

Έρευνα

Πώς οι βιομηχανίες τροφίμων αιχμαλώτισαν το μυαλό μας

➤ Ως επικεφαλής της αμερικανικής Υπηρεσίας Τροφίμων και Φαρμάκων (FDA) για δύο θητείες, ο Ντέιβιντ Κέσλερ τά έβαλε πολλές φορές με το Κογκρέσο και τις καπνοβιομηχανίες. Ο σκληρός κ. Κέσλερ όμως λύγισε μπροστά στις δυνάμεις ενός ...μπισκότου. Κάνοντας ένα πείραμα στον εαυτό του, ο άλλοτε ισχυρός άντρας της FDA, αγόρασε ένα κουτί μπισκότα σοκολάτας, προσπαθώντας να τεστάρει τις αντοχές του στον πειρασμό να τα φάει. Πήγε σπίτι του άφησε τα μπισκότα στο τραπέζι και καθώς τα παρατηρούσε στο μυαλό του έρχονταν εικόνες από το παρελθόν. Για την ώρα οι αντιστάσεις του λειτούργησαν. Την επόμενη πίνοντας τον καφέ του δεν άντεξε και πήρε ένα μπισκότο.

«Τι είναι τελικά αυτό που κάμπει τις αντιστάσεις μου;» αναρωτήθηκε. Το περιστατικό έγινε αφορμή για τη συγγραφή ενός εξαιρετικού βιβλίου με τίτλο «Το τέλος του υπερβολικού

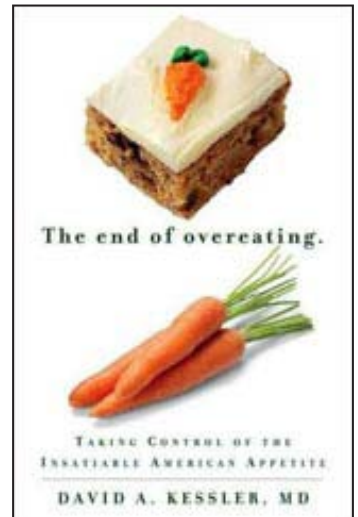
φαγητού. Παίρνοντας τον έλεγχο της ακόρεστης αμερικανικής πείνας».

Καθ' όλη της διάρκεια της θητείας του στην FDA, ο κ. Κέσλερ πάλεψε για την καθιέρωση προτύπων αναφορικά με τη θρεπτική αξία των τροφίμων, αλλά περισσότερο στην ιστορία έμεινε για τον αγώνα του κατά των καπνοβιομηχανιών, τις οποίες κατηγορήσε ότι αυξομειώναν τη νικοτίνη στα τσιγάρα τους για να κάνουν το κάπνισμα περισσότερο εθιστικό.

Στο βιβλίο του τώρα ο κ. Κέσλερ, υποστηρίζει ότι κάτι αντίστοιχο κάνουν και οι βιομηχανίες τροφίμων, οι οποίες εφαρμόζουν τρόπους ώστε τα προϊόντα τους να αιχμαλωτίζουν το μυαλό των καταναλωτών και να δημιουργούν την επιθυμία για περισσότερο. Κάποια συστατικά, κατά τον κ. Κέσλερ έχουν ιδιαίτερη δύναμη σε αυτό. Η ζάχαρη, το αλάτι και τα λίπη, σε διαφορετικούς συνδυασμούς, διεγείρουν τις αισθήσεις,

ώστε ο καταναλωτής να ζητεί περισσότερο ακόμη και όταν είναι χορτασμένος. Ο κ. Κέσλερ είναι απόλυτα πεπεισμένος ότι η αγορά τροφίμων γνωρίζει πολύ καλά από νευρολογία, και παραθέτει πολλά παραδείγματα, για το πώς τα εστιατόρια και οι βιομηχανίες μεταβάλλουν τις ποσότητες των συστατικών για να πετύχουν αυτό που ονομάζει «σημείο ευδαιμονίας».

Σήμερα το φαγητό, τονίζει ο κ. Κέσλερ, είναι κάτι περισσότερο από συνδυασμός συστατικών. Η διαδικασία που θα κάνει το προϊόν διεγερτικό για τον ανθρώπινο εγκέφαλο αποτελεί μέρος του business plan της κάθε εταιρείας. Το συμπέρασμα στο οποίο καταλήγει ο κ. Κέσλερ είναι ότι η υπερβολική κατανάλωση φαγητού σήμερα στις ΗΠΑ, δεν είναι απλά αποτέλεσμα της έλλειψης αντιστάσεων από την πλευρά των καταναλωτών, αλλά της βιολογικής πρόκλησης που προέρχεται από ένα υπερδιεγερτικό περιβάλλον.



Στο βιβλίο του ο κ. Κέσλερ, υποστηρίζει ότι οι βιομηχανίες τροφίμων εφαρμόζουν τρόπους ώστε τα προϊόντα τους να αιχμαλωτίζουν το μυαλό των καταναλωτών και να δημιουργούν την επιθυμία για περισσότερο.

E.E. Σάλος για το πράσινο φως στα τρόφιμα από κλωνοποιημένα ζώα

➤ Παρά τις σοβαρές επιφυλάξεις που εκφράστηκαν από επιστήμονες και μέλη οικολογικών οργανώσεων, οι υπουργοί Γεωργίας της Ευρωπαϊκής Ένωσης εξέφρασαν την πρόθεσή τους να επιτρέψουν την πώληση προϊόντων κλωνοποιημένων ζώων.

Οι υπουργοί Γεωργίας συμφώνησαν σε προσχέδιο ενός νέου κανονισμού για τα κλωνοποιημένα προϊόντα, τα οποία περιλαμβάνονται πλέον στην κατηγορία των «νέων τροφίμων». Στην απόφαση προστέθηκε φυσικά η διευκρίνιση ότι τα τρόφιμα που θα εγκρίνονται δεν θα παρουσιάζουν κίνδυνο για την υγεία των καταναλωτών, δεν θα παραπλανούν

και δεν θα είναι χαμηλής θρεπτικής αξίας.

Το σχέδιο της συμφωνίας προβλέπει ότι η έγκριση για τα τρόφιμα από κλωνοποιημένα ζώα θα δίνεται από την Ευρωπαϊκή Αρχή Ασφάλειας Τροφίμων (EFSA), η οποία και θα αξιολογεί τους κινδύνους. Οι υποστηρικτές του σχεδίου θεωρούν ότι είναι προτιμότερη η ελεγχόμενη πώληση από την έλλειψη πλαισίου για τις κλωνοποιημένες τροφές και κατά συνέπεια παράνομη διακίνησή τους.

Οι διατάξεις θα επεκταθούν και στους απογόνους της πρώτης γενιάς των κλωνοποιημένων ζώων, οι οποίοι δεν υπόκεινται αυτήν τη στιγμή σε πρόσθετους κανονισμούς.

Τώρα η απόφαση θα πρέπει να εγκριθεί από το Ευρωκοινοβούλιο, αλλά ήδη έχει προκαλέσει σοβαρές αντιδράσεις από τους οικολόγους. Θα πρέπει να σημειωθεί σε αυτό το σημείο, ότι τον περασμένο Σεπτέμβριο το Ευρωκοινοβούλιο τάχθηκε υπέρ της απαγόρευσης των κλωνοποιημένων τροφών λόγω των πιθανών κινδύνων στους οποίους εκτίθεται η υγεία των καταναλωτών.

Η κίνηση αυτή του Συμβουλίου Υπουργών χαρακτηρίστηκε ως προσπάθεια να συγκεραστούν οι διχογνωμίες μεταξύ της Κομισιόν που υποστηρίζει το σχέδιο και μερίδας των ευρωβουλευτών που αντιτίθενται στο σχέδιο.



Οίνος

Οι Έλληνες προτιμούν κόκκινο και εγχώριο κρασί

➤ Πιστοί στο ελληνικό κρασί και ιδιαίτερα στο κόκκινο είναι οι Έλληνες καταναλωτές σύμφωνα με έρευνα που πραγματοποιήθηκε στο πλαίσιο μεταπτυχιακού προγράμματος της Αγροτικής Οικονομίας (Γεωπονική Σχολή του ΑΠΘ).

Τα αποτελέσματα της έρευνας καταρρίπτουν τον μύθο της προτίμησης των Ελλήνων στα εισαγόμενα ποτά και συγκεκριμένα στο ούισκι, καθώς το 91% του δείγματος των καταναλωτών που ερωτήθηκαν προτιμούν το κρασί. Η μεγάλη πλειοψηφία (84,1%) όσον καταναλώνουν κρασί πίνει από ένα

έως τρία ποτήρια ανάλογα με την περίπτωση με το 67,6% να σταματά στα δύο.

Η αγορά κρασιού στην Ελλάδα δείχνει να αντιστέκεται στην επέλαση του εισαγόμενου κρασιού, καθώς το 64,6% προτιμά τα ελληνικά, αν και έχει δοκιμάσει πολλά εισαγόμενα.

Το κόκκινο κρασί διατηρεί το προβάδισμα με 48% έναντι 36% του λευκού, ενώ η παραδοσιακή ρετσίνα υπερικύει του ροζέ (8% έναντι 7%). Μόνο εμφιαλωμένο κρασί προτιμά το 44%, χύμα επιλέγει το 7,7%, ενώ σχεδόν το 49% είναι ανοικτό και στις δύο επιλογές.

Όπως σημειώνουν όμως ο

μεταπτυχιακός φοιτητής κ. Ν. Σαπουντζής και η αναπληρώτρια καθηγήτρια του τομέα Αγροτικής Οικονομίας του ΑΠΘ κ. Ειρήνη Τζίμπρα-Καλογιάννη, «ένας στους δύο καταναλωτές θεωρεί ότι το σπιτικό κρασί είναι πιο αγνό από το εμφιαλωμένο».

Το κρασί έρχεται πρώτο στις προτιμήσεις ως συνοδευτικό γεύματος (28,6%) και ακολουθούν το εμφιαλωμένο νερό, τα αναψυκτικά και η μπύρα. Αναφορικά με τις τιμές, οι καταναλωτές τις βρίσκουν κανονικές, θεωρούν όμως υπερβολική τη χρέωση στα εστιατόρια.

ΕΝ ΣΥΝΤΟΜΙΑ

* Η εταιρεία Thessa - Ελληνική Αγορά πραγματοποίησε στις 15 Ιουνίου στην περιοχή της Αλιστράτης Σερρών, εκδήλωση με στόχο την παρουσίαση και την ενημέρωση προς το ευρύ κοινό, της ολοκληρωμένης εργασίας για την καλλιέργεια της ροδιάς και την παραγωγή χυμών υψηλής διατροφικής αξίας. Στην εκδήλωση παραβρέθηκαν τοπικά κανάλια και φορείς, εταιρείες φαρμάκων, λιπασμάτων και πανεπιστημιακοί σύμβουλοι.

E.E.

Ανοίγει ο δρόμος για το μεταλλαγμένο καλαμπόκι

➤ Ένα βήμα πιο κοντά στο άνοιγμα της ευρωπαϊκής αγοράς για το μεταλλαγμένο καλαμπόκι έκανε η Ε.Ε. μετά τη θετική εισήγηση επιστημονικής ομάδας για την ασφάλεια του προϊόντος. Η Ευρωπαϊκή Υπηρεσία Ασφάλειας Τροφίμων (EFSA) έδωσε το πράσινο φως για την ανανέωση της άδειας για την καλλιέργεια του γενετικά μεταλλαγμένου καλαμποκιού της εταιρείας Monsanto. «Το καλαμπόκι MON 810 που είναι ανθεκτικό στα έντομα» σημειώνουν οι επιστήμονες της Υπηρεσίας, «είναι όσο ασφαλές είναι και το συμβατικό αναφορικά με τις δυνητικές του συνέπειες στην υγεία των ανθρώπων και των ζώων». Επίσης, «είναι σχεδόν απίθανο να έχει αρνητικές

συνέπειες στο περιβάλλον στο πλαίσιο της χρήσης για την οποία προορίζεται». Η εισήγηση της EFSA παίζει καθοριστικό ρόλο για την απόφαση των ευρωπαϊκών αρχών στο αν θα ανανεώσουν τη 10χρονη άδεια καλλιέργειας του γενετικά μεταλλαγμένου καλαμποκιού, που έχει απαγορευθεί σε έξι χώρες της Ε.Ε. Η Γαλλία απαγόρευσε την καλλιέργεια του καλαμποκιού MON 810 τον Φεβρουάριο του 2008. Αν όμως η Ευρωπαϊκή Επιτροπή ανανεώσει την άδεια, η απαγόρευση στη Γαλλία θα αρθεί. Η Monsanto, ενθουσιασμένη, χαρακτήρισε την απόφαση «συναρπαστικό ορόσημο για τους Ευρωπαίους αγρότες», ενώ περιβαλλοντικές οργανώσεις εξέφρασαν την οργή τους καταδικάζοντας την απόφαση.

Ελλάδα

Αυξάνονται τα βιολογικά προϊόντα με πιστοποίηση

➤ Τα βιολογικά προϊόντα κατατούν τα τελευταία χρόνια έδαφος σε όλο τον κόσμο και η Ελλάδα δεν αποτελεί εξαίρεση. Όπως επισημαίνεται σε μελέτη της Hellastat, η ελληνική αγορά, μετά την αρχική υπερβολή, η οποία σχετίζεται με «τις επιδοτήσεις και -σε κάποιες περιπτώσεις- την ευκαιρία για εύκολο κέρδος από τη μη συμμόρφωση με τους κανονισμούς», τα πράγματα δείχνουν να μπαίνουν σε μία σειρά και οι επιχειρήσεις που υιοθετούν τη φιλοσοφία της βιολογικής γεωργίας κερδίζουν διαρκώς έδαφος. Σημαντικό ρόλο παίζουν οι εταιρείες πιστοποίησης που εγγυώνται την ασφάλεια και αξιοπιστία των προϊόντων αυτών. Σύμφωνα με την παραπάνω μελέτη η Biohellas κατέχει τη μερίδα του

λέοντος στις πιστοποιήσεις με 12.332 πελάτες, ποσοστό που αντιστοιχεί στο 50% του συνόλου των βιολογικών επιχειρήσεων, ενώ πιστοποιεί προϊόντα και σε Ρουμανία και Βουλγαρία. Ο Οργανισμός Πιστοποίησης και Ελέγχου «ΔΗΩ» έχει περίπου το 35% της αγοράς, ενώ το υπόλοιπο 15% των επιχειρήσεων πιστοποιείται από επιχειρήσεις όπως οι: «Φυσιολογικη», «Q Ways», «A Cert», «Iris», «Πράσινο Έλεγχος», «Γεωτεχνικό Εργαστήριο Α.Ε.», «Lacoh Hellas», «Gmcert» και, «Φιλική Πιστοποίησης Α.Ε.». Σημειώνεται ότι οι καλλιεργήσιμες εκτάσεις με βιολογικές μεθόδους παρουσίασαν μέσο ετήσιο ρυθμό αύξησης της τάξης του 39% στην περίοδο 2002-2007.

Επικαιρότητα

Οι πολιτικές για τα τρόφιμα σε δύο ντοκιμαντέρ

Δύο σκηνοθέτες βάζουν στο μικροσκόπιο τις πολιτικές για τα τρόφιμα και μέσα από δύο ντοκιμαντέρ αποκαλύπτουν τα παρασκήνια και τις υπόγειες διαδρομές στη βιομηχανία τροφίμων. Το Food Inc. του Ρόμπερτ Κέλλερ εστιάζει στις εσωτερικές λειτουργίες των επιχειρήσεων και υπηρεσιών που εμπλέκονται στην αλυσίδα παραγωγής τροφίμων και στις συνέπειες που έχουν οι πολιτικές και οι μέθοδοι παραγωγής. Γενετικά τροποποιημένα προϊόντα, ασθένειες με αφετηρία τα τρόφιμα, συνέπειες στο περιβάλλον και εργατικά δικαιώματα είναι μερικά από τα θέματα που αγγίζει ο Κέλλερ στο ντοκιμαντέρ του. Επίσης διαπραγματεύεται τις σχέσεις κρατικών αμερικανικών υπηρεσιών



όπως της Υπηρεσίας Τροφίμων και Φαρμάκων (FDA) με κολλοσσούς όπως η Monsanto.

Στην απέναντι πλευρά, το ντοκιμαντέρ Fresh της Άνα Σοφία Τζόουνς, αποτελεί μια προσωπογραφία σ' αυτούς που έπαιξαν καθοριστικό ρόλο στο να επινοηθεί ξανά το αμερικανικό σύστημα παραγωγής και ελέγχου τροφίμων. Η ταινία περιλαμβάνει πολλές συνεντεύξεις με αγρότες ακτιβιστές και επιστήμονες. Και τα δύο ντοκιμαντέρ προβάλλονται στις ΗΠΑ, αλλά στην Ελλάδα είναι άγνωστο αν θα έρθουν και τότε.

Πράσινη επιχειρηματικότητα

Κάψουλες καφέ με οικολογική συνείδηση

Η πρακτική της Nespresso να πουλά καφέ σε μικρές μερίδες συσκευασίας αλουμινίου, για τις πασίγνωστες πια μηχανές της, δεν μπορεί να θεωρηθεί και πολύ οικολογική. Πριν μερικές ημέρες ωστόσο η εταιρεία ανακοίνωσε μια νέα πρωτοβουλία της για παραγωγή με σεβασμό στο περιβάλλον, που ξεκινά από την καλλιέργεια του καφέ και φτάνει στο τελικό προϊόν. Η πρωτοβουλία με τίτλο Ecolaboration, έχει στόχο να μειωθούν οι εκπομπές ρύπων σε όλα τα στάδια της παραγωγικής διαδικασίας συνολικά κατά 20% μέσα στα επόμενα τέσσερα χρόνια.

Η Nespresso που αποτελεί την πιο γρήγορα αναπτυσσόμενη θυγατρική του ελβετικού κολλοσσού Nestle, έχει ξεκινήσει ήδη ένα πρόγραμμα εργασίας με 80.000 παραγωγούς καφέ προκειμένου να μειωθεί η χρήση λιπασμάτων με ταυτόχρονη αύξηση της παραγωγής. Το 2013 φιλοδοξεί το 80% του καφέ που αγοράζει να παράγεται από φάρμες που εναρμονίζονται με τις απαιτήσεις Rainforest Alliance. Η εταιρεία έχει ακόμη αντικαταστήσει τους φούρνους της με μεγαλύτερους, περιορίζοντας τη σπατάλη ενέργειας κατά 15%. Όσο για τις κάψουλες αλουμινίου, μελετά την αύξηση της παραγωγής μονάδων από την ίδια ποσότητα αλουμινίου.

Ο πρόεδρος της Nestle Richard Girardot τόνισε σε πρόσφατη συνέντευξη του ότι η εταιρεία θέλει επίσης να ανατρέψει τη συνήθη πρακτική των κατόχων μηχανής καφέ που αφήνουν τη συσκευή ανοικτή όλη την ημέρα και οι επόμενης γενιάς μηχανές θα σβήνουν αυτόματα μετά από λίγα λεπτά. Επίσης φιλοδοξεί να πείσει τους καταναλωτές να ανακυκλώνουν της αλουμινένιες κάψουλες. Ήδη σε αρκετές ευρωπαϊκές πόλεις τα καταστήματα Nespresso έχουν ειδικό χώρο για ανακύκλωση χρησιμοποιημένων συσκευασιών.

Υψηλή ποιότητα στη συσκευασία τροφίμων... ...με απόλυτες προδιαγραφές

FLOWPACK

VACUUM ΣΥΣΤΡΟΦΙΟΚΟΣΗ

VACUUM

STRETCHING

ΤΗΡΜΟΜΟΡΦΩΣΗ

FLOWPACK / VERTICAL

TRAY SEALING

www.vamvacas.gr

ΒΑΜΒΑΚΑΣ ΒΙΟΜΗΧΑΝΙΚΟΣ ΕΞΟΠΛΙΣΜΟΣ Α.Ε.

ΠΕΙΡΑΙΑΣ • Δ. Μουτσοπούλου 103 • Τ.Κ. 185 41 • Καμίνια • Τηλ.: 210 4208700 • Fax: 210 4209517 • e-mail: info@vamvacas.gr

ΚΟΡΩΠΙ
ΘΗΒΑ
ΠΑΤΡΑ
ΛΑΡΙΣΑ
ΙΩΑΝΝΙΝΑ
ΘΕΣΣΑΛΟΝΙΚΗ
ΚΡΗΤΗ
ΒΟΥΛΓΑΡΙΑ
ΡΟΥΜΑΝΙΑ

ΕΝ ΣΥΝΤΟΜΙΑ

* **ΔΙΗΜΕΡΗ** επίσημη επίσκεψη στη Ρωσία θα πραγματοποιήσει ο υφυπουργός Αγροτικής Ανάπτυξης & Τροφίμων κ. Κωνσταντίνος Κιλτίδης, στις 1-2 Ιουλίου, ύστερα από πρόσκληση του αναπληρωτή πρωθυπουργού και Α' αντιπροέδρου της ρωσικής κυβέρνησης κ. Βίκτωρος Ζουμπκόφ. Στις 2 Ιουλίου ο κ. υφυπουργός θα έχει συνάντηση με τον κορυφαίο κυβερνητικό αξιωματούχο με θέμα τη σύσταση μόνιμου φορέα προώθησης των ελληνικών αγροτικών προϊόντων στην αγορά της Ρωσίας. Στο επίκεντρο της συζήτησης θα βρεθούν οι δυνατότητες συνεργασίας για τις εξαγωγές αγροτικών προϊόντων στη Ρωσία, όπως τα νωπά φρούτα, η κομπόστα ροδάκινου, τα προϊόντα ιχθυοκαλλιεργειών, η βρώσιμη ελιά, το ελαιόλαδο, το κρασί, η φέτα καθώς και αγροτικών προϊόντων υψηλής ποιότητας.

* **ΜΕ** την πρωτοβουλία της INTERBEV* (Γαλλική Ένωση Ζώντων Ζώων & Κρέατος) δημιουργήθηκε η νέα μάρκα Bonivillage (μποβιλιάζ), ο ρόλος της οποίας είναι η προώθηση του γαλλικού μοσχαρίσιου κρέατος στη Γαλλία και σε ολόκληρο τον κόσμο. Η μάρκα αυτή, εκφράζει την επιθυμία των Γάλλων επαγγελματιών να ικανοποιηθούν, με τον καλύτερο τρόπο, τις απαιτήσεις των πελατών και συνεργατών τους, ενώ ταυτόχρονα μεταφράζεται με τη δέσμευση των επιχειρήσεων-μελών του Κλαμπ Μοσχαρίσιου Κρέατος Ευρώπη (CVBE*), να προσφέρουν την καλύτερη ποιότητα στους πελάτες τους. Το κλαμπ αυτό συγκεντρώνει μερικές από τις πιο σημαντικές επιχειρήσεις και σφαγεία που εξάγουν στην Ελλάδα, την Ιταλία και την Πορτογαλία.

Έρευνα

Οι καταναλωτές χάνουν την εμπιστοσύνη τους στις βιομηχανικές τροφίμων

Σοβαρό πλήγμα φαίνεται ότι έχει δεχθεί η αξιοπιστία των βιομηχανικών τροφίμων στις ΗΠΑ, καθώς πρόσφατη έρευνα της IBM αποκαλύπτει ότι μόλις ένας στους πέντε καταναλωτές εμπιστεύεται τα προϊόντα τους.

Η έρευνα αποκαλύπτει ακόμη ότι το 60% των Αμερικανών είναι ιδιαίτερα ανήσυχoi για τα προϊόντα που αγοράζουν και ζητούν ολοένα και περισσότερες πληροφορίες για ζητήματα ασφάλειας. Επιπλέον, αυξάνεται το ποσοστό των καταναλωτών που είναι διατεθειμένοι να πληρώσουν περισσότερα, για τρόφιμα υψηλής ποιότητας.

Περίπου οι μισοί από τους 1000 Αμερικανούς σε 10 αμερικανικές πόλεις που ερωτήθηκαν, απάντησαν ότι δύσκολα θα αγόραζαν ένα προϊόν το οποίο στο πρόσφατο

παρελθόν είχε ανακληθεί για λόγους ασφάλειας. Τουλάχιστον το 80% των καταναλωτών ήταν σε θέση να κατονομάσουν ένα προϊόν το οποίο είχε ανακληθεί τα τελευταία δύο χρόνια. Πρώτο στη λίστα ήταν το φυσικοβούτυρο, με ποσοστό 46% και δεύτερο το σπανάκι με 15%. Το 8% απάντησε ότι δεν θα ξαναγόραζε ποτέ ένα προϊόν το οποίο ενεπλάκη κάποια στιγμή σε διατροφικό σκάνδαλο. Τα ευρήματα της μελέτης δείχνουν μια σημαντική πτώση της καταναλωτικής εμπιστοσύνης σε σχέση με πριν δύο χρόνια και παράλληλα μια αύξηση της ζήτησης των καταναλωτών για περισσότερη πληροφόρηση, αναφορικά με τα συστατικά και την προέλευση των προϊόντων. Περίπου τα τρία τέταρτα των ερωτηθέντων δήλωσαν ότι είναι διατεθειμένοι να κάνουν μεγαλύτερη έρευνα για το

πώς παράγονται οι πρώτες ύλες και πώς επεξεργάζονται τα τρόφιμα μέχρι να φτάσουν στο ράφι του σούπερ μάρκετ. Η IBM καταλήγει τέλος στο συμπέρασμα, ότι όσο κι αν οι εταιρείες προσπαθούν να κρατήσουν ενήμερους τους καταναλωτές, η έλλειψη πληροφόρησης και εμπιστοσύνης δείχνει τελικά να μεγαλώνει.



Σύμφωνα με την έρευνα, τουλάχιστον το 80% των καταναλωτών ήταν σε θέση να κατονομάσουν ένα προϊόν το οποίο είχε ανακληθεί τα τελευταία δύο χρόνια.

ΤΡΟΦΙΜΑ ΚΑΙ ΠΟΤΑ



Στο T&Π Σεπτεμβρίου Αφιέρωμα: Βιολογικά Προϊόντα

Ένας κλάδος σε ανάπτυξη

Οι Ελληνικές επιχειρήσεις
κερδίζουν το 'στοίχημα' της αγοράς

Τάσεις και προοπτικές σε Ελλάδα και εξωτερικό

Εξασφαλίστε την προβολή σας μέσα από ένα δυναμικό τεύχος στους χιλιάδες συνδρομητές μας - επαγγελματίες και αγοραστές του κλάδου.

Κλείσιμο διαφημιστικού χώρου & παράδοση υλικού: 24 Ιουλίου 2009



ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΗΣΤΕ ΜΕ ΤΟ ΤΜΗΜΑ ΠΩΛΗΣΕΩΝ ΣΤΟ 210 9240748

ΕΝ ΣΥΝΤΟΜΙΑ

* Η Coca-Cola 3E A.E. ανακοίνωσε την Τρίτη ότι ο κ. Samir Toubassy παραιτήθηκε από το Δ.Σ. της εταιρείας. Η εταιρεία ευχαρίστησε τον κ. Toubassy για τις υπηρεσίες που προσέφερε στην εταιρεία επί εννέα έτη ως μη εκτελεστικό μέλος του Δ. Σ. και ως μέλος της Επιτροπής Ελέγχου της εταιρείας από το 2001. Ο αντικαταστάτης του κ. Toubassy στο Δ. Σ. της εταιρείας θα ανακοινωθεί εν ευθέτω χρόνω. Περαιτέρω, το Δ. Σ. εξέλεξε το μη εκτελεστικό μέλος του, κ. Antonio D'Amato, ως αντικαταστάτη του κ. Toubassy στην Επιτροπή Ελέγχου της εταιρείας. Ο κ. D'Amato ξεκίνησε τη σταδιοδρομία του το 1979 στο Finseda Group, κορυφαία ευρωπαϊκή εταιρεία συσκευασίας τροφίμων ενώ από το 1996, είναι μέλος του Δ.Σ. της Confindustria, του συνδέσμου των ιταλικών βιομηχανιών. Ο κ. D'Amato είναι μη εκτελεστικό μέλος του Δ. Σ. της Coca-Cola 3E από το 2002.

Νέος Κόσμος

Δύσκολη η επόμενη μέρα για τα κρασιά της Αυστραλίας

> Πριν από μερικά χρονιά η Αυστραλία θεωρείται ως το μεγαλύτερο «success story» στη βιομηχανία κρασιού, απειλώντας να κλέψει την πρωτοκαθεδρία από τη Γαλλία, την Ιταλία και την Ισπανία. Κάτι όμως φαίνεται να πήγε στραβά και το αυστραλιανό κρασί πωλείται ολοένα σε χαμηλότερες τιμές. Πέρυσι ο μέσος όρος της τιμής του λίτρου για τα αυστραλιανά κρασιά ήταν μόλις 25 σεντς, χαμηλότερα απ' ό,τι μια δεκαετία πριν.

Είναι λογικό λοιπόν ο κλάδος να ανησυχεί, τη στιγμή μάλιστα που αντιμετωπίζει πολύ σκληρό ανταγωνισμό από τις ασιατικές αγορές. Πέρυσι οι εξαγωγές μειώθηκαν κατά 9%, η πρώτη υποχώρηση εντός της τελευταίας δεκαετίας. Οι παραγωγοί θεωρούν ότι το κρασί τους χρειάζεται ένα καλό λίφτινγκ σε επίπεδο μάρκετινγκ, αλλά ακόμη κι αν αυτό

γίνει, θα είναι τελικά αρκετό;

Το αυστραλιανό κρασί κατέκτησε την αγορά της Βρετανίας εύκολα, ξεπερνώντας τη Γαλλία και την Ιταλία για πρώτη φορά το 2004. Αυτό όμως που δεν προέβλεψαν οι παραγωγοί, είναι ότι το μεγαλύτερο ποσοστό της βρετανικής αγοράς ελέγχεται από μερικά μεγάλα σούπερ μάρκετ που ασκούν τεράστιες πιέσεις για μείωση των τιμών των κρασιών, τη στιγμή μάλιστα που υπάρχει σκληρός ανταγωνισμός από χώρες όπως η Χιλή, η Ν. Αφρική και η Αργεντινή. Περίπου το 85% των αυστραλιανών κρασιών πωλείται στη Βρετανία μέσω σούπερ μάρκετ, ενώ η τιμή του από το 1999 έχει πέσει στο μισό.

Ο ανταγωνισμός όμως δεν είναι το μόνο δύσκολο εμπόδιο. Χιλιάδες αγρότες στην Αυστραλία είδαν τα τελευταία χρόνια την παραγωγή τους να μειώνεται λόγω της παρατεταμένης ξηρασίας. Επιπλέον

η Αυστραλία βρίσκεται μακριά από τις μεγάλες αγορές γεγονός που αυξάνει το κόστος διακίνησης. Στις ΗΠΑ όπου οι εξαγωγές μειώθηκαν πέρυσι κατά 4%, τα προβλήματα είναι πιο περίπλοκα. Στις ΗΠΑ το αυστραλιανό κρασί συνδέθηκε με μια συγκεκριμένη ποικιλία η οποία κέρδισε την προτίμηση των καταναλωτών. Οι βιομηχανίες και οι εισαγωγείς όμως δεν φρόντισαν να εκπαιδεύσουν τους Αμερικανούς και σε άλλες γεύσεις κι έτσι όταν η μόδα πέρασε, η ζήτηση για αυστραλιανό κρασί μειώθηκε. Και σαν να μην έφτανε αυτό ακολούθησε η άνοδος του αυστραλιανού δολαρίου σε σχέση με το αμερικανικό από 50 σεντς ανά αυστραλιανό δολάριο το 2002 σε σχεδόν 85 σεντς φέτος. Στη χώρα του αλλά και στην Ασία το αυστραλιανό κρασί τα πάει καλύτερα αυξάνοντας σχεδόν κατά 4% τις πωλήσεις του.

ΕΜΠΟΡΕΥΜΑΤΑ

ΠΕΤΡΕΛΑΙΟ BRENT

69,89 \$/βαρέλι

ΣΙΤΑΡΙ

97,50 €/τόνο (Ιούλιος '09)

ΚΑΛΑΜΠΟΚΙ

347,75 \$/bu (Ιούλιος '09)

ΖΑΧΑΡΗ

458,70 \$/τόνο (Αύγουστος '09)

ΒΟΟΕΙΔΗ

0,82525 \$/lb (Ιούνιος '09)

ΕΚΠΟΜΠΕΣ CO²

0,1315 €/τόνο (Σεπτ. '09)

Κλείσιμο 30/06/09

Euronext-Liffe & CBOT

epikouria
Fine Food and Drinks of Greece



Epikouria Fall/Winter 2009

Ειδική διανομή Anuga Show,
Κολοניה, 10-14 Οκτωβρίου

Η 9η έκδοση Epikouria με κύριο θέμα
την **Κληρονομιά της Ελληνικής Κουζίνας**

Επίσης θα παρουσιάσει:

**Μαριναρισμένα Λαχανικά - Ελληνικά Σάντουιτς
Θρεπτικά Φασόλια - Τσίπουρο - Σύκα**

Για νέα προϊόντα στείλτε τώρα Δελτίο Τύπου 100 λέξεων στα αγγλικά,
συνοδευόμενο από φωτογραφία υψηλής ανάλυσης (300 dpi).

Επικοινωνήστε: marketing@triana.com

www.epikouria.com