

**Βιομηχανία τροφίμων**

**Αναζητά τρόπους να προσαρμοστεί στη νέα τάξη πραγμάτων**

Οι εταιρείες συσκευασμένων τροφίμων θεωρούσαν πάντοτε τον εαυτό τους μονάδα μέτρησης της οικονομικής κρίσης. Το τελευταίο τρίμηνο του 2008, η καταναλωτική δαπάνη για τρόφιμα στις ΗΠΑ υποχώρησε κατά 3,9% σε σχέση με το προηγούμενο τρίμηνο, ποσοστό που είναι το υψηλότερο τα τελευταία 62 χρόνια. Οι εταιρείες τροφίμων έλαβαν το μήνυμα και βρίσκονται ήδη στη διαδικασία προσαρμογής τους στα νέα δεδομένα της αγοράς.

Η Kraft για παράδειγμα εγκαινιάσε μια νέα υπηρεσία για το Iphone της Apple. Την ονομάζει Ifood Assistant και δίνει τη δυνατότητα στους χρήστες να ψάχνουν για συνταγές μαγειρικής και να διαχειρίζονται τη λίστα αγορών τους. Η Nestle έχει αρχίσει τις προσφορές για κάποια προϊόντα της, ενώ η Campbell, ο κυρίαρχος στην αγορά της έτοιμης σούπας, δημιούργησε νέες συνταγές που αντιγράφουν φημισμένα μενού εστιατορίων.

Η Campbell έχει πάρει πολύ σοβαρά την υπόθεση της οικονομικής κρίσης και μελετά προσεκτικά τις αλλαγές στις συνήθειες των καταναλωτών προκειμένου να επανακαράξει τη στρατηγική της. Στα 140 χρόνια της ιστορίας της, η εταιρεία έχει πάρει συνεντεύξεις από τουλάχιστον 50.000 καταναλωτές. Κάνει έρευνες πόρτα - πόρτα, στέλνει εκπροσώπους της σε σούπερ μάρκετ προκειμένου να συλλέξει όσο το δυνατό περισσότερες πληροφορίες.

Η εταιρεία έχει εμπειρία σε ανάλογες περιπτώσεις οικονομικής κρίσης. Κατά τη διάρκεια της μεγάλης ύφεσης η διαφημιστική στρατηγική της ήταν τόσο πετυχημένη που η ζήτηση για σούπες την ανάγκασε να ανοίξει νέο εργοστάσιο στο Σικάγο το 1930. Σήμερα τα πράγματα είναι πιο δύσκολα καθώς ο ανταγωνισμός είναι πολύ πιο έντονος. Τα αποτελέσματα του τελευταίου τριμήνου της εταιρείας ήταν κατά 15% χαμηλότερα σε σχέση με έναν χρόνο πριν.

Η Campbell έχει ξεκινήσει ήδη μια επιθετική διαφημιστική εκστρατεία προβάλλοντας τη χαμηλή τιμή και το «γεύμα του ενός δολαρίου» αντιγράφοντας στην ουσία την πετυχημένη προσφορά της McDonald's. Επίσης βλέποντας ότι οι καταναλωτές περιορίζουν τα έξοδά τους στο σούπερ μάρκετ έκοψε τις προσφορές των πολλών τεμαχίων αντικαθιστώντας τις με προσφορές στο τεμάχιο, ενώ ανανέωσε τις συνταγές που έχει στην ιστοσελίδα της.

Μάλιστα, ο αριθμός των συνταγών που εκτυπώθηκαν από επισκέπτες στο site της ήταν κατά 29% αυξημένος σε σχέση με ένα χρόνο πριν, γεγονός που δείχνει ότι οι καταναλωτές μένουν περισσότερο σπίτι και μαγειρεύουν. Άλλες εταιρείες όπως η ConAgra και η Kraft ξεκίνησαν διαφημιστικές εκστρατείες για προϊόντα που είχαν πολλά χρόνια να διαφημισθούν.



Ενώ για πολλά χρόνια η Campbell's απεικονίζει διαφημιστικά μηνύματα με ευτυχισμένες οικογένειες, πλέον στριγγίζεται στις επιθυμίες αληθινών καταναλωτών για να χαράξει τη στρατηγική της.

**Η.Π.Α.**

**Η ασφάλεια των τροφίμων υπόθεση των εταιρειών**

Τη στιγμή που οι εταιρείες επεξεργασίας τροφίμων στις ΗΠΑ χάνουν τεράστια ποσά από ανακλήσεις προϊόντων και οι επιθεωρητές της Υπηρεσίας Τροφίμων και Φαρμάκων (FDA) δεν επαρκούν για τους ελέγχους, κάποιοι τομείς εφαρμόζουν τους δικούς τους ρυθμιστικούς κανόνες για την ασφάλεια, ώστε να κερδίσουν την εμπιστοσύνη των καταναλωτών.

Πώς; Πληρώνοντας άλλες κρατικές υπηρεσίες για να κάνουν ό,τι θα έπρεπε να κάνει η FDA. Αυτή η πρακτική του «κάντο μόνος σου» μπορεί να λύσει πολλά προβλήματα και να εγγυάται ένα επίπεδο ποιότητας και ασφάλειας για τα τρόφιμα, αλλά κάποιοι ανησυχούν ότι από τη στιγμή που η ίδια η βιομηχανία τροφίμων αναλαμβάνει την ευθύνη και πληρώνει το λογαριασμό, ίσως δημιουργούνται υπόγειες διαδρομές και συγκρούσεις συμφερόντων. Επιπλέον τέτοια προγράμματα στερούνται της αυστηρότητας του

ομοσπονδιακού συστήματος ελέγχου. Παρ' όλα αυτά, η πρακτική αυτή φαίνεται ότι εξαπλώνεται. Μετά από δύο κρούσματα σαλμονέλας πριν από μερικά χρόνια, η βιομηχανία επεξεργασίας αμυγδάλων εφάρμοσε ένα πρόγραμμα παστερίωσης το οποίο επιβλέπεται σήμερα από το υπουργείο Γεωργίας. Η βιομηχανία τομάτας της Φλόριδα για παράδειγμα έπεισε τις πολιτειακές αρχές να αναλάβουν τον ρόλο του ελεγκτή. Στην Καλιφόρνια τέλος η βιομηχανία λαχανικών, μετά το μεγάλο σκάνδαλο με το μολυσμένο σπανάκι το 2006, πληρώνει ανεξάρτητους ελεγκτές για να επιθεωρούν τα χωράφια και τις εγκαταστάσεις τους. Ανάλογη συμφωνία έχουν κάνει οι βιομηχανίες και στην Αριζόνα.

Αυτές οι συμφωνίες συμπληρώνουν τον ελεγκτικό μηχανισμό του υπουργείου Γεωργίας (αρμόδιου για τα προϊόντα κρέατος) και της FDA (αρμόδιας για το υπόλοιπο 80% της παραγωγής

τροφίμων). Το μεν υπουργείο όμως διαθέτει 7.800 υπαλλήλους για να κάνει τη δουλειά του, ενώ η FDA, με τους 1.307 επιθεωρητές της, μόλις που μπορεί να ελέγξει την αγορά.

Προγράμματα όπως αυτό της Καλιφόρνια, στο παρελθόν μπορούσαν μόνο να καθορίσουν ένα μίνιμουμ προδιαγραφών ποιότητας αλλά τώρα έχουν φτάσει να καθορίζουν σπάνταρντς ασφαλείας και πολλοί ειδικοί στο θέμα επισημαίνουν ότι είναι πολύ επικίνδυνο να αφήνει κανείς τα ζητήματα ασφάλειας στα χέρια και τις διαθέσεις των ίδιων των επιχειρήσεων.

Οι υπέρμαχοι των συμφωνιών, θεωρούν ότι είναι η καλύτερη λύση καθώς οι ομοσπονδιακές αρχές δεν έχουν τα μέσα να κάνουν όλους τους αναγκαίους ελέγχους. Μέχρι στιγμής πάντως, η συμφωνία της Καλιφόρνια φαίνεται να λειτουργεί καλά, καθώς στα δύο χρόνια που λειτουργεί το πρόγραμμα δεν υπήρξε κανένα κρούσμα μολυσμένων τροφίμων.



## **T&Π ΣΥΣΚΕΥΑΣΙΑ** **κυκλοφορεί τον Μάιο**

Με ειδική διανομή στην Έκθεση ExproPack 29/05-1/06 2009

Το T&Π Συσκευασία θα καλύψει θέματα που αφορούν τις καινοτομίες,  
τα υλικά και τις νέες τάσεις στη διεθνή αγορά.

Η ειδική αυτή έκδοση, εκτός από τη διανομή της στην Έκθεση  
θα ταχυδρομηθεί μαζί με το περιοδικό Τρόφιμα και Ποτά Ιουνίου,  
σε όλους τους παραγωγούς τροφίμων και ποτών.

Κλείσιμο διαφημιστικού χώρου & παράδοση υλικού: 30 Απριλίου



**ΤΡΙΑΙΝΑ**  
ΕΚΔΟΣΤΙΚΗ

Τμήμα Πωλήσεων E-mail: [sales@triaina.com](mailto:sales@triaina.com)

**Domino's Pizza**

**Ταινία - Φάρσα δυσφημεί το brand**

> Δυο υπάλληλοι της αλυσίδας Domino's Pizza τραβούν σε video μια φάρσα σε κουζίνα ενός καταστήματος και αποφασίζουν να ανεβάσουν την ταινία στο διαδίκτυο. Μέσα σε λίγες μόνο μέρες, χάρη στη δύναμη των λεγόμενων «social media» (YouTube, Twitter, κ.λπ.) καταλήγουν με κατηγορίες διάπραξης κακουργήματος, με πάνω από 1 εκατομμύριο ενοχλημένους θεατές και την εταιρεία να βρίσκεται αντιμέτωπη με μια κρίση δημοσίων σχέσεων.

Το video ήταν διαθέσιμο στον γνωστό διαδικτυακό τόπο YouTube και έδειχνε έναν υπάλληλο να φτάνει ένα σάντουιτς για μια παραγγελία delivery χρησιμοποιώντας αποκρουστικές μεθόδους που έθιγαν όλους τους κώδικες υγιεινής και ασφάλειας τροφίμων, ενώ ταυτόχρονα ένας δεύτερος υπάλληλος είχε αναλάβει την αφήγηση. Στους δύο υπαλλήλους έχουν γίνει μηνύσεις για διανομή απαγορευμένων τροφίμων.

Παρ' όλο που οι δύο υπάλληλοι ανέφεραν ότι ποτέ δεν παραδόθηκε το φαγητό της φάρσας σε πελάτη

και ενώ τους απέλυσαν άμεσα από την εταιρεία, η κρίση για την Domino's είχε μόλις αρχίσει.

Το περιστατικό αυτό μας δείχνει πόσο γρήγορα διαδίδονται δεδομένα μέσα από το internet και πόσο λίγο χρειάστηκε για να δυσφημήσει μια κακόγουστη φάρσα το brand μιας μεγάλης αλυσίδας.

Ως συνέπεια της φάρσας η αντίληψη των καταναλωτών για την Domino's Pizza άλλαξε ριζικά από «θετική» σε «αρνητική» μέσα σε δυο μέρες, σύμφωνα με έρευνα της YouGov, η οποία διεξάγει online έρευνες σε 1000 καταναλωτές την ημέρα για πληθώρα διαφορετικών brands.

Ενδιαφέρον είναι και το συμπέρασμα σε ότι αφορά την αντιμετώπιση της «ψηφιακής κρίσης» δημοσιότητας της εταιρείας. Προκειμένου να καθυσχύσει τους καταναλωτές η διοίκηση της Domino's Pizza αναγκάστηκε να ανεβάσει απολογητικό video του Γενικού Διευθυντή της στο YouTube να ανοίξει ειδικό λογαριασμό για ανοιχτό διάλογο στο Twitter.

**ΕΝ ΣΥΝΤΟΜΙΑ**

**\* ΕΚΔΗΛΩΣΗ** με θέμα τη «Θωράκιση της ανταγωνιστικότητας της εξωστρεφούς επιχείρησης στην εποχή της κρίσης» οργάνωσε ο Σύνδεσμος Εξαγωγέων Βορείου Ελλάδος σε συνεργασία με τα τοπικά Επιμελητήρια Ξάνθης, Ροδόπης και Έβρου στις 15 Απριλίου. Ο πρόεδρος του ΣΕΒΕ, κ. Βασίλης Θωμαΐδης, τόνισε τον σημαντικό ρόλο που διαδραματίζει ο έλεγχος και η εποπτεία της αγοράς για την προστασία και την ενίσχυση της δραστηριότητας των υγιών επιχειρήσεων οι οποίες πλήττονται έντονα από τον αθέμιτο ανταγωνισμό.

**Ρωσία**

**Διαπίστευση ελληνικών εργαστηρίων ποιοτικού ελέγχου**

> Θετική για τα ελληνικά συμφέροντα και τις εξαγωγές ελληνικών αγροτικών προϊόντων στη ρωσική αγορά χαρακτηρίζεται από τον Σύνδεσμο Εξαγωγέων Βορείου Ελλάδος (ΣΕΒΕ) η διαπίστευση ελληνικών εργαστηρίων ποιοτικού ελέγχου.

Σημειώνεται ότι τα νωπά είναι ο σημαντικότερος εξαγωγικός αγροτικός κλάδος στη Ρωσία. Οι ελληνικές εξαγωγές νωπών καρπών και φρούτων στη Ρωσία για το 2008 ανήλθαν σε 52,2 εκατ. ευρώ, παρουσιάζοντας σημαντική ετήσια αύξηση κατά 53,3% συγκριτικά με το 2007.

Οι νωποί καρποί και φρούτα αποτελούν το 2ο σημαντικότερο εξαγωγικό κλάδο της χώρας προς την αγορά της Ρωσίας μετά τα γουνοδέρματα, συνεισφέροντας με 12,4% στις συνολικές εξαγωγές στη Ρωσία.

Υπενθυμίζεται ότι στις 9 Απριλίου ο πρόεδρος του ΣΕΒΕ είχε επισημάνει προς την πολιτική ηγεσία του

υπουργείου Αγροτικής Ανάπτυξης και Τροφίμων και την ανάγκη έγκρισης των διαπιστευμένων ιδιωτικών εργαστηρίων από τη Ρωσία για την επίλυση των προβλημάτων εξαγωγών ελληνικών προϊόντων φυτικής προέλευσης στη χώρα.

Είχε προηγηθεί μία ακόμη επιστολή του ΣΕΒΕ στον υπουργό Αγροτικής Ανάπτυξης και Τροφίμων κ. Χατζηγάκη με την οποία ζητούσε από τον υπουργό να προχωρήσει σε επείγουσες ενέργειες που θα πρέπει να επικεντρωθούν στην έγκριση από τη Ρωσία των 6 διαπιστευμένων ιδιωτικών εργαστηρίων της Ελλάδας με απευθείας διμερείς διαπραγματεύσεις.

Οποιαδήποτε περαιτέρω ολιγωρία θα ήταν επιβλαβής για τα ελληνικά συμφέροντα και καταστροφική για τις εξαγωγές ελληνικών αγροτικών προϊόντων και θα οδηγούσε, επίσης, στον αποκλεισμό τους από τη ρωσική αγορά.

**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  
Τηλ.: 210 9240748



**ΤΡΙΑΙΝΑ  
ΕΚΔΟΤΙΚΗ**



**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**  
Παναγιώτης Βγενόπουλος

**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 2009 Τρίαίνα Εκδοτική



**ΤΡΙΑΙΝΑ  
ΕΚΔΟΤΙΚΗ**  
Ιδιοκτήτης  
**ΤΡΙΑΙΝΑ ΕΚΔΟΤΙΚΗ**  
**Ν. ΚΟΡΟΒΗΛΑΣ & ΣΙΑ ΟΕ**

**ΕΝ ΣΥΝΤΟΜΙΑ**

\* Ο Eric Boissenot, ένας από τους πλέον πολυσυζητημένους οινολόγους στο παγκόσμιο οικόγειο, επισκέφθηκε τον αμπελώνα του Κτήματος Άλφα στο Αμύνταιο μετά από πρόσκληση του οίνοποιου-οινολόγου Α. Ιατρίδη. Τρίτης γενιάς οινολόγος διατηρεί οινολογικό εργαστήριο στην περιοχή του Μπορντώ στο Pauillac, με σημαντικές συνεργασίες όπως το Château Lafite, Château Latour, Château Margaux, Château Palmer, Château Ducru Beaucaillou, Château Gazin, Concha Y Toro κ.ά.

\* **ENA** νέο κατάστημα Χαλκιάδακας MAX, το 34ο της ομώνυμης αλυσίδας σούπερ μάρκετ, εγκαινιάστηκε στην παραλιακή οδό του Ηρακλείου στα Καμίνια. Σημειώνεται ότι η αλυσίδα είναι ένας απ' τους μεγαλύτερους εργοδότες στην Κρήτη αριθμώντας σχεδόν 1000 εργαζόμενους.

\* **ΤΡΙΑ** νέα καταστήματα, σε Άνω Λιόσια, Γιαννισά και Αγ. Ιωάννη Ρέντη, προστέθηκαν στο δίκτυο πωλήσεων της AB Βασιλόπουλος κατά τη διάρκεια του πρώτου τριμήνου του έτους. Το νέο κατάστημα στα Άνω Λιόσια διαθέτει 985 τ.μ. χώρο πώλησης σε ένα επίπεδο, 4 ταμεία, χώρο στάθμευσης 100 θέσεων και απασχολεί 102 άτομα. Το σούπερ μάρκετ στα Γιαννισά, διαθέτει επίπεδο χώρο πώλησης επιφάνειας 1200 τ.μ., υπόγειο χώρο στάθμευσης 60 θέσεων, 6 ταμεία και απασχολεί 117 άτομα, ενώ το νέο κατάστημα στην περιοχή Αγ. Ιωάννης Ρέντη, διαθέτει χώρο πώλησης 1000 τ.μ. σε ένα επίπεδο, 6 ταμεία και απασχολεί 25 άτομα.

**Γαλακτοκομικά**

**Πρωθείται η αναγραφή της χώρας προέλευσης**

➤ Την υποχρεωτική αναγραφή της χώρας προέλευσης της πρώτης ύλης για όλα τα γαλακτοκομικά προϊόντα και την υποχρεωτική τοποθέτηση του φρέσκου γάλακτος στα ψυγεία πώλησης σε θέση σαφώς διαχωρισμένη από άλλους τύπους γάλακτος, προωθεί το υπουργείο Ανάπτυξης με απώτερο στόχο τη στήριξη της παραγωγής του Έλληνα κτηνοτρόφου.

Παράλληλα προωθεί τη συμμετοχή εκπροσώπου του ΣΕΒΓΑΠ στο διοικητικό συμβούλιο του ΕΛΟΓΑΚ για την καλύτερη και αποτελεσματικότερη παρακολούθηση των ισοζυγίων γάλακτος και τη δυνατότητα πώλησης γαλακτοκομικών προϊόντων από κάθε κατάστημα, το οποίο πληροί τους όρους υγιεινής και ασφάλειας. Παράλληλα ο υφυπουργός Ανάπτυξης κάλεσε τις γαλακτοβιομηχανίες να προχωρήσουν σε μειώσεις τιμών και παράλληλα να στηρίξουν την ελληνική κτηνοτροφία.

Την ίδια ώρα η αγορά γάλακτος δέχεται ισχυρές

πιέσεις, οι οποίες μεταφράζονται σε κάμψη της κατανάλωσης και απώλεια μεριδίων αγοράς για τις εταιρείες.

Το ανησυχητικό για την πορεία τους στην αγορά είναι η ραγδαία άνοδος των πωλήσεων των «ανώνυμων» προϊόντων τα οποία ροκανίζουν μέρα με τη μέρα το ζωτικό τους χώρο και περιορίζουν τα όποια περιθώρια κέρδους έχουν.

Είναι χαρακτηριστικό ότι στο διάστημα Ιανουάριος – Μάρτιος του 2009, σύμφωνα με στοιχεία της IRI, ενώ η συνολική κατανάλωση γάλακτος παρουσίασε μείωση 5% σε όγκο, του εβαπορέ 10,3% και του παστεριωμένου λευκού γάλακτος 3,1%, η κατανάλωση προϊόντων ιδιωτικής ετικέτας κατέγραψε αύξηση 28% σε όγκο και 38,4% σε αξία. Ανοδικά κινήθηκαν και οι πωλήσεις βιολογικού γάλακτος, το οποίο είναι ακριβότερο από το «συμβατικό», σημειώνοντας αύξηση 52,2% σε όγκο και 53,6% σε αξία.

	Πωλήσεις σε όγκο (χιλιάδες λίτρα)				Πωλήσεις σε αξία (ευρώ)			
	2008	I/I/08	I/I/09	Μεταβολή	2008	I/I/08	I/I/09	Μεταβολή
Αγορά γάλακτος	349.097	-8/3/08	-8/3/09	-5,0%	433.065.384	90.402.627	84.981.645	-6,0%
Εβαπορέ	113.153	23.906	21.434	-10,3%	110.301.129	22.921.815	20.870.495	-8,9%
Παστεριωμένο λευκό γάλα	230.814	47.666	46.192	-3,1%	314.765.272	65.927.297	62.223.305	-5,6%
Μακράς διάρκειας	5.130	996	1.311	31,6%	7.998.983	1.553.514	1.887.846	21,5%
Βιολογικό γάλα	2.664	527	802	52,2%	5.132.993	990.160	1.520.550	53,6%
Γάλα ιδιωτικής ετικέτας	32.497	5.723	7.326	28,0%	26.622.295	4.479.476	6.199.255	38,4%





**Στο T&Π Ιουνίου**  
**Μεγάλο Αφιέρωμα**  
**Υγιεινή Διατροφή**

Έρευνες, δηλώσεις  
και οι νέες τάσεις της αγοράς

Κλείσιμο διαφήμισης & παράδοση υλικού: **11 Μαΐου 2009**



Επικοινωνήστε με το τμήμα πωλήσεων στο 210 9240748

## G8

## Παραδέχονται ότι χάνεται η μάχη κατά της πείνας

Οι υπουργοί γεωργίας των οκτώ ισχυρότερων οικονομικά χωρών (G8) έκαναν έκκληση για αύξηση των δημόσιων και ιδιωτικών επενδύσεων στη γεωργία, αναγνωρίζοντας ότι η μάχη για να αντιμετωπιστεί η πείνα στον πλανήτη χάνεται. Στην πρόσφατη συνάντησή τους στην Ιταλία, οι οκτώ υπουργοί κατέληξαν στο συμπέρασμα ότι είναι σχεδόν αδύνατο να επιτευχθούν οι στόχοι του ΟΗΕ για μείωση του αριθμού των ανθρώπων που υποφέρουν από πείνα στο μισό μέχρι το 2015.

Ο οργανισμός τροφίμων και γεωργίας του ΟΗΕ ανακοίνωσε ότι εντός του 2009 το νούμερο των ανθρώπων που υποφέρουν από πείνα θα αυξηθεί κατά 75 έως 100 εκατομμύρια, κυρίως λόγω της οικονομικής κρίσης και των υψηλών τιμών των τροφίμων και θα ξεπεράσει έτσι κατά πολύ το ένα δισεκατομμύριο.

Είναι η πρώτη φορά που οι ισχυροί αναγνωρίζουν ότι οι προσπάθειες για να επιτευχθεί ο λεγόμενος στόχος της χιλιετίας απέτυχαν. Παρ' όλα αυτά δεν πρότειναν τίποτα καινούργιο και επανέλαβαν τις γενικές αρχές για αποφυγή των πρακτικών προστατευτισμού και την αύξηση των επενδύσεων στην έρευνα. Οι 8 υπουργοί δεσμεύθηκαν να πάρουν επιπλέον μέτρα για να εξασφαλιστούν περισσότερα κεφάλαια στην επόμενη συνάντησή τους εντός του έτους, αλλά αξιωματικοί του ΟΗΕ χαρακτήρισαν τη συνάντηση ως μια ακόμη χαμένη ευκαιρία.

Παρά το γεγονός ότι οι τιμές των αγροτικών προϊόντων έχουν τώρα μειωθεί κατά 40% με 50% σε σχέση με τα περσινά επίπεδα ρεκόρ, συνεχίζονται να βρίσκονται υψηλότερα από τα επίπεδα που ήταν πριν την περσινή επισιτιστική κρίση. Οι εγχώριες τιμές σε αρκετές αναπτυσσόμενες χώρες παραμένουν κοντά στα περσινά επίπεδα, ενώ σε ορισμένες αφρικανικές χώρες έχουν αυξηθεί.

## Γερμανία

## Απαγόρευσε την καλλιέργεια του MON810

Στον δρόμο που χάραξαν ήδη πέντε ευρωπαϊκές χώρες προχωρά και η Γερμανία η οποία ανακοίνωσε ότι σταματά την καλλιέργεια του γενετικά τροποποιημένου καλαμποκιού MON810 της Monsanto, παρά την αντίθετη γνώμη της Ευρωπαϊκής Επιτροπής. Το MON810 είναι ο μοναδικός γενετικά τροποποιημένος σπόρος που καλλιεργείται στην ΕΕ. Είχε εγκριθεί για εμπορική χρήση το 1998, για δέκα χρόνια.

Οι ειδικοί της ΕΕ εξετάζουν τώρα αν θα ανανεωθεί η έγκριση αυτή. Μόνο μια απόφαση της Επιτροπής, με την υποστήριξη μιας αυξημένης πλειοψηφίας κρατών της ΕΕ, θα μπορούσε να σταματήσει τη γερμανική απόφαση. Όμως οι υπουργοί Περιβάλλοντος άσκησαν βέτο στις αρχές Μαρτίου σε πρόταση της Επιτροπής που είχε στόχο να υποχρεωθούν η Αυστρία και η Ουγγαρία να αναθεωρήσουν παρόμοιες απαγορεύσεις.

Πριν από τη Γερμανία, το Λουξεμβούργο ήταν, στα τέλη Μαρτίου, η τελευταία χώρα που είχε ενταχθεί στο στρατόπεδο των αρνητών του MON810.

## Fast Food

## Νιώθουν την κρίση παρά τις χαμηλές τιμές

Από τη στιγμή που τα πρώτα σημάδια της οικονομικής κρίσης έγιναν ορατά, οι μετοχές των Fast Foods αποτέλεσαν καταφύγιο για τους επενδυτές. Ο λόγος ήταν ότι με τα οικονομικά μενού που προσέφεραν, διατήρησαν την πελατεία και τα κέρδη τους, σε βάρος φυσικά των ακριβότερων εστιατορίων.

Αλλά η ανακοίνωση των αποτελεσμάτων του πρώτου τριμήνου της Burger King, έστειλε τη μετοχή της 20% χαμηλότερα χτυπώντας καμπανάκι στην αγορά. Σύμφωνα με μελέτες, τα αμερικανικά νοικοκυριά ξοδεύουν το 48% του εισοδήματός τους για φαγητό εκτός σπιτιού, ενώ το αντίστοιχο ποσοστό το 1975 ήταν 37%. Η διαφορά είναι σαφώς μεγάλη, αλλά τα τελευταία δέκα χρόνια η δαπάνη των νοικοκυριών παρέμεινε σταθερή, παρά το γεγονός ότι το εισόδημα των Αμερικανών αυξήθηκε.

Η οικονομική κρίση μπορεί να αντιστρέψει αυτή την τάση, καθώς οι καταναλωτές γίνονται όλο και πιο διστακτικοί. Επιπλέον το έτοιμο προμαγειρεμένο φαγητό στα σουπερ μάρκετ κερδίζει όλο και μεγαλύτερο έδαφος στις προτιμήσεις των Αμερικανών. Η Burger King αναγνωρίζει ότι ο αδύναμος κρίκος είναι τα μενού πρωινού φαγητού, καθώς εκεί υπάρχει η μεγαλύτερη πώληση του τζιζου.

Το γεγονός αυτό έχει αρχίσει να ανησυχεί και τη McDonald's η οποία παρά την κρίση είχε πέσει αύξηση κερδών. Τα κέρδη της McDonald's προέρχονται κατά 40% από τα πρωινά μενού, και τώρα αναμένεται με μεγάλο ενδιαφέρον η δημοσίευση των αποτελεσμάτων του πρώτου τριμήνου της εταιρείας για να γίνουν οι ανάλογες συγκρίσεις. Τα Fast Food σαφώς υπερτερούν σε σχέση με τα παραδοσιακά εστιατόρια, αλλά η οικονομική κρίση ίσως τελικά τα αναγκάσει να παλέψουν για μικρότερο κομμάτι από την πίτα της αγοράς.

## Αυστραλία

## Στα σκουπίδια 3 εκατ. τόνοι τροφίμων

Ούτε ένα, ούτε δύο, αλλά τρία εκατομμύρια τόνους τροφίμων, συνολικής αξίας 5 δισ. δολ. πετάνε στα σκουπίδια ετησίως οι Αυστραλοί.

Το στοιχείο αυτό αποκαλύπτει έρευνα της ομάδας Do Something που στοχεύει στην εκπαίδευση των καταναλωτών για να μαγειρεύουν με σύνεση έτσι ώστε να μην πετούν το φαγητό. Από την ίδια έρευνα προκύπτει ότι τα τρόφιμα που πετιούνται δεν βλάπτουν μόνο το πορτοφόλι, αλλά βλάπτουν ανεπανόρθωτα και το περιβάλλον.

Το φαγητό που πετιέται και σαπίζει στις χωματερές εκπέμπει 20 φορές περισσότερο μεθάνιο στην ατμόσφαιρα απ' ό,τι το διοξείδιο του άνθρακα που εκπέμπουν οι εξατμίσεις των αυτοκινήτων στην ατμόσφαιρα.

Η συνήθεια πολλών να πετούν το φαγητό μεταφράζεται όχι μόνο σε μεθάνιο, αλλά και σε κατά κόρον σπατάλη νερού. Όταν, λοιπόν, πετάμε ένα κιλό βοδινού κρέατος, δεν πετάμε μόνο κάμποσα δολάρια στα σκουπίδια, αλλά και 50.000 λίτρα νερού που χρησιμοποιήθηκαν για να μεγαλώσει το μοσχάρι.

**ΕΝ ΣΥΝΤΟΜΙΑ**

\* **ΟΡΙΑΚΗ** αύξηση 1,4%, σημείωσαν οι πωλήσεις της Wal-Mart τον Μάρτιο στα καταστήματα που λειτουργούν για διάστημα τουλάχιστον ενός έτους στην αγορά των ΗΠΑ.

\* **ΜΕΙΩΣΗ** του κύκλου εργασιών ανακοίνωσε η Nestle για το πρώτο τρίμηνο του έτους. Συγκεκριμένα ο όμιλος εμφάνισε πτώση 1,9% του κύκλου εργασιών του στα 25,2 δισ. δολ. Ο όμιλος απέδωσε την υποχώρηση στην πτώση της ζήτησης στις ανεπτυγμένες αγορές, ενώ εμφανίστηκε συγκρατημένα αισιόδοξος για το μέλλον, υποστηρίζοντας ότι ο ρυθμός οργανικής ανάπτυξης θα φθάσει τουλάχιστον στο 5% για το σύνολο της χρήσης.

\* **ΣΗΜΑΝΤΙΚΗ** πτώση 13,7% παρουσίασε η βιομηχανική παραγωγή της Ρωσίας τον Μάρτιο, σε σχέση με την αντίστοιχη περσινή περίοδο. Ωστόσο, συγκριτικά με τον Φεβρουάριο, τα στοιχεία δείχνουν άνοδο της βιομηχανικής παραγωγής κατά 11,1%. Η παγκόσμια κρίση έχει πλήξει σημαντικά τις ρωσικές εξαγωγές και παράλληλα με τις χαμηλές τιμές των πρώτων υλών, έχει οδηγήσει τις εργοστασιακές μονάδες να μειώσουν την παραγωγή τους και να εφαρμόσουν ελαστικό ωράριο εργασίας.

\* **ΣΥΜΦΩΝΑ** με διεθνή μελέτη της PWC για τις προθέσεις των κορυφαίων στελεχών σουηδικών εταιρειών, προγραμματίζεται μία τουλάχιστον εξαγορά ή συγχώνευση με ξένη εταιρεία από το 43% των ερωτηθέντων για το 2009 (έναντι του 25% του μέσου διεθνούς όρου).

**Pepsi**

**Προσφορά 6 δισ. δολ. για την απόκτηση δύο θυγατρικών της**

> Προσφορά ύψους 6 δισ. δολ. σε μετρητά και μετοχές κατέθεσε η PepsiCo, προκειμένου να εξαγοράσει ποσοστά μετόχων στις θυγατρικές της Pepsi Bottling Group Inc. και PepsiAmericas.

Η εταιρεία βάζει τέλος έτσι στη στρατηγική δεκαετιών που διαχώριζε την εμφιάλωση από τις λοιπές εργασίες της, με στόχο να αποκτήσει μεγαλύτερο έλεγχο των πωλήσεων στις ΗΠΑ. Η Pepsi θεωρεί ότι η κίνηση αυτή θα της επιτρέψει να απαντήσει αποτελεσματικά στα νέα χαρακτηριστικά που αποκτά η αγορά, με τους καταναλωτές να στρέφονται από τα ανθρακούχα ποτά, στους χυμούς και το νερό.

Η απόκτηση των δύο θυγατρικών θα δώσει στη μητρική τον έλεγχο του 80% των συνολικών εργασιών στη Βόρειο Αμερική. Η προσφορά αντιστοιχεί σε 29,50 δολ. ανά μετοχή για μετοχές της Pepsi Bottling Group Inc. και 23,50 δολ. ανά μετοχή για μετοχές της PepsiAmericas. Σύμφωνα με εκτιμήσεις η εξαγορά μπορεί να ενισχύσει τα κέρδη της PepsiCo κατά 15 σεντς ανά μετοχή δίνοντας κέρδη προ φόρων στην εταιρεία ύψους 200 εκατ. δολ. Το πρώτο τρίμηνο τα έσοδα της Pepsi ανήλθαν σε 1,14 δισ. δολ., σχεδόν όσα και στο αντίστοιχο περσινό πρώτο τρίμηνο.

Τα τελευταία τέσσερα χρόνια οι πωλήσεις μη αλκοολούχων αεριούχων ποτών στις ΗΠΑ βρίσκονται σε συνεχή πτώση και οι δύο κυρίαρχοι της αγοράς, Pepsi και Coca Cola κάνουν μεγάλες προσπάθειες να αντιστρέψουν την τάση.

**ΕΜΠΟΡΕΥΜΑΤΑ**

**ΠΕΤΡΕΛΑΙΟ BRENT**  
48,50 \$/βαρέλι

**ΣΙΤΑΡΙ**  
111,20 €/τόνο (Ιούλιος '09)

**ΚΑΛΑΜΠΟΚΙ**  
382,50 \$/bu (Ιούλιος '09)

**ΖΑΧΑΡΗ**  
406,80 \$/τόνο (Αύγουστος '09)

**ΒΟΟΕΙΔΗ**  
0,83150 \$/lb (Ιούνιος '09)

**ΕΚΠΟΜΠΕΣ CO<sup>2</sup>**  
0,14 €/τόνο (Σεπτέμβριος '09)

Κλείσιμο 22/04/09  
Euronext-Liffe & CBOT

**ΣΕΒΕ**

**Διεθνείς Επιχειρηματικές Συναντήσεις Forum Εξωστρέφειας Τροφίμων και Ποτών**



> Εκδήλωση με θέμα «Παγκόσμιες Αγορές Αγροτικών Προϊόντων και Τροφίμων - Διεθνείς Επιχειρηματικές Συναντήσεις» συνδιοργανώνουν στη Βέροια και στη Θεσσαλονίκη στις 15, 16 και 17 Μαΐου, το Υπουργείο Εξωτερικών, το Υπουργείο Αγροτικής Ανάπτυξης και Τροφίμων και ο Σύνδεσμος Εξαγωγέων Βορείου Ελλάδος (ΣΕΒΕ).

Στόχος της εκδήλωσης είναι η ανάπτυξη των εξαγωγών των ελληνικών αγροτικών προϊόντων και τροφίμων σε πέντε επιλεγμένες αγορές στόχους - ΗΠΑ, Ινδία, Κίνα, Ουκρανία, Ρωσία. Κατά τη διάρκεια της πρώτης ημέρας, 15 Μαΐου, στη Βέροια, θα παρουσιασθούν, τόσο στους ξένους εισαγωγείς και προσκεκλημένους, όσο και στους Έλληνες συμμετέχοντες, η συμβολή της οικονομικής

διπλωματίας στην προώθηση των εξαγωγών, και το πλαίσιο της νέας αγροτικής πολιτικής.

Στις 16 και 17 Μαΐου, στη Θεσσαλονίκη, οι Έλληνες εξαγωγείς θα έχουν την ευκαιρία, με τη μέθοδο των προκαθορισμένων συναντήσεων, να συνομιλήσουν και να παρουσιάσουν τα προϊόντα τους στους ξένους αγοραστές.

Για την προβολή των ελληνικών αγροτικών προϊόντων και τροφίμων έχουν προσκληθεί δημοσιογράφοι κλαδικών περιοδικών και ΜΜΕ από τις προαναφερόμενες χώρες. Η εκδήλωση απευθύνεται σε ελληνικές επιχειρήσεις του κλάδου τροφίμων και ποτών με εξαγωγικό προσανατολισμό και δυναμικότητα κάλυψης των απαιτήσεων των συγκεκριμένων αγορών.

ΧΟΡΗΓΟΙ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ

