ΕΝΩΣΗ ΔΙΑΚΙΝΗΤΩΝ
ΕΜΠΟΡΩΝ ΟΙΝΩΝ & ΠΟΤΩΝ

ΕΔΕΟΠ ΑΘΗΝΩΝ

ΠΛΗΡΩΜΕΝΟ ΤΕΛΟΣ Τ.Υ. Ιλίου ΚΕΜΠΑΘ Αριθμός Άδειας 5278

ΕΤΟΣ 30ο
ΑΡ. ΦΥΛΛΟΥ 366
ΙΟΥΝΙΟΣ 2016
ΚΩΔΙΚΟΣ: 011505

Ζ. Παπαντωνίου 54-58 Αθήνα, Τ.Κ. 11145 Τηλ. 210 8318221
www.edeopath.gr e-mail: edeopath@gmail.com

Με καλύτερες προοπτικές η συνεργασία με την εταιρεία "ΒΙΚΟΣ"

Σε εξαιρετικό κλίμα πραματοποιήθηκε συνάντηση στελεχών της εταρείας ΒΙΚΟΣ με το Δ.Σ. της ΕΔΕΟΠ Αθηνών.

Συγκεκριμένα στην ΕΔΡΑ της ΕΔΕΟΠ προσήλθαν οι κ.κ. Παπαγρηγορίου και Καραμίτσης ως εκπρόσωποι της παραπάνω εταιρεία. Συζητήθηκαν θέματα εμπορικής και τιμολογιακής πολιτικής.

Η συνάντηση κατέληξε σε ευνοϊκότερους όρους συνεργασίας μεταξύ των δύο πλευρών.

Ευκαιρίες για τους συναδέλφους πανελλαδικά

Το Δ.Σ. της ΕΔΕΟΠ Αθηνών στους χαλεπούς καιρούς που ζούμε πραγματοποιεί επαφές με διάφορες εταιρείες με σκοπό να αποκομίσει ωφέλη για τον κλάδο μας, εκμεταλευόμενο την όποια πρόθεση των συναδέλφων να δράσουμε συνολικά ώστε να έχουμε οικονομίες κλίμακος.

Παρακάτω παραθέτουμε τρεις προτάσεις που είναι αρκετά σημαντικές.

Σημείο αναφοράς και πληροφόρησης για τους συναδέλφους απ'όλη την Ελλάδα η ΕΔΕΟΠ Αθηνών στα **τηλ. 210 8312351, 210 8318221, 10π.μ-2.00μ.μ.**

ΑΝ ΔΕΝ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΠΟΙΗΘΟΥΜΕ ΔΕΝ ΘΑ ΠΕΤΥΧΟΥΜΕ ΤΙΠΟΤΑ.

1. Ας μειώσουμε τις προμήθειες από τις κάρτες (POS) στα καταστήματα μας.

Η ΕΔΕΟΠ Αθηνών έχει προσυμφωνήσει με την Εθνική Τράπεζα, μειωμένες προμήθειες πανελλαδικά με μηχάνημα POS της Εθνικής ανεξάρτητα αν ήδη έχετε κάποιο άλλο μηχάνημα από διαφορετική τράπεζα.

Απαιτείται όμως να συγκεντρωθεί ένας αριθμός συναδέλφων από όλη την Ελλάδα.

Εκδηλώστε το ενδιαφέρον σας στα τηλ. της ΕΔΕΟΠ, 210 83 12 351 ή 210 83 18 221, ισχύει για όλους τους συναδέλφους.

2. Κάνε την κάβα σημείο εξόφλησης λογαριασμών

Κέρδισε χρήματα και προσέλκυσε κόσμο στο κατάστημά σου

Πρόσκληση εκδήλωσης ενδιαφέροντος

Η Εθνική Τράπεζα δίνει την δυνατότητα σε καταστήματα λιανικής πώλησης να περιλάβουν στις δραστηριότητές τους μηχάνημα, εξόφλησης λογαριασμών, είτε με μετρητά είτε με χρεωστική κάρτα.

Από τη δική μας τη σκοπιά το κέρδος είναι διπλό, προσελκύουμε πελάτες που ενδεχομένως να αγοράσουν και προϊόντα, συγχρόνως δε, κερδίζουμε σε κάθε συναλλαγή σταθερή αμοιβή.

Υπάρχουν βέβαια και άλλα οφέλη, τα οποία μπορούν να πληροφορηθούν όσοι συνάδελφοι από όλη την Ελλάδα εκδηλώσουν ενδιαφέρον στο τηλ. 210 83 12 351, 210 83 18 22, 10π.μ-2μ.μ.

3. Σημαντικές μειώσεις στο ρεύμα για τους συναδέλφους πανελλαδικά

ΓΙΑ ΤΑ ΚΑΤΑΣΤΗΜΑΤΑ ΑΛΛΑ ΚΑΙ ΓΙΑ ΤΑ ΣΠΙΤΙΑ

Το Δ.Σ της ΕΔΕΟΠ δέχθηκε ιδιαίτερα ελκυστική πρόταση από εταιρεία παροχής ρεύματος που αφορά καταστήματα, αλλά και τις οικίες και τα εξοχικά των συναδέλφων με μειώσεις της τάξεως 21%-23% επί των τιμών της Δ.Ε.Η και κάποιες εκπτώσεις στα πάγια μάλιστα δε χωρίς συμβόλαια και δεσμεύσεις.

Εκδηλώστε το ενδιαφέρον σας στα τηλ. της ΕΔΕΟΠ, 210 83 12 351 ή 210 83 18 221, ισχύει για όλους τους συναδέλφους.

4. Προσφορά για τους συναδέλφους πανελλαδικά από εταιρεία σταθερής και κινητής τηλεφωνίας

Το Δ.Σ. εξέτασε πρόταση από εταιρεία τηλεφωνίας προς τους συναδέλφους που περιλαμβάνει πολύ καλές τιμές, και συνδιαστικά πακέτα σταθερής και κινητής τηλεφωνίας.

Όσοι περισσότεροι συμμετάσχουν από όλη την Ελλάδα, θα προσθέσουν ωφέλη στην προσπάθειά μας.

Πληροφορίες στα τηλ. 210 83 12 351, 210 83 18 221, 10π.μ-2μ.μ.

ΘΕΡΙΝΗ ΥΠΕΡπροσφορά

Σε όλες τις κάβες και τα πρατήρια πανελλαδικά όλη η ψηφιακή μέθοδος αυτοελέγχου

60€ + ΦΠΑ

Ζητήστε πληροφορίες από όλη την Ελλάδα

Παραγγελίες στα τηλέφωνα
2103468268 και 6945373001
Επισκεφθείτε το site της ΔΕΥΕ www.deye.gr

Προωθήστε το νερό το «δικό» μας...

Το Διοικητικό Συμβούλιο της Ένωσης Διακινητών Εμπόρων Οίνων Ποτών Αθηνών, σας υπενθυμίζει ότι έκλεισε συμφωνία με την εταιρεία IQ BANDS (ΒΙΚΟΣ) για την αποκλειστική διάθεση του νερού «Ζαγοροχώρια» από τα μέλη της ΕΔΕΟΠ Αθηνών, στην περιοχή της Αττικής.

Κατόπιν τούτου, οι πρατηριούχοι-μέλη της ΕΔΕΟΠ Αθηνών, μπορούν να επικοινωνούν με το τμήμα πωλήσεων της εταιρείας IQ BRANDS, προκειμένου να ενημερωθούν σχετικά, με κάθε λεπτομέρεια.

Το Δ.Σ. της ΕΔΕΟΠ Αθηνών, καλεί τους συναδέλφους πρατηριούχους να προωθούν το «δικό» μας νερό, καθώς η διακίνησή του είναι περισσότερο κερδοφόρος - σε σχέση με τα άλλα.

Πρώτη η Ελλάδα στην υπερφορολόγηση των αλκοολούχων ποτών

σελ. 4

Η ΗΓΕΣΙΑ ΤΟΥ ΚΛΑΔΟΥ

ΠΑΝΕΛΛΗΝΙΑ ΟΜΟΣΠΟΝΔΙΑ

Μήτσιος Ευάγγελος	Πρόεδρος	210-8048357
Μπουτιώνης Χρήστος	Αντιπρόεδρος Α'	23710-61166
Χουλιάρας Παναγιώτης	Αντιπρόεδρος Β'	24210-49576
Μακρίδης Σταύρος	Γεν. Γραμματέας	2310-783817
Δανιήλ Παγώνα	Ταμίας	210-4934757
Θανασούλας Βασίλειος	Έφορος	26410-50333
Γκινάτης Δημήτριος	Μέλος	23990-23661
Μουζακίτης Γρηγόριος	Μέλος	26620-52888
Μπακαλάρος Κων/νος	Μέλος	2610-643777
Ζαχαράκης Γεώργιος	Μέλος	2310-210250
Στρίγκος Βασίλειος	Μέλος	24210-81919

ΕΔΕΟΠ ΑΘΗΝΩΝ

Μήτσιος Ευάγγελος	Πρόεδρος	210-8048357
Μανδρέκας Νικόλαος	Αντιπρόεδρος	210-4621077
Στάμου-Δανιήλ Παγώνα	Γεν. Γραμματέας	210-4934757
Μπέκας Παναγιώτης	Ταμίας	210-2465788
Γουργιώτης Γεώργιος	Μέλος	22940-97176
Δερμιτζάκης Χαράλαμπος	Μέλος	210-5779896
Γεραρής Κων/νος	Μέλος	210-2281583

ΕΔΕΟΠ ΜΑΚΕΔΟΝΙΑΣ - ΘΡΑΚΗΣ

Μακρίδης Σταύρος	Πρόεδρος	2310-783817
Ζαχαράκης Γεώργιος	Αντιπρόεδρος	2310-210250
Γκριτζιούδης Θεόδωρος	Γεν. Γραμματέας	2310-310676
Κουβράκη Χρυσή	Ταμίας	2310-213691
Ρουμελιώτης Νικόλαος	Μέλος	2310-719455

ΕΔΕΟΠ ΠΑΤΡΑΣ

Κωνσταντόπουλος Θεόδωρος	Πρόεδρος	2610-640491
Κυριαζής Παντελής	Αντιπρόεδρος	2610-520692
Μπακαλάρος Δημήτριος	Γεν. Γραμματέας	2610-643777
Κοκκοτής Ιωάννης	Ταμίας	2610-522706
Σπαλιάρας Γεώργιος	Δημ. Σχέσεων	26930-23524

ΕΔΕΟΠ ΒΟΛΟΥ

Χουλιάρας Παναγιώτης	Πρόεδρος	24210-49576
Μπάρδης Σπύρος	Αντιπρόεδρος	24210-90230
Αντωνίου Γεώργιος	Γεν. Γραμματέας	24210-46749
Στρίγκος Βασίλειος	Ταμίας	24210-81919
Παπαργύρης Κων/νος	Δημ. Σχέσεων	6936-736686

ΕΔΕΟΠ ΗΡΑΚΛΕΙΟΥ

Τσίχλας Τίτος	Πρόεδρος	2810-312247
Καρφής Μιχαήλ	Αντιπρόεδρος	2810-256921
Θωμάς Μιχαήλ	Γ. Γραμματέας	2810-360701
Τζαμπουράκης Δημήτριος	Ταμίας	2810-255003
Κεφαλούκος Λάμπρος	Μέλος	2810-346931
Χατζηγεωργίου Ευάγγελος	Μέλος	2810-238385

ΕΔΕΟΠ ΚΟΡΙΝΘΟΥ

Κουτσογκίλας Αθανάσιος	Πρόεδρος	27410 26802
Μέλλιος Φίλιππος	Αντιπρόεδρος	27430 24944
Γιάννου Θεοφάνης	Γ. Γραμματέας	27410 21862
Καραγκούνης Ταξιάρχης	Ταμίας	6946 331161
Πρωτόπαππας Σπυρίδων	Μέλος	27410 33082

ΕΔΕΟΠ ΠΕΛΛΑΣ

Μελισσανίδης Δημήτριος	Πρόεδρος	23840-22286
Παππάς Βασίλειος	Αντιπρόεδρος	23810-23312
Ανδρόνικος Χρύσανθος	Γ. Γραμματέας	23840-22810
Χατζηγεωργίου Αναστάσιος	Ταμίας	23810-81050
Τσάπας Χρήστος	Δημ. Σχέσεων	23810-88894

ΕΔΕΟΠ ΧΑΛΚΙΔΙΚΗΣ

Γκινάτης Δημήτριος	Πρόεδρος	23990-22833
Μαργαρίτης Ιωάννης	Αντιπρόεδρος	23740-81555
Καλλιανίδης Θεόδωρος	Γεν. Γραμματέας	23710-31381
Κυριαφίνης Ιωάννης	Ταμίας	23710-23291
Καλλιανίδης Αργύριος	Μέλος	23750-95229

ΕΔΕΟΠ ΚΕΡΚΥΡΑΣ

Μουζακίτης Γρηγόριος	Πρόεδρος	26610-52888
Μουζακίτης Αλέκος	Αντιπρόεδρος	26610-52681
Μπασιάς Γεώργιος	Γεν. Γραμματέας	26620-23700
Μανιάτος Σπυρίδων	Ταμίας	26610-35086
Τζορτζάτος Σπυρίδων	Δημ. Σχέσεων	26630-81543

ΕΔΕΟΠ ΧΑΝΙΩΝ

Γαλανάκης Αντώνης	Πρόεδρος	28210-74554
Χαραλαμπάκης Εμμανουήλ	Αντιπρόεδρος	28210-76460
Μαρμαριτσάκης Ιωάννης	Γ. Γραμματέας	28210-81035
Μπουρμπάκης Στυλιανός	Ταμίας	28210-87243
Τσιριντάνης Μάρκος	Μέλος	28250-91110

ΕΔΕΟΠ ΑΙΤΩΛΟΑΚΑΡΝΑΝΙΑΣ

Θανασούλας Βασίλειος	Πρόεδρος	26410-50333
Πασιόπουλος Ιωάννης	Αντιπρόεδρος	26310-22247
Καραφασούλης Γεώργιος	Γ. Γραμματέας	26420-23783
Προύτζος Απόστολος	Ταμίας	26470-22344
Γκανιάτσος Ανδρέας	Μέλος	26310-26818

Η Coca Cola Company επενδύει στα social media

Στην Αθήνα εδρεύει η μονάδα CIC, που έχει στην ευθύνη της 23 αγορές και η οποία διαχειρίζεται την παρουσία της εταιρίας στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης. Στοιχεία για τη διείσδυση των social media στην Ελλάδα.

Τη διαρκώς αυξανόμενη διείσδυση των μέσων κοινωνικής δικτύωσης επιχειρεί να εκμεταλλευτεί η Coca Cola Company, προκειμένου να επικοινωνήσει το brand της στους καταναλωτές.

Αντιλαμβανόμενη τους νέους όρους που υπαγορεύει ο ψηφιακός κόσμος στην επικοινωνία, δημιούργησε ήδη από το 2014 ένα social media hub, μια ανεξάρτητη επιχειρησιακή μονάδα μέσα στους κόλπους της, η οποία φέρει τον τίτλο Consumer Interactive Center.

Η επιλογή αυτή επικέντρωσης στο συγκεκριμένο κανάλι -αν και δεν μπορεί να ποσοτικοποιηθεί- έχει νόημα σύμφωνα με τις υπεύθυνες επικοινωνίας του ομίλου, κ. Αναστασία Σιδέρη και κ. Νεκταρία Μητράκου. Σύμφωνα με τα στοιχεία που παράθεσαν, στην Ελλάδα σήμερα υπάρχουν 3,5 εκατομμύρια χρήστες internet, οι οποίοι καθημερινά καταναλώνουν 180 λεπτά στο internet, εκ των οποίων τα 80 αφιερώνονται στα social media. Η δε διαφημιστική δαπάνη αυξάνει κατά 25% στα social media.

Σήμερα, η συγκεκριμένη μονάδα εδρεύει στην Αθήνα -κερδίζοντας αντίστοιχες μονάδες από το Μιλάνο και το Βουκουρέστι- και έχει αναλάβει τη διαδραστική επικοινωνία της εταιρίας με τους καταναλωτές και funs της. Εχει στην ευθύνη της 23 αγορές της Κεντρικής και Νοτιονατολικής Ευρώπης, ενώ από την 1η Αυγούστου θα επεκταθεί σε ακόμη τρεις (Ρωσία, Ουκρανία, Λευκορωσία), για τις οποίες σχεδιάζει και υλοποιεί συγκεκριμένες στρατηγικές επικοινωνίας. Στελεχώνεται από 25 άτομα, εκ των οποίων οι 8 βρίσκονται στην Αθήνα.

Σύμφωνα με τη νέα επικεφαλής του CIC, Ντέμη Καζάση, μέσα στους 10 τελευταίους μήνες η μονάδα έχει καταγράψει 250.000 interactions και μηνύματα (εκ των οποίων 40.000 από Ελληνες χρήστες).

Αναγνωρίζοντας τη σημασία της άμεσης και υπεύθυνης ενημέρωσης, η ομάδα προσπαθεί να απαντά στους καταναλωτές το συντομότερο δυνατόν, το οποίο είναι λιγότερο από 4 ώρες για το 70% των περιπτώσεων.

Διάκριση της ΕΨΑ από το Διεθνές Ινστιτούτο Γεύσης και Ποιότητας iTQi

Η Λεμονάδα ΕΨΑ κέρδισε το Crystal Award, αφού για τρίτη συνεχόμενη χρονιά απέσπασε από τις υψηλότερες βαθμολογίες και βραβεύτηκε πάλι με 3 Χρυσά Αστέρια.

Το Βραβείο Κρυστάλλινης Γεύσης απέσπασε η ΕΨΑ Λεμονάδα, από το Διεθνές Ινστιτούτο Γεύσης και Ποιότητας iTQi.

Συγκεκριμένα, η Λεμονάδα ΕΨΑ κέρδισε το Crystal Award, αφού για τρίτη συνεχόμενη χρονιά απέσπασε από τις υψηλότερες βαθμολογίες και βραβεύτηκε πάλι με 3 Χρυσά Αστέρια. Σύμφωνα με την εταιρία, είναι το μόνο ελληνικό αναψυκτικό με τόσο υψηλή διάκριση ποιότητας και γεύσης βάσει του iTQi.

Επιπλέον, η εταιρία διακρίθηκε για τη νέα καινοτόμα, φρουτένια γεύση της Pink Lemonade, η οποία πριν ακόμα κυκλοφορήσει καλά καλά στο ευρύ κοινό, έλαβε 2 Χρυσά Αστέρια.

Σημειώνεται ότι τα Βραβεία Κρυστάλλινης Γεύσης απονέμονται σε προϊόντα που έχουν λάβει 3 αστέρια επί 3 συνεχόμενες χρονιές και έχουν αξιολογηθεί σε τυφλή γευστική δοκιμή από 3 διαφορετικά πάνελ ειδικών κριτών, συγκεντρώνοντας βαθμολογία μεγαλύτερη από 90%.

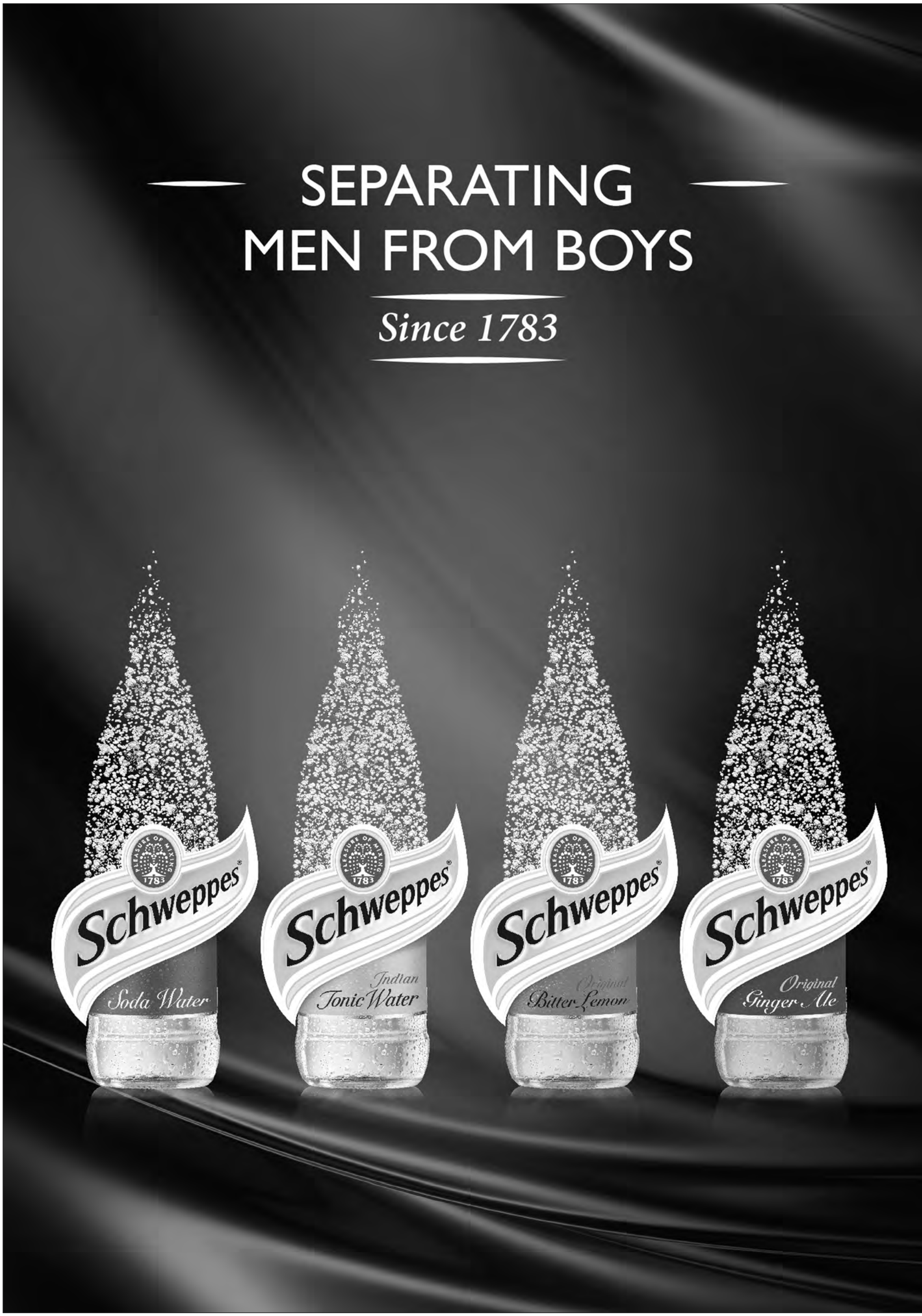
Εφημερίδα
ΕΔΕΟΠ

Μηνιαίο δημοσιογραφικό όργανο της
ΕΝΩΣΗΣ ΔΙΑΚΙΝΗΤΩΝ ΕΜΠΟΡΩΝ ΟΙΝΩΝ-ΠΟΤΩΝ ΑΘΗΝΩΝ

Ιδιοκτήτης
ΕΔΕΟΠ ΑΘΗΝΩΝ
Οδός Ζ. Παπαντωνίου 54-58, 11145 Αθήνα
Τηλ. 210-8318221, 210-8312351
www.edeopath.gr
e-mail: edeopath@gmail.gr
ΚΩΔΙΚΟΣ: 1505

Εκδότης
Ευάγγελος Μήτσιος
Ζ. Παπαντωνίου 54-58 Αθήνα,
Τηλ. 210 8318221

ΕΚΤΥΠΩΣΗ
ΚΩΝ/ΝΟΣ Π. ΛΗΜΝΙΔΗΣ
ΜΙΑΟΥΛΗ 54 - ΜΟΣΧΑΤΟ


SEPARATING
MEN FROM BOYS
Since 1783
Schweppes
Soda Water
Schweppes
Indian
Tonic Water
Schweppes
Original
Bitter Lemon
Schweppes
Original
Ginger Ale

ΦΟΡΟΛΟΓΙΑ

Οι φόροι καθιστούν την Ελλάδα ακριβή χώρα

Παρότι το επίπεδο των τιμών, γενικώς, υποχωρεί η Ελλάδα παραμένει μια ακριβή χώρα για τους πολίτες της. Βασικές αιτίες αποτελούν η εσωτερική υποτίμηση μισθών και οι αυξήσεις των άμεσων και έμμεσων φόρων.

Σύμφωνα με τα στοιχεία του ΟΟΣΑ για τον Απρίλιο του 2016, προκύπτει πως πλέον η Ελλάδα ελαφρώς ακριβότερη από την Πορτογαλία και αρκετά ακριβότερη από πρώην ανατολικές χώρες όπως η Πολωνία και η Ουγγαρία. Ακριβότερες από την Ελλάδα εμφανίζονται οι περισσότερες ευρωπαϊκές χώρες, όχι μόνο του Βορρά, αλλά και του ευρωπαϊκού Νότου, όμως οι μισθοί σε αυτές τις χώρες παραμένουν σε ικανοποιητικά επίπεδα.

Στην Ισπανία, μια χώρα που έχει δοκιμαστεί από την λιτότητα, οι τιμές είναι υψηλότερες σε σχέση με την Ελλάδα κατά 9%, όμως ο κατώτατος μισθός είναι μεγαλύτερος κατά 12%, από τον αντίστοιχο στην χώρα μας. Η Ιρλανδία που βγήκε από το μνημόνιο τον Δεκέμβριο του 2013, είναι 45% ακριβότερη από την Ελλάδα. Όμως σύμφωνα με την Eurostat, ο βασικός μισθός ανέρχεται σε 1.545 ευρώ, δηλαδή είναι υπερδιπλάσιος από τον αντίστοιχο ελληνικό.

Οι διαδοχικές αυξήσεις των έμμεσων φόρων δεν επιτρέπουν μεγαλύτερη υποχώρηση των τιμών και λιγότερα βάρη για τους καταναλωτές και τους παραγωγούς. Ο εναρμονισμένος δείκτης τιμών καταναλωτή υποχώρησε τον Απρίλιο του 2016 σε σύγκριση με τον αντίστοιχο του 2015, κατά 0,5%, σύμφωνα με τα στοιχεία της Eurostat. Όμως, σε σταθερές τιμές, χωρίς δηλαδή την επίδραση της αύξησης των έμμεσων φόρων (ΦΠΑ και Ειδικών Φόρων Κατανάλωσης), η μείωση είναι πολύ μεγαλύτερη, κατά 2,4%. Οι τιμές των τροφίμων και μη αλκοολούχων ποτών αυξήθηκαν κατά 1,5% σε ετήσια βάση, όμως εάν δεν είχε αυξηθεί ο ΦΠΑ, οι τιμές θα είχαν μειωθεί κατά 2,8%.

Και οι τιμές των καυσίμων, οι οποίες σε ετήσια βάση έχουν υποχωρήσει κατά 8,2% λόγω της μείωσης της τιμής του αργού πετρελαίου στις διεθνείς αγορές. Ωστόσο η υποχώρηση θα ήταν πολύ μεγαλύτερη, κατά 14,7% χωρίς την επίδραση της αύξησης των φόρων.

Πρώτη η Ελλάδα στην υπερφορολόγηση των αλκοολούχων ποτών

Τα σχετικά στοιχεία έδωσε ο Γενικός Γραμματέας Δημοσίων Εσόδων, Γιώργος Πιτσιλής, στη Γ.Σ. Ένωσης Παραγωγών Αλκοολούχων Ποτών Ευρώπης (SpiritsEUROPE), σημειώνοντας ότι η μεγάλη αυτή διαφορά στη φορολόγηση ευνοεί παράνομες πράξεις, όπως είναι η φοροδιαφυγή και το λαθρεμπόριο. Επιπλέον δημιουργεί κινδύνους για τη δημόσια υγεία από τα παράνομα προϊόντα αλκοόλ και δυσλειτουργίας στην αγορά.

Ο κ. Πιτσιλής προανήγγειλε τη σύσταση Επιχειρησιακού Κέντρου με τη συνεργασία της Γενικής Γραμματείας για την Καταπολέμηση της Διαφθοράς, του ΣΔΟΕ και των τελωνειακών αρχών και τόνισε την ανάγκη εντατικοποίησης των επιτόπιων ελέγχων και στις πύλες εισόδου στη χώρα, απλοποίησης των διαδικασιών για τη μείωση των διοικητικών δαπανών, και εκσυγχρονισμού του ρυθμιστικού πλαισίου αλλά και των ελεγκτικών μηχανισμών με την προμήθεια επιπρόσθετων ανιχνευτικών συστημάτων.

Σε αυτό το πλαίσιο, ο Γενικός Γραμματέας για την Καταπολέμηση της Διαφθοράς κ. Γιώργος Βασιλειάδης εξήγησε ότι το λαθρεμπόριο χρηματοδοτεί το οργανωμένο έγκλημα, εστιάζοντας στις απώλειες που επιφέρει στα δημόσια έσοδα και όλες τις πτυχές της οικονομίας, ενώ εξήρε τις πρόσφατες σημαντικές επιτυχίες και το δύσκολο έργο των διωκτικών αρχών, επισημαίνοντας ότι η Πολιτεία βρίσκεται σε συνεργασία με τον κλάδο με κοινό σκοπό την πάταξη του λαθρεμπορίου, στόχο που θα αποφέρει οικονομική ανάπτυξη και θα προστατέψει αποτελεσματικά τον υγιή ανταγωνισμό.

Στον επίσημο χαιρετισμό του, ο Αναπληρωτής Υπουργός Οικονομικών κ. Τ. Αλεξιάδης ανέφερε ότι η υπερφορολόγηση στα αλκοολούχα ποτά έχει οδηγήσει σε μείωση της νόμιμης ζήτησής τους και υπογράμμισε ότι η καταπολέμηση του λαθρεμπορίου αποτελεί για την Κυβέρνηση βασική δέσμευση.

Οι αλληλεπάλληλες φορολογικές επιβαρύνσεις στα αλκοολούχα ποτά τα προηγούμενα χρόνια (+125% την περίοδο 2009-2010) είχαν ως αποτέλεσμα μέρος της κατανάλωσης να κατευθυνθεί σε άλλες κατηγορίες με χαμηλότερο φορολογικό συντελεστή καθώς και να αυξηθούν οι διασυνοριακές αγορές και το λαθρεμπόριο κυρίως μη εμφιαλωμένων αποσταγμάτων και προϊόντων αμφίβολης προέλευσης και ποιότητας, με κινδύνους για την υγεία και σοβαρό αρνητικό αντίκτυπο για τα δημόσια έσοδα, την απασχόληση με την απώλεια 20.000 θέσεων εργασίας και εν γένει την ελληνική οικονομία, όπως τόνισε στην παρουσίαση του ο κ. Ν. Βέττας, Γενικός Διευθυντής του Ινστιτούτου Οικονομικών και Βιομηχανικών Ερευνών (ΙΟΒΕ).

Ο κ. Ξενοφών Πετρόπουλος εκπροσωπώντας τον Σύνδεσμο Ελληνικών Τουριστικών Επιχειρήσεων (ΣΕΤΕ) είπε ότι η φορολογία έπληξε καίρια την ανταγωνιστικότητα του εγχώριου τουριστικού προϊόντος, αναφέροντας ότι το κόστος του καλαθιού του τουρίστα αυξήθηκε κατά 10% σε μόλις ένα χρόνο και διερωτήθηκε για την αποτελεσματικότητα της δημοσιονομικής απόδοσης της αύξησης του ΦΠΑ στο 24% και της κατάργησης της εξαίρεσης του 50% στον ΕΦΚ στα αλκοολούχα ποτά στα Δωδεκάνησα, ενώ τόνισε την ανάγκη εδραίωσης συνεργειών με άλλους κλάδους της ελληνικής οικονομίας, αλλά και δημιουργίας φιλικού επιχειρηματικού περιβάλλοντος.

Ο κ. Κωνσταντίνος Μαχαίρας του Ινστιτούτου Έρευνας Λιανεμπορίου Καταναλωτικών Αγαθών (ΙΕΛΚΑ) παρουσιάζοντας τις τελευταίες τάσεις στη Νοτιοανατολική Ευρώπη έφερε το παράδειγμα της Ρουμανίας που μειώνει τους φόρους στα τρόφιμα επισημαίνοντας τα πρώτα θετικά αποτελέσματα από αυτήν την κίνηση, και προέβλεψε ότι η υπεύθυνη κατανάλωση και η εταιρική κοινωνική ευθύνη, τομείς στους οποίους ο κλάδος των αλκοολούχων ποτών έχει δώσει βαρύνουσα σημασία, θα αποκτήσουν περαιτέρω σημασία στο εγγύς μέλλον.

Ριζικές αλλαγές σε ΕΝΦΙΑ και φόρους ακινήτων το φθινόπωρο

Ριζικές αλλαγές σε ΕΝΦΙΑ και φόρους ακινήτων ανοίγει από το φθινόπωρο. Μετά τις μικρές διορθώσεις που έγιναν τον Ιανουάριο με τις νέες αντικειμενικές αξίες το υπουργείο Οικονομικών το φθινόπωρο προωθεί την εξίσωση των αντικειμενικών αξιών με τις πραγματικές.

Σε νέα αναπροσαρμογή των αντικειμενικών αξιών των ακινήτων θα προχωρήσει το υπουργείο Οικονομικών στο τέλος του τρέχοντος έτους, ώστε από την 1η-1-2017 να υπάρχει πλήρης εναρμόνισή τους με τις πραγματικές τιμές της αγοράς, όπως επιτάσσει το Μνημόνιο ΙΙΙ, που υπέγραψε η κυβέρνηση τον Αύγουστο του 2015.

Αυτό σημαίνει ότι μέχρι το τέλος Οκτωβρίου θα πρέπει να έχει ετοιμαστεί ο κατάλογος με τις νέες αντικειμενικές αξίες ακινήτων, οι οποίες θα είναι αισθητά χαμηλότερες σε σχέση με τις υφιστάμενες σε αρκετές περιοχές. Θα υπάρξουν, βέβαια, και περιοχές όπου θα γίνουν αυξήσεις αντικειμενικών αξιών.

Συνέχεια στη σελίδα 6

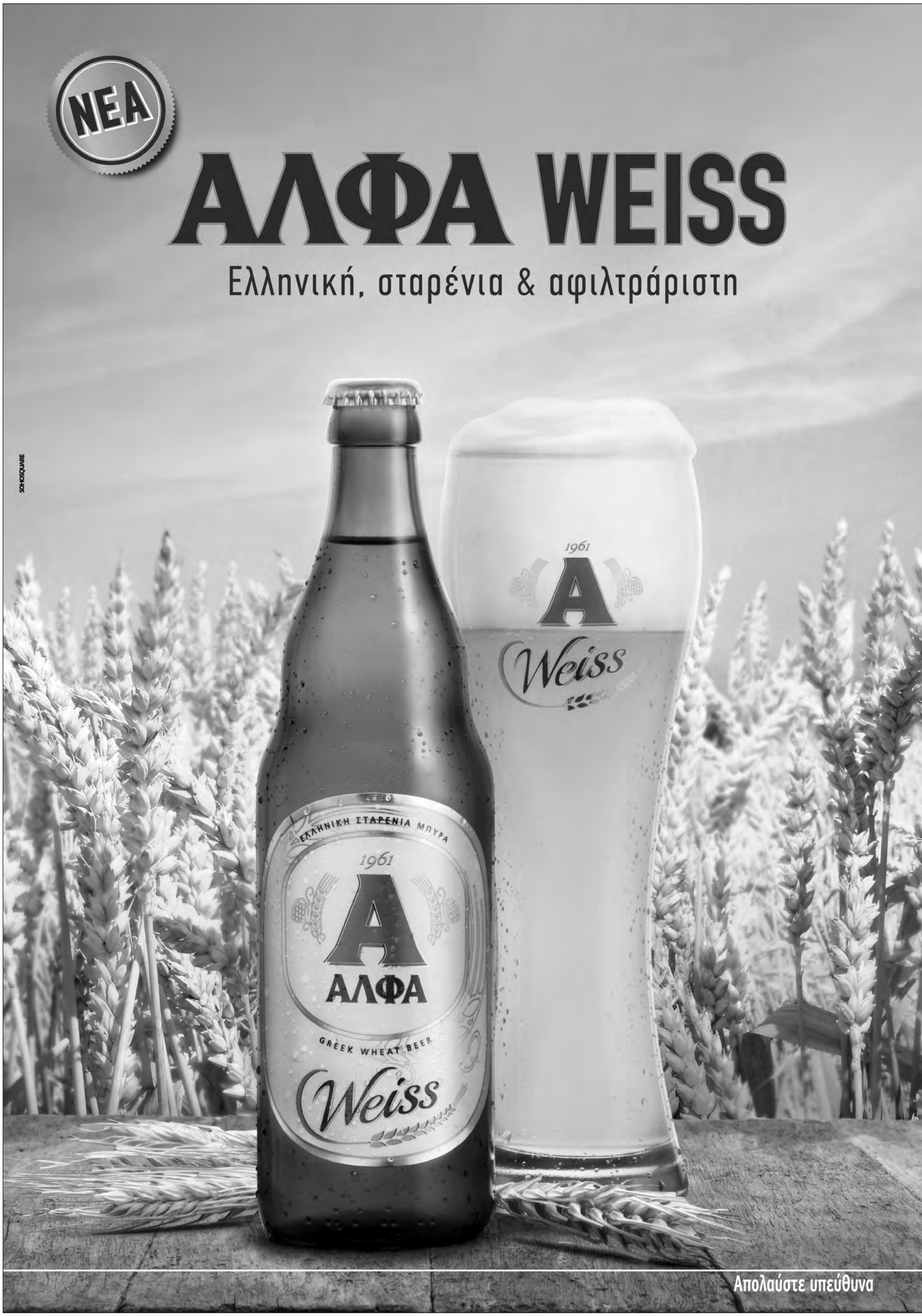
Τέλος οι επιστροφές φόρου

Θα κατάσχονται για την πληρωμή του ΕΝΦΙΑ

Με στόχο να μην διογκωθούν οι οφειλές των φορολογούμενων προς το κράτος, αλλά και οι εισπράξεις από τον ΕΝΦΙΑ να γίνουν γρηγορότερα, το ΥΠΟΙΚ αποφάσισε να συμψηφίζονται οι επιστροφές φόρου με το φόρο για τα ακίνητα.

Συγκεκριμένα, σύμφωνα με δημοσίευμα του «Ελεύθερου Τύπου» τουλάχιστον ένα εκατομμύριο φορολογούμενοι αν και θα δουν στα εκκαθαριστικά τους επιστροφή φόρου, τελικά δεν θα τη λάβουν ποτέ. Ο λόγος είναι πως η εφορία θα συμψηφίσει την πληρωμή του ΕΝΦΙΑ με τις επιστροφές φόρου. Ετσι τον Αύγουστο που θα γίνει η εκκαθάριση φόρου οι υπηρεσίες του ΥΠΟΙΚ θα «κατάσχουν» τις φετινές επιστροφές φόρου εισοδήματος, θα πάρουν προκαταβολή τον ΕΝΦΙΑ αφαιρώντας το δικαίωμα από τους πολίτες να πληρώσουν το φόρο ακινήτων σε πέντε δόσεις.

Όπως αναφέρει η εφημερίδα, για έναν φορολογούμενο που έχει να λάβει επιστροφή φόρου 500 ευρώ και πρέπει να πληρώσει ΕΝΦΙΑ 500 ευρώ, με τον συμψηφισμό ο φορολογούμενος αυτός δεν θα πάρει ποτέ επιστροφή φόρου ενώ θα πληρώσει εφάπαξ και τον ΕΝΦΙΑ.


ΝΕΑ
ΑΛΦΑ WEISS
Ελληνική, σταρένια & αφιλτράριστη
1961
Weiss
ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΣΤΑΡΕΝΙΑ ΜΠΥΡΑ
1961
ΑΛΦΑ
GREEK WHEAT BEER
Weiss
Απολαύστε υπεύθυνα

Χωρίς ΦΠΑ οι εταιρείες με έσοδα έως 25.000 ευρώ

Την απαλλαγή από το καθεστώς ΦΠΑ των επιχειρήσεων με ακαθάριστα έσοδα έως 25.000 ευρώ (από 10.000 ευρώ που είναι σήμερα) προβλέπει το επικαιροποιημένο μνημόνιο. Ωστόσο, θα πρέπει άμεσα να εκπονηθεί από τη Γενική Γραμματεία Δημοσίων Εσόδων μελέτη των επιπτώσεων από την αύξηση του σχετικού ορίου. Με την προτεινόμενη ρύθμιση που όπως όλα δείχνουν θα κατατεθεί σύντομα στη Βουλή, μειώνεται το διοικητικό κόστος που προκύπτει τόσο για τη φορολογική διοίκηση όσο και για τις μικρές επιχειρήσεις όσον αφορά τη συμμόρφωση των τελευταίων και την εκπλήρωση των υποχρεώσεών τους με το κανονικό καθεστώς ΦΠΑ. Επίσης, ευνοείται, συγκριτικά με τις μεγαλύτερες επιχειρήσεις, η ανταγωνιστικότητα των μικρών επιχειρήσεων, καθώς δεν υποχρεούνται να επιβάλλουν ΦΠΑ στις παραδόσεις αγαθών και στις παροχές υπηρεσιών που πραγματοποιούν.

Οι επιχειρήσεις που θα επιλέξουν την απαλλαγή τους από τον ΦΠΑ δεν θα επιβαρύνουν με φόρο τις παραδόσεις αγαθών και τις παροχές υπηρεσιών που πραγματοποιούν καθ' όλη τη διάρκεια της διαχειριστικής περιόδου και δεν ασκούν δικαίωμα έκπτωσης του ΦΠΑ των εισροών τους. Το ίδιο ισχύει και σε περίπτωση που εντός της χρήσης η απαλλασσόμενη επιχείρηση ξεκινήσει και άλλη δραστηριότητα ή επεκτείνει τις δραστηριότητές της κατά τρόπο που εκτιμάται ότι θα της αποφέρει αυξημένα έσοδα. Σημειώνεται πως η υπέρβαση του ορίου εντός της χρήσης καθιστά υποχρεωτική τη μετάταξη της επιχείρησης στο κανονικό καθεστώς ΦΠΑ από την έναρξη της επόμενης διαχειριστικής περιόδου.

Το όριο των 25.000 ευρώ αφορά τα συνολικά ακαθάριστα έσοδα τα οποία πραγματοποιούν οι υποκείμενοι εντός της διαχειριστικής περιόδου από το σύνολο των δραστηριοτήτων τους και τα οποία λαμβάνονται υπόψη για τη φορολογία εισοδήματος.

Οι νέες επιχειρήσεις θα εντάσσονται με την έναρξή τους στο κανονικό καθεστώς ΦΠΑ και από την επόμενη διαχειριστική περίοδο θα μπορούν να επιλέξουν την υπαγωγή τους στο απαλλασσόμενο καθεστώς, υπό την προϋπόθεση ότι πληρούν το κριτήριο των ακαθάριστων εσόδων.

Στο επικαιροποιημένο μνημόνιο γίνονται αναφορές στον τρόπο λειτουργίας του φοροεισπρακτικού μηχανισμού καθώς και στις παρεμβάσεις που δεχόταν από την κυβέρνηση. Συγκεκριμένα τονίζεται ότι η ικανότητα συλλογής εσόδων έχει παρεμποδιστεί από την πολύπλοκη νομοθεσία, την κακή διαχείριση, τις πολιτικές παρεμβάσεις και τις γενναιόδωρες ρυθμίσεις-αμνηστίες. Η κυβέρνηση δεσμεύεται πλέον να λάβει ισχυρά μέτρα για τη βελτίωση της συλλογής φόρων και εισφορών, με τη λήψη άμεσων μέτρων για όσους οφειλέτες αδυνατούν να πληρώσουν τις δόσεις τους ή τις τρέχουσες υποχρεώσεις τους. Στο πλαίσιο αυτό η Γενική Γραμματεία Δημοσίων Εσόδων θα πρέπει να προχωρήσει άμεσα στην εκπόνηση σχεδίου για τον περιορισμό της φοροδιαφυγής και την αύξηση των δημοσίων εσόδων. Ειδικότερα, με στόχο την αύξηση των εσόδων και την πάταξη της φοροδιαφυγής:

1. Πρέπει να τροποποιηθεί το καθεστώς των προστίμων, τα οποία κρίνονται ιδιαίτερα χαμηλά. Όπως προκύπτει από το επικαιροποιημένο μνημόνιο, θα υπάρξουν αλλαγές στον κώδικα φορολογικών διαδικασιών κυρίως ως προς τον τρόπο διενέργειας των ελέγχων και επιβολής των προστίμων.

2. Σε συνεργασία με την τεχνική βοήθεια, να αναζητηθούν αδήλωτα εισοδήματα που υπάρχουν κατατεθειμένα σε ελληνικές τράπεζες ή τράπεζες του εξωτερικού.

Η ελληνική φορολογική αρχή θα ζητήσει στοιχεία από τις φορολογικές αρχές των χωρών Ε.Ε. για τα περιουσιακά στοιχεία Ελλήνων φορολογουμένων.

3. Να δημιουργηθεί πρόγραμμα αποκάλυψης αδήλωτων εισοδημάτων με την επιβολή κυρώσεων αλλά και τη χορήγηση κινήτρων για την πληρωμή των οφειλών.

4. Να κατατεθεί νομοσχέδιο για ενεργοποίηση των ηλεκτρονικών πληρωμών εντός του τρέχοντος μηνός.

5. Να κατατεθεί νομοσχέδιο για την καταπολέμηση του λαθρεμπορίου στα καύσιμα και στα καπνικά προϊόντα.

Σημειώνεται ότι, σύμφωνα με το επικαιροποιημένο μνημόνιο η ελληνική κυβέρνηση θα πρέπει να προχωρήσει στην εξίσωση των αντικειμενικών αξιών των ακινήτων με τις εμπορικές τιμές έως τον Ιούνιο του 2017.

Οι αλλαγές σε ΕΝΦΙΑ και φόρους ακινήτων

Συνέχεια στη σελίδα 4

Η νέα αυτή αναπροσαρμογή θα έχει όμως ως συνέπεια να αυξηθούν σημαντικά, κατά ποσοστά της τάξεως του 25% - 50%, οι αντικειμενικές αξίες των ακινήτων σε πολλούς δήμους της χώρας που δεν έχουν σημαντική οικονομική δραστηριότητα, δηλαδή σε υποβαθμισμένες «λαϊκές» συνοικίες, στις οποίες κατοικούν πολίτες με χαμηλά και μεσαία εισοδήματα, αλλά και σε χιλιάδες κωμοπόλεις, χωριά και οικισμούς.

Στις περιοχές αυτές σήμερα οι αντικειμενικές τιμές ανέρχονται στα επίπεδα των 500-600 ευρώ ανά τετραγωνικό μέτρο και εξακολουθούν να βρίσκονται σε επίπεδα χαμηλότερα των αγοραίων τιμών, με δεδομένο ότι σύμφωνα με στοιχεία του υπουργείου Οικονομικών η μέση τιμή κατασκευής κατοικιών σε περιοχές χαμηλού κόστους ανέρχεται στο επίπεδο των 750 ευρώ ανά τετραγωνικό μέτρο. Δηλαδή στις περιοχές αυτές η εναρμόνιση των αντικειμενικών τιμών με τις αγοραίες θα έχει ως συνέπεια οι αντικειμενικές αξίες να αυξηθούν από τα επίπεδα των 500-600 ευρώ ανά τ.μ. στο επίπεδο των 750 ευρώ ανά τ.μ.

Στον αντίποδα, η πλήρης εναρμόνιση των αντικειμενικών με τις αγοραίες τιμές των ακινήτων θα σημάνει την πτώση των αντικειμενικών τιμών κατά ποσοστά έως και 50% στις λεγόμενες «ακριβές» περιοχές της χώρας, όπου σήμερα οι αντικειμενικές υπερβαίνουν τις 3.000-4.000 ευρώ ανά τ.μ., δηλαδή σε περιοχές που βρίσκονται σε δήμους όπως η Κηφισιά, η Νέα Ερυθραία, η Φιλοθέη, το Ψυχικό, η Γλυφάδα, η Βούλα, η Βουλιαγμένη, το ιστορικό Κέντρο της Αθήνας, το Πανόραμα Θεσσαλονίκης, στην κοινότητα της Εκάλης κ.λπ.

Παράλληλα αναμένεται να αυξηθούν σημαντικά από το 2017 οι φορολογικές επιβαρύνσεις στις γονικές παροχές, τις κληρονομιές, τις αγορές και τη χρήση ακινήτων στις περιοχές όπου σήμερα οι αντικειμενικές αξίες είναι πάρα πολύ χαμηλές και αντιστοίχως να μειωθούν σημαντικά οι επιβαρύνσεις αυτές στις λεγόμενες «ακριβές» περιοχές.

Τι δείχνουν τα στοιχεία:

-Στις ακριβές περιοχές της χώρας (Σαντορίνη, Μύκονος, α' διαμέρισμα Δήμου Αθηναίων, Ψυχικό, Φιλοθέη) οι αντικειμενικές αξίες δεν μειώθηκαν κατά την τελευταία αναπροσαρμογή. Πρακτικά, δεν υπήρξε καμία αλλαγή σε όλες τις περιοχές με τιμή ζώνης άνω των 4.000 ευρώ ανά τετραγωνικό μέτρο. Ετσι, σε αυτές τις περιοχές η απόσταση των αντικειμενικών αξιών από τις πραγματικές παραμένει πολύ μεγάλη. Στην Γλυφάδα, ακόμα και νεόδμητο ακίνητο δεν πωλείται πλέον προς 4.600 ευρώ/τ.μ., ενώ και στην Εκάλη η τιμή των 4.550 ευρώ/τ.μ. φαντάζει ακραία με βάση τα πραγματικά δεδομένα της αγοράς. Στη Φιλοθέη, το υπουργείο Οικονομικών επιμένει ότι ένα τετραγωνικό μέτρο έχει 5.250 ευρώ/τ.μ., όπως και ότι στο Ψυχικό υπάρχουν διαμερίσματα που πωλούνται προς 6.250 ευρώ/τ.μ. Για να υπάρξει εξίσωση με τις πραγματικές αξίες σε αυτές τις περιοχές, οι τιμές της Εφορίας θα πρέπει να περιοριστούν ακόμα και πάνω από 20%-25%.

-Μεσίτες και συμβολαιογράφοι εξακολουθούν να καταγράφουν εκατοντάδες αγοραπωλησίες ακινήτων στις οποίες το πραγματικό τίμημα είναι πολύ χαμηλότερο από την αντικειμενική αξία. Για παράδειγμα, διαμερίσματα στο 6ο και στο 7ο διαμέρισμα του Δήμου Αθηναίων, στα Σπάτα, στον Χολαργό, στη Γλυφάδα, στην Αίγινα ή στη Σαρωνίδα εξακολουθούν να πωλούνται σε τιμές 30%-50% χαμηλότερες σε σχέση με τις «ανανεωμένες» αντικειμενικές αξίες.

-Υπάρχουν αναβαθμισμένες περιοχές στο λεκανοπέδιο οι οποίες στα χαρτιά της Εφορίας εμφανίζονται να έχουν χαμηλές τιμές ανά τετραγωνικό μέτρο ακόμα και για τα σημερινά δεδομένα της αγοράς. Για παράδειγμα, μετά την πρόσφατη μείωση, ένα τετραγωνικό μέτρο στα Μελίσσια εμφανίζεται να αξίζει από 1.250 έως 1.650 ευρώ/τ.μ., ενώ και στην Πεύκη οι τιμές κυμαίνονται από 1.250 έως 1.600 ευρώ/τ.μ. Στη Νέα Πεντέλη το εύρος κυμαίνεται από τα 1.250 έως τα 1.900 ευρώ/τ.μ., ενώ στα Βριλήσσια οι τιμές «παίζουν» πλέον από τα 1.250 έως τα 1.700 ευρώ (σ.σ.: να σημειωθεί ότι οι τιμές ζώνης παραπέμπουν κατά βάση στην αξία των νεόδμητων ακινήτων). Από 1.200 έως 1.700 ευρώ/τ.μ. παίζουν οι τιμές και στην Αγία Παρασκευή. Είναι προφανές ότι σε πολλές από αυτές τις περιοχές το υπουργείο Οικονομικών θα πρέπει να προχωρήσει και σε αυξήσεις αντικειμενικών αξιών.

Οι αρμόδιες επιτροπές του ΥΠΟΙΚ θα έχουν τις ακόλουθες υποχρεώσεις για το επόμενο διάστημα:

-Σε συνεργασία ακόμα και με την Τράπεζα της Ελλάδος, η οποία έχει καταρτίσει τον δείκτη τιμών ακινήτων, θα πρέπει να προετοιμαστούν οι καινούργιες τιμές ζώνης, αυξημένες ή μειωμένες.

-Μετά τον προσδιορισμό των αντικειμενικών αξιών, θα πρέπει να προσδιοριστεί η επίπτωση στα έσοδα του ΕΝΦΙΑ. Αν επιβεβαιωθεί η εκτίμηση ότι θα απαιτηθεί μεσοσταθμική μείωση των αντικειμενικών αξιών κατά 20%, θα «χαθεί» φορολογητέα ύλη τουλάχιστον 100 δισ. ευρώ. Αυτό θα επηρεάσει τα έσοδα του ΕΝΦΙΑ κατά τουλάχιστον 300 εκατ. ευρώ.

-Θα πρέπει να προγραμματιστούν νέες αυξήσεις των συντελεστών του ΕΝΦΙΑ, καθώς η υποχρέωση διατήρησης των εσόδων στα 2,65 δισ. ευρώ θα ισχύσει και για το 2017. Το πιθανότερο είναι ότι το υπουργείο Οικονομικών θα επιχειρήσει να αντλήσει τα περισσότερα έσοδα και πάλι από τον συμπληρωματικό φόρο.

-Στο μικροσκόπιο θα μπουν τα αφορολόγητα των γονικών παροχών, καθώς θα θεωρηθούν πολύ υψηλά με δεδομένες τις νέες αντικειμενικές αξίες των ακινήτων. Υπενθυμίζεται ότι για κληρονομιές, γονικές παροχές και δωρεές υπάρχει αφορολόγητο 150.000 ευρώ, το οποίο προσαυξάνεται ακόμα και στα 300.000 ευρώ, αν πρόκειται για κύρια κατοικία.

ΣΒΗΣΕ ΤΗ
ΔΙΨΑ ΣΟΥ
ΦΥΣΙΚΑ
Mythos
RADLER
PREMIUM QUALITY
PREMIUM QUALITY BEER
WITH CONCENTRATED JUICE
Mythos
RADLER
ΜΕ ΛΕΜΟΝΙ
ΦΥΣΙΚΑ ΔΡΟΣΙΣΤΙΚΟ ΠΟΤΟ ΑΠΟ ΜΠΥΡΑ ΚΑΙ
ΧΥΜΟ ΛΕΜΟΝΙΟΥ
ALC
2%
VOL
Mythos
RADLER
ΜΕ ΛΕΜΟΝΙ
Απολαύστε υπεύθυνα

ΟΙΚΟΝΟΜΙΑ

Μέχρι τέλους Σεπτεμβρίου η ενεργοποίηση του μισού νέου ΕΣΠΑ

Την ενεργοποίηση του 50% των προγραμμάτων του νέου ΕΣΠΑ έως τα τέλη Σεπτεμβρίου ανακοίνωσε χθες ο υφυπουργός Οικονομίας Αλέξης Χαρίτσης, στοχεύοντας στην κινητοποίηση πόρων ύψους 8 δισ. ευρώ εντός του 2016 και το 2017. Η ενεργοποίηση σημαίνει ουσιαστικά την εξειδίκευση των προγραμμάτων – και όχι την προκήρυξη αντίστοιχων δράσεων ή την εκταμίευση πόρων. Πρόκειται για το πρώτο βήμα, προκειμένου στη συνέχεια οι αρμόδιοι φορείς να προχωρήσουν στην προκήρυξη των διαγωνισμών και να ξεκινήσει σταδιακά η υλοποίηση των έργων ή των δράσεων.

Σύμφωνα με τα στοιχεία του υπουργείου Οικονομίας, μέχρι σήμερα έχει ενεργοποιηθεί το 25% του νέου ΕΣΠΑ που αντιστοιχεί σε ποσό της τάξης των 4,5 δισ. ευρώ, ενώ έως τα τέλη Σεπτεμβρίου θα έχει ενεργοποιηθεί το 50%, το μισό δηλαδή των προγραμμάτων του νέου ΕΣΠΑ. Να σημειωθεί ότι διανύουμε ήδη τον δεύτερο χρόνο της νέας προγραμματικής περιόδου και – με εξαίρεση τα προγράμματα του υπουργείου Εργασίας– στα υπόλοιπα προγράμματα δεν μπορούμε ακόμη να μιλάμε για απορρόφηση πόρων. Ενδεικτική είναι η πορεία του προγράμματος Ανταγωνιστικότητα, στο πλαίσιο του οποίου έχουν προκηρυχθεί τέσσερις δράσεις, από τις οποίες μόνο οι δύο –και αυτές έπειτα από διαδοχικές παρατάσεις– έχουν ολοκληρωθεί. Ενδεικτικό της δίψας που υπάρχει στην αγορά για ρευστότητα είναι η συμμετοχή που υπήρξε στο πρόγραμμα της «Νεοφυούς Επιχειρηματικότητας», στο πλαίσιο του οποίου υποβλήθηκαν 5.600 αιτήσεις για επενδυτικά σχέδια προϋπολογισμού 318 εκατ. ευρώ, όταν ο προϋπολογισμός του προγράμματος διαμορφώνεται στα 72 εκατ. ευρώ. Είχε προηγηθεί η υποβολή 16.193 στο πρόγραμμα «Ενίσχυση της αυτοαπασχόλησης πτυχιούχων τριτοβάθμιας εκπαίδευσης».

Το υπουργείο Οικονομίας ανακοίνωσε την παράταση των καταληκτικών προθεσμιών ηλεκτρονικής υποβολής των επενδυτικών σχεδίων για τις δύο εν εξελίξει δράσεις. Ετσι, η νέα ημερομηνία υποβολής αιτήσεων για «Ενίσχυση Τουριστικών ΜΜΕ για τον εκσυγχρονισμό τους και την ποιοτική αναβάθμιση των παρεχομένων υπηρεσιών», ορίστηκε στις 4 Ιουλίου 2016 αντί της 6ης Ιουνίου 2016, ενώ για την υποβολή αιτήσεων στο πρόγραμμα «Αναβάθμιση πολύ μικρών και μικρών επιχειρήσεων για την ανάπτυξη των ικανοτήτων τους στις νέες αγορές», η νέα προθεσμία ορίστηκε για τις 8 Ιουλίου αντί 9ης Ιουνίου.

Σύμφωνα με το υπουργείο Οικονομίας, η παράταση κρίθηκε επιβεβλημένη λόγω της «μεγάλης ώθησης που προκάλεσε στο επενδυτικό ενδιαφέρον η πρόσφατη απόφαση για την ενεργοποίηση του Ανοιχτού Καταπιστευτικού Λογαριασμού στο Ταμείο Παρακαταθηκών και Δανείων και η οποία επιτρέπει την έναρξη της επιχειρηματικής δραστηριότητας χωρίς την υποχρέωση καταβολής εγγυητικής επιστολής». Κίνητρο για το αυξημένο ενδιαφέρον, σύμφωνα με το υπουργείο, υπήρξε και η αύξηση του προϋπολογισμού στα 90 και 110 εκατ. ευρώ για τα δύο προγράμματα αντίστοιχα.

Το πρόγραμμα Ανταγωνιστικότητα είναι το δεύτερο μεγαλύτερο του νέου ΕΣΠΑ με συνολικό προϋπολογισμό 4,6 δισ. ευρώ, από τα οποία τα 3,6 δισ. ευρώ είναι κοινοτικοί πόροι και ο σχεδιασμός προβλέπει την ενεργοποίηση 1,4 δισ. ευρώ έως τα τέλη Σεπτεμβρίου. Μεταξύ των δράσεων που προγραμματίζεται να δημοσιευθούν έως τον Σεπτέμβριο είναι η ανάπτυξη clusters και θερμοκοιτίδων (22,5 εκατ. ευρώ), η αναβάθμιση μεσαίου μεγέθους επιχειρήσεων (40 εκατ. ευρώ), σχέδια κατάρτισης και πιστοποίησης γνώσεων εργαζομένων (25 εκατ. ευρώ), διακρατικές συνεργασίες σε έρευνα και τεχνολογική ανάπτυξη (50 εκατ. ευρώ), επιχειρηματικές επενδύσεις σε έρευνα και ανάπτυξη μέσω της ανάπτυξης συνεργασιών (280 εκατ. ευρώ), υποστήριξη ευρυζωνικών υποδομών και υπηρεσίες αξιοποίησής τους (67 εκατ. ευρώ) και το νέο πρόγραμμα εξοικονομώ κατ' οίκον για την ενεργειακή αναβάθμιση κατοικιών, δημοσίων και δημοτικών κτιρίων (248 εκατ. ευρώ).

Το κυνήγι των προσφορών στα σουπερμάρκετ

Τις προσφορές και εκπτώσεις που παρέχουν τα σουπερμάρκετ κυνηγούν όλο και περισσότερο οι καταναλωτές στην προσπάθεια τους να εξοικονομήσουν χρήματα, σύμφωνα με τα αποτελέσματα ετήσιας πανελλήνιας έρευνας του Ινστιτούτου Έρευνας Λιανεμπορίου Καταναλωτικών Αγαθών (ΙΕΛΚΑ) 2015/2016, με δείγμα 2.000 καταναλωτές από όλη την Ελλάδα.

Σύμφωνα με τα αποτελέσματα αυτά, ποσοστό 90% των καταναλωτών εξοικονομούν χρήματα μέσω προσφορών/κουπονιών/δωροεπιταγών από τις αλυσίδες σουπερμάρκετ και τους προμηθευτές των προϊόντων. Επίσης, ποσοστό 69% των καταναλωτών εξοικονομούν τουλάχιστον 5% επί της αξίας των αγορών τους και 41% τουλάχιστον 10%. Η μέση εξοικονόμηση που προκύπτει από την στάθμιση του συνόλου ανέρχεται σε 11,2%.

Σύμφωνα με το ΙΕΛΚΑ, η μηνιαία συνολική αξία αυτών των ενεργειών αντιστοιχεί κατά μέσο όρο σε όφελος πάνω από 25 ευρώ μηνιαία ανά νοικοκυριό και 300 ευρώ ετησίως. Αυτό το όφελος είναι πολύ σημαντικότερο από το αντίστοιχο του 2010, εξαιτίας τόσο της μείωσης της δαπάνης των νοικοκυριών σε είδη παντοπωλείου όσο και της αύξησης τόσο του ποσοστού των πωλήσεων που πραγματοποιείται μέσω προσφορών, όσο και της αύξησης της μέσης έκπτωσης ανά προσφορά.

Το 2010 η μέση μηνιαία δαπάνη στο σουπερμάρκετ υπολογίζεται σε 250 ευρώ, με το 32% των αγορών να αφορούν προϊόντα σε έκπτωση ή προωθητική ενέργεια και το μέσο όφελος στα 15 ευρώ. Το 2015 η μέση δαπάνη εκτιμάται σε 220 ευρώ, με το 42% των αγορών να αφορούν προϊόντα σε έκπτωση ή προωθητική ενέργεια και το μέσο όφελος στα 25 ευρώ.

Η έρευνα καταναλωτών του ΙΕΛΚΑ καταγράφει ενδιαφέροντα ευρήματα σε σχέση με τις αντιλήψεις και τη συμπεριφορά των καταναλωτών σε σχέση με την επιλογή προσφορών και προωθητικών ενεργειών. Σύμφωνα με την έρευνα, μία στις πέντε επισκέψεις στο σουπερμάρκετ έχει ως αφετηρία κάποια προσφορά για την οποία ενημερώθηκε ο καταναλωτής πριν επισκεφθεί το κατάστημα, κάτι που πρακτικά σημαίνει ότι περίπου μία φορά την εβδομάδα ο καταναλωτής αφιερώνει χρόνο για την αγορά προσφορών. Χαρακτηριστικό είναι επίσης ότι ένας στους δύο καταναλωτές 50% δηλώνει ότι ψάχνει ενεργητικά για προσφορές και εκπτώσεις στο διαδίκτυο και στα φυλλάδια των αλυσίδων σουπερμάρκετ πριν επισκεφθεί το κατάστημα για τις αγορές του.

Επιπλέον στο πλαίσιο της υιοθέτησης των «έξυπνων» αγορών από τους καταναλωτές, λόγω της οικονομικής κατάστασης των νοικοκυριών καταγράφονται και άλλες σημαντικές τάσεις. Συγκεκριμένα, το 83% του κοινού δηλώνει ότι κυνηγάει τις προσφορές στις αγορές στο σουπερμάρκετ και το 64% ότι οι προσφορές και εκπτώσεις είναι ο κύριος λόγος για να επιλέξουν το κατάστημα σουπερμάρκετ που θα επισκεφθούν. Το 78% των καταναλωτών δηλώνουν ότι αγοράζουν περισσότερες προσφορές και εκπτώσεις σε σχέση με το παρελθόν.

ΑΣΦΑΛΙΣΤΙΚΟ

ΙΚΑ
Ποιοι συνταξιούχοι χάνουν οριστικά το ΕΚΑΣ από τον Ιούνιο

Τι ορίζει εγκύκλιος

Περίπου 100.000 είναι οι συνταξιούχοι που πλέον χάνουν το ΕΚΑΣ αναδρομικά από την 1η Ιουνίου.

Πρόκειται για χαμηλοσυνταξιούχους με ακαθάριστο συνολικό ποσό κύριας και επικουρικής σύνταξης και επιδομάτων τον Μάιο του 2016 πάνω από 664 ευρώ, έναντι 850 ευρώ που ήταν το όριο για το διάστημα Ιανουαρίου - Μαΐου.

Αυτό διευκρινίζει εγκύκλιος του ΙΚΑ προειδοποιώντας ότι «σε περίπτωση υποβολής με δόλο ανακριβούς δήλωσης εκ μέρους του συνταξιούχου είτε για το φορέα καταβολής του επιδόματος είτε για τα εισοδηματικά στοιχεία, καθώς και σε περίπτωση πολλαπλής είσπραξης του επιδόματος, τα αχρεωστήτως καταβληθέντα ποσά του επιδόματος θα παρακρατούνται στο διπλάσιο από το ποσό της κύριας σύνταξης σε έξι μηνιαίες δόσεις με απόφαση του αρμόδιου οργάνου του ΕΦΚΑ».

Σύμφωνα με την εγκύκλιο στις κατηγορίες συνταξιούχων που δεν δικαιούνται, πλέον, το ΕΚΑΣ και υπολογίζονται σε 100.000, περιλαμβάνονται:

Οι συνταξιούχοι λόγω γήρατος και επιζώντες σύζυγοι που λαμβάνουν σύνταξη λόγω θανάτου εάν δεν έχουν συμπληρώσει το 65ο έτος της ηλικίας τους, ακόμα και αν πληρούν όλες τις υπόλοιπες προϋποθέσεις.

Για τους συνταξιούχους λόγω αναπηρίας με ποσοστό 80% και πάνω (που δικαιούνται το ΕΚΑΣ σε ηλικία μικρότερη των 65 ετών) επισημαίνεται ότι οποιαδήποτε μεταβολή στο ποσοστό αναπηρίας εντός του ίδιου ημερολογιακού έτους στο οποίο καταβάλλεται το ΕΚΑΣ, δεν επιδρά στο ποσό του επιδόματος.

Όμως, εάν ο συνταξιούχος λόγω αναπηρίας κατά το έτος αυτό κριθεί με ποσοστό αναπηρίας μικρότερο του 80% και δεν έχει συμπληρώσει το 65ο έτος της ηλικίας του, το επίδομα θα διακοπεί από την πρώτη του επόμενου μήνα από αυτόν που φέρει το μικρότερο ποσοστό.

Φυσικό Μεταλλικό Νερό
Βίκος®
Ζαγοροχώρια

Vikos
VikosOfficial

www.water.gr

Βίκος®
Φυσικά Μεταλλικά Αναψυκτικά

Τα μόνα με
Φυσικό Μεταλλικό Νερό.

ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ

Νέα και ειδήσεις από τον χώρο των τροφίμων και των ποτών

Η Coca-Cola χορηγός του UEFA EURO 2016

Το UEFA EURO 2016 το κορυφαίο αθλητικό γεγονός που ενώνει τους φιλάθλους σε όλη την Ευρώπη, είναι εδώ, και η Coca-Cola, χορηγός της μεγάλης αυτής γιορτής για ακόμη μια φορά, μας προσκαλεί να απολαύσουμε μαζί, τους συναρπαστικότερους αγώνες. Γιατί η απόλαυση μιας Coca-Cola, όποια και αν είναι αυτή, με ή χωρίς θερμίδες, με ή χωρίς καφεΐνη, κάνει την κάθε στιγμή ακόμα πιο ξεχωριστή για κάθε φίλαθλο!

Μέσα από το νέο της τηλεοπτικό σποτ και με το σύνθημα «Είστε όλοι καλεσμένοι», η Coca-Cola μας μεταφέρει στη σέντρα των γηπέδων και μας υπενθυμίζει ότι ακόμα και αν η ομάδα μας είναι πίσω στο σκορ, μπορούμε να τη βοηθήσουμε να το γυρίσει - Πώς; Αρκεί να φωνάξουμε δυνατά όλοι μαζί, παρέα με την αγαπημένη μας Coca-Cola!

Για όλους εκείνους που θα έχουν την ευκαιρία να ζήσουν τη χαρά της μεγάλης ποδοσφαιρικής γιορτής από κοντά και να βρεθούν στα γήπεδα της Γαλλίας, η Coca-Cola έχει ετοιμάσει μια σειρά από δράσεις και μοναδικές εκπλήξεις. Η εμπειρία των φιλάθλων θα ξεκινήσει από το αεροδρόμιο, όπου εκεί θα τους καλωσορίσει η Coca-Cola με γιορτινή διάθεση, ενώ σε δρόμους και σε στάσεις λεωφορείων, ψηφιακές οθόνες θα μεταφέρουν τον εορταστικό παλμό των ημερών. Παράλληλα, όλοι οι αγώνες θα προβάλλονται και σε γιγαντοοθόνες, που θα έχουν στηθεί σε εξωτερικούς χώρους.

Η The Coca-Cola Company διατηρεί μια μακρόχρονη σχέση με την UEFA η οποία ξεκινάει από το 1988, οπότε και η αγαπημένη μας Coca-Cola ξεκίνησε να στηρίζει τα ευρωπαϊκά πρωταθλήματα και να βρίσκεται στην καρδιά της διοργάνωσης. Λέξεις, όπως μοναδικές στιγμές, ενέργεια, γιορτή και πάθος περιγράφουν με τον καλύτερο τρόπο το δεσμό που έχει δημιουργηθεί ανάμεσα στην Coca-Cola και την Ευρωπαϊκή Ομοσπονδία, εδώ και περίπου 30 χρόνια.

Σχετικά με την The Coca-Cola Company:

Η The Coca-Cola Company είναι η μεγαλύτερη εταιρεία μη αλκοολούχων ποτών στον κόσμο, με περισσότερα από 500, ανθρακούχα ή μη, εμπορικά σήματα και περισσότερες

από 3.800 επιλογές προϊόντων. Μαζί με την Coca-Cola, ένα από τα πιο πολύτιμα και αναγνωρίσιμα εμπορικά σήματα στον κόσμο, η The Coca-Cola Company εμπορεύεται 20 brands αξίας δισεκατομμυρίων δολαρίων, εκ των οποίων 18 είναι διαθέσιμα σε επιλογές με μειωμένες, χαμηλές ή και καθόλου θερμίδες. Το χαρτοφυλάκιο της The Coca-Cola Company περιλαμβάνει, μεταξύ άλλων, τα brands Diet Coke, Coca-Cola Zero, Fanta, Sprite, Dasani, vitaminwater, Powerade, Minute Maid, Simply, Del Valle, Georgia και Gold Peak. Μέσω του μεγαλύτερου συστήματος διανομής στον κόσμο, αποτελεί τον No. 1 προμηθευτή σε όλες τις κατηγορίες μη αλκοολούχων ποτών, ανθρακούχων ή μη. Καταναλωτές σε περισσότερες από 200 χώρες απολαμβάνουν τα προϊόντα της, περισσότερες από 1,9 δισ. φορές την ημέρα.

Διατηρώντας τη δέσμευσή της για διαμόρφωση βιώσιμων κοινωνιών, η The Coca-Cola Company επικεντρώνεται σε πρωτοβουλίες που μειώνουν το περιβαλλοντικό της αποτύπωμα, δημιουργούν ένα ασφαλές, χωρίς αποκλεισμούς περιβάλλον εργασίας για τους εργαζομένους της και ενισχύουν την οικονομική ανάπτυξη των κοινωνιών στις οποίες δραστηριοποιείται. Σε συνεργασία με τους κατά τόπους εμφιαλωτές της, η The Coca-Cola Company βρίσκεται ανάμεσα στους 10 κορυφαίους εργοδότες παγκοσμίως, με περισσότερους από 700.000 συνεργάτες.

Η Coca-Cola Hellas είναι θυγατρική εταιρεία της The Coca-Cola Company με ευθύνη για την Ελλάδα, την Κύπρο και τη Μάλτα. Δραστηριοποιείται στον χώρο της παροχής συμβουλευτικών υπηρεσιών αναφορικά με τη χάραξη της στρατηγικής marketing, την προώθηση, την έρευνα αγοράς, τη διαφήμιση και την προστασία της φήμης των προϊόντων της The Coca-Cola Company. Παρέχει επίσης τεχνογνωσία και συμβουλευτικές υπηρεσίες σε θέματα προϊοντικής επικοινωνίας, καθώς και υπηρεσίες για τη διασφάλιση των ποιοτικών ελέγχων των προϊόντων. Στην Ελλάδα, εμφιαλωτής της The Coca-Cola Company είναι η Coca-Cola Τρία Έψιλον που μαζί με την Coca-Cola Hellas, αποτελούν το Σύστημα της Coca-Cola στην Ελλάδα.

Η Coca-Cola Τρία Έψιλον δραστηριοποιείται εδώ και 47 χρόνια στην ελληνική αγορά και αποτελεί τη μεγαλύτερη εταιρεία παραγωγής μη αλκοολούχων ποτών στην Ελλάδα, όπου παράγεται το 96% των προϊόντων της. Ανήκει στον Όμιλο Coca-Cola HBC, έναν από τους μεγαλύτερους εμφιαλωτές και διανομείς των προϊόντων της The Coca-Cola Company παγκοσμίως και τον μεγαλύτερο στην Ευρώπη. Με έδρα την Αθήνα, η Coca-Cola Τρία Έψιλον αναπτύσσει παραγωγική και εμπορική δραστηριότητα σε όλη την Ελλάδα, εμφιαλώνοντας και διαθέτοντας τα προϊόντα της The Coca-Cola Company (Coca-Cola, Fanta, Sprite, Powerade, NESTEA, illy issimo και τα mixers Schweppes), καθώς και τα προϊόντα που έχει αναπτύξει η ίδια η εταιρεία (Amita, Frulite και το εμφιαλωμένο νερό ΑΥΡΑ), ενώ επίσης διανέμει τα snacks TSAKIRIS και τα ενεργειακά ποτά Monster. Προσφέρει επίσης ένα ολοκληρωμένο χαρτοφυλάκιο αλκοολούχων ποτών, που περιλαμβάνει προϊόντα των οίκων Edrington, Ισιδώρου Αρβανίτου, Brown-Forman και Gruppo Campari.

Coca Cola HBC
Προβλέπει ετήσια αύξηση εσόδων κατά 4-5% ως το 2020

Η εισηγμένη έθεσε στόχο την επιστροφή των περιθωρίων σε επίπεδα προ κρίσης, στο 11% από 7,5% για το σύνολο της χρήσης του 2015. Πώς είδαν το νέο guidance Credit Suisse και Deutsche Bank.

Τον στόχο ετήσιας αύξησης των εσόδων κατά 4-5% ετησίως ως το 2020 κατέθεσε η διοίκηση της Coca Cola Hellenic Bottling σε εκδήλωση-ενημέρωση των επενδυτών που πραγματοποιήθηκε στο Λονδίνο.

Παράλληλα, η εισηγμένη έθεσε στόχο την επιστροφή των περιθωρίων σε επίπεδα προ κρίσης, στο 11% από 7,5% για το σύνολο της χρήσης του 2015.

Η Coca Cola προβλέπει ετήσια αύξηση των όγκων για το σύνολο του κλάδου κατά 1,5% ως το 2020.

Θετικές για την εταιρία δήλωσαν τόσο η Deutsche Bank όσο και η Credit Suisse, μετά το νέο guidance. Ο γερμανικός επενδυτικός οίκος υπογραμμίζει ότι με τη σωστή μακροοικονομική στήριξη, οι στόχοι της εταιρίας ενδέχεται να «επιβιώσουν» και να επιτευχθούν.

Η Credit Suisse αυξάνει τις εκτιμήσεις της για τα κέρδη ανά μετοχή της εταιρίας αλλά και την τιμή-στόχο στις 1.500 πένες. Παράλληλα, σημειώνει ότι εάν η εισηγμένη πετύχει τους στόχους που θέτει, θα μπορούσε να σημαίνει μέση ετήσια αύξηση των κερδών ανά μετοχή κατά 15%, υπό την υπόθεση σταθερών ισοτιμιών.

Coca Cola
Ακόμα τρεις χώρες στην «ομπρέλα» της Αθήνας

Η The Coca-Cola Company ανακοίνωσε τη νέα διεθνή επιχειρησιακή δομή της που στοχεύει να συντονίσει πιο αποτελεσματικά τις κατά τόπου Επιχειρησιακές Μονάδες της (Business Units) και να τις εναρμονίσει με την παρουσία των εμφιαλωτών της παγκοσμίως, αναδεικνύοντας παράλληλα σημαντικά στελέχη που θα οδηγήσουν την Coca-Cola στο μέλλον.

Με βάση τη νέα, διεθνή επιχειρησιακή οργάνωση της εταιρείας, η Αθήνα όχι μόνο διατηρεί, αλλά και ενισχύει τον ήδη σημαντικό ρόλο της ως έδρα της νέας διευρυμένης Επιχειρησιακής Μονάδας «Κεντρικής και Ανατολικής Ευρώπης».

Στην περιοχή ευθύνης της έχουν προστεθεί η Ρωσία, η Ουκρανία και η Λευκορωσία, ώστε η Μονάδα να εναρμονιστεί με το σύνολο των χωρών όπου δραστηριοποιείται ο εμφιαλωτής της εταιρείας, ο Όμιλος Coca-Cola Hellenic, στη συγκεκριμένη περιοχή.

Η Αθήνα θα είναι η έδρα μίας από τις μεγαλύτερες Επιχειρησιακές Μονάδες παγκοσμίως, υποστηρίζοντας 26 χώρες, εκτεινόμενη σε 11 ζώνες ώρας, με 417 εκατομμύρια πληθυσμό. Η νέα διευρυμένη Επιχειρησιακή Μονάδα θα είναι μία από τις πιο πολύ-πολιτισμικές Μονάδες της Coca-Cola εκπροσωπώντας 36 εθνικότητες, 18 διαφορετικές γλώσσες και περιλαμβάνοντας 64% γυναίκες στο ανθρώπινο δυναμικό της.

Η αλλαγή θα τεθεί σε ισχύ από 1ης Αυγούστου 2016.

Ο Νίκος Κουμέττης, που σήμερα είναι Πρόεδρος της Επιχειρησιακής Μονάδας για την Κεντρική και Νότια Ευρώπη, θα διευρύνει τις αρμοδιότητές του αναλαμβάνοντας τα ηνία της νέας Επιχειρησιακής Μονάδας από την Αθήνα, μαζί με μια διεθνή ομάδα στελεχών. Ο κ. Κουμέττης έχει 15ετή πορεία στην The Coca-Cola Company έχοντας διατελέσει στέλεχος σε κομβικές θέσεις σε χώρες που εκτείνονται από την Νοτιοανατολική Ευρώπη μέχρι και τον Καναδά, με σημαντικά επιτεύγματα σε αναπτυσσόμενες και αναδυόμενες αγορές.

Σχολιάζοντας τη νέα Επιχειρησιακή Μονάδα, ο κ. Κουμέττης δήλωσε: «Η απόφαση να καταστεί η Αθήνα έδρα της νέας Επιχειρησιακής Μονάδας μας για την Κεντρική και Ανατολική Ευρώπη επιβεβαιώνει την εμπιστοσύνη μας στην Ελλάδα και την αισιοδοξία μας για τις μελλοντικές προοπτικές της χώρας, καθώς και τον πολύτιμο ρόλο που μπορεί να διαδραματίσει στις διεθνείς επιχειρηματικές δραστηριότητές μας.»

Σημειώνεται ότι η νέα Επιχειρησιακή Μονάδα Κεντρικής και Ανατολικής Ευρώπης θα περιλαμβάνει τις ακόλουθες 26 χώρες: Αλβανία, Αυστρία, Βοσνία και Ερζεγοβίνη, Βουλγαρία, Ελβετία, Ελλάδα, Εσθονία, Ιταλία, Κροατία, Κύπρο, Λετονία, Λευκορωσία, Λιθουανία, ΠΓΔΜ, Μάλτα, Μαυροβούνιο, Μολδαβία, Ουγγαρία, Ουκρανία, Πολωνία, Ρουμανία, Ρωσία, Σερβία, Σλοβακία, Σλοβενία, Τσεχία.

38 GOLD MEDALS AND PRIZES

Est. 1864
Premium Lager Beer

Ποια να συγκριθεί
μαζί σου!

www.fix-beer.gr

Απολαύστε υπεύθυνα

Ολυμπιακή Ζυθοποιία

Η εταιρεία που κατάφερε να πρωτοστατήσει στον τομέα της και να παρουσιάσει δυναμική ανάπτυξη

Αψηφώντας το δυσμενές οικονομικό περιβάλλον, μία εταιρεία έχει καταφέρει να πρωτοστατήσει στον τομέα της και να παρουσιάσει την πιο δυναμική ανάπτυξη την χρονιά που πέρασε.

Η Ολυμπιακή Ζυθοποιία που προέκυψε από τη συγχώνευση των εταιρειών «Μύθος Ζυθοποιία» και «Ολυμπιακή Ζυθοποιία» κατέγραψε ήδη από το πρώτο έτος της δημιουργίας της, το 2015, θετικά πρόσημα σε όλους τους τομείς δραστηριότητάς της. Η κερδοφορία της αυξήθηκε σημαντικά κατά 50%, ο κύκλος εργασιών της έφτασε στα 142 εκατ. ευρώ καταγράφοντας μία άνοδο της τάξης του 4%, ενώ την ίδια στιγμή ενίσχυσε το μερίδιο στην αγορά κατά 0,5%.

Που οφείλεται όμως η εντυπωσιακή άνοδος της «Ολυμπιακής Ζυθοποιίας» σε μία αγορά που κατά τα άλλα παρουσιάζει φθίνουσα πορεία; Από τη μία το γεγονός αυτό οφείλεται στη δημιουργία οικονομιών κλίμακας που επιτεύχθηκαν με την συγχώνευση των δύο εταιριών. Από την άλλη όμως, η βελτίωση του κόστους παραγωγής, του κόστους διακίνησης και του καθαρού τζίρου ανά εκατόλιτρο ήταν οι παράγοντες που οδήγησαν στη θετική πορεία.

Επενδύσεις με στόχο την ανάπτυξη και την καινοτομία

Ομαλά και χωρίς καμία παρέκκλιση συνεχίστηκε εντός του 2015 η υλοποίηση του επενδυτικού πλάνου της Ολυμπιακής Ζυθοποιίας που για την πενταετία 2015 - 2019 ανέρχεται συνολικά σε 50 εκατ. Ειδικότερα στη διάρκεια του έτους υλοποιήθηκαν επενδύσεις ύψους 7 εκατ. που είχαν ως κεντρικό άξονα τη βελτίωση και τον εκσυγχρονισμό των υποδομών και του πάγιου εξοπλισμού, την ανάπτυξη εργαλείων marketing και πωλήσεων και τη δημιουργία νέων προϊόντων. Οι επενδύσεις αυτές, καταδεικνύουν την ανοδική πορεία της εταιρίας και τη συνεπή εκτέλεση του σχεδιασμού της για περαιτέρω ανάπτυξη στην ελληνική αγορά.

Το 2016 η Ολυμπιακή Ζυθοποιία παραμένει σταθερά προσηλωμένη στην εκτέλεση του επενδυτικού της πλάνου, όπως επίσης και στην ανάπτυξη καινοτομίας και ενδυνάμωσης του προϊόντικού της χαρτοφυλακίου. Ειδικότερα, στην αγορά διατίθεται ήδη το νέο Tuborg Lemon Soda, ένα καινούργιο προϊόν με προσθήκη φυσικού χυμού λεμονιού που δημιουργεί νέες προοπτικές στην αγορά των αναψυκτικών.

Επιπλέον, η μπύρα Mythos, με ανανεωμένη και καινοτόμα για τα ελληνικά δεδομένα συσκευασία easy open, ενισχύει τη θέση της στην αγορά και τις προτιμήσεις των καταναλωτών, ενώ ανανεωμένη εικόνα παρουσιάζουν και οι FIX Dark και FIX Weiss.

Στις στρατηγικές προτεραιότητες της εταιρίας για το 2016 περιλαμβάνονται επίσης ο εμπλουτισμός και η διεύρυνση των εργαλείων πωλήσεων, αλλά και η ενίσχυση της εξωστρέφειας και του εξαγωγικού προσανατολισμού της και η επέκταση σε νέες αγορές. Ειδικότερα η Ολυμπιακή Ζυθοποιία έχει ήδη ολοκληρώσει δύο νέες συνεργασίες στις αγορές της Αυστραλίας και της Αμερικής με την τελευταία να επιτρέπει την περαιτέρω διείσδυση της μπύρας FIX στην συγκεκριμένη αγορά.

Με αφορμή την παρουσίαση των αποτελεσμάτων της εταιρίας για το 2015 και της επιχειρηματικής στρατηγικής για το τρέχον έτος, ο Διευθύνων Σύμβουλος της Ολυμπιακής Ζυθοποιίας κ. Αλέξανδρος Καραφυλλίδης δήλωσε σχετικά: «Το πάθος και η δέσμευση των ανθρώπων μας την προηγούμενη χρονιά, οι οποίοι ξεπέρασαν τον εαυτό τους, συνέβαλλαν καθοριστικά στους θετικούς ρυθμούς ανάπτυξης, παρά το γεγονός ότι το επιχειρείν στη χώρα μας, το 2015, δοκίμασε τις αντοχές πολλών κλάδων. Τα θετικά αποτελέσματα και οι εξελίξεις όχι μόνο επιβεβαιώνουν τη στρατηγική μας αλλά δικαιώνουν ταυτόχρονα το μέχρι σήμερα σχεδιασμό μας. Με πλήρη δέσμευση στο επενδυτικό μας πλάνο, το 2016, συνεχίζουμε δυναμικά στηρίζοντας την ελληνική οικονομία, δημιουργώντας νέες θέσεις εργασίας, διερευνώντας τις επιλογές των καταναλωτών και προσθέτοντας αξία όχι μόνο στην αγορά μπύρας, αλλά ευρύτερα στην οικονομία».

Προϊόντα με ιστορία που έγιναν «μύθος» σε ολόκληρο τον κόσμο

Kaiser, Guinness, Corona, Somersby και Tuborg είναι μερικά μόνο από τα brand που παράγονται στις εγκαταστάσεις της Ολυμπιακής Ζυθοποιίας. Ανάμεσα σε αυτά όμως δύο προϊόντα χάρη στην υψηλή ποιότητά τους έχουν καταφέρει να ξεχωρίσουν στην χώρα μας, αλλά και το εξωτερικό.

Η FIX Hellas, η πιο ιστορική ελληνική μπύρα που μετρά πάνω από 150 χρόνια παρουσίας είναι το ένα από αυτά. Η FIX Hellas απευθύνεται σε όλους εκείνους που επιθυμούν να γευτούν την αυθεντική πλευρά της Ελλάδας και πρεσβεύει τις αυθεντικές αξίες της Ελληνικής Ψυχής. Εκτός από τη χώρα μας όμως, η ιστορική μπύρα κατάφερε να κατακτήσει και τις αγορές του εξωτερικού, όπως και μία σειρά σημαντικών βραβείων.

Το δεύτερο προϊόν μπορεί να μετρά λιγότερα χρόνια παρουσίας, σε αυτό το μικρό χρονικό διάστημα όμως απέφερε δύο σημαντικές επιτυχίες. Πρόκειται για την Mythos, την μπύρα που γεννήθηκε το 1997 και έκτοτε κατέκτησε όχι μόνο το ελληνικό κοινό, αλλά και το τουριστικό που την κατέταξε στην πρώτη θέση των προτιμήσεων του.

Εκτός από το να προωθεί τα ελληνικά προϊόντα με τεράστια επιτυχία στο εξωτερικό, η Ολυμπιακή Ζυθοποία κατάφερε να συστήσει και μερικά ξένα στην ελληνική αγορά. Η Kaiser, μία από τις κορυφαίες Pills, αγαπήθηκε από τους Έλληνες καταναλωτές. Δύο άλλες μπύρες που ακολούθησαν ανάλογη πορεία είναι η μεξικάνικη Corona, αλλά και η Guinness, ο αδιαμφισβήτητος ηγέτης στην κατηγορία των Stout.

Η Ολυμπιακή Ζυθοποιία έγινε επίσης η πρώτη εταιρεία που συνέστησε στο ελληνικό κοινό τον μηλίτη προωθώντας το μοναδικό Somersbys, την cider που απευθύνεται σε όσους αναζητούν πιο απαλές γεύσεις.

Ιδιόκτητες μονάδες παραγωγής και το μεγαλύτερο δίκτυο συνεργατών

Συνδυάζοντας το ελληνικό DNA και το διεθνές αποτύπωμα της δυναμικής του Ομίλου Carlsberg, η Ολυμπιακή Ζυθοποιία συνιστά τον παίκτη που όχι μόνο οραματίζεται αλλά και μπορεί να αλλάξει το χάρτη της μπύρας στην Ελλάδα.

Η εταιρεία διαθέτει 2 ιδιόκτητες μονάδες παραγωγής στη Σίνδο, Θεσσαλονίκης και τη Ριτσώνα, Ευβοίας, δυναμικότητας 2,2 εκατ εκατόλιτρων ετησίως, στις οποίες παράγονται τα προϊόντα Mythos, Mythos Radler, FIX Hellas, FIX Dark, FIX Royale, Kaiser και Henninger. Παράλληλα, η Ολυμπιακή Ζυθοποιία εισάγει και διανέμει στη χώρα μας διεθνώς αναγνωρισμένες μάρκες, όπως: τη δανέζικη Carlsberg, τη μεξικάνικη Corona Extra, τις ιρλανδικές μπύρες Guinness και Kilkenny, τη βέλγικη Grimbergen, τη βαυαρικής προέλευσης weissbier Schneider Weisse, τον ιρλανδικό μηλίτη Magners και τον ανθρακούχο μηλίτη Somersby. Ταυτόχρονα, η εταιρεία παράγει, διαθέτει και διανέμει στην ελληνική αγορά τα κορυφαία σήματα Tuborg Club Soda και Tuborg Tonic Water.

Παράλληλα, η Ολυμπιακή Ζυθοποιία αξιοποιεί ένα εκτενές δίκτυο συνεργατών, προμηθευτών και σημείων πώλησης, τόσο εντός όσο και εκτός συνόρων, με παρουσία σε 40 χώρες και στις 5 ηπείρους, εξυπηρετώντας καθημερινά χιλιάδες καταναλωτές με τα εξαιρετικής ποιότητας προϊόντα της.

Στο πλαίσιο ενός στοχευμένου επιχειρηματικού σχεδιασμού, που θέτει στο επίκεντρο τη βελτίωση και τον εκσυγχρονισμό των υποδομών, τη δημιουργία καινοτόμων προϊόντων που ανταποκρίνονται πλήρως στις καταναλωτικές απαιτήσεις και την παράλληλη και διαρκή εξέλιξη του ανθρώπινου δυναμικού της, η Ολυμπιακή Ζυθοποιία εστιάζει στην υλοποίηση του αναπτυξιακού επενδυτικού της πλάνου. Με πίστη στις προοπτικές και ευκαιρίες του ελληνικού επιχειρείν, η εταιρεία επιδιώκει την περαιτέρω ενίσχυση της παρουσίας της τόσο στην ελληνική αγορά όσο και σε αγορές του εξωτερικού, ενώ την ίδια στιγμή εστιάζει στην υλοποίηση πρωτοβουλιών ουσιαστικής προσφοράς που δημιουργούν προστιθέμενη αξία στο ευρύτερο κοινωνικό σύνολο. Η Ολυμπιακή Ζυθοποιία, με σταθερό βηματισμό και έντονη εξωστρέφεια, αναπτύσσεται δυναμικά, δημιουργώντας τις απαραίτητες συνθήκες για περαιτέρω εξέλιξη και ανάπτυξη του κλάδου της ζυθοποιίας στην Ελλάδα.

Η επιτυχία σε αριθμούς

- Εντυπωσιακή αύξηση κερδοφορίας κατά 50%
- Κύκλος εργασιών 2015: €142 εκατ. αυξημένος κατά 4%
- Ενίσχυση μεριδίου αγοράς κατά 0,5%
- 5ετές πλάνο επενδύσεων ύψους €50 εκατ. την πενταετία 2015 -2019
- Υλοποίηση επενδύσεων ύψους €7 εκατ. το 2015 παρά τις αντίξοες συνθήκες της ελληνικής οικονομίας
- Για το 2016, συνεχίζει με το πλάνο και την επένδυση €12 εκατ
- Διείσδυση σε 40 χώρες στις 5 ηπείρους
- Ενίσχυση του εξωστρεφούς προφίλ με 2 νέες συνεργασίες στις αγορές της Αυστραλίας και της Αμερικής. Ειδικά η δεύτερη αναμένεται να ενισχύσει σημαντικά τα αποτελέσματα της FIX επιτρέποντας την περαιτέρω διείσδυση της στη συγκεκριμένη αγορά.

ΕΤΟΙΜΟΙ ΓΙΑ
ΑΠΟΛΑΥΣΗ ΧΩΡΙΣ ΟΡΙΑ;
NO
LIMITS
PM
ΝΕΑ
AMSTEL
Alcohol Free Beer
Free
FULL TASTE, NO LIMITS
0,0% ALC.
0.0 %
ALCOHOL
FULL
TASTE

Νέα παγκόσμια συνεργασία Heineken με Formula One

Η συμφωνία ξεκινά εντός τους έτους, με τη μετονομασία του περίφημου Γκραν Πρι της Monza, ενώ από τη σεζόν της F1 για το 2017 κι εφεξής, η μπίρα Heineken θα αποτελεί Συνεργάτη Ονοματοδοσίας της F1 για τρία Γκραν Πρι και θα διαθέτει σημαντική παρουσία σε πολλές επιπλέον εκδηλώσεις.

Ο όμιλος Heineken και η Formula One Management (FOM) κατέληξαν σε συμφωνία συνεργασίας, βάσει της οποίας η μπίρα Heineken® θα αποτελέσει Παγκόσμιο Συνεργάτη της Formula 1® (F1®).

Η σημαντική αυτή συμφωνία ξεκινά εντός του έτους, με τη μετονομασία του περίφημου Γκραν Πρι της Monza, το οποίο θα φέρει την ονομασία «FORMULA 1 GRAN PREMIO HEINEKEN D'ITALIA 2016», ενώ θα έχει μακροχρόνιο ορίζοντα.

Από τη σεζόν της F1® για το 2017 κι εφεξής, η μπίρα Heineken® θα αποτελεί Συνεργάτη Ονοματοδοσίας της F1® για τρία Γκραν Πρι. Επίσης, θα διαθέτει σημαντική παρουσία σε πολλές επιπλέον εκδηλώσεις της F1®, οι οποίες θα επιλεγούν από κοινού από τη Heineken® και τη Formula One Management.

Ταυτόχρονα, η Heineken® θα είναι ο Αποκλειστικός Συνεργάτης της Formula 1® από τον κλάδο της μπίρας, ενώ θα έχει σημαντική παρουσία στους εορτασμούς και διάφορες άλλες δραστηριότητες των Γκραν Πρι, καθώς και δικαιώματα πρόσβασης στην πλειοψηφία των εκδηλώσεων της F1®, που θα αποτελούν μέρος του Παγκόσμιου Πρωταθλήματος Formula 1 της FIA (FIA Formula One World Championship™). Η μάρκα Heineken® δεν θα εμφανίζεται σε μονοθέσια της F1®.

Ακόμη, η Heineken® θα αναπτύξει μια ολοκληρωμένη παγκόσμια καμπάνια σχετικά με την F1® και με βάση την τοποθέτησή της "Open your World", καθώς και εκστρατείες για την υπεύθυνη κατανάλωση αλκοόλ σε σχέση με την οδήγηση, με βασικό μήνυμα «Αν οδηγείς, μην πίνεις». Στις δραστηριότητες που θα υλοποιηθούν, περιλαμβάνονται: ενέργειες branding στις πίστες της F1®, τηλεοπτικές διαφημίσεις, ενέργειες σε ψηφιακά μέσα, βιωματικές δράσεις και εκδηλώσεις για τους φίλους του αθλήματος, ειδικές πρωτοβουλίες Δημοσίων Σχέσεων, καθώς και ενέργειες στα σημεία πωλήσεων και τις συσκευασίες. Ο David Coulthard και ο Σερ Jackie Stewart θα είναι οι πρεσβευτές των συγκεκριμένων εκστρατειών.

Ο Gianluca Di Tondo, Senior Director Global Heineken® Brand στον όμιλο Heineken, δήλωσε: «Η Formula 1® είναι κάτι μεγαλύτερο από έναν αγώνα. Είναι ένα παγκόσμιο γεγονός. Ταυτόχρονα, η F1® αποτελεί μια μοναδική ευκαιρία για τη Heineken, επιτρέποντας τη διάδραση της μάρκας με τους καταναλωτές, υπάρχοντες και δυνητικούς, σε σημαντικές αγορές ανάπτυξης. Η F1® καλύπτει τρεις πολύ σημαντικές περιοχές για εμάς: α) προσφέρει δυναμικές εμπορικές ευκαιρίες, β) συμβάλλει στην επέκταση της πλατφόρμας μας για την υπεύθυνη κατανάλωση αλκοόλ με νέους και καινοτόμους τρόπους, γ) επιτρέπει τη μεταφορά ικανοτήτων μεταξύ της F1® και των στελεχών μας».

Και συμπλήρωσε: «Η συνεργασία αυτή συμπληρώνει τις υπάρχουσες παγκόσμιες πλατφόρμες μας, επιτρέποντας μας να έρθουμε σε επαφή με το τεράστιο κοινό των αγώνων της F1 και τους 400 εκατομμύρια τηλεθεατές που την παρακολουθούν σε ετήσια βάση. Το πάθος μας για να δημιουργούμε ενθουσιώδεις στιγμές για τους καταναλωτές αποτελεί τη "σφραγίδα" των μακροχρόνιων και επιτυχημένων σχέσεων μας με το UEFA Champions League, το Παγκόσμιο Κύπελλο Ράγκμπι και τη σειρά ταινιών James Bond. Αυτό ακριβώς το πάθος θα εισφέρουμε και στη συνεργασία μας με τη Formula One®».

Ο Bernie Ecclestone, διευθύνων σύμβουλος της Formula One Group, δήλωσε: «Η Heineken είναι μια διεθνής premium μάρκα, ιδιαίτερα φημισμένη για το εξαιρετικό της marketing. Είμαι πολύ χαρούμενος που καλωσορίζω τη μάρκα στην οικογένεια της Formula One κι ανυπομονώ για το εύρος και την ποιότητα των δραστηριοτήτων της, τόσο εντός, όσο και εκτός των εκδηλώσεων της F1®. Και οι δυο πλευρές δραστηριοποιούμαστε στο χώρο της καινοτομίας και της απόλαυσης κι ελπίζω ότι αυτή θα είναι η αρχή μιας μακράς και ιδιαίτερης σχέσης. Άλλωστε, όταν πίνω μπίρα, πάντα απολαμβάνω μια Heineken».

Σύμφωνα με σχετική ανακοίνωση, κεντρικό ρόλο στη συνεργασία θα έχει ένα ξεκάθαρο, όσο και συναρπαστικό, μήνυμα υπευθυνότητας. Η παγκόσμια πλατφόρμα της Formula 1® θα προσφέρει στη Heineken® ακόμη σημαντικότερες ευκαιρίες -τόσο παγκοσμίως, όσο και σε τοπικό επίπεδο- ώστε να προωθήσει μια θετική αλλαγή. Η ξεκάθαρη θέση της Heineken® και της Formula 1® προς τους καταναλωτές θα είναι εμφανής, με το μήνυμα: «Αν οδηγείς, μην πίνεις»!

Η νέα εκστρατεία θα στηρίζεται στην μακροχρόνια δέσμευση του ομίλου Heineken να αξιοποιεί τη «ναυαρχίδα» των μαρκών του, για να προωθεί το μήνυμα της υπεύθυνης κατανάλωσης. Η Heineken® επενδύει το 10% των παγκόσμιων διαφημιστικών κονδυλίων της σε καμπάνιες υπεύθυνης κατανάλωσης, όπως οι εκστρατείες "Moderate Drinkers Wanted" και "Dance More, Drink Slow". Το μήνυμα αυτό διαδίδεται και μέσω χορηγικών πλατφορμών, όπως η συνεργασία με το UEFA Champions League και το Παγκόσμιο Κύπελλο Ράγκμπι, όπου το ένα τρίτο της δαπάνης για τις διαφημίσεις εντός γηπέδου κατευθύνεται στο μήνυμα της υπεύθυνης κατανάλωσης. Το ίδιο ισχύει και για τα εκατοντάδες μουσικά φεστιβάλ και τις συναυλίες που χορηγεί η μάρκα ανά τον κόσμο. Επίσης, το 2015, το μήνυμα αυτό εμφανίστηκε σε πάνω από 8 δισεκατομμύρια μπουκάλια και κουτάκια Heineken.

Στο πλαίσιο αυτό, ο Bernie Ecclestone συμπλήρωσε: «Πριν από λίγο καιρό, ξεκινήσαμε την εκστρατεία "Σκέψου πριν Οδηγήσεις" στις εκδηλώσεις της F1. Είμαι ιδιαίτερα χαρούμενος που η σημαντική αυτή πρωτοβουλία, έχει πλέον την δυναμική και έμπρακτη στήριξη της Heineken, μέσω της καμπάνιας "Αν οδηγείς, μην πίνεις". Πλέον, θα εξελίξουμε και θα ενισχύσουμε αυτά τα μηνύματα, με τρόπο που θα αντανακλά την προσωπικότητα και τις αξίες της Heineken».

Μαγειρεύοντας...

Κοτόπουλο με μπύρα

(4-6 μερίδες)

ΥΛΙΚΑ

- 250 γρ. ρύζι μπασμάτι
- 1 κιλό κοτόπουλο μπούτι με κόκαλο
- 7 κλ.θυμάρι μόνο τα φύλλα τους ψιλοκομμένα
- 4 κρεμμύδια ξερά κομμένα στα 4 και χωρισμένα στα "φύλλα" τους
- 1 κύβο ζωμό κοτόπουλο
- 1 φύλλο δάφνης
- 50-70 γρ. ξύδι μπαλσάμικο (ανάλογα το ξύδι και τη γεύση σας)
- 50-100 γρ. μέλι (ανάλογα το μέλι και τη γεύση σας)
- 500 ml μαύρη μπύρα
- λίγο ελαιόλαδο για το σοτάρισμα
- αλάτι
- πιπέρι

ΕΚΤΕΛΕΣΗ

- Λαδώνουμε ελαφρά το κοτόπουλο με ελαιόλαδο σε ένα μπολ και το αλατοπιπερώνουμε ελαφρά.
- Το πασπαλίζουμε με το θυμάρι.
- Ανακατεύουμε με τα χέρια ώστε να πάει παντού το λάδι και το αλατοπίπερο.
- Χωρίς να προσθέσουμε άλλο λάδι βάζουμε το κοτόπουλο στην κατσαρόλα που την έχουμε κάψει σε δυνατή φωτιά και το σοτάρουμε πάρα πολύ καλά.
- Θα πάρει αρκετή ώρα και δεν πρέπει να παρανακατεύουμε το φαγητό στην κατσαρόλα γιατί θα βράσει και δεν θα πάρει χρώμα το κρέας μας.
- Αν η κατσαρόλα είναι μικρή τότε το σοτάρουμε το κρέας σε δόσεις.
- Όταν είναι έτοιμο το κοτόπουλο και έχει ροδοκοκκινήσει από όλες τις πλευρές τότε ρίχνουμε μέσα τη δάφνη, σβήνουμε με το ξύδι και με μία ξύλινη κουτάλα ξύνουμε τα κομματάκια που τυχόν έχουν κολλήσει στην κατσαρόλα ώστε να δώσουμε πιο ωραία γεύση στη σάλτσα μας.
- Προσθέτουμε το μέλι, τη μπύρα και τα κρεμμύδια και 1 ζωμό και ανακατεύουμε και κλείνουμε με μια πλαστική μεμβράνη ή με το καπάκι της κατσαρόλας αφήνοντας ελάχιστο άνοιγμα για να φεύγουν οι πολλοί ατμοί.
- Στην περίπτωση της μεμβράνης κάνουμε 4 μικρές τρυπούλες με ένα μαχαίρι.
- Βράζουμε για μια ώρα σε μέτρια προς χαμηλή φωτιά μέχρι το κοτόπουλο να βράσει καλά.
- Στα τελευταία 10 λεπτά σε μια κατσαρολίτσα βράζουμε το ρύζι σε μπόλικο αλατισμένο νερό. Σουρώνουμε και σερβίρουμε με το κοτόπουλο.

ΟΙΚΟΝΟΜΙΑ

Ραγδαία πτώση στις εξαγωγές

Τα στοιχεία της ΕΛΣΤΑΤ

Η κόπωση των ελληνικών εξαγωγών, η οποία παρατηρήθηκε κατά το πρώτο τρίμηνο του 2016, συνεχίστηκε και τον Απρίλιο, εξέλιξη η οποία σε συνδυασμό με την αύξηση των εισαγωγών οδήγησε σε εκτόξευση του ελλείμματος του εμπορικού ισοζυγίου. Η πορεία δεν προβλέπεται ανοδική, καθώς τα τελευταία διαθέσιμα στοιχεία δείχνουν υποχώρηση των νέων παραγγελιών για την εξωτερική αγορά.

Την ίδια ώρα, οι εξαγωγικές επιχειρήσεις δέχονται πλήγμα από μία ακόμη κινητοποίηση, αυτή τη φορά από την απεργία των εργαζομένων στον Οργανισμό Λιμένος Πειραιώς (ΟΛΠ) και στον Οργανισμό Λιμένος Θεσσαλονίκης (ΟΛΘ). Ο Σύνδεσμος Εξαγωγέων Βορείου Ελλάδος (ΣΕΒΕ) προειδοποιεί για πολύ αρνητικές εξελίξεις στις εξαγωγές λόγω της κατάστασης που επικρατεί στα δύο μεγάλα λιμάνια της χώρας. Οι επιχειρήσεις στην πλειονότητά τους είτε δυσκολεύονται να εξάγουν τα προϊόντα τους είτε τα παραδίδουν με σημαντική καθυστέρηση στους πελάτες τους και με αυξημένο κόστος λόγω αναγκαστικής αλλαγής λιμανιού ή αλλαγής μεταφορικών μέσων.

Ειδικότερα, σύμφωνα με τα προσωρινά στοιχεία που ανακοίνωσε η Ελληνική Στατιστική Αρχή (ΕΛΣΤΑΤ), η συνολική αξία των εξαγωγών τον Απρίλιο του 2016 ανήλθε στο ποσό των 2,10 δισ. ευρώ έναντι 2,18 δισ. ευρώ τον Απρίλιο του 2015, παρουσιάζοντας μείωση κατά 3,8%. Μη συμπεριλαμβανομένων των πετρελαιοειδών, η συνολική αξία των εξαγωγών παρουσίασε –σύμφωνα πάντα με τα προσωρινά στοιχεία τα οποία δεν αποκλείεται να αναθεωρηθούν προς τα κάτω στη συνέχεια– αύξηση κατά 2,2%. Η συνολική αξία των εισαγωγών τον Απρίλιο του 2016 ανήλθε σε 4,16 δισ. ευρώ έναντι 3,88 δισ. ευρώ τον Απρίλιο του 2015, καταγράφοντας αύξηση 7,1%. Μη συμπεριλαμβανομένων των πετρελαιοειδών, η αξία των εισαγωγών αυξήθηκε σε ετήσια βάση κατά 26,5%. Συνέπεια των παραπάνω ήταν να αυξηθεί το έλλειμμα του εμπορικού ισοζυγίου κατά 21%, ενώ χωρίς τα πετρελαιοειδή η αύξηση του ελλείμματος διαμορφώθηκε σε 57,7%.

Σε επίπεδο τετραμήνου, διαπιστώνεται ότι η συνολική αξία των εξαγωγών αυξήθηκε μόλις κατά 0,5% –εξαιρουμένων των πετρελαιοειδών– έναντι αύξησης κατά 15,2% το α' τετράμηνο του 2015 σε σύγκριση με το αντίστοιχο διάστημα του 2014. Εάν συμπεριληφθούν τα πετρελαιοειδή, προκύπτει μείωση των εξαγωγών κατά 7,5%, καθώς η συνολική αξία τους ανήλθε σε 7,83 δισ. ευρώ έναντι 8,46 δισ. ευρώ το αæ τετράμηνο του 2015. Το έλλειμμα του εμπορικού ισοζυγίου στο τετράμηνο αυξήθηκε κατά 20,8%, εξαιρουμένων των πετρελαιοειδών, ενώ εάν συμπεριληφθούν τα πετρελαιοειδή καταγράφεται αύξηση 1,4%. Σύμφωνα με τα στοιχεία του Συνδέσμου Εξαγωγέων Βορείου Ελλάδος (ΣΕΒΕ), οι κατηγορίες προϊόντων των οποίων οι εξαγωγές υποχώρησαν κατά το πρώτο τετράμηνο του 2016 είναι οι πρώτες ύλες (μείωση 13%), τα λίπη-έλαια (κατά 12%) και τα βιομηχανικά προϊόντα (κατά 6,8%).

ΕΝΔΙΑΦΕΡΟΝΤΑ

3 γρήγοροι τρόποι για να παγώσετε το κρασί σας!

Οι επισκέπτες φτάνουν όπου να 'ναι. Σε τρώει ότι κάτι έχεις ξεχάσει... Τι έχεις ξεχάσει... Ωχ, δεν έβαλες το κρασί στο ψυγείο! Και ξέρεις ότι τίποτα δεν είναι χειρότερο από ένα ζεστό λευκό ή ροζέ κρασί τώρα που είναι καλοκαίρι!

ΤΙ ΚΑΝΕΤΕ;

Πρώτα απ' όλα δεν πανικοβάλλεστε. Ορίστε 3 τρομερά κόλπα που θα βοηθήσουν:

Αλάτι στον πάγο

Σε μια σαμπανιέρα ή έναν κουβά, βάλε το κρασί και γέμισε τη με πάγο. Συμπληρώστε με κρύο νερό και ρίξτε μπόλικο αλάτι!

Θα αναρωτιέστε γιατί... Το αλάτι χαμηλώνει τη θερμοκρασία ψύξης του νερού επιτρέποντάς του να γίνεται ψυχρότερο, χωρίς όμως να παγώνει. Το κρασί θα παγώσει πολύ γρηγορότερα (σχεδόν στο μισό χρόνο).

Κατά διαστήματα γυρνά τετα μπουκάλια μέσα στη σαμπανιέρα για να παγώνουν ομοιόμορφα.

Πετσέτα στην κατάψυξη

Πάρτε μια πετσέτα της κουζίνας, βρέξτε τη και τυλίξτε τη γύρω από τη φιάλη. Αν δεν έχετε πετσέτα χρησιμοποιήστε χαρτί κουζίνας. Βάλτε το κρασί στην κατάψυξη και σε ένα 20λεπτο θα είναι σε τέλεια θερμοκρασία.

Παγωμένο σταφύλι

Εδώ μπορείς να το παίξεις όπως θέλεις, ακόμη και ότι επίτηδες δεν το πάγωσες για να τους δείξεις ότι έτσι είναι καλύτερο. Προϋπόθεση; Να έχεις παγώσει στην κατάψυξη ρόγες σταφυλιού, λευκού κατά προτίμηση. Ρίξε μερικές παγωμένες ρόγες σε κάθε ποτήρι και σε 3 λεπτά οι καλεσμένοι σου θα απολαμβάνουν το κρασί τους σε τέλεια θερμοκρασία.

ΕΝΔΙΑΦΕΡΟΝΤΑ

Πως πίνουν κρασί σε 11 χώρες από όλο του κόσμο

Αν υπάρχει ένας εύκολος τρόπος για να κάνεις νέους φίλους ενώ βρίσκεσαι σε μια χώρα του εξωτερικού, αυτός είναι το να κάνεις πρώτος την ερώτηση «πάμε να πιούμε ένα κρασί;». Όμως, καλό είναι να είσαι προετοιμασμένος γι' αυτό που ακολουθεί στην συνέχεια. Γέμισε ένα ποτήρι με ένα καλό λευκό κρασί και ανακάλυψε παρακάτω πως πίνουν κρασί σε 11 χώρες από όλο τον κόσμο.

Γαλλία

Στην περιοχή της Σαμπανίας (εκεί που βγαίνει και το ομώνυμο κρασί), το έθιμο λέει πως οι γονείς δίνουν στο παιδί τους μια γουλιά σαμπάνια πριν ακόμα δοκιμάσει βρεφικό γάλα. Κάθε Γάλλος μαθαίνει να εκτιμά την αξία του καλού κρασιού πίνοντας (πολύ) μικρός, ώστε όταν θα έχει φτάσει στην εφηβεία, να είναι σε θέση να ξεχωρίσει ένα bordeaux από ένα beaujolais.

Ισπανία

Θυμάσαι εκείνη την (προ)εφηβική εποχή, όταν κατά την διάρκεια οικογενειακών τραπεζιών, έριχνες λίγο κρασί στην κόκα κόλα σου; Αυτό δεν απέχει και πάρα πολύ από την αγαπημένη συνήθεια των Ισπανών, ειδικότερα των Βάσκων, να αναμιγνύουν κόκκινο κρασί με αναψυκτικά. Συγκεκριμένα, ο συνδυασμός κόκκινου κρασιού με λεμονάδα λέγεται «tinto de verano» και ο αντίστοιχος με αναψυκτικά τύπου κόκα κόλα, λέγεται «kalimotxo». Επίσης, οι Ισπανοί έχουν κι εκείνη τον δικό τους τύπος σαμπανιζέ κρασιού, που λέγεται «Cava». Το λένε «Porron» και είναι ένα γυάλινο δοχείο με μακριά και λεπτή κάνουλα. Όσο περισσότερο κρατάς το Porron πάνω από το κεφάλι (και πίνεις) τόσο περισσότερο περήφανους κάνεις τους Ισπανούς φίλους σου. Αν ένα τέτοιο task σου μοιάζει δύσκολο, μην ανησυχείς, υπάρχουν και εναλλακτικές προτάσεις σερβιρίσματος, από το μια «botijo» και το «bota (μπότα!) de vino»

Γεωργία

Τσουγκρίζουν με 150 διαφορετικούς τρόπους

Οι Γεωργιανοί δεν ξεκινούν να πίνουν αν προηγουμένως δεν έχουν τελειώσει οι προπόσεις που είθισται να γίνονται σε κάθε τραπέζι, επίσημο και ανεπίσημο, ΟΛΕΣ οι προπόσεις. Συνήθως, σε πιο επίσημες συνεστιάσεις, υπάρχουν διακεκριμένα μέλη της κάθε κοινότητας, γνωστοί ως «Tamadas» που κάνουν τις προπόσεις.

Αργεντινή

Αν δεν υπάρχει νερό, πίνουν κρασί

Οι Αργεντίνοι αγαπούν το κρασί, όχι όμως σαν τους Γάλλους, που το θεωρούν είδος πολυτελείας. Το κρασί για τους Αργεντινούς είναι τόσο καθημερινό όσο και το νερό και συχνά το πουλάνε και στα σούπερμαρκετ «πακέτο» με πίτσες και άλλα φαγώσιμα!

Ταϊλάνδη

Όλοι φέρνουν το δικό τους μπουκάλι

Στην Ταϊλάνδη, το να έχεις ένα μπουκάλι κρασί μαζί σου, στο μέρος που σε έχουν καλέσει για φαγητό, θεωρείται τουλάχιστον αυτονόητο. Υπάρχουν ακόμα και υπηρεσίες που προγραμματίζουν να μεταφέρουν μπουκάλια από την κάβα του σπιτιού

σου, στο μέρος που θέλεις να απολαύσεις το δείπνο σου. Κάτι σαν Uber για κρασί!

Κορέα

Περιοδικά με κρασί!

Οι Νοτιοκορεάτες μάλλον δεν είναι και οι πιο φανατικοί πότες κρασιού στον κόσμο. Αντιθέτως, προτιμούν να διαβάζουν δυνατές ιστορίες για κρασιά από όλο τον κόσμο , όπως αυτή του Ιαπωνικού manga «Drops Of God».

Αυστρία

Κρασί με ανθρακούχο νερό κανείς;

Κάθε βιενέζικο τραπέζι που θέλει να λέγεται βιενέζικο, πρέπει να περιλαμβάνει μια καράφα λευκού κρασιού μαζί με ένα μπουκάλι ανθρακούχου νερού seltzer. Ο σωστός τρόπος να το πιεις είναι να γεμίσεις τα 2/3 του ποτηριού σου με κρασί και να συμπληρώσεις το υπόλοιπο με μια γουλιά seltzer. Όμως, αν έχει κρύο έξω, μέσα έχει gluhwein! Το «gluhwein» μεταφράζεται ως «κρασί που λάμπει» και πρόκειται για ένα ζεστό κόκκινο κρασί, αναμεμειγμένο με φρούτα και μπαχαρικά όπως κανέλα και κίτρο, ενώ υπάρχουν και παραλλαγές με βανίλια και ρούμι.

Καναδάς

Το λένε «einswein», δηλαδή παγωμένο κρασί!

Δεν μας εκπλήσσει καθόλου, κρίνοντας από το γεγονός πως ο Καναδάς είναι κατά 99% παγωμένη επίπεδη γη και κατά 1% εμπορική pop, το ότι προτιμούν και το κρασί τους παγωμένο! Το κρασί τους φτιάχνεται από σταφύλια που παγώνουν όσο βρίσκονται στο αμπέλι και στην συνέχεια υπόκειται σε επεξεργασία με γλυκαντικές ύλες.

Ισραήλ

Όλα τα ισραηλιτικά κρασιά πρέπει να είναι kosher (προφέρεται «κασέρ»), δηλαδή να έχουν παραχθεί σύμφωνα με τους νόμους και τις διαδικασίες παρασκευής, διατήρησης και κατανάλωσης τροφίμων του εβραϊκού λαού. Επίσης σύμφωνα με την εβραϊκή πίστη, απαγορεύεται να πιεις kosher κρασί εκτός θρησκευτικών εκδηλώσεων, ΕΚΤΟΣ ΑΝ το βράσεις (!), ώστε να γίνει άτρωτο στην ειδωλολατρική χρήση.

Ιαπωνία

Εκτός από κανονικό πόσιμο κρασί, υπάρχει ΚΑΙ Kit Kat με γεύση κρασί στην Ιαπωνία; Ναι υπάρχει!

ΤΑΞΙΔΕΥΟΝΤΑΣ

Καλοκαιρινοί προορισμοί

Σάμος

Είναι ένας τόπος που καλεί κάθε λάτρη του ποιοτικού ταξιδιού! Συνδυάζει το πράσινο με το γαλάζιο. Την πυκνή βλάστηση με τις απέραντες ακρογιαλιές. Το λαμπρό ιστορικό παρελθόν με την έντονη κοσμοπολίτικη ζωή. Η Σάμος βρίσκεται στο ανατολικό τμήμα του Αιγαίου, απέναντι από τις μικρασιατικές ακτές. Έχει έκταση περίπου 475 τ.χλμ., και χαρακτηρίζεται ως ορεινό νησί. Το έδαφος της Σάμου είναι ιδιαίτερα εύφορο και για αυτό ευνοεί την καλλιέργεια αμπελιών. Από τα αρχαία χρόνια το Σαμιώτικο κρασί ήταν φημισμένο και γνωστό για την εξαιρετική γεύση του. Ακόμα και σήμερα αποτελεί το κυριότερο προϊόν του νησιού. Πρόκειται για μια μοναδική ποικιλία κρασιού που ξεχωρίζει για την ιδιαίτερα γλυκιά του γεύση.

Βαθύ, Καρλόβασι, Κοκκάρι, Πυθαγόρειον, Ηραίον, είναι κάποιοι από τους σταθμούς όλων των επισκεπτών που περνάνε από το νησί. Τη Σάμο θα τη λατρέψει ακόμα και ο πιο απαιτητικός περιηγητής. Διαθέτει μοναδικούς θησαυρούς της πολιτιστικής κληρονομιάς του τόπου, αρχαιολογικούς χώρους και μουσεία. Επίσης οι κάτοικοι με το ζεστό και φιλόξενο χαρακτήρα και την ιδιαίτερη κουλτούρα θα συμβάλουν στη δημιουργία όμορφων αναμνήσεων. Η Σάμος είναι ένα νησί με πολλά διαφορετικά πρόσωπα. Είναι χαλαρή, διασκεδαστική, ιστορική, φυσιολατρική και Life style (κοσμοπολίτικη). Το ρομαντικό Βαθύ, τα ιδανικά για clubbing Πυθαγόρειο και Κοκκάρι και τον χαλαρό Μαραθόκαμπο. Τις πράσινες διαδρομές στο όρος Καρβούνη, την υπέροχη ανατολή από το βουνό Κέρκη, τα φοβερά μοσχάτα και λευκά κρασιά και τα ταβερνάκια γαστρονομικών προδιαγραφών καθώς και τα υπέροχα πελαγίσια νερά.

Η νεολαία συχνάζει στην παραλία που εκτείνεται από το Πυθαγόρειο ως το Πορτοκάκι, ενώ οι φυσιολάτρες στο Σεϊτάνι όπου είναι και η παραλία των προστατευομένων χελώνων, και οι οικογένειες απολαμβάνουν τις παραλίες στην Πυθαγόρειο, Κοκκάρι,

Καρλόβασι και το Ηραίον.

Οι τουριστικές υποδομές τις Σάμου ικανοποιούν όλες τις οικονομικές απαιτήσεις. Θα βρείτε σύγχρονες ξενοδοχειακές μονάδες, πολυτελή συγκροτήματα ενοικιαζομένων διαμερισμάτων. Η Σάμος που βρίσκεται σε απόσταση αναπνοής από τα μικρασιατικά παράλια είναι ιδανική και για μια σύντομη επίσκεψη στη γειτονική Τουρκία.