



## • ΑΘΗΝΑΪΚΗ ΖΥΘΟΠΟΙΑ

Οριακή πτώση σε όγκο και αξία φέτος λόγω macro και HoReCa - Η εικόνα των μεγεθών το 2025



## • ΦΑΡΜΑ ΚΟΥΚΑΚΗ

Σχεδιάζει περαιτέρω ανοίγματα σε Ασία & Ευρώπη - Βλέπει τζίρο €70 εκατ. και EBITDA €8 εκατ. φέτος



## • ΕΞΑΡΧΟΣ-ΤΥΡΟΚΟΜΙΚΑ ΕΛΑΣΣΟΝΑΣ

Οι νέες δουλειές στο εξωτερικό πίσω από το +7% στο οκτάμηνο - Στα ύψη η τιμή του πρόβειου



## • STARBUCKS

Ο διετής απολογισμός του Brian Niccol, η ανάκαμψη πωλήσεων και το στοίχημα της κερδοφορίας

## Editorial

Η φιλελεύθερη δημοκρατία της Σουηδίας και οι Ευρωπαίοι που κάνουν τον... Σουηδό

## Debrief

Πού είναι το κράτος;

## Business Maker

- Το κρυφό κόστος πίσω από τις μειώσεις τιμών
- My Market: Κυνηγά τον... θησαυρό των νησιών με franchise

## SecretRecipe

Ο Απ. Τραστέλης στην κουζίνα του By the Glass

## Business Insight

Aegean: Η απογείωση του Ιουλίου, η προσωρινή προσγείωση από την Eurobank και η προοπτική του 2027

• **ΦΑΡΜΑ ΚΟΥΚΑΚΗ**

## ΣΧΕΔΙΑΖΕΙ ΠΕΡΑΙΤΕΡΩ ΑΝΟΙΓΜΑΤΑ ΣΕ ΑΣΙΑ & ΕΥΡΩΠΗ - ΒΛΕΠΕΙ ΤΖΙΡΟ €70 ΕΚΑΤ. ΚΑΙ EBITDA €8 ΕΚΑΤ. ΦΕΤΟΣ

Στόχο για περαιτέρω αύξηση του κύκλου εργασιών, στα επίπεδα των €70 εκατ., και EBITDA περί τα €8 εκατ. έχει θέσει για το 2026 η Φάρμα Κουκάκη, με την ανάπτυξη να στηρίζεται τόσο στην εγχώρια, αγορά όσο και στις εξαγωγές.

Όπως είναι σε θέση να γνωρίζει το FNB Daily, στο εξωτερικό οι πωλήσεις καταγράφουν ανάπτυξη άνω του 30% στο επτάμηνο, συνεχίζοντας την καλή πορεία του 2025. Την περασμένη χρονιά αντιστοιχούσαν στο 25,4% του συνολικού κύκλου εργασιών, από 21,8% το 2024.

### ΟΙ ΑΓΟΡΕΣ-ΣΤΟΧΟΙ

Για το επόμενο διάστημα, ο σχεδιασμός προβλέπει περαιτέρω ανάπτυξη τόσο σε υφιστάμενες ευρωπαϊκές αγορές, όσο και στην Ασία. Στην Ευρώπη, η εταιρεία επιδιώκει να διευρύνει την παρουσία της σε Αγγλία, Βέλγιο και Ολλανδία, όπου ήδη αναπτύσσεται σταδιακά. Παράλληλα, στο επίκεντρο βρίσκονται η Νότια Κορέα και το Χονγκ Κονγκ, αγορές στις οποίες επιδιώκεται περαιτέρω διείσδυση. Ιταλία, Γαλλία και Ισπανία εξακολουθούν να ξεχωρίζουν μεταξύ των βασικών αγορών της, καταγράφοντας θετική πορεία κατά τη φετινή χρονιά. Σε επίπεδο προϊόντων, το ενδιαφέρον επικεντρώνεται στο στραγγιστό γιαούρτι και το κεφίρ, με το τελευταίο να εμφανίζει ανάπτυξη άνω του 25% στις αγορές του εξωτερικού.

### ΤΡΕΧΟΥΝ ΕΠΕΝΔΥΣΕΙΣ €20 ΕΚΑΤ.

Σε εξέλιξη βρίσκεται το επενδυτικό πρόγραμμα ύψους €20 εκατ., το οποίο επικεντρώνεται στην αύξηση της παραγωγικής δυναμικότητας.

Το 2025 η εταιρεία πραγματοποίησε επενδύσεις €6,1 εκατ., έναντι €4,8 εκατ. το 2024, ενώ προχώρησε και στην απόκτηση νέου βιομηχανικού ακινήτου στη ΒΙ.ΠΕ. Κιλκίς, το οποίο εντάσσεται στον σχεδιασμό για την επέκταση των παραγωγικών της υποδομών.

Στη χρηματοδότηση του επενδυτικού σχεδίου εντάσσεται και η αύξηση μετοχικού κεφαλαίου κατά €10 εκατ., η οποία ολοκληρώθηκε τον Μάρτιο του 2026 από την EOS Capital Partners που συμμετέχει πλέον μετοχικά στην εταιρεία.

### Η ΕΙΚΟΝΑ ΤΟΥ 2025

Η νέα φάση ανάπτυξης ακολουθεί την άνοδο των οικονομικών μεγεθών το 2025.

- Ο κύκλος εργασιών έκλεισε στα €58,9 εκατ., στο +16,2% σε σύγκριση με το 2024 και πάνω από τις αρχικές εκτιμήσεις της διοίκησης
- Το μικτό περιθώριο κέρδους ενισχύθηκε κατά 1,3 ποσοστιαίες μονάδες, στο 32,2% εξέλιξη που αποδίδεται στο προϊόντικό μείγμα και στη διαχείριση του κόστους
- Το προσαρμοσμένο EBITDA διαμορφώθηκε σε €7,5 εκατ., με περιθώριο 12,7%, μετά την αφαίρεση έκτακτων και μη



επαναλαμβανόμενων δαπανών που σχετίζονται με την προετοιμασία του νέου επενδυτικού κύκλου

- Οι λειτουργικές ταμειακές ροές αυξήθηκαν κατά 9,2%, στα €4,8 εκατ., με την εξέλιξη να συνδέεται με τη λειτουργική επίδοση και τη διαχείριση του κεφαλαίου κίνησης

### ΜΕΡΙΔΙΑ ΑΓΟΡΑΣ

Σε επίπεδο εγχώριας αγοράς, η εταιρεία ενίσχυσε τα μερίδιά της σε βασικές κατηγορίες. Στο φρέσκο γάλα κατατάσσεται ως το τρίτο μεγαλύτερο επώνυμο σήμα πανελλαδικά, ενώ στο κεφίρ το μερίδιό της διαμορφώθηκε στο 31,6%, με τις πωλήσεις της κατηγορίας να καταγράφουν αύξηση 49,3%.

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

• **ΜΑΣΟΥΤΗΣ**

## ΑΠΙΝΙΔΩΤΗΣ ΣΤΟ ΜΕΤΡΟ ΘΕΣΣΑΛΟΝΙΚΗΣ ΣΥΝΕΒΑΛΕ ΣΤΗ ΔΙΑΣΩΣΗ 53ΧΡΟΝΟΥ

Σε πραγματικό περιστατικό καρδιακής ανακοπής χρησιμοποιήθηκε ένας από τους αυτόματους εξωτερικούς απινιδωτές (AED) που είχε δωρίσει η Δ. Μασούτης στο δίκτυο του Μετρό Αθήνας και Θεσσαλονίκης.

Το περιστατικό σημειώθηκε στις 8 Σεπτεμβρίου στον σταθμό "Συντριβάνι" του Μετρό Θεσσαλονίκης, όταν ένας 53χρονος άνδρας υπέστη καρδιακή ανακοπή.

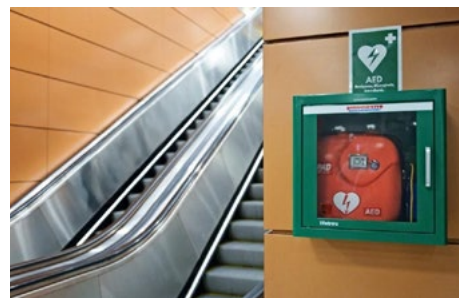
Εκπαιδευμένοι εργαζόμενοι του Μετρό κινητοποιήθηκαν άμεσα, ξεκινώντας καρδιοπνευμονική αναζωογόνηση και χρησιμοποιώντας τον διαθέσιμο απινιδωτή. Με τη συσκευή πραγματοποιήθηκε η πρώτη απινίδωση, ενώ οι εργαζόμενοι συνέχισαν την προσπάθεια μέχρι την άφιξη του ΕΚΑΒ.

Στη συνέχεια, με τη συνδρομή των διασωστών και του γιατρού του ΕΚΑΒ, ο 53χρονος ανέκτησε τις αισθήσεις του και διακομίστηκε σε νοσοκομείο.

### ΔΩΡΕΑ 84 ΑΥΤΟΜΑΤΩΝ ΕΞΩΤΕΡΙΚΩΝ ΑΠΙΝΙΔΩΤΩΝ

Η χρήση του απινιδωτή πραγματοποιήθηκε λίγους μήνες μετά την ολοκλήρωση της δωρεάς 84 αυτόματων εξωτερικών απινιδωτών από τη Δ. Μασούτης, οι οποίοι τοποθετήθηκαν στο σύνολο του δικτύου του Μετρό Αθήνας και Θεσσαλονίκης.

Το περιστατικό ανέδειξε στην πράξη τον ρόλο που μπορούν να διαδραματίσουν οι διαθέσιμοι απινιδωτές σε χώρους με μεγάλη κα-



θημερινή επιβατική κίνηση, καθώς και τη σημασία της εκπαίδευσης του προσωπικού στην άμεση αντιμετώπιση περιστατικών καρδιακής ανακοπής.

Η έγκαιρη παροχή καρδιοπνευμονικής αναζωογόνησης και η χρήση απινιδωτή πριν από την άφιξη εξειδικευμένης ιατρικής βοήθειας μπορούν να αποδειχθούν κρίσιμες σε τέτοιες περιπτώσεις, καθώς ο χρόνος αποτελεί καθοριστικό παράγοντα για την αντιμετώπιση της καρδιακής ανακοπής.



• **SUPER MARKETS (ΙΤΑΛΙΑ)**

## ΕΩΣ 40% Η ΕΤΗΣΙΑ ΕΞΟΙΚΟΝΟΜΗΣΗ ΣΤΑ ΨΩΝΙΑ ΑΠΟ ΤΗ ΣΩΣΤΗ ΕΠΙΛΟΓΗ ΑΛΥΣΙΔΑΣ – ΠΟΙΑ ΕΙΝΑΙ Η ΦΘΗΝΟΤΕΡΗ

Έως και 40% μπορεί να μειώσει μια μέση ιταλική οικογένεια τις ετήσιες δαπάνες της για είδη super market, εφόσον επιλέγει προσεκτικά τόσο την αλυσίδα, όσο και το κατάστημα από το οποίο πραγματοποιεί τις αγορές της. Αυτό προκύπτει από την ετήσια έρευνα τιμών της ιταλικής ένωσης καταναλωτών Altroconsumo, η οποία κάλυψε 1.158 super market, hyper market και καταστήματα discount, καταγράφοντας περίπου 1,5 εκατ. τιμές σε 124 κατηγορίες προϊόντων σε 67 πόλεις.

### Η EUROSPIN ΣΤΗΝ ΚΟΡΥΦΗ

Η Eurospin αναδείχθηκε για ακόμη μία χρονιά η οικονομικότερη αλυσίδα λιανεμπορίου τροφίμων στην Ιταλία, καταλαμβάνοντας την πρώτη θέση στην κατάταξη για το 2026. Ακολούθησαν οι In's, Lidl και Prix Discount, με τις τρεις αλυσίδες να είναι περίπου 2% ακριβότερες. Στην κατηγορία των προϊόντων ιδιωτικής ετικέτας, η Spazio Conad προσφέρει τις χαμηλότερες τιμές, με διαφορά 19% έναντι της Eurospar, η οποία βρίσκεται στην ακριβότερη θέση. Η Esselunga Superstore, η οποία πέρυσι βρι-

σκόταν ψηλότερα στην κατάταξη, κατατάσσεται πλέον μεταξύ των τριών οικονομικότερων αλυσίδων ιδιωτικής ετικέτας, ενώ η Carrefour συμπληρώνει την πρώτη πεντάδα.

Στα discount, Eurospin και In's προσφέρουν εξοικονόμηση 16% σε σχέση με την Todis, ενώ μεταξύ των παραδοσιακών παικτών η Dok είναι 10% φθηνότερη από την Carrefour Market. Στα επώνυμα προϊόντα, Ipercoop και Spazio Conad μοιράζονται την πρώτη θέση, με πλεονέκτημα 7% έναντι της Carrefour Market.

### ΕΩΣ €3.790 ΛΙΓΟΤΕΡΑ ΤΟΝ ΧΡΟΝΟ

Η διαφορά στις τιμές μπορεί να μεταφραστεί σε σημαντική εξοικονόμηση για τα νοικοκυριά. Μια τετραμελής οικογένεια που δαπανά περίπου €9.450 ετησίως για είδη παντοπωλείου μπορεί να περιορίσει το κόστος έως και κατά €3.790, επιλέγοντας τα φθηνότερα προϊόντα και πραγματοποιώντας τις αγορές της στην Eurospin.

Ακόμη και όσοι επιλέγουν παραδοσιακά super market και επώνυμα προϊόντα μπορούν να εξοικονομήσουν έως €1.390 τον χρόνο, επιλέ-



γοντας το οικονομικότερο κατάστημα στην περιοχή τους.

### ΟΙ ΔΙΑΦΟΡΕΣ ΑΝΑ ΠΕΡΙΟΧΗ

Οι διαφορές δεν περιορίζονται μεταξύ των αλυσίδων, αλλά παρατηρούνται και από πόλη σε πόλη. Το κατάστημα Mega στο Τρεβίζο αναδείχθηκε το οικονομικότερο μεμονωμένο κατάστημα στην Ιταλία.

Η Τοσκάνη, το Βένετο και η Λομβαρδία εμφανίζουν ιδιαίτερα ανταγωνιστικές τιμές. Στην Πίστοια, τη Λούκα και την Φλωρεντία, η μέση ετήσια δαπάνη μιας οικογένειας διαμορφώνεται περίπου στα €6.900.

Αντίθετα, στη Γένοβα, το Σάσσαρι, την Αόστα και το Τέραμο το αντίστοιχο κόστος προσεγγίζει τα €7.700, καταδεικνύοντας το σημαντικό περιθώριο εξοικονόμησης που μπορεί να προσφέρει η επιλογή καταστήματος.

• **ΓΑΛΛΙΑ**

## ΣΕ ΧΑΜΗΛΟ 30 ΕΤΩΝ Η ΠΑΡΑΓΩΓΗ ΚΡΑΣΙΟΥ – ΣΤΟ ΜΙΣΟ Η ΣΑΜΠΑΝΙΑ

Η Γαλλία αναμένεται να καταγράψει μία από τις χαμηλότερες παραγωγές κρασιού των τελευταίων τριών δεκαετιών, ενώ η παραγωγή σαμπάνιας εκτιμάται ότι θα μειωθεί σχεδόν στο μισό φέτος, καθώς οι ακραίες θερμοκρασίες και η ξηρασία προκάλεσαν σημαντικές ζημιές στα αμπέλια και τα σταφύλια, ανακοίνωσε την περασμένη Δευτέρα το γαλλικό υπουργείο Γεωργίας.

Η δεύτερη μεγαλύτερη οινοπαραγωγός χώρα στον κόσμο κατέγραψε το θερμότερο καλοκαίρι που έχει σημειωθεί το 2026, σε μια περίοδο κατά την οποία οι επιστήμονες προειδοποιούν ότι η ανθρωπογενής κλιματική αλλαγή καθιστά τα ακραία καιρικά φαινόμενα συχνότερα και εντονότερα, ενώ η Ευρώπη είναι η ήπειρος που θερμαίνεται ταχύτερα.

### ΟΙ ΕΚΤΙΜΗΣΕΙΣ

Μετά τις χαμηλές παραγωγές του 2024 και του 2025, η Γαλλία εκτιμάται ότι θα παράγει 33,9 εκατ. εκατόλιτρα κρασιού το 2026, ποσότητα που αντιστοιχεί σε περίπου 4,5 δισ. τυποποιη-

μένες φιάλες. Η παραγωγή θα είναι μειωμένη κατά 6% σε σχέση με πέρυσι και κατά 17% έναντι του μέσου όρου της περιόδου 2021-2025.

Το υπουργείο ανέφερε ότι οι συνθήκες στην αρχή του έτους ήταν ευνοϊκές, ωστόσο η καλοκαιρινή ξηρασία και οι καύσωνες προκάλεσαν ζημιές στα αμπέλια και περιορίσαν τις αποδόσεις. Οι περισσότεροι παραγωγοί κρασιού στην Γαλλία, όπως και σε άλλες ευρωπαϊκές χώρες, ξεκίνησαν φέτος τον τρύγο ασυνήθιστα νωρίς, σύμφωνα με το υπουργείο.

Η Γαλλία είναι παραδοσιακά η δεύτερη μεγαλύτερη οινοπαραγωγός χώρα παγκοσμίως, μετά την Ιταλία, και η μεγαλύτερη εξαγωγός κρασιού σε όρους αξίας.

Πέρα από τις επιπτώσεις των καιρικών συνθηκών, ο κλάδος δέχθηκε πέρυσι πλήγμα από τους αμερικανικούς δασμούς, ενώ η κατανάλωση κρασιού βρίσκεται στο χαμηλότερο επίπεδο εδώ και περισσότερες από έξι δεκαετίες, καθώς οι οικονομικές πιέσεις, οι μεταβαλλόμενες καταναλωτικές προτιμήσεις και οι ανησυχίες για την υγεία έχουν περιορίσει τη ζήτηση.



### ΙΣΧΥΡΟ ΤΟ ΠΛΗΓΜΑ ΣΤΗ ΓΕΩΡΓΙΑ

Η παραγωγή κρασιού στην Καμπανία αναμένεται να μειωθεί κατά 49% σε σχέση με το 2025 και κατά 47% έναντι του μέσου όρου της τελευταίας πενταετίας.

Η έκταση των αμπελώνων μειώθηκε κατά 2,5% φέτος σε σχέση με πέρυσι, καθώς η υπερπροσφορά, σε συνδυασμό με την πτώση της κατανάλωσης, έχει οδηγήσει τους οινοπαραγωγούς στην εκρίζωση μέρους των αμπελώνων τους. Οι επιπτώσεις του φετινού καλοκαιριού δεν περιορίζονται στον αμπελοοινικό κλάδο. Η γαλλική γεωργία στο σύνολό της έχει δεχθεί ισχυρό πλήγμα από τους καύσωνες-ρεκόρ και την έλξη βροχοπτώσεων.

• **CHIPOTLE**

## Η ΑΠΟΒΑΣΗ ΣΤΗΝ ΝΟΤΙΑ ΚΟΡΕΑ ΚΑΙ ΤΟ ΣΤΟΙΧΗΜΑ ΤΗΣ ΑΣΙΑΣ

Έως και τρεις ώρες περίμεναν ορισμένοι καταναλωτές στην Νότια Κορέα για να δοκιμάσουν ένα bowl της Chipotle, καθώς η αμερικανική αλυσίδα fast-casual εστίασης έκανε το πρώτο της βήμα στην Ασία.

Το πρώτο κατάστημα άνοιξε στις αρχές Σεπτεμβρίου στη συνοικία Gangnam της Σεούλ, εγκαινιάζοντας παράλληλα ένα νέο μοντέλο διεθνούς επέκτασης μέσω joint venture. Οι μεγάλες ουρές έξω από το εστιατόριο έγιναν γρήγορα θέμα στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης, ενώ οι Νοτιοκορεάτες καταναλωτές άρχισαν να μοιράζονται οδηγούς για το μενού και τον τρόπο παραγγελίας της Chipotle.

### ΤΟ ΜΟΝΤΕΛΟ ΤΟΥ JOINT VENTURE

Η είσοδος στην Νότια Κορέα αποτελεί σημαντικό βήμα για τη διεθνή στρατηγική της Chipotle, η οποία συνεργάζεται με την Sangmidang Holdings, αξιοποιώντας την τοπική γνώση και την εμπειρία της εταιρείας στην ανάπτυξη αλυσίδων εστίασης.

Η συνεργασία πραγματοποιείται μέσω της S&C Restaurants Holdings, η οποία ανήκει κατά 51% στη Big Bite Company, θυγατρική της Sangmidang, και κατά 49% στην Chipotle. Για την αμερικανική αλυσίδα, η επιλογή του τοπικού εταίρου είναι κρίσιμη, καθώς η διεθνής ανάπτυξη δεν βασίζεται σε ένα ενιαίο μοντέλο για όλες τις αγορές. Η Sangmidang είχε προηγουμένως συμβάλει στην ανάπτυξη της Shake Shack στην Νότια Κορέα, προσφέροντας τεχνογνωσία στην τοπική αγορά και στις υποδομές εστίασης.

Το ζητούμενο, ωστόσο, δεν είναι μόνο η επιτυχία του πρώτου καταστήματος. Η Chipotle

θέλει να δημιουργήσει ένα μοντέλο που θα μπορεί να κλιμακωθεί σε ολόκληρη την Ασία, διατηρώντας παράλληλα τα βασικά χαρακτηριστικά του brand.

### ΓΙΑΤΙ Η ΝΟΤΙΑ ΚΟΡΕΑ

Η επιλογή της αγοράς δεν είναι τυχαία. Σύμφωνα με την Mintel, το 42% των Νοτιοκορεατών είχε καταναλώσει μεξικανική κουζίνα κατά τους τρεις προηγούμενους μήνες, ενώ ακόμη 37% δήλωσαν ενδιαφέρον να τη δοκιμάσουν.

Η εξοικείωση των καταναλωτών με διεθνή brands και η διάθεσή τους να δοκιμάζουν νέες κουζίνες δημιουργούν ευνοϊκές συνθήκες για τη Chipotle. Παράλληλα, όμως, η εταιρεία θα βρεθεί αντιμέτωπη με υφιστάμενους ανταγωνιστές, όπως η Cuchara.

### Ο ΕΠΟΜΕΝΟΣ ΣΤΑΘΜΟΣ

Το επόμενο βήμα είναι ήδη στον ορίζοντα. Η Chipotle σχεδιάζει να εισέλθει στην Σιγκαπούρη το α' εξάμηνο του 2027, αν και δεν έχουν ακόμη οριστικοποιηθεί η ημερομηνία και η τοποθεσία του πρώτου καταστήματος. Η αγορά θεωρείται "φυσικό επόμενο βήμα", λόγω του υψηλού βαθμού διεθνοποίησής της και της εξοικείωσης των καταναλωτών με παγκόσμια brands. Ωστόσο, τα υψηλά ενοίκια, το εργατικό κόστος και οι ενεργειακές δαπάνες δημιουργούν σημαντικές προκλήσεις για την κερδοφορία.

Με την Νότια Κορέα και την Σιγκαπούρη να αποτελούν τα πρώτα βήματα, η Chipotle επιχειρεί να μετατρέψει το ασιατικό εγχείρημα σε μακροπρόθεσμο μοχλό διεθνούς ανάπτυξης, συνδυάζοντας την ισχύ του αμερικανικού brand με την προσαρμογή στις τοπικές αγορές.



Scott Boatwright,  
CEO, Chipotle

**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

• **ΑΘΗΝΑΪΚΗ ΖΥΘΟΠΟΙΑ**

# ΟΡΙΑΚΗ ΠΤΩΣΗ ΣΕ ΟΓΚΟ ΚΑΙ ΑΞΙΑ ΦΕΤΟΣ ΛΟΓΩ MACRO ΚΑΙ HORECA - Η ΕΙΚΟΝΑ ΤΩΝ ΜΕΓΕΘΩΝ ΤΟ 2025

Ελαφρώς πτωτικά αναμένεται να κινηθούν το 2026 οι πωλήσεις και οι όγκοι της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας, ακολουθώντας την πορεία της αγοράς, διατηρώντας, ωστόσο, την κερδοφορία. Σύμφωνα με πληροφορίες του Fnb Daily, αν και δεν μπορεί να δοθεί συγκεκριμένη πρόβλεψη για τον κύκλο εργασιών αυτή τη στιγμή, η πτώση σε τζίρο και όγκους τοποθετείται σε χαμηλό μονοψήφιο ποσοστό, χωρίς προς το παρόν να προσδιορίζεται εάν θα κινηθεί, ενδεικτικά, στο 1% ή στο 3%.

Σε ό,τι αφορά την πορεία του α' εξαμήνου η κατανάλωση κινήθηκε σε χαμηλά επίπεδα, καθώς η θερινή σεζόν άργησε να ξεκινήσει, με την εικόνα να βελτιώνεται τον Ιούλιο και τον Αύγουστο.

Για το σύνολο της χρονιάς, η αγορά εκτιμάται ότι θα κλείσει με μικρή υποχώρηση. Στην πορεία αυτή επιδρούν η γενικότερη οικονομική συγκυρία και η εικόνα του HoReCa, αλλά και εξωγενείς παράγοντες, όπως οι καιρικές συνθήκες, που μπορούν να επηρεάσουν την κατανάλωση.

Ανάλογη αναμένεται να είναι και η πορεία της θυγατρικής της Heineken στην Ελλάδα, τα μερίδια της οποίας παραμένουν σταθερά την τελευταία περίπου τριετία.

## ΠΡΟΤΕΡΑΙΟΤΗΤΕΣ

Παρά την εκτιμώμενη μικρή υποχώρηση σε τζίρο και όγκους, η Αθηναϊκή Ζυθοποιία αναμένει να παραμείνει κερδοφόρα το 2026. Στις βασικές προτεραιότητες για την τρέχουσα περίοδο περιλαμβάνονται

- ανάπτυξη της δραστηριότητας στην ελληνική αγορά ζύθου

- έλεγχος του λειτουργικού κόστους
- διαχείριση της ρευστότητας και πιστωτικού κινδύνου

Οι παραπάνω κινήσεις εντάσσονται στον σχεδιασμό για την ελληνική αγορά, όπου τα προηγούμενα χρόνια έχει πραγματοποιήσει επενδύσεις, έχει διευρύνει το προϊόντικό της χαρτοφυλάκιο και έχει προχωρήσει σε αναδιοργάνωση των δομών της.

## ΣΤΑΘΕΡΟ ΤΟ PORTFOLIO

Σε επίπεδο χαρτοφυλακίου, δεν υπάρχει αυτή τη στιγμή προγραμματισμένο νέο λανσάρισμα έως το τέλος του 2026. Η εταιρεία συνεχίζει, ωστόσο, να εξετάζει προϊόντα και κατηγορίες πέρα από τον παραδοσιακό πυρήνα της δραστηριότητάς της.

Σε αυτή την κατεύθυνση εντάσσεται η προσθήκη του mixer Tsiki στο χαρτοφυλάκιο, στο πλαίσιο της σταδιακής διεύρυνσης της δραστηριότητας σε νέες κατηγορίες και της προσαρμογής στις μεταβολές των καταναλωτικών συνθηκών.

## ΣΕ... ΑΝΑΖΗΤΗΣΗ ΝΕΟΥ CEO

Σε ό,τι αφορά την κάλυψη της θέσης του Διευθύνοντος Συμβούλου, μέχρι στιγμής δεν υπάρχει νεότερη εξέλιξη, [από όσα είχατε διαβάσει στο Fnb Daily στις 28/7](#). Υπενθυμίζεται ότι ο Αλέξανδρος Δανιηλίδης ανέλαβε εκ νέου, σε μεταβατική βάση, τη θέση του Προέδρου και Διευθύνοντος Συμβούλου, κατά τη συγκρότηση σε σώμα του Διοικητικού Συμβουλίου της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας, έπειτα από την απόφαση της Γενικής Συνέλευσης των μετόχων της 24ης Ιουλίου. Ο

ίδιος από τον Οκτώβριο του 2024 έχει αναλάβει επικεφαλής της Heineken για τα Βαλκάνια και τις χώρες της Κεντρικής Ευρώπης, με αρμοδιότητα σε μια ιδιαίτερη γεωγραφική περιοχή, θέση την οποία διατηρεί παράλληλα με τα νέα του μεταβατικά καθήκοντα στην Ελλάδα.

Η εξέλιξη ήρθε μετά την αποχώρηση του Sebastian Sanchez από τη θέση του Διευθύνοντος Συμβούλου, ο οποίος αποφάσισε για προσωπικούς λόγους να επιστρέψει στον Παναμά.

## Η ΕΙΚΟΝΑ ΤΟΥ 2025

Η εκτίμηση για το 2026 ακολουθεί την υποχώρηση των οικονομικών μεγεθών της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας το 2025, χρονιά κατά την οποία παρέμεινε κερδοφόρα, αλλά έκλεισε με χαμηλότερες πωλήσεις και κέρδη σε σχέση με το 2024 λόγω της μείωσης του όγκου πωλήσεων.

Το κόστος κίνησης των αποθεμάτων περιορίστηκε κατά περίπου 8,3% σε αξία, λόγω μείωσης των πωλήσεων μπίρας και στις χαμηλότερες τιμές των υλικών συσκευασίας. Παράλληλα, οι λοιπές λειτουργικές δαπάνες αυξήθηκαν κατά 4%, κυρίως λόγω υψηλότερων δαπανών marketing και αμοιβών προσωπικού.

Για τη χρήση του 2025 η διοίκηση προτείνει τη διανομή μερίσματος €33,57 εκατ., έναντι €43,81 εκατ. για το 2024.

### DATA (σε €χιλ.)

#### Πωλήσεις

2025: 453.707

2024: 480.614

Μεταβολή: (5,6%)

#### Καθαρές πωλήσεις

2025: 314.657

2024: 333.488

Μεταβολή: (5,65%)

#### Κέρδη προ φόρων

2025: 54.878

2024: 66.270

Μεταβολή: (17,19%)

#### Κέρδη μετά φόρων

2025: 42.040

2024: 49.825

Μεταβολή: (15,63%)



Αλέξανδρος Δανιηλίδης, Πρόεδρος ΔΣ, Αθηναϊκή Ζυθοποιία

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

• **ΕΞΑΡΧΟΣ-ΤΥΡΟΚΟΜΙΚΑ ΕΛΑΣΣΟΝΑΣ**

## ΟΙ ΝΕΕΣ ΔΟΥΛΕΙΕΣ ΣΤΟ ΕΞΩΤΕΡΙΚΟ ΠΙΣΩ ΑΠΟ ΤΟ +7% ΣΤΟ ΟΚΤΑΜΗΝΟ - ΣΤΑ ΥΨΗ Η ΤΙΜΗ ΤΟΥ ΠΡΟΒΕΙΟΥ

Με ρυθμό ανάπτυξης άνω του 7% έκλεισε το οκτάμηνο η Έξαρχος ΑΕ-Τυροκομικά Ελασσόνας, παίρνοντας ώθηση από την αύξηση των πωλήσεων στο εξωτερικό.

Όπως δηλώνει στο Fnb Daily ο Διευθύνων Σύμβουλος και εις εκ των ιδιοκτητών, Δημήτρης Έξαρχος, η εταιρεία δεν εισήλθε σε κάποια νέα αγορά, έκλεισε ωστόσο ορισμένες σημαντικές συνεργασίες με μεγάλες αλυσίδες super market.

"Ήταν μια πολύ καλή εξέλιξη για εμάς, δεδομένου ότι η ελληνική αγορά δεν πάει πολύ καλά", σχολιάζει. Σημειώνεται ότι οι πωλήσεις στο εξωτερικό αντιπροσωπεύουν το μεγαλύτερο κομμάτι του τζίρου της εταιρείας, με το ποσοστό ειδικά στη φέτα να ξεπερνά το 80%.

### ΠΑΕΙ ΓΙΑ ΙΣΤΟΡΙΚΟ ΡΕΚΟΡ ΤΟ ΓΑΛΑ

Η γαλακτοβιομηχανία παραμένει σταθερά προσανατολισμένη στη διεύρυνση της ζώνης γάλακτος, προκειμένου να καλύψει τις ανάγκες που φτάνουν τους 22.000 τόνους ετησίως. "Μας ενδιαφέρουν νέες συνεργασίες με παραγωγούς καθώς οι ποσότητες της πρώτης ύλης είναι πλέον λιγότερες και γίνονται ολοένα και πιο ακριβές", σημειώνει, προσθέτοντας ότι για την ερχόμενη

νη γαλακτοκομική σεζόν έχουν ήδη κλείσει συμφωνίες πολύ κοντά στα €1,90 το κιλό.

#### DATA (σε €χιλ.)

##### Κύκλος Εργασιών

2024: 37.214

2023: 41.318

2022: 39.997

##### EBIT

2024: 1.392

2023: 2.723

2022: 1.936

##### Αποτέλεσμα προ φόρων

2024: 1.019

2023: 2.379

2022: 1.763

### "ΣΕ ΥΦΕΣΗ Η ΕΥΛΟΓΙΑ"

"Το πρόβειο πάει φέτος για ιστορικό ρεκόρ σε ό,τι αφορά στην τιμή του", αναφέρει χαρακτηριστικά.

Το θετικό, όπως προσθέτει ο κ. Έξαρχος, είναι ότι η ευλογία φαίνεται να βρίσκεται σε ύφεση, με τα κρούσματα να είναι πλέον πολύ λιγότερα και κατά κύριο λόγο σποραδικά.

### ΕΝ ΑΝΑΜΟΝΗ ΓΙΑ ΤΟ ΕΠΕΝΔΥΤΙΚΟ ΤΩΝ €5 ΕΚΑΤ.

Η εταιρεία έχει υποβάλει προς ένταξη στον Αναπτυξιακό Νόμο νέο επενδυτικό σχέδιο €5 εκατ. το οποίο αναμένεται να αυξήσει την παραγωγική δυναμικότητα κατά τουλάχιστον 25%. Το σχέδιο αφορά:

- Εκσυγχρονισμό κι επέκταση γραμμής παραγωγής
- Επέκταση συσκευαστηρίου
- Επέκταση ψυγείων, αποθηκευτικών χώρων και logistics

"Ελπίζουμε να έχουμε την απόφαση ένταξης μέσα στους επόμενους μήνες ώστε να ξεκινήσουμε την υλοποίηση του έργου", σημειώνει ο κ. Έξαρχος.

Η εταιρεία ολοκλήρωσε πέρυσι ένα ακόμα τριετές επενδυτικό σχέδιο με συνολικό κόστος κοντά στα €5 εκατ. για προσθήκη νέου μηχανολογικού εξοπλισμού.

Η Έξαρχος- Τυροκομικά Ελασσόνας στην ελληνική αγορά έχει, μεταξύ άλλων, παρουσία στην ΑΒ Βασιλόπουλος, τόσο σε επίπεδο λιανικής όσο και στην Ένα Food Cash & Carry που αποτελεί τη δραστηριότητα χονδρικού εμπορίου της αλυσίδας.

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



Δημήτρης Έξαρχος,  
Διευθύνων Σύμβουλος,  
Έξαρχος Τυροκομικά  
Ελασσόνας

## • MIDNIGHT CIRCUS BREWERY

# ΜΕ ΤΟ ΔΕΞΙ Η ΕΙΣΟΔΟΣ ΣΤΑ ΑΝΑΨΥΚΤΙΚΑ - ΑΓΓΙΖΕΙ ΤΟ 10% Η ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΣΤΟ ΕΠΤΑΜΗΝΟ

Με δύο αναψυκτικά που εντάσσονται στην κατηγορία των mocktails έχει επεκτείνει φέτος την γκάμα της η Midnight Circus Brewery, η οποία κλείνει εννέα χρόνια παρουσίας στην αγορά.

Οι νέοι κωδικοί σηματοδοτούν την είσοδο της πειραματικής ζυθοποιίας από την Αθήνα σε μια καινούργια κατηγορία με δύο αρχικά γεύσεις:

- Μοχίτο Ρόδι: Χυμός ροδιού με άρωμα δυόσμου
- Τροπικά Φρούτα: Με μάνγκο, ανανά κ.α. εξωτικά φρούτα

## Η ΠΡΟΕΛΕΥΣΗ ΤΗΣ "ΖΟΖΕΦΙΝΑΣ"

Αμφότεροι οι κωδικοί δεν περιέχουν ζάχαρη (ούτε, φυσικά, αλκοόλ) ενώ φέρουν την ονομασία "Ζοζεφίνα", του χαρακτήρα δηλαδή που δημιούργησε ο κομίστας Αντώνης Βαβαγιάννης, ο οποίος υπογράφει και τις ετικέτες.

Ο Έλληνας δημιουργός μετράει ήδη έξι χρόνια συνεργασίας με την Midnight Circus Brewery και τον ιδιοκτήτη της, Λουκά Παπαγγελή, αποτελώντας την έμπνευσή ή/και σχεδιάζοντας τις ετικέτες στις περισσότερες από τις μπύρες που έχει λανσάρει. Το εγχείρημα που ξεκίνησε, αρχικά με κάποιες πειραματικές σπιτικές μπύρες στα Εξάρχεια από τον κ. Παπαγγελή και τη γυναίκα του, Ισμήνη, έχει πάρει εδώ και μια σχεδόν μια δεκαετία το δρόμο του ως ξεχωριστή επιχειρηματική δραστηριότητα.

## ΣΤΑΘΕΡΟΣ ΠΥΡΗΝΑΣ ΠΕΝΤΕ ΕΤΙΚΕΤΩΝ

Όπως εξηγεί στο FnB Daily ο κ. Παπαγγελής, πλέον η εταιρεία έχει αποκτήσει ένα σταθερό portfolio από πέντε craft μπύρες, με ονομασίες που έχουν αποκτήσει πιστό κοινό και στις οποίες, ανάλογα με τη χρονιά, προστίθενται κάποιες πιο ιδιαίτερες κυκλοφορίες. Ο πυρήνας αυτός απαρτίζεται από τις:

- Ψυχή του Πάρτι: Mini IPA
- Όχι στα Βαθιά: Lager με ανθό αλατιού
- Drama Queen: Red Ale
- Παίχτε Πανκ: Extra Stout
- Θεός Αιμίλιος: Pilsner

## ΣΤΗΝ ΧΙΟ Η ΠΑΡΑΓΩΓΗ

Αν και η επιχείρηση δηλώνει... νομάς (gypsy brewing), η ζυθοποίηση γίνεται τα τελευταία οκτώ χρόνια σταθερά στις εγκαταστάσεις της Μικροζυθοποιίας Χίου, με τον κ. Παπαγγελή να δηλώνει απόλυτα ικανοποιημένος από



Λουκάς Παπαγγελής, ιδιοκτήτης, Midnight Circus Brewery



## ΣΥΝΕΡΓΑΣΙΑ ΜΕ ΤΗΝ "ΑΘΗΝΑΪΣΑ"

Η Midnight Circus έχει παρουσία στην εστίαση, σε συγκεκριμένα καταστήματα deli και στη μικρή λιανική. "Είμαστε αρκετά δυνατοί στην Αθήνα και στην Θεσσαλονίκη", τονίζει ο συνομιλητής μας, κάνοντας ειδική αναφορά στην συνεργασία με την κάβα "Αθηναΐσα" μέσω της οποίας γίνεται το μεγαλύτερο κομμάτι της διανομής.

Αν και η φετινή χρονιά είναι δύσκολη για την αγορά του αλκοόλ και το δίμηνο Ιουνίου - Ιουλίου κινήθηκε αρκετά νωχελικά, η εταιρεία τρέχει με ανάπτυξη κοντά στο 10% - ποσοστό που, δεδομένου ότι δεν προχώρησε σε ανατιμήσεις, αντανακλά και την αύξηση των πωλήσεων σε όγκο.

## ΠΙΘΑΝΗ Η ΑΝΑΒΙΩΣΗ ΤΗΣ "ONE-EYED JACK"

Για την επόμενη χρονιά, στις σκέψεις του κ. Παπαγγελή είναι η αναβίωση ενδεχομένως της One-Eyed Jack, μιας δυνατής Pre-prohibition Lager που είχε κυκλοφορήσει το διάστημα 2018-2021.

Δεν αποκλείεται επίσης, μια καινούργια ετικέτα εμπνευσμένη από το νέο βιβλίο του Ηλία Φουντούλη (συγγραφέας, influencer και food editor) με τον οποίο είχε συνεργαστεί παλαιότερα για την κυκλοφορία της "Χαρτί και Καλαμάρι".

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

τη συνεργασία. Για την ώρα τουλάχιστον, η δημιουργία ιδιόκτητης μονάδας δεν περνάει από το μυαλό του καθώς κάτι τέτοιο, όπως τονίζει, προϋποθέτει τζίρο άνω των €2 εκατ. ώστε να είναι βιώσιμο.

Η παραγωγή μπύρας αυτή τη στιγμή φτάνει τους 40 τόνους σε ετήσια βάση ενώ μεταξύ 8 και 10 τόνων θα κινηθούν φέτος τα αναψυκτικά, τα οποία παράγονται κι εμφιαλώνονται στην Θεσσαλονίκη. Όπως αναφέρει ο κ. Παπαγγελής, στους λίγους μήνες που έχουν μεσολαβήσει από την κυκλοφορία τους (σ.σ. λανσαρίστηκαν την άνοιξη του 2026), η ανταπόκριση της αγοράς ήταν πολύ θετική.

• **STARBUCKS**

## Ο ΔΙΕΤΗΣ ΑΠΟΛΟΓΙΣΜΟΣ ΤΟΥ BRIAN NICCOL, Η ΑΝΑΚΑΜΨΗ ΠΩΛΗΣΕΩΝ ΚΑΙ ΤΟ ΣΤΟΙΧΗΜΑ ΤΗΣ ΚΕΡΔΟΦΟΡΙΑΣ

Δύο χρόνια μετά την ανάληψη της ηγεσίας της Starbucks, ο Brian Niccol έχει καταφέρει να αντιστρέψει σε σημαντικό βαθμό την πορεία των πωλήσεων, επαναφέροντας πελάτες στα καταστήματα της μεγαλύτερης αλυσίδας καφέ στον κόσμο. Ωστόσο, η στρατηγική "Back to Starbucks" έχει αυξήσει σημαντικά το κόστος, με αποτέλεσμα το επόμενο μεγάλο στοίχημα να είναι η μετατροπή της ανάκαμψης σε διατηρήσιμη κερδοφορία.

Όταν ο Niccol ανέλαβε τον Σεπτέμβριο του 2024, η Starbucks είχε καταγράψει τρία συνεχόμενα τρίμηνα πτώσης των συγκρίσιμων πωλήσεων. Οι μεγάλες αναμονές, το περίπλοκο μενού και οι αναποτελεσματικές προωθητικές ενέργειες είχαν απομακρύνει μέρος της πελατείας. Η ανάκαμψη δεν ήταν άμεση, καθώς οι πωλήσεις συνέχισαν να υποχωρούν για ακόμη τρία τρίμηνα. Στο γ' οικονομικό τρίμηνο, όμως, που ολοκληρώθηκε στις 28 Ιουνίου, αυξήθηκαν κατά 7,9%, καταγράφοντας το τέταρτο διαδοχικό τρίμηνο βελτίωσης.

### ΕΠΕΝΔΥΕΙ ΣΤΗΝ ΕΜΠΕΙΡΙΑ ΤΟΥ ΠΕΛΑΤΗ

Ο Niccol επέλεξε να δώσει προτεραιότητα στην εμπειρία του πελάτη, ακόμη και εις βάρος των βραχυπρόθεσμων περιθωρίων κέρδους. Η



Brian Niccol, CEO, Starbucks

Starbucks έχει επενδύσει εκατοντάδες εκατομμύρια δολάρια σε επιπλέον προσωπικό, στη μείωση των χρόνων αναμονής και στη βελτίωση των καταστημάτων, επιδιώκοντας να επαναφέρει την ατμόσφαιρα coffeehouse που αποτέλεσε βασικό στοιχείο της επιτυχίας του brand. Η προσέγγιση αυτή θυμίζει τη στρατηγική που ακολούθησε ο Niccol στην Chipotle, όπου είχε συμβάλει στην ανάκαμψη της αλυσίδας μετά την κρίση ασφάλειας τροφίμων.

### ΠΟΙΟ ΕΙΝΑΙ ΤΟ ΚΟΣΤΟΣ

Η βελτίωση της λειτουργίας των καταστημάτων έχει, ωστόσο, επιβαρύνει την κερδοφορία. Η Starbucks έχει δαπανήσει τουλάχιστον \$500 εκατ. για επενδύσεις στο εργατικό δυναμικό,

ενώ το λειτουργικό περιθώριο υποχώρησε στο 12,9% στο γ' οικονομικό τρίμηνο, από 15,8% δύο χρόνια νωρίτερα.

Το ζητούμενο πλέον για τον Niccol είναι αν οι επενδύσεις αυτές θα αρχίσουν να αποδίδουν, επιτρέποντας στην Starbucks να αυξήσει τα κέρδη χωρίς να θυσιάσει τη βελτίωση στην εμπειρία των πελατών.

### ΑΝΑΔΙΑΡΘΡΩΣΗ ΣΤΟΝ...ΟΡΙΖΟΝΤΑ

Η εταιρεία έχει ήδη προχωρήσει σε κλείσιμο εκατοντάδων καταστημάτων και περικοπές θέσεων εργασίας στα κεντρικά γραφεία, ενώ συνδέει πλέον τις μετοχικές ανταμοιβές στελεχών με στόχους μείωσης του κόστους έως το οικονομικό έτος 2027.

Παράλληλα, η Starbucks προχώρησε σε αλλαγή του μοντέλου δραστηριοποίησής της στην Κίνα, παραχωρώντας τον έλεγχο των εκεί δραστηριοτήτων της, καθώς ανταγωνιστές χαμηλότερου κόστους, όπως η Luckin, έχουν κερδίσει σημαντικό μερίδιο αγοράς.

Οι προκλήσεις παραμένουν, καθώς δεν έχει επιτευχθεί ακόμη συλλογική σύμβαση εργασίας με το αμερικανικό συνδικάτο των baristas, ενώ η εταιρεία αντιμετωπίζει αυξημένο έλεγχο για τις εργασιακές της σχέσεις.

## • Debrief •

### ΠΟΥ ΕΙΝΑΙ ΤΟ ΚΡΑΤΟΣ;

Μπορεί τη συγκεκριμένη φράση να τη χρησιμοποιούμε για να τρολάρουμε όσους με το παραμικρό ζητάνε παρέμβαση του κράτους-πατερούλη, ωστόσο υπάρχουν περιπτώσεις που μόνο η κρατική ισχύς μπορεί να βάλει τα πράγματα σε μια τάξη.

Μεγάλο μέρος της διεθνούς επικαιρότητας χθες αφορούσε τις [απόψεις δύο ερευνητών AI](#). Ο πρώτος ανακοίνωσε την παραίτησή του από την Anthropic, προειδοποιώντας ότι η συγκεκριμένη εταιρεία και η OpenAI "σπεύδουν κατευθείαν στην αυτοβελτιούμενη υπερνοημοσύνη ρισκάροντας τις ζωές μας". Λίγες ώρες αργότερα, ένας άλλος ερευνητής της Anthropic συμφώνησε μαζί του, προσθέτοντας ότι υπάρχει πιθανότητα πάνω από 10% η Τεχνητή Νοημοσύνη να "σκοτώσει όλους τους ανθρώπους" μέσα στην επόμενη δεκαετία.

Από τη στιγμή που η AI άρχισε να γίνεται πε-

ρισσότερο commodity για όλους, παρά εξωτική τεχνολογία, έχουν ακουστεί και γραφτεί τα πάντα. Καλά και κακά. Κάπως, όμως, η πλάκα πρέπει να σταματήσει. Δεν γίνεται να βγαίνουν δύο ερευνητές του ηγέτη των εξελίξεων, της Anthropic, να λένε "θα πεθάνουμε όλοι" και να είναι απλά... Πέμπτη. Ειλικρινά, δεν γίνεται. Είτε έχουν δίκιο, είτε έχουν άδικο.

Αν έχουν δίκιο, προφανώς πρέπει να μπει φρένο τώρα. Να κατέβουν οι διακόπτες και να μπουν ασφαλιστικές δικλίδες. Καλά τα δισεκατομμύρια στα χρηματιστήρια, αλλά καλύτερα να υπάρχει και κανένας άνθρωπος πάνω στη Γη. Γνώμη μου....

Αν έχουν άδικο κάποιος πρέπει να τους τραβήξει το αυτί και να εξηγήσει προς τα που περπάει το πράγμα (ακριβώς δεν ξέρουμε). Από την πανδημία και μετά τα σενάρια για το τέλος του κόσμου με κάθε πιθανό και

απίθανο τρόπο έχουν πολλαπλασιαστεί και ενταθεί. Το τέλος δια χειρός AI μας έλειπε. Συν το ότι αν αυτοί οι ισχυρισμοί δεν στέκουν, δημιουργούν αδικαιολόγητο φόβο για μια ριζοσπαστική τεχνολογία.

Οι εταιρείες AI δεν φαίνεται να έχουν πάρει σοβαρά την κατάσταση. Απλά θέλουν όλο και μεγαλύτερες αποτιμήσεις. Εκεί έχουν εστιάσει. Για τ' άλλα έχει ο Θεός. Δεν πάει, όμως, έτσι. Εδώ δεν έχουμε να κάνουμε με αστεία βιντεάκια με αυτάκια από λαγουδάκια, τούμπες στις λάσπες κ.λπ. Τέτοιου είδους ισχυρισμοί λειτουργούν σωρευτικά και διαλυτικά για τις κοινωνίες και τη λογική.

Αφού, λοιπόν, οι εταιρείες δεν δείχνουν διατεθειμένες να αναλάβουν ξεκάθαρα τις ευθύνες τους, τα κράτη οφείλουν να παρέμβουν.

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

## • ΕΛΑΪΣ – UNILEVER HELLAS ΔΡΑΣΕΙΣ ΕΘΕΛΟΝΤΙΣΜΟΥ ΣΕ ΑΤΤΙΚΗ, ΒΟΙΩΤΙΑ ΚΑΙ ΘΕΣΣΑΛΟΝΙΚΗ

Επτά δράσεις εθελοντισμού και κοινωνικής προσφοράς σε Αττική, Βοιωτία και Θεσσαλονίκη πραγματοποίησε η ΕΛΑΪΣ-Unilever Hellas στο πλαίσιο του CommUnity Day, με επίκεντρο τη συμπερίληψη και τη δημιουργία ίσων ευκαιριών.

Στις δράσεις συμμετείχαν εργαζόμενοι της

εταιρείας μαζί με μέλη των οικογενειών τους, σε συνεργασία με έξι κοινωνικούς φορείς και οργανώσεις. Οι πρωτοβουλίες αφορούσαν, μεταξύ άλλων, την κοινωνική ένταξη, την προσβασιμότητα, την εκπαίδευση, την επισιτιστική στήριξη και τη φροντίδα ευάλωτων κοινωνικών ομάδων.



## Business Maker

### ΤΟ ΚΡΥΦΟ ΚΟΣΤΟΣ ΠΙΣΩ ΑΠΟ ΤΙΣ ΜΕΙΩΣΕΙΣ ΤΙΜΩΝ

Άρχισαν τα πρώτα... παρατράγουδα στην αγορά από την Εθνική Πρωτοβουλία για τη μείωση των τιμών. Πίσω από τις ανακοινώσεις για φθηνότερα προϊόντα, super market και βιομηχανίες αναζητούν ήδη τρόπους να περιορίσουν το κόστος, που καλούνται να σγκώσουν τους επόμενους μήνες. Σύμφωνα με καλά πληροφορημένες πηγές, μεγάλη αλυσίδα άλλαξε την εκπαιδευτική πολιτική, που εφαρμόζει μέσω της κάρτας πιστότητας. Μέχρι πρότινος, οι καταναλωτές συγκέντρωναν έναν πόντο για κάθε €3 αγορών στο σύνολο των προϊόντων. Πλέον, απαιτούνται €10 για τον ίδιο πόντο.

Η αλλαγή είναι αισθητή. Ο πελάτης χρειάζεται να πραγματοποιήσει υπερτριπλάσιες αγορές για να εξασφαλίσει την ίδια ανταμοιβή. Η μείωση της αξίας του προ-

γράμματος πιστότητας δεν εμφανίζεται ως αύξηση στην τιμή του ραφίου, περιορίζει, όμως, το πραγματικό όφελος, που επεστρεψε στον καταναλωτή μέσω των αγορών του.

Την ίδια ώρα, πηγές της αγοράς αναφέρουν ότι λιανεμπορικές επιχειρήσεις έχουν δεχθεί κρούσεις από βιομηχανίες για περιορισμό των προωθητικών ενεργειών μέσα στους επόμενους μήνες. Οι προμηθευτές υποστηρίζουν πως το σχετικό κόστος είναι ήδη υψηλό και δύσκολα μπορεί να διατηρηθεί, καθώς οι λειτουργικές δαπάνες συνεχίζουν να αυξάνονται. Η πίεση συνδέεται ευθέως με τη συμμετοχή στην Εθνική Πρωτοβουλία.

[Όπως είχε ήδη επισημάνει η στήλη](#), αρκετές βιομηχανίες σχεδιάζουν να μεταφέρουν προς τις μειώσεις τιμών κονδύ-

λια, που μέχρι σήμερα κατευθύνονταν σε προσφορές και προωθητικές ενέργειες. Για τις αλυσίδες, το ζητούμενο είναι να προστατεύσουν τα περιθώριά τους χωρίς να φανούν ακριβότερες. Για τη βιομηχανία, η εξίσωση είναι ακόμη δυσκολότερη: Η χρηματοδότηση χαμηλότερων τιμών και προσφορών από το ίδιο ταμείο δεν μπορεί, όπως λένε στελέχη της αγοράς, να συνεχιστεί για μεγάλο διάστημα ακόμη.

Η επιλογή αυτή αλλάζει τις ισορροπίες στο ράφι. Μπορεί ορισμένοι κωδικοί να εμφανιστούν φθηνότεροι, όμως οι καταναλωτές κινδυνεύουν να βρουν λιγότερες προσφορές και ασθενέστερα προγράμματα επιβράβευσης. Η μάχη των τιμών φαίνεται πως μόλις ξεκίνησε, μαζί και η αναζήτηση εκείνου που τελικά θα πληρώσει τον λογαριασμό.

### MY MARKET: ΚΥΝΗΓΑ ΤΟΝ... ΘΗΣΑΥΡΟ ΤΩΝ ΝΗΣΙΩΝ ME FRANCHISE

Τα τουριστικά νησιά και οι παραθαλάσσιοι προορισμοί μπαίνουν στο κέντρο του νέου κύκλου ανάπτυξης του δικτύου franchise της My Market. Η αλυσίδα αναζητεί ευκαιρίες σε αγορές, όπου ακόμη και ένα κατάστημα μόλις 100 τετραγωνικών μέτρων μπορεί να εμφανίσει τζίρο αντίστοιχο με εκείνον ενός μεγάλου super market στην Αθήνα. Όπως αναφέρουν καλά πληροφορημένες πηγές, η My Market θέλει να συνεχίσει την επέκτασή της σε τουριστικά νησιά, αλλά και σε παραθαλάσσιες περιοχές με υψηλή εποχική κίνηση, όπως η Χαλκιδική και η Πελοπόννησος. Το franchise θεωρείται η βασική οδός για να στηριχθεί αυτή η ανάπτυξη. Η

επιλογή δεν είναι τυχαία. Ο τοπικός συνεργάτης γνωρίζει καλύτερα την αγορά και τις ιδιαιτερότητές της, ενώ μπορεί να βρει ευκολότερα το προσωπικό, που απαιτείται για τη λειτουργία του καταστήματος. Πρόκειται για πλεονέκτημα με ιδιαίτερο βάρος σε περιοχές, όπου η ζήτηση εκτοξεύεται μέσα σε λίγους μήνες. Η μέχρι σήμερα εμπειρία της αλυσίδας από μικρά νησιά είναι χαρακτηριστική. Σημεία σε Μύκονο, Πάρο, Νάξο και Κάλυμνο καταγράφουν κατά τους θερινούς μήνες εντυπωσιακές επιδόσεις. Πολύ μικρά καταστήματα πετυχαίνουν τζίρους μεγάλων σημείων της πρωτεύουσας, καθώς οι προορισμοί γεμίζουν τουρίστες και η ευαισθη-

σία των πελατών απέναντι στις τιμές περιορίζεται αισθητά. Η λειτουργία ενός τέτοιου καταστήματος μόνο εύκολη δεν είναι. Οι περιορισμένοι χώροι και η ένταση της ζήτησης κάνουν την καθημερινότητα δύσκολη. Ωστόσο, οι πωλήσεις, που μπορούν να παρθούν, μετατρέπουν τα μικρά σημεία σε ιδιαίτερα αποδοτικές μονάδες. Η στρατηγική ανάπτυξης παραμένει ευέλικτη. Μόλις εμφανιστεί μια κατάλληλη ευκαιρία, η εταιρεία επιδιώκει να κινηθεί άμεσα. Συνήθως, πρόκειται για έτοιμα κτίρια ή υφιστάμενες επιχειρήσεις, γεγονός, που επιτρέπει το γρήγορο άνοιγμα, χωρίς μακρά περίοδο αναμονής.

## Business Insight

# ΑΕΓΕΑΝ: Η ΑΠΟΓΕΙΩΣΗ ΤΟΥ ΙΟΥΛΙΟΥ, Η ΠΡΟΣΩΡΙΝΗ ΠΡΟΣΓΕΙΩΣΗ ΑΠΟ ΤΗΝ EUROBANK ΚΑΙ Η ΠΡΟΟΠΤΙΚΗ ΤΟΥ 2027

Μήνας καταγραφής ιστορικού **ρεκόρ επιβατικής κίνησης ο Ιούλιος για την Aegean**. Για πρώτη φορά ο αριθμός των επιβατών **υπερβαίνει το όριο των 2 εκατομμυρίων**, καταδεικνύοντας την κυρίαρχη θέση στην εγχώρια αγορά και την σταθερά ανοδική στην διεθνή. Την ίδια ώρα οι αναλυτές της Eurobank Equities σημειώνουν πως το 2026 αναδεικνύεται σε χρονιά πίεσης για την εταιρεία λόγω του αυξημένου ενεργειακού κόστους. Είναι όμως οι ίδιοι που κάνουν λόγο για προσωρινή κατάσταση, εκτιμώντας πως η εικόνα θα αλλάξει το 2027. Ενδιαφέρουσα... αμφισημία, μεταξύ στοιχείων ιστορικά υψηλών και υποβάθμισης προβλέψεων για την τελική γραμμή του ισολογισμού για φέτος. Γι' αυτό και θεωρώ χρήσιμη την παράθεση τριών-τεσσάρων παραμέτρων που θα κρίνουν κατά πόσον η μετοχή είναι υπέρ ή υπό- τιμημένη, ως μία (δυσνητική) επενδυτική προσέγγιση στην περίπτωση που επιβεβαιωθούν οι αναλυτές της Eurobank για την επόμενη χρονιά.

**Το ενεργειακό κόστος** για μία αεροπορική, αφορά σχεδόν αποκλειστικά το ειδικού τύπου καύσιμο (jet fuel) που **ιστορικά αντιπροσωπεύει το 25% έως 35% των συνολικών λειτουργικών εξόδων**.

Γεγονός που το καθιστά No1 ή No2 μεγαλύτερο έξοδο, ανταγωνιζόμενο μόνο το κόστος εργασίας.

**Σε περίοδο γεωπολιτικών αναταράξεων (...καλή ώρα) το ποσοστό μπορεί να αγγίξει ακόμη και το 35%. Αντίστοιχα να μειωθεί έως και το 20% σε περιόδους χαμηλών τιμών.** Παράλληλα υφίσταται το μοντέλο της εταιρείας, δηλαδή low cost και legacy carriers. Στην πρώτη κατηγορία είναι εταιρείες όπως η Ryanair, η Wizz Air στην δεύτερη η

Lufthansa, η Aegean. Η μεταξύ τους διαφορά είναι σημαντική, καθώς τα κόστη αντιστοιχούν σε 35%-40% έναντι 22%-28% (σε κανονικές συνθήκες). Επίσης οι διοικήσεις των περισσότερων ευρωπαϊκών αεροπορικών προ-αγοράζουν καύσιμα σε σταθερές τιμές (μέσω συμβολαίων αντιστάθμισης), που πρακτικά σημαίνει ότι το κόστος hedgάρεται ανάλογα. Προφανώς **το κόστος καυσίμου δεν επηρεάζει μόνο την Aegean, αλλά συνολικά τον κλάδο**. Αυτό σημαίνει πως η ελληνική εταιρεία υφίσταται πίεση αλλά είναι σε πιο πλεονεκτική θέση έναντι της πλειονότητας των κύριων ευρωπαϊκών αγορών. Ο λόγος; **Η διοίκηση όπως έχει εξηγήσει ο Δημήτρης Γερογιάννης, έχει προαγοράσει jet fuel, από την αρχή του 2026, σε βαθμό κάλυψης/αντιστάθμισης 60% από τα υψηλότερα μεταξύ των legacy carriers.**

Όπως διαπιστώνουν οι αναλυτές της Eurobank Equities η αναζωπύρωση των εντάσεων στην Μέση Ανατολή δοκιμάζει πλέον την ανθεκτικότητα μέσω υψηλότερων τιμών καυσίμων και περιφερειακών διαταραχών, αν και η ζήτηση για αεροπορικά ταξίδια παραμένει μέχρι στιγμής ισχυρή. Αυτό για μία διοίκηση, που όπως συμπληρώνουν, διαθέτει αποδεδειγμένη ικανότητα να διαχειρίζεται κρίσεις. Δεδομένο που ενισχύει περαιτέρω την εμπιστοσύνη τους στην επιχειρησιακή και χρηματοοικονομική ανθεκτικότητα του ομίλου.

Γι' αυτό και συμπεραίνουν ότι **το 2026 σηματοδοτεί ένα κατώτατο σημείο που οφείλεται στο κόστος και όχι στη ζήτηση**, συνακόλουθα μειώνουν την εκτίμηση για EBITDA κατά 15%, όταν για μία εταιρεία του δείκτη EuroStoxx Total Market Airlines η πρόβλεψη είναι σχεδόν διπλάσια. **Οι αναλυτές**

**προβλέπουν αύξηση εσόδων 2% στα €1,86 δισ. του 2025, με υποχώρηση των EBITDA κατά 10% από τα €421,5 εκατ. του 2025.** Επί της ουσίας, κύκλος εργασιών στα €1,89 δισ. με EBITDA στα €378 εκατ. για το 2026, μεγέθη ικανοποιητικά-συγκριτικά πάντα- για χρονιά αναταράξεων όπως η φετινή. Η Eurobank Equities **χαμηλώνει οριακά την τιμή-στόχο για τη μετοχή στα €15,9 από τα €16, διατηρώντας την σύσταση για αγορά/buy.** Η νέα τιμή σε σύγκριση με την τρέχουσα (των €11,81, χθες Τετάρτη) δίνει σημαντικό premium, δυνητικά περιθώριο ανόδου. Στο €1,068 δισ. η χρηματιστηριακή αξία του ομίλου, που στην περίπτωση επιβεβαίωσης των προβλέψεων των αναλυτών θα φτάσει στα €1,4-€1,45 δισ. Ελκυστικό προσδοκώμενο συνολικό όφελος για εταιρεία ενός κλάδου που ιστορικά τιμολογείται πάντα με discount. Ακόμη και σε αυτό, όπως έχουμε αναφερθεί αρκετές φορές η μετοχή της Aegean έχει discount πολύ μικρότερο τόσο έναντι του EuroStoxx Total Market Airlines, όσο ξεχωριστά κάθε μίας εταιρείας που συμμετέχει στον δείκτη.

Σε όρους καθαρής αξίας, η μετοχή της κυρίαρχης ελληνικής αεροπορικής είναι σε διαπραγμάτευση στα €11,81 έναντι εύλογης/δίκαιης τιμής/αξίας €22,48. **Με έσοδα €1,92 δισ. και καθαρά κέρδη €132,7 εκατ., η εταιρεία εμφανίζει απόδοση ιδίων κεφαλαίων 23,7%, ποσοστό εντυπωσιακό ακόμη και για μη αεροπορική. Επιπρόσθετα, το 2027 θα είναι χρονιά που θα λειτουργήσουν περισσότερα νέα και μεγαλύτερα A321neo, που θα αρθούν οι περιορισμοί συντήρησης (των κινητήρων GTF) η δε μερισματική απόδοση στο 5%-6% θα είναι από τις υψηλότερες για μετοχή large cap.**

## • NESTLE ΕΠΕΝΔΥΣΗ 157 ΕΚΑΤ. ΕΛΒΕΤΙΚΩΝ ΦΡΑΓΚΩΝ ΣΤΗΝ ΤΑΪΛΑΝΔΗ ΓΙΑ ΤΗΝ ΠΑΡΑΓΩΓΗ ΤΗΣ PURINA

Επένδυση άνω των 157 εκατ. ελβετικών φράγκων για την επέκταση της παραγωγικής δυναμικότητας στις τροφές για κατοικίδια δρομολογεί η Nestlé στην Ταϊλάνδη, ενισχύοντας την παραγωγή των σημάτων Purina για την κάλυψη της αυξανόμενης ζήτησης στην περιοχή της Ασίας, της Ωκεανίας και της Αφρικής, αλλά και στις διεθνείς αγορές. Η επένδυση αφορά τις εγκαταστάσεις της Purina στο Rayong και προβλέπει αύξηση της παραγωγής τροφών για κατοικίδια.

### Η ΕΥΚΑΙΡΙΑ ΣΤΟ PET FOOD

Η κίνηση εντάσσεται στη στρατηγική της Nestlé να αυξήσει την παραγωγική της δυναμικότητα σε έναν από τους βασικούς αναπτυξιακούς κλάδους του ομίλου. Σύμφωνα με τον Remy Ejel, CEO της Nestlé Zone AOA,



Philipp  
Navratil,  
CEO, Nestlé

οι τροφές για κατοικίδια αντιπροσωπεύουν περίπου 21% των πωλήσεων του ομίλου, γεγονός που αποτυπώνει το βάρος που έχει αποκτήσει η συγκεκριμένη κατηγορία στο συνολικό χαρτοφυλάκιο.

Η επέκταση αναμένεται να αυξήσει την ικανότητα της μονάδας να εξυπηρετεί τόσο την εγχώρια ζήτηση όσο και τις ανάγκες των διεθνών αγορών, αξιοποιώντας παράλληλα πρώτες ύλες από τοπικούς προμηθευτές.

### ΜΕ ΤΟΠΙΚΕΣ ΠΡΩΤΕΣ ΥΛΕΣ Η ΠΑΡΑΓΩΓΗ

Μέρος της αυξημένης παραγωγής στην Ταϊλάνδη αναμένεται να βασιστεί σε πρώτες

ύλες τοπικής προέλευσης, μεταξύ άλλων πουλερικά, ψάρια και λαχανικά. Με αυτόν τον τρόπο, η Nestlé επιδιώκει να ενισχύσει τη συνεργασία με τοπικούς προμηθευτές, παράλληλα με την αύξηση της παραγωγικής δυναμικότητας της Purina.

Η επένδυση αποτελεί ταυτόχρονα μέρος ενός ευρύτερου επενδυτικού σχεδιασμού της Nestlé για την παγκόσμια παραγωγή pet food. Προηγήθηκε η ανακοίνωση επένδυσης 520 εκατ. ελβετικών φράγκων στην Ιταλία για νέα μονάδα παραγωγής και πλατφόρμα logistics, ενώ στις ΗΠΑ η εταιρεία έχει δρομολογήσει επένδυση \$550 εκατ. για νέο εργοστάσιο Purina.

## Editorial

### Η ΦΙΛΕΛΕΥΘΕΡΗ ΔΗΜΟΚΡΑΤΙΑ ΤΗΣ ΣΟΥΗΔΙΑΣ ΚΑΙ ΟΙ ΕΥΡΩΠΑΙΟΙ ΠΟΥ ΚΑΝΟΥΝ ΤΟΝ... ΣΟΥΗΔΟ

Με αφορμή το χθεσινό Editorial, σχετικά με την Δανία και την Ελλάδα, έλαβα ένα πολύ ενδιαφέρον τηλεφώνημα από τον Αλέξανδρο, με τον οποίο συζητήσαμε τί συμβαίνει σε όλη την Ευρώπη.

Και συμφωνήσαμε ότι η φιλελεύθερη δημοκρατία βρίσκεται σε παράλυση, η ανάπτυξη έχει σταματήσει, τα χρέη ανεβαίνουν, και οι κυβερνήσεις δεν μπορούν να αποφασίσουν να αλλάξουν πορεία.

Η Γαλλία δεν έχει ισοσκελίσει τον προϋπολογισμό της εδώ και πολλά, πολλά χρόνια και διαθέτει σχεδόν το 1/4 όλων των δημόσιων δαπανών της στις συντάξεις.

Ο νέος Πρωθυπουργός της Βρετανίας κληρονόμησε το δύσκολο καθήκον να αυξήσει ενδεχομένως περαιτέρω τη φορολογία, ώστε να καλύψει το διογκούμενο κόστος της υγείας και της κοινωνικής πρόνοιας.

Αυτή η παράλυση αφήνει μεγάλο μέρος της ηπείρου με ελάχιστο περιθώριο να αντιμετωπίσει τις σημερινές προκλήσεις — από την τεχνολογική καινοτομία μέχρι τον επανεξοπλισμό απέναντι στην Ρωσία. Και ο Αλέξανδρος, ο οποίος παρακολουθεί στενά τα ευρωπαϊκά δρώμενα, μου μίλησε για την περίπτωση της Σουηδίας. Ακολουθώντας, οι σκέψεις μου και οι σημειώσεις μου με βάση το τηλεφώνημα και τις ταπεινές μου γνώσεις για τη σκανδιναβική χώρα:

Παρότι εξακολουθεί να θεωρείται με νοσταλγία από προοδευτικούς σε όλο τον κόσμο ως το πρότυπο παιδί του δημοκρατικού σοσιαλισμού, η Σουηδία έχει στην πραγματικότητα κάνει μια αξιοσημείωτη στροφή προς μια επιχειρηματική, ελεύθερη οικονομία της αγοράς.

Το πραγματικό της πλεονέκτημα, όμως, είναι μια πολιτισμική προθυμία να

συνεχίζει να αλλάζει όποτε το παλιό μοντέλο παύει να λειτουργεί.

Από τις αρχές του 20ού αιώνα, η Σουηδία υπήρξε πρωτοπόρος του γενναϊόδωρου κράτους πρόνοιας. Το κοινωνικό συμβόλαιο ήταν απλό: Όλοι δουλεύουν, όλοι πληρώνουν εισφορές, και, σε αντάλλαγμα, όλοι φροντίζονται. Από τη γέννα μέχρι τον τάφο — μερικές φορές, μάλιστα, σε παράλογο βαθμό.

Αυτή η εποχή, όμως, ανήκει πια στο παρελθόν. Μετά την απορρύθμιση της αγοράς, στα τέλη της δεκαετίας του 1980, η Σουηδία βίωσε τη χειρότερη οικονομική κρίση της μετά τη Μεγάλη Ύφεση: Οι τράπεζες χρειάστηκαν διάσωση, ενώ η ανεργία και το χρέος εκτοξεύτηκαν. Μέσα από αυτά τα ερείπια, η Σουηδία χάραξε νέα πορεία υπό τον Carl Bildt, ο οποίος ανέλαβε την εξουσία το 1991 ως ο πρώτος συντηρητικός πρωθυπουργός

της χώρας εδώ και έξι δεκαετίες. Η κυβέρνησή του περιέκοψε τις δημόσιες δαπάνες, ιδιωτικοποίησε κρατικά μονοπώλια και προχώρησε σε αυτό που έγινε γνωστό ως η φορολογική μεταρρύθμιση του αιώνα.

Πάνω από τρεις δεκαετίες μετά, οι μεταρρυθμίσεις αυτές έχουν αλλάξει τη χώρα: Ο ανώτατος συντελεστής φόρου εισοδήματος έπεσε από σχεδόν 90% τη δεκαετία του 1980 σε περίπου 50% σήμερα, ενώ, όπως αναφέρει η Wall Street Journal, οι δημόσιες κοινωνικές δαπάνες — συμπεριλαμβανομένων της παιδείας, της υγείας και των συντάξεων — έχουν υποχωρήσει σε περίπου 24% της οικονομίας, ποσοστό κοντά στο αμερικανικό επίπεδο και περίπου τέσσερις εκατοστιαίες μονάδες χαμηλότερο από την Γαλλία ή την Ιταλία. Το δημόσιο χρέος της Σουηδίας αντιστοιχεί σε μόλις 36% του ΑΕΠ, πολύ χαμηλότερο από των ΗΠΑ, όπου πλέον ξεπερνά το 120%. Το ασφαλιστικό της σύστημα επενδύει τις αποταμιεύσεις των εργαζομένων στις αγορές, μετατρέποντας κάθε μελλοντικό συνταξιούχο σε επενδυτή.

Παρά τον μικρό πληθυσμό της, κάτω από 11 εκατομμύρια κατοίκους, η Σουηδία έχει παράξει έναν εντυπωσιακό αριθμό τεχνολογικών unicorns, όπως το Spotify, το Skype και η Klarna. Στην ουσία, οι Σουηδοί έβαλαν μια καπιταλιστική επανάσταση μέσα σε μια πρώην έντονα σοσιαλιστικού προσανατολισμού

κοινωνία.

Το νέο αυτό μοντέλο, όμως, έχει δημιουργήσει και δικά του προβλήματα: Η ανισότητα πλούτου έχει διευρυνθεί, και αφότου η Σουηδία ιδιωτικοποίησε εν μέρει το εκπαιδευτικό της σύστημα, έχει ξεσπάσει έντονη διαμάχη γύρω από τα λεγόμενα ελεύθερα σχολεία — δημόσια χρηματοδοτούμενα, αλλά ιδιωτικά διοικούμενα σχολεία, τα οποία, όπως καταγγέλλεται, προσλαμβάνουν λιγότερο καταρτισμένους εκπαιδευτικούς προκειμένου να αυξήσουν το κέρδος τους.

Η προθυμία της Σουηδίας να μεταμορφωθεί δεν περιορίζεται μόνο στην οικονομία. Το 2015, στο αποκορύφωμα της προσφυγικής κρίσης, πάνω από 116.000 αιτούντες άσυλο έφτασαν στη χώρα εκείνη τη χρονιά — αναλογικά περισσότεροι απ' ό,τι οπουδήποτε αλλού στην Ευρώπη. Για δεκαετίες, η Σουηδία ήταν γνωστή ως ηθική υπερδύναμη για την έμφαση, που έδινε στα ανθρώπινα δικαιώματα. Όμως, όταν οι αφίξεις ξεπέρασαν τις αντοχές της χώρας, στράφηκε προς ένα από τα πιο περιοριστικά μεταναστευτικά συστήματα της ηπείρου. Το κλίμα αυτό σκλήρυνε ακόμη περισσότερο με την άνοδο ενός νέου ακροδεξιού λαϊκιστικού κόμματος, των Σουηδών Δημοκρατών, και με την έξαρση της εγκληματικότητας συμμοριών σε ορισμένες υποβαθμισμένες, κατοικημένες κυρίως από μετανάστες, γειτονίες. Η βία αυτή έδωσε στην

Σουηδία, το 2022, το υψηλότερο ποσοστό θανάτων από πυροβολισμούς στην ΕΕ., αν και έκτοτε τα νούμερα έχουν μειωθεί. Οι Σουηδοί θα πάνε στις κάλπες την Κυριακή. Όμως, όποιο κι αν είναι το αποτέλεσμα, αυτές οι ευρύτερες μεταστροφές φαίνεται πως θα παραμείνουν: Το νέο μοντέλο ενός πιο λιτού Κράτους και πιο αυστηρών συνόρων απολαμβάνει πλέον ευρεία στήριξη, τόσο από τη δεξιά, όσο και από την αριστερά.

Τελικά, η σουηδική εμπειρία δείχνει μια ακούραστη ικανότητα να επιτυγχάνεται συναίνεση σε καιρούς κρίσης και, στη συνέχεια, να προσαρμόζεται η χώρα ανάλογα. Όπως παρατηρεί ο Σουηδός ιστορικός, Lars Trägårdh: "Οι Σουηδοί δεν είμαστε σπουδαίοι πολιτικοί φιλόσοφοι. Είμαστε πολύ καλύτεροι ως μηχανικοί, ακόμη και ως "κοινωνικοί μηχανικοί". Όταν συναντάμε ένα πρόβλημα, το ερώτημα δεν είναι "τι είναι σωστό" αλλά "τι λειτουργεί". Πράγματι, οι φιλελεύθερες δημοκρατίες, που επιβιώνουν, είναι εκείνες, οι οποίες έχουν την ωριμότητα να κοιτούν κατάματα τα συστήματα, που αποτυγχάνουν, χωρίς να λειτουργούν αμυντικά, και στη συνέχεια να τα μεταρρυθμίζουν ριζικά, ώστε να αντέξουν στο μέλλον. Τόσο απλά.

Νεκτάριος Β. Νώτης  
[nectarios@notice.gr](mailto:nectarios@notice.gr)

## SECRETCREIPE

### Ο Απ. Τραστέλης στην κουζίνα του By the Glass

Μια ενδιαφέρουσα συνεργασία ξεκινά στο κέντρο της Αθήνας και, συγκεκριμένα, στο By the Glass. Το γνωστό wine bar

restaurant της Φωτεινής Παντζιά, επιχειρεί να ανεβάσει επίπεδο την κουζίνα του. Για τον σκοπό αυτό, ανέθεσε στον Απόστο-

λο Τραστέλη (Σπονδή, Hytra, Fuga) την επιμέλειά της. Το νέο menu αναμένεται μέσα στον μήνα.