



ΕΝΩΣΗ ΔΙΑΚΙΝΗΤΩΝ  
ΕΜΠΟΡΩΝ ΟΙΝΩΝ & ΠΟΤΩΝ

# ΕΔΕΟΠ

ΑΘΗΝΩΝ

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

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



ΕΤΟΣ 320  
ΑΡ. ΦΥΛΛΟΥ 427  
ΑΥΓΟΥΣΤΟΣ 2021  
ΚΩΔΙΚΟΣ: 011505

Εννιά εκατ. ευρώ  
για το νέο πρόγραμμα  
Απόσταξης Οίνου 2021



Στη σελίδα 2

## ΠΟΥ ΒΑΔΙΖΕΙ Η ΑΓΟΡΑ...

Εμείς οι πρατηριούχοι είμαστε επιχειρήσεις υγειονομικού ενδιαφέροντος και τροφοδοτούμε κυρίως τον κλάδο της εστίασης που βρίσκεται στη μέση της δίνης ξανά.

Καθήμενοι και μή καθήμενοι, εμβολιασμένοι και μη, απασχολούν πάλη τον κλάδο, μειώνοντας το τζίρο και μετατρέποντας το προσωπικό σε χωροφύλακες. Τι θα γίνει;

Η απάντηση δεν είναι καθόλου ευκόλη, υπάρχουν αρκετοί αγνώστοι παράγοντες που τους προσεχείς μήνες με δεδομένο ότι προχωρούν απροσκόπτα οι εμβολιασμοί - θα καθορίσουν τον βηματισμό μιας ολοκληρωμένης κοινωνίας.

Παντως, μια πρώτη, γρήγορη εκτίμηση είναι ότι οι τάσεις και οι συμπεριφορές που αναπτύχθηκαν και εκδηλώθηκαν κατά την διάρκεια της πανδημίας φαίνεται πως έχουν σε ένα μεγάλο βαθμό παγιωθεί και δεν προκειται να μας εγκαταλείψουν.

Και αυτό γιατί ο τζίρος με το e-shop μιας επιχείρησης και εκτοξεύθηκε στα ύψη αλλα σε καμία περίπτωση μετά το «ανοίγμα» της αγοράς δεν προκειται να επιστρέψει στις μικρές του επιδοσεις. Ίσως να «χαμηλώσει» επίπεδο ως προς τις επιδοσεις και τις προσδοκίες αλλα και παλι καλύτερα θα είναι συγκριτικά με το διάστημα πριν την εκδήλωση της πανδημίας.

Ένα παράδειγμα έχει να κάνει με τις επιχειρήσεις εστίασης που επένδυσαν - εστω και ως αναγκαστική επιλογή - στο take away και στο delivery. Με το ανοίγμα της αγοράς οι επιχειρήσεις που έπαισαν για την ποιότητα, την τιμή και το σερβίς τους θα μπορούν να συνεχίσουν στο ίδιο δρόμο, γεγονός που θα τους επιτρέψει να διαφοροποιήσουν τις υπηρεσίες τους στοχεύοντας σε συγκεκριμένα κοινά.

Πιο συγκεκριμένα, το delivery θα μπορεί να δουλέψει το μεσημέρι με φαγητό στο πακέτο, ενώ το φυσικό κατάστημα θα βρίσκεται εκεί για ένα δείπνο ξεχωριστής εμπειρίας.



Μια ξεχωριστή περίπτωση αρμονικής συνυπαρξης και συνεργασίας φυσικού καταστήματος και online αγοράς έχει επιτευχθεί στα οργανωμένα δίκτυα του λιανεμπορίου ειδικά όσον αφορά τα είδη παντοπωλείου και κάβας (φρέσκα προϊόντα, συσκευασμένα τροφίμα, εμφιαλωμένα νερά, αναψυκτικά και ποτά, απορρυπαντικά, είδη προσωπικής φροντίδας και υγιεινής κλπ). Σύμφωνα με έρευνες εξειδικευμένων εταιρειών στην αγορά ο τζίρος έχει τριπλασιαστεί το πρώτο τρίμηνο του 2021 σε σχέση με το αντίστοιχο του 2020. Τα νούμερα αυτά μπορεί να αλληλαξουν, να «χαμηλώσουν» ενδεχομένως αλλα σε καμία περίπτωση δεν θα ...εξαφανιστούν. Το ηλεκτρονικό εμπόριο μαζί με τα συνοδευτικά του ηρθε για να μείνει και να διεκδικεί ολόενα και περισσότερο μεγαλύτερο μερίδιο στην πίττα.

Το ηλεκτρονικό εμπόριο και εν γένει, οι ηλεκτρονικές συναλλαγές ηρθαν για να μείνουν αποκτώντας ολόενα και περισσότερο μια διευρυμένη θέση στην αγορά. Όλοι όσοι γνωρίζουν τα πράγματα εκ των εσω πιστεύουν ότι η νέα υβριδικού τύπου κανονικότητα θα επιτρέψει ευκολότερα τη συνυπαρξη διαφορετικών μορφών εμπορικής δραστηριότητας δηλαδή το e-shop θα είναι απαραίτητο συμπλήρωμα του φυσικού καταστήματος - αρκεί το e-shop να είναι επαγγελματικών προδιαγραφών, να υποστηρίζει ηλεκτρονικά συστήματα πληρωμών και να διαθέτει ελκυστικό περιεχόμενο για τον καταναλωτή.

Άλλα στις πωλήσεις  
αλκοολούχων το  
πρώτο εξάμηνο



Στη σελίδα 2

ΕΠΑΓΓΕΛΜΑΤΙΚΟ  
ΕΠΙΜΕΛΗΤΗΡΙΟ ΑΘΗΝΩΝ

Γ. Χατζηθεοδοσίου:  
«Το πρόβλημα των  
οφειλών δεν λύνεται  
με έντοκες δόσεις»

Στη σελίδα 4

Οι Έλληνες  
οι λιγότεροι  
ικανοποιημένοι  
στην ΕΕ

από τις ταχύτητες  
στο διαδίκτυο

Στη σελίδα 2

Σούπερ μάρκετ:

Δεκαπλάσιαστηκαν  
οι καταναλωτές που  
κάνουν e-ψώνια



Στη σελίδα 10

Αυξήθηκε κατά 3,1%  
η απασχόληση στο  
λιανεμπόριο τροφίμων  
το 2020



Στη  
σελίδα 12

## ΕΝΗΜΕΡΩΣΗ

# Εννιά εκατ. ευρώ για το νέο πρόγραμμα Απόσταξης Οίνου 2021

**Στόχος του προγράμματος είναι η αντιμετώπιση των συνεπειών από την πανδημία του κορονοϊού στον αμπελοοινικό κλάδο.**

Τα 9 εκατ. ευρώ αγγίζει το νέο πρόγραμμα απόσταξης οίνου για το έτος 2021, όπως αναφέρεται σε απόφαση που υπέγραψε ο υπουργός Αγροτικής Ανάπτυξης και Τροφίμων, Σπήλιος Λιβανός και η υφυπουργός, Φωτεινή Αραμπατζή.

«Με απόφαση του υπουργού Αγροτικής Ανάπτυξης και Τροφίμων κ. Σπήλιου Λιβανού και της υφυπουργού Φωτεινής Αραμπατζή, από τα διαθέσιμα κονδύλια του Εθνικού Προγράμματος Στήριξης Αμπελοοινικού Τομέα 2019- 2023 διατίθενται 4.050.000 ευρώ και μέσω Εθνικής Συμμετοχής διατίθενται 4.950.000 ευρώ» αναφέρει σε ανακοίνωσή του το ΥΠΑΑΤ.

Στόχος του προγράμματος είναι η αντιμετώπιση των συνεπειών από την πανδημία του κορονοϊού στον αμπελοοινικό κλάδο.

Όπως έκανε γνωστό η πολιτική ηγεσία του υπουργείου Αγροτικής Ανάπτυξης και Τροφίμων, η απόφαση έχει ήδη προωθηθεί στον αρμόδιο υφυπουργό Οικονομικών, Απόστολο Βεσυρόπουλο προς υπογραφή, ώστε μετά την έκδοση της ΚΥΑ, οι υπηρεσίες να είναι έτοιμες να δεχθούν αιτήσεις ένταξης στο Πρόγραμμα Απόσταξης εντός των προβλεπόμενων ημερομηνιών. Σημειώνεται τέλος ότι η Γενική Διεύθυνση Τροφίμων του ΥΠΑΑΤ έχει ορίσει ως ημερομηνία έναρξης υποβολής αιτήσεων την 23η Ιουλίου 2021.



## Άλμα στις πωλήσεις αλκοολούχων το πρώτο εξάμηνο

**Ανοδος 1,1% στο οργανωμένο λιανεμπόριο τροφίμων το πρώτο εξάμηνο, σύμφωνα με τα στοιχεία της Nielsen. Τρέχει με διψήφιο ποσοστό το σύνολο των κατηγοριών Bazaar. Πτώση στην Αττική, άνοδος στην Πελοπόννησο.**

Η αγορά του οργανωμένου λιανεμπορίου κινήθηκε θετικά σε αξία, στο +1,1% κατά το πρώτο εξάμηνο του 2021 (στοιχεία ΥΤΔ έως 27 Ιουνίου 2021), σε σύγκριση με την αντίστοιχη περυσινή χρονική περίοδο, ενώ τα FMCGs στο σύνολό τους παρουσιάζουν παρόμοια τάση, στο +1,0%.

Όσον αφορά στις επιμέρους κατηγορίες των ταχυκίνητων καταναλωτικών προϊόντων, τα Τρόφιμα & Ποτά είναι η μοναδική μεγάλη κατηγορία που αναπτύσσεται με +2,3%, ενώ οι κατηγορίες που αφορούν στα Προϊόντα Προσωπικής Περιποίησης καθώς και τα Προϊόντα Οικιακής Χρήσης παρουσιάζουν μείωση στις πωλήσεις τους σε αξία, σε σχέση με το 2020, κατά -3,5% & -2,1% αντίστοιχα.

Το σύνολο των κατηγοριών Bazaar (ένδυση, ηλεκτρικές συσκευές, βιβλία, εργαλεία, είδη κήπου, είδη αυτοκινήτου, οικιακός εξοπλισμός κ.λπ.) εμφανίζει την πιο θετική, διψήφια τάση στο +10,3%, η οποία σχετίζεται κυρίως με το διάστημα όπου το λοιπό λιανεμπόριο βρισκόταν σε αναστολή λειτουργίας, ενώ τα Φρέσκα και επί Ζυγίου προϊόντα παρουσιάζουν οριακή μείωση στο -0,5%.

Όσον αφορά στις διαφορετικές τυπολογίες καταστημάτων, οι μεγάλες αίθουσες άνω των 2.500 τ.μ. (hypermarkets) εξακολουθούν να παρουσιάζουν τη μεγαλύτερη αύξηση, της τάξεως του +8,2% στις πωλήσεις τους. Σε ρυθμό ανάπτυξης, ωστόσο αρκετά πιο μετριασμένη, ακολουθούν και οι μικρότερες αίθουσες, έως 400 τ.μ., στο +1,5%, γεγονός που σημαίνει ότι οι αγοραστές επιλέγουν και τα μικρότερα καταστήματα για την ευκολία τους, αλλιά και τα καθημερινά τους ψώνια.

Στο επίπεδο των επιμέρους γεωγραφικών περιοχών η Αττική είναι η μοναδική περιφέρεια που παρουσιάζει αρνητικό ρυθμό ανάπτυξης, στο -0,9%, ενώ αντίθετα η Πελοπόννησος αναπτύσσεται συγκριτικά πιο θετικά, με +5,8%.

Τέλος, για το σύνολο του εξαμήνου εξακολουθούν



οι κατηγορίες των αλκοολούχων ποτών να παρουσιάζουν υψηλούς ρυθμούς ανάπτυξης (ενδεικτικά αναφέρονται το ουίσκι με 32,5%, το ρούμι με 27,5, καθώς και τα κρασιά με 24,3). Στον αντίποδα, κατηγορίες τροφίμων τις οποίες οι αγοραστές «στόκαραν» κατά την περίοδο του ξεσπάσματος της πανδημίας παρουσίασαν σημαντικά αρνητικές τάσεις κατά τους πρώτους έξι μήνες του 2021, όπως για παράδειγμα

τα όσπρια (-12,3%) και το αλεύρι (-21,8%).

Προς την ίδια κατεύθυνση, κατηγορίες όπως τα καθαριστικά σπιτιού έκαναν βουτιά στις πωλήσεις τους, σε αξία, κατά -15%, όπως επίσης και οι χλωρίνες με -18,4%, καθώς υπήρξε εξορθολογίκευση της χρήσης τους, σε σχέση με το αντίστοιχο χρονικό διάστημα του 2020. Παρόμοια πορεία ακολούθησαν και ορισμένες κατηγορίες προσωπικής υγιεινής και περιποίησης, των οποίων είχε εκτοξευθεί η ζήτηση στις αρχές του 2020, όπως τα σαπούνια για τα χέρια (-22,7%) καθώς και τα αντισηπτικά (-43,2%).

### 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

## ΤΟ Δ.Σ. ΤΗΣ ΕΔΕΟΠ ΑΘΗΝΩΝ

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

Πρόεδρος  
Αντιπρόεδρος  
Γεν. Γραμματέας  
Ταμίας  
Μέλος  
Μέλος  
Μέλος

210-8031660  
210-4621077  
210-4916592  
210-2465788  
210-2281583  
210-9716767  
210-5779896



# ΔΟΚΙΜΑΣΤΕ ΤΟ ΑΠΟΛΑΥΣΤΙΚΟ

# AdeZ<sup>®</sup>

# NEO

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



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

\*Περιέχει φυσικά σάκχαρα.

ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΔΗΜΟΚΡΑΤΙΑ  
ΕΠΑΓΓΕΛΜΑΤΙΚΟ ΕΠΙΜΕΛΗΤΗΡΙΟ ΑΘΗΝΩΝ

ΔΕΛΤΙΟ ΤΥΠΟΥ

## Γ. Χατζηθεοδοσίου: «Το πρόβλημα των οφειλών δεν λύνεται με έντοκες δόσεις»

Αθήνα, 16 Ιουλίου 2021

Πρέπει να αναγνωρίσω ότι η απόφαση του οικονομικού επιτελείου να φέρει νέα ρύθμιση για την αποπληρωμή των οφειλών που «γεννήθηκαν» εν μέσω πανδημίας, είναι μία θετική εξέλιξη. Όμως υπάρχουν δύο σοβαρές ενστάσεις.

Από τη στιγμή που η κυβέρνηση ουσιαστικά παραδέχεται ότι δεν φταίνε οι οφειλέτες για τη δημιουργία αυτών των χρεών καθώς δεν ήταν επιλογή τους να κλείσουν τις επιχειρήσεις τους, κανονικά δεν θα έπρεπε να τεθεί θέμα επιτοκίου. Λόγω της κατάστασης που έχει διαμορφωθεί στην αγορά, είναι από δύσκολο έως απίθανο να μπορέσει ένας μικρομεσαίος να αποπληρώσει τις οφειλές του σε 36 άτοκες δόσεις. Μοιραία λοιπόν θα επιχειρήσει να το πράξει σε περισσότερες, όμως θα επιβαρυνθεί με επιτόκιο. Δε νομίζω ότι ήταν αυτό που περιμέναμε όταν μιλούσαμε όλοι οι φορείς για την ανάγκη μείωσης του ιδιωτικού χρέους.

Η δεύτερη ένσταση σχετίζεται με την οριστική



επίλυση του προβλήματος και την ανάκαμψη που έχει ανάγκη η χώρα. Με επιχειρήσεις εγκλωβισμένες σε χρέη, δεν μπορεί να υπάρξει αναπτυξιακή προοπτική. Μόνο η διαγραφή μέρους των οφειλών αυτών μπορεί να δώσει «ανάσα» στον αγώνα βιωσιμότητας που δίνουν

αυτό το δύσκολο διάστημα οι επιχειρήσεις.

Καλώ την κυβέρνηση να εξετάσει με περισσότερη θέρμη το θέμα και να αναζητήσει συμμαχίες εντός της Ε.Ε. καθώς το ίδιο πρόβλημα αντιμετωπίζουν οι μικρομεσαίες επιχειρήσεις σχεδόν όλων των κρατών-μελών. Η απάντηση στις δύσκολες καταστάσεις είναι η λήψη ριζικών αποφάσεων. Και η κατάσταση στην οποία βρίσκεται το επιχειρείν εξαιτίας των αρνητικών συνεπειών του κορονοϊού, είναι έκτακτης ανάγκης. Χωρίς τη ρύση του «κουρέματος», πολλές επιχειρήσεις θα αναγκαστούν να βάλουν λουκέτο. Οι συνέπειες αυτής της εξέλιξης, θα είναι οδυνηρές. Και για την επιχειρηματικότητα αλλιά και για την απασχόληση, την κοινωνία και τελικά για τη χώρα.

Ο ΠΡΟΕΔΡΟΣ  
ΓΙΑΝΝΗΣ ΧΑΖΗΘΕΟΔΟΣΙΟΥ

## Καβαθάς-Εστίαση: Λύση για τους κλειστούς χώρους είναι οι καθαριστές αέρα

«Υπάρχουν τρόποι να ελέγξεις την κατάσταση με τεχνικά μέσα, όπως για παράδειγμα με καθαριστές αέρα, που σκοτώνουν τον κορονοϊό και χρησιμοποιούνται στα χειρουργεία. Το κόστος είναι από 1.000 έως 5.000 ευρώ».

Αυτό υπογράμμισε ο πρόεδρος της ΓΣΕΒΕΕ, Γιώργος Καβαθάς, μιλώντας στο Πρώτο Πρόγραμμα, ενόψει των νέων μέτρων που θα τεθούν σε ισχύ από αύριο (16/7) στην εστίαση, όπου θα επιτρέπεται η είσοδος μόνο εμβολιασμένων σε εσωτερικούς χώρους.

«Είχαμε ζητήσει από τον Φεβρουάριο, από το υπουργείο Ανάπτυξης, να υπάρξει ένα πρόγραμμα επιδότησης. Περιμένω την απάντηση από την επιτροπή, ση-

μείωσε.

«Τουλάχιστον τώρα ο διαχωρισμός έρχεται από την ίδια την Πολιτεία, και όχι από τον εστιατόρα, που θα έπρεπε να επιλέξει εάν το κατάστημά του θα ήταν covid-free ή μικτό κατάστημα», ανέφερε. Βέβαια, είπε ότι δημιουργείται πρόβλημα με την αύξηση του κόστους λειτουργίας, λέγοντας ότι μια επιχείρηση θα πρέπει να έχει «έναν ή δυο εργαζόμενους, ανάλογα με τις ώρες λειτουργίας, που θα κάνουν την υποδοχή, τον έλεγχο, το check in στο εστιατόριο, κάτι που σημαίνει επιπλέον κόστος 1.000 – 2.000 ευρώ μηνιαίως, ίσως και παραπάνω».

Συμπλήρωσε, δε, ότι μόνο ένα κομμάτι της εστίασης

έχει μέχρι σήμερα άνθρωπο στην υποδοχή. «Δεν έχουν για παράδειγμα οι ταβέρνες, τα ουζερί, τα μεζεδοπωλεία και οι πιτσαρίες. Τώρα, θα πρέπει να βάλουν έναν υπάλληλο αποκλειστικά στην είσοδο. Σκεφτείτε να μπει ένας άνθρωπος και να κάτσει σε τραπέζι χωρίς να τον έχουμε ελέγξει», είπε χαρακτηριστικά. «Σε κάθε περίπτωση, κάθε περιοριστικό μέτρο μας φέρνει αντιμέτωπους με τους πελάτες μας. Φανταστείτε να έρθει μια παρέα ένας να μην είναι εμβολιασμένος θα πρέπει να φύγει όλη η παρέα σε περίπτωση που το κατάστημα δεν έχει εξωτερικό χώρο, όπως συμβαίνει με το 22% των επιχειρήσεων του κλάδου», κατέληξε.

## Οι Έλληνες οι λιγότεροι ικανοποιημένοι στην ΕΕ

### από τις ταχύτητες στο διαδίκτυο

Τον μικρότερο βαθμό ικανοποίησης για τις παρεχόμενες ταχύτητες πρόσβασης στο διαδίκτυο στην Ευρωπαϊκή Ένωση, εμφανίζουν οι Έλληνες σύμφωνα με το ειδικό ψηφιακό Ευρωβαρόμετρο, που πραγματοποιήθηκε για λογαριασμό της Κομισιόν.

Ειδικότερα, στο πλαίσιο της έρευνας οι συμμετέχοντες με σταθερή σύνδεση στο internet ρωτήθηκαν το αν είναι ικανοποιημένοι με την ποιότητά της σύνδεσής τους σχετικά με τις ταχύτητες download και upload.

Περισσότεροι από οχτώ στους δέκα (81%) Ευρωπαίοι εμφανίζονται ικανοποιημένοι ή πολύ ικανοποιημένοι από τις ταχύτητες download. Περίπου το 12% δηλώνει "όχι πολύ ικανοποιημένο" και μόλις το 4% "καθόλου ικανοποιημένο". Αντίστοιχη είναι η εικόνα και στις ταχύτητες upload.

Η Ελλάδα είναι η μοναδική χώρα της ΕΕ των 27 όπου το ποσοστό των ικανοποιημένων από τη σύνδεσή τους δεν ξεπερνά το 70%.

Ειδικότερα, για τις ταχύτητες download "πολύ ικανοποιημένο" δηλώνει το 20% και "σχετικά ικανοποιημένο" το 45%, ενώ "όχι πολύ ικανοποιημένο" δηλώνει το 26% και "καθόλου ικανοποιημένο" το 9%.

Και στις ταχύτητες upload οι Έλληνες είναι οι λιγότεροι ικανοποιημένοι. Λιγότεροι από τα δύο τρίτα (63%) των ερωτηθέντων εξέφρασαν κάποιο βαθμό ικανοποίησης, ενώ ο ένας στους δέκα (10%) δεν είναι καθόλου ικανοποιημένος από την ταχύτητα upload.

#### Αλλαγές λόγω της πανδημίας

Μόλις το 7% των Ευρωπαίων αλλιάξαν ή αναβάθμισαν τη σύνδεσή τους λόγω της πανδημίας του κορονοϊού και των αλλαγών που αυτή έφερε στην εργασία και στην εκπαίδευση. Στη χώρα μας το ποσοστό αυτό έφτασε το 16% το δεύτερο μεγαλύτερο μαζί με την Αυστρία και μετά την Ιρλανδία (18%).

Στις περισσότερες πε-

ριπτώσεις η αλλαγή αφορούσε την αναβάθμιση της σύνδεσης με τον ίδιο πάροχο, ενώ ένα 4% αλλιάξε πάροχο. Σε κάθε περίπτωση, βασικός λόγος της αλλαγής ήταν η αναζήτηση γρηγορότερης σύνδεσης.





Απολαύστε υπεύθυνα

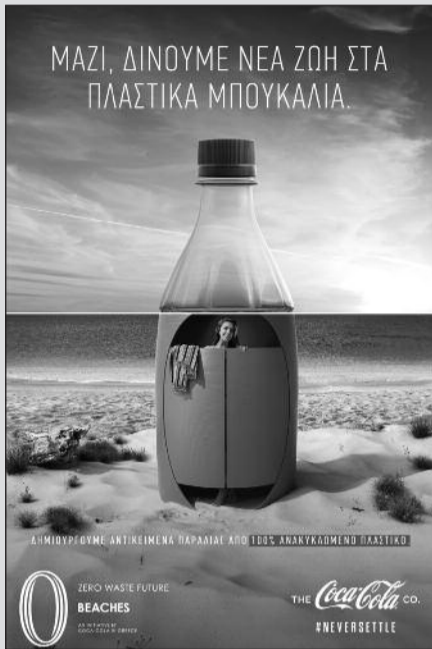
## Ενημέρωση

ZERO WASTE BEACHES:  
THIS IS OUR WAY!

Εσύ ήξερες ότι περίπου 1 εκατομμύριο προϊόντα σε πλαστικές φιάλες αγοράζονται από τους καταναλωτές κάθε λεπτό που περνά, με πολλά από αυτά να στοιβάζονται γύρω μας στην καθημερινότητά μας, στο περιβάλλον μας, ενώ επίσης υπολογίζεται ότι ποσότητα πλαστικού, ίση με τη χωρητικότητα ενός φορτηγού, αφήνεται κάθε λεπτό στις θάλασσές μας;

Το πλαστικό έχει δημιουργηθεί για να είναι ανθεκτικό αλλά όχι ως απόρριμμα. Αυτό έρχεται να μας υπενθυμίσει το νέο πρόγραμμα της Coca-Cola «Zero Waste Beaches» το οποίο υλοποιείται σε συνεργασία με Οικολογική Εταιρεία Ανακύκλωσης και την Ελληνική Εταιρεία Αξιοποίησης Ανακύκλωσης. Ένα ολοκληρωμένο πρόγραμμα που έχει στόχο να εκπαιδεύσει γύρω από την ανακύκλωση και την κυκλική οικονομία, ενώ παράλληλα θέλει να ενθαρρύνει κάθε πολίτη ανακυκλώνει περισσότερο και συχνότερα, δίνοντας έτσι δεύτερη ζωή στα πλαστικά απορρίμματα. Φέτος, το πρόγραμμα πραγματοποιείται σε εννέα δημοφιλείς ελληνικούς προορισμούς σε Κυκλάδες, Ιόνιο, Αττική, Δωδεκάνησα και Θεσσαλονίκη, περιλαμβάνοντας 27 παραλιακές επιχειρήσεις.

Παράλληλα, συμπληρώνεται με μεγάλη καμπάνια ευαισθητοποίησης των πολιτών σε όλη την Ελλάδα τόσο στην τηλεόραση, τον Τύπο, τα ψηφιακά μέσα αλλά και με outdoor επικοινωνία στις στάσεις λεωφορείων και κυρίως με κάλεσμα των πολιτών για ενεργή συμμετοχή για την ανακύκλωση των πλαστικών μπουκαλιών μέσω on-line διαδραστικής ενέργειας με χρήση της τεχνητής νοη-



μοσύνης στο Messenger της Coca-Cola προκειμένου να δώσουν νέα ζωή στα πλαστικά μπουκάλια.

Με κύριο όχημα επικοινωνίας την τηλεόραση, δανειζόμαστε το ευρέως αυτό αναγνωρίσιμο και συγκινητικό τραγούδι για να σας μεταφέρουμε ένα σημαντικό μήνυμα: «Κάθε φορά που η ζωή ενός πλαστικού μπουκαλιού τελειώνει, μία καινούρια μπορεί να αρχίσει» και να τονίσουμε ότι μία πλαστική συσκευασία μπορεί να έχει μία δεύτερη και τρίτη ζωή.

This is our way! Αυτός είναι δηλαδή ο τρόπος της Coca-Cola να βλέπει ένα μέλλον βιώσιμο για όλους, ένα μέλλον χωρίς απορρίμματα, όπου τίποτα δεν πάει χαμένο.

Ολυμπιακή Ζυθοποιία:  
Συνεργασία με την Absolicon  
στην ηλιακή ενέργεια

Η εταιρεία και ο όμιλος Carlsberg υιοθετούν και επεκτείνουν τη χρήση πράσινων πρακτικών για τη βελτιστοποίηση της κατανάλωσης ενέργειας και την περαιτέρω αξιοποίηση ανανεώσιμων πηγών ενέργειας, όπως είναι η ηλιακή.

Στο πλαίσιο της στρατηγικής βιώσιμης ανάπτυξης «Μαζί προς το ΜΗΔΕΝ» και με στόχο την εκμηδένιση του περιβαλλοντικού της αποτυπώματος, η Ολυμπιακή Ζυθοποιία προχωρά στην υλοποίηση ενός πιλοτικού προγράμματος αξιοποίησης της ηλιακής ενέργειας, για την κάλυψη ενεργειακών αναγκών της παραγωγής στο εργοστάσιο της Σίνδου, σε συνεργασία με τη σουηδική εταιρεία Absolicon.

Το πρόγραμμα προβλέπει την εγκατάσταση ενός συστήματος ηλιακών συλλεκτών στις εγκαταστάσεις της Ολυμπιακής Ζυθοποιίας στη Σίνδο, η οποία μέσω συμφωνίας αγοράς θα τροφοδοτεί τη μονάδα παραγωγής με θερμική ενέργεια, προερχόμενη εξ ολοκλήρου από ηλιακή ενέργεια, για ανάγκες που αφορούν στην παραγωγική διαδικασία. Η συγκεκριμένη πρωτοβουλία αναμένεται να αποτελέσει παράδειγμα στον κλάδο της ζυθοποιίας για τη σταδιακή απαίτηση και μείωση της εξάρτησης από τα συμβατικά ορυκτά καύσιμα, αξιοποιώντας ορθά και περισσότερες μορφές ανανεώσιμων πηγών ενέργειας.

Ένας από τους βασικούς στόχους βιώσιμης ανάπτυξης που έχει θέσει η Ολυμπιακή Ζυθοποιία και ο όμιλος Carlsberg αφορά στην επίτευξη μηδενικών εκπομπών διοξειδίου του άνθρακα κατά την παραγωγική διαδικασία, έως το 2030. Στο πλαίσιο αυτό, η εταιρεία επενδύει στον συνεχή εκσυγχρονισμό των εγκαταστάσεων, του

τεχνολογικού εξοπλισμού και των διαδικασιών σε όλο το φάσμα λειτουργίας της, ενώ υιοθετεί και επεκτείνει τη χρήση «πράσινων» πρακτικών για τη βελτιστοποίηση της κατανάλωσης ενέργειας και την περαιτέρω αξιοποίηση ανανεώσιμων πηγών ενέργειας, όπως είναι η ηλιακή.

Η Κατερίνα Τσίντσιφα,

ISC Lead της Ολυμπιακής Ζυθοποιίας, με αφορμή την έναρξη του προγράμματος, σημείωσε:

«Ως υπεύθυνη εταιρεία, έχουμε δεσμευτεί για τον μηδενισμό του αποτυπώματος άνθρακα της παραγωγής τα επόμενα χρόνια. Η συνεργασία μας με την Absolicon αποτελεί σημαντικό βήμα προς αυτή την κατεύθυνση και εκτιμούμε πως θα αποτελέσει πρότυπο για την απαίτηση του κλάδου της ζυθοποιίας από τις εκπομπές διοξειδίου του άνθρακα».

Ο Joakim Byström, Διευθύνων Σύμβουλος της Absolicon Solar Collector AB, δήλωσε σχετικά:

«Η στρατηγική μας στην Absolicon περιλαμβάνει τη δημιουργία μιας παγκόσμιας αγοράς βιομηχανικής ηλιακής ενέργειας, σε συνεργασία με εταιρείες που μοιράζονται το όραμά μας για ένα πιο πράσινο μέλλον. Είμαστε εντυπωσιασμένοι από τη φιλόδοξη στρατηγική και τα μέχρι στιγμής επιτεύγματα της Ολυμπιακής Ζυθοποιίας και του ομίλου Carlsberg ως προς την προστασία του περιβάλλοντος και ανυπομονούμε για την υλοποίηση αυτού του πρώτου κοινού προγράμματος».

ΕΖΑ: Online εκδήλωση  
για τη νέα γενιά ζυθοποιών

Στην εκδήλωση έγινε και η απονομή Ενδιάμεσης Πιστοποίησης Ζυθοποιού στους επιτυχόντες σπουδαστές του πρώτου κύκλου σπουδών του καινοτόμου προγράμματος «Διττή Επαγγελματική Εκπαίδευση».

Η Ελληνική Ζυθοποιία Αταλάντης διοργάνωσε με εξαιρετική επιτυχία την Τρίτη 6 Ιουλίου online εκδήλωση με τίτλο «GENERATION EZA», στο πλαίσιο της ολοκλήρωσης του πρώτου κύκλου σπουδών του καινοτόμου προγράμματος «Διττή Επαγγελματική Εκπαίδευση». Στην εκδήλωση, όπου έγινε και η απονομή Ενδιάμεσης Πιστοποίησης Ζυθοποιού στους επιτυχόντες σπουδαστές, πραγματοποιήθηκε ανοιχτός διάλογος, όπου αναδείχθηκαν οι προοπτικές που δημιουργούνται για την ελληνική Ζυθοποιία και για τους νέους επαγγελματίες του κλάδου, καθώς και η σπουδαιότητα ανάπτυξης ευέλικτων μοντέλων εκπαίδευσης γενικότερα στη χώρα μας, που συνδυάζουν τη θεωρία με την πράξη. Την εκδήλωση παρακολούθησαν εκπρόσωποι φορέων, του επιχειρηματικού κόσμου και του Τύπου.

Κατά την έναρξη της εκδήλωσης, συντονιστής της οποίας ήταν ο Δημήτρης Βέργαδος - Διευθυντής Τομέα ΜΜΕ, Θέ-

σεων και Ενημέρωσης ΣΕΒ, πραγματοποιήθηκε απονομή Ενδιάμεσης Πιστοποίησης Ζυθοποιού στους Ηλία Παναγόπουλο και Στέλιο Σφουγκάρη, από τον Αθανάσιο Συριανό - Πρόεδρο Ελληνικής Ζυθοποιίας Αταλάντης και τον Δρ. Γεώργιο Βούτσινο - Γ.Γ. Επαγγελματικής Εκπαίδευσης, Κατάρτισης, Δια Βίου Μάθησης και Νεολογίας Υπουργείου Παιδείας και Θρησκευμάτων. Στην απονομή παρέβηκε και ο εκπαιδευτής των σπουδαστών Δρ. Γεώργιος Παπαδόπουλος - Διευθυντής Ποιοτικού Ελέγχου & Έρευνας και Ανάπτυξης Ελληνικής Ζυθοποιίας Αταλάντης.

Στη συνέχεια και με κοινή παραδοχή πως η μαγιά της ελληνικής μπύρας είναι η ελληνική εκπαίδευση, ο κ. Αθανάσιος Συριανός έθεσε στο επίκεντρο τη σημασία της ενίσχυσης της νέας γενιάς Ζυθοποιών και ανέλυσε το όραμα που οδήγησε στην πρωτοβουλία της Διττής Εκπαίδευσης «Στόχος τέτοιων προγραμμάτων είναι να μπορέσει να ενδυναμωθεί η επιχειρηματικότητα στη χώρα μας και να μπορέσουμε όλοι μαζί, μαθητές και στελέχη, να πάμε ένα βήμα μπροστά και να βοηθήσουμε και την εξαγωγική δραστηριότητα της Ελλάδας με υψηλά πρότυπα παραγωγής».

ΝΕΑ ΔΙΑΚΡΙΣΗ ΤΗΣ ΕΖΑ ΣΤΑ DIAMONDS  
OF THE GREEK ECONOMY 2021

Η Ελληνική Ζυθοποιία Αταλάντης, διακρίθηκε στα Diamonds of the Greek Economy 2021 για την επιχειρηματική της αριστεία και τη διαρκή ανάπτυξή της. Η τελετή βράβευσης πραγματοποιήθηκε παρουσία κορυφαίων εκπροσώπων του κλάδου την Πέμπτη 8 Ιουλίου στο Κτήμα «Γαλαζίο» στο Ελληνικό Αττικής. Την διοργάνωση ανέλαβε ο εκδοτικός οργανισμός New Times Publishing.

Το βήμα της εκδήλωσης επιχειρηματικής αριστείας Diamonds of the Greek Economy 2021 χρησιμοποίησαν οι εκπρόσωποι της: Πολιτείας, των επιχειρηματικών φορέων και πολλών εκ των σημαντικότερων επιχειρηματικών ομίλων της χώρας για να στείλουν ένα ισχυρό μήνυμα αισιοδοξίας για τις δυνατότητες άμεσης επανεκκίνησης της ελληνικής οικονομίας και για την



**EZA** ΕΛΛΗΝΙΚΗ  
ΖΥΘΟΠΟΙΙΑ  
ΑΤΑΛΑΝΤΗΣ

αναγκη να ληφθούν όλα τα αναγκαία μέτρα από την Πολιτεία ώστε να αποφευχθεί ένα νέο κλείσιμο της αγοράς. Αποκαλυπτικές του αισιοδοξού κλίματος που επικρατούσε στην εκδήλωση Diamonds of the Greek Economy 2021 είναι οι ειδήσεις για πολλά σημαντικά επενδυτικά προγράμματα που τελούν υπό υλοποίηση και τα οποία ανακοινώθηκαν στη χθεσινή ημερίδα στο Κτήμα «Γαλαζίο» στο Ελληνικό Αττικής. Επίσης σημαντικές ήταν οι αναφορές στην τόνωση της εξωστρέφειας και στο άνοιγμα νέων αγορών παρα τα προβλήματα από την εμφάνιση του COVID.

ΜΠΕΣ  
ΚΑΙ ΨΗΦΙΣΕ ΤΗΝ  
ΑΓΑΠΗΜΕΝΗ ΣΟΥ  
ΣΤΟ [eza.gr](http://eza.gr)



“Μυστηριώδης!  
Κρύβει μέσα της  
όλα τα μυστικά  
της τέχνης της  
ζυθοποιίας!”

“Γεννημένη μέσα  
στο μεράκι και  
το πάθος, θα σου  
φανερώσει την  
αληθινή γεύση  
lager!”

εζα  
*Premium Pilsener*  
—  —

VOTE  
for

εζα  
*Fine Lager*  
—  —

## ΜΙΚΡΑ ΕΝΔΙΑΦΕΡΟΝΤΑ

## Task force κυβέρνησης και τραπεζών για τα δάνεια σε μικρομεσαίες

**Συμφωνία κυβέρνησης, τραπεζών και επιχειρηματικών φορέων. Συγκροτείται πενταμελής ομάδα για τα δάνεια σε ΜμΕ και την αξιοποίηση των 12,7 δισ. από το Ταμείο Ανάκαμψης.**

Τη δημιουργία ειδικής ομάδας εργασίας προκειμένου να λυθεί ο γόρδιος δεσμός της ενίσχυσης των χρηματοδοτήσεων προς τις επιχειρήσεις, ειδικά τις μικρού και μεσαίου μεγέθους, και την αποτελεσματικότερη αξιοποίηση των πόρων του Ταμείου Ανάκαμψης αποφάσισαν κυβέρνηση – τράπεζες.

Κατά τη δεύτερη διευρυμένη σύσκεψη με τη συμμετοχή των υπουργείων Οικονομικών και Υπουργείου Ανάπτυξης, των εμπορικών τραπεζών και της Ένωσης Τραπεζών, της Αναπτυξιακής Τράπεζας και εκπροσώπων επιχειρηματικών φορέων, στο επίκεντρο της συζήτησης βρέθηκε η αξιοποίηση των φθινών δανείων ύψους 12,7 δισ. ευρώ από το Ταμείο Ανάκαμψης, τα οποία θα μοιραστούν περαιτέρω με τραπεζικά δάνεια, και πώς αυτή η ρευστότητα θα διοχετευθεί αποτελεσματικά στις επιχειρήσεις.

Στη σύσκεψη αποφασίστηκε η σύσταση 5μελούς ομάδας εργασίας με το υπουργείο Οικονομικών να έχει την ευθύνη του συντονισμού υπό τον Χρ. Σταϊκούρα και τον πρόεδρο του Συμβουλίου Οικονομικών Εμπειρογνομόνων, Μιχ. Αργυρού και με τη συμμετοχή της Ελληνικής Ένωσης Τραπεζών, την οποία θα εκπροσωπή ο Στ. Ιωάννου, αναπληρωτής διευθύνων σύμβουλος της Eurobank. Θα συμμετέχουν, επίσης, η Αναπτυξιακή Τράπεζα και εκπρόσωποι φορέων.

Αποστολή της ομάδας εργασίας είναι να παρακολουθεί στενά τις χρηματοδοτήσεις, να αναλύει τις ανάγκες των επιχειρήσεων, να καταγράφει τα κριτήρια δανειοδοτήσεων των τραπεζών καθώς και των προγραμμάτων χρηματοδοτήσεων, διατυπώνοντας προτάσεις και βοηθώντας στον καλύτερο συντονισμό των εμπλεκόμενων μερών.

Στη σύσκεψη μετείχαν επίσης ο αναπληρωτής υπουργός Οικονομικών Θεόδωρος Σκυλακάκης, ο υφυπουργός οικονομικών Γιώργος Ζαββός, ο διοικητής του Ταμείου Ανάκαμψης Νίκος Μαντζούφας, ο αναπληρωτής υπουργός Ανάπτυξης Νίκος Παπαθανάσης, ο υφυπουργός Ανάπτυξης Γιάννης Τσακίρης κ.α.



### Τι ειπώθηκε στη σύσκεψη

Όλες οι πλευρές συμφώνησαν την ανάγκη τα δάνεια να διοχετευθούν σε υγιείς επιχειρήσεις για την υλοποίηση επενδύσεων, ενώ οι εκπρόσωποι της κυβέρνησης υπογράμμισαν την ανάγκη τα δάνεια που θα χορηγηθούν στο πλαίσιο του Ταμείου Ανάκαμψης να μην καταστούν μη εξυπηρετούμενα. Το χρηματοδοτικό σχήμα για τις επενδύσεις θα προβλέπει το 40% της επένδυσης να καλυφθεί με κεφάλαια του Ταμείου, το 20% θα είναι ίδια συμμετοχή της επιχείρησης και το υπόλοιπο 40% θα καλυφθεί μέσω τραπεζικού δανεισμού.

Όπως τονίστηκε, στο κομμάτι του δανεισμού δεν θα υπάρχουν κρατικές εγγυήσεις (πλην συγκεκριμένων προγραμμάτων) και θα πρέπει απαραίτητα να εξυπηρετηθεί και να αποπληρωθεί. Σημειώνεται ότι στις δράσεις του Ταμείου θα περιλαμβάνονται και κίνητρα για τις συγχωνεύσεις εταιρειών και τον ψηφιακό μετασχηματισμό τους.

Από την πλευρά τους, οι επικεφαλής των τραπεζών υπογράμμισαν ότι θα πρέπει να υπάρχουν ξεκάθαρα κριτήρια για την επιλεξιμότητα των επενδύσεων και ότι δεν μπορούν να δοθούν δάνεια σε επιχειρήσεις μη βιώσιμες. Υπογράμμισαν ότι πολλές επιχειρήσεις είναι ζημιογόνες και για να αυξηθεί η περίμετρος των επιχειρήσεων, ειδικά σε ότι αφορά τις μικρού μεγέθους, οι τράπεζες ζήτησαν τη συνδρομή εργαλείων που θα περιορίζουν τον πιστωτικό κίνδυνο για τις τράπεζες, δηλαδή κάποιας μορφής κρατικές εγγυήσεις. Η κυβέρ-

νηση φαίνεται ότι επιλέγει την παροχή εγγυήσεων μόνο για πολύ συγκεκριμένα προγράμματα.

Ο κ. Σκυλακάκης υπογράμμισε ότι επιλέξιμες θα είναι χρηματοδοτήσεις μόνο για επενδύσεις και όχι για την κάλυψη άμεσων αναγκών όμως κεφάλαιο κίνησης υπογραμμίζοντας επίσης ότι τα δάνεια θα πρέπει να αποπληρωθούν κανονικά. Σημείωσε ακόμα ότι σε συνδυασμό με τα προγράμματα ΕΣΠΑ οι μικρές επιχειρήσεις θα μπορούν να επιτύχουν πολύ χαμηλά επιτόκια, περίπου στο ήμισυ των σημερινών.

Οι εκπρόσωποι του ΕΒΕΑ τόνισαν την ανάγκη τα δάνεια να μην πάνε στις ίδιες επιχειρήσεις προσθέτοντας ότι υπάρχουν πολλές επιχειρήσεις με σοβαρά και βιώσιμα επενδυτικά σχέδια, ενώ υπενθύμισαν τη μεγάλη συμβολή των μικρών επιχειρήσεων στην απασχόληση. Ζήτησαν επίσης την ενεργή συμβολή των τραπεζών στην κατάρτιση των επενδυτικών σχεδίων ενώ υπογράμμισαν την ανάγκη αξιοποίησης του νέου πτωχευτικού και της δεύτερης ευκαιρίας.

Υπενθυμίζεται ότι στην πρόσφατη συνέντευξή του στο Business Daily ο διοικητής της Τράπεζας της Ελλάδος, Γιάννης Στουρνάρας, είχε ασκήσει κριτική στις τράπεζες για τις επιδόσεις του στο σκέλος των χρηματοδοτήσεων: «Δεν μπορώ να πω ότι είμαι ικανοποιημένος, όταν οι τράπεζες έχουν διοχετεύσει στον καθαρά ιδιωτικό τομέα της οικονομίας, στον μη χρηματοπιστωτικό, γύρω στα 5 δισεκατομμύρια φέτος, ενώ έχουν πάρει 47 δισ. συν την αύξηση των καταθέσεων. Τα υπόλοιπα είναι σε ομόλογα των ελληνικού Δημοσίου και κατατεθειμένα ξανά στην κεντρική τράπεζα. Θα ήθελα το κομμάτι, το οποίο πηγαίνει στις επιχειρήσεις και δη στις μικρομεσαίες, να αυξηθεί. Τώρα, θα μου πείτε, αυτό εύκολο λέγεται, δυσκολότερα γίνεται. Οι τράπεζες απαντούν ότι δεν είναι τραπεζικά επιλέξιμες οι μικρομεσαίες επιχειρήσεις. Πρέπει να δούμε το λόγο και να βοηθήσουμε τις μικρομεσαίες επιχειρήσεις, διότι είναι περισσότερες από 700.000. Και η συνολική απασχόληση σε αυτές είναι 2 εκατομμύρια. Δεν μπορούμε να αγνοήσουμε το κομμάτι αυτό».

## Responsibility Alliance:

### Εκστρατεία για την προστασία των ανηθίκων

Με γνώμονα την υπεύθυνη συμπεριφορά απέναντι στο αλκοόλ, είτε αφορά την κατανάλωση, είτε την πώλησή του, η Συμμαχία για την Υπεύθυνη Πώληση Οινόπνευματων Ποτών – Responsibility Alliance, δημιουργεί μία διαδικτυακή καμπάνια 6 YouTube επεισοδίων με τίτλο «Ilenia talks by Responsibility Alliance», έχοντας έναν διπλό στόχο.

Πρωτίστως, τη σωστή και εμπειριστατωμένη ενημέρωση για το τί είναι τελικά το αλκοόλ, την επαγρύπνηση για την υπεύθυνη κατανάλωση, καθώς και την αποθάρρυνση της κατανάλωσης αλκοόλ σε περιπτώσεις όπου μπορεί να προκαλέσει προβλήματα και ατυχήματα.

Δευτερευόντως, την στήριξη των επαγγελματιών του κλάδου της εστίασης και την παρότρυνση για υπεύθυνη πώληση αλκοόλ, τηρώντας τους νόμους του κράτους και τους κανόνες της πολιτείας.

Η ιδιαίτερα αγαπητή στη νέα γενιά, παρουσιάστρια και ερμηνεύτρια Ιλένια Ουίλιαμς, γίνεται η «φωνή» του Responsibility Alliance και μέσα από μία σειρά 6 αυτοτελών επεισοδίων, τα οποία προβάλονται στο κανάλι της Συμμαχίας στο YouTube, έρχεται να ενημερώνει για θέματα ιδιαίτερα σημαντικά γύρω από την υπεύθυνη κατανάλωση αλκοόλ. Κάθε επεισόδιο

και μία διαφορετική θεματική. Κάθε θεματική και μια ξεχωριστή ευκαιρία να απαντηθούν ερωτήματα που απασχολούν τη νέα γενιά, να καταρριφθούν μύθοι γύρω από το αλκοόλ και να δοθούν στους νέους ενήλικες σωστές συμβουλές υπεύθυνης κατανάλωσης.

Την πρωτοβουλία «Ilenia talks by Responsibility Alliance», υποστήριξαν με την συμμετοχή τους και πρόσωπα δημοφιλή και αγαπητά στο κοινό, οι οποίοι, ως προσκεκλημένοι της Ιλένια, μοιράστηκαν σκέψεις, εμπειρίες και συμβουλές για το αλκοόλ, ο καθένας ανάλογα με την ειδικότητα του και την επαγγελματική του εμπειρία.

Ο χρυσός Ολυμπιονίκης και νέος μπαμπάς, Λευτέρης Πετρούνιας, αναφέρεται στις αιτίες κατανάλωσης αλκοόλ από ανηθίκους και στο σημαντικό ρόλο των γονέων. Ο bartender και νικητής του Worldclass Greece 2019 Νίκος Σουρμπάτης, ως ειδικός του κλάδου της εστίασης, μιλάει για τους κανόνες της υπεύθυνης πώλησης και τη σωστή συμπεριφορά επαγγελματιών και καταναλωτών. Η γυμνάστρια Ελίμιρα Μπεγκάτη, τονίζει τα προβλήματα που μπορεί να δημιουργήσει η κατανάλωση αλκοόλ στην άθληση και η δημοσιογράφος Ελένη Βουλιγαράκη, εξηγεί γιατί αλκοόλ και



**Συμμαχία για την υπεύθυνη πώληση οινόπνευματων ποτών**

οδήγηση δεν πάνε μαζί.

πρωτοβουλία «Ilenia talks by Responsibility Alliance», αποτελεί ένα όχημα του Responsibility Alliance για την ενημέρωση και ευαισθητοποίηση των πολιτών σε θέματα που αφορούν την κατανάλωση αλκοόλ. Αξιοποιώντας τα ιδιαίτερα δημοφιλή στα νεανικά κοινά Social Media, στόχο έχει να προσεγγίσει τους νέους, μιλώντας στη δική τους γλώσσα, ενισχύοντας έτσι το έργο και τις προσπάθειες της Συμμαχίας, στην αλληλεγγύη νοοτροπία σχετικά με το αλκοόλ, στην αντιμετώπιση των συνεπειών της αλόγιστης κατανάλωσης και στην δημιουργία υπεύθυνων και συνειδητοποιημένων καταναλωτών.

Η ανάρτηση των επεισοδίων της καμπάνιας στο YouTube, ξεκίνησε σήμερα Πέμπτη 8 Ιουλίου 2021, με το πρώτο επεισόδιο Αλκοόλ και Υπεύθυνη Πώληση και θα συνεχιστεί με νέα επεισόδια κάθε Πέμπτη για όλο τον Ιούλιο.



**HEINEKEN 0.0**  
**ΤΩΡΑ ΜΠΟΡΕΙΣ**

**NEA**

FRANKFURT / MÜNCHEN

**0.0% ΑΛΚΟΟΛ**

**ΥΠΕΡ**

**ΓΕΥΣΗ**



Απολαύστε υπεύθυνα

## ΟΙΚΟΝΟΜΙΑ

## Σούπερ μάρκετ: Δεκαπλησιάστηκαν οι καταναλωτές που κάνουν e-ψώνια

Η ασφάλεια από τον κορωνοϊό, η ευκολία και ταχύτητα αγορών οι βασικοί παράγοντες

για την υιοθέτηση και διατήρηση των ηλεκτρονικών αγορών στα προϊόντα σούπερ μάρκετ

Δέκα φορές μεγαλύτερος είναι ο αριθμός των καταναλωτών που αγοράζουν σήμερα τρόφιμα

και γενικά είδη σούπερμάρκετ συστηματικά online σε σχέση με το 2019

όπως αναγνωρίζεται από τους αγοραστές ηλεκτρονικών σούπερμάρκετ είναι:

• Η ευκολία μεταφοράς με 59%.

• Η ασφάλεια από τον κορωνοϊό με 51%.

Ακολουθεί η αποφυγή του κόστους μεταφορών με 30%, η ευκολία των αγορών σε ποσοστό 28%, η ταχύτητα αγορών με 28% και η αναζήτηση προσφορών με 25%. Μόλις ένα ποσοστό 11%, δεν έχει εικόνα για τα πλεονεκτήματα των ηλεκτρονικών αγορών, κάτι που αποτελεί ένδειξη για την θετική αξιολόγηση του καναλιού αυτού αγορών.

Τα στοιχεία αυτά ουσιαστικά δείχνουν ότι ναι μεν ο κύριος λόγος έναρξης αγορών μέσω διαδικτύου είναι η ασφάλεια από την πανδημία, αλλιά αφετέρου η άνεση και η ταχύτητα που προσφέρουν τα ηλεκτρονικά σούπερμάρκετ αποτελούν τους κύριους λόγους διατήρησής αυτής της αγοραστικής συνήθειας.

### 16 e-αγορές τον χρόνο

Η συχνότητα ηλεκτρονικών αγορών παραμένει μεν χαμηλότερη, αλλιά με σημαντικά υψηλή δαπάνη ανά αγορά. Ο μέσος αγοραστής e-supermarket πραγματοποιεί κατά μέσο όρο 16 αγορές τον χρόνο.

Ένας στους δύο αγοραστές ηλεκτρονικών σούπερμάρκετ, το 46%, αγοράζει τουλάχιστον μία φορά τον μήνα. Βέβαια το 37% αγοράζει λίγες φορές μέσα στον χρόνο και αποτελούν ένα κοινό το οποίο καθούνται οι επιχειρήσεις του κλάδου να προσεγγίσουν, ώστε να αποκτήσουν μεγαλύτερη συχνότητα.

Παρά αυτή την σχετικά χαμηλή συχνότητα αγορών (16 αγορές ανά έτος), η μέση μηνιαία δαπάνη μέσω διαδικτύου είναι αρκετά υψηλή.

Συγκεκριμένα, για τους αγοραστές e-supermarket οι αγορές μέσω διαδικτύου αντιστοιχούν κατά μέσο όρο στο 35% των συνοδικών αγορών τους για προϊόντα παντοπωλείου και αντιστοιχούν σε ποσό μηνιαίας δαπάνης 146 ευρώ ανά μήνα.

Αξίζει όμως να σημειωθεί, ότι ακόμα και σήμερα οι ηλεκτρονικές αγορές για είδη παντοπωλείου, επιλέγονται από νοικοκυριά με μεγαλύτερη μηνιαία δαπάνη από τον εθνικό μέσο όρο.

Τα παραπάνω στοιχεία επιβεβαιώνουν την αληθινή ανάπτυξη των ηλεκτρονικών αγορών στον κλάδο των τροφίμων και στοιχειοθετούν την διατήρηση της δυναμικής και το επόμενο διάστημα.

Σύμφωνα με κοινή έρευνα καταναλωτών που πραγματοποιήσαν το ΙΕΛΚΑ (Ινστιτούτο Έρευνας Λιανεμπορίου Καταναλωτικών Αγαθών) και η εταιρεία Convert Group (που εξειδικεύεται σε Data analytics και Market Intelligence στην αγορά e-commerce FMCG), το κοινό που κάνει e-αγορές από τα σούπερ μάρκετ έχει φτάσει το 2021 στο 12% έναντι ενός πολύ μικρού ποσοστού 1-2% το 2019.

### Η πανδημία μοχλός ώθησης για τα e-supermarket

Η πλειοψηφία των αγοραστών από ηλεκτρονικά σούπερμάρκετ πραγματοποίησε την πρώτη του αγορά την περίοδο της πανδημίας. Συγκεκριμένα, με βάση τα στοιχεία της μελέτης, το 45% το 2020 και το 21% το 2021. Μόνο 1 στους 3 αγοραστές, 33%, είχε αγοράσει νωρίτερα προϊόντα σούπερμάρκετ μέσω διαδικτύου.

Το 41% των online αγοραστών απαντούν ότι αγόρασαν για πρώτη φορά προϊόντα σούπερμάρκετ μέσω διαδικτύου λόγω των μέτρων περιορισμού κυκλοφορίας και το 28% λόγω φόβου επίσκεψης σε φυσικό κατάστημα.

Επίσης ένα ποσοστό 10% αποδίδει την έναρξη ηλεκτρονικών αγορών στην μακρόχρονη παραμονή στο σπίτι. Τα ποσοστά αυτά είναι ακόμα υψηλότερα στο κοινό που ξεκίνησε τις αγορές του το 2021.

Οι κατεξοχήν λόγοι επιλογής ηλεκτρονικών αγορών βρίσκονται σε χαμηλότερες θέσεις επιλογής από το κοινό και κυρίως αφορούν παλαιότερους αγοραστές του 2019, συγκεκριμένα καταγράφονται η δυσκολία μεταφοράς με 21% και η έλλειψη χρόνου με 18%. 13% επέλεξε τις ηλεκτρονικές αγορές λόγω χαμηλότερων τιμών.

### Αιτίες υιοθέτησης ηλεκτρονικών αγορών από e-supermarket

Η εικόνα είναι πιο σύνθετη όσον αφορά τους λόγους διατήρησης των ηλεκτρονικών αγορών όπως προκύπτει από την αναγνώριση των πλεονεκτημάτων των ηλεκτρονικών αγορών.

Τα βασικά πλεονεκτήματα των ηλεκτρονικών αγορών

**PROSVASIS**  
a **soitone** company

Τον Οκτώβριο του 2021  
ξεκινά η υποχρεωτική τήρηση  
των

Ηλεκτρονικών Βιβλίων *myDATA*

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 εγγραφών, εντελώς ΔΩΡΕΑΝ μέχρι 30/9/2021

1. Η προσφορά ισχύει μέχρι 31 Ιουλίου 2021

2. Η προσφορά ισχύει με την αγορά ετήσιας συνδρομής

Παραμένουμε πάντοτε στην διάθεση σας για οποιαδήποτε πληροφορία ή/και διευκρίνιση στα τηλέφωνα **2752026011** από τις 09:00 έως τις 21:00 και **2106013666** καθημερινά από τις 09:00 έως τις 17:00.



**P&G Business Solutions PC**  
Θεοδωρακόπουλος Παναγιώτης  
Εξουσιοδοτημένοι Αντιπρόσωποι Prosvasis A.E.B.E.  
25ης Μαρτίου 52 Ναύπλιο, 21100  
www.prosvasis.com - sales@p-g.gr



**PROSVASIS**  
a **soitone** company



Φυσικό Μεταλλικό Νερό  
**Βίκος**<sup>®</sup>  
 Ζαγοραχίγρια



 Vikos

 VikosOfficial

[www.water.gr](http://www.water.gr) 

**Βίκος**<sup>®</sup>

Φυσικά Μεταλλικά Αναψυκτικά



Τα μόνα με  
 Φυσικό Μεταλλικό Νερό.

## ΟΙΚΟΝΟΜΙΑ

## ΙΕΛΚΑ: Αυξήθηκε κατά 3,1% η απασχόληση στο λιανεμπόριο τροφίμων το 2020

Η πανδημία στάθηκε καθοριστικός παράγοντας, σύμφωνα με την ανάλυση του Ινστιτούτου Έρευνας Λιανεμπορίου Καταναλωτικών Αγαθών

Αύξηση της απασχόλησης κατά 3,1% στο λιανεμπόριο τροφίμων το 2020, με κύριο πυλώνα τα σούπερ μάρκετ, καταδεικνύει έρευνα που πραγματοποίησε το Ινστιτούτο Έρευνας Λιανεμπορίου Καταναλωτικών Αγαθών (ΙΕΛΚΑ), βάσει των στοιχείων της ΕΛΣΤΑΤ.

Επίσης, και το πρώτο τρίμηνο του 2021 καταγράφεται αυξητική τάση, κατά 0,5%, με τους άμεσα απασχολούμενους στο λιανεμπόριο τροφίμων να ξεπερνούν τους 215.000, οι 8.000 από τους οποίους προστέθηκαν την περίοδο της πανδημίας.

Από την επεξεργασία των στοιχείων της ΕΛΣΤΑΤ προκύπτει ότι την περίοδο 2000-2021 στο λιανεμπόριο τροφίμων η απασχόληση αυξήθηκε κατά 55%, σε αντίθεση με το υπόλοιπο λιανικό εμπόριο το οποίο παρουσιάζει μείωση κατά 15%. Πρακτικά το λιανεμπόριο τροφίμων το 2021 απασχολεί σχεδόν 75.000 περισσότερους εργαζόμενους σε σχέση με το 2000 ξεπερνώντας τις 215.000 άμεσα απασχολούμενους.

Ειδικά το 2020 είναι σημαντική η επίδραση της πανδημίας. Το λιανεμπόριο τροφίμων αύξησε την απασχόληση κατά 3,1% σε σχέση με το 2019, δηλαδή κατά 7.000 εργαζόμενους. Η τάση αυτή ήταν αντίστροφη με το λοιπό λιανικό εμπόριο που παρουσίασε τάση μείωσης των εργαζομένων το 2020 κατά 2,9%.

Εξαιτίας της αύξησης που παρουσιάζει την τελευταία δεκαετία το λιανεμπόριο τροφίμων και της ταυτόχρονης μείωσης των άλλων εμπορικών κλάδων, πλέον η απασχόληση του λιανεμπορίου τροφίμων αντιπροσωπεύει πάνω από το 30% συνολικά του λιανικού και χονδρικού εμπορίου, έχοντας σημαντικά μεγαλύτερες πωλήσεις μάλιστα από το λοιπό λιανεμπόριο. Σημειώνεται ότι το λιανεμπόριο τροφίμων το 2020 αντιπροσωπεύει πάνω από το 5% στην συνολική απασχόληση στην Ελλάδα, ξεπερνώντας κλάδους όπως είναι οι Κατασκευές, οι Τράπεζες, οι Μεταφορές και η Υγεία.

Το 2021 με βάση τα στοιχεία του πρώτου 3μήνου καταγράφεται αύξηση κατά 0,5% το πρώτο τρίμηνο του 2021 σε σχέση με το τέταρτο τρίμηνο του 2020 και αύξηση κατά 3,4% σε σχέση με το πρώτο τρίμηνο του 2021. Αντίθετα οι άλλες κατηγορίες λιανικού εμπορίου καταγράφουν μείωση της απασχόλησης κατά 0,8% το πρώτο τρίμηνο του 2021 σε σχέση με το τέταρτο τρίμηνο 2020 και μείωση κατά 7,1% σε σχέση με το πρώτο τρίμηνο του 2020.

Πρακτικά, φαίνεται ότι το λιανεμπόριο τροφίμων αύξησε τις θέσεις εργασίας κατά 7.000 σε σχέση με το προηγούμενο έτος και διατηρεί τουλάχιστον μέχρι τον Μάρτιο αυτές τις θέσεις με μία μικρή αύξηση μάλιστα περίπου 1.000 θέσεις εργασίας ακόμα, ανεβάζοντας τη συνολική αύξηση της απασχόλησης στην περίοδο lockdown-Πανδημίας στις 8.000.

### Η πανδημία καταλύτης για την αύξηση της απασχόλησης

Η αύξηση αυτή της απασχόλησης στο λιανεμπόριο τροφίμων είναι αποτέλεσμα αρκετών παραγόντων με κυριότερη αιτία την πανδημία:



- Ένα σημαντικό μέρος του προσωπικού των καταστημάτων εντάσσεται στις ευπαθείς ομάδες και με την εμφάνιση της πανδημίας και για την προστασία του μπήκε σε αναστολή εργασίας και επομένως προσλήφθηκε νέο προσωπικό για την αντικατάστασή του. Σημειώνεται ότι σημαντικό μέρος αυτών των εργαζομένων μέχρι τον Απρίλιο 2021 τουλάχιστον δεν έχει επανέλθει ακόμα στην εργασία του.

- Η αξιοποίηση νέων καναλιών πώλησης όπως π.χ. τα ηλεκτρονικά σούπερμάρκετ, οι τηλεφωνικές παραγγελίες, δημιούργησαν την ανάγκη για επιπλέον προσωπικό για τη διαχείριση, εκτέλεση και παράδοση των παραγγελιών.

- Τα μέτρα για τον περιορισμό της εξάπλωσης της πανδημίας, όπως ο έλεγχος του αριθμού ατόμων στα καταστήματα, η απολύμανση ή ακόμα και η διάθεση σεληφ τεστ (π.χ. στην Αχαΐα) κ.λπ, δημιούργησαν νέες θέσεις εργασίας.

Οι παραπάνω εξελίξεις προκαλούν αλυσίδα προσλήψεων καθώς απαιτούν νέες επιπλέον επενδύσεις στην οργάνωση, μηχανογράφηση και συντήρηση του δικτύου, προκειμένου να αυξηθεί η παραγωγικότητα των επιχειρήσεων, οι οποίες με τη σειρά τους προκαλούν νέες ανάγκες σε υψηλών προσόντων προσωπικό.

### Ποιοτικά χαρακτηριστικά της απασχόλησης στον κλάδο

Σε σχέση με τα ποιοτικά στοιχεία της απασχόλησης στον κλάδο των σούπερ μάρκετ, επισημαίνεται ότι οι αλυσίδες σούπερ μάρκετ προσφέρουν εργασία σε ομάδες του πληθυσμού που πλήττονται περισσότερο από την ανεργία και αντιμετωπίζουν μεγαλύτερες δυσκολίες στην εύρεση εργασίας, όπως οι νέοι, οι ανειδίκευτοι εργάτες και οι γυναίκες. Επίσης, πρέπει να σημειωθεί η συμβολή του κλάδου στην αντιμετώπιση της ανεργίας στην επαρχία, εφόσον τα δίκτυα

πωλήσεων των αλυσίδων δεν περιορίζονται στα αστικά κέντρα ή τις βιομηχανικές περιοχές της χώρας, αλλά καλύπτουν όλη την επικράτεια. Στο προσωπικό των αλυσίδων σούπερ μάρκετ υπερτερούν οι γυναίκες σε ποσοστά 65%-70%, ενώ περισσότερο από τα 2/3 των καταστημάτων των αλυσίδων δραστηριοποιούνται εκτός των μεγάλων αστικών κέντρων της χώρας.

### Πώς αξιολογούν οι καταναλωτές

Τα στοιχεία από τις επαναλαμβανόμενες έρευνες καταναλωτών του ΙΕΛΚΑ δείχνουν ότι το ευρύτερο κοινό αξιολογεί ιδιαίτερα υψηλά τον ρόλο του προσωπικού των σούπερμάρκετ στην αντιμετώπιση της πανδημίας. Το 75% βαθμολογεί θετικά το προσωπικό. Θα πρέπει να σημειωθεί ότι διαχρονικά το προσωπικό των σούπερμάρκετ αποτελεί ένα από τα ανταγωνιστικά πλεονεκτήματα του κλάδου. Την περίοδο 2010-2021 σύμφωνα με τα στοιχεία της ετήσιας έρευνας καταναλωτών του ΙΕΛΚΑ το αγοραστικό κοινό αξιολογεί ιδιαίτερα θετικά τη συμβολή του σούπερμάρκετ στην απασχόληση σε ποσοστά της τάξης του 70%.

Σε σχέση με τα ποιοτικά στοιχεία της απασχόλησης στον κλάδο των σούπερ μάρκετ, επισημαίνεται ότι οι αλυσίδες σούπερ μάρκετ προσφέρουν εργασία σε ομάδες του πληθυσμού που πλήττονται περισσότερο από την ανεργία και αντιμετωπίζουν μεγαλύτερες δυσκολίες στην εύρεση εργασίας, όπως οι νέοι, οι ανειδίκευτοι εργάτες και οι γυναίκες. Επίσης, πρέπει να σημειωθεί η συμβολή του κλάδου στην αντιμετώπιση της ανεργίας στην επαρχία, εφόσον τα δίκτυα πωλήσεων των αλυσίδων δεν περιορίζονται στα αστικά κέντρα ή τις βιομηχανικές περιοχές της χώρας, αλλά καλύπτουν όλη την επικράτεια. Στο προσωπικό των αλυσίδων σούπερ μάρκετ υπερτερούν οι γυναίκες σε ποσοστά 65%-70%, ενώ περισσότερο από τα 2/3 των καταστημάτων των αλυσίδων δραστηριοποιούνται εκτός των μεγάλων αστικών κέντρων της χώρας.

**Γνωρίζετε  
ότι...**

Η Mythos είναι η μοναδική Ελληνική μπίρα που έλαβε το 2008 ανώτερη διάκριση για τη γεύση και την ποιότητά της από το International Taste & Quality Institute (ITQI). Μπορεί να βοηθήσει και η αλλαγή της εμφάνισής σε κουτιά, φιάλες και ποθουσσκευασίες για το καυτό καλοκαίρι 2008.



## ΑΚΙΝΗΤΑ

## Ακίνητα: Από ποιες χώρες προέρχεται η μεγαλύτερη ζήτηση

**Ο**ι Κυκλάδες, το κέντρο της Αθήνας, τα Νότια Προάστια της Αθήνας, η Χαλκιδική και τα προάστια της Θεσσαλονίκης οι 5 πιο δημοφιλείς περιοχές

Νέες τάσεις στη ζήτηση ακινήτων προς πώληση από το εξωτερικό διαγράφονται για το καλοκαίρι του 2021, σύμφωνα με τον δείκτη ζήτησης SDI, ο οποίος διαμορφώνεται από τον όγκο αναζητήσεων στην ιστοσελίδα αγεληών ακινήτων του Spigitatos.

Συγκεκριμένα, η χώρα με τη μεγαλύτερη αύξηση ζήτησης για ακίνητα προς πώληση στην Ελλάδα, σε σχέση με την αντίστοιχη περίοδο πέρσι, είναι η Ισπανία με 323%.

Παράλληλα, χώρες της ομογένειας όπως η Γερμανία και οι Ηνωμένες Πολιτείες Αμερικής επιστρέφουν στο προσκήνιο με τη ζήτηση από αυτές τις χώρες να αυξάνεται κατά 70% και 20% αντίστοιχα.

Επίσης, σημαντική αύξηση στη ζήτηση έναντι της 2020 σημειώνει και ο Καναδάς.

### Οι δημοφιλέστερες περιοχές

Πού όμως αναζητούν κατοικίες προς πώληση οι κάτοικοι του εξωτερικού; Οι 5 πιο δημοφιλείς περιοχές για τους εν λόγω χρήστες της πλατφόρμας του Spigitatos είναι οι Κυκλάδες, το κέντρο της Αθήνας, τα Νότια Προάστια της Αθήνας, η Χαλκιδική και τα προάστια της Θεσσαλονίκης.

Εμβαθύνοντας ακόμα περισσότερο στα στατιστικά της κάθε περιοχής, τα 5 νησιά στα οποία αναζητούν ακίνητα προς πώληση οι κάτοικοι του εξωτερικού είναι η Νάξος, η Πάρος, η Μύκονος, η Σαντορίνη και η Σύρος, ενώ στην Αθήνα, οι εν λόγω ενδιαφερόμενοι προσβλέπουν σε αγορά στην περιοχή Κολωνάκι-Λυκαβηττός, στο ιστορικό κέντρο της Αθήνας, στο Παγκράτι, στους Αμπελοκίπους και στην Κυψέλη.



Τέλος, η πλειονότητα των δυνητικών αγοραστών από το εξωτερικό που αναζητά ακίνητο στο Βορρά, ενδιαφέρεται για το κέντρο της Θεσσαλονίκης, την Τούμπα, τις περιοχές Ανάληψη-Μπότσαρη-Νέα Παραλία και Φάληρο-Ιπποκράτειο, καθώς και την Άνω Πόλη, ενώ στη Χαλκιδική οι 5 πιο δημοφιλείς περιοχές είναι η Κασσάνδρα, η Σιθωνία, η Καλλικράτεια, η Παλλήνη και τα Μουδανιά.

### Αξιοσημείωτη η απουσία της Κίνας από το top10

«Φέτος, παρατηρούμε μεγάλη αύξηση της επισκεψιμότητας των ιστοσελίδων και εφαρμογών του δικτύου μας

από χώρες του εξωτερικού, σε σχέση με το 2020 αλλα και με προηγούμενα έτη.» σημειώνει ο CEO του Spigitatos Δημήτρης Μεταχρονίδης.

«Φαίνεται ότι οι χώρες με παραδοσιακό ενδιαφέρον για ελληνικά ακίνητα παραμένουν στην κορυφή της λίστας αναζητήσεων, κάποιες μάλιστα παρουσιάζοντας έντονη ετήσια αύξηση όπως για παράδειγμα η Γερμανία. Από την άλλη, είναι αξιοσημείωτη η απουσία της Κίνας από το top10. Αναμένουμε όλο αυτό το έντονο ενδιαφέρον να οδηγήσει σε αύξηση των συναλλαγών.»

## Αλήθειες και μύθοι για την μπύρα

**Είναι το αγαπημένο του καλοκαιριού και όχι μόνο. Και μπορεί να δροσίξει όμως κουβαλά το στίγμα της λεγομένης «μπυροκοιλιάς»**

**Ε**ίναι το αγαπημένο του καλοκαιριού και όχι μόνο. Και μπορεί να δροσίξει όμως κουβαλά το στίγμα της λεγομένης «μπυροκοιλιάς». Η μήπως είναι ένας μύθος. Η ειδική ζυθολόγος Ελίζαμπεθ Πιέρ (Elizabeth Pierre) καταρρίπτει τους μύθους για την μπύρα.

### 1. Η μπύρα παχαίνει

Ψέμα. Καταρρίψτε τον μύθο ότι η μπύρα φταίει για την «μπυροκοιλιά». Η μπύρα δεν παχαίνει. Όταν κάποιος πίνει με μέτρο, φυσικά. «Η μπύρα περιέχει 90-95% νερό, σιτηρά, υδατάνθρακες, βιταμίνες και αλκοόλη. Σε σύγκριση με άλλα αλκοολούχα ποτά που διαθέτουν το ίδιο ποσοστό αλκοόλη, η μπύρα είναι λιγότερο θερμιδική και από το κρασί ακόμα...» εξηγεί η ζυθολόγος κ. Πιέρ, στο γαλλικό περιοδικό Madame Figaro.

«Η μπύρα είναι πιο χορταστική από το νερό και μας κάνει να τρώμε λιγότερο. Δεν χάνουμε βάρος, αλλά ούτε παίρνουμε κιόλας», προσθέτει. Η μπύρα επίσης δεν φουσκώνει την κοιλιά. Η τροφή που την συνοδεύει φουσκώνει, όπως τα φυστίκια, το ζαμπόν, το κρέας κλπ.

### 2. Μια μπύρα πίνεται παγωμένη

Αλήθεια και ψέμα. Οι ξανθές μπύρες πίνονται πράγματι παγωμένες, είναι πιο ευχάριστες. Αλλά όσο πιο μαύρη είναι η μπύρα καλύτερα είναι να πίνεται κρύα, όχι παγωμένη. «Αυτές οι μπύρες έχουν προφίλ πιο αρωματικά και σύνθετα και ο πάγος τις χαλάει. Οι μπύρες από σιτάρι καταναλώνεται δροσερές, όχι παγωμένες» λέει η ζυθολόγος.

### 3. Η μπύρα ξεδιψάει

Αλήθεια και ψέμα. Μόνο το νερό ξεδιψάει. Αλλά και ορισμένες μπύρες ξεδιψάει «με τον όρο να μην περιέχουν



πολύ αλκοόλη ούτε πολύ ζάχαρη» δηλώνει η κ. Πιέρ.

**4. Ακόμη και η μπύρα χωρίς αλκοόλη, έχει αλκοόλη**  
Αλήθεια, αλλά... εξαρτάται από τη νομοθεσία της κάθε χώρας.

Στην πραγματικότητα, μια μπύρα θεωρείται χωρίς αλκοόλη όταν έχει κάτω από 1,2 βαθμό αλκοόλη. «Στην πραγματικότητα οι μπύρες χωρίς αλκοόλη περιέχουν κάτω από 0,5 ενώ όλο και περισσότεροι παραγωγοί φτιάχνουν μπύρες με 0% αλκοόλη».

### 5. Κάνει καλό μια μπύρα μετά την άθληση

Αλήθεια. Μπύρα μετά το σπορ; Θα έλεγε κανείς ότι είναι ασύμβατα. Ωστόσο, μετά από άθληση μια μπύρα μπορεί πραγματικά να ξεδιψάσει. «Μελέτες έδειξαν ότι η μπύρα ενυδατώνει πιο γρήγορα το σώμα από ό,τι το

νερό, χάρη στα ορυκτά και τα θρεπτικά συστατικά που περιέχει. Πολλοί ποδηλάτες και ποδοσφαιριστές την προτιμούν, αλλά δεν είναι κανόνας. Πίνουν, φυσικά, μπύρες με ελάχιστο αλκοόλη ή καθόλου».

### 6. Η μπύρα δίνει λάμψη στα μαλλιά

Αλήθεια. Αλλά αυτό δεν σημαίνει ότι πρέπει κάποιος να βουτήξει το κεφάλι του σε ένα βαρέλι ξανθιάς. «Μπορεί κάποιος να ξεβγάξει τα μαλλιά του από καιρού σε καιρού με μπύρα σιταριού μη παστεριωμένη, από μικρές ζυθοποιίες. Δεν έχει κανένα νόημα να το κάνει κάποιος με εργοστασιακή μπύρα ή με δήθεν σαμπουάν μπύρας. Οι μη παστεριωμένες μπύρες που έχουν πολύ ζύμη και βιταμίνες Β κάνουν καλό και στα νύχια και στο δέρμα».

### 7. Η μπύρα διευκολύνει τον ύπνο

Αλήθεια. Από τον μεσαίωνα η μπύρα ήταν γνωστή για τις ηρεμιστικές της και αντισηπτικές ιδιότητες. Περιέχει ένα φυτικό ένζυμο που υποβοηθά. Το ανακάλυψε η καλόγρια και βοτανολόγος Hildegard de Bingen (12ο αιώνα μ.χ.), το επέκτειναν οι μοναχοί και το πρόσθεσαν στη μπύρα τους.

### 8. Η μπύρα καταπολεμά την οστεοπόρωση

Αλήθεια. Μια μπυρούλα για πιο γερά κόκαλα; Ναι. Η μπύρα περιέχει αιθανόλη η οποία μειώνει την απώλεια οστών και αυτό είναι επιστημονικά αποδεδειγμένο.

### 9. Η μπύρα κάνει καλό στα νεφρά

Αλήθεια. Η μπύρα είναι διουρητική και αυτό το ξέρουν όλοι με τα πήγαινε-έλα στην τουαλέτα μόλις καταναλώσουν ένα μόνο ποτήρι. Αυτό και μόνο φτάνει για να απομακρυνθούν οι τοξίνες από το σώμα.

## ΟΙΚΟΝΟΜΙΑ

## Έως 72 δόσεις για τα χρέη της πανδημίας Συμφωνία με Θεσμούς

Στη ρύθμιση θα μπορούν να ενταχθούν μόνο οι πληττόμενοι από την υγειονομική κρίση και θα καλύπτει όλα τα φορολογικά και ασφαλιστικά χρέη που έχουν δημιουργηθεί από τον περασμένο Μάρτιο.

«Κλειδώνει», με τους επικεφαλής των Θεσμών το σχέδιο του οικονομικού επιτελείου για τη νέα ρύθμιση των κορωνοχρεών σε εφορία και ασφαλιστικά ταμεία που, σύμφωνα με πληροφορίες, προβλέπει την εξόφληση τους 36 άτοκες ή έως 72 έντοκες δόσεις με χαμηλό επιτόκιο.

Η νέα ρύθμιση που θα τρέξει από τον Ιανουάριο του 2022 θα δώσει «ταμειακές ανάσες» σε εκατομμύρια επιχειρήσεις, επαγγελματίες, εργαζόμενους και ιδιοκτήτες ακινήτων που επλήγησαν από την πανδημία και οι οποίοι από το νέο έτος θα βρεθούν μπροστά σε ένα βουνό νέων υποχρεώσεων.

Στόχος του υπουργείου Οικονομικών είναι να διευκολυνθούν οι φορολογούμενοι και να αποτραπεί ένα νέο κύμα ληξιπρόθεσμων χρεών και, ταυτόχρονα, να εισρεύσει «φρέσκο» χρήμα στα ταμεία που θα αλληλέσει το ισοζύγιο στον προϋπολογισμό συνδυαστικά με τις αποφάσεις για δραστηριότητα απόσυρση των μέτρων στήριξης. Σύμφωνα με χθεσινές δηλώσεις του υπουργού Οικονομικών Χρ. Σταϊκούρα στην ΕΡΤ, στη ρύθμιση θα μπορούν να ενταχθούν μόνο οι πληττόμενοι από την υγειονομική κρίση και θα καλύπτει όλα τα φορολογικά και ασφαλιστικά χρέη που έχουν δημιουργηθεί από τον περασμένο Μάρτιο που ξέσπασε η πανδημία μέχρι και σήμερα.

Αναλυτικότερα οι βασικοί άξονες του τελικού πλαισίου της ρύθμισης, που θα βρεθεί στο



τραπέζι της σημερινής τηλεδιάσκεψης του οικονομικού επιτελείου με τους επικεφαλής των Θεσμών στο πλαίσιο της 11ης μεταμνημονιακής αξιολόγησης, είναι οι εξής:

Ο διακανονισμός αφορά τις φορολογικές και ασφαλιστικές οφειλές που γεννήθηκαν από το ξέσπασμα της πανδημίας το Μάρτιο του 2020 μέχρι σήμερα. Δηλαδή χρέη από φόρους και εισφορές του πρώτου lockdown που έχουν «παγώσει» μέχρι και το τέλος του 2021, αλλά και τις οφειλές που δημιουργήθηκαν μετά τον Ιούνιο του 2020 μέχρι σήμερα. Αυτό σημαίνει ότι στη ρύθμιση εντάσσονται όλες οι βεβαιωμένες στις ΔΟΥ και στα Ελεγκτικά Κέντρα αρρυθμιστες και ληξιπρόθεσμες οφειλές (ΦΠΑ, Φόρος Μισθωτών Υπηρεσιών, φόρος κληρονομιάς, δωρεάς ή γονικής παροχής, πρόσθετοι φόροι και πρόστιμα φορολογικών και τελωνειακών ελέγχων), ο φόρος εισοδήματος και ο ΕΝΦΙΑ καθώς και ασφαλιστικές εισφορές που δεν έχουν πληρωθεί.

Τα χρέη της πανδημίας μπορούν να εξοφληθούν σε 36 άτοκες δόσεις ή έως και σε

72 χαμηλότοκες δόσεις με το μέσο επιτόκιο να κινείται στη περιοχή του 2,5%. Ο αριθμός των δόσεων θα καθορίζεται με βάση το οικονομικό προφίλ του οφειλέτη και το ύψος της οφειλής.

Η ρύθμιση ισχύει για επιχειρήσεις και επαγγελματίες που εντάσσονται στη διευρυμένη λίστα με τους πληττόμενους ΚΑΔ Απριλίου 2020, εργαζόμενους που τέθηκαν σε καθεστώς αναστολής εργασίας ή συμμετείχαν στο πρόγραμμα ΣΥΝ-Εργασία, ιδιοκτήτες ακινήτων που έχουν εισπράξει μειωμένα ενοίκια και έχουν υποβάλει δή-

λωση Covid και ανέργους εγγεγραμμένους στον ΟΑΕΔ την περίοδο της πανδημίας.

Πέραν της νέας ρύθμισης, ο υπουργός Οικονομικών ανέφερε πως θα υπάρχει πρόβλεψη και για όσους είχαν ρυθμισμένες οφειλές και δέχθηκαν πλήγμα. Ο σχεδιασμός προβλέπει ότι θα δοθεί το δικαίωμα επανένταξης όσων ήταν ενταγμένοι στις ρυθμίσεις των 100 - 120 δόσεων και δεν κατάφεραν εν μέσω πανδημίας να ανταποκριθούν στις υποχρεώσεις τους με αποτέλεσμα να τις χάσουν. Οι δόσεις που χάθηκαν θα μεταφερθούν στο τέλος της ρύθμισης.

Σημειώνεται ότι από τις αρχές του 2020 μέχρι και τα τέλη Μαΐου νοικοκυριά και επιχειρήσεις έχουν αφήσει απλήρωτους φόρους που ξεπερνούν τα 8,3 δισ. ευρώ. Οι φορολογούμενοι που δεν είναι πληττόμενοι έχουν τη δυνατότητα να ρυθμίσουν τις οφειλές τους με την πάγια ρύθμιση των 24 άτοκων ή 48 έντοκων μηνιαίων δόσεων.

## Μηλίτης: ένα γνωστό άγνωστο ποτό

Από ένα ξεχασμένο και υποτιμημένο ποτό, ο παραδοσιακός μηλίτης αναδεικνύεται με τα χρόνια σε ένα αγαπημένο ποτό, κατακτώντας το διεθνές κοινό, με πρώτο και καλύτερο το βρετανικό, από όπου και κατάγεται.

Ο καλός μηλίτης είναι ένα από τα καλύτερα βιομηχανικά προϊόντα της Βρετανίας, το οποίο κοστίζει μάλιστα, όσο το πιο κοινό κρασί μαζικής παραγωγής. Στα καλύτερα του δε, ο μηλίτης μπορεί να συναγωνιστεί ακόμα και τα καλύτερα ποτά.

Ο μηλίτης είναι ένα από τα πιο χαρακτηριστικά αλκοολούχα ποτά βρετανικής προέλευσης, με αρκετά μεγάλη ποικιλία γεύσεων. Φτιάχνεται από χυμό μήλου και η περιεκτικότητά του σε αλκοόλη ποικίλει από 2% μέχρι 8%. Στην Αγγλία είναι γνωστός ως cider ενώ σε άλλες χώρες όπως στις ΗΠΑ και τη Γερμανία ως apple wine (μηλόκρασο).

Το cider φτιάχνεται από οποιαδήποτε ποικιλία μήλων, ενώ συνήθως χρησιμοποιείται συμπυκνωμένος χυμός μήλου κι όχι φρέσκος. Οι καλύτεροι και πιο ποιοτικοί μηλίτες έχουν έντονη γεύση και σκούρο χρώμα, σε αντίθεση με τους μηλίτες μαζικής παραγωγής, οι οποίοι θυμίζουν στο χρώμα περισσότερο

την ξανθιά μπίρα.

Η γεύση του ποικίλλει από ξηρή μέχρι αρκετά γλυκιά, ενώ το χρώμα του διαφέρει επίσης. Οι μηλίτες χαμηλότερης ποιότητας έχουν σχεδόν λευκό χρώμα, όξινη γεύση και (λόγω χαμηλού κόστους) έχουν ιδιαίτερη απήχηση στους νέους.

Για να μπορεί να οριστεί ένα ποτό ως «μηλίτης», πρέπει να έχει τουλάχιστον 35% χυμό μήλου. Η διαφορά στη διαύγεια του ποτού προέρχεται από το φιλτράρισμα στα στάδια της παραγωγής του. Υπάρχει επίσης και ανθρακούχος μηλίτης και είναι αρκετά δημοφιλής, ενώ υπάρχουν και cider που γίνονται από άλλα φρούτα.

Η Βρετανία έχει παράδοση τουλάχιστον χιλίων χρόνων στην παραγωγή μηλίτη, πιθανόν και πριν την εισβολή των Νορμανδών το 1066. Η ιστορία του είναι στενά συνδεδεμένη με μύθους.

Αξίζει να αναφερθεί ότι από τη δεκαετία του '70 και ύστερα, η παραγωγή και κατανάλωση cider έχει σχεδόν τετραπλασιαστεί. Η δημοτικότητα του μηλίτη έχει δημιουργήσει μια νέα αγορά, ωθώντας μάλιστα



και άλλες εταιρείες να μπουν στον αγώνα. Σε κάθε περίπτωση πάντως, οι καλύτεροι μηλίτες φτιάχνονται συνήθως από μικρούς και ανεξάρτητους παραγωγούς, χωρίς αυτό να σημαίνει βέβαια, ότι δεν μπορεί να σας εκπλήξει ευχάριστα ένας μηλίτης μαζικής παραγωγής...

## ΥΓΕΙΑ

## 10 τροφές για τον καύσωνα και τα 40άρια

Καλοκαίρι χωρίς υψηλές θερμοκρασίες και καύσωνα δεν γίνεται, και όλοι αναζητούν τρόπους για να δροσιστούν. Και ένας από αυτούς είναι και οι τροφές μας.

Μπορεί ο καιρός εδώ στην Ελλάδα να είναι σε συνηθισμένα για την εποχή επίπεδα, η υπόλοιπη Ευρώπη όμως βιώνει με τις θερμοκρασίες να ξεπερνά σε πολλούς περιπτώσεις τους 40 βαθμούς. Μάλιστα, στο Παρίσι, το θερμόμετρο άγγιξε τους 42,6 βαθμούς Κελσίου.

Στις περιόδους καύσωνα, πολλοί είναι αυτοί που δυσκολεύονται να κοιμηθούν, να μετακινηθούν ή ακόμη και να δουλέψουν, ωστόσο, ίσως να μην το γνωρίζετε αλλά υπάρχουν κάποια τρόφιμα που μπορούν να σας κρατήσουν δροσερούς κατά την διάρκεια της περιόδου αυτής. Αυτά τα τρόφιμα είτε βοηθούν χάρη στην υψηλή περιεκτικότητάς τους σε νερό, είτε γιατί είναι αναζωογονητικά και δροσιστικά.

Ας δούμε τι δεν πρέπει να λείπει από κάθε σπίτι αυτό το καλοκαίρι και ιδιαίτερα κατά την περίοδο του καύσωνα:

## Ντομάτες

Οι ντομάτες έχουν υψηλή περιεκτικότητα σε ηυκοπένιο, γνωστό ως ισχυρό προληπτικό φάρμακο για τον καρκίνο ενώ οι κόκκινες ντομάτες αποτελούνται από νερό σε περιεκτικότητα 94% και γι' αυτό αποτελούν μια ιδανική λύση για τις καλοκαιρινές σας σαλάτες.

## Πράσινα φυλλώδη λαχανικά

Τα σκούρα πράσινα φυλλώδη λαχανικά αποτελούνται από 80-95 από νερό, γεγονός που τα καθιστά πολύ εύπεπτα. Αυτό σημαίνει ότι περνούν γρήγορα στο πεπτικό μας σύστημα, δίνοντας μια αίσθηση δροσιάς στο σώμα.

## Πεπόνι

Το δροσερό πεπόνι καταστέλλει ακόμη και την πιο έντονη δίψα και ο καρπός του είναι διαθεσίμος καθ' όλη τη διάρκεια των καλοκαιρινών μηνών. Μια απλή φέτα, προσφέρει μια υπέροχη, αναζωογονητική εμπειρία. Επίσης, το πεπόνι έχει ελάχιστες θερμίδες και υψηλή περιεκτικότητα σε νερό (95%), καθιστώντας το ένα δροσερό σνακ – χωρίς τύψεις – για το καλοκαίρι.

## Καυτερές πιπεριές

Πιθανώς το τελευταίο πράγμα που θα σκεφτόσασταν για την περίοδο του καύσωνα, αλλά τα κάρι και οι πιπεριές τσίλι διεγείρουν τους υποδοχείς θερμότητας στο στόμα, ενισχύοντας την κυκλοφορία του αίματος και προκαλώντας σας ιδρώτα, κάτι που δροσίζει το σώμα.

## Σέλινο

Αν και δεν είναι αλήθεια πως το σέλινο έχει θερμίδες, αυτό το λαχανικό αποτελείται από 95% νερό. Επιπλέον, ένα φλιτζάνι ψιλοκομμένο σέλινο έχει μόνο 16 θερμίδες.

## Μπρόκολο

Είτε το αγαπάτε, είτε το μισείτε, το μπρόκολο είναι εξαιρετικό για εσάς.



Είναι γνωστός ως έξυπνος υδατάνθρακας και έχει υψηλή περιεκτικότητα σε φυτικές ίνες που βοηθούν στην πέψη, διατηρώντας χαμηλά τα επίπεδα του σακχάρου στο αίμα ενώ αποτρέπει την δυσκοιλιότητα. Αποτελείται από 91% νερό και μπορεί πολλοί να πουν ότι προτιμούν να πιουν ένα ποτήρι νερό παρά να φάνε μπρόκολο, ωστόσο, είναι πολύ θρεπτικό.

## Σούπα

Η σούπα μας θυμίζει αυτόματα μια κρύα, χειμωνιάτικη ημέρα, με την βροχή έξω και τυλιγμένοι κάτω από μια μάλλινη κουβέρτα στον καναπέ, να απολαμβάνετε ένα πιάτο σούπας κοτόπουλου. Ωστόσο, οι συνταγές με υψηλή περιεκτικότητα σε υγρά συμβάλλουν στα επίπεδα ενυδάτωσης και επιλογή μιας ελαφριάς σούπας λαχανικών, είναι η κατάλληλη επιλογή για την περίοδο του καύσωνα.

Οι σούπες έχουν υψηλή περιεκτικότητα σε υγρά και συμβάλλουν στην αύξηση των επιπέδων ενυδάτωσης

## Μούρα

Οι φράουλες, τα βατόμουρα και τα σμέουρα είναι όλα πολύ αλκαλικά φρούτα. Παράγουν μια κρύα ενέργεια στο σώμα, σύμφωνα με την παραδοσιακή κινεζική ιατρική.

## Γάλα καρύδας και νερό καρύδας

Το γάλα και το νερό καρύδας περιέχουν σημαντικά θρεπτικά συστατικά που βοηθούν στην ενυδάτωση, πράγμα που σημαίνει ότι και τα δύο δεν είναι μόνο νόστιμα αλλά και ωφέλιμα για την υγεία. Πολλές συνταγές περιλαμβάνουν το γάλα καρύδας καθώς είναι εξαιρετικό συστατικό για πυκνές σαλάτσες.

## Αγγούρια

Τα αγγούρια είναι ίσως το πιο γνωστό λαχανικό για τις ζεστές ημέρες του καλοκαιριού καθώς περιέχουν πολύ νερό για να σας κρατήσουν δροσερούς, καθώς αποτελούνται από 95% νερό.

## ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝ

## Ετσι θα προασπίσουμε όλοι μαζί το περιβάλλον

Δεκατρείς οργανώσεις και φορείς με τη συμβολή εκατοντάδων ευαισθητοποιημένων πολιτών εργάστηκαν από κοινού για την κατάρτιση ολοκληρωμένης πρότασης ενός κλιματικού νόμου, που θα έδινε σημαντικές ρυθμίσεις για τις προκλήσεις του κοντινού μέλλοντος. Την ίδια ώρα η κυβέρνηση ετοιμάζει τον σχετικό νόμο, ο οποίος αναμένεται εντός λίγων μηνών.

Επειτα από δύο μήνες δημόσιας διαβούλευσης και με τη συμβολή 13 οργανώσεων και φορέων, αλλά και εκατοντάδων πολιτών, ολοκληρώθηκε η συγγραφή της πρώτης πρότασης κλιματικού νόμου στην Ελλάδα.

Η τελική πρόταση, που περιλαμβάνει 52 άρθρα, καθιερώνει σχεδόν το σύνολο της οικονομικής δραστηριότητας και της κοινωνικής ζωής, από το σύστημα παραγωγής και κατανάλωσης ενέργειας μέχρι τη διατροφή και τα απόβλητα. Παράλληλα, συνδέει τις δύο μεγαλύτερες περιβαλλοντικές προκλήσεις, την κλιματική κρίση και την απώλεια της βιοποικιλότητας, προβλέποντας ρυθμίσεις για την προστασία και αποκατάσταση της φύσης. Επιπλέον, αναδεικνύει τους πολίτες ως συμμετέχοντες του μετασχηματισμού προς την κλιματική ουδετερότητα (μηδενικό ισοζύγιο εκπομπών άνθρακα), προστατεύοντας τα δικαιώματά τους, αλλά και κατανέμοντας τους σημαντικές αρμοδιότητες στη διαμόρφωση και στον έλεγχο της κλιματικής πολιτικής.

Η πρωτοβουλία για τη συνδιαμόρφωση πρότασης κλιματικού νόμου ξεκίνησε από το WWF Ελλάς, σε συνεργασία με το Vouliwatch. Στην προσπάθεια εντάχθηκαν οι Γιατροί του Κόσμου, Ελληνική Ενωση για τα Δικαιώματα του Ανθρώπου, Ελληνική Εταιρεία Περιβάλλοντος και Πολιτισμού, Ελληνική Εταιρεία Προστασίας της Φύσης, Καλλιτιστώ, Νόμος και Φύση, Οικολογική Εταιρεία Ανακύκλωσης, Greenpeace, Medasset, SolidarityNow και η ΓΣΕΕ. Τον περασμένο μήνα ο Κυριάκος Μητσοτάκης είχε αναγγείψει την κατάρτιση του πρώτου κλιματικού νόμου στην Ελλάδα μέσα στους επόμενους μήνες, πιθανόν πριν από τη Διάσκεψη για το Κλίμα στη Γλασκώπη που θα πραγματοποιηθεί στις αρχές Νοεμβρίου.

**Μεταξύ άλλων, στα άρθρα του προτεινόμενου κλιματικού νόμου προβλέπονται:**

## Ανανεώσιμες πηγές ενέργειας

Ορίζονται ως ελάχιστοι, νομικά δεσμευτικοί στόχοι έως το 2030 η συμμετοχή των ανανεώσιμων πηγών ενέργειας (ΑΠΕ) στην ακαθάριστη τελική κατανάλωση ηλεκτρικής ενέργειας σε ποσοστό 85%, για μεταφορές σε ποσοστό 30% και για θέρμανση και ψύξη σε ποσοστό 50%. Ως περιβαλλοντικού σκοπού υποδομές, οι ΑΠΕ χωροθετούνται και λειτουργούν με βάση τις βέλτιστες διαθέσιμες τεχνολογίες και πρακτικές αποφυγής και μετριασμού επιπτώσεων στο φυσικό περιβάλλον, τη βιοποικιλότητα και το το-

πίο.

## Απανθρακοποίηση του ενεργειακού συστήματος

Από τη δημοσίευση του κλιματικού νόμου δεν επιτρέπεται καμία νέα παραχώρηση δικαιωμάτων έρευνας και εξόρυξης υδρογονανθράκων σε ολόκληρη την ελληνική επικράτεια. Αναστέλλεται οριστικά η δυνατότητα παράτασης οποιουδήποτε σταδίου έρευνας, η προθεσμία του οποίου έχει παρέλθει άπρακτη. Οι ενεργές συμβάσεις παραχώρησης του δικαιώματος έρευνας, αναζήτησης και εκμετάλλευσης υδρογονανθράκων τροποποιούνται κατ'επίκληση της κλιματικής έκτακτης ανάγκης και ορίζεται ως απώτατος χρόνος ισχύος το αργότερο το 2025. Καταληκτική ημερομηνία για την απολιγνιτοποίηση της χώρας ορίζεται το 2025, ενώ η απαγόρευση σύνδεσης νέων κτιρίων με ορυκτό αέριο ορίζεται το 2024.

## Μεταφορές

Προβλέπονται φιλόδοξοι στόχοι για τη διεύθυνση της ηλεκτροκίνησης και των σχετικών υποδομών έως το 2030, την απαγόρευση πώλησης συμβατικών Ι.Χ. από το 2035, την ανάπτυξη φιλικών προς το περιβάλλον δικτύων μεταφορών και την προώθηση της ηλεκτροκίνησης με στόχο τη στήριξη των οικονομικά ασθενέστερων πολιτών. Ορίζεται ο μηδενισμός των εκπομπών αερίων του θερμοκηπίου από τον τομέα των μεταφορών, συμπεριλαμβανομένων των θαλάσσιων και αεροπορικών, έως το 2045.

## Αστικός χώρος

Προβλέπεται αναθεώρηση του πολεοδομικού χωρικού σχεδιασμού στην κατεύθυνση της βιώσιμης χωρικής ανάπτυξης με στόχο την κάλυψη των αστικών αναγκών, την αναβάθμιση του κτιριακού αποθέματος και την ενίσχυση της βιώσιμης κινητικότητας. Κι ακόμη, η ένταξη των αστικών κενών στη λειτουργία της πόλης στην κατεύθυνση της μεγιστοποίησης πράσινων ελεύθερων κοινοχρηστών και δημόσιων χώρων, ενιαίος πολεοδομικός και κυκλοφοριακός σχεδιασμός - κυρίως προς τα δίκτυα των μέσων σταθερής τροχιάς σε συνάρτηση με τα μέσα μαζικής μεταφοράς- και η εξυγίανση και επανάνοση ρυπασμένων και υποβαθμισμένων εκτάσεων, ιδίως για την εγκατάσταση υποδομών παραγωγής ενέργειας από ΑΠΕ κατά προτεραιότητα με προώθηση των ενεργειακών κοινοτήτων.

## Οικοσυστήματα

Εως το 2030 λαμβάνονται μέτρα για τη διεύθυνση και διαχείριση του εθνικού συστήματος προστατευόμενων περιοχών και για την ένταξη κατ'ελάχιστον του 30% της χερσαίας και του 30% της θαλάσσιας έκτασης της χώρας σε αυτό, καθώς και για την αποκατάσταση των φυσικών οικοσυστημάτων.

## ΣΥΝΤΑΓΗ

## Μπριζολάκια χοιρινά με τσίπουρο

## Υλικά Συνταγής

- 4 μπριζολάκια
- 1 σφηνάκι τσίπουρο παλαιωμένο
- 3 φέτες Prosciutto
- 1 κρεμμύδι ξερό (πολιτοποιημένο στο multi)
- 2 κ.σ. πικάντικη μουστάρδα
- 5 κόκκινα μήλα
- λίγο βούτυρο
- λίγο ελαιόλαδο
- λίγο ρίγανη αποξηραμένη
- λίγο φρέσκο θυμάρι
- 1 κ.σ. ζάχαρη καστανή
- ½ λεμόνι

- 1 λίτρο ζωμό λαχανικών

## Εκτέλεση

Τα μπριζολάκια χοιρινά με παλαιωμένο τσίπουρο είναι μία πολύ γευστική συνταγή! Για τα μπριζολάκια χοιρινά, ξεκινάμε να σοτάρουμε τα μπριζολάκια σε ένα αντικλιματικό τηγάνι με λίγο ελαιόλαδο. Αλατοπιπερώνουμε, προσθέτουμε τη ρίγανη και σβήνουμε με παλαιωμένο τσίπουρο. Αποσύρουμε από τη φωτιά και τα αφήνουμε τα χοιρινά μπριζολάκια στην άκρη. Σε μια σοτέζα σοτάρουμε τα μήλα με λίγο βούτυρο, προσθέτουμε καστανή ζάχαρη για



να καραμελώσουμε τα μήλα και στο τέλος προσθέτουμε το ξίδι.

Σε ένα μπολάκι βάζουμε το ζωμό με νερό, τη μουστάρδα ανακατεύουμε και περιχύνουμε τα μήλα, προσθέτουμε το πολιτοποιημένο κρεμμύδι και τα αφήνουμε να μαγειρευτούν. Στο τέλος προσθέτουμε τα μπριζολάκια, το προσούτο, το λεμόνι και το φρέσκο θυμάρι.

## ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ

# Τουρισμός – Κορωνοϊός

## Πνέει τα ηλίσθια η φετινή τουριστική σαιζόν

Διπλό ράπισμα από Γαλλία και Ισραήλ μετά την κακή πορεία της υγειονομικής κατάστασης

Αλλοπρόσκλητες επιλογές, που απειθούν να τινάξουν στον αέρα τη φετινή τουριστική σαιζόν, κάνει όσον αφορά την υγειονομική θωράκιση της χώρας η κυβέρνηση. Του λόγου το ασφαλές πιστοποιούν δυο επιμέρους εξελίξεις. Η επιβολή έκτακτων μέτρων στο «Νησί των Ανέμων», το οποίο προσελκύει κοινό του ηγεγόμενου ακριβού και πολυτελούς τουρισμού ακριβώς επειδή διαφημίζει υψηλού επιπέδου υπηρεσίες και ένα πολύ συγκεκριμένο όσο και ιδιαίτερο «lifestyle», πλήττει καίρια και άμεσα τον τοπικό τζίρο αλλή και μεσοπρόθεσμα το παγκοσμίως διάσημο τουριστικό brand «Μύκονος» με τα πολυπληθή οικονομικά οφέλη και για τον κλάδο και για την τοπική αλλή και τη γενικότερη οικονομία.

Η επιβολή των συγκεκριμένων περιοριστικών μέτρων που ισοδυναμούν με τοπικό lockdown έχει ενσπείρει φόβους σε επιχειρηματίες του κλάδου ότι θα ακολουθήσουν σύντομα και άλλες τουριστικές περιοχές και ενδεχομένως ακόμη και η Αθήνα. Οι φόβοι αυτοί εντείνονται καθώς κάποιοι επιχειρηματίες αφενός βλέπουν τον τζίρο τους να συρρικνώνεται, αφετέρου αίρονται και τα μέτρα στήριξης. Η δεύτερη εξέλιξη συνίσταται στο ότι πληθαίνουν οι χώρες που κατατάσσουν την Ελλήδα στις χώρες υψηλού κινδύνου.

### Και γαλλικό ράπισμα μετά το γερμανικό και το βρετανικό

Στο μεταξύ, η υγειονομική επιδείνωση, η οποία επέφερε ως τώρα καίρια πλήγματα στον ελληνικό τουρισμό από Βρετανούς και Γερμανούς, οδήγησε σε ένα ακόμη ράπισμα εκ μέρους των ξένων αγορών. Αυτή τη φορά ήταν η σειρά της Γαλλίας να λάβει μέτρα που πλήττουν τον ελληνικό τουρισμό.

Το Παρίσι αποφάσισε να επιβάλει από προχθές υποχρεωτικό τεστ 24 ωρών για ανεμβολίαστους ταξιδιώτες από την Ελλήδα και από άλλες πέντε χώρες, το Ηνωμένο Βασίλειο, την Ισπανία, την Κύπρο, την Ολλανδία και την Πορτογαλία. Προηγουμένως, τα τεστ μπορούσαν να είναι εβδομήντα δύο ωρών για τις χώρες αυτές, με εξαίρεση τη Βρετανία που έπρεπε να είναι σαράντα οκτώ ωρών.

Η κίνηση αυτή εκ μέρους των Γάλλων κινείται σε ανάλογο μήκος κύματος εκείνης των κυπριακών αρχών, οι οποίες επέβαλαν την περασμένη Πέμπτη υποχρέωση επίδειξης αρνητικού αποτελέσματος PCR τεστ 72 ωρών στους επισκέπτες που προέρχονται από την Ελλήδα και από τέσσερις ακόμη χώρες της Ε.Ε. (Βέλγιο, Ιρλανδία, Λουξεμβούργο και Ολλανδία), σε αντίθεση με τις «πράσινες» Αυστρία, Βουλγαρία, Γαλλία, Γερμανία, Δανία, Εσθονία, Ιταλία, Κροατία, Λετονία, Λιθουανία, Μάλτα, Ουγγαρία, Πολωνία, Ρουμανία, Σλοβακία, Σλοβενία, Σουηδία, Τσεχία και Φινλανδία, οι οποίες χαρακτηρίζονται ως χώρες χαμηλού κινδύνου.

### Ράπισμα και από Ισραήλ

Στο μεταξύ, ρεπορτάζ τη κρατικής τηλεόρασης στο Ισραήλ αναφέρει ότι είναι πιθανό η κυβέρνηση να κατατάξει την Ελλήδα στον κατάλογο των χωρών που απαιτείται καραντίνα για τους ταξιδιώτες που επιστρέφουν από αυτές. Σύμφωνα με το ίδιο ρεπορτάζ, η κίνηση αυτή εξετάζεται από τους αρμόδιους κυβερνητικούς παράγοντες στην Ιερουσαλήμ λόγω κρουσμάτων που βρέθηκαν ανάμεσα σε ταξιδιώτες που επέστρεψαν από διακοπές στην Ελλήδα.

### Πρόωρο κατέβασμα αυλαίας

Η ζημιά που προκαλείται άρχισε να αποκτά διαστάσεις. Όλο το τελευταίο τριήμερο φτάνουν ασταμάτητα στα ξενοδοχεία του νησιού της Μυκόνου e-mails ακύρωσης κρατήσεων, ενώ ακόμη και μεταξύ των τουριστών που ήδη βρίσκονταν στο νησί το κλίμα μετά το εξειδικευμένο lockdown που επιβλήθηκε ήταν ανάλογο και μετουσιωνόταν σε μαζικές πρόωρες αναχωρήσεις.

Οι επιχειρηματίες και οι εργαζόμενοι είναι ανάστατοι, διότι με τα περιοριστικά μέτρα, τα οποία στοχεύουν ακριβώς το είδος του τουριστικού προϊόντος που καθιστά διεθνώς ανταγωνιστική τη Μύκονο, κατεβάζουν πρόωρα την αυλαία μιας σαιζόν που ειδικά στο συγκεκριμένο νησί έδειχνε ότι θα μπορούσε να αποσβέσει σημαντικό τμήμα των απωλειών του 2020.

Η οργή των ντόπιων, των εργαζομένων και των επιχει-



ρηματιών είναι έκδηλη και εύλογο για μια σειρά λόγους. Τέτοιοι είναι, ενδεικτικά, τα φιλοκυβερνητικά fake news που επιχειρήθηκε να διαδοθούν περί δήθεν χαμηλών ποσοστών εμβολιασμού στο νησί, αρχικά γενικών και αορίστως και στη συνέχεια, όταν έγιναν γνωστά τα πρωτοφανώς υψηλά ποσοστά εμβολιασμού, που άγγιξαν το 90%, περί χαμηλών ποσοστών ειδικά μεταξύ των εργαζομένων στον τουριστικό κλάδο για να μεταφερθεί η ευθύνη από την κυβέρνηση στις επιχειρήσεις και τους εργαζόμενους. Και αυτό το τελευταίο όμως χαρακτηρίζεται από παράγοντες της τοπικής κοινωνίας και οικονομίας ως «fake news».

Όπως τονίζουν εν προκειμένω, είναι γνωστό στο νησί ότι οι επιχειρηματίες, στη συντριπτική τους πλειονότητα, έθεταν ως όρο ανανέωσης της συνεργασίας με το προσωπικό την επίδειξη πιστοποιητικού εμβολιασμού. Σημειώνεται ότι τόσο ο δήμαρχος της Μυκόνου όσο και άνθρωποι της τοπικής αγοράς κατηγορούν την κυβέρνηση για ελλιπείς ελέγχους, από τις αφίξεις παραθεριστών μέχρι τα κορωνοπάρτι.

### Κίνδυνος καραντίνας σε Βρετανούς που επιστρέφουν από Ελλήδα

Στο ήλιαν επίφοβο ενδεχόμενο να ενταχθούν ελληνικοί προορισμοί στην επικαιροποιημένη «πορτοκαλί» λίστα αναφέρονται δημοσιεύματα βρετανικών εφημερίδων. Παρότι από χθες επιτρέπεται η επιστροφή Βρετανών από την Ελλήδα χωρίς υποχρέωση καραντίνας εφόσον έχουν εμβολιαστεί, ο βρετανικός Τύπος προβλέπει ότι Ελλήδα και Ισπανία θα ακολουθήσουν την τύχη της Γαλλίας που μπήκε προ τριήμερου στη λίστα καραντίνας διάρκειας δέκα ημερών ακόμη και για πλήρως εμβολιασθέντες ταξιδιώτες εξαιτίας της διάδοσης της μετάλλαξης τύπου Βήτα (λίστα «πορτοκαλί plus» όπως την αναφέρουν). Τα ίδια δημοσιεύματα δεν αποκλείουν μαζί με την Ελλήδα και την Ισπανία να ενταχθούν και άλλες χώρες, για παράδειγμα Βέλγιο, Γερμανία και Ολλανδία.

## Τέταρτη ακριβότερη χώρα της ΕΕ η Ελλήδα στα αλκοολούχα ποτά

Σε μειονεκτική θέση η Ελλήδα καθώς ο ΕΦΚ στα οινοπνευματώδη ποτά αυξήθηκε κατά 125% μέσα στην κρίση, με τον ΦΠΑ να παραμένει υψηλός. Μείωση της φορολογίας ζητάει ο κλάδος.

Πολύ ακριβά πληρώνουν οι Έλληνες το ποτό τους, καθώς η χώρα αποτελεί την τέταρτη ακριβότερη χώρα της ΕΕ στα οινοπνευματώδη ποτά. Ο κλάδος που απασχολεί τουλάχιστον 32.000 άτομα, έχει ανάγκη από ρευστότητα και καλεί την κυβέρνηση να σκεφτεί την διευκόλυνση του ωραρίου και την μείωση της φορολογίας.

Όπως αναφέρουν τα στοιχεία της Eurostat για το 2019, η χώρα μας βρίσκεται στην 4η θέση της κορυφαίας πεντάδας των πιο ακριβών χωρών στα οινοπνευματώδη ποτά. Συγκεκριμένα η Ελλήδα με 137,2 μονάδες (με βάση το 100), που αντιπροσωπεύει το μέσο όρο τιμών των χωρών της ΕΕ, βρίσκεται μετά τη Φινλανδία (190,7 μονάδες), την Ιρλανδία (182,3 μονάδες) και τη Σουηδία (155,9 μονάδες), ενώ την πεντάδα συμπληρώνει η Δανία (129 μονάδες).

Μεγάλη ανησυχία επικρατεί στον κλάδο των αλκοολούχων ποτών για ένα πιθανό δεύτερο κύμα πανδημίας μετά από μια «αναιμική» θερινή σεζόν, με τις επιχειρήσεις να αντιμετωπίζουν σοβαρές προκλήσεις και ζητούν μείωση της φορολογίας και διευκόλυνση του ωραρίου ώστε να διασφαλιστεί η ρευστότητα και η βιωσιμότητα του κλάδου.

Ο υψηλός Ειδικός Φόρος Κατανάλωσης (ΕΦΚ) στα οινοπνευματώδη ποτά και ειδικότερα στην κατηγορία των

αλκοολούχων (ουίσκι, βότκα, τζιν, αποστάγματα, κλπ), που είδε δυσανάλογη αύξηση +125% μέσα στην κρίση σε συνδυασμό με τον υψηλό ΦΠΑ, φέρνει τη χώρα μας σε μειονεκτική θέση, σε σχέση με γειτονικές και τουριστικά ανταγωνιστικές χώρες εντός ΕΕ.

Ρουμανία με 76,4 μονάδες και Βουλγαρία με 78,7 στην κατάταξη της Eurostat, έχουν τις χαμηλότερες τιμές στην αγορά των οινοπνευματωδών ποτών, και η τεράστια «ψαλίδα» του φόρου με την Ελλήδα να γίνεται «μαγνήτης» για διασυνοριακό εμπόριο, νόμιμο και παράνομο.

Μετά από μια δεκαετία όπου χιλιάδες καταστήματα εστίασης έβαλαν λουκέτο, η έμμεση φορολογία που εκτοξεύτηκε στα χρόνια της κρίσης, έφερε πρόσκαιρα θετικά αποτελέσματα στα δημόσια έσοδα, καθώς οι κλειστές επιχειρήσεις που δημιουργήθηκαν εμπόδιζαν να έρθουν μακροπρόθεσμα τα προσδοκώμενα έσοδα.

Καθώς αποτελεί το βασικό προμηθευτή των επιχειρήσεων εστίασης, διασκέδασης και φιλοξενίας, ο κλάδος των αλκοολούχων ποτών, έχει δεχτεί ισχυρότατο πλήγμα λόγω των επιπτώσεων της πανδημίας, καθώς σύμφωνα με ανακοίνωση του τον Ιούνιο σημειώθηκε κατακόρυφη πτώση των πωλήσεων κατά περίπου 70% στο διάστημα του lockdown, σε σχέση με την αντίστοιχη περίοδο πέρυσι, αλλή και από το υφιστάμενο κλείσιμο των καταστημάτων υγειονομικού ενδιαφέροντος τα μεσάνυχτα.

Στο πλαίσιο αυτό, ο κλάδος ζητά από την Πολιτεία

ουσιαστική στήριξη των σημείων επιτόπιας κατανάλωσης και των χιλιάδων εργαζομένων τους, μέσω μέτρων όπως είναι η οριζόντια μείωση του ΦΠΑ στην εστίαση συμπεριλαμβανομένων των ποτών, καθώς περισσότερες από 15.000 επιχειρήσεις έχουν ως βασική οικονομική δραστηριότητα τα αλκοολούχα ποτά, δηλαδή με συμμετοχή στον τζίρο τους σε ποσοστό >50%.

Εξίσου σημαντικό μέτρο, τονίζουν κύκλοι της αγοράς, θα ήταν και η αποκλιμάκωση ΕΦΚ αλκοολούχων ποτών ώστε να συγκλίνει προς τον ευρωπαϊκό μέσο όρο, προκειμένου να στηριχθεί η βιωσιμότητα του κλάδου με εκπρόσωπους του κλάδου να υποστηρίζουν ότι μέτρα προς αυτήν την κατεύθυνση θα είχαν άμεσο όφελος και για την οικονομία, καθώς θα ενίσχυαν την καταγεγραμμένη κατανάλωση και αναλογικά τα δημόσια έσοδα με βιώσιμο τρόπο, κερδίζοντας έδαφος από την μη καταγεγραμμένη κατανάλωση αμφιβόλου ποιότητας και ενίοτε ακατάλληλων ποτών, λειτουργώντας έτσι και ως ανάχωμα για το παράνομο εμπόριο.

Σύμφωνα με στοιχεία μελέτης του Ιδρύματος Οικονομικών και Βιομηχανικών Ερευνών (ΙΟΒΕ) «Η συνεισφορά και οι προοπτικές του κλάδου αλκοολούχων ποτών στην Ελλήδα», ο κλάδος των αλκοολούχων ποτών συνεισφέρει σημαντικά στο ΑΕΠ (1,5 δισ. ευρώ), στηρίζει σταθερά την απασχόληση (συνολικά 32.000 θέσεις εργασίας πλήρους απασχόλησης) και αποτελεί σημαντικό κομμάτι του τουριστικού προϊόντος της χώρας, συνεπώς δεν πρέπει να αφηθεί στην τύχη του.