

ΝΕΟΣ ΚΩΔΙΚΑΣ ΔΕΟΝΤΟΛΟΓΙΑΣ ΓΙΑ ΤΙΣ ΠΡΟΣΦΟΡΕΣ ΣΤΟ ΛΙΑΝΕΜΠΟΡΙΟ ΚΑΙ ΤΑ S/M

Αυστηρότεροι κανόνες για εκπτώσεις και προωθητικές ενέργειες – Τέλος στις παραπλανητικές πρακτικές

Με σημαντικές αλλαγές στον τρόπο που πραγματοποιούνται οι προσφορές και οι προωθητικές ενέργειες στα σούπερ μάρκετ τίθεται σε εφαρμογή ο νέος Κώδικας Δεοντολογίας, ο οποίος ισχύει από τις 6 Μαρτίου.

Στην ελληνική αγορά, οι προσφορές αποτελούν αναπόσπαστο κομμάτι της καταναλωτικής συμπεριφοράς, ιδίως σε περιόδους οικονομικής πίεσης. Σύμφωνα με τα στοιχεία της Circa, το 2024, το 25,8% των πωλήσεων των επιχειρήσεων οργανωμένου λιανεμπορίου προήλθε από προϊόντα που διατίθενται σε προσφορά ή υπό κάποια προωθητική ενέργεια.

Ο νέος Κώδικας, αποσκοπεί στην εξάλειψη παραπλανητικών εκπτώσεων και ψεύτικων προσφορών, οι οποίες χρησιμοποιούνται ως αθέμιτες εμπορικές πρακτικές στην αγορά.

- Βασικό στοιχείο του νέου πλαισίου είναι ότι κάθε έκπτωση ή προωθητική ενέργεια πρέπει να βασίζεται σε πραγματικές τιμές. Πλέον, η τιμή πώλησης ενός προϊόντος πρέπει να είναι χαμηλότερη από τη χαμηλότερη πραγματική τιμή που είχε διαμορφωθεί τις τελευταίες 30 ημέρες. Αυτό σημαίνει ότι ως «αρχική τιμή» δεν μπορεί να θεωρείται μια παλιά, τεχνητά υψηλή τιμή, μια προτεινόμενη λιανική τιμή ή ένας τιμοκατάλογος που δεν ανταποκρίνεται στην πραγματικότητα. Η τιμή αναφοράς πρέπει να είναι πρόσφατη, αντιπροσωπευτική της πραγματικής αξίας του προϊόντος και σε κάθε περίπτωση, η χαμηλότερη που ίσχυε τις τελευταίες 30 ημέρες.

- Από τον κανόνα των 30 ημερών εξαιρούνται τα ευαλλοίωτα προϊόντα, όπως τα τρόφιμα με

διάρκεια ζωής μικρότερη του μήνα. Ωστόσο, ακόμα και σε αυτές τις περιπτώσεις, οι παραπλανητικές εκπτώσεις τιμωρούνται βάσει των γενικών διατάξεων περί αθέμιτων εμπορικών πρακτικών.

- Σε ό,τι αφορά τις προσφορές τύπου «1+1» ή «2+1 δώρο», ο Κώδικας προβλέπει αυστηρότερες προδιαγραφές ώστε να εξασφαλίζεται το πραγματικό όφελος των καταναλωτών. Σε πολλές περιπτώσεις, τέτοιες προωθητικές ενέργειες δεν προσφέρουν πραγματική έκπτωση, αλλά λειτουργούν ως πάγια εμπορική πολιτική. Για παράδειγμα, εάν ένα προϊόν διατίθεται συνεχώς σε συσκευασία «1+1 δώρο», χωρίς να πωλείται μεμονωμένα, τότε η έννοια του «δώρου» καθίσταται παραπλανητική.

Συνέχεια στη σελίδα 2



Στις 30 Μαρτίου Ημέρα Κυριακή ο Χορός της ΕΔΕΟΠ ΑΘΗΝΩΝ

6 ΣΤΟΥΣ 10 ΕΠΑΓΓΕΛΜΑΤΙΕΣ ΘΕΩΡΟΥΝ ΟΤΙ ΤΟ 2025 ΔΕΝ ΘΑ ΒΕΛΤΙΩΘΕΙ Η ΚΑΤΑΣΤΑΣΗ ΤΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ ΚΑΙ ΤΗΣ ΑΓΟΡΑΣ

Το Επαγγελματικό Επιμελητήριο Αθηνών (ΕΕΑ) δημοσιοποιεί τη νέα μεγάλη έρευνα που έκανε για λογαριασμό του η εταιρεία Ορίσιον, σχετικά με την πορεία του επιχειρείν.

Δήλωση του Προέδρου του ΕΕΑ Γιάννη Χατζηθεοδοσίου, για την έρευνα:

«Τα αποτελέσματα της νέας έρευνας που έκανε η Ορίσιον για λογαριασμό του Επαγγελματικού Επιμελητηρίου Αθηνών επιβεβαιώνουν τις θέσεις που έχει εκφράσει στο δημόσιο διάλογο το Επιμελητήριο μας για την πορεία του επιχειρείν και της οικονομίας.

Βλέπουμε ξεκάθαρα την αγωνία του επιχειρηματικού κόσμου για το μέλλον καθώς οι 6 στους 10 επαγγελματίες θεωρούν ότι το 2025 δεν θα βελτιωθεί η κατάσταση των επιχειρήσεων και της αγοράς ενώ πιο απαισιόδοχοι είναι οι ελεύθεροι επαγγελματίες άνω των 46 ετών.



Σημειώνεται ότι ακόμα και για τις επιχειρήσεις που αυξήθηκε ο τζίρος, δεν συνεπάγεται και αντίστοιχη αύξηση κερδών, καθώς μεγάλο μέρος της αύξησης του κύκλου εργασιών εδράζεται στην αύξηση των τιμών ως παρακολούθημα των ανατιμήσεων στις προμήθειες των επιχειρήσεων και της συνολικής εκτόξευσης του συνολικού κόστους της επιχείρησης.

Σημαντικό εύρημα είναι επίσης ότι το 37,6% των επιχειρήσεων διαπιστώνουν μείωση του τζίρου τους την περίοδο των εορτών.

Απογοητευτική ήταν και η εκπαιδευτική περίοδος για το σύνολο των επιχειρήσεων, καθώς μόλις 0,5% δηλώνει απόλυτη ικανοποίηση από το οικονομικό αποτέλεσμα των εκπτώσεων, το 10,1% είναι αρκετά ικανοποιημένο, το 20,9% λίγο ικανοποιημένο και το 21,3% καθόλου ικανοποιημένο.

Συνέχεια στη σελίδα 2

ΞΕΚΙΝΗΣΕ
ΕΝΑΣ ΜΕΓΑΛΟΣ
ΠΟΛΕΜΟΣ
ΣΤΙΣ ΤΙΜΕΣ
ΤΗΣ ΤΕΚΙΛΑΣ



Στη σελίδα 4

ΣΤΙΣ 25/4/2025
Η ΑΥΤΟΜΑΤΗ
ΥΠΟΒΟΛΗ ΤΩΝ ΠΡΟ-
ΕΚΚΑΘΑΡΙΣΜΕΝΩΝ
ΔΗΛΩΣΕΩΝ
ΦΟΡΟΛΟΓΙΑΣ
ΕΙΣΟΔΗΜΑΤΟΣ



Στη σελίδα 8

Αυτές είναι
οι επιδοτή-
σεις για το
Μάρτιο
στα οικιακά
τιμολόγια



Στη σελίδα 10

ΝΕΟΣ ΚΩΔΙΚΑΣ ΔΕΟΝΤΟΛΟΓΙΑΣ ΓΙΑ ΤΙΣ ΠΡΟΣΦΟΡΕΣ ΣΤΟ ΛΙΑΝΕΜΠΟΡΙΟ ΚΑΙ ΤΑ S/M

Συνέχεια από σελίδα 1

Σύμφωνα με τον νέο Κώδικα, εάν μια τέτοια προωθητική ενέργεια διαρκεί πάνω από 30 ημέρες, τότε το προϊόν θα πρέπει να διατίθεται και μεμονωμένα στο ράφι, ώστε οι καταναλωτές να έχουν τη δυνατότητα σύγκρισης και να διαπιστώνουν το πραγματικό όφελος της προσφοράς. Παραδείγματα παραπλανητικών εκπτώσεων που επιχειρεί να καταργήσει ο νέος Κώδικας περιλαμβάνουν πρακτικές όπως:

- Προϊόντα που διατίθενται διαρκώς σε συσκευασία «1+1 δώρο», χωρίς η μονή συσκευασία να είναι διαθέσιμη για αγορά, με αποτέλεσμα το «δώρο» να είναι επί της ουσίας ανύπαρκτο.
- Περιπτώσεις όπου μια συσκευασία 2+1 «δώρο» πωλείται ακριβότερα από τρεις μεμονωμένες συσκευασίες του ίδιου



προϊόντος. Για παράδειγμα, αν η τιμή ενός κιλού αλεύρι είναι

2 ευρώ και η συσκευασία 2+1 πωλείται 4 ευρώ, ενώ ταυτόχρονα το ίδιο προϊόν σε μονή συσκευασία κοστίζει 1 ευρώ μετά από έκπτωση, τότε ο καταναλωτής που επιλέγει το «δώρο» καταλήγει να πληρώνει περισσότερα χρήματα. • Τεχνητές αυξήσεις και μειώσεις τιμών, όπου ένας έμπορος παρουσιάζει μεγαλύτερο ποσοστό έκπτωσης, διογκώνοντας αρχικά την τιμή ενός προϊόντος. Για παράδειγμα, αν ένα αφρόλουτρο πωλείται στα 4 ευρώ και στη συνέχεια ανατιμηθεί στα 5 ευρώ, ο έμπορος μπορεί να αυξήσει την «αρχική τιμή» από 8 σε 10 ευρώ, ώστε να φαίνεται ότι η τελική τιμή των 5 ευρώ συνεπάγεται μεγαλύτερη έκπτωση.

Ο Κώδικας Δεοντολογίας εισάγει αυτούς τους κανόνες με στόχο να διασφαλιστεί διαφάνεια στις προωθητικές ενέργειες και να αποτρέπονται πρακτικές που παραπλανούν τους καταναλωτές, εξασφαλίζοντας ότι οι προσφορές είναι πραγματικές και ωφέλιμες.

6 ΣΤΟΥΣ 10 ΕΠΑΓΓΕΛΜΑΤΙΕΣ ΘΕΩΡΟΥΝ ΟΤΙ ΤΟ 2025 ΔΕΝ ΘΑ ΒΕΛΤΙΩΘΕΙ Η ΚΑΤΑΣΤΑΣΗ ΤΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ ΚΑΙ ΤΗΣ ΑΓΟΡΑΣ

Συνέχεια από σελίδα 1

Το 47,2% μάλιστα των επιχειρήσεων αρνείται να απαντήσει στο συγκεκριμένο ερώτημα, γεγονός που είναι πρωτοφανές και ενδεικτικό της απογοήτευσης που επικρατεί.

Ως κύριες αιτίες για την απογοητευτική αγοραστική κίνηση, οι ελεύθεροι επαγγελματίες αναδεικνύουν το περιορισμένο διαθέσιμο εισόδημα των νοικοκυριών (47,6%) και την ακρίβεια (46%). Θέματα δηλαδή που το Ε.Ε.Α. αναδεικνύει συνεχώς ζητώντας στοχευμένα μέτρα αντιμετώπισης τους. Η δύσκολη κατάσταση που βρίσκονται οι μικρομεσαίες επιχειρήσεις φαίνεται και από το γεγονός ότι οι παράγοντες που επιβαρύνουν κατά κύριο λόγο τις επιχειρήσεις αναδεικνύονται με μεγάλη διαφορά η φορολογική τους επιβάρυνση (63,9%) και το ενεργειακό κόστος (41,2%). Επίσης η συντριπτική πλειονότητα των επιχειρήσεων, το 89,9%, θεωρούν μη επαρκή τα μέτρα για τις τραπεζικές χρεώσεις και θεωρούν ότι χρειάζονται πρόσθετες παρεμβάσεις. Σχεδόν οκτώ στις δέκα επιχειρήσεις (78,5%) θεωρούν ότι απαιτούνται νέα μέτρα/ρυθμίσεις για τη βελτίωση του τρόπου είσπραξης ληξιπρόθεσμων οφειλών από το δημόσιο και τα ασφαλιστικά ταμεία.

Η κυβέρνηση πρέπει να δει με προσοχή τα ευρήματα της έρευνας του Ε.Ε.Α. και να προχωρήσει άμεσα σε βελτιωτικές κινήσεις με στόχο την προστασία και ανάπτυξη των ΜμΕ και των ελεύθερων επαγγελματιών της χώρας».

Ακολουθούν τα βασικά συμπεράσματα της έρευνας:

- Πλειοψηφία της τάξης του 60.9% των εμπόρων πιστεύουν ότι το 2025 δεν θα είναι μια καλύτερη χρονιά για την Αγορά και την Επιχειρηματικότητα, αναδεικνύοντας διάχυτη απαισιοδοξία. Αντίθετη άποψη έχει το 36.9%. Τα χαμηλότερα ποσοστά αισιοδοξίας βρίσκονται στις περιφερειακές ενότητες Δυτικής Αττικής με 32.3%, Βόρειου Τομέα με 34.4% και Δυτικού Τομέα Αθηνών με 34.2%. Επίσης, στις μικρότερες Επιχειρήσεις με 1-5 εργαζόμενους με 34.4%. Σε όλες πάντως τις περιφερειακές ενότητες και τις κατηγορίες με βάση τον αριθμό εργαζομένων η απαισιοδοξία κυριαρχεί.
- Το 39.1% δηλώνει ότι έκλεισε το 2024 με υψηλότερο τζίρο σε σχέση με την προηγούμενη χρονιά, το 21.3% τον ίδιο και το 27.5% χαμηλότερο. Πάντως, κατά την διάρκεια της περιόδου των γιορτών, το 37.6% εμφανίζεται να είχε χαμηλότερο τζίρο σε σχέση με την προηγούμενη χρονιά και το 24.9% περίπου τον ίδιο. Το 22.2% εμφανίζεται να είχε υψηλότερο τζίρο. Οι χαμηλότεροι τζίροι στις γιορτές εμφανίζονται στον Νότιο Τομέα με 40.9%, την Ανατολική Αττική με 40% και την Αθήνα με 39.9%. Επίσης στις μικρότερες Επιχειρήσεις με 45.8% όσων έχουν 1-6 εργαζόμενους και 37.5% όσων έχουν 1-5 εργαζόμενους.
- Το 42.2% δηλώνει λίγο και καθόλου ικανοποιημένοι από την κίνηση κατά την περίοδο των εκπτώσεων (λίγο 20.9%, καθόλου 21.3%), ενώ μόλις το 10.6% δηλώνει πολύ αρκετά ικανοποιημένοι (0.5% πολύ, 10.1% αρκετά).
- Το 51.5% δηλώνουν πολύ και αρκετά αισιόδοξοι για την πορεία της Επιχείρησής του (12.5%

πολύ και 39% αρκετά) και 46.7% λίγο και καθόλου αισιόδοξοι(34.4% λίγο και 12.3% καθόλου). Τα υψηλότερα συγκριτικά ποσοστά αισιοδοξίας τα βρίσκουμε στον Βόρειο Τομέα με 52.5%, Δυτικό Τομέα με 53.1%, Αθήνα με Ανατολική Αττική με 52%. Επίσης τα βρίσκουμε στις σχετικά μεγαλύτερες Επιχειρήσεις με 66.7% σε όσους έχουν πάνω από 20 εργαζόμενους και 57.1% στους έχοντες 11-20 εργαζόμενους.

- Το 47.6% πιστεύει ότι αρνητικά στην άνοδο της αγοραστικής κίνησης επιδρά το περιορισμένο διαθέσιμο εισόδημα, το 46% η ακρίβεια και το 2.5% στην δημιουργία ολιγοπωλίων και μεγάλων αλυσίδων που απορροφά μεγάλο τμήμα των αγορών σε βάρος των μικρομεσαίων Επιχειρήσεων.
- Επισημαίνεται μια μεγάλη ανησυχία για τις προοπτικές και την βιωσιμότητα των Επιχειρήσεών τους. Πολύ και αρκετά ανήσυχοι εμφανίζονται το 59.1% (21.5% πολύ, 37.6% αρκετά), ενώ το 39.6% λίγο και καθόλου (26% λίγο, 13.6% καθόλου). Πιο έντονη ανησυχία εντοπίζεται στην Αθήνα με 65.4% και στον Δυτικό Τομέα Αθηνών με 63.3%. Επίσης στις Επιχειρήσεις με 6-10 εργαζόμενους με 67.1% και 1-5 εργαζόμενους με 59.6%.

- Ως παράγοντες που επιβαρύνουν περισσότερο τον εμπορικό κόσμο εμφανίζονται μακράν δύο: Το φορολογικό με 63.9% και το ενεργειακό κόστος με 41.2%. Ακολουθούν οι ληξιπρόθεσμες οφειλές προς το Δημόσιο (εφορία, ασφαλιστικά ταμεία, ΟΤΑ), το ύψος του ενοικίου με 20.7%, οι οφειλές προς τους προμηθευτές 6.6% και οι αποπληρωμές τραπεζικών δανείων και καρτών. Σημειώνεται ότι υπήρχε δυνατότητα μέχρι δύο απαντήσεων.

- Το 52.5% δεν θεωρεί θετικά τα μέτρα της Κυβέρνησης για τις Τράπεζες, ενώ θετικά τα βλέπει τα 38.5%. Ουσιαστικά ασκείται κριτική για το περιορισμένο του χαρακτήρα τους, αφού στην αμέσως επόμενη ερώτηση ένα συντριπτικό, καθολικό ποσοστό της τάξης του 89.9% θεωρεί ότι χρειάζονται πρόσθετες βελτιωτικές κινήσεις.

- Για το θέμα των προστίμων που επιβάλλονται σε μεγάλες Πολυεθνικές, το 35.3% τα κρίνει θετικά αλλά ότι πρέπει και στην συνέχεια να ελέγχεται αν οδηγούν σε μείωση των τιμών και το 30.1% τα κρίνει πάλι θετικά αλλά ότι χρειάζεται ένταση των ελέγχων και επιβολή προστίμων όπου χρειάζεται. Το 17.4% δεν τα κρίνει ως κάτι σημαντικό, το 6.7% τα βλέπει ως αρνητικό μέτρο και το 4.9% δηλώνει ότι δεν γνωρίζουν ότι επιβάλλονται σε μεγάλες Πολυεθνικές.

- Το 78.5% θεωρεί ότι χρειάζονται νέα μέτρα / ρυθμίσεις για την βελτίωση του τρόπου είσπραξης ληξιπρόθεσμων χρεών προς το Δημόσιο (εφορία, ασφαλιστικά ταμεία, ΟΤΑ), ενώ το 16.1% έχει αντίθετη άποψη. Στις Επιχειρήσεις με 6-10 εργαζόμενους νέα μέτρα ζητάει το 84.1% και σ'αυτές με 11-20 εργαζόμενους το 79.4%. Είναι τα δύο μεγαλύτερα ποσοστά ανάμεσα στις κατηγορίες μεγεθών των Επιχειρήσεων.

Από το Ε.Ε.Α.

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

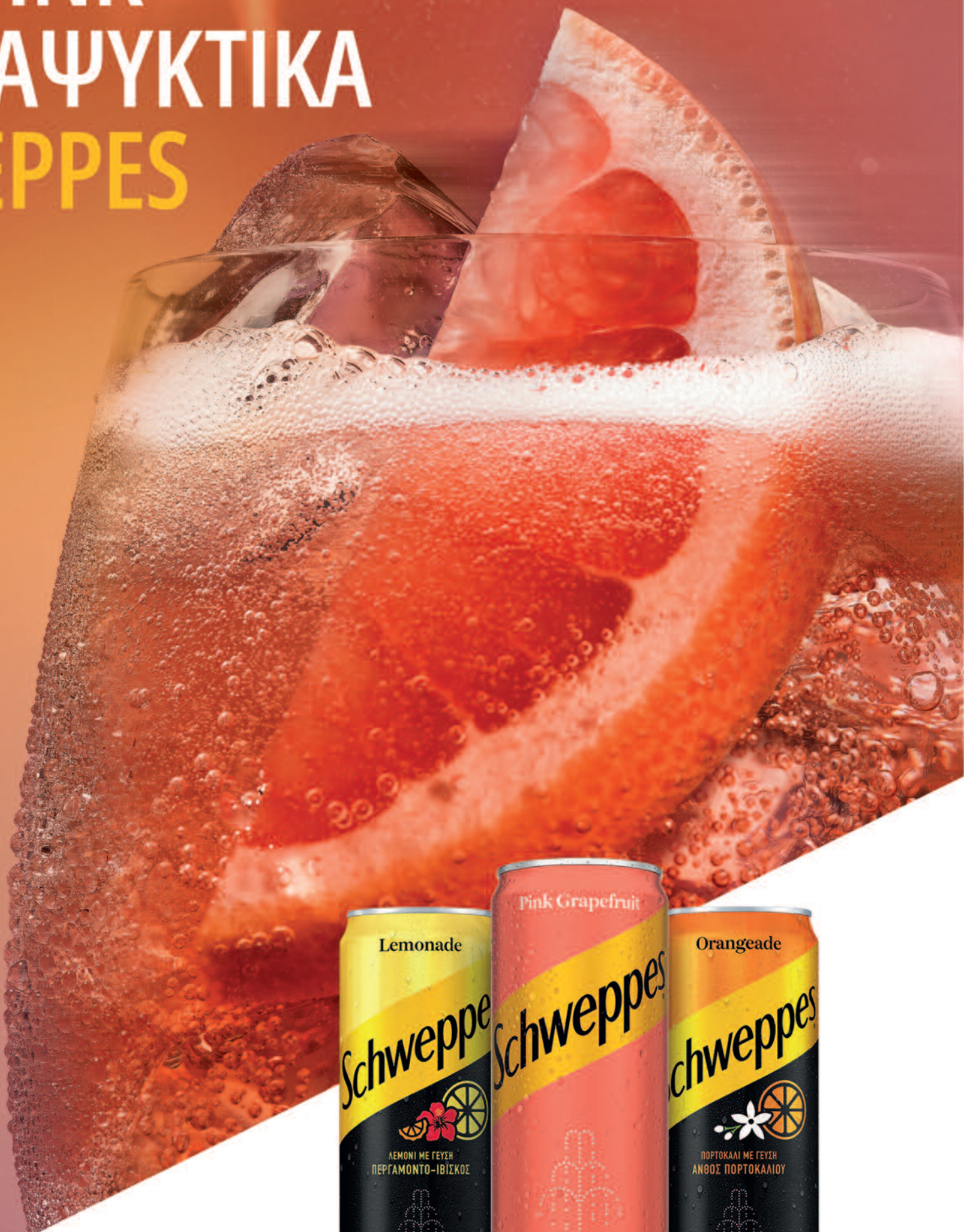
Επιμέλεια Έκδοσης -
Εκτύπωση
ΕΚΔΟΣΕΙΣ ΔΕΣΜΟΣ
Ε. Γιάνναρη 5, 11853
210-3468268

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

ΚΑΘΕ ΣΤΙΓΜΗ ΕΙΝΑΙ PINK ΜΕ ΑΝΑΨΥΚΤΙΚΑ SCHWEPPES



Απολαύστε Υπέθυνα

BORN SOCIAL

ΞΕΚΙΝΗΣΕ ΕΝΑΣ ΜΕΓΑΛΟΣ ΠΟΛΕΜΟΣ ΣΤΙΣ ΤΙΜΕΣ ΤΗΣ ΤΕΚΙΛΑΣ

Η Αμερική χάνει την όρεξή της για ακριβή τεκίλα. Οι πωλήσεις του μεξικάνικου ποτού εκτοξεύτηκαν την τελευταία δεκαετία, το οποίο έγινε το δεύτερο πιο δημοφιλές αλκοολούχο ποτό στις ΗΠΑ μετά τη βότκα. Όμως η ζήτηση για τεκίλα έχει μειωθεί, όπως αναφέρει η Wall Street Journal.

Οι μάρκες υψηλής ποιότητας, όπως η Casamigos της Diageo και η Patrón της Bacardi, έχουν μειώσει τις τιμές για περισσότερο από ένα χρόνο, σύμφωνα με ανάλυση της εταιρείας ερευνών μετοχών Bernstein. Μέχρι πρόσφατα, ένα μπουκάλι 750 χιλιοστόλιτρων Casamigos Blanco πωλούνταν συνήθως για περισσότερα από 45 δολάρια, σύμφωνα με την εταιρεία παρακολούθησης του κλάδου IVSR. Τώρα πωλείται για 40 δολάρια, ανάλογα με την τοποθεσία. Ο όγκος πωλήσεων τεκίλας, μεσκάλ και άλλων αλκοολούχων ποτών με βάση την αγαύη στις ΗΠΑ παρέμεινε περίπου αμετάβλητος το 2024, σύμφωνα με το IVSR. Οι πωλήσεις μειώθηκαν στην ultra-premium τεκίλα, με τιμές μεταξύ 45 και 99,99 δολαρίων, και αυξήθηκαν στις μεσαίες κατηγορίες με τιμές μεταξύ 22,50 και 44,99 δολαρίων.

Οι καταναλωτές κάνουν στροφή στη φθηνή τεκίλα

Η απομάκρυνση των καταναλωτών από την ακριβή τεκίλα σηματοδοτεί την αντιστροφή μιας πολυετούς τάσης. Μέχρι πρόσφατα, πολλοί καταναλωτές είχαν στραφεί σε πιο ακριβά κρασιά και αλκοολούχα ποτά.

Η τεκίλα, που κάποτε συνδεόταν με μαργαρίτες και σφηνάκια, απέκτησε μεγαλύτερη δημοτικότητα χάρη στις διαφημίσεις διασημοτήτων, το αυξημένο ενδιαφέρον για τα χειροποίητα αλκοολούχα ποτά και τη στροφή προς την κατανάλωση λιγότερων αλλά καλύτερων ποτών.

Παρακινούμενη από αυτές τις τάσεις, η Diageo συμφώνησε το 2017 να πληρώσει έως και 1 δισεκατομμύριο δολάρια για να αγοράσει την Casamigos, τη μάρκα τεκίλας που συνίδρυσε ο ηθοποιός Τζορτζ Κλούνεϊ.

Η απειλή του προέδρου Τραμπ για επιβολή δασμών 25% στις μεξικανικές εισαγωγές -που επί του παρόντος έχει ανασταλεί για ένα μήνα μετά από συμφωνία με την πρόεδρο του Μεξικού Κλαούντια Σείνμπάουμ- έχει προσθέσει περισσότερη αβεβαιότητα για τους



παραγωγούς και τους εισαγωγείς τεκίλας. Η τεκίλα αποτελούσε μέχρι πρόσφατα ένα φωτεινό σημείο για τη βιομηχανία αλκοόλ, η οποία αγωνίζεται να διατηρήσει τους καταναλωτές. Οι πωλήσεις αλκοόλ στις ΗΠΑ μειώνονται εξαιτίας των ανησυχιών των καταναλωτών για την υγεία, της διευρυνόμενης νομιμοποίησης της κάνναβης και της μετατόπισης των γενεών προς λιγότερη κατανάλωση αλκοόλ.

Η ΒΙΟΜΗΧΑΝΙΑ ΕΛΠΙΖΕΙ ΟΤΙ ΟΙ ΝΕΕΣ ΤΑΣΕΙΣ ΘΑ ΤΗ ΒΟΗΘΗΣΟΥΝ ΝΑ ΕΠΙΒΙΩΣΕΙ

Η παγκόσμια κατανάλωση κρασιού βρίσκεται σε σταθερή πτώση τα τελευταία χρόνια και αυτό έχει αναγκάσει τη βιομηχανία του κρασιού να προσαρμοστεί.

Τα βιολογικά και πορτοκαλί κρασιά (ένας τύπος λευκού κρασιού που παράγεται αν ακολουθήσουμε τη διαδικασία που εφαρμόζεται στα κόκκινα, δηλαδή με παρατεταμένη διαβροχή των θρυμματισμένων φλοιών των σταφυλιών και των σπόρων), οι μη αλκοολούχες επιλογές και οι υψηλής ποιότητας εκλεκτές σοδειές καταγράφουν αυξημένη ζήτηση, καθώς η αυξανόμενη ευαισθητοποίηση για την υγεία και ο πληθωρισμός επηρεάζουν τις καταναλωτικές συνήθειες.

Όπως γράφει το CNBC, η παγκόσμια παραγωγή κρασιού εκτιμάται ότι μειώθηκε κατά περίπου 2% πέρυσι, φτάνοντας στα χαμηλότερα επίπεδα από το 1961, σύμφωνα με την Παγκόσμια Έκθεση για την Παραγωγή Κρασιού 2024 της Διεθνούς Οργάνωσης Αμπέλου και Οίνου. Σύμφωνα με τον οργανισμό του κλάδου, η κλιματική αλλαγή και τα ακραία καιρικά φαινόμενα έπαιξαν σημαντικό ρόλο σε αυτήν την πτώση -ιδιαίτερα στη Γαλλία, όπου η παραγωγή μειώθηκε τόσο πολύ που περιγράφηκε ως «σημαντικός παράγοντας που επηρεάζει την παγκόσμια προσφορά κρασιού». Η μείωση της παραγωγής συνοδεύεται και από μείωση της κατανάλωσης, λόγω τόσο των οικονομικών προκλήσεων όσο και των αλλαγών στις καταναλωτικές συνήθειες όσον αφορά το αλκοόλ. Τα πιο πρόσφατα στατιστικά στοιχεία δείχνουν ότι η παγκόσμια κατανάλωση κρασιού μειώθηκε κατά 2,6% το 2023 σε σύγκριση με το 2022, όταν ήδη βρισκόταν σε χαμηλά επίπεδα.

«Το κρασί και η μπύρα δεν είναι πια καθημερινή επιλογή»

«Οι άνθρωποι προσπαθούν ενεργά να πίνουν λιγότερο», δήλωσε ο Richard Halstead, COO της εταιρείας ερευνών καταναλωτών στον κλάδο των αλκοολούχων ποτών IVSR. Ενώ τα αποστάγματα, όπως το κονιάκ και το ουίσκι, παραμένουν για ειδικές περιστάσεις, ποτά όπως το κρασί και η μπύρα — που κάποτε ήταν η καθημερινή επιλογή — δέχον-



ται πιέσεις, εξήγησε.

Αυτό έχει οδηγήσει σε μια αλλαγή εστίασης για πολλούς στη βιομηχανία του κρασιού, καθώς το κρασί μετατρέπεται από καθημερινό ποτό σε μια περιστασιακή απόλαυση.

«Ο κλάδος σκέφτεται πώς οι άνθρωποι μπορούν να ξοδεύουν λίγο περισσότερα χρήματα σε αυτό, καθιστώντας το προϊόν πιο ενδιαφέρον [...]». Οι άνθρωποι θέλουν να έχουν τον έλεγχο, ενδιαφέρονται περισσότερο για το ίδιο το προϊόν, παρά απλώς για το ότι περιέχει αλκοόλ», εξηγεί ο

Richard Halstead. Αυτό το πιο εξειδικευμένο ενδιαφέρον έχει οδηγήσει σε ανάπτυξη τομέων οινοποιίας που παλιότερα θεωρούνταν εξειδικευμένοι. Σύμφωνα με μελέτη της εταιρείας ερευνών αγοράς Horizon, η αγορά βιολογικού κρασιού αναμένεται να σημειώσει σύνθετο ετήσιο ρυθμό ανάπτυξης 10,3% μεταξύ 2024 και 2030, με την Ευρώπη να καταγράφει τα μεγαλύτερα έσοδα.

«Οι άνθρωποι ξέρουν πλέον τι πίνουν»

Η Tatiana Fokina, CEO της Hedonism Wines, ενός καταστήματος ποτών στο Mayfair γνωστού για τις σπάνιες επιλογές του, δήλωσε ότι έχει παρατηρήσει σημαντικές αλλαγές στις πωλήσεις κρασιού από τότε που το κατάστημα άνοιξε το 2012. Συγκεκριμένα, ανέφερε ότι οι καταναλωτές δείχνουν ολοένα και μεγαλύτερο ενδιαφέρον για τη διαδικασία παραγωγής και την προέλευση του κρασιού που καταναλώνουν.

«Νομίζω ότι οι άνθρωποι είναι πολύ πιο ενημερωμένοι για το τι πίνουν. Αναπτύσσουν πιο εκλεπτυσμένους ουρανίσκους, μαθαίνουν περισσότερα για τα σύνθετα κρασιά, πιθανώς κρασιά υψηλότερης κατηγορίας, αντί να αγοράζουν απλά, χαμηλότερης ποιότητας κρασιά», ανέφερε.

Η αλλαγή αυτή έρχεται καθώς οι ειδικοί ελπίζουν σε μια αναζωογόνηση της αγοράς εκλεκτών κρασιών, μετά από μια πτώση 11% στις τιμές το 2024. Σύμφωνα με τους ειδικούς, το δημογραφικό προφίλ των αγοραστών εκλεκτών κρασιών αλλάζει, καθώς η γενιά των baby boomers (γεννημένοι μεταξύ 1946 και 1964) «αποχωρεί» σταδιακά από την αγορά, ενώ οι νεότερες γενιές αρχίζουν να ενδιαφέρονται, ιδίως μέσω ψηφιακών αγορών που συμβάλλουν στη «δημοκρατικοποίηση» της πρόσβασης στον κλάδο.

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



Απολαύστε υπεύθυνα

Ακίνητα

ΓΙΑΤΙ ΣΤΡΕΦΟΝΤΑΙ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ ΓΙΑ ΕΞΟΧΙΚΕΣ ΚΑΤΟΙΚΙΕΣ;

Αναζητώντας οικονομικότερες λύσεις, πολλοί Ευρωπαίοι στρέφονται στην ελληνική αγορά εξοχικής κατοικίας. Οι ανταγωνιστικές τιμές, το ευνοϊκό φορολογικό πλαίσιο και οι υψηλές επενδυτικές αποδόσεις καθιστούν την Ελλάδα ελκυστική επιλογή για ξένους αγοραστές.

Η ελληνική αγορά εξοχικής κατοικίας αναδεικνύεται σε έναν από τους πιο ελκυστικούς προορισμούς για τους Ευρωπαίους, καθώς οι τιμές ακινήτων στο εξωτερικό έχουν γίνει απαγορευτικές για τον μέσο αγοραστή. Παρότι οι τιμές στην Ελλάδα έχουν καταγράψει σημαντική άνοδο τα τελευταία χρόνια, παραμένουν αισθητά χαμηλότερες σε σύγκριση με άλλες ευρωπαϊκές χώρες, καθιστώντας τη χώρα μας μια ιδιαίτερα ελκυστική επιλογή. Η ζήτηση από αγοραστές σε χώρες όπως η Γερμανία, η Ολλανδία και το Βέλγιο βρίσκεται σε σταθερή άνοδο, καθώς οι υψηλές τιμές και η περιορισμένη προσφορά ακινήτων στις δικές τους αγορές τους ωθούν να αναζητήσουν λύσεις στο εξωτερικό. Η Ελλάδα προσφέρει όχι μόνο προσιτές τιμές, αλλά και ευνοϊκό φορολογικό καθεστώς, γεγονός που ενισχύει την ελκυστικότητά της.

Σύμφωνα με την εταιρεία Elxis – At Home in Greece, που εξειδικεύεται στην αγορά εξοχικών κατοικιών, η αποκλιμάκωση των επιτοκίων στην Ευρωζώνη έχει ήδη

αρχίσει να δίνει ώθηση στην αγορά ακινήτων. Η τάση αυτή είναι ιδιαίτερα εμφανής στη Γερμανία και την Ολλανδία, όπου η αγορά είχε δεχτεί πλήγμα τα τελευταία χρόνια λόγω του αυξημένου κόστους δανεισμού.

Τα στοιχεία

Στοιχεία της Eurostat δείχνουν ότι το 2024 οι τιμές των κατοικιών στην Ευρωζώνη μειώθηκαν κατά 1,2%, με τη Γερμανία να καταγράφει πτώση 8,5% και την Ολλανδία 1,9%. Ωστόσο, από τις αρχές του 2025 η αγορά κατοικίας στην Ευρώπη εισέρχεται σε φάση ανάκαμψης, με τις τιμές να καταγράφουν αύξηση 1,9% το δεύτερο τρίμηνο και 1,4% το τρίτο τρίμηνο του έτους.

Η μείωση των επιτοκίων και η ενίσχυση των εισοδημάτων έχουν οδηγήσει σε αύξηση της ζήτησης για στεγαστικά δάνεια κατά 4%, σύμφωνα με την Ευρωπαϊκή Κεντρική Τράπεζα. Παρόλα αυτά, η συνολική ζήτηση δανείων παραμένει 30% χαμηλότερη από το 2022, δείχνοντας ότι η αγορά εξακολουθεί να βρίσκεται σε μεταβατικό



στάδιο.

Η Elxis επισημαίνει ότι οι θετικές προοπτικές στην ευρωπαϊκή αγορά κατοικίας αναμένεται να συνεχιστούν και το 2026, σύμφωνα με ανάλυση της ING. Η σταδιακή μείωση των επιτοκίων, σε συνδυασμό με τις σοβαρές ελλείψεις κατοικιών σε πολλές χώρες, δημιουργεί συνθήκες ανόδου των τιμών. Χαρακτηριστικό είναι το παράδειγμα της Γερμανίας, όπου οι νέες οικοδομικές άδειες το 2023 μειώθηκαν στο χαμηλότερο επίπεδο από το 2010, με τις εκτιμήσεις για το 2025 να δείχνουν περαιτέρω μείωση κατά 45%.

Ανταγωνιστικός προορισμός

Μέσα σε αυτό το περιβάλλον, η Ελλάδα ξεχωρίζει ως ένας από τους πλέον ανταγωνιστικούς προορισμούς για

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 I 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 I
Νομική Σύμβουλος – Δικηγόρος LL.M I
Εξειδικευμένη Σύμβουλος IP

6936973490
2130441430

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

Από τις αρχές του 2025 η αγορά κατοικίας στην Ευρώπη εισήλθε σε φάση ανάκαμψης

αγορά εξοχικής κατοικίας. Παρά την άνοδο των τιμών των παραθεριστικών ακινήτων στη χώρα, που αυξάνονται με ρυθμό 8%-10% ετησίως, οι τιμές παραμένουν προσιτές σε σύγκριση με άλλες αγορές. Για παράδειγμα, στην Ολλανδία, το κόστος απόκτησης ενός σύγχρονου σπιτιού φτάνει τις 500.000 ευρώ, ενώ στο Μόναχο μια μονοκατοικία αγγίζει το 1,5 εκατ. ευρώ. Αντίθετα, στην Κρήτη, μια νεόδμητη βίλα με πισίνα και δύο υπνοδωμάτια κοστίζει 280.000 ευρώ, ενώ μια αντίστοιχη κατοικία με τρία υπνοδωμάτια διαμορφώνεται στις 360.000 ευρώ.

«Με αυτά τα χρήματα, στην Ολλανδία κάποιος αγοράζει ένα σπίτι από κοντέινερ ή πλαστικό, σε κάποιο πάρκο, χωρίς να κατέχει καν τη γη, την οποία ενοικιάζει από τον δήμο», επισημαίνει χαρακτηριστικά ο διευθύνων σύμβουλος της Elxis, Γιώργος Γαβριηλίδης.

Η φορολογία

Επιπλέον, το φορολογικό καθεστώς ευνοεί σημαντικά τις αγορές ακινήτων στην Ελλάδα. Στην Ολλανδία, ο φόρος μεταβίβασης για εξοχικές κατοικίες φτάνει το 10,4%, ενώ στην Ελλάδα παραμένει μόλις στο 3%.

Η σταθερή ανάπτυξη της αγοράς και οι ευνοϊκές συνθήκες διατηρούν την Ελλάδα στο επίκεντρο του ενδιαφέροντος των Ευρωπαίων αγοραστών. Με το κόστος ζωής χαμηλότερο σε σχέση με άλλες ευρωπαϊκές χώρες, το υψηλό τουριστικό ενδιαφέρον και τις σημαντικές προοπτικές απόδοσης των ακινήτων, η χώρα μας αναμένεται να παραμείνει ένας από τους κορυφαίους προορισμούς για αγορά εξοχικής κατοικίας και τα επόμενα χρόνια.

Οι Ποικιλίες μπυρών ανά τον κόσμο

Pale Ale: Η Αρωματική και Ισορροπημένη Μπίρα

Μέρος 4ο

Η Pale Ale είναι μία από τις πιο διαδεδομένες και αγαπητές κατηγορίες μπίρας παγκοσμίως. Χαρακτηρίζεται από τη χρυσή έως κεχριμπαρένια απόχρωσή της, το πλούσιο άρωμα λυκίσκου και τη διακριτική πικράδα, που την καθιστά ιδιαίτερα ισορροπημένη στη γεύση. Αν και η κατηγορία αυτή έχει βρετανική καταγωγή, έχει εξελιχθεί και διαφοροποιηθεί μέσα στον χρόνο, με διάφορες παραλλαγές να έχουν αποκτήσει ιδιαίτερη φήμη σε διαφορετικά μέρη του κόσμου.

Ιστορία και Προέλευση

Η Pale Ale εμφανίστηκε στην Αγγλία τον 18ο αιώνα, όταν οι ζυθοποιοί άρχισαν να χρησιμοποιούν νέα είδη ξηρότερου και ελαφρύτερα καβουρδισμένου κριθαριού, με αποτέλεσμα να δημιουργήσουν μια πιο ανοιχτόχρωμη μπίρα από τις σκοτεινές και βαριές Porter και Stout που κυριαρχούσαν εκείνη την εποχή.

Αυτές οι «ανοιχτόχρωμες» (pale) μπίρες, αν και αρχικά περιορισμένες σε παραγωγή, έγιναν ιδιαίτερα δημοφιλείς κατά τη διάρκεια του 19ου αιώνα, όταν οι τεχνικές βυνοποίησης βελτιώθηκαν, επιτρέποντας μεγαλύτερη παραγωγή βύνης που δεν ήταν υπερβολικά σκούρα.

Οι ζυθοποιοί άρχισαν να πειραματίζονται με διάφορα είδη λυκίσκου, προσθέτοντας αρωματικά και πικρά στοιχεία που έκαναν τη μπίρα πιο ισορροπημένη και εύγευστη.

Γευστικό Προφίλ και Βασικά Χαρακτηριστικά

Η Pale Ale είναι μια μπίρα με μεσαίο σώμα, μέτρια πικράδα και ισορροπημένο προφίλ μεταξύ βύνης και λυκίσκου. Τα



- κύρια χαρακτηριστικά της περιλαμβάνουν:
- Χρώμα: Χρυσό έως κεχριμπαρένιο
 - Άρωμα: Φρουτώδες, λουλουδένιο ή ελαφρώς γήινο, ανάλογα με τον τύπο του λυκίσκου που χρησιμοποιείται
 - Γεύση: Ισορροπημένη, με ήπια γλυκύτητα από τη βύνη και διακριτική πικράδα
 - Αλκοολικός Βαθμός: Συνήθως από 4% έως 6% ABV (Alcohol by Volume)
 - Ανθράκωση: Μέτρια, που συμβάλει σε μια αναζωογονητική αίσθηση
- Η γεύση μπορεί να διαφέρει αρκετά ανάλογα με την προέλευση και τη συνταγή.
- Οι κλασικές βρετανικές Pale Ale έχουν πιο μαλακή αίσθηση με γήινες και καραμελωμένες νότες, ενώ οι αμερικανικές εκδοχές έχουν εντονότερη πικράδα και πιο έντονα αρώματα εσπεριδοειδών και τροπικών φρούτων.

Διαφορετικοί Τύποι Pale Ale

English Pale Ale (Bitter)

Η παραδοσιακή βρετανική εκδοχή, γνωστή και ως Bitter, χαρακτηρίζεται από ήπιο λυκίσκο, με γήινα και βοτανικά αρώματα, καθώς και πιο γλυκιά γεύση από τη βύνη. Είναι μια από τις πιο κλασικές μπίρες των παμπ στην Αγγλία.

American Pale Ale (APA)

Μία από τις πιο δημοφιλείς παραλλαγές, η American Pale Ale έχει δημιουργηθεί από τις ζυθοποιίες των ΗΠΑ και χαρακτηρίζεται από την έντονη χρήση αμερικανικών λυκίσκων, που της δίνουν αρώματα εσπεριδοειδών, πεύκου και τροπι-



κών φρούτων. Έχει πιο έντονη πικράδα από την αγγλική εκδοχή, αλλά παραμένει ισορροπημένη και δροσιστική.

Belgian Pale Ale

Η βελγική εκδοχή έχει πιο φρουτώδη και ελαφρώς πικάντικα χαρακτηριστικά, λόγω των μοναδικών ζυμομυκήτων που χρησιμοποιούνται στη ζυθοποίηση. Είναι πιο αρωματική και έχει μια ελαφριά γλυκύτητα, που την κάνει πιο ήπια σε σύγκριση με τις αμερικανικές και αγγλικές εκδοχές.

India Pale Ale (IPA)

Αν και τεχνικά ανήκει στην οικογένεια των Pale Ale, η India Pale Ale είναι μια πιο πικρή και λυκισκο-κεντρική εκδοχή, που δημιουργήθηκε αρχικά για εξαγωγή στις βρετανικές αποικίες. Σήμερα, οι IPA είναι εξαιρετικά δημοφιλείς, με πολλές διαφορετικές υποκατηγορίες, όπως τις West Coast IPA και New England IPA (NEIPA).

Σουρωτή με φυσικό άρωμα ΡΟΖ ΓΚΡΕΙΠΦΡΟΥΤ

Sparkling

ΖΑΧΑΡΗ ΧΩΡΙΣ ΘΕΡΜΙΔΕΣ

ΦΥΣΙΚΟ ΑΡΩΜΑ ΡΟΖ ΓΚΡΕΙΠΦΡΟΥΤ

Φορολογικά

ΣΤΙΣ 25/4/2025 Η ΑΥΤΟΜΑΤΗ ΥΠΟΒΟΛΗ ΤΩΝ ΠΡΟΕΚΚΑΘΑΡΙΣΜΕΝΩΝ ΔΗΛΩΣΕΩΝ ΦΟΡΟΛΟΓΙΑΣ ΕΙΣΟΔΗΜΑΤΟΣ

Αυτόματη οριστικοποίηση την Παρασκευή 25/4/2025

Προσυμπληρωμένες και προεκκαθαρισμένες από την Ανεξάρτητη Αρχή Δημοσίων Εσόδων θα είναι, για δεύτερη συνεχή χρονιά, οι δηλώσεις φορολογίας εισοδήματος φορολογικού έτους 2024, που αφορούν φυσικά πρόσωπα, κατά κύριο λόγο μισθωτούς και συνταξιούχους.

Με βάση τα στοιχεία που έχει στη διάθεσή της η ΑΑΔΕ και όπως αυτά απεστάλησαν από τους εργοδότες και τους αρμόδιους φορείς, υπολογίζεται ότι για το 2024 προεκκαθαρισμένες θα είναι πάνω από 1,3 εκατομμύρια δηλώσεις, που αφορούν πάνω από 1,5 εκατομμύρια φορολογούμενους, δηλαδή 100.000 περισσότερες δηλώσεις σε σχέση με πέρυσι.

Σύμφωνα με την Απόφαση Α.1040/2025 του Διοικητή της ΑΑΔΕ, Γιώργου Πιτσιλή, όσοι ενταχθούν στη διαδικασία της αυτόματης εκκαθάρισης, θα ενημερωθούν κατά την έναρξη των φορολογικών δηλώσεων, για την ανάρτηση της δήλωσης και του φόρου που θα προκύψει από την εκκαθάρισή της:



- στην ψηφιακή πύλη myAADE (myaade.gov.gr), στη διαδρομή Μητρώο & Επικοινωνία > Τα Μηνύματά μου
- στο myAADEapp, για όσους έχουν κατεβάσει την εφαρμογή στο κινητό τους και
- με e-mail στη διεύθυνση ηλεκτρονικού ταχυδρομείου που έχουν δηλώσει.

Οι φορολογούμενοι που θα λάβουν την παραπάνω ειδοποίηση πρέπει να ελέγξουν την προσυμπληρωμένη δήλωση στην ψηφιακή πύλη myAADE (myaade.gov.gr) στη διαδρομή Εφαρμογές > Φορολογικές Υπηρεσίες > Εισόδημα > Δήλωση Φορολογίας Εισοδήματος ΦΠ Ε1-Ε2-Ε3. Εφόσον διαπιστώσουν ότι τα στοιχεία είναι πλήρως

προσυμπληρωμένα και ακριβή, δεν χρειάζεται να κάνουν κάποια ενέργεια για την υποβολή της δήλωσής τους, καθώς αυτή θα οριστικοποιηθεί αυτόματα από την ΑΑΔΕ, την Παρασκευή 25/4/2025.

Σημειώνεται ότι, σε κάθε περίπτωση οι φορολογούμενοι έχουν τη δυνατότητα να υποβάλουν τη δήλωσή τους, πριν τις 25/4. Στην περίπτωση που τα προσυμπληρωμένα στοιχεία δεν είναι ακριβή ή ελλείπουν στοιχεία, οι φορολογούμενοι υποχρεούνται να τροποποιήσουν ή/και να συμπληρώσουν τα ορθά στοιχεία υποβάλλοντας:

- α) αρχική δήλωση, μέχρι την Πέμπτη 24/4/2025, ή/και
- β) τροποποιητική δήλωση χωρίς κυρώσεις (επέχει θέση αρχικής δήλωσης), από την Παρασκευή 25/4/2025 μέχρι και την Τρίτη 15/7/2025

Διευκρινίζεται ότι στην εφαρμογή των δηλώσεων φορολογίας εισοδήματος, θα δημιουργηθεί ειδικό ψηφιακό αρχείο που περιλαμβάνει το σύνολο των στοιχείων που θα λάβει υπόψη της η ΑΑΔΕ για την προσυμπλήρωση της δήλωσης και ενημέρωση για το φορολογικό αποτέλεσμα, χρεωστικό, μηδενικό ή πιστωτικό, που προκύπτει με βάση αυτά.

Ο φόρος που θα προκύψει από την αυτόματη οριστικοποίηση της δήλωσης από την ΑΑΔΕ στις 25/4/2025, δεν συμφιζείται αυτεπάγγελτα με χρηματικές απαιτήσεις του φορολογούμενου έναντι του Δημοσίου, πριν την πάροδο της γενικής προθεσμίας για την υποβολή των φορολογικών δηλώσεων (15/7/2025).

Σε συνέχεια της αυτόματης οριστικοποίησης της δήλωσης για την καταβολή του φόρου ισχύει ό,τι προβλέπεται για τους φορολογούμενους που υποβάλουν οι ίδιοι τη δήλωσή τους. Συγκεκριμένα, η καταβολή πραγματοποιείται σε 8 ισόποσες μηνιαίες δόσεις, από τις οποίες η πρώτη θα πρέπει να καταβληθεί μέχρι την Πέμπτη 31/7/2025 και η καθεμία από τις επόμενες μέχρι την τελευταία εργάσιμη ημέρα των 7 επόμενων μηνών.

Για τις προεκκαθαρισμένες δηλώσεις, σε περίπτωση εφάπαξ καταβολής μέχρι τις 31/7/2025, παρέχεται έκπτωση 4%, ανεξαρτήτως εάν υποβληθούν από τον

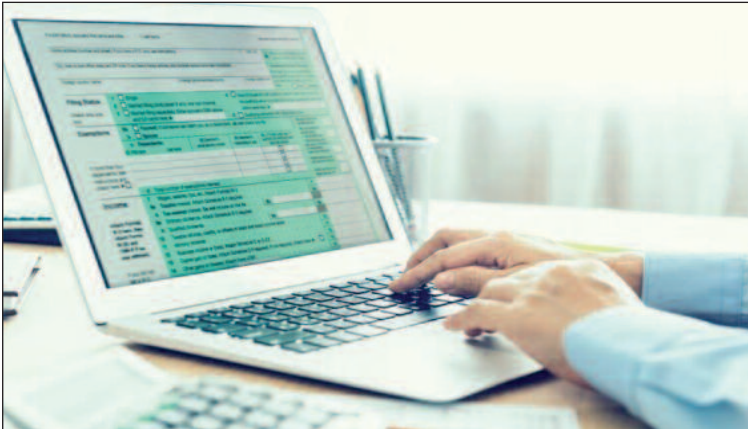


φορολογούμενο μέχρι και τις 24/4 ή οριστικοποιηθούν από την ΑΑΔΕ στις 25/4/2025, καθώς και για τροποποιήσεις έως τις 30/4/2025.

Για τροποποιήσεις των δηλώσεων αυτών από 1/5 και μετά, εφόσον προκύπτει επιπλέον χρεωστικό ποσό προς καταβολή παρέχεται έκπτωση:

- 3%, εάν υποβληθούν μέχρι 15/6 και
- 2% εάν υποβληθούν μέχρι 15/7.

Το αρχικό ποσό προς καταβολή διατηρεί την έκπτωση 4%.



Η διαδικασία των προσυμπληρωμένων και προεκκαθαρισμένων φορολογικών δηλώσεων από την ΑΑΔΕ διευκολύνει σημαντικά τους φορολογούμενους, μειώνοντας τη γραφειοκρατία και διασφαλίζοντας την ακρίβεια των δηλωμένων στοιχείων. Παράλληλα, δίνεται η δυνατότητα ελέγχου και τροποποίησης όπου απαιτείται, ώστε να αποφευχθούν λάθη ή παραλείψεις. Με την αυτόματη εκκαθάριση και τις προβλεπόμενες εκπτώσεις για εφάπαξ πληρωμή ή έγκαιρη υποβολή, το νέο σύστημα συμβάλλει στη διαφάνεια και τη διευκόλυνση των πολιτών στη φορολογική τους υποχρέωση.

<https://www.taxheaven.gr>

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

Επιδότησεις και Υγεία

Αυτές είναι οι επιδοτήσεις για το Μάρτιο στα οικιακά τιμολόγια

Το ύψος της έκτακτης στήριξης στους λογαριασμούς ηλεκτρικού ρεύματος, που αφορά σε καταναλώσεις του Μαρτίου ανακοίνωσε το Υπουργείο Περιβάλλοντος και Ενέργειας ανακοινώνει, σήμερα, Πέμπτη, 6 Μαρτίου 2025,.

Αναλυτικά, και σύμφωνα με την ανακοίνωση του Υπουργείου, οι οι ενισχύσεις για την ηλεκτρική ενέργεια σε οικιακά τιμολόγια και για όλες τις παροχές κύριας και μη κύριας κατοικίας, χωρίς εισοδηματικά κριτήρια και ανεξαρτήτως παρόχου, διαμορφώνονται ως εξής:

Για μηνιαίες καταναλώσεις έως 500kWh, η ενίσχυση διαμορφώνεται σε 15 €/MWh ή 1,5 λεπτό/kWh. Η κατηγορία αυτή καταλαμβάνει το 90% των νοικοκυριών στην Ελλάδα.



Οι εν λόγω ενισχύσεις αφορούν σε καταναλωτές, οι οποίοι είναι συμβεβλημένοι σε κυμαινόμενα τιμολόγια ηλεκτρικής ενέργειας.

Αντίστοιχα, στα νοικοκυριά που είναι ενταγμένα στο Κοινωνικό Οικιακό Τιμολόγιο (ΚΟΤ), η ενίσχυση ανέρχεται σε 35 €/MWh ή 3,5λεπτά/kWh για το σύνολο της κατανάλωσης.

Το συνολικό κόστος της ενίσχυσης για τον Μάρτιο ανέρχεται σε 22,3 εκατ.

ευρώ.

Υπογραμμίζεται, επίσης, ότι η μέση τιμή χονδρικής,πανευρωπαϊκά, τους προηγούμενους πέντε μήνες βαίνει αυξανόμενη. Τον Οκτώβριο του 2024 διαμορφώθηκε σε 82,74 €/MWh, τον Νοέμβριο του 2024 σε 112,18 €/MWh, τον Δεκέμβριο του 2024 σε 107,61 €/MWh, τον Ιανουάριο του 2025 σε 112,03 €/MWh και τον Φεβρουάριο του 2025 σε 126,36 €/MWh. Όσον αφορά στον τρέχοντα μήνα, η μέση τιμή χονδρικής, πανευρωπαϊκά, διαμορφώνεται, μέχρι στιγμής, σε 89,47€/MWh. Γεγονός που καταδεικνύει την αποκλιμάκωση στις τιμές, που αναμένεται κατά το επόμενο χρονικό διάστημα.

Συνεπώς, παρά, τις αυξήσεις που παρατηρήθηκαν στις χονδρεμπορικές αγορές ηλεκτρικής ενέργειας της ΕΕ τους προ-

ηγούμενους μήνες, οι εγχώριες τιμές λιανικής συνεχίζουν να διατηρούνται, σε σταθερό επίπεδο, για τους καταναλωτές.

Επισημαίνεται ότι η μεσοσταθμική τιμή του «πράσινου τιμολογίου» για τους τρεις μεγαλύτερους παρόχους σε μερίδιο αγοράς στη Χαμηλή Τάση (άνω του 80% της οικιακής κατανάλωσης), συμπεριλαμβανομένης της επιδότησης Μαρτίου, ανέρχεται σε 140,5 €/MWh ή 14,05 λεπτά/kWh και διατηρείται στο επίπεδο των τριών προηγούμενων μηνών.

Βουτιά πενταμήνου για τις τιμές στο ρεύμα – Οι ΑΠΕ φέρνουν μειώσεις στους λογαριασμούς

Πτώση στη μέση τιμή ρεύματος στα χαμηλότερα πενταμήνου

Για την Κυριακή 9 Μαρτίου στην DAM η τιμή ρεύματος, όπως αυτή διαμορφώνεται στο χρηματιστήριο ενέργειας με βάση το μίγμα ηλεκτροπαραγωγής και τη ζήτηση, κλείδωσε στα 83,7 ευρώ/MWh.

Αυτή η τιμή σε σχέση με σήμερα Σάββατο 8 Μαρτίου είναι χαμηλότερη κατά 23,12%. Η τιμή των 83,7 ευρώ/MWh στο χρηματιστήριο ενέργειας είναι από τις χαμηλότερες του τελευταίου πενταμήνου.

Για την ακρίβεια από τον περασμένο Οκτώβριο οι τιμές στη χονδρεμπορική αγορά έχουν να βρεθούν σε τέτοια χαμηλά επίπεδα. Πιο συγκεκριμένα στις 13 Οκτωβρίου η αγορά ηλεκτρικής είχε κλείσει στα 44,47 ευρώ/MWh και στις 20 του ίδιου μήνα στα 56,38 ευρώ/MWh. Από τότε οι τιμές κυμαίνονταν σε επίπεδα άνω των 90 και 100 αλλά και 130 ευρώ/MWh.

Επιστρέφουν οι ΑΠΕ και οι μηδενικές τιμές στο χρηματιστήριο ενέργειας

Οι καιρικές συνθήκες ευνοούν τη μείωση του ενεργειακού κόστους.

Κι αυτό επειδή λειτουργούν περισσότερες ώρες τις ημέρας οι φθηνές ΑΠΕ, τα φωτοβολταϊκά και αιολικά πάρκα.

Είναι χαρακτηριστικό ότι στη διάρκεια της Κυριακής 9 Μαρτίου για επτά ώρες από τις 9 το πρωί μέχρι και τις 3 το μεσημέρι οι ΑΠΕ κυριαρχούν στο ενεργειακό μίγμα της ηλεκτροπαραγωγής με ποσοστά από 70% έως και 90%.

Σε αυτό το επτάωρο για τρεις ώρες οι συναλλαγές στη χρηματιστηριακή αγορά ενέργειας γίνονται σχεδόν με μηδενικές τιμές. Για την ακρίβεια οι αγοραπωλησίες ποσοτήτων ηλεκτρικής ενέργειας γίνονται στα 0,04 ευρώ/MWh.

Στο σύνολο της Κυριακής 9 Μαρτίου οι ΑΠΕ κατέχουν το 43,45%, το φυσικό αέριο το 32,02% και οι εισαγωγές το 20,21% της ηλεκτροπαραγωγής.

Υγεία

«Ένα Ποτήρι Κρασί την Ημέρα Κάνει Καλό»

Μύθος ή Αλήθεια;

Κρασί λευκό, ροζέ ή κόκκινο; Κρασί κάθε μέρα ή μία φορά την εβδομάδα; Το κρασί μάς κάνει καλό, τελικά;

Η κατανάλωση κρασιού μαζί με το φαγητό είναι αναπόσπαστο κομμάτι της παραδοσιακής Μεσογειακής Διατροφής, όπως αυτή έχει αναγνωριστεί ως Άυλη Κληρονομιά της UNESCO από το 2011.

Σε αυτήν τη Μεσογειακή Διατροφή –που αξίζει να θυμόμαστε ότι είναι πολλά περισσότερα από μια απλή διατροφή, είναι ένας τρόπος ζωής– περιλαμβάνεται μέτρια, εβδομαδιαία κατανάλωση κρασιού, από την κατηγορία του κόκκινου.

Η παραδοσιακή Μεσογειακή Διατροφή, δε, είναι η μοναδική διατροφή με μετρήσιμα οφέλη στην πρόληψη καρδιοαγγειακών παθήσεων έως και 30% – ποσοστό αντίστοιχο με εκείνο της θεραπευτικής δράσης φαρμακευτικών ουσιών, όπως οι στατίνες.

Η πρώτη κλινική μελέτη στην οποία συμμετείχα σχετικά με τα οφέλη της κατανάλωσης κρασιού στον άνθρωπο ήταν το 2003. Τότε, είχαμε καταγράψει βελτιώσεις στους βιοδείκτες οξειδωτικού στρες σε υγιείς εθελοντές που κατανάλωναν κόκκινο κρασί σε μεταγευματική κατάσταση.

Έκτοτε, υπάρχει πληθώρα μελετών γύρω από τα οφέλη της Μεσογειακής Διατροφής στην ανθρώπινη υγεία, με τη στάνταρντ μέτρια σύσταση κατανάλωσης κόκκινου κρασιού – αυτό που καλούμε Mediterranean Drinking Pl.

Τι Είναι το Mediterranean Drinking Plan; Πρόκειται για τον αγγλικό όρο που διαφοροποιεί την κατανάλωση κρασιού στο πλαίσιο της Μεσογειακής Διατροφής και του τρόπου ζωής που αυτή ορίζει από την κατανάλωση γενικού αλκοόλ, όπως γίνεται στη Βόρεια Ευρώπη, στη Ρωσία, στη Βόρεια Αμερική και αλλού. Αυτή η κατανάλωση χαρακτηρίζεται από την εξής τριάδα, που θα πρέπει να λαμβάνουμε σοβαρά υπόψη:

- Επιλογή κρασιού, κατά προτίμηση κόκκινου, ως μοναδικής πηγής αλκοόλ. Οι πολυφαινόλες του κόκκινου κρασιού το διαφοροποιούν ως προς την αντιοξειδωτική του δύναμη.
- Κατανάλωση πάντα μαζί με φαγητό, κατά προτίμηση με παρέα.
- Κατανάλωση κατά τη διάρκεια της εβδομάδας. Δεν είναι το ίδιο το να πίνω ένα ποτήρακι κρασί την ημέρα και κάθε ημέρα με το να πίνω 1 μπουκαλί κρασί (χονδρικά, την ίδια ποσότητα δηλαδή) μία μέρα την εβδομάδα.

Πόσο Κρασί να Πίνω;

Η γενική οριζόντια οδηγία μεσογειακού τρόπου κατανάλωσης ορίζει για τις γυναίκες ένα ποτήρι ημερησίως, ενώ για τους άντρες δύο ποτήρια ημερησίως. Παρ’ όλα αυτά, η

- ποσότητα αυτή μπορεί να διαφέρει από άτομο σε άτομο και εξαρτάται από παράγοντες όπως:
- Το βάρος του σώματος. Αλλιώς μεταβολίζεται το αλκοόλ σε ένα ελαφρύ και αλλιώς σε ένα βαρύ σώμα.
 - Η σύσταση του σώματος. Το ποσοστό λίπους και η μυϊκή μάζα μπορούν να καθορίσουν το πόσο «κακή» μπορεί να είναι η ίδια ποσότητα αλκοόλ για διαφορετικά σώματα.
 - Η γενετική προδιάθεση. Υπάρχουν γονίδια που εμποδίζουν τον μεταβολισμό του αλκοόλ, με αποτέλεσμα τα άτομα αυτά να νιώθουν πολύ πιο γρήγορα και πολύ πιο έντονα τις αρνητικές επιπτώσεις του αλκοόλ, ακόμα και σε πολύ μικρές ποσότητες.
 - Η φυσική δραστηριότητα. Η άσκηση και



η κίνηση γενικότερα βοηθάει στη σωστή απομάκρυνση των τοξινών και των υποπροϊόντων του αλκοόλ από το σώμα μας. Άλλωστε ο μεσογειακός τρόπος ζωής θεωρεί αυτονόητη την καθημερινή κίνηση και άσκηση.

Τι Συμβαίνει με το Αλκοόλ που Περιλαμβάνεται στο Κρασί;

Μολονότι το αλκοόλ δεν αποτελεί ποτέ σύσταση κατανάλωσης και ευθύνεται για πολλά προβλήματα υγείας, υπάρχει μεγάλος όγκος μελετών με αντικρουόμενα αποτελέσματα όσον αφορά την ποιότητα και την ποσότητά του.

Το αλκοόλ που περιέχεται σε ένα ποτήρι κρασί με το αλκοόλ που περιέχεται σε ένα ποτήρι βότκα ή μπίρα δεν μπορεί να συγκριθεί ούτε ποιοτικά ούτε ποσοτικά. Και αυτό επειδή η επεξεργασία για να δημιουργηθεί το κάθε αλκοολούχο ποτό είναι διαφορετική και καθοριστική για την ποιότητα του τελικού προϊόντος.

Μια πρόσφατη συγκεντρωτική ανάλυση 107 μελετών από το 1980 έως το 2021, που δημοσιεύτηκε στο έγκριτο περιοδικό JAMA (meta-analysis), συμπέρανε ότι κίνδυνος θνησιμότητας υπήρχε σε όσους εθελοντές κατανάλωναν καθημερινά αλκοόλ από 44 γρ. και πάνω.

Αυτό το αλκοόλ όμως δεν διευκρινιζόταν από πού προερχόταν, γεγονός που συνεχίζει να επιτείνει τη σύγχυση.



Νέα
ΑΛΦΑ
-ΜΕ-
θαλασσινό
αλάτι

Εμπνευσμένη
από την
κοινή μας γη.



Διακρίσεις

ΤΑ ΚΡΑΣΙΑ ΠΟΥ ΔΙΑΚΡΙΘΗΚΑΝ ΣΤΟ THESSALONIKI WINE & SPIRITS TROPHY 2025

Γράφει η Εύα Μαρκάκη

Τέταρτη φορά κριτής στο Διαγωνισμό της Θεσσαλονίκης ή πιο σωστά Thessaloniki Wine & Spirits Trophy και ήρθα να μοιραστώ μαζί σας όλο το παρασκήνιο. Φέτος μάλιστα ο πιο ιστορικός διαγωνισμός κρασιού και απόσταγμάτων της Ελλάδας γιόρτασε τα 25 χρόνια του. Για να εορταστεί σωστά ευθυγραμμίστηκαν τα αστέρια (Κική, για σένα λέω) και είχαμε μαζί μας και τον Πρόεδρο του Ινστιτούτου των Masters of Wine (Rod Smith MW) και τον CEO του Court Of Masters Sommeliers Europe (Ronan Sayburn MS), πράγμα που δεν έχει συμβεί ποτέ ξανά σε κανέναν άλλο ελληνικό διαγωνισμό.

Παράλληλα είχαμε, μεταξύ άλλων, MW students από όλο τον κόσμο και την αφρόκρεμα των ελλήνων sommeliers στα τραπέζια των κριτών. Γενικά πιστεύω πως το επίπεδο των κριτών και του expertise φέτος χτύπησε κόκκινο. Τα δείγματα που δοκιμάστηκαν ήταν συνολικά 1098 (964 κρασιά και 87 αποστάγματα). Για πάμε να τα δούμε.

Θα ξεκινήσω με τα κρασιά που διακρίθηκαν με μεγάλο χρυσό σε κάθε κατηγορία. Πρώτα έχουμε το Καλύτερο κρασί του διαγωνισμού και το Καλύτερο Ερυθρό κρασί, τον Όβηλο ερυθρό 2020 από Βιβλία Χώρα και το Καλύτερο Λευκό κρασί και Καλύτερο Ασύρτικο, το Νυχτέρι του Τσέλεπου 2022. Νομίζω πως αυτό το αποτέλεσμα δεν σόκαρε κανένα μιας και ο Όβηλος είναι ένα διαχρονικό ελληνικό κρασί, με τη χρονιά του 2020 να είναι ένα Cabernet με τα όλα του και σε εξαιρετική φόρμα. Από την άλλη, τα τελευταία χρόνια βλέπουμε πως η Σαντορίνη παίζει πολύ δυναμικά και σχεδόν πρωταγωνιστεί στις πολύ υψηλές διακρίσεις (Μεγάλο χρυσό, Καλύτερο λευκό). Σε αυτό σημείο να τονίσω πως ο Τσέλεπος διακρίνεται συχνά και σταθερά όλα αυτά τα χρόνια, ιδίως με τις Σαντορίνες του που για ένα σχετικά καινούργιο οινοποιείο στο νησί λέει πολλά και του αξίζουν συγχαρητήρια. Επιπλέον, το κερασάκι στην τούρτα για το οινοποιείο ήταν η διάκριση για το Καλύτερο Μοσχοφίλερο όπου ήρθαν σε ισοπαλία δυο Μοσχοφίλερα του, το Blanc de Gris και το Gris de Nuit. Η εμμονή (με την καλή έννοια) του Άρη με το Μοσχοφίλερο έχει απόδοσει τα μέγιστα και μπράβο!



Σημαντική διάκριση ήταν και το Καλύτερο ροζέ για το Vera Rosa του Στραταριδάκη, το οποίο είχε κερδίσει το ίδιο μετάλλιο και πριν 2-3 χρόνια υπογραμμίζοντας την σταθερότητα στην ποιότητα που δείχνει το οινοποιείο. Εδώ βέβαια να πως ενώ ήταν ένα εξαιρετικό ροζέ εγώ ψήφισα το Rose από Costa Lazaridi στη μεταξύ τους “διαμάχη” που το βρήκα πολύ πλούσιο, λιπαρό και πολύπλοκο. Αξίζει να τα αναζητήσετε και τα δυο. Το “ταπεινό” Άνθεμις Μοσχατό της Σάμου βγήκε το καλύτερο γλυκό του διαγωνισμού, αφού πρώτα κονταροχτυπήθηκε με ένα Vinsanto. Μια σπουδαία νίκη αν αναλογιστεί κανείς την τιμή του (βασιλιάς του value for money) αλλά και τον “αντίπαλο” του. Πολύ ενδιαφέρουσα πρόταση και η Μαλαγουζιά Konstantara που βγήκε καλύτερη Μαλαγουζιά. Καλύτερο Σαββατιανό βγήκε το Ανοιχτό Βιβλίο του Ασκήτογλου το οποίο θα αναζητήσω για ένα κατιδίαν τετ-α-τετ. Ένα από τα καλά του διαγωνισμού είναι πως στρέφει τους προβολείς και σε νέα ή ανερχόμενα, μι-



κρά οινοποιεία που αξίζουν μια θέση στο προσκήνιο.

Άφησα το καλύτερο Ξινόμαυρο για το τέλος και για να ξεκινήσω την παράγραφο που ευλογώ τα γένια μου, μιας και αν ανατρέξετε λίγο πίσω θα δείτε τα παρακάτω κρασιά να φιγουράρουν στα άρθρα μου. Πρώτο και καλύτερο το φανταστικό Ξινόμαυρο του Καμκούπη (Καλύτερο Ξινόμαυρο) που έκλεψε καρδιές στην πρώτη του εμφάνιση σε διαγωνισμό. Το είχα ήδη ξεχωρίσει από τα Βοροινά που σας είχα μιλήσει για αυτό. Τα ίδια ισχύουν και για τα αγαπημένα Χινομαντράν Οenoρs, Γουμένισσα Χατζηβαρύτη, Dum Vinum Sperum Σκούρα, Monsignori και Endaimon Αργυρού που κέρδισαν χρυσά μετάλλια δικαιολογώντας απόλυτα και την αγάπη που τους δείχνει το κοινό όλα αυτά τα χρόνια αλλά και πως γνωρίζουν καλά την συνταγή της ποιότητας και της επιτυχίας. Μετά, λίγο παρακάτω έχουμε την λευκή Διαμαντόπετρα του Διαμαντάκη που πήρε 90 βαθμούς και ασημένιο μετάλλιο, έτσι για την επιβεβαίωση πως μιλάμε για εξαιρετικό κρασί και σε φοβερή τιμή (το είχα αναφέρει πρόσφατα σε άρθρο με τα 10 κρασιά κάτω από 15 ευρώ).

Στα αποστάγματα τώρα, καλύτερο απόσταγμα βγήκε το Tsipouro Stalia-stalia Single Barrel ενώ καλύτερο ούζο αυτό του Βρυσσά. Με χρυσά μετάλλια όμως στολίστηκαν και τα αποστάγματα της καρδιάς μου, O-Purist, Τσικουδιές 35N και Hefebrand Lost Lake Distillery. Παράλληλα καλύτερο για βγήκε το Merlin London Dry Gin, ένα gin με κουμκουάτ από την Κέρκυρα. Ένα άλλο πολύ ευχάριστο που διαπίστωσα βλέποντας τα αποτελέσματα είναι πως κρασιά με μικρές τιμές σκόραραν ψηλά, γεγονός που δείχνει πως έχουμε αρκετές και πολύ καλές επιλογές σε value for money κρασιά από μικρά και μεγάλα οινοποιεία. Ενδεικτικά αναφέρω το Εμείς λευκό και τη Μαλαγουζιά από Μάρκου, τα κρασιά του συνεταιρισμού Santo, το Ασύρτικο του Κίσσα, το The Fallen Oak 2021 από Κυρ Γιάννη (93 ολόκληρους βαθμούς παρακαλώ), το Merlot του Ασλάνη, τη Μαλαγουζιά της Τέχνης Οίνου, το λευκό Μοσχατό του Μίγα, το Μαυρούδι 2018 του Γκιρλέμν. Εκεί που χάρηκα όμως περισσότερο ήταν όταν είδα τα κρασιά του Ψαρούλη με χρυσά και ασημένια μετάλλια.

Είχα γνωρίσει τα κρασιά του οινοποιείου πριν χρόνια, ήταν τίμια και καλοφτιαγμένα. Μετά χάθηκαν οι δρόμοι μας αλλά όταν σκόνταψα πάνω τους, πριν 2-3 χρόνια στη Γιάλοβα, είδα σημαντική εξέλιξη τους προς το καλύτερο, τέτοια που σκεφτόμουν “κρίμα να μην τα βρίσκεις εύκολα στην Αθήνα”. Χαίρομαι διπλά λοιπόν για την εξέλιξη αυτή αλλά και την αναγνώριση αυτού του μπουτίκ οινοποιείου και φέτος το καλοκαίρι θα πίνω Ασύρτικο Ψαρούλη όπου το βρίσκω. Σε ψηλές θέσεις επίσης σκόραραν και τα κρασιά του οινοποιείου Πνευματικάκη, το οποίο ομολογώ δεν γνώριζα αλλά από την εξαιρετική του επίδοση, με αρκετά κρασιά με ψηλές βαθμολογίες (χρυσά, ασημένια), θέλω πολύ να μάθω. Και του χρόνου!

Πηγή : Andro.gr [<https://www.andro.gr/geusi/wine-vixen-ta-krasia-pou-di-akrithikan-sto-thessaloniki-wine-spirits-trophy-2025/>]

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

Ποικιλίες σταφυλιών στην Ελλάδα

Οι ερυθρές ποικιλίες

Μέρος 6ο

Μαύρο Μεσενικόλα
Λίγες ποικιλίες έχουν το προνόμιο της αποκλειστικής καλλιέργειάς τους σε μία μόνο περιοχή, ακόμα δε λιγότερες παίρνουν το όνομά τους από ένα πρόσωπο! Έτσι, η ερυθρή ποικιλία Μαύρο Μεσενικόλα, που ο Ενετός αξιωματούχος Μεσιέ Νικόλας (μεσενικόλα) φύτεψε στην πανέμορφη περιοχή της Λίμνης Πλαστήρα δίνει μοναδικά κρασιά με σπανιότητα, αλλά και με μνήμες... Φραγκοκρατίας!

Περίπου 1.000 στρέμματα στην ευρύτερη περιοχή του χωριού Μεσενικόλα Καρδίτσας αναλαμβάνουν να δώσουν τον καρπό τους για όσους θέλουν να δοκιμάσουν αυτή την πραγματικά δυσεύρετη ποικιλία. Ωστόσο, οι πιθανότητες να την απολαύσουν αυτούσια είναι ελάχιστες, αφού οινοποιείται μαζί με τις διεθνείς ποικιλίες Syrah και Carignan, για να δώσει τα ερυθρά κρασιά ΠΟΠ Μεσενικόλα (PDO Messenikola).



Κάποιες προσπάθειες που έχουν γίνει για μονοποικιλιακά κρασιά από Μαύρο Μεσενικόλα αποκαλύπτουν το σχετικά σκούρο χρώμα, τα έντονα αρώματα κοκκινόμαυρων φρούτων, τις μαλακές ταννίνες και την ισορροπημένη γεύση της ποικιλίας.

Ίσως το μέλλον φέρει περισσότερη από τη σπάνια ποικιλία Μαύρο Μεσενικόλα στα

ποτήρια των ανήσυχων οινόφιλων, που σίγουρα θα εκτιμήσουν τη στρογγυλάδα και τον ευκολόπιτο χαρακτήρα ενός ακόμα κρυμμένου θησαυρού του ελληνικού αμπελώνα.

Νεγκόσκα
Ποικιλία του βορειοελλαδικού χώρου, η Νεγκόσκα –ή ποπόλκα Ναούσης, όπως είναι επίσης γνωστή– αποτελεί άλλη μια ψηφίδα στο μοναδικό μωσαϊκό των γηγενών ποικιλιών. Η ετυμολογία της λέξης –από τη σλάβικη ονομασία της πόλης Νάουσα (Νεγκούς)– μαρτυρά και την προέλευσή της. Ωστόσο, σήμερα η καλλιέργειά της περιορίζεται στις

πλαγιές του όρους Πάικου.

Ο όγκος της παραγωγής της Νεγκόσκας είναι μικρός και οι μονοποικιλιακές εκφράσεις είναι λίγες.

Παρ' όλα αυτά, αν και δεν είναι πρωταγωνιστής στον ελληνικό αμπελώνα, είναι ένας άξιος υποψήφιος για Όσκαρ 2ου... ερυθρού ρόλου! Έτσι, συμπληρώνοντας το Ξινόμαυρο, δίνει μοναδικού χαρακτήρα ερυθρά και ροζέ κρασιά.

Συμμετέχει στα ερυθρά κρασιά ΠΟΠ Γουμένισσα (PDO Goumenissa), όπου αναλαμβάνει να συμπληρώσει, αλλά και να τιθασεύσει την άλλη ερυθρή ποικιλία της περιοχής, που πρωταγωνιστεί το Ξινόμαυρο.

Ούσα σκουρόχρωμη, φρουτώδης και μέτρια σε οξύτητα και ταννίνες, η Νεγκόσκα ολοκληρώνει το χαρμάνι, προσδίδοντας στα κρασιά της Γουμένισσας μια πιο ήπια, στρογγυλή, φρουτώδη και σοκολατένια γεύση, σε σχέση με αυτά της Νάουσας.

Μέρος του μοναδικού terroir της Γουμένισσας, η στρογγυλή Νεγκόσκα βάζει τη δική της πινελιά σε ένα κρασί που εκφράζει με εξαιρετικό τρόπο τις αξίες του παλαιού οινικού κόσμου, αγγίζοντας τις ευαίσθητες χορδές κάθε οινόφιλου, που θέλει να αποκτήσει πραγματική γνώση για το καλό κρασί.



ΣΕ ΤΑΞΙΔΕΥΕΙ ΕΚΕΙ ΠΟΥ ΠΡΑΓΜΑΤΙΚΑ ΘΕΣ ΝΑ ΕΙΣΑΙ

Τα ξέμε ΣΤΗΝ ΜΠΥΡΑ



Απολαύστε υπεύθυνα

Από τον χώρο των εταιρειών

ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ ZERO WASTE HORECA

Η δράση του ZERO WASTE HORECA

Σε αυτό το πλαίσιο, το κοινωνικό πρόγραμμα ZERO WASTE HORECA έρχεται να στηρίξει τις επιχειρήσεις του κλάδου καφεστίασης και φιλοξενίας, προσφέροντας έναν ολοκληρωμένο μηχανισμό εκπαίδευσης, υποστήριξης και επιβράβευσης. Υλοποιούμενο από τη ΜΚΟ Οικολογική Εταιρεία Ανακύκλωσης με τη χρηματοδότηση του The Coca-Cola Foundation και την υποστήριξη της Coca-Cola στην Ελλάδα, το πρόγραμμα τελεί υπό την αιγίδα του Υπουργείου Περιβάλλοντος και Ενέργειας, ενισχύοντας τη συνεργασία μεταξύ δημόσιου και ιδιωτικού τομέα για ένα πιο βιώσιμο μέλλον.



Η συμμετοχή στο πρόγραμμα όχι μόνο βοηθά τις επιχειρήσεις να ανταποκριθούν στις νέες νομοθετικές απαιτήσεις, αλλά παράλληλα μειώνει το λειτουργικό τους κόστος και ενισχύει τη φήμη τους σε ένα συνεχώς αυξανόμενο περιβαλλοντικώς ευαισθητοποιημένο κοινό. Η κυκλική οικονομία αναδεικνύεται ως μια αναγκαία πρακτική που συνδέει την περιβαλλοντική προστασία με τη βιώσιμη ανάπτυξη και την οικονομική ευρωστία.

Στην τροχιά της πρωτοπορίας

Το 2024 αποτέλεσε χρονιά-ορόσημο για το πρόγραμμα, καθώς 210 επιχειρήσεις έλαβαν τη διάκριση Zero Waste (Χρυσή, Αργυρή ή Χάλκινη), ενώ 11 επιχειρήσεις ξεχώρισαν για τις καινοτόμες πρωτοβουλίες τους, λαμβάνοντας ειδικά χρηματικά έπαθλα. Οι διακρίσεις αυτές αποτελούν μία σημαντική επιβράβευση των προσπαθειών των επιχειρήσεων να προσαρμοστούν σε ένα πιο βιώσιμο μοντέλο λειτουργίας. Η απονομή των βραβείων πραγματοποιήθηκε σε εκδήλωση στις 8 Φεβρουαρίου 2025 στο πλαίσιο της έκθεσης HORECA 2025, με την παρουσία προσωπικών του δημόσιου χώρου, εκπροσώπων της επιστημονικής κοινότητας και επαγγελματιών του κλάδου. Η εκδήλωση ανέδειξε τη σημασία της συλλογικής προσπάθειας για την προώθηση της βιώσιμης ανάπτυξης και της περιβαλλοντικής προστασίας.

Το νηπρό μήνυμα για το μέλλον
Το πρόγραμμα ZERO WASTE HORECA αποδεικνύει πως οι μικρές και μεγάλες επιχειρήσεις μπορούν να συμβάλλουν συλλογικά σε ένα πιο βιώσιμο μέλλον, προστατεύοντας το περιβάλλον και ενισχύοντας την κοινωνική συνοχή. Η πρόσβαση στο πρόγραμμα παραμένει δωρεάν για όλες τις επιχειρήσεις καφεστίασης και φιλοξενίας, ανεξαρτήτως γεωγραφικής θέσης, ενισχύοντας τη δέσμευση για ένα πιο βιώσιμο μέλλον.

Μέχρι σήμερα, περισσότερες από 2.800 επιχειρήσεις-μέλη έχουν ενταχθεί στο πρόγραμμα, εφαρμόζοντας καλές πρακτικές σε τέσσερις βασικούς τομείς:

- Μείωση απορριμμάτων & ανακύκλωση
- Εξοικονόμηση ενέργειας
- Εξοικονόμηση νερού
- Βιώσιμες προμήθειες

ΜΕΙΩΘΗΚΕ Η ΨΑΛΙΔΑ - ΣΤΑΘΕΡΑ ΣΤΙΣ ΚΑΤΑΘΕΣΕΙΣ, ΜΕΙΩΘΗΚΑΝ ΣΤΑ ΔΑΝΕΙΑ

Σταθερό παρέμεινε το μέσο επιτόκιο των καταθέσεων τον Ιανουάριο, τόσο των νέων όσο και των υφιστάμενων, ενώ μειώθηκε το αντίστοιχο επιτόκιο των δανείων, σύμφωνα με τα στοιχεία της Τράπεζας της Ελλάδος.

Πιο συγκεκριμένα, τον Ιανουάριο του 2025, το μέσο σταθμισμένο επιτόκιο των νέων καταθέσεων παρέμεινε αμετάβλητο στο 0,45%, ενώ το αντίστοιχο επιτόκιο των δανείων μειώθηκε στο 5,10%. Το περιθώριο επιτοκίου μεταξύ των νέων καταθέσεων και δανείων μειώθηκε στις 4,65 εκατοστιαίες μονάδες.

Το μέσο σταθμισμένο επιτόκιο του συνόλου των υφιστάμενων καταθέσεων παρέμεινε αμετάβλητο στο 0,49%, ενώ το αντίστοιχο επιτόκιο των δανείων μειώθηκε στο 5,34%. Το περιθώριο επιτοκίου μεταξύ των υφιστάμενων καταθέσεων και δανείων μειώθηκε στις 4,85 εκατοστιαίες μονάδες. Η μεγαλύτερη μείωση παρατηρείται στα επιτόκια νέων επιχειρηματικών δανείων χωρίς καθορισμένη διάρκεια, κατά 43 μονάδες βάσης.

1. Επιτόκια νέων καταθέσεων και δανείων σε ευρώ Νέες Καταθέσεις

Τον Ιανουάριο του 2025, το μέσο σταθμισμένο επιτόκιο του συνόλου των νέων καταθέσεων παρέμεινε αμετάβλητο στο 0,45% σε σχέση με τον προηγούμενο μήνα. Ειδικότερα, τα μέσα επιτόκια των καταθέσεων μίας ημέρας από νοικοκυριά και από επιχειρήσεις παρέμειναν αμετάβλητα στο 0,03% και 0,16% αντίστοιχα.

Το μέσο επιτόκιο των καταθέσεων με συμφωνημένη διάρκεια έως 1 έτος από νοικοκυριά παρέμεινε σχεδόν αμετάβλητο στο 1,64%, ενώ το αντίστοιχο επιτόκιο των καταθέσεων από επιχειρήσεις μειώθηκε κατά 24 μονάδες βάσης και διαμορφώθηκε στο 2,32%.

Νέα Δάνεια

Το μέσο σταθμισμένο επιτόκιο του συνόλου των νέων δανείων προς νοικοκυριά και επιχειρήσεις μειώθηκε κατά 10 μονάδες βάσης και διαμορφώθηκε στο 5,10%. Ειδικότερα, το μέσο επιτόκιο των καταναλωτικών δανείων χωρίς καθορισμένη διάρκεια (κατηγορία που περιλαμβάνει τα δάνεια μέσω πιστωτικών καρτών, τα ανοικτά δάνεια και υπεραναλήψεις από τρεχούμενους λογαριασμούς) μειώθηκε κατά 16 μονάδες βάσης και διαμορφώθηκε στο 14,88%.

Το μέσο επιτόκιο των καταναλωτικών δανείων με συγκεκριμένη διάρκεια και κυμαινόμενο επιτόκιο μειώθηκε κατά 12 μονάδες βάσης και διαμορφώθηκε στο 11,77%, ενώ το μέσο επιτόκιο των στεγαστικών δανείων με κυμαινόμενο επιτόκιο αυξήθηκε κατά 31 μονάδες βάσης στο 3,90%.

Το μέσο επιτόκιο των επιχειρηματικών δανείων χωρίς καθορισμένη διάρκεια μειώθηκε κατά 43 μονάδες βάσης και διαμορφώθηκε στο 5,45%. Το αντίστοιχο επιτόκιο των επαγγελματικών δανείων παρέμεινε σχεδόν αμετάβλητο στο 7,20%. Το μέσο επιτόκιο των νέων επιχειρηματικών δανείων με συγκεκριμένη διάρκεια και κυμαινό-

μενο επιτόκιο μειώθηκε κατά 14 μονάδες βάσης και διαμορφώθηκε στο 4,54%. Το μέσο επιτόκιο των δανείων τακτής λήξης με κυμαινόμενο επιτόκιο προς μικρομεσαίες επιχειρήσεις (ΜΜΕ) μειώθηκε κατά 5 μονάδες βάσης και διαμορφώθηκε στο 4,92%.

Όσον αφορά τη διάρθρωση των επιτοκίων ως προς το ύψος του δανείου σημειώνεται ότι το μέσο επιτόκιο για δάνεια μέχρι και 250.000 ευρώ παρέμεινε αμετάβλητο στο 4,96%, για δάνεια από 250.001 μέχρι 1 εκατ. ευρώ μειώθηκε κατά 8 μονάδες βάσης στο 5,01%, ενώ για δάνεια άνω του 1 εκατ. ευρώ μειώθηκε κατά 16 μονάδες βάσης και διαμορφώθηκε στο 4,47%.

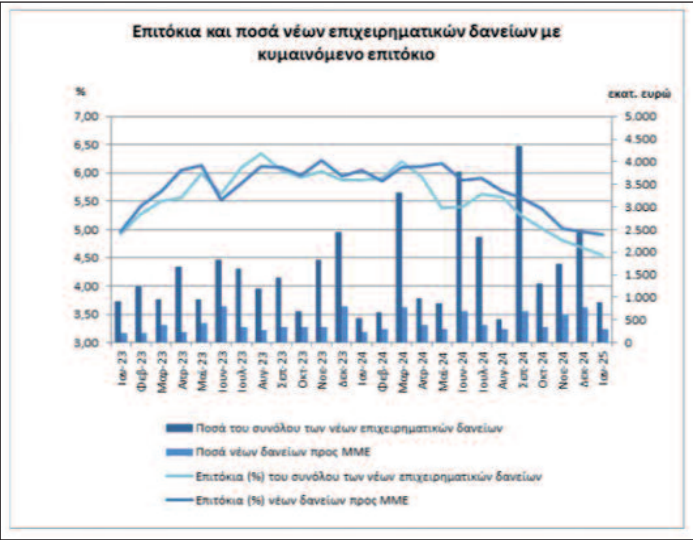
2. Επιτόκια στα υφιστάμενα υπόλοιπα καταθέσεων και δανείων σε ευρώ Υφιστάμενες Καταθέσεις

Το μέσο σταθμισμένο επιτόκιο του συνόλου των υφιστάμενων καταθέσεων (συμπεριλαμβανομένων των καταθέσεων μίας ημέρας) παρέμεινε αμετάβλητο στο 0,49% σε σχέση με τον προηγούμενο μήνα.

Ειδικότερα, το μέσο επιτόκιο στα υφιστάμενα υπόλοιπα των καταθέσεων από νοικοκυριά με συμφωνημένη διάρκεια έως δύο έτη διαμορφώθηκε στο 1,76% από 1,80% τον προηγούμενο μήνα, ενώ το αντίστοιχο επιτόκιο των καταθέσεων από επιχειρήσεις μειώθηκε κατά 14 μονάδες βάσης και διαμορφώθηκε στο 2,36%.

Υφιστάμενα Δάνεια

Το μέσο σταθμισμένο επιτόκιο των υφιστάμενων δανείων μειώθηκε κατά 16 μονάδες βάσης και διαμορφώθηκε στο 5,34%. Ειδικότερα, το μέσο επιτόκιο στα υφιστάμενα υπόλοιπα των στεγαστικών δανείων με διάρκεια άνω των 5 ετών μειώθηκε κατά 5 μονάδες βάσης και διαμορφώθηκε στο 4,15%. Το αντίστοιχο επιτόκιο των καταναλωτικών και λοιπών δανείων προς ιδιώτες και ιδιωτικά μη κερδοσκοπικά ιδρύματα παρέμεινε σχεδόν αμετάβλητο στο 8,26%. Το μέσο επιτόκιο των επιχειρηματικών δανείων με διάρκεια άνω των 5 ετών μειώθηκε κατά 19 μονάδες βάσης και διαμορφώθηκε στο 4,91%. Το αντίστοιχο επιτόκιο των επαγγελματικών δανείων παρέμεινε σχεδόν αμετάβλητο στο 6,25%.



COCA-COLA ΤΡΙΑ ΕΨΙΛΟΝ: ΚΟΡΥΦΑΙΟΣ ΕΡΓΟΔΟΤΗΣ ΓΙΑ 6Η ΣΥΝΕΧΟΜΕΝΗ ΧΡΟΝΙΑ

Η εταιρεία αναγνωρίστηκε ως «Κορυφαίος Εργοδότης» στην Ελλάδα για το 2025 από τον διεθνή οργανισμό «Top Employers Institute», επιβεβαιώνοντας τη συνεχή δέσμευσή της να τοποθετεί την ανάπτυξη του ανθρώπινου δυναμικού της στον πυρήνα της στρατηγικής της.

Η Coca-Cola Τρία Έψιλον αναδείχτηκε για 6η συνεχή χρονιά ως «Κορυφαίος Εργοδότης» στην Ελλάδα, σύμφωνα με την αξιολόγηση του διεθνούς οργανισμού «Top Employers Institute», ο οποίος αναγνωρίζει και επιβραβεύει βέλτιστες πολιτικές και πρακτικές που εφαρμόζονται στη διαχείριση ανθρώπινου δυναμικού.

Η συγκεκριμένη διάκριση αποτελεί επιβεβαίωση της δέσμευσης της Coca-Cola Τρία Έψιλον να δημιουργεί ένα



εργασιακό περιβάλλον που προάγει την εξέλιξη και την ανάπτυξη, τοποθετώντας τους ανθρώπους στο επίκεντρο.

Η εταιρεία προάγει την ισότητα και τη συμπερίληψη και θέτει ως στρατηγική της προτεραιότητα τη διασφάλιση ισορροπημένης εκπροσώπησης των φύλων στο ανθρώπινο δυναμικό της. Ενδεικτικά, το 50% της Ανώτερης Διοίκησης, το 42,5% των Διευθυντικών Στελεχών, καθώς και

το 49% των «Κορυφαίων 60» Στελεχών της εταιρείας, είναι γυναίκες.

Παράλληλα, παρουσίασε πρόσφατα μία νέα εσωτερική καμπάνια για να ευαισθητοποιήσει τους εργαζομένους της σχετικά με την ποικιλομορφία των γενεών που υπάρχουν στο εργατικό δυναμικό της (Baby Boomers 4%, Generation X 35%, Generation Y 53% και Generation Z 11%).

Με στόχο να αφοουγκράζεται τις ανάγκες των ανθρώπων της και να ανταποκρίνεται άμεσα σε αυτές, η Coca-Cola Τρία Έψιλον διεξάγει επίσης εσωτερικές έρευνες αξιολόγησης. Σύμφωνα με τα σχετικά στοιχεία του 2024, ο δείκτης δέσμευσης εργαζομένων ανήλθε στο 88%, αυξημένος κατά δύο μονάδες σε σχέση με το 2023, ενώ ο δείκτης δέσμευσης των πωλήσεων σημείωσε άνοδο έξι μονάδων, φτάνοντας το 92%.

Επιπλέον, το 93% των εργαζομένων δηλώνει υπερήφανο που αποτελεί μέλος της Coca-Cola Τρία Έψιλον, ενώ το 90% των εργαζομένων θα σύστηνε την εταιρεία στο κοινωνικό του περιβάλλον ως έναν εξαιρετικό χώρο εργασίας.

Αυτά τα στοιχεία αποδεικνύουν τη δέσμευση της Coca-Cola Τρία Έψιλον να καλλιεργεί ένα περιβάλλον που εμπνέει εμπιστοσύνη και προάγει την προσωπική και κοινωνική εξέλιξη.

Το Top Employers Institute ως ανεξάρτητη εταιρεία πιστοποίησης, αξιολογεί τους συμμετέχοντες μέσω μίας παγκόσμιας έρευνας καλών πρακτικών των εταιρειών σε επίπεδο Διαχείρισης Ανθρώπινου Δυναμικού.

Η έρευνα περιλαμβάνει ένα ευρύ φάσμα ερωτήσεων που καλύπτουν πρακτικές ανάπτυξης εργαζομένων σε σημαντικά ζητήματα, όπως η στρατηγική και η απόκτηση τα-



λέντων, ο σχεδιασμός εργατικού δυναμικού, η εκπαίδευση και η ανάπτυξη των εργαζομένων και της ηγεσίας, η διαχείριση απόδοσης, καριέρας και διαδοχής, οι παροχές και, ασφαλώς, η εσωτερική κουλτούρα.

Η ΚΩΝΣΤΑΝΤΙΝΑ ΜΠΑΡΚΑ PEOPLE & CULTURE DIRECTOR ΤΗΣ COCA-COLA ΤΡΙΑ ΕΨΙΛΟΝ Δήλωσε:

Οι άνθρωποί μας αποτελούν την καρδιά του οργανισμού μας. Επενδύουμε σταθερά στην εξέλιξή τους, έχοντας υπόψιν μας ότι είναι όχι μόνο επαγγελματίες αλλά και ξεχωριστές προσωπικότητες με μοναδικές ανάγκες και επιδιώξεις.

Σε ένα περιβάλλον που προάγει τη συνεργασία, τη δημιουργικότητα και την υποστήριξη, εργαζόμαστε σταθερά για να τους προσφέρουμε όλα τα σύγχρονα εργαλεία και τις ευκαιρίες εξέλιξης που χρειάζονται για να επιτύχουν.

Για εμάς, κάθε μέρα είναι μια νέα ευκαιρία βελτίωσης, καινοτομίας και ανάπτυξης με οδηγό τη συλλογική γνώση και εμπειρία.

Η COCA-COLA ΚΑΤΕΒΑΖΕΙ ΑΠΟ ΤΟ ΡΑΦΙ ΤΟ COSTA COFFEE ΚΑΙ ΕΠΙΚΕΝΤΡΩΝΕΤΑΙ ΣΤΗ HORECA

Ήταν το καλοκαίρι του 2019, όταν ο Zoran Bogdanovic, στο πλαίσιο του Capital Markets Day στο Λονδίνο, δήλωνε ότι η προσθήκη μιας μάρκας τόσο ισχυρής όσο η Costa Coffee στο χαρτοφυλάκιο της Coca-Cola HBC θα επέτρεπε στον όμιλο να καλύψει περισσότερες περιστάσεις κατανάλωσης, να συνεργαστεί ακόμα πιο στενά με τους πελάτες της σε όλα τα κανάλια της αγοράς και να προσφέρει ακόμα περισσότερες επιλογές για τους καταναλωτές κάθε μέρα.

Ωστόσο, πέντε χρόνια μετά -σ.σ. ο καφές Costa Coffee τοποθετήθηκε στην ελληνική αγορά το 2020-, τα στοιχεία της αγοράς δείχνουν ότι ο καφές Costa Coffee δυσκολεύεται να κερδίσει έδαφος στο ράφι. Οι πωλήσεις έχουν υποχωρήσει τα τελευταία χρόνια, με αποτέλεσμα το μερίδιο αγοράς να έχει περιοριστεί στην υποκατηγορία της κάψουλας στο 3% από 4,3% το 2022 και 10% που ήταν ο προ διετίας στόχος.



Η επίδοση αυτή είναι ιδιαίτερα απογοητευτική, δεδομένης της διηγήφιας ανάπτυξης, πάνω από 10%, της συγκεκριμένης υποκατηγορίας.

Ως αποτέλεσμα αυτών των χαμηλών επιδόσεων, όπως

αναφέρουν στο Euro2day.gr πηγές με γνώση, ο καφές πρόκειται να «κατέβει» από τα ράφια των σούπερ μάρκετ. Ήδη σε αρκετές αλυσίδες σούπερ μάρκετ και σε ηλεκτρονικά καταστήματα, το προϊόν δεν υπάρχει ενώ σε κάποιες άλλες είναι περιορισμένη η διαθεσιμότητά του.

Σύμφωνα με τις ίδιες πηγές, η εταιρεία επικεντρώνει πλέον τις προσπάθειές της στην πώληση των προϊόντων Costa Coffee στο HoReCa, όπως προκύπτει από την επιστολή προς τους συνεργάτες της για την εμπορική πολιτική της φετινής χρονιάς. Εκτός από τον καφέ Costa Coffee, η εταιρεία διαθέτει στην αγορά και την ιταλική μάρκα καφέ Vergnano (σ.σ. ελέγχει το 30% του μετοχικού της κεφαλαίου).

Από τον χώρο των εταιρειών

COCA-COLA HBC: Η ΠΙΟ ΒΙΩΣΙΜΗ ΕΤΑΙΡΕΙΑ ΠΟΤΩΝ ΣΤΟΝ ΚΟΣΜΟ, ΣΥΜΦΩΝΑ ΜΕ ΤΟΥΣ ΔΕΙΚΤΕΣ DOW JONES BEST-IN-CLASS 2024

Ο Όμιλος Coca-Cola HBC αναγνωρίζεται για όγδοη φορά ως η πιο βιώσιμη εταιρεία στον κλάδο των ποτών στον κόσμο, σύμφωνα με τους δείκτες Dow Jones Best-in-Class 2024. Οι δείκτες αυτοί, προηγουμένως γνωστοί ως Dow Jones Sustainability Indices (DJSI), ορίζονται από την S&P Global, με στόχο την ανάδειξη των κορυφαίων εταιρειών παγκοσμίως σε επίπεδο βιωσιμότητας, βάσει μακροπρόθεσμων οικονομικών, περιβαλλοντικών και κοινωνικών κριτηρίων.

Σημαντικό επίτευγμα για την Coca-Cola HBC αποτελεί και η διπλή αξιολόγηση “A” από τον οργανισμό CDP για τις εξαιρετικές επιδόσεις της στην προστασία του κλίματος και την ορθολογική διαχείριση του νερού. Οι διακρίσεις του Ομίλου Coca-Cola HBC για τις επιδόσεις στη βιωσιμότητα, επιβεβαιώνουν τη διαρκή δέσμευσή του στη δημιουργία θετικού αντίκτυπου στο περιβάλλον και την κοινωνία, προσδίδοντας παράλληλα νέα ώθηση στο μακροπρόθεσμο στόχο του για επίτευξη μηδενικού ισοζυγίου εκπομπών διοξειδίου του άνθρακα μέχρι το 2040.

ΣΗΜΑΝΤΙΚΗ ΠΡΟΟΔΟΣ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ

Η Coca-Cola Τρία Έψιλον συμβάλλει στην επίτευξη των στόχων του Ομίλου Coca-Cola HBC, μέσω των πρακτικών που εφαρμόζει στις παραγωγικές μονάδες και τις εγκαταστάσεις που λειτουργεί στην Ελλάδα, των πρωτοβουλιών της για τη δημιουργία μίας κλιματικά ουδέτερης εφοδιαστικής αλυσίδας, καθώς και της συνεισφοράς της στην κοινωνία, την οικονομία και την απασχόληση της χώρας.

ΚΛΙΜΑ ΚΑΙ ΕΝΕΡΓΕΙΑ

Σε συνέπεια με τη δέσμευση του Ομίλου Coca-Cola HBC, στοχεύουμε στην επίτευξη μηδενικού ισοζυγίου εκπομπών CO2e σε ολόκληρη την αλυσίδα αξίας μας έως το 2040. Σταθμοί σε αυτή την πορεία είναι: Η χρήση ηλεκτρικής ενέργειας από 100% ανανεώσιμες πηγές στις μονάδες παραγωγής μας, εκπληρώνοντας ήδη τον στόχο για το 2025. Οι επενδύσεις στις μονάδες μας, όπως στο εργοστάσιο του Φυσιτικού Μεταλλικού Νερού ΑΥΡΑ στο Αίγιο για την επίτευξη του στόχου Net Zero λειτουργίας μέχρι το 2025. Το πρόγραμμα «Πράσινου Στόλου», με αντικατάσταση του στόλου των οχημάτων με οχήματα χαμηλών εκπομπών. Το 40% των ψυγείων μας είναι υψηλής ενεργειακής απόδοσης*. Έχουμε καταφέρει σημαντική μείωση εκπομπών διοξειδίου του άνθρακα - Άμεσες εκπομπές: 58,9% μείωση δείκτη εκπομπών σε σχέση με το 2017 (CO2e σε σχέση με τον όγκο παραγωγής – gCO2/lbp) ενώ έχουμε μειώσει τις απόλυτες έμμεσες εκπομπές που προκύπτουν από την αλυσίδα αξίας μας κατά 23,3 % σε σχέση με το 2017 (In CO2e)*. *Τα στοιχεία αφορούν το 2023

ΝΕΡΟ

Παρακολουθούμε στενά και μειώνουμε διαρκώς τον δείκτη κατανάλωσης νερού στην παραγωγική μας διαδικασία. Συγκεκριμένα το 2023, επαναχρησιμοποίησαμε και



ανακυκλώσαμε 62.968.000 λίτρα νερού, επιτυγχάνοντας μείωση του δείκτη νερού κατά 12,8% σε σχέση με το 2017. Για περισσότερο από 18 χρόνια, αναπτύσσουμε ως Coca-Cola στην Ελλάδα προγράμματα διαφύλαξης υδάτινων πόρων με μεγάλο αντίκτυπο, μέσα από το πρόγραμμα Zero Drop.

ΜΕΙΩΣΗ ΑΠΟΡΡΙΜΜΑΤΩΝ & ΚΥΚΛΙΚΗ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑ

Θέτουμε στην πράξη το όραμά μας για «Έναν Κόσμο χωρίς Απορρίμματα», διαθέτοντας έναν ολοκληρωμένο, μακροπρόθεσμο σχέδιο για τις συσκευασίες μας και μειώνοντας συνεχώς τα απορρίμματα από την παραγωγική διαδικασία. Οι συσκευασίες μας είναι ανακυκλώσιμες ενώ μειώνουμε συνεχώς τη χρήση του πλαστικού. Διαθέτουμε στην αγορά επιστρεφόμενες και επαναχρησιμοποιήσιμες συσκευασίες για τη διάθεση των προϊόντων μας.

ΚΟΙΝΩΝΙΑ & ΑΠΑΣΧΟΛΗΣΗ

Στηρίζουμε τις κοινότητές μας ουσιαστικά και μακροπρόθεσμα με κοινωνικά προγράμματα και πρωτοβουλίες που δημιουργούν αξία, ενώ ανταποκρινόμαστε άμεσα σε καταστάσεις έκτακτης ανάγκης. Με το πρόγραμμα Empowered, στηρίζουμε και ενισχύουμε την απασχολησιμότητα της νέας γενιάς και του κλάδου HoReCa, προσφέροντας πρόσβαση στις δεξιότητες του αύριο σε χιλιάδες συμμετέχοντες.

Ο ZORAN BOGDANOVIC ΔΙΕΥΘΥΝΩΝ ΣΥΜΒΟΥΛΟΣ ΤΟΥ ΟΜΙΛΟΥ COCA-COLA HBC Δήλωσε:

Εξελίσσουμε διαρκώς το επιχειρηματικό μας μοντέλο για να αναπτυσσόμαστε επιτυχώς και με τρόπο βιώσιμο, έχοντας υιοθετήσει μία ξεκάθαρη στρατηγική προσέγγιση βιώσιμης ανάπτυξης, η οποία ενισχύει την ανθεκτικότητα του οργανισμού μας. Κάθε χρόνο σημειώνουμε ικανοποιητική πρόοδο προς την επίτευξη των φιλόδοξων και μετρήσιμων στόχων μας αναφορικά με τη βιωσιμότητα. Το 2025, η πρωτοβουλία Science Based Targets (SBTi) ενέκρινε τον στόχο μας NetZeroby40, ο οποίος, για πρώτη φορά, περιλαμβάνει και την Αίγυπτο. Γνωρίζουμε ότι οι πρωτοβουλίες βιωσιμότητας είναι ολόένα και πιο σημαντικές για τους πελάτες και τους καταναλωτές μας. Οι πελάτες μας μάς λένε ότι εκτιμούν την τεχνογνωσία μας στη βιωσιμότητα και οι κοινές πρωτοβουλίες μας για τη βιωσιμότητα συμβάλλουν στην ανάπτυξη της επιχείρησής τους, η οποία, με τη σειρά της, ενισχύει εμάς. Ευχαριστούμε τους συναδέλφους, τους πελάτες, τους προμηθευτές και τους συνεργάτες μας που μας βοηθούν να συνεχίζουμε το ταξίδι μας και να ανοίγουμε τον δρόμο προς ένα πιο βιώσιμο μέλλον.

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