

Wow!

# ΕΙΝΑΙ ΦΑΙΝΟΜΕΝΟ!



# 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

ΠΕΜΠΤΗ 05 ΜΑΡΤΙΟΥ 2026  
ΤΕΥΧΟΣ 2283

## Editorial

From AI to AC  
(Augmented Capability)

## Debrief

Ποιος θα είναι το αφεντικό;

## Business Maker

- Το τέλος των... αλεξιπτωτιστών στην εστίαση και το πλεόνασμα του 20%
- Η άλλη... συζήτηση για τις εξαγωγές πέρα από την Μ. Ανατολή

## SecretRecipe

Το business plan, το "Ναι" με 10% stake και το ανεξήγητο "Όχι"

## Business Insight

Τί βλέπουν Περιστέρης, Εξάρχου στα νερά, τα ψιλά γράμματα για τις... καρέκλες και ποιος ακολουθεί



### • ΚΗΤΗΜΑ ΣΠΥΡΟΠΟΥΛΟΣ

Η καταδικαστική απόφαση που πάγωσε τον δεύτερο πλειστηριασμό και ο ρόλος της Intrum



### • CAMPARI HELLAS

Υψηλή διωφήφια ανάπτυξη μεγεθών το 2025 με οδηγό το aperitivo



### • ΤΥΡΟΚΟΜΕΙΟ ΑΒΡΑΜΟΥΛΗ

Τα οφέλη από το deal Μασούτη -Κρητικού και η συμφωνία με ΣΥΝΚΑ - Στο +10% το 2025



### • ΕΒΔΟΜΑΔΑ ΓΑΛΛΙΚΗΣ ΓΑΣΤΡΟΝΟΜΙΑΣ

Τα τέσσερα ελληνικά προϊόντα που γοήτευσαν τους Γάλλους chef

**Τέτοιο χαλβά δεν έχεις ξαναφάει!**

Με τραγανό, καραμελωμένο Speculoos.  
Ελληνική δημιουργία. Καθαρή απόλαυση.



Deluxe  
Χαλβάς Speculoos  
400 g  
1 Kg = 7,48€

**2,99€**



Γιατί αξίζει.

14-16  
ΜΑΡΤΙΟΥ  
METROPOLITAN  
EXPO

20  
26



foodexpo Greece



• **CAMPARI HELLAS**

# ΥΨΗΛΗ ΔΙΨΗΦΙΑ ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΜΕΓΕΘΩΝ ΤΟ 2025 ΜΕ ΟΔΗΓΟ ΤΟ APERITIVO

Συνεχίστηκε η έντονα ανοδική πορεία της Campari Hellas πέρυσι, με τις πωλήσεις της να ενισχύονται κατά 22%, φθάνοντας τα €46,17 εκατ., υπερτριπλάσιες σε σχέση με το 2022.

Παράλληλα, στη δεύτερη πλήρη χρονιά λειτουργίας της ως αυτόνομη θυγατρική του ομίλου Campari, η ελληνική εταιρεία ενίσχυσε περαιτέρω την κερδοφορία της, με τα προ φόρων κέρδη της να διαμορφώνονται σε €8,66 εκατ., αυξημένα κατά 48,16% συγκριτικά με το 2024. Οι κύριες πηγές κερδοφορίας για την εταιρεία ήταν τα ποτά:

- Aperol
- Campari
- Ouzo 12

**DATA (σε €χιλ.)**

Κύκλος εργασιών

2025: 46.172  
2024: 37.873  
2023: 20.306  
2022: 14.978

Μικτό αποτέλεσμα

2025: 25.432  
2024: 21.582  
2023: 9.290  
2022: 6.061

Κέρδη προ φόρων

2025: 8.666  
2024: 5.849  
2023: 3.301  
2022: 3.566

Καθαρά κέρδη

2025: 6.645  
2024: 4.455  
2023: 2.524  
2022: 2.766

## ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΗ Η ΣΗΜΑΣΙΑ ΤΗΣ ΕΛΛΑΔΑΣ

Σύμφωνα με τον Managing Director της Campari Hella, Βασίλη Βελισκιώτη, "το 2025 ήταν μια χρονιά που απέδειξε στην πράξη τη δυναμική της ελληνικής αγοράς και τη στρατηγική σημασία της για τον όμιλο Campari. Η Ελλάδα δεν είναι για εμάς μια ακόμη αγορά - είναι ένας προορισμός εμπειριών, με καταναλωτές που αναζητούν ποιότητα, ταυτότητα και αυθεντικότητα - στοιχεία που βρίσκονται στον πυρήνα της φιλοσοφίας μας".

Πρόσθεσε δε ότι "παρά τις προκλήσεις στο κανάλι του on trade, καταφέραμε να ανα-

πτυχθούμε σταθερά και στα δύο κανάλια, αξιοποιώντας τις ανερχόμενες περιστάσεις κατανάλωσης και τη συνεχή άνοδο του τουρισμού. Η σημαντική αύξηση της κερδοφορίας μας επιβεβαιώνει ότι οι επενδύσεις της πρώτης χρονιάς απέδωσαν και ότι πλέον κινούμαστε με συνέπεια προς ένα πιο ώριμο μοντέλο ανάπτυξης".

## ΕΝΙΣΧΥΣΗ PORTFOLIO

Σε ό,τι αφορά το προϊοντικό της χαρτοφυλάκιο, η Campari Hellas συνέχισε να αναπτύσσει τα brands Aperol, Campari και Crodino, αξιοποιώντας, όπως αναφέρει, "την αυξανόμενη απήκηση της κουλτούρας του aperitivo στην Ελλάδα - μιας κουλτούρας που εκφράζει την τέχνη του να αφιερώνεις χρόνο σε ό,τι έχει αξία, να συναντάς ανθρώπους, να δημιουργείς μνήμες".

Παράλληλα, η tequila Espolon συνέχισε να παρουσιάζει υψηλή ζήτηση, ενισχύοντας περαιτέρω το μείγμα πωλήσεων και συμβάλλοντας στην αύξηση του κύκλου εργασιών.

## ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΚΑΙ ΣΤΑ ΔΥΟ ΚΑΝΑΛΙΑ

Η διοίκηση της Campari Hellas επιβεβαίωσε τις εκτιμήσεις παραγόντων του κλάδου ότι το 2025 χαρακτηρίστηκε από πίεση στο κανάλι της επιτόπιας κατανάλωσης (On Trade), ενώ η κατανάλωση στο σπίτι και σε χώρους εκτός εστίασης συνέχισε να ενισχύεται. Ωστόσο, παρά το ελαφρώς πτωτικό συνολικό περιβάλλον, η εταιρεία πέτυχε διψήφια ανάπτυξη και στα δύο κανάλια, αξιοποιώντας τις νέες περιστάσεις κατανάλωσης, τη σταθερή άνοδο του τουρισμού, και την αυξανόμενη ζήτηση για εμπειρίες υψηλής ποιότητας.

## ΕΠΕΝΔΥΣΗ ΣΤΗΝ BARTENDING ΚΟΙΝΟΤΗΤΑ

Τέλος, σύμφωνα με την εταιρεία, "το Campari Academy συνέχισε να αποτελεί στρατηγικό πυλώνα για την ελληνική αγορά, λειτουργώντας ως χώρος όπου η bartending κοινότητα εξελίσσει τη δημιουργικότητά της, καλλιεργεί δεξιότητες και αποκτά τα εργαλεία να διαμορφώνει τη σύγχρονη εμπειρία φιλοξενίας".

## ΕΝΤΟΣ ΕΛΛΑΔΑΣ ΤΟ 70% ΤΟΥ ΤΖΙΡΟΥ

Η εταιρεία πραγματοποιεί περίπου το 30% του τζίρου της μέσω πωλήσεων Ouzo σε άλλες θυγατρικές της Campari στο εξωτερικό,



*Βασίλης Βελισκιώτης, Managing Director, Campari Hellas*

ενώ πάνω από 70% προέρχεται από εγχώριες πωλήσεις σε λιανοπωλητές και χονδρέμπορους. Μακροπρόθεσμος στόχος είναι να επιταχύνει τις πωλήσεις στην Ελλάδα αξιοποιώντας τις οργανωτικές δυνάμεις της και βελτιώνοντας τα περιθώρια κέρδους.

Για πωλήσεις στο εξωτερικό, η εταιρεία συνεργάζεται αποκλειστικά με τις θυγατρικές της Campari. Το δίκτυο πωλήσεων γεωγραφικά καλύπτει τη Β. Αμερική (ΗΠΑ & Καναδά), την Αυστραλία, το Ηνωμένο Βασίλειο, χώρες της ΕΕ και το Ισραήλ.

Στην ελληνική αγορά, συνεργάζεται με εμπορικό αντιπρόσωπο για το Ouzo12, και όλους τους εμπόρους λιανικής και χονδρικής σύμφωνα με την εμπορική πολιτική της Campari για το υπόλοιπο χαρτοφυλάκιο των προϊόντων της. Η εταιρεία παράγει την Serkova για λογαριασμό της σηματούχου εταιρείας του εν λόγω προϊόντος, σύμφωνα με την αντίστοιχη σύμβαση παραγωγής και εμφιάλωσης.

## ΚΡΙΣΙΜΗ Η ΠΟΡΕΙΑ ΤΗΣ ΕΛΛΗΝΙΚΗΣ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑΣ

Για το 2026, πρωταρχικός στόχος της διοίκησης είναι η διατήρηση της θετικής τροχιάς των αποτελεσμάτων οδηγώντας την οργανική ανάπτυξη σε όλο το χαρτοφυλάκιο προϊόντων της, με στόχο την επίτευξη αυξημένων πωλήσεων σε βασικές αγορές. Προσθέτει ότι "κρίσιμος παράγοντας που θα επηρεάσει την απόδοση της εταιρείας θα είναι η κατάσταση της ελληνικής οικονομίας, η οποία επηρεάζει άμεσα τη ζήτηση της εγχώριας αγοράς".

*Μάκης Αποστόλου*  
[makis@notice.gr](mailto:makis@notice.gr)

Η



**NOTICE**

CONTENT & SERVICES

παρουσιάζει το  
**1ο Συνέδριο**

Αγροδιατροφικού τομέα στην Αθήνα



**AGRI FOOD  
FORWARD**

Cultivating Innovation, Harvesting Growth.

Με τη συμμετοχή εκπροσώπων του κλάδου  
Παρουσίαση ερευνών και τάσεων για το μέλλον  
Προτάσεις καινοτομίας και ψηφιοποίησης  
Πιστοποίηση και εξωστρέφεια  
Networking με στελέχη της αγοράς



**2 Απριλίου 2026**

Αμφιθέατρο Οργανισμού Κεντρικών  
Αγορών & Αλιείας (ΟΚΑΑ)

Κλείστε  
τώρα  
τη θέση  
σας ΕΔΩ

ΜΕ ΤΗΝ ΑΞΙΟΠΙΣΤΙΑ ΤΗΣ



**NOTICE**

CONTENT & SERVICES

POWERED BY

**TÜV**  
AUSTRIA

## • ΗΠΑ Η ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗ ΠΙΕΣΗ ΑΝΕΒΑΖΕΙ ΤΗΝ ΚΑΤΑΝΑΛΩΣΗ ΚΑΤΕΨΥΓΜΕΝΩΝ

Η έντονη αύξηση στην κατανάλωση κατεψυγμένων τροφίμων τα τελευταία χρόνια οφείλεται εν μέρει στις δύσκολες οικονομικές συνθήκες που αντιμετώπισαν πολλοί καταναλωτές, γεγονός που ενίσχυσε το ενδιαφέρον για πρακτικές εξοικονόμησης κόστους, όπως το μαγείρεμα στο σπίτι, ο προγραμματισμός γευμάτων και η μείωση της σπατάλης τροφίμων, σύμφωνα με την έκθεση Power of Frozen in Retail.

Η μελέτη βασίστηκε σε 1.560 συμμετέχοντες, όλοι εκ των οποίων καταναλώνουν κατεψυγμένα τρόφιμα αρκετές φορές τον χρόνο, και πραγματοποιήθηκε τον Οκτώβριο του 2025 από την 210 Analytics, με χρήση ανάλυσης πωλήσεων (sales overlay) που παρείχε η Circana.

Σχεδόν το 1/3 των ερωτηθέντων δήλωσε ότι σκοπεύει να αγοράσει περισσότερα κατεψυγμένα τρόφιμα μέσα στον επόμενο χρόνο. Περίπου το 40% των συμμετεχό-

νων ανέφερε ότι ενδιαφέρεται "πολύ" για κατεψυγμένα προϊόντα που παρασκευάζονται από πραγματικά συστατικά, με ελάχιστη επεξεργασία, υψηλή περιεκτικότητα σε πρωτεΐνη και χωρίς τεχνητά πρόσθετα. Το ποσοστό όσων θεωρούν ότι η ποιότητα των κατεψυγμένων τροφίμων είναι καλύτερη από εκείνη των φρέσκων αυξήθηκε κατά 3 ποσοστιαίες μονάδες, φθάνοντας το 15%. Αξιοσημείωτο είναι ότι τα super markets έχασαν μερίδιο στην κατηγορία των κατεψυγμένων, που κατευθύνθηκε σε club stores και mass retailers, οι οποίοι πλέον αντιπροσωπεύουν συλλογικά το ίδιο ποσοστό δαπανών για κατεψυγμένα τρόφιμα με τα παραδοσιακά παντοπωλεία.

### ΑΝΟΔΟΣ ΣΕ ΨΗΦΙΑΚΑ ΚΑΝΑΛΙΑ

Σχεδόν το 90% των online αγοραστών δήλωσε ότι παρήγγειλε κατεψυγμένα τρόφιμα μέσω ψηφιακών καναλιών τους τελευταίους

έξι μήνες, έναντι 86% το 2023 και 82% το 2020, με την κατ' οίκον παράδοση (delivery) να αυξάνει το μερίδιό της, ενώ η παραλαβή από το κατάστημα (pickup) υποχωρεί.

### ΜΕΣΑ ΕΝΙΣΧΥΣΗΣ ΤΩΝ ΠΩΛΗΣΕΩΝ

Η έκθεση συνιστά στους λιανεμπόρους να αξιοποιήσουν το αυξανόμενο ενδιαφέρον των καταναλωτών για κατεψυγμένα προϊόντα, δίνοντας έμφαση στη σήμανση, στη διάταξη των τμημάτων και στο θεματικό merchandising ως μέσα ενίσχυσης των πωλήσεων. Παράλληλα, προτείνεται η διασύνδεση κατεψυγμένων και φρέσκων τροφίμων, μέσω κοινής τοποθέτησης ή διπλής θερμοκρασίας στις προθήκες, καθώς και η χρήση οπτικών στοιχείων που ενισχύουν χαρακτηρισμούς όπως "φρεσκάδα ταχείας κατάψυξης" και "από το αγρόκτημα στην κατάψυξη".



• MY MARKET

## ΕΠΕΝΔΥΣΕΙΣ €16,75 ΕΚΑΤ. ΓΙΑ ΝΕΑ ΚΑΤΑΣΤΗΜΑΤΑ ΣΕ ΚΕΡΚΥΡΑ & ΛΟΥΤΡΑΚΙ - ΑΝΑΚΑΙΝΙΣΕΙΣ ΣΕ ΣΠΑΤΑ & ΜΑΝΔΡΑ

Σε επενδύσεις €16,75 εκατ. προχώρησε η My market για τη δημιουργία δύο νέων καταστημάτων και την ανακαίνιση δύο υφιστάμενων σημείων πώλησης, στο πλαίσιο της ανάπτυξης του δικτύου της, το οποίο αριθμεί περισσότερα από 290 καταστήματα σε όλη τη χώρα.

### ΑΝΑΜΕΝΟΝΤΑΙ 5 ΝΕΑ ΣΗΜΕΙΑ ΦΕΤΟΣ

Όπως δήλωσε ο Επιχειρησιακός Διευθυντής της METRO, Δημήτρης Κοντός, για το 2026 προβλέπεται η λειτουργία πέντε νέων καταστημάτων My market και η ανακαίνιση έξι ακόμη, εκ των οποίων τα δύο με επέκταση. Παράλληλα, συνεχίζεται η ανάπτυξη του δικτύου My market Local, με στόχο να φτάσει τα 100 καταστήματα έως το τέλος του 2026, με παρουσία σε μεγάλες πόλεις της περιφέρειας και σε νησιωτικές περιοχές με αυξημένη τουριστική δραστηριότητα.



#### INFO - ΚΑΤΑΣΤΗΜΑΤΑ

##### Κέρκυρα

Opening: Δεκέμβριος  
Χώρος πώλησης: 1.480 τ.μ.  
Βοηθητικός χώρος: 774 τ.μ.  
Συμβατικά ταμεία: 4  
Αυτόματα ταμεία: 5  
Parking: 28 θέσεις

##### Λουτράκι

Opening: Πρόσφατα  
Χώρος πώλησης: 1.340 τ.μ.  
Βοηθητικός χώρος: 1.745 τ.μ.  
Συμβατικά ταμεία: 5  
Αυτόματα ταμεία: 5  
Parking: 48

##### Μάνδρα (Ανακαινισμένο)

Χώροι πώλησης: 931 τ.μ.  
Βοηθητικοί χώροι: 1.013 τ.μ.  
Συμβατικά ταμεία: 4  
Αυτόματα ταμεία: 3

##### Σπάτα (Ανακαινισμένο)

Χώροι πώλησης: 1.468 τ.μ.  
Βοηθητικοί χώροι: 738 τ.μ.  
Συμβατικά ταμεία: 4  
Αυτόματα: 3

Στους χώρους στάθμευσης των συγκεκριμένων καταστημάτων έχουν εγκατασταθεί θέσεις φόρτισης ηλεκτρικών οχημάτων, καθώς και θέσεις στάθμευσης για άτομα με αναπηρία.

**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

• DEUTSCHE BANK

# Η ΕΥΡΩΖΩΝΗ ΣΕ ΝΕΑ ΔΟΚΙΜΑΣΙΑ: ΤΟ ΙΡΑΝΙΚΟ ΣΟΚ ΚΑΙ ΟΙ ΚΙΝΔΥΝΟΙ ΓΙΑ ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΚΑΙ ΠΛΗΘΩΡΙΣΜΟ

Η Ευρωζώνη έχει επιδείξει αξιοσημείωτη ανθεκτικότητα, υπερβαίνοντας συστηματικά τις προσδοκίες. Η ισχυρή αγορά εργασίας, η δημοσιονομική ώθηση από το Next Generation EU και τα οφέλη της προηγούμενης νομισματικής χαλάρωσης βοήθησαν στην απορρόφηση κραδασμών, όπως οι εμπορικές εντάσεις και οι πολιτικές αναταράξεις στην Γαλλία. Ωστόσο, η κλιμάκωση στην Μέση Ανατολή συνιστά νέα δοκιμασία, σύμφωνα με έκθεση που δημοσίευσε η Deutsche Bank.

## ΑΒΕΒΑΙΟΤΗΤΑ

Η γεωπολιτική αβεβαιότητα αυξάνεται αισθητά. Εάν η άνοδος διατηρηθεί για έναν χρόνο, εκτιμάται ότι θα μπορούσε να μειώσει την ανάπτυξη της Ευρωζώνης κατά 0,25 π.μ. Οι κίνδυνοι ενδέχεται να είναι μικρότεροι, καθώς η οικονομία εμφανίζεται λιγότερο ευαίσθητη σε πολιτικά σοκ και η εγχώρια ζήτηση παραμένει ανθεκτική.

Το σοκ θυμίζει το 2022, όταν η εισβολή της Ρωσίας στην Ουκρανία προκάλεσε εκτίναξη της αβεβαιότητας και φόβους ύφεσης, που τελικά αποφεύχθηκαν χάρη στη δημοσιονομική στήριξη. Σήμερα, όμως, τα δημοσιονομικά περιθώρια είναι πιο περιορισμένα και οι αυξημένες αμυντικές δαπάνες δεν λειτουργούν ως ισχυρό μαξιλάρι.

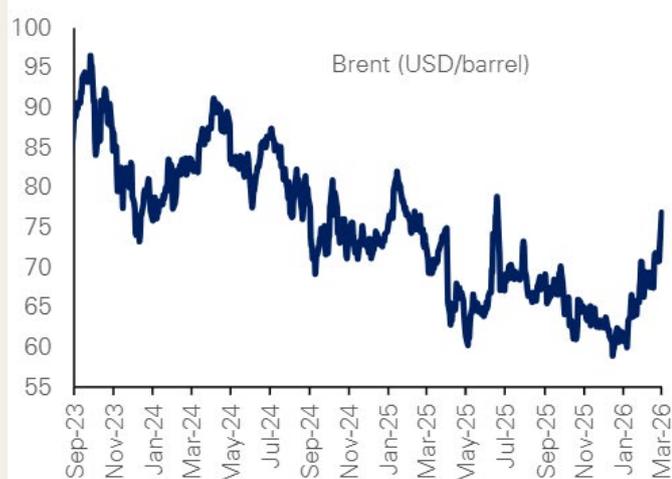


## ΤΙΜΕΣ ΕΝΕΡΓΕΙΑΣ ΚΑΙ ΠΛΗΘΩΡΙΣΜΟΣ

Το πετρέλαιο αυξήθηκε περίπου 10% κοντά στα \$80/βαρέλι και το φυσικό αέριο 40% στα €46/MWh. Οι εκτιμήσεις δείχνουν ότι ο

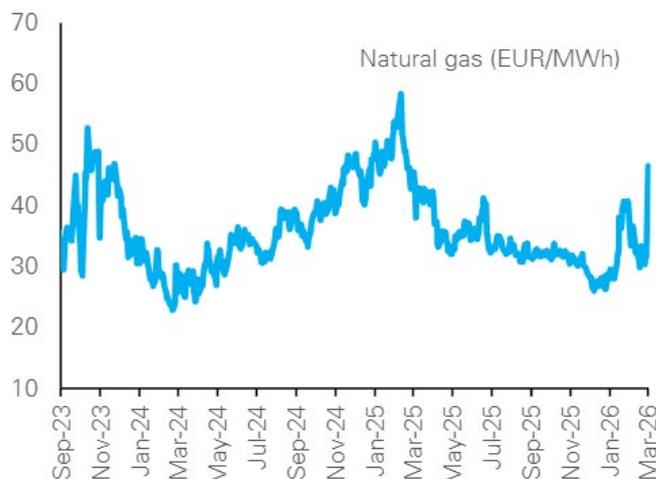
εναρμονισμένος δείκτης τιμών καταναλωτή (HICP) το 2026 θα ενισχυθεί κατά 0,2 π.μ., διατηρώντας τον πληθωρισμό άνω του 2%. Αν το σοκ διαρκέσει 12 μήνες, ο πληθωρισμός θα διαμορφωθεί περίπου στο 2,1% (+0,3 π.μ.).

Figure 6: Oil up by 10%...



Source : Deutsche Bank Research, Bloomberg Finance LP

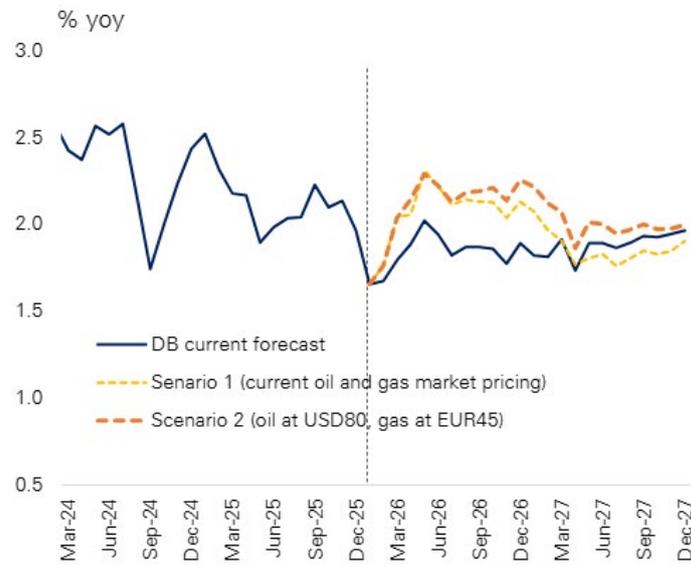
Figure 7: ...gas by almost 50%



Source : Deutsche Bank Research, Bloomberg Finance LP

Σε σύγκριση με το 2022, το σοκ είναι ηπιότερο: ακόμη και με διπλασιασμό τιμών ενέργειας, ο ενεργειακός πληθωρισμός εκτιμάται γύρω στο 18%, έναντι 37% τότε.

Figure 8: Surging energy prices could push headline inflation back above target



Source : Deutsche Bank Research, Eurostat, Haver Analytics

**EKT**

Καθοριστικός παράγοντας είναι η ακύρωση των προσδοκιών, που παρακολουθεί στενά η ΕΚΤ. Το 2022 οι προσδοκίες αυξήθηκαν έντονα, οδηγώντας σε σύσφιξη πολιτικής. Προς το παρόν παραμένουν σταθερές, αν και οι προσδοκίες των νοικοκυριών είναι πιο ευάλωτες σε αυξήσεις καυσίμων και τροφίμων. Η ΕΚΤ εστιάζει κυρίως στις μακροπρόθεσμες προσδοκί-

ες, που είναι κρίσιμες για τη σταθερότητα.

**SUPPLY CHAIN**

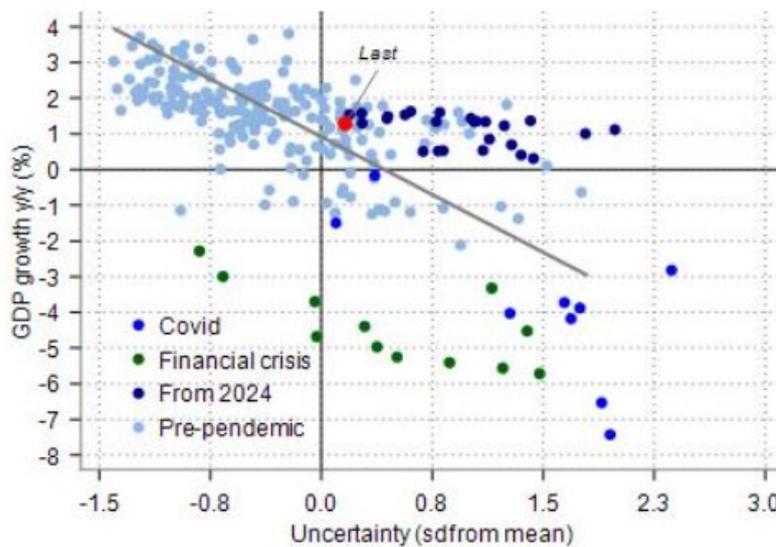
Ο κίνδυνος γενικευμένων διαταραχών φαίνεται περιορισμένος. Οι θαλάσσιες μεταφορές έχουν ήδη προσαρμοστεί, αποφεύγοντας σε μεγάλο βαθμό το Σουέζ, ενώ η Ευρώπη έχει διαφοροποιήσει τις ενεργειακές εισαγωγές της (π.χ. από Νορβηγία και ΗΠΑ), μειώνοντας την εξάρτηση από

τον Περσικό Κόλπο.

**ΠΡΟΣΘΕΤΕΣ ΠΡΟΚΛΗΣΕΙΣ**

Οι κίνδυνοι είναι μικρότεροι από το 2022, αλλά η Ευρωζώνη διαθέτει λιγότερα δημοσιονομικά περιθώρια και αντιμετωπίζει πρόσθετες προκλήσεις: ενεργειακή ανταγωνιστικότητα, εμπορική αβεβαιότητα από τις ΗΠΑ και πίεση στη βιομηχανία, ιδίως της Γερμανίας.

Figure 2: DB Economy Wide Policy Uncertainty and GDP growth



Source : Deutsche Bank, EC, Macrobond



• ΕΥΡΩΠΗ  
ΣΕ ΥΨΗΛΑ ΤΡΙΕΤΙΑΣ ΟΙ ΤΙΜΕΣ ΤΟΥ ΦΥΣΙΚΟΥ ΑΕΡΙΟΥ

Οι τιμές του φυσικού αερίου στην Ευρώπη διατηρήθηκαν κοντά στα υψηλότερα επίπεδα των τελευταίων τριών ετών, καθώς οι traders αξιολογούν το σχέδιο των ΗΠΑ για την προστασία της ναυσιπλοΐας δεξαμενόπλοιων στην Μέση Ανατολή, η οποία έχει κλονιστεί από τη διεύρυνση της σύγκρουσης.

Τα συμβόλαια μελλοντικής εκπλήρωσης αναφοράς κατέγραψαν σχετικά περιορισμένα κέρδη, έπειτα από άλμα 70% νωρίτερα μέσα στην εβδομάδα. Ο Donald Trump δήλωσε προχθές ότι οι ΗΠΑ θα ασφαλίζουν και θα συνοδεύουν πλοία που διέρχονται από τα Στενά του Ορμούζ "εφόσον χρειαστεί", αν και πολλές λεπτομέρειες του σχεδίου παραμένουν ασαφείς.

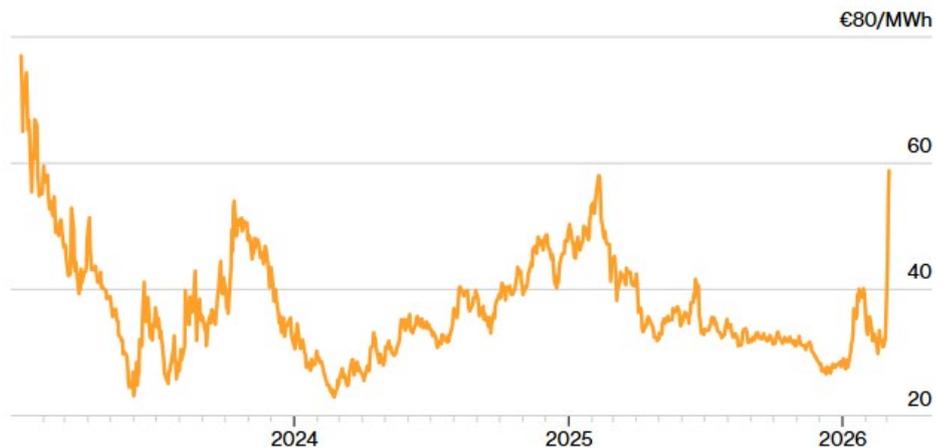
**LNG**

Η μεγαλύτερη μονάδα υγροποιημένου φυσικού αερίου (LNG) στον κόσμο, στο Κατάρ, παραμένει εκτός λειτουργίας, ενώ η αβεβαιότητα σχετικά με την επανεκκίνησή της ενισχύει τις ανησυχίες για στενότητα προσφοράς.

Παρότι οι ασιατικές χώρες απορροφούν το μεγαλύτερο μέρος του LNG που εξάγεται από την Μέση Ανατολή, μια παρατεταμένη διακοπή θα ενίσχυε τον ανταγωνισμό για εναλλακτικές προμήθειες, διατηρώντας τις τιμές σε υψηλά επίπεδα παγκοσμίως, συμπεριλαμβανομένης της Ευρώπης.

**European Gas Holds Near Three-Year High**

➤ Benchmark Dutch front-month gas futures



Source: ICE

**ΕΥΑΛΩΤΗ Η ΕΥΡΩΠΗ**

Προς το παρόν, η κρίση δεν έχει αποτυπωθεί στην Ευρώπη, καθώς απαιτείται περίπου ένας μήνας για να φτάσουν τα φορτία από το Κατάρ, ενώ τα πλοία που είχαν προγραμματιστεί για τον Μάρτιο έχουν ήδη αποπλεύσει. Ωστόσο, η Ευρώπη θεωρείται ιδιαίτερα ευάλωτη αυτό το καλοκαίρι, καθώς χρειάζεται να προμηθευτεί μεγάλες ποσότητες LNG για να αναπληρώσει τα αποθέματα φυσικού αερίου που έχουν μειωθεί. Οι traders παρακολουθούν επίσης το εν-

δεχόμενο εκτροπής δεξαμενόπλοιων από την Ευρώπη προς την Ασία ή την Αίγυπτο, η οποία έχασε τις προμήθειες φυσικού αερίου μέσω αγωγού από το Ισραήλ.

"Με τις ευρωπαϊκές αποθήκες ήδη αποδυναμωμένες και τα ασιατικά spreads να διευρύνονται, υπάρχει περιορισμένο περιθώριο απορρόφησης κραδασμών και κανένα σαφές χρονοδιάγραμμα κατάπαυσης του πυρός για να σταθεροποιηθούν οι προσδοκίες", δήλωσε ο Pallav Kant της Energy Aspects.

• **ΑΕΡΟΜΕΤΑΦΟΡΕΣ**

## **ΚΛΕΙΣΤΟΙ ΟΙ ΟΥΡΑΝΟΙ ΣΤΟΝ ΚΟΛΠΟ - ΕΓΚΛΩΒΙΣΜΕΝΟΙ ΤΑΞΙΔΙΩΤΕΣ ΚΑΙ ΑΛΜΑ ΣΤΙΣ ΤΙΜΕΣ ΑΕΡΟΠΟΡΙΚΩΝ ΚΑΥΣΙΜΩΝ**

Οι αεροπορικές εταιρείες και ο τουριστικός κλάδος προσπαθούν να διαχειριστούν τις επιπτώσεις από την κλιμάκωση των επιθέσεων ΗΠΑ και Ισραήλ κατά του Ιράν, ενώ κυβερνήσεις οργανώνουν επαναπατρισμούς ταξιδιωτών, μετά την ακύρωση άνω των 20.000 πτήσεων τις τελευταίες ημέρες. Κομβικά αεροπορικά κέντρα του Κόλπου, όπως το Dubai International Airport - το πιο πολυσύχναστο διεθνές αεροδρόμιο παγκοσμίως - λειτουργήσαν με αυστηρούς περιορισμούς για τέταρτη ημέρα, αφήνοντας χιλιάδες επιβάτες εγκλωβισμένους. Σύμφωνα με το Flightradar24, περίπου 21.300 πτήσεις ακυρώθηκαν σε επτά μεγάλα αεροδρόμια, μεταξύ αυτών σε Ντουμπάι, Ντόχα και Άμπου Ντάμπι.

### **ΖΗΜΙΕΣ ΔΙΣΕΚΑΤΟΜΜΥΡΙΩΝ**

Εγκλωβισμένοι ταξιδιώτες αναζητούν θέσεις σε περιορισμένες πτήσεις επαναπατρισμού. Οι Emirates, flydubai και Etihad Airways εκτελούν περιορισμένα δρομολόγια, κυρί-

ως για επιστροφή επιβατών. Ο Paul Charles της PC Agency χαρακτήρισε την κατάσταση ως τη μεγαλύτερη αναστολή λειτουργίας από την πανδημία, προειδοποιώντας για ζημιές δισεκατομμυρίων και στις αερομεταφορές φορτίου.

Τα Ηνωμένα Αραβικά Εμιράτα γνωστοποίησαν ότι δεκάδες πτήσεις πραγματοποιήθηκαν μέσω ειδικών διαδρομών, ενώ οι ΗΠΑ οργανώνουν στρατιωτικές και ναυλωμένες πτήσεις για την απομάκρυνση πολιτών τους. Η Delta Air Lines ανέστειλε τις πτήσεις Νέας Υόρκης-Τελ Αβίβ έως τις 22 Μαρτίου.

Η ζήτηση για εναλλακτικές διαδρομές αυξήθηκε απότομα, με άνοδο κρατήσεων και τιμών σε γραμμές όπως Χονγκ Κονγκ-Λονδίνο. Εάν η κρίση παραταθεί, οι απώλειες για τον τουρισμό στην Μέση Ανατολή ενδέχεται να ανέλθουν σε δισεκατομμύρια.

### **ΠΙΕΣΗ ΣΤΙΣ ΜΕΤΟΧΕΣ**

Οι τιμές αεροπορικών καυσίμων αυξήθηκαν σημαντικά, καθώς το πετρέλαιο έχει

ενισχυθεί περίπου 30% από τις αρχές του έτους, συμπιέζοντας τα περιθώρια κέρδους. Η Delta έχει επισημάνει ότι αύξηση ενός σεντ ανά γαλόνι προσθέτει περίπου \$40 εκατ. στο ετήσιο κόστος καυσίμων, ενώ άνοδος 10% θα επιβάρυνε τον λογαριασμό του 2026 κατά \$1 δισ.

Οι μετοχές αεροπορικών εταιρειών υποχώρησαν διεθνώς. Στις ΗΠΑ πείστηκαν οι Southwest Airlines και Alaska Airlines, ενώ στην Ευρώπη μεγάλες απώλειες κατέγραψαν οι Wizz Air, International Airlines Group (μητρική της British Airways), Lufthansa και Air France-KLM.

Ο CEO της Ryanair, Michael O'Leary, δήλωσε ότι η εταιρεία έχει αντισταθμίσει τις ανάγκες καυσίμων για τους επόμενους 12 μήνες, περίπου στα \$67/βαρέλι. Η Qantas Airways έκανε λόγο για ικανοποιητική αντιστάθμιση. Στην Ασία, οι μετοχές της Japan Airlines και της Korean Air κατέγραψαν ισχυρές απώλειες, ενώ πιέσεις δέχθηκαν και οι Air China και China Southern Airlines.



• ΑΓΟΡΕΣ

# ΓΕΩΠΟΛΙΤΙΚΗ ΕΝΤΑΣΗ ΚΑΙ ΠΛΗΘΩΡΙΣΜΟΣ ΔΟΚΙΜΑΖΟΥΝ ΤΙΣ ΠΑΓΚΟΣΜΙΕΣ ΚΕΝΤΡΙΚΕΣ ΤΡΑΠΕΖΕΣ

Η διεύρυνση της σύγκρουσης στην Μέση Ανατολή συνιστά νέα δοκιμασία για τις κεντρικές τράπεζες, καθώς οι φόβοι για πετρελαϊκό σοκ και αναζωπύρωση του πληθωρισμού περιπλέκουν τις αποφάσεις τους για τα επιτόκια και τη στήριξη της ανάπτυξης.

Το Brent ενισχύθηκε στα \$82,76 το βαρέλι, κοντά σε υψηλό που είχε να παρατηρηθεί από τον Ιανουάριο του 2025. Η άνοδος της ενέργειας μετακυλιέται στις τιμές καταναλωτή, ιδίως σε οικονομίες που εξαρτώνται από εισαγωγές, αναγκάζοντας τις νομισματικές αρχές να επανεξετάσουν την πορεία χαλάρωσης.

## ΟΙ ΕΚΤΙΜΗΣΕΙΣ ΓΙΑ ΤΑ ΕΠΙΤΟΚΙΑ

Οικονομολόγοι της Nomura εκτιμούν ότι η σύγκρουση ενισχύει το επιχείρημα υπέρ της διατήρησης των επιτοκίων. Οι κεντρικές τράπεζες καλούνται να ισορροπήσουν μεταξύ πληθωριστικών κινδύνων και επιβράδυνσης της ανάπτυξης.

Η ΕΚΤ αντιμετωπίζει δίλημμα, σύμφωνα με την ING, καθώς ένα νέο ενεργειακό σοκ

θα μπορούσε να αναζωπυρώσει τον επίμονο πληθωρισμό, τη στιγμή που η ανάπτυξη πιέζεται και από υψηλότερους αμερικανικούς δασμούς. Η Ευρώπη εισάγει σχεδόν όλο το πετρέλαιο και μεγάλο μέρος του LNG που καταναλώνει, αυξάνοντας τον κίνδυνο διπλού ενεργειακού και εμπορικού σοκ. Ο Pierre Wunsch της ΕΚΤ τόνισε ότι δεν θα υπάρξει βιαστική αντίδραση σε βραχυπρόθεσμες διακυμάνσεις.

Στις ΗΠΑ, η πρώην Υπουργός Οικονομικών, Janet Yellen, προειδοποίησε ότι η σύγκρουση μπορεί να πλήξει την ανάπτυξη και να ενισχύσει τον πληθωρισμό, περιορίζοντας τα περιθώρια της Federal Reserve για μειώσεις επιτοκίων. Με τον πληθωρισμό στο 2,4%, πάνω από τον στόχο του 2%, και με τους δασμούς του Donald Trump να ενέχουν πρόσθετους κινδύνους, οι επιλογές στενεύουν. Η Bank of America προειδοποιεί ότι παρατεταμένη διακοπή στη διέλευση από τα Στενά του Ορμούζ θα μπορούσε να ωθήσει το Brent πάνω από τα \$100 και τις ευρωπαϊκές τιμές φυσικού αερίου άνω των €60/MWh.

## Η ΑΣΙΑ ΣΕ... ΔΙΝΗ

Οι ασιατικές οικονομίες είναι ιδιαίτερα εκτεθειμένες, καθώς μεγάλο μέρος του πετρελαίου που διέρχεται από τα Στενά κατευθύνεται προς Κίνα, Ινδία, Ιαπωνία και Νότια Κορέα. Η Goldman Sachs εκτιμά ότι εξάμηνη διακοπή και άνοδος της τιμής στα \$85 δολάρια θα αύξανε τον περιφερειακό πληθωρισμό κατά 0,7 ποσοστιαίες μονάδες, με Φιλιππίνες και Ταϊλάνδη πιο ευάλωτες.

Η BMI υπολογίζει επιβάρυνση 7–27 μονάδων βάσης στον ασιατικό πληθωρισμό. Κεντρικές τράπεζες όπως η Bank Indonesia και η Monetary Authority of Singapore δηλώνουν ότι παρακολουθούν στενά τις εξελίξεις. Παράλληλα, οι κυβερνήσεις ενδέχεται να επιστρατεύσουν επιδοτήσεις και φορολογικές μειώσεις για να περιορίσουν το κόστος στους καταναλωτές. Ωστόσο, όπως επισημαίνει η Nomura, η επιλογή μεταξύ υψηλότερου πληθωρισμού και μεγαλύτερης δημοσιονομικής επιβάρυνσης συνιστά ένα δύσκολο δίλημμα σε ένα ιδιαίτερα αβέβαιο περιβάλλον.

## ICE Brent Crude (May '26)

\*Data is delayed | Exchange | USD

83.89 ▲ +2.49 (+3.06%)

Last | 10:43 AM BST

WATCHLIST +

QUOTE DETAILS

1D 5D 1M 3M 6M YTD 1Y 5Y ALL + Comparison ⚙



## • SUPER MARKETS (ΙΕΛΚΑ) ΠΟΙΕΣ ΚΑΤΗΓΟΡΙΕΣ ΟΔΗΓΗΣΑΝ ΤΟΝ ΠΛΗΘΩΡΙΣΜΟ ΣΤΟ 1,38% ΤΟΝ ΦΕΒΡΟΥΑΡΙΟ

Στο 1,38% διαμορφώθηκε ο πληθωρισμός στις αλυσίδες super market τον Φεβρουάριο του 2026, σύμφωνα με τη μηνιαία έρευνα του Ινστιτούτου Έρευνας Λιανεμπορίου Καταναλωτικών Αγαθών (ΙΕΛΚΑ).

### ΟΙ ΜΕΓΑΛΥΤΕΡΕΣ ΑΥΞΗΣΕΙΣ

Οι μεγαλύτερες ετήσιες αυξήσεις τον Φεβρουάριο καταγράφηκαν στις ακόλουθες κατηγορίες:

- Φρέσκα κρέατα: +8,88%
- Φρέσκα φρούτα και λαχανικά: +7,89%
- Αλλαντικά: +5,79%
- Μπισκότα, σοκολάτες, ζαχαρώδη: +5,51%
- Ζύμες νωπές & κατεψυγμένες: +3,66%

### ΠΟΥ ΑΠΟΔΙΔΟΝΤΑΙ ΟΙ ΑΝΑΤΙΜΗΣΕΙΣ

Σύμφωνα με το ΙΕΛΚΑ, τόσο στο κρέας, όσο και στη σοκολάτα οι αυξήσεις παρουσιάζουν σημαντική αποκλιμάκωση σε χαμηλότερα ποσοστά σε σχέση με τους προηγούμενους μήνες.

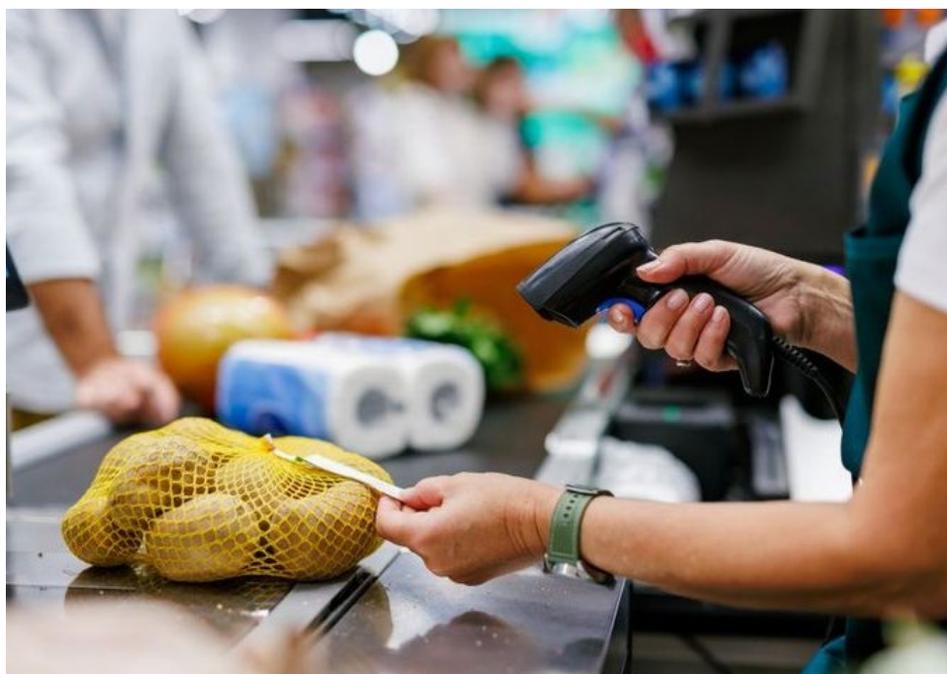
Σε σχέση με τις αυξήσεις στα φρέσκα κρέατα πρόκειται για εξέλιξη η οποία οφείλεται πρώτον στις αυξήσεις των διεθνών τιμών στα εισαγόμενα είδη - και ειδικά στο μοσχάρι λόγω της μείωσης του ζωικού κεφαλαίου (σημειώνεται ότι η πλειοψηφία του μοσχαριού και χοιρινού που καταναλώνεται στην Ελλάδα είναι εισαγωγής) - και δεύτερον στις ασθένειες ζώων που έπληξαν πολλές περιοχές εκτροφής στην Ελλάδα και ειδικά τα αμνοερίφια. Τέλος, οι αυξήσεις στα φρέσκα φρούτα και λαχανικά αποδίδονται κυρίως στις καιρικές συνθήκες του πρώτου διμήνου, με τις αυξημένες βροχοπτώσεις και τα πλημμυρικά φαινόμενα να επηρεάζουν τα προϊόντα.

### ΟΙ ΜΕΓΑΛΥΤΕΡΕΣ ΜΕΙΩΣΕΙΣ

Από την άλλη πλευρά, οι μεγαλύτερες μειώσεις τιμών καταγράφηκαν στις εξής κατηγορίες:

- Απορρυπαντικά και είδη καθαρισμού: -6,29%
- Τροφές και είδη για κατοικίδια: -5,39%
- Είδη μιας χρήσης, οικιακά και είδη για πάρτυ: -3,02%
- Χαρτικά, καλλυντικά και είδη προσωπικής φροντίδας: -2,79%

ΠΕΡΙΓΡΑΦΗ	ΜΕΤΑΒΟΛΗ
ΑΠΟΡΡΥΠΑΝΤΙΚΑ & ΕΙΔΗ ΚΑΘΑΡΙΣΜΟΥ	-6.29%
ΤΡΟΦΕΣ & ΕΙΔΗ ΓΙΑ ΚΑΤΟΙΚΙΔΙΑ	-5.39%
ΕΙΔΗ ΜΙΑΣ ΧΡΗΣΗΣ, ΟΙΚΙΑΚΑ & ΕΙΔΗ ΠΑΡΤΥ	-3.02%
ΧΑΡΤΙΚΑ, ΚΑΛΛΥΝΤΙΚΑ & ΕΙΔΗ ΠΡΟΣΩΠΙΚΗΣ ΥΓΙΕΙΝΗΣ	-2.79%
ΤΡΟΦΙΜΑ ΠΑΝΤΟΠΩΛΕΙΟΥ	-2.53%
ΑΛΚΟΟΛΟΎΧΑ ΠΟΤΑ	-2.36%
ΟΡΕΚΤΙΚΑ, ΑΛΙΠΑΣΤΑ ΚΑΙ ΑΛΛΑ ΣΕΡΒΙΡΙΖΟΜΕΝΑ ΕΙΔΗ	-1.13%
ΑΥΓΑ, ΒΟΥΤΥΡΑ & ΖΩΜΟΙ	-0.89%
ΤΥΡΟΚΟΜΙΚΑ	-0.02%
ΦΡΕΣΚΑ ΨΑΡΙΑ & ΘΑΛΑΣΣΙΝΑ	1.50%
ΚΑΤΕΨΥΓΜΕΝΑ	1.52%
ΕΙΔΗ ΑΡΤΟΠΩΛΕΙΟΥ & ΖΑΧΑΡΟΠΛΑΣΤΕΙΟΥ	1.62%
ΝΕΡΑ, ΑΝΑΨΥΚΤΙΚΑ & ΧΥΜΟΙ	1.91%
ΕΤΟΙΜΑ ΓΕΥΜΑΤΑ	2.10%
ΓΑΛΑΚΤΟΚΟΜΙΚΑ & ΧΥΜΟΙ ΨΥΓΕΙΟΥ	2.36%
ΒΡΕΦΙΚΕΣ & ΠΑΙΔΙΚΕΣ ΤΡΟΦΕΣ	2.86%
ΕΙΔΗ ΠΡΩΙΝΟΥ & ΡΟΦΗΜΑΤΑ	2.90%
ΞΗΡΟΙ ΚΑΡΠΟΙ & ΣΝΑΚ	3.26%
ΖΥΜΕΣ ΝΩΠΕΣ & ΚΑΤΕΨΥΓΜΕΝΕΣ	3.66%
ΜΠΙΣΚΟΤΑ, ΣΟΚΟΛΑΤΕΣ & ΖΑΧΑΡΩΔΗ	5.51%
ΑΛΛΑΝΤΙΚΑ	5.79%
ΦΡΕΣΚΑ ΦΡΟΥΤΑ & ΛΑΧΑΝΙΚΑ	7.89%
ΦΡΕΣΚΑ ΚΡΕΑΤΑ	8.88%



• Τρόφιμα παντοπωλείου: -2,53%  
Σύμφωνα με το ΙΕΛΚΑ, οι μειώσεις που καταγράφονται είναι αποτέλεσμα τόσο της ολοκλήρωσης της αγοράς όσο και της μείωσης στις τιμές παραγωγού σε ορισμένα προϊόντα. Οι μεγαλύτερες μειώσεις καταγράφονται στα

απορρυπαντικά και είδη καθαρισμού και στα τρόφιμα παντοπωλείου (στις κατηγορίες ξηρού τρόφιμου).

Μάκης Αποστόλου  
[makis@notice.gr](mailto:makis@notice.gr)

• **COFFEE ISLAND**  
**ΙΚΑΝΟΠΟΙΗΣΗ ΓΙΑ ΤΗΝ ΠΟΡΕΙΑ ΤΟΥ**  
**ΔΙΜΗΝΟΥ - ΤΑ ΣΧΕΔΙΑ ΕΚΤΟΣ ΕΛΛΑΔΟΣ**

Σε ικανοποιητικά επίπεδα κινήθηκε το α' δίμηνο για την Coffee Island, με την εταιρεία να εμφανίζει καλύτερη πορεία από αυτή που καταγράφεται συνολικά στην αγορά.

**ΕΝΙΣΧΥΣΗ ΤΗΣ ΚΑΤ' ΟΙΚΟΝ**  
**ΚΑΤΑΝΑΛΩΣΗΣ**

Η ενίσχυση της κατανάλωσης καφέ στο σπίτι αποτελεί έναν από τους βασικούς άξονες ανάπτυξης, καθώς η εταιρεία επιχειρεί να αξιοποιήσει τις αλλαγές που καταγράφονται στις καταναλωτικές συνήθειες τα τελευταία χρόνια. Στο πλαίσιο αυτό δίνεται έμφαση σε προϊόντα και λύσεις που επιτρέπουν στον καταναλωτή να αναπαράγει στο σπίτι την εμπειρία του καφέ που μέχρι πρότινος συνδεόταν κυρίως με την κατανάλωση εκτός.

Η στρατηγική αυτή συνδέεται άμεσα με την παρουσία της εταιρείας στα ράφια των s/m, η οποία ξεκίνησε πριν από περίπου δύο χρόνια. Η τοποθέτηση των προϊόντων στη συγκεκριμένη αγορά έχει οδηγήσει σε σημαντική άνοδο πωλήσεων, ενώ, η διείσδυση στο οργανωμένο λιανεμπόριο φαίνεται να λειτουργεί ενισχυτικά και για το παραδοσιακό δίκτυο καφεκοπείων της αλυσίδας, καθώς οι πωλήσεις των σχετικών προϊόντων στο δίκτυο καταστημάτων έχουν αυξηθεί κατά περίπου 20%.

Παρά το γεγονός ότι στα s/m δεν έχει ακόμη τοποθετηθεί ολόκληρη η προϊοντική γκάμα της Coffee Island και ο ανταγωνισμός είναι έντονος, η διοίκηση εκτιμά ότι η παρουσία αυτή λειτουργεί συμπληρωματικά για την αναγνωρισιμότητα του brand και τη συνολική εμπορική του δυναμική, όπως πληροφορείται το Fnb Daily.

**ΠΡΩΤΗ ΘΕΣΗ ΓΙΑ ΤΟΝ FREDDO**  
**ESPRESSO**

Σε ό,τι αφορά τα προϊόντα με τη μεγαλύτερη ζήτηση στο δίκτυο, την πρώτη θέση καταλαμβάνει ο freddo espresso, κατηγορία που παραμένει σταθερά η πιο δημοφιλής επιλογή για τον Έλληνα καταναλωτή. Ακολουθούν τα διάφορα είδη cappuccino, ενώ από τα προϊόντα καφεκοπείου ιδιαίτερα υψηλή ζήτηση παρουσιάζει ο φίλτρο (γαλλικός καφές).

Η Coffee Island επεξεργάζεται ετησίως περίπου 2.500 τόνους καφέ, με εκτιμήσεις ότι το επόμενο διάστημα ο όγκος αυτός μπορεί να αυξηθεί περαιτέρω. Παράλληλα, παρατηρείται αυξανόμενο ενδιαφέρον για ροφήματα που καταναλώνονται κυρίως τις απογευμα-



Κωνσταντίνος Κωνσταντινόπουλος, Επικεφαλής, Coffee Island

τινές ώρες, όπως μίγματα καφέ και τσαγιού ή άλλα συναφή προϊόντα.

**ΕΞΩΣΤΡΕΦΕΙΑ**

Η εξωστρέφεια αποτελεί τον τέταρτο βασικό άξονα της στρατηγικής της εταιρείας. Σημαντική ανάπτυξη καταγράφεται στην Αίγυπτο, όπου λειτουργεί flagship κατάστημα κοντά στις Πυραμίδες.

Παράλληλα, ιδιαίτερα δυναμική πορεία παρουσιάζει η παρουσία της εταιρείας στην Ινδία, μια αγορά με ισχυρή κουλτούρα κατανάλωσης καφέ, ενώ σημαντική είναι και η δραστηριότητα στην Ευρώπη. Η Βουλγαρία βρίσκεται στην πρώτη γραμμή της περιφερειακής ανάπτυξης, ενώ νέα βήματα σχεδιάζονται και σε άλλες ευρωπαϊκές αγορές. Στο Παρίσι εξετάζονται νέα δεδομένα για την ανάπτυξη του δικτύου, ενώ ιδιαίτερη σημασία αποδίδεται και στο δεύτερο κατάστημα στο Τορόντο. Παράλληλα, εξετάζεται η ενίσχυση παρουσίας στην Κωνσταντινούπολη.

**ΑΝΑΝΕΩΣΗ ΚΑΤΑΣΤΗΜΑΤΩΝ**

Παρά την ανάπτυξη στις ξένες αγορές, η Ελλάδα παραμένει το βασικό πεδίο δραστηριοποίησης για την Coffee Island. Στο πλαίσιο αυτό υλοποιούνται κινήσεις ανανέωσης του δικτύου καταστημάτων, με στόχο τη δημιουργία μιας πιο σύγχρονης και φιλικής προς τον καταναλωτή εμπειρίας.

Χαρακτηριστικό παράδειγμα αποτελεί το νέο κατάστημα στην Ιερά Οδό, στο Μεταξουργείο, το οποίο ενσωματώνει τη νέα φιλοσοφία σχεδιασμού της εταιρείας.

Στέλλα Αυγουστάκη  
[stella@notice.gr](mailto:stella@notice.gr)

**BNB**  
**DAILY**

BUSINESS IN BRIEF

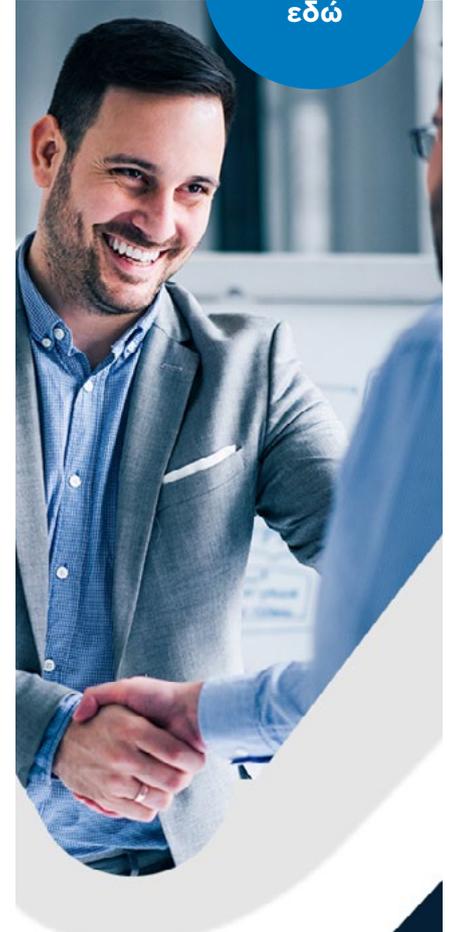
**ΚΑΘΕ ΠΡΩΙ**  
**ΣΤΟ EMAIL ΣΑΣ!**

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

ΜΑΖΙ ΜΕ ΤΟ BNB DAILY:

**BnBeauty**

Γίνε  
συνδρομητής  
εδώ



**• TAXINI (CIRCANA)**

# ΗΠΙΑ ΑΥΞΗΣΗ ΣΕ ΟΓΚΟ ΚΑΙ ΑΞΙΑ ΤΟ 2025 - ΕΝΙΣΧΥΕΤΑΙ Η ΠΑΡΟΥΣΙΑ ΤΟΥ PL ΣΤΟ ΡΑΦΙ

Σημάδια ήπιας αύξησης, τόσο σε αξία, όσο και σε όγκο, εμφάνισε η κατανάλωση ταχινιού στα ελληνικά super markets το 2025 έπειτα από τη μικρή κάμψη που καταγράφηκε το 2024.

Ειδικότερα, με βάση τα στοιχεία της Circana που έχει στη διάθεσή του το FNB Daily, η αγορά ταχινιού το 2025 κατέγραψε ήπια αναπτυξιακή τάση, με μικρή ανάκαμψη της κατανάλωσης και σταθεροποίηση της αξίας πωλήσεων.

Παράλληλα, συνεχίζεται η ενίσχυση των προϊόντων ιδιωτικής ετικέτας, τα οποία κερδίζουν σταθερά μερίδιο τόσο σε αξία όσο και σε όγκο, αντανακλώντας την αυξημένη ευαισθησία των καταναλωτών ως προς την τιμή και τη γενικότερη τάση εξορθολογισμού των δαπανών στο καλάθι των νοικοκυριών.

**ΣΤΟ 2,1% Η ΑΝΑΠΤΥΞΗ**

Ειδικότερα, σε επίπεδο αξίας πωλήσεων, η κατηγορία διαμορφώθηκε το 2025 στα €23,75 εκατ., σημειώνοντας αύξηση 2,1% σε σχέση με το αμέσως προηγούμενο έτος.

Η εξέλιξη αυτή αντιστρέφει τη μείωση που είχε καταγραφεί το 2024 (€23,25 εκατ.), επαναφέροντας την αγορά κοντά στα επίπεδα του 2023. Η πορεία της κατηγορίας τα τελευταία χρόνια χαρακτηρίζεται από σχετική σταθερότητα, με περιορισμένες διακυμάνσεις γύρω από τα €23 - €24 εκατ.

Παρόμοια εικόνα καταγράφεται και σε επί-



πεδο όγκου πωλήσεων. Η συνολική κατανάλωση ταχινιού διαμορφώθηκε το 2025 σε 2,61 εκατ. μονάδες, αυξημένη κατά 1,8% σε σχέση με το 2024, όταν είχε υποχωρή-

σει στα 2,56 εκατ. Η εξέλιξη αυτή υποδηλώνει συγκρατημένη αλλά υπαρκτή ενίσχυση της ζήτησης μέσα στο οργανωμένο λιανεμπόριο.

Total Greece S.Markets

Taxini	YEAR 2022	YEAR 2023	YEAR 2024	YEAR 2025	vs LY
Value Sales	23.623.547	23.925.456	23.252.138	23.747.328	2,1%
Volume Sales	2.720.555	2.665.226	2.561.060	2.606.212	1,8%

**Η ΙΔΙΩΤΙΚΗ ΕΤΙΚΕΤΑ**

Σε ό,τι αφορά το ταχίνι ιδιωτικής ετικέτας, φαίνεται ότι ενισχύεται η θέση του στο ράφι αν και η βάση πωλήσεων παραμένει μικρότερη σε σχέση με την επώνυμη κατηγορία. Οι πωλήσεις ανήλθαν το 2025 σε €10,9 εκατ., καταγράφοντας αύξηση 7,4% σε ετήσια βάση. Ως αποτέλεσμα, το μερίδιό του στην αξία της

κατηγορίας προσεγγίζει πλέον το 46%, ενισχυμένο σε σχέση με περίπου 44% το 2024.

Όπως αναφέρουν πηγές της αγοράς ταχινιού στην Ελλάδα, η τάση αυτή αντανακλά τη διαρκή στροφή των καταναλωτών προς οικονομικότερες επιλογές.

Εξετάζοντας τον όγκο πωλήσεων στο ταχίνι ιδιωτικής ετικέτας, καταγράφεται και εδώ δυναμική. Ο όγκος πωλήσεων ανήλθε σε

1,55 εκατ. μονάδες, αυξημένος κατά 5% σε ετήσια βάση. Ως αποτέλεσμα, το μερίδιό του στον συνολικό όγκο της κατηγορίας φθάνει περίπου το 60%, έναντι περίπου 58% το 2024, επιβεβαιώνοντας ότι αποτελεί πλέον την κυρίαρχη επιλογή σε επίπεδο τεμαχίων.

Στέλλα Αυγουστάκη  
[stella@notice.gr](mailto:stella@notice.gr)

Total Greece S.Markets

Taxini PL	YEAR 2022	YEAR 2023	YEAR 2024	YEAR 2025	vs LY
Value Sales	9.046.302	9.772.977	10.155.604	10.903.619	7,4%
Volume Sales	1.433.865	1.443.259	1.477.018	1.551.562	5,0%

• ΕΒΔΟΜΑΔΑ ΓΑΛΛΙΚΗΣ ΓΑΣΤΡΟΝΟΜΙΑΣ  
**ΤΑ ΤΕΣΣΕΡΑ ΕΛΛΗΝΙΚΑ ΠΡΟΪΟΝΤΑ ΠΟΥ ΓΟΗΤΕΥΣΑΝ  
ΤΟΥΣ ΓΑΛΛΟΥΣ CHEF**

Τα ιδιαίτερα χαρακτηριστικά της γαλλικής γαστρονομικής παράδοσης αλλά και τα σημεία συνάντησής της με την ελληνική βρίσκονται στο επίκεντρο της Εβδομάδας Γαλλικής Γαστρονομίας "Merci Chef!" που διοργανώνουν από 1 έως 6 Μαρτίου η Γαλλική Πρεσβεία και το Γαλλικό Ινστιτούτο.

Πρόκειται για μια διοργάνωση που, σύμφωνα με την πρέσβειρα, Laurence Auer, αναδεικνύει τη στενή σχέση των δύο χωρών στον πολιτισμό, στην γεύση και στην ευζωία ενώ ειδικά φέτος χαρακτηρίζεται από την ισόρροπη παρουσία μεταξύ ανδρών και γυναικών chef, μεταξύ αυτών δημιουργοί με αστέρια Michelin αλλά και κορυφαίοι τεχνίτες που φέρουν τον τίτλο Meilleur Ouvrier de France. Με δύο από αυτούς τους chef είχε την ευκαιρία να συνομιλήσει το Fnb Daily.

**"ΔΥΟ ΚΟΥΖΙΝΕΣ ΜΕ ΕΠΙΚΕΝΤΡΟ ΤΗ ΓΕΝΝΑΙΟΔΩΡΙΑ"**

Ενθουσιασμένη με το ελαιόλαδο αλλά και τα φιστίκια Αιγίνης δήλωσε η Fanny Herpin, chef με προϋπηρεσία σε σπουδαίες γαλλικές κουζίνες, όπως το παριζιάνικο μπιστρό Chez Allard και το εστιατόριο Le Camondo και για πολλά χρόνια μέλος της ομάδας του Alain Ducasse.

"Πάντοτε χρησιμοποιούσα ελαιόλαδο στην κουζίνα μου το οποίο βέβαια ήταν γαλλικής κυρίως προέλευσης. Αυτό όμως που είχα την ευκαιρία να δοκιμάσω εδώ ήταν... κάτι διαφορετικό το οποίο θέλω να πάρω μαζί μου για να το χρησιμοποιήσω στα πιάτα μου", τόνισε η κα Herpin μιλώντας στο Fnb Daily. Κι αν με το ελαιόλαδο υπήρχε ήδη μια επαφή κι εξοικείωση, η έκπληξή της ήταν πολύ μεγαλύτερη με τα φιστίκια Αιγίνης. "Πραγματικά εξαιρετικά", σημείωσε με έμφαση, προ-

σθέτοντας ότι δεν γνώριζε το συγκεκριμένο προϊόν αλλά πλέον είναι ένα ακόμα που θέλει να πάρει μαζί της επιστρέφοντας στην Γαλλία.



Fanny Herpin

Αντώντας έμπνευση από την Μεσογειακή Κουζίνα, η κα Herpin βλέπει αρκετά κοινά σημεία μεταξύ του ελληνικού και του γαλλικού γαστρονομικού πολιτισμού. Σε επίπεδο υλικών, "το ελαιόλαδο και το ποιοτικό τυρί είναι υλικά που βρίσκονται ψηλά στις κουζίνες και των δύο χωρών", επισημαίνει, προσθέτοντας και το ψάρι που η ίδια αγαπάει πολύ. Πέραν αυτών όμως υπάρχει, σύμφωνα με την ίδια, κι ένας άλλος συνδετικός ιστός: "Είναι η γενναιοδωρία που βρίσκεται στο επίκεντρο και γύρω από την οποία περιστρέφονται και οι δύο γαστρονομικές παραδόσεις". Πρωτοβουλίες όπως η Εβδομάδα Γαλλικής Γαστρονομίας είναι, σύμφωνα με την ίδια, μια πολύ καλή ευκαιρία για να πάει αυτή η σχέση ένα ή και περισσότερα βήματα παραπέρα σε επίπεδο ανταλλαγής ιδεών ή και συνεργασιών. "Στα λίγα 24ωρα που βρίσκομαι στην Αθήνα, πρόλαβα να γνωρίσω λίγα

πράγματα για την ελληνική κουζίνα. Ανυπομονώ όμως να μάθω περισσότερα", σημειώνει, συμπληρώνοντας ότι, σε συνέχεια του four-hands dinner με γαλλικά πιάτα από ελληνικές πρώτες ύλες που ετοίμασε με τον Μανώλη Παπουτσάκη στο Pharaoh, περιμένει τον Έλληνα σεφ στο Παρίσι για να μαγειρέψει με την ομάδα της.

**"Η ΑΠΛΟΤΗΤΑ ΕΙΝΑΙ Η ΝΕΑ ΤΑΣΗ"**

Το ελαιόλαδο και το φιστίκι Αιγίνης είναι δύο υλικά στα οποία στάθηκε και ο καλύτερος τεχνίτης της Γαλλίας στη ζαχαροπλαστική, βραβευμένος με MOF Patissier, Arnaud Larher, προσθέτοντας επίσης τη μαστίχα Χίου και το μέλι. Μάλιστα, όπως ανέφερε στο Fnb Daily, τα χρησιμοποιεί ήδη στις δημιουργίες του.

"Στην Ελλάδα παρατηρούμε ότι υπάρχει μια τάση για περισσότερη ζάχαρη και περισσότερα υλικά την ώρα που η γαλλική ζαχαροπλαστική συγκριτικά τείνει προς πιο ελαφριές γεύσεις. Γι' αυτό άλλωστε μου λέγανε ότι στους Έλληνες δεν θα αρέσουν τα γλυκά σου", σημείωσε γελώντας προτού προσθέσει: "Νομίζω όμως ότι τους έπεισα πώς δουλεύοντας τα ίδια υλικά με διαφορετικό τρόπο μπορούν να είναι εξίσου γευστικά".



Arnaud Larher

Σύμφωνα με τον κ. Larher, η απλότητα είναι από μόνη της μια νέα τάση στη ζαχαροπλαστική. "Πάμε πλέον προς λιγότερο περίπλοκα πράγματα", τονίζει, συμπληρώνοντας ότι "υπάρχουν νέες τεχνικές κι εργαλεία που έρχονται, διαφορετικοί τρόποι να δουλευτούν τα μπισκότα και η μους". Επιπλέον, το ελαιόλαδο αντικαθιστά σε ολόένα και μεγαλύτερο βαθμό το βούτυρο, υπογράμμισε.

Γιάννης Τσατσάκης  
[yannis@notice.gr](mailto:yannis@notice.gr)



• ΚΤΗΜΑ ΣΠΥΡΟΠΟΥΛΟΣ

## Η ΚΑΤΑΔΙΚΑΣΤΙΚΗ ΑΠΟΦΑΣΗ ΠΟΥ ΠΑΓΩΣΕ ΤΟΝ ΔΕΥΤΕΡΟ ΠΛΕΙΣΤΗΡΙΑΣΜΟ ΚΑΙ Ο ΡΟΛΟΣ ΤΗΣ INTRUM

Ανατροπή δεδομένων στην υπόθεση του Κτήματος Σπυρόπουλου φέρνει, όπως όλα δείχνουν, το πάγωμα του πλειστηριασμού του οινοποιείου της Νεμέας, που είχε οριστεί για χθες, με τιμή εκκίνησης τα €1.139.653.

Σύμφωνα με καλά πληροφορημένες πηγές του FNB Daily, πίσω από την αναστολή κρύβεται μια καταδικαστική απόφαση εναντίον της - επισπεύδουσας - Intrum για κατάχρηση δεσπόζουσας θέσης, η οποία εκδόθηκε προ ολίγων ημερών και, μάλιστα, κοινοποι-

ήθηκε στο Κτήμα Σπυρόπουλος μια μόλις μέρα πριν τον προγραμματισμένο πλειστηριασμό. Είχε προηγηθεί δικαστική διαμάχη μεταξύ των δύο πλευρών.

### ΔΙΑΠΡΑΓΜΑΤΕΥΤΙΚΟ ΟΠΛΟ

Υπενθυμίζεται ότι, [όπως είχε πρώτο γράψει το FNB Daily](#), στον πρώτο πλειστηριασμό, που είχε πραγματοποιηθεί στις 18 Φεβρουαρίου και ο οποίος αφορούσε το οινοποιείο την Μαντίνεια, πλειοδότης ήταν το Sunrise II

Real Estate, με προσφορά μόλις €1 υψηλότερη από την τιμή πρώτης προσφοράς, που είχε οριστεί στα €1.397.000. Το πλάνο, όπως ανέφερε το ρεπορτάζ, προέβλεπε την πώληση, εν συνεχεία, του ακινήτου στον νέο επενδυτή -πιο συγκεκριμένα, στο νέο σχήμα που θα προκύψει από την είσοδο στην εταιρεία του νέου επενδυτή.

### ΑΚΟΜΑ ΠΙΟ ΖΕΣΤΟΣ Ο ΕΠΕΝΔΥΤΗΣ

Όπως αναφέρουν πηγές με γνώση στο FNB Daily, η δικαστική απόφαση μπορεί να αποτελέσει σημαντικό διαπραγματευτικό όπλο στις συζητήσεις του Κτήματος Σπυρόπουλου με την Sunrise II, προκειμένου να πάρει ξανά στα χέρια του το οινοποιείο και να προχωρήσει με σαφώς μικρότερη πίεση το σχέδιο εξυγίανσης με τον επενδυτή. Ο τελευταίος, σύμφωνα με πληροφορίες, όχι απλά παραμένει ζεστός, αλλά έχει εντείνει το ενδιαφέρον του για την επιχείρηση, υπό το φως των τελευταίων εξελίξεων.



Κωνσταντίνα Σπυροπούλου, Διευθύνων Σύμβουλος, Κτήμα Σπυρόπουλος

#### DATA ΟΙΝΟΠΟΙΕΙΟΥ ΝΕΜΕΑΣ

Κατάσχεση για οφειλή: €250 χιλ.  
Έκταση αμπελώνων: 110 στρεμ.  
Έκταση ακινήτου: 58.053 τ.μ.  
Κτίριο 1 (υπόγειοι χώροι): 983 τ.μ.  
Κτίριο 2 (δωρόφο): 1.388 τ.μ.

Γιάννης Τσατσάκης  
[yannis@notice.gr](mailto:yannis@notice.gr)

**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



• **DIRK VAN DE PUT (MONDELEZ)**

## ΤΑ ΥΨΗΛΟΤΕΡΑ ΤΙΜΗΜΑΤΑ ΔΥΣΚΟΛΕΥΟΥΝ ΤΑ DEALS ΣΤΟΝ ΚΛΑΔΟ ΤΡΟΦΙΜΩΝ

Η ζητούμενη τιμή για deals αυξάνεται, καθώς οι εταιρείες τροφίμων καταφεύγουν όλο και περισσότερο σε συγχωνεύσεις και εξαγορές (M&A) για να καλύψουν την ανάγκη για ανάπτυξη. Αυτό, σύμφωνα με τον CEO της Mondelez International, Dirk Van de Put, καθιστά δυσκολότερη την ολοκλήρωση συμφωνιών, ακόμη και για μεγάλους ομίλους. Τα τελευταία χρόνια, οι εταιρείες επιδιώκουν να εντάξουν στο χαρτοφυλάκιό τους ταχύτερα αναπτυσσόμενα και πιο μοντέρνα brands, ώστε να αναζωογονήσουν τις επιβραδυνόμενες πωλήσεις τους. Η αυξημένη ζήτηση για τέτοιες επιχειρήσεις εντείνει τον ανταγωνισμό και ωθεί τις αποτιμήσεις σε υψηλότερα επίπεδα.

Ο Van de Put ανέφερε στο συνέδριο Consumer Analyst Group of New York (CAGNY) ότι τα τελευταία δύο χρόνια οι εταιρείες ήταν "τόσο απεγνωσμένες για ανάπτυξη", ώστε οι εύλογες αποτιμήσεις εξαγορών έχουν πλέον εκλείψει. Παρ' όλα αυτά, η Mondelez παραμένει ενεργή στην αναζήτηση στόχων.

### Ο ΣΤΟΧΟΣ ΤΩΝ ΕΞΑΓΟΡΩΝ

Από το 2017, όταν ο Van de Put ανέλαβε τη διοίκηση, η εταιρεία έχει πραγματοποιήσει περίπου δώδεκα εξαγορές, ενισχύοντας τη θέση της στα snack και στα premium προϊόντα. Κάθε χρόνο καταρτίζει μια λίστα με περίπου 40 πιθανούς στόχους και επενδύει στη δημιουργία σχέσεων με μικρότερες εταιρείες, σπανίως παρεκκλίνοντας από τον αρχικό σχεδιασμό. Όπως σημείωσε ο CEO, οι εξαγορές πρέπει να προσφέρουν σαφές ανταγωνιστικό πλεονέκτημα ή να ενισχύουν ουσιαστικά τον ρυθμό ανάπτυξης σε στρατηγικές αγορές.

Σύμφωνα με στοιχεία της PitchBook, οι εξαγορές στον κλάδο τροφίμων και ποτών επιβραδύνθηκαν το 2025, επιστρέφοντας σε πιο φυσιολογικά επίπεδα μετά τη δραστηριότητα-ρεκόρ του προηγούμενου έτους. Ωστόσο, η συνολική αξία των συναλλαγών αυξήθηκε για δεύτερη συνεχόμενη χρονιά, φθάνοντας τα \$61,5 δισ. (+16,3%), γεγονός που δείχνει στροφή σε λιγότερες αλλά μεγαλύτερες και πιο στρατηγικές συμφωνίες.



Dirk Van de Put, CEO, Mondelez International

### Η ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΗ ΑΛΛΩΝ ΠΑΙΚΤΩΝ

Στο ίδιο συνέδριο, στελέχη άλλων ομίλων επιβεβαίωσαν ότι οι εξαγορές αποτελούν βασικό εργαλείο ανάπτυξης.

Η General Mills δήλωσε ότι θα κατευθύνει κεφάλαια σε στρατηγικές κινήσεις που ενισχύουν το αναπτυξιακό της προφίλ, ενώ η Molson Coors επιδιώκει επενδύσεις που θα επιταχύνουν τον μετασχηματισμό του χαρτοφυλάκιό της.

Αντίθετα, η J.M. Smucker ξεκαθάρισε ότι οι εξαγορές δεν αποτελούν άμεση προτεραιότητα, καθώς επικεντρώνεται στη μείωση του χρέους από την εξαγορά της Hostess Brands το 2023. Μέχρι στιγμής, το 2026 έχουν ανακοινωθεί λίγες μικρότερες συμφωνίες, όπως η εξαγορά brands ζωμών από την Del Monte Foods και η απόκτηση της Nathan's Famous από την Smithfield Foods.

• **ΤΥΡΟΚΟΜΕΙΟ ΑΒΡΑΜΟΥΛΗ**

## ΤΑ ΟΦΕΛΗ ΑΠΟ ΤΟ DEAL ΜΑΣΟΥΤΗ-ΚΡΗΤΙΚΟΥ ΚΑΙ Η ΣΥΜΦΩΝΙΑ ΜΕ ΣΥΝΚΑ - ΣΤΟ +10% ΤΟ 2025

Με καλούς οιωνούς έχει ξεκινήσει η χρονιά για το Τυροκομείο Αβραμούλη, που έχει καταφέρει να διευρύνει το δίκτυο πωλήσεων.

Όπως εξηγεί στο FNB Daily η συνιδιοκτήτρια και Οικονομική Διευθύντρια της εταιρείας, Στέλλα Αβραμούλη, η συμφωνία Μασούτη-Κρητικού έχει ήδη βοηθήσει την επιχείρηση από την Λάρισα να τοποθετηθεί σε περισσότερα καταστήματα και γεωγραφικές περιοχές. Σε συνδυασμό, δε, με τη συνεργασία που ξεκίνησε μέσα στο 2025 με την κρητική ΣΥΝΚΑ και τις συμφωνίες που ήδη τρέχουν με τους περισσότερους μεγάλους retailers της χώρας (Σκλαβενίτης, Lidl, AB Βασιλόπουλος, Market In, Γαλαξίας, The Mart κ.α.), έχει πλέον παρουσία στο μεγαλύτερο μέρος της χώρας.

### ΔΙΑΤΗΡΕΙ ΤΟ MOMENTUM ΤΟ ΚΑΤΣΙΚΙΣΙΟ

Το 2025 έκλεισε με αύξηση πωλήσεων 10%. Το κατσικίσιο τυρί, όπως είχε φανεί ήδη από το πρώτο μισό της χρονιάς, είναι το προϊόν με την ισχυρότερη δυναμική, γεγονός που ανάγκασε και την εταιρεία να προσαρμόσει ανάλογα την



Δημήτρης Αβραμούλης, συνιδιοκτήτης και Υπεύθυνος Πωλήσεων, Αφοί Αβραμούλη

παραγωγή της. Η φέτα βέβαια εξακολουθεί να καταλαμβάνει την πρώτη θέση στο τανάζ πωλήσεων ενώ στην τρίτη θέση βρίσκεται το κεφαλοτύρι, σήμα κατατεθέν του Τυροκομείου Αβραμούλη, που αυξάνει τις πωλήσεις του με σταθερό ρυθμό. "Ένας παρόμοιος ετήσιος ρυθμός ανάπτυξης της τάξης του 10%-12% για τα επόμενα χρόνια είναι ένας στόχος επιθυμητός και, πιστεύουμε, εφικτός", υπογραμμίζει η κα Αβραμούλη.

### ΟΙ ΑΛΛΑΓΕΣ ΣΤΗ ΖΩΝΗ ΓΑΛΑΚΤΟΣ

Η χρονιά που πέρασε δεν ήταν εύκολη πάντως για την εταιρεία καθώς οι ζωνοόσοι και δη η ευλογία των αιγοπροβάτων προκάλεσε προκάλε-

σε μεγάλες απώλειες στο ζωικό κεφάλαιο της περιοχής, θέτοντας ουσιαστικά εκτός μάχης μια μεγάλη μερίδα κτηνοτρόφων με πολλούς από τους οποίους η ίδια είχε συνεργασία. "Είναι γεγονός ότι χάσαμε αρκετούς και μεγάλους προμηθευτές", παραδέχεται η κα Αβραμούλη, προσθέτοντας πάντως ότι το τυροκομείο αντέδρασε διευρύνοντας τη ζώνη γάλακτός του σε όμορους νομούς και ενισχύοντας υφιστάμενες και χρόνιες συνεργασίες, όπως αυτή με το Συνεταιρισμό Αιγοπροβατοτρόφων Ελασσόνας "Γάλα Ελάρας". Αξίζει να σημειωθεί ότι σε ετήσια βάση το Τυροκομείο Αβραμούλη απορροφά περί τους 6.000 τόνους αιγοπρόβειου γάλακτος.

Στόχος για φέτος είναι να ενισχυθεί και το σκέλος των εξαγωγών που, προς το παρόν, αντιπροσωπεύουν λιγότερο από το 10% του τζίρου (σ.σ. ο οποίος είναι της τάξης των €10 εκατ.).

Στο πεδίο αυτό η επιχείρηση έκλεισε το 2025 μια σημαντική συμφωνία στην Κύπρο για την εξαγωγή φέτας και μανουριού.

Γιάννης Τσατσάκης  
[yannis@notice.gr](mailto:yannis@notice.gr)

• NESTLE  
**BONUS ME ΟΡΟΥΣ ΑΠΟΔΟΣΗΣ  
- ΣΥΝΔΕΕΙ ΤΙΣ ΑΜΟΙΒΕΣ  
ΜΕ ΤΗΝ ΟΡΓΑΝΙΚΗ ΑΝΑΠΤΥΞΗ**

Ένα νέο σύστημα αξιολόγησης απόδοσης που θα προσφέρει υψηλότερα και πιο προσοδοφόρα bonus στους εργαζομένους με κορυφαίες επιδόσεις, ενώ θα προβλέπει ελάχιστες ή και μηδενικές ανταμοιβές για όσους δεν ανταποκρίνονται στα απαιτούμενα πρότυπα, παρουσίασε η Nestlé, καθώς ο CEO του ομίλου, Philipp Navratil, επιδιώκει να αναζωογονήσει τις επιδόσεις του ελβετικού ομίλου τροφίμων.

**ΚΑΤΑΡΓΗΣΗ ΘΕΣΕΩΝ ΕΡΓΑΣΙΑΣ**

Από την ανάληψη των καθηκόντων του τον Σεπτέμβριο, ο Navratil έχει ανακοινώσει σχέδια για την κατάργηση 16.000 θέσεων εργασίας και έχει εσιτάσει το χαρτοφυλάκιο της Nestlé σε τέσσερις βασικούς επιχειρηματικούς τομείς.

Η εταιρεία σχεδιάζει επίσης να πουλήσει το εναπομείναν εσωτερικό τμήμα παγωτού, ενώ συνεχίζει τις προσπάθειες αποένδυσης από τον τομέα των εμφιαλω-

μένων νερών και από ορισμένα brands βιταμινών.

**ΝΕΑ ΔΟΜΗ BONUS**

Οι εργαζόμενοι που κατατάσσονται στο ανώτατο επίπεδο απόδοσης, το "υποδειγματικό", μπορούν να λάβουν έως και το 150% του στοχοθετημένου bonus τους. Αντίθετα, όσοι αξιολογούνται ως "μη ικανοποιητικοί" θα λάβουν από 0% έως 50% του στόχου.

Η βασική αλλαγή αφορά την αύξηση του αριθμού των επιπέδων αξιολόγησης.

Η εταιρεία ανέφερε ότι το νέο σύστημα απλοποιεί τη διαδικασία αξιολόγησης απόδοσης, τον σχεδιασμό ανάπτυξης προσωπικού και την παροχή ανατροφοδότησης προς τους εργαζομένους. Οι στόχοι bonus διαφοροποιούνται ανάλογα με την ομάδα.

Από την τοποθέτηση του Navratil, η Nestlé έχει επικεντρωθεί στη βελτίωση της εσωτερικής οργανικής ανάπτυξης (Real



Philipp Navratil, CEO, Nestle

Internal Growth - RIG), δηλαδή της αύξησης των όγκων πωλήσεων, από το επίπεδο του 0,8% που καταγράφηκε το 2025.

• **Debrief** •

**ΠΟΙΟΣ ΘΑ ΕΙΝΑΙ ΤΟ ΑΦΕΝΤΙΚΟ;**

Ότι θα φάει δουλειές, θα καταργήσει καθήκοντα και θα αντικαταστήσει ανθρώπους, έχει σχολιαστεί εκατομμύρια φορές. Τον τελευταίο καιρό, όμως, έχει ανοίξει μια καινούρια συζήτηση, εξαιρετικά ενδιαφέρουσα και αρκούντως τρομακτική: τί θα γίνει αν η Τεχνητή Νοημοσύνη πάρει... το όπλο της και πάει... πόλεμο;

Σύμφωνα με αναφορές σε μεγάλα διεθνή Μέσα, αυτό έγινε ήδη στο Ιράν, με τις ΗΠΑ να χρησιμοποιούν μοντέλα της Anthropic. Με ποιον τρόπο και για ποιον ακριβώς σκοπό, προφανώς και δεν έχει διευκρινιστεί. Ωστόσο το γεγονός από μόνο του σηματοδοτεί αλλαγή σελίδας, έστω και αν ο άνθρωπος είναι ακόμα επικεφαλής.

Η ισχύς που αποκτά πλέον η ΤΝ σε αυτό το πεδίο δείχνει να τρομάζει ακόμα και τους ίδιους τους δημιουργούς της. Για παράδειγμα, ο Διευθύνων Σύμβουλος της Anthropic, Dario Amodei, απαίτησε δύο σαφείς εξαιρέσεις για τη συνεργασία της

εταιρείας του με το Πεντάγωνο: καμία μαζική παρακολούθηση Αμερικανών και κανένα πλήρως αυτόνομο όπλο χωρίς ανθρώπινη εποπτεία.

Το μεγάλο πλεονέκτημα και ταυτόχρονα το μεγάλο πρόβλημα είναι το εξής: η ΤΝ μπορεί να αναλύσει αρχεία, επικοινωνίες, μεταδεδομένα, να συνοψίσει πληροφορίες και τελικά να προτείνει λύσεις σε χρόνο dt. Για μια βιομηχανική γραμμή παραγωγής αυτό σημαίνει αύξηση παραγωγικότητας. Αλλά για την πρώτη γραμμή της μάχης, δημιουργεί κινδύνους που ακόμη δεν έχουμε φανταστεί.

Ο αντίλογος είναι ότι, καλά, δεν μπορεί τόσο ευφυή μοντέλα να κάνουν του... κεφαλιού τους, μη λαμβάνοντας υπόψη τις επιπτώσεις. Κι όμως, αυτό ακριβώς έκαναν σε σενάρια προσομοίωσης πολεμικής σύγκρουσης. Στο εν λόγω πείραμα τρία δημοφιλή LLM – το GPT 5.2, το Claude Sonnet 4 και το Gemini 3 Flash – κλήθηκαν να λύσουν τις διαφορές τους με τα όπλα (εικονικά).

Στο 95% των 21 σεναρίων προσομοίωσης πολεμικών παιχνιδιών, η σύγκρουση κατέληξε στο μεγάλο μπαμ, τη χρήση πυρηνικών.

Οι προσδοκίες και οι φόβοι που συνοδεύουν την ΤΝ είναι γνωστοί και θα επανέρχονται με μεγαλύτερη ένταση καθώς γίνεται πιο ισχυρή. Επειδή, όμως, η χρήση της δεν πρόκειται, όπως φαίνεται, να περιοριστεί μόνο για ειρηνικούς σκοπούς, το μεγάλο ερώτημα είναι ποιος θα θέτει τα όρια, ποιος θα είναι το αφεντικό.

Σε αυτό το πλαίσιο, ο Κανονισμός της Ευρωπαϊκής Ένωσης για την Τεχνητή Νοημοσύνη με στόχο να διασφαλίσει την ηθική χρήση της, την προστασία των θεμελιωδών δικαιωμάτων των ανθρώπων, της υγείας και της ασφάλειας, καθώς και την παροχή διαφάνειας, αρχίζει να φαντάζει μια όχι και τόσο κακή ιδέα.

Γιάννης Παλιούρης  
[giannis@notice.gr](mailto:giannis@notice.gr)

• ΦΡΕΣΚΟΥΛΗΣ  
**ΝΕΑ ΚΑΜΠΑΝΙΑ ΜΕ ΤΙΤΛΟ  
"ΑΓΑΠΑΜΕ ΦΡΕΣΚΟ"**

Η νέα τηλεοπτική καμπάνια του Φρεσκούλη με τίτλο "Αγαπάμε Φρέσκο" προβάλλεται ήδη σε όλα τα Μέσα, αναδεικνύοντας τη φιλοσοφία της μάρκας γύρω από τη φρεσκάδα των προϊόντων της.

Όπως αναφέρεται μέσα από την παρουσία μιας συμβολικής πρέσβειρας, της "ψυχής" του Φρεσκούλη, παρουσιάζεται ένας καταπράσινος κόσμος παραγωγής, όπου προ-

βάλλονται στάδια όπως το πλύσιμο, ο ποιοτικός έλεγχος, η έρευνα, η χαρακτηριστική συσκευασία και η καθημερινή γευστική δοκιμή των προϊόντων.

Η καμπάνια επικοινωνεί την προσήλωση της εταιρείας στην ποιότητα και τη φρεσκάδα, υπογραμμίζοντας ότι τα προϊόντα δοκιμάζονται καθημερινά επειδή αποτελούν αντικείμενο πραγματικής αγάπης για την ομάδα



της μάρκας. Τη δημιουργική επιμέλεια της καμπάνιας έχει η Solid Havas, τη σκηνοθεσία υπογράφει ο Βασίλης Κατσούπης και την παραγωγή ανέλαβε η Formaika.

## Business Maker

### ΤΟ ΤΕΛΟΣ ΤΩΝ... ΑΛΕΞΙΠΤΩΤΙΣΤΩΝ ΣΤΗΝ ΕΣΤΙΑΣΗ ΚΑΙ ΤΟ ΠΛΕΟΝΑΣΜΑ ΤΟΥ 20%

Σε φάση... βίαιου εξορθολογισμού εκτιμάται ότι έχει εισέλθει η αγορά της εστίασης, με... επίκεντρο το franchise. "Οι εποχές, που ο καθένας δήλωνε franchisee ποντάροντας στο μαύρο χρήμα, την ανασφάλιστη εργασία και τις ημι-νόμιμες πρακτικές, σταδιακά θα αρχίζουν να μπαίνουν στο χρονο-ντούλαπο", σημειώνει κορυφαίος παράγοντας του κλάδου.

Η πλήρης διασύνδεση των POS με τις ταμειακές μηχανές, η στροφή του κόσμου στο πλαστικό χρήμα και οι αυστηρότερες ελεγκτικές υποχρεώσεις, που έχουν θεσπι-

στεί, λειτουργούν ως κόφτης στις όποιες φιλοδοξίες για γρήγορο και εύκολο κέρδος. Εκτιμάται ότι περίπου το 20% των υφιστάμενων επιχειρήσεων είναι υπεράριθμο και στερείται βιώσιμου επιχειρηματικού πλάνου. Όπως αναφέρουν καλά πληροφορημένες πηγές, ήδη βλέπουμε τις πρώτες διορθωτικές κινήσεις, με λουκέτα σε καταστήματα, που αδυνατούν να σηκώσουν το δυσβάσταχτο βάρος των υψηλών ενοικίων και τον σκληρό ανταγωνισμό. Το delivery είναι αυτό, που κρατά ακόμα ζωντανή την παρτίδα για πολλούς, λειτουργώντας ως

σωσίβιο: "Χωρίς αυτό, ο αριθμός των κλειστών καταστημάτων θα ήταν ήδη πολλαπλάσιος", σημειώνουν χαρακτηριστικά.

Στο επίκεντρο θεωρούν ότι θα βρεθεί το μοντέλο του franchise, το οποίο παραδοσιακά ανθούσε μέσω μικρών ιδιοκτητών. "Οι αλεξιπτωτιστές του κλάδου, που αναζητούσαν γρήγορο και αφορολόγητο κέρδος, βρίσκονται πλέον εκτός κάδρου. Η αγορά σπρώχνει προς την έξοδο το πολύ μικρό και ανώνυμο σχήμα, που επιβίωνε στο σκοτάδι της ημι-νομιμότητας", επισημαίνουν με νόημα.

### Η ΑΛΛΗ... ΣΥΖΗΤΗΣΗ ΓΙΑ ΤΙΣ ΕΞΑΓΩΓΕΣ ΠΕΡΑ ΑΠΟ ΤΗΝ Μ. ΑΝΑΤΟΛΗ

Η πολεμική σύρραξη στην Μέση Ανατολή προκαλεί - και δικαιολογημένα - τρόμο για τη διατάραξη των εμπορικών δρόμων. Η αύξηση του κόστους είναι ο Νο1 πονοκέφαλος για τον επιχειρηματικό κόσμο. Ακόμη και για τους Έλληνες εξαγωγείς, οι οποίοι επισημαίνουν πως η έκθεσή τους στην περιοχή είναι μικρή. Λένε, μάλιστα, πως το πραγματικό στοίχημα είναι αλλού: Στην Ινδία και στις χώρες της Mercosur.

"Η Ινδία δεν αποτελεί απλώς μια ελπίδα στο χάρτη, αλλά ένα φωτεινό προβολέα, που μπορεί να αλλάξει τα δεδομένα των ελληνικών εξαγωγών", σημειώνει με έμφαση κορυφαίος παράγοντας των ελληνικών εξαγωγών. Με την προοπτική της σταδιακής άρσης των δασμών, ανοίγει ένα ιστορικό

παράθυρο ευκαιρίας για το ελαιόλαδο, την ελιά και συνολικά τα προϊόντα της ελληνικής διατροφής. Στόχος δεν είναι το σύνολο του πληθυσμού, αλλά οι τουλάχιστον 200 εκατομμύρια Ινδοί πολίτες με υψηλή αγοραστική δύναμη, που έχουν τη δυνατότητα να ξοδέψουν και αναζητούν την ποιότητα. Ένας πληθυσμός, που είναι 20 φορές μεγαλύτερος από την Ελλάδα. Το μεγάλο αγκάθι, ωστόσο, παραμένει ο ελληνικός... ατομισμός και η έλλειψη κουλτούρας συνεργασιών.

Στην περίπτωση της Ινδίας, οι ατομικές προσπάθειες είναι καταδικασμένες σε αποτυχία. Αν μια μεγάλη ινδική αλυσίδα super market ή ένα διεθνές δίκτυο ξενοδοχείων ζητήσει 20 παλέτες προ-

ϊόντος την εβδομάδα με σταθερή ροή, κανένας μικρός ή μεσαίος παραγωγός δεν μπορεί να ανταποκριθεί μόνος του. "Πρέπει να οργανωθούμε σε συλλογικά σχήματα, που θα εγγυώνται την ποσότητα και τη συνέχεια. Το στοίχημα είναι να τους μάθουμε την υγιεινή μεσογειακή διατροφή, μετατρέποντας το ελληνικό brand σε καθημερινή συνήθεια για τη μεσαία τάξη της Ινδίας. Η ευκαιρία είναι τεράστια, αλλά απαιτεί εθνικό σχεδιασμό και, κυρίως, τη συνειδητοποίηση ότι στον παγκόσμιο εμπορικό στίβο, το μέγεθος μετράει όσο και η ποιότητα. Αν δεν συνεργαστούμε, ο προβολέας θα σβήσει πριν προλάβουμε να μπούμε στη σκηνή", επισημαίνει χαρακτηριστικά.

## Business Insight

# ΤΙ ΒΛΕΠΟΥΝ ΠΕΡΙΣΤΕΡΗΣ, ΕΞΑΡΧΟΥ ΣΤΑ ΝΕΡΑ, ΤΑ ΨΙΛΑ ΓΡΑΜΜΑΤΑ ΓΙΑ ΤΙΣ... ΚΑΡΕΚΛΕΣ ΚΑΙ ΠΟΙΟΣ ΑΚΟΛΟΥΘΕΙ

Εύλογο το ενδιαφέρον της κοινότητας για τις **θέσεις που λαμβάνουν ένας-ένας σημαντικοί επιχειρηματικοί παράγοντες στον κλάδο διαχείρισης ύδατος**. Κλάδος στον οποίο για τους γνωστούς λόγους (λειψυδρία) προορίζεται να επενδυθούν δισεκατομμύρια τόσο για την κάλυψη αστικών, όσο και γεωργικών αναγκών.

**Έχουν προηγηθεί η συμφωνία Aktor-Suez**, με στόχευση σε νέα αρδευτικά έργα ύψους περίπου €2 δισ., που σε ό,τι αφορά στους διαγωνισμούς που θα τρέξει το υπουργείο Αγροτικής Ανάπτυξης αποτελούν το ΗΔΩΡ2.0, όπως και το **placement για το 5% της ΕΥΑΘ τον Δεκέμβριο 2025 (όπως θύμιζε χθες ο Νίκος Ταμπακόπουλος)**.

Για τον Γιώργο Περιστέρη η προχθεσινή ενέργεια ήταν πολλαπλά ηχηρή, καθώς έγινε εν μέσω κατάρρευσης της αγοράς, επιτεύχθηκε με θηριώδες premium (37%), με τον επιχειρηματία να στέλνει μηνύματα προς κάθε κατεύθυνση. Για τους σταθερούς επενδυτές/μετόχους της ΓΕΚ Τέρνα η διοίκηση αποκτά συμμετοχή σε ακόμη έναν κρίσιμο κλάδο υποδομών που διασφαλίζει μακροπρόθεσμα και επαναλαμβανόμενα έσοδα και ταμειακές ροές προστατευμένες από τον πληθωρισμό, με το BnB Daily να αναλύει το γιατί αγόρασε το ποσοστό του John Paulson, έναντι €103,4 εκατ.

Συμφωνία που έχει ενδιαφέροντα... **ψιλά γράμματα που θα επιχειρήσουμε να αναγνώσουμε**. Το ΔΣ στην υφιστάμενη μορφή του είναι 13μελές, με τη θητεία του Χαράλαμπου Σαχίνη, Διευθύνων Σύμβουλος και εκτελεστικό μέλος, και του Γιώργου Στεργίου, Πρόεδρος και μη εκτελεστικό μέλος, όπως άλλων 7, να

λήγει στις 6 Σεπτεμβρίου 2027. Δύο άλλων μελών, των Εμμανουήλ Αγγελάκη και Γιώργου Αλεξανδράκη, η παρουσία ως μη εκτελεστικών μελών ολοκληρώνεται στις 24 Ιουνίου 2026, δηλαδή σε περίπου τέσσερις μήνες. Πρόκειται για 2 μέλη εκπρόσωποι των εργαζομένων που προφανώς θα αντικατασταθούν από συναδέλφους τους. Έτερο μη εκτελεστικό μέλος είναι ο Παναγιώτης Σκουλαρίκης με θητεία έως τις 9 Ιουνίου 2027 - ως εκπρόσωπος της Πειραιώς (για λογαριασμό του John Paulson) - και ο Αντώνης Γιαννικουρής που παρ' ότι η θητεία του έληγε στις 6 Σεπτεμβρίου, πρόκειται να παραιτηθεί (θέμα ωρών, ολίγων ημερών), θέση που πρόκειται να αναλάβει ο Δημήτρης Πολίτης (πρώην επικεφαλής του ΤΑΙΠΕΔ, νυν σύμβουλος επενδύσεων του ΠΘ). **Πιθανότατα, μετά την συμφωνία Περιστέρη-Paulson ο εκπρόσωπος του δεύτερου να αποχωρήσει και αυτός πριν την ολοκλήρωση της θητείας του, ανοίγοντας χώρο για άνθρωπο του επιχειρηματία και νέου μετόχου μειοψηφίας.**

Δυστυχώς η πλευρά της ΓΕΚ Τέρνα δικαιούται να εκπροσωπηθεί με έναν (ή και δύο υπό προϋποθέσεις) στο διοικητικό συμβούλιο της ΕΥΔΑΠ.

Σύμφωνα με το καταστατικό της Επιχείρησης (\*) "...ο αριθμός των μελών του οποίου είναι περιττός και δεν δύναται να υπερβαίνει τα δεκατρία (13) μέλη ή να είναι μικρότερος των επτά (7) μελών. Η Γενική Συνέλευση των μετόχων είναι αρμόδια να καθορίζει τον αριθμό των μελών του Διοικητικού Συμβουλίου καθώς επίσης και να αυξάνει ή να μειώνει τον αριθμό αυτών, πάντοτε μέσα στο πλαίσιο που τίθεται από το Καταστατικό και τον νόμο..."

Αλλά και ότι "...η μειοψηφία εκπροσωπείται από 2 μέλη, που εκλέγονται κατά τον τρόπο που ορίζεται στο άρθρο 36 του Καταστατικού..."

**Πηγή με γνώση των προθέσεων του βασικού μετόχου της ΓΕΚ Τέρνα δεν θεωρεί πως εντάσσεται στις άμεσες προτεραιότητες του ορισμός ανθρώπου του ως μη εκτελεστικού μέλους. Για το 2026, η ΕΥΔΑΠ εξετάζει πρόγραμμα εθελουσίας εξόδου για το προσωπικό της και παράλληλα ετοιμάζει μια σειρά από νέα έργα τόσο στον τομέα της ύδρευσης, όσο και στην αποχέτευση.**

Έργο κρίσιμο για τα νότια προάστια είναι η **κατασκευή αγωγού υδροδότησης που θα εκτείνεται κατά μήκος της Βουλιαγμένης, εξυπηρετώντας και το Ελληνικό**. Με προϋπολογισμό που ανέρχεται στα €20-€22 εκατ., εκτιμάται ότι θα δημοπρατηθεί μέχρι τον Μάρτιο. Παράλληλα στο πλαίσιο των επενδύσεων (Εύρυτος), ύψους €2,5 δισ. έως το 2035, η διοίκηση προχώρησε σε μικρή αύξηση του παγίου (κατά μέσο όρο €2/ανά ρολόι).

Πάντως, σύμφωνα με πληροφορίες (από Θεσσαλονίκη) φαίνεται πως στα βήματα των Περιστέρη, Εξάρχου προτίθεται να ακολουθήσει και τρίτος (επίσης εισηγμένος) αλλά αυτή την φορά στην ΕΥΑΘ. Στο μ.κ. η συμμετοχή της ΕΕΣΥΠ/Υπερταμείο έχει μειωθεί στο 19%, με μέρος του 5% που διατέθηκε στο επενδυτικό κοινό να είναι σε συζητήσεις και με την Vigie Groupe (ex Suez).

Επί του πειστηρίου: **σε χρηματιστηριακά γραφεία κυκλοφορούσε φήμη πως η πλευρά Περιστέρη είναι σε επαφές με την πλευρά Σαλονίκη- που ως γνωστόν διαθέτει από παλιά μικρή μειοψηφική θέση στο μ.κ. της ΕΥΔΑΠ.**



**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

**ΚΑΝΤΕ ΕΓΓΡΑΦΗ ΕΔΩ**

**SECRETRECIPE**

**Το business plan, το "Ναι" με 10% stake και το ανεξήγητο "Όχι"**

Μαθαίνουμε ότι διαχειριστής δανείων ζήτησε το 10% υπερχρεωμένης εταιρείας του κλάδου, όταν η διοίκηση αυτής παρουσίασε πρόταση για τη διάσωσή της. Και, μάλιστα, με συγκεκριμένο business plan και φρέσκο χρήμα, που θα οδηγούσε στο πλήρες come back της επιχείρησης. Και οι οφειλέτες αρνήθηκαν να προχωρήσουν. Και πού είναι το πρόβλημα; Αυτό το ξέρουν μόνο οι ίδιοι. Προφανώς, δεν καταλαβαίνουν ότι όλα έχουν το τίμημά τους.

**SÖ POSH!**

the trendletter

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

**Κάθε Σάββατο  
στις 9.30**

ΤΟ ΕΒΔΟΜΑΔΙΑΙΟ NEWSLETTER

ΓΙΝΕ ΣΥΝΔΡΟΜΗΤΗΣ ΕΔΩ

**Editorial**

**From AI to AC (Augmented Capability)**

Ο Γιάννης Παλιούρης θέτει σήμερα στο Debrief το ερώτημα: Ποιος είναι το αφεντικό; Χρησιμοποιώντας τον τίτλο γνωστής κωμικής σειράς των 80s και 90s, αναφέρεται στο διαρκές ερώτημα της περιόδου, που διανύουμε, σχετικά με τον ρόλο της Τεχνητής Νοημοσύνης και τη σχέση της με τον άνθρωπο, σε ό,τι αφορά τη λήψη αποφάσεων, και όσο η AI θα μπαίνει όλο και περισσότερο στην καθημερινότητά μας (με αφορμή και τη χρήση της στον πόλεμο στην Μέση Ανατολή). Χθες το απόγευμα, συζητούσα με έναν AI developer, κατά τη διάρκεια ενός workshop, σχετικά με αυτό το θέμα, αναφερόμενος φυσικά όχι στον πόλεμο, αλλά στα εργαλεία και τις πλατφόρμες marketing και πωλήσεων, που αναπτύσσονται μέσω της Τεχνητής Νοημοσύνης. Και σημειώνω τα εξής: Πρώτον, η συνύπαρξη ανθρώπου και AI είναι δεδομένη. Δηλαδή, Δεύτερον, το ερώτημα δεν είναι αν, αλλά πόσα περισσότερα πράγματα μπορεί να κάνει ένας marketer, ενισχυμένος με την Τεχνητή Νοημοσύνη. Συνεπώς, Τρίτον, το AI δομεί και ο άνθρωπος κρίνει. Για να γίνει αυτό σωστά, πρέπει Τέταρτον, να πειραματιζόμαστε διαρκώς, δεδομένου ότι τα εργαλεία εξελίσσονται ταχύτερα από τα οργανωτικά μοντέλα. Άρα, δεν είναι θέμα ύπαρξης αφεντικού. Αλλά μιας επικερδούς σχέσης για τον άνθρωπο. Ποιον άνθρωπο; Όχι τον ανειδίκευτο εργατή. Αυτός θα βγει χαμένος. Σε οποιοδήποτε industry και αν εργάζεται. Αλλά αυτόν, που λαμβάνει αποφάσεις. Τον decision maker, που λέμε και στο χωριό μου. Σε κάθε βαθμίδα. Μέχρι νεωτέρας, πάντα. Τόσο απλά.

Νεκτάριος Β. Νώτης  
[nectarios@notice.gr](mailto:nectarios@notice.gr)