



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 466
ΝΟΕΜΒΡΙΟΣ 2024
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 τιμοκαταλόγους όλων των εταιρειών όπου οι ενδιαφερόμενοι λαμβάνουν γνώση αφού εγγρα-

φούν 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

"ΕΠΟΙΚΟΔΟΜΗΤΙΚΟΣ ΔΙΑΛΟΓΟΣ ΜΕ ΤΗΝ ΑΘΗΝΑΪΚΗ ΖΥΘΟΠΟΙΑ"

Την Παρασκευή 1 Νοεμβρίου 2024, το Διοικητικό Συμβούλιο της ΕΔΕΟΠ Αθηνών είχε την ευκαιρία να συναντηθεί με το τμήμα πωλήσεων της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας. Κατά τη διάρκεια της συνάντησης, συζητήθηκαν αναλυτικά όλα τα ζητήματα που απασχολούν τον κλάδο μας, με ιδιαίτερη έμφαση στις τρέχουσες προκλήσεις και ευκαιρίες που διαμορφώνουν το επιχειρηματικό τοπίο.

Η συζήτηση εξελίχθηκε σε έναν εποικοδομητικό και ειλικρινή διάλογο, ο οποίος χαρακτηρίστηκε από αμοιβαίο σεβασμό και κατανόηση. Η θετική ατμόσφαιρα και το κλίμα συνεργασίας που επικράτησε καθ' όλη τη διάρκεια της συνάντησης, ενίσχυσαν τη βούληση και των δύο πλευρών για περαιτέρω ενδυνάμωση της συνεργασίας τους. Αναγνωρίζοντας τη σημασία της διατήρησης αυτής της θετικής δυναμικής, προσβλέπουμε στη συνέχιση του εποικοδομητικού διαλόγου και της προσήλωσης της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας στο παραδοσιακό χονδρεμπόριο, το οποίο παραμένει θεμέλιο για την αμοιβαία ανάπτυξη και επιτυχία.



"ΕΝΙΣΧΥΣΗ ΣΥΝΕΡΓΑΣΙΑΣ ΚΑΙ ΔΕΣΜΕΥΣΗ ΤΗΣ ΒΙΚΟΣ ΠΡΟΣ ΤΟ ΠΑΡΑΔΟΣΙΑΚΟ ΧΟΝΔΡΕΜΠΟΡΙΟ"

Την Τρίτη, 12 Νοεμβρίου 2024, πραγματοποιήθηκε συνάντηση μεταξύ του Διοικητικού Συμβουλίου της ΕΔΕΟΠ Αθηνών και της εταιρείας Βίκος. Η συνάντηση διεξήχθη σε εξαιρετικά θετικό κλίμα, αναδεικνύοντας τη δέσμευση της εταιρείας Βίκος να στηρίζει δυναμικά το παραδοσιακό χονδρεμπόριο, το οποίο εκπροσωπεί και προωθεί η ΕΔΕΟΠ. Η σταθερή υποστήριξη της εταιρείας προς όλους τους παραδοσιακούς χονδρεμπόρους – και κατ'επέκταση προς τα εν δυνάμει μέλη της

ΕΔΕΟΠ – επιβεβαιώνει τον ουσιαστικό της ρόλο στην αγορά. Στη διάρκεια της συνάντησης συζητήθηκαν τρόποι περαιτέρω ενίσχυσης και διεύρυνσης της συνεργασίας, με στόχο τη συνεχή βελτίωση σε όλα τα επίπεδα.



Οι στρατηγικές κινήσεις και οι επενδύσεις της Βίκος μας δίνουν τη σιγουριά ότι θα συνεχίσει να αποτελεί

καθοριστικό παράγοντα στην αγορά του εμφιαλωμένου νερού, ενώ ενισχύει διαρκώς και τη θέση της στην αγορά των αναψυκτικών.

ΨΑΡΕΛΗΣ ΔΗΜΗΤΡΙΟΣ : ΕΝΑ ΑΦΟΣΙΩΜΕΝΟ ΜΕΛΟΣ ΤΗΣ ΕΔΕΟΠ ΕΦΥΓΕ ΑΠΟ ΤΗ ΖΩΗ

Με βαθιά θλίψη, η Ένωση Διακινήτων Εμπόρων Οίνων & Ποτών Αθήνας (ΕΔΕΟΠ) αποχαιρέτα τον Δημήτριο Ψαρέλη, ένα μακροχρόνιο και αφοσιωμένο μέλος της Ένωσής μας, που έφυγε από τη ζωή σε ηλικία 76 ετών. Ο Δημήτριος Ψαρέλης υπηρέτησε την ΕΔΕΟΠ με συνέπεια και ευσυνειδησία για πολλά χρόνια, μέχρι τη συνταξιοδότησή του. Υπήρξε μέλος του Διοικητικού Συμβουλίου για δύο θητείες και διατέλεσε ταμίας της Ένωσης από το 2003 έως το 2009. Η προσφορά του

ήταν ανεκτίμητη και το ήθος του παραδειγματικό, αποτελώντας σημείο αναφοράς για τους συναδέλφους του. Η κηδεία του πραγματοποιήθηκε στις 13 Νοεμβρίου 2024, στον Ιερό Ναό Αγίου Νικολάου στην Ερέτρια. Εκφράζουμε τα ειλικρινή μας συλλυπητήρια στους οικείους του. Θα θυμόμαστε πάντα την προσφορά και την αφοσίωσή του στην ΕΔΕΟΠ με σεβασμό και εκτίμηση.

ΔΕΣΜΙΟΙ ΤΩΝ
ΠΡΟΣΦΟΡΩΝ
ΟΙ
ΠΡΟΜΗΘΕΥΤΕΣ



Στη σελίδα 4

ΡΑΛΙ ΣΤΙΣ
ΤΙΜΕΣ
ΠΟΛΥΤΕΛΩΝ
ΚΑΤΟΙΚΙΩΝ
ΣΤΗ ΝΟΤΙΑ
ΕΥΡΩΠΗ



Στη σελίδα 7

ΑΓΑΠΗΜΕΝΟΙ
ΠΡΟΟΡΙΣΜΟΙ
ΓΙΑ
ΟΙΝΟΤΟΥΡΙΣΜΟ
ΣΤΗΝ
ΕΛΛΑΔΑ



Στη σελίδα 14

ΚΡΑΣΙ: ΒΕΤΟ ΑΜΕΡΙΚΑΝΩΝ ΒΟΥΛΕΥΤΩΝ ΚΑΤΑ ΜΕΛΕΤΗΣ ΓΙΑ ΤΙΣ ΕΠΙΠΤΩΣΕΙΣ ΤΟΥ ΑΛΚΟΟΛ ΣΤΗΝ ΥΓΕΙΑ

Σε μια εποχή που οι Αμερικανοί γιορτάζουν το κρασί όλο τον Οκτώβριο, περίπου εκατό βουλευτές ζήτησαν να σταματήσει μια μελέτη που θεωρούν μεροληπτική, όσον αφορά στις συστάσεις για την κατανάλωση αλκοόλ στις Ηνωμένες Πολιτείες.

Στο πλαίσιο της αναθέωσης των Διατροφικών Κατευθυντήριων Γραμμών το 2025 στις Ηνωμένες Πολιτείες, οι Εθνικές Ακαδημίες Επιστημών, Μηχανικής και Ιατρικής προβαίνουν σε αξιολόγηση πληροφοριών σχετικά με το αλκοόλ και την υγεία. Μια αξιολόγηση που χρηματοδοτείται με 1,3 εκατομμύρια δολάρια (ή 1,2 εκατομμύρια ευρώ) από το κράτος και η οποία συγκεντρώνει μια επιτροπή εμπειρογνομώνων για να εξετάσει, να αξιολογήσει και να αναφέρει επιστημονικά στοιχεία σχετικά με την κατανάλωση αλκοόλ και τις επιπτώσεις του στην υγεία.

Αυτή η ευρέως εν εξελίξει διαδικασία θα ολοκληρωθεί μέχρι το τέλος του έτους. Τα ευρήματά της θα παρέχουν συστάσεις σχετικά με την κατανάλωση αλκοόλ για τα επόμενα πέντε χρόνια.

Όπως υπενθυμίζει η ΚΕΟΣΟΕ σε σχετική ανάρτησή της οι τρέχουσες συστάσεις συνιστούν να μην υπερβαίνουν τα δύο ποτά την ημέρα για τους άνδρες και ένα ποτό την ημέρα για τις γυναίκες. Ορισμένες ευαίσθητες ομάδες, όπως οι έγκυες γυναίκες, πρέπει προφανώς να απέχουν από την κατανάλωση αλκοόλ.

Κοινοβουλευτικοί φόβοι

Παράλληλα με αυτήν την έρευνα, η Διοργανική Συντονιστική Επιτροπή για την Πρόληψη της Κατανάλωσης Αλκοόλ από Ανήλικους (ICCPUD) ξεκίνησε μια δική της μελέτη, με επικεφαλής τη Διεύθυνση Υπηρεσιών Ψυχικής Υγείας και Πρόληψης και Θεραπείας Ναρκωτικών (SAMHSA).

Αντιμέτωποι με αυτήν την πρωτοβουλία, περισσότερα από

110 μέλη του Αμερικανικού Κογκρέσου – ή περίπου το ένα τέταρτο του συνόλου – υποστηρίζουν ότι «ανησυχούν πολύ που το ICCPUD παρεκκλίνει από την πρωταρχική του αποστολή, που είναι να μειώσει και να αποτρέψει την κατανάλωση αλκοόλ από ανήλικους... Γιατί το ICCPUD να επιλέξει να ανακατευθύνει τους περιορισμένους πόρους του εις βάρος των κύριων στόχων του;».

Ομοίως, οι βουλευτές πιστεύουν ότι τα μέλη της επιστημονικής επιτροπής που διορίστηκαν από το ICCPUD «δεν ελέγχθηκαν επαρκώς για πιθανές συγκρούσεις συμφερόντων». Σε επιστολή που απευθύνεται στους Υπουργούς Υγείας και Γεωργίας, αναφέρεται ότι «είναι ουσιαστικό κάθε εξέταση και συστάσεις να βασίζονται στην υπεροχή της επιστημονικής γνώσης και της στέρεης έρευνας που αναπτύσσεται με τρόπο διαφανή και χωρίς σύγκρουση πιθανών συμφερόντων».

Η έλλειψη διαφάνειας στη διαδικασία έχει ήδη επισημανθεί από την κύρια ερευνητική επιτροπή της Βουλής των Αντιπροσώπων των Ηνωμένων Πολιτειών, την Επιτροπή Εποπτείας και Λογοδοσίας. Στις αρχές του μήνα, ο πρόεδρος αυτής της πολύ ισχυρής επιτροπής διέταξε τη δημοσιοποίηση εγγράφων, εκτιμώντας ότι το Υπουργείο Υγείας «φαίνεται ότι κάνει κατάχρηση εξουσίας για την ανάπτυξη συστάσεων για την κατανάλωση αλκοόλ». Ένα αρχικό αίτημα για έγγραφα από την επιτροπή τον περασμένο Απρίλιο έμεινε αναπάντητο. Ο τομέας των αλκοολούχων ποτών στις Ηνωμένες Πολιτείες ανησυχεί για τον έλεγχο των ακτιβιστών κατά του αλκοόλ σε αυτή τη βασική διαδικασία, με τις συστάσεις να έχουν μεγάλη επίδραση στην κατανάλωση και τις συμβουλές που παρέχονται από επαγγελματίες υγείας.



Προσοχή στις συντομεύσεις, τονίζει το Χάρβαρντ

Ωστόσο, ο κλάδος έχει ορισμένους ισχυρούς συμμάχους: σε μια στήλη που δημοσιεύθηκε τον Αύγουστο, η σχολή δημόσιας υγείας του διάσημου Πανεπιστημίου του Χάρβαρντ διαμαρτυρήθηκε για τις συντομεύσεις που στοχεύουν το αλκοόλ και επέμεινε στην ανάγκη να επιβεβαιώνονται τα σχόλια.

«Μετά από αμέτρητες μελέτες, τα δεδομένα δεν υποστηρίζουν γενικεύσεις σχετικά με τις επιπτώσεις της μέτριας κατανάλωσης αλκοόλ στην ανθρώπινη υγεία... Είναι δελεαστικό να υποθέσουμε ότι εφόσον η υπερβολική κατανάλωση είναι πολύ κακή, μικρότερες ποσότητες πρέπει αυτόματα να έχουν κάποιες επιβλαβείς συνέπειες. Αυτό όμως δεν βασίζεται επιστημονικά... Πρέπει να αναγνωρίσουμε την πολυπλοκότητα των υπάρχοντων στοιχείων και να προσέξουμε να μην τα περιορίσουμε σε ένα μόνο παραπλανητικό συμπέρασμα».

Heineken: Premium και μη αλκοολούχα μύρα οδηγούν τις πωλήσεις

Η ολλανδική ζυθοποιία Heineken ανακοίνωσε αύξηση 3,3% στα οργανικά καθαρά έσοδα κατά το τρίτο τρίμηνο, ξεπερνώντας τις προσδοκίες των αναλυτών για αύξηση 3,2%. «Πραγματοποιήσαμε ένα σταθερό τρίμηνο ισορροπημένης ανάπτυξης, αυξάνοντας οργανικά τον όγκο μύρας κατά 0,7% και τα καθαρά έσοδα κατά 3,3%. Η επιχείρησή μας συνεχίζει να αποδίδει σύμφωνα με το σχέδιό μας συνολικά, παρά το γεγονός ότι ορισμένες αγορές διανύουν δύσκολες καταναλωτικές και βιομηχανικές τάσεις», δήλωσε ο CEO της εταιρείας, Ντολφ Βαν ντεν Μπρινκ.

Γιατί οι Αμερικανοί χάνουν την όρεξή τους για μύρα

«Επιβεβαιώνουμε και επαναλαμβάνουμε τις προοπτικές μας για το σύνολο του έτους για οργανική αύξηση των λειτουργικών κερδών της τάξης του 4% έως 8%, αντανάκλωντας την εμπιστοσύνη μας στην υλοποίηση και τη δέσμευσή μας να επενδύσουμε πίσω από την ανάπτυξη και να διασφαλίσουμε το μέλλον της επιχείρησής μας», πρό-



σθεσε ο Βαν ντεν Μπρινκ.

Η Heineken είχε απογοητεύσει τους επενδυτές νωρίτερα μέσα στο έτος με πιο αδύναμα από τα αναμενόμενα εξαμηνιαία στοιχεία και υποτονικές προβλέψεις για το σύνολο του έτους.

Τα έσοδα του τριμήνου ανήλθαν σε 9,1 δισεκατομμύρια ευρώ (ετησίως: 26,9 δισεκατομμύρια ευρώ). Τα καθαρά έσοδα αυξήθηκαν οργανικά κατά 3,3% (ετησίως: αύξηση 5,1%). Ο συνολικός ενοποιημένος όγκος αυξήθηκε κατά 0,7% (ετησίως: αύξηση 1,3%) και τα καθαρά έσοδα ανά εκατό-

λιτρο αυξήθηκαν κατά 2,6% (ετησίως: αύξηση 3,7%).

Ο όγκος της premium μύρας αυξήθηκε κατά 4,5% με αιχμή τη Βραζιλία, τη Νότια Αφρική και την Ινδία. Η Heineken συνέχισε τη δυναμική της και αύξησε τον όγκο κατά 8,7% με διψήφια αύξηση σε 30 αγορές. Η Heineken 0.0 αυξήθηκε κατά 3,4%, με αιχμή του δόρατος τη Βραζιλία, τις ΗΠΑ και το Βιετνάμ. Η Heineken Silver αυξήθηκε κατά ποσοστό υψηλότερο του 20%, με συνεχιζόμενη ισχυρή ανάπτυξη στην Κίνα και το Βιετνάμ.

Η Heineken επιβεβαίωσε και επανέλαβε τους βασικούς οικονομικούς δείκτες των κατευθυντήριων οδηγιών της για το 2024, συμπεριλαμβανομένων των προσδοκιών για το σύνολο του έτους για οργανική αύξηση των λειτουργικών κερδών κατά 4% έως 8%. Όπως ανακοινώθηκε στα αποτελέσματα του πρώτου εξαμήνου, τόνισε ότι ενισχύει σημαντικά τις επενδύσεις στις μάρκες που επικεντρώνονται στις μεγαλύτερες ευκαιρίες μας για μακροπρόθεσμη βιώσιμη ανάπτυξη.

ΤΟ Δ.Σ. ΤΗΣ ΕΔΕΟΠ ΑΘΗΝΩΝ



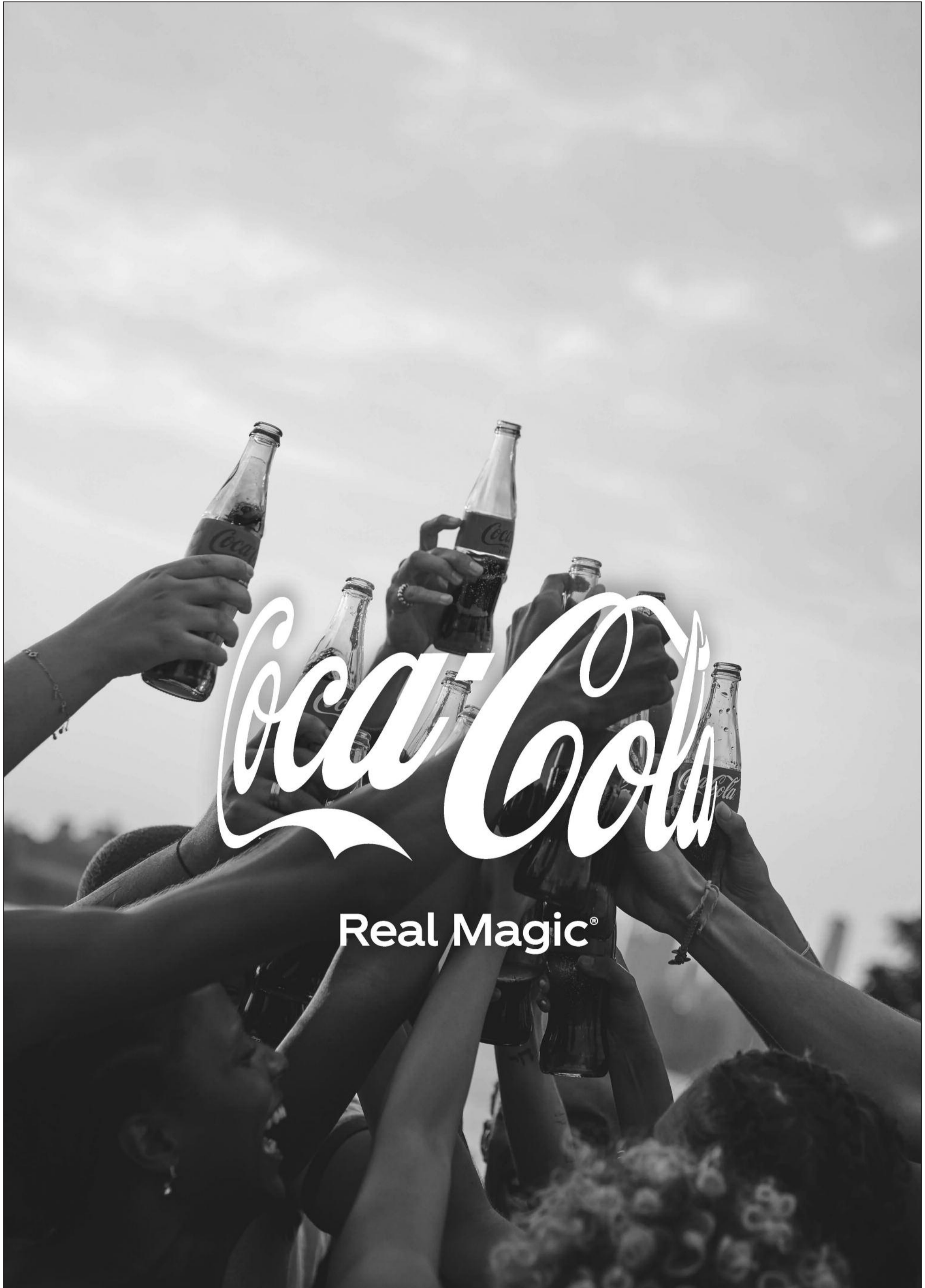
ΒΥΤΙΝΙΩΤΗΣ ΙΩΑΝΝΗΣ	210-9702018	ΠΡΟΕΔΡΟΣ
ΑΝΩΓΙΑΝΝΑΚΗΣ ΔΑΜΙΑΝΟΣ	210-8043465	ΑΝΤΙΠΡΟΕΔΡΟΣ
ΔΑΝΙΗΛ ΣΠΥΡΟΣ	210-4934757	ΓΕΝ ΓΡΑΜΜΑΤΕΑΣ
ΖΑΜΠΟΥΡΑΣ ΧΑΡΗΣ	210-2465788	ΤΑΜΙΑΣ
ΔΕΡΜΙΤΖΑΚΗΣ ΧΑΡΑΛΑΜΠΟΣ	210-5779896	ΜΕΛΟΣ
ΚΑΡΑΜΗΝΑΣ ΜΙΧΑΗΛ	210-8818953	ΜΕΛΟΣ
ΝΤΑΜΠΑΡΑΚΗΣ ΝΙΚΟΛΑΟΣ	210-2772005	ΜΕΛΟΣ

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



ΔΕΣΜΙΟΙ ΤΩΝ ΠΡΟΣΦΟΡΩΝ ΟΙ ΠΡΟΜΗΘΕΥΤΕΣ - ΓΙΑΤΙ ΑΝΕΒΑΙΝΕΙ Η ΚΑΤΑΝΑΛΩΣΗ ΣΕ ΑΛΚΟΟΛ, ΑΝΑΨΥΚΤΙΚΑ ΚΑΙ ΓΑΛΑ;

Με το «όπλο» των προσφορών παρά πόδα συνεχίζουν να επιχειρούν βιομήχανοι, εισαγωγείς και αλυσίδες σούπερ μάρκετ, αφού η αλλαγή στο καταναλωτικό μοτίβο λόγω της ακρίβειας δεν τους αφήνει περιθώρια χαλάρωσης.

Εξ ου και ένα στα τέσσερα προϊόντα στα ράφια της οργανωμένης λιανικής πωλούνται υπό το καθεστώς κάποιας προωθητικής ενέργειας, με το ποσοστό τους επί των συνολικών πωλήσεων να εμφανίζεται αυξημένο σε σχέση με πέρσι.

Γιατί ενισχύεται η κατανάλωση στα σούπερ μάρκετ

Άλλωστε στις προσφορές και στη μεγέθυνση της ιδιωτικής ετικέτας οφείλεται κυρίως η μεγαλύτερη αύξηση του όγκου πωλήσεων σε σχέση με την αξία πωλήσεων, όπως δείχνουν τα στοιχεία της Circa για το διάστημα Ιανουαρίου - Αυγούστου 2024.

Πιο αναλυτικά οι πωλήσεις των σούπερ μάρκετ σε αξία αυξήθηκαν 3,2% στα 7,776 δισ. ευρώ από 7,546 δισ. ευρώ στο οκτάμηνο του 2023, όταν την ίδια ώρα οι πωλήσεις σε όγκο σημείωσαν άνοδο 3,3%, ενώ η μέση τιμή ανά προϊόν μειώθηκε οριακά 0,1%, γεγονός που υποδηλώνει άμβλυση των πληθωριστικών πιέσεων σε ορισμένες κατηγορίες.

Αξίζει να σημειωθεί ότι συνολικά το 2023 η αξία πωλήσεων των σούπερ μάρκετ αυξήθηκε κατά 9,3% και όγκος πωλήσεων μόλις κατά 2,5%, ενώ ανάλογη ήταν η εικόνα και το 2022, όταν η αξία πωλήσεων είχε αυξηθεί κατά 7,50% και ο όγκος πωλήσεων μόλις κατά 0,50%.

Η εσωστρέφεια των νοικοκυριών λόγω ακρίβειας
Η εσωστρέφεια που συνεχίζουν να δείχνουν τα νοικοκυριά στην Ελλάδα, αυξάνοντας την κατανάλωση και την ψαχωγιά στο σπίτι, ελέω γενικότερης ακρίβειας, αποτυπώνεται στην πορεία των πωλήσεων σε αξία και όγκο στα σούπερ μάρκετ.

Έτσι τη μεγαλύτερη αύξηση στις πωλήσεις σε αξία στο οκτάμηνο του 2024 παρουσίασε η κατηγορία των τροφίμων στο +4%, με τον όγκο το ίδιο διάστημα να αυξάνεται κατά 3,3%.

Αλκοολούχα ποτά (+7,8%), γαλακτοκομικά (+7,2%) και αναψυκτικά (+6,2%) ήταν οι κατηγορίες που πρωταγωνίστησαν στην αύξηση της κατανάλωσης.

Μάλιστα την ίδια καταναλωτική συμπεριφορά επέδειξαν και οι ξένοι επισκέπτες ειδικά την διάρκεια του καλοκαιριού, με αποτέλεσμα τα μεγέθη της εστίασης να υποχωρήσουν στην καρδιά της τουριστικής σεζόν.

Σε ποια προϊόντα γίνονται οι μεγαλύτερες προσφορές

Σε ό,τι αφορά τις προωθητικές ενέργειες που αντιστοιχούν στο 25,8% των πωλήσεων στο οκτάμηνο, εμφανίζονται αυξημένες κατά σχεδόν μία ποσοστιαία μονάδα (+0,9 pp) σε σχέση με το αντίστοιχο διάστημα του 2023 που ήταν στο 24,9%.

Ανοδικά κινήθηκαν τα ποσοστά προωθητικών ενεργειών και στις τρεις μεγάλες κατηγορίες ταχυκίνητων καταναλωτικών αγαθών, ήτοι τρόφιμα, είδη προσωπικής φροντίδας και ομορφιάς και προϊόντα νοικοκυριού.

Συγκεκριμένα το 25,4% των τροφίμων πωλήθηκαν υπό το καθεστώς κάποιας προωθητικής ενέργειας. Το ίδιο συνέβη για το 29,7% στα είδη προσωπικής φροντίδας και ομορφιάς και για το 27,1% στα προϊόντα νοικοκυριού.

Στο οκτάμηνο η μεγαλύτερη αύξηση όσον αφορά τις προσφορές καταγράφεται στα προϊόντα νοικοκυριού (+1,5 pp) και ακολουθούν από κοντά τα προϊόντα για το σπίτι (καθαριστικά, απορρυπαντικά κ.λπ.) με άνοδο 1,4 pp των



προωθητικών ενεργειών σε ετήσια βάση.

Η διεκυστίδα μεταξύ ιδιωτικής ετικέτας και προσφορών

Το υψηλότερο ποσοστό των προσφορών στα είδη προσωπικής υγιεινής και φροντίδας σπιτιού «έριξε» το ποσοστό των φθηνότερων προϊόντων ιδιωτικής ετικέτας στις εν λόγω κατηγορίες, ενώ αντίθετο συνέβη στα τρόφιμα, όπου η αναλογία των κωδικών private label αυξήθηκε στις συνολικές πωλήσεις.

Έτσι λοιπόν το συνολικό μερίδιο των ειδών ιδιωτικής ετικέτας αυξήθηκε στο 26,7% στο οκτάμηνο του 2024, από 26,2% πέρσι, λόγω των τροφίμων. Κι αυτό γιατί το μερίδιο των προϊόντων ιδιωτικής ετικέτας έφθασε στο 27,4% από 26,5% πέρυσι.

Στον αντίποδα το μερίδιο των PL προϊόντων προσωπικής υγιεινής υποχώρησε στο 19,9% από 21,1% στο οκτάμηνο του 2023, ενώ το μερίδιο των προϊόντων για το σπίτι να φθάνει στο 25,9% από 26,1% πέρυσι.

ΕΙΣΟΔΟΣ ΤΟΥ ΤΟΜ ΧΟΛΑΝΤ ΜΕ ΝΕΟ BRAND

Ποια είναι η μάρκα μπίρας που έρχεται να καλύψει τις προτιμήσεις όσων δεν καταναλώνουν αλκοολούχα ποτά

Στα μη αλκοολούχα ποτά στρέφεται ο ηθοποιός Τομ Χόλαντ, 28 ετών, σταμάτησε να πίνει αλκοόλ τον Ιανουάριο του 2022. Το κομβικό σημείο για τον ίδιο ήταν ο Dry January, μια πρωτοβουλία για τη δημόσια υγεία που ξεκίνησε το 2013 από τη φιланθρωπική οργάνωση Alcohol Change UK και ενθαρρύνει τους Βρετανούς να εξαφανίσουν το αλκοόλ από τη διατροφή τους για τις πρώτες 31 ημέρες του έτους.

Ο Χόλαντ δίλωσε στο Forbes ότι το να μην καταναλώσει καθόλου αλκοόλ τον Ιανουάριο ήταν δύσκολη αποστολή, αλλά συνέχισε.

«Ο Φεβρουάριος δεν ήταν ευκολότερος. Μετά συνέχισα τον Μάρτιο και είπα κατά κάποιο τρόπο στον εαυτό μου, κοίτα, αν μπορέσω να μην πω για έξι μήνες, θα φτάσω στην 1η Ιουνίου, που είναι τα γενέθλιά μου, και θα έχω αποδείξει στον εαυτό μου ότι δεν έχω πρόβλημα. Ήταν πολύ δύσκολο, ήταν το πιο δύσκολο πράγμα που έχω κάνει ποτέ, και αναμφισβήτητα το μεγαλύτερο επίτευγμα της ζωής μου», πρόσθεσε. «Είμαι πολύ περήφανος που είμαι νηφάλιος σήμερα».

Η νηφαλιότητα

Αυτή δεν είναι η πρώτη φορά που ο Χόλαντ μιλάει δημόσια για τη νηφαλιότητά, ωστόσο αυτή τη φορά είναι για διαφημιστικό σκοπό.

Ο ηθοποιός μόλις λάνσαρε την Bero, μια σειρά μη αλκοολούχων μπιρών σε συνεργασία με την Imaginary Ventures. «Δεν είναι μυστικό ότι ως διασημότητα, σου προσφέρονται συνεχώς τέτοιου είδους συμφωνίες με μάρκες. Αλλά ποτέ δεν βρήκα κάτι για το οποίο ένιωθα ιδιαίτερο πάθος - μέχρι τώρα», δήλωσε στο Forbes.

«Επίνα πάρα πολύ. Ήμουν ο τύπος που, όταν έπινα μια μπίρα, δεν μπορούσα να μείνω μόνο στη μια μπίρα. Ήξερα



ότι αντιμετώπιζα ένα μικρό πρόβλημα για λίγο καιρό», συνέχισε.

Με την Bero - που υποτίθεται ότι προφέρεται όπως το beer-oh - δεν έχει αυτό το πρόβλημα. «Από όταν άρχισα να είμαι νηφάλιος, ξεκίνησα να εξερευνώ τον κόσμο των μη αλκοολούχων ζύθων και συνειδητοποίησα ότι υπήρχε χώρος για να τα καταφέρω», είπε. Αυτός ο χώρος ήταν τα υψηλής ποιότητας μη αλκοολούχα ποτά, τα οποία περιγράφει ως σπάνια στην αγορά. Αυτή η έλλειψη όχι μόνο τον απογοήτευσε αλλά και τον παρακίνησε να ξεκινήσει αυτό το νέο εγχείρημα.

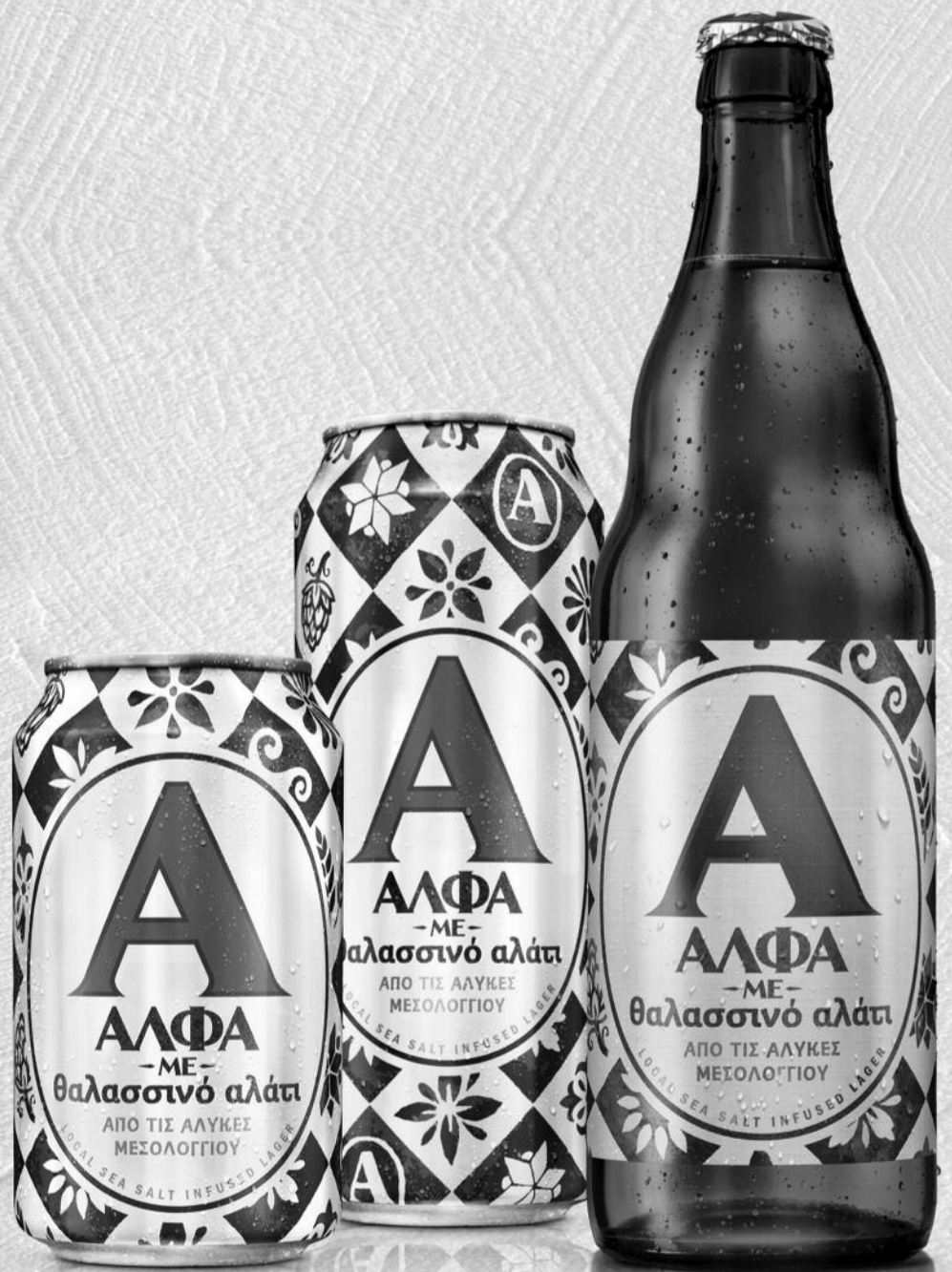
«Με τη Bero στο χέρι, δεν πίνετε απλώς - αγκαλιάζετε ένα σήμα υπερηφάνειας, που ανήκει στο ψυγείο σας, στο μπαρ σας ή στο κατάστημά σας, που σηματοδοτεί μια πλούσια ζωή», αναφέρει η ιστοσελίδα.

Πρατηριούχε, δυνάμωσε τη φωνή της ΕΔΕΟΠ Αθηνών για να επιλύσουμε τα προβλήματα του κλάδου



Νέα
ΑΛΦΑ
-ΜΕ-
θαλασσινό
αλάτι

Εμπνευσμένη
από την
κοινή μας γη.



Απολαύστε υπεύθυνα

Ακίνητα

ΡΑΛΙ ΣΤΙΣ ΤΙΜΕΣ ΠΟΛΥΤΕΛΩΝ ΚΑΤΟΙΚΙΩΝ ΣΤΗ ΝΟΤΙΑ ΕΥΡΩΠΗ

Στις 4 ακριβότερες πόλεις η Αθήνα

Ισχυρή αύξηση των τιμών premium κατοικιών σημειώθηκε σε πόλεις της Νότιας Ευρώπης, όπως η Λισαβόνα, η Μαδρίτη και η Αθήνα, το πρώτο εξάμηνο του έτους, καθώς η συνεχιζόμενη έλλειψη προσφοράς ακινήτων ενίσχυσε την κτηματαγορά.

Στάσιμες παρέμεινα οι τιμές στο Μιλάνο και το Λονδίνο, ενώ μειώθηκαν σε Νέα Υόρκη και Λος Άντζελες.

Από τις 30 πόλεις που αναλύθηκαν από την εταιρεία ακινήτων Savills Plc, η πορτογαλική πρωτεύουσα σημείωσε την ισχυρότερη αύξηση της αξίας κεφαλαίου των πρώτων κατοικιών, με αύξηση 4,2%, χάρη κυρίως στην εισροή πλούσιων ξένων αγοραστών. Το Άμστερνταμ, η Μαδρίτη και η Αθήνα σημείωσαν όλες αυξήσεις άνω του 3%, σύμφωνα με έναν δείκτη που παρακολουθεί τα κύρια οικιστικά ακίνητα σε πόλεις σε όλο τον κόσμο.

Η αύξηση της αξίας των ακινήτων σε αυτούς τους προορισμούς ξεπέρασε κατά πολύ τον μέσο όρο του 0,8% που κατέγραψε ο δείκτης Savills.

Όπως σημειώνει το Bloomberg, η Ευρώπη αντιμετωπίζει

στενότητα προσφοράς κατοικιών λόγω του υψηλού κόστους κατασκευής και των αναπτυξιακών προκλήσεων, με αποτέλεσμα οι Αμερικανοί να γίνονται βασικοί υποψήφιοι αγοραστές σε πολλές πόλεις της Νότιας Ευρώπης. Το ισχυρό δολάριο και το αυξανόμενο ενδιαφέρον για τον περιφερειακό τρόπο ζωής προσελκύουν Αμερικανούς αγοραστές, σύμφωνα με την έκθεση της Savills.

Επιπλέον, η αξία των πολυτελών ακινήτων στο Ντουμπάι αυξήθηκε, καθώς η πόλη συνεχίζει να προσελκύει πλούσιους επαγγελματίες με χαμηλότερους φόρους και πολυτελείς παροχές.

Παρά την ανθεκτικότητα της αγοράς ακινήτων υψηλού επιπέδου στις οικονομικές υφέσεις, ορισμένοι αγοραστές παραμένουν επιφυλακτικοί εν αναμονή μεγαλύτερης σαφήνειας για τα επιτόκια.

Στις ΗΠΑ, τα υψηλά επιτόκια έχουν οδηγήσει την αγορά



ακινήτων σε στασιμότητα, με τους ιδιοκτήτες ακινήτων να αποφεύγουν τη λήψη νέων στεγαστικών δανείων λόγω των αυξημένων μηνιαίων πληρωμών. Οι τιμές των πρώτων κατοικιών μειώθηκαν σε τρεις από τις τέσσερις πόλεις των ΗΠΑ, το πρώτο εξάμηνο του έτους.

Αύξηση των ενοικίων

Η αγορά των ενοικίων συνεχίζει να υπεραποδίδει σε σχέση με τις αγορές πωλήσεων, ανέφερε η Savills. Οι περιορισμοί στην προσφορά σε πολλές πόλεις της Ευρώπης, της Μέσης Ανατολής και της Αφρικής έχουν οδηγήσει σε σημαντικές αυξήσεις ενοικίων για ακίνητα υψηλών προδιαγραφών. Καμία αγορά στην περιοχή ΕΜΕΑ δεν κατέγραψε πτώση στις τιμές ενοικίασης από τον Δεκέμβριο 2023 έως τον Ιούνιο 2024.

Η Αθήνα, η Βαρκελώνη, το Άμστερνταμ, το Βερολίνο και το Κέιπ Τάουν σημείωσαν αυξήσεις πάνω από 3%

Τα υψηλά επιτόκια συμβάλλουν στην επιφυλακτικότητα στις αγορές πωλήσεων και ωθούν περισσότερους επίδοξους αγοραστές προς τις κορυφαίες αγορές ενοικίασης, δήλωσε η Κέλι Σέλλερς, αναπληρώτρια διευθύντρια της Savills World Research. Αναμένεται ότι τα ενοίκια θα συνεχίσουν να αυξάνονται ταχύτερα από τις αξίες κεφα-



λαίων μέχρι το τέλος του 2024 και μεσοπρόθεσμα, λόγω της συνεχιζόμενης περιορισμένης προσφοράς σε πολλές πόλεις.

Η Λισαβόνα ηγήθηκε της αύξησης των ενοικίων μαζί με το Ντουμπάι και την Μπανγκόκ. Στην πορτογαλική πρωτεύουσα, τα ενοίκια αυξήθηκαν κατά 7,5% το πρώτο εξάμηνο του έτους. Η Αθήνα, η Βαρκελώνη, το Άμστερνταμ, το Βερολίνο και το Κέιπ Τάουν σημείωσαν αυξήσεις πάνω από 3%, με την Αθήνα να καταγράφει αύξηση 4,6% κατά τη διάρκεια του εξαμήνου, σύμφωνα με την έκθεση. Αυτές οι αυξήσεις ήταν πολύ υψηλότερες από τον μέσο όρο αύξησης 2,2% στις 30 πόλεις που παρακολουθεί η Savills.

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, λόγω χάρη, άδειες χρήσης σήματος, στήνοντας δίκτυα franchise κ.ο.κ. Το εξειδικευμένο δικηγορικό 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



6936973490
2130441430

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

Μαγιόρκα: Απαγόρευση αλκοόλ με «παραθυράκια»

Είχε συζητηθεί πολλές φορές, τη θεωρούσαν αδιανόητη, αλλά να που η απαγόρευση κατανάλωσης αλκοόλ αποφασίστηκε και στις αρχές Μαΐου δημοσιεύθηκε στην εφημερίδα της τοπικής κυβέρνησης, στις Βαlearίδες Νήσους της Ισπανίας.

Ισχύει για τη Μαγιόρκα, αλλά και την Ίμπιζα, τα νησιά που αποτελούν κύριους προορισμούς του «αλκοολικού τουρισμού», ο οποίος προκαλεί πλέον αγανάκτηση στους μόνιμους κατοίκους του νησιού – και όχι μόνο. Δεν πρόκειται για καθολική απαγόρευση. Αφορά συγκεκριμένες περιοχές και party zones, όπως η περίφημη Πλάγια ντε Πάλμα στη Μαγιόρκα. Εκεί βρίσκεται και το Ballermann 6, αγαπημένο κέντρο διασκέδασης των επισκεπτών από τη Γερμανία, όπου η μαζική κατανάλωση μπύρας και σανγκρία αρχίζει συνήθως από τις πρωινές ώρες. Σύμφωνα με το «Διάταγμα περί υπεύθυνου τουρισμού», όπως ονομάζεται επισήμως η νέα περιοριστική νομοθεσία, η κατανάλωση αλκοόλ στη συγκεκριμένη περιοχή και ορισμένες άλλες παραλίες του νησιού θα τιμωρείται πλέον με πρόστιμο μεταξύ 500 και 1.500 ευρώ.

Ανάμεικτες οι αντιδράσεις

Την αισιοδοξία τους για την εφαρμογή της νέας νομοθεσίας εκφράζουν η τοπική Ένωση Ξενοδόχων ΑΗΡΡ, η Ένωση Εστιατόρων CAEB και το συνδικάτο λιανικού εμπορίου Afedeco. Σε κοινή ανακοίνωσή τους αναφέρουν: «Χαιρετίζουμε τις βελτιώσεις που γίνονται και την προσπάθεια να εκδιωχθεί ο απολίτιστος τουρισμός». Ούτως ή άλλως ο υπερ-τουρισμός προκαλεί αντιδράσεις στη Μαγιόρκα, παλαιότερα είχε συζητηθεί μάλιστα και η επιβολή πλαφόν στον αριθμό των επισκεπτών. Το Σάββατο στην Πάλμα, πρωτεύουσα του νησιού, χιλιάδες άνθρωποι κατέβηκαν στους δρόμους για να διαδηλώσουν την αγανάκτησή τους για τον «υπερ-τουρισμό» που πλήττει τις

Βαlearίδες. «Η Μαγιόρκα δεν πωλείται» ήταν το κεντρικό συνθημα της κινητοποίησης. Όσον αφορά την απαγόρευση αλκοόλ πάντως, πολλοί γνώστες του νησιού αμφιβάλλουν αν μπορεί να υλοποιηθεί τόσο εύκολα. «Σίγουρα οι προθέσεις είναι καλές, αλλά δεν μπορείς να εξαλείψεις μία ολόκληρη νοοτροπία επιβάλλοντας απαγορεύσεις, ούτε αυξάνοντας τις τιμές» αναφέρει ο Πάτρικ Σίρμερ Σάστρε, σχολιαστής της τοπικής γερμανόφωνης εφημερίδας Mallorca Zeitung. Εξάλλου, επισημαίνει, στην Ισπανία λένε: «Hecha la ley, hecha la trampa». Που σημαίνει ότι «πριν προλάβει να βγει ο νόμος, βγαίνουν τα 'παραθυράκια' του νόμου».

«Κάθε χρόνο τα ίδια...»

Όλα θα κριθούν από την αποφασιστικότητα της αστυνομίας να εφαρμόσει τον νόμο. Πάντως η Μπεατρίς Τσικαρντίνι, γνωστή μορφή της Playa de Palma και ιδιοκτήτρια του κέντρου Zur Krone, δεν είναι πολύ σίγουρη ότι θα συμβεί αυτό. «Κάθε χρόνο τα ίδια γίνονται» λέει στην εφημερίδα Mallorca Zeitung. «Στην αρχή της σεζόν εμφανίζεται μεγαλύτερη αστυνομική δύναμη, η οποία όμως στην πραγματικότητα δεν πολυαρεμβάινει».

Παρόμοια άποψη εκφράζει ο Γιούλιαν Ζόμερ, αγαπημένος καλλιτέχνης των Γερμανών τουριστών που επισκέπτονται το νησί. «Κάθε χρόνο τέτοια εποχή ακούγονται κυβερνητικές ανακοινώσεις και διαβάζουμε παρόμοιες ειδήσεις στις εφημερίδες, αναρωτιέμαι αν αυτή τη φορά θα γίνουν πιο αυστηροί έλεγχοι», λέει ο 26χρονος τραγουδιστής στο Γερμανικό Πρακτορείο Ειδήσεων (dpa). Τι πιστεύει όμως ο ίδιος για τον νέο νόμο; «Αν δει κανείς τι κατάσταση επικρατεί στην Πλάγια ντε Πάλμα από το πρωί, καταλαβαίνει ότι δεν είναι τελείως αδικαιολόγητη η παρέμβαση της κυ-



βέρνησης. Από την άλλη πλευρά, αν καθίσει ένα ζευγάρι να πει μια μπύρα χωρίς να ενοχλεί κανέναν, δεν νομίζω να υπάρχει πρόβλημα...».

«Πρέπει να ληφθούν μέτρα»

«Το τέλος ενός ταμπού» είναι ο τίτλος της τοπικής εφημερίδας Última Hora για την απαγόρευση κατανάλωσης αλκοόλ. Παλαιότερα οι τοπικοί πολιτικοί έλεγαν ότι «δεν μπορείς να θυσιάσεις την κότα που σου κάνει χρυσά αυγά», επισημαίνοντας ότι μεγάλο μέρος της ευημερίας του νησιού οφείλεται στον τουρισμό και κυρίως στους ξένους επισκέπτες που πίνουν πολύ.

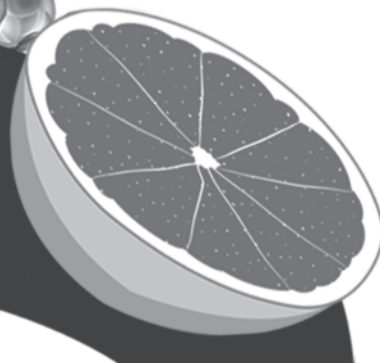
Τώρα όμως η πρωθυπουργός των Βαlearίδων Μάργκα Πρόενς δηλώνει, για πρώτη φορά, ότι «αυτό το τουριστικό μοντέλο έχει φτάσει στα όριά του». Όπως εξηγεί η τοπική επικεφαλής του συντηρητικού Λαϊκού Κόμματος «θέλουμε να έχουμε την αίσθηση ότι μας επισκέπτονται, όχι ότι μας επιτίθενται». Φαίνεται ότι πολλοί συμφωνούν μαζί της. Πηγή: DW, Επιμέλεια Γιάννης Παπαδημητρίου

Σουρωτή με φυσικό άρωμα ΡΟΖ ΓΚΡΕΙΠΦΡΟΥΤ



Sparkling

ΖΑΧΑΡΗ ΧΩΡΙΣ ΘΕΡΜΙΔΕΣ



Ενημέρωση

Για πρώτη φορά προβλέπεται ρητά ότι δεν επιτρέπεται μείωση του κατώτατου μισθού

Η αύξηση του κατώτατου μισθού είναι μέρος του οδικού χάρτη της ΝΔ με βάση τον οποίον μέχρι το 2027 στόχος είναι να φτάσει στα 950 ευρώ.

Αυτό είπε η υπουργός Εργασίας Νίκη Κεραμέως, μιλώντας στο Mega.

Συγκεκριμένα, ανέφερε: «Έχουμε μια πορεία για τον κατώτατο μισθό που θα φτάσουμε τα 950 ευρώ το 2027. Αυτό σηματοδοτεί μια αύξηση στον κατώτατο μισθό κατά 46% από το 2019 μέχρι το 2027.

Έρχεται μια ευρωπαϊκή οδηγία και λέει σε όλα τα κράτη μέλη που έχουν νομοθετικά κατοχυρωμένο κατώτατο μισθό ότι πρέπει να βάλουν όσο πιο σαφή και αντικειμενικά κριτήρια και -γιατί όχι- να προβλέπεται και ένας αυτόματος μηχανισμός προσαρμογής του κατώτατου μισθού. Αυτό είναι μια πρόταση της Ευρωπαϊκής Επιτροπής».

Αναφορικά με το νομοσχέδιο για τον αυτόματο μηχανισμό αύξησης του κατώτατου μισθού από το 2027 και μετά, το οποίο βρίσκεται σε διαδικασία διαβούλευσης, η Νίκη Κεραμέως επανέλαβε ότι θα λαμβάνεται



υπόψη ο πληθωρισμός και η παραγωγικότητα της ελληνικής οικονομίας».

«Για πρώτη φορά προβλέπεται ρητά στον νόμο ότι δεν επιτρέπεται μείωση του κατώτατου μισθού», πρόσθεσε η υπουργός, τονίζοντας:

«Οι κοινωνικοί εταίροι έχουν τη δυνατότητα να προβλέψουν ακόμα πιο ευνοϊκούς όρους για τους εργαζομένους. (...) Εμείς το ενθαρρύνουμε και θέλουμε να γίνεται περισσότερο».

Η ίδια μίλησε και για τις αυξήσεις στις συντάξεις αλλά και για τις αλλαγές στα ΚΕΓΠΑ.

Έφυγε από τη ζωή σε ηλικία 82 ετών ο πρώην δήμαρχος Θεσσαλονίκης, επιχειρηματίας και οινολόγος, Γιάννης Μπουτάρης

Ο Γιάννης Μπουτάρης άφησε την τελευταία του πνοή το βράδυ του Σαββάτου σε ιδιωτικό θεραπευτήριο της Θεσσαλονίκης, όπου νοσηλευόταν το τελευταίο διάστημα με σοβαρά προβλήματα υγείας.

«Ο Γιάννης Μπουτάρης δεν είναι πια μαζί μας. Έφυγε από τη ζωή σήμερα το βράδυ, σε ηλικία 82 ετών, έχοντας δίπλα του την οικογένειά του» αναφέρεται σε ανάρτηση της οικογένειας Μπουτάρη, στη σελίδα του κτήματος Κυρ-Γιάννη.

Ποιος ήταν ο Γιάννης Μπουτάρης

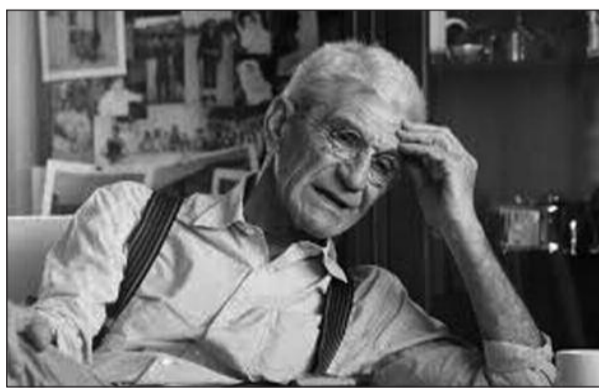
Ο Γιάννης Μπουτάρης γεννήθηκε στις 13 Ιουνίου 1942 στη Θεσσαλονίκη. Πτυχιούχος Χημικός του ΑΠΘ, διπλωματούχος Οινολόγος και συνεχιστής της πλούσιας οικογενειακής παράδοσης στα κρασιά, μέσω της εταιρείας «Ι. Μπουτάρης & Υιός», την οποία ίδρυσε ο παππούς του το 1879.

Από την εταιρεία «Μπουτάρη» αποχώρησε το 1996 και ίδρυσε την εταιρεία «Κυρ-Γιάννη» με τα ομώνυμα κρασιά και τα οινοποιεία σε ιδιόκτητους αμπελώνες, στο Γιαννακόχωρι Νάουσας και στο Αμύνταιο, την οποία σήμερα διευθύνουν οι δύο του γιοι.

Διετέλεσε πρόεδρος και μέλος διοικήσεων πλήθους φορέων, επαγγελματικών, περιβαλλοντικών και πολιτιστικών. Ενδεικτικά: Διεθνής Ακαδημία Οίνου, Σύνδε-

σμος Ελληνικού Οίνου, Διεπαγγελματική Οργάνωση Αμπέλου & Οίνου, Οργανισμός Τουρισμού Θεσσαλονίκης, Φεστιβάλ Κινηματογράφου Θεσσαλονίκης, WWF Ελλάς.

Εξελέγη ως ο 6ος δήμαρχος Θεσσαλονίκης το 2010 και παρέμεινε στο δημαρχιακό θώκο για δύο διαδοχικές θητείες, έως το 2019.



«Οραματιστής, χαρισματικός, πρωτοπόρος, αντισυμβατικός, ο Γιάννης Μπουτάρης είναι η ιστορία, αλλά και η πηγή έμπνευσης της αναγέννησης του ελληνικού κρασιού. Και όχι μόνο. Μια ανεξάντλητη δύναμη της φύσης που απαντούσε στο μικρό της όνομα. Ο κυρ-Γιάννης θα βρίσκεται για πάντα στην καρδιά μας», συμπληρώνεται στην ίδια ανάρτηση.

Ποιά είναι τα οφέλη του leasing;

Η φράση λέγεται συχνά πυκνά στους υποψήφιους αγοραστές καινούργιου αυτοκινήτου, όχι τόσο για να τους αποθαρρύνει, αλλά για να τους κάνει να δουν κατάματα την πραγματικότητα: «Να ξέρεις ότι, μόλις διανύσεις τα πρώτα χιλιόμετρα φεύγοντας από την αντιπροσωπεία, το αυτοκίνητο της επιλογής σου θα θεωρείται ήδη μεταχειρισμένο και θα έχει απολέσει ένα μέρος της αρχικής του αξίας». Αυτό δεν συνιστά κανενός είδους μομφή για όσους επιλέγουν να αποκτήσουν την κυριότητα ενός καινούργιου οχήματος. Είναι όμως σαφές ότι η αγορά ενός αυτοκινήτου δεν συνιστά επένδυση, αλλά μια δαπάνη που αποσκοπεί στο να καλυφθεί η βασική ανάγκη της μετακίνησης. Είναι επίσης προφανές ότι ένα όχημα χάνει χρόνο με τον χρόνο την αξία του, άλλοτε γραμμικά –όσο μεγαλύτερη η χρήση τόσο μεγαλύτερη και η απομείωση της αρχικής αξίας– και άλλοτε εκθετικά, κάτι που συμβαίνει σε περίπτωση ενός έκτακτου συμβάντος, όπως ένα ατύχημα στον δρόμο.

αγοράσουμε ένα καινούργιο αυτοκίνητο που να καίει πετρέλαιο ή αμόλυβδη. Προφανώς δεν θα απαγορευτεί η χρήση των υφιστάμενων οχημάτων. Ωστόσο, ουδείς γνωρίζει αν οι κυβερνήσεις –όχι μόνο στην Ελλάδα, αλλά και διεθνώς– θα υιοθετήσουν άλλα μέτρα για να ενθαρρύνουν τη χρήση φιλικότερων προς το περιβάλλον μορφών ενέργειας ή για να αποθαρρύνουν τις μετακινήσεις που αφήνουν βαρύ ενεργειακό αποτύπωμα. Και τι σημασία έχει αυτό για έναν ιδιοκτήτη αυτοκινήτου; Πολύ απλά, εκτοξεύει τον βαθμό αβεβαιότητας όσον αφορά τη μελλοντική αξία μεταπώλησης του οχήματος. Και από την άλλη, ένα ηλεκτροκίνητο όχημα που αποκτάται σήμερα έναντι πολλών χιλιάδων ευρώ, αλλά εξασφαλίζει μια αυτονομία «α», ποιος θα θέλει να το



ΤΑ ΠΛΕΟΝΕΚΤΗΜΑΤΑ ΤΟΥ LEASING

Για τους ιδιώτες ή και τις επιχειρήσεις που θέλουν να καλύψουν την ανάγκη της μετακίνησης χωρίς να υπάρχει η έννοια της «ιδιοκτησίας», θεσπίστηκε ο θεσμός του leasing ή της μακροχρόνιας μίσθωσης. Πρόκειται για θεσμό ο οποίος το τελευταίο χρονικό διάστημα – και με εξαίρεση την περίοδο της πανδημίας που δεν προσφέρεται για εξαγωγή συμπερασμάτων όσον αφορά τα συναλλακτικά ήθη– βρίσκεται σε άνθηση. Τα βασικά πλεονεκτήματα του leasing είναι τα εξής: Δεν απαιτείται να δαπανηθεί αρχικό κεφάλαιο ή να εκταμιευτεί ένα καταναλωτικό δάνειο για την αγορά του αυτοκινήτου. Ο χρήστης του οχήματος δεν «κουβαλάει» το ρίσκο του μηδενισμού της αξίας του σε περίπτωση τροχαίου, ενώ δεν υπάρχουν απρόοπτα κατά τη χάραξη του μηνιαίου προϋπολογισμού είτε του νοικοκυριού είτε της επιχείρησης, ακριβώς διότι οι δαπάνες συντήρησης και χρήσης του οχήματος είναι «κλειδωμένες», με μόνη ίσως εξαίρεση την τιμή του καυσίμου. Αυτά τα πλεονεκτήματα θα τα επικαλούνταν κάποιος και πέρυσι και πρόπερι, και πριν από την πανδημία, ενδεχομένως και πριν από την είσοδο της χώρας στα μνημόνια.

αποκτήσει ως μεταχειρισμένο ύστερα από μερικά χρόνια, όταν η τεχνολογία θα έχει προχωρήσει και οι σύγχρονες μπαταρίες θα εξασφαλίζουν αυτονομία «2» και μικρότερο χρόνο επαναφόρτισης;

ΤΟ LEASING ΔΕΝ ΕΙΝΑΙ ΦΘΗΝΟΤΕΡΟ

Για όσους υιοθετούν το επείρημα ότι το περιβάλλον είναι αρκετά αβέβαιο για να επιλέξει κάποιος να γίνει ιδιοκτήτης ενός οχήματος, η λύση του ενοικιαστή φαντάζει μονόδρομος. Από τα πρώτα επιχειρήματα που θα προβάλλει και ένας πωλητής εταιρείας μακροχρόνιας μίσθωσης, είναι ακριβώς αυτό: επιλέγεις ένα όχημα, το χρησιμοποιείς για δύο-τρία χρόνια (ήδη υπάρχουν πλέον και πιο ευέλικτα προγράμματα που επιτρέπουν ακόμη μικρότερες χρονικές δεσμεύσεις, φυσικά με το ανάλογο τίμημα) και, αν εν τω μεταξύ αλλάζουν οι ανάγκες ή οι συνθήκες στην αγορά, η αντικατάσταση γίνεται εύκολα, χωρίς να μπει κάποιος στην επίπονη διαδικασία της αναζήτησης αγοραστή για το παλιό όχημα. Φυσικά, με καθαρά οικονομικούς όρους, το leasing δεν συνιστά «φθηνότερη» λύση.

Αν κάποιος πολλαπλασιάσει τα μισθώματα που θα κληθεί να πληρώσει (μαζί με τον ΦΠΑ 24% που αναλογεί), θα διαπιστώσει ότι ύστερα από μία τετραετία ή πενταετία θα έχει δαπανήσει ποσό αντίστοιχο με αυτό που θα ξόδευε για να αγοράσει το αυτοκίνητο.

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

ΔΙΨΑ ΓΙΑ
Βίκος[®]
Cola



Συνταγές και Υγεία

Burger με κατσικίσιο τυρί και καραμελωμένα κρεμμύδια

Συστατικά
Για τα καραμελωμένα κρεμμύδια
 600 γρ. κρεμμύδια
 2 κ.σ. ελαιόλαδο
 1 κ.σ. βούτυρο
 αλάτι, πιπέρι
 1 κ.σ. κρυσταλλική ζάχαρη
 50 γρ. ξίδι βαλσάμικο

Για το burger
 2 ψωμάκια για burger
 αλάτι
 πιπέρι

1 κ.γ. βούτυρο, παγωμένο
 2 κ.σ. κέτσαπ
 100 γρ. κατσικίσιο τυρί
 400 γρ. μοσχαρίσιο κιμά,
 σπάλα
 6 φέτες μπέικον, ψημένες
 2 φύλλα μαρουλιού
 2 φέτες ντομάτα
 2 κ.σ. μαγιονέζα
 αλάτι

Για το σερβίρισμα
 πατάτες τηγαντές, αγγουράκι
 και τουρσί



Μέθοδος Εκτέλεσης

Για τα καραμελωμένα κρεμμύδια

- Τοποθετούμε ένα τηγάνι σε δυνατή φωτιά και βάζουμε 2 κ.σ. ελαιόλαδο και 1 κ.σ. βούτυρο.
- Κόβουμε το ένα κρεμμύδι σε λεπτές φέτες και τις βάζουμε στο τηγάνι. Κόβουμε τα υπόλοιπα κρεμμύδια σε φέτες και τα βάζουμε σταδιακά στο τηγάνι. Δεν τα βάζουμε όλα μαζί γιατί θα πέφτει η θερμοκρασία από το τηγάνι και δεν θα καραμελώσουν σωστά.
- Προσθέτουμε αλάτι, πιπέρι και αφήνουμε να καραμελώσουν 2-3 λεπτά.
- Βάζουμε τη ζάχαρη και ανακατεύουμε. Σβήνουμε με το βαλσάμικο και ψήνουμε σε χαμηλή φωτιά για 10 λεπτά να εξατμιστεί η υγρασία. Μεταφέρουμε σε μπολ και αφήνουμε την άκρη. Μπορούμε να αποθηκεύσουμε στο ψυγείο, σε βαζάκι, περίπου 2 εβδομάδες.

Για το burger

- Τοποθετούμε ένα τηγάνι σε δυνατή φωτιά.
- Απλώνουμε τον κιμά στην επιφάνεια εργασίας μας και βάζουμε αλάτι, πιπέρι και τρίβουμε το βούτυρο. Πλάθουμε τον κιμά και κάνουμε δύο μπιφτέκια.
- Βάζουμε στο τηγάνι τα ψωμάκια του burger και αφήνουμε να πάρουν χρώμα. Αφαιρούμε και αφήνουμε στην άκρη.
- Στο ίδιο τηγάνι βάζουμε το κατσικίσιο τυρί και ψήνουμε 1 λεπτό να πάρει χρώμα και από τις δύο πλευρές.
- Αφαιρούμε και αφήνουμε στην άκρη. Καθαρίζουμε το τηγάνι και το τοποθετούμε στη δυνατή φωτιά. Βάζουμε τα μπιφτέκια και τα πατάμε καλά με μια σπάτουλα. Αφήνουμε 2-3 λεπτά να ψηθεί από τη μια πλευρά και γυρνάμε από την άλλη πλευρά. Ψήνουμε επιπλέον 2-3 λεπτά.
- Τοποθετούμε πάνω στα μπιφτέκια το κατσικίσιο τυρί για να δώσει γεύση στο μπιφτέκι μας.
- Απλώνουμε από 1 κ.σ. κέτσαπ στα ψωμάκια, βάζουμε από πάνω το μπιφτέκι με το κατσικίσιο, 1 κ.σ. από τα καραμελωμένα κρεμμύδια, το μπέικον, το μαρούλι, την ντομάτα, αλάτι, μαγιονέζα και καλύπτουμε με το ψωμάκι.

• Σερβίρουμε με πατάτες τηγαντές •

Τηγαντές πατάτες

Συστατικά
 4 πατάτες
 αλάτι, χοντρό
 1 λίτρο σπορέλαιο, για το τηγάνισμα
 2 κ.γ. πάπρικα, καπνιστή
 4 κλ. δεντρολίβανο, μόνο τα φύλλα

του, ψιλοκομμένα αλάτι πιπέρι
 Για το σερβίρισμα
 δεντρολίβανο, ψιλοκομμένο

Μέθοδος Εκτέλεσης

As μαγειρέψουμε...
 Προθερμαίνουμε τον φούρνο στους 180°C στον αέρα.
 Ξηπλώνουμε καλά τις πατάτες και αφήνουμε τη φλούδα τους. Ρίχνουμε χοντρό αλάτι σε ένα ταψί φούρνου μέχρι να καλυφθεί ο πάτος του.
 Τοποθετούμε ολόκληρες τις πατάτες στο ταψί.
 Ψήνουμε στον φούρνο για 45-60 λεπτά μέχρι να μαλακώσουν. (Ο χρόνος ψησίματος μπορεί να διαφέρει ανάλογα με το μέγεθος της πατάτας.) Αφαιρούμε τις πατάτες από τον φούρνο και τις αφήνουμε στην άκρη να κρυσώσουν για 20 λεπτά.
 Τρίβουμε με τα χέρια μας τις πατάτες ώστε να απομακρύνουμε το επιπλέον αλάτι.
 Τοποθετούμε τις πατάτες σε ένα ξύλο κοπής και τις κόβουμε κυδωνάτες. (Τις κόβουμε πρώτα στη μέση και μετά κάθε κομμάτι το κόβουμε σε 3 μικρότερα.)
 Τοποθετούμε ένα βαθύ τηγάνι σε μέτρια φωτιά, ρίχνουμε το σπορέλαιο και αφήνουμε να κάψει καλά.
 Βάζουμε σε ένα μεγάλο μπολ την πάπρικα, το δεντρολίβανο, αλάτι και πιπέρι, ανακατεύουμε με ένα κουτάλι, και αφήνουμε στην άκρη μέχρι να το χρειαστούμε.
 Ρίχνουμε προσεκτικά τις πατάτες μέσα στο σπορέλαιο και τις τηγανίζουμε για 3-4 λεπτά μέχρι να πάρουν ωραίο χρυσαφένιο χρώμα και να γίνουν τραγανές.
 Αφαιρούμε τις πατάτες με μια τρυπητή κουτάλα και έτσι όπως είναι καυτές τις μεταφέρουμε μέσα στο μπολ με τα μπαχαρικά και τις ανακατεύουμε με ένα κουτάλι.
 Σερβίρουμε τις πατάτες ζεστές πασπαλίζοντας με λίγα φύλλα δεντρολίβανου.

Υγεία

Τα smart watch βοηθούν στην προστασία της υγείας

Στην στην προστασία της υγείας συμβάλλουν τα smart watch με το 87% όσων τα χρησιμοποιούν να έχουν υιοθέτησαν νέες συμπεριφορές υγείας και ευεξίας.

Ειδικότερα σύμφωνα με τα αποτελέσματα πανευρωπαϊκής έρευνας που διενεργήθηκε για λογαριασμό της Huawei η γνώση των καταναλωτών, σχετικά με το τι συνιστά καλή υγεία και συμπεριφορές που την βοηθούν είναι περιορισμένη. Παράλληλα, η έρευνα αναδεικνύει τις αναξιόπιστες δυνατότητες των smart watch για την επίτευξη ενός υγιεινού τρόπου ζωής.

Σύμφωνα με την έρευνα:

- Μόνο το 50% των Ευρωπαίων πολιτών δηλώνουν ικανοποιημένοι από τη φυσική τους κατάσταση. Το 91% των ερωτηθέντων θέλει να βελτιώσει τουλάχιστον μία πτυχή του τρόπου ζωής του, που σχετίζεται με την υγεία.
- Οι περισσότεροι χρήστες smartwatch (88%) ισχυρίζονται ότι η συσκευή τους μπορεί να βοηθήσει στη βελτίωση της σωματικής τους υγείας. Το 87% έχει εισαγάγει τουλάχιστον μία νέα συνήθεια ευεξίας, ως αποτέλεσμα των δεδομένων που τους έδωσε το έξυπνο ρολόι τους.
- Η ψυχική υγεία είναι στην κορυφή του ενδιαφέροντος, με τον ύπνο και το άγχος να αναφέρονται ως δύο κορυφαίες ανησυχίες. Ωστόσο, η ευαισθητοποίηση σχετικά με σημαντικούς δείκτες υγείας είναι πολύ περιορισμένη

- Περισσότεροι από τους μισούς (54%) Ευρωπαίους δεν υποβάλλονται σε τακτικές ιατρικές εξετάσεις. Όμως, το 63% των χρηστών smartwatch έχουν επισκεφθεί το γιατρό τους, αφού έλαβαν μια μη φυσιολογική ανάγνωση υγείας από τη συσκευή τους

Η Ευρωπαϊκή Έρευνα Υγείας της HUAWEI 2023 που διεξήχθη από την Ipsos, αποκάλυψε τα ανεκμετάλλετα πιθανά οφέλη των smartwatches σε μια εποχή που η προληπτική φροντίδα και η εύκολη πρόσβαση σε πληροφορίες για την υγεία είναι πιο κρίσιμα από ποτέ.

«Η ψυχική και σωματική υγεία βρίσκεται στην κορυφή της ατζέντας για τα άτομα και την ευρύτερη κοινωνία», παρατηρεί ο William Tian, πρόεδρος Ευρώπης, Huawei Consumer Business Group. Η έρευνά μας αποκάλυψε κάποιες ανησυχητικές πραγματικότητες, ενώ αποδεικνύει τη θετική επίδραση ενός smartwatch που εστιάζει στην υγεία».

Μεταξύ των βασικών πορισμάτων της έκθεσης επισημαίνεται ότι κατά μέσο όρο, οι

χρήστες smartwatch στην Ευρώπη έχουν 51% περισσότερες πιθανότητες να γνωρίζουν ακριβείς μετρήσεις για όλες τις βασικές μετρήσεις υγείας σε σύγκριση με τους μη χρήστες.

Επιπλέον, παρουσιάζουν 75% μεγαλύτερη πιθανότητα να γνωρίζουν τη μέτρηση του σωματικού λίπους-στόχου τους και 71% μεγαλύτερη πιθανότητα να γνωρίζουν τον σωστό ημερήσιο στόχο θερμίδων τους.

Οι χρήστες smartwatch ελέγχουν τις βασικές μετρήσεις υγείας τους πάνω από δύο φορές πιο συχνά από τους μη χρήστες. Συγκεκριμένα, παρακολουθούν τον καρδιακό ρυθμό, τον κορεσμό οξυγόνωσης του αίματος και τις θερμίδες που καίγονται σχεδόν τρεις φορές πιο συχνά από τα άτομα χωρίς συσκευή (2,8x, 2,7x και 2,6x, αντίστοιχα).

Μεταξύ των καθημερινών μετρήσεων, κυ-



ριαρχεί η σωματική δραστηριότητα, μετρούμενη με βήματα, με σχεδόν τους μισούς χρήστες να παρακολουθούν τα βήματά τους καθημερινά, συμβάλλοντας σημαντικά στη βελτίωση της υγείας.

Οι χρήστες smartwatch λαμβάνουν σοβαρά υπόψη τις ειδοποιήσεις υγείας, με πάνω από το 74% να ζητά συμβουλές όταν η συσκευή τους, τους ειδοποιεί για μη φυσιολογικούς δείκτες υγείας, οδηγώντας το 63% να επισκεφθεί το γιατρό του για περαιτέρω ανάλυση.

Οι χρήστες smartwatch εμφανίζουν στη συσκευή τους συντριπτικά θετικά αποτελέσματα, με το 88% των χρηστών να συμφωνούν ότι το smartwatch τους μπορεί να βοηθήσει στη βελτίωση της σωματικής τους υγείας, το 86% τη συνολική ποιότητα ζωής τους και το 76% την ψυχική τους υγεία.

Προηγμένες μετρήσεις άμεσα διαθέσιμες από έξυπνα ρολόγια μετά από επενδύσεις σε έρευνα και καινοτομία

Την τελευταία δεκαετία, όπως αναφέρεται, η Huawei έχει αναπτύξει ένα παγκοσμίως χαρτοφυλάκιο τεχνολογίας wearable σε υλικό, λογισμικό και υπηρεσίες. Η έρευνα και καινοτομία που πραγματοποιεί στην τεχνολογία υγείας και φυσικής κατάστασης επέτρεψε στην Huawei να αναπτύξει εξελιγμένη και ακριβή έξυπνη ανίχνευση για ολόκληρο το σώμα.

Ποικιλίες σταφυλιών στην Ελλάδα

Οι ερυθρές ποικιλίες

Μέρος 2ο

Το Βλάχικο

Το Βλάχικο είναι ποικιλία που προέρχεται από τα πλέον κρύα μέρη της Βόρειας Ελλάδας και κυρίως την Ήπειρο, αναδύοντας με έντονο τρόπο τα χαρακτηριστικά του ψυχρού κλίματος της στο ποτήρι. Πρόκειται για μια ερυθρή ποικιλία αμπέλου, που χρησιμοποιείται για την παραγωγή ερυθρών ξηρών οίνων, οι οποίοι ωριμάζουν συνήθως σε βαρέλι. Παρότι παραδοσιακά αναμειγνύονται με άλλες ποικιλίες, οι παραγωγοί και οι λάτρεις του κρασιού αρχίζουν να εκτιμούν τις ιδιότητες των κρασιών αποκλειστικά από Βλάχικο.

Το Βλάχικο δίνει κρασιά με φωτεινό αν και ποτέ βαθύ, ρομπινί χρώμα, με έντονα και ξεκάθαρα αρώματα μύτης και στό-

γάλο υψόμετρο και χαμηλές θερμοκρασίες, περιορισμένες ώρες ηλιοφάνειας και τακτικές βροχοπτώσεις, στοιχεία που εντείνουν τα χαρακτηριστικά του. Για τους λόγους αυτούς, το Βλάχικο αναμειγνύεται συχνά με μια άλλη ποικιλία της περιοχής, το Μπεκάρι, με βαθύτερο χρώμα και υψηλότερη περιεκτικότητα σε αλκοόλη και τανίνες. Ωστόσο, ορισμένοι παραγωγοί υιοθετούν αμπελουργικές μεθόδους τελευταίας τεχνολογίας, δημιουργώντας εκπληκτικά κρασιά από Βλάχικο.

Το Βλάχικο είναι μια ποικιλία για όλους όσοι αρέσκονται στο κρασί, αλλά έχουν κουραστεί με τα λιπαρά, βαριά, χωρίς προσωπικότητα και υπερβολικά πλούσια κόκκινα κρασιά. Τα κρασιά από Βλάχικο είναι δροσιστικά, γοητευτικά και γευστικά, γεγονός που τα καθιστά εξαιρετική επιλογή για ένα ζεστό καλοκαιρινό βράδυ, όπου μπορούν να καταναλωθούν δροσερά. Συνοδεύουν αποτελεσματικά κρύα πιάτα και αλλαντικά. Παρά την ελαφρά δομή τους, τα κρασιά από Βλάχικο μπορούν να εξελιχθούν και να βελτιωθούν με την πάροδο του χρόνου, μένοντας στο κελάρι για τέσσερα έως επτά χρόνια.

Το Κοτσιφάλι

Το Κοτσιφάλι είναι η ερυθρή ποικιλία-ορόσημο του ονομαστού αμπέλωνα στην Κρήτη, η οποία καθορίζει το στυλ πολλών ερυθρών ξηρών οίνων αυτής της εξαιρετικά σημαντικής οινοπαραγωγικής περιοχής του Αιγαίου πελάγους. Επειδή μάλιστα το κόκκινο σταφύλι έχει μάλλον μεγαλύτερη διάδοση σε αυτό το νησί, το Κοτσιφάλι μπορεί να θεωρηθεί η πραγματική οινική ψυχή της Κρήτης.

Το Κοτσιφάλι δίνει ένα «τυπικό μεσογειακό» ερυθρό κρασί, με απαλό χρώμα, ένταση αρωμάτων, σχετικά υψηλή περιεκτικότητα σε αλκοόλη, ήπιες τανίνες και οξύτητα. Για τους λόγους αυτούς, το Κοτσιφάλι αναμειγνύεται με πολλές ερυθρές ποικιλίες αμπέλου, είτε διεθνείς, είτε γηγενείς, με κυριότερη τη μανδηλαριά. Ωστόσο, δεν είναι απλώς ένας «ενισχυτικός παράγοντας» της ποικιλιακής σύνθεσης κρητικών κρασιών



προσθέτει στρογγυλάδα και ταννική χάρη, ενώ η έκφραση των αρωμάτων του είναι γεμάτη από γλυκά λουλούδια, αποξηραμένα μαύρα φρούτα και συνθέσεις μπαχαρικών. Το Κοτσιφάλι καλλιεργείται σε ολόκληρη την Κρήτη, αλλά τα καλύτερα κρασιά προέρχονται από την περιοχή του Ηρακλείου. Ειδικότερα, είναι οι οίνοι ΠΟΠ Πεζιά και ΠΟΠ Αρχάνες, που αποτελούν χαρμάνια με Μανδηλαριά.

Το Κοτσιφάλι δίνει γεμάτα και πλούσια κρασιά, τα οποία απευθύνονται σε οινόφιλους, που προτιμούν τη μαλακιά γεύση.

Τα κρασιά που περιέχουν στην ποικιλιακή τους σύνθεση Κοτσιφάλι ταιριάζουν εύκολα με φαγητά και συνοδεύουν άριστα πλούσια πιάτα με κρέας, μαγειρευτά κατσαρόλας (λαδερά), λουκάνικα και γευστικά ψητά. Τα περισσότερα κρασιά είναι έτοιμα να καταναλωθούν αμέσως μόλις κυκλοφορήσουν, αλλά αυτά με περισσότερο εκκύλισμα, που ωριμάζουν συνήθως για αρκετούς μήνες σε βαρέλι, μπορούν να εξελιχθούν για 5-8 έτη, παρουσιάζοντας δομή που στηρίζεται στην ωριμότητα και τη γευστική πολυπλοκότητα.



ματος, που παραπέμπουν σε δροσερά κόκκινα φρούτα του δάσους, μπαχαρικά, αλλά και πράσινα φύλλα.

Στο στόμα, το αλκοόλ είναι μέτρια χαμηλό, σπανίως πάνω από 12,5%, οι τανίνες είναι διακριτικές και λεπτόκοκκες, ενώ η οξύτητα υψηλή. Το Βλάχικο καλλιεργείται στην Ήπειρο, πολύ κοντά στα σύνορα με την Αλβανία, σε περιοχές με με-

ΣΕ ΤΑΞΙΔΕΥΕΙ ΕΚΕΙ ΠΟΥ ΠΡΑΓΜΑΤΙΚΑ ΘΕΣ ΝΑ ΕΙΣΑΙ

Τα ξίμε
ΣΤΗΝ ΜΠΥΡΑ



Ενέργεια

ΔΕΗ: ΕΠΕΝΔΥΣΕΙΣ 900 ΕΚΑΤ. ΓΙΑ «ΕΥΕΛΙΚΤΗ» ΠΑΡΑΓΩΓΗ ΗΛΕΚΤΡΙΚΗΣ ΕΝΕΡΓΕΙΑΣ

Η πράσινη ανάπτυξη της ΔΕΗ

Σύμφωνα με το business plan του Ομίλου ΔΕΗ, η επόμενη τριετία είναι η τριετία των Ανανεώσιμων Πηγών Ενέργειας στην παραγωγή, της πλήρους απολιγνιτοποίησης και των ευέλικτων μονάδων.

Την περίοδο 2025-2027, η παραγόμενη ενέργεια θα αυξηθεί από τις 20TWh ετησίως στις 24TWh, παρά το κλείσιμο λιγνιτικών και άλλων ρυπογόνων μονάδων που παράγουν σήμερα 5TWh, χάρη στις προσθήκες



νέων ΑΠΕ σε Ελλάδα και εξωτερικό που θα προσθέσουν ενέργεια 9TWh ετησίως. Από σήμερα μέχρι και το 2027 η ΔΕΗ θα αναπτύξει 6,3 GW ΑΠΕ στην Ελλάδα αλλά και στην ευρύτερη περιοχή της Νοτιοανατολικής Ευρώπης, με στόχο η εγκατεστημένη ισχύς από ΑΠΕ να ανέλθει σε 11,8 GW το 2027. Ήδη, σήμερα, πάνω από το 60% των ΑΠΕ που θα προστεθούν είναι σε φάση κατασκευής ή έτοιμα προς κατασκευή. Για την υλοποίηση του υπόλοιπου 40% του στόχου, ο Όμιλος έχει μία μεγάλη γκάμα έργων προς ανάπτυξη για να επιλέξει ποια θα προχωρήσουν ώστε να επιτευχθεί ο

στόχος.

Τα έργα ευέλικτης παραγωγής ενέργειας

Ωστόσο, ένα από τα προβλήματα που γίνονται όλο και πιο έντονα και φανερά και στις τσέπες των νοικοκυριών και τους προϋπολογισμούς των επιχειρήσεων είναι η απότομη μεταβολή των τιμών στο ρεύμα.

Τόσο εποχιακά, όσο και εβδομαδιαία αλλά και ανά ημέρα οι τιμές χονδρεμπορικής στα χρηματιστήρια ενέργειας παρουσιάζουν ακραίες διακυμάνσεις.

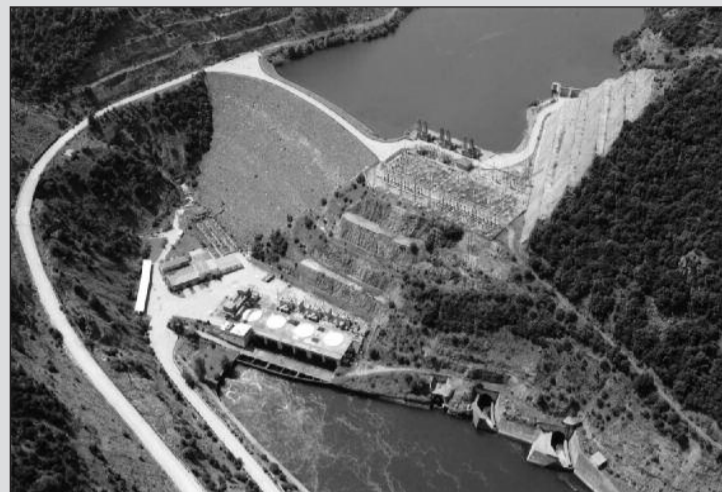
Αυτό συμβαίνει λόγω της στοχαστικότητας των Ανανεώσιμων Πηγών Ενέργειας. Με πιο απλά λόγια η παραγωγή ηλεκτρικής ενέργειας από αιολικά και φωτοβολταϊκά συστήματα σβήνει απότομα όταν οι καιρικές συνθήκες δεν ευνοούν τη λειτουργία τους.

Έτσι, επειδή απαιτείται η είσοδος στα συστήματα ηλεκτρισμού των ακριβών μονάδων με ορυκτά καύσιμα για να καλύψουν τη ζήτηση ηλεκτρικής ενέργειας οι τιμές αυξάνονται με καταγιστικούς ρυθμούς.

Αλλά και η υπερπροσφορά των ΑΠΕ οδηγεί και σε αρνητικές τιμές για την αποζημίωση των ηλεκτροπαραγωγών. Η λύση για την εξισορρόπηση των συστημάτων ηλεκτρισμού είναι οι τεχνολογίες των ευέλικτων συστημάτων ηλεκτροπαραγωγής και της αποθήκευσης ενέργειας. Τέτοιες είναι οι μεγάλες μονάδες φυσικού αερίου (CCGTs), οι μικρές μονάδες φυσικού αερίου (Peakers) ισχύος 20, 50 και 100 MW, τα αντλιοσταμιατικά (Pumped Hydro) και οι βιομηχανικές μπαταρίες.

Οι επενδύσεις της ΔΕΗ στην «ευελιξία»

Εκτός από την ανάπτυξη έργων ΑΠΕ, ο όμιλος της ΔΕΗ



της επόμενης τριετίας θα επενδύσει σημαντικά σε έργα ευέλικτης παραγωγής ενέργειας με στόχο να προσθέσει μέχρι το 2027 εγκατεστημένη ισχύ 1,8GW, σύμφωνα με το σχέδιο που παρουσίασε ο Γιώργος Στάσσης.

Οι ευέλικτες μονάδες, όπως αντλιοσταμιαμείωση, μπαταρίες, μονάδες αερίου, και υδροηλεκτρικά έργα αντιμετωπίζουν την στοχαστικότητα των ΑΠΕ, το γεγονός δηλαδή ότι η ενέργεια που παράγουν οι ΑΠΕ, και κυρίως τα φωτοβολταϊκά αλλά και τα αιολικά, δεν είναι ούτε συνεχής ούτε προβλέψιμη.

Οι ευέλικτες μονάδες μπορούν είτε να αποθηκεύσουν την υπερβάλλουσα ενέργεια που παράγουν οι ΑΠΕ σε στιγμές που δεν υπάρχει αρκετή ζήτηση, και να τηθούν άμεσα σε λειτουργία τις στιγμές που υπάρχει ανάγκη καλύπτοντας τη ζήτηση. Οι ευέλικτες μονάδες, εκτός από απαραίτητες για την ισορροπημένη λειτουργία του συστήματος, παράγουν και μεγαλύτερη αξία, καθώς η τιμή της παραγόμενης ενέργειας στις στιγμές αυξημένης ζήτησης και μειωμένης παραγωγής είναι υψηλότερο.

Πυρηνικοί σταθμοί: Το Ελσίνκι θα ζεσταίνεται με πυρηνικούς αντιδραστήρες

Μια ρηξικέλευθη και τολμηρή απόφαση έλαβε η πόλη του Ελσίνκι με τις ευλογίες, βέβαια, της φινλανδικής κυβέρνησης. Επέλεξε να κλείσει όλες τις μονάδες τηλεθέρμανσης που χρησιμοποιούν υδρογονάνθρακες (βιομάζα και φυσικό αέριο ως επί το πλείστον, που μετά τον πόλεμο στην Ουκρανία είναι πλέον πολύ ακριβότερο) για να τις αντικαταστήσει με μικρούς πυρηνικούς αντιδραστήρες.

Σκοπός της φινλανδικής πρωτεύουσας, η οποία αριθμεί λίγο περισσότερους από 650.000 κατοίκους, είναι να μειώσει τις εκπομπές διοξειδίου του άνθρακα στην ατμόσφαιρα. Και για τον σκοπό αυτό θα δαπανήσει 1,5 δισ. ευρώ για την αγορά περίπου 15 μικρών αντιδραστήρων (SMR) που θα παράγουν 400 μεγαβάτ για τη λειτουργία του δεύτερου μεγαλύτερου δικτύου τηλεθέρμανσης στον κόσμο.

Μια «υπαρκτή» αγορά

Εργολάβος για την υλοποίηση του έργου ανέλαβε ο γαλλικός βιομηχανικός όμιλος Gorgé, ο οποίος το αντιμετωπίζει το όλο project ως μια φανταστική ευκαιρία ανάπτυξης. «Οι Φινλανδοί μάς επιτρέπουν να δείξουμε ότι η αγορά για την οποία αναπτύσσουμε τους μικρούς αντιδραστήρες SMR υπάρχει», δήλωσε με ικανοποίηση ο επικεφαλής του ομίλου

Ραφαέλ Γκορζέ.

Η Gorgé κέρδισε το έργο με διαγωνισμό στον οποίο μετείχαν αρκετές ανταγωνίστριες εταιρείες. Ο ίδιος ο Γκορζέ σημείωσε μάλιστα ότι ο αριθμός των εταιρειών που ανταποκρίθηκαν στην πρόσκληση ενδιαφέροντος και υπέβαλαν προσφορές «θα έκανε κάθε εταιρεία που δραστηριοποιείται στον κλάδο να ονειρεύεται ότι έχει μεγάλα περιθώρια για να αναπτυχθεί».

Τεχνολογία Calogena

«Η επιλογή του Ελσίνκι επικυρώνει την τεχνολογική ποιότητα της Gorgé και του τύπου αντιδραστήρα Calogena, που έχει επαινεθεί και από την Επιτροπή Ατομικής Ενέργειας», σημειώνει η Ελζά Μπαμπαρόν στον «Figaro». Η γαλλίδα ρεπόρτερ σημειώνει ότι η Επιτροπή «αφού ανέλυσε δώδεκα γαλλικές κατασκευές μικρών αντιδραστήρων, τοποθέτησε την Calogena στην πρώτη γραμμή για την ωριμότητα των τεχνολογικών επιλογών της».

Σύμφωνα με τη γαλλική εφημερίδα, η τεχνολογία που χρησιμοποιεί η Calogena επιτρέπει την κάλυψη αναγκών παραγωγικής θερμότητας στα δίκτυα τηλεθέρμανσης που έχουν μεγαλύτεροι σε διαστάσεις αντιδραστήρες, αλλά με μικρό-

τερο κόστος, με οικονομία καυσίμου δηλαδή.

«Πυρηνική» Φινλανδία

Την περασμένη εβδομάδα η εταιρεία Gorgé επέβαλε ένα «αρχείο επιλογής ασφαλείας» στην Αρχή Πυρηνικής Ασφάλειας της Φινλανδίας. Σημειώτεον ότι η σκανδιναβική χώρα των 5,6 εκατομμυρίων κατοίκων χρησιμοποιεί εδώ και χρόνια την πυρηνική τεχνολογία για την παραγωγή ηλεκτρικής ενέργειας, για ειρηνικούς σκοπούς δηλαδή – δεν συμπεριλαμβάνεται στις εννέα χώρες που διαθέτουν πυρηνικά όπλα (ΗΠΑ, Ρωσία, Γαλλία, Κίνα, Βρετανία, Πακιστάν, Ινδία, Βόρεια Κορέα και Ισραήλ). Δεν λείπουν, ωστόσο, οι «μικροβλάβες» από το φινλανδικό δίκτυο. Πριν από ακριβώς ένα έτος, στις 19 Νοεμβρίου 2023, ανεστάλη η παραγωγή ηλεκτρικής ενέργειας από τον αντιδραστήρα Olkiluoto 3 στις νοτιοδυτικές ακτές της Φινλανδίας, λόγω βλάβης στη νησίδα του στροβίλου που εντοπίστηκε.

Πρόκειται για έναν καινούργιο αντιδραστήρα γαλλογερμανικής κατασκευής (συνεργασία των ομίλων Areva και Siemens), που μόλις τον Απρίλιο του 2023 είχε ξεκινήσει τη λειτουργία του – με... 14 χρόνια καθυστέρηση βάσει του αρχικού προγράμματος.

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



Απολαύστε υπεύθυνα

Οινοτουρισμός

ΑΓΑΠΗΜΕΝΟΙ ΠΡΟΟΡΙΣΜΟΙ ΓΙΑ ΟΙΝΟΤΟΥΡΙΣΜΟ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ

ΘΕΣΣΑΛΟΝΙΚΗ

Οινικές εξορμήσεις νότια της πόλης

Νότια της πόλης της Θεσσαλονίκης, στην Επανομή, υπάρχει ένα μεγάλο όνομα στον χώρο του κρασιού, το Κτήμα Γεροβασιλείου. Πρόκειται για μία από τις περιπτώσεις όπου το οινοποιείο ξεπερνά σε φήμη τους αμπελώνες του. Περισσότεροι ξέρουν τα κρασιά Γεροβασιλείου από ό,τι τα κρασιά ΠΓΕ Επανομή, που είναι το ίδιο πράγμα. Αξίζει να δοκιμάσετε τη Μαλαγουζιά Γεροβασιλείου, είτε σε μονοποικιλιακή εκδοχή είτε σε χαρμάνι, αφού ο ίδιος –όπως και η Ρωζάνη Μάτσα– έβγαλε τη Μαλαγουζιά από το χρονοντούλαπο του ελληνικού αμπελώνα, βοηθώντας την ξεχασμένη ποικιλία της ορεινής Ναυπακτίας να γίνει μία από τις πιο αγαπητές του ελληνικού κοινού. Πολύ ενδιαφέρον έχει και το Μουσείο Οίνου του Κτήματος Γεροβασιλείου, με σπάνια αξιοσούρα που συνδέονται με τον πολιτισμό του κρασιού (ανοιχτήρια, αγγεία, εργαλεία αμπελουργίας, βαρελοποιίας, κ.ο.κ.). Σε κοντινή απόσταση θα βρείτε και το Domaine Florian με το οικογενειακό μπουτίκ οινοποιείο, όπου αγαπούν τα κλασικά και τα οργανικά κρασιά και έχουν ωραίες ιδέες δρώμενων (όπως το Cigar and Wine Experience, μια γευσισγνωσία οίνων και πούρων). Μνημεία Θεσσαλονίκης Αν η Αθήνα έτρεξε κατοστάρι στον παγκόσμιο ιστορικό στίβο, αφήνοντας το στίγμα της μέσα σε ελάχιστους αιώνες ακμής, η Θεσσαλονίκη έτρεξε

Κούρτης). Επίσκεψη στον αρχαιολογικό χώρο Δίου Χίλια χρόνια, από τον 5ο αι. π.Χ. έως τον 5ο αι. μ.Χ., κράτησε η ζωή του Δίου, της ιερής πόλης των Μακεδόνων, που σήμερα είναι ένα μεγάλο αρχαιολογικό πάρκο κοντά στις ακτές της Πιερίας. Διαθέτει μια αρχαιολογική διαδρομή μέσα στη φύση, όπου ακέφαλα αγάλματα, ψηφιδωτά και κίονες με ιωνικά κιονόκρανα ξεπροβάλλουν μέσα από βλάστηση και τρεχούμενα νερά. Πέρα από αυτό, το Δίον είναι η προσωποποίηση μιας παραδοξότητας: αναπτύχθηκε στη σκιά του βουνού των θεών, είχε την αγάπη των Μακεδόνων και το όνομα του Δία, εντούτοις δεν κατάφερε ποτέ να υπερβεί τον εαυτό του και να γίνει επίκεντρο του μακεδονικού βασιλείου.

ΙΩΑΝΝΙΝΑ

Στον αστερισμό της Ντεμπίνας Στα Ιωάννινα το κρασί είναι (ημι)ορεινή υπόθεση, με δύο βασικές αμπελοοινικές ζώνες να χαρακτηρίζουν την περιοχή: την ΠΟΠ Ζίτσα και την ΠΓΕ Ιωαννίνων. Η πρώτη βασίζεται στην ποικιλία Ντεμπίνα και δίνει κρασιά λευκά (ξηρά, ημίξηρα, αφρώδη), η δεύτερη – με μεγαλύτερη ευελιξία, όπως συμβαίνει συνήθως με τις ΠΓΕ– περιλαμβάνει διάφορες ποικιλίες (Ντεμπίνα, Βλάχικο, Μπεκάρι, Gewürztraminer, Sauvignon Blanc, Cabernet Sauvignon, κ.ά.) που αντίστοιχα δίνουν διαφορετικά είδη κρασιών (λευκά, ροζέ, κόκκινα, ξηρά, ημίξηρα, αφρώδη, ημιαφρώδη). Στις πλαγιές της Ζίτσας, σε υψόμετρο 700 μ., θα βρείτε το επισκέψιμο οινοποιείο της Zoinos Winery, που τρέφει ιδιαίτερη αγάπη στους μύθους με τους οποίους είναι συνδεδεμένο το ζιτσιώτικο κρασί.

Κρασιά και αποστάγματα από Ντεμπίνα, Βλάχικο, Μπεκάρι, αλλά και από ορισμένες διεθνείς ποικιλίες, έχουν εδώ την τιμητική τους. Στην άλλη άκρη του Νομού Ιωαννίνων, στο Μέτσοβο, βρίσκεται το Κατώγι Αβέρωφ, με το βαρύ όνομα του ιδρυτή Ευάγγελου Αβέρωφ να περιβάλλει με αίγλη, χωρίς όμως να επισκιάζει, ένα οινοποιείο σύγχρονο, που προσφέρει μια ξεχω-

ριστή οινοτουριστική εμπειρία. Κάποιες ετικέτες του, μάλιστα, είναι διαθέσιμες μόνο εδώ, όπως το Φλογερό. Οι αμπελώνες του Κατωγιού βρίσκονται στο Γινιές («αμπελότοπος» στα βλάχικα) της Πίνδου και είναι οι πιο ορεινοί της Ελλάδας (υψ. 950-1.050 μ.).

Επίσκεψη στον αρχαιολογικό χώρο Δωδώνης Στη διαδρο-



τείου της Δωδώνης υπηρετήθηκε από ιερείς και των δύο φύλων, που αφουγκράζονταν τη βελανιδιά και τα νερά της ιερής πηγής για να δώσουν χρησμούς, αποδεικνύοντας με πόσο σεβασμό, αγάπη και δέος περιέβαλλαν τότε οι άνθρωποι τη φύση. Το θέατρο της Δωδώνης είναι αρκετά μεταγενέστερο οικοδόμημα, του 3ου αι. π.Χ., όταν η κοινωνική ζωή είχε αρχίσει να διαμορφώνει έναν πιο αστικό χαρακτήρα.

ΘΕΣΣΑΛΟΝΙΚΗ

Κτήμα Γεροβασιλείου Επανομή, τηλ. 23920-44567, gerovassiliou.gr, είσοδος ξενάγησης 5 ευρώ, γευστική δοκιμή από 2 ευρώ/ποτήρι. Domaine Florian Τρίλοφος, τηλ. 23920-64978, domaineflorian.com, γευσισγνωσία από 12 ευρώ.

Μνημεία Θεσσαλονίκης

- ◆ Ροτόντα, τηλ. 23102-04868, καθημερινά εκτός Τρίτης 08.00-20.00, εισιτήριο 6 ευρώ.
- ◆ Γαλεριανό Συγκρότημα, τηλ. 23102-69622, 10.00-16.30, 4 ευρώ.

ΠΙΕΡΙΑ

Κτήμα Κούρτη Ράχη Πιερίας, τηλ. 6974-471230, kourtiswinery.com, γευσισγνωσία από 2,5 ευρώ/ποτήρι. Olympus Wines 28ης Οκτωβρίου 2, Λιτόχωρο, olympuswines.gr. Αρχαιολογικός χώρος Δίου Τηλ. 23510-53484, καθημερινά 08.00-απογευματινές ώρες, είσοδος 8 ευρώ.

ΙΩΑΝΝΙΝΑ

Zoinos Winery Ζίτσα, τηλ. 26580-22297, zoinos.gr, γευσισγνωσία από 5 ευρώ. Κατώγι Αβέρωφ Μέτσοβο, τηλ. 26560-31490, katogiaveroff.gr, από 2,5 ευρώ/ποτήρι.

Αρχαιολογικός χώρος Δωδώνης 08.00-18.00 καθημερινά, εισιτήριο 8 ευρώ.

TIPS

- Τα οινοποιεία είναι ανοιχτά τον Οκτώβριο και η πλειονότητα αυτών και τον Νοέμβριο. Άλλα λειτουργούν με συγκεκριμένο ωράριο, άλλα κατόπιν ραντεβού. Προτού ξεκινήσετε για την επίσκεψή σας, επιβεβαιώστε με ένα τηλεφώνημα ότι είναι ανοιχτά. Οι τιμές γευσισγνωσίας που αναφέρονται παραπάνω είναι ενδεικτικές και σε πολλές περιπτώσεις μπορεί να διαμορφωθούν ανάλογα με τις προτιμήσεις σας.
- Στους περισσότερους οινικούς προορισμούς, εκτός από τα παραπάνω οινοποιεία, υπάρχουν κι άλλοι αξιόλογοι παραγωγοί τους οποίους αξίζει να ανακαλύψετε.
- Πολλοί αρχαιολογικοί χώροι από 1η Νοεμβρίου περιορίζουν το ωράριό τους και μειώνουν την τιμή του εισιτηρίου τους.



Μαραθώνιο. Είναι η μακροβιότερη και πιο αυθεντική μητρόπολη που γνώρισε η Ελλάδα. Παράλληλα, είναι μια πόλη που ταυτίστηκε με τις ρωγμές της ιστορίας, όπως φαίνεται από τα μνημεία της. Η Αψίδα του Γαλέριου (Καμάρα), μάλλον του 4ου αι. μ.Χ., το Γαλεριανό Συγκρότημα (3ος αι. μ.Χ.) και η Ροτόντα (ναός ή μαιωσάλειο, μάλλον του 4ου αι. μ.Χ.), τρία από τα πιο σημαντικά μνημεία της σύγχρονης Θεσσαλονίκης, δημιουργήθηκαν σε μια κομβική εποχή, όταν η ρωμαϊκή αυτοκρατορία άρχιζε να σπάει σε κομμάτια (Τετράρχια) προκειμένου να επιβιώσει.

ΠΙΕΡΙΑ

Και Όλυμπος, και Αιγαίο Η Πιερία είναι μια οινοπαραγωγική ζώνη που βρίσκεται σε γεωγραφικό μεταίχμιο: ανάμεσα στον Όλυμπο και στο Αιγαίο Πέλαγος, μεταξύ Θεσσαλονίκης και Λάρισας. Την έχουν επηρεάσει και το βουνό και η θάλασσα, ο πολιτισμός και της Θεσσαλίας και της Μακεδονίας. Για τους Πιεριώτες η παραγωγή αλκοολούχων ποτών (οίνων ή αποσταγμάτων) μοιάζει με ομαδική χειροτεχνία, είναι κάτι που αγαπούν ως κοινωνία να κάνουν – κάτι που καταλαβαίνει κανείς περισσότερο αν βρεθεί στα καζανέματά τους. Στα του κρασιού υπάρχει η ΠΓΕ Πιερία, μια «ομπρέλα» που περιλαμβάνει διάφορες ποικιλίες (όπως Μαλαγουζιά, Ασύρτικο, Ξινόμαυρο, Syrah, Cabernet Sauvignon, Trebbiano, Merlot). Το Κτήμα Κούρτη είναι μάλλον το πιο εξωστρεφές της Πιερίας, με κρασιά από κλασικές ελληνικές (Ασύρτικο, Ξινόμαυρο, Αγιωργίτικο) αλλά και διεθνείς ποικιλίες (Trebbiano, Syrah, Merlot, Cabernet Sauvignon). Πέραν αυτού, οι άνθρωποι του κτήματος είναι πραγματικά φιλόξενοι, κάτι που έχει ίση, αν όχι μεγαλύτερη σημασία από την ποιότητα των προϊόντων. Σε επίπεδο ομαδικής προβολής, ενδιαφέρον έχει ο χώρος γευσισγνωσίας Olympus Wines στο Λιτόχωρο, όπου μπορείτε να δοκιμάσετε κρασιά από τρία οινοποιεία της περιοχής (Μυθικό Βουνό, Παπαγιαννούλης,



μή ανάμεσα στη Ζίτσα και στο Μέτσοβο, νότια της πόλης των Ιωαννίνων, βρίσκεται η Δωδώνη, ένας από τους ιερότετους αρχαίους χώρους της Δυτικής Ελλάδας. Ο ιδρυτικός μύθος θέλει το ιερό της Δωδώνης να γεννιέται όταν ένα μαύρο περιστέρι από την Αίγυπτο κάθισε σε μια βελανιδιά και έδωσε οδηγίες για το σημείο όπου έπρεπε να δημιουργηθεί το μαντείο του Δία. Στην πορεία του χρόνου το μαν-

Η αύξηση των επιτοκίων και η ενεργειακή κρίση οδήγησαν σε μαζική πτώση των εξόδων

Η ευρωπαϊκή οικονομία διανύει μια ιστορικά δύσκολη περίοδο και αυτό έχει ως αποτέλεσμα να επηρεάζονται όλες οι πτυχές της καθημερινότητας, με την διασκέδαση βεβαίως να μην μένει ανεπηρέαστη.

Ήδη έχουν αρχίσει να φαίνονται τα πρώτα σημάδια ότι οι δυσχερείς οικονομικές συνθήκες επηρεάζουν ακόμα και τον τρόπο με τον οποίο οι νέοι επιλέγουν τι φωνίζουν ή ακόμα και τι πίνουν.

Οι νέοι της Ευρώπης αρχίζουν να ξοδεύουν λιγότερα για αλκοόλ και δεν φαίνεται ότι θα επιστρέψουν στην έντονη κοινωνική ζωή σύντομα, σύμφωνα με το Fortune.

Αλλά είναι πιθανό να είναι η ύφεση, όχι οι επιλογές του τρόπου ζωής, που ξεκινά μια νέα τάση για νηφαλιότητα.

Πώς η κρίση στην Ευρώπη επηρεάζει την κατανάλωση αλκοόλ

Μια έρευνα σε 3.500 άτομα σε επτά ευρωπαϊκές χώρες δείχνει ότι ο ιστορικά υψηλός πληθωρισμός, η αύξηση των επιτοκίων και η ενεργειακή κρίση οδήγησαν σε μαζική πτώση των εξόδων.

Η έκθεση Consumer Compass της Savanta δείχνει ότι οι Βρετανοί και οι Γάλλοι

που αντιμετωπίζουν τα νοικοκυριά αλλά και της αυξανόμενης τάσης των νέων να αποστασιοποιούνται από το αλκοόλ.

Το Gen Z και οι millennials ξεκινούν ένα εκτεταμένο κίνημα νηφαλιότητας σε όλο τον κόσμο, ένα κίνημα που θεωρείται ευρέως ως πολιτιστικό φαινόμενο που καθοδηγείται από τάσεις ευεξίας, υψηλότερα επίπεδα εσωστρέφειας και περισσότερες εναλλακτικές επιλογές όπως ποτά χωρίς και χαμηλή περιεκτικότητα σε αλκοόλ.

Μια έρευνα των καταναλω-



Μειώνουν το αλκοόλ οι νέοι στην Ευρώπη

πιστεύουν ότι έχουν περίπου ένα τρίτο λιγότερα να ξοδέψουν σε μη βασικά προϊόντα από ό,τι πριν από ένα χρόνο, ενώ το αντιληπτό διαθέσιμο εισόδημα μειώθηκε κατά ένα τέταρτο στη Γερμανία και την Ιταλία.

Ακόμη και στις τυπικά καλά μονωμένες σκανδιναβικές χώρες, παρατηρείται μείωση των προϋπολογισμών κατά 21%.

Αρκετές μεγάλες ευρωπαϊκές οικονομίες βρίσκονται στα πρόθυρα μιας ύφεσης, με τη μεγαλύτερη οικονομία της Ευρώπης, τη Γερμανία, να συρρικνώνεται κατά 0,3% το 2023.

Οι νέοι σταματούν το ποτό

Η ανάλυση της Savanta είναι μια υπενθύμιση όχι μόνο των δύσκολων επιλογών

τών των ΗΠΑ από το NCSolutions διαπίστωσε ότι το 61% των Gen Zers σχεδίαζε να περιορίσει τις δαπάνες για αλκοόλ φέτος, ενώ οι μεγαλύτεροι, πλουσιότεροι ενήλικες αναμενόταν να ακολουθήσουν το αντίθετο.

Φαίνεται επίσης ότι οι νέοι της Ευρώπης μπορεί να έχουν συνηθίσει στη μείωση του αλκοόλ λόγω του προϋπολογισμού τους, ή τουλάχιστον να προετοιμάζονται για έναν μακρύ χειμώνα μακριά από το ποτό.

Η Savanta αναφέρει ότι ένα σημαντικό υψηλότερο ποσοστό των Ευρωπαίων Gen Z και των millennials σχεδιάζει να ξοδέψει λιγότερα για αλκοόλ τόσο μέσα όσο και έξω από το σπίτι τους επόμενους τρεις μήνες.

Πηγή: in.gr

Μη αλκοολούχα ποτά: Γιατί μπορεί να αποτελούν ένα κρυφό «θυσιαυρό»

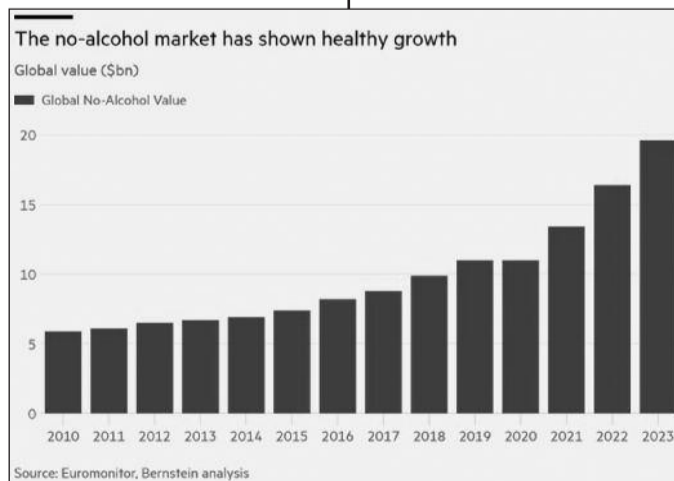
Μια αγορά η οποία φαίνεται να έχει αρκετό μέλλον είναι τα μη αλκοολούχα ποτά. Τα ποτά χωρίς αλκοόλ ανέρχονται είναι μια αγορά που βρίσκεται στα πρώτα της βήματα και αντιπροσωπεύει μόνο το 1% περίπου των παγκόσμιων πωλήσεων αλκοόλ, σε ένα σύνολο περίπου 20 δισ. δολαρίων σύμφωνα με την Bernstein Research, τη συντριπτική πλειονότητα των οποίων έχει η μπύρα. Όπως αναφέρουν οι Financial Times, σε άρθρο που δημοσιεύθηκε στη στήλη Lex.

Οι παραγωγοί δεν έχουν σπάσει τη συνταγή για νόστιμο κρασί χωρίς αλκοόλ. Από τα οινοπνευματώδη ποτά, εκείνα που βασίζονται σε βότανα και μούρα για τη γεύση, όπως το τζιν, μπορούν να αναπαραχθούν με κάποια ακρίβεια. Το να φτιάξεις όμως κανείς μια βότκα χωρίς αλκοόλ που δεν είναι απλώς νερό είναι μια πιο δύσκολη υπόθεση. Οι τεχνολογίες, επίσης, εξακολουθούν να εξελίσσονται. Η παραγωγή μπύρας χωρίς αλκοόλ ώστε να διατηρηθεί σε βαρελίσια μορφή αποτελεί πρόκληση επίσης. Οι γίγαντες της βιομηχανίας Carlsberg και Heineken έχουν ήδη κυκλοφορήσει εκδόσεις με μηδενικό αλκοόλ των εμβληματικών τους σημάτων, οι οποίες αντιπροσωπεύουν περίπου το 3% του κύκλου εργασιών. Το Crodino της

Campani, ένα ντόπιο aperitif χωρίς αλκοόλ, αποτελεί ένα συνηθισμένο προϊόν στην Ιταλία και έχει εμφανιστεί και στα ράφια του Ηνωμένου Βασιλείου.

Οι επιλογές χωρίς αλκοόλ επιτρέπουν στις εταιρείες να προσεγγίσουν νέες ομάδες. Η συντριπτική πλειονότητα όσων τα καταναλώνουν πίνουν επίσης παραδοσιακές μπύρες και οινοπνευματώδη ποτά. Οι νεότερες γενιές, ιδίως, χρησιμοποιούν εναλλακτικές χωρίς αλκοόλ για να μετριάσουν τη συνολική πρόσληψη. Αλλά η τάση για μηδενικό αλκοόλ σημαίνει επίσης ότι οι ζυθοποιοί και οι αποσταγματοποιοί μπορούν να απευθυνθούν στους καταναλωτές που διαφορετικά θα έμεναν απλά σε έναν χυμό πορτοκαλι.

Από άποψη κερδοφορίας, επίσης, τα ποτά με μηδενικό αλκοόλ είναι ελκυστικά. Η παρασκευή τους είναι πιο δαπανηρή, δεδομένων των περίπλοκων τεχνικών που απαιτούνται για την αφαίρεση του αλκοόλ και την παραμονή όσο το δυνατόν περισσότερης γεύσης. Αλλά τα προϊόντα πωλούνται σε τιμές συγκρίσιμες με τις αντίστοιχες αλκοολούχες και δεν καταβάλλουν ειδικό φόρο κατανάλωσης, ο οποίος στο Ηνωμένο Βασίλειο ξεκινά από 21 λίρες ανά λίτρο αλκοόλ στο προϊόν. Αυτό μπορεί να σημαίνει ώθηση στα περιθώρια κέρδους.



Από τον χώρο των εταιρειών

ΤΟ ΦΥΣΙΚΟ ΜΕΤΑΛΛΙΚΟ ΝΕΡΟ ΑΥΡΑ ΕΦΕΡΕ «ΕΝΑ ΒΗΜΑ ΠΙΟ ΚΟΝΤΑ ΣΤΗΝ ΙΣΤΟΡΙΑ» ΤΟ ΚΟΙΝΟ ΤΟΥ 41ΟΥ ΑΥΘΕΝΤΙΚΟΥ ΜΑΡΑΘΩΝΙΟΥ ΤΗΣ ΑΘΗΝΑΣ, ΜΕΣΩ ΤΟΥ «AVRA WAVE»!

Το Φυσικό Μεταλλικό Νερό ΑΥΡΑ αποτελεί σταθερά εδώ και 27 χρόνια το επίσημο νερό του Αυθεντικού Μαραθωνίου Αθήνας. Φέτος, έφερε περισσότερους από 70.000 δρομείς που συμμετείχαν στην 41η διοργάνωση του Μαραθωνίου ένα βήμα πιο κοντά στην ιστορία, βοηθώντας τους με το κύμα στήριξης και ενυδάτωσης «AVRA WAVE» να φτάσουν στη ζώνη του τερματισμού.

Ο 41ος Αυθεντικός Μαραθώνιος της Αθήνας ολοκληρώθηκε με απόλυτη επιτυχία: για δύο ημέρες, το Σαββατοκύριακο 9 και 10 Νοεμβρίου, έφερε κοντά ένα πρωτοφανές πλήθος συμμετεχόντων με πάθος για τα δρομικά αγωνίσματα, δίνοντάς τους την ευκαιρία να αγωνιστούν στην κλασική διαδρομή των 42 χλμ. του Αυθεντικού Μαραθωνίου ή να συμμετέχουν στις διαδρομές των 5 και 10 χιλιομέτρων.

Το Φυσικό Μεταλλικό Νερό ΑΥΡΑ, ο επίσημος χορηγός ενυδάτωσης του πιο ιστορικού αγώνα μεγάλων αποστάσεων, εμπύχωσε το κοινό της διοργάνωσης καλώντας το να κάνει «Ένα βήμα πιο κοντά στην ιστορία».

Την ίδια στιγμή, βοήθησε τους δεκάδες χιλιάδες δρομείς να πετύχουν το στόχο τους και να φτάσουν στον τερματισμό, μέσω σταθμών ενυδάτωσης «AVRA WAVE» σε όλο το εύρος της διαδρομής του κλασικού Μαραθωνίου, αλλά και στα δύο μικρότερα δρομικά αγωνίσματα των 5 και 10 χιλιομέτρων.



Στο περίπτερο του Φυσικού Μεταλλικού Νερού ΑΥΡΑ στο Χωριό των Χορηγών του 41ου Αυθεντικού Μαραθωνίου, οι συμμετέχοντες αλλά και οι επισκέπτες της διοργάνωσης είχαν την ευκαιρία να λάβουν μέρος σε διαδραστικές ενέργειες, κερδίζοντας πολλά δώρα.

Στο εντυπωσιακό περίπτερο φιλοξενήθηκαν επίσης οι αθλητές που υποστηρίζει το Φυσικό Μεταλλικό Νερό ΑΥΡΑ, Αναστασία Μαρινάκου, Νίκος Παπαγγελής και Ραφαέλα Σπανουδάκη, καθώς και η μοναδική ομάδα δρομικών AVRA RUNNING TEAM που φέτος έφτασε τα 450 άτομα.

Όλα αυτά έγιναν παρέα με τη μουσική του αγαπημένου

ραδιοφωνικού σταθμού KISS FM 92,9, του αποκλειστικού χορηγού επικοινωνίας του αγώνα, που μετέφερε τον παλμό του Μαραθωνίου με ζωντανή μετάδοση μέσα από το περίπτερο του Φυσικού Μεταλλικού Νερού ΑΥΡΑ.

Με στόχο τη μείωση του συνολικού περιβαλλοντικού αποτυπώματος της διοργάνωσης, το Φυσικό Μεταλλικό Νερό ΑΥΡΑ σε συνεργασία με το ΣΕΓΑΣ έκανε επίσης τον 41ο Αυθεντικό Μαραθώνιο της Αθήνας πιο «πράσινο», τοποθετώντας κάδους ανακύκλωσης στο χορηγικό περίπτερό του αλλά και σε όλες τις διαδρομές του αγώνα.

#AvraWater #FrontisetinAvrasou #AvraStill #cocacola3E

ΝΕΟΣ ΚΥΚΛΟΣ ΕΚΠΑΙΔΕΥΣΕΩΝ ΤΟΥ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΟΣ YOUTH EMPOWERED

Στη σημερινή εποχή όπου η τεχνολογική πρόοδος επηρεάζει σημαντικά τις εξελίξεις της αγοράς εργασίας, η ανάπτυξη ψηφιακών δεξιοτήτων για τους νέους υποψήφιους εργαζόμενους αποτελεί βασική προϋπόθεση. Την ίδια στιγμή, οι ήπιες ικανότητες, γνώστές και ως soft skills, είναι εξίσου σημαντικές καθώς διαδραματίζουν καθοριστικό ρόλο στην ανάπτυξη ισχυρών επαγγελματικών σχέσεων.

Θέλοντας να βοηθήσει τους νέους στα πρώτα τους επαγγελματικά βήματα, η Coca-Cola Τρία Έψιλον υλοποιεί το νέο κύκλο δωρεάν εκπαίδευσεων του προγράμματος Youth Empowered.

Τα δωρεάν μαθήματα του Youth Empowered υλοποιούνται σε συνεργασία με τη Socialinπov, έναν οργανισμό που εξειδικεύεται σε προγράμματα ανάπτυξης ψηφιακών και επαγγελματικών δεξιοτήτων. Παράλληλα, έμπειρα

στελέχη της Coca-Cola Τρία Έψιλον θα μοιραστούν βέλτιστες πρακτικές και θα μιλήσουν για τους κρίσιμους παράγοντες επιτυχίας σε βασικά θέματα όπως η συνέντευξη εργασίας, οι πωλήσεις και οι διαπραγματεύσεις.

Ο νέος κύκλος διαδικτυακών εκπαίδευσεων του προγράμματος Youth Empowered θα διαρκέσει έως τις 3 Δεκεμβρίου, καλύπτοντας θεματικές ενότητες όπως:

Επιτάχυνε την επίτευξη της ακαδημαϊκής σου πορείας
Χτίστε το προσωπικό σας CV στο LinkedIn
Πώς να ξεχωρίσετε σε μία συνέντευξη εργασίας
Μυστικά πωλήσεων και διαπραγματεύσεων
Ξεκινήστε την καριέρα σας σε Startup
Αξιοποιώντας τη Δύναμη του Excel και του Power Query
Οι ενδιαφερόμενοι μπορούν να εξασφαλίσουν δωρεάν τη θέση τους στις εκπαίδευσεις του προγράμματος Youth Empowered εδώ. Στην ίδια ιστοσελίδα το κοινό μπορεί,

επίσης, να παρακολουθήσει μαγνητοσκοπημένο υλικό από προηγούμενα σεμινάρια που έχουν διεξαχθεί στο πλαίσιο του προγράμματος.

Με την ολοκλήρωση των σεμιναρίων, όλοι οι συμμετέχοντες θα λάβουν πιστοποίηση παρακολούθησης.

Η πρωτοβουλία Empowered σχεδιάστηκε και υλοποιείται από την Coca-Cola Τρία Έψιλον από το 2017, αποτελώντας το μεγαλύτερο δωρεάν πρόγραμμα ενίσχυσης της απασχολησιμότητας για τη νέα γενιά. Στόχος της πρωτοβουλίας είναι να προσφέρει στους νέους όλα τα απαραίτητα εφόδια για μια επιτυχημένη εισαγωγή στη σύγχρονη αγορά εργασίας. Μέχρι σήμερα, τα εκπαιδευτικά προγράμματα της πρωτοβουλίας Empowered έχουν παρακολουθήσει περισσότεροι από 40.000 νέοι και νέες, λαμβάνοντας πολύτιμες ευκαιρίες και στήριξη για την αρκτική επαγγελματική τους ανάπτυξη.

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