

ΚΑΘΑΡΟ ΣΑΝ ΤΗΝ ΑΛΗΘΕΙΑ



Ανέγγιχτο
Ελαφρύ
Ισορροπημένο

Κατευθείαν από την πηγή μας

Πηγή: Κεφαλόβρυσο, Πευκόφυτο Καστοριάς,
Όρος Γράμμος 1100μ.

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 12 ΔΕΚΕΜΒΡΙΟΥ 2025
ΤΕΥΧΟΣ 2235

Editorial

Τουριστική στρατηγική

Debrief

Συνεταιρισμοί copy paste

Business Insight

Jumbo: Δασμοί... μουσική
στα αυτιά του Απόστολου
Βακάκη

SecretRecipe

Προσεκτικές κινήσεις

Business Maker

- Quiz: Ποιος πρώην φιλελεύθερος υπουργός πίνει νερό στην ιδέα του συνεταιρισμού...
- Ο franchisee με τζίρο €1 εκατ. και κέρδη μόλις... €30 χιλ!



• ΜΠΑΡΜΠΑ ΣΤΑΘΗΣ

Νέος CEO ο Μιχάλης Χαμαλέλλης
από τον Ιανουάριο



• ΜΠΥΡΑ

Κόντρα στο ρεύμα η Ελλάδα
με ρεκόρ κατανάλωσης
& παραγωγής το 2024
- Γιατί διακόπηκε το ανοδικό
σερί φέτος



• ΜΕΤΑΧΑ

Η πρόβλεψη για διψήφια
ανάπτυξη στην τρέχουσα χρήση,
η ΑΜΚ των €100 εκατ. και
η... επιστροφή €1,418 εκατ.
από το Δημόσιο



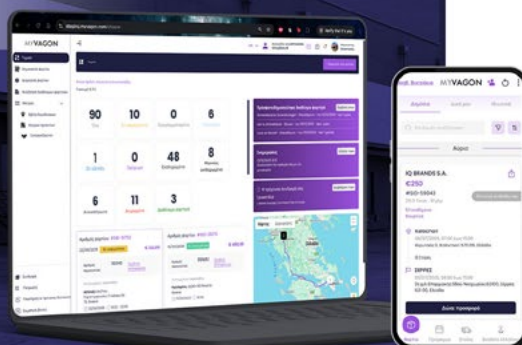
• ΜEGAS YEEROS

Βλέπει τζίρο κοντά στα €70 εκατ.
φέτος - Αρχές 2026 ξεκινά
η μονάδα στις ΗΠΑ

MYVAGON

Από το χάος, στον απόλυτο έλεγχο.

Ψηφιοποίησε τη δρομολόγηση των φορτίων σου
και δούλεψε πιο έξυπνα με τους συνεργάτες σου.



Άμεση πρόσβαση σε
1000+ νέους μεταφορείς

Γίνε μέλος στο πρώτο
marketplace ^{BETA} φορτίων
στην Ελλάδα

ΕΠΙΣΚΕΨΟΥ ΤΗΝ
MYVAGON.COM

PRO EXCELLENCE PRO GREEN INVESTMENTS PRODEA INVESTMENTS

Η μεγαλύτερη εταιρεία επενδύσεων
σε ακίνητη περιουσία στην Ελλάδα.

ΜΕ ΤΑΥΤΟΤΗΤΑ ΤΗΝ ΑΡΙΣΤΕΙΑ.
ΜΕ ΚΑΤΕΥΘΥΝΣΗ ΤΗΝ ΑΕΙΦΟΡΙΑ.

prodea.gr

PRODEA
INVESTMENTS



• ΜΠΑΡΜΠΑ ΣΤΑΘΗΣ

ΝΕΟΣ CEO Ο ΜΙΧΑΛΗΣ ΧΑΜΑΛΕΛΛΗΣ ΑΠΟ ΤΟΝ ΙΑΝΟΥΑΡΙΟ

Ο Μιχάλης Χαμαλέλλης αναλαμβάνει από την 2η Ιανουαρίου 2026, διευθύνων σύμβουλος της Μπάρμπα Στάθης, εταιρείας της Ideal Holdings.

Όπως αναφέρει η σχετική ανακοίνωση, με πολυετή διεθνή σταδιοδρομία σε ανώτατες διοικητικές θέσεις σε ηγέτιδες πολυεθνικές εταιρείες με έδρα στην Ευρώπη και τη Μέση Ανατολή και δραστηριότητα στον κλάδο της λιανικής και των FMCG, ο Μιχάλης Χαμαλέλλης διαδέχεται τον Νικήτα Ποθουλάκη ο οποίος παραμένει αντιπρόεδρος του ΔΣ της εταιρείας.

Ο ΡΟΛΟΣ ΤΟΥ

Ο κ. Χαμαλέλλης αναλαμβάνει στην Μπάρμπα Στάθης προερχόμενος από την Reckitt, όπου κατείχε τη θέση του Senior Vice President για τις αγορές της Ανατολικής Ευρώπης, καθώς και αυτή του Managing Director Πολωνίας.

Διαθέτει επίσης περισσότερα από 20 χρόνια εμπειρίας στην Procter & Gamble, έχοντας αναλάβει σειρά κορυφαίων διοικητικών ρόλων με πιο πρόσφατο εκείνον του Vice President Fabric Care Ευρώπης.

Αναφορικά με τον νέο του ρόλο, ο κ. Χαμαλέλλης "αναλαμβάνει να συμβάλλει καθοριστικά στην περαιτέρω ισχυροποίηση, την εξωστρέφεια και την εμπορική ανάπτυξη της Μπάρμπα Στάθης με διεύθυνση και επέκταση του προϊόντικού χαρτοφυλακίου και του γεωγραφικού αποτυπώματος, στο πλαίσιο του στρατηγικού σχεδίου ανάπτυξης που έχει ανακοινωθεί από την Ideal Holdings για την επόμενη τριετία".



Μιχάλης
Χαμαλέλ-
λης

BUSINESS PLAN

Όπως είχε αναφέρει σε σχετικό ρεπορτάζ το FNB Daily (15/10/2025), το business plan της Μπάρμπα Στάθης περιλαμβάνει:

Επέκταση portfolio - Θα διευρυνθεί το προϊόντικό χαρτοφυλάκιο, σύμφωνα με την καινοτομία, τις νέες διατροφικές τάσεις, τον υγιεινό τρόπο ζωής που υιοθετείται όλο και από περισσότερους καταναλωτές. Θα επιδιωχθεί οργανική ανάπτυξη, εστιάζοντας στην αύξηση του μεριδίου αγοράς στις φρέσκες σαλάτες, στη δημιουργία προστιθέμενης αξίας (π.χ. με συνταγές) και στην ενίσχυση της παρουσίας των λαχανικών στα σημεία λιανικής. Επίσης στόχος είναι η ανάπτυξη σε όλα τα κανάλια και πιο συγκεκριμένα στις εξαγωγές (branded, PL, B2B), στο B2B και το PL.

Ενίσχυση logistics - Τα logistics θα αποτελέσουν οδηγό ανάπτυξης για τον όμιλο. Η επένδυση για το νέο κέντρο διανομής και αποθήκευσης στην Σίνδο θα αυξήσει τους χώρους αποθήκευσης κατά 19% (κατά 6.300 παλετοθέσεις) και θα περιορίσει τα third party κόστη, ενώ αναμένεται να προσθέσει €1,1 εκατ. στο EBITDA

της Ideal. Σχετικά με το αντίστοιχο κέντρο στην Αθήνα, έχει στόχο να βελτιστοποιήσει τα logistics, αυξάνοντας τους χώρους κατά 10% (κατά 5.500 παλετοθέσεις), και να περιορίσει τα κόστη προς τρίτους. Εκτιμάται ότι θα συμβάλει στο EBITDA του ομίλου με επιπλέον €1,2-€1,3 εκατ. Τα συγκεκριμένα projects αναμένεται να ολοκληρωθούν εντός του 2027, με την μικρή καθυστέρηση να αποδίδεται από τα στελέχη της Ideal στο γεγονός ότι τα προϊόντα αγροδιατροφής απουσιάζουν από τις ενισχύσεις του τελευταίου Αναπτυξιακού Νόμου.

Αύξηση παραγωγικής δυναμικότητας - Οι επενδύσεις της Ideal έχουν στόχο τον διπλασιασμό της παραγωγής, τη βελτίωση της διάρθρωσης κόστους, την εκμετάλλευση ευκαιριών στο εξωτερικό και τον περιορισμό του ρίσκου. Επίσης, ο πρόσθετος αυτοματοποιημένος ψυκτικός θάλαμος θα υποστηρίξει την αυξημένη παραγωγική ικανότητα, ενώ παράλληλα θα πετύχει σημαντική εξοικονόμηση κόστους και μείωση του αποτυπώματος CO2.

Νέες εξαγωγές - Στο επίπεδο των M&A, εξετάζονται νέοι πιθανοί στόχοι στην Ελλάδα και τη γύρω περιοχή. Η εστίαση γίνεται σε εταιρείες συμπληρωματικών κατηγοριών (νέα τμήματα της αγοράς), ενώ οι επιλεκτικές εξαγωγές στοχεύουν στην επίτευξη οικονομικών κλίμακας και λειτουργικών synergies, με έμφαση στις υπηρεσίες αποθήκευσης και στο δίκτυο διανομής.

Μάκης Αποστόλου
makis@notice.gr

• ΜΠΑΡΜΠΑ ΣΤΑΘΗΣ

ΤΡΙΑ ΧΡΥΣΑ ΒΡΑΒΕΙΑ & VEGAN & PLANT BASED COMPANY OF THE YEAR

Τον κορυφαίο τίτλο "Vegan & Plant Based Company of the Year" καθώς και τρεις χρυσές διακρίσεις κατέκτησε η Μπάρμπα Στάθης στα Vegan & Plant Based Awards 2026. Όπως αναφέρει η ανακοίνωση, "η ανανεωμένη σειρά 360° Plant Based Meal ξεχώρισε για ακόμη μία φορά, επιβεβαιώνοντας την ηγετική της θέση στην αγορά των φυτικών γευμάτων".

ΟΙ ΔΙΑΚΡΙΣΕΙΣ

Ειδικότερα,

- τα Φυτικά μπιφτέκια με πατάτες country με φλούδα και μυρωδικά έλαβαν χρυσό βραβείο στην κατηγορία Vegan Burger

- τα Φυτικά κεφτεδάκια με ρύζι και λαχανικά αναδείχθηκαν πρώτα σε βαθμολογία στην κατηγορία Vegan Ready to Cook Meal
- τα Φυτικά κεφτεδάκια με πατάτες Νάξου ξεχώρισαν για την καινοτομία τους, κατακτώντας χρυσή διάκριση στην κατηγορία R&D

ΓΝΩΜΟΝΑΣ ΟΙ ΑΝΑΓΚΕΣ ΤΟΥ ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΗ

Τονίζεται ακόμη ότι η νέα γενιά προϊόντων 360° Plant Based Meal αντανάκλα τη δέσμευση της εταιρείας στην καινοτομία, στην αειφορία και στην κάλυψη των διαρκώς μεταβαλλόμενων αναγκών

των vegan, vegetarian και flexitarian καταναλωτών, αλλά και όλων όσων αναζητούν καθημερινά θρεπτικές και εύκολες επιλογές. "Με τις νέες συνταγές και το επαναλανσάρισμα αγαπημένων προϊόντων της σειράς 360° Plant Based Meal, επενδύουμε σταθερά στην έρευνα και ανάπτυξη, με γνώμονα τις ανάγκες του καταναλωτή και τη δημιουργία μοναδικών γευστικών εμπειριών. Η διάκριση Vegan & Plant Based Company of the Year μάς ενδυναμώνει να συνεχίσουμε με αφοσίωση στην ποιότητα και να συμβάλλουμε στη διαμόρφωση του μέλλοντος της φυτικής διατροφής", υπογράμμισε η Ευθυμία Κουτσομπτροπούλου, R&D Manager της Μπάρμπα Στάθης.

• EFOOD

ΚΑΘΕ ΗΜΕΡΑ ΕΙΝΑΙ ΠΙΟ PRO

Κάποιες ημέρες ξεκινούν με έναν καφέ που σε ξυπνάει. Άλλες με ένα comfort πιάτο που σε κάνει να λες "ναι, αυτή η μέρα κάτι έχει".

Και σε κάθε μία από αυτές, το efood βρίσκεται εκεί για να την απογειώσει. Γιατί με τη συνδρομητική υπηρεσία efood pro, το delivery γίνεται πραγματικά *pro*: **απεριόριστες παραγγελίες, μηδενική χρέωση μεταφορικών, και μια εμπειρία που κάνει την καθημερινότητά σου πιο εύκολη, πιο γρήγορη, πιο... δική σου.**

Και αν αναρωτιέσαι πώς γίνεται να γίνει ακόμα καλύτερο, η απάντηση βρίσκεται στις pro weeks.

Εκεί όπου οι προσφορές δεν είναι απλώς καλές, είναι *pro-level*.

Αγώνας μπάσκετ στο σπίτι με φίλους; Home date night που θες να βγει σίγουρο; Μάζωξη με την παρέα που πάντα πεινάει; Ό,τι κι αν έχεις κανονίσει, στις pro weeks θα το βρεις με **1+1 προσφορές και έως -50%** από τα αγαπημένα σου καταστήματα. Είναι λίγες μέρες. Είναι για pro χρήστες.

Αλλά η αίσθηση ότι κέρδισες την ημέρα... κρατάει πολύ παραπάνω.

Δεν είσαι ακόμα pro;

Μην το σκέφτεσαι: Προλαβαίνεις ακόμη να γίνεις μέλος και να απολαμβάνεις:

- δωρεάν μεταφορικά
- επιπλέον εκπτώσεις
- και 10% off σε επιλεγμένα καταστήματα

Γιατί όταν κάθε στιγμή της ημέρας μπορεί να γίνει λίγο πιο *pro*, το μόνο που μένει είναι να την... ζήσεις έτσι.

efood pro weeks



**με προσφορές
1+1 και έως -50%**

ισχύει για περιορισμένη χρονική διάρκεια

• ΕΟΣ ΣΑΜΟΥ

ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΑΝΩ ΤΟΥ 5% ΦΕΤΟΣ - ΝΤΕΜΠΟΥΤΟ ΤΟΝ ΜΑΪΟ ΣΤΟ ΤΣΙΠΟΥΡΟ ΜΕ ΤΟ "ΤΡΙΓΩΝΑΚΙ"

Το πολυαναμενόμενο ντεμπούτο της στην κατηγορία των αποσταγμάτων ετοιμάζεται να κάνει στο πρώτο μισό του 2026 η ΕΟΣ Σάμου, εμπλουτίζοντας το portfolio της με εμφιαλωμένο τσίπουρο.

Όπως αποκαλύπτει στο FNB Daily ο Εμπορικός Διευθυντής της συνεταιριστικής οργάνωσης, Τίτος Φραντζής, το νέο προϊόν θα είναι μονοποικιακό από λευκό, μικρόρωγο Μοσχάτο Σάμου και θα φέρει την επωνυμία "Τριγωνάκι", παραπέμποντας στο ορθογώνιο τρίγωνο και στο γνωστό θεώρημα του Πυθαγόρα, μαθηματικού και φιλοσόφου με καταγωγή από την Σάμο.

Το αποστακτήριο που δημιούργησε για τον σκοπό αυτό η ΕΟΣ Σάμου έχει ήδη τεθεί σε λειτουργία, παράγοντας τις πρώτες ποσότητες άνυδρου τσίπουρου 70 αλκοολικών βαθμών. Σε αυτές θα προστεθεί αποσταγμένο νερό για να υποχωρήσουν οι αλκοολικοί βαθμοί στους 40 ούτως ώστε, μετά από 3 περίπου μήνες ομογενοποίησης, το τελικό προϊόν να είναι έτοιμο για την κατανάλωση.

ΣΤΑ ΣΚΑΡΙΑ ΚΑΙ ΠΑΛΑΙΩΜΕΝΟ

Σύμφωνα με τον κ. Φραντζή, σε πρώτη φάση η παραγωγή θα είναι σχετικά μικρή ενώ κάποιες ποσότητες θα μπουν σε βαρέλι προκειμένου το επόμενο διάστημα να παραχθεί και να κυκλοφορήσει παλαιωμένο τσίπουρο. Το λανσάρισμα του νέου προϊόντος πραγματοποιείται με κάποια καθυστέρηση, σε σχέση με το χρονοδιάγραμμα της ΕΟΣ (σ.σ. το αρχικό πλάνο ήταν για τον Οκτώβριο και, εν συνεχεία, για το τέλος του 2025) καθώς, όπως αναφέρει χαρακτηριστικά ο κ. Φραντζής, "μπλέξαμε στα γρανάζια της γραφειοκρατίας, ευτυχώς όμως τέλος καλό, όλα καλά".

ΕΠΕΝΔΥΣΗ €1,5 ΕΚΑΤ. ΣΤΟ ΑΠΟΣΤΑΚΤΗΡΙΟ

Σημειώνεται ότι το αποστακτήριο στεγάζεται σε ιδιόκτητο, εμβληματικό κτίριο του νησιού, σε απόσταση ενός 1 χλμ. περίπου από το οινοποιείο, το οποίο η ΕΟΣ Σάμου αναπαλαιώσε. Το κόστος μόνο για τον μηχανολογικό εξοπλισμό ανήλθε σε €1,5 εκατ.

Σύμφωνα με τον κ. Φραντζή, ο φετινός τρύγος κινήθηκε και φέτος περίξ των 3.000 τόνων, ήταν ωστόσο κατώτερους των προσδοκιών (παρά το γεγονός ότι δεν υπήρξαν προβλήματα από τους καύσωνες και τη φυλλοξήρα, όπως είχε συμβεί τα καλοκαίρια του 2024 και του 2023 αντίστοιχα), ωστόσο σε



Τίτος Φραντζής, Εμπορικός Διευθυντής, ΕΟΣ Σάμου

επίπεδο οικονομικών επιδόσεων η χρονιά κλείνει με θετικό πρόσημο.

ΕΠΕΣΕ ΤΟ HORECA, ΑΝΕΒΗΚΕ ΤΟ RETAIL

Όπως εκτιμά, η αύξηση στον κύκλο εργασιών θα είναι της τάξης του 5%-6%, εντός των στόχων που τεθεί, με την ΕΟΣ Σάμου να είναι καλά τοποθετημένη στα κανάλια της μεγάλης και της μικρής λιανικής (μίνι μάρκετ) στα οποία μετατοπίστηκε φέτος σημαντικό κομμάτι της ζήτησης, ιδίως από την πλευρά των τουριστών. Σημαντικό ρόλο έπαιξαν, επίσης, οι εξαγωγές (σ.σ. αντιστοιχούν σε πάνω από το 50% του τζίρου) και δη στην Γαλλία που εδώ και χρόνια αποτελεί την κύρια εξαγωγική αγορά της συνεταιριστικής οινοποιίας. Ναυαρχίδες των πωλήσεων της ΕΟΣ Σάμου συνεχίζουν να είναι οι 'Ψηλές Κορφές' και το 'Samos Grand Cru' ('Samos Grand Cru Olympion' για τη γαλλική αγορά), με το φυσικό γλυκύ VDN (Vin Doux Naturel) που λανσαρίστηκε αρχές του 2024 να έχει σταθερά ανοδική πορεία. Το δικό τους κοινό -ιδίως στην Γαλλία- έχουν επίσης αποκτήσει οι τρεις ετικέτες φυσικών κρασιών (Ερημίτης, Βουνίτης, Προφήτης) από τις αρχές 'Αρχέγονα Εδάφη' και 'Αθικτοι Οίνοι'.

Γιάννης Τσατσάκης
yannis@notice.gr



• THE ILISIAN ΥΠΟΔΕΧΕΤΑΙ ΤΟ ΟΝΥΚΙ, ΤΗΝ ΠΡΩΤΗ ΓΑΣΤΡΟΝΟΜΙΚΗ ΕΜΠΕΙΡΙΑ ΤΟΥ ΠΡΟΟΡΙΣΜΟΥ

Το Ονυκί, το σύγχρονο ιαπωνικό γαστρονομικό concept που "γεννήθηκε" στην Costa Navarino, πραγματοποιεί το ντεμπούτο του στο The Ilisian, υπό την καθοδήγηση του chef και συνιδιοκτήτη Σταμάτη Σκριάπα.

Σύμφωνα με την ανακοίνωση, "πρόκειται για έναν γαστρονομικό προορισμό που τιμά τις ιαπωνικές γεύσεις και τεχνικές, δουλεμένες με λεπτομέρεια, ακρίβεια, και αριστοτεχνική απλότητα. Η γαστρονομική έμπνευση αντλείται από διαφορετικές περιοχές της Ιαπωνίας με πρώτες ύλες πλούσιες σε γεύσεις umami που επαναπροσδιορίζουν οικείες συνταγές, ενώ παράλληλα αναδεικνύουν τις παραδοσιακές τεχνικές. Τα υλικά, προσεκτικά επιλεγμένα στην εποχή τους, αντιμετωπίζονται με ακρίβεια και σεβασμό".

ΚΑΒΑ

Συνεχίζει αναφέροντας πως "η εμπνευσμένη κάβα του Ονυκί αναδεικνύει τα ιαπωνικά αποστάγματα με σπάνια whiskies, shōchū μικρών παρτίδων και χειροποίητα saké, ενώ τα cocktails αναδεικνύουν λεπτές νότες όπως yuzu, shiso και εποχικά άνθη".

YABU PUSHELBERG

Σχεδιασμένο από το διεθνώς καταξιωμένο στούντιο Yabu Pushelberg, το εσωτερικό του εστιατορίου "αποδίδει φόρο τιμής στον ιαπωνικό μινιμαλισμό, συνδυάζοντας τον άρτια με το πνεύμα της Αθήνας. Το φως, η σκιά και η κίνηση ρέουν ανεμπόδια και αρμονικά από την ανοικτή κουζίνα προς τη βεράντα της πισίνας, ενώ οι ζεστοί, ιδιωτικοί χώροι του δεύτερου ορόφου προσφέρουν ένα ήρεμο σκηνικό για στιγμές σύνδεσης".



Η νέα πρόταση για προκατασκευασμένες σακούλες
με μηχανή στο παρόν, έτοιμη για το μέλλον



• THE COCA-COLA COMPANY ΣΤΟ ΤΙΜΟΝΙ Ο HENRIQUE BRAUN ΑΠΟ ΤΙΣ ΑΡΧΕΣ ΤΟΥ 2026

Ο Γενικός Διευθυντής Επιχειρήσεων της The Coca-Cola Company θα διαδεχθεί τον CEO, James Quincey, ο οποίος θα αποχωρήσει τον επόμενο χρόνο, όπως ανακοίνωσε η εταιρεία. Ο Henrique Braun θα ηγηθεί του πολυεθνικού κολοσσού από τον Μάρτιο, αφού ο προκάτοχός του ολοκληρώσει την επέκταση του χαρτοφυλακίου προϊόντων της εταιρείας. Από τότε που εντάχθηκε στην Coca-Cola το 1996, ο Braun έχει περάσει από τμήματα όπως η αλυσίδα εφοδιασμού, η ανάπτυξη νέων επιχειρήσεων, το μάρκετινγκ, η καινοτομία, η γενική διοίκηση και οι δραστηριότητες εμφιάλωσης σε Βόρεια Αμερική, Ευρώπη, Λατινική Αμερική και Ασία, πριν βρεθεί στη σημερινή θέση του στις αρχές του 2025.



Henrique Braun

ΤΑ ΠΕΠΡΑΓΜΕΝΑ ΤΟΥ QUINCEY

Κατά τη διάρκεια της οκταετούς θητείας του ως CEO, ο 60χρονος Quincey ηγήθηκε του μετασχηματισμού της επιχείρησης σε μια ολοκληρωμένη εταιρεία ποτών, με επίκεντρο τη διατήρηση της στενής σύνδεσης με τους καταναλωτές. Υπό την ηγεσία του, η εταιρεία έχει προσθέσει περισσότερες από 10 επιπλέον brands δισεκατομμυρίων δολαρίων.

Ο Quincey αναδιαμόρφωσε τη στρατηγική και το λειτουργικό μοντέλο της εταιρείας για να δημιουργήσει μια πιο ευέλικτη, διευρυμένη εταιρεία, εστιάζοντας στον ψηφιακό μετασχηματισμό και το σύγχρονο μάρκετινγκ. Ηγήθηκε επίσης της εταιρείας κατά τη διάρκεια της πανδημίας COVID-19.

• MEGAS YEEROS ΒΛΕΠΕΙ ΤΖΙΡΟ ΚΟΝΤΑ ΣΤΑ €70 ΕΚΑΤ. ΦΕΤΟΣ - ΑΡΧΕΣ 2026 ΞΕΚΙΝΑ Η ΜΟΝΑΔΑ ΣΤΙΣ ΗΠΑ

Στα επίπεδα των €70 εκατ. εκτιμά πως θα διαμορφωθεί ο φετινός κύκλος εργασιών ο όμιλος Megas Yeeros, καταγράφοντας ανάπτυξη της τάξεως του 6% σε σχέση με το 2024, όπως πληροφορείται το FNB Daily. Εντός του 2025 αναμένεται να ολοκληρωθεί η επένδυση της νέας μονάδας προψημένου γύρου στις ΗΠΑ, με την έναρξη των εμπορικών παραγωγών να τοποθετείται στις αρχές του 2026. Η συγκεκριμένη επένδυση εκτιμάται ότι θα προσθέσει περίπου 10% στον ετήσιο κύκλο εργασιών, μόλις η εγκατάσταση φτάσει σε πλήρη παραγωγική ωρίμανση. Υπενθυμίζεται ότι ο όμιλος εξάγει ήδη σε περισσότερες από 24 χώρες και εξετάζει τη διεύρυνση της παρουσίας του σε επιλεγμένες διεθνείς αγορές. Ιδιαίτερη έμφαση δίνεται στην αγορά των Ηνωμένων Πολιτειών, όπου διατηρεί ενεργή παρουσία μέσω της θυγατρικής Megas Yeeros LLC στο New Jersey από το 2013. Η περαιτέρω ενίσχυση της θέσης στις ΗΠΑ αποτελεί κεντρική προτεραιότητα,



Νίκος Λούπας,
Επικεφαλής,
Megas
Yeeros

καθώς πρόκειται για μία από τις πλέον δυναμικές περιοχές ανάπτυξης.

ΟΙ ΕΠΕΝΔΥΣΕΙΣ

Το συνολικό επενδυτικό πλάνο για το 2025 προσεγγίζει τα €4 εκατ., αντανakλώντας την επιλογή των μετόχων να ενισχύσουν την παραγωγική βάση με τεχνολογίες νέας γενιάς, ικανές να ανταποκριθούν στη σταθερά αυξανόμενη διεθνή ζήτηση. Παράλληλα έχουν ήδη δρομολογηθεί επιπλέον επενδύσεις για το 2026, ενισχύοντας περαιτέρω την αναπτυξιακή δυναμική του ομίλου. Μέχρι το τέλος Οκτωβρίου, οι πραγματοποιηθείσες επενδύσεις σε εξοπλισμό, κτιριακές επεκτάσεις και στελέχωση ανήλθαν σε €1,902 εκατ., επιβεβαιώνοντας την ταχεία υλοποίηση του πρώτου κύκλου του επενδυτικού προγράμματος. Στο επίκεντρο του επενδυτικού σχεδίου βρίσκεται ο αναβαθμισμένος μηχανολογικός

εξοπλισμός και τα νέα συστήματα αυτοματισμού, τα οποία έχουν ήδη αυξήσει την παραγωγική ικανότητα και αποδοτικότητα κατά 25%. Παράλληλα, ο όμιλος ολοκλήρωσε τον πλήρη εκσυγχρονισμό του μικροβιολογικού εργαστηρίου, ενσωματώνοντας προηγμένες μοριακές τεχνολογίες ανάλυσης. Η αναβάθμιση αυτή ενισχύει τον ποιοτικό έλεγχο των προϊόντων και την επιλογή πρώτων υλών υψηλών προδιαγραφών.

Την υλοποίηση του επενδυτικού σχεδίου υποστηρίζει ενεργά το EOS Hellenic Renaissance Fund II (EHRF II) της EOS Capital Partners, υπό τη διοίκηση του Απόστολου Ταμβάκκη. Το EHRF II απέκτησε ποσοστό άνω του 30% μετά την αποχώρηση του Ελίκωνος τον Απρίλιο.

Στέλλα Αυγουστάκη
stella@notice.gr

• **ΜΕΤΑΧΑ**

Η ΠΡΟΒΛΕΨΗ ΓΙΑ ΔΙΨΗΦΙΑ ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΣΤΗΝ ΤΡΕΧΟΥΣΑ ΧΡΗΣΗ, Η ΑΜΚ ΤΩΝ €100 ΕΚΑΤ. ΚΑΙ Η... ΕΠΙΣΤΡΟΦΗ €1,418 ΕΚΑΤ. ΑΠΟ ΤΟ ΔΗΜΟΣΙΟ

Διψήφια ανάπτυξη σε αξία και όγκο πωλήσεων αναμένει για την τρέχουσα οικονομική χρήση 2025/2026 η διοίκηση του Metaxa στην Ελλάδα (Σ.&Η.&Α. Μεταξά), η οποία παράλληλα εκτιμά ότι η χρήση θα είναι κερδοφόρα.

Βασικός στόχος παραμένει η ανάπτυξη των πωλήσεων των προϊόντων Metaxa & Metaxa Ouzo παρά τις γενικότερες αβέβαιες οικονομικές συνθήκες λόγω των γεωπολιτικών και μακροοικονομικών εξελίξεων παγκοσμίως.

ΕΜΠΟΡΙΚΗ ΕΠΕΚΤΑΣΗ

Παράλληλα, όπως αναφέρεται στις τελευταίες χρηματοοικονομικές καταστάσεις, στόχος είναι η εμπορική επέκταση σε νέες αγορές, εκτός ΕΕ, για την εξασφάλιση μακροπρόθεσμης ανάπτυξης των πωλήσεων. Για τον λόγο αυτό προχωράει σε επενδύσεις στο Μάρκετινγκ, για την αναζωογόνηση και βελτιστοποίηση της εικόνας της μάρκας, την προσέλκυση νεότερων καταναλωτών και την απόκτηση μεριδίου αγοράς από τους ανταγωνιστές.

ΝΕΑ ΠΡΟΪΟΝΤΑ

Βασική προτεραιότητα εξακολουθεί να είναι η συνεχής επένδυση στην καινοτομία, κάτι που αποτυπώνεται στην κυκλοφορία

των προϊόντων RTDs προσαρμοσμένων στο νεότερο, αστικό κοινό και στις εξελισσόμενες παγκόσμιες προτιμήσεις. Θυμίζουμε ότι κατά τη διάρκεια του α' τριμήνου της τρέχουσας χρήσης λανσαρίστηκαν τα δύο πρώτα RTDs σε κουτάκι Peach Spritz και Ginger & Lime Long Drink. Το λανσάρισμα συνοδεύτηκε από νέα διαφημιστική καμπάνια με τον τίτλο "Get your cocktails ON".

Παράλληλα, συνεχίζεται η επιτάχυνση του premiumization με πυλώνα το Metaxa 12 Stars, μέσω αυξημένης διανομής και υποστήριξης μάρκετινγκ.

ΟΙ ΚΥΡΙΟΤΕΡΕΣ ΕΞΕΛΙΞΕΙΣ ΤΟΥ 2025

Στο τέλος της προηγούμενης χρήσης (31/3/2025), η εταιρεία παρουσίαζε θετικό κεφάλαιο κίνησης κατά €15,37 εκατ. Λόγω του ότι έληξε το βραχυπρόθεσμο ενδοομικό δάνειο με τη συγγενή εταιρεία, αντικαταστάθηκε με μακροπρόθεσμο ενδοομικό δάνειο, ύψους €17 εκατ., που λήγει τον Ιανουάριο του 2029.

Παράλληλα, σε έκτακτη Γενική Συνέλευση που πραγματοποιήθηκε στις 30 Σεπτεμβρίου 2025 αποφασίστηκε η αύξηση του μετοχικού της κεφαλαίου κατά €100 εκατ. με σκοπό τη χρηματοδότηση των επιχειρηματικών

δραστηριοτήτων της εταιρείας.

Στις 31 Ιουλίου 2025, το Συμβούλιο της Επικρατείας έκανε δεκτή την αίτηση αναίρεσης της εταιρείας κατά απόφασης του Διοικητικού Εφετείου Αθηνών (του 2018) – αφορούσε απαίτηση από το Δημόσιο επιστροφής παρακρατούμενου φόρου μερισμάτων - όπου τελικώς η εταιρεία δικαιούται την επιστροφή ποσού περίπου €1,418 εκατ. ως αχρεωστήτως καταβληθέντος.

ΠΤΩΤΙΚΑ ΜΕΓΕΘΗ ΣΤΗ ΧΡΗΣΗ 2024-2025

Σε ό,τι αφορά την οικονομική χρήση 2024/2025, η οποία ολοκληρώθηκε στις 31 Μαρτίου 2025, οι πωλήσεις της εταιρείας (σε όγκο και αξία) κατέγραψαν διψήφια πτώση. Ειδικότερα, ο συνολικός όγκος πωλήσεων σημείωσε μείωση της τάξης του 11,33%, ενώ ο συνολικός καθαρός κύκλος εργασιών από πωλήσεις των εμπορευμάτων της, τόσο στο εσωτερικό, όσο και στο εξωτερικό, υποχώρησε σε ποσοστό 12,11% και διαμορφώθηκε σε €23,42 εκατ.

Το μικτό αποτέλεσμα εμφάνισε πτώση 5,26%, στα επίπεδα των €8 εκατ. περίπου.

Στην τελική γραμμή του ισολογισμού καταγράφηκε επίσης μικρή πτώση, με τα προ φόρων κέρδη να υποχωρούν στα €2,57 εκατ. και η καθαρή κερδοφορία σε περίπου €1,94 εκατ. από €2,076 εκατ. την αμέσως προηγούμενη οικονομική χρήση.



Dorothee Heriard
Dubreuil, CEO,
House of Metaxa

DATA 1/4-31/3 (σε €χιλ.)

Κύκλος εργασιών (καθαρός)

2024/2025: 23.421
2023/2024: 26.649
2022/2023: 29.741
2021/2022: 23.360

Μικτό αποτέλεσμα

2024/2025: 7.996
2023/2024: 8.440
2022/2023: 9.001
2021/2022: 7.564

Κέρδη προ φόρων

2024/2025: 2.570
2023/2024: 2.728
2022/2023: 2.941
2021/2022: 2.425

Μάκης Αποστόλου
makis@notice.gr

• **KARAKANAS DAIRY**

ΧΕΙΡΟΦΡΕΝΟ ΣΤΗΝ ΠΑΡΑΓΩΓΗ ΦΕΤΑΣ ΚΑΙ ΚΑΣΕΡΙΟΥ ΠΟΠ ΛΟΓΩ ΕΥΛΟΓΙΑΣ - ΕΠΙΣΠΕΥΔΕΙ ΤΟ ΣΧΕΔΙΟ ΓΙΑ ΝΕΟ, ΓΙΔΙΝΟ ΒΙΟΛΟΓΙΚΟ ΤΥΡΙ

Μια δύσκολη και απρόβλεπτη χρονιά φτάνει σε λίγες εβδομάδες στο τέλος της για την Karakanas Dairy, με την εταιρεία να έχει προχωρήσει σε αναθεώρηση του παραγωγικού της σχεδιασμού υπό τα νέα, πιεστικά δεδομένα που διαμορφώνουν οι ελλείψεις στο πρόβειο γάλα.

Η τυροκομική επιχείρηση από το Στεφανοβίκειο του νομού Μαγνησίας είδε φέτος το σύνολο των συνεργατών-παραγωγών της, που στη μεγάλη πλειονότητά τους δραστηριοποιούνταν στην παρακάρλια περιοχή, να χάνουν σχεδόν το 100% του ζωικού κεφαλαίου τους λόγω της ευλογιάς. Όπως εξηγεί στο Fnb Daily ο επικεφαλής του τυροκομείου, Παναγιώτης Καρακάνας, αυτό είχε ως αποτέλεσμα η εταιρεία να... τραβήξει χειρόφρενο στην παραγωγή ΠΟΠ τυριών, όπως φέτας και κασεριού.



Παναγιώτης Καρακάνας, ιδιοκτήτης, Karakanas Dairy

ΣΩΤΗΡΙΑ Η ΜΑΚΡΑ ΩΡΙΜΑΝΣΗ

"Για την ώρα δουλεύουμε ακόμα με το περυσινό στοκ και το γεγονός ότι τα προϊόντα μας είναι ως επί το πλείστον μακράς ωρίμανσης, μας δίνει ευτυχώς αυτή τη δυνατότητα", υπογραμμίζει, εκτιμώντας ότι οι διαθέσιμες ποσότητες οριακά επαρκούν μέχρι και το πρώτο δίμηνο του 2026. "Πιθανότατα θα δώσουμε προτεραιότητα στα δικά μας καταστήματα (σ.σ. 4 συνολικά) και από εκεί και πέρα, ό,τι μπορούμε θα καλύψουμε από τις ανάγκες των συνεργατών μας", προσθέτει, υπενθυμίζοντας ότι η Karakanas Dairy συνεργάζεται με όλες τις μεγάλες αλυσίδες που έχουν παρουσία στον νομό Μαγνησίας.

ΑΥΞΗΜΕΝΕΣ ΟΙ ΕΙΣΚΟΜΙΣΕΙΣ

Προκειμένου να παραμείνουν σε λειτουργία οι γραμμές παραγωγής, έχουν αυξηθεί οι εισκομίσεις γίδινου γάλακτος -μεταξύ άλλων, με την προσθήκη στη λίστα των προμηθευτών δύο ακόμα παραγωγών - καθώς και η παραγωγή γίδινων τυριών. Παράλληλα, η εταιρεία δουλεύει και το αγελαδινό γάλα σε εντονότερους ρυθμούς, παράγοντας προϊόντα όπως ο τελεμές.

Παράλληλα επισπεύδεται το σχέδιο για την κυκλοφορία ενός νέου γίδινου βιολογικού τυριού, τύπου φέτας, το οποίο έρχεται να συμπληρώσει την γκάμα βιολογικών προϊόντων τα οποία η Karakanas Dairy διαθέτει μέσω του Βιολογικού Χωριού. Η πα-

ραγωγή, όπως σημειώνει ο κ. Καρακάνας, θα ξεκινήσει στις αρχές του 2016 και, ύστερα από ένα δίμηνο ωρίμανσης, αναμένεται να είναι διαθέσιμο την άνοιξη. "Είναι κάτι που ούτως ή άλλως είχαμε στα πλάνα μας. Απλά τώρα, λόγω και των συνθηκών, το φέρνουμε πιο μπροστά χρονικά", αναφέρει χαρακτηριστικά.

ΚΑΝΟΝΙΚΑ Η ΠΑΡΑΓΩΓΗ ΣΕ ΜΑΥΡΟΣΚΟΡΔΑΤΟ, KARACANNA ΚΑΙ ΣΠΕΤΣΟΤΥΡΙ

Σε αντίθεση με τη φέτα και το κασέρι, κανονικά συνεχίζεται, ενδεχομένως και αυξημένη η παραγωγή των πιο ειδικών ημίσκληρων τυριών της εταιρείας, όπως το Μαυροσκορδάτο (ουσιαστικά κασέρι με μαύρο σκόρδο), το Karacanna ή Κανναβότυρο (κασέρι με προσθήκη βιολογικής καλλιέργειας ανθού και σπόρου κάνναβης) και το Σπετσοτύρι Πηλίου που δεν ανήκουν στην κατηγορία των ΠΟΠ.

ΜΕΙΩΣΗ 10% ΣΤΟ ΤΖΙΡΟ ΤΟΥ 2025

Ο αντίκτυπος της ευλογιάς θα αποτυπωθεί, όπως όλα δείχνουν, και στον κύκλο εργασιών της εταιρείας (τα τελευταία χρόνια κινείται περίξ των €1,5 εκατ.) ο οποίος, σύμφωνα με την εκτίμηση του κ. Καρακάνα, θα είναι μειωμένος σε ένα ποσοστό της τάξης του 10%.

Γιάννης Τσατσάκης
yannis@notice.gr

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

• **BREWERS OF EUROPE**

ΣΕ ΠΑΡΑΤΕΤΑΜΕΝΗ ΥΦΕΣΗ Η ΕΥΡΩΠΑΪΚΗ ΑΓΟΡΑ ΜΠΥΡΑΣ ΛΟΓΩ ΠΤΩΣΗΣ ΤΟΥ HORECA - ΤΙ ΖΗΤΟΥΝ ΟΙ ΖΥΘΟΠΟΙΕΣ

Η ευρωπαϊκή αγορά μπύρας βιώνει παρατεταμένη ύφεση, με την παραγωγή, την κατανάλωση και τις εξαγωγές να συνεχίζουν να μειώνονται για πέμπτο συνεχόμενο έτος. Η ανησυχητική τάση επισημαίνεται στην πρόσφατη έκθεση της Brewers of Europe, η οποία εκπροσωπεί πάνω από 10.000 ζυθοποιίες σε 28 ευρωπαϊκές χώρες.

HORECA

Οι πωλήσεις σε pubs, cafes και εστιατόρια, που κάποτε αντιπροσώπευαν το 1/3 της συνολικής κατανάλωσης μπύρας στην Ευρώπη, έχει πλέον μειωθεί κατακόρυφα, περίπου στο 1/4 της αγοράς.

Αν και μικρότερες σε όγκο σε σύγκριση με το retail, οι πωλήσεις μπύρας στον τομέα του HoReCa παράγουν το μεγαλύτερο μέρος της προστιθέμενης αξίας του τομέα και είναι κρίσιμες για την υποστήριξη εκατοντάδων χιλιάδων μικρομεσαίων επιχειρήσεων και τοπικών θέσεων εργασίας.

Όπως αναφέρεται στο report, ένας αποδυναμωμένος τομέας HoReCa επιδρά αρνητικά σε ολόκληρη την αλυσίδα αξίας της μπύρας, επηρεάζοντας όλους, από τους αγρότες, έως τους διοργανωτές φεστιβάλ και την τουριστική βιομηχανία.

Μετά από χρόνια συνεχούς ανάπτυξης, ο αριθμός των ενεργών ζυθοποιείων στην ΕΕ έχει πλέον σταθεροποιηθεί σε περίπου 9.700.

ΞΟΔΕΥΟΥΝ ΛΙΓΟΤΕΡΑ ΟΙ ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΕΣ

Ο Christian Weber, Πρόεδρος της Brewers of Europe, προειδοποίησε ότι η τρέχουσα ύφεση είναι κάτι περισσότερο από μια προσωρινή πτώση, λέγοντας: "Οι καταναλωτές έχουν χάσει την εμπιστοσύνη τους και ξο-

δεύουν λιγότερα. Οι ζυθοποιοί αντιμετωπίζουν αυξανόμενο κόστος, αυστηρότερους κανονισμούς και αυξανόμενη πίεση σε όλη την αλυσίδα αξίας". Πρόσθεσε πως "παραμένουμε αισιόδοξοι από τη φύση μας, αλλά χρειαζόμαστε περισσότερη σταθερότητα και υποστήριξη για να συνεχίσουμε να πιστεύουμε σε ένα λαμπρό μέλλον".

Η παραγωγή μπύρας στην ΕΕ έχει μειωθεί από 367 εκατομμύρια εκατόλιτρα το 2019 σε 345 εκατομμύρια το 2024, με τα στοιχεία των αρχών του 2025 να υποδηλώνουν περαιτέρω συρρίκνωση της αγοράς.

Οι εξαγωγές, οι οποίες προηγουμένως χρησίμευαν ως αντίβαρο έναντι της πτώσης στο εσωτερικό των ευρωπαϊκών χωρών, επίσης επιβραδύνθηκαν για δεύτερη συνεχόμενη χρονιά.

ΟΙ ΠΑΡΑΓΟΝΤΕΣ ΠΟΥ ΣΥΜΒΑΛΛΟΥΝ ΣΤΗΝ ΥΦΕΣΗ

Η έκθεση εντοπίζει αρκετούς σημαντικούς παράγοντες που συμβάλλουν σε αυτήν την ύφεση, όπως είναι:

- ο επίμονος πληθωρισμός
- το υψηλό κόστος εισροών
- οι παγκόσμιες διαταραχές στις μεταφορές
- οι πιέσεις που σχετίζονται με το κλίμα και επηρεάζουν τη διαθεσιμότητα πρώτων υλών

ΚΑΙΝΟΤΟΜΙΑ ΕΝ ΜΕΣΩ ΠΡΟΚΛΗΣΕΩΝ

Η χαμηλή καταναλωτική εμπιστοσύνη συνεχίζει να αναδιαμορφώνει τα πρότυπα καταναλωτικής δαπάνης, επηρεάζοντας ιδιαίτερα τα προϊόντα που συνδέονται στενά με κοινωνικές εκδηλώσεις και τον τομέα της φι-



Christian Weber,
Πρόεδρος,
Brewers of Europe

λοξενίας. Πάντως, παρά τις προκλήσεις αυτές, ο τομέας συνεχίζει να επιδεικνύει καινοτομία. Οι μπύρες χωρίς αλκοόλ παραμένουν η μόνη κατηγορία ανάπτυξης, σημειώνοντας αύξηση 25% την τελευταία πενταετία, αντιπροσωπεύοντας πλέον το 7,5% της συνολικής κατανάλωσης μπύρας στην ΕΕ.

ΑΝΑΓΚΗ ΓΙΑ ΥΠΟΣΤΗΡΙΚΤΙΚΟ ΡΥΘΜΙΣΤΙΚΟ ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝ

Η Julia Leferman, Γενική Γραμματέας της Brewers of Europe, τόνισε την κρίσιμη σημασία ενός υποστηρικτικού ρυθμιστικού περιβάλλοντος, λέγοντας: "Οι ζυθοποιίες είναι αφοσιωμένες στη βιωσιμότητα και την πολιτιστική αξία, αλλά αυτή είναι μια στιγμή για σαφή υποστήριξη και όχι για δυσανάλογες ή αντιπαραγωγικές ρυθμίσεις. Ο τομέας μας μπορεί να συμβάλει στην ανταγωνιστικότητα και την πολιτιστική ζωντάνια της Ευρώπης, εάν του δοθεί η σταθερότητα που απαιτείται για επενδύσεις, καινοτομία και ανάπτυξη".

Μάκης Αποστόλου

makis@notice.gr

• **ΜΠΥΡΑ**

ΚΟΝΤΡΑ ΣΤΟ ΡΕΥΜΑ Η ΕΛΛΑΔΑ ΜΕ ΡΕΚΟΡ ΚΑΤΑΝΑΛΩΣΗΣ & ΠΑΡΑΓΩΓΗΣ ΤΟ 2024 - ΓΙΑΤΙ ΔΙΑΚΟΠΗΚΕ ΤΟ ΑΝΟΔΙΚΟ ΣΕΡΙ ΦΕΤΟΣ

Κόντρα στο γενικότερο ρεύμα, η Ελλάδα, χάρη και στα συνεχιζόμενα τουριστικά ρεκόρ, κατέγραψε συνεχή αύξηση της κατα-

νάλωσης μπύρας την πενταετία 2020-2024, η οποία διαμορφώθηκε πέρυσι σε περίπου 4,21 εκατομμύρια εκατόλιτρα, όταν το 2020

είχε υποχωρήσει λόγω του Covid στα χαμηλά των 3 εκατ.

ΔΙΑΒΑΣΤΕ ΕΔΩ ΑΝΑΛΥΤΙΚΑ ΤΑ ΣΤΟΙΧΕΙΑ

• **ΑΝΤΩΝΗΣ ΠΟΤΑΜΙΤΗΣ (ΙΠΕ)**

ΣΗΜΑΝΤΙΚΟΣ Ο ΑΝΘΡΩΠΙΝΟΣ ΠΑΡΑΓΟΝΤΑΣ ΣΤΙΣ ΠΩΛΗΣΕΙΣ

Τη σημασία του ανθρώπινου παράγοντα στις πωλήσεις, υπογράμμισε ο Πρόεδρος του Ινστιτούτου Πωλήσεων Ελλάδος Αντώνης Ποταμίτης, ανοίγοντας τις εργασίες του 16ου Πανελληνίου Συνεδρίου Πωλήσεων, τονίζοντας ότι παρά την τεχνολογική πρόοδο, ο ανθρώπινος παράγοντας παραμένει ο καθοριστικός μοχλός επιτυχίας για τις επιχειρήσεις.

Η ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ ΜΕ ΤΟΝ ΠΕΛΑΤΗ

Με αφετηρία το κεντρικό θέμα "UNBOXING sales human intelligence", ανέδειξε πως ο σύγχρονος επαγγελματίας πωλήσεων αφιερώνει το 80% του χρόνου του στην ουσιαστική επικοινωνία με τον πελάτη - γεγονός που διαμορφώνει και τη στρατηγική του ΙΠΕ όσον αφορά τη διαρκή αναβάθμιση γνώσεων και δεξιοτήτων.

Ο κ. Ποταμίτης επισήμανε ότι το Ινστιτούτο Πωλήσεων συνεχίζει να αποτελεί θεσμικό σημείο αναφοράς για το εμπόριο και τις αγορές, σε μία αγορά που απαιτεί στελέχη υψη-



λής κατάρτισης, τεχνογνωσίας και προσαρμοστικότητας. Οι άνθρωποι των πωλήσεων, όπως σημείωσε, διακρίνονται για την ανθεκτικότητά τους, τον επαγγελματισμό τους και την ικανότητα να συμβάλλουν ουσιαστικά στην κερδοφορία των εταιρειών.

ΣΥΛΛΟΓΙΚΗ ΣΥΜΒΑΣΗ

Ιδιαίτερη αναφορά έγινε στην ανάγκη εκσυγχρονισμού της απαραιτημένης συλλογικής σύμβασης του κλάδου. Αναφέρθηκε στο μοντέλο τριών επιπέδων (Merchandiser, Σύμβουλος Πωλήσεων, Στέλεχος Πωλήσεων/Area-Key Account Manager), το οποίο θα συνοδεύεται από αντίστοιχη μισθολογική κλίμακα. Τόνισε ότι η ΓΣΕΕ, ο ΣΕΒ και το Υπουργείο Εργασίας στηρίζουν την προσπάθεια αυτή, με στόχο την υλοποίηση εντός του 2026, έτους εκλογών για το ΙΠΕ.

Στέλλα Αυγουστάκη

stella@notice.gr

• Debrief •

ΣΥΝΕΤΑΙΡΙΣΜΟΙ COPY PASTE

Χθες είχαμε υποσχεθεί... τη λύση στο αγροτικό πρόβλημα. Λοιπόν, χωρίς ίχνος πλάκας, εκτιμώ πως πρόκειται για τους συνεταιρισμούς. Προφανώς όχι τους συνεταιρισμούς που γνωρίσαμε στην Ελλάδα τις προηγούμενες δεκαετίες. Ούτε συζήτηση για κάτι τέτοιο. Μιλάμε για άλλου είδους σχήματα, που τελικά οδηγούν στη δημιουργία επιχειρηματικών κολοσσών με παγκόσμιο αποτύπωμα.

Η... έμπνευση ήρθε όταν θυμήθηκα "το σχέδιο για συγχώνευση της δανέζικης Arla Foods με τη γερμανική DMK Group, που θα δημιουργήσει τον μεγαλύτερο γαλακτοκομικό συνεταιρισμό της Ευρώπης με περισσότερους από 12.000 αγροτοκτηνοτρόφους, με ενοποιημένες pro forma πωλήσεις ύψους €19 δισ.". [Αυτά γράψαμε στο FnB Daily, στις 9 Απριλίου.](#)

Μάλιστα... Ένας συνεταιρισμός με πάνω από 12.000 μέλη και πολλά δισεκατομμύρια σε πωλήσεις. Και δεν είναι ο μόνος. Το έψαξα λίγο. Dairy Farmers of America, FrieslandCampina, Fonterra, Agropur, είναι όλοι συνεταιρισμοί με τζιρούς πολλών δισεκατομμυρίων, που φιγουράρουν στη [λίστα με τις 20 μεγα-](#)

[λύστερες εταιρείες γαλακτοκομικών πα-
γκοσμίως για το 2024.](#)

Οφείλουμε να είμαστε ειλικρινείς. Το μοντέλο για την πρωτογενή παραγωγή που ακολουθούμε εδώ και δεκαετίες έχει αποτύχει. Δεν το λέμε εμείς. Το αποδεικνύουν οι κινητοποιήσεις των αγροτών, αρκεί κάποιος να ακολουθήσει μερικά απλά, λογικά βήματα: αφού επί δεκαετίες γίνονται κινητοποιήσεις, σημαίνει ότι υπάρχουν σοβαρά προβλήματα. Άρα, οι επιδοτήσεις, οι ενισχύσεις, το φθινό πετρέλαιο, όλο το πλαίσιο γενικά, δεν έλυσε τα προβλήματα αυτά. Αλλιώς γιατί σχεδόν κάθε χρόνο η Ελλάδα κόβεται στα 2, στα 3, στα 13; Σωστά; Αν μάλιστα, συνυπολογίσει κανείς και τον δημογραφικό μαρασμό της υπαίθρου, είναι ξεκάθαρο ότι όσα έχουν εφαρμοστεί για τη στήριξη του πρωτογενούς τομέα δεν έφεραν την οικονομική δραστηριότητα που θα κρατούσε τους νέους στον τόπο τους.

Διαβάζουμε συχνά ότι οι αγρότες στην Ελλάδα είναι αντιμέτωποι με υψηλό κόστος παραγωγής, έχουν μικρές εκμεταλλεύσεις, δεν είναι οργανωμένοι σε μεγάλες οντότητες ώστε να μπορούν να

διαπραγματευτούν καλύτερες τιμές για τα προϊόντα τους, και άλλα πολλά. Σαν αποτέλεσμα αυτό που τους μένει στην τσέπη είναι ελάχιστο.

Σύμφωνοι, 100%. Έτσι είναι τα πράγματα. Οπότε τί κάνουμε; Στο δικό μου φτωχό μυαλό, η λύση είναι να μεγαλώσουν το εκτόπισμά τους. Να ενωθούν σε μεγάλους συνεταιρισμούς που θα λειτουργούν αυστηρά με επιχειρηματικά κριτήρια. Το μοντέλο, όπως προαναφέραμε υπάρχει στο εξωτερικό. Ας το αντιγράψουμε, με προσαρμογές σε δικά μας δεδομένα, αν αυτό είναι αναγκαίο.

Βέβαια, όλα τα παραπάνω πρέπει να ειπωθούν χωρίς φόβο και πάθος από τους πολιτικούς προς τους αγρότες. Και να γίνουν παραδεκτά, επίσης χωρίς φόβο και πάθος, από τους αγρότες. Κυρίως από τη νέα γενιά πολιτικών και αγροτών που έχουν δει το αδιέξοδο και ψάχνονται. Εδώ είναι το ζουμί της υποθέσης. Θέλουμε να αλλάξουμε το μοντέλο της πρωτογενούς παραγωγής μας; Ιδού η απορία.

Γιάννης Παλιούρης

giannis@notice.gr

• ΕΥ ΕΛΛΑΔΟΣ

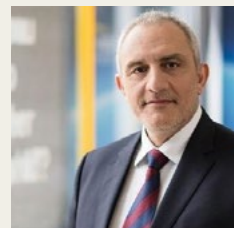
ΣΥΓΚΡΑΤΗΜΕΝΗ ΑΙΣΙΟΔΟΞΙΑ ΜΕΤΑΞΥ ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΩΝ ΚΑΙ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ

Εικόνα συγκρατημένης, αλλά υπαρκτής, αισιοδοξίας μεταξύ των Ελλήνων καταναλωτών, καθώς και μια σαφή απαίτηση για μεγαλύτερη εμπιστοσύνη απέναντι στις επιχειρήσεις, αποτυπώνει η πέμπτη έκδοση της έρευνας EY Future Consumer Index Ελλάδα 2025 της EY Ελλάδος. Παρά το συνεχιζόμενο υψηλό κόστος ζωής, οι πιέσεις στην κατανάλωση δείχνουν σημάδια αποκλιμάκωσης, με σημαντική μείωση των σχετικών ανησυχιών. Για πρώτη φορά καταγράφεται ότι περισσότεροι καταναλωτές προβλέπουν βελτίωση της οικονομικής τους κατάστασης (27%) από όσους περιμέ-

νουν επιδείνωση (25%), ανατρέποντας το κλίμα των προηγούμενων ετών.

ΤΑΣΕΙΣ ΣΤΑΘΕΡΟΠΟΙΗΣΗΣ

Παρότι το κόστος ζωής παραμένει το κυρίαρχο άγχος για το 64% των πολιτών, η υποχώρηση δείχνει ότι η καταναλωτική συμπεριφορά αρχίζει να σταθεροποιείται. Οι δείκτες οικονομικής πίεσης μειώνονται αισθητά: λιγότεροι καταναλωτές δηλώνουν δυσκολία στις αγορές ή ανάγκη περιορισμού στις απαραίτητες δαπάνες. Σημαντικό στοιχείο είναι ότι αυξάνεται η διάθεση για στοχευμένη κατανάλωση, με έμφα-



Θάνος Μαύρος,
Εταίρος, EY
Ελλάδος και
Επικεφαλής Τομέα
Λιανεμπορίου, EY
Νοτιοανατολικής
Ευρώπης

ση στα τρόφιμα, την καθημερινή διατροφή και την προσωπική φροντίδα - κατηγορίες που αντιστέκονται στις περικοπές. Η Ελλάδα συνεχίζει να χαρακτηρίζεται από πολυκαναλική αγοραστική συμπεριφορά, με το φυσικό κατάστημα να διατηρεί κεντρικό ρόλο. Η έρευνα επιβεβαιώνει ότι παρά την εξοικείωση με το ψηφιακό περιβάλλον, οι καταναλωτές εξακολουθούν να αναζητούν ανθρώπινη αλληλεπίδραση και προσωπική εξυπηρέτηση, ιδίως μετά την αγορά.

ΔΙΑΒΑΣΤΕ ΕΔΩ ΑΝΑΛΥΤΙΚΑ ΤΑ ΣΤΟΙΧΕΙΑ

Business Maker

QUIZ: ΠΟΙΟΣ ΠΡΩΗΝ ΦΙΛΕΛΕΥΘΕΡΟΣ ΥΠΟΥΡΓΟΣ ΠΙΝΕΙ ΝΕΡΟ ΣΤΗΝ ΙΔΕΑ ΤΟΥ ΣΥΝΕΤΑΙΡΙΣΜΟΥ...

Ένα πολύ ενδιαφέρον περιστατικό έθεσε υπόψη της στήλης μικρός οινοποιός, θέλοντας να καταδείξει τη δυσκολία, που αντιμετωπίζουν να ανοίξουν δίαυλο επικοινωνίας με την εκάστοτε πολιτική ηγεσία του τόπου και τα αρμόδια υπουργεία. Το συγκεκριμένο πάει μερικά χρόνια πίσω, όταν προσπαθούσαν οι μικροί παραγωγοί να προωθήσουν τα αιτήματά τους στην πολιτική ηγεσία του τόπου. Δεν πίστευε στα αυτιά του, λοιπόν, όταν άκουσε πρώην κορυφαίο υπουργό, βαθιά φιλελεύθε-

ρο, να καλεί τους μικρούς οινοποιούς να συνεταιριστούν!

Και, μάλιστα, να παραθέτει μια σειρά από επιχειρήματα για τα οφέλη του συνεταιρίζεσθαι, που ούτε βουλευτής σοσιαλιστικής παράταξης δεν θα μπορούσε να τα πει καλύτερα.

"Συνεταιριστείτε!", του έλεγε, τονίζοντας ότι η συνεργασία είναι το κλειδί για να σταθούν όρθιοι απέναντι στις πιέσεις της αγοράς. Ο πρώην υπουργός ανέφερε ότι οι συνεταιρισμοί μπορούν να διασφαλίσουν καλύτε-

ρη διαπραγματευτική ισχύ, κοινή προώθηση των προϊόντων, αλλά και πρόσβαση σε χρηματοδοτικά εργαλεία, που για μεμονωμένους παραγωγούς είναι δύσκολα προσβάσιμα, υπενθυμίζοντας ότι η αγορά σήμερα απαιτεί οικονομίες κλίμακας, εξωστρέφεια και στρατηγικό σχεδιασμό. Αφορμή για την εξιστόρηση του παραπάνω περιστατικού είναι η απόφαση να μείνουν οι μικροί παραγωγοί εκτός του Συμβουλίου Οινοτουρισμού! Τα συμπεράσματα δικά σας...

Ο FRANCHISEE ΜΕ ΤΖΙΡΟ €1 ΕΚΑΤ. ΚΑΙ ΚΕΡΔΗ ΜΟΛΙΣ... €30 ΧΙΛ!

Μπορεί σε κάποια καταστήματα να σχηματίζονται ουρές, - ακόμη και με βροχή! -, ωστόσο, η εικόνα στην αγορά εστίασης δεν είναι ίδια παντού. Όπως αναφέρουν παράγοντες του χώρου, δεν είναι όλα τα καταστήματα γεμάτα, αφού παρατηρείται σαφής μεταστροφή των προτιμήσεων των καταναλωτών, με την τάση να μετακινείται από παραδοσιακά εστιατόρια και ταβέρνες σε street food.

Στα πιο hot spots, όπως στο Jackaroo, όπου

είναι της μόδας ειδικά για τη νέα γενιά, οι πελάτες περιμένουν υπομονετικά, σχηματίζοντας φιδάκια, που θυμίζουν εποχές μεγάλης ζήτησης. Ωστόσο, αυτό δεν μεταφράζεται απαραίτητα σε τεράστια κέρδη. Όπως επισημαίνει παράγοντας της αγοράς, ακόμη και όσα καταστήματα εμφανίζονται γεμάτα, δεν καταγράφουν ουσιαστικά κέρδη. Ένα χαρακτηριστικό παράδειγμα είναι franchisee σε μεγάλη γνωστή αλυσίδα, που πραγματοποιεί τζίρο περίπου €1 εκατ. ετησίως, αλλά το

καθαρό κέρδος φτάνει μόλις τα €30 χιλ. — περιθώριο σχεδόν μηδενικό, γύρω στο 3%. Ουσιαστικά, όπως επισημαίνει η ίδια πηγή, ο επιχειρηματίας αναλαμβάνει τεράστιο ρίσκο και πλήρεις ευθύνες, όταν θα μπορούσε να είναι απλώς υπάλληλος, χωρίς άγχος για τα κόστη, τις υποχρεώσεις και την καθημερινή διαχείριση. Η εικόνα αυτή αναδεικνύει την πραγματικότητα ενός κλάδου με υψηλά κόστη λειτουργίας, περιορισμένα περιθώρια κέρδους και συνεχείς προκλήσεις...

Business Insight

JUMBO: ΔΑΣΜΟΙ... ΜΟΥΣΙΚΗ ΣΤΑ ΑΥΤΙΑ ΤΟΥ ΑΠΟΣΤΟΛΟΥ ΒΑΚΑΚΗ

Καταλύτη για την τιμή της μετοχής αναμένεται να αποτελέσει πιθανή αύξηση των δασμών στα μικροδέματα από Temu και Schein, σύμφωνα με την Pantelakis Securities. Άλλωστε ο ίδιος ο Απόστολος Βακάκης στην τηλεδιάσκεψη αναλυτών για τα μεγέθη εξαμήνου (25/9) είχε βάλλει κατά των κινέζικων πλατφορμών, με τον επικεφαλής του ομίλου να επαναλαμβάνει (επί λέξει) ότι "ο ανταγωνισμός είναι απόλυτα ευπρόσδεκτος, αρκεί να μην είναι αθέμιτος..."

Συντασσόμενος, πρακτικά, πλήρως με τις θεσμικές παρεμβάσεις που εισηγούνται εγχώριοι και ευρωπαϊκοί φορείς όσον αφορά τη δραστηριότητα των ασιατικών πλατφορμών (Temu, Schein e.t.c) που αποφεύγουν δασμούς και φόρους, υπογραμμίζοντας πως πρέπει σύντομα να ληφθούν αποφάσεις. **Ήδη, η Ευρωπαϊκή Ένωση προχωρά σε σημαντικές αλλαγές στους δασμούς για τις πλατφόρμες όπως η Temu και η Shein, καταργώντας την απαλλαγή για δέματα αξίας κάτω των €150 και εισάγοντας νέους φόρους, που περιλαμβάνουν μια επιβάρυνση περίπου €2 ανά πακέτο και ενδεχομένως δασμούς έως και 50%, με στόχο την εξισορρόπηση του ανταγωνισμού με τα ευρωπαϊκά προϊόντα, με εφαρμογή από το 2026.**

"Μουσική στα αυτιά του Απόστολου (Βακάκη)..." χαρακτήρισε τις εξελίξεις αναλυτής χρηματιστηριακής, ο οποίος παρακολουθεί ανελλιπώς την Jumbo, τα τελευταία χρόνια. **Θα επιμείνω στο team της Pantelakis Securities** καθώς από τα τέλη Σεπτεμβρίου έχει προχωρήσει σε 3 εκθέσεις για την Jumbo, παρακολουθώντας τη σταδιακή αναθεώρηση μεγεθών

και στόχων. **Στις 29/9 εστίαζε στην αυξημένη συμβολή των εξαγωγών, εκτιμώντας πως οι ισχυρές ελεύθερες ταμειακές ροές του 2026 και 2027 σε συνδυασμό με τα γενναιόδωρα μερίσματα ενισχύουν περαιτέρω την ελκυστικότητα του τίτλου. Τότε τιμή-στόχο για τη μετοχή διατηρούσε τα €36. Ακολούθησε, λίγες ημέρες μετά (7/10) αναθεώρηση στόχου στα €37,5. Τί είχε αλλάξει; Η τιμολόγηση του διπλού οφέλους στο μικτό περιθώριο από την πτώση του δολαρίου των ΗΠΑ και των ναύλων. Σύν το ότι επαναξιολογήθηκε η παράμετρος "εξαγωγές", +46% (ετησιοποιημένο), αντιπροσωπεύοντας το 34% της αύξησης των πωλήσεων στο εξάμηνο.**

Τί πωλήσεις είχε στο διάστημα αυτό η εταιρεία; **€497,28 εκατ. (+8,01%) με μικτό περιθώριο κέρδους 53,86% (!) και EBITDA €165,36 εκατ., με €117,18 εκατ. τα καθαρά κέρδη (ομίλου).** Πρόκειται για την απόλυτη money maker machine - παραγωγής μετρητού και ταχύτητας κυκλοφορίας χρήματος - με ό,τι διαπραγματευτική ισχύ δίνει στον επιχειρηματία. Και ερχόμαστε στην **3η έκθεση της χρηματιστηριακής - ενώ έχουν μεσολαβήσει αναλύσεις των Euroxx, με τιμή-στόχο τα €42 και Citi με στόχο τα €32 ευρώ - που το θέμα των δασμών συνεκτιμάται πλέον και ουσιαστικά καθώς λειτουργεί σαν ανταγωνιστικό πλεονέκτημα: τα προϊόντα από το εξωτερικό γίνονται ακριβότερα, τα προϊόντα της Jumbo (που διαθέτει δική της εφοδιαστική αλυσίδα εντός ΕΕ και παράγει σε διάφορες χώρες) γίνονται πιο ελκυστικά και ανταγωνιστικά σε σχέση με τις online αγορές από την Ασία, οδηγώντας σε αύξηση των πωλήσεων συνα-**

κόλουθα της κερδοφορίας της. Κοινός παρονομαστής των αναλυτών η **σημαντική μερισματική απόδοση, στο 5%-7%, ανάλογα με τη χρήση, γεγονός που καθιστά τη μετοχή ελκυστική για funds όπως της Fidelity, New World e.t.c, με κατά κανόνα μακροπρόθεσμη θέση στο χαρτί. Η πρόσφατη μείωση θέσεων (των συγκεκριμένων δύο) έρχεται σε περίοδο που η Jumbo αποτιμάται στα €3,692 δισ. και βάσει των εκτιμήσεων των αναλυτών έχει (δυννητικά) περιθώρια μεγέθυνσης πάνω και από τα €4,5 δισ. (πρακτικά αυτό σημαίνει πως οι νέοι αγοραστές προσβλέπουν στην προοπτική διψήφιας υπεραξιών σε εύθετο επενδυτικό ορίζοντα). Πόσο; Θα εξαρτηθεί από τις πωλήσεις εξωτερικού, όπου **joker μπορεί να αποδειχθεί η διεύρυνση της συνεργασίας με το Fox Group.** Θα μπορούσε να είναι ακόμη ένα Game Changer καθώς η αποκλειστική σύμβαση δικαιόχρησης του **ισραηλινού ομίλου σε Ισραήλ και Καναδά, μέσα στο 2026 προγραμματίζεται η λειτουργία άλλων 5-6 καταστημάτων στο Ισραήλ και των πρώτων 3 στον Καναδά (Οντάριο). Συμφωνεί/διαφωνεί κάποιος με τον Απόστολο Βακάκη δεν μπορεί να μην του αναγνωρίσει την ευθυκρισία που διακρίνει τις εκάστοτε θέσεις του. Όπως αυτή τη φορά, με αφορμή το "αγροτικό", καλεί την Πολιτεία να διασφαλίσει άμεσα και με απόλυτο τρόπο την ομαλότητα στην αγορά και την εύρυθμη λειτουργία της χώρας κατά τη διάρκεια αυτής της κρίσιμης περιόδου διότι απλά δεν υπάρχει η πολυτέλεια ημίμετρων που μαθηματικά θα οδηγήσουν σε αδιέξοδα και μη αναστρέψιμες επιπλοκές στην εξαγωγική οικονομία και στην ίδια την Ελλάδα.****

BNB
DAILY

BUSINESS IN BRIEF

ΚΑΘΕ ΠΡΩΙ
ΣΤΟ EMAIL ΣΑΣ!

Business Opinions - Business Secrets
- Τράπεζες - Ναυτιλία - Real Estate
- Μετακινήσεις Στελεχών

Γίνε
συνδρομητής
εδώ



• **ΒΙΚΟΣ COLA**

ΕΠΙΣΗΜΟΣ ΧΟΡΗΓΟΣ ΤΟΥ CHRISTMAS THEATER

Η μαγεία των Χριστουγέννων επιστρέφει στο Christmas Theater με την Βίκος Cola. Όπως αναφέρει η σχετική ανακοίνωση, "από το 2022, αυτή η συνεργασία έχει εξελιχθεί σε θεσμό, γεμίζοντας την εορταστική περίοδο με ενέργεια, χαρά και δίψα για Χριστούγεννα. Το Christmas Theater συνεχίζει δυναμικά τη φετινή σεζόν με ένα πλούσιο πρόγραμμα διεθνών παραστάσεων και εντυπωσιακών παραγωγών που εμπνέουν, ψυχαγωγούν και φέρνουν κοντά μικρούς και με-

γάλους. Σε αυτή τη δημιουργική πορεία, η Βίκος Cola ανανεώνει τη συνεργασία της ως επίσημος χορηγός, προσθέτοντας διάθεση για χαρά και μοναδικές εμπειρίες".

Συνεχίζει αναφέροντας πως "με κάθε γουλιά: Classic, Stevia ή Zero Sugar, η Βίκος Cola συντροφεύει τους θεατές, σε κάθε στιγμή που γίνεται ανάμνηση. Φέτος, κάνει τα Χριστούγεννα αξέχαστα: ζήσε τη μαγεία, μοιράσου τη χαρά και γέμισε κάθε στιγμή με Βίκος Cola".



SECRETCREIPE

Προσεκτικές κινήσεις

Μια πολύ ενδιαφέρουσα θέση εργασίας έχει βγει στον κλάδο τις τελευταίες ημέρες. Πρόκειται για τη θέση του διευθυντή πωλήσεων πολύ γνωστής και ηγέτιδος εταιρείας στο προϊόν της, η διοίκηση της οποίας επιθυμεί να ανανεώσει και να φρεσκάρει το πρόσωπο, που είναι επικεφαλής του πλέον κρίσιμου τμήματός της. Οι κινήσεις είναι πολύ προσεκτικές και οι συνεντεύξεις ακόμα πιο επιλεκτικές. Καλή επιτυχία...

Editorial

Τουριστική στρατηγική

Πάμε σήμερα να μιλήσουμε για τον τουρισμό και τί προϊόν θέλουμε να σερβίρουμε στους τουρίστες. Διάβαζα χτες τα όσα είπε ο Γιάννης Στουρνάρας, σε ομιλία του. Ότι, δηλαδή, "το ελληνικό τουριστικό προϊόν διαθέτει σημαντικά περιθώρια ανάπτυξης, ιδίως στο πλαίσιο των διεθνών τάσεων που ευνοούν τον τουρισμό υψηλής δαπάνης και τους προορισμούς με ισχυρή ταυτότητα". Και ότι "η στροφή των ταξιδιωτών προς εμπειρίες υψηλής ποιότητας, η αναζήτηση λιγότερο κορεσμένων προορισμών και η ενίσχυση της ζήτησης εκτός περιόδων αιχμής δημιουργούν ουσιαστικές ευκαιρίες διαφοροποίησης".

Γιατί τα λέει όλα αυτά;

Πέραν του προφανούς του πράγματος, και διότι οι αριθμοί μιλούν από μόνοι τους. Δηλαδή, αν υπάρξει και εφαρμοστεί συγκεκριμένη και στοχευμένη στρατηγική, τότε, πρώτον, η μέση δαπάνη ανά επισκέπτη μπορεί να αυξηθεί κατά 15% έως το 2035, και, δεύτερον, και ακόμη σημαντικότερο, η υπερσυγκέντρωση αφίξεων τον Ιούλιο και τον Αύγουστο μπορεί να μειωθεί από 42% σε 34%. Πώς μπορούν να γίνουν αυτά, μεταξύ άλλων;

Δίνοντας έμφαση στην ενίσχυση του τουρισμού υψηλής δαπάνης, ιδιαίτερα από αγορές όπως οι Ηνωμένες Πολιτείες και η Ασία, καθώς έτσι δημιουργούνται προσφέρει σημαντικά περιθώρια ενίσχυσης των εσόδων.

Κατ' επέκταση, η ποιοτική αναβάθμιση του προϊόντος θα οδηγήσει και σε αναβάθμιση των υποδομών και των επενδύσεων. Τόσο απλά.

Νεκτάριος Β. Νώτης
nectarios@notice.gr