY

BUSINESS IN BRIEF

ΚΑΘΕ ΠΡΩΙ ΣΤΟ EMAIL ΣΑΣ!

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

Γίνε
συνδρομητής
εδώ



Business Insight

ΤΟ REBALANCING ΤΗΣ MSCI ΤΟΝ ΦΕΒΡΟΥΑΡΙΟ, Η ΑΝΑΒΑΘΜΙΣΗ ΤΟΥ ΑΥΓΟΥΣΤΟΥ ΚΑΙ ΤΑ ΣΕΝΑΡΙΑ

Νέα δεδομένα στη μάχη της επιλεξιμότητας εισηγμένων/μετοχών από τους ξένους επενδυτικούς/τραπεζικούς οίκους δημιουργεί η απόφαση του MSCI να επισπεύσει την [δημόσια διαβούλευση για την αναβάθμιση του Euronext Athens στην κατηγορία των Developed Markets](#).

Κατ' αρχήν, να θυμίσω ότι [το Business Insight από την πρώτη στιγμή της πρότασης του ομίλου Euronext για την εξαγορά της EXAE](#), είχε συμπεριλάβει στα συν της συμφωνίας, την επίσπευση της σχετικής διαδικασίας, παρακάμπτοντας την περίοδο παρακολούθησης (watch list) ακριβώς επειδή ως Euronext Athens δεν θα μπορούσε να είναι στα Emerging Markets. Κατά δεύτερον, να σημειώσω ότι **αύριο ολοκληρώνεται το διάστημα που το τμήμα αξιολόγησης (MSCI) αποφασίζει για το αν συντρέχουν προϋποθέσεις για την ένταξη (ή όχι) στον MSCI Standard Greece**. Οι ανακοινώσεις θα γίνουν στις 10 Φεβρουαρίου, η δε αναδιάρθρωση (rebalancing) στις 27 του ίδιου μηνός (όπως είχαμε αναφερθεί πρόσφατα). **Με οκτώ συμμετοχές ο δείκτης (Εθνική, Eurobank, Πειραιώς, Alpha Bank, ΟΤΕ, ΟΠΑΠ, Jumbo, ΔΕΗ), με 3+ 1 υποψήφιες για ενδεχόμενη είσοδο (Titan Cement, Τράπεζα Κύπρου, Motor Oil και ΓΕΚ Τέρνα)**. Με τα μέχρι και χθες στοιχεία, παίζεται η ένταξη μίας ή δύο μετοχών- με βάση την συνδυαστική αξιολόγηση αποτίμησης-χρηματιστηριακής αξίας της ελεύθερης διασποράς. Επιπλέον, **από προχθές έχει υπεισέλθει και η παράμετρος που τίθεται από την προοπτική αναβάθμισης (τον Αύγουστο, με την απόφαση να ανακοινώνεται στις 31 Μαρτίου)**. Αυτό γιατί στην περίπτωση ένταξης στην κατηγορία των Ανεπτυγμένων

νων, προεξοφλείται πως ο αριθμός των τελικών συμμετοχών θα περιοριστεί. Πρακτικά, **ενώ ως Αναδυόμενη στον Standard Greece συμπεριλαμβάνονται 8 με πιθανότητα αύξησης τους (σε 9 ή 10), ο ίδιος δείκτης ως σε Ανεπτυγμένη πιθανολογείται ότι θα έχει 5 (Εθνική, Eurobank, Πειραιώς, Alpha Bank και ΔΕΗ)**. Τί θα μπορούσε να συμβεί, σύμφωνα με την εκτίμηση χρηματιστών. Στις 10/2 ο MSCI δεν ανακοινώνει την ένταξη κάποιας μετοχής- καθώς προοπτικά μετά από 5 μήνες ο αριθμός θα περιοριστεί δραστικά- με δεύτερο ενδεχόμενο ο οίκος όντως να προχωρά σε νέα εισαγωγή/εισαγωγές προκειμένου το καλάθι ως DM να μην περιοριστεί σε μόλις 5 μετοχές.

Απαραίτητο να διευκρινιστεί πως, **εφ' όσον ο MSCI αναβαθμίσει την Ελλάδα (στις DM) ο δείκτης Standard θα έχει στάθμιση 0,06% από 0,57% σήμερα (ως EM)**. Ωστόσο θα είναι (δυνητικά) επιλέξιμος από πολλαπλάσια κεφάλαια συν το γεγονός πως λογίζεται ως χρηματιστήριο υπό την ομπρέλα του Euronext. Πρακτικά, **με την εξαγορά της EXAE (του 74,5%) από τον διεθνή όμιλο, έχει αποκτηθεί προσβασιμότητα σε πλέγμα αγορών διπλάσια του λονδρέζικου City**, με 1.800 και πλέον εισηγμένες και αξία άνω των €6 τρις. (σε όρους χρηματιστηριακής αξίας). Το σημαντικό είναι πως περί τις 1.400 εισηγμένες είναι Μεσαίες Κεφαλαιοποίησης (όριο το €1 δισ. at least) ενώ μέσω πρωτοβουλιών όπως λ.χ. το IPOready και το Euronext Tech Leaders, προσφέρονται κορυφαία εργαλεία ως προς την προβολή και την δυνατότητα πρόσβασης σε αγορές κεφαλαίων.

Γι' αυτό, **παράγων με γνώση του παρασκήνιου των διεργασιών (σε κεντρικό**

επίπεδο), θεωρεί ως πιθανό το ενδεχόμενο, κατ' αρχήν στις 10/2 ο MSCI να ανακοινώσει την ένταξη μίας (ή δύο) μετοχών στον δείκτη Standard Greece (ως Αναδυόμενη Αγοράς) και εν συνεχεία- στις 31/3- ο αριθμός των μετοχών να μην περιοριστεί στις μόλις 5 αλλά να έχει αφεθεί... παράθυρο προσθηκών (στην αμέσως επόμενη αναδιάρθρωση των δεικτών). Από αυτή την άποψη το ενδιαφέρον για την επιλεξιμότητα (ή όχι) μεταξύ των 3+1 είναι ουσιαστικό. **Στα €4,542 δισ. η αποτίμηση του ομίλου Τιτάν, στα €4,078 δισ. της Κύπρου, στα €3,746 δισ. της Motor Oil και στα €3,415 δισ. της ΓΕΚ Τέρνα**.

Παράλληλα θα πρέπει να συνεκτιμηθεί ότι ευρεία ομάδα εταιρειών που ταξινομούνται ως Small Cap (στο πλαίσιο του MSCI IMI) περνούν (ή προοπτικά μέσα στο 2026/2027 μπορεί να περάσουν) τα κριτήρια "ανεπτυγμένης αγοράς": ΟΤΕ, ΔΕΗ, Jumbo, Διεθνές Αεροδρόμιο Αθηνών, TITAN, Cenergy Holdings, Motor Oil, HelleniQ Energy, ΓΕΚ Τέρνα, Viohalco, Lamda Development, Aegean Airlines, Sarantis, όμιλος Aktor και Bally's Intralot.

Συνεπώς, τόσο το rebalancing (της 27/2), όσο η επιβεβαίωση της αναβάθμισης/ένταξης στην κατηγορία των Ανεπτυγμένων Αγορών, πρέπει να ειπωθεί ως διαδικασία εξελικτική- παράλληλη με την ανάλογη της πλήρους/λειτουργικής ενσωμάτωσης του ελληνικού χρηματιστηρίου στον όμιλο Euronext. Διαδικασία που μπορεί να εξελιχθεί σε (προ) εκλογικό χρόνο (σ.σ. έχοντας ως βασικό σενάριο αυτό της κάλπης για μία από τις δύο τελευταίες Κυριακές του 2027).

Προφανώς υπό την αιρεσιμότητα των όσων διαδραματίζονται, κυρίως διεθνώς.

• **MONDELEZ ΕΛΛΑΣ**

ΝΕΟΣ ΑΝΤΙΠΡΟΕΔΡΟΣ Ο ΓΙΑΝΝΗΣ ΣΙΔΕΡΑΣ - ΤΟ... ΣΕΡΙ ΔΙΟΙΚΗΤΙΚΩΝ ΑΛΛΑΓΩΝ ΑΠΟ ΤΟΝ ΟΚΤΩΒΡΙΟ ΤΟΥ 2024

Ο Γιάννης Σιδεράς εκλέχθηκε νέο μέλος του διοικητικού συμβουλίου της Mondelez Ελλάς, αντικαθιστώντας τον Στέργιο Νικολόπουλο, ο οποίος παραιτήθηκε και πλέον είναι ο νέος Αντιπρόεδρος της εταιρείας.



Γιάννης Σιδεράς,
Αντιπρόεδρος, Mondelez
Ελλάς

της εταιρείας η Marina Hadronic, αντικαθιστώντας στο ΔΣ την Ευαγγελία Μηλιώτη.

Η τελευταία είχε αντικαταστήσει τον Ιούνιο του 2025 τον παραιτηθέντα επικεφαλής, Κωνσταντίνο Σωτηρόπουλο, αναλαμβάνοντας τη θέση της Αντιπροέδρου. Θυμίζουμε ακόμη ότι

τον Οκτώβριο του 2024 είχε παραιτηθεί από το ΔΣ ο τότε Αντιπρόεδρος της εταιρείας, Παναγιώτης Καραλέμας, τον οποίο είχε αντικαταστήσει ο νυν παραιτηθείς, Στέργιος Νικολόπουλος.

ΔΣ

Έτσι το ΔΣ απαρτίζεται από τους:

- Marina Hadronic, Πρόεδρος & Διευθύνουσα Σύμβουλος
- Γιάννης Σιδεράς, Αντιπρόεδρος
- Κωνσταντίνος Κόκκινος, μέλος
- Γρηγόρης Στογιαννίδης, μέλος

Μάκης Αποστόλου

makis@notice.gr

ΤΟ ΒΙΟΓΡΑΦΙΚΟ ΤΟΥ

Ο κ. Σιδεράς είναι commercial finance manager της Mondelez International τα τελευταία τρία χρόνια. Προηγουμένως, για 1,5 χρόνο ήταν Consumer Business Unit Finance Business Partner Συνεργάτης στην Vodafone Ελλάδας για 1,5 χρόνια, και πιο πριν είχε εργαστεί για περίπου 6 χρόνια για λογαριασμό της στην British American Tobacco σε Ελλάδα και Ιταλία.

ΣΥΧΝΕΣ ΔΙΟΙΚΗΤΙΚΕΣ ΑΝΑΚΑΤΑΤΑΞΕΙΣ

Θυμίζουμε ότι τον Νοέμβριο του 2025 εκλέχθηκε νέα Πρόεδρος και CEO

Editorial

Το Dubai και η χοληστερίνη του μυαλού μας

Τί ακούμε διαρκώς τα τελευταία χρόνια από τους επιχειρηματίες της εστίασης, της φιλοξενίας και όχι μόνο; Ότι η ποιότητα του service έχει πέσει, διότι δεν βρίσκουν το κατάλληλο προσωπικό.

Και γιατί δεν βρίσκουν το κατάλληλο προσωπικό; Διότι οι νέοι δεν έχουν φιλοδοξίες και στόχους προκοπής, διότι οι μεγαλύτεροι σε ηλικία την έχουν δει αλλιώς μετά την πανδημία, διότι - ο σημαντικότερος λόγος - το ελληνικό κράτος δίνει επίδομα ανεργίας και όχι απασχόλησης.

Και, επίσης, διότι δεν έχουμε οργανώσει ακόμα περισσότερο και δεν έχουμε εντείνει τις διαδικασίες πρόσκλησης εργαζομένων από άλλες χώρες. Είναι μόνο ελληνικό... προνόμιο οι δύο πρώτοι λόγοι; Ασφαλώς και όχι.

Η Μεγάλη Παραίτηση ακουμπά όλες τις χώρες σε όλο τον κόσμο.

Προσέξτε, όμως!

Κατά την επίσκεψή μου στο Dubai, για τη φετινή Gulfood, διαπίστωσα ότι, κάθε χρόνο, η ποιότητα των παρεχόμενων υπηρεσιών στο αραβικό εμράτο γίνεται όλο και καλύτερη.

Για ποιο λόγο;

Πρώτον, διότι βρίσκουν προσωπικό: Από ανειδίκευτο εργάτη έως μεγαλοστέλεχος.

Δεύτερον, διότι, όπως μου είπαν, έχουν δουλέψει πάρα πολύ στην εκπαίδευση όλων αυτών των εργαζομένων, ώστε να παρέχουν σωστές υπηρεσίες, από το πιο απλό έως το πιο premium επίπεδο.

Τρίτον, διότι ξέρουν πολύ καλά ότι είναι μια οικονομία, που στηρίζεται σε πολύ μεγάλο βαθμό στην παροχή υπηρεσιών και δεν τους παίρνει να μην εξελίσσουν το αυτονόητο: Δηλαδή, την ποιότητά της.

Αυτά, προς γνώση και συμμόρφωση (λέμε τώρα).

Αλλά, τί ξέρουν αυτοί;

Όταν εμείς είχαμε ήδη χοληστερίνη, αυτοί έτρωγαν θάμνους στην έρημο...

Τόσο απλά.

Νεκτάριος Β. Νώτης

nectarios@notice.gr

SECRETCREIPE

Tottis: Με +7% έκλεισε το '25 σε τζίρο και όγκο

Εντός των προβλέψεων, που είχε κάνει στο εξάμηνο της περασμένης χρονιάς για το σύνολο του έτους, έπεσε η διοίκηση της Tottis.

Όπως πληροφορείται το Fnb Daily, η βιομηχανία snack είδε το 2025 να κλείνει με άνοδο 7% τόσο σε τζίρο, όσο και σε όγκο πωλήσεων.

Οι εκτιμήσεις της διοίκησης για τη φετινή χρονιά είναι φιλόδοξες, δεδομένου ότι σχεδιάζει συγκεκριμένες τοποθετήσεις προϊόντων σε διάφορες αγορές, εντός και εκτός Ελλάδος.