



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 370
ΑΡ. ΦΥΛΛΟΥ 438
ΙΟΥΛΙΟΣ 2022
ΚΩΔΙΚΟΣ: 011505

Καλό καλοκαίρι και καλές πωλήσεις

Το ΔΣ της ΕΔΕΟΠ Αθήνας ευχεζαι σε όλους
τους συναδέλφους **καλό καλοκαίρι με**
Υγεία & Αισιοδοξία



Η νέα ιστοσελίδα της ΕΔΕΟΠ www.edeop.gr φιλοδοξεί να ενώσει τον κλάδο

Κατασκευάζεται και πολύ σύντομα θα είναι έτοιμη να ταξιδεύει στον διαδικτυακό χώρο χρόνο η νέα ιστοσελίδα μας.

Αυτή τη στιγμή βρίσκεται σε δοκιμαστική περίοδο. Θα διαθέτει εργαλεία και ευκολίες όπως παρακάτω που θα μπορούν να βοηθήσουν γρήγορα τους συναδέλφους στις καθημερινές τους εμπορικές συναλλαγές.

Συγκεκριμένα:

1. Τώρα οι τιμοκατάλογοι έρχονται μεμονωμένα στο e-mail του κάθε πρατηριούχου μόνο από τις εταιρείες που συνεργάζεται.

Φιλοδοξούμε στο άμεσο μέλλον να φιλοξενούμε τους τιμοκαταλόγους πολλών εταιρειών.

Επομένως όλα τα μέλη του σωματείου μας που θα

έχουν εγγραφεί στην ιστοσελίδα θα έχουν πρόσβαση σε όλους τους ενημερωμένους τιμοκαταλόγους σε πραγματικό χρόνο.

Με αποτέλεσμα να έχουν ένα πολύτιμο εργαλείο που θα βοηθά στην εξαγωγή συμπερασμάτων.

2. Η edeop.gr διαθέτει ένα πολύ σύγχρονο newsletter που θα αποστέλλει όλες τις έκτακτες προσφορές και τα νέα της αγοράς άμεσα στα e-mail των συναδέλφων

3. Η ιστοσελίδα θα ενημερώνεται καθημερινά σχετικά με ενδεχόμενες διοικητικές, φορολογικές ή οικονομικές αλλαγές που αφορούν τον κλάδο μας.

4. Θα είναι πολύ χρήσιμο για το σύνολο του κλάδου οι συνάδελφοι να εγγραφούν στην ιστοσελίδα και να δηλώσουν τα στοιχεία που θα τους

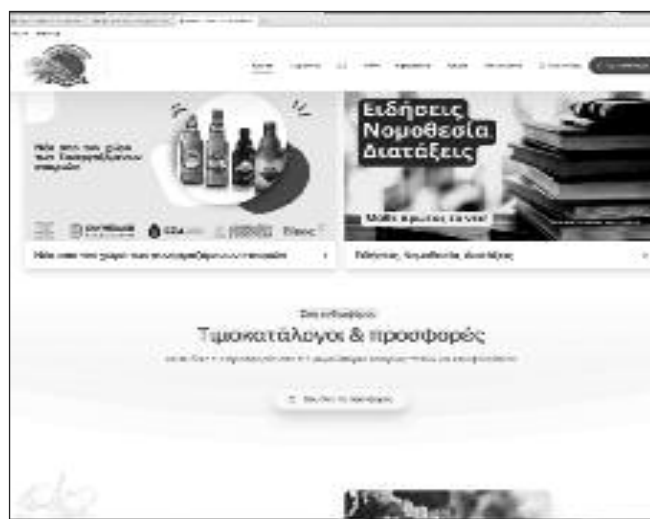
ζητηθούν.

Αν καταγραφεί η πραγματική δυναμική των επιχειρήσεων που εκπροσωπεί το σωματείο μας θα ενισχυθεί κατά πολύ η διαπραγματευτική μας θέση απέναντι στις εταιρείες.

5. Θα παρακολουθούνται, θα φιλτράρονται, θα επιλέγονται και θα δημοσιεύονται οι ενισχύσεις και τα προγράμματα ΕΣΠΑ που θα αφορούν το χονδρεμπόριο ποτών και όχι μόνο.

Για να έχουν πρόσβαση οι συνάδελφοι θα πρέπει να εγγραφούν, στην σχετική φόρμα που υπάρχει ήδη στην ιστοσελίδα.

Θερμή παράκληση στους συναδέλφους να εγγραφούν άπαντες, σύνθημα μας είναι το σοφό αρχαίο ρητό «Εν τη ενώσει η ισχύς»



Με συγκίνηση πληροφορήθηκα την απόφαση του νέου διοικητικού συμβουλίου, να μου απονεμίσει τον τίτλο του επίτιμου προέδρου, για την συνολική προσφορά στον κλάδο, για 20 χρόνια.

Δέχομαι αυτή την τιμή με χαρά εκ μέρους των μελών όλων των διοικητικών συμβουλίων που είχα την χαρά και την τιμή να προεδρεύσω.

Ευχαριστώ θερμά τον πρόεδρο και συνάδελφο

ΕΥΧΑΡΙΣΤΗΡΙΟ

Ιωάννη Βυτινιώτη και τα μέλη του διοικητικού συμβουλίου για την μεγάλη τιμή που έγινε στο πρόσωπό μου και πιστεύω ότι το μέλλον του κλάδου είναι σε καλή χέρια.

Εύχομαι στο νέο Διοικητικό Συμβούλιο καλή επιτυχία, σε ό,τι κάνει για το καλό του κλάδου μας.

Ευάγγελος Μήτσιος

ΝΥΜΦΗ
Η νέα lager της
Αθηναϊκής



Στη σελίδα 4

ΕΝΗΜΕΡΩΣΗ

Μπύρες χωρίς αλκοόλ: οι μεγάλοι του κλάδου ελπίζουν στο μέλλον τους

Η ανάγκη για υγιεινότερες συνήθειες και λιγότερες θερμίδες οδήγησε στη δημιουργία και ζήτηση αλκοούχων ποτών χωρίς, ή με ελάχιστο αλκοόλ. Η νέα τάση που αποτυπώνεται παγκοσμίως στην κατανάλωση, έχει θέσει σε εκγρήγορη τις ελληνικές ζυθοποιίες, παρά το γεγονός πως μέχρι πρότινος, αγορά μπύρας χωρίς αλκοόλ ουσιαστικά δεν υπήρχε στη χώρα μας. Μόνοτο 2020 παρήχθησαν στην Ευρωπαϊκή Ένωση 900 εκατομμύρια λίτρα μπύρας χωρίς αλκοόλ, ποσότητα που αντιστοιχεί στο 2% της συνολικής παραγωγής. Αν σε αυτές τις ποσότητες προστεθούν και οι μπύρες με χαμηλή περιεκτικότητα σε αλκοόλ, τότε το μερίδιο της συγκεκριμένης κατηγορίας στην ΕΕ σε επίπεδο παραγωγής προσεγγίζει το 0%.

Αν και για την Ελλάδα δεν υπάρχουν καταγεγραμμένα επίσημα στοιχεία για τις ποσότητες μπύρας χωρίς ή με λίγο αλκοόλ που καταναλώνονται, εντούτοις το γεγονός ότι οι μεγάλοι του κλάδου έχουν ρίξει στην αγορά ήδη τέτοια προϊόντα, επιβεβαιώνει ότι υπάρχει ζήτηση.

Οι μικροί ζυθοποιοί που είναι τώρα στο ξεκίνημα τους δυσκολεύονται καθώς προϋποθέτει επενδύσεις και συγκεκριμένη τεχνογνωσία, ωστόσο βλέποντας τη δυναμική δεν αποκλείεται να μπουν σύντομα στο παιχνίδι.

Επί του παρόντος η μοναδική μικροζυθοποιία που το τόλμησε είναι η «Μικροζυθοποιία Σερρών & Βορείου Ελλάδας», η οποία δημιούργησε τη VOREIA Low Alcohol, που έχει 0,8% ποσοστό αλκοόλ.



«Είναι έ ν α στοίχημα

το συγκεκριμένο προϊόν καθώς είναι φρέσκο απαστερίωτο και έχει χαμηλό αλκοόλ. Στη δική μας περίπτωση βοήθησαν οι επενδύσεις που πραγματοποιήσαμε αναφορικά με τα στάδια της παραγωγικής διαδικασίας» σημειώνει ο Γιάννης Μαρμαρέλης, ιδρυτής και ιδιοκτήτης της «Μικροζυθοποιία Σερρών & Βορείου Ελλάδας». Από τον επόμενο μήνα η συγκεκριμένη μπύρα θα βρίσκεται σε αλυσίδα σούπερ μάρκετ πανελλαδικής εμβέλειας. Μάλιστα ο ίδιος δεν αποκλείει το επόμενο διάστημα και άλλες μικροζυθοποιίες να ακολουθήσουν τη νέα τάση.

Ποιοι προτιμούν τις μπύρες χωρίς αλκοόλ

Μεγαλύτερη κατανάλωση της μπύρας χωρίς αλκοόλ γίνεται σύμφωνα με τον Άγγελο Κανιατσάκη, έναν εκ των ιδρυτών της μι-



κροζυθοποιίας Sknira, από γυναίκες και δη από εγκύους. Ωστόσο σύμφωνα με τον ίδιο είναι μία τάση που τα επόμενα χρόνια θα αναπτυχθεί περαιτέρω καθώς το καταναλωτικό κοινό αφορά και όλους όσους προσέχουν την διατροφή τους, όσους αθλούνται, όσους οδηγούν, όσους βρίσκονται σε ώρα εργασίας, αλλά κυρίως όσους επιλέγουν συνειδητά τη μη κατανάλωση αλκοόλ.

Ο πόλεμος των μεγάλων

Οι μεγάλοι του κλάδου την τελευταία τριετία μπήκαν δυναμικά στο χώρο της μπύρας χωρίς ή με λίγο αλκοόλ.

Η Αθηναϊκή Ζυθοποιία, θυγατρική της Heineken, διαθέτει μεταξύ των άλλων στην αγορά την Amstel Free με 0,0% αλκοόλ,

τη Heineken LIGHT που έχει λιγότερες θερμίδες, 86 ανά φιάλη, και λιγότερο αλκοόλ, 3,3%, την ΑΛΦΑ Χωρίς, η οποία δεν περιέχει αλκοόλ, και την Amstel Radler η οποία περιέχει 2% αλκοόλ.

Η Ολυμπιακή Ζυθοποιία, λανσάρει την FIX Άνευ, με 0,5% αλκοόλ και τη Mythos Radler με περιεκτικότητα σε αλκοόλ 2%. Από κοντά και η Ελληνική Ζυθοποιία Αττаланτης, η οποία διακρίθηκε στο 18ο Συνέδριο Marketing και Πωλήσεων με το βραβείο Best Launching για το 2018 στην κατηγορία των alcohol free μπυρών με την εζα Alcohol Free. Επίσης διαθέτει στην αγορά την BLUE island fizzy lemon Radler με 2% αλκοόλ και τη BLUE island pear delight malt ένα μη αλκοολούχο ποτό με βάση τη βύνη και το χυμό αχλαδιού, ελεύθερο γλουτένης.

Πηγή: <https://www.voria.gr/article/neo-pedio-machis-gia-tis-zithopoiies-i-mpires-choris-alkool>

Μπύρα χωρίς αλκοόλ, πλεονεκτήματα και αλήθειες

Επειδή όλοι έχουμε αναρωτηθεί μετά τον καταγισμό πληροφοριών για το αν η μπύρα παχαίνει ή όχι και αν είναι υπεύθυνη για το φούσκωμα της κοιλιάς κάνουμε μια ενδοσκόπηση. Όχι στην απλή και αγαπημένη σε όλους μας μπύρα, αλλά σε αυτή χωρίς αλκοόλ. Είναι τελικά η μπύρα χαμηλότερη σε θερμίδες όταν δεν περιέχει αλκοόλ; Είναι κατάλληλη για όσους θέλουν να προσέξουν το βάρος και την υγεία τους;

Αρχικά ας δούμε τα συστατικά στοιχεία που έχει.

Ανά 100γρ η μπύρα χωρίς αλκοόλ υπολογίζεται ότι έχει 37 θερμίδες. Για τις 66 θερμίδες και την κατανάλωση μεγαλύτερης ποσότητας μπορούν να χαθούν με 17 λεπτά εντατικής αερόβιας γυμναστικής ή και περπατήματος. Για να μιλήσουμε για μία σχετική φήμη η αλήθεια είναι πως παρά την διαφήμιση οι μπύρες αυτές περιέχουν μία ποσότητα αλκοόλ, που εξαρτάται βέβαια από την νομοθεσία της κάθε χώρας. Η μπύρα η οποία δεν περιέχει αλκοόλ είναι αυτή που εντοπίζεται στον ελάχιστο βαθμό 1,2 αλκοόλ ή 0,5%. Όπως μπορούμε να αντιληφθούμε πρόκειται όντως για μηδαμινή ποσότητα. Παρά την κατάσταση αυτή όλο και περισσότεροι παραγωγοί επιδιώκουν να φτάσουν στην παραγωγή μπύρας με 0% αλκοοϋούχας ποσότητας. Μπύρες σαν αυτές μπορούν ακόμη και να επαληθεύσουν την θεωρία ότι ξεδιψάνε, με την προϋπόθεση ότι πέρα από το αλκοόλ δεν περιέχουν και ποσότητες ζάχαρης.

Πιο συγκεκριμένα όμως υπάρχουν σε αυ-

τήν ποσότητες νατρίου (13μγ), καλίου (8μγ), υδατανθράκων (8γρ), αλλή και ζάχαρης (8γρ). Οι ποσότητες αυτές είναι πολύ μικρές. Περιέχει ακόμη νερό, σιτηρά, όπως προείπαμε υδατάνθρακες αλλή και βιταμίνες Η μπύρα όταν κάποιος πίνει με μέτρο δεν παχαίνει τόσο η αλκοοϋούχα, όσο και εκείνη χωρίς αλκοόλ καθώς είναι χαμηλότερη σε θερμίδες και από το αγαπημένο μας κρασί. Μπορεί να μην μας κάνει να χάνουμε βάρος, αλλά δεν παίρνουμε κιόλας. Ο ένοχος της υπόθεσης για την φήμη της κοιλιάς και του φουσκώματος είναι κυρίως τα συνοδευτικά. Τα συνοδευτικά ποικίλουν καθώς πέρα από τους ξηρούς καρπούς που έχεις υψηλή θερμιδική αξία, συνοδεύονται από παραδοσιακά γερμανικά ρουκάνικα και άλλα αθηναϊκά, με διάφορες σάλτσες και τηγανιτά λιπαρά φαγητά.

Από τα θετικά της μπύρας είναι πως βοηθάει μάλιστα στην καλήρωση του οργανισμού και λειτουργεί ακόμη ως διουρητικό για την κάθαρση των νεφρών και την σχετική αποτοξίνωση τους.

Κάτι πολύ σημαντικό και για τις υποψήφιες μητέρες, είναι πως σύμφωνα με τους γυναικολόγους ενώ τους πρώτους 3 μήνες είναι καλό να αποφεύγετε το αλκοόλ, έπειτα μπορεί να υπάρχει κατανάλωση ως 1 ποτού την εβδομάδα. Τι καλύτερο λοιπόν από μια μπύρα χωρίς αλκοόλ που συνδυάζει και την γευστικότητα και την ασφάλεια της μητέρας και του εμβρύου εφόσον δεν υπάρχει βλαβερή και υψηλή ποσότητα αλκοόλ.

Νομίζω πως μπορεί κανείς να δει πως με λίγες διαφορές η μπύρα αυτή είναι μία ασφαλής επιλογή.

ΤΟ Δ.Σ. ΤΗΣ ΕΔΕΟΠ ΑΘΗΝΩΝ

ΒΥΤΙΝΙΩΤΗΣ ΙΩΑΝΝΗΣ	210-9702018	ΠΡΟΕΔΡΟΣ
ΑΝΩΓΙΑΝΝΑΚΗΣ ΔΑΜΙΑΝΟΣ	210-8043465	ΑΝΤΙΠΡΟΕΔΡΟΣ
ΔΑΝΙΗΛ ΣΠΥΡΟΣ	210-4934757	ΓΕΝ ΓΡΑΜΜΑΤΕΑΣ
ΖΑΜΠΟΥΡΑΣ ΧΑΡΗΣ	210-2465788	ΤΑΜΙΑΣ
ΔΕΡΜΙΤΖΑΚΗΣ ΧΑΡΑΛΑΜΠΟΣ	210-5779896	ΜΕΛΟΣ
ΚΑΡΑΜΗΝΑΣ ΜΙΧΑΗΛ	210-8818953	ΜΕΛΟΣ
ΝΤΑΜΠΑΡΑΚΗΣ ΝΙΚΟΛΑΟΣ	210-2772005	ΜΕΛΟΣ

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 ΒΥΤΙΝΙΩΤΗΣ ΙΩΑΝΝΗΣ 210-9702018

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



ΕΤΟΙΜΑΣΟΥ ΓΙΑ
ΜΙΑ ΤΕΛΕΙΑ ΒΡΑΔΙΑ
ΣΤΟ ΣΠΙΤΙ



www.schweppes.gr

Προϊόντα

Μια νέα Θεσσαλονικιά μπίρα

ΝΥΜΦΗ Η νέα lager της Αθηναϊκής



Η ΝΥΜΦΗ είναι μία hoppy lager μπίρα με χρυσαφένια όψη που, όπως υποδηλώνει το όνομά της, παράγεται στη Θεσσαλονίκη. Ο συνδυασμός 5 λυκίσκων δημιουργεί μία μπίρα με πλούσια, ανθώδη αρώματα, φρουτώδη γεύση και ήπια πικρή επίγευση. Για την παραγωγή της χρησιμοποιείται 100% Μακεδονικό κριθάρι, ενώ όλη η διαδικασία βυνοποίησης, ζυθοποίησης και εμφιάλωσης πραγματοποιείται στις σύγχρονες εγκαταστάσεις της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας στη Σίνδο Θεσσαλονίκης.



Συστατικά: νερό, βύνη κριθαριού, εκχύλισμα λυκίσκου, λυκίσκος, μαγιά.

Περιεκτικότητα σε αλκοόλ: 5%

Συσκευασίες: φιάλη 500ml/330ml, κουτί 500ml/330ml & βαρέλι 20lt
οπως μάλιστα δηλώνει η Αθηναϊκή Ζυθοποιια για την τοπιλή παραγωγή:
ΑΕΙΦΟΡΙΑ &ΤΟΠΙΚΟ ΚΡΙΘΑΡΙ
Βυνοποιούμε, ζυθοποιούμε, εμφιαλώνουμε τοπικά στις σύγχρονες εγκαταστάσεις του ζυθοποιείου μας στη Σίνδο Θεσσαλονίκης, δίνοντας έμφαση στη λεπτομέρεια, την ποιότητα και τη γεύση.
Παράγουμε με υπευθυνότητα, από 100% Μακεδονικό κριθάρι αειφόρου παραγωγής που μεγαλώνει με σεβασμό στο περιβάλλον και στους ανθρώπους.

Την διεύρυνση του χαρτοφυλακίου της στα αλκοοϋούχα (International Spirits)

Ανακοίνωσε η Mantis Group

Την περαιτέρω διεύρυνση του χαρτοφυλακίου της στα αλκοοϋούχα (International Spirits) μέσα από νέες, σημαντικές συνεργασίες με διεθνείς οίκους ανακοίνωσε η Mantis Group, η οποία δραστηριοποιείται στον κλάδο των Fast Moving Consumer Goods (FMCGs) στην Ελλάδα από το 1974.

Συγκεκριμένα, ο Όμιλος αναλαμβάνει την αποκλειστική διανομή στην Ελλάδα συνολικά εννέα προϊόντων στο πλαίσιο δύο νέων συνεργασιών, με τον Γαλλικό Οίκο Marie Brizard και τον Μεξικάνικο Οίκο Orendain Destileria, καθώς και της επέκτασης της συνεργασίας που έχει ξεκινήσει από το 2019 με τον Κουβανέζικο Οίκο Cuba Ron.

Ειδικότερα:

Σε συνεργασία με τον Κουβανέζικο Οίκο Cuba Ron, αναλαμβάνει τη διανομή των προϊόντων: Carta Blanca (700ml) με 3 χρόνια παλαίωσης, αυθεντικό Κουβανέζικο ρούμι από τα καλύτερα της κατηγορίας του, Añejo Suave (700ml) με 5 χρόνια παλαίωσης, εκ των οποίων τα 2 ωριμάζουν σε βαρέλια από sherry, Reserva Especial (700ml) με 10 χρόνια παλαίωσης σε βορειοαμερικανικά δρύινα βαρέλια, και Extra Añejo (700ml) με 12-18 χρόνια ωρίμανσης, που δημιουργήθηκε για να αποκτήσει μια θέση σε ιδιωτικές συλλογές, αλλά και στα καλύτερα bars του κόσμου.
Σε συνεργασία με τον Γαλλικό Οίκο Marie Brizard, ο Όμιλος Mantis αναλαμβάνει την αποκλειστική διανομή τριών κωδικών προϊόντων: της Sobieski Vodka Premium (700ml) και Platinum (700ml),



της μόνης Πολωνικής βότκας που υπόκειται σε εξαιρετικά αυστηρό έλεγχο προέλευσης προϊόντος, σύμφωνα με το γαλλικό σύστημα AOC - Appellation d'Origine Contrôlée, καθώς και του βραβευμένου Old Lady London Dry Gin (700ml), ενός κλασσικού London Dry Gin από 14 διαφορετικά βοτανικά στοιχεία με κυρίαρχο τον Άρκευθο.
Ξεχωριστό και ιδιαίτερο χάρη σε δυο συγκεκριμένα βοτανικά στοιχεία όπως το τριαντάφυλλο και το πιπέρι Sichuan. Η εκρηκτική συνάντηση μεταξύ των συγκεκριμένων βοτάνων δίνουν στην γεύση του Old Lady floral και spicy στοιχεία και το κάνουν μοναδικό. Όλα αυτά σε μια απίθανη τιμή για την γεύση και

την ποιότητα του.
Σε συνεργασία με τον Μεξικάνικο Οίκο Oredain Destileria, μία από τις πρώτες οικογένειες παραγωγής Tequila στο Μεξικό με ιδιότητα στρέμματα παραγωγής αγαύης και την μοναδική τεκίλα που έχει γεννηθεί στην ομώνυμη πόλη, αναλαμβάνει τη διανομή δύο κωδικών προϊόντων: των βραβευμένων Tequila Ollitas Blanco 100% Agave (700ml), και Tequila Ollitas Reposado 100% Agave (700ml), η οποία είναι τριπλής απόσταξης και ωριμάζει σε δρύινα βαρέλια, που πριν φιλοξενούσαν αμερικάνικο ούισκι, για 11 μήνες.
Όπως δήλωσε ο κ. Δημήτρης Κολτσίδας, Business Development Manager της Mantis Group «Το χαρτοφυλάκιο

αλκοοϋούχων ποτών του Ομίλου μας συνεχίζει να μεγαλώνει δυναμικά, με νέα, υψηλής ποιότητας και διεθνούς αναγνώρισης προϊόντα, που είμαστε βέβαιοι ότι θα κερδίσουν την καρδιά του ελληνικού κοινού.
Είμαστε υπερήφανοι για τα νέα μέλη της «οικογένειάς» μας, αλλά και για τις συνεργασίες μας με εμβληματικούς οίκους, που έχουν χτίσει τη δική τους ιστορία και παράδοση στον κλάδο των αλκοοϋούχων.
Η εμπιστοσύνη τους είναι μια ακόμη επιβεβαίωση του προφίλ αξιοπιστίας και αποτελεσματικότητας που χτίζει με συνέπεια ο Όμιλός μας, εδώ και τέσσερις δεκαετίες.
Η τεχνογνωσία, η πείρα και το εκτεταμένο μας δίκτυο, αποτελούν τα εχέγγυα για την επιτυχημένη πορεία των νέων προϊόντων στην ελληνική αγορά.»

Ο Όμιλος Mantis έχει ταυτιστεί με τη διανομή brands υψηλής αναγνωρισιμότητας, ενώ τα τελευταία χρόνια επεκτείνει στρατηγικά τη δραστηριότητά του και στον τομέα της παραγωγής, επενδύοντας στην ανάπτυξη ποιοτικών προϊόντων, που ικανοποιούν τις ανάγκες των καταναλωτών.

Με την προσθήκη των οίκων Marie Bizard, Orendain Destileria, και Cuba Ron, εμπλουτίζει το χαρτοφυλάκιο του με International Spirits, ώστε να μπορεί να καλύψει όλες τις κατηγορίες και περιστάσεις κατανάλωσης. Τα νέα προϊόντα είναι ήδη διαθέσιμα σε επιλεγμένα καταστήματα σε όλη την Ελλάδα.



Ενδιαφέροντα

ΠΩΣ ΠΡΟΕΚΥΨΕ Η ΜΠΥΡΑ ΧΩΡΙΣ ΑΛΚΟΟΛ; Το 1919 λόγω της ποτοαπαγόρευσης

Πριν από αρκετές δεκαετίες, η μη αλκοολούχα μπίρα γίνονταν με βρασμό της αιθανόλης. Δυστυχώς, αυτό είχε την τάση να καταστρέφει τις γεύσεις και τα αρώματα της μπίρας. Τα τελευταία χρόνια, οι νέες τεχνικές κατέστησαν δυνατή την παραγωγή μπίρας βιοτεχνίας χωρίς αλκοόλ. Οι νεώτερες μέθοδοι χρησιμοποιούν ζύμωση που έχει διακοπεί ή απόσταση σε κενό Άλλοι ζυθοποιοί χρησιμοποιούν λιγότερα σιτηρά από το κανονικό ή χαμηλή θερμότητα. Μέσω των νέων τεχνικών, τα ζυθοποιεία μπορούν να δημιουργήσουν μη αλκοολούχα μπίρα με διαφορετικές γεύσεις και αρώματα.

ΠΩΣ ΠΡΟΕΚΥΨΕ Η ΜΠΥΡΑ ΧΩΡΙΣ ΑΛΚΟΟΛ

Η πρώτη μη αλκοολούχα μπίρα εμφανίστηκε στις Ηνωμένες Πολιτείες το 1919, λόγω της ποτοαπαγόρευσης. Κατά τη διάρκεια αυτής της περιόδου, το αλκοόλ ήταν εκτός νόμου από τη χώρα. Η κυβέρνηση αποφάσισε ότι το μεγαλύτερο ποσοστό οινόπνευματος που θα μπορούσε να έχει το ποτό είναι 0,5% αλκοόλ κατ 'όγκο (ABV). Ακόμα και σήμερα, αυτό εξακολουθεί να είναι το όριο για μη αλκοολούχα ποτά.

Είναι ενδιαφέρον ότι στους καταναλωτές άρεσε αυτή η μπίρα χωρίς οινόπνευμα. Όταν η Απαγόρευση τελείωσε πάνω από μια δεκαετία αργότερα, αυτή η μη αλκοολούχα

επιλογή παρέμεινε στην αγορά. Πολλά αμερικανικά brands δημιούργησαν λεπτές, ελαφριές μπίρες λόγω αυτής της προτιμήσεως των καταναλωτών.

ΠΩΣ ΠΑΡΑΓΕΤΑΙ Η ΜΠΥΡΑ ΧΩΡΙΣ ΑΛΚΟΟΛ

Το μεγαλύτερο μέρος της διαδικασίας για την παρασκευή αλκοολούχου και μη αλκοολούχου μπίρας είναι αρκετά παρόμοια. Και οι δύο τύποι μπίρας έχουν παρόμοια βήματα, όπως η παρασκευή ποτλού και η βράσιμο του ποτλού. Η ανάμειξη με ηυκίσκο και η ζύμωση συμβαίνει επίσης και στις δύο διαδικασίες. Η κύρια διαφορά είναι ότι στις μη αλκοολούχες μπίρες η μπίρα πρέπει να θερμανθεί.

Όταν ζεσταίνεται η μπίρα, το αλκοόλ αρχίζει να εξατμίζεται. Δυστυχώς για τους καταναλωτές μπίρας, αυτή η θερμότητα μπορεί να αλλιάξει τη γεύση της μπίρας που έχει υποστεί ζύμωση. Για να αποφευχθεί η αλλογή της γεύσης, ορισμένοι ζυθοποιοί χρησιμοποιούν απόσταση σε κενό αέρος. Αυτή η διαδικασία χρησιμοποιεί ένα κενό για να μειώσει το σημείο βρασμού του αλκοόλ όσο το δυνατόν περισσότερο. Αντί της θέρμανσης της μπίρας σε μεγάλη θερμοκρασία, η μπίρα φθάνει μόνο σε ανεκτή ζεστή θερμοκρασία. Αυτή η τεχνική συμβάλλει στη διατήρηση της γεύσης άθικτη, ενώ μειώνει την περιεκτικότητα σε αλκοόλ.

Τα τελευταία χρόνια, οι οινόπνευματοποιοί και οι ζυθοποιοί έχουν γίνει πιο δημιουργικοί στον τρόπο με τον οποίο αφαιρούν το οινόπνευμα. Μια δημοφιλής τεχνική είναι η χρήση αντιστροφής ώσμωσης. Αυτή η τεχνική σπρώχνει βασικά τη μπίρα μέσω του φίλτρου. Οι οπές στο φίλτρο είναι αρκετά μικρές ώστε μόνο το νερό, το αλκοόλ και λίγα πτητικά οξέα μπορούν πραγματικά να περάσουν από το φίλτρο. Μόλις γίνει αυτό, η αλκοόλη μπορεί να αποσταχθεί από το μίγμα αλκοόλης και ύδατος χρησιμοποιώντας τυποποιημένη απόσταση.

Εν τω μεταξύ, ένα σιρόπι ζάχαρης παραμένει ακόμα στην άλλη πλευρά του φίλτρου. Μόλις αποσταχθεί το αλκοόλ από το νερό, το υπόλοιπο νερό και τα οξέα επιστρέφουν στο σιρόπι που βρίσκεται στην αντίθετη πλευρά του φίλτρου. Κανένα από τα κύρια συστατικά και γεύσεις ποτέ δεν πρέπει να θερμανθεί σε αυτή τη διαδικασία. Εξαιτίας αυτού, η μπίρα που προκύπτει έχει ισχυρότερη, πιο φυσική γεύση. Αυτή η τεχνική απαιτεί καλύτερο εξοπλισμό και περισσότερες ώρες εργασίας, αλλά αποδίδει μερικά από τα καλύτερα αποτελέσματα.

Η διαδικασία της μπίρας δεν έχει τελειώσει ακόμα. Τώρα, η μη αλκοολούχα μπίρα φαίνεται και έχει γεύση σαν κανονική μπίρα. Το μόνο πρόβλημα είναι ότι είναι εντελώς επίπεδη σε γεύση.

Κανονικά, η αλκοολούχα μπίρα γίνεται ανθρακούχα καθώς ζυμώνεται. Η ζύμη μεταβολίζει τη ζάχαρη μέσα στην μπίρα για να δημιουργήσει περισσότερο αλκοόλ. Ως παραπροϊόν, δημιουργείται διοξείδιο του άνθρακα. Είναι το διοξείδιο του άνθρακα που προκαλεί την παραγωγή ανθρακούχας μπίρας.

Οι μη αλκοολούχες μπίρες είναι διαφορετικές. Ολόκληρος ο στόχος της διαδικασίας είναι να αποφευχθεί η ζύμωση και να περιοριστούν οι ζύμες. Εξαιτίας αυτού, μια μπίρα χωρίς οινόπνευμα δεν ζυμώνεται και δεν δημιουργεί φυσικούς μόλις εμφιαλωθεί. Στα περισσότερα ζυθοποιεία, ο ζυθοποιός εισάγει διοξείδιο του άνθρακα στο μπουκάλι. Αυτή η τεχνική είναι παρόμοια με ό, τι κάνουν οι κατασκευαστές σόδας για να δημιουργήσουν ανθρακούχα σόδα.

Υπάρχουν ορισμένοι κατασκευαστές που προσπαθούν να κάνουν την μπίρα τους πιο αυθεντική. Μπορούν να χρησιμοποιήσουν κάποια ζύμη εκκίνησης και επιπλέον ζάχαρη στις φιάλες έτσι ώστε η μπίρα να αρχίσει να ζυμώνεται. Αυτή η διαδικασία μπορεί να κάνει τη ζύμωση της μπίρας ευκολότερη, αλλά επίσης αυξάνει τα επίπεδα αλκοόλ. Εάν αυτό το βήμα γίνει εσφαλμένα, μπορεί επίσης να προκαλέσει έκρηξη των φιαλών.

TO COME BACK ΤΗΣ ΜΠΥΡΑΣ ΧΩΡΙΣ ΑΛΚΟΟΛ

Την τελευταία δεκαετία, η μπίρα χωρίς οινόπνευμα γνώρισε μια ανανεωμένη δημοτικότητα στην Ευρώπη, το Ηνωμένο Βασίλειο και τον Καναδά. Η νέα μανία είναι να δημιουργηθεί μια αλκοολούχο μπίρα που έχει την ίδια γεύση με την κανονική μπίρα. Οι καταναλωτές είναι πλέον σε θέση να απολαύσουν μια μη αλκοολούχα μπίρα που μοιάζει, έχει γεύσεις και μυρίζει σαν το αγαπημένο τους ποτό.

Στις Ηνωμένες Πολιτείες, υπάρχει ένας μύθος ότι οι μπίρες με υψηλό ABV είναι καλύτερες. Στην πραγματικότητα, μερικές από τις καλύτερες γερμανικές μπίρες έχουν ένα ABV μεταξύ 4 και 5 τοις εκατό. Όπως δείχνει το αυξανόμενο ενδιαφέρον για το μη αλκοολούχο ποτό της μπίρας, είναι απολύτως εφικτό να γίνουν εξαιρετικές μπίρες χωρίς αλκοόλ σε αυτά.

ΓΙΑΤΙ ΝΑ ΚΑΤΟΧΥΡΩΣΩ ΤΟ ΕΜΠΟΡΙΚΟ ΜΟΥ ΣΗΜΑ

Το εμπορικό σήμα είναι η «ταυτότητα» των υπηρεσιών και των προϊόντων σας και μπορεί να αποτελείται από οποιαδήποτε σημεία αρκεί να φέρει διακριτική δύναμη, να μπορεί, δηλαδή, να διακρίνει τα προϊόντα και τις υπηρεσίες σας από τα προϊόντα και τις υπηρεσίες άλλων επιχειρήσεων. Η σύνδεση του εμπορικού σας σήματος με την ποιότητα στο μυαλό των καταναλωτών και η άμεση συνειρμική παραπομπή αυτών στα ιδιαίτερα χαρακτηριστικά της επιχείρησής σας, που τη διακρίνουν από τις ανταγωνιστικές και σας δίνουν προβάδισμα στην αγορά, αποτελεί το άλφα και το ωμέγα για την εδραίωση, την προώθηση, την επέκταση και, εντέλει, την επιτυχία της επιχείρησής σας.

Το εμπορικό σήμα μιας επιχείρησης φέρει αυτοτελή αξία, αντανακλά την υπεραξία της επιχείρησης, είναι το πολυτιμότερο άυλο περιουσιακό της αγαθό και, πολλές φορές, αξίζει περισσότερο από οποιοδήποτε άλλο στοιχείο της επιχείρησης, πάγιο ή μη.

Εάν παίρνετε στα σοβαρά την επιχείρησή σας, καθώς και τον χρόνο και την ενέργεια που αφιερώνετε στην ανάπτυξή της, απαιτείται να προχωρήσετε στην κατοχύρωση του εμπορικού σας σήματος, προκειμένου να είστε σε θέση να απολαύετε της προστασίας που του παρέχει ο νόμος και να μη βρεθείτε προ εκπλήξεων βλέποντας ανταγωνι-

στές σας να οικειοποιούνται τη φήμη και την πελατεία που με κόπο χτίζετε, αλλά και προκειμένου να του προσδώσετε μεγαλύτερη αξία και να είστε σε θέση να εκμεταλλευτείτε οικονομικά το περιουσιακό σας αγαθό, παρέχοντας, λόγου χάρη, άδειες χρήσης σήματος, στήνοντας δίκτυα franchise κ.ο.κ. Το εξειδικευμένο δικηγорικό γραφείο εμπορικών σημάτων ΟΑ | YOUR TRADEMARK είναι στη διάθεσή σας, πάντα σε ετοιμότητα για να προστατεύσει με τον καλύτερο δυνατό τρόπο τα συμφέροντά σας, να σας παράσχει συμβουλές ανάλογα με τις ιδιαίτερες ανάγκες της επιχείρησής σας και να λύσει κάθε απορία σας με γνώση, υπευθυνότητα και διαφάνεια.



Ολίνα Ανδρουτσοπούλου
Ιδρύτρια & Γενική Διευθύντρια |
Νομική Σύμβουλος – Δικηγόρος LL.M |
Εξειδικευμένη Σύμβουλος IP

6936973490
2130441430

: info@oayourtrademark.gr
: www.oayourtrademark.gr



ΖΗΣΤΟ
ΔΙΨΑ
ΣΜΕΝΑ!!

Ενημέρωση

Η ΕΚΤ προειδοποιεί για νέες μεγάλες ανατιμήσεις στα τρόφιμα

Οι πληθωριστικές πιέσεις που προκαλούνται από τον πόλεμο στην Ουκρανία σημαίνουν ότι οι τιμές στα τρόφιμα θα συνεχίσουν να αυξάνονται στην ευρωζώνη και το 2023, εκτιμά η Ευρωπαϊκή Κεντρική Τράπεζα.

Η ΕΚΤ προειδοποιεί για νέες μεγάλες ανατιμήσεις στα τρόφιμα. Όχι τιμές των τροφίμων στην ευρωζώνη θα συνεχίσουν να αυξάνονται με ρυθμούς σχεδόν ρεκόρ για τουλάχιστον έναν ακόμη χρόνο, παρά τον σε μεγάλο βαθμό αυτόνομο αγροτικό τομέα, σύμφωνα με την Ευρωπαϊκή Κεντρική Τράπεζα.

Η ρωσική εισβολή έχει διαταράξει τον εφοδιασμό από την Ουκρανία και έχει οδηγήσει σε άνοδο την τιμή βασικών γεωργικών προϊόντων που εισάγονται από εκεί, όπως λιπάσματα, ζωοτροφές και ηλιέλαιο.

Έκθεση της ΕΚΤ την Τρίτη προειδοποίησε ότι αυτό αυξάνει τα κόστη για τους ευρωπαίους αγρότες και παραγωγούς τροφίμων πολύ πέρα από εκείνα που βασίζονται άμεσα στις εισαγωγές από την Ουκρανία ή τη Ρωσία - και είναι πιθανό να οδηγήσει σε ευρύτερες αυξήσεις στο τι πληρώνουν οι καταναλωτές για να αγοράσουν τρόφιμα.

Όπως μεταδίδουν οι Financial Times, αξιωματούχοι της ΕΚΤ τονίζουν στην έκθεση ότι ο πληθωρισμός των τροφίμων «αναμένεται να παραμείνει υψηλός τους επόμενους μήνες, παρά την ύπαρξη ορισμένων αντισταθμιστικών παραγόντων», όπως η αύξηση της εγχώριας παραγωγής ή η στροφή σε εναλλακτικές πηγές.



Στέλνοντας «σήμα» για άνοδο άνω του 40% στις τιμές χονδρικής για τα τρόφιμα, η κεντρική τράπεζα προέβλεψε ότι περαιτέρω πιέσεις τιμών θα επηρεάσουν τις τιμές των τροφίμων σε επίπεδο λιανικής στην ευρωζώνη τους επόμενους μήνες.

Το αυξανόμενο κόστος των λιπασμάτων, το οποίο εκτοξεύτηκε κατά 151% στην Ευρωπαϊκή Ένωση σε ετήσια βάση τον Απρίλιο, σημαίνει ότι οι τιμές των τροφίμων θα συνεχίσουν να αυξάνονται το 2023, δήλωσε η κεντρική τράπεζα.

Η coca cola μπαίνει δυνατά στην κατηγορία των προϊόντων Ready To Drink

Παγκόσμια συνεργασία της με την Brown Forman Corp., ιδιοκτήτη του Jack Daniel’s,

Σύμφωνα με τον Brandy Rand, COO Αμερικής στην IWSR, «τα RTD προϊόντα δεν κλέβουν μόνο μερίδιο από την μπίρα, αλλά προσελκύουν επίσης καταναλωτές οινόπνευματών ποτών σε αγορές όπως η Αυστραλία και το Ηνωμένο Βασίλειο, και όσους πίνουν μπλιτς στη Νότια Αφρική».

Πριν από λίγες ημέρες, η Coca Cola παρουσίασε το Jack Daniel's & Coca-Cola RTD. Γιατί μπαίνει δυνατά στην κατηγορία των προϊόντων Ready To Drink και τι προοπτικές έχει η κατηγορία.

Τι ψάχνει η Coca Cola στο αλκοόλ

Στις 13 Ιουνίου, η Coca Cola+0,75% ανακοίνωσε την παγκόσμια συνεργασία της με την Brown Forman Corp., ιδιοκτήτη του Jack Daniel’s, για την κυκλοφορία του Jack Daniel's & Coca-Cola RTD. Το προϊόν θα είναι διαθέσιμο μέχρι το τέλος του έτους στο Μεξικό, ενώ από το επόμενο έτος θα τοποθετηθεί σε περισσότερες αγορές, ανέφεραν στελέχη του αμερικανικού ομίλου στο Παγκόσμιο Συνέδριο Καταναλωτών της Deutsche Bank που πραγματοποιήθηκε στις 16 Ιουνίου.

Μέχρι στιγμής πάντως είναι άγνωστο πότε θα κυκλοφορήσει στην Ευρώπη και δη

στην Ελλάδα, κάτι που αναμένεται να γίνει μελλοντικά όπως άφησαν να εννοηθεί στελέχη της CCHBC με τα οποία επικοινωνήσε το Euro2day.gr. Ωστόσο τον τελικό λόγο έχει η The Coca Cola Company.

Η συνεργασία της Coca Cola με την Brown Forman στην παραγωγή κοινού προϊόντος συνδέεται με την απόφαση του πολυεθνικού κολοσσού να ενισχύσει το χαρτοφυλάκιό του, δήλωσε ο James Quincey, πρόεδρος και διευθύνων σύμβουλος της The Coca Cola Company.

Η παγκόσμια αγορά έτοιμων προς κατανάλωση ποτών (Ready To Drink, RTD) αυξήθηκε 26% το 2020 και 14% το 2021, σύμφωνα με την IWSR Drinks Market Analysis, μια εταιρεία έρευνας αγοράς για το αλκοόλ, όταν η παγκόσμια κατανάλωση όλων των αλκοολών αυξήθηκε κατά 3%.

Σύμφωνα με την IWSR Drinks Market Analysis, οι όγκοι πώ-



λησης των RTD ποτών αυξάνονται ταχύτερα από οποιοδήποτε άλλη μεγάλη κατηγορία ποτών από το 2018 και αναμένεται να αυξήσουν το μερίδιο αγοράς τους σε 8% έως το 2025 (από περίπου 4% το 2020). Η IWSR προβλέπει επίσης ρυθμό ανάπτυξης 15% έως το 2025 σε 10 αγορές (Αυστραλία, Βραζιλία, Καναδάς, Κίνα, Γερμανία, Ιαπωνία, Μεξικό, Νότια Αφρική, Ηνωμένο Βασίλειο και ΗΠΑ) που αντιπροσωπεύουν το 85% του συνόλου του όγκου πωλήσεων των RTD, σε σύγκριση με ανάπτυξη μόλις 1% της κατηγορίας αλκοολούχων ποτών την ίδια περίοδο.

Σύμφωνα με τον Brandy Rand, COO Αμερικής στην IWSR, «τα RTD προϊόντα δεν κλέβουν μόνο μερίδιο από την μπίρα, αλλά προσελκύουν επίσης καταναλωτές οινόπνευματών ποτών σε αγορές όπως η Αυστραλία και το Ηνωμένο Βασίλειο, και όσους πίνουν μπλιτς στη Νότια Αφρική».

Η Brown-Forman, με την οποία τόσο η The Coca Cola Company όσο και η HSBC συνεργάζονται εδώ και αρκετά χρόνια σε επίπεδο διανομής, φτιάχνει έτοιμα προς κατανάλωση κοκτέιλ από το 1994.

Η Coca Cola από την άλλη πλευρά κυκλοφόρησε το Lemon-Dou, το πρώτο της έτοιμο προς κατανάλωση αλκοολούχο ποτό, το 2018 στην Ιαπωνία, ενώ πρόσφατα, κυκλοφόρησε τα Toro Chico Hard Seltzer, Simply Spiked Lemonade και το Fresca Mixed.

Ο Khalil Younes, πρόεδρος αναδυόμενων κατηγοριών στην Coca Cola, περιέγραψε την προσπάθεια της εταιρείας για είσοδο σε αυτή την κατηγορία ως «πειραματισμό και εκμάθηση του αλκοόλ». «Ξέρουμε ότι θα απαιτηθεί προσπάθεια και υπομονή», είπε.

— — — — —

— — — — —

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.

εζα. Η μπίρα όπως πρέπει να είναι.

ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΖΥΘΟΠΟΙΑ ΑΤΑΛΑΝΤΗΣ

Απολαύστε υπεύθυνα

Νέα

Τα ποτά με χαμηλή περιεκτικότητα σε αλκοόλ αυξάνουν το μερίδιο αγοράς τους

Οι πωλήσεις των ποτών χωρίς αλκοόλ ή με χαμηλή περιεκτικότητα σε αυτό αυξάνονται με ραγδαίους ρυθμούς, σύμφωνα με μία νέα έκθεση της IWSR, μιας εταιρείας που ερευνά την αγορά.

Μάλιστα, η εταιρεία ανάληψης δεδομένων και πληροφοριών, η οποία εδρεύει στο Λονδίνο, παρακολουθεί εδώ και καιρό τις παγκόσμιες τάσεις στην αγορά του αλκοόλ και κυκλοφόρησε μια νέα μελέτη που εξετάζει τις πωλήσεις μπύρας, κρασιού και άλλων οινοπνευματωδών ποτών και προϊόντων που περιέχουν όμως μικρή ποσότητα ή και καθόλου αλκοόλ.

Σύμφωνα με την ίδια εταιρεία, η κατανάλωση αυτών των προϊόντων αναμένεται να αυξηθεί κατά 31% έως το 2024 σε 10 αγορές στις εξής χώρες: Αυστραλία, Βραζιλία, Καναδά, Γαλλία, Γερμανία, Ιαπωνία, Νότια Αφρική, Ισπανία, Ηνωμένο Βασίλειο και ΗΠΑ.

Αξίζει να σημειωθεί ότι συνολικά αυτές οι χώρες αποτελούν το 75% της παγκόσμιας κατανάλωσης ποτών με χαμηλή περιεκτικότητα σε αλκοόλ, σύμφωνα με τα όσα δηλώνει η IWSR.

Επιπλέον, η IWSR ορίζει ως μη αλκοολούχα τα είδη εκείνα της μπύρας, του μηλίτη, του κρασιού και των άλλων ποτών που περιέχουν συγκέντρωση αλκοόλης μικρότερη του 0,5%.

Εν τω μεταξύ, οι μπύρες χαμηλής περιεκτικότητας σε αλκοόλ και οι μηλίτες περιέχουν συγκέντρωση αλκοόλης η οποία κυμαίνεται μεταξύ του 0,5% και 3,5%, ενώ τα κρασιά χαμηλής περιεκτικότητας σε αλκοόλ αφορούν σε μία συγκέντρωση μικρότερη του 7,5%, σύμφωνα με την εταιρεία.

Μάλιστα, η Γερμανία θεωρείται η μεγαλύτερη και πιο ανεπτυγμένη αγορά όσον αφορά την μπύρα χωρίς

ή με χαμηλή περιεκτικότητα σε αλκοόλ, όπως δηλώνει η IWSR, αφού τα προϊόντα αυτά αποτελούν το 11,8% της συνολικής κατηγορίας μπύρας. Ωστόσο, η κατανάλωση των λιγότερο ισχυρών ποτών μειώθηκε κατά 5%

το 2020, καθώς οι καταναλωτές πραγματοποιήσαν λιγότερες επισκέψεις σε μπαρ και εστιατόρια εν μέσω της πανδημίας και του εγκλεισμού.

Ακόμη, η Ισπανία διαθέτει την αμέσως επόμενη πιο ανεπτυγμένη αγορά μπύρας, καθώς οι μπύρες χωρίς ή με χαμηλή περιεκτικότητα σε αλκοόλ αντιπροσωπεύουν το 10,6% της συνολικής κατηγορίας και αγο-

ράς μπύρας στην χώρα.

Βέβαια, στις ΗΠΑ, όπου τα ποτά χωρίς αλκοόλ εξακολουθούν να προσελκύουν τους καταναλωτές και οι προμηθευτές δεν έχουν ακόμη διεισδύσει πλήρως στο κανάλι αυτό, οι πωλήσεις όλων των ποτών χωρίς αλκοόλ και χαμηλής περιεκτικότητας σε αλκοόλ αυξήθηκαν περισσότερο από 30%, σύμφωνα με την IWSR. Μάλιστα, στο πλαίσιο του μη αλκοολούχου τμήματος μπύρας συγκεκριμένα, η IWSR αναφέρει ότι οι πωλήσεις των ΗΠΑ αυξήθηκαν κατά 34,8% και έφθασαν τα 1,7 δισεκατομμύρια δολλάρια το 2020.

Ο αριθμός αυτός είναι πολύ υψηλότερος από αυτά που ανέφερε και κοινοποίησε πρόσφατα η IRI, μία ακόμα εταιρεία έρευνας αγοράς, η οποία συλλέγει δεδομένα από μεγάλους λιανοπωλητές και εμπόρους. Έτσι, ενώ τα ακριβή στοιχεία πωλήσεων για τη μην αλκοολούχα μπύρα μπορεί να είναι δύσκολο να εξακριβωθούν έως στιγμής, ένα πράγμα είναι βέβαιο: η μη αλκοολούχα μπύρα στις ΗΠΑ εξακολουθεί να υστερεί

σε σχέση με πολλές άλλες ευρωπαϊκές χώρες λαμβάνοντας υπόψιν το μερίδιο αγοράς. Πιο συγκεκριμένα, οι πωλήσεις μπύρας χωρίς ή με χαμηλή περιεκτικότητα σε αλκοόλ αποτελούσαν μόλις το 1,9% της συνολικής κατηγορίας μπύρας στην Αμερική το 2020.

Ωστόσο, αυτή η συγκυρία εκτιμάται ότι θα αλλιάξει και η IWSR αναμένει ότι οι πωλήσεις της μπύρας αυτής της κατηγορίας θα αυξηθούν με ετήσιο ρυθμό αύξησης 9,7% στις ΗΠΑ έως το 2024. Φυσικά, μεγάλο μέρος αυτής της ανάπτυξης οφείλεται στους καταναλωτές των νεότερων γενεών και ειδικότερα τους millennials και τα άτομα της γενιάς Z που σήμερα αποτελούν το μεγαλύτερο τμήμα (42%) της αγοράς των ποτών και της μπύρας χωρίς αλκοόλ στην Αμερική.

Χάρη στην επένδυση στην κατηγορία από τους μεγάλους ζυθοποιούς, οι καταναλωτές γίνονται όλο και πιο εξοικειωμένοι και αποδέχονται πλέον την μπύρα χωρίς αλκοόλ ως ένα ποιοτικό προϊόν. Πραγματικά, αρκετές μεγάλες εταιρείες μπύρας-συμπεριλαμβανομένων της Anheuser-Busch InBev – Diageo και της Heineken έχουν πραγματοποιήσει τον τελευταίο καιρό σημαντικές επενδύσεις στην ανάπτυξη της μπύρας χωρίς αλκοόλ στις ΗΠΑ.

Η ακμάζουσα αγορά εναλλακτικών λύσεων για το αλκοόλ έχει προσελκύσει δεκάδες νέους παίκτες από τότε που ξεκίνησε να ταρακουνά την αγορά, ενώ σύμφωνα με μία δημοσκόπηση της Morning Consult που εκπονήθηκε το 2019, το 46% των ενηλίκων έχει δοκιμάσει μια μη αλκοολούχα μπύρα ή ένα αντίστοιχο κοκτέιλ. Η έρευνα της IWSR διαπίστωσε επίσης ότι το 58% των καταναλωτών ταλαντεύονται συχνά μεταξύ των κανονικών ποτών και των ποτών χωρίς αλκοόλ κατά την ίδια περίπτωση, δημιουργώντας ενδιαφέροντες συνδυασμούς με πολλαπλά οφέλη.

Εν τω μεταξύ, μόνο το 14% των καταναλωτών που συμμετείχαν στην δημοσκόπηση δήλωσαν ότι δεν πίνουν καθόλου αλκοόλ. Ακόμη, σύμφωνα με την IWSR, το 64% των καταναλωτών προτιμούν να πίνουν προϊόντα χωρίς ή με χαμηλή περιεκτικότητα σε αλκοόλ όταν χαλαρώνουν στο σπίτι, μία τάση που ενισχύθηκε ιδιαίτερα την περίοδο της πανδημίας. Είναι σαφές ότι η πανδημία έπαιξε έναν σημαντικό ρόλο στην ανάπτυξη της συγκεκριμένης αγοράς και μένει να δούμε τις εξελίξεις και μετά το πέρας της πανδημίας.

Roots Divino, τα πρώτα ελληνικά βερμούτ χωρίς αλκοόλ

Τα ποτά χωρίς αλκοόλ είναι μια κατηγορία που τα τελευταία χρόνια αναπτύσσεται σε παγκόσμιο επίπεδο. Οι εναλλακτικές προτάσεις για όσους θέλουν να πουν το ποτό τους χωρίς... να τα πουν -είτε γιατί αναζητούν ένα υγιεινό υποκατάστατο, είτε γιατί έχουν κάποια αλλεργία, είτε γιατί απλά δεν συμπαθούν ιδιαίτερα ή δεν «σηκώνουν» το αλκοόλ- πληθαίνουν. Η βιομηχανία του ποτού έχει υποδεχθεί αρκετά ενδιαφέροντα νέα προϊόντα από διάφορα σημεία του κόσμου, τα οποία πίνονται σκέτα, σε κοκτέιλ ή long drinks. Από προϊόντα απόσταξης που μοιάζουν με

τζιν μέχρι μη αλκοολούχες μπύρες. Στο alcohol-free πεδίο που ανοίγεται σε δημιουργικές λεωφόρους έχει μπει εδώ και λίγο καιρό και η ελληνική εταιρεία Roots, την οποία ίδρυσαν το 2003 τα αδέρφια Μάνος και Νικόλας Σμυρλάκης. Λάνσαρε πρόσφατα δυο νέες δημιουργίες, ιδανικές για... άκακα απεριτίφ. Δίπλα στα λικέρ, το Δίκταμο, το Ρακόμελο, τη Μαστίχα και την Κανέλα, ήρθαν να προστεθούν δύο «αθώα» (εξ ου και το γραφιστικό φωτοστέφανο στη φιάλη) νέα ποτά στη λογική των βερμούτ. Τα δυο Roots Divino έκαναν μια πρώτη εμφάνιση στο Athens Bar Show το Νοέμβριο του 2019 στο Γκάζι

αποσπώντας πολύ καλές κριτικές, στην αγορά όμως βγήκαν πριν από κάποιους μήνες. Φτιάχνονται στις πιστοποιημένες εγκαταστάσεις της ποτοποιίας στη Μυτιλήνη με γλυκό κρασί, που αρωματίζεται με βότανα και μπαχαρικά. Στη συνέχεια το αλκοόλ αφαιρείται μέσα από μια διαδικασία αντίστροφης όσμωσης. Γλυκόπικρα, με βοτανικό χαρακτήρα, τα δύο νέα ποτά έχουν ενδιαφέροντα αρωματικά προφίλ και λειτουργούν ωραία ως πρόλογος του γεύματος. Το Roots Divino Bianco είναι γοητευτικό στη μύτη, με κυρίαρχα τα αρώματα του δεν-

τρολίβανου, του θυμαριού και της ρίγανης, τα οποία στο στόμα συνδυάζονται με περγαμόντο και λουλουδάτα στοιχεία. Το Roots Divino Rosso, γλυκόπιτο και αυτό, με λίγο πιο τονισμένη την αίσθηση της πικράδας και λίγο περισσότερο σώμα, αρωματίζεται με αρτεμισία και γεντιανή. Με το που το δοκιμάζεις αισθάνεσαι αμέσως τα βότανα, μπλεγμένα με νότες μπαχαρικών και εσπεριδοειδών. Και το μεν και στο δε μπορείτε να τα σερβίρετε με τόνικ και πάγο – το πρώτο με μια φέτα λεμόνι και το δεύτερο με μια φέτα πορτοκάλι.

ΠΗΓΗ: www.ethnos.gr

**ΑΚΟΛΟΥΘΗΣΕ
ΤΗΝ ΑΛΕΠΟΥ**
#FOLLOWTHEFOX

ΜΗΛΟ ΚΛΕΦΤΗΣ
ΜΗΛΙΤΗΣ

ΜΗΛΟ ΚΛΕΦΤΗΣ
ΜΗΛΙΤΗΣ
ΜΕ ΚΕΡΑΣΙ

ΜΗΛΙΤΗΣ
4,5%
ΑΛΚΟΟΛ

**ΝΕΑ ΓΕΥΣΗ
ΜΕ ΚΕΡΑΣΙ**

ΜΗΛΟ ΚΛΕΦΤΗΣ
ΜΗΛΙΤΗΣ
4,5%

ΜΗΛΟ ΚΛΕΦΤΗΣ
ΜΗΛΙΤΗΣ
4,5%

Απολαύστε υπεύθυνα

Επιστήμη

Μικροκάψουλες; Καλή όρεξη!

Νομίζετε ότι τρώτε γιαούρτι, πίτσα, λουκάνικα; Νομίζετε ότι πίνετε αναψυκτικά, γάλα; Σύμφωνα, έτσι είναι... Μαζί με αυτά τα προϊόντα ωστόσο είναι πολύ πιθανό να καταναλώνετε μεγάλη ποσότητα από -αθώες- μικροκάψουλες που όλο και περισσότερο εδραιώνουν τη θέση τους στη βιομηχανία τροφίμων. Ποιος είναι ο στόχος τους; Να «φυλακίσουν» γεύσεις που έχουν την τάση να ξεθυμαίνουν, να «κρύψουν» άλλες γεύσεις που είναι δυσάρεστες, να «συγκρατήσουν» την αδόμαστη μαγιά όσο αυτή βρίσκεται στο ράφι του σουπερμάρκετ, να προστατεύσουν ένζυμα και βιταμίνες προτού φθάσουν στο στομάχι μας ή να εισαγάγουν προβιοτικά φάρμακα (με τη μορφή βακτηριδίων ή μυκήτων) κατευθείαν στο έντερό μας. Είναι δύσκολο να καταλάβετε αν ένα τρόφιμο περιέχει μικροκάψουλες. Οι περισσότερες από αυτές είναι τόσο μικρές που δεν φαίνονται με γυμνό οφθαλμό και ποτέ δεν αναφέρονται στις ετικέτες... Βρίσκονται όμως παντού: στη ζύμη για πίτσα, στις σάλτσες, στα έτοιμα γλυκά που περιμένουν ψήσιμο, στα προμαγειρεμένα φαγητά, στα αναψυκτικά, στις τσίκλες, στα γιαούρτια, στη σκόνη για το βρεφικό γάλα, στο ρευστό γάλα εμπλουτισμένο με ωμέγα-3... Η απόκρυψη μιας γεύσης χρήσιμου συστατικού που είναι όμως δυσάρεστο στη γεύση είναι η αιτία παρου-



σίας μιας σειράς από μικροκάψουλες στο γάλα. Τα βρεφικά γάλατα έχουν συχνά προσθήκη σιδήρου και εκείνα που απευθύνονται σε ενηλίκους είναι εμπλουτισμένα με αντιοξειδωτικές ουσίες που πάλι έχουν απωθητική γεύση. Χαρακτηριστικό παράδειγμα το ωμέγα-3 που προέρχεται από ιχθυέλαιο και η γεύση του θυμίζει την προέλευσή του... Άλλο συστατικό που απαιτεί φυλάκιση σε μικροκάψουλες, είναι η μαγιά που χρησιμοποιείται στην έτοιμη ζύμη για πίτσες και γλυκά. Αν την άφηνε κανείς σε ελεύθερη κατάσταση, θα κινδύνευε να «φουσκώσει» μέσα στη συσκευασία με μια μικρή αλλαγή στη θερμοκρασία ή στις συνθήκες συντήρησης. Κλεισμένη σε μικροκάψουλες συμπεριφέ-

ρεται πειθήνια ώσπου να μπει στο φούρνο. Στην έτοιμη πίτσα που θέλει ζέσασμα υπάρχουν μικροκάψουλες που συγκρατούν τη γεύση των μπαχαρικών. Οι κάψουλες αυτές διαρρηγνύονται μόνο σε υψηλή θερμοκρασία, αφήνοντας να κυκλοφορήσει η πικάντιση γεύση - γεύση που αλλιώς θα χανόταν, θα είχε τελείως ξεθυμάνει. Γεύσεις παγιδευμένες σε μικροκάψουλες αλλά και σε μεγαλύτερες κάψουλες βρίσκουμε και στις τσίκλες. Οι παγιδευμένες γεύσεις απελευθερώνονται με το μάσημα. Όσο περισσότερες κάψουλες τόσο περισσότερο διαρκεί η γεύση της τσίκλας, πόσο μάλλον που αρώματα σαν της μέντας είναι ιδιαίτερα πτητικά... Στα αναψυκτικά οι υδρόφιλες μικροκάψουλες αποτε-

λούν το μέσο που επιτρέπει την ομοιόμορφη κατανομής υδρόφοβων αρωμάτων στη μάζα του υγρού. Σε ποικιλία τροφίμων οι βιομηχανίες επιλέγουν την παρασκευή τους από αφυδατωμένη πρώτη ύλη σε μορφή σκόνης που είναι φθηνότερη στη μεταφορά και στην αποθήκευση. Οι μικροκάψουλες είναι εδώ απαραίτητες για τη διατήρηση των γεύσεων και των αρωμάτων. Στα αλλαντικά και στα τυριά πολλές βιομηχανίες μειώνουν τον χρόνο ωρίμανσης χρησιμοποιώντας μικροκάψουλες με οξέα (που κανονικά παράγονται από μικροοργανισμούς). Το είδος της μικροκάψουλας διαφέρει από τροφή σε τροφή. Άλλες αποτελούνται από σάκχαρα, άλλες από

Φόρτιση των κινητών δις το έτος

Σε αυτό ακριβώς στοχεύουν ερευνητές του Πανεπιστημίου της Αλμπέρτα στον Καναδά, οι οποίοι κατασκεύασαν ένα μικροτσιπ που μειώνει 100 φορές τις απαραίτητες μεταβολές κατά τη διαδικασία μετατροπής της ανθρώπινης φωνής στο αντίστοιχο ψηφιακό σήμα.



Η διαδικασία αυτή είναι εξαιρετικά ενεργοβόρος και εν πολλοίς υπεύθυνη για τις αλλεπάλληλες φορτίσεις των κινητών μας τηλεφώνων. Το νέο μικροτσιπ των καναδών ερευνητών ανοίγει την όρεξη στις κατασκευαστριες εταιρείες κινητών τηλεφώνων, που ελπίζουν να προσφέρουν στις συσκευές τους μεγαλύτερη αυτονομία.

Μονωτικά τζάμια που φωτίζουν και ζεσταίνουν το νερό



Ένα νέο είδος τζαμιού που μονώνει, φωτίζει καλύτερα και είναι σε θέση να τροφοδοτεί τους θερμοσίφωνες προτείνει στην ευρωπαϊκή αγορά η γαλλογερμανική εταιρεία Robinsun. Σύμφωνα με τους κατασκευαστές τους, τα τζάμια πάχους 35 mm μονώνουν την κατοικία τόσο από το χειμερινό ψύχος όσο και από τη θερινή ζέστη, διοχετεύοντας παράλληλα την ενέργεια που περισσεύει από την πρόσληψη ηλιακής ακτινοβολίας στα συ-

στήματα θέρμανσης του νερού (θερμοσυσσωρευτές ή καλοριφέρ). Ταυτόχρονα η κατά 40% διαφανής επιφάνεια των νέων τζαμιών καταφέρνει να κατανέμει με τόσο καλό τρόπο το φως στο εσωτερικό του σπιτιού, ώστε να μειώνεται η ανάγκη χρήσης τεχνητού φωτισμού. Οι κατασκευαστές εκτιμούν ότι το κέρδος μιας οικίας από τη χρήση ενός τετραγωνικού μέτρου τέτοιου τζαμιού αντιστοιχεί σε ενέργεια 500 kW τον χρόνο. Η τιμή του τετραγωνικού μέτρου είναι γύρω στα 450 ευρώ.



Φυσικό Μεταλλικό Νερό
Βίκος®
Ζαγορακιώρια

 Vikos
 VikosOfficial

www.water.gr 


Βίκος®
Φυσικά Μεταλλικά Αναψυκτικά



Τα μόνα με
Φυσικό Μεταλλικό Νερό.

Mas αφορούν

Τα νέα του ΕΣΠΑ

Εγκρίθηκε από την Ευρωπαϊκή Επιτροπή το Πρόγραμμα «Ψηφιακός Μετασχηματισμός»

Εγκρίθηκε από την Ευρωπαϊκή Επιτροπή το Πρόγραμμα «Ψηφιακός Μετασχηματισμός» συνολικού προϋπολογισμού 913 εκατ. ευρώ, το οποίο σχεδιάστηκε στο πλαίσιο του ΕΣΠΑ 2021-2027, με στόχο «μία εξυπνότερη Ευρώπη μέσω της προώθησης του καινοτόμου και έξυπνου οικονομικού μετασχηματισμού, καθώς και της περιφερειακής ψηφιακής διασυνδεσιμότητας».

Το Πρόγραμμα «Ψηφιακός Μετασχηματισμός» θα συμβάλει ουσιαστικά στην οικοδόμηση της «Ψηφιακής Ελλάδας» μέσω της προώθησης του οικονομικού μετασχηματισμού της χώρας, δίνοντας έμφαση στην αξιοποίηση και την ενσωμάτωση των τεχνολογιών αιχμής, αλλά και υπηρετώντας τη στρατηγική επιλογή για την ενίσχυση των ψηφιακών δεξιοτήτων.Το Πρόγραμμα «Ψηφιακός Μετασχηματισμός» κινείται πάνω σε τρεις βασικούς στρατηγικούς άξονες:

τον ψηφιακό μετασχηματισμό του Δημοσίου Τομέα με συνολικό προϋπολογισμό 400 εκατ. ευρώ

την ενίσχυση της ψηφιακής συνδεσιμότητας με ευρυζωνική πρόσβαση υψηλών ταχυτήτων όπου προβλέπεται να διατεθούν επιπλέον 400 εκατ. ευρώ

την ανάπτυξη των ψηφιακών δεξιοτήτων με χρηματοδότηση ύψους 113 εκατ. ευρώ.

Οι στόχοι των δράσεων που θα υλοποιηθούν στο πλαίσιο του ΕΠ «Ψηφιακός Μετασχηματισμός» είναι:

Η παροχή σε πολίτες και επιχειρήσεις, καινοτόμων δημόσιων ψηφιακών υπηρεσιών και εφαρμογών, οι οποίες θα διασφαλίζουν τις αρχές της προ-



στασίας των προσωπικών δεδομένων και της προσβασιμότητας και του καθολικού σχεδιασμού, ώστε να είναι φιλικές για όλους χωρίς εξαιρέσεις και αποκλεισμούς

Η διασφάλιση της διαλειτουργικότητας των ψηφιακών συστημάτων και υπηρεσιών, ώστε να ενισχυθεί περαιτέρω η Ενιαία Ψηφιακή Πύλη του Δημοσίου, το gov.gr

Η ανάπτυξη ψηφιακών πλατφορμών για την υποστήριξη της επιχειρηματικής δραστηριότητας

Η ανάπτυξη υποδομών νέφους και κέντρων δεδομένων υψηλής διαθεσιμότητας φιλικών προς το περιβάλλον

Η επέκταση των σημείων ασύρματης πρόσβασης και η ολοκλήρωση του Δικτύου Δημοσίου Τομέα

Η εξασφάλιση της συνδεσιμότητας υπερυψηλών ταχυτήτων με την εγ-

κάταση δικτύων οπτικών ινών

Η ενίσχυση της «Εθνικής Ακαδημίας Ψηφιακών Ικανοτήτων» και της «Εθνικής Συμμαχίας για τις Ψηφιακές Δεξιότητες και την Απασχόληση» με βασικούς στόχους την ενδυνάμωση των ψηφιακών δεξιοτήτων τόσο των εργαζομένων σε δημόσιο και ιδιωτικό τομέα, όσο και του γενικού πληθυσμού, την εξοικείωση συνολικά των πολιτών με τις ψηφιακές υπηρεσίες και την ενδυνάμωση εργαζομένων μέσης και υψηλής ψηφιακής ωριμότητας σε θέματα αξιοποίησης και διαχείρισης καινοτόμων ψηφιακών τεχνολογιών και κυβερνοασφάλειας.

Αξίζει να σημειωθεί ότι σημείο αναφοράς για την υλοποίηση του Προγράμματος «Ψηφιακός Μετασχηματισμός» είναι η Βίβλος Ψηφιακού Μετασχηματισμού 2020-2025, όπου αποτυπώνονται οι κα-

τευθυντήριες αρχές, το μοντέλο διακυβέρνησης και υλοποίησης, αλλά και οι στρατηγικοί άξονες του ψηφιακού μετασχηματισμού.

Η επιτυχής υλοποίηση του σχεδιασμού του Προγράμματος «Ψηφιακός Μετασχηματισμός» πραγματοποιήθηκε στο πλαίσιο της συνεργασίας του Υπουργού Επικρατείας και Ψηφιακής Διακυβέρνησης Κυριάκου Πιερρακάκη και του Υφυπουργού Ανάπτυξης και Επενδύσεων Γιάννη Τσακίρη, με την καθοριστική συμβολή των Γενικών Γραμματέων Δημοσίων Επενδύσεων και ΕΣΠΑ Δημήτρη Σκάγκου και Ψηφιακής Διακυβέρνησης και Απλούστευσης Διαδικασιών Λεωνίδα Χριστόπουλου, ο οποίος και συντόνισε την Ομάδα Χάραξης Πολιτικής του Υπουργείου Ψηφιακής Διακυβέρνησης.

Πάνω από το στόχο τα φορολογικά έσοδα Έρχονται νέα μέτρα στήριξης

Πάνω από τους στόχους κινούνται τα φορολογικά έσοδα φέτος το καλοκαίρι όπως επιβεβαίωσε ο υπουργός Οικονομικών Χρήστος Σταϊκούρας, ο οποίος σημείωσε πως ο πρόσθετος δημοσιονομικός χώρος θα επιστραφεί και πάλι προς τους πολίτες.

Ο Χρήστος Σταϊκούρας σε συνέντευξή του στο ΑΠΕ-ΜΠΕ, τόνισε πως και τον Ιούνιο τα έσοδα θα είναι πάνω από τον στόχο για λόγους που σχετίζονται με την καλή πορεία της οικονομίας, την αυξημένη κατανάλωση και την καλύτερη -έναντι των προβλέψεων- πορεία του τουρισμού.

Ο κ. Σταϊκούρας ανέφερε τα μέτρα για το 2023 (που εξήγγειλε και ο πρωθυπουργός στη Βουλή) και πρόσθεσε ότι «από 'κει και πέρα, η κυβέρνηση, μετά την ολοκλήρωση της συνταγματικής θητείας της, θα θέσει στην κρίση των πολιτών τον σχεδιασμό της για την επόμενη τετραετία, ο οποίος, αφού μπήκαμε στο τελευταίο έτος, θα αρχίσει να ξεδιπλώνεται».

Σχετικά με μια ενδεχόμενη νέα έξοδο στις αγορές, ο υπουργός ανέφερε ότι σταθερή επιδίωξη είναι η συστηματική επικοινωνία της χώρας με τις αγορές, εάν είναι μάλιστα εφικτό – ανάλογα με τις συνθήκες στις διεθνείς αγορές – με το χαμηλότερο κόστος δανεισμού. Πρόσθεσε, δε, ότι αυτό μπορεί να προκύπτει με τη συμβολή εξωγενών παραγόντων, όπως είναι οι αποφάσεις της ΕΚΤ, ωστόσο, κυρίως, οφείλεται στην εφαρμοζόμενη οικονομική πολιτική.



Ενώ, για την πορεία του πληθωρισμού, εκτίμησε ότι, σε πανευρωπαϊκό επίπεδο, «θα αποκλιμακώνεται τα επόμενα χρόνια, αλλά δεν θα μας εγκαταλείψει. Έχει και ορισμένα δομικά χαρακτηριστικά, που αποκτούν μονιμότερο χαρακτήρα».

Είπε ακόμη: Η έξοδος της χώρας από το καθεστώς ενισχυμένης εποπτείας, στο οποίο εισήλθε – μόνη στην Ευρώπη – το 2018, σηματοδοτεί την επιστροφή στην ευρωπαϊκή κανονικότητα και, μαζί με την πρόωρη εξόφληση των δανείων από το Διεθνές Νομισματικό Ταμείο και την άρση των κεφαλαιακών περιορισμών, κλείνει ένα δύσκολο κεφάλαιο για την Ελλάδα.

Χάρη στη σκληρή και μεθοδική δουλειά της κυβέρνησης, αλλά και – πρωτίστως – στις πολύχρονες θυσίες της ελληνικής κοινωνίας, επιτυγχάνεται ένας ακόμη μεγάλος εθνικός στόχος, που θα έχει θετικό αντίκτυπο στις αγορές, τους επενδυτές και τους οίκους αξιολόγησης.

Σταθερή επιδίωξή μας είναι η συστηματική επικοινωνία της χώρας με τις αγορές, αν είναι μάλιστα εφικτό – ανάλογα με τις συνθήκες στις διεθνείς αγορές – με το χαμηλότερο κόστος δανεισμού. Αυτό μπορεί να προκύπτει με τη συμβολή εξωγενών παραγόντων, όπως είναι οι αποφάσεις της Ευρωπαϊκής Κεντρικής Τράπεζας στο πλαίσιο της διατήρησης ευνοϊκών χρηματοδοτικών συνθηκών για τα κράτη – μέλη της ευρωζώνης. Ωστόσο, κυρίως, αυτό οφείλεται στην εφαρμοζόμενη οικονομική πολιτική. Πολιτική που βασίζεται στο τρίπτυχο της εφαρμογής μιας υπεύθυνης δημοσιονομικής πολιτικής, της υλοποίησης διαρθρωτικών αλλαγών και της άσκησης διορατικής εκδοτικής στρατηγικής.

ΥΓΕΙΑ

Εγγραφή σε Οικογενειακό Ιατρό

Οικογενειακός ια-
τρός είναι μια νέα,
δωρεάν λειτουργία
του ΕΣΥ. Αποτελεί το πρώ-
το σημείο επαφής του ατό-
μου με το Εθνικό Σύστημα
Υγείας και μεταξύ άλλων
λειτουργεί ως σύμβουλος
υγείας και πλοηγός του σε
αυτό. Στο πλαίσιο της υπο-
χρεωτικής εγγραφής του
πληθυσμού σε Οικογενει-
ακό Ιατρό (Γενικό Ιατρό ή
Παθολόγο, Παιδίατρο), σας
ενημερώνουμε ότι έχετε αυ-
τόματα αντιστοιχισθεί και πρέπει να
υποβάλετε αίτηση εγγραφής σε δια-
θέσιμο Οικογενειακό Ιατρό της επι-
λογής σας.



ποίησης (π.χ Δελ-
τίο Ταυτότητας)
αιτούντος.
•Φωτοαντίγραφο
Εγγράφου Από-
δειξης Διεύθυνσης
Κατοικίας ή σχετι-
κή υπεύθυνη δή-
λωση (πρωτότυ-
πη).
Ειδική Περίπτω-
ση: Για αίτηση δια-
νόμιμου αντιπρο-
σώπου απαιτείται:
•Βεβαίωση Οικο-
γενειακής κατάστασης από την οποία
να προκύπτει ο βαθμός συγγένειας ή
•Φωτοαντίγραφο Εγγράφου δικαστι-
κής απόφασης ορισμού δικαστικού
συμπαραστάτη ή
•Φωτοαντίγραφο Εγγράφου απονο-
μής της επιμέλειας.
Μετά την παρέλευση τριμήνου από
την υποβολή της αίτησης, η διαδικα-
σία εγγραφής ολοκληρώνεται αυτό-
ματα από το σύστημα, ανάλογα με τη
διαθεσιμότητα του Οικογενειακού
Ιατρού που έχει επιλεγεί.
Επισημαίνεται ότι:
•Μπορείτε να αλλάξετε Οικογενει-
ακό Ιατρό μόνο μετά την παρέλευση
εξαμήνου από την εγγραφή σας.
•Μπορείτε να προγραμματίζετε επι-
σκέψεις μόνο στον Οικογενειακό Ια-
τρό στον οποίο έχετε εγγραφεί.
•Για δωρεάν επίσκεψη σε συμβεβλη-
μένο με τον ΕΟΠΥΥ ιατρό άλλης ει-
δικότητας πρέπει να ακολουθήσετε
τη διαδικασία της παραπομπής από
τον Οικογενειακό Ιατρό.

ταξύ των διαθέσιμων. Διαθέσιμοι θε-
ωρούνται οι Οικογενειακοί Ιατροί, οι
οποίοι παρέχουν υπηρεσίες εντός του
Δήμου που έχει δηλωθεί στο βήμα 2
και οι οποίοι δεν έχουν συμπληρώσει
το εκ του νόμου ανώτατο όριο πληθυ-
σμού ευθύνης.
4.Υποβολή της ηλεκτρονικής αίτησης.
5.Εκτύπωση της αίτησης.
Για να υποβάλετε την αίτησή σας σε
οποιαδήποτε δομή Πρωτοβάθμιας
Φροντίδας Υγείας χρειάζεστε ένα
ταυτοποιητικό έγγραφο και να γνωρί-
ζετε τον ΑΜΚΑ σας. Το προσωπικό
θα ζητήσει τα στοιχεία σας για να
ολοκληρώσει την αίτηση και θα κλη-
θείτε να επιλέξετε Οικογενειακό Ια-
τρό από τους διαθέσιμους. Στο τέλος
θα σας παραδώσει την ηλεκτρονικά
υποβληθείσα αίτηση.
Η εγγραφή ολοκληρώνεται με την
παράδοση της αίτησης στον Οικογε-
νειακό Ιατρό που αναγράφεται στην
αίτηση, μαζί με:
•Φωτοαντίγραφο Εγγράφου Ταυτο-

γενειακής κατάστασης από την οποία
να προκύπτει ο βαθμός συγγένειας ή
•Φωτοαντίγραφο Εγγράφου δικαστι-
κής απόφασης ορισμού δικαστικού
συμπαραστάτη ή
•Φωτοαντίγραφο Εγγράφου απονο-
μής της επιμέλειας.
Μετά την παρέλευση τριμήνου από
την υποβολή της αίτησης, η διαδικα-
σία εγγραφής ολοκληρώνεται αυτό-
ματα από το σύστημα, ανάλογα με τη
διαθεσιμότητα του Οικογενειακού
Ιατρού που έχει επιλεγεί.
Επισημαίνεται ότι:
•Μπορείτε να αλλάξετε Οικογενει-
ακό Ιατρό μόνο μετά την παρέλευση
εξαμήνου από την εγγραφή σας.
•Μπορείτε να προγραμματίζετε επι-
σκέψεις μόνο στον Οικογενειακό Ια-
τρό στον οποίο έχετε εγγραφεί.
•Για δωρεάν επίσκεψη σε συμβεβλη-
μένο με τον ΕΟΠΥΥ ιατρό άλλης ει-
δικότητας πρέπει να ακολουθήσετε
τη διαδικασία της παραπομπής από
τον Οικογενειακό Ιατρό.

ΔΙΑΤΡΟΦΙΚΑ TIPS

Μπανάνα: Πλούσια σε κάλιο, που καθαρώνει τα αιμοφόρα
αγγεία και βοηθάει στην αποβολή του υπερβολικού νατρίου
από τον οργανισμό.
Μαύρη σοκολάτα: Όταν καταναλώνεται με μέτρο μπορεί
να ανακουφίσει από τα συμπτώματα της χρόνιας κόπωσης.
Πλήρη τυριά: Αυτά τα τυριά έχουν πολλή θερμίδες και
πολύ αλάτι και αν δεν καταναλώνονται με μέτρο ανεβάζουν
την αρτηριακή πίεση. Όμως ένα μικρό κομμάτι τυρί μετά
από κάθε κύριο γεύμα συμβάλλει στην πρόληψη της τερη-
δόνας και στην αναδόμηση της αδαμαντίνης των δοντιών.
Αλάτι: Το ξέρετε ότι αν μειώσετε το επεξεργασμένο αλάτι
κατά το ήμισυ θα χάσετε κατευθείαν 2 κιλά;
Καφές: Ο καφές βοηθά στην πρόληψη εκδήλωσης σακχαρώδη
διαβήτη.
Σπανάκι: Το σπανάκι μειώνει την πίεση αίματος και βελτιώνει
την κυκλοφορία.
Κόκκινο κρασί: Το κόκκινο κρασί (με μέτρο) μειώνει ως και
50% τον κίνδυνο εγκεφαλικού.
Ξηροί καρποί: Παρόλο που έχουν πολλή θερμίδες προκαλούν
αίσθημα κορεσμού, με κατανάλωση μικρής ποσότητας κα-
θημερινά.
Αυγά: Όταν καταναλώνονται για πρωινό βοηθούν να χάσετε
περισσότερο βάρος και περισσότερο λίπος
Μανιτάρια: Τα μανιτάρια portobello έχουν πιο πολλή αντιο-
ξειδωτικά (υψηλότερο σκορ ORAC, που είναι δείκτης
μέτρησης της αντιοξειδωτικής ισχύος) από τις ντομάτες, τα
φασοθήκια και τα καρότα.
Ρόκα: Είναι εξαιρετική πηγή φυτοθεραπευτικών ουσιών με το-
νωτικές, διουρητικές, αντιφλεγμονώδεις και αφροδισιακές
ιδιότητες.
Δημητριακά ολικής αλέσεως: Τα δημητριακά ολικής αλέσεως
είναι πλούσια σε φυτικές ίνες και μειώνουν κατά 20% τον
κίνδυνο για καρκίνο παχέως εντέρου.
Μουστάρδα: Η καυτερή μουστάρδα επιταχύνει τον μετα-
βολισμό 15% για περίπου δύο ώρες.

Έλληνες συνταξιούχοι: Οι φτωχότεροι και οι γηραιότεροι στην Ευρωζώνη

Αποκαλυπτικά είναι τα στοιχεία του Υπουργείου
Εργασίας (ΗΔΙΚΑ/«ΗΛΙΟΣ») για τον μήνα
Απρίλιο 2022 και αποτελούν μία αποστομοτική
απάντηση στους δανειστές και τους Έλληνες
μνημονιακούς πολιτικούς και επιστήμονες, που
ακόμη και σήμερα επιμένουν ότι στην Ελλάδα
οι συνταξιούχοι συνεχίζουν να λαμβάνουν υψηλές
κατά μέσο όρο συντάξεις.
Τα επίσημα στοιχεία του ΥΠΕΚΑΚΑ διαψεύ-
δουν και όσους τα τελευταία χρόνια αναληθώς
υποστήριζαν (προκειμένου να περικόψουν τις
συντάξεις και να αυξήσουν τα όρια ηλικίας) ότι
δήθεν οι Έλληνες και οι Ελληνίδες βγαίνουν
πολύ νωρίτερα στη σύνταξη σε σχέση με τους
άλλους ευρωπαίους πολίτες.
Η γενικευμένη «συνταξιοδοτική φτώχεια» («pen-
sion poverty») είναι συνέπεια των μνημονιακών
περικοπών, καθώς και της απαγόρευσης της
αύξησης των συντάξεων («πάγωμα» αυξήσεων)
μέχρι τον Δεκέμβριο του 2022, σύμφωνα με τον
ν. 4475/2017 (άρθρο 3), που δυστυχώς διατηρή-
θηκε σε ισχύ με τον νόμο Βρούτση 4670/2020
(άρθρο 25 παρ. 4).
Ειδικότερα, σύμφωνα με τα τελευταία επίσημα
στοιχεία (Απρίλιος 2022) του Υπουργείου Ερ-
γασίας (ΗΔΙΚΑ/ΗΛΙΟΣ):
1.Οι Έλληνες συνταξιούχοι, οι φτωχότεροι της
Ευρωζώνης
Από τα σχετικά στοιχεία προκύπτει ότι:
α) συντάξεις έως 700 ευρώ μεικτά (658 ευρώ
καθαρά) λαμβάνουν 1.106.809 συνταξιούχοι
(45,2% επί του συνόλου 2.450.433)!
β) συντάξεις έως 600 ευρώ μεικτά (564 ευρώ
καθαρά) λαμβάνουν 909.232 συνταξιούχοι
(37,1%)!
γ) συντάξεις έως 500 ευρώ μεικτά (470 ευρώ
καθαρά) λαμβάνουν 655.333 συνταξιούχοι
(26,8%)!
Οι νέες συντάξεις με βάση τους νόμους Κα-
τρούγκαλου και Βρούτση (ν.4387/2016 και



4670/2020) δημιουργούν μαζί νέα «συντα-
ξιούχους-πένητες» («poor pensioners»)
2. Οι ελληνικές συντάξεις, οι χαμηλότερες στην
ΟΝΕ.
Αναφορικά με το ύψος των συντάξεων, όπως
προκύπτει από τα παρατιθέμενα στοιχεία:
α) η μέση κύρια σύνταξη έχει πέσει στα 746,06
ευρώ μεικτά (701,30 ευρώ καθαρά) και είναι η
χαμηλότερη σε ΟΛΕΣ τις χώρες της ΟΝΕ,
β) η μέση επικουρική σύνταξη ανέρχεται στα
194,34 ευρώ μεικτά (182,67 ευρώ καθαρά),
γ) το μέσο μέρισμα ανέρχεται στα 102,92 ευρώ
μεικτά (96,74 ευρώ καθαρά)!
Επίσης από τη μελέτη των επιμέρους στοιχείων
ανά ηλικία προκύπτει ότι οι συντάξεις των
νέων σε ηλικία συνταξιούχων είναι οι χαμηλό-
τερες, αφού αφορούν κυρίως συντάξεις λόγω
θανάτου (συζύγων και κυρίως τέκνων) και ανα-
πηρίας (λόγω εργατικού ατυχήματος ή επαγ-
γελματικής ασθένειας).
Χαρακτηριστικό είναι το στοιχείο, σύμφωνα με
τον οποίο, ο μέσος όρος των οφφανικών συντά-
ξεων είναι 338,14 ευρώ μεικτά (317,85 ευρώ

καθαρά) και ο
μέσος όρος των
συντάξεων χη-
ρείας 589,90
ευρώ μεικτά
(554,50 ευρώ
καθαρά)!
3. Οι Έλληνες
συνταξιούχοι, οι
γηραιότεροι
στην Ευρώπη!
Όπως προκύ-
πτει από τα
στοιχεία της
ίδιας Έκθεσης,
στο συνολικό
πλήθος συνταξιούχων (2.450.433 για τον Απρίλιο
του 2022), το 92,2% είναι άνω των 60 ετών και
μόνο το 7,8% είναι κάτω των 60 ετών (χήρες-
ορφανά)!
Τα παραπάνω στοιχεία διαψεύδουν αποστο-
μοτικά τους μνημονιακούς πολιτικούς και δια-
νοουμένους, οι οποίοι επικαλούνται τη δημο-
γραφική γήρανση του ελληνικού πληθυσμού και
το πρόβλημα του δημογραφικού εν γένει (που
αυτοί δημιούργησαν), προκειμένου να εφορμή-
σουν και να μειώσουν δραστικά, για πολλοστή
φορά, τις συντάξεις!
4. Η Ελλάδα, η χώρα με τα μεγαλύτερα όρια
συνταξιοδότησης στην ΕΕ
Η κατάσταση αυτή θα επιδεινωθεί τα προσεχή
χρόνια, καθώς η χώρα μας από 1-1-2022 κατέχει
τη θλιβερή «πρωτιά» με τα μεγαλύτερα γενικά
όρια συνταξιοδότησης ανδρών και γυναικών
ανάμεσα σε όλες τις χώρες της ΕΕ, αφού κα-
ταργήθηκαν όλες οι πρόσφατες συνταξιοδοτήσεις,
πλην ελαχίστων εξαιρέσεων (βαρέα-μητέρες-
πατέρες χήροι ανίκανων προς βιοπορισμό τέ-
κνων) και εφαρμόζεται υποχρεωτικά ο νόμος

του γ' Μνημονίου (ν.4336/2021, υποπαρ. Ε3,
σελ. 982-984).
5. Γενίκευση της «συνταξιοδοτικής φτώχειας»
(«pension poverty») από το 2030 και μετά.
Από την παράθεση των παραπάνω στοιχείων
με τις διάφορες κατανομές (γεωγραφική, ηλι-
κιακή, φύλου, εθνικότητας κ.λπ.) του πλήθους
των συνταξιούχων που μοναδικό σκοπό έχουν
τη σύγχυση και την παραπλάνηση, μετά τα πα-
ραπάνω αναμφισβήτητα στοιχεία καθίσταται
παιδίλο ότι, στην «μεταμνημονιακή» (όπως
αρκετοί πολιτικοί και εύπιστοι διανοούμενοι
διατείνονται) Ελλάδα, έχουμε έκρηξη της «συν-
ταξιοδοτικής φτώχειας» («pension poverty»)
στην Ελλάδα!!
Η γενικευμένη «συνταξιοδοτική φτώχεια» («pen-
sion poverty») είναι αποτέλεσμα τόσο των μνη-
μονιακών περικοπών, όσο και της απαγόρευσης
της αύξησης των συντάξεων («πάγωμα» αυξή-
σεων) μέχρι τον Δεκέμβριο του 2022, σύμφωνα
με τον ν. 4475/2017 (άρθρο 3), που δυστυχώς
διατηρήθηκε σε ισχύ με τον νόμο Βρούτση
4670/2020 (άρθρο 25 παρ. 4).
Δυστυχώς, οι νέες συντάξεις με βάση τον ν.
4670/2020, που διατηρεί, θαρραλίζει και ενισχύει
θεσμικά τον νόμο Κατρούγκαλου 4387/2016,
δημιουργούν μαζί νέα «συνταξιούχους πέ-
νητες» («poor pensioners»)!
Αν δεν καταργηθούν οι διατάξεις των νόμων
Βρούτση και Κατρούγκαλου (4670/2020 και
4387/2016) που ορίζουν ότι το ύψος των μελ-
λοντικών συντάξεων θα εξαρτάται από τις απο-
δοχές-εισφορές ολόκληρου του εργασιακού
βίου(!), τότε η μέση σύνταξη μετά το 2030 θα
ανέρχεται στα 450-500 ευρώ! .
Γι' αυτό είναι ανάγκη η συνταξιοκτόνα αυτή
ρήτρα των νόμων Βρούτση – Κατρούγκαλου να
καταργηθεί!
Πηγή: Αλέξης Μητρόπουλος, καθηγητής ΕΚΠΑ

Η νέα ιστοσελίδα της ΕΔΕΟΠ: www.edeop.gr υπό κατασκευή

Συνάδεῖφοι εγγραφείτε ὅλοι για να ενισχύσουμε τον κῆδο

Το Διοικητικό Συμβούλιο αποφάσισε την δημιουργία νέας σύγχρονης ιστοσελίδας (portal), όπου θα εγγράφονται τα μέλη μας και θα αποστέλλεται ό,τι νέο υπάρχει (προσφορές, νέα κλπ) στα e-mail τους. Επίσης θα υπάρχει δυνατότητα να υποβάλλονται ερωτήματα που θα απαντώνται από εντεταλμένο ὄργανο της ΕΔΕΟΠ. Στις προθέσεις του νέου Δ. Σ. είναι και η δημιουργία βιβλιοθήκης με τους τρέχοντες τιμοκατάλογους όλων των εταιρειών όπου οι ενδιαφερόμενοι θα λαμβάνουν γνώση

αφού εγγραφούν και λάβουν τους σχετικούς κωδικούς. Η ΕΔΕΟΠ ΑΘΗΝΩΝ επιθυμεί αυτό το site που θα ενημερώνεται καθημερινά να γίνει ένα σύγχρονο εργαλείο της αγοράς για όλους τους συναδέλφους και ήδη το υλοποιεί ταχύτατα. Για την ενημέρωση των συναδέλφων δημοσιεύουμε την πρόοδο της κατασκευής της ιστοσελίδας ώστε οποιοσδήποτε επιθυμεί να καταθέσει τις απόψεις του να τις αποστείλει στο email: edeopath@gmail.gr

Γιατί δεν χρησιμοποιούμε πια ελληνικές λέξεις;

Έχουμε τόσο ωραία και πλούσια γλώσσα, που είναι απορίας άξιο γιατί συνήθως χρησιμοποιούμε ξένες λέξεις και εκφράσεις στο καθημερινό μας λεξιλόγιο.

Γιατί έχει επικρατήσει η ιδεοληψία, πως αν μεταχειριστούμε την ξένη λέξη θα προκαλέσουμε καλύτερη εντύπωση και ο λόγος μας θα γίνει πιο πειστικός; Πρόκειται άραγε για σύμπλεγμα κατωτερότητας; Θεωρούμε εκσυγχρονισμό την καθημερινή μας συνεννόηση σε αμερικανο-ελληνικά ή γαλλο-ελληνικά κλπ, διεκδικώντας παγκόσμια πρωτοτυπία. Ποιος άλλος λαός (του οποίου η γλώσσα διδάσκεται σε σχολεία και πανεπιστήμια του εξωτερικού) προσπαθεί να εξαφανίσει τον γλωσσικό του πλούτο; Και σ' αυτό (δυστυχώς) είμαστε μοναδικοί. . . Προτιμούμε, για παράδειγμα, να λέμε (και το χειρότερο, να γράφουμε!):

Πρεστίζ	αντί	Κύρος
Καριέρα	αντί	Σταδιοδρομία
Ίματζ	αντί	Εικόνα
Σαμποτάζ	αντί	Δολιοφθορά
Γκλάμουρ	αντί	Αίγλη / λάμψη
Μίτινγκ	αντί	Συνάντηση
Κουῆ	αντί	Ψύχραιμος
Τιμ	αντί	Ομάδα
Πρότζεκτ	αντί	Έργο / μελέτη
Ντιζάιν	αντί	Σχέδιο
Τάιμινγκ	αντί	Συγχρονισμός
Σπόνσορας	αντί	Χρηματοδότης / χορηγός
Τσεκάρω	αντί	Ελέγχω
Μοντάρω	αντί	Συναρμολογώ
Ρισκάρω	αντί	Διακινδυνεύω
Σνομπάρω	αντί	Περιφρονώ / υποτιμώ

Υπάρχουν εκατοντάδες παραδείγματα σαν κι αυτά. Τόσες υπέροχες ελληνικές λέξεις, μένουν στα γλωσσικά ερμάρια (ντουλάπια), γιατί ξεχάσαμε (κάποιοι ίσως δεν έμαθαν ποτέ), πώς και πού να τις χρησιμοποιούμε για να αποδώσουν τα νοήματα όπως πρέπει. . . Δυστυχώς το αρμόδιο Ελληνικό Υπουργείο, μαζί με το «Παιδαγωγικό Ινστιτούτο», όχι μόνο δεν ενδιαφέρονται για τη διατήρησή, με την κατάλληλη διδασκαλία της Ελληνικής γλώσσας, αλλά κάνουν τα πάντα για την διάβρωσή της.

*Από τον Ανδρέα Τσαγκάρη[Οργανισμός για την Διάδοση της Ελληνικής Γλώσσας]

ΔΙΑΤΡΟΦΙΚΗ ΑΝΕΠΑΡΚΕΙΑ

Από την αρχή του πολέμου στην Ουκρανία ένας φόβος υπήρχε στην ελληνική κοινωνία. Μην τυχόν και έρθουμε αντιμέτωποι με άδεια ράφια. Μην υπάρξουν, δηλαδή, ελλείψεις τροφίμων στη χώρα μας. Έπρεπε να έρθει ἄλλη μία μεγάλη κρίση προκειμένου να συνειδητοποιήσουμε πόσο εξαρτημένη είναι η χώρα μας από εισαγόμενα προϊόντα διατροφής. Και όμως, το κλίμα, το έδαφος, τα μέσα υπάρχουν για να έχουμε, όπως ήεene οι ειδικοί, καταπληκτικά, ζηηευτά και κυρίως αρκετά προϊόντα. Εισάγουμε σχεδόν τα πάντα από αυτά που αποκαλούνται βασικά, ήτοι: μαλακό σάρι (κατά 80%), που είναι η πρώτη ύλη για το ψωμί, χοιρινό και μοσχαρίσιο κρέας (κατά 65% και 80% αντίστοιχα), κοτόπουλο (κατά 50%), γαλακτοκομικά (εισάγουμε σχεδόν τόσο αγελαδινό γάλα όσο παράγουμε), κίτρινα τυριά, ζωοτροφές, όπως σόγια και καθαμπόκι, λαχανικά, πατάτες, ξηρούς καρπούς. «Ελλειμματική» είναι η παραγωγή μας στο κριθάρι, τα ημεόνια, τα όσπρια (φασόλια, ρεβίθια, φακές), τη ζάχαρη. Γιατί όμως να εισάγουμε κρεμμύδια από την Τουρκία ή ημεόνια από το Ισραήλ και να μην τα παράγουμε στη χώρα μας; Έρευνα του Οικονομικού Πανεπιστημίου έδειξε ότι η βασική αιτία είναι ότι είμαστε η πιο ακριβή χώρα της Μεσογείου, δηλαδή με πολύ υψηλό κόστος παραγωγής. Για να έχουμε ένα ηολικό κέρδος, θα πρέπει να πουλήσουμε στη διπλάσια τιμή – και παραπάνω ακόμα – τα προϊόντα μας. Είναι δυνατόν; Όχι. Έχουμε την ατυχία ήες οι χώρες της Μεσογείου – και πιο πέρα ακόμη – να εμφανίζουν τεράστιες διαφορές στο κόστος παραγωγής των προϊόντων με αποτέλεσμα να... πνίγουν κυριολεκτικά την εγκώρια παραγωγή και αγορά! Για παράδειγμα, αν ο Έλληνας παραγωγός δώσει το ήαδι του 2 ευρώ το κιλό, δεν βγαίνει, βάζει και από την τσέπη του, ενώ ο Τυνήσιος, ο Αιγύπτιος κ.ήπ. στα 2 ευρώ είναι ευτυχής! Τα αναλυτικά στοιχεία για μερικά από τα πιο σημαντικά είδη διατροφής είναι εντυπωσιακά: 1. Σε ό,τι έχει να κάνει με τα ημεόνια, το 2020 σε επίπεδο χώρας εισαγάγαμε: 15.663.352 κιλά από την Αργεντινή, 6.611.161 από την Τουρκία, 5.687.918 κιλά από την Ιταλία κ.ο.κ. Ακόμα και από τη ...Γερμανία και την Αήβανία, εισάγουμε ημεόνια!



2. Μεγάλες όμως είναι οι εισαγωγές της Εήηάδας και σε νωπά ήήα, σύμφωνα με τα στοιχεία της ΕΛΣΤΑΤ. Πιο αναλυτικά, το 2020 η Εήηάδα εισήγαγε 18.204.993 κιλά με αξία 15.352.017 ευρώ από χώρες όπως είναι η Χιλή, η Ιταλία, η Γερμανία, ακόμα και η...Ρωσία! 3. Όσον αφορά το γάλα, οι αριθμοί δείχνουν ότι η εγκώρια παραγωγή αγελαδινού γάλακτος δεν φτάνει ούτε για «ζήτω» με βάση τις ανάγκες της ελληνικής οικονομίας, όπως αποδεικνύεται στη συνέχεια. Άρα, το εύηολο ερώτημα είναι αν ήήο αυτό το γάλα που ήανσάρεται ως ελληνικό είναι πράγματι ελληνικό. Κι αν δεν είναι, τότε γιατί φέρνει το ελληνικό ήήμα και, επομένως, πού είναι οι ηλεγκτικοί μηχανισμοί να κάνουν τον ρόλο τους πράξη... Σύμφωνα ήοιπόν με τεήευταία στοιχεία, η εγκώρια παραγωγή αγελαδινού γάλακτος φήανει τους 600.000 τόνους περίπου. Από αυτούς οι 330.000 τόνοι γίνονται φρέσκο παστεριωμένο γάλα, οι 70.000 τόνοι γάλα υψηλής παστερίωσης και οι 200.000 τόνοι ήευκά τυριά. Από την ήήηη, οι ανάγκες της εσωτερικής αγοράς σε γάλα και σε μεταποιημένα προϊόντα ανήρχονται σε 1,5 εκατ. τόνους (ήριν από την κρίση οι ανάγκες ανήρχονταν σε 1,8 εκατ. τόνους). Με βάση ήοιπόν τα παραπάνω αποτεήεί ερώτημα η προήεευση 900.000 τόνων και το πού ακριβώς χρησιμοποιείται αυτή η ποσότητα. Η ζάχαρη αποτεήεί ήήο ένα κραυγαήέο παράδειγμα: Στην Εήηάδα τόσο οι καήήιεργούμενες εκτάσεις όσο και ο αριθμός των τευτήοπαραγωγών βαίνουν διαρκώς μειούμενα εδώ και τουήάχιστον 15 χρόνια, όταν προχώρησε η αναθεώρηση της Κοινής Αγροτικής Πολιτικής και τέθηκε η ποσώτωση στην παραγωγή των κρατών – μεήών της Ε.Ε. (158.702 τόνοι στην περίπτωση της χώρας μας). Συγκεκριμένα, από 409.000 στρέμματα καήήιεργήσιμης γης και 20.336 τευτήοπαραγωγούς το 2002, η Εήηάδα έφτασε να καήήιεργεί ήέρυσι μόλις 57.911 στρέμματα και να ήέει μόνο 2.133 παραγωγούς. Αποτέήεσμα: Η Εήηάδα μόνο το 2020 πραγματοποιήσε εισαγωγές 334,2 τόνων ζάχαρης, η οποία προήήθε κυρίως από τη Σερβία, το Βέήγιο, τη Γερμανία και τον Μαυρίκιο.

ΠΗΓΗ: ΤΟ ΠΟΝΤΙΚΙ