

Απώλειες εσόδων

Πυκνώνουν τα σύννεφα στην αμερικανική ζυθοποιία

➤ Δύο χρόνια μετά τη δημιουργία της μεγαλύτερης ζυθοποιίας στον κόσμο – από τη συγχώνευση της αμερικανικής Anheuser – Busch με τη βελγική InBev- η αμερικανική αγορά μπύρας σημειώνει ιστορική πτώση πωλήσεων. Για πρώτη φορά από το 2003, η βιομηχανία καταγράφει απώλειες της τάξεως του 2,2% και οι αναλυτές προειδοποιούν για περαιτέρω βύθιση του κλάδου. Η αύξηση στην τιμή της μπύρας -5% από τον περασμένο χρόνο- σε συνδυασμό με τις ελλείψεις –σχεδόν ανύπαρκτες- διαφημίσεις και την αποδυναμωμένη αγορά εργασίας απειλούν την πιο εντυπωσιακή εξαγορά των τελευταίων ετών. Το 2008, η InBev, στα προϊόντα της οποίας περιλαμβάνονται η Stella Artois και η Beck απέκτησε την Anheuser – Busch, καταβάλλοντας το ποσό των 52 δισεκατομμυρίων

δολαρίων και οι ειδήμονες τονίζουν ότι η ακριβότερη συμφωνία που πραγματοποιήθηκε ποτέ στον κλάδο είναι καιρός να αποδώσει καρπούς. Οι λιανέμποροι καταγγέλλουν την

αύξηση στην τιμή της μπύρας και καλούν τις εταιρείες να εγκαινιάσουν μία νέα μορφή μάρκετινγκ για να προσελκύσουν τους καταναλωτές. «Οι εγχώριες μάρκες μπύρας πρέπει

να επανεφεύρουν τον εαυτό τους και να αποκτήσουν εκ νέου την ισχύ και την αίγλη τους» τονίζει ο Ρον Βον, συνιδιοκτήτης του κολοσσού Argonaut Wine & Liquor.



Μελαμίνη

Νέο διατροφικό σκάνδαλο στην Κίνα

➤ Ο εφιάλτης της μελαμίνης επιστρέφει στην Κίνα, δύο χρόνια μετά το διατροφικό σκάνδαλο με το μολυσμένο γάλα που είχε προκαλέσει το θάνατο έξι παιδιών και σοβαρές διαταραχές σε δεκάδες χιλιάδες άλλα παιδιά σε ολόκληρη τη χώρα. Είναι η τρίτη φορά σε διάστημα ενός μήνα που οι αρχές ανακαλύπτουν γαλακτοκομικά προϊόντα, τα οποία περιείχαν την επικίνδυνη ουσία. Στις αρχές Ιανουαρίου ανακοινώθηκε το κλείσιμο μιας γαλακτοβιομηχανίας και η σύλληψη τριών στελεχών της, καθώς διαπιστώθηκε ότι συνέχιζε να παράγει γάλα με προσθήκη μελαμίνης. Αυτή τη φορά οι μολυσμένες παρτίδες εντοπίστηκαν σε τουλάχιστον δέκα καταστήματα στη νοτιοδυτική επαρχία Γκουιζού και οι υγειονομικές υπηρεσίες έσπευσαν

να τις αποσύρουν, διατάσσοντας παράλληλα τη διακοπή της παραγωγής. Το νέο σκάνδαλο εγείρει και πάλι ερωτήματα για την ασφάλεια των τροφίμων στην Κίνα. Η μελαμίνη η οποία χρησιμοποιείται στην παραγωγή πλαστικών και λιπάσματος μπορεί



να προκαλέσει πέτρα στα νεφρά, ακόμη και νεφρική ανεπάρκεια. Έχει μεγάλη περιεκτικότητα азώτου, γεγονός που επιτρέπει να εμφανίζονται υψηλότερα τα επίπεδα πρωτεΐνης όταν η τοξική αυτή ουσία προστίθεται στο γάλα ή σε ζωοτροφές. Το 2008 το σκάνδαλο της μελαμίνης –με πρωταγωνίστρια τη Sanlu, τη μεγαλύτερη εταιρεία γαλακτοκομικών της χώρας η οποία στη συνέχεια κήρυξε πτώχευση- είχε έρθει στο φως λίγο μετά τους Ολυμπιακούς Αγώνες του Πεκίνου, προκαλώντας ανησυχία σε ολόκληρο τον κόσμο. Η μαύρη λίστα περιελάμβανε συνολικά 22 εταιρείες που πωλούσαν γαλακτοκομικά μολυσμένα με μελαμίνη και το Νοέμβριο το Πεκίνο εκτέλεσε δύο ανθρώπους, οι οποίοι κρίθηκαν ένοχοι για τον ρόλο τους στο διατροφικό σκάνδαλο.

Ιταλία

Παράνομες επιδοτήσεις στους αλιείς

➤ Παράνομες και ασυμβίβαστες με το κοινοτικό καθεστώς περί ανταγωνισμού έκρινε η Ε.Ε της κρατικές ενισχύσεις που χορήγησε η Ιταλία σε συνεταιρισμούς αλιέων. Η ΕΕ καλεί την Ιταλία να ανακτήσει έντοκα εντός τεσσάρων μηνών όλες οι κρατικές ενισχύσεις που χορηγήθηκαν στους αλιευτικούς συνεταιρισμούς από το Νοέμβριο του 2005 και μετά. Το Μάιο του 2001 η Ιταλία συνέστησε Κεντρικό Ταμείο Αλιευτικής Πίστης, το οποίο χρηματοδοτούσε με ευνοϊκούς τις συνεταιριστικές οργανώσεις που δραστηριοποιούνταν στο τομέα της αλιείας. Η ΕΕ έκρινε ότι οι ενισχύσεις αυτές ήταν συγκεκαλυμμένες κρατικές ενισχύσεις που καταστρατηγούσαν τους κανόνες περί ανταγωνισμού.

Μπύρα

Η Γαλλία στον αστερισμό των βρετανικών παμπ

➤ Το ξύλο στο εσωτερικό του κουβαλάει τα σημάδια του χρόνου, διαθέτει μηχανήματα αυτόματης πώλησης μπύρας και σε ένα περίοπτο σημείο στη γωνία του καταστήματος, διακρίνεται ο περίφημος στόχος για βελάκια. Με μία πρώτη ματιά, το «Sherlock Holmes» είναι αναμφίβολα μία κλασική βρετανική παμπ. Μια πιο προσεκτική παρατήρηση όμως δείχνει ότι τα φαινόμενα μάλλον

απατούν. Οι περισσότεροι θαμώνες μιλούν γαλλικά και το «στέκι» που βρίσκεται στο...Μπορντό είναι ένα από τα πέντε παραρτήματα που έχει ανοίξει την τελευταία διετία στη Γαλλία η βρετανική εταιρεία Charles Wells. Ζυθοποιία μέχρι πρόσφατα, αποφάσισε να ασχοληθεί πιο σοβαρά με τις παμπ και μάλιστα να επενδύσει στη Γαλλία. Η «δίψα» των νεαρών Γάλλων για τη βρετανική βαρελίσια μπύρα, αλλά και οι σχετικά

χαμηλότερες τιμές στα ακίνητα στην άλλη πλευρά της Μάγχης δικαιώνουν την επιλογή της. Την περίοδο 2008-2009 οι παμπ απέφεραν κέρδη, ύψους 3 εκατομμυρίων ευρώ, ενώ μέχρι το 2013 φιλοδοξεί να εγκαινιάσει 13 νέα καταστήματα. Υπεύθυνος για την επέκταση του ομίλου στη Γαλλία είναι ο Ζακ Σαντ, ένας Γάλλος που έζησε 30 χρόνια στο Λονδίνο και γνωρίζει καλά και τους δύο λαούς. «Είναι απαραίτητο τα

πάντα να είναι αυθεντικά» σημειώνει. Η ατμόσφαιρα, οι δρύινοι πάγκοι, οι χαραγμένοι καθρέφτες, τα πάντα πρέπει να...μυρίζουν βρετανική παμπ, λέει. Και φυσικά η μπύρα πρέπει να ρέει άφθονη, καθώς ο ενθουσιασμός των Γάλλων με το ποτό των γεπόνων είναι τέτοιος που σταδιακά γυρίζουν την πλάτη στο εθνικό τους ποτό, το κρασί. Τα δύο τρίτα του εβδομαδιαίου τζύρου –σημειωτέον–προέρχονται από τις πωλήσεις μπύρας.

ΗΠΑ

Μάχη για τα επεξεργασμένα προϊόντα χοιρινού κρέατος

➤ Πόλεμο έχει προκαλέσει στις ΗΠΑ το «πράσινο φως» του αμερικανικού Υπουργείου Γεωργίας (USDA) στην εισαγωγή επεξεργασμένων προϊόντων χοιρινού κρέατος από τη Βραζιλία και άλλες χώρες της Λατινικής Αμερικής. Η «χαλάρωση» της σχετικής νομοθεσίας έγινε μετά από αίτημα του κολοσού Rudolf Foods Co με έδρα το Οχάιο και έχει εξοργίσει τους ανταγωνιστές του κλάδου που εκφράζουν φόβους για την ασφάλεια των προϊόντων. «Ανοίγουμε το δρόμο στην εισαγωγή ασθενειών σε αμερικανικό έδαφος» λένε, προειδοποιώντας ότι τα προϊόντα προέρχονται από χώρες όπου ξεσπούν συχνά επιζωτιές (επιδημικές ασθένειες που προσβάλλουν τα ζώα) Τα κομματάκια χοιρινού –τηγανισμένα σε λίπος χοιρινού και αλατισμένα– αποτελούν δημοφιλέσες σνακ στο νότο της αμερικανικής ηπείρου και κατά κύριο λόγο στα σύνορα ΗΠΑ-Μεξικικού, όπου αποκαλούνται...chicharrones.



Αντιδρούν οι αμερικανικές εταιρίες στη χαλάρωση της νομοθεσίας για τις εισαγωγές χοιρινού κρέατος

Η δημοτικότητα τους ενισχύθηκε από το 2000 μαζί με την περίφημη δίαιτα Άτικινς που συνιστούσε μειωμένη κατανάλωση υδατανθράκων. Το περιοδικό Men's Health μάλιστα τα έχει αποκαλέσει «το μοναδικό junk food που κάνει καλό στην υγεία, ενώ φανατικός οπαδός της λιχουδιάς φέρεται να είναι και ο Αμερικανός πρώην πρόεδρος Τζορτζ Μπους. Όταν πέρασε η «τρέλα» της Άτικινς, έπεσαν και οι πωλήσεις του προϊόντος, το οποίο έκτοτε

ωστόσο έχει ανακάμψει εκ νέου στην αμερικανική αγορά. Πέρυσι –σε πείσμα της κρίσης οι πωλήσεις της βιομηχανίας χοιρινού σημείωσαν αύξηση έως και 5%. Απαντώντας στους επικριτές, οι υπεύθυνοι του USDA υπερασπίζονται την απόφασή τους να «ανοίξουν» τα σύνορα στην εισαγωγή επεξεργασμένων προϊόντων χοιρινού. Οι έλεγχοι θα είναι αυστηροί τονίζουν και κάθε προϊόν που θα φθάσει σε αμερικανικό έδαφος θα συνοδεύεται από τα σχετικά πιστοποιητικά γνησιότητας και ασφάλειας. Τα προϊόντα χοιρινού πρέπει να μαγειρεύονται σε ιδιαίτερα υψηλές θερμοκρασίες για να εξουδετερώνονται τα βακτήρια και οι παθογόνοι οργανισμοί. Το 2001 η επιδημία του αφθώδους πυρετού που ξέσπασε στη Βρετανία –και προήλθε κατά πάσα πιθανότητα από μολυσμένο εισαγόμενο κρέας– είχε σαν αποτέλεσμα τη θανάτωση εκατομμυρίων ζώων ενώ προκάλεσε

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



ΤΡΙΑΙΝΑ
ΕΚΔΟΤΙΚΗ
ΙΔΙΟΚΤΗΤΗΣ
ΤΡΙΑΙΝΑ ΕΚΔΟΤΙΚΗ
N. ΚΟΡΟΒΗΛΑΣ & ΣΙΑ ΟΕ

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
Σύμβουλος Έκδοσης
Κυριάκος Ν. Κορόβηλας
Αρχισυντάκτης
Κώστας Πλιάκος
Τμήμα Σύνταξης
editor@triaina.com

Art Director

Δημήτρης Κουμπατσης
atelie@triaina.com
Τμήμα Επικοινωνίας
marketing@triaina.com
Υπεύθυνη Διαφήμισης
Κατερίνα Γκίτσι
k.gitsi@triaina.com

Υπεύθυνη Κυκλοφορίας

Βόλτα Φωτίου
v.fotiou@triaina.com
Υπεύθυνη Λογιστηρίου
Νίκη Γαβαλά

© Copyright 2010
Τρίαίνα Εκδοτική

Βρετανία**Παραπλανητικές οι ετικέτες προέλευσης στα συσκευασμένα τρόφιμα**

➤ Η σήμανση στα περισσότερα συσκευασμένα πρόχειρα φαγητά που φθάνουν στα ράφια των βρετανικών σούπερ-μάρκετ είναι παραπλανητική, προειδοποιεί το καταναλωτικό κοινό, η βρετανική Επιτροπή Ελέγχου Τροφίμων (Food Standards Agency). Σύμφωνα με νέα έρευνα της FSA, το 60% των σνακ, όπως είναι μεταξύ άλλων τα σάντουιτς και οι έτοιμες πίτες, παραβιάζουν τις σχετικές οδηγίες και δεν αναγράφουν στη συσκευασία τη χώρα παραγωγής των συστατικών τους. Οι ετικέτες που αναγράφουν τη χώρα παραγωγής, είναι ήδη υποχρεωτικές για ορισμένα τρόφιμα που πωλούνται στους κόλπους της Ε.Ε, όπως είναι το μη επεξεργασμένο βοδινό κρέας, τα πουλερικά, τα φρούτα και τα λαχανικά, τα αυγά, το μέλι, το κρασί και το ελαιόλαδο που

εισάγονται από χώρες εκτός Ε.Ε. Η νέα μελέτη κατέληξε στο συμπέρασμα ότι μόνο το 40% των προϊόντων που πωλούνται στα σούπερ-μάρκετ και τις αλυσίδες έτοιμου φαγητού της Γηραιάς Αλβιόνας αναγράφει τη χώρα προέλευσης. Ένα σάντουιτς λόγου χάρη, το οποίο περιέχει κοτόπουλο...Ταϊλάνδης, βαφτίζεται αυτόματα «βρετανικής παραγωγής», απλά και μόνο επειδή τοποθετήθηκε σε ψωμί στη Βρετανία. Ανάλογες πρακτικές καταγγέλλουν οργανώσεις για την προστασία των καταναλωτών ε στόχο εταιρίες που παραπλανούν τους καταναλωτές για την ποιότητα, αλλά και τη φρεσκάδα ενός προϊόντος. Τα καταστήματα λιανικής πώλησης ισχυρίζονται ότι σπηρίζουν τα βρετανικά αγροκτήματα, την ώρα που εισάγουν φθηνότερο κρέας από

χώρες, με ελλείψεις προδιαγραφές ασφαλείας και υγιεινής τροφίμων. Το δικό τους μερίδιο ευθύνης φέρουν βέβαια και οι καταναλωτές, καθώς όπως έδειξε η μελέτη δεν ενδιαφέρονται ιδιαίτερα για την «ετικέτα προέλευσης». Μόλις το 12% των Βρετανών κοιτάζει το συγκεκριμένο ταμπελάκι αυθόρμητα, ενώ η συντριπτική πλειοψηφία εξετάζει σχεδόν αποκλειστικά, την ημερομηνία λήξης (55%) και την τιμή (54%). Οι βρετανικές ελεγκτικές αρχές έχουν τον τρόπο να πείσουν τις εταιρείες να συμμορφωθούν, όμως «την πραγματική εξουσία κατέχουν οι ίδιοι οι καταναλωτές που οφείλουν να μποϊκοτάρουν τα προϊόντα τα οποία δεν πληρούν τις προδιαγραφές» δηλώνει ο Τέρενς Κόλις, υπεύθυνος δημοσίων σχέσεων της επιτροπής F.S.A.

epikouria™
Fine Food and Drinks of Greece**Epikouria
Spring / Summer 2010**

Συμμετοχή και ειδική διανομή
Alimentaria 2010 Show στη Βαρκελώνη
Fancy Food Show 2010 στη Νέα Υόρκη

Η 10η έκδοση **Epikouria** κυκλοφορεί με κύριο θέμα:
ΤΡΟΦΙΜΑ ΚΑΙ ΠΟΤΑ ΑΠΟ ΤΑ ΙΟΝΙΑ ΝΗΣΙΑ

Επίσης θα παρουσιάσει: **Παλαιωμένα τυριά | Spreads & dips | Μπαχαρικά για υγεία και γεύση**

Τμήμα πωλήσεων: sales@triaina.com
Κλείσιμο διαφημιστικού χώρου & παράδοση υλικού: 12 Φεβρουαρίου 2010

www.epikouria.com



ΤΡΙΑΙΝΑ
ΕΚΑΣΤΙΚΗ

ΕΝ ΣΥΝΤΟΜΙΑ

* Στο γραφικό χωρίο Άνω Χώρα της Ορεινής Ναυπακτίας πραγματοποιείται για δεύτερη συνεχή χρονιά, το Σάββατο 6 Φεβρουαρίου, η γιορτή της Τσιγαρίθρας. Πρόκειται για μια ξεχωριστή γιορτή, όπου όλο το χωριό μεταμορφώνεται σε ένα μεγάλο υπαίθριο "μπάρμπεκιου" με πεντανόστιμες τσιγαρίθρες, παραδοσιακά μπομπότα, τραχανά και καλό κρασί. Ένα έθιμο που αναβιώνει ο Δήμος Αποδοτίας με τη συμμετοχή του Crystal Mountain Hotel και των κατοίκων της περιοχής.

* Θέματα που αφορούν στη δημιουργία και στη διαχείριση επιτυχημένων και δυναμικών προϊόντων και brands θα αναπτυχθούν στο γνωστό συνέδριο IMIC που θα πραγματοποιηθεί για έκτη φορά, στις 10-11 Φεβρουαρίου 2010, στο Διεθνές Συνεδριακό Κέντρο Αθηνών. Στόχος του φετινού συνεδρίου είναι να δοθεί έμφαση στη δυνατότητα ανάπτυξης καινοτόμων προϊόντων στην κάθε περιοχή, πάντοτε σε συνάρτηση με τις υποδομές και τα ιδιαίτερα χαρακτηριστικά που υπάρχουν και μέσω των οποίων θα διαμορφωθεί ή ενισχυθεί ένα αυτόνομο brand. Αναλυτικές πληροφορίες για το IMIC 2010, οι ενδιαφερόμενοι θα βρουν στη σελίδα <http://imic2010.conferences.gr>.

* Προφορές για τους λάτρεις του καφέ έχουν ξεκινήσει τα Starbucks. Κάθε Δευτέρα μέχρι τις 3 Μαρτίου, οι πελάτες των Starbucks μπορούν να προσθέσουν σιρόπι βανίλια, φουντούκι ή καραμέλα, να ενισχύσουν τη γεύση του καφέ τους με μια extra δόση espresso ή φρέσκια σαντιγί, χωρίς extra κόστος. Παράλληλα, προσφέρουν τον Carruccino με 2,90 ευρώ.

* Παρά το γεγονός ότι η Κίνα εισήγαγε πέρυσι μικρότερη ποσότητα χοιρινού κρέατος η ΕΕ αύξησε το μερίδιο που κατέχει στη συγκεκριμένη αγορά από 18% σε 60%. Αντίθετη πορεία καταγράφουν οι εξαγωγές προς τη Βόρεια Αμερική. Η Κίνα μείωσε πέρυσι τις εισαγωγές χοιρινού κατά 190.000 τόνους με το μερίδιο των αμερικανικών εταιριών να υποχωρεί κατά 30%

Εξαγωγές

Οι οινοπαραγωγοί της Νότιας Αφρικής περιμένουν το Μουντιάλ

> Φέτος μαζί με τα στάδια και τα ξενοδοχεία της που θα φιλοξενήσουν ανθρώπους από ολόκληρη τη Γη εν όψει του Παγκοσμίου Πρωταθλήματος Ποδοσφαίρου, η Νότιος Αφρική θα «ανοίξει» τα κελάρια και τους περίφημους αμπελώνες της. Οι οινοπαραγωγοί της χώρας αναμένουν αύξηση στις πωλήσεις των κρασιών τους στην Ευρώπη έως και 10%, καθώς τα σούπερ-μάρκετ στη γηραιά ήπειρο ετοιμάζουν τα ράφια τους για τις γλυκές ποικιλίες της Νότιας Αφρικής. Στους οινοπαραγωγικούς φορείς σε ολόκληρο τον κόσμο υπάρχει διάχυτη η αίσθηση ότι το 2010 είναι η χρονιά των αμπελώνων που εκτείνονται γύρω από πόλεις όπως το Στέλενμπος, το Ερμάνους και το Φράνσεκ. Το 1995, όταν η χώρα φιλοξένησε ανάλογη αθλητική διοργάνωση –το

Παγκόσμιο Πρωτάθλημα Ράγκμπι-οι αμπελώνες της Νότιας Αφρικής δεν είχαν αποκτήσει ακόμη τη σημερινή τους φήμη. Πέντε μόλις χρόνια μετά την απελευθέρωση του Νέλσον Μαντέλα από τη φυλακή και ενώ η κυβέρνηση του Ντε Κλερκ είχε μόλις άρχει να αποδομεί το σύστημα του απαρτχάιντ, ο κόσμος άνοιξε τότε τις πύλες του σε μία βιομηχανία κρασιού που αναζητούσε την ταυτότητά της. Ακριβώς αυτή η αναζήτηση ταυτότητας όμως, οδήγησε πολλούς γευσιγνώστες να αποδώσουν μοναδικές ιδιότητες στους αμπελώνες της Νότιας Αφρικής. Τα κρασιά της γεφυρώνουν σήμερα το χάσμα ανάμεσα στον Παλαιό και το Νέο Οινικό Κόσμο. Οι ιδανικές γεωλογικές και κλιματικές συνθήκες, το τέλος της ταραγμένης περιόδου και οι

καλύτερες τιμές των προϊόντων της (ένα Pinot Noir με την ετικέτα Hamilton Russell λόγου χάρη πωλείται σχεδόν 50% φθηνότερα από μία ανάλογη ποικιλία της Βουργουνδίας) έχουν βάλει για τα καλά τη χώρα στον παγκόσμιο οινικό χάρτη.

ΤΡΟΦΙΜΑ
ΚΑΙ ΠΟΤΑ

Μάρτιος 2010

Εστίαση 1: Ζυμαρικά

Εστίαση 2: Οσπρια

Συστατικά: Γλυκαντικά και αρώματα

Εργοστάσιο: Ανυψωτικά μηχανήματα

Συστήματα επιχείρησης :

Σχεδιασμός εργοστασίου

Λιανεμπόριο: Επέκταση στο εξωτερικό

Διαφημιστείτε τώρα σε ένα δυναμικό τεύχος, το οποίο θα διαβαστεί από τους χιλιάδες πιστοποιημένους συνδρομητές του περιοδικού

Κλείσιμο διαφήμισης & παράδοση υλικού:

5 Φεβρουαρίου 2010

ΤΡΙΑΙΑ
ΕΚΔΟΤΙΚΗ

Επικοινωνήστε με το τμήμα πωλήσεων στο 210 9240748

ΗΠΑ

Ένας στους πέντε Αμερικανούς δυσκολεύεται να αγοράσει τρόφιμα

➤ Στην προσπάθειά του να νοικοκυρέψει την αμερικανική οικονομία των ΗΠΑ ο ο πρόεδρος Μπαράκ Ομπάμα ανακοίνωσε αυτή την εβδομάδα το πάγωμα μιας σειράς δαπανών για μια τριετία. Την ίδια στιγμή όμως τα στοιχεία μιας νέας έρευνας αποδεικνύουν ότι η κατάσταση στην πραγματική οικονομία των ΗΠΑ χρίζει πολύ μεγαλύτερης προσοχής. Μελέτη

του Ινστιτούτου Gallur αποκαλύπτει ότι ένας στους πέντε Αμερικανούς δεν έχει χρήματα για να αγοράσει τρόφιμα. Αντίστοιχη έρευνα του υπουργείου γεωργίας το 2008, δείχνει ότι το ποσοστό των Αμερικανών που αντιμετωπίζει πρόβλημα εφοδιασμού τροφίμων ανέρχεται σε 14,6%. Η έρευνα του Gallur όμως έγινε σε δείγμα 500.000 Αμερικανών πολιτών, πολύ

μεγαλύτερο από αυτά των κρατικών υπηρεσιών δίνοντας έτσι μια πολύ πιο αντιπροσωπευτική εικόνα. Το τέταρτο τρίμηνο του 2009, το 18,5% των Αμερικανών αντιμετώπισε οικονομικό πρόβλημα στο να αγοράσει τρόφιμα με το ποσοστό για οικογένειες με παιδιά να είναι κατά πολύ υψηλότερο, φτάνοντας στο 24,1%. Η πολιτεία με το μεγαλύτερο ποσοστό φτώχειας

είναι το Μισισίππη με 26,2%. Έντονο είναι το πρόβλημα και στις αμερικανικές μεγαλουπόλεις. Σε 82 από τις 100 μεγαλουπόλεις όπου διεξήχθη η έρευνα, τουλάχιστον το 15% του πληθυσμού δυσκολεύεται να αγοράσει τρόφιμα. Το Μπρονξ της Νέας Υόρκης έχει το μεγαλύτερο ποσοστό κατοίκων που δυσκολεύεται να αγοράσει τρόφιμα (35%).

ΕΦΕΤ

Ανάκληση τροφίμων με καζεΐνη

➤ Ο Ε.Φ.Ε.Τ., στο πλαίσιο των τακτικών ελέγχων που διενεργεί διαπίστωσε σε τέσσερα είδη τροφίμων την ύπαρξη αλλεργιογόνου ουσίας και συγκεκριμένα πρωτεΐνης γάλακτος (καζεΐνης), η οποία όμως δεν αναγραφόταν στη συσκευασία, ως όφειλε. Συγκεκριμένα, πρόκειται για τα κάτωθι προϊόντα :

α) Μαύρη σοκολάτα, με την εμπορική ονομασία «Σοκολάτα FRESH – Μαύρη σοκολάτα», που παράγεται από την «FRESH ΖΑΧΑΡΟΠΛΑΣΤΕΙΑ Α.Β.Ε.Ε.».
β) Σοκολάτα με γλυκαντικά, με την εμπορική ονομασία «Pure chocolate DELHAIZE» Βελγίου, που διακινείται στην Ελλάδα από την «ΑΛΦΑ ΒΗΤΑ ΒΑΣΙΛΟΠΟΥΛΟΣ Α.Ε.».

γ) Μαύρη σοκολάτα, με την εμπορική ονομασία «RIQUET ΜΑΥΡΗ», που διακινείται στην Ελλάδα από την «ALDI ΕΛΛΑΣ SUPER MARKET ΣΥΜΜΕΤΟΧΙΚΗ ΕΠΕ & ΣΙΑ Ε.Ε.».
δ) Σοκολάτα υγείας, με την εμπορική ονομασία «ΧΕΙΡΟΠΟΙΗΤΗ Σοκολάτα ΥΓΕΙΑΣ Χ. ΚΟΣΜΙΔΗ – Ν. ΓΑΒΡΙΛΗ ΧΑΛΒΑΣ ΔΡΑΠΕΤΣΩΝΑΣ». Το

προϊόν διακινείται από την «Χ. ΚΟΣΜΙΔΗ – Ν. ΓΑΒΡΙΛΗ ΧΑΛΒΑΣ ΔΡΑΠΕΤΣΩΝΑΣ», σε συσκευασίες των 90 g , με ανάκληση κατά προτίμηση έως 11 – 04 – 10. Ο Ε.Φ.Ε.Τ. απαίτησε την άμεση ανάκληση / απόσυρση του συνόλου των συγκεκριμένων παρτίδων από τις επιχειρήσεις και ήδη βρίσκονται σε εξέλιξη οι σχετικοί έλεγχοι.

ΕΜΠΟΡΕΥΜΑΤΑ

ΠΕΤΡΕΛΑΙΟ BRENT
73,36\$/βαρέλι

ΣΙΤΑΡΙ
4.93/bu (Δεκέμβριος '09)

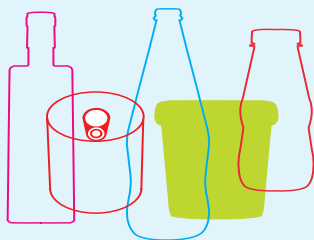
ΚΑΛΑΜΠΟΚΙ
3,61/bu (Δεκέμβριος '09)

ΖΑΧΑΡΗ
29,27/lb (Οκτώβριος '09)

ΒΟΟΕΙΔΗ
89,475/lb (Οκτώβριος '09)

ΕΚΠΟΜΠΕΣ CO²
0,1492 €/τόνο (Ιαν. '10)

Κλείσιμο 27/01/10
Euronext-Liffe & CBOT



T&Π ΣΥΣΚΕΥΑΣΙΑ Κυκλοφορεί τον Μάρτιο Με ειδική διανομή στην Έκθεση Συσκευασίας

- Πράσινη συσκευασία
- Καινοτομίες
- Συσκευασία στο κρασί
- Νέες τάσεις στο design

Κλείσιμο διαφημιστικού χώρου
& παράδοση υλικού 19 Φεβρουαρίου



Επικοινωνήστε με το Τμήμα Πωλήσεων στο 210 – 9240748 / E-mail : sales@triaina.com