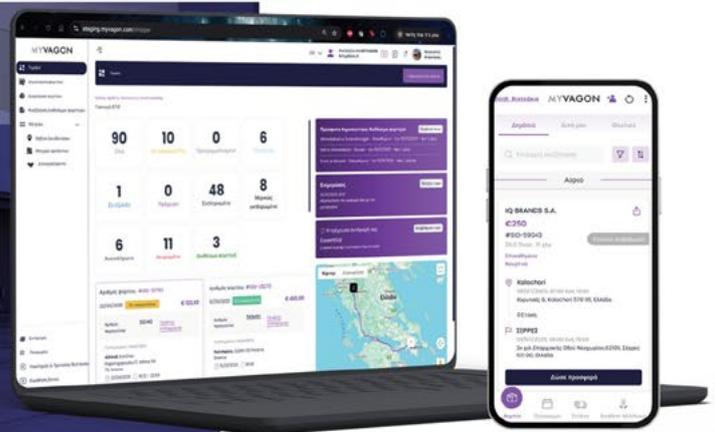


MOVE DIFFERENT.

50 χρόνια τηλεφωνημάτων τελειώνουν σήμερα.

MYVAGON

Η 1η ΨΗΦΙΑΚΗ ΠΛΑΤΦΟΡΜΑ
ΦΟΡΤΙΩΝ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ.



Ψηφιοποίησε την δρομολόγησή σου.

Βρες φορτηγά. » Εξοικονόμησε χρόνο. » Παρακολούθησε τα πάντα.

Μία πλατφόρμα.
Όλοι οι μεταφορείς σου.



Εσύ
στο κέντρο

Αυτή είναι η
MYVAGON

ΤΑΛΑΙΠΩΡΙΑ
Ή ΠΡΟΟΔΟΣ
—ΕΣΥ ΑΠΟΦΑΣΙΖΕΙΣ.

- » Ο παλιός τρόπος δουλεύει ακόμα ... αν σου αρέσει να ταλαιπωρείσαι.
- » Ή μπορείς επιτέλους να αρχίσεις να κινείσαι διαφορετικά. Πιο έξυπνα.

Κάνε εγγραφή δωρεάν στο [MYVAGON.com](https://www.myvagon.com) και ξεκίνα τώρα.



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

ΔΕΥΤΕΡΑ 09 ΜΑΡΤΙΟΥ 2026
ΤΕΥΧΟΣ 2285

Editorial

Το πουλάω το σπίτι...

Debrief

"Να ανησυχήσω;" – "Αν δεν ξεκουνηθείς, ναι"

Business Maker

- McDonald's εναντίον Goody's στο The Mall Athens
- Super market, Μέση Ανατολή και... υπόγεια

SecretRecipe

Επέκταση στην Βόρεια Ελλάδα

Business Insight

Οι κινήσεις που έκαναν την Ελλάδα... talk of the town σε fora, thinktanks και κέντρα αποφάσεων



• ΖΕΥΣ ΑΚΤΙΝΙΔΙΑ

Προς διεύρυνση εκτός Πιερίας η παραγωγική βάση στο ακτινίδιο - Νέα επένδυση άνω των €3 εκατ.



• ΧΩΡΙΑΤΙΚΗ ΖΥΜΗ

Στα επίπεδα των €35 εκατ. ο φετινός πήχης πωλήσεων - Η αξιοποίηση data και οι επενδύσεις €15 εκατ.



• LALLEMAND ZEUS HELLAS

Νέα προϊόντα και συσκευασίες στην ελληνική αγορά μετά το deal με την ZANAE



• KATSAROS DISTILLERY WINERY

Είσοδος στον Σκλαβενίτη με συμβατικό και παλαιωμένο τσίπουρο - Μεγαλώνει η γκάμα των κρασιών



ΝΗΣΤΙΣΙΜΑ

Και φέτος
οι πιο Σαρακοσ-τέλειες
νηστίσιμες επιλογές,
μόνο στα Lidl!



Γιατί αξίζει.

Πάνω από
130
Νηστίσιμα
προϊόντα

14-16
ΜΑΡΤΙΟΥ
METROPOLITAN
EXPO

20
26



foodexpo Greece



• **LALLEMAND ZEUS HELLAS**
ΝΕΑ ΠΡΟΪΟΝΤΑ ΚΑΙ ΣΥΣΚΕΥΑΣΙΕΣ ΣΤΗΝ ΕΛΛΗΝΙΚΗ
ΑΓΟΡΑ ΜΕΤΑ ΤΟ DEAL ΜΕ ΤΗΝ ΖΑΝΑΕ

Νέες λύσεις αρτοποιίας και ζαχαροπλαστικής με έμφαση σε ένζυμα, αποτελούν μία από τις πρόσφατες προϊόντικές εξελίξεις του ομίλου Lallemand και στην ελληνική αγορά. Όπως πληροφορείται το FNB Daily τα ένζυμα μπορούν να χρησιμοποιηθούν σε διαφορετικά αρτοσκευάσματα και συμβάλλουν, μεταξύ άλλων, στη διατήρηση της φρεσκάδας των προϊόντων για μεγαλύτερο χρονικό διάστημα, βελτιώνοντας παράλληλα την υφή και τη συνολική ποιότητά τους.

Η Lallemand είναι μια πολυεθνική εταιρεία με έδρα τον Καναδά και παρουσία σε παγκόσμιο επίπεδο στον τομέα των συστατικών ζύμωσης και των λύσεων για την αρτοποιία και τη βιομηχανία τροφίμων. Η εταιρεία δραστηριοποιείται σε πολλούς κλάδους της βιοτεχνολογίας, με ιδιαίτερη εξειδίκευση στη μαγιά, τα προζύμια, τα ένζυμα και τα βελτιωτικά αρτοποιίας, προϊόντα που απευθύνονται τόσο σε αρτοποιεία, όσο και στη βιομηχανική παραγωγή αρτοσκευασμάτων.

Η ΕΞΑΓΟΡΑ ΑΠΟ ΤΗΝ ΖΑΝΑΕ

Στην ελληνική αγορά η παρουσία της ενισχύθηκε το 2021, όταν ο όμιλος εξαγόρασε τη δραστηριότητα της ζύμης αρτοποιίας της ΖΑΝΑΕ, η οποία αποτελούσε το μοναδικό εργοστάσιο παραγωγής μαγιάς στην Ελλάδα. Μετά την εξαγορά, η παραγωγή της μαγιάς μεταφέρθηκε εκτός Ελλάδας και πλέον τα προϊόντα που διατίθενται στην ελληνική αγορά προέρχονται από τις ευρωπαϊκές παρα-

γωγικές μονάδες του ομίλου, με το πλησιέστερο εργοστάσιο να βρίσκεται στην Ιταλία. Σημειώνεται επίσης ότι η μεταβατική περίοδος μετά την εξαγορά της δραστηριότητας μαγιάς της ΖΑΝΑΕ ολοκληρώνεται σταδιακά. Μέχρι σήμερα ορισμένες συσκευασίες εξακολουθούν να φέρουν αναφορά στο παλιό brand, ωστόσο από τον Οκτώβριο του 2026 αναμένεται η πλήρης μετάβαση σε νέες συσκευασίες που θα φέρουν αποκλειστικά την εταιρική ταυτότητα της Lallemand.

Η ΖΑΝΑΕ αποφάσισε τη διακοπή της παραγωγικής δραστηριότητας της ζύμης αρτοποιίας στο εργοστάσιο της εταιρείας στη ΒΙΠΕ Σίνδου και τέλος Αυγούστου 2021 υπογράφηκε η σύμβαση πώλησης του πάγιου εξοπλισμού που αφορά τη ζύμη αρτοποιίας και αυλών στοιχείων ενεργητικού, αντί του ποσού των €1,65 εκατ., με την εταιρεία Lallemand.

Αξίζει να αναφερθεί ότι πέραν του αρχικού τμήματος της συναλλαγής υπάρχει πρόβλεψη για 5ετή ετήσια royalties, τα οποία θα είναι συνάρτηση αποτελεσμάτων ισόχρονης χρήσης του brand name για το προϊόν της ζύμης αρτοποιίας και για πώληση πρόσθετου πάγιου εξοπλισμού.

ΧΑΡΤΟΦΥΛΑΚΙΟ

Το χαρτοφυλάκιο της Lallemand καλύπτει ένα ευρύ φάσμα προϊόντων για την αρτοποιία και τη ζαχαροπλαστική. Περιλαμβάνει διαφορετικούς τύπους μαγιάς, οι οποίοι

προσαρμόζονται στις ανάγκες διαφορετικών εφαρμογών, όπως η παραγωγή ψωμιού, αλλά και γλυκών ζυμών, όπως τσουρέκια και κρουασάν. Παράλληλα, η εταιρεία προσφέρει προζύμια, βελτιωτικά αρτοποιίας και εξειδικευμένα ένζυμα, τα οποία ενσωματώνονται στη διαδικασία παραγωγής για τη βελτίωση της ποιότητας και της σταθερότητας των προϊόντων.

Η ΣΗΜΑΣΙΑ ΤΗΣ ΕΛΛΑΔΑΣ

Η ελληνική αγορά αποτελεί μέρος του διεθνούς δικτύου δραστηριοτήτων της Lallemand, με την εταιρεία να προμηθεύει επαγγελματίες της αρτοποιίας και της βιομηχανίας τροφίμων με εξειδικευμένες λύσεις. Αν και το μέγεθος της αγοράς είναι περιορισμένο συγκριτικά με μεγαλύτερες χώρες, η εταιρεία διατηρεί ισχυρή παρουσία στον κλάδο, όπου η μαγιά παραμένει βασικό και αναπαραστάτο συστατικό για την παραγωγή αρτοσκευασμάτων.

Παράλληλα, η Lallemand εισάγει σταδιακά νέα προϊόντα στην ελληνική αγορά, τα οποία έχουν ήδη αναπτυχθεί και χρησιμοποιούνται σε άλλες διεθνείς αγορές του ομίλου. Η στρατηγική αυτή επιτρέπει τη σταδιακή εξοικείωση της αγοράς με νέες τεχνολογίες και λύσεις, προσαρμοσμένες στις ανάγκες των επαγγελματιών του κλάδου.

Στέλλα Αυγουστάκη
stella@notice.gr



H



NOTICE

CONTENT & SERVICES

παρούσα στο μεγαλύτερο εκθεσιακό event των εξαγωγών στην Ελλάδα

food ^{Greece} expo

THE LEADING F&B TRADE SHOW IN SOUTHEAST EUROPE

14-16
ΜΑΡΤΙΟΥ

Καθημερινές εκδόσεις στο F&B Daily με όλες τις ειδήσεις, τάσεις, αναλύσεις και συνεντεύξεις με τους πρωταγωνιστές



Με την υπογραφή του δημοσιογραφικού επιτελείου της Notice Content & Services

Μεταδίδουν οι



Μάκης Αποστόλου



Στέλλα Αυγουστάκη



Γιάννης Τσατσάκης



Μάριος Δελατόλας

POWERED BY



PROMO SOLUTION

EXHIBIT. CREATE.

• ΧΩΡΙΑΤΙΚΗ ΖΥΜΗ

ΣΤΑ ΕΠΙΠΕΔΑ ΤΩΝ €35 ΕΚΑΤ. Ο ΦΕΤΙΝΟΣ ΠΗΧΗΣ ΠΩΛΗΣΕΩΝ - Η ΑΞΙΟΠΟΙΗΣΗ ΔΑΤΑ ΚΑΙ ΟΙ ΕΠΕΝΔΥΣΕΙΣ €15 ΕΚΑΤ.

Κύκλο εργασιών που θα προσεγγίσει τα €35 εκατ. εκτιμά ότι θα επιτύχει φέτος η Χωριάτικη Ζύμη, σύμφωνα με πληροφορίες του Fnb Daily. Η πρόβλεψη αυτή έρχεται σε συνέχεια της ανοδικής πορείας των τελευταίων ετών, καθώς το προηγούμενο έτος ο τζίρος διαμορφώθηκε περίπου στα €32 εκατ., έναντι €29,4 εκατ. το 2024.

Η διοίκηση συνδέει τις προοπτικές ανάπτυξης με το εκτεταμένο λανσάρισμα νέων προϊόντων και την περαιτέρω ενίσχυση της παρουσίας της στην αγορά.

ΔΙΕΥΡΥΜΕΝΟ ΧΑΡΤΟΦΥΛΑΚΙΟ

Το διευρυμένο χαρτοφυλάκιο περιλαμβάνει πλέον τέσσερις βασικές κατηγορίες:

- προϊόντα ζύμης
- γλυκά
- αρτοσκευάσματα
- προψημένα προϊόντα

Η κατηγορία των γλυκών αποτελεί σχετικά πρόσφατη προσθήκη, καθώς ξεκίνησε να αναπτύσσεται το προηγούμενο έτος, ενώ ιδιαίτερη έμφαση δίνεται και σε λύσεις για σάντουιτς, ψωμιά ειδικών χρήσεων και προϊόντα που μπορούν να διατεθούν έτοιμα ή με ελάχιστη προετοιμασία.

Σύμφωνα με καλά πληροφορημένες πηγές, η στρατηγική αυτή ανταποκρίνεται στη διεθνή τάση για προϊόντα υψηλής ευκολίας και ταχύτητας προετοιμασίας, που απευθύνονται κυρίως σε επαγγελματίες της εστίασης και της αρτοποιίας. Οι νέες γεύσεις και συσκευασίες έχουν σχεδιαστεί με στόχο να προσελκύουν κυρίως νεότερα κοινά, με έμφαση στην αισθητική, την ποιότητα και την εμπειρία κατανάλωσης.

Μεταξύ των νέων projects ξεχωρίζει η ανάπτυξη λύσεων για την αγορά του σάντουιτς, μια κατηγορία που, σύμφωνα με την εταιρεία, προέκυψε ως ανάγκη από τους ίδιους τους συνεργάτες και επαγγελματίες του κλάδου. Παράλληλα, ιδιαίτερη έμφαση δίνεται και σε σειρά προψημένων προϊόντων, τα οποία επιτρέπουν στους επαγγελματίες να ολοκληρώνουν την προετοιμασία σε ελάχιστο χρόνο, μειώνοντας την ανάγκη για εξειδικευμένο προσωπικό και εξοπλισμό.

ΔΑΤΑ ΑΠΟ ΤΗΝ ΑΓΟΡΑ

Η στρατηγική ανάπτυξης της εταιρείας βασίζεται επίσης στην αξιοποίηση δεδομένων αγοράς. Για τον σκοπό αυτό έχει αναπτύξει ένα ψηφιακό σύστημα συλλογής στοιχείων από



το δίκτυο συνεργατών της, το οποίο λειτουργεί ως βαρόμετρο τάσεων για την ελληνική αγορά αρτοποιίας. Μέσω ειδικής εφαρμογής καταγράφονται σε πραγματικό χρόνο οι ανάγκες και οι προκλήσεις που αντιμετωπίζουν οι επαγγελματίες του κλάδου, επιτρέποντας στην εταιρεία να προσαρμόζει ταχύτερα το προϊόντικό της χαρτοφυλάκιο.

Τα στοιχεία που προκύπτουν από τη συγκεκριμένη έρευνα δείχνουν ότι περίπου τέσσερις στους δέκα επαγγελματίες της αρτοποιίας καταγράφουν κερδοφορία, ενώ ένα σημαντικό ποσοστό επιχειρήσεων κινείται σε οριακή ισορροπία. Με βάση αυτά τα δεδομένα, η Χωριάτικη Ζύμη έχει διαμορφώσει τη στρατηγική της εστιάζοντας στην παροχή ευέλικτων και καινοτόμων λύσεων που μπορούν να υποστηρίξουν την ανάπτυξη των συνεργατών της σε ένα περιβάλλον αγοράς που μεταβάλλεται με ταχείς ρυθμούς.

ΕΠΕΝΔΥΣΕΙΣ

Η ανάπτυξη των νέων κατηγοριών συνοδεύεται από ένα μεγάλης κλίμακας επενδυτικό πρόγραμμα, το οποίο ολοκληρώθηκε σε χρόνο ρεκόρ για τα δεδομένα του, όπως πληροφορείται το Fnb Daily.

Τα τελευταία χρόνια η εταιρεία έχει επενδύσει περισσότερα από €5 εκατ. σε έρευνα και ανάπτυξη, εξοπλισμό και τεχνογνωσία, προκειμένου να υποστηρίξει τη δημιουργία νέων προϊόντων και την αναβάθμιση της παραγωγικής διαδικασίας. Παράλληλα σχεδιάζεται νέο επενδυτικό πρόγραμμα ύψους περίπου €10 εκατ., το οποίο περιλαμβάνει την κατασκευή σύγχρονου κέντρου logistics έκτασης 5,5 στρεμμάτων στις Σέρρες, πίσω από τις υφιστάμενες εγκαταστάσεις του εργοστασίου, καθώς και πρόσθετες επενδύσεις σε υποδομές διανομής.

Στέλλα Αυγουστάκη
stella@notice.gr



• ΑΡΟΣΙΣ

ΝΕΑ ΤΗΛΕΟΠΤΙΚΗ ΚΑΜΠΑΝΙΑ ΑΠΟ ΤΗΝ SOLID HAVAS

Η Solid Havas υπογράφει τη νέα τηλεοπτική καμπάνια της άροσις, η οποία υλοποιείται με αφορμή τη συμπλήρωση 70 χρόνων από την ίδρυση της εταιρείας. Η καμπάνια αναδεικνύει την ταυτότητα της μάρκας και τη διαχρονική της σύνδεση με την ελληνική γη, την ποιότητα και την υπεύθυνη καλλιέργεια.

Η ΚΑΜΠΑΝΙΑ

Στο τηλεοπτικό μήνυμα πρωταγωνιστούν οι αγρότες - παραγωγοί που συνεργάζονται με την εταιρεία, ενώ προβάλλονται η καλλιέργεια εκλεκτών σπόρων στους ελληνικούς οσπριώνες και η διαδικασία διαλογής που συμβάλλει στη γευστική ποιότητα των προϊόντων. Τα γυρίσματα πραγματοποιήθηκαν στην Καστοριά, τόπο ίδρυσης της εταιρείας το 1956, αναδεικνύοντας το φυσικό τοπίο και τη βιωματική σχέση της μάρκας με την ελληνική παραγωγή.

ΤΟ ΚΕΝΤΡΙΚΟ ΜΗΝΥΜΑ

Κεντρικό μήνυμα της καμπάνιας είναι το "70 χρόνια από την καρδιά της ελληνικής γης στο τραπέζι μας", το οποίο συνοψίζει την πορεία της εταιρείας από μια οικογενειακή γεωργική επιχείρηση σε αναγνωρίσιμο brand ελληνικών οσπριών με παρουσία και στις διεθνείς αγορές. Η τηλεοπτική καμπάνια παισιώνεται και από digital υλοποιήσεις που επεκτείνουν το storytelling της μάρκας σε πολλαπλά κανάλια επικοινωνίας.

Η



NOTICE

CONTENT & SERVICES

παρουσιάζει το
1ο Συνέδριο

Αγροδιατροφικού τομέα στην Αθήνα



**AGRI
FOOD
FORWARD**

Cultivating Innovation, Harvesting Growth.

Με τη συμμετοχή εκπροσώπων του κλάδου
Παρουσίαση ερευνών και τάσεων για το μέλλον
Προτάσεις καινοτομίας και ψηφιοποίησης
Πιστοποίηση και εξωστρέφεια
Networking με στελέχη της αγοράς



2 Απριλίου 2026

Αμφιθέατρο Οργανισμού Κεντρικών
Αγορών & Αλιείας (ΟΚΑΑ)

Κλείστε
τώρα
τη θέση
σας ΕΔΩ

ΜΕ ΤΗΝ ΑΞΙΟΠΙΣΤΙΑ ΤΗΣ



NOTICE

CONTENT & SERVICES

POWERED BY

TÜV
AUSTRIA

• ΖΕΥΣ ΑΚΤΙΝΙΔΙΑ

ΠΡΟΣ ΔΙΕΥΡΥΝΣΗ ΕΚΤΟΣ ΠΙΕΡΙΑΣ Η ΠΑΡΑΓΩΓΙΚΗ ΒΑΣΗ ΣΤΟ ΑΚΤΙΝΙΔΙΟ - ΝΕΑ ΕΠΕΝΔΥΣΗ ΑΝΩ ΤΩΝ €3 ΕΚΑΤ.

Στη διεύρυνση της παραγωγικής της βάσης προσανατολίζεται να προχωρήσει η Ζεύς Ακτινίδια, ανταποκρινόμενη και στο έντονο ενδιαφέρον αγροτών από όμορους, και μη, νομούς να μπου στην καλλιέργεια ακτινιδίου.

Όπως διευκρινίζει στο FNB Daily ο Γενικός Διευθυντής της οργάνωσης, Ζήσης Μανώσης, το ενδιαφέρον αφορά κατά κύριο λόγο τις νέες κιτρινόσαρκες ποικιλίες, τις φυτεύσεις των οποίων επεκτείνει με γοργούς ρυθμούς τα τελευταία χρόνια. "Στο τέλος της φετινής χρονιάς εκτιμώ ότι θα είμαστε στα 650-700 στρέμματα και, σύμφωνα με το πλάνο για την αναδιάρθρωση καλλιεργειών που έχουμε καταρτίσει, το 2032-33 θα φτάσουμε τα 1.500 στρέμματα", σημειώνει.

ΠΑΡΑΓΩΓΙΚΟΙ ΘΥΛΑΚΕΣ ΣΕ ΚΑΘΕ ΝΕΟ ΝΟΜΟ

"Το τελευταίο διάστημα", αναφέρει, "έχουμε δεχθεί αρκετές κρούσεις από παραγωγούς εκτός Πιερίας που εκφράζουν την επιθυμία να δουλέψουν μαζί μας. Προέρχονται κυρίως από την Καβάλα, το Αργίριο, το Μεσολόγγι και την Θεσσαλία". Η Ζεύς, όπως εξηγεί, κάθε άλλο παρά αρνητική εμφανίζεται στο ενδεχόμενο αυτό, αρκεί να γίνει με όσο το δυνατόν πιο συντεταγμένο τρόπο.

"Δεν έχουμε κανένα πρόβλημα να επεκταθούμε σε αυτές τις περιοχές, - άλλωστε αυτό θα μπορούσε να συμβάλει τόσο στην αύξηση των ποσοτήτων μας, όσο και στην διασπορά κινδύνου από τις καιρικές συνθήκες που αποτελούν πλέον βασική πηγή προβληματισμού. Αρκεί σε κάθε μια από αυτές (σ.σ. τις περιοχές) να δημιουργηθεί ένας πυρήνας παραγωγών που θα καθιστά το εγχείρημα πιο λειτουργικό και βιώσιμο τόσο για εμάς όσο και για τους ίδιους", υπογραμμίζει ο κ. Μανώσης. "Σκεφτόμαστε, επομένως, να προχωρήσουμε δημιουργώντας στις περιοχές που ενδιαφέρονται, μικρούς παραγωγικούς θύλακες οι οποίοι θα μπορέσουν σιγά σιγά να διογκωθούν".

ΟΙ ΝΕΕΣ ΠΟΙΚΙΛΙΕΣ ΣΤΑΦΥΛΙΟΥ

Εκτός από το ακτινίδιο, αναδιάρθρωση πραγματοποιείται και στο επιτραπέζιο σταφύλι με νέες, λευκές και κόκκινες άσπερμες ποικιλίες οι οποίες, σύμφωνα με τον κ. Μανώση, σε λίγα χρόνια θα έχουν πλήρως αντικαταστήσει την crimson. Πρόκειται για πρώιμες ποικιλίες οι οποίες έχουν μεγαλύτερο εμπορικό ενδιαφέρον και μικρότερο κόστος παραγωγής



Ζήσης Μανώσης, Γενικός Διευθυντής, Ζεύς Ακτινίδια

ενώ με την καλλιέργειά τους, όπως επισημαίνεται χαρακτηριστικά και στις οικονομικές καταστάσεις της οργάνωσης:

- επιτυγχάνεται διασπορά ρίσκου στον παραγωγό και την οργάνωση
- επιμκύνεται η εμπορική περίοδος βελτιώνοντας και την απορρόφηση των πράσινων ακτινιδίων που ήδη καλλιεργεί

ΕΠΕΚΤΑΣΗ ΣΤΟ ΒΕΡΙΚΟΚΟ

Τα τελευταία χρόνια η Ζεύς έχει δραστηριοποιηθεί εντονότερα και στην καλλιέργεια του βερίκοκου την οποία σκοπεύει σταδιακά να επεκτείνει. Το προϊόν προορίζεται κυρίως για εξαγωγή στην Ευρώπη και, όπως εξηγεί ο κ. Μανώσης, "αφενός δίνει δουλειά στο εργοστάσιό μας τους θερινούς μήνες, αφετέρου επιτρέπει ένα καλύτερο cash flow προς τους παραγωγούς".

ΠΡΟΒΛΗΜΑΤΑ

Εμπορικά η χρονιά αναμένεται, σύμφωνα με τον κ. Μανώση, να έχει παρόμοιο αποτέλεσμα με πέρυσι. Το τελευταίο διάστημα έχουν παρατηρηθεί κάποια προβλήματα διάθεσης στα πολύ χοντρά πράσινα ακτινίδια καθώς διαφαίνεται μια υπερπροσφορά στα συγκεκριμένα μεγέθη, καθώς και ελαφρές πιέσεις στις τιμές στις ΗΠΑ, λόγω της αποδυνάμωσης του δολαρίου.

Η Ζεύς συγκέντρωσε φέτος περί τους 6.400 τόνους πράσινα ακτινίδια και 500 τόνους κίτρινα. Τα τελευταία έχουν εξαντληθεί από τα μέσα Ιανουαρίου ενώ από τα πράσινα έχει διατεθεί ως τώρα το 55-60% και η σεζόν αναμένεται να τελειώσει περί τις 20 Μαΐου,

λίγο πιο αργά δηλαδή σε σχέση με πέρυσι (τέλη Απριλίου). Οι τιμές για τους παραγωγούς έχουν κινηθεί στα περσινά επίπεδα, με το μέσο όρο να βρίσκεται στα 95-96 λεπτά το κιλό.

ΟΡΙΑΚΑ ΔΙΨΗΦΙΑ ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΣΤΟ ΟΚΤΑΜΗΝΟ

Παράλληλα, συγκεντρώθηκαν 350 τόνοι βερίκοκο και 1.000 τόνοι επιτραπέζιου σταφυλιού, ποσότητα που είναι σημαντικά αυξημένη σε σχέση με πέρυσι και αυτή που θα οδηγήσει, όπως όλα δείχνουν, σε αύξηση του κύκλου εργασιών στη φετινή οικονομική χρήση (η οποία ολοκληρώνεται στις 31 Ιουνίου). Ήδη στο οκτάμηνο η Ζεύς φλερτάρει με διψήφιο ποσοστό ανάπτυξης σε επίπεδο τζίρου, ενώ βελτιωμένη αναμένεται να είναι και η κερδοφορία.

DATA 1/5-30/6 (σε €χιλ.)

Κύκλος Εργασιών

2024/2025: 11.301

2023/2024: 11.986

2022/2023: 11.351

EBITDA

2024/2025: 569

2023/2024: 1.156

2022/2023: 1.001

Κέρδη μετά από φόρους

2024/2025: 176

2023/2024: 603

2022/2023: 536

ΟΛΟΚΛΗΡΩΝΕΤΑΙ Η ΕΠΕΝΔΥΣΗ ΣΤΟΥΣ ΨΥΚΤΙΚΟΥΣ ΘΑΛΑΜΟΥΣ

Μέχρι το καλοκαίρι αναμένεται να ολοκληρωθεί ύψους €1,7 εκατ. επένδυση για νέα πτέρυγα ψυκτικών θαλάμων με δυναμικότητα 3.000 τόνων σε ελεγχόμενη ατμόσφαιρα, έργο που θα επιδιωχθεί να ενταχθεί στον αναπτυξιακό.

Το επόμενο επενδυτικό σχέδιο της οργάνωσης αφορά έναν μεγάλης κλίμακας εκσυγχρονισμό στο εργοστάσιο, εγχείρημα που αναμένεται να ξεπεράσει τα €3 εκατ. κι ενδεχομένως να αγγίξει τα €4 εκατ. "Μόνο ο μηχανολογικός εξοπλισμός έχουμε υπολογίσει ότι θα φτάσει τα 2,5 εκατ.", σημειώνει ο κ. Μανώσης.

Γιάννης Τσατσάκης
yannis@notice.gr

• **LIDL ΕΛΛΑΣ**

ΟΛΟΚΛΗΡΩΘΗΚΕ Η ΕΠΕΝΔΥΣΗ €4,4 ΕΚΑΤ. ΣΤΟ ΚΑΤΑΣΤΗΜΑ ΜΟΙΡΩΝ ΤΟΥ ΗΡΑΚΛΕΙΟΥ ΚΡΗΤΗΣ

Η Lidl Ελλάς ολοκλήρωσε επένδυση ύψους €4,4 εκατ. για τον πλήρη εκσυγχρονισμό του καταστήματός της στο 1ο χλμ. Μοιρών-Ηρακλείου, ενισχύοντας την παρουσία της στην Κρήτη και επιβεβαιώνοντας τη στρατηγική της για συνεχή αναβάθμιση του δικτύου της. Το ανανεωμένο κατάστημα διαθέτει πλέον

- χώρο πώλησης 1.336 τ.μ.
- 11 ταμεία, εκ των οποίων τα 7 είναι self-checkout

- 115 θέσεις στάθμευσης
 - 6 σημεία ηλεκτροφόρτισης
- Στις νέες εγκαταστάσεις περιλαμβάνονται επίσης πλήρως αναβαθμισμένος χώρος bake off για φρεσκοψημένα προϊόντα, ανεξάρτητο στέγαστρο καροτσιών και ειδικά διαμορφωμένος χώρος ανακύκλωσης, με την εταιρεία να ενισχύει την αγοραστική εμπειρία και να επενδύει σε σύγχρονες και βιώσιμες υποδομές.



• **ΟΜΗΡΟΣ**

ΧΟΡΗΓΙΑ €10 ΧΙΛ. ΣΤΗ ΔΙΕΥΘΥΝΣΗ ΠΡΩΤΟΒΑΘΜΙΑΣ ΕΚΠΑΙΔΕΥΣΗΣ ΤΡΙΚΑΛΩΝ

Σε χορηγία €10 χιλ. προς τη Διεύθυνση Πρωτοβάθμιας Εκπαίδευσης Τρικάλων προχώρησε η γαλακτοβιομηχανία Όμηρος, στο πλαίσιο των δράσεων εταιρικής κοινωνικής ευθύνης και της στήριξης της τοπικής εκπαιδευτικής κοινότητας.

Η εταιρεία διέθεσε τέσσερις διαδραστικούς πίνακες 75 ιντσών, τρεις ηλεκτρονικούς υπολογιστές και γραφική ύλη αξίας €1.000 για την κάλυψη αναγκών σχολικών μονάδων του νομού. Η κατανομή του εξοπλισμού

πραγματοποιήθηκε από τη Διεύθυνση Πρωτοβάθμιας Εκπαίδευσης, με προτεραιότητα στα Ειδικά Σχολεία, ενώ τα υπόλοιπα σχολεία επιλέχθηκαν μέσω κλήρωσης. Ο εξοπλισμός παραδόθηκε παρουσία του Διευθυντή Πρωτοβάθμιας Εκπαίδευσης Τρικάλων, Χρήστου Τρικάλη. Σύμφωνα με την εταιρεία, η συνεργασία με τη Διεύθυνση Πρωτοβάθμιας Εκπαίδευσης έχει πλέον μόνιμο χαρακτήρα και στοχεύει στην κάλυψη των αναγκών των σχολικών μονάδων του νομού.



• **ΕΠΙΤΡΟΠΗ ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΜΟΥ**

ΠΡΟΣΤΙΜΑ €1,06 ΕΚΑΤ. ΣΕ ΕΤΑΙΡΕΙΕΣ ΠΡΟΜΗΘΕΙΑΣ ΖΩΟΤΡΟΦΩΝ ΓΙΑ ΖΩΑ ΣΥΝΤΡΟΦΙΑΣ

Πρόστιμα συνολικού ύψους €1,06 εκατ. επέβαλε η Επιτροπή Ανταγωνισμού σε εταιρείες που δραστηριοποιούνται στην προμήθεια ζωοτροφών για ζώα συντροφιάς, καθώς διαπιστώθηκε ότι συμμετείχαν σε πρακτικές κάθετου καθορισμού τιμών μεταπώλησης. Σύμφωνα με την Αρχή, οι προμηθευτές επηρέαζαν ή καθόριζαν τις τιμές λιανικής των προϊόντων, περιορίζοντας την ελευθερία των μεταπωλητών να διαμορφώνουν ανεξάρτητα τις τιμές προς τους καταναλωτές, πρακτική που θεωρείται περιοριστική του ανταγωνισμού.

Η υπόθεση ολοκληρώθηκε μέσω διαδικασίας διευθέτησης διαφορών, καθώς οι εμπλεκόμενες επιχειρήσεις αποδέχθηκαν τη συμμετοχή τους στις παραβάσεις και συνεργάστηκαν με την Αρχή, γεγονός που οδήγησε σε μειωμένα πρόστιμα σε σχέση με εκείνα που θα επιβάλλονταν μετά από πλήρη διαδικασία.

Η έρευνα εντάσσεται στην ευρύτερη αυτεπάγγελτη διερεύνηση της αγοράς ζωοτροφών για σκύλους και γάτες, η οποία καλύπτει την αλυσίδα εισαγωγής, διανομής και λιανικής διάθεσης. Η Επιτροπή Ανταγωνισμού επισημαίνει ότι παρακολουθεί στενά τον αναπτυσσόμενο κλάδο των προϊόντων για κατοικίδια και θα συνεχίσει να παρεμβαίνει όπου εντοπίζονται πρακτικές που παραβιάζουν τους κανόνες ανταγωνισμού.

• **KATSAROS DISTILLERY WINERY**

ΕΙΣΟΔΟΣ ΣΤΟΝ ΣΚΛΑΒΕΝΙΤΗ ΜΕ ΣΥΜΒΑΤΙΚΟ ΚΑΙ ΠΑΛΑΙΩΜΕΝΟ ΤΣΙΠΟΥΡΟ - ΜΕΓΑΛΩΝΕΙ Η ΓΚΑΜΑ ΤΩΝ ΚΡΑΣΙΩΝ

Το αποτύπωμά της στο οργανωμένο λιανημπόριο ενισχύει η Katsaros Distillery-Winery, αποκτώντας παρουσία σε μια ακόμα από τις μεγάλες αλυσίδες του χώρου.

Ο λόγος για την Σκλαβενίτη, σε 80 καταστήματα της οποίας- μεταξύ αυτών και κάποια στον νομό Αττικής- η αποσταγματοποιία οινοποιία από τον Τύρναβο έχει τοποθετήσει εδώ και δύο εβδομάδες περίπου το συμβατικό τσίπουρό της αλλά και τη ναυαρχίδα της, το Παλαιωμένο. "Είναι σίγουρα ένα σημαντικό βήμα για εμάς. Πλέον, με την εξαίρεση του Γαλαξία, βρισκόμαστε σε όλους τους μεγάλους retailers", σημειώνει ο Γενικός Διευθυντής της επιχείρησης, Νίκος Κατσάρος, προσθέτοντας ότι αποτελεί και μια επιβεβαίωση της δυναμικής των δύο προϊόντων.

Εξίσου ισχυρό, ιδίως στο κανάλι της εστίασης είναι και το momentum που, σύμφωνα με τον ίδιο, έχει αποκτήσει το Angels Tears, τσίπουρο τριπλής απόσταξης από Μοσχάτο Τυρνάβου το οποίο, όπως λέει χαρακτηριστικά, "βρίσκεται πλέον στους καταλόγους των περισσότερων εστιατορίων και μεζεδοπωλείων".

ΝΕΟ ΡΟΖΕ ΑΠΟ ΛΗΜΝΙΩΝΑ

Πέραν των αποσταγμάτων ωστόσο, η εταιρεία έχει παρουσία και στον χώρο του κρασιού η οποία, όπως υπογραμμίζει ο κ. Κα-

τσάρος, έχει γίνει πιο έντονη το τελευταίο διάστημα. Το 2025 η σειρά "4 Γενεές" υποδέχτηκε το τέταρτο μέλος της, ένα ροζέ από Λημνιώνα, μια ερυθρή θεσσαλική ποικιλία που βρέθηκε πολύ κοντά στην εξαφάνιση αλλά, όπως τονίζει ο κ. Κατσάρος, αναβίωσε τα τελευταία 15 χρόνια μέσα από τη δουλειά του Χρήστου Ζαφειράκη. Εκτός από τις "4 Γενεές", στην γκάμα της αποσταγματοποιίας-οινοποιίας Κατσάρου βρίσκεται και η σειρά Aria Concert με 5 συνολικά κωδικούς. "Τα κρασιά μας φαίνεται ότι αποκτούν σιγά σιγά δικό τους κοινό και αυτό είναι πολύ ενθαρρυντικό", επισημαίνει ο κ. Κατσάρος.

Το 2025 ήταν, όπως προσθέτει, μια πολύ δύσκολη χρονιά. "Μετά την αναστάτωση του πρώτου τετραμήνου λόγω της ιστορίας με τους δασμούς, έπρεπε να αντιμετωπίσουμε την δύσκολη οικονομική κατάσταση στην οποία έχει περιέλθει η Γερμανία αλλά και άλλες ευρωπαϊκές αγορές, με ό,τι αυτό σημαίνει για την κατανάλωση στις κατηγορίες που δραστηριοποιούμαστε", εξηγεί.

ΕΙΣΟΔΟΣ ΣΕ ΒΡΑΖΙΛΙΑ, ΑΡΓΕΝΤΙΝΗ ΚΑΙ ΙΝΔΙΑ

Ωστόσο, ο τζίρος από τους προορισμούς αυτούς αναπληρώθηκε από τις πωλήσεις σε νέες αγορές, όπως της Βραζιλίας, της Αργεντινής και της Ινδίας που άνοιξε μέσα στη

χρονιά η επιχείρηση. "Οι ποσότητες δεν ήταν μεγάλες, όμως κάναμε σημαντικά πρώτα βήματα και, επιπλέον, μπορέσαμε να καλύψουμε τους τζίρους που χάθηκαν από την Ευρώπη", τονίζει. Έτσι, το 2025 έκλεισε με τις πωλήσεις στα επίπεδα του 2024 αλλά την καθαρή- κερδοφορία μειωμένη κατά περίπου 20% αφού η επιχείρηση απορρόφησε σχεδόν εξολοκλήρου τις αυξήσεις στην πρώτη το καλοκαίρι του 2025. "Αν και τελικά ο τρύγος εξελίχθηκε πολύ καλά, στην αρχή της σεζόν είχαν εκφραστεί φόβοι για μειωμένες, για τρίτη σερί χρονιά, ποσότητες. Εν τέλει αυτό δεν ήταν αλήθεια, όμως όταν αυτό έγινε φανερό οι-υψηλές- τιμές των σταφυλιών είχαν πλέον συμφωνηθεί".

ΟΛΟΚΛΗΡΩΘΗΚΑΝ ΕΠΕΝΔΥΣΕΙΣ €354 ΧΙΛ.

Σε επενδυτικό επίπεδο η Katsaros Distillery-Winery ολοκλήρωσε μέσα στο 2025 επενδυτικό σχέδιο €354 χιλ. για τον εκσυγχρονισμό του μηχανολογικού της εξοπλισμού που έτρεξε την τελευταία διετία και έχει υποβάλει ήδη αίτηση σε πρόγραμμα ΕΣΠΑ για ένα νέο σχέδιο προϋπολογισμού €150 χιλ. που θα εστιάζει στον περαιτέρω εκσυγχρονισμό της.

Γιάννης Τσατσάκης
yannis@notice.gr



Νίκος Κατσάρος,
Γενικός Διευθυντής,
Katsaros Distillery Winery

• TRINITY WINES

ΝΕΑ ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΗ ΣΥΝΕΡΓΑΣΙΑ ΜΕΤΑΞΥ ΤΟΥ ΟΙΚΟΥ ΣΑΜΠΑΝΙΑΣ TAITTINGER & ΟΜΙΛΟΥ ΠΑΝΑ

Νέα στρατηγική συνεργασία ανακοίνωσε η Trinity Wines, μεταξύ του ιστορικού Οίκου σαμπάνιας Taittinger και του Ομίλου Πανά, η οποία θα υλοποιηθεί στους δημοφιλείς γαστρονομικούς προορισμούς της Αθήνας Athénée και Island Club Restaurant. Ο οικογενειακός Οίκος Taittinger, από τους λίγους που παραμένουν υπό τη διοίκηση της ιδρυτικής οικογένειας στην περιοχή της Καμπανίας, αποτελεί διαχρονικό σημείο αναφοράς στον χώρο της φιλοξενίας και της premium σαμπάνιας.

ΣΤΟΧΟΣ

Η συνεργασία στοχεύει στην περαιτέρω ενίσχυση της παρουσίας της Taittinger στην ελληνική αγορά, προσφέροντας στο αθηναϊκό κοινό και στους επισκέπτες της πόλης τη δυνατότητα να γνωρίσουν τη γαλλική σαμπάνια σε εμβληματικούς χώρους εστίασης. Η έναρξη της συνεργασίας σηματοδοτήθηκε με γεύμα στο Athénée στις 5 Μαρτίου, όπου



προσκεκλημένοι είχαν την ευκαιρία να δοκιμάσουν διαφορετικά cuvées του Οίκου σε συνδυασμό με γαστρονομικές δημιουργίες του εστιατορίου. Μέσω της πρωτοβουλίας αυτής, η Trinity Wines συνεχίζει να επενδύει σε συνεργασίες που ενισχύουν την παρουσία premium οίνων και ποτών στην ελληνική αγορά.

• ΓΙΩΤΗΣ

ΣΤΗΡΙΖΕΙ ΓΙΑ ΜΙΑ ΑΚΟΜΑ ΧΡΟΝΙΑ ΤΗΝ HOPEGENESIS

Η Γιώτης συνεχίζει για όγδοο χρονιά το πρόγραμμα εταιρικής κοινωνικής ευθύνης "Μια ελπίδα γεννιέται!", συμβάλλοντας στην αντιμετώπιση της υπογεννητικότητας σε απομακρυσμένες περιοχές της Ελλάδας, σε συνεργασία με την Α.Μ.Κ.Ε. HOPEgenesis. Μέσω της πρωτοβουλίας, η εταιρεία στηρίζει ζευγάρια που επιθυμούν να αποκτήσουν παιδιά, καλύπτοντας πλήρως τα έξοδα εγκυμοσύνης και τοκετού για γυναίκες που κατοικούν μόνιμα σε 90 απομακρυσμένα χω-

ριά σε Άρτα, Ευρυτανία, Φωκίδα, Φθιώτιδα και Εύβοια. Παράλληλα, προσφέρει βρεφικές τροφές για τα δύο πρώτα χρόνια ζωής των παιδιών. Από την έναρξη του προγράμματος έχουν διατεθεί πάνω από 250.000 γεύματα βρεφικών προϊόντων, ενώ έχουν γεννηθεί 90 παιδιά και αναμένονται ακόμη έξι, επιβεβαιώνοντας τη συμβολή της πρωτοβουλίας στη στήριξη της ελληνικής οικογένειας και των τοπικών κοινωνιών.



Άκης Καραγεωργίου, Επικεφαλής Ζαλφα και Ταμίας ΕΔΟΡΕΛ

• ΕΘΝΙΚΗ ΔΙΕΠΑΓΓΕΛΜΑΤΙΚΗ ΟΡΓΑΝΩΣΗ ΡΥΖΙΟΥ

ΗΜΕΡΙΔΑ ΣΤΗΝ ΘΕΣΣΑΛΟΝΙΚΗ ΜΕ ΘΕΜΑ ΝΕΕΣ ΠΟΙΚΙΛΙΕΣ

Ημερίδα με θέμα "Η επιλογή νέων ποικιλιών με εμπορικό ενδιαφέρον και η μείωση του κόστους παραγωγής", διοργάνωσε η Εθνική Διεπαγγελματική Οργάνωση Ρυζιού (ΕΔΟΡΕΛ) στη Θεσσαλονίκη την Πέμπτη 5 Μαρτίου. Όπως ανέφερε ο Άκης Καραγεωργίου, Επικεφαλής της Ζαλφα και Ταμίας της ΕΔΟΡΕΛ συζητήθηκε το μέλλον της καλλιέργειας και τη χρηματοδότηση του κλάδου, μιλώντας για τις προκλήσεις που αντιμετωπίζει σήμερα η ελληνική ρυζοκαλλιέργεια. Σε μια περίοδο όπου το αυξημένο κόστος παραγωγής, οι μεταβολές στην αγορά και οι νέες απαιτήσεις της αγροδιατροφικής αλυσίδας δημιουργούν ένα πιο απαιτητικό περιβάλλον για τον παραγωγό, η ανάγκη για ουσιαστική στήριξη και σταθερότητα γίνεται ακόμη πιο επιτακτική.

Ο ΡΟΛΟΣ ΤΗΣ ΣΥΜΒΟΛΑΙΑΚΗΣ ΓΕΩΡΓΙΑΣ

Στην τοποθέτησή του στάθηκε ιδιαίτερα στον ρόλο εργαλείων όπως η συμβολαϊκή γεωργία, τα οποία μπορούν να συμβάλουν καθοριστικά στη δημιουργία ενός πλαισίου μεγαλύτερης ασφάλειας, καλύτερου προγραμματισμού και μακροχρόνιας συνεργασίας μεταξύ παραγωγών και επιχειρήσεων.

"Στην Zalfa πιστεύουμε στις δυνατότητες του ελληνικού ρυζιού και στους ανθρώπους που το καλλιεργούν. Πιστεύουμε επίσης στη δύναμη της συνεργασίας σε όλη την αλυσίδα: από το χωράφι μέχρι την αγορά. Μέσα από συνέργειες μεταξύ παραγωγών, επιχειρήσεων και θεσμικών φορέων μπορούμε να διαμορφώσουμε τις προϋποθέσεις για ένα βιώσιμο, δυναμικό και ανταγωνιστικό μέλλον για το ελληνικό ρύζι", ανέφερε.

• **ΙΤΑΛΙΑ**

ΣΤΑ €2,5 ΔΙΣ. Η ΑΞΙΑ ΤΟΥ ΤΟΜΕΑ AGRICULTURE 4.0 ΤΟ 2025

Η ιταλική αγορά του Agriculture 4.0 αναπτύσσεται ξανά, φτάνοντας σε συνολική αξία €2,5 δισ. το 2025, αυξημένη κατά 9% σε σύγκριση με το προηγούμενο έτος, ευθυγραμμισμένη με τα επίπεδα-ρεκόρ του 2023, μετά την πτώση που καταγράφηκε το 2024 (-8%), σύμφωνα με την Πρεσβεία της Ελλάδας στη Ρώμη.

Αυτό προκύπτει από έρευνα του Παρατηρητηρίου Έξυπνης Αγροδιατροφής του Πολυτεχνείου του Μιλάνου και του Πανεπιστημίου της

Μπρέσια το 2025, που παρουσιάστηκε στις 25 Φεβρουαρίου στο Μιλάνο.

ΕΠΕΝΔΥΣΗ ΣΕ ΚΑΙΝΟΤΟΜΙΑ

Ο ιταλικός αγροδιατροφικός τομέας συνεχίζει να επενδύει στην ψηφιακή καινοτομία. Η ανάπτυξη καθοδηγείται κυρίως από λύσεις λογισμικού, ενώ θετικές είναι και οι επενδύσεις σε συνδεδεμένα μηχανήματα (+2%) και σε λύσεις τηλεμετρίας και ελέγχου (+3%). Σύμφωνα με την ανάλυση που πραγματο-

ποιήθηκε σε 30 πιλοτικές περιπτώσεις σε 20 ευρωπαϊκές χώρες, το 2025 το 42% των ιταλικών αγροκτημάτων θα χρησιμοποιεί τουλάχιστον μία έξυπνη λύση, ενώ η γεωργική έκταση που καλλιεργείται με ψηφιακές τεχνολογίες φτάνει το 10% του συνόλου, σημειώνοντας ελαφρά αύξηση σε σύγκριση με το 9,5% το προηγούμενο έτος. Η ευαισθητοποίηση σχετικά με τα οφέλη αυξάνεται, ωστόσο μόνο το 9% των γεωργικών εκμεταλλεύσεων θεωρείται ψηφιακά ώριμο. Σύμφωνα με δηλώσεις του Andrea Bacchetti, Διευθυντή του Smart AgriFood Observatory, η αγορά Agriculture 4.0 επιβεβαιώνει θετικά σημάδια, με ανάκαμψη των επενδύσεων και σχεδόν μηδενικό ποσοστό εγκατάλειψης μεταξύ των εταιρειών που έχουν ήδη υιοθετήσει λύσεις 4.0, αποδεικνύοντας τη συγκεκριμένη αξία που δημιουργείται από την ψηφιοποίηση.



ΕΞΑΠΛΩΣΗ AI

Η εξάπλωση της Τεχνητής Νοημοσύνης στον αγροδιατροφικό τομέα συνεχίζεται, σε τέτοιο βαθμό ώστε έως το 2025 ο αριθμός των έργων που εφαρμόζουν τεχνητή νοημοσύνη έχει υπερδιπλασιαστεί παγκοσμίως, ιδίως στον αγροτικό τομέα. Στην Ιταλία η υιοθέτηση παραμένει περιορισμένη, αλλά εμφανίζονται σαφή σημάδια ενδιαφέροντος: το 8% των αγροτών και το 18% των εταιρειών επεξεργασίας τροφίμων έχουν αρχίσει να χρησιμοποιούν λύσεις τεχνητής νοημοσύνης.

• **BUNGE**

Η ΚΡΙΣΗ ΣΤΗΝ ΜΕΣΗ ΑΝΑΤΟΛΗ ΑΠΕΙΛΕΙ ΤΙΣ ΡΟΕΣ ΣΙΤΗΡΩΝ ΚΑΙ ΛΙΠΑΣΜΑΤΩΝ

Εναλλακτικές διαδρομές μεταφοράς εξετάζει η Bunge, ένας από τους μεγαλύτερους παγκόσμιους εμπόρους σιτηρών, και συνεργάζεται με τους πελάτες της προκειμένου να περιορίσει πιθανές διαταραχές που προκαλεί η σύγκρουση στην Μέση Ανατολή, δήλωσε εκπρόσωπος της εταιρείας στο Reuters. Αν και η εταιρεία δεν έδωσε άμεσα λεπτομέρειες για τις εναλλακτικές διαδρομές, ανέφερε ότι μέχρι στιγμής ο αντίκτυπος στα πλοία της που εκτελούν θαλάσσιες μεταφορές είναι περιορισμένος.

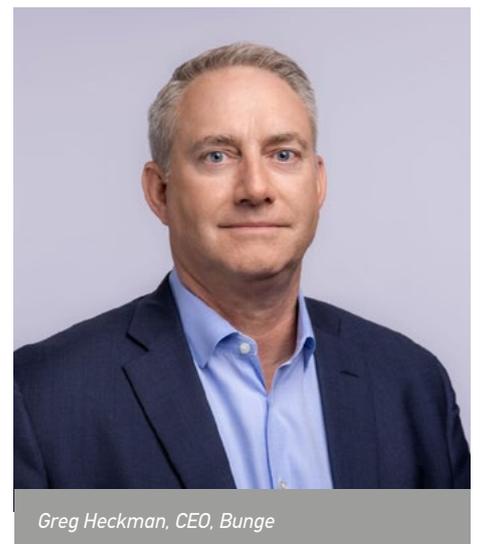
Ο ΡΟΛΟΣ ΤΩΝ ΣΤΕΝΩΝ ΤΟΥ ΟΡΜΟΥΖ

Το International Grains Council εκτιμά ότι περίπου 22 εκατ. μετρικοί τόνοι σιτηρών, ελαιούχων σπόρων και συναφών προϊόντων

με προορισμό τον Persian Gulf διακινήθηκαν μέσω του Στενού του Ορμούζ τα τελευταία πέντε χρόνια, αντιπροσωπεύοντας περίπου το 3% του παγκόσμιου εμπορίου.

ΑΠΟΣΤΟΛΕΣ ΛΙΠΑΣΜΑΤΩΝ

Πέρα από την επεξεργασία και μεταφορά σιτηρών και ελαιούχων σπόρων, η Bunge διαχειρίζεται επίσης αποστολές λιπασμάτων μέσω του δικτύου logistics που διαθέτει. Περίπου το 25% έως 35% του παγκόσμιου εμπορίου πρώτων υλών για λιπάσματα διέρχεται από το Στενό, ενώ αναλυτές προειδοποιούν ότι ένα ενδεχόμενο κλείσιμο του θα μπορούσε να αποσταθεροποιήσει τις εφοδιαστικές αλυσίδες και να αυξήσει το κόστος παραγωγής — μια αύξηση που τελικά θα μετακλιστεί στους καταναλωτές.



Greg Heckman, CEO, Bunge

Η Nutrien, η μεγαλύτερη εταιρεία αγροχημικών του Canada, δήλωσε την Τετάρτη ότι βρίσκεται σε στενή επικοινωνία με τους πελάτες της, καθώς η κατάσταση στη Μέση Ανατολή συνεχίζει να εξελίσσεται.

• **ΝΑΥΤΙΛΙΑΚΑ ΚΑΥΣΙΜΑ**

ΤΟ ΜΠΛΟΚΑΡΙΣΜΑ ΣΤΑ ΣΤΕΝΑ ΤΟΥ ΟΡΜΟΥΣ ΦΕΡΝΕΙ ΑΝΟΔΟ ΣΤΙΣ ΤΙΜΕΣ

Οι traders μαζούτ στην Ασία δυσκολεύονται να εξασφαλίσουν εναλλακτικές προμήθειες, καθώς ο πόλεμος με το Ιράν περιορίζει τις αποστολές από βασικούς προμηθευτές της Μέσης Ανατολής μέσω των Στενών του Ορμούζ. Σαν συνέπεια αναζητούν φορτία αντικατάστασης από την Δύση.

ΕΠΗΡΕΑΖΕΤΑΙ Η ΠΡΟΣΦΟΡΑ

Η μείωση των ποσοτήτων μαζούτ από την Μέση Ανατολή αναμένεται να επηρεάσει την προσφορά ναυτιλιακών καυσίμων που χρησιμοποιούνται για την τροφοδοσία πλοίων. Οι τιμές σε σημαντικά λιμάνια ανεφοδιασμού, όπως η Σιγκαπούρη, προβλέπεται να αυξηθούν περαιτέρω τις επόμενες εβδομάδες, ανεβάζοντας το κόστος για τους πλοιοκτήτες. Τα αυξημένα αυτά έξοδα είναι πιθανό να μετακυλιστούν στις μεταφορικές εταιρείες και τελικά στις τιμές των αγαθών.

ΦΟΒΟΙ ΓΙΑ ΕΛΛΕΙΨΗ

Οι προβλέψεις για αυξανόμενη έλλειψη οδήγησαν αυτή την εβδομάδα σε έντονη άνοδο των τιμών στην αγορά μαζούτ, ιδιαίτερα στο καύσιμο υψηλής περιεκτικότητας σε θείο (HSFO), το οποίο προέρχεται κυρίως από την Μέση Ανατολή.

Σύμφωνα με στοιχεία της Kpler, τα φορτία μαζούτ που εξάγονται μέσω των Στενών του Ορμούζ προς την Ασία ανέρχονται κατά μέσο όρο σε περίπου 1,2 εκατ. μετρικούς τόνους τον μήνα (περίπου 246.000 βαρέλια ημερησίως), με περίπου το 70% να κατευθύνεται στη Νοτιοανατολική Ασία. Συνολικά, οι εξαγωγές μαζούτ μέσω του Στενού φτάνουν συνήθως περίπου τους 3,7 εκατ. τόνους μηνιαίως. Ωστόσο, σύμφωνα με ανάλυση της Kpler, οι διελεύσεις δεξαμενόπλοιων έχουν μειωθεί

κατά περίπου 90% σε σχέση με την προηγούμενη εβδομάδα.

CHOCKE POINT

Όπως σημειώνει ο Sumit Ritolia, επικεφαλής αναλυτής για τη διύλιση και τα μοντέλα προσφοράς στην Kpler, όταν τόσο μεγάλο μέρος της παγκόσμιας αγοράς μαζούτ υψηλής περιεκτικότητας σε θείο εξαρτάται από ένα μόνο στρατηγικό θαλάσσιο πέρασμα, ακόμη και μια μερική διαταραχή μπορεί να περιορίσει γρήγορα την προσφορά και να ενισχύσει τη μεταβλητότητα στις τιμές των ναυτιλιακών καυσίμων.

ΔΥΣΚΟΛΗ Η ΥΠΟΚΑΤΑΣΤΑΣΗ ΤΗΣ ΔΙΑΔΡΟΜΗΣ

Παρότι μέρος της προσφοράς θα μπορούσε να προέλθει από διυλιστήρια της Δύσης, το εξαιρετικά υψηλό κόστος ναύλων των δεξαμενόπλοιων καθιστά το εμπόριο δύσκολο από οικονομικής πλευράς. Traders αναφέρουν ότι πολλοί στην αγορά δυσκολεύονται να εξασφαλίσουν φορτία για το δεύτερο μισό του Μαρτίου, καθώς το arbitrage προς την Σιγκαπούρη έχει ουσιαστικά κλείσει. Πιθανές εναλλακτικές πηγές προμήθειας περιλαμβάνουν τις Ηνωμένες Πολιτείες και το Μεξικό, ωστόσο οι διαθέσιμες ποσότητες θεωρούνται περιορισμένες. Μια ακόμη πιθανή πηγή είναι η Βενεζουέλα, αν και τα φορτία της έχουν παραμείνει κυρίως στη δυτική αγορά. Η αγορά προς το παρόν αντέχει χάρη στα υψηλά αποθέματα που βρίσκονται αποθηκευμένα στην Σιγκαπούρη και σε ποσότητες που παραμένουν σε πλοία. Παρ' όλα αυτά, οι traders εκτιμούν ότι τα αποθέματα θα μειωθούν σημαντικά τις επόμενες εβδομάδες, εντείνοντας τη στενότητα στην αγορά.



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

• **ΗΝΩΜΕΝΟ ΒΑΣΙΛΕΙΟ**
ΚΛΕΙΔΙ ΓΙΑ ΤΗΝ ΠΙΣΤΟΤΗΤΑ ΤΩΝ ΠΕΛΑΤΩΝ
Η ΔΙΑΘΕΣΙΜΟΤΗΤΑ ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ

Σε έναν από τους ισχυρότερους παράγοντες διαμόρφωσης της πιστότητας των πελατών στο λιανεμπόριο τροφίμων στο Ηνωμένο Βασίλειο έχει εξελιχθεί η διαθεσιμότητα προϊόντων, σύμφωνα με νέα έκθεση της DHL Supply Chain και της Retail Economics.

Η έκθεση με τίτλο "The Availability Effect: Why trust, margin and loyalty start at the shelf edge" αποκαλύπτει ότι η ευκολία και η αξιοπιστία υπερικχύουν πλέον της τιμής για έναν στους τρεις καταναλωτές.

ΧΑΜΕΝΕΣ ΠΩΛΗΣΕΙΣ

Η μελέτη συνδυάζει επιτόπιους ελέγχους σε καταστήματα, έρευνα σε 2.000 νοικοκυριά στο Ηνωμένο Βασίλειο και οικονομική μοντελοποίηση, προκειμένου να αποτυπώσει το μέγεθος, το κόστος και τον αντίκτυπο της διαθεσιμότητας στη συμπεριφορά των καταναλωτών.

Τα ευρήματα δείχνουν ότι μία στις πέντε επι-

σκέψεις για αγορές τροφίμων στο Ηνωμένο Βασίλειο περιλαμβάνει τουλάχιστον ένα προϊόν που δεν βρίσκεται στο ράφι. Σε επίπεδο κλάδου, αυτό μεταφράζεται σε περίπου 2,1 δισ. λίρες (€1,8 δισ.) σε χαμένες ή μετατοπισμένες πωλήσεις.

Η ΔΙΑΘΕΣΙΜΟΤΗΤΑ ΑΛΛΑΖΕΙ ΣΥΝΗΘΕΙΕΣ

- Το 44% των καταναλωτών δηλώνει ότι τον τελευταίο χρόνο άλλαξε ή πρόσθεσε ένα ακόμη super market στις αγορές του εξαιτίας προβλημάτων διαθεσιμότητας προϊόντων
- Το ποσοστό αυτό αυξάνεται σχεδόν στα 2/3 μεταξύ των καταναλωτών ηλικίας κάτω των 45 ετών.
- Σχεδόν έξι στους δέκα (59%) θεωρούν ότι η διαθεσιμότητα αποτελεί βασικό λόγο για τον οποίο πραγματοποιούν αγορές από περισσότερα του ενός καταστήματα



ΑΛΛΑ ΕΥΡΗΜΑΤΑ

- Τα καταστήματα convenience αντιπροσωπεύουν περίπου το 1/5 των πωλήσεων τροφίμων, αλλά ευθύνονται σχεδόν για το ήμισυ των χαμένων δαπανών που οφείλονται σε ελλείψεις προϊόντων, σύμφωνα με τη μελέτη
- Η διαθεσιμότητα προϊόντων σε αυτά τα καταστήματα κυμαίνεται σε ποσοστά από τα χαμηλά έως τα μέσα επίπεδα του 80%, σε σύγκριση με ποσοστά άνω του 90% που καταγράφονται στα super market και τα hypermarket
- Σχεδόν τα 2/3 των καταναλωτών (63%) πιστεύουν ότι η διαθεσιμότητα προϊόντων είναι χειρότερη στα καταστήματα convenience

• **Debrief** •

“ΝΑ ΑΝΗΣΥΧΗΣΩ;” – “ΑΝ ΔΕΝ ΞΕΚΟΥΝΗΘΕΙΣ, ΝΑΙ”

Δεν είμαι από τους ανθρώπους που επηρεάζονται πολύ από τις διαφήμισεις. Δεν με κινητοποιούν επαρκώς. Όχι γιατί είναι κακές ή αναποτελεσματικές, αλλά επειδή είμαι κακός καταναλωτής. Σε σημείο που αν οι περισσότεροι κινούνταν στο ίδιο μήκος κύματος, το παγκόσμιο ΑΕΠ θα ήταν αρκετά τρισεκατομμύρια μικρότερο. Ευτυχώς, οι περισσότεροι άνθρωποι δεν συμπεριφέρονται κατ' αυτόν τον τρόπο και έτσι έχουμε δουλειές και μισθούς. Παρακαλώ, λοιπόν, συνεχίστε ό,τι κάνετε, μην μου δίνετε σημασία.

Ωστόσο τη χαλάρωση του περασμένου Σαββάτου ήρθε να ταραξει μια διαφήμιση στο Facebook. Δεν με κινητοποίησε. Με τρόμαξε. Συγκεκριμένα, αφορούσε δημοσιογραφική υπηρεσία με τη χρήση Τεχνητής Νοημοσύνης. Δεν υπεισέρχομαι σε λεπτομέρειες για να μην θεωρηθεί διαφήμιση της... διαφήμισης. Με πραγματική ανησυχία κατέφυγα αμέσως στην... Τεχνητή Νοημοσύνη. Μπήκα σε μια από τις γνωστές πλατφόρμες, περιέγραψα επακριβώς τα καθήκοντά μου, την εμπειρία μου, τη θέση μου και ρώτησα αν και πότε κινδυνεύω να αντικατασταθώ.

Για τα επόμενα τρία με τέσσερα χρόνια, θε-

ωρητικά είμαι ασφαλής, σύμφωνα με την απάντηση που έλαβα. Από εκεί και πέρα... σκούρα τα πράγματα. Επειδή δεν είμαι αρκετά μικρός για να χτίσω τη ζωή μου σε ένα νέο επάγγελμα, αλλά ούτε και αρκετά μεγάλος για να βλέπω τη σύνταξη στον ορίζοντα, ένας μικρός πανικός ήρθε να μου κάνει παρέα, εκεί, δίπλα στον καναπέ.

“Και τί κάνουμε;”, ρώτησα στη συνέχεια. “Add value”, ήρθε η απάντηση. Για να μην μακρηγορώ (η συζήτηση με τη μορφή ερωταπαντήσεων κράτησε πάνω 15 λεπτά), η Τεχνητή Νοημοσύνη μου είπε ότι για να μην με αντικαταστήσει, πρέπει να μάθω να την χρησιμοποιώ ώστε να προσθέσω αξία στον εργοδότη μου.

Πώς προσθέτεις αξία; Ένα παράδειγμα, σύμφωνα με τις απαντήσεις που έλαβα, είναι πέρα από τα κείμενα. Κρύβεται στο day after της δημοσίευσης. Τί απήχηση στο κοινό είχε η δημοσίευση της Δευτέρας, πώς πήγε η Τρίτη, η Τετάρτη κ.λπ. Κάνε τη σούμα του μήνα τώρα. Βλέπεις κάποιο μοτίβο στις πιο επιδραστικές δημοσιεύσεις; Κοινώς, υπάρχουν θέματα που τραβάνε περισσότερο; Ποια είναι αυτά; Τί τα κάνει να ξεχωρίζουν; Πώς μπορείς να έχεις

περισσότερα τέτοια θέματα;

Αυτή η πληροφορία (και άλλες), είναι που θα δώσει προστιθέμενη αξία στη δουλειά σου. Και αυτή την πληροφορία μπορεί να στη δώσει εύκολα η ΤΝ (αν ξέρεις να την χρησιμοποιείς), ώστε να την δώσεις στην επιχείρησή σου και να μειωθούν οι πιθανότητες να αντικατασταθείς, ήταν το ρεζουμέ.

Σωστό ή λάθος, δεν βάζω το χέρι μου στη φωτιά. Ούτε καν αν είναι επαρκές δεν μπορώ να πω με βεβαιότητα. Σε μια πρώτη ανάγνωση, όμως, μου φαίνεται λογικό. Μου θυμίζει έναν ανθυπολοχαγό που μας είχε λιώσει και όταν τον ρώτησα γιατί, μου απάντησε “γιατί όσο περισσότερο σας τρέξω τώρα, τόσο περισσότερες είναι οι πιθανότητες να γυρίσετε στη μάνα σας αν γίνει καμιά στραβή”.

Ευτυχώς κατά τη διάρκεια της στρατιωτικής θητείας μου καμία στραβή δεν έγινε. Επειδή, όμως, κατά τη διάρκεια της εργασιακής μου θητείας σίγουρα θα βρεθώ αντιμέτωπος με τον αλγοριθμικό ανταγωνιστή μου, μάλλον πρέπει να ξεκουνηθώ. Όλοι μας.

Γιάννης Παλιούρης
giannis@notice.gr

• ALDI NORD

ΕΓΚΑΙΝΙΑΣΕ ΤΟ Νο 5.555 ΚΑΤΑΣΤΗΜΑ ΣΤΗΝ ΕΥΡΩΠΗ – ΟΡΟΣΗΜΟ ΤΑ 500 ΣΗΜΕΙΑ ΠΩΛΗΣΗΣ ΣΤΗΝ ΙΣΠΑΝΙΑ

Το 5.555ο κατάστημά της εγκαινίασε η Aldi Nord, ενισχύοντας την παρουσία της στην ευρωπαϊκή αγορά. Το νέο κατάστημα βρίσκεται στη Mijas της Ισπανίας και αποτελεί παράλληλα το 500ό κατάστημα της αλυσίδας στη χώρα. Με 15 εργαζομένους, εκτείνεται σε 1.200 τετραγωνικά μέτρα και διαθέτει μια δομημένη γκάμα προϊόντων, σχεδιασμένη ώστε να εξασφαλίζει μια απρόσκοπτη εμπειρία αγορών. Πέρυσι, η Aldi Nord εγκαινίασε 100 νέα καταστήματα και ανακαίνισε 200 υφιστάμενα σημεία πώλησης.

ΣΗΜΑΝΤΙΚΗ ΑΓΟΡΑ

Η εταιρεία επισήμανε ότι η Ισπανία αποτελεί μία από τις αγορές ανάπτυξης για τον όμιλο, με περισσότερα από οκτώ εκατομμύρια

νοικοκυριά να πραγματοποιούν τακτικά αγορές από την Aldi. Ο Valentin Lumbreras, CEO της Aldi Spain, δήλωσε: "Η επίτευξη του ορόσημου των 500 καταστημάτων στην Ισπανία, παράλληλα με τα εγκαίνια του 5.555ου καταστήματος του ομίλου, μας γεμίζει μεγάλη υπερηφάνεια. Και τα δύο αυτά επιτεύγματα δείχνουν πόσο ισχυρή απήχηση έχει το εκπαιδευτικό μας μοντέλο στους καταναλωτές και τι μπορούμε να πετύχουμε μαζί ως όμιλος".

ΔΥΝΑΜΙΚΗ ΚΑΙ ΣΤΙΣ ΥΠΟΛΟΙΠΕΣ ΧΩΡΕΣ

Η αλυσίδα καταγράφει επίσης θετική δυναμική και στις υπόλοιπες χώρες όπου δραστηριοποιείται. Όπως σημείωσε, το μερίδιο αγοράς της έχει αυξηθεί πρόσφατα σε όλες τις περιοχές,



Valentin Lumbreras, CEO, Aldi Spain

ΣΤΟΧΟΣ

Η Aldi Nord θα συνεχίσει την επέκταση του δικτύου της και σχεδιάζει να προσθέσει 40 νέα καταστήματα μέσα στο 2026.

Πρόσφατα, η εταιρεία ανακοίνωσε τον διορισμό του Lars Kürten στη θέση του Διευθυντού Συμβούλου των δραστηριοτήτων της στην Γερμανία, με ισχύ από την 1η Απριλίου 2026.

Ο Kürten θα διαδεχθεί τον Felix Rottmann, ο οποίος από τον Νοέμβριο του 2025 είναι επίσης μέλος του εκτελεστικού συμβουλίου της Aldi Nord.

Business Maker

MCDONALD'S ENANTION GOODY'S ΣΤΟ THE MALL ATHENS

Μια μικρή... μάχη του fast food ετοιμάζεται να δοθεί το επόμενο διάστημα στο The Mall Athens. Οι ταμπέλες έχουν ήδη κρεμαστεί και η αντίστροφη μέτρηση για το νέο κατάστημα της McDonald's έχει ξεκινήσει. Η κίνηση δεν περνά απαρατήρητη από τους ανθρώπους της αγοράς, καθώς το νέο κατάστημα θα ανοίξει ακριβώς δίπλα στο food court του εμπορικού κέντρου (3ος όροφος), πολύ κοντά σε γνωστές αλυσίδες εστίασης, μεταξύ των οποίων και τα Goody's. Σύμφωνα με καλά πληροφορημένες πηγές, το συγκεκριμένο εστιατόριο αποτελεί το πρώτο νέο κατάστημα της αλυσίδας για το 2026 και στόχος είναι να ανοίξει

έως το τέλος του α' τριμήνου. Το νέο κατάστημα θα λειτουργεί σε μεγάλο βαθμό με ψηφιακή εμπειρία παραγγελίας. Το μοντέλο αυτό θυμίζει ήδη καταστήματα στο εξωτερικό και αποτελεί μέρος του concept Experience of the Future, που η εταιρεία εφαρμόζει διεθνώς. Το εσωτερικό design, όπως αναφέρουν οι ίδιες πηγές, θα ακολουθεί τη νέα αισθητική των κεντρικών γραφείων της εταιρείας στο Σικάγο, με έντονα αστικά στοιχεία και σύγχρονο χαρακτήρα. Και, όπως λένε άνθρωποι της αγοράς, η μάχη στο food court αναμένεται να έχει ιδιαίτερο ενδιαφέρον. Τα Goody's έχουν επενδύσει σημαντικά στην τεχνολογία και ειδικά στο

κατάστημα, που διαθέτουν στο συγκεκριμένο εμπορικό της Lamda. Ο πελάτης παραγγέλλει μέσα από οθόνες αφής, όπου εμφανίζεται το menu και οι επιλογές προϊόντων, ενώ για πληρωμές με μετρητά υπάρχει ένας υπάλληλος στην υποδοχή. Παράγοντες του κλάδου εκτιμούν ότι η κίνηση αυτή θα πιέσει και άλλες αλυσίδες να ανανεώσουν την εμπειρία, που προσφέρουν στον καταναλωτή. Δεν είναι τυχαίο ότι τα τελευταία χρόνια οι μεγάλες αλυσίδες fast food επενδύουν όλο και περισσότερο στην τεχνολογία και στη διαμόρφωση του χώρου, ώστε να μετατρέψουν το κατάστημα σε έναν χώρο εμπειρίας...

SUPER MARKET, ΜΕΣΗ ΑΝΑΤΟΛΗ ΚΑΙ... ΥΠΟΓΕΙΑ

Μια ασυνήθιστη πληροφορία έφτασε τις τελευταίες ημέρες στη στήλη και έχει τη δική της σημασία. Ειδικά μέσα στο κλίμα διεθνούς έντασης, που επικρατεί. Σύμφωνα με πληροφορίες, αστυνομικοί επισκέφθηκαν τις προηγούμενες ημέρες καταστήματα μεγάλης αλυσίδας και ρωτούσαν εάν διαθέτουν υπόγειους χώρους. Μάλιστα, οι ερωτήσεις των αστυνομικών ήταν αρκετά συγκεκριμένες και αφορούσαν τόσο το μέγεθος των υπόγειων χώρων, όσο και την πρόσβαση σε αυτούς. Η όλη διαδικασία

σία προκάλεσε αρχικά απορία στους εργαζομένους, οι οποίοι όμως ενημερώθηκαν ότι πρόκειται για μια διαδικασία, που πραγματοποιείται κάθε χρόνο. Η αίσθηση, που δημιουργήθηκε, είναι ότι οι αστυνομικοί συνέδεσαν την έρευνα με την αυξημένη εγρήγορση, λόγω της γεωπολιτικής κατάστασης στην Μέση Ανατολή. Δεν είναι σαφές εάν παρόμοιοί έλεγχοι πραγματοποιήθηκαν και σε άλλες μεγάλες αλυσίδες λιανεμπορίου ή εάν πρόκειται για στοχευμένες κινήσεις. Ωστόσο, στελέχη της αγοράς σημειώνουν ότι,

σε περιόδους διεθνούς αστάθειας, ενεργοποιούνται συχνά διαδικασίες καταγραφής υποδομών και εγκαταστάσεων. Και τα μεγάλα super market, με μεγάλους χώρους και αποθήκες, συγκαταλέγονται σε αυτές. Στελέχη του κλάδου, πάντως, αντιμετωπίζουν την πληροφορία με σχετική ψυχραιμία, σημειώνοντας ότι οι συγκεκριμένοι έλεγχοι δεν είναι κάτι νέο. Παρόλα αυτά, το γεγονός ότι η ερώτηση αφορά υπόγειους χώρους έδωσε τροφή για αρκετές συζητήσεις στους διαδρόμους των καταστημάτων.

Business Insight

ΟΙ ΚΙΝΗΣΕΙΣ ΠΟΥ ΕΚΑΝΑΝ ΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ... TALK OF THE TOWN ΣΕ FORA, THINKTANKS ΚΑΙ ΚΕΝΤΡΑ ΑΠΟΦΑΣΕΩΝ

Οι σωστές κινήσεις της κυβέρνησης, εάν κεφαλαιοποιηθούν ορθολογικά, θα μπορούσαν να παράξουν **ανάλογο επιχειρηματικό/επενδυτικό αποτέλεσμα**, μου έλεγε κορυφαίος επιχειρηματίας δείχνοντας μου δημοσιεύματα ξένων Μέσων με αρθρογραφία θετική για την Ελλάδα. Ο εν λόγω είχε μπροστά του δημοσιεύματα που αφορούσαν από την απόφαση της κυβέρνησης να μεταφέρει συστοιχία Patriot στην Κάρπαθο και συνδρομή δύο φρεγατών ("Κίμων" - "Ψαρά"), δύο ζευγών F16 Viper, στην Κύπρο και την τηλεφωνική επικοινωνία του ΥΕΘΑ με τον Βούλγαρο ομόλογό του για την διαβεβαίωση αντι-βαλκανιστικής κάλυψης της γείτονας, μέχρι το **διθυραμβικό άρθρο των FT για τον Γιώργο Προκοπίου (*)**.

Δεν θα επεκταθώ σε όσα γράφτηκαν σε ευρωπαϊκά Μέσα για την απόφαση της κυβέρνησης να συνδράμει την Κύπρο, θα περιοριστώ σε κεντρική αρθρογραφία γερμανικών, γαλλικών και ιταλικών εφημερίδων πως **η Αθήνα ξύπνησε από τον... λήθαργο της, την εν υπνώσει Ευρώπη, λειτούργησε σαν θρυαλλίδα συσπείρωσης** στην-κατ' ουσία- πρώτη στρατιωτική/αμυντική συμπαρατάξη ευρω-δυνάμεων, ξεπερνώντας ακόμη και αυτήν για το ουκρανικό (καθότι δεν υπήρχε απόλυτη ομοφωνία). Για το Λονδίνο δεν το συζητώ, ούτε...ψύλλος στον κόρφο (που λένε) του Keir Starmer- σε αποδομή ο ίδιος και σε αποδόμηση η Αγγλία.

Η Αθήνα ενήργησε άμεσα, αποφασιστικά και έξυπνα, καθώς μετά την συνδρομή στην Κύπρο, έσπευσε μεσημέρι Πα-

ρασκευής να δηλώσει αλληλέγγυα στην Βουλγαρία, αποστερώντας από...άσπονδους και "φίλους" κάθε αφορμή/λόγο κριτικής.

Παράλληλα με την κυβέρνηση- και το συντριπτικό μέρος της αντιπολίτευσης- σε ανάλογο μήκος κύματος στάθηκε η πανίσχυρη ελληνική (και ελληνόκτητη) ναυτιλία.

Αρχαιόθεν "μέγα το της θαλάττης κράτος" (ρήση που σύμφωνα με τον Θουκυδίδη αποδίδεται στον Περικλή) μέχρι τις ημέρες μας **η ναυσιπλοΐα ήταν- ανέκαθεν- προνομιακό πεδίο δράσης και επίδειξης ισχύος του ελληνισμού. Όταν οι FT αναφέρονται εκτενώς στο πως τουλάχιστον πέντε δεξαμενόπλοια της Dynacom Tankers- με απενργοποιημένους πομποδέκτες- φόρτωσαν αργό με ναυλοσύμφωνά ακόμη και μισού εκατ. ανά ημέρα (για ένα Very Large Crude Carrier) προβάλουν τον χαρακτήρα ρισκοκίνδυνης επιχειρηματικότητας που θα φέρει σε πέρας την αποστολή της, τηρώντας το συμβόλαιο που έχει υπογράψει. "Αν δεν είσαι διατεθειμένος να αναλάβεις ρίσκο, δεν ανήκεις στην ναυτιλία. Αν δεν θέλεις τον κίνδυνο, αγοράζεις US bonds..."** είχε εκμυστηρευθεί ο **billionaire to 2014**. Παράλληλα, ο Ed Finley-Richardson αναφέρθηκε σε ομάδα πέντε έως δέκα πλοιοκτητών που επισκιάζουν πραγματικά όλους τους υπόλοιπους -όχι μόνο λόγω του μεγέθους του στόλου τους αλλά και επειδή είναι πρόθυμοι να ενεργούν τολμηρά.

O Finley-Richardson, επενδυτής στη ναυτιλία και ιδρυτής της Contango Research,

είναι από τους παράγοντες με βαρύνουσα άποψη στο shipping, συνεπώς η τοποθέτηση του προσδίδει επιπλέον good will στο brand Greece/Greeks.

Άλλωστε **είναι οι Greeks που στο θέμα της διένεξης με τον International Maritime Organization- για την υιοθέτηση του Πλαισίου Μηδενικών Εκπομπών/Net Zero Framework- ουσιαστικά συμπαρατάχθηκαν με την πλευρά της Ουάσιγκτον και του Προέδρου των ΗΠΑ**. Η ελληνική ναυτιλία, που ελέγχει το περίπου 21% της παγκόσμιας χωρητικότητας (τόνου), διαδραμάτισε κρίσιμο ρόλο στις παρασκηνιακές διαβουλεύσεις που οδήγησαν στην αναβολή της απόφασης για τον παγκόσμιο μηχανισμό τιμολόγησης του άνθρακα.

Το BnB Daily από τις πρώτες ημέρες Trump στον Λευκό Οίκο, είχε αναφερθεί στον σημαίνοντα ρόλο που θα μπορούσε να έχει η ελληνική (και ελληνόκτητη) ναυτιλία, στις σχέσεις της χώρας μας με τις ΗΠΑ.

Ποιος το φανταζόταν έναν χρόνο και...μετά, και όμως. Μέσα στην γενικευμένη αβεβαιότητα και στο άδηλο των εξελίξεων **η Ελλάδα (ως brand ευρύτερα εννοούμενο) παίζει θετικά στα διεθνή Μέσα, fora, thinktanks, πολιτικά (και όχι μόνον) κέντρα αποφάσεων.**

Με προφανές και το επιχειρηματικό/επενδυτικό όφελος, εάν και εφ' όσον αξιοποιηθεί σωστά η ευκαιρία. Μακάρι...

(*) επειδή τα του...Καίσαρος, **το BnB Daily ήταν ίσως το πρώτο Μέσο που αναφέρθηκε στο παράτολμο εγχείρημα του 79χρονου Greek του shipping.**



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

SECRETRECIPE

Επέκταση στην Βόρεια Ελλάδα

Η επέκταση, πρώτα στον νομό Θεσσαλονίκης, και από εκεί στην υπόλοιπη Βόρεια Ελλάδα, είναι ο στόχος μικρής, αλλά σημαντικά αναπτυσσόμενης εταιρείας στο τρόφιμο. Όπως πληροφορείται το FNB Daily, οι μέτοχοι έχουν, μάλιστα, εντοπίσει συγκεκριμένους δυνητικούς πελάτες και σημεία, μέσω των οποίων εκτιμούν ότι μπορούν να έχουν αντίστοιχη ανάπτυξη με αυτή της Αττικής και των νησιών. Μείνετε συντονισμένοι.

SÖ POSH!

the trendletter

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

**Κάθε Σάββατο
στις 9.30**

ΤΟ ΕΒΔΟΜΑΔΙΑΙΟ NEWSLETTER

ΓΙΝΕ ΣΥΝΔΡΟΜΗΤΗΣ ΕΔΩ

Editorial

Το πουλάω το σπίτι...

Ένα από τα πράγματα, στα οποία η ελληνική κοινωνία διαφέρει με τις ευρωπαϊκές, αλλά μοιάζει πολύ με την αμερικάνικη, είναι η εμμονή του μέσου καταναλωτή να αποκτήσει δικό του σπίτι.

Στην άλλη πλευρά του Ατλαντικού, η αγορά πρώτης κατοικίας είναι μέρος του αμερικανικού ονείρου. Όμως, η στεγαστική κρίση, που και εκεί υπάρχει, με τις τιμές πώλησης των ακινήτων να βρίσκονται σε πολύ υψηλά επίπεδα, έχει ως αποτέλεσμα όλο και λιγότεροι να αποκτούν σπίτι για να μείνουν.

Όπως και στη χώρα μας.

Αυτό, όμως, δεν είναι μόνο ένα απλό στατιστικό, που επηρεάζει τη στεγαστική αγορά. Διαμορφώνει βαθύτερα τον τρόπο με τον οποίο οι νεότερες γενιές καταναλώνουν, εργάζονται και επενδύουν.

Δείτε γιατί:

Ποιος είναι ο λόγος, που λέμε ότι η οικονομία είναι ψυχολογία;

Διότι όλα κινούνται με βάση τις προσδοκίες.

Συνεπώς, ο καταναλωτής, που πιστεύει ότι μπορεί να αγοράσει σπίτι, βάζει περισσότερα χρήματα στην άκρη και εργάζεται περισσότερο.

Αυτός, όμως, που εκτιμά ότι έχει λίγες πιθανότητες ιδιοκατοίκησης, μαζεύει πολύ λίγα - σε ο,τιδήποτε περιουσιακό στοιχείο και αν είναι αυτό.

Σε κάθε περίπτωση, όταν οι τιμές είναι πολύ υψηλές - έως και απαγορευτικές - το να πεις ότι δεν θα αγοράσω σπίτι για να μείνω, είναι μια λογική απόφαση.

Τι γίνεται, όμως, στην περίπτωση, όπου κάποιος αποταμιεύει για αυτό

τον λόγο, αλλά δεν καταφέρνει να μαζέψει τα απαιτούμενα χρήματα, λόγω της ανόδου των τιμών;

Τότε, αλλάζει και ο τρόπος που καταναλώνει, και αυτός που επενδύει.

Έρευνα στις Ηνωμένες Πολιτείες έδειξε ότι, "μεταξύ των εύπορων Αμερικανών, οι ιδιοκτήτες και οι ενοικιαστές επενδύουν σε κρυπτονομίσματα με παρόμοια συχνότητα. Όμως, στους ενοικιαστές με καθαρή περιουσία κάτω των \$300.000, η συμμετοχή σε κρυπτοεπενδύσεις είναι σημαντικά υψηλότερη σε σύγκριση με ιδιοκτήτες αντίστοιχης καθαρής θέσης". Οι αναλυτές της έρευνας υποστηρίζουν ότι "η στροφή σε πιο ριψοκίνδυνες επενδύσεις ενδέχεται να αντανάκλα την ελίδα μιας γρήγορης επιστροφής στην αγορά κατοικίας".

Όλο αυτό οδηγεί και σε άλλες, παράπλευρες συνέπειες.

Αυτοί, που εγκαταλείπουν την προοπτική ιδιοκατοίκησης, εργάζονται λιγότερες ώρες και καταβάλλουν χαμηλότερους φόρους εισοδήματος, μεταφέροντας μέρος του δημοσιονομικού βάρους σε άλλα μέλη της κοινωνίας και περιορίζοντας τη συνολική παραγωγική ικανότητα της οικονομίας. Από την άλλη, όμως, πλευρά, οι παραδοσιακοί ενοικιαστές εστιάζουν σε άλλου είδους επενδύσεις, με υψηλότερες αποδόσεις, δεδομένου ότι δεν θέλουν να χάσουν το cash opportunity. Αυτό φέρνει υψηλότερα εισοδήματα και ενίσχυση καταναλώσης και ΑΕΠ.

Τόσο απλά.

Νεκτάριος Β. Νώτης
nectarios@notice.gr