



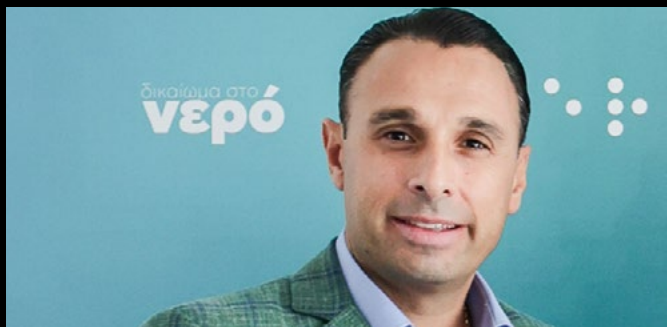
# FNB SERVED DAILY.

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

ΤΕΤΑΡΤΗ 06 ΜΑΪΟΥ 2026  
ΤΕΥΧΟΣ 2318



#### • ΔΗΜΗΤΡΗΣ ΤΣΕΛΙΟΣ (ΘΕΟΝΗ)

Δεν σκεφτόμαστε την είσοδο επενδυτή  
- Ανάπτυξη 24% στα s/m το τετράμηνο, ευκαιρίες  
στα Ηνωμένα Αραβικά Εμιράτα



#### • PREMIER CAPITAL ΕΛΛΑΣ

Οριακή ανάπτυξη και βουτιά κερδοφορίας πέρυσι με...  
μείον ένα κατάστημα - Το φετινό πλάνο για το δίκτυο



#### • COCA-COLA HBC

Γιατί η Eurobank Equities ανέβασε στα €59,5 τον πήχη  
για τη μετοχή – Τα οφέλη από την εξαγορά της CCBA



#### • EURICOM HELLAS

Νέο επενδυτικό πλάνο €5 εκατ. σε υποδομές  
και παραγωγή - Προς διπλασιασμό φέτος  
τα στρέμματα με Arborio

### Editorial

Παραγωγική ευημερία

### Debrief

Χωρίς ανάσα

### Business Maker

- Η ΜΕΒΓΑΛ σε άνοδο και η... ξεχασμένη επένδυση που επιστρέφει
- Nespresso: το στοίχημα της Gen Z και το χαρτί Dua Lipa

### Business Insight

Ένα δεδομένο, ένα ενδεχόμενο και ένα αναπόφευκτο

### SecretRecipe

Αγριεύει η κατάσταση στο ΧΑ: Αναστολή διαπραγμάτευσης της Mediterra

• ΔΗΜΗΤΡΗΣ ΤΣΕΛΙΟΣ (ΘΕΟΝΗ)

## ΔΕΝ ΣΚΕΦΤΟΜΑΣΤΕ ΤΗΝ ΕΙΣΟΔΟ ΕΠΕΝΔΥΤΗ - ΑΝΑΠΤΥΞΗ 24% ΣΤΑ S/M ΤΟ ΤΕΤΡΑΜΗΝΟ, ΕΥΚΑΙΡΙΕΣ ΣΤΑ ΗΝΩΜΕΝΑ ΑΡΑΒΙΚΑ ΕΜΙΡΑΤΑ

Με θετικό πρόσημο έκλεισε το α' τετράμηνο του έτους για το Θεόνη, καταγράφοντας σημαντική αύξηση πωλήσεων στο κανάλι του super market, της τάξης του 24%, σε σύγκριση με την αντίστοιχη περίοδο του προηγούμενου έτους, εξέλιξη που συνδέεται τόσο με εμπορικές κινήσεις, όσο και με ανατιμήσεις που εφαρμόστηκαν νωρίς μέσα στη χρονιά. Η τιμή βασικού προϊόντος στο ράφι διαμορφώνεται πλέον λίγο πάνω από τα €2, αντανakλώντας τις ευρύτερες πληθωριστικές πιέσεις στον κλάδο.

### Η ΕΙΚΟΝΑ ΤΗΣ ΑΓΟΡΑΣ

Όπως αναφέρει στο Fnb Daily ο Διευθύνων Σύμβουλος της εταιρείας, Δημήτρης Τσέλιος, η εικόνα της αγοράς φυσικού μεταλλικού νερού στην Ελλάδα κατά το ξεκίνημα του έτους διαμορφώνεται σε περιβάλλον έντονης εποχικότητας, με την κατανάλωση να κορυφώνεται παραδοσιακά τους θερινούς μήνες. Μέσα σε αυτό το πλαίσιο, το Θεόνη καταγράφει ήδη από το α' τετράμηνο επιδόσεις που υποδηλώνουν ενίσχυση της θέσης της, ιδιαίτερα στο οργανωμένο λιανεμπόριο.

Στην εγχώρια αγορά, το μεγαλύτερο μέρος του κύκλου εργασιών προέρχεται πλέον από το κανάλι HoReCa, το οποίο αντιπροσωπεύει περίπου το 65% των συνολικών πωλήσεων, έναντι 35% από το λιανεμπόριο. Παρά τις γενικότερες εκτιμήσεις για επιβράδυνση στον συγκεκριμένο κλάδο την προηγούμενη χρονιά, η διοίκηση της εταιρείας επισημαίνει ότι η ζήτηση για προϊόντα υψηλής ποιότητας παρέμεινε ανθεκτική και η ίδια εικόνα αναμένεται να διαμορφωθεί και φέτος.

### ΕΞΑΓΩΓΕΣ ΣΕ 18 ΑΓΟΡΕΣ

Παράλληλα, η δραστηριότητα εκτός συνόρων κινείται σε σταθερά επίπεδα, χωρίς αξιόλογη μεταβολή σε σχέση με πέρυσι. Η συγκράτηση αυτή αποδίδεται και στις γεωπολιτικές εντάσεις, οι οποίες από τη μια έχουν επηρεάσει τον ρυθμό σύναψης νέων συνεργασιών διεθνώς, από την άλλη έχουν ενισχύσει την ζήτηση σε αγορές όπως είναι τα Ηνωμένα Αραβικά Εμιράτα. Η εταιρεία διατηρεί παρουσία σε περίπου 18 αγορές, με βασικούς προορισμούς τις Ηνωμένες Πολιτείες, τις χώρες της Μέσης Ανατολής και επιλεγμένες ευρωπαϊκές αγορές.

Σε επίπεδο οικονομικών μεγεθών, ο ετήσιος κύκλος εργασιών εκτιμάται ότι κινήθηκε πέρυσι κοντά στα €38,5 εκατ., με την εταιρεία να



Δημήτρης Τσέλιος, CEO, Θεόνη

συνεχίζει σε τροχιά ανάπτυξης, χωρίς ωστόσο να έχουν ακόμη οριστικοποιηθεί τα τελικά στοιχεία για που αφορούν την κερδοφορία.

### ΟΙ ΕΠΕΝΔΥΣΕΙΣ ΠΕΝΤΑΕΤΙΑΣ

Το επενδυτικό πλάνο κινείται σε πολυετή ορίζοντα, με στόχο την ενίσχυση της παραγωγικής δυναμικότητας και τη διαφοροποίηση του χαρτοφυλακίου. Αν και δεν δημοσιοποιούνται συγκεκριμένα μεγέθη, η στρατηγική περιλαμβάνει συνεχή αναβάθμιση υποδομών και προϊόντων.

Σύμφωνα με τον κ. Τσέλιο, το Θεόνη, που έχει εδραιωθεί ως premium brand φυσικού μεταλλικού νερού στην ελληνική αγορά, δίνει ιδιαίτερη έμφαση στην καινοτομία, κυρίως μέσω της ανάπτυξης εναλλακτικών μορφών συσκευασίας. Ξεχωρίζει η επένδυση στη χάρτινη συσκευασία, όπου η εταιρεία

διαθέτει ήδη παρουσία με προϊόντα όπως το δλίτρο, ενώ σχεδιάζεται περαιτέρω διεύρυνση της γκάμας σε διαφορετικά μεγέθη.

### ΠΡΟΤΕΡΑΙΟΤΗΤΑ ΤΟ BUSINESS PLAN

Σε ό,τι αφορά ενδεχόμενες συνεργασίες ή είσοδο επενδυτών, η διοίκηση της εταιρείας διατηρεί επιφυλακτική στάση, υπογραμμίζοντας ότι η τρέχουσα προτεραιότητα είναι η αυτόνομη ανάπτυξη στο πλαίσιο του υφιστάμενου επιχειρηματικού σχεδίου.

Συγκεκριμένα ο κ. Τσέλιος τόνισε στο Fnb Daily ότι "δεν σκεφτόμαστε την είσοδο επενδυτή", επισημαίνοντας ότι η έμφαση δίνεται στην υλοποίηση του επενδυτικού σχεδίου.

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

• COCA-COLA HBC

## ΓΙΑΤΙ Η EUROBANK EQUITIES ΑΝΕΒΑΣΕ ΣΤΑ €59,5 ΤΟΝ ΠΗΧΗ ΓΙΑ ΤΗ ΜΕΤΟΧΗ – ΤΑ ΟΦΕΛΗ ΑΠΟ ΤΗΝ ΕΞΑΓΟΡΑ ΤΗΣ CCBA

Στα €59,5 από €46 προηγουμένως ανέβασε τον πήχη για τη μετοχή της Coca-Cola HBC η Eurobank Equities, αναθεωρώντας παράλληλα την αξιολόγηση σε αγορά από διακράτηση πριν. Ωστόσο, αναμένει ότι η επανατιμολόγηση θα είναι σταδιακή και όχι γραμμική, με τη γεωπολιτική αναταραχή και τη μεταβλητότητα του κόστους εισροών να δημιουργούν κατά διαστήματα σημεία εισόδου.

Σύμφωνα με τους αναλυτές της χρηματιστηριακής, οι αναθεωρημένες προβλέψεις αποτυπώνουν ένα πιο απαιτητικό βραχυπρόθεσμο περιβάλλον, ενσωματώνοντας την Coca-Cola Beverages Africa (CCBA) από το 2027 και μετά.

Η εξαγορά της τελευταίας, αυξάνει την έκθεση του ομίλου σε διαρθρωτικά ταχύτερα αναπτυσσόμενες αφρικανικές αγορές ενισχύοντας το μακροπρόθεσμο προφίλ αύξησης εσόδων της Coca-Cola HBC, αν και με κάποια αρχική πίεση στα περιθώρια λόγω κόστους ενσωμάτωσης και εκτέλεσης.

### ΤΙ ΦΕΡΝΕΙ ΤΟ DEAL ΣΤΗΝ ΑΦΡΙΚΗ

Οι αναλυτές της χρηματιστηριακής θεωρούν τη συμφωνηθείσα εξαγορά της CCBA στρατηγικά ιδιαίτερα ελκυστική, μετασχηματίζοντας τη CCH στον δεύτερο μεγαλύτερο εμφιαλωτή στο σύστημα της Coke σε όρους όγκου και προσθέτοντας βασικές αφρικανικές αγορές με ελκυστικά δημογραφικά χαρακτηριστικά και προοπτικές ανάπτυξης κατηγορίας. Σύμφωνα με τις εκτιμήσεις τους, η CCBA θα προσθέσει περίπου 20% στο EBIT του ομίλου. Η Νότια Αφρική παρέχει τη βασική, ισχυρά ταμειακά δημιουργική βάση, ενώ η Ανατολική Αφρική προσφέρει δυνατότητες ανάπτυξης μεγαλύτερης διάρκειας.

Αναμφίβολα, το αποκτώμενο αποτύπωμα συνεπάγεται αυξημένο συναλλαγματικό, ρυθμιστικό και εκτελεστικό κίνδυνο, ωστόσο οι δυνατότητες διανομής της CCH, η διαχείριση ανάπτυξης εσόδων και η λειτουργική πειθαρχία αναμένεται να υποστηρίξουν τη βελτίωση των περιθωρίων με την πάροδο του χρόνου.

### ΙΣΧΥΡΟΣ ΙΣΟΛΟΓΙΣΜΟΣ

Ακόμη και μετά την ενσωμάτωση της CCBA, ο ισολογισμός της CCH θα παραμείνει ισχυρός, με τη μόχλευση να αυξάνεται προσωρινά στο κατώτερο εύρος του 1,5-2x.

Μετά το 2027, η ισχυρή δημιουργία ταμει-



Zoran Bogdanovic, CEO, Coca-Cola HBC AG

ακών ροών αναμένεται να υποστηρίξει ταχεία απομόχλευση, βοηθούμενη και από τη διευρυμένη βάση κερδών και τη μετατροπή ταμειακών ροών του ομίλου. Αυτό θα επιτρέψει στη CCH να διατηρήσει τόσο τη χρηματοοικονομική ευελιξία όσο και το προφίλ μερίσματος (διανομή 41% ενσωματωμένη στις εκτιμήσεις μας, CAGR μερίσματος ανά μετοχή 13% προβλέπεται για την περίοδο 2027-30).

### GUIDANCE ΓΙΑ 2026

Αναφορικά με τις φετινές προοπτικές της Coca-Cola HBC, η χρηματιστηριακή εξακολουθεί να αναμένει ένα ακόμη έτος ισχυρής ανάπτυξης (+8,5% οργανικό EBIT), υποστηριζόμενο από:

- πειθαρχία στις τιμολογήσεις
- ανθεκτική ισχύ εμπορικών σημάτων
- συνεχιζόμενη δυναμική στις αναδυόμενες αγορές

Το guidance της διοίκησης κάνει λόγο για οργανική αύξηση εσόδων 6%-7% και οργανική αύξηση EBIT 7%-10%, με την Eurobank Equities να θεωρεί ότι το κατώτερο εύρος αυτών των προβλέψεων παραμένει καλά διασφαλισμένο, παρά το λιγότερο ευνοϊκό εξωτερικό περιβάλλον. Οι γεωπολιτικές εντάσεις και οι ανανεωμένες πληθωριστικές πιέσεις έχουν αυξήσει την αβεβαιότητα γύρω από τη ζήτηση, τις εφοδιαστικές αλυσίδες και το κόστος εισροών.

Ωστόσο, όπως αναφέρει, η CCH εισήλθε στο έτος με ισχυρή εμπορική δυναμική, σημαντική αντιστάθμιση κινδύνου σε εμπορεύματα και αποδεδειγμένη ευελιξία τιμολόγησης.

Μάκης Αποστόλου  
[makis@notice.gr](mailto:makis@notice.gr)



Eua Mpelantaki, Senior Brand Manager Juices, Coca-Cola HBC

## • COCA - COLA HBC NEA SENIOR BRAND MANAGER JUICES Η ΕΥΑ ΜΠΕΛΑΝΤΑΚΗ

Τη θέση της Senior Brand Manager Juices στην Coca-Cola HBC ανέλαβε η Εύα Μπελαντάκη, εντασσόμενη στο τμήμα CCH Brands. Στον νέο της ρόλο έχει την ευθύνη για τα brand Amita Motion και Frulite.

Η επαγγελματική της πορεία στον κλάδο του marketing και της διαχείρισης brands εκτείνεται σε περίπου τρία χρόνια στην εταιρεία, με προηγούμενες θέσεις που καλύπτουν διαφορετικές κατηγορίες προϊόντων και αγορές.

Πριν από τη μετάβασή της στον τομέα των χυμών, η κα. Μπελαντάκη εργάστηκε ως Coffee Marketing Lead για Ελλάδα και Κύπρο στην Coca-Cola HBC από τον Φεβρουάριο του 2025 έως τον Μάιο του 2026.

Από τον Αύγουστο του 2023 έως τον Ιανουάριο του 2025, κατείχε τη θέση Premium Spirits Marketing Lead για την ελληνική αγορά στην ίδια εταιρεία.

### ΠΟΛΥΕΤΗΣ ΠΑΡΟΥΣΙΑ ΣΤΗΝ L'OREAL

Πριν ενταχθεί στην Coca-Cola HBC, η επαγγελματική της εμπειρία περιλαμβάνει πολυετή παρουσία στην L'Oréal, όπου εργάστηκε συνολικά για σχεδόν επτά χρόνια σε ρόλους product brand management. Μεταξύ άλλων, διετέλεσε Product Brand Manager για τη σειρά Garnier στον τομέα της περιποίησης μαλλιών, ενώ προηγουμένως είχε αναλάβει αντίστοιχες ευθύνες στους τομείς της βαφής και του styling μαλλιών.

• **HERSHEY**  
**Η ΝΕΑ ΔΙΑΤΡΟΦΙΚΗ ΤΑΣΗ ΠΟΥ ΔΙΠΛΑΣΙΑΣΕ ΤΑ ΚΕΡΔΗ ΤΗΣ**

Η Hershey ξεπέρασε τις εκτιμήσεις για τα κέρδη του α' τριμήνου, χάρη στην ισχυρή ζήτηση για πιο υγιεινά snacks, όπως το pop κορν LesserEvil και τα προϊόντα μέντας της, καθώς οι διατροφικές συνήθειες μεταβάλλονται λόγω της αυξανόμενης χρήσης φαρμάκων απώλειας βάρους GLP-1.

Η Hershey περιγράφει αυτή την τάση ως "functional snacking" (λειτουργικά snacks), δηλαδή προϊόντα σχεδιασμένα να καλύπτουν συγκεκριμένες ανάγκες υγείας ή τρόπου ζωής, και ανέφερε ότι αυτή επηρεάζει όλο και περισσότερο τη στρατηγική καινοτομίας προϊόντων της.

Η εταιρεία δήλωσε ότι η υιοθέτηση των φαρμάκων GLP-1 συνέβαλε σε αύξηση 8% στις λιανικές πωλήσεις της μάρκας Ice Breakers, καθώς οι χρήστες στρέφονται όλο και περισσότερο σε καραμέλες μέντας και τσίχλες για να αντιμετωπίσουν την "Ozempic breath", μια κατάσταση που εμφανίζεται σε χρήστες GLP-1 λόγω μειω-

μένης παραγωγής σάλιου ή ναυτίας.

**Ο ΡΟΛΟΣ ΤΩΝ ΦΑΡΜΑΚΩΝ**

Τα φάρμακα GLP-1 αλλάζουν τον τρόπο με τον οποίο οι καταναλωτές αγοράζουν τρόφιμα και ποτά και οργανώνουν τα γεύματά τους, ωθώντας τις μεγάλες εταιρείες τροφίμων να αυξήσουν τις επενδύσεις σε νέα προϊόντα και μεγέθη συσκευασίας.

"Το functional snacking είναι ένα μικρό αλλά ισχυρό κομμάτι της ανάπτυξής μας και θα δείτε επενδύσεις στην καινοτομία", δήλωσε ο CEO της Hershey, Kirk Tanner, ο οποίος ανέλαβε καθήκοντα τον Αύγουστο του περασμένου έτους.



Kirk Tanner, Πρόεδρος και CEO, Hershey

**DATA Α' τρίμηνο 2026 (σε \$κατ.)**  
Καθαρές πωλήσεις: 3.104,2 (+10,6%)  
Οργανικές πωλήσεις (με σταθερή συναλλαγματική βάση): +7,9%  
Καθαρά κέρδη: 435,1 (+93,6%)

Η εταιρεία επανέλαβε τους ετήσιους στόχους της για αύξηση πωλήσεων και κερδών, με τους αναλυτές να σημειώνουν ότι οι προβλέψεις υποδηλώνουν επιβράδυνση στο υπόλοιπο της χρονιάς.

• **ΓΡΗΓΟΡΗΣ**  
**SILVER SPONSOR ΣΤΟΝ 11ο ΔΙΕΘΝΗ ΤΥΙ ΜΑΡΑΘΩΝΙΟ ΡΟΔΟΥ**

Ο Γρηγόρης συμμετείχε ως Silver Sponsor στον 11ο Διεθνή ΤΥΙ Μαραθώνιο Ρόδου 2026, που πραγματοποιήθηκε την Κυριακή 26 Απριλίου με συμμετοχές από την Ελλάδα και το εξωτερικό. Στη διοργάνωση έλαβαν μέρος περισσότεροι από 5.000 δρομείς από 65 χώρες, με τον Γρηγόρη να αναλαμβάνει δράσεις φιλοξενίας σε όλα τα στάδια του αγώνα. Την παραμονή του Μαραθωνίου πραγματοποιήθηκε το Breakfast Run, όπου οι συμμετέχοντες είχαν την ευκαιρία να γνωρίσουν μέρος της διαδρομής και να προετοιμαστούν για τον αγώνα. Την ημέρα του Μαραθωνίου, ο Γρηγόρης υποδέχθηκε τους δρομείς στον τερματισμό, προσφέροντας λεμονάδες και lunch boxes με αμυγρές και γλυκές επιλογές, συμβάλλοντας στην αποκατάσταση των αθλητών μετά την προσπάθειά τους. Παράλληλα, τα 10 καταστήματα του Γρηγόρη στην Ρόδο συμμετείχαν στη διοργάνωση, προσφέροντας ειδικές εκπτώσεις σε καφέδες και ροφήματα για αθλητές, εθελοντές και διοργανωτές.



**Γρηγόρης**  
**SILVER SPONSOR** TUI RHODES marathon 26 APRIL 2026

• **ΙΝΔΙΑ**  
**ΕΠΙΣΤΡΕΦΕΙ ΣΤΙΣ ΕΞΑΓΩΓΕΣ ΣΙΤΑΡΙΟΥ**  
**ΜΕΤΑ ΑΠΟ 4 ΧΡΟΝΙΑ**

Οι Ινδοί έμποροι έχουν αρχίσει να εξάγουν σιτάρι για πρώτη φορά μετά από τέσσερα χρόνια, καθώς τα επαρκή αποθέματα, οι υψηλότερες διεθνείς τιμές και τα αυξημένα ναύλα έχουν δημιουργήσει ένα παράθυρο ευκαιρίας για μικρές αποστολές προς αγοραστές στην Ασία και την Μέση Ανατολή, σύμφωνα με πηγές της αγοράς.

Ο όμιλος καταναλωτικών αγαθών ITC έχει ξεκινήσει τη φόρτωση 22.000 μετρικών τόνων σιταριού στο δυτικό λιμάνι Kandla για αποστολή προς τα Ηνωμένα Αραβικά Εμιράτα, ανέφεραν πηγές, οι οποίες ζήτησαν να μην κατονομαστούν καθώς δεν ήταν εξουσιοδοτημένες να μιλήσουν στα Μέσα ενημέρωσης. Η Ινδία, ο μεγαλύτερος παραγωγός σιταριού στον κόσμο μετά την Κίνα, επέτρεψε φέτος τις εξαγωγές, αίροντας την απαγόρευση στις πωλήσεις στο εξωτερικό που είχε επιβληθεί το 2022.

Το Νέο Δελχί είχε παρατείνει τους περιορισμούς το 2023 και το 2024, αφού η ακραία ζέστη συρρίκνωσε τις καλλιέργειες και μείωσε τα αποθέματα, ωθώντας τις εγχώριες τιμές σε ιστορικά υψηλά επίπεδα και ενισχύοντας τις εκτιμήσεις ότι η χώρα ίσως χρειαστεί να εισαγάγει σιτάρι για πρώτη φορά από το 2017.

**ΕΥΝΟΪΚΕΣ ΚΑΙΡΙΚΕΣ ΣΥΝΘΗΚΕΣ**

Οι ευνοϊκές καιρικές συνθήκες του περασμένου έτους οδήγησαν σε ισχυρή συγκομιδή, διαψεύδοντας τα σενάρια εισαγωγών, βοηθώντας την κυβέρνηση να αναπληρώσει τα μειωμένα αποθέματα και δίνοντάς της την αυτοπεποίθηση να επιτρέψει τις εξαγωγές. Νωρίτερα φέτος, η κυβέρνηση του Πρωθυπουργού Narendra Modi επέτρεψε στους εμπόρους να εξάγουν 2,5 εκατ. τόνους σι-

ταριού, ενώ στα τέλη του περασμένου μήνα ενέκρινε επιπλέον 2,5 εκατ. τόνους για αποστολές. Παρά την άδεια για εξαγωγές, οι χαμηλότερες διεθνείς τιμές και τα υψηλότερα επίπεδα τιμών στην Ινδία απέτρεψαν τους εμπόρους από τη σύναψη συμφωνιών εξαγωγής. Ωστόσο, η σύγκρουση στο Ιράν αύξησε το κόστος μεταφοράς και ορισμένοι αγοραστές που χρειάζονται άμεσες παραδόσεις στράφηκαν στην Ινδία, σύμφωνα με τις ίδιες πηγές.

**ΣΥΜΦΩΝΙΕΣ ΚΑΙ ΠΡΟΚΛΗΣΕΙΣ**

Η συμφωνία για την εξαγωγή 22.000 τόνων σιταριού προς τα Ηνωμένα Αραβικά Εμιράτα έκλεισε περίπου στα \$275 ανά τόνο FOB (free on board), ανέφεραν οι πηγές.

Παρά την πρώτη συμφωνία εξαγωγής μετά από τέσσερα χρόνια, δεν αναμένεται σημαντική αύξηση των ινδικών εξαγωγών σιταριού, καθώς οι εγχώριες τιμές έχουν αυξηθεί τις τελευταίες ημέρες λόγω ζημιών στις καλλιέργειες, καθιστώντας το ινδικό σιτάρι ακριβότερο από ανταγωνιστικές προμήθειες από την Αυστραλία ή την περιοχή της Μαύρης Θάλασσας.

Οι προμήθειες από την Αυστραλία και την Μαύρη Θάλασσα τιμολογούνται περίπου στα \$290-\$300 ανά τόνο, συμπεριλαμβανομένου κόστους, ασφάλισης και ναύλων, αφήνοντας το ινδικό σιτάρι τουλάχιστον \$20 ανά τόνο ακριβότερο στις διεθνείς αγορές.

Μόνο αγοραστές με άμεσες ελλείψεις εφοδιασμού είναι πιθανό να στραφούν στο ινδικό σιτάρι, ενώ όσοι διαθέτουν επαρκή αποθέματα από την Αυστραλία, την Αργεντινή ή την Μαύρη Θάλασσα θα το βρουν λιγότερο ελκυστικό λόγω της σχετικά υψηλότερης τιμής του, σύμφωνα με τις πηγές.



• **NESPRESSO PROFESSIONAL**  
**ΣΥΜΜΑΧΟΣ ΤΩΝ**  
**ΕΠΑΓΓΕΛΜΑΤΙΩΝ**  
**ΦΙΛΟΞΕΝΙΑΣ ΣΤΗ**  
**ΝΕΑ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗ**  
**ΣΕΖΟΝ**

Η νέα τουριστική περίοδος συνοδεύεται από αυξημένες απαιτήσεις στον κλάδο της φιλοξενίας, με έμφαση στη συνέπεια και την ποιότητα εξυπηρέτησης.

Σε αυτό το πλαίσιο, η Nespresso Professional λειτουργεί ως συνεργάτης των επαγγελματιών, προσφέροντας λύσεις καφέ που υποστηρίζουν την καθημερινή λειτουργία των επιχειρήσεων καθ' όλη τη διάρκεια της σεζόν.

**Η ΓΚΑΜΑ ΤΩΝ ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ**

Η γκάμα της περιλαμβάνει 22 ποικιλίες καφέ, που καλύπτουν διαφορετικές γευστικές προτιμήσεις. Παράλληλα, δίνεται έμφαση στα κρύα ροφήματα για την καλοκαιρινή περίοδο, όπως freddo και coffee cocktails, με ενδεικτική την ποικιλία Indonesia.

**ΤΙ ΠΕΡΙΛΑΜΒΑΝΕΙ Ο ΤΟΜΕΑΣ ΤΩΝ ΕΞΟΠΛΙΣΜΩΝ**

Στον τομέα του εξοπλισμού, η Nespresso Professional διαθέτει επαγγελματικές μηχανές όπως οι Zenius, Aguila και η σειρά Momento, οι οποίες έχουν σχεδιαστεί για να ανταποκρίνονται σε απαιτήσεις υψηλής παραγωγικότητας. Οι μηχανές επιτρέπουν την παρασκευή ροφημάτων χωρίς εξειδικευμένη εκπαίδευση, με γρήγορη και σταθερή απόδοση. Στη σειρά αυτή εντάσσεται και η Momento Black.

Παράλληλα, η Nespresso Professional συνεχίζει να προσφέρει δωρεάν πρόγραμμα ανακύκλωσης καψουλών, στο πλαίσιο της στρατηγικής βιωσιμότητας και εταιρικής υπευθυνότητας. Οι χρησιμοποιημένες κάψουλες συλλέγονται και επεξεργάζονται, με τον καφέ να αξιοποιείται ως φυσικό λίπασμα και το αλουμίνιο να ανακυκλώνεται σε νέα προϊόντα, εντάσσοντας τη διαδικασία στην καθημερινή λειτουργία των επιχειρήσεων.



• **ABINBEV**

## Η ΖΗΤΗΣΗ ΣΤΗΝ ΚΕΝΤΡΙΚΗ ΑΜΕΡΙΚΗ ΑΝΤΙΣΤΑΘΜΙΣΕ ΤΙΣ ΠΙΕΣΕΙΣ ΣΤΟ Α' ΤΡΙΜΗΝΟ

Η Anheuser-Busch InBev κατέγραψε απροσδόκητη αύξηση στους όγκους πωλήσεων, καθώς η ισχυρή ζήτηση για μπύρα στην περιοχή που περιλαμβάνει το Μεξικό αντιστάθμισε την υποτονικότητα στις ΗΠΑ και την Κίνα.

**DATA Α' τρίμηνο (σε \$εκ.α.)**

Έσοδα (σε \$εκ.α.)

2026: 15.267

2025: 13.628

μεταβολή: 5,8%

Όγκοι πωλήσεων (σε χιλ. hl)

2026: 136.409

2025: 136.268

μεταβολή: 0,8%

Εικόνα ανά κατηγορία

όγκοι μπύρας: +1,2%

όγκοι κατηγοριών non beer: -1,9%



Michel  
Doukeris,  
CEO, AB  
InBev

**DATA όγκοι πωλήσεων ανά γεωγραφική περιοχή**

Βόρεια Αμερική: -3,1%

Κεντρική Αμερική: +4,8%

Νότια Αμερική: -0,3%

EMEA: +1,3%

Ασία/Ειρηνικός: -0,4%

εν μέσω ευρείας υποχώρησης της κατανάλωσης αλκοόλ.

**ΠΡΟΟΠΤΙΚΕΣ**

Οι παραγωγοί αλκοολούχων ποτών αντιμετωπίζουν επιβράδυνση της ζήτησης από τους καταναλωτές λόγω ανησυχιών για το κόστος και τις αρνητικές επιπτώσεις στην υγεία. Η AB InBev επιδιώκει να διαφοροποιήσει το χαρτοφυλάκιό της με την αναπτυσσόμενη κατηγορία non beer προϊόντων, η οποία περιλαμβάνει και τα έτοιμα προς κατανάλωση ποτά (RTDs – ready-to-drink).

Ενώ ανταγωνίστριες ζυθοποιίες όπως η Heineken NV και η Carlsberg A/S έχουν προειδοποιήσει ότι η σύγκρουση στην Μέση Ανατολή έχει αυξήσει το κόστος ενέργειας και πρώτων υλών, ο αναλυτής της Citigroup, Simon Hales, δήλωσε ότι η AB InBev είναι λιγότερο εκτεθειμένη λόγω της ισχυρής παρουσίας της στην αμερικανική ήπειρο.

Η εταιρεία με έδρα το Βέλγιο διατήρησε τη μεσοπρόθεσμη πρόβλεψή της για αύξηση των κερδών προ τόκων, φόρων, αποσβέσεων και απομειώσεων (EBITDA) μεταξύ 4% και 8%.

“Πρόκειται για ένα υψηλής ποιότητας αποτέλεσμα”, ανέφεραν οι Edward Mundy και Sebastian Hickman, αναλυτές της Jefferies, σε σημειώμά τους.

Η ισχυρή ζήτηση για μπύρα στο Μεξικό, την Κολομβία και το Περού οδήγησε σε αύξηση όγκων κατά στην περιοχή, αντισταθμίζοντας πτώση στην Βόρεια Αμερική και μείωση στην περιοχή που περιλαμβάνει την Κίνα,

• **ADUS**

## ΣΥΝΕΧΙΖΕΙ ΤΗ ΣΥΝΕΡΓΑΣΙΑ ΜΕ ΤΟ "ΜΠΟΡΟΥΜΕ" ΓΙΑ ΜΕΙΩΣΗ ΣΠΑΤΑΛΗΣ ΤΡΟΦΙΜΩΝ

Η Adus συνεχίζει τη συνεργασία της με την οργάνωση "Μπορούμε", με στόχο τη μείωση της σπατάλης τροφίμων και την ενίσχυση κοινωνικών δομών μέσω δράσεων προσφοράς.

Κατά τη διάρκεια του Απριλίου, στο πλαίσιο της συνεργασίας, η εταιρεία προχώρησε σε διάθεση προϊόντων προς φορείς με κοινωνικό έργο. Συγκεκριμένα, διατέθηκαν 5.170 τεμάχια συσκευασμένων σνακ στον Δήμο Φυλής, για την κάλυψη αναγκών της τοπικής κοινότητας, καθώς και επιπλέον 360 τεμάχια στον σύλλογο Κίνηση Πολιτών Ελλάδος, που υλοποιεί δράσεις κοινωνικής αλληλεγγύης. Στην ανακοίνωση αναφέρεται ότι, "μέσα από τέτοιες πρωτοβουλίες, προϊόντα που διαφορετικά θα μπορούσαν να απορριφθούν αξιοποιούνται και διοχετεύονται σε ανθρώπους που τα έχουν ανάγκη. Η συνεργασία με το 'Μπορούμε' συμβάλλει στη διαχείριση και διάθεση τροφίμων, μετατρέποντας τη δυνητική σπατάλη σε κοινωνική προσφορά".



• **PREMIER CAPITAL ΕΛΛΑΣ**

# ΟΡΙΑΚΗ ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΚΑΙ ΒΟΥΤΙΑ ΚΕΡΔΟΦΟΡΙΑΣ ΠΕΡΥΣΙ ΜΕ... ΜΕΙΟΝ ΕΝΑ ΚΑΤΑΣΤΗΜΑ - ΤΟ ΦΕΤΙΝΟ ΠΛΑΝΟ ΓΙΑ ΤΟ ΔΙΚΤΥΟ

Οριακή ανάπτυξη και πωλήσεις €109,6 εκατ. εμφάνισε πέρυσι η Premier Capital Hellas, η οποία διαχειρίζεται τα εστιατόρια McDonald's στη χώρα μας, εξυπηρετώντας 11.526.077 πελάτες (+0,21% από το 2024). Από την άλλη πλευρά, τα προ φόρων κέρδη της εταιρείας υποχώρησαν σημαντικά για δεύτερη συνεχή χρονιά, στις €679 χιλ.

των τελευταίων ετών δείχνει ότι δύσκολα θα επιτευχθεί.

## ΕΠΕΝΔΥΣΕΙΣ

Από το 2011 που ανέλαβε ως Developmental Licence της McDonald's στην Ελλάδα, η Premier Capital Ελλάς έχει επενδύσει περίπου €50,3 εκατ. για το άνοιγμα νέων εστιατορίων, την ανακαίνιση υφιστάμενων καθώς και την αναβάθμιση των υποδομών και της τεχνολογίας σε ολόκληρο το δίκτυό της. Θυμίζουμε την επένδυση ύψους €7 εκατ. της εταιρείας για τη δημιουργία του νέου κέντρου διανομής τελευταίας τεχνολογίας στον Ασπρόπυργο, σε έκταση άνω των 4.000 τ.μ., σε στρατηγικό σημείο κοντά στην Αθήνα, στοχεύοντας να βελτιώσει την αποδοτικότητα της εφοδιαστικής αλυσίδας του δικτύου McDonald's στη χώρα μας.

χώρες, μεταξύ των οποίων και η Ελλάδα, εμφάνισε πέρυσι αύξηση του τζίρου κατά 8,1%, στα €772,67 εκατ., με την κερδοφορία, όμως, να υποχωρεί κατά 17,3%, στα €41,22 εκατ. Αυτό αποδίδεται στις συνεχιζόμενες αυξήσεις τιμών στο βόειο κρέας, παραμένοντας η κατηγορία με τον υψηλότερο πληθωρισμό στην ΕΕ φθάνοντας σε ιστορικά υψηλά λόγω της έλλειψης στην προσφορά. Αρνητική ήταν η επίπτωση στην κερδοφορία και από την αδυναμία του ρουμανικού λέου έναντι του ευρώ, καθώς κόστισε στον όμιλο λίγο πάνω από €2 εκατ.

### DATA (σε €χιλ.)

#### Κύκλος εργασιών

2025: 109.594  
2024: 108.800  
2023: 102.393  
2022: 81.628

#### Κέρδη προ φόρων

2025: 679  
2024: 2.223  
2023: 4.265  
2022: 3.595

### DATA όμιλος (σε €χιλ.)

#### Πωλήσεις

2025: 772.672  
2024: 714.667

#### EBITDA

2025: 101.211  
2024: 103.123

#### Λειτουργικά κέρδη

2025: 64.367  
2024: 69.750

#### Κέρδη προ φόρων

2025: 54.530  
2024: 61.950

#### Καθαρά κέρδη

2025: 41.221  
2024: 49.845

### INFO – ΚΑΤΑΣΤΗΜΑΤΑ McDonald's (34)

- Αττική: 22
- Θεσσαλονίκη: 4
- Κρήτη: 3
- Λάρισα: 1
- Πάτρα: 1
- Ρόδος: 1
- Ζάκυνθος: 1
- Σαντορίνη: 1

## ΝΕΟ ΚΑΤΑΣΤΗΜΑ

Σύμφωνα με τον σχεδιασμό, αναμένεται το άνοιγμα τριών εστιατορίων φέτος, στόχος πάντως που είχε τεθεί και το 2025 αλλά δεν υλοποιήθηκε. Το επόμενο σημείο θα είναι The Mall Athens (τα εγκαίνια του οποίου έχουν προγραμματιστεί για την ερχόμενη Τρίτη 12/5), ενώ θα ακολουθήσει κατά πάσα πιθανότητα ένα νέο στην Μύκονο.

Ο φιλόδοξος στόχος για το 2028, στα 50 καταστήματα, παραμένει, ωστόσο η πορεία

## Η ΕΙΚΟΝΑ ΤΟΥ ΟΜΙΛΟΥ

Συνολικά ο όμιλος Premier Capital, ο οποίος διαχειρίζεται τα εστιατόρια McDonald's σε έξι

## ΜΕΡΙΔΙΟ 14% Η ΕΛΛΑΔΑ

Παράλληλα αύξησε κατά 9 σημεία το δίκτυο καταστημάτων του (στα 202) τα οποία εξυπηρέτησαν περισσότερους από 94 εκατομμύρια πελάτες, με μόνο την Ελλάδα να εμφανίζει μείωση καθώς έκλεισε το κατάστημα στο Χαλάνδρι (Δουκίσσης Πλακεντίας), το οποίο θυμίζουμε ότι είχε ανοίξει το 2022 επενδύοντας περίπου €1,5 εκατ. Για φέτος προγραμματίζει το άνοιγμα 15 νέων εστιατορίων.

### Μερίδιο στις πωλήσεις του ομίλου (σε παρένθεση τα καταστήματα)

- Ρουμανία (114): 57%
- Ελλάδα (34): 14%
- Λιθουανία (19): 9%
- Λετονία (14): 7%
- Μάλτα (10): 7%
- Εσθονία (11): 6%

Μάκης Αποστόλου

[makis@notice.gr](mailto:makis@notice.gr)



Vladimir Janevski, επικεφαλής, Premier Capital Hellas

## • ΥΠΟΥΡΓΕΙΟ ΑΓΡΟΤΙΚΗΣ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ ΚΑΙ ΤΡΟΦΙΜΩΝ ΕΝΤΟΠΙΣΤΗΚΑΝ 76 ΚΡΟΥΣΜΑΤΑ ΑΦΘΩΔΟΥΣ ΠΥΡΕΤΟΥ ΣΕ 116 ΕΚΤΡΟΦΕΣ ΤΗΣ ΛΕΣΒΟΥ

Τα στοιχεία που καταγράφηκαν στο πλαίσιο της επιτήρησης και της δειγματοληψίας στο πεδίο για τον αφθώδη πυρετό στην Λέσβο, κατά το διάστημα από 15 Μαρτίου 2026 έως 4 Μαΐου 2026, ανακοίνωσε το Υπουργείο Αγροτικής Ανάπτυξης και Τροφίμων, σύμφωνα με τα οποία:

- Συνολικά εξετάστηκαν 674 εκτροφές
- 575 προβάτων
- 12 αιγών
- 15 βοοειδών
- 72 μικτές

Κατά τους ελέγχους, εντοπίστηκαν:

- 76 επιβεβαιωμένα κρούσματα σε 116 θετικές εκτροφές
- 22.957 ζώα εξετάστηκαν με αιμοληψία
- στο Εθνικό Εργαστήριο Αναφοράς παραλήφθησαν συνολικά 36.089 δείγματα προς εργαστηριακό έλεγχο

### Η ΕΚΚΛΗΣΗ ΤΟΥ ΥΠΟΥΡΓΕΙΟΥ

Το Υπουργείο καλεί τους κτηνοτρόφους, τους εμπόρους, τους μεταφορείς, τα σφαγεία, τις γαλακτοκομικές επιχειρήσεις και κάθε εμπλεκόμενο στην αλυσίδα παραγωγής και διακίνησης να τηρούν αυστηρά τις οδηγίες των αρμόδιων κτηνιατρικών αρχών. Η συμμόρφωση με τα μέτρα είναι κρίσιμη για τον περιορισμό της νόσου, την προστασία του ζωικού κεφαλαίου και



τη θωράκιση της παραγωγής του νησιού, όπως τονίζεται.

### Η ΤΑΥΤΟΤΗΤΑ ΤΗΣ ΝΟΣΟΥ

Ο αφθώδης πυρετός είναι εξαιρετικά μεταδοτικό ιογενές νόσημα που προσβάλλει τα δίκηλα ζώα, όπως βοοειδή, αιγοπρόβατα και χοίρους, και χαρακτηρίζεται από υψηλή μεταδοτικότητα και ταχεία εξάπλωση. Μεταδίδεται τόσο με άμεση επαφή όσο και έμμεσα, μέσω μολυσμένων αντικειμένων, οχημάτων, εξοπλισμού ή ανθρώπινης δραστηριότητας, ενώ μπορεί να μεταδοθεί και αερογενώς, αυξάνοντας σημαντικά τον κίνδυνο μόλυνσης γειτονικών εκμεταλλεύσεων. Δεν μεταδίδεται στον άνθρωπο και δεν αποτελεί απειλή για τη δημόσια υγεία, ωστόσο συγκαταλέγεται στα πλέον επικίνδυνα νοσήματα των παραγωγικών ζώων και απαιτεί την άμεση εφαρμογή αυστηρών μέτρων ελέγχου, βιοπροφύλαξης και περιορισμού των μετακινήσεων.

## • ΜΑΣΟΥΤΗΣ ΣΥΝΕΡΓΑΣΤΗΚΕ ΜΕ ΣΑΕΚ ΑΚΜΗ ΣΤΗ ΔΡΑΣΗ "BAKE FOR GOOD"

Τις ημέρες του Πάσχα, η Διαμαντής Μασούτης συνεργάστηκε με τη Σχολή Ανώτερης Επαγγελματικής Κατάρτισης ΑΚΜΗ, συμμετέχοντας ως χορηγός στη δράση κοινωνικής προσφοράς "Bake For Good".

Η πρωτοβουλία είχε ως στόχο την ανάδειξη της αξίας της προσφοράς και της αλληλεγγύης. Στο πλαίσιο της δράσης, σπουδαστές και καθηγητές Γαστρονομίας της ΣΑΕΚ Ακμή, εργαζόμενοι της Alphabet Education Group, καθώς και εργαζόμενοι – εθελοντές της Διαμαντής Μασούτης, συγκεντρώθηκαν στα εργαστήρια του campus Γαστρονομίας της ΣΑΕΚ Ακμή.

Υπό την καθοδήγηση των pastry chefs της Σχολής, παρασκεύασαν παραδοσιακά πασχαλινά αρτοσκευάσματα, όπως κουλούρια και τσουρέκια.



ΧΡΟΝΙΑ

**μασουτης**

Τα προϊόντα διατέθηκαν στο Κέντρο Ειδικών Ατόμων "Η Χαρά" και στους ξενώνες φιλοξενίας καρκινοπαθών του Συλλόγου Εθελοντών Κοινωνικής και Συναισθηματικής Στήριξης Ανθρώπων με Καρκίνο και των Οικογενειών τους "Γινόη Αγάπης".

**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

• EURICOM HELLAS

## ΝΕΟ ΕΠΕΝΔΥΤΙΚΟ ΠΛΑΝΟ €5 ΕΚΑΤ. ΣΕ ΥΠΟΔΟΜΕΣ ΚΑΙ ΠΑΡΑΓΩΓΗ - ΠΡΟΣ ΔΙΠΛΑΣΙΑΣΜΟ ΦΕΤΟΣ ΤΑ ΣΤΡΕΜΜΑΤΑ ΜΕ ARBORIO

Στην επέκταση κι εκσυγχρονισμό της παραγωγικής της βάσης καθώς και στην περαιτέρω ποιοτική βελτίωση του τελικού προϊόντος εστιάζει το νέο επενδυτικό πρόγραμμα ύψους €5 εκατ. που ετοιμάζεται να θέσει προς υλοποίηση μέσα στο 2026 η Euricom Hellas.

Το πλάνο, όπως εξηγεί στο FNB Daily η Διευθύνουσα Σύμβουλος της εταιρείας, Γεωργία Κωστηνάκη, έχει ορίζοντα διετίας και υλοποιείται με ίδιους πόρους ενώ εντάσσεται στην ευρύτερη στρατηγική για τη δημιουργία υπεραξίας στο ελληνικό ρύζι.

Μεταξύ άλλων, προβλέπει εκσυγχρονισμό κρίσιμων παραγωγικών υποδομών, όπως τα ξηραντήρια, ανάπτυξη νέων σύγχρονων συσκευασιών, νέους αυτοματοποιημένους αποθηκευτικούς χώρους και παραγωγή πράσινης ενέργειας.

### ΝΕΕΣ ΠΟΙΚΙΛΙΕΣ ΡΥΖΙΟΥ

Στην ίδια στρατηγική εντάσσονται και οι παρεμβάσεις στο σκέλος της πρωτογενούς παραγωγής όπου ήδη από την περυσινή χρονιά η εταιρεία είχε προχωρήσει, σε συνεργασία με παραγωγούς, στην καλλιέργεια ρυζιού Arborio το οποίο στη συνέχεια διατέθηκε, μέσω της σειράς "Ευτοπία" στην Ελλάδα και στο εξωτερικό.

Όπως αποκαλύπτει η κα Κωστηνάκη, πρόθεση της Euricom Hellas είναι φέτος να διπλασιαστούν οι καλλιεργούμενες εκτάσεις, από τα 1.000 στα 2.000 στρέμματα ενώ παράλληλα θα καλλιεργηθούν νέες ποικιλίες μεσόσπερμου ρυζιού που μπορούν να ανταγωνιστούν σε κόστη και τιμή τις τριτοχωρικές εισαγωγές.

Όλα αυτά, όπως υπογραμμίζει, πάντα "στο πλαίσιο των ισχυρών σχέσεων εμπιστοσύνης και συνεργασίας που έχει αναπτύξει η εταιρεία με τους καλλιεργητές στη βάση της συμβολαιακής γεωργίας η οποία εξασφαλίζει υψηλή ποιότητα, ικνηλασιμότητα και σταθερότητα στην αλυσίδα εφοδιασμού".

### ΑΝΑΠΤΥΞΗ 6% ΤΟ 2025

Η κα Κωστηνάκη δηλώνει ικανοποιημένη από την ανοδική, όπως τονίζει, πορεία της σειράς "Ευτοπία" η οποία "αναποκρίνεται στην μετατόπιση της ζήτησης προς προϊόντα με ταυτότητα και προέλευση". Το πρώτο τρίμηνο του 2026 κινήθηκε για την εταιρεία χωρίς ιδιαίτερες μεταβολές στον όγκο και στην αξία πωλήσεων, μετά από ένα 2025 όπου ο



Γεωργία Κωστηνάκη, Διευθύνουσα Σύμβουλος, Euricom Hellas

κύκλος εργασιών αυξήθηκε 6%, με αντίστοιχη άνοδο και στην κερδοφορία.

#### DATA (σε €χιλ.)

##### Πωλήσεις

2024: 27.182

2023: 30.914

2022: 31.648

##### Μικτό αποτέλεσμα

2024: 3.302

2023: 3.849

2022: 4.249

##### Κέρδη προ φόρων

2024: 434

2023: 370

2022: 909

### ΠΡΑΣΙΝΟ ΦΩΣ ΑΠΟ ΒΡΥΞΕΛΛΕΣ ΣΕ ΑΔΑΣΜΟΛΟΓΗΤΕΣ ΕΙΣΑΓΩΓΕΣ

Οι επιδόσεις αυτές, όπως επισημαίνει, αποκτούν μεγαλύτερη σημασία αν ληφθεί υπόψη και το πολύ δύσκολο περιβάλλον που έχει διαμορφωθεί φέτος για το ελληνικό και, ευρύτερα, το ευρωπαϊκό ρύζι και το οποίο γίνεται ακόμα δυσκολότερο μετά την υπερψήφισή της περασμένη εβδομάδα από το Ευρωκοινοβούλιο του αναθεωρημένου Συστήματος Γενικευμένων Δασμολογικών Προτιμήσεων.

Το εν λόγω σύστημα προβλέπει την ενεργοποίηση του μηχανισμού αυτόματης προστα-

σίας (automatic safeguard) αφού οι εισαγωγές από τρίτες χώρες φτάσουν τους 562.000 τόνους (αύξηση 45% στο μέσο όρο των 10 ετών). Αν ληφθεί υπόψη ότι το 2025 εισήχθησαν στην ΕΕ περίπου 570.000 τόνοι, αντιλαμβάνεται ότι το νέο καθεστώς ουσιαστικά ισοδυναμεί με αδασμολόγητες εισαγωγές.

"Δυστυχώς, παρά τις προσπάθειές μας αλλά και τις προτάσεις που υποβάλαμε, σε συνεργασία με χώρες όπως η Ιταλία, για θέσπιση ενός χαμηλότερου ορίου ενεργοποίησης των δασμών, δεν εισακουστήκαμε και πέρασε η άποψη των Βορειοευρωπαίων", εξηγεί η κα Κωστηνάκη που εκτελεί και καθήκοντα Προέδρου στο Σύνδεσμο Ορυζόμυλων Ελλάδος (ΣΟΕ).

"Φαίνεται ότι για άλλη μια φορά, στο πλαίσιο εμπορικών συμφωνιών, η πλάστιγγα μεταξύ αγροτικής και βιομηχανικής παραγωγής έγειρε προς την πλευρά της δεύτερης", σχολιάζει, διευκρινίζοντας ότι "δεν είμαστε εναντίον του εμπορίου αλλά υπέρ του δικαίου ανταγωνισμού. Από τη μια πλευρά η ΕΕ ζητάει από τους παραγωγούς της να καλλιεργήσουν με όρους βιώσιμης γεωργίας και με συγκεκριμένα κοινωνικά πρότυπα, με το ανάλογο κόστος, και από την άλλη ανάβει το πράσινο φως σε εισαγωγές ρυζιού που δεν πληρούν ούτε περιβαλλοντικές ούτε κοινωνικές προδιαγραφές".

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

• PEPSICO

## ΔΕΚΑΕΤΗΣ VPPA ΣΤΗΝ ΕΥΡΩΠΗ ΜΕ ΣΤΟΧΟ ΤΗΝ ΑΠΑΝΘΡΑΚΟΠΟΙΗΣΗ

Η PepsiCo υπέγραψε δεκαετή εικονική σύμβαση αγοράς ηλεκτρικής ενέργειας (VPPA) με τον παραγωγό καθαρής ενέργειας Statkraft, με στόχο την απανθρακοποίηση των δραστηριοτήτων της και της εφοδιαστικής της αλυσίδας στην Ευρώπη.

Η συμφωνία αποτελεί μέρος του προγράμματος "rep+ Renew" της εταιρείας, το οποίο ξεκίνησε σε συνεργασία με την Schneider Electric το 2022, με στόχο να βοηθήσει τους εταίρους της στην εφοδιαστική αλυσίδα — συμπεριλαμβανομένων προμηθευτών, παραγωγών και εμφιαλωτών — να μεταβούν σε ηλεκτρική ενέργεια από ανανεώσιμες πηγές.

### ΥΙΟΘΕΤΗΣΗ ΑΠΕ

Το πρόγραμμα αποσκοπεί στην παροχή στους προμηθευτές των απαραίτητων πόρων και της εκπαίδευσης ώστε να κινηθούν αποτελεσματικά στην αγορά καθαρής ενέργειας και να επιταχύνουν την υιοθέτηση ανανεώσιμων πηγών μέσω συμφωνιών αγοράς ενέργειας (PPAs), σύμφωνα με τις εταιρείες. Η PepsiCo ανέφερε ότι συνεργάστηκε με τη



Ramon Laguarda, CEO, PepsiCo

διεθνή συμβουλευτική μονάδα SE Advisory Services της Schneider Electric για τη δομή της συμφωνίας με την Statkraft. Η συμφωνία αυτή αποτελεί τη δεύτερη ομάδα του rep+ Renew που υπογράφει εικονική σύμβαση

αγοράς ενέργειας (VPPA) και την πρώτη ευρωπαϊκή ομάδα για ανανεώσιμη ηλεκτρική ενέργεια.

### ΤΙ ΕΞΥΠΗΡΕΤΕΙ Η VPPA

Η VPPA ενισχύει επίσης τους στόχους που έχουν τεθεί στο πλαίσιο του προγράμματος PepsiCo Positive (rep+), της ευρύτερης στρατηγικής βιωσιμότητας της εταιρείας που ξεκίνησε το 2021, σύμφωνα με την εταιρεία. Πέρυσι, η εταιρεία αναθεώρησε τη στρατηγική βιωσιμότητάς της, η οποία περιλάμβανε την προσαρμογή του στόχου για μηδενικές καθαρές εκπομπές (net-zero) από το 2040 στο 2050 και τη χρήση του 2022 ως έτους βάσης για τις εκπομπές της, αντί του 2015. Η αναθεώρηση αυτή πραγματοποιήθηκε αφού η έκθεση βιωσιμότητας της Pepsi για το 2023 επισήμανε ότι η εταιρεία ήταν απίθανο να επιτύχει τους στόχους βιωσιμότητας για το 2025. Η αναπροσαρμογή περιλάμβανε επίσης επικαιροποιημένους στόχους για βιώσιμες συσκευασίες και τον καθορισμό νέων στόχων μείωσης εκπομπών έως το 2030.

## • Debrief •

### ΧΩΡΙΣ ΑΝΑΣΑ

Κάποτε – όχι πριν πολλά χρόνια, για να μην ξεχνιόμαστε – είχε επικρατήσει το στερεότυπο για τον "τεμπέλη Έλληνα" που ήξερε μόνο να γλεντοκοπά, σαν να μην υπάρχει αύριο.

Τα τελευταία χρόνια αλληπάλληλες έρευνες έδειξαν ότι ο συγκεκριμένος ισχυρισμός απέχει από την πραγματικότητα έτη φωτός. Οι Έλληνες όχι μόνο δεν είμαστε τεμπέληδες, αλλά αντίθετα την παραϊδρώνουμε τη φανέλα. Ακόμα και τα Σαββατοκύριακα.

[Σύμφωνα, λοιπόν, με την Eurostat](#), το 2025 μεταξύ όλων των χωρών της ΕΕ, η Ελλάδα είχε το υψηλότερο ποσοστό εργαζομένων που εργάζονταν τα Σαββατοκύριακα (31,5%). Όσο για τα αφεντικά, εκεί τα πράγματα είναι ακόμα... καλύτερα. Για τους αυτοαπασχολούμενους με υπαλλήλους που εργάζονται τα Σαββατοκύριακα, η Ελλάδα είχε επίσης το υψηλότερο ποσοστό με 75%. Τα στοιχεία της Eurostat δεν ξαφνιάζουν

όσους έχουν σχέση με την αγορά ή στοιχειώδη κοινωνικό περίγυρο. Πολλές οι συναντήσεις που έχουν ματαιωθεί, επειδή από την άλλη μεριά του τηλεφώνου έχει έρθει η απάντηση "Φίλε δεν θα μπορέσω, έχω δουλειά σήμερα".

Πέρα από το προφανές – ότι δηλαδή οι Έλληνες δεν είμαστε τεμπέληδες – τα στοιχεία της Eurostat, φανερώνουν και μια σειρά άλλα πράγματα.

Πρώτον, δουλειά όντως υπάρχει. Ικανοποιητική ή όχι, άλλη συζήτηση. Πάντως όποιος λέει ότι δεν υπάρχει δουλειά, μάλλον δεν ψάχνει καλά γιατί οι περισσότερες επιχειρήσεις, στους περισσότερους κλάδους αναζητούν προσωπικό με το... τουφέκι.

Δεύτερον, η δουλειά, οι δουλειές έχουν αλλάξει. Οι οικονομίες άλλαξαν, ο ανταγωνισμός είναι αδυσώπητος και οι εποχές που κατέβαζες ρολά την Παρασκευή, για να τα ανεβάσεις την Δευτέρα, δεν φαίνεται

να επιστρέφουν.

Τρίτον, ο ένας μισθός για πάρα πολλούς ανθρώπους δεν φτάνει. Οι τιμές και τα πάγια έξοδα κάθε νοικοκυριού, είναι πολλαπλάσια από αυτά που ήταν κάποτε. Γι' αυτό και δεν είναι λίγοι οι συμπολίτες μας που συμπληρώνουν εισόδημα με δεύτερη δουλειά (και τα Σαββατοκύριακα).

Τέλος, στη λίστα ίσως θα πρέπει να συμπεριλάβουμε και ένα ερώτημα. Μήπως η δουλειά το Σαββατοκύριακο είναι αποτέλεσμα και της έλλειψης διαδικασιών; Μήπως, δηλαδή, ο τρόπος και τα Μέσα που έχουμε στη διάθεσή μας για να δουλέψουμε, αφήνουν ουρές και εκκρεμότητες που αναγκαστικά κλείνουν το Σαββατοκύριακο; Αλλά και αυτό, επίσης, είναι μια άλλη συζήτηση που έχει να κάνει με το ζήτημα της περιβόητης παραγωγικότητας στην Ελλάδα.

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

• **GRANIKAL**

## ΝΕΟΣ ΓΕΝΙΚΟΣ ΔΙΕΥΘΥΝΤΗΣ Ο ΑΡΗΣ ΖΟΥΜΠΟΣ

Την ανάληψη της θέσης του Γενικού Διευθυντή από τον Άρη Ζούμπο ανακοίνωσε η Granikal.

Ο Άρης Ζούμπος διαθέτει περισσότερα από 30 χρόνια εμπειρίας στον κλάδο των πωλήσεων και της διοίκησης.

Για 19 χρόνια διετέλεσε Διευθυντής Πωλήσεων στην Απνυκ, συμβάλλοντας ουσιαστικά στην εμπορική ανάπτυξη της εταιρείας, ενώ το 2018 τιμήθηκε με το βραβείο "Διευθυντής Πωλήσεων της Χρονιάς" στα Sales Excellence Awards.

Προηγουμένως, εργάστηκε για 11 χρόνια στην Tasty Foods / PepsiCo, όπου το 2005

έλαβε το διεθνές βραβείο "President's Ring of Honor".

Παράλληλα, συμμετέχει ενεργά στην επιχειρηματική κοινότητα, ως μέλος του Διοικητικού Συμβουλίου του ECR Ελλάδος για περισσότερα από 10 χρόνια, εκπροσωπώντας τη χώρα και σε ευρωπαϊκό επίπεδο.

### COO Η ALEXIA MITEKO

Στο πλαίσιο της οργανωτικής εξέλιξης της εταιρείας, η Alexia Miteko αναλαμβάνει τον ρόλο της Chief Operating Officer (COO), μετά την πορεία της ως Γενική Διευθύντρια της Granikal.



Άρης Ζούμπος,  
Γενικός Διευθυντής,  
Granikal

## Business Maker

### Η ΜΕΒΓΑΛ ΣΕ ΑΝΟΔΟ ΚΑΙ Η... ΞΕΧΑΣΜΕΝΗ ΕΠΕΝΔΥΣΗ ΠΟΥ ΕΠΙΣΤΡΕΦΕΙ

Μια σημαντική λεπτομέρεια ήρθε σε γνώση της στήλης σχετικά με την επένδυση-μαμούθ των €150 εκατ. της ΜΕΒΓΑΛ για τη δημιουργία νέου εργοστασίου. Και αυτή αφορά κάτι, που δεν είναι ευρέως γνωστό: Το project δεν είναι καινούριο. Αντιθέτως, όπως αναφέρουν καλά πληροφορημένες πηγές, πρόκειται για ένα σχέδιο, που είχε σχεδιαστεί στο παρελθόν, αλλά πάγωσε πριν προλάβει να υλοποιηθεί. Οι λόγοι ήταν συγκεκριμένοι: Αλλαγές στη διοίκηση, αλλά κυρίως η δύσκολη περίοδος που ακολούθησε. Εκείνη τη στιγμή, οι προτεραιότητες ήταν απολύτως διαφορετικές. Δεν υπήρχε χώρος για επεκτατικά σχέδια. Υπήρχε μόνο η ανάγκη για σταθεροποίηση και διάσωση.

Σήμερα, το ίδιο project επανέρχεται, αυτή τη φορά με διαφορετικές προϋποθέσεις. Η επένδυση αφορά τη δημιουργία νέου βιομηχανικού συγκροτήματος σε όμορο οικόπεδο δίπλα στις υφιστάμενες εγκαταστάσεις, στα Κουφάλια Θεσσαλονίκης, και στοχεύει στην ενίσχυση της παραγωγής σε βασικά προϊόντα, όπως το γάλα και το γιαούρτι. Παράλληλα, έχει ήδη κατατεθεί αίτηση για ένταξη στο καθεστώς των εμβληματικών επενδύσεων, κάτι, που αναδεικνύει το μέγεθος και τη σημασία της κίνησης.

Αυτό που έχει ιδιαίτερο ενδιαφέρον είναι η συγκυρία. Η εταιρεία πλέον κινείται εντός των στόχων του business plan, με τις πωλήσεις να εμφανίζουν θετική δυναμική τόσο

στην εγχώρια αγορά, όσο και στο εξωτερικό. Οι εξαγωγές ενισχύονται, ενώ η παρουσία της σε βασικές κατηγορίες δείχνει να σταθεροποιείται. Ωστόσο, οι ίδιες πηγές επισημαίνουν ότι το α' τρίμηνο δεν μπορεί να αποτελέσει ασφαλή δείκτη για τη συνολική πορεία της χρονιάς. Οι επόμενοι μήνες θεωρούνται κρίσιμοι, καθώς θα αποτυπώσουν την πραγματική τάση της κατανάλωσης σε ένα περιβάλλον πεισμένων εισοδημάτων και αυξημένου κόστους.

Επιπλέον, η γεωπολιτική αβεβαιότητα και κυρίως η πιθανή άνοδος των τιμών του πετρελαίου δημιουργούν έναν επιπλέον παράγοντα κινδύνου, που μπορεί να επηρεάσει το κόστος παραγωγής και μεταφοράς

### NESPRESSO: ΤΟ ΣΤΟΙΧΗΜΑ ΤΗΣ GEN Z ΚΑΙ ΤΟ ΧΑΡΤΙ DUA LIPA

Η μάχη για τη νέα γενιά καταναλωτών δεν δίνεται πια μόνο στο ράφι. Δίνεται στην εικόνα, στο αφήγημα, στο ποιος θα καταφέρει να... αφουγκραστεί ένα κοινό, που αλλάζει ταχύτατα συνήθειες. Και η Nespresso δείχνει ότι το έχει καταλάβει.

Με τη νέα καμπάνια Vertuo World, η οποία είναι μακράν η πιο δαπανηρή που έχει κάνει ποτέ στην 40χρονη ιστορία της, η εταιρεία επιχειρεί τη μεγαλύτερη επικοινωνιακή στροφή της. Όχι τυχαία. Όπως παραδέχεται ο Leonardo Aizpuru, η Gen Z δεν είναι απλώς

το μέλλον. Είναι ήδη καθοριστικός παράγοντας στις αγοραστικές αποφάσεις. Και τα νούμερα το επιβεβαιώνουν: Σχεδόν οι μισοί νέοι καταναλωτές της Gen Z στις ΗΠΑ (που ανέρχονται σε περίπου 70 εκατομμύρια) δηλώνουν ότι πίνουν καθημερινά καφέ, σύμφωνα με την Tastewise. Η επιλογή της Dua Lipa, μιας millennial star της pop μουσικής δίπλα στον οσκαρικό ηθοποιό George Clooney δεν είναι απλώς ένα επικοινωνιακό τρικ. Είναι μια συνειδητή γεφύρωση γενεών. Από τη μία, η διαχρονική αξιοπιστία του Clooney, που είναι

πρεσβευτής της Nespresso από το 2006. Από την άλλη, ο νεανικός αέρας και η επιρροή της Dua Lipa. Το ερώτημα είναι αν αυτή η στροφή θα αποδώσει για το brand, που δημιούργησε η Nestle στο μακρινό 1986! Γιατί η Gen Z δεν είναι εύκολο κοινό. Δεν εντυπωσιάζεται εύκολα και δεν παραμένει πιστή χωρίς λόγο. Θέλει αυθεντικότητα, βιωσιμότητα και εμπειρία. Και εκεί θα κριθεί το στοίχημα. Όχι στο ποιος θα κάνει την πιο ακριβή καμπάνια, αλλά στο ποιος θα πείσει ότι καταλαβαίνει πραγματικά τη νέα γενιά.

## Business Insight

### ΕΝΑ ΔΕΔΟΜΕΝΟ, ΕΝΑ ΕΝΔΕΧΟΜΕΝΟ ΚΑΙ ΕΝΑ ΑΝΑΠΟΦΕΥΚΤΟ

Με αφορμή την ανακοίνωση πως, η διοίκηση της Ideal Holdings δρομολογεί την **εισαγωγή της “Αττικά Πολυκαταστήματα” στο Euronext Athens**, το σημερινό insight μας. Τα σχετικά της διαδικασίας αναφέρονται εκτενώς στην θεματογραφία, γνωστή άλλωστε η πρόθεση του προέδρου του ΔΣ της Ideal Holdings να ενεργήσει προς αυτή την κατεύθυνση. Θα περιοριστώ στην αναφορά του χρονισμού.

Πλέον το ελληνικό χρηματιστήριο ενταγμένο στον όμιλο Euronext μπορεί να αποκτήσει ευρύτερη αναγνωρισιμότητα και το σημαντικό να επιτευχθεί η ορθολογική αποτίμηση. **Στα μόλις €338,2 εκατ. η χρηματιστηριακή αξία του σχήματος συμμετοχών που περιλαμβάνει την “Αττικά Πολυκαταστήματα”**. Συμμετοχή, που συγκρινόμενη με αντίστοιχα ευρωπαϊκά stores θα μπορούσε να προσθέσει σημαντική επιπλέον υπεραξία στην holdings.

Η συγκεκριμένη περίπτωση, ως δεδομένο πλέον καθώς θα δρομολογηθεί η αυτόνομη εισαγωγή στο Euronext Athens, αναδεικνύει μία άλλη, αρκετά συναφή καθώς αφορά εισηγμένη holding με συμμετοχές/θυγατρικές που εάν τιμολογηθούν εύλογα θα μπορούσε να προσδώσουν επιπλέον αξία στη μητρική. **“Η αξία για τους μετόχους” είναι το μόντο του Λάμπρου Παπακωνσταντίνου**, και όπως είχε δηλώσει πρόσφατα “εξετάζονται επιλογές προκει-

μένου να ξεκλειδωθεί αξία από τις επενδύσεις”, πολιτική που αποδεδειγμένα είναι αρκούτσως αποτελεσματική μέχρι σήμερα. **Στα €746,3 εκατ. η χρηματιστηριακή αξία της Quest, επίσης holding**, με κύριες συμμετοχές από το εμπόριο (Μπενρουμπή/Γ.Ε Δημητρίου) και πληροφορική (UniSystems) μέχρι τις ταχυμεταφορές (ACS) και την πράσινη ενέργεια (Quest Ενεργειακή).

Το θέμα με τις δύο εισηγμένες συμμετοχών είναι η μη εύλογη αποτίμηση τους, και **φέρνω ως παράδειγμα την “Αττικά Πολυκαταστήματα” που με αιχμή περιθώριο κέρδους 12%-13% είναι πάνω από ευρωπαϊκά ονόματα των KDW, Harrods, Selfridges**. Πόσο θα ήταν το ελάχιστο value της Ideal Holdings εάν και εφ’ όσον οι συμμετοχές/θυγατρικές εισφέρουν σε όρους “καθαρής αξίας”: **Περί τα €480 εκατ.** (στο συντηρητικότερο σενάριο, σύμφωνα με αναλυτή χρηματιστηριακής που παρακολουθεί αμφότερους τους ομίλους).

**Στην περίπτωση της Quest Holdings η προοπτική για την UniSystems είναι διαφορετική**, καθώς ο Πρόεδρος του ομίλου μόλις προ ημερών ξεκαθάρισε ότι το ενδεχόμενο αυτονομίας εισαγωγής της πληροφορικής δεν αποτελεί προτεραιότητα, αλλά έσχατη επιλογή. Για την ώρα εξετάζονται διαρκώς εναλλακτικά σενάρια ανάπτυξης και κεφαλαιακής ενίσχυσης, με βα-

σικό γνώμονα την δημιουργία αξίας και όχι την απλή χρηματιστηριακή παρουσία.

Επίσης φειδωλός ήταν και ως προς το ενδεχόμενο πώλησης λέγοντας ότι αν υπάρξει πρόταση με σωστή αποτίμηση, συζητάμε, ποτέ δεν έχουμε αρνηθεί να συζητήσουμε. Ωστόσο προς το παρόν στόχος αποτελεί η οργανική ανάπτυξη.

**Τέλος, τρίτη-εντελώς ξεχωριστή, αλλά με ανάλογο παρονομαστή- είναι η περίπτωση της Καρέλιας**. Ποιος είναι ο παρονομαστής; Η εύλογη αποτίμηση που θα μπορούσε να αποτελέσει γνώμονα για την επόμενη φάση που θα καθορίσει την παραμονή (ή όχι) της ιστορικής καπνοβιομηχανίας στο Euronext Athens. Και εάν ναι, πως στην Κύρια Αγορά - καθώς **εξακολουθεί να μην πληροίται το απαιτούμενο 15% της ελεύθερης διασποράς** - ή του ενδεχόμενου μετάταξης στην κατηγορία επιτήρησης ή στην ακραία περίπτωση ακόμη και σε αναστολή. Εκτός εάν η τελευταία ανοδική πορεία της μετοχής, με τα νέα ιστορικά υψηλά των €430 προοιωνίζονται δημόσια πρόταση για το απομείναι free float του 5,5% από τις δύο πλευρές μελών της οικογένειας. Εκτός και εάν έχει επιτευχθεί... Compromesso Storico και από κοινού οι δύο πλευρές συμφωνήσουν στην διάθεση ενός 9% του μ.κ. που σε όρους χρηματιστηριακής αξίας τιμολογείται περί τα €107 εκατ.

# SÒ POSH!

the trendletter

ΕΠΕΙΔΗ...

BUSINESS IS BUSINESS, PLEASURE IS PLEASURE!

**Κάθε Σάββατο στις 9.30**

ΤΟ ΕΒΔΟΜΑΔΙΑΙΟ NEWSLETTER

ΓΙΝΕ ΣΥΝΔΡΟΜΗΤΗΣ ΕΔΩ

• ΟΛΥΜΠΙΑΚΗ ΖΥΘΟΠΟΙΑ  
**ΝΕΑ ΤΗΛΕΟΠΤΙΚΗ  
ΚΑΜΠΑΝΙΑ ΓΙΑ ΤΗΝ ΦΙΞ  
ΑΝΕΥ ΜΕ ΕΜΦΑΣΗ ΣΤΗΝ  
ΚΑΘΗΜΕΡΙΝΟΤΗΤΑ ΤΟΥ  
ΓΡΑΦΕΙΟΥ**

Η ΦΙΞ Άνευ, η μπύρα χωρίς αλκοόλ της ΦΙΞ, παρουσιάζει τη νέα της τηλεοπτική καμπάνια, η οποία εστι-



άζει με χιουμοριστικό τρόπο στην καθημερινότητα του γραφείου και στους περιορισμούς που τη συνοδεύουν. Όπως αναφέρει η σχετική ανακοίνωση, "η καμπάνια αποτυπώνει τις αντιθέσεις της εργασιακής ρουτίνας, όπου ισχύουν συγκεκριμένοι κανόνες για το τι επιτρέπεται και τι όχι, αναδεικνύοντας παράλληλα ότι υπάρχει μία επιλογή που αποτελεί εξαίρεση: η κατανάλωση της ΦΙΞ Άνευ, χωρίς αλκοόλ. Η ΦΙΞ Άνευ διατίθεται σε τρεις γεύσεις και προβάλλεται ως επιλογή για δροσιστικές στιγμές κατανάλωσης, ακόμη και στο περιβάλλον του γραφείου".

**SECRETRECIPE**

**Αγριεύει η κατάσταση στο ΧΑ:  
Αναστολή διαπραγμάτευσης  
της Mediterra**

Το Χρηματιστήριο Αθηνών έχει αλλάξει σελίδα. Με την ένταξη του στο Euronext οι επενδυτές ζητούν διαφάνεια και οι κανόνες γίνονται πιο ανελαστικοί. Και δικαίως. Έτσι, λοιπόν, αποφασίστηκε για την Mediterra αναστολή διαπραγμάτευσης μετοχών, καθώς ο ορκωτός ελεγκτής εκφράζει "επιφύλαξη" ... Η αιτία; "Λόγοι προστασίας του επενδυτικού κοινού". Γράφει ο ορκωτός: "Κατά τη διενέργεια του ελέγχου μας διαπιστώσαμε την έλλειψη επαρκούς και κατάλληλης τεκμηρίωσης αναφορικά με την εκτίμηση τυχόν απομείωσης του λογαριασμού Άυλα Περιουσιακά Στοιχεία" όπως απαιτείται από το πλαίσιο των ΔΠΧΑ και ειδικότερα των ΔΛΠ 36 και ΔΛΠ 38."

**Editorial**

**Παραγωγική ευημερία**

Πόσες και πόσες φορές δεν έχουμε σχολιάσει ένα από τα μείζονα προβλήματα της ελληνικής οικονομίας: Τη χαμηλή παραγωγικότητα (καταλήγει με αυτό ο Γιάννης Παλιούρης στο σημερινό Debrief).

Ειδικά σε σχέση με την υπόλοιπη Ευρωζώνη και Ευρωπαϊκή Ένωση. Πόσες και πόσες φορές δεν έχουν αναφερθεί στο θέμα αξιωματούχοι, όπως ο Γιάννης Στουρνάρας, αλλά και εκπρόσωποι θεσμικών φορέων, όπως ο Πρόεδρος του ΣΕΒ, Σπύρος Θεοδωρόπουλος.

Και τί είναι αυτό, το οποίο μπορεί να ενισχύσει την παραγωγικότητα, που στην Ελλάδα βρίσκεται στο 56,2% του ευρωπαϊκού μέσου όρου;

Δύο βασικοί παράγοντες:

Οι παραγωγικές επενδύσεις και οι μεταρρυθμίσεις.

Αυτοί ενισχύουν τον δυναμικό ρυθμό ανάπτυξης μιας οικονομίας.

Είναι η καθιέρωση της τετραήμερης εργασίας μέσα σε αυτές τις μεταρρυθμίσεις;

Θα αστειεύεστε, ασφαλώς.

Τέτοιου είδους μέτρα λαμβάνονται, όταν έχουν λυθεί όλα τα άλλα θέματα στην οικονομία και αυτή τρέχει με παραγωγικότητα στο φουλ.

Δηλαδή, όταν έχουμε τακτοποιήσει ζητήματα, όπως οι υποδομές, οι καθυστερήσεις στην απονομή της δικαιοσύνης, αλλά και η αναντιστοιχία μεταξύ προσφοράς και ζήτησης στην αγορά εργασίας.

Αλήθεια, ειδικά το τελευταίο, πώς θα λυθεί με την τετραήμερη εργασία;

Δεν θα λυθεί.

Το αντίθετο.

Θα επιδεινωθεί.

Δεν είναι τυχαίο, που οι εκπρόσω-

ποι επιχειρηματικών φορέων αποδοκίμασαν τη σχετική πρόταση του Νίκου Ανδρουλάκη.

Όχι για το περιεχόμενό της αυτό καθαυτό, αλλά για το ταίμινγκ - όπως λέμε στο χωριό μου -, που την έκανε και για το γεγονός ότι πρέπει πρώτα να δούμε το θέμα της παραγωγικότητας, ειδικά και σε σχέση με την πορεία εξέλιξης των μισθών στην Ελλάδα - πολύ περισσότερο, τα τελευταία χρόνια.

Αν είναι να πάμε σε μια προεκλογική χρονιά με προτάσεις για την οικονομία, που απλά θα χαϊδεύουν τα αυτιά των ψηφοφόρων, χωρίς να τους εξηγήσουμε πού βρισκόμαστε, τί μέτρα πρέπει να πάρουμε και γιατί...

...αν, δηλαδή, δεν έχουμε πάρει πρέφα από το τί περάσαμε την προηγούμενη δεκαετία και εξακολουθούμε να πορευόμαστε με προσέγγιση δεκαετίας '80...

...τότε να το κλείσουμε το μαγαζί.

Διότι, όσο χαϊδεύουμε τα αυτιά όσων δεν θέλουν να δουν την πραγματικότητα και να ακούσουν το τί ακριβώς συμβαίνει...

...τόσο οπισθοχωρούμε σαν κοινωνία, σαν οικονομία, σαν χώρα.

Διότι, δεν πρέπει να ξεχνάμε το εξής:

Η αύξηση της παραγωγικότητας είναι αυτή, που - στο τέλος της ημέρας - κάνει μια οικονομία πιο ανθεκτική και αυξάνει την ευημερία των πολιτών.

Και όχι τα λαϊκίστικα τσιτάτα και οι χωρίς λογική παροχές.

Τόσο απλά.

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