

ΕΙΜΑΣΤΕ ΠΕΡΗΦΑΝΟΙ ΓΙΑ ΚΑΘΕ ΑΒΓΟ!



Αβγά Νεοχωρούδας Τσακίρη

Από το 1963, παράγουμε αβγά εξαιρετικής ποιότητας στη Νεοχωρούδα Θεσσαλονίκης και τα διαθέτουμε σε όλη την Ελλάδα. Με σεβασμό στο περιβάλλον και στον καταναλωτή, επενδύουμε συνεχώς σε σύγχρονα πτηνοτροφεία, πιστοποιημένες τροφές και εξειδικευμένο ανθρώπινο δυναμικό, εξασφαλίζοντας διαχρονικά, υψηλή ποιότητα στα αβγά Τσακίρη.



T. 2310 787 545

www.avgatsakiri.gr

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 13 ΟΚΤΩΒΡΙΟΥ 2025
ΤΕΥΧΟΣ 2192



• ΓΑΛΑΞΙΑΣ

Η κίνηση που τη βάζει στο κανάλι του convenience



• Δ. ΘΑΝΟΠΟΥΛΟΣ

Προς μεσαία μονοψήφια ανάπτυξη το 2025
– Πέτυχε ενεργειακή αυτονομία, συνεχίζει
να ενισχύει το e-κανάλι



• ΕΨΑ

Μονοψήφια ανάπτυξη στο οκτάμηνο - Έρχονται νέα
λανσαρίσματα στα flavoured soft drinks



• ΜΥΛΟΙ ΔΑΚΟΥ

Σταθερός τζίρος και οριακά θετικοί οι όγκοι στο
οκτάμηνο - Τα τρία πεδία που ετοιμάζει επενδύσεις

Editorial

Tikka masala με... ελαιόλαδο

Debrief

Άπειρες δυνατότητες

Business Insight

Βαρομετρικό χαμηλό και στις
αγορές - Η διελκυστίνδα ΗΠΑ
-Κίνας ανησυχεί (και)
τους επενδυτές

SecretRecipe

Νέο resto-project στην πιάτσα
της Γλυφάδας

Business Maker

- Το project των €50 εκατ.
του Γαλαξία
- Ποιοι αιφνιδιάστηκαν
με τη συνάντηση Μητσοτάκη
– Σκλαβενίτη

• EURIMAC – ΜΑΚΒΕΛ

ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΗ ΑΓΟΡΑ Η ΓΕΡΜΑΝΙΑ - ΣΤΗΝ ΑΝΥΓΑ ΜΕ ΝΕΟ ΕΠΕΝΔΥΤΙΚΟ ΠΛΑΝΟ €12 ΕΚΑΤ.

“Συμμετέχουμε στην Ανυγα από τη δεκαετία του 1970, οπότε η ομάδα μας αισθάνεται οικεία όταν βρίσκεται στην Γερμανία. Είναι μία ευκαιρία για τους εμπειροτάτους ανθρώπους μας να συναναστραφούν από κοντά με υφιστάμενους πελάτες, να διερευνήσουν τις δυνατότητες διεύρυνσης του πελατολογίου μας, αλλά και να αφουγκρασθούν τάσεις και ιδέες”, δήλωσε στο FNB Daily ο Οδυσσέας Παπαδόπουλος, Διευθύνων Σύμβουλος της EURIMAC – ΜΑΚΒΕΛ.

Στις εγκαταστάσεις της EURIMAC - ΜΑΚΒΕΛ στο Κιλκίς παράγεται το 50% των ελληνικών εξαγωγών ζυμαρικών. Ως η μεγαλύτερη εξαγωγός του κλάδου, θεωρεί την Γερμανία στρατηγική αγορά, καθώς αποτελεί βασικό προορισμό και θέτει υψηλά πρότυπα ποιότητας, βιωσιμότητας και ESG. “Σήμερα, συνεργαζόμαστε με μεγάλες γερμανικές αλυσίδες, τη μικρή αγορά και την αγορά της ομογένειας. Μεγαλώνουμε μαζί με αυτούς τους πελάτες, με τους περισσότερους εκ των οποίων έχουμε εμπορική σχέση δεκαετιών”, συμπλήρωσε ο κ. Παπαδόπουλος.

Ο Οδυσσέας Παπαδόπουλος υπογράμμισε ότι η EURIMAC – ΜΑΚΒΕΛ πορεύεται με κοινές αρχές και στρατηγική με τους συνεργάτες της, απευθυνόμενη σε όλα τα κανάλια της

διεθνούς αγοράς. Με το 55% των πωλήσεων εκτός Ελλάδας και την εξωστρέφεια ως βασικό μοχλό ανάπτυξης, η συμμετοχή σε μεγάλες εκθέσεις θεωρείται απαραίτητη.

ΝΕΑ ΓΡΑΜΜΗ ΠΑΡΑΓΩΓΗΣ, ΜΟΝΑΔΑ ΒΙΟΜΑΖΑΣ ΚΑΙ ΕΠΕΝΔΥΣΕΙΣ ΣΕ ΥΠΟΔΟΜΕΣ

“Το γεγονός αυτό επιτείνεται και από το ότι βρισκόμαστε πολύ κοντά στην ολοκλήρωση του επενδυτικού μας πλάνου, συνολικής αξίας €12 εκατ., και με πυλώνες της στρατηγικής μας, την εξωστρέφεια, την καινοτομία και τη βιωσιμότητα, η παρουσία μας γίνεται ακόμη πιο δεδομένη. Οι επενδύσεις αυτές είναι πολύπλευρες και αφορούν στο σύνολο της δραστηριότητας μας. Αρχικά, στην αύξηση της δυναμικότητας του εργοστασίου των ζυμαρικών, με προσθήκη νέας υπεραυτόματης και ολοκληρωμένης γραμμής κοφτών ζυμαρικών και στην αντίστοιχη αναβάθμιση του μύλου μας, καθώς είμαστε είκοσι χρόνια καθετοποιημένοι”, δήλωσε ο ίδιος.

Η νέα μονάδα βιομάζας αποτελεί απαιτούμενο που προκύπτει από τη συνεχή ανάπτυξη της EURIMAC – ΜΑΚΒΕΛ, καθώς η παλαιά κατασκευάστηκε το 2013, και αν και υπερπληροί μέχρι και σήμερα τις παγκό-

σμιες απαιτήσεις, θεωρήθηκε σκόπιμο να προχωρήσει η εταιρεία σε κατασκευή νέας, μεγαλύτερης και ακόμη πιο σύγχρονης. “Τέλος, στις επενδύσεις μας περιλαμβάνονται αύξηση αποθηκευτικών χώρων, κατασκευή νέων αποδυτηρίων - λόγω της αύξησης της ανθρώπινης δύναμης της εταιρείας, κατά 70% τα τελευταία 6 χρόνια -, προσθήκη μηχανημάτων ελέγχου ποιότητας - λόγω των συνεχώς αυξανόμενων απαιτήσεων των 60 αγορών που επιχειρούμε - και τέλος αγορά όμορου οικοπέδου για τις νέες ανάγκες που προκύπτουν”, σημείωσε ο κ. Παπαδόπουλος.

Η EURIMAC – ΜΑΚΒΕΛ, με βελτιωμένη οικονομική εικόνα το 2024 και μηδενικό δανεισμό, θεωρεί απαραίτητη τη συμμετοχή της σε διεθνείς εκθέσεις όπως η Ανυγα, προκειμένου να προωθήσει νέα προϊόντα και να ενισχύσει την ανάπτυξή της. Όπως τόνισε ο Οδυσσέας Παπαδόπουλος, η παρουσίαση της καινοτομίας σειράς ζυμαρικών χαμηλού γλυκαιμικού δείκτη αποτελεί ευκαιρία για διάλογο σε παγκόσμιο επίπεδο, καθώς θεωρεί ότι η σειρά διαμορφώνει μία νέα πραγματικότητα στο χώρο των ζυμαρικών, ενώ η επίτευξη των στόχων και το 2025 ενισχύει την αισιοδοξία για το μέλλον.



• ΕΨΑ

ΜΟΝΟΨΗΦΙΑ ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΣΤΟ ΟΚΤΑΜΗΝΟ - ΕΡΧΟΝΤΑΙ ΝΕΑ ΛΑΝΣΑΡΙΣΜΑΤΑ ΣΤΑ FLAVOURED SOFT DRINKS

Με μονοψήφιο ρυθμό έτρεξε στο οκτάμηνο η ΕΨΑ, με την εταιρεία να καταγράφει σημαντική αύξηση στα super market, καθώς και ενίσχυση του μεριδίου αγοράς, ενώ το χονδρεμπόριο κινείται σε πιο ήπιους ρυθμούς, όπως και συνολικά η κατηγορία των αναψυκτικών.

ΝΕΑ ΠΡΟΪΟΝΤΑ ΣΤΟ PORTFOLIO

Η εταιρεία δίνει ιδιαίτερη έμφαση στη διεύρυνση της γκάμας προϊόντων της, ενώ πέρυσι προχώρησε σε συνολικό rebranding και επαναλανσάρισμα βασικών προϊόντων της, με αφορμή και την είσοδο του SMERC στο μετοχικό της, με καταστατική πλειοψηφία.

Συγκεκριμένα, η ΕΨΑ πέρασε σε μια φάση ανανέωσης και ενιαίας εταιρικής ταυτότητας, με νέα γραφικά και σχεδιασμό στα can. Φέτος δεν προχώρησε σε νέα λανσαρίσματα, παρά μόνο σε μία νέα γεύση στην κατηγορία Cola και το Ice Tea Strawberry, που προστέθηκε στη σειρά πράσινων τσαγιών χωρίς ζάχαρη με λεμόνι και ροδάκινο. Παράλληλα, οι σειρές Lemonade Zero και Πορτοκαλάδα Zero ανανεώθηκαν με βελτιωμένες συνταγές.

ΝΕΑ ΛΑΝΣΑΡΙΣΜΑΤΑ

Για την επόμενη χρονιά, η ΕΨΑ προετοιμάζει νέα προϊόντα στην κατηγορία των flavoured soft drinks, παρακολουθώντας στενά τις διεθνείς τάσεις στην αγορά ποτών (beverage market). Τα προϊόντα αυτά βρίσκονται ακόμη στη φάση ανάπτυξης, καθώς η παραγωγή στη συγκεκριμένη κατηγορία αποτελεί σημαντική πρόκληση.

Παράλληλα, παράγει το private label τσάι της Μασούτης, ενώ συνεχίζει τη συνεργασία με την PepsiCo για την εμφιάλωση της Ήβη, η οποία ανανεώνεται διαρκώς και αναμένεται να συνεχιστεί και τα επόμενα χρόνια.

ΣΤΟ 10% ΤΟΥ ΤΖΙΡΟΥ ΟΙ ΕΞΑΓΩΓΕΣ

Η ΕΨΑ εξάγει σήμερα σε 20 χώρες, με τις εξαγωγές να αντιπροσωπεύουν περίπου το 10% του συνολικού τζίρου. Κύριες αγορές είναι οι Ηνωμένες Πολιτείες, η Κύπρος και η Μεγάλη Βρετανία, ενώ και η Κίνα αποτελεί πλέον σημαντική αγορά, καθώς η εταιρεία έχει παρουσία εκεί από το 2020.

Στέλλα Αυγουστάκη
stella@notice.gr



Νίκος Καραμούζης, Επικεφαλής SMERC



Tony Xu, CEO, DoorDash

• DOORDASH ΣΥΝΕΡΓΑΣΙΑ ΜΕ ΤΗΝ SERVE ROBOTICS ΓΙΑ ΠΑΡΑΔΟΣΕΙΣ ΠΑΡΑΓΓΕΛΙΩΝ

Τις δυνάμεις της με την Serve Robotics ενώνει η DoorDash, αξιοποιώντας ρομπότ για την εκτέλεση παραγγελιών και επιχειρώντας να διευρύνει την πελατεία της βάση.

Συγκεκριμένα, οι πελάτες της πλατφόρμας DoorDash σε επιλεγμένα καταστήματα και εστιατόρια στο Λος Άντζελες ενδέχεται να παραλάβουν τις παραγγελίες τους από ένα ρομπότ Serve, ενώ το πλάνο προβλέπει τέτοιου είδους παραδόσεις να καταστούν εφικτές στο σύνολο των ΗΠΑ.

UBER EATS

Μέχρι στιγμής, η Serve έχει αξιοποιήσει τα ρομπότ για παραδόσεις αποκλειστικά της Uber Eats, με την οποία συνεργάστηκε το 2021. Ως αποτέλεσμα, η συνεργασία με την DoorDash, θα τη βοηθήσει να αυξήσει τα έσοδα και τον όγκο των παραγγελιών για τα ρομπότ της, επεκτεινόμενη σε περισσότερους καταναλωτές.

Η νέα συνεργασία έρχεται λίγο μετά την παρουσίαση από την DoorDash του ρομπότ παράδοσης Dot, το οποίο μπορεί να κινείται σε ποδηλατοδρόμους, δρόμους και πεζοδρόμια. Τέλος, η DoorDash έχει συνεργαστεί με την Wing της Alphabet για παραδόσεις με drone.

Η
NOTICE
CONTENT & SERVICES

παρουσιάζει το
1ο Διεθνές Συνέδριο
στην Ελλάδα για τον κλάδο τροφίμων
και ποτών



FOOD FORWARD

From Farm to Future



Με τη συμμετοχή προσωπικοτήτων του κλάδου
Με έρευνες για τις τάσεις και το μέλλον των τροφίμων



**15 – 18
Οκτωβρίου
2025**

Grecotel
La Riviera,
Κυλλήνη

info@foodforward.com.gr

ΜΕ ΤΗΝ ΑΞΙΟΠΙΣΤΙΑ ΤΗΣ
NOTICE
CONTENT & SERVICES

POWERED BY
FORUM S.A.
TRADE SHOWS • PUBLICATIONS

GOLDEN SPONSORS



SILVER SPONSORS



SUPPORTERS



PARTNERS



ΜΕ ΤΗΝ ΑΙΓΙΔΑ



• Δ. ΘΑΝΟΠΟΥΛΟΣ

ΠΡΟΣ ΜΕΣΑΙΑ ΜΟΝΟΨΗΦΙΑ ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΤΟ 2025 – ΠΕΤΥΧΕ ΕΝΕΡΓΕΙΑΚΗ ΑΥΤΟΝΟΜΙΑ, ΣΥΝΕΧΙΖΕΙ ΝΑ ΕΝΙΣΧΥΕΙ ΤΟ Ε-ΚΑΝΑΛΙ

Στο 4%-5% τοποθέτησε τον πήχη της φετινής ανάπτυξης, με βάση τα δεδομένα του α' εξαμήνου, η διοίκηση της αλυσίδας Δ. Θανόπουλος, χάρη στην αποκλιμάκωση του πληθωρισμού αλλά και τη βελτίωση του μεριδίου αγοράς.

Ενισχυτικά προς τα μεγέθη της αλυσίδας super market των βορείων προαστίων λειτουργούν και οι επενδύσεις στις ανανεώσιμες πηγές ενέργειας, στις οποίες έχει προχωρήσει

ΕΠΕΝΔΥΣΗ €2 ΕΚΑΤ.

Φέτος ολοκληρώθηκε επένδυση ύψους €2 εκατ. για αγορά φωτοβολταϊκού πάρκου, χάρη στην οποία η Θανόπουλος κατάφερε να καλύπτει σήμερα το σύνολο των ενεργειακών της αναγκών από ηλιακή ενέργεια. Σύμφωνα με τη διοίκηση αφορά όλα τα καταστήματα, τα γραφεία και τις αποθήκες της εταιρείας. Παράλληλα, το 60% του στόλου διανομής της αλυσίδας αποτελείται πλέον από ηλεκτρικά φορτηγά – μια επιλογή που ελαχιστοποιεί το αποτύπωμα άνθρακα των καθημερινών λειτουργιών της. Επίσης, σε συνεργασία με την Blink Charging Hellas εγκατέστησε σταθμούς φόρτισης ηλεκτροκίνητων οχημάτων σε όλο το δίκτυο των καταστημάτων της, σε:

- Κηφισιά
- Ν. Κηφισιά
- Ν. Ερυθραία



Τέλης Θανόπουλος,
Πρόεδρος, Δ. Θανό-
πουλος

DATA (σε €χιλ.)

Κύκλος εργασιών

2024: 54.582

2023: 54.504

Μικτό αποτέλεσμα

2024: 12.384

2023: 12.077

Κέρδη προ φόρων

2024: 3.134

2023: 3.382

Καθαρά κέρδη

2024: 2.426

2023: 2.620

NEO ESHOP & APP

Προς την κατεύθυνση περαιτέρω διεύρυνσης της τεχνολογίας στη λειτουργία της εταιρείας, πριν από έναν χρόνο περίπου ξεκίνησαν τη λειτουργία τους το νέο e-shop και app της Θανόπουλος, εστιάζοντας στην ευκο-

λία χρήσης, και με πληθώρα χρηστικών λειτουργιών για την άνετη και απρόσκοπτη πλοήγηση των πελατών της.

Σύμφωνα με την εταιρεία, η ευφυΐα του λειτουργικού ενισχύεται διαρκώς ως προς:

- τη διαχείριση του μεγάλου online κωδικολογίου των 21.000 κωδικών
- τις προτιμήσεις ζυγιζομένων και προϊόντων κοπής
- την πρόσβαση σε πλήθος συνδυαστικών προσφορών και εκπαιδευτικών campaigns

ΣΧΕΔΙΑΖΕΙ ΔΙΚΗ ΤΗΣ Q-COMMERCE ΠΛΑΤΦΟΡΜΑ

Αξίζει να αναφέρουμε ότι η διοίκηση εξετάζει να αναπτύξει τη δική της q-commerce πλατφόρμα, έτσι ώστε να έχει πιο γρήγορο delivery, μια πλατφόρμα που θα ενσωματωθεί στο site και στο app που ήδη διαθέτει.

Μπορεί το online κανάλι να αποτελεί πολύ μικρό ποσοστό επί του συνολικού τζίρου του

κλάδου των super markets, πέριξ του 2%-2,5%, ωστόσο για την Θανόπουλος το ποσοστό αυτό είναι διψήφιο, με το ύψος του καλαθιού της να είναι σημαντικά υψηλότερο σε σχέση με την αγορά.

ΝΕΑ ΕΤΑΙΡΕΙΑ ΣΤΟ REAL ESTATE

Σημειώνεται τέλος ότι η οικογένεια Θανόπουλου σύστησε το περασμένο καλοκαίρι την εταιρεία ΕΛΔΗΜΑΛ, με μετοχικό κεφάλαιο €2,8 εκατ. καταβληθέν σε μετρητά από τον Περικλή Θανόπουλο. Η εταιρεία αυτή, με έδρα την Κηφισιά, έχει ως δραστηριότητα τη διαχείριση και εκμίσθωση εμπορικών χώρων.

Θυμίζουμε ότι και άλλοι realiers έχουν προχωρήσει σε εταιρείες ακινήτων, όπως π.χ. οι Σκλαβενίτης, Μασούτης, Metro, ΑΝΕΔΗΚ Κρητικός κ.ά.

Μάκης Αποστόλου
makis@notice.gr



FOOD FORWARD

From Farm to Future

POWERED BY **FORUM.SA.**
TRADE SHOWS • PUBLICATIONS

15 - 18
Οκτωβρίου 2025
Grecotel La Riviera, Κυλλήνη



Agapitou Maria
Head of Management
Systems & Products
Certification Division of
TÜV AUSTRIA Hellas



Almpanti Eleni
Intelligent Services
Senior Officer,
Transaction
Banking, Eurobank



Bourikos Dimitrios
General Director of
customs & EXCISE, IAPR



Braunschoter Josef
CEO Berglandmilch
eGen



Chasiotis Themis
Chief
Communication &
Sustainability Officer,
Papastatos



Chrysopoulou Sophia
Senior Director, Public
Policy, Europe, The
Coca-Cola Company



Dimoragas Vaios
Managing Director
NIELSENQ Greece &
Bulgaria



Domvridou Elena
Food Scientist MSc &
Quality Assurance MSc
VASSILIOU TROFINKO SA



Giannitsis Christos
CEO Omiros Dairies



Gikas Karolos
Director Turn-Key.ai



Kakkavas Christos
Executive Advisor JLL -
Athens Economics



Kakouris Stavros
Vice President,
Transformational
and Deep Insights The
Coca-Cola Company



Karanastasis Petros
Geologist MSc and
CEO of PK ENERGY



Karanatsios Ioannis
Chief Merchandising
Officer, Executive
Member of the Board
Lidl Hellas | Lidl Cyprus



Kastanas Pascal
Sustainable Packaging
Manager Nestle



Katrivanos Periklis
CEO Nera Pigon
Grammou S.A.



Koulis Nicos
Chairman & Partner
DECA Investments AIFM



Koutelias Manolis
Head of Investment
Projects Department
NOISIS



Kyrkitos Filippos Dr.
Environmentalist
President Ecological
Recycling Society



Lambropoulos Haris Dr.
President, Hellenic
Development Bank of
Investments SA,
Member of the Board of
Directors, EIB & EIF



Lipas Andreas
Agronomist - Specialist
in Hydroponics &
Greenhouse Cultivation,
CEO of Fertile Land Ltd.



Mantes Konstantinos Dr.
Electrical & Electronic
Engineer, E-crime expert



Manolas Ioannis
Managing Director
the IBS S.A.



Mavros Athanasios
Partner EY Consumer
& Health Leader for
Southeastern Europe



Moutavelis Nikos
Agronomist MSc
and CEO of Alagros



Mylonas Constantinos
VP Adecco & Head of
Greece & Bulgaria |
Public Affairs, EE&MENA



Oikonomidis Giorgos
Founder 45 Fish
Butchery/Chef



Papachristos Charalambos
President SEFYMEN



Papadimitrakopoulos Christos
Founder & Owner
Orange Be Global



Papadopoulos Giannis
Senior Partner EOS
Capital



Patounas Ioannis
Director of Research,
Development &
Operations
Management / COO
PINDOS



Potamitis Antonis
President & CEO, WEST
Group & President,
Institute of Sales
of Greece



Salameh Wissam Nain
Managing Partner, FTC
Qatar



Solomos Takis
Co-Founder & Partner
Elkion Capital AIFM



Sousalis Fotis
Olive Oil Plant Director
- Sustainability Leader
Melissa Kikizas SA



Takas Nikolaos
Managing Partner
THERMIVC



Touralias Apostolos
Chairman of the Board
of Directors of HAPO



Triantafyllou Dimitra
ESG & Sustainability
Reporting Manager,
Hellenic Dairies S.A.



Tsiligiannis Spyros
Managing Director &
Co-Founder Fieldsoapp



Vallianos Konstantinos
Head of Green
Coffee Buying at
KAFFA TERRA



Vaporidis Stelios
Project Development
Manager in the Agri
Food Sector TÜV
AUSTRIA Hellas

info@foodforward.com.gr

GOLDEN SPONSORS



ΕΛΛΗΝΙΚΑ ΓΑΛΑΚΤΟΜΕΙΑ Α.Ε.



SILVER SPONSORS



SUPPORTERS



PARTNERS



ΜΕ ΤΗΝ ΑΙΓΙΔΑ



• ΓΑΛΑΞΙΑΣ

Η ΚΙΝΗΣΗ ΠΟΥ ΤΗ ΒΑΖΕΙ ΣΤΟ ΚΑΝΑΛΙ ΤΟΥ CONVENIENCE

Το πρώτο στάδιο μιας σύνθετης επένδυσης ολοκληρώσε με αυτοχρηματοδότηση η Πέντε, εταιρεία διαχείρισης του σήματος Γαλαξίας. Πρόκειται για την αγορά οικοπέδου για την ανέγερση του κέντρου διανομής που ετοιμάζει στον Ασπρόπυργο, επένδυση που εντάσσεται στο συνολικό πλάνο ανάπτυξης της Πέντε και για την οποία έχετε διαβάσει ήδη στο [FnB Daily στις 8/7](#).

Το κέντρο διανομής της εταιρείας εξακολουθεί να βρίσκεται σε φάση αδειοδότησης, με την εταιρεία να έχει κάνει προσύμφωνο αγοράς που ολοκληρώθηκε και τυπικά στο τέλος της προηγούμενης εβδομάδας. Η λειτουργία του κέντρου διανομής θα δώσει τη δυνατότητα στην Γαλαξίας να ενισχύσει και το κομμάτι των online πωλήσεων.

ΤΟ ΕΡΓΟ

Η ολοκλήρωση της αγοράς αφορά 39 ιδιοκτησίες που ανέρχονται συνολικά σε 112.500 τ.μ., ενώ το ενιαίο, πλέον, οικόπεδο έχει πρόσφατη 210m επί της Αττικής Οδού και βρίσκεται σύμφωνα με πληροφορίες "σε πλεονεκτική θέση".

Μάλιστα η Πέντε είχε ξεκινήσει τη σταδιακή αγορά των οικοπέδων πριν την πανδημία, όμως όπως μαθαίνει το FnB Daily η διαδικασία καθυστερήσε.

Βάσει του σχεδιασμού, θα αναπτυχθούν 45.000 τ.μ. στεγασμένοι χώροι, για τη βελτίωση της εφοδιαστικής αλυσίδας και του περιβαλλοντικού αποτυπώματος της εταιρείας με:

- αποθηκευτικούς χώρους υψηλών προδιαγραφών
- προηγμένα συστήματα αυτοματοποίησης και διαχείρισης αποθεμάτων
- υποδομές ψύξης και συντήρησης προϊόντων

Η ολοκλήρωση του κέντρου διανομής προβλέπεται να διαρκέσει 18 μήνες από τη στιγμή που η Πέντε θα λάβει τη σχετική άδεια. Για την κατασκευή του κέντρου διανομής η Πέντε είναι σε συζητήσεις με δύο εταιρείες του κλάδου.

CONVENIENCE

Η συγκεκριμένη επένδυση αποτελεί απόφαση στρατηγικής σημασίας για την εταιρεία, καθώς θα ανοίξει τον δρόμο ανάπτυξης στο μοντέλο του convenience store, μια αγορά στην οποία συμμετέχουν ήδη οι ΑΒ Βασιλόπουλος, My Market, Μασούτης και ΑΝΕΔΗΚ Κρητικός.

Στέλλα Αυγουστάκη
stella@notice.gr



• ZANAE

ΚΑΛΥΨΕ ΤΑ ΓΕΥΜΑΤΑ ΤΗΣ PERSEUS RACING ΤΟΥ ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟΥ ΔΥΤΙΚΗΣ ΜΑΚΕΔΟΝΙΑΣ

Τα γεύματα της Perseus Racing του Πανεπιστημίου Δυτικής Μακεδονίας κάλυψε η ZANAE, ενισχύοντας τις προσπάθειές της σε διεθνείς διαγωνισμούς. Σύμφωνα με τη σχετική ανακοίνωση, η κίνηση έγινε στο πλαίσιο της δέσμευσης της εταιρείας να στηρίζει τη νέα γενιά και την εκπαίδευση.



• TEKA SYSTEMS

ΑΝΕΛΑΒΕ ΤΟΝ ΨΗΦΙΑΚΟ ΜΕΤΑΣΧΗΜΑΤΙΣΜΟ ΤΗΣ Β.Σ. ΚΑΡΟΥΛΙΑΣ

Την υλοποίηση ενός συστήματος Rise with SAP με στόχο τον ψηφιακό μετασχηματισμό και την τεχνολογική αναβάθμιση της Β.Σ. Καρούλιας, ανέλαβε η Teka Systems. Το έργο βρίσκεται σε εξέλιξη και η ολοκλήρωση του αναμένεται εντός του 2026.

ΧΑΡΑΚΤΗΡΙΣΤΙΚΑ ΕΡΓΟΥ

- αυτοματοποίηση επιχειρησιακών διαδικασιών
- ενίσχυση της αποδοτικότητας
- ανάλυση δεδομένων σε πραγματικό χρόνο

• WELLS FARGO ΑΛΜΥΡΕΣ ΤΙΜΕΣ ΓΙΑ ΤΙΣ ΣΟΚΟΛΑΤΕΝΙΕΣ ΛΙΧΟΥΔΙΕΣ ΤΟ ΦΕΤΙΝΟ HALLOWEEN

Βαθιά το χέρι στις τσέπες θα βάλουν οι Αμερικανοί το φετινό Halloween, αφού το κόστος του κακάο έχει υπερδιπλασιαστεί από τις αρχές του 2024, συμπαρασύροντας τις τιμές των σοκολατενίων ειδών. Σύμφωνα την Wells Fargo, αν και οι τιμές χονδρικής του εμπορεύματος έχουν μειωθεί από τα υψηλά επίπεδα που επικρατούσαν, οι παρασκευαστές εξακολουθούν να μετακυλούν στους καταναλωτές το αυξημένο κόστος. Παράλληλα, σημειώνεται, οι εταιρείες μειώνουν το μέγεθος των προϊόντων διατηρώντας, όμως, τις τιμές.

ΤΙ ΕΦΕΡΕ ΑΥΞΗΣΗ ΤΩΝ ΤΙΜΩΝ

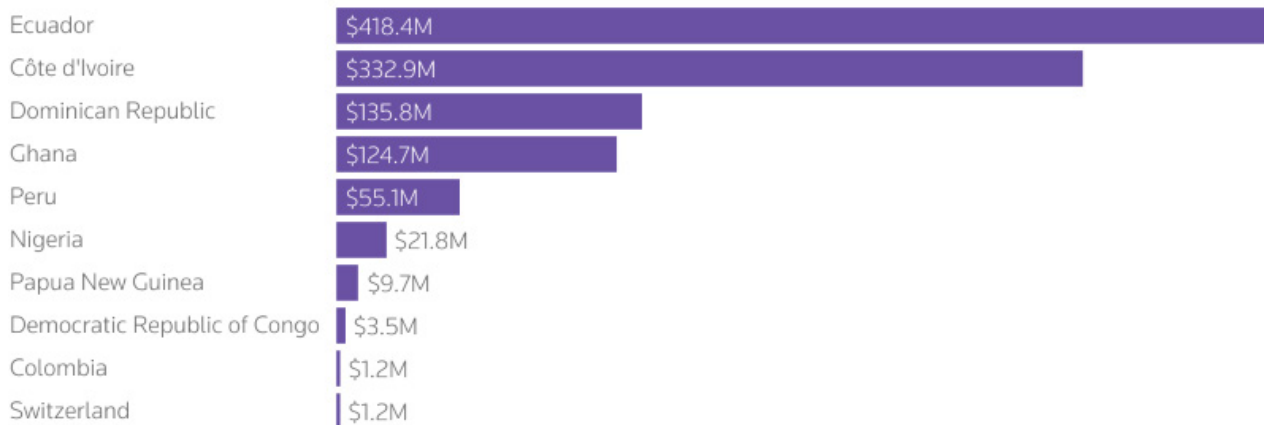
Η αύξηση του κόστους του κακάο προκλήθηκε από διαταραχές στην προσφορά από την Δυτική Αφρική, η οποία αντιπροσωπεύει το 70% της παγκόσμιας παραγωγής. Οι έντονες βροχοπτώσεις του 2023 προκάλεσαν ασθένειες στις καλλιέργειες, ενώ οι ξηρασίες από το φαινόμενο El Nino το 2024 δημιούργησαν νέες.



Η παγκόσμια παραγωγή μειώθηκε κατά 12,9% σε ετήσια βάση, φτάνοντας τα 4,37 εκατομμύρια μετρικούς τόνους την τελευταία καλλιεργητική περίοδο, δημιουργώντας έλλειμμα προσφοράς 494.000 μετρικών τόνων, το μεγαλύτερο σε πάνω από

60 χρόνια, σύμφωνα με τον Διεθνή Οργανισμό Κακάο (ICCO). Η παραγωγή στην Ακτή Ελεφαντοστού, τον μεγαλύτερο παραγωγό παγκοσμίως, μειώθηκε κατά 25,3%, ενώ η παραγωγή της Γκάνας μειώθηκε κατά 31,3%.

Ecuador and Cote d'Ivoire were top cocoa bean exporters to U.S. in 2024



Note: Value of U.S. imports of cocoa beans in 2024, in dollars

By Helen Reid • Source: United States International Trade Commission (USITC) data

ΔΥΣΚΟΛΗ Η ΑΝΑΚΑΜΨΗ

Οι προοπτικές παραμένουν δύσκολες, σύμφωνα με την Wells Fargo, καθώς οι προκαταρκτικές εκτιμήσεις των εξαγωγέων δείχνουν μείωση 10% της παραγωγής την καλλιεργητική περίοδο 2025/26 για την

Δυτική Αφρική.

"Είναι πιθανό ότι οι τιμές του κακάο θα παραμείνουν υψηλές τουλάχιστον μέχρι το επόμενο έτος συγκομιδής που λήγει τον Σεπτέμβριο του 2026, δεδομένου του τρέχοντος ρεκόρ ελλείμματος στην προσφορά",

αναφέρεται στην έκθεση. Την κατάσταση δυσχεραίνουν οι πρόσφατοι αμερικανικοί δασμοί στους κύριους προμηθευτές κακάο και προϊόντων του, όπως είναι ο Ισημερινός, η Ακτή του Ελεφαντοστού, η Δομινικανή Δημοκρατία και η Γκάνα.

• **ΜΥΛΟΙ ΔΑΚΟΥ**

ΣΤΑΘΕΡΟΣ ΤΖΙΡΟΣ ΚΑΙ ΟΡΙΑΚΑ ΘΕΤΙΚΟΙ ΟΙ ΟΓΚΟΙ ΣΤΟ ΟΚΤΑΜΗΝΟ - ΤΑ ΤΡΙΑ ΠΕΔΙΑ ΠΟΥ ΕΤΟΙΜΑΖΕΙ ΕΠΕΝΔΥΣΕΙΣ

Σταθερός παραμένει ο κύκλος εργασιών της Μύλοι Δάκου στο οκτάμηνο του 2025, ενώ οριακά θετικά κινείται ο όγκος πωλήσεων της εταιρείας.

Η Διευθύνουσα Σύμβουλος της εταιρείας, Κατερίνα Δάκου, σημειώνει στο FNB Daily ότι η βιομηχανία επικεντρώνεται σε:

- διεύρυνση της παρουσίας στην αγορά, τόσο μέσα από νέες συνεργασίες, όσο και με την ενίσχυση υφιστάμενων
- επένδυση στην ποιότητα και την καινοτομία, με προϊόντα που ανταποκρίνονται στις σύγχρονες ανάγκες των καταναλωτών και των επαγγελματιών
- ενίσχυση της εξωστρέφειας, με στόχο την ανάπτυξη νέων καναλιών διάθεσης
- συνεχή βελτίωση της παραγωγικής διαδικασίας, με σεβασμό στο περιβάλλον και αξιοποίηση σύγχρονων τεχνολογιών

ΕΜΦΑΣΗ ΣΤΗΝ ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΑΓΟΡΑ

Μιλώντας για τα πλάνα εξωστρέφειας, η κα. Δάκου επισημαίνει πως οι εξαγωγές αποτελούν δυνητικά ένα ελκυστικό πεδίο δραστηριότητας για την αλευροβιομηχανία στο μέλλον, ωστόσο προς το παρόν η βασική προτεραιότητα παραμένει η ενίσχυση της θέσης της στην ελληνική αγορά.



Κατερίνα Δάκου, Διευθύνουσα Σύμβουλος, Μύλοι Δάκου

ΕΝΙΣΧΥΕΙ ΤΟ PORTFOLIO

Παράλληλα, η διεύρυνση του portfolio αποτελεί προτεραιότητα, με πιο πρόσφατη κίνηση τις νέες συσκευασίες σιμιγδαλιών και αλεύρων Μύλοι Δάκου, των 500γρ. και του 1 κιλού, αντίστοιχα, για οικιακή χρήση. Τα νέα προϊόντα απευθύνονται τόσο σε οικιακούς καταναλωτές, όσο και σε επαγγελματίες με ανάγκες μικρής κλίμακας. Επίσης, η εταιρεία συνεχίζει να έχει στο portfolio της συσκευασίες τριών και πέντε κιλών, οι οποίες εξυπηρετούν τη μαζική εστίαση, τη ζαχαροπλαστική και την αρτοποιία.



ΕΠΕΝΔΥΤΙΚΟ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ

Παράλληλα η Μύλοι Δάκου έχει ήδη δρομολογήσει επενδύσεις που εστιάζονται σε:

- εκσυγχρονισμό των υποδομών, για αύξηση της παραγωγικής ικανότητας και της αποδοτικότητας
- συνεχή τεχνολογική αναβάθμιση, με μηχανολογικά συστήματα που ενισχύουν την ποιότητα, την ασφάλεια και την ικνηλασιμότητα
- βελτίωση των εσωτερικών λειτουργιών, για ταχύτερη εξυπηρέτηση και μείωση κόστους

Στέλλα Αυγουστάκη
stella@notice.gr

• **ΕΥΡΩΠΑΪΚΟ ΚΟΙΝΟΒΟΥΛΙΟ**

"ΝΑΙ" ΣΤΗΝ ΑΠΑΓΟΡΕΥΣΗ ΧΡΗΣΗΣ ΟΝΟΜΑΣΙΩΝ ΚΡΕΑΤΟΣ ΓΙΑ ΦΥΤΙΚΑ ΠΡΟΪΟΝΤΑ

Σύμφωνα με την απαγόρευση της χρήσης ονομασιών κρέατος για φυτικά προϊόντα είναι το Ευρωπαϊκό Κοινοβούλιο, ψηφίζοντας κατά της χρήσης όρων, όπως μπιφτέκι, λουκάνικο και μπριζόλα, για vegan είδη. Η σχετική πρόταση εξασφάλισε 355 ψήφους υπέρ και 247 κατά από τους ευρωβουλευτές.



ΕΠΟΜΕΝΟ ΒΗΜΑ

Η Κομισιόν, το Ευρωπαϊκό Κοινοβούλιο και το Συμβούλιο της Ευρώπης θα ξεκινήσουν ανεπίσημες διαπραγματεύσεις, ώστε να οριστικοποιηθούν τον νόμο πριν από το τέλος του έτους. Σημειώνεται ότι το 2020 το Ευρωπαϊκό Κοινοβούλιο είχε αντιταχθεί στην απαγόρευση της χρήσης αυτών των όρων.

ΚΟΙΝΗ ΕΠΙΣΤΟΛΗ LIDL-ALDI

Οι Lidl και Aldi εξέφρασαν την ανησυχία τους για την πρόταση σε μια κοινή ανοιχτή επιστολή, εξηγώντας ότι έτσι τα φυτικά προϊόντα θα πρέπει να φέρουν ετικέτες και να διαφημίζονται με άγνωστη ορολογία. "Αυτή η τροπολογία δεν έχει καμία σχέση με τον πραγματικό σκοπό της αναθεώρησης, αλλά αντιβαίνει στον στόχο μιας αν-

θεκτικής και ποικίλης προσφοράς τροφίμων με ισχυρές γεωργικές επιχειρήσεις. Επίσης, αποδυναμώνει τα δικαιώματα των καταναλωτών και βλάπτει τις γερμανικές και ευρωπαϊκές εταιρείες", ανέφερε η επιστολή.

ΑΝΗΣΥΧΙΕΣ ΤΟΥ ΚΛΑΔΟΥ

Το Good Food Institute Europe τόνισε ότι οι νέοι περιορισμοί θα επιβαρύνουν τον τομέα των plant-based τροφίμων της ΕΕ, καθώς οι περιορισμοί θα επιφέρουν πρόσθετο κόστος.

Τέλος, σημείωσε ότι η απόρριψη των υφιστάμενων συσκευασιών και η αλλαγή των ετικετών θα μπορούσε να καταστήσει λιγότερο ελκυστική την είσοδο διεθνών εταιρειών στην ευρωπαϊκή αγορά.

• **SEVEN & I HOLDINGS**

ΒΟΥΤΙΑ ΓΙΑ ΤΗ ΜΕΤΟΧΗ ΜΕΤΑ ΤΙΣ ΠΡΟΒΛΕΨΕΙΣ ΓΙΑ ΤΟ ΣΥΝΟΛΟ ΤΟΥ ΕΤΟΥΣ

Τη μεγαλύτερη πτώση του τελευταίου τριμήνου κατέγραψε η μετοχή της Seven & i Holdings, μετά τις προβλέψεις για μειωμένη κερδοφορία στην τρέχουσα χρήση, που πλέον κινούνται στα ¥404 δισ. (από ¥424 δισ.) και έσοδα σε ¥10,56 τρισ. (από ¥10,75 τρισ.).

Η εταιρεία προσπαθεί να διαβεβαιώσει τους επενδυτές ότι μπορεί να αναπτυχθεί χωρίς ξένη εξαγορά. Ο Stephen Dacus, που ανέλαβε CEO πριν από 5 μήνες, δήλωσε ότι η εταιρεία

βρίσκεται σε "σημείο καμψής" και δεσμεύτηκε να προσθέσει περισσότερα από 2.000 νέα καταστήματα για να τροφοδοτήσει την ανάπτυξη. Ταυτόχρονα, αντιμετωπίζει αντιξοότητες από τον πληθωρισμό που πλήττει τις καταναλωτικές δαπάνες σε Ιαπωνία και ΗΠΑ και από την αύξηση του κόστους. "Το β' εξάμηνο θα είναι δύσκολο για τα εγχώρια καταστήματα ψιλικών", δήλωσε ο Dacus, εξηγώντας ότι υπάρχει "ανάγκη προσαρμογής στις ανάγκες της αγοράς".

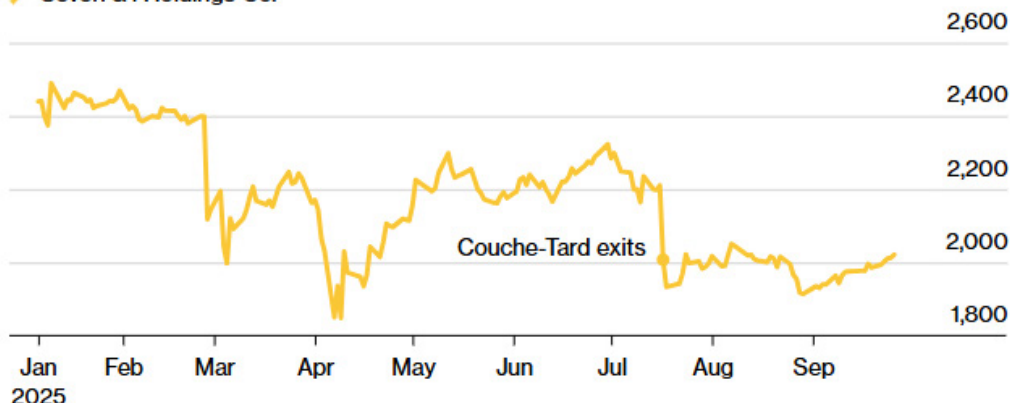


Stephen Dacus, CEO, Seven&I Holdings

Seven & i Shares Struggle to Regain Ground

Stock stuck at same levels since abandoned takeover bid

Seven & i Holdings Co.



ΥΣΤΕΡΕΙ ΤΩΝ ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΤΩΝ

Στην εγχώρια αγορά, η εταιρεία υστερεί σε σχέση με τις Lawson Inc. και FamilyMart, οι οποίες παρουσιάζουν ταχύτερη αύξηση των

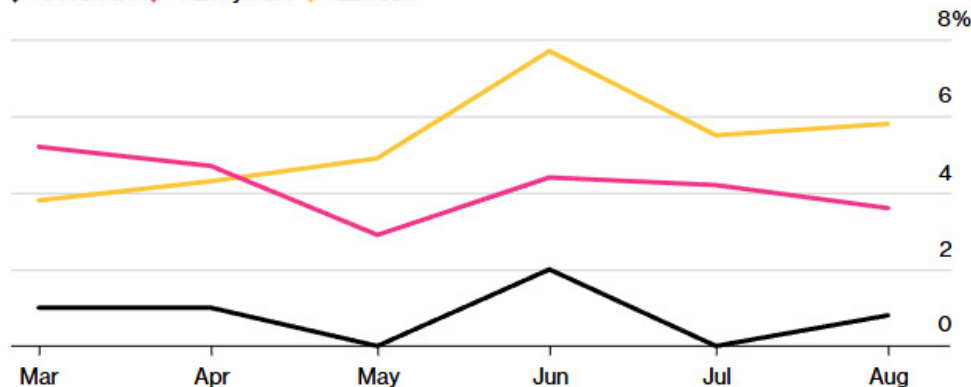
πωλήσεων στα ίδια καταστήματα. Η Seven & i πρέπει να μεγιστοποιήσει την αξία για τους ιδιοκτήτες franchise, προκειμένου να βελτιώσει την πορεία της σε μια αγορά στην οποία

ηγείται εδώ και δεκαετίες, σύμφωνα με τον Takahiro Kazahaya, αναλυτή λιανικής πώλησης στην UBS.

Seven & i Behind in Convenience Stores Recovery

Existing store sales growth in Japan

Seven & i FamilyMart Lawson



ΔΥΣΚΟΛΙΕΣ ΚΑΙ ΣΤΙΣ ΗΠΑ

Και στις ΗΠΑ, όμως, όπου η αγορά τροφίμων στα καταστήματα ψιλικών ειδών προ-

βλέπεται να αυξηθεί από \$66 δισ. το 2024 σε \$100 δισ. το 2030, οι πωλήσεις της Seven & i μειώνονται σταδιακά κάθε μήνα, ενώ οι

retailers καταγράφουν άνοδο, σύμφωνα με το Bloomberg.

• **ΙΣΠΑΝΙΑ**

ΑΥΞΗΣΗ 2,5% ΣΤΙΣ ΤΙΜΕΣ ΤΡΟΦΙΜΩΝ - Η ΕΙΚΟΝΑ ΑΝΑ ΚΑΤΗΓΟΡΙΑ ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ

Κατά 2,5% αυξήθηκαν για τους Ισπανούς καταναλωτές οι τιμές των τροφίμων το τελευταίο έτος, όπως αναφέρει ο ΟCU (Οργανισμός Καταναλωτών και Χρηστών).

Σύμφωνα με τη σχετική μελέτη, οι έξυπνες αγορές θα μπορούσαν να εξοικονομήσουν κατά μέσο όρο €1.132 ετησίως, με τις πιθανές ετήσιες εξοικονομήσεις σε πόλεις, όπως η Μαδρίτη, να ξεπερνούν τα €4.270, λόγω των διαφορών τιμών μεταξύ των καταστημάτων.

ΑΥΞΗΣΕΙΣ

- φρέσκα προϊόντα: +6,7%
- συσκευασμένα προϊόντα: +0,8%
- φρούτα και λαχανικά: +8,2%
- κρέας: +0,7%
- ψάρι: +3,4%
- καφές: +54,1%
- μπανάνες: +35,9%
- λεμόνια: +33%
- αυγά: +29,8%
- σοκολάτα: +28,8%

ΜΕΙΩΣΕΙΣ

- ελαιόλαδο: -53%
- ζάχαρη: -25,7%
- χυμός πορτοκαλιού: -23,7%



Παρά τις μειώσεις τιμών, το ελαιόλαδο και η ζάχαρη παραμένουν 57% και 43% ακριβότερα, αντιστοίχως, από ό,τι το 2021.

ΟΙ ΚΙΝΗΣΕΙΣ ΤΩΝ RETAILERS

Μεταξύ των μεγάλων αλυσίδων super market, οι Hipercor και Lidl κατέγραψαν τις μεγαλύτερες αυξήσεις τιμών (7,0% και 6,8% αντιστοίχως), ενώ οι χαμηλότερες αυξήσεις

παρατηρήθηκαν στις Alcampo (0,5%) και Carrefour (1%).

Η μελέτη προσδιόρισε τα:

- Supermercados Dani
 - Alcampo
 - Tifer
 - Family Cash,
- ως τις φθηνότερες αλυσίδες σε εθνικό επίπεδο.

Αντιθέτως, τα:

- Sorli Discou
 - Supercor
 - Sánchez Romero,
- κατατάσσονται ως οι πιο ακριβές.

ΟΙ ΑΚΡΙΒΟΤΕΡΕΣ ΚΑΙ ΟΙ ΦΘΗΝΟΤΕΡΕΣ ΠΟΛΕΙΣ

Γεωγραφικά, ως φθηνότερες πόλεις αναδείχθηκαν οι:

- Sanlúcar de Barrameda (Κάδιθ)
- Torrent (Βαλένθια)

Αντίθετα, οι περιοχές στα περικόρια της Βαρκελώνης και της Μαδρίτης, καθώς και οι:

- Βαλεαρίδες Νήσοι
- Καταλονία
- Χώρα των Βάσκων

τείνουν να έχουν υψηλότερες τιμές στα τρόφιμα.

• **ORBIS VINI**

ΣΤΙΣ 20 ΟΚΤΩΒΡΙΟΥ Η ΕΚΘΕΣΗ ΓΙΑ ΤΟ ΕΙΣΑΓΟΜΕΝΟ ΚΡΑΣΙ

Με τη συμμετοχή 21 εισαγωγικών εταιρειών διοργανώνεται η έκθεση Orbis Vini για τους επαγγελματίες HORECA και οινεμπορίου, για τους οποίους η είσοδος και η δοκιμή των κρασιών είναι δωρεάν, με την προϋπόθεση της προεγγραφής.

Η έκθεση απευθύνεται αποκλειστικά σε επαγγελματίες και όχι στο καταναλωτικό κοινό.

INFO

- Ημερομηνία: 20/10
- Μέρος: Αίθουσα Ύψιλον, Athenaum Intercontinental (Λεωφόρος Συγγρού 89)
 - Ώρα: 11:00-19:00
- 21 εισαγωγικές εταιρείες
 - 490 κρασιά
- 179 οινοποιεία από 14 χώρες



SÒ POSH!
the trendletter

ΕΠΕΙΔΗ...
BUSINESS IS BUSINESS,
PLEASURE IS PLEASURE!

Κάθε Σάββατο στις 9.30

ΤΟ ΕΒΔΟΜΑΔΙΑΙΟ NEWSLETTER

• **SYNGENTA HELLAS**

ΚΟΝΤΑ ΣΤΑ ΕΠΙΠΕΔΑ ΤΟΥ 2024 ΚΑΙ ΦΕΤΟΣ ΟΙ ΠΩΛΗΣΕΙΣ - ΠΤΩΤΙΚΑ Η ΑΓΟΡΑ ΦΥΤΟΠΡΟΣΤΑΣΙΑΣ

Τη διατήρηση... των κεκτημένων, τόσο σε επίπεδο όγκου και αξίας πωλήσεων, όσο και μεριδίων, βάζει ως στόχο για τη φετινή χρονιά η διοίκηση της Syngenta Hellas με φόνο μια πτωτική, λόγω υποτονικής ζήτησης, αγορά αγροτικών εφοδίων.

ΤΡΟΧΟΠΕΔΗ ΟΙ ΧΑΜΗΛΕΣ ΤΙΜΕΣ ΣΤΙΣ ΜΕΓΑΛΕΣ ΚΑΛΛΙΕΡΓΕΙΕΣ

Όπως δηλώνει στο Fnb Daily ο Διευθύνων Σύμβουλος, Γιώργος Ποντίκας, η αγορά της φυτοπροστασίας - που αποτελεί και το βασικό αντικείμενο της εταιρείας - καταγράφει σημαντικές απώλειες, κάτι που έχει να κάνει κατά κύριο λόγο με τις μειωμένες τιμές των περισσότερων αγροτικών προϊόντων και δη των λεγόμενων μεγάλων καλλιεργειών (κυρίως σιτηρά, βαμβάκι). Την κατάσταση δεν βοήθησαν τα ενεργειακά φυτά, καθώς τα αυξημένα στρέμματα σε κάποια είδη (ηλίανθος) δεν συνοδεύτηκαν από υψηλές αποδόσεις - το αντίθετο μάλιστα...

ΣΤΕΡΟΥΝ ΡΕΥΣΤΟΤΗΤΑ ΟΙ ΚΑΘΥΣΤΕΡΗΣΕΙΣ ΣΤΙΣ ΠΛΗΡΩΜΕΣ

Την ίδια στιγμή, οι καθυστερήσεις στις πληρωμές, απότοκες της αναταραχής που έχει προκαλέσει η υπόθεση του ΟΠΕΚΕΠΕ, εκτός από την ενίσχυση της αβεβαιότητας στερούν πολύτιμη κι απαραίτητη για την εποχή ρευστότητα από τους συντελεστές της αγροτικής παραγωγής. "Δεν υπάρχει ιδιαίτερο ενδιαφέ-

ρον από την πλευρά των αγροτών να ξοδέψουν είτε για την ενίσχυση, είτε για την προστασία των καλλιεργειών τους. Δαπανούν τα απολύτως απαραίτητα και με μεγάλη φειδώ, αν και ούτε αυτό είναι πάντα δεδομένο", υπογραμμίζει ο κ. Ποντίκας.

"Νομίζω ότι η κυβέρνηση θα πρέπει να ξαναδεί το θέμα του ΟΠΕΚΕΠΕ. Η διαφάνεια σαφώς και είναι διαπραγματεύσιμη και προαπαιτούμενο, όμως βάζοντας τον οργανισμό να τρέξει με καταστάσεις ελέγχου και, γενικότερα, με ένα μοντέλο ΑΑΔΕ, κινδυνεύει να βάλει σε μεγάλο ρίσκο την πορεία και την παραγωγικότητα της επόμενης καλλιεργητικής περιόδου, με άμεση επιπτώση στην βιωσιμότητα των εκτατικών καλλιεργειών", επισημαίνει ο επικεφαλής της Syngenta Hellas.

DATA SYNGENTA HELLAS (σε €χιλ.)

Κύκλος Εργασιών

2024: 68.728

2023: 69.341

Μεταβολή: (0,88%)

EBIT

2024: 3.143

2023: 3.087

Μεταβολή: 1,81%

Αποτέλεσμα προ φόρων

2024: 1.948

2023: 2.308

Μεταβολή: (15,59%)

Σε επίπεδο μεγεθών, εν μέσω αυτού του περριβάλλοντος και έχοντας πια μια ξεκάθαρη εικόνα του οκταμήνου, ο στόχος, όπως συμπληρώνει ο ίδιος, είναι "να πιάσουμε τα περυσινά επίπεδα πωλήσεων - κάτι που πιστεύω ότι, εύκολα ή δύσκολα, θα το καταφέρουμε, διατηρώντας παράλληλα τόσο τα μερίδια, όσο και την κερδοφορία μας".

ΝΕΕΣ CTS ΣΥΣΚΕΥΑΣΙΕΣ

Πέραν αυτού, όπως προσθέτει, η Syngenta Hellas εξακολουθεί να έχει σημαντικό ρόλο σε όλα τα πιλοτικά projects του ομίλου και, παράλληλα, να αποτελεί βασικό παραγωγικό του κόμβο. Όπως σημειώνει, το εργοστάσιο στα Οινόφυτα έχει αυξήσει τη δυναμικότητά του κι αποτελεί supply point εξάγοντας σε 90 χώρες. Εξάλλου, από τις γραμμές παραγωγής του βγαίνουν πλέον οι νέες CTS (Close Transfer System, δηλαδή με κλειστό σύστημα μεταφοράς) που προστατεύουν το χρήστη και, επιπλέον, είναι έτοιμες για ανακύκλωση μετά τη χρήση. "Συνεχίζουμε να παρεμβαίνουμε και να κάνουμε κάθε χρόνο βελτιώσεις τόσο στις γραμμές παραγωγής, όσο και στα κτιριακά μας", υπογραμμίζει ο κ. Ποντίκας, προσθέτοντας ότι από το 2012 και μετά η συνολική επένδυση της Syngenta στην Ελλάδα ξεπερνάει τα €25 εκατ. που μεσοσταθμικά αντιστοιχούν σε ένα ποσό της τάξης των €1,5-2 εκατ. ετησίως.

ΑΛΛΑΓΗ ΤΟΥ ERP ΣΕ SAP 4/HANA

Μετά το εργοστάσιο στα Οινόφυτα, η Syngenta Hellas σχεδιάζει να εγκαταστήσει φωτοβολταϊκά και στα κεντρικά γραφεία της στην Αθήνα. Επιπλέον, σε εξέλιξη βρίσκονται και αρκετές δράσεις για την ψηφιοποίηση και την ενσωμάτωση στην παραγωγική διαδικασία και την καθημερινή πρακτικών νέων τεχνολογιών - σε αυτό το πλαίσιο έχει ήδη δρομολογηθεί η αλλαγή του ERP, από SAP σε SAP 4/HANA - κάτι που θα βελτιώσει τη λειτουργία και θα συμβάλει στην καλύτερη εξυπηρέτηση των πελατών. Υπενθυμίζεται ότι το 2024 ολοκληρώθηκε επιτυχώς και η απορρόφηση της Valagro Hellas, κίνηση που ενισχύει τη θέση της εταιρείας στην αγορά των βιολογικών σκευασμάτων που αναπτύσσεται με ταχύτατους ρυθμούς.

Γιάννης Τσατσάκης
yannis@notice.gr



Γιώργος
Ποντίκας,
Διευθύνων
Σύμβουλος,
Syngenta
Hellas

• **AHMAD TEA GREECE**

ΕΠΟΜΕΝΟ ΣΤΟΙΧΗΜΑ Η ΕΙΣΟΔΟΣ ΣΕ ΜΕΓΑΛΟ RETAILER - ΜΕ 20% ΕΤΡΕΞΑΝ ΤΖΙΡΟΣ ΚΑΙ ΤΟΝΑΖ ΣΤΟ ΟΚΤΑΜΗΝΟ

Το κανάλι του retail και δη η τοποθέτηση σε μεγάλη αλυσίδα super market πανελλαδικής εμβέλειας, είναι το επόμενο στοιχείο που φιλοδοξεί να κερδίσει η Ahmad Tea στη χώρα μας, έχοντας ήδη οικοδομήσει μια αξιοπρόσεκτη παρουσία στην αγορά του HORECA.

Κομβική στην προσπάθεια αυτή θα είναι, όπως όλα δείχνουν, η σειρά Tea Bouquet που παρουσιάστηκε πρόσφατα και η οποία περιλαμβάνει συλλογές διαφόρων ειδών και γεύσεων τσαγιών σε μεταλλικές συσκευασίες που εντάσσεται στην κατηγορία των προτάσεων για δώρα.

ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΗ ΠΡΟΤΕΡΑΙΟΤΗΤΑ

Όπως εξηγεί στο FNB Daily ο Υπεύθυνος Πωλήσεων της Ahmed Tea Greece, Βαγγέλης Κωνσταντίνου, η τοποθέτηση των Tea Bouquet στα ράφια τουλάχιστον ενός μεγάλου retailer είναι στρατηγική προτεραιότητα και για τη μητρική (παρόμοια στόχευση έχει και στις υπόλοιπες χώρες που δραστηριοποιείται).

"Είναι κάτι που κυνηγάμε αρκετά χρόνια και πιστεύουμε ότι σύντομα θα υλοποιηθεί", σημειώνει, προσθέτοντας ότι η νέα σειρά απευθύνεται επίσης σε delicatessen, καφεκοπτεία, ζαχαροπλαστεία και άλλα καταστήματα.

Σημειωτέον ότι στη λιανική, τα προϊόντα της Ahmad Tea βρίσκονται αυτή τη στιγμή σε εξειδικευμένα καταστήματα τροφίμων, delicatessen, μικρά δίκτυα λιανικής κ.α.

ΠΑΡΟΥΣΙΑ ΣΕ 3.000 ΤΕΛΙΚΑ ΣΗΜΕΙΑ

Στο κανάλι του HORECA η Ahmad Tea Greece έχει εδώ κι αρκετό καιρό κάνει αισθητή την παρουσία της, έχοντας τοποθετηθεί σε περίπου 3.000 σημεία σε όλη τη χώρα. "Μας έχουν βοηθήσει πολύ και οι συνεργασίες με μεγάλες εταιρείες, όπως η Nestle - μέσω της οποίας μπήκαμε στα Everest - ή ο Βενέτης. Ο στόχος είναι να εισέλθουμε και σε αλυσίδες καφέ", αναφέρει χαρακτηριστικά ο κ. Κωνσταντίνου.

ΝΕΕΣ ΓΕΥΣΕΙΣ ΣΤΗΝ ΓΚΑΜΑ

Αξίζει να σημειωθεί ότι, πέραν των Tea Bouquet, στην γκάμα των τσαγιών που απευθύνονται στο HORECA προστέθηκαν φέτος δύο νέοι κωδικοί, Mango- Orange και Blueberry- Cinammon.

Η Ahmad Tea Greece στο οκτάμηνο έτρεξε με ρυθμό της τάξης του 20%, τόσο σε επίπεδο τζίρου, όσο και όγκου. "Μας έχουν βοηθήσει πολύ το ξενοδοχειακό κομμάτι και ο τουρισμός", υπογραμμίζει ο κ. Κωνσταντίνου, συμπληρώνοντας ότι δεν αποκλείεται οι επιδόσεις αυτές να βελτιωθούν ακόμα περισσότερο στο τελευταίο τρίμηνο του έτους.

Αξίζει να σημειωθεί ότι πριν από δύο χρόνια η εταιρεία μεταφέρθηκε σε νέες αποθηκευτικές εγκαταστάσεις στο Πολυδένδρι, με μεγαλύτερη δυναμικότητα, που της επιτρέπουν να διαχειρίζεται με καλύτερο τρόπο τη ζήτηση από την πλευρά των πελατών της.

Γιάννης Τσατσάκης
yannis@notice.gr



Από πάνω: Κυριάκος Μητσοτάκης, Γεράσιμος Σκλαβενίτης

• **ΚΥΡ. ΜΗΤΣΟΤΑΚΗΣ** - **Γ. ΣΚΛΑΒΕΝΙΤΗΣ** **ΤΙ ΣΥΖΗΤΗΣΑΝ ΣΤΟ** **ΜΕΓΑΡΟ ΜΑΞΙΜΟΥ**

Σε θετικό κλίμα πραγματοποιήθηκε την Παρασκευή η συνάντηση του Κυριάκου Μητσοτάκη με τον Πρόεδρο και Διευθύνοντα Σύμβουλο του Σκλαβενίτη, Γεράσιμο Σκλαβενίτη. Η συνάντηση πραγματοποιήθηκε στο Μαξίμου, στη σκιά του προστίμου που επιβλήθηκε στη μεγαλύτερη αλυσίδα του οργανωμένου λιανεμπορίου της χώρας, πρόστιμο που προκάλεσε την έντονη αντίδραση του ομίλου.

Η ΔΙΜΕΑ

Σύμφωνα με πληροφορίες, οι δύο πλευρές φέρεται να συμφώνησαν να τεθούν με την Ένωση Σούπερ Μάρκετ όλα τα θέματα, προκειμένου να ξεκαθαρίσουν οι κανόνες που διέπουν τους ελέγχους που πραγματοποιεί η Διυπηρεσιακή Μονάδα Ελέγχου (ΔΙΜΕΑ) και να λειτουργήσει καλύτερα ο ανταγωνισμός προς όφελος καταναλωτών και επιχειρήσεων.

Υπενθυμίζεται ότι η αλυσίδα Σκλαβενίτης αντέδρασε έντονα στο πρόστιμο ύψους €1,44 εκατ. που επέβαλε το υπουργείο Ανάπτυξης επικαλούμενο παραβάσεις του Κώδικα Δεοντολογίας, τονίζοντας ότι δεν υπήρξε παραβίαση του νόμου, ούτε παραπλάνηση των πελατών. Υπογραμμίζει δε, πως το πρόστιμο επιβλήθηκε "με απολύτως αυθαίρετη και εσφαλμένη εκτίμηση" και ότι θα προβεί σε νομικές ενέργειες κατά παντός υπευθύνου.

• Debrief •

ΑΠΕΙΡΕΣ ΔΥΝΑΤΟΤΗΤΕΣ

Ο Αριστείδης Πατρινός είναι ένας σημαντικός Έλληνας του εξωτερικού που με τιμά με τακτική επικοινωνία. Μου στέλνει μια, δυο φορές την εβδομάδα email με επιστημονικές εξελίξεις στο πεδίο των βιοεπιστημών. Ο κ. Πατρινός είναι ειδικός στη συνθετική βιολογία και είχε σημαντικό ρόλο στο Human Genome Project, την αποκωδικοποίηση του ανθρώπινου γονιδιώματος δηλαδή, πίσω στο 2000. ([Εδώ](#), [εδώ](#) και [εδώ](#), περισσότερα). Το περασμένο Σάββατο μου έστειλε την εξής είδηση: Ένα εμβόλιο νανοσωματιδίων κατά του καρκίνου έδειξε εκπληκτικά αποτελέσματα σε ποντίκια, αποτρέποντας έως και 88% επιθετικών και δύσκολα αντιμετωπιζόμενων καρκίνων, αξιοποιώντας νανοσωματίδια που εκπαιδεύουν το ανοσοποιητικό σύστημα να αναγνωρίζει και να καταστρέφει τα καρκινικά κύτταρα. Για να μην υπάρξει παρανόηση, επειδή έχουμε να κάνουμε

με κάτι πολύ σοβαρό, μιλάμε για μελέτη, όχι για κάποιο φάρμακο. Το αν κάποτε εξελιχθεί σε θεραπεία, είναι κάτι εντελώς διαφορετικό. Η είδηση [εδώ](#). Επίσης το περασμένο Σάββατο – πριν διαβάσω την παραπάνω είδηση – είχαμε βγει με οικογενειακούς, παιδικούς φίλους. Οφείλω να παραδεχθώ ότι η... γκρίνια και η κλάψα πήγαν σύννεφο, από όλους. Και έτσι και αλλιώς και αλλιώς, φτάσαμε στο ασφαλές συμπέρασμα ότι τα πράγματα ήταν πολύ καλύτερα παλιότερα. Ουδέν ψευδέστερον. Έχουμε εξωραΐσει το χθες (υπάρχουν λογικοί... λόγοι γι' αυτό, αλλά δεν είναι της παρούσης), ακυρώνουμε το παρόν και φοβόμαστε το μέλλον. Δεν είναι, όμως, έτσι. Τα εργαλεία, οι ευκολίες και η γνώση που έχουμε στα χέρια μας, δεν έχουν προηγούμενο στην ιστορία. Ένα απλό καθημερινό παράδειγμα. Ας αναλογιστούμε την ασφάλεια που παρείχαν τα αυτοκίνητα του '80 και του

'90, σε σχέση με την ασφάλεια που μας προσφέρουν τα σημερινά μοντέλα. Θα έμπαινε κανείς σε τέτοιο αυτοκίνητο τώρα; Εξαιρετικά χλωμό το βλέπω. Το ίδιο ισχύει και για μια σειρά άλλα πράγματα. Εκεί που πάσχουμε είναι η σοφία. Ενώ έχουμε τα εργαλεία και τη γνώση, δεν έχουμε δείξει – παγκοσμίως – τη σοφία που απαιτείται ώστε αυτές οι ευκολίες να είναι διαθέσιμες και να διαχυθούν σε όλους ή τουλάχιστον στους περισσότερους. Εκεί ναι, υπάρχει ζήτημα. Πέρα, λοιπόν, από τη δικαιολογημένη πολλές φορές γκρίνια, η μεγάλη εικόνα στην οποία μπορούμε να καταφεύγουμε για να μην μαυρίζει η σκέψη μας, δείχνει ότι οι δυνατότητες που ανοίγονται μπροστά μας είναι άπειρες. Με προσπατούμενο, βέβαια, να αξιοποιήσουμε τη συσσωρευμένη γνώση, με σοφό τρόπο.

Γιάννης Παλιούρης
giannis@notice.gr

Business Maker

ΤΟ PROJECT ΤΩΝ €50 ΕΚΑΤ. ΤΟΥ ΓΑΛΑΞΙΑ

Τα μανίκια ετοιμάζονται να σηκώσουν στην Γαλαξίας, για να προχωρήσει όσο το δυνατόν ταχύτερα η ανέγερση και λειτουργία του νέου κέντρου logistics των 45.000 τ.μ. στον Ασπρόπυργο (διαβάστε σχετικό ρεπορτάζ στο σημερινό τεύχος). Η διοίκηση της εταιρείας

θα επιδιώξει να τρέξει τις διαδικασίες που απαιτούνται όσο πιο γρήγορα γίνεται. Πρόκειται, όπως εξηγούν καλά πληροφορημένες πηγές, για μια ζωτικής σημασίας υποδομή, η οποία θα συμβάλει στην ενίσχυση της ανταγωνιστικότητας και στη μείωση του κόστους

λειτουργίας. Το επόμενο διάστημα η Γαλαξίας θα καλέσει τεχνικές εταιρείες να καταθέσουν τις προσφορές τους, ώστε να επιλεγεί η πλέον συμφέρουσα. Υπολογίζεται ότι ο προϋπολογισμός του έργου ανέρχεται μεταξύ €40 εκατ. και €50 εκατ.

ΠΟΙΟΙ ΑΙΦΝΙΔΙΑΣΤΗΚΑΝ ΜΕ ΤΗ ΣΥΝΑΝΤΗΣΗ ΜΗΤΣΟΤΑΚΗ – ΣΚΛΑΒΕΝΙΤΗ

Εξαπίνης μαθαίνουμε πως έπιασε το λιανεμπόριο τροφίμων η συνάντηση του Κυριάκου Μητσοτάκη με τον Γεράσιμο Σκλαβενίτη, την Παρασκευή (διαβάστε περισσότερα στο σημερινό τεύχος). Κάποιοι, μάλιστα, δεν έκρυβαν την ενόχλησή τους για την απόφαση του πρωθυπουργού να μην καλέσει θεσμικό εκπρόσωπο του κλάδου των super market. Και αυτό γιατί από

τις στοχευμένες διαρροές, που έγιναν από το Μέγαρο Μαξίμου, φάνηκε ότι στο επίκεντρο βρέθηκαν σημαντικά ζητήματα, τα οποία απασχολούν το σύνολο των επιχειρήσεων του χώρου. Θα μπορούσαν για παράδειγμα στην κυβέρνηση, όπως λέγεται στην πιάτσα, να δουν κανονικά τον επικεφαλής της μεγαλύτερης με διαφορά αλυσίδας στη χώρα, αλλά παράλληλα να φροντί-

σουν να κλείσουν και ένα ραντεβού με την Ένωση Σούπερ Μάρκετ Ελλάδας. Μια τέτοια κίνηση, όπως λένε οι ίδιες πηγές, θα έστελνε το μήνυμα ότι δεν γίνονται διακρίσεις και όλοι αντιμετωπίζονται με ίδιο τρόπο. Πόσο, μάλλον, τώρα, που γίνεται προσπάθεια να συγκρατηθούν οι τιμές και η Πολιτεία ζητάει από την αγορά να βάλει πλάτη για τη μείωση των τιμών σε 1.000 κωδικούς...

Business Insight

ΒΑΡΟΜΕΤΡΙΚΟ ΧΑΜΗΛΟ ΚΑΙ ΣΤΙΣ ΑΓΟΡΕΣ - Η ΔΙΕΛΚΥΣΤΙΝΔΑ ΗΠΑ-ΚΙΝΑΣ ΑΝΗΣΥΧΕΙ (ΚΑΙ) ΤΟΥΣ ΕΠΕΝΔΥΤΕΣ

Σε κρίσιμο σημείο - καμπής - και οι αγορές, μετά τις **τελευταίες εξελίξεις στο μέτωπο ΗΠΑ-Κίνας**. Αρχικά το Πεκίνο ανακοίνωσε **περιορισμούς στις εξαγωγές σπάνιων γαιών**, για να απαντήσει άμεσα η Ουάσιγκτον, με **προειδοποίηση για επιβολή δασμών 100% σε όλα τα προϊόντα από την Κίνα**.

Η Κίνα ανακοίνωσε εκτεταμένους ελέγχους εξαγωγών για τα σπάνια μέταλλα και τις σχετικές τεχνολογίες, καθώς το Πεκίνο ενισχύει τη διαπραγματευτική του ισχύ πάνω στα κρίσιμα ορυκτά, **ενόψει της αναμενόμενης συνάντησης εντός του μήνα μεταξύ του Προέδρου των ΗΠΑ, Donald Trump, και του Xi Jinping**. Οι περιορισμοί, που ανακοινώθηκαν από το υπουργείο Εμπορίου της Κίνας, θα δημιουργήσουν για πρώτη φορά μια κινεζική εκδοχή του κανόνα "foreign direct product" των ΗΠΑ, ενός μέτρου που η Ουάσιγκτον έχει χρησιμοποιήσει για να μπλοκάρει εξαγωγές σχετιζόμενες με ημιαγωγούς προς την Κίνα από τρίτες χώρες.

Οι κανόνες δίνουν στο Πεκίνο περισσότερη διαπραγματευτική ισχύ για να ασκήσει έλεγχο στην παγκόσμια αλυσίδα εφοδιασμού σπάνιων γαιών. Τα σπάνια μέταλλα και οι μαγνήτες είναι κρίσιμα για τεχνολογίες που εκτείνονται από τα smartphones μέχρι τα ηλεκτρικά οχήματα και τα μαχητικά αεροσκάφη.

Αναλυτές εκτιμούν πως το Πεκίνο προχώρησε σε αυτή την αιφνιδιαστική ενέργεια, έχοντας το προηγούμενο του Απριλίου, όταν με κάτι ανάλογο υποχρέωσε την

Ουάσιγκτον να προσέλθει σε διαπραγματεύσεις, καθώς η έλλειψη κινεζικών σπάνιων γαιών άρχισε να πλήττει την αλυσίδα εφοδιασμού της αυτοκινητοβιομηχανίας των ΗΠΑ.

Γιατί τώρα, και ενώ προγραμματιζόταν συνάντηση Trump-Xi Jinping; **Ο χρονισμός αυτής της νέας πολιτικής είναι στρατηγικός**, κατά την εκτίμηση της Gracelin Baskaran (Financial Times), ειδική σε κρίσιμα ορυκτά στο Center for Strategic and International Studies. "Η Κίνα μόλις έβαλε μερικά νέα πιόνια διαπραγματεύσης στο τραπέζι". Σημειώτεον πως, ελέγχει περίπου το 70% της εξόρυξης σπάνιων γαιών, το 90% του διαχωρισμού και της επεξεργασίας και το 93% της κατασκευής μαγνητών.

Μόνο που αυτή την φορά η Ουάσιγκτον επέλεξε άλλη τακτική, **με τον Πρόεδρο των ΗΠΑ να ανακοινώνει πως από 1η Νοεμβρίου θα επιβάλλει σαρωτικούς δασμούς**, όπως και ότι η συνάντηση με τον Κινέζο ηγέτη - σε δύο εβδομάδες σε οικονομικό συνέδριο στην Νότια Κορέα - δεν φαίνεται πως υπάρχει λόγος να γίνει. Οι σκακιστές θα αναγνωρίσουν στην ενέργεια του Xi την κίνηση γνωστή ως Bishop's Opening - "άνοιγμα" με αξιωματικό - καθώς ποντάρει στον αιφνιδιασμό του αντιπάλου (από τα πλάγια). **Το μείον 2,7% του S&P500 την Παρασκευή, στις 6.552 μονάδες ήταν αρκούντως θορυβώδες**, καθώς ήρθε ενόσω συνεχίζεται το shutdown, μία συνεδρίαση πριν την εκκίνηση ανακοίνωσης οικονομικών αποτελεσμάτων γ' τριμήνου των BIG6

του αμερικανικού τραπεζικού συστήματος (*) και με τις αποτιμήσεις techs & AI κολοσσών στην...στρατόσφαιρα. Προφανώς, ο Trump θα γνώριζε ότι οι ανακοινώσεις του θα έκαναν πάταγο, παρασύροντας και την Wall Street, οπότε το επιτελείο του θα πρέπει να έχει σχεδιάσει εναλλακτική τακτική.

Οι νέοι περιορισμοί έχουν προκαλέσει σημαντική ανησυχία στις αμερικανικές εταιρείες. **Αναλυτές δήλωσαν ότι τα νέα όρια θα μπορούσαν να αποδιοργανώσουν τις εφοδιαστικές αλυσίδες ορισμένων από τις μεγαλύτερες εταιρείες στον κόσμο, όπως η Nvidia και η Apple**.

Τα tech stocks υπέστησαν ιδιαίτερα μεγάλη πίεση την Παρασκευή, με τη μετοχή της Nvidia να υποχωρεί σχεδόν 5%, της Advanced Micro Devices σχεδόν 8% και τον ευρύτερο κλάδο των ημιαγωγών πάνω από 5%.

Επίσης την Παρασκευή, **το Πεκίνο ανακοίνωσε έρευνα για παραβίαση της νομοθεσίας περί ανταγωνισμού κατά του αμερικανικού κατασκευαστή μικροτσιπ Qualcomm**, καθώς και νέες χρεώσεις για τα αμερικανικά πλοία που δένουν σε κινεζικά λιμάνια.

Πρακτικά, σε εξέλιξη η διελκυστίνδα μεταξύ των δύο ισχυρότερων οικονομιών του πλανήτη - συνάμα και (γέω)πολιτικών blocks - σε μία περίοδο που η Ευρώπη έχει να διαχειριστεί και τις επάλληλες κρίσεις στην Γαλλία.

(*) (JPMC, Morgan Stanley, Goldman Sachs, BofA, Wells Fargo και Citigroup)

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



SECRETCRECIPE

Νέο resto-project στην πιάτσα της Γλυφάδας

Και το όνομα αυτού, Αναψ-κτήριο. Πρόκειται για το νέο project της ομάδας του Pere Ubu, στην πιο hot πιάτσα της Γλυφάδας, στην οδό Κύπρου, στον χώρο, που στέγαζε μέχρι πρότινος το Sea Spice. Όπως πληροφορείται το FNB Daily, το concept θα αφορά ελληνικό φαγητό, με το fun των Νοτίων Προαστίων. Το opening αναμένεται σε περίπου ένα μήνα.



SME DAILY

Γίνε συνδρομητής ΔΩΡΕΑΝ εδώ

ΚΥΚΛΟΦΕΡΕΙ ΔΩΡΕΑΝ
ΔΕΥΤΕΡΑ - ΠΑΡΑΣΚΕΥΗ
ΣΤΙΣ **09:15**

Με την αξιοπιστία της
NOTICE
CONTENT & SERVICES

Editorial

Tikka masala με... ελαιόλαδο

Μου έλεγε ιδιοκτήτης επιχείρησης που ασχολείται με το ελαιόλαδο ότι στην Κολωνία, στην Anuga, ήταν πολύ έντονο το ενδιαφέρον για το παραδοσιακό μας ελληνικό προϊόν από χώρες, που μέχρι σήμερα δεν είχαν κάνει αισθητή την παρουσία τους στα ελληνικά περίπτερα για το ελαιόλαδο. Μου είπε, δηλαδή, ότι στο περίπτερο του πήγαν αγοραστές και από την Ινδία. Εξέφρασε, μάλιστα, την έκπληξή του για αυτό, δεδομένου ότι είναι καταναλωτές, που δεν χρησιμοποιούν ελαιόλαδο, τόσο γιατί δεν είναι στις διατροφικές τους συνήθειες, όσο και επειδή δεν έχουν την οικονομική δυνατότητα να το αγοράζουν. Σκέφτηκα λοιπόν τα εξής: Πλέον του γεγονότος ότι, αν αρχίσει να αυξάνεται η ζήτηση ή έστω να καταγράφεται ζήτηση από την Ινδία, η τιμή του αγαπημένου μου αυτού προϊόντος θα εκτοξευτεί, πρέπει να δούμε πως μπορούμε να το πλάσουμε σωστά και αποτελεσματικά σε τόσο μεγάλες αγορές. Δεδομένου, δηλαδή, ότι και οι άλλοι ανταγωνιστές μας στο ελαιόλαδο - μιλάω για τους Ισπανούς και τους Ιταλούς - θα ενδιαφερθούν για τη συγκεκριμένη αγορά (είμαι σίγουρος πως οι Ινδοί επισκέφθηκαν και δικά τους περίπτερα), πρέπει κι εμείς να αντιμετωπίσουμε το ελαιόλαδο, όπως πραγματι-

κά του αξίζει. Τι σημαίνει αυτό στην πράξη; Σημαίνει ότι πρώτα απ' όλα πρέπει να εκπαιδεύσουμε το ελληνικό κοινό να εκτιμά και να αξιοποιεί σωστά το ελαιόλαδο. Για να συμβεί αυτό, πρέπει να σταματήσει η πώληση μη τυποποιημένου ελαιολάδου, των γνωστών ντενεκέδων από το χωριό, δηλαδή. Για ποιο λόγο; Μα, διότι, είναι γνωστό ότι το ελαιόλαδο, που πωλείται χύμα, στη συντριπτική πλειονότητα των περιπτώσεων δεν πληροί τις προβλεπόμενες προδιαγραφές. Δηλαδή, είναι επικίνδυνο - μακροπρόθεσμα ή και βραχυπρόθεσμα - για τη δημόσια υγεία. Αυτό, δηλαδή η στροφή των καταναλωτών στο τυποποιημένο ελαιόλαδο, θα τους κάνει να εκτιμήσουν το προϊόν και να σταματήσουν να το τοποθετούν σε νταμιτζάνες κάτω από το νεροχύτη, όπως συνηθίζουν μέχρι και σήμερα. Το ελαιόλαδο πρέπει να είναι στον πάγκο της κουζίνας, μέσα στο μπουκάλι του, πρέπει να είναι στο τραπέζι του κάθε γεύματος και να χρησιμοποιείται όπως του αξίζει. Το ίδιο ισχύει και για τους επιχειρηματίες στην εστίαση, που όχι μόνο δεν σερβίρουν τυποποιημένο ελαιόλαδο, αλλά επιπλέον έχουν αρχίσει και... ξεχνούν να κάνουν το αυτονόητο. Δηλαδή, να το βάζουν στις σαλάτες, που σερβίρουν (αλή-

θεια, αυτός ο νόμος για την υποχρεωτική χρήση τυποποιημένου ελαιολάδου στην εστίαση ισχύει ακόμα; Διότι, σίγουρα, έχει ακυρωθεί στην πράξη, αφού καταλαβαίνω ότι ουδείς από το υπουργείο Ανάπτυξης ελέγχει την εφαρμογή του). Αυτά για την εσωτερική αγορά. Αν όμως το πετύχουμε αυτό εντός συνόρων, θα βοηθήσουμε και την καλύτερη αξιοποίησή του εκτός. Διότι όσοι έρχονται Ελλάδα, θα το εκτιμούν ακόμα περισσότερο ως προϊόν. Πλέον, όμως, αυτού, το βασικό ζητούμενο είναι το ελαιόλαδο να μπει δομημένα σε αυτές αγορές. Ως εθνικό προϊόν, με την ομπρέλα του Greek Olive Oil. Και άπαντες να στοιχιστούν κάτω από αυτό, διεκδικώντας ο καθένας το μερίδιό του στην ινδική και τις υπόλοιπες αγορές. Και σε αυτό - θα το ξαναπώ - θα βοηθήσουν σημαντικά τα joint venture του κράτους με τον ιδιωτικό τομέα, στο πλαίσιο της νέας εθνικής πολιτικής για την εξωστρέφεια. Αρκεί να αφήσουμε στην άκρη τοπικιστικούς και συμπλεγματικούς εγωισμούς και να δούλεψουμε μαζί. Τόσο απλά.

Νεκτάριος Β. Νώτης
nectarios@notice.gr