

Ολοκληρώνεται το δίκτυο οπτικής ίνας στις Κυκλάδες.

Η ανάπτυξη δικτύων οπτικών ινών είναι κρίσιμη όχι μόνο για την ενίσχυση της ευρυζωνικότητας και την εξασφάλιση υψηλών και πολύ υψηλών ταχυτήτων Ιντερνετ, αλλά και για την κατασκευή άλλου είδους υποδομών, όπως τα κέντρα δεδομένων. Στην Ελλάδα μια τέτοια επένδυση περιλαμβάνει τις υποθαλάσσιες και χερσαίες υποδομές οπτικών ινών που υλοποιεί σε Αιγαίο και Ιόνιο Πέλαγος η Vodafone Ελλάδας. Μέχρι το καλοκαίρι η εταιρεία αναμένεται να έχει ολοκληρώσει την πλήρη ανάπτυξη 670 χιλιομέτρων υποβρύχιου και 800 χιλιομέτρων υπόγειου καλωδίου που θα διέρχεται από τις Κυκλάδες (Σύρος, Τήνος, Μύκονος, Νάξος, Πάρος και Σαντορίνη) και θα διασυνδέεται με τα Δωδεκάνησα (Κως και Ρόδος) και την Κρήτη (Χανιά και Σητεία). Σε Δωδεκάνησα και Κρήτη η κατασκευή, πόντιση και προσαιγιάλωση της οπτικής ίνας, που επιτρέπει τη διασύνδεση της νησιωτικής με την ηπειρωτική Ελλάδα, έχει ήδη ολοκληρωθεί. Στις Κυκλάδες και την Κέρκυρα εκκρεμεί μόνο η προσαιγιάλωση της οπτικής ίνας, η υλοποίηση δηλαδή των απαραίτητων εργασιών στο χερσαίο τμήμα των νησιών που θα έχουν ολοκληρωθεί μέχρι τις πρώτες ημέρες του Ιουνίου. Το έργο, που ξεκίνησε να υλοποιείται αρχές του 2022, αποτελεί επένδυση ύψους 40 εκατ. ευρώ, θα επιτρέψει πολύ υψηλές ταχύτητες μέχρι 1 Gbps και εκτιμάται ότι θα διαθέτει πληθυσμιακή κάλυψη 1 εκατ. ατόμων. Σύμφωνα με τη Βίβλο ψηφιακού μετασχηματισμού, που καταγράφει τις απαραίτητες παρεμβάσεις στις τεχνολογικές υποδομές του κράτους έως και το 2025, εξαιρουμένων ορισμένων μεγάλων νησιών, η πλειονότητα των 107 ελληνικών κατοικημένων νησιών –από τα οποία 51 έχουν πληθυσμό άνω των 1.000 ατόμων– διαθέτει συνδέσεις χαμηλής χωρητικότητας. Αυτό γίνεται αντιληπτό ιδιαίτερα κατά το καλοκαίρι, οπότε οι ταχύτητες είναι πολύ χαμηλές.

«...Εξαγορά εταιρείας στη Ρουμανία εξετάζει ο όμιλος Σαράντη.....».

Χρηματοδότηση 14 εκατ. ευρώ άντλησε η εταιρεία τεχνολογίας SafeSize.

Κόντρα στο κλίμα αβεβαιότητας και στο φρένο που έχει μπει ήδη από πέρυσι στις επενδύσεις υψηλού ρίσκου, ελληνικές εταιρείες με παρουσία στην Ελλάδα εξακολουθούν να αντλούν χρηματοδότηση έχοντας το βλέμμα στραμμένο στην περαιτέρω ανάπτυξή τους. Τη σκυτάλη της χρηματοδότησης παίρνει η SafeSize, η οποία άντλησε 14 εκατ. ευρώ σε γύρο χρηματοδότησης στον οποίο συμμετείχε το Phaistos Investment Fund (ταμείο Φαιστός). Η SafeSize έχει αναπτύξει το σύστημα 3D foot scanner, μέσω του οποίου δίνει τη δυνατότητα στους καταναλωτές να βρουν παπούτσια στα μέτρα τους, βοηθώντας παράλληλα τις επιχειρήσεις λιανεμπορίου να περιορίσουν τα κόστη από τις επιστροφές υποδημάτων σε περίπτωση που οι καταναλωτές δεν είναι ικανοποιημένοι με τις αγορές τους. Με το εγχείρημά της η εταιρεία φιλοδοξεί να δώσει μια λύση σε ένα πρόβλημα που δημιουργεί «τρύπα» στα έσοδα των επιχειρήσεων ενισχύοντας την παγκόσμια αγορά υπόδησης, το μέγεθος της οποίας αποτιμάται στα 400 δισ. ευρώ.

«Κόβουν» τον καφέ εκτός σπιτιού πάνω από τους μισούς Έλληνες.

Μετά τους περιορισμούς που είχε επιβάλλει ο Covid-19 στην αγαπημένη συνήθεια των Ελλήνων για κατανάλωση καφέ εκτός σπιτιού, ήρθε η πληθωριστική κρίση και οι ανατιμήσεις για να βάλουν καινούριο «φρένο». Πάνω από τους μισούς καταναλωτές καφέ στην Ελλάδα (54%) δηλώνουν ότι έχουν περιορίσει τις εξόδους τους για καφέ λόγω του γενικότερου κλίματος ανατιμήσεων στην αγορά.

Καθοριστικό ρόλο, βεβαίως, στην άποψη αυτή διαδραματίζουν και οι ανατιμήσεις στον ίδιο τον καφέ, είτε αυτός αγοράζεται από το ράφι του σούπερ μάρκετ για κατανάλωση στο σπίτι είτε πολύ περισσότερο όταν κάποιος τον πληρώνει κατά την έξοδό του σε μία καφετέρια.

Σύμφωνα με έρευνα που πραγματοποίησε η Κάπα Research για λογαριασμό της Ελληνικής Ένωσης Καφέ, σχεδόν 8 στους 10 καταναλωτές θεωρούν ότι η τιμή του καφέ στην καφετέρια είναι ακριβή ή πολύ ακριβή. Συγκεκριμένα, το 25% θεωρεί ότι είναι πολύ ακριβή και το 52% ακριβή, ενώ μόλις ένα 2% βρίσκει ότι ο καφές εκτός σπιτιού είναι φθηνός. Σε ό,τι αφορά την τιμή του καφέ στο χέρι (takeaway), το 43% εκτιμά ότι είναι υψηλή και ένα 10% πολύ υψηλή. Λογική βρίσκει την τιμή του καφέ το 10% και χαμηλή το 5%.

Το είδος καφέ που προτιμούν οι καταναλωτές στην καφετέρια είναι ο εσπρέσο (53%) και ακολουθεί ο ελληνικός (22%) με τον στιγμιαίο να καταλαμβάνει την τρίτη θέση (14%). Το είδος καφέ, πάντως, που αγοράζουν οι καταναλωτές από το σούπερ μάρκετ είναι κυρίως ο ελληνικός (σε ποσοστό 36%) και ακολουθεί στιγμιαίος (26%) με τον εσπρέσο να έρχεται στη τρίτη θέση (15%) μαζί με τον καφέ φίλτρου (επίσης 15%). περισσότερες εταιρείες καφέ να δραστηριοποιούνται και σε αυτή την κατηγορία.

Σηκώνει καταθέσεις για να καλύψει δαπάνες το 60% των Ελλήνων.

Μέρος των αποταμιεύσεων τους δηλώνουν πως «σηκώνουν» σχεδόν 6 στους 10 Έλληνες καταναλωτές, καθώς το κύμα ανατιμήσεων συρρικνώνει το διαθέσιμο μηνιαίο εισόδημά τους. Την ίδια στιγμή, σε σύγκριση και με άλλες χώρες της Ε.Ε., υψηλά είναι τα ποσοστά των Ελλήνων που υποστηρίζουν πως δυσκολεύονται να πληρώσουν τους λογαριασμούς τους, ενώ σχεδόν 8 στους 10 παραδέχονται πως έχουν αλλάξει τις συνήθειές τους μέσα στο σπίτι προκειμένου να εξοικονομήσουν ενέργεια και να μειώσουν τα κόστη. Περίπου το 50% των Ευρωπαίων καταναλωτών εκφράζει έντονη ανησυχία για τη δυνατότητα πληρωμής των λογαριασμών, ποσοστό που ξεπερνάει κατά πολύ το 60% στην περίπτωση των Ελλήνων καταναλωτών, ενώ τουλάχιστον 1 στους 5 καταναλωτές στην Ευρώπη ανησυχεί για την αποπληρωμή υποχρεώσεων, όπως το στεγαστικό δάνειο. Αντανακλαστικά, όπως είναι λογικό, επέδειξαν οι Ευρωπαίοι καταναλωτές απέναντι στο κύμα αυξήσεων που είδαν το τελευταίο έτος, αλλάζοντας την καταναλωτική συμπεριφορά τους προκειμένου να εξοικονομήσουν ενέργεια μέσα στο σπίτι. Έτσι, 7 στους 10 Ευρωπαίους καταναλωτές άλλαξαν συνήθειες για να μειώσουν την κατανάλωση ενέργειας, με το αντίστοιχο ποσοστό να ανεβαίνει στο 77% όταν πρόκειται για τους Έλληνες καταναλωτές. Την ίδια στιγμή, σχεδόν 3 στους 10 καταναλωτές στην Ευρώπη των 27 κρατών-μελών δήλωσαν πως αναζητούν κρατικές επιδοτήσεις προκειμένου να ενισχύσουν την ενεργειακή απόδοση του σπιτιού τους, άποψη με την οποία συμφωνεί το 42% των Ελλήνων καταναλωτών. Σε ό,τι αφορά τον αντίκτυπο που έχει το κόστος των καυσίμων στην καθημερινή χρήση μεταφορικού μέσου, το 28,4% των Ευρωπαίων απαντάει πως έχει αλλάξει τις συνήθειές του, ποσοστό που αυξάνεται στο 37,7% στην περίπτωση των Ελλήνων καταναλωτών.

Πόλεμος Google – Microsoft για το cloud.

Πυρά κατά της Microsoft έριξε η Google Cloud της Alphabet για αντιανταγωνιστικές πρακτικές υπολογιστικού νέφους και επέκρινε τις επικείμενες συμφωνίες με αρκετούς Ευρωπαίους προμηθευτές cloud, λέγοντας ότι αυτές δεν επιλύουν ευρύτερες ανησυχίες σχετικά με τους όρους αδειοδότησης. Υπάρχει έντονος ανταγωνισμός μεταξύ των δύο τεχνολογικών κολοσσών των ΗΠΑ στην ταχέως αναπτυσσόμενη επιχείρηση υπολογιστικού νέφους πολλών δισεκατομμυρίων δολαρίων, όπου η Google ακολουθεί τον ηγέτη της αγοράς, την Amazon, και τη Microsoft. Το τελευταίο διάστημα, ο ρυθμιστικός έλεγχος στον κλάδο είναι μεγαλύτερος, λόγω της κυριαρχίας λίγων παικτών και του ολοένα και πιο κρίσιμου ρόλου του, αφού όλο και περισσότερες εταιρείες μεταφέρουν τις υπηρεσίες τους στο cloud. Η Microsoft προσφέρθηκε να αλλάξει τις πρακτικές της στο cloud computing, κάνοντας μια συμφωνία με μερικούς μικρότερους ανταγωνιστές, οι οποίοι με τη σειρά τους θα αναστείλουν τις αντιμονοπωλιακές καταγγελίες τους. Εκμεταλλεύεται σε μεγάλο βαθμό την κυριαρχία της στην επιχείρηση on-premise καθώς και στο Office 365 και στα Windows για να συνδέσει το Azure και τις υπόλοιπες υπηρεσίες cloud.

Βρετανία: Φόβοι ότι τα άδεια ράφια των σούπερ μάρκετ θα γίνουν «κανονικότητα».

Οι Βρετανοί, που ήδη ταλανίζονται από τη μεγαλύτερη άνοδο των τιμών των τροφίμων από το 1977, ίσως χρειαστεί να συνηθίσουν στις ελλείψεις φρέσκων λαχανικών, καθώς η αύξηση του κόστους και ο απρόβλεπτος καιρός πλήττουν την εγχώρια παραγωγή. Οι καταναλωτές αντιμετώπισαν ελλείψεις σε ντομάτες, αγγούρια και πιπεριές τις τελευταίες εβδομάδες, αφού η διακοπή στη βόρεια Αφρική μείωσε την προσφορά. Επιδεινώνοντας τα πράγματα, η βρετανική παραγωγή αναμένεται να σημειώσει αρνητικό ρεκόρ φέτος, καθώς η δαπανηρή ενέργεια αποτρέπει τους αγρότες από την καλλιέργεια στα θερμοκήπια. Οι καλλιεργητές, τα αγροτικά συνδικάτα και οι ιδιοκτήτες καταστημάτων προειδοποιούν για περισσότερες ελλείψεις στο μέλλον, οι οποίες ενδεχομένως σύντομα θα επεκταθούν και σε άλλες εγχώριες καλλιέργειες, όπως πράσα, κουνουπίδια και καρότα, λόγω της καλοκαιρινής ξηρασίας και των παγετών του χειμώνα. Μέχρι τον Μάρτιο περίπου οι μισοί δεν είχαν ακόμη φυτέψει, την ώρα που το 10% των μελών σταμάτησε να δραστηριοποιείται πέρυσι.

«...Ε.Ε.: Τέλος η βενζίνη από το 2035.»

Η γαλλική σαμπάνια συνεχίζει να ρέει στη Ρωσία μέσω Τουρκίας.

Οι εξαγωγές σαμπάνιας στις χώρες του Κόλπου από τη Γαλλία εκτινάχθηκαν το 2022, διότι εκεί συνέρρεαν Ρώσοι τουρίστες μετά τον πόλεμο στην Ουκρανία, που περιόρισε την πρόσβαση τους στις δυτικές αγορές. Η σαμπάνια είναι απλώς ένα από τα πολλά προϊόντα, που μέσω Τουρκίας καταλήγουν στη Ρωσία ή σε ρωσικά χέρια, παρά τις κυρώσεις της Δύσης εξαιτίας του πολέμου της Μόσχας κατά της Ουκρανίας. Αντιστοίχως, μέσω της οδού της Τουρκίας τα ρωσικά προϊόντα βρίσκουν διέξοδο προς τις αγορές της Εσπερίας. Αναφορικά με το συγκεκριμένο προϊόν, οι Γάλλοι παραγωγοί έστειλαν σχεδόν 1,9 εκατ. μπουκάλια αφρώδους ποτού στα Ηνωμένα Αραβικά Εμιράτα πέρυσι, σημειώνοντας άλμα 75%, ενώ οι εξαγωγές στην Τουρκία αυξήθηκαν κατά 120%, σύμφωνα με στοιχεία που δημοσίευσε αυτόν τον μήνα η Comite Champagne. Μετά την εισβολή της Ρωσίας στην Ουκρανία, η Μόσχα σταμάτησε να δημοσιεύει στοιχεία για το εμπόριο. Αλλά αναλυτές και οικονομολόγοι είναι και πάλι σε θέση να βγάλουν συμπεράσματα σχετικά με τις εμπορικές τακτικές της, εξετάζοντας τα στοιχεία άλλων χωρών που έχουν εμπορικές συναλλαγές μαζί της.

ΗΠΑ: Γιατί οι αλυσίδες fast food κάνουν «σαφάρι» για μικρά κοτόπουλα.

Η αυξανόμενη ζήτηση για σάντουιτς με τραγανό κοτόπουλο έχει οδηγήσει τα εστιατόρια και τις αλυσίδες fast food να ψάχνουν «μανιωδώς» για μικρά πτηνά του είδους. Οι εταιρείες εστιατορίων, συμπεριλαμβανομένων των KFC και Chick-fil-A, έχουν αρχίσει να αναζητούν κοτόπουλα που ζυγίζουν περίπου 4 κιλά καθώς υποστηρίζουν ότι τα μικρότερα σε μέγεθος είναι πιο τρυφερά και γευστικά από τα μεγαλύτερα. Οι προμηθευτές κοτόπουλων, όπως η Tyson Foods, η Pilgrim's Pride και η Wayne-Sanderson Farms, δίσταζαν να παράγουν τα μικρότερα κοτόπουλα όλα αυτά τα χρόνια, επειδή είναι λιγότερο κερδοφόρα από τα μεγαλύτερα που παράγουν «περισσότερο κρέας», σύμφωνα με στελέχη πουλερικών και αναλυτές του κλάδου. «Το κόστος για την παραγωγή ενός κοτόπουλο 4 κιλών και ενός 8 κιλών είναι παρόμοιο, αλλά όταν οι τιμές των κοτόπουλων ανεβαίνουν, το βαρύτερο πτηνό είναι πιο επικερδές για τους μεταποιητές», δήλωσε ο πρόεδρος της FarmEcon LLC, μιας γεωργικής συμβουλευτικής εταιρείας. Ο αριθμός των μικρών κοτόπουλων που σφάζονται εβδομαδιαίως μειώνεται από σχεδόν 30% της αγοράς το 2005 σε περίπου 15% το 2023, σύμφωνα με στοιχεία του Υπουργείου Γεωργίας των ΗΠΑ.

Οι Αμερικανοί δεν παίρνουν όλη την άδειά τους.

Παρά το γεγονός ότι τάσεις όπως «η μεγάλη παραίτηση» και το «να εργάζεσαι κατά το απολύτως αναγκαίο τις Δευτέρες» είναι διάχυτες στην αμερικανική αγορά εργασίας, αποδεικνύοντας την εργασιακή εξάντληση που έχουν υποστεί πολλοί εργαζόμενοι, ιδίως στον απόηχο της πανδημίας, πολλοί είναι εκείνοι που δεν παίρνουν όλες τις ημέρες της αδείας τους. Μόνο το 48% των εργαζομένων στις ΗΠΑ αναφέρει ότι χρησιμοποιεί όλες τις ημέρες των διακοπών που δικαιούται. Οι λόγοι γι' αυτό είναι πως ανησυχούν μήπως μείνουν πίσω στη δουλειά ή αισθάνονται άσχημα που οι συνάδελφοι αναγκάζονται να κάνουν τη δουλειά τους. Μερικοί μάλιστα πιστεύουν ότι ο χρόνος των διακοπών τους ζημιώνει, ελαττώνοντας τις πιθανότητές τους για προαγωγή ή μπορεί να τους κοστίσει και την ίδια τους τη εργασία. Παρατηρείται διογκούμενο άγχος στο εργατικό δυναμικό, με τις απολύσεις να εξαπλώνονται, τις προσλήψεις να επιβραδύνονται και τους αμερικανικούς ομίλους να περιορίζουν τις παροχές και άλλες δαπάνες. Η πλατφόρμα εύρεσης εργασίας Indeed δήλωσε πως μειώνει τον αριθμό εργαζομένων, επειδή είναι απλώς πολύ μεγάλος για τις εξελίξεις που αναμένονται.

Σε τροχιά ανάπτυξης μπαίνει ο τουρισμός στην Αλβανία.

Αν πετάξετε στην Αλβανία από τη Γερμανία ή την Αυστρία, το πρώτο πράγμα που θα δείτε είναι το όρος Ντάιτι, το οποίο ρίχνει τη σκιά του πάνω από την πρωτεύουσα των Τιράνων. Μετά την ανάληψη της εξουσίας κατά τη διάρκεια του Β' Παγκοσμίου Πολέμου, ο κομμουνιστής δικτάτορας Ενβέρ Χότζα απέκλεισε την Αλβανία από τον έξω κόσμο για τέσσερις δεκαετίες και απαγόρευσε τα ταξίδια. Σήμερα, όμως, η χώρα θέλει να αναδείξει τους φυσικούς θησαυρούς της, τη βαλκανική κουζίνα της και την ποικιλία ελληνικών, ρωμαϊκών και οθωμανικών αρχαιολογικών τόπων που διαθέτει. Κατά την πανδημία, η τουριστική βιομηχανία της Αλβανίας άντεξε καλύτερα από άλλων γειτονικών κρατών. Η Αλβανία κατέγραψε «μόνο» 59% λιγότερους τουρίστες. Η φιλοξενία των Αλβανών αποτελεί επίσης ένα σημαντικό στοιχείο που διαφημίζει τη χώρα.



Delta Finance

Λ.Πηγής 5,
Τ.Κ. 15127, Μελίσσια

T.210 6257500

F.210 6257555

E.info@deltafinance.gr

W.www.deltafinance.gr