



ΕΝΩΣΗ ΔΙΑΚΙΝΗΤΩΝ
ΕΜΠΟΡΩΝ ΟΙΝΩΝ & ΠΟΤΩΝ

ΕΔΕΟΠ

ΑΘΗΝΩΝ

Ζ. Παπαντωνίου 54-58 Αθήνα, Τ.Κ. 11145 Τηλ. 210 8318221

www.edopath.gr e-mail: edeopath@gmail.com



ΕΤΟΣ 320
ΑΡ. ΦΥΛΛΟΥ 431
ΔΕΚΕΜΒΡΙΟΣ 2021
ΚΩΔΙΚΟΣ: 011505

Η αρρυθμία στην αγορά συνεχίζεται

Βασικά προβλήματα και ανησυχίες του κλάδου μας σχετικά με την αγορά και τους καταναλωτές αφορούν την αβεβαιότητα, τον διχασμό ανάμεσα σε εμβολιασμένους και μη εμβολιασμένους πελάτες, που επηρεάζουν την εστίαση που είναι βασικός συνεργαζόμενος κλάδος, το χαμηλό ποσοστό εμβολιασμών, τη μείωση πελατών εξαιτίας των φόβων της πανδημίας, τη μειωμένη ρευστότητα στην αγορά, την κακή ψυχολογία, την καθυστέρηση της ανάκαμψης στην καταναλωτική κίνηση,

Αίτημα για μη επιστρεπτέα προκαταβολή

Όσον αφορά ένα από τα κυριότερα αιτήματα του κλάδου, εκείνο της μετατροπής της επιστρεπτέας προκαταβολής σε μη επιστρεπτέα, ο πρόεδρος του Επαγγελματικού Επιμελητηρίου Αθηνών Γιάννης Χατζηθεοδοσίου ζήτησε με επιστολή του προς τον υπουργό Οικονομικών τη μη επιστροφή των κρατικών ενισχύσεων, ώστε οι 700.000 μικρομεσαίες επιχειρήσεις να βοηθηθούν να καλύψουν τις τρέχουσες υποχρεώσεις τους αλλά και να διατηρήσουν και, γιατί όχι, να αυξήσουν τις θέσεις εργασίας.

Θερμές ευχές του Δ.Σ. της ΕΔΕΟΠ Αθηνών για τα Χριστούγεννα και την Πρωτοχρονιά

Το Διοικητικό Συμβούλιο της Ένωσης Διακινήτων Εμπόρων Οίνων Ποτών Αθηνών εύχεται προς τους συναδέλφους πρατηριούχους καθώς και στα μέλη των οικογενειών τους καλά Χριστούγεννα και ευτυχισμένο το νέο χρόνο 2022, με υγεία και κέρδη.

Η ηγεσία της ΕΔΕΟΠ Αθηνών δράττεται της ευκαιρίας για να πληροφορήσει τα μέλη ότι στη διάρκεια του έτους 2021, που σε λίγες μέρες θα περάσει στην ιστορία, κατέβαλλε πολλή προσπάθεια για την προώθηση επίλυσης των προβλημάτων του κλάδου. Υπόσχεται δε, ότι και το 2022 θα καταβάλλει τις ίδιες προσπάθειες.

Προς τούτο, ωστόσο, απαιτείται η πλαισίωση του Διοικητικού Συμβουλίου με όλους τους συναδέλφους πρατηριούχους οι οποίοι έχουν

να καταθέσουν άποψη για τον τρόπο χειρισμού των ζητημάτων που μας απασχολούν.

Το Δ.Σ. της ΕΔΕΟΠ Αθηνών, έχοντας επίγνωση των δυσμενών συνθηκών της αγοράς του χώρου, θέλει να αισιοδοξεί και να πιστεύει ότι ο καινούργιος χρόνος 2022 θα είναι ασυγκρίτως καλύτερος από τον παλιό...

* Επίσης, η ηγεσία της ΕΔΕΟΠ Αθηνών απευθύνει θερμές ευχές προς τις συνεργαζόμενες εταιρείες παραγωγής και εμπορίας των προϊόντων του είδους, ελπίζοντας ότι θα αναθεωρήσουν την βλαπτική για τα συμφέροντα των πρατηριούχων πολιτική τους.

Ανατρέποντας έτσι το δυσμενές κλίμα για τον κλάδο - ομαλοποιώντας την αγορά.



Ταμείο Ανάκαμψης: Τα πρώτα προγράμματα για τις μικρομεσαίες



Στη σελίδα 2

Βραδυφλεγής «βόμβα»

το ενεργειακό κόστος για τις μικρομεσαίες επιχειρήσεις

Στη σελίδα 6



Εστίαση: Κυριαρχούν απογοήτευση και φόβος



Σελ 12

Αντιμέτωπη με επαναστατικές αλλαγές η βιομηχανία τροφίμων

Στη σελίδα 13



Προαναγγελία

ΤΑΚΤΙΚΗΣ ΓΕΝΙΚΗΣ ΣΥΝΕΛΕΥΣΗΣ - ΑΡΧΑΙΡΕΣΙΕΣ

Αγαπητέ Συνάδελφε,

Το Δ.Σ. της ΕΔΕΟΠ Αθηνών προτίθεται στα τέλη Ιανουαρίου του 2022 στα γραφεία της Ένωσής μας, Ζ. Παπαντωνίου 54-58, Πατήσια, να συγκαλέσει Τακτική Γενική Συνέλευση με θέματα:

1. Λογοδοσία Διοικητικού Συμβουλίου και οικονομικός απολογισμός.
2. Αρχαιρεσίες ήτοι
 - α) εκλογή επταμελούς Διοικητικού Συμβουλίου

και τριών αναπληρωματικών

- β) εκλογή τριμελούς Ελεγκτικής Επιτροπής
- γ) εκλογή τριμελούς Πειθαρχικού Συμβουλίου
- δ) εκλογή αντιπροσώπων για την Ομοσπονδία Επαγγελματιών-Βιοτεχνών Εμπόρων Αθηνών (ΟΕΒΕΑ)
- ε) εκλογή αντιπροσώπων για την Πανελλήνια Ομοσπονδία Εμπόρων-Διακινήτων Οίνων-Ποτών (ΠΟΕΔΟΠ)

Υποβολή υποψηφιοτήτων θα γίνει με έγγραφη αίτηση του υποψηφίου στα γραφεία της Ένωσης.

Παρακαλούμε όπως προσέληθετε στη Γενική Συνέλευση, διότι η παρουσία σας είναι σύμφωνα με το καταστατικό υποχρεωτική.

Στη συνέλευση θα παραστούν μόνο τα μέλη. Η ψηφοφορία θα γίνει με επίδειξη αστυνομικής ταυτότητας.

Απαγορεύεται η ψηφοφορία με εξουσιοδότηση.

ΕΝΗΜΕΡΩΣΗ

Ταμείο Ανάκαμψης:

Τα πρώτα προγράμματα για τις μικρομεσαίες

Τους πρώτους μήνες του 2022 θα φτάσει τελικά η ώρα και για τις πρώτες μικρομεσαίες επιχειρήσεις να επωφεληθούν από τις επιχορηγήσεις του Ταμείου Ανάκαμψης, που θα ξεπεράσουν συνολικά το 1,760 δισ. ευρώ. Επενδύσεις που καλύπτουν ευρύ φάσμα αναγκών, από την ενεργειακή αναβάθμιση των κτιρίων μέχρι τη μετάβαση στην ψηφιακή εποχή με online πωλήσεις και σύγχρονες ταμειακές μηχανές και από την αναδιάρθρωση των καλλιέργειών μέχρι την προώθηση του τουρισμού υγείας και ευεξίας.

Όσον αφορά τα δάνεια του Ταμείου, που απευθύνονται κυρίως σε μεγαλύτερες επιχειρήσεις, ο αναπληρωτής υπουργός Οικονομικών θόδωρος Σκυλακάκης είπε στη Βουλή πως αναμένει να εκταμιευθεί το πρώτο 1,5 δισ. ευρώ έως το τέλος του χρόνου.

Το χρονοδιάγραμμα, σύμφωνα με πληροφορίες του υπουργείου Οικονομικών, καθώς και οι όροι χρηματοδότησης για τα κυριότερα προγράμματα του Ταμείου για τις μικρομεσαίες επιχειρήσεις είναι τα εξής:

• **«Εξοικονομώ» επιχειρήσεων:** Μέσα στους πρώτους 5 μήνες του 2022 αναμένονται οι προσκλήσεις για επενδύσεις συνολικού ύψους 957,5 εκατ. ευρώ, εκ των οποίων τα 450 εκατ. ευρώ θα συνεισφέρει το Ταμείο Ανάκαμψης. Έχει δύο υποπρογράμματα, για τις μεσαίες και μεγάλες επιχειρήσεις του δευτερογενούς και τριτογενούς τομέα και για τις πολύ μικρές επιχειρήσεις. Οι επιλέξιμες επενδύσεις περιλαμβάνουν την ενεργειακή ανακαίνιση των κτιρίων, την ενεργειακή αναβάθμιση της παραγωγικής διαδικασίας, την εγκατάσταση νέων ή την αντικατάσταση παλιών συστημάτων θέρμανσης και ψύξης, ηλεκτρικά οχήματα για τη διανομή των προϊόντων.

• **«Εξοικονομώ» επιχειρήσεων:** Μέσα στους πρώτους 5 μήνες του 2022 αναμένονται οι προσκλήσεις για επενδύσεις συνολικού ύψους 957,5 εκατ. ευρώ, εκ των οποίων τα 450 εκατ. ευρώ θα συνεισφέρει το Ταμείο Ανάκαμψης. Έχει δύο υποπρογράμματα, για τις μεσαίες και μεγάλες επιχειρήσεις του δευτερογενούς και τριτογενούς τομέα και για τις πολύ μικρές επιχειρήσεις. Οι επιλέξιμες επενδύσεις περιλαμβάνουν την ενεργειακή ανακαίνιση των κτιρίων, την ενεργειακή αναβάθμιση της παραγωγικής διαδικασίας, την εγκατάσταση νέων ή την αντικατάσταση παλιών συστημάτων θέρμανσης και ψύξης, ηλεκτρικά οχήματα για τη διανομή των προϊόντων.

• **Ψηφιακός μετασχηματισμός ΜμΕ:** Οι προκηρύξεις θα ξεκινήσουν το πρώτο τρίμηνο και το συνολικό



κόστος της επένδυσης θα φτάσει τα 465 εκατ. ευρώ. Οι επενδύσεις θα δίνουν έμφαση στα εξής: α) Ηλεκτρονικές πηλωμές και πωλήσεις. Ο στόχος είναι τουλάχιστον το 30% των μικρομεσαίων επιχειρήσεων να πωλεί online και το 40% να προμηθεύεται online. Θα δοθεί προτεραιότητα σε επιχειρήσεις κρίσιμων κλάδων της οικονομίας, όπως ο τουρισμός. Εκτιμάται ότι τουλάχιστον 100.000 επιχειρήσεις θα επωφεληθούν. β) Βιομηχανικές πλατφόρμες δεδομένων (IDP). Ειδικότερα, επιδιώκεται η δημιουργία υποδομών cloud από τις μικρομεσαίες επιχειρήσεις, ενώ θα επιδοτηθεί η μετάβαση 1.000 επιχειρήσεων σε μοντέλο cloud-only. γ) Αναβάθμιση ταμειακών μηχανών και POS. Θα χρηματοδοτηθεί το 75% του κόστους αντικατάστασης παλαιότερων POS και ταμειακών μηχανών, ενώ θα χρηματοδοτηθεί επίσης η αγορά κινητών συσκευών και η αναβάθμιση του software για την έκδοση αποδείξεων.

• **Οικονομικός μετασχηματισμός του αγροτικού τομέα:** Το πρώτο δίμηνο του 2022 αναμένονται και οι προσκλήσεις για το πρόγραμμα αυτό, συνολικής χρηματοδότησης 520 εκατ. ευρώ. Θα επιδοτηθούν: α) Καινοτομία και πράσινη μετάβαση στην επεξεργασία

των αγροτικών προϊόντων. Ελάχιστη επένδυση 1 εκατ. για τις ΜμΕ με 55% επιχορήγηση και 3 εκατ. για τις μεγάλες με 40% επιχορήγηση και εκτιμώμενη συνολική επιχορήγηση 185 εκατ. ευρώ. β) Εκσυγχρονισμός του πρωτογενούς τομέα. Ελάχιστη επένδυση 2 εκατ., εκ των οποίων το 50% θα είναι επιχορήγηση, και συνολική επιχορήγηση από το Ταμείο Ανάκαμψης 100 εκατ. ευρώ. γ) Πράσινο αγροτουρισμός. Ελάχιστη επένδυση 2 εκατ. ευρώ και συμμετοχή του Ταμείου Ανάκαμψης 50 εκατ. ευρώ. δ) Αναδιάρθρωση καλλιέργειών με εκτιμώμενο κόστος 212 εκατ. ευρώ και συμμετοχή του Ταμείου 170 εκατ. ευρώ. ε) Γενετική βελτίωση αγροτικών ζώων με επιδότηση 15 εκατ. ευρώ.

• **Ανάπτυξη του τουρισμού:** Θα δοθούν συνολικά 260 εκατ. ευρώ σε επιχορηγήσεις, εκ των οποίων τα 130 εκατ. ευρώ για την αναβάθμιση των τουριστικών λιμανιών. Επίσης, προβλέπονται 46 εκατ. ευρώ για τον ορεινό τουρισμό, 23 εκατ. ευρώ για τουρισμό υγείας και ευεξίας, 18 εκατ. ευρώ για καταδύσεις και υποθαλάσσιο τουρισμό, από 14 εκατ. ευρώ για αγροτουρισμό και γαστρονομία και για προσβάσιμες ακτές και 15 εκατ. ευρώ για μέτρα διαχείρισης προορισμού.

• **Εξυπηνη μεταποίηση:** Στόχος, η ενίσχυση των τεχνολογικών υποδομών και η αναβάθμιση του παραγωγικού εξοπλισμού των μικρομεσαίων επιχειρήσεων, καθώς και οι επενδύσεις σε βιομηχανικά σχήματα - clusters. Ο συνολικός προϋπολογισμός εκτιμάται σε 150 εκατ. ευρώ, με τη συμμετοχή του Ταμείου Ανάκαμψης στα 75 εκατ. ευρώ.

Εφημερίδα
ΕΔΕΟΠ

Μηνιαίο
δημοσιογραφικό
όργανο της
ΕΝΩΣΗΣ ΔΙΑΚΙΝΗΤΩΝ
ΕΜΠΟΡΩΝ
ΟΙΝΩΝ-ΠΟΤΩΝ ΑΘΗΝΩΝ

Ιδιοκτήτης
ΕΔΕΟΠ ΑΘΗΝΩΝ
Οδός Ζ. Παπαντωνίου
54-58, 11145 Αθήνα
Τηλ. 210-8318221,
210-8312351

www.edeopath.gr
e-mail: edeopath@gmail.gr
ΚΩΔΙΚΟΣ: 1505

Εκδότης
Ευάγγελος Μήτσιος
Ζ. Παπαντωνίου
54-58 Αθήνα,
Τηλ. 210 8318221

Επιμέλεια Έκδοσης -
Εκτύπωση
ΕΚΔΟΣΕΙΣ ΔΕΣΜΟΣ
Ε. Γιάνναρη 5, 11853
210-3468268

Επιστρέφει δυναμικά
με φυσική παρουσία η
FOOD EXPO 2022

Η εμπειρία των όσων έχουν συμβεί τον τελευταίο

foodexpo Greece

καιρό, απέδειξε ότι η αγορά έχει ανάγκη την πραγματοποίηση των εκθέσεων με φυσική παρουσία, αφού μόνο αυτές εξακολουθούν να αποτελούν το σημαντικότερο forum για τις εμπορικές συναλλαγές και δεν μπορούν να υποκατασταθούν από ενέργειες άλλων μορφών. Η FOOD EXPO, η μεγαλύτερη έκθεση Τροφίμων και Ποτών στην Ν.Α. Ευρώπη επιστρέφει 12-14 Μαρτίου 2022, σε συνθήκες Covid Free στο Metropolitan Expo! Με 1.350 Έλληνες και ξένους εκθέτες, με 3.500 διεθνείς αγοραστές, έρχεται να επιβεβαιώσει την ηγετική της θέση στην ευρύτερη περιοχή της Ν.Α. Ευρώπης και να ενισχύσει ακόμη περισσότερο τον διεθνή της χαρακτήρα.

Τον Ιανουάριο του 2023
η International Green Week Berlin

Ιανουάριο του 2023 θα ανοίξει τις πύλες της η επόμενη International Green Week Berlin, η Διεθνής Έκθεση Τροφίμων και Αγροτικών Παραδοσιακών Προϊόντων με απευθείας πώληση στον τελικό καταναλωτή, μετά από

απόφαση του Εκθεσιακού Οργανισμού του Βερολίνου, να μην διεξαχθεί η διοργάνωση του 2022, λόγω των συνεχιζόμενων προβλημάτων που προκαλεί η πανδημική κρίση.

ΤΟ Δ.Σ. ΤΗΣ
ΕΔΕΟΠ ΑΘΗΝΩΝ

Μήτσιος Ευάγγελος
Μανδρέκας Νικόλαος
Δανιήλ Παγώνα
Μπέκας Παναγιώτης
Γεραρής Κων/νος
Βυτινιώτης Ιωάννης
Δερμιτζάκης Χαράλαμπος

Πρόεδρος 210-8031660
Αντιπρόεδρος 210-4621077
Γεν. Γραμματέας 210-4916592
Ταμίας 210-2465788
Μέλος 210-2281583
Μέλος 210-9716767
Μέλος 210-5779896



ΔΟΚΙΜΑΣΤΕ ΤΟ ΑΠΟΛΑΥΣΤΙΚΟ

AdeZ[®]

NEO

AdeZ is a registered trademark of The Coca-Cola Company.



Χωρίς προσθήκη ζάχαρης* • Νησιίσιμο ρόφημα
Από τη φύση του χωρίς λακτόζη • Κατάλληλο για χορτοφάγους
Εμπλουτισμένο με ασβέστιο και βιταμίνες

*Περιέχει φυσικά σάκχαρα.

Οικονομία

ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΔΗΜΟΚΡΑΤΙΑ ΕΠΑΓΓΕΛΜΑΤΙΚΟ ΕΠΙΜΕΛΗΤΗΡΙΟ ΑΘΗΝΩΝ

ΔΕΛΤΙΟ ΤΥΠΟΥ

Θέμα:

Θέμα: «Για την συνεργασία ελληνικών και κυπριακών επιχειρήσεων μίλησε ο Γ. Χατζηθεοδοσίου στη ΓΣ του ΚΕΒΕ, παρουσία του Νίκου Αναστασιάδη»

Αθήνα, 03.12.2021

Την ανάγκη της περαιτέρω σύσφιξης των επιχειρηματικών σχέσεων μεταξύ Ελλάδας και Κύπρου και την ευρύτερη συνεργασία των επιχειρηματικών κοινοτήτων των δύο χωρών, τόνισε μεταξύ άλλων ο Πρόεδρος της ΚΕΕΕ και του ΕΕΑ, Γιάννης Χατζηθεοδοσίου, στην ομιλία του στη ΓΣ του Κυπριακού Εμπορικού και Βιομηχανικού Επιμελητηρίου (ΚΕΒΕ) στη Λευκωσία, την Τετάρτη 1/12, παρουσία του Προέδρου της Κυπριακής Δημοκρατίας, Νίκου Αναστασιάδη, Υπουργών, της Διοίκησης του ΚΕΒΕ και μελών του.

Ο κ. Χατζηθεοδοσίου, ο οποίος ως κύριος ομιλητής είχε την τιμή να μιλήσει πρώτος στην εκδήλωση, αρχικά μετέφερε τους χαιρετισμούς και την στήριξη της ελληνικής επιχειρηματικής κοινότητας στην κυπριακή. «Η Ελλάδα και η Κύπρος έχουν κοινή ιστορία, κοινή γλώσσα, πολιτισμό και αξίες. Είναι δεδομένη, λοιπόν, η φιλία και η αλληλεγγύη. Είναι δεδομένη η σύμπνοια και η συνεργασία σε όλα τα επίπεδα», τόνισε κατά την ομιλία του ο Πρόεδρος της ΚΕΕΕ, ενώ αναφερόμενος στις προκλήσεις της εποχής υπογράμμισε την ανάκαμψη και επανεκκίνηση των δύο οικονομιών, μετά από την πρωτόγνωρη σε διάρκεια και ένταση υγειονομική κρίση, την προσαρμογή στις απαιτήσεις και τις ευκαιρίες που δημιουργεί η ψηφιακή και τεχνολογική επανάσταση, τους κινδύνους από την κλιματική αλλαγή και βεβαίως την προώθηση των εθνικών συμφερόντων Ελλάδας και Κύπρου, απέναντι στη συνεχιζόμενη τουρκική επιθετικότητα και αδιαλλαξία.



«Είναι σημαντικό το ότι οι δύο χώρες, σε πολιτικό επίπεδο, παραμένουν απόλυτα συντονισμένες, προκειμένου να απαντήσουν στην προκλητικότητα της Τουρκίας, με τρόπο οργανωμένο και συμβατό με το Διεθνές Δίκαιο. Θέλω, αντίστοιχα, να σας διαβεβαιώσω ότι η ελληνική επιχειρηματική κοινότητα ήταν και παραμένει πάντα στο πλευρό της Κύπρου», συμπλήρωσε ο κ. Χατζηθεοδοσίου. Άμεσος στόχος των δύο επιχειρηματικών κοινοτήτων, μετά και τις επίσημες επαφές που είχε ο Πρόεδρος της ΚΕΕΕ στην Κύπρο, είναι η δημιουργία Ελληνο-Κυπριακού Επιμελητηρίου, η διεξαγωγή επιχειρηματικών φόρουμ σε

Αθήνα και Λευκωσία το αμέσως επόμενο διάστημα και η συνεργασία μεταξύ ελληνικών και κυπριακών επιχειρήσεων για την περαιτέρω πρόσβαση των ελληνικών στην αγορά της Μέσης Ανατολής και των κυπριακών σε αυτή των Βαλκανίων.

Κατά τη διάρκεια της Γενικής Συνέλευσης, αντιπροσωπεία της ΚΕΕΕ αποτελούμενη από τον Πρόεδρο Γιάννη Χατζηθεοδοσίου, τον ΒθΑντιπρόεδρο Παύλο Ραβάνη και τον Γ.Γ. Παναγιώτη Αγγινιάδη, απένειμε τιμητικές πλάκες στον Πρόεδρο της Κυπριακής Δημοκρατίας, Νίκο Αναστασιάδη και στον Πρόεδρο του ΚΕΒΕ, Χριστόδουλο Αγκαστινιώτη, ενώ στο περιθώριο της εκδήλωσης τίμησε και την Νατάσα Πηλίδου, Υπουργό Ενέργειας, Εμπορίου και Βιομηχανίας της Κύπρου.

Στις ομιλίες τους ο Νίκος Αναστασιάδης και ο Χριστόδουλος Αγκαστινιώτης αναφέρθηκαν – μεταξύ άλλων – στην παρουσία της ΚΕΕΕ στην Κύπρο, τονίζοντας την σημασία των συνεργειών των δύο επιχειρηματικών κοινοτήτων, με τον Πρόεδρο της Κυπριακής Δημοκρατίας να εστιάζει περισσότερο στα εθνικά θέματα και τον Πρόεδρο του ΚΕΒΕ στις προοπτικές της κυπριακής οικονομίας και στις πρωτοβουλίες που πρέπει να ληφθούν για την ανάπτυξη της.

Η εκδήλωση ξεκίνησε με ενός λεπτού σιγή στη μνήμη του εκλιπόντος Προέδρου της ΚΕΕΕ Κωνσταντίνου Μίχαλου.

Από το Ε.Ε.Α.

Απρόθυμες οι μικρομεσαίες επιχειρήσεις να επενδύσουν στις ηλεκτρονικές πωλήσεις

Χωρίς ουσιαστικό αποτύπωμα στον ψηφιακό μετασχηματισμό των μικρών επιχειρήσεων εξελίσσεται μέχρι τώρα η πανδημική κρίση.

Αν και περισσότερες από τρεις στις δέκα μικρομεσαίες επιχειρήσεις θεωρούν πως οι συνέπειες του ψηφιακού μετασχηματισμού στην οικονομία είναι θετικές, ένα πολύ μικρό ποσοστό έχει υιοθετήσει συστήματα ηλεκτρονικών πωλήσεων. Τα στοιχεία αυτά προκύπτουν από την ετήσια έρευνα του ΙΜΕ - ΓΣΕΒΕΕ με θέμα «Ο αντίκτυπος της πανδημίας στις επιχειρήσεις» που δημοσιοποιήθηκε πρόσφατα.

Παρότι η ψηφιακή μετάβαση αποτελεί ζητούμενο για την επιβίωση των επιχειρήσεων στη σημερινή εποχή, παρατηρείται μια απροθυμία στις μικρομεσαίες επιχειρήσεις να επενδύσουν στον κόσμο των ηλεκτρονικών πωλήσεων. Σύμφωνα με την έκθεση του ΙΜΕ - ΓΣΕΒΕΕ, μόνο το 14,8% των επιχειρήσεων του δείγματος δήλωσε ότι διαθέτει κάποιο σύστημα ηλεκτρονικών πωλήσεων ή συμμετοχή σε κάποια σχετική ηλεκτρονική πλατφόρμα πωλήσεων. Το υψηλότερο ποσοστό παρατηρήθηκε στον τομέα του εμπορίου, με το 26,2% να απαντά θετικά έναντι περίπου του 11% που παρατηρήθηκε αντίστοιχα στη μεταποίηση και στις υπηρεσίες.

Μάλιστα, όσο μικρότερος είναι ο τζίρος των επιχειρήσεων τόσο πιο μεγάλη είναι η φοβία απέναντι στα νέα δεδομένα που δημιουργεί η πανδημία. Έτσι, επιχειρήσεις με κύκλο εργασιών έως 50.000 ευρώ θεωρούν ότι ο ψηφιακός μετασχηματισμός θα έχει αρνητικές συνέπειες σε ποσοστό 33,1%, όταν το αντίστοιχο ποσοστό στις επιχειρήσεις με κύκλο εργασιών άνω των 500.000 ευρώ είναι μόλις στο 17,1%. Περισσότεροι από 6 στους 10 επιχειρηματίες (63,9%) πιστεύουν ότι

ο ψηφιακός μετασχηματισμός θα μειώσει τις θέσεις εργασίας, όταν το ποσοστό εκείνων που λένε ότι δεν θα τις επηρεάσει είναι στο 19,4% και εκείνων που θεωρούν ότι θα δημιουργήσει νέες θέσεις εργασίας στο 11,6%.

Από την έρευνα προέκυψε και το εξής ενδιαφέρον στοιχείο: η ενσωμάτωση συστημάτων ηλεκτρονικών πωλήσεων ή συμμετοχής σε διαδικτυακή πλατφόρμα φαίνεται πως σχετίζεται και με την ηλικία του επιχειρηματία, το εκπαιδευτικό επίπεδο αλλά και με την ηλικία της επιχείρησης και το ύψος του ετήσιου κύκλου εργασιών.

Ειδικότερα, το 22,8% και το 18,2% των επιχειρηματιών που ανήκουν στις ηλικιακές ομάδες 18-34 και 35-49 αντίστοιχα έχουν ενσωματώσει σχετικά συστήματα στην επιχείρησή τους έναντι μόλις του 10,3% των επιχειρηματιών που είναι από 50 ετών και άνω. Επιπλέον, το 19,1% και το 18,8% των επιχειρήσεων με ηλικία έως 5 έτη και 5-10 έτη αντίστοιχα έχουν ενσωματώσει σχετικά συστήματα, έναντι του 12,2% και του 13% των επιχειρήσεων με ηλικία 10-15 έτη και πάνω από 15 έτη αντίστοιχα. Χαμηλό ποσοστό ενσωμάτωσης τέτοιων τεχνολογιών παρουσιάζουν και οι



απόφοιτοι

Πρωτοβάθμιας ή Δευτεροβάθμιας Εκπαίδευσης (10,4%), όπως και οι επιχειρήσεις με ετήσιο κύκλο εργασιών έως 50.000 ευρώ (11%). Από τα παραπάνω στοιχεία γίνεται εμφανές ότι η πανδημική κρίση δεν κατάφερε να έχει σημαντική επίδραση στον ψηφιακό μετασχηματισμό των μικρών και πολύ μικρών επιχειρήσεων, παρά το γεγονός ότι συνεχίζει να παραμένει σημαντική πρόκληση τόσο για τη βιωσιμότητα όσο και για την αύξηση της ανταγωνιστικότητάς τους.



Απολαύστε υπεύθυνα

Βραδυφλεγής «βόμβα» το ενεργειακό κόστος για τις μικρομεσαίες επιχειρήσεις

Ως βραδυφλεγής βόμβα που μπορεί να ενεργοποιήσει το τσουνάμι των ρουκέτων που έως τώρα απετράπη με τα κρατικά μέτρα στήριξης, χαρακτηρίζουν παράγοντες της αγοράς την εκτίναξη του ενεργειακού κόστους με το οποίο βρίσκονται αντιμέτωπες οι επιχειρήσεις της χώρας.

Στο περιθώριο της χθεσινής παρουσίασης του Ινστιτούτου Μικρών Επιχειρήσεων της ΓΣΕΒΕΕ για τον «αντίκτυπο της πανδημίας στις επιχειρήσεις», εκπρόσωποι της Συνομοσπονδίας υπό τον Πρόεδρο κ. Γιώργο Καμβαθά εξηγούσαν ότι οι κρατικές παρεμβάσεις που έχουν δρομολογηθεί δεν μπορούν να ανακόψουν το τεράστιο κόστος και ειδικά σε μία περίοδο που αρχίζει να επικρατεί και πάλι αβεβαιότητα αναφορικά με την

πορεία της πανδημίας, σε συνάρτηση με τα περιοριστικά μέτρα που επιβάλλονται.

«Το κόστος του ρεύματος έχει αυξηθεί ως και 170% και έχουμε τρομάξει όλοι οι επαγγελματίες. Ξαφνικά εκεί που κάποια επιχείρηση είχε το μήνα ένα λογαριασμό ρεύματος 900 – 1.000 ευρώ ξαφνικά αυτό έχει φθάσει 2.500 ευρώ. Αυτό δεν μπορεί να το αντέξει κανείς», υπογράμμισε ο Πρόεδρος της ΓΣΕΒΕΕ κ. Γιώργος Καμβαθάς. «Προτείνουμε να υπάρξουν παρεμβάσεις όπως η μείωση του ΕΦΚ στα καύσιμα και στα οινόπνευματώδη που είναι απ' τους υψηλότερους στην Ευρώπη. Ακόμα καλύτερα να καταργηθεί το τέλος επιτηδεύματος που είναι μία αδικία για τους επαγγελματίες», σημείωνε μεταξύ άλλων.



ΙΕΛΚΑ: Επτά στους δέκα Έλληνες δηλώνουν ότι σπαταλούν τρόφιμα

Ένα από τα βασικότερα προβλήματα στον χώρο των τροφίμων τις τελευταίες δεκαετίες, αποτελεί η σπατάλη τροφίμων. Όπως προκύπτει από τα αποτελέσματα έρευνας που πραγματοποίησε το Ινστιτούτο Έρευνας Λιανεμπορίου Καταναλωτικών Αγαθών την περίοδο 5-11 Νοεμβρίου 2021 με δείγμα 1.000 καταναλωτών από όλη την Ελλάδα, υπάρχει ένα μεγάλο ποσοστό σπατάλης φαγητού (food waste) στα ελληνικά νοικοκυριά η οποία μεσοσταθμικά ανέρχεται στο 6%. Αξιοσημείωτο είναι ότι μόλις το 29% των νοικοκυριών δηλώνουν ότι δεν σπαταλούν καθόλου τρόφιμα.

Σύμφωνα με το ΙΕΛΚΑ, η πλειοψηφία σε ποσοστό 60% δηλώνει ότι σπαταλά μέχρι 10%, το 9% από 10-25% και το 2% πάνω από 25%. Τα στοιχεία αυτά δείχνουν ότι η οικιακή σπατάλη τροφίμων ξεπερνά τους 300.000 τόνους τροφίμων ετησίως. Το ποσό αυτό αντιστοιχεί στην ετήσια κατανάλωση 200.000 καταναλωτών, κάτι ενδεικτικό της σημασίας του θέματος. Τα στοιχεία αυτά είναι η εκτίμηση των ίδιων των καταναλωτών, η οποία ιστορικά έχει αποδειχθεί ότι είναι κατά κανόνα χαμηλότερη της πραγματικής σπατάλης.

Σημειώνεται όμως ότι συγκριτικά με άλλες χώρες, όπως π.χ. οι ΗΠΑ, τα στοιχεία είναι περισσότερο ενθαρρυντικά. Σύμφωνα με έρευνα της Movinga του 2019, οι περισσότερες χώρες της δυτικής Ευρώπης και της Αμερικής καταγράφουν υψηλότερα ποσοστά, όπως ΗΠΑ 24%, Καναδάς 18%, Μεγάλη Βρετανία 15%, Γαλλία 14%, Βέλγιο 14%, Ιταλία 13%, Αυστρία 13% κ.α.

Όσον αφορά τις κύριες κατηγορίες τροφίμων στις οποίες εμφανίζεται σπατάλη. Το πρόβλημα εντοπίζεται κυρίως στις κατηγορίες των φρούτων και λαχανικών στις οποίες σχεδόν 7 στους 10 καταναλωτές (68%) δηλώνουν ότι καταγράφουν σπατάλη και ακολουθούν το ψωμί και αρτοσκευάσματα στο 58%, τα αλλαντικά στο 37%, τα γαλακτοκομικά στο 29%, τα γηλυκά και σνακ στο 28%, το γάλα στο 27%. Μικρότερη



σπατάλη καταγράφεται στα ξηρά τρόφιμα, ρύζι, ζυμαρικά, όσπρια στο 15% λόγω της μεγαλύτερης διάρκειας ζωής των προϊόντων και το κρέας-ψάρι στο 14% λόγω της μεγαλύτερης αξίας/κιλό των προϊόντων.

Σημειώνεται ότι οι καταναλωτές αναγνωρίζουν σε ένα βαθμό τις αρνητικές συνέπειες της σπατάλης τροφίμων. Το 81% του κοινού δηλώνει ότι νιώθει άσχημα όταν πετάει τρόφιμα, κάτι που δείχνει ότι υπάρχει πρόσφορο έδαφος για την αντιμετώπιση του προβλήματος. Παρόλα αυτά, μόλις το 11% δηλώνει ότι θεωρεί ότι η ποσότητα τροφίμων που σπαταλάει το νοικοκυριό του είναι μεγάλη.

Σε σχέση με τους λόγους στους οποίους αποδίδουν την σπατάλη, το 21% την αποδίδει στην κακή διαχείριση των υπολειμμάτων φαγητού στο νοικοκυριό και το 18% σε πραγματοποίηση μεγαλύτερων αγορών από όσες χρειάζονται. Οι καταναλωτές σε ποσοστό 30% θεωρούν ότι στο θέμα αυτό θα πρέπει να βοηθηθούν από τις επιχειρήσεις τροφίμων. Το στοιχείο αυτό δείχνει ότι οι καταναλωτές αποδίδουν σε μεγαλύτερο βαθμό στη δική τους κινητοποίηση την προσπάθεια μείωσης της σπατάλης, αλλά χρειάζονται και την αρωγή τρίτων.

Η έρευνα του ΙΕΛΚΑ αναδεικνύει ότι το συγκεκριμένο θέμα έχει σημαντική επίδραση στην ελληνική κοινωνία και αρκετά μεγάλα μεγέθη, τα οποία θα πρέπει να ενταχθούν σε οργανωμένες δράσεις διαχείρισης τους.

Μπύρα – Γιατί αναμένεται να ανέβουν οι τιμές και σε ποιο είδος

Μέχρι πριν λίγες μέρες αναρωτιόμασταν αν θα ανοίξουν οι μπουραρίες. Τώρα που άνοιξαν θα αναρωτιόμαστε αν μπορούμε να πληρώσουμε τις μπύρες.

Το επόμενο κουτάκι μπύρας, που θα αγοράσετε, κυρίως μπύρας κραφτ αναμένεται να είναι αρκετά πιο ακριβό. Τουλάχιστον αυτό υποστηρίζουν παράγοντες της αγοράς.

Και δεν είναι μόνο οι τιμές των αγροτικών commodities που έχουν εκτοξευτεί στα ύψη, ανεβάζοντας το κόστος της πρώτης ύλης για τους ζυθοποιούς.

Η Ball Corp, ένας από τους μεγαλύτερους προμηθευτές δοχείων αλουμινίου παγκοσμίως, προκαλεί έκπληξη στον κόσμο της craft μπύρας αφού ανεβάζει τον ελάχιστο αριθμό κουτιών που πρέπει να παραγγείλουν ορισμένοι παραγωγοί, προσθέτοντας ότι θα αυξήσει τις τιμές.

Η Ball είπε ότι θα απαιτήσει τώρα από πελάτες χωρίς σύμβαση – στους οποίους περιλαμβάνονται πολλά μικρότερα ζυθοποιεία – να παραγγείλουν τουλάχιστον πέντε φορτηγά (περίπου 1,02 εκατομμύρια κουτάκια) για κάθε ένα από τα ποτά τους από την 1η Ιανουαρίου. Το ελάχιστο προηγούμενο για αγορά ήταν ένα φορτηγό ανά προϊόν.

Επιπλέον, ξεκινώντας από το 2022, η Ball έγραψε ότι δεν θα μπορεί πλέον να αποθηκεύει πλεονάζοντα κουτιά από αυτούς τους μικρότερους πελάτες στις αποθήκες της και ότι η τιμή ανά κουτί θα αυξηθεί κατά σχεδόν 50% για μερικούς από αυτούς.

Τα προβλήματα στις μικρές ζυθοποιείες

Η είδηση αυτή έχει προκαλέσει έντονη ανησυχία σε πολλά μικρά και τοπικά ζυθοποιεία.

«Το βίβλω αυτό ως οικονομικό δολλοφόνο για ορισμένους, και σίγουρα οι περισσότερες μικρές ζυθοποιείες θα πρέπει να αυξήσουν σημαντικά τις τιμές ή να ξανασκεφτούν τα μοντέλα τους», δήλωσε ο Garrett Marrero, διευθύνων σύμβουλος και συνιδρυτής της Maui Brewing Co. στη Χαβάη.

Με λιγότερες από δυο εβδομάδες μέχρι το νέο έτος, εκατοντάδες μικροί ζυθοποιοί δεν θα μπορούν πλέον να αγοράζουν τα προεκτυπωμένα κουτιά τους απευθείας από τη Ball και αντ' αυτού θα πρέπει να εξασφαλίσουν ένα από τα πιο κρίσιμα στοιχεία της επιχείρησής τους από νέες πηγές, είπε ο Μπομπ. Pease, πρόεδρος και διευθύνων σύμβουλος της Ένωσης Ζυθοποιών.



— — — — —
 — — — — —
 Η ΜΠΙΡΑ
 ΟΠΩΣ ΠΡΕΠΕΙ ΝΑ ΕΙΝΑΙ



Άρωμα και γεύση που κλείνουν μέσα τους όλα τα μυστικά της τέχνης της ζυθοποιίας.
 Είναι η αυθεντική καστανόξανθη Pilsener και η δροσιστική ξανθιά Lager με καταγωγή από
 την Αταλάντη, δυο μπίρες, η μία καλύτερη από την άλλη.

eza. Η μπίρα όπως πρέπει να είναι.

ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΖΥΘΟΠΟΙΑ ΑΤΑΛΑΝΤΗΣ

Απολαύστε υπεύθυνα

Ενημέρωση

Coca-Cola: Νέα χριστουγεννιάτικη καμπάνια στο πλαίσιο της πλατφόρμας Real Magic™

Φέτος τα Χριστούγεννα, η Coca-Cola παρουσιάζει την καμπάνια «Η αθηθινή μαγεία των Χριστουγέννων», που είναι αφιερωμένη στις στιγμές της ενότητας και της ελπίδας, αναδεικνύοντας τη μαγεία που δημιουργείται,

σε μια κίνηση καλής θέλησης ανήμερα των Χριστουγέννων, δημιουργώντας μια στιγμή μαγείας για όλους, γύρω από ένα εορταστικό τραπέζι και μια παγωμένη Coca-Cola.



όταν οι άνθρωποι έρχονται κοντά.

Με αυτό τον τρόπο, η καμπάνια μας υπενθυμίζει ότι η πραγματική σημασία των εορτών βρίσκεται στις στιγμές που μοιραζόμαστε όλοι μαζί.

Η καμπάνια «Η αθηθινή μαγεία των Χριστουγέννων» βασίζεται σε μια νέα ταινία μικρού μήκους, που υποστηρίζεται από μια σειρά δράσεων στα ψηφιακά κανάλια, πρωτοβουλίες υπέρ της τοπικής κοινότητας και δράσεις σε καταστήματα.

Η ταινία αγκαλιάζει και αναδεικνύει την έννοια της αλληλεγγύης και της δύναμης του «μαζί», προσφέροντας μια διαφορετική ανάγνωση, για τον κόσμο που ζούμε, σήμερα. Η ιστορία, αφορά σε ένα αγόρι, του οποίου η φαντασία, η θέληση και η προσπάθεια συσπειρώνουν μια ολόκληρη κοινότητα

Περισσότερα για την πλοκή

Η ταινία ξεκινάει με ένα αγόρι που μετακομίζει σε ένα νέο διαμέρισμα με τη μητέρα του, την περίοδο των Χριστουγέννων. Παρατηρώντας το νέο του σπίτι, αντιλαμβάνεται ότι δεν έχει τζάκι, γεγονός που τον προβληματίζει, αφού αν δεν υπάρχει καμινάδα, δε θα μπορέσει να έρθει ο Άγιος Βασίλης. Έτσι, αποφασίζει να τη φτιάξει μόνος του, δημιουργώντας μια καμινάδα από χάρτινες κούτες! Οι γείτονες αμέσως μαζεύονται, για να τον βοηθήσουν να την ολοκληρώσει εγκαίρως και να είναι έτοιμη, έως τα Χριστούγεννα. Κλείνοντας, η ταινία παρουσιάζει το αγόρι μαζί με τους γείτονες να απολαμβάνουν μαζί το χριστουγεννιάτικο γεύμα τους, συντροφιά με την αγαπημένη τους Coca-Cola.

EZA: Το πλάνο για να καταστεί «εθνικός πρωταθλητής»

Με ρυθμούς ανάπτυξης που φτάνουν το 38% φέτος συγκριτικά με το 2020, κινείται η Ελληνική Ζυθοποιία Αταλάντης (EZA) που, χτες σε συνάντηση με

δημοσιογράφους παρουσίασε στις εγκαταστάσεις της στο Κυπαρίσσι Αταλάντης τις νέες γραμμές εμφιάλωσης για μπουκάλια και κουτιά αλουμινίου.

Να σημειωθεί ότι η εταιρία εν μέσω πανδημίας ολοκλήρωσε ένα ευρύ επταετές επενδυτικό πρόγραμμα ύψους 30 εκατ. ευρώ.

Όπως, μάλιστα, δήλωσε χτες στην Αταλάντη ο πρόεδρος της εταιρείας Αθανάσιος Συριανός, φέτος η EZA εκτιμά ότι οι πωλήσεις της θα αγγίξουν τα επίπεδα προ πανδημίας φτάνοντας τα 34 εκατ. ευρώ. Υπενθυμίζεται ότι το 2019 η εταιρία είχε πετύχει ιστορικό ρεκόρ με τζίρο 36 εκατ. ευρώ. Παράλληλα, σημειώνει ότι φέτος θα υπάρξει ιστορικά μεγάλο EBITDA που θα φτάσει στα 5 εκατ. ευρώ.

«Είμαστε σε ανοδικό κύκλο για όλη την αγορά της μπύρας, καθώς ο τουρισμός ανακάμπτει, ενώ ακόμη καλύτερο αναμένεται να είναι το 2022» τόνισε ο κ. Συριανός και ανέφερε ότι μέσω των μεγάλων επενδύσεων που υλοποιήθηκαν τα τελευταία χρόνια, όπως η γραμμή για τη φιάλη που έφτασε τα 10 εκατ. ευρώ, η γραμμή κουτιού αλλά και τα ret, στηρίζουν το όραμα που έχει διοίκηση και οι μέτοχοι για να καταστεί στην EZA έχει μπει η Damma Holdings του Δημήτρη Δασκαλόπουλου και με σειρά κινήσεων (αύξηση κεφαλαίου νέες γραμμές παραγωγής) επιχειρεί να αποσπάσει περαιτέρω μερίδια στην Ελλάδα, όπου σήμερα διαθέτει ποσοστό 10% περίπου αλλά και να ενισχύσει την εξωστρέφειά της.

Σήμερα η EZA είναι η τρίτη σε όγκους και πωλήσεις ζυθοποιία στην Ελλάδα – πίσω από Αθηναϊκή και Ολυμπιακή Ζυθοποιία - με μερίδιο αγοράς περί το 10%, έχοντας παράλληλα κάνει σημαντικά βήματα εξαγωγών.

Όπως τόνισε, μάλιστα, ο κ. Συριανός, αυτή τη στιγμή οι εξαγωγές για την EZA είναι περίπου στο 10% των όγκων και στο 8% σ' ό,τι αφορά το τζίρο. Μακροπρόθεσμος στόχος είναι οι εξαγωγές να φτάσουν να αποτελούν το 1/3 του συνολικού τζίρου της Ζυθοποιίας Αταλάντης. Σήμερα η εταιρεία εξάγει προϊόντα της σε 37 συνολικά χώρες και στις πέντε ηπείρους, μεταξύ των οποίων Αλβανία, Κύπρο, Μάλτα, Ισραήλ, Αυστραλία, Κορέα, Νότια Αμερική και χώρες της Άπω Ανατολής. Μάλιστα ποντάρει και ε νέα προϊόντα, όπως μη αλκοολούχα ροφήματα βύνης για το αραβικό κόσμο, όπου προ πανδημίας υπήρξε μια σημαντική παρουσία και μετά το άνοιγμα της οικονομίας εξετάζεται και πάλι το πώς η EZA «θα πιάσει και πάλι το νήμα αυτό».

Οι νέες γραμμές

Να σημειωθεί ότι η νέα υπερούχρονη γραμμή συσκευασίας κουτιών μπύρας,



EZA ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΖΥΘΟΠΟΙΙΑ ΑΤΑΛΑΝΤΗΣ

παράγει 30.000 κουτιά των 330 ml ανά ώρα, και 28.000 κουτιά των 500 ml ανά ώρα, έχοντας συνοδική δυνατότητα παραγωγής 200.000.000 κουτιών ετησίως, αναδεικνύοντας τη μονάδα αυτή ως την πλέον σύγχρονη στη ΝΑ Ευρώπη. Το εργοστάσιο, δε, έχει δυνατότητα παραγωγής 600 τόνων μπύρας το εξάωρο.

Νέα προϊόντα

Πάντως η εταιρεία θέλοντας να δώσει μια ελληνική σφραγίδα στην μπύρα πειραματίζεται διαρκώς. Έτσι πειραματικά εξετάζει τη δημιουργία μπύρας από σταφίδες, αλλά και μπύρας που θα παράγεται με συνδυασμό προϊόντων ή υποπροϊόντων κρασιού.

Συνάμα, η εταιρεία που τα τελευταία χρόνια δημιούργησε τη σχολή ζυθοποιών ώστε να βγει μια νέα γενιά ζυθοποιών – βυνοποιών στη χώρα μας, συνεργάζεται με το ελληνικό κράτος και το υπουργείο παιδείας που αποφάσισε να εξελίξει τη συγκεκριμένη σχολή σε τμήμα ΙΕΚ στη Λαμία, με στόχο την περαιτέρω αναβάθμισή του. Η EZA απασχολεί 180 εργαζομένους.

Ανατιμήσεις

Ο κ. Συριανός, επίσης απαντώντας σε σχετικές ερωτήσεις ανέφερε ότι καταγράφεται εκτόξευση του κόστους παραγωγής λόγω ενέργειας και πρώτων υλών. Η ενέργεια μάλιστα αντιπροσωπεύει το 1/14 του συνολικού κόστους. Έτσι σε συνδυασμό με τις ανατιμήσεις σε αλουμίνιο γυαλί, υλικά συσκευασίας όπως τόνισε συνολικά ο κλάδος της μπύρας «βλέπει» ανατιμήσεις κοντά στο 2-3%. Βέβαια όπως υπογράμμισε η χονδρική τιμή πώληση της μπύρας από τα ζυθοποιία είναι χαμηλή στην Ελλάδα, ωστόσο αναβαίνει πολύ λόγω του πληθασιασμού στην τιμή που κάνει η «ψυχρή» ηλεγόμενη αγορά. Βέβαια, όπως είπε, υπάρχουν ευκαιρίες ανάπτυξης του κλάδου καθώς η μέση per capita κατανάλωση είναι χαμηλή, κύρια λόγω της εποχικότητας αλλά και της χαμηλής κατανάλωσης εντός σπιτιού.

Οι μπύρες που παράγει

Υπενθυμίζεται ότι η Ζυθοποιία Αταλάντης, παράγει στις ιδιόκτητες εγκαταστάσεις της προϊόντα όπως η eza premium Pilsner, η οποία αποτελεί τη σύγχρονη ελληνική πρόταση στις premium beers, την Pils Hellas, μια pilsener που φιλοδοξεί να καθιερωθεί ως εθνική μπύρα, την BLUE Island, την πρώτη ελληνική καλοκαιρινή μπύρα, την BERLIN που παράγεται σύμφωνα με τον Γερμανικό Νόμο Αγνότητας, την Odyssey Red και την Odyssey White. Επίσης εισάγει και διανέμει διεθνώς αναγνωρισμένα σήματα όπως Krombacher, Arcobrau και Gulden Draak, αλλά και πολλά προϊόντα ιδιωτικής ετικέτας.

Heineken: Συμφώνησε στην εξαγορά της Distell group έναντι 2,2 δισ. ευρώ

Η Heineken NV ανακοίνωσε πως έχει συμφωνήσει στην αγορά της Distell Group Holdings



έναντι 2,2 δισ. ευρώ, στο πλαίσιο του σχεδίου για τη δημιουργία νέων δραστηριοτήτων στη Νότια Αφρική.

Η ολλανδική ζυθοποιία επίσης τόνισε πως αποκτά το 25% της Heineken South Africa από τη Namibia Breweries έναντι 1,5 δισ. ευρώ, καθώς και το 50,1% που κατέχει η Ohlthaver & List Group of Companies, στην NBL Investment Holdings.

Η Heineken ελέγχει ήδη το 49,99% της εταιρείας.

Μόλις ολοκληρωθούν οι συμφωνίες, η Heineken δήλωσε ότι θα μεταφέρει τα assets αυτά καθώς και τη συμμετοχή

της στην Heineken South Africa, σε μια νέα εταιρεία.

Η Heineken θα κατέχει το 65% των νέων δραστηριοτήτων, με τους μετόχους της Distell να κατέχουν το υπόλοιπο.

“Έχουμε χτίσει με επιτυχία τις δραστηριότητες μας στην Αφρική εδώ και περισσότερο από 100 χρόνια. Η σημερινή ανακοίνωση είναι μια ψήφος εμπιστοσύνης στις μακροπρόθεσμες προοπτικές της Νότιας Αφρικής και της Ναμίμπια, και δεσμευόμαστε να είμαστε ισχυρός εταίρος για την ανάπτυξη και να έχουμε θετικό αντίκτυπο στις κοινότητες στις οποίες δραστηριοποιούμαστε”, ανέφερε ο διευθύνων σύμβουλος και πρόεδρος της Heineken, Dolf van den Brink.

HEINEKEN 0.0
ΤΩΡΑ ΜΠΟΡΕΙΣ

NEA

0.0% ΑΛΚΟΟΛ

ΥΠΕΡ

ΓΕΥΣΗ



Απολαύστε υπεύθυνα

ΟΙΚΟΝΟΜΙΑ

Υψηλό δεκαετίας για τις διεθνείς τιμές τροφίμων Τέταρτος σερί ανοδικός μήνας

Σπάνε τα «κοντέρ» οι διεθνείς τιμές των τροφίμων, καθώς τον περασμένο Νοέμβριο έκλεισαν σε υψηλό 10 ετών, καταγράφοντας παράλληλα τον τέταρτο συνεχόμενο μήνα ανόδου.

Συγκεκριμένα, τον Νοέμβριο αυξήθηκαν εκ νέου οι τιμές των βασικών προϊόντων διατροφής στις διεθνείς αγορές λόγω της ισχυρής ζήτησης για σιτάρι και γαλακτοκομικά προϊόντα, όπως ανέφερε σήμερα (2/12) ο Οργανισμός Τροφίμων και Γεωργίας των Ηνωμένων Εθνών (FAO).

Ο δείκτης τιμών τροφίμων του FAO ήταν κατά μέσο όρο 134,4 μονάδες τον μήνα, το υψηλότερο επίπεδο του από τον Ιούνιο του 2011 και 1,2% υψηλότερο από τον Οκτώβριο. Ο δείκτης, ο οποίος παρακολουθεί τις μηνιαίες αλλαγές στις διεθνείς τιμές των κοινών εμπορευμάτων τροφίμων, ήταν 27,3% υψηλότερος από το επίπεδο του τον Νοέμβριο του 2020.

Ο δείκτης τιμών γαλακτοκομικών του FAO σημείωσε αύξηση 3,4% από τον προηγούμενο μήνα. Η ισχυρή παγκόσμια ζήτηση παρέμεινε για εισαγωγές σε βούτυρο και γάλα σε σκόνη.

Ο δείκτης τιμών δημητριακών του FAO αυξήθηκε

κατά 3,1% τον Νοέμβριο σε σχέση με τον προηγούμενο μήνα και ήταν 23,2% υψηλότερος από πέρυσι. Οι τιμές εξαγωγής αραβοσίτου αυξήθηκαν ελαφρά και οι διεθνείς τιμές ρυζιού παρέμειναν γενικά σταθερές, ενώ οι τιμές του σιταριού έφθασαν στο υψηλότερο επίπεδο από τον Μάιο του 2011. Η αύξηση αντανάκλα την ισχυρή ζήτηση εν μέσω περιορισμένων προμηθειών, ιδίως σιταριού υψηλότερης ποιότητας, ενώ οι τιμές υποστηρίχθηκαν επίσης από ανησυχίες για βροχοπτώσεις στο Αυστραλία και αβεβαιότητα σχετικά με πιθανές αλλαγές στα εξαγωγικά μέτρα στη Ρωσική Ομοσπονδία.

Ο δείκτης τιμών ζάχαρης του FAO ήταν 1,4% υψηλότερος τον Νοέμβριο από ό,τι τον Οκτώβριο και σχεδόν 40% πάνω από το επίπεδο του τον Νοέμβριο του 2020. Η αύξηση οφείλεται κυρίως στις υψηλότερες τιμές της αιθανόλης, αν και οι μεγάλες αποστολές από την Ινδία και οι θετικές προοπτικές για τις εξαγωγές ζάχαρης από την Ταϊλάνδη μετρίασαν την ανοδική τάση στις τιμές.

Ο δείκτης τιμών φυτικών ελαίων του FAO μειώθηκε κατά 0,3% από το υψηλό ρεκόρ, που επιτεύχθηκε τον Οκτώβριο, αντανάκλωντας τις χαμηλότερες τιμές για



τα έλαια σόγιας και κραμβέλαιου καθώς και τις χαμηλότερες τιμές του αργού πετρελαίου. Οι διεθνείς τιμές του φοινικέλαιου παρέμειναν σταθερές.

Ο δείκτης τιμών κρέατος του FAO μειώθηκε κατά 0,9%, για τέταρτο συνεχόμενο μήνα. Οι μειωμένες αγορές χοιρινού κρέατος από την Κίνα οδήγησαν σε χαμηλότερες διεθνείς τιμές, ενώ οι τιμές των αιγοπροβάτων μειώθηκαν επίσης απότομα λόγω των αυξημένων εξαγωγικών προμηθειών από την Αυστραλία. Οι τιμές του κρέατος βοοειδών και πουλερικών παρέμειναν σταθερές.



Mantis
GROUP OF COMPANIES

FULFILLING NEEDS | MEETING DESIRES

Δελτίο Τύπου

Ο Όμιλος Εταιρειών Mantis λανσάρει το Mastiha Spirit Stichion, συνεχίζοντας τη δυναμική αναπτυξιακή του πορεία

Ο Όμιλος Εταιρειών Mantis συνεχίζει με γοργούς ρυθμούς την αναπτυξιακή του πορεία, επιτυγχάνοντας δυναμικά τους στόχους του. Στο πλαίσιο της διέυρυνσης της επιχειρηματικής του δραστηριότητας και του χαρτοφυλακίου του στον τομέα των ελληνικών ποιοτικών αποσταγμάτων, συστήνει στην αγορά το ελληνικό, βελοούδινο, απόσταγμα μαστίχας, "Stichion".

Ένα εντυπωσιακό και συνάμα ισορροπημένο spirit μαστίχας, το "Stichion" υπόσχεται ένα σαγηνευτικό ταξίδι στα αρώματα και τις μεθυστικές γεύσεις του θησαυρού της ελληνικής γης, τη μαστίχα. Η ξεχωριστή φιάλη με το μοναδικό της design, εμπνευσμένη από τον κορμό του Σίνου, κλείνει μέσα της όλη την αυθεντική παράδοση της Μαστίχας, δημιουργώντας το πιο εκλεπτυσμένο και μοναδικά ισορροπημένο απόσταγμα.

Το Stichion παράγεται από 100% ατόφια φυσική μαστίχα Χίου από την Ένωση Μαστιχοπαραγωγών Χίου, η οποία αποστάζεται σε παραδοσιακούς χάλκινους άμβυκες και δημιουργεί ένα διαφανές απόσταγμα, με μεθυστικά αρώματα βανίλιας, μαστίχας, έλατου, λευκού πιπεριού και άνθη πορτοκαλιάς. Η μυστική συνταγή του, η οποία βασίζεται σε συστατικά εξαιρετικής ποιότητας, στις ιδανικές αναλογίες και στην τέχνη του αποσταγματοποιού, δημιουργεί ένα απόσταγμα με πλούσιο άρωμα, ισορροπημένα γλυκό χαρακτήρα, στιβαρό και γεμάτο σώμα με κρεμώδη και πλούσια υφή. Με μια βαριά παράδοση αιώνων, που περιορίζει στο ελάχιστο τις δημιουργικές παρεμβάσεις στη συνταγή, το Stichion καταφέρνει να είναι ταυτόχρονα αυθεντικό αλλά και καινοτόμο.



Με τη σειρά Mantis Greek Spirits Collection, ο Όμιλος Εταιρειών Mantis δίνει έμφαση στους πολυτίμους θησαυρούς που έχει να αναδείξει η ελληνική γη, στοχεύοντας στη δυναμική ανάπτυξή τους, με όραμα η Mantis Greek Spirits Collection να κερδίσει μια θέση στην καρδιά των καταναλωτών, αλλά και να ξεπεράσει τα σύνορα της χώρας μας. Ο Όμιλος παραμένει προσηλωμένος στην επίτευξη των στρατηγικών του στόχων στον τομέα των ποιοτικών αποσταγμάτων και δεσμεύεται για τη δημιουργία αξίας για όλα τα κοινά του.

Περισσότερες πληροφορίες είναι διαθέσιμες στο <https://stichion.gr>

Λίγα λόγια για τον Όμιλο Εταιρειών Mantis
Ο Όμιλος Εταιρειών Mantis, στον οποίο μεταξύ

άλλων ανήκουν οι εταιρείες Mantis Trading S.A, Fortis Trading S.A. και Attraction Solutions S.A. έχει δυναμική παρουσία στην εγχώρια αγορά από το 1974 και διατηρεί ηγετική θέση στον κλάδο των Fast Moving Consumer Goods (FMCGs) στην Ελλάδα, αλλά και δυναμική παρουσία στον τομέα της Υγείας μέσω της Mantis Healthcare. Το όνομά του έχει ταυτιστεί με εταιρείες και brands υψηλής αναγνωρισιμότητας, όπως: Red Bull, Μαλαματίνα, AQUA Carpatica, Energizer, Wilkinson, Hawaiian Tropic, Ron Cubay (Cuban Rum), M&Ms, Twix, Snickers, Mars, Bounty Uncle Ben's, Pedigree, Whiskas κ.α. Ο Όμιλος Mantis αντιπροσωπεύει τα συγκεκριμένα brands αποκλειστικά στην Ελλάδα (τα brands της Mars μόνο για το κανάλι

του Impulse και της Μικρής Λιανικής), ενώ τα Energizer, Wilkinson & Hawaiian Tropic και στην Κύπρο, διασφαλίζοντας την αποτελεσματική διανομή τους στο εκτεταμένο δίκτυό του. Παράλληλα, μέσω της Mantis Healthcare δραστηριοποιείται ενεργά στη χώρα μας στον τομέα των ιατρικών μηχανημάτων γνωστών εταιρειών όπως Samsung και JVC, ενώ διαθέτει προϊόντα ατομικής προστασίας και υγιεινής όπως μάσκες και αντισηπτικά, αλλά και το σύγχρονο σύστημα απολύμανσης Steriexpert. Απασχολεί περισσότερους από 150 εργαζόμενους και εξυπηρετεί είτε απευθείας είτε με τη μέθοδο pre-selling περισσότερους από 16.500 πελάτες & 800 χονδρέμπορους με το πανελλήνιο δίκτυο πωλήσεων να καλύπτει τα κανάλια: Retail, Ειδικά κανάλια, Impulse & On premise.



Φυσικό Μεταλλικό Νερό
Βίκος[®]
Ζαγορακιόρινα



 Vikos

 VikosOfficial

www.water.gr 



Βίκος[®]

Φυσικά Μεταλλικά Αναψυκτικά



Τα μόνα με
Φυσικό Μεταλλικό Νερό.

ΟΙΚΟΝΟΜΙΑ

Εστίαση: Κυριαρχούν απογοήτευση και φόβος

Έπειτα από την καταστροφική περυσινή συρρίκνωση του κύκλου εργασιών κατά 537,5 εκατ. ευρώ, μειωμένος προβλέπεται και φέτος ο τζίρος

Κατά 76,2 εκατ. ευρώ προβλέπεται να μειωθεί φέτος ο τζίρος των πολύ μικρών επιχειρήσεων εστίασης, εκείνων δηλαδή που απασχολούν έως εννέα εργαζόμενους, στην Περιφέρεια Αττικής (πλην Πειραιώς, Δυτικής Αττικής και Λαυρίου), μείωση η οποία έρχεται να προστεθεί στην περυσινή συρρίκνωση του κύκλου εργασιών κατά 537,5 εκατ. ευρώ.

Η δυσοίωνη αυτή πρόβλεψη περιέχεται σε μελέτη που διενήργησε η ICAP για

λογαριασμό του Επαγγελματικού Επιμελητηρίου Αθηνών για την εκτίμηση της οικονομικής ζημιάς από την πανδημία για τον κλάδο της εστίασης το 2020, καθώς και για την πρόβλεψη για το έτος 2021 στην Περιφέρεια Αττικής.

Αξίζει να σημειωθεί ότι η πλειονότητα των επιχειρήσεων εστίασης δήλωσε πως

τα μέτρα στήριξης ήταν ανεπαρκή, ενώ το 29% κρίνει ότι μέτρα επαρκούν, αλλή σε μικρό βαθμό.

Σύμφωνα με τα στοιχεία, η ποσοστιαία μείωση τζίρου ανήλθε το 2020 έναντι του 2019 σε 42,7%, ενώ για το 2021 προβλέπεται μείωση κατά 10,6% έναντι του 2020.

Σε ό,τι αφορά τη μείωση του τζίρου, εκτιμάται ότι έφτασε σε 607,4 εκατ. ευρώ στις πολύ μικρές επιχειρήσεις εστίασης, σε όλους τους κλάδους που συνδέονται άμεσα ή έμμεσα με την εστίαση ως προμηθευτές (π.χ. υπηρεσίες διαμονής, είδη διατροφής - ποτά, χονδρικό εμπόριο, ακίνητη περιουσία, λιανικό εμπόριο κ.λπ.).

Η μείωση αυτή προκάλεσε εκτιμώμενη μείωση του εισοδήματος των εργαζομένων στην εστίαση κατά 139,9 εκατ. ευρώ το 2020.

Όσον αφορά την απασχόληση στην εστίαση, αυτή μειώθηκε πέρυσι κατά 0,9%, ενώ για φέτος προβλέπεται αύξηση 3,5%.

Συνολικά η προκαλούμενη από την εστίαση πολλαπλασιαστική μείωση των θέσεων εργασίας σε όλους τους κλάδους της οικονομίας εκτιμήθηκε για το 2020 σε 20,4 χιλ. εργαζόμενους λιγότερους.

Το 2020 λόγω της πανδημίας το 50% περίπου των επιχειρήσεων εστίασης βρισκόταν σε αναστολή λειτουργίας λόγω υπουργικής απόφασης, ενώ το 21,2% ήταν πληττόμενες χωρίς αναστολή λειτουργίας με ένταξη σε πληθυσμό στήριξης.

Το 63,5% των επιχειρήσεων εστίασης εντάχθηκε σε κάποιο χρηματοδοτικό μέτρο στήριξης, με τα εργασιακά να είναι η κατηγορία μέτρων στήριξης με το σημαντικότερο μερίδιο. Ακολουθούν οι εγγυήσεις, ενώ τα δανειακά και τα φορολογικά καλύπτουν μικρότερα μερίδια.

Τα κυριότερα αιτήματα

Με βάση τη μελέτη, η μείωση των συντελεστών ΦΠΑ της εστίασης είναι το κυριότερο αίτημα των επιχειρηματιών της εστίασης, καθώς τη ζητάει το 42,00% του κλάδου και ακολουθούν η μείωση της φορολογίας με 37,85% και η επέκταση της επιδότησης ενοικίου με 32,98%. Ακολουθούν η επιδότηση των ασφαλιστικών εισφορών με 32,98%, η επιδότηση του κόστους ενέργειας και ρεύματος με 19,05%, η μείωση των δημοτικών τελών με 16,68% και η ελαστικότερη διαχείριση των μέτρων κατά του κορωνοϊού.

Βασικά προβλήματα και ανησυχίες του κλάδου της εστίασης σχετικά με την αγορά και τους καταναλωτές αφορούν την αβεβαιότητα, τον διχασμό ανάμεσα σε εμβολιασμένους και μη εμβολιασμένους πελάτες, το χαμηλό ποσοστό εμβολιασμών, τη μείωση πελατών εξαιτίας των φόβων της πανδημίας, τη μειωμένη ρευστότητα στην αγορά, την κακή ψυχολογία, την καθυστέρηση της ανάκαμψης στην καταναλωτική κίνηση, την απαγόρευση εισόδου σε ανεμβολίαστους και τον έλεγχο των πελατών κατά την είσοδο στα καταστήματα.

Αίτημα για μη επιστρεπτέα προκαταβολή

Όσον αφορά ένα από τα κυριότερα αιτήματα του κλάδου, εκείνο της μετατροπής της επιστρεπτέας προκαταβολής σε μη επιστρεπτέα, ο πρόεδρος του Επαγγελματικού Επιμελητηρίου Αθηνών Γιάννης Χατζηθεοδοσίου ζήτησε με επιστολή του προς τον υπουργό Οικονομικών Χρήστο τη μη επιστροφή των κρατικών ενισχύσεων, ώστε οι 700.000 μικρομεσαίες επιχειρήσεις να βοηθηθούν να καλύψουν τις τρέχουσες υποχρεώσεις τους αλλή και να διατηρήσουν και, γιατί όχι, να αυξήσουν τις θέσεις εργασίας.

Στην επιστολή του ο πρόεδρος του ΕΕΑ τονίζει ότι η επιστροφή μέρους των κρατικών ενισχύσεων στην υπάρχουσα οικονομική συγκυρία δεν είναι εφικτή. Όπως και ότι δεν έχουν τη δυνατότητα οι επιχειρήσεις, στις υπάρχουσες οικονομικές συνθήκες και μάλιστα εν μέσω νέων περιοριστικών μέτρων λόγω της πανδημίας, να μπορέσουν να επιστρέψουν, έστω και με δόσεις, τα συγκεκριμένα ποσά.

Ο Γιάννης Χατζηθεοδοσίου σημειώνει ότι δεν έχουν σήμερα τη δυνατότητα οι μικρομεσαίες επιχειρήσεις, έστω και με την επιπλέον έκπτωση του 15%, να επιστρέψουν το σύνολο της οφειλής, ανεξάρτητα αν αυτό γίνει μέχρι 31.12.2021 ή έστω τους πρώτους μήνες του 2022.



PROSVASIS
a soltans company

Η πληρέστερη cloud εφαρμογή
Ηλεκτρονικών Τιμολογίων & myData
για τον Ελεύθερο Επαγγελματία
και την Μικρή Επιχείρηση

Εσείς, είστε έτοιμοι;



Αποκτήστε την πιο ολοκληρωμένη εφαρμογή Πιστοποιημένης Ηλεκτρονικής Τιμολόγησης Prosvasis GO και

- ✓ Ενημερώστε αυτόματα τα Ηλεκτρονικά Βιβλία της ΑΑΔΕ
- ✓ Εκδώστε αποδείξεις λιανικής
- ✓ Οργανώστε καλύτερα τις συναντήσεις σας
- ✓ Συνδεθείτε με τον λογιστή σας
- ✓ Τρέξτε την επιχείρησή σας μέσω οποιασδήποτε συσκευής
- ✓ Αυτοματοποιήστε την επικοινωνία με τους πελάτες σας μέσα από το CRM του Prosvasis GO

χωρίς κανένα κόστος εγκατάστασης
και με δυνατότητα απεριόριστων εγγράφων



Business Solutions

Θεοδωρακόπουλος Παναγιώτης

Εμπορικός Αντιπρόσωπος Λογισμικού

25ης Μαρτίου 52 Ναύπλιο & Αγίας Παρασκευής 132 Χαϊλάνδρι

Τηλ. 27520 26011 & 210 6013666

E-mail: ptheodorakopoulos@p-g.gr, sales@p-g.gr

Ώρες λειτουργίας: 09:00 π.μ.-21:00 μ.μ.

ΟΙΚΟΝΟΜΙΑ

Αντιμέτωπη με επαναστατικές αλλαγές η βιομηχανία τροφίμων

Μιά αθόρυβη, αλλά ζωτική παραγωγική δραστηριότητα, καλείται να επενδύει στο μέλλον και να προάγει έρευνα και ανάπτυξη στη χώρα. Οι νέες προκλήσεις.

Γνωρίζετε τα κερδοσκοπικά επενδυτικά ταμεία; Οι ειδήμονες θα απαντήσουν θετικά. Γιατί τον τελευταίο καιρό επενδύουν στη βιομηχανία τροφίμων και σε συγκεκριμένα καινοτομικά γεωργικά προϊόντα; Για ποιο λόγο; Η απάντηση είναι σχετικά απλή. Διότι σε εποχές αβεβαιότητας, η βιομηχανία ειδών διατροφής και ο αγροτικός τομέας αποτελούν σταθερές αξίες. Όσο αυξάνεται ο παγκόσμιος πληθυσμός και όσο εκατομμύρια άνθρωποι βγαίνουν από την ανέχεια, η διατροφή θα βρίσκεται στις πρώτες θέσεις της κατανάλωσης. Το ουσιαστικό δε πρόβλημα, θα είναι η επάρκεια στην τροφοδοσία της τελευταίας.

Από την άποψη αυτή, η βιομηχανία ειδών διατροφής κατέχει σημαντική θέση. Η δε δραστηριότητα της είναι πολύπλευρη και ζωτική από κοινωνικής, οικονομικής και οικολογικής πλευράς, εσχάτως δε και στον τομέα της υγείας.

Με παγκόσμιο τζίρο που πλησιάζει τα 3.000 δισεκατομμύρια δολάρια, η βιομηχανία τροφίμων σε επίπεδο ερευνών και ανάπτυξης προϊόντων ακολουθεί κατά πόδας τη φαρμακοβιομηχανία. Η ετήσια δαπάνη των ηγετικών επιχειρήσεων για έρευνα και καινοτομία φθάνει το 2,6% του τζίρου τους, ποσοστό που μεταφράζεται σε περίπου 10.000 νέα προϊόντα ετησίως, τονίζει ο Βέλγος καθηγητής Κλώντ Λαφούρ, που χρημάτισε σύμβουλος της Unilever.

«Η τεχνολογική επανάσταση είναι θεαματική στον κλάδο ειδών διατροφής και στα εργαστήρια των ερευνητικών κέντρων του κλάδου ήδη αναδύεται η βιομηχανία του μέλλοντος», μας λέει ο οικονομολόγος Ζαν-Πωλ Σουρβέ, συγγραφέας παλαιότερα του βιβλίου «Για μια παγκοσμιοποιημένη γεωργία». Επισημαίνει δε ότι όλο και πιο πολύ η βιομηχανία ειδών διατροφής έχει να αντιμετωπίσει ένα απαιτητικό και δύσκολο κοινό, το οποίο όχι λίγες φορές επηρεάζεται και από κακόβουλα δημοσιεύματα και ατυχείς εκπομπές κατά του κλάδου.

Υπό τις παραπάνω συνθήκες, κατά τον όμιλο συμβούλων επιχειρήσεων Accenture, αν και η αγροδιατροφική βιομηχανία θεωρείται ότι υιοθετεί τις αλλαγές με πολύ αργούς ρυθμούς συγκριτικά με άλλους κλάδους, αναμένεται να αλληλέξει περισσότερο τα επόμενα 10 χρόνια από ό, τι κατά τα 50 τελευταία.

Ο επερχόμενος μετασχηματισμός προκαλείται από διάφορους παράγοντες, όπως η κλιματική αλλαγή (π.χ. η υπερθέρμανση του πλανήτη), η δημογραφία (π.χ. υπερπληθυσμός, γήρανση), οι τεχνολογικές εξελίξεις (π.χ. νανοτεχνολογία), οι μεταβολές στις προτιμήσεις των καταναλωτών (π.χ. χορτοφαγία) και τα κρίσιμα

πλέον θέματα της υγείας.

Είναι προφανές έτσι, ότι στο πεδίο αυτό, η βιωσιμότητα υπό συνθήκες ισχυρών μεταβολών, αποτελεί ένα σημαντικό παράγοντα αλλαγής στον κλάδο. Αν λάβουμε υπόψη μας ότι από 7,6 δισεκατομμύρια ψυχές σήμερα, ο κόσμος το 2050 θα πλησιάζει τα 10 δισεκατομμύρια, η εξέλιξη αυτή έχει τεράστιο και ποικιλόμορφο βάρος.

Πέρα από την τεράστια ζήτηση όμως, που θα κληθεί να καλύψει η βιομηχανία τροφίμων, ένα πρόβλημα που αναδύεται στην επιφάνεια για τις μεγάλες βιομηχανίες, αφορά τη διατήρηση των εκπομπών αερίων του θερμοκηπίου σε χαμηλά επίπεδα.

Παράλληλα, η αναμενόμενη πληθυσμιακή έκρηξη αποτελεί μια πρώτης τάξεως ευκαιρία για την αντιμετώπιση του προβλήματος της σπατάλης τροφίμων. Το ένα τρίτο όλων των τροφίμων που παράγονται ανά τον κόσμο για ανθρώπινη κατανάλωση, καταλήγει στα σκουπίδια, ενώ αυτή η ποσότητα θα ήταν τουλάχιστον αρκετή για να θρέψει δισεκατομμύρια ανθρώπους.

Στο πλαίσιο έτσι αυτής της συγκυρίας προκλήσεων, είναι ιδιαίτερα σημαντικός ο συμβουλευτικός και επιμορφωτικός ρόλος του Συνδέσμου Ελληνικών Βιομηχανιών Τροφίμων (ΣΕΒΤ) στην Ελλάδα, όπως και αυτός συγκεκριμένων επιχειρήσεων, με οδηγό ένα αίσθημα κοινωνικής ευθύνης. Αθόρυβα αλλά αποτελεσματικά, η ελληνική βιομηχανία ειδών διατροφής κάνει σημαντικά βήματα προόδου, ενίοτε δε πρωτοπορεί σε πρωτοβουλίες και καινοτόμες δραστηριότητες. Ιδιαίτερα δε σήμερα που στη χώρα η πανδημία Covid-19 δημιουργεί πρωτόγνωρες καταναλωτικές τάσεις και άρα υπαγορεύει νέες συμπεριφορές.

Στην οργανωμένη εστίαση για παράδειγμα, που και αυτή είναι όχημα διανομής προϊόντων της βιομηχανίας, υπάρχουν ήδη πολλές εταιρείες ενδιάμεσοι (aggregators) που αναλαμβάνουν το κομμάτι της παράδοσης του φαγητού. Ο ρυθμός και ο αριθμός των αλλαγών



αναμένεται να αυξηθούν, καθώς οι εταιρείες πειραματίζονται με στόχο να αναπτύξουν ικανότητες στο νέο ψηφιακό οικοσύστημα, προσφέροντας μια σειρά υπηρεσιών προστιθέμενης αξίας στους καταναλωτές.

Τέλος, αρκετοί παραγωγοί τροφίμων στηρίζονται όλο και περισσότερο στις άμεσες πωλήσεις σε καταναλωτές (D2C), κυρίως online, μειώνοντας τα παραδοσιακά εμπορικά δίκτυα που περιλαμβάνουν ενδιάμεσους, χονδρεμπόρους και λιανοπωλητές.

Συνοψίζοντας, η βιομηχανία τροφίμων βρίσκεται στα πρόθυρα νέων επαναστατικών αλλαγών, με τα παραδοσιακά μοντέλα της αγοράς να ψηφιοποιούνται και τις παραδοσιακές μεθόδους παραγωγής και διανομής να γίνονται μη βιώσιμες λόγω δύο βασικών παραγόντων:

Των καταναλωτικών τάσεων οι οποίες ωθούν την παραγωγή προς πιο υγιεινές διατροφικές επιλογές

Της πρόσφατης παγκόσμιας κρίσης της Covid-19, η οποία ωθεί την παραγωγή ενεργά προς την ψηφιοποίηση έτσι ώστε να περιοριστεί η μετάδοση του ιού.

Είναι σαφές λοιπόν, ότι ένας ζωτικός για την ανθρώπινη ζωή κλάδος, με τεράστιο οικονομικό, κοινωνικό και οικολογικό βάρος, καλείται να προσαρμόζεται άμεσα σε νέα δεδομένα, στο πλαίσιο των οποίων όλο και σπουδαιότερη θα είναι η «οικονομία της ζωής».

Νέος Αυτόματος Ψηφιακός Βοηθός του ΟΑΕΔ

Ενεργοποιήθηκε σήμερα ο νέος Αυτόματος Ψηφιακός Βοηθός (chatbot) τεχνητής νοημοσύνης στον ιστότοπο του ΟΑΕΔ www.oaed.gr, στο πλαίσιο της ψηφιακής μετάβασης του Οργανισμού και της συνεχούς ανάπτυξης αμεσώτερων, ποιοτικών και σύγχρονων υπηρεσιών για την καλύτερη και ταχύτερη εξυπηρέτηση και ενημέρωση των πολιτών.

Οι πολίτες που θα κάνουν χρήση του chatbot θα υποβάλουν γραπτά ερωτήματα σε ελεύθερο κείμενο και θα τους παρέχεται αυτοματοποιημένη απάντηση κάθε μέρα και όλες τις ώρες (24/7) για θέματα αρμοδιότητας του ΟΑΕΔ.

Το νέο εργαλείο υποβοήθησης της επικοινωνίας των πολιτών βασίζεται σε σύγχρονους αλγόριθμους μηχανικής εκμάθησης (machine learning) και επεξεργασία γραπτής φυσικής γλώσσας (natural language processing). Πρόκειται για σύστημα αυτο-



ματοποιημένων ερωταπαντήσεων και ευφυές πρόγραμμα ψηφιακού διαλόγου που αλληλεπιδρά με

τον χρήστη καταλαβαίνοντας και απαντώντας στα σχόλια και στις ερωτήσεις που τίθενται σε γραπτή φυσική γλώσσα, προωθώντας τη διαδραστική και άμεση επικοινωνία με τον ΟΑΕΔ.

Επιπλέον, ο νέος Αυτόματος Ψηφιακός Βοηθός παρέχει σύντομες και εύστοχες απαντήσεις σε συγκεκριμένα ερωτήματα του χρήστη, ενώ έχει τη δυνατότητα πρόσβασης σε οποιαδήποτε πληροφορία χρειάζεται, ανεξαρτήτως όγκου, προσφέροντας γρήγορες και συνεχώς βελτιωμένες απαντήσεις. Όταν το σύστημα αδυνατεί να δώσει κάποια σύντομη και εύστοχη απάντηση σε ένα ερώτημα, προτείνει πιθανές επόμενες ενέργειες του χρήστη.

Ο Οργανισμός συνεχίζει την ψηφιοποίηση των υπηρεσιών του, δημιουργώντας νέους και καινοτόμους διαύλους επικοινωνίας με τους συναλλασσόμενους πολίτες και επιχειρήσεις.

Τι πιστεύουν οι καταναλωτές για τη νοθεία του ελαιόλαδου- Έρευνα ΕΦΕΤ

Εξαιρετικά υψηλή είναι στην Ελλάδα η κατανάλωση του ελαιόλαδου, με την πλειοψηφία των νοικοκυριών να χρησιμοποιεί εξαιρετικό παρθένο ελαιόλαδο, το οποίο προμηθεύεται από συγγενείς, φίλους και γνωστούς.

Παράλληλα, οι Έλληνες καταναλωτές δεν φαίνεται να ανησυχούν ιδιαίτερα για τη νοθεία του ελαιόλαδου, κυρίως γιατί θεωρούν ότι το λάδι που προμηθεύονται από συγγενείς και γνωστούς δεν ενέχει αυτό το ρίσκο. Το κύριο μέτρο που παίρνουν εκείνοι που ανησυχούν για νοθεία είναι η αγορά τυποποιημένου ελαιόλαδου συγκεκριμένης εταιρείας.

Τα παραπάνω αποτελούν ευρήματα από έρευνα σχετικά με τις γνώσεις, τη στάση και τη συμπεριφορά των Ελλήνων καταναλωτών ως προς την επιλογή, την ασφάλεια και τη νοθεία του ελαιόλαδου και της επιτραπέζιας ελιάς.

Η έρευνα διενεργήθηκε για λογαριασμό του ΕΦΕΤ από την εταιρεία Hellenic Research House στο πλαίσιο της εμβληματικής δράσης «Οι Δρόμοι της ελιάς», με στόχο την διαμόρφωση στοχευμένων πολιτικών ευαισθητοποίησης των καταναλωτών σχετικά με το ελαιόλαδο και την επιτραπέζια ελιά.

Τα βασικότερα ευρήματα της έρευνας ήταν τα ακόλουθα:

- Επιβεβαιώθηκε ότι η κατανάλωση του ελαιόλαδου είναι εξαιρετικά υψηλή στην Ελλάδα, δεδομένου ότι 2 μόλις νοικοκυριά (επί συνόλου 859 που ρωτήθηκαν) εξαιρέθηκαν από την έρευνα λόγω μη κατανάλωσης ελαιόλαδου.

- Το ελαιόλαδο χρησιμοποιείται από τα νοικοκυριά σε όλους τους τρόπους μαγειρέματος με αποκλειστική χρήση στις σαλάτες και τα μαγειρευτά, παράλληλη χρήση με σπορέλαια στο τηγάνισμα και παράλληλη χρήση με το βούτυρο για την παρασκευή γλυκών.

- Η πλειοψηφία των νοικοκυριών (57%) ανέφερε ότι χρησιμοποιεί εξαιρετικό παρθένο ελαιόλαδο το οποίο προμηθεύεται από συγγενείς, φίλους και γνωστούς σε ποσοστό 74%.

- Η αγορά τυποποιημένου ελαιόλαδου φάνηκε να συν-

δέεται με την πρόσβαση στην παραγωγή ελαιόλαδου – το 59% όσων δεν έχουν πρόσβαση αγοράζουν τυποποιημένο, έναντι πολύ μικρού αριθμού (7%) όσων έχουν πρόσβαση.

- Για όσους αγοράζουν τυποποιημένο ελαιόλαδο, τα βασικά κριτήρια επιλογής είναι η τιμή (54%), η οξύτητα (44%) και η γεωγραφική ένδειξη (39%), ενώ το 63% αγοράζει σταθερά συγκεκριμένη μάρκα.

- Γενικά το ελαιόλαδο θεωρείται από τους Έλληνες καταναλωτές ως ανώτερο των άλλων φυτικών ελαίων (91% το θεωρούν πιο θρεπτικό/υγιεινό).

- Η γνώση για τα ποιοτικά χαρακτηριστικά του ελαιόλαδου φάνηκε να ποικίλει, με αρκετούς καταναλωτές να μπερδεύονται. Παρότι το 54% των συμμετεχόντων γνώριζαν ότι το εξαιρετικό παρθένο ελαιόλαδο έχει οξύτητα μικρότερη του 0,8, μόνο το 19% γνώριζε ότι ένα ελαιόλαδο μπορεί να είναι πικρό ή πικάντικο στη γεύση επειδή είναι πλούσιο σε φαινολικά συστατικά τα οποία έχουν ευεργετικές ιδιότητες.

- Ένα άλλο ενδιαφέρον εύρημα είναι ότι το 59% καταναλώνει το ελαιόλαδο 6 μήνες μετά την παραγωγή του για να «ηρεμήσει» η γεύση του. Σε γενικές γραμμές, η διάρκεια ζωής των εξαιρετικών παρθένων ελαιόλαδων κυμαίνεται μεταξύ 9 και 18 μηνών, ανάλογα με άλλους συνακόλουθους παράγοντες όπως είναι η θερμοκρασία ή η χημική σύνθεση. Η ιδανική θερμοκρασία για τη διατήρηση του ελαιόλαδου είναι περίπου 23°C, ενώ η αποθήκευση του σε υψηλές θερμοκρασίες (π.χ. κοντά στους 40°C) υποβαθμίζει την ποιότητα του.

- Η αποθήκευση του ελαιόλαδου γίνεται από το 95% των νοικοκυριών, ορθώς σε σκιερό και δροσερό μέρος, όμως χρησιμοποιούνται σε μεγάλο βαθμό ακατάλληλα δοχεία. Συγκεκριμένα μόλις το 16% των νοικοκυριών που συμμετείχαν δήλωσαν ότι χρησιμοποιούν σκούρα γυάλινα μπουκάλια, ενώ το 61% χρησιμοποιεί μεταλλικά δοχεία



και τενεκέδες. Το ελαιόλαδο που παραμένει σε τενεκέδες έρχεται σε επαφή με περισσότερο οξυγόνο όσο περνάει ο χρόνος, το οποίο μπορεί να υποβαθμίσει τη συνολική ποιότητα του εξαιρετικού παρθένου ελαιόλαδου και τη διάρκεια ζωής του κατά την αποθήκευση.

- Οι Έλληνες καταναλωτές δεν φαίνεται να ανησυχούν ιδιαίτερα για τη νοθεία του ελαιόλαδου (16% μόνο ανησυχούν), κυρίως διότι θεωρούν ότι το λάδι που προμηθεύονται από συγγενείς και γνωστούς δεν ενέχει αυτό το ρίσκο (81% όσων δεν ανησυχούν), ενώ το κύριο μέτρο που παίρνουν εκείνοι που ανησυχούν είναι η αγορά τυποποιημένου ελαιόλαδου συγκεκριμένης εταιρείας (56%).

- Για τους καταναλωτές η νοθεία σχετίζεται πρωτίστως με άλλα φυτικά έλαια (π.χ. ηλιέλαιο) και δευτερευόντως με αναμειγυρισμένα ελαιόλαδα διαφορετικής ποιότητας ή γεωγραφικής προέλευσης ή παραπληντικές ετικέτες.

- Στο θέμα της νοθείας του ελαιόλαδου το κοινό εμπιστεύεται σε μεγάλο βαθμό τα ελαιολογία και τους κρατικούς φορείς ελέγχου, όμως η εμπιστοσύνη στις εταιρείες ελαιόλαδου φάνηκε να είναι περιορισμένη στα νοικοκυριά που συμμετείχαν στην έρευνα.

ΑΚΙΝΗΤΑ

Ακίνητα – Ξεκινούν το 2022 οι e-μεταβιβάσεις

Η ψηφιακή πύλη που θα λειτουργεί μέσω του gov.gr προβλήθηκε σε συμβολαιογράφους οι οποίοι εκπαιδεύονται και θα είναι οι πρώτοι που θα χρησιμοποιήσουν το νέο ηλεκτρονικό σύστημα μεταβιβάσεων ακινήτων

Στις αρχές του επόμενου έτους αναμένεται να τεθεί σε λειτουργία η πλατφόρμα e-Μεταβίβαση του υπουργείου Ψηφιακής Διακυβέρνησης.

Αξίζει να σημειωθεί πως ήδη η ψηφιακή πύλη που θα λειτουργεί μέσω του gov.gr προβλήθηκε σε συμβολαιογράφους οι οποίοι εκπαιδεύονται και θα είναι οι πρώτοι που θα χρησιμοποιήσουν το νέο ηλεκτρονικό σύστημα μεταβιβάσεων ακινήτων.

Ως εκ τούτου, από το 2022 θα υπάρχει Ηλεκτρονικός Φάκελος Ακινήτων, όπου συμπεριλαμβ υπάρχουν όλα τα απαραίτητα δικαιολογητικά για τη μεταβίβαση τους. Η ηλεκτρονική συλλογή των εγγράφων και πιστοποιητικών θα γίνεται από τον συμβολαιογράφο τον οποίο θα εξουσιοδοτούν οι συμβαλλόμενοι.

Με τον «Ηλεκτρονικό Φάκελο Ακινήτου» ουσιαστικά μία μεταβίβαση μπορεί να τελειώνει σε μία μέρα αντί και των τριών μηνών που χρειάζεται σήμερα προκειμένου να συληφθούν οι ενδιαφερόμενοι όλα τα δικαιολογητικά, με τα μεγαλύτερα προβλήματα να εντοπίζονται στους Δήμους.

Η πλατφόρμα e-Μεταβίβαση θα συνδέεται με πληροφοριακά συστήματα φορέων του Δημοσίου και ιδίως με τα πληροφοριακά συστήματα της Ανεξάρτητης Αρχής Δημοσίων Εσόδων (ΑΑΔΕ), του Ηλεκτρονικού Εθνικού Φορέα Κοινωνικής Ασφάλισης (e-ΕΦΚΑ), του ΝΠΔΔ «Τεχνικό Επιμελητήριο Ελλάδας» (ΤΕΕ) και του ΝΠΔΔ «Ελληνικό Κτηματολόγιο», από τα οποία αντλεί πληροφορίες και έγγραφα.

Η σύνδεση

Μια καινοτομία του συστήματος αποτελεί η παραγωγή ενός κωδικάριθμου με QR code, που φέρει όλα τα στοιχεία που χρειάζονται για τη σύνδεση με τη ΔΕΗ, την ΕΥΔΑΠ και όλες τις άλλες υπηρεσίες, απλοποιώντας πολίτες και επιχειρήσεις από τα πήγαινε-έλα με τεράστιους



φακέλους.

Δεύτερο βήμα του e-Μεταβίβαση είναι η διασύνδεσή του με το ΓΕΜΗ προκειμένου να απευθύνεται και σε επιχειρήσεις, καθώς θα πιστοποιείται ο νόμιμος εκπρόσωπος. Ομως η επόμενη φάση θα προχωράει ακόμα πιο πέρα εντάσσοντας τα Μητρώα της Αρχαιολογίας και των περιοχών Natura ή τους δασικούς χάρτες, ώστε να επεκταθεί και στα μη «καθαρά» ακίνητα για να καλύψει όλες τις αγοραπωλησίες ακινήτων στη χώρα. Ηδη προβλέπεται το εν λόγω έργο στο Ταμείο Ανάκαμψης.

Τα ηλεκτρονικά βήματα

Ξεκινά ένα μεγάλο δίκτυο διαλειτουργικότητας που «επικοινωνεί» άμεσα με το Κτηματολόγιο, το Φορολογικό Μητρώο, το Μητρώο του υπουργείου Εργασίας, την πλατφόρμα της ΑΑΔΕ. Ο πωλητής επιλέγει μέσω του δικού του προφίλ, από τα ακίνητα που περιλαμβάνονται στο Ε9 του, εκείνο που θέλει ή καταχωρεί εξ αρχής τον κωδικό του ΑΤΑΚ (Αριθμός Ταυτότητας Ακινήτου).

Επίσης, εφόσον το έχει διαθέσιμο, μπορεί να μετα-

φορώσει το συμβόλαιο ή να το αναζητήσει ο ίδιος στο maps.gov.gr. ή ο συμβολαιογράφος μέσω της θέασης στο επόμενο βήμα. Από τη στιγμή που ο πωλητής θα πατήσει ολοκλήρωση, ξεκινάει ο κύκλος του συμβολαιογράφου, που έχει λάβει απαραίτητα τις εξουσιοδοτήσεις των δύο μερών μέσω email.

Τα απαραίτητα έγγραφα

Η συλλογή όλων των απαραίτητων εγγράφων γίνεται χωρίς καθόλου χαρτιά. Ελαχιστοποιείται σε πρώτη φάση ή και εξαλείφεται η φυσική επαφή του πωλητή με υπηρεσίες και γκισέ. Τι «τραβάει» λοιπόν ο συμβολαιογράφος με όλη τις διαλειτουργικότητες:

- ΚΑΕΚ (Κωδικός Αριθμός Εθνικού Κτηματολογίου) που είτε έχει χορηγήσει ο πωλητής είτε ανιχνεύεται μέσω Κτηματολογίου.

- Συμβόλαιο του ακινήτου.

- Πιστοποιητικό ΕΝΦΙΑ. Εάν δεν είναι πληρωμένος δεν θα μπορεί να «κλειδώσει» ο συμβολαιογράφος τη διαδικασία.

- Αποδεικτικό φορολογικής ενημερότητας.

- ΤΑΠ (Τέλος Ακίνητης Περιουσίας), το οποίο και είναι αυτό που ακόμη δεν διαλειτουργεί διότι δεν υπάρχουν οι αντίστοιχες ψηφιακές υπηρεσίες στους δήμους της χώρας, άρα απαιτείται αίτηση του πωλητή.

- Εγγραφα μηχανικού. Εφόσον υπάρχει Ηλεκτρονική Ταυτότητα Κτιρίου (δεν είναι υποχρεωτική), τότε «γυρίζει» όλα τα απαιτούμενα έγγραφα αυτόματα, αθλιώς συληφώνονται και μεταφορτώνονται σε ένα μόνο αρχείο στην εφαρμογή.

- ΚΗΔ (Κωδικός Ηλεκτρονικού Διαγράμματος), ο οποίος αντλείται από Κτηματολόγιο και εκδόθηκε από τον μηχανικό όταν ανέβηκε το τοπογραφικό.

- Απόσπασμα Κτηματολογικού Διαγράμματος.

ΥΓΕΙΑ

Στρες: Τρώμε έξυπνα και αποσυμπιέζουμε την ένταση

Όλοι θέλουν να απαλλαγούν από το στρες που τους πνίγει και δυσκολεύει τη ζωή τους. Ας ξεκινήσουμε προσέχοντας τι βάζουμε στο πιάτο μας. Το στρες δεν μας είναι άγνωστο. Από τη μία μεριά μας κινητοποιεί και μας προειδοποιεί για τους κινδύνους γύρω μας. Είναι αναπόσπαστο κομμάτι της ζωής μας, αλλά όταν ξεπερνά τα όρια ανοχής του οργανισμού, με αποτέλεσμα να απορυθμίζεται το νευρικό σύστημα, τότε συνιστά απειλή για τη σωματική και την ψυχική υγεία. Καιρός λοιπόν να θέσουμε το στρες υπό έλεγχο. Η προσεγμένη διατροφή αποτελεί απαραίτητο στάδιο σε αυτή τη διαδικασία.

Σε περιόδους στρες είναι απαραίτητο να τροφοδοτήσετε τον οργανισμό σας με τις ουσίες που έχει ανάγκη ώστε να ανταπεξέλθει αποτελεσματικά στην ένταση που υφίσταται.

Πείτε «ναι» στα εσπεριδοειδή. Αποτελούν πηγές της πολύτιμης βιταμίνης C που ενισχύει την άμυνα του οργανισμού. Οι ντομάτες, οι πιπεριές, τα ακτινίδια, τα εσπεριδοειδή και οι φράουλες αποτελούν καλές πηγές βιταμίνης C.

Επιλέγεται πουλερικά. Ο λόγος; Περιέχουν τρυπτοφάνη ένα αμινοξύ που οδηγεί στην αύξηση των επιπέδων της σεροτονίνης, του «φυσικού ηρεμιστικού» του εγκέφαλου. Το άπαχο κρέας και τα ψάρια περιέχουν επίσης τρυπτοφάνη.

Προτιμήστε καρύδια και λιναρόσπορο. Ο λιναρόσπορος, τα πράσινα φυλλώδη



λαχανικά, τα καρύδια, αλλιά και το χορταρικό αντράκι (ή γλιστρίδα), καθώς και τα λιπαρά ψάρια είναι πηγές των ω-3 λιπαρών οξέων. Σύμφωνα με τους ειδικούς τα ω-3 λιπαρά οξέα πέραν της αντιφλεγμονώδους δράσης τους έχει φανεί ότι προστατεύουν και την καρδιά από τις βλαβερές επιπτώσεις του στρες.

Μαγνήσιο και αντιοξειδωτικά! Το μαγνήσιο είναι σύμμαχος του νευρικού και του μυϊκού συστήματος. Το χρειάζομαστε για να μας ηρεμεί και να μας χαλαρώνει. Θα το βρούμε στις μπανάνες, τα πράσινα φυλλώδη λαχανικά και τους ξηρούς καρπούς. Όσο για τις αντιοξειδωτικές βιταμίνες εκτός από την C δεν πρέπει να ξεχνάμε και την E πηγές της οποίας είναι το ελαιόλαδο, το αβοκάντο, οι ξηροί καρποί και τα πράσινα φυλλώδη λαχανικά. Στα συστατικά με αντιοξειδωτική δράση ανήκει και το σελήνιο (τα θαλασσινά, οι ξηροί καρποί και δημητριακά), αλλά και τα καροτενοειδή και φλαβονοειδή (καρότα, σταφύλια, μάνγκο, πορτοκάλια, λεμόνια, γκρέιπ φρουτ, σταφύλια).

Πότε η άσκηση νικά το στρες και χαρίζει ευτυχία

Σίγουρα η άσκηση συμβάλλει στη μείωση του στρες, ξέρουμε όμως ποιο είναι το πιο ισχυρό κίνητρο που θα μας οδηγήσει στο γυμναστήριο ή στο τερνέ σε κάθε ηλικία; Γερμανοί ερευνητές πιστεύουν ότι το βρήκαν.

Η γυμναστική ναι μεν μπορεί να μειώσει ως ένα «φυσικό» αγχοϋλικό, αυτό όμως που διαπίστωσαν οι ερευνητές από Τμήμα Αθλητισμού, Άσκησης και Υγείας και τη Σχολή Ψυχολογίας του Πανεπιστημίου της Βασιλείας με νέα τους μελέτη είναι πως το κλειδί στην καλύτερη διαχείριση του άγχους ήταν το εσωτερικό κίνητρο των νεότερων ανθρώπων που τους οδηγεί στο να αθληθούν.

Ένα στα τέσσερα αγόρια και ένα στα τρία κορίτσια αισθάνεται άγχος κατά τη διάρκεια της σχολικής του εκπαίδευσης, σύμφωνα με μια παλιότερη μελέτη που διεξήχθη από τον μη κερδοσκοπικό οργανισμό Sucht Schweiz το 2019.

Στη νεότερη έρευνα έλαβαν μέρος 864 νέοι στην Ελβετία ηλικίας 16 εώς 25 ετών. Αρχικά, οι συμμετέχοντες συμπλήρωσαν ένα ερωτηματολόγιο, στο οποίο βαθμολόγησαν τα επίπεδα του άγχους τους, δίνοντας επίσης πληροφορίες σχετικά με το επίπεδο της σωματικής τους δραστηριότητας και την ικανοποίησή τους από τη ζωή. Έπειτα από 10 μήνες, κλήθηκαν να απαντήσουν στις ίδιες ερωτήσεις, όπου και διαπιστώθηκε ότι οι νέοι που αρχικά ανέφεραν ότι αισθάνονταν περισσότερο άγχος ήταν λιγότερο ικανοποιημένοι με τη ζωή τους.

Όσον αφορά την άσκηση, αυτή είχε θετική επίδραση στην ικανοποίηση για τη ζωή. Ωστόσο, αυτό συνέβαινε μόνο όταν η άσκηση προέκυπε ως ανάγκη από το ίδιο το άτομο, λόγω δηλαδή του εσωτερικού του κινήτρου. Το εγγενές κίνητρο προσδιορίζεται ως μια δράση που συμβαίνει λόγω μιας εσωτερικής παρόρμησης: η ίδια η δραστηριότητα μας είναι ευχάριστη και οι εξωτερικοί παράγοντες δεν παίζουν ρόλο. Σε αυτές τις περιπτώσεις, η έντονη σωματική δραστηριότητα μπορεί να ανακουφίσει την αρνητική επίδραση του στρες.

ΣΥΝΤΑΓΗ

Γαρίδες τηγαντές με ουζάτο κουρκούτι μπίρας

Θαλασσινός ουζομεζές, με κουρκούτι επίσης με άρωμα ούζου, που ετοιμάζετε εύκολα και γρήγορα.

Υλικά

- 750γρ. γαρίδες χωρίς κέλυφος, με ουρά, ξεπαγωμένες
- 1¼ φλιτζανιού αλεύρι για όλες τις χρήσεις
- 4 κουτ. σουπας ούζο
- 1 φλιτζάνι μπίρα περίπου
- ½ κουτ. γλυκού αλάτι
- λάδι για το τηγάνισμα

ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝ

Περιβάλλον – Φθίνει η «χορωδία» της φύσης

Το ακουστικό υπόστρωμα μιας βόλτας στην εξοχή έχει άμεση επίδραση στην ψυχική ευημερία των ανθρώπων. Βρετανοί ερευνητές μελέτησαν τη μεταβολή στα κεληιδίσματα πουλιών σε βάθος χρόνου και διαπίστωσαν ότι τα ηχητικά τοπία ελαττώνονται σε πλούτο και αφθονία πτηνών

Όπως ο τρόπος ζωής μας στις πολύβουες πόλεις να μη μας επιτρέπει να το αντιληφθούμε, όμως οι ήχοι της φύσης, όπως το κεληιδίσμα των πουλιών ή το θρόισμα των φύλλων των δέντρων, αποτελούν έναν πολύτιμο σύνδεσμο του σύγχρονου ανθρώπου με το φυσικό του περιβάλλον.

Σε πρόσφατη έρευνα, τα αποτελέσματα της οποίας δημοσιεύθηκαν στην επιστημονική επιθεώρηση «Nature Communications», ερευνητές με βάση το Πανεπιστήμιο της Ανατολικής Αγγλίας διαπίστωσαν ότι τα τελευταία είκοσι πέντε χρόνια η ποικιλία και η ένταση των ήχων οι οποίοι προέρχονται από τα πουλιά τείνουν να μειώνονται. Παρόλο που η μείωση αυτή οφείλεται τόσο σε φυσικούς όσο και σε ανθρωπογενείς παράγοντες, οι επιστήμονες σημειώνουν ότι αυτή ενδέχεται να επηρεάσει την ψυχική υγεία του ανθρώπου και την επαφή του με τη φύση.

Είδη πτηνών ανά περιοχή

Η λέξη «ηχοτοπία» χρησιμοποιείται από τους επιστήμονες για να περιγράψουν το σύνολο των ήχων της φύσης οι οποίοι ακούγονται σε μια δεδομένη χρονική στιγμή. Ενώ τα τελευταία χρόνια η επιστημονική κοινότητα μελετάει με ποιον τρόπο οι ήχοι οι οποίοι παράγονται από την ανθρώπινη δραστηριότητα «παρεμβαίνουν» στους ήχους της φύσης, μέχρι πρότινος δεν είχε μελετηθεί με ποιον τρόπο έχει μεταβληθεί το ηχοτοπία στο πέρασμα του χρόνου.

Στην πρόσφατη δημοσίευσή τους, οι ερευνητές εφάρμοσαν μια πρωτότυπη μέθοδο για να ανακατασκευάσουν το ηχητικό τοπίο που προκύπτει από τους ήχους των πουλιών και να μελετήσουν με ποιον τρόπο



αυτό μεταβλήθηκε κατά τη διάρκεια των προηγούμενων δεκαετιών. «Θέλαμε να διερευνήσουμε τις εκτεταμένες και μακροχρόνιες αλλαγές στα χαρακτηριστικά του ηχοτοπίου, αλλά μας λείπουν ηχογραφήσεις ηχοτοπίων

προηγούμενων ετών. Ετσι, χρειάστηκε να αναπτύξουμε έναν τρόπο ανακατασκευής ιστορικών ηχοτοπίων» σημειώνει στο ΒΗΜΑ-Science ο αναπληρωτής καθηγητής και επικεφαλής της δημοσίευσης δρ Σάιμον Μπάτλερ (φωτογραφία αριστερά). «Για να το κάναμε αυτό», συμπληρώνει, «χρησιμοποιήσαμε τα ετήσια δεδομένα παρακολούθησης πουλιών τα οποία συλλέχθηκαν σε πάνω από 200.000 τοποθεσίες της Ευρώπης και της Βόρειας Αμερικής, στο πλαίσιο του Πανευρωπαϊκού Συστήματος Παρακολούθησης Κοινών Πτηνών (PECBMS) και του προγράμματος έρευνας για την αναπαραγωγή των πτηνών της Βόρειας Αμερικής (BBS)».

Ο στόχος των προγραμμάτων αυτών είναι να καταγραφούν τα είδη των πουλιών τα οποία εντοπίζονται σε χιλιάδες μέρη του κόσμου, επιστρατεύοντας όχι μόνο επιστήμονες αλλά και εθελοντές ορνιθολόγους οι οποίοι έχουν εκπαιδευτεί στην αναγνώριση των πτηνών. Δεδομένου ότι η δραστηριότητα των προγραμμάτων αυτών έχει ξεκινήσει από τα τέλη της δεκαετίας του 1990, έχει πλέον μαζευτεί ένας ικανοποιητικός όγκος δεδομένων ο οποίος επέτρεψε στους επιστήμονες να μελετήσουν, σε ένα πρώτο στάδιο, με ποιον τρόπο μεταβλήθηκε ο πληθυσμός των πουλιών στις υπό μελέτη περιοχές.



τικη, γλυκόξινη, με μουστάρδα, κ.λπ..

Tips

Μπορείτε να προσθέσετε και αρωματικά στο κυνή, όπως φρέσκια ρίγανη, σκόρδο σε σκόνη ή πάπρικα.

ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ

Οι πέντε άξονες για την ανάπτυξη του ελληνικού τουρισμού

Ποια είναι τα megatrends που ήδη διαμορφώνουν τις εξελίξεις το παγκόσμιο και -κατά συνέπεια- στον ελληνικό τουρισμό.

Η πορεία του ελληνικού τουρισμού προς το 2030 προϋποθέτει τη μετάβαση από την αυθόρμητη στη στοχευμένη ανάπτυξη μέσα από ένα μεθοδικό, ουσιαστικό και ολοκληρωμένο σχεδιασμό σε ένα πλαίσιο βιωσιμότητας, λαμβάνοντας υπόψη διαθέσιμους πόρους, στόχους και αναδυόμενες τάσεις.

Στο πλαίσιο αυτό, εκπονήθηκε από την κοινοπραξία των εταιρειών Deloitte - Remaco για λογαριασμό του ΙΝΣΕΤΕ η μελέτη «Ελληνικός Τουρισμός 2030 | Σχέδια Δράσης» για την ανάπτυξη των τουριστικών προϊόντων της χώρας σε προορισμούς και clusters προορισμών από όλες τις Περιφέρειες της χώρας.

Η μελέτη, η οποία θα δημοσιευθεί σταδιακά, θα αποτελέσει βάση για την απολύτως αναγκαία δημόσια διαβούλευση και στοχεύει στην α. χρονική διεύρυνση της τουριστικής δραστηριότητας, β. καλύτερη γεωγραφική κατανομή της τουριστικής ζήτησης και γ. αύξηση της μέσης δαπάνης και της διάρκειας παραμονής των επισκεπτών.

Στη μελέτη προσδιορίζονται 5 άξονες για την ανάπτυξη του ελληνικού τουρισμού:

- Η βελτίωση και ανάπτυξη των δημοσίων -κυρίως-



υποδομών

- Η αναβάθμιση, καινοτομία και προώθηση του τουριστικού προϊόντος
- Η ψηφιακή αναβάθμιση και ο μετασχηματισμός του τουριστικού οικοσυστήματος
- Η προστασία του περιβάλλοντος και η αειφορία, και
- Η ενίσχυση των δεξιοτήτων και η ανάπτυξη της

επιχειρηματικότητας.

Τα megatrends αποτελούν το αντικείμενο της πρώτης βασικής ενότητας της εν λόγω μελέτης, που ήδη διαμορφώνουν τις εξελίξεις στο παγκόσμιο και -κατά συνέπεια- στον ελληνικό τουρισμό. Τέτοια megatrends είναι ο ψηφιακός μετασχηματισμός, η βιώσιμη ανάπτυξη και η αειφορία, ο υπερτουρισμός, η οικονομία διαμοιρασμού, οι κοινωνικές και δημογραφικές αλλαγές, οι αναδυόμενοι προορισμοί, η ασφάλεια και η διαχείριση κρίσεων και η πανδημία Covid. Ταυτόχρονα, στη μελέτη αναφέρονται οι βασικοί τρόποι αντιμετώπισης και οι βέλτιστες πρακτικές που εφαρμόζουν ανταγωνιστικοί προορισμοί σχετικά με τις σύγχρονες τάσεις και τις προκλήσεις.

Ξεκινώντας με τη δημοσίευση των megatrends, έπονται η ανάλυση των προϊόντων και των βασικών διεθνών αγορών του ελληνικού τουρισμού, το executive summary της μελέτης που θα παρουσιαστεί στις 16/12 στο συνέδριο του ΣΕΤΕ με τίτλο "Greek Tourism: Coming Back, Planning Forward", και ακολούθως το εθνικό σχέδιο δράσης, αλλά και τα τοπικά σχέδια δράσης σε 36 προορισμούς και clusters προορισμών.

Η "ακτινογραφία" των ελληνικών επιχειρήσεων Γιατί πρέπει να "μεγαλώσουν" οι μικρομεσαίες

Ηταν η δεκαετία του 1980 όταν αρχίσαμε να το φωνάζουμε πλέον πως «οι μικρομεσαίες επιχειρήσεις αποτελούν τη ραχοκοκαλιά της ελληνικής οικονομίας».

Τώρα όμως, 40 χρόνια μετά θα πρέπει να αναρωτηθούμε αν πραγματικά αυτό ισχύει ή όχι και εφόσον είναι έτσι να δούμε τι έκαναν για να στηρίξουν τις μικρομεσαίες επιχειρήσεις, «την ραχοκοκαλιά της οικονομίας» όπως τις αποκαλούν, οι εκάστοτε Κυβερνήσεις.

Η "ακτινογραφία" των επιχειρήσεων στην Ελλάδα

Ας δούμε λίγο τα νούμερα. Στην Ελλάδα σήμερα λειτουργούν περίπου 830.000 επιχειρήσεις από τις οποίες 375 περίπου έχουν πάνω από 250 άτομα προσωπικό, ενώ ο αριθμός των επιχειρήσεων που απασχολούν λιγότερο από 50 εργαζομένους είναι περίπου 827. 000!

Τα νούμερα είναι αμείλικτα. Πράγματι, η ελληνική οικονομία αποτελείται από μικρομεσαίες επιχειρήσεις! Το πραγματικά εντυπωσιακό όμως είναι πως οι 375 μεγάλες επιχειρήσεις προσφέρουν το 36% περίπου της προστιθέμενης αξίας ενώ στην ενωμένη Ευρώπη προσφέρουν το 43%!

Την ίδια ώρα οι μικρομεσαίες προσφέρουν περίπου 42% και 39% αντίστοιχα. Μετράει λοιπόν το μέγεθος; Η απάντηση είναι πως ναι! Μετράει.

Είναι σημαντικό να πούμε πως οι μεγάλες επιχειρήσεις συνεισφέρουν φόρους, στηρίζοντας έτσι τα κρατικά έσοδα. Δε μπορούν άλλωστε να κάνουν διαφορετικά. Παράλληλα αποδίδουν εισφορές στηρίζοντας το ασφαλιστικό σύστημα. Η μαύρη εργασία είναι πρακτικά αδύνατη σε αυτές.

Προσφέρουν σταθερό εργασιακό περιβάλλον μιας και οι περισσότερες από αυτές έχουν συγκεκριμένους



κανόνες λειτουργίας ενώ τους είναι απαραίτητο να προστατεύσουν την φήμη τους.

Άλλωστε, η αγορά εργασίας τους είναι απαραίτητη λόγω της σημαντικής έλλειψης δεξιοτήτων.

Επιχειρήσεις

Διαθέτουν σε μεγάλο βαθμό την ικανότητα να βγουν έξω από τα στενά σύνορα της χώρας. Παράγουν πλούτο για τους ιδιοκτήτες και για τις ενδιαφερόμενες πλευρές κι όχι μόνον εισόδημα.

Ασχολούνται σοβαρά με θέματα του περιβάλλοντος και της κοινωνίας και διοικούνται καλύτερα. Όμως, πέρα από όλα τα παραπάνω, παράγουν έρευνα και τεχνολογία. Ουσιαστικά δηλαδή ουσιαστικά δημιουργούν το μέλλον!

Δεν θα μπορούσε όμως να ισχυριστεί κάποιος, ότι ανάλογα χαρακτηριστικά διαθέτουν σε ικανοποιητικό βαθμό οι μικρομεσαίες επιχειρήσεις; Και δεν είναι

τυχαίο που οι περισσότερες εξ αυτών δηλώνουν κέρδη... κοντά στο αφορολόγητο και αρκετές άλλες βγαίνοντας στην αγορά αναζητούν μόνο... ανασφάλιστους εργαζόμενους.

Χαρακτηριστικά της «ραχοκοκαλιάς» που επηρεάζουν και υγιείς μικρομεσαίους «παίχτες» ακόμη και αν λειτουργούν με βάση τους κανόνες, καθώς «τσουβαλιάζονται» και η «κακή φήμη» των πολλών μοιραία τους παρασύρει και τους βυθίζει στην ανυποληψία.

Αν έτσι είναι τα πράγματα, τότε μήπως πρωτίτως το Κράτος «καίγεται» να βρει τρόπους ώστε οι μικρομεσαίες επιχειρήσεις να ... μεγαλώσουν; Και μήπως και οι ίδιοι οι ιδιοκτήτες ορισμένων μικρομεσαίων επιχειρήσεων που ξεχωρίζουν θα έπρεπε να επιδιώξουν να ξεφύγουν από τον άχαρο ρόλο που τους έχουν τοποθετήσει;

Είναι δεδομένο ότι οι μικρομεσαίες θα πρέπει να συνεχίσουν να υπάρχουν.

Αλλά θα πρέπει να το κάνουν αυτό μέσα σε άλλο πλαίσιο. Η σύσταση και η λειτουργία μιας μικρομεσαίας επιχείρησης δεν θα έπρεπε να είναι αυτοσκοπός. Είναι απλά ένα βήμα.

Θα πρέπει να έχουν όραμα. Θα πρέπει να μεγαλώσουν, οργανικά ή μη. Και το κράτος θα πρέπει να αναγνωρίσει τις προσπάθειές τους προς την κατεύθυνση αυτή και να τις βοηθήσει να το κάνουν.

Για όλους αυτούς τους λόγους, οι πρόσφατες εξαγγελίες του πρωθυπουργού στην ΔΕΘ, οι οποίες ενσωματώθηκαν σε υπό διαβούλευση νομοσχέδιο και αφορούν στα φορολογικά κίνητρα για συγχωνεύσεις κινούνται προς την σωστή κατεύθυνση.

Πρέπει βέβαια να γίνουν ακόμα πολλά. Ας είναι αυτά τα κίνητρα μόνον η αρχή για μια νέα εποχή που.. πρέπει να ζημερώσει στο πεδίο των μικρομεσαίων επιχειρήσεων.