

Η Lidl Ελλάς **Gold Sponsor** στο **Delphi Economic Forum XI**

Στρατηγικός εταίρος της ελληνικής οικονομίας και γαστρονομίας, με σταθερή δέσμευση στην ποιότητα και την ανάδειξη των ελληνικών προϊόντων.



1.647 κωδικοί
ελληνικών προϊόντων
ταξίδεψαν σε 31 χώρες

€600 εκατ.
η αξία των ελληνικών προϊόντων
που διοχετεύθηκαν στο διεθνές
δίκτυο της Lidl το 2025

Lidl House Athens
ένα οικοσύστημα εκπαίδευσης, εμπειρίας
και βιωσιμότητας για την προώθηση της
ελληνικής γαστρονομίας στην καρδιά
της Αθήνας



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

ΔΕΥΤΕΡΑ 25 ΜΑΪΟΥ 2026
ΤΕΥΧΟΣ 2331



• VERO GROUP

Διψήφια ανάπτυξη φέτος παρά τις κυβερνητικές παρεμβάσεις σε Σερβία, Β. Μακεδονία
- Πάνω από €200 εκατ. ο περυσινός τζίρος



• AGRINO

Σταθερή η εικόνα στο τετράμηνο
- Ανοδικά η κατηγορία του snacking



• ΚΤΗΜΑ ΚΩΣΤΑ ΛΑΖΑΡΙΔΗ

Από το 2027 σε λειτουργία το νέο boutique οινοποιείο στην Πάρο - Μπήκε σε Νορβηγία και Φινλανδία



• STARBUCKS

Τραβάει την πρίζα από AI σύστημα μετά από λάθη στις μετρήσεις

Editorial
Ο λογαριασμός

Debrief
Job Description

Business Insight

Στις ράγες 2+1 έργα αιχμής για την Θεσσαλονίκη και η στρατηγική σημασία τους

Business Maker

- Η αθέατη συμμετοχή του Κρητικού και το δίλημμα
- Από την Μύκονο στην Αδριατική: Το νέο στοίχημα του Nammos

SecretRecipe

Πού βαδίζουμε κύριοι;

• **OLIVIAN GROVES**

ΕΣΤΙΑΖΕΙ ΣΕ ΒΟΥΤΙΚΕ ΕΛΑΙΟΛΑΔΟ ΓΙΑ ΝΑ ΜΠΕΙ ΣΕ ΠΕΡΙΣΣΟΤΕΡΕΣ ΔΙΕΘΝΕΙΣ ΑΓΟΡΕΣ

Την ανάγκη αναβίωσης εγκαταλελειμμένων ελαιώνων και την ενίσχυση της ελληνικής παρουσίας στο premium ελαιόλαδο υπογράμμισε μιλώντας στο Fnb Daily, η Μαίρη Σάββα, ιδιοκτήτρια της Olivial Groves, η οποία περιέγραψε την πορεία και τη στρατηγική της εταιρείας.

Όπως ανέφερε η κα Σάββα, η εταιρεία ανέλαβε πριν από περίπου πέντε χρόνια εκτάσεις γης σε περιοχές της Μεσσηνίας και της Ερμιονίδας που βρίσκονταν σε μεγάλο βαθμό εγκαταλελειμμένες.

Στόχος, όπως σημείωσε, ήταν η επαναφορά τους σε παραγωγική δραστηριότητα, με έμφαση στην ποιότητα και στην προστιθέμενη αξία του προϊόντος.

Η ίδια υπογράμμισε ότι το ελαιόλαδο αποτελεί εθνικό προϊόν, ωστόσο, κατά την εκτίμησή της, δεν έχει αναπτυχθεί μια ενιαία εθνική στρατηγική για την περαιτέρω ενίσχυσή του σε διεθνές επίπεδο, σε αντίθεση με άλλες χώρες παραγωγής.

ΠΟΙΚΙΛΙΕΣ ΚΑΙ ΠΑΡΑΓΩΓΙΚΟ ΜΟΝΤΕΛΟ

Η Olivial Groves παράγει αποκλειστικά έξτρα παρθένο ελαιόλαδο από δύο βασικές ποικιλίες: την Κορωνέικη και την Μανάκι στην Ερμιονίδα.

Σύμφωνα με την κα Σάββα, η εταιρεία διαθέτει αυτή τη στιγμή περίπου 10-12 διαφορετικούς κωδικούς προϊόντων, με χαρακτηριστικό παράδειγμα το "Hermione", που παράγεται από την ποικιλία Μανάκι και διακρίνεται για τη χαμηλή οξύτητά του.

Παράλληλα, η επιχείρηση λειτουργεί με καθιερωμένο μοντέλο, καθώς περιλαμβάνει τόσο την παραγωγή, όσο και τη συσκευασία του προϊόντος, όπως σχολίασε η κα Σάββα.

ΕΞΑΓΩΓΙΚΗ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΑ ΚΑΙ ΔΙΕΘΝΗΣ ΠΑΡΟΥΣΙΑ

Η εταιρεία έχει ήδη παρουσία σε επιλεγμένες ευρωπαϊκές αγορές, στα Ηνωμένα Αραβικά Εμιράτα, ενώ έχει πραγματοποιήσει και μικρό άνοιγμα στην Αυστραλία, κυρίως μέσω συμμετοχής σε διεθνείς εκθέσεις. Η κα Σάββα σημείωσε ότι η στρατηγική της εταιρείας επικεντρώνεται στην τοποθέτηση του προϊόντος ως "boutique" ελαιόλαδου υψηλής ποιότητας, με στόχο την περαιτέρω ενίσχυση της εξαγωγικής δραστηριότητας, ιδιαίτερα σε αγορές όπως οι ΗΠΑ και η Ανατολή.



ΕΠΕΝΔΥΣΕΙΣ ΣΕ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΑ ΚΑΙ ΥΠΟΔΟΜΕΣ

Στο πλαίσιο της παραγωγικής ανάπτυξης, η επιχείρηση έχει επενδύσει σε υποδομές όπως μετεωρολογικούς σταθμούς για την απομακρυσμένη παρακολούθηση των καλλιεργειών, ήδη από τα πρώτα χρόνια λειτουργίας της.

Παράλληλα, έχει αναπτυχθεί ολοκληρωμένο σύστημα διαχείρισης νερού με στόχο τη μείωση της σπατάλης και την πιο αποδοτική άρδευση των καλλιεργειών, ενώ έχει δημιουργηθεί και αποθηκευτική υποδομή για τη βελτίωση της εφοδιαστικής αλυσίδας.

Ιδιαίτερη αναφορά έγινε και στο ζήτημα της κάλυψης αναγκών σε εργατικό δυναμικό μέσω μετακλήσεων εργαζομένων από το εξωτερικό, κυρίως από την Αίγυπτο. Πέρσι η εταιρεία έφερε 35 εργαζόμενους, με στόχο την αύξηση του αριθμού σε 50.

ΣΥΜΜΕΤΟΧΗ ΣΕ ΕΚΘΕΣΕΙΣ

Η κα Σάββα τόνισε ότι η εταιρεία βρίσκεται ακόμη σε φάση ανάπτυξης, τόσο σε εμπορικό όσο και σε οικονομικό επίπεδο, ενώ

υπογράμμισε τη σημασία της ενίσχυσης της διεθνούς παρουσίας με συστηματικότερο τρόπο, πέρα από τις υφιστάμενες κρατικές πρωτοβουλίες, όπως αυτές της Enterprise Greece.

Παράλληλα, σημείωσε ότι η Olivial Groves έχει ήδη πραγματοποιήσει συμμετοχές σε διεθνείς εκθέσεις, συμπεριλαμβανομένης της Γαλλίας, όπου η απουσία άλλων ελληνικών επιχειρήσεων έκανε τη δική της παρουσία πιο διακριτή.

Η ΠΑΡΟΥΣΙΑ ΣΤΗΝ ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΑΓΟΡΑ

Στην ελληνική αγορά, τα προϊόντα της εταιρείας διατίθενται κυρίως σε delicatessen και εστιατόρια, καθώς η αρχική στρατηγική δεν είχε ως βασική προτεραιότητα τη μαζική εγχώρια διανομή.

Παράλληλα, η εταιρεία συνεργάζεται και σε επίπεδο private label για εξειδικευμένους πελάτες.

Μάριος Δελατόλας
marios@notice.gr

• **STARBUCKS**

ΤΡΑΒΑΕΙ ΤΗΝ ΠΡΙΖΑ ΑΠΟ ΑΙ ΣΥΣΤΗΜΑ ΜΕΤΑ ΑΠΟ ΛΑΘΗ ΣΤΙΣ ΜΕΤΡΗΣΕΙΣ

Η Starbucks τερμάτισε αυτή την εβδομάδα πρόγραμμα Τεχνητής Νοημοσύνης που χρησιμοποιούσαν οι εργαζόμενοι για την αυτοματοποίηση μετρήσεων αποθεμάτων, μόλις εννέα μήνες μετά την εφαρμογή του στα καταστήματα της Βόρειας Αμερικής. Σύμφωνα με εσωτερικό ενημερωτικό δελτίο που εξέτασε το Reuters και δύο άτομα με γνώση της υπόθεσης, το εργαλείο αποτελούσε μέρος των προσπαθειών του CEO, Brian Niccol, για την αντιμετώπιση των ελλείψεων προϊόντων που επηρεάζουν τις πωλήσεις.

ΛΑΘΗ ΕΠΙ ΛΑΘΩΝ

Το σύστημα σχεδιάστηκε για να βελτιώσει την ορατότητα της εταιρείας στα αποθέματα, ωστόσο συχνά παρουσίαζε λάθη, όπως λανθασμένες μετρήσεις και κατηγοριοποιήσεις προϊόντων, συγχέοντας διαφορετικά είδη γάλακτος ή παραλείποντάς τα εντελώς. "Από

σήμερα, η αυτοματοποιημένη καταμέτρηση θα καταργηθεί", ανέφερε εσωτερικό σημείωμα, προσθέτοντας ότι στο εξής τα συστατικά ροφημάτων και το γάλα θα μετρώνται όπως και οι υπόλοιπες κατηγορίες αποθεμάτων.

BACK TO BASICS

Η εταιρεία υποστήριξε ότι η απόφαση λήφθηκε για την τυποποίηση της διαδικασίας καταμέτρησης σε όλα τα καταστήματα, με στόχο τη συνέπεια και τη βελτίωση της εκτέλεσης. Παράλληλα, δήλωσε ότι προχωρά σε συχνότερες καθημερινές αναπληρώσεις προϊόντων και βελτιώσεις στην εφοδιαστική αλυσίδα, με κεντρικό στόχο να διασφαλίζεται ότι τα προϊόντα του μενού είναι διαθέσιμα για τους πελάτες.

Το εργαλείο, που είχε αναπτυχθεί με χρήση τεχνολογιών όπως LIDAR και κάμερες, είχε αναπτυχθεί γρήγορα από τον Σεπτέμβριο και



Brian Niccol, CEO, Starbucks

αρχικά είχε παρουσιαστεί ως μέσο αντικατάστασης των χειροκίνητων καταμετρήσεων. Ωστόσο, σύμφωνα με εσωτερικά παραδείγματα, δεν αναγνώριζε πάντα σωστά προϊόντα, όπως μπουκάλια σιροπιών, καταγράφοντας λάθος αντικείμενα.

Η Starbucks είχε αρχικά αναφέρει ότι η τεχνολογία βελτιώνει τη διαθεσιμότητα προϊόντων, ενώ ο Brian Niccol έχει δώσει έμφαση σε τεχνολογικές παρεμβάσεις στο πλαίσιο του σχεδίου αναδιάρθρωσης "Back to Starbucks". Παρά τις επενδύσεις, τα λειτουργικά περιθώρια στη Βόρεια Αμερική έχουν υποχωρήσει στο 9,9% από 18% πριν από δύο χρόνια.

• **ΚΟΡΕ**

ΠΡΟΧΩΡΑ ΤΟ ΠΛΑΝΟ ΕΞΑΓΩΓΩΝ - ΕΥΝΟΪΚΕΣ ΟΙ ΣΥΝΘΗΚΕΣ ΓΙΑ ΤΗ ΦΕΤΙΝΗ ΠΑΡΑΓΩΓΗ

Σταθερή εικόνα κατέγραψε στο α' τετράμηνο του έτους η ΚΟΡΕ, χωρίς ουσιαστικές διαφοροποιήσεις σε σχέση με την προηγούμενη περίοδο.

Όπως αναφέρει στο FNB Daily ο Επικεφαλής της εταιρείας, Κώστας Κουτσιούμης, παρότι οι τιμές έχουν υποχωρήσει σημαντικά, με εκτιμώμενη μείωση της τάξης του 30% έως 40%, η συνολική εμπορική δραστηριότητα δεν εμφανίζει ενδείξεις επιδείνωσης. Η εξέλιξη αυτή αποδίδεται κυρίως στη μεταβολή των τιμολογιακών συνθηκών και όχι σε κάμψη των όγκων ή της ζήτησης.

Στην ελληνική αγορά, η εικόνα παραμένει θετική, με την εταιρεία να μην εντοπίζει μέχρι στιγμής σοβαρά προβλήματα ή αρνητικά σήματα. Αντίστοιχα, στις υπόλοιπες δραστηριότητες της ΚΟΡΕ, η πορεία εμφανίζεται ικανοποιητική, καθώς οι επιδόσεις κινούνται σε ανοδικά επίπεδα ή παραμένουν σταθερές.

ΕΥΝΟΪΚΕΣ ΠΡΟΟΠΤΙΚΕΣ ΓΙΑ ΤΗΝ ΠΑΡΑΓΩΓΗ

Σε επίπεδο παραγωγής, οι προοπτικές για τη φετινή χρονιά αξιολογούνται ως ευνοϊκές. Σύμφωνα με τον κ. Κουτσιούμη με βάση τα σημερινά δεδομένα και το υφιστάμενο παραγωγικό πρόγραμμα, η εταιρεία εκτιμά ότι η



χρονιά μπορεί να εξελιχθεί θετικά. Οι καιρικές συνθήκες έως τώρα έχουν λειτουργήσει υποστηρικτικά, δημιουργώντας ένα ευνοϊκό περιβάλλον για την ανάπτυξη των καλλιεργειών. Η ΚΟΡΕ συνεχίζει επίσης την προσπάθεια ανάπτυξης σε επιμέρους προϊόντα, μεταξύ των οποίων η ντομάτα και άλλες καλλιέργειες. Η συγκεκριμένη δραστηριότητα βρίσκεται ακόμη σε αρχικό στάδιο, ωστόσο η έως τώρα πορεία της κρίνεται ικανοποιητική. Η εταιρεία εκτιμά ότι το εγχείρημα εξελίσσεται ομαλά και βρίσκεται σε σωστή κατεύθυνση, με προοπτική περαιτέρω ενίσχυσης εφόσον διατηρηθούν οι σημερινές συνθήκες.

ΠΕΡΙΟΡΙΣΜΕΝΕΣ ΕΞΑΓΩΓΕΣ

Σε ό,τι αφορά την εξωστρέφεια, η παρουσία της ΚΟΡΕ στις αγορές των Βαλκανίων παραμένει περιορισμένη, αλλά υπαρκτή. Ο κ. Κουτσιούμης ανέφερε ότι συνολικά οι χώρες εξαγωγής ανέρχονται περίπου σε 10, με το ποσοστό επί του τζίρου να είναι ακόμα σε χαμηλό επίπεδο.

Ωστόσο η εταιρεία επιδιώκει ανάπτυξη μέσα και από την συμμετοχή σε διεθνείς εκθέσεις, με πρόσφατη την Anuga 2025.

Στέλλα Αυγουστάκη
stella@notice.gr

• VERO GROUP

ΔΙΨΗΦΙΑ ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΦΕΤΟΣ ΠΑΡΑ ΤΙΣ ΚΥΒΕΡΝΗΤΙΚΕΣ ΠΑΡΕΜΒΑΣΕΙΣ ΣΕ ΣΕΡΒΙΑ, Β. ΜΑΚΕΔΟΝΙΑ - ΠΑΝΩ ΑΠΟ €200 ΕΚΑΤ. Ο ΠΕΡΥΣΙΝΟΣ ΤΖΙΡΟΣ

Παρά τις αυστηρές κυβερνητικές παρεμβάσεις που έγιναν από πέρυσι στον κλάδο των super markets και στις δύο χώρες όπου δραστηριοποιείται – δηλαδή στην Σερβία και την Βόρεια Μακεδονία – η Vero Group έχει καταφέρει να βγει... αλώβητη παραμένοντας σε αναπτυξιακή τροχιά. Όπως αναφέρει στο Fnb Daily ο ισχυρός άνδρας του ομίλου, Νίκος Βερόπουλος, η Vero Group αναπτύχθηκε πέρυσι με ρυθμό 5,7%, με τον συνολικό τζίρο (συμπεριλαμβανομένων των φόρων) να διαμορφώνεται σε περίπου €205,5 εκατ., ενώ στα ίδια επίπεδα αναπτύχθηκε και η κερδοφορία. Μάλιστα, η Vero ενίσχυσε τις πωλήσεις της τόσο στην Σερβία (+8,3%), όσο και στη Βόρεια Μακεδονία (+3,6%).

ΟΙ ΒΑΣΙΚΟΙ ΑΞΟΝΕΣ ΤΗΣ ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΗΣ

Ακόμη καλύτερη είναι η πορεία της Vero φέτος όπου αναπτύσσεται με ρυθμό άνω του 10%, παρότι, όπως τόνισε "μπήκε πλαφόν στις εκπώσεις των προμηθευτών και επιπλέον...ταβάνι στο περιθώριο κέρδους στο τιμολόγιο του retailer".

Ο κ. Βερόπουλος απέδωσε τις επιδόσεις αυτές στους τρεις βασικούς άξονες πάνω στους οποίους είναι χτισμένη η στρατηγική της Vero:

- τον μηδενικό τραπεζικό δανεισμό
- το ισχυρό ταμείο
- την ιδιοκτησία των ακινήτων που φιλοξενούν τα supermarkets, σε ποσοστό τουλάχιστον του 80%

ΕΠΕΝΔΥΣΕΙΣ ΣΤΟ ΔΙΚΤΥΟ

Ταυτόχρονα, συνεχίζεται το πρόγραμμα ανακαίνισης καταστημάτων, με έμφαση σε πιο σύγχρονους και ευρύχωρους χώρους που ενισχύουν την εμπειρία αγορών.

Παράλληλα, η προσθήκη ενός νέου καταστήματος στην Βόρεια Μακεδονία και πιο συγκεκριμένα στην Στρούμιτσα - το οποίο προγραμματιζόταν για το τελευταίο τρίμηνο του 2025 - αναμένεται να λειτουργήσει φέτος, μολονότι εξακολουθούν να υπάρχουν κάποια ζητήματα σχετικά με το οδικό δίκτυο που περνάει από το κατάστημα. Πρόκειται για μία επένδυση η οποία αρχικά είχε προϋπολογιστεί στα επίπεδα των €3 εκατ. και αφορά σε συνδυασμένο κατάστημα Vero Market και Jumbo (από 2.000 τ.μ. έκαστο).

Στην Σερβία, η Vero αγόρασε super market (3.500 τ.μ.) από ανταγωνιστή που το ενοικίαζε. Το συγκεκριμένο συμβόλαιο λήγει τον ερχόμενο Νοέμβριο, ωστόσο οι δύο πλευρές συμφώνησαν το υφιστάμενο super market να δουλέψει και τις γιορτές των Χριστουγέννων και να φύγει στις 10/1/2027. Στη συνέχεια θα ακολουθήσουν εργασίες ανακατασκευής με στόχο το κατάστημα να επαναλειτουργήσει εντός του ερχόμενου καλοκαιριού.

Μάκης Αποστόλου
makis@notice.gr

DATA Vero Group (σε €χιλ.)

Κύκλος εργασιών (χωρίς φόρους)

2024: 173.414
2023: 156.177
2022: 127.545
2021: 121.883
2020: 126.413

Κέρδη μετά από φόρους

2024: 12.802
2023: 12.154
2022: 10.314
2021: 11.508
2020: 12.779

ΝΕΕΣ ΑΠΟΘΗΚΕΣ

Ο Νίκος Βερόπουλος υπογράμμισε ότι έχει ξεκινήσει την ανάπτυξη κεντρικών αποθηκών σε κάθε χώρα δραστηριοποίησης, με στόχο την ενοποίηση των αποκλειστικών εισαγωγών και την καλύτερη υποστήριξη βασικών τμημάτων όπως η επεξεργασία κρέατος, τα έτοιμα γεύματα, τα είδη αρτοποιίας και η συσκευασία φρέσκων ψαριών.

Η διοίκηση της Vero έχει ήδη αγοράσει οικόπεδα 20-25 στρεμμάτων και στις δύο χώρες και βρίσκεται σε φάση αδειοδότησης η ανάπτυξη αποθηκών 6.000 τ.μ. σε κάθε χώρα.



Νίκος Βερόπουλος, επικεφαλής, Vero Group

• **AGRINO**

ΣΤΑΘΕΡΗ Η ΕΙΚΟΝΑ ΣΤΟ ΤΕΤΡΑΜΗΝΟ - ΑΝΟΔΙΚΑ Η ΚΑΤΗΓΟΡΙΑ ΤΟΥ SNACKING

Με σταθερό ρυθμό κινείται στο α' τετράμηνο του έτους η Agrino, σε μια αγορά που εξακολουθεί να εμφανίζει σημάδια συγκρατημένης κατανάλωσης και περιορισμένης δυναμικής. Παρά το σχετικά... μουδιασμένο - όπως χαρακτηρίζουν πηγές της εταιρείας στο Fnb Daily - κλίμα στο οργανωμένο λιανεμπόριο, η κατηγορία των snacks συνεχίζει να διατηρεί σταθερή παρουσία στο χαρτοφυλάκιο της εταιρείας, παρουσιάζοντας μέχρι στιγμής ικανοποιητική πορεία μέσα στη χρονιά, καθώς κινείται ανοδικά.

ΟΙ ΕΠΕΝΔΥΣΕΙΣ

Η εταιρεία εξακολουθεί να επενδύει στην ενίσχυση της παραγωγικής της βάσης και στην ανάπτυξη της δραστηριότητάς της γύρω από το ρύζι και τα προϊόντα healthy snacking.

Υπενθυμίζεται ότι τον περασμένο Μάιο εγκαινίασε νέα μονάδα παραλαβής, ξήρανσης και αποθήκευσης ρυζιού στο Κλειδί Ημαθίας, επένδυση ύψους €9 εκατ. Η συγκεκριμένη εγκατάσταση εντάσσεται στο ευρύτερο επενδυτικό πρόγραμμα της εταιρείας, συνολικού ύψους €18 εκατ., το οποίο υλοποιείται από το 2019 και αναμένεται να ολοκληρωθεί εντός του 2025.

Το πρόγραμμα περιλαμβάνει σειρά παρεμβάσεων που αφορούν τόσο την παραγωγική διαδικασία όσο και τον τεχνολογικό εκσυγχρονισμό.

Μεταξύ άλλων, προβλέπεται η αύξηση της παραγωγικής δυναμικότητας με έμφαση στη μύλωση ρυζιού, με χαρακτηριστικό παράδειγμα τον νέο πλήρως αυτοματοποιημένο ορυζόμυλο στη μονάδα της Σίνδου, δυναμικότητας 12 τόνων ανά ώρα.

HEALTHY SNACKING

Παράλληλα, η εταιρεία έχει επενδύσει στην ανάπτυξη νέων προϊόντων στην κατηγορία του healthy snacking, όπως ρυζογκοφρέτες και chips από ρύζι, ενώ στο πλάνο περιλαμβάνονται και κινήσεις που σχετίζονται με τον ψηφιακό μετασχηματισμό και την εισαγωγή νέων λογισμικών και συστημάτων υποστήριξης της παραγωγής και της λειτουργίας της εταιρείας. Επιπλέον, στο πλαίσιο του ίδιου επενδυτικού σχεδίου, προχώρησε και σε επέκταση της μονάδας της Σίνδου μέσω της αγοράς όμορου οικοπέδου 16 στρεμμάτων με κτιριακές εγκαταστάσεις, με αποτέλεσμα το συνολικό συγκρότημα να προσεγγίζει πλέον τα 40 στρέμματα.

Η ολοκλήρωση του επενδυτικού σχεδίου θα ενισχύσει την παραγωγική δυναμική της Agrino, θέτοντας τις βάσεις να αναπτύξει και τον τομέα της ιδιωτικής ετικέτας, κατηγορία στην οποία μέχρι στιγμής φαίνεται να διατηρεί επιλεκτική στάση, χωρίς να δίνει ιδιαίτερη έμφαση στην κατηγορία σε επίπεδο εμπορικής προβολής ή στρατηγικής ανάπτυξης.

ΕΞΑΓΩΓΕΣ

Καλή ανάπτυξη έχει επιδείξει η εταιρεία στις εξαγωγές, με όχημα τα τυποποιημένα προϊόντα και τα υψηλής ποιότητας Ελληνικά ρύζια για catering σε ευρωπαϊκές χώρες.

Τελευταία έχει αναπτύξει συνεργασίες σε χώρες όπως η Αυστραλία, το Καζακστάν και ο Παναμάς. Οι εξαγωγές φτάνουν σε πάνω από 35 χώρες καλυπτοντας το 20% του συνολικού όγκου παραγωγής

Στέλλα Αυγουστάκη
stella@notice.gr



Αδέλφια Πισιόλα, Διοίκηση Agrino

BNB
DAILY

BUSINESS IN BRIEF

**ΚΑΘΕ ΠΡΩΙ
ΣΤΟ EMAIL ΣΑΣ!**

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

ΜΑΖΙ ΜΕ ΤΟ BNB DAILY:

BnBeauty

Γίνε
συνδρομητής
εδώ



• **ΚΑΛΙΦΟΡΝΙΑ**

ΕΠΙΤΑΧΥΝΟΝΤΑΙ ΟΙ ΕΚΡΙΖΩΣΕΙΣ ΑΜΠΕΛΩΝΩΝ ΕΝ ΜΕΣΩ ΠΛΕΟΝΑΣΜΑΤΟΣ ΑΠΟΘΕΜΑΤΩΝ

Επιτάχυνση της τάσης εκριζώσεων αμπελώνων καταγράφεται στην Καλιφόρνια, σε ένα περιβάλλον στάσιμης αγοράς και αυξημένων αποθεμάτων, με την αγορά να εμφανίζει ακόμη και παραδοσιακούς αγοραστές που μετατρέπονται σε πωλητές.

Αν και δεν υπάρχει ενιαία εκτίμηση, λόγω έλλειψης αμπελουργικού μητρώου και διανοητικών μεθόδων υπολογισμού, εκτιμάται ότι από το 2018 ο καλιφορνέζικος αμπελώνας έχει χάσει μεταξύ 18% και 25% της έκτασής του, με την πτωτική τάση να συνεχίζεται και το 2026.

ΤΙ ΑΝΑΦΕΡΕΙ ΕΚΘΕΣΗ

Σύμφωνα με την ετήσια έκθεση του 2025 του Υπουργείου Γεωργίας της Καλιφόρνια (CDFA), οι αμπελώνες οινοποιήσιμων ποικιλιών καλύπτουν περίπου 2.180.000 στρέμματα, εκ των οποίων τα 2.060.000 είναι παραγωγικά.

Αντίστοιχα, η Ένωση Παραγωγών Οινοποιήσιμων Σταφυλιών της Καλιφόρνια (CAWG), μέσω ψηφιακών χαρτογραφικών εργαλείων, εκτιμά τη συνολική έκταση στα 1.930.000 στρέμματα, με απόκλιση περίπου 10% μεταξύ των εκτιμήσεων. Σε σχέση με την κορύφωση του 2018, περίπου στα 2.600.000 στρέμματα, καταγράφεται σημαντική υποχώρηση, η οποία αναμένεται να συνεχιστεί.

Σύμφωνα με τον Jeff Bitter των Allied Grape Growers, μετά τον τρύγο του 2025 ενδέχε-



ται να προστεθούν επιπλέον εκριζώσεις περίπου 160.000 στρεμμάτων. Παράλληλα, αμπελοτεμάχια που έχουν τεθεί σε αδράνεια δεν έχουν ακόμη αποτυπωθεί πλήρως, αλλά εκτιμάται ότι δύσκολα θα επιστρέψουν στην παραγωγή λόγω υψηλού κόστους επανακαλλιέργειας και περιορισμένων διεξόδων αγοράς.

Η ΠΛΕΟΝΑΖΟΥΣΑ ΠΟΣΟΤΗΤΑ

Στην αγορά περίπου 38 εκατομμύρια γαλόνια παραμένουν διαθέσιμα στην αγορά χύμα κρασιού, με αυξημένη παρουσία πωλητών ακόμη και από πλευράς παραδοσιακών αγοραστών.

Η προσφορά περιλαμβάνει τόσο πρόσφατες όσο και παλαιότερες σοδειές, με χαρακτηριστικό ότι στο Chardonnay περίπου το 51% των ποσοτήτων αφορά το 2025 και το υπόλοι-

πο προηγούμενες χρονιές. Ωστόσο, η απορρόφηση παραμένει περιορισμένη, καθώς προτιμώνται πιο πρόσφατες σοδειές, ιδιαίτερα στις υψηλότερες κατηγορίες τιμών.

Η αγορά χύμα κρασιού αντιπροσωπεύει πλέον περίπου 8% έως 10% της συνολικής παραγωγής, έναντι κάτω του 5% στο παρελθόν, γεγονός που αλλάζει τη δομή της αγοράς. Παράλληλα, η συνεχιζόμενη εκρίζωση ενδέχεται να επηρεάσει τη μακροπρόθεσμη θέση της Καλιφόρνιας στην παγκόσμια παραγωγή.

ΧΩΡΙΣ ΣΗΜΑΝΤΙΚΕΣ ΜΕΤΑΒΟΛΕΣ Η ΣΥΓΚΟΜΙΔΗ

Για το 2026, η συγκομιδή εκτιμάται σε επίπεδα 2,6 έως 3 εκατομμύρια τόνους, κοντά στα επίπεδα του 2025, χωρίς σημαντική περαιτέρω πίεση στην αγορά. Ωστόσο, η ακριβής πρόβλεψη παραμένει δύσκολη λόγω ατελούς αποτύπωσης των αμπελώνων ως παραγωγικών ή μη παραγωγικών. Οι εκριζώσεις επικεντρώνονται κυρίως σε εσωτερικές περιοχές με υψηλές αποδόσεις αλλά χαμηλότερα περιθώρια κέρδους, ενώ οι παράκτιες ζώνες παραμένουν πιο σταθερές. Αυτό δημιουργεί κίνδυνο μείωσης της παραγωγής χαμηλού κόστους, με πιθανή ανάγκη κάλυψης μέσω εισαγωγών. Συνολικά, η αγορά οδηγείται σε έναν μικρότερο και πιο συγκεντρωμένο αμπελώνα, με το υψηλό κόστος επαναφύτευσης να επιβραδύνει οποιαδήποτε ανάκαμψη.

• **KROGER**

ΠΡΟΧΩΡΑ ΣΕ...ΠΟΛΕΜΟ ΤΙΜΩΝ ΜΕ ΧΙΛΙΑΔΕΣ ΜΕΙΩΣΕΙΣ ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ, ΓΙΑ ΝΑ ΧΤΥΠΗΣΕΙ WALMART, COSTCO ΚΑΙ ALDI

Η Kroger ετοιμάζεται να προχωρήσει σε μειώσεις τιμών σε χιλιάδες προϊόντα, καθώς ο νέος Διευθύνων Σύμβουλος της εταιρείας, Greg Fogan, επιχειρεί να ανακτήσει μερίδιο αγοράς από ανταγωνιστές όπως η Walmart, η Costco και η Aldi.

ΣΤΑΔΙΑΚΗ ΕΦΑΡΜΟΓΗ

Από τη στιγμή που ανέλαβε τα ηνία της αμερικανικής αλυσίδας super marker τον Φεβρουάριο, ο Fogan επικεντρώνεται στη διοχέτευση εξοικονομήσεων —που προκύπτουν από πιο αυστηρές πρακτικές προμηθειών, απλούστευση των λειτουργιών και περικοπές κόστους— σε χαμηλότερες τιμές

και καλύτερη εξυπηρέτηση.

Ο Fogan δήλωσε ότι σχεδιάζει αρχικά να δοκιμάσει τις μειώσεις τιμών πριν τις επεκτείνει σε μεγαλύτερη κλίμακα, εφαρμόζοντάς τες σταδιακά με την πάροδο του χρόνου.

Ο ΡΟΛΟΣ ΤΗΣ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΑΣ

Ο Fogan δήλωσε ότι η Kroger σχεδιάζει να χρηματοδοτήσει τις μειώσεις τιμών εν μέρει μέσω περιορισμού του κόστους, μεταξύ άλλων με απευθείας εισαγωγές εμπορευμάτων και αποτελεσματικότερη αξιοποίηση της τεχνολογίας.

Οι λιανεμπορικές επιχειρήσεις βρίσκονται αντιμέτωπες με πιο επιφυλακτική κατανα-



λωτική συμπεριφορά, καθώς οι αγοραστές εξακολουθούν να ανησυχούν για την άνοδο των τιμών καυσίμων, τον επίμονο πληθωρισμό και τη γενικότερη οικονομική αβεβαιότητα.

Η αλυσίδα πρόβλεψε τον Μάρτιο συγκρατημένες ετήσιες πωλήσεις και κερδοφορία, εκτιμώντας ότι οι συγκρίσιμες πωλήσεις για το 2026 - εξαιρουμένων των καυσίμων - θα αυξηθούν κατά 1% έως 2%.

• ΕΝΕΑΠ

ΣΤΗΝ ΛΑΡΙΣΑ Η ΕΝΑΡΞΗ ΤΟΥ ΠΙΛΟΤΙΚΟΥ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΟΣ RETHINK DRINK 360°

Με τη συμμετοχή εκπροσώπων της Πολιτείας, της τοπικής αυτοδιοίκησης, της πανεπιστημιακής κοινότητας και επαγγελματικών φορέων της πόλης, πραγματοποιήθηκε στην Λάρισα η επίσημη έναρξη του πιλοτικού προγράμματος "Rethink Drink 360°".

Το πρόγραμμα συνυπογράφεται από την Ένωση Επιχειρήσεων Αλκοολούχων Ποτών (ΕΝ.Ε.Α.Π.) και το Υπουργείο Υγείας, με τη συνεργασία του Πανεπιστημίου Θεσσαλίας, του Επιμελητηρίου Λάρισας και του Συνδέσμου Ιδιοκτητών Καταστημάτων Αναψυχής και Εστίασης Ν. Λάρισας (ΣΙΚΑΕΛ), υπό την αιγίδα του Δήμου Λαρισαίων.

ΕΝΗΜΕΡΩΤΙΚΗ ΕΚΣΤΡΑΤΕΙΑ

Το πρόγραμμα αποτελεί τη νέα φάση της ενημερωτικής εκστρατείας "Rethink Drink", κοινής πρωτοβουλίας της ΕΝ.Ε.Α.Π. και του Υπουργείου Υγείας, η οποία ξεκίνησε το 2024 με στόχο την ευαισθητοποίηση του κοινού, με έμφαση στις ηλικίες 18–35 ετών, γύρω από την υπεύθυνη στάση και συμπεριφορά σε σχέση με την κατανάλωση αλκοόλ.

Το 2026, η εκστρατεία αποκτά πιλοτική τοπική εφαρμογή στην Λάρισα, μέσα από ένα ολοκληρωμένο πρόγραμμα δράσεων ενημέρωσης, εκπαίδευσης και κοινωνικής παρέμβασης. Το πρόγραμμα απευθύνεται τόσο σε

νέους ηλικίας 18–35 ετών όσο και σε επαγγελματίες της εστίασης και του λιανεμπορίου. Η Λάρισα επελέγη ως πόλη-πilotός λόγω της δυναμικής πανεπιστημιακής κοινότητας, της έντονης κοινωνικής ζωής και του ανεπτυγμένου κλάδου εστίασης, στοιχεία που την καθιστούν κατάλληλη για την εφαρμογή και αξιολόγηση μιας στοχευμένης παρέμβασης γύρω από την υπεύθυνη κατανάλωση αλκοόλ.

ΟΙ ΔΡΑΣΕΙΣ

Το Πανεπιστήμιο Θεσσαλίας συμμετέχει ενεργά στον σχεδιασμό και την επιστημονική αξιολόγηση της δράσης, με στόχο τη μέτρηση της επίδρασης της εκπαιδευτικής παρέμβασης στις γνώσεις, τις στάσεις και τις συμπεριφορές των νέων γύρω από το αλκοόλ.

Η ερευνητική διαδικασία περιλαμβάνει την αποτύπωση δεδομένων πριν και μετά την έκθεση των συμμετεχόντων στις δράσεις του προγράμματος, προκειμένου να αξιολογηθεί η αποτελεσματικότητά τους.

Παράλληλα, το πρόγραμμα περιλαμβάνει ένα πλέγμα στοχευμένων δράσεων ενημέρωσης, εκπαίδευσης και ευαισθητοποίησης σε ολόκληρη την πόλη.



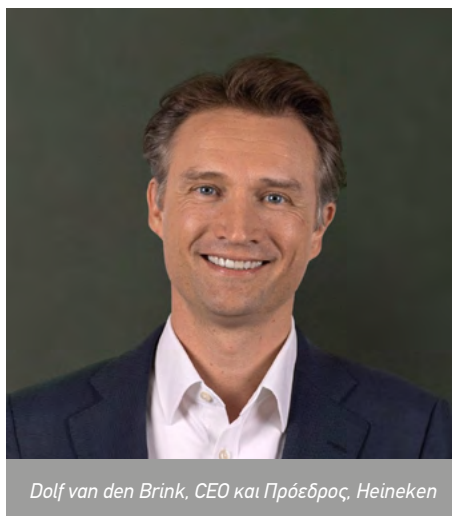
• HEINEKEN

ΑΠΟΧΩΡΕΙ ΣΤΙΣ 31 ΜΑΪΟΥ Ο DOLF VAN DEN BRINK - ΠΡΟΧΩΡΑ Η ΔΙΑΔΙΚΑΣΙΑ ΕΠΙΛΟΓΗΣ ΤΟΥ ΔΙΑΔΟΧΟΥ ΤΟΥ

Με τον Dolf van den Brink, CEO και Πρόεδρο του Εκτελεστικού Συμβουλίου της Heineken, να ολοκληρώνει τη θητεία του στις 31 Μαΐου, ο Peter Wennink, Πρόεδρος του Εποπτικού Συμβουλίου της εταιρείας, σχολίασε εκ μέρους όλων των μελών: "Θα ήθελα να ευχαριστήσω τον Dolf για τα 28 χρόνια υπηρεσίας στην εταιρεία, συμπεριλαμβανομένων των τελευταίων έξι ετών ως CEO. Η συνεισφορά του ήταν σημαντική και το Εποπτικό Συμβούλιο αναγνωρίζει με εκτίμηση τη στρατηγική του ηγεσία και την αφοσίωσή του".

Η ΕΠΙΛΟΓΗ ΤΟΥ ΝΕΟΥ ΠΡΟΕΔΡΟΥ

Ο Peter Wennink συνέχισε λέγοντας ότι "η διαδικασία επιλογής του διαδόχου του Dolf προχωρά ομαλά και αναμένεται να ολοκληρωθεί στο προσεχές διάστημα - έως τότε, κάθε εξωτερικό σχόλιο παραμένει εικασία. Η στρατηγική EverGreen 2030 της εταιρείας



Dolf van den Brink, CEO και Πρόεδρος, Heineken

είναι σαφής και η υλοποίησή της επιταχύνεται σύμφωνα με όσα είχαν ανακοινωθεί στα αποτελέσματα του πλήρους έτους

και του α' τριμήνου. Το Εποπτικό Συμβούλιο είναι βέβαιο για την ικανότητα της εκτελεστικής ομάδας να διασφαλίσει συνέχεια και να διατηρήσει τη δυναμική κατά τη διάρκεια οποιασδήποτε μεταβατικής περιόδου".

ΔΕΝ ΘΑ ΥΠΑΡΧΕΙ ΔΙΟΡΙΣΜΟΣ ΠΡΟΣΩΡΙΝΟΥ CEO

Η εταιρεία ανακοίνωσε ότι μέχρι τον διορισμό του διαδόχου του Dolf, η υφιστάμενη δομή του Εκτελεστικού Συμβουλίου παραμένει σε ισχύ, με τον CFO Harold van den Broek να συνεχίζει ως το μοναδικό μέλος του Εκτελεστικού Συμβουλίου.

Κατά συνέπεια, δεν εξετάζεται διορισμός προσωρινού CEO. Το Εποπτικό Συμβούλιο παραμένει σε στενή συνεργασία και διαθέσιμο προς την εκτελεστική ομάδα και την επιχείρηση, διασφαλίζοντας συνεχή υποστήριξη και εποπτεία.

• EUROPEAN FEDERATION OF OLIVE INDUSTRY (EFOI)

ΤΗ ΔΙΚΗ ΤΟΥΣ ΦΩΝΗ ΑΠΟΚΤΟΥΝ ΟΙ ΕΥΡΩΠΑΙΟΙ ΤΥΠΟΠΟΙΗΤΕΣ ΕΛΙΑΣ - ΟΙ ΠΡΩΤΕΣ ΠΡΟΤΕΡΑΙΟΤΗΤΕΣ

Ισχυρότερη φωνή και μεγαλύτερη δυνατότητα παρέμβασης στα κέντρα λήψης αποφάσεων των Βρυξελλών φιλοδοξούν να αποκτήσουν οι ευρωπαϊκές επιχειρήσεις επιτραπέζιας μέσω της EFOI που ιδρύθηκε κι επίσημα την περασμένη εβδομάδα. Πρόκειται για την Ευρωπαϊκή Ομοσπονδία Επιτραπέζιας Ελιάς (European Federation of Olive Industry), καρπός της συνεργασίας της ΠΕΜΕΤΕ (Πανελληνίας Ένωσης Μεταποιητών Τυποποιητών Επιτραπέζιας Ελιάς) με τις αντίστοιχες οργανώσεις της Ιταλίας (ASSOM) και της Ισπανίας (ASEMESA) η οποία αναλαμβάνει ρόλο θεσμικού εκπροσώπου του κλάδου σε μια, αν μη τι άλλο, ιδιόμορφη συγκυρία.

"ΠΙΟ ΕΠΙΚΑΙΡΗ ΑΠΟ ΠΟΤΕ"

Σύμφωνα όμως με τον Πρόεδρο της ΠΕΜΕΤΕ, Κώστα Ζούκα, αυτή ακριβώς η συγκυρία δίνει στο εγχείρημα μια επιβεβλημένη, σχεδόν επείγουσα διάσταση: "Ειδικά υπό τις τρέχουσες γεωπολιτικές συνθήκες, η δημιουργία της Ομοσπονδίας σε ευρωπαϊκό επίπεδο ήταν περισσότερο επιβεβλημένη από κάθε άλλη στιγμή", δηλώνει στο FNB Daily. "Ο κλάδος της επιτραπέζιας ελιάς είναι έντονα εξαγωγικός, κάτι που σημαίνει ότι είναι περισσότερο ευάλωτος στις γεωπολιτικές εξελίξεις και στις εμπορικές αναταράξεις που αυτές προκαλούν", συμπληρώνει.



"Ανεξάρτητα από τον μεταξύ μας ανταγωνισμό, και οι τρεις χώρες που παράγουμε το προϊόν και δραστηριοποιούμαστε στη συγκεκριμένη αγορά αντιμετωπίζουμε κοινά προβλήματα και ανησυχίες. Αποκτώντας μια ενιαία φωνή, μπορούμε να επικοινωνήσουμε καλύτερα αυτές τις ανησυχίες σε φορείς και διεθνείς οργανισμούς, πρωτίστως φυσικά στην ΕΕ και, παράλληλα, να προσπίσουμε τα συμφέροντα του κλάδου", εξη-



Κωνσταντίνος Ζούκας, Πρόεδρος, ΠΕΜΕΤΕ

γεί ο κ. Ζούκας και φέρνει ως παράδειγμα την πρόσφατη συμφωνία με τις χώρες της Mercosur την οποία δεν διστάζει να χαρακτηρίσει "κόλαφο".

ΚΛΕΙΝΕΙ Η ΑΓΟΡΑ ΤΗΣ ΒΡΑΖΙΛΙΑΣ

"Έγινε μια τόσο σημαντική εμπορική συμφωνία και η επιτραπέζια ελιά βρέθηκε εκτός πλαισίου", τονίζει, με την έννοια ότι οι επιχειρήσεις και, γενικότερα, το σύνολο της αλυσίδας αξίας του κλάδου έμεινε ακάλυπτο και, μάλιστα, χωρίς αυτό να γνωστοποιηθεί εγκαίρως. "Για τις εισαγωγές από τις χώρες αυτές στην Ευρώπη προβλέπεται σταδιακή μείωση του δασμού που βρίσκεται σήμερα στο 12,8%. Δεν συμβαίνει το ίδιο όμως για τις ευρωπαϊκές εξαγωγές προς την περιοχή οι οποίες εξακολουθούν να επιβαρύνονται με 12,6%. Αυτό σημαίνει ότι σαν ελληνικές -και σαν ευρωπαϊκές, κατ' επέκταση- επιχειρήσεις χάνουμε την αγορά της Βραζιλίας, δεύτερης σε κατανάλωση ελιάς παγκοσμίως με 120.000 τόνους ετησίως που αποτελούσε για εμάς στρατηγικό στόχο. Αν υπήρχε η EFOI, ίσως όλο αυτό να είχε αποτραπεί. Το σκεπτικό, επομένως, είναι πλέον να συμμετέχουμε ενεργά και να οδηγούμε εμείς τις εξελίξεις. Όπως διευκρινίζει ο κ. Ζούκας, όταν μιλάμε για δίκαιες συνθήκες ανταγωνισμού, εκτός από την ποσοτική, υπάρχει και η ποιοτική διάσταση η οποία αφορά όχι μόνο την Λατινή Αμερική αλλά και το σύνολο των τρίτων χωρών. "Από τις ευρωπαϊκές επιχειρήσεις ζητείται- και ορθώς- συμμόρφωση με αυστηρά πρότυπα σε ό,τι έχει να κάνει με την ασφάλεια, το περιβάλλον, τις συνθήκες εργασίας κ.α. Τα ίδια κριτήρια όμως θα πρέπει να ισχύουν και για τις εισαγωγές, γιατί σε αντίθετη περίπτωση οι αυστηροί αυτοί κανό-

νες και προϋποθέσεις καταλήγουν να μετατρέπονται σε ανταγωνιστικό μειονέκτημα για τις ευρωπαϊκές επιχειρήσεις", υπογραμμίζει.

DATA Επιτραπέζια Ελιά

Ποσοστό ελληνικών εξαγωγών στις πωλήσεις: 90%*
Αξία ελληνικών εξαγωγών 2025: €865 εκατ.
Μεταβολή ευρωπαϊκής παραγωγής στην πενταετία: +7%
*Σε όρους όγκου

ΕΞΑΓΩΓΕΣ-ΡΕΚΟΡ ΤΟ 2025

Αξίζει να σημειωθεί ότι το 90% της εγχώριας παραγωγής εξάγεται σε πάνω από 100 χώρες. Το 2025 έκλεισε με ρεκόρ εξαγωγών σε όρους αξίας που ανήλθε σε €856 εκατ. με τις ποσότητες να κινούνται περίξ των 250.000 τόνων. Για τη φετινή χρονιά δεν υπάρχουν μέχρι στιγμής στοιχεία, ωστόσο ο κ. Ζούκας διακρίνει κάποια σημάδια υποχώρησης της ζήτησης εκ μέρους των καταναλωτών που οφείλονται κατά κύριο λόγο στη μείωση του καταναλωτικού εισοδήματος. Σε ένα πιο μακροπρόθεσμο ορίζοντα όμως παραμένει αισιόδοξος για τις προοπτικές της επιτραπέζιας ελιάς αφού, όπως επισημαίνει, αποτελεί αναπόσπαστο κομμάτι της μεσογειακής διαίτης που εξακολουθεί να ασκεί τη μεγαλύτερη επιρροή στους καταναλωτές που αναζητούν έναν πιο υγιεινό τρόπο διατροφής. Η EFOI θα έχει ως έδρα την Ρώμη ενώ πρώτος πρόεδρος της θα είναι ο Ισπανός Francisco Torrent Cruz, ο οποίος είναι επίσης επικεφαλής της Asemesa.

Γιάννης Τσατσάκης
yannis@notice.gr

• **EROSKI**
ΡΕΚΟΡ ΔΕΚΑΕΤΙΑΣ ΓΙΑ ΤΟ EBITDA
ΕΝ ΜΕΣΩ ΑΝΑΔΙΑΡΘΡΩΣΗΣ

Αυξημένα μεγέθη ανακοίνωσε ο ισπανικός συνεταιρισμός Eroski για το οικονομικό έτος που ολοκληρώθηκε στις 31 Ιανουαρίου 2026, ενώ το EBITDA κατέγραψε υψηλά δεκαετίας.

DATA 2025/2026 (σε €εκκατ.)

Πωλήσεις: 6.100 (+3,3%)

EBITDA: 340

Λειτουργικά κέρδη: 252 (+3,1%)

Καθαρά κέρδη: 47

ΧΡΗΜΑΤΟΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗ
ΑΝΑΔΙΑΡΘΡΩΣΗ

Το οικονομικό έτος 2025/2026 σηματοδότηκε από την ολοκλήρωση της διαδικασίας χρηματοοικονομικής αναδιάρθρωσης του ομίλου που περιλάμβανε

- απλοποίηση του χρέους
- βελτίωση του προφίλ λήξεων
- μείωση του κόστους

μέτρα που αναμένεται να δημιουργήσουν εξοικονομήσεις και σταθερότητα βραχυπρόθεσμα, μεσοπρόθεσμα και μακροπρόθεσμα. Διάφορα χρηματοπιστωτικά ιδρύματα — μεταξύ των οποίων οι Kutxabank, Laboral Kutxa, BBVA, Santander, CaixaBank, Rabobank, Intesa Sanpaolo και Deutsche Bank — μαζί με το Βασικό Χρηματοπιστωτικό Ινστιτούτο και το ICO (Επίσημο Ινστιτούτο Πιστώσεων), συνέβαλαν στη χρηματοδότηση του ομίλου.

Η Ευρωπαϊκή Τράπεζα Επενδύσεων (EIB) έχει επίσης πρόσφατα ενταχθεί σε αυτή την προσπάθεια, ενισχύοντας περαιτέρω την θεσμική στήριξη του εγχειρήματος και την ευθυγράμμισή του με μακροπρόθεσμους στρατηγικούς στόχους.



Rosa Carabel, CEO, Eroski Group

ΘΕΤΙΚΕΣ ΕΠΙΔΟΣΕΙΣ

Παρά το δύσκολο καταναλωτικό περιβάλλον που χαρακτηρίζεται από ευαισθησία στις τιμές, η Eroski διατήρησε θετική πορεία μέσω συγκράτησης και μείωσης τιμών, προώθησης προϊόντων ιδιωτικής ετικέτας, έμφασης σε φρέσκα και τοπικά προϊόντα, καθώς και ανάπτυξης του προγράμματος πιστότητας Eroski Club.

Η εταιρεία συνέχισε επίσης να επεκτείνει το εμπορικό της δίκτυο και το μοντέλο omnichannel, διαθέτοντας πλέον πάνω από 1.500 φυσικά και online καταστήματα.

• **MORRISONS**
ΛΟΥΚΕΤΟ ΣΕ 100 ΚΑΤΑΣΤΗΜΑΤΑ ΜΕ ΧΑΜΗΛΕΣ ΕΠΙΔΟΣΕΙΣ

Η βρετανική αλυσίδα λιανεμπορίου Morrisons σχεδιάζει, σύμφωνα με πληροφορίες, να προχωρήσει στο κλείσιμο περίπου 100 καταστημάτων Morrisons Daily με χαμηλές επιδόσεις, θέτοντας εκατοντάδες θέσεις εργασίας σε κίνδυνο.

Η εταιρεία πρόκειται να ξεκινήσει διαβουλεύσεις με τους εργαζομένους που επηρεάζονται από την απόφαση και θα εξετάσει εναλλακτικές θέσεις εργασίας εντός του οργανισμού, σύμφωνα με δημοσίευμα των Financial Times.

ΑΥΞΗΣΗ ΚΟΣΤΟΥΣ ΛΟΓΩ
ΚΥΒΕΡΝΗΤΙΚΩΝ ΑΠΟΦΑΣΕΩΝ

Οι FT ανέφεραν επίσης ότι η Morrisons απέδωσε την αύξηση του κόστους σε κυβερνητικές αποφάσεις, γεγονός που καθιστά δύσκολη την επιστροφή αυτών των καταστημάτων σε κερδοφορία. Τα λουκέτα αναμένεται να εφαρμοστούν τους επόμενους μήνες και αφορούν κυρίως πρώην καταστήματα της McColl's, σύμφωνα με το The Grocer.

ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ ΑΝΑΔΙΑΡΘΡΩΣΗΣ

Η Morrisons είχε ξεκινήσει πρόγραμμα αναδιάρθρωσης το 2025 στο πλαίσιο των προσπαθειών βελτίωσης της απόδοσής της μέσω εξορθολογισμού των δραστηριοτήτων της. Η αλυσίδα σχεδιάζει επίσης να καταργήσει περίπου 200 θέσεις εργασίας στα κεντρικά της



Rami Baitiéh, CEO, Morrisons

γραφεία στο πλαίσιο αναδιάρθρωσης της διοικητικής της δομής, σύμφωνα με δημοσίευμα του Reuters τον Απρίλιο.

Η εταιρεία κατέγραψε αύξηση πωλήσεων κατά 1,1%, φτάνοντας στο 8,4% του μεριδίου αγοράς στο Ηνωμένο Βασίλειο, σύμφωνα με τα τελευταία στοιχεία της Worldpanel.

ΕΞΑΓΟΡΑ ΤΗΣ MCCOLL'S

Το 2022, η Morrisons εξαγόρασε τη McColl's έναντι περίπου £190 εκατ., μετά την υπαγωγή της τελευταίας σε καθεστώς διαχείρισης. Η συμφωνία περιλάμβανε περίπου 1.100 καταστήματα.

Στη συνέχεια, η εταιρεία αποφάσισε να κλείσει περίπου 132 μη κερδοφόρα καταστήμα-

τα, θέτοντας σε κίνδυνο περίπου 1.300 θέσεις εργασίας.

Πρόσφατα, η βρετανική αλυσίδα επιβεβαίωσε αυξήσεις αποδοχών για το προσωπικό των super market και της παραγωγής, διευκρινίζοντας ότι αυτές θα εφαρμοστούν σε τρεις φάσεις. Η συμφωνία για τις αυξήσεις έλαβε στήριξη 91,87% σε ψηφοφορία εργαζομένων που καλύπτονται από τη συλλογική συμφωνία με το συνδικάτο USDAW.

Η πρώτη φάση, που τέθηκε σε ισχύ στις 30 Μαρτίου 2026, προέβλεπε αύξηση του βασικού ωρομισθίου για customer assistants στις £12,81, ενώ όλα τα υπόλοιπα ωρομίσθια για θέσεις που καλύπτονται από τη συμφωνία αυξήθηκαν κατά 10 νέες.

• ΚΤΗΜΑ ΚΩΣΤΑ ΛΑΖΑΡΙΔΗ

ΑΠΟ ΤΟ 2027 ΣΕ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΑ ΤΟ ΝΕΟ ΒΟΥΤΙΚΟΥΕ ΟΙΝΟΠΟΙΕΙΟ ΣΤΗΝ ΠΑΡΟ - ΜΠΗΚΕ ΣΕ ΝΟΡΒΗΓΙΑ ΚΑΙ ΦΙΝΛΑΝΔΙΑ

Το 2027 αναμένεται να ξεκινήσει τη λειτουργία της η νέα οινοποιητική μονάδα που ετοιμάζει το Κτήμα Κώστα Λαζαρίδη στην Πάρο και η οποία θα αποτελέσει τον τρίτο παραγωγικό της πόλο, δίπλα στα υπάχοντα οινοποιεία σε Δράμα (Κτήμα Κώστα Λαζαρίδη) και το Καπανδρίτι (Οινότρια Γη).

ΕΜΦΑΣΗ ΣΤΟ ΑΣΥΡΤΙΚΟ

Όπως πληροφορείται το Fnb Daily, πρόκειται για ένα boutique οινοποιείο η κατασκευή του οποίου έχει ξεκινήσει, ενώ, πέρα από τις όποιες συνεργασίες με τοπικούς παραγωγούς, θα υποστηρίζεται από ιδιόκτητους αμπελώνες έκτασης 50 στρεμμάτων. Οι αμπελώνες έχουν ήδη φυτευθεί κατά κύριο λόγο με Ασύρτικο και, κατά δεύτερο, με Μανδηλαριά. Η επένδυση εκτιμάται ότι θα ξεπεράσει το €1 εκατ. και πηγές κοντά στην εταιρεία δεν αποκλείουν να καλλιεργηθεί και κάποια ακόμα γηγενής ποικιλία, τονίζοντας πάντως ότι η έμφαση θα δοθεί στο Ασύρτικο, μια ποικιλία που ούτως ή άλλως έχει μια μεγάλη δυναμική αυτή την περίοδο ενώ έχει κι έντονη ζήτηση στο πεδίο των εξαγωγών.

ΖΕΣΤΗ Η ΣΚΑΝΔΙΝΑΒΙΑ ΓΙΑ ΤΟ ΕΛΛΗΝΙΚΟ ΚΡΑΣΙ

Οι τελευταίες αντιστοιχούν αυτή τη στιγμή στο 45%, με σκανδιναβικές χώρες, όπως η Νορβηγία και η Φινλανδία να έχουν προστεθεί φέτος στη λίστα των προορισμών, δείχνοντας μάλιστα ιδιαίτερο ενδιαφέρον για το ελληνικό κρασί. Στο ραντάρ εξακολουθεί να υπάρχει και η αγορά της Ασίας, όπως και οι αραβικές χώρες, έστω κι αν οι γεωπολιτικές συνθήκες δεν είναι αυτή τη στιγμή οι πλέον ευνοϊκές. Χαρακτηριστικά, η εταιρεία, αξιοποιώ-

ντας και το εντεινόμενο ενδιαφέρον για την ελληνική και μεσογειακή διατροφική κουλτούρα, είχε πραγματοποιήσει ένα δυναμικό άνοιγμα στην αγορά του Ντουμπάι το οποίο ωστόσο αναπόφευκτα εξελίσσεται πλέον με σαφώς πιο αργούς ρυθμούς.

ΣΤΑ ΠΕΡΥΣΙΝΑ ΕΠΙΠΕΔΑ ΤΟ ΤΕΤΡΑΜΗΝΟ

Το 2025 έκλεισε με ανάπτυξη 6% ωστόσο το πρώτο φετινό τετράμηνο η αγορά έχει κατεβάσει ταχύτητα, με αποτέλεσμα οι πωλήσεις να κινούνται στα επίπεδα του αντίστοιχου περυσινού διαστήματος.

"Είναι δύσκολο το περιβάλλον αυτή τη στιγμή, η έμφαση δίνεται κυρίως στο κομμάτι του HoReCa το οποίο δείχνει μια κινητικότητα", αναφέρουν χαρακτηριστικά πηγές της εταιρείας.

DATA (σε €χιλ.)

Κύκλος Εργασιών

2024: 2.540

2023: 2.087

Μεταβολή: 21,7%

EBIT

2024: 65

2023: 70

Μεταβολή: (7,14%)

Κέρδη προ φόρων

2024: 64

2023: 68

Μεταβολή: (5,8%)

Γιάννης Τσατσάκης
yannis@notice.gr



Κώστας
Λαζαρίδης,
επικε-
φαλής,
Domaine
Costa
Lazaridi

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

• **WALMART**

ΑΝΘΕΚΤΙΚΗ ΣΤΗΝ ΚΡΙΣΗ, ΕΠΙΦΥΛΑΚΤΙΚΗ ΓΙΑ ΤΟ 2026

Η Walmart διατήρησε αμετάβλητους τους συντηρητικούς στόχους της για τις ετήσιες πωλήσεις και την κερδοφορία, γεγονός που οδήγησε τη μετοχή της σε πτώση άνω του 4%, παρά τη θετική πορεία των οικονομικών της αποτελεσμάτων. Η εταιρεία συνεχίζει να προσελκύει καταναλωτές που αναζητούν χαμηλές τιμές σε τρόφιμα και είδη πρώτης ανάγκης, σε μια περίοδο όπου η αύξηση των τιμών καυσίμων και ο πληθωρισμός πιέζουν τα αμερικανικά νοικοκυριά.



DATA Α' τρίμηνο 2026 (σε \$δισ.)

Λειτουργικά κέρδη: 7,49 (+5%)
Καθαρές πωλήσεις: 175,7 (+7,1)

Παρ' όλα αυτά, ο Διευθύνων Σύμβουλος, John Furner, διατήρησε αμετάβλητη την ετήσια πρόβλεψη, με στόχο αύξησης καθαρών πωλήσεων από 3,5% έως 4,5% και κέρδη ανά μετοχή μεταξύ \$2,75 και \$2,85.

ΟΙ ΕΚΤΙΜΗΣΕΙΣ

Η Walmart εκτίμησε ότι οι πωλήσεις θα κινηθούν κοντά στο ανώτερο όριο αυτής της πρόβλεψης, χωρίς όμως να καθυστερήσει τους επενδυτές. Οι retailers στις ΗΠΑ προει-

δοποιούν για επιδείνωση της καταναλωτικής δαπάνης, καθώς η καταναλωτική εμπιστοσύνη υποχώρησε σε ιστορικά χαμηλά επίπεδα τον Μάιο και ο πληθωρισμός σημείωσε τη μεγαλύτερη άνοδό του των τελευταίων τριών ετών. Παρά το δύσκολο περιβάλλον, η Walmart έχει καταφέρει σε μεγάλο βαθμό να προστατευθεί χάρη στο μέγεθός της και στη δυνατότητα διατήρησης χαμηλών τιμών.

Ο ΡΟΛΟΣ ΤΟΥ ΚΟΣΤΟΥΣ ΚΑΥΣΙΜΩΝ

Ωστόσο, η αύξηση του κόστους καυσίμων επιβαρύνει τόσο τους καταναλωτές, όσο και τις λειτουργικές δαπάνες της εταιρείας. Η Walmart ανέφερε ότι το αυξημένο κόστος καυσίμων

μείωσε τα λειτουργικά της κέρδη κατά περίπου \$175 εκατ. στο α' τρίμηνο. Ο Οικονομικός Διευθυντής, John David Rainey, προειδοποίησε ότι εάν το υψηλό κόστος διατηρηθεί, αναμένεται υψηλότερος πληθωρισμός λιανικών τιμών στο β' εξάμηνο του έτους. Η εταιρεία διαπιστώνει ότι οι Αμερικανοί καταναλωτές αισθάνονται ολοένα μεγαλύτερη οικονομική πίεση και στρέφονται στην Walmart αναζητώντας αξία. Οι μέσες συναλλαγές αυξήθηκαν κατά 3%, ωστόσο η δαπάνη ανά επίσκεψη επιβραδύνθηκε σημαντικά. Παράλληλα, οι πωλήσεις ηλεκτρονικού εμπορίου αυξήθηκαν κατά 26%, ενώ η Walmart συνεχίζει να προσελκύει και καταναλωτές υψηλότερου εισοδήματος μέσω των υπηρεσιών παράδοσης και ευκολίας που προσφέρει.

• **Debrief** •

JOB DESCRIPTION

Τί παράγουμε; Και τί μπορούμε να αρχίζουμε να παράγουμε; Ερωτήσεις που επανέρχονται συχνά στον δημόσιο διάλογο, καθώς προσπαθούμε να βρούμε ως χώρα πού είμαστε δυνατοί, αλλά και που μπορεί να υπάρχει ευκαιρία για εξωστρεφή δραστηριότητα. Σε αυτές τις ερωτήσεις ίσως θα πρέπει να προστεθεί ακόμα μία: Τί εργαζόμενους "παράγουμε".

Σύμφωνα με έρευνα του INE ΓΣΕΕ, τέσσερις στους δέκα εργαζομένους, ποσοστό 42,6%, δηλώνουν ότι το αντικείμενο των σπουδών ή των προσόντων τους σχετίζεται λίγο ή καθόλου με την τρέχουσα εργασία τους. Μάλιστα, μεταξύ όσων δηλώνουν μικρό ή καθόλου βαθμό ανταπόκρισης στα καθήκοντά τους, η συντριπτική πλειονότητα (90,1% και 100,0% αντίστοιχα) έχει σπουδές λίγο/καθόλου σχετικές με τη θέση εργασίας τους.

Το παραπάνω εύρημα καταγράφει τη σημαντική αναντιστοιχία ανάμεσα στις σπουδές, στα προσόντα, στις δεξιότητες και στο πραγματικό περιεχόμενο της εργασίας. Πρακτικά, πρόκειται για αναντιστοιχία ανάμεσα σε αυτά και στην πραγματική οικονομία. Άλλο ζητάει η αγορά, άλλο της δίνει το εκπαιδευτικό σύστημα.

Το αποτέλεσμα; Αυτό που βλέπουμε πυκνά, συχνά γύρω μας. Άνθρωποι που δεν την... παλεύουν με τη δουλειά τους, γιατί στην πραγματικότητα δεν την επέλεξαν ποτέ. Σπούδασαν το Α και εργάζονται στο Χ. Το Job Description που είχαν στο μυαλό τους όταν σπούδαζαν, δεν έχει καμία σχέση με την εργασία που φέρνει τον μισθό.

Βέβαια όλοι γνωρίζουμε ανθρώπους που επέλεξαν καριέρα εντελώς διαφορετική από το αντικείμενο των σπουδών τους, πέτυχαν και είναι γεμάτοι από αυτό που κά-

νουν. Επιπλέον, η εργασιακή ευελιξία είναι σύγχρονο ζητούμενο.

Ωστόσο το 42,6% που βρίσκει η έρευνα είναι ιδιαίτερα υψηλό ποσοστό. Όταν πάνω από 4 στους 10 εργαζόμενους λένε ότι εργάζονται σε αντικείμενα άσχετα με τις σπουδές ή τα προσόντα τους, πρόκειται για συστηματική αποτυχία. Ετοιμάζουμε ανθρώπους για παραγωγική δραστηριότητα που... δεν υπάρχει. Και λείπει ανθρώπινο δυναμικό από παραγωγική δραστηριότητα που υπάρχει. Ίσως, λοιπόν, τη μεγάλη συζήτηση περί παραγωγικότητας θα πρέπει να την ξεκινάμε όχι από το τί γίνεται σήμερα στο γραφείο ή το εργοστάσιο, αλλά πολύ πιο νωρίς. Από το τί κάνουμε στα θρανία των σχολείων και τα αμφιθέατρα των πανεπιστημίων.

Γιάννης Παλιούρης
giannis@notice.gr

Business Maker

Η ΑΘΕΑΤΗ ΣΥΜΜΕΤΟΧΗ ΤΟΥ ΚΡΗΤΙΚΟΥ ΚΑΙ ΤΟ ΔΙΛΗΜΜΑ

Μετά το deal με τον Γιάννη Μασούτη, στο... τραπέζι του Άγγελου Κρητικού, όπως μαθαίνουμε, βρίσκεται και η παράλληλη δραστηριότητα, που είχε αναπτύξει εκτός του παραδοσιακού retail. Η κοινή εταιρεία εφοδιασμού και marine catering, Medhealth Foods, στην οποία συμπράττει με τον εφοπλιστή, καπετάν Παναγιώτη Τσάκο, και τον επιχειρηματία, Μανώλη Καφούρο (της KMS). Η συγκεκριμένη εταιρεία, που δημιουργήθηκε με σκοπό να αποτελέσει γέφυρα για την προώθηση ελληνικών προϊόντων στις διεθνείς αγορές και τον εφοδιασμό πλοίων, βρίσκεται πλέον

σε φάση αξιολόγησης. Οι πληροφορίες αναφέρουν ότι η συμμετοχή του κ. Κρητικού στο project τελεί υπό επανεξέταση, με όλα τα σενάρια — ακόμα και αυτό της αποχώρησης — να παραμένουν ανοιχτά. Δεν βιάζεται, άλλωστε, να αποφασίσει, αφού έχει την πολυτέλεια να ζυγίσει τις επιλογές του χωρίς την πίεση του χρόνου, δεδομένης της ισχυρής ρευστότητας, που εξασφάλισε μετά την πρόσφατη συμφωνία. Άλλωστε, οι υποχρεώσεις και τα νέα του σχέδια είναι ήδη ιδιαίτερως απαιτητικά.

[Όπως σας έχει ενημερώσει έγκαιρα](#)

[η στήλη](#), ο Άγγελος Κρητικός δεν αποκόπτεται πλήρως από τον κλάδο των τροφίμων, καθώς πρόκειται να αναλάβει ενεργό ρόλο συμβούλου στην επόμενη μέρα του νέου, διευρυμένου σχήματος του Μασούτη, εισφέροντας την πολύτιμη τεχνογνωσία του για την ομαλή ενσωμάτωση του δικτύου. Την ίδια στιγμή, το μεγάλο του στοίχημα μετατοπίζεται πλέον στην αγορά ακινήτων. Μαζί με τα αδέρφια του θα δραστηριοποιηθούν στον κλάδο του real estate, με προίκα αρκετά ακίνητα από την Κρητικός, που δεν θα περάσουν στην Μασούτης.

ΑΠΟ ΤΗΝ ΜΥΚΟΝΟ ΣΤΗΝ ΑΔΡΙΑΤΙΚΗ: ΤΟ ΝΕΟ ΣΤΟΙΧΗΜΑ ΤΟΥ ΝΑΜΜΟΣ

Η Αδριατική ακτογραμμή του Μαυροβουνίου είναι ο επόμενος σταθμός του Nammos. Η αλυσίδα πολυτελών εστιατορίων (του ομίλου Monterock του Πέτρου Στάθη, που τρέχει το brand μέσω της κοινοπραξίας ADMO) ανακοίνωσε επίσημα την απόβαση στη βαλκανική χώρα. Οι μυημένοι της αγοράς γνωρίζουν καλά ότι η Αδριατική εξελίσσεται με ταχύτατους ρυθμούς σε μια νέα Ριβιέρα για το high-end real estate και τον τουρισμό εμπειρίας.

Εκεί ακριβώς ποντάρει ο Πέτρος Στάθης. Στη μεταμόρφωση του Μαυροβουνίου σε παγκόσμιο προορισμό πολυτελούς φιλοξενίας (θυμίζω το εμβληματικό Aman Sveti Stefan). Στόχος της Monterock; Να μεταφερθεί αυτούσιο το πνεύμα της Μυκόνου σε μια ακτογραμμή, που προσελ-

κύει πλέον τουρίστες υψηλού προφίλ και οικονομικής επιφάνειας. Το νέο project, το οποίο προγραμματίζεται να ανοίξει τις πύλες του αυτό το καλοκαίρι, φέρει βαριά υπογραφή. Όπως αναφέρει η εταιρεία, δεν πρόκειται απλώς για ένα κλειστό beach club, αλλά για μια ολιστική μεταφορά του εκλεπτυσμένου τρόπου φιλοξενίας, της περίφημης μεσογειακής κουζίνας και του παγκόσμιου βεληνεκού brand name του Nammos. Η στρατηγική είναι ξεκάθαρη: Η σύνδεση του brand με τους πιο περιζήτητους προορισμούς του πλανήτη. Η άφιξη του παγκοσμίως αναγνωρισμένου lifestyle brand Nammos στις ακτές της Αδριατικής έχει ήδη σηκώσει αρκετή συζήτηση στη βαλκανική χώρα. Όπως παρατηρούν τοπικά μέσα ενημέρωσης, η δραστηριοποίηση

brands τέτοιου βεληνεκού λειτουργούν όλο και περισσότερο ως καταλύτες για την ανατίμηση των γύρω ακινήτων, τη δραστηριότητα των μαρινών, την επέκταση του premium λιανεμπορίου και την οικιστική ανάπτυξη υψηλών προδιαγραφών. Παρόμοια αποτελέσματα, όπως επισημαίνουν, έχουν παρατηρηθεί με την ανάπτυξη έργων, όπως το Porto Montenegro και το Lustica Bay, που βοήθησαν στην ανάδειξη του Μαυροβουνίου από έναν αναδυόμενο προορισμό της Αδριατικής σε έναν προορισμό πολυτελείας. Ταυτόχρονα, υπηρετεί τη φιλοδοξία της χώρας να τοποθετηθεί το Μαυροβούνιο δίπλα σε προορισμούς, όπως το Μονακό, η Μύκονος και η Γαλλική Ριβιέρα, που είναι ψηλά στην ιεραρχία του μεσογειακού τουρισμού πολυτελείας.



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



Business Insight

ΣΤΙΣ ΡΑΓΕΣ 2+1 ΕΡΓΑ ΑΙΧΜΗΣ ΓΙΑ ΤΗΝ ΘΕΣΣΑΛΟΝΙΚΗ ΚΑΙ Η ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΗ ΣΗΜΑΣΙΑ ΤΟΥΣ

Στρατηγικής σημασίας έργα, για την Θεσσαλονίκη και την ΚΔ Μακεδονία μπαίνουν στις ράγες. Καιρός ήταν, θα έλεγα ως insighter που παρακολουθώ την εξέλιξη τους, εδώ και χρόνια.

Μέσα στον Ιούνιο προγραμματίζεται να υποβληθούν οι προσφορές του διαγωνισμού για τον Δυτικό Προαστιακό Θεσσαλονίκης και τη σιδηροδρομική σύνδεση του ΟΛΘ. Το συγκεκριμένο συνακολουθεί τον σχεδιασμό της διοίκησης του Οργανισμού για επέκταση του λιμένος και τη συνδεσιμότητα με προοπτική την ένταξη του στον India-Middle East-Europe Corridor. Μόλις την προηγούμενη εβδομάδα, ο ΟΣΕ προσκάλεσε τους τρεις υποψήφιους να υποβάλλουν τις οικονομικές προσφορές τους, επανεργοποιώντας επί της ουσίας τον διαγωνισμό που πάγωσε μετά την τραγωδία των Τεμπών.

Τρία τα σχήματα (Τέρνα, Anax-Alstom Transport, Aktor/Μέτκα) για έναν διαγωνισμό που έχει περάσει από πολλά προβλήματα- ο αρχικός διαγωνισμός είχε προκηρυχθεί το 2021, τότε από την ΕΡΓΟΣΕ- συγκεντρώνοντας αρχικά το εύλογο ενδιαφέρον ισχυρών ξένων και ελληνικών ομίλων.

Ένας από τους έξι διαγωνισμούς που είχαν βγει, τότε, από τον διευρωπαϊκό διάδρομο (παράκαμψη Βοσπόρου) και τον προαστιακό προς Λαύριο (εγκαταλείφθηκε στη συνέχεια) μέχρι την σύνδεση με την Πάτρα (έχει...βαλτώσει λόγω των αντιδράσεων φορέων της Αχαϊκής πρωτεύουσας). Σε ό,τι αφορά στο φιλόδοξο project του διευρωπαϊκού διαδρόμου- προχώρησε η αναβάθμιση του δικτύου από Αλεξανδρούπολη προς Ορμένιο).

Ωστόσο, ο διαγωνισμός για τις συνδέσεις της Θεσσαλονίκης θεωρείτο στρατηγικής

σημασίας, ειδικότερα το τμήμα ΟΛΘ προς το κεντρικό δίκτυο με άμεση σύνδεση για Ειδομένη και απ' εκεί προς Σκόπια, Σερβία και χώρες της Κεντρικής Ευρώπης. **Κοινός τόπος πως ανάπτυξη οικονομίας ευρωπαϊκής χώρας δεν νοείται δίχως δυνατότητα άμεσης διασυνδεσιμότητας με κεντρικά δίκτυα μεταφορών**, τομέας όπου η Ελλάδα υστερεί απελπιστικά.

Και φτάνουμε στην Παρασκευή (22/5) που με την αποστολή πρόσκλησης υποβολής προσφορών προς τους τρεις μνηστές του έργου "Σιδηροδρομική Σύνδεση του δού Προβλήτα Λιμένα Θεσσαλονίκης & Κατασκευή Προαστιακού Δυτικής Θεσσαλονίκης", δίνεται το σήμα της επανεκκίνησης. Με την προϋπόθεση πως δεν θα υπάρξουν νέες καθυστερήσεις και οι σχετικοί φάκελοι υποβληθούν ως την Τετάρτη, 24 Ιουνίου 2026, τότε ο ανάδοχος του έργου, θα μπορούσε να αναδειχθεί εντός του φθινοπώρου. Εφικτό, κρίνοντας από την πρόθεση και των τριών να προχωρήσει- επιτέλους- το έργο, για το οποίο το ενδιαφέρον (και) της κυβέρνησης είναι εύλογο. **Στα €66,34 εκατ. (συμπεριλαμβανόμενου ΦΠΑ) ο προϋπολογισμός.** Πρακτικά η επανεκκίνηση του διαγωνισμού αφορά τους ίδιους συμμετέχοντες, καθώς από την προεπιλογή (Απρίλιος 2022) οι **Intrakat - Άκτωρ έχουν ενταχθεί στον όμιλο Aktor, εξέλιξη που διευκολύνει την σχετική διαδικασία.** Το διπλό έργο αφορά την παράλληλη ανάπτυξη και οργάνωση λειτουργικού δικτύου του Προαστιακού Δυτικής Θεσσαλονίκης (αξιοποιώντας την υφιστάμενη υποδομή των 20 χλμ.), και τη μελέτη και κατασκευή της **σιδηροδρομικής σύνδεσης του δού Προβλήτα του ΟΛΘ με τον βασικό σιδηροδρομικό κορμό της χώρας.**

Ειδικότερα στο τελευταίο, ο Γιάννης Τσάρας ήταν σαφής, κατά την διάρκεια της γενικής συνέλευσης μετόχων του Οργανισμού (στις 12 Μαΐου) με τον Διευθύνοντα Σύμβουλο του εισηγμένου στο Euronext Athens να αναφέρεται στο διπλό έργο- επέκτασης του δού Προβλήτα και σύνδεσης με το κεντρικό σιδηροδρομικό δίκτυο. Επί της ουσίας **πρόκειται για έργο ούτε 3 χλμ. διπλής γραμμής (ηλεκτροκίνησης, εννοείται...) που μέχρι τώρα κρατά το λιμάνι της Θεσσαλονίκης αποκομμένο**, με συνέπεια το μεγαλύτερο μέρος της μεταφοράς να γίνεται με φορτηγά (από την εγκατάσταση του λιμανιού μέχρι το Κλειδί ή την Ειδομένη). Μεγάλο το όφελος, από την υλοποίηση των δύο έργων, οικονομικής/επιχειρηματικής αλλά και (με προοπτική) γεωπολιτικής σημασίας. **Όπως εξήγησε ο CEO του ΟΛΘ με την ολοκλήρωση (το 2029) η διοίκηση θα μπορεί για να διεκδικήσει τη συμμετοχή του λιμένα της στον διηπειρωτικό οικονομικό διάδρομο IMEC**, που έχει στόχο να ενώσει την Ασία με την Ευρώπη μέσω θαλάσσιων και σιδηροδρομικών μεταφορών. Είναι στους στόχους, να καταστεί και η Θεσσαλονίκη κόμβος του IMEC. Προς τον σκοπό αυτό έχει- ήδη - ενεργοποιηθεί και η εμπορική διεύθυνση του ΟΛΘ έτσι ώστε όταν ο IMEC ανοίξει, να είναι on track. Παράλληλα, στο πλαίσιο της αναβάθμισης (και) των εμπορικών σχέσεων, **ο ΟΛΘ είναι σε επαφές (και) με την Χάιφα/Ισραήλ**, προκειμένου από εκεί να έρχονται στην Θεσσαλονίκη τα εμπορεύματα και από εδώ να πηγαίνουν στα Βαλκάνια. Παράλληλα, με τη σιδηροδρομική αναβάθμιση θα υποστηριχθεί και η κρουαζιέρα, που το 2025 ενισχύθηκε σημαντικά (69 αφίξεις κρουαζιερόπλοιων, με 87.000 επιβάτες/επισκέπτες).

• **AMBYΞ**
**ΝΕΑ ΣΕΙΡΑ RTD COCKTAILS
ΜΕ ΒΑΣΗ ΤΗΝ SERKOVA**

Στην εισαγωγή της της Serkova Vodka στην κατηγορία των Ready to Drink (RTD) προχωρά η Άμβυξ, σηματοδοτώντας τη μετάβαση σε μια νέα εποχή προϊόντων έτοιμων προς κατανάλωση. Η νέα σειρά περιλαμβάνει τρεις γεύσεις σε συσκευασία 250ml slim can και με περιεκτικότητα 5% αλκοόλ, προσφέροντας μια ολοκληρωμένη πρόταση cocktail σε έτοιμη μορφή. Η σειρά Serkova RTDs τοποθετείται ως προϊόν που συνοδεύει διαφορετικές στιγμές κατανάλωσης, από εξωτερικούς χώρους και κοινωνικές συναντήσεις έως οικιακή κατανάλωση και ανεπίσημες περιστάσεις.

- Serkova Vodka Paloma: Βασίζεται στο pink grapefruit, το οποίο αποτελεί τάση στη σύγχρονη cocktail σκηνή
- Serkova Vodka Sling: Εξέλιξη ενός κλασικού cocktail concept σε πιο σύγχρονη και ελαφριά εκδοχή
- Serkova Vodka Tiki: Αντλεί έμπνευση από την tiki cocktail κουλτούρα



SECRETRECIPE

Πού βαδίζουμε κύριοι;

Το ερώτημα αυτό, που είχε εύστοχα χρησιμοποιήσει ο Λουκιανός Κηλαπδόνης στο γνωστό του τραγούδι, τέθηκε από μέλος του ΔΣ γνωστής εταιρείας του κλάδου. Αφορμή υπήρξε η έντονη παρεμβατικότητα του νέου βασικού μετόχου, ο οποίος - παρά το γεγονός ότι η πορεία της επιχείρησης είναι εντός στόχων και πάνω από αυτούς - επιχειρεί να αλλάξει διαδικασίες και πρόσωπα, "επειδή πρέπει να δείξουμε άλλο πρόσωπο", όπως χαρακτηριστικά λέει. Το σχόλιο αυτό έχει φτάσει και στα αυτιά του άλλου μετόχου και ιδρυτή της εταιρείας, από τον οποίο τα στελέχη ζητούν να αναλάβει δράση. Για να δούμε τί τελικά θα κάνει...

Editorial

Ο λογαριασμός

Έχουμε ξαναμιλήσει εδώ - και μάλιστα πρόσφατα - για το μεγάλο ξεκαθάρισμα στην αγορά.

Οι αναφορές, που έχουν γίνει στη στήλη, αφορούσαν τον κλάδο της καφεστίασης. Σήμερα, όμως, θέλω να αναφερθώ και στο ξεκαθάρισμα, που συντελείται και σε έναν ακόμα κλάδο.

Αυτόν του λιανεμπορίου, και, συγκεκριμένα, σε ό,τι αφορά τα μικρά σημεία.

Ό,τι, δηλαδή, ορίζουμε σήμερα ως μικρή λιανική - mini market, ψιλικά κλπ.

Και πώς προκύπτει αυτό το συμπέρασμα; Από το γεγονός ότι, όπως μου έλεγε έμπειρο στέλεχος της αγοράς, έχουν αυξηθεί σημαντικά οι αποζημιώσεις, τις οποίες καλούνται να καταβάλλουν οι εταιρείες, που ασφαλίζουν πιστώσεις.

Δηλαδή, όλο και πιο συχνά, πολλοί προμηθευτές-πελάτες των ασφαλιστών πιστώσεων εισπράττουν τα σχετικά ασφάλιστρα, επειδή πολλοί πελάτες τους - κυρίως μικρά σημεία - οδηγούνται στο κλείσιμο.

Γιατί συμβαίνει αυτό;

Πλέον του βασικού λόγου, που αφορά τη διασύνδεση POS με ταμειακές μηχανές και κάνει τη ζωή δύσκολη σε όσους λειτουργούν με business plan βασισμένο σε αδήλωτα έσοδα - σε μαύρο χρήμα, δηλαδή -, υπάρχει και κάτι ακόμα σημαντικό:

Όπως μου έλεγε ο ίδιος άνθρωπος, το θέμα της ενέργειας. Τα κόστη από τους λογαριασμούς ρεύματος είναι πολύ υψηλά, που για πολλά καταστήματα - ειδικά όσα έχουν και ψυγεία και καταψύξεις - είναι από δύσκολα έως καθόλου διαχειρίσιμο.

Όταν, λοιπόν, ο υπεύθυνος φέρνει τον λογαριασμό, τον πληρώνει τελικά ο ασφαλιστής πιστώσεων.

Τόσο απλά.

Νεκτάριος Β. Νώτης
nectarios@notice.gr