

ΝΗΣΤΙΣΙΜΑ



lidl_hellas

NICE!
NICE!



1.355 likes

YUM

Πάνω από
130
Νηστίσιμα
προϊόντα

Και φέτος οι πιο Σαρακοσ-τέλειες νηστίσιμες επιλογές, μόνο στα Lidl!

Στα Lidl θα βρεις μια μεγάλη ποικιλία από νηστίσιμα γλυκά, όπως τον χαλβά που όλοι λατρεύουμε, παστέλια, νηστίσιμα τσουρέκια και πολλές ακόμα λαχταριστές επιλογές. Μην χάσεις την ευκαιρία να απολαύσεις τις αγαπημένες σου γλυκές γεύσεις και την περίοδο της Σαρακοστής!



lidl-hellas.gr



Γιατί αξίζει.



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 26 ΦΕΒΡΟΥΑΡΙΟΥ 2026
ΤΕΥΧΟΣ 2278



• MINEPBA

Ενίσχυση του καναλιού HoReCa
- Νέα συσκευασία για την Brava



• ΑΒ ΒΑΣΙΛΟΠΟΥΛΟΣ

Οι πρωτοβουλίες του 2025 για ενίσχυση εμπειρίας
πελάτη και own brand portfolio



• GOLDEN FOOD SNACKS

Επεκτείνεται στα Rewe, σε συζητήσεις
για να ανοίξει και την αγγλική αγορά



• PEPSICO

Μπήκε και στις σούπερ
με ready-to-heat προϊόντα

Editorial

Κβαντική παραγωγικότητα

Debrief

Και οι Αμερικανοί με τον ίδιο τρόπο ψηφίζουν

Business Maker

- Το λουκέτο σε τυροκομείο στην Φωκίδα και η σιωπηλή συγκέντρωση
- Η Βιολάντα και αυτό που δεν λέει κανείς δημόσια

SecretRecipe

Χρηματιστήριο Αθηνών:
Το ράλι της ΕΕΕ
και οι insiders

Business Insight

Ιστορίες με cockroaches,
midterms και ποιοι
θα πληρώσουν τα \$9,6 τρισ.
για την Ουάσιγκτον

14-16
ΜΑΡΤΙΟΥ
METROPOLITAN
EXPO

20
26



foodexpo Greece



• **ΚΟΡΦΗ**

ΕΞΑΓΩΓΙΚΟ ΑΝΟΙΓΜΑ ΣΤΗΝ ΙΤΑΛΙΑ ΜΕ ΤΟ ΓΙΑΟΥΡΤΙ - ΝΕΕΣ ΣΥΝΕΡΓΑΣΙΕΣ ΜΕ ΒΙΟΜΗΧΑΝΙΕΣ ΓΙΑ PRIVATE LABEL

Σε μοχλό ανάπτυξης αναδεικνύονται αυτό το διάστημα για την Κορφή τα γαλακτοκομικά, και δη το γιαούρτι, ανοίγοντας νέες πόρτες στο πεδίο των εξαγωγών αλλά και αποτελώντας τη βάση καινούργιων συνεργασιών με γνωστές βιομηχανίες του χώρου σε επίπεδο ιδιωτικής ετικέτας.

Όπως δηλώνει στο FNB Daily ο ιδιοκτήτης της εταιρείας από την Πιερία, Νίκος Τριφταρίδης, η ζήτηση για γιαούρτι αυτή την περίοδο χτυπάει... κόκκινο, με την εταιρεία να έχει προσθέσει από φέτος στη λίστα των προορισμών της την Ιταλία. Στη συγκεκριμένη αγορά έχει παρουσία με επώνυμο προϊόν αλλά και μέσω των κωδικών που παράγει και συσκευάζει στις εγκαταστάσεις της για λογαριασμό άλλων επιχειρήσεων.

ΣΥΝΕΡΓΑΣΙΑ ΜΕ LIDL ΣΤΟΥΣ ΧΥΜΟΥΣ

Η ιδιωτική ετικέτα αντιπροσώπευε ούτως ή άλλως ένα σημαντικό κομμάτι των πωλήσεων της εταιρείας, με χαρακτηριστική τη συνεργασία που διατηρεί εδώ και σχεδόν δύο δεκαετίες με την Lidl στην κατηγορία των χυμών, για την οποία παράγει τουλάχιστον 6 κωδικούς. Από το 2025 ωστόσο αποφασίστηκε να ανοίξει περαιτέρω αυτό το κομμάτι προχωρώντας σε παρόμοιες συνεργασίες με άλλες εγχώριες επιχειρήσεις, ιδίως από το χώρο των γαλακτοκομικών.

"Εκτός από τα δικά μας επώνυμα προϊόντα κάνουμε φασόν και για μεγάλες βιομηχανίες, με δική τους ετικέτα. Υπάρχει έντονο ενδιαφέρον από πολλά εργοστάσια και θεωρώ ότι στις συνθήκες αβεβαιότητας που ζούμε, το private label είναι μια πολύ καλή λύση και για εμάς καθώς μας απαλλάσσει π.χ. από επιστροφές καθώς και από διάφορα διόλου ευκαταφρόνητα έξοδα", σημειώνει ο κ. Τιφταρίδης.

ΝΕΑ ΠΡΟΣΘΗΚΗ ΤΟ ΜΗΛΟ

Πέρα από το γιαούρτι, ζωηρό ενδιαφέρον -τόσο από τους πελάτες της, όσο και από τις άλλες επιχειρήσεις που την προσεγγίζουν για να παράξει για λογαριασμό τους- εκδηλώνεται και για το επιδόρπιο γιαουρτιού που έχει στην γκάμα της και το οποίο ήδη διατίθεται στην Βουλγαρία. Στην εν λόγω αγορά, όπως και στην Κύπρο, η Κορφή έχει παρουσία και με τους χυμούς- στην γκάμα των οποίων προστέθηκε φέτος και το Μήλο-ενώ μικρότερη είναι η εξαγωγική δραστηριότητα στην μπύρα όπου διαθέτει



δύο σήματα, την Δίας και την πιο premium Vambeer. Συνολικά πάντως οι εξαγωγές απ' όλες τις προϊόντικές κατηγορίες αντιπροσωπεύουν το 10% των συνολικών πωλήσεων της εταιρείας.

DATA ΚΟΡΦΗ (σε €χιλ.)

Κύκλος Εργασιών

2024: 4.132
2023: 4.864
2022: 4.657

EBIT

2024: 145
2023: 155
2022: 83

Κέρδη προ φόρων

2024: 41
2023: 44
2022: 12
2021: 60

ΣΤΑΘΕΡΟΤΗΤΑ ΤΖΙΡΟΥ ΤΟ 2025

Το 2025, σύμφωνα με τον κ. Τιφταρίδη, ήταν μια χρονιά σταθερότητας για την Κορφή, με τον τζίρο να διαμορφώνεται στα επίπεδα του 2024. "Διατηρήσαμε τις δυνάμεις μας και συνάψαμε νέες συνεργασίες, κάτι που είναι ιδι-

αίτερα σημαντικό", αναφέρει, προσθέτοντας ότι "σε ένα περιβάλλον αβεβαιότητας, προτιμάμε να κρατάμε... χαμηλά την μπάλα". Η αβεβαιότητα αυτή, προσθέτει, δεν κοστίζει μόνο ψυχολογικά αλλά και σε χρήμα. "Για παράδειγμα, την περίοδο των μεγάλων αυξήσεων στο ρεύμα φτάσαμε από €15 χιλ. να πληρώνουμε €55 χιλ. τον μήνα, για έναν ολόκληρο χρόνο, κάνοντας μάλιστα χαμηλότερη κατανάλωση! Δηλαδή μέσα σε ένα χρόνο πληρώσαμε σχεδόν €500 χιλ. επιπλέον. Τα χρήματα αυτά δεν είναι καθόλου λίγα για μια επιχείρηση του μεγέθους μας ενώ θα μπορούσαν να δαπανηθούν για παράδειγμα σε κάποια επένδυση", τονίζει.

ΣΤΑΣΗ ΑΝΑΜΟΝΗΣ ΓΙΑ ΕΠΕΝΔΥΣΕΙΣ

Αυτός είναι ο λόγος, που πέρα από κάποιες απαραίτητες κινήσεις εκσυγχρονισμού κι αναβάθμισης του μηχανολογικού εξοπλισμού, η Κορφή δεν έχει αυτή τη στιγμή στα πλάνα της κάποιο νέο επενδυτικό σχέδιο. "Θα περιμένουμε να εξομαλυνθεί η κατάσταση. Θεωρώ άλλωστε ότι είμαστε σε ένα αρκετά καλό επίπεδο", καταλήγει ο κ. Τριφταρίδης.

Γιάννης Τσατσάκης
yannis@notice.gr

• **JDE PEET'S**

ΟΙ ΠΡΩΤΕΣ ΥΛΕΣ ΕΚΤΙΝΑΞΑΝ ΤΟ ΚΟΣΤΟΣ ΚΑΤΑ €1,6 ΔΙΣ. - ΟΛΟΚΛΗΡΩΝΕΤΑΙ Η ΕΞΑΓΟΡΑ ΑΠΟ ΤΗΝ KEURIG DR PEPPER

Στην άνευ προηγουμένου άνοδο των τιμών του πράσινου (ακατέργαστου) καφέ και άλλων πρώτων υλών απέδωσε την αύξηση κόστους κατά \$1,9 δισ. (€1,6 δισ.) το 2025 η εταιρεία καφέ και τσαγιού, JDE Peet's, η οποία πρόκειται να εξαγοραστεί από την Keurig Dr Pepper.

Καθώς οι παγκόσμιες τιμές καφέ κατέγραψαν ιστορικά υψηλά το περασμένο έτος, εν μέσω εμπορικών εντάσεων και ακραίων καιρικών φαινομένων, η εταιρεία με έδρα την Ολλανδία ανέφερε ότι δαπάνησε σχεδόν 27% περισσότερα για την προμήθεια κόκκων καφέ, φύλλων τσαγιού και άλλων υλικών σε σύγκριση με έναν χρόνο πριν.

Η JDE Peet's ανακοίνωσε οργανική αύξηση πωλήσεων για το σύνολο του έτους, εξέλιξη που οφείλεται κυρίως στις αυξήσεις τιμών, παρά τη μείωση όγκου πωλήσεων.

DATA 2025

Πωλήσεις (τζίρος): 15,3%

Πωλήσεις (όγκος): (4,3%)

Προσαρμοσμένα λειτουργικά κέρδη: €1,59 δισ.

ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ ΜΕΙΩΣΗΣ ΚΟΣΤΟΥΣ

Η JDE Peet's γνωστοποίησε ότι τα μέτρα ενίσχυσης της παραγωγικότητας και οι αποε-

πενδύσεις, που περιλαμβάνουν κλείσιμο εργοστασίων και διακοπή ορισμένων μη βασικών δραστηριοτήτων, θα συνεχιστούν και φέτος, στο πλαίσιο υλοποίησης του 50% του προγράμματος μείωσης κόστους €500 εκατ. έως το 2027.

Η εταιρεία πρόσθεσε ότι η εξαγορά από την Keurig Dr Pepper αναμένεται να ολοκληρωθεί στις αρχές του β' τριμήνου, σύμφωνα με το σχετικό χρονοδιάγραμμα.

ΧΡΗΜΑΤΟΔΟΤΗΣΗ

Η Keurig Dr Pepper ανακοίνωσε ότι εξασφάλισε επιπλέον \$1,5 δισ. (€1,3 δισ.) σε ίδια κεφάλαια από μακροπρόθεσμους επενδυτές, στο πλαίσιο του χρηματοδοτικού σχεδίου για την εξαγορά της JDE Peet's, ύψους \$18 δισ. (€15,3 δισ.)

Η εταιρεία διευκρίνισε επίσης ότι δεν εξετάζει πλέον το ενδεχόμενο μερικής εισαγωγής της μονάδας ποτών στο χρηματιστήριο, η οποία ήταν μία από τις δύο εταιρείες, που σχεδίαζε να αποσχίσει μετά τη συγχώνευση.

Τον Οκτώβριο του 2025, η Keurig Dr Pepper αναθεώρησε προς τα πάνω την πρόβλεψή της για τις ετήσιες πωλήσεις, ποντάροντας στην ανθεκτική ζήτηση για ενεργειακά ποτά και ανθρακούχα αναψυκτικά σε αγορές, όπως η αμερικάνικη.



• ΓΡΗΓΟΡΗΣ ΣΤΗΡΙΖΕΙ ΤΟ ΜΥΡΤΙΛΛΟ CAFÉ

Η Γρηγόρης προχωρά σε συνεργασία με το Myrtillo Café, με στόχο την ενίσχυση της κοινωνικής συμπερίληψης και της εργασιακής ένταξης ατόμων από κοινωνικά ευάλωτες ομάδες και ατόμων με αναπηρία. Η συνεργασία βασίζεται στην κοινή προσέγγιση για ίσες ευκαιρίες στην εργασία και την επαγγελματική εξέλιξη.

ΤΙ ΠΡΟΒΛΕΠΕΙ

Στο πλαίσιο της συνεργασίας, ο Γρηγόρης υποστηρίζει τη λειτουργία της Κοινωνικής Συνεταιριστικής Επιχείρησης Ένταξης, παρέχοντας επαγγελματικό εξοπλισμό, πρώτες ύλες και προϊόντα, καθώς και εκπαίδευση και τεχνογνωσία στους εργαζομένους, με στόχο την ενίσχυση των δεξιοτήτων τους και τη βελτίωση της εμπειρίας φιλοξενίας. Παράλληλα, χρηματοδότησε την ανακαίνιση του χώρου, ο οποίος επανασχεδιάστηκε ώστε να είναι σύγχρονος και λειτουργικός, ενισχύοντας την επισκεψιμότητα και τις δυνατότητες απασχόλησης.

Ο ανακαινισμένος χώρος φιλοξενεί πλέον εταιρικές εκδηλώσεις του Γρηγόρη, ενώ είναι διαθέσιμος και για συναντήσεις, πολιτιστικές δράσεις και εκδηλώσεις. Τα εγκαίνια πραγματοποιήθηκαν πρόσφατα παρουσία συνεργατών και υποστηρικτών της κοινωνικής επιχείρησης.

Με τη συγκεκριμένη πρωτοβουλία, ο Γρηγόρης επιβεβαιώνει τη στρατηγική του για δράσεις με κοινωνικό αποτύπωμα, στηρίζοντας εγχειρήματα που δημιουργούν θέσεις εργασίας και ενισχύουν την κοινωνική συνοχή. Σήμερα, το 90% των εργαζομένων του Myrtillo Café προέρχεται από κοινωνικά ευάλωτες ομάδες.



Rafa Oliveira, CEO,
JDE Peet's

• **ΑΒ ΒΑΣΙΛΟΠΟΥΛΟΣ**

ΟΙ ΠΡΩΤΟΒΟΥΛΙΕΣ ΤΟΥ 2025 ΓΙΑ ΕΝΙΣΧΥΣΗ ΕΜΠΕΙΡΙΑΣ ΠΕΛΑΤΗ ΚΑΙ OWN BRAND PORTFOLIO

Στις πρωτοβουλίες που έχει πάρει η διοίκηση της ΑΒ Βασιλόπουλος προκειμένου να βελτιώσει την εμπειρία του πελάτη στα καταστήματά της, μέσω και της ενίσχυσης του own brand χαρτοφυλακίου της, αναφέρεται στο ετήσιο report του 2025 η Ahold Delhaize.

Ειδικότερα πέρυσι, η Ahold Delhaize, για την καλύτερη ενσωμάτωση των ηλεκτρονικών αγορών, των εξατομικευμένων προσφορών και των προγραμμάτων επιβράβευσης, επεκτείνει το ενιαίο της app στην ελληνική αλυσίδα super market μαζί με τα brands Albert, Delhaize, Maxi και Mega Image. Αυτό δημιουργεί μια πιο διασυνδεδεμένη εμπειρία πελάτη, προσαρμοσμένη στον τρόπο με τον οποίο οι καταναλωτές επιθυμούν να πραγματοποιούν τις αγορές τους σήμερα.

Από την έναρξη λειτουργίας, στις αρχές του 2025, μέχρι το τέλος του έτους, καταγράφηκε ετήσια αύξηση:

- 12% των πωλήσεων ηλεκτρονικού εμπορίου μέσω της εφαρμογής
- 31% των εβδομαδιαίων χρηστών και
- 33% των ενεργοποιήσεων προσωπικών προσφορών

ΔΙΑΚΡΙΣΕΙΣ

Η ΑΒ ενίσχυσε επίσης την ψηφιακή της αλληλεπίδραση μέσω προσωποποιημένων προτάσεων με έμφαση στην υγεία, όπως ο εξατομικευμένος προγραμματισμός γευμάτων μεσογειακής διατροφής.

Σημειώνεται ότι οι σειρές προϊόντων "Nature's Promise" και "Η ΑΒ Κοντά στην Ελληνική Γη" απέσπασαν σημαντικές διακρίσεις στα Superior Taste Awards και World Quality Awards 2025, αντίστοιχα.

Ακόμη στα Healthy Food & Bio Food Awards 2026 η ΑΒ Βασιλόπουλος, πήρε:

- Gold βραβείο στην κατηγορία "Innovation on Private Label" για τη σειρά Nature's Promise
- Silver βραβείο στην κατηγορία "Healthy Ready Meal Product" για τα ΑΒ Έτοιμα Γεύματα με την υπογραφή του Άκη Πετρετζίκη

NATURE'S PROMISE & ΕΤΟΙΜΑ ΓΕΥΜΑΤΑ

Η Nature's Promise περιλαμβάνει πάνω από 140 προϊόντα σε περισσότερες από 15 κατηγορίες, καλύπτοντας βιολογικά τρόφιμα, επιλογές χωρίς γλουτένη ή λακτόζη, καθώς και οικολογικά προϊόντα προσωπικής φροντίδας και καθαρισμού.



Νίκος Λαβίδας, Brand President, ΑΒ Βασιλόπουλος

Στο report αναφέρεται ακόμη ότι τα smoothies και οι φρέσκοι χυμοί Nature's Promise που διατίθενται στην ΑΒ συσκευάζονται πλέον σε φιάλες rPET 100% ανακυκλωμένου πλαστικού, με διαφανή καπάκια χωρίς χρωστικές, καθιστώντας τις πλήρως ανακυκλώσιμες. Η πρωτοβουλία αυτή, η οποία μειώνει τη χρήση πρωτογενούς πλαστικού, απέσπασε τον τίτλο "Προϊόν της Χρονιάς 2025" στην Ελλάδα.

Αναφορικά με τα ΑΒ Έτοιμα Γεύματα, αυτά προσφέρουν γρήγορες λύσεις διατροφής, με περισσότερες από 25 επιλογές, συμπεριλαμβανομένων κατηγοριών χαμηλών θερμίδων και High Protein.

ΑΥΓΑ ΑΠΟ ΚΟΤΕΣ ΕΚΤΟΣ ΚΛΩΒΩΝ

Άξια μνείας είναι ακόμη το γεγονός ότι η ΑΒ Βασιλόπουλος μαζί με τις Albert Heijn, Delhaize Belgium, και Mega Image έχουν ήδη επιτύχει 100% αυγά ιδιωτικής και επώνυμης ετικέτας από κόττες εκτός κλωβών (αχυρώνα, ελευθέρας βοσκής και βιολογικής εκτροφής). Όλες οι υπόλοιπες μάρκες έχουν θέσει σχέδια για την επίτευξη του στόχου έως το 2032.

Η ΑΒ σκοπεύει να επεκτείνει αυτήν την πρωτοβουλία και σε άλλα ζωικά προϊόντα, διασφαλίζοντας ότι η ευημερία των ζώων βρίσκεται στο επίκεντρο των πρακτικών της.

ΦΙΛΟΞΕΝΟ ΚΑΤΑΣΤΗΜΑ

Ακόμη, υλοποιεί πρόγραμμα ηγεσίας βασισμένο στο ότι κάθε επίσκεψη δεν είναι απλώς μια επίσκεψη σε κατάστημα, αλλά μια στιγμή σύνδεσης, φροντίδας και ουσιαστικής φιλοξενίας. Το "Φιλόξενο Κατάστημα ΑΒ" αποτελεί μια ευρείας κλίμακας στρατηγική πρωτοβουλία, εμπνευσμένη από την ελληνική αξία της φιλοξενίας. Τοποθετώντας τη φιλοξενία στον πυρή-

να της ταυτότητας της μάρκας, η πρωτοβουλία αυτή αναβαθμίζει την εμπειρία του πελάτη.

Το 2025, περισσότεροι από 10.000 εργαζόμενοι συμμετείχαν σε 756 εκπαιδευτικές συνεδρίες σε 51 τοποθεσίες στην Ελλάδα, συμπληρώνοντας πάνω από 29.500 ώρες εκπαίδευσης με ποσοστό ικανοποίησης 98,5%. Η συνεχής ανατροφοδότηση και τα ευρήματα από τους πελάτες έχουν ήδη αποτυπωθεί με μετρήσιμη βελτίωση της εμπειρίας στο κατάστημα.

NUTRI-SCORE

Τέλος, παρότι όλα τα brands της Ahold Delhaize χρησιμοποιούν τα συστήματα Nutri-Score ή Guiding Stars για τη μέτρηση των υγιεινών πωλήσεων και την αναδιαμόρφωση του προϊόντικού portfolio, δεν χρησιμοποιούν όλες οι ευρωπαϊκές μάρκες το Nutri-Score ως εργαλείο διατροφικής καθοδήγησης προς τους καταναλωτές. Ορισμένες τοπικές αρχές έχουν εκφράσει αντιρρήσεις και έχουν απαγορεύσει τη χρήση του ως σύστημα ενημέρωσης καταναλωτών, εν αναμονή ενιαίας ευρωπαϊκής νομοθεσίας από την Ευρωπαϊκή Επιτροπή για την επισήμανση στο μπροστινό μέρος της συσκευασίας.

Ως εκ τούτου, οι μάρκες στην Κεντρική και Νοτιοανατολική Ευρώπη – συμπεριλαμβανομένων των ΑΒ Βασιλόπουλος, Albert, Mega Image και Delhaize Serbia – αφαίρεσαν το λογότυπο Nutri-Score από τα προϊόντα ιδιωτικής ετικέτας τους. Παρά τις προκλήσεις αυτές, παραμένουν προσηλωμένες στην προώθηση υγιεινότερων διατροφικών επιλογών, ενισχύοντας ενεργά τα μηνύματά τους γύρω από τα υγιεινά προϊόντα.

Μάκης Αποστόλου
makis@notice.gr

• **GOLDEN FOOD SNACKS**

ΕΠΕΚΤΕΙΝΕΤΑΙ ΣΤΑ REWE, ΣΕ ΣΥΖΗΤΗΣΕΙΣ ΓΙΑ ΝΑ ΑΝΟΙΞΕΙ ΚΑΙ ΤΗΝ ΑΓΓΛΙΚΗ ΑΓΟΡΑ

Την επέκτασή της στην Δυτική Ευρώπη, μέσω της Rewe, επιχειρεί η Golden Food Snacks, εταιρεία των αδελφών Μιτζάλη, που επιχειρούν τα τελευταία χρόνια στην Ρουμανία. Η συγκεκριμένη εξέλιξη έρχεται ως συνέχεια πολυετών συνεργασιών με κορυφαίους retailers, όπως η Kaufland σε έξι χώρες τα τελευταία έξι χρόνια, αλλά και η Jerónimo Martins στην Πολωνία.

Παράλληλα, η εταιρεία έχει προχωρήσει σε ανανέωση του layout και του filling των κρουασάν κατά περίπου 30%. Οι παρεμβάσεις αυτές εντάσσονται σε ένα ευρύτερο πλάνο βελτίωσης της αποδοτικότητας, ενίσχυσης της παραγωγικής δυναμικότητας και αναβάθμισης της ποιότητας των τελικών προϊόντων.

ΝΕΟ ΠΡΟΪΟΝ ΣΤΟ ΚΡΟΥΑΣΑΝ - ΑΥΞΗΣΕ ΤΟ FILLING

Στο πλαίσιο αυτό, η Golden Food Snacks προχώρησε και στην ανάπτυξη νέων κωδικών, με χαρακτηριστικό παράδειγμα το νέο κρουασάν καραμέλας, το οποίο παρουσιάστηκε στην πρόσφατη ISM, διευρύνοντας έτσι το χαρτοφυλάκιό της σε κατηγορίες με αυξημένη ζήτηση.

Η εταιρεία αποτελεί σημαντικό προμηθευτή στον κλάδο των ταχυκίνητων καταναλωτικών αγαθών στην Ευρώπη και όχι μόνο. Τυποποιεί και εμπορεύεται φρούτα, λαχανικά, ξηρούς καρπούς, σπόρους και αποξηραμένα φρούτα στις εγκαταστάσεις της στο Filipestii de Padure, στην περιοχή του Πλοϊέστι, με τα προϊόντα να διατίθενται τόσο με το εμπορικό σήμα Elmas, όσο και ως ιδιωτική ετικέτα. Πριν την ίδρυση της Golden Food Snacks και την εξαγορά του brand Elmas το 2009 τα αδέρφια Μιτζάλη είχαν αναπτύξει τα brands Tasty Foods και Star Foods, τα οποία στη συ-

νέχεια πωλήθηκαν στην PepsiCo. Το 2022 η Golden Food Snacks προχώρησε σε στρατηγική συνεργασία με την PepsiCo για τη διανομή των προϊόντων της στην Ρουμανία. Την ίδια χρονιά, σύμφωνα με πηγές από τη Ρουμανία, η Επιτροπή Ανταγωνισμού της χώρας ενέκρινε την απορρόφηση της αρτοποιίας Derpan από την Golden Food Snacks.

ΒΑΛΚΑΝΙΑ ΚΑΙ ΜΕΤΑ ΑΓΓΛΙΑ

Η εταιρεία έχει έδρα την Ρουμανία, ωστόσο, διαθέτει ήδη ενεργή παρουσία σε χώρες όπως η Ουγγαρία, η Πολωνία, η Πορτογαλία και η Ισπανία, ενώ σχεδιάζει περαιτέρω γεωγραφική επέκταση με έμφαση στις αγορές των Βαλκανίων. Παρότι έχουν γίνει κατά καιρούς προσπάθειες προσέγγισης της ελληνικής αγοράς, αυτή δεν συγκαταλέγεται σήμερα στις άμεσες προτεραιότητές της.

Την ίδια στιγμή, η Golden Food Snacks ξεκινά οργανωμένα τη δραστηριοποίησή της στο Ηνωμένο Βασίλειο, ενώ ήδη διαθέτει πελατολόγιο στις Ηνωμένες Πολιτείες. Επιλεγμένα προϊόντα της διατίθενται και στην Ολλανδία, τόσο με επώνυμο brand όσο και ως private label, που αποτελεί το 50% της συνολικής παραγωγής για την εταιρεία.

ΞΗΡΟΙ ΚΑΡΠΟΙ

Πέρα από το κρουασάν σημαντικό μέρος του business του group είναι και η κατηγορία των ξηρών καρπών, που καταγράφει σταθερή ανάπτυξη και μέσω προϊόντων ιδιωτικής ετικέτας. Η ζήτηση για pl προϊόντα ενισχύεται συνεχώς, ενώ η δραστηριότητα στην Ρουμανία αναπτύσσεται δυναμικά, διευρύνοντας περαιτέρω το μερίδιό της.

Στέλλα Αυγουστάκη
stella@notice.gr



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

• **CAVA**

ΡΕΚΟΡ ΕΣΟΔΩΝ \$1,18 ΔΙΣ. ΤΟ 2025 – ΒΛΕΠΕΙ LFL ΑΝΑΠΤΥΞΗ 3%-5% ΚΑΙ ΑΕΒΙΤΔΑ ΕΩΣ \$184 ΕΚΑΤ. ΦΕΤΟΣ

Έσοδα-ρεκόρ για το οικονομικό έτος 2025, περίπου \$1,18 δισ., ανακοίνωσε η Cava, η αλυσίδα fast-casual μεσογειακής κουζίνας, ενώ προέβλεψε περαιτέρω αύξηση πωλήσεων για το οικονομικό έτος 2026.



Brett Schulman,
CEO,
Cava

αυξημένα κατά περισσότερο από 20% σε σχέση με το προηγούμενο έτος. Οι πωλήσεις σε συγκρίσιμα εστιατόρια για το σύνολο της χρήσης αυξήθηκαν κατά 4%.

Για το οικονομικό έτος 2026, η Cava εκτιμά ότι θα προχωρήσει σε 74 έως 76 καθαρά νέα ανοίγματα εστιατορίων, ενώ προβλέπει αύξηση πωλήσεων σε συγκρίσιμα καταστήματα (same-stores) μεταξύ 3% και 5% και προσαρμοσμένο EBITDA μεταξύ \$176-\$184 εκατ.

DATA Δ' Τρίμηνο (σε \$χιλ.)

Έσοδα	Προσαρ- μοσμένο	Καθαρά κέρδη
2025:	2025:	2025:
274.985	25.764	4.921
2024:	2024:	2024:
227.395	25.104	78.619

Η αλυσίδα κατέγραψε αύξηση πωλήσεων σε συγκρίσιμα καταστήματα (same-store sales) στο δ' οικονομικό τρίμηνο. Η ανάπτυξη αυτή οφείλεται κυρίως στις τιμές του μενού και στο μείγμα προϊόντων (product mix), ενώ αντισταθμίστηκε εν μέρει από μείωση της επισκεψιμότητας (foot traffic)

κατά 1,4%, όπως ανακοίνωσε η εταιρεία. Η Tolivar ανέφερε ότι η Cava προχώρησε σε αύξηση τιμών κατά περίπου 1,7% στις αρχές του 2025, ενώ για το 2026 προβλέπονται πολύ ήπιες αυξήσεις.

Η εταιρεία κατέγραψε επίσης 72 καθαρά νέα ανοίγματα εστιατορίων το οικονομικό έτος 2025, ανεβάζοντας το σύνολο των σημείων σε 439.

GUIDANCE

Στο σύνολο του 2025, η εταιρεία ανακοίνωσε έσοδα-ρεκόρ που ξεπέρασαν το \$1 δισ.,

DATA (σε \$χιλ.)

Έσοδα	Προσαρ- μοσμένο	Καθαρά κέρδη
2025:	2025:	2025:
1.179.664	152.760	63.743
2024:	2024:	2024:
963.713	126.248	130.319

• **PEPSICO**

ΜΠΗΚΕ ΚΑΙ ΣΤΙΣ ΣΟΥΠΕΣ ΜΕ READY-TO-HEAT ΠΡΟΪΟΝΤΑ

Στην κατηγορία της ζεστής σούπας εισήλθε η PepsiCo, με μια νέα σειρά έτοιμων προς θέρμανση λαχανόσουπων υπό το brand Alvalle. Η PepsiCo λάνσαρε δύο κωδικούς (SKUs) σούπας στα super market της Ισπανίας και σχεδιάζει να επεκτείνει την γκάμα σε Πορτογαλία και Δυτική Ευρώπη. Οι προτάσεις αυτές περιλαμβάνουν:

- σούπα Κρέμα Λαχανικών, με κολοκύθι, καρότο, πατάτα και κρεμμύδι
- σούπα Κρέμα Κολοκύθας με κολοκύθα, καρότο, κρεμμύδι και γλυκοπατάτα



Ramon Laguarda,
CEO,
PepsiCo

στοχεύει να καλύψει τις ανάγκες των καταναλωτών για εύκολα και υγιεινά γεύματα κατά τη διάρκεια των ψυχρότερων μηνών. Οι δύο νέες ζεστές σούπες θα συμπληρώσουν επίσης τον εποχικό χαρακτήρα της δραστηριότητας της Alvalle, αξιοποιώντας τη διαθέσιμη παραγωγική δυναμικότητα κατά τη χειμερινή περίοδο, όπως σημείωσε η PepsiCo.

ALVALLE

Η επέκταση του brand Alvalle ευθυγραμμίζεται με τη στρατηγική της PepsiCo ως εταιρείας τροφίμων με ρίζες στη γεωργική παραγωγή. Παράλληλα, διευρύνει το χαρτοφυλάκιο τροφίμων της σε παγκόσμιο επίπεδο, μετά και από εξαγορές όπως των Siete Foods και Sabra. Η σειρά Alvalle Hot Soups συνδυάζει γεύση και βιωσιμότητα, αντανακλώντας τη δέσμευση της PepsiCo για περιβαλλοντικά φιλικές γεωργικές πρακτικές και υπεύθυνες εφοδιαστικές αλυσίδες. Οι σούπες διατίθενται σε φιάλες των 600 ml, κατασκευασμένες από 100% ανακυκλωμένο πλαστικό (rPET).



Τα νέα προϊόντα βασίζονται στην επιτυχία της εταιρείας στην κατηγορία της συσκευασμένης γκασπάτσος και ευθυγραμμίζονται με τη στρατηγική της για προσφορά προϊόντων ευκολίας (convenience), υγιεινών και φυτικής προέλευσης.

ΕΠΟΧΙΚΟΣ ΧΑΡΑΚΤΗΡΑΣ

Καθώς η γκασπάτσο καταναλώνεται κυρίως τους θερινούς μήνες, το νέο λανσάρισμα

• **DIAGEO**
**ΑΝΑΘΕΩΡΗΣΗ ΠΡΟΒΛΕΨΕΩΝ ΠΡΟΣ
ΤΑ ΚΑΤΩ, ΕΞΑΙΤΙΑΣ ΔΥΣΚΟΛΙΩΝ
ΣΕ ΗΠΑ ΚΑΙ ΚΙΝΑ**

Για δεύτερη φορά εντός του ίδιου οικονομικού έτους αναθεώρησε τις προβλέψεις της η Diageo, καθώς αντιμετωπίζει δυσκολίες στην ανάκαμψη της ζήτησης σε ΗΠΑ και Κίνα. Η κίνηση αυτή σηματοδοτεί πρόκλη-



Dave Lewis, CEO, Diageo

ση για τον νέο Διευθύνοντα Σύμβουλο, Dave Lewis, ο οποίος ανέλαβε τα νήια του ομίλου σε περίοδο εξασθενημένης ζήτησης.

ΠΡΟΒΛΕΨΗ

Η εταιρεία εκτιμά πλέον ότι οι οργανικές καθαρές πωλήσεις για το σύνολο της χρήσης θα μειωθούν κατά 2%-3%, ενώ προηγουμένως προέβλεπε σταθερότητα ή οριακή πτώση. Παράλληλα, ανακοίνωσε μείωση του μερίσματος και γνωστοποίησε ότι ο CEO επεξεργάζεται νέα στρατηγική για τον όμιλο, η οποία θα παρουσιαστεί το γ' τρίμηνο.

DATA A' Εξάμηνο

Οργανικές καθαρές πωλήσεις: - 2,8%
Πωλήσεις (Κίνα): - 42%
ΗΠΑ (Αποστάγματα): - 9,3%

Ο Οικονομικός Διευθυντής της εταιρείας, Nick Gangani, δήλωσε ότι η πίεση στα πορτοφόλια των καταναλωτών και ο αυξανόμενος ανταγωνισμός, ειδικά στον τομέα της τεκίλα, επηρεάζουν αρνητικά τις πωλήσεις αποσταγμάτων στις ΗΠΑ.

• **GOODY'S BURGER HOUSE**
**ΠΑΡΟΥΣΙΑΖΟΥΝ ΤΗ ΦΕΤΙΝΗ ΕΚΔΟΧΗ
ΤΩΝ ΜΕΣΟΓΕΙΑΚΩΝ**

Τη φετινή εκδοχή των "Μεσογειακών", της καθιερωμένης σειράς νησιώσιμων και vegan επιλογών που συνδέεται διαχρονικά με την περίοδο της Σαρακοστής, παρουσιάζουν τα Goody's Burger House. Το μενού περιλαμβάνει συνολικά 16 συνταγές, συνδυάζοντας θαλασσινά, λαχανικά και ζυμαρικά, με στόχο να καλύψει διαφορετικές διατροφικές προτιμήσεις.

ΝΕΕΣ ΕΠΙΛΟΓΕΣ

Η φετινή πρόταση ενισχύεται με τέσσερις νέες επιλογές με βάση το falafel, όπως sandwich, burger, σαλάτα με vegan aioli και falafel bites, διευρύνοντας τις plant-based επιλογές. Παράλληλα, διατηρούνται οι κλασικές συνταγές με θαλασσινά, μεταξύ των οποίων γεύματα με γαρίδες ή καλαμαράκια, burger γαρίδας, bao buns με crispy γαρίδες, σαλάτα Caesar's με γαρίδες και burger κα-



λαμαριών σε δύο εκδοχές sauce.

Στις νησιώσιμες επιλογές εντάσσονται επίσης vegan προτάσεις, όπως Vurger, Veggie Burger, σαλάτα Κρήτης, Μεσογειακή Napolitana και Vegan Nuggets φυτικής πρωτεΐνης, διαθέσιμα σε διαφορετικά μεγέθη ή ως γεύμα. Τα "Μεσογειακά" διατίθενται σε όλα τα καταστήματα Goody's Burger House και μέσω online παραγγελίας ή της εφαρμογής της εταιρείας καθ' όλη τη διάρκεια της Σαρακοστής.



Peder Tuborgh, CEO, Arla Foods

• **ARLA FOODS**
**ΕΠΕΝΔΥΣΗ €300
ΕΚΑΤ. ΓΙΑ ΝΕΑ
ΜΟΝΑΔΑ ΤΥΡΙΟΥ
ΣΤΗΝ ΣΟΥΗΔΙΑ**

Τη μεγαλύτερη επένδυσή της στην ιστορία της, ύψους €300 εκατ, για την ενίσχυση της παραγωγής τυριού ανακοίνωσε η Arla. Η επένδυση περιλαμβάνει την κατασκευή νέας μονάδας παραγωγής στο υψιστάμενο συγκρότημα της εταιρείας στο Γκέτενε της Σουηδίας, με την έναρξη λειτουργίας να προβλέπεται το 2030. Η νέα εγκατάσταση θα έχει δυναμικότητα επεξεργασίας περίπου 1 δισ. κιλών γάλακτος ετησίως, σχεδόν διπλασιάζοντας την τρέχουσα παραγωγική ικανότητα της εταιρείας στην περιοχή.

ΤΑΣΗ ΣΕ PREMIUM ΠΡΟΪΟΝΤΑ

Παρά τις πιέσεις στις τιμές των γαλακτοκομικών προϊόντων, η εταιρεία αναμένει ότι η τάση των καταναλωτών προς premium επώνυμα προϊόντα υψηλότερης αξίας θα μπορούσε να αντισταθμίσει την πτώση των εσόδων. Η κατηγορία των premium προϊόντων, σύμφωνα με τις εκτιμήσεις της Arla, θα μπορούσε να σημειώσει ανάπτυξη έως και 3%, ενισχύοντας την στρατηγική τοποθέτηση της εταιρείας σε προϊόντα με υψηλή αναγνωρισιμότητα και μεγαλύτερα περιθώρια κέρδους.

Η νέα μονάδα θα επικεντρωθεί κυρίως στο Household cheese, ένα από τα πιο δημοφιλή σήματα της Arla στη σουηδική αγορά. Παράλληλα, η επένδυση στοχεύει στη μείωση της εξάρτησης της Σουηδίας από εισαγόμενα τυριά, αυξάνοντας τον δείκτη αυτάρκειας της χώρας περίπου στο 47% από 37% σήμερα.

• **EMPERIA GROUP LAFAZANIS**

ΝΕΟ LOGISTICS CENTER ΣΤΗΝ ΜΑΓΟΥΛΑ - ΑΝΑΠΤΥΞΗ 2% ΤΟ 2025 ΚΑΙ ΠΡΩΤΟ ΔΕΙΓΜΑ ΓΡΑΦΗΣ ΣΤΑ ΒΙΟΛΟΓΙΚΑ

Με αυξημένες πωλήσεις κατάφερε να κλείσει ο οινοποιητικός όμιλος Λαφαζάνη μια χρονιά που για την αγορά του κρασιού χαρακτηρίστηκε από αρκετές εκπλήξεις, οι περισσότερες εκ των οποίων όχι ευχάριστες.

ΥΠΟΤΟΝΙΚΟ ΤΟ ΤΕΛΕΥΤΑΙΟ ΔΙΜΗΝΟ ΤΟΥ 2025

"Το 2025 σίγουρα ήταν μια ιδιαίτερη έως περίεργη χρονιά. Το τελευταίο δίμηνο, για παράδειγμα, που παραδοσιακά για τον κλάδο είναι πολύ δυνατό, κύλησε αρκετά μουδιασμένα καθώς η αυστηροποίηση της νομοθεσίας για το αλκοτέστ - μέτρο με το οποίο, βέβαια, δεν διαφωνούμε - φάνηκε να αιφνιδιάζει και να φοβίζει ένα μεγάλο μέρος του κοινού", δηλώνει στο Fnb Daily, η Αθηνά Λαφαζάνη, εκπρόσωπος της τρίτης γενιάς της οικογένειας που φέτος συμπληρώνει οκτώ δεκαετίες παρουσίας στο χώρο του κρασιού. "Ταυτόχρονα και πέρα από τις ιδιαιτερότητες της χώρας μας, βλέπουμε ότι και η παγκόσμια αγορά κινείται αρκετά υποτονικά. Σίγουρα η περίοδος που διανύουμε δεν είναι η καλύτερη για ο,τιδήποτε έχει σχέση με το αλκοόλο", προσθέτει.

Παρά τις προκλήσεις, η χρονιά για το Emperia Group Lafazanis -επωνυμία κάτω από την οποία στεγάζονται τα οινοποιεία Λα-

φαζάνη, Νέστωρ και Άμπελος- ολοκληρώθηκε με ανάπτυξη 2%, "κάτι που, δεδομένων των συνθηκών, θεωρούμε ότι είναι αρκετά ικανοποιητικό".

DATA Λαφαζάνης Οινοποιητική (σε €χιλ.)

Κύκλος Εργασιών

2024: 6.715
2023: 7.957
2022: 6.120
2021: 4.182

EBIT

2024: 376
2023: 738
2022: 113
2021: 672

Κέρδη προ φόρων

2024: 277
2023: 643
2022: 42
2021: 62

ΕΡΧΕΤΑΙ ΚΑΙ ΣΥΝΕΧΕΙΑ ΣΤΑ ΒΙΟΛΟΓΙΚΑ

Για τη φετινή χρονιά αλλά και τις αμέσως επόμενες, βασικό κομμάτι του αναπτυξιακού σχεδιασμού του ομίλου είναι οι βιολογικοί οίνοι και δη αυτοί που θα προκύψουν

από τον αμπελώνα 300 στρεμμάτων στη θέση Τσούρκα, που από τα τέλη του 2025 έλαβε τη σχετική πιστοποίηση. Τα 170 στρέμματα έχουν ήδη ξεκινήσει να φυτεύονται πριν από οκτώ χρόνια περίπου και το πρώτο δείγμα γραφής, ένα λευκό κρασί από Κυδωνίτσα θα είναι διαθέσιμο το 2026 με την ετικέτα Child of Soil.

Στο ίδιο κτήμα έχουν επίσης φυτευθεί, μεταξύ άλλων, Μαυροτράγανο, Αγιωργήτικο, Βιδιανό κ.α. ποικιλίες- οπότε, σύμφωνα με την κα Λαφαζάνη, "θα υπάρξει και συνέχεια". "Για εμάς, η έναρξη παραγωγής ετικετών από τον συγκεκριμένο -και με τη βούλα πλέον βιολογικό- αμπελώνα είναι κάτι πολύ σημαντικό. Είναι ένα εγχείρημα που δουλεύουμε από το 2018", συμπληρώνει.

ΕΠΕΝΔΥΣΗ €700 ΧΙΛ.

Πιο πρόσφατο αλλά εξίσου σημαντικό project είναι η δημιουργία ενός νέου logistics center σε ιδιόκτητη έκταση στην Μαγούλα. Πρόκειται, σύμφωνα με την κα Λαφαζάνη, για μια επένδυση της τάξης των €700 χιλ. η οποία έχει σχεδόν ολοκληρωθεί και θα συμβάλει στην καλύτερη διαχείριση του όγκου των παραγγελιών.

Γιάννης Τσατσάκης
yannis@notice.gr



Αθηνά Λαφαζάνη,
συνιδιοκτήτρια,
Emperia Group
Lafazanis

• ΜΙΝΕΡΒΑ

ΕΝΙΣΧΥΣΗ ΤΟΥ ΚΑΝΑΛΙΟΥ HORECA - ΝΕΑ ΣΥΣΚΕΥΑΣΙΑ ΓΙΑ ΤΗΝ BRAVA

Την περαιτέρω ανάπτυξη της παρουσίας της στο HoReCa έχει θέσει ως στρατηγική προτεραιότητα η Μινέρβα, υιοθετώντας μια πιο στοχευμένη και οργανωμένη εμπορική προσέγγιση στο συγκεκριμένο κανάλι, μέσω και διεύρυνσης του δικτύου των συνεργατών της στην εγχώρια αγορά.

Η στρατηγική αυτή εντάσσεται στη συνολικότερη μετεξέλιξη της εταιρείας, από παραδοσιακή ελαιουργική σε έναν σύγχρονο οργανισμό τροφίμων, με διευρυμένο χαρτοφυλάκιο και αυξημένη έμφαση σε αναπτυσσόμενα κανάλια πώλησης.

ΕΞΕΙΔΙΚΕΥΜΕΝΕΣ ΣΥΣΚΕΥΑΣΙΕΣ

Σήμερα, το HoReCa αντιπροσωπεύει μονοψήφιο ποσοστό του συνολικού κύκλου εργασιών της εταιρείας, ωστόσο θα αποτελέσει βασικό πεδίο ανάπτυξης για τα επόμενα χρόνια. Η εταιρεία επιδιώκει να αξιοποιήσει τη δυναμική του καναλιού, επενδύοντας σε λύσεις που ανταποκρίνονται στις ανάγκες της επαγγελματικής κουζίνας και της οργανωμένης εστίασης. Στο πλαίσιο αυτό, ενισχύει τη δραστηριότητά της στον επαγγελματικό κλάδο, επενδύοντας σε εξειδικευμένες συσκευασίες και σε ένα ευρύ χαρτοφυλάκιο προϊόντων που εκτείνεται από την μάρκα Brava, έως επιλεγμένους κωδικούς Ρυμπαγο και μαγειρικά λίπη, καλύπτοντας διαφορετικές ανάγκες της επαγγελματικής εστίασης.

ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ

Η ιδιαίτερη έμφαση που δίνεται στο HoReCa συνδέεται άμεσα και με τη δυναμική του ελ-

ληνικού τουρισμού, έναν από τους βασικούς πυλώνες της οικονομίας, όπου, σύμφωνα με στελέχη της εταιρείας η ποιότητα των προσφερόμενων προϊόντων και υπηρεσιών αποτελεί καθοριστικό παράγοντα διαφοροποίησης.

ΕΠΑΝΑΛΑΝΣΑΡΙΣΜΑ

Χρονικά, η συγκυρία θεωρείται ευνοϊκή για την ενίσχυση της παρουσίας της εταιρείας στον συγκεκριμένο τομέα, καθώς η Μινέρβα προχωρά σε ανανέωση συσκευασιών και σε επαναλάνσarisma βασικών brands στη λιανική αγορά.

Η νέα εταιρική εικόνα, η οποία ήδη τοποθετείται σταδιακά στα super markets μαζί με νέους κωδικούς, αναμένεται να μεταφερθεί και στο κανάλι HoReCa έως τα τέλη της άνοιξης, ώστε να είναι πλήρως ενεργή με την έναρξη της τουριστικής σεζόν.

Ιδιαίτερη σημασία αποδίδεται στη μάρκα Brava, η οποία καταγράφει ισχυρή παρουσία στην κατηγορία sauces, με ηγετικό μερίδιο στη μουστάρδα και ιδιαίτερα υψηλές επιδόσεις σε ketchup και μαγιονέζα.

Η εταιρεία στοχεύει στην περαιτέρω ανάπτυξη του brand, τόσο στο HoReCa, όσο και στη λιανική, αξιοποιώντας τη συνεκτική ταυτότητα και την ανανεωμένη εικόνα του, με στόχο τη δημιουργία προστιθέμενης αξίας για τους επαγγελματίες συνεργάτες και τους τελικούς καταναλωτές.

Στέλλα Αυγουστάκη
stella@notice.gr



Κατερίνα Βλάχου,
CEO, Μινέρβα



• ΟΥΖΟ ΠΛΩΜΑΡΙΟΥ ΣΥΜΜΕΤΕΙΧΕ ΣΤΗΝ WINE PARIS 2026

Στη διεθνή έκθεση οίνων και αποσταγμάτων Wine Paris 2026, που πραγματοποιήθηκε πρόσφατα στο Παρίσι, συμμετείχε το Ούζο Πλωμαρίου Ισιδώρου Αρβανίτου, ενισχύοντας την παρουσία του ελληνικού ούζου στις διεθνείς αγορές. Η διοργάνωση συγκέντρωσε περισσότερους από 63.500 επαγγελματίες από 169 χώρες και πάνω από 6.500 εκθέτες από 63 χώρες.

ΠΡΟΟΠΤΙΚΗ ΝΕΩΝ ΣΥΝΕΡΓΑΤΩΝ

Στο πλαίσιο της έκθεσης, το Ούζο Πλωμαρίου ανέδειξε την ποιότητα, τον αυθεντικό χαρακτήρα και την αποσταγματοποιική του παράδοση, προσελκύοντας το ενδιαφέρον επαγγελματιών, εισαγωγέων και συνεργατών από βασικές αγορές του εξωτερικού και ενισχύοντας τις προοπτικές νέων συνεργασιών.

Σήμερα το προϊόν έχει παρουσία σε περισσότερες από 50 χώρες, ενώ η συμμετοχή στην Wine Paris 2026 εντάσσεται στη στρατηγική εξωστρέφειας της Ποτοποιίας Πλωμαρίου, με στόχο την περαιτέρω προώθηση των ελληνικών αποσταγμάτων και της ελληνικής γαστρονομικής κουλτούρας διεθνώς.

• **MANTIS GROUP**
ΚΑΤΕΚΤΗΣΕ ΤΗΝ 3η ΘΕΣΗ (BRONZE AWARD) ΣΤΑ IDM BEST DISTRIBUTOR AWARDS

Την 3η θέση (Bronze Award) στα IDM Best Distributor Awards 2025 της Energizer Holdings, κατέκτησε η Mantis Group. Πρόκειται για έναν νέο ευρωπαϊκό θεσμό που αναγνωρίζει τους κορυφαίους διανομείς μπαταριών Energizer. Η διάκριση απονεμήθηκε στο Λέβεν του Βελγίου και προέκυψε ύστερα από αξιολόγηση των 10 μεγαλύτερων ευρωπαϊκών συνεργατών της εταιρείας, με βασικά κριτήρια τις επιδόσεις στις πωλήσεις, την ανάπτυξη τιμολογημένων πωλήσεων, την εμπορική υλοποίηση στο σημείο πώλησης και την προβολή του brand.

Η ΣΥΝΕΡΓΑΣΙΑ ΜΕ ΤΗΝ ENERGIZER HOLDINGS

Η εταιρεία αξιολογήθηκε θετικά για τις επιδόσεις της σε In Market Sales, Net Invoice Sales Growth και Visibility. Σύμφωνα με τη σχετική ανακοίνωση, η διάκριση επιβεβαιώνει τη σταθερή αναπτυξιακή πορεία της Mantis Group και την αποτελεσματική συνεργασία της με την Energizer Holdings, έναν από τους μεγαλύτερους διεθνώς κατασκευαστές μπαταριών και προϊόντων φορητού φωτισμού.



Παράλληλα, αναδεικνύεται η συμβολή του εκτεταμένου δικτύου διανομής της εταιρείας στην Ελλάδα και την Κύπρο, το οποίο



υποστηρίζει τη διαθεσιμότητα και την εμπορική παρουσία του brand Energizer, ενισχύοντας τη θέση της Mantis Group στο ευρωπαϊκό δίκτυο συνεργατών της Energizer και δημιουργώντας προοπτικές περαιτέρω στρατηγικής ανάπτυξης.

• **Debrief** •

ΚΑΙ ΟΙ ΑΜΕΡΙΚΑΝΟΙ ΜΕ ΤΟΝ ΙΔΙΟ ΤΡΟΠΟ ΨΗΦΙΖΟΥΝ

Και φυσικό αέριο και πυρηνική ενέργεια και υδροηλεκτρική και συστήματα μπαταριών και αναβάθμιση δικτύου. Απ' όλα έχει το μεγαλύτερο ενεργειακό δάνειο στην ιστορία. Ένα ενεργειακό δάνειο \$26,5 δισ! που προσφέρει το Υπουργείο Ενέργειας των ΗΠΑ σε θυγατρικές της Southern Company για την ενίσχυση της αξιοπιστίας του ηλεκτρικού δικτύου.

Συγκεκριμένα, το δάνειο θα χρηματοδοτήσει την κατασκευή ή αναβάθμιση πάνω από 16 γιγαβάτ ισχύος, συμπεριλαμβανομένων 5 γιγαβάτ νέας παραγωγής από φυσικό αέριο, 6 γιγαβάτ πρόσθετης πυρηνικής ισχύος μέσω αναβαθμίσεων, εκσυγχρονισμό εγκαταστάσεων υδροηλεκτρικής ενέργειας, συστήματα αποθήκευσης ενέργειας από μπαταρίες και περισσότερα από 2.100 χιλιόμετρα σε έργα μεταφοράς και βελτίωσης του δικτύου.

Στόχος: Η ελάφρυνση των λογαριασμών για τους Αμερικανούς. Το δάνειο αναμένεται να μειώσει τα έξοδα τόκων της εταιρείας πάνω από \$300 εκατ. ετησίως, συμβάλλοντας στη μείωση του κόστους ηλεκτρικής ενέργειας για τους πελάτες, [σύμφωνα με το Bloomberg](#).

Ναι, δεν είναι μόνο η Ευρώπη που ταλαιπωρείται από ακριβή ενέργεια. [Όπως αναφέρουν οι Los Angeles Times](#), οι λογαριασμοί ηλεκτρικού ρεύματος στις ΗΠΑ έχουν αυξηθεί κατά περίπου 8% το 2025. Και αυτό είναι πρόβλημα. Γιατί; Επειδή μπορεί να παίξει ρόλο στις ενδιάμεσες εκλογές τον Νοέμβριο, όπως συνέβη σε μερικές βασικές αναμετρήσεις στο Νιου Τζέρσεϊ, τη Βιρτζίνια και την Τζόρτζια πέρυσι.

Δεν είναι τυχαίο ότι στην προ ημερών ομιλία του στο Κογκρέσο, στο πλαίσιο του State of the Union, ο Donald Trump δε-

σμεύτηκε να προστατεύσει τους Αμερικανούς από το υψηλότερο κόστος ηλεκτρικής ενέργειας που οφείλεται στα ενεργοβόρα κέντρα δεδομένων Τεχνητής Νοημοσύνης. Το συμπέρασμα είναι γνωστό: οι πολίτες ψηφίζουν συμβουλευόμενοι κυρίως την τσέπη τους. Μπορεί τα media, οι αναλυτές, οι δημοσιογράφοι, οι ειδικοί, να ασχολούνται με τις... τεκτονικές αλλαγές, τη... μεγάλη εικόνα κ.λπ., αλλά κάθε νοικοκύρης στο τέλος της ημέρας κοιτάει τί δούλεψε, τί έβγαλε, τί πλήρωσε και τί του έμεινε. Και αυτό ισχύει και για τους Αμερικανούς. Και μια τελευταία σημείωση: το γεγονός ότι οι ΗΠΑ επενδύουν τόσο σε παραδοσιακές, όσο και σε νέες μορφές ενέργειας, έχει και αυτό το ενδιαφέρον του.

Γιάννης Παλιούρης
giannis@notice.gr

• ΔΙΑΜΑΝΤΗΣ ΜΑΣΟΥΤΗΣ

ΕΝΙΣΧΥΣΗ ΠΑΡΟΥΣΙΑΣ ΣΤΗΝ ΗΠΕΙΡΟ ΜΕ ΝΕΟ ΚΑΤΑΣΤΗΜΑ

Η Διαμαντής Μασούτης ενισχύει την παρουσία της στην Ήπειρο με τη λειτουργία νέου super market στα Ιωάννινα, επί της οδού Αγίας Μαρίας 24, εγκαινιάζοντας παράλληλα το αναπτυξιακό της πλάνο για το 2026, έτος κατά το οποίο συμπληρώνει 50 χρόνια δραστηριότητας στην ελληνική αγορά. Το νέο κατάστημα, συνολικής επιφάνειας 600 τ.μ. και ανάπτυξης σε δύο επίπεδα, ακολουθεί το σύγχρονο μοντέλο λειτουργίας της εταιρείας, με έμφαση στα φρέσκα προϊόντα και σε ευρεία γκάμα ειδών καθημερινής κατανάλωσης σε λειτουργικό περιβάλλον αγορών.

ΠΟΙΑ ΤΜΗΜΑΤΑ ΔΙΑΘΕΤΕΙ

Διαθέτει τμήματα μαναβικής, κρεοπωλείου και κοπής αλλαντικών και τυροκομικών, τρία ταμεία εξυπηρέτησης, καθώς και υποδομές



πρόσβασης για ΑμεΑ. Η λειτουργία του δημιουργεί 24 θέσεις εργασίας, συμβάλλοντας στην ενίσχυση της τοπικής απασχόλησης. Στο πλαίσιο της περιβαλλοντικής υπευθυνότητας, έχουν εγκατασταθεί κάδοι ανακύκλωσης για μπαταρίες, λαμπτήρες, μικρές ηλεκτρικές συσκευές και μαγειρικά έλαια.

Τα εγκαίνια πραγματοποιήθηκαν στις 20 Φεβρουαρίου 2026 παρουσία εκπροσώπων της διοίκησης, τοπικών φορέων και καταναλωτών. Η εταιρεία συνεχίζει να επενδύει στην ελληνική περιφέρεια, με στόχο τη στήριξη της τοπικής οικονομίας και τη διατήρηση υψηλού επιπέδου ποιότητας και εξυπηρέτησης.

Business Maker

ΤΟ ΛΟΥΚΕΤΟ ΣΕ ΤΥΡΟΚΟΜΕΙΟ ΣΤΗΝ ΦΩΚΙΔΑ ΚΑΙ Η ΣΙΩΠΗΛΗ ΣΥΓΚΕΝΤΡΩΣΗ

Μια σιωπηλή, αλλά βαθιά αναδιάρθρωση βρίσκεται σε εξέλιξη στον κλάδο της τυροκομίας, με επίκεντρο τις μικρές μονάδες. Πέρα από το υψηλό λειτουργικό κόστος, που πλέον δυσκολεύονται να διαχειριστούν, αφού δεν διαθέτουν την αναγκαία κλίμακα - καθώς πουλάνε κατά κύριο λόγο σε τοπικό επίπεδο -, αδυνατούν να ανταγωνιστούν τις μεγάλες μονάδες, όσον αφορά και τη συλλογή γάλακτος.

Ενδεικτική είναι η περίπτωση παραδοσιακού τυροκομείου στην Φωκίδα, το οποίο ετοιμάζεται να κατεβάσει ρολά, μόλις ο ιδιοκτήτης βγει στη σύνταξη. Η επόμενη γενιά δεν προτίθεται να συνεχίσει την οικο-

γενειακή επιχείρηση, παρότι διαθέτει την απαιτούμενη τεχνογνωσία. Κανείς από τους απόγονους δεν είναι διατεθειμένος να επωμιστεί το βάρος, καθώς θεωρούν πως δεν υπάρχει προοπτική.

Οι μεγάλες γαλακτοβιομηχανίες προσφέρουν, όπως λένε καλά πληροφορημένες πηγές, ισχυρά κίνητρα στους παραγωγούς, που οι μικροί δεν μπορούν να ματάρουν. "Οι μεγάλοι μαζεύουν πλέον το μεγαλύτερο μέρος της παραγωγής", σημειώνει χαρακτηριστικά παράγοντας του κλάδου. Η εξέλιξη αυτή αλλάζει τη δομή της αγοράς. Το αποτέλεσμα είναι μια σταδιακή συγκέντρωση. Και μαζί, η απώλεια

ενός παραγωγικού μοντέλου που για χρόνια αποτελούσε βασικό στοιχείο της ελληνικής περιφέρειας. Η αίσθηση που εκπέμπουν παράγοντες του κλάδου είναι ότι η τάση αυτή αναμένεται να ενταθεί τα επόμενα χρόνια. Η αύξηση του κόστους παραγωγής και η ανάγκη για επενδύσεις σε εξοπλισμό και πιστοποιήσεις δημιουργούν πρόσθετα εμπόδια. Το ερώτημα που τίθεται πλέον δεν είναι αν θα υπάρξουν νέα λουκέτα. Αλλά πόσα. Γιατί στην αγορά γάλακτος, όπως λένε άνθρωποι του χώρου, η κλίμακα έχει γίνει πλέον όρος επιβίωσης. Συνεπώς, ας έχουν κι αυτό στο μυαλό τους οι μικροί: Η ισχύς εν τη ενώσει...

Η ΒΙΟΛΑΝΤΑ ΚΑΙ ΑΥΤΟ ΠΟΥ ΔΕΝ ΛΕΕΙ ΚΑΝΕΙΣ ΔΗΜΟΣΙΑ

Η υπόθεση της Βιολάντα εξακολουθεί να απασχολεί την αγορά του οργανωμένου λιανεμπορίου τροφίμων. Η πορεία των πωλήσεων της θεσσαλικής βιομηχανίας είναι το θέμα, που σχεδόν μονοπωλεί τις συζητήσεις στελεχών του κλάδου. Παρότι γράφονται διάφορα, η ζήτηση παραμένει ισχυρή.

Οι καταναλωτές συνεχίζουν να αγοράζουν τα αγαπημένα τους προϊόντα παρά το τραγικό συμβάν. Ωστόσο, όπως σημειώνει στη στήλη κορυφαίος παράγοντας της αγοράς,

που επιθυμεί να διατηρήσει την ανωνυμία του, το πρόβλημα είναι αλλού: Και αυτό είναι η παραγωγή. Εκτιμά, μάλιστα, πως σύντομα αναμένονται ελλείψεις, λόγω αδυναμίας παραγωγής. Ο ίδιος εκφράζει έναν βαθύτερο φόβο, που δεν αφορά τα οικονομικά μεγέθη, αλλά τη βιωσιμότητα της επιχείρησης, με δεδομένο ότι έχουν σταματήσει τα εργοστάσια να παράγουν προϊόντα.

Η Βιολάντα, όπως λέει, αποτελεί έναν από τους ελάχιστους μεγάλους εγχώριους παρα-

γωγούς στο συγκεκριμένο προϊόν, με ισχυρό αποτύπωμα στην περιφέρεια. Μια παρατεταμένη αποδυνάμωση θα είχε συνέπειες, όχι μόνο για την ίδια, αλλά και για την τοπική οικονομία, τους προμηθευτές και την απασχόληση.

"Εκφράζω ανησυχίες για την επιβίωση της εταιρείας, και θα είναι κρίμα για την ελληνική παραγωγή και για την τοπική κοινωνία - μία διάσταση που κανείς δεν τολμά να αναδείξει", επισημαίνει χαρακτηριστικά.

Business Insight

ΙΣΤΟΡΙΕΣ ΜΕ COCKROACHES, MIDTERMS ΚΑΙ ΠΟΙΟΙ ΘΑ ΠΛΗΡΩΣΟΥΝ ΤΑ \$9,6 ΤΡΙΣ. ΓΙΑ ΤΗΝ ΟΥΑΣΙΓΚΤΟΝ

Με αφορμή το [χθεσινό Editorial για τις... κατσαρίδες του πιστωτικού κύκλου](#), το σημερινό insight μας. Επίκαιρη, ελπίζω και διδακτική η συζήτηση που έχει ανοίξει με αφορμή το **πόσο ασφαλής είναι η χρηματοδότηση των θηριωδών αποτιμήσεων κολλοσσών της AI**, και τι μπορεί να σημαίνουν όλο και συχνότερες προειδοποιήσεις παραγόντων με ενδελεχή γνώση του ζητήματος.

Όπως σημείωνε ο Νεκτάριος Β. Νώτης, ο **Διευθύνων Σύμβουλος του ομίλου JPMC κρούει εδώ και μήνες τον κώδωνα του κινδύνου**. Το πρώτο χτύπημα (του κώδωνα) ήταν μέσα Οκτωβρίου (2025), όταν με αφορμή τις περιπτώσεις των **Western Alliance Bancorporation** (με έδρα το Φοίνιξ) και **Zions Bancorporation** (Σολτ Λέικ Σίτι) είχε αναφερθεί στην εμφάνιση "κατσαρίδων". Ήταν η περίοδος που η Zions είχε ανακοινώσει διαγραφή (charge-off) \$50 εκατ. για δύο επιχειρηματικά δάνεια της θυγατρικής της California Bank & Trust, μετά από νομικές ενέργειες που αφορούσαν τους δανειολήπτες και εσωτερικό έλεγχο του χαρτοφυλακίου της. Οι μετοχές των WAB και Zions είχαν καταρρεύσει. Έκτοτε, και με αφορμή τη [μνημειώδη συζήτηση του Jamie Dimon](#), έγινε ευρύτερα γνωστή στην Wall Street η **cockroach theory**, που θέλει την εμφάνιση των πρώτων εντόμων, να ακολουθεί (κατά την φυσική ιστορία...) στρατιά. Η **τελευταία προειδοποίηση του επικεφαλής του μεγαλύτερου επενδυτικού/τραπεζικού ομίλου στον πλανήτη** (με υπό διαχείριση/AUM \$4.045 τρις./2024) αφορούσε τις

Tricolor Holdings and First Brands Group, εταιρείες από κλάδο μακράν διαφορετικών περιπτώσεων του Οκτωβρίου. Εταιρείες εμπορίας ανταλλακτικών αυτοκινήτων και τα συναφή, ουδεμία σχέση με AI όπως και η πρώτη.

Πως ερμηνεύουν τις δηλώσεις Dimon παράγοντες του επίμαχου κλάδου με ενδελεχή γνώση του; Όπως λ.χ. ο Dario Amodei ιδρυτής της Anthropic (όταν παραιτήθηκε από την OpenAI), ο Mrinank Shama, επικεφαλής της έρευνας στην Anthropic, μισά όπως οι Geoffrey Hinton και Geoffrey Hinton (βραβείο Turing) ακόμη και ο Demis Hassabis (Ντέμης Χασάμπης). **Παραπέμπουν στη γνωστή περίπτωση της DeepSeek για να εκφράσουν επιφυλάξεις κατά πόσον fair valued είναι όχι μόνον οι κολλοσοί της AI αλλά και μικρότερες εταιρείες του κλάδου.**

Θα επικαλεστώ ακόμη δύο στοιχεία (BofA). **Μόνο οι Big Seven έχουν προγραμματίσει για φέτος επενδύσεις μεγαλύτερες των \$670 δισ. δίχως να διασφαλίζεται η απόδοση αυτών των κεφαλαίων σε εύθετο ορίζοντα**, όταν ανάλογης εφαρμογής προγράμματα το Πεκίνο τα υλοποιεί με το 5% των (αντίστοιχων) κεφαλαίων. Και την είδηση ότι **μετά από έλεγχο της Ernst & Young σε εταιρεία (για λογαριασμό της Meta) εντοπίστηκε "παρακράτηση" \$27 δισ. που μέσω διαδοχικών Εταιρειών Ειδικού Σκοπού (SPV) δεν εμφανιζόταν**. Πρακτικά, αυτό σημαίνει ότι και μέσω χρήσης Special Purpose Vehicles μοχλεύεται θηριώδες (λογιστικό) χρήμα που... πυραμιδοειδώς τιμολογείται σε όρους χρηματιστηριακής αξίας.

Προς ώρας, **ο Dimon αναφέρεται σε δύο κλάδους ήσσονων αποτιμήσεων**, απ' όπου εμφανίζονται οι πρώτες cockroaches, με εύλογο το (έμμεσο) ερώτημα εάν υπάρχει ενδεχόμενος κίνδυνος να ξεπηδήσουν και από την AI. Βέβαια ο Mr JPMC δεν είναι σίγουρος για το πότε. Πιθανότητα συνεκτιμά τα ενδεχόμενα και με τις **Ενδιάμεσες Εκλογές στις ΗΠΑ (σ.σ. στις 3/11 τα midterms) και της εύλογης προσπάθειας του Donald Trump να μην συμβεί κρίση (ανάλογη της Lehman) μέχρι τότε**. Προφανώς γνωρίζει ότι **ο Scott Bessent θα πρέπει μέχρι τον Φεβρουάριο 2027 να διαχειριστεί (χρηματοδοτήσει) λήξεις ομοσπονδιακού χρέους ύψους \$9,6 τρις.**, διασκορπισμένο (μέσω ομολόγων πολλών χρονικών σειρών από 2Y μέχρι 30Y) σε επενδύσεις, χρηματοδοτήσεις, αποθεματικά κ.ά., σε κάθε γωνιά του πλανήτη. Πώς θα χρηματοδοτηθεί αυτό το θηριώδες χρέος; **Τα όλο και συχνότερα (για την ώρα ελεγχόμενα) sell offs σε μετοχές AI, σε cryptos, e.t.c** πέραν από την "εξαέρωση" (αποσυμπίεση) του συστήματος, **διευκολύνουν τη μετακύλιση μέρους κεφαλαίων προς πιο ασφαλή προϊόντα, με τα US bonds να είναι ένα από αυτά**. Όπως και ο χρυσός (κυρίως σε φυσική μορφή). Πρακτικά, από τη μία ο Dimon προειδοποιεί για εμφάνιση cockroaches, από την άλλη ο Bessent φαίνεται πως με... τοπικές απεντομώσεις επιχειρεί να τις κρατήσει στις φωλιές τους. Κατ' αρχήν στον δρόμο προς τις αρχές Νοεμβρίου. Για μετά, ανάλογα και με το αποτέλεσμα, καλά να είμαστε θα δούμε...



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**

• **GLYKAKI BY KOUTSOUKOS**
NEA ΓΕΥΣΗ SPECULOOS

Η Glykaki By Koutsoukos διευρύνει τη σειρά ατομικών επιδορπίων της με την προσθήκη του νέου Glykaki Speculoos (180 γρ.), ενισχύοντας τη στρατηγική της που εστιάζει στον συνδυασμό ποιότητας και καινοτομίας.

Το προϊόν βασίζεται σε τραγανό μπισκότο speculoos και βελούδινη κρέμα, προσφέροντας γευστικό προφίλ με νότες κανέλας και καραμέλας, ενώ η χρήση επιλεγμέ-

νων πρώτων υλών αναδεικνύει τα χαρακτηριστικά αρώματα του αυθεντικού μπισκότου.

Διατίθεται σε πρακτική συσκευασία 180 γρ. με κουταλάκι, απευθυνόμενο σε καταναλωτές που αναζητούν εύκολες επιλογές επιδορπίου για το σπίτι ή τον χώρο εργασίας. Το νέο προϊόν είναι ήδη διαθέσιμο σε αλυσίδες super market και σε επιλεγμένα σημεία πώλησης σε όλη την Ελλάδα.



Editorial

Κβαντική παραγωγικότητα

Μιλάμε διαρκώς - και λογικό είναι - για το μείζον θέμα της Τεχνητής Νοημοσύνης. Πλέον του προβληματισμού για το αν μιλάμε για ακόμα ένα tech bubble ή όχι, υπάρχει πάντα στη σκέψη όλων, στο σύνολο της ιεραρχίας, τι σημαίνει το AI για τις δουλειές και το μέλλον του ανειδίκευτου εργατή έως και των υψηλόβαθμων στελεχών. Το πρόβλημα, όμως, βρίσκεται αλλού. Και, συγκεκριμένα, στο πώς σκέφτονται σήμερα οι περισσότερες εταιρείες γύρω από το AI.

Διότι, πολλά στελέχη αντιμετωπίζουν την Τεχνητή Νοημοσύνη περισσότερο ως μέσο, που θα τους οδηγήσει στην ελαχιστοποίηση του εργατικού κόστους (δηλαδή, πώς θα κάνουν τα ίδια πράγματα με λιγότερους εργαζομένους), αντί να έχουν την προοπτική αύξησης της παραγωγικότητας (δηλαδή, πώς θα κάνουν περισσότερα πράγματα με τους ίδιους ή επιπλέον εργαζομένους). Για να συμβεί, βέβαια, το δεύτερο, πρέπει να ενισχυθούν οι ικανότητες και δεξιότητες του προσωπικού. Και αυτό μπορεί να το κάνει η Τεχνητή Νοημοσύνη.

Στην Ελλάδα, βέβαια, η πρώτη σκέψη παραμένει έντονη για έναν πολύ βασικό λόγο: Το γεγονός ότι οι εργοδοτικές εισφορές παραμένουν σε υψηλά επίπεδα, παρά τη μείωση των τελευταίων ετών.

Το AI, πάντως, θέλει μεγάλη προσοχή στην αντιμετώπισή του. Διότι, όπως πολύ σωστά λέει ο Mohamed El-Erian, είμαστε μόλις στην αρχή της διαδικασίας υιοθέτησης της AI, με τη ρομποτική να βρίσκεται στη γωνία και την κβαντική υπολογιστική να ακολουθεί...

Τόσο απλά.

Νεκτάριος Β. Νώτης
nectarios@notice.gr

SECRETRECIPE

Χρηματιστήριο Αθηνών: Το ράλι της ΕΕΕ και οι insiders

Η μετοχή της ΕΕΕ βρίσκεται σε ιστορικά υψηλά και οι προβλέψεις των αναλυτών δίνουν μεγαλύτερη τιμή στοχο. Αναμφισβήτητα οι κινήσεις που γίνονται στο εξωτερικό και τα μεγέθη που ανακοινώνει δίνουν τον τόνο και στο ταμπλό του Χρηματιστηρίου Αθηνών. Ωστόσο κάποιες πωλήσεις γίνονται στα ιστορικά υψηλά. Στα χρηματιστηριακά γραφεία ποντάρουν πως πραγματοποιούνται από insiders...