

Η αλήθεια είναι
ότι το νερό μας
φιλτράρεται
από τη φύση.
Εκεί όπου ανήκει.



Αρρένα
ΦΥΣΙΚΟ ΜΕΤΑΛΛΙΚΟ ΝΕΡΟ

Καθαρό. Σαν την αλήθεια.

arrena.gr   arrena.water





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

ΠΑΡΑΣΚΕΥΗ 15 ΜΑΪΟΥ 2026
ΤΕΥΧΟΣ 2325



• ΑΒ ΒΑΣΙΛΟΠΟΥΛΟΣ

Ενισχύει τον τομέα έτοιμων γευμάτων - Σε πιλοτικό στάδιο νέα υπηρεσία catering στην Αττική



• ΝΕΟΓΑΛ

Έρχεται νέα επένδυση €20 εκατ. με επίκεντρο το γιαούρτι - Διψήφια ανάπτυξη το 2025



• ALPLA PACKAGING GREECE

Guidance 2026 για πωλήσεις €37,5 εκατ. και αύξηση 8% στην κερδοφορία



• ΥΙΟΙ ΓΑΛΙΚΑ

Επένδυση €3 εκατ. για νέες γραμμές συσκευασίας κρέατος - Ξεκινούν το φθινόπωρο οι φυτεύσεις ακτινιδίων

Editorial

Ο τετραγωνισμός του κύκλου

Debrief

Όταν ο "Κώδικας Τιμής" δεν φτάνει

Business Maker

- Πού χτύπησε φλέβα χρυσού το ελληνικό κρασί
- Η Worheat της Καλλιμάνη αποκτά e-shop

SecretRecipe

Και έπεται συνέχεια...

Business Insight

Η συνάντηση Xi-Trump, ο Starmer στα βήματα της Truss και το... Costa Navarino

Καφές 1,80€;



Για τα μέλη του
CLUB
χαμόγελα 🔥

ΑΚΡΑΪΟ!

Ισχύει μέχρι 14/06/2026 στα καταστήματα με την ειδική σήμανση.
Αφορά καφέ κανονικού μεγέθους. Εξαιρούνται οι Latte, Vegan, Lacto Free & Crema.

CLUB
χαμόγελα

E-ORDER
www.gregorys.gr
f d i
gregorys.gr gregorysgr gregorysgr



Γρηγόρης

• **ΝΕΟΓΑΛ**

ΕΡΧΕΤΑΙ ΝΕΑ ΕΠΕΝΔΥΣΗ €20 ΕΚΑΤ. ΜΕ ΕΠΙΚΕΝΤΡΟ ΤΟ ΓΙΑΟΥΡΤΙ - ΔΙΨΗΦΙΑ ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΤΟ 2025

Τον επενδυτικό της βηματισμό ανοίγει η Νεογάλ προκειμένου να διευρύνει το παραγωγικό της οπλοστάσιο στο γιαούρτι, που αποτελεί την αιχμή του δόρατος των εξαγωγών της και το προϊόν με τη μεγαλύτερη αναπτυξιακή δυναμική.

Το αρχικό πλάνο της δραμινής γαλακτοβιομηχανίας, προέβλεπε για φέτος μια σειρά επενδύσεων για την αύξηση της παραγωγικής δυναμικότητας του εργοστασίου με ένα συνολικό κόστος της τάξης των €5 εκατ. - όσο δηλαδή και το πρόγραμμα κατασκευής νέων γραμμών γιαούρτης με προσθήκη νέου μηχανολογικού εξοπλισμού και ρομποτικής τεχνολογίας που ολοκληρώθηκε το 2025.

ΣΥΝΤΟΜΑ ΟΙ ΤΕΛΙΚΕΣ ΑΠΟΦΑΣΕΙΣ

Ωστόσο, πλέον ο πήχης έχει ανέβει αρκετά ψηλότερα, με την εταιρεία να προγραμματίζει ένα εκτενέστερο και σαφώς υψηλότερου προϋπολογισμού επενδυτικό πρόγραμμα το οποίο αναμένεται να αγγίξει τα €20 εκατ. και θα έχει ως επίκεντρο την κατασκευή ενός νέου τμήματος παραγωγής γιαουρτιού. Οι τελικές αποφάσεις αναφορικά με το εύρος και το ακριβές ύψος των επενδύσεων - όπως και

με το αναπτυξιακό/χρηματοδοτικό πρόγραμμα που πιθανότατα θα ενταχθεί - θα παρθούν το αμέσως επόμενο διάστημα.

DATA (σε €χιλ.)

Κύκλος Εργασιών

2024: 41.190

2023: 31.208

Μεταβολή: 31,98%

Κέρδη προ φόρων

2024: 3.002

2023: 2.362

Μεταβολή: 27,09%

Σύμφωνα με τον Χάρη Σεβαστίδη, Αντιπρόεδρο της Νεογάλ, η εταιρεία έτρεξε με διψήφιο ρυθμό ανάπτυξης το 2025. Στο α' τρίμηνο του 2026 οι πωλήσεις επίσης κινήθηκαν ανοδικά, με μονοψήφιο, ωστόσο, ποσοστό. Όπως αναφέρει, πολύ καλή είναι μέχρι στιγμής η πορεία των τριών νέων στραγγιστών γιαουρτιών χωρίς λακτόζη σε γεύσεις λεμόνι, μάνγκο-ρόδι και φρούτα του δάσους, τα οποία απευθύνονται αποκλειστικά στο εξαγωγικό κανάλι και, ειδικότερα, στην ιταλική αγορά.



Χάρης Σεβαστίδης,
Αντιπρόεδρος,
Νεογάλ

ΑΠΟ ΕΞΑΓΩΓΕΣ ΤΟ 70% ΤΟΥ ΤΖΙΡΟΥ

Συνολικά οι εξαγωγές αντιστοιχούν στο 70% του κύκλου εργασιών της Νεογάλ και το 2025 στο δίκτυο των προορισμών της προστέθηκαν τα Ηνωμένα Αραβικά Εμιράτα και η Ολλανδία.

Γιάννης Τσατσάκης
yannis@notice.gr

• **DIAGEO**

ΕΠΕΝΔΥΣΗ €300 ΕΚΑΤ. ΣΕ ΝΕΑ ΖΥΘΟΠΟΙΙΑ ΣΤΗΝ ΙΡΛΑΝΔΙΑ

Η Diageo εγκαινίασε τη νέα ζυθοποιία Littleconnell στο Newbridge της Ιρλανδίας, έπειτα από επένδυση σχεδόν €300 εκατ. Το έργο αποτελεί μέρος επενδυτικού προγράμματος ύψους σχεδόν €1 δισ. που υλοποιεί η εταιρεία στις δραστηριότητές της στην Ιρλανδία για την περίοδο 2020-2029.

Η επένδυση περιλαμβάνει επίσης επεκτάσεις στις εγκαταστάσεις του St James's Gate Brewery καθώς και στη μονάδα συσκευασίας της Diageo στο Belfast.

ΑΥΞΗΣΗ ΤΗΣ ΖΗΤΗΣΗΣ

Ο CEO της Diageo, Sir Dave Lewis, δήλωσε ότι η ζήτηση για Guinness και Guinness 0.0 αυξάνεται ραγδαία, σημειώνοντας ότι η νέα υπερσύγχρονη ζυθοποιία αποτελεί μέρος της συνολικής επένδυσης της εταιρείας στην Ιρλανδία.

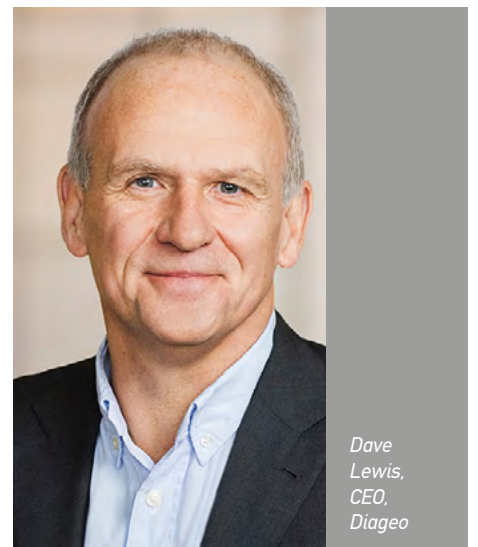
Η Diageo υπογράμμισε ότι η νέα ζυθοποιία κατασκευάστηκε σε λιγότερο από 18 μήνες

και δημιούργησε 650 θέσεις εργασίας κατά τη φάση της κατασκευής. Σε συνεργασία με την Enterprise Ireland, το έργο δημιούργησε επίσης 50 μόνιμες θέσεις εργασίας.

ΕΜΦΑΣΗ ΣΤΗ ΒΙΩΣΙΜΟΤΗΤΑ

Παράλληλα, η νέα μονάδα θα λειτουργεί αποκλειστικά με ηλεκτρική ενέργεια από ανανεώσιμες πηγές και διαθέτει διαδικασίες ζυθοποίησης που μειώνουν την κατανάλωση ενέργειας και νερού. Σύμφωνα με την Diageo, η Littleconnell θα εξοικονομεί έως και 15.000 τόνους εκπομπών άνθρακα ετησίως.

Η Diageo ανακοίνωσε επίσης νέα σχέδια επέκτασης για την εγκατάσταση στο Littleconnell. Μια δεύτερη ζυθοποιία θα κατασκευαστεί μέσα στα επόμενα τρία χρόνια, με τις εργασίες να προγραμματίζεται να ξεκινήσουν το 2026, στο πλαίσιο επένδυσης ύψους €400 εκατ. Η νέα μονάδα αναμένε-



Dave Lewis,
CEO,
Diageo

ται να διπλασιάσει τη συνολική παραγωγική δυναμικότητα, με έμφαση στην παραγωγή Guinness και Guinness 0.0.



Proud organisers of the Greek participation in:



Greece's Experts for
PLMA Amsterdam and PLMA Chicago

Meet us at Hall 7 K10,
Hall 14 C59 and Hall 1 D38



www.promosolution.net

• **ΑΒ ΒΑΣΙΛΟΠΟΥΛΟΣ**

ΕΝΙΣΧΥΕΙ ΤΟΝ ΤΟΜΕΑ ΕΤΟΙΜΩΝ ΓΕΥΜΑΤΩΝ - ΣΕ ΠΙΛΟΤΙΚΟ ΣΤΑΔΙΟ ΝΕΑ ΥΠΗΡΕΣΙΑ CATERING ΣΤΗΝ ΑΤΤΙΚΗ

Η ΑΒ Βασιλόπουλος εγκαινιάζει πιλοτικά το νέο της βήμα στον τομέα του catering, λανσάροντας μια νέα υπηρεσία για πάρτι και εταιρικές εκδηλώσεις στην Αττική.

Μέσω ειδικών φυλλαδίων και τηλεφωνικών παραγγελιών, οι καταναλωτές μπορούν να οργανώσουν εκδηλώσεις με έτοιμες προτάσεις φαγητού και συνοδευτικών ειδών.

Η ΥΠΗΡΕΣΙΑ

Η νέα αυτή πρωτοβουλία εντάσσεται στη συνολικότερη στρατηγική της ΑΒ Βασιλόπουλος για ενίσχυση της παρουσίας της στην αγορά των έτοιμων γευμάτων και των υπηρεσιών convenience food, έναν τομέα στον οποίο ήδη επενδύει τα τελευταία χρόνια και καταγράφει αυξημένη ζήτηση στην αγορά συνολικά. Προηγήθηκε η ανάπτυξη υπηρεσιών take away καφέ και ροφημάτων σε επιλεγμένα καταστήματα του δικτύου της, ενώ πλέον διευρύνει το αποτύπωμά της και στον χώρο των οργανωμένων λύσεων catering και εκδηλώσεων. Η κίνηση αυτή έρχεται σε μια περίοδο όπου οι μεγάλες αλυσίδες super market εντείνουν τον ανταγωνισμό στην κατηγορία των έτοιμων γευμάτων, ακολουθώντας διαφορετικά επιχειρηματικά μοντέλα.

ΤΟ ΜΕΝΟΥ

Το διαθέσιμο μενού περιλαμβάνει μεγάλη ποικιλία προϊόντων finger food, όπως μπόμπες σε διαφορετικές γεύσεις, ρολάκια, γემιστά κουλούρια, κρουασάν, μπριός, mini burgers, αλλά και επιλογές όπως κεφτεδάκια, κοτομπουκιές και μίνι σουβλάκια. Τα γεύματα παραδίδονται σε προκαθορισμένες συσκευασίες και αριθμό τεμαχίων, όπως αναφέρεται και στην ειδική ενότητα της ιστοσελίδας και της εφαρμογής

της αλυσίδας για φαγητό και πάρτι εταιρικών εκδηλώσεων.

Η παραγωγή των γευμάτων δεν πραγματοποιείται από την ίδια την εταιρεία, αλλά από εξωτερικό συνεργάτη της. Στη συνέχεια, τα προϊόντα μεταφέρονται υπό ελεγχόμενες θερμοκρασίες στο ΑΒ Home Shop Center, από όπου οργανώνεται η διανομή τους στον χώρο της εκδήλωσης από την ΑΒ Βασιλόπουλος.

Οι παραγγελίες πραγματοποιούνται αποκλειστικά τηλεφωνικά και απαιτείται προγραμματισμός 48 έως 72 ώρες πριν από την παράδοση. Οι διανομές πραγματοποιούνται από Δευτέρα έως Σάββατο, μεταξύ 15:30 και 22:00, καλύπτοντας το σύνολο της Αττικής. Παράλληλα, οι ενδιαφερόμενοι έχουν τη δυνατότητα να παραγγείλουν μαζί και πρόσθετα είδη που απαιτούνται για μια εκδήλωση, όπως αναψυκτικά, ποτά, πιάτα και ποτήρια μιας χρήσης, καθώς και υλικά διακόσμησης, ώστε όλα να παραδίδονται συγκεντρωτικά. Με αυτόν τον τρόπο, η εταιρεία επιδιώκει να προσφέρει μια ολοκληρωμένη λύση catering για ιδιωτικά πάρτι, παιδικές εκδηλώσεις και εταιρικά events.

ΠΙΛΟΤΙΚΟ ΣΤΑΔΙΟ

Η υπηρεσία βρίσκεται αυτή τη στιγμή σε πιλοτικό στάδιο και δεν έχει ακόμη αποφασιστεί εάν θα επεκταθεί και σε άλλες περιοχές της Ελλάδας.

Η πρωτοβουλία βασίστηκε στο ενδιαφέρον που είχε ήδη καταγραφεί σε επιλεγμένα καταστήματα της αλυσίδας, όπου προϊόντα όπως οι μπόμπες και οι τυρόπιτες παρουσίαζαν αυξημένη ζήτηση από το καταναλωτικό κοινό.

Στέλλα Αυγουστάκη
stella@notice.gr



Νίκος Λαβρίδας, Brand President, ΑΒ Βασιλόπουλος



• STARBUCKS ΦΕΡΝΕΙ ΤΗΝ ΕΜΠΕΙΡΙΑ CAFÉ ΣΤΟ ΣΠΙΤΙ ΜΕ ΤΟ COFFEE CRAFT

Η Starbucks επεκτείνει τη σειρά καφέ για κατανάλωση στο σπίτι με το λανσάρισμα του Starbucks Coffee Craft, ενός νέου premium συμπυκνωμένου καφέ, που έχει σχεδιαστεί ώστε οι καταναλωτές να μπορούν να δημιουργούν εύκολα στο σπίτι παγωμένα ροφήματα τύπου café με ελάχιστη προετοιμασία.

Το προϊόν διατίθεται σταδιακά σε καταστήματα λιανικής στις ΗΠΑ και στοχεύει στην αυξανόμενη ζήτηση για παγωμένο καφέ και εξατομικευμένα ροφήματα εκτός καφετέριας.

Το Starbucks Coffee Craft είναι ένας συμπυκνωμένος καφές που παρασκευάζεται από κόκκους arabica και έχει αναπτυχθεί ώστε να διατηρεί το χαρακτηριστικό γευστικό προφίλ της Starbucks. Μπορεί να αναμειχθεί εύκολα με νερό, ανθρακούχο νερό, γάλα ή φυτικά υποκατάστατα γάλακτος, προσφέροντας ευελιξία για μια μεγάλη ποικιλία παγωμένων ροφημάτων.

ΟΙ ΕΚΔΟΣΕΙΣ

Η νέα σειρά κυκλοφορεί σε δύο εκδόσεις:

- Rich Black
- Signature Caramel Flavour

Κάθε φιάλη περιέχει αρκετό συμπύκνωμα για περίπου οκτώ μερίδες και έχει σχεδιαστεί ώστε να υποστηρίζει διάφορες συνταγές, όπως iced Americano, iced latte και ροφήματα καραμέλας εμπνευσμένα από το μενού καφέ της Starbucks.

Η ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΗ

Το προϊόν τοποθετείται εμπορικά γύρω από την έννοια της εξατομικεύσης, ενθαρρύνοντας τους καταναλωτές να προσαρμόζουν τα ροφήματά τους με σιρόπια, σαντιγί και άλλα toppings, ανάλογα με τις προσωπικές τους προτιμήσεις.



NOTICE

CONTENT & SERVICES



Η NOTICE από τις **19 Μαΐου 2026**
μεταδίδει καθημερινά από το **Amsterdam**

Η παρουσία των ελληνικών επιχειρήσεων & οι διεθνείς τάσεις,
με συνεντεύξεις από ειδικούς στη μεγαλύτερη έκθεση

PLMA 2026

για την ιδιωτική ετικέτα



Μεταδίδουν



Νεκτάριος
Β. Νιώτης



Στέλλα
Αυγουστάκη

POWERED BY



PROMO
SOLUTION
EXHIBIT. CREATE.

• ΣΕΒ - ΙΟΒΕ

Η ΠΑΡΑΓΩΓΙΚΟΤΗΤΑ ΘΑ ΚΡΙΝΕΙ ΜΙΣΘΟΥΣ, ΕΠΕΝΔΥΣΕΙΣ ΚΑΙ ΝΕΟ ΑΝΑΠΤΥΞΙΑΚΟ ΜΟΝΤΕΛΟ ΤΗΣ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑΣ

Η ανάγκη μετάβασης της ελληνικής οικονομίας σε ένα πιο παραγωγικό και επενδυτικά ώριμο μοντέλο βρέθηκε στο επίκεντρο της παρουσίασης της κοινής μελέτης του ΙΟΒΕ και του ΣΕΒ για την παραγωγικότητα της ελληνικής οικονομίας.

Στην πλαίσιο της πρωτοβουλίας του ΣΕΒ για την ανάδειξη της παραγωγικότητας ως κεντρικής εθνικής προτεραιότητας, επισημάνθηκε ότι η ενίσχυση της παραγωγικότητας αποτελεί βασική προϋπόθεση για υψηλότερους μισθούς, διατηρήσιμη ανάπτυξη και μεγαλύτερη ανθεκτικότητα της χώρας απέναντι στις διεθνείς προκλήσεις.

ΜΙΚΤΟ ΠΕΡΙΘΩΡΙΟ ΚΕΡΔΟΥΣ

Ιδιαίτερη αναφορά έγινε στο πλαφόν στο μικτό περιθώριο κέρδους, με εκπροσώπους της αγοράς να υποστηρίζουν ότι παρά τη δυσaréσκεια μέρους της κοινωνίας για την κερδοφορία των επιχειρήσεων, το μέτρο δεν λειτουργεί αποτελεσματικά ούτε βραχυπρόθεσμα ούτε μακροπρόθεσμα. Όπως επισημάνθηκε, σε κλάδους όπως το λιανεμπόριο τροφίμων, όπου αυξάνονται συνεχώς τα κόστη ενέργειας, μισθών και ενοικίων, η διατήρηση περιορισμένου περιθωρίου κέρδους ενδέχεται να οδηγήσει ακόμη και σε ζημιολογία λειτουργία επιχειρήσεων.

ΜΙΣΘΟΙ

Την ίδια στιγμή, υπογραμμίστηκε ότι οι μεγάλες και περισσότερο παραγωγικές επιχειρήσεις είναι εκείνες που μπορούν να προσφέρουν σημαντικά υψηλότερες αποδοχές. Σύμφωνα με όσα αναφέρθηκαν, σε αρκετές μεγάλες εταιρείες οι μισθοί υπερβαίνουν κατά πολύ τον μέσο όρο της οικονομίας, ενώ σε ορισμένες περιπτώσεις οι μικτές αποδοχές ξεπερνούν τα €3.000 ή και τα €4.000. Επισημάνθηκε ακόμη ότι ο μέσος μισθός πλήρους απασχόλησης στην Ελλάδα έχει πλέον προσεγγίσει τα €1.500, με αρκετούς κλάδους να εμφανίζουν σαφή βελτίωση στις αμοιβές.

ΕΠΕΝΔΥΣΕΙΣ

Στο πλαίσιο αυτό, ο Πρόεδρος του ΣΕΒ, Σπύρος Θεοδωρόπουλος, τόνισε ότι η χώρα χρειάζεται μεγαλύτερες, εξωστρεφείς και τεχνολογικά αναβαθμισμένες επιχειρήσεις που θα μπορούν να στηρίζουν



Από αριστερά: Ράνια Αικατερινάρη, Πρόεδρος της Εκτελεστικής Επιτροπής & Αντιπρόεδρος ΔΣ, ΣΕΒ - Σπύρος Θεοδωρόπουλος, Πρόεδρος Διοικητικού Συμβουλίου, ΣΕΒ - Νίκος Βέττας, Γενικός Διευθυντής, ΙΟΒΕ - Ρόζα Μόνου, Διευθύντρια Τομέα Επικοινωνίας, ΣΕΒ

καλύτερα αμειβόμενες θέσεις εργασίας. Παράλληλα, επισήμανε ότι οι επενδύσεις που πραγματοποιούνται μέσω του Ταμείου Ανάκαμψης και Ανθεκτικότητας δεν μπορούν να αποδώσουν άμεσα, καθώς ιδιαίτερα οι βιομηχανικές επενδύσεις απαιτούν χρόνο ωρίμανσης.

Από την πλευρά του, ο Γενικός Διευθυντής του ΙΟΒΕ, Νίκος Βέττας, σημείωσε ότι οι επενδύσεις έχουν επιστρέψει τα τελευταία χρόνια σε θετικό πρόσημο σε σχέση με τις αποσβέσεις, ωστόσο το κρίσιμο ζητούμενο είναι το είδος των επενδύσεων που θα προσελκύσει η χώρα τα επόμενα χρόνια. Όπως ανέφερε, η οικονομία δεν μπορεί να στηρίζεται μονοδιάστατα στον τουρισμό, παρότι ο συγκεκριμένος κλάδος έχει βελτιώσει σημαντικά την ποιότητα των υπηρεσιών του και παραμένει βασικός πυλώνας απασχόλησης.

ΤΕΤΡΑΗΜΕΡΗ ΕΡΓΑΣΙΑ

Στη συζήτηση τέθηκε και το θέμα της τετραήμερης εργασίας, με τον Νίκο Βέττα να αναφέρει ότι η τεχνολογία μεσοπρόθεσμα μπορεί να επιτρέψει τη μείωση του χρόνου εργασίας. Ωστόσο, προειδοποίησε ότι η οριζόντια εφαρμογή ενός τέτοιου μοντέλου απαιτεί ιδιαίτερη προσοχή, ειδικά σε τομείς όπως η εστίαση και ο τουρισμός, όπου οι ανάγκες λειτουργίας είναι διαφορετικές.

ΕΛΛΕΙΨΕΙΣ ΣΕ ΑΝΘΡΩΠΙΝΟ ΔΥΝΑΜΙΚΟ

Έμφαση δόθηκε επίσης στις ελλείψεις ανθρώπινου δυναμικού. Ο Σπύρος Θεο-

δωρόπουλος ανέφερε ότι η ελληνική βιομηχανία χρειάζεται δεκάδες χιλιάδες εργαζομένους υψηλής εξειδίκευσης, σημειώνοντας παράλληλα ότι η χώρα εξακολουθεί να μην διαθέτει επαρκείς δομές υποδοχής για εργαζόμενους από το εξωτερικό. Παράλληλα, έγινε αναφορά στη χαμηλή συμμετοχή των γυναικών στην αγορά εργασίας, με τους συμμετέχοντες να υπογραμμίζουν την ανάγκη ενίσχυσης πολιτικών στήριξης και ίσων αμοιβών.

ΤΕΧΝΗΤΗ ΝΟΗΜΟΣΥΝΗ

Στο μέτωπο της τεχνολογίας και της Τεχνητής Νοημοσύνης, επισημάνθηκε ότι η ΤΝ μετασχηματίζει ήδη την αγορά εργασίας, χωρίς ωστόσο να μπορεί να υποκαταστήσει την εμπειρία και την εξειδίκευση. Παράλληλα, αναδείχθηκε η ανάγκη για επενδύσεις σε νέες τεχνολογίες, ενεργειακές υποδομές και δίκτυα, προκειμένου να ενισχυθεί η ανταγωνιστικότητα της οικονομίας.

ΟΙ ΠΡΟΤΑΣΕΙΣ

Η μελέτη του ΙΟΒΕ καταλήγει ότι το βασικό διαρθρωτικό πρόβλημα της ελληνικής οικονομίας είναι η χαμηλή παραγωγικότητα, η οποία περιορίζει τη μακροπρόθεσμη ανάπτυξη και τη σύγκλιση με την Ευρώπη. Τα κύρια συμπεράσματα είναι τα εξής:

- Η παραγωγικότητα της εργασίας στην Ελλάδα παραμένει ουσιαστικά στάσιμη εδώ και δύο δεκαετίες. Το 2024 βρίσκεται περίπου στα επίπεδα του 2000, ενώ αντιστοιχεί μόλις στο 54% του μέ-

σου όρου της ΕΕ ανά εργαζόμενο και στο 43% ανά ώρα εργασίας

- Η ανάπτυξη της ελληνικής οικονομίας την περίοδο 2000-2024 δεν βασίστηκε στην αύξηση της παραγωγικότητας αλλά κυρίως στην αύξηση της απασχόλησης. Ωστόσο, αυτό το μοντέλο έχει πλέον περιορισμένα περιθώρια, λόγω χαμηλότερης ανεργίας και αρνητικών δημογραφικών τάσεων
- Η αύξηση της παραγωγικότητας θεωρείται απαραίτητη προϋπόθεση για βιώσιμη αύξηση μισθών και εισοδημάτων
- Υψηλή παραγωγικότητα εμφανίζουν ο χρηματοπιστωτικός τομέας, η βιομηχανία και οι τεχνολογίες πληροφορικής και επικοινωνιών
- Αντίθετα, κλάδοι με μεγάλη απα-

σχόληση, όπως το εμπόριο και η εστίαση/τουρισμός, έχουν χαμηλή παραγωγικότητα

- Καθοριστικό ρόλο παίζει το μέγεθος των επιχειρήσεων. Οι μεγάλες επιχειρήσεις είναι πολύ πιο παραγωγικές και πιο κοντά στον ευρωπαϊκό μέσο όρο
 - Η ελληνική οικονομία χαρακτηρίζεται από υπερβολικά μεγάλο αριθμό πολύ μικρών επιχειρήσεων, που υστερούν σημαντικά σε παραγωγικότητα έναντι των ευρωπαϊκών
 - Βασική αιτία της χαμηλής παραγωγικότητας είναι το χαμηλό επίπεδο επενδύσεων και κεφαλαίου ανά εργαζόμενο. Στην ΕΕ το επενδεδυμένο κεφάλαιο ανά εργαζόμενο είναι από 1,3 έως 5,7 φορές υψηλότερο σε σχέση με την Ελλάδα
- Η μελέτη προτείνει συνδυασμένες παρεμ-

βάσεις από επιχειρήσεις και κράτος:

- αύξηση επενδύσεων
 - τεχνολογικός εκσυγχρονισμός και R&D
 - ενίσχυση συνεργασιών και μεγέθυνσης επιχειρήσεων
 - μείωση γραφειοκρατίας και ταχύτερη απονομή δικαιοσύνης
 - φορολογικά και επενδυτικά κίνητρα
 - επενδύσεις σε υποδομές και εξωστρέφεια
 - αναβάθμιση δεξιοτήτων και ψηφιακής εκπαίδευσης
 - αξιοποίηση ψηφιακών τεχνολογιών, cloud, AI και αυτοματοποίησης
- Δείτε την παρουσίαση [εδώ](#) αναλυτικά.

Στέλλα Αυγουστάκη
stella@notice.gr

• LIDL ΕΛΛΑΣ ΝΕΑ ΤΕΤΡΑΕΤΗΣ ΣΥΝΕΡΓΑΣΙΑ ΜΕ ΤΟΝ ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝΤΙΚΟ ΟΡΓΑΝΙΣΜΟ WE4ALL

Η Lidl Ελλάς και ο περιβαλλοντικός οργανισμός We4all ανανεώνουν για 4η χρονιά τη στρατηγική τους συνεργασία, εστιάζοντας σε δράσεις με μετρήσιμο αποτύπωμα και ουσιαστικό αντίκτυπο στην τοπική αυτοδιοίκηση και την κοινωνία. Η συνεργασία των δύο φορέων έχει οδηγήσει μέχρι σήμερα στην τοποθέτηση περισσότερων από 18.000 ενήλικων δένδρων, δενδρυλλίων και θάμνων. Κατά το έτος 2025, η συνεργασία επικεντρώθηκε στην ενεργό συμμετοχή και την εκπαίδευση:

- Συμμετοχή: Πάνω από 200 εργαζόμενοι και παιδιά έλαβαν μέρος σε δράσεις πεδίου.
- Εξειδικευμένη Κατάρτιση: Πραγματοποιήθηκαν στοχευμένα webinars για τους εργαζομένους της Lidl Ελλάς γύρω από κρίσιμα ζητήματα όπως η διαχείριση υδάτινων πόρων, η ρύπανση και ο καθοριστικός ρόλος των επικονιαστών στην αγροδιατροφική αλυσίδα.

Η ανανέωση της συνεργασίας για το 2026 ξεκίνησε με την υλοποίηση μιας πρότυπης παρέμβασης στο Athens Happy House, μια δομή φιλοξενίας κακοποιημένων και εγκαταλελειμμένων ζώων.



ΟΙ ΣΤΟΧΟΙ

Αντί για μια παραδοσιακή δενδροφύτευση, σχεδιάστηκε και υλοποιήθηκε το πρώτο Αισθητηριακό Δάσος. Η παρέμβαση αυτή εξυπηρετεί συγκεκριμένους σκοπούς:

- Ευζωία Ζώων: Παροχή φυσικής σκιάσης και συμβολή στη βελτίωση του μικροκλίματος για τα ζώα της δομής (σκύλοι, άλογα κ.α.)
- Κοινωνική Θεραπευτική: Ο χώρος έχει διαμορφωθεί ώστε να είναι προσβάσιμος και ωφέλιμος για άτομα στο φάσμα του αυτισμού, άτομα με νοητικές ή κινητικές δυσκολίες και ηλικιωμένους με άνοια
- Συνέργειες: Στο πλαίσιο αυτό, ο χώρος θα φιλοξενεί εξειδικευμένες συνεδρίες από ψυχολόγους και θεραπευτές φορέων, την επαφή με τη φύση ως εργαλείο υποστήριξης

Στη δράση παρευρέθηκε και συμμετείχε ενεργά η Γωγώ Δελογιάννη, Chef και Πρόεδρος της Lidl Ελλάς, η οποία δήλωσε: "Η επαφή με τη φύση και τις πρώτες ύλες είναι η βάση της ζωής μας. Σήμερα, φυτεύοντας εδώ, δεν δημιουργούμε μόνο πράσινο, αλλά έναν χώρο φροντίδας και συμπεριληψής που μας υπενθυμίζει την αξία της προσφοράς."

Ο ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΟΣ ΣΧΕΔΙΑΣΜΟΣ

Η Lidl Ελλάς δεσμεύεται για τη συνέχιση και επέκταση των δράσεων της, μέσα από έναν ολοκληρωμένο στρατηγικό σχεδιασμό:

- Γεωγραφική Επέκταση: Οι εθελοντικές δράσεις επεκτείνονται σε περισσότερες περιοχές της ελληνικής επικράτειας
- Εκπαιδευτική Συνέχεια: Ενισχύεται το πρόγραμμα περιβαλλοντικών εκπαιδεύσεων της We4all σε σχολεία, με στόχο την ενημέρωση της μαθητικής κοινότητας

• **ΥΙΟΙ ΓΑΛΙΚΑ**

ΕΠΕΝΔΥΣΗ €3 ΕΚΑΤ. ΓΙΑ ΝΕΕΣ ΓΡΑΜΜΕΣ ΣΥΣΚΕΥΑΣΙΑΣ ΚΡΕΑΤΟΣ - ΞΕΚΙΝΟΥΝ ΤΟ ΦΘΙΝΟΠΩΡΟ ΟΙ ΦΥΤΕΥΣΕΙΣ ΑΚΤΙΝΙΔΙΩΝ

Στην αύξηση της παραγωγικής της δυναμικότητας, τόσο στο πεδίο της εκτροφής, όσο και σε τελικό προϊόν, δηλαδή συσκευασμένο κρέας, προχωράει η Υιοί Γαλικά, μετρώντας παράλληλα αντίστροφα και για τις πρώτες φυτεύσεις ακτινιδίων.

ΑΝΟΔΙΚΑ ΟΙ ΕΚΤΡΟΦΕΣ ΜΟΣΧΩΝ & ΑΡΝΙΩΝ

Όπως δηλώνει στο FNB Daily ο Διευθύνων Σύμβουλος του ομίλου, Γιάννης Γαλίκας, η δυναμικότητα της μονάδας πάχυνσης βοοειδών στην Βέροια ανέρχεται πλέον σε 2.200 μόσχους ετησίως (από 1.500 προηγούμενως). Πρόκειται για ζώα από τις φυλές Limousine, Charolais - Aubrac τα οποία τρέφονται με ζωοτροφές από ιδιόκτητο μύλο φυραμάτων.

Εξάλλου, στις σταβλικές εγκαταστάσεις σε Λάρισα, Βέροια και Αγρίνιο εκτρέφονται πλέον περί τα 15.500 αρνιά ετησίως (8.000 στην Λάρισα, 5.500 στην Βέροια και 2.000 στο Αγρίνιο) ενώ στα σχέδια της επιχείρησης είναι να προχωρήσει το αμέσως επόμενο διάστημα στην καθετοποίησή της και στον τομέα του χοιρινού.

Την ίδια στιγμή, παράλληλα με τις διαρκείς παρεμβάσεις για τον εκσυγχρονισμό και την αναβάθμιση των δύο σφαγείων που έχει ο όμιλος στην κατοχή του σε Λάρισα και Αγρίνιο, σε εξέλιξη βρίσκεται κι ένα μεγάλο επενδυτικό σχέδιο της τάξης των €3 εκατ. για την προσθήκη νέων γραμμών συσκευασίας κρέατος στις εγκαταστάσεις της στην Βέροια. Το έργο έχει ενταχθεί σε πρόγραμμα

του υπουργείου Αγροτικής Ανάπτυξης και Τροφίμων.

ΣΕ 180 ΣΤΡΕΜΜΑΤΑ ΟΙ ΦΥΤΕΥΣΕΙΣ ΑΚΤΙΝΙΔΙΩΝ

Στην τελική ευθεία μπαίνει εν τω μεταξύ το project της καλλιέργειας πράσινων ακτινιδίων της ποικιλίας Hayward που σηματοδοτεί την είσοδο του ομίλου και στο κομμάτι της φυτικής παραγωγής. Όπως εξηγεί ο κ. Γαλίκας, οι πρώτες φυτεύσεις θα πραγματοποιηθούν το ερχόμενο φθινόπωρο σε 180 στρέμματα στην περιοχή της Βέροιας και οι πρώτες παραγωγές αναμένονται σε τέσσερα χρόνια.

ΑΝΑΠΤΥΞΗ 5% ΚΑΙ ΠΕΡΙΘΩΡΙΟ EBITDA 10% ΤΟ 2025

Το 2025 έκλεισε με αύξηση 4%-5% στον κύκλο εργασιών, ο οποίος ανήλθε σε €50 εκατ. με το περιθώριο EBITDA να διαμορφώνεται στο 10%. Τα €22-€23 εκατ. του τζιρού αφορούν σε εξαγωγές, κατά κύριο λόγο αρνιών, με βασικούς προορισμούς τις χώρες του Κόλπου και το σύνολο της Ευρώπης.

Όπως σημειώνει ο κ. Γαλίκας, οι εμπορικές ροές προς τις χώρες του Κόλπου μέχρι στιγμής δεν έχουν επηρεαστεί σημαντικά από την πόλεμο που βρίσκεται σε εξέλιξη στην περιοχή.

Εντός των ελληνικών συνόρων, η Υιοί Γαλικά συνεργάζεται, μεταξύ άλλων, με όλους τους μεγάλους retailers σε επίπεδο χονδρικής.

Γιάννης Τσατσάκης
yannis@notice.gr



• CARLSBERG ΕΠΕΝΔΥΕΙ €12 ΕΚΑΤ. ΣΕ ΝΕΑ ΓΡΑΜΜΗ ΠΑΡΑΓΩΓΗΣ ΣΤΗΝ ΟΥΚΡΑΝΙΑ

Στα €12 εκατ. ανέρχεται η επένδυση του Carlsberg Group σε μια νέα γραμμή ταχείας κονσερβοποίησης στο ζυθοποιείο του στο Lvin της Ουκρανίας, στο πλαίσιο της συνεχιζόμενης επέκτασης των τοπικών παραγωγικών του δυνατοτήτων.

Η νέα γραμμή διαθέτει παραγωγική ικανότητα 40.000 κουτιών ανά ώρα, δηλαδή περίπου 11 κουτιά το δευτερόλεπτο, και αναμένεται να αυξήσει τη συνολική παραγωγικότητα του ζυθοποιείου κατά 38%. Καταλαμβάνει χώρο παραγωγής 1.000 τετραγωνικών μέτρων και αποτελείται από οκτώ μηχανές.

Με την προσθήκη της νέας εγκατάστασης, το εργοστάσιο του Lvin διαθέτει πλέον τρεις γραμμές παραγωγής που καλύπτουν βαρέλια (kegs), φιάλες PET και κουτιά αλουμινίου.

Η ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΗ ΣΤΗΝ ΟΥΚΡΑΝΙΑ

Η επένδυση αποτελεί μέρος της ευρύτερης μακροπρόθεσμης δέσμευσης της Carlsberg στην Ουκρανία. Από την έναρξη του πολέμου, ο όμιλος αναφέρει ότι έχει επενδύσει 4,5 δισ. ουκρανικές γρίβνες (περίπου \$102 εκατ.) στη χώρα και σχεδιάζει να συνεχίσει με ετήσιες επενδύσεις ύψους 1-1,5 δισ. γρίβνων (περίπου \$23-\$34 εκατ.) τα επόμενα τρία χρόνια.

Ο CEO του Carlsberg Group, Jacob Aarup-Andersen, δήλωσε ότι η Ουκρανία παραμένει στρατηγικά σημαντική για την εταιρεία και ότι οι συνεχιζόμενες επενδύσεις αποσκοπούν τόσο στην ενίσχυση της οικονομικής ανθεκτικότητας όσο και στη διατήρηση της επιχειρησιακής δραστηριότητας.

Πρόσθεσε ότι οι συνεχιζόμενες επενδύσεις αντανακλούν την πεποίθηση της εταιρείας για μακροπρόθεσμη παρουσία στην αγορά. Η Carlsberg Ukraine διαχειρίζεται τρία ζυθοποιεία στις πόλεις Zaporizhzhia, Lvin και Kyiv, αποτελώντας τη μεγαλύτερη δανέζικη επιχειρηματική παρουσία στη χώρα.

• ΕΝΩΣΗ ΣΟΥΠΕΡ ΜΑΡΚΕΤ ΕΛΛΑΔΑΣ ΝΕΟΣ ΠΡΟΕΔΡΟΣ Ο ΓΙΑΝΝΗΣ ΜΑΣΟΥΤΗΣ

Με έμφαση στον ρόλο των super market στην καθημερινότητα των νοικοκυριών, στη συγκράτηση των τιμών και στην ομαλή λειτουργία της εφοδιαστικής αλυσίδας, πραγματοποιήθηκε η Τακτική Γενική Συνέλευση της Ένωσης Σούπερ Μάρκετ Ελλάδας (ΕΣΕ). Κατά την έναρξη της συνεδρίασης, ο Αριστοτέλης Παντελιάδης υπογράμμισε τον ρόλο του κλάδου σε μια περίοδο αυξημένων οικονομικών και κοινωνικών προκλήσεων. Όπως σημείωσε, ιδιαίτερη σημασία έχει η ενιαία εκπροσώπηση του κλάδου, καθώς και η σταθερή παρουσία της Ένωσης στον δημόσιο διάλογο, αλλά και η προώθηση πρωτοβουλιών προς όφελος των καταναλωτών που προμηθεύονται καθημερινά τα βασικά είδη του νοικοκυριού τους από τα καταστήματα super market σε όλη τη χώρα.

ΟΙ ΦΕΤΙΝΕΣ ΠΡΟΤΕΡΑΙΟΤΗΤΕΣ

Στη συνέχεια, ο Γενικός Διευθυντής της ΕΣΕ, Απόστολος Πεταλάς, παρουσίασε τις βασικές προτεραιότητες για το 2026, αναφερόμενος στο αποτύπωμα του κλάδου στην ελληνική κοινωνία και οικονομία. Σύμφωνα με τα στοιχεία που παρουσιάστηκαν, ο κλάδος διαθέτει 3.800 καταστήματα πανελλαδικά, αποτελεί έναν από τους σημαντικούς εργοδότες της χώρας, στηρίζει τους Έλληνες παραγωγούς και έχει υλοποιήσει επενδύσεις άνω των €3,5 δισ. την τελευταία δεκαετία. Παράλληλα, καταγράφηκαν προσφορές και εκπώσεις που ξεπερνούν τα €5 δισ. τα τελευταία τρία χρόνια, με στόχο τη στήριξη του καταναλωτή.

Η ΝΕΑ ΣΥΝΘΕΣΗ ΤΟΥ ΔΣ

Οι εργασίες της Γενικής Συνέλευσης ολοκληρώθηκαν με την εκλογή νέου Διοικητικού Συμβουλίου, μετά την ολοκλήρωση της



Γιάννης Μασούτης,
Πρόεδρος, ΕΣΕ

θπτείας της προηγούμενης διοίκησης. Η σύνθεση διαμορφώνεται ως εξής:

- Πρόεδρος Δ.Σ.: Ιωάννης Μασούτης
- Αντιπρόεδρος Δ.Σ.: Αριστοτέλης Παντελιάδης
- Γραμματέας: Κωνσταντίνος Μαυροειδής
- Ταμίας: Νίκος Λαβίδας
- Μέλος: Λάμπρος Παπακοσμάς
- Μέλος: Μιλτιάδης Φοροζίδης

"ΙΔΙΑΙΤΕΡΗ ΤΙΜΗ, ΑΛΛΑ ΚΑΙ ΟΥΣΙΑΣΤΙΚΗ ΕΥΘΥΝΗ"

Ο νέος Πρόεδρος του Διοικητικού Συμβουλίου της Ε.Σ.Ε. Ιωάννης Μασούτης δήλωσε: "Η ανάληψη της Προεδρίας της Ένωσης Σούπερ Μάρκετ Ελλάδας αποτελεί για εμένα ιδιαίτε-

ρη τιμή αλλά και ουσιαστική ευθύνη σε μία περίοδο με αυξημένες προκλήσεις για τα ελληνικά νοικοκυριά και την οικονομία συνολικά. Ο κλάδος των super market βρίσκεται καθημερινά δίπλα στον πολίτη, διασφαλίζοντας την απρόσκοπτη πρόσβαση σε βασικά αγαθά, συμβάλλοντας ενεργά στη συγκράτηση των τιμών και στη σταθερότητα της εφοδιαστικής αλυσίδας. Στόχος μας, μέσα από την ενιαία εκπροσώπηση της ΕΣΕ, είναι να ενισχύσουμε ακόμη περισσότερο τη συνεργασία μεταξύ των επιχειρήσεων, να προωθήσουμε πρωτοβουλίες που στηρίζουν τον καταναλωτή και να συμβάλουμε ουσιαστικά στη διαμόρφωση ενός σύγχρονου, βιώσιμου και ανταγωνιστικού λιανεμπορίου."

• KERRYGOLD ΝΕΑ ΚΑΜΠΑΝΙΑ ΣΤΟ ΜΕΤΡΟ ΤΗΣ ΑΘΗΝΑΣ

Για έναν μήνα, το Kerrygold Regato ντύνει έναν συρμό του μετρό της Αθήνας στο πλαίσιο νέας καμπάνιας out-of-home (OOH), με στόχο να συνδέσει το προϊόν με την καθημερινή εμπειρία μετακίνησης και τη μαγειρική έμπνευση.

Ο ΣΤΟΧΟΣ

Με κεντρικό μήνυμα "Απλώς πρόσθεσε Kerrygold Regato", η καμπάνια εστιάζει στην ανάδειξη του προϊόντος ως βασικού συστατικού για καθημερινές και πιο δημιουργικές

συνταγές.

Το Kerrygold Regato, το οποίο διατίθεται ως ΠΟΠ ιρλανδικό Regato, παράγεται από γάλα αγελάδων ελεύθερης βοσκής από την Ιρλανδία και ξεχωρίζει για τη χαρακτηριστική του γεύση, το άρωμα και το χρυσοκίτρινο χρώμα του.

Η σειρά κυκλοφορεί σε τρεις εκδοχές:

- Classic
- Καπνιστό
- Light με 16% λιπαρά

Μέσα από τη συγκεκριμένη ενέργεια, η εται-



ρεία επιδιώκει να ενισχύσει τη σύνδεση του brand με την καθημερινή κατανάλωση και τη γαστρονομική εμπειρία.

• **ALPLA PACKAGING GREECE**
GUIDANCE 2026 ΓΙΑ ΠΩΛΗΣΕΙΣ €37,5 ΕΚΑΤ. ΚΑΙ ΑΥΞΗΣΗ 8% ΣΤΗΝ ΚΕΡΔΟΦΟΡΙΑ

Πωλήσεις της τάξης των €37,5 εκατ., με ανάπτυξη 3%, και κέρδη προ φόρων περίξ των €7,7 εκατ. (στο +8% σε σχέση με το 2025), αναμένει για τη φετινή χρονιά η διοίκηση της Alpla Packaging Greece με βάση την εικόνα του α' διμήνου.

Σημειώνεται βέβαια ότι οι αντίστοιχες προβλέψεις που είχε κάνει πέρυσι τέτοιον καιρό αποδείχθηκαν μετριοπαθείς, καθώς τα αποτελέσματα του 2025 ήταν καλύτερα.

- Η εξέλιξη των μεταρρυθμίσεων στην Ελλάδα

ΠΡΟΦΙΛ

Σημειώνεται ότι η εταιρεία, η οποία εδρεύει στο Κορωπί, ιδρύθηκε το 2023 και προήλθε από τη διάσπαση του μη φαρμακευτικού κλάδου της μητρικής Alpla Pharma Greece (πρώην Alpla Greece), έχει ως αντικείμενο την παραγωγή και εμπορία άκαμπτων πλαστικών ειδών συσκευασίας (μη φαρμακευτικών προϊόντων).

Πελάτες της είναι επιχειρήσεις των κλάδων:

- Αγροχημικών
- Τροφίμων
- Καλλυντικών
- Οικιακής χρήσης



Χάρης Κατσίκης, πρόεδρος & CEO, Alpla Packaging Greece

DATA (σε €χιλ.)		
Κύκλος εργασιών	Μικτό αποτέλεσμα	EBITDA
2025: 36.312	2025: 10.282	2025: 9.798
2024: 34.226	2024: 9.813	2024: 8.333
Κέρδη προ φόρων	Καθαρά κέρδη	
2025: 7.116	2025: 5.348	
2024: 5.375	2024: 3.906	

DATA Πωλήσεις ανά περιοχή (σε €χιλ.)

Ελλάδα	Μ. Ανατολή & Αφρική
2025: 29.982	2025: 682
2024: 28.662	2024: 1.565
Ευρώπη	Λοιπές χώρες
2025: 4.606	2025: 1.042
2024: 2.843	2024: 1.156

ΠΟΙΟΙ ΠΑΡΑΓΟΝΤΕΣ ΚΡΙΝΟΥΝ ΤΗΝ ΠΟΡΕΙΑ ΤΗΣ

Σύμφωνα με την εταιρεία, οι σημαντικότεροι παράγοντες που επηρεάζουν την πορεία της είναι:

- Η πορεία της ελληνικής οικονομίας που επηρεάζει τη ζήτηση
- Οι γεωπολιτικές εξελίξεις στην περιοχή της Ανατολικής Μεσογείου
- Ο βαθμός ανάπτυξης της ευρωπαϊκής οικονομίας
- Ο πληθωρισμός και η συνεχής μεταβολή του κόστους σε πρώτες ύλες και ενέργεια
- Οι τιμές του πετρελαίου και του φυσικού αερίου



ΕΚΤΟΣ ΕΛΛΑΔΑΣ ΤΟ 17%

Το δίκτυο πωλήσεων της εταιρείας καλύπτει όλη την Ελλάδα καθώς και περιοχές της Μέσης Ανατολής, της Βόρειας Αφρικής και της Ανατολικής Ευρώπης. Πέρυσι η εταιρεία εμφάνισε ανάπτυξη σε Ελλάδα και Ευρώπη, αντίθετα οι άλλες περιοχές (που έχουν και μικρότερη συμμετοχή στον τζίρο) εμφάνισαν πτώση των εξαγωγών.

ΤΟ ΠΡΟΦΙΛ ΤΟΥ ΟΜΙΛΟΥ

Ο διεθνής όμιλος Alpla, με έδρα το Hard της Αυστρίας, ιδρύθηκε το 1955, ενώ δραστηριοποιείται στον τομέα παραγωγής και εμπορίας πλαστικών ειδών συσκευασίας καθώς και στην ανακύκλωση πλαστικών.

Info 2025

Παρουσία: 45 χώρες
Παραγωγικές μονάδες: 206
Εργαζόμενοι: 25.440
Κύκλος εργασιών: €5,2 δισ.

Μάρκης Αποστόλου
makis@notice.gr

• **THE OLIVE LEGEND GROUP**
ΑΝΑΣΥΓΚΡΟΤΗΘΗΚΕ ΣΕ ΣΩΜΑ ΤΟ ΝΕΟ ΔΣ ΜΕΤΑ ΤΗΝ ΑΠΩΛΕΙΑ ΤΟΥ Θ. ΜΟΣΧΟΥ

Σε σώμα ανασυγκροτήθηκε για το υπόλοιπο της θητείας του το Διοικητικό Συμβούλιο της The Olive Legend Group, το οποίο εξέλεξε νέο Μέλος σε αντικατάσταση του αποβιώσαντος αναπληρωτή Προέδρου και Μέλους, Θεόδωρου Μόσχοι.

Το ΔΣ, η θητεία του οποίου είναι έως 2 Μαΐου 2028, εξέλεξε ως Αναπληρωτή Πρόεδρο τον Σταύρο Μπλάτσιο, ο οποίος



ος είναι Senior Investment Partner στο SMERemediumCap.

- Πρόεδρος: Νικόλαος Καραμούζης
- Αναπληρωτής Πρόεδρος: Σταύρος

- Μπλάτσιοι
- Διευθύνων Σύμβουλος: Κωνσταντίνος Αντωνόπουλος

Μέλη

- Κωνσταντίνος Δημητρόπουλος
- Χαράλαμπος Κόρδας
- Άννα Κοπιτοπούλου
- Όλγα Μιχαλοπούλου

POWERED BY **FN|USA.**

• BEYOND MEAT ΣΤΡΟΦΗ ΣΤΑ ΡΟΦΗΜΑΤΑ ΠΡΩΤΕΪΝΗΣ ΓΙΑ ΝΑ ΑΝΑΚΑΜΨΟΥΝ ΟΙ ΠΩΛΗΣΕΙΣ

Η Beyond Meat ποντάρει ότι η είσοδος της στην αγορά ροφημάτων πρωτεΐνης θα αναστρέψει την πτώση των πωλήσεων και θα επαναφέρει τους καταναλωτές στα φυτικά υποκατάστατα κρέατος.

Ο Πρόεδρος και CEO της εταιρείας, Ethan Brown, δήλωσε ότι η Beyond Meat βρίσκεται σε μοναδική θέση ώστε να ανταγωνιστεί στην ταχέως αναπτυσσόμενη αγορά λειτουργικών ροφημάτων (functional beverages), χάρη στην εμπειρία της στη σύνθεση φυτικής πρωτεΐνης.

Νωρίτερα φέτος, η εταιρεία ανακοίνωσε το Beyond Immerse, ένα ανθρακούχο ρόφημα υψηλής περιεκτικότητας σε πρωτεΐνη, το οποίο διατέθηκε για περιορισμένο χρονικό διάστημα μέσω της πλατφόρμας ηλεκτρονικού εμπορίου της Beyond. Το Immerse θα κυκλοφορήσει στη Νέα Υόρκη μέσα στο καλοκαίρι, μέσω της συνεργασίας της Beyond με τον διανομέα Big Geysler.

Η ΝΕΑ ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΗ

Το Beyond Immerse είναι το πρώτο προϊόν που λανσάρεται στο πλαίσιο της διευρυμένης στρατηγικής της εταιρείας, η οποία πρόσφατα άλλαξε την επωνυμία της σε "Beyond The Plant Protein Company", προκειμένου να αντικατοπτρίζει τις φιλο-

δοξίες της πέρα από τα εναλλακτικά προϊόντα κρέατος. Μετά την αρχική επιτυχία, η εταιρεία επέκτεινε τη σειρά Immerse προσθέτοντας περισσότερες γεύσεις.

ΟΙ ΠΡΟΚΛΗΣΕΙΣ

Στα 18 χρόνια λειτουργίας της, η Beyond έχει βρεθεί αντιμέτωπη με αγωγές σχετικά με εμπορικά σήματα και ζητήματα επισήμανσης προϊόντων. Παράλληλα, έχει αντιμετωπίσει οικονομικές δυσκολίες, καθώς η ζήτηση για φυτικά υποκατάστατα κρέατος έχει υποχωρήσει σημαντικά. Κατά το α' τρίμηνο, τα καθαρά έσοδα της Beyond μειώθηκαν κατά 15%, στα \$58,2 εκατ. Η επέκταση στα ροφήματα θα μπορούσε επίσης να πείσει τους καταναλωτές να δοκιμάσουν ξανά τη βασική κατηγορία προϊόντων της Beyond, δηλαδή τα φυτικά υποκατάστατα κρέατος.

Ο Brown ανέφερε ότι η εταιρεία εργάζεται για να σταθεροποιήσει τον τομέα των φυτικών υποκατάστατων κρέατος, επεκτείνοντας τη διανομή και ενισχύοντας το brand της στα κατεψυγμένα προϊόντα λιανικής. Η Beyond έχει δυσκολευτεί μετά τη μείωση των πωλήσεων που προκάλεσε η απόφαση ορισμένων retailers να μεταφέρουν τα προϊόντα από τα ψυγεία νωπών τροφίμων στους καταψύκτες.



Coming Soon!

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

• COLES GROUP

ΕΝΟΧΗ ΓΙΑ ΠΑΡΑΠΛΑΝΗΤΙΚΕΣ ΠΡΟΣΦΟΡΕΣ ΕΝ ΜΕΣΩ ΚΡΙΣΗΣ ΑΚΡΙΒΕΙΑΣ

Ο αυστραλιανός κολοσσός super market, Coles Group, παραπλάνησε τους καταναλωτές με τη διαφημιστική καμπάνια εκπτώσεων "Down Down", όπως αποφάνθηκε δικαστής του Ομοσπονδιακού Δικαστηρίου, εντεινώντας τον έλεγχο γύρω από τις πρακτικές τιμολόγησης των super market, εν μέσω της κρίσης κόστους ζωής.

Η Coles παραβίασε τη νομοθεσία περί προστασίας καταναλωτή προωθώντας εκπτώσεις που δεν ήταν πραγματικές, καθώς οι υψηλότερες "προηγούμενες" τιμές ίσχυαν για πολύ σύντομο χρονικό διάστημα ώστε να δικαιολογούν τις διαφημιζόμενες μειώσεις τιμών, ανέφερε στην απόφασή του ο Justice Michael O'Bryan.

Η απόφαση δικαίωσε τις καταγγελίες της Australian Competition and Consumer Commission (ACCC), σύμφωνα με τις οποίες οι εκπτώσεις της εταιρείας βασίζονταν σε αυξημένες τιμές που είχαν εφαρμοστεί για υπερβολικά μικρό διάστημα.

Ο δικαστής έκρινε ότι η τιμολόγηση "Down Down" θα μπορούσε να θεωρηθεί από έναν μέσο καταναλωτή ως πραγματική έκπτωση

μόνο εφόσον το προϊόν είχε πωληθεί στην αναγραφόμενη "προηγούμενη" τιμή για τουλάχιστον 12 εβδομάδες πριν από την προωθητική ενέργεια. Όπως σημείωσε, οποιοδήποτε αισθητά μικρότερο χρονικό διάστημα θα υπονόμει αυτή την εντύπωση.

Η ΕΙΚΟΝΑ ΣΤΟΝ ΚΛΑΔΟ

Η απόφαση εκδίδεται σε μια περίοδο κατά την οποία οι κυρίαρχες αλυσίδες super market της Αυστραλίας βρίσκονται αντιμέτωπες με αυξανόμενες πολιτικές και κοινωνικές πιέσεις για τις τιμές, καθώς τα νοικοκυριά πλήττονται από τον επίμονο πληθωρισμό στα βασικά αγαθά. Το κόστος των τροφίμων έχει εξελιχθεί σε βασικό σημείο της συζήτησης για το κόστος ζωής, μετατρέποντας τις προωθητικές ενέργειες σε πεδίο αντιπαράθεσης γύρω από τη διαφάνεια στις τιμές.

Το δικαστήριο θα αποφασίσει σε μεταγενέστερο στάδιο για τα πρόστιμα και τα λοιπά μέτρα που ζητά η ACCC. Η πρόεδρος δήλωσε ότι η προσφυγή έγινε για λόγους δημοσίου συμφέροντος, επειδή οι πρακτικές τιμολόγησης της Coles δυσχέραιναν τους καταναλω-



τές να εντοπίσουν πραγματική αξία στις αγορές βασικών ειδών νοικοκυριού.

Η Coles και η ανταγωνίστριά της Woolworths Group ελέγχουν περίπου τα 2/3 της αγοράς τροφίμων στην Αυστραλία και βρίσκονται εδώ και μήνες στο επίκεντρο επικρίσεων για περιορισμό του ανταγωνισμού και έλλειψη εναλλακτικών επιλογών για τους καταναλωτές.

• Debrief •

ΟΤΑΝ Ο "ΚΩΔΙΚΑΣ ΤΙΜΗΣ" ΔΕΝ ΦΤΑΝΕΙ

Ιδρύθηκε το 1746. Στις σχετικές λίστες κατατάσσεται μεταξύ των κορυφαίων εκπαιδευτικών ιδρυμάτων στον κόσμο. Και τα τελευταία 133 χρόνια οι εξετάσεις των φοιτητών στο Princeton διεξάγονταν χωρίς την παρουσία επιτηρητών. Ο λόγος; Ο περίφημος "Κώδικας Τιμής" του Πανεπιστημίου: "Ορκίζομαι με τιμή ότι δεν παραβίασα τον Κώδικα Τιμής κατά τη διάρκεια αυτής της εξέτασης".

Αυτά όμως... last year, που έλεγε μια παλιά, γνωστή διαφήμιση. Σύμφωνα με την Wall Street Journal, η ακαδημαϊκή κοινότητα του Princeton ψήφισε υπέρ της επιτήρησης των εξετάσεων με φυσική παρουσία από αυτό το καλοκαίρι.

Συγκεκριμένα, "σημαντικός" αριθμός προπτυχιακών φοιτητών και καθηγητών ζήτησε αυτή την αλλαγή, "δεδομένης της αντίληψής τους ότι η αντιγραφή στις εξετάσεις στην τάξη έχει γίνει ευρέως διαδεδομένη", εξαιτίας των εργαλείων

Τεχνητής Νοημοσύνης που είναι πλέον διαθέσιμα. Ο "Κώδικας Τιμής" δεν καταργείται, παραμένει εν ισχύ. Αλλά σήμερα δεν είναι αρκετός, δεν φτάνει από μόνος του.

Η συζήτηση για την Τεχνητή Νοημοσύνη επικεντρώνεται, κατά κύριο λόγο, στο πότε, πόσες και ποιες δουλειές θα κόψει. Δικαιολογημένος ο φόβος, αφού το τραπέζι έχει φαγητό όταν υπάρχει δουλειά.

Άλλο μεγάλο θέμα συζήτησης είναι πώς θα τη χρησιμοποιήσουν οι τεχνολογικοί κολοσσοί και τα κράτη. Ηθικά, για την προαγωγή του κοινού καλού, ή ωφελμιστικά, για να γράψουν τεράστια κέρδη και να μας παρακολουθούν; Η περίπτωση του Princeton, που σίγουρα δεν είναι η μοναδική, φέρνει στην επιφάνεια ένα ακόμη ερώτημα: πώς θα τη χρησιμοποιήσουμε εμείς.

Το συγκεκριμένο εργαλείο δεν είναι μια

γραμμική τεχνολογική εξέλιξη, όπως έχουμε επισημάνει στο παρελθόν. Η ισχύς της AI δίνει απροσδιόριστες προς το παρόν δυνατότητες στον κάθε εκπαιδευμένο χρήστη. Στον κάθε ένα ξεχωριστά, κυριολεκτικά. Μαζί με τις δυνατότητες, όμως, έρχονται και οι ανάλογες ευθύνες. Το πραγματικό ερώτημα δεν είναι αν η Τεχνητή Νοημοσύνη είναι καλή ή κακή. Είναι τόσο καλή και τόσο κακή όσο ένα μαχαίρι. Μπορεί με αυτό να αλείψεις βούτυρο στο ψωμί. Μπορεί, όμως, και να το χρησιμοποιήσεις ως όπλο. Παράλληλα, λοιπόν, με τη συζήτηση για την τεχνική εκπαίδευση πάνω στην AI, θα πρέπει να ανοίξει και η κουβέντα για τις ηθικές αρχές χρήσης της. Μπορεί να ακούγεται ως "ηθικολογία" αλλά δεν είναι. Η περίπτωση του Princeton κάτι μας λέει.

Γιάννης Παλιούρης
giannis@notice.gr

• KAISER

ΔΙΝΕΙ ΤΟ "ΠΑΡΩΝ" ΣΤΟ ATHENS STREET FOOD FESTIVAL 2026

Σε μια χρονιά όπου η Kaiser συμπληρώνει 50 χρόνια παρουσίας και το Athens Street Food Festival γιορτάζει 10 χρόνια από την καθιέρωσή του στην αθηναϊκή γαστρονομική σκηνή, η μπύρα συνεχίζει να δίνει το "παρών" στο φεστιβάλ που έχει συμβάλει στη διαμόρφωση του street food χάρτη της πόλης. Το πρώτο Σαββατοκύριακο του Athens Street Food

Festival 2026 ολοκληρώθηκε με αυξημένη προσέλευση και έντονο ενδιαφέρον. Η Kaiser συμμετέχει στο Athens Street Food Festival 2026 ως αποκλειστική μπύρα της διοργάνωσης. Η διοργάνωση συνεχίζεται με δύο ακόμη τριήμερα, στις 15–17/05 και 22–24/05, με τη συμμετοχή της Kaiser να παραμένει στο επίκεντρο της εμπειρίας των επισκεπτών.



Business Maker

ΠΟΥ ΧΤΥΠΗΣΕ ΦΛΕΒΑ ΧΡΥΣΟΥ ΤΟ ΕΛΛΗΝΙΚΟ ΚΡΑΣΙ

"Ουδείς προφήτης στον... τόπο του". Η βιβλική παροιμία δεν θα μπορούσε να ταιριάζει περισσότερο στην κατάσταση, που επικρατεί με τις τιμές του ελληνικού κρασιού στο εξωτερικό. Όπως προκύπτει από στοιχεία της ΕΛΣΤΑΤ, υπάρχει καυστική διαφορά ανάμεσα στο πόσο πωλούνται οι ελληνικές ετικέτες στην Ευρώπη και στις Τρίτες Χώρες. Οι αγορές της Ευρώπης εμφανίζουν σαφώς πιο συγκρατημένη δυναμική, με πιέσεις στις μέσες τιμές και ενδείξεις κόπωσης μετά το ισχυρό μεταπανδημικό rebound.

Συγκεκριμένα, η μέση τιμή πώλησης στην ΕΕ κινήθηκε από τα €2,35 το κιλό το 2021 στα μόλις €2,55 το 2025, ενώ ο μέσος όρος πενταετίας καταγράφει οριακά αρνητική μεταβολή κατά 0,91%. Μάλιστα, η μεγαλύτερη διόρθωση ήρθε μεταξύ 2024 και 2025, όταν η μέση τιμή υποχώ-

ρησε από τα €3 στα €2,55, σημειώνοντας πτώση 14,81%. Αντίθετα, η μέση τιμή πώλησης του ελληνικού κρασιού εκτός ΕΕ εκτοξεύθηκε από τα €4,67 το κιλό το 2021 στα €6,03 το 2025, με τον μέσο όρο της πενταετίας να διαμορφώνεται στα €5,28 και τη μέση μεταβολή να φθάνει το εντυπωσιακό 14,22%.

Η ψαλίδα όχι μόνο παραμένει, αλλά διευρύνεται ακόμη περισσότερο, επιβεβαιώνοντας ότι οι αγορές εκτός ΕΕ είναι πλέον εκείνες, που δημιουργούν τη μεγάλη υπεραξία για τον ελληνικό αμπελώνα. Παράγοντες της αγοράς εκτιμούν ότι η συγκυρία είναι ιδιαίτερα ευνοϊκή για το ελληνικό κρασί, ακόμη και μέσα σε ένα περιβάλλον μειωμένης παγκόσμιας κατανάλωσης οίνου. Όπως σημειώνουν, η πτώση αφορά κυρίως τα value κρασιά και όχι τις premium κατηγορίες.

Οι καταναλωτές διεθνώς πίνουν λιγότερο, αλλά επιλέγουν ακριβότερα και πιο ποιοτικά κρασιά, αναζητώντας αυθεντικότητα, χαρακτήρα και υψηλή αντιλαμβανόμενη αξία. Την ίδια στιγμή, η διεθνής στροφή προς τα λευκά κρασιά λειτουργεί υπέρ της Ελλάδας. Η χώρα διαθέτει ισχυρό χαρτοφυλάκιο λευκών ποικιλιών και μια παραγωγή που ξεπερνά το 60% σε λευκούς οίνους, στοιχείο που ενισχύει τη θέση της σε ώριμες premium αγορές όπως η Σκανδιναβία, το Ηνωμένο Βασίλειο και η Βόρεια Αμερική. Για αρκετούς στον κλάδο, η μεγάλη πρόκληση της επόμενης δεκαετίας δεν είναι πλέον η αύξηση του όγκου των εξαγωγών. Είναι η διατήρηση — και περαιτέρω ενίσχυση — της υψηλής μέσης τιμής πώλησης που αρχίζει να αποκτά το ελληνικό κρασί στις διεθνείς αγορές υψηλής αξίας.

Η WORTHEAT ΤΗΣ ΚΑΛΛΙΜΑΝΗ ΑΠΟΚΤΑ E-SHOP

Σε ένα ακόμα κανάλι της αγοράς τροφίμων μπαίνει η Wortheat της Ντίνας Καλλιμάνη. Σύμφωνα με καλά πληροφορημένες πηγές, η εταιρεία έτοιμων υγιεινών γευμάτων ψυγείου ετοιμάζεται να πραγματοποιήσει το επίσημο ντεμπούτο του ηλεκτρονικού της καταστήματος στις 6 και 7 Ιουνίου, στο πλαίσιο του Be Well Festival.

Το βασικό στοιχείο διαφοροποίησης θα είναι το μοντέλο λειτουργίας. Οι αντίστοιχες πλατφόρμες λειτουργούν συνδρομητικά με μηνιαία πακέτα γευμάτων, αντίθετα, το e-shop της Wortheat θα δίνει τη δυνατότητα και για μεμονωμένες

παραγγελίες. Πρόκειται για μια στρατηγική επιλογή με στόχο ένα ευρύτερο κοινό καταναλωτών, που αναζητούν ευκολία και υγιεινές επιλογές χωρίς μακροχρόνια δέσμευση ή συνδρομητικά μοντέλα. Το χαρτοφυλάκιο της εταιρείας θα περιλαμβάνει περίπου 50 κωδικούς προϊόντων, με κάλυψη σε όλη την Αττική. Εκτός από έτοιμα γεύματα και σαλάτες, το e-shop θα διαθέτει σάντουιτς, φυσικούς χυμούς και μπάρες, με κοινό παρονομαστή τη healthy προσέγγιση και την έμφαση σε πιο καθαρά προϊόντα. Η ίδια η αγορά του έτοιμου φαγητού βρίσκεται αυτή τη στιγμή σε φάση έντο-

νης ανάπτυξης. Η στροφή των καταναλωτών προς πιο γρήγορες, αλλά ποιοτικές λύσεις διατροφής, σε συνδυασμό με τη διεύρυνση της κατηγορίας του convenience food, έχει αλλάξει σημαντικά τις ισορροπίες στο οργανωμένο λιανεμπόριο. Δεν είναι τυχαίο, όπως επισημαίνουν στελέχη της αγοράς, ότι ακόμη και μεγάλοι παίκτες του retail, με πρώτο τον Σκλαβενίτη, επενδύουν πλέον πιο επιθετικά στην κατηγορία του έτοιμου φαγητού.

Η Wortheat έχει ήδη παρουσία στο Βιολογικό Χωριό αλλά και σε online retail κανάλια.

Business Insight

Η ΣΥΝΑΝΤΗΣΗ ΧΙ-TRUMP, Ο STARMER ΣΤΑ ΒΗΜΑΤΑ ΤΗΣ TRUSS ΚΑΙ ΤΟ... COSTA NAVARINO

Με αφορμή τρία άσχετα μεταξύ τους θέματα, η προσπάθεια σύνθεσης τους. Εξελίξεις που έμμεσα αφορούν και τα ελληνικά συμφέροντα.

Από την επίσκεψη του Αμερικανού Προέδρου και τις συνομιλίες με τον ομόλογο του της Κίνας, ενισχύθηκε η εκτίμηση αναλυτών οι οποίοι υποστηρίζουν ότι **κεντρικός άξονας της αμερικανικής στρατηγικής παραμένουν οι ημιαγωγοί και η Τεχνητή Νοημοσύνη**. Έτσι εξηγούν την παρουσία ισχυρών παικτών της Silicon Valley (Musk, Huang).

Χι και Trump, συμφώνησαν να αναπτύξουν "...μία εποικοδομητική σχέση Κίνας-ΗΠΑ στρατηγικής σταθερότητας...", σύμφωνα με την επίσημη αγγλική ανακοίνωση του Πεκίνου για τη σύνοδο. Η κινεζική πλευρά θα αντιμετωπίσει αυτό το σχήμα ως το πλαίσιο-οδηγό για τα επόμενα τρία χρόνια και μετά. Η στρατηγική τοποθέτηση **θα καθοδηγείται από τη συνεργασία και τον "μετρημένο ανταγωνισμό"** με διαχειρίσιμες διαφορές.

Συνοπτικά, έτσι διαμορφώνεται η κατάσταση στην κορυφή του γεωπολιτικού πεδίου, ενόσω στο... υπέδαφος εξελίσσονται τοπικές συγκρούσεις στρατηγικού ενδιαφέροντος.

Σχεδόν στο ίδιο χρονικό διάστημα, περί τα 5.059 μίλια (8.141 χλμ.) μακριά, **το Ηνωμένο Βασίλειο βυθίζεται σε πολιτικό χάος**, που πυροδοτεί και οικονομικές αναταράξεις. Σε κατάσταση πολιορκίας η **Downing Street**, καθώς ο **Keir Starmer** είναι αντιμέτωπος με το πιο κρίσιμο-μέχρι τώρα- 48ωρο της θητείας του. Σπί-

θα που άναψε την φωτιά η παραίτηση του **Wes Streeting**, με τον Υπ. Υγείας να ηγείται προσπάθειας ανατροπής του Βρετανού Πρωθυπουργού.

Το όλο κλίμα, όπως διαμορφώνεται από το μεσημέρι της Τρίτης, **προσμοιάζει όλο και περισσότερο με αυτό που οδήγησε σε παραίτηση την Liz Truss** (20 Οκτωβρίου 2022). Ήταν η συντομότερη θητεία πρωθυπουργού στην ιστορία της Βρετανίας (45 ημερών/6 εβδομάδων). Στην προσπάθειά της- η επικεφαλής των Συντηρητικών- να περιορίσει το ενεργειακό κόστος και να προωθήσει έναν μίνι προϋπολογισμό για την ενίσχυση της ανάπτυξης, βασισμένο σε μειώσεις φόρων δεκάδων δισεκατομμυρίων λιρών, χρηματοδοτούμενες από το χρέος, **προκλήθηκε κραχ στην αγορά ομολόγων (χρέους) με τη λίρα να βυθίζεται, τις αποδόσεις κρατικών τίτλων να εκτινάσσονται**.

Η BoE παρενέβη εσπευσμένα στην αγορά ομολόγων απέναντι σε έναν σημαντικό κίνδυνο για τη χρηματοπιστωτική σταθερότητα του Ηνωμένου Βασιλείου. **Εκείνη την περίοδο το βρετανικό χρέος υπέστη αφόρητες πιέσεις μετά από στοχευμένες επιθέσεις των λεγόμενων *bond vigilantes***. Μάλιστα είχε ειπωθεί, πως εάν δεν παραιτείτο η Truss το ασφαλιστικό/συνταξιοδοτικό σύστημα της Βρετανίας θα μπορούσε να κινδυνεύσει ακόμη και με ολική κατάρρευση/χρεοκοπία. Είναι σε αυτό το σημείο θραύσης (breaking point) η κατάσταση; Ακόμη όχι, αλλά με το **UK10Y για τρίτη ημέρα πάνω από το όριο του 5%** ο κίνδυνος δεν είναι μόνον θεωρη-

τικός. Συνδέεται με την ηπειρωτική Ευρώπη; Προφανώς και ναι. Κατ' αρχήν έμμεσα, καθώς μόνον η **Γερμανία και η Ιταλία πρέπει να τραβήξουν από τις αγορές περί τα €200 δισ. και €400 δισ. αντίστοιχα, μέσω εκδόσεων κρατικών ομολόγων**.

Σε περίοδο καλπάζοντος πληθωρισμού, προεξοφλούμενης αύξησης επιτοκίων, φθίνουσας ανταγωνιστικότητας της ευρωπαϊκής οικονομίας. Ειρωνεία της ιστορίας, την ώρα που **Χι-Trump** συναντώνται στο Πεκίνο, επανεξετάζοντας τις σχέσεις μεταξύ των δύο υπερδυνάμεων/συστημάτων γεωπολιτικής ισορροπίας, στις Βρυξέλλες έχει σιμάνει... amber alert για την πολιτική ηγεσία της ΕΕ. Και στην άλλη πλευρά της Μάγχης, παροξύνεται η κρίση.

Στον απόηχο όλων αυτών, 2.096 μίλια (3.373 χλμ) νοτιότερα, **στο Costa Navarino, διοργανώνεται το European Gulf Forum**. Κλειστό φόρουμ (από τον επικεφαλής του ομίλου ANTI, Θεοδωρή Κυριακού) παρουσία του **Κυριάκου Μπισσοτάκη** και συμμετοχή των **Christine Lagarde, Kristalina Georgieva, Giorgia Meloni** και υπουργών από **Σαουδική Αραβία, Κουβέϊτ, Μπαχρέϊν, ΗΑΕ** αλλά και **επιτελικών του Atlantic Council (Tony Blair)**, κ.α. Τί σημαίνει αυτό το φόρουμ; Σημειολογικά (κατ' αρχήν) πως σε αυτή την συγκυρία η ελληνική πλευρά επιχειρεί να επαναπροσδιορίσει την θέση της χώρας ως παράγοντα σταθερότητας, σύνδεσης κόσμων (και συμφερόντων) που τέμνονται και συναντώνται.

Θα το επιτύχει; Ευχής έργων θα ήταν.



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

• ΟΥΖΟ ΜΑΤΑΡΕΛΛΗ LIVE ΜΟΥΣΙΚΕΣ ΒΡΑΔΙΕΣ ΜΕ "ΠΑΡΑΓΓΕΛΙΕΣ"

Οι "Παραγγελίες" του Ούζου Ματαρέλλη δίνουν νέο ρυθμό στις live μουσικές βραδιές, τοποθετώντας το κοινό στο επίκεντρο της εμπειρίας, καθώς η μουσική της βραδιάς διαμορφώνεται μέσα από τη συμμετοχή των παρευρισκόμενων.

Όπως αναφέρεται στη σχετική ανακοίνωση, σε επιλεγμένα σημεία εστίασης, με κάθε παραγγελία φιάλης Ούζου Ματαρέλλη, οι παρέες έχουν τη δυνατότητα να συμμετέχουν ενεργά στη διαμόρφωση του μουσικού προγράμματος, επιλέγοντας τραγούδια μέσα από ειδικά διαμορφωμένη λίστα. Παράλληλα, δίνεται η δυνατότητα αποστολής προσωπικών μηνυμάτων, τα οποία διαβάζονται από τη μπάντα επί σκηνής, προσθέτοντας έναν πιο προσωπικό και απρόβλεπτο χαρακτήρα στη βραδιά.



SECRETRECIPE

Και έπεται συνέχεια...

Η κίνηση μεγάλου παίκτη της αγοράς να ανοίξει ένα τμήμα του business, με το οποίο δεν είχε ασχοληθεί μέχρι σήμερα, άνοιξε την όρεξη και στον ανταγωνισμό, ο οποίος ήδη σχεδιάζει τη δραστηριοποίησή του σε αυτό το κομμάτι. Και όπως πληροφορείται το Fnb Daily, δεν είναι μόνο ο βασικός ανταγωνιστής, αλλά και μικρότεροι. Βλέπετε, τα περιθώρια εκεί είναι μεγάλα. Πολύ μεγάλα...

Editorial

Ο τετραγωνισμός του κύκλου

Η εξίσωση είναι εξ αρχής δύσκολη για όσους έχουν αποφασίσει να επιχειρήσουν στην εστίαση.

Πρόκειται, άλλωστε, για ένα business, από το οποίο μπορείς να χάσεις τα λεφτά σου σε χρόνο dt, αν το πράγμα στραβώσει.

Πολύ περισσότερο τον τελευταίο χρόνο, όπου η υγιής - δηλαδή, η κερδοφόρα - λειτουργία μιας τέτοιας επιχείρησης μοιάζει με τετραγωνισμό του κύκλου.

Δείτε γιατί:

Πρώτον, λόγω της αύξησης του λειτουργικού κόστους: Ενοίκιο, μισθοί, πρώτες ύλες, ενέργεια.

Δεύτερον, λόγω των αυστηρότερων ελεγκτικών μέτρων: Διασύνδεση ταμειακών μηχανών με POS και ψηφιακή κάρτα εργασίας.

Τρίτον, λόγω της αλλαγής συνθηκών των καταναλωτών.

Πρόκειται για τρεις λόγους, που αποτελούν τα απόλυτα συγκοινωνούντα δοχεία μεταξύ τους.

Η αύξηση του λειτουργικού κόστους οδηγεί μοιραία σε αύξηση των τιμών των παρεχόμενων προϊόντων και υπηρεσιών, ώστε το business να είναι κερδοφόρο.

Τα αυστηρότερα ελεγκτικά μέτρα σημαίνουν μείωση της φοροδιαφυγής και της μαύρης εργασίας. Συνεπώς, όσοι έκαναν business plan βασισμένο σε αδήλωτα έσοδα και εργαζόμενους, ώστε να πωλούν φτηνότερα - στρέβλωση ανταγωνισμού λέγεται αυτό -, τώρα, τα νούμερα δεν τους βγαίνουν. Άρα, αναγκάζονται να αυξήσουν τιμές, χάνοντας πελατεία, δεδομένου ότι το USP τους ήταν οι τιμές και όχι η ποιότητα. Ο μέσος καταναλωτής δεν μπορεί να κάνει afford στην ίδια συχνότητα με πριν τις εξόδους του για φαγητό, ποτό κλπ. Και οδηγείται στην επιλογή του take away για τη βόλτα του - καφέ, ποτό, πρόχειρο φαγητό στο χέρι και κατανάλωση σε πλατείες, πάρκα κλπ. -, ή της κατανάλωσης στο σπίτι (είτε σε delivery, είτε και κυρίως σε αγορές από το super market για να μαγειρέψει ο ίδιος, να φτιάξει τα ποτά του, τον

καφέ του κλπ.).

Για να μπορέσουν να μείνουν κερδοφόρες, αλλά και να ανακτήσουν πελατεία, πολλές επιχειρήσεις ρίχνουν τις τιμές μέσω της υποβάθμισης της ποιότητας. Έτσι, όμως, χάνουν τους πελάτες εκείνους, οι οποίοι τις προτιμούσαν για την ποιότητά τους, έχοντας ταυτόχρονα και την οικονομική δυνατότητα να υποστηρίζουν και τις αυξήσεις τιμών. Όμως, αυτοί είναι λίγοι και για κάποιες επιχειρήσεις δεν αρκούν για να βγει η εξίσωση.

Ο απόλυτος φαύλος κύκλος, δηλαδή.

Λύση υπάρχει;

Μόνο μέσω της εύρεσης 100% low price και value for money πρώτων υλών, ακινήτων, συσκευών και λαμπτήρων χαμηλής κατανάλωσης ενέργειας και αποδοτικής λειτουργίας κλπ. Αυτό, όμως, απαιτεί πολύ σκάψιμο στην αγορά, αλλά και τεχνογνωσία.

Μπορούν να το κάνουν όλοι;

Όχι.

Τόσο διότι δεν έχουν τον χρόνο, όσο και κυρίως διότι δεν ξέρουν και δεν θέλουν να το μάθουν και να μάθουν.

Συνεπώς, το μεγάλο ξεκαθάρισμα, για το οποίο σας είχα μιλήσει από αυτή εδώ τη στήλη πέρυσι, θα συνεχιστεί με αμείωτη ένταση.

Είναι κακό;

Όχι, από την άποψη ότι θα επιβιώσουν οι επιχειρήσεις εκείνες, που στη συντριπτική τους πλειονότητα είναι δομημένες, σωστά οργανωμένες και λειτουργούν με απόλυτα επαγγελματικά κριτήρια.

Οι εργαζόμενοι σε όσες κλείσουν, θα βρουν δουλειά.

Δεν ανησυχώ.

Αλλιώς, το "Δεν υπάρχει προσωπικό" είναι ένας μύθος.

Που δεν νομίζω.

Τόσο απλά.

Νεκτάριος Β. Νώτης
nectarios@notice.gr