

ΗΠΑ

Ειδική σήμανση για τρόφιμα χωρίς ίχνη μεταλλαγμένων

➤ Τι θα συνέβαινε αν κάποιος έλεγχε βιολογικά προϊόντα και ανακάλυπτε ότι περιείχαν συστατικά που προέρχονται από γενετικά τροποποιημένους σπόρους σε μεγάλες ποσότητες; Αν το μάθαιναν αυτό οι καταναλωτές, το πιο πιθανό είναι ότι θα έχαναν την εμπιστοσύνη τους στα βιολογικά προϊόντα συνολικά. Προκειμένου να αποφύγουν μια τέτοια δυσάρεστη εξέλιξη, πολλοί παραγωγοί βιολογικών και οι εταιρείες μεταποίησης, θεωρούν ότι είναι πλέον ανάγκη να υπάρξει ειδική σήμανση στα προϊόντα, που θα πιστοποιεί ότι είναι απαλλαγμένα από συστατικά που προέρχονται από γενετικά τροποποιημένους σπόρους. Η ομάδα Non-GMO Project που συνέστησε ένας αριθμός παραγωγών στις ΗΠΑ, θα αναλάβει αυτό το έργο.

«Η βιομηχανία παραγωγής φυσικών και βιολογικών τροφίμων μοιάζει με ένα βρώμικο δωμάτιο

που χρειάζεται καθάρισμα» τονίζει ο κ. Μάικλ Πότερ πρόεδρος της Eden Foods και μέλος της εκτελεστικής επιτροπής του Non-GMO Project. «Εκατοντάδες προϊόντα κυκλοφορούν στην αγορά ως βιολογικά αλλά υπάρχει μια σύγχυση για το κατά πόσο έχουν τεσταριστεί. Το Non-GMO Project φιλοδοξεί να βάλει ένα τέλος σε αυτό το κομφούζιο».

Στην πρωτοβουλία συμμετέχουν μεγάλες επιχειρήσεις όπως η Whole Foods Market. Οι πρώτες σφραγίδες θα κάνουν την εμφάνισή τους σε προϊόντα αυτό το φθινόπωρο.

Δεν θα εγγυώνται ότι το προϊόν είναι εντελώς απαλλαγμένο από ίχνη μεταλλαγμένων, αλλά ότι ο παραγωγός του έχει ακολουθήσει πιστά τις διαδικασίες παραγωγής, συμπεριλαμβανομένου και του ελέγχου με τον οποίο πιστοποιείται ότι τα συστατικά που είναι προϊόντα βιοτεχνολογίας δεν υπερβαίνουν

το 0,9%.

Η καλλιέργεια γενετικά τροποποιημένων καρπών στις ΗΠΑ έχει αυξηθεί ραγδαία τα τελευταία χρόνια, σε σημείο ώστε το 85% του καλαμποκιού και το 91% της σόγιας που καλλιεργούνται να είναι από μεταλλαγμένους σπόρους. Πολύ λίγα προϊόντα που κυκλοφορούν στα σουπερμάρκετ δεν περιέχουν συστατικά από τέτοια προϊόντα. Σήμερα είναι πολύ δύσκολο για έναν παραγωγό βιολογικών να αποφύγει την επαφή με τα μεταλλαγμένα. Συχνά, βιολογικές και μη καλλιέργειες συνορεύουν, ενώ το τελικό προϊόν συνήθως φτάνει στην αγορά μέσω των ίδιων οδών. Είναι λοιπόν δύσκολο να μην υπάρχουν ίχνη μεταλλαγμένων στα βιολογικά προϊόντα. Σε αυτό το σημείο θέλει να παρέμβει το Non-GMO project. Το επόμενο βήμα είναι να δώσει την έγκρισή της και η Υπηρεσία Ελέγχου Τροφίμων και Φαρμάκων (FDA). Πρέπει να τονίσουμε ότι σε



Το Non-GMO project φιλοδοξεί να δώσει τις εγγυήσεις που παραγωγοί και καταναλωτές ζητούν

αντίστοιχη περίπτωση στο παρελθόν η FDA είχε χαρακτηρίσει ανάλογες ενέργειες ως παραπλανητικές. Η βιομηχανία βιοτεχνολογίας πάντως έχει ήδη αντιδράσει, ζητώντας σε κάθε περίπτωση η ειδική σήμανση να χρησιμοποιηθεί μόνο για λόγους μάρκετινγκ και όχι ως χαρακτηριστικό που έχει να κάνει με την ασφάλεια του κάθε προϊόντος.

Επαναστατική Καλλιέργεια Μια φάρμα σε κάθε όροφο

➤ Επίκαιρη είναι η συζήτηση γύρω από επαναστατικές μεθόδους καλλιέργειας που έχουμε ήδη παρουσιάσει σε κυρίως θέμα του ΤΡΟΦΙΜΑ ΚΑΙ ΠΟΤΑ, καθώς αν συνεχιστούν με τους σημερινούς ρυθμούς η κλιματική αλλαγή και η αύξηση του πληθυσμού του πλανήτη, σε 50 χρόνια από σήμερα η αγροτική καλλιέργεια δεν θα υφίσταται όπως την ξέρουμε σήμερα. Αυτό σημαίνει ότι η πλειοψηφία των κατοίκων αυτού του πλανήτη δεν θα έχει πόσιμο νερό και τροφή. Υπάρχει όμως λύση, εκτιμούν αρκετοί ειδικοί και αυτή είναι η «μεταφορά» των καλλιεργειών μέσα στις πόλεις. Της έχουν δώσει μάλιστα και όνομα: «καθετοποιημένη καλλιέργεια».

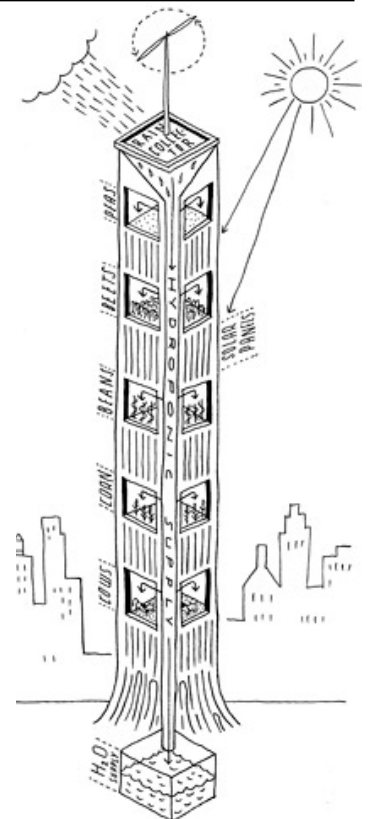
Τα στοιχεία του ΟΗΕ δείχνουν ότι μειώνεται σταθερά η έκταση γης

που αντιστοιχεί σε κάθε κάτοικο του πλανήτη, η πράσινη επανάσταση που ξεκίνησε τη δεκαετία του '60 έχει φτάσει στα όριά της και οι σημαντικές καλλιέργειες απορροφούν το 70% του πόσιμου νερού του πλανήτη.

Η παραγωγή τροφίμων εντός των μεγάλων πόλεων με υδροπονικές και αεροπονικές μεθόδους (καλλιέργεια φυτών σε υποστρώματα, εκτός του εδάφους), δίνουν τη δυνατότητα παραγωγής προϊόντων με λιγότερη έως και 90% χρήση νερού. Αυτό θα μπορούσε να αποδειχθεί σωτήριο για περιοχές του πλανήτη όπως για παράδειγμα η Μέση Ανατολή. Οι καθετοποιημένες φάρμες μπορούν να δημιουργηθούν σε οποιοδήποτε χώρο εντός των πόλεων που μπορεί να είναι από ταράτσες σχολείων,

εστιατορίων ή κατοικιών.

Επίσης έχει αποδειχθεί ότι έχουν μεγάλη εμπορική επιτυχία καθώς αυξάνεται τα τελευταία χρόνια διαρκώς η ζήτηση από τους καταναλωτές για τοπικά προϊόντα. Εκτός όμως από την εμπορική επιτυχία, μπορούν να συμβάλουν αποφασιστικά στην προστασία του περιβάλλοντος και στη βελτίωση της ποιότητας ζωής των κατοίκων των πόλεων. Για κάθε ένα στρέμμα καλλιέργειας εντός των πόλεων, 10 με 20 στρέμματα αγροτικής γης μπορούν να επιστρέψουν στην πρότερη οικολογική κατάσταση και να μετατραπούν σε δάση. Επιπλέον γίνεται μεγάλη εξοικονόμηση υδάτινων πόρων, δίνουν ευκαιρίες για νέες θέσεις εργασίας και εν τέλει μπορούν να κάνουν πιο ευχάριστη τη ζωή στις πόλεις.



Εξαγωγές

Ευκαιρίες για τις ελληνικές επιχειρήσεις σε ξένες αγορές βλέπει ο ΣΕΒΕ

➤ Η διεθνής οικονομική κρίση ως γνωστό δεν αγγίζει με τον ίδιο τρόπο όλες τις χώρες. Για κάποιους τομείς μάλιστα, η κρίση μπορεί να κρύβει ευκαιρίες. Μια τέτοια ευκαιρία φαίνεται ότι διαγράφεται για το ελληνικό εξαγωγικό εμπόριο που με βάση τα στοιχεία της Ευρωπαϊκής Στατιστικής Υπηρεσίας και της ΕΣΥΕ, δείχνει ανθεκτικό στην κρίση. Σύμφωνα με τα τελευταία στοιχεία, το πρώτο πεντάμηνο του 2009, οι ευρωπαϊκές εξαγωγές παρουσιάστηκαν μειωμένες κατά 23,3% σε σχέση με το αντίστοιχο διάστημα του 2008. Σε επίπεδο Ευρωζώνης, οι εξαγωγές παρουσίασαν μείωση κατά 22,6%, ενώ αντίστοιχα οι ελληνικές

εξαγωγές μειώθηκαν κατά 16%.

Να σημειωθεί, ότι η Ελλάδα είναι η χώρα με την τρίτη μικρότερη μείωση των εξαγωγών σε επίπεδο Ευρώπης -μετά την Ιρλανδία (1%) και το Λουξεμβούργο (9%)- γεγονός όμως που οφείλεται σε ένα πολύ μεγάλο βαθμό στον ιδιαίτερα χαμηλό βαθμό εξωστρέφειας της ελληνικής οικονομίας.

Τη στιγμή όμως που οι εμπορικές εκροές της ΕΕ στο σύνολό τους με τους δέκα βασικούς της εταίρους καταγράφουν πτώση, οι ελληνικές εκροές στις πέντε από αυτές τις χώρες έχουν θετικό πρόσημο, ενώ στις υπόλοιπες ακολουθούν λίγο ως πολύ την τάση του μέσου όρου των 27. Συγκεκριμένα, οι

ελληνικές εξαγωγές στις ΗΠΑ αυξήθηκαν κατά 14%, αγγίζοντας τα 300 εκατομμύρια ευρώ, ενώ σε σημαντική αγορά αναδεικνύεται η Ελβετία, όπου με ετήσια αύξηση κατά 334% για το εξεταζόμενο διάστημα οι ελληνικές εξαγωγές έφτασαν τα 205 εκατομμύρια ευρώ, η Ινδία, με αύξηση 134%, η Ιαπωνία με αύξηση 3% και η Βραζιλία με 10%. Η θετική αυτή τάση στις συγκεκριμένες αγορές εν μέσω διεθνούς οικονομικής ύφεσης, δημιουργεί ευκαιρίες για περαιτέρω διεύθυνση και εδραίωση των ελληνικών προϊόντων σε αυτές. Γίνεται φανερό ότι οι επιδόσεις της χώρας μας είναι θετικότερες από τις αντίστοιχες ευρωπαϊκές

σε κρίσιμες αγορές στόχους. Στο πλαίσιο αυτό, ο Σύνδεσμος Εξαγωγέων Βορείου Ελλάδος (ΣΕΒΕ) τάσσεται κατά της περικοπής δαπανών, οι οποίες προορίζονται για τη συμμετοχή των ελληνικών εξαγωγικών επιχειρήσεων σε διεθνείς εμπορικές εκθέσεις. Επίσης καλεί την κυβέρνηση να ενεργοποιήσει την Ομάδα Δράσης για την αντιμετώπιση της διεθνούς οικονομικής κρίσης, τη σύσταση της οποίας έχει προτείνει ο υπουργός Οικονομίας και Οικονομικών, έτσι ώστε να αξιολογούνται καθημερινά τα νέα δεδομένα, να εντοπίζονται οι νέες ευκαιρίες που δημιουργούνται και να λαμβάνονται τα απαραίτητα διορθωτικά μέτρα.

Οικονομική κρίση

Αύξηση των τιμών των πρώτων υλών προβλέπουν οι μεγάλοι έμποροι

➤ Τα οικονομικά μεγέθη των μεγάλων εταιρειών εμπορίας τροφίμων και πρώτων υλών, έχουν υποστεί σημαντικό πλήγμα λόγω της διεθνούς οικονομικής κρίσης. Για εταιρείες όπως οι Glencore, Cargill, Mitsubishi, Archer Daniels Midland και Noble Group, το πρώτο εξάμηνο του 2009 ήταν απογοητευτικό για τζίρο και κέρδη. Φαίνεται όμως ότι τα στελέχη των εταιρειών του κλάδου έχουν λόγους να είναι αισιόδοξα για τα υπόλοιπα μισά του έτους. «Βλέπουμε τη ζήτηση να αυξάνει» είπε πρόσφατα στους Financial Times ο κ. Στιβ Μάρτζο, οικονομικός διευθυντής της Noble

Group, άποψη που σύμφωνα με τα λεγόμενά του αποτυπώνει τις εκτιμήσεις κορυφαίων στελεχών των επιχειρήσεων του κλάδου.

Οι προβλέψεις αυτές είναι ιδιαίτερα σημαντικές, καθώς ο κλάδος των τροφίμων και των πρώτων υλών βρίσκεται στο κέντρο της εμπορικής δραστηριότητας και αποτελεί βαρόμετρο για την εξέλιξη του οικονομικού κύκλου. Η Glencore, η μεγαλύτερη εμπορική εταιρεία στον κόσμο, βλέπει ενθαρρυντικά σημάδια για αύξηση της εμπορικής δραστηριότητας παγκοσμίως. Η Mitsui & Co και η Mitsubishi εκτιμούν ότι η οικονομία

έχει αρχίσει να ξεπερνά την κρίση και σε αυτό καθοριστικό ρόλο έχουν παίξει τα πακέτα ενίσχυσης της οικονομίας που ενέκριναν οι κυβερνήσεις στις περισσότερες χώρες του κόσμου.

Τα ίδια στελέχη τονίζουν ότι οι υψηλοί ρυθμοί ανάπτυξης της Κίνας έχουν ευεργετικές επιπτώσεις στις οικονομίες των γειτονικών της κρατών. Ωστόσο επισημαίνουν ότι υπάρχει υστέρηση στην Ευρώπη. Παράλληλα, εκτιμούν ότι οι τιμές των μετάλλων θα συνεχίσουν να κινούνται ανοδικά, ενώ για τρόφιμα όπως σπάρη και καλαμπόκι αναμένεται αύξηση της ζήτησης.

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



Πράσινη Επιχειρηματικότητα Χαμηλότερη κατανάλωση ενέργειας στα φαστ φουντ

➤ Μέχρι πριν από λίγο καιρό ο κ. Μπασάμ'Οντε, ιδιοκτήτης εστιατορίων φαστ φουντ, δεν μπορούσε να γνωρίζει πότε ένας υπάλληλός του είχε ξεχάσει ανοικτό κάποιο ψυγείο. Τώρα, κάθε φορά που συμβαίνει κάτι τέτοιο λαμβάνει ένα μήνυμα στον υπολογιστή του. Όπως υποστηρίζει ο κ. Τζόζεφ Χάρμπεργκ, συνεργάτης της Current Energy, της εταιρείας που εξόπλισε τα 24 καταστήματα του κ. Όντε με ειδικούς αισθητήρες, τα εστιατόρια έχουν διαφορετικές ενεργειακές ανάγκες απ' ό,τι τα απλά κτήρια στα οποία το 75% με 80% της συνολικής ενέργειας που καταναλώνουν είναι για φωτισμό και κλιματισμό. Το αντίστοιχο ποσοστό στα εστιατόρια είναι 25% έως 40%, με τα ψυγεία να καταναλώνουν ένα ιδιαίτερα μεγάλο ποσοστό ενέργειας. Όλο και περισσότερα εστιατόρια χρησιμοποιούν πλέον «έξυπνα συστήματα», προκειμένου να περιορίσουν τη σπατάλη. Για παράδειγμα, ένα εστιατόριο που χρησιμοποιεί πολλούς φούρνους για το ψήσιμο των φαγητών, μπορεί να εφαρμόσει ένα σύστημα με το οποίο οι φούρνοι να ανάβουν ανάλογα με το πόσους πελάτες



Τα ανοικτά παράθυρα για την εξυπηρέτηση οδηγών στα φαστ φουντ, είναι σημαντικός παράγοντας απώλειας ψύξης και κατά συνέπεια, σπατάλης ενέργειας

έχει το μαγαζί. Με αυτό τον τρόπο αποφεύγεται η σπατάλη ενέργειας και το προσωπικό της κουζίνας απαλλάσσεται από την ευθύνη να αναβοσβίνει τις συσκευές. Η απώλεια ψύξης του κλιματισμού, σε περίπτωση που τα παράθυρα μένουν για αρκετή ώρα ανοικτά είναι άλλη μια περίπτωση σπατάλης ενέργειας. Ο κ. Όντε έχει τοποθετήσει στα καταστήματά του αισθητήρες που ελέγχουν τη ροή του ψυχρού αέρα. Τα αποτελέσματα έγιναν άμεσα ορατά στον λογαριασμό του ρεύματος, ο οποίος είναι πλέον κατά 20% χαμηλότερος.

ΕΕ Πρόσθετα μέτρα για γάλα – βούτυρο

➤ Στη λήψη πρόσθετων μέτρων, προκειμένου να στηρίξει την ευρωπαϊκή αγορά γαλακτοκομικών προϊόντων, μετά τις έντονες πτωτικές τάσεις στις τιμές παραγωγού για το αγελαδινό γάλα, προχώρησε η Ευρωπαϊκή Επιτροπή, με κανονισμό που δημοσιεύεται σε φύλλο της Επίσημης Εφημερίδας της Ευρωπαϊκής Ένωσης.

Με βάση τον κανονισμό αυτό, συνεχίζεται και πέραν της 31ης

Αυγούστου (που τυπικά έληγε) η περίοδος λειτουργίας της κοινοτικής παρέμβασης για το αποβουτυρωμένο γάλα σε σκόνη και το βούτυρο. Η κοινοτική παρέμβαση θα λειτουργήσει το χρονικό διάστημα από 1ης Σεπτεμβρίου μέχρι και 30 Νοεμβρίου με αγορές που θα γίνονται με το σύστημα των δημόσιων διαγωνισμών, την πρώτη και την τρίτη Τρίτη κάθε μήνα.

ΗΠΑ Έρχονται αυξήσεις στις τιμές των τροφίμων

➤ Τους προηγούμενους μήνες, οι τιμές σε βασικά καταναλωτικά αγαθά στις ΗΠΑ, όπως το κρέας, το γάλα και τα αυγά, υποχώρησαν, δίνοντας έτσι μια ανάσα στις τσέπες των καταναλωτών. Σύμφωνα όμως με εκτιμήσεις αναλυτών και με βάση τα συμπεράσματα ομοσπονδιακής μελέτης, η υποχώρηση αυτή έφτασε στα όρια της. Σύντομα οι τιμές θα αρχίσουν ξανά ανοδική πορεία, καθώς φαίνεται ότι η οικονομία μπαίνει σε τροχιά ανάκαμψης.

Σύμφωνα με τη μελέτη του υπουργείου Γεωργίας, τα περισσότερα βασικά καταναλωτικά αγαθά ήταν τον περασμένο Ιούλιο έως και 25% φθηνότερα σε σχέση με τον Ιούλιο του 2008,

με εξαίρεση τα δημητριακά, τη ζάχαρη και τα ανθρακούχα ποτά. Οι τιμές για αυτά τα προϊόντα αναμένεται να αυξηθούν μέχρι το τέλος του έτους κατά μέσο όρο 2% έως 3%. Οικονομικοί αναλυτές εκτιμούν ότι παρά το γεγονός πως ο Δείκτης Τιμών Καταναλωτή στο τέλος του έτους θα βρίσκεται κοντά στο μηδέν, ο Δείκτης των Τιμών των Τροφίμων θα είναι υψηλότερος. Ένας από τους λόγους για την αναμενόμενη αύξηση είναι ότι βασικά τρόφιμα όπως το καλαμπόκι εξακολουθούν να διαπραγματεύονται στα χρηματιστήρια τροφίμων σε υψηλές τιμές. Σε κάθε περίπτωση όμως οι αυξήσεις θα είναι μικρής κλίμακας για το υπόλοιπο 2009 και το 2010.

VIVARTIA Βελτίωση αποτελεσμάτων το πρώτο εξάμηνο του 2009

➤ Ο Όμιλος Vivartia κατόρθωσε να επιτύχει βελτίωση βασικών οικονομικών μεγεθών σε σχέση με την αντίστοιχη περίοδο του προηγούμενου έτους, παρά τις δύσκολες οικονομικές συνθήκες που επικρατούν στις χώρες που δραστηριοποιείται.

Αναλυτικότερα, το πρώτο εξάμηνο του 2009 οι ενοποιημένες πωλήσεις του Ομίλου Vivartia ανήλθαν σε € 704,2 εκατ. από € 632,6 εκατ. την αντίστοιχη περίοδο του 2008, αυξημένες κατά 11,3%. Μέρος της αύξησης οφείλεται στην ενσωμάτωση των νεοενοποιούμενων θυγατρικών Everest και Nonni's.

Τα ενοποιημένα κέρδη προ φόρων τόκων και αποσβέσεων (EBITDA) του Ομίλου ανήλθαν σε € 64,1 εκατ. από € 54,2 εκατ. την αντίστοιχη περσινή περίοδο,

σημειώνοντας αύξηση κατά 18,3%. Τα ενοποιημένα αποτελέσματα μετά φόρων και δικαιωμάτων μειοψηφίας ανήλθαν σε ζημιές € 1,68 εκατ. από ζημιές € 2,76 εκατ. την αντίστοιχη περίοδο του 2008, παρουσιάζοντας βελτίωση κατά 39,1%.

Σχολιάζοντας τις οικονομικές καταστάσεις του πρώτου εξαμήνου του 2009, ο Διευθύνων Σύμβουλος της Vivartia, κ. Σπ. Θεοδωρόπουλος τόνισε ότι η Vivartia κατόρθωσε να βελτιώσει τα αποτελέσματά της σε ένα δύσκολο και αβέβαιο περιβάλλον. Ο Όμιλος συνέχισε στο πρώτο εξάμηνο την προσπάθεια για επίτευξη συνεργειών, αύξηση της παραγωγικότητας και βελτίωση του κόστους, όπως και τη συνεχή ικανοποίηση των αναγκών των καταναλωτών μέσω της ανάπτυξης νέων καινοτόμων προϊόντων.

ΕΝ ΣΥΝΤΟΜΙΑ

* **ΤΟ** Σάββατο 26.09.09, η Ένωση Οινοπαραγωγών της Βορείου Ελλάδος (ΕΝΟΑΒΕ) προσκαλεί τους φίλους του κρασιού στην Πλ. Αριστοτέλους, στη Θεσσαλονίκη, για την καθιερωμένη εορταστική επίσημη εκδήλωσή της «Τα ΒορΟινά». Πρόκειται για την εκδήλωση θεσμό προς το οινόφιλο κοινό της Θεσσαλονίκης, αλλά και όλης της Β. Ελλάδας, που φέτος για πρώτη φορά πραγματοποιείται την εποχή του τρύγου. Οι επισκέπτες της εκδήλωσης θα έχουν την ευκαιρία να συναντήσουν τους 38 οινοπαραγωγούς που δημιούργησαν και στηρίζουν αυτόν τον φορέα και να γνωρίσουν τις ποικιλίες του ονομαστού βορειοελλαδικού αμπελώνα, δοκιμάζοντας κρασιά που φέρουν την ένδειξη «Τοπικός Οίνος» ή «οίνος Ονομασίας Προέλευσης Ανωτέρας Ποιότητας». Για πληροφορίες: www.wineroads.gr

* **ΞΕΚΙΝΩΝΤΑΣ** τη φετινή σεζόν, το Wine Club THESSALONIKI '96, στην πρώτη του συνάντηση θα διερευνήσει τους παράγοντες που καθορίζουν την ένδειξη «κρασί από σταφύλια βιολογικής γεωργίας». Θα παρακολουθήσει τις τάσεις στην παραγωγή και την κατανάλωσή τους, παγκοσμίως και θα δοκιμάσει ελληνικά. Την Τετάρτη 30 Σεπτεμβρίου 2009, στις 20.00, στην Οινοθήκη του YaMas στην παραλία της Θεσσαλονίκης, με οδηγό την χημικό-οινολόγο Μαρία Νέτσικα. Για πληροφορίες: www.wineplus.gr

Εξαγωγές

Δυναμική η ελληνική παρουσία φρουτολαχανικών στη Γερμανία

> Σύμφωνα με στοιχεία του υπουργείου Εξωτερικών, που έχει αποστείλει το ελληνικό γραφείο Οικονομικών και Εμπορικών Υποθέσεων (ΟΕΥ) στο Μόναχο, μπορεί να χαρακτηριστεί αισιόδοξη η πορεία των ελληνικών εξαγωγών στη γερμανική αγορά το 2008.

Η Ελλάδα κατέλαβε το 2008 σημαντική θέση στη γερμανική αγορά φρούτων και λαχανικών, παρά τον έντονο ανταγωνισμό από άλλες χώρες, εντός και εκτός Ευρωπαϊκής Ένωσης.

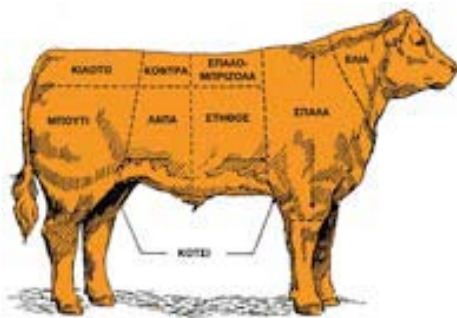
Το σημαντικότερο προϊόν της κατηγορίας φρούτων και λαχανικών που εξήγαγε η Ελλάδα προς τη Γερμανία το 2008 ήταν τα σταφύλια, με 34.274 τόνους, αξίας 51.650 χιλ. ευρώ. Ο κυριότερος ανταγωνιστής της Ελλάδος στη γερμανική αγορά όσον αφορά στα σταφύλια είναι η Ιταλία, για

την οποία τα αντίστοιχα μεγέθη διαμορφώθηκαν στους 129.650 τόνους και τα 163.219 ευρώ.

Επίσης σημαντικό μερίδιο της αγοράς κατέχει η Νότιος Αφρική, αλλά δεν υπάρχει ουσιαστικός ανταγωνισμός με τη χώρα μας, καθώς η αρχή της σεζόν για τα σταφύλια από τη Νότιο Αφρική διαδέχεται το τέλος της σεζόν για τα ελληνικά σταφύλια. Τη δεύτερη θέση στις εξαγωγές κατέχουν τα σπαράγγια, όπου η Ελλάδα κατέλαβε την πρώτη θέση μεταξύ των προμηθευτριών χωρών της Γερμανίας. Η Ελλάδα εξήγαγε στη Γερμανία 14.118,2 τόνους σπαράγγια, αξίας 38.083 χιλ. ευρώ. Ακολουθούν η Ισπανία και η Ιταλία με εμφανώς μικρότερες ποσότητες. Ο πραγματικός ανταγωνιστής της χώρας μας όσον αφορά στα σπαράγγια στη γερμανική

αγορά είναι η ίδια η εγχώρια παραγωγή, στην οποία δείχνουν σαφή προτίμηση οι καταναλωτές, χωρίς η υψηλότερη τιμή τους να δρα αποτρεπτικά. Ακολουθούν τα βερίκοκα, όπου οι εξαγωγές της Ελλάδας κινήθηκαν στους 9.881,8 τόνους, αξίας 21.538 χιλ. ευρώ και η χώρα μας κατέλαβε τη δεύτερη θέση μετά από τη Γαλλία, η οποία αναδεικνύεται επί σειρά ετών ηγέτης της ευρωπαϊκής αγοράς για το συγκεκριμένο προϊόν.

Άλλα σημαντικά ελληνικά προϊόντα προς τη γερμανική αγορά είναι τα πορτοκάλια (τέταρτη θέση), τα αγγούρια (δευτέρα θέση), τα νεκταρίνια (τέταρτη θέση), τα καρπούζια, οι πιπεριές (τέταρτη θέση), τα ακτινίδια (τρίτη θέση), οι κλημενίνες (τρίτη θέση), οι τομάτες (έβδομη θέση) και τα κεράσια (τρίτη θέση).

ΤΡΟΦΙΜΑ
ΚΑΙ ΠΟΤΑ

Στο Τ&Π Οκτωβρίου

Εστίαση

Κρέας, αλλαντικά, πουλερικά

Επίσης θα παρουσιάσει:

Συστατικά: Αφυδατωμένα φρούτα & λαχανικά**Εργοστάσιο:** Ετικετέζες**Λιανεμπόριο:** Σούπερ Μάρκετ
Επιχειρηματικές ΛύσειςΚλείσιμο διαφημιστικού χώρου & παράδοση υλικού
10 Σεπτεμβρίου 2009ΤΡΙΑΙΝΑ
ΕΚΔΟΤΙΚΗ

Επικοινωνήστε με το τμήμα πωλήσεων στο 210 9240748

ΕΝ ΣΥΝΤΟΜΙΑ

* **ΜΕΓΑΛΗ** είναι η προσφορά των γυναικών στον τομέα του αμπελιού και του κρασιού. Ο αριθμός των γυναικών παραγωγών του κρασιού, των οινολόγων, των καβιστριών, των sommeliers και των οινοδημοσιογράφων συνεχώς αυξάνει. Η Νεμέα αισθάνεται την ανάγκη να τις ευχαριστήσει και να τις τιμήσει στα πρόσωπα: Της κυρίας Άννας Κοκκοτού, της πρώτης προέδρου του συνδέσμου των «ελληνίδων του κρασιού». Της γεωπόνου και εκπαιδευτικού Χαράς Τσουγκριάνη. Των γυναικών παραγωγών κρασιού της Νεμέας Γαστουनिώτη Σοφία, Ζαφείρη Κωνσταντίνα, Κουτσοδήμου Παρασκευή, Λαυκιώτη Ιωάννα, Λιάκου Εύη, Νικολάου Ζανίν και Ράπητ Ελένη. Των γυναικών αμπελουργών της Νεμέας Καραπαναγιώτη Σοφία, Μητράκου Γεωργία, Ρουμελιώτη Γεωργία, Σωτηροπούλου Ευδοκία και Χαλκιά Άννα.

Καινοτομία

Αγροτική παραγωγή εντός των τειχών

Όταν πριν από χρόνια ο Γιοχάνες Πολ και οι συνεργάτες του έσπαγαν τα κεφάλια τους για να δουν τι θα κάνουν με τα πτυχία που είχαν πάρει στο βιομηχανικό σχέδιο, μια από τις μπέρες τους έδωσε τη λύση. «Γιατί δεν φτιάχνετε καλύτερα κοτέτσια;».

«Τελειώσαμε τα καλύτερα κολλέγια για να σχεδιάζουμε κοτέτσια;» αναρωτήθηκε η ομάδα αλλά, φαίνεται ότι η ιδέα δεν ήταν και τόσο κακή. Το αντίθετο. Έτσι η παρέα δημιούργησε την εταιρεία Omlet και σχεδίασε το πρώτο της κοτέτσι που πήρε το όνομα Ιγκλού.

Το Ιγκλού όμως ήρθε την κατάλληλη στιγμή για να εξυπνήσει μια τάση που γίνεται μόδα στα αστικά κέντρα. Κάθε χρόνο εκατοντάδες κάτοικοι αστικών περιοχών χρησιμοποιούν τις ταράτσες τους ή τις αυλές τους για να φτιάξουν τη οικογενειακή τους φάρμα, καλλιεργώντας λαχανικά και εκτρέφοντας μικρά ζώα και πουλερικά. Από το 2004,

το Ιγκλού έχει πουλήσει πάνω από 24.000 κομμάτια σε τιμές που κυμαίνονται από 350 έως 1250 δολάρια. Τελικά η ιδέα της μαμάς αποδείχθηκε χρυσόρυχειο.

Ο προβληματισμός για την ασφάλεια και την ποιότητα των τροφίμων, οδηγεί κάθε χρόνο όλο και περισσότερους πολίτες στο να καλλιεργούν προϊόντα στο σπίτι τους. Δεν γίνονται φυσικά αυτάρκειες, αλλά καλύπτουν ένα μέρος των αναγκών τους με πολύ χαμηλό κόστος και επιπλέον έχουν την ευχαρίστηση ότι το προϊόν είναι δικό τους.

Στη Βρετανία μερικές εταιρείες πώλησης σπόρων, έχουν αρχίσει να πωλούν περισσότερους σπόρους για λαχανικά απ' ότι για λουλουδία. Το γεγονός αυτό αποδίδεται εν μέρει και στην οικονομική κρίση, αν αναλογιστεί κανείς ότι το κόστος της μετατροπής ενός κήπου σε περιβόλι δεν ξεπερνά τα τρία ευρώ.

Η τελευταία επινοήση της εταιρείας του κυρίου Πολ είναι



Ο κ. Γιοχάνες Πολ, ιδρυτής της Omlet, της εταιρείας που σχεδίασε το οικιακό μελίσι, επιθεωρεί το έργο του σε μια στέγη σπιτιού στο Κινγκ Κρος του Λονδίνου

το «οικιακό μελίσι», το οποίο πήρε και τα εύσημα από την κρατική υπηρεσία προστασίας του περιβάλλοντος «Φυσική Αγγλία». Κάποιοι θεωρούν ότι η τάση της οικιακής καλλιέργειας θα υποχωρήσει καθώς η οικονομία θα ανακάμψει. Ο κ. Πολ ωστόσο έχει αντίθετη γνώμη θεωρώντας ότι για τους πολίτες που θα δοκιμάσουν τα δικά τους προϊόντα, τα περιβόλια τους θα γίνουν το χόμπι για την υπόλοιπη ζωή τους

ΕΜΠΟΡΕΥΜΑΤΑ

ΠΕΤΡΕΛΑΙΟ BRENT

68,05 \$/βαρέλι

ΣΙΤΑΡΙ

97,25 €/τόνο (Νοέμβ. '09)

ΚΑΛΑΜΠΟΚΙ

313,25 \$/bu (Σεπτέμβριος '09)

ΖΑΧΑΡΗ

568,60 \$/τόνο (Οκτώβριος '09)

ΒΟΟΕΙΔΗ

0,86775 \$/lb (Αύγουστος '09)

ΕΚΠΟΜΠΕΣ CO²

0,1499 €/τόνο (Σεπτ. '09)

Κλείσιμο 2/09/09

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