

# Να αγαπάς την ευθύνη



**Αντώνης Τσαπατάκης**  
Παραολυμπιονίκης,  
Παγκόσμιος Πρωταθλητής  
Κολύμβησης και  
Πρεσβευτής της Lidl Ελλάς.

**Μια ευθύνη που αναλαμβάνουμε με πράξεις,  
επενδύοντας στο περιβάλλον:**

- Plastic Free Greece: 20 τόνοι απορριμμάτων από 113 υποθαλάσσιους και παράκτιους καθαρισμούς.
- Αναδασώσεις: Περισσότερα από 17.800 ενήλικα δέντρα για περιβαλλοντική αποκατάσταση με τη We4all.
- Ενέργεια: 100% πράσινη ηλεκτρική ενέργεια από το 2022.

\*Τα απολογιστικά στοιχεία υπολογίζονται από την έναρξη της κάθε συνεργασίας έως τον Φεβρουάριο 2026.





# FNB SERVED DAILY.

Food for thought... every day!

ΤΟ ΚΑΘΗΜΕΡΙΝΟ ΨΗΦΙΑΚΟ  
NEWSLETTER ΓΙΑ ΤΟΝ ΚΛΑΔΟ  
ΤΡΟΦΙΜΩΝ & ΠΟΤΩΝ

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

ΤΕΤΑΡΤΗ 17 ΙΟΥΝΙΟΥ 2026  
ΤΕΥΧΟΣ 2347



## • JEAN GABRIEL MOLLARD (SIAL PARIS 2026)

Το γαστρονομικό πλεονέκτημα της Ελλάδας και η παρουσία της χώρας μας στη φετινή έκθεση



## • YUM BRANDS

Πουλάει την Pizza Hut έναντι \$1,5 δισ.  
- Ποιος ο αγοραστής



## • ΦΛΩΡΙΔΗΣ ΚΡΕΑΤΑ

Γράφει +10% στο πεντάμηνο, παρά την πτώση του HoReCa- Σε Μασσούτη-Κρητικό το μοσχαρίσιο λουκάνικο



## • VEDOURA

Διεύρυνση εξαγωγών με είσοδο σε Βαλκάνια και Ηνωμένα Αραβικά Εμιράτα - Με ανάπτυξη άνω του 10% κλείνει το εξάμηνο

## Editorial

Μη αναστρέψιμη

## Debrief

Ένας μικρός (δικαιολογημένος) πανικός

## Business Insight

Τί σημαίνει για οικονομία, επιχειρήσεις η αποκλιμάκωση των τιμών πετρελαίου

## SecretRecipe

Λευκή πετσέτα

## Business Maker

- Η νομική σταυροφορία του ΣΕΒΓΑΠ για το ελληνικό γιαούρτι
- Coffee brands χωρίς σύνορα: Οι κινήσεις της Coffee Island στην Ρουμανία

• **ΙΧΘΥΟΤΡΟΦΕΙΑ ΚΕΦΑΛΟΝΙΑΣ**  
**ΤΙ ΟΔΗΓΗΣΕ ΠΕΡΥΣΙ ΣΕ ΠΩΛΗΣΕΙΣ €80 ΕΚΑΤ. ΚΑΙ... ΕΚΡΗΞΗ**  
**ΚΕΡΔΟΦΟΡΙΑΣ - ΓΙΑΤΙ ΑΠΟΡΡΟΦΗΣΕ ΤΙΣ ΘΥΓΑΤΡΙΚΕΣ ΤΗΣ**

Ανάπτυξη της τάξης του 16% κατέγραψε το 2025 η Ιχθυοτροφεία Κεφαλονιάς, με τις πωλήσεις της να αγγίζουν τα €80 εκατ.

Σημειώνεται ότι πέρυσι η εταιρεία πούλησε 8.763.499 κιλά ψάρια (έναντι 7.655.774 κιλών της αμέσως προηγούμενης χρήσης), εκ των οποίων τα 6.952.721 κιλά ήταν ιδιοπαραγωγής (79,34%), ενώ τα υπόλοιπα 1.810.778 κιλά ήταν παραγωγή συνεργαζόμενων μονάδων (20,66%).

Σε συνδυασμό με τη συγκράτηση του κόστους πωληθέντων στα επίπεδα των €58,18 εκατ. (μόλις +2,81% σε σχέση με το 2024) και τις υψηλότερες τιμές πώλησης αλλά και τις αυξημένες πωληθέντες ποσότητες των ψαριών, το EBITDA ενισχύθηκε κατά 175%.

**DATA (σε €χιλ.)**

Κύκλος εργασιών

2025: 79.578

2024: 68.500

Μεταβολή: 16%

Μικτό αποτέλεσμα

2025: 21.399

2024: 11.914

Μεταβολή: 79,6%

EBITDA

2025: 12.187

2024: 4.431

Μεταβολή: 175%

Κέρδη προ φόρων

2025: 8.905

2024: 1.493

Καθαρά κέρδη

2025: 7.150

2024: 832

**ΠΡΟΟΠΤΙΚΕΣ**

Και κατά τη φετινή χρονιά, όπως αναφέρεται στις χρηματοοικονομικές καταστάσεις, η Ιχθυοτροφεία Κεφαλονιάς συνεχίζει να εκτελεί το επιχειρηματικό της σχέδιο αναπροσαρμόζοντάς το στις συνθήκες της αγοράς και στις επιχειρηματικές ευκαιρίες που υπάρχουν.

Η εταιρεία θα συνεχίσει να αναπτύσσει τις υδατοκαλλιέργειες Φθιώτιδα και Αμφιτρίτη με σημαντικές επενδύσεις σε χερσαίες υποδομές, εγκαταστάσεις παραγωγής και σκάφη συγκομιδής και μεταφοράς. Σύμφωνα με τη διοίκηση, "η πρόσθετη παραγωγική ικανότητα στην Φθιώτιδα και Αμφιτρίτη θα μας επιτρέψει να αναπτύξουμε περισσό-



Λάρα Φοτιμά Μπαράζι Γερούλάνου, Πρόεδρος & CEO, Ιχθυοτροφεία Κεφαλονιάς

τερο το δίκτυό μας και να επεκτείνουμε την παρουσία μας. Από τους πρωταρχικούς μας στόχους είναι οι πρωτοβουλίες μείωσης κόστους κυρίως στη συντήρηση, στις μεταφορές και στα υλικά συσκευασίας αλλά ακόμη και στην αποδοτικότερη κατανάλωση των ιχθυοτροφών".

**ΣΥΓΧΩΝΕΥΣΗ**

Σημειώνεται ότι πέρυσι εγκρίθηκε το σχέδιο συγχώνευσης με απορρόφηση των θυγατρικών της εταιρειών, Αμφιτρίτη Ιχθυοκαλλιέργειες και Ιχθυοκαλλιέργειες Φθιώτιδας.

Κύριος στόχος της κίνησης αυτής ήταν η δημιουργία μιας μεγαλύτερης οικονομικής μονάδας που θα δραστηριοποιείται μεταξύ άλλων στην εγκατάσταση, λειτουργία και εκμετάλλευση ιχθυογεννητικών σταθμών και ιχθυοτροφικών και αλιευτικών μονάδων κάθε είδους στο εσωτερικό και στο εξωτερικό, στη διάθεση των παραγόμενων ιχθύων και κάθε είδους αλιευμάτων και στην εμπορία αλιευμάτων, φρέσκων, ημικατεψυγμέ-

νων ή κατεψυγμένων στην εγχώρια και στη διεθνή αγορά.

**ΕΠΕΝΔΥΣΕΙΣ**

Επίσης, συνέχισε να επενδύει σε πάγιο εξοπλισμό προκειμένου αφενός να διατηρεί σε καλή κατάσταση τις πλωτές και χερσαίες εγκαταστάσεις της, αφετέρου δε να εκσυγχρονίζει τα συστήματα και τις μονάδες της. Πέρυσι οι επενδύσεις άγγιξαν το €1,27 εκατ.. Πιο αναλυτικά στον μηχανολογικό εξοπλισμό οι επενδύσεις αφορούσαν τόσο το τμήμα των Μονάδων Εκτροφής με ανανέωση του υφιστάμενου πλωτού εξοπλισμού, όσο και το τμήμα του Ιχθυογεννητικού Σταθμού με εξοπλισμό σύγχρονης τεχνολογίας. Οι επενδύσεις στα μεταφορικά μέσα αφορούσαν την αγορά και ανανέωση κυρίως πλωτών μέσων, ενώ οι επενδύσεις στα έπιπλα αφορούσαν κυρίως σε Η/Υ και servers.

Μάκης Αποστόλου  
[makis@notice.gr](mailto:makis@notice.gr)

• **VEDOURA**

## ΔΙΕΥΡΥΝΣΗ ΕΞΑΓΩΓΩΝ ΜΕ ΕΙΣΟΔΟ ΣΕ ΒΑΛΚΑΝΙΑ ΚΑΙ ΗΝΩΜΕΝΑ ΑΡΑΒΙΚΑ ΕΜΠΡΑΤΑ - ΜΕ ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΑΝΩ ΤΟΥ 10% ΚΛΕΙΝΕΙ ΤΟ ΕΞΑΜΗΝΟ

Την παρουσία της στο εξωτερικό συνεχίζει να ενισχύει η Vedouρα-Γαλακτοκομική Βορείου Ελλάδος, βάζοντας πόδι σε νέες αγορές τόσο εντός, όσο κι εκτός Ευρώπης. Η εταιρεία που δραστηριοποιείται κυρίως στην παραγωγή στραγγιστού γιαουρτιού απευθυνόμενη σε επιχειρήσεις από τον κλάδο του foodservice, διέυρυνε στο πρώτο μισό του 2026 το πελατολόγιό της στα Βαλκάνια, εισερχόμενη σε Μαυροβούνιο, Κόσοβο και Βουλγαρία ενώ έκλεισε συμφωνία και για την είσοδό της στην αγορά των Ηνωμένων Αραβικών Εμιράτων.

### ΑΝΑΠΤΥΞΗ 12% ΤΟ 2025

Όπως δηλώνει στο Fnb Daily ο Γενικός Διευθυντής, Γαβριήλ Ψαλτάκης, πλέον η εξαγωγική δραστηριότητα εκτείνεται σε 20 χώρες - μεταξύ των οποίων η Γαλλία, η Γερμανία, η Αυστρία αλλά και οι ΗΠΑ - και αφορά πάνω από το 35% του τζίρου, από 25% που ήταν το 2025.

Η περυσινή χρονιά ολοκληρώθηκε με ανάπτυξη 12%, ενώ στο πρώτο φετινό πεντάμηνο διατηρείται σε διψήφια ποσοστά, με την αύξηση των πωλήσεων να ξεπερνά το 10%.

#### DATA (σε €χιλ.)

##### Κύκλος Εργασιών

2024: 2.462

2023: 2.361

Μεταβολή: 4,27%

##### EBIT

2024: 400

2023: 291

Μεταβολή: 37,45%

##### Κέρδη προ φόρων

2024: 398

2023: 289

Μεταβολή: 37,71%

### ΚΑΝΑΔΑΣ ΚΑΙ ΙΤΑΛΙΑ ΟΙ ΕΠΟΜΕΝΟΙ ΣΤΟΧΟΙ

Ο επόμενος στόχος, σύμφωνα με τον κ. Ψαλτάκη, είναι η είσοδος στις αγορές του Καναδά και της Ιταλίας, με τις οποίες έχει γίνει η σχετική προεργασία και αναμένεται να προστεθούν στη λίστα των προορισμών μέχρι το τέλος του χρόνου.



Γαβριήλ Ψαλτάκης, Vedouρα-Γαλακτοκομική Βορείου Ελλάδος, Γενικός Διευθυντής

### ΤΡΕΧΕΙ Η ΕΠΕΝΔΥΣΗ ΓΙΑ ΜΟΝΟΚΙΛΕΣ ΣΥΣΚΕΥΑΣΙΕΣ

Την ίδια στιγμή, σε εξέλιξη βρίσκεται αυτό το διάστημα επένδυση για την εγκατάσταση στο εργοστάσιο στο Δέλτα Αζιού νέας γραμμής παραγωγής για γιαούρτι σε συσκευασία 1 κιλού. Σημειώνεται ότι μέχρι στιγμής το προϊόν διατίθεται σε μεγαλύτερες συσκευασίες των 5, 10 και 20 κιλών. Η νέα γραμμή, δυναμικότητας 2 τόνων ετησίως, αναμένεται να προσφέρει ευελιξία επιτρέποντας μελλοντικά την προσφορά περισσότερων και πιο εξειδικευμένων κωδικών (πχ γιαούρτι με φρούτα), ανάλογα και με τις απαιτήσεις των πελατών. Η επένδυση είναι κάτω του €1 εκατ. και υλοποιείται με ίδια κεφάλαια, χωρίς ωστόσο ο κ. Ψαλτάκης να αποκλείει την ένταξή της σε κάποιο από τα προγράμματα του ΥΠΑ-ΑΤ που αναμένεται να ανοίξουν το επόμενο διάστημα.

Αξίζει να σημειωθεί ότι πέραν του γιαουρτιού, η Vedouρα προμηθεύει επίσης ζαχαροπλαστική, γαλακτοπωλεία και άλλα εξειδικευμένα καταστήματα με παστεριωμένο γάλα σε ασκούς των 10 λίτρων.

Γιάννης Τσατσάκης  
[yannis@notice.gr](mailto:yannis@notice.gr)



Ντίνα Νικολάου

### • DINAS EAT REAL ΝΕΟ CONCEPT ΚΑΘΗΜΕΡΙΝΗΣ ΕΣΤΙΑΣΗΣ ΣΤΗΝ ΠΑΝΟΡΜΟΥ - ΑΚΟΛΟΥΘΟΥΝ ΔΥΟ ΝΕΑ ΚΑΤΑΣΤΗΜΑΤΑ ΤΟΝ ΙΟΥΛΙΟ

Με επίσημο opening στην Πανόρμου και οικοδέσποινα τη βραβευμένη chef Ντίνα Νικολάου, το DINAS eat real πραγματοποίησε την είσοδό του στην αθηναϊκή γαστρονομική αγορά, παρουσιάζοντας ένα νέο concept στην κατηγορία της καθημερινής εστίασης. Η τιμή ενός πλήρους γεύματος διαμορφώνεται στα €8,90. Σύμφωνα με το concept, στόχος είναι να προσφέρεται μια καθημερινή λύση στο ερώτημα της διατροφής, με έμφαση στην ποιότητα και την προσιτή τιμή.



### ΚΑΤΑΣΤΗΜΑΤΑ

Το πρώτο experience store λειτουργεί ήδη στην Πανόρμου, ενώ το brand είναι διαθέσιμο και μέσω delivery σε μεγάλο μέρος της Αττικής.

Τον επόμενο μήνα προβλέπεται η λειτουργία δύο νέων καταστημάτων στην Αθήνα:

- Ακαδημίας και Ιπποκράτους
- Γλυφάδα

• **ΦΛΩΡΙΔΗΣ ΚΡΕΑΤΑ**

**ΓΡΑΦΕΙ +10% ΣΤΟ ΠΕΝΤΑΜΗΝΟ,  
ΠΑΡΑ ΤΗΝ ΠΤΩΣΗ ΤΟΥ HORECA  
- ΣΕ ΜΑΣΟΥΤΗ-ΚΡΗΤΙΚΟ  
ΤΟ ΜΟΣΧΑΡΙΣΙΟ ΛΟΥΚΑΝΙΚΟ**

Με διψήφιο ρυθμό ανάπτυξης κινείται μέχρι στιγμής η Φλωρίδης Κρέατα, παρά το γεγονός ότι η ζήτηση στο κανάλι του HoReCa απέχει πολύ από τις προσδοκίες των ανθρώπων του χώρου.

"Τα μηνύματα δεν είναι ιδιαίτερα ενθαρρυντικά. Είναι γεγονός ότι η αγορά δεν έχει την ένταση που θέλαμε κι αναμέναμε, μάλλον μωδιασμένη θα τη χαρακτηρίζαμε", δηλώνει στο FNB Daily ο Αναπληρωτής Διευθύνων Σύμβουλος της εταιρείας, Κωνσταντίνος Φλωρίδης, συμπληρώνοντας μάλιστα ότι η εικόνα, ως τώρα τουλάχιστον, είναι χειρότερη από την περυσινή, η οποία σίγουρα δεν συγκαταλέγεται στις καλύτερες για τον κλάδο.

**ΑΠΟ ΤΟ RETAIL ΤΟ 30%  
ΤΟΥ ΤΖΙΡΟΥ**

Παρά το γεγονός ότι το HoReCa και το χονδρεμπόριο αντιστοιχούν στο 70% των πωλήσεων της Φλωρίδης Κρέατα, το πρώτο πεντάμηνο έκλεισε με αύξηση 10% στον κύκλο εργασιών, κάτι που οφείλεται τόσο στο ευρύ πελατολόγιο, όσο και στην ολοένα κι εντονότερη παρουσία στο οργανωμένο λιανεμπόριο.

• **ORKLA FOODS**

**ΑΠΟΚΤΑ ΤΟ 40% ΤΗΣ GO-TAN GROUP**

Την απόκτηση ποσοστού 40% στην Go-Tan Group, ολλανδική εταιρεία που εξειδικεύεται στις ασιατικές σάλτσες, ανακοίνωσε η Orkla Foods.

Η Orkla ανέφερε ότι η συμφωνία ενισχύει τόσο τη στρατηγική ανάπτυξής της, όσο και τη θέση της στη διαρκώς αναπτυσσόμενη αγορά των ασιατικών σαλτσών.



Aku Vikström,  
CEO, Orkla Foods

DATA (σε €χιλ.)	
<u>Κύκλος Εργασιών</u>	
2025:	52.500*
2024:	42.821
2023:	35.124
2022:	12.893
<u>Κέρδη προ φόρων</u>	
2024:	2.334
2023:	1.106
2022:	79
<u>Καθαρά κέρδη</u>	
2024:	1.564
2023:	781
2022:	55
*Εκτίμηση	

**ΝΕΟ ΛΑΝΣΑΡΙΣΜΑ**

Ενδεικτικά, πριν από 1,5 μήνα ξεκίνησε η τοποθέτηση ενός ακόμα κωδικού, του μοσχάρισιου λουκάνικου της εταιρείας στο καταστήματα Μασούτη και Κρητικού που... έσσονται εις σάρκα μία.

Μέχρι στιγμής η Κρέατα Φλωρίδης έχει παρουσία σε όλες σχεδόν τις μεγάλες αλυσίδες, πλην AB Βασιλόπουλου και Lidl.

**ΠΟΙΟΣ ΕΙΝΑΙ Ο ΣΤΟΧΟΣ ΤΗΣ  
ΣΥΝΕΡΓΑΣΙΑΣ**

"Η Go-Tan είναι ένα ισχυρό εμπορικό σήμα με ξεκάθαρη θέση στην αγορά και αποδεδειγμένη ικανότητα ανάπτυξης σε ευρωπαϊκές αγορές", δήλωσε ο Aku Vikström, Διευθύνων Σύμβουλος της Orkla Foods.

Κατά τη διάρκεια της εκδήλωσης Orkla Capital Markets Update πέρυσι, ο Aku Vikström είχε παρουσιάσει τη φιλοδοξία της



Κωνσταντίνος Φλωρίδης,  
Αντιπρόεδρος-Αναπληρωτής Διευθύνων Σύμβουλος,  
Φλωρίδης Κρέατα

**ΠΡΟΧΩΡΑ Η ΕΠΕΝΔΥΣΗ  
ΤΩΝ €17 ΕΚΑΤ.**

Στα σχέδια της διοίκησης είναι η περαιτέρω διείσδυση στο κανάλι του retail κάτι που, όπως υπογραμμίζει ο κ. Φλωρίδης, προαπαιτεί την ολοκλήρωση της ύψους €17 εκατ. επένδυσης για την ανακατασκευή του εργοστασίου που η εταιρεία απέκτησε το 2022 με την εξαγορά της ΕΚΡΕΤ. Σύμφωνα με τον ίδιο, το εν λόγω επενδυτικό σχέδιο, η υλοποίηση του οποίου έχει ήδη ξεκινήσει, θα πενταπλασιάσει τη δυναμικότητα της Κρέατα Φλωρίδης και θα μπορεί να υποστηρίξει νέα και ανοίγματα στην αγορά των super market. Υπενθυμίζεται ότι το επενδυτικό σχέδιο περιλαμβάνει, μεταξύ άλλων, νέο μηχανολογικό εξοπλισμό, θαλάμους ψύξης κ.λπ., σε κτιριακές εγκαταστάσεις 11.500 τ.μ., και αναμένεται να ολοκληρωθεί μέσα στο 2027.

Γιάννης Τσατσάκης  
[yannis@notice.gr](mailto:yannis@notice.gr)

εταιρείας να πραγματοποιήσει στοχευμένες επενδύσεις σε τρεις βασικούς τομείς:

- τα κατεψυγμένα γεύματα
- τις σάλτσες
- τα συμπυκνωμένα ροφήματα προς αραίωση, καθώς και σε μια σειρά από ισχυρά τοπικά brands

Η εταιρεία σημείωσε ότι θεωρεί τις ασιατικές σάλτσες κατηγορία με ιδιαίτερα ελκυστικές μακροπρόθεσμες προοπτικές ανάπτυξης. Παράλληλα, η συμφωνία αναμένεται να συνδυάσει την επιχειρηματική κληρονομιά και την αναγνωρισιμότητα της Go-Tan με την εμπειρία της Orkla στην ανάπτυξη καταναλωτικών brands στις ευρωπαϊκές αγορές. Η Go-Tan απασχολεί περίπου 250 εργαζομένους και διαθέτει τέσσερις παραγωγικές εγκαταστάσεις, εκ των οποίων οι τρεις βρίσκονται στην Ολλανδία και η μία στην Ουγγαρία.

• **ΕΥΡΩΠΑΪΚΟ ΚΟΙΝΟΒΟΥΛΙΟ**  
**ΝΕΟΙ ΚΑΝΟΝΕΣ ΓΙΑ ΤΗΝ ΕΝΙΣΧΥΣΗ**  
**ΤΩΝ ΕΙΣΟΔΗΜΑΤΩΝ ΤΩΝ ΑΓΡΟΤΩΝ**

Νέους κανόνες με στόχο την ενίσχυση της διαπραγματευτικής θέσης των αγροτών και τη σταθεροποίηση των εισοδημάτων τους ενέκρινε το Ευρωπαϊκό Κοινοβούλιο.

Με 560 ψήφους υπέρ, 75 κατά και 25 αποχές, οι ευρωβουλευτές ενέκριναν ρυθμίσεις που προβλέπουν ότι οι τελικές τιμές των τροφίμων θα πρέπει να αντανakλούν καλύτερα το πραγματικό κόστος παραγωγής, με άμεση επίδραση στα εισοδήματα των αγροτών. Τα κράτη-μέλη θα υποχρεούνται να καταρτίζουν και να δημοσιεύουν διαδικτυακά δείκτες αναφοράς, οι οποίοι θα χρησιμοποιούνται στις συμβάσεις των παραγωγών.

Ο κανονισμός ενισχύει επίσης τον ρόλο των οργανώσεων παραγωγών, τόσο στην αγορά, όσο και στις συλλογικές διαπραγματεύσεις. Μεταξύ άλλων, προβλέπεται η δυνατότητα των οργανώσεων αυτών να διαπραγματεύονται απευθείας με αγοραστές, καθώς και η θέσπιση κανόνων που αποτρέπουν την παράκαμψή τους με απευθείας επαφές με μεμονωμένους παραγωγούς.

**ΚΑΝΟΝΕΣ ΣΗΜΑΝΣΗΣ ΚΑΙ**  
**ΕΜΠΟΡΙΚΗΣ ΠΡΟΩΘΗΣΗΣ**

Οι νέες διατάξεις αποσαφηνίζουν τη χρήση των όρων "δίκαιο/fair" και "ισότιμο/equitable" για τα γεωργικά προϊόντα, καθορίζοντας τα κριτήρια βάσει των οποίων μπορούν να χρησιμοποιούνται, όπως η συμβολή στην ανάπτυξη αγροτικών κοινοτήτων ή η ενίσχυση οργανώσεων παραγωγών.

**ΕΜΠΟΡΙΚΕΣ ΟΝΟΜΑΣΙΕΣ**

Το κείμενο εισάγει ορισμό του κρέατος ως "βρώσιμα μέρη ζώων" και περιλαμβάνει κατάλογο όρων που προορίζονται αποκλειστικά για προϊόντα ζωικής προέλευσης και δεν μπορούν να χρησιμοποιούνται για προϊόντα που δεν περιέχουν κρέας, όπως προϊόντα εργαστηριακής καλλιέργειας ή κυτταρικής παραγωγής. Μεταξύ αυτών περιλαμβάνονται όροι όπως μοσχάρι, χοιρινό, πουλερικά, κοτόπουλο, γαλοπούλα, αρνί, κασίκι, καθώς και συγκεκριμένες κοπές και προϊόντα όπως μπριζόλα, σπάλα, παϊδάκια, στήθος, rib



eye και μπέικον. Στόχος της ρύθμισης είναι η ενίσχυση της διαφάνειας στην εσωτερική αγορά και η διευκόλυνση τεκμηριωμένων επιλογών από τους καταναλωτές.

**ΜΕΤΡΑ ΓΙΑ ΤΟΝ**  
**ΓΑΛΑΚΤΟΚΟΜΙΚΟ ΤΟΜΕΑ**

Η νομοθεσία εισάγει επίσης πρόσθετα μέτρα στήριξης για τον γαλακτοκομικό τομέα, μεταξύ των οποίων υποχρεωτικές γραπτές συμβάσεις για τους παραγωγούς. Οι συμβάσεις αυτές θα μπορούν να περιλαμβάνουν εξαιρέσεις από τη χρήση δεικτών τιμών, καθώς και ρήτρες αναθεώρησης, με στόχο τη στήριξη των εισοδημάτων των γαλακτοπαραγωγών. Η συμφωνία θα πρέπει να εγκριθεί και από το Ευρωπαϊκό Συμβούλιο πριν τεθεί σε ισχύ.

• **ΑΒ ΒΑΣΙΛΟΠΟΥΛΟΣ**  
**ΓΙΟΡΤΑΣΕ ΓΙΑ 16η ΧΡΟΝΙΑ ΤΗΝ ΗΜΕΡΑ ΕΘΕΛΟΝΤΙΣΜΟΥ**  
**- ΠΑΝΩ ΑΠΟ 4.500 ΕΘΕΛΟΝΤΕΣ ΣΕ ΟΛΗ ΤΗ ΧΩΡΑ**

Με τη συμμετοχή περισσότερων από 4.500 εθελοντών και την υλοποίηση 150 δράσεων σε όλη την Ελλάδα, η ΑΒ Βασιλόπουλος γιόρτασε για 16η συνεχόμενη χρονιά την Ημέρα Εθελοντισμού. Την Κυριακή 31 Μαΐου, εργαζόμενοι από τα καταστήματα, τα κεντρικά γραφεία, τα κέντρα διανομής και τις υποστηρικτικές υπηρεσίες συμμετείχαν σε πρωτοβουλίες με κοινωνικό και περιβαλλοντικό αποτύπωμα.

**ΕΜΦΑΣΗ ΣΤΑ ΚΑΤΑΣΤΗΜΑΤΑ**  
**ΤΗΣ ΕΤΑΙΡΕΙΑΣ**

Ιδιαίτερη έμφαση δόθηκε στα καταστήματα της εταιρείας, τα οποία βρίσκονται καθημερινά κοντά στις γειτονιές και τις ανάγκες τους. Από την Φλώρινα και την Καλαμάτα έως το Ηράκλειο, το Ελληνικό, την Κυψέλη, τα Πατήσια, την Νέα Ιωνία και τα Νέα Λιόσια, οι ομάδες της ΑΒ υλοποίησαν δράσεις σε συνεργασία με φορείς, σχολεία και οργανώσεις.

Οι πρωτοβουλίες κάλυψαν ένα ευρύ φάσμα, από κοινωνική προσφορά και συμπερίληψη έως αιμοδοσία, εκπαίδευση, προστασία του περιβάλλοντος και ευαισθητοποίηση για τη σπατάλη τροφίμων.

**ΟΙ ΔΡΑΣΕΙΣ**

Στην Φλώρινα πραγματοποιήθηκε δράση με θέμα "Αθλητισμός και Συμπερίληψη" σε συνεργασία με τον Δήμο Φλώρινας, καθώς και εθελοντική αιμοδοσία με τη Μητρόπολη Φλώρινας. Στην Καλαμάτα οι εργαζόμενοι συμμετείχαν σε συγκέντρωση ειδών με την "Κιβωτό του Κόσμου" και σε αιμοδοσία, ενώ στο Ελληνικό συγκεντρώθηκαν τρόφιμα για την οργάνωση "Αμυμώνη".

Στο Ηράκλειο Κρήτης υλοποιήθηκαν δράσεις ενημέρωσης για τη σπατάλη τροφίμων σε δημοτικά σχολεία, σε συνεργασία με την Τράπεζα Τροφίμων Κρήτης. Παράλληλα, ομάδες από καταστήματα της Αττικής συμμετείχαν σε πρωτοβουλία στήριξης των «Δρομέων Ελπίδας», με στόχο τη συγκέντρωση πόρων για την αγορά οχήματος που θα ενισχύσει το έργο τους.

Όπως αναφέρεται στην ανακοίνωση, "η 16η Ημέρα Εθελοντισμού της ΑΒ Βασιλόπουλος ανέδειξε τη σημασία της συλλογικής προσφοράς και της σταθερής σύνδεσης της εταιρείας με τις τοπικές κοινωνίες. Μέσα από το εκτεταμένο δίκτυο καταστημάτων της, η εται-



ρεία επιδιώκει να συμβάλει όχι μόνο στην καθημερινή αγοραστική εμπειρία, αλλά και σε δράσεις με ουσιαστικό κοινωνικό και περιβαλλοντικό αντίκτυπο".

• ΣΕΒ

## ΠΟΙΑ ΕΙΝΑΙ ΤΑ ΜΕΛΗ ΤΟΥ ΝΕΟΥ ΔΣ - ΤΑ ΜΗΝΥΜΑΤΑ ΤΟΥ ΣΠΥΡΟΥ ΘΕΟΔΩΡΟΠΟΥΛΟΥ

Με βασικό μήνυμα, "Παραγωγική Ελλάδα σε μια Ευρώπη που αλλάζει" πραγματοποιήθηκε χθες η Ετήσια Τακτική Γενική Συνέλευση των μελών του ΣΕΒ.

Τα Μέλη του Συνδέσμου εξέλεξαν Πρόεδρο του Διοικητικού Συμβουλίου τον Σπύρο Θεοδωρόπουλο, ενώ τα υπόλοιπα μέλη του νέου ΔΣ που αναδείχθηκαν είναι οι:

- Αντιπρόεδροι: Ράνια Αικατερινάρη, Ανδρέας Σιάμισις, Βασίλειος Ψάλτης
- Γενική Γραμματέας: Αλεξάνδρα Παπαλεξόπουλου
- Ταμίας: Μάρκος Βερέμης

Μέλη:

- Όλγα Βαγενά
- Καλλίνικος Καλλίνικος
- Νάγια Καλογεράκη
- Ιωάννης Καραγιάννης
- Νικόλαος Καυκάς
- Αλέξανδρος Κίκιζας
- Αχιλλέας Κωνσταντακόπουλος
- Νικόλαος Λούλης
- Φίλιππα Μιχάλη
- Αριστοτέλης Παντελιάδης
- Κυριάκος Σαμπατακάκης
- Μενέλαος Τασόπουλος
- Θεόδωρος Τρύφων
- Ευάγγελος Χρυσάφης

### ΤΟ ΣΤΟΙΧΗΜΑ ΤΗΣ ΠΑΡΑΓΩΓΙΚΟΤΗΤΑΣ

Στην καθιερωμένη ομιλία του προς τα Μέλη του ΣΕΒ, ο Πρόεδρος του Διοικητικού Συμβουλίου, Σπύρος Θεοδωρόπουλος, ανέφερε μεταξύ άλλων:

- Παρά τα βήματα που έγιναν τα τελευταία χρόνια, το **ενεργειακό κόστος** στην Ελλάδα εξακολουθεί να παραμένει σημαντικά υψηλότερο από αυτό ανταγωνιστικών χωρών της περιοχής. Σήμερα υπάρχουν περισσότερα περιθώρια εθνικών παρεμβάσεων και οφείλουμε να τα αξιοποιήσουμε πλήρως
- Η περαιτέρω μείωση του **μη μισθολογικού κόστους**, η ενίσχυση της **ευελιξίας στην αγορά εργασίας** και η διαμόρφωση συλλογικών **συμβάσεων** που λαμβάνουν υπόψη την παραγωγικότητα και την ανταγωνιστικότητα των επιχειρήσεων παραμένουν βασικές μας προτεραιότητες
- Στο **χωροταξικό** δόθηκε μια μεγάλη μάχη ώστε να διασφαλιστεί επαρκής



χώρος για τη βιομηχανία του μέλλοντος. Η χώρα χρειάζεται ξεκάθαρους κανόνες, ασφάλεια δικαίου και δυνατότητες ανάπτυξης για τις παραγωγικές επενδύσεις

- Χρειαζόμαστε ένα πιο αποτελεσματικό πλαίσιο για τις **εμβληματικές και στρατηγικές επενδύσεις**, με σαφή κριτήρια, ταχύτερες διαδικασίες και επαρκείς πόρους ώστε να στηριχθεί ουσιαστικά ο παραγωγικός μετασχηματισμός της οικονομίας
- Οι **υπεραποσβέσεις** μπορούν να αποτελέσουν ένα από τα πιο αποτελεσματικά εργαλεία ενίσχυσης των επενδύσεων, γιατί επιτρέπουν στις επιχειρήσεις να υλοποιούν τα επενδυτικά τους σχέδια γρήγορα, χωρίς περιττή γραφειοκρατία
- Η **αμυντική βιομηχανία** δημιουργεί νέες σημαντικές ευκαιρίες για την ελληνική παραγωγή. Ο ΣΕΒ θα συνεχίσει να στηρίζει κάθε πρωτοβουλία που ενισχύει τη συμμετοχή των ελληνικών επιχειρήσεων στις νέες ευρωπαϊκές αλυσίδες αξίας
- Η **Τεχνητή Νοημοσύνη** αποτελεί ίσως τη μεγαλύτερη πρόκληση αλλά και ευκαιρία για τις επιχειρήσεις. Παρά την πρόοδο που έχει γίνει, η πλειονότητα των ελληνικών επιχειρήσεων εξακολουθεί να θεωρεί ότι δεν την αφορά ακόμη. Αυτό πρέπει να αλλάξει
- Η **αύξηση του μεγέθους** των επιχειρήσεων αποτελεί προϋπόθεση για υψηλότερη παραγωγικότητα, καλύτερους μισθούς και ισχυρότερη ανταγωνιστικότητα. Η χώρα χρειάζεται περισσότερες συνεργασίες, συγχωνεύσεις και κίνητρα

συνενώσεων

- Η Ευρώπη βρίσκεται μπροστά σε **κρίσιμες αποφάσεις** για τον νέο πολυετή προϋπολογισμό της. Η Ελλάδα πρέπει να προετοιμαστεί έγκαιρα και να συμβάλει ενεργά στη διαμόρφωση πολιτικών που θα στηρίζουν την ανταγωνιστικότητα, τις επενδύσεις και την ανάπτυξη
- Η **παραγωγικότητα** είναι το σημαντικότερο στοιχείο της ελληνικής οικονομίας. Είναι η προϋπόθεση για περισσότερες επενδύσεις, υψηλότερους μισθούς και πραγματική σύγκλιση με την Ευρώπη

### ΤΟΠΙΟ ΜΕ ΑΥΞΗΜΕΝΗ ΑΒΕΒΑΙΟΤΗΤΑ ΑΛΛΑ ΚΑΙ ΕΥΚΑΙΡΙΕΣ

Πρόεδρος της φετινής Γενικής Συνέλευσης του ΣΕΒ εξέλεξε ο Βασίλης Φουρλής, Πρόεδρος ΔΣ της Fournlis Holdings, ο οποίος ανέφερε μεταξύ άλλων ότι "οι γεωπολιτικές εντάσεις, οι ανακατατάξεις στις αλυσίδες αξίας, η επιτάχυνση της τεχνολογικής εξέλιξης και η ανάγκη για βιώσιμη ανάπτυξη δημιουργούν ένα τοπίο με αυξημένη αβεβαιότητα, αλλά και σημαντικές ευκαιρίες. Σε αυτό το περιβάλλον, ο ρόλος της οργανωμένης επιχειρηματικότητας γίνεται πιο κρίσιμος από ποτέ. Ο ΣΕΒ καλείται να λειτουργήσει όχι μόνο ως εκπρόσωπος των επιχειρήσεων, αλλά ως θεσμικός συνομιλητής της Πολιτείας και της κοινωνίας, συμβάλλοντας στη διαμόρφωση πολιτικών που ενισχύουν την ανταγωνιστικότητα, την καινοτομία και τη μακροπρόθεσμη ανάπτυξη της χώρας".

## ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΤΙΚΟ ΠΛΕΟΝΕΚΤΗΜΑ ΓΙΑ ΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ

Ο Διευθύνων Σύμβουλος της Helleniq Energy & Αντιπρόεδρος ΔΣ του ΣΕΒ, Ανδρέας Σιάμισις σημείωσε: "Μετά από πολλά χρόνια ξαναβρεθήκαμε αντιμέτωποι με τον κίνδυνο ελλείψεων σε καύσιμα λόγω των γεωπολιτικών εξελίξεων. Η ύπαρξη σύγχρονων και ευέλικτων βιομηχανικών εγκαταστάσεων έδωσε ένα ανταγωνιστικό πλεονέκτημα στη χώρα μας σε επάρκεια, αλλά και σε προ-φόρων τιμές, αναδεικνύοντας με τον πιο εκκωφαντικό τρόπο την αξία της διατήρησης και επέκτασης των βιομηχανικών υποδομών στη χώρα μας και ευρύτερα στην Ευρώπη. Οι καταναλωτές παγκοσμίως, κλήθηκαν να αντιμετωπίσουν αυξημένο κόστος ενέργειας, επιπλέον του σημαντικού κόστους ενεργειακής μετάβασης, το οποίο η Ευρώπη είχε υποτιμήσει. Στον ηλεκτρισμό, οι μεγάλες επενδύσεις σε ΑΠΕ μείωσαν την εξάρτηση και το κόστος λόγω κρίσεων, αλλά η σταθερότητα του συστήματος απαιτεί ακόμη σημαντική συμμετοχή του φυσικού αερίου. Η στήριξη καταναλωτών και αγοράς ήταν σημαντική, αλλά όχι αρκετή για να καλύψει το αυξημένο κόστος".

## ΠΡΟΤΕΡΑΙΟΤΗΤΑ Η ΕΝΙΣΧΥΣΗ ΤΗΣ ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΤΙΚΟΤΗΤΑΣ

Το Εκτελεστικό Μέλος ΔΣ της Τιτάν & Γενική Γραμματέας του ΔΣ του ΣΕΒ, Αλεξάνδρα Παπαλεξοπούλου υπογράμμισε: "Η ευρωπαϊκή ηγεσία έχει πλέον αναγνωρίσει ξεκάθαρα ότι η ενίσχυση της ανταγωνιστικότητας αποτελεί κεντρική προτεραιότητα για το μέλλον της ευρωπαϊκής οικονομίας και κινείται προς τη σωστή κατεύθυνση με μια σειρά σημαντικών πρωτοβουλιών. Η μεγαλύτερη ευελιξία στους κανόνες κρατικών ενισχύσεων, οι επενδύσεις στα ενεργειακά δίκτυα, οι απλοποιήσεις στο ρυθμιστικό πλαίσιο και οι νέες πρωτοβουλίες βιομηχανικής πολιτικής, όπως το Industrial Accelerator Act, αποτελούν ουσιαστικά βήματα για τη στήριξη της παραγωγής, των επενδύσεων και της βιομηχανικής βάσης της Ευρώπης. Παράλληλα, οι προσπάθειες μείωσης της γραφειοκρατίας μέσω των Omnibus και η επιτάχυνση των συμφωνιών ελεύθερου εμπορίου δείχνουν μια πιο πραγματιστική προσέγγιση που συνδυάζει την πράσινη μετάβαση με την οικονομική ανάπτυξη. Για την Ελλάδα, οι εξελίξεις αυτές δημιουργούν σημαντικές ευκαιρίες για τη βιομηχανία, τις εξαγωγές και την προώθηση επενδύσεων".

## ΟΙ ΠΡΟΚΛΗΣΕΙΣ ΣΤΗΝ ΑΓΟΡΑ ΕΡΓΑΣΙΑΣ

Ο Ευτύχης Βασιλάκης, Πρόεδρος της Aegean, Αντιπρόεδρος ΔΣ και επικεφαλής της Επιτροπής Εργασιακών Σχέσεων του ΣΕΒ, αναφέρθηκε στις προκλήσεις που αντιμετωπίζει σήμερα η αγορά εργασίας. Ειδικότερα, ανέφερε ότι, παρά τη σημαντική βελτίωση των δεικτών απασχόλησης, παραμένουν διαρθρωτικά προβλήματα όπως της επιδεινούμενης δημογραφικής γήρανσης, αλλά και χαμηλού ποσοστού απασχόλησης σημαντικού μέρους του πληθυσμού, όπως οι νέοι και οι γυναίκες. Ο κ. Βασιλάκης αναφέρθηκε στις βασικές παρεμβάσεις του Συνδέσμου με στόχο τη βελτίωση του εργασιακού περιβάλλοντος, όπως η μείωση της επιβάρυνσης των επιχειρήσεων από το μη μισθολογικό κόστος (εισφορές), παράλληλα με την αύξηση του διαθέσιμου εισοδήματος των εργαζομένων, η αναμόρφωση του πλαισίου των συλλογικών διαπραγματεύσεων, η βελτίωση της λειτουργίας του ΟΜΕΔ, αλλά και της διαφάνειας και βελτίωσης του επιπέδου αντιπροσωπευτικότητας των κοινωνικών συνομιλητών. Τόνισε, επίσης, ως θετική εξέλιξη την τάση επιστροφής ταλέντου στη χώρα τα τελευταία χρόνια, η οποία συνδέεται με τις αυξημένες επιλογές ευκαιριών των στελεχών στη χώρα, αλλά και με τα στοχευμένα κίνητρα που έχουν ήδη θεσπιστεί, τα οποία όμως χρειάζεται να συνδυαστούν με περαιτέρω μείωση της φορολόγησης των μεσαίων στελεχών.

## ΛΕΙΤΟΥΡΓΕΙ Ο ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΜΟΣ

Ο Πρόεδρος & Διευθύνων Σύμβουλος της METRO A.E.B.E. και μέλος Δ.Σ. του ΣΕΒ, Αριστοτέλης Παντελιάδης τόνισε: "Ο ανταγωνισμός λειτουργεί αποτελεσματικά στην ελληνική αγορά, παρά το μικρό της μέγεθος και την ιδιαίτερη γεωγραφία της. Οι συνεχείς διοικητικές παρεμβάσεις όμως εμποδίζουν την απρόσκοπτη λειτουργία του ανταγωνισμού και προσθέτουν διοικητικά κόστη που επιβαρύνουν τις επιχειρήσεις και τον καταναλωτή. Ο ΣΕΒ προτείνει να μην παραταθεί το πλαφόν στο περιθώριο μικτού κέρδους πέρα από την 30ή Ιουνίου που ορίζει ο νόμος και να αρθούν οι υπόλοιποι έκτακτοι περιορισμοί στην άσκηση εμπορικής πολιτικής των επιχειρήσεων παραγωγής και διανομής τροφίμων. Ο ρόλος της Πολιτείας είναι να θεσπίζει ένα σαφές, σταθερό και απλό νομοθετικό πλαίσιο, μέσα στο οποίο θα κινείται η Αγορά, και να επιβλέπει την πλήρη εφαρμογή του".

**SME** S  
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

• **EL CORTE INGLES**  
**ΕΣΟΔΑ €17,25 ΔΙΣ. ΚΑΙ ΑΥΞΗΣΗ ΚΕΡΔΩΝ 22,8% ΤΟ 2025/26**

Η ισπανική αλυσίδα λιανικής El Corte Inglés ανακοίνωσε συνολικά έσοδα ύψους €17,25 δισ. για τη χρήση 2025/26, ενώ οι πωλήσεις της αυξήθηκαν σε συγκρίσιμη βάση (like-for-like).

Όπως επισήμανε η εταιρεία, η ανάπτυξη κατά το β' εξάμηνο της χρήσης ήταν "ιδιαίτερα αξιoσημείωτη", ενώ ο όμιλος κατάφερε να μειώσει τον δανεισμό στο χαμηλότερο επίπεδο των τελευταίων δύο δεκαετιών.

**DATA 2025/2026 (σε €δισ.)**

Έσοδα: 17,25 (+1,1%)  
Πωλήσεις (like-for-like): 14,99 (+2%)  
EBITDA: 1,27 (+4,7%)  
Καθαρά κέρδη: 0,628 (+22,8%)

**ΚΑΛΕΣ ΕΠΙΔΟΣΕΙΣ ΣΤΟ ΛΙΑΝΕΜΠΟΡΙΟ**

- Το λιανεμπόριο παραμένει η σημαντικότερη δραστηριότητα του ομίλου, καταγράφοντας συνολικά έσοδα €13,22 δισ. και πωλήσεις €12,63 δισ. κατά το προηγούμενο οικονομικό έτος

- Ο τομέας μόδας και καλλυντικών κατέγραψε αύξηση πωλήσεων κατά 3,1%, φτάνοντας τα €5,88 δισ.
- Οι δραστηριότητες τροφίμων και εστίασης σημείωσαν αύξηση 1,5%, με πωλήσεις €3,06 δισ.
- Ο κλάδος ειδών σπιτιού και ηλεκτρονικών συσκευών κατέγραψε πωλήσεις ύψους €2,78 δισ.

**ΑΝΟΔΟΣ ΣΤΟ ECOMMERCE**

Οι ψηφιακές πλατφόρμες της εταιρείας συνέχισαν να αναπτύσσονται κατά τη διάρκεια του έτους, καταγράφοντας περισσότερες από 1 δισ. επισκέψεις, έναντι 891,7 εκατομμυρίων την προηγούμενη χρονιά. Παράλληλα, η ιστοσελίδα elcorteingles.es διαθέτει πλέον περίπου 16,3 εκατομμύρια εγγεγραμμένους πελάτες.

**ΘΕΤΙΚΗ ΠΟΡΕΙΑ ΓΙΑ ΤΑΞΙΔΙΑ ΥΠΗΡΕΣΙΕΣ ΚΑΙ ΑΣΦΑΛΕΙΕΣ**

- Η ταξιδιωτική δραστηριότητα Viajes El Corte Inglés κατέγραψε έσοδα €2,12 δισ., σημειώνοντας αύξηση 3,1%, ενώ το EBITDA ενισχύθηκε κατά 6,3%, στα €107 εκατ.



Santiago Bau, General Manager, El Corte Ingles

- Η Financiera El Corte Inglés παρουσίασε αύξηση καθαρών κερδών κατά 10,7%, στα €56 εκατ.
- Η Seguros El Corte Inglés κατέγραψε καθαρά κέρδη €71 εκατ., αυξημένα κατά 6,3% σε ετήσια βάση

**ΕΠΕΝΔΥΣΕΙΣ ΚΑΙ ΘΕΤΙΚΕΣ ΠΡΟΟΠΤΙΚΕΣ**

Για τη χρήση 2026/27, η El Corte Inglés εμφανίζεται αισιόδοξη, κάνοντας λόγο για "θετικές προοπτικές" σε όλους τους βασικούς τομείς δραστηριότητάς της. Η εταιρεία σχεδιάζει να αυξήσει τις επενδύσεις της στα €650 εκατ. κατά τη διάρκεια της νέας χρήσης, από €567 εκατ. την προηγούμενη περίοδο.

• **ΚΙΝΑ**  
**ΖΗΤΑ ΑΠΟ ΤΗΝ SAM'S CLUB ΤΗΣ WALMART ΑΥΣΤΗΡΟΤΕΡΑ ΜΕΤΡΑ ΓΙΑ ΤΗΝ ΑΣΦΑΛΕΙΑ ΤΡΟΦΙΜΩΝ**

Η κινεζική ρυθμιστική αρχή της αγοράς διέταξε την αλυσίδα υπεραγορών Sam's Club της Walmart να λάβει αυστηρά μέτρα για την εξάλειψη των κινδύνων ασφάλειας τροφίμων σε ολόκληρη την εφοδιαστική της αλυσίδα και να διασφαλίσει την ασφάλεια της διατροφής των καταναλωτών. Η παρέμβαση έρχεται σε μια περίοδο κατά την οποία η Sam's Club επιταχύνει την επέκτασή της στην Κίνα. Σύμφωνα με στοιχεία της εταιρείας, οι συναλλαγές της κατέγραψαν διψήφιο ρυθμό ανάπτυξης το προηγούμενο έτος, ενώ τα νέα καταστήματα αύξησαν το δίκτυό της σε 63 σημεία, αποκλειστικά για μέλη σε ολόκληρη τη χώρα.

ενημερώνουμε τακτικά τις αρμόδιες ρυθμιστικές αρχές για την πρόοδο των διορθωτικών ενεργειών και θα δεχόμαστε ενεργά την εποπτεία τους", ανέφερε η Sam's Club σε απολογητική ανακοίνωσή της, σύμφωνα με το κρατικά υποστηριζόμενο μέσο ενημέρωσης The Paper. Η αλυσίδα γνωστοποίησε ότι συγκρότησε ειδική ομάδα εργασίας υπό την εποπτεία της διοίκησης για την αντιμετώπιση των προβλημάτων, ενώ προχωρά σε ελέγχους σε όλη την εφοδιαστική αλυσίδα. Παράλληλα, διαβεβαίωσε ότι θα τηρεί αυστηρά τους κανονισμούς και θα ενισχύσει τους μηχανισμούς ποιοτικού ελέγχου των προϊόντων της.



**ΤΙ ΕΙΧΕ ΠΡΟΗΓΗΘΕΙ**

Η ενέργεια των κινεζικών αρχών ήρθε μετά τη συνάντηση με στέλεχος της αμερικανικής λιανεμπορικής εταιρείας, κατά την οποία συζητήθηκαν πρόσφατα περιστατικά που αφορούσαν ζητήματα ασφάλειας τροφίμων, όπως ανακοίνωσε η Κρατική Διοίκηση Ρύθμισης της Αγοράς της Κίνας (State Administration for Market Regulation). "Θα

**DATA WALMART Q1 2027 (σε \$δισ.)**

Έσοδα: 177,8 (+7,3%)  
Προσαρμοσμένα λειτουργικά κέρδη: 7,5 (+5,1%)  
Πωλήσεις σε Κίνα: 8 (+22,3%)  
Συγκρίσιμες πωλήσεις σε Κίνα: +13,1%

Η μεγαλύτερη εταιρεία λιανεμπορίου στον κόσμο απέδωσε μέρος της ανάπτυξης στην Κίνα στην αυξημένη καταναλωτική δραστηριότητα κατά την περίοδο του κινεζικού νέου έτους. Παράλληλα, η Sam's Club συνέχισε να επεκτείνεται, εγκαινιάζοντας 9 νέα καταστήματα μέσα στο έτος, ενώ οι ηλεκτρονικές πωλήσεις αυξήθηκαν κατά 31%.

• **JEAN GABRIEL MOLLARD (SIAL PARIS 2026)**

## ΤΟ ΓΑΣΤΡΟΝΟΜΙΚΟ ΠΛΕΟΝΕΚΤΗΜΑ ΤΗΣ ΕΛΛΑΔΑΣ ΚΑΙ Η ΠΑΡΟΥΣΙΑ ΤΗΣ ΧΩΡΑΣ ΜΑΣ ΣΤΗ ΦΕΤΙΝΗ ΕΚΘΕΣΗ

Στις κορυφαίες χώρες της SIAL Paris 2026, σε επίπεδο εκθετών, παραμένει η Ελλάδα, η οποία κατατάσσεται σήμερα μεταξύ της 6ης και της 7ης θέσης στη σχετική κατάταξη. Ωστόσο, όπως επισημαίνει ο Jean Gabriel Mollard, Marketing Director & Communication της SIAL Paris, μιλώντας στο Fnb Daily, η τελική εικόνα της διοργάνωσης δεν έχει ακόμη διαμορφωθεί, καθώς η μαζική εγγραφή των επισκεπτών πραγματοποιείται παραδοσιακά κατά τον Σεπτέμβριο. Για τον λόγο αυτό εκφράζει την εκτίμηση ότι η ελληνική παρουσία σε επίπεδο επισκεπτών θα ενισχυθεί περαιτέρω σε σχέση με το 2024.

### ΑΥΞΗΜΕΝΗ Η ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΣΥΜΜΕΤΟΧΗ

Η Ελλάδα καταγράφει ήδη αυξημένη παρουσία στη διοργάνωση, με τον εκθεσιακό χώρο που έχει δεσμευθεί να ξεπερνά τα 6.100 τ.μ., σημειώνοντας αύξηση άνω του 5% σε σύγκριση με την προηγούμενη έκθεση. Το 2024 περισσότεροι από 1.050 επαγγελματίες επισκέπτες από την Ελλάδα βρέθηκαν στην SIAL Paris, αριθμός που εκτιμάται ότι θα κινηθεί υψηλότερα στη φετινή διοργάνωση.

Μεταξύ των ελληνικών επιχειρήσεων με διαχρονικά ισχυρή παρουσία συγκαταλέγονται οι Ελληνικά Γαλακτοκομεία (Ολυμπός), Κρι Κρι, FAGE International, Paliria, Melissa Kikizias και Kolios. Παράλληλα, σταθερή είναι η συμμετοχή στελεχών από τον χώρο του οργανωμένου λιανεμπορίου και της διανομής, με παρουσία επιχειρήσεων όπως οι Σκλαβενίτης, Μασσούτης, Bazaar, Ατλάντα και Optima.

Σε επίπεδο εκθετών, τις μεγαλύτερες συμμετοχές καταγράφουν η Ιταλία, η Γαλλία, η Ισπανία, η Τουρκία και η Κίνα, ενώ στους επισκέπτες προηγούνται η Γαλλία, η Ιταλία, η Ολλανδία, το Ηνωμένο Βασίλειο και η Ισπανία.

### ΤΟ BUSINESS PROGRAMM

Ιδιαίτερη έμφαση δίνεται φέτος στο Business Programme, το οποίο, σύμφωνα με τον κ. Mollard, αποτελεί το πιο ολοκληρωμένο που έχει αναπτύξει μέχρι σήμερα η Comexposium.

Η πλατφόρμα matchmaking με Τεχνητή Νοημοσύνη επιτρέπει στους εκθέτες



Jean Gabriel Mollard, Marketing Director & Communication, SIAL Paris

να εντοπίζουν στοχευμένους αγοραστές και να προγραμματίζουν συναντήσεις πριν ακόμη ανοίξουν οι πύλες της έκθεσης. Παράλληλα, ο νέος χώρος Meet & Match και το ανασχεδιασμένο Business Lounge διευκολύνουν τη δημιουργία επαφών κατά τη διάρκεια της διοργάνωσης μέσω προγραμματισμένων σύντομων επιχειρηματικών συναντήσεων.

Την ίδια στιγμή, οι θεματικές Guided Tours επιτρέπουν στους επαγγελματίες επισκέπτες να εντοπίζουν γρήγορα προϊόντα και λύσεις που ανταποκρίνονται στις ανάγκες του κλάδου τους, ενώ το πρόγραμμα Top Buyers συγκεντρώνει 5.000 κορυφαίους αγοραστές από όλο τον κόσμο, οι οποίοι εκπροσωπούν συνολική αγοραστική δύναμη που υπερβαίνει τα €60 δισ.

"Η διαφορά ανάμεσα σε μια παραγωγική συμμετοχή και σε μια χαμένη ευκαιρία καθορίζεται πριν από την έναρξη της έκθε-

σης", τονίζει ο κ. Mollard, υπογραμμίζοντας ότι οι επιχειρήσεις που αξιοποιούν εγκαίρως τα εργαλεία δικτύωσης και προγραμματίζουν εγκαίρως τις συναντήσεις τους είναι εκείνες που αποκομίζουν τα μεγαλύτερα επιχειρηματικά οφέλη.

### ΣΥΜΜΕΤΟΧΗ ΚΑΙ SMES

Απαντώντας στο ερώτημα κατά πόσο η συμμετοχή δικαιολογεί το κόστος για μια μικρομεσαία ή περιφερειακή επιχείρηση τροφίμων και ποτών, ο κ. Mollard ανέφερε ότι δεν υπάρχει άλλη διεθνής διοργάνωση που να προσφέρει πρόσβαση σε περίπου

- 295.000 επαγγελματίες επισκέπτες
- από περισσότερες από 200 χώρες και
- σε 5.000 κορυφαίους αγοραστές μέσα σε μόλις πέντε ημέρες

"Πρόκειται για έναν μοναδικό επιταχυντή επιχειρηματικής ανάπτυξης, ο οποίος μπορεί να δημιουργήσει εξαιρετικά μεγά-

λο όγκο ποιοτικών εμπορικών επαφών", σημειώνει.

Παράλληλα, επισημαίνει ότι η απόδοση της επένδυσης δεν περιορίζεται στις συμφωνίες που υπογράφονται κατά τη διάρκεια της έκθεσης. Περιλαμβάνει επίσης την ενίσχυση της αναγνωρισιμότητας του brand, την ανάπτυξη νέων συνεργασιών, την καλύτερη κατανόηση των διεθνών τάσεων και του ανταγωνισμού, καθώς και τη συλλογή πολύτιμων στοιχείων για τις ανάγκες και τις προτιμήσεις των καταναλωτών.

Για το επόμενο διάστημα, συστήνει στις επιχειρήσεις να ολοκληρώσουν το προφίλ τους στον ηλεκτρονικό κατάλογο της έκθεσης, να ενεργοποιήσουν άμεσα τα εργαλεία matchmaking και να εξετάσουν τη συμμετοχή τους στο SIAL Innovation, εφόσον διαθέτουν καινοτόμα προϊόντα.

## ΟΙ ΤΑΣΕΙΣ

Αναφερόμενος στις εξελίξεις του κλάδου, ο κ. Mollard σημειώνει ότι η αγορά τροφίμων και ποτών βρίσκεται σε φάση ταχύτατου μετασχηματισμού.

Μεταξύ των κυρίαρχων τάσεων συγκαταλέγονται η ανάπτυξη της αγοράς snacking και των πιο ευέλικτων μοντέλων κατανάλωσης, η υπερ-εξατομίκευση προϊόντων μέσω δεδομένων και τεχνητής νοημοσύνης, η διεύρυνση των εναλλακτικών πρωτεϊνών και η ενίσχυση της βιώσιμης και-

νοτομίας μέσω έξυπνων συσκευασιών, λύσεων ικνηλασιμότητας και περιορισμών των αποβλήτων.

Όπως εξηγεί, το πραγματικό ζητούμενο δεν είναι η τεχνολογία αυτή καθαυτή, αλλά η ικανότητα των επιχειρήσεων να αξιοποιούν τα διαθέσιμα εργαλεία ώστε να ανταποκρίνονται αποτελεσματικά στις μεταβαλλόμενες ανάγκες των καταναλωτών και στις αυξανόμενες απαιτήσεις που σχετίζονται με τη βιωσιμότητα και την εταιρική υπευθυνότητα.

## ΑΠΗΧΗΣΗ ΕΛΛΗΝΙΚΗΣ ΓΑΣΤΡΟΝΟΜΙΑΣ

Ο Jean Gabriel Mollard θεωρεί ότι η Ελλάδα διαθέτει ένα σημαντικό συγκριτικό πλεονέκτημα που υπερβαίνει το μέγεθος της εγχώριας αγοράς. Όπως επισημαίνει, η ελληνική διασπορά έχει συμβάλει καθοριστικά στη διάδοση της ελληνικής γαστρονομίας και των ελληνικών προϊόντων σε διεθνές επίπεδο, ενισχύοντας την αναγνωρισιμότητα και την εμπορική τους διείσδυση.

Παράλληλα, υπογραμμίζει ότι αρκετά ελληνικά προϊόντα διαθέτουν το πλεονέκτημα της ευκολότερης ενσωμάτωσης σε διαφορετικές διατροφικές κουλτούρες και γαστρονομικές εφαρμογές, γεγονός που διευρύνει τις δυνατότητες εξαγωγικής ανάπτυξης.

Σύμφωνα με τον ίδιο, η σταθερά υψηλή θέση της Ελλάδας μεταξύ των κορυφαίων χωρών συμμετοχής στην SIAL Paris αντανακλά τόσο τη δυναμική των ελληνικών εξαγωγών τροφίμων και ποτών, όσο και την τεχνογνωσία που διαθέτει ο εγχώριος αγροδιατροφικός τομέας.

## ΤΟ ΠΑΡΑΔΕΙΓΜΑ ΤΗΣ ΓΑΛΛΙΑΣ

Ο κ. Mollard χρησιμοποιεί μάλιστα το παράδειγμα της Γαλλίας για να αναδείξει τα πλεονεκτήματα των μεσογειακών διατροφικών προτύπων. Όπως αναφέρει, παρότι η γαλλική γαστρονομία αποτελεί παγκόσμιο σημείο αναφοράς, η ελληνική, η ιταλική και η ισπανική κουζίνα ενσωματώνονται ευκολότερα στην καθημερινή διατροφή των καταναλωτών διεθνώς, δημιουργώντας πρόσθετες ευκαιρίες για τα προϊόντα που τις εκπροσωπούν.

"Η Ελλάδα διαθέτει ισχυρά συγκριτικά πλεονεκτήματα και μια ιδιαίτερα ελκυστική γαστρονομική ταυτότητα. Υπάρχουν ακόμη σημαντικά περιθώρια αξιοποίησης αυτής της δυναμικής στις διεθνείς αγορές", καταλήγει, εκτιμώντας ότι η χώρα μπορεί να κεφαλαιοποιήσει ακόμη περισσότερο τη διεθνή απήχηση της μεσογειακής διατροφής τα επόμενα χρόνια.

Στέλλα Αυγουστάκη  
[stella@notice.gr](mailto:stella@notice.gr)

• SIAL PARIS 2026  
**ΑΝΑΜΕΝΕΙ 8.000 ΕΚΘΕΤΕΣ ΚΑΙ ΠΕΡΙΠΟΥ 300.000 ΕΠΙΣΚΕΠΤΕΣ - ΤΙ ΔΕΙΧΝΟΥΝ ΟΙ ΝΕΕΣ ΤΑΣΕΙΣ ΤΗΣ ΠΑΓΚΟΣΜΙΑΣ ΑΓΟΡΑΣ ΤΡΟΦΙΜΩΝ**



Η αναζήτηση της γευστικής εμπειρίας, η άνοδος των λειτουργικών τροφίμων και η αυξανόμενη ανάγκη για εξατομικευμένες διατροφικές λύσεις, αναδεικνύονται στις κυρίαρχες τάσεις που θα διαμορφώσουν την επόμενη ημέρα της παγκόσμιας βιομηχανίας τροφίμων και ποτών, σύμφωνα με τα ευρήματα έκθεσης που παρουσι-

άστηκαν ενόψει της SIAL Paris 2026, της κορυφαίας διεθνούς έκθεσης καινοτομίας τροφίμων και ποτών, η οποία θα πραγματοποιηθεί από τις 17 έως τις 21 Οκτωβρίου 2026 στο εκθεσιακό κέντρο Parc des Expositions Paris Nord Villepinte.

Τα στοιχεία της διοργάνωσης δείχνουν ότι η καινοτομία επιταχύνεται σε παγκόσμιο

επίπεδο, καθώς ο αριθμός των νέων λανσαρισμάτων αυξήθηκε κατά 15,4% το 2025 σε σύγκριση με το προηγούμενο έτος. Παράλληλα, η αγορά μετατοπίζεται από τη λογική της μαζικής κατανάλωσης σε πιο στοχευμένες προτάσεις που απευθύνονται σε συγκεκριμένες ανάγκες και προτιμήσεις των καταναλωτών.

## Η ΑΠΟΛΑΥΣΗ ΕΠΙΣΤΡΕΦΕΙ

Η ισχυρότερη τάση που καταγράφεται αφορά την αναζήτηση της απόλαυσης μέσα από τη γεύση και την εμπειρία κατανάλωσης. Το 57% των νέων προϊόντων που λανσαρίστηκαν στην Ευρώπη το 2025 συνδέεται με τη γευστική εμπειρία, έναντι 48% το 2022, ενώ ένας στους δύο Ευρωπαίους δηλώνει ότι αναζητά καινοτόμες γεύσεις όταν καταναλώνει εκτός σπιτιού.

Παράλληλα, ενισχύεται η ζήτηση για νέους γευστικούς συνδυασμούς, αισθητηριακές εμπειρίες και προϊόντα που διαφοροποιούνται μέσα από την πρωτοτυπία τους, με τις τάσεις του "sensory experience" και του "exoticism" να καταγράφουν σημαντική άνοδο τα τελευταία χρόνια.

## FUNCTIONAL ΤΡΟΦΙΜΑ

Ιδιαίτερα δυναμική εμφανίζεται και η κατηγορία των προϊόντων που συνδέονται με την υγεία και την ευεξία. Οι καινοτομίες που σχετίζονται με τη λειτουργική διατροφή και την εξατομικευμένη υγεία αυξήθηκαν από 7,6% το 2022 σε 10,5% το 2025, ενώ τα προϊόντα που περιέχουν κολλαγόνο έχουν υπερδιπλασιαστεί παγκοσμίως από το 2021. Αντίστοιχα, τα προϊόντα που προβάλλουν πρεβιοτικά οφέλη σχεδόν τριπλασιάστηκαν μέσα στην τελευταία πενταετία, επιβεβαιώνοντας τη στροφή των καταναλωτών προς λύσεις που σχετίζονται με την υγεία του εντέρου, την ευεξία, τη μακροζωία και την πρόληψη.

## ΖΗΤΟΥΜΕΝΟ Η ΒΙΩΣΙΜΟΤΗΤΑ

Η έκθεση καταγράφει παράλληλα μια ενδιαφέρουσα μεταβολή γύρω από τη βιωσιμότητα. Αν και οι περιβαλλοντικές και

κοινωνικές παράμετροι εξακολουθούν να επηρεάζουν τις επιλογές των καταναλωτών, οι σχετικές καινοτομίες εμφανίζουν επιβράδυνση. Το ποσοστό των νέων προϊόντων που βασίζονται αποκλειστικά σε χαρακτηριστικά ηθικής και βιωσιμότητας μειώθηκε από 8,3% το 2022 σε 4,1% το 2025.

Σύμφωνα με τα στοιχεία που παρουσιάστηκαν, μόλις το 17% των καταναλωτών δηλώνει σήμερα πρόθυμο να πληρώσει υψηλότερη τιμή για βιώσιμα προϊόντα, γεγονός που δείχνει ότι οι παράγοντες της τιμής, της γεύσης και της υγείας αποκτούν μεγαλύτερη βαρύτητα στις αγοραστικές αποφάσεις.

## Η ΜΕΓΑΛΥΤΕΡΗ ΔΙΟΡΓΑΝΩΣΗ ΣΤΗΝ ΙΣΤΟΡΙΑ ΤΟΥ ΘΕΣΜΟΥ

Μέσα σε αυτό το περιβάλλον, το SIAL Paris 2026 φιλοδοξεί να αποτελέσει τη μεγαλύτερη διοργάνωση που έχει πραγματοποιηθεί μέχρι σήμερα. Η έκθεση αναμένεται να φιλοξενήσει περίπου 8.000 εκθέτες, 295.000 επαγγελματίες επισκέπτες και 650 startups, καλύπτοντας περισσότερα από 280.000 τ.μ. εκθεσιακού χώρου.

Οι πέντε χώρες με τη μεγαλύτερη συμμετοχή εκθετών είναι η Ιταλία, η Γαλλία, η Ισπανία, η Τουρκία και η Κίνα, ενώ η Ελλάδα συγκαταλέγεται στην εξάδα των χωρών με τη μεγαλύτερη παρουσία. Ο ελληνικός εκθεσιακός χώρος ξεπερνά ήδη τα 6.100 τ.μ., καταγράφοντας αύξηση άνω του 5% σε σχέση με την προηγούμενη διοργάνωση. Η επισκεψιμότητα αναμένεται να διατηρήσει τον έντονα διεθνή χαρακτήρα της έκθεσης, καθώς το 40% των επισκεπτών προέρχεται από ευρωπαϊκές χώρες, το 30%

από την Γαλλία και το υπόλοιπο 30% από αγορές εκτός Ευρώπης.

## ΟΙ ΝΕΕΣ ΠΡΩΤΟΒΟΥΛΙΕΣ

Η φετινή διοργάνωση δίνει ιδιαίτερη έμφαση στην καινοτομία και τη διάχυση γνώσης. Το SIAL Innovation συμπληρώνει 30 χρόνια παρουσίας ως ο σημαντικότερος θεσμός ανάδειξης νέων προϊόντων και λύσεων της παγκόσμιας βιομηχανίας τροφίμων. Παράλληλα, αναβαθμίζονται οι θεματικές ενότητες SIAL Start-Up, SIAL Pitch, SIAL Bakery και SIAL Street Lab, οι οποίες συγκεντρώνουν νεοφυείς επιχειρήσεις, νέες τεχνολογίες, εφαρμογές foodtech και τις τελευταίες εξελίξεις γύρω από την αρτοποιία, το snacking και το street food. Σημαντικό ρόλο θα διαδραματίσουν επίσης οι πρωτοβουλίες SIAL For Change και SIAL Jobs, που εστιάζουν στη βιωσιμότητα, την εταιρική υπευθυνότητα και την ανάπτυξη ανθρώπινου δυναμικού, καθώς και τα SIAL Talks και SIAL Summits, όπου θα πραγματοποιηθούν περισσότερες από 30 συνεδρίες και εξειδικευμένα συνέδρια γύρω από τις νέες οικονομίες των τροφίμων, την τεχνητή νοημοσύνη, τα συστήματα τροφίμων του 2030 και τον καταναλωτή του μέλλοντος.

Για μία ακόμη χρονιά, η SIAL Paris επιβεβαιώνει τον ρόλο του ως σημείο αναφοράς για τις επιχειρήσεις που επιδιώκουν να αποκωδικοποιήσουν τις μεταβολές της αγοράς και να εντοπίσουν τις τάσεις που θα καθορίσουν την παγκόσμια βιομηχανία τροφίμων και ποτών τα επόμενα χρόνια.

Στέλλα Αυγουστάκη  
[stella@notice.gr](mailto:stella@notice.gr)



• **KFC**

## ΕΠΕΝΔΥΕΙ ΣΤΟ ΚΟΤΟΠΟΥΛΟ ΧΩΡΙΣ ΚΟΚΑΛΟ ΚΑΙ ΣΤΙΣ ΣΑΛΤΣΕΣ – ΣΤΟΧΟΣ ΟΙ ΝΕΟΙ ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΕΣ

Η KFC στρέφεται δυναμικά στα προϊόντα κοτόπουλου χωρίς κόκαλο, διευρύνει τη γκάμα των σαλτσών και επανασχεδιάζει τα καταστήματά της, επιχειρώντας να προσελκύσει τους σύγχρονους καταναλωτές. Η θυγατρική της Yum Brands αντιμετωπίζει αυξανόμενο ανταγωνισμό τόσο από νεότερες αλυσίδες με επίκεντρο το κοτόπουλο, όσο και από μεγάλους παίκτες όπως η McDonald's, οι οποίοι επενδύουν στη διαρκώς αυξανόμενη δημοτικότητα του προϊόντος. Παρότι η KFC υποστηρίζει ότι δημιούργησε την κατηγορία των εστιατορίων γρήγορης εξυπηρέτησης με βασικό προϊόν το κοτόπουλο, τα τελευταία χρόνια έχει χάσει έδαφος, ιδιαίτερα στις ΗΠΑ.

“Έχουμε μια ξεκάθαρη ευκαιρία να καθορίσουμε τα πρότυπα για το σύγχρονο κοτόπουλο στον χώρο του γρήγορου φαγητού”, δήλωσε ο CEO της KFC, Scott Mezvinsky.

### Η ΝΕΑ ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΗ

Κεντρικό στοιχείο της νέας στρατηγικής αποτελεί η ανανέωση του μενού. Η εταιρεία επεκτείνει τις επιλογές κοτόπουλου χωρίς κόκαλο και αναβαθμίζει τα chicken tenders της.

Παράλληλα, διευρύνει σημαντικά τις επιλογές σαλτσών. Το λεγόμενο “παγκόσμιο

ντουλάπι σαλτσών” περιλαμβάνει περισσότερες από 20 επιλογές, από κλασικές γεύσεις έως νέες προτάσεις όπως η chimichurri ranch. Η εταιρεία αναπτύσσει επίσης το concept Saucy, το οποίο επικεντρώνεται αποκλειστικά σε chicken tenders και σάλτσες.

Από αυτόν τον μήνα, τα νέα chicken tenders και εννέα νέες σάλτσες θα διατεθούν στο Ηνωμένο Βασίλειο και την Ιρλανδία, ενώ αργότερα θα ακολουθήσουν οι ΗΠΑ, η Αυστραλία και άλλες αγορές. Παράλληλα, λανσάρεται η σειρά “Dunked”, με tenders, φτερούγες και σάντουιτς καλυμμένα με σάλτσες, η οποία διατίθεται ήδη σε Νότια Αφρική και Ινδία.

Η KFC επεκτείνει και την κατηγορία ροφημάτων μέσω του νέου brand Kwench by KFC, προσθέτοντας boba refreshers, ανθρακούχες λεμονάδες και παγωμένους καφέδες.

### ΑΛΛΑΓΕΣ ΣΤΑ ΚΑΤΑΣΤΗΜΑΤΑ

Σημαντικές αλλαγές έρχονται και στα καταστήματα. Μέσα στο καλοκαίρι θα ανοίξει νέο open-concept εστιατόριο στο Τέξας, ενώ τον Σεπτέμβριο θα λειτουργήσει στο Ντουμπάι ένα διαδραστικό διώροφο κατάστημα νέας γενιάς. Η εταιρεία ανανεώ-



Scott Mezvinsky, CEO, KFC

νει επίσης το λογότυπό της, τον χαρακτηριστικό κουβά και την εικόνα του Colonel Sanders.

Παρά τις προκλήσεις στις ΗΠΑ, όπου το μερίδιό της στην αγορά κοτόπουλου μειώθηκε από 16% το 2021 σε 9,4% το 2024, η KFC παραμένει μία από τις μεγαλύτερες αλυσίδες εστίασης παγκοσμίως με περισσότερα από 34.000 καταστήματα.



## • YUM BRANDS ΠΟΥΛΑΕΙ ΤΗΝ PIZZA HUT ΕΝΑΝΤΙ \$1,5 ΔΙΣ. - ΠΟΙΟΣ Ο ΑΓΟΡΑΣΤΗΣ

Η Yum Brands ανακοίνωσε χθες την πώληση της Pizza Hut στην ιδιωτική επενδυτική εταιρεία LongRange Capital έναντι περίπου \$1,5 δισ., σε μια συμφωνία που σηματοδοτεί την αποχώρηση της αλυσίδας από το χαρτοφυλάκιο του ομίλου. Η συναλλαγή δεν περιλαμβάνει τα καταστήματα της Pizza Hut στην ηπειρωτική Κίνα, τα οποία θα αποκτηθούν από την Yum China σε ξεχωριστή συμφωνία αξίας περίπου \$1,2 δισ. Οι δύο αυτές κινήσεις ολοκληρώνουν μια μακρά περίοδο δυσκολιών για την Pizza Hut, η οποία είχε επιβαρύνει τις συνολικές επιδόσεις της Yum. Στις Ηνωμένες Πολιτείες, η αλυσίδα έχει επιχειρήσει τη μετάβαση από το παραδοσιακό μοντέλο dine-in με τραπεζοκαθίσματα και salad bars σε ένα μοντέλο που βασίζεται κυρίως σε delivery και takeout, με καθυστέρηση έναντι του ανταγωνισμού. Την ίδια



στιγμή, η Domino's έχει αποσπάσει σημαντικό μερίδιο αγοράς, ενώ πλατφόρμες διανομής όπως η DoorDash έχουν εντείνει την πίεση στις πωλήσεις.

### Ο "ΙΣΧΥΡΟΤΕΡΟΣ ΔΡΟΜΟΣ" ΓΙΑ ΤΗΝ ΑΛΥΣΙΔΑ

Η Yum είχε ήδη ανακοινώσει από τον Νοέμβριο ότι εξετάζει στρατηγικές επιλογές για την Pizza Hut, ενώ τώρα υποστηρίζει ότι η πώληση αποτελεί "τον ισχυρότερο δρόμο" για τη μεγιστοποίηση της αξίας των μετόχων και τη δημιουργία ενός πιο κατάλληλου ιδιοκτησια-

κού σχήματος για τις επιμέρους αγορές. Η ολοκλήρωση των συναλλαγών αναμένεται στο γ' τρίμηνο, υπό την προϋπόθεση των απαραίτητων ρυθμιστικών εγκρίσεων, ενώ αναλυτικότερη εικόνα για τις οικονομικές επιπτώσεις θα δοθεί στην ανακοίνωση αποτελεσμάτων του δεύτερου τριμήνου. Σήμερα η Pizza Hut διαθέτει σχεδόν 20.000 καταστήματα σε 108 χώρες, με ετήσιες πωλήσεις περίπου \$12,8 δισ. Οι Ηνωμένες Πολιτείες αποτελούν τη μεγαλύτερη αγορά της, με περίπου 40% των πωλήσεων, ενώ ακολουθεί η Κίνα με περίπου 20%.

## • Debrief •

### ΕΝΑΣ ΜΙΚΡΟΣ (ΔΙΚΑΙΟΛΟΓΗΜΕΝΟΣ) ΠΑΝΙΚΟΣ

Με τα της Μέσης Ανατολής κάτι φαίνεται να κουτσογίνεται, αν και ας κρατάμε μικρό καλάθι καλού, κακού. Πάντως αν κάποιος νομίζει ότι από εδώ και πέρα όλα θα κυλήσουν γαλήνια και ήρεμα... ούτε καν. Υπάρχουν και άλλα... θεματάκια προς επίλυση.

Ένα από αυτά εμφανίστηκε με νέα μορφή πριν λίγες ημέρες. Αφορά την AI και συγκεκριμένα την... πόρτα που έριξαν οι ΗΠΑ σε φίλους και συμμάχους, στην πρόσβαση στα νεότερα – και ισχυρότερα – μοντέλα Τεχνητής Νοημοσύνης της Anthropic.

Πόρτα που σύμφωνα με το Bloomberg, έφερε έναν μικρό πανικό. Γιατί; Πολύ απλά επειδή η συγκεκριμένη απαγόρευση επιβεβαίωσε μια ευρεία, άνευ προηγουμένου αμερικανική εξουσία επί της τεχνολογίας.

Είναι ενδεικτικό ότι ο Πρωθυπουργός της Γαλλίας, Sebastien Lecornu, ανακοίνωσε χθες ότι η δημόσια διοίκηση θα λανσάρει ένα εργαλείο βασισμένο στην τοπική startup Mistral AI. Πρόσθεσε ότι η γαλλική Chapsvision έχει επιλεγεί από την γαλλική υπηρεσία εγχώριων πληροφοριών DGSJ για να αντικαταστήσει την αμερικανική εταιρεία λογισμικού Palantir. "Η Γαλλία πρέπει να έχει τα δικά της εργαλεία", δήλωσε ο Lecornu. "Δεν μπορούμε να βασιστούμε στην καλή θέληση ορισμένων εταίρων που, όπως είδαμε τις τελευταίες ημέρες, είναι ικανοί να διακόψουν την πρόσβαση στο μοντέλο της Anthropic".

Αλλά και Mark Carney, Πρωθυπουργός του Καναδά, δήλωσε ότι εν λόγω απαγόρευση δείχνει πώς η υπερβολική εξάρτηση από ορισμένα μοντέλα Τεχνητής

Νοημοσύνης αφήνει τις χώρες ευάλωτες. Πάντα σύμφωνα με το Bloomberg, ο Karney νωρίτερα φέτος τάχθηκε υπέρ ενός συνασπισμού "μεσαίων δυνάμεων", όπου το Ηνωμένο Βασίλειο, ο Καναδάς και τα ευρωπαϊκά έθνη συνεργάζονται με την Κορέα και την Ιαπωνία για να μοιραστούν υπολογιστικούς πόρους και να χρησιμοποιήσουν τις εταιρείες τους στην αλυσίδα εφοδιασμού τεχνολογίας ως διαπραγματευτικά ατού.

Συμπέρασμα; Πολλές χώρες αισθάνονται ότι δεν βρίσκονται στο τεχνολογικό τραπέζι. Αν, όμως, δεν είσαι στο τραπέζι, είσαι στο μενού. Οπότε αρχίζουν να βλέπουν όλο και πιο σοβαρά με ποιον τρόπο θα βγουν από αυτό.

Γιάννης Παλιούρης  
[giannis@notice.gr](mailto:giannis@notice.gr)

## Business Maker

### Η ΝΟΜΙΚΗ ΣΤΑΥΡΟΦΟΡΙΑ ΤΟΥ ΣΕΒΓΑΠ ΓΙΑ ΤΟ ΕΛΛΗΝΙΚΟ ΓΙΑΟΥΡΤΙ

Αποφασισμένοι να κυνηγήσει όσους καπνλεύονται την ονομασία Greek yogurt είναι ο Σύνδεσμος Ελληνικών Βιομηχανιών Γαλακτοκομικών Προϊόντων (ΣΕΒΓΑΠ), προκειμένου να προστατεύσει το ελληνικό γιαούρτι από τη διεθνή πειρατεία. Σύμφωνα με καλά πληροφορημένες πηγές, ο σύνδεσμος πήρε τη στρατηγική απόφαση να περάσει στην αντιέπιθεση, επιστρατεύοντας τα μεγάλα μέσα. Συγκεκριμένα, ήρθε σε επαφή και ανέθεσε μια εξαιρετικά δύσκολη αποστολή σε κορυφαίο Έλληνα νομικό, ο οποίος είναι εγκατεστημένος μόνιμα στο Παρίσι και θεωρείται εκ των κορυφαίων ειδικών στην Ευρώπη στο δίκαιο της πνευματικής ιδιοκτησίας. Στόχος αυτής της νομικής σταυροφορίας είναι να εντοπιστούν, να χαρτογραφηθούν και εν τέλει να κυνηγηθούν δικαστικά σε ολόκληρη την Ευρώπη όλες εκείνες οι κραυγαλέες περιπτώσεις παραπλανητικών προϊόντων, που κυκλοφορούν στα ξένα ράφια. Μιλάμε για τη μάστιγα των προϊόντων, που αυτοαποκαλούνται αυθαίρετα Greek Yogurt, ενώ δεν έχουν την παραμικρή σχέση με την ελληνική πρώ-

τη ύλη και την εγχώρια παραγωγή. Πολλοί Ευρωπαίοι παραγωγοί χρησιμοποιούν επίσης τον όρο Greek Style, με το Greek να δεσπόζει στη συσκευασία και τη λέξη Style να εμφανίζεται με πολύ μικρότερα γράμματα. Στελέχη της βιομηχανίας θεωρούν ότι η πρακτική αυτή δημιουργεί σύγχυση στους καταναλωτές και οδηγεί σε έμμεση καπνλεία της φήμης, που έχει χτίσει το ελληνικό προϊόν διεθνώς.

Παράλληλα, ο ΣΕΒΓΑΠ έχει ήδη πραγματοποιήσει επαφές και με τον Υπουργό Αγροτικής Ανάπτυξης, Μαργαρίτη Σχοινά, ενώ βρίσκεται σε διαδικασία συντονισμού με τα συναρμόδια υπουργεία. Στο τραπέζι βρίσκεται η δημιουργία ειδικής ομάδας εργασίας (task force), η οποία θα παρακολουθεί συστηματικά τις περιπτώσεις παραβίασης και θα εισργείται τις επόμενες κινήσεις. Η χώρα μας, όπως αναφέρουν οι ίδιες πηγές, δεν ξεκινά από το μηδέν, καθώς έχει στα χέρια της μια πολύ ισχυρή παρακαταθήκη και μια πρώτη, ιστορική θετική απόφαση από την Κομισιόν. Ήταν τότε, που η Τσεχία επιχείρησε να κατο-

χυρώσει τον όρο Greek Yogurt, με την Ευρωπαϊκή Επιτροπή να παρεμβαίνει και να ξεκαθαρίζει το τοπίο: Οι ξένοι παραγωγοί μπορούν, υπό προϋποθέσεις, να χρησιμοποιούν τον όρο Greek Style, αλλά ο όρος Greek Yogurt (Ελληνικό Γιαούρτι) ανήκει αποκλειστικά και μόνο στην Ελλάδα, αφορά προϊόν, που παράγεται εδώ και προέρχεται από ελληνικό γάλα.

Η κινητοποίηση δεν είναι τυχαία. Οι εξαγωγές ελληνικού γιαουρτιού κινούνται με ιδιαίτερα υψηλούς ρυθμούς, γεγονός που έχει αυξήσει ακόμη περισσότερο το ενδιαφέρον των ξένων παραγωγών να εκμεταλλευτούν τη φήμη του προϊόντος. Σύμφωνα με παράγοντες του κλάδου, σε ορισμένες αγορές της Ευρώπης οι εξαγωγές καταγράφουν αυξήσεις, που προσεγγίζουν το 90% έως 95%, ενώ συνολικά η διεθνής ζήτηση συνεχίζει να ενισχύεται. Κύριοι προορισμοί είναι η Ιταλία, η Βρετανία, η Γερμανία και η Σουηδία, αγορές όπου το ελληνικό γιαούρτι έχει αποκτήσει ισχυρό αποτύπωμα τα τελευταία χρόνια.

### COFFEE BRANDS ΧΩΡΙΣ ΣΥΝΟΡΑ: ΟΙ ΚΙΝΗΣΕΙΣ ΤΗΣ COFFEE ISLAND ΣΤΗΝ ΡΟΥΜΑΝΙΑ

Μία ανάρτηση στο LinkedIn από τον χώρο του καφέ ήταν αρκετή για να τραβήξει την προσοχή της στήλης και να επιβεβαιώσει κάτι, που ήδη διαμορφώνεται στην αγορά: Οι ελληνικές αλυσίδες καφέ έχουν περάσει σε φάση οργανωμένης εξωστρέφειας, με παρουσία, που σταδιακά σταθεροποιείται εκτός συνόρων. Η ανάρτηση έρχεται από την Coffee Island, με αφορμή το νέο της κατάστημα στο

Global City Business Park στο Βουκουρέστι. Η εταιρεία συνεχίζει την ανάπτυξή της στην Ρουμανία, τοποθετώντας το brand σε έναν κόμβο επιχειρηματικής δραστηριότητας, μέσα σε σύγχρονο συγκρότημα γραφείων, τύπου πάρκου. Η στόχευση είναι ξεκάθαρη: Να μετατραπεί ο καθημερινός καφές σε σημείο συνάντησης για επαγγελματίες, με έμφαση στη γρήγορη εξυπηρέτηση, στο περιβάλλον εργασίας και στη δι-

κτύωση μέσα στον ίδιο χώρο. Η Coffee Island επενδύει συστηματικά στην παρουσία της σε μεγάλες πόλεις του εξωτερικού, χτίζοντας δίκτυο καταστημάτων σε αγορές με έντονη επιχειρηματική κινητικότητα και υψηλή ημερήσια κατανάλωση. Το Βουκουρέστι εντάσσεται σε αυτό το μοντέλο ανάπτυξης, που συνδέει το brand με χώρους εργασίας και καθημερινής ροής επαγγελματιών.

**SÖ POSH!**  
the trendletter

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

**Κάθε Σάββατο στις 9.30**

ΤΟ ΕΒΔΟΜΑΔΙΑΙΟ NEWSLETTER

ΓΙΝΕ ΣΥΝΔΡΟΜΗΤΗΣ ΕΔΩ

## Business Insight

### ΤΙ ΣΗΜΑΙΝΕΙ ΓΙΑ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑ, ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ Η ΑΠΟΚΛΙΜΑΚΩΣΗ ΤΩΝ ΤΙΜΩΝ ΠΕΤΡΕΛΑΙΟΥ

Προϋποθέσεις μείωσης του ενεργειακού κόστους και ενίσχυση της οικονομικής δραστηριότητας διαμορφώνονται με την αποκλιμάκωση των τιμών πετρελαίου στις διεθνείς αγορές. Παρ' ότι η μεταφορά των μειώσεων στις τελικές τιμές καταναλωτή συνήθως γίνεται με πιο αργούς ρυθμούς απ' ό,τι των αυξήσεων, **ο χρονισμός των εξελίξεων αναμένεται να διευκολύνει την καλύτερη απόδοση κλάδων με υψηλή ενεργειακή ένταση. Πρακτικά, για μεταφορές, βιομηχανία, τουρισμό, logistics, εν γένει παραγωγικές δραστηριότητες, το ενεργειακό κόστος θα αμβλυνθεί σε περίοδο που η οικονομία εξαρτάται περισσότερο από κάθε άλλη περίοδο του έτους.**

Μόνιμο πρόβλημα για την εγχώρια οικονομία/επιχειρηματικότητα το γεγονός πως **η Ελλάδα εξαρτάται, σε σημαντικό βαθμό, από εισαγόμενους ενεργειακούς πόρους**, με ό,τι αυτό μπορεί να σημαίνει στην περίπτωση που οι τιμές του Brent, το φυσικό αέριο εξορθολογιστούν σταδιακά. **Στα \$80,35 η (προθεσμιακή) τιμή του Brent, μεσημέρι Τρίτης, από τα \$105 περίπου ένα μήνα πριν**, διαφορά που αποτυπώνεται, ήδη, από τις μεταφορές και τη βιομηχανία μέχρι κλάδους εντάσεως ενέργειας.

Μέσα Ιουνίου και προφανώς **η αποκλιμάκωση στις τιμές πετρελαίου ειδικού τύπου καυσίμων επενεργεί θετικά στις ακτοπλοϊκές, αεροπορικές μεταφορές.** Ενδεικτική η περίπτωση του ακτοπλοϊκού κόστους, με τις διοικήσεις των επιχειρήσεων του κλάδου να έχουν ενημερώ-

σει εγγράφως στις 10 Ιουνίου για αυξήσεις στους ναύλους των φορτηγών από τις 16 Ιουνίου, δηλαδή από χτες. Προφανώς η αύξηση του κόστους μεταφοράς, με τον ένα ή τον άλλο τρόπο, σε μεγαλύτερο ή μικρότερο βαθμό φτάνει στον τελικό πελάτη. Ωστόσο, οι εξελίξεις στην Μέση Ανατολή, οδήγησαν σε πάγωμα τους (αυξήσεων). **Μένει να φανεί εάν οι ακτοπλοίοι θα επανέλθουν στη συνέχεια.** Είναι όμως, μία ένδειξη για το πόσο εύαλωτη είναι η εσωτερική αγορά, πως επηρεάζονται οι επιχειρήσεις και στην τελική ο ταξιδιώτης, ο καταναλωτής.

Βεβαίως, παρά την βελτίωση του κλίματος διεθνώς **η πλήρης αποκατάσταση των ροών πετρελαίου (εν γένει καυσίμων) θα απαιτήσει χρόνο** και πρακτικά για την ελληνική οικονομία η αποκλιμάκωση θα προσφέρει σημαντική στήριξη σε περίοδο ο πληθωρισμός παραμένει επίμονα σε υψηλά επίπεδα. Άλλωστε, και **με τα στοιχεία της Τραπέζης της Ελλάδος ο ενεργειακός πληθωρισμός προβλέπεται να φτάσει στο 11%**, ποσοστό που σαφώς θα ήταν μεγαλύτερο στην περίπτωση που δεν επιτυγχάνονταν η κατ' αρχήν συμφωνία ΗΠΑ-Ιράν. Στο Inflation Monitor (της ΤτΕ) η αύξηση των τιμών ενέργειας συνδέεται άμεσα με τις εξελίξεις στην Μέση Ανατολή, με τη χώρα να έχει το μειονέκτημα πως παραμένει (κυρίως) εισαγωγέας.

Σε αυτή την συγκυρία **είναι η σειρά της Citi που προχωρά σε σημαντική υποβάθμιση των εκτιμήσεων για το πετρέλαιο. Οι αναλυτές της αμερικανικής τρά-**

**πεζας μειώνουν τη μέση πρόβλεψή για το (αργό) Brent στα \$75 για το γ' τρίμηνο του 2026 και στα \$70 για το δ' τρίμηνο.**

Δεν θα χρειαστεί να ανατρέξει κάποιος πολύ πίσω, για να θυμηθεί αναλύσεις επαγγελματιών για ακραίες τιμές, ακόμη και στα \$200/βαρέλι, θα παραπέμψω ενδεικτικά σε έκθεση του Macquarie Group Ltd (στις 27 Μαρτίου) που πιθανολογούσε ανάλογες τιμές, εάν ο πόλεμος ΗΠΑ-Ιράν συνεχιζόταν μέχρι τον Ιούνιο. Το αυστραλιανών συμφερόντων fund ήταν ένα από τα αρκετά που εκείνη την περίοδο (Μάρτιος-Απρίλιος) προέβλεπαν ακραία σενάρια, που ευτυχώς- για την ώρα- δεν επιβεβαιώνονται. Και πιθανότερο είναι πως θα παραμείνουν σενάρια, για το επόμενο διάστημα που ως ελληνική οικονομία μας αφορά τα μέγιστα.

**Μένει να φανεί, εάν θα τηρηθεί η εφαρμογή της 60ήμερης συμφωνίας ΗΠΑ-Ιράν, με τα πρώτα δείγματα γραφής να είναι ενθαρρυντικά και στην ελληνική αγορά.** Η μέση πανελλαδική τιμή της αμόλυβδης έσπασε το φράγμα των €2, στα €1,995 το λίτρο, ενώ το πετρέλαιο κίνησης έπεσε στα €1,739 και το υγραέριο κίνησης στα €1,046. "Στις τρεις μέρες πτώση το αργό, θα δούμε μια πτώση της τάξεως των τριών λεπτών στα διυλισμένα προϊόντα", η εκτίμηση του Μιχάλη Κιούση, Πρόεδρος της Ομοσπονδίας Βενζινοπωλών (στο EPTnews).

Θυμίζω πως, **η τελευταία φορά που η αμόλυβδη είχε μέση πανελλαδική τιμή χαμηλότερη των €2 το λίτρο ήταν στις 19 Μαρτίου.**



**REAL ESTATE DAILY SECRET**

THE KEY TO PROPRIETARY INFORMATION

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



**NOTICE**  
CONTENT & SERVICES

**ΚΑΝΤΕ  
ΕΓΓΡΑΦΗ  
ΕΔΩ**

• **WASA**  
**ΕΦΕΡΕ ΤΟ JAW WORKOUT GYM ΣΤΟ BEWELL FESTIVAL 2026**

Στις 6 και 7 Ιουνίου 2026, η WASA συμμετείχε στο BeWell Festival 2026, το οποίο πραγματοποιήθηκε στο ΟΑΚΑ.

Κατά τη διάρκεια του διημέρου, χιλιάδες επισκέπτες είχαν τη δυνατότητα να γνωρίσουν τα προϊόντα της εταιρείας μέσα από ένα experiential περίπτερο, όπου παρουσιάστηκαν γλυκές και αλμυρές συνταγές με βάση τα crispbread της WASA.

Τα προϊόντα της WASA παρασκευάζονται από απλά συστατικά, όπως αλεύρι σίκαλης, νερό, αλάτι και μαγιά. Κεντρικό στοιχείο της παρουσίας της εταιρείας αποτέλεσε το WASA Jaw Workout Gym, ένα διαδραστικό activation εμπνευσμένο από τη διεθνή καμπάνια "GO HARD". Σε ειδικά διαμορφωμένο χώρο με αισθητική γυμναστηρίου, οι επισκέπτες συμμετείχαν σε μια συμβολική "προπόνηση" μάσησης, χρησιμοποιώντας προϊόντα WASA.



**SECRETRECIPE**

**Λευκή πετσέτα**

Μπορεί να μην είναι το core business της οικογένειας, όμως, το ένα της μέλος έχει πολύ καλή φήμη στον κλάδο. Και, πάντοτε, τα project του ήταν εγγύηση ποιότητας. Όμως, το τελευταίο διάστημα, το επίπεδο σε ένα από τα project-σημαία του έχει πέσει κατακόρυφα. Σε ανησυχητικό βαθμό. Οι κακιές γλώσσες λένε ότι ο ίδιος έχει ρίξει λευκή πετσέτα, χωρίς, όμως, κάποιος να γνωρίζει τον λόγο...

**Editorial**

**Μη αναστρέψιμη**

Ο Πρόεδρος του ΣΕΒ, που επανεξελέγη χθες, στην κεντρική ομιλία του, έθεσε ως κορυφαία προτεραιότητα την αύξηση της παραγωγικότητας, υπογραμμίζοντας ότι αποτελεί τη βασική προϋπόθεση για περισσότερες επενδύσεις, καλύτερους μισθούς και πραγματική σύγκλιση της ελληνικής οικονομίας με την Ευρώπη. Όπως σημείωσε ο Σπύρος Θεοδωρόπουλος, η χώρα έχει κάνει σημαντικά βήματα τα τελευταία χρόνια, ωστόσο παραμένουν κρίσιμα ζητήματα, που περιορίζουν την ανταγωνιστικότητα των επιχειρήσεων.

Καλά είναι όλα αυτά.

Διαφωνεί κανείς;

Ασφαλώς και όχι.

Άλλωστε, είναι πάρα πολλές οι φορές, που έχω αναφερθεί από αυτή εδώ τη στήλη, στο θέμα της παραγωγικότητας, ως βάση για πραγματική - και όχι επίπλαστη - ευημερία.

Αρκεί, όμως, μόνο αυτό;

Αρκεί, δηλαδή, μόνο να συζητάμε γι' αυτό, να προτείνει παρεμβάσεις ο εκπρόσωπος του μεγαλύτερου επιχειρηματικού φορέα της χώρας και να γίνονται αυτές πράξη;

Ασφαλώς και όχι.

Απαιτείται, και μάλιστα άμεσα, ταχύτατη αλλαγή νοοτροπίας σε επίπεδο κοινωνίας.

Διότι είναι πάρα πολύ εύκολο να κατηγορούμε το σύστημα, το κεφάλαιο, τον καπιταλισμό και ό,τι άλλο μας έρχεται στο μυαλό, για να δικαιολογήσουμε το γεγονός ότι δεν βγάζουμε όσα θέλουμε, ανά άτομο ή ανά οικογένεια. Όμως, αυτό συμβαίνει, διότι πάρα πολύ απλά δεν θέλουμε να κοπιάσουμε για να βγάλουμε περισσότερα χρήματα. Και με ευκολία κατηγορούμε τους Αλ-

βανούς για παράδειγμα, ότι παίρνουν τις δουλειές από Έλληνες και ότι χαλάνε την αγορά εργασίας. Εγώ θα έλεγα καλύτερα, σωστότερα, ότι χαλάνε την πίεση.

Διότι δεν είναι δυνατόν σε ένα χωριό των 2000 κατοίκων να απευθύνεσαι σε νέα κορίτσια, που εργάζονται παίρνοντας τον βασικό μισθό ή και κάτι παραπάνω, αλλά πρέπει να πληρώνουν και το ενοίκιο τους μεταξύ άλλων με αυτά τα χρήματα, να τους προτείνεις να περάσουν ένα βράδυ τους - Σάββατο βράδυ - προσέχοντας ένα παιδί, και να μη βρίσκεις ούτε ένα κορίτσι πρόθυμο.

Ελληνόπουλο εννοώ.

Και όχι μόνο κορίτσια, αλλά και γυναίκες μεγαλύτερης ηλικίας.

Ελληνίδες εννοώ.

Και με το που απευθύνεσαι στην αλβανική κοινότητα της περιοχής, να εξυπηρετείσαι αμέσως. Δηλαδή, να βρίσκεις πρόθυμες γυναίκες να βγάλουν ένα πολύ καλό μεροκάματο, αφιερώνοντας λίγες ώρες από τη ζωή τους.

Αυτό δείχνει ότι η παραγωγικότητα δεν μπορεί να αυξηθεί, πολύ απλά διότι ελάχιστοι είναι αυτοί, σε αυτή εδώ τη χώρα, οι οποίοι καταλαβαίνουν πως, για να βγάλουν κάτι παραπάνω, πρέπει να εργαστούν και λίγο παραπάνω. Αλλά, τα έχουμε ξαναπεί αυτά.

Η χώρα σε επίπεδο κοινωνίας, δεν έχει καμία σωτηρία.

Διότι η ζημιά, που έγινε τη δεκαετία του 80 σε επίπεδο νοοτροπίας, είναι μη αναστρέψιμη.

Τόσο απλά.

Νεκτάριος Β. Νώτης

[nectarios@notice.gr](mailto:nectarios@notice.gr)