



FNB SERVED DAILY.

Food for thought... every day!

ΤΟ ΚΑΘΗΜΕΡΙΝΟ ΨΗΦΙΑΚΟ
NEWSLETTER ΓΙΑ ΤΟΝ ΚΛΑΔΟ
ΤΡΟΦΙΜΩΝ & ΠΟΤΩΝ

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

ΤΡΙΤΗ 16 ΙΟΥΝΙΟΥ 2026
ΤΕΥΧΟΣ 2346

Editorial

Αντίστροφος λαϊκισμός

Debrief

Ποιος θέλει τζάμπα;

Business Insight

Η Fed - υπό Warsh - το MoU
ΗΠΑ-Ιράν, η Space X και τα
midterms του Νοεμβρίου

Business Maker

- Το σαφάρι Κοντόπουλου και τα κάστρα των τροφίμων
- Η Coca-Cola HBC γιόρτασε 30 χρόνια παρουσίας στην Βουλγαρία με νέα επένδυση

SecretRecipe

Βιολογικό Χωριό:
Πού μίσθωσε νέα αποθήκη



• GRANIKAL

Ανάπτυξη 5% στο πεντάμηνο
- Ενέσεις... εμπειρίας
στο team των Πωλήσεων



• HELLENIC CATERING

Μπαίνει στην κατηγορία γλυκών
χωρίς προσθήκη ζάχαρης
- Επέκταση σε Βαλκάνια
και Ν. Ευρώπη



• METAXA

Στροφή στα RTDs και μάχη για
τις νέες γενιές καταναλωτών



• SSP

Σε ανοδική τροχιά και το
2024/2025 - Αισιοδοξεί η μητρική
και για την τρέχουσα χρήση παρά
τις εξελίξεις στην Μ. Ανατολή



3rd Annual Real Estate Conference

Αγορά σε Μετάβαση: Επένδυση, Στέγαση και η Πόλη του Αύριο

INTERCONTINENTAL ATHENAEUM ATHENS

ΥΠΟ ΤΗΝ ΑΙΓΙΔΑ



ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΔΗΜΟΚΡΑΤΙΑ
Υπουργείο Εθνικής Οικονομίας
και Οικονομικών



ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΔΗΜΟΚΡΑΤΙΑ
Υπουργείο Κοινωνικής Συνοχής
και Οικογένειας



ΔΗΜΟΣ ΑΘΗΝΑΙΩΝ

ΤΡΙΤΗ
16 Ιουνίου
2026

POWERED BY
NOTICE
COMMUNITY & BUSINESS

• JAGO

ΣΕ ΣΤΑΣΗ ΑΝΑΜΟΝΗΣ ΓΙΑ ΕΠΕΝΔΥΣΕΙΣ – ΟΡΙΑΚΗ ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΓΙΑ ΤΗΝ ΑΓΟΡΑ ΚΑΦΕ

Με ρυθμούς αντίστοιχους της περυσινής χρονιάς, ακολουθώντας την πορεία της αγοράς, κινείται η Jago κατά το α' πεντάμηνο του 2026, σε μια αγορά καφέ που εξακολουθεί να εμφανίζει ανθεκτικότητα, παρά τις έντονες πιέσεις στο κόστος και τη γενικότερη αβεβαιότητα.

Σύμφωνα και με τα πρώτα διαθέσιμα στοιχεία της οργανωμένης λιανικής, ο όγκος πωλήσεων καφέ καταγράφει αύξηση 1%-1,5%, επιβεβαιώνοντας τη σταθερότητα της κατανάλωσης παρά τις πιέσεις που δέχεται το διαθέσιμο εισόδημα των νοικοκυριών.

Η Jago, η οποία δραστηριοποιείται στην επεξεργασία και διανομή καφέ προς τις αλυσίδες super market, δεν διαθέτει ουσιαστική εξαγωγική δραστηριότητα, στοιχείο που, σύμφωνα με τον Τάσο Γιάγκογλου, επικεφαλής της εταιρείας, χαρακτηρίζει σήμερα μεγάλο μέρος του ελληνικού κλάδου. Όπως σημειώνει, οι επιχειρήσεις με αξιόλογη εξαγωγική παρουσία έχουν περιοριστεί σημαντικά τα τελευταία χρόνια, με αποτέλεσμα το εξαγωγικό αποτύπωμα του κλάδου να παραμένει μικρό.

ΓΙΑΤΙ ΕΠΙΚΡΑΤΕΙ ΕΠΕΝΔΥΤΙΚΟΣ ΔΙΣΤΑΓΜΟΣ

Παρά τη συγκρατημένη ανάπτυξη της αγοράς, η εταιρεία εμφανίζεται ιδιαίτερα προσεκτική ως προς τον προγραμματισμό νέων επενδύσεων. Όπως εξηγεί ο κ. Γιαγκόγλου, οι συνεχείς μεταβολές στο κόστος των πρώτων υλών, οι γεωπολιτικές εξελίξεις, το ενεργειακό κόστος και οι μισθολογικές επιβαρύνσεις δημιουργούν ένα περιβάλλον όπου ο μακροπρόθεσμος σχεδιασμός καθίσταται εξαιρετικά δύσκολος. "Οποιοσδήποτε προγραμματισμός επιχειρείται σήμερα μπορεί πολύ εύκολα να ανατραπεί", αναφέρει χαρακτηριστικά, επισημαίνοντας ότι η εταιρεία επιλέγει προς το παρόν να διατηρήσει στάση αναμονής. Η ίδια προσέγγιση, σύμφωνα με τον ίδιο, παρατηρείται και σε άλλες επιχειρήσεις του ευρύτερου κλάδου τροφίμων και ποτών, οι οποίες εμφανίζονται διστακτικές απέναντι σε νέες επενδυτικές πρωτοβουλίες.

ΣΤΑΘΕΡΗ ΚΑΤΑΝΑΛΩΣΗ

Παρά τις αναταράξεις, η κατανάλωση καφέ στην Ελλάδα παραμένει ανθεκτική. Το 2025 η αγορά κατέγραψε αύξηση όγκου περίπου 1%-1,2%.

Ωστόσο, υπάρχουν μεταβολές στις κατανα-



Τάσος Γιάγκογλου,
Επικεφαλής Jago
και Πρόεδρος
Ελληνικής Ένωσης
Καφέ

λωτικές συνθήκες. Η αύξηση του κόστους ζωής φαίνεται να οδηγεί μέρος των καταναλωτών σε περιορισμό των αγορών καφέ εκτός σπιτιού, ιδιαίτερα στην περιφέρεια, ενώ οι νεότερες ηλικίες εμφανίζουν αυξημένο ενδιαφέρον για εναλλακτικά ροφήματα, όπως το τσάι και άλλες κατηγορίες μη καφεϊνούχων προϊόντων.

Την ίδια στιγμή, παρά τα σημάδια σταθεροποίησης των διεθνών τιμών, οι επιχειρήσεις συνεχίζουν να λειτουργούν με αποθέματα και συμβόλαια που αποκτήθηκαν σε ιδιαίτερα υψηλά επίπεδα τιμών, ενώ εξακολουθούν να αντιμετωπίζουν αυξημένα κόστη μεταφοράς, ενέργειας και εφοδιαστικής αλυσίδας. Επιπλέον, η διαρκώς αυξανόμενη ζήτηση από αγορές όπως η Κίνα συνεχίζει να ασκεί πιέσεις στην παγκόσμια αλυσίδα εφοδιασμού.

Παρά τις δυσκολίες, υπάρχει συγκρατημένη αισιοδοξία για το β' εξάμηνο του έτους, με βάση την εκτίμηση ότι η ενισχυμένη τουριστική κίνηση θα λειτουργήσει υποστηρικτικά για τη ζήτηση τους θερινούς μήνες.

ΠΙΕΣΕΙΣ ΣΤΗΝ ΑΓΟΡΑ

Μιλώντας για τον κλάδο γενικά, ο Πρόεδρος της Ελληνικής Ένωσης Καφέ περιγράφει μια αγορά που εξακολουθεί να επηρεάζεται από τις αναταράξεις των τελευταίων ετών. Όπως σημειώνει, το 2025 καταγράφηκαν ιστορικά υψηλές τιμές στη διεθνή αγορά καφέ, με ορισμένες ποικιλίες, όπως η robusta, να εμφανίζουν αυξήσεις από 120% έως και 170%.

Παρά τις έντονες αυτές ανατιμήσεις στην πρώτη ύλη, οι επιχειρήσεις δεν μετέφεραν το σύνολο των αυξήσεων στους καταναλω-

τές. Σύμφωνα με στοιχεία που επικαλείται η Ένωση, οι ανατιμήσεις που καταγράφηκαν στην οργανωμένη λιανική διαμορφώθηκαν περίπου στο 7,9% τον Απρίλιο, όπως προκύπτει από τα στοιχεία της ΕΛΣΤΑΤ. Η μεγάλη απόκλιση μεταξύ κόστους προμήθειας και τελικών τιμών είχε ως αποτέλεσμα τη σημαντική συμπίεση των περιθωρίων κέρδους των επιχειρήσεων.

ΠΡΟΒΛΗΜΑΤΙΣΜΟΣ ΓΙΑ ΤΟ ΠΛΑΦΟΝ

Στο πλαίσιο αυτό, συνεχίζεται ο προβληματισμός για τη διατήρηση των μέτρων που συνδέονται με το πλαφόν στο μικτό περιθώριο κέρδους. Το σημείο αναφοράς που χρησιμοποιείται για τον υπολογισμό του επιτρεπόμενου περιθωρίου βασίζεται σε μια περίοδο κατά την οποία οι επιχειρήσεις είχαν ήδη απορροφήσει σημαντικό μέρος των αυξήσεων στις διεθνείς τιμές, προκειμένου να περιορίσουν τις επιβαρύνσεις για τους καταναλωτές και να συμβάλουν στη συγκράτηση του πληθωρισμού.

Παράλληλα, ο κλάδος επαναφέρει το αίτημα για μείωση ή κατάργηση του Ειδικού Φόρου Κατανάλωσης στον καφέ, καθώς και για φορολογικές παρεμβάσεις αντίστοιχες με εκείνες που έχουν υιοθετήσει άλλες ευρωπαϊκές χώρες. Ως παραδείγματα αναφέρονται η Δανία, η οποία προχώρησε στην κατάργηση ειδικών επιβαρύνσεων στον καφέ και το κακάο, καθώς και η Ισπανία, η οποία μείωσε τον ΦΠΑ σε βασικές κατηγορίες προϊόντων.

Στέλλα Αυγουστάκη
stella@notice.gr

• **STARBUCKS (ΚΟΡΕΑ)**
ΤΟ ΔΙΑΦΗΜΙΣΤΙΚΟ ΒΑΤΕΡΛΟ ΦΕΡΝΕΙ
ΜΑΖΙΚΗ ΜΕΤΕΚΠΑΙΔΕΥΣΗ ΣΤΕΛΕΧΩΝ
ΚΑΙ ΕΡΓΑΖΟΜΕΝΩΝ

Η Starbucks Κορέας θα κλείσει όλα τα καταστήματά της στη χώρα στις 15:00 της 22ας Ιουνίου, προκειμένου το προσωπικό να συμμετάσχει σε εκπαιδευτικό πρόγραμμα για την ιστορική συνείδηση και την κοινωνική ευαισθησία, όπως ανακοίνωσε ο όμιλος Shinsegae Group, μετά τις έντονες αντιδράσεις που προκάλεσε πρόσφατη διαφημιστική καμπάνια.

Η αλυσίδα καφέ βρέθηκε στο επίκεντρο ευρείας κριτικής και κατέγραψε "πολύ σημαντική" πτώση στις πωλήσεις της μετά από καμπάνια του περασμένου μήνα, η οποία παρέπεμπε στην αιματηρή στρατιωτική καταστολή φιλοδημοκρατικών διαδηλώσεων το 1980.

Η θυγατρική του Shinsegae, E-Mart, η οποία διαχειρίζεται τη Starbucks Korea, είχε λανσάρει προωθητική ενέργεια για θερμός πολλαπλών χρήσεων, με την ονομασία "Tank Day" κατά την επέτειο της Εξέγερσης της Γκουανγκτζού της 18ης Μαΐου, όταν το στρατιωτικό καθεστώς ανέπτυξε στρατεύματα και άρματα μάχης για να καταστείλει φιλοδημοκρατικές κινητοποιήσεις.

ΤΟ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ ΕΚΠΑΙΔΕΥΣΗΣ

Στελέχη και εργαζόμενοι της κεντρικής διοίκησης της Starbucks Korea, καθώς και στελέχη του τμήματος E-Mart του ομίλου Shinsegae, θα συμμετάσχουν στο ίδιο πρόγραμμα εκπαίδευσης στις 17 Ιουνίου στο εκπαιδευτικό κέντρο του ομίλου. Παράλληλα, ο Πρόεδρος του Shinsegae, Chung Yong-jin,

και οι διευθύνοντες σύμβουλοι των θυγατρικών του ομίλου θα παρακολουθήσουν ξεχωριστή εκπαιδευτική συνεδρία στις 24 Ιουνίου. Ο Shinsegae ανέφερε ότι η πρωτοβουλία αυτή αντανάκλα τη σοβαρότητα με την οποία αντιμετωπίζει την πρόσφατη διαφημιστική κρίση, καθώς και τη δέσμευσή του να αποτρέψει την επανάληψη αντίστοιχων περιστατικών. Ο Chung Yong-jin είχε προηγουμένως ζητήσει δημόσια συγγνώμη για την υπόθεση.

Η εταιρεία σημείωσε ότι πρόκειται για το πρώτο πανεθνικό πρόωρο κλείσιμο όλων των καταστημάτων της Starbucks Korea από την είσοδο της αλυσίδας στη νοτιοκορεατική αγορά το 1999.

ΤΙ ΑΛΛΑΖΕΙ Η ΕΤΑΙΡΕΙΑ

Παράλληλα, η Starbucks Κορέας σχεδιάζει να αναθεωρήσει πλήρως τις διαδικασίες έγκρισης των διαφημιστικών και προωθητικών ενεργειών της. Μεταξύ άλλων, θα εισαγάγει ειδική λίστα ελέγχου κοινωνικής ευαισθησίας, η οποία θα καλύπτει ζητήματα όπως η ιστορία, οι εθνικές επέτειοι, η πολιτική, οι φυσικές καταστροφές, τα στρατιωτικά θέματα, το φύλο, η βία και η ρητορική μίσους. Σύμφωνα με την ετήσια έκθεση κοινωνικού αποτυπώματος της εταιρείας, η Starbucks Korea διέθετε περισσότερα από 2.000 καταστήματα στη Νότια Κορέα στο τέλος του 2024. Επιπλέον, αποτελεί τη μεγαλύτερη αλυσίδα καφέ της χώρας με βάση τις καταναλωτικές δαπάνες, σύμφωνα με την εταιρεία ερευνών WISEAPP.



Claus Grande, CEO, Lidl Ισπανίας

• **LIDL ΙΣΠΑΝΙΑΣ**
ΣΧΕΔΙΟ ΓΙΑ
50 ΝΕΑ Ή
ΑΝΑΚΑΙΝΙΣΜΕΝΑ
ΚΑΤΑΣΤΗΜΑΤΑ
ΜΕΣΑ ΣΤΟ 2026

Η Lidl Ισπανίας σχεδιάζει να ανοίξει ή να ανακαινίσει περίπου 50 καταστήματα μέσα στο τρέχον έτος, δημιουργώντας σημαντικές ευκαιρίες ανάπτυξης για τους προμηθευτές της.

Ως ο τρίτος μεγαλύτερος παίκτης στην ισπανική αγορά λιανεμπορίου (σύμφωνα με στοιχεία της Worldpanel by Numerator) και σημαντικός συνεισφέρων στο ισπανικό ΑΕΠ, με ετήσια συμβολή άνω των €9,2 δισ. (βάσει μελέτης της PwC), η Lidl λειτουργεί ως κρίσιμη εξαγωγική πλατφόρμα, καθώς περισσότερο από το ήμισυ των αγορών της από Ισπανούς προμηθευτές διατίθεται σε διεθνείς αγορές.

Κατά τη διάρκεια εκδήλωσης, η Lidl ανέδειξε τον στρατηγικό ρόλο των προμηθευτών στην ανάπτυξη της γκάμας προϊόντων ιδιωτικής ετικέτας (private label), ενός ιδιαίτερα επιτυχημένου μοντέλου, δεδομένου ότι σχεδόν έξι στα δέκα προϊόντα που αγοράζουν οι Ισπανοί καταναλωτές ανήκουν πλέον σε αυτή την κατηγορία.

ΟΙ ΒΑΣΙΚΟΙ ΠΥΛΩΝΕΣ

Σύμφωνα με τον Claus Grande, CEO της Lidl Ισπανίας, η εθνική της στρατηγική στηρίζεται σε τρεις βασικούς πυλώνες:

- την επιτυχία των προϊόντων ιδιωτικής ετικέτας
 - τον ρόλο της ως σημαντικής εξαγωγικής πλατφόρμας για την Ισπανία
 - τη διασφάλιση που προσφέρει το Schwarz Group σε επίπεδο εφοδιαστικής αλυσίδας, τεχνολογίας και βιωσιμότητας, λειτουργώντας ως δίκτυο ασφαλείας που προσφέρει στους συνεργάτες μας μοναδικές ευκαιρίες ανάπτυξης στην Ισπανία και την Ευρώπη
- Η Lidl Spain διαθέτει σήμερα δίκτυο άνω των 700 καταστημάτων και 14 κέντρων logistics.



• **ΜΕΤΑΧΑ**
ΣΤΡΟΦΗ ΣΤΑ RTDS ΚΑΙ ΜΑΧΗ ΓΙΑ
ΤΙΣ ΝΕΕΣ ΓΕΝΙΕΣ ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΩΝ

Στην είσοδο της Metaxa στην κατηγορία των no/low alcohol και ready-to-drink προϊόντων, ακολουθώντας τη διεθνή τάση της αγοράς στάθηκε ο Γενικός Διευθυντής της εταιρείας, Κώστας Καλπαξίδης, στο πλαίσιο της ημερίδας του ΣΕΑΟΠ. Όπως σημείωσε, οι μεγάλες πολυεθνικές έχουν ήδη επενδύσει ή σχεδιάζουν είσοδο στην κατηγορία.

Η ΔΥΝΑΜΙΚΗ ΤΗΣ ΑΓΟΡΑΣ

Η αγορά των RTDs χαρακτηρίζεται ως μία από τις ταχύτερα αναπτυσσόμενες κατηγορίες, με ενδεικτική ετήσια αύξηση περίπου 4% στις ΗΠΑ και ισχυρή ανάπτυξη σε αγγλοσαξονικές χώρες και την Γερμανία. Στην Ελλάδα, η κατηγορία αναπτύσσεται με ταχείς ρυθμούς, αν και από χαμηλότερη βάση, όπως σχολίασε ο κ. Καλπαξίδης.

ΜΕΤΑΣΧΗΜΑΤΙΣΜΟΣ ΤΟΥ
ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΥ ΜΟΝΤΕΛΟΥ

Σύμφωνα με τον ίδιο, τα παραδοσιακά spirits αποτελούν προϊόν υψηλότερου αλκοολικού βαθμού, με μεγαλύτερα περιθώρια κέρδους αλλά χαμηλότερη συχνότητα κατανάλωσης. Αντίθετα, τα RTDs λειτουργούν ως προϊόντα

ευρείας κατανάλωσης (FMCG), όπως πρόσθεσε, με χαμηλότερη τιμή και μεγαλύτερη συχνότητα αγοράς, ανταγωνιζόμενα πλέον ευθέως την μπίρα.

Όπως σχολίασε ο κ. Καλπαξίδης, η Metaxa έχει θέσει ως στόχο να πάρει μερίδιο αγοράς στη νέα κατηγορία. Επιπλέον σκοπεύει να εισέλθει σε νέες στιγμές κατανάλωσης, καθώς έχει εντοπίσει πως στις νεότερες γενιές κυριαρχεί ένα κύμα μη κατανάλωσης αλκοόλ. Ο τρίτος και πιο σημαντικός στόχος της εταιρείας είναι η ανανέωση του brand. Ο κ. Καλπαξίδης ανέλυσε εκτενώς τις διαφορές των παραδοσιακών αλκοολικών προϊόντων με τα RTDs. Στις πιο βασικές συγκαταλέγονται τα διαφορετικά περιθώρια κέρδους –μεγαλύτερα για τα παραδοσιακά αλκοολούχα– καθώς κι η εποχικότητα, επειδή, όπως ανέφερε, παρατηρείται αύξηση της κατανάλωσης των RTDs καθώς ο καιρός γίνεται καλύτερος και αυξάνονται οι θερμοκρασίες.

ΕΥΚΑΙΡΙΕΣ ΚΑΙ ΑΠΕΙΛΕΣ
ΓΙΑ ΤΟΝ ΚΛΑΔΟ

Στις βασικές ευκαιρίες για τον κλάδο, σχετικά με τα RTDs περιλαμβάνονται:



Κώστας Καλπαξίδης, Γενικός Διευθυντής, Metaxa

- νέες στιγμές κατανάλωσης
 - διαφοροποιημένα προϊόντα
 - χαμηλότερη τιμή προϊόντων
 - προσέγγιση νεότερων ηλικιών
 - Χαμηλότερος αλκοολικός βαθμός (σχετίζεται με την τάση sober curious των νεότερων γενεών)
 - Χαμηλότερη επιβάρυνση ΕΦΚ
- Από την άλλη πλευρά, στις απειλές περιλαμβάνονται:
- το χαμηλότερο περιθώριο κέρδους
 - ο μεγαλύτερος ανταγωνισμός
 - οι απαιτήσεις της ταχείας εφοδιαστικής αλυσίδας, λόγω μοντέλου FMCG
 - τα υψηλά ελάχιστα μεγέθη παραγωγής (MOQ)
 - η ευαισθησία της συσκευασίας
 - τα υψηλά CAPEX για την εμφιάλωση

• **ΧΡΗΣΤΟΣ ΒΟΓΙΑΤΖΟΓΛΟΥ (PERNOD RICARD HELLAS)**
ΟΙ ΝΕΕΣ ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΙΚΕΣ ΣΥΝΗΘΕΙΕΣ ΚΑΙ
Η ΣΥΡΡΙΚΝΩΣΗ ΤΗΣ ΑΓΟΡΑΣ ΤΩΝ SPIRITS

Στις πιέσεις που εμφανίζει στην Ελλάδα η αγορά αλκοολούχων στάθηκε ο Διευθυντής Πωλήσεων της Pernod Ricard Hellas, Χρήστος Βογιατζόγλου, με εκτιμήσεις για πτώση 5%–6% στο α' εξάμηνο του 2026.

Σχετικά με τα RTDs, ο κ. Βογιατζόγλου ανέφερε πως η τάση δεν είναι νέα, καθώς η Pernod Ricard ήταν η πρώτη εταιρεία που τα λάνσαρε το 1999 με 2000, ενώ ακολούθησε η Diageo που έβγαλε πολλά τέτοια προϊόντα. Η διαφορά έγκειται στη σημαντική αύξηση της κατανάλωσής τους, όπως πρόσθεσε.

Η ΕΙΚΟΝΑ ΤΩΝ ΕΠΙΜΕΡΟΥΣ
ΚΑΤΗΓΟΡΙΩΝ

Σύμφωνα με τα στοιχεία που παρουσιάστηκαν, για την Ελλάδα το 2025, αναφορικά με την κατανάλωση:

- στην μπίρα υποχωρεί 5,8%
- στην μπίρα χωρίς αλκοόλ αυξάνεται 12%
- στα non-alcohol spirits αυξάνεται 13%
- στο κρασί καταγράφεται πτώση άνω του 5%

Συνολικά η κατανάλωση αλκοολούχων παρουσιάζει μείωση άνω του 4%.

Στις κατηγορίες των spirits, ούισκι, ούζο και βότκα παραμένουν τα βασικά προϊόντα, ενώ αυξήσεις καταγράφονται σε απεριτίφ και τεκίλα.

ΜΕΤΑΒΟΛΗ ΤΟΥ ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΙΚΟΥ
ΜΟΝΤΕΛΟΥ

Η ανάλυση εστίασε σε δύο βασικούς παράγοντες που επηρεάζουν τη συμπεριφορά του καταναλωτή:

- το διαθέσιμο εισόδημα για ψυχαγωγία και
- την έντονη αύξηση τιμών στον κλάδο της εστίασης (HoReCa)

Παράλληλα, καταγράφεται μετατόπιση προς πιο οικονομικές επιλογές και πιο υγιεινές συνήθειες. Ο σύγχρονος καταναλωτής, όπως σημειώθηκε, επιλέγει συχνά νωρίτερες ώρες εξόδου, ενώ αναπτύσσονται υβριδικά καταστήματα (καφέ–μπαρ–εστιατόρια). Επί-



Χρήστος Βογιατζόγλου, Διευθυντής Πωλήσεων, Pernod Ricard Hellas

σης, ενισχύεται η τάση για τοπικές επιλογές, υπαίθριες δραστηριότητες και κατανάλωση κοντά στη γειτονιά, μεταξύ άλλων λόγω κόστους μετακίνησης και αυξημένων ελέγχων κατανάλωσης αλκοόλ.

ΤΟ ΝΕΟ ΟΙΚΟΣΥΣΤΗΜΑ
ΚΑΤΑΝΑΛΩΣΗΣ

Συνολικά, η αγορά διαμορφώνεται από μια μετάβαση σε πιο ευέλικτα σχήματα κατανάλωσης, με έμφαση σε low/no alcohol προϊόντα, νέες μορφές κοινωνικοποίησης και διαφοροποιημένες εμπειρίες κατανάλωσης, που αντικαθιστούν σταδιακά τα παραδοσιακά μοντέλα νυχτερινής διασκέδασης.

• **ΧΑΡΗΣ ΜΑΥΡΑΚΗΣ (ΠΡΟΕΔΡΟΣ ΣΕΑΟΠ)**
ΣΕ ΕΞΑΓΩΓΕΣ ΤΟ 67% ΤΗΣ ΠΑΡΑΓΩΓΗΣ ΑΠΟΣΤΑΓΜΑΤΩΝ, ΧΩΡΙΣ ΣΤΗΡΙΞΗ ΑΠΟ ΚΡΑΤΟΣ ΚΑΙ ΕΕ

Το γεγονός πως το 67% της εγχώριας παραγωγής αποσταγμάτων κατευθύνεται στις εξαγωγές υπογράμμισε ο Πρόεδρος του ΣΕΑΟΠ, Χάρης Μαυράκης, στο πλαίσιο της ημερίδας που διοργάνωσε ο σύνδεσμος, προσθέτοντας επίσης πως το παραπάνω συμβαίνει χωρίς ουσιαστική στήριξη από το κράτος ή την Ευρωπαϊκή Ένωση. Μάλιστα, σημείωσε ότι οι εξαγωγικές επιδόσεις του κλάδου ξεπερνούν εκείνες του κρασιού, το οποίο επωφελείται από ισχυρότερα χρηματοδοτικά εργαλεία.

Ο κλάδος, όπως τονίστηκε, αποτελείται από 44 μέλη που εκπροσωπούν πάνω από το 50% της αγοράς και περίπου το 80% των εξαγω-

γών. Το 72% των παραγόμενων φιαλών φέρει προστατευόμενη γεωγραφική ένδειξη, ενώ η συνεισφορά του στην οικονομία εκτιμάται στα €2,1 δισ. μέσω μόχλευσης. Παράλληλα, τα έσοδα του κράτους από τον Ειδικό Φόρο Κατανάλωσης ανέρχονται σε περίπου €106 εκατ.

ΚΑΤΑΝΑΛΩΣΗ ΚΑΙ ΤΑΣΕΙΣ ΤΗΣ ΑΓΟΡΑΣ

Ο κ. Μαυράκης αναφέρθηκε στο ότι η εγχώρια κατανάλωση την περίοδο 2014–2019 κινούνταν κατά μέσο όρο στα 6 εκατ. λίτρα αλκοόλης, με τάση ανάκαμψης τα τελευταία χρόνια παρά την αύξηση του κόστους. Ωστό-

σο, διεθνώς καταγράφεται υποχώρηση στην κατανάλωση αλκοόλ και κρασιού.

Σύμφωνα με την τοποθέτηση, η παγκόσμια αγορά μεταβάλλεται προς προϊόντα χαμηλού ή μηδενικού αλκοόλ, καθώς και προς τα RTDs (ready-to-drink), τα οποία εμφανίζουν ισχυρή ανάπτυξη. Ενδεικτικά, αναφέρθηκαν προβλέψεις για αύξηση 17% στον όγκο των RTDs, καθώς και άνοδο 8% στην μπίρα χωρίς αλκοόλ, βάσει διεθνούς έκθεσης.

ΡΥΘΜΙΣΤΙΚΗ ΠΡΟΚΛΗΣΗ ΚΑΙ ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΗ ΠΡΟΣΑΡΜΟΓΗΣ

Ο Πρόεδρος του ΣΕΑΟΠ τόνισε την ανάγκη προσαρμογής του θεσμικού πλαισίου ώστε να επιτραπεί η παραγωγή νέων low και no alcohol προϊόντων στις υπάρχουσες παραγωγικές εγκαταστάσεις, χωρίς μεταφορά δραστηριότητας στο εξωτερικό. Παράλληλα, υπογράμμισε – με βάση τη διεθνή έκθεση – πως η επόμενη δεκαετία θα είναι κρίσιμη για τις εταιρείες που παραμένουν προσαρμοσμένες αποκλειστικά στις παραδοσιακές κατηγορίες.

Μάριος Δελατόλας
marios@notice.gr



Χάρης Μαυράκης, Πρόεδρος ΣΕΑΟΠ

• **TRUMP ΠΡΟΣ MACRON**
ΚΑΤΑΡΓΗΣΤΕ ΤΟΝ ΨΗΦΙΑΚΟ ΦΟΡΟ 'Η ΕΡΧΟΝΤΑΙ ΔΑΣΜΟΙ 100% ΣΤΑ ΓΑΛΛΙΚΑ ΚΡΑΣΙΑ

Ο Donald Trump προειδοποίησε την Γαλλία να καταργήσει τον φόρο 3% επί των πωλήσεων των τεχνολογικών εταιρειών, διαφορετικά θα βρεθεί αντιμέτωπη με δασμούς 100% στις εισαγωγές αμερικανικών προϊόντων, σύμφωνα με δημοσίευμα της New York Post. Ο Trump διατύπωσε την απειλή ενόψει της συνόδου κορυφής της G7 που πραγματοποιείται αυτή την εβδομάδα στο Évian-les-Bains της Γαλλίας. “Ζήτηση από τον Emmanuel Macron να μην επιβάλει χρεώσεις στις αμερικανικές εταιρείες και, αν το κάνει, δεν θα έχω άλλη επιλογή παρά να επιβάλω δασμό 100% σε όλες τις σαμπάνιες και όλα τα κρασιά που εξάγονται από την Γαλλία”, δήλωσε στο αμερικανικό Μέσο.

Ο ΡΟΛΟΣ ΤΟΥ ΦΟΡΟΥ ΨΗΦΙΑΚΩΝ ΥΠΗΡΕΣΙΩΝ

Ο φόρος ψηφιακών υπηρεσιών, ο οποίος εγκρίθηκε από τους Γάλλους νομοθέ-

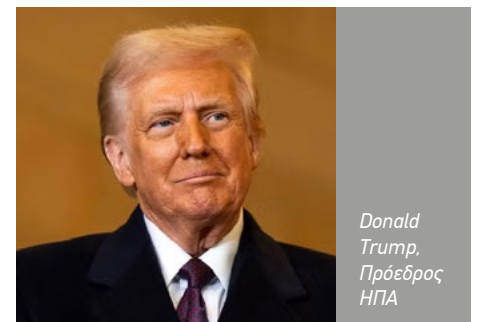
τες το 2019, προβλέπει επιβάρυνση 3% επί των ακαθάριστων εσόδων που παράγονται στην Γαλλία από μεγάλες τεχνολογικές εταιρείες, συμπεριλαμβανομένων αμερικανικών κολοσσών όπως οι Amazon, Meta και Alphabet.

Οι εξαγωγές προς τις ΗΠΑ αντιστοιχούν περίπου στο 1/5 των συνολικών παγκόσμιων πωλήσεων της γαλλικής οινοβιομηχανίας, με την αξία τους να ανέρχεται σε περίπου \$2 δισ. ετησίως.

ΤΙ ΕΙΧΕ ΓΙΝΕΙ ΤΟ 2019

Το 2019, οι ΗΠΑ είχαν αφήσει ανοιχτό το ενδεχόμενο επιβολής υψηλών δασμών σε γαλλικά προϊόντα, συμπεριλαμβανομένου του κρασιού, ως απάντηση στον νεοεισαχθέντα τότε φόρο, τον οποίο χαρακτήριζαν διακριτική μεταχείριση εις βάρος των αμερικανικών επιχειρήσεων.

Τον Ιανουάριο του τρέχοντος έτους, ο Trump



Donald Trump, Πρόεδρος ΗΠΑ

είχε δηλώσει ότι θα χρησιμοποιούσε δασμό 200% στα γαλλικά κρασιά και τη σαμπάνια προκειμένου να πιέσει τον Macron να συμμετάσχει στην πρωτοβουλία του “Board of Peace”.

Οι εξαγωγές γαλλικού κρασιού προς τις ΗΠΑ μειώθηκαν κατά 15,9% σε αξία το 2025, υποχωρώντας στα €1,9 δισ., από €2,4 δισ. το 2024, σύμφωνα με την American Association of Wine Economists (AAWE).

• SSP
ΣΕ ΑΝΟΔΙΚΗ ΤΡΟΧΙΑ ΚΑΙ ΤΟ 2024/2025 - ΑΙΣΙΟΔΟΞΕΙ Η ΜΗΤΡΙΚΗ ΚΑΙ ΓΙΑ ΤΗΝ ΤΡΕΧΟΥΣΑ ΧΡΗΣΗ ΠΑΡΑ ΤΙΣ ΕΞΕΛΙΞΕΙΣ ΣΤΗΝ Μ. ΑΝΑΤΟΛΗ

Σε ανοδική τροχιά παρέμεινε και στη χρήση 2024/2025 (που ολοκληρώθηκε στα τέλη Σεπτεμβρίου του 2025) η SSP (Σελέκτ Σέρβις Πάρτνερ Εστιατόρια) χάρη στην αυξημένη επιβατική κίνηση στα αεροδρόμια.

Σημαντικό ρόλο στην ανάπτυξη έπαιξε και η λειτουργία των νέων καταστημάτων στα περιφερειακά αεροδρόμια Μυκόνου, Κω, Κέρκυρας, Ζάκυνθος, Χανίων και Ρόδου καθώς και στο νέο κτίριο του Διεθνούς Αερολιμένα Θεσσαλονίκης. Συνολικά η εταιρεία διαθέτει 44 καταστήματα.

- Αθήνα: 17
- Θεσσαλονίκη: 6
- Ζάκυνθος: 2
- Κέρκυρα: 7
- Ρόδος: 2
- Χανιά: 1
- Μύκονος: 4
- Κως: 5

BRANDS

Το δίκτυό της στα ελληνικά αεροδρόμια περιλαμβάνει διεθνή brands, όπως

- Starbucks
- Burger King
- Pret a Manger

αλλά και ελληνικά σήματα και επιτυχημένα δικά της concepts όπως

- Upper Crust
- Khora
- Mon Kooloor
- La Pasteria
- Koi
- Cultivos

Από την άλλη πλευρά, τα προ φόρων κέρδη της εταιρείας, υποχώρησαν για δεύτερη συνεχή χρήση, κατά 16%, στα €3,24 εκατ., ενώ τα καθαρά κέρδη διαμορφώθηκαν σε €2,46 εκατ. με τη διοίκηση να προτείνει τη διανομή μερίσματος ύψους €2,35 εκατ.

DATA 1/10 - 30/9 (σε €χιλ.)

<u>Κύκλος εργασιών</u>
2024/2025: 69.824
2023/2024: 64.577
2022/2023: 54.663
2021/2022: 41.529
<u>Μικτό αποτέλεσμα</u>
2024/2025: 52.054
2023/2024: 47.331
2022/2023: 41.564
2021/2022: 31.341
<u>Κέρδη προ φόρων</u>
2024/2025: 3.242
2023/2024: 3.857
2022/2023: 4.695
2021/2022: 3.404



ΔΑΝΕΙΟ ΚΑΙ ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΚΙΝΗΣΗΣ

Κατά τη διάρκεια της περασμένης χρονιάς η εταιρεία πήρε δάνειο €4 εκατ. από την Alpha Bank για τις επενδυτικές της ανάγκες στα καταστήματα των αεροδρομίων, το οποίο το αποπλήρωσε εντός της χρήσης 2024/2025.

Στις χρηματοοικονομικές καταστάσεις σημειώνεται ότι το κεφάλαιο κίνησης παρέμεινε αρνητικό στα τέλη Σεπτεμβρίου του 2025, με τη διοίκηση να αναμένει βελτίωση μέσα από τη βελτιωμένη επιχειρηματική δραστηριότητα κατά τη διάρκεια της διαχειριστικής

περιόδου 2024-2025, έχοντας πάντα τη στήριξη της μητρικής SSP Group.

Η ΕΙΚΟΝΑ ΤΟΥ ΟΜΙΛΟΥ ΣΤΟ Α' ΕΞΑΜΗΝΟ

Σε επίπεδο ομίλου το α' εξάμηνο της χρήσης 2025/2026 ολοκληρώθηκε με μεσαία μονοψήφια ανάπτυξη και αύξηση 18% στα λειτουργικά του κέρδη.

DATA 1/10-31/3 (σε €εκατ.)

<u>Πωλήσεις</u>
2025/2026: 1.763
2024/2025: 1.661
2023/2024: 1.517
2022/2023: 1.318
<u>Λειτουργικά κέρδη</u>
2025/2026: 50
2024/2025: 45
2023/2024: 38
2022/2023: 34

GUIDANCE

Οι εκτιμήσεις της διοίκησης για τη συνολική χρήση 2023/2024 που ολοκληρώνεται στα τέλη Σεπτεμβρίου κάνουν λόγο για μεσαία μονοψήφια ανάπτυξη, ενίσχυση του λειτουργικού περιθωρίου κέρδους από το 2,2% σε ποσοστά άνω του 3% και ισχυρές ταμειακές ροές άνω των 100 εκατ. Λιρών.

Ο Patrick Coveney, Group CEO του ομίλου SSP, ανέφερε ότι "το εξωτερικό περιβάλλον είναι αβέβαιο δεδομένων των τρεχόντων γεγονότων στη Μέση Ανατολή" ωστόσο πρόσθεσε ότι "η στρατηγική και οι προτεραιότητές μας παραμένουν αμετάβλητες. Ενώ αναγνωρίζουμε ότι υπάρχουν φυσικά περισσότερα να κάνουμε. Μέσω του σχεδίου μας 'Focus26', συνεχίζουμε να ενισχύουμε την επιχειρησιακή απόδοση σε ολόκληρο τον Όμιλο, με σαφείς πρωτοβουλίες σε εξέλιξη για την προώθηση βιώσιμων βελτιώσεων στην κερδοφορία, τη δημιουργία μετρητών και την απόδοση κεφαλαίου".

Ανέφερε τέλος ότι "λαμβάνοντας υπόψη τα συνολικά καλά αποτελέσματα των συναλλαγών στην αρχή του δεύτερου εξαμήνου, παραμένουμε αισιόδοξοι για τις προοπτικές μας για το υπόλοιπο του έτους".



Patrick Coveney, Group CEO, SSP

Μάκης Αποστόλου
makis@notice.gr

• **GRANIKAL**

ΑΝΑΠΤΥΞΗ 5% ΣΤΟ ΠΕΝΤΑΜΗΝΟ - ΕΝΕΣΕΙΣ... ΕΜΠΕΙΡΙΑΣ ΣΤΟ TEAM ΤΩΝ ΠΩΛΗΣΕΩΝ

Μικρό καλάθι για τη φεινή πορεία της αγοράς οινοπνευματωδών, αλλά σαφώς μεγαλύτερο για την εξέλιξη των δικών της πωλήσεων, κρατάει επί του παρόντος η Granikal, αποκρυπτογραφώντας τα πρώτα μηνύματα από τη θερινή σεζόν.

ΜΝΗΜΕΣ 2025

"Για την ώρα, βλέπουμε μια εικόνα που μοιάζει πάρα πολύ -για να μην πούμε ότι είναι ακριβώς ίδια- με την περυσινή", δηλώνει στο Fnb Daily η COO της εταιρείας, Αλεξία Μιτέκο. "Οι αφίξεις, αν κρίνουμε από τα επίσημα στοιχεία που βλέπουν το φως της δημοσιότητας, δείχνουν να πηγαίνουν καλά, ωστόσο δεν βλέπουμε κάποια ιδιαίτερη διάθεση των τουριστών να ξοδέψουν χρήματα. Την ίδια ώρα αρκετά συγκρατημένοι εμφανίζονται και οι Έλληνες καταναλωτές, τόσο λόγω της οικονομικής τους κατάστασης, όσο και εξαιτίας της αυστηροποίησης της νομοθεσίας και των ελέγχων γύρω από το αλκοόλ", προσθέτει, υπενθυμίζοντας πάντως ότι "δεν έχουμε μπει στην καρδιά του καλοκαιριού,

επομένως χρόνος για να αλλάξει το σκηνικό υπάρχει και ασφαλή συμπεράσματα δεν μπορούν ακόμα να εξαχθούν". Σαν γενικότερη τάση πάντως, σημειώνει ότι είναι εμφανής η στροφή των καταναλωτών στο "value for money" εις βάρος του "premium", κάτι που εξηγείται από την οικονομική δυστοκία.

ΑΝΑΔΙΟΡΓΑΝΩΣΗ ΣΤΗΝ ΟΜΑΔΑ ΠΩΛΗΣΕΩΝ

Η Granikal, μετά την πρόσφατη ανάληψη της θέσης του Γενικού Διευθυντή από τον Άρη Ζούμπο, βρίσκεται σε φάση αναδιοργάνωσης της Ομάδας Πωλήσεων, η οποία, όπως υπογραμμίζει η κα Μιτέκο, ενισχύεται με περισσότερα έμπειρα στελέχη. Με αυτές τις προσθήκες εκτιμάται ότι οι πωλήσεις θα ανεβάσουν ταχύτητα, δεδομένου σύμφωνα με την ίδια, ότι το πρώτο πεντάμηνο καταγράφεται ανάπτυξη 5%.

"ΚΑΛΗ Η ΠΟΡΕΙΑ ΤΟΥ CINZANO"

Σημαντική συμβολή έχει το brand Cinzano που έχει ενταχθεί στο portfolio της Granikal

από τα μέσα Νοεμβρίου 2025. "Έχουμε φέρει από τις αρχές της χρονιάς και κάποιους επιπλέον κωδικούς και ουσιαστικά διαθέτουμε την πλήρη γκάμα τόσο των Cinzano Sparkling Wines, όσο και των Cinzano Vermouth", επισημαίνει η κα Μιτέκο, συμπληρώνοντας ότι το προφίλ της μάρκας -παραδοσιακά συνδεδεμένο με μια vintage ιταλική αισθητική- βρίσκεται ούτως ή άλλως σε φάση ανανέωσης, αποκτώντας μια πιο μοντέρνα εικόνα.

ΥΨΗΛΟΙ ΡΥΘΜΟΙ ΓΙΑ ΤΑ ΑPERITIVO

Γενικά πάντως, σύμφωνα με τη συνομιλήτριά μας, τα aperitivo είναι αυτή τη στιγμή η κατηγορία με τη μεγαλύτερη ανάπτυξη και κινητικότητα, που δεν περιορίζονται στην καλοκαιρινή περίοδο. "Εκεί έχουμε ένα ιδιαίτερα δυνατό χαρτοφυλάκιο", τονίζει, υπενθυμίζοντας την παρουσία του Luxardo.



Αλεξία Μιτέκο,
COO, Granikal

DATA (σε €χιλ.)

Κύκλος Εργασιών

2025: 6.195

2024: 6.011

2023: 6.305

Μικτά κέρδη

2025: 2.430

2024: 2.119

2023: 1.769

EBITDA

2025: 1.880

2024: 2.187

2023: 1.621

Αποτέλεσμα προ φόρων

2025: 1.829

2024: 2.134

2023: 1.536

ΑΥΞΗΣΗ ΤΖΙΡΟΥ, ΜΕΙΩΣΗ ΕΒΙΤΔΑ ΠΕΡΥΣΙ

Σύμφωνα με τις δημοσιοποιημένες οικονομικές καταστάσεις, το 2025 έκλεισε για την Granikal με αύξηση 3% στον κύκλο εργασιών και 14,6% στα μικτά κέρδη (λόγω του μειωμένου κόστους πωλήσεων) ωστόσο το EBITDA υποχώρησε 14%. Σημειωτέον ότι μέσα στο 2025 η Granikal ολοκλήρωσε τη κατασκευή ιδιόκτητης φορολογικής αποθήκης στον Ασπρόπυργο.

Γιάννης Τσατσάκης
yannis@notice.gr

• **HELLENIC CATERING**

ΜΠΑΙΝΕΙ ΣΤΗΝ ΚΑΤΗΓΟΡΙΑ ΓΛΥΚΩΝ ΧΩΡΙΣ ΠΡΟΣΘΗΚΗ ΖΑΧΑΡΗΣ - ΕΠΕΚΤΑΣΗ ΣΕ ΒΑΛΚΑΝΙΑ ΚΑΙ Ν. ΕΥΡΩΠΗ

Στην κατηγορία των γλυκών χωρίς προσθήκη ζάχαρης εισέρχεται η Hellenic Catering με τη νέα σειρά Beyond Sugar, διευρύνοντας το προϊοντικό της χαρτοφυλάκιο.

Η νέα σειρά γλυκών Beyond Sugar, που απευθύνεται στη διαρκώς αυξανόμενη ζήτηση για προϊόντα χωρίς προσθήκη ζάχαρης σηματοδοτεί, όπως αναφέρουν πηγές της εταιρείας στο FNB Daily, την περαιτέρω διεύρυνση της παρουσίας της σε κατηγορίες που συνδέονται με τις σύγχρονες διατροφικές τάσεις.

ΑΝΑΝΕΩΣΗ GURU BURGERS

Παράλληλα, η θυγατρική του ομίλου Vivartia προχωρά στην ανανέωση της σειράς Guru Burger, ενώ αναπτύσσει και νέα σειρά ατομικών γευμάτων, διευρύνοντας τις διαθέσιμες προτάσεις της προς την οργανωμένη λιανική και την αγορά της μαζικής εστίασης.

Την ίδια στιγμή υλοποιεί επενδυτικό πρόγραμμα που επικεντρώνεται στην ενίσχυση της παραγωγικής της βάσης, με στόχο τη βελτίωση της αποδοτικότητας και την αύξηση της ευελιξίας της παραγωγικής διαδικασίας. Σύμφωνα με τις ίδιες πηγές, οι επενδύσεις αφορούν

- έρευνα και ανάπτυξη
- αυτοματοποιημένα συστήματα
- νέο εξοπλισμό και παραγωγικές υποδομές



ΟΙ ΒΑΣΙΚΕΣ ΑΓΟΡΕΣ

Η Hellenic Catering διαθέτει ήδη παρουσία σε αγορές όπως η Βουλγαρία, η Ρουμανία, το Ηνωμένο Βασίλειο και η Κύπρος, ενώ σχεδιάζει περαιτέρω ανάπτυξη σε χώρες των Βαλκανίων και της Νότιας Ευρώπης.

Στο πλαίσιο αυτό σχεδιάζει να συμμετέχει στην SIAL 2026, με στόχο την ανάπτυξη νέων συνεργασιών και την ενίσχυση του εξαγωγικού της αποτυπώματος.

Αξίζει να σημειωθεί ότι βασικοί άξονες της εξαγωγικής στρατηγικής της εταιρείας εστιάζουν στις σειρές Guru Burgers, Beyond Sugar και στα έτοιμα ατομικά γεύματα, κατηγορίες στις οποίες η διοίκηση βλέπει περιθώρια περαιτέρω ανάπτυξης τόσο στην εγχώρια όσο και στη διεθνή αγορά.

Στέλλα Αυγουστάκη
stella@notice.gr

• **ΟΙΚΟΓΕΝΕΙΑ ΣΑΡΑΝΤΗ**

ΔΩΡΕΑ ΣΤΟΝ ΔΗΜΟ ΤΡΙΚΚΑΙΩΝ ΓΙΑ ΤΑ 40 ΧΡΟΝΙΑ ΤΥΡΑΣ

Η οικογένεια Σαράντη, μέσω του ομίλου Ελληνικά Γαλακτοκομεία, προχώρησε σε δωρεά προς τον Δήμο Τρικκαίων για την πλήρη υλοποίηση έργου ανάπλασης στην περιοχή ΔΕΗ - Αλώνια Μπάρας, στα Τρίκαλα, με αφορμή τη συμπλήρωση 40 ετών από την ίδρυση της Τυράς.

Η Ελληνικά Γαλακτοκομεία κάλυψε εξ ολοκλήρου τη δαπάνη κατασκευής, ενώ η επίβλεψη πραγματοποιήθηκε από την Τεχνική Υπηρεσία του Δήμου Τρικκαίων.

Η παρέμβαση, αφορούσε τη δημιουργία νέας πλατείας και θεματικής παιδικής χαράς σε έκταση περίπου 3.400 τ.μ., μετατρέποντας έναν υποβαθμισμένο χώρο στάθμευσης σε χώρο πρασίνου, αναψυχής και κοινωνικής δραστηριότητας. Το έργο περιλαμβάνει παιδική χαρά με θέμα τη "Φάρμα", εξοπλισμένες και πιστοποιημένες και προσβάσιμες εγκα-



Τα αδέρφια Σαράντη με τον Δήμαρχο Τρικκαίων, Νίκο Σακκά

ταστάσεις για όλα τα παιδιά, καθώς και διανομορφωμένους κοινόχρηστους χώρους με έμφαση στο πράσινο και τη βιώσιμη αστική ανάπτυξη.

SME
D A I L Y

Το καθημερινό newsletter για τη μικρομεσαία επιχειρηματικότητα

Γίνε συνδρομητής ΔΩΡΕΑΝ εδώ



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

Με την αξιοπιστία της

NOTICE
CONTENT & SERVICES

• ΕΕ - ΚΙΝΑ

ΑΝΗΣΥΧΙΑ ΣΤΟΝ ΚΛΑΔΟ ΕΥΡΩΠΑΪΚΟΥ ΟΙΝΟΥ

Οι εντάσεις μεταξύ Κίνας και Ευρώπης κλιμακώνονται γύρω από το ζήτημα της βιομηχανικής υπερπαραγωγής, με τις εξελίξεις να προκαλούν έντονη ανησυχία στον ευρωπαϊκό κλάδο οίνου και αλκοολούχων ποτών, για πιθανές εμπορικές επιπτώσεις από νέα κινεζικά μέτρα.

Στο επίκεντρο βρίσκεται η συζήτηση για την επιβολή εμπορικών περιορισμών από το Πεκίνο, ως απάντηση στις ευρωπαϊκές πρωτοβουλίες για αντιμετώπιση της λεγόμενης υπερπαραγωγής της Κίνας. Το θέμα επανήλθε πρόσφατα, μετά από δημόσιες τοποθετήσεις του κινεζικού Υπουργείου Εμπορίου, το οποίο άφησε ανοιχτό το ενδεχόμενο λήψης αντίμετρων σε περίπτωση περιοριστικών ευρωπαϊκών εμπορικών εργαλείων.

ΗΔΗ ΠΙΕΣΜΕΝΗ Η ΑΓΟΡΑ

Ο κλάδος του κρασιού εκφράζει ανησυχία ότι πιθανή κλιμάκωση της εμπορικής αντιπαράθεσης θα μπορούσε να οδηγήσει τα ευρωπαϊκά προϊόντα, όπως τα κρασιά και τα αλκοολούχα ποτά, σε καθεστώς εμπορικών αντιποίνων, επηρεάζοντας μια ήδη πιεσμένη αγορά.

Η κινεζική αγορά οίνου, σύμφωνα με τα στοι-

χεία που παρατίθενται, παρουσιάζει σημαντική υποχώρηση τα τελευταία χρόνια, με μείωση της κατανάλωσης και αναδιάρθρωση της ζήτησης μετά την περίοδο της πανδημίας. Παράλληλα, η Κίνα έχει πάψει να αποτελεί την αναπτυσσόμενη "αγορά-Eldorado" για τα ευρωπαϊκά κρασιά, καθώς οι εξαγωγές προς τη χώρα έχουν μειωθεί σε όγκο και αξία την τελευταία διετία.

Ο ΚΙΝΔΥΝΟΣ ΤΗΣ ΑΒΕΒΑΙΟΤΗΤΑΣ

Στο πλαίσιο αυτό, ο ευρωπαϊκός κλάδος οίνου επισημαίνει ότι η πιθανότητα εμπορικής αντιπαράθεσης ΕΕ-Κίνας προσθέτει επιπλέον αβεβαιότητα σε μια ήδη δύσκολη συγκυρία, η οποία επιβαρύνεται και από προηγούμενες εμπορικές εντάσεις σε άλλες αγορές. Ιδιαίτερη αναφορά γίνεται σε προηγούμενα περιστατικά εμπορικών μέτρων και αντιποίνων, όπως οι δασμοί που είχαν επιβληθεί στο αυστραλιανό κρασί και οι πρόσφατες ενέργειες που επηρέασαν το γαλλικό κονιάκ, τα οποία χρησιμοποιούνται ως παραδείγματα των πιθανών επιπτώσεων μιας νέας κλιμάκωσης.

Παράλληλα, επισημαίνεται ότι η συνολική παγκόσμια κατανάλωση κρασιού βρίσκε-



ται σε πτωτική πορεία, με την κινεζική αγορά να καταγράφει από τις μεγαλύτερες μειώσεις διεθνώς τα τελευταία χρόνια, γεγονός που ενισχύει τις ανησυχίες για τη μελλοντική ζήτηση.

Σύμφωνα με εκπροσώπους του κλάδου, απαιτείται διπλωματική παρέμβαση ώστε να αποφευχθεί περαιτέρω επιδείνωση των εμπορικών σχέσεων, καθώς εκφράζεται ο φόβος ότι μια νέα σύγκρουση θα μπορούσε να πλήξει σημαντικά τις ευρωπαϊκές εξαγωγές οίνου και αλκοολούχων ποτών.

• Debrief •

ΠΟΙΟΣ ΘΕΛΕΙ ΤΖΑΜΠΑ;

Η πιθανότητα να βρεις θέση στάθμευσης στο Κέντρο είναι λίγο μεγαλύτερη από τα να πιάσεις το... λαχείο, οπότε εδώ και πολλά χρόνια πηγαioέρχομαι στη δουλειά μόνο με τα ΜΜΜ. Με €27 τον μήνα έχω απεριόριστες διαδρομές με όλα τα Μέσα του ΟΑΣΑ. Αν υπολογίσω τα χιλιόμετρα που κάνω και τα συγκρίνω με την βενζίνη που θα έκαίγα, τη φθορά στο αυτοκίνητο, τις κλήσεις που θα μάζευα, μιλάμε για... τζάμπα πράγμα.

Τις τελευταίες ημέρες έχουν προκύψει κάποιες προτάσεις για δωρεάν μετακινήσεις με τα ΜΜΜ. Κανονικό τζάμπα δηλαδή. Ως καθημερινός χρήστης τους, λοιπόν, οφείλω να ξεκαθαρίσω ότι ΔΕΝ θέλω να μετακινούμαι τζάμπα με τα ΜΜΜ. Άλλο είναι το όνειρό μου. Και έχω την εντύπωση – όχι τη βεβαιότητα – ότι το ίδιο όνειρο μοιράζονται οι περισσότεροι πολίτες.

Καταρχήν να διευκρινίσω ότι συνήθως χρησιμοποιώ Ηλεκτρικό – Μετρό. Ό,τι έχετε διαβάσει για τον Ηλεκτρικό ισχύει. Η παλαιότητα

των συρμών, η κατάσταση στην οποία βρίσκονται, η έλλειψη κλιματισμού σε πολλούς, η συχνότητα των δρομολογίων, όλα, μα όλα ισχύουν. Η εικόνα δεν είναι καθόλου καλή, για να το θέσω κομπά. Και το κλείνω εδώ.

Μέχρι πριν λίγα χρόνια η κατάσταση στα Λεωφορεία ήταν ακόμα χειρότερη. Τον τελευταίο μήνα που γύρισα τις μετακινήσεις από Ηλεκτρικό σε Λεωφορεία διαπίστωσα ότι έχει πραγματοποιηθεί άλμα πολιτισμού. Πλέον σπάνια πέφτεις σε παλιό όχημα, ενώ τα καινούρια είναι... τζι.τζι. Μπαίνεις μέσα με το... κοστούμι. Δεν ισχυρίζομαι ότι όλα είναι τέλεια. Σε πολλές γραμμές απαιτείται σημαντική πύκνωση των δρομολογίων, για να μην ταλαιπωρείται ο κόσμος. Αλλά η κατάσταση έχει βελτιωθεί σημαντικά.

Το όνειρο, λοιπόν, που έχουμε όσοι χρησιμοποιούμε τα ΜΜΜ είναι ό,τι έγινε με τα λεωφορεία τα τελευταία χρόνια να επιταχυνθεί και να επεκταθεί και στα άλλα Μέσα. Πληρώσω την κάρτα ή το εισιτήριο, το Κράτος παίρ-

νει τα λεφτά μου, τα επενδύει στη συγκεκριμένη υπηρεσία και μου την παραδίδει όπως πρέπει: καθαρή, αξιόπιστη, στην ώρα της, σε επάρκεια.

Για να το επεκτείνω εκτός ΜΜΜ, ο πολίτης ζητά πλέον επίμονα ένα απλό, απλούστατο πράγμα: deal με το Κράτος, τους όρους τους οποίους θα σέβονται στο ακέραιο και τα δύο μέρη. Τα όσα περάσαμε ως κοινωνία τα τελευταία χρόνια λειτούργησαν εκπαιδευτικά (και... παιδευτικά). Οι περισσότεροι δεν αναζητούν εύκολες και χαριστικές λύσεις. Έχουμε, νομίζω, απομακρυνθεί από αυτές τις λογικές, και απομακρυνόμαστε ολοένα και περισσότερο.

Όπως το λεωφορείο που, δυστυχώς, έχασα τις προάλλες και το έβλεπα να φεύγει από τη στάση. Ευτυχώς το επόμενο ήρθε σύντομα. Επειδή το πληρώνω με την κάρτα μου...

Γιάννης Παλιούρης
giannis@notice.gr

• **ΜΑΤΑΡΟΑ 0.0**
ΝΕΟ ΜΗ ΑΛΚΟΟΛΟΥΧΟ ΠΟΤΟ
ΑΠΟ ΤΗΝ ΠΟΤΟΠΟΙΙΑ ΜΕΛΙΣΣΑΝΙΔΗ

Η Mataroa παρουσίασε το νέο Mataroa 0.0, ένα μη αλκοολούχο ποτό από την ποτοποιία Μελισσανίδη, δημιουργό του Mataroa Mediterranean Gin, το οποίο διανέμεται στην Ελλάδα από την Beverage World..

Το Mataroa 0.0 αξιοποιεί την ίδια συνταγή με το Mataroa Mediterranean Gin, το οποίο αποτελεί το πρώτο σε πωλήσεις ελληνικό premium gin, απευθυνόμενο σε καταναλω-

τές που δεν επιλέγουν την κατανάλωση αλκοόλ, αλλά αναζητούν αντίστοιχη γευστική και ποιοτική εμπειρία.

Το Mataroa 0.0 σερβίρεται με πάγο και τόνικ, όπως ένα κλασικό Gin & Tonic, και διατίθεται σε bars και εστιατόρια, καθώς και σε κάβες και supermarkets για οικιακή χρήση.

Η εταιρεία αναφέρει ότι το προϊόν απευθύνε-



ται στη νέα γενιά καταναλωτών που αναζητούν μη αλκοολούχες επιλογές, στο πλαίσιο ενός ισορροπημένου τρόπου ζωής.

Business Maker

ΤΟ ΣΑΦΑΡΙ ΚΟΝΤΟΠΟΥΛΟΥ ΚΑΙ ΤΑ ΚΑΣΤΡΑ ΤΩΝ ΤΡΟΦΙΜΩΝ

Με αμείωτη ένταση συνεχίζεται το σαφάρι, που έχει εξαπολύσει το τελευταίο διάστημα ο Διευθύνων Σύμβουλος του ομίλου ΕΧΑΕ, Γιάννος Κοντόπουλος, βάζοντας στο στόχαστρό του την ελίτ των ελληνικών οικογενειακών επιχειρήσεων. Ο επικεφαλής του αθηναϊκού ταμπλό γυρίζει τη χώρα και πραγματοποιεί κατ' ιδίαν συναντήσεις με ισχυρούς βιομηχάνους, προσπαθώντας να τους πείσει για τα οφέλη της εισαγωγής των εταιρειών τους στην Λεωφόρο Αθηνών.

Ωστόσο, όπως μαθαίνουμε από καλά πληροφορημένες πηγές της στήλης, δύο από τα πιο βαριά και ποιοτικά ονόματα του κλάδου των τροφίμων, η Μέλισσα-Κίκιζας και η ΜΕΒΓΑΛ, συνεχίζουν να απορρίπτουν αυτό το ενδεχόμενο και να κρατούν ερμητικά κλειστά τα κάστρα τους. Όταν οι διοικήσεις των δύο αυτών

ιστορικών ομίλων ακούνε για Χρηματιστήριο, προς το παρόν δείχνουν να μη συγκινούνται ιδιαίτερα. Το επιχειρημά τους είναι απλό και βασίζεται στην ωμή πραγματικότητα των ισολογισμών τους. Αυτή τη στιγμή δεν έχουν κανένα απολύτως πρόβλημα ρευστότητας, ούτε καίγονται να αντλήσουν νέα κεφάλαια από την αγορά. Απολαμβάνουν, μάλιστα, ιδιαίτερα φθινό δανεισμό από τις τράπεζες, γεγονός, που τους επιτρέπει να χρηματοδοτούν τα επενδυτικά τους πλάνα χωρίς τις δεσμεύσεις, το κόστος και τη διαρκή λογοδοσία, που απαιτεί η παρουσία στο ταμπλό.

Παρ' όλα αυτά, στο πίσω μέρος του μυαλού τους η πόρτα δεν έχει σφραγιστεί οριστικά για το μέλλον. Αυτό το ξέρει καλά ο Γιάννος Κοντόπουλος και όπως εξομολογείται σε συνομιλητές του δεν απογοητεύεται από τις πρώτες

αρνήσεις. Ο ίδιος εμφανίζεται πεπεισμένος ότι οι συνθήκες θα ωριμάσουν και ότι αργά ή γρήγορα οι σοβαρές ελληνικές οικογενειακές επιχειρήσεις θα αντιληφθούν ότι πρέπει να εκμεταλλευτούν το θετικό momentum. Το μεγάλο στοίχημα του κ. Κοντόπουλου είναι να ενισχύσει το αποτύπωμα των τροφίμων στο χρηματιστήριο — ενός κλάδου εξαιρετικά δυναμικού, με τεράστια εξωστρέφεια και ανθεκτικότητα λόγω των εξαγωγών.

Τώρα, μάλιστα, που το Ελληνικό Χρηματιστήριο βρίσκεται και επίσημα υπό τη σκέπη του Euronex, το δέλεαρ της διεθνούς ορατότητας είναι πολύ μεγαλύτερο. Ο επικεφαλής της ΕΧΑΕ θα επιμείνει, τοντάροντας στο ότι η ανάγκη για διεθνή μεγέθυνση θα αναγκάσει τελικά τους παραδοσιακούς βιομηχάνους να περάσουν το κατώφλι της αγοράς.

Η COCA-COLA HBC ΓΙΟΡΤΑΣΕ 30 ΧΡΟΝΙΑ ΠΑΡΟΥΣΙΑΣ ΣΤΗΝ ΒΟΥΛΓΑΡΙΑ ΜΕ ΝΕΑ ΕΠΕΝΔΥΣΗ

Τριάντα χρόνια λειτουργίας συμπλήρωσε το παραγωγικό κέντρο της Coca-Cola HBC στο Κόστινμπροντ της Βουλγαρίας, με τον όμιλο να αξιοποιεί την επέτειο για να στείλει μήνυμα συνέχισης των επενδύσεων σε μια από τις σημαντικότερες αγορές του στην Νοτιοανατολική Ευρώπη. Σύμφωνα με ανάρτηση του ομίλου στο LinkedIn, στο επίκεντρο της εκδήλωσης βρέθηκε η ολοκλήρωση νέου αγωγού ύδρευσης για τις περιοχές Κόστινμπροντ και Βολουγιάκ, μια επένδυση €4,1 εκατ., που ενισχύει την υδροδοτική επάρκεια των τοπικών κοινωνιών και παράλληλα υποστηρίζει τη λειτουργία της παραγωγικής μονάδας.

Η διοίκηση της Coca-Cola HBC επέλεξε να συνδέσει το επενδυτικό αυτό έργο με τη συνολική παρουσία του ομίλου στη βουλγαρική οικονομία. Σύμφωνα με τα στοιχεία, που παρουσιάστηκαν κατά τη διάρκεια της εκδήλωσης, το σύστημα της Coca-Cola στην Βουλγαρία συνεισέφερε το 2025 περίπου €623 εκατ. στην οικονομία της χώρας, υποστήριξε 16.500 θέσεις εργασίας σε όλη την αλυσίδα αξίας και παρήγαγε σχεδόν το 1% των συνολικών φορολογικών εσόδων του βουλγαρικού κράτους.

Ο Διευθύνων Σύμβουλος της Coca-Cola HBC, Ζόραν Μπογκντάνοβιτς, χαρακτήρισε την

Βουλγαρία στρατηγική αγορά για τον όμιλο, επισημαίνοντας ότι η χώρα διαθέτει ισχυρό ανθρώπινο δυναμικό, σταθερό δίκτυο συνεργατών και προοπτικές βιώσιμης ανάπτυξης. Όπως ανέφερε, το εργοστάσιο του Κόστινμπροντ αποτελεί χαρακτηριστικό παράδειγμα της μακροπρόθεσμης δέσμευσης της εταιρείας, με έμφαση στην ασφάλεια των εργαζομένων, την ενεργειακή αποδοτικότητα, τη βιωσιμότητα και την καινοτομία. Το Κόστινμπροντ αποτελεί ένα από τα βασικά παραγωγικά κέντρα της Coca-Cola HBC στην περιοχή, εξυπηρετώντας όχι μόνο την τοπική αγορά, αλλά και ευρύτερες ανάγκες του ομίλου.

• ΓΡΗΓΟΡΗΣ

"GREAT PLACE TO WORK" ΓΙΑ ΤΕΤΑΡΤΗ ΣΥΝΕΧΟΜΕΝΗ ΧΡΟΝΙΑ

Για τέταρτη συνεχόμενη χρονιά, η Γρηγόρης αναγνωρίζεται ως "Great Place to Work", όπως ανακοίνωσε.

Η διάκριση προκύπτει αποκλειστικά από τις ανώνυμες αξιολογήσεις των εργαζομένων μέσω του ερωτηματολογίου Trust Index, το οποίο αποτυπώνει την καθημερινή εμπειρία τους στον οργανισμό.

Σύμφωνα με τα φετινά αποτελέσματα, καταγράφεται ισχυρή κουλτούρα συμπεριληψης, ισότητας και συνεργασίας, με τους εργαζομένους να αναφέρουν ότι αντιμετωπίζονται σε μεγάλο βαθμό δίκαια και να αξιολογούν θετικά τη διοίκηση ως προς την ακεραιότητα και την ηθική της. Παράλληλα, θετικά αποτιμώνται οι πρωτοβουλίες της εταιρείας που ενισχύουν το ομαδικό πνεύμα.

Σε σχέση με την προηγούμενη χρονιά, καταγράφεται βελτίωση στην αντίληψη των εργαζομένων για το εργασιακό περιβάλλον, το οποίο χαρακτηρίζεται περισσότερο ψυχολογικά και συναισθηματικά υγιές,



ενώ ενισχύεται η εικόνα για τη μέριμνα της εταιρείας σχετικά με τη συνολική ευεξία του προσωπικού.

Business Insight

Η FED - ΥΠΟ WARSH - ΤΟ ΜΟΥ ΗΠΑ-ΙΡΑΝ, Η SPACE X ΚΑΙ ΤΑ MIDTERMS ΤΟΥ ΝΟΕΜΒΡΙΟΥ

Μόλις λίγα 24ωρα πριν τη **συνεδρίαση της Fed - υπό τον Kevin Warsh** -, μόλις λίγα μετά το **θηριώδες IPO της Space X**, η ανακοίνωση του **προσχεδίου συμφωνίας ΗΠΑ-Ιράν**. Καλώς εκόκτων των πραγμάτων το ΜοU 14 σημείων που μέλλει να υλοποιηθούν σε διάστημα 60 ημερών, θα υπογραφεί την Παρασκευή. **Ως insighter θα σταθούμε στα ψιλά γράμματα**, τις... συμπτώσεις, τον χρονικό ορίζοντα που έπεται μέχρι τις ενδιαμέσες εκλογές στις ΗΠΑ. Στις 2-3 Νοεμβρίου θα κριθεί η κυριαρχία (ή όχι) Trump σε Κογκρέσο και Βουλή, εύλογη η σημασία του όποιου αποτελέσματος. Αύριο Τετάρτη συνεδριάζει το board members της Federal Reserve - δηλαδή των 7 μελών στην Washington DC και των 12 πολιτειακών τραπεζών - το πρώτο υπό τον διάδοχο του Jerom Powell, **με τον τραπεζίτη προσωπική επιλογή του προέδρου των ΗΠΑ να έχει να διαχειριστεί τις πιέσεις από την κυβέρνηση (που τον πρότεινε)**, με τον Trump να έχει ζητήσει επανειλημμένως μείωση του επιτοκίου αναφοράς στο 1% ή και χαμηλότερα, ενώ τώρα βρίσκεται στο εύρος 3,5% έως 3,75%. **Ο νέος επικεφαλής της Fed θεωρεί ότι οι ΗΠΑ βιώνουν έκρηξη παραγωγικότητας χάρη στην Τεχνητή Νοημοσύνη**. Αν πράγματι ισχύει αυτό το σενάριο, θα

μπορούσε να ανοίξει ο δρόμος για μείωση επιτοκίων, δίχως άνοδο πληθωρισμού. Γνωστό πως **τα χαμηλά επιτόκια τρέφουν τον τεχνολογικό κλάδο**, είναι το κύριο καύσιμο για να υποστηριχθεί η δημιουργία (και συντήρηση) θηριωδών αποτιμήσεων. Ήδη, η Space X αποτιμάται στα \$2 τρις. - ενώ **ακολουθούν IPOs άλλων ομίλων AI, κ.λ.π.** Σημειωτέον πως, σύμφωνα με τους όρους δημόσιας προσφοράς για τον όμιλο του Elon Musk **ισχύει 3μηνη περίοδος (δέσμευσης) διακράτησης μετοχών**- με τη συμμετοχή των μικροεπενδυτών να υπολογίζεται στο 30%. Τί σημαίνει αυτό πρακτικά; Πως η lock up period διατρέχει παράλληλα το 2μηνο υλοποίησης των όρων/προϋποθέσεων συμφωνίας ΗΠΑ-Ιράν. Η συσχέτιση προφανής... καθώς μάλλον **Αύγουστο ακολουθούν οι εγγραφές για άλλους κολοσούς AI, Anthropic, e.t.c.**, που χρειάζονται θετικό κλίμα (αν μη τι άλλο, όχι...πολεμικό στην Μέση Ανατολή). Επίσης, μία λεπτομέρεια που χρήζει αναφοράς καθώς συμβαίνει για πρώτη φορά στα χρονικά της Fed, ο Powell παραμένει ως μέλος μέχρι τον Ιανουάριο 2028, που σημαίνει ότι ο Trump δεν θα έχει τη δυνατότητα να προτείνει νέο μέλος στο διοικητικό συμβούλιο, αλλάζοντας τον συσχετισμό δυνάμεων, ανάλογα και με το αποτέλε-

σμα των ενδιαμέσων\ του Νοεμβρίου. **Με την υπόθεση πως, την Παρασκευή υπογράφεται η συμφωνία ΗΠΑ-Ιράν στην Γενεύη** και ενώ θα έχει προηγηθεί η συνεδρίαση της Fed, αφήνοντας αμετάβλητα τα επιτόκια, **η διοίκηση της Ουάσιγκτον θα έχει περιθώριο δύο έως τριών μηνών για να επιχειρήσει να αναστρέψει το κλίμα στο εσωτερικό των ΗΠΑ**. Μία Wall Street σε άνοδο - για τις AI, Techs Giants, e.t.c - με ζεστό ρευστό σε ασφαλιστικά ταμεία, συνταξιοδοτικά-εργατικά χαρτοφυλάκια, ο Trump μπορεί να διεκδικήσει με αξιώσεις τους στόχους του.

Θυμίζω ότι οι αποφάσεις για τα επιτόκια απαιτούν την πλειοψηφία της 12μελούς επιτροπής. Κατά παράδοση, οι πρόεδροι αντιτίθεντο στην ψήφο της πλειοψηφίας συχνότερα από τα μέλη, παράδοση που όμως που έσπασε επί προεδρίας Powell. Μάλιστα **στη συνεδρίαση του Απριλίου υπήρξαν οι ψήφοι διαφωνίας ήταν κατά τέσσερις περισσότερες από το 1992**. Ευρεία διχογνωμία παραπέμπει σε Fed που δεν είναι σίγουρη για την πολιτική που ακολουθεί, για αυτό και ο Warsh έχει προτεριοποιήσει την προσπάθεια συγκοινωνίας μεταξύ των μελών.

Τούτων δοθέντων, σχεδόν σίγουρο είναι πως το καλοκαίρι θα είναι καυτό, δεν θα πλήξουμε...

• ΠΟΤΟΠΟΪΑ ΠΛΩΜΑΡΙΟΥ ΕΠΙΒΡΑΒΕΥΣΗ ΤΗΣ ΑΚΑΔΗΜΑΪΚΗΣ ΑΡΙΣΤΕΙΑΣ ΓΙΑ 4η ΣΥΝΕΧΗ ΧΡΟΝΙΑ

Η Ποτοποΐα Πλωμαρίου Ισίδωρος Αρβανίτης συνεχίζει την πρωτοβουλία της για την επιβράβευση της ακαδημαϊκής αριστείας, αναγνωρίζοντας τον μεταπτυχιακό φοιτητή Νικόλαο Μπαή για την εξαιρετική του επίδοση στο πρόγραμμα "Πλανητική και Περιβαλλοντική Αλλαγή: Διαχείριση και Τεχνολογία" του Πανεπιστημίου Αιγαίου, όπου σημείωσε βαθμό 9,51.

Η βράβευση πραγματοποιήθηκε στην Λέσβο και αποτελεί την 4η συνεχόμενη αντίστοιχη διάκριση στο πλαίσιο της συνεργασίας της εταιρείας με το Πανεπιστήμιο Αιγαίου. Η πρωτοβουλία εντάσσεται στη στρατηγική της εταιρείας για στήριξη της νέας γενιάς επιστημόνων και ενίσχυση της ακαδημαϊκής αριστείας, με έμφαση σε περιβαλλοντικά και κοινωνικά ζητήματα.



Editorial

Αντίστροφος λαϊκισμός

Με αφορμή το χθεσινό Editorial, με τίτλο, "Η απατηλή λάμψη της τζάμπα μαγκιάς", δέχτηκα ένα τηλεφώνημα από έναν καθημερινό αναγνώστη, ο οποίος μου θύμισε και μια άλλη πλευρά του ευρωπαϊκού λαϊκισμού. Τον ονόμασε, πολύ σωστά, αντίστροφο λαϊκισμό. Και, ακόμα πιο σωστά, ο Γιώργος μου θύμισε τον λαϊκισμό αυτόν, που επικρατούσε σε όλη την κεντρική και βόρεια Ευρώπη, την περίοδο, που η χώρα άρχισε να βιώνει την κρίση χρέους και να μπαίνει στα γνωστά μνημόνια.

Ο λαϊκισμός αυτός έχει να κάνει με το γεγονός ότι οι κυβερνήσεις των χωρών αυτών, μαζί με τα μέσα ενημέρωσης, διαμόρφωναν με πολλή ένταση ένα ισχυρά αρνητικό κλίμα για την Ελλάδα και τους Έλληνες.

Όχι ότι εμείς δεν είχαμε δώσει δικαιώματα, βιώνοντας επί δεκαετίες μία Dolce Vita με δανεικά. Με τα λεφτά των άλλων, δηλαδή.

Όχι ότι εμείς οι ίδιοι, μέσω συγκεκριμένων πολιτικών, δεν είχαμε αυτοχαρακτηριστεί τεμπέληδες.

Όχι ότι η δική μας κρίση δεν είχε προκαλέσει έντονες αναταράξεις στο σύνολο της Ευρωζώνης. Από αυτό το σημείο, όμως, μέχρι την πλήρη διαπόμπευση της χώρας και των πολιτών της, υπάρχει τεράστια απόσταση.

Διότι δεν πρέπει να ξεχνάμε ότι ο αντίστροφος αυτός λαϊκισμός επιδείνωσε σημαντικά το κλίμα, όχι μόνο για την Ελλάδα, αλλά και για το σύνολο της Ευρωζώνης, δεδομένου ότι οι επενδυτές χρέους καταλάβαιναν πλήρως πως ήταν ευθύνη και των Ευρωπαίων, που άφησαν το πράγμα στην Ελλάδα να ξεχειλώσει, αλλά και που δεν είχαν αναπτύξει τους κατάλληλους μηχανισμούς διαχείρισης κρίσεων, και μάλιστα τόσο σημαντικών, όπως η ελληνική κρίση χρέους. Αυτά για να μην ξεχνιόμαστε.

Με πολλές ευχαριστίες στον Γιώργο. Τόσο απλά.

Νεκτάριος Β. Νώτης
nectarios@notice.gr

SECRETRECIPE

Βιολογικό Χωριό: Πού μίσθωσε νέα αποθήκη

Στη μίσθωση μιας νέας αποθήκης προχώρησε η αλυσίδα βιολογικών τροφίμων και προϊόντων ευεξίας, Βιολογικό Χωριό. **Όπως αποκάλυψε χθες το Real Estate Daily Secret**, ο λιανέμπορος μίσθωσε νέα αποθήκη στον Ασπρόπυργο και, συγκεκριμένα, στη θέση Λόφος Κύριλλος. Το εμβαδόν της αποθήκης είναι περί τα 3.000 τετραγωνικά μέτρα και το συμβόλαιο έκλεισε με μίσθωμα κοντά στα 5,50 ευρώ το τετραγωνικό. Θυμίζουμε ότι η κεντρική αποθήκη της αλυσίδας βρίσκεται στην οδό Ιωάννου Ράλλη 10, στον Άγιο Ιωάννη Ρέντη.