

* ΠΑΡΑΣΚΕΥΗ 26 ΣΕΠΤΕΜΒΡΙΟΥ 2008

Ελλάδα Πτώση 64% στις ΑΞΕ

Κατακόρυφη πτώση 64% σημείωσαν οι εισροές ξένων άμεσων επενδύσεων στην Ελλάδα το 2007 σε σχέση με το 2006, ενώ οι εκροές ελληνικών κεφαλαίων αυξήθηκαν κατά 28%. Συγκεκριμένα πέρυσι «έφυγαν» ελληνικά κεφάλαια ύψους 5,3 δισ. δολ. προς το εξωτερικό, ενώ εισήλθαν μόλις 1,9 δισ. δολ. ξένων κεφαλαίων. Σύμφωνα με τα αποτελέσματα της επίσημης έκθεσης των Ηνωμένων Εθνών για το Εμπόριο και την Ανάπτυξη, η Ελλάδα κατέλαβε την 126η θέση, έναντι 119ης το 2006 στην παγκόσμια κατάταξη προσέλκυσης ξένων επενδύσεων σε σύνολο 141 χωρών. Σημειώνεται ότι τα συνολικά αποθέματα ξένων επενδύσεων διεθνώς ανέρχονται σε 15 τρισ. δολ. Σε αυτό περιλαμβάνεται η δραστηριότητα 79.000 πολυεθνικών που συμβάλλουν στην αύξηση της προστιθέμενης αξίας κατά 21% και των εξαγωγών κατά 19%.

Κρασί «Πράσινο φως» για πώληση κρασιού σε συσκευασία box

➤ Πριν από μερικές εβδομάδες το υπουργείο γεωργίας της Ιταλίας, έδωσε την άδεια σε κάποιους οινοπαραγωγούς που είχαν λάβει πιστοποίηση ποιότητας, να πωλούν το κρασί τους σε συσκευασία Tetra Pack. Μπορεί η είδηση να δυσαρέστησε τους Ιταλούς σωματιέ, αλλά η τάση της χρήσης χάρτινης συσκευασίας για κρασί δεν είναι καινούργια.

Οι Αυστραλοί, όπως αναφέρεται σε σχετικό δημοσίευμα των New York Times, είναι οι πρώτοι που την καθιέρωσαν ενώ και οι Γάλλοι με την τόσο μεγάλη παράδοση στο κρασί την έχουν υιοθετήσει εδώ και καιρό. Ο λόγος είναι απλός. Η χάρτινη συσκευασία είναι οικολογική και πιο οικονομική.

Μια μεγάλη συζήτηση για τη χρήση της στις ΗΠΑ έχει ξεκινήσει εδώ και καιρό και οι υποστηρικτές της προτάσσουν αρχικά το θέμα της οικολογίας. Η μεγαλύτερη ποσότητα του κρασιού στις ΗΠΑ παράγεται στη Δυτική ακτή αλλά καταναλώνεται στην Ανατολική. Η μεταφορά του οδικός προκαλεί εκπομπή μεγάλης ποσότητας ρύπων στην ατμόσφαιρα κάτι που απασχολεί ιδιαίτερα τις επιχειρήσεις. Έχει υπολογιστεί ότι η μεταφορά ενός γυάλινου μπουκαλιού 750 ml από την Καλιφόρνια στη Νέα Υόρκη προκαλεί εκπομπή 2,3 κιλών διοξειδίου του άνθρακα στην ατμόσφαιρα.

Αν η ίδια ποσότητα μεταφερόταν σε συσκευασίες Tetra Pack των 3 λίτρων η εκπομπή ρύπων θα



περιοριζόταν στο μισό για 750 ml κρασιού. Το κέρδος θα ήταν 2 εκατ. τόνοι διοξειδίου του άνθρακα, όσο δηλαδή εκπέμπουν 400.000 αυτοκίνητα. Επιπλέον η συγκεκριμένες συσκευασίες διατηρούν το κρασί για περισσότερο χρόνο απ' τη στιγμή που θα ανοιχθεί, ενώ είναι πιο οικονομικές, γεγονός που μπορεί να διατηρήσει τις τιμές του κρασιού χαμηλά.

Όσο για αυτούς που ισχυρίζονται ότι το κρασί σε χάρτινες συσκευασίες είναι χαμηλής ποιότητας οι ειδικοί έχουν έτοιμη την απάντηση. Η αγορά θα αναγκάσει τους παραγωγούς να βελτιώσουν την ποιότητα.

Coca Cola Επενδύει στην Κίνα

➤ Οι ολυμπιακοί αγώνες του Πεκίνου ήταν μια καλή ευκαιρία για την Coca Cola να κάνει επιθετικό μάρκετινγκ και να τεστάρει τις δυνατότητες της αγοράς.

Ο πολυεθνικός κολοσσός, όπως αναφέρει δημοσίευμα των New York Times, πουλάει ήδη πάνω από ένα δισεκατομμύριο φιάλες στην Κίνα και στην προσπάθειά του να αποκτήσει μεγαλύτερο μερίδιο

αγοράς, έκανε πρόταση εξαγοράς ύψους 2,5 δισ. δολ. στη Huiyan, τη μεγαλύτερη εταιρεία χυμών της χώρας.

Η Huiyan διαθέτει 31 εργοστάσια και έχει ισχυρή παρουσία σε μεγάλες πόλεις όπως στο Πεκίνο και στη Σανγκάη. Ελέγχει το 46% της κινεζικής αγοράς και εξάγει τα προϊόντα της σε 30 χώρες συμπεριλαμβανομένων της Ιαπωνίας και των ΗΠΑ.

Στο άκουσμα της είδησης η τιμή της μετοχής της Huiyan στο χρηματιστήριο του Χόνγκ Κονγκ σχεδόν τριπλασιάστηκε.

Στη Huiyan κατέχει ποσοστό μετοχών και ο γαλλικός κολοσσός Danone αλλά η Coca Cola ανακοίνωσε ότι η εταιρεία, όπως και άλλοι μικρότεροι μέτοχοι της Huiyan, έχουν συμφωνήσει να πουλήσουν τα δύο τρίτα των μετοχών τους.

Πολλές αμερικανικές εταιρείες ειδών διατροφής όπως η McDonald's, η Starbucks, η KFC, ακολουθούν επιθετική πολιτική στη «Χώρα του Δράκου» αλλά η επένδυση που προτίθεται να κάνει η Coca Cola είναι από τις μεγαλύτερες. Μέχρι τώρα ελάχιστες επιχειρήσεις έκαναν επενδύσεις ανάλογου ύψους και σχεδόν όλες είχαν στόχο τον χρηματοπιστωτικό τομέα.

food beverage marketing conference

ΤΟ MARKETING ΣΤΟ ΠΙΑΤΟ.

Το μοναδικό συνέδριο για το marketing τροφίμων και ποτών εξετάζει τις ευκαιρίες και τις προκλήσεις της αγοράς, ερευνά το πλαίσιο για την ανάπτυξή της, αναδεικνύει τις καταναλωτικές τάσεις που θα βοηθήσουν στη δημιουργία νέων προϊόντων, και παρουσιάζει τις νέες στρατηγικές επικοινωνίας.



ΤΟ ΣΥΝΕΔΡΙΟ ΑΠΕΥΘΥΝΕΤΑΙ
ΣΕ ΥΨΗΛΟΒΑΘΜΑ ΔΙΟΙΚΗΤΙΚΑ
ΣΤΕΛΕΧΗ ΑΠΟ ΔΙΕΥΘΥΝΣΕΙΣ ΜΑΡ-
ΚΕΤΙΝΓ, R&D, ΠΩΛΗΣΕΩΝ, ΚΑΘΩΣ
ΚΑΙ ΥΨΗΛΟΒΑΘΜΑ ΣΤΕΛΕΧΗ
ΔΙΑΦΗΜΙΣΗΣ, ΔΗΜΟΣΙΩΝ
ΣΧΕΣΕΩΝ, BRANDING ΚΑΙ MEDIA.

Μενού ημέρας

- ||| Το marketing και η επικοινωνία των food & beverage.
- ||| Καταναλωτικές τάσεις: οι επιλογές του καταναλωτή, οι νέες αξίες, η επικοινωνία της μάρκας ως συντελεστής της αγοραστικής του απόφασης.
- ||| Νέες διατροφικές τάσεις (βιολογική και οργανική διατροφή, εθνικές γεύσεις, κ.ά.) και πώς αυτές ορίζουν το νέο καταναλωτικό πλαίσιο.
- ||| Καινοτομία στη διατροφή και τι αυτή σημαίνει για τις NPD στρατηγικές.

Διεθνείς Ομιλητές

BRYAN URBICK

CEO & President, Consumer Knowledge Centre UK

STEFAN KOLLE

Partner, The Futurelab UK

MASSIMILIANO BRUNI

Director of the Master Program in Fine Food&Beverage, SDA Bocconi University

Χορηγός Επικοινωνίας

**ΤΡΟΦΙΜΑ
ΚΑΙ ΠΟΤΑ**

* ΠΑΡΑΣΚΕΥΗ 26 ΣΕΠΤΕΜΒΡΙΟΥ 2008

ΑΡΓΥΡΙΟΥ

Διαθέτει και αμερικάνικο μοσχάρι κρέας



Η εταιρεία ΑΡΓΥΡΙΟΥ, που εξειδικεύεται στο χώρο νωπών και κατεψυγμένων κρεάτων, στο πλαίσιο της αποκλειστικής συνεργασίας της με την ολλανδική εταιρεία ZANDBERGEN World's Finest Meat, ξεκινά τη διάθεση του αμερικάνικου μοσχάρι κρέατος

(U.S. Beef-Black Angus) και στην ελληνική αγορά.

Το αμερικάνικο μοσχάρι κρέας είναι προϊόν του ομίλου I.B.P., που ανήκει, στην Tyson Foods Family, υπό την αιγίδα του αμερικάνικου οργανισμού U.S. Meat Export Federation.

Το αμερικάνικο μοσχάρι κρέας προέρχεται από μοσχάρια ελεύθερης βοσκής, η εκτροφή των οποίων ολοκληρώνεται με μία ισορροπημένη διατροφή σιτηρών για 100 ημέρες. Η γεύση του διαφέρει αισθητά από αυτή των μοσχάριων της Ευρώπης ή της Νότιας Αμερικής που τρέφονται κυρίως με χόρτο.

Η υφή των ινών (δηλ. το ενδομυϊκό λίπος στο άπαχο κρέας) είναι αποτέλεσμα της εκτροφής με σιτηρά, γεγονός που βελτιώνει τη γεύση του και καθιστά το κρέας πιο τρυφερό και αρωματικό.

Κτήμα Αβαντίς

Η LENGA φόρεσε τα χρυσά της !



Με το χρυσό μετάλλιο τιμήθηκε το Lenga 2007 του Κτήματος Αβαντίς στον διεθνή διαγωνισμό Mundus Vini International Award 2008 που πραγματοποιήθηκε στην Γερμανία από τις 29 Αυγούστου έως και τις 7 Σεπτεμβρίου.

Είναι η πρώτη φορά που δίνεται σε ελληνικό Gewurztraminer χρυσό μετάλλιο σε διαγωνισμό, πόσο μάλλον

όταν η βαθμολογία που του δόθηκε άγγιξε τους 91 βαθμούς στους 100, βαθμολογία πολύ υψηλή για κρασί και ιδίως για τους Γερμανούς που έχουν παράδοση και γνώση στο αρωματικό ροδόχρουν σταφύλι.

Το Lenga 2007 παρουσιάστηκε για πρώτη φορά στην αγορά τον Φεβρουάριο του 2008. Ο τρύγος του 2008 (ο καλύτερος των τελευταίων ετών) με τα έντονα ευωδιαστά αρώματα και το πλούσιο σώμα θα βγει στις αρχές του 2009.

ΑΓΓΕΛΑΚΗΣ – KFC

Επέκταση της συνεργασίας στην Κύπρο

Σε συνέχεια της 10ετούς αποκλειστικής συνεργασίας με την αλυσίδα εστιατορίων KFC στην Ελλάδα, η πτηνοτροφική εταιρεία «ΑΓΓΕΛΑΚΗΣ Α.Ε.» προχώρησε στην επέκταση συμφωνίας για διάθεση προϊόντων κοτόπουλου και στα εστιατόρια της Κύπρου.

Η συμφωνία αφορά στην προμήθεια τεμαχισμένων πουλερικών ενώ οι ποσότητες αναμένεται να

φτάσουν τους 24 τόνους πουλερικών μηνιαίως.

Σημειώνεται ότι η Αγγελάκης εφαρμόζει το πρότυπο HACCP ενώ σύμφωνη με την πιστοποίηση AGROCERT που δόθηκε στην επιχείρηση το 2001, η εταιρεία δεσμεύεται να χρησιμοποιεί αποκλειστικά φυτικές ύλες (σιτάρι, καλαμπόκι, σόγια, 100% ραφινάρισμένο για ανθρώπινη χρήση σογιέλαιο, βιταμίνες και ιχνοστοιχεία).

NEA

ΜΑΘΗΜΑΤΑ με άρωμα κρασιού από τον οινολόγο και οινοποιό Άγγελο Ρούβαλη θα έχουν τη δυνατότητα να παρακολουθήσουν οι λάτρεις του κρασιού και όχι μόνο κατά τη διάρκεια του Φεστιβάλ Γαστρονομίας «Magic Cooking» που πραγματοποιεί το πολυκατάστημα potos home.

Ο οινοποιός του «Ασπρολίθι» και των σειρών «Μικρός Βοριάς» και «Ιανός» θα «μιήσει» το κοινό στα μυστικά και στις γεύσεις του κρασιού το Σάββατο 25 Οκτωβρίου και την Παρασκευή 31 Οκτωβρίου.

Το potos home διοργανώνει φέτος για τέταρτη χρονιά το «Φεστιβάλ Γαστρονομίας» το οποίο θα πραγματοποιηθεί από τις 21 Οκτωβρίου έως και την 1η Νοεμβρίου.

**ΤΡΟΦΙΜΑ
ΚΑΙ ΠΟΤΑ**

Διαφημιστείτε
στη νέα εβδομαδιαία
ηλεκτρονική έκδοση
του ΤΡΟΦΙΜΑ & ΠΟΤΑ
και εντυπώστε το μήνυμά σας
σε πάνω από 4.500
παραλήπτες επαγγελματίες
του κλάδου

Επικοινωνήστε μαζί μας στο:
sales@triaina.com
Τηλ.: 210 9240748



id

ΓΡΑΦΕΙΑ
Λεωφ. Συγγρού 110,
117 41 Αθήνα (4ος όρ.)
Τηλ.: 210 9240 748,
Fax: 210 9242 650
e-mail: info@triaina.com
www.triaina.com

Εκδότης
Νίκος Κ. Κορόβηλας
Διευθύντρια
Έλενα Φωτιάδη
Σύνταξη-Επιμέλεια
Αλεξάνδρα Γκίτσιον
Art Director
Πολίνα Μωραϊττου

Υπεύθυνη Επικοινωνίας
Νίκη Παπαδοπούλου
n.papadopoulou@triaina.com
Υπεύθυνη Διαφήμισης
Κατερίνα Γκίτσιον
k.gitsi@triaina.com

Τμήμα Διαφήμισης
Μαρία Κατέρη
m.kateri@triaina.com
Τμήμα Κυκλοφορίας Ζωή Φίλιππα - Κορόβηλα
Λογιστήριο Νίκη Γαβαλά

© Copyright 2008 Τρίαινα Εκδοτική



Ιδιοκτήτης
ΤΡΙΑΙΝΑ ΕΚΔΟΤΙΚΗ
N. ΚΟΡΟΒΗΛΑΣ & ΣΙΑ ΟΕ

* ΠΑΡΑΣΚΕΥΗ 26 ΣΕΠΤΕΜΒΡΙΟΥ 2008

ΜΙΚΡΑ

*** ΕΡΕΥΝΑ** που διεξήχθη σε Βουλγαρία, Κύπρο, Ελλάδα και Ρουμανία επισημαίνει ότι οι αγρότες δεν έχουν αρκετή πρόσβαση σε σύγχρονες μορφές εκπαίδευσης και κατάρτισης όπως επίσης ότι οι εκπαιδευτές χαρακτηρίζουν την κατάρτιση που υπάρχει «φτωχή». Από την έρευνα που διεξήχθη από το FarmForward σε συνολικό δείγμα 131 εργαζόμενων στον αγροτικό τομέα και σε 89 εκπαιδευτές, προκύπτει ότι οι περισσότεροι εργαζόμενοι στον αγροτικό τομέα έχουν περιορισμένη γνώση σε θέματα τεχνολογίας - πληροφορικής.

CRETACERT

Διεθνές συνέδριο για τα αγροτικά προϊόντα

Ξεκίνησε χθες και ολοκληρώνεται αύριο 27 Σεπτεμβρίου το «2ο Διεθνές Συνέδριο για την ποιότητα και την εμπορία αγροτικών προϊόντων» που διοργανώνει η Creta Cert, πραγματοποιείται στο συνεδριακό κέντρο του Creta Maris, στη Χερσόνησο Ηρακλείου Κρήτης.

Στο συνέδριο έχουν κληθεί εκπρόσωποι αλυσίδων super market, εξαγωγικών – εισαγωγικών επιχειρήσεων και εμπόρων, οργανώσεων καταναλωτών και μεγάλων ομάδων δημοπρατηρίων, τόσο του εσωτερικού όσο και του εξωτερικού.

Στόχος να αποτυπωθεί η υφιστάμενη κατάσταση σε τοπικό και διεθνές επίπεδο, να εντοπιστούν τα προβλήματα στην εμπορία αλλά και οι προοπτικές που ανοίγονται για τα διάφορα αγροτικά προϊόντα.

Food Allergens Lab

Σεμινάρια για την ασφάλεια των τροφίμων

Το παράρτημα Αθηνών του Food Allergens Lab διοργανώνει έξι νέα σεμινάρια για την ποιότητα και την ασφάλεια των τροφίμων ενώ άλλα δύο διοργανώνονται στην Λευκωσία σε συνεργασία με την Quintessence Ltd και την χρηματοδότηση της Αρχής Ανάπτυξης Ανθρωπίνου δυναμικού.

Τα σεμινάρια είναι 12ωρα έως 16ωρα, ξεκινούν στις 8 Οκτωβρίου και αφορούν, την Ασφάλεια Γάλακτος και Γαλακτοκομικών Προϊόντων (Λευκωσία), την Πιστοποίηση Μεταποίησης Προϊόντων Βιολογικής Γεωργίας, το ISO 22000, την Ασφάλεια Χημικών & Μικροβιολογικών Εργαστηρίων, την Ποιότητα και Ασφάλεια Κρέατος και Προϊόντων του (Αθήνα & Λευκωσία), τις Ζωοτροφές & Ιχθυοτροφές, τις Νέες Εξελιξίσεις και τα Βιολειτουργικά Συστατικά & Λειτουργικά Τρόφιμα.

ΣΕΒΕ

Ανάπτυξη και αξιοποίηση του ανθρώπινου δυναμικού

Στον κρίσιμο ρόλο που διαδραματίζει το ανθρώπινο δυναμικό στην ανταγωνιστικότητα της ελληνικής επιχείρησης σήμερα, εστίασε την ομιλία του στην εκδήλωση που διοργάνωσε η Ειδική Γραμματεία Ανταγωνιστικότητας του υπουργείου Ανάπτυξης σε συνεργασία με την Ελληνική Εταιρεία Διοίκησης Επιχειρήσεων στη Θεσσαλονίκη με θέμα την παρουσίαση των δράσεων Ανθρώπινων πόρων του Επιχειρησιακού Προγράμματος ΕΠΑΝ 2000-2006 και ΕΠΑΝ II 2007-2013 πρόεδρος του ΣΕΒΕ, κ. Βασίλης Θωμαΐδης.

Ο πρόεδρος του ΣΕΒΕ κ. Βασίλης Θωμαΐδης παρουσίασε την υφιστάμενη κατάσταση στην αξιοποίηση κατάρτισμένου επιστημονικού ανθρώπινου δυναμικού στην Ελλάδα, παραθέτοντας συγκεκριμένα ποσοτικά και ποιοτικά στοιχεία.

Αναλυτικότερα, σύμφωνα με τα στοιχεία της έκθεσης του ΕΣΑΑ (2007), η Ελλάδα στην κατάταξη της απασχόλησης ερευνητών και νέων διδασκόντων σε επιστήμη και τεχνολογία καταλαμβάνει την 18η θέση στην Ε.Ε., ενώ αναφορικά με τον δείκτη για τις ακαθάριστες εγχώριες δαπάνες για έρευνα και ανάπτυξη βρίσκεται στην 21η θέση στην Ε.Ε.

Ακόμα, ο κ. Θωμαΐδης σημείωσε ότι ο ΣΕΒΕ αναμένει τη δημιουργία ενός ειδικού οργανισμού για την προώθηση της συνεχούς επαγγελματικής εκπαίδευσης με απώτερο σκοπό τη συμμετοχή του 6% των εργαζομένων στη δια βίου εκπαίδευση και κατάρτιση έως το 2015.



ipa | salon international process alimentaire
17-20 NOV. 2008
PARIS-NORD VILLEPINTE
F R A N C E

Από την επεξεργασία τροφίμων στην συσκευασία

Επισκεφτείτε το μεγαλύτερο εργοστάσιο πιλοτήριο του κόσμου

EMBALLAGE
 WORLD PACKAGING EXHIBITION
17-21 NOV. 2008
PARIS-NORD VILLEPINTE
F R A N C E

ΖΗΤΗΣΤΕ ΤΗΝ ΚΑΡΤΑ ΕΙΣΟΔΟΥ ΣΑΣ:
www.embalageweb.com ή www.ipa-web.com
ΚΩΔΙΚΟΣ: ΤΡΟΦΙΜΑ

2 ΕΚΘΕΣΕΙΣ ΔΗΜΙΟΥΡΓΟΥΝ ΤΟ ΜΕΓΑΛΥΤΕΡΟ ΓΕΓΟΝΟΣ ΑΦΙΕΡΩΜΕΝΟ ΣΤΗ ΒΙΟΜΗΧΑΝΙΑ ΤΡΟΦΙΜΩΝ

An exhibition organized by **comeposium**

PROMOSALONS HELLAS E.P.E.
 Τηλ.: +30 210 32 38 690 / 790
 e-mail : promo@otenet.gr

* ΠΑΡΑΣΚΕΥΗ 26 ΣΕΠΤΕΜΒΡΙΟΥ 2008

Ισπανία

Κατακτά την ιταλική αγορά ελαιόλαδου

➤ Τα τελευταία πέντε χρόνια οι ιταλικές εταιρείες παραγωγής και εμφιάλωσης ελαιόλαδου «πέφτουν» σε ισπανικά χέρια. Τον περασμένο Ιούλιο, η ισπανική SOS απέκτησε την Bertolli, γεγονός που την καθιστά πλέον ηγέτη στην παγκόσμια αγορά.

Η τελευταία «ισπανική κατάκτηση», βάζει πλέον τις υπόλοιπες μικρές ιταλικές εταιρείες αντιμέτωπες με ένα σκληρό ανταγωνισμό και ειδικοί της αγοράς εκτιμούν ότι κάποιες από αυτές θα αναγκαστούν αργά ή γρήγορα να κλείσουν ή να υποκύψουν. Το «κλειδί» για τους μικρότερους παραγωγούς είναι η βελτίωση της ποιότητας και η καλύτερες συμφωνίες με τις αλυσίδες λιανικής πώλησης. Αν όμως αυτό δεν αποδώσει, τότε σύντομα πολλές από αυτές θα αναγκαστούν να κλείσουν, εκτιμά σε πρόσφατη συνέντευξή του στους New York Times ο Pompeo Farchioni, ιδιοκτήτης της ομώνυμης εταιρείας. Η Bertolli δεν είναι η πρώτη εταιρεία που αποκτά η SOS. Νωρίτερα είχε εξαγοράσει την Olio Sasso και την Carapelli ενώ μαζί με την Bertolli, απέκτησε και τη θυγατρική της Dante.

Με την παγκόσμια ζήτηση για ελαιόλαδο να αυξάνεται κατά 10% ετησίως, η SOS θέλει μεγαλύτερο έλεγχο σε όλη την αλυσίδα παραγωγής. Ήδη ελέγχει την Todolivo που ειδικεύεται στην εντατική καλλιέργεια ελαιόδεντρων, αλλά θέλει να επεκτείνει τις δραστηριότητες της και στην Ιταλία. Για να χρηματοδοτήσει τα σχέδιά της προτίθεται να ενοποιήσει τις ιταλικές εταιρείες της με σκοπό να μπει στο χρηματιστήριο του Μιλάνου.

Παγκόσμια αγορά

Εμπάργκο στα κινεζικά γαλακτοκομικά προϊόντα

➤ Σε εμπάργκο των κινεζικών γαλακτοκομικών προϊόντων προχωρά η μια μετά την άλλη χώρα λόγω του σκανδάλου με το επιμολυσμένο με μελαμίνη γάλα.. Ήδη η Tesco προχώρησε σε προληπτική απόσυρση γλυκισμάτων για παιδιά που παρασκευάζονται στην Κίνα καθώς έλεγχοι σε άλλες χώρες ανίχνευσαν ποσότητες της χημικής ουσίας μελαμίνης στη συγκεκριμένη μάρκα. Την ίδια ώρα στη γειτονική Ιταλία, οι αρχές κατάσχεσαν 100 κούτες με γάλα και 650 κιλά μπισκότα που είχαν εισαχθεί παράνομα από την Κίνα, που θα ελεγχθούν για ενδεχόμενο ύπαρξης μελαμίνης.

Η Ε.Ε. ζήτησε από τις τελωνειακές αρχές των κρατών μελών να εντείνουν τους ελέγχους στις εισαγωγές τροφίμων και προϊόντων όπως το ψωμί και οι σοκολάτες για να διασφαλιστεί η δημόσια υγεία.

Ζήτησε ακόμη να τεθούν σε επαγρύπνηση οι αρμόδιες υγειονομικές αρχές και να αυξηθούν οι έλεγχοι στην αγορά τροφίμων. Διατροφικός συναγερμός έχει σημαίνει και στην Ελλάδα, με τον ΕΦΕΤ να διενεργεί εκτεταμένους ελέγχους σε καταστήματα που διαθέτουν κινεζικά προϊόντα, όπως σκόνη γάλακτος, αλλά και άλλα είδη τα οποία μπορεί να έχουν στη σύνθεσή τους γάλα.

Από την πλευρά του πάντως το Πεκίνο διαβεβαιώνει πως από πέρυσι, έχουν ενταθεί οι έλεγχοι, αφού βρέθηκαν μολυσμένα με μελαμίνη παιχνίδια, οδοντόκρεμες, φαρμακευτικές ουσίες και ζωοτροφές. Σύμφωνα με την τελευταία ενημέρωση που έδωσε στη δημοσιότητα η κινεζική κυβέρνηση τα γάλατα σε υγρή μορφή που έχουν παραχθεί στη χώρα μετά τις 14 Σεπτεμβρίου δεν περιέχουν μελαμίνη.

ΤΡΟΦΙΜΑ ΚΑΙ ΠΟΤΑ

4 χρόνια απόλυτης διαφάνειας

Για 4η χρονιά το περιοδικό ΤΡΟΦΙΜΑ ΚΑΙ ΠΟΤΑ παραμένει το μόνο ελληνικό BtoB περιοδικό που πιστοποιεί τα στοιχεία κυκλοφορίας του μέσω του BPA Worldwide, ηγετικού οργανισμού πιστοποίησης.

Με στόχο πάντα την αναβάθμιση των εκδόσεων μας, η πιστοποίηση κυκλοφορίας προσφέρει:

- ✓ Μέγιστη αποτελεσματικότητα των διαφημιστικών μηνυμάτων
- ✓ Πλήρη διαφάνεια και εγκυρότητα της αποστολής του τεύχους
- ✓ Αποτελεσματική κυκλοφορία βασισμένη μέσα από τη πλήρη και ενημερωμένη βάση δεδομένων του κλάδου.



Κέντρο Αναζήτησης Παλαιών Γεύσεων
«Τα Μυλέλια» ΕΠΕ – Χριστίνα Παντελεμονίτη
Λεωφ. Λίμνης Μαραθώνος 29, Αγ.Στέφανος
Τηλ / fax (+30210) 6219230, 6216919, 6219976
mylelia@ath.forthnet.gr
www.mylelia.gr

* ΠΑΡΑΣΚΕΥΗ 26 ΣΕΠΤΕΜΒΡΙΟΥ 2008

ΜΙΚΡΑ ΔΙΕΘΝΗ

* **Ο** δείκτης του ινστιτούτου GfK για το καταναλωτικό κλίμα στη Γερμανία τον Οκτώβριο ανήλθε στις 1,8 μονάδες, από 1,6 μονάδες που ήταν ένα μήνα πριν. Ο δείκτης επηρεάστηκε θετικά από τη μείωση των τιμών ενέργειας.

* **ΒΕΛΤΙΩΣΗ**, μεγαλύτερη της αναμενόμενης, εμφάνισε το καταναλωτικό κλίμα στην Ιταλία τον Σεπτέμβριο, με τον σχετικό δείκτη του ινστιτούτου ISAE να ενισχύεται στις 102,8 μονάδες, από 99,6 μονάδες –βάσει αναθεωρημένων στοιχείων– που ήταν τον Αύγουστο.

* **ΠΤΩΣΗ** 0,3% εμφάνισαν, σε μηνιαία βάση, τον Αύγουστο, οι καταναλωτικές δαπάνες στη Γαλλία. Σε επίσημη βάση, οι εν λόγω δαπάνες εμφανίστηκαν μειωμένες κατά 0,1.

* **Ο** δείκτης PMI για τις υπηρεσίες και τη μεταποίηση στην Ευρωζώνη, τον Σεπτέμβριο υποχώρησε στις 47 μονάδες από 48,2 μονάδες που ήταν τον Αύγουστο. Ειδικότερα ότι ο δείκτης PMI για τον τομέα της μεταποίησης υποχώρησε στις 45,3 μονάδες από 47,6 που ήταν τον Αύγουστο, ενώ ο PMI για τις υπηρεσίες άγγιξε τις 48,2 μονάδες έναντι των 48,5 μονάδων τον Αύγουστο. Σημειώνεται ότι οι 50 μονάδες διαχωρίζουν την ανάπτυξη από τη συρρίκνωση όσον αφορά στη συγκεκριμένη δραστηριότητα.

* **ΤΗΝ** ερχόμενη Άνοιξη θα τεθεί εκ νέου σε λειτουργία ο LHC του CERN μετά τη βλάβη που παρουσιάστηκε την περασμένη εβδομάδα.

**Σούπερ μάρκετ
Οι αλυσίδες «βλέπουν» κοντά**

➤ Ένα από τα μεγαλύτερα ονόματα στον χώρο των τροφίμων, που έχει πλέον αρχίσει να ανταγωνίζεται ευθέως γνωστά «φιρμάτα» προϊόντα... είναι ανώνυμο. Χαρακτηρίζεται μόνο με τη λέξη «τοπικό», έχει όμως κάνει αισθητή την παρουσία του στον κλάδο ως πανίσχυρο σύμβολο υψηλής ποιότητας, αλλά και νοστιμιάς.

Αυτό δείχνουν να αντιλαμβάνονται όλο και περισσότερο τα αμερικανικά σούπερ μάρκετ, συνειδητοποιώντας ότι για τους πελάτες δεν αρκεί πια να βλέπουν στα ράφια ντομάτες και αγγουράκια τοπικής προέλευσης. Αρχίζουν, λοιπόν, να εμπλουτίζουν τα προϊόντα τους με μεγάλη ποικιλία φρέσκων φρούτων και λαχανικών, προσφέροντας εναλλακτική λύση στις λαϊκές αγορές και στους πάγκους των εθνικών οδών.

Η ιδέα δεν είναι καινούρια, αφού κάποιες μικρομεσαίες αλυσίδες σούπερ μάρκετ προσφέρουν από χρόνια στους πελάτες τους τέτοια ποικιλία ειδών. Οι μεγαλύτερες αλυσίδες, ωστόσο, χρειάστηκαν καιρό για να το καταλάβουν.

Μόλις τον Ιούλιο, η Wal-Mart, ανακοίνωσε ότι σχεδιάζει να δαπανήσει φέτος 400 εκ. δολ. σε προϊόντα τοπικής προέλευσης, κάτι που την καθιστά υπ' αριθμόν 1 παίκτη σε αυτή την αγορά.

Η εξέλιξη μόνο θετική μπορεί να θεωρηθεί για τους κατά τόπους αγρότες των ΗΠΑ, όμως το σίγουρο είναι πως δεν οφείλεται μόνο στην «καλή θέληση» των μεγάλων εταιρειών να αξιοποιήσουν ό,τι καλύτερο από κάθε περιοχή. Καίριο ρόλο έχει παίξει και η εκτίναξη των τιμών στα καύσιμα, που καθιστά ασύμφορη τη μεταφορά των προϊόντων από τη μια άκρη της χώρας στην άλλη...

ΕΜΠΟΡΕΥΜΑΤΑ

Πετρέλαιο brent
100,47 \$/βαρ.

Σιτάρι
106,55 €/τόνο (Νοεμ. '08)

Καλαμπόκι
563,00 \$/bu (Δεκ. '08)

Ζάχαρη
393,5 \$/τόν. (Δεκ. '08)

Βοοειδή
0,104200 \$/lb (Δεκ. '08)

Εκπομπές CO2
24,65€/τόνο (Δεκ. '08)

Κλείσιμο 24/09/08
Euronext-Liffe & CBOT

**ΤΡΟΦΙΜΑ
ΚΑΙ ΠΟΤΑ**



Επικοινωνήστε με το Τμήμα Πωλήσεων: E-mail: sales@triaina.com, Τηλ.: 210 9240748

Τεύχος Νοεμβρίου

Αφιέρωμα

Επαγγελματικά αυτοκίνητα

Εστίαση στον κλάδο

I. Προϊόντα ντομάτας

II. Σοκολατοειδή & Μπισκότα

Logistics

Διαχείριση στην εφοδιαστική αλυσίδα

Υγιεινή και ασφάλεια

Οι κίνδυνοι σε σοκολατοειδή και μπισκότα

Κλείσιμο διαφημιστικού χώρου & παράδοση υλικού:
13 Οκτωβρίου 2008