

“Νέο Διοικητικό Συμβούλιο στην ΕΔΕΟΠ Αθηνών – Αλλαγή σελίδας με σταθερά βήματα”

“Μετά από μια εποικοδομητική Γενική Συνέλευση, το νέο Δ.Σ. αναλαμβάνει δράση για την ενίσχυση του κλάδου”



Στις 16/02/2025 συνήλθε η Γεν.Συνέλευση της ΕΔΕΟΠ Αθηνών σύμφωνα με το καταστατικό του Σωματείου και το νόμο δεδομένου ότι έληξε η θητεία του προηγούμενου Δ.Σ. με σκοπό, την εκλογή νέου Δ.Σ.

Ο Πρόεδρος, Ιωάννης Βυτινιώτης, στην ομιλία του κινήθηκε σε **3 άξονες**:

- 1. Lotify.** Ενέργειες που πραγματοποίησε η ΕΔΕΟΠ για να βρεθεί λύση σε ένα πρόβλημα που δημιουργούσε πρόβλημα ύπαρξης του κλάδου μας
- 2. Χορός.** Αναφέρθηκε στην επιτυχία του περσινού χορού και ανέφερε ότι θα πραγματοποιηθεί στις 30/03/2025 στο κέντρο διασκέδασης «Ελλάδος Εικόνες».
- 3. Συναντήσεις με εταιρείες.** Αναφέρθηκε στις συναντήσεις που πραγματοποιήθηκαν τονίζοντας όμως ότι σκοπός της ΕΔΕΟΠ είναι να μπορεί να υποστηρίξει τον κλάδο σε θέματα λειτουργίας του και όχι απαραίτητα σε εμπορικές συμφωνίες.

Στην συνέχεια δόθηκε ο λόγος στα μέλη και πραγματοποιήθηκε μια εποικοδομητική κουβέντα για τα ζητήματα που αφορούν όλους μας.

Μετά το πέρας της ομιλίας εξελέγησαν για την εφορευτική επιτροπή οι κ. Νικόλαος Μήτσιου και Ευθύμιος Χατζημιχάλης και παρουσία δικηγόρου εκ-

κίνησαν οι αρχαιαιρείσεις.

Μετά την διεξαγωγή της ψηφοφορίας εξελέγησαν για την συμμετοχή τους στο Διοικητικό Συμβούλιο οι παρακάτω τους οποίους παραθέτουμε με αλφαβητική σειρά:

- 1. ΑΝΩΓΙΑΝΝΑΚΗΣ ΔΑΜΙΑΝΟΣ, 2. ΒΥΤΙΝΙΩΤΗΣ ΙΩΑΝΝΗΣ, 3. ΓΕΡΑΡΗΣ ΚΩΝ/ΝΟΣ, 4. ΔΑΝΙΗΛ ΣΠΥΡΟΣ, 5. ΔΕΡΜΙΤΖΑΚΗΣ ΧΑΡΑΛΑΜΠΟΣ, 6. ΖΑΜΠΟΥΡΑΣ ΧΑΡΗΣ, 7. ΝΤΑΜΠΑΡΑΚΗΣ ΝΙΚΟΛΑΟΣ**

Αμέσως μετά συνήλθε στη πρώτη τον συνεδρίαση το νέο Δ.Σ. και μετά από ψηφοφορία μεταξύ των μελών το Δ.Σ. διαμορφώθηκε ως εξής:

- ΠΡΟΕΔΡΟΣ** Βυτινιώτης Ιωάννης
ΑΝΤΙΠΡΟΕΔΡΟΣ Νταμπαράκης Νικόλαος
ΓΕΝ. ΓΡΑΜΜΑΤΕΑΣ Ανωγιαννάκης Δαμιανός
ΤΑΜΙΑΣ Χάρης Ζαμπούρας
ΜΕΛΗ Δανιήλ Σπύρος, Δερμιτζάκης Χαράλαμπος, Γεραρής Κωνσταντίνος

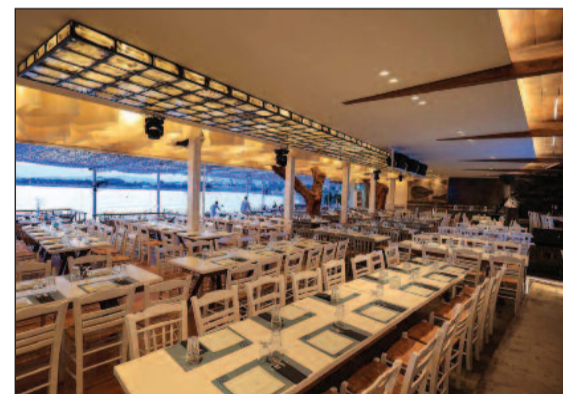
ΕΤΗΣΙΑ ΧΟΡΟΕΣΠΕΡΙΔΑ ΕΔΕΟΠ 2025

Στις 30 Μαρτίου 2025 ημέρα Κυριακή και ώρα 13.30

Αγαπητοί Συνάδελφοι,

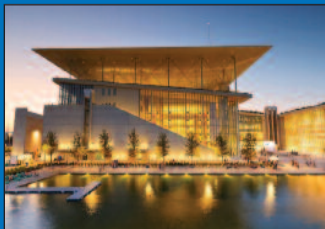
Είμαστε στην ευχάριστη θέση να ανακοινώσουμε ότι διοργανώνουμε την καθιερωμένη ετήσια χοροεσπερίδα της ΕΔΕΟΠ Αθήνας για το 2025.

Ο χορός μας, για πρώτη φορά θα γίνει μεσημβρινή ώρα στο κέντρο διασκέδασης «ΕΛΛΑΔΟΣ ΕΙΚΟΝΕΣ» Λεωφόρος Ποσειδώνος 83B 'Άλιμος, στις 30 Μαρτίου 2025 ημέρα Κυριακή. Η ώρα προσέλευσης ορίστηκε για τις 13.30. Πάντοτε προσβλέπουμε σε αυτού του είδους τις εκδηλώσεις στη σύσφιξη των σχέσεων μεταξύ των συνεργαζομένων εταιρειών και των συναδέλφων χονδρεμπόρων. Σας περιμένουμε όλους.



Με συναδελφικούς χαιρετισμούς
Το Δ.Σ. της ΕΔΕΟΠ Αθηνών

ΕΛΛΗΝΙΚΑ ΑΠΟΣΤΑΓΜΑΤΑ:
PREMIUM,
ΠΡΩΤΟΠΟΡΙΑΚΑ
ΚΑΙ ΜΕ ΔΙΕΘΝΕΣ
ΚΥΡΟΣ



Στη σελίδα 4

ΠΩΣ
ΔΗΜΙΟΥΡΓΗΘΗΚΕ
Η THREE
CENTS;



Στη σελίδα 12

Επανεκκίνηση
του Ταμείου
Δανείων
ΤΕΠΙΧ ΙΙΙ



Στη σελίδα 15

ΓΙΑΤΙ ΠΟΝΤΑΡΟΥΝ ΣΤΑ ΜΗ ΑΛΚΟΟΛΟΥΧΑ ΚΑΙ ΣΤΟ ΕΥΡΗΜΑ ΤΟΥ DRY JANUARY;

Με εξαιρετικούς ρυθμούς «έτρεξε» ο φετινός Dry January, με την Diageo, την Αθηνάϊκη Ζυθοποιία και τους κολοσσούς των αλκοολούχων ποτών και μπίρας να στρέφουν με αυτή την αφορμή το ενδιαφέρον τους στα μη αλκοολούχα, με καμπάνιες και νέα προϊόντα, ανταποκρινόμενοι στις νέες προτιμήσεις των καταναλωτών. Τα ποτά χωρίς αλκοόλ συνθέτουν μια αγορά που εξελίσσεται χρόνο με το χρόνο, παρά το γεγονός ότι 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 μπίρα, όπως αναφέρουν οι Financial Times, σε άρθρο που δημοσιεύθηκε στη στήλη Lex.

Οι απέχοντες από αλκοόλ δεν περιορίζονται πλέον στο να πίνουν ανθρακούχα ποτά, χυμούς φρούτων ή το συνηθισμένο νερό. Η αγορά για ποτά χωρίς αλκοόλ—συμπεριλαμβανομένης της μπίρας, του κρασιού και των οινοπνευματωδών ποτών—έχει αρχίσει να απογειώνεται τα τελευταία χρόνια. Οι παγκόσμιες πωλήσεις ανήλθαν σε σχεδόν 20 δισεκατομμύρια δολάρια το 2023, σύμφωνα με τα τελευταία στοιχεία της Ευγομοπιτορ, μιας ερευνητικής εταιρείας, διπλάσιο από το ποσό πέντε ετών πριν. Η αγορά αυξήθηκε κατά περίπου 20% το 2023, έναντι 8% για τα αλκοολούχα ποτά.

Το εύρημα του Dry January

Ήταν το 2013 όταν η βρετανική οργάνωση Alcohol Concern (που τώρα ονομάζεται Alcohol Change UK) υπό την Έμιλι Ρόμπινσον, αφού εγκατέλειψε το αλκοόλ τον Ιανουάριο του 2011 για να προετοιμαστεί για έναν ημιμαραθώνιο. Ήταν η γυναίκα αυτή που παρατήρησε τα οφέλη της αποχής από το αλκοόλ και πόσο οι άνθρωποι ενδιαφέρονταν για την εμπειρία της. Κι αυτό την οδήγησε να αποδώσει στον Ιανουάριο μήνα το συγκεκριμένο χαρακτηριστικό -dry, που σημαίνει ξηρός, δηλαδή άνευ αλκοόλ. Το ίδιο διάστημα, οι Seattle Times συμπεριέλαβαν μια στήλη για το Dry January παρακινούμενη από έναν φίλο της που είχε κάνει το ίδιο για αρκετά χρόνια πριν. Την πρώτη χρονιά, 4.000 άτομα δήλωσαν συμμετοχή στην πρόκληση Dry January στη Βρετανία και έκτοτε η δημοτικότητα της έχει αυξηθεί, με 215.000 άτομα παγκοσμίως να δήλωσαν συμμετοχή το 2024. Το συγκεκριμένο challenge εγκρίθηκε από το Public Health England το 2015 και οδήγησε σε μεγάλη αύξηση των αριθμών και σταθερή αύξηση των συμμετεχόντων χρόνο με το χρόνο. Έρευνα του Πανεπιστημίου του Sussex που δημοσιεύθηκε το 2020 διαπίστωσε ότι όσοι υπέγραψαν για να λάβουν μέρος στην πρόκληση Dry January χρησιμοποιώντας τη δωρεάν εφαρμογή Try Dry του Alcohol Change UK και/ή τα emails καθοδήγησης, είχαν διπλάσιες πιθανότητες να έχουν ένα μήνα εντελώς χωρίς αλκοόλ, σε σύγκριση με εκείνους που προσπαθούν να αποφύγουν το αλκοόλ μόνοι τους τον Ιανουάριο, και να έχουν σημαντικά βελτιωμένη ευεξία και υγιέστερη κατανάλωση αλκοόλ έξι μήνες αργότερα. Η συγκεκριμένη δράση υιοθετήθηκε από τις αρχές της δεκαετίας του '20 και από άλλες χώρες, με τη Φινλανδία να δημιουργεί το δικό της Sober January, ενώ η Τσεχία και ο Καναδάς εγκαίνισαν αντίστοιχα το Dry February.

Η αντίδραση της βιομηχανίας

Πίσω από τη συγκεκριμένη δράση, οι μεγάλοι παίκτες της αγοράς κατάφεραν να «διαβάσουν» μια γενικότερη έλξη για την έννοια της μπίρας χωρίς αλκοόλ, του κρασιού, των αλκοολούχων ποτών και των seltzers που φαίνεται να είναι παρούσα καθόλη τη διάρκεια της χρονιάς, πράγμα που σημαίνει μεγαλύτερη ζήτηση για επιλογές με 0%.

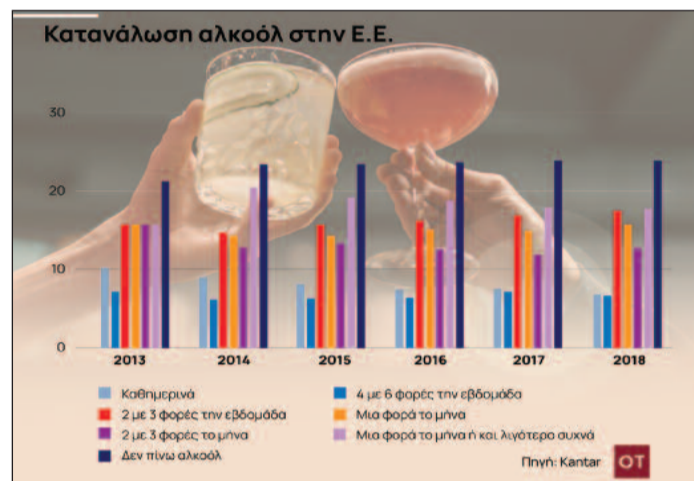
Όπως ανέφερε το Modern Retail, υπάρχει ένα αυξανόμενο ενδιαφέρον των καταναλωτών για τα μη αλκοολούχα ποτά που γράφεται ευρέως μεταξύ του πληθυσμού των ΗΠΑ. Σύμφωνα με τα στοιχεία της έρευνας της 3ης Ιανουαρίου από την Disqo, το ποσοστό των καταναλωτών που σκοπεύουν να μειώσουν ή να εξαλείψουν την κατανάλωση αλκοόλ κατά το συγκεκριμένο μήνα ανέρχεται ακόμη και στο 45%, δηλαδή σχεδόν στο ήμισυ των ερωτηθέντων. Περαιτέρω, ο αριθμός των ερωτηθέντων που δήλωσαν ότι ενδιαφέρονται να δοκιμάσουν ένα νέο ποτό NA διπλασιάστηκε σε σχέση με τα προηγούμενα αποτελέσματα του Ιουνίου του 2023, με

ποσοστό 16%.

Έντονος ανταγωνισμός

Η συγκεκριμένη τάση έρχεται ως συνέχεια της ευεξίας -του wellbeing boom- και τις αγοραστικές επιλογές για μια ισορροπημένη ζωή – που αποτυπώθηκε με κάθε τρόπο στην πανδημία και συνεχίζει να ενισχύεται με το λανσάρισμα λειτουργικών τροφίμων και ποτών, με χαμηλό ή και μηδενικό δείκτη αλκοόλ. Και σε αυτό το τοπίο είναι αναμενόμενο ο ανταγωνισμός να χτυπάει κόκκινο.

Από τη μια πολυεθνικές, όπως η Diageo, ποντάρουν πολλά στις άνευ αλκοόλ εκδοχές σε κλασικά brands που οδηγούν τη μέχρι τώρα πορεία της. Χαρακτηριστική είναι η περίπτωση του Tanqueray 0.0% που έκανε το ντεμπούτο του στην ελληνική αγορά τον Ιούνιο του 2022, έχοντας ήδη σημειώσει μεγάλη επιτυχία σε άλλες αγορές, όπως αυτή της Αγγλίας και της Ισπανίας. Οι πωλήσεις του στο πρώτο οικονομικό εξάμηνο του έτους για την Diageo αυξήθηκαν κατά +60%, ενώ ανακηρύχθηκε προϊόν της χρονιάς για το 202.



Ομοίως η πολυεθνική λάνσαρε το ρούμι Captain Morgan Spiced Gold 0.0% όπως και τη Guinness 0.0, αλλά και τα RTDs Tanqueray London Dry Gin & Tonic και Tanqueray 0.0 & Tonic. Το Crodino της Campari, ένα απεριτίφ χωρίς αλκοόλ, αποτελεί ένα συνηθισμένο προϊόν στην Ιταλία και έχει εμφανιστεί και στα ράφια του Ηνωμένου Βασιλείου. Ενώ ακολούθησε η είσοδος κι άλλων brands, όπως το Beefeater 0.0, τα απεριτίφ Martini χωρίς αλκοόλ, bitters στην ίδια λογική, αλλά και μπίρες και κρασί. 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.

Ήδη από το 2015, η Αθηνάϊκη Ζυθοποιία με την Amstel Free με 0,0% αλκοόλ, άνοιξε τη νέα αυτή νέα κατηγορία στην εγχώρια αγορά μπίρας. Η συνέχεια ήταν καταγιστική με μια σειρά από λανσαρίσματα από Heineken, Μύθος, Βεργίνα, Fix, Budweiser, Stella Artois, Άλφα κ.ο.κ.

Το κρασί είναι το επόμενο next-big-thing όσων θέλουν να πιουν αλλά να μην προσλάβουν αλκοόλ. Από το Animeo Alcohol Free Ερυθρό, το Château d'Estoublon L'Excessive Non-Alcohol Sparkling Rose ή White, τα Miguel Torres Natureo και το αφρώδες Kendermanns, μέχρι το Low από το Κτήμα Σεμέλη, που δημιούργησε τη συγκεκριμένη σειρά με 50% λιγότερο αλκοόλ και 40% λιγότερες θερμίδες.

Πόσο έτοιμοι είναι οι καταναλωτές

Σύμφωνα με το IWSR (πρώην International Wine and Spirits Record), ο συνολικός όγκος αλκοολούχων ποτών μειώθηκε κατά 3% το 2023, με την ίδια την αξία να κινείται ανοδικά κατά μόλις 1%.

«Τα υψηλά επίπεδα αποθεμάτων αναμένεται να διατηρηθούν και το 2025, ενώ η ομαλοποίηση δεν αναμένεται πριν τις αρχές του 2026», ισχυρίστηκε ο Μάρτεν Λόντιγουικς, πρόεδρος του αμερικανικού βραχίονα του IWSR. «Η καταναλωτική ζήτηση θα πρέπει να αυξηθεί προκειμένου να διευκολυνθεί η μετακίνηση των αποθεμάτων μέσω της αλυσίδας διανομής».

Λαμβάνοντας υπόψη ένα πρόσφατο αποτέλεσμα έρευνας που δημοσιεύτηκε από τις Εθνικές Ακαδημίες Επιστημών, Μηχανικής και Ιατρικής (NASEM) στις Ηνωμένες Πολιτείες και η οποία υποστηρίχθηκε από την Υπηρεσία Τροφίμων και Διατροφής του υπουργείου Γεωργίας των ΗΠΑ που έδειξε ότι οι νεότεροι Αμερικανοί επιλέγουν να πίνουν λιγότερο από τους μεγαλύτερους σε ηλικία, ιδίως σε σύγκριση με τα αποτελέσματα της έρευνας από τα προηγούμενα χρόνια ή δεκαετίες, φαίνεται ότι μπορεί να αναδύονται δύο διαφορετικές αγορές: μια ώριμη αγορά με περιθώρια ανάπτυξης στις κατηγορίες των φθηνότερων ποτών βύνης και των ιδιωτικών ετικετών – όπως αναφέρει και το CNN Business – και ένας εκκολλητόμενος, υψηλής ανάπτυξης χώρος για τα μη αλκοολούχα.

Πηγή: Ot

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

ΤΟ Δ.Σ. ΤΗΣ ΕΔΕΟΠ ΑΘΗΝΩΝ



ΒΥΤΙΝΙΩΤΗΣ ΙΩΑΝΝΗΣ	210-9702018	ΠΡΟΕΔΡΟΣ
ΝΤΑΜΠΑΡΑΚΗΣ ΝΙΚΟΛΑΟΣ	210-2772005	ΑΝΤΙΠΡΟΕΔΡΟΣ
ΑΝΩΓΙΑΝΝΑΚΗΣ ΔΑΜΙΑΝΟΣ	210-8043465	ΓΕΝ ΓΡΑΜΜΑΤΕΑΣ
ΖΑΜΠΟΥΡΑΣ ΧΑΡΗΣ	210-2465788	ΤΑΜΙΑΣ
ΔΑΝΙΗΛ ΣΠΥΡΟΣ	210-4934757	ΜΕΛΟΣ
ΔΕΡΜΙΤΖΑΚΗΣ ΧΑΡΑΛΑΜΠΟΣ	210-5779896	ΜΕΛΟΣ
ΓΕΡΑΡΗΣ ΚΩΝΣΤΑΝΤΙΝΟΣ	210-2281583	ΜΕΛΟΣ

COSTA
COFFEE

**ΔΗΜΙΟΥΡΓΗΣΕ
ΚΑΤΙ ΝΕΟ**



ΕΛΛΗΝΙΚΑ ΑΠΟΣΤΑΓΜΑΤΑ: PREMIUM, ΠΡΩΤΟΠΟΡΙΑΚΑ ΚΑΙ ΜΕ ΔΙΕΘΝΕΣ ΚΥΡΟΣ

Τη Κυριακή 19/01, διοργανώθηκε στο Ίδρυμα Σταύρος Νιάρχος η όγδοη έκθεση «Ελληνικό Απόσταγμα», αφιερωμένη στα εγχώρια αποστάγματα φιλοξενώντας πάνω από 30 ποτοποιίες και 150 προϊόντα. Έψαχνα εδώ και κάποιο καιρό αφορμή να γράψω κάτι για τα παλαιωμένα -και όχι μόνο- τσίπουρα, στα οποία έχω ιδιαίτερη αδυναμία, και το σύμπαν συνωμότησε άλλη μια φορά, να μου δώσει την ευκαιρία να δοκιμάσω μερικά από τα καλύτερα ελληνικά αποστάγματα.

Φυσικά είχαμε όλα τα μεγάλα ονόματα του παλαιωμένου



Το Angel Tears είναι το πρώτο τσίπουρο τριπλής απόσταξης στην Ελλάδα και απ' ό,τι φαίνεται και καμάρι του αποστακτηριού του

τσίπουρου εκεί. Η «Καταρός Απόσταγματα» είχε το ιστορικό, πλέον, παλαιωμένο της τσίπουρο, ένα μεστό απόσταγμα από μαύρο Μοσχάτο Τυρνάβου με γνώριμη παλέτα που σε ζεσταίνει με ξηρούς καρπούς, ξύλο και βανίλια. Εκεί, τυχαία, συνάντησα τον ίδιο τον Νικόλαο Καταρό, τέταρτη γενιά της οικογενείας και μου μίλησε με πάθος για



Το Dark Cave είναι ένα από τα πρώτα παλαιωμένα τσίπουρα της χώρας

για σχετικά καινούργια ετικέτα τους (του 2018), το Angel Tears. Το πρώτο τσίπουρο τριπλής απόσταξης στην Ελλάδα και απ' ό,τι φαίνεται και καμάρι του αποστακτηριού του.

Μια μύτη που εκφράζει έντονα το σταφύλι, και ένα alcohol forward στόμα (τρίτη απόσταση γαρ) βγάζει μια ελαφριά βοτανικότητα η οποία μου θύμιζε μέντα, με πιπεράτη επίγευση. Ευχάριστο απόσταγμα συνολικά, που το φαντάζομαι σαν κάποιο premium ταίριασμα με συγκεκριμένα πολύπλοκα μαγειρευτά της Ελληνικής κουζίνας, ή σαν κάποιο digestif μετά το γλυκό. Το πιο ενδιαφέρον κομμάτι όμως είναι το εξής: στη συζήτηση, ο κ. Καταρός ανέφερε πως ετοιμάζεται ένα τσίπουρο ιδιαίτερα μακράς παλαι-

ωσης, με βάση το Angel Tears, το οποίο σύντομα θα κυκλοφορήσει στην αγορά σε αριθμημένες φιάλες. «Αυτή η συλλεκτική φιάλη θα συγκρίνεται μόνο με το Μεταξά το ΑΕΝ» μου είπε, μια ειλικρινά πολύ βαριά κουβέντα για όποιον ξέρει τον θρύλο του ΑΕΝ στην ελληνική αγορά και στην ελληνική αποσταγματοποιία. Ανυπομονώ να το δοκιμάσω.

Ο Τσιλιλής ήταν εκεί με διάφορες ετικέτες και φυσικά την κορωνίδα του, το Dark Cave, επίσης ένα από τα πρώτα παλαιωμένα τσίπουρα της χώρας, και για εμένα η καλύτερη εισαγωγή για να αγαπήσει κανείς τα παλαιωμένα τσίπουρα. Αποξηραμένα φρούτα, ξηροί καρποί, ελαφρώς στύφο για να σου κρατάει το ενδιαφέρον, συνολικά γλυκό και στρογγυλό.

Σε αντίστοιχο βελνεκές, δεν έλειπε το παλαιωμένο Μέθεξις Cigar του Costa Lazaridi, πρώτης ποιότητας απόσταγμα, με το Sauvignon Blanc να δίνει τα αρωματικά χαρακτηριστικά του σε ένα τσίπουρο που φέρνει εκτός από τα γνωστά αρώματα ξηρών καρπών, ελαφρύ καπνό και βανίλια στο προσκήνιο. Πέρα από το παλαιωμένο τους τσίπουρο, μου φάνηκε πολύ ενδιαφέρουσα και η ετικέτα Μέθεξις από 100% Cabernet Sauvignon. Τσίπουρο με εκτόπισμα, που κατακτά τον ουρανό με βοτανικότητα που δεν συναντάμε τόσο συχνά στην αγορά.

Άξια αναφοράς ήταν η παρουσία της 35N Cretan Distillery με τις τσικουδιές της. Δοκίμασα πρώτη φορά την Finest Artisanal Tsikoudia Syrah και εκπλάγην από το πόσο μπροστά έβγαιναν τα οινικά στοιχεία, του ίδιου του σταφυλιού. Απόσταγμα που είναι σαν συμπύκνωση των γνωρίμων αρωμάτων του Syrah, πρωτότυπο και ιδιαίτερο. Επίσης ενδιαφέρουσα ήταν η ετικέτα Malvasia Di Candia Aromatic, με τον μελένιο, ανθικό της χαρακτήρα, σε μια πολύ ποιοτική εκδοχή μιας πιο γνώριμης γεύσης.

Η «Loco Docko Distillery» επίσης, μου τράβηξε τη προσοχή με το ασυνήθιστο, ειδικά για έναν τόσο παραδοσιακό χώρο, όνομά της. Προσέφεραν δύο τσίπουρα, το Ταυρωπός, ένα ειλικρινά σχετικά επίπεδο τσίπουρο, που κάνει τη δουλειά του ίσως για φαγητό αλλά όχι πολλά πολλά, και το ομώνυμο Loco Docko. Το τελευταίο λοιπόν, νιώθω ότι ήταν ένα εντυπωσιακό τσίπουρο για φαγητό, ακόμη και για δύσκολους μεζέδες. Είναι αρκετά premium, με πολλαπλές απόσταξεις, κάτι που φαίνεται στη γεύση, αλλά δεν πάει να πουλήσει κάτι που δεν είναι. Έντονη αλλά κοντή επίγευση, όπως πρέπει για ένα τσίπουρο που ανοίγει την όρεξη.

Σε κάποιες άλλες ετικέτες που αξίζει να αναφερθούν, ήταν εκεί ο Καραθάνος με το PURO, ένα πολύ γευστικό παλαιωμένο τσίπουρο, σχετικά μικρής παραγωγής, το O/PURIST με την μαρτεντερική του, εκλεπτυσμένη προσέγγιση στο τσίπουρο και το πλέον κυρίαρχο Δεκαράκι με τα τρία μονοποικιλιακά του αποστάγματα. Πέρα από τσίπουρα όμως, είχαμε και κάποια ακόμη ελληνικά αποστάγματα στην έκθεση, κάτι που με χαροποίησε πολύ, γιατί είναι καλό να τιμάμε την παράδοσή μας, αλλά είναι καλό να εξερευνούμε και νέες διαδρομές.

Η αποσταγματοποιία Zografaki έφερε ένα πολύ ενδιαφέρον London dry gin, το Rumours. Ένα gin που αποστάζεται με θαλασσινό νερό, προσφέρει μια πολύ καλή ισορροπία ποιότητας τιμής. Δεν μπορεί ακόμη να παίξει στις μεγάλες λίγκες με τα πολύ ποιοτικά gin, μιας και τα αρώματά του δεν είναι τόσο διακριτά ούτε έχει αυτή τη «τραγανότητα» ακόμη, αλλά πραγματικά είναι μια πολύ τίμια δουλειά που



Κέντρο Πολιτισμού Ίδρυμα Σταύρος Νιάρχος

σε σύγκριση με τα τυπικά gin της αγοράς δεν έχει να ζηλέψει απολύτως τίποτα, αντιθέτως, ξεπερνά σε γεύση τα περισσότερα από τα gin «ροής».

Επίσης ιδιαίτερο ενδιαφέρον είχαν τα τρία αποστάγματα αποκλειστικά από αγριοφράουλες της Strawbar Spirit. Ένα σίγουρα πολύ δύσκολο εγχείρημα και τεχνικά, το οποίο



Το παλαιωμένο Μέθεξις Cigar του Costa Lazaridi είναι πρώτης ποιότητας απόσταγμα, με το Sauvignon Blanc να δίνει τα αρωματικά χαρακτηριστικά του

έβγαλε και μερικά πολύ νόστιμα αποτελέσματα. Προσωπικά τη βασική τους ετικέτα, Strawbar Origin, τη βρήκα βαρετή. Στη μυρωδιά σε προετοιμάζει για strawberry fields forever, αλλά στο στόμα δεν επιστρέφει αυτά που υποσχέθηκε η πλούσια μύτη του, βγάζοντας μια αίσθηση αλκοόλ (σκεφετείτε βότκα) που κάπου υπάρχει λίγη φράουλα.

Το Strawbar Platinum αντίθετα, δημιουργεί συγκινήσεις. Φλοράλ μύτη με τα απαραίτητα καφάσια φράουλες, και πολύ πιο ενδιαφέρον, παχύρρευστο στόμα, με φράουλα και έντονες πιπεράτες νότες, όλο χαρακτήρα, αν και πιστεύω ότι μπορεί να ταιριάζει στους περισσότερους ουρανίσκους. Το τελευταίο προϊόν τους που δοκίμασα ήταν το Strawbar Gold, το παλαιωμένο τους.

Ένα πολύ καλό απόσταγμα, με πάλι κυρίαρχο το χαρακτήρα της φράουλας, εμφανές ξύλο το οποίο δίνει ισορροπημένα, και γλυκές εντάσεις από πιπέρια που θυμίζουν τεκίλα.

Γλυκά μπαχαρικά και βανίλια κλείνουν την επίγευση, σε ένα απόσταγμα για όσους θέλουν να πειραματιστούν.

Πηγή : Andro.gr [<https://www.andro.gr/geusi/ellhnika-apostagmata-premium-poiotika-kai-me-diefnes-kyros/>]

Πρατηριούχες, 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

ΠΟΙΕΣ ΑΓΟΡΕΣ ΑΚΙΝΗΤΩΝ ΕΜΦΑΝΙΖΟΥΝ ΤΙΣ ΚΑΛΥΤΕΡΕΣ ΠΡΟΟΠΤΙΚΕΣ;

Οι αγορές ακινήτων με τις καλύτερες προοπτικές είναι οι φοιτητικές κατοικίες, τα serviced apartments και τα Data centers, απάντησαν οι επαγγελματίες του Real Estate που συμμετείχαν σε έρευνα με επίκεντρο την ελληνική αγορά ακινήτων, που πραγματοποιήθηκε από το RED Magazine σε συνεργασία με το RICS Advisory Board Ελλάδος.

Ανάμεσα στα αποτελέσματα της έρευνας ξεχωρίζουν τα ακόλουθα:

Το 74% του δείγματος αξιολογεί ως μάλλον θετική ή θετική την πρόοδο των οικιστικών ακινήτων, το 64% επικαλείται σταθερότητα για τα καταστήματα λιανικής, ενώ στην περίπτωση των γραφείων η επικρατούσα άποψη διχάζεται μεταξύ σταθερότητας και μάλλον θετικής εξέλιξης, με 39 και 36% αντίστοιχα. Χωρίς αρνητικές αντιλήψεις διαμορφώνεται η φιλοξενία, με το 86% του δείγματος να κρίνει πως ο κλάδος κινείται μάλλον θετικά ή θετικά, ενώ και η πορεία των logistics κρίνεται γενικά θετική από το 78% των ερωτηθέντων.

Περισσότερο από το 50% των συμμετεχόντων θεωρεί ότι οι παράγοντες που επηρεάζουν την ελληνική αγορά ακινήτων, από άποψη μακροοικονομικών συνθηκών είναι τα υψηλά επιτόκια, ο υψηλός πληθωρισμός και το επενδυτικό κλίμα, ενώ σημαντικά ποσοστά θεωρούν ότι η επιρροή των εν λόγω παραγόντων είναι μέτρια. Τα διεθνή γεωπολιτικά γεγονότα θεωρούνται μέτριας ή σημαντικής σημασίας από το μεγαλύτερο μέρος του δείγματος, ενώ μικρότερη σημασία προσδίδεται στη

δυσκολία πρόσβασης στο κεφάλαιο.

Οι τρεις σοβαρότερες προκλήσεις

Όταν κλήθηκαν να αναγνωρίσουν τις τρεις σοβαρότερες προκλήσεις που αντιμετωπίζουν οι εταιρείες που δραστηριοποιούνται στον ελληνικό κλάδο ακινήτων, οι νέες πολιτικές και νόμοι κατέλαβαν την πρώτη θέση με 74%, η έλλειψη εργατικού δυναμικού έλαβε 58% και οι ανισορροπίες μεταξύ προσφοράς και ζήτησης συγκέντρωσαν 56%, με τη συνολική οικονομική κατάσταση να καταλαμβάνει επίσης ένα σημαντικό ποσοστό, της τάξεως του 50%.

Όσον αφορά τις τρεις πιο σημαντικές παραμέτρους που πρέπει να ενσωματώσουν οι εταιρείες ακινήτων στις στρατηγικές τους, η συμμόρφωση με τις απαιτήσεις ESG και η επανατοποθέτηση του υφιστάμενου κτιριακού αποθέματος, δυο ζητήματα που συνδέονται άρρηκτα μεταξύ τους στην περίπτωση των ακινήτων, κατέλαβαν τις πρώτες θέσεις, ακολουθούμενες από την ενσωμάτωση νέων τεχνολογιών.

Τέλος, όταν ερωτήθηκαν για τις τρεις εξειδικευμένες αγορές ακινήτων στην Ελλάδα με τις καλύτερες προοπτικές, 64% συγκέντρωσαν οι φοιτητικές κατοικίες, 57% τα serviced apartments και 50% τα Data centers.

Επανατοποθέτηση περιουσιακών ακινήτων



Το δεύτερο μέρος του ερωτηματολογίου επικεντρώθηκε για δεύτερη συνεχή χρονιά στο θέμα της επανατοποθέτησης περιουσιακών στοιχείων, μιας επενδυτικής στρατηγικής που διατηρεί ισχυρή δυναμική, ως μέσο διατήρησης, ανάκτησης ή δημιουργίας αξίας για το υπάρχον κτιριακό απόθεμα.

Η πρώτη ερώτηση που τέθηκε στους συμμετέχοντες ήταν κατά πόσο πιστεύουν ότι υπάρχει επί του παρόντος πραγματική ζήτηση για ενεργειακά αποδοτικά κτίρια από τους ενοίκους. Θετικά απάντησε το 71%, ενώ το 29% διατηρεί αρνητική στάση.

Όταν ερωτήθηκαν αν η τοποθεσία εξακολουθεί να είναι ο πιο σημαντικός παράγοντας για ένα ακίνητο, ανεξάρτητα από τυχόν ανακαινίσεις, η απάντηση είναι θετική από το 78% των συμμετεχόντων.

Στην επόμενη ερώτηση, οι συμμετέχοντες κλήθηκαν να δηλώσουν το ποσοστό αύξησης του ενοικίου που θα περίμεναν να λάβουν, μετά από την ανακατασκευή ενός κτιρίου γραφείων. Ένα μικρό ποσοστό φαίνεται να αναμένει λιγότερο από 5% αύξηση, το 38% αναμένει αύξηση 10%, το 35% πιστεύει ότι μπο-

ΓΙΑΤΙ ΝΑ ΚΑΤΟΧΥΡΩΣΩ ΤΟ ΕΜΠΟΡΙΚΟ ΜΟΥ ΣΗΜΑ

Το εμπορικό σήμα είναι η «ταυτότητα» των υπηρεσιών και των προϊόντων σας και μπορεί να αποτελείται από οποιαδήποτε σημεία αρκεί να φέρει διακριτική δύναμη, να μπορεί, δηλαδή, να διακρίνει τα προϊόντα και τις υπηρεσίες σας από τα προϊόντα και τις υπηρεσίες άλλων επιχειρήσεων.

Η σύνδεση του εμπορικού σας σήματος με την ποιότητα στο μυαλό των καταναλωτών και η άμεση συνειρμική παραπομπή αυτών στα ιδιαίτερα χαρακτηριστικά της επιχείρησής σας, που τη διακρίνουν από τις ανταγωνιστικές και σας δίνουν προβάδισμα στην αγορά, αποτελεί το άλφα και το ωμέγα για την εδραίωση, την προώθηση, την επέκταση και, εντέλει, την επιτυχία της επιχείρησής σας.

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

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

στές σας να οικειοποιούνται τη φήμη και την πελατεία που με κόπο χτίζετε, αλλά και προκειμένου να του προσδώσετε μεγαλύτερη αξία και να είστε σε

θέση να εκμεταλλευτείτε οικονομικά το περιουσιακό σας αγαθό, παρέχοντας, λόγου χάρη, άδειες χρήσης σήματος, στήνοντας δίκτυα franchise κ.ο.κ. Το εξειδικευμένο δικηγорικό γραφείο εμπορικών σημάτων 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



Το 49% των ερωτηθέντων δήλωσε ότι θα προχωρήσει στην προτεινόμενη στρατηγική επανατοποθέτησης!

ρεί να αυξήσει το ενοίκιο κατά 20%, ενώ το υπόλοιπο 24% αναμένει πάνω από 30% αύξηση, σε σχέση με το τρέχον ενοίκιο του ακινήτου.

Κατά την εξέταση του σημαντικότερου πλεονεκτήματος της επανατοποθέτησης ενός παλαιού κτιρίου, αντί της κατασκευής ενός νέου, η εξοικονόμηση στο κόστος κατασκευής συγκέντρωσε 33% των απαντήσεων, η μείωση των ενσωματωμένων εκπομπών άνθρακα 31%, ενώ 35% των ερωτηθέντων ψήφισαν υπέρ της εξοικονόμησης χρόνου κατασκευής.

Σε ένα υποθετικό σενάριο επανατοποθέτησης, το οποίο θα οδηγούσε ένα κτίριο σε μείωση του λειτουργικού κόστους κατά 15% σε ετήσια βάση, η συντριπτική πλειοψηφία του δείγματος απάντησε πως θα ανέμενε η αποπληρωμή του σχετικού κεφαλαίου να επιτευχθεί μεταξύ 5 και 10 ετών, με το 17% να υποστηρίζουν την αποπληρωμή σε λιγότερο από 5 χρόνια, και το υπόλοιπο 13% να υποστηρίζει ότι περισσότερο από 10 χρόνια θα ήταν απαραίτητα για την αποπληρωμή.

Συμπληρωματικά, οι συμμετέχοντες ρωτήθηκαν ποια θα ήταν η επενδυτική τους απόφαση, με βάση το προαναφερθέν σενάριο και τις προσδοκίες αποπληρωμής τους. Το 49% των ερωτηθέντων δήλωσε ότι θα προχωρήσει στην προτεινόμενη στρατηγική επανατοποθέτησης, ενώ το 29% απάντησε ότι θα στόχευε σε μεγαλύτερη εξοικονόμηση κόστους, ακόμη και αν αυτό σήμαινε μεγαλύτερη περίοδο αποπληρωμής. Ταυτόχρονα, το 19% των συμμετεχόντων θα επέλεγε μικρότερη περίοδο αποπληρωμής, ακόμα κι αν αυτό σήμαινε χαμηλότερη εξοικονόμηση κόστους, ενώ ένα μικρό ποσοστό του δείγματος δεν θα προχωρούσε σε καμία στρατηγική επανατοποθέτησης, εφόσον δεν ήταν υποχρεωτική.

Τέλος, στην ερώτηση «ποιο είναι το καταλληλότερο κρατικό κίνητρο που θα μπορούσε να προσφερθεί στους επενδυτές ακινήτων, προκειμένου να ανακαινίσουν υπάρχοντα κτίρια», το 42% του δείγματος πρότεινε φοροελαφρύνσεις, το 25% πρότεινε τις άμεσες επιδοτήσεις και το 15% ψήφισε υπέρ της διατήρησης των κινήτρων αυστηρά προς τους ενοίκους.

6936973490
2130441430

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

Οι Ποικιλίες μπυρών ανά τον κόσμο

Η Pilsner : Η κλασική μπίρα που κατέκτησε τον κόσμο με την ξηρή και δροσιστική γεύση της

Μέρος 3ο

Η Ιστορία και η Μαγεία της Πιο Δημοφιούς Μπίρας στον Κόσμο

Η Pilsner είναι μία από τις πιο αγαπημένες και αναγνωρίσιμες ποικιλίες μπίρας παγκοσμίως, και η ιστορία της είναι άρρηκτα συνδεδεμένη με την πόλη Plzeň (ή Pilsen) της Τσεχίας. Η δημιουργία της Pilsner αποτελεί ένα σημαντικό κεφάλαιο στην ιστορία της ζυθοποιίας και άλλαξε για πάντα τον τρόπο που αντιλαμβανόμαστε τη μπίρα.

Η Γέννηση της Pilsner: Το 1842 και η Επανάσταση στον Κόσμο της Μπίρας

Η ιστορία της Pilsner ξεκινά το 1842, όταν ο ζυθοποιός Josef Groll, από τη Γερμανία, ανέλαβε να δημιουργήσει μία νέα μπίρα για την πόλη Plzeň. Αν και η περιοχή είχε παραδοσιακή ζυθοποιία, οι τοπικές μπίρες ήταν θολές και βαριές. Ο Groll αποφάσισε να χρησιμοποιήσει μία καινοτόμο τεχνική ζυθοποίησης και ένα νέο τύπο λυκίσκου, το οποίο δημιούργησε μία καθαρή, ξανθιά, ξηρή και τραγανή μπίρα με πιο έντονο άρωμα και γεύση από τις προηγούμενες ποικιλίες.

Η μπίρα του, η οποία ονομάστηκε Pilsner Urquell (που σημαίνει «η αρχική Pilsner»), είχε έναν εκπληκτικό συνδυασμό από ήπιο σώμα και ελαφριά πικράδα, κάτι που έγινε αμέσως δημοφιλές στην περιοχή και γρήγορα εξαπλώθηκε σε όλη την Ευρώπη και τον κόσμο.

Χαρακτηριστικά της Pilsner: Τι Κάνει Αυτή τη Μπίρα Ξεχωριστή

Η Pilsner είναι ένας τύπος lager, που σημαίνει ότι ζυμώνεται σε χαμηλότερες θερμοκρασίες για να δημιουργήσει μία πιο

καθαρή και φρέσκια γεύση. Η μπίρα αυτή έχει:

- Ξηρή γεύση: Το πιο χαρακτηριστικό της χαρακτηριστικό είναι η ξηρή, τραγανή γεύση, η οποία προέρχεται από την ισχυρή παρουσία του λυκίσκου.
 - Ελαφρύ σώμα: Η Pilsner έχει συνήθως ελαφρύ ή μεσαίο σώμα, με χαμηλότερη περιεκτικότητα σε αλκοόλ, που την καθιστά ιδανική για κατανάλωση σε μεγάλες ποσότητες.
 - Λεπτό άρωμα λυκίσκου: Ο λυκίσκος, το βασικό συστατικό της, προσφέρει έναν αρωματικό χαρακτήρα με ελαφριές πικρές νότες.
- Αυτά τα χαρακτηριστικά την καθιστούν την ιδανική επιλογή για όσους προτιμούν τις ελαφριές και δροσιστικές μπίρες, ενώ η διάσημη καθαρότητά της την κάνει απολαυστική και εύκολη στην κατανάλωση.



Η Κληρονομιά της Pilsner: Παγκόσμια Αντίκτυπος και Πολυάριθμες Εκδοχές

Από την πρώτη εμφάνισή της, η Pilsner δεν έπαψε ποτέ να επηρεάζει τη βιομηχανία ζυθοποιίας. Οι ζυθοποιοί σε όλο τον κόσμο υιοθέτησαν την τεχνική παραγωγής της και δημιούργησαν τις δικές τους εκδοχές, με αρκετές μπίρες να χαρακτηρίζονται ως «pilsner-style».

Η πιο διάσημη από αυτές είναι φυσικά η Pilsner Urquell, η οποία παραμένει μέχρι και σήμερα το σύμβολο αυτής της κατηγορίας μπίρας και είναι από τις πιο δημοφιλείς στον κόσμο. Όμως, πολλές άλλες μεγάλες ζυθοποιίες, όπως η Heineken, η Carlsberg και η Budweiser, έχουν δημιουργήσει τις δικές τους εκδοχές της pilsner, ενισχύοντας την παρουσία αυτής της μπίρας σε παγκόσμιο επίπεδο.



Η Pilsner Στη Σύγχρονη Αγορά: Η Συνεχιζόμενη Επιτυχία της

Η Pilsner παραμένει μία από τις πιο αγαπητές κατηγορίες μπίρας, καθώς συνεχώς εξελίσσεται για να καλύψει τις σύγχρονες γεύσεις και προτιμήσεις των καταναλωτών. Ενώ η αυθεντική εκδοχή της παραμένει αζεπέραστη, οι νέες ερμηνείες της Pilsner προσφέρουν μία ποικιλία γεύσεων, από πιο πικρές μέχρι πιο φρουτώδεις, καλύπτοντας τις ανάγκες και τις προτιμήσεις μιας ευρύτερης αγοράς.

Από τις αυθεντικές τσεχικές μπίρες έως τις νέες καινοτομίες, η Pilsner παραμένει στην κορυφή των προτιμήσεων των λάτρων της μπίρας και δεν δείχνει σημάδια πτώσης στην δημοτικότητα της. Αντίθετα, συνεχίζει να επηρεάζει τις σύγχρονες τάσεις στη ζυθοποιία και να αποτελεί το σημείο αναφοράς για τις μπίρες τύπου lager.

Σουρωτή με φυσικό άρωμα ΡΟΖ ΓΚΡΕΙΠΦΡΟΥΤ



Sparkling

ΖΑΧΑΡΗ
ΧΩΡΙΣ
ΘΕΡΜΙΔΕΣ



Ενημέρωση

ΠΟΙΑ ΕΙΣΟΔΗΜΑΤΑ, ΠΑΡΟΧΕΣ ΚΑΙ ΑΠΟΖΗΜΙΩΣΕΙΣ ΔΕΝ ΠΙΑΝΕΙ ΤΟ ΡΑΝΤΑΡ ΤΗΣ ΕΦΟΡΙΑΣ;

Τα εισοδήματα και οι παροχές που μένουν εκτός φορολογικής τσιμπίδας

Με το χρόνο να μετράει αντίστροφα για την πρεμιέρα των νέων φορολογικών δηλώσεων, η ΑΑΔΕ έχει βάλει στο φουλ τις μηχανές για να είναι όλα έτοιμα στις 17 Μαρτίου που θα ανοίξει η ηλεκτρονική πύλη για το ετήσιο ραντεβού σχεδόν 9 εκατ. φορολογούμενων με την εφορία.

Μέχρι τις 28 Φεβρουαρίου θα πρέπει δημόσιοι και ιδιωτικοί φορείς να έχουν υποβάλει στη φορολογική διοίκηση όλα τα στοιχεία που απαιτούνται για τους προσυμπληρωμένους κωδικούς των φορολογικών δηλώσεων.

Μισθοί, συντάξεις, τόκοι τραπεζικών καταθέσεων, ποσά που καταβλήθηκαν για εξόφληση δανείων, δαπάνες που εξοφλήθηκαν με ηλεκτρονικό χρήμα έως και δίδακτρα που πληρώθηκαν σε ιδιωτικά σχολεία το 2024 θα πρέπει να προσυμπληρωθούν στις φορολογικές δηλώσεις.

Ειδικά για 1,4 εκατ. φορολογούμενους με εισοδήματα από μισθούς και συντάξεις οι φορολογικές δηλώσεις θα είναι όχι μόνο προσυμπληρωμένες αλλά και προεκαθαρισμένες και έτοιμες για αποστολή.

Οι φορολογούμενοι που δεν θα υποβάλουν οι ίδιοι την προεκαθαρισμένη δήλωσή τους, θα το κάνει για αυτούς η ΑΑΔΕ αμέσως μετά το Πάσχα, ώστε να μη χαθεί η ανώτατη έκπτωση φόρου 4% για όσους λάβουν χρεωστικό εκκαθαριστικό και θέλουν να εξοφλήσουν εφάπαξ το φόρο εισοδήματος έως τις 31 Ιουλίου 2025.

Εισοδήματα που δεν φορολογούνται

Στις φορολογικές δηλώσεις θα αποτυπωθούν δεκάδες κατηγορίες παροχών, αποζημιώσεων και εισοδημάτων που απέκτησαν το 2024 μισθωτοί και συνταξιούχοι τα οποία είναι



αφορολόγητα και μπορούν να εξαφανίσουν ή να μειώσουν τα τεκμήρια στην παγίδα των οποίων πέφτουν πάνω από 1,5 εκατ. φορολογούμενοι. Στη λίστα με τις παροχές και αποζημιώσεις που δεν θεωρούνται εισοδήματα και τα εισοδήματα από μισθωτή εργασία και συντάξεις που βρίσκονται μακριά από το ραντάρ της εφορίας περιλαμβάνονται:

1. Αποζημίωση εξόδων διαμονής και σίτισης

2. Ημερήσια αποζημίωση που έχουν καταβληθεί από τον εργαζόμενο αποκλειστικά για σκοπούς της επιχειρηματικής δραστηριότητας του εργοδότη.

3. Αποζημίωση για έξοδα κίνησης που καταβάλλονται από τον εργοδότη για υπηρεσιακούς λόγους.

4. Κρατήσεις υπέρ των ασφαλιστικών ταμείων, οι οποίες επιβάλλονται με νόμο, συμπεριλαμβανομένων των εισφορών εργαζομένου υπέρ των Ταμείων Επαγγελματικής Ασφάλισης υποχρεωτικής ασφάλισης.

5. Ασφαλιστικές εισφορές για συνταξιοδοτικές παροχές που καταβάλλονται από τον εργαζόμενο ή τον εργοδότη για λογαριασμό του εργαζομένου.

6. Εφάπαξ καταβαλλόμενη παροχή από ταμεία πρόνοιας και ασφαλιστικούς οργανισμούς του Δημοσίου στους ασφαλισμένους και τα εξαρτώμενα μέλη του ασφαλισμένου.

7. Αξία των διατακτικών σίτισης αξίας έως 6 ευρώ ανά εργάσιμη ημέρα.

8. Παροχές ασήμαντης αξίας μέχρι του ποσού των 27 ευρώ ετησίως.

9. Τα ασφάλιστρα που καταβάλλονται από τον εργαζόμενο ή τον εργοδότη για λογαριασμό του εργαζομένου στο πλαίσιο ομαδικών ασφαλιστηρίων συνταξιοδοτικών συμβολαίων.

10. Εισφορές που καταβάλλονται από τον εργαζόμενο ή και τον εργοδότη για λογαριασμό του εργαζομένου σε Ταμείο Επαγγελματικής Ασφάλισης προαιρετικής ασφάλισης για την ιατροφαρμακευτική και νοσοκομειακή κάλυψη του εργαζομένου, του συζύγου και των τέκνων του ή για την κάλυψη του κινδύνου ζωής ή ανικανότητάς του, καθώς και τα ασφάλιστρα που καταβάλλονται από τον εργαζόμενο ή και τον εργοδότη για λογαριασμό του εργαζομένου για την ιατροφαρμακευτική και νοσοκομειακή κάλυψη του εργαζομένου, του συζύγου και των τέκνων του ή για την κάλυψη του κινδύνου ζωής ή ανικανότητάς του στο πλαίσιο ασφαλιστηρίου συμβολαίου, μέχρι του ποσού των 1.500 ευρώ ετησίως ανά εργαζόμενο.

11. Αποζημίωση για αγορά μηνιαίων ή ετήσιων καρτών απεριόριστων διαδρομών μέσω μαζικής μεταφοράς.

12. Η αγοραία αξία της παραχώρησης ενός οχήματος μηδενικών ή χαμηλών ρύπων έως 50 γρ. CO₂/χλμ. και με Λ.Τ.Π.Φ. έως 40.000 ευρώ, προς έναν εργαζόμενο ή εταιρο ή μέτοχο από ένα φυσικό ή νομικό πρόσωπο ή νομική οντότητα.

13. Η παροχή σε είδος με τη μορφή μετοχών που λαμβάνει ένας εργαζόμενος ή εταιρος ή μέτοχος από νομικό πρόσωπο ή νομική οντότητα ανεξαρτήτως, εάν συνεχίζει να ισχύει η εργασιακή σχέση, εφόσον ασκηθεί το δικαίωμα προαίρεσης και οι μετοχές που αποκτώνται, μεταβιβαστούν



μετά από τη συμπλήρωση 24 ή 36 μηνών από την απόκτησή τους ανάλογα με την περίπτωση.

14. Η ελεγκτική αποζημίωση

15. Παροχές ύψους έως 5.000 ευρώ ετησίως που χορηγούν οι εργοδότες στους εργαζόμενους για την κάλυψη εξόδων βρεφονηπιακών και παιδικών σταθμών.

16. Παροχές που καταβάλλονται από εργοδότη σε εργαζόμενο ως ενίσχυση για την απόκτηση τέκνου εντός 12 μηνών από τον τοκετό, ύψους έως 5.000 ευρώ, που προσαυξάνεται κατά 5.000 ευρώ για κάθε άλλο εξαρτώμενο τέκνο που έχει ο δικαιούχος γονέας κατά τον χρόνο του τοκετού.

17. Η διατροφή που λαμβάνει ο/η δικαιούχος, σύμφωνα με δικαστική απόφαση ή συμβολαιογραφική πράξη.

18. Η σύνταξη που καταβάλλεται σε αναπήρους πολέμου και σε θύματα ή οικογένειες θυμάτων πολέμου, καθώς και σε ανάπηρους ειρηνικής περιόδου, στρατιωτικούς γενικά, που υπέστησαν βλάβη κατά την εκτέλεση της υπηρεσίας τους ή τις οικογένειές τους.

19. Οι μισθοί, οι συντάξεις και η πάγια αντιμισθία που χορηγούνται σε αναπήρους με ποσοστό αναπηρίας τουλάχιστον 80%.

20. Το επίδομα επικίνδυνης εργασίας που καταβάλλεται με τη μορφή πτητικού, καταδυτικού, ναρκαλιείας, αλεξιπτωτιστών, δυτών και υποβρυχίων καταστροφών σε αξιωματικούς, υπαξιωματικούς και οπλίτες των Ενόπλων Δυνάμεων, της Ελληνικής Αστυνομίας, του Πυροσβεστικού Σώματος και του Λιμενικού Σώματος, καθώς και η ειδική αποζημίωση που καταβάλλεται στο ιατρικό και νοσηλευτικό προσωπικό και τα πληρώματα ασθενοφόρων του Ε.Κ.Α.Β. που εκτελούν διατεταγμένη υπηρεσία με αεροπορικά μέσα για παροχή Α' Βοηθειών κατά ποσοστό 100% και η πτητική αποζημίωση που καταβάλλεται στους πιλότους της πολιτικής αεροπορίας και της Υπηρεσίας Πολιτικής Αεροπορίας κατά ποσοστό 65%.

21. Φιλοδωρήματα έως του ποσού 300 ευρώ μηνιαίως που λαμβάνουν μισθωτοί, προαιρετικά από πελάτες της επιχείρησης, έναντι της παρασχεθείσας σε αυτούς εξυπηρέτησης, ανεξαρτήτως εάν αυτά λαμβάνονται μέσω της επιχείρησης ή απευθείας.

**Όποιοςπρατηριούχοςείναιέξωαπότην
ΕΔΕΟΠ ΑΘΗΝΩΝ, αποδυναμώνει την κοινή προσπάθεια**

Ιδέες για γλυκά και Υγεία

Ποτά και Γλυκά: Πώς να Δημιουργήσουμε Γλυκές Δημιουργίες με Αλκοόλ

Τα ποτά δεν είναι μόνο για κατανάλωση από το ποτήρι — πολλές φορές αποτελούν το βασικό συστατικό για την παρασκευή γλυκών που εντυπωσιάζουν. Από τις κλασικές συνταγές με λικέρ μέχρι τις δημιουργίες με φρούτα ή ακόμα και τον καφέ, τα ποτά μπορούν να προσφέρουν ιδιαίτερη γεύση και αρώματα που ενισχύουν τη γλυκιά απόλαυση.

Ακολουθεί μια αναλυτική παρουσίαση με ποια ποτά μπορούμε να φτιάξουμε γλυκά και ποια είναι τα καλύτερα παραδείγματα για κάθε περίπτωση.



1. Ο Καφές: Η Απόλυτη Γεύση για Σοκολατένια και Κρεμώδη Γλυκά
Ο καφές είναι το ιδανικό ποτό για να δημιουργήσεις γλυκά με πλούσιο και έντονο άρωμα. Η καφεΐνη που περιέχει ενισχύει τη γεύση της σοκολάτας και των κρεμωδών υλικών, κάνοντάς τα πιο γεμάτα και αρωματικά.

Συνταγές με καφέ:

- **Tiramisu:** Ένα κλασικό ιταλικό γλυκό που συνδυάζει τη γεύση του espresso με κρέμα από μασκαρπόνε. Τα σαβουαγιάρ βυθίζονται σε καφέ και φτιάχνουν ένα υπέροχο συνδυασμό γεύσεων.
- **Καφέδες Σοκολάτας:** Η σοκολάτα και ο καφές συνδυάζονται τέλεια σε γλυκά όπως το mocha mousse ή καφέ με σοκολάτα. Ο καφές ενισχύει την γεύση της σοκολάτας και προσφέρει έναν ισχυρό και γεμάτο χαρακτήρα.
- **Κρέμα Καφέ:** Ένας υπέροχος συνδυασμός καφέ με κρέμα, ιδανικός για γλυκά όπως το καφέ ranna cotta ή cheesecake καφέ.

2. Ο Ουίσκι:

Για Σοκολάτα, Κάρυ και Πλούσιες Γεύσεις
Ο ουίσκι μπορεί να φτιάξει γλυκά που έχουν έντονη και πλούσια γεύση, με κυρίαρχες νότες καπνού και ξύλου. Συχνά χρησιμοποιείται σε συνδυασμό με σοκολάτα, καραμέλα ή και μπαχαρικά για να δώσει μια ιδιαίτερη αίσθηση βάθους στη γλυκιά δημιουργία.

Συνταγές με ουίσκι:

- **Σοκολατάκια με Ουίσκι:** Η σοκολάτα και το ουίσκι είναι ένας συνδυασμός που δεν απογοητεύει ποτέ. Μπορείς να φτιάξεις σοκολατάκια με γέμιση από σοκολάτα και ουίσκι ή και μία πλούσια σοκολατόπιτα με ουίσκι.
- **Caramel Whiskey Cake:** Ένα κέικ που συνδυάζει καραμέλα και ουίσκι για ένα γλυκό με εξαιρετική γεύση και υφή. Το ουίσκι προσθέτει μια έντονη και πικάντικη αίσθηση.
- **Ουίσκι και Σοκολάτα Mous:** Η σοκολάτα και το ουίσκι δημιουργούν μια υπέροχη κρεμώδη υφή, ιδανική για mous ή παγωτά.

3. Το Ρούμι:

Φρούτα και Κρέμες

Το ρούμι είναι το απόλυτο ποτό για γλυκά που βασίζονται σε φρούτα και κρέμες. Η γεύση του είναι γλυκιά, αλλά με αρκετό βάθος και αρώματα που συνδυάζονται τέλεια με τη γεύση των τροπικών φρούτων ή της κρέμας.

Συνταγές με ρούμι:

- **Rum Baba (Μπαμπάς):** Ένα κλασικό γλυκό της ιταλικής κουζίνας, που περιλαμβάνει κέικ μουσκεμένο με ρούμι και σιρόπι. Συνήθως σερβίρεται με κρέμα ή φρούτα.
- **Pina Colada Cheesecake:** Ένας συνδυασμός από ρούμι, ανανά και καρύδα δημιουργεί την τέλεια γεύση για ένα εξωτικό cheesecake.
- **Μαφιοειδείς Σοκολάτες με Ρούμι:** Ρούμι, σοκολάτα και λίγο φρούτο συνθέτουν μια ιδανική συνταγή για μικρά σοκολατάκια που γεμίζουν με ρούμι και φρούτα.

4. Το Λικέρ:

Για Λεπτές και Ευχάριστες Γεύσεις
Τα λικέρ είναι ποτά με γλυκιά γεύση και συχνά χαμηλότερη περιεκτικότητα σε αλκοόλ, γεγονός που τα καθιστά ιδανικά για γλυκά. Τα πιο γνωστά λικέρ, όπως το Baileys, το Cointreau, ή το Amaretto, μπορούν να προσδώσουν μοναδικές γεύσεις στα γλυκά σου.

Συνταγές με λικέρ:

- **Baileys Cheesecake:** Ένα κρεμώδες cheesecake με γεύση Baileys, ιδανικό για τους λάτρεις του κρέμας και του αλκοόλ.
- **Cointreau και Σοκολάτα:** Μία πολύ ενδιαφέρουσα επιλογή για σοκολατένια



γλυκά. Το Cointreau μπορεί να συνδυαστεί με σοκολάτα για να δημιουργήσει σοκολατάκια ή κέικ με ελαφριά γεύση πορτοκαλιού.

- **Amaretto Tiramisu:** Μια παραλλαγή του κλασικού ιταλικού τιραμισού με την προσθήκη του λικέρ amaretto για έναν ξεχωριστό αρωματικό χαρακτήρα.

5. Το Κονιάκ:

Για Σαρκαστικά και Πλούσια Γλυκά
Το κονιάκ προσφέρει μια έντονη, πλούσια γεύση που απογειώνει τα πιο εκλεκτικά γλυκά. Η δύναμη του κονιάκ μπορεί να αναδείξει τη γεύση της καραμέλας, της σοκολάτας και των μπαχαρικών.

Συνταγές με κονιάκ:

- **Κονιάκ και Καραμέλα Κέικ:** Το κονιάκ αναμειγνύεται τέλεια με καραμέλα για να φτιάξει έναν πλούσιο, βελούδινο κέικ με βάθος γεύσης.
- **Κονιάκ Σοκολάτα Mous:** Η σοκολάτα και το κονιάκ συνδυάζονται για μια κρεμώδη και γεμάτη γεύση.

Υγεία

7 οφέλη που ανακάλυψε η επιστήμη για το μαγνήσιο

ΤΙ ΕΙΝΑΙ Ο ΨΕΥΔΑΡΓΥΡΟΣ;

Ο ψευδάργυρος είναι ένα από τα απαραίτητα θρεπτικά συστατικά, πράγμα το οποίο σημαίνει πως το σώμα μας δεν μπορεί να το παράγει μόνο του και πρέπει να το λάβει μέσω της τροφής που καταναλώνουμε.

Σημειωτέον πως το σώμα μας δεν μπορεί να αποθηκεύσει τον ψευδάργυρο, πράγμα που σημαίνει πως πρέπει να καταναλώνουμε ικανή ποσότητα σε καθημερινή βάση για να καλύψουμε τις ημερήσιες ανάγκες μας.

Ο ψευδάργυρος είναι απαραίτητος για μια σειρά από σημαντικές διαδικασίες στον οργανισμό μας όπως:

Έκφραση γονιδίων
Ενζυμική δράση
Εύρυθμη λειτουργία του ανοσοποιητικού
Σύνθεση πρωτεϊνών
Σύνθεση του DNA
Επούλωση τραυμάτων
Ανάπτυξη του οργανισμού μέχρι την ενηλικίωση

Ο ψευδάργυρος βρίσκεται σε μια σειρά από τρόφιμα τόσο από το φυτικό όσο και το ζωικό βασίλειο.

Εμπλουτισμένα τρόφιμα με ψευδάργυρο όπως τα δημητριακά, οι μπάρες δημητριακών και άλλα περιέχουν συνθετικές μορφές ψευδαργύρου.

Ο ψευδάργυρος υπάρχει επίσης και σε μια σειρά από συμπληρώματα διατροφής αλλά και προϊόντα OTC όπως αποσυμφορητικά μύτης, καραμέλες και παστίλιες για το λαιμό και αναβράζοντα δισκία.

ΟΙ ΙΔΙΟΤΗΤΕΣ ΤΟΥ ΨΕΥΔΑΡΓΥΡΟΥ ΣΤΟ ΣΩΜΑ

Ο ψευδάργυρος είναι ένα ζωτικής σημασίας μέταλλο με πολλαπλές ιδιότητες και ρόλους στον ανθρώπινο οργανισμό.

Είναι το 2ο στοιχείο σε συγκέντρωση μετά το σίδηρο στο σώμα και το συναντούμε σε κάθε κύτταρο του οργανισμού.

Συμβάλλει ενεργά σε περισσότερες από 300 ενζυμικές δράσεις, με ενεργό ρόλο στο μεταβολισμό, την πέψη των τροφών, τη λειτουργία του νευρικού συστήματος καθώς και πολλές άλλες διαδικασίες.

Ο ψευδάργυρος παίζει καταλυτικό ρόλο στην ανάπτυξη και λειτουργία των κυττάρων του ανοσοποιητικού συστήματος.

Είναι επίσης απολύτως απαραίτητος για την καλή υγεία και όψη του δέρματος, τη σύνθεση DNA και πρωτεϊνών.

Πρέπει να σημειώσουμε πως ο ψευδάργυρος έχει πρωτεύων ρόλο στην ανάπτυξη του ανθρώπου μέχρι την ενηλικίωση καθώς συμβάλλει στην ομαλή διαίρεση, πολλαπλασιασμό και ανάπτυξη των κυττάρων σε όλους τους ιστούς του σώματος.

Ο ψευδάργυρος είναι επίσης απαραίτητος για τη λειτουργία των αισθητήριων οργάνων της όσφης και της όσφρησης.

Ένα από τα ένζυμα που σχετίζονται με την εύρυθμη λειτουργία αυτών των αισθητήριων ορ-

γάνων εξαρτάται από τον ψευδάργυρο, πράγμα που σημαίνει πως η έλλειψή του προκαλεί έλλειψη όσφρησης και γεύσης!

ΤΑ ΟΦΕΛΗ ΤΟΥ ΨΕΥΔΑΡΓΥΡΟΥ ΓΙΑ ΤΗΝ ΥΓΕΙΑ

Παρακάτω θα δούμε αναλυτικά όλα τα οφέλη που έχει ο ψευδάργυρος για τον οργανισμό όταν βρίσκεται σε επάρκεια.

Θωρακίζει το ανοσοποιητικό σύστημα
Ο ψευδάργυρος συμβάλλει στο να έχουμε ένα δυνατό ανοσοποιητικό σύστημα. Καθώς συμβάλλει στη λειτουργία των κυττάρων και στην αποστολή και λήψη σημάτων, η έλλειψη ψευδαργύρου μπορεί να οδηγήσει σε μειωμένη ανοσοαντίδραση.

Τα συμπληρώματα ψευδαργύρου ενεργοποιούν συγκεκριμένα κύτταρα του ανοσοποιητικού και μειώνουν το οξειδωτικό στρες. Μελέτες έδειξαν πως η καθημερινή λήψη 80-92 mg ψευδαργύρου ενδέχεται να μειώσει τη διάρκεια ενός κρυολογήματος έως και 33%. Επιπλέον τα συμπληρώματα ψευδαργύρου μειώνουν τις πιθανότητες μόλυνσεων και εν-



ισχύουν την ανοσοαντίδραση σε ηλικιωμένα άτομα. Επιταχύνει την επούλωση πληγών και τραυμάτων.

Ο ψευδάργυρος χρησιμοποιείται συχνά στα νοσοκομεία για την αντιμετώπιση εγκαυμάτων, ελκών και δερματικών τραυματισμών.

Καθώς ο ψευδάργυρος παίζει καταλυτικό ρόλο στη λειτουργία του ανοσοποιητικού, στην ανοσοαντίδραση, στον έλεγχο της φλεγμονής και στη σύνθεση κολλαγόνου, είναι απαραίτητος για την ομαλή επούλωση πληγών και τραυμάτων.

Ο ψευδάργυρος συμβάλλει στην ταχύτερη αποκατάσταση του βλενογόνου. Έρευνες βρήκαν πως ο ψευδάργυρος βοηθά στην ταχύτερη επούλωση του στομαχικού βλενογόνου σε περιπτώσεις έλκους, ενώ ενισχύει σημαντικά το βλενογόνο του εντέρου.

Δεν είναι τυχαίο που το δέρμα ως ζωτικό όργανο συγκεντρώνει το 5% της συνολικής ποσότητας ψευδαργύρου που βρίσκεται στο σώμα μας.

Η έλλειψη ψευδαργύρου ενδέχεται να επιβραδύνει την επούλωση πληγών. Στον αντίποδα τα συμπληρώματα ψευδαργύρου ενδέχεται να επιταχύνουν την όλη διαδικασία σε μετατραυματικές καταστάσεις.

Σε μια μελέτη 12 εβδομάδων επάνω σε 60 άτομα με διαβητικό πόδι βρέθηκε πως η χορήγηση 200 mg ψευδαργύρου είχε ως αποτέλεσμα τη σημαντική μείωση του μεγέθους της πληγής σε σχέση με το γκρουπ που έλαβε placebo.

Ποικιλίες σταφυλιών στην Ελλάδα

Οι ερυθρές ποικιλίες

Μέρος 5ο

Μαυροδάφνη

Όταν πριν από 150 περίπου χρόνια ο Γερμανός Γουστάβος Κλάους (Gustav Clauss) εγκαταστάθηκε έξω από την Πάτρα και οινοποίησε την πρώτη γλυκιά Μαυροδάφνη, αποκλείεται να φανταζόταν ότι θα γινόταν ένα από τα πλέον αναγνωρίσιμα προϊόντα του ελληνικού αμπελώνα. Ούτε βέβαια ότι σήμερα, η Μαυροδάφνη, εκτός από τα εν δυνάμει εξαιρετικά γλυκά κρασιά, με τις γεωγραφικές ενδείξεις «Μαυροδάφνη Πατρών» και «Μαυροδάφνη Κεφαλονιάς», θα έδινε τόσο σημαντικά όσο και ιδιαίτερα ξηρά κρασιά.



Η Πελοπόννησος και ιδιαίτερα το ΒΔ τμήμα της διαθέτει το μεγαλύτερο ποσοστό των αμπελώνων Μαυροδάφνης. Μέχρι πριν από λίγα χρόνια η χρήση της περιοριζόταν σχεδόν αποκλειστικά στην παραγωγή των διακεκριμένων ενισχυμένων επιδόρπιων οίνων με την ένδειξη ΠΟΠ Μαυροδάφνη Πατρών. Το ίδιο συνέβαινε και στην Κεφαλονιά, το νησί του Ιονίου, που παράγει σε ελάχιστες ποσότητες τα

επίσης γλυκά και σπανιότατα κρασιά ΠΟΠ Μαυροδάφνη Κεφαλονιάς.

Το σχεδόν μαύρο χρώμα, τα πυκνά αρώματα αποξηραμένου δαμάσκηνου και μαύρης σταφίδας, το υψηλό αλκοόλ και η μέτρια οξύτητα που χαρακτηρίζουν τα κρασιά της ποικιλίας, ταιριάζουν γάντι σε ένα κλασικό προφίλ γλυκών κρασιών. Κατόπιν όμως, έρχεται η ιδιαίτερα πικάντικη «πικράδα», που δίνει μια σύνθετη διάσταση στο τελείωμα των κρασιών από Μαυροδάφνη. Τα τελευταία χρόνια, τα ενδιαφέροντα αυτά χαρακτηριστικά συναντώνται όλο και περισσότερο και σε ξηρές οινοποιήσεις, με την απουσία των σακχάρων να ενισχύει ακόμα περισσότερο αυτό το παιχνιδι γλυκιά μύτη-ξινόπικρη γεύση, που θυμίζει έντονα τα σπουδαία Amarone του Veneto.

Η Μαυροδάφνη είναι δίχως αμφιβολία μια σπουδαία ποικιλία του ελληνικού αμπελώνα. Καταξιωμένη στο κομμάτι των γλυκών, «τύπου Port» κρασιών, αλλά και ανεξερεύνητη όσο και αναπάντεχη στην ξηρή έκφρασή της, είναι σίγουρο ότι θα κερδίσει τους εραστές της οινικής αυθεντικότητας, διαφορετικότητας και ποικιλομορφίας.

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 ευοίωνα από ποτέ, αφού συνδυάζει εξωτισμό και μοναδικότητα σε ένα ξεχωριστό πακέτο!

Χρειάστηκε βέβαια οι οινοπαραγωγοί της Σαντορίνης να



ψάξουν κλίμα-κλίμα τα πηραισιγενή 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 πιθασεύσουν τις εύρωστες ταννίνες, που συμπληρώνουν το πλούσιο, γεμάτο με ορκετές 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!

ΣΕ ΤΑΞΙΔΕΥΕΙ ΕΚΕΙ ΠΟΥ ΠΡΑΓΜΑΤΙΚΑ ΘΕΣ ΝΑ ΕΙΣΑΙ

Ταξίδεψε
ΣΤΗΝ ΜΠΥΡΑ



Απολαύστε υπεύθυνα

Ιστορίες επιτυχίας

ΠΩΣ ΔΗΜΙΟΥΡΓΗΘΗΚΕ Η THREE CENTS;

Από μια ιδέα στην Διεθνή Αναγνώριση

Ποια είναι η τέχνη ενός καλού long drink; Τι ρόλο παίζουν οι φυσαλίδες στη σύστασή του; Γιατί όσο μεγαλύτερος ο πάγος στο ποτό τόσο το καλύτερο; Τις απαντήσεις γνωρίζουν τα Three Cents, τα premium artisanal αναψυκτικά που αποτελούν την περμπουσία των long drinks και των cocktails από το 2014 που πρωτοεμφανίστηκαν. Στην πραγματικότητα, η παρασκευή ενός σωστού long drink αποτελεί επιστήμη, όπως λένε οι ιδρυτές των Three Cents και bartenders Γιώργος Μπάκος, Δημήτρης Νταφόπουλος και Γιώργος Τσιρίκος μαζί με τον Βασίλη Καλαντζή της εταιρείας Granikal. Και σε αυτή την επιστήμη θέλησαν να μας μυσήσουν με μια σειρά premium ανθρακούχων αναψυκτικών που είτε καταναλώνονται μόνα τους, είτε χρησιμοποιούνται ως βάση σε long drinks, είτε ως cocktail mixers. Το όνομά τους πήραν από την εποχή της Ποταπαγόρευσης, όταν με 3 cents μπορούσε κανείς να αγοράσει flavoured και όχι απλή σόδα.

Στην Αμερική των αρχών του περασμένου αιώνα, το πιο οικονομικό ποτό που σέρβιραν σε μπαρ και diners ήταν η απλή σόδα από soda fountain – ξέρετε, αυτή τη μεγάλη βρύση με τον μοχλό που έχουν και οι μπιραρίες. Κόστιζε μόλις 2 cents και η σόδα ονομαζόταν 2 cents plain. Τα αναψυκτικά με γεύση (σόδα με την προσθήκη σιροπιού) κόστιζαν 3 cents. Ένα το κρατούμενο.

Έναν αιώνα μετά, αρχές του 2014, ο μπάρμαν Γιώργος Μπάκος (με σπουδές στη Διοίκηση Επιχειρήσεων) έχει μια αλλόκοτη έμπνευση: να φτιάξει και να εμφιαλώσει ένα 100% χειροποίητο αναψυκτικό, μια σόδα από ροζ γκρέιπφρουτ, για τα μεξικανικά κοκτέιλ Paloma που σερβίρει στο μπαρ όπου εργάζεται. Δεν συνθίξεται, ξέρετε, οι μπάρμεν να φτιάχνουν τα δικά τους αναψυκτικά. Κάποιοι φτιάχνουν τη δική τους σόδα (με σιρόφι), αλλά μέχρι εκεί. Παίρνει, λοιπόν, το ζύσμα από ελληνικά γκρέιπφρουτ, το βράζει με ζάχαρη και νερό και προσθέτει στο σιρόφι ανθρακικό. Μετά από δοκιμές πετυχαίνει τη γεύση που θέλει. Τις ποσότητες που φτιάχνει τις εμφιαλώνει για τις ανάγκες του μπαρ. Δίνει και σε φίλους και πελάτες.

Ο Δημήτρης Νταφόπουλος, μπάρμαν και αυτός (με σπουδές Μάρκετινγκ και Επικοινωνίας), φίλος του Γιώργου, κάνει δεύτερο μεροκάματο εκείνο τον καιρό στην Granikal, την εταιρεία του επιχειρηματία Βασίλη Καλαντζή, που εμπορεύεται ποτά και άλλες πρώτες ύλες για μπαρ.



Ο Γιώργος έρχεται και αυτός στην εταιρεία. Στην ομάδα φέρνει και τον μπάρμαν Γιώργο Τσιρίκο (πληροφορικός αυτός), που μόλις έχει γυρίσει από το Λονδίνο. Θέλουν οι τέσσερις τους να κάνουν κάτι όλοι μαζί. Όχι άλλο ένα μπαρ, συμφωνούν. Κάτι άλλο. Ξέρουν από τα ταξίδια τους στην Ελλάδα και στο εξωτερικό τις ελλείψεις που έχουν οι μπάρμεν. Το σπύρο ανάβει, «να φτιάξουμε premium αναψυκτικά για μπαρ», τα μυαλά τους παίρνουν φωτιά. Πρώτα βρήκαν την ονομασία: «Three Cents». Θυμάστε τα αμερικανικά αναψυκτικά που ανέφερα στην αρχή;

Πρωτοχρονιάτικος μπονανάς

Ξεκινούν οι δοκιμές, καταλήγουν στις πρώτες γεύσεις, όμως τα δύσκολα είναι μπροστά τους: οι ωραίες ιδέες τους πρέπει να περάσουν στην παραγωγή. Ο Βασίλης γνωρίζει την οικογένεια Αναστασόπουλου από το Αίγιο, που έχει την εταιρεία παραγωγής αναψυκτικών και αε-



ριούχων ποτών «Κρίνος». Οικογενειακή επιχείρηση με μεγάλη παράδοση στο είδος. Στόχος τους να χρησιμοποιήσουν τις γραμμές τους, να τα φτιάχνουν για λογαριασμό τους οι Αναστασόπουλοι.

Έρχονται σε επαφή, ξεκινούν οι πρώτες κουβέντες, που καταλήγουν σε διαπραγματεύσεις. Τους ξεφουρνίζουν την ιδέα τους για αναψυκτικά αρωματισμένα με ζύσματα, χωρίς χυμό. «Μα πώς θα βγάλετε αναψυκτικό χωρίς χυμό;» «Μα όλη η γεύση, όλο το άρωμα είναι στη φλούδα», εξηγούν. Δοκιμές, αποτυχίες, οι εργοστασιάρχες πείθονται, παρά την ιδιαιτερότητα και τη μικρή παραγωγή του προϊόντος. Τα πρώτα πέντε αναψυκτικά βγαίνουν στις 17 Δεκεμβρίου του 2014. Κόντρα στις προβλέψεις, μέχρι την παραμονή Πρωτοχρονιάς έχουν πουλήσει 500 κιβώτια. Σε φίλους τους μπάρμεν, πόρτα πόρτα.

Στα καλύτερα μπαρ του κόσμου

Τα παιδιά σκίζουν. Η ζήτηση αυξάνεται, οι πωλήσεις ανεβαίνουν κατακόρυφα. Το 2017 θα κλείσει, ως φαίνεται, με παραγωγή 5,5 εκατομμυρίων φιαλών. Το 60% ήδη εξάγεται σε 23 χώρες σε Ευρώπη, Ασία και Αμερική. Μερικά από τα καλύτερα μπαρ του κόσμου φτιάχνουν κοκτέιλ με τα αρτιζανά αναψυκτικά τους, τα οποία κερδίζουν συνεχώς έδαφος δίπλα σε προϊόντα παγκόσμιων κολοσσών. Η αρχή με τις εξαγωγές έγινε πάλι μέσω φίλων και γνωστών τους σε μπαρ του εξωτερικού. Τους πήραν πρέφα και άλλοι, έγκυρα sites έριξαν τους προβολείς πάνω τους, πήγαν σε bar shows και εκθέσεις, έγινε ντόρος.

Ο λόγος της επιτυχίας των Three Cents; Η ποιότητα και η γεύση τους. Είναι 100% φυσικά, χωρίς συντηρητικά, συνθετικά αρώματα και χρώματα (χρησιμοποιούν φυσικές χρωστικές), νόστιμα, με μετρημένη γλυκά (βάζουν κανονική ζάχαρη και όχι τεχνητά γλυκαντικά) και έντονο άρωμα, ατόφιο, δεν θυμίζουν άλλα του εμπορίου. Τουλάχιστον όχι αυτά που έχω δοκιμάσει. Σου αφήνουν ένα αιχμηρό, αλλά ξεδιψαστικό κάψιμο στον λαιμό, δάκρυα στα μάτια. Δυνατά αναψυκτικά, με μεγάλο ποσοστό ανθρακικού, στην πραγματικότητα mixers για να μαλακώνουν με την προσθήκη αλκοόλ και πάγου. Φτιαγμένα από μπάρμεν για μπάρμεν. Αυτή ήταν η αρχική ιδέα. Όμως πλέον μοσχοπουλάνε και στις κάβες και στα μαγαζιά λιανικής στα οποία διατίθενται.

Επανερχομαι στο θέμα του χυμού. Οι κύριοι «Three Cents» υποστηρίζουν ότι δύσκολα φτιάχνεις αναψυκτικό με χυμό χωρίς την προσθήκη συντηρητικών. Έτσι κι αλλιώς, όλο το άρωμα είναι στη φλούδα του φρούτου.

Για την παραγωγή των δικών τους αναψυκτικών χρησιμοποιούν το νερό της πηγής Ροδοδάφνης Αιγίου. Αιθέρια έλαια που φτιάχνουν οι ίδιοι με τις φλούδες ελληνικών εσπεριδοειδών όταν είναι στο φόρτε τους. Δοκίμασαν αιθέρια έλαια του εμπορίου, αλλά δεν έμειναν ευχαριστημένοι. «Τα ελληνικά εσπεριδοειδή “δεν παίζονται”», λένε. Μανταρίνια και περγαμόντο για το Gentlemen’s Soda (το αγαπημένο μου), γκρέιπφρουτ για το Pink Grapefruit Soda (το χιτ τους), λεμόνι, μοσχολέμονο και νεράντζι για το Lemon Tonic. Για το Aegean Tonic χρησιμοποιούν ελληνικό βασιλικό, δυόσμο, αγγούρι, εσπεριδοειδή. Τι αρωματική, δροσερή πίκρα! Για την Ginger Beer χρησιμοποιούν ινδικό τζίντζερ που υπόκειται σε ζύμωση – εξ ου και η μεστή πικάντικη γεύση του.

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



EST. 1873
Heineken[®]

BREWED WITH PASSION FOR QUALITY
HEINEKEN LAGER BEER

TRADE MARK
Heineken[®]
PREMIUM QUALITY
ORIGINAL RECIPE WITH HEINEKEN A YEAST

DIPLOME D'HONNEUR
EST. 1873
AMSTERDAM EN 1883

MÉDAILLE D'OR PARIS 1875
GRAND PRIX PARIS 1889
HORS CONCOURS
MEMBRE DU JURY PARIS 1900

OBIGINAT BECIBE MITH HEINEKEN A YEAST
ENJOY RESPONSIBLY
e

HEINEKEN

Απολαύστε υπεύθυνα

Από τον χώρο των εταιρειών

ΕΝΑΛΛΑΚΤΙΚΟΙ ΚΑΙ ΟΧΙ ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΤΙΚΟΙ ΟΙ ΜΗ ΑΛΚΟΟΛΟΥΧΟΙ ΟΙΝΟΙ

Αν και κρασί χωρίς αλκοόλ συνεχίζει να κινητοποιεί συζητήσεις στην βιομηχανία οίνου, οι οινοποιοί που αποαλκοολώνουν τις σοδειές τους όχι μόνο το βιώνουν καλά, αλλά και κερδίζουν από αυτό.

«Μεταξύ της αισιοδοξίας για μια αγορά υπό κατασκευή, που αντιμετωπίζει μια κοινωνική καμπή, και της υπεράσπισης ενός συμπληρωματικού προϊόντος, και όχι ενός ανταγωνιστή για το κρασί, κινούνται οι αποαλκοολωμένοι οίνοι», αναφέρει σε ανάρτησή της η ΚΕΟΣΟΕ, επισημαίνοντας ότι «τα κρασιά χωρίς αλκοόλ και οινοποιοί με χαμόγελο, ήταν το πνεύμα της Έκθεσης Degré Zéro την Κυριακή, 9 Φεβρουαρίου στο δέκατο πέμπτο διαμέρισμα του Παρισιού». Ανάμεσα στους 65 εκθέτες της δεύτερης Έκθεσης, οι παραγωγοί δεν κρύβουν την ικανοποίησή τους που ξεκίνησαν την κίνηση κρασιών χωρίς αλκοόλ.

Ο πρώτος οινοποιός με κρασί χωρίς αλκοόλ

Μεταξύ των πρωτοπόρων, ο οινοποιός Vincent Pugibet, από το Domaine de la Colombette (270 εκτάρια αμπέλια στο Béziers, Hérault), είναι εξοπλισμένος από το 2002 με μια συσκευή απόσταξης κενού χαμηλής θερμοκρασίας (η αντλία αφαίρεσης αλκοόλ ανακαινίστηκε στα τέλη του 2024 για να λειτουργεί με θερμότητα).

Το ότι ήταν μεταξύ των πρώτων οινοποιών που έκαναν αφαίρεση αλκοόλ στα κρασιά τους κανένας δεν του χαρίστηκε: «μας πυροβόλησαν μερικοί». Όπως έγραψε άλλωστε ο αείμνηστος Jacques Berthomeau το 2008: «Για μένα, η πλήρης αφαίρεση του αλκοόλ ενός κρασιού σημαίνει να το ευνοούμε, να το εξευτελίζεις». Αφιερώνοντας τώρα το ένα τρίτο της παραγωγής του σε μη αλκοολούχα προϊόντα, ο Vincent Pugibet σχεδιάζει να το αυξήσει στο 50% το επόμενο έτος.

Επιδεικνύοντας την αισιοδοξία του για την ανάπτυξη της εξειδικευμένης θέσης κρασιών χωρίς αλκοόλ, βασίζει τη δημιουργία ενός ροζ συνείας χωρίς αλκοόλ της σειράς «Della Vite Zero» στην ηθοποιό και μοντέλο Cara Delevingne. «Έχοντας τέτοιους υποστηρικτές ανοίγει μια νέα πελατεία! Ποιοι είναι οι νέοι πρεσβευτές κρασιού; Δεν ξέρω κανένα. Υπάρχει ο Gérard Depardieu και ο Pierre Arditi... Το κρασί χωρίς αλκοόλ έχει την Cara Delevingne και την Constance Jablonski (μοντέλο και συνιδρυτής του French Bloom).

«Είναι καλύτερα να αναζωογονήσετε το κρασί και να προσεγγίσετε νέους καταναλωτές», τονίζει ο Vincent Pugibet. Αντιμέτωπος με τις διαμάχες για την παραγωγή κρασιών χωρίς αλκοόλ, ιδιαίτερα κατά τη διάρκεια του Ήφρου Ιανουαρίου, ο οινοποιός του Languedoc λέει ωμά: «όσοι επικρίνουν είναι βαθιά ανόητοι... Δεν λέμε να σταματήσουμε να πίνουμε κρασί, αλλά επε-

κτείνουμε την αγορά απευθυνόμενοι σε μια νέα πελατεία. Είναι ένα συν. Όλο και περισσότεροι άνθρωποι χάνουν το ενδιαφέρον τους για το κρασί. Το βλέπω με τα τρία μου αγόρια που κοιτάζουν τον πατέρα τους σαν δεινόσαυρο που πίνει το κρασί του. Το μη αλκοολούχο μπορεί να δώσει τη γεύση αυτής της κουλτούρας».

Κοινωνικό φαινόμενο και όχι μόδα

Η παραγωγή κρασιών χωρίς αλκοόλ καθιστά δυνατή την προσέλκυση νέων πελατών, ακόμα κι αν τίποτα δεν είναι σταθερό, υποστηρίζει ο Julien Meyre, επικεφαλής των αμπελώνων Alain Meyre στο Llistrac-Médoc (Gironde).

Έχοντας παράγει κρασιά χωρίς αλκοόλ (κόκκινα και αφρώδη) από πέρυσι, ο οινοποιός του Médoc επισημαίνει ότι ολόκληρος ο κλάδος του κρασιού 0°alc βρίσκεται στη διαδικασία δημιουργίας: «αναδύεται για την παραγωγή, την διανομή...» αλλά ήδη «είναι ικανή να προσφέρει μια εναλλακτική λύση στα αναψυκτικά». Δεν κανιβαλίζει το κρασί. Αυτή η κίνηση κάνει θόρυβο. Είναι ένα κοινωνικό φαινόμενο, όχι μια μόδα».

Λαμβάνοντας υπόψη ότι οι επικρίσεις του κρασιού χωρίς αλκοόλ βασίζονται στην έλλειψη κατανόησης, ο Julien Meyre επισημαίνει ότι οι καταναλωτές που το αγόρασαν δεν θα είχαν αγοράσει κρασί και ότι πρέπει να αδράξουμε «αυτή τη μεγάλη ευκαιρία να χρησιμοποιήσουμε εκτάρια αμπέλια αντί να τα ξεριζώσουμε».

Και αυτό ακόμα κι αν σημαίνει αλλαγή των μεγάλων αρχών και των μικρών συνθηκών. «Ο Ιανουάριος είναι συνήθως μήνας ξεκούρασης. Έκανα μια σειρά εκδηλώσεων για τον Ήφρο Ιανουάριο», αναφέρει. Αν και είναι ο πρώτος οινοποιός που κάνει αποαλκοολοποίηση των Médoc κρασιών του, ο Julien Meyre περιμένει να τον ακολουθήσουν γρήγορα και άλλοι: «και τόσο το καλύτερο. Όσο περισσότεροι είμαστε για να κάνουμε καλό, τόσο καλύτερα θα είναι για την προσφορά, η οποία είναι ακόμα μικρή. Υπάρχει χώρος».

Νέα μερίδια αγοράς

«Η συζήτηση των συναδέλφων για το κρασί χωρίς αλκοόλ έχει αλλάξει. Βλέπουν ενδιαφέρον για να αποκτήσουν άλλα μερίδια αγοράς. «Είναι συμπληρωματικό» αναλύει η οινοποιός Mathilde Ollivier, συνδιαχειρίστρια του Domaine de la Grenaudière (27 εκτάρια στη Βουργουνδία, Maisdon-sur-Sèvre). Έχοντας ξεκινήσει αυτή τη διαφοροποίηση το 2023, η ιδιοκτήτρια πετυχαίνει επί του παρόντος το 10% των πωλήσεών της να αφορά μη αλκοολούχα κρασιά (ήσυχια και αφρώδη).



«Αποδίδει καρπούς; η πώληση κρασιών χωρίς αλκοόλ ενισχύει την οικονομία της εταιρείας και ανοίγει τις πόρτες όσον αφορά την αγορά και ενισχύει τη φήμη του χώρου. Αυτό σας βοηθά να αποφύγετε να βάζετε όλα τα αυγά σας σε ένα καλάθι, ενώ τα κρασιά Muscadet αποτελούν μέρος μιας πολύτιμης και υποστηριζόμενης αγοράς».

Γνωρίζοντας ότι «οι καταναλωτές μας κρασιών χωρίς αλκοόλ δεν είναι ή είναι μικροί καταναλωτές κρασιού, έχουν την τάση να πίνουν coca-cola ή Perrier. Το ενδιαφέρον για εμάς είναι να προσφέρουμε μια εναλλακτική λύση με βάση το κρασί», συνοψίζει η Mathilde Ollivier.

Το μη αλκοολούχο δεν επισκιάζει το κρασί

«Μπορεί επίσης να προσφέρουμε κάτι από τον κόσμο του κρασιού σε όσους δεν πίνουν αλκοόλ», προσθέτει ο Alexis Vialette, ο διευθυντής της συνεταιριστικής ένωσης Rhonéa (300 αμπελουργοί για τον τίτλο του κορυφαίου παραγωγού χωριών και οινοπεδίων στην κοιλάδα του Ροδανού στο Beaumes-de-Venise, Vaucluse). Το μη αλκοολούχο κρασί και ο Ήφρος Γενάρης δεν είναι θέματα δικασμού, ο οινολόγος θέλει να είναι πραγματιστής: «αν υπάρχει ζήτηση, θα έπρεπε να είσαι πλήθιος για να μην θέλεις να ανταποκριθείς σε αυτό. Το μη αλκοολούχο δεν επισκιάζει το κρασί. Προσφέρει μια εναλλακτική».

Αναγνωρίζοντας ότι «όταν αγαπάς το κρασί, η πρώτη αντίδραση είναι ότι το καταστρέφεις, καταστρέφεις την ψυχή και την ιστορία του», ο Alexis Valette και οι ομάδες του εργάζονται εδώ και σχεδόν τρία χρόνια για να αποκτήσουν ένα ποιοτικό αποτέλεσμα: «Πήραμε χρόνο για να είμαστε ήρεμοι και αυτόνομοι. Δεν ντρεπόμαστε για αυτό που παράγουμε». Γνωρίζοντας ότι «στο τέλος, είναι η επιχειρηματικότητα που θα μιλήσει».

ΒΙΚΟΣ, ΤΟ #1 ΦΥΣΙΚΟ ΜΕΤΑΛΛΙΚΟ ΝΕΡΟ* 20,4%* ΜΕΡΙΔΙΟ ΑΓΟΡΑΣ ΤΟ 2024 - ΗΓΕΤΗΣ ΣΤΗΝ ΚΑΤΗΓΟΡΙΑ ΕΜΦΙΑΛΩΜΕΝΩΝ ΝΕΡΩΝ!

Το φυσικό μεταλλικό νερό Βίκος εδραιώνει την κυριαρχία του στην ελληνική αγορά, κατακτώντας την πρώτη θέση με εντυπωσιακό μερίδιο αγοράς 20,4%* το 2024, σύμφωνα με επίσημα στοιχεία της NielsenIQ. Σε μια κατηγορία που γνώρισε ανάπτυξη 10,2%*, το φυσικό μεταλλικό νερό Βίκος ξεχώρισε με εκρηκτική αύξηση 18,7%*, αφήνοντας τον δεύτερο επώνυμο ανταγωνιστή πίσω κατά 1,7* μονάδες.

Η εμπιστοσύνη των Ελλήνων Καταναλωτών Σφραγίζει την Πρωτιά. Η πρωτιά αυτή είναι το αποτέλεσμα της αδιαπραγμάτευτης εμπιστοσύνης των Ελλήνων καταναλωτών και της στρατηγικής προσήλωσης της εταιρείας σε καινοτομία και δυναμικές συνεργασίες. Το φυσικό μεταλλικό νερό Βίκος αναδεικνύεται στον απόλυτο πρωταγωνιστή της καθημερινότητας: από την πρώτη γουλιά της ημέρας, μέχρι τις έντονες στιγμές εργασίας και τις οικογενειακές συναντήσεις, οι Έλληνες εμπιστεύονται το Φυσικό Μεταλλικό Νερό Βίκος για κάθε στιγμή της ζωής τους.

Η επιτυχία, του φυσικού μεταλλικού νερού Βίκος είναι πολλά περισσότερα από έναν αριθμό. Είναι η αναγνώριση της αφοσίωσης στην ποιότητα, στο υπεύθυνο επιχειρείν, στην προσφορά στην κοινωνία, στην εξέλιξη του ανθρώπινου δυναμικού και στη δέσμευση για ένα πιο βιώσιμο μέλλον.

Με Βλέμμα στο Μέλλον – Το 2025 Μας Ανήκει | Η επιτυχία του 2024 είναι μόνο η αρχή. Η εταιρεία επενδύει σε καινοτόμες τεχνολογίες, ενισχύει την παραγωγή της και δεσμεύεται για μια ακόμα πιο βιώσιμη και δυναμική πορεία.



ΔΙΑΜΑΡΤΥΡΙΕΣ ΕΠΑΓΓΕΛΜΑΤΙΩΝ ΓΙΑ ΤΗΝ ΨΗΦΙΑΚΗ ΚΑΡΤΑ ΕΡΓΑΣΙΑΣ

Η εφαρμογή της ψηφιακής κάρτας εργασίας στο χώρο της εστίασης, συζητήθηκε σε συνάντηση που είχε σήμερα η Υπουργός Εργασίας Νίκη Κεραμέως με αντιπροσωπεία του Επαγγελματικού Επιμελητηρίου Αθηνών με επικεφαλής τον πρόεδρο του Γιάννη Χατζηθεοδوسیου.

Τα μέλη της αντιπροσωπείας του ΕΕΑ ανέπτυξαν τις θέσεις τους στην υπουργό σχετικά με το μέτρο, το οποίο θεωρούν ότι μπορεί να εφαρμοστεί με επιτυχία, αν υπάρξουν όμως οι κατάλληλες προϋποθέσεις.

Όπως σημείωσαν – σύμφωνα με τη σχετική ανακοίνωση του επιμελητηρίου – απαιτείται προσεκτικός χειρισμός καθώς ο κλάδος έχει σημαντικές ιδιαιτερότητες και υπάρχει ο κίνδυνος να προκύψουν σοβαρά προβλήματα που μπορεί να οδηγήσουν είτε σε κλείσιμο επιχειρήσεων για κάποιες ημέρες την εβδομάδα, είτε σε περιορισμό ωραρίου.

Εξελίξεις, δηλαδή, που μπορεί να επηρεάσουν αρνητικά την τουριστική κίνηση, ειδικά κατά την καλοκαιρινή περίοδο, αλλά και να θέσουν σε κίνδυνο την εύρυθμη λειτουργία και τελικά τη βιωσιμότητα των επιχειρήσεων.

Μεταξύ των προτάσεων που κατέθεσαν τα μέλη της αντι-



προσωπείας του ΕΕΑ ήταν:

- Η μείωση ή η κατάργηση των ασφαλιστικών εισφορών στις υπερωρίες του προσωπικού των καταστημάτων εστίασης, μία πρόταση που – σύμφωνα με το ΕΕΑ – φαίνεται να εξετάζει η Υπουργός.
 - Η κάλυψη του κόστους που θα προκύψει από τις επιπλέον προσλήψεις εξειδικευμένου προσωπικού μέσω της επιδότησης εργασίας από τη ΔΥΠΛΑ.
- Θέματα που επίσης έθεσαν στο τραπέζι του διαλόγου τα μέλη της διοίκησης του ΕΕΑ ήταν η μείωση των πολύ με-

γάλων προστίμων, τα οποία μπορεί να έχουν καταστροφικά αποτελέσματα για μία οικογενειακή επιχείρηση καθώς και η δυνατότητα έκθεσης των απόψεων των επιχειρηματιών στις τοπικές επιτροπές του ΕΦΚΑ.

Τόνισαν επίσης ότι καλούν τις επιχειρήσεις εστίασης να εγγραφούν στην σχετική πλατφόρμα καθώς μόλις το 2,5% το έχει κάνει έως σήμερα. Υπενθυμίζεται ότι η προθεσμία λήξης είναι η 28η Φεβρουαρίου.

Η υπουργός Νίκη Κεραμέως άκουσε με προσοχή τις θέσεις του Επαγγελματικού Επιμελητηρίου Αθηνών και συμφωνήθηκε να συνεχιστεί ο διάλογος προκειμένου η ψηφιακή κάρτα εργασίας να εφαρμοστεί με επιτυχία και στον κλάδο της εστίασης.

Στη συνάντηση παρέστη ο πρόεδρος της Γενικής Συνομοσπονδίας Επαγγελματιών Βιοτεχνών Εμπόρων Ελλάδας (ΓΣΕΒΕΕ) και της Πανελληνίας Ομοσπονδίας Εστιατορικών και Συναφών Επαγγελμάτων (ΠΟΕΣΕ) και μέλος της Διοικητικής Επιτροπής του ΕΕΑ Γιώργος Καββαθάς, ενώ στην αντιπροσωπεία του Επιμελητηρίου συμμετείχαν ο πρόεδρος της Επιτροπής Εστίασης του ΕΕΑ και μέλος του ΔΣ του ΕΕΑ Γιάννης Δαβερώνης και ο αντιπρόεδρος της Επιτροπής και επίσης μέλος του ΔΣ Παναγιώτης Σπίουλας.

Επανεκκίνηση του Ταμείου Δανείων ΤΕΠΙΧ III

Με στόχο τη στήριξη των Μικρομεσαίων Επιχειρήσεων

Με επιπλέον πόρους από το Πρόγραμμα ΕΣΠΑ «Ανταγωνιστικότητα 2021-2027» επανεκκινείται από σήμερα το σκέλος των δανείων του Ταμείου Επιχειρηματικότητας III (ΤΕΠΙΧ III), με στόχο την περαιτέρω χρηματοδότηση της μικρομεσαίας επιχειρηματικότητας με χαμηλότοκα δάνεια και τη διεύρυνση της περιμέτρου των ΜμΕ με πρόσβαση στο τραπεζικό σύστημα.

Συγκεκριμένα, το Ταμείο Δανείων ΤΕΠΙΧ III θα χρηματοδοτήσει επιπλέον νέα δάνεια προς ΜμΕ, που αναμένεται να ξεπεράσουν τα 250 εκατομμύρια ευρώ, με την μόχλευση τραπεζικών κεφαλαίων. Η αύξηση αυτή αποφασίστηκε μετά και από την εξάντληση των διαθέσιμων πόρων για τα συγχρηματοδοτούμενα δάνεια Επενδυτικού Σκοπού και Κεφαλαίων Κίνησης, που χορηγήθηκαν έως τώρα από το Ταμείο Δανείων ΤΕΠΙΧ III και τα οποία ξεπέρασαν τα 450 εκατομμύρια ευρώ.

Μετά και την ολοκλήρωση της διαδικασίας υπογραφής των πρόσθετων Επιχειρησιακών Συμφωνιών μεταξύ της Ελληνικής Αναπτυξιακής Τράπεζας και των συνεργαζόμενων τραπεζών, το Ταμείο Δανείων του ΤΕΠΙΧ III είναι πλέον διαθέσιμο για υποβολή αιτήσεων από σήμερα, Δευτέρα, 10 Φεβρουαρίου 2025, μέσω της ηλεκτρονικής πλατφόρμας KYC - Know Your Customer της ΕΑΤ και του Ολοκληρωμένου Πληροφοριακού Συστήματος Κρατικών Ενισχύσεων (ΟΠΣΚΕ).

Κύρια χαρακτηριστικά των δανείων:

Επενδυτικά Δάνεια: Ύψος δανείων από 20 χιλιάδες έως 6 εκατομμύρια ευρώ, διάρκεια από 2 έως 12 έτη, με περίοδο χάριτος έως 24 μήνες.- Δάνεια Κεφαλαίου Κίνησης Ειδικού Σκοπού: Ύψος δανείων από 10 χιλιάδες έως 500 χιλιάδες ευρώ, διάρκεια από 2 έως 5 έτη, με περίοδο χάριτος έως 12 μήνες.- Χρηματοδοτική στήριξη:

Το 40% του δανειακού ποσού είναι άτοκο για όλη τη διάρκεια του δανείου, ενώ για το υπόλοιπο 60% παρέχεται επιδότηση επιτοκίου έως 3% για τα πρώτα 2 έτη.- Περίοδος χάριτος: Κατά τη διάρκεια της περιόδου χάριτος, οι επιχειρήσεις αποπληρώνουν μόνο τους τόκους, χωρίς να απαιτείται αποπληρωμή κεφαλαίου.

Ο Αναπληρωτής Υπουργός Εθνικής Οικονομίας και Οικονομικών, Νίκος Παπαθανάσης, υπογράμμισε: «Στο πλαίσιο



της αναπτυξιακής πολιτικής της Κυβέρνησης και της περαιτέρω ενίσχυσης της επιχειρηματικότητας, αλλά και ανταποκρινόμενοι στη μεγάλη ζήτηση που παρουσιάστηκε κατά την πρώτη περίοδο λειτουργίας του ΤΕΠΙΧ III, ταυτόχρονα με την

συνέχιση της στήριξης της εγγυοδοσίας δανείων, επανεκκινούμε το Ταμείο Δανείων του Προγράμματος, χρηματοδοτώντας με επιπλέον πόρους του ΕΣΠΑ τις ΜμΕ, με παράλληλο στόχο την διεύρυνση της περιμέτρου πρόσβασής τους στο τραπεζικό σύστημα.

Με αποφασιστικότητα και μεθοδικότητα, υλοποιούμε όλα όσα δεσμευθήκαμε, έτσι ώστε η Ελλάδα να παραμείνει στις πρώτες θέσεις της Ε.Ε. ως προς την απορρόφηση ευρωπαϊκών κονδυλίων, και κάθε ευρώ να κατευθυνθεί στην κοινωνία και στην αύξηση του διαθέσιμου εισοδήματος των συμπολιτών μας».

Η Διευθύνουσα Σύμβουλος της Ελληνικής Αναπτυξιακής Τράπεζας Ισμήνη Παπακυρίλλου, δήλωσε: «Η ενίσχυση του Ταμείου Δανείων ΤΕΠΙΧ III με πρόσθετους πόρους, συμβάλλει σημαντικά στο έργο της ΕΑΤ προς την κατεύθυνση της στήριξης επιχειρηματικών πρωτοβουλιών και την ανάπτυξη των μικρομεσαίων επιχειρήσεων, ενισχύοντας παράλληλα την ανταγωνιστικότητα της εθνικής οικονομίας».



Από τον χώρο των εταιρειών

Η COCA-COLA ΤΡΙΑ ΞΨΙΛΟΝ ΕΦΕΡΕ ΤΗΝ ΑΠΟΛΥΤΗ «24/7» ΕΜΠΕΙΡΙΑ ΣΤΗΝ ΕΚΘΕΣΗ HORECA 2025!

Η Coca-Cola Τρία Ξψιλον υποδέχτηκε από τις 7 έως τις 10 Φεβρουαρίου τους επαγγελματίες και επιχειρηματίες του κλάδου HoReCa στην έκθεση HoReCa Expo 2025. Με πρωταγωνιστή το 24/7 χαρτοφυλάκιο των προϊόντων της, η εταιρεία παρουσίασε τις επιλογές για κάθε περίπτωση κατανάλωσης: από το πρωί, με τα blends καφέ Costa Coffee και Caffè Vergano και τους χυμούς Amita, στο μεσημεριανό γεύμα με την αγαπημένη Coca-Cola, και από το απόγευμα και μετά με Three Cents και Schweppes, μπίρες Stella Artois και Corona, μέχρι τις βραδινές εξόδους με αλκοολούχα ποτά, με Finlandia Vodka, καθώς και κορυφαίες προτάσεις των οίκων Edington, Brown-Forman και Ισιδώρου Αρβανίτου. Το «παρών» έδωσαν, επίσης, τα Tsakiris Chips, αλλά και το Φυσικό Μεταλλικό Ανθρακούχο Νερό ΑΥΡΑ, δίνοντας την ευκαιρία στους επισκέπτες της έκθεσης να τα δοκιμάσουν. Με τις μοναδικές της προτάσεις, η Coca-Cola Τρία Ξψιλον βοηθά τους πελάτες της να μετατρέπουν κάθε στιγμή της ημέρας σε μία ξεχωριστή εμπειρία για τους καταναλωτές, φιλοδοξώντας να αποτελεί συνεργάτη

της Coca-Cola Τρία Ξψιλον, οι οποίοι μύσαν σε ένα συναρπαστικό κόσμο νέων εμπειριών, παρτρύνοντάς τους να δοκιμάσουν διαφορετικούς συνδυασμούς, γεύσεις και προτάσεις σερβιρίσματος.

Ο ΒΑΓΓΕΛΗΣ ΜΟΣΧΟΣ (COFFEE, PREMIUM SPIRITS, BEER & THREE CENTS DIRECTOR ΤΗΣ COCA-COLA ΤΡΙΑ ΞΨΙΛΟΝ) Δίλωσε:

Ο κλάδος HoReCa είναι για εμάς κανάλι προτεραιότητας σε σχέση με το 24/7 όραμα μας να είμαστε συνεργάτης επιλογής για τους πελάτες μας. Πολύ περισσότερο από σημείο πώλησης, αφού εκεί τα προϊόντα μας μεταμορφώνονται σε μοναδικές εμπειρίες κατανάλωσης. Η προσήλωσή μας στο HoReCa αντανακλάται στην εξειδικευμένη ομάδα πωλήσεων και brand ambassadors που έχουμε δημιουργήσει, την οποία διαρκώς ενισχύουμε τόσο σε επίπεδο δομής, όσο και δεξιοτήτων, τεχνογνωσίας και υπηρεσιών προς τον πελάτη. Μέσα από top class εκπαιδεύσεις, καινοτόμα εργαλεία και ενεργοποιήσεις για κάθε κατάσταση ξεχωριστά, βρισκόμαστε δίπλα στους συνεργάτες μας, ιδιοκτήτες χώρων εστίασης και αφουγκραζό-



επιλογής για κάθε περίπτωση του κλάδου HoReCa.

Στο ειδικά διαμορφωμένο περίπτερο της εταιρείας, οι επιχειρηματίες και επαγγελματίες του κλάδου HoReCa από όλη την Ελλάδα, ανακάλυψαν τις ευκαιρίες ανάπτυξης που προσφέρει το 24/7 χαρτοφυλάκιο της Coca-Cola Τρία Ξψιλον, το οποίο αποτελεί ένα από τα πιο ολοκληρωμένα και πιο ευέλικτα στον κλάδο. Παράλληλα, οι επισκέπτες της έκθεσης είχαν την ευκαιρία να συναντήσουν τους ambassadors των brands

μαστε τις ανάγκες τους, χτίζοντας συνεργασίες εμπιστοσύνης. Με προγράμματα όπως το HoReCa Empowered υποστηρίζουμε νέους επαγγελματίες του κλάδου να αναπτύξουν τις δεξιότητες τους, εξελίσσοντάς τον εαυτό τους και τον κλάδο παράλληλα.

Ενώ μέσω του Zero Waste HoReCa βοηθούμε τις επιχειρήσεις να ακολουθούν βιώσιμες πρακτικές. Στόχος μας είναι να δημιουργούμε καθημερινά αξία για τους πελάτες μας, συμβάλλοντας μαζί στην ανάπτυξη του HoReCa στην Ελλάδα.

ΝΕΟΣ ΓΕΝΙΚΟΣ ΔΙΕΥΘΥΝΤΗΣ ΤΗΣ ΑΘΗΝΑΪΚΗΣ ΖΥΘΟΠΟΙΙΑΣ Ο SEBASTIAN SANCHEZ

Αθήνα, 29 Ιανουαρίου 2025 – Ο Sebastian Sanchez αναλαμβάνει καθήκοντα Γενικού Διευθυντή στην Αθηναϊκή Ζυθοποιία, από την 1η Απριλίου 2025, διαδεχόμενος τον Αλέξανδρο Δανιηλίδη, ο οποίος από την 1η Νοεμβρίου 2024 έχει αναλάβει τον ρόλο του Managing Director G9 Europe της HEINEKEN, καλύπτοντας τις χώρες Ελλάδα, Βουλγαρία, Κροατία, Ουγγαρία, Ρουμανία, Σερβία, Σλοβακία, Σλοβενία και Τσεχία.

Ο Sebastian Sanchez, ο οποίος κατάγεται από την Αργεντινή, κατείχε τα τελευταία τέσσερα χρόνια τη θέση του Γενικού Διευθυντή στη HEINEKEN Παναμά με πολύ μεγάλη επιτυχία, καθώς βελτίωσε σημαντικά τις επιδόσεις της εταιρείας στην τοπική αγορά, κατατάσσοντάς την στην πρώτη θέση.

Πριν από αυτόν τον ρόλο είχε αναλάβει μια σειρά θέσεων στη HEINEKEN, επίσης με ιδιαίτερη επιτυχία. Ξεκίνησε το 2004 ως Brand Manager Heineken και στη συνέχεια ως Country Manager Αργεντινής, συνεχίζοντας ως Marketing & Commerce Manager στη HEINEKEN Παναμά, ενώ μετά ανέλαβε ρόλο Regional Marketing Director Κεντρικής και Ανατολικής Ευρώπης και Γενικού Διευθυντή της Windward & Leeward Brewery Ltd. της εταιρείας της HEINEKEN στην Αγία Λουκία.

Σχετικά με την Αθηναϊκή Ζυθοποιία:

Η Αθηναϊκή Ζυθοποιία Α.Ε. είναι η μεγαλύτερη εταιρεία παραγωγής και εμπορίας μπίρας στην Ελλάδα, με ενεργή παρουσία στη χώρα για περισσότερα από 55 χρόνια. Ιδρύθηκε το 1963 από μια ομάδα Ελλήνων επιχειρηματιών και σήμερα αποτελεί μέλος του Ομίλου HEINEKEN N.V. Παράγει στην Ελλάδα τις μπίρες Άμστελ, Άμστελ Dark, Άμστελ Radler, Άμστελ Free, Άμστελ Free Lemon, Άμστελ KARGO IPA, Heineken, ΑΛΦΑ, ΑΛΦΑ Strong, ΑΛΦΑ Weiss, ΑΛΦΑ Χωρίς, Fischer, ΜΑΜΟΣ (με παραχώρηση άδειας χρήσης σήματος από την οικογένεια Μάμου), ΝΥΜΦΗ και Buckler από 100% ελληνικό κριθάρι, όπως και τις δύο μάρκες μπλίτη ΜΗΛΟΚΛΕΦΤΗ και Strongbow στο εργοστάσιό της στην Πάτρα, με ελληνικές πρώτες ύλες.

Παράλληλα, στο χαρτοφυλάκιο της ανήκει και το φυσικό μεταλλικό νερό ΙΟΛΗ, ενώ εισάγει γνωστές μάρκες μπίρας μεταξύ των οποίων οι: Sol, Mc Farland, Erdinger, Murphy's, Duvel, Lagunitas. Από την 1η Απριλίου 2021, ανέλαβε και ως επίσημος διανομέας των προϊόντων της Bacardi για την Ελλάδα. Διαθέτει 3 μονάδες σε Αθήνα, Θεσ-

σαλονίκη και Πάτρα και 2 ιδιόκτητα βυνοποιεία σε Θεσσαλονίκη και Πάτρα καθώς και μια μονάδα εμφιάλωσης του Φυσικού Μεταλλικού Νερού ΙΟΛΗ στη Λαμία.

Από το 2008 πραγματοποιεί το πρώτο και μεγαλύτερο Πρόγραμμα Συμβολιακής Καλλιέργειας Κριθαριού μέσω του οποίου προμηθεύεται ελληνικό κριθάρι για την κάλυψη του 100% των αναγκών για την παραγωγή των προϊόντων της.

Οι ελληνικές πρώτες ύλες σε συνδυασμό, με τα σύγχρονα ζυθοποιεία και τα 2 ιδιόκτητα βυνοποιεία, δημιουργούν μια πλήρως καθετοποιημένη ελληνική διαδρομή για τα προϊόντα της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας.

Με τη βοήθεια ενός εκτεταμένου δικτύου διανομής και πώλησης παράγει και διανέμει τα προϊόντα της σε 19 χώρες και στις 5 ηπείρους.

Παράλληλα με την επιχειρηματική της ανάπτυξη, η εταιρεία έχει επενδύσει στον εκσυγχρονισμό της παραγωγικής διαδικασίας, στην υιοθέτηση μιας ολοκληρωμένης περιβαλλοντικής πολιτικής, τη διαμόρφωση ενός ασφαλούς και δίκαιου εργασιακού περιβάλλοντος, την ενημέρωση των καταναλωτών για την υπεύθυνη κατανάλωση αλκοόλ και την κοινωνική προσφορά, πάντα με την έμπρακτη συμβολή των εργαζομένων της, με διαφάνεια και λογοδοσία.

Η Αθηναϊκή Ζυθοποιία διαθέτει από την TÜV AUSTRIA HELLAS ISO 9001:2015 για την ποιότητα των προϊόντων, FSSC 22000: Version 5.1 για την ασφάλεια των προϊόντων, ISO 14001:2015 για την προστασία του περιβάλλοντος και ISO 45000 για την ασφάλεια και υγεία του προσωπικού.

Επίσης, η εταιρεία διακρίθηκε το 2022 με το Gold Award του Εθνικού Δείκτη Εταιρικής Ευθύνης (CR Index) ενώ έχει κατακτήσει και πολυάριθμες βραβεύσεις για την υπεύθυνη επιχειρηματικότητα που έχει επιδείξει, τη σταθερή επίδοσή της στη βιώσιμη ανάπτυξη και τη μέριμνα για την κοινωνία και το περιβάλλον.

Η Αθηναϊκή Ζυθοποιία έχει βραβευτεί επανειλημμένα για το εργασιακό της περιβάλλον, ενώ το 2020 υπέγραψε τη Χάρτα Διαφορετικότητας, πιστή στη φιλοσοφία της για ίσες ευκαιρίες και δυνατότητες εξέλιξης στον εργασιακό τομέα.



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