



ΓΙΑΤΙ ΝΑ ΦΑΣ ΚΑΤΙ ΑΛΛΟ, ΟΤΑΝ ΕΧΕΙΣ ΦΡΕΣΚΟΥΛΗ;



Super Bowl



Σαλάτες γεύματα



Φρέσκα
χορταρικά



Φρέσκα
μυρωδικά



Νεαρά φύλλα



Έτοιμες σαλάτες



Φρουτοσαλάτες



Snacks to go

**ΑΓΑΠΑΜΕ
ΦΡΕΣΚΟ!**

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 14 ΙΟΥΛΙΟΥ 2026
ΤΕΥΧΟΣ 2366



• NIELSENIQ

Στα €5,7 δισ. ο συνολικός τζίρος των FMCGs
στο εξάμηνο - Λιγότερα πωτος, στο 24,3%
το μερίδιο του PL



• BEL HELLAS

Το νέο μοντέλο διανομής φέρνει καλύτερα
αποτελέσματα - Αναπροσαρμογές στον τιμοκατάλογο
λόγω πληθωρισμού



• ΜΥΛΟΙ ΚΡΗΤΗΣ

Έρχονται νέα προϊόντα, στροφή του Vero Κρητικό
στο B2B - Σταθερή πορεία στο εξάμηνο



• SEGAFREDO ZANETTI

BC Partners και CVC εξετάζουν να υποβάλλουν
προσφορές

Editorial

Ένας είναι ο εχθρός: Ο καπιταλισμός

Debrief

Αβεβαιότητας, αβεβαιοτήτων, τα πάντα αβεβαιότητας

Business Insight

Το νέο βιοκλιματικό κτίριο
του ομίλου ΔΕΗ,
η Powerhub properties
και οι συνέργειες

SecretRecipe

Ο Φ. Χρονόπουλος
αναλαμβάνει το διάστημα
Le Taillevent

Business Maker

- Γιατί η Ελλάδα μένει εκτός
ραντάρ των ξένων super
market
- Η πρώτη εργαζόμενη του
Γρηγόρη Βγήκε στη σύνταξη



FOOD FORWARD

From Farm to Future

Το μεγαλύτερο συνέδριο για τον κλάδο
των Τροφίμων & Ποτών **επιστρέφει**

2 SEASON

5-6 Νοεμβρίου 2026

HYATT REGENCY THESSALONIKI

ΜΕ ΤΗΝ ΑΞΙΟΠΙΣΤΙΑ ΤΗΣ



NOTICE

CONTENT & SERVICES



**DIMORAGKAS
VAIOS**
Managing Director,
NIELSENQ, Greece
& Bulgaria



**KONTOS
DIMITRIS**
Chief Operating Officer,
METRO



**TAKOULAS
VAGGELIS**
Purchasing Director,
METRO



**TOURALIAS
APOSTOLOS**
Chairman, HAPO

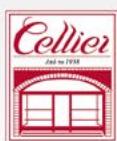


**ZOUKAS
KOSTAS**
President, PEMETE

POWERED BY

forum S.A.
TRADE SHOWS • PUBLICATIONS

SILVER SPONSORS



SUPPORTER

elvida
FOODS

Για περισσότερες
πληροφορίες:



ΜΕ ΤΗΝ ΑΙΓΙΔΑ



ΕΛΟΔΟ
ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΟΡΓΑΝΙΣΜΟΣ
ΔΙΑΤΡΟΦΗΣ ΚΑΙ ΚΑΤΑΛΟΓΟΥ



• **STAMNA OLIVES**

ΤΡΟΧΟΠΕΔΗ ΣΤΟΝ ΑΝΑΠΤΥΞΙΑΚΟ ΣΧΕΔΙΑΣΜΟ ΤΑ ΑΠΛΗΡΩΤΑ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΑ ΟΕΦ

Τη λύση της εκκρεμότητας με τα απλήρωτα προγράμματα ΟΕΦ (Οργανώσεων Ελαιοκομικών Φορέων) - η οποία αυτή τη στιγμή λειτουργεί ως τροχοπέδη για τα επόμενα αναπτυξιακά του βήματα - αλλά και για τη διεύρυνση της παραγωγικής του βάσης, θέτει ως προτεραιότητα ο Αγροτικός Συνεταιρισμός, Αρχαία Ωλένια Αιτωλοακαρνανίας "Stamna Olives".

ΒΙΟΛΟΓΙΚΟ ΤΟ ΣΥΝΟΛΟ ΣΧΕΔΩΝ ΤΗΣ ΠΑΡΑΓΩΓΗΣ

Ο συνεταιρισμός ιδρύθηκε το 2017 και εδρεύει στα Σταμνά Αιτωλικού. Κάτω από την ομπρέλα του ενώνονται πάνω από 20 παραγωγοί που διαχειρίζονται ετησίως περίπου 1.000 τόνους ελιάς Καλαμών από ελαιώνες 1.200 στρεμμάτων, το σύνολο σχεδόν των οποίων καλλιεργούνται βιολογικά.

Αν και έχει παρουσία στο ελαιόλαδο, η βασική του δραστηριότητα είναι η επεξεργασία και διάθεση επιτραπέζιας ελιάς. "Κάνουμε τη ζύμωση σε δεξαμενές κλειστού τύπου σε συνεργασία και με την επίβλεψη του Κέντρου Ποιότητας της Ελιάς. Στη συνέχεια γίνεται η συσκευασία στις δικές μας εγκαταστάσεις. Κάνουμε και την εκपुरήνωση για το ποσοστό εκείνο της παραγωγής που πωλείται εκपुरηνωμένο", εξηγεί στο Fnb Daily το μέλος του διοικητικού συμβουλίου και Πρόεδρος της Διεπαγγελματικής Επιτραπέζιας Ελιάς (ΔΟΕΠΕΛ), Απόστολος Μπαλτάς.



Αθανάσιος Μπαλτάς, μέλος ΔΣ της Stamna Olives και πρόεδρος ΔΟΕΠΕΛ

κή Ένωση Αγροτικών Συνεταιρισμών, με μεγάλη καθυστέρηση και με πολύ μικρό χρόνο υποβολής το 2024 (σ.σ. αντί για το 2023, γεγονός που είχε ως συνέπεια την απώλεια κοινοτικών πόρων €6 εκατ. και την επιβολή ισόποσου προστίμου).

Από την πολιτεία εγκρίθηκαν παρεμβάσεις με ποσοστά χαμηλότερα από τα προβλεπόμενα και οι Οργανώσεις υλοποίησαν τα προγράμματα κανονικά βάζοντας χρήματα από την τσέπη τους ή λαμβάνοντας προκαταβολές (80%) από τον ΟΠΕΚΕΠΕ. Στο α' εξάμηνο του 2025 οι κατά τύπους ΔΑΟΚ έκαναν τους σχετικούς ελέγχους και πιστοποιήσεις, ωστόσο τον Ιούλιο του ίδιου έτους ο ΟΠΕΚΕΠΕ διαπίστωσε ότι τα ποσοστά που ο ίδιος ο κρατικός μηχανισμός είχε εγκρίνει, υπολείπονταν της πρόσκλησης, τα θεώρησε "παράτυπα" κι έκοψε τις ενισχύσεις.

DATA STAMNA OLIVES

Παραγωγοί: 20+
Εκτάσεις (στρ.): 1.200
Τονάζ Ελιάς (τόνοι): 1.000
Κύκλος Εργασιών (€χιλ.): 1.500- 2.000

ΕΓΧΩΡΙΕΣ ΚΑΙ ΞΕΝΕΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ

Η διάθεση της ελιάς γίνεται σε πλαστικά βαρέλια των 220 λίτρων ενώ η μικρότερη συσκευασία είναι ο πλαστικός κουβάς των 10 λίτρων. Το πελατολόγιο της Stamna Olives περιλαμβάνει εγχώριες αλλά και ξένες επιχειρήσεις επιτραπέζιας ελιάς.

ΤΟ ΖΗΤΗΜΑ ΟΕΦ

Όπως διευκρινίζει ο κ. Μπαλτάς, το ποσοστό της παραγωγής που κατευθύνεται στο retail είναι πολύ μικρό και η τυποποίησή του γίνεται σε εγκεκριμένο συσκευαστήριο. "Το συ-

γκεκριμένο κανάλι απαιτεί μια διαφορετικού τύπου μεταποίηση", υπογραμμίζει ο συνομιλητής μας ο οποίος δεν αποκλείει το ενδεχόμενο επένδυσης στο συγκεκριμένο κομμάτι. "Για να γίνει αυτό όμως πρώτα θα πρέπει να αρθεί η εκκρεμότητα των προγραμμάτων ΟΕΦ στα οποία εμείς, όπως και άλλες 55 οργανώσεις (κατά κύριο λόγο Ομάδες Παραγωγών) εγκλωβιστήκαμε, δαπανώντας χρήματα που έπρεπε να λάβουμε ως επιδότηση, κάτι που ποτέ δεν έγινε", υπογραμμίζει ο κ. Μπαλτάς.

ΤΑ ΜΠΡΟΣ-ΠΙΣΩ ΠΟΛΙΤΕΙΑΣ ΚΑΙ ΟΠΕΚΕΠΕ

Τα εν λόγω προγράμματα - η χρηματοδότηση για τα οποία προέρχεται κατά 70% από κοινοτικούς πόρους, 15% εθνική συμμετοχή και 15% ίδια συμμετοχή των οργανώσεων- προκηρύχθηκαν, όπως είχε επισημάνει σε πρόσφατη σχετική ενημέρωσή της η Εθνι-

ΣΕ ΑΣΦΥΕΙΑ ΠΟΛΛΕΣ ΟΡΓΑΝΩΣΕΙΣ

Όπως σημειώνει η ΕΘΕΑΣ, "το υπουργείο Αγροτικής Ανάπτυξης και Τροφίμων, αναγνωρίζοντας το λάθος του κρατικού μηχανισμού, προσπάθησε να λύσει το θέμα τον Αύγουστο και τον Δεκέμβριο του 2025, ορίζοντας ότι οι ενισχύσεις θα πληρωθούν 100% από εθνικούς πόρους. Ωστόσο, τα χρήματα δεν δόθηκαν ποτέ".

"Όταν υπάρχει αυτή η εκκρεμότητα και υπάρχει ο κίνδυνος να χαθούν χρήματα, είναι πολύ δύσκολο να κάνουμε περαιτέρω επενδύσεις ή να διευρύνουμε την συνεταιριστική μας βάση", τονίζει ο κ. Μπαλτάς, προσθέτοντας ότι, εξαιτίας αυτής της εκκρεμότητας, αρκετές οργανώσεις βρίσκονται αυτή τη στιγμή στα όρια της οικονομικής ασφυξίας.

Γιάννης Τσατσάκης
yannis@notice.gr

• SEGAFREDO ZANETTI BC PARTNERS ΚΑΙ CVC ΕΞΕΤΑΖΟΥΝ ΝΑ ΥΠΟΒΑΛΛΟΥΝ ΠΡΟΣΦΟΡΕΣ

BC Partners και CVC συγκαταλέγονται μεταξύ των εταιρειών ιδιωτικών κεφαλαίων που εξετάζουν το ενδεχόμενο υποβολής προσφοράς για την ιταλική εταιρεία παραγωγής καφέ Segafredo Zanetti, καθώς το επενδυτικό ταμείο QuattroR αξιολογεί την πώληση της πλειοψηφικής συμμετοχής του στην εταιρεία, σύμφωνα με δύο πηγές που γνωρίζουν την υπόθεση.

Σύμφωνα με μία από τις πηγές, τόσο η Bain Capital όσο και η Carvest, εξετάζουν επίσης το ενδεχόμενο επένδυσης στη Segafredo Zanetti. Η QuattroR, η οποία επένδυσε για πρώτη φορά στη Segafredo Zanetti τον Απρίλιο του 2024, κατέχει σήμερα ποσοστό άνω του 70% στην εταιρεία.

ΤΟ ΧΑΡΤΟΦΥΛΑΚΙΟ ΤΗΣ ΕΤΑΙΡΕΙΑΣ

Η Segafredo Zanetti διαθέτει τα εμπορικά σήματα Segafredo, Boncafe και Chock full of Nuts. Η εταιρεία εισήχθη στο χρηματιστήριο το 2015, ωστόσο η μετοχή της κινήθηκε πτωτικά τα επόμενα χρόνια, επηρεαζόμενη από τις δυσμενείς συνθήκες που επικράτη-



Massimo Zanetti, ιδιοκτήτης, Segafredo Zanetti

σαν στον κλάδο του καφέ.

Το 2020, η οικογένεια Zanetti προχώρησε σε δημόσια πρόταση εξαγοράς, με στόχο τη διαγραφή της εταιρείας από το χρηματιστήριο, καθώς η πανδημία επιδείνωσε περαιτέρω την πορεία της μετοχής.

ΟΙ ΠΡΟΟΠΤΙΚΕΣ

Σύμφωνα με την ίδια πηγή, η Segafredo Zanetti αναμένεται να καταγράψει έσοδα που θα ξεπεράσουν το €1 δισ. το 2026, ενώ το EBITDA εκτιμάται περίπου στα €120 εκατ. Μέχρι στιγμής δεν έχουν υποβληθεί επίσημες εκδηλώσεις ενδιαφέροντος, ανέφεραν οι δύο πηγές, επισημαίνοντας ότι μια πιθανή διαδικασία πώλησης θα είναι ιδιαίτερα σύνθετη και δεν αποκλείεται τελικά να μην οδηγήσει σε συμφωνία.

• ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ ΕΡΧΕΤΑΙ ΠΙΣΤΟΠΟΙΗΣΗ ΓΙΑ ΤΟΥΣ ΙΝΔΟΥΣ ΕΡΓΑΖΟΜΕΝΟΥΣ – ΠΟΤΕ ΘΑ ΑΝΑΚΟΙΝΩΘΕΙ

Μια πολύ ενδιαφέρουσα συμφωνία βρίσκεται σχεδόν στις υπογραφές και έρχεται να καλύψει την ανάγκη δημιουργίας πιο αποτελεσματικών μηχανισμών για την προσέλκυση και ενσωμάτωση εργαζομένων από την Ινδία στην ελληνική αγορά εργασίας.

Όπως πληροφορείται το BnB Daily, πρόκειται για συμφωνία, την οποία τρέχει το Ελληνοϊνδικό Επιμελητήριο, με τις υπογραφές να αναμένονται τις προσεχείς εβδομάδες. Προβλέπει ότι οι εργαζόμενοι που έρχονται από την Ινδία στην Ελλάδα θα μπορούν να λαμβάνουν πιστοποίηση των επαγγελματικών τους δεξιοτήτων. Η συγκεκριμένη διαδικασία αναμέ-



νεται να είναι πανευρωπαϊκή, σύμφωνα με τις ίδιες πληροφορίες, ενισχύοντας τη δυνατότητα αναγνώρισης προσόντων και διευκολύνοντας τη μετακίνηση εξειδικευμένου ανθρώπινου δυναμικού.

Περισσότερα στο σημερινό [BnB Daily](https://www.bnb-daily.com).

Μάριος Δελατόλας
marios@notice.gr



Γιώργος
Κομποδιέτας,
Διευθυντής
Πωλήσεων,
Νερά Πηγών
Γράμμου

• ΝΕΡΑ ΠΗΓΩΝ ΓΡΑΜΜΟΥ ΔΙΑΚΡΙΣΗ ΓΙΑ ΤΗΝ ΟΜΑΔΑ ΠΩΛΗΣΕΩΝ ΤΟΥ ΑΡΡΕΝΑ ΣΤΑ SALES EXCELLENCE AWARDS

Με Silver Award στην κατηγορία "Αύξηση Πωλήσεων" διακρίθηκε η Νερά Πηγών Γράμμου στα Sales Excellence Awards, μέσω της ομάδας πωλήσεων του φυσικού μεταλλικού νερού Αρρένα.

Η διάκριση αφορά την εμπορική πορεία του προϊόντος και απονεμήθηκε για τις επιδόσεις της ομάδας πωλήσεων στην ανάπτυξη των πωλήσεων, τη διεύρυνση του δικτύου συνεργατών και την ενίσχυση της παρουσίας του προϊόντος στην ελληνική αγορά.

Σύμφωνα με την εταιρεία, σε διάστημα δύομισι ετών εμπορικής δραστηριότητας, η ομάδα πωλήσεων κατέγραψε σημαντική αύξηση των πωλήσεων, επέκτεινε το δίκτυο συνεργατών και ενίσχυσε τη διείσδυση του προϊόντος σε νέα σημεία πώλησης.



"ΕΙΝΑΙ ΜΟΝΟ Η ΑΡΧΗ"

Το βραβείο παρέλαβε ο διευθυντής Πωλήσεων της Νερά Πηγών Γράμμου, Γιώργος Κομποδιέτας, ο οποίος ανέφερε ότι "από το όραμα των ιδρυτών της οικογένειας Τσάκου, με ένα εξαιρετικής ποιότητας φυσικό μεταλλικό νερό και τη συνδρομή όλων των τμημάτων, καταφέραμε να είμαστε εδώ σε μόλις δύομισι χρόνια εμπορικής δραστηριότητας. Και είναι μόνο η αρχή."

• NIELSEN IQ

ΣΤΑ €5,7 ΔΙΣ. Ο ΣΥΝΟΛΙΚΟΣ ΤΖΙΡΟΣ ΤΩΝ FMCGs ΣΤΟ ΕΞΑΜΗΝΟ - ΛΙΓΟΤΕΡΑ PROMOS, ΣΤΟ 24,3% ΤΟ ΜΕΡΙΔΙΟ ΤΟΥ PL

Σε αναπτυξιακό μοτίβο κινήθηκε η οργανωμένη λιανική αγορά τροφίμων στην Ελλάδα στο εξάμηνο, καταγράφοντας συνολική αύξηση 6,7% σε αξία πωλήσεων.

Σύμφωνα με τα ανανεωμένα διαθέσιμα στοιχεία της αγοράς, που δημοσιοποίησε η NielsenIQ, ο συνολικός τζίρος των FMCGs ανήλθε σε περίπου €5,7 δισ., παρουσιάζοντας ανάπτυξη 5,4%.

ΜΙΚΡΟΤΕΡΗ Η ΣΥΜΒΟΛΗ ΤΩΝ ΤΙΜΩΝ

Ένα από τα σημαντικότερα συμπεράσματα του α' εξαμήνου είναι ότι η ανάπτυξη της αγοράς δεν οφείλεται κυρίως στις αυξήσεις τιμών αλλά στην ενίσχυση της πραγματικής κατανάλωσης.

Η συνολική ανάπτυξη των FMCGs προήλθε κατά 4,2 ποσοστιαίες μονάδες από την αύξηση των πωλούμενων όγκων και μόλις κατά 1,2 ποσοστιαίες μονάδες από τη μεταβολή της μέσης τιμής ανά μονάδα, γεγονός που σύμφωνα με τους αναλυτές της NielsenIQ, επιβεβαιώνει ότι οι καταναλωτές αγοράζουν περισσότερα προϊόντα, ενώ οι πληθωριστικές επιδράσεις παραμένουν περιορισμένες συγκριτικά με τα προηγούμενα χρόνια.

ΒΑΣΙΚΟΣ ΠΥΛΩΝΑΣ ΤΑ ΤΡΟΦΙΜΑ-ΠΟΤΑ

Τα Τρόφιμα και Ποτά συνεχίζουν να αποτελούν τον σημαντικότερο πυλώνα της αγοράς, συνεισφέροντας περισσότερο από το ήμισυ

της συνολικής αξίας πωλήσεων, με ανάπτυξη 5,9%. Σε επίπεδο επιμέρους κατηγοριών, τα Γαλακτοκομικά αναδείχθηκαν ως μία από τις ταχύτερα αναπτυσσόμενες μεγάλες κατηγορίες, με αύξηση ρυθμού πωλήσεων 8,6% σε αξία, ενώ σημαντική ανάπτυξη σημείωσαν επίσης:

- τα φρέσκα τρόφιμα: +7,3%
- τα snacks: +6,5%
- τα μη αλκοολούχα ποτά: +6,4%

Η ΕΙΚΟΝΑ ΣΤΙΣ ΑΛΛΕΣ ΚΑΤΗΓΟΡΙΕΣ

Η κατηγορία των Προϊόντων Φροντίδας του Σπιτιού κατέγραψε επίσης ανάπτυξη, ωστόσο πιο μετριοπαθή, 3,5% σε αξία, επιβεβαιώνοντας τη σταθερή ζήτηση για βασικά προϊόντα οικιακής χρήσης.

Αντίστοιχα, η μεγάλη κατηγορία των Προϊόντων Υγιεινής & Ομορφιάς συνέχισε την ανοδική της πορεία, σημειώνοντας αύξηση 4,1% σε αξία, με ισχυρές επιδόσεις κυρίως στα προϊόντα προσωπικής υγιεινής και προσωπικής φροντίδας.

ΧΕΡΙ, ΧΕΡΙ HYPERMARKETS & SUPERETTES

Σε επίπεδο τυπολογιών καταστημάτων, όλα οι τύποι εμφάνισαν θετική πορεία, με τα Hypermarkets να καταγράφουν ανάπτυξη 9,1%, ενώ ακολούθησαν οι Superettes (καταστήματα μεταξύ 100-400 τ.μ.) με ρυθμό αύξησης 8,9%, γεγονός που εξακολουθεί να συνδέεται άμεσα με την αναδιάρθρωση του

δικτύου των αλυσίδων, αλλά και την στροφή τους προς τα καταστήματα "ευκολίας/γειτονιάς".

Η ΕΙΚΟΝΑ ΑΝΑ ΓΕΩΓΡΑΦΙΚΗ ΠΕΡΙΟΧΗ

Η γεωγραφική ανάλυση των δεδομένων δείχνει ότι η ανάπτυξη είναι ευρέως διασκορπισμένη, με τα Νησιά του Ιονίου & του Αιγαίου (+9%) και την Κρήτη (+8,2%) να ξεχωρίζουν για τις υψηλότερες ποσοστιαίες αυξήσεις στις πωλήσεις τους.

Όσον αφορά τις δύο μεγάλες αστικές περιφέρειες της Ελλάδας, η Αττική, η οποία συγκεντρώνει το 42,3% της αξίας της κατανάλωσης, παρουσιάζει πιο μετριοπαθή τάση, στο +6,3%, ενώ η Θεσσαλονίκη, που συμμετέχει στον τζίρο της αγοράς με 9,8%, αναπτύσσεται με υψηλότερο ρυθμό (+7,9%).

PROMOS

Το α' εξάμηνο του 2026 χαρακτηρίστηκε από σημαντική μείωση της προωθητικής δραστηριότητας. Η συνολική προωθητική ένταση στα επώνυμα FMCGs περιορίστηκε στο 40,3% από 44,4%.

Το υψηλότερο επίπεδο προωθητικής έντασης εξακολουθεί να καταγράφεται στις Health & Beauty κατηγορίες, παρ' όλο που υποχώρησε στο 49,7% από 55,0%.

PL

Όσον αφορά την πορεία των Private Label προϊόντων στην αγορά, παρά τις συνεχιζόμενες πιέσεις στο διαθέσιμο εισόδημα των νοικοκυριών, το μερίδιο των προϊόντων ιδιωτικής ετικέτας παρουσίασε οριακή κάμψη στο σύνολο της αγοράς FMCG, διαμορφούμενο στο 24,3% από 24,4% το 2025.

Στα Τρόφιμα & Ποτά, το μερίδιο των Private Label διαμορφώθηκε στο 24,8%, παρουσιάζοντας οριακή μείωση έναντι του προηγούμενου έτους. Αντίθετα, στα Household Products το μερίδιο ιδιωτικής ετικέτας παρέμεινε ιδιαίτερα ισχυρό στο 33,3%, αποτελώντας την υψηλότερη διείσδυση μεταξύ των βασικών FMCG κατηγοριών.

Τέλος, στην κατηγορία Υγείας & Ομορφιάς, τα Private Label εξακολουθούν να διατηρούν περιορισμένη παρουσία, με μερίδιο 8,6%, αν και παρουσιάζουν μικρή ενίσχυση σε σχέση με το 2025.

Μάκης Αποστόλου
makis@notice.gr



• **ΜΥΛΟΙ ΚΡΗΤΗΣ**

ΕΡΧΟΝΤΑΙ ΝΕΑ ΠΡΟΪΟΝΤΑ, ΣΤΡΟΦΗ ΤΟΥ VERO ΚΡΗΤΙΚΟ ΣΤΟ B2B - ΣΤΑΘΕΡΗ ΠΟΡΕΙΑ ΣΤΟ ΕΞΑΜΗΝΟ

Στα αντίστοιχα περυσινά επίπεδα κινήθηκε το α' εξάμηνο του έτους από πλευράς όγκων για την Μύλοι Κρήτης, καθώς όπως αναφέρει στο Fnb Daily ο Διευθύνων Σύμβουλος, Αλέξανδρος Μαρκαντωνάκης, δεν έχουν καταγραφεί ουσιαστικές διαφοροποιήσεις. Η εκτίμηση της διοίκησης είναι ότι το σύνολο του 2026 θα κλείσει σε αντίστοιχα επίπεδα με το 2025 ως προς τους όγκους, παρότι οι επιδόσεις στις κατηγορίες των αλεύρων, των ζωοτροφών και της βιομάζας είναι βελτιωμένες συγκριτικά με πέρυσι.

ΣΤΑ ΣΚΑΡΙΑ ΝΕΑ ΠΡΟΪΟΝΤΑ

Σε επίπεδο προϊόντων, η εταιρεία προετοιμάζει την είσοδο νέων κωδικών, εστιάζοντας σε προϊόντα αργής ωρίμανσης και καθαρής ετικέτας, τα οποία ανταποκρίνονται στις σύγχρονες τάσεις της αγοράς. Η ανάπτυξη της προϊόντικής γκάμας κινείται προς αυτή την κατεύθυνση.

ΑΥΞΗΣΗ ΕΞΑΓΩΓΩΝ

Παράλληλα, το εξαγωγικό σκέλος των αλεύρων παρουσιάζει σταδιακή ανάπτυξη, με παρουσία σε αγορές της Ευρώπης, των ΗΠΑ



Αλέξανδρος Μαρκαντωνάκης, Διευθύνων Σύμβουλος, Μύλοι Κρήτης

και του Καναδά. Παρότι οι εξαγωγές εξακολουθούν να αντιστοιχούν σε μονοψήφιο ποσοστό του συνολικού κύκλου εργασιών, η εταιρεία επιδιώκει την περαιτέρω ενίσχυση της παρουσίας της στις αγορές όπου ήδη δραστηριοποιείται. Μικρό εξαγωγικό αποτύπωμα καταγράφεται και στις ζωοτρο-

φές, κυρίως μέσω εξειδικευμένων προϊόντων προς χώρες της Ευρωπαϊκής Ένωσης, με το σχετικό ποσοστό να παραμένει επίσης μονοψήφιο.

ΣΤΑΜΑΤΗΣΕ ΑΠΟ ΤΟ RETAIL ΤΟ VERO ΚΡΗΤΙΚΟ

Όσον αφορά το Vero Κρητικό, η Μύλοι Κρήτης από τα μέσα του 2025 έχει καταργήσει το brand και η δραστηριότητα έχει περιοριστεί αποκλειστικά στο κανάλι B2B, χωρίς να αποτελεί τομέα στον οποίο η εταιρεία επιδιώκει περαιτέρω ανάπτυξη.

Το συγκεκριμένο business unit εμφανίζει σχετικά σταθερή πορεία, με ελαφρά υποχώρηση σε σχέση με το παρελθόν, μετά την αποχώρηση από το οργανωμένο λιανεμπόριο. Όπως ανέφερε ο κ. Μαρκαντωνάκης η εταιρεία στρέφει το ενδιαφέρον της στην κατηγορία των μη γαλακτοκομικών προϊόντων, επενδύοντας στη διεύρυνση της γκάμας της με ροφήματα και συναφή προϊόντα που απευθύνονται στο κανάλι B2B.

Στέλλα Αυγουστάκη
stella@notice.gr

• **ΓΑΛΛΙΑ**

ΠΡΑΣΙΝΟ ΦΩΣ ΑΠΟ ΤΗΝ ΑΡΧΗ ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΜΟΥ ΣΤΗ ΣΥΝΕΡΓΑΣΙΑ AUCHAN – GROUPEMENT MOUSQUETAIRES

Η γαλλική Αρχή Ανταγωνισμού ενέκρινε το σχέδιο της Auchan Retail για τη λειτουργία 165 super market στη μητροπολιτική Γαλλία μέσω του μοντέλου της δικαιοχρήσης, τα οποία από την 1η Οκτωβρίου 2026 θα δραστηριοποιούνται υπό τα εμπορικά σήματα Intermarché και Netto.

Η Auchan Retail είχε συνάψει στρατηγική συνεργασία με τον γαλλικό συνεταιριστικό όμιλο Groupement Mousquetaires τον Νοέμβριο του 2025, ενώ τα συγκεκριμένα καταστήματα θα ενταχθούν στη νέα επιχειρησιακή μονάδα A+Super, η οποία δημιουργήθηκε στο πλαίσιο της αναδιοργάνωσης του ομίλου.

ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΗ ΜΕΤΑΣΧΗΜΑΤΙΣΜΟΥ

Η πρωτοβουλία εντάσσεται στη συνολική στρατηγική μετασχηματισμού της Auchan Retail, με στόχο τη βιώσιμη βελτίωση της αποδοτικότητας και της ελκυστικότητας του δικτύου των super market της.



Σύμφωνα με την εταιρεία, η συνεργασία αναμένεται να ενισχύσει την ανταγωνιστικότητα των τιμών, να επιταχύνει τον μετασχηματισμό του μοντέλου λειτουργίας των super market, να αξιοποιήσει την αναγνωρισμένη

τεχνογνωσία των Intermarché και Netto, καθώς και να ενισχύσει τη στρατηγική ανάπτυξης του δικτύου franchise που έχει ήδη δρομολογήσει η Auchan Retail.

Η αλλαγή της εμπορικής ταυτότητας των καταστημάτων θα πραγματοποιηθεί σταδιακά, σε διαδοχικές φάσεις, από τον Οκτώβριο του 2026 έως τον Μάιο του 2027.

Η AUCHAN RETAIL

Σε ανακοίνωσή της, η Auchan χαρακτήρισε την έγκριση της γαλλικής Αρχής Ανταγωνισμού ως "ένα σημαντικό βήμα για την υλοποίηση του σχεδίου", το οποίο ανοίγει τον δρόμο για την επιχειρησιακή εφαρμογή του. Η Auchan Retail διαχειρίζεται περίπου 2.896 καταστήματα λιανικής πώλησης τροφίμων σε 12 χώρες και απασχολεί περισσότερους από 157.000 εργαζομένους. Η συμφωνία αποτελεί το πιο πρόσφατο βήμα στη στρατηγική συνεργασία μεταξύ των Auchan και Intermarché, η οποία ξεκίνησε το 2024.

• **BEL HELLAS**

ΤΟ ΝΕΟ ΜΟΝΤΕΛΟ ΔΙΑΝΟΜΗΣ ΦΕΡΝΕΙ ΚΑΛΥΤΕΡΑ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ - ΑΝΑΠΡΟΣΑΡΜΟΓΕΣ ΣΤΟΝ ΤΙΜΟΚΑΤΑΛΟΓΟ ΛΟΓΩ ΠΛΗΘΩΡΙΣΜΟΥ

Ανάπτυξη 14,6% εμφάνισε το 2025 η Fromageries Bel Hellas, η οποία παράλληλα αύξησε και την κερδοφορία της.

Όπως αναφέρεται στις τελευταίες χρηματοοικονομικές καταστάσεις, το 2025 αποτέλεσε το πρώτο πλήρες έτος λειτουργίας υπό το νέο μοντέλο διανομής (στρατηγική go-to-market), το οποίο "επέφερε απτά αποτελέσματα όσον αφορά την απόδοση και την εμπορική αποτελεσματικότητα".

Κατά τη διάρκεια του έτους, η εταιρεία εστίασε στην ενίσχυση των βασικών επιχειρησιακών της θεμελίων. Οι όγκοι πωλήσεων (sell-in) επέστρεψαν σε ανοδική πορεία, αντιστρέφοντας την πτωτική τάση των προηγούμενων ετών, ενώ πέτυχε αύξηση όγκου πωλήσεων στις βασικές της μάρκες και διεύρυνε την παρουσία της στην αγορά, κερδίζοντας μερίδια σε μεγάλο μέρος του χαρτοφυλακίου.

DATA (σε €χιλ.)

Πωλήσεις	Κέρδη προ φόρων	Καθαρά κέρδη
2025: 10.829	2025: 211	2025: 139
2024: 9.449	2024: 138	2024: 68
2023: 10.599	2023: 181	2023: 141
2022: 10.736	2022: 164	2022: 115
2021: 13.949	2021: 233	2021: 181

ΠΡΟΟΠΤΙΚΕΣ

Αναφορικά με τις προοπτικές, η διοίκηση αναφέρει ότι "η συνολική απόδοση και ανάπτυξη της εταιρείας αναμένεται να συνεχίσει να ενισχύεται μεσοπρόθεσμα και μακροπρόθεσμα, με την πλήρη εφαρμογή του νέου μοντέλου λειτουργίας με διανομέα, το οποίο βελτιώνει την αποδοτικότητα της κάλυψης της ελληνικής αγοράς".

Η περαιτέρω αύξηση του πληθωρισμού πρώτων και συσκευαστικών υλών που επηρεάζει τις κατηγορίες τυριού, οδήγησε σε ορισμένες ήπιες προσαρμογές στον τιμοκατάλογο, προκειμένου να διατηρηθεί ένα βιώσιμο επίπεδο λειτουργικού περιθωρίου. Η διοίκηση έχει αναφέρει επίσης ότι η σύγκρουση Ιράν - Ηνωμένων Πολιτειών/Ισραήλ, ενδέχεται να οδηγήσει σε αυξημένες πληθωριστικές πιέσεις, οι οποίες θα μπορούσαν να επηρεάσουν περαιτέρω το κόστος πρώτων υλών και ενέργειας.



Jerome Garbi, αντι-πρόεδρος, Bel Hellas & Cheese Chief Officer & EMEA Chief Officer, bel group



ΠΩΛΗΣΕΙΣ €3,83 ΔΙΣ. ΓΙΑ ΤΟΝ ΟΜΙΛΟ

Αναφορικά με τον όμιλο, η περυσινή χρονιά έκλεισε με πωλήσεις €3,83 δισ. και οργανική ανάπτυξη 4,7%, με την καθαρή κερδοφορία να διπλασιάζεται, στα επίπεδα των €107 εκατ.

Την ανάπτυξη οδήγησαν οι αγορές Αμερικής/Ασίας, με πωλήσεις €1,506 δισ. και οργανική άνοδο 6,9% και ακολούθησαν η Μέση Ανατολή/Αφρική με πωλήσεις €616 εκατ. και άνοδο 3,4%, και η Ευρώπη με €1,708 δισ. και ανάπτυξη 3,2%.

ΕΞΑΓΟΡΕΣ ΚΑΙ ΝΕΑ ΠΡΟΪΟΝΤΑ

Τον περασμένο Μάιο η αμερικανική θυγατρική του ομίλου, Bel Group US, ανακοίνωσε την εξαγορά των brands Brainiac και Little Brainiac της Ingenuity Foods. Η κίνηση αυτή έρχεται να συμπληρώσει την ήδη υπάρχουσα σειρά GoGo squeeze της Bel και να διευρύνει το χαρτοφυλάκιο προϊόντων της στην κατηγορία των snack φρούτων που απευθύνονται σε νήπια και μικρά παιδιά.

Η Bel σχεδιάζει νέα προϊόντα μέσα στο 2026 και στις αρχές του 2027, εστιάζοντας σε τρόφιμα πλούσια σε πρωτεΐνη, λειτουργικά χαρακτηριστικά και συμβατότητα με GLP-1. Ήδη λάνσαρε το Babybel Pro με προβιοτικά και παρουσίασε νέα γεύση για το The Laughing Cow.

Μάκης Αποστόλου
makis@notice.gr



Rami Baitiéh, CEO, Morrisons

• **MORRISONS** ΣΕ ΣΥΖΗΤΗΣΕΙΣ ΓΙΑ ΤΗΝ ΑΞΙΟΠΟΙΗΣΗ ΑΚΙΝΗΤΩΝ ΑΞΙΑΣ £600 ΕΚΑΤ.

Η βρετανική Morrisons βρίσκεται σε συζητήσεις με αρκετούς ενδιαφερόμενους, μεταξύ των οποίων και η αμερικανική Realty Income, για μια συμφωνία αξιοποίησης του χαρτοφυλακίου ακινήτων του ύψους £600 εκατ., σύμφωνα με δημοσίευμα του Sky News, το οποίο επικαλείται πηγές από τον κλάδο.

Η συμφωνία δεν αναμένεται να λάβει τη μορφή παραδοσιακής συναλλαγής πώλησης και επαναμίσθωσης, αλλά θα μπορούσε να αφορά χρηματοδότηση που θα συνδέεται με χαρτοφυλάκιο καταστημάτων της αλυσίδας, σύμφωνα με τις ίδιες πληροφορίες.

Η Morrisons είχε προηγουμένως αναθέσει στον σύμβουλο ακινήτων CBRE να αξιολογήσει επιλογές άντλησης κεφαλαίων έως και £1 δισ. μέσω μέρους του χαρτοφυλακίου ιδιόκτητων καταστημάτων της (freehold store portfolio).

Η ΠΙΕΣΗ ΣΤΟ ΒΡΕΤΑΝΙΚΟ RETAIL

Η Morrisons επικεντρώνεται στην απλοποίηση και τον εξορθολογισμό των δραστηριοτήτων της, καθώς αντιμετωπίζει ένα ιδιαίτερα ανταγωνιστικό περιβάλλον στην εγχώρια αγορά λιανικής και περιορισμό των καταναλωτικών δαπανών λόγω των αυξημένων τιμών ενέργειας που συνδέονται με τον πόλεμο ΗΠΑ-Ιράν.

Η αλυσίδα, η οποία ανήκει στην αμερικανική εταιρεία ιδιωτικών επενδυτικών κεφαλαίων Clayton, Dubilier & Rice, βρίσκεται πίσω από ανταγωνιστές όπως οι Tesco και Sainsbury's, αλλά και από τη γερμανική Lidl, η οποία πρόσφατα την ξεπέρασε και ανέβηκε στην πέμπτη θέση.

Η Morrisons διαφοροποιείται από τους βασικούς ανταγωνιστές της, καθώς διαθέτει και δικές της παραγωγικές δραστηριότητες, παράγοντας περίπου το ήμισυ των φρέσκων προϊόντων που πουλά στα καταστήματά της.

• ΗΠΑ

ΑΜΟΙΒΕΣ ΕΩΣ \$300 ΧΙΛ. ΕΤΗΣΙΩΣ ΓΙΑ ΙΔΙΩΤΙΚΟΥΣ CHEF – ΤΙ ΨΑΧΝΟΥΝ ΟΙ WEALTHY

Σε χρυσωρυχείο έχει εξελιχθεί η εργασία των ιδιωτικών chef, καθώς μπορούν πλέον να κερδίζουν έως και \$300 χιλ. ετησίως, ενώ οι προσωπικοί μπάτλερ αμείβονται με έως και \$180 χιλ. τον χρόνο. Αιτία; Οι εύπορες οικογένειες προσλαμβάνουν ολοένα και περισσότερο εξειδικευμένο οικιακό προσωπικό για να διαχειριστεί την ολοένα πιο σύνθετη καθημερινότητά τους, σύμφωνα με νέα μελέτη της Morgan & Mallet International.

ΣΕ ΙΣΤΟΡΙΚΑ ΥΨΗΛΑ Η ΖΗΤΗΣΗ

Η ζήτηση για ιδιωτικούς chef, προσωπικούς βοηθούς, μπάτλερ, νταντάδες, οικονόμους, προσωπικούς οδηγούς και διαχειριστές ακινήτων έχει φθάσει σε ιστορικά υψηλά επίπεδα, καθώς οι εύποροι αποκτούν περισσότερες κατοικίες σε διαφορετικές περιοχές και διαχειρίζονται ολοένα μεγαλύτερα περιουσιακά στοιχεία. Η αυξημένη ζήτηση έχει οδηγήσει σε έντονο ανταγωνισμό για την προσέλκυση εξειδικευμένου προσωπικού, ωθώντας τις αμοιβές σε επίπεδα-ρεκόρ. Σύμφωνα με την Laurine Mallet, συνιδρύτρια της Morgan & Mallet, οι διαχειριστές κατοικιών καταγράφουν τη μεγαλύτερη αύξηση αποδοχών μεταξύ όλων των ειδικοτήτων, λόγω της διεύρυνσης των χαρτοφυλακίων ακινήτων των εύπορων οικογενειών και



της περιορισμένης διαθεσιμότητας έμπειρων στελεχών.

Ιδιαίτερα ισχυρή είναι η ζήτηση για ιδιωτικούς chef. Στις Ηνωμένες Πολιτείες, οι ετήσιες αποδοχές τους κυμαίνονται πλέον από \$100 χιλ. έως και \$300 χιλ. Παράλληλα, ιδιαίτερα περιζήτητοι είναι οι επαγγελματίες με εξειδίκευση σε ειδικά διατροφικά πρωτόκολλα.

Αυξημένη είναι επίσης η ζήτηση για πολύγλωσσες νταντάδες και προσωπικούς βοηθούς. Οι νταντάδες που συνοδεύουν οικογένειες στα ταξίδια τους μπορούν να αμείβονται στα Ηνωμένα Αραβικά Εμιράτα με έως και \$163 χιλ. ετησίως, ενώ στις Ηνωμένες Πολιτείες οι Executive Assistants και Personal Assistants λαμβάνουν αποδοχές που φθάνουν έως και τα \$250 χιλ. τον χρόνο.

Highest-paid positions for household staff

Private chef	\$100K-\$300K
Chief of staff	\$150K-\$300K
Executive assistant	\$120K-\$250K
Personal assistant	\$80K-\$250K
Estate manager	\$150K-\$250K

Chart: Gabriel Cortes / CNBC
Source: Morgan and Mallet Group

CNBC

ΤΑ ΒΑΣΙΚΑ ΚΡΙΤΗΡΙΑ ΓΙΑ ΤΙΣ ΠΡΟΣΛΗΨΕΙΣ

Η ιδιωτικότητα, η εξεμύθια και οι ψηφιακές δεξιότητες αποτελούν πλέον βασικές προϋποθέσεις πρόσληψης. Στο Λος

Άντζελες, το 77% των προσωπικών βοηθών που προσλήφθηκαν υπέγραψαν συμφωνίες εμπιστευτικότητας (NDAs), ενώ οι περιορισμοί στη χρήση των μέσων κοινωνικής δικτύωσης αποτελούν πλέον συνή-

θη πρακτική.

Παράλληλα, οι εύπορες οικογένειες αναζητούν προσωπικό με δυνατότητα διεθνών μετακινήσεων, καθώς διαμένουν σε πολλαπλές κατοικίες σε διαφορετικές χώρες.

• **ΔΑΝΙΗΛ ΓΚΑΤΕΝΙΟ**

ΑΝΟΔΟΣ ΠΩΛΗΣΕΩΝ, ΜΕΓΑΛΗ ΥΠΟΧΩΡΗΣΗ ΚΕΡΔΩΝ ΤΟ 2025

Προτεραιότητα την ενίσχυση της κερδοφορίας έχει θέσει ως στόχο για το 2026 η Δανιήλ Σ. Γκατένιο & Υιός, θυγατρική της Δέλτα.

ΤΑ ΤΥΡΟΚΟΜΙΚΑ ΕΚΑΝΑΝ ΤΗ ΔΙΑΦΟΡΑ

Η στρατηγική αυτή ακολουθεί μια χρήση κατά την οποία η εταιρεία κατέγραψε σημαντική αύξηση του κύκλου εργασιών, αλλά υποχώρηση της τελικής κερδοφορίας. Σε λειτουργικό επίπεδο, η κερδοφορία επηρεάστηκε

- από την πίεση στα μικτά περιθώρια, λόγω της αύξησης του κόστους πωληθέντων
- καθώς και από μη επαναλαμβανόμενες ζημιές που σχετίζονται με εμπορικές απαιτήσεις από συγκεκριμένο αντισυμβαλλόμενο

Όπως υπογραμμίζει, βασικός μοχλός της αναπτυξιακής πορείας ήταν η κατηγορία των τυροκομικών προϊόντων, η οποία συνέβαλε στην αύξηση των πωλήσεων κατά τη διάρκεια της προηγούμενης χρήσης.

DATA (σε € χιλ.)

Κύκλος εργασιών

2025: 52.022

2024: 44.353

Μεταβολή: 17,29%

Μεικτό αποτέλεσμα

2025: 7.005

2024: 7.029

Μεταβολή: (0,34%)

Κέρδη προ φόρων

2025: 2.216

2024: 4.274

Μεταβολή: (48,15%)

Κέρδη μετά φόρων

2025: 1.708

2024: 3.327

Μεταβολή: (48,66%)



ΥΓΙΗΣ ΚΕΦΑΛΑΙΑΚΗ ΔΙΑΡΘΡΩΣΗ

Επιπλέον, στις οικονομικές καταστάσεις υπογραμμίζεται ότι η κεφαλαιακή διάρθρωση της εταιρείας παραμένει υγιής, με ίδια κεφάλαια που ανήλθαν σε €9,05 εκατ. και δείκτη ιδίων κεφαλαίων προς σύνολο υποχρεώσεων στο 55,9%, βελτιωμένο σε σχέση με το 44,9% του 2024. Η ρευστότητα, αν και μειωμένη λόγω επενδύσεων, διανομής μερισμάτων και αποπληρωμής δανεισμού, παραμένει σε ικανοποιητικά επίπεδα, με θετικό κεφάλαιο κίνησης ύψους € 7,56 εκατ.

Στέλλα Αυγουστάκη

stella@notice.gr

POWERED BY **FN|USA.**

• **ΗΠΑ**

ΠΕΝΤΑΠΛΑΣΙΑΣΜΟΣ ΤΩΝ ΕΙΣΑΓΩΓΩΝ ΖΑΧΑΡΗΣ ΑΠΟ ΤΟ ΜΕΞΙΚΟ ΤΗΝ ΠΕΡΙΟΔΟ 2026-2027

Στους 1,15 εκατ. μετρικούς τόνους θα φτάσουν οι εισαγωγές ζάχαρης από το Μεξικό κατά την εμπορική περίοδο 2026-2027, σύμφωνα με την εκτίμηση του Υπουργείου Γεωργίας των ΗΠΑ, ποσότητα που αντιστοιχεί σε αύξηση 512% σε σύγκριση με την εμπορική περίοδο 2025-2026. Η ζήτηση των Ηνωμένων Πολιτειών για μεξικανική ζάχαρη είχε περιοριστεί σημαντικά τα προηγούμενα χρόνια, καθώς για την εμπορική περίοδο που ολο-

κληρώνεται τον Σεπτέμβριο του 2026 οι εισαγωγές διαμορφώθηκαν μόλις στους 200.000 μετρικούς τόνους, έναντι περισσότερων από 1 εκατ. μετρικών τόνων κατά την περίοδο που ολοκληρώθηκε το 2022. Η εξέλιξη αυτή οδήγησε τις μεξικανικές αρχές να ξεκινήσουν διαπραγματεύσεις με τις αμερικανικές αρχές από τον Νοέμβριο του προηγούμενου έτους, με στόχο την ενίσχυση των εξαγωγών ζάχαρης προς την αμερικανική αγορά.



• ΓΑΛΛΙΑ-ΙΣΠΑΝΙΑ-ΙΤΑΛΙΑ ΖΗΤΟΥΝ ΤΗ ΔΙΑΤΗΡΗΣΗ ΤΗΣ ΚΟΙΝΗΣ ΑΓΟΡΑΣ ΟΙΝΟΥ

Κοινό μέτωπο υπέρ της διατήρησης της Κοινής Οργάνωσης Αγοράς (ΚΟΑ) Οίνου στη νέα Κοινή Αγροτική Πολιτική (ΚΑΠ) 2028-2034 συγκροτούν οι επαγγελματικές οργανώσεις του αμπελοοινικού τομέα της Γαλλίας, της Ισπανίας και της Ιταλίας, εκφράζοντας την αντίθεσή τους σε ενδεχόμενες αλλαγές που θα μεταφέρουν μέρος της χρηματοδότησης των ενισχύσεων στα κράτη-μέλη.

Σε κοινή τους θέση, όπως αναφέρεται σε report της ΚΕΟΣΟΕ, οι εκπρόσωποι του κλάδου προειδοποιούν ότι η συγχρηματοδότηση της ΚΟΑ Οίνου από τα κράτη-μέλη θα μπορούσε να οδηγήσει σε ανισότητες ως προς τη στήριξη των παραγωγών, να προκαλέσει κατακερματισμό της ενιαίας αγοράς και να αποδυναμώσει την ανταγωνιστικότητα του ευρωπαϊκού αμπελοοινικού τομέα.

Οι θέσεις αυτές διαμορφώθηκαν κατά τη συνάντηση των επαγγελματικών οργανώσεων των τριών μεγαλύτερων αμπελοοινικών χωρών της Ευρώπης, που πραγματοποιήθηκε στις 30 Ιουνίου και την 1η Ιουλίου, ενόψει της μικτής διακυβερνητικής επιτροπής Γαλλίας, Ισπανίας και Ιταλίας για τον αμπελοοινικό τομέα, η οποία



προγραμματίζεται να πραγματοποιηθεί στις αρχές Δεκεμβρίου στο Παρίσι, με τη συμμετοχή και της Πορτογαλίας.

ΤΙ ΖΗΤΟΥΝ

Οι οργανώσεις ζητούν να διατηρηθεί η ΚΟΑ Οίνου στο πλαίσιο της νέας ΚΑΠ, με επαρκείς πόρους και χωρίς μείωση του προϋπολογισμού. Παράλληλα, εκφράζουν την αντίθεσή τους στην πρόταση η χρηματοδότηση των ενισχύσεων να γίνεται εν μέρει από τα κράτη-μέλη αντί να καλύπτεται εξ ολοκλήρου από τον ευρωπαϊκό προϋπολογισμό.

Στο κοινό ανακοινωθέν, οι οργανώσεις επισημαίνουν ότι ο ευρωπαϊκός αμπελοοινικός τομέας βρίσκεται αντιμέτωπος με σειρά προκλήσεων, μεταξύ των οποίων οι επιπτώσεις της κλιματικής αλλαγής στις σοδειές, η επιβράδυνση της παγκόσμιας κατανάλωσης κρασιού, η αστάθεια στις εξαγωγικές αγορές και το γε-

ωπολιτικό περιβάλλον, η αύξηση του κόστους παραγωγής, καθώς και οι διοικητικές επιβαρύνσεις που επηρεάζουν την ανταγωνιστικότητα των επιχειρήσεων.

Παρά τις κοινές προκλήσεις, οι τρεις χώρες ακολουθούν διαφορετικές πολιτικές διαχείρισης της κρίσης στον κλάδο. Η Γαλλία εφαρμόζει προγράμματα εκρίζωσης αμπελώνων και αποστάξεων, η Ισπανία προχωρά σε πράσινο τρύγο, ενώ η Ιταλία εφαρμόζει στοχευμένες αποστάξεις πλεονασμάτων.

Οι επαγγελματικές οργανώσεις ζητούν επίσης τη λήψη μέτρων για τη διοικητική απλούστευση, όπως η δημιουργία ενιαίας ευρωπαϊκής θυρίδας για τους ειδικούς φόρους κατανάλωσης, καθώς και πολιτικές που θα στηρίζουν την προσαρμογή του αμπελοοινικού τομέα στην κλιματική αλλαγή και την ανάπτυξη της κατηγορίας των οίνων με χαμηλή ή μηδενική περιεκτικότητα σε αλκοόλ.

• Debrief •

ΑΒΕΒΑΙΟΤΗΣ, ΑΒΕΒΑΙΟΤΗΤΩΝ, ΤΑ ΠΑΝΤΑ ΑΒΕΒΑΙΟΤΗΣ

Και πάνω που είπαμε ότι πάμε για επιστροφή σε κάποιο είδος κανονικότητας, άντε τα ίδια από την αρχή. Ο λόγος για τα Στενά του Ορμούζ. Μετά από τις νέες εκθροπραξίες, ο [Donald Trump ανακοίνωσε](#) ότι το στρατηγικό πέρασμα θα παραμείνει ανοιχτό και ελεύθερο προς χρήση για όλες τις χώρες, πλην του Ιράν, έναντι... εύλογου τιμήματος. Ο Πρόεδρος των ΗΠΑ, λοιπόν, δήλωσε θα επιβάλει τέλη στα Στενά του Ορμούζ "με συντελεστή 20% σε όλα τα φορτία που μεταφέρονται", αφού ανακήρυξε την Αμερική "φύλακα" του περάσματος. Στη λογική κρατάμε τα Στενά ανοιχτά για εσάς, ε δώστε μας τα διόδια. Αβεβαιότητα πρώτη: αυτή που περιγράφεται στο σημερινό Business

Maker. Όταν από εβδομάδα σε εβδομάδα ο πόλεμος τελειώνει, ξαναρχίζει, συνεχίζεται, αναστέλλεται κ.λπ., κανείς δεν μπορεί να προβλέψει τί πρέπει να κάνει, γιατί κανείς δεν ξέρει τί πραγματικά ισχύει. Σαν τον ανοιξιότικο καιρό ένα πράγμα, το πρωί της πουκάμισο, το μεσημέρι κοντομάνικο, το βράδυ ζακετούλα. Ε, στο τέλος την αρπάξεις. Αβεβαιότητα δεύτερη: μπορούν οι ΗΠΑ να τελειώσουν με αυτή την αναταραχή; Γιατί καλές οι εξαγγελίες, οι διαπραγματεύσεις κ.λπ., όμως όλα κρίνονται στο πεδίο. Το ότι δηλώνεις πως μπορείς να κρατήσεις ανοιχτά τα Στενά, δεν σημαίνει ότι όντως θα είναι ανοιχτά, χωρίς κίνδυνο για όσους τα διασχίζουν. Όταν είσαι η μοναδική υπερδύναμη εκτός από δικαιώματα έχεις και ευθύνες. Μία

από αυτές είναι να καθυστεράσεις τους υπολοίπους. Να διαβεβαιώνεις ότι έχεις και την ισχύ και τη θέληση να κλείνεις εκκρεμότητες, με γνώμονα το κοινό συμφέρον. Πρόκειται για βεβαιότητα που σε καθιστά υπερδύναμη στα μάτια των άλλων. Αν η βεβαιότητα, μετατραπεί σε αβεβαιότητα (τρίτη), αρχίζουν οι δεύτερες σκέψεις. Και για να κλείσουμε, όχι αισιόδοξα. [Σύμφωνα με το Reuters](#), τα αποθέματα αεροπορικών καυσίμων της Ευρώπης καθίστανται ολοένα και πιο λιγοστά καθώς κλιμακώνονται οι εντάσεις με το Ιράν.

Γιάννης Παλιούρης
giannis@notice.gr

Business Maker

ΓΙΑΤΙ Η ΕΛΛΑΔΑ ΜΕΝΕΙ ΕΚΤΟΣ ΠΑΝΤΑΡ ΤΩΝ ΞΕΝΩΝ SUPER MARKET

Οι ανακατατάξεις στον ευρωπαϊκό χάρτη του λιανεμπορίου τροφίμων συνεχίζονται, με τους μεγάλους ομίλους να επανεξετάζουν την παρουσία τους, να ανοίγουν νέα μέτωπα, αλλά και να αποχωρούν από αγορές, που δεν θεωρούν πλέον στρατηγικές. Ενδεικτικά, η Kaufland επιταχύνει την ψηφιακή της επέκταση, ανοίγοντας νέες αγορές, όπως η Ισπανία και η Ολλανδία, με στόχο να ενισχύσει το διεθνές της marketplace, ενώ η Tesco εξετάζει το μέλλον των δραστηριοτήτων της στην Κεντρική Ευρώπη, σε Τσεχία, Ουγγαρία και Σλοβακία, παρότι η συγκεκριμένη δραστηριότητα παραμένει κερδοφόρα. Η εικόνα, που διαμορφώνεται στην Ευρώπη, ωστόσο, έχει μια ιδιαιτερότητα για την Ελλάδα: Παρά τις κατά καιρούς φήμες για είσοδο κάποιου διεθνούς κολοσσού, μέχρι σήμερα δεν έχει εμφανιστεί κάποιος ξένος παίκτης, που να αλλάξει τις ισορροπίες στην εγχώρια αγορά. Όπως αναφέρουν καλά πληροφορημένες πηγές από τον χώρο του οργανωμένου λιανεμπορίου, η ελληνική αγορά παραμένει δύσκολη υπόθεση για τους μεγάλους διεθνείς ομίλους. Το μέγεθος της αγοράς,

ο έντονος ανταγωνισμός, η υψηλή συγκέντρωση των ισχυρών ελληνικών αλυσίδων και τα περιορισμένα περιθώρια κέρδους λειτουργούν αποτρεπτικά για μια μεγάλη επένδυση, που θα απαιτούσε σημαντικά κεφάλαια και μακροχρόνια δέσμευση. Οι ίδιες πηγές θυμίζουν ότι πολλές φορές στο παρελθόν κυκλοφόρησαν σενάρια για αφίσεις μεγάλων ονομάτων. Ωστόσο, η πράξη απέδειξε ότι η Ελλάδα δεν είναι μια εύκολη αγορά για όλους. Η περίπτωση της Aldi παραμένει χαρακτηριστική. Η γερμανική εκπωτική αλυσίδα, που είχε έρθει με μεγάλες προσδοκίες, τελικά αποχώρησε το 2010, καθώς δεν κατάφερε να αποκτήσει το αποτύπωμα, που επιδίωκε απέναντι σε έναν ιδιαίτερα ανταγωνιστικό κλάδο. Αντίστοιχη συζήτηση υπάρχει και για την Carrefour, η οποία επέστρεψε στην Ελλάδα μέσω συνεργασιών, αλλά μέχρι σήμερα δεν έχει καταφέρει να αποκτήσει την παρουσία, που θα την καθιστούσε έναν από τους βασικούς διαμορφωτές της αγοράς. Η επιστροφή του brand έχει περισσότερο χαρακτήρα σταδιακής

ανάπτυξης, παρά μεγάλης ανατροπής των δεδομένων. "Η Ελλάδα δεν είναι η αγορά που θα προσελκύσει εύκολα έναν παγκόσμιο παίκτη για να χτίσει από την αρχή δίκτυο εκατοντάδων καταστημάτων", αναφέρει χαρακτηριστικά κορυφαίος Έλληνας λιανέμπορος. Όπως εξηγεί, το ενδιαφέρον μπορεί να υπάρχει κυρίως για μοντέλα χαμηλού κόστους ή εκπωτικού χαρακτήρα, όπου υπάρχει περιθώριο διαφοροποίησης, αλλά όχι απαραίτητα για ένα νέο παραδοσιακό super market μεγάλης κλίμακας. Δεν είναι τυχαίο ότι οι προσπάθειες ξένων discount παικτών να μπουν στην Ελλάδα έχουν μέχρι σήμερα περιοριστεί. Η ρωσική Mere είχε εξετάσει την είσοδό της, χωρίς τελικά να καταφέρει να αναπτύξει παρουσία, ενώ και η περίπτωση της Spar δεν είχε την εξέλιξη, που πολλοί ανέμεναν. Η μόνη μεγάλη διεθνής εξαίρεση είναι η Lidl, η οποία κατάφερε να δημιουργήσει ισχυρό δίκτυο και αναγνωρίσιμο στίγμα στην ελληνική αγορά, επενδύοντας με συνέπεια στο μοντέλο discount και προσαρμόζοντας τη στρατηγική της στις ιδιαιτερότητες του Έλληνα καταναλωτή.

Η ΠΡΩΤΗ ΕΡΓΑΖΟΜΕΝΗ ΤΟΥ ΓΡΗΓΟΡΗ ΒΓΗΚΕ ΣΤΗ ΣΥΝΤΑΞΗ

Μια ανάρτηση διαφορετική από τις συνηθισμένες έκανε τις τελευταίες ημέρες ο Γρηγόρης. Δεν αφορούσε νέο κατάστημα, προϊόν ή κάποιο επόμενο επιχειρηματικό σχέδιο, αλλά τη συνταξιοδότηση της κυρίας Σούλας, της πρώτης εργαζόμενης στο πρώτο κατάστημα της αλυσίδας, στην Δάφνη. Την ιστορία συνόδευσαν φωτογραφίες, που ανάρτησε στο LinkedIn ο Βλάσσης Γεωργιάτος μαζί με την κυρία Σούλα. Και μπορεί η αφορμή να ήταν προσωπική, ωστόσο οι εικόνες είχαν αναπόφευκτα και επιχειρηματικό ενδιαφέρον. Στην ίδια φωτογραφία συναντήθηκαν, κατά κάποιον τρόπο, η αφετηρία και η σημερινή εικόνα μιας εταιρείας, που

μέσα στις δεκαετίες άλλαξε μέγεθος και αποτύπωμα. Η κυρία Σούλα ξεκίνησε από το πρώτο κατάστημα στη Δάφνη και παρέμεινε στην επιχείρηση σε όλη τη διαδρομή. Τα τελευταία χρόνια εργαζόταν στα κεντρικά γραφεία της εταιρείας, μέχρι να έρθει η ώρα της συνταξιοδότησης. Όπως ανέφερε ο Γρηγόρης στην ανάρτησή του, (η κυρία Σούλα) μεγάλωσε μαζί με την εταιρεία, γράφοντας τη δική της πορεία στο εσωτερικό της. Στο διάστημα αυτό, βέβαια, άλλαξαν σχεδόν όλα. Ο Γρηγόρης έπαψε προ πολλού να είναι ένα κατάστημα στη Δάφνη και εξελίχθηκε σε πανελλαδική αλυσίδα, με ευρεία αποδοχή και υψηλές επιδόσεις σε

έναν από τους πλέον ανταγωνιστικούς κλάδους της αγοράς. Η εταιρεία αποχαιρέτησε την κυρία Σούλα με δώρα, αγκαλιές και συγκίνηση, όπως ανέφερε στην ανάρτησή της. Πίσω από τη συγκεκριμένη στιγμή, πάντως, υπάρχει μια λεπτομέρεια, που δύσκολα περνά απαρατήρητη: Η πρώτη εργαζόμενη του πρώτου καταστήματος παρέμεινε στον Γρηγόρη μέχρι τη συνταξιοδότησή της. Σε μια αγορά εργασίας, όπου οι μετακινήσεις έχουν γίνει κανόνας και οι πολυετείς επαγγελματικές διαδρομές στην ίδια εταιρεία ολόένα σπανίζουν, αυτό είναι ίσως το στοιχείο, που έχει το μεγαλύτερο ενδιαφέρον.

Business Insight

ΤΟ ΝΕΟ ΒΙΟΚΛΙΜΑΤΙΚΟ ΚΤΙΡΙΟ ΤΟΥ ΟΜΙΛΟΥ ΔΕΗ, Η POWERHUB PROPERTIES ΚΑΙ ΟΙ ΣΥΝΕΡΓΕΙΕΣ

Σε στρατηγική σύμπραξη για την από κοινού ανάπτυξη του **πρότυπου βιοκλιματικού συγκροτήματος γραφείων** έχουν προχωρήσει **ΔΕΗ και Dimand**. Γνωστή, ήδη από τα μέσα Ιουνίου η σύσταση νέας εταιρείας με την επωνυμία **Powerhub Properties**, που θα αναλάβει την υλοποίηση του επενδυτικού σχεδίου για την ανάπτυξη και εκμετάλλευση ενός σύγχρονου συγκροτήματος γραφείων στο πρώην στρατόπεδο "Αντισυνταγματάρχη Πλέσσα Μιχαήλ", επί της Λεωφόρου Μεσογείων 211.

Σύμφωνα με τα στοιχεία που αναρτήθηκαν (στο ΓΕΜΗ) το **αρχικό μετοχικό κεφάλαιο ορίστηκε σε €14 εκατ. (1,4 εκατ. μτχ. στην ονομαστική αξία των €10)**, με το ενδιαφέρον να κρύβεται στις λεπτομέρειες του αντικειμένου της εταιρείας, όπως αναφέρεται γενικά σε μίσθωση και διαχείριση μισθωμένων ή ιδιόκτητων ακινήτων.

Ωστόσο, στο ειδικότερο, στο επί μέρους και σύμφωνα με το καταστατικό, η Powerhub Properties "...θα μπορεί να συνάπτει συμβάσεις μίσθωσης, υπομίσθωσης, μελέτης, κατασκευής, πιστώσεων, δανείων, διαχείρισης, συμφώνων ανάπτυξης κ.ο.κ. και γενικά να προβαίνει σε κάθε είδους δικαιοπραξία, να συνεργάζεται με οποιοδήποτε φυσικό ή νομικό πρόσωπο και να συμμετέχει, με οποιονδήποτε τρόπο, σε οποιαδήποτε επιχείρηση, οποιουδήποτε εταιρικού τύπου, που λειτουργεί ή πρόκειται να λειτουργήσει στην Ελλάδα ή στην αλλοδαπή, με όμοιο ή συναφή ή παρεμφερή σκοπό, μπορεί να ιδρύει και άλλες οιασδήποτε νομικής μορφής και τύπου εταιρίες στην Ελλά-

δα, με ίδιους ή παρεμφερείς σκοπούς, να εκπροσωπεί οποιαδήποτε Εταιρεία, ελληνική ή αλλοδαπή, με όμοιο ή συναφή ή παρεμφερή σκοπό, μπορεί να παρέχει εγγυήσεις υπέρ εταιριών και γενικά επιχειρήσεων ή κοινοπραξιών στις οποίες μετέχει ή συνεργάζεται μαζί τους με οποιοδήποτε τρόπο παρέχουσα πάσης φύσεως ασφάλειες ενοχικές ή / και εμπράγματα και μπορεί να συμμετέχει σε διαγωνισμούς ή δημοπρασίες δημοσίων ή ιδιωτικών φορέων".

Στην ιστοσελίδα της εταιρείας ανάπτυξης ακινήτων το project του πρότυπου βιοκλιματικού συγκροτήματος γραφείων στο πρώην στρατόπεδο Πλέσσα, παραπέμπει όντως σε εμβληματικό έργο, που με την ολοκλήρωση του θα αποτελέσει [τοπόσημο σε θεαματικά αναβαθμισμένη περιοχή](#).

Σύμφωνα με τον Νίκο Δήμητσα η ανάπτυξη του πρώην στρατοπέδου Πλέσσα είναι ένα σύνθετο και απαιτητικό project, υψηλής αισθητικής, το οποίο θα αποτελεί τοπόσημο για την Αθήνα. Με τον Αναπληρωτή Διευθύνοντα Σύμβουλο της Dimand να σημειώνει ότι η εταιρεία εισφέρει όλη της την τεχνογνωσία ώστε να παραδώσει ένα έργο που προσφέρει κορυφαία προστιθέμενη αξία στους μετόχους, τους χρήστες και την τοπική κοινότητα. Επίσης **μετά από ερώτημα του BnB Daily, διευκρινίζει πως το συγκεκριμένο σχήμα αφορά μόνο στην κατασκευή του project για το νέο κτίριο της ΔΕΗ.**

Ερχόμενος στην ΔΕΗ, εύλογο είναι το ερώτημα της αξιοποίησης της ακίνητης περιουσίας που διαθέτει ο όμιλος, με τον σχεδιασμό να φτάνει αρκετά

πίσω όταν **Φεβρουάριο 2006** είχε ολοκληρωθεί διεθνής διαγωνισμός με θέμα την πρόσληψη αναδόχου παροχής συμβουλευτικών υπηρεσιών για την ίδρυση θυγατρικού σχήματος αξιοποίησης και διαχείρισης της ακίνητης περιουσίας της. Θυμίζω πως είχε επιλεγεί η κοινοπραξία Τράπεζα Πειραιώς - Διαγώνιος ΑΕΤΕ - Credit Suisse First Boston - Εμπορική Real Estate - Εμπορική Τράπεζα - Lambert Smith Hampton. Από την πρώτη φάση της μελέτης των συμβούλων είχε προκύψει ότι η συνολική περιουσία της ΔΕΗ πριν από τη διάσπαση του ΑΔΜΗΕ περιλάμβανε 6.938 ακίνητα και 413.200.000 τετραγωνικά μέτρα οικοπέδων. Μάλιστα **η λογιστική αξία των ακινήτων είχε υπολογιστεί σε €1,277 δισ.**, ενώ από το σύνολο των ακινήτων είχε υπολογιστεί ότι εμπορική αξία έχουν **3.293 ακίνητα**. Αυτά το 2006, μία 20ετία πριν και επί διοικήσεων που... κατάφεραν να φέρουν την επιχείρηση στα €380 εκατ. (χρηματιστηριακής αξίας) πριν τις εκλογές του 2019.

Σήμερα με τον όμιλο σε άλλα μεγέθη, λ.χ. σε όρους αποτίμησης διαμορφώνεται στα €13,740 δισ. η κρυμμένη εσωτερική αξία (intrinsic value) καθώς αποτελούν απτά περιουσιακά στοιχεία (πάγια) που συνεισφέρουν στα κεφάλαια του.

Όπως και να εξεταστεί αυτή η... λεπτομέρεια, είτε μέσω της λογιστικής αξίας (κόστος κτήσης μείον αποσβέσεις), είτε μέσω της τρέχουσας εμπορικής/ εύλογης αξίας, αναδεικνύει **μία άλλη πηγή-γεννήτρια παραγωγής value για τον όμιλο, τους μετόχους/επενδυτές του.**



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**

• COFFEE ISLAND – AMMOUSA ΣΥΝΕΡΓΑΣΙΑ ΜΕ ΣΤΟΧΟ ΝΕΕΣ ΑΓΟΡΕΣ ΓΕΥΣΗΣ

Η Coffee Island και η μικροζυθοποιία Ammoussa προχωρούν σε συνεργασία που συνδυάζει τον χώρο του specialty καφέ με την ελληνική craft μπύρα, με επίκεντρο τη δημιουργία μιας νέας γευστικής πρότασης.

Η συνεργασία των δύο εταιρειών οδήγησε στη δημιουργία της Ammoussa Tropical Stout (7% alc.), μιας μαύρης μπύρας στην οποία ενσωματώθηκε ο Single Estate Colombia Huila της Coffee Island.

Η νέα ετικέτα διατηρεί τα χαρακτηριστικά της Tropical Stout, ενώ ο specialty καφές προσθέτει στοιχεία από το αρωματικό του προφίλ, όπως άνθος πορτοκαλιάς, σύκο και καραμέλα, ενισχύοντας την πολυπλοκότητα του τελικού αποτελέσματος.



Editorial

Ένας είναι ο εχθρός: Ο καπιταλισμός

“Ο καπιταλισμός (ή κεφαλαιοκρατία) είναι το οικονομικό σύστημα όπου τα μέσα παραγωγής, το εμπόριο και οι υπηρεσίες ανήκουν σε ιδιώτες. Βασικό κίνητρο είναι η παραγωγή και συσσώρευση κέρδους, ενώ το εμπόριο και οι τιμές καθορίζονται κυρίως από τον ανταγωνισμό στην ελεύθερη αγορά, με περιορισμένη κρατική παρέμβαση”. Αυτός είναι ένας πρώτος, συνοπτικός ορισμός του καπιταλισμού.

Με βάση τα παραπάνω, λοιπόν, ο καπιταλισμός είναι εξ ορισμού αντιδημοκρατικός.

Δεν μπορεί, δηλαδή, να υπάρξει δημοκρατικός καπιταλισμός - πώς μου 'ρθε αυτό τώρα;

Είναι το απόλυτο οξύμωρο.

Όπως και δεν μπορεί να υπάρξει κοινωνικός καπιταλισμός - πώς μου 'ρθε και αυτό πάλι;

Ίσως, γιατί αμφότερα παραπέμπουν σε διάφορα επικοινωνιακά τσιτάτα, που χρησιμοποιούν κατά καιρούς όσοι λειτουργούν 100% καπιταλιστικά, καρπούνται την υπεραξία του καπιταλισμού, συσσωρεύουν κέρδη, αλλά...

Όλα κι όλα!

Εμείς δεν είμαστε καπιταλιστές, αλλά νιώθουμε αριστεροί!

Και ως τέτοιοι ζητάμε και την ψήφο των πολιτών, άμα λάχει.

Υποσχόμενοι να φέρουμε τη δημοκρατία εντός καπιταλισμού, μοιράζοντας τα κέρδη των πολλών σε όλους.

Μα, αυτό, τότε, δεν είναι καπιταλισμός!

Είναι κάτι άλλο (αδυνατώ να καταλάβω τί ακριβώς - νομίζω δεν ξέρουν ούτε οι ίδιοι που τα λένε αυτά).

Διότι είναι κακό να λες ότι είσαι με/βγάζεις λεφτά από/υπηρετείς το κεφάλαιο.

Αλλά μιλάς για το συμφέρον των πολλών.

Όμως, προσωπικά, δεν λειτουργείς έτσι, αλλά καπιταλιστικά - συγγνώμη, δεν έπρεπε να το πω.

Μπερδευτήκατε;

Λογικό.

Μην ξεχνιέστε, όμως!

Ένας είναι ο εχθρός:

Ο καπιταλισμός!

Τόσο απλά.

Νεκτάριος Β. Νώτης

nectarios@notice.gr

SECRETCREIPE

Ο Φ. Χρονόπουλος αναλαμβάνει το διάστημα Le Taillevent

Ακόμα ένας Έλληνας chef διακρίνεται όλο και περισσότερο στο διεθνές γαστρονομικό στερέωμα, αναλαμβάνοντας τα νήια της κουζίνας ενός ιστορικού εστιατορίου στο Παρίσι. Πρόκειται για τον Φίλιππο Χρονοπούλο, ο οποίος βρίσκεται πλέον στο διάστημα, Le Taillevent, αντικαθιστώντας τον Giuliano Sperandio. Θυμίζουμε ότι ο κ. Χρονόπουλος είναι ο πρώτος Έλληνας chef, που πήρε δύο αστέρια Michelin στο Παρίσι, στο Restaurant du Palais Royal. Όσο για το Le Taillevent, πρόκειται για εστιατόριο, με 3 αστέρια Michelin από το 1973 έως το 2007!