

## Ιαπωνία

### Βέτο στο ενδεχόμενο απαγόρευσης της εμπορίας τόνου από τον ΟΗΕ

➤ Την αντίθεσή της στην απαγόρευση της εμπορίας του γαλαζόπερου τόνου που κινδυνεύει με εξαφάνιση λόγω της υπεραλιείας, εκφράζει η Ιαπωνία. Ο διπλωματικός πυρετός φουντώνει εν όψει της επικείμενης Συνόδου των 175 υπουργών της CITES (Διεθνής Σύμβαση για το Εμπόριο των Απειλούμενων Ειδών του ΟΗΕ) που θα διεξαχθεί τον επόμενο μήνα στη Ντόχα και το Τόκυο είναι αποφασισμένο να προβάλλει σθεναρή αντίσταση. «Η Ιαπωνία δεν έχει άλλη επιλογή παρά να διατηρήσει τις αποστάσεις της» δηλώνει ο Ιάπωνας διαπραγματευτής Μασανόρι Μιγιακάρα, αφήνοντας να εννοηθεί ότι η χώρα θα αγνοήσει ενδεχόμενη απαγόρευση και θα διατηρήσει την αγορά της ανοικτή στην εισαγωγή τόνου. Η Ιαπωνία αρνείται τη δικαιοδοσία της CITES και διαμνύει προς πάσα κατεύθυνση ότι αρμόδια για να ρυθμίσει το θέμα είναι



Οι πληθυσμοί γαλαζόπερου τόνου έχουν μειωθεί κατά 84% στον Ατλαντικό και κατά 74% στη Μεσόγειο

αποκλειστικά και μόνο η Διεθνής Επιτροπή για τη Διατήρηση των Θυννοειδών του Ατλαντικού (ICCAT) που συνεδριάζει τον ερχόμενο Νοέμβριο. Η σύμβαση του ΟΗΕ για το εμπόριο των απειλούμενων ειδών δεν είναι καθόλου ευέλικτη, τονίζουν οι Ιάπωνες αξιωματούχοι.

Αναλυτές ωστόσο εκτιμούν ότι για την απειλή εξαφάνισης του τόνου, μεγάλο μερίδιο ευθύνης έχει η ίδια ICCAT που ιδρύθηκε το 1969 και για πολλά χρόνια η κύρια ενασχόλησή της ήταν η κατανομή των ποσοστών αλίευσης του είδους. Η Ιαπωνία καταναλώνει το ένα τέταρτο της

παγκόσμιας παραγωγής τόνου και σχεδόν το σύνολο της παραγωγής γαλαζόπερου τόνου, ο οποίος τρώγεται κυρίως ως σουσί. Παρά τα αντίπαλα στρατόπεδα και τις διαφορετικές στρατηγικές για την αντιμετώπιση του προβλήματος, όλες οι πλευρές συμφωνούν στο ότι, από τη δεκαετία του '60 μέχρι σήμερα, η παρουσία του τόνου έχει μειωθεί κατά 84% στον Ατλαντικό και κατά 74% στη Μεσόγειο. Και αυτό γιατί εδώ και χρόνια έχει εξεπολυθεί στα ύδατα του πλανήτη, ένα ανελέητο κυνηγητό και μεγάλες ποσότητες γόνου ψαριού αλιεύονται πριν ακόμα προλάβουν να αναπαραχθούν, ιδιαίτερα στην Ιαπωνία. Μία ενδεχόμενη απαγόρευση θα έχει σοβαρές κοινωνικο-οικονομικές επιπτώσεις και θα επηρεάσει την παγκόσμια αλιεία. Οι ιαπωνικές αρχές προτείνουν λοιπόν να συνεχιστεί η αλιεία σε συνδυασμό με μηχανισμούς που θα επιτρέψουν τη διαίωξη του είδους.

## Fast Food

### Πόλεμος για τα προϊόντα με την ετικέτα «χαλάλ» στη Γαλλία

➤ Έντονες αντιδράσεις στη Γαλλία προκαλεί η απόφαση της αλυσίδας φαστ-φουντ Quick να σερβίρει σε οκτώ από τα 362 καταστήματά της αποκλειστικά και μόνο κρέας χαλάλ. Ο όρος περιγράφει τα προϊόντα που έχουν παραχθεί και προετοιμαστεί με βάση τις παραδόσεις του Ισλάμ. Στην περίπτωση του κρέατος πιο συγκεκριμένα, πρόκειται για προϊόντα που δεν περιέχουν χοιρινό, προέρχονται από ζώα που έχουν θανατωθεί με συγκεκριμένη τελετουργία (στο όνομα του «Αλλάχ» κ.ο.κ) και μεταξύ άλλων δεν περιέχουν αλκοόλ. Η γαλλο-βελγική εταιρεία «εξόρισε» τα προϊόντα με χοιρινό, αντικατέστησε το μπέικον με καπνιστή γαλοπούλα και άρχισε να διαφημίζει τα «χαλαμπέργκερ». Το πείραμα της αλυσίδας εσπατορίων που φιλοδοξεί να προσελκύσει μουσουλμάνους πελάτες έχει

εξοργίσει μερίδα Γάλλων πολιτικών, οι οποίοι δηλώνουν ότι η εταιρία παραβιάζει την κοσμική παράδοση της χώρας. Στη Γαλλία σημειωτέον ζει ο μεγαλύτερος μουσουλμανικός πληθυσμός της Ευρώπης, δηλαδή 5 εκατομμύρια Μουσουλμάνοι και εν δυνάμει πελάτες. Στην πόλη Ρουμπέ στα σύνορα με το Βέλγιο, ο δήμαρχος απειλόνε να κινηθεί νομικά κατά της εταιρίας, κατηγορώντας τη για διακρίσεις, ενώ η αντιπρόεδρος του ακροδεξιού Εθνικού Μετώπου έκανε λόγο για «ισλαμοποίηση» της Γαλλίας. Η Quick παρά τις αντιδράσεις υπακούει απλά στους κανόνες της αγοράς και την αυξανόμενη ζήτηση για προϊόντα χαλάλ, σε μια χώρα με μεγάλο μουσουλμανικό πληθυσμό. Τα τρόφιμα χαλάλ είναι μια μεγάλη και ταχύτητα αναπτυσσόμενη επιχείρηση στη Γαλλία. Η αγορά κρέατος χαλάλ υπολογίζεται ότι

θα ανέλθει φέτος στα 5,5 δισεκατομμύρια ευρώ, μέγεθος διπλάσιο από τον τζίρο της αγοράς βιολογικών τροφίμων.



«Μουσουλμανικά χάμπουργκερ» διαθέτει πλέον η γαλλική αλυσίδα Quick

## ΕΝ ΣΥΝΤΟΜΙΑ

\* **ΕΝΑ** νέο εγκεκριμένο ευρωπαϊκό έργο που εστιάζει στη «ενίσχυση της επιχειρηματικότητας των γυναικών αποφοίτων πανεπιστημίων» και στην «ενίσχυση της επιχειρηματικής σκέψης νέων ανθρώπων εκτός του εκπαιδευτικού περιβάλλοντος» σε Κύπρο, Ελλάδα, Εσθονία, Ιταλία και Ηνωμένο Βασίλειο, τίθεται σε εφαρμογή. Το ευρωπαϊκό έργο [women@business](mailto:women@business) είναι διάρκειας 15 μηνών και συγχρηματοδοτείται από το Πρόγραμμα Πλαισίου Αναφοράς Ανταγωνιστικότητας και Καινοτομίας 2007-2013 της Ευρωπαϊκής Επιτροπής, υπό την αιγίδα της Γενικής Διεύθυνσης Επιχειρήσεων και Βιομηχανίας. Σκοπός του έργου είναι η υποστήριξη της επιχειρηματικότητας σε τρία επίπεδα, προάγοντας την αρχή της «μάθησης, πράξης και σκέψης». Με βάση το σκοπό αυτό, το έργο έχει σχεδιαστεί ώστε να αναβαθμίσει τη θεωρητική γνώση στην επιχειρηματικότητα, να προσφέρει πρακτική εμπειρία, και να δημιουργήσει τις κατάλληλες συνθήκες για αποτελεσματική σκέψη και παροχή σωστής καθοδήγησης στην επιχειρηματική δράση. Οι ενδιαφερόμενοι μπορούν αν πάρουν περισσότερες πληροφορίες στο τηλέφωνο 210 6772129

## Λιανεμπόριο

## Πέφτουν οι πωλήσεις της Walmart στις ΗΠΑ

➤ Πτώση στις πωλήσεις της στις ΗΠΑ –για πρώτη φορά στην ιστορία της– κατέγραψε η Walmart, η μεγαλύτερη αλυσίδα ειδών λιανικής στον κόσμο. Σε πείσμα των εκτιμήσεων της Wall Street, οι πωλήσεις στα 3400 καταστήματα του κολοσσού στις ΗΠΑ σημείωσαν πτώση 2% κατά τη διάρκεια του τέταρτου τριμήνου του 2009, συγκριτικά με το αντίστοιχο διάστημα του προηγούμενου έτους.

Πιο συγκεκριμένα οι πωλήσεις υποχώρησαν κατά 0,5%, στα 70,9 δισεκατομμύρια δολάρια και εκτιμάται ότι είναι η πρώτη πτώση που σημειώνουν οι πωλήσεις της Wal-Mart στην Αμερική. Εκπρόσωποι της εταιρίας αποδίδουν το φαινόμενο στο γεγονός ότι εν μέσω κρίσης, η εταιρεία μείωσε τις τιμές στα ηλεκτρονικά είδη και σε ορισμένα είδη



διατροφής, καθώς η επιδείνωση της απασχόλησης στις ΗΠΑ περιορίσει τη ζήτηση των καταναλωτών. «Η μείωση αυτή δε σημαίνει ότι σημαίνει ότι χάσαμε τους νέους πελάτες που αποκτήσαμε, αλλά στην επιφυλακτική διάθεση των καταναλωτών με χαμηλά εισοδήματα λόγω της ανησυχίας τους για την ανεργία» εξηγεί ο Τομ Σόουι, οικονομικός διευθυντής του ομίλου. Και ενώ οι πωλήσεις της Walmart σε αμερικανικό έδαφος σημειώνουν πτώση, σε παγκόσμιο επίπεδο οι καθαρές πωλήσεις του τριμήνου σημείωσαν αύξηση 4,6%, αγγίζοντας τα 112,8 δισεκατομμύρια δολάρια. Η θυγατρική Asda στη Βρετανία, τα νέα καταστήματα στη Βραζιλία και την Κίνα, αλλά και η εξαγορά των σουπερ-μάρκετ D&S «εκτόξευσαν» τις πωλήσεις της Walmart διεθνώς.

## ΗΠΑ

## Σάλτσες με οικογενειακή παράδοση

➤ Μια καλή επιχειρηματική ιδέα σπάνια αποτυγχάνει ειδικά εάν πλασαριστεί με τον κατάλληλο τρόπο. Με έμπνευση το εξωτικό Μεξικό και έδρα την ηλιόλουστη Καλιφόρνια οι καυτερές σος «της Γκάμπι» (σο: Γκάμπι Πάτρικ) έχουν ήδη κατακτήσει και τις δύο πλευρές των συνόρων. Η συνταγή για τα μαγικά μπουκαλάκια Gabbi's Gourmet Sauces χάνεται στα βάθη της οικογενειακής ιστορίας και παραδίδεται ως «επτασφράγιστο μυστικό» από γενιά σε γενιά. Η Ασενσιόν Ετσανόβε, προγιαγιά της Γκάμπι, έζησε στο Μεξικό, γνώρισε την τέχνη του καυτερού, αυθεντικού τσίλι και την κληροδότησε στους επόμενους της οικογένειας. «Βάση» για τη λικουδιά που

γεμίζει τα βαζάκια και κατακά σταθερά την αγορά των ΗΠΑ είναι το μαγικό «συστατικό που καίει τους ουρανόσκους των Μεξικανών και ευθύνεται για τις «φλογερές» ιδιότητες των πιπεριών χαλαπένιο και χαμπανέρο. Στην περίπτωση της Γκάμπι, η οικογενειακή παράδοση έγινε το κύριο συστατικό για ένα πετυχημένο μάρκετινγκ. Ένα από τα μυστικά της επιτυχίας είναι ότι οι πιπεριές ψήνονται πριν τοποθετηθούν στο μίξερ, λέει η Γκάμπι. Και ένα δεύτερο ότι η επιχείρηση παραμένει οικογενειακή. Η ίδια και ο σύζυγός της ταξιδεύουν στο Μεξικό, επιλέγουν προσεκτικά τα υλικά τους και διοχετεύουν τις Gabbi's Sauce στα ντελικατέσεν ολόκληρης της Αμερικής.

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](mailto:sales@triaina.com)  
Τηλ.: 210 9240748



ΤΡΙΑΙΝΑ  
ΕΚΔΟΤΙΚΗ  
Ιδιοκτήτης  
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](mailto:info@triaina.com)  
[www.triaina.com](http://www.triaina.com)

## Εκδότης

Νίκος Κ. Κορόβηλας  
Σύμβουλος Έκδοσης  
Κυριάκος Ν. Κορόβηλας  
Αρχισυντάκτης  
Κώστας Πλιάκος  
Τμήμα Σύνταξης  
[editor@triaina.com](mailto:editor@triaina.com)

## Art Director

Δημήτρης Κουμπατσης  
[atelie@triaina.com](mailto:atelie@triaina.com)  
Τμήμα Επικοινωνίας  
[marketing@triaina.com](mailto:marketing@triaina.com)  
Υπεύθυνη Διαφήμισης  
Κατερίνα Γκίτσιον  
[k.gitsi@triaina.com](mailto:k.gitsi@triaina.com)

## Υπεύθυνη Κυκλοφορίας

Βόλια Φωτίου  
[v.fotiou@triaina.com](mailto:v.fotiou@triaina.com)  
Υπεύθυνη Λογιστηρίου  
Νίκη Γαβαλά

© Copyright 2010  
Τρίαίνα Εκδοτική

## Κρασί

### Η Νάπα ανακαλύπτει το λιαν εμπόριο και τις ιστοσελίδες κοινωνικής δικτύωσης

➤ Σε περιόδους ισχνών αγελάδων, η εφευρετικότητα και η φαντασία έχουν παραδοσιακά την τιμητική τους. Το 2009 και ενώ οι παγκόσμιες πωλήσεις κρασιού αυξήθηκαν, οι ετικέτες με τις εκλεκτές ποικιλίες οίνου από την Καλιφόρνια σημείωσαν πτώση για πρώτη φορά εδώ και 16 χρόνια. Εν μέσω κρίσης, η κοιλάδα της Νάπα – η καρδιά της αμερικανικής οινοποιίας στα βόρεια του Σαν Φρανσίσκο-ανακαλύπτει τις δοκιμές κρασιών, τα gala και τα περίφημα wine events και επενδύει στην απευθείας επαφή με τον καταναλωτή. Η νέα φράση που ακούγεται εσχάτως στην περιοχή είναι το λεγόμενο «retail room» το δωμάτιο...λιανικής, κάτι ανάμεσα σε αίθουσα δοκιμής και κλαμπ

κρασιού, με τη βοήθεια βέβαια του διαδικτύου. Οι μεγαλοπαραγωγοί της Νάπα λένε πλέον «όχι» στους χονδρέμπορους και τους μεσάζοντες και προσπαθούν να προωθήσουν μόνοι τους τις ποικιλίες τους. Σε πολλές περιπτώσεις το εγχείρημα είναι δύσκολο καθώς απαιτεί χρόνο, καινοτόμες ιδέες και πρωτόγνωρες για πολλούς τεχνικές μάρκετινγκ, ενώ το εμπόριο μέσω ίντερνετ δεν είναι μία διαδικασία γνώριμη σε όλους. Σύμφωνα με εκτιμήσεις μόλις το 20% των οινοποιείων της Νάπα έχει καταχώριση στο facebook. Η πραγματικότητα όμως αλλάζει ραγδαία την κατάσταση. Το 2009, 20.000 ετικέτες παρέμειναν στα αζήτητα. Με τις πωλήσεις σε ελεύθερη πώση οι χονδρέμποροι που διανέμουν



Καλιφορνέζικα κρασιά περιμένουν τους οινόφιλους για δοκιμή

κρασί σε εστιατόρια και καταστήματα λιανικής απαίτησαν και έλαβαν μειωμένες τιμές. Η νέα εποχή στις πωλήσεις στη Νάπα έχει λοιπόν διπλά οφέλη. Και για τους καταναλωτές που απολαμβάνουν «προσφορές», ποικιλία και προσωπική εξυπηρέτηση, αλλά και για τους παραγωγούς που στοχεύουν απευθείας σε μεγαλύτερο μερίδιο από τα κέρδη.

## Παραγωγή

### Στόχος της Ρωσίας η αυτάρκεια σε τρόφιμα

➤ Την ενίσχυση της εγχώρια παραγωγής τροφίμων επιδιώκει η ρωσική κυβέρνηση σε μια προσπάθεια να καταστήσει τη χώρα αυτάρκη. Τα πενταετή προγράμματα του Στάλιν μπορέι να αποτελούν παρελθόν αλλά το νέο σχέδιο του προέδρου

Ντιμίτρι Μεντβέντεφ έχει ορίζοντα το 2020. Η ρωσική κυβέρνηση στοχεύει στην αύξηση της εγχώριας παραγωγής σιτηρών στο 95% των αναγκών, της ζάχαρης στο 80%, των φυτικών ελαίων στο 80%, του κρέατος στο 85%, του γάλατος και των γαλακτοκομικών προϊόντων

στο 90% και των ψαριών στο 80%. Η Ρωσία αποτελεί σήμερα σημαντικό εξαγωγέα σιτηρών ενώ η παραγωγή κρέατος αυξήθηκε το 2009 κατά 14%. Πέρυσι η Ρωσία μείωσε τις εισαγωγές κρέατος κατά 20% ενώ στα σχέδια της ρωσικής κυβέρνησης είναι να μειωθούν και

οι εισαγωγές πουλερικών. Η Ρωσία απαγόρευσε από την 1η Ιανουαρίου τις εισαγωγές επεξεργασμένων με κλώριο πουλερικών από τις ΗΠΑ, επικαλούμενη θέματα ασφαλείας. Οι ΗΠΑ πέρυσι προμήθευσαν τη Ρωσία με το 22% των πουλερικών που καταναλώθηκαν.

## ΕΝ ΣΥΝΤΟΜΙΑ

\* Το Έλληνο-Ιταλικό Επιμελητήριο, με σκοπό τη διμερή ανάπτυξη εμπορικών συνεργασιών, διοργανώνει την Παρασκευή 5 Μαρτίου (ώρες 10.00 – 18.00) & Σάββατο 6 Μαρτίου (ώρες 10.00 – 15.00) στο ξενοδοχείο ESPERIA PALACE HOTEL (Σταδίου 22, Αθήνα), επιχειρηματικές συναντήσεις με ιταλικές εταιρείες στον τομέα τροφίμων-ποτών που θα παρουσιάσουν τα προϊόντα τους. Οι εταιρίες που θα συμμετάσχουν είναι από τους κλάδους των τυροκομικών προϊόντων των αλλαντικών, των ζυμαρικών, του εμφιαλωμένου νερού και των αναψυκτικών και του κρασιού.

### ΤΡΟΦΙΜΑ ΚΑΙ ΠΟΤΑ



## Απρίλιος 2010

### ΜΙΚΡΕΣ ΕΤΑΙΡΙΕΣ ΠΟΥ ΞΕΧΩΡΙΖΟΥΝ

**Εστίαση στο κλάδο I: Μπύρες**  
**Εστίαση στο κλάδο II: Λίπη - Ελαια**  
**Επεξεργασία: Ελεγχος Βάρους**  
**Εργοστάσιο: Κλιματισμός - Φωτισμός**

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

Κλείσιμο διαφήμισης & παράδοση υλικού  
5 Μαρτίου 2010



ΤΡΙΑΙΝΑ  
ΕΚΔΟΤΙΚΗ

Επικοινωνήστε με το τμήμα πωλήσεων στο 210 9240748

## ΕΜΠΟΡΕΥΜΑΤΑ

## ΠΕΤΡΕΛΑΙΟ BRENT

78,09 \$/βαρέλι

## ΣΙΤΑΡΙ

5,13/bu (Δεκέμβριος '09)

## ΚΑΛΑΜΠΟΚΙ

3,86/bu (Δεκέμβριος '09)

## ΖΑΧΑΡΗ

24,40/lb (Οκτώβριος '09)

## ΒΟΟΕΙΔΗ

92,050/lb (Οκτώβριος '09)

ΕΚΠΟΜΠΕΣ CO<sup>2</sup>

0,1492 €/τόνο (Ιαν. '10)

Κλείσιμο 25/02/10

Euronext-Liffe &amp; CBOT

## Μελέτη

## Υποχωρεί η κατανάλωση μπίρας στην Ελλάδα

> Έντονος ανταγωνισμός και πολύ υψηλός βαθμός συγκέντρωσης χαρακτηρίζουν την αγορά μπίρας στην Ελλάδα σύμφωνα με μελέτη της ICAP Group. Στην αγορά κυριαρχεί ουσιαστικά μία μεγάλη ζυθοβιομηχανία η οποία παράγει, εισάγει και διακινεί ισχυρά εμπορικά σήματα, ενώ δραστηριοποιούνται επίσης λίγες ακόμη παραγωγικές επιχειρήσεις, καθώς και αρκετές εισαγωγικές εταιρείες του ευρύτερου κλάδου των ποτών και ειδών διατροφής. Το βασικότερο χαρακτηριστικό της ζήτησης μπίρας στην Ελλάδα είναι η εποχικότητα. Η περίοδος ουσιαστικής κατανάλωσης μπίρας στη χώρα μας αρχίζει

το Μάρτιο και διαρκεί 8 μήνες περίπου, με την κατανάλωση να κορυφώνεται μεταξύ των μηνών Μαΐου και Σεπτεμβρίου. Από την έρευνα οικογενειακών προϋπολογισμών που διενεργεί η ΕΣΥΕ προκύπτει ότι η μέση μηνιαία δαπάνη των νοικοκυριών για μπίρα, καλύπτει το 28,5% των αντίστοιχων δαπανών για αγορά οινόπνευματων ποτών γενικά. Τα τελευταία χρόνια παρατηρείται κάποια τάση μετατόπισης της ζήτησης μπίρας από την «κρύα» αγορά (εστιατόρια, μπαρ κλπ.) στη «ζεστή» (οικιακή κατανάλωση), ωστόσο η κατανάλωση στην «κρύα» αγορά εξακολουθεί να κυριαρχεί καλύπτοντας τα 2/3 του

συνόλου. Η εγχώρια παραγωγή μπίρας μετά από μείωση (-6,8%) που σημειώθηκε κατά το 2007, παρουσίασε οριακή αύξηση (κατά 1,3%) το 2008. Η εγχώρια φαινομενική κατανάλωση μπίρας αυξήθηκε κατά 2,7% το 2008 έναντι του 2007. Τα τελευταία χρόνια η εισαγωγική διείσδυση στην αγορά μπίρας παρουσιάζει ανοδική τάση. Τη διετία 2007-2008 ο βαθμός εισαγωγικής διείσδυσης κυμάνθηκε μεταξύ 11%-12%. Από την άλλη, η εξαγωγική επίδοση παρουσιάζει διακυμάνσεις, ενώ το 2008 οι εξαγωγές κάλυψαν το 6,4% της παραγωγής. Η παραγωγή μπίρας έχει μειωθεί την τελευταία δεκαετία με μέσο ετήσιο ρυθμό 1,5%

**epikouria**  
Fine Food and Drinks of Greece

## Epikouria Spring / Summer 2010

Συμμετοχή και ειδική διανομή

**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](mailto:sales@triaina.com)



ΤΡΙΑΙΝΑ  
DEVELOPMENT

[www.epikouria.com](http://www.epikouria.com)

## ΕΝ ΣΥΝΤΟΜΙΑ

\* Ο Οργανισμός Ελέγχου και Πιστοποίησης Βιολογικών Προϊόντων ΒΙΟΕΛΛΑΣ διοργανώνει νέο σεμινάριο στις αρχές επιθεώρησης και πιστοποίησης των βιολογικών προϊόντων (φυτικής / ζωικής προέλευσης και μεταποιημένων προϊόντων), σύμφωνα με τους κανονισμούς 834/2007 και 889/2008 της Ε.Ε. Το σεμινάριο θα διεξαχθεί στη Θεσσαλονίκη στις 13 και 14 Μαρτίου. Απευθύνεται σε γεωπόνους, φοιτητές, εργαζόμενους στον πρωτογενή τομέα ή την μεταποίηση τροφίμων και γενικά σε όσους ενδιαφέρονται να εκπαιδευτούν στις αρχές πιστοποίησης των βιολογικών προϊόντων. Οι ενδιαφερόμενοι μπορούν να στείλουν λάβουν περισσότερες πληροφορίες στο τηλέφωνο 2310 530252

\* Η αύξηση των καλλιεργούμενων εκτάσεων ρυζιού στη χώρα μας και η υπέρβαση της ποσόστωσης (203.330 στρέμματα), που έχουμε από την Ευρωπαϊκή Ένωση, οδηγούν σε μείωση της ειδικής κοινοτικής ενίσχυσης στο προϊόν (56,1 ευρώ το στρέμμα), που θα εισπράξουν φέτος οι ρυζοκαλλιεργητές. Η αύξηση της καλλιέργειας οδήγησε στην άνοδο της εγχώριας παραγωγής ρυζιού, η οποία με βάση τα στοιχεία της ΠΑΣΕΓΕΣ έφθασε στους 208.000 – 210.000 τόνους.

## Δανία

### Αιθανόλη από γεωργικά απόβλητα

> Αιθανόλη σε ανταγωνιστικές τιμές από γεωργικά απόβλητα σχεδιάζει να πράξει η δανέζικη εταιρία Novozymes, αξιοποιώντας ένα ένζυμο. Το κατοχυρωμένο ένζυμο Cellic CTec2, διασπά την κυτταρίνη των φυτικών κυττάρων σε απλά σάκχαρα, τα οποία στη συνέχεια μπορούν να υποστούν ζύμωση με συμβατικές διαδικασίες για την παραγωγή οινοπνεύματος. Το παραγόμενο βιοκαύσιμο θα κοστίζει περίπου 37 λεπτά το λίτρο πολύ φθηνότερα απ' ό,τι η βενζίνη ή η συμβατική αιθανόλη. Η εταιρία υποστηρίζει ότι, η τιμή θα μπορούσε να μειωθεί περαιτέρω και να επιτρέψει

τη δημιουργία μιας νέας βιομηχανίας που θα δημιουργήσει έως και 1,2 εκατομμύρια θέσεις εργασίας στις ΗΠΑ έως το 2022. Η Novozymes εκτιμά ότι η παραγωγή θα ξεκινήσει το 2011



## ΕΦΕΤ

### Ανάκληση σχάρας κινεζικής προέλευσης

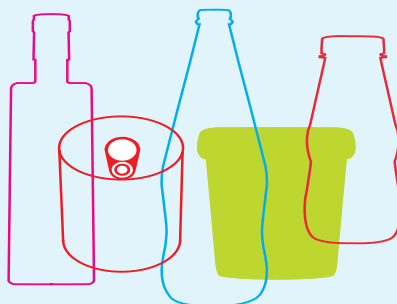
> Η Περιφερειακή Διεύθυνση Δυτικής Ελλάδας του Ε.Φ.Ε.Τ., στο πλαίσιο των ελέγχων που διενεργεί, διαπίστωσε μετανάστευση χαλκού σε σχάρα ψυσίματος, κινεζικής προέλευσης. Συγκεκριμένα, πρόκειται για σχάρα ψυσίματος «ATROW με κωδικό 38309», διαστάσεων 26x36 cm, προέλευσης Κίνας, η οποία διακινείται από την εταιρεία «ΑΛΞ ΠΑΚ Ε.Α.Ε.». Το συγκεκριμένο

προϊόν είναι κατασκευασμένο από σίδηρο και φέρει επιχρωμίωση προσαρμοσμένη σε στρώμα χαλκού, η οποία αφαιρείται πολύ εύκολα κατά τη συνήθη χρήση του προϊόντος. Ο Ε.Φ.Ε.Τ. έχει ήδη απαιτήσει την άμεση ανάκληση / απόσυρση του συνόλου της συγκεκριμένης παρτίδας από την επιχείρηση και βρίσκονται σε εξέλιξη οι σχετικοί έλεγχοι.

## Πτώση παραγωγής «Φωτιά» στις τιμές του σολομού

> Στα ύψη έχουν εκπιναχθεί οι τιμές του σολομού μετά την κατάρρευση της χιλιανής παραγωγής λόγω ασθένειας που έχει χτυπήσει τα κοπάδια. Αποτέλεσμα, η χονδρική τιμή πώλησης του σολομού Ατλαντικού που παράγει η Νορβηγία να έχει αυξηθεί 20,6%. Η αύξηση αυτή έρχεται να προστεθεί στο περυσινό ράλι τιμών όπου η τιμή του σολομού είχε αυξηθεί κατά 32,5% το κιλό. Η παραγωγή της Χιλής έχει «βουλιάξει» 75% μέσα σε δυο χρόνια καθώς τα κοπάδια σολομού πλήττονται από μεταδοτική ασθένεια η οποία προκαλεί αναιμία στα ψάρια και ξέσπασε το 2007. Η ασθένεια δεν είναι μεταδοτική στον άνθρωπο, εάν καταναλώσει άρρωστο ψάρι, αλλά εξοντώνει τον σολομό επιτιθέμενη στα ερυθρά του αιμοσφαίρια.

## T&Π ΣΥΣΚΕΥΑΣΙΑ Κυκλοφορεί τον Μάρτιο



Με διπλή διανομή στην Έκθεση Συσκευασίας και ως ένθετο με το περιοδικό T&Π Απριλίου σε όλους τους παραγωγούς τροφίμων και ποτών

### ΠΡΑΣΙΝΗ ΣΥΣΚΕΥΑΣΙΑ

- Καινοτομίες
- Συσκευασία στο κρασί
- Νέες τάσεις στο design



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