



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 390  
ΑΡ. ΦΥΛΛΟΥ 448  
ΜΑΪΟΣ 2023  
ΚΩΔΙΚΟΣ: 011505

**Η νέα ιστοσελίδα της ΕΔΕΟΠ:**  
**www.edeop.gr** είναι έτοιμη  
Συνάδελφοι εγγραφείτε όλοι  
για να ενισχύσουμε τον κλάδο



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 υπάρχει δυνατότητα να υποβάλλονται ερωτήματα που θα απαντώνται από εντεταλμένο όργανο της ΕΔΕΟΠ.

Ηδη άρχισε να δημοσιεύεται βιβλιοθήκη με τους τρέχοντες τιμοκατάλογους όλων των εταιρειών όπου οι ενδιαφερόμενοι 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

# Η γιορτή της Πεντηκοστής

## Στις 11 Ιουνίου στη Πάρνηθα

Μετά από τέσσερα ολόκληρα χρόνια θα γίνει επιτέλους η καθιερωμένη γιορτή της πεντηκοστής που για πάρα πολλά χρόνια ανελλιπώς, ουσιαστικά δηλαδή από τη ίδρυση του σωματίου παρατίθεται προς τιμήν των μελών της Ε.Δ.Ε.Ο.Π και τα μέλη των συνεργαζομένων εταιρειών.



Κατόπιν αυτού :

Το Δ.Σ. της ΕΔΕΟΠ Αθηνών προσκαλεί τα μέλη της Ένωσής μας με τις οικογένειές τους καθώς και τα στελέχη των συνεργαζομένων εταιρειών στην καθιερωμένη γιορτή της Πεντηκοστής που θα πραγματοποιηθεί στις 11 Ιουνίου 2023, ημέρα Κυριακή στη ταβέρνα ΒΛΑΧΟΣ, 19 χλμ. Λεωφ. Πάρνηθος, τηλ. 210-2463762.

θα τεηλεστεί αρτοκλασία στις 12.00 το μεσημέρι και στη συνέχεια θα παρατεθεί γεύμα.



Όπως και τις προηγούμενες χρονιές έτσι και φέτος, στο περιθώριο της γιορτής οι πρατηριούχοι θα βρουν την ευκαιρία να συσφίξουν τις σχέσεις τους και να συζητήσουν τα προβλήματά τους, ενώ παράλληλα θα ανταλλάξουν απόψεις και με τους προσκεκλημένους τους: τους ανθρώπους των εταιρειών.

**ΓΕΜΙΖΑΝ ΤΑ ΜΑΓΑΖΙΑ ΣΕ ΑΘΗΝΑ ΚΑΙ ΘΕΣΣΑΛΟΝΙΚΗ ΜΕ ΝΟΘΕΥΜΕΝΟ ΑΛΚΟΟΛ - ΠΕΡΙΣΣΟΤΕΡΑ ΑΠΟ 500.000 ΤΑ ΜΠΟΥΚΑΛΙΑ "ΜΠΟΜΠΕΣ"**

Στη σελίδα 2

**Γιατί ένα Website είναι σημαντικό για την επιχείρησή μας;**



Στη σελίδα 4

**Η ΑΓΟΡΑ ΕΝΕΡΓΕΙΑΣ ΣΗΜΕΡΑ ΣΤΗ ΧΩΡΑ ΜΑΣ**



Στη σελίδα 12

**Πρατηριούχε, απέδειξε έμπρακτα ότι σε ενδιαφέρει η πορεία του κλάδου, συσπειρώσου λοιπόν στην ΕΔΕΟΠ Αθηνών για να επιτύχουμε τους στόχους μας**

## Ενημέρωση

# ΓΕΜΙΖΑΝ ΤΑ ΜΑΓΑΖΙΑ ΣΕ ΑΘΗΝΑ ΚΑΙ ΘΕΣΣΑΛΟΝΙΚΗ ΜΕ ΝΟΘΕΥΜΕΝΟ ΑΛΚΟΟΛ - ΠΕΡΙΣΣΟΤΕΡΑ ΑΠΟ 500.000 ΤΑ ΜΠΟΥΚΑΛΙΑ "ΜΠΟΜΠΕΣ"

Τα ακριβά μπουκάλια που άνοιγαν σε κέντρα διασκέδασης της Αθήνας και της Θεσσαλονίκης, έκρυβαν... "υγρό πυρ" από τη Βουλγαρία. Τα ποτά- "μπόμπες" βρέθηκαν μέχρι και σε μεγάλο live club στην Ιερά Οδό. Μέσα σε ένα μόλις χρόνο, τα μέλη της "μαφίας" που εξαρθρώθηκε πριν από λίγες ημέρες από την Διεύθυνση Οικονομικής Αστυνομίας, είχαν διοχετεύσει στην ελληνική αγορά περισσότερα από 500.000 μπουκάλια με νοθευμένο αλκοόλ.

Τουλάχιστον 20.000 ακόμα φιάλες με ποτά "μπόμπες" εντοπίστηκαν, "καμουφλαρισμένες" με επώνυμες ετικέτες, έτοιμες να πλημμυρίσουν μπαρ, κλαμπ, εστιατόρια, κάβες, μίνι μάρκετ, την περίοδο των εορτών, θέτοντας σε κίνδυνο την υγεία των καταναλωτών. Πίσω από το δίκτυο νοθείας που είχε απλώσει τα πλοκάμια του σε κάθε γωνιά της χώρας, κρύβονται περισσότερα από 30 άτομα, έχουν συλληφθεί 21, ενώ αρκετά μέλη της οργάνωσης παραμένουν ακόμα αταυτοποιητά ενδεχομένως συνεχίζοντας την επικίνδυνη δράση τους.

## Δύο "νοθευμένα" δρομοβόγια την εβδομάδα

Τα αμφιβόλου προελεύσεως αλκοολούχα ποτά, "ταξίδευαν" από τη Βουλγαρία προς την Ελλάδα δύο φορές κάθε εβδομάδα. Τα μέλη της εγκληματικής οργάνωσης, φρόντιζαν με μεθοδικό τρόπο να τα κρύβουν ανάμεσα σε νόμιμα προϊόντα, τα οποία μετέφεραν τα φορτηγά που περνούσαν τα σύνορα. Για αυτό ακριβώς το λόγο πάντοτε οι παλέτες δεν ήταν περισσότερες από 6 σε κάθε δρομολόγιο, έτσι ώστε να μπορούν να περνούν "απαράτηρητες" σε περίπτωση ελέγχου.

Την παράνομη εισαγωγή είχε αναλάβει ο 49χρονος αρχηγός της "μαφίας", ο οποίος παραλάμβανε το αλκοόλ με δικά του φορτηγά. Ερχόταν σε επικοινωνία με τα μέλη της οργάνωσης στη γειτονική χώρα και φρόντιζε πάντοτε το σημείο συνάντησης για τη μεταφόρτωση να είναι κρυμμένο και απόμερο, για να μην υπάρχουν "περιέργα" βλέμματα. Τις περισσότερες φορές, χρησιμοποιούσαν περιφραγμένα πάρκινγκ κοντά στην Εθνική Οδό. Από εκεί οι φιάλες, κατέληγαν στις αποθήκες του κυκλώματος και μετά την επεξεργασία, έπαιρναν τον δρόμο για τα νυχτερινά μαγαζιά, τους χώρους εστίασης, τα μίνι μάρκετ και τις κάβες.

## Πηλάντες επώνυμες ετικέτες

Τρεις αποθήκες νοθευμένων ποτών σε Αττική και Εύβοια, χρησιμοποίησε η εγκληματική οργάνωση, όπως διαπίστωσαν τα στελέχη της Οικονομικής Αστυνομίας, που είχαν θέσει υπό παρακολούθηση τα μέλη της, έπειτα από ανώνυμη

καταγγελία.

Στη Νέα Αρτάκη, φρόντιζαν να αποθηκεύουν προσωρινά τις φιάλες που στη συνέχεια κατέληγαν στους άλλους δύο χώρους του κυκλώματος, στου Ρέντη και στη Μεταμόρφωση. Εκεί οι συλληφθέντες, αφαιρούσαν τις βουλγαρικές ετικέτες και τοποθετούσαν με ειδικά μηχανήματα τις πλαστές ελληνικές. Όταν τελικά το αλκοόλ κατέληγε στην αγορά, οι καταναλωτές πίστευαν ότι πληρώνουν... ακριβά, επώνυμα ποτά, παραλάμβαναν όμως... "μπόμπες" με επικίνδυνες συνέπειες για την υγεία τους.

Κατά τις έρευνες της αστυνομίας στις αποθήκες που είχαν μετατραπεί σε εργαστήρια παραποίησης, εντοπίστηκαν 50.000 ετικέτες αλκοολούχων ποτών, κάθε λογής. Οι εταιρίες παραγωγής των συγκεκριμένων επωνύμων ποτών κλήθηκαν να εξετάσουν τις ετικέτες και επιβεβαίωσαν αμέσως στις αρχές ότι πρόκειται για... πλαστογραφία. Ενδεικτικό του μεγέθους της δράσης της "μαφίας" της νοθείας, είναι το γεγονός ότι οι αστυνομικοί που παρακολουθούσαν τις κινήσεις των συλληφθέντων στις δύο αποθήκες της Αττικής, διαπίστωσαν τουλάχιστον 10 διακινήσεις νοθευμένων ποτών μέσα σε ένα μόλις μήνα. Από τις συνολικά 60 παλέτες με αλκοόλ αμφιβόλου ποιότητας που πέρασαν παράνομα το συγκεκριμένο διάστημα στην Ελλάδα, το δημόσιο στερήθηκε 434.000 ευρώ.

## "Μπόμπες" σε club της Ιεράς Οδού

Συνολικά 12 από τα νοθευμένα ποτά της εγκληματικής οργάνωσης, εντόπισαν οι αρχές σε γνωστό νυχτερινό club με ζωντανή μουσική στην Ιερά Οδό, έπειτα από έλεγχο που πραγματοποίησαν τον περασμένο Μάρτιο. Πρόκειται για ένα από τα δεκάδες μαγαζιά της Αθήνας που είχαν προμηθευτεί το αλκοόλ από τη Βουλγαρία. Το... "πελατολόγιο" της "μαφίας" είχε δημιουργήσει ένας 60χρονος άνδρας από την Αττική, που συνελήφθη κατά την επιχείρηση της Αστυνομίας στα τέλη του περασμένου μήνα. Ήταν παράλληλα υπεύθυνος της αποθήκης του Ρέντη, "εισπράκτορας" και αρχηγικό μέλος σε μια από τις υποομάδες που είχαν αναλάβει την προμήθεια των ποτών στους ενδιαφερόμενους.

Οι αστυνομικοί εντόπισαν το νοθευμένο αλκοόλ σε μπαρ, κάβες, μίνι μάρκετ, σε σπίτια αλλά και σε τουλάχιστον 6 αποθηκευτικούς χώρους σε Αθήνα και Θεσσαλονίκη. Συνολικά βρέθηκαν και κατασχέθηκαν 19.558 φιάλες αλκοόλ με



τους διαφυγόντες δασμούς και φόρους των ποτών να ξεπερνούν τις 200.000 ευρώ.

## Από τη Θεσσαλονίκη μέχρι την Ηλεία

Νόμιμα με ... μεταφορικές εταιρείες έστειλαν το νοθευμένο αλκοόλ από την Αττική στη Θεσσαλονίκη, τα μέλη της εγκληματικής οργάνωσης, αφού πρώτα αντικαθιστούσαν τις βουλγαρικές ετικέτες. Μια από τις υποομάδες είχε αναλάβει την διακίνηση στα μαγαζιά της Αθήνας και μια δεύτερη σε αυτά της βόρειας Ελλάδας και της Θεσσαλονίκης.

Η κάθε ανεξάρτητη ομάδα είχε δικό της, χωριστό, δίκτυο πελατών με κάβες και νυχτερινά μαγαζιά. Τα ποτά από τη Βουλγαρία είχαν φτάσει και νοτιότερα, μέχρι το... νομό Ηλείας. Ήταν τέτοια η οργάνωση του δικτύου, που ο κάθε αγοραστής του νοθευμένου προϊόντος είχε γνώση για το πότε γινόταν η αντικατάσταση της ετικέτας, για να μπορεί να δρομολογήσει την παραγγελία. Για την παραλαβή και τη διακίνηση υπήρχαν μεσάζοντες, ενώ όλες οι συναλλαγές από τις αποθήκες γίνονταν με μετρητά. Τα χρήματα κατέληγαν στην τσέπη του δόχρονου "εισπράκτορα", ο οποίος με αυτά προχωρούσε στην... ανέγερση πολυκατοικίας στο Παλαιό Φάληρο.

Η αστυνομία αναζητά συνεργάτες των συλληφθέντων που ενδέχεται να συνεχίζουν την παράνομη δραστηριότητα και μέχρι στιγμής δεν έχουν ταυτοποιηθεί. Την ίδια ώρα γίνεται έλεγχος για να απομακρυνθούν όλα τα νοθευμένα ποτά από την αγορά.

# Χρυσός: Υποχωρεί η τιμή του

Υποχωρεί με γοργό ρυθμό η τιμή του χρυσού μετά την ανακοίνωση των προσλήψεων, οι οποίες ήταν περισσότερες από το αναμενόμενο, μετριάζοντας τις προσδοκίες για μείωση των επιτοκίων από την Ομοσπονδιακή Τράπεζα των ΗΠΑ.

Ο χρυσός σημείωσε απώλειες της τάξης του 1,8% στα 2.015,20 δολάρια η ουγγιά αλλά σημείωσε άνοδο 1,3% σε επίπεδο εβδομάδας, αφού εκτινάχθηκε στα 2.072,19 δολάρια την Πέμπτη, λίγο πιο κοντά στο υψηλό ρεκόρ των 2.072,49 δολαρίων, αφού η Ομοσπονδιακή Τράπεζα των ΗΠΑ άφησε να εννοηθεί ότι ο κύκλος των αυξήσεων μπορεί να τελειώσει. Τα αμερικανικά συμβόλαια μελλοντικής εκπλήρωσης υποχώρησαν κατά 1,6% στα 2.022,50 δολάρια. Όμως τα κέρδη αυτά αντιστράφηκαν γρήγορα, καθώς οι εργοδότες στις ΗΠΑ αύξησαν τις προσλήψεις τον Απρίλιο, αυξάνοντας παράλληλα τους μισθούς.

«Τα στοιχεία δεν θα οδηγήσουν τη Fed σε αύξηση των επιτοκίων τον Ιούνιο, αλλά πιθανότατα θα υπενθυμίσουν στους οπαδούς της μείωσης των επιτοκίων να κατασταλάξουν λίγο και αυτό

πιέζει τον χρυσό, που ως επένδυση δεν έχει απόδοση όπως τα ομόλογα» εξηγεί στο Reuters ο Ται Wong, ανεξάρτητος trader μετάλλων με έδρα τη Νέα Υόρκη. Επίσης, επιβαρύνοντας τον χρυσό, οι αποδόσεις των 10ετών κρατικών ομολόγων αυξήθηκαν μετά τα στοιχεία για τις θέσεις εργασίας.

«Όσον αφορά το μέλλον, κάθε οικονομικό στοιχείο που υποδεικνύει επιβράδυνση της αμερικανικής οικονομίας και επομένως μειώσεις επιτοκίων μεσοπρόθεσμα και μακροπρόθεσμα είναι πιθανό να στηρίξει την τιμή του χρυσού. Αντίθετα, οι θετικές εκπλήξεις είναι πιθανό να επιβαρύνουν τις τιμές, σημειώνει ο Alexander Zumpf, έμπορος πολύτιμων μετάλλων στην Heraeus. Η προσοχή επίσης των επενδυτών είναι στραμμένη στον τραπεζικό τομέα των ΗΠΑ και το ανώτατο όριο του αμερικανικού χρέους. «Αν δούμε περαιτέρω πανικό γύρω από το ανώτατο όριο χρέους ή τις αμερικανικές τράπεζες, κρατηθείτε, καθώς φοβάμαι ότι η αντίδραση των τιμών θα μπορούσε να γίνει δυσάρεστη γύρω από αυτά τα υψηλά και να τιμωρήσει τους ταύρους και τις αρκούδες», εξηγεί ο Matt Simpson, ανώτερος αναλυτής αγοράς στην City Index, προειδοποιώντας ότι σε «περιόδους έντονης πίεσης, όλες οι αγορές, συμπεριλαμβανομένης κι αυτής του χρυσού, μπορεί να κινηθούν πτωτικά»

Το ασήμι σημείωσε απώλειες της τάξης του 1,8% στα 25,59 δολάρια η ουγγιά, η πλατίνα σημείωσε άνοδο 2,1% στα 1.060,61 δολάρια, ενώ το παλλάδιο κέρδισε 2,7% στα 1.487,69 δολάρια.

## 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

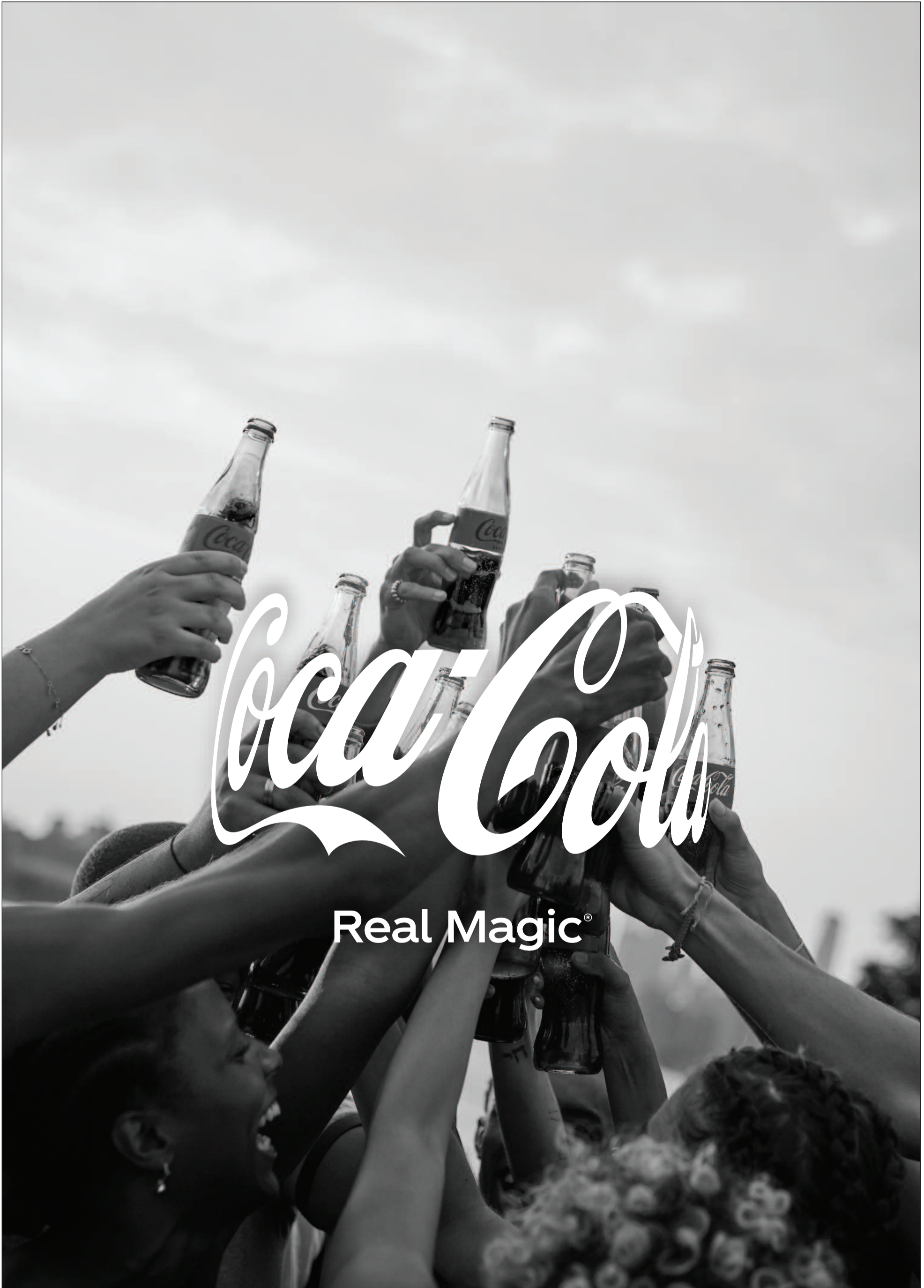
Εφημερίδα  
**ΕΔΕΟΠ**  
Μηνιαίο  
δημοσιογραφικό  
όργανο της  
ΕΝΩΣΗΣ ΔΙΑΚΙΝΗΤΩΝ  
ΕΜΠΟΡΩΝ  
ΟΙΝΩΝ-ΠΟΤΩΝ ΑΘΗΝΩΝ

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





*Coca-Cola*

Real Magic<sup>®</sup>



## Αγορά

# Γιατί ένα Website είναι σημαντικό για την επιχείρησή μας;

Η ύπαρξη ενός ιστότοπου για ιδιοκτήτες επιχειρήσεων οποιουδήποτε μεγέθους και η παρουσία στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης έχει καταστεί ζωτικής σημασίας

Λένε ότι ο κόσμος είναι πλέον στα χέρια μας. Δεν υπάρχουν δεύτερες σκέψεις σε αυτό. Ο κόσμος του Διαδικτύου είναι φανταστικός. Συνεχίζει να μεταμορφώνει τον τρόπο με τον οποίο συνδεόμαστε με τους ανθρώπους, μοιραζόμαστε πληροφορίες και ζούμε μια ποιοτική ζωή. Πολλοί άνθρωποι περνούν τον περισσότερο χρόνο τους στο διαδίκτυο. Αυτό θα μπορούσε να είναι για την αγορά ενός προϊόντος, τη χρήση μιας υπηρεσίας, την ανάγνωση ενός ιστολογίου, την ψυχαγωγία τους ή για διάφορους άλλους λόγους. Λαμβάνοντας υπόψη τον χρόνο που αφιερώνουν οι άνθρωποι στο Διαδίκτυο και οι επιχειρήσεις έχουν μετακινηθεί στο διαδίκτυο. Η ύπαρξη ενός ιστότοπου για ιδιοκτήτες επιχειρήσεων οποιουδήποτε μεγέθους και η παρουσία στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης έχει καταστεί ζωτικής σημασίας. Εάν είστε σε μια επιχείρηση και δεν έχετε έναν ιστότοπο, μπορεί να χάσετε πολλούς πιθανούς πελάτες στο διαδίκτυο. Η γνώση της σημασίας ενός ιστότοπου είναι το κλειδί για να αναπτύξετε την επιχείρησή σας πολλές φορές.

## Οι 11 σημαντικοί λόγοι:

### 1. 24/7 Διαδικτυακή Παρουσία

Ένα από τα σημαντικότερα πλεονεκτήματα της ύπαρξης ενός ιστότοπου είναι ότι είναι προσβάσιμος σε οποιονδήποτε, οπουδήποτε, οποτεδήποτε. Ακόμη και κατά τις μη εργάσιμες ώρες, οι πελάτες μπορούν να έχουν πρόσβαση στον ιστότοπό σας και να επωφεληθούν από τις υπηρεσίες σας ή να λάβουν τις πληροφορίες που χρειάζονται, κάτι που είναι ένα από τα βασικά στοιχεία της σημασίας ενός ιστότοπου στην επιχείρησή σας. Ο ιστότοπος λειτουργεί πάντα για να διασφαλίζει ότι οι πελάτες που έρχονται να εξυπηρετούνται πάντα από την άνεση του σπιτιού τους.

### 2. Ανταλλαγή πληροφοριών

Πάνω από το 50% των πελατών αναμένουν από οποιαδήποτε επωνυμία ή επιχείρηση να έχει διαδικτυακή παρουσία όπου μπορούν να έχουν πρόσβαση στις υπηρεσίες τους. Μία από τις πιο συναρπαστικές πτυχές ενός ιστότοπου είναι το πόσο εύκολο κάνει τις πληροφορίες προσβάσιμες στους πελάτες.

Στον πυρήνα του, ένας ιστότοπος δεν είναι παρά ένα μέσο επικοινωνίας με τους πελάτες και παροχής πληροφοριών και πόρων. Ακολουθούν μερικοί τρόποι με τους οποίους οι ιστότοποι βοηθούν στην ανταλλαγή πληροφοριών:

- α. Διαφημίσεις που ενημερώνουν τους πελάτες σχετικά με τις πιο πρόσφατες προσφορές σε προϊόντα και υπηρεσίες
- β. Ενημερωτικά δελτία που ενημερώνουν τους πελάτες για τυχόν επερχόμενες εκδηλώσεις και νέα
- γ. Φόρμες επικοινωνίας που προσκαλούν ερωτήματα ή αιτήματα από πελάτες

### 3. Δημιουργήστε αξιοπιστία και εμπιστοσύνη

Ακριβώς όπως παλιά, όταν οι πελάτες περίμεναν από τις επιχειρήσεις να αναφέρουν αριθμούς επικοινωνίας και διευθύνσεις στο ενημερωτικό τους φυλλάδιο, οι πελάτες σήμερα περιμένουν από τις επιχειρήσεις να έχουν ιστότοπο ή διαδικτυακή παρουσία. Αυτό είναι ένα κρίσιμο πρώτο βήμα για την edραίωση εμπιστοσύνης. Από αυτή την άποψη, για μια επιχείρηση, ένας ιστότοπος είναι εξαιρετικά σημαντικός. Για να το πάμε λίγο παραπέρα, αν ο ιστότοπος μιας επιχείρησης είναι εξαιρετικός ως προς τις δυνατότητες και την πλοήγησή του, οι πελάτες είναι πιο διατεθειμένοι να εμπιστευτούν την επιχείρηση και να επωφεληθούν από τις υπηρεσίες τους. Οι ιστότοποι είναι ένα ουσιαστικό εργαλείο για τις επιχειρήσεις για να edραϊώσουν την αξιοπιστία τους και να οικοδομήσουν εμπιστοσύνη με τους πελάτες τους. Αυτό μπορεί στη συνέχεια να ενισχυθεί περαιτέρω από τις τοπικές υπηρεσίες SEO για να προσελκύσει ένα τοπικό δημογραφικό στοιχείο για επιχειρήσεις που μπορεί να είναι νέες στην αγορά.

### 4. Επαγγελματικός σχεδιασμός ιστοσελίδων

Οι επισκέπτες του ιστότοπου δεν έχουν κανένα λόγο να παραμείνουν σε οποιαδήποτε ιστοσελίδα, εκτός εάν μπου

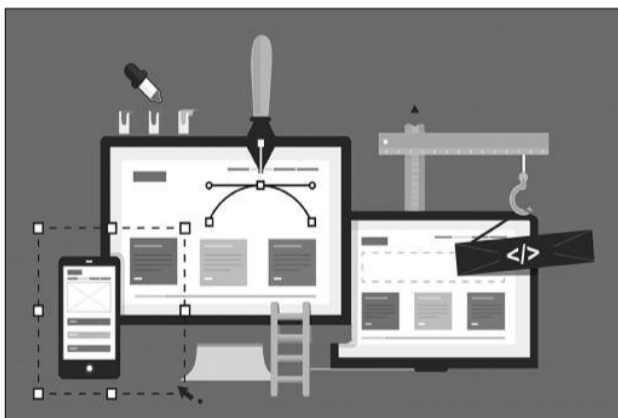
στον πειρασμό. Οι επισκέπτες μπορούν να βαρεθούν πολύ εύκολα και να περιμένουν κάτι μοναδικό να τραβήξει το ενδιαφέρον τους κάθε φορά που επισκέπτονται οποιονδήποτε ιστότοπο. Ως εκ τούτου, είναι σημαντικό οι επιχειρήσεις να κατασκευάζουν τους ιστότοπούς τους με άψογο σχεδιασμό και αρχιτεκτονική, έτσι ώστε να προσφέρονται στους πελάτες εξαιρετικές δυνατότητες και άνετη πλοήγηση. Αυτό θα ενθαρρύνει περισσότερους επισκέπτες να ρίξουν μια ματιά στον ιστότοπό σας και ενδεχομένως να αγοράσουν από την επιχείρησή σας.

### 5. Πωλήσεις

Η προσβασιμότητα της επιχείρησής σας αυξάνεται εκθετικά με έναν ιστότοπο, καθώς είναι προσβάσιμος από οποιαδήποτε γωνιά του κόσμου. Ως εκ τούτου, οι ιστότοποι βοηθούν τις επιχειρήσεις να σπάσουν τα γεωγραφικά εμπόδια και να αυξήσουν σημαντικά τις πωλήσεις τους.

### 6. Έσοδα

Δεν υπάρχει όριο στα έσοδα που θα μπορούσαν να δημιουργηθούν από τον ιστότοπό σας. Εάν η απήκηση του ιστότοπού σας μπορεί να ξεπεράσει τα σύνορα, τα έσοδα μπορεί να φτάσουν στα ύψη. Το μόνο που χρειάζεται να κάνετε είναι να βελτιστοποιήσετε τον ιστότοπό σας και να βεβαιωθείτε ότι το κοινό σας θα σας βρει όταν σας ψάχνει. Εκτός από αυτό, μπορείτε επίσης να δώσετε μέρος του ψηφιακού σας χώρου στον ιστότοπό σας για διαφημίσεις προβολής. Ας υποθέσουμε ότι ο ιστότοπός σας αφορά τον έλεγχο ή την πώληση κινητών τηλεφώνων. Μπορείτε να δώσετε μέρος του ψηφιακού σας χώρου στον ιστότοπό σας για την προβολή διαφημίσεων σχετικών με αυτά τα τηλέφωνα. Αυτός είναι απλώς ένας επιπλέον τρόπος με τον οποίο μπορείτε να δημιουργήσετε περισσότερα έσοδα.



### 7. Διαχείριση και μείωση του κόστους

Ένα φυσικό κατάστημα απαιτεί μια τεράστια επένδυση για την ιδιοκτησία ή την ενοίκιαση ενός εμπορικού χώρου. Εκτός αυτού, τα έπιπλα, οι εσωτερικοί χώροι και οι εργαζόμενοι είναι επίσης μερικά πρόσθετα έξοδα που δεν μπορούν να αγνοηθούν. Από την άλλη πλευρά, η δημιουργία μιας ιστοσελίδας είναι πολύ εύκολη και οικονομικά αποδοτική. Με CMS όπως το WordPress, το Shopify ή το Wix, μπορεί κανείς εύκολα να δημιουργήσει έναν ιστότοπο με ελάχιστη ή καθόλου βοήθεια. Μόνο εάν δημιουργείτε έναν περίπλοκο ιστότοπο όπως το ηλεκτρονικό εμπόριο ή έναν με χιλιάδες σελίδες ή πολύπλοκα φίλτρα και πτυχές, τότε ίσως χρειαστείτε τη βοήθεια ειδικών. Ωστόσο, το κόστος μπορεί να είναι ακόμα ελάχιστο σε σύγκριση με τη δημιουργία του φυσικού καταστήματος.

### 8. Η βιτρίνα της επιχείρησής

Οι ιστότοποι μπορούν να γίνουν το ηλεκτρονικό σας κατάστημα, το γραφείο ή ο εκθεσιακός χώρος σας με πολύ ελάχιστο κόστος. Ένα φυσικό κατάστημα θα έχει ορατότητα σε μια συγκεκριμένη ακτίνα από την τοποθεσία του, ανάλογα με τον τύπο του. Ωστόσο, όταν πρόκειται για μια επιχείρηση με διαδικτυακή παρουσία, η ορατότητα ή η απήκηση δεν έχει όριο. Οι χρήστες από οποιοδήποτε μέρος του κόσμου μπορούν να έχουν πρόσβαση στον ιστότοπο.



### 9. Marketing

Το μάρκετινγκ παίζει καθοριστικό ρόλο στην επέκταση κάθε επιχείρησης. Η ύπαρξη ενός ιστότοπου καθιστά πολύ εύκολο να διαδώσετε μια λέξη για την επιχείρησή σας όταν οι άνθρωποι την αναζητούν. Ας πούμε ότι η επιχείρησή σας εκτός σύνδεσης πηγαίνει καλά και τώρα θέλετε να την επεκτείνετε στο διαδίκτυο εάν έχετε έναν ιστότοπο, μπορείτε να τον κάνετε να εμφανίζεται σε μια μηχανή αναζήτησης κάθε φορά που οι άνθρωποι κάνουν αναζήτηση χρησιμοποιώντας μια λέξη-κλειδί. Υπάρχουν δύο τύποι μεθόδων μάρκετινγκ που το καθιστούν δυνατό. Το ένα είναι το Search Engine Optimization (SEO) και το δεύτερο είναι το Search Engine Marketing (SEM). Το SEM μερικές φορές αναφέρεται και ως Pay Click (PPC).

Εκτός από το SEO και το PPC, μπορείτε επίσης να προωθήσετε τον ιστότοπό σας χρησιμοποιώντας μέσα κοινωνικής δικτύωσης, διαφημίσεις προβολής και άλλες τεχνικές. Μπορείτε να ορίσετε ένα κοινό-στόχο της επιλογής σας και να χρησιμοποιήσετε δημογραφικά στοιχεία όπως ηλικία, φύλο, τοποθεσία και άλλα για το ίδιο. Μπορείτε να πάτε όσο ευρεία θέλετε ή όσο θέλετε. Μια εταιρεία ψηφιακού μάρκετινγκ με αποδεδειγμένα ρεκόρ επιτυχίας σας βοηθά να δημιουργήσετε και να εκτελέσετε ένα σχέδιο μάρκετινγκ για την επιχείρησή σας που θα οδηγήσει σχετικούς χρήστες στον ιστότοπό σας.

### 10. Χαρτοφυλάκιο

Μην περιορίζετε τον ιστότοπό σας για την πώληση προϊόντων ή υπηρεσιών. Δημιουργήστε ένα χαρτοφυλάκιο που δείχνει πόσο καλά τα πάτε στην επιχείρησή σας. Ας πούμε ότι η επιχείρησή σας αφορά τα ταξίδια και τον τουρισμό. Μπορείτε να δημιουργήσετε ένα χαρτοφυλάκιο βίντεο μιας οικογένειας που δείχνει τη συνολική εμπειρία της από την κράτηση εισιτηρίων έως τη λήψη φωτογραφιών ταξιδιού με όλη τη διασκέδαση. Μπορείτε να τους ζητήσετε να μοιραστούν τα σχόλιά τους σε μορφή βίντεο και να τα προσθέσουν στο βίντεο χαρτοφυλακίου. Τέτοια χαρτοφυλάκια συμβάλλουν στην οικοδόμηση της εμπιστοσύνης των ανθρώπων στην επιχείρησή σας.

Η κατοχή ενός ιστότοπου έχει καταστεί ζωτικής σημασίας σε αυτήν την ψηφιακή εποχή. Μια επιχείρηση χωρίς ιστότοπο χάνει πολλές ευκαιρίες που μπορούν να εμφανιστούν στο διαδίκτυο. Εκτός από αυτά τα βασικά οφέλη, ένας ιστότοπος έχει να προσφέρει, βοηθά επίσης με πολλούς άλλους τρόπους. Για παράδειγμα, ένας ιστότοπος μπορεί να παρέχει έναν χάρτη ή οδηγίες προς τις τοποθεσίες ή τα γραφεία της επιχείρησής του. Εάν κάποιος θέλει να μάθει για μια επιχείρηση την κατάλληλη ώρα, ένας ιστότοπος μπορεί να τον βοηθήσει με το ίδιο, καθώς είναι προσβάσιμος ανά πάσα στιγμή. Ένας καλά σχεδιασμένος και συναρπαστικός ιστότοπος μπορεί να ενισχύσει την εικόνα της επωνυμίας. Για να γίνετε επιτυχημένος επιχειρηματίας, πρέπει να έχετε έναν επαγγελματικό ιστότοπο.

### 11. Ευκαιρία Ανάπτυξης

Ένα site μπορεί να λειτουργήσει ως χαρτοφυλάκιο ή βιογραφικό μιας εταιρείας. Αυτό μπορεί να αποδειχθεί επωφελές για τις επιχειρήσεις, καθώς ο ιστότοπος μπορεί να λειτουργήσει ως σημείο αναφοράς για πιθανούς επενδυτές, όπου μπορούν να εξοικειωθούν με τις υπηρεσίες σας, τι έχετε επιτύχει μέχρι τώρα και ποια είναι τα μελλοντικά σας σχέδια ως επιχείρηση.



# ΑΝΑΚΑΛΥΨΕ ΤΙΣ ΝΕΕΣ ΣΥΣΚΕΥΑΣΙΕΣ ΦΙΞ!



150+ ΧΡΟΝΙΑ ΙΣΤΟΡΙΑΣ



Ακίνητα

# ΡΑΛΙ ΤΙΜΩΝ ΠΩΛΗΣΗΣ ΚΑΙ ΕΝΟΙΚΙΩΝ ΣΤΗΝ ΑΤΤΙΚΗ

## Πώς κινούνται ανά περιοχή;

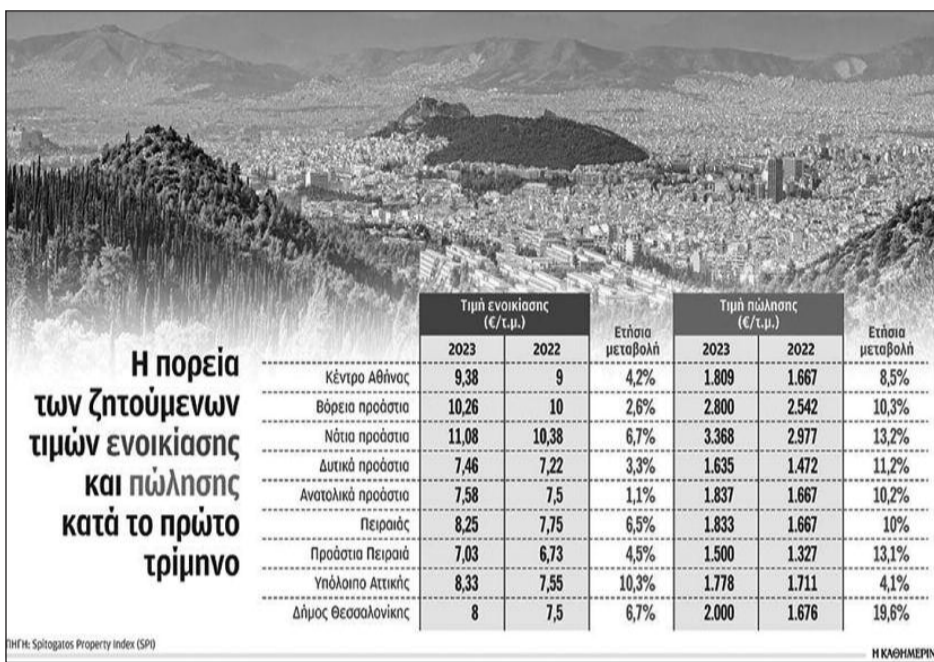
**Μ**ε διπλάσιο ρυθμό αύξησης σε σχέση με τα ενοίκια «έτρεξαν» οι τιμές πώλησης κατοικιών στην Αττική κατά τη διάρκεια του πρώτου τριμήνου του 2023. Σύμφωνα με την επεξεργασία των στοιχείων του δείκτη τιμών ακινήτων Spitzogatos Property Index (SPI) της ομώνυμης πλατφόρμας αγγελιών, η αύξηση των τιμών πώλησης διαμορφώθηκε στο 10% σε ετήσια βάση, ενώ εκείνη των ενοικίων ήταν της τάξεως του 4,9%.

Πλέον, η μέση ζητούμενη τιμή πώλησης διαμορφώνεται σε 2.070 ευρώ/τ.μ., ενώ η μέση ζητούμενη τιμή ενοικίασης σε 8,6 ευρώ/τ.μ. Πρόκειται για αριθμούς που καθιστούν ιδιαίτερα δύσκολη «εξίσωση» την εξασφάλιση στέγης για την πλειονότητα των νοικοκυριών, χωρίς τουλάχιστον να γίνουν πολύ σοβαρές «εκπτώσεις» στην ποιότητα, στην ηλικία και την επιφάνεια του εκάστοτε ακινήτου. Μάλιστα, όπως φαίνεται στην περίπτωση των τιμών πώλησης, παρατηρείται επιτάχυνση του ρυθμού της ανόδου σε σχέση με το τέταρτο τρίμηνο, όταν η μέση αύξηση είχε διαμορφωθεί στο 9,35%.

Είναι χαρακτηριστικό ότι κατά το φετινό πρώτο τρίμηνο σχεδόν όλες οι επιμέρους γεωγραφικές ζώνες της Αττικής σημείωσαν διψήφια αύξηση σε σχέση με το αντίστοιχο περυσινό τρίμηνο. Συγκεκριμένα, αύξηση κατά 13,2% σημείωσαν τα νότια προάστια, όπου η μέση τιμή διαμορφώθηκε

σε 3.368 ευρώ/τ.μ. από 2.976 ευρώ/τ.μ. πριν από 12 μήνες. Αύξηση κατά 13,1% σημειώθηκε και στα προάστια του Πειραιά, που όμως παραμένουν η φθηνότερη περιοχή της Αττικής, με τη μέση ζητούμενη τιμή να μην ξεπερνάει τα 1.500 ευρώ/τ.μ. Αύξηση κατά 11,2% σημειώθηκε και στα δυτικά προάστια (1.635 ευρώ/τ.μ.), ενώ στα βόρεια, η μέση ζητούμενη τιμή διαμορφώνεται πλέον σε 2.800 ευρώ/τ.μ., αυξημένη κατά 10,3% σε ετήσια βάση.

Ανοδο κατά 4,9% κατά μέσον όρο σημείωσαν κατά το πρώτο φετινό τρίμηνο και οι ζητούμενες τιμές ενοικίασης. Ωστόσο, ο ρυθμός της αύξησης επιβραδύνθηκε σημαντικά, καθώς κατά το τέταρτο τρίμηνο του 2022, δηλαδή πριν από τρεις μήνες, οι ζητούμενες τιμές ενοικίασης είχαν αυξηθεί κατά 8,5% σε ετήσια βάση. Ακόμη κι έτσι βέβαια παραμένουν στο υψηλότερο σημείο των τελευταίων



**Η πορεία των ζητούμενων τιμών ενοικίασης και πώλησης κατά το πρώτο τρίμηνο**

## ΓΙΑΤΙ ΝΑ ΚΑΤΟΧΥΡΩΣΩ ΤΟ ΕΜΠΟΡΙΚΟ ΜΟΥ ΣΗΜΑ

**Τ**ο 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 OA | 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



δεκαετιών, έχοντας ανακάμψει πλήρως από τα χαμηλά του 2014-2015.

Για παράδειγμα, ακόμη και στις «φθηνές» περιοχές των δυτικών προαστίων ή των περικάρων του Πειραιά (π.χ. Κερατσίνι, Καμίνια, Δραπετσώνα κτλ.), οι ζητούμενες τιμές διαμορφώνονται πλέον σε πολύ υψηλό επίπεδο της τάξεως των 7,46 ευρώ/τ.μ. και 7 ευρώ/τ.μ. αντίστοιχα.

Εν ολίγοις, το μέσο ζητούμενο ενοίκιο για ένα διαμέρισμα 100 τ.μ. αγγίζει τα 750 ευρώ στις δυτικές συνοικίες της Αττικής και τα 700 ευρώ στα προάστια του Πειραιά.

Στα δε βόρεια προάστια ξεπερνάει τα 1.000 ευρώ, ενώ στο κέντρο της Αθήνας το αντίστοιχο κόστος διαμορφώνεται σε 940 ευρώ.

Οι παραπάνω τιμές ενισχύουν την ανησυχία μεταξύ φορέων της αγοράς, ότι βρισκόμαστε ενώπιον ενός νέου κύματος «Δεν πληρώνω», καθώς όσοι έχουν μισθώσει στις τιμές αυτές είναι πολύ εύκολο να αρχίσουν να εμφανίζουν ασυνέπεια στις πληρωμές, λόγω αδυναμίας να ανταποκριθούν. Ακόμη όμως κι αν δεν είναι ασυνεπείς, θα βρίσκονται σε μια μόνιμη διαδικασία αναζήτησης φθηνότερων επιλογών, είτε στην ίδια είτε σε διαφορετική περιοχή. Εν ολίγοις, μπορεί κάποιος ιδιοκτήτης να έχουν εξασφαλίσει μια πολύ υψηλή τιμή για το ακίνητό τους, ωστόσο η διατήρηση της συνθήκης αυτής ίσως αποδειχθεί δύσκολη υπόθεση στο μέλλον.

Στο πλαίσιο αυτό, σχετική έρευνα της ΔιαΝΕΟσις σημειώνει ότι η Ελλάδα διαθέτει πλέον το υψηλότερο κόστος στέγασης σε σχέση με τα εισοδήματα. Σύμφωνα με τη Eurostat, τα ελληνικά νοικοκυριά που δεν μένουν σε δικό τους σπίτι πληρώνουν για στέγαση το μεγαλύτερο ποσοστό του εισοδήματός τους – περίπου 37%. Αποτελεί δε το μεγαλύτερο ποσοστό στην Ε.Ε. Μάλιστα, σχεδόν το ένα στα τρία νοικοκυριά που ζουν στις πόλεις πληρώνουν ακόμη πιο πολλά, περισσότερο από 40% του εισοδήματός τους για στέγαση – επίσης το πιο μεγάλο ποσοστό στην Ευρώπη.

Σύμφωνα με τους ερευνητές, μια εξήγηση για την εξέλιξη αυτή είναι η μεγάλη μείωση των εισοδημάτων. Από το 2009 μέχρι το 2014 οι Έλληνες έχασαν περισσότερο από 40% του διαθέσιμου εισοδήματός τους. Μέχρι σήμερα ένα μικρό μόνο ποσοστό από τις απώλειες αυτές έχει αναπληρωθεί, ιδίως αν υπολογιστούν και οι πρόσφατες απώλειες από τον πληθωρισμό και το κύμα ακρίβειας, ιδίως στην αγορά τροφίμων.

«Την ίδια περίοδο οι τουρίστες στις πόλεις και τα νησιά αυξανόταν. Οι ιδιοκτήτες βρήκαν νέες επιλογές εκμετάλλευσης των ακινήτων τους, όπως οι βραχυχρόνιες μισθώσεις, οι οποίες επηρέασαν με τη σειρά τους τις τιμές και τα ενοίκια», αναφέρει η ΔιαΝΕΟσις.





ΕΔΕΟΠ

Απολαύστε υπεύθυνα



## Ενημέρωση

# Ολυμπιακή Ζυθοποιία: Ανοίγει τον δρόμο για την παραγωγή μπύρας με την αξιοποίηση της ηλιακής ενέργειας, σε συνεργασία με την Absolicon

Αθήνα, 4 Μαρτίου 2023 – Στο πλαίσιο της ESG στρατηγικής της με βασικό μήνυμα «Together Towards Zero and Beyond» και με στόχο την εκμδένιση του περιβαλλοντικού της αποτυπώματος, η Ολυμπιακή Ζυθοποιία ολοκληρώνει την υποδομή για την υλοποίηση του πιλοτικού προγράμματος αξιοποίησης της ηλιακής ενέργειας, για την κάλυψη ενεργειακών της αναγκών στο εργοστάσιο της Σίνδου, σε συνεργασία με την σουηδική εταιρεία Absolicon.

Μέσω της εγκατάστασης ενός συστήματος ηλιακών συλλεκτών στις εγκαταστάσεις της εταιρείας, το πρόγραμμα αξιοποιεί την ηλιακή ενέργεια, τροφοδοτώντας με θερμική ενέργεια το ζυθοποιείο για την κάλυψη αναγκών που αφορούν στην παραγωγική διαδικασία. Οι ηλιακοί συλλέκτες της Absolicon έχουν σχεδιαστεί έτσι, ώστε να «ακολουθούν» τον ήλιο, αξιοποιώντας την ηλιακή ενέργεια για εφαρμογές θερμότητας και ατμού σε βιομηχανικές διεργασίες, όπως για παράδειγμα στη διαδικασία παστερίωσης μπύρας.

Το σύστημα ηλιακών συλλεκτών, με συνολική έκταση 1.900 τ.μ., θα καλύπτει το 2,2% των ετήσιων αναγκών σε θερμική ενέργεια της παραγωγικής μονάδας της Ολυμπιακής Ζυθοποιίας στη Σίνδο Θεσσαλονίκης, ενώ κατά τους πιο ηλιόλουστους καλοκαιρινούς μήνες, το ποσοστό αυτό θα ανέρχεται στο 5%. Η συγκεκριμένη πρωτοβουλία αποτελεί μια ενδιαφέρουσα και καινοτόμα πρακτική και για τον κλάδο της ζυθοποιίας, με στόχο τη σταδιακή απαλλαγή από τα συμβατικά ορυκτά καύσιμα, αξιοποιώντας ολοένα και περισσότερες μορφές ανανεώσιμων πηγών ενέργειας.

Το εν λόγω πρόγραμμα αποτελεί ένα σημαντικό βήμα προς την επίτευξη ενός από τους βασικότερους στόχους βιώσιμης ανάπτυξης που έχει θέσει η Ολυμπιακή Ζυθοποιία και ο όμιλος Carlsberg, που αφορά στην επίτευξη μηδενικών εκπομπών διοξειδίου του άνθρακα κατά την παραγωγική διαδικασία, έως το 2030. Έτσι, η εταιρεία συνεχίζει να επενδύει στον συνεχή εκσυγχρονισμό των εγκαταστάσεων, του τεχνολογικού εξοπλισμού και των διαδικασιών σε όλο το φάσμα λειτουργίας της, υιοθετώντας και επεκτείνοντας παράλληλα τη χρήση «πράσινων» πρακτικών για τη βελτιστοποίηση της κατανάλωσης ενέργειας και την περαιτέρω αξιοποίηση ανανεώσιμων πηγών ενέργειας, όπως είναι η ηλιακή.

Ο Dejan Beko, Managing Director της Ολυμπιακής Ζυθοποιίας, δήλωσε σχετικά: «Υπάρχει αισιοδοξία ως προς τις προοπτικές της συγκεκριμένης τεχνολογίας, για την απαλλαγή εκπομπών διοξειδίου του άνθρακα στα ζυθοποιεία μας, τόσο στη χώρα μας όσο και παγκοσμίως. Ιδίως σε μια ηλιόλουστη χώρα, όπως η Ελλάδα, θα πρέπει να διερευνώνται και να υλοποι-

ούνται τέτοιου είδους πρακτικές, με στόχο τη μέγιστη αξιοποίηση των ανανεώσιμων πηγών ενέργειας».

Η Κατερίνα Τσίτσιφα, Integrated Supply Chain Director της Ολυμπιακής Ζυθοποιίας, με αφορμή την έναρξη του προγράμματος, σημείωσε: «Είμαστε ιδιαίτερα ικανοποιημένοι με τη δυνατότητα που μας παρέχει αυτή η νέα τεχνολογία, να υποστηρίξουμε ενεργά την σταδιακή μείωση των εκπομπών διοξειδίου του άνθρακα στον κλάδο της ζυθοποιίας».

Η συνεργασία μας με την Absolicon αποτελεί ένα ακόμη βήμα προς αυτή την κατεύθυνση, καθώς η παραγωγή θερμικής ενέργειας μας φέρνει πιο κοντά στην επίτευξη του στόχου μας, ως προς το ενεργειακό αποτύπωμα των μονάδων παραγωγής της εταιρείας μας τα επόμενα χρόνια».

Ο Joakim Byström, Διευθύνων Σύμβουλος της Absolicon Solar Collector AB, ανέφερε σχετικά: «Είναι γεγονός, πως οι ζυθοποιίες σχεδιάζουν να απαλλαγούν από τη χρήση συμβατικών ορυκτών καυσίμων κατά τη διαδικασία παραγωγής».

Παράλληλα, αρκετές πρόσφατες έρευνες επιβεβαιώνουν ότι σε περιοχές με μεγάλη ηλιοφάνεια, οι ηλιακοί θερμικοί συλλέκτες είναι ο καλύτερος τρόπος για την παραγωγή ανανεώσιμης θερμότητας και ατμού. Σε συνεργασία με τον όμιλο Carlsberg και την Ολυμπιακή Ζυθοποιία, συνεχίζουμε το κοινό μας ταξίδι προς το ΜΗΔΕΝΙΚΟ Αποτύπωμα Άνθρακα, μέσω του πιλοτικού προγράμματος στις εγκαταστάσεις της Ολυμπιακής Ζυθοποιίας στη Σίνδο, αποδεικνύοντας έμπρακτα ότι ο κλάδος της ζυθοποιίας μπορεί να απαλλαγεί από το διοξείδιο του άνθρακα, χρησιμοποιώντας την ηλιακή θερμότητα, που αποτελεί μια επεκτάσιμη, εύκολη στην ενσωμάτωση και ασφαλή πηγή ενέργειας».



## Ψηφιακό ευρώ: Έκθεση της ΕΚΤ για τα χαρακτηριστικά ενός ψηφιακού νομίσματος και πορτοφολιού

Έκθεση προόδου για τα χαρακτηριστικά και τις χρήσεις που θα μπορούσε να έχει ένα ψηφιακό ευρώ καθώς και ένα ψηφιακό πορτοφόλι δημοσιεύει η Ευρωπαϊκή Κεντρική Τράπεζα.

Όπως αναφέρεται, το ψηφιακό ευρώ θα μπορούσε να είναι διαθέσιμο αρχικά σε κατοίκους της ζώνης του ευρώ, επιχειρήσεις και κυβερνήσεις, ενώ θα μπορούσε να διατεθεί μέσω των υφιστάμενων τραπεζικών εφαρμογών και του Ευρωσυστήματος. Από τη σχετική μελέτη, άλλωστε, προκύπτει ότι οι πληρωμές εκτός σύνδεσης και οι πληρωμές από άτομο σε άτομο στη ζώνη του ευρώ θεωρούνται ιδιαίτερα πολύτιμες.

### Πρόσβαση...

Αναλυτικά, όπως αναφέρει η ΕΚΤ, η έκθεση προόδου σχετικά με το ψηφιακό ευρώ παρουσιάζει μια τρίτη σειρά επιλογών σχεδιασμού και διανομής που εγκρίθηκαν από το Διοικητικό Συμβούλιο της ΕΚΤ. Στις αρχικές εκδόσεις του, ένα ψηφιακό ευρώ θα ήταν προσβάσιμο από κατοίκους της ζώνης του ευρώ, επιχειρήσεις και κυβερνήσεις, σημειώνει η ΕΚΤ. Πρόσβαση θα μπορούσαν να έχουν και πολίτες εκτός της ζώνης του ευρώ, εφόσον διατηρούσαν λογαριασμό σε πάροχο υπηρεσιών πληρωμών (ΠΥΠ) με έδρα τη ζώνη του ευρώ. Σε επόμενες εκδόσεις θα μπορούσε να δοθεί πρόσβαση και σε καταναλωτές από επιλεγμένες τρίτες χώρες, ανάλογα με τους κανόνες προσβασιμότητας που θα καθοριστούν στο νομοθετικό πλαίσιο για το ψηφιακό ευρώ. Η έκθεση προβλέπει επίσης την πιθανή παροχή διατραπεζικών λειτουργιών με άλλα ψηφιακά νομίσματα κεντρικών τραπεζών εκτός της ζώνης του ευρώ.

### ...και διανομή

Το Διοικητικό Συμβούλιο προτείνει επίσης ότι ένα ψηφιακό ευρώ θα μπορούσε να διανέμεται μέσω PSPs, όπως ορίζεται στην οδηγία για τις υπηρεσίες πληρωμών (PSD2). Ένα ψηφιακό ευρώ θα μπορούσε να διατεθεί στους κατοίκους της ζώνης του ευρώ μέσω υφιστάμενων τραπεζικών εφαρμογών ή μέσω μιας εφαρμογής που παρέχεται από το Ευρωσύστημα και προσφέρει ένα εναρμονισμένο σημείο εισόδου για βασικές λειτουργίες πληρωμών που παρέχονται από τους PSPs.

Οι εποπτευόμενοι διαμεσολαβητές – π.χ. τράπεζες που διανέμουν ψηφιακό ευρώ – θα πρέπει να παρέχουν ένα σύνολο υποχρεωτικών βασικών υπηρεσιών στους τελικούς χρήστες και θα μπορούσαν να προσφέρουν πρόσθετες υπηρεσίες. Αυτές θα μπορούσαν να περιλαμβάνουν πληρωμές υπό όρους ή τη δυνατότητα διαχωρισμού πληρωμών μεταξύ προσώπων σε πολλαπλά μέρη.

Η έκθεση αναφέρει επίσης ότι ο σχεδιασμός του ψηφιακού ευρώ θα προσαρμοζόταν, ανάλογα με τις ανάγκες, ώστε να συμμορφώνεται με το νομικό πλαίσιο που θα υιοθετηθεί από τους ευρωπαϊκούς συννομοθέτες.

### Το ψηφιακό πορτοφόλι

Η ΕΚΤ δημοσίευσε σήμερα επίσης τα ευρήματα μελέτης που ανέθεσε με τη χρήση ομάδων εστίασης για την αξιολόγηση των απόψεων των πολιτών σχετικά με συγκεκριμένα χαρακτηριστικά ενός δυνητικού ψηφιακού πορτοφολιού. Η μελέτη διαπίστωσε ότι οι περισσότεροι συμμετέχοντες ενδιαφέρονταν να δοκιμάσουν ορισμένα από τα χαρακτηριστικά του ψηφιακού πορτοφολιού που παρουσιάστηκαν. Τα συγκεκριμένα ευρήματα είναι συναφή με τα σχεδιαστικά χαρακτηριστικά ενός πιθανού ψηφιακού ευρώ.

Η μελέτη δείχνει ότι οι μεταφορές χρημάτων από άτομο σε άτομο – οι οποίες είναι διαθέσιμες σε όλη τη ζώνη του ευρώ – θεωρούνται βασικό χαρακτηριστικό ενός ψηφιακού πορτοφολιού. Οι πληρωμές εκτός σύνδεσης, οι οποίες επί του παρόντος δεν είναι ευρέως διαθέσιμες, θεωρούνται χρήσιμο χαρακτηριστικό όταν, για παράδειγμα, κάποιος έχει περιορισμένη συνδεσιμότητα. Οι συμμετέχοντες εκτιμούν επίσης τα εργαλεία διαχείρισης του προϋπολογισμού και τις πληρωμές υπό όρους, συμπεριλαμβανομένης της πληρωμής κατά την παράδοση και της πληρωμής ανά χρήση.

### Το φθινόπωρο οι αποφάσεις

«Εκτιμούμε ιδιαίτερα τις απόψεις και τις ανάγκες των Ευρωπαίων συμπολιτών μας. Τους ακούμε. Το σχέδιο για το ψηφιακό ευρώ είναι για τους πολίτες της Ευρώπης», ανέφερε σε σχετική του δήλωση το μέλος του Εκτελεστικού Συμβουλίου της ΕΚΤ Φάμπιο Πανέτα, ο οποίος προεδρεύει της ειδικής ομάδας υψηλού επιπέδου για το ψηφιακό ευρώ. «Το Ευρωσύστημα δεσμεύεται να διασφαλίσει ότι ένα ψηφιακό ευρώ θα είναι κατάλληλο για τον σκοπό του σε μια ψηφιακή οικονομία. Τα πορίσματα αυτών των εκθέσεων θα τροφοδοτήσουν την απόφασή μας σχετικά με το μέλλον του σχεδίου, η οποία θα ληφθεί το φθινόπωρο.»







*Mythical Taste*

ΠΑΝΤΟΥ ΥΠΑΡΧΕΙ  
ΕΝΑΣ ΜΥΘΟΣ!



## Ιστορία

# Η Ιστορία του τσαγιού

Το τσάι είναι τόσο μέρος της καθημερινής ζωής στη Βρετανία που μπορεί να μην σταματήσουμε ποτέ να σκεφτόμαστε πώς ένα μοναδικό φυτό από τη μακρινή Κίνα έγινε το αγαπημένο ποτό της χώρας. Αλλά η ιστορία του τσαγιού είναι συναρπαστική, και σε αυτή την ενότητα μπορούμε να παρακολουθήσουμε την ιστορία του από τους πρώτους χρόνους στην Αυτοκρατορική Κίνα μέχρι τη σημερινή του θέση στην καρδιά της βρετανικής ζωής.

## Η γέννηση του τσαγιού στην Κίνα

Το τσάι θεωρείται συχνά ως ένα κατ'ουσίαν βρετανικό ποτό και το πίνουμε για περισσότερα από 350 χρόνια. Αλλά στην πραγματικότητα η ιστορία του τσαγιού πηγάζει πολύ πιο πίσω.

Η ιστορία του τσαγιού ξεκινά από την Κίνα. Σύμφωνα με το μύθο, το 2737 π.Χ., ο Κινέζος αυτοκράτορας Shen Nung καθόταν κάτω από ένα δέντρο ενώ ο υπηρέτης του έβραζε πόσιμο νερό, όταν μερικά φύλλα από το δέντρο φύσηξαν στο νερό. Ο Shen Nung, ένας διάσημος βοτανολόγος, αποφάσισε να δοκιμάσει το έγχυμα που είχε δημιουργήσει κατά λάθος ο υπηρέτης του. Το δέντρο ήταν μια *Camellia sinensis*, και το ποτό που προέκυψε ήταν αυτό που σήμερα ονομάζουμε τσάι.

Είναι αδύνατο να γνωρίζουμε αν υπάρχει κάποια αλήθεια σε αυτή την ιστορία. Αλλά η κατανάλωση τσαγιού σίγουρα καθιερώθηκε στην Κίνα πολλούς αιώνες πριν καν ακουστεί στη Δύση. Δοχεία για τσάι έχουν βρεθεί σε τάφους που χρονολογούνται από τη δυναστεία των Χαν (206 π.Χ. - 220 μ.Χ.), αλλά κατά τη δυναστεία των Τανγκ (618-906 μ.Χ.), το τσάι καθιερώθηκε σταθερά ως το εθνικό ποτό της Κίνας. Έγινε τόσο αγαπημένο που στα τέλη του 18ου αιώνα ένας συγγραφέας με το όνομα Lu Yu έγραψε το πρώτο βιβλίο αποκλειστικά για το τσάι, το *Ch'a Ching*, ή *Tea Classic*. Λίγο μετά από αυτό το τσάι εισήχθη για πρώτη φορά στην Ιαπωνία, από Ιάπωνες βουδιστές μοναχούς που είχαν ταξιδέψει στην Κίνα για σπουδές. Η κατανάλωση τσαγιού έχει γίνει ζωτικό μέρος της ιαπωνικής κουλτούρας, όπως φαίνεται στην ανάπτυξη της Τελετής Τσαγιού, η οποία μπορεί να έχει τις ρίζες της στις τελετουργίες που περιγράφονται στο *Ch'a Ching*.

## Η διάδοση του τσαγιού στην Ευρώπη

Έτσι, σε αυτό το στάδιο της ιστορίας του τσαγιού, η Ευρώπη υστερούσε μάλλον. Στο δεύτερο μισό του δέκατου έκτου αιώνα υπάρχουν οι πρώτες σύντομες αναφορές για το τσάι ως ποτό μεταξύ των Ευρωπαίων. Αυτοί είναι κυρίως από Πορτογάλους που ζούσαν στην Ανατολή ως έμποροι και ιεραπόστολοι. Όμως, παρόλο που ορισμένα από αυτά τα άτομα μπορεί να έχουν φέρει πίσω δείγματα τσαγιού στην πατρίδα τους, δεν ήταν οι Πορτογάλοι που έστειλαν πίσω τσάι ως εμπορική εισαγωγή. Αυτό έγινε από τους Ολλανδούς, οι οποίοι τα τελευταία χρόνια του 17ου αιώνα άρχισαν να καταπατά τους πορτογαλικούς εμπορικούς δρόμους στην Ανατολή. Μέχρι το γύρισμα του αιώνα είχαν δημιουργήσει ένα εμπορικό σταθμό στο νησί της Ιάβας, και ήταν μέσω της Ιάβας που το 1606 η πρώτη παρτίδα τσαγιού στάλθηκε από την Κίνα στην Ολλανδία. Το τσάι έγινε σύντομα ένα ποτό της μόδας μεταξύ των Ολλανδών και από εκεί εξαπλώθηκε σε άλλες χώρες της ηπειρωτικής δυτικής Ευρώπης, αλλά λόγω της υψηλής τιμής του παρέμεινε ένα ποτό για τους πλούσιους.

## Οι ρίζες του Τσαγιού στη Βρετανία

Η Βρετανία, πάντα κάπως καχύποπτη για τις ηπειρωτικές τάσεις, δεν είχε γίνει ακόμη το έθνος των πίνων τσαγιού που είναι σήμερα. Από το 1600, η British East India Company είχε το μονοπώλιο στις εισαγωγές αγαθών από εκτός Ευρώπης, και είναι πιθανό ότι οι ναυτικοί σε αυτά τα πλοία έφεραν τσάι στο σπίτι ως δώρα. Αλλά η πρώτη χρονολογημένη

αναφορά στο τσάι σε αυτή τη χώρα είναι από μια αγγελία σε μια εφημερίδα του Λονδίνου, *Mercurius Politicus*, από τον Σεπτέμβριο του 1658. Ανήγγειλε ότι το «China Drink, που ονομαζόταν από τους Κινέζους, Tcha, από άλλα έθνη Tay alias Tee» ήταν προς πώληση σε ένα καφενείο στο *Sweeting's Rents in the City*. Το πρώτο καφενείο είχε ιδρυθεί στο Λονδίνο το 1652 και οι όροι αυτής της αγγελίας υποδηλώνουν ότι το τσάι ήταν ακόμα κάπως άγνωστο στους περισσότερους αναγνώστες, επομένως είναι δίκαιο να υποθέσουμε ότι το ποτό ήταν ακόμα κάτι σαν περιέργεια.

## Η φορολογία και το λαθρεμπόριο

Οι Βρετανοί πήραν το τσάι τους με έναν ενθουσιασμό που συνεχίζεται μέχρι σήμερα. Έγινε δημοφιλές ποτό σε καφετέριες, που ήταν τόσο τοποθεσίες για συναλλαγές επιχειρήσεων όσο και για χαλάρωση ή ευχαρίστηση. Αν και ήταν κτήμα ανδρών της μεσαίας και ανώτερης τάξης. Οι γυναίκες έπιναν τσάι στα σπίτια τους, και ακόμη το τσάι ήταν ακόμα πολύ ακριβό για να είναι ευρέως διαδεδομένο στις εργατικές τάξεις. Εν μέρει, η υψηλή τιμή του οφειλόταν σε ένα τιμωρητικό σύστημα φορολογίας. Ο πρώτος φόρος για το τσάι στα φύλλα, που εισήχθη το 1689, ήταν τόσο υψηλός στα 25 p στη λίβρα που σχεδόν σταμάτησε τις πωλήσεις. Μειώθηκε σε 5 p στη λίβρα το



1692, και από τότε μέχρι το 1964, όταν τελικά καταργήθηκαν οι δασμοί για το τσάι, οι πολιτικοί ασχολούνταν για πάντα με τον ακριβή συντελεστή και τη μέθοδο φορολόγησης του τσαγιού.

Μια απρόβλεπτη συνέπεια της φορολόγησης του τσαγιού ήταν η ανάπτυξη μεθόδων αποφυγής φορολογίας - λαθρεμπορίου και νοθείας. Μέχρι τον δέκατο όγδοο αιώνα πολλοί Βρετανοί ήθελαν να πίνουν τσάι, αλλά δεν μπορούσαν να αντέξουν οικονομικά τις υψηλές τιμές, και ο ενθουσιασμός τους για το ποτό συνδυάστηκε με τον ενθουσιασμό των εγκληματικών συμμοριών να το εισαγάγουν λαθραία. Οι μέθοδοι τους θα μπορούσαν να είναι βάνουαες, αλλά υποστηρίχθηκαν από εκατομμύρια Βρετανοί πότες τσαγιού που διαφορετικά δεν θα μπορούσαν να αγοράσουν το αγαπημένο τους ρόφημα. Αυτό που ξεκίνησε ως ένα μικρό παράνομο εμπόριο, πουλώντας μερικές λίβρες τσαγιού σε προσωπικές επαφές, αναπτύχθηκε στα τέλη του δέκατου όγδοου αιώνα σε ένα εκπληκτικό δίκτυο οργανωμένου εγκλήματος, ίσως εισάγοντας έως και 7 εκατομμύρια λίβρες ετησίως, σε σύγκριση με μια νόμιμη εισαγωγή 5 εκατομμυρίων λίβρες! Το χειρότερο για τους πότες ήταν ότι η φορολογία ενθάρρυνε επίσης τη νοθεία του τσαγιού, ιδιαίτερα του λαθρεμπορίου τσαγιού το οποίο δεν ελέγχεται από τα τελωνεία και τους ειδικούς φόρους κατανάλωσης. Φύλλα από άλλα φυτά, ή φύλλα που είχαν ήδη παρασκευαστεί και στη συνέχεια αποξηρανθεί, προστέθηκαν στα φύλλα τσαγιού. Μερικές φορές



το χρώμα που προέκυψε δεν ήταν αρκετά πειστικό, οπότε προστέθηκε οτιδήποτε από κοπριά προβάτου μέχρι δηλητηριώδες ανθρακικό χαλκό για να μοιάζει περισσότερο με τσάι.

Μέχρι το 1784, η κυβέρνηση συνειδητοποίησε ότι αρκετά ήταν αρκετά και ότι η βαριά φορολογία δημιουργούσε περισσότερα προβλήματα από όσα άξιζε. Ο νέος πρωθυπουργός, Γουίλιαμ Πιτ ο Νεότερος, μείωσε τον φόρο από 119% σε 12,5%. Ξαφνικά το νόμιμο τσάι ήταν προσιτό και το λαθρεμπόριο σταμάτησε σχεδόν εν μία νυκτί.

## Το τσάι και η υγεία

Εκτός από τη μεγάλη συζήτηση τον δέκατο όγδοο αιώνα σχετικά με τη φορολόγηση του τσαγιού, υπήρχε ένα εξίσου έξαλλο επικείμενο για το αν η κατανάλωση τσαγιού ήταν καλή ή κακή για την υγεία. Τα άλματα στην ιατρική και επιστημονική έρευνα σημαίνουν ότι τώρα γνωρίζουμε ότι η κατανάλωση τεσσάρων φλιτζανιών τσαγιού την ημέρα μπορεί να βοηθήσει στη διατήρηση της υγείας σας, αλλά τέτοιες πληροφορίες δεν ήταν διαθέσιμες στους λάτρεις του τσαγιού πριν από 250 χρόνια. Ιδιαίτερα πλούσιοι φιλόπρωτοι ανησυχούσαν ότι η υπερβολική κατανάλωση τσαγιού μεταξύ των εργατικών τάξεων θα οδηγούσε σε αδυναμία και μελαγχολία. Συνήθως, δεν τους απασχολούσε η συνεχιζόμενη δημοτικότητα του τσαγιού μεταξύ των πλούσιων τάξεων, για τις οποίες η «δύναμη στην εργασία» είχε μάλλον μικρότερη σημασία! Η συζήτηση συνεχίστηκε μέχρι τον δέκατο ένατο αιώνα, αλλά έλαβε τέλος στα μέσα εκείνου του αιώνα, όταν μια νέα γενιά πλούσιων φιλόπρωτοι συνειδητοποίησε την αξία της κατανάλωσης τσαγιού στο κίνημα της εγκράτειας. Με τον ενθουσιασμό τους να κάνουν την εργατική τάξη ολοκληρωτικά, προσφέρονταν τακτικά τσάι σε συνεδριάσεις εγκράτειας ως υποκατάστατο του αλκοόλ.

## Η νέα συσκευασία

Καθώς η δημοπρασία τσαγιού μειώθηκε, ένα βασικό στοιχείο της σύγχρονης κατανάλωσης τσαγιού απογειώθηκε - το φακελάκι τσαγιού. Τα φακελάκια τσαγιού εφευρέθηκαν στην Αμερική στις αρχές του εικοστού αιώνα, αλλά οι πωλήσεις εκτινάχθηκαν πραγματικά στη Βρετανία τη δεκαετία του 1970. Στις μέρες μας θα ήταν δύσκολο για πολλούς λάτρεις του τσαγιού να φανταστούν τη ζωή χωρίς αυτά. Είναι τέτοιος ο βρετανικός ενθουσιασμός για το τσάι που ακόμη και μετά τη διάλυση της Αυτοκρατορίας, οι βρετανικές εταιρείες συνεχίζουν να διαδραματίζουν πρωταγωνιστικό ρόλο στο παγκόσμιο εμπόριο τσαγιού και οι βρετανικές μάρκες κυριαρχούν στην παγκόσμια αγορά. Με πρόσφατη επιστημονική έρευνα που δείχνει ότι η κατανάλωση τσαγιού μπορεί να έχει άμεσα οφέλη για την υγεία, είναι σίγουρο ότι για τους επόμενους αιώνες θα υπάρχει ένα μέρος στο κέντρο της βρετανικής ζωής για ένα ωραίο φλιτζάνι τσάι.

Όποιος πρατηριούχος είναι έξω από την  
ΕΔΕΟΠ ΑΘΗΝΩΝ, αποδυναμώνει την κοινή προσπάθεια



# Ποικιλίες σταφυλιών στην Ελλάδα

## Το Αγιωργίτικο και το Μαυροτράγανο

Το **Αγιωργίτικο** είναι μια σαγηνευτική ποικιλία αμπέλου, που καϊδεύει τις αισθήσεις, με κομψότητα, φρεσκάδα και ένταση αρωμάτων, τόσο στη μύτη όσο και στο στόμα. Είναι μια ερυθρή ποικιλία αμπέλου, που συχνά αναφέρεται ως «πολυδύναμη», επειδή μπορεί να οδηγήσει σε ευρύ φάσμα τύπων και στυλ κρασιών, από δροσιστικά ροζέ, ερυθρά ξηρά κρασιά έως συμπυκνωμένα γλυκά. Ωστόσο, τα πιο χαρακτηριστικά στυλ κρασιών από Αγιωργίτικο είναι τα ερυθρά: τα νεαρά, ξηρά κόκκινα δεξαμενής και τα κόκκινα που έχουν ωριμάσει σε βαρέλι, τουλάχιστον για ένα έτος.

Τα νεαρά κρασιά από Αγιωργίτικο έχουν μετρίως βαθύ κόκκινο χρώμα, έντονα αρώματα φρέσκων κόκκινων φρούτων, μέτρια οξύτητα και μαλακές τανίνες. Τα κρασιά που έχουν ωριμάσει σε δρύινα βαρέλια για σύντομο χρονικό διάστημα, μπορούν να εξελισσονται στη φιάλη για μια πενταετία, συνδυάζοντας τον ζουμερό φρουτώδη χαρακτήρα της ποικιλίας με καλά επίπεδα φρεσκάδας και πολυπλοκότητας.

Τα κρασιά που προορίζονται για μακρόχρονη παλαίωση στη φιάλη, ωριμάζουν για αρκετούς μήνες σε δρύινα βαρέλια και διαθέτουν στιβαρή τανική δομή με ώριμες τανίνες υψηλής ποιότητας και βαθύ χρώμα, ενώ το αρωματικό του προφίλ αποκαλύπτει συμπυκνωμένα και πολυσύνθετα αρώματα κόκκινων φρούτων, γλυκών μπαχαρικών και σοκολάτας. Όλα αυτά τα στυλ ερυθρών ξηρών κρασιών καθώς και τα γλυκά κρασιά μπορούν να φέρουν την ένδειξη ΠΟΠ Νεμέας (PDO Nemea).

Το Αγιωργίτικο είναι μια ποικιλία που μπορεί να δώσει και

άλλους τύπους κρασιών, όπως εξαιρετικά ροζέ (δεν μπορούν να φέρουν την ένδειξη ΠΟΠ Νεμέα) ή εκπληκτικά επιδόρπια κρασιά από λιαστά σταφύλια. Το Αγιωργίτικο είναι η ποικιλία του οίνου ΠΟΠ Νεμέα, από τη μεγαλύτερη ζώνη ονομασίας προέλευσης κόκκινου κρασιού στην Ελλάδα και παράλληλα, μια ποικιλία κορυφαίας ποιότητας. Το δίδυμο Νεμέα-Αγιωργίτικο είναι άρρηκτα δεμένο, τόσο παραδοσιακά, καθώς η ποικιλία καλλιεργείται μόνο στη Νεμέα και την ευρύτερη περιοχή της, όσο και στη σύγχρονη οινική Ελλάδα. Εν

τούτοις, το κορυφαίο δυναμικό ποιότητας του Αγιωργίτικού έπεισε πολλούς παραγωγούς να το φυτέψουν και σε άλλες περιοχές, όπως στον αμπελώνα της Βόρειας Ελλάδας, της Αττικής και στον υπόλοιπο αμπελώνα της Πελοποννήσου.

Απευθύνεται σε όσους οινόφιλους αναζητούν μια μαγευτική οινική πρόταση για στιγμές κοινωνικών επαφών και οικειότητας. Είναι ένα κρασί που προσφέρει γευστική ικανοποίηση, αλλά και ευελιξία,

αφού μπορεί να καταναλωθεί νέο, διατηρώντας τη δυναμική παλαιώσης για πολλά χρόνια. Τέλος, είναι κατάλληλο για να συνοδεύσει μεγάλη ποικιλία πιάτων, που ταιριάζουν με τη σύγχρονη διατροφή.

### Μαυροτράγανο

Μέχρι πριν από ελάχιστα χρόνια η ερυθρή ποικιλία με τις μαύρες και τραγανές ρώγες –χαρακτηριστικά από τα οποία παίρνει και το όνομά του το Μαυροτράγανο– συμμετείχε σε γλυκά κρασιά της Σαντορίνης, ενώ παράλληλα κινδύνευε με εξαφάνιση. Σήμερα, έχει γίνει πλέον μια από τις πιο πολυσυζητημένες ποικιλίες για την παραγωγή ερυθρών κρασιών και



το μέλλον του Μαυροτράγανου δείχνει πιο ευοίωνο από ποτέ, αφού συνδυάζει εξωτισμό και μοναδικότητα σε ένα ξεχωριστό πακέτο!

Χρειάστηκε βέβαια οι οινοπαραγωγοί της Σαντορίνης να ψάξουν κλήμα-κλήμα τα φημιστηιογενή εδάφη του νησιού, προκειμένου να ξεχωρίσουν και να πολλαπλασιάσουν τα λιγοστά παλαιά φυτά της ποικιλίας Μαυροτράγανο. Επίσης, να κοπιάσουν στο οινοποιείο, προκειμένου να φέρουν στην επιφάνεια τα υπέροχα αρώματά της, που θυμίζουν ανθώδη εκλεκτό καφέ Λατινικής Αμερικής, καπνό και γλυκά κόκκινα φρούτα. Τέλος, να παλέψουν για να τιθασεύσουν τις εύρωστες τανίνες, που συμπληρώνουν το πλούσιο, γεμάτο με οрукτές νότες στόμα των σπάνιων, ασυνήθιστων κρασιών που χαρίζει το Μαυροτράγανο στη Σαντορίνη.

Οι κόποι τους, ωστόσο, φαίνεται ότι δεν έχουν πάει χαμένοι, γιατί παρόλο που το Μαυροτράγανο έχει φανερώσει μόνο ένα μικρό μέρος των δυνατοτήτων του (έχει φυτευτεί ελάχιστα εκτός Σαντορίνης), δείχνει ότι είναι τόσο μοναδικό, όσο και ο τόπος που το γέννησε. Μια ξεχωριστή ποικιλία που δύναται να προσφέρει πρωτόγνωρες εμπειρίες και μπορεί να ανατρέψει την οινική ρουτίνα κάθε οινόφιλου-εξερευνητή!



— — —

## Η ΜΠΙΡΑ

### ΟΠΩΣ ΘΕΛΕΙΣ 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 θέλεις να είναι.**

ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΖΥΘΟΠΟΙΙΑ ΑΤΑΛΑΝΤΗΣ

Απολαύστε υπεύθυνα



## Ενέργεια

## Η ΑΓΟΡΑ ΕΝΕΡΓΕΙΑΣ ΣΗΜΕΡΑ ΣΤΗ ΧΩΡΑ ΜΑΣ

ΡΑΕ, ΑΔΜΗΕ, ΔΕΔΔΗΕ, ΔΕΗ: Ποιοι είναι και τι κάνουν οι βασικοί εμπλεκόμενοι στην αγορά ενέργειας στη χώρα μας;

**Π**οιοι είναι λοιπόν σήμερα και τι κάνουν οι βασικοί εμπλεκόμενοι στην αγορά ενέργειας στη χώρα μας; Ποιοι από αυτούς έχουν άμεση σχέση με ένα μέσο νοικοκυριό;

### Η Ρυθμιστική Αρχή

Η Ρυθμιστική Αρχή Ενέργειας (ΡΑΕ) είναι ο εποπτικός φορέας του ενεργειακού κλάδου. Είναι η υπεύθυνη Αρχή για τη ρύθμιση της αγοράς ηλεκτρικής ενέργειας στη χώρα μας. Στην αγορά αυτή συμμετέχουν οι παραγωγοί ηλεκτρικής ενέργειας που παράγουν ηλεκτρική ενέργεια από διαφορετικές πηγές, ο Διαχειριστής του Συστήματος Μεταφοράς Ηλεκτρικής Ενέργειας (ΑΔΜΗΕ ΑΕ), ο Διαχειριστής του Δικτύου Διανομής Ηλεκτρικής Ενέργειας (ΔΕΔΔΗΕ ΑΕ), οι προμηθευτές ηλεκτρικής ενέργειας (όπως η ΔΕΗ ΑΕ) και οι καταναλωτές.

Με απλά λόγια είναι η ανεξάρτητη Αρχή που έχει την πλήρη αρμοδιότητα του ρυθμιστικού πλαισίου λειτουργίας και εποπτείας του ενεργειακού κλάδου. Όπως για παράδειγμα η Τράπεζα της Ελλάδος και η Ευρωπαϊκή Κεντρική Τράπεζα που εποπτεύουν και ρυθμίζουν το πλαίσιο λειτουργίας των εμπορικών τραπεζών. Για τους απλούς καταναλωτές δεν συντρέχει λόγος να επικοινωνούν με την συγκεκριμένη Αρχή καθώς δεν εμπλέκεται άμεσα με ζητήματα που μπορεί να τους επιλύσει σε ατομικό επίπεδο.

### Ο Διαχειριστής Μεταφοράς Ενέργειας

Ο Ανεξάρτητος Διαχειριστής Συστήματος Μεταφοράς Ηλεκτρικής Ενέργειας (ΑΔΜΗΕ), που συστάθηκε το 2011, έχει την ευθύνη του συστήματος της μεταφοράς ενέργειας. Όχι όμως σε κατοικίες ιδιωτών και κτίρια, καθώς είναι υπεύθυνος για την μεταφορά ενέργειας υψηλής και υπερυψηλής τάσης, συνήθως μέσω των πυλώνων που βλέπουμε δίπλα στις εθνικές οδούς, μέχρι τις εισόδους των πόλεων ή στους υποσταθμούς.

Στο πλαίσιο αυτό είναι υπεύθυνος για την πραγματοποίηση όλων των επενδύσεων που απαιτούνται για τα μεγάλα έργα μεταφοράς ηλεκτρικής ενέργειας, όπως η διασύνδεση της Κρήτης με την Αττική, τη διασύνδεση των Κυκλάδων ή τις διασυνδέσεις με τις γειτονικές χώρες. Ο ΑΔΜΗΕ ασκεί τα καθήκοντα του Διαχειριστή του Ελληνικού Συστήματος Μεταφοράς Ηλεκτρικής Ενέργειας (ΕΣΜΗΕ) και στο πλαίσιο αυτό σκοπός του είναι η λειτουργία, συντήρηση και ανάπτυξη του ΕΣΜΗΕ ώστε να διασφαλίζεται ο εφοδιασμός της χώρας με ηλεκτρική ενέργεια με τρόπο ασφαλή, αποδοτικό και αξιόπιστο. Οι απλοί ιδιώτες καταναλωτές δεν έχουν λόγο να επικοινωνούν με τον ΑΔΜΗΕ, καθώς η δραστηριότητα του δεν συνδέεται απευθείας με καθημερινά ζητήματα ενός νοικοκυριού. (όπως για παράδειγμα μετρήσεις, ρολόγια, νέες συνδέσεις κα).

### Η Επιχείρηση Διανομής Ενέργειας

Η Δημόσια Επιχείρηση Δικτύου Διανομής Ηλεκτρικής Ενέργειας (ΔΕΔΔΗΕ) συστάθηκε το 2011 με

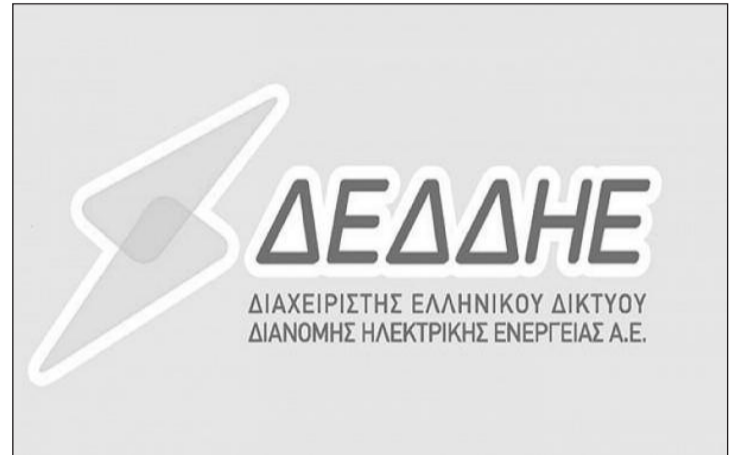
σκοπό να αναλάβει τα καθήκοντα του Διαχειριστή του Ελληνικού Δικτύου Διανομής. Είναι κατά 100% θυγατρική της ΔΕΗ ΑΕ, ανεξάρτητη λειτουργικά και διοικητικά, τηρώντας όλες τις απαιτήσεις ανεξαρτησίας που ενσωματώνονται στο νομικό πλαίσιο. Το έργο της ΔΕΔΔΗΕ, σύμφωνα με το ρυθμιστικό πλαίσιο, είναι η λειτουργία, η συντήρηση και η ανάπτυξη του δικτύου διανομής ηλεκτρικής ενέργειας στην Ελλάδα και η διασφάλιση της διαφανούς και αμερόληπτης πρόσβασης στο δίκτυο διανομής των καταναλωτών, των προμηθευτών και γενικότερα όλων των χρηστών του δικτύου. Στους στόχους της ΔΕΔΔΗΕ είναι η αξιόπιστη τροφοδοσία των καταναλωτών, η διατήρηση της ποιότητας της τάσης του ρεύματος και η διαρκής βελτίωση της ποιότητας εξυπηρέτησης των καταναλωτών.

Με απλά λόγια, η ΔΕΔΔΗΕ έρχεται και παίρνει το ρεύμα από την υψηλή τάση (ΑΔΜΗΕ), το μετατρέπει σε μέση και χαμηλή τάση και το διανέμει στα



νοικοκυριά και τις επιχειρήσεις. Το δίκτυο της ΔΕΔΔΗΕ απαρτίζεται από τις «κολώνες της ΔΕΗ». Η ΔΕΔΔΗΕ μεταξύ άλλων είναι υπεύθυνη και για τις μετρήσεις κατανάλωσης ηλεκτρικού ρεύματος των απλών ιδιωτών πελατών, των νοικοκυριών, ανεξάρτητα ποιον πάροχο έχουν επιλέξει οι καταναλωτές να τους δίνει ρεύμα.

Συνεργεία της ΔΕΔΔΗΕ πραγματοποιούν τις καταμετρήσεις και στέλνουν τα δεδομένα στις εταιρίες παροχής ρεύματος. Άρα, για οποιαδήποτε ζητήματα που οι καταναλωτές πιστεύουν ότι έχουν να κάνουν με την μέτρηση θα πρέπει να απευθύνονται στη ΔΕΔΔΗΕ και όχι στους παρόχους τους. Η ΔΕΔΔΗΕ είναι επίσης υπεύθυνη για την τοποθέτηση ρολογιών σε πολυκατοικίες, μονοκατοικίες, για αιτήματα επαύξεσης ρεύματος νοικοκυριών κλπ. Δικά της συνεργεία ή εργολάβοι που έχει προσλάβει είναι υπεύθυνα για τα έργα αυτά. Βασικό στρατηγικό πλαίσιο της ΔΕΔΔΗΕ αποτελεί η έρευνα και ανάπτυξη με έμφαση στην καινοτομία και την εισαγωγή νέων πρακτικών σχε-



διασμού, λειτουργίας και διαχείρισης των δικτύων Διανομής ηλεκτρικής ενέργειας. Στο πλαίσιο αυτό έχει δημιουργήσει ένα χαρτοφυλάκιο ειδικών έργων που καλύπτουν ένα ευρύ φάσμα δραστηριοτήτων εκσυγχρονισμού όπως τα έξυπνα δίκτυα, η τηλεμέτρηση καταναλώσεων, η τηλε-εξυπηρέτηση χρηστών και ο αυτοματισμός σε πολλές εσωτερικές λειτουργίες.

### Η Δημόσια Επιχείρηση Ηλεκτρισμού

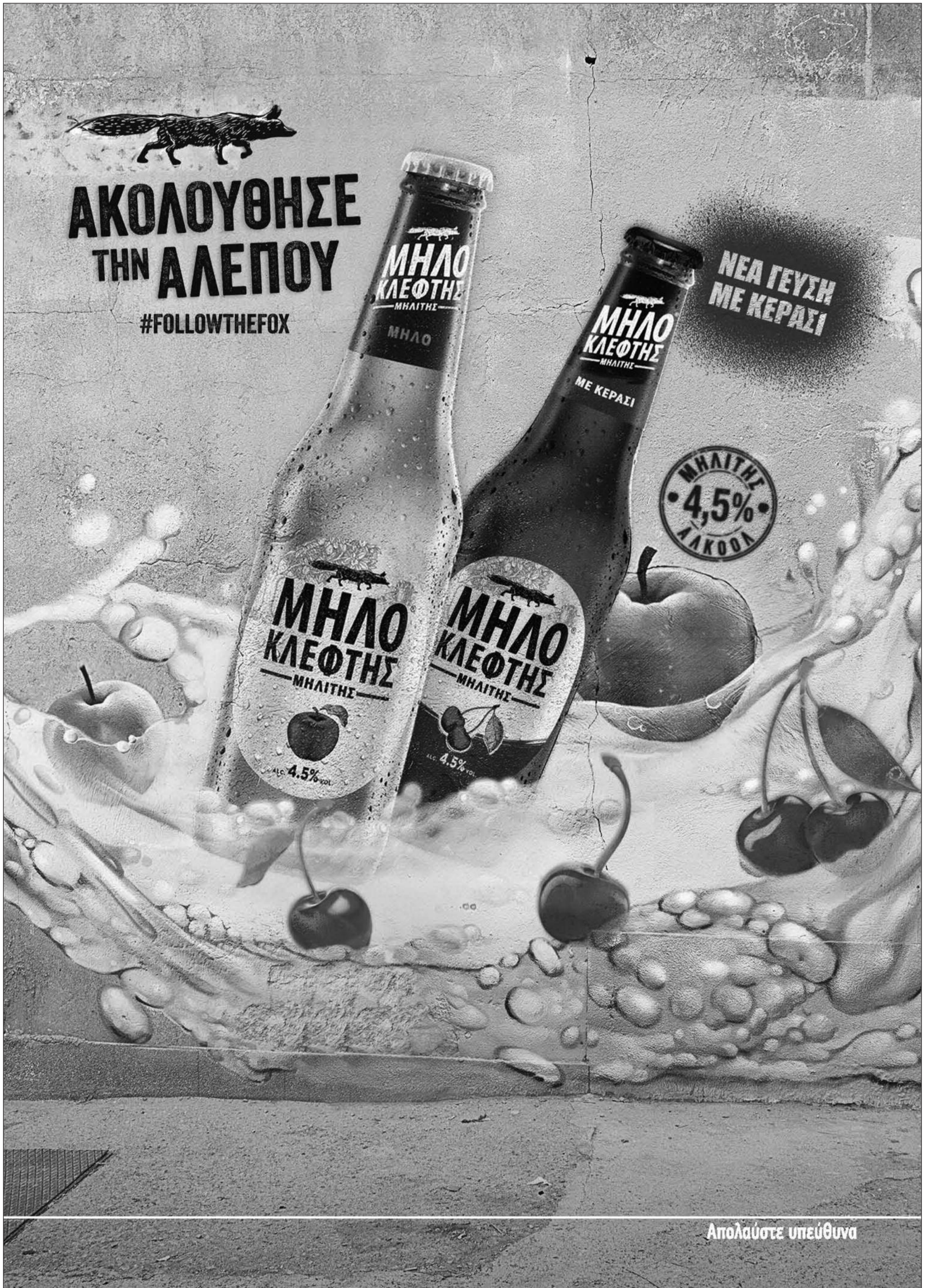
Η Δημόσια Επιχείρηση Ηλεκτρισμού (ΔΕΗ) είναι εταιρία παραγωγής και προμήθειας ηλεκτρικής ενέργειας στην Ελλάδα, με δραστηριότητες στην παραγωγή, διανομή και πώληση ηλεκτρικής ενέργειας στους καταναλωτές. Έχει στην κυριότητά της το δίκτυο διανομής ηλεκτρικής ενέργειας με ρυθμιζόμενη περιουσιακή βάση 3 δισ. ευρώ περίπου, διαχειριστής του οποίου είναι η θυγατρική της εταιρία ΔΕΔΔΗΕ που λειτουργεί ανεξάρτητα. Η ΔΕΗ εξακολουθεί να είναι ο μεγαλύτερος προμηθευτής ηλεκτρικής ενέργειας, εξυπηρετώντας περίπου 6,9 εκατ. πελάτες σε όλη τη χώρα. Μετά όμως την απελευθέρωση της αγοράς ενέργειας έχει ανταγωνιστές τους νέους προμηθευτές ενέργειας που αυξάνονται σε αριθμό και προσεγγίζουν πλέον τους 20, διεκδικώντας μερίδια αγοράς.

Ο ανταγωνισμός των παρόχων ηλεκτρικής ενέργειας, με ισχυρές επιχειρηματικές επωνυμίες να έχουν μπει στη αγορά, εστιάζεται κυρίως στη τιμολογιακή πολιτική καθώς και στις υπηρεσίες εξυπηρέτησης του καταναλωτή, του νοικοκυριού. Η ΔΕΗ καθώς και οι πάροχοι ρεύματος, όπως προαναφέρθηκε δεν έχουν καμιά αρμοδιότητα σε θέματα μετρήσεων κατανάλωσης, εγκατάστασης ρολογιών κ.λπ., καθώς οι αρμοδιότητες αυτές ανήκουν στη ΔΕΔΔΗΕ.

Όλοι οι παραπάνω φορείς είναι συνεργαζόμενοι μεταξύ τους σε διάφορα πεδία και όχι ανταγωνιστικοί. Ο ΑΔΜΗΕ και ο ΔΕΔΔΗΕ έχουν προς το παρόν τον ίδιο βασικό μέτοχο, το Δημόσιο. Ο ΑΔΜΗΕ σε ποσοστό 51% και ο ΔΕΔΔΗΕ στο 100% (μέσω της ΔΕΗ που είναι θυγατρική της). Σε εξέλιξη βρίσκεται διαγωνισμός για των πώληση του 49% των μετοχών της ΔΕΔΔΗΕ σε ιδιώτες.

**Το Δ.Σ. της ΕΔΕΟΠ Αθηνών μάχεται για την βιωσιμότητα του κλάδου**





**ΑΚΟΛΟΥΘΗΣΕ  
ΤΗΝ ΑΛΕΠΟΥ**

**#FOLLOWTHEFOX**

**ΝΕΑ ΓΕΥΣΗ  
ΜΕ ΚΕΡΑΣΙ**

ΜΗΛΙΤΗΣ  
**4,5%**  
ΑΛΚΟΟΛ

ΜΗΛΟ  
ΚΛΕΦΤΗΣ  
ΜΗΛΙΤΗΣ  
ALC. 4.5% VOL.

ΜΗΛΟ  
ΚΛΕΦΤΗΣ  
ΜΗΛΙΤΗΣ  
ALC. 4.5% VOL.

Απολαύστε υπεύθυνα



## Διατροφή και Άσκηση

### Ισπανική Τορτίγια με Καραμελωμένα Κρεμμύδια

#### Υλικά για 4 άτομα

- 500 γρ. ελαιόλαδο
- 1 κιλό πατάτες
- 12 αυγά
- Καραμελωμένα κρεμμύδια
- Αλάτι και πιπέρι

#### ΕΚΤΕΛΕΣΗ

1. Κόβουμε τις πατάτες στη μέση και στη συνέχεια σε λεπτές φέτες περίπου 0.3 – 0.5 χιλιοστά.

2. Σε ένα τηγάνι 28 εκ. προσθέτουμε όλο το ελαιόλαδο και στη συνέχεια τις πατάτες. Μαγειρεύουμε ανακατεύοντας σταδιακά για περίπου 5 – 6 λεπτά.

3. Σε ένα μεγάλο μπολ σπάμε όλα τα αυγά και μόλις οι πατάτες είναι έτοιμες τις στραγγίζουμε καλά και τις προσθέτουμε στο μπολ. Προσθέτουμε και τα καραμελωμένα κρεμμύδια, αλάτι και πιπέρι.

4. Ανακατεύουμε με μια ξύλινη κουτάλα απαλά έως ότου ομογενοποιηθούν τα υλικά, χωρίς να σπάσουμε πολύ τις πατάτες και στη συνέχεια καλύπτουμε το μπολ με μία μεμβράνη για 15 λεπτά.

5. Προθερμαίνουμε ένα τηγάνι 26 – 28 εκ. σε υψηλή θερμοκρασία και προσθέ-



τομε 2 – 3 κ.σ. ελαιόλαδο. Προσθέτουμε όλο το μείγμα με τις πατάτες και τα αυγά και αφήνουμε σε υψηλή θερμοκρασία για 1 – 1,5 λεπτό. Στη συνέχεια, κατεβάζουμε τη θερμοκρασία σε μέτρια (5-6) και μαγειρεύουμε για 3 λεπτά.

6. Τοποθετούμε ένα πιάτο μεγαλύτερης διαμέτρου από το τηγάνι πάνω από το τηγάνι, πιέζουμε το πιάτο και με μια ενιαία κίνηση αναποδογυρίζουμε την ομελέτα στο πιάτο. Την επαναφέρουμε στο τηγάνι (από την άλλη πλευρά αυτή τη φορά) για άλλα 2 – 3 λεπτά, έτσι ώστε να ψηθεί ολοκληρωτικά.

7. Αφαιρούμε σε μια πιπέτα και απολαμβάνουμε.

### Θρεπτικές Μπάρες

#### με Ταχίνι και Κουβερτούρα

#### Υλικά για 12-16 μπάρες

- 350 γρ. Μακεδονικό Ταχίνι με Μέλι
- 70 γρ. μέλι
- 150 γρ. βρώμη
- 120 γρ. καρύδια
- 120 γρ. ηλιόσπορος
- 120 γρ. ξανθή σταφίδα
- ½ κ.γ. κανέλα
- 1 πρέζα κύμινο
- 1 πρέζα αλάτι θαλασσινό
- 300 γρ. κουβερτούρα

#### ΕΚΤΕΛΕΣΗ

1. Στο μούλι προσθέτουμε τη βρώμη και την πολτοποιούμε ελαφρώς, την

σθέτουμε τα μπαχαρικά, το μέλι και το αλάτι και ομογενοποιούμε το μείγμα πολύ καλά.

3. Σε ένα μικρό ταψί 20Χ30 τοποθετούμε μία λαδόκολα, αδειάζουμε το μείγμα για τις μπάρες και πιέζουμε πολύ καλά στο ταψί έτσι ώστε να αφαιρέσουμε όλο τον αέρα (δίνουμε αρκετή προσοχή σε αυτό το σημείο γιατί αν δεν τις πατήσουμε καλά υπάρχει πιθανότητα να θρυμματίζονται).

Λιώνουμε τη κουβερτούρα σε ένα μπεν μαρί ή στα μικροκύματα και απλώνουμε καλά πάνω από τις μπάρες.

4. Μεταφέρουμε το μίγμα στο ψυγείο



προσθέτουμε σε ένα μεγάλο μπολ και επαναλαμβάνουμε τη διαδικασία και με τους ξηρούς καρπούς χωρίς όμως να τους κόψουμε πάρα πολύ.

2. Αδειάζουμε το Μακεδονικό Ταχίνι με Μέλι από το βάζο στο μπολ, προ-

σθέτουμε σε ένα μεγάλο μπολ και επαναλαμβάνουμε τη διαδικασία και με τους ξηρούς καρπούς χωρίς όμως να τους κόψουμε πάρα πολύ.

5. Τις αποθηκεύουμε εκτός ψυγείου αλλά αν θέλουμε να τις έχουμε δροσερές τις μεταφέρουμε στο ψυγείο.

## Υγεία

### Σπλαχνικό λίπος: Αιτίες & Μείωση

#### Τι είναι το σπλαχνικό λίπος;

Ως σπλαχνικό λίπος (σπλαχνικός λιπώδης ιστός) ορίζεται το ενδοκοιλιακό λίπος που βρίσκεται μέσα στην κοιλιακή κοιλότητα και συσσωρεύεται μεταξύ των οργάνων (στόμαχος, ήπαρ, πεπτικό, νεφροί κ.λπ.). Το σπλαχνικό λίπος διαφέρει από το υποδόριο λίπος, το οποίο βρίσκεται ακριβώς κάτω από το δέρμα. Με πιο απλά λόγια, σπλαχνικό είναι το λίπος που εναποτίθεται στην περιοχή του κορμού – κοιλιάς, όχι όμως αυτό που μπορείτε να πιάσετε με το χέρι σας, αλλά αυτό που βρίσκεται μία στιβάδα πιο μέσα ανάμεσα στα ζωτικά όργανα.



Όλα τα παραπάνω καθιστούν επιτακτική τη διατήρηση του σπλαχνικού λίπους εντός των φυσιολογικών ορίων.

#### Γιατί είναι σημαντικό το σπλαχνικό λίπος;

Είναι γεγονός πως η διατήρηση του σωματικού λίπους εντός των επιθυμητών ορίων είναι ζωτικής σημασίας για τη διασφάλιση της υγείας. Ωστόσο, είναι πλέον σαφές ότι δεν είναι όλος ο λιπώδης ιστός ίσως σημασίας για την προαγωγή της υγείας και τη μείωση του κινδύνου χρόνιων ασθενειών.

Το σπλαχνικό λίπος διαφέρει σημαντικά από το υποδόριο, αυτό δηλαδή που βρίσκεται κάτω από το δέρμα και μπορείτε να σιμπίσετε με το χέρι σας. Πιο συγκεκριμένα, το σπλαχνικό λίπος είναι πιο μεταβολικά ενεργό και πιο ευαίσθητο στη λιπόλυση. Ταυτόχρονα, φέρει μεγαλύτερη αντίσταση στην ινσουλίνη, περιέχει μεγαλύτερο αριθμό κυττάρων, αγγείων και νευρώνων καθώς και μεγαλύτερο αριθμό φλεγμονωδών και ανοσοποιητικών κυττάρων σε σύγκριση με το υποδόριο λίπος. Τέλος, το σπλαχνικό λίπος έχει μεγαλύτερη ικανότητα από το υποδόριο λίπος να παράγει ελεύθερα λιπαρά οξέα και να προσλαμβάνει γλυκόζη.

#### Τι συνεπάγονται τα παραπάνω για το σπλαχνικό λίπος;

Όλα τα παραπάνω αποδεικνύουν πως η αύξηση του σπλαχνικού λίπους πάνω από τα επιθυμητά όρια το καθιστά «μεταβολικά επικίνδυνο». Τα αποτελέσματα των έως τώρα μελετών μάλιστα είναι σαφή.

Αρχικά, η υπερβολική συσσώρευση σπλαχνικού λίπους σχετίζεται με μειωμένη παραγωγή αδιπνεκτίνης, ενός μορίου με αντιφλεγμονώδεις λειτουργίες. Το γεγονός αυτό καθιστά έναν οργανισμό με αυξημένο λίπος πιο ευάλωτο σε φλεγμονώδεις παθήσεις.

Παράλληλα, η συσσώρευση σπλαχνικού λίπους πάνω από ένα συγκεκριμένο όριο σχετίζεται με μειωμένη ευαισθησία στην ινσουλίνη και αυξημένο κίνδυνο καρδιαγγειακής νόσου τόσο στους άνδρες όσο και στις γυναίκες.

Τέλος, το σπλαχνικό λίπος θεωρείται ανεξάρτητος προγνωστικός παράγοντας εμφάνισης αυξημένου αρτηριακού πύσσους, εμφράγματος του μυοκαρδίου, αντίστασης στην ινσουλίνη και σακχαρώδη διαβήτη τύπου δύο.

#### Παράλληλα, συσσώρευση σπλαχνικού λίπους συνδέεται με παθήσεις όπως:

- Άνοια
- Καρκίνος
- Βρογχικό άσθμα
- Παθήσεις του ήπατος (σικώτι)
- Παθήσεις της χοληδόχου κύστης
- Ουρική αρθρίτιδα
- Προβλήματα γονιμότητας
- Πόνο στη μέση και
- Οστεοαρθρίτιδα

#### Φυσιολογικές τιμές (όρια) του σπλαχνικού λίπους;

Διαβάζοντας τα παραπάνω αυτομάτως προκύπτει η παρακάτω ερώτηση. Ποιες είναι οι φυσιολογικές τιμές – φυσιολογικά όρια του σπλαχνικού λίπους; Οι φυσιολογικές τιμές σπλαχνικού λίπους κυμαίνονται από το 1 έως το 12 όπως μπορείτε να δείτε στην εικόνα που ακολουθεί:

Αν λοιπόν το σπλαχνικό λίπος σας βρίσκεται ανάμεσα στο 1 και το 12 αυτό συνεπάγεται πως έχετε ένα υγιές επίπεδο σπλαχνικού λίπους.



Θα σας πρότεινα να ελέγχετε τα επίπεδα τακτικά ώστε να διασφαλίσετε τη διατήρησή τους εντός του υγιούς εύρους.

Από την άλλη, αν το σπλαχνικό σας λίπος υπερβαίνει το 12 αυτό συνεπάγεται αυξημένη εναπόθεση λίπους στην περιοχή του κορμού, ανάμεσα στα ζωτικά όργανα, γεγονός με δυσμενείς επιπτώσεις για την υγεία όπως είδαμε παραπάνω.

#### Εκτίμηση σπλαχνικού λίπους με λιπομέτρηση

Επόμενος, πιο ακριβής τρόπος για την εκτίμηση του σπλαχνικού λίπους είναι η ανάλυση σύστασης σώματος (λιπομέτρηση). Η λιπομέτρηση πραγματοποιείται με τη μέθοδο της βιοηλεκτρικής εμπέδισης (BIA). Πιο συγκεκριμένα, το μόνο που έχετε να κάνετε είναι να ανέβετε στη συσκευή με τα πόδια γυμνά και να κρατήσετε με τα χέρια σας τις δύο λαβές.

Κατά τη διάρκεια της μέτρησης ένα μικρός έντασης εναλλασσόμενο ρεύμα διαπερνά το ανθρώπινο σώμα. Η ένταση είναι πολύ χαμηλή κάνοντας τη μέτρηση εντελώς ανώδυνη. Με τον τρόπο αυτό, δημιουργείται ένα ηλεκτρικό κύκλωμα και μετράται η αγωγιμότητά του σώματος.

Οι ιστοί του ανθρώπινου σώματος έχουν διαφορετική αγωγιμότητα. Έτσι, ιστοί πλούσιοι σε νερό όπως οι μύες οι έχουν υψηλή αγωγιμότητα ενώ αντίθετα ιστοί όπως το λίπος λόγω της μικρής περιεκτικότητάς του έχουν χαμηλή αγωγιμότητα.

Ως αποτέλεσμα με μία μέτρηση διάρκειας μόλις 30' μπορείτε να έχετε μία πλήρη ανάλυση σύστασης σώματος.



## Από τον χώρο των εταιρειών

### ΞΕΚΙΝΗΣΕ Ο ΝΕΟΣ ΚΥΚΛΟΣ ΔΩΡΕΑΝ ΕΚΠΑΙΔΕΥΣΕΩΝ ΓΙΑ DIGITAL, BUSINESS ΚΑΙ SOFT SKILLS ΑΠΟ ΤΟ YOUTH EMPOWERED ΤΗΣ COCA-COLA ΤΡΙΑ ΎΦΙΛΟΝ

Περισσότερα από 14 σεμινάρια πάνω σε σύγχρονες θεματικές από καταξιωμένους ομιλητές και στελέχη του κλάδου

**Διήρκεσε από 24 Απριλίου έως 31 Μαΐου**

Το Youth Empowered της Coca-Cola Τρία Ύφιλον, το Νο1 δωρεάν πρόγραμμα ενίσχυσης της απασχολησιμότητας του ιδιωτικού τομέα, ξεκίνησε τον νέο digital κύκλο δωρεάν εκπαίδευσεων για να προσφέρει ενδυνάμωση και καθοδήγηση πάνω σε ψηφιακές και επαγγελματικές δεξιότητες. Από τις 24 Απριλίου έως τις 31 Μαΐου οι συμμετέχοντες έχουν την ευκαιρία να παρακολουθήσουν δωρεάν, περισσότερα από 14 σεμινάρια, πάνω σε σύγχρονες θεματικές από καταξιωμένους ομιλητές, στελέχη του κλάδου. Με ένα ολοκληρωμένο περιεχόμενο βασισμένο στις ανάγκες της νέας γενιάς και τις τάσεις της αγοράς εργασίας, το πρόγραμμα θα δώσει στους συμμετέχοντες την απάντηση για όλα τα «πώς» για την καριέρα τους. Πώς να διεκδικήσουν τη θέση που θέλουν, πώς να αναπτύξουν τις προσωπικές και επαγγελματικές τους δεξιότητες, πώς να διαχειρίζονται τις διαδικτυακές πλατφόρμες και πώς να ξεχωρίσουν επαγγελματικά σε όποιον κλάδο και αν ονειρεύονται.

Ο νέος digital κύκλος έρχεται σε συνέχεια του τριήμερου σεμιναρίου HoReCa Empowered που μόλις ολοκληρώθηκε στο Ηράκλειο Κρήτης, προσφέροντας σε περισσότερους από 550 επαγγελματίες & επιχειρηματίες του κλάδου HoReCa, τα εργαλεία που χρειάζονται για να εξελίξουν τις δεξιότητές τους και να προετοιμα-

στούν για την τουριστική σεζόν που ξεκινάει.

**ΠΛΟΥΣΙΟ ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΟ ΣΧΕΔΙΑΣΜΕΝΟ ΜΕ ΒΑΣΗ ΤΙΣ ΑΝΑΓΚΕΣ ΤΗΣ ΑΓΟΡΑΣ**

Υψηλόβαθμα στελέχη της Coca-Cola Τρία Ύφιλον και της αγοράς, καθώς και έμπειροι εκπαιδευτές της Socialinn, θα συμμετέχουν ως μέντορες στο πρόγραμμα, προσφέροντας τις γνώσεις και τις εμπειρίες τους πάνω σε ένα πλούσιο περιεχόμενο που έχει σχεδιαστεί αποκλειστικά για τη νέα γενιά.

Οι συμμετέχοντες θα έχουν την ευκαιρία να εξελιχθούν σε θεματικές όπως: Σχεδιασμός βιογραφικού & προετοιμασία για συνέντευξη, digital marketing, τεχνικές πωλήσεων και διαπραγματεύσεων, storytelling & social media, εφαρμογές office, εξυπηρέτηση πελατών, βασικές γνώσεις οικονομικών και πολλά άλλα.



**Πρατηριούχε, απέδειξε έμπρακτα ότι σε ενδιαφέρει η πορεία του κλάδου, συσπειρώσου λοιπόν στην ΕΔΕΟΠ Αθηνών για να επιτύχουμε τους στόχους μας**

**SOUROTÍ. 1916**

**Βρίσκει πάντα θέση στις στιγμές σου.**





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



 Vikos  
 VikosOfficial

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



Φυσικά Μεταλλικά Αναψυκτικά



Τα μόνα με  
 Φυσικό Μεταλλικό Νερό.