

Ευρωπαϊκή Ένωση

Οι διαδρομές των αγροτικών επιδοτήσεων

➤ Η Ευρωπαϊκή Ένωση πληρώνει κάθε χρόνο 37 δισεκατομμύρια ευρώ σε αγροτικές επιδοτήσεις, τέσσερις φορές περισσότερα από ότι οι ΗΠΑ. Το ποσό αυτό αντιστοιχεί σε επίσης εισφορά 77 ευρώ για κάθε Ευρωπαίο πολίτη. Αξιοποιούνται όμως σωστά όλα αυτά τα χρήματα; Είναι θέμα ερμηνείας μπορεί να πει κανείς. Η Ευρωπαϊκή Ένωση θεωρεί πως αξιοποιούνται με τον καλύτερο τρόπο αλλά σε πρόσφατη έρευνά τους οι New York Times, θεωρούν ότι η αγροτική πολιτική των επιδοτήσεων στην Ε.Ε. έχει χάσει τον αρχικό της προσανατολισμό, που ήταν η αύξηση της παραγωγής τροφίμων και η στήριξη των αγροτών στις διακυμάνσεις των τιμών στη διεθνή αγορά.

Παρά το ότι το μεγαλύτερο μέρος των επιδοτήσεων πάει απευθείας στους αγρότες, το υπόλοιπο χρηματοδοτεί επιχειρήσεις και ιδιώτες που δεν έχουν να κάνουν απευθείας με την αγροτική παραγωγή. Για παράδειγμα στη

Γαλλία η εταιρεία που λαμβάνει το μεγαλύτερο ποσό αγροτικών επιδοτήσεων είναι η βιομηχανία επεξεργασίας κρέατος κοτόπουλου Groupe Doux (62,8 εκατομμύρια ευρώ) και ακολουθούν οι βιομηχανίες ζάχαρης με 103 εκατομμύρια ευρώ. Οι επιχειρήσεις αυτές επιδοτούνται στην ουσία για τις εξαγωγές τους, προκειμένου να μην έχουν ζημιά από τη διαφορά της τιμής μεταξύ της Ευρωπαϊκής Ένωσης και των υπολοίπων αγορών. Αγροτικές επιδοτήσεις πάνε επίσης σε κατασκευαστικές εταιρείες οι οποίες ανοίγουν δρόμους σε αγροτικές περιοχές.

Η Ευρωπαϊκή Ένωση θεωρεί ότι τα χρήματα αυτά, ουσιαστικά επιστρέφουν στον ίδιο τον παραγωγό, γιατί διαφορετικά οι βιομηχανίες θα αναζητούσαν φθηνότερη πρώτη ύλη σε άλλες αγορές. Βέβαια με αυτό τον τρόπο πλήττονται οι φτωχοί αγρότες στον αναπτυσσόμενο κόσμο, αλλά γι' αυτό δεν μπορεί να κατηγορηθεί μόνο η Ευρώπη. Οι επικριτές του



Ανάμεσα στους παραλήπτες μεγάλων ποσών των ευρωπαϊκών αγροτικών επιδοτήσεων ήταν Αυστριακό μοναχό, η Βασίλισσα της Αγγλίας, καθώς και ο συνέταιρος του Δούκα του Βεστμίνστερ.

συστήματος θεωρούν ότι ήρθε η ώρα για την αναθεώρηση της Κοινής Αγροτικής Πολιτικής, καθώς τεράστια ποσά ευρωπαϊκών κονδυλίων πάνε στις τσέπες μιας επιχειρηματικής ελίτ, ωστόσο η Ευρωπαϊκή Ένωση επιμένει ότι με αυτό τον τρόπο διανομής ενισχύεται η περιφερειακή ανάπτυξη και διατηρούνται θέσεις εργασίας.

Πέρυσι, για έργα περιφερειακής ανάπτυξης δόθηκαν από τις Βρυξέλλες περίπου 8,5 δισεκατομμύρια ευρώ.

Δεν λείπουν βέβαια και τα παράδοξα του συστήματος για τα οποία η Ευρωπαϊκή Ένωση κάποια στιγμή θα πρέπει να δώσει απαντήσεις.

Όπως για παράδειγμα στο γεγονός ότι μεταξύ των ευεργετηθέντων της Κοινής Αγροτικής Πολιτικής εμφανίζονται η Βασίλισσα Ελισάβετ της Βρετανίας, η οποία πέρυσι έλαβε 778.812 ευρώ, ο πρίγκιπας Κάρολος, ο Αλβέρτος του Μονακό, και η Καθολική εκκλησία.

Τάσεις

Πανάκριβες «γουλιές ενέργειας»

➤ Ξεχάστε τα ενεργειακά ποτά που ξέρατε μέχρι σήμερα. Οι νέες δόσεις ενέργειας έρχονται σε μικρές συσκευασίες των 60 γραμμαρίων και για να τις πιεις πρέπει να κλείσεις τη μύτη σου. Αυτό που εντυπωσιάζει όμως είναι η τιμή τους, η οποία στα 30 γραμμάρια είναι σχεδόν εικοσαπλάσια από αυτή της Coca Cola.

Τα «ενεργειακά σφηνάκια» που σε εξήντα μόλις γραμμάρια προσφέρουν μια ισχυρή δόση καφεΐνης, βιταμινών Β και αμινοξέων ήταν άγνωστα πριν από τέσσερα χρόνια. Σήμερα όμως αποτελούν μια ταχύτατα αναπτυσσόμενη αγορά. Οι πωλήσεις τους στις ΗΠΑ διπλασιάστηκαν την τελευταία χρονιά, φτάνοντας τα 700

εκατομμύρια δολάρια.

Τα προϊόντα αυτά σχεδιάστηκαν γι, αυτούς που έχουν ανάγκη την καφεΐνη αλλά δεν θέλουν να πιουν ούτε καφέ, ούτε ένα από τα συμβατικά ενεργειακά ποτά που κυκλοφορούν στην αγορά. Φοιτητές που ξενυχτούν διαβάζοντας - ή διασκεδάζοντας-, εργάτες και οδηγοί που θέλουν να είναι πάντα σε εγρήγορση, είναι οι πιο πιστοί πελάτες τους.

Παρ' όλο που το κόστος αυτών των ποτών κυμαίνεται μεταξύ 3 και 4 δολαρίων, οι καταναλωτές τα προτιμούν, ενώ την ίδια στιγμή μειώνονται σταθερά οι πωλήσεις των παραδοσιακών ενεργειακών ποτών όπως το Red Bull. Η αγορά στις ΗΠΑ κυριαρχείται από μια

μικρή εταιρεία του Ντιτρόιτ, με το όνομα Living Essentials, η οποία το 2004 λανσάρισε το πρώτο της προϊόν, 5-Hour Energy. Σήμερα το 5-Hour Energy κατέχει το 80% των πωλήσεων.

Ο ανταγωνισμός όμως αναμένεται να κορυφωθεί. Η Red Bull έριξε πριν ένα μήνα στην αγορά δικό της ενεργειακό σφηνάκι και η Dr Pepper Snapple, βρίσκεται ένα βήμα πριν το λανσάρισμα της συμπυκνωμένης έκδοσης του Venom.

Παράλληλα, κι άλλες μικρές εταιρείες έχουν πάρει θέση στην αγορά με προϊόντα που το όνομα τους παραπέμπει στο 5-Hour Energy. Μερικά από αυτά είναι τα: 6 Hour Power, Fuel 7 Hour Energy και Mr. Energy 8-Hour Energy. Η

Living Essentials ξοδεύει μεγάλα ποσά στη διαφήμιση προκειμένου να διατηρήσει το προβάδισμα στην αγορά γεγονός που φαίνεται από τον φετινό διαφημιστικό προϋπολογισμό της, ο οποίος ανέρχεται σε 60 εκατομμύρια δολάρια.

Όπως τα περισσότερα ενεργειακά ποτά, έτσι και το 5-Hour Energy δεν περιέχει ζάχαρη. Το βασικό συστατικό του είναι η καφεΐνη αλλά η εταιρεία δεν διευκρινίζει την ποσότητα που περιέχει. Όσο για τη γεύση του δεν είναι και ό,τι καλύτερο, αλλά όπως λένε άνθρωποι της αγοράς, οι καταναλωτές δεν αγοράζουν αυτά τα προϊόντα για τη γεύση τους αλλά για τις ιδιαίτερες ιδιότητές τους.

Οίνος

Απόσταξη κρίσης 20.000 τόνων κρασιών ζητούν οι αμπελουργοί

➤ Τη λήψη απόφασης, μέχρι το τέλος της εβδομάδας, για τη διενέργεια απόσταξης κρίσης για τουλάχιστον 20.000 τόνους κρασιών περυσινής σοδειάς, ιδίως στους Νομούς Αχαΐας, Κορινθίας (Νεμέα) και Ηρακλείου, ζήτησε από την ηγεσία του υπουργείου Αγροτικής Ανάπτυξης και Τροφίμων το σύνολο των εκπροσώπων των αμπελουργικών και οινοποιητικών συνεταιρισμών μελών της ΚΕΟΣΟΕ στην έκτακτη πανελλαδική σύσκεψη, που πραγματοποιήθηκε στην Αθήνα. Σε αντίθετη περίπτωση οι αμπελουργοί θα ξεκινήσουν, όπως

αποφάσισε η έκτακτη σύσκεψη, κινητοποιήσεις, αρχής γενομένης από την ερχόμενη εβδομάδα με συλλαλητήριο στην Αθήνα. Η απόφαση ελήφθη παρουσία 8 βουλευτών – συμπολίτευσης και αντιπολίτευσης – και Νομαρχών των προαναφερθέντων Νομών, ενώ ο γενικός γραμματέας του υπουργείου Αγροτικής Ανάπτυξης και Τροφίμων, αρμόδιος για κοινοτικά θέματα, κ. Χρήστος Αυγουλάς, που παραβρέθηκε στη σύσκεψη, παρ' ότι αναγνώρισε την ανάγκη προσφυγής στο μέτρο της απόσταξης κρίσης, δήλωσε ότι τον τελευταίο λόγο

έχει το υπουργείο Οικονομίας και Οικονομικών.

Εάν δεν αποσταχθούν τουλάχιστον 20.000 τόνοι κρασιών περυσινής σοδειάς, τότε ο νέος τρυγητός θα ξεκινήσει με τα υψηλότερα αποθέματα των τελευταίων χρόνων, με ιδιαίτερα δυσμενείς επιπτώσεις στις τιμές των οινοποιήσιμων σταφυλιών, επισήμανε ο πρόεδρος της ΚΕΟΣΟΕ κ. Χρήστος Μάρκου, προσθέτοντας ότι στην περίπτωση αυτή διαγράφεται ορατός ο κίνδυνος να μην πραγματοποιηθεί τρύγος σε πολλές αμπελουργικές περιοχές της χώρας.

ΕΝ ΣΥΝΤΟΜΙΑ

* **ΣΤΗΝ** αύξηση του μετοχικού κεφαλαίου της θυγατρικής Elbisco Ανώνυμος Βιομηχανική και Εμπορική Εταιρεία Τροφίμων κατά το ποσό των 2.500.000 ευρώ με την έκδοση 625.000 κοινών ονομαστικών μετοχών, ονομαστικής αξίας 4,00 ευρώ εκάστη θα συμμετάσχει η Elbisco Συμμετοχών. Όπως αναφέρεται σε σχετική ανακοίνωση, η εταιρεία θα συμμετάσχει στην προαναφερόμενη αύξηση κατά το ποσοστό με το οποίο συμμετέχει τώρα στο μετοχικό κεφάλαιο της εν λόγω εταιρείας, ήτοι κατά 99,53%

Έρευνα

Ένας στους δύο Έλληνες καταναλώνει παραδοσιακά προϊόντα

➤ Τα παραδοσιακά ελληνικά προϊόντα έχουν κερδίσει την εμπιστοσύνη και προτίμηση μεγάλου ποσοστού των Ελλήνων καταναλωτών. Ιδιαίτερο ενδιαφέρον έχουν τα συμπεράσματα που προέκυψαν από πρόσφατη έρευνα που πραγματοποιήθηκε στο πλαίσιο του μεταπτυχιακού προγράμματος της Αγροτικής Οικονομίας, της Γεωπονικής Σχολής του Αριστοτέλειου Πανεπιστημίου Θεσσαλονίκης.

Περίπου οι μισοί από τους ερωτηθέντες (48,8%) απάντησαν, ότι συχνά καταναλώνουν παραδοσιακά τρόφιμα και ποτά, το 29,5% ότι τα καταναλώνουν περιστασιακά, το 16,9% ότι τα καταναλώνουν πολύ συχνά, το 4,3% των ερωτηθέντων τα καταναλώνουν σπάνια, ενώ μόνο το 0,5% δεν καταναλώνουν ποτέ

παραδοσιακά τρόφιμα και ποτά. Αναφορικά με τα διάφορα είδη των παραδοσιακών τροφίμων και ποτών, τα δημοφιλέστερα στην κατανάλωση είναι το γιαούρτι, το μέλι, τα τοπικά τυριά, οι μαρμελάδες, τα γλυκά κουταλιού, ο τραχανάς, οι κυλοπίτες και το κρασί. Οι περισσότεροι καταναλωτές (87%), κατά την επίσκεψή τους στους τόπους παραγωγής των παραδοσιακών τροφίμων και ποτών, απάντησαν ότι θα αγοράσουν οπωσδήποτε κάποια παραδοσιακά τρόφιμα και ποτά, διότι κατά κύριο λόγο είναι τοπικά και φτιαγμένα με τοπικές πρώτες ύλες και συνταγές. Όσον αφορά στις τιμές των παραδοσιακών τροφίμων και ποτών το 49% τις βρίσκει υψηλές, αλλά οι περισσότεροι δήλωσαν ότι είναι διατεθειμένοι να πληρώσουν επιπλέον για την αγορά τους, με τιμή

προσαυξημένη έως 10% συγκριτικά με αυτή των βιομηχανοποιημένων τροφίμων και ποτών. Σύμφωνα με τα αποτελέσματα της έρευνας, το προφίλ του καταναλωτή των παραδοσιακών τροφίμων και ποτών μπορεί να θεωρηθεί ότι είναι το ακόλουθο: Μεσήλικας, άνω των 41 ετών, έγγαμος με περισσότερα από 2 ενήλικα μέλη στην οικογένειά του και σχετικά υψηλό εισόδημα (2500-3000).

Η έρευνα πραγματοποιήθηκε στο πολεοδομικό συγκρότημα Θεσσαλονίκης, με προσωπικές συνεντεύξεις και συμπληρώθηκαν 414 έγκυρα ερωτηματολόγια, από τον Ιανουάριο του 2009 έως τον Απρίλιο του 2009, από άνδρες, γυναίκες, νέους και ηλικιωμένους, ανθρώπους από όλες τις κοινωνικές τάξεις, με διαφορετικό μορφωτικό επίπεδο και



διαφορετικά κοινωνικοοικονομικά χαρακτηριστικά. Η έρευνα πραγματοποιήθηκε από τη μεταπτυχιακή φοιτήτρια Ελισάβετ Ζαργκλή και την Αν. Καθηγήτρια του Τομέα Αγροτικής Οικονομίας, της Γεωπονικής Σχολής του Αριστοτέλειου Πανεπιστημίου, Ειρήνη Τζιμπτρα - Καλογιάννη.

Αναδυόμενες αγορές Φτιάχνουν τις φήμες του μέλλοντος

➤ Η επόμενη μεγάλες πολυεθνικές τύπου Coca Cola ή Starbucks, είναι πιθανότερο να ανατείλουν στην Ασία, τη Μέση Ανατολή ή τη Λατινική Αμερική.

Έρευνα που πραγματοποιήσε για τη βρετανική εφημερίδα Financial Times, η Wolff Olins, εταιρεία συμβούλων που βρίσκεται πίσω από το σήμα των Ολυμπιακών Αγώνων του Λονδίνου, ξεχωρίζει 5 εταιρείες από τον χώρο των τροφίμων και των ποτών που προέρχονται από τις αναδυόμενες αγορές και που έχουν τη δυναμική να γίνουν διεθνή σήματα. Πρώτη στη λίστα είναι η Juan Valdez Café, κολομβιανή αλυσίδα καφέ. Ακολουθούν η Almarai, εταιρεία γαλακτοκομικών και χυμών με έδρα το Ριάντ της Σαουδικής Αραβίας, η λιβανέζικη αλυσίδα προϊόντων σοκολάτας Patchi, η κινεζική βιομηχανία κρασιών ChangYu και τέλος η United Spirits ο μεγαλύτερος

όμιλος οινοπνευματωδών της Ινδίας, η οποία διαθέτει μεταξύ άλλων και το σκοτσέζικο ούισκι Whyte & Mackay.

Τα συμπεράσματα της παραπάνω μελέτης έρχονται να επιβεβαιώσουν προηγούμενη έρευνα της αμερικανικής εταιρείας Bain & Co η οποία εκτιμά ότι το 2015, το ένα τρίτο των 500 μεγαλύτερων επιχειρήσεων του κόσμου θα προέρχονται από τις αναδυόμενες αγορές. Μεγάλες εταιρείες βασικών καταναλωτικών αγαθών θα μετακινηθούν προς τις νέες αυτές αγορές, καθώς η ζήτηση διαρκώς αυξάνει. Ήδη έχουν αρχίσει και οι εξαγορές. Για παράδειγμα η PepsiCo αγόρασε αντί 1,4 δισ. δολαρίων τη μεγαλύτερη ρωσική εταιρεία χυμών, Lebedyansky. Η Unilever αγόρασε τη ρωσική παγωτοβιομηχανία Inmarko, ενώ η Coca Cola προσπάθησε ανεπιτυχώς να εξαγοράσει την κινεζική Huiyuan.

Έρευνα Οι διαφημίσεις για σνακ κάνουν τα παιδιά να τρώνε περισσότερο

➤ Οι ψυχολόγοι συμφωνούν ότι κάποιες συμπεριφορές μας μπορεί να εκδηλώνονται αυτόματα. Για παράδειγμα, ένα εξωτερικό ερέθισμα μπορεί ασυνείδητα να μας προκαλέσει θυμό ή αγενή συμπεριφορά.

Μια νέα μελέτη τώρα ισχυρίζεται ότι οι διαφημίσεις φαγητού στην τηλεόραση οδηγούν τους τηλεθεατές στην κατανάλωση περισσότερων σνακς, για όση ώρα κάθονται μπροστά στους δέκτες τους. Σε πείραμα που πραγματοποιήθηκε στο Πανεπιστήμιο Yale, 118 παιδιά ηλικίας από 7 έως 11 ετών τοποθετήθηκαν μπροστά από τηλεοράσεις οι οποίες πρόβαλαν κινούμενα σχέδια. Ταυτόχρονα κάθε παιδί είχε στα χέρια του ένα

μπολ με μπισκότα.

Η προβολή κινουμένων σχεδίων διακόπηκε για τη μετάδοση διαφημίσεων. Τα μισά παιδιά παρακολούθησαν διαφημίσεις για παιχνίδια και τα υπόλοιπα για διαφορά σνακς. Παρατηρήθηκε ότι τα παιδιά που παρακολούθησαν τις διαφημίσεις για σνακς κατανάλωσαν 45% περισσότερα μπισκότα σε σχέση με τα υπόλοιπα παιδιά.

Οι ερευνητές κατέληξαν στο συμπέρασμα ότι υπάρχει σύνδεση μεταξύ των διαφημιστικών μηνυμάτων και της μεγαλύτερης κατανάλωσης φαγητού, κάτι που μέχρι σήμερα αρνείται πεισματικά η βιομηχανία τροφίμων, καθώς θεωρεί τις διαφημίσεις αποκλειστικά ως εργαλείο του ανταγωνισμού.

Τάσεις Εγχειρίδιο για φαστ φουντ

➤ Πριν από μερικές ημέρες η Tim Nortons, μια канаδέζικη εταιρεία ντόνατς «εξαπέλυσε επίθεση» στην αμερικανική Dunkin' Donuts, ανοίγοντας αρκετά καταστήματα στο Μανχάταν. Αυτό που αρχικά παρουσιάστηκε ως ένας επιχειρηματικός ανταγωνισμός, γρήγορα άρχισε να αναλύεται με όρους γευσισγνωσίας. Γνωστά ιστολόγια, που συνεργάζονται με εφημερίδες και περιοδικά έκαναν τεστ γεύσης στα προϊόντα των δύο εταιρειών. Προκαλεί εντύπωση πώς αυτό που μέχρι σήμερα αποκαλούσαμε ανθυγιεινό φαγητό γίνεται ξαφνικά αντικείμενο αισθητικής ανάλυσης και γευσισγνωσίας. Οι Αμερικανοί έχουν ολοένα και μεγαλύτερες γευστικές απαιτήσεις, ενώ η οικονομική κρίση έχει δημιουργήσει την ανάγκη για φθινό φαγητό, το οποίο όλοι συμφωνούν ότι πρέπει να είναι και νόστιμο. Δεν είναι τυχαίο ότι τα φαστ

φουντ στις ΗΠΑ έχουν αντισταθεί εντυπωσιακά στην κρίση. Τα blogs λοιπόν που γράφουν για γεύσεις, γίνονται εργαλείο ενημέρωσης των καταναλωτών για το τι είναι νόστιμο και φθινό. Αντίστοιχα blogs υπάρχουν και για χάμπουργκερς, με πιο γνωστό το Texas Burger Guy όπου τα χάμπουργκερς αξιολογούνται με δεκάδες κριτήρια, από το μέγεθος μέχρι το πόσο εύκολα το πιάνει αυτός που θα το φάει. Κάποια άλλα blogs αξιολογούν πίτσα όπως το Slice, ενώ υπάρχουν δεκάδες που αξιολογούν κέικ.

Η στροφή των καταναλωτών στο φαστ φουντ και η σημασία που δίνουν σε αυτό οι γευσισγνωστές δείχνει ότι τελικά κανένα φαγητό δεν είναι για πέταμα, γεγονός που έχει οδηγήσει και γνωστούς σεφ να εξασκήσουν την τέχνη τους και το επιχειρηματικό τους δαιμόνιο σε ένα πεδίο για το οποίο μέχρι χτες αδιαφορούσαν.

Γαλακτοκομικά Στους 335.527 τόνους οι περυσινές εισαγωγές γάλακτος

➤ Στα 335.526.823 κιλά ανήλθαν πέρυσι οι συνολικές ποσότητες γάλακτος (αγελαδινού και αιγοπρόβειου) που εισήχθησαν στη χώρα μας από χώρες μέλη της Ευρωπαϊκής Ένωσης και τρίτες εκτός Κοινότητας χώρες, σύμφωνα με τα στοιχεία που Ελληνικού Οργανισμού Γάλακτος και Κρέατος (ΕΛΟΓΑΚ). Με βάση τα στοιχεία του ΕΛΟΓΑΚ, στη διάρκεια του 2008 εισήχθησαν στη χώρα μας 329.798.344 κιλά αγελαδινού γάλακτος, σε διάφορες μορφές, από χώρες μέλη της Ευρωπαϊκής Ένωσης και 48.000 κιλά από τρίτες εκτός Κοινότητας χώρες.

Το ίδιο χρονικό διάστημα είχαμε εισαγωγές 5.680.479 κιλών αιγοπρόβειου γάλακτος από χώρες μέλη της Ευρωπαϊκής Ένωσης.

Η εθνική ποσόστωση παραγωγής στο αγελαδινό γάλα κατά την τρέχουσα γαλακτοκομική περίοδο ανέρχεται στα 845.292.493 κιλά, ενώ η εγχώρια παραγωγή κατά την προ-προηγούμενη γαλακτοκομική περίοδο ανήλθε στα 715.071.000 κιλά. Υπενθυμίζεται ότι, από 1η Αυγούστου, με βάση αγορανομική διάταξη του υπουργείου Ανάπτυξης που υπεγράφη στις 30 του περασμένου Απριλίου, καθίσταται υποχρεωτική η αναγραφή της χώρας προέλευσης της πρώτης ύλης στις συσκευασίες για όλα τα γάλατα και τα γιαούρτια (φρέσκο γάλα, γάλα σε σκόνη, υψηλής παστερίωσης, εβαπορέ, σοκολατούχο, γιαούρτι, επιδόρπια γιαουρτιού με βάση το γάλα, κρέμα γάλακτος).

ΕΝ ΣΥΝΤΟΜΙΑ

* Ο Όμιλος Carrefour Μαρινόπουλος προχώρησε στην υπογραφή επίσημης συμφωνίας με την Ένωση Αγροτικών Συνεταιρισμών Νάξου για την αποκλειστική προμήθεια γραβιέρας Νάξου, που εφεξής αποκτά το σήμα «Γραβιέρα Νάξου Ποιοτική Οδός Carrefour». Η γραβιέρα συγκαταλέγεται ανάμεσα στα πιο δημοφιλή επιτραπέζια τυριά της Ελλάδας. Η ποιικιλία της Νάξου έχει κερδίσει, από το 1996 τη διάκριση της προστατευόμενης ονομασίας προέλευσης (Π.Ο.Π) και παρασκευάζεται από γάλα ελεγμένης ποιότητας χωρίς οποιαδήποτε προσθήκη ή άλλη επεξεργασία.

* Το Ευρωπαϊκό Δίκτυο Περιφερειακής Ανάπτυξης (ΕΔΠΑ) και ο Ελληνικός Οργανισμός Γάλακτος και Κρέατος (ΕΛΟΓΑΚ) διοργανώνουν το 2ο Φεστιβάλ Γάλακτος και Τυριού στο Στάδιο Ειρήνης και Φιλίας στις 2, 3 και 4 Οκτωβρίου 2009. Το Φεστιβάλ τελεί υπό την αιγίδα του Υπουργείου Αγροτικής Ανάπτυξης και Τροφίμων και στηρίζεται από το Γεωτεχνικό Επιμελητήριο Ελλάδος, τον ΟΓΕΕΚΑ – ΔΗΜΗΤΡΑ, τον ΟΠΕΓΕΠ – AGROCERT, το ΕΘΙΑΓΕ, το Γεωπονικό Πανεπιστήμιο Αθηνών, τη Γεωπονική Σχολή ΑΠΘ, τον Πανελλήνιο Κτηνιατρικό Σύλλογο και τον Ευρωπαϊκό Οργανισμό Στρατηγικού. Για πληροφορίες επικοινωνήστε: e-mail: info@edpa.gr, www.edpa.gr.

Πράσινη Επιχειρηματικότητα «Αποστολή Νερό» από την Coca-Cola 3E και την Coca-Cola

Ολοκληρώθηκε η υλοποίηση του προγράμματος «Συλλογή Όμβριων Υδάτων στα Ελληνικά Νησιά», μία σημαντική πρωτοβουλία των Coca-Cola Τρία Έψιλον και Cola-Cola για την αντιμετώπιση της λειψυδρίας σε τρία νησιά των Κυκλάδων, τη Σύρο, την Τήνο και την Πάρο. Τα έργα είναι πλέον πραγματικότητα και θα λειτουργήσουν από το καλοκαίρι του 2009 προς όφελος των τοπικών κοινωνιών. Η δράση εντάσσεται στο γενικότερο πλαίσιο του προγράμματος «Αποστολή Νερό» και πραγματοποιήθηκε σε συνεργασία με το Μεσογειακό Σκέλος της Διεθνούς Σύμπραξης για το Νερό (GWP – Med) και τη συμβολή της Τοπικής Αυτοδιοίκησης των νησιών.

Τα έργα περιλαμβάνουν την επισκευή και εγκατάσταση υδατοσυλλεκτών για την ορθή διαχείριση και αξιοποίηση των

όμβριων υδάτων που συλλέγονται για πολλαπλές χρήσεις. Συγκεκριμένα, η εταιρεία προχώρησε στην εγκατάσταση δεξαμενών συνολικής χωρητικότητας 200 m³ με τη χρήση των οποίων αναμένεται να εξοικονομηθούν επισίως 290 m³ νερού. Από το έργο θα επωφεληθούν άμεσα 500 περίπου κάτοικοι των τριών νησιών με την κάλυψη ποικίλων αναγκών τους σε νερό (π.χ. νερό για οικιακή χρήση και άρδευση αλλά και πόσιμο στην περιοχή της Σύρου).

Το γεγονός ότι η μέση ετήσια βροχοπτώση στην περιοχή των Κυκλάδων δεν ξεπερνά τα 300-400 mm, καταδεικνύει τη σημασία της όλης πρωτοβουλίας.

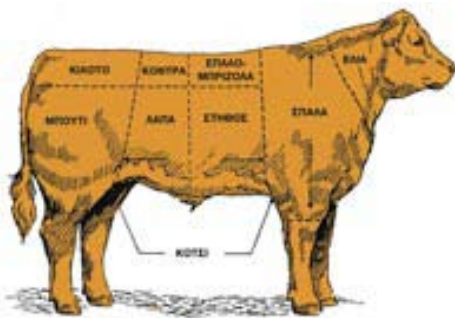
Χαρακτηριστικό είναι ότι στην περιοχή Βάρη της Σύρου το νερό, μέσα από κατάλληλη επεξεργασία, θα μετατρέπεται σε πόσιμο και θα βρίσκεται στη διάθεση των κατοίκων

της περιοχής.

Σημαντική παράμετρος του προγράμματος ήταν η εκπαίδευση 38 τοπικών τεχνιτών, διαφόρων ειδικοτήτων στην κατασκευή και συντήρηση συστημάτων συλλογής όμβριων υδάτων.

Επίσης, ιδιαίτερη βαρύτητα προσδόθηκε στην εκπαιδευτική διάσταση. Με στόχο την περιβαλλοντική ευαισθητοποίηση των μικρών παιδιών ως προς τη σωστή διαχείριση του νερού, ολοκληρώθηκε η επιμόρφωση 206 μαθητών πρωτοβάθμιας και δευτεροβάθμιας εκπαίδευσης, καθώς και 83 καθηγητών –των νησιών των Κυκλάδων που θα υλοποιηθεί το πρόγραμμα με τη χρήση ειδικού υλικού περιβαλλοντικής εκπαίδευσης, με τον τίτλο «Το Δώρο της Βροχής», ειδικά ανεπτυγμένου για τις ανάγκες του προγράμματος.

ΤΡΟΦΙΜΑ ΚΑΙ ΠΟΤΑ



Στο Τ&Π Οκτωβρίου

Αφιέρωμα:

Επιχειρηματικές λύσεις

Οι μεγαλύτερες εταιρείες του κλάδου για τη χρονιά που πέρασε

Επίσης θα παρουσιάσει

Εστίαση: Κρέας, αλλαντικά, πουλερικά
Συστατικά: Αφυδατωμένα φρούτα & λαχανικά
Εργοστάσιο: Ετικετέζες
Λιανεμπόριο: Σούπερ Μάρκετ

Κλείσιμο διαφημιστικού χώρου & παράδοση υλικού
10 Σεπτεμβρίου 2009



ΤΡΙΑΙΑ
ΕΚΔΟΤΙΚΗ

Επικοινωνήστε με το τμήμα πωλήσεων στο 210 9240748

ΕΝ ΣΥΝΤΟΜΙΑ

* ΣΤΙΣ 16 Ιουλίου κατασχέθηκε ποσότητα δεκαεπτάμηση τόνων κονσερβών αλιευμάτων από τον Σταθμό Υγειονομικού Κτηνιατρικού Ελέγχου (Σ.Υ.Κ.Ε) Λιμένα Πειραιά στο πλαίσιο των διενεργούμενων ελέγχων στα προϊόντα ζωικής προέλευσης που εισάγονται στη χώρα μας. Η ανωτέρω ποσότητα, η οποία εισήχθη από το Μαρόκο, κατασχέθηκε λόγω χημικής μόλυνσης (ισταμίνη πέραν του επιτρεπόμενου ορίου). Δύο μέρες νωρίτερα είχε κατασχεθεί από το Σ.Υ.Κ.Ε Λιμένα Πειραιά ποσότητα είκοσι τεσσάρων τόνων κατεψυγμένων αλιευμάτων, με χώρα προέλευσης το Βιετνάμ, λόγω ανίχνευσης του βακτηρίου *Listeria monocytogenes*.

Περιβάλλον

Αυστραλιανή κωμόπολη βγάζει κόκκινη κάρτα στο εμφιαλωμένο νερό

> Όταν οι κάτοικοι της Μπαντανούν ψήφισαν να σταματήσει η πώληση εμφιαλωμένου νερού στην πόλη τους, δεν περίμεναν ότι η κίνηση αυτή θα έκανε ως είδηση το γύρο του κόσμου. Με τη σχεδόν ομόφωνη απόφασή τους, οι κάτοικοι αυτής της μικρής αυστραλιανής τουριστικής κωμόπολης τράβηξαν πάνω τους τους προβολείς των διεθνών μέσων ενημέρωσης.

Σε αρκετές πολιτείες των ΗΠΑ, και συγκεκριμένα σε κυβερνητικές υπηρεσίες, το εμφιαλωμένο νερό έχει αποσυρθεί με το σκεπτικό της επιβάρυνσης του περιβάλλοντος. Η Μπαντανούν όμως, έγινε η πρώτη πόλη στον κόσμο που σταμάτησε την πώλησή του. Όπως σημειώνουν κάτοικοι, η κινητοποίηση δεν ξεκίνησε ως περιβαλλοντική σταυροφορία. Ξεκίνησε όταν μια εταιρεία εμφιάλωσης ζήτησε άδεια για να αντλήσει εκατομμύρια λίτρα από τον υδροφόρο ορίζοντα



της περιοχής. Αρχικά οι κάτοικοι αντέδρασαν στην ιδέα να γεμίσει η πόλη τους με βυτιοφόρα που θα μεταφέρουν νερό, αλλά όσο η κινητοποίηση προχωρούσε άρχισαν σταδιακά να αντιδρούν στην ιδέα ότι μια εταιρεία θα πάρει το νερό τους για να το εμφιαλώσει και μετά να τους το πουλήσει. Η κατάργηση της πώλησης εμφιαλωμένου νερού είναι απολύτως στην διακριτική ευχέρεια του κάθε επαγγελματία. Αλλά με την στήριξη των πολιτών, τα 6 καταστήματα λιανικής της πόλης συμφώνησαν να αποσύρουν το εμφιαλωμένο νερό από τα ράφια.

Υπάρχουν βέβαια και κάποιοι σκεπτικιστές που εκτιμούν ότι ο δήμος δεν θα μπορέσει να βρει χρήματα για να συντηρήσει τις νέες πηγές πόσιμου νερού της περιοχής. Στις ΗΠΑ εκτός από τους περιορισμούς από τις τοπικές κυβερνήσεις, πολλές εστιατόρια έχουν ήδη αρχίσει να αντικαθιστούν το εμφιαλωμένο νερό με νερό βρύσης. Πρόσφατα ειδική επιτροπή του Κογκρέσου ξεκίνησε συζήτηση για το αν θα πρέπει να αναθεωρηθούν προς το αυστηρότερο οι ρυθμίσεις για τη βιομηχανία εμφιάλωσης νερού, μετά τη δημοσίευση δύο νέων μελετών που αμφισβητούν την καλύτερη ποιότητα του εμφιαλωμένου σε σχέση με το νερό της βρύσης. Να σημειωθεί ότι η αγορά του εμφιαλωμένου νερού παγκοσμίως αγγίζει τα 60 δισεκατομμύρια δολάρια, ενώ στην Αυστραλία ξεπερνά τα 40 εκατομμύρια δολάρια.

ΕΜΠΟΡΕΥΜΑΤΑ

ΠΕΤΡΕΛΑΙΟ BRENT

64,72 \$/βαρέλι

ΣΙΤΑΡΙ

109,75 €/τόνο (Νοέμβ. '09)

ΚΑΛΑΜΠΟΚΙ

311,50 \$/bu (Σεπτέμβριος '09)

ΖΑΧΑΡΗ

468,10 \$/τόνο (Οκτώβριος '09)

ΒΟΟΕΙΔΗ

0,86025 \$/lb (Αύγουστος '09)

ΕΚΠΟΜΠΕΣ CO²

0,1414 €/τόνο (Σεπτ. '09)

Κλείσιμο 21/07/09

Euronext-Liffe & CBOT

epikouria™
Fine Food and Drinks of Greece

Ραντεβού στην Anuga '09

Το 9ο Epikouria θα έχει
επιπρόσθετη διανομή στην Anuga
10-14 Οκτωβρίου

Κύριο θέμα Η κληρονομιά της Ελληνικής Κουζίνας

Επίσης θα παρουσιάσει:

Μαριναρισμένα Λαχανικά - Ελληνικά Σάντουιτς
Θρεπτικά Φασόλια - Τσίπουρο - Σύκα

Κλείσιμο διαφήμισης - παράδοση υλικού 10/09/09

Επικοινωνήστε: sales@triaina.com

www.epikouria.com