

Φυτώριο startups τα Γιάννενα

Στην αρχή αποφάσισαν να δοκιμαστούν, να δουν πώς είναι «η φάση», όπως ο 20χρονος Γιάννης Μορφίδης, δευτεροετής φοιτητής του Τμήματος Μηχανικών Ηλεκτρονικών Υπολογιστών και Πληροφορικής στο Πανεπιστήμιο Ιωαννίνων. Τελικά, όμως, αυτό που δημιούργησαν, τους άρεσε και αποφάσισαν, παράλληλα με τις σπουδές τους, να αρχίσουν να στήνουν από το μηδέν τη δική τους startup. Όλα ξεκίνησαν από τον διαγωνισμό (hackathon) που διεξήχθη πέρυσι στο πλαίσιο του συνεδρίου τεχνολογίας TechFuse στα Ιωάννινα. Εκεί, ο ίδιος μαζί με την υπόλοιπη ομάδα, τους Ιωάννη Βόγγελη, Θανάση Γιαννόπουλο και Θωμά Γκούντα, όλοι φοιτητές του ίδιου τμήματος και παθιασμένοι με τον προγραμματισμό, κλήθηκαν να βρουν λύση σε ένα από τα προβλήματα που αντιμετωπίζει η Ηπειρος και συγκεκριμένα τα Ιωάννινα. Επιχείρησαν λοιπόν, μέσω της τεχνολογίας τους, να βρουν πιο προσιτή στέγη σε φοιτητές, βοηθώντας παράλληλα να αξιοποιηθούν και ακίνητα που απευθύνονται κυρίως σε οικογένειες. Ανέπτυξαν μια πλατφόρμα εύρεσης κατάλληλου συγκατοίκου, γνωστή ως Unimates, που σε λειτουργία θυμίζει λίγο δημοφιλή dating apps, όπως το Tinder. «Απαντάς σε ερωτηματολόγιο και με βάση τις απαντήσεις, η πλατφόρμα βρίσκει πιθανούς συγκατοίκους, κάνεις swipe αριστερά – δεξιά και εάν σε ενδιαφέρει, γίνεται το ματσάρισμα». Μπορεί να φημίζεται για τα μαγευτικά της τοπία και την πλούσια γαστρονομία της, όμως τελευταία, η πόλη των Ιωαννίνων έχει αρχίσει να αποκτά και κάτι ακόμη: μια ενεργή κοινότητα νεοφυών επιχειρήσεων. Όταν ακόμη το ελληνικό οικοσύστημα νεοφυών επιχειρήσεων ήταν στα σπάργανα, την περίοδο 2009-2013, στα Ιωάννινα ξεκίνησαν να λειτουργούν κάποιες από τις πρώτες νεοφυείς επιχειρήσεις στην Ελλάδα. Ωστόσο, για περίπου μία δεκαετία (2013-2023) και παρά τη λειτουργία του επιστημονικού και τεχνολογικού Πάρκου Ηπείρου, ιδρύθηκαν ελάχιστες νεοφυείς επιχειρήσεις και τεχνοβλαστοί από το Πανεπιστήμιο Ιωαννίνων.

«Γκρίζες ζώνες» στα οργανωμένα αγκυροβόλια σκαφών

Οι ελληνικοί όρμοι και οι ακτές προετοιμάζονται να υποδεχθούν και φέτος μία από τις μεγαλύτερες αρμάδες σκαφών αναψυχής παγκοσμίως, καθώς η χώρα εδραιώνεται ως ο κορυφαίος προορισμός για ναυλώσεις σκαφών άνω των 25 μέτρων στη Μεσόγειο. Ωστόσο, η κυριαρχία αυτή φανερώνει ένα οξύ παράδοξο, αφού η Ελλάδα, ενώ αναδεικνύεται πρωταθλήτρια συγκεντρώνοντας το 24% της παγκόσμιας δραστηριότητας, παραμένει ουραγός στα έσοδα για την εθνική οικονομία. Η επιβάρυνση δεν περιορίζεται στην αισθητική όχληση ή στον αποκλεισμό παραλιών, αλλά επεκτείνεται στο περιβάλλον και συγκεκριμένα στα προστατευόμενα υποθαλάσσια λιβάδια Ποσειδωνίας, τα οποία πλήττονται από την άναρχη αγκυροβολία. Η Κοινή Υπουργική Απόφαση 3000.0/44137/2025 αποτέλεσε την κεντρική εξέλιξη, ρυθμίζοντας την εγκατάσταση μόνιμων ναυδέτων-σημαδούρες στις οποίες δένουν τα σκάφη αναψυχής σε θαλάσσιες περιοχές εκτός λιμένων και μαρινών.

Οι τουρίστες τρώνε πλέον στο δωμάτιο

Ολοένα και περισσότεροι Έλληνες τουρίστες ετοιμάζουν τα γεύματά τους εντός του καταλύματος όπου περνούν τις διακοπές τους και μάλιστα όχι μόνο το πρωινό, κουβαλούν διάφορα τρόφιμα και σνακς στην παραλία, αποφεύγοντας να παραγγείλουν από ένα κατάστημα εστίασης (ταβέρνα, beach bar, καφέ) και φτάνουν να ψωνίζουν μέχρι και απορρυπαντικά και άλλα είδη νοικοκυριού. Ειδικότερα, σύμφωνα με τα στοιχεία της NielsenIQ, έξι στους δέκα Έλληνες τουρίστες ετοιμάζουν πάντα ή σχεδόν πάντα το πρωινό μόνοι τους, τέσσερις στους δέκα ετοιμάζουν το μεσημεριανό γεύμα επίσης μόνοι τους, εντός του καταλύματος, ενώ το 65% ετοιμάζει τα αλμυρά ή γλυκά σνακς, με το τελευταίο να εμπεριέχει και την έννοια της αγοράς από το λιανεμπόριο και όχι την εστίαση. Αν και μικρότερο, δεν είναι διόλου ευκαταφρόνητο το ποσοστό εκείνων, 27%, που ετοιμάζουν πάντα ή σχεδόν πάντα και το βραδινό στις διακοπές. Αν και οι ξένοι τουρίστες κυρίως καταναλώνουν τα βασικά γεύματα της ημέρας σε εστιατόρια και στα ξενοδοχεία, υπάρχει ένα σημαντικό ποσοστό, 41%, που ετοιμάζει ή/και αγοράζει από το λιανεμπόριο τα σνακς που θέλει για την παραλία. Επίσης, 23% των ξένων τουριστών ετοιμάζουν πάντα ή σχεδόν πάντα μόνοι τους το πρωινό, ενώ το αντίστοιχο ποσοστό για το μεσημεριανό γεύμα είναι 19% και για το δείπνο μόλις 15%. Κύριο κανάλι αγορών για την προμήθεια όσων χρειάζονται για να ετοιμάσουν τα διάφορα γεύματα ημεδαποί και αλλοδαποί τουρίστες είναι οι γνωστές αλυσίδες σούπερ μάρκετ (45%), κάτι που εξηγεί και τη μεγάλη επέκτασή τους στις τουριστικές περιοχές, τα τοπικά σούπερ μάρκετ (42%) και οι εκπτωτικές αλυσίδες σούπερ μάρκετ (π.χ. Lidl) σε ποσοστό 26%. Οι τελευταίες προτιμώνται κυρίως από ξένους τουρίστες (Γερμανούς, Ρουμάνους και Πολωνούς κατά βάση), καθώς ανάλογη καταναλωτική συμπεριφορά έχουν και στις χώρες, μόνιμο τόπο διαμονής τους.

Ακίνητα: Υψηλότερες τιμές και ελλείψεις καταγράφονται στα οικοδομικά υλικά

Την εμφάνισή τους έχουν αρχίσει να κάνουν πλέον τα πρώτα σημάδια τιμολογιακών πιέσεων στις νέες οικοδομές, απόρροια των εχθροπραξιών στη Μ. Ανατολή. Σύμφωνα με πηγές της αγοράς, παρατηρούνται δυσκολίες στην υποβολή παραγγελιών, καθώς όλο και περισσότεροι προμηθευτές αρνούνται να δεσμευτούν για τη διαθεσιμότητα και την ποσότητα των υλικών, αλλά και για την τιμή, με αποτέλεσμα οι κατασκευαστές να μην είναι σε θέση να υπολογίσουν με ασφάλεια το κόστος τους. Άλλοι προμηθευτές πάλι, όπως για παράδειγμα όσοι παρέχουν στην αγορά πλαστικά (π.χ. σωλήνες), έχουν ήδη προβεί σε μεγάλες ανατιμήσεις έως και κατά 30%, χωρίς και πάλι να δεσμεύονται για την ομαλή εκτέλεση των παραγγελιών. Αντιστοίχως, οι πρώτες σημαντικές αυξήσεις κατά 15%-20% παρατηρούνται και σε άλλες κατηγορίες υλικών, όπως τα αλουμίνια. Σε κάθε περίπτωση, η πρακτική που εφαρμόζεται πλέον στην αγορά αφορά την πληρωμή σε τιμές σποτ, χωρίς να «κλειδώνει» η τιμή τη στιγμή υποβολής της παραγγελίας από τον κατασκευαστή. Στην «πρώτη γραμμή» των αυξήσεων είναι φυσικά ό,τι υλικό έχει τη μεγαλύτερη εξάρτηση από τα ορυκτά καύσιμα για την πρώτη ύλη ή την παραγωγική διαδικασία. Έτσι, τα πλαστικά που αποτελούν παράγωγο των πετρελαιοειδών, αλλά και τα τεχνητά πετρώδη υλικά (π.χ. τούβλα) ξεχωρίζουν, ενώ στην αγορά αναμένονται και αυξήσεις σε όλο το φάσμα των υλικών, από τον χάλυβα και το τσιμέντο μέχρι τον σίδηρο οπλισμού και τα αλουμίνια. Μάλιστα, όπως επισημαίνεται, το πρόβλημα δεν θα λυθεί άμεσα, ακόμη κι αν αύριο έληγε ο πόλεμος, καθώς θα απαιτηθούν αρκετές εβδομάδες προκειμένου να ομαλοποιηθεί η κατάσταση.

Αύξηση ζήτησης για ηλεκτρικά Ι.Χ. στην Ευρώπη

Βελτίωση εμφάνισαν οι πωλήσεις αυτοκινήτων στην Ευρώπη τον περασμένο μήνα, καθώς οι καταναλωτές στράφηκαν προς την αγορά ηλεκτρικών οχημάτων, εκμεταλλευόμενοι τα νέα προγράμματα επιδοτήσεων και επιλέγοντας από μια ολοένα και ευρύτερη γκάμα προσιτών μοντέλων. Οι ταξινομήσεις νέων οχημάτων αυξήθηκαν κατά 1,7% τον Φεβρουάριο σε σχέση με τον προηγούμενο χρόνο, φτάνοντας στις 979.321 μονάδες, σύμφωνα με την Ευρωπαϊκή Ένωση Κατασκευαστών Αυτοκινήτων. Οι πωλήσεις αυξήθηκαν στη Γερμανία, στην Ισπανία, στην Ιταλία και το Ηνωμένο Βασίλειο, αντισταθμίζοντας τη μείωση κατά σχεδόν 15% που σημειώθηκε στη Γαλλία. Ο ρυθμός ανάπτυξης των ηλεκτρικών οχημάτων αντιστάθμισε τη ραγδαία πτώση των αυτοκινήτων με κινητήρες καυσίμων. Οι πωλήσεις στη Γερμανία για οχήματα με δυνατότητα φόρτισης αυξήθηκαν συνολικά κατά 27%, αφού οι εργαζόμενοι με χαμηλά και μεσαία εισοδήματα άρχισαν να αξιοποιούν ένα νέο πρόγραμμα επιδοτήσεων. Στη Γαλλία, η ζήτηση για αυτοκίνητα που λειτουργούν αποκλειστικά με μπαταρία αυξήθηκε κατά 28%, ενώ οι πωλήσεις οχημάτων με βενζίνη, ντίζελ και τα υβριδικά μειώθηκαν. Ενώ οι συνολικές παραδόσεις παρέμειναν σχεδόν σταθερές, η έναρξη του πολέμου στο Ιράν και η ευρύτερη ανάφλεξη στη Μέση Ανατολή ενδέχεται να αποτελέσουν πλήγμα για την αναμενόμενη ανάκαμψη της ζήτησης αυτοκινήτων στην Ευρώπη, λόγω της οικονομικής αβεβαιότητας.

Η Estée Lauder συζητάει συγχώνευση με την ισπανική Puig

Μια πιθανή συγχώνευση με την Puig, την ισπανική εταιρεία πίσω από δημοφιλή αρώματα, όπως τα Rabanne και Jean Paul Gaultier, συζητάει ο αμερικανικός κολοσσός καλλυντικών Estée Lauder. Με brands όπως τα Clinique, Bobbi Brown και Tom Ford, η Estée Lauder είναι ένας από τους κορυφαίους κατασκευαστές προϊόντων περιποίησης δέρματος, μακιγιάζ και αρωμάτων στον κόσμο. Μια συμφωνία θα μπορούσε να δημιουργήσει έναν κολοσσό ομορφιάς αξίας 40 δισ. δολαρίων, σύμφωνα με τους Financial Times. Η Puig, η οποία εδρεύει στη Βαρκελώνη, ιδρύθηκε το 1914 και εξακολουθεί να ελέγχεται από την οικογένεια Puig. Ο όμιλος, που ελέγχει επίσης το brand μόδας Dries Van Noten και τον γίγαντα αρωμάτων Carolina Herrera, πουλάει τα προϊόντα του σε 150 χώρες και είχε έσοδα άνω των 5 δισ. ευρώ το 2025. Η Εστέ Λόντερ, η οποία πέθανε το 2004, ίδρυσε την εταιρεία καλλυντικών που φέρει το όνομά της το 1946 στη Νέα Υόρκη, με τον σύζυγό της Τζόζεφ. Ξεκίνησε με μόλις τέσσερα προϊόντα, αλλά σήμερα αποτελεί τη δεύτερη μεγαλύτερη εταιρεία καλλυντικών στον κόσμο μετά την L'Oréal. Οι συνομιλίες της με την Puig έρχονται έπειτα από μια σειρά συμφωνιών στον τομέα της ομορφιάς, όπως η εξαγορά της μάρκας περιποίησης δέρματος Rhode της Hailey Bieber από την Elf Beauty σε ένα ντιλ αξίας έως και ενός δισ. δολαρίων. Η Kering, ιδιοκτήτρια της Gucci, συμφώνησε επίσης πέρυσι να πουλήσει την επιχείρηση ομορφιάς της στη L'Oréal έναντι τεσσάρων δισ. ευρώ.

Μανία με το fitness και την ομορφιά στις ΗΠΑ

Όταν οι Αμερικανοί ξοδεύουν χρήματα αυτές τις μέρες, το πιθανότερο είναι ότι τα δίνουν για ένα μάθημα γιόγκα ή για ενέσεις botox, παρά για να αγοράσουν παπούτσια ή ρούχα. Για πρώτη φορά στην Ιστορία, οι χώροι που νοικιάζονται στις ΗΠΑ για επιχειρήσεις παροχής υπηρεσιών είναι περισσότεροι από εκείνους που διατίθενται για καταστήματα. Ακολουθώντας τις τάσεις της εποχής, τα κομμωτήρια, τα σπα και τα γυμναστήρια πολλαπλασιάζονται. Σύμφωνα με στοιχεία της εταιρείας δεδομένων CoStar, τα οποία επικαλείται η Wall Street Journal, οι ενοικιαστές που προσφέρουν υπηρεσίες μίσθωναν το 2025 λίγο πάνω από το 50% των συνολικών επαγγελματικών χώρων. Και αυτό, ενώ πριν από δεκαπέντε χρόνια οι ενοικιαστές αυτοί ευθύνονταν μόνο για το 40% των συνολικών μισθώσεων. Οι γειτονιές του Μανχάταν γεμίζουν με σάουνες, στούντιο Pilates και μπουτίκ με ρούχα γυμναστικής. Πολλοί Αμερικανοί καταφεύγουν σε τέτοιους χώρους ακόμα και για την κοινωνικοποίησή τους, με τα γυμναστήρια να αντικαθιστούν πλέον πολλές φορές ακόμα και τα μπαρ.

Ο πόλεμος πλήττει τρόφιμα, φάρμακα και τεχνολογία

Η νέα σύρραξη αποτελεί μια δομική ανατροπή που πλήττει ταυτόχρονα την παραγωγή τροφίμων, τη φαρμακευτική βιομηχανία και την τεχνολογία αιχμής. Σήμερα, το πρόβλημα εντοπίζεται στα ίδια τα θεμέλια της αγροτικής παραγωγής: τα λιπάσματα. Ο Περσικός Κόλπος τροφοδοτεί την παγκόσμια αγορά με ουρία, αμμωνία και φωσφορικά άλατα, συστατικά χωρίς τα οποία η σύγχρονη γεωργία είναι αδύνατο να αποδώσει. Με το ένα τρίτο της παγκόσμιας προσφοράς λιπασμάτων να βρίσκεται εγκλωβισμένο πίσω από τα Στενά, οι αγρότες στην Ασία, από το Παντζάμπ της Ινδίας έως τις πεδιάδες του Μπανγκλαντές, βρίσκονται αντιμέτωποι με έναν εφιάλη. Χώρες όπως η Ζάμπια και η Σρι Λάνκα, που εξαρτώνται απόλυτα από αυτές τις εισαγωγές, βρίσκονται στο χείλος ανθρωπιστικής καταστροφής, καθώς οι τιμές των βασικών τροφίμων εκτινάσσονται. Πέρα από την απειλή λιμού στις πιο ευάλωτες χώρες του κόσμου, οι τεχνολογίες αιχμής αντιμετωπίζουν ελλείψεις σε ένα αφανές αλλά αναντικατάστατο υλικό: το ήλιο, υποπροϊόν της παραγωγής φυσικού αερίου. Το Κατάρ, υπεύθυνο για το ένα τρίτο της παγκόσμιας προσφοράς του, δεν εξάγει πλέον το αέριο που είναι απαραίτητο για την ψύξη των μαγνητών στους σαρωτές μαγνητικής τομογραφίας και την κατασκευή ημιαγωγών που τροφοδοτούν την τεχνητή νοημοσύνη.

Χιλιάδες νέα κέντρα δεδομένων σχεδιάζει να κατασκευάσει η Ε.Ε.

Οι Βρυξέλλες φιλοδοξούν να κλείσουν το χάσμα με τις ΗΠΑ και την Κίνα στις νέες τεχνολογίες και για να το πετύχουν αυτό θέλουν να κατασκευάσουν ακόμη χιλιάδες κέντρα δεδομένων, επεκτείνοντας τη χωρητικότητα του cloud computing στην Ε.Ε. Τα όνειρο της Ευρώπης να γίνει υπερδύναμη στον κλάδο της τεχνητής νοημοσύνης, τριπλασιάζοντας τα επόμενα χρόνια τη χωρητικότητα των κέντρων δεδομένων, «σκοντάφτει» στην ψυχρή πραγματικότητα της ενεργειακής τροφοδοσίας αλλά και της έντονης αντίδρασης από την κοινή γνώμη. Η Ε.Ε. φιλοδοξεί να περάσει στη νέα εποχή με τον νόμο για την ανάπτυξη του cloud και της τεχνητής νοημοσύνης (Cloud and AI Development Act CAIDA), ο οποίος θα ανακοινωθεί τον Μάιο με στόχο τον τριπλασιασμό της χωρητικότητας των κέντρων δεδομένων της Ε.Ε. τα επόμενα πέντε – επτά χρόνια, επιταχύνοντας μεταξύ άλλων την αδειοδότηση, την πρόσβαση στην ενέργεια και τη χρηματοδότηση για βιώσιμους κόμβους δεδομένων. Στην Ευρώπη, περίπου τα μισά από τα υπάρχοντα κέντρα δεδομένων δεν πληρούν ένα βασικό μέτρο για την ενεργειακή απόδοση, κάτι που σημαίνει ότι ένα σημαντικό μερίδιο της ηλεκτρικής ενέργειάς τους χάνεται για ψύξη και υποδομές αντί για υπολογιστική ισχύ.

Άλμα των τιμών στα αεροπορικά εισιτήρια

Η εποχή των προσιτών αεροπορικών ταξιδιών για μακρινές αποστάσεις φαίνεται ότι βαίνει προς το τέλος της, καθώς οι ταξιδιώτες που προγραμματίζουν τις καλοκαιρινές τους εξορμήσεις έρχονται αντιμέτωποι με μια ζοφερή πραγματικότητα. Η κλιμάκωση της έντασης στον Περσικό Κόλπο έχει μετατρέψει τον πιο πολυσύχναστο κόμβο αεροπορικής διαμετακόμισης στον κόσμο σε μια ζώνη υψηλού κινδύνου και μεγάλου κόστους. Σύμφωνα με στοιχεία της Alton Aviation Consultancy, οι τιμές των εισιτηρίων σε βασικές διαδρομές που συνδέουν την Ευρώπη με την Ασία έχουν σημειώσει εκρηκτική άνοδο, αγγίζοντας σε ορισμένες περιπτώσεις το 560% μέσα στον Μάρτιο, ενώ πιθανότατα θα παραμείνουν υψηλές καθ' όλη τη διάρκεια του καλοκαιριού και του φθινοπώρου.



Delta Finance

Λ. Πηγής 5,
Τ.Κ. 15127, Μελίσια

T.210 6257500

F.210 6257555

E.info@deltafinance.gr

W.www.deltafinance.gr