ΕΝΩΣΗ ΔΙΑΚΙΝΗΤΩΝ
ΕΜΠΟΡΩΝ ΟΙΝΩΝ & ΠΟΤΩΝ

ΕΔΕΟΠ
ΑΘΗΝΩΝ

ΠΛΗΡΩΜΕΝΟ ΤΕΛΟΣ Τοπ. Γραφείο ΚΕΜΠΑΘ Αριθμός Άδειας 5278
PRESS POST X+7 PRESS POST
ΕΛΤΑ Hellenic Post

ΕΤΟΣ 28ο
ΑΡ. ΦΥΛΛΟΥ 343
ΙΟΥΛΙΟΣ 2014
ΚΩΔΙΚΟΣ: 011505

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

ΚΟΥΡΤΑΚΗΣ: ΠΑΡΑΔΟΣΙΑΚΑ ΣΤΟ ΠΛΕΥΡΟ ΤΟΥ ΠΡΑΤΗΡΙΟΥ

Στο πλαίσιο των συνεχών επαφών της Ένωσης Διακινητών Εμπόρων Οίνων Ποτών Αθηνών, με τις συνεργαζόμενες εταιρείες του κλάδου, το Διοικητικό Συμβούλιο της ΕΔΕΟΠ Αθηνών, πραγματοποίησε συνάντηση και με την εταιρεία ΚΟΥΡΤΑΚΗ.

Η συνάντηση έγινε στις 25 Ιουνίου στα γραφεία του Σωματείου μας με τα στελέχη της εταιρείας κ.κ. Αθανασόπουλο και Πασχάλη, μέσα σε πολύ φιλικό κλίμα και εξετάστηκαν όλα τα θέματα που αφορούν τις δυο πλευρές.

Οι εκπρόσωποι της εταιρείας ΚΟΥΡΤΑΚΗ υπογράμμισαν κατηγορηματικά ότι στηρίζουν σαφώς τα πρατήρια, τόνισαν ωστόσο ότι και το χονδρεμπόριο πρέπει να ανταποκριθεί σε μια εταιρεία καθαρά ελληνικών συμφερόντων, η οποία διατηρεί παραδοσιακά στενή συνεργασία με τους πρατηριούχους.

Στη φωτογραφία μας, στιγμιότυπο από την συνάντηση των μελών του Δ.Σ. της ΕΔΕΟΠ Αθηνών με τα στελέχη της εταιρείας ΚΟΥΡΤΑΚΗ.

ΓΙΟΡΤΑΣΤΗΚΕ ΚΑΙ ΦΕΤΟΣ Η ΠΕΝΤΗΚΟΣΤΗ

Με μεγάλη επιτυχία πραγματοποιήθηκε και φέτος η καθιερωμένη γιορτή της Πεντηκοστής, από την Ένωση Διακινητών Εμπόρων Οίνων Ποτών Αθηνών, την Κυριακή 15 Ιουνίου, στην ταβέρνα «Ζυγός», στο 20 χλμ. της Λεωφόρου Πάρνηθος.

Η εκδήλωση της ΕΔΕΟΠ Αθηνών, για μια ακόμη φορά, έδωσε την ευκαιρία στους συναδέλφους πρατηριούχους να συμφάγουν, να συνπιούν, να συνδιασκεδάσουν και να κουβεντιάσουν τα προβλήματα του κλάδου, συσφίγγοντας έτσι περαιτέρω τις σχέσεις τους.

Στις φωτογραφίες, στιγμιότυπα από την γιορτή.

Προωθήστε το νερό το «δικό» μας...

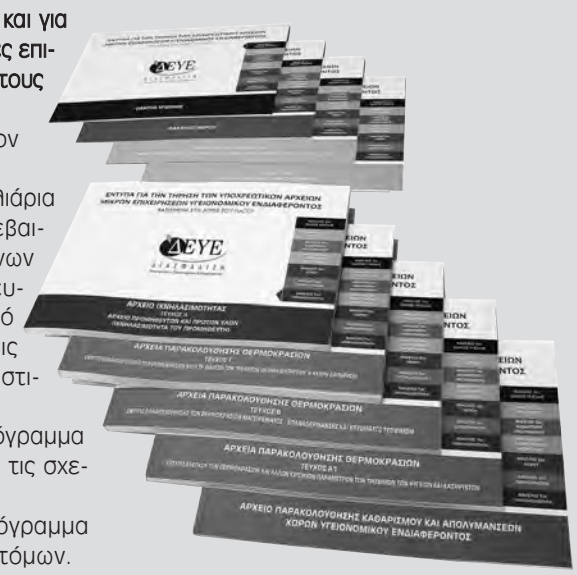
Το Διοικητικό Συμβούλιο της Ένωσης Διακινητών Εμπόρων Οίνων Ποτών Αθηνών, σας υπενθυμίζει ότι έκλεισε συμφωνία με την εταιρεία IQ BANDS (ΒΙΚΟΣ) για την αποκλειστική διάθεση του νερού «Ζαγοροχώρια» από τα μέλη της ΕΔΕΟΠ Αθηνών, στην περιοχή της Αττικής.
Κατόπιν τούτου, οι πρατηριούχοι-μέλη της ΕΔΕΟΠ Αθηνών,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

Συνάδελφοι, προσοχή: Πάρτε πληροφορίες για να μην πάρετε... φέσια

Το Διοικητικό Συμβούλιο της ΕΔΕΟΠ Αθηνών συνιστά στους συναδέλφους πρατηριούχους να ζητούν οικονομικής φύσεως πληροφορίες για τους πελάτες τους από την εταιρία TRUST, τηλεφωνώντας στα 210-9659007 και 210-8929700, προκειμένου να γλιτώσουν τα... φέσια στη σημερινή άναρχη αγορά.
Η παροχή πληροφοριών από την TRUST χορηγείται προς τους πρατηριούχους - μέλη της ΕΔΕΟΠ Αθηνών δωρεάν.

Συνάδελφε πρατηριούχε
Τήρησε το HACCP με τα βιβλία μας
Διαφύλαξε τον εαυτό σου από πιθανά πρόστιμα

Το HACCP βασίζεται σε 7 αρχές και για την τεκμηρίωση του οι μικρομεσαίες επιχειρήσεις λοιπόν πρέπει, να τηρούν τους παρακάτω φακέλους:



Φάκελος 1ος: Περιέχει τον Οδηγό Υγιεινής του ΕΦΕΤ

Φάκελος 2ος: Περιέχει τα βιβλιάρια υγείας των εργαζομένων, τις βεβαιώσεις εκπαίδευσης των εργαζομένων και το Εγχειρίδιο Βασικής Εκπαίδευσης στην υγιεινή και το χειρισμό των τροφίμων για τις επιχειρήσεις Μαζικής Εστίασης και Ζαχαροπλαστικής .

Φάκελος 3ος: Περιέχει το πρόγραμμα καθαρισμού και απολύμανσης και τις σχετικές βεβαιώσεις.

Φάκελος 4ος: Περιέχει το πρόγραμμα καταπολέμησης τρωκτικών και εντόμων.

Φάκελος 5ος: Περιέχει ένα αποδεικτικό έγγραφο του τρόπου υδροληψίας της επιχείρησης.

Φάκελος 6ος: Περιέχει συμπληρωμένους τους πίνακες των θερμοκρασιών των ψυγείων, καταψυκτών, θερμικής επεξεργασίας και των τμημάτων του εξοπλισμού αποθήκευσης και μεταποίησης.

Φάκελος 7ος: Συνοδευτικών εγγράφων των προϊόντων παραλαβής (βιβλίο ιχνηλασιμότητος) .

Χρειάζεστε πλέον αυτοέλεγχο! Εσείς και οι πελάτες σας.

Ήδη έχουν εξυπηρετηθεί πολλοί συνεργάτες της ΕΔΕΟΠ.
Για περισσότερες πληροφορίες τηλεφωνήστε στα
2108318221 - 2108312351 κ. Παυλίδου στην ΕΔΕΟΠ ή
επισκεφθείτε το site της ΔΕΥΕ www.deye.gr - Τηλ. 2103468268

Η ΗΓΕΣΙΑ ΤΟΥ ΚΛΑΔΟΥ

Πανελλήνια Ομοσπονδία

Μήτσιος Ευάγγελος	Πρόεδρος	210-8048357
Μπέκας Θεμιστοκλής	Α' Αντιπρόεδρος	2310-793587
Τσίχλας Τίτος	Β' Αντιπρόεδρος	2810-312247
Κωσταντόπουλος Θεόδωρος	Γ. Γραμματέας	2610-640491
Μανδρέκας Νικόλαος	Ταμίας	210-4621077
Γαλανάκης Αντώνης	Έφορος Δημ. Σχέσεων	28210-74554
Θανασούλας Βασίλειος	Μέλος	26410-50333
Μελισσανίδης Δημήτριος	Μέλος	23840-22286
Μουζακίτης Γρηγόριος	Μέλος	26610-52888
Καλλιανίδης Θεόδωρος	Μέλος	23730-31381
Μπακαλάρος Κων/νος	Μέλος	2610-643777

ΕΔΕΟΠ Αθηνών

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

ΕΔΕΟΠ Πάτρας

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 Βόλου

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 Ηρακλείου

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 Κορίνθου

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 Πέλλας

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 Δράμας

Μιχαηλίδης Χρήστος	Πρόεδρος	25210-81093
Κομπόλιας Χρήστος	Αντιπρόεδρος	25210-45348
Μελισσανίδης Παναγιώτης	Γ. Γραμματέας	25210-81591
Πρέπος Ηλίας	Ταμίας	25210-22513
Χουσμεκιάρης Θεόδωρος	Μέλος	6977-454671

ΕΔΕΟΠ Χαλκιδικής

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 Κέρκυρας

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 Χανίων

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 Αιτωλοακαρνανίας

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 Βίκος ΑΕ λειτουργεί 2 υπερσύγχρονα εργοστάσια εμφιάλωσης νερών και αναψυκτικών σε έκταση 110 στρεμμάτων στην ευρύτερη περιοχή των Ζαγοροχωρίων.

Τα εμφιαλωμένα νερά σε διαρκή πτώση

Ο κλάδος του εμφιαλωμένου ύδατος, κατά την περίοδο 1990-2008 έτρεχε, σύμφωνα με την ICAP, με μέσο ετήσιο ρυθμό μεταβολής +12%, όταν είδε ξαφνικά τη ζήτηση να μειώνεται και το πρόσημο ανάπτυξής του από θετικός να μεταβάλλεται σε αρνητικός.

Οι πρώτες προειδοποιητικές βολές ήρθαν το 2009 όταν ο ρυθμός ανόδου δεν ξεπέρασε το 2%, ενώ από το 2010 η πτωτική τάση μονιμοποιείται. «Από το 2010 παρατηρείται συνεχής μείωση της αγοράς. Το μέγεθος της κατανάλωσης εκτιμάται στα 1.349,5 εκ. λίτρα το 2012, καταγράφοντας ετήσια πτώση 6,5%. Στην αντίστοιχη σύγκριση του 2011 με το 2010 η μείωση ήταν 8,1%. Το συνολικό μέγεθος της κατανάλωσης εκτιμάται ότι παρουσίασε περαιτέρω πτώση 5% το 2013», σημειώνει η Διευθύντρια Οικονομικών και Κλαδικών Μελετών της ICAP Group, κα Παντελαίου. Σύμφωνα με τη Nielsen, οι πωλήσεις εμφιαλωμένου νερού στα μεγάλα καταστήματα τροφίμων, παρουσίασαν απώλειες 4,4% σε αξία πωλήσεων το δωδεκάμηνο 23/2/2013-22/22014.

Όπως μας λέει ο Διευθυντής Μάρκετινγκ και Πωλήσεων της ΒΙΚΟΣ ΑΕ, Κωνσταντίνος Σεπετάς, «η παρατεταμένη οικονομική κρίση που βιώνει η χώρα, έχει επηρεάσει άμεσα και τη ζήτηση, η οποία είναι πτωτική. Η αγοραστική δύναμη των καταναλωτών έχει μειωθεί, με αποτέλεσμα είτε να περιορίζουν τον όγκο τον αγορών τους, είτε ακόμα και να στρέφονται σε πιο οικονομικές λύσεις και υποκατάστατα αγαθά».

Σύμφωνα με τον Senior Brand Manager της NESTLE Hellas (Κορπή), «το αρνητικό οικονομικό και πολιτικό σκηνικό που χαρακτηρίζει τα τελευταία χρόνια την Ελλάδα και η μείωση του διαθέσιμου εισοδήματος των νοικοκυριών έχουν επηρεάσει αναμφισβήτητα τις πωλήσεις του εμφιαλωμένου νερού. Κάποιοι καταναλωτές είτε επιστρέφουν στο νερό της βρύσης είτε στρέφονται σε φθηνότερες λύσεις.

Πορτοκαλί Μεθυμναίος 2013

Η βιολογική οινοποιία Μεθυμναίος Οίνος από τη Λέσβο, παρουσίασε στο Οινόραμα 2014, την οριστική εκδοχή του Πορτοκαλί Μεθυμναίου εσοδείας 2013 (προγενέστερο πειραματικό λανσάρισμα του πορτοκαλί Μεθυμναίου εσοδείας 2010 είχε γίνει στα Διονύσια 2013).

Πορτοκαλί είναι ένα πιο σκούρο και πιο φυσικό λευκό κρασί από τα «κλασικά» λευκά, το οποίο οινοποιείται όπως τα κόκκινα, **στους 25ºC, και φιλτράρεται μόνο μια φορά**, σε αντίθεση με τα άλλα λευκά κρασιά τα οποία οινοποιούνται στους 16-19ºC και φιλτράρονται κατά κανόνα τρεις φορές. Πορτοκαλί κρασιά παράγονταν στην Ιταλία μέχρι το '50, όμως πέρασαν στην αφάνεια καθώς λόγω της ανάπτυξης της τεχνολογίας ψύξης, το κοινό στράφηκε σε πιο αρωματικά και λιγότερο στιβαρά λευκά κρασιά. Σήμερα, εξαιτίας της **τάσης προς τα βιολογικά και φυσικά προϊόντα**, επανέρχονται στο προσκήνιο (στις ΗΠΑ κάποια πορτοκαλί κρασιά φτάνουν την τιμή των $100 ανά φιάλη). Ο Πορτοκαλί Μεθυμναίος είναι **ξηρό κρασί με πορτοκαλί χρώμα** και περισσότερο σώμα και ένταση από άλλα ξηρά λευκά κρασιά. Χαρακτηρίζεται από αρώματα πορτοκαλιού, τόσο φρέσκου, όσο και σε μορφή γλυκού, και σχετικά χαμηλή οξύτητα. Αυτό έχει ως αποτέλεσμα να είναι μαλακό στη γεύση και να μπορεί να σερβιριστεί και ως απεριτίφ ή επιδόρπιο, ενώ ταιριάζει με σολομό, πουλερικά και αλλαντικά.

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

Φεστιβάλ Φροντίδας Νερού Κορπή

Για 5η συνεχή χρονιά, το Φυσικό Μεταλλικό Νερό Κορπή, πραγματοποίησε στα πλαίσια της Παγκόσμιας Ημέρας Νερού, το Φεστιβάλ Φροντίδας Νερού στο εργοστάσιό του στα Ακαρνανικά Βουνά (Μοναστηράκι Βόνιτσας). Συμμετείχαν 90 παιδιά από 4 σχολεία της περιοχής, τα οποία ξεναγήθηκαν στο εργοστάσιο Κορπή και έλαβαν μέρος σε 7 δραστηριότητες με εκπαιδευτικό αλλά και ψυχαγωγικό χαρακτήρα που έχουν αναπτυχθεί από τη ΜΚΟ **Project WET Foundation**, η οποία αναπτύσσει εκπαιδευτικά εργαλεία για την ενίσχυση της ευαισθητοποίησης των παιδιών για το νερό και συνεργάζεται με οργανισμούς και οργανώσεις όπως το Ειρηνευτικό Σώμα των ΗΠΑ, η UNESCO, η Διεθνής Ένωση Υδάτινων πόρων κ.ά. Η **Nestlé Waters** είναι ένας από τους σημαντικότερους εταίρους της από το 1992.

Το 2014 η Παγκόσμια Ημέρα Νερού (22 Μαρτίου) γιορτάστηκε σε 30 χώρες. Συμμετείχαν 15.000 μαθητές, ενώ περισσότεροι από 500 υπάλληλοι της Nestlé συνεισέφεραν με ποικίλους τρόπους.

Coca-Cola

Πες το
με ένα τραγούδι
και μία Coca-Cola

Σκάναρε το QR code που θα βρεις
στις συσκευασίες και μοιράσου
το δικό σου μουσικό μήνυμα!

"Να με ερωτευτείς"

Coca-Cola, Coca-Cola Zero, Coca-Cola Light, Coke and the design of the Coca-Cola Contour Bottle and the Dynamic Ribbon device are registered trademarks of The Coca-Cola Company.

#sayitwithasong

ΥΠΕΡΔΙΠΛΑΣΙΑΣΤΗΚΕ η συμμετοχή στο κόστος φαρμάκων, επιβάρυνση και από τις εργαστηριακές εξετάσεις

Την υγειά μας να... πληρώνουμε

Πενήντα ευρώ επιπλέον τον μήνα καταγγέλλουν ότι πληρώνουν οι συνταξιούχοι

Ρεπορτάζ

Ακριβότερα από ποτέ πληρώνουν σήμερα οι Ελληνες την υγεία τους. Με την εφαρμογή των νέων μέτρων, η άμεση και έμμεση συμμετοχή των πολιτών στην αγορά υπηρεσιών υγείας και φαρμάκων αυξάνεται, τη στιγμή που τα εισοδήματά τους μπαίνουν καθημερινά στην «κλίνη του Προκρούστη». Με τη διαφορά ότι πλέον τίποτε δεν περισσεύει.

Ασφαλισμένοι και συνταξιούχοι τελευταία δέχονται απανωτά χτυπήματα με τις αλλαγές στην ιατροφαρμακευτική περίθαλψη. Πληρώνουν ακριβότερα τα φάρμακά τους και το κόστος ανεβαίνει καθώς, εκτός από τη συμμετοχή, έχουν να καταβάλουν ακόμη επίσκεψη στον γιατρό, τη διαφορά της τιμής του φθηνότερου γενοσήμου με τα υπόλοιπα σκευάσματα της ίδιας κατηγορίας αλλά και ένα ευρώ ανά συνταγή. Επιπλέον αναμένεται να μεγαλώσει και η αρνητική λίστα με τα φάρμακα και το κόστος των οποίων δεν καλύπτεται από τον ασφαλιστικό φορέα. Από την άλλη πλευρά, ενώ μέχρι πρόσφατα έκαναν τις εργαστηριακές εξετάσεις τους στις μονάδες υγείας του ΕΟΠΥΥ, αυτες πλέον δεν λειτουργούν λόγω ελλειψης αντιδραστηρίων αλλά και τη συνεχιζόμενης απεργίας των γιατρών και έτσι υποχρεώνονται να καταβάλλουν συμμετοχή 15% στα ιδιωτικά κέντρα.

Συμμετοχή από 10,5% στο 22,5%

Σύμφωνα με εκτιμήσεις του καθηγητή Οικονομικών της Υγείας **κ. Γιάννη Κυριόπουλου**, από το 2009 ως το 2013 υπερδιπλασιάστηκε η συμμετοχή των ασφαλισμένων στο κόστος φαρμάκων. Από το 10,5% επί της συνολικής δαπάνης υγείας που ήταν το 2009 ανήλθε στο 22,5% το 2013. Αλλοι επιστήμονες εκτιμούν ότι το 2013 η μεσοσταθμική συμμετοχή των ασφαλισμένων οτο κόστος φαρμάκου έφθασε το 27% και θα εκτιναχθεί στο 32% το 2014 αν διευρυνθούν ο κατάλογος των μη συνταγογραφούμενων φαρμάκων (ΜΗΣΥΦΑ) και η αρνητική λίστα. Να σημειωθεί δε ότι από το 2013 ο ΕΟΠΥΥ δεν καλύπτει το 50% της διαφοράς της τιμής του φθηνότερου γενοσήμου με αυτό που συστήνει ο θεράπων ιατρός, με αποτέλεσμα ο ασφαλισμένος να πληρώνει από την τσέπη το σύνολο του ποσού.

Ο κ. Κυριόπουλος εκτιμά ότι η συμμετοχή των νοικοκυριών στο κόστος φαρμάκου θα ανέλθει στα 560 εκατ. ευρώ, η συμμετοχή τους στο κόστος των εξετάσεων θα φθάσει στα 90 εκατ. ευρώ και σε αυτό των ιατρικών επισκέψεων στα 250 εκατ. ευρώ ετησίως. Τα εν λόγω μεγέθη αφορούν χρήση της ασφαλιστικής οδού, στο σύνολο της ή εν μέρει. Η συνολική ιδιωτική δαπάνη - τα χρήματα που θα βγουν απευθείας από τον οικογενειακό προϋπολογισμό για ιατρικές επισκέψεις και εξετάσεις "ο καθηγητής εκτιμά ότι θά κυμανθεί στο 1,2-1,5 δισ. ευρώ, χωρίς να περιλαμβάνονται σε αυτή τα φάρμακα, τα νοσοκομεία και η οδονπατρική περίθαλψη.

«Η οικονομική κρίση θέτει ένα κρίσιμο δίλημμα στις επιλογές της εθνικής πολιτικής υγείας ανάμεσα στην αναζήτηση της αποδοτικότητας μέσω μειζόνων διαρθρωτικών αλλαγών ή στην περιστολή της δαπάνης μέσω των αποκαλούμενων οριζόντιων περικοπών. Τα πολιτικά και τεχνικά όργανα της διεθνούς επιτήρησης, δηλαδή η τρόικα και η Task Force, έχουν επιλέξει τη δεύτερη εκδοχή, πράγμα το οποίο σημαίνει μεγάλου μεγέθους μετακύλιση του κόστους σε άμεσες πληρωμές και παραπληρωμές των νοικοκυριών» σχολιάζει ο κ. Κυριόπουλος και επισημαίνει: *«Το φαινόμενο αυτό σε συνδυασμό με την άμεση αποασφάλιση μεγάλου τμήματος του πληθυσμού αναδεικνύει το πρόβλημα της ανασυγκρότησης του ιατροασφαλιστικού συστήματος ως μείζονος πολιτικού προβλήματος»*.

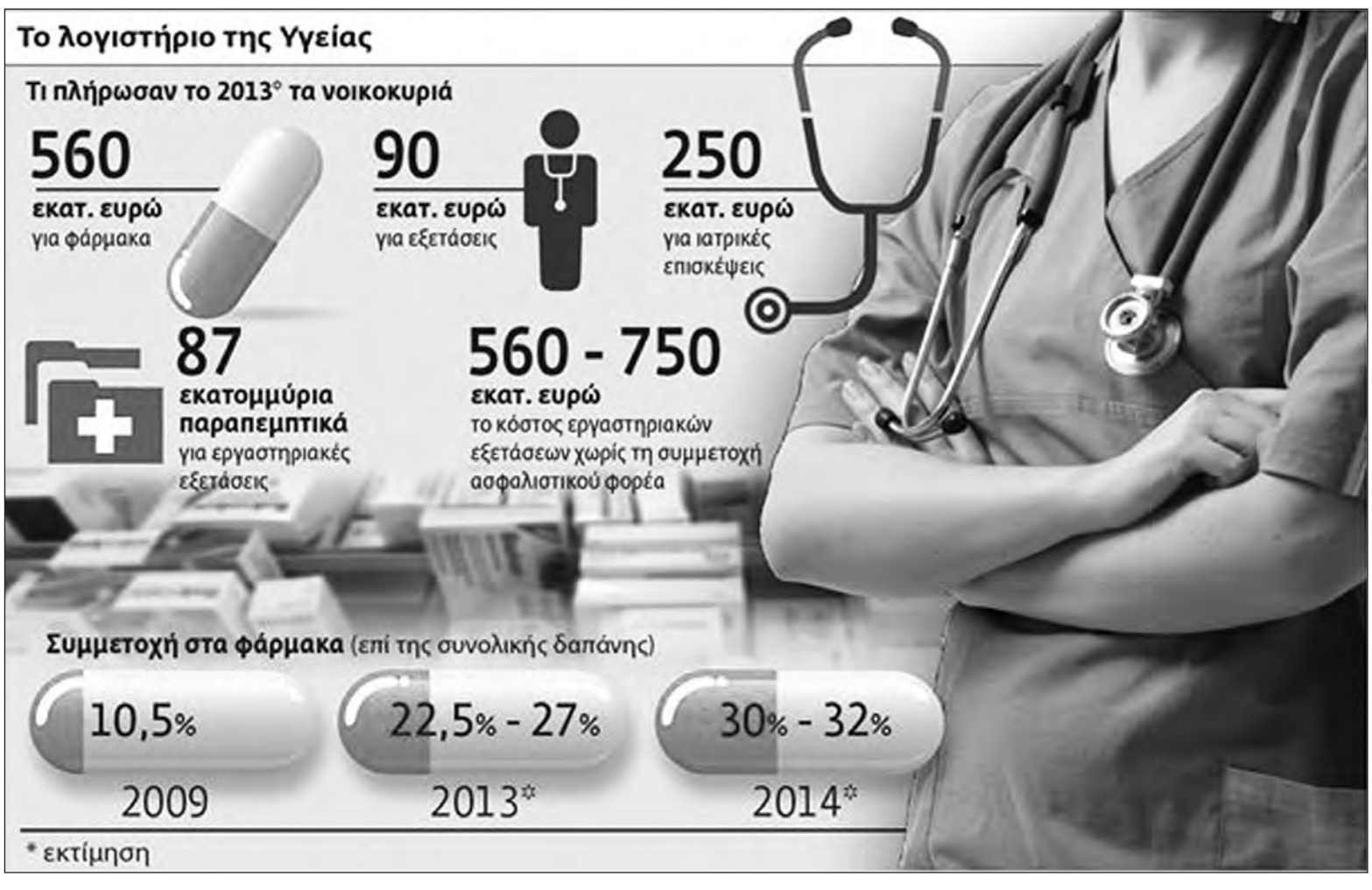
Αγανάκτηση συνταξιούχων

Οι συνταξιούχοι, πάσχοντες οι περισσότεροι από πολλές και σοβαρές ασθένειες, δεν κρύβουν την αγανάκτηση τους με τα ποσά που καλούνται καθημερινά να καταβάλουν.

«Εδώ και δύο μήνες αναγκαζόμαστε να πληρώνουμε ιατρικές επισκέψεις από τις ακρωτηριασμένες μας συντάξεις. Πηγαίνουμε σε αυτούς που έχουν συμβληθεί με τον ΕΟΠΥΥ, αλλά φαίνεται ότι οι 400 επισκέψεις τον μήνα δεν φθάνουν. Ετσι καλούμαστε να πληρώνουμε στους παθολόγους 10 ως 20 ή και 30 ευρώ, και περισσότερα στους γιατρούς ειδικοτήτων. Στην Ξάνθη έχω καταγγείλει ότι οι γιατροί ζητούν από 50 ως 70 ευρώ ανά επίσκεψη» δηλώνει ο **κ. Παναγιώτης Βαβουγιός,** πρόεδρος της Ενωσης Συνταξιούχων Δημοσίου.

Όπως τονίζει, πολλοί συνταξιούχοι έχουν σταματήσει να πηγαίνουν στους γιατρούς για συνταγογράφηση. *«Αν ένα φάρμακο κοστίζει 10 ευρώ, δεν πας στον γιατρό να στο γράψει. Τόσα θα πληρώσεις για την ιατρική επίσκεψη συν τη συμμετοχή σου στο κόστος του φαρμάκου, συν τη διαφορά της τιμής από το φθηνότερο γενόσημο, συν το ένα ευρώ ανά συνταγή... Φθηνότερα έρχεται αν το αγοράσεις μόνος σου και γλιτώνεις και την ταλαιπωρία»*.

Σύμφωνα με τον κ. Βαβουγιό, πολλά φάρμακα που χρησιμοποιούν ηλικιωμένοι έχουν μπει στην αρνητική λίστα - το Ταμείο δεν τα αποζημιώνει. *«Είναι αποχρεμπτικά, αντισταμινικά, κολλύρια για τα μάτια. Από την 1η Ιανουαρίου έχουμε σημαντική επιβάρυνση στην ιατροφαρμακευτική περίθαλψη. Πληρώνουμε τον μήνα τουλάχιστον 50 ευρώ επιπλέον»*.



Το παράπονο των πασχόντων από διαβήτη

Συμφόρηση επικρατεί τους τελευταίους μήνες στα διαβητολογικά κέντρα για εξετάσεις και συνταγογράφηση λόγω της απεργίας των γιατρών του ΕΟΠΥΥ. *«Η κατάσταση δεν περιγράφεται. Ο διαβήτης θέλει παρακολούθηση κάθε δύο με τρεις μήνες. Αντιλαμβάνεστε λοιπόν π συμβαίνει»* τονίζει η κυρία **Γκόλφω Γεμιστού**, πρόεδρος του Συλλόγου Ατόμων με Σακχαρώδη Διαβήτη. Πειραιά και αντιπρόεδρος της Πανελλήνιας Ομοσπονδίας (ΠΟΣΣΑΣΔΙΑ).

Εκφράζει παράπονα και για την άδικη αντιμετώπιση των πασχόντων από διαβήτη τύπου ΙΙ. *«Εχουν 25% συμμετοχή στα φάρμακα και 10% στην ινσουλίνη, ενώ όσοι πάσχουν από διαβήτη τύπου Ι δεν έχουν συμμετοχή - και ορθώς διότι η ινσουλίνη δεν είναι φάρμακο, είναι ορμόνη ζωής. Αυτό όμως πρέπει να ισχύσει για τους πάσχοντες από διαβήτη τύπου ΙΙ, οι οποίοι πληρώνουν πλέον τα φάρμακά τους "χρυσά". Ο διαβήτης έχει συνοσηρότητα· πολλοί έχουν υπέρταση, χοληστερίνη. Επηρεάζεται όλο το μεταβολικό μας σύστημα. Γι' αυτές τις παθήσεις παίρνουμε επί σης φάρμακα. Καταβάλλουμε τη συμμετοχή μας στο κόστος των φαρμάκων, το ένα ευρώ ανά συνταγή και βεβαίως τη διαφορά στην τιμή των φαρμάκων με βάση το φθηνότερο γενόσημο. Παρ' ότι οι διαβητικοί τύπου ΙΙ είναι χρονίως πάσχοντες, δεν εξαιρούνται από διάφορα μέτρα. Το ίδιο ισχύει και για άλλους που έχουν υπέρταση ή παθήσεις του θυρεοειδούς, του προστάτη... Ειλικρινά δεν έχουμε καταλάβει τι εννοεί ή ηγεσία του υπουργείου Υγείας όταν μιλά για χρονίως πάσχοντες»* τονίζει.

Σύμφωνα με την κυρία Γεμιστού, ένα νόσημα όπως ο διαβήτης θέλει χρόνο για να αντιμετωπιστεί. Ετσι, πολλοί πάσχοντες από διαβήτη αναγκάζονται να πληρώσουν τη διαφορά στα φάρμακά τους φοβούμενοι μη τυχόν απορρυθμιστούν αλλάζοντας φαρμακευτική θεραπεία. *«Δεν είναι εύκολο να βρεις νέο θεραπευτικό σχήμα για την αντιμετώπιση του διαβήτη, θέλει χρόνο και μπορεί να έχει και κόστος στην υγεία σου. Ο διαβήτης έχει πολλές επιπλοκές. Αν δεν προσεχθεί, δεν αντιμετωπισθεί σωστά, κοστίζει περισσότερο στο κράτος. Εμείς τα. λέμε, αλλά δυστυχώς οι πολιτικοί μας έχουν κοντόφθαλμη λογική και όχι ευήκοα ώτα»*.

AMSTEL®
Radler
ΔΙΠΛΑ ΔΡΟΣΙΣΤΙΚΗ
ΔΙΠΛΑ ΑΠΟΛΑΥΣΤΙΚΗ!
ΝΕΑ
ΜΠΙΡΑ ΜΕ ΧΥΜΟ ΛΕΜΟΝΙ
AMSTEL
NATURAL BREW
Radler
DOUBLE REFRESHMENT
BEER & LEMON
Tribe
Απολαύστε υπεύθυνα

Δελτίο Τύπου – Αθήνα, 29 Μαΐου 2014

Responsib'ALL Day από την *Pernod Ricard Hellas, σε συνεργασία με την Ελληνική Εταιρεία Αξιοποίησης Ανακύκλωσης: καθαρισμός παραλιών από τους εργαζόμενους της Εταιρείας.*

Για 4η συνεχή χρονιά, η **Pernod Ricard** διοργάνωσε την Ημερίδα **Responsib'all Day**, το αποκορύφωμα των ενεργειών του Ομίλου, για την προώθηση της υπεύθυνης κατανάλωσης αλκοόλ. Η εκδήλωση αυτή βασίζεται στην πρωτότυπη ιδέα, να γίνουν οι 19.000 εργαζόμενοι του Ομίλου Pernod Ricard, σε 80 θυγατρικές εταιρείες σε όλο τον κόσμο, οι κορυφαίοι πρεσβευτές της δέσμευσης αυτής.

Φέτος η **Pernod Ricard Hellas**, συνέδεσε την υπεύθυνη κατανάλωση αλκοόλ με τους άλλους δύο πυλώνες της πλατφόρμας Εταιρικής Κοινωνικής της Ευθύνης: την «προστασία του πλανήτη» και την «ενίσχυση των τοπικών κοινοτήτων και ευαισθητοποίηση των συνεργατών της». Έτσι, λοιπόν, την Πέμπτη 22 Μαΐου πραγματοποίησε, σε συνεργασία με την **Ελληνική Εταιρεία Αξιοποίησης Ανακύκλωσης (ΕΕΑΑ),** δραστηριότητες με οικολογικό χαρακτήρα και στόχο την πληροφόρηση και την ενεργό συμμετοχή των εργαζομένων της.

Η δράση ξεκίνησε στα κεντρικά γραφεία της Εταιρείας, με ομιλίες από τον **Managing Director κ. Christophe Lemarié**, τον **Industrial Director κ. Λάμπρο Πάσχου**, από την **HR Manager κα. Φανή Κουτρουμάνου**, καθώς επίσης και με σχετική παρουσίαση από στελέχη της **Ελληνικής Εταιρείας Αξιοποίησης Ανακύκλωσης (ΕΕΑΑ).**

Κατόπιν, στα Μέγαρα, οι 80 εργαζόμενοι της Pernod Ricard Hellas, ανέλαβαν να καθαρίσουν την παραλία της Πάχης, μήκους 2,2 χλμ! Η ημέρα ολοκληρώθηκε με επίσκεψη και ξενάγηση στο χώρο του εργοστασίου ανακύκλωσης (ΚΔΑΥ Ελευσίνας), κατά τη διάρκεια της οποίας παρουσιάστηκε αναλυτικά η διαδικασία, τα μέσα και ο τρόπος ανακύκλωσης υλικών. Αντίστοιχες δράσεις καθαρισμού παραλιών πραγματοποιήθηκαν από εργαζομένους της Εταιρείας την ίδια ημέρα, στη Θεσσαλονίκη (παραλία Επανομής) και τη Μυτιλήνη (παραλίες στα νότια προάστια

της πόλης).

Ο κος Christophe Lemarié, κατά τη διάρκεια της ομιλίας του στα γραφεία της **Pernod Ricard Hellas**, τόνισε σχετικά: *«Η Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη αποτελεί μέρος του επιχειρηματικού μας μοντέλου και βασική προτεραιότητα για να μπορέσουμε να ηγηθούμε του κλάδου μας. Δεν μπορούμε να πετύχουμε, χωρίς την ισχυρή υποστήριξη των εργαζομένων μας. Σκοπός της σημερινής ημέρας είναι η ενημέρωση για την πλατφόρμα της Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης της Εταιρείας, αλλά ακόμα πιο σημαντική είναι η ενεργή συμμετοχή των εργαζόμενων μας σε αυτή την κινητοποίηση!»*

Σχετικά με την Pernod Ricard Hellas

Η Pernod Ricard Hellas αποτελεί θυγατρική του Ομίλου Pernod Ricard που είναι ένας από τους δύο ηγέτες σε παγκόσμιο επίπεδο στον κλάδο οίνων και οινοπνευματωδών ποτών. Έχει πρωταγωνιστικό ρόλο στην αγορά αλκοολούχων ποτών και προωθεί παράλληλα, την υπεύθυνη κατανάλωση των προϊόντων της. Το χαρτοφυλάκιο της περιλαμβάνει μερικά από τα πιο διάσημα εμπορικά σήματα, όπως είναι η βότκα ABSOLUT, το σκοτσέζικο ουίσκι Chivas Regal, τα Glenlivet και Ballantine's, το Jameson Irish whiskey, το τζιν Beefeater, το ρούμι Havana Club, το Malibu, το λικέρ Kahlua, καθώς και οι σαμπάνιες Mumm και Perrier Jouet.

Σχετικά με τον Όμιλο Pernod Ricard

Η Pernod Ricard δημιουργήθηκε το 1975, έπειτα από τη συγχώνευση των εταιρειών Pernod και Ricard. Ο Όμιλος βασίζει την αειφορία της στην οργανική ανάπτυξη και στις εξαγορές: Seagram (2001), Allied Domecq (2005) και Vin&Sprit (2008).

Η Pernod Ricard κατέχει ένα από τα πιο εκλεκτά χαρτοφυλάκια μαρκών στον κλάδο: την Absolut Vodka, το Ricard, το Ballantine's, το Chivas Regal,το Royal Salute και το Glenlivet, το Jameson, το κονιάκ Martell, το ρούμι Havana Club, το τζιν Beefeater, τα Kahlua και Malibu, τις σαμπάνιες Mumm και Perrier Jouet, καθώς και το Jacob's Creek, το Brancott Estate, το Campo Viejo και τα κρασιά Graffigna.

Απασχολεί ένα εργατικό δυναμικό περίπου 19.000 ατόμων και λειτουργεί μέσω ενός αποκεντρωμένου οργανισμού, με βάση τη δημιουργία έξι "Brand Companies" και ογδόντα "Market Companies'', οι οποίες εγκαταστάθηκαν σε κάθε σημαντική αγορά.

Ο Όμιλος έχει δεσμευτεί σε μια πολιτική βιώσιμης ανάπτυξης και ενθαρρύνει την υπεύθυνη κατανάλωση. Η στρατηγική και η φιλοδοξία της Pernod Ricard βασίζεται σε τρεις βασικές αξίες που καθοδηγούν την επέκτασή της: το Επιχειρηματικό Πνεύμα, την Αμοιβαία Εμπιστοσύνη και την Ισχυρή Αίσθηση Ηθικής.

Η Pernod Ricard είναι εισηγμένη στο χρηματιστήριο [NYSE Euronext (Ticker: RI; Κωδικός ISIN : FR0000120693)], είναι μέλος του δείκτη CAC 40 και παρουσίασε ενοποιημένες πωλήσεις αξίας € 8.575 εκατ. το για το οικονομικό έτος 2012/13

Υπεύθυνη Επικοινωνίας Pernod Ricard
Φανή Κουτρουμάνου
CSR Leader,
Pernod Ricard Hellas
+30 210 6601413

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

Η βρετανική Diageo θέλει να αλλάξει τους νόμους ποτοποιίας στην αμερικανική Πολιτεία

Ξέσπασε πόλεμος για το ουίσκι made in Tennessee

Αυστηρά και απαιτητικά κριτήρια για να αποκτήσει το μπέρμπον την ονομασία προέλευσης

Για λόγους ιδιοσυγκρασίας και παράδοσης οι αρχές της Πολιτείας του Τενεσί δεν βιάζονται. Την περασμένη Τετάρτη αποφάσισαν να αφήσουν την υπόθεση του δικαιώματος χρήσης της ονομασίας προέλευσης «Tennessee» να ωριμάσει τουλάχιστον ως το καλοκαίρι. Τότε μια επιτροπή ειδικών θα αποφανθεί ποια εταιρεία θα έχει το δικαίωμα να βάζει (κατ' αποκλειστικότητα ή όχι είναι κάτι που επίσης «παίζεται») τη μαγική λέξη «Tennessee» στα μπουκάλια του μπέρμπον που παράγει: η γιγαντιαία βρετανική Diageo ή η αμερικανική Brown-Forman. Η πρώτη παράγει την επωνυμία George Dickel και η δεύτερη την πρώτη σε πωλήσεις (σε ό,τι αφορά την αγορά αμερικανικού ουίσκι) Jack Daniel's.

Εγγύηση για εμπορική επιτυχία

Η Brown-Forman υποστηρίζει την ισχύουσα σήμερα νομοθεσία, η οποία θέτει αυστηρά κριτήρια για κάποιον που θέλει να βάλει στα μπουκάλια του τη φρασούλα-εγγύηση εμπορικής επιτυχίας «Ουίσκι από το Τενεσί». Σύμφωνα με τα ισχύοντα, για να είναι ένα ουίσκι «made in Tennessee» πρέπει να παράγεται κατά τουλάχιστον 51% από καλαμπόκι, φιλτραρισμένο από κάρβουνο σφενδάμου και παλαιωμένο σε ολοκαίνουργια, αχρησιμοποίητα βαρέλια από απανθρακωμένη δρυ.

Η Diageo κινήθηκε με τον αμερικανικό τρόπο. Δημιούργησε αργά και μεθοδικά ένα λόμπι στη νοτιοδυτική αυτή Πολιτεία για να υποστηρίξει ότι «η ισχύουσα νομοθεσία ταυτίζει τον ορισμό του ουίσκι του Τενεσί με τη συνταγή παρασκευής του Jack Daniel 's». Το Dickel, που είναι το δεύτερο σε πωλήσεις ουίσκι που παράγεται στην Πολιτεία του Τενεσί (αλλά ανήκει στον βρετανικό όμιλο οινοπνευματωδών ποτών), παλαιώνεται επίσης σε προσφάτως κατασκευασμένα δρύινα βαρέλια. Γι' αυτό η Diageo ισχυρίζεται ότι θα πρέπει να έχει κι αυτό τη δυνατότητα να αναφέρεται ως ουίσκι «made in Tennessee». Και καταγγέλλει τον ισχύοντα νόμο ως «αντίθετο με τις αρχές του ανταγωνισμού» και ως «προάγοντα τον προστατευτισμό».

Μόδα τα κοκτέιλ με αλκοόλ

Το ενδιαφέρον της Diageo για να αποκτήσει το μπέρμπον της ονομασία προέλευσης είναι μεγάλο καθώς χάρη στη νέα έκρηξη της μόδας των αλκοολούχων κοκτέιλ στην αμερικανική αγορά οι πωλήσεις ουίσκι στις ΗΠΑ αυξήθηκαν κατά 6,8% το 2013 συγκριτικά με την αμέσως προηγούμενη χρονιά (βοήθησε σ' αυτό και η σταδιακή έξοδος της αμερικανικής οικονομίας από την κρίση) και έφθασαν σε αξία τα 2,4 δισ. δολάρια. Η αύξηση των πωλήσεων αμερικανικού ουίσκι είναι πολύ μεγαλύτερη από την αύξηση των πωλήσεων λικέρ (1,9%). Εξάλλου το 2013 οι εξαγωγές μπέρμπον ξεπέρασαν για πρώτη φορά σε αξία το 1 δισ. δολάρια, σύμφωνα με τα στοιχεία του Αμερικανικού Ινστιτούτου Αποσταγμένων Ποτών.

Ο αρχιαποστάκτης των εγκαταστάσεων του Jack Daniel's στο Λίντσμπουργκ του Τενεσί ελέγχει το άρωμα του παραγόμενου προϊόντος. Η νομοθεσία προβλέπει την παλαίωση του ουίσκι σε αχρησιμοποίητα δρύινα βαρέλια

«Ορίζουμε ένα προϊόν κατά τρόπο που αποκλείει τις μικρές, νεοπαγείς επιχειρήσεις. Διότι αυτές δεν μπορούν να αντέξουν οικονομικά την αγορά διαρκώς καινούργιων και αχρησιμοποίητων βαρελιών για να παλαιώσουν το ουίσκι τους» δήλωσε στον απεσταλμένο των «Financial Times» ο εκπρόσωπος της Πολιτείας του Τενεσί, Ρεπουμπλικανός Μπιλ Σάντερσον, ο οποίος ανήκει στο χρηματοδοτούμενο από την Diageo λόμπι για την αλλαγή της νομοθεσίας περί ονομασίας προελεύσεως του ουίσκι. Κάποιοι μικροί παραγωγοί ουίσκι στην Πολιτεία υποστηρίζουν την προσπάθεια της Diageo να αλλάξει τη νομοθεσία. Κάποιοι άλλοι όμως υποστηρίζουν την Brown-Forman με το επιχείρημα ότι τα αποστάγματα της περιοχής θα διατηρήσουν την ταυτότητά τους μόνο αν τα κριτήρια παρασκευής τους παραμείνουν αυστηρά και απαιτητικά. Και θυμίζουν ότι ανάλογοι νομικοί κανόνες ρυθμίζουν την παραγωγή κονιάκ και σαμπάνιας στη Γαλλία αλλά και την παρασκευή μπέρμπον ονομασίας προέλευσης από την Πολιτεία του Κεντάκι.

Η γεύση Jack Daniel's

«Στόχος μας δεν είναι να αποκτήσουν όλα τα ουίσκι από την Πολιτεία μας τη γεύση του Jack Daniel's. Ο κάθε παραγωγός μπορεί άλλωστε να διαφοροποιήσει τη γεύση στο προϊόν του τροποποιώντας κατά το δοκούν τη δοσολογία στο 49% των συστατικών που χρησιμοποιεί, εξαιρουμένου του καλαμποκιού. Οι επιλογές είναι πολλές για τον καθένα που θέλει να φτιάξει ένα ανταγωνιστικό ουίσκι με προέλευση από το Τενεσί» δήλωσε ο αντιπρόεδρος της Brown-Forman Τζιμ Ο' Μάλεϊ. Και συνέχισε, μακάριος και χαλαρός, να σημαδεύει με τους φελλούς την μπούκα του άδειου βαρελιού σπάζοντας τα νεύρα στην Diageo που επείγεται να τροποποιήσει τη νομοθεσία της Πολιτείας.

Εξελίσσεται διαρκώς η οινοποιία στη Βόρεια Ελλάδα

Η Βόρεια Ελλάδα κατείχε πάντοτε εξέχουσα θέση στα οινικά πράγματα της χώρας μας και σημείωσε αρκετές πρωτιές στη διάρκεια της εξέλιξης του ελληνικού κρασιού. Ήταν από τη Νάουσα τα πρώτα κρασιά που άρχισαν να εξάγονται. Στο Μέτσοβο καλλιεργείται για πρώτη φορά ξενική ποικιλία στην Ελλάδα, το Cabernet, και από τη Σιθωνία υπήρξε το πρώτο ελληνικό Cabernet με διεθνή αναγνώριση. Είναι η μοναδικότητα του Αγίου Όρους, η εντυπωσιακή εμφάνιση της δράμας, οι πρώτη Δρόμοι του Κρασιού και ο Διεθνής Διαγωνισμός Οίνου Θεσσαλονίκης, που έπαιξαν σπουδαίο ρόλο στη μεγάλη πρόοδο του ελληνικού κρασιού. Έτσι μιλάμε για τη «βαριά φανέλα» της ελληνικής οινοποιίας.

Τα κρασιά της Μακεδονίας όπως και όλη της χώρας, βελτιώνονται συνεχώς και εσχάτως άρχισαν να κατακτούν αγορές του εξωτερικού. Το χαρακτηριστικό όμως της Βόρειας Ελλάδας είναι η εμφάνιση, όχι μόνον νέων παραγωγών, αλλά και νέων περιοχών. Αρχικά λοιπόν, πέραν από τις παλιές κλασικές περιοχές ΠΟΠ, έκανε, στις αρχές της δεκαετίας του '90, την εντυπωσιακή της εμφάνιση η Δράμα. Σχεδόν ταυτόχρονα, άρχισε να δημιουργείται ο αμπελώνας της Θεσσαλονίκης στην Επανομή και τον Βερτίσκο και άρχισε να αναβαθμίζεται η Μεσημβρία.

Μετά τη σκυτάλη πήρε η Καβάλα και την παρέδωσε ανατολικότερα στη Θράκη. Τώρα δηλώνει παρούσα και η περιοχή της Πιερίας, με αμπελώνες στον Όλυμπο και τα Πιέρια όρη. Στο μεταξύ, υπήρξε δημιουργία νέων και εξαιρετικών κρασιών από συγκεκριμένους παραγωγούς και από άλλες περιοχές όπως η Πέλλα, ο Βελβεντός, ο Άγιος Παύλος της Χαλκιδικής. Στο μεταξύ, μεγάλη ποιοτική πρόοδος και αναβάθμιση, μεγαλύτερη από τη μέση συνολική, υπήρξε στη Ραψάνη, στο Αμύνταιο, στην Ήπειρο και στο Άγιο Όρος.

Όλα τα ωραία αρχίζουν με ΑΛΦΑ!

Γεύση Ελλάδας

1961
ΑΛΦΑ
ΖΥΘΟΣ

Απολαύστε Υπεύθυνα

Περικοπές στις αποδόσεις των λογαριασμών προθεσμίας ετοιμάζουν οι τράπεζες

Νέος κύκλος μείωσης επιτοκίων

Στο 2%-2,50% η ετήσια ανταμοιβή των καταθετών, ανάλογα με το ποσό της αποταμίευσης

Οι αποδόσεις των προθεσμιακών καταθέσεων για 50.000 ευρώ

	3 μήνες	6 μήνες	12 μήνες	18 μήνες
Alpha Bank	2,50%	2,40%	2,40%	-
Attica Bank	2,65%	2,65%	2,60%	-
Eurobank	2,45%	2,40%	2,30%	-
HSBC	2,50%	2,50%	2,58%	-
Εθνική Τράπεζα	2,15%	2,28%	2,29%	2,49%
Νέο Ταχυδρομικό Ταμιευτήριο	2,45%	2,40%	2,23%	-
Τράπεζα Πειραιώς	2,55%	2,50%	2,45%	2,35%

Ρεπορτάζ

Νέος κύκλος μείωσης των επιτοκίων στις προθεσμιακές καταθέσεις βρίσκεται προ των πυλών μετά το εκλογικό αποτέλεσμα της περασμένης Κυριακής που απομάκρυνε το ενδεχόμενο πρόωρων εθνικών εκλογών τουλάχιστον ως το προσεχές φθινόπωρο. Τραπεζικά στελέχη σημειώνουν ότι η πορεία των αποδόσεων στις «κλειστές» καταθέσεις είναι άμεσα συνδεδεμένη με το γενικότερο οικονομικό και πολιτικό κλίμα στη χώρα. Ως εκ τούτου θεωρούν ότι τους καλοκαιρινούς μήνες θα δοθεί μια πρώτης τάξεως ευκαιρία στις τράπεζες να αναπροσαρμόσουν σε χαμηλότερα επίπεδα τα επιτόκια προθεσμίας, κατ' εφαρμογήν των επιχειρησιακών σχεδίων τους, με στόχο την ενίσχυση των καθαρών εσόδων από τόκους.

Εκλεισε η ψαλίδα

Μετά τις μειώσεις που καταγράφηκαν το δεύτερο τρίμηνο του 2014 οι μέσες αποδόσεις κινούνται στην περιοχή του 2%-2,50%, ανάλογα με τη διάρκεια και το ποσό. Τα καλύτερα επιτόκια εξακολουθούν να προσφέρονται για διάστημα ενός ως τριών μηνών και από εκεί και πάνω όσο αυξάνεται η διάρκεια τόσο υποχωρούν τα επιτόκια. Αξίζει να σημειωθεί πάντως ότι πλέον η ψαλίδα μεταξύ των καταθέσεων διαφορετικής περιόδου ωρίμασης έχει «κλείσει» σημαντικά, στοιχείο ενδεικτικό της επαναφοράς των αποδόσεων σε φυσιολογικά για χώρα της ευρωζώνης επίπεδα. Το στοιχείο αυτό δείχνει επίσης ότι το μεγαλύτερο μέρος της διαδρομής αποκλιμάκωσης των επιτοκίων από τα υψηλά του 5% το 2012 σε βιώσιμα ποσοστά έχει πλέον καλυφθεί. Επιπλέον έχουν επαναλανσαριστεί προσφορές με προγράμματα 18μηνης διάρκειας, τα οποία είχαν εξαφανιστεί την περίοδο της κρίσης και των έντονων στρεβλώσεων στην τραπεζική αγορά.

Σταδιακά η μείωση

Στόχο των τραπεζών, σύμφωνα με γενικό διευθυντή συστημικού ομίλου, αποτελεί η μείωση των επιτοκίων στα επίπεδα του 1,50%-2% ως το τέλος του έτους. Ο ίδιος προσθέτει πάντως ότι και αυτή η προσαρμογή θα γίνει σταδιακά και όχι βίαια, ανάλογα πάντα και με τις ανάγκες ρευστότητας των τραπεζών. Οπως τονίζουν τραπεζικά στελέχη, εφόσον επαληθευτούν οι εκτιμήσεις για μείωση της ανταμοιβής των αποταμιευτών το αμέσως επόμενο διάστημα, όσοι «κλείσουν» τα χρήματά τους σήμερα για μια εύλογη χρονική περίοδο δώδεκα μηνών και άνω μπορούν να βγουν κερδισμένοι από τη μάχη των επιτοκίων.

Προσθέτουν βέβαια ότι σε κάθε περίπτωση πρόκειται για ένα στοίχημα. Με δεδομένο λοιπόν ότι το σενάριο περαιτέρω αποκλιμάκωσης των επιτοκίων μέσα στο καλοκαίρι συγκεντρώνει περισσότερες πιθανότητες, οι καταθέτες με «ελεύθερα» κεφάλαια βρίσκονται σήμερα μπροστά σε ένα δίλημμα: να επιλέξουν ένα καταθετικό προϊόν βραχυπρόθεσμης διάρκειας με υψηλό επιτόκιο ή να προτιμήσουν ένα πρόγραμμα μακρύτερης ωρίμασης, η απόδοση του οποίου ωστόσο είναι σαφώς χαμηλότερη.

Για παράδειγμα, ένα καταθέτης με ρευστά διαθέσιμα της τάξεως των 100.000 ευρώ έχει να επιλέξει μεταξύ μιας εξάμηνης προθεσμιακής κατάθεσης με επιτόκιο 2,6% και ενός 18μηνου προϊόντος με απόδοση 2,3%. Εκ πρώτης όψεως το τρίμηνο πρόγραμμα φαντάζει πιο ελκυστικό. Είναι όμως η καλύτερη επιλογή; Ασφαλής απάντηση δεν μπορεί να δοθεί καθώς αυτό προϋποθέτει να γνωρίζουμε σήμερα την ακριβή πορεία των επιτοκίων τους επόμενους μήνες.

Αν προτιμηθεί το τρίμηνο προϊόν, ο καταθέτης θα κερδίσει για αυτό το διάστημα επιπλέον 30 μονάδες βάσης στην απόδοσή του. Δε γνωρίζει όμως σε ποια επίπεδα θα βρίσκονται έπειτα από τρεις μήνες τα επιτόκια στην εγχώρια αγορά. Αν λοιπόν υποχωρήσουν περισσότερο από 30 μονάδες, ο καταθέτης μετά το πρώτο τρίμηνο θα έχει να επιλέξει μεταξύ προγραμμάτων με χαμηλότερα επιτόκια σε σχέση με αυτά που προσφέρει σήμερα το 18μηνο προϊόν, το οποίο του εξασφαλίζει σίγουρο εισόδημα από τόκους ως και το 2016.

Σε κάθε περίπτωση κρίσιμη παράμετρο για τη «διόρθωση» της απόφασης που θα ληφθεί σήμερα, εφόσον τα πράγματα σε σχέση με τα επιτόκια δεν εξελιχθούν βάσει των σημερινών εκτιμήσεων της αγοράς, αποτελεί η δυνατότητα ανέξοδης πρόωρης ανάληψης των κεφαλαίων. Εφόσον ο αποταμιευτής μπορεί χωρίς ποινή να «σπάσει» μια ενεργή προθεσμιακή, του παρέχεται η ευχέρεια να προσαρμόσει τη στρατηγική του στα νέα δεδομένα ανέξοδα.

Ετσι, αν επιλέξει την τρίμηνη προθεσμιακή και τα επιτόκια εμφανίσουν έντονα πτωτικές τάσεις, θα μπορεί να τη λήξει πρόωρα επιλέγοντας μια κατάθεση μεγαλύτερης διάρκειας ώστε να «κλειδώσει» για όσο το δυνατόν περισσότερο χρόνο ένα υψηλό επιτόκιο. Από την άλλη πλευρά, αν προτιμηθεί μια 18μηνη κατάθεση και οι προοπτικές για τα επιτόκια μεταβληθούν σε σταθερές ή ανοδικές, ο καταθέτης θα μπορεί να μεταπηδήσει σε ένα άλλο προϊόν το οποίο θα του εξασφαλίζει μια υψηλότερη απόδοση.

Προθεσμιακή με bonus στην κάρτα

• Ενδεικτική των νέων τάσεων που θα επικρατήσουν τα επόμενα χρόνια στην ελληνική αγορά είναι η περίπτωση του νέου προγράμματος της Alpha Bank με το οποίο συνέδεσε έναν προθεσμιακό λογαριασμό με το πρόγραμμα επιβράβευσης των πιστωτικών καρτών της. Πρόκειται για την κατάθεση Alpha Προθεσμιακή με Bonus, η οποία εκτός από τόκους προσφέρει στον πελάτη και bonus πόντους που πιστώνονται στη συνδεδεμένη πιστωτική κάρτα του.
Μπορεί η ονομαστική απόδοση του προϊόντος να είναι χαμηλότερη από τα λοιπά προγράμματα της τράπεζας, ωστόσο η ανταμοιβή που κερδίζει ο καταθέτης σε «είδος» μέσω της κάρτας του αυξάνει κατακόρυφα την απόδοση. Για παράδειγμα, μπορεί εξαργυρώνοντας τους πόντους που κερδίζει να εξασφαλίζει έκπτωση της τάξεως του 20% για αγορές στο σουπερμάρκετ ή για προμήθεια καυσίμων, ποσό που αν προστεθεί στους τόκους ανεβάζει την ετησιοποιημένη απόδοση ακόμη και πάνω από το 3,50%.

Πιο ελκυστικές οι online καταθέσεις

Με μπόνους στο επιτόκιο τα προγράμματα που ανοίγονται μέσω Διαδικτύου

Κίνητρα για τη χρήση των εναλλακτικών δικτύων εξυπηρέτησης δίνουν στους πελάτες τους οι τράπεζες και μέσω των προθεσμιακών καταθέσεων. Τους τελευταίους μήνες έχουν λανσαριστεί προγράμματα που είναι διαχειρίσιμα μόνο μέσω των υπηρεσιών ηλεκτρονικής τραπεζικής (e-banking), τα οποία προσφέρουν αποδόσεις υψηλότερες σε σχέση με τα συμβατικά προθεσμιακά προϊόντα. Αυτή τη στιγμή online προθεσμιακές καταθέσεις διαθέτουν οι τρεις από τους τέσσερις συστημικούς ομίλους:

- Εθνική Τράπεζα. Διαθέτει την προθεσμιακή κατάθεση «e-άνοδος» μέσω e-banking, με μπόνους 0,15% στο επιτόκιο σε σχέση με την περίπτωση που το ίδιο προϊόν ανοιχτεί μέσω του δικτύου των καταστημάτων της. Πρόκειται για 18μηνο προϊόν με αυξανόμενη κάθε τρίμηνο απόδοση και καταβολή των τόκων κάθε μήνα. Το επιτόκιο ξεκινά από το 2,15% το πρώτο τρίμηνο και φτάνει στο 3,15% στο έκτο και τελευταίο. Το ελάχιστο ποσό της κατάθεσης ανέρχεται στις 20.000 ευρώ. Εξάλλου ο πελάτης έχει στην ημερομηνία πληρωμής κάθε τοκοφόρου περιόδου (μηνιαίως) δικαίωμα πρόωρης ολικής εξόφλησης της κατάθεσης χωρίς κόστος. Σε περίπτωση διενέργειας πρόωρης εξόφλησης σε διαφορετική ημερομηνία ο πελάτης εισπράττει το 100% του κεφαλαίου του.

- Τράπεζα Πειραιώς. Ο όμιλος διαθέτει στην αγορά εξειδικευμένα προϊόντα αποκλειστικά μέσω του e-banking, στο πλαίσιο της σειράς προγραμμάτων winbankdirect. Τα επιτόκιά τους είναι υψηλότερα από 5 ως 25 μονάδες βάσης σε σχέση με τα υπόλοιπα που διατίθενται και μέσω των καταστημάτων του ομίλου. Από την άλλη πλευρά, η τράπεζα «τρέχει» αυτή την περίοδο μια προσφορά που ισχύει για όλα τα προγράμματά της μέσω της οποίας οι πελάτες της κερδίζουν ένα bonus της τάξεως του 0,15% στο επιτόκιό τους εφόσον επιλέξουν να ανοίξουν την προθεσμιακή τους κατάθεση μέσω του e-banking.

- Eurobank. Η τράπεζα έχει λανσάρει τη σειρά προϊόντων Live, η οποία περιλαμβάνει και μια προθεσμιακή κατάθεση με προνομιακά επιτόκια. Επειτα από μια επίσκεψη σε υποκατάστημα του ομίλου οι πελάτες του αποκτούν πρόσβαση στη συγκεκριμένη προθεσμιακή κατάθεση μέσω της υπηρεσίας e-banking. Τα επιτόκιά της είναι υψηλότερα ως και 25 μονάδες βάσης σε σχέση με τα υπόλοιπα προγράμματα της Eurobank. Εξάλλου η τράπεζα προσφέρει και τον λογαριασμό Ταμιευτηρίου Live, με επιτόκιο 2% για ποσά από 3.000 ευρώ και άνω. Ο μόνος περιορισμός αφορά τη χρήση του γκισέ στα καταστήματα της τράπεζας, η οποία δεν είναι δυνατή. Ο καταθέτης διαχειρίζεται τα χρήματά του αποκλειστικά μέσω των εναλλακτικών δικτύων.

1864

ΙΣΤΟΡΙΑ 150 ΧΡΟΝΩΝ

ΦΙΞ

Ἡ μόνη Ἑλληνική Μπύρα πού συνεχῶς βραβεύεται διεθνῶς

ΧΡΥΣΟΥΝ ΒΡΑΒΕΙΟΝ ΕΚΘΕΣΕΩΣ ΜΙΛΑΝΟΥ

ΧΡΥΣΟΥΝ ΒΡΑΒΕΙΟΝ ΕΚΘΕΣΕΩΣ ΡΩΜΗΣ

ΟΣΤΑΝΔΗ 1904

ΠΑΡΙΣΙ 1926

Ἀπολαῦστε τὸ φαγητό σας μέ μπύρα ΦΙΞ

FIX HELLAS

Est. 1864

Premium Lager Beer

Premium Lagerbier

150 ΧΡΟΝΙΑ ΦΙΞ

150 ΧΡΟΝΙΑ ΕΛΛΑΔΑ

Πλούσια κληρονομιά που αντανακλά διαχρονικές ελληνικές αξίες.
36 χρυσά μετάλλια και βραβεύσεις για την υψηλή ποιότητα και την αξιοπιστία.
Ασύγκριτη γεύση που ταξιδεύει σε περισσότερες από 20 χώρες.

Μια διαδρομή από το 1864 που συνεχίζεται με απόλυτη επιτυχία 150 χρόνια μετά!

INTERNATIONAL TASTE & QUALITY INSTITUTE iTQi 2013 BRUSSELS

www.fix-beer.gr

Απολαύστε υπεύθυνα

Προετοιμάζεται για την «επόμενη ημέρα» ο κλάδος των σουπερμάρκετ

Αισιόδοξα σημάδια για αύξηση της κατανάλωσης

Οι αλλαγές που έχει προκαλέσει η κρίση στο καλάθι της νοικοκυράς έχει κάνει πιο δύσκολη και έντονα ανταγωνιστική την αγορά

Οι αλυσίδες σουπερμάρκετ ακόμη και με ζημιογόνες προσφορές προσπαθούν να αυξήσουν την επισκεψιμότητα των καταστημάτων τους αποβλέποντας στο νέο τοπίο που διαμορφώνεται στην αγορά

Ρεπορτάζ

Κάτι φαίνεται πως αλλάζει στον κλάδο του λιανεμπορίου στη διάρκεια του 2014. Υστερα από πέντε συνεχή χρόνια συρρίκνωσης της αγοράς - χάθηκαν περίπου 27 δισ. ευρώ στη διάρκεια της κρίσης - οι λιανέμποροι εφέτος έχουν αναθαρρήσει. Και ελπίζουν ότι τα πράγματα θα κινηθούν ακόμη καλύτερα τους επόμενους μήνες. Οι προοπτικές και οι προσδοκίες που καταγράφονται για την κίνηση του τουρισμού την εφετινή σεζόν τούς αφορούν άμεσα.

Τους πρώτους τέσσερις μήνες του χρόνου η αγορά δείχνει να σταθεροποιείται - «ακόμη κι αν δεν έχει άνοδο, οι ρυθμοί πτώσης δεν ξεπερνούν το 2%» έλεγε παράγοντας της αγοράς, ενώ πέρυσι οι συνολικές πωλήσεις του κλάδου των σουπερμάρκετ υποχώρησαν κατά περίπου 5%.

Καλύτεροι οι τουριστικοί μήνες

Η ίδια πηγή μιλώντας προς «Το Βήμα» εκτιμούσε ότι οι τουριστικοί μήνες θα είναι ακόμη καλύτεροι. «Δεν μπορώ να προβλέψω τι θα γίνει το φθινόπωρο, αλλά η κατανάλωση θα αυξηθεί σίγουρα το επόμενο διάστημα» σημείωνε χαρακτηριστικά. Η αγορά αρχίζει να δείχνει σημάδια αισιοδοξίας.

Ωστόσο η κατάσταση στον κλάδο των σουπερμάρκετ απέχει πολύ από το να χαρακτηριστεί ειδυλλιακή. Εχει γίνει αρκετά δύσκολη, απείρως ανταγωνιστική - «Ποτέ στο παρελθόν δεν έχει συμβεί αυτό που συμβαίνει σήμερα» - και αρκετά σύνθετη.

Η καταναλωτική συμπεριφορά έχει αλλάξει.

Πρώτο ρόλο έχει η τιμή

Σύμφωνα με πρόσφατη έρευνα του Ινστιτούτου Ερευνας Λιανεμπορίου Καταναλωτικών Αγαθών (ΙΕΛΚΑ) οι 8 στους 10 καταναλωτές αγοράζουν περισσότερα ελληνικά προϊόντα για να στηρίξουν την εθνική οικονομία, αλλά όταν τίθεται θέμα τιμής μόνον οι 4 στους 10 επιμένουν στα ελληνικά προϊόντα.

Ολα αυτά φυσικά επηρεάζουν άμεσα τα μεγέθη των αλυσίδων σουπερμάρκετ. Και όχι μόνο. Οι μικρές αλυσίδες - όσες έχουν κατορθώσει ως τώρα να επιβιώσουν - απειλούνται ευθέως.

«Ολες πωλούνται» έλεγε πηγή της αγοράς, αρκεί να δοθεί η κατάλληλη τιμή. Πράγματι στη διάρκεια των τελευταίων δύο χρόνων δεν ήταν λίγες όσες άλλαξαν χέρια, είτε στην περιοχή της Αττικής είτε περιφερειακά. Η πίεση που τους ασκείται είναι αφόρητη.

Από την άλλη πλευρά οι μεγάλες εταιρείες του κλάδου συνεχίζουν να επεκτείνονται, και μάλιστα με εντατικούς ρυθμούς.

Παράλληλα με έναν ασύγκριτου μεγέθους πόλεμο τιμών, στον οποίο δεν είναι λίγες οι περιπτώσεις που οι προσφορές των ίδιων των αλυσίδων είναι ζημιογόνες.

Η προσπάθεια που καταβάλλουν για να αυξηθεί η επισκεψιμότητα των καταστημάτων τους ενώ την ίδια στιγμή η αξία του μέσου καλαθιού έχει μειωθεί σημαντικά τούς οδηγεί πολλές φορές σε συσσώρευση ζημιών. Αν μάλιστα ληφθεί υπόψη το γεγονός ότι περίπου το 30% των προϊόντων που διακινούνται σε ένα σουπερμάρκετ βρίσκεται σε προσφορά - όχι κατ' ανάγκη δυνατή, αλλά σίγουρα σε κάποιας μορφής προσφορά -, αντιλαμβάνεται κανείς ότι «το αίμα ρέει σαν ποτάμι».

Βέβαια όλοι οι επιχειρηματίες του κλάδου αποβλέπουν στην «επόμενη ημέρα».

Γι' αυτό και «τα δίνουν όλα σήμερα», συμμετέχοντας όπως και όσο μπορούν σε αυτόν τον εξοντωτικό ανταγωνισμό, αποβλέποντας στο νέο τοπίο που διαμορφώνεται στην αγορά - όχι απλώς να υπάρχουν αλλά να έχουν μια καλή θέση.

«Κυνηγούν» τις προσφορές οι καταναλωτές

• Οι καταναλωτές «κυνηγούν» όσο ποτέ άλλοτε τις προσφορές. Σύμφωνα με την έρευνα του ΙΕΛΚΑ το 85% των καταναλωτών επιλέγει περισσότερες προσφορές, το 77% αγοράζει μόνο τα απαραίτητα, το 76% αγοράζει μόνο φθηνότερα προϊόντα και το 67% αλλάζει μάρκα. Και αυτό είναι και το βασικό προφίλ του μέσου έλληνα καταναλωτή, στο οποίο και προσαρμόζονται οι εμπορικές στρατηγικές των αλυσίδων.

• Φυσικά όλα αυτά θα αποτυπωθούν τόσο στα κέρδη του 2013 όσο και, κυρίως, στα κέρδη του 2014. Οπως έλεγε η ίδια πηγή, οι ονομαστικές τιμές των προϊόντων ελάχιστα έχουν μεταβληθεί σε σχέση με το παρελθόν, αλλά οι προσφορές είναι συνεχείς, με αποτέλεσμα οι πραγματικές τιμές να είναι κατά πολύ χαμηλότερες απ' ό,τι τα προηγούμενα χρόνια. Η περίπτωση π.χ. των απορρυπαντικών είναι χαρακτηριστική. Εξέλιξη που όμως δεν καταγράφεται από την ΕΛΣΤΑΤ.

Ενισχύουν τα δίκτυά τους οι μεγάλες αλυσίδες

Μαρινόπουλος, Βασιλόπουλος, Σκλαβενίτης, Βερόπουλος επενδύουν σε νέα σημεία πώλησης

Εφέτος όλες σχεδόν οι μεγάλες αλυσίδες προσπαθούν, η καθεμία από τη δική της πλευρά, να βελτιώσουν τη θέση τους στην αγορά και στον ανταγωνισμό.

Η Μαρινόπουλος ΑΕ ως τώρα απέκτησε δύο αλυσίδες, τη Λάρισα ΑΕ και την Αρβανιτίδης ΑΕ, δημιουργώντας το μεγαλύτερο δίκτυο καταστημάτων στην Ελλάδα - ανέρχεται σήμερα σε 918 καταστήματα συνολικά.

Η ΑΒ Βασιλόπουλος ανακοίνωσε τη δημιουργία 32 νέων καταστημάτων, κυρίως στη Βόρεια Ελλάδα και στην Κρήτη, εντός του 2014, σκοπεύοντας να επενδύσει περί τα 75 εκατ. ευρώ, ενώ η Μασούτης εξαντλώντας από καιρό όλα τα περιθώρια της Βόρειας Ελλάδας αναπτύχθηκε στην Ηπειρο και στη Θεσσαλία, και πλέον βρέθηκε ένα βήμα πριν από την Αθήνα με την παρουσία της στην περιοχή της Εύβοιας, ενώ όπως έχει κάνει γνωστό σκοπεύει τα επόμενα χρόνια να αναπτυχθεί και στην Αττική.

Η Σκλαβενίτης, η οποία ως πρόσφατα δεν είχε κατά νου να βγει εκτός των ορίων της Αττικής, μόλις βρήκε την ευκαιρία έκανε «δεύτερες σκέψεις» και από το φθινόπωρο θα κάνει το πρώτο της βήμα εκτός του Λεκανοπεδίου - σε εμπορικό κέντρο έξω από την Κόρινθο. Φυσικά δεν πρόκειται να περιοριστεί σε αυτό και ήδη «μοντάρει» τον εσωτερικό της μηχανισμό στην προοπτική ανάπτυξής της στην επαρχία.

Η Βερόπουλος με ισχυρή παρουσία στη Σερβία και στην πΓΔΜ συνεχίζει να ανοίγει νέα καταστήματα κυρίως σε περιφερειακές πόλεις, χωρίς όμως να «παραμελεί» και την αγορά της Αττικής, ενώ η Μετρό συνεχίζει την ανάπτυξη του δικτύου των σουπερμάρκετ σκοπεύοντας εφέτος να επενδύσει περί τα 25 εκατ. ευρώ και να δημιουργήσει 10 νέα καταστήματα.

Επενδύσεις που θα ξεπεράσουν τα 75 εκατ. ευρώ σχεδιάζει να υλοποιήσει η ΑΒ Βασιλόπουλος το 2014, έχοντας ήδη εξασφαλίσει τα κεφάλαια αυτά από τη μητρική εταιρεία Delhaize.

Αυτό ανέφερε ο εκτελεστικός γενικός διευθυντής της ΑΒ Βασιλόπουλος κ. Λεωνίδας Βρεττάκος, σημειώνοντας ότι η μητρική εταιρεία Delhaize για εφέτος ενέκρινε το διπλάσιο ποσό για επενδύσεις στην Ελλάδα, υποδεικνύοντας έτσι και την εμπιστοσύνη της προς την ΑΒ.

Τα κεφάλαια αυτά πρόκειται να αξιοποιηθούν για τη δημιουργία νέων καταστημάτων και την αναμόρφωση παλαιών, αλλά και για πιθανές εξαγορές της ΑΒ, καθώς, όπως είπε ο κ. Βρεττάκος, χωρίς αυτή τη στιγμή να υπάρχει κάτι συγκεκριμένο, το ενδεχόμενο εξαγορών είναι μέσα στον στρατηγικό σχεδιασμό της εταιρείας.

Πιο συγκεκριμένα, για το 2014 το αναπτυξιακό πλάνο της ΑΒ περιλαμβάνει τη δημιουργία 32 νέων καταστημάτων, εκ των οποίων τα 10 θα είναι franchise και τα υπόλοιπα 22 εταιρικά.

Βίκος®
Ζαγοροχώρια

Το νερό που ξεχωρίζει

Goblin

Το φυσικό μεταλλικό νερό "**Βίκος**" εμφιαλώνεται κατευθείαν στην ομώνυμη πηγή, στα παρθένα και αυστηρά προστατευόμενα Ζαγοροχώρια. Φυσικό νερό με απόλυτα ισορροπημένη σύνθεση, ευχάριστη γεύση και χαμηλή περιεκτικότητα σε άλατα, είναι κατάλληλο για δίαιτα χαμηλή σε νάτριο.
Η άριστη ποιότητα του προϊόντος στην πηγή σε συνδυασμό με τις αυστηρά ελεγχόμενες συνθήκες εμφιάλωσης και τους συνεχείς ελέγχους στους οποίους υπόκειται το προϊόν σε όλες τις φάσεις της παραγωγής του, διασφαλίζουν την κυκλοφορία στην αγορά ενός εμφιαλωμένου νερού που σέβεται τον καταναλωτή, είναι κατάλληλο για την υγιεινή διατροφή του και συμβάλλει στη διατήρηση της ισορροπίας του οργανισμού.
Η ποιότητα του εμφιαλωμένου νερού από την παραγωγή μέχρι και την κατανάλωση είναι ο πρωταρχικός στόχος της ΗΠΕΙΡΩΤΙΚΗΣ ΒΙΟΜΗΧΑΝΙΑΣ ΕΜΦΙΑΛΩΣΕΩΝ Α.Ε.
Η εταιρεία έχει πιστοποιηθεί κατά ISO 9001 & HACCP για τη διασφάλιση ποιότητας και ISO 14001 για τη διαχείριση περιβάλλοντος.

ΗΠΕΙΡΩΤΙΚΗ ΒΙΟΜΗΧΑΝΙΑ ΕΜΦΙΑΛΩΣΕΩΝ Α.Ε.
Τηλ.: 26510 61951 - 210 2445555 • Fax: 26510 61363 - 210 2443330 • e-mail: vikos@otenet.gr - www.water.gr

Καθιερώνονται ενιαίοι κανόνες και όροι για όλους τους εργαζομένους και συνταξιούχους

Ξεκίνησε ο νέος γύρος αλλαγών στο Ασφαλιστικό

Ενοποιήσεις και εξυγίανση στο σύστημα των επικουρικών ταμείων για την αποφυγή ελλειμμάτων

Ρεπορτάζ

Η αντίστροφη μέτρηση για την πλήρη ανατροπή του ασφαλιστικού συστήματος της χώρας άρχισε. Ο σχεδιασμός των νέων αλλαγών ξεκίνησε με την ηγεσία του υπουργείου Εργασίας να ζητεί επισήμως από το Κέντρο Προγραμματισμού και Οικονομικών Μελετών (ΚΕΠΕ) να εκπονήσει αναλογιστική μελέτη εντός δύο μηνών για την επερχόμενη ασφαλιστική μεταρρύθμιση. Τα μέτρα αναμένεται να οριστικοποιηθούν εντός του Σεπτεμβρίου, να ψηφισθούν τον Οκτώβριο και να ισχύσουν από τον Ιανουάριο του 2015.

Σύμφωνα με τον σχεδιασμό του υπουργείου Εργασίας, που έει εγκριθεί από την τρόικα, η πρώτη φάση της ενοποίησης αφορά τη συγχώνευση όλων σε τρία Ταμεία: ΙΚΑ, ΟΑΕΕ και ΟΓΑ

Οι κεντρικές κατευθύνσεις

Οι περαιτέρω ενοποιήσεις των ασφαλιστικών ταμείων - η κυβερνητική πρόταση μιλάει για τρία ταμεία κύριας ασφάλισης -, η καθιέρωση ενιαίων κανόνων και όρων ασφάλισης για όλους τους ασφαλισμένους, οι νέες περικοπές συνταξιοδοτικών παροχών (κύριες και επικουρικές) και οι μειώσεις των εσόδων από το ασφαλιστικό σύστημα με την κατάργηση των κοινωνικών πόρων (φόροι υπέρ τρίτων) αποτελούν τις κεντρικές κατευθύνσεις της νέας μεταρρύθμισης.

Ο υπουργός Εργασίας κ. Γιάννης Βρούτσης, ο οποίος χειρίστηκε μια σειρά αλλαγών στο σύστημα τα τελευταία δύο έτη, εκτιμά ότι απομένουν ορισμένες τροποποιήσεις ώστε το ασφαλιστικό σύστημα να λάβει την τελική μορφή του.

Σύμφωνα με τον προγραμματισμό του υπουργείου, ο οποίος έχει λάβει την έγκριση της τρόικας, πρόκειται να εφαρμοστούν τα εξής μέτρα:

1 Η καθιέρωση της ρήτρας «μηδενικού ελλείμματος» (συντελεστής βιωσιμότητας) στα επικουρικά ταμεία (ΕΤΕΑ) από 1ης Ιουλίου και στα υπόλοιπα από το 2015 και ως εκ τούτου η περικοπή των παροχών όπου υπάρχουν ελλείμματα. Η ρήτρα μηδενικού ελλείμματος θα εφαρμοστεί από τον επόμενο μήνα σε όλα τα επικουρικά ταμεία που έχουν ενσωματωθεί στο ΕΤΕΑ. Από 1ης Ιανουαρίου το σύστημα αυτό (προσαρμογή των παροχών στο ύψος των εισφορών) θα ισχύσει σε όλα τα επικουρικά ταμεία των οποίων οι παροχές θα χρηματοδοτούνται αποκλειστικά από τις εισφορές τους. Για έναν περιορισμένο αριθμό Ταμείων που τεχνικά δεν μπορούν να συγχωνευθούν σε ΕΤΕΑ σε αυτό το στάδιο θα ισχύσουν οι ίδιοι κανόνες όπως περιγράφονται στην προηγούμενη παράγραφο. Το υπουργείο Εργασίας εκτιμά ότι με τον τρόπο αυτόν επέρχεται οριστική εξυγίανση στο σύστημα των επικουρικών ταμείων, το οποίο πλέον καθίσταται βιώσιμο, καθώς δεν θα δημιουργηθούν εκ νέου ελλείμματα και ο καθένας θα λαμβάνει σύνταξη ανάλογα με τις εισφορές του. Θα πρέπει να σημειωθεί ότι στο πλαίσιο των περικοπών των επικουρικών συντάξεων από τον επόμενο μήνα - λόγω της εφαρμογής της ρήτρας μηδενικού ελλείμματος - το Ενιαίο Ταμείο Επικουρικής Ασφάλισης (ΕΤΕΑ) εισηγήθηκε προς το υπουργείο Εργασίας τις προηγούμενες ημέρες τη μείωση των επικουρικών συντάξεων που χορηγεί κατά 5,2%. Εφόσον η εισήγηση γίνει δεκτή, η μείωση θα εφαρμοσθεί στην πληρωμή των συντάξεων του Ιουλίου ή του Αυγούστου. Με δεδομένο ότι η μέση επικουρική σύνταξη που χορηγεί το ΕΤΑΑ ανέρχεται στα περίπου 200 ευρώ τον μήνα, η μέση μείωση θα είναι περίπου 10 ευρώ τον μήνα για κάθε συνταξιούχο.

2 Ενοποίηση Ταμείων Πρόκειται για μια μεγάλη μεταρρύθμιση η οποία θα ολοκληρωθεί εντός του καλοκαιριού και θα νομοθετηθεί τον Δεκέμβριο. Σύμφωνα με τον σχεδιασμό του υπουργείου Εργασίας που έχει εγκριθεί από την τρόικα, η πρώτη φάση της ενοποίησης αφορά τη συγχώνευση όλων σε τρία Ταμεία: ΙΚΑ, ΟΑΕΕ και ΟΓΑ. Πρόκειται για ένα δύσκολο έργο, αν αναλογιστεί κανείς ότι η ουσιαστική ενοποίηση των τριών Ταμείων των αυτοαπασχολουμένων, ΤΕΒΕ, Ταμείου Εμπόρων (ΤΑΕ) και Ταμείου Σύνταξης Αυτοκινητιστών (ΤΣΑ), ακόμη δεν έχει ολοκληρωθεί, αν και ο ΟΑΕΕ έχει δημιουργηθεί από το 1998. Το βάρος θα πέσει στο ΙΚΑ, το Ταμείο των μισθωτών τόσο του ιδιωτικού όσο και του δημόσιου τομέα. Σε αυτό θα ενταχθούν εκτός από τους κλάδους που ήδη έχουν ενσωματωθεί (Ταμεία ΔΕΚΟ - τραπεζών) οι δημόσιοι υπάλληλοι, οι δημοσιογράφοι, καθώς και όλοι οι εργαζόμενοι με μισθωτή εργασία. Οι ελεύθεροι επαγγελματίες, είτε είναι εμποροβιοτέχνες και αυτοκινητιστές (ΟΑΕΕ) είτε δικηγόροι, νομικοί και μηχανικοί (ΕΤΑΑ), θα ενταχθούν στον ΟΑΕΕ, ενώ ο ΟΓΑ θα καλύπτει τους αγρότες. Ακόμη δεν έχει αποφασιστεί αν το ΝΑΤ θα ακολουθήσει αυτόνομη πορεία ή αν θα ενταχθεί στο ΙΚΑ.

Εξάλειψη αδικαιολόγητων απαλλαγών

• Τον Σεπτέμβριο η κυβέρνηση θα παρουσιάσει δέσμη μέτρων για τις συντάξεις (πέραν των ενοποιήσεων των Ταμείων), αφού λάβει υπόψη της τα αποτελέσματα της αναλογιστικής μελέτης. Το νέο Ασφαλιστικό θα ψηφισθεί το αργότερο έως τον Οκτώβριο του 2015. Τα μέτρα που θα περιλαμβάνει μεταξύ των άλλων, είναι:

• Περικοπές και εξάλειψη «των αδικαιολόγητων απαλλαγών» από την 1η Ιανουαρίου 2015. Πλήρης διαχωρισμός των λειτουργιών κοινωνικής ασφάλισης από την κοινωνική βοήθεια και την κοινωνική πρόνοια που χρηματοδοτείται από τον προϋπολογισμό.

• Σχεδιασμός ενός μελλοντικού συστήματος χρηματοδότησης της ασφάλισης που να διασφαλίζει τη συνολική αειφορία και τη μαθηματική ισοτιμία του συνταξιοδοτικού συστήματος. Το νέο σύστημα θα τεθεί σε εφαρμογή από την 1η Ιανουαρίου 2015.

• Στο προτεινόμενο σύστημα θα πρέπει να αυξηθούν τα κίνητρα για την αγορά εργασίας, κίνητρα συμμετοχής και να βελτιωθεί η σύνδεση και η αντιστοιχία των σημερινών και των μελλοντικών εισφορών με τις συνταξιοδοτικές παροχές (π.χ. μέσω της δημιουργίας ενός ηλεκτρονικού μητρώου).Τέλος, πολιτικές για τη συγκράτηση των συνταξιοδοτικών δαπανών.

Πρατηριούχε, θυμήσου ότι οι αγώνες για να κερδηθούν θέλουν σύνεση, επιμονή και κυρίως συσπείρωση.

Ο υπολογισμός των συντάξεων

Νέος τρόπος υπολογισμού των συντάξεων κύριας ασφάλισης από το 2015 με την εφαρμογή του νόμου Λοβέρδου - Κουτρουμάνη (νόμος 3863/2010). Ήδη το υπουργείο Εργασίας έχει συστήσει επιτροπή, υπό τον γενικό γραμματέα Κοινωνικών Ασφαλίσεων κ. Π. Κοκκόρη, για να προετοιμάσει την ομαλή μετάβαση στο νέο σύστημα υπολογισμού της σύνταξης. Στο νέο καθεστώς προβλέπεται η πλήρης αλλαγή του τρόπου υπολογισμού των συντάξεων από 1.1.2015 διαμορφώνοντας νέα δεδομένα. Σύμφωνα με αυτό, η κύρια σύνταξη αποτελεί το άθροισμα της βασικής σύνταξης (360 ευρώ), την οποία εγγυάται ο κρατικός προϋπολογισμός, και της αναλογικής σύνταξης, η οποία δίδεται από το ασφαλιστικό ταμείο και αντιστοιχεί στα έτη ασφάλισης και στις αποδοχές του ασφαλισμένου (ύψος εισφορών).

Ερχεται το Ασφαλιστικό Βιογραφικό

Τον Νοέμβριο το υπουργείο Εργασίας θα θέσει σε πλήρη εφαρμογή το Ασφαλιστικό Βιογραφικό, το οποίο θα καταγράφει ηλεκτρονικά τον πλήρη ασφαλιστικό βίο του ασφαλισμένου. Με τον τρόπο αυτόν θα ελαχιστοποιηθεί ο χρόνος απονομής της σύνταξης και θα καταστεί δυνατή η ταχύτατη εξυπηρέτηση των ασφαλισμένων. Ήδη στο πλαίσιο του μέτρου αυτού σταματά η θεώρηση των ασφαλιστικών βιβλιαρίων υγείας και καθιερώνεται αντίστοιχη ηλεκτρονική εφαρμογή. Με την πλήρη εφαρμογή του νέου συστήματος, ο κάθε ασφαλισμένος θα έχει πρόσβαση - μέσω του υπολογιστή του - στην εικόνα που συνθέτει τον ασφαλιστικό του βίο.

Οι διακοπές που προσεγγίζουν έναν υγιή τρόπο ζωής είναι η νέα τάση

Τουρισμός χωρίς καταχρήσεις για ευεξία σε σώμα και ψυχή

Παροχές και υπηρεσίες όπως yoga και pilates λειτουργούν ως κίνητρα για την επιμήκυνση της λειτουργίας των προορισμών και των ξενοδοχείων

Με τις θεραπείες να απομακρύνονται από τα φάρμακα και να στρέφονται σε πιο ολιστική προσέγγιση, τα «healthy hotels», ξενοδοχεία που πρεσβεύουν έναν υγιή τρόπο ζωής, όπως και τα yoga retreats, είναι η νέα τάση στην ευεξία και ένα δυναμικά αναπτυσσόμενο τμήμα της αγοράς

Ρεπορτάζ

Για χρόνια η έννοια των διακοπών ήταν ταυτισμένη με την υπερβολή σε φαγητό, ποτό και ελάχιστο ύπνο.

Σήμερα όλο και περισσότεροι άνθρωποι επιλέγουν προορισμούς οι οποίοι τους βοηθούν να διατηρηθούν ή να γίνουν πιο υγιείς όταν ταξιδεύουν, ενώ ορισμένοι κάνουν ένα ταξίδι με μοναδικό σκοπό την προσωπική τους βελτίωση.

Με τις θεραπείες να απομακρύνονται από τα φάρμακα και να στρέφονται σε πιο ολιστική προσέγγιση, τα healthy hotels, ξενοδοχεία που πρεσβεύουν έναν υγιή τρόπο ζωής, όπως και τα yoga retreats είναι η νέα τάση στην ευεξία και ένα δυναμικά αναπτυσσόμενο τμήμα της αγοράς.

«Οι άνθρωποι είναι ολοένα και πιο ευαισθητοποιημένοι σε σχέση με το σώμα και την ψυχή τους» σημειώνει ο Complex General Manager της Starwood Hotels & Resorts στην Costa Navarino κ. Μισέλ Κοτρέ, αναφερόμενος στο παγκόσμιο λανσάρισμα του Westin Well-Being Movement, μιας πρωτοβουλίας η οποία έχει σχεδιαστεί για την ευεξία των φιλοξενουμένων και συνάδει με τη φιλοσοφία της αλυσίδας.

Προσαρμογή των υπηρεσιών

«Χρειάζεται να βοηθήσουμε τους πελάτες μας να έχουν επιλογές για να διατηρήσουν τον τρόπο ζωής τους και στις διακοπές. Δεν θέλουμε να διακόψουν ό,τι κάνουν στο σπίτι τους» τονίζει. Ο ίδιος συμπληρώνει ότι οι επισκέπτες όλο και περισσότερο «ασχολούνται με ήπια εκγύμναση ή αθλήματα», κάτι που δικαιολογεί την υιοθέτηση υπηρεσιών ή παροχών από τις τουριστικές επιχειρήσεις.

Σύμφωνα με τον κ. Κοτρέ, οι κύριες αγορές που έχουν υιοθετήσει αυτές τις συνήθειες είναι οι αγγλοσαξονικές (ΗΠΑ, Βρετανία, Αυστραλία) καθώς και η Γερμανία, ενώ «οι Ελληνες δεν απέχουν από αυτό» σχολιάζει αναφερόμενος στη συμμετοχή στο Fitness Festival που πραγματοποιήθηκε από τις 21 έως τις 25 Μαρτίου.

Την ίδια ώρα τα «προϊόντα» αυτά λειτουργούν και ως κίνητρα για την επιμήκυνση της περιόδου λειτουργίας των προορισμών και των ξενοδοχείων, καθώς τοποθετούνται στρατηγικά στα άκρα της σεζόν. «Το κίνητρο είναι σαφές. Για να μεγαλώσει η σεζόν, πρέπει να προσανατολιστούμε σε niche αγορές» σημειώνει ο ιδρυτής της True Greece κ. Χρήστος Στεργίου. Η προσέγγιση αυτών των αγορών γίνεται είτε σε επίπεδο ξενοδοχείων ή ακόμα και προορισμών, τονίζει. Η θεματική αυτή είναι «σε πλήρη αρμονία με τις παγκόσμιες τάσεις. Παλιά ήταν τα spas σε έξαρση» εξηγεί.

Προορισμοί yoga retreats στην Ελλάδα βρίσκονται κυρίως στην Κρήτη, τη Μύκονο, την Αμοργό, την Πάρο, την Πελοπόννησο (Μεσσηνία, Μάνη), τη Σαντορίνη, τη Φολέγανδρο, με τα θεματικά πακέτα all inclusive διακοπών να ξεκινούν από 520 ευρώ για μία εβδομάδα και να ξεπερνούν τα 3.000 ευρώ για 25 ημέρες διαμονής.

Ενδιαφέρον και από Ελλάδα

Αντίστοιχα, ένα ιδιωτικό νησί έξω από την Εύβοια με την ονομασία Silver Island Yoga είναι προορισμός αποκλειστικά για γιόγκα. Το προϊόν έχουν υιοθετήσει boutiques και μεγαλύτερα ξενοδοχεία στη χώρα. Μεταξύ αυτών, η εβδομάδα Yoga και Pilates στο Petra Hotel & Suites στην Πάτμο (30 Απριλίου - 4 Μαΐου) με «έντονο ενδιαφέρον από την ελληνική αγορά», όπως σημειώνει ο κ. Στεργίου, το Hellenic Healthy Holidays στο ξενοδοχείο Emelisse στην Κεφαλλονιά τον Απρίλιο και τον Μάιο και στη συνέχεια από τα τέλη Σεπτεμβρίου έως και τον Νοέμβριο.

Επίσης το Yoga Retreat από τις 16 έως 22 Απριλίου στο Porto Elounda Golf and Spa Resort και το πρόγραμμα «Ever-lasting Euphoria» στο ξενοδοχείο Out of the Blue, Capsis Elite Resort στην Κρήτη.

«Η Ελλάδα μπορεί να γίνει τόπος θεραπείας για όλο αυτόν τον κόσμο ο οποίος αναζητά ήλιο, αέρα, φαγητό και καθαρή ενέργεια», κάνοντας έτσι δυνατή τη λειτουργία των προορισμών και των ξενοδοχείων και τους έξι μήνες του χειμώνα, σημειώνει ο Yoga Instructor και ιδιοκτήτης του κέντρου Triopetra Yoga Retreat που λειτουργεί σε δωδεκάμηνη βάση στο Ρέθυμνο, κ. Τζώρτζης Κασιμάτης.

Κόστος 300 ευρώ την εβδομάδα

Η κίνηση είναι ανοδική τα τελευταία χρόνια και η κρίση βοήθησε καθώς «στρέφει τον άνθρωπο στις εσωτερικές του ανάγκες» υποστηρίζει. Την ίδια ώρα «είναι ένα απολύτως προσιτό προϊόν», με το κόστος για μία εβδομάδα να ξεκινά από 300 ευρώ.

«Κινούμαστε γύρω από yoga studios στον κόσμο και μας γνωρίζουν μέσω των δασκάλων» εξηγεί, οι οποίοι ταξιδεύουν με κοινό που τους ακολουθεί. Από την άλλη, οι ξένοι «είναι έτοιμοι να βάλουν αεροπλάνα για τον χειμώνα» επισημαίνει αναφερόμενος σε επαφή από τη σκανδιναβική αγορά στον Σύλλογο Εναλλακτικού Τουρισμού Κρήτης για έναν μεγάλο αριθμό κλινών, η οποία ωστόσο δεν προχώρησε γιατί «χρειάζεται να υπάρχουν συγκεκριμένες προδιαγραφές στα ξενοδοχεία», όπως θέρμανση και κάποιοι εσωτερικοί χώροι.

Αγορά ύψους 439 δισ.δολαρίων

- **Σύμφωνα με την πρόσφατη έκθεση Global Wellness Tourism Economy του SRI International, ο τουρισμός ευεξίας παγκοσμίως έχει κύκλο εργασιών 439 δισ. δολάρια.**
- Η ολοένα αυξανόμενη ζήτηση για πιο «υγιή» ταξίδια κάθε είδους σημαίνει ότι αυτή η κατηγορία θα μεγαλώνει κατά 9% ετησίως ως το 2017, φθάνοντας τα 678,5 δισ. δολάρια, 50% ταχύτερα από ό,τι ο γενικός τουρισμός.
- **Τα στοιχεία, φυσικά, δεν περνούν απαρατήρητα από τις ξενοδοχειακές επιχειρήσεις, οι οποίες λανσάρουν προγράμματα υγείας και ευεξίας για να προσελκύσουν τη δαπάνη των πελατών αυτού του προσανατολισμού.**
- Οι τελευταίοι μάλιστα δαπανούν κατά μέσο όρο 130% περισσότερο, από τους τουρίστες της γενικής κατηγορίας. Ο τουρισμός ευεξίας αντιπροσωπεύει ποσοστό 6% των διεθνών και εσωτερικών ταξιδιών. Ειδικότερα τα ταξίδια για spa αναλογούν σε ποσοστό 41% της αγοράς, με το υπόλοιπο 59% να καλύπτεται από κατηγορίες όπως τα «υγιή ξενοδοχεία», οι ιαματικές πηγές, τα θέρετρα και οι προορισμοί γιόγκα και ήπιας άσκησης, καθώς και η διατροφή με βιολογικά προϊόντα.

«Η Ελλάδα θα μπορούσε να γίνει το σύγχρονο Ασκληπιείο της Ευρώπης»

Ο μέσος πελάτης των yoga retreats ανήκει σε ένα μέσο προς υψηλό οικονομικό επίπεδο, έχει ανώτερη εκπαίδευση, είναι μέσης ηλικίας και έρχεται από δυτικές χώρες, κυρίως Ευρώπη και Βόρεια Αμερική, με τις πέντε βασικές χώρες να είναι οι ΗΠΑ, η Γερμανία, η Ιαπωνία, η Γαλλία και η Αυστρία, καλύπτοντας το 63% της παγκόσμιας αγοράς. Τελευταία πολλαπλασιάζονται τα αιτήματα από ξενοδοχεία για διαλογισμό, γιόγκα και διατροφή, ενώ αναπτύσσεται ένα δυνατό ρεύμα και στην Ελλάδα, λέει ο ιδιοκτήτης του καναλιού Body in Balance κ. Απόστολος Σαραντάρης, καθώς «ο κόσμος διαπιστώνει βελτίωση με αυτές τις πρακτικές στην αντιμετώπιση του άγχους και των σύγχρονων ασθενειών» και προσθέτει ότι πριν από δύο χρόνια στην Αθήνα λειτουργούσαν 400 στούντιο γιόγκα. Ο ίδιος σημειώνει ότι γίνονται συζητήσεις με ξενοδοχεία στη χώρα, με τα οποία αναμένεται να γίνουν συμφωνίες συνεργασίας τόσο για τη στελέχωση των μονάδων με εκπαιδευμένο προσωπικό όσο και για την προώθησή τους σε αγορές του εξωτερικού. Το κανάλι λειτουργεί μέσα σε ένα διεθνές δίκτυο μεταξύ των 14 χωρών στις οποίες εκπέμπει, παρουσιάζοντας εκτός από μαθήματα και πρακτικές, προορισμούς και θέρετρα στα οποία αυτά λαμβάνουν χώρα. «Η Ελλάδα θα μπορούσε να γίνει το σύγχρονο Ασκληπιείο της Ευρώπης» λέει ο κ. Σαραντάρης, υπογραμμίζοντας ότι «είναι πολύ κοντά» στη Δύση σε σχέση με άλλους προορισμούς οι οποίοι αναπτύσσονται σε αυτή την κατεύθυνση της ευεξίας, όπως η Ινδία, η Ταϊλάνδη και το Μπαλί.

Παράλληλα τονίζει την ανάγκη να αφυπνιστούν φορείς και Τοπική Αυτοδιοίκηση, πέρα από τις ξενοδοχειακές επιχειρήσεις, με στόχο την αξιοποίηση του ιαματικού και θερμαλιστικού πλούτου στη χώρα.

Βελτιώνονται τα προγράμματα επιβράβευσης για τη χρήση πλαστικού χρήματος

Κίνητρα για αγορές με κάρτα

Οι εκπτώσεις αθροιστικά καθ' όλη τη διάρκεια του χρόνου μπορεί να ξεπεράσουν ακόμη και τα 300 ευρώ

Ρεπορτάζ

Σημαντικά ποσά μπορούν να εξοικονομήσουν σε ετήσια βάση τα νοικοκυριά, εκμεταλλευόμενα τα προγράμματα επιβράβευσης των πιστωτικών και χρεωστικών καρτών που προσφέρουν οι τράπεζες. Κάνοντας ηλεκτρονικά τουλάχιστον τις τακτικές αγορές τους, όπως ψώνια στο σουπερμάρκετ, βενζίνη, κινητή τηλεφωνία κτλ., έχουν τη δυνατότητα να κερδίσουν εκπτώσεις που αθροιστικά καθ' όλη τη διάρκεια του χρόνου μπορεί να ξεπεράσουν ακόμη και τα 300 ευρώ. Οσο περισσότερο χρησιμοποιείται το πλαστικό χρήμα και υπό την προϋπόθεση ότι η κάρτα παραμένει ενήμερη, δηλαδή ο κάτοχός της κάθε μήνα πληρώνει έστω την ελάχιστη καταβολή, τόσο μεγαλύτερο το όφελος.

Τα πιστωτικά ιδρύματα με στόχο από τη μία πλευρά την παροχή κινήτρων στους πιστούς πελάτες για όσο το δυνατό μεγαλύτερη χρήση της κάρτας τους και από την άλλη την επιβράβευση των συνεπών πελατών, βελτιώνουν συνεχώς τα σχετικά προγράμματα ανταμοιβής. Οπως εξηγούν τραπεζικά στελέχη, αν επιλεγεί η κατάλληλη κάρτα, ήτοι αυτή που ταιριάζει περισσότερο στις καταναλωτικές συνήθειες του προσώπου που θα τη χρησιμοποιεί, τα αποτελέσματα μπορεί να είναι εντυπωσιακά. «Απλά αντικαθιστώντας τα μετρητά με το πλαστικό χωρίς κανένα κόστος επιτυγχάνεται αξιοσημείωτη ελάφρυνση του ετήσιου προϋπολογισμού για ένα μέσο νοικοκυριό» προσθέτουν οι ίδιοι κύκλοι.

Κάθε πρόγραμμα επιβράβευσης λειτουργεί με διαφορετικό τρόπο, ενώ οι συνεργαζόμενες με την τράπεζα επιχειρήσεις μπορεί να διαφέρουν. Ως εκ τούτου, ο πελάτης θα πρέπει πριν από την τελική επιλογή να πραγματοποιήσει έρευνα αγοράς ώστε να βρει ποια κάρτα με βάση τις ανάγκες του μεγιστοποιεί το κέρδος. Για παράδειγμα, αν θέλει να επισκέπτεται συγκεκριμένη αλυσίδα σουπερμάρκετ ή να βάζει βενζίνη από το πρατήριο μόνο μίας αλυσίδας θα πρέπει να βρει την τράπεζα με την οποία συνεργάζονται οι επιχειρήσεις που προτιμά.

Εξάλλου, επιπρόσθετα των προγραμμάτων επιβράβευσης, οι πιστωτικές κάρτες παρέχουν κι άλλες διευκολύνσεις, όπως οι άτοκες δόσεις για την πληρωμή φόρων ή την αγορά πετρελαίου, ενώ ανά τακτά χρονικά διαστήματα διοργανώνονται κληρώσεις με πλούσια δώρα.

Επιπλέον, οι κάτοχοί τους μπορούν να πληρώσουν όλους τους λογαριασμούς από την άνεση του σπιτιού τους μέσω των εναλλακτικών δικτύων ή απλά με μια πάγια εντολή.

Οι προσφορές που κάνουν οι τράπεζες

Οικονομικά οφέλη από τα ψώνια στο σουπερμάρκετ, εξαργύρωση πόντων αλλά και επιστροφή μετρητών

ΕΘΝΙΚΗ ΤΡΑΠΕΖΑ

Η Εθνική Τράπεζα έχει δημιουργήσει το πρόγραμμα επιβράβευσης Go National για τις πιστωτικές της κάρτες. Με κάθε αγορά σε οποιαδήποτε από τις εκατοντάδες επιχειρήσεις που συνεργάζονται με την τράπεζα, οι κάτοχοι των καρτών εξασφαλίζουν κέρδος 1% επί του ύψους της, το οποίο μπορεί να εξαργυρωθεί σε επόμενη συναλλαγή σε όλο το δίκτυο των συνεργαζόμενων εταιρειών. Παράλληλα, τα ιδιωτικά προγράμματα Go National παρέχουν επιπρόσθετο κέρδος που μπορεί να ξεπερνά ακόμη και το 20%, διαφορετικό σε κάθε επιχείρηση, ανάλογα με την καμπάνια που ισχύει κάθε φορά.

Για παράδειγμα, κάποιος που δαπανά τον χρόνο 2.000 ευρώ για τη βενζίνη του αυτοκινήτου του, 3.500 ευρώ για αγορές σε σουπερμάρκετ, 1.000 ευρώ για πετρέλαιο θέρμανσης και 500 ευρώ για το κινητό του τηλέφωνο, κερδίζει το 1% των συναλλαγών του, ήτοι 70 ευρώ, εφόσον κάνει τις αγορές του σε συνεργαζόμενες με την τράπεζα επιχειρήσεις. Το ποσό αυτό μπορεί να το εξαργυρώσει σε οποιαδήποτε από τις επιχειρήσεις αυτές, γεμίζοντας π.χ. το ρεζερβουάρ του.

Εκτός όμως από αυτό το κέρδος, ο κάτοχος της κάρτας έχει άμεσες εκπτώσεις στο ποσό που πληρώνει κάθε φορά. Για παράδειγμα, για την αγορά βενζίνης μπορεί να έχει επιπλέον μόνιμη έκπτωση 2%, δηλαδή να εξοικονομήσει ακόμη 40 ευρώ, τα οποία θα αφαιρεθούν κατευθείαν από τον λογαριασμό του. Το συνολικό όφελος εξαρτάται από τις δαπάνες που πραγματοποιούνται. Σε άλλες επιχειρήσεις η άμεση επιστροφή μετρητών, δηλαδή το ποσοστό της έκπτωσης, μπορεί να φτάσει το 25%, ακόμη και για είδη πρώτης ανάγκης, όπως σχολικά ή ρουχισμό. Δηλαδή σε ετήσια βάση το όφελος μπορεί να ξεπεράσει, ανάλογα με τις συνήθειες του καταναλωτή, ακόμη και τα 300 ευρώ.

ALPHA BANK

Η Alpha Bank επιβραβεύει τους κατόχους πιστωτικών και χρεωστικών καρτών bonus. Το πρόγραμμα επιβράβευσης λειτουργεί ως εξής: οι κάτοχοι των καρτών συλλέγουν πόντους σε όλες τις αγορές τους, ανεξάρτητα από το πού θα πραγματοποιηθούν, τους οποίους μπορούν να εξαργυρώσουν στη συνέχεια αποκτώντας προϊόντα και υπηρεσίες από τις συνεργαζόμενες με την τράπεζα επιχειρήσεις.

Αναλυτικότερα, κάθε 1 ευρώ αγοράς αντιστοιχεί σε 4 ή 8 πόντους ανάλογα με την κάρτα στους μεγάλους συνεργάτες της Alpha Bank, 2 ή 4 πόντους στις συνεργαζόμενες επιχειρήσεις και 1 ή 2 πόντους οπουδήποτε αλλού. Στη συνέχεια, οι πόντοι που συγκεντρώνονται μπορούν να εξαργυρωθούν, είτε μερικώς ή ολικώς, με την αγορά προϊόντων ή υπηρεσιών με έκπτωση ή χωρίς κανένα τίμημα.

Για παράδειγμα, κάποιος που δαπανά τον χρόνο 2.000 ευρώ για τη βενζίνη του αυτοκινήτου του, 3.500 ευρώ για αγορές σε σουπερμάρκετ, 1.000 ευρώ για πετρέλαιο θέρμανσης και 500 ευρώ για το κινητό του τηλέφωνο, μπορεί να κερδίσει ως και 56.000 πόντους bonus, μόνο από αυτές τις αγορές. Αυτοί μπορούν να εξαργυρωθούν με τουλάχιστον τρία δωρεάν αεροπορικά ταξίδια ή με συνολική έκπτωση 205 ευρώ για αγορά βενζίνης ή για αγορές σε σουπερμάρκετ.

EUROBANK

Η τράπεζα προσφέρει το πρόγραμμα επιβράβευσης Επιστροφή για τις πιστωτικές και χρεωστικές της κάρτες. Μέσω αυτού οι κάτοχοι των καρτών ψωνίζοντας σε πάνω από 4.500 συνεργαζόμενες επιχειρήσεις συγκεντρώνουν ευρώ τα οποία αντιστοιχούν σε ένα ποσοστό επί της αξίας των αγορών που πραγματοποιούνται. Αναλυτικότερα, τα ευρώ της επιστροφής υπολογίζονται με βάση το ποσοστό συμμετοχής της κάθε επιχείρησης στο πρόγραμμα, επί της αξίας της συναλλαγής. Αυτά μπορούν να εξαργυρωθούν με τη μορφή έκπτωσης σε επόμενη αγορά με την κάρτα, πιστωτική ή χρεωστική, στους 12 μεγάλους συνεργάτες του προγράμματος και σε οποιαδήποτε από τις 4.500 συνεργαζόμενες επιχειρήσεις.

Για παράδειγμα, με ετήσιες αγορές 3.600 ευρώ σε σουπερμάρκετ, 1.800 ευρώ σε πρατήρια βενζίνης, 600 ευρώ σε εστιατόρια, 600 ευρώ σε ξενοδοχεία, 200 ευρώ για το service του ΙΧ και 1.440 ευρώ σε άλλες επιχειρήσεις, το όφελος μπορεί να φτάσει τα 311 ευρώ. Το ποσό αυτό μπορεί να χρησιμοποιηθεί για αγορές σε οποιαδήποτε επιχείρηση του προγράμματος.

ΠΕΙΡΑΙΩΣ

Η Τράπεζα Πειραιώς προσφέρει τη δυνατότητα στους κατόχους όλων των πιστωτικών καρτών της να πραγματοποιούν αγορές με έκπτωση σε συγκεκριμένες επιχειρήσεις. Οι προσφορές διαφέρουν ανάλογα με την εποχή του χρόνου. Για παράδειγμα, αυτήν την περίοδο προσφέρει έκπτωση 2% για αγορά καυσίμων από συγκεκριμένη αλυσίδα πετρελαιοειδών, έκπτωση 10% για υπηρεσίες ΚΤΕΟ για το αυτοκίνητο και έκπτωση 20% για αγορά εισιτηρίων θεάτρου. Εξάλλου, κατά τη διάρκεια της χρονιάς διοργανώνονται κληρώσεις με πλούσια δώρα για όλες τις κάρτες, η συμμετοχή στις οποίες διασφαλίζεται μέσω των αγορών.

Από την άλλη πλευρά, κάθε πιστωτική κάρτα έχει τα δικά της πλεονεκτήματα. Για παράδειγμα, με τις κάρτες που έχουν εκδοθεί σε συνεργασία με τις ομάδες μπάσκετ και ποδοσφαίρου Ολυμπιακού και Παναθηναϊκού κάθε ευρώ αγοράς ισοδυναμεί με πόντους, οι οποίοι εξαργυρώνονται με δώρα σχετικά με τις αθλητικές τους δραστηριότητες.

Η κάρτα Miles & More Mastercard προσφέρει μίλια για κάθε αγορά, τα οποία εξαργυρώνονται με αεροπορικά ταξίδια και η Πειραιώς Life Card παρέχει έκπτωση στα ασφάλιστρα υγείας.

CITIBANK

Η Citibank έχει δημιουργήσει το πρόγραμμα Ανταμοιβής Platinum, ενώ διαθέτει σειρά καρτών συνεργασίας (co branded) με μεγάλες επιχειρήσεις από διάφορους κλάδους (Shell, Vodafone, MetLife Alico και Affinity).

Το πρόγραμμα Platinum προσφέρεται μέσω της κάρτας Citibank World MasterCard. Οι κάτοχοί της κάνοντας όλες τις αγορές με την κάρτα τους κερδίζουν πόντους που αντιστοιχούν σε ευρώ (1 ευρώ = 1 Platinum πόντος). Στη συνέχεια οι πόντοι αυτοί εξαργυρώνονται με ευρώ, τα οποία αφαιρούνται από τον λογαριασμό της κάρτας, με ένα απλό τηλεφώνημα. Το ποσό της επιστροφής μπορεί να κυμαίνεται από 10 ως 500 ευρώ.

Για παράδειγμα, έστω ότι γίνονται με την πιστωτική κάρτα οι ακόλουθες αγορές: σουπερμάρκετ του μήνα 380 ευρώ, λογαριασμός ΔΕΗ 270 ευρώ, αγορά ηλεκτρονικής συσκευής 420 ευρώ, βενζίνη του μήνα 250 ευρώ, μηνιαία συνδρομή τηλεόρασης 60 ευρώ, αγορά αεροπορικών εισιτηρίων 620 €.

Με αυτές τις αγορές έχουν συγκεντρωθεί συνολικά 2.000 πόντοι. Προϋπόθεση για την εξαργύρωση είναι η πραγματοποίηση μιας συναλλαγής ταξιδιωτικών υπηρεσιών ή αναψυχής. Ο κάτοχος της κάρτας καλεί την τράπεζα και ζητεί την εξαργύρωση των πόντων που αντιστοιχούν σε έκπτωση από τον λογαριασμό ύψους 25 €.