

ΣΥΝΑΝΤΗΣΗ ΜΕ ΤΟ ΥΠΟΥΡΓΕΙΟ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΩΝ

Ανάλυση για την κατανόηση του παράνομου εμπορίου

Στις 17/7/2025, αντιπροσωπείες των εμπλεκόμενων φορέων συναντήθηκαν με τον κύριο Χάρη Τσαβδάρη, Διευθυντή του Ιδιαίτερου Γραφείου του κυρίου Πιερρακάκη. Την εισήγηση έκανε η κυρία Μπούρα, στέλεχος της Diageo και στη συνέχεια ανέπτυξε λεπτομερώς το θέμα. Συμμετείχαν οι κ.κ. Αποστολάκης και Μαυράκης, εκπροσωπώντας τον ΣΕΑΟΠ. Στη συνάντηση δεν συζητήθηκε εκτενώς το θέμα του LOTIFY, αλλά κυρίως ζητήματα που αφορούν τον τελωνειακό κώδικα. Στη σύσκεψη συμμετείχε και ο κύριος Ιωάννης Βυτινιώτης Πρόεδρος της ΕΔΕΟΠ Αθηνών.

Παρακάτω δημοσιεύουμε την ανάλυση για την κατανόηση του παράνομου εμπορίου και τα αντεπιχειρήματα του κλάδου, ώστε να διαφωτιστούν όλοι οι συνάδελφοι.

Πώς γίνεται το παράνομο εμπόριο αλκοολούχων ποτών στην Ελλάδα;

Το παράνομο εμπόριο αλκοολούχων ποτών στην Ελλάδα έχει συγκεκριμένα χαρακτηριστικά, τα οποία αναγνωρίζονται και από τις τελωνειακές αρχές και τη βιομηχανία:

Αδήλωτες εισαγωγές και εισαγωγές εκτός τελωνειακής επιτήρησης:

- Ποτά εισάγονται από τρίτες χώρες ή διακινούνται από άλλα κράτη μέλη χωρίς να υποβληθούν στη νόμιμη τελωνειακή διαδικασία και χωρίς να αποδοθούν οι αναλογούντες φόροι/ΕΦΚ.

- Συχνά χρησιμοποιούνται ψευδή παραστατικά ή κανένα παραστατικό (λαθραία μεταφορά).

Λαθραία διακίνηση εντός επικράτειας:

- Μεταφορά και διακίνηση ποτών από «ύποπτες αποθήκες» ή μικρά logistics χωρίς ιχνηλασιμότητα.

Διάθεση μέσω αδήλων σημείων:

- Το πρόβλημα εντοπίζεται κυρίως σε σημεία επιτόπιας κατανάλωσης (π.χ. μπαρ, εστιατόρια) ή μικρά καταστήματα που αγοράζουν από μη νόμιμες πηγές.

- Δεν παρατηρείται σημαντική εμπλοκή μεγάλων δηλωμένων χονδρεμπόρων ή οργανωμένων αλυσίδων λιανικής.

Πλαστογράφιση επωνυμιών και ετικετών:

- Πλαστά προϊόντα ή ανακυκλωμένες φιάλες γεμίζονται με αμφίβολης ποιότητας προϊόντα.

Πώς μπορεί να αντιμετωπιστεί καλύτερα;

1. Στοχευμένοι έλεγχοι στις κρίσιμες αλυσίδες διανομής και στα σημεία υψηλού κινδύνου:

- Ενίσχυση και εστίαση των ελέγχων στα σημεία επιτόπιας κατανάλωσης (μπαρ, εστιατόρια, τουριστικές περιοχές) και στις μικρές αποθήκες/logistics που δραστηριοποιούνται εκτός των οργανωμένων δικτύων.

- Διενέργεια αιφνίδιων επιτόπιων ελέγχων (spot checks) με έλεγχο παραστατικών αγοράς, προμηθευτών και πληρωμένων φόρων.

2. Αξιοποίηση του ήδη υπάρχοντος Μητρώου Οικονομικών Φορέων (άρθρο 54 - EORI) και του Ηλεκτρονικού Μητρώου Επιτηδευματιών Αλκοολούχων Ποτών – Ηλεκτρονικό Μητρώο Κατόχων Αποστακτικών Μηχανημάτων και Διήμερων Μικρών Αποσταγματοποιών:

- Ο έλεγχος ότι όλοι οι εισαγωγείς και παραγωγοί είναι καταγεγραμμένοι στα ως άνω Μητρώα επιτρέπει τον εντοπισμό «σκιωδών φορέων» που λειτουργούν εκτός νομίμου πλαισίου.

3. Διασταύρωση δεδομένων με myDATA και ηλεκτρονικά τιμολόγια:

- Το σύστημα ηλεκτρονικής τιμολόγησης της ΑΑΔΕ και το myDATA ήδη παρέχουν τη δυνατότητα διασταύρωσης σε πραγματικό χρόνο για:

- Ποιος αγόρασε τι και από ποιον;

- Αν πληρώθηκαν οι αναλογούντες φόροι (ΦΠΑ & ΕΦΚ)

4. Συνεργασία με τη βιομηχανία και τις ενώσεις επαγγελματιών:

- Κώδικας αυτοδέσμευσης μελών για αγορά μόνο από εγγεγραμμένους και ελεγχόμενους προμηθευτές.

- Δικτύωση για πληροφόρηση σε περίπτωση ύποπτων δραστηριοτήτων.

5. Αυστηροποίηση κυρώσεων στους πραγματικούς παραβάτες:

- Αντί για οριζόντια πρόσθετα γραφειοκρατικά μέτρα, στόχευση στους πραγματικούς παραβάτες με αυστηρές ποινές και οικονομικά αντικίνητρα για χρήση αδήλων προμηθευτών.

6. Καθιέρωση ετήσιας έκθεσης πεπραγμένων από τις ελεγκτικές και διωκτικές αρχές, ώστε να υπάρχει συστηματική αξιολόγηση και διαφάνεια στην πρόοδο των ελέγχων.

Η ετήσια έκθεση θα επιτρέψει:

- Την καταγραφή, τεκμηρίωση και αξιολόγηση του έργου των διωκτικών αρχών, ώστε να εντοπίζονται αδυναμίες και να σχεδιάζονται στοχευμένες βελτιώσεις,

- Την ενίσχυση της διαφάνειας απέναντι στο κράτος, τους πολίτες και τους θεσμούς, αυξάνοντας την αξιοπιστία και την εμπιστοσύνη στη δράση των ελεγκτικών μηχανισμών,

- Τη δυνατότητα σύγκρισης αποτελεσμάτων ανά έτος και ανά γεωγραφική περιοχή, για καλύτερη κατανομή πόρων και σχεδιασμό επιτόπιων δράσεων.

- Καθιέρωση αντικειμενικών δεικτών επίδοσης μέσα από αυτήν την έκθεση μπορεί να συνδεθεί με ένα σύστημα επιβράβευσης και ανταμοιβής προσωπικού των τελωνιακών, εκλεκτικών και διωκτικών αρχών που επιτυγχάνει μετρήσιμα αποτελέσματα, ενισχύοντας τα κίνητρα και αναδεικνύοντας τη σημαντική συνεισφορά τους στην καταπολέμηση του φαινομένου.

Πρέπει να ρυθμιστεί η επιστροφή των κενών φιαλών λογιστικά!

Σε συνεννόηση με την ΕΔΕΟΠ Θεσσαλονίκης θα υποβάλουμε υπόμνημα για το θέμα της επιστροφής των κενών φιαλών που μας ταλαιπωρεί.

ΤΙ ΖΗΤΑΜΕ:

- Θεσμοθέτηση ευνοϊκότερης διαδικασίας για τα κενά δοχεία:

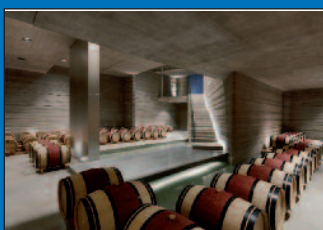
Να εκδίδεται παραστατικό επιστροφής από τον πελάτη, όχι από το πρατήριο, όπως λανθασμένα ισχύει σήμερα. Υπάρχει νομικό και τεχνικό κενό που πρέπει να καλυφθεί άμεσα με διευκρινιστική εγκύκλιο.



Τα Αντεπιχειρήματα του Κλάδου

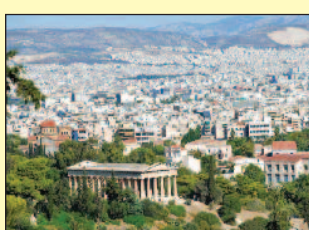
ΣΤΗ
ΣΕΛΙΔΑ 2

10 ΣΠΟΥΔΑΙΑ
ΛΕΥΚΑ ΚΡΑΣΙΑ
ΓΙΑ ΤΙΣ ΣΠΕΣΙΑΛ
ΣΤΙΓΜΕΣ ΤΟΥ
ΚΑΛΟΚΑΙΡΙΟΥ



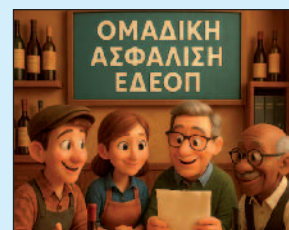
Στη σελίδα 4

ΑΘΗΝΑ - ΘΕΣΣΑΛΟΝΙΚΗ:
ΤΙ ΠΡΟΤΙΜΟΥΝ
ΟΙ ΑΓΟΡΑΣΤΕΣ, ΣΕ ΠΟΙΕΣ
ΠΕΡΙΟΧΕΣ ΠΩΛΟΥΝΤΑΙ
ΠΙΟ ΓΡΗΓΟΡΑ ΤΑ ΣΠΙΤΙΑ



Στη σελίδα 6

Η ΕΔΕΟΠ
ΣΤΟ ΠΛΕΥΡΟ
ΤΩΝ ΜΕΛΩΝΤΗΣ,
ΓΙΑΔΕΙΟΠΙΣΤΗ
ΑΣΦΑΛΙΣΗ ΚΑΙ
ΠΡΟΣΙΤΟ ΚΟΣΤΟΣ



Στη σελίδα 10

ΤΑ ΑΝΤΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΑ ΤΟΥ ΚΛΑΔΟΥ

Γιατί τα προτεινόμενα μέτρα πλήττουν τους συνεπείς και αφήνουν στο απυρόβλητο τους πραγματικούς παραβάτες;

Το Υπουργείο Οικονομικών προωθεί την εφαρμογή του άρθρου 94 (Ηλεκτρονικό Σύστημα Ταυτοποίησης) και του άρθρου 84 (Φορολογικές Ταινίες) με στόχο την αντιμετώπιση του λαθρεμπορίου στα αλκοολούχα ποτά και την ενίσχυση της ιχνηλασιμότητας.

Ο κλάδος των επιχειρήσεων αλκοολούχων ποτών διαφωνεί με την οριζόντια εφαρμογή των μέτρων, παραθέτοντας σειρά τεκμηριωμένων αντεπιχειρημάτων.

Κεντρικό επιχείρημα

Τα μέτρα πλήττουν δυσανάλογα τις νόμιμες επιχειρήσεις χωρίς να στοχεύουν στους πραγματικούς παραβάτες, δηλαδή τους αδήλωτους εισαγωγείς και τα σημεία επιτόπιας κατανάλωσης εκτός ελέγχου.

Αντιρρήσεις και Προτάσεις του Κλάδου:

1. Το πρόβλημα του λαθρεμπορίου είναι στοχευμένο, όχι οριζόντιο

• Δεν προέρχεται από τους καταγεγραμμένους χονδρέμπορους αλλά από σκιώδη κυκλώματα και μη δηλωμένες εισαγωγές.

• Οι νόμιμοι φορείς ήδη εποπτεύονται τελωνειακά.

2. Τα ήδη υφιστάμενα ψηφιακά εργαλεία επαρκούν

• Ηλεκτρονική τιμολόγηση (myDATA), EMCS, Ψηφιακό Δελτίο Αποστολής και Μητρώο Επιτηδευματιών καλύπτουν όλη την αλυσίδα.

• Η επιβολή Lot Numbers και φορολογικών ταινιών δεν προσθέτει αξία, αλλά διοικητικό κόστος.

3. Το σύστημα δεν είναι τεχνικά εφαρμόσιμο

• Δεν υπάρχει ενιαία σήμανση (π.χ. barcode/QR code), δεν είναι υποχρεωτική η αναγραφή LOT στα παραστατικά, και δεν υπάρχει ευρωπαϊκή τεχνική υποδομή.

4. Δεν αποτελεί ενωσιακή υποχρέωση

• Η Ε.Ε. δεν επιβάλλει σύστημα ιχνηλασιμότητας ανά φιάλη/παρτίδα, ούτε καθολική χρήση φορολογικών ταινιών.

• Η εφαρμογή αποκλειστικά στην Ελλάδα θα δημιουργήσει στρέβλωση ανταγωνισμού.

5. Το άρθρο 94 μπορεί να εφαρμοστεί περιορισμένα

• Μόνο στο πρώτο στάδιο: παραγωγή, εισαγωγή, παραλαβή από Ε.Ε.

• Στοχευμένοι έλεγχοι σε bar, καταστήματα υγειονομικού ενδιαφέροντος κ.λπ.

6. Η επίκληση του ν. 4758/2020 δεν δεσμεύει απόλυτα

• Ο ίδιος ο νόμος προβλέπει εφαρμογή μόνο όταν υπάρχει τεχνική υλοποιησιμότητα. • Το περιεχόμενο και η έκταση εφαρμογής καθορίζονται με υπουργική απόφαση.

7. Οι φορολογικές ταινίες είναι παρωχημένο μέτρο



• Δεν αποτελούν αξιόπιστο τεκμήριο νομιμότητας, καταργήθηκαν ουσιαστικά στην πράξη, δεν χρησιμοποιούνται στην Ε.Ε. και έχουν υψηλό κόστος.

8. Το Track & Trace των τσιγάρων δεν μπορεί να εφαρμοστεί στο αλκοόλ

• Διαφορετική φύση προϊόντος, συσκευασίας και συμπεριφοράς καταναλωτή.

• Καμία χώρα Ε.Ε. δεν το εφαρμόζει για ποτά, και η εφαρμογή του στην Ελλάδα παραβιάζει την αρχή της αναλογικότητας και το ενωσιακό δίκαιο (άρθρο 34 ΣΛΕΕ).

Συνολική Πρόταση Κλάδου

• Εφαρμογή μόνο στα σημεία εισόδου του προϊόντος.

• Ενίσχυση ελέγχων σε πύλες εισόδου και τελικά σημεία κατανάλωσης.

• Αξιοποίηση και ψηφιοποίηση των

υπαρχόντων εργαλείων (myDATA, Μητρώο, EMCS).

• Συμμετοχή της Ελλάδας στον πανευρωπαϊκό σχεδιασμό όταν και εφόσον υπάρξει.

Η ουσία είναι η εφαρμογή, όχι η επίφαση, η λύση χρειάζεται στόχευση, όχι οριζόντιες επιβαρύνσεις!ε

ΤΡΕΙΣ ΔΙΑΚΡΙΣΕΙΣ ΣΤΑ DEI AWARDS 2025 ΓΙΑ ΤΗΝ COCA-COLA ΤΡΙΑ ΕΨΙΛΟΝ

Η Coca-Cola Τρία Έψιλον απέσπασε τρεις σημαντικές διακρίσεις στα Diversity, Equity & Inclusion Awards 2025, οι οποίες επιβραβεύουν τις ενέργειές της για την προώθηση της διαφορετικότητας, της ισότητας και της ένταξης. Οι διακρίσεις αυτές επιβεβαιώνουν ότι η εταιρεία, μέσω στοχευμένων δράσεων και σύγχρονων εργαλείων, ενισχύει τη δημιουργία ενός πιο δίκαιου και συμπεριληπτικού εργασιακού περιβάλλοντος για τους ανθρώπους της.

Πιο συγκεκριμένα, Coca-Cola Τρία Έψιλον έλαβε:

• Gold Βραβείο στην κατηγορία Unconscious Bias - Fighting Stereotypes Training για την πρωτοβουλία «Generations Campaign: 'Open Up Gens'», η οποία αφορούσε στην ευαισθητοποίηση των εργαζομένων σχετικά με την ποικιλομορφία των γενεών και την ενίσχυση της συ-



νεργασίας μεταξύ τους, με στόχο τη δημιουργία ενός ακόμη πιο συμπεριληπτικού εργασιακού περιβάλλοντος.

• Bronze Βραβείο στην κατηγορία Internal Communication & Employee Engagement για τις επιτυχημένες διοργανώσεις των «Values Awards» και των «Family Days». Τα «Values Awards» αποτελούν έναν θεσμό αναγνώρισης, αναδεικνύοντας συμπεριφορές που ενσαρκώνουν τις βασικές αξίες του οργανισμού, ενώ οι «Family Days», μέρες κατά τις οποίες η εταιρεία ανοίγει τις πόρτες της για 300 οικογένειες εργαζομένων της, αναδεικνύουν τη σημασία της ισορροπίας μεταξύ επαγγελματικής και προσωπικής ζωής.

• Bronze Βραβείο στην κατηγορία Upskilling - Reskilling for Women, για τα επιδραστικά προγράμματα που αναπτύσσει στο πλαίσιο της στρατηγικής Learning & Development, με στόχο να ενδυναμώνει τους εργαζόμενους και τις εργαζόμενες να προσαρμόζονται πιο αποτελεσματικά στις αλλαγές του εξελισσόμενου εργασιακού περιβάλλοντος.

Η ΚΩΝΣΤΑΝΤΙΝΑ ΜΠΑΡΚΑ PEOPLE AND CULTURE DIRECTOR ΤΗΣ COCA-COLA ΤΡΙΑ ΕΨΙΛΟΝ ΔΗΛΩΣΕ:

Οι άνθρωποί μας αποτελούν την καρδιά του οργανισμού μας. Σε αυτή τη βάση, εργαζόμαστε διαρκώς, ώστε να προσφέρουμε ένα συμπεριληπτικό εργασιακό περιβάλλον που σέβεται τη διαφορετικότητα και προάγει την αξία της ισότητας, στο οποίο ο καθένας και η κάθε μία από εμάς μπορεί να αναπτύξει δεξιότητες και να εξελιχθεί.

ΤΟ Δ.Σ. ΤΗΣ ΕΔΕΟΠ ΑΘΗΝΩΝ

ΕΝΩΣΗ ΔΙΑΚΙΝΗΤΩΝ ΕΜΠΟΡΩΝ ΟΙΝΩΝ & ΠΟΤΩΝ ΑΘΗΝΩΝ

ΕΔΕΟΠ

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

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

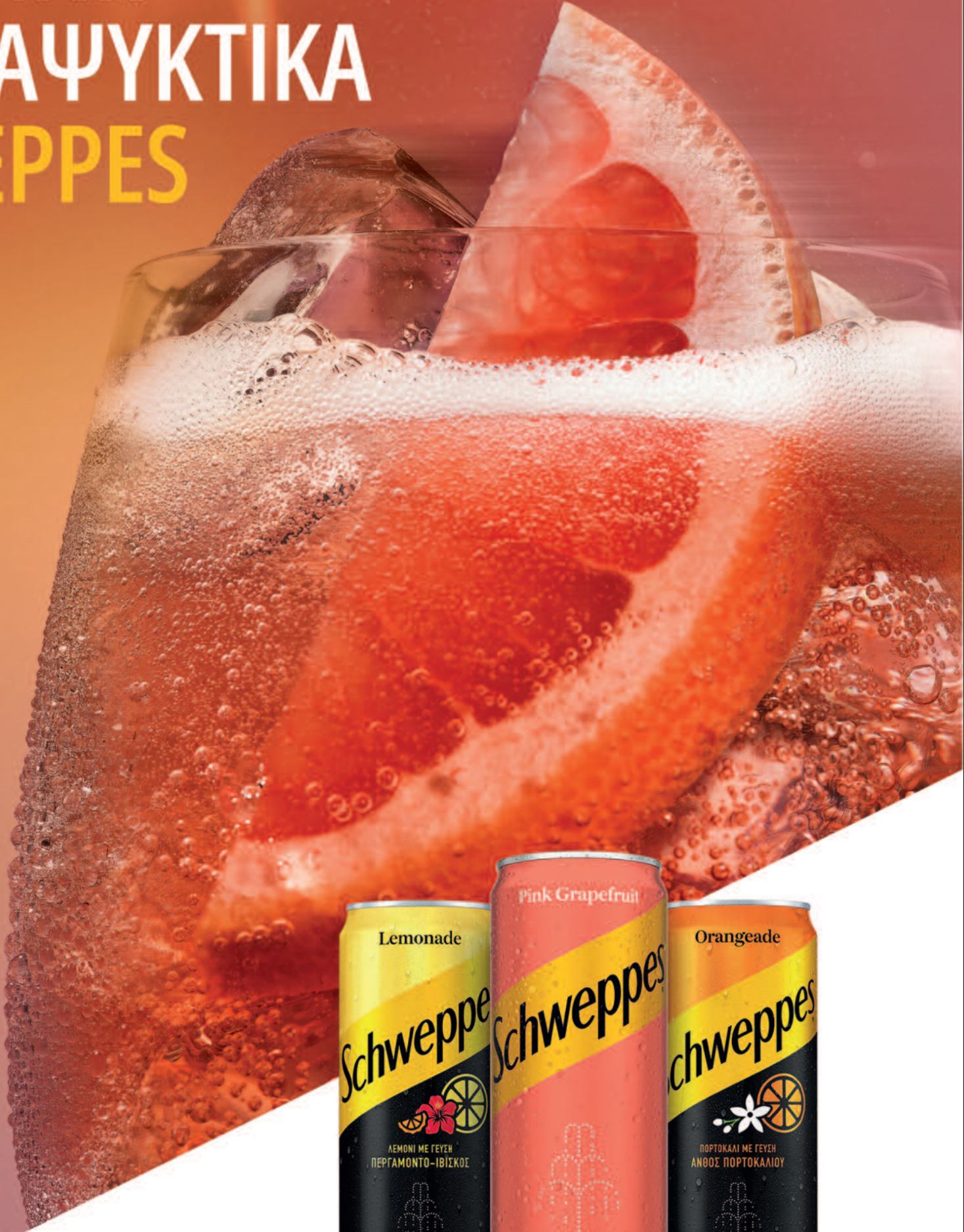
210-9702018

Επιμέλεια Έκδοσης - Εκτύπωση ΕΚΔΟΣΕΙΣ ΔΕΣΜΟΣ

Ε. Γιάνναρη 5, 11853

210-3468268

ΚΑΘΕ ΣΤΙΓΜΗ
ΕΙΝΑΙ PINK
ΜΕ ΑΝΑΨΥΚΤΙΚΑ
SCHWEPPES



Απολαύστε Υπεύθυνα



BORN SOCIAL

10 ΣΠΟΥΔΑΙΑ ΛΕΥΚΑ ΚΡΑΣΙΑ ΓΙΑ ΤΙΣ ΣΠΕΣΙΑΛ ΣΤΙΓΜΕΣ ΤΟΥ ΚΑΛΟΚΑΙΡΙΟΥ

Οι ταξιδευτές ξέρουν τον γαλλικό ποταμό Λίγηρα για τα μεγαλοπρεπή κάστρα του, οι οινόφιλοι για τα κρασιά του που κόβουν την ανάσα με το καλειδοσκόπιο του στυλ και των γεύσεων που προσφέρουν

ακρύ το ταξίδι του Λίγηρα, από τις πηγές του που βρίσκονται λίγο νότια του Παρισιού μέχρι τις εκβολές του κοντά στην πόλη της Nantes. Μια μαγεία σχεδόν 1.000 χιλιομέτρων, που δημιουργεί εύφορα εδάφη κατάλληλα για όλα τα είδη κρασιών. Δίχως αμφιβολία εξαιρετικά τα ερυθρά και τα ροζέ του, όμως το κρύο κλίμα που επικρατεί εκεί ευνοεί τα λευκά κρασιά, τα οποία δίχως αμφιβολία συγκαταλέγονται ανάμεσα στα καλύτερα του κόσμου.

Η πιο διάσημη ποικιλία που καλλιεργείται στο Λίγηρα -κυρίως στο ανατολικό του τμήμα- είναι το Sauvignon Blanc και κάθε φίλος του δημοφιλέστερου λευκού σταφυλιού του κόσμου θα πρέπει να ξέρει ότι αυτή είναι η πατρίδα του. Αλλά και ο απόλυτος τόπος για αυτό, αφού όταν οι Sauvignon Blanc καταστάσεις γίνονται σοβαρές, οι ονομασίες προέλευσης Sancerre και Pouilly-Fume βρίσκονται σε ένα άλλο σύμπαν πολυπλοκότητας και ευγένειας. Συγγώνη Νέα Ζηλανδία!

Όμως ένα ακόμα μεγαλύτερο διαμάντι καλλιεργείται στο κεντρικό κομμάτι του ποταμού που κόβει τη μισή Γαλλία στη μέση. Το Chenin Blanc είναι σχετικά άγνωστο, γεγονός περίεργο αν αναλογιστεί κανείς ότι παράγει τα ακριβότερα κρασιά του Λίγηρα. Ταυτόχρονα όμως διαθέτει και την καλύτερη σχέση ποιότητας-τιμής ανάμεσα στα μεγάλα λευκά του κόσμου, αφού με μερικές δεκάδες ευρώ μπορεί κανείς να έχει στο ποτήρι του τον όγκο ενός Καλιφορνέζικου Chardonnay, την οξύτητα μιας Βουργουνδίας, την ορυκτότητα μιας Σαντορίνης και την μελένια αίσθηση ενός Μπορντολέζικου Grand Cru!

Η ύψιστη ποικιλία πάντως δεν θα αφήσει παραπονεμένους ούτε τους φίλους της γλύκας, αφού προσφέρει και μυθικά ημίξηρα, ημίγλυκα και γλυκά κρασιά από σταφύλια που έχουν προσβληθεί από ευγενή σήψη. Θέλετε κάποια απόδειξη περί των παραπάνω; Ακολουθούν 10, εισάγονται στη χώρα μας όλα και έχετε μπροστά σας ένα ολόκληρο καλοκαίρι!

Bourgeois Henri, Sancerre Jadis

Από τις γεμάτες απολιθωμένα όστρακα κιμωλίες του Sancerre (εδάφη που ονομάζονται Kimmeridgian) προέρχεται ένα κρασί που κάποιοι έχουν αποκαλέσει «ύμνο στα σπουδαία Sauvignon». Ωριμασμένο για έναν χρόνο σε βαρέλια 600lt, αυτό το αριστούργημα ορυκτότητας απευθύνεται σε όσους παίρνουν το Sauvignon στα σοβαρά. Στα πολύ σοβαρά...

Champalou Domaine, Vouvray Sec

Η οικογένεια Champalou καλλιεργεί 250 στρέμματα Chenin Blanc και με το Vouvray Sec μάς εισάγει στον μαγικό κόσμο της ποικιλίας, με μόνες εκπώσεις να είναι αυτές της τιμής. Γιατί στο ποτήρι αυτή η πανέμορφη cuvee τα έχει όλα: οξύτητα και γλύκα, ορυκτότητα και πλούσιο φρούτο, νεύρο και μελένια αίσθηση, αμεσότητα αλλά και δυναμικό παλαιώσης.



Chatelain Domaine, Pouilly Fume Les Vignes de St. Laurent d' Abbaye

Δώδεκα γενεές μετρά ο οίκος Chatelain που από το 1630 μεγαλουργεί στο φημισμένο Pouilly Fume. Εξί οι ετικέτες που παράγει από τα διαφορετικά εδάφη του, με τη συγκεκρι-



μένη να προέρχεται από 35χρονα αμπέλια του Αββαείου του Αγίου Λαυρεντίου. Ένα αυστηρό, μακρύ, στιβαρό και ολίγον τανικό Sauvignon Blanc με δυναμικό 10ετίας.

Chateau de Tracy, Pouilly Fume

Λίγοι Γάλλοι παραγωγοί διαθέτουν την (αριστοκρατική) ιστορία του Chateau de Tracy, τα ντύνια του οποίου, από τα τέλη του 14ου αιώνα μέχρι σήμερα, παραμένουν στην ίδια οικογένεια! 330 στρέμματα είναι η ιδιοκτησία του, με τη βασική ετικέτα να προέρχεται από ποικιλία εδαφών. Γεγονός το οποίο ευθύνεται για την τρομακτική πολυπλοκότητά της.

Chidaine Francois, Montlouis Brut Nature

Ξέρω, δεν το είπαμε, αλλά ο Λίγηρας παράγει και πολλά και καλά αφρώδη. Απόδειξη αυτό το παραδοσιακά ζυμωμένο Chenin Blanc του Chidaine, ο οποίος καλλιεργεί βιοδυναμικά 500 στρέμματα στον κεντρικό Λίγηρα. Το Montlouis φημίζεται για τα γλυκά κρασιά του, οπότε αυτό το αφρώδες είναι μελένιο, ταυτόχρονα όμως είναι κατάξηρο και ψωμένιο.

De Ladoucette, Sancerre Comte Lafond

Δεν θα βρείτε πολλά Sauvignon Blanc μονοπάτια τα οποία να συνεχίζουν πέρα από εκεί που θα σας ταξιδέψει αυτό το επικό Sancerre από τα αμπέλια του Comte Lafond. Η ιστορία του τελευταίου χάνεται στον 18ο αιώνα και η πρότασή του καταφέρνει να «γεμίζει» με λουλουδάτο όγκο τη φοβερή οξύτητα και ορυκτότητα ενός σπουδαίου terroir.

Dagueneau Didier, Pouilly Fume Silex

Ο Didier Dagueneau έφυγε αναπάντεχα το 2008, όμως πρόλαβε να καταστήσει τα κρασιά του μυθικά και να αφήσει ως άξιο διάδοχο τον γιο του Louis Benjamin. Το πέτρωμα Silex μυρίζει τσακμάκι, καθιστώντας αυτή την cuvee ένα μπαρουτοκαπνισμένο αριστούργημα. Άλλωστε, από τη γη και όχι από το βαρέλι προέρχεται το Fume του ονόματος.

Huet Domaine, Vouvray Le Mont Moelleux

Ο οίκος Huet αποτελεί έμβλημα όχι μόνο για το Vouvray αλλά για ολόκληρο τον Λίγηρα. Τα ξηρά του μάγου του Chenin Blanc είναι σπουδαία, τα γλυκά του όμως είναι συγκλονιστικά, ιδιαίτερα όταν προέρχονται από αγγιγμένα από τον Θεό αμπελοτόπια σαν το Le Mont. Απίθανη οξύτητα, ρεφάρει απίθανη γλύκα σε ένα απίθανο αριστοκρατικό σύνολο.

Fournier Longchamps, Savennieres La Fremine

Ένας σπουδαίος τόπος μέσα σε έναν σπουδαίο τόπο! Το Savennieres, έτσι και αλλιώς, παράγει τα κορυφαία Chenin Blanc στον πλανήτη, όμως το La Fremine είναι ένα χαρισματικό σχιστολιθικό αμπελοτόπι εντός του. Και ο καρπός του ένα ποίημα βουτύρου, ζυμών και ώριμου κίτρινου φρούτου, με οξύτητα που το ταξιδεύει για τουλάχιστον 10ετία.

Riffault Claude, Sancerre Les Chasseignes

Ο νεαρός Claude Riffault είναι από τους πλέον συζητημένους παραγωγούς του Sancerre και αυτή η ελαχίστων παρεμβάσεων cuvee, από το γεμάτο σπασμένες πέτρες αμπελοτόπι που βρίσκεται κοντά στο σπίτι του στο χωριό Sury-En- Vaux, «εξηγεί» τον λόγο. Ένα χαμηλής έντασης αλλά ατελείωτου μακρους όργιο κίτρου και λαγοκέρασου.

<https://www.newmoney.gr/>

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



Έξυπνη Σπορά



Μάθετε περισσότερα

Παράγουμε ένα καλύτερο αύριο

Στην Αθηναϊκή Ζυθοποιία επενδύουμε στο μέλλον του ελληνικού αγροτικού τομέα και στη δημιουργία μιας νέας γενιάς παραγωγών μέσω του καινοτόμου προγράμματος Ευφυούς Γεωργίας «Έξυπνη Σπορά», σε συνεργασία με το Γεωπονικό Πανεπιστήμιο Αθηνών.



Ακίνητα

ΑΘΗΝΑ - ΘΕΣΣΑΛΟΝΙΚΗ: ΤΙ ΠΡΟΤΙΜΟΥΝ ΟΙ ΑΓΟΡΑΣΤΕΣ, ΣΕ ΠΟΙΕΣ ΠΕΡΙΟΧΕΣ ΠΩΛΟΥΝΤΑΙ ΠΙΟ ΓΡΗΓΟΡΑ ΤΑ ΣΠΙΤΙΑ

Πέντε βασικοί λόγοι που καθορίζουν τον χρόνο παραμονής των κατοικιών στις αγγελίες

Πιο προσιτά, ανακαινισμένα και πιο μικρά -κυρίως στούντιο- ενώ έπονται τα διαμερίσματα. Αυτά είναι τα ακίνητα που μένουν αυτή τη στιγμή λιγότερο στις αγγελίες, όπου συχνά οι προσδοκίες των ιδιοκτητών υπερβαίνουν τις αντίστοιχες προσδοκίες των υποψήφιων αγοραστών, με αποτέλεσμα οι τιμές να «φουσκώνουν» σε ποσοστό πάνω από 20% έναντι των πραγματικών τιμών όπου γίνονται τελικά οι μεταβιβάσεις.

Αυτός είναι κι ένας από τους βασικούς λόγους για τους οποίους οι αγγελίες για τα σπίτια στο κέντρο της Αθήνας, που είναι αυτή τη στιγμή το πλέον δημοφιλές στις αναζητήσεις των ενδιαφερομένων, μένουν περισσότερο χρόνο στις αγγελίες, κατά μέσο όρο πάνω από 5,5 μήνες ή αλλιώς 169 ημέρες. Στον αντίποδα, τα σπίτια στο κέντρο της Θεσσαλονίκης είναι και αυτά που «φεύγουν» πιο γρήγορα σε διάστημα έως 5 μήνες ή αλλιώς 150 ημέρες, με τη συμπτωτεύουσα αυτή τη στιγμή να συγκεντρώνει σημαντικό ενδιαφέρον, κεφαλαιοποιώντας την υπεραξία που έχει φέρει το μετρό στην πόλη. Δεν είναι τυχαίο ότι με βάση τα στοιχεία που δημοσίευσε την περασμένη εβδομάδα η Τράπεζα της Ελλάδος στη Θεσσαλονίκη, οι τιμές καταγράφουν για το πρώτο τρίμηνο του 2025 αύξηση κατά 10% σε σύγκριση με πέρυσι, σχεδόν διπλάσιο σε σχέση με το

+5,5% της Αθήνας και σαφώς υψηλότερα έναντι του μέσου όρου πανελλαδικά, που τοποθετείται για το α' τρίμηνο στο +6,8%. Η Θεσσαλονίκη αναδεικνύεται... «πρωταθλήτρια» Ελλάδος ως προς την άνοδο των τιμών και μάλιστα σε διψήφιο ποσοστό, αν ληφθεί υπόψη ότι η ΤτΕ τοποθετεί την άνοδο των τιμών στο +7,3% στις άλλες μεγάλες πόλεις ανά την Ελλάδα και +8% στις λοιπές περιοχές.

Η εταιρεία παροχής υπηρεσιών και ανάλυσης δεδομένων ακινήτων Prosperity σε ανάλυση της μέτρησε τον μέσο χρόνο παραμονής αγγελιών για ακίνητα προς πώληση σε βασικές περιοχές ανά την Ελλάδα και, όπως προκύπτει, το μέσο διάστημα πανελλαδικά φτάνει τους 5-6 μήνες, γεγονός το οποίο επιβεβαιώνει και τους πιο αργούς ρυθμούς απορρόφησης ενός ακινήτου από την αγορά. Βασική αιτία, η «ασυμφωνία» και η απόσταση που χωρίζει τους ιδιοκτήτες-πωλητές από τους αγοραστές, ειδικά σε αυτή τη



συγκυρία των διαδοχικών... σερί ανόδου των τιμών, από το 2018 και μετά, όπου τα εισοδήματα δεν έχουν αυξηθεί ανάλογα. Το γεγονός επιβεβαιώνεται και στην πράξη, αν ληφθεί υπόψη ότι η ζητούμενη τιμή από τις αξίες που αναγράφονται τελικά στις αξίες μεταβιβάσεων οικιστικών ακινήτων ανά την Ελλάδα απέχουν σε ποσοστό 21%, με βάση τα στοιχεία της εταιρείας. Για τα δύο μεγαλύτερα αστικά κέντρα της χώρας, το κέντρο της Θεσσαλονίκης είναι αυτή τη στιγμή η περιοχή με τον ταχύτερο ρυθμό απορρόφησης των σπιτιών στις αγγελίες και ακολουθούν στη συνέχεια τα πιο προσιτά ανατολικά προάστια στην Αθήνα, με έναν μέσο όρο παραμονής των ακινήτων στις αγγελίες στις 158 ημέρες, όπως και τα προάστια της Θεσσαλονίκης με 159 ημέρες.

Τα πολύ δημοφιλή νότια προάστια της Αθήνας, αν και με πολύ υψηλές τιμές, έχουν ακίνητα που παραμένουν στις αγγελίες κατά μέσο όρο 161 ημέρες κι εδώ έρχονται οι πολύ σημαντικοί παράγοντες της εμπορικότητας, της τοποθεσίας και της υψηλής ζήτησης τόσο από την Ελλάδα όσο και από το εξωτερικό που παίζουν και οι τρεις καθοριστικό ρόλο για την απορρόφηση των σπιτιών στο παραλιακό μέτωπο της πρωτεύουσας.

Ακολουθούν τα δυτικά προάστια με 163 ημέρες παραμονής στις αγγελίες και τα βόρεια προάστια με 164 ημέρες, ενώ το κέντρο της Αθήνας είναι στις 169 ημέρες. Τον μεγαλύτερο χρόνο παραμονής στις αγγελίες, πάνω από ένα εξάμηνο κατά μέσο όρο, ή αλλιώς 188 ημέρες, έχουν τα σπίτια στον Πειραιά, με το εισοδηματικό κριτήριο και την αγοραστική δύναμη για το κοινό που αναζητεί ένα ακίνητο στο λιμάνι να παίζει σημαντικό ρόλο.

Ο παράγοντας «ανακαίνιση»

Σημειωτέον ότι πέραν των παραμέτρων της τιμής, της εμπορικότητας, της τοποθεσίας και συνολικά της ζήτησης, ένας ακόμη παράγοντας που επηρεάζει σημαντικά την ταχύτητα απορρόφησης ενός ακινήτου από την αγορά είναι και αυτό της ηλικίας-ανακαίνισης. Με βάση τα στοιχεία από την πλατφόρμα ακινήτων Protio, τα ανακαινισμένα ακίνητα πωλούνται κατά 40% γρηγορότερα από μη ανακαινισμένα και ενδιαφέρουν άμεσα τους αγοραστές που θέλουν ένα ακίνητο έτοιμο προς χρήση, χωρίς την ανάγκη περαιτέρω εργασιών, ενώ επιπλέον διασφαλίζουν και υψηλότερες τιμές, καθώς οι ενδιαφερόμενοι είναι διατεθειμένοι να πληρώσουν περισσότερα για την άνεση και τη λειτουργικότητα που προσφέρει ένα ανακαινισμένο σπίτι.

Η προτίμηση στα ανακαινισμένα γίνεται ακόμη πιο εμφανής αν ληφθεί υπόψη το στοιχείο που προτάσσει η Prosperity σε σχέση με την ηλικία των κατοικιών που διατίθενται στην αγορά μέσα από τις αγγελίες: στο σύνολο των 127.000 διαθέσιμων ακινήτων προς πώληση, πάνω από 1 στα 5 ακίνητα ή αλλιώς ένα 22,3% είναι... 50ετίας, της δεκαετίας μεταξύ του 1970-1979, ενώ το ποσοστό των νεόδμητων, με ακίνητα ηλικίας από το 2020 και μετά, βρίσκεται στο 21,8%. Ακολουθούν τα ακίνητα της δεκαετίας 2000-2009, όπου αντιστοιχεί ένα 13,47% και τα ακίνητα της δεκαετίας του 1960 με 12,47%.

ΓΙΑΤΙ ΝΑ ΚΑΤΟΧΥΡΩΣΩ ΤΟ ΕΜΠΟΡΙΚΟ ΜΟΥ ΣΗΜΑ

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

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

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

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

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

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

6936973490
2130441430

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

Φρέσκια Εμφάνιση - Ίδια Ανώτερη Ποιότητα

ΚΑΘΑΡΟ
ΣΑΝ
ΤΗΝ ΑΛΗΘΕΙΑ



Ανέγγιχτο
Ελαφρύ
Ισορροπημένο

Κατευθείαν από την πηγή μας

Πηγή: Κεφαλόβρυσο, Πευκόφυτο Καστοριάς,
Όρος Γράμμος 1100μ.

Ιστορία

Η ΙΣΤΟΡΙΑ ΤΗΣ ΜΠΥΡΑΣ ΑΛΦΑ: ΤΟ ΕΛΛΗΝΙΚΟ LAGER ΠΟΥ ΑΝΤΕΞΕ ΣΤΟΝ ΧΡΟΝΟ

Γέννηση μιας ελληνικής μπίρας (1961)

Η μπίρα Άλφα πρωτοκυκλοφόρησε στην Ελλάδα το 1961, σε μια εποχή όπου η κατανάλωση μπίρας στη χώρα μας ήταν ακόμα σε σχετικά πρώιμο στάδιο. Αν και υπήρχαν κι άλλες μπίρες στην αγορά – ελληνικές και εισαγόμενες – η Άλφα ξεχώρισε γιατί ήταν μία αυθεντικά ελληνική lager, σχεδιασμένη γευστικά ώστε να ταιριάζει με το ελληνικό κλίμα, τη μεσογειακή διατροφή και τις τοπικές συνήθειες. Τότε, η παραγωγή της γινόταν από την Ελληνική Εταιρεία Ζυθοποιίας και στόχευε στο να καθιερωθεί ως μια μπίρα ευρείας κατανάλωσης, με ήπια γεύση και προσιτή τιμή.

Απόκτηση από την Αθηναϊκή Ζυθοποιία

Η Αθηναϊκή Ζυθοποιία, που είχε ιδρυθεί το 1963 από τον όμιλο Heineken, απέκτησε τα δικαιώματα της μπίρας Άλφα και ανέλαβε την παραγωγή και τη διανομή της. Αυτό αποτέλεσε κομβικό σημείο για την περαιτέρω ανάπτυξή της. Στις δεκαετίες του '70 και '80, η Άλφα έγινε γνωστή σε μεγάλο μέρος της χώρας, αν και αντιμετώπιζε έντονο ανταγωνισμό τόσο από ξένες μπίρες όσο και από άλλες εγχώριες επιλογές όπως η Φιξ (η οποία όμως είχε περιπέτειες λόγω οικονομικών προβλημάτων). Η Άλφα, παρότι δεν ήταν η απόλυτα κυρίαρχη, κράτησε ένα σταθερό μερίδιο στην αγορά, κυρίως λόγω της απλότητάς της και της νοσταλγικής εικόνας που εξέπεμπε.

Η περίοδος «ύπνωσης»

Κατά τη δεκαετία του '90 και τις αρχές του 2000, η Άλφα έχασε έδαφος. Η Heineken και η Amstel – που επίσης ανήκαν στην Αθηναϊκή Ζυθοποιία – απορρόφησαν τη μεγαλύτερη προσοχή του μάρκετινγκ και των καταναλωτών. Η Άλφα έμεινε στο περιθώριο, θεωρούμενη «παλιά» μπίρα, αγαπητή σε ένα μικρότερο και γηραιότερο κοινό. Παράλληλα, η είσοδος craft και premium μπυρών έκανε την εικόνα της να φαίνεται ξεπερασμένη.

Το επαναλανσάρισμα – η μεγάλη επιστροφή (2000s)

Περί τα μέσα της δεκαετίας του 2000, η Αθηναϊκή Ζυθοποιία αποφάσισε να επαναλانسάρει την Άλφα με νέα στρατηγική. Τοποθετήθηκε πλέον ως:

- Μπίρα με ελληνικό χαρακτήρα
- Με 100% ελληνικό κριθάρι
- Προσιτή, αλλά με ποιότητα
- Συναισθηματικά συνδεδεμένη με την παραδοσιακή ελληνική φιλοξενία, τα καλοκαιρινά τραπέζια και τις παρέες.



Το σύνθημα “Άλφα: η μπίρα της καρδιάς μας” συνοδεύτηκε από νοσταλγική διαφήμιση που αναδεικνυε την παράδοση, τη συντροφικότητα και τα απλά ελληνικά πράγματα. Παράλληλα, αλλαγή ετικέτας, νέο design και ανανεωμένη συσκευασία έδωσαν φρέσκια πνοή στο brand. Το επαναλανσάρισμα ήταν επιτυχές, και η Άλφα άρχισε σταδιακά να ανακτά έδαφος, ειδικά στην περιφέρεια και στα τουριστικά μέρη.

Έμφαση στην ελληνική προέλευση

Ένα από τα βασικά στοιχεία της επανατοποθέτησης ήταν η ανάδειξη της ελληνικής προέλευσης. Η Αθηναϊκή Ζυθοποιία συνεργάστηκε με Έλληνες παραγωγούς κριθαριού

και ανέδειξε ότι η Άλφα παρασκευάζεται εξ ολοκλήρου με ελληνικό κριθάρι, ενισχύοντας έτσι την εγχώρια αγροτική παραγωγή. Αυτό το στοιχείο χρησιμοποιήθηκε τόσο σε καμπάνιες marketing όσο και σε δημόσιες σχέσεις, και πρόσφερε στην Άλφα ένα πατριωτικό πλεονέκτημα έναντι άλλων μπυρών – ακόμη και αυτών που παραγόταν στην Ελλάδα αλλά με εισαγόμενο κριθάρι.

Οι παραλλαγές της Άλφα

Η επιτυχία της κλασικής Άλφα οδήγησε και σε νέα προϊόντα:

- Άλφα Weiss: Σταρένια μπίρα με θολή εμφάνιση, πιο αρωματική και φρουτώδης, ιδανική για διαφορετικό κοινό.
- Άλφα Strong: Με 7% αλκοόλ, για όσους ήθελαν πιο δυνατή εμπειρία.
- Άλφα Χωρίς (Άλφα Free): Χωρίς αλκοόλ, για όσους θέλουν τη γεύση χωρίς τις συνέπειες. Αυτές οι εκδόσεις ενίσχυσαν την ταυτότητα της Άλφα ως brand που καλύπτει περισσότερες ανάγκες, χωρίς να χάνει τον ελληνικό του χαρακτήρα.

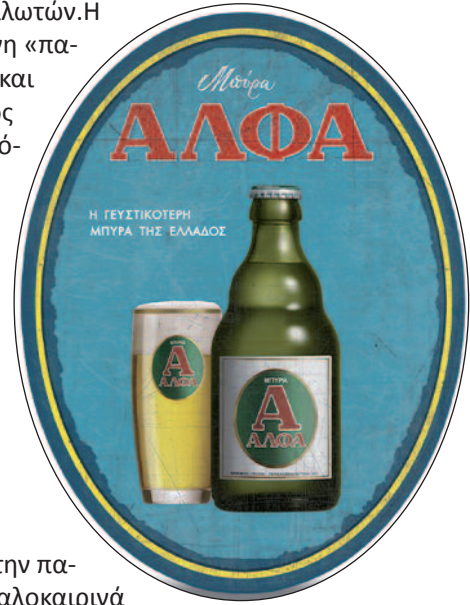
Σήμερα: Πώς στέκεται στην αγορά;

Η Άλφα σήμερα θεωρείται μία από τις πιο δημοφιλείς mainstream μπίρες στην Ελλάδα. Μαζί με την Amstel, τη Fix και κάποιες craft επιλογές, αποτελεί βασική επιλογή σε σούπερ μάρκετ, καφετέριες, ταβέρνες και παραλιακά μαγαζιά. Δεν είναι premium, ούτε “ψαγμένη”, αλλά παραμένει αγαπητή, νοσταλγική και αξιόπιστη. Συμβολίζει την απλότητα και την ελληνική παρέα. Ειδικά σε τουριστικά μέρη, έχει καθιερωθεί ως «η ελληνική μπίρα». Επίσης:

- Χρησιμοποιείται συχνά σε διαφημιστικά σποτ με ελληνικά τοπία.
- Υποστηρίζει δράσεις με κοινωνικό ή αγροτικό χαρακτήρα.
- Παραμένει οικονομική επιλογή σε σχέση με premium lagers.

Συμπερασματικά

Η Άλφα δεν είναι απλώς μια μπίρα. Είναι κομμάτι της ελληνικής μπυρο-ιστορίας, από τις παλιές ταβέρνες των 60s, στα beach bars των 2020s. Αν και πέρασε περιόδους αφάνειας, κατάφερε να επανέλθει χάρη στην έξυπνη ανάδειξη του ελληνικού της DNA. Σήμερα, η Άλφα έχει κατακτήσει τη θέση της μπίρας που δεν “παριστάνει”, αλλά προσφέρει αυτό που υπόσχεται: αυθεντική ελληνική γεύση, δροσιστική και φιλική προς όλους. Ή, όπως λέει και το σλόγκαν της: “Άλφα. Η μπίρα της καρδιάς μας.”



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



Νέα
ΑΛΦΑ
-ΜΕ-
θαλασσινό
αλάτι

Εμπνευσμένη
από την
κοινή μας γη.



Ασφάλιση

Η ΕΔΕΟΠ ΣΤΟ ΠΛΕΥΡΟ ΤΩΝ ΜΕΛΩΝ ΤΗΣ, ΑΞΙΟΠΙΣΤΗ ΑΣΦΑΛΙΣΗ, ΠΡΟΣΙΤΟ ΚΟΣΤΟΣ

Στην Ένωση Διακινητών Εμπορίας Οίνων και Ποτών (ΕΔΕΟΠ), είμαστε καθημερινά δίπλα στις επιχειρήσεις του κλάδου μας και παρακολουθούμε από κοντά τα προβλήματα, τις αγωνίες και τις πιέσεις που αντιμετωπίζουν τα μέλη μας — είτε πρόκειται για κάβες, είτε για πρατήρια ποτών, είτε για άλλες συναφείς δραστηριότητες του χώρου.

Η ελληνική επιχειρηματικότητα στον τομέα των αλκοολούχων ποτών δεν παύει να δοκιμάζεται σε ένα περιβάλλον που γίνεται ολοένα και πιο απαιτητικό, ασφυκτικό και απρόβλεπτο. Τα τελευταία χρόνια, έχουμε γίνει όλοι μάρτυρες μιας γενικότερης αβεβαιότητας — είτε λόγω της ενεργειακής κρίσης, είτε λόγω πληθωριστικών πιέσεων, είτε λόγω αλλαγών στη φορολογική ή ασφαλιστική νομοθεσία.

Και σαν να μην έφταναν όλα αυτά, υπάρχει πάντα ο αόρατος (και απρόσμενος) κίνδυνος μιας ζημιάς: μια πυρκαγιά, μια πλημμύρα, μια έκρηξη, ένα ατύχημα, μια κακόβουλη ενέργεια. Είναι αυτές οι στιγμές που μπορούν να προκαλέσουν ανεπανόρθωτες βλάβες, όχι μόνο στις εγκαταστάσεις ή τα αποθέματα, αλλά και στη συνολική και τη συνέχεια μιας ολόκληρης επιχείρησης. Σε αυτό το πλαίσιο, η ανάγκη για αξιόπιστη, κατανοητή και οικονομικά προσιτή ασφαλιστική κάλυψη δεν είναι πολυτέλεια. Είναι βασική προϋπόθεση επιβίωσης και λειτουργικής ασφάλειας. Κανείς μας δεν θέλει να βρεθεί στην τραγική θέση να μετράει ζημιές χωρίς καμία προστασία — αλλά, από την άλλη πλευρά, κανείς δεν επιθυμεί να δεσμεύεται από ασφαλιστικά σχήματα που είναι ακριβά, δυσνόητα ή μακριά από τις πραγματικές ανάγκες του επαγγέλματος. Με αυτήν ακρι-



βώς τη λογική, η ΕΔΕΟΠ, ως συνδικαλιστικό και επαγγελματικό όργανο του κλάδου, πήρε την πρωτοβουλία να διερευνήσει σε βάθος το πεδίο της ομαδικής ασφάλισης, αναλαμβάνοντας να ζητήσει εξειδικευμένες, στοχευμένες προσφορές από τέσσερις ασφαλιστικές εταιρείες με εμπειρία στον χώρο.

Ο στόχος δεν ήταν απλώς να έχουμε “μια εικόνα” των τιμών. Αντίθετα: ζητήσαμε διαμορφωμένες προσφορές, προσαρμοσμένες στις πραγματικές συνθήκες του κλάδου μας, στις ιδιομορφίες των επιχειρήσεων μας και στους κινδύνους που μας αφορούν — ούτε περισσότερους, ούτε λιγότερους. Στις σελίδες που ακολουθούν θα δείτε, με τρόπο συγκεντρωτικό και εύληπτο, τις απαντήσεις που λάβαμε.

Αναλύονται οι καλύψεις, τα ασφάλιστρα, οι περιορισμοί και τα τυχόν πλεονεκτήματα ανά περίπτωση. Στόχος μας δεν είναι να “υποδείξουμε” σε κανέναν τι θα επιλέξει. Στόχος μας είναι να δώσουμε στα μέλη μας πραγματικά εργαλεία σύγκρισης, ώστε να μπορούν να επιλέξουν με κριτήριο τη δική τους πραγματικότητα και όχι με βάση τις υποσχέσεις μιας γενικής διαφήμισης. Πιστεύουμε ότι μέσω της συλλογικότητας και της ενότητας μπορούμε να επιτύχουμε χαμηλότερα ασφάλιστρα με περισσότερες καλύψεις, κάτι που θα ήταν πολύ πιο δύσκολο — ή και αδύνατο — για κάποιον μεμονωμένα. Αυτή είναι η δύναμη του συνόλου: να διαπραγματεύεται για όλους, προσφέροντας στον καθένα αυτό που του αντιστοιχεί.

Σε περίπτωση που θέλετε να ασφαλιστείτε απευθυνθείτε στη Γραμματεία του συλλόγου

Η ΠΡΟΤΑΣΗ ΤΗΣ ΑΤΛΑΝΤΙΚΗΣ ΑΣΦΑΛΙΣΤΙΚΗΣ ΓΙΑ ΤΑ ΜΕΛΗ ΤΗΣ ΕΔΕΟΠ

Η Ατλαντική Ασφαλιστική κατέθεσε ολοκληρωμένη πρόταση ασφάλισης για τις επιχειρήσεις του κλάδου (κάβες, πρατήρια ποτών), προσφέροντας ευρεία κάλυψη σε κινδύνους πυρκαγιάς, φυσικών φαινομένων και βανδαλισμών.

Τα προγράμματα περιλαμβάνουν καλύψεις όπως ζημιές από κεραυνό, πλημμύρα, έκρηξη, καθώς και έξοδα αποκομιδής ερειπίων και νομική προστασία.

Προαιρετικά, δίνεται δυνατότητα επέκτασης κάλυψης σε απώλεια ενοικίων ή ζημιές σε γειτονικά ακίνητα.

Οι ασφαλιστικές καλύψεις ξεκινούν από 450 € ετησίως, με δυνατότητα επέκτασης σε πληρύτερο πακέτο στα 540 €.

Η ΕΔΕΟΠ εξετάζει συνολικά τις προσφορές που έχουν κατατεθεί και παρακάτω θα δημοσιεύσει συγκριτική αξιολόγηση για τα μέλη της.

Καλύψεις
❖ Ασφαλίζονται ζημιές από:



- Πυρκαγιά, κεραυνό, καπνό, πτώση αεροσκαφών, πρόσκρουση οχήματος, κακόβουλες ενέργειες
- Έκρηξη, ζημιές από ηλεκτρική εγκατάσταση
- Σεισμός
- Πλημμύρα, θύελλα, καταιγίδα, χιόνι, χαλάζι
- Βραχυκύκλωμα ηλεκτρικής εγκατάστασης
- Ευρεία κάλυψη για φυσικά φαινόμενα & τεχνικά συμβάντα

❖ Επιπλέον καλύψεις

- Έξοδα μεταφοράς ασφαλισμένου κεφαλαίου
- Ζημιές σε υαλοπίνακες μέχρι 3.000 €
- Δαπάνες αποτροπής και περιορισμού ζημιών
- Έξοδα πυρόσβεσης έως 30.000 €
- Έξοδα αποκομιδής ερειπίων έως 5.000 €
- Αστική ευθύνη σε περίπτωση μετάδοσης φωτιάς σε γειτονικά κτίρια

❖ Νομική προστασία

- Προαιρετική κάλυψη με επιπλέον ασφάλιστρο 30 €:
- Παροχή νομικών συμβουλών για την επιχείρηση
 - Κάλυψη εξόδων σε περίπτωση νομικών διαφορών

❖ Ειδικά προγράμματα

- Πρόγραμμα Α (450 €): Για βασικές περιπτώσεις κάλυψης
- Πρόγραμμα Β (540 €): Περιλαμβάνει περισσότερους κινδύνους και κάλυψη απώλειας ενοικίων

❖ Εξαιρέσεις & περιορισμοί

- Ζημιές από πολεμικές ενέργειες, πυρηνικά ή βιολογικά όπλα
- Ζημιές σε είδη που φυλάσσονται εκτός της εγκατάστασης
- Η ασφαλιζόμενη αξία πρέπει να αντιστοιχεί στην πραγματική
- Η ασφάλιση ισχύει μόνο εφόσον τηρούνται οι όροι πρόληψης (π.χ. ύπαρξη πυροσβεστήρα σε σωστή απόσταση)

Ολοκληρώνεται έτσι η καταγραφή των όρων της προσφοράς

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

Ποικιλίες σταφυλιών στην Ελλάδα

Οι λευκές ποικιλίες

Μέρος 3ο

Βιβλιανό

Ελληνικές ποικιλίες αμπέλου όπως το Βιδιανό αποτελούν «κρυμμένο θησαυρό» για κάθε γνώστη οινόφιλο. Πρόκειται για μια λευκή ποικιλία, που προέρχεται από την Κρήτη και χρησιμοποιείται για την παραγωγή λευκών ξηρών οίνων, που μερικές φορές ωριμάζουν σε βαρέλι.

Λίγοι είναι οι υφιστάμενοι αμπελώνες με Βιδιανό, αλλά οι παραγωγοί συμφωνούν για τις εξαιρετικές δυνατότητες της ποικιλίας, πράγμα που σημαίνει πως η ιστορία της γράφεται τα τελευταία χρόνια.

Το Βιδιανό είναι μια ποικιλία που εντοπίζεται κυρίως γύρω από την περιοχή του Ρεθύμνου Κρήτης και καλύπτει μικρές εκτάσεις, ενώ υπάρχει ένας εξαιρετικά περιορισμένος αριθμός αμπελώνων πιο ανατολικά, κοντά στο Ηράκλειο.

Δίνει κρασιά κιτρινοπράσινου χρώματος, με έντονα, ξεχωριστά και πολυσύνθετα αρώματα, που ανάμεσα σε άλλα θυμίζουν αυτά του ώριμου ροδάκινου και του βερίκοκου, με νύξεις αρωματικών βοτάνων και ορυκτότητας.

Στο στόμα είναι γεμάτα και έχουν υψηλή αλκοόλη, την οποία εξισορροπεί ικανοποιητικά η μετρίως υψηλή οξύτητα. Το στυλ του Βιδιανού μπορεί να είναι πλούσιο, ενώ δεν είναι ποτέ καμένο ή άτονο. Οι περισσότεροι παραγωγοί προσπαθούν να αναδείξουν το δυναμικό του σταφυλιού φυτεύοντας σε πιο δροσερούς αμπελώνες μεγάλο υψόμετρου ή αναμειγνύοντάς το με άλλες ποικιλίες, όπως η Βηλάννα.

Καταναλωτές και γευσσιγνώστες μπορεί να χρειαστεί να δώσουν μάχη για να αποκτήσουν μερικές φιάλες Βιδιανό, από τις ελάχιστες που φτάνουν στην αγορά.

Έτσι, το να δοκιμάσει κάποιος Βιδιανό αποτελεί πρόκληση από μόνο του. Τα κρασιά αυτής της ποικιλίας ξεδιπλώνουν θαυμασία την προσωπικότητά τους όταν συνοδεύουν ζυμαρικά με θαλασσινά ή ψάρια ψητά στα κάρβουνα.

Παρότι ο χρόνος παλαιώσης του Βιδιανού δεν έχει προσδιοριστεί ακόμα, διάφοροι οινοκριτικοί πιστεύουν ότι τα κρασιά αυτής της ποικιλίας παλαιώνουν με ασφάλεια για πέντε ή περισσότερα χρόνια.

Βοστυήϊδι

Το Βοστυλίδι καλλιιεργείται στα νησιά του Ιονίου Πελάγους και κυρίως στην Κεφαλονιά και στη Ζάκυνθο, όπου είναι γνωστό και ως Γουστολίδι ή Αυγουστολίδι



(το στολίδι του Αυγούστου). Χαρακτηρίζεται από αρώματα ώριμων φρούτων που παραπέμπουν σε πορτοκάλι και εξωτικά φρούτα και αυτά συμπληρώνονται από νότες μελιού. Τα επίπεδα οξύτητας είναι μέτρια, ενώ τα κρασιά από Βοστυλίδι συνήθως εμφανίζουν απαλές τανίνες που προσδίδουν μια στυφή αίσθηση. Κάποιοι παραγωγοί το οινοποιούν σε ένα πιο παραδοσιακό οξειδωτικό στυλ.

Συμμετέχει συχνά σε κρασιά που φέρουν τη γεωγραφική ένδειξη ΠΓΕ Πλαγιές Αίνου (PGI Slopes of Ainos) και ΠΓΕ Ζάκυνθος (PGI Zakynthos) αλλά και στο παραδοσιακό στυλ κρασιών ΠΓΕ Βερντέα Ζακύνθου (PGI Verdea of Zakynthos).



Σουρωτή με φυσικό άρωμα ΡΟΖ ΓΚΡΕΙΠΦΡΟΥΤ



Sparkling



Ασφάλιση

Η ΠΡΟΤΑΣΗ ΤΗΣ ΕΘΝΙΚΗΣ ΑΣΦΑΛΙΣΤΙΚΗΣ ΓΙΑ ΤΑ ΜΕΛΗ ΤΗΣ ΕΔΕΟΠ

Η Εθνική Ασφαλιστική κατέθεσε πρόταση ασφάλισης περιουσιακών στοιχείων που απευθύνεται σε επιχειρήσεις του κλάδου των ποτών (κάβες και πρατήρια), με ομαδική προσέγγιση και ενιαία τιμολόγηση για τα μέλη της ΕΔΕΟΠ. Το ασφαλιστικό πρόγραμμα καλύπτει πυρκαγιά, φυσικά φαινόμενα, τρομοκρατικές ενέργειες, βανδαλισμούς, και πλήθος πρόσθετων κινδύνων, ενώ συνοδεύεται από διαβαθμισμένες απαλληλαγές ανά είδος ζημιάς. Το συνολικό ασφαλιζόμενο κεφάλαιο ανά επιχείρηση μπορεί να φτάσει έως τα €2.000.000, ενώ το ασφάλιστρο διαμορφώνεται στο 2,625% (2,625 τοιχίλιοστά) του κεφαλαίου, με δυνατότητα εξόφλησης σε τέσσερις δόσεις.

Ανάλυση Περιεχομένου Προσφοράς

Καλυπτόμενα Αντικείμενα

- Οικοδομές / Βελτιώσεις (κατά δήλωση)
- Εξοπλισμός (ηλεκτρολογικός, μηχανολογικός, λοιπός) – έως €600.000
- Εμπορεύματα (οινόπνευματώδη, ποτά, αποστάγματα) – έως €150.000
- Λοιπά εμπορεύματα (εκτός οινόπνευματωδών) – ποσό ανά δήλωση

Μέγιστο συνολικό ασφαλιζόμενο κεφάλαιο ανά επιχείρηση: €2.000.000

Καλυπτόμενοι Κίνδυνοι

- Πυρκαγιά, Πτώση Κεραυνού, Ευρεία Έκρηξη (φυσική ή χημική)
- Πτώση Αεροσκαφών, Πυρκαγιά από Δάσος
- Πλημμύρα, Καταιγίδα, Θύελλα, Χιόνι, Χαλάζι, Πάγος
- Τρομοκρατικές Ενέργειες
- Πολιτικές Ταραχές, Οχλαγωγίες, Απεργίες, Διαδηλώσεις

Λώσεις

- Κακόβουλες Ενέργειες – Βανδαλισμοί
- Πρόσκρουση Οχήματος, Πτώση Δέντρων ή Στύλων

Πρόσθετες Καλύψεις (με ανώτατα όρια)

- Θραύση υαλοπινάκων & κρυστάλλων – έως €10.000
- Ζημιές από διάρρηξη/αναρρίχηση
- Κλοπή περιεχομένου
- Ζημιές από βραχυκύκλωμα με εστία φωτιάς – έως €5.000
- Αστική ευθύνη από μετάδοση πυρκαγιάς – έως €50.000
- Έξοδα καθαίρεσης ερειπίων / εκσκαφών / εκκένωσης – έως 5% του κεφαλαίου
- Μεταφορά & φύλαξη εμπορευμάτων – έως €10.000
- Αντικατάσταση πινακίδων – έως €3.000
- Έξοδα μελετών, έκδοσης αδειών και αποκατάστασης – έως €10.000
- Έξοδα περιορισμού και ελαχιστοποίησης ζημιάς – έως 10% της ζημιάς
- Έξοδα έκτακτης μεταστέγασης – έως €10.000
- Ζημιές σε συστήματα ύδρευσης/θέρμανσης από παγετό – έως €5.000

Απαλληλαγές (ανά είδος ζημιάς)

- 10% της ζημιάς για πλημμύρα, θύελλα, χαλάζι, χιόνι – min €1.500
- €350 για βραχυκύκλωμα με φωτιά
- €300 για θραύση κρυστάλλων
- €150 για εξωτερικές πινακίδες
- 10% της ζημιάς με €500 min για κλοπή
- 2% του κεφαλαίου για σεισμό



Ειδικό Όροι & Προϋποθέσεις

- Ασφάλιση σεισμού μόνο για κτήρια μετά το 1960 ή με μελέτη
- Η ασφάλιση παρέχεται εφόσον τηρούνται μέτρα πυροπροστασίας
- Οι εγκαταστάσεις πρέπει να μην βρίσκονται δίπλα σε ποτάμια / κανάλια
- Η προσφορά ισχύει εφόσον συμμετάσχει τουλάχιστον 30% των μελών της ΕΔΕΟΠ
- Δεν καλύπτονται ζημιές από graffiti ή σε εμπορεύματα εκτός εγκατάστασης
- Πληρωμή ασφαλιστρών σε 4 ισόποσες δόσεις

Ετήσιο Ολικό Ασφάλιστρο: 2,625% επί του ασφαλιζόμενου κεφαλαίου

Ισχύει μόνο εφόσον συμμετάσχουν τουλάχιστον 30% των μελών της Ένωσης

Ολοκληρώνεται έτσι η καταγραφή των όρων της προσφοράς

Η ΠΡΟΤΑΣΗ ΤΗΣ ΑΙΓ ΓΙΑ ΤΑ ΜΕΛΗ ΤΗΣ ΕΔΕΟΠ

Η ΑΙΓ Europe SA καταθέτει ασφαλιστικό πρόγραμμα ειδικά προσαρμοσμένο για επιχειρήσεις στον τομέα της εστίασης και λιανικής πώλησης τροφίμων & ποτών, με πλήθος καλύψεων περιουσίας, γενικής αστικής ευθύνης και προσωπικού ατυχήματος. Η πρόταση αφορά καταστήματα όπως κάβες, πρατήρια και μικρά σημεία λιανικής πώλησης, με ασφαλιστικά κεφάλαια έως και €1.000.000 ανά περίπτωση, ανάλογα με το αντικείμενο κάλυψης. Περιλαμβάνει βασικά πακέτα για πυρκαγιά, έκρηξη, πλημμύρα, καταιγίδα και άλλα φυσικά φαινόμενα, ενώ προσφέρει δυνατότητα κάλυψης γενικής ευθύνης έως €600.000, αλλήλα και πρόσθετες παροχές όπως αποκατάσταση πινακίδων, αποζημιώσεις για διακοπή εργασιών και θραύσεις υαλοπινάκων.

Βασικά Πακέτα – Τμήμα ΙΚάλυψη για:

- Πυρκαγιά, έκρηξη, κεραυνός, πλημμύρα, καταιγίδα, θύελλα, πρόσκρουση οχήματος, πτώση δέντρων ή στύλων
- Κακόβουλες ενέργειες, βανδαλισμοί, διαρρήξεις με υλικές ζημιές
- Θραύση υαλοπινάκων – έως €15.000
- Περιεχόμενο σε Α' Κίνδυνο – έως €10.000

Πρόσθετες Ειδικές Παροχές:

- Έξοδα αποκομιδής ερειπίων
- Έξοδα αποκατάστασης πινακίδων/επιγραφών
- Έξοδα απολύμανσης ή μετακίνησης εμπορευμάτων
- Αλλοίωση προϊόντων λόγω βλάβης ψυγείου
- Ζημιές από διακοπή λειτουργίας, προσωρινή απώλεια εσόδων

Τμήμα II – Ασφάλιση Διακοπής Εργασιών

- Αποζημίωση λόγω προσωρινής διακοπής μετά από ζημιά
- Μέγιστο ποσό αποζημίωσης: έως €30.000

Τμήμα III – Ασφάλιση Εξόδων

- Έξοδα καθαρισμού, απολύμανσης, μετακίνησης περιεχομένου
- Μέγιστο ποσό αποζημίωσης: έως €10.000

Τμήμα IV – Αντικατάσταση Κλειδίων

- Κάλυψη για αντικατάσταση κλειδίων – έως €200

Τμήμα V – Αστική Ευθύνη

- Γενική αστική ευθύνη έως €600.000
- Περιλαμβάνει ζημιές από φωτιά, έκρηξη, διαρροή σωληνώσεων, λειτουργία καταστήματος

Τμήμα VI – Αστική Ευθύνη προς Τρίτους & Εργοδοτική

- Εργοδοτική ευθύνη: έως €150.000



- Ευθύνη προϊόντος: έως €50.000
- Αστική ευθύνη προς τρίτους γενικά

Τμήμα VII – Προσωπικό Ατύχημα Ιδιοκτητών

- Θάνατος / Μόνιμη Αναπηρία: έως €10.000
- Ιατροφαρμακευτικά έξοδα: έως €2.500
- Ισχύει για ηλικίες 18–65 ετών

Τι δεν καλύπτεται (Ενδεικτικά):

- Ζημιές σε περιουσία άνω των €1.000.000 (ή εμπορεύματα άνω των €300.000)
- Μη νομίμως αδειοδοτημένοι χώροι / επιχειρήσεις
- Εξοπλισμός που δεν προστατεύεται από UPS
- Ζημιές από software ή διαδικτυακές επιθέσεις
- Ζημιές σε εγκαταστάσεις εκτός Ελλάδας ή εκτός των όρων χρήσης

Σεισμός & Κατασκευαστικά:

Προβλέπεται κάλυψη σεισμού μόνο για ακίνητα κατασκευασμένα μετά το 1960 ή επισκευασμένα με μελέτη.

ΠΡΟΣΟΧΗ!

Το πρόγραμμα δεν απαιτεί ελάχιστο αριθμό συμμετεχόντων, αλλά προτείνεται για μικρές έως μεσαίες επιχειρήσεις λιανικής.

Ασφάλιση

Η ΠΡΟΤΑΣΗ ΤΗΣ INTERAMERICAN ΓΙΑ ΤΑ ΜΕΛΗ ΤΗΣ ΕΔΕΟΠ

Η Interamerican προσφέρει το πρόγραμμα Business Classic VIP, ειδικά σχεδιασμένο για επιχειρήσεις όπως κάβες και καταστήματα ποτών, παρέχοντας ευρεία ασφαλιστική κάλυψη για το περιεχόμενο (όχι το κτίριο), με ασφαλισμένο κεφάλαιο 750.000 €. Περιλαμβάνει προστασία από φωτιά, φυσικά φαινόμενα, διαρροές, βανδαλισμούς, ακόμη και τρομοκρατικές ενέργειες. Το συνολικό ασφάλιστρο ανέρχεται στα 1.146,95 € ετησίως.

❖ Στοιχεία ασφάλισης:

- Ασφαλισμένο μόνο το περιεχόμενο της επιχείρησης (κτίριο: όχι)
- Ασφαλιζόμενο κεφάλαιο: 750.000 €
- Τετραγωνικά επιχείρησης: 100 τ.μ.
- Έτος κατασκευής: 1970
- Επιχείρηση: Κατάστημα οίνων και ποτών Περιγραφή καλύψεων – όλα με όριο έως 750.000 €:
- Πυρκαγιά, κεραυνός, καπνός (ακόμα και από δάσος)
- Έκρηξη

- Πρόσκρουση οχήματος, πτώση αεροσκάφους, δέντρων, κλαδίων
- Σεισμός
- Πλημμύρα, καταιγίδα, χιόνι, χαλάζι, παγετός, ανεμοθύελλα
- Διαρροή/θραύση σωληνώσεων
- Τρομοκρατικές ενέργειες, απεργίες, ταραχές
- Κακόβουλες ενέργειες τρίτων

❖ Πρόσθετες καλύψεις με ειδικά όρια:

- Έξοδακαθαρισμού/κατεδάφισης/καθαίρεσης/αποκομιδής/αμοιβές αρχιτεκτόνων: 150.000 €
- Προστασία υποασφάλισης: 75.000 €

❖ Συμμετοχές (Απαλλοτρίωσις):

- Για πλημμύρα, χαλάζι, θύελλα, παγετό κ.λπ.: 5% της ζημιάς, με ελάχιστο 300 €
- Για σεισμό (αν επιλεγεί): 2% του ασφαλισμένου κε-



φαλαίου

❖ Απαιτούμενα μέτρα προστασίας:

Για καταστήματα εστίασης/λιανικής όπως κάβες, απαιτείται:

- Πόρτα ασφαλείας ή/και λουκέτο ασφαλείας
- Μεταλλικά ρολά σε βιτρίνες ή είσοδο

Σημειώσεις:

- Η προσφορά ισχύει για 1 μήνα από την έκδοσή της.
- Εξαιρούνται ζημιές από καθίζηση/κατολίσθηση, φθορά από χρήση, έντομα, ζώα κ.ά.
- Η κάλυψη ενεργοποιείται μόνο εφόσον πληρούνται τα μέτρα πρόληψης.

ΑΝΑΛΥΤΙΚΗ ΠΑΡΟΥΣΙΑΣΗ ΤΕΣΣΑΡΩΝ ΕΠΙΛΟΓΩΝ ΑΠΟ ΑΝΑΓΝΩΡΙΣΜΕΝΕΣ ΕΤΑΙΡΕΙΕΣ

Ο ΡΟΛΟΣ ΤΗΣ ΑΣΦΑΛΙΣΗΣ ΣΕ ΕΝΑΝ ΜΕΤΑΒΑΛΛΟΜΕΝΟ ΚΟΣΜΟ

Η ασφάλιση επιχειρήσεων δεν είναι απλώς μία προαιρετική ενέργεια «για την κακιά ώρα». Είναι επένδυση στην ανθεκτικότητα και την επιχειρηματική συνέχεια. Σε ένα περιβάλλον με αυξημένα φυσικά φαινόμενα, ασαφή καιρικά μοτίβα, ένταση κοινωνικών ταραχών και διογκούμενες λειτουργικές ευθύνες, η απώλεια εμπορεύματος, εξοπλισμού ή λειτουργίας μπορεί να αποβεί καταστροφική. Επιπλέον, η εποχή των «κλασικών» ζημιών έχει αντικατασταθεί από πιο σύνθετα σενάρια: ψυγεία που χαλούν από διακοπή ρεύματος και αλλοιώνουν ολόκληρη παρτίδα προϊόντων· διαρροές που καταστρέφουν εγκαταστάσεις εν ώρα αιχμής· σεισμοί που αφήνουν πίσω τους κλειστά ρολά για εβδομάδες.Η πρόληψη, λοιπόν, δεν είναι μόνο πυροσβεστήρας στον τοίχο — είναι και ασφαλιστήριο συμβόλαιο στο συρτάρι.

ρησης, δημιουργώντας προϋποθέσεις διαπραγμάτευσης και ελαφρύνσεων μέσω συλλογικής παρουσίας. Η ισχύς μιας τέτοιας ένωσης φαίνεται ακριβώς εδώ: στην ομαδική προσέγγιση, που διαμορφώνει ευνοϊκότερους όρους, σταθερότερες τιμές, και συνθήκες ασφάλειας όχι μόνο για το κάθε κατάστημα, αλλά για ολόκληρο τον κλάδο.

ΠΡΟΣΚΛΗΣΗ ΠΡΟΣ ΤΑ ΜΕΛΗ

Καλούμε όλα τα μέλη να μελετήσουν προσεκτικά τις παραπάνω επιλογές, να τις συγκρίνουν με βάση τα τετραγωνικά, το ασφαλιστικό κεφάλαιο, τη γεωγραφική θέση της επιχείρησης, τη χρήση του χώρου και τις ιδιαιτερότητες κάθε εγκατάστασης. Είναι σημαντικό η επιλογή να γίνει επί της ουσίας, με βάση τις πραγματικές ανάγκες και όχι απλώς την τιμή. Όποιοι επιθυμούν πρόσθετες διευκρινίσεις, επικοινωνία με εκπρόσωπο της κάθε εταιρείας, ή βοήθεια στην κατανόηση όρων και καλύψεων, μπορούν να απευθύνονται στη γραμματεία της ΕΔΕΟΠ.

Γιατί ένα καλό συμβόλαιο σήμερα, μπορεί να είναι η σωτηρία της επιχείρησης αύριο.

Ανάλυση Πλεονεκτημάτων & Μειονεκτημάτων ανά Προσφορά

Ατλαντική Ασφαλιστική Πλεονεκτήματα:

- Πολύ χαμηλό κόστος (450–540 € ετησίως)
- Ευρεία βασική κάλυψη: φωτιά, κεραυνός, έκρηξη, πλημμύρα, σεισμός
- Κάλυψη για κακόβουλες ενέργειες και πρόσκρουση οχήματος
- Δυνατότητα προαιρετικής νομικής προστασίας (μόνο +30 €)
- Περιλαμβάνει έξοδα πυρόσβεσης, αποκομιδής, μεταφοράς ασφαλισμένου κεφαλαίου

Μειονεκτήματα:

- Περιορισμένη κάλυψη υαλοπινάκων (έως 3.000 €)
- Δεν περιλαμβάνει αστική ευθύνη γενικά – μόνο για μετάδοση πυρκαγιάς
- Δεν προβλέπεται κάλυψη για κλοπή, διάρρηξη ή λειτουργική απώλεια
- Εξαρτάται από την ύπαρξη προληπτικών μέτρων (π.χ. πυροσβεστήρες) για ισχύ

Εθνική Ασφαλιστική Πλεονεκτήματα:

- Πολύ υψηλό ασφαλιζόμενο κεφάλαιο (έως 2.000.000 €)
- Πλήρες φάσμα καλύψεων: φυσικά φαινόμενα, τρομοκρατία, ταραχές, απεργίες, βανδαλισμοί
- Προσφέρει και καλύψεις κλοπής, θραύσης υαλοπινάκων, μετακίνησης εμπορευμάτων

- Περιλαμβάνει αστική ευθύνη (μέχρι 50.000 €) και τεχνικά συμβάντα (βραχυκυκλώματα, παγετό)
- Πληρωμή σε 4 δόσεις

Μειονεκτήματα:

- Υψηλό ασφάλιστρο (π.χ. ~1.969 € για 750.000 €)
- Κάλυψη σεισμού μόνο για νεότερα κτίρια ή με μελέτη
- Προϋπόθεση ενεργοποίησης: συμμετοχή τουλάχιστον 30% των μελών ΕΔΕΟΠ
- Δεν καλύπτει graffiti ή ζημιές σε εμπορεύματα εκτός εγκατάστασης

AIG Europe SA Πλεονεκτήματα:

- Περιλαμβάνει διακοπή εργασιών (έως 30.000 €) – μοναδικό μεταξύ των προτάσεων
- Κάλυψη για αλλοίωση προϊόντων από βλάβη ψυγείου
- Προσωπικό ατύχημα ιδιοκτήτη (θάνατος/αναπηρία/ιατρικά)

- Εκτενής αστική, εργοδοτική και προϊόντικη ευθύνη (έως 600.000 €)
- Εξτρά έξοδα: απολύμανση, αποκατάσταση πινακίδων, καθαρισμός
- Μειονεκτήματα:
- Δεν ασφαρίζει πάνω από 1.000.000 € συνολική αξία
- Δεν καλύπτει software, κυβερνοεπιθέσεις ή εγκαταστάσεις εκτός Ελλάδας
- Δεν είναι πλήρως κοστολογημένο – εξαρτάται από την περίπτωση
- Δεν ενδείκνυται για πολύ μεγάλες επιχειρήσεις ή αποθήκες υψηλής αξίας

Interamerican – Business Classic VIP Πλεονεκτήματα:

- Σταθερό, ξεκάθαρο κόστος: 1.146,95 € για 750.000 € περιεχόμενο
- Ευρεία κάλυψη φυσικών φαινομένων + τρομοκρατία, απεργίες, κακόβουλες ενέργειες
- Συμπεριλαμβάνει σεισμό (αν επιλεγεί), διαρροές, πρόσκρουση, πτώση αντικειμένων
- Προστασία υποασφάλισης: έως 75.000 €
- Έξοδα κατεδάφισης, καθαίρεσης, μελέτης αποκατάστασης: έως 150.000 €

Μειονεκτήματα:

- Δεν καλύπτει το κτίριο – μόνο το περιεχόμενο
- Δεν περιλαμβάνει αστική ευθύνη ή εργοδοτική κάλυψη
- Απαιτεί μεταλλικά ρολά ή πόρτες ασφαλείας για ενεργοποίηση καλύψεων
- Δεν προσφέρει κάλυψη σε περίπτωση λειτουργικής απώλειας (π.χ. κλείσιμο μετά από ζημιά)



Η ΣΥΛΛΟΓΙΚΗ ΙΣΧΥΣ ΤΗΣ ΕΔΕΟΠ

Η ΕΔΕΟΠ, αναγνωρίζοντας τις ιδιαιτερότητες του κλάδου, προχώρησε στη συλλογή και καταγραφή αυτών των προσφορών με γνώμονα τη διευκόλυνση των μελών. Δεν λειτουργεί ως μεσίτης, δεν λαμβάνει προμήθεια, ούτε προτείνει μία λύση έναντι κάποιας άλλης. Λειτουργεί ως δίκτυο πληροφό-

Οι Ποικιλίες μπιρών ανά τον κόσμο

Stout: Η μύρα που φοράει παλτό

Μέρος 9ο

Η stout δεν είναι μύρα που πίνεις στην παραλία. Είναι μύρα που πίνεις δίπλα στο τζάκι, όταν έξω φυσάει και μυρίζει καμένο ξύλο. Είναι η μύρα που σε κοιτάει στα μάτια, δεν χαμογελάει εύκολα, αλλά σε ανταμείβει αν της δείξεις επισημότητα. Με χρώμα μαύρο ή σκούρο καφέ, παχύ σώμα και αρώματα που θυμίζουν καφέ φίλτρου, bitter σοκολάτα, καβουρδισμένο ψωμί, η stout δεν προσπαθεί να είναι ευχάριστη· προσπαθεί να είναι σοβαρή.

Υπάρχουν πολλές παραλλαγές:

- Η Dry Stout, όπως η Guinness, είναι πικρή, στεγνή και πίνεται σαν μαύρος εσπρέσο.
- Η Milk Stout, με προσθήκη λακτόζης, έχει μια γλυκιά, σχεδόν βελούδινη αίσθηση.
- Η Imperial Stout, συχνά πάνω από 9% αλκοόλ, φέρνει αρώματα που θυμίζουν κονιάκ, λικέρ ή ρούμι – μύρα για σκέψη, όχι για δίψα.



Προέρχεται από τις αγγλικές και ιρλανδικές παραδόσεις, αλλά έχει υιοθετηθεί με πάθος από τις μοντέρνες μικροζυθο-

ποιίες, που τη “ντύνουν” με βανίλια, φιστίκι, δρυ και βαρέλια bourbon. Η stout δεν φοβάται τη σοκολάτα: συνοδεύει υπέροχα brownies, cheesecake ή ένα κομμάτι σοκολατόπιτα με αλάτι. Αλλά στέκεται και δίπλα σε καπνιστά κρέατα, ραγού και πικάντικες BBQ σάλτσες. Δεν είναι για όλους. Αλλά αν της δώσεις μια ευκαιρία, ίσως καταλάβεις ότι κι η μύρα μπορεί να έχει βάθος, σκοτεινές αποχρώσεις και μια ήσυχη δύναμη που δεν την φωνάζει — την κουβαλά.

Μια μαύρη ιστορία:
Από το λιμάνι του Λονδίνου στις μπάρες του κόσμου

Η stout γεννήθηκε στην Αγγλία, κάπου στον 18ο αιώνα. Αλλά για να την καταλάβεις, πρέπει πρώτα να γνωρίσεις τη porter. Η porter ήταν η μύρα των λιμενεργατών, των “porters” εξ ου και το όνομα.

Ήταν φθηνή, σκούρα, δυνατή και γεμάτη — ιδανική για σκληρή δουλειά και γερό στομάχι.

Οι ζυθοποιοί παρατήρησαν ότι κάποιοι πελάτες ζητούσαν την πιο δυνατή εκδοχή της.

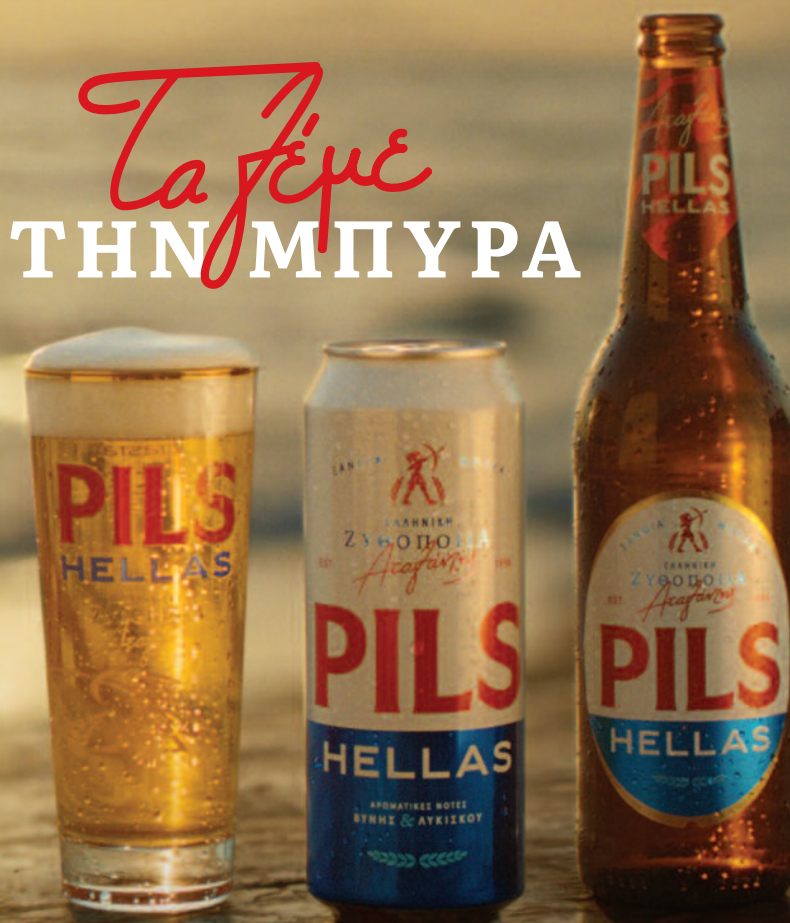
Έτσι άρχισαν να φτιάχνουν “stout porter” – δηλαδή πιο “στιβαρή” porter. Με τον καιρό, το “porter” έφυγε από τη λέξη και έμεινε το “stout”. Stout = γερή, δυνατή. Η μύρα αυτή ταξίδεψε παντού:



- Στη Ρωσία, όπου γεννήθηκε η Imperial Stout, δυνατή και αλκοολούχα, για να αντέχει στα ταξίδια και να ικανοποιεί τη γεύση της Αυλής των Τσάρων.
 - Στην Ιρλανδία, όπου η Guinness (ιδρύθηκε το 1759) έκανε τη stout παγκόσμια υπόθεση.
 - Και στον σύγχρονο κόσμο της craft μπίρας, όπου έχει γίνει καμβάς πειραματισμού με σοκολάτα, μπαχαρικά, καπνό και ωρίμανση σε βαρέλια.
- Η stout δεν ήταν ποτέ απλώς μια μύρα.**
Ήταν πάντα μια δήλωση. Μια αντίσταση στο ξανθό, εύκολο, ελαφρύ. Ένα σκοτεινό ταξίδι στην άλλη πλευρά της μύρας.

ΣΕ ΤΑΞΙΔΕΥΕΙ ΕΚΕΙ ΠΟΥ ΠΡΑΓΜΑΤΙΚΑ ΘΕΣ ΝΑ ΕΙΣΑΙ

Ταξίδεψε ΣΤΗΝ ΜΠΥΡΑ



Απολαύστε υπεύθυνα

Από τον χώρο των εταιρειών

ΔΙΕΘΝΕΙΣ ΔΙΑΚΡΙΣΕΙΣ ΠΟΙΟΤΗΤΑΣ ΚΑΙ ΓΕΥΣΗΣ ΑΠΟ ΔΥΟ ΣΗΜΑΝΤΙΚΟΥΣ ΘΕΣΜΟΥΣ ΓΙΑ ΤΟ ΦΥΣΙΚΟ ΜΕΤΑΛΛΙΚΟ ΝΕΡΟ ΑΥΡΑ

- «Gold Quality Award» από τον οργανισμό Monde Selection
- «Superior Taste Award» από τον οργανισμό International Taste Insitute

Το 100% **Φυσικό Μεταλλικό Νερό ΑΥΡΑ**, του 24/7 χαρτοφυλακίου της **Coca-Cola Τρία Έψιλον**, απέσπασε διεθνείς διακρίσεις από δύο κορυφαίους, ανεξάρτητους οργανισμούς, επιβεβαιώνοντας και ενισχύοντας περαιτέρω τη θέση του στην αγορά ως ένα προϊόν υψηλής ποιότητας και γευστικής υπεροχής που ανταποκρίνεται πλήρως στις αυξημένες απαιτήσεις των σύγχρονων καταναλωτών.

Το Φυσικό Μεταλλικό Νερό ΑΥΡΑ τιμήθηκε με την ανώτατη διάκριση **«Gold Quality Award»** από τον Διεθνή Οργανισμό Ποιότητας **και Γεύσης Monde Selection**. Η αναγνώριση αυτή απονέμεται σε προϊόντα που ξεχωρίζουν για την άριστη ποιότητά τους, έπειτα από αντικειμενική αξιολόγηση εξειδικευμένων επαγγελματιών (γευσιγνώστες, σεφ, σομελιέ, διατροφολόγοι, επιστήμονες τροφίμων), επιβεβαιώνοντας την υπεροχή του ΑΥΡΑ στην κατηγορία του.

Παράλληλα, το Φυσικό Μεταλλικό Νερό ΑΥΡΑ απέ-

σπασε το βραβείο «Superior Taste Award» με την Ανώτατη Διάκριση των 3 αστεριών από τον Διεθνή Οργανισμό International Taste Institute, που επιβεβαιώνει την εξαιρετική ποιότητα και γεύση του. Η αξιολόγηση πραγματοποιήθηκε με τυφλή δοκιμή, από ανεξάρτητη κριτική επιτροπή που απαρτίζεται από πάνω από 250 επαγγελματίες και ειδικούς γεύσης, οι οποίοι είναι μέλη των πιο διάσημων ενώσεων σεφ και σομελιέ, προερχόμενοι από περισσότερες από 20 χώρες.

Οι κριτές αξιολόγησαν το προϊόν βάσει πέντε αισθητηριακών κριτηρίων: όψη, οσμή, γεύση, υφή και τελική αίσθηση.

Ο ΧΡΗΣΤΟΣ ΜΠΑΛΑΤΣΟΣ
SENIOR BRAND MANAGER – WATER ΣΤΗΝ COCA-COLA ΤΡΙΑ ΕΨΙΛΟΝ **δήλωσε:**
Οι συγκεκριμένες διακρίσεις αποτελούν ισχυρή επιβεβαίωση της δέσμευσής μας να προσφέρουμε προϊόντα



υψηλής ποιότητας στους καταναλωτές, και μέσω αυτών, μεγαλύτερη αξία στους πελάτες μας. Το Φυσικό Μεταλλικό Νερό ΑΥΡΑ αποτελεί βασικό στοιχείο του 24/7 χαρτοφυλακίου μας, που ενισχύει τη θέση μας στον κλάδο της καθημερινής ενυδάτωσης.

Η CORONA ΓΙΟΡΤΑΖΕΙ ΤΗΝ ΕΠΕΤΕΙΟ ΤΩΝ 100 ΧΡΟΝΩΝ ΤΗΣ ΜΕ ΤΟ ΠΙΟ ΜΑΓΙΚΟ ΚΑΛΟΚΑΙΡΙ ΠΟΥ ΕΓΙΝΕ ΠΟΤΕ!

Έχοντας ταυτίσει το όνομά της με το καλοκαίρι και τη χαλάρωση, από το Μεξικό μέχρι κάθε άκρη του κόσμου από το 1925, η Corona και φέτος γιορτάζει αυτό που ξέρει καλύτερα από τον καθένα – τις παραλίες!

Η μπίρα του “This Is Living” – μιας φιλοσοφίας ζωής που μας υπενθυμίζει ότι η πραγματική ευτυχία βρίσκεται στις απλές στιγμές – αναζήτησε τα ιδανικά spot όπου μπορείς να απολαύσεις με την παρέα σου μία παγωμένη Corona, σεβριρισμένη με lime. Έτσι, ανέδειξε τις 100 πιο εμβληματικές παραλίες του κόσμου με μία παγκόσμια καμπάνια. Ένα brand που σε εμπνέει να απολαμβάνεις τη ζωή στη φύση και να εξερευνάς το τι σημαίνει “This is living” για εσένα, δεν θα μπορούσε να μην ξεχωρίσει στη λίστα του τρεις ελληνικές παραλίες, φυσικούς παραδείσους – το Ελαφονήσι στα Χανιά, την Κολώνα στην Κύθνο και το Πορί στο Κουφονήσι.

Η καμπάνια ξεδιπλώνεται στην Ελλάδα με πλούσιο επικοινωνιακό υλικό, σε ένα εκτενές πλάνο επικοινωνίας με digital εφαρμογές, δημιουργικά ΟΟΗ σε εμβληματικά traveling spots καθώς και social media content σε συνεργασία με content creators. Ταυτόχρονα, με παρουσία στα κομβικά σημεία όπου θα βρεθεί κάθε ταξιδιώτης – από θέσεις στα αεροδρόμια της Αθήνας και της Μυκόνου μέχρι λιμάνια και πλοία – η Corona μας κρατάει συντροφιά στο ταξίδι και μας προσκαλεί να απολαύσουμε την κουλούρα της παραλίας – από τα λίγα μέρη στα οποία αφηνόμαστε ελεύθεροι να αποκαλύψουμε την καλύτερη πλευρά μας.

Φυσικά το “This is living” δεν θα μπορούσε να μείνει μόνο στα λόγια: η Corona μας βοηθάει να ζήσουμε για μια ακόμα φορά όλα όσα σημαίνουν καλοκαίρι, δίνοντάς μας τη δυνατότητα να δούμε από κοντά τις 3 εμβληματικές ελληνικές παραλίες με έναν μεγάλο διαγωνισμό. Συγκεκριμένα, 10 μεγάλοι τυχεροί θα απολαύσουν τον επίγειο παράδεισο μίας εκ των τριών παραλιών σε ένα ταξίδι δώρο, αξίας 1.000€. Και επειδή η Corona δεν είναι μόνο μία μπίρα, αλλά τρόπος ζωής, άλλοι 400 τυχεροί θα χαλαρώσουν με σιλ και πετσέτες Sun of a Beach – ένα premium brand που ταυτίζεται με τη σύγχρονη φωνή του ελληνικού καλοκαιριού, με ρίζες στην Ελλάδα και παρουσία σε ξεχωριστές παραλίες όλου του κόσμου.

Οι ειδυλλιακές στιγμές δεν σταματούν όμως εκεί. Όλοι όσοι βρεθούν στα Χανιά, την



Κύθνο και το Κουφονήσι, θα απολαύσουν μοναδικά activations στη χώρα, τις παραλίες και τη θάλασσα, από τη στιγμή που θα ξεκινήσουν το ταξίδι τους μέχρι τη στιγμή που θα δώσουν το ραντεβού για το επόμενο λιμάνι.

Φυσικά, τα #summervibes, δεν είναι μόνο στα νησιά, αλλά σε ακολουθούν όπου κι αν βρίσκεσαι, αρκεί να έχεις καλή παρέα. Έτσι, η Corona δεν σταματά να μας εμπνέει να απολαύσουμε τη ζωή σε κάθε παραλία, σε κάθε στέκι, στον κήπο, στο μπαλκόνι ή την τράτα μας ατενίζοντας τον ουρανό και τσουγκρίζοντας με φίλους. Γι’ αυτό και ως αποκορύφωμα της ενέργειας, το brand οργανώνει events σε premium beach bars στην Αθηναϊκή ριβιέρα αλλά και σε όλη την Ελλάδα. Cheers στο πιο μαγικό, ελληνικό καλοκαίρι με την αγαπημένη μας Corona! Γιατί αυτό είναι ζωή!