

\* ΠΑΡΑΣΚΕΥΗ 31 ΟΚΤΩΒΡΙΟΥ 2008

## Εταιρείες Τροφίμων

### Αυξάνουν τα κέρδη τους κόντρα στη διεθνή κρίση που πλήττει την αγορά

Οι τιμές των δημητριακών, της σόγιας και του καλαμποκιού, έχουν υποχωρήσει σχεδόν κατά 50% από τις αρχές του καλοκαιριού, ωστόσο η πώση αυτή δεν έγινε αισθητή και στα ράφια των σούπερ μάρκετ. Οι εταιρείες τροφίμων έχουν τον τρόπο να μετακυλίνουν γρήγορα τις αυξήσεις στις τιμές των πρώτων υλών στην αγορά και υπερβολικά αργά τις μειώσεις.

Οι τιμές λιανικής των τροφίμων στις ΗΠΑ, αυξήθηκαν κατά 7,6% σε σχέση με πέρυσι, κυρίως λόγω του ράλι των τιμών σε δημητριακά και προϊόντα αρτοποιίας. Το υπουργείο Γεωργίας των ΗΠΑ μάλιστα, προεξοφλεί ότι οι αυξήσεις στις τιμές θα συνεχιστούν με ρυθμό 5% και το 2009.

Γιατί όμως οι τιμές στη λιανική δεν ακολουθούν τις τιμές παραγωγού; Όπως σημειώνει στους New York Times, ο διευθυντής της εταιρείας ερευνών Allendale με



έδρα το Σικάγο, κ. Τζόζεφ Βίκτορ, παρά την οικονομική κρίση, οι καταναλωτές δεν είναι τόσο συγκρατημένοι με τα τρόφιμα όσο είναι για παράδειγμα με τη βενζίνη. Δεύτερον πολλές επιχειρήσεις έχουν αγοράσει πρώτες ύλες, με συμβόλαια που έκαναν το καλοκαίρι ή και νωρίτερα, όταν οι τιμές ήταν στα υψηλότερά τους.

Οι εταιρείες τροφίμων συνολικά έδειξαν μεγάλη ανθεκτικότητα στη Γουόλ Στρίτ το τελευταίο διάστημα

και ο κλαδικός δείκτης σημείωσε πτώση 18% τη στιγμή που η πώση στον Dow Jones άγγιξε το 29%.

Αρκετοί αναλυτές υποστηρίζουν ότι η δεδομένη χρονική στιγμή είναι ιδανική για τις εταιρείες τροφίμων να αυξήσουν τα κέρδη τους. Κάτι που το πετυχαίνουν διατηρώντας τις τιμές στα επίπεδα που είναι τώρα, ενώ ταυτόχρονα κερδίζουν από τη μείωση του κόστους όσο οι πρώτες ύλες γίνονται φθηνότερες.

Ενδεικτικά θα πρέπει να

αναφέρουμε ότι η διεθνής χρηματοπιστωτική κρίση δεν έχει αγγίξει αρκετές διεθνείς εταιρείες όπως π.χ. τη Nestle. Τα οικονομικά αποτελέσματα που ανακοίνωσε πρόσφατα δείχνουν ότι η εταιρεία έχει τη δυνατότητα να βγει αλώβητη από τη δύσκολη χρονική στιγμή που βιώνουν οι αγορές. Η Nestle πέτυχε αύξηση εσόδων 8,9% γεγονός που αποδίδεται στην επιθετική της πολιτική στις αναδυόμενες αγορές καθώς και στις υψηλές πωλήσεις των πιο γνωστών, και «δυνατών» στην αγορά προϊόντων της. Σε απόλυτα νούμερα, τα έσοδα της εταιρείας έφτασαν τα 81,4 εκατ. ελβετικά φράγκα (54,6 εκατ. ευρώ) όταν ο αρχικός στόχος ήταν 81,1 εκατ. ελβετικά φράγκα

Ακόμη καλύτερα ήταν τα αποτελέσματα για τη γαλλική Danone, η οποία ανακοίνωσε κέρδη αυξημένα κατά 9,2% σε σχέση με το προηγούμενο έτος.

## Τράπεζα της Ελλάδος

### Μικρή επιβράδυνση της χρηματοδότησης των επιχειρήσεων από τις Τράπεζες

Ο ετήσιος ρυθμός ανόδου της συνολικής χρηματοδότησης προς το σύνολο των επιχειρήσεων και των νοικοκυριών παρουσίασε το Σεπτέμβριο μικρή επιβράδυνση σε σχέση με τον Αύγουστο (Σεπτέμβριος 2008: 19,7%, Αύγουστος 2008: 20,1%).

Σύμφωνα με την Τράπεζα της Ελλάδος, μικρή επιβράδυνση παρατηρήθηκε στην πιστωτική επέκταση προς τις επιχειρήσεις, η οποία κυμαίνεται γύρω στο 23% από τις αρχές του τρέχοντος έτους, ύστερα από τη σημαντική επιτάχυνση που καταγράφηκε το 2007.

Επίσης, περαιτέρω επιβράδυνση

σημειώθηκε στην πιστωτική επέκταση προς τα νοικοκυριά, η οποία ακολουθεί πτωτική πορεία από τις αρχές του 2006.

Συγκεκριμένα, η πιστωτική επέκταση προς τις επιχειρήσεις διαμορφώθηκε σε 1,961 δισ. ευρώ και ο ετήσιος ρυθμός ανόδου του υπολοίπου της χρηματοδότησής τους επιβραδύνθηκε ελαφρά σε 22,7% από 22,9% τον Αύγουστο.

Από την ανάλυση της χρηματοδότησης των επιχειρήσεων κατά κλάδο οικονομικής δραστηριότητας προκύπτει ότι τον Σεπτέμβριο επιβραδύνθηκε ο ετήσιος ρυθμός ανόδου της χρηματοδότησης προς το εμπόριο (Σεπτέμβριος 2008: 21,0%,

Αύγουστος 2008: 22,4%), τη βιομηχανία (Σεπτέμβριος 2008: 16,2%, Αύγουστος 2008: 17,3%), τα λοιπά χρηματοπιστωτικά ιδρύματα (Σεπτέμβριος 2008: -4,6%, Αύγουστος 2008: 1,2%) και τον κλάδο των "λοιπών επιχειρήσεων" (Σεπτέμβριος 2008: 22,9%, Αύγουστος 2008: 24,8%), ενώ ο εν λόγω ρυθμός παρέμεινε περίπου σταθερός προς την γεωργία (Σεπτέμβριος 2008: 19,0%, Αύγουστος 2008: 18,9%).

Αντίθετα, επιταχύνθηκε όσον αφορά τον τουρισμό (Σεπτέμβριος 2008: 28,1%, Αύγουστος 2008: 27,0%) και τη ναυτιλία (Σεπτέμβριος 2008: 26,1%, Αύγουστος 2008: 21,5%), ενώ με ιδιαίτερα υψηλούς

και επιταχυνόμενους ρυθμούς αυξήθηκε η χρηματοδότηση των επιχειρήσεων στους κλάδους των κατασκευών (Σεπτέμβριος 2008: 38,1%, Αύγουστος 2008: 36,1%), ηλεκτρισμού-φωταερίου-ύδρευσης (Σεπτέμβριος 2008: 35,7%, Αύγουστος 2008: 26,0%) και μεταφορών-επικοινωνιών (Σεπτέμβριος 2008: 43,3%, Αύγουστος 2008: 36,1%).

Το υπόλοιπο των δανείων προς τα νοικοκυριά αυξήθηκε το Σεπτέμβριο του 2008 κατά 1.577 εκατ. ευρώ και ο ετήσιος ρυθμός ανόδου του, διορθωμένος για τα ποσά των πτωλοποιήσεων και τις διαγραφές δανείων, επιβραδύνθηκε σε 16,4%, έναντι 17% τον Αύγουστο του 2008.

# Τα μάθατε... τα νέα;



Τα νέα... κυκλοφόρησαν  
και είναι απίστευτα νόστιμα!

Τραχανά σουσαράκια με τυρί,  
σουσαράκια με δουκάνικο και μουστάρδα.

Εμπνευσμένα από τις πιο επιτυχημένες παραδοσιακές συνταγές και παρασκευασμένα με τα αγνότερα υλικά, τα προϊόντα με την υπογραφή Ελληνική Ζύμη προικίζουν με νοστιμιά το ελληνικό τραπέζι και παρασύρουν σε αυθεντικές εμπειρίες απόλαυσης, που θα σας συναρπάσουν!



ΜΙΧΑΗΛ ΑΡΑΜΠΑΤΖΗΣ ΑΒΕΕ - ΒΙΟΜΗΧΑΝΙΑ ΤΡΟΦΙΜΩΝ  
570 22 ΒΙ.ΠΕ.Θ. ΣΙΝΔΟΣ, Τ.Θ. 1238, Τ: 2310 723 440,  
F: 2310 795 351, E: info@elzymi.gr, www.elzymi.gr



\* ΠΑΡΑΣΚΕΥΗ 31 ΟΚΤΩΒΡΙΟΥ 2008

## ΚΤΗΜΑ ΑΛΦΑ Νέα μεγάλη, παγκόσμια διάκριση

➤ Το ερυθρό Κτήμα ΑΛΦΑ 2004 συμπεριλαμβάνεται στον κατάλογο με τους «10 Most Exciting Or Unusual Auction Finds» οίνους στο βιβλίο του συγγραφέα οίνου Tom Stevenson «Wine Report 2009», ανάμεσα σε πολύ σπουδαία ονόματα του παγκόσμιου οινικού χάρτη.

Η σύνταξη του καταλόγου έγινε από την Master of Wine Serena Sutcliffe, διευθύντρια του οίκου Sotheby's στον τομέα δημοπρασιών για το κρασί.



## Γαλλικά τρόφιμα Με νέα ταυτότητα στο εξωτερικό

➤ Μία εντελώς καινούρια ταυτότητα της Γαλλίας των Τροφίμων θα έχουν την ευκαιρία να ανακαλύψουν οι εισαγωγείς, διανομείς, αντιπρόσωποι τροφίμων και εκπρόσωποι του Τύπου στην ελληνική αγορά. Ο υπουργός Γεωργίας και Αλιείας της Γαλλίας αποκάλυψε, στις 19 Οκτωβρίου, στο πλαίσιο της έκθεσης SIAL στο Παρίσι την καινούρια ταυτότητα της Γαλλίας των Τροφίμων.

Η δημιουργία του λογοτύπου από τον όμιλο SOPEXA, έγινε με στόχο να μεταφέρει τις αξίες της Γαλλίας. Προκειμένου να διευκολύνει άμεσα το συσχετισμό με την Γαλλία, χρησιμοποιείται ως σύμβολο ο πύργος του Άιφελ, εικόνα παγκοσμίως αναγνωρίσιμη.

Με την υπογραφή «Bon Appétit», ο κλάδος των τροφίμων της Γαλλίας μας προσκαλεί να μοιραστούμε τη γαλλική γαστρονομική κουλτούρα. Η εικαστική αυτή ταυτότητα θα χρησιμοποιείται σε όλες τις ενέργειες προώθησης και επικοινωνίας των γαλλικών εταιρειών τροφίμων στις αγορές του εξωτερικού (διεθνείς εκθέσεις, γαλλικές εβδομάδες στα καταστήματα, κλπ).

Οι Έλληνες επαγγελματίες του χώρου των τροφίμων μπορούν να βασιστούν σε δύο εργαλεία. Την ιστοσελίδα [www.frenchfoodandbeverages.com](http://www.frenchfoodandbeverages.com) που παρουσιάζει τα διαφορετικά πρόσωπα της Γαλλίας (οικονομικά στοιχεία, προδιαγραφές και απαιτήσεις παραγωγής, σήματα ποιότητας, γκάμα προϊόντων, τέχνη του «ζην» a la française...) και προτείνει στους Έλληνες επαγγελματίες ένα πραγματικό εργαλείο σε μορφή «οδηγού» των γαλλικών εταιρειών εξαγωγής καθώς και μία αιχμή με τα σημαντικότερα ραντεβού του κλάδου των τροφίμων στη Γαλλία (on line το Δεκέμβριο). Ένα e.letter, «French Food News» που απευθύνεται στα ελληνικά Μέσα Ενημέρωσης και πραγματοποιείται την επικαιρότητα του κλάδου των τροφίμων στη Γαλλία μεταφέροντας τη δυναμική του παρουσίας στην ελληνική αγορά.

## Γαλαξίδι Θαλάσσιες Καλλιέργειες «Άνοιγμα» στην αγορά βιολογικών ψαριών

➤ Σε πείσμα των καιρών και της οικονομικής κρίσης που θέλει τις επιχειρήσεις να επαναπροσδιορίζουν τις θέσεις τους και να υιοθετούν αμυντικές στρατηγικές, η εταιρεία Γαλαξίδι Θαλάσσιες Καλλιέργειες πρόκειται να διαθέσει στην αγορά από τον προσεχή Νοέμβριο τσιπούρα και λαβράκι βιολογικής παραγωγής.

Η εταιρεία, μία από τις πρώτες του κλάδου των ιχθυοκαλλιεργειών στην Ελλάδα, διαθέτοντας πλήρως κατετοποιημένη διαδικασία παραγωγής (από την παραγωγή γόνου μέχρι την εμπορία έτοιμου προϊόντος στην εσωτερική και διεθνή αγορά), ετοιμάζεται να μπει δυναμικά και στην αγορά των βιολογικών προϊόντων.

Έχοντας ήδη πιστοποιήσει την πρώτη παραγωγή 197 τόνων τσιπούρας και 192 τόνων λαβρακιού, από τον διεθνούς εμβέλειας ανεξάρτητο ελβετικό φορέα πιστοποίησης IMO (Institute for Marketecology), και έχοντας λάβει τη σχετική πιστοποίηση σύμφωνα με το Γερμανικό πρότυπο της Naturland, η Γαλαξίδι Θαλάσσιες Καλλιέργειες θα προσφέρει στους πελάτες της μία νέα σειρά προϊόντων, εμπλουτίζοντας με τον τρόπο αυτό την γκάμα των προσφερομένων προϊόντων της.

## ΜΙΚΡΑ

\* **ΚΑΤΑ 9%** μείωσε την τιμή στα βασικά λιπάσματα η Βιομηχανία Φωσφορικών Λιπασμάτων (ΒΦΛ). Αυτό ανακοίνωσε η εταιρεία στον υπουργό Αγροτικής Ανάπτυξης και Τροφίμων, κ. Αλέξανδρο Κοντό, σε συνέχεια συσκέψεων που είχαν γίνει στο υπουργείο. Ο κ. Κοντός μετά την ανακοίνωση αυτή δήλωσε ότι η μείωση του 9% είναι κατώτερη των ποσοστών που επιτρέπει η διεθνής αγορά. Σημειώνεται ότι οι τιμές των πρώτων υλών στη διεθνή αγορά έχουν υποχωρήσει πολύ περισσότερο από τη μείωση που προσφέρει η βιομηχανία.

**ΤΡΟΦΙΜΑ  
ΚΑΙ ΠΟΤΑ**

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

Επικοινωνήστε μαζί μας στο:  
[sales@triaina.com](mailto:sales@triaina.com)  
Τηλ.: 210 9240748



ΤΡΙΑΙΝΑ  
ΕΚΔΟΤΙΚΗ

**id**

**ΓΡΑΦΕΙΑ**

Λεωφ. Συγγρού 110,  
117 41 Αθήνα (4ος όρ.)  
Τηλ.: 210 9240 748,  
Fax: 210 9242 650

e-mail: [info@triaina.com](mailto:info@triaina.com)  
[www.triaina.com](http://www.triaina.com)

**Εκδότης**

Νίκος Κ. Κορόβηλας  
**Διευθύντρια**  
Ελένα Φωτιάδη  
**Σύνταξη-Επιμέλεια**  
Αλεξάνδρα Γκίτσιου  
**Art Director**

Παναγιώτης Βγενόπουλος

**Υπεύθυνη Επικοινωνίας**

Νίκη Παπαδοπούλου  
[n.papadopoulou@triaina.com](mailto:n.papadopoulou@triaina.com)  
**Υπεύθυνη Διαφήμισης**  
Κατερίνα Γκίτσιου  
[k.gitsi@triaina.com](mailto:k.gitsi@triaina.com)

**Τμήμα Διαφήμισης**

Μαρία Κατέρη  
[m.kateri@triaina.com](mailto:m.kateri@triaina.com)  
**Τμήμα Κυκλοφορίας** Ζωή Φίλιππα - Κορόβηλα  
**Λογιστήριο** Νίκη Γαβαλά

© Copyright 2008 Τρίαίνα Εκδοτική



ΤΡΙΑΙΝΑ  
ΕΚΔΟΤΙΚΗ

Ιδιοκτήτης  
ΤΡΙΑΙΝΑ ΕΚΔΟΤΙΚΗ  
Ν. ΚΟΡΟΒΗΛΑΣ & ΣΙΑ ΟΕ

## Food & Beverage Marketing Conference Το μεγάλο συνέδριο της αγοράς τροφίμων και ποτών

➤ Την ερχόμενη Δευτέρα 3 Νοεμβρίου στο ξενοδοχείο Sofitel Athens Airport πραγματοποιείται το Food & Beverage Marketing Conference. Η εκδήλωση φέρνει στο προσκήνιο διεθνείς και ελληνικές εμπειρίες σε ό,τι αφορά τη δημιουργία, τοποθέτηση και επικοινωνία προϊόντων τόσο σε εθνικό όσο και σε διεθνές επίπεδο. Καθοριστικοί άξονες συζήτησης αποτελούν τόσο η καινοτομία όσο και η διεύρυνση της εξωστρέφειας, θέματα που θα αποβούν καθοριστικά για τις μελλοντικές εξελίξεις στον κλάδο.

Στο συνέδριο πέντε διεθνείς καλεσμένοι παραθέτουν στρατηγικές αλλά και επιτυχημένες πρακτικές από τη διεθνή αγορά τροφίμων και ποτών. Ξεχωρίζει η παρουσίαση των διευθυντικών στελεχών της Naked Communications, της πολυβραβευμένης εταιρείας που έχει ανακηρυχθεί τρεις φορές Agency of The Year στη Μ. Βρετανία, καθώς και η παρουσία του Massimiliano Bruni, Διευθυντή του Μεταπτυχιακού Προγράμματος για το Fine Food&Beverage του Πανεπιστημίου Bocconi. Σε ό,τι αφορά στην ελληνική εμπειρία, οκτώ ειδικοί καταθέτουν τις γνώσεις και απόψεις τους για την πορεία και εξέλιξη της ελληνικής αγοράς.

Η καταληκτική συνεδρία της εκδήλωσης αφορά το πάνελ με θέμα «Επικοινωνία & Διαχείριση Κρίσεων», όπου θεσμικοί εκπρόσωποι της χώρας από τους τομείς της Επικοινωνίας και του Μάρκετινγκ Διαφημιστικών Εταιρειών και Διαφημιζομένων θέτουν το πλαίσιο για τα ζητήματα Crisis Management της αγοράς και των προϊόντων της. Μεγάλοι χορηγοί του Συνεδρίου είναι η Αθηναϊκή Ζυθοποιία και η Coca-Cola 3E, χορηγοί είναι η Global Link και το Προϊόν Της Χρονιάς, Υποστηρικτής η ΕΨΑ και χορηγοί επικοινωνίας το EURO2day, η εφημερίδα το Κέρδος και το ηλεκτρονικό newsletter Τρόφιμα και Ποτά.

### ΜΙΚΡΑ

\* Η εταιρεία Μασούτης και η GARNIER ενώνουν τις δυνάμεις τους και συνεισφέρουν οικονομικά στην αναδάσωση των καμένων εκτάσεων. Συγκεκριμένα με κάθε αγορά ενός προϊόντος GARNIER προσφέρονται για την αναδάσωση 0,50 ευρώ και επιπλέον οι κάτοχοι της mas club card Μασούτης κερδίζουν 30 πόντους.

\* **ΣΤΗΝ** τελική ευθεία βρίσκεται η διαδικασία της ψηφοφορίας για την ανάδειξη των καλύτερων του ελληνικού λιανεμπορίου για τα βραβεία Retail Business Awards 2008.

## SCA Packaging Διοργανώνει διαγωνισμό σχεδιασμού

➤ Για την ενθάρρυνση νέων ταλέντων στην παρουσίαση πρωτοποριακών ιδεών στον κλάδο συσκευασίας, η SCA Packaging διοργανώνει διαγωνισμό σχεδιασμού 2008.

Στον διαγωνισμό αυτό, στον οποίο συμμετέχουν άνθρωποι απ' όλη την Ευρώπη, το ζητούμενο είναι η δημιουργία μίας ολοκληρωμένης λύσης συσκευασίας για την προώθηση ενός προϊόντος σοκολάτας μέσα στο κατάστημα. Ως προμηθευτής ολοκληρωμένων λύσεων συσκευασίας, η SCA Packaging στοχεύει στον πρωτοποριακό σχεδιασμό λαμβάνοντας σοβαρά υπ' όψιν τις νέες τάσεις των καταναλωτών, της βιομηχανίας και την οικολογική επίπτωση κάθε συσκευασίας.

Οι συμμετέχοντες στον διαγωνισμό, θα έχουν την ευκαιρία να συνεργαστούν με επαγγελματίες του κλάδου, ν' αναδείξουν τη δουλειά τους σε καταξιωμένους σχεδιαστές και να κερδίσουν μέχρι και 3000 ευρώ μετρητά καθώς επίσης και τη δυνατότητα πρακτικής άσκησης στο Κέντρο Καινοτομίας της SCA Packaging στις Βρυξέλλες. Ο διαγωνισμός Σχεδιασμού θα ισχύει μέχρι το Μάρτιο του 2009 ενώ οι δηλώσεις συμμετοχής γίνονται δεκτές μέχρι τις 5 Δεκεμβρίου του 2008.

Σημειώνεται ότι η SCA Packaging είναι κορυφαία εταιρεία παροχής εξειδικευμένων λύσεων συσκευασίας στην Ευρώπη, με έμφαση στον πλέον σύγχρονο σχεδιασμό και στην τοπική εξυπηρέτηση, με παρουσία κοντά στις εγκαταστάσεις του πελάτη. Με γκάμα προϊόντων που περιλαμβάνει συσκευασίες διακίνησης και προβολής καθώς και βαρέως τύπου για απαιτητικές βιομηχανικές χρήσεις, η SCA Packaging μπορεί να ανταποκριθεί στις ανάγκες οποιασδήποτε αγοράς.

Η SCA Packaging είναι ο δεύτερος μεγαλύτερος κατασκευαστής κυματοειδούς χαρτονιού και παραγωγός χάρτου στην Ευρώπη και απασχολεί περίπου 24.100 άτομα σε περισσότερες από 240 εγκαταστάσεις σε 30 χώρες.



**[08] SCA Packaging  
Design Challenge 08**

SCA Packaging  
scapackaging.com  
be seen | be moved | be secure

\* ΠΑΡΑΣΚΕΥΗ 31 ΟΚΤΩΒΡΙΟΥ 2008

## Εστίαση Μετρώντας θερμίδες

➤ Πως θα σας φαινόταν αν πηγαίνατε σε ένα εστιατόριο και στο μενού βλέπατε μια επιπλέον στήλη δίπλα από κάθε φαγητό, με τις θερμίδες που του αντιστοιχούν; Προφανώς δεν θα επηρέαζε καθόλου την επιλογή σας.... Το μέτρημα θερμίδων είναι έξω από τις διατροφικές συνήθειες του Έλληνα αλλά για τους Αμερικανούς και ειδικά τους Νεοϋορκέζους, φαίνεται ότι γίνεται η νέα μόδα.

Όλο και περισσότερες εταιρείες τροφίμων τυπώνουν τις θερμίδες στις συσκευασίες των προϊόντων τους ενώ στη Νέα Υόρκη τα εστιατόρια με περισσότερα από 15 τραπέζια υποχρεώθηκαν από το καλοκαίρι, να γράφουν τις θερμίδες δίπλα από την τιμή του κάθε πιάτου. Εστιατόρια και φαστ φουντ, μειώνουν τις μερίδες προκειμένου να προσελκύσουν πελάτες και όπως τονίζουν εκπρόσωποί τους αυτό γίνεται λόγω της πίεσης που δέχονται από τους καταναλωτές. Κάποιοι καταναλωτές μάλιστα, έφτασαν μέχρι του σημείου να μηνύσουν την αλυσίδα εστιατορίων Applebees, για το ότι τα φαγητά της είχαν περισσότερες θερμίδες από ότι διαφήμιζε.

Αλυσίδες όπως τα Starbucks, η Pizza Hut, τα KFC άρχισαν με δική τους πρωτοβουλία να αναρτούν τις θερμίδες, και να μειώνουν τις μερίδες. Μικρότερες μερίδες όμως δεν σημαίνει και φθηνότερες. Αυτό είναι φυσικά προς όφελος των εστιατορίων που μειώνουν ακόμη περισσότερο το κόστος τους. Η Καλιφόρνια ψήφισε πρόσφατα νόμο για την υποχρεωτική αναγραφή των θερμίδων στους καταλόγους, ενώ το Κονγκρέσο συζητά την εφαρμογή του σε όλη την επικράτεια.

## Wall-Mart Ανεβάζει τα στάνταρντς

➤ Υψηλότερα στάνταρντς για τα προϊόντα που θα βάζει στο εξής στα ράφια της θα ζητεί η Wall-Mart από τους προμηθευτές της.

Η μεγαλύτερη αλυσίδα λιανικών πωλήσεων στον κόσμο, ανακοίνωσε στο Πεκίνο ότι θα προσχωρήσει σε ειδικές συμφωνίες με τους προμηθευτές της, ώστε να δέχονται εξωτερικούς ελέγχους και οι μέθοδοι παραγωγής τους να εναρμονίζονται με συγκεκριμένα κοινωνικά και περιβαλλοντικά κριτήρια.

Η εταιρεία έχει κατηγορηθεί στο παρελθόν για τις σκληρές εργασιακές συνθήκες που επικρατούν στα καταστήματά της και σύμφωνα με καταναλωτικές οργανώσεις, με αυτό το νέο μέτρο θέλει να εξωραΐσει την εικόνα της. Η επιλογή του Πεκίνου για την ανακοίνωση δεν ήταν τυχαία καθώς το μεγάλο διατροφικό σκάνδαλο με το μολυσμένο γάλα έχει κλονίσει την εμπιστοσύνη των καταναλωτών γενικότερα στην Κίνα, που αποτελεί την πιο σημαντική αγορά της εταιρείας.

Στις συμφωνίες που θα κάνει με τους προμηθευτές της η Wall-Mart, θα περιλαμβάνονται σαν όροι η απαγόρευση της παιδικής εργασίας και τα ημερομίσθια κάτω των ανά περιοχή νόμιμων. Επιπλέον θα ζητάει τριπλούς ελέγχους ποιότητας. Από τον πωλητή, από την ίδια τη Wall-Mart και από τρίτο ανεξάρτητο ελεγκτή.

Οι συγκεκριμένοι έλεγχοι θα εξακριβώνουν αν οι προμηθευτές τηρούν τα περιβαλλοντικά στάνταρντς αναφορικά με τη μόλυνση της ατμόσφαιρας, την κακή διαχείριση των υδάτινων πόρων και την σωστή καταστροφή των χημικών αποβλήτων.

Η Wall-Mart, διατίθεται επιπλέον να κάνει μακροχρόνια συμβόλαια σε προμηθευτές της, που σκοπεύουν να πραγματοποιήσουν επενδύσεις, προκειμένου να πιάσουν τα περιβαλλοντικά κριτήρια που θα θέσει.

## Κίνα Μελαμίνη και σε αυγά

➤ Μετά το επιμολυσμένο γάλα με μελαμίνη σειρά έχουν τα αυγά με μελαμίνη. Οι κινεζικές αρχές ανακοίνωσαν πως η μελαμίνη που βρέθηκε σε αυγά στο Χονγκ Κονγκ που είχαν εισαχθεί από τη βορειοδυτική Κίνα μπορεί να οφείλεται στη μολυσμένη τροφή των πουλερικών. Σε ανακοίνωσή τους οι τοπικές αρχές της πόλης Νταλιάν, έδρα της εταιρείας που εξήγαγε τα αυγά στο Χονγκ Κονγκ, επισημαίνουν ότι ήδη διεξάγεται έρευνα για την υπόθεση αυτή.

Γραφτείτε τώρα δωρεάν  
στον Οδηγό Συσκευασίας 2009

<http://www.triaina.com/Syskevasia/FormRequest.htm>

## ΓΑΛΑΚΤΟΚΟΜΙΑ



### Εξαγωγές

Λύνοντας το σταυρόλεξο των αγορών

### Οικονομική ύφεση

Αλλάζει τις καταναλωτικές συνήθειες

### Τάσεις

Από τα συμβατικά προϊόντα στα βιολογικά

### Γαλακτοβιομηχανίες

Εισάγοντας καινοτομία στην αγορά

Κλείσιμο διαφήμισης & παράδοση υλικού: 11 Νοεμβρίου 2008



ΤΡΙΑΙΝΑ  
ΛΑΚΟΤΙΚΗ

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

\* ΠΑΡΑΣΚΕΥΗ 31 ΟΚΤΩΒΡΙΟΥ 2008

**ΜΙΚΡΑ ΔΙΕΘΝΗ**

\* **ΤΟ** τρίμηνο Ιουλίου-Σεπτεμβρίου, η βιομηχανική παραγωγή της Ιαπωνίας μειώθηκε κατά 1,2%, για τρίτο συνεχόμενο τρίμηνο. Τον Οκτώβριο αναμένεται η κάμψη της παραγωγής να κινηθεί στο 2,3% και τον Νοέμβριο στο 2,2%, σηματοδοτώντας μεγαλύτερη συρρίκνωση το τρέχον τρίμηνο. Οι οικονομολόγοι αναφέρουν ότι τα νούμερα αυτά υποδεικνύουν την πολύ σοβαρή οικονομική πραγματικότητα της χώρας. Οι εξαγωγές, που έχουν υπάρξει η ατμομηχανή της ιαπωνικής οικονομίας από τις αρχές της δεκαετίας του 1990, βρίσκονται τώρα υπό δοκιμασία λόγω της παγκόσμιας οικονομικής κρίσης, καθώς επίσης και από το ισχυρότερο γιεν, που απειλούν να ρίξουν την Ιαπωνία σε ύφεση.

\* **ΠΡΟΤΑΣΗ** να ανταλλάξει ρύζι με πετρέλαιο από το Ιράν κάνει η Ταϊλάνδη, η μεγαλύτερη χώρα εξαγωγής ρυζιού στον κόσμο, σύμφωνα με δήλωση του υπουργού Εμπορίου της.

\* **Η** Procter & Gamble ανακοίνωσε μεγαλύτερη αύξηση στα κέρδη τρίτου τριμήνου απ' ό,τι περίμεναν οι αναλυτές. Συγκεκριμένα τα καθαρά κέρδη της εταιρείας αυξήθηκαν κατά 8,7% στα 3,35 δις. δολ. ή 1,03 δολ. ανά μετοχή από 3,08 δις. δολ. ή 92 σέντς ανά μετοχή που ήταν την αντίστοιχη περίοδο ένα χρόνο πριν. Σε ότι αφορά τις εκτιμήσεις της για τα ετήσια κέρδη της η εταιρεία αναβάθμισε τους στόχους της εκτιμώντας ότι αυτά θα κυμανθούν στα επίπεδα των 4,15 με 4,25 δολ. ανά μετοχή από 4,18-4,25 δολ. που ήταν η αρχική εκτίμηση.

**Πατάτα  
Η απάντηση στην πείνα**

> Όταν πριν από ένα χρόνο ο ΟΗΕ ανακοίνωνε πως το 2008 θα είναι το έτος της πατάτας, πολύ λίγοι φαινόταν να το πιστεύουν. Με την μεγάλη όμως αύξηση των τιμών στα δημητριακά και στο ρύζι, που απέδειξε πόσο εύθραυστο είναι το σύστημα της παγκόσμιας παραγωγής και διάθεσης τροφίμων φαίνεται ότι κάπου είχε δίκιο.

Η πατάτα μπορεί να είναι η εναλλακτική λύση, όχι μόνο ως συμπλήρωμα αλλά και ως υποκατάστατο των δημητριακών και του ρυζιού, άποψη στην οποία συνηγορεί σήμερα και η επιστημονική κοινότητα.

Επιστήμονες από όλο τον κόσμο συναντήθηκαν νωρίτερα αυτό τον μήνα στην Ισπανία για να συζητήσουν τις δυνατότητες ανάπτυξης νέων μεθόδων καλλιέργειας και λιπασμάτων.

Η διατροφική αξία της πατάτας είναι πολύ υψηλή καθώς περιέχει πρωτεΐνες, άμυλο, βιταμίνες και σίδηρο και μπορεί κάλλιστα να αντικαταστήσει το ρύζι, το καλαμπόκι και τα δημητριακά. Οι επιστήμονες τονίζουν επιπλέον ότι σαν καρπός είναι ανθεκτικός, χρειάζεται λιγότερο νερό και μπορεί κανείς να έχει συγκομιδή σε μόλις τρεις μήνες γεγονός που την κάνει εξαιρετική λύση για τις χώρες του αναπτυσσόμενου κόσμου.



Υπάρχει και ένα ακόμη πλεονέκτημα. Το γεγονός ότι η πατάτα δεν μεταφέρεται εύκολα λόγω του βάρους, δεν διαπραγματεύεται στα χρηματιστήρια εμπορευμάτων και άρα δεν είναι ευάλωτη ως προϊόν στις διαθέσεις των κερδοσκόπων.

**ΕΜΠΟΡΕΥΜΑΤΑ**

**ΠΕΤΡΕΛΑΙΟ BRENT**  
64,36\$/βαρέλι

**ΣΙΤΑΡΙ**  
90,25 ευρώ/τόνο (Νοεμ. '08)

**ΚΑΛΑΜΠΟΚΙ**  
420,75\$/bu (Δεκ. '08)

**ΖΑΧΑΡΗ**  
330,0\$/τόνο (Δεκ. '08)

**ΒΟΟΕΙΔΗ**  
0,91000\$/lb (Δεκ. '08)

**ΕΚΠΟΜΠΕΣ CO2**  
18,45 (Δεκ. '08)

Κλείσιμο 29/10/08  
Euronext-Liffe & CBOT

**ΤΡΟΦΙΜΑ  
ΚΑΙ ΠΟΤΑ**



**Στο Τ&Π ΔΕΚΕΜΒΡΙΟΥ**

**Κυρίως Θέμα**  
Οι καινοτομίες της χρονιάς

**Εστίαση στον κλάδο**  
Κατεψυγμένα τρόφιμα

**Λιανεμπόριο**  
Gourmet Stores

**Οινοπνεύματα**  
Κρασί - Σαμπάνια

**Υγιεινή και ασφάλεια**  
Οι κίνδυνοι στα κατεψυγμένα τρόφιμα

Κλείσιμο διαφημιστικού χώρου & παράδοση υλικού: **11 Νοεμβρίου 2008**



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