

ΤΑ ΝΕΑ ΤΟΥ ΚΡΑΣΙΟΥ



ΣΥΝΔΕΣΜΟΣ
ΕΛΛΗΝΙΚΟΥ ΟΙΝΟΥ

I. ΑΠΟΦΑΣΕΙΣ ΚΑΙ ΠΡΟΤΑΣΕΙΣ ΤΟΥ ΣΕΟ

A. ΠΟΙΚΙΛΙΑΚΟΙ ΟΙΝΟΙ

Ενώ η νέα ΚΟΑ προβλέπει από 1ης Αυγούστου 2009 τη δυνατότητα κυκλοφορίας ποικιλιακών οίνων, η χώρα μας δεν νομοθέτησε ακόμα τη δυνατότητα αυτή.

Ο ΣΕΟ κατέθεσε στο ΥπΑΑΤ πλήρη περιγραφή νομοθετικής ρύθμισης ενώ η Επιτροπή Θεσμών και Νομοθεσίας του ΣΕΟ ασχολήθηκε ουσιαστικά με το θέμα στη συνεδρίασή της την 18η Φεβρουαρίου 2010.

Τα κύρια σημεία των προτεινόμενων ρυθμίσεων είναι:

α) Γενική Αδειοδότηση:

Ο προτιθέμενος να παράγει ποικιλιακούς οίνους να το δηλώνει στην αρμόδια υπηρεσία, η οποία είτε να τον αδειοδοτεί, κοινοποιώντας του τον αριθμό αδειοδότησης είτε να του κοινοποιεί την αιτιολογημένη αρνητική της απάντηση.

Θα πρέπει επίσης να συζητηθούν οι ελάχιστες προϋποθέσεις που πρέπει να περιγράφονται στην νομοθεσία.

β) Πιστοποίηση των συγκεκριμένων οίνων:

- Ο παραγωγός, να δηλώνει πριν την έξοδο στην αγορά, τον όγκο, την ποικιλία/ες ανά σοδειά που προτίθεται να διαθέσει στο εμπόριο και από την ημερομηνία αυτή, (χωρίς άλλη ειδοποίηση) να διαθέτει το προϊόν.
- Πριν την 31η Αυγούστου (Δηλώσεις αποθεμάτων) να δηλώνει τις ποσότητες που τελικά διέθεσε.
- Να παρέχει στη διάθεση των ελεγκτικών μηχανισμών τα απαραίτητα στην κάθε περίπτωση έγγραφα (αμπελουργικό μητρώο, δηλώσεις συγκομιδής και παραγωγής, συνοδευτικά ή και λογιστικά έγγραφα, βιβλίο οινοποιείου κλπ).

γ) Κατά τη διάρκεια της προαναφερόμενης σύσκεψης της Επιτροπής Θεσμών και Νομοθεσίας συζητήθηκαν επίσης τα ακόλουθα:

- Η αρχή ελέγχου να είναι το ΥπΑΑΤ/ τμήμα Οίνου και οι αρμόδιες κατά τόπους διευθύνσεις Αγροτικής Ανάπτυξης.
- Ο έλεγχος να είναι έλεγχος εγγράφων, σποραδικός (μετά από ανάλυση επικινδυνότητας) ή δειγματοληπτικός ή και συστηματικός.
- Να μην αποκλεισθούν ποικιλίες εκτός από υβρίδια και όσες έχουν ήδη νομοθετικό πρόβλημα όπως Αγιωργίτικο και Κορινθιακή από την Κοινοτική νομοθεσία καθώς και οι Ρομπόλα, Μαυροδάφνη από την Ελληνική. Να μην απαγορεύονται οι διπλής και τριπλής χρήσης ποικιλίες. Υπήρξαν προτάσεις να απαγορευτούν οι δύο τελευταίες κατηγορίες καθώς και οι τοποποικιλίες του στρατηγικού σχεδίου.
- Η ένδειξη Ποικιλιακός οίνος θεωρήθηκε προαιρετική, η άποψη Γ. Τσάνταλη ήταν ότι προκαλεί σύγχυση και καλό θα ήταν να μην υπάρχει ως δυνατότητα.
- Εκφράστηκε η άποψη ότι η ένδειξη Nouveau είναι προτιμότερο να προβλεφθεί και για αυτή την κατηγορία.
- Συζητήθηκε να υπάρξει και κάποιο όριο στρεμματικής απόδοσης, γενικό της τάξης των 5000 κιλών ανά στρέμμα, ή δύο όρια για τις παραγωγικές και τις μη παραγωγικές ποικιλίες, ή και κανένα όριο.

Αξίζει να αναφερθεί στο σημείο αυτό ότι υπάρχει δυσκολία στην αδειοδότηση από τις ΗΠΑ ετικετών ποικιλιακών οίνων οι οποίοι αναγράφουν την εσοδεία με το σκεπτικό ότι η νομοθεσία των ΗΠΑ δικαιολογεί την αναγραφή της ένδειξης της χρονιάς του τρυγητού μόνο για οίνους με γεωγραφικές ενδείξεις.

Στο πλαίσιο της ίδιας επιτροπής Νομοθεσίας και Θεσμών συζητήθηκαν επίσης τα παρακάτω θέματα:

B. ΤΑΞΙΝΟΜΗΣΗ ΠΟΙΚΙΛΙΩΝ ΑΜΠΕΛΟΥ

Συζητήθηκε το αίτημα για την αλλαγή της σχετικής Υπ. Απόφασης και την αντικατάσταση του Νομού από την Περιφέρεια ως διοικητική μονάδα. Εξηγήθηκε η θέση του Συνδέσμου ότι η απόφαση αυτή πρέπει να είναι ενιαία για όλη την επικράτεια. Παρόλ' αυτά, για να μην αποτελέσει τροχοπέδη η αντίθετη άποψη κάποιων συνεταιρισμών, θα αφηθεί ανοικτό το ενδεχόμενο κάποιες ζώνες να εξαιρεθούν.

Γ. ΑΝΑΓΡΑΦΗ ΤΩΝ ΕΝΔΕΙΞΕΩΝ ΠΟΠ, ΠΓΕ

Είναι ξεκάθαρο ότι είναι προαιρετική η αναγραφή των νέων ενδείξεων ενώ οι παλιές παραμένουν σε ισχύ. Η πλειοψηφία των μελών της Επιτροπής Ν & Θ τάχθηκε υπέρ της χρήσης των νέων ενδείξεων.

Δ. ΕΝΔΕΙΞΗ ΕΛΛΗΝΙΚΟΣ ΟΙΝΟΣ Ή ΟΙΝΟΣ ΑΠΟ ΕΛΛΑΔΑ

Ο κ. Γ. Τσάνταλης εξέφρασε την άποψη ότι η σωστή και αναγκαία από την νομοθεσία να χρησιμοποιηθεί έκφραση είναι «*Οίνος από Ελλάδα*» που αποτελεί και ακριβή μετάφραση του «*Wines of Greece*». Επειδή εκφράστηκαν διαφορετικές απόψεις για το θέμα αυτό αποφασίστηκε να ζητηθεί συγκεκριμένη τοποθέτηση από το ΥπΑΑΤ αλλά και από τις Βρυξέλλες.

Ε. ΔΙΑΤΡΟΦΙΚΗ ΕΠΙΣΗΜΑΝΣΗ

Σε συνέχεια των επαφών που είχε ο Σύνδεσμος με τον Ευρωβουλευτή κ. Παπαστάμκο καθώς και αντίστοιχων ενεργιών της Comite Vins ο κ. Παπαστάμκος μας ενημέρωσε ότι η Επιτροπή Γεωργίας του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου τάχθηκε υπέρ της εξαίρεσης για τον οίνο (για όλα τα αλκοολούχα εκτός από τα αλκοολούχα αναψυκτικά-alcopops) από την υποχρέωση που ισχύει για τα λοιπά τρόφιμα και ειδικότερα την αναγραφή α) των συστατικών και β) της διαθρεπτικής επισήμανσης καθώς και υπέρ της τροποποίησης του άρθρου 22 σχετικά με την επισήμανση των αλλεργιογόνων.

ΣΤ. ΕΠΙΛΟΓΗ ΚΡΑΣΙΩΝ-ΠΡΕΣΒΕΥΤΩΝ ΤΟΥ ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΟΥ ΣΧΕΔΙΟΥ

Συζητείται αυτό τον καιρό στην Επιτροπή Παραλαβής και Παρακολούθησης του Στρατηγικού Σχεδίου αλλά και στο ΔΣ του ΣΕΟ ο τρόπος επιλογής των κρασιών πρεσβευτών που προτείνει το Στρατηγικό Σχέδιο και που θα εκπροσωπούν το ελληνικό κρασί στις generic ενέργειες διεθνώς.

Στις 2 Φεβρουαρίου πραγματοποιήθηκε σύσκεψη της Επιτροπής Παρακολούθησης και Παραλαβής του Στρατηγικού Σχεδίου με μοναδικό θέμα την Εθνική Διαδικασία Επιλογής Ετικετών. Λαμβάνοντας υπόψιν τις εισηγήσεις των κ. Ρούβαλη, του κ. Μπουτάρη μαζί με τους project managers αλλά και τις θέσεις εμπειρογνώμων του κλάδου η Επιτροπή κατέληξε σε προτάσεις οι οποίες θα συζητηθούν στο επόμενο ΔΣ του ΣΕΟ.

Στόχος της διαδικασίας επιλογής ετικετών προσβευτών είναι να δημιουργηθεί μία δεξαμενή από 120-140 κρασιά τα οποία θα εκπροσωπούν την Ελλάδα διεθνώς σε υψηλού prestige εκδηλώσεις προβολής. Τα κρασιά αυτά θα αξιολογούνται από πάνελ ελλήνων και ξένων εμπειρογνομόνων. Το πάνελ των ελλήνων θα απαρτίζεται από αναγνωρισμένους επαγγελματίες του κλάδου και του ευρύτερου χώρου του κρασιού που χαίρουν εκτίμησης και καθολικής αποδοχής ενώ το πάνελ των ξένων ειδικών θα απαρτίζεται από εμπειρογνώμονες με άριστη γνώση των συγκεκριμένων αγορών-στόχων οι οποίοι ασκούν επιρροή στις αγορές που μας ενδιαφέρουν. Για τις υπηρεσίες των γευστιγνοστών θα υπάρξει οικονομική αποζημίωση.

Ζ. ΑΠΙΣΤΕΥΤΗ ΑΠΟΦΑΣΗ ΓΙΑ ΤΑ ΔΙΚΑΙΩΜΑΤΑ ΦΥΤΕΥΣΗΣ ΑΠΟ ΤΟ ΕΘΝΙΚΟ ΑΠΟΘΕΜΑΤΙΚΟ

Μετά από συζήτηση στο ΔΣ του ΣΕΟ στις 3 Μαρτίου 2010, ο Σύνδεσμος απέστειλε Δελτίο Τύπου σε εφημερίδες και δημοσιογράφους οίνου σε σχέση με απαράδεκτη πρόσφατη απόφαση του ΥπΑΑΤ να εξαιρέσει τους οινοποιούς/αμπελουργούς από τις νέες άδειες φύτευσης αμπελώνων, σε πλήρη αντίθεση με την εθνική και ευρωπαϊκή νομοθεσία που προβλέπει οι άδειες φύτευσης να δίνονται κατά προτεραιότητα (πέραν των νέων αγροτών που εγκαθίστανται για πρώτη φορά ως αρχηγοί εκμετάλλευσης) σε βιώσιμες αμπελουργικές εκμεταλλεύσεις που παράγουν οίνους ποιότητας με

εξασφαλισμένη διάθεση. Το δελτίο Τύπου αναφέρεται επίσης στην περιέργη κατανομή των περισσότερων στρεμμάτων νέων φυτεύσεων στο Νομό Λάρισας.

ΣΗΜΕΙΩΣΗ: Σε συνέχεια των ενεργειών του Συνδέσμου, μόλις ελάβαμε τροποποιητική απόφαση της προηγούμενης που αναφέρουμε πιο πάνω με βάση την οποία θα ικανοποιούνται πλέον και οι αιτήσεις των οινοποιών/αμπελουργών κατόχων βιώσιμων αμπελουργικών εκμεταλλεύσεων.

Η τροποποιητική αυτή απόφαση αποτελεί σημαντική επιβράβευση των συντονισμένων ενεργειών στις οποίες προέβει πρόσφατα ο ΣΕΟ.

Η. ΑΤΟΚΗ ΧΡΗΜΑΤΟΔΟΤΗΣΗ ΦΑΣΗ Β΄

Το σήριαλ των πιστοποιητικών διευκολύνσεων για την απορρόφηση της σταφυλικής παραγωγής εσοδείας 2009 συνεχίζεται χωρίς όμως θετικά έως τώρα αποτελέσματα για τις εταιρείες του κλάδου αφού οι μηχανισμοί των τραπεζών δεν εξυπηρετούν τις αιτήσεις των οινοποιητικών εταιρειών προσπαθώντας να τις χρησιμοποιήσουν για την παρακράτηση ληξιπρόθεσμων οφειλών των αμπελουργών/πελατών τους.

Για το θέμα αυτό καθώς και για το γεγονός ότι σε κάποια υποκαταστήματα της ΑΤΕ παρότι η χρηματοδότηση έχει την εγγύηση του Ελληνικού Δημοσίου αφαιρείται το ποσό της χρηματοδότησης από τα όρια του κεφαλαίου κίνησης των οινοποιείων, ο ΣΕΟ παρενέβη με επιστολή διαμαρτυρίας στην ΑΤΕ με ταυτόχρονη ενημέρωση του Λογιστηρίου του Κράτους. Προχώρησε επίσης σε δεύτερη κατανομή των κονδυλίων της άτοκης χρηματοδότησης προς τα μέλη του αφού σημαντικά ποσά που αφορούν ιδιωτικές εταιρείες παραμένουν αδιάθετα.

Στο σημείο αυτό αξίζει να σημειωθεί ότι σε συνέχεια της προαναφερόμενης επιστολής του ΣΕΟ, μόλις κοινοποιήθηκε στο Γραφείο του Συνδέσμου γράμμα που απεστάλη από το Υπουργείο Οικονομικών προς την ΑΤΕ από την οποία ζητά εξηγήσεις για τη μειωμένη απορρόφηση κονδυλίων από τα οινοποιεία του κλάδου.

Η παραπάνω επιστολή δικαιώνει το Σύνδεσμο για την άμεση ανταπόκρισή του σχετικά με το θέμα της άτοκης χρηματοδότησης.

Θ. ΠΡΟΣΛΗΨΗ ΤΗΣ κ. ΣΟΦΙΑΣ ΠΕΡΠΕΡΑ ΣΤΟ ΣΕΟ

Σας ενημερώνουμε ότι από αρχές Μαρτίου προσλήφθηκε η Χημικός-Οινολόγος Σοφία Πέρπερα ως σύμβουλος του ΣΕΟ.

Ι. ΕΚΠΡΟΣΩΠΗΣΗ ΤΗΣ ΕΛΛΑΔΑΣ ΣΤΙΣ ΣΥΝΕΔΡΙΑΣΕΙΣ ΤΗΣ ΕΠΙΤΡΟΠΗΣ ΑΜΠΕΛΟΥΡΓΙΑΣ ΤΟΥ ΟΙΥ

Με πρόταση του ΣΕΟ και χρηματοδότηση της ΕΔΟΑΟ παραβρέθηκε ως μέλος της Ελληνικής Αντιπροσωπείας με την ιδιότητα του

εμπειρογνώμονα/expert ο Δρ. Στέφανος Κουνδουράς (αμπελολόγος/οινολόγος & λέκτορας στο ΑΠΘ) στις συνεδριάσεις της Επιτροπής Αμπελουργίας του Διεθνούς Οργανισμού Αμπέλου και Οίνου (ΟΙΥ) που πραγματοποιήθηκε στο Παρίσι από 16 έως 18 Μαρτίου 2010.

Για το αναλυτικό memo των συνεδριάσεων της Επιτροπής Αμπελουργίας μπορείτε να ανατρέξετε στην ιστοσελίδα του Συνδέσμου.

Κ. ΙΣΤΟΣΕΛΙΔΑ ΣΥΝΔΕΣΜΟΥ

Θα θέλαμε να σας ενημερώσουμε ότι η ιστοσελίδα του Συνδέσμου www.greekwinefederation.gr ανανεώνεται σε τακτική βάση. Επίσης δεν είναι απαραίτητη η χρήση κωδικών για να ανατρέξετε στις επιμέρους ηλεκτρονικές σελίδες. Έγιναν οι απαραίτητες τροποποιήσεις με σκοπό η ιστοσελίδα να είναι προσβάσιμη από τον καθένα.

Λ. ΕΓΓΡΑΦΕΣ ΚΑΙ ΔΙΑΓΡΑΦΕΣ ΜΕΛΩΝ ΣΕΟ

Σας ενημερώνουμε ότι από τις αρχές του χρόνου έχουν εγγραφεί ως τακτικά μέλη του Συνδέσμου οι εταιρείες:

- Αχάια Clauss 186
- Αμπελοείς ΑΕ
- Τηνιακοί Αμπελώνες ΑΕ

Διαγράφηκαν από τακτικά μέλη του Συνδέσμου οι εταιρείες:

- Μάρρας Οίνων & Ποτών
- Ν.Κ.Σοφόπουλος

II. ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΕΣ ΕΔΟΑΟ

α) Στρατηγικό Σχέδιο

Το Στρατηγικό Σχέδιο βρίσκεται στο στάδιο ολοκλήρωσής του και πρόκειται να παρουσιαστεί κατά τη διάρκεια της Γενικής Συνέλευσης της ΕΔΟΑΟ τον Απρίλιο.

β) Πρόγραμμα Προβολής Οίνων σε Τρίτες Χώρες στο πλαίσιο της νέας ΚΟΑ οίνου

Στο πλαίσιο της νέας ΚΟΑ οίνου εγκρίθηκε 3ετές πρόγραμμα προβολής του ελληνικού κρασιού σε Τρίτες Χώρες που κατέθεσε η ΕΔΟΑΟ.

Το πρόγραμμα είναι συνολικού προϋπολογισμού 3.500.000 ευρώ και περιλαμβάνει:

- τη δημιουργία Portal και Web Marketing ενεργειών για το ελληνικό κρασί
- τη δημιουργία βασικού οπτικού και οπτικοακουστικού υλικού για το ελληνικό κρασί
- τη δημιουργία Γραφείου Έρευνας και Πληροφόρησης για το ελληνικό στη Βόρεια Αμερική για το 1ο έτος και Β.Αμερική, Ελβετία & Ρωσία για τα έτη 2 και 3
- την έρευνα για την ανάπτυξη εμπορικού δικτύου στη Βόρειο Αμερική και τη Ρωσία
- την ποιοτική έρευνα αγοράς στη Βόρειο Αμερική και τη Ρωσία για τη διερεύνηση του δυναμικού των ελληνικών τοπο-ποικιλιών πρεσβευτών και των συγκριτικών τους πλεονεκτημάτων σε σχέση με τα κρασιά του Νέου Κόσμου
- την επιμόρφωση και καθιέρωση πρεσβευτών του ελληνικού κρασιού στη Βόρειο Αμερική και τη Ρωσία
- τη δημιουργία υλικού προώθησης
- το σχεδιασμό συμποσίου για το ελληνικό κρασί στην Ελλάδα τα έτη 2 και 3
- τη δημιουργία εκπαιδευτικών σεμιναρίων προς εργαζόμενους στην εστίαση, ξενοδοχειακές μονάδες και σημεία λιανικής πώλησης οίνων το 3ο έτος

Η σύμβαση μεταξύ του ΥπΑΑΤ και της ΕΔΟΑΟ έχει υπογραφεί ενώ στις αμέσως προσεχείς ημέρες πρόκειται να υπογραφούν οι συμβάσεις μεταξύ των εταιρειών που θα αναλάβουν τη δημιουργία του portal, του οπτικού και οπτικοακουστικού υλικού, των μελετών, των πρεσβευτών καθώς και του Γραφείου Έρευνας και Τεχνολογίας της Βορείου Αμερικής.

Για την επιλογή των κατάλληλων εταιρειών η Επιτροπή Προβολής και Προώθησης της ΕΔΟΑΟ προέβη σε συστηματική αξιολόγηση των προτάσεων που έλαβε από τις εταιρείες που εξέφρασαν ενδιαφέρον συμμετοχής στη διαδικασία επιλογής.

ΙΙΙ. ΚΟΙΝΟΤΙΚΟΙ ΚΑΝΟΝΙΣΜΟΙ-ΥΠΟΥΡΓΙΚΕΣ **ΑΠΟΦΑΣΕΙΣ**

α) Τροποποίηση της Υπουργικής Απόφασης που καθορίζει τα κριτήρια αξιολόγησης των ποικιλιών αμπέλου καθώς και τη διαδικασία ταξινόμησης αυτών στην Ελληνική Επικράτεια.

Στο Γραφείο του Συνδέσμου απεστάλη η με Αριθ. Πρωτ. 247770/3-3-2010 απόφαση του ΥπΑΑΤ σε σχέση με την τροποποίηση της με αριθ. 243618/10-01-2006 Υπουργικής Απόφασης με θέμα: “Ορισμός Κριτηρίων αξιολόγησης ποικιλιών αμπέλου και διαδικασία ταξινόμησης αυτών στην Ελληνική Επικράτεια”

Σύμφωνα με την απόφαση αυτή, για την ταξινόμηση των οινοποιήσιμων ποικιλιών αμπέλου και ποικιλιών ειδικής χρήσης αμπέλου παραμένει ως Διοικητική ενότητα ο Νομός με εξαίρεση την Κρήτη, τα νησιά του Βορείου Αιγαίου και τα Ιόνια όπου ως Διοικητική Ενότητα ορίζεται το Αμπελουργικό Διαμέρισμα.

Αξίζει να σημειωθεί ότι ο Σύνδεσμος στις 7.1.2010 απέστειλε επιστολή στην αρμόδια Υπηρεσία του ΥπΑΑΤ στην οποία ζητά την τροποποίηση της σχετικής Υπ. Απόφασης, ορίζοντας ως Διοικητική Ενότητα για την ταξινόμηση των ποικιλιών αμπέλου το Αμπελουργικό Διαμέρισμα και όχι το Νομό, με το σκεπτικό ότι ο νομός είναι πολύ μικρή γεωγραφική μονάδα και ακόμα και χώρες όπως η Γαλλία έχουν ορίσει τη γεωγραφική τους επικράτεια ως μία και μόνο ενότητα.

Όσοι ενδιαφέρονται για την παραπάνω Υπουργική Απόφαση μπορούν να επικοινωνούν με το Γραφείο του Συνδέσμου.

β) Ταξινόμηση Ποικιλιών Αμπέλου

Δημοσιεύθηκε η με Αριθ. Πρωτ. 247771/4-3-2010 Υπουργική Απόφαση του ΥπΠΑΤ σε σχέση με την Ταξινόμηση των Ποικιλιών Αμπέλου. Η ΥΑ καθορίζει τα 11 αμπελουργικά διαμερίσματα με τις διοικητικές τους μονάδες και περιλαμβάνει επίσης:

- Την ταξινόμηση των καλλιεργούμενων ποικιλιών αμπέλου στην κατηγορία των συνιστώμενων, επιτρεπόμενων και προσωρινά επιτρεπόμενων κατά κατηγορία χρήσης (δηλαδή οινοποιήσιμες, επιτραπέζιες, ποικιλίες για ειδική χρήση και ποικιλίες υποκειμένων αμπέλου)
- Τον κατάλογο των οινοποιήσιμων ποικιλιών αμπέλου που καλλιεργούνται στη χώρα και τη μετατροπή των ελληνικών ονομάτων με λατινικούς χαρακτήρες

Για περισσότερες λεπτομέρειες σε σχέση με την ταξινόμηση των ποικιλιών αμπέλου μπορείτε να ανατρέξετε στην ιστοσελίδα του Συνδέσμου στην οποία έχει αναρτηθεί η παραπάνω Υπουργική Απόφαση.

γ) Πρόγραμμα Αναδιάρθρωσης και μετατροπής αμπελώνων περιόδου 2010/2011

Σύμφωνα με σχετική αλληλογραφία που ελάβαμε από τη Γενική Δ/ση Φυτικής Παραγωγής, Δ/ση ΠΑΠ Δενδροκηπευτικής Τμήμα Αμπέλου & Ξηρών Καρπών, την αμπελοοινική περίοδο 2010/2011 θα υλοποιηθεί το πρόγραμμα αναδιάρθρωσης και μετατροπής οινοποιήσιμων ποικιλιών αμπέλου, για το οποίο διατίθενται κονδύλια ύψους 2.840.000 ευρώ, σύμφωνα με το επικαιροποιημένο Εθνικό Πρόγραμμα Στήριξης του αμπελοοινικού τομέα που κοινοποιήθηκε στην Ε.Ε. στις 25 Ιουνίου 2009.

Οι ενδιαφερόμενοι παραγωγοί προκειμένου να ενταχθούν στο πρόγραμμα, θα πρέπει να υποβάλλουν αιτήσεις, **από πρώτη (1) Απριλίου έως και δεκαπέντε (15) Μαΐου 2010**, στην οικεία Δ/ση Αγροτικής Ανάπτυξης/Γεωργίας, στο αμπελοοινικό μητρώο της οποίας είναι εγγεγραμμένοι. Η αίτηση θα συνοδεύεται υποχρεωτικά από Υπεύθυνη Δήλωση με την οποία ο αιτών αναλαμβάνει την υποχρέωση να εκριζώσει το αμπελοτεμάχιο του χωρίς άλλη ειδοποίηση από 16 Οκτωβρίου 2010 έως 31 Δεκεμβρίου 2010 και να συστήσει εγγυητική επιστολή για τα μέτρα/δράσεις που θα υλοποιήσει μετά τις τριανταμία (31) Δεκεμβρίου 2010, καθώς και ότι θα τηρήσει τις υποχρεώσεις του που απορρέουν από την εφαρμογή του προγράμματος.

Για περισσότερες πληροφορίες μπορείτε να επικοινωνείτε απευθείας με την κα Κ. Πανοπούλου στην παραπάνω διεύθυνση του ΥπΑΑΤ, τηλ. 210 2124195 ή στο: email: ax2u055@minagric.gr

δ) Κατανομή δικαιωμάτων Φύτευσης από το Εθνικό Αποθεματικό έτους 2010

Στο Γραφείο του Συνδέσμου έχει αποσταλεί η με αριθ. Πρωτ. 247661/29-01-2010 Υπουργική Απόφαση σύμφωνα με την οποία κατανέμονται κατά Περιφέρεια και Νομαρχιακή Αυτοδιοίκηση εκτάσεις για τις οποίες δύνανται να χορηγηθούν δικαιώματα φύτευσης από το Εθνικό Αποθεματικό για το έτος 2010.

Σύμφωνα με την ΥΑ, ικανοποιούνται όλες οι αιτήσεις των αμπελουργών/κατά κύριο επάγγελμα αγροτών- κατόχων αμπελουργικής εκμετάλλευσης.

Όπως τονίζεται στην ΥΑ σε καμία περίπτωση δεν ικανοποιούνται αιτήματα των υπολοίπων κριτηρίων όπως πχ οινοποιού/αμπελουργοί, αμπελουργοί που δεν είναι κατά κύριο επάγγελμα αγρότες και λοιποί. Τα δικαιώματα που δεν θα χρησιμοποιηθούν για την κάλυψη των αιτημάτων των ως άνω κατηγοριών θα επιστρέφονται άμεσα στο Εθνικό Αποθεματικό.

Όπως αναφέραμε και πιο πάνω, σε συνέχεια της δημοσίευσης της συγκεκριμένης απόφασης ο Σύνδεσμος αντέδρασε δυναμικά αποστέλλοντας δελτία Τύπου και ζητώντας διευκρινήσεις από το ΥπΑΑΤ.

Για την αναλυτική κατανομή των εκτάσεων ή περισσότερες πληροφορίες σε σχέση με την παραπάνω ΥΠ μπορείτε να επικοινωνείτε με το Γραφείο του Συνδέσμου.

ε) Τροποποίηση της παραπάνω απόφασης που αναφέρεται στην κατανομή δικαιωμάτων Φύτευσης από το Εθνικό Αποθεματικό έτους 2010

Όπως αναφέραμε και σε προηγούμενη ενότητα του newsletter, μετά από συντονισμένες ενέργειες του ΣΕΟ σχετικά με την προηγούμενη ΥΑ σε σχέση με την κατανομή των δικαιωμάτων φύτευσης από το εθνικό αποθεματικό, μόλις ελάβαμε την με Αριθ. Πρωτ. 263215/31-3-10 τροποποιητική ΥΠ σύμφωνα με την οποία ικανοποιούνται πλέον και οι αιτήσεις των οινοποιών/αμπελουργών που κατέχουν βιώσιμες αμπελουργικές εκτάσεις για έκταση έως 20 στρέμματα.

Προϋπόθεση για τη χορήγηση των δικαιωμάτων αποτελεί η τήρηση των κανονιστικών τους χρεώσεων και η βιωσιμότητα της αμπελουργικής εκμετάλλευσης. Θα πρέπει επίσης να έχουν κατατεθεί από τους δικαιούχους αμπελουργούς έως 15 Ιανουαρίου 2010 δηλώσεις συγκομιδής από τις οποίες να προκύπτει η παράδοση/πώληση σταφυλιών σε νόμιμα λειτουργούντα οινοποιεία και από τους οινοποιούς/αμπελουργούς, οι προβλεπόμενες δηλώσεις παραγωγής, αποθεμάτων κλπ.

Στη νέα ΥΠ αναφέρεται επίσης ότι το όριο των 20 στρεμμάτων μπορεί να επεκταθεί στα 30 στρέμματα περίπου όταν η αιτούμενη έκταση αποτελεί ενιαίο αγροτεμάχιο.

Για την αναλυτική κατανομή των εκτάσεων ή περισσότερες πληροφορίες σε σχέση με την παραπάνω ΥΠ μπορείτε να επικοινωνείτε με το Γραφείο του Συνδέσμου.

στ) Κατανομή εκτάσεων & κονδυλίων εκρίζωσης αμπελουργικών εκτάσεων έτους 2009-2010

Στο Γραφείο του Συνδέσμου έχει αποσταλεί η με Αριθ. Πρωτ. 245190/22-1-2010 ΥΑ σχετικά με την κατανομή των εκτάσεων και αναλογούντων ποσών κατά Περιφέρεια και Νομαρχιακή Αυτοδιοίκηση για ένταξη των δικαιούχων αμπελουργών στο πρόγραμμα οριστικής εγκατάλειψης αμπελώνων.

Όσοι ενδιαφέρεστε για την παραπάνω ΥΑ μπορείτε να επικοινωνείτε με το Γραφείο του Συνδέσμου.

ζ) Νέο Ευρωπαϊκό Λογότυπο Βιολογικών Προϊόντων

Σας ενημερώνουμε ότι από την 1η Ιουλίου 2010 ένα νέο ευρωπαϊκό λογότυπο θα εμφανίζεται υποχρεωτικά στη συσκευασία όλων των προσυσκευασμένων βιολογικών προϊόντων που έχουν παραχθεί στην Ε.Ε. και συμμορφώνονται με την ευρωπαϊκή νομοθεσία. Ως εκ τούτου, αναμένεται να τροποποιηθεί και ο κανονισμός για τις βιολογικές καλλιέργειες, ώστε να θεσπιστεί το νέο λογότυπο σε σχετικό παράρτημα.

Για περισσότερες πληροφορίες σχετικά με το νέο λογότυπο μπορείτε να ανατρέξετε στην ιστοσελίδα του Συνδέσμου.

η) Τροποποιείται ο Κανονισμός που αναφέρεται στον καθορισμό των μέγιστων επιτρεπτών επιπέδων για ορισμένες ουσίες που επιμολύνουν τα τρόφιμα.

Στο Γραφείο του Συνδέσμου έχει αποσταλεί ο Κανονισμός (ΕΕ) 105/2010 που τροποποιεί τον Κανονισμό (ΕΕ) 1881/2006 της 19ης Δεκεμβρίου 2006, ο οποίος έθετε ανώτατα όρια ορισμένων ουσιών που επιμολύνουν τα τρόφιμα.

Με τον εν λόγω Κανονισμό, οι γλυκείς οίνοι δεν περιλαμβάνονται πλέον στη λίστα των προϊόντων για τα οποία πρέπει να οριστεί ανώτατο όριο ωχρατοξίνης Α, με το σκεπτικό ότι οι οίνοι αυτοί δεν συμβάλλουν σημαντικά στην έκθεση στην ωχρατοξίνη Α και πολύ σπάνια έχουν διαπιστωθεί υψηλά επίπεδα Ωχρατοξίνης Α στα αγαθά αυτά.

Ο νέος Κανονισμός τίθεται σε ισχύ την 1η Ιουλίου 2010 και έχει αναρτηθεί στην ιστοσελίδα του Συνδέσμου.

IV. ΘΕΜΑΤΑ ΕΞΑΓΩΓΩΝ

A. Συναντήσεις ΣΕΟ-ΟΠΕ

Σε διαδοχικές συναντήσεις των κ.κ. Ρούβαλη, Σπυρόπουλου αλλά και κ.κ. Ρούβαλη και Ιωάννου με τη Διευθύνουσα Σύμβουλο το ΟΠΕ κα Νάντια Ροντογιάννη τέθηκαν και συμφωνήθηκαν βασικοί άξονες στενής και ουσιαστικής συνεργασίας που αφορούν:

α) τη λειτουργία άτυπου Γραφείου Οίνου ως Συντονιστικού Οργάνου των δράσεων του ελληνικού κρασιού. Το Γραφείο στο οποίο θα συμμετέχουν οι κ.κ. Ασπασία Βάγια και Γιώργος Παπαπαναγιώτου από τον ΟΠΕ και Ηλιάννα Σιδηροπούλου και Σοφία Πέρπερα από την πλευρά της ΕΔΟΑΟ και του ΣΕΟ θα συντονίζεται από τον κ. Σωτήρη Ιωάννου Πρόεδρο της Επιτροπής Προβολής & Προώθησης της ΕΔΟΑΟ.

β) τη χρηματοδότηση από τον ΟΠΕ επιπλέον δράσεων που να απευθύνονται κυρίως στην Ευρώπη με επίκεντρο τη Γερμανία αλλά και στην εγχώρια αγορά ως αντιστάθμισμα του πακέτου στήριξης του ΟΠΕ από τα προγράμματα του αμπελοοινικού τομέα (νέα ΚΟΑ).

γ) την αποδοχή από τον ΟΠΕ των προτεραιοτήτων και των αξόνων δράσης καθώς και των στοιχείων έκφρασης του ελληνικού κρασιού που προτείνει το Στρατηγικό Σχέδιο.

Β. Επίσκεψη αγοραστών και δημοσιογράφων στην Ελλάδα κατά τη διάρκεια του Οινοράματος

Στο πλαίσιο της υλοποίησης του προγράμματος της ΚΟΑ του Οργανισμού Προώθησης Εξαγωγών και με την ευκαιρία της διοργάνωσης της έκθεσης ΟΙΝΟΡΑΜΑ προσκαλέστηκαν σημαντικοί εκπρόσωποι του εμπορίου και του Τύπου από τις αγορές των ΗΠΑ, της Μεγάλης Βρετανίας, της Ρωσίας και της Ελβετίας.

Η αναλυτική λίστα με τα ονόματα και τις ιδιότητες των εκλεκτών προσκεκλημένων του ΟΠΕ έχει αναρτηθεί στην ιστοσελίδα του Συνδέσμου.

Γ. Εξέλιξη γερμανικής αγοράς οίνων κατά το 2009

Από το Γραφείο Οικονομικών και Εμπορικών Υποθέσεων της Ελλάδας στο Ντύσσελντορφ μας απεστάλη έγγραφο που περιλαμβάνει στατιστικά στοιχεία του Γερμανικού Οινικού Ινστιτούτου DWI για τη Γερμανική αγορά οίνων το 2009.

Με βάση αυτά τα στοιχεία, η γερμανική αγορά οίνων παρέμεινε σταθερή κατά το 2009, σημειώνοντας μικρή αύξηση του κύκλου εργασιών και μικρή πτώση του όγκου των πωλήσεων.

Συγκεκριμένα, το 2009 ο κύκλος εργασιών, συμπεριλαμβανομένων όλων των καναλιών διάθεσης (supermarket, discounter, κάβες, παραγωγοί) σημείωσε άνοδο κατά 1,2%, συνεχίζοντας την ανοδική τάση των προηγούμενων δύο ετών (2008: +2,2%, 2007: +1,2%). Αντιθέτως, ο όγκος των πωλήσεων μειώθηκε κατά 1,5%, ενώ η τάση μείωσης για τους εγχώριους οίνους ήταν εντονότερη (μείωση κατά 4,5%).

Σε ότι αφορά την εξέλιξη των τιμών, η μέση τιμή πώλησης των γερμανικών οίνων στα supermarket ανήλθε σε 2,81 €/lt, αυξανόμενη κατά 0.14€ σε σχέση με το 2008, ενώ η μέση τιμή τους στα ειδικά καταστήματα (κάβες) και στα οινοποιεία ήταν 5.65 €/lt.

Το μεγαλύτερο μερίδιο αγοράς κατέχουν οι εγχώριοι οίνοι (48% σε όγκο, 54% σε αξία). Ακολουθούν η Γαλλία και η Ιταλία, με μερίδια αγοράς περίπου 13%, η Ισπανία με μερίδιο αγοράς 6% και οι χώρες του «Νέου Κόσμου» με 5% μερίδιο αγοράς.

Σε ότι αφορά στις προτιμήσεις των καταναλωτών, ο ερυθρός οίνος εξακολουθεί να κυριαρχεί με 51% του όγκου των πωλήσεων, ωστόσο η τάση είναι καθοδική, καθώς το ποσοστό αυτό είναι μειωμένο κατά 2% έναντι του προηγούμενου έτους. Έτσι, το ποσοστό των λευκών οίνων αυξήθηκε κατά 2% και ανήλθε σε 40%, ενώ το ποσοστό των ροζέ παρέμεινε σταθερό στο 9%.

Αξιοσημείωτη για το 2009 είναι και η τάση μετατόπισης από την κατανάλωση οίνου στην εστίαση προς την κατανάλωση οίνου στο σπίτι, η οποία συσχετίζεται αφενός με την δυσμενή οικονομική συγκυρία, αφετέρου δε με τη γενικότερη καθοδική τάση που παρατηρείται στο χώρο της εστίασης στη Γερμανία τα τελευταία 15 χρόνια, καθώς - βάσει στοιχείων της Γερμανικής Στατιστικής Υπηρεσίας - ο κύκλος εργασιών στο χώρο της εστίασης μειώθηκε το 2009 κατά 3,3% σε ονομαστικές τιμές και κατά 5,2% σε πραγματικές τιμές.

Δ. Εξέλιξη των ελληνικών εξαγωγών οίνων και οινοπνευματωδών κατά το 2009

Στο Γραφείο του Συνδέσμου απεστάλη έγγραφο από το Γραφείο ΟΕΥ στο Ντύσσελντορφ σχετικά με την εξέλιξη των ελληνικών εξαγωγών οίνων και οινοπνευματωδών ποτών κατά το έτος 2009 όπως σας παραθέτουμε πιο κάτω.

I. Οίνος

- Οι εξαγωγές οίνου προς τη Γερμανία σημείωσαν αξιόλογη άνοδο κατά το 2009: +7,47% ως προς την αξία, +10,29% ως προς την ποσότητα. Το σύνολο της αξίας των εξαγωγών οίνου προς τη Γερμανία ανήλθε σε 26,5 εκ. €, έναντι 24,7 εκ. το 2008 και 23,6 εκ. € το 2007.
- Οι εξαγωγές κρασιών ΟΠΑΠ σημείωσαν άνοδο κατά 18,67% ως προς την αξία, φθάνοντας τα 5,8 εκ. €, έναντι 4,9 εκ. το 2008 και 4,5 εκ. € το 2007. Έτσι, το μερίδιο των οίνων ΟΠΑΠ επί του συνόλου των ελληνικών

εξαγωγών οίνου αυξήθηκε κατά δύο ποσοστιαίες μονάδες, από το 19,92 % το 2008 στο 22% το 2009.

- Οι εξαγωγές κρασιών άλλων από τα ΟΠΑΠ σημείωσαν επίσης άνοδο ως προς την αξία, ωστόσο μικρότερης κλίμακας σε σχέση με τα κρασιά ΟΠΑΠ. Η αξία τους έφθασε τα 16,5 εκ.€ (+4,14% έναντι του 2008), ενώ η ποσότητα των εξαγωγών αυξήθηκε κατά 11,64%. Το μερίδιο των κρασιών άλλων από τα ΟΠΑΠ περιορίστηκε κατά δύο ποσοστιαίες μονάδες, στο 62% της αξίας των ελληνικών εξαγωγών οίνου.
- Το μεγαλύτερο ποσοστό των εξαγωγών οίνων ΟΠΑΠ αφορά ερυθρούς οίνους. Η αξία τους ανήλθε το 2009 σε 3,8 εκ. € (+13%) έναντι 3,34 εκ. € το 2008 και 2,77 εκ. € το 2007. Οι εξαγωγές λευκών οίνων ΟΠΑΠ έφθασαν το 2009 τις 690 χιλ. € (+18,5%) έναντι 582 χιλ. € το 2008 και 440 χιλ. € το 2007.
- Το μεγαλύτερο ποσοστό εξαγωγών οίνων άλλων από τους ΟΠΑΠ αφορά λευκούς οίνους περιεκτικότητας ως 13% σε οινόπνευμα. Η αξία τους ξεπέρασε το 2009 τα 8 εκ. € (+18,75% έναντι του 2008), ενώ αντιθέτως η αξία των εξαγωγών ερυθρών οίνων άλλων από τους ΟΠΑΠ περιορίστηκε κάτω από τα 6,5 εκ. € (-8,75% έναντι του 2008).
- Αύξηση κατά 7% σημείωσαν οι εξαγωγές αφρωδών οίνων, η αξία των οποίων ανήλθε το 2009 σε 4,3 εκ. € έναντι 4,06 εκ. € το 2008.

II. Οινοπνευματώδη

- Η ανοδική τάση των εξαγωγών ούζου δεν συνεχίστηκε κατά το 2009. Η αξία των εξαγωγών ούζου περιορίστηκε κατά 3,62% στα 13,34 εκ. € (έναντι 13,84 εκ. € το 2008 και 12,88 εκ. € το 2007). Σε όρους ποσότητας, οι εξαγωγές ούζου περιορίστηκαν κατά 4,38%.
- Οι εξαγωγές αποσταγμάτων, εκτός του ούζου, σημείωσαν πτώση κατά -31% σε αξία και -37,6% σε ποσότητα. Η μείωση των εξαγωγών αποσταγμάτων ήταν σημαντική για τα αποστάγματα σε συσκευασίες έως 2 λίτρα (-26,4% ως προς την αξία), ενώ ήταν ακόμα μεγαλύτερη για τα αποστάγματα σε συσκευασίες άνω των 2 λίτρων (-54,7% ως προς την αξία).
- Τα λοιπά οινοπνευματώδη σημείωσαν και το 2009, όπως και το 2008, άνοδο, κατά 23,66% ως προς την αξία και 21,64% ως προς την ποσότητα.

Για περισσότερες πληροφορίες μπορείτε να ανατρέξετε στην ιστοσελίδα του Συνδέσμου στην ενότητα των στατιστικών στοιχείων.

Ε. Προβλήματα Εισαγωγής Κρασιών στη Ρωσική Ομοσπονδία

Στο Γραφείο του Συνδέσμου έχει αποσταλεί έγγραφο από την πρεσβεία μας στη Ρωσία σύμφωνα με το οποίο η Ρωσική Ομοσπονδία ακύρωσε το Δεκέμβριο 2009 τις άδειες εισαγωγής κρασιών και αλκοολούχων απ'όλες τις εισαγωγικές εταιρείες καθώς τα εισαγόμενα κρασιά πωλούνταν σε υπερδιπλάσιες τιμές από εκείνες που ισχύουν σε άλλες χώρες και απαιτείται εφεξής η έκδοση νέων αδειών. Μέχρι τότε οι εισαγωγείς ζήτησαν μία μεταβατική περίοδο κατά την οποία θα μεταφέρουν τα προϊόντα τους σε αποθήκες.

Όσοι ενδιαφέρονται για το παραπάνω έγγραφο παρακαλούνται να επικοινωνήσουν με το Γραφείο του Συνδέσμου.

ΣΤ . Οδηγός μεγάλων καναλιών διανομής στην Ιταλία

Στο Γραφείο του Συνδέσμου απεστάλη μελέτη από το Γραφείο ΟΕΥ στην Ιταλία με θέμα τα δίκτυα διανομής στην Ιταλία στην οποία παρουσιάζεται και αναλύεται το μέγεθος και η δομή της αγοράς των προϊόντων διατροφής, η τιμολογιακή πολιτική, τα μεγάλα κανάλια διανομής και οι διατροφικές καναναλωτικές συνήθειες των Ιταλών.

Η μελέτη έχει αναρτηθεί στην ιστοσελίδα του Συνδέσμου.

Ζ. Η κατάσταση στον κλάδο των υπεραγορών (super markets) τροφίμων στις ΗΠΑ

Στην ιστοσελίδα του Συνδέσμου έχει αναρτηθεί έγγραφο που λάβαμε από το Γραφείο ΟΕΥ στο Σικάγο σχετικά με την κατάσταση του κλάδου των super markets τροφίμων στις ΗΠΑ.

Η. Συμμετοχή της Ελλάδας στην World Expo 2010 στην Shanghai από 1^η Μαΐου έως 31 Οκτωβρίου 2010

Στην ιστοσελίδα του Συνδέσμου έχει αναρτηθεί ενημερωτικό υλικό σχετικά με την World Expo 2010 που θα γίνει στη Σαγκάη της Κίνας από την 1η Μαΐου - έως 31 Οκτωβρίου 2010 όπως μας απεστάλη από τον ΟΠΕ. Στο

πλαίσιο της έκθεσης αυτής, η χώρα μας συμμετέχει με δικό της περίπτερο έκτασης 2000τμ και θεματολογία τη ζωή στην ελληνική πόλη και αναμένεται να προσελκύσει 1.5εκ επισκέπτες. Η Ελληνική συμμετοχή θα πλαισιωθεί από πληθώρα εκδηλώσεων πολιτιστικού, εμπορικού, οικονομικού και τουριστικού χαρακτήρα, όπως συνέδρια, εβδομάδες προβολής Ελληνικών προϊόντων, εκθέσεις κύρους, συναυλίες κ.α.

Στο πλαίσιο των εκδηλώσεων περιλαμβάνονται μεταξύ άλλων:

- Εβδομάδα Ελληνικής Γαστρονομίας με γευστικές δοκιμές Ελληνικών Προϊόντων εντός του Ελληνικού περιπτέρου (13 έως 20 Ιουνίου)
- Οικονομικό-Επιχειρηματικό συνέδριο με την υπογραφή μνημονίων συνεργασίας μεταξύ Ελλήνων και Κινέζων επιχειρηματιών (21 Ιουνίου)
- Ημέρα αποκλειστικά αφιερωμένη στην Ελλάδα (19 Ιουνίου)

Τέλος, πρόκειται να αφιερωθεί ένας μήνας (15 Σεπτεμβρίου - 15 Οκτωβρίου) στην in store προώθηση "ελληνικού καλαθιού προϊόντων" σε αλυσίδες καταστημάτων.

Στο πλαίσιο της παραπάνω έκθεσης, καλούμε όσες εταιρείες ενδιαφέρονται, να συμβάλουν οικονομικά ως χορηγοί καθώς και να συμμετέχουν στην αποστολή που θα συνοδεύσει την Υπουργό στη Σανγκάη για την ημέρα της Ελλάδας (19 Ιουνίου) και στο Πεκίνο για το Οικονομικό Συνέδριο που έπεται (21 Ιουνίου).

V. ΕΚΘΕΣΕΙΣ-ΗΜΕΡΙΑΔΕΣ-ΕΚΔΗΛΩΣΕΙΣ

A. Διεθνής Διαγωνισμός Οίνου Θεσσαλονίκης

Με μεγάλη επιτυχία πραγματοποιήθηκε από 3 έως 5 Μαρτίου 2010 ο 10ος Διεθνής Διαγωνισμός Οίνου Θεσσαλονίκης που διοργανώνει κάθε χρόνο η Ένωση Οινοπαραγωγών του Αμπελώνα της Βορείου Ελλάδας σε συνεργασία με την Helexpro και τελείται υπό την αιγίδα του Συνδέσμου Ελληνικού Οίνου.

Στο διαγωνισμό συμμετείχαν ως κριτές 49 καταξιωμένοι γευσιγνώστες – οινολόγοι, οινοχόοι και δημοσιογράφοι- από την Ελλάδα και το εξωτερικό οι οποίοι δοκίμασαν 833 δείγματα από την Ελλάδα και 11 άλλες χώρες του κόσμου όπως Βραζιλία, Ισπανία, Πορτογαλία, Γαλλία, Γερμανία, Ιταλία, Σλοβακία, Ρουμανία, Χιλή, Νότια Αφρική και Κύπρο.

Αξίζει να αναφερθεί ότι το ποσοστό των ελληνικών κρασιών που συγκέντρωσαν βαθμολογίες που αντιστοιχούσαν σε μετάλλιο ήταν σημαντικότερο, γεγονός που αποδεικνύει με προφανή τρόπο την αναβαθμισμένη ποιότητα των κρασιών που συμμετέχουν στο Διεθνή Διαγωνισμό Οίνου Θεσσαλονίκης.

Ο Σύνδεσμος Ελληνικού Οίνου απένειμε ειδική διάκριση στον οινοποιό που δεν είναι μέλος του και που έλαβε βαθμολογία χρυσού μεταλλίου .Την ειδική αυτή διάκριση έλαβε ο κ. Κωνσταντίνος Πυργάκης ο οποίος ανήκει στη γενιά των νέων αμπελουργών/οινοποιών για το κρασί του, Chardonnay 24 2006, Κορινθιακός Τοπικός Οίνος.

B. Οινόγραμμα-Οινοτεχνία 2010

Ολοκληρώθηκε με μεγάλη επιτυχία η κλαδική έκθεση οίνων, αποσταγμάτων και αμπελοοινικού εξοπλισμού OINOPAMA-OINOTECHNIA στο εκθεσιακό κέντρο MEC στην Παιανία. Ο οινοποιητικός κλάδος έδωσε ένα ηχηρό παρών προβάλλοντας από την Παρασκευή 12 έως τη Δευτέρα 15 Μαρτίου την τεράστια βελτίωση που έχει συντελεστεί τα τελευταία χρόνια στο χώρο της ελληνικής οινοποιίας.

Στη φετεινή διοργάνωση η έκθεση εστιάστηκε στο θέμα “Κρασί και Εστιατόριο” προσκαλώντας δεκάδες εστιατόρες από ολόκληρη την Ελλάδα οι οποίοι αποτέλεσαν τα τιμώμενα πρόσωπα της έκθεσης. Οι κύριοι στόχοι της πρωτοβουλίας αυτής ήταν:

- α) Η διεύρυνση της αγοράς των εστιατορίων προς όφελος του εμφιαλωμένου κρασιού και
- β) Η πιο ορθή τιμολόγηση του κρασιού στα εστιατόρια με σκοπό την αύξηση της καταναλώσης.

Αξίζει να σημειωθεί ότι για πρώτη φορά φέτος διοργανώθηκε σε ειδικά διαμορφωμένο χώρο υποδοχής, έκθεση των φθηνότερων εμφιαλωμένων κρασιών της έκθεσης, δηλαδή εκείνων που δεν ξεπερνούν τα 16 ευρώ +

ΦΠΑ στη λιανική. Η έκθεση αυτή απευθύνθηκε κατ' αποκλειστικότητα σε εστιατορες από ολόκληρη την Ελλάδα.

Στο πλαίσιο της έκθεσης λειτούργησε και πάλι η Πλατεία Γευσιγνωσίας που απευθύνεται αποκλειστικά στους επαγγελματίες του οινικού κλάδου και στην οποία συγκεντρώθηκαν 300 περίπου από τα καλύτερα κρασιά της έκθεσης, όπως προτάθηκαν από τους ίδιους τους εκθέτες.

Όπως κάθε χρόνο στο πλαίσιο του Οινοράματος διοργανώθηκαν σημαντικές παράλληλες εκδηλώσεις από φορείς και εταιρείες του κλάδου.

Από αυτές ξεχώρισαν οι 2 παρακάτω εκδηλώσεις που προτάθηκαν και υποστηρίχθηκαν από το ΣΕΟ:

A) Η συνοπτική παρουσίαση της μελέτης για τη Στρατηγική του Ελληνικού Κρασιού που διοργάνωσε η Εθνική Διεπαγγελματική Οργάνωση Αμπέλου και Οίνου με τίτλο «Ανάπτυξη Στρατηγικής Μάρκετινγκ & Συστήματος Ταυτότητας του Ελληνικού Κρασιού στην Ελληνική & Παγκόσμια Αγορά καθώς και το Πλήρες Σχέδιο Εφαρμογής».

Ομιλητές της εκδήλωσης ήταν οι κ.κ. Αλέξανδρος Κουρής, Πρόεδρος των εταιρειών Alter Vision και Critical Public και Έφη Λαζαρίδου, Διευθύντρια του Στρατηγικού Σχεδίου για το ελληνικό κρασί.

Οι δύο σύμβουλοι αναφέρθηκαν στα κυριότερα σημεία του στρατηγικού σχεδίου όπως περιληπτικά αναφέρονται πιο κάτω. Στο πλαίσιο της μελέτης παρουσιάστηκαν 11 ανταγωνιστικές οινικές χώρες που αποτελούν περιπτώσεις αριστείας και αναλύθηκαν διεξοδικότερα 3 χώρες που αποτελούν προτεραιότητα σε επίπεδο συνθηκών αγοράς και ζήτησης για το ελληνικό κρασί.

Κατά τη φάση διερεύνησης του έργου αναδείχθηκαν 12 ευκαιρίες και 5 απειλές στην παγκόσμια αγορά κρασιού καθώς και 8 δυνατότητες και 16 αδυναμίες. Η μελέτη ανέδειξε επίσης τους 20 κρίσιμους παράγοντες επιτυχίας για το ελληνικό κρασί.

Η μελέτη εισήγαγε σειρά νέων προτάσεων που θα βοηθήσουν στην επιτυχή πορεία του οινικού κλάδου, με σημαντικότερες τις προτάσεις της Εθνικής

Οινικής Αρχιτεκτονικής, των Τοποποικιλιών Πρεσβευτών και της Εθνικής Διαδικασίας επιλογής ετικετών.

Ο Σύμβουλος αναφέρθηκε επίσης στην αποστολή και στους σκοπούς για το ελληνικό κρασί που στην εγχώρια οινική αγορά σχετίζονται με την αύξηση των πωλήσεων του ελληνικού τυποποιημένου κρασιού έναντι του χύμα ενώ στις διεθνείς αγορές με την αύξηση της μέσης τιμής πώλησης των ελληνικών εμφιαλωμένων κρασιών. Ειδικότερα, στο εσωτερικό της χώρας μας ως κύριος ανταγωνιστής του ποιοτικού εμφιαλωμένου κρασιού είναι το ανώνυμο, μη τυποποιημένο κρασί ενώ για να ανταπεξέλθει στο διεθνή ανταγωνισμό το ελληνικό κρασί θα πρέπει να θέσει ως πρωταρχικό στόχο την διαφοροποίηση, όπως αυτή εκφράζεται μέσω της αυθεντικότητας, της καινοτομίας και του οινοτουρισμού.

Σύμφωνα με το σύμβουλο, στην ελληνική αγορά το ελληνικό κρασί αποκτά την ταυτότητα “Επώνυμο Ελληνικό Κρασί” και τοποθετείται ως “Η αυθεντική απόλαυση του ελληνικού κρασιού σήμερα” ενώ για τις διεθνείς αγορές η ταυτότητα που υιοθετείται είναι το “New Wines from Greece και τοποθετείται ως “Distinct Wine Experiences for Wine Seekers Delving Beyond”.

Τέλος, η επιλογή των κρασιών που θα πρεσβεύουν το ελληνικό κρασί στις διεθνείς αγορές θα γίνεται μέσα από αδιάβλητες διαδικασίες ώστε να επιτευχθεί η αρτιότερη εκπροσώπηση των New Wines from Greece στις διεθνείς αγορές. Τα υποψήφια κρασιά θα υποβάλλονται σε σειρά αξιολογήσεων από πάνελ Ελλήνων και ξένων ειδικών από τις χώρες στόχους του ελληνικού κρασιού.

Β) Η συζήτηση στρογγυλής τραπέζης με θέμα: «Το Κρασί στο Εστιατόριο: Από το χύμα στο εμφιαλωμένο και από το ακριβό στο φτηνό». Συντονιστής της εκδήλωσης ήταν ο κ. Ντίνος Στεργίδης και συμμετείχαν σημαντικότεροι εκπρόσωποι των οينوπαραγωγών, οινοχόων, εστιατόρων, διακινητών οίνων καθώς και δημοσιογράφοι.

Όπως αναφέρεται και στο στρατηγικό σχέδιο, οι τιμές των ελληνικών κρασιών στο εστιατόριο είναι ιδιαίτερα υψηλές και κυρίως για τα κρασιά χαμηλής και μεσαίας τιμολογιακής τοποθέτησης.

Το θέμα του εξορθολογισμού της τιμολογιακής τοποθέτησης του κρασιού είναι ιδιαίτερα σημαντικό για το Σύνδεσμο Ελληνικού Οίνου και κυρίως σε μια περίοδο οικονομικής ύφεσης και είναι έτοιμος να πάρει πρωτοβουλίες

με σκοπό την επιβράβευση και προβολή εκείνων των σημείων εστίασης που τιμολογούν το ελληνικό κρασί με τέτοιο τρόπο ώστε να το κάνουν προσιτό στο μέσο Έλληνα καταναλωτή.

Όπως διαφαίνεται και από το στρατηγικό σχέδιο, οι πρωτοβουλίες αυτές θα εστιαστούν στην εκπαίδευση του κλάδου της εστίασης και της φιλοξενίας και θα περιλαμβάνουν μεταξύ άλλων:

- Δημιουργία On-Line παρατηρητηρίου τιμών όπου οι ίδιοι οι καταναλωτές θα βαθμολογούν το κατά πόσο η οινική εμπειρία των εστιατορίων που επισκέπτονται ανταποκρίνονται στην τιμή των κρασιών ανά φιάλη
- Επαφές με κριτικούς γεύσεις και MME ώστε η σχέση ποιότητας-τιμής για την προσφερόμενη οινική εμπειρία να συμπεριλαμβάνεται στις αξιολογήσεις τους
- Βραβεύσεις από τον οινικό κλάδο των εστιατορίων που παρέχουν υψηλή value-for-money οινική εμπειρία

Γ. Κρασί & Υγεία: Μια διαχρονική σχέση

Κατά τη διάρκεια της έκθεσης Τρόφιμα και Ποτά ο Πρόεδρος του ΣΕΟ εισηγήθηκε το παραπάνω θέμα κατά τη διάρκεια Συμποσίου για την Ελληνική Παραδοσιακή Διατροφή.

Συγκεκριμένα προσπάθησε να αναδείξει τον “παιδευτικό” ρόλο του προϊόντος κρασιού από την Αρχαιότητα έως τις μέρες μας και στο σύνθετο ρόλο της σχέσης του με τον άνθρωπο. Αναφέρθηκε στο ρόλο του αμπελιού ως εκφραστή της λιτότητας στη Μεσόγειο αλλά και στην ευεργετική επίδραση που έχει για την υγεία του ανθρώπου η λελογισμένη κατανάλωση κρασιού. Μίλησε για την έγνοια των αρχαίων Αθηναίων να φέρουν σε επαφή τους εφήβους με τον οίνο αλλά και στις σύγχρονες αντιλήψεις σύμφωνα με τις οποίες συστήνεται στους νέους να το καταναλώνουν με μέτρο με στόχο την πρόληψη του αλκοολισμού. Αναφέρθηκε τέλος στον προνομιούχο χαρακτήρα του κρασιού ως φορέα καλής διάθεσης αλλά και στην αισθητική διάσταση του συνόλου φιάλη, ετικέτα, κρασί καθώς και της γευστικής δοκιμής.

Δ. 1η Διαδικτυακή “εικονική” έκθεση οίνου WINEFAIR 21 έως 28 Ιουνίου 2010

Στο Γραφείο του Συνδέσμου απεστάλη έγγραφο από την πρεσβεία μας στο Παρίσι και το οποίο αφορά στη διοργάνωση της 1ης Διαδικτυακής Εικονικής Έκθεσης Οίνου Winefair που διεξάγεται στις 21-28/6/2010 από την εταιρεία Innovin. Πρόκειται για πιστή προσομείωση κανονικής έκθεσης οίνου, η οποία περιλαμβάνει διαδικτυακά περίπτερα, μπροσούρες με περιγραφή ποικιλιών και κτημάτων κ.ά. Το κόστος συμμετοχής ανέρχεται στα 1500-2500 ευρώ ανά εκθέτη. Περισσότερες πληροφορίες είναι διαθέσιμες στο www.winefair.com.

VI. ΠΑΡΑΘΥΡΟ ΣΤΟΝ ΚΟΣΜΟ: ΔΗΜΟΣΙΕΥΜΑΤΑ ΣΤΟΝ ΞΕΝΟ ΤΥΠΟ

A) Θέματα Αγορών και Marketing

1. Marketing κρασιού στην γενιά των millenials. Πηγή: The Press Democrat, 19.1.2010

Πολύ ενδιαφέροντα τα συμπεράσματα από το πρόσφατο ετήσιο συνέδριο Direct to Consumer Symposium που έλαβε χώρα στη Napa Valley.

Σύμφωνα με πρόσφατες μελέτες, οι νέοι σήμερα έρχονται σε επαφή νωρίτερα με το κρασί από τις προηγούμενες γενιές καταναλωτών αλλά είναι αδιάφοροι στις παραδοσιακές μορφές διαφήμισης και μάρκετινγκ.

Η γενιά των νέων που έχουν γεννηθεί μεταξύ του 1970 και 1990 απαιτεί ειλικρίνεια και απεχθάνεται εκείνους που προσπαθούν να τους υποδείξουν το πως να σκέφτονται για συγκεκριμένα προϊόντα. Εκείνο που ζητάνε είναι να εξερευνηθούν και να πειραματιστούν και στη συνέχεια να μοιραστούν τις ανακαλύψεις τους με άλλους.

Οι νέοι αυτοί συνήθως έχουν επιστρέψει στην οικογενειακή στέγη και δεν έχουν παντρευτεί. Δεν είναι δεμένοι με τις ρίζες τους αλλά είναι εξαιρετικοί χρήστες της τεχνολογίας και των κοινωνικών δικτύων στο διαδίκτυο παρότι

συνήθως δεν έχουν ανεπτυγμένη κοινωνική συμπεριφορά. Εκφράζονται κυρίως με τις επιλογές της ζωής τους και λιγότερο με το που έχουν μεγαλώσει. Όλες τους οι επιλογές έχουν να κάνουν με τις αξίες τους. Ο καλύτερος τρόπος επικοινωνίας με τους νέους αυτούς είναι μέσω κοινωνικών δικτύων όπως το Twitter και το Facebook και δημιουργώντας blogs και videos σε σχέση με το τι συμβαίνει σε ένα οινοποιείο. Πάντα όμως ο τρόπος επικοινωνίας θα πρέπει να βασίζεται στην **αυθεντικότητα**.

Οι νέο αυτοί είναι συνέχεια σε κίνηση και για το λόγο αυτό είναι σημαντική η επικοινωνία μαζί τους και μέσω κινητών τηλεφώνων.

2. Συμπεράσματα για την οινική αγορά των ΗΠΑ από το Unified Wine & Grape Symposium

Από 25 έως 29 Ιανουαρίου έλαβε χώρα το Unified Wine & Grape Symposium στο Σακραμέντο της Καλιφόρνια. Το συνέδριο αυτό συνδιοργανώνεται για 15η συνεχή φορά από την American Society for Enology and Viticulture και την California Association of Winegrape Growers.

Σας παραθέτουμε πιο κάτω τα σημαντικότερα συμπεράσματα σε σχέση με την Αμερικανική Οινική αγορά στα οποία κατέληξε το συνέδριο:

- Είναι κατάλληλη η στιγμή για την οινική βιομηχανία να επενδύσει στον τομέα της γαστρονομίας μια και παρατηρείται μία σημαντική στροφή του lifestyle των αμερικανών προς τον χώρο της γαστρονομίας και του γαστρονομικού τουρισμού.
- Οι διάφορες γενιές καταναλωτών αντιδρούν με διαφορετικό τρόπο στις επιπτώσεις της οικονομικής κρίσης στις ΗΠΑ και ειδικότερα οι 2 σημαντικότερες γενιές καταναλωτών σε σχέση με την κατανάλωση κρασιού: οι Boomers, εκείνοι δηλαδή που έχουν γεννηθεί μεταξύ 1946 και 1964 και οι Millennials που έχουν γεννηθεί από το 1980 έως το 2000. Ειδικότερα οι Millennials είναι πιο αισιόδοξοι και συνεχίζουν να αγοράζουν κρασί στο εστιατόριο πολύ περισσότερο από τους Boomers. Είναι πιο πρόθυμοι στο να δοκιμάζουν νέα προϊόντα αλλά όχι ιδιαίτερα πρόθυμοι στο να επισκέπτονται οινοποιεία. Έχει παρατηρηθεί ότι οι καταναλωτές οι οποίοι επισκέπτονται οινοποιεία συνήθως βαθμολογούν με υψηλότερες βαθμολογίες τα κρασιά των οινοποιείων που έχουν επισκεφθεί και άρα είναι πολύ σημαντικό για

τα οινοποιεία και τις οργανώσεις τους να δημιουργούν προγράμματα με στόχο την προσέλκυση των νέων καταναλωτών –Millennials- στις οινοπαραγωγικές περιοχές.

- Το 29% των βασικών καταναλωτών κρασιού στις ΗΠΑ –Core Wine Drinkers- αγοράζει τώρα λιγότερο κρασί στην κατηγορία των \$20 έως \$30.
- Είναι σαφής η μείωση της κατανάλωσης κρασιού στο εστιατόριο. Οι καταναλωτές εκδηλώνουν μεγάλη ικανοποίηση με τις επιλογές τους των \$15 έως \$30.
- Δεν είναι σίγουρο για το πότε και εάν θα επανέλθει η αγορά των premium κρασιών στα πριν την κρίση επίπεδα.
- Υπήρξε εκτενής αναφορά στις νέες προοπτικές που ανοίγονται στο χώρο του οινικού marketing από το χώρο των κοινωνικών δικτύων και γενικότερα μέσω των “συζητήσεων” που πραγματοποιούνται στο διαδίκτυο.

3. Συνέδριο του μη κερδοσκοπικού οργανισμού Wine Market Council's με αφορμή τη νέα του μελέτη σε σχέση με την οινική αγορά, την οικονομία και τους νέους καταναλωτές

Στο πλαίσιο του 5ου συνεδρείου του μη κερδοσκοπικού οργανισμού Wine Market Council ο αντιπρόεδρος της γνωστής εταιρείας μελετών Nielsen έκανε μία ανάλυση των καταναλωτικών τάσεων που παρατήρησε η εταιρεία του για τη χρονιά που πέρασε. Σας παραθέτουμε πιο κάτω τα κυριότερα σημεία που πιστεύουμε ότι θα σας ενδιαφέρουν:

- Παρότι η οινική αγορά επηρεάστηκε σημαντικά από την οικονομική κρίση, το κρασί παρουσίασε μεγαλύτερη ανάπτυξη από την μύρα και τα ποτά (έως τα μέσα Δεκεμβρίου η αύξηση της κατανάλωσης του κρασιού ήταν 2,6%, της μύρας 2% και των ποτών 1,6% σε αξία σε σχέση με τον περασμένο χρόνο ενώ σε όγκο η μύρα μειώθηκε κατά 0,6% σε αντίθεση με το κρασί και τα ποτά που αυξήθηκαν κατά 1,2%).
- Θα πρέπει να δοθεί προσοχή στις μύρες craft των οποίων η

κατανάλωση αυξήθηκε κατά 13% στους 6 τελευταίους μήνες. Οι μπύρες αυτές ανταγωνίζονται το κρασί σε ό τι αφορά στους νέους (millenials) οι οποίοι δεν περιμένουν ειδικές περιπτώσεις για να καταναλώσουν μία craft μπύρα ή μία φιάλη κρασί. Οι μπύρες όμως είναι πολύ πιο αποτελεσματικές στις ενέργειες marketing που εφαρμόζουν.

- Στον τομέα της λιανικής καθώς και στις πωλήσεις μέσω του διαδικτύου την μεγαλύτερη αύξηση πωλήσεων παρουσιάζει το κρασί. Η πιο γρήγορα αναπτυσσόμενη κατηγορία είναι εκείνη των \$3-6 καθώς και των \$9-15. Τα κρασιά με τιμές μεγαλύτερες των \$20 παρουσίασαν μείωση αλλά η μείωση αυτή περιορίζεται τον τελευταίο καιρό και αυτό οφείλεται στις αυξημένες προωθητικές ενέργειες που υλοποιούνται από οινοποιεία ή οργανώσεις. Τα σημεία διανομής αυξάνουν τις διαφημιστικές τους δαπάνες για κρασιά μικρότερα των \$20. Αύξηση παρατηρείται στις πωλήσεις των bag in box κρασιών καθώς και στα κρασιά που πωλούνται σε φιάλες των 187ml.
- Παρατηρείται αύξηση της κατανάλωσης των αμερικανικών κρασιών και κυρίως από την Καλιφόρνια και την πολιτεία της Ουάσινγκτον ενώ σημαντικότερη αύξηση παρουσιάζουν οι πωλήσεις κρασιών από μικρότερες και λιγότερο γνωστές Πολιτείες όπως Indiana, Missouri, Michigan και Wisconsin γεγονός που φανερώνει μία καταναλωτική τάση που έχει σχέση με την προτίμηση κατανάλωσης τοπικών προϊόντων που παρατηρείται τον τελευταίο καιρό.
- Οι 3 πρώτες χώρες που εξάγουν κρασί στις ΗΠΑ (Ιταλία, Γαλλία, Αυστραλία) παρουσιάζουν μείωση πωλήσεων ενώ την μεγαλύτερη αύξηση παρουσιάζουν η Αργεντική και η Νέα Ζηλανδία.
- Από ποικιλίες σταφυλιού την μεγαλύτερη αύξηση και τα θετικότερα σχόλια μέσω διαδικτύου παρουσιάζουν οι ποικιλίες riesling, pinot noir και sauvignon blanc ενώ οι malbec, moscato, petite sirah και tempranillo παρουσιάζουν επίσης αύξηση.
- Μείωση παρουσιάζει η κατανάλωση των εστιατορίων ενώ έχει αυξηθεί σημαντικά η ακροαματικότητα του τηλεοπτικού δικτύου food network καθώς και οι πωλήσεις βιβλίων μαγειρικής και η

επισκεψιμότητα ιστοσελίδων μαγειρικής γεγονός που φανερώνει ότι οι καταναλωτές προτιμούν να μαγειρεύουν στο σπίτι με οικογένεια και φίλους. Η τάση μείωσης της καταναλώσης στο εστιατόριο είναι η πιο πολυσυζητημένη τάση για το 2009. Παρότι τον τελευταίο καιρό βλέπουμε κάποια βελτίωση στον τομέα αυτό είναι δύσκολο να βγουν συμπεράσματα εάν δεν περιοριστεί ο δείκτης ανεργίας στις ΗΠΑ που κυμαίνεται γύρω στο 10%.

- 34 από τις 35 πιο δημοφιλείς αλυσίδες εστιατορίων παρουσίασαν ελλείματα τον τελευταίο χρόνο παρότι προς το τέλος του 2009 παρουσιάστηκε βελτίωση. Οι προβλέψεις για το 2010 είναι ότι η κατανάλωση του κρασιού στο εστιατόριο για το 2010 θα περιοριστεί κατά 6,7%.
- Οι καταναλωτές ζητάνε επιμόνως κρασιά με καλή σχέση ποιότητας τιμής ενώ υπάρχει έντονος ανταγωνισμός μεταξύ των προμηθευτών κρασιού. Αύξηση παρουσιάζεται στην κατηγορία των private labels.
- Οι 10 γνωστότερες μάρκες κρασιών κατάλαβαν το 26,5% της αγοράς τον τελευταίο χρόνο (26,3% τον περασμένο)
- Τα σημεία λιανικής (super markets) ανταποκρίνονται στην τάση της κατανάλωσης στο σπίτι προσφέροντας περισσότερα έτοιμα γεύματα, φρέσκα προϊόντα και κρασί. Όπως φαίνεται από τα αποτελέσματα μελέτης ο καταναλωτής κατά μέσο όρο ξοδεύει περισσότερο όταν έχει συμπεριλάβει κρασί στις αγορές του.
- 4000 περισσότερα σημεία λιανικής πώλησης κρασιού δημιουργήθηκαν το τελευταίο χρόνο στις ΗΠΑ.
- Οι βασικοί καταναλωτές κρασιού –core wine drinkers- πιστεύουν ότι θα συνεχίσουν να αγοράζουν φθηνότερα κρασιά και μετά την κρίση.
- Οι core wine drinkers τρώνε σπανιότερα έξω σε σχέση με το παρελθόν. 18% των καταναλωτών διαλέγει περισσότερο κρασί με το ποτήρι ενώ 4% περισσότερο κρασί με τη φιάλη. Το 70% των καταναλωτών διαλέγει κρασί στις ίδιες με περίπου τιμές ενώ το 22% διαλέγει φθηνότερα κρασιά.

- Οι καταναλωτές κρασιού μέσω διαδικτύου στις ΗΠΑ αυξήθηκαν κατά 19%. Μελέτη έδειξε ότι ο χρόνος που ξοδεύουν σε κοινωνικά δίκτυα έχει εκτοξευτεί. Σύμφωνα με τη Nielsen, οι συζητήσεις γύρω από το κρασί στο διαδίκτυο -και κυρίως μέσω Twitter- αυξήθηκαν κατακόρυφα: κατά 30% την τελευταία χρονιά ενώ αντίστοιχα για τα ποτά η αύξηση ήταν 14% και για την μύρα 20%. Αρκετές συζητήσεις στο διαδίκτυο παρατηρήθηκαν για γαλλικά κρασιά που όμως δεν κατέληξαν σε πωλήσεις ενώ μειωμένες ήταν οι αναφορές στα κρασιά της Αυστραλίας. Αντίθετα οι συζητήσεις μέσω διαδικτύου γύρω από τα κρασιά της Γερμανίας, της Ισπανίας και του Όρεγκον οδήγησαν σε πωλήσεις.
- 75% των καταναλωτών λένε ότι βασίζονται για τις αγορές τους καταρχήν στις προτάσεις φίλων τους και αμέσως μετά στις προτάσεις άλλων καταναλωτών

4. Κρασί και ηλικιακές ομάδες. Πηγή: Nielsen

Η εταιρεία μελετών Nielsen ανέλυσε τις καταναλωτικές συνήθειες τεσσάρων ηλικιακών ομάδων στις ΗΠΑ: 64+, 45-63, 33-44 και 21-32 ετών και κατέληξε σε σημαντικά συμπεράσματα τα οποία θα πρέπει να έχουν υπόψιν τους όσοι ασχολούνται με το μάρκετινγκ των κρασιών και απευθύνονται στις ομάδες αυτές:

Οι μεγαλύτερης ηλικίας καταναλωτές ξοδεύουν το μεγαλύτερο ποσό για το κρασί που φθάνει κατά μέσο όρο τα \$124 ετησίως για τους 64+ και \$125 για τους 45-63. Η κατηγορία από 33-44 ξοδεύει κατά μέσο όρο \$78 ενώ οι με ηλικία 21-32 ετών \$61. Αξίζει να αναφερθεί ότι οι καταναλωτές μεγαλύτερης ηλικίας αγοράζουν συχνά κρασί από μικρά τοπικά μαγαζιά ενώ οι μικρότερης ηλικίας καταναλωτές προτιμούν να αγοράζουν κρασί από super market, ψωνίζουν λιγότερο συχνά αλλά ξοδεύουν περισσότερο κάθε φορά.

5. Η Ασία αποτελεί το μέλλον για το κρασί: Vinexpo. Πηγή: Decanter, 2/2/2010

Η Ασία είναι το μέλλον της παγκόσμιας οινικής βιομηχανίας και θα αναπτυχθεί ταχύτερα από τη Βόρεια Αμερική σύμφωνα με τη Vinexpo η οποία θα πραγματοποιηθεί στο Χόνγκ Κόνγκ από 25 έως 27 Μαΐου 2010.

Συγκεκριμένα, μεταξύ των ετών 2009-2013, η κατανάλωση οίνου στις χώρες της Ασίας αναμένεται να αυξηθεί κατά 25% ενώ έως το 2011, θα ξεπεράσει τα 6 δις δολάρια.

Σύμφωνα με τον Διευθύνοντα Σύμβουλο της Vinexpo κ. Robert Beynat, το 2010 η κατανάλωση κρασιού στο Χονγκ Κονγκ, που βρίσκεται το κέντρο της Ασιατικής Αγοράς, θα αγγίξει τα 33 εκ φιάλες, το 70% των οποίων προβλέπεται να αντιστοιχεί σε ερυθρούς οίνους.

Παρά τα προβλήματα που έχουν διαπιστωθεί στο χώρο της διανομής των κρασιών στην αγορά της Ιαπωνίας, σύμφωνα με το ίδιο δημοσίευμα, και η αγορά αυτή βρίσκεται σε ρυθμό σημαντικής ανάπτυξης.

6. Κινέζικη αγορά: πρέπει να γίνουν κατανοητές οι ιδιαιτερότητές της. Πηγή Decanter, 18.2.10

Για να μπορέσουν οι οινοπαραγωγοί να εκμεταλλευθούν τις προοπτικές που προσφέρει η κινέζικη αγορά θα πρέπει να γίνουν κατανοητές οι ιδιαιτερότητές της, σύμφωνα με νέα μελέτη με τίτλο: The China Wine Market Landscape Report, που πραγματοποίησε η εταιρεία μελετών Wine Intelligence.

Σύμφωνα με τα στατιστικά στοιχεία, η Κίνα διαθέτει 34 εκ. καταναλωτές υψηλών εισοδημάτων ενώ έως το 2025 ο αριθμός τους θα έχει αυξηθεί σε 82 εκ.

Η κινέζικη αγορά κρασιού είναι η 8η μεγαλύτερη αγορά στον κόσμο σε όγκο. Πρόσφατα στοιχεία αποδεικνύουν ότι οι πωλήσεις κρασιού στην Κίνα έφθασαν τα 72 εκ κιβώτια και αυξάνονται κατά μέσο όρο 18,5% ετησίως.

Παρότι το 90% της κατανάλωσης κρασιού ανήκει στα τοπικά κρασιά, το ποσοστό των εισαγόμενων αυξάνεται χρόνο με το χρόνο μια και τα προτιμούν οι καταναλωτές υψηλότερων εισοδημάτων. Παρότι οι Κινέζοι καταναλωτές πιστεύουν ότι κρασί σημαίνει κόκκινο κρασί εντούτοις η καταναλώση των λευκών κρασιών, κυρίως από τις γυναίκες, αυξάνεται.

Για να μπορέσουν όμως οι εξαγωγείς κρασιού να εκμεταλλευθούν την αγορά αυτή η οποία παρουσιάζει πολύ μεγάλες προοπτικές ανάπτυξης θα πρέπει να κατανοήσουν τη δομή και τις ιδιαιτερότητές της και να επενδύσουν στη διανομή και σωστή τοποθέτηση. Όπως αναφέρει η μελέτη οι Κινέζοι καταναλωτές διστάζουν να αγοράσουν ένα εισαγόμενο κρασί γιατί δεν υπάρχουν διαθέσιμες αρκετές πληροφορίες γι' αυτό στη γλώσσα

τους.

7. Η κατανάλωση κρασιού στην Ινδία συνεχίζει να αυξάνεται. Πηγή Just Drinks, 18.3.10

Σύμφωνα με στατιστικά στοιχεία που ανακοινώθηκαν από τη Vinexpo, το 2008 η κατανάλωση κρασιού στην Ινδία έφτασε τα 1449 εκ κιβώτια που αντιστοιχούν σε 17,4 εκ φιάλες παρουσιάζοντας μία αύξηση 372% σε σχέση με το 2004. Η μελέτη προβλέπει ότι μεταξύ 2009 και 2013 η κατανάλωση κρασιού στην Ινδία θα αυξηθεί κατά 1475 εκ κιβώτια και η Ινδία θα ανήκει στις 10 πιο ανερχόμενες καταναλωτικές αγορές για το κρασί τόσο από άποψη όγκου όσο και αξίας. Προβλέπεται επίσης μία επιπλέον ανάπτυξη κατά 100% της κατανάλωσης εισαγόμενων κρασιών φθάνοντας τα 5 εκ φιάλες έως το 2013.

8. Ιδιωτικοποίηση στην διανομή οινοπνευματωδών ποτών. Πηγή: MarketWatch, 6.2.2010

Λόγω της οικονομικής κρίσης κάποιες Πολιτείες των ΗΠΑ που ελέγχουν πλήρως τη διακίνηση αλκοόλ στα όριά τους βρίσκονται σε στάδιο αναζήτησης διεξόδων ώστε να αναθέσουν τη διακίνηση αλκοόλ σε ιδιωτικές εταιρείες με σκοπό να αυξήσουν τα έσοδά τους. Η προσπάθεια αυτή ωστόσο μπορεί να διαρκέσει μήνες γιατί αφενός πρέπει να αποδείξουν ότι η ιδιωτικοποίηση θα επιφέρει σημαντικό εισόδημα στις Πολιτείες και αφετέρου αντιμετωπίζει την αντίθεση όσων προτιμούν ο έλεγχος να παραμείνει στο κράτος, όπως τα εργατικά συνδικάτα και οι θρησκευτικές κοινότητες. Σήμερα 18 Πολιτείες των ΗΠΑ ελέγχουν μονοπωλιακά τη διακίνηση του αλκοόλ στα όριά τους.

9. Η μάχη για το κρασί δυναμώνει στη Νέα Υόρκη, Πηγή Democrat & Chronicle, 17.3.10

Έχει αυξηθεί η διαμάχη μεταξύ των super markets και των καβόν στην Πολιτεία της Νέας Υόρκης με αφορμή τη συζήτηση για την δυνατότητα πώλησης κρασιού από τα super markets μια και ως γνωστόν στη Νέα Υόρκη δεν επιτρέπεται κάτι τέτοιο και το δικαίωμα αυτό έχει δοθεί μόνο σε κάβες. Ο κυβερνήτης της Νέας Υόρκης υποστηρίζει την άρση της απαγόρευσης με το σκεπτικό ότι θα αυξήσει τις πωλήσεις του κρασιού και θα φέρει

περισσότερα έσοδα στην πολιτεία ενώ θα αυξηθούν οι θέσεις εργασίας. Αντίθετα οι καβίστες αντιδρούν σθεναρά λέγοντας ότι αρκετές κάβες θα κλείσουν και αντίθετα θα μειωθούν οι θέσεις εργασίας.

10. Οι εξαγωγές των Γαλλικών κρασιών παρουσίασαν μείωση 17%. Πηγή: Business Week, 17.2.10

Οι εξαγωγές των γαλλικών κρασιών περιορίστηκαν κατά 17% τον περασμένο χρόνο λόγω της οικονομικής κρίσης στην Ευρώπη και τις ΗΠΑ μια και οι καταναλωτές προτίμησαν φθηνότερα κρασιά και περιόρισαν τις δαπάνες τους σε εστιατόρια και μπαρ.

Τη μεγαλύτερη μείωση παρουσίασαν οι καμπανίτες οίνοι κατά 28% ενώ ακολούθησαν οι οίνοι του Bordeaux κατά 23%.

11. Οι πωλήσεις κρασιού από τη Νότιο Αφρική στη Μεγάλη Βρετανία στον τομέα της λιανικής ξεπερνούν εκείνες της Γαλλίας. Πηγή Drinks Business, 22.2.10

Σύμφωνα με στοιχεία της Nielsen, για πρώτη φορά οι πωλήσεις κρασιού από τη Νότιο Αφρική ξεπέρασαν εκείνες της Γαλλίας στη Μεγάλη Βρετανία. Συγκεκριμένα στα σημεία λιανικής οι πωλήσεις νοτιοαφρικάνικων κρασιών αυξήθηκαν κατά 20% ενώ της Γαλλίας μειώθηκαν κατά 12%.

Έτσι τώρα η Ν. Αφρική βρίσκεται στην 4η θέση από άποψη από άποψη πωλήσεων.

12. Τα Wines of Turkey εγκαινιάζουν διεθνή καμπάνια προβολής. Πηγή WineBusiness.com. 12.3.10

Με αφορμή την ανακοίνωση της φιλοξενίας του συνεδρίου του 2012 του διεθνούς γραφείου αμπέλου και οίνου (OIV) στην Τουρκία, τα Wines of Turkey ξεκίνησαν καμπάνια με τίτλο '*Discover the roots...*' στην Κωνσταντινούπολη, ισχυριζόμενα ότι η χώρα καταγωγής του κρασιού είναι η Τουρκία και όχι η Γεωργία. Στην εκδήλωση εγκαινίων της καμπάνιας οργανώθηκε τυφλή δοκιμή 49 κρασιών από 16 τουρκικά οινοποιεία τα οποία δοκιμάστηκαν από 7 κορυφαίους Βρετανούς, κυρίως,

δημοσιογράφους.

13. Η Γαλλία ετοιμάζεται να απαγορεύσει την εκπομπή του πρώτου τηλεοπτικού δικτύου αφιερωμένου στο κρασί. Πηγή: Decanter, 22.3.10

Το πρώτο Γαλλικό τηλεοπτικό δίκτυο αφιερωμένο στο κρασί κινδυνεύει να κλείσει πριν καν γυριστεί το πρώτο επεισόδιο. Η Γαλλική αρμόδια υπηρεσία που καθορίζει τη λειτουργία των γαλλικών ΜΜΕ αποθάρρυνε τις αρχικές προτάσεις που της υπεβλήθησαν από το τηλεοπτικό δίκτυο Edonys που είναι αφιερωμένο στο κρασί με το σκεπτικό ότι οι εκπομπές θα έρθουν σε αντίθεση με τον νόμο Evrin που απαγορεύει την συζήτηση, επίδειξη και παροχή οπτικού υλικού που παρουσιάζει τα θετικά οφέλη από την κατανάλωση κρασιού.

14. Νέο τεστ που βασίζεται στην ατομική βόμβα εντοπίζει τη νοθεία σε σχέση με την αναγραφή της χρονιάς τρυγητού. Πηγή: Decanter, 24.3.10

Ραδιενεργό διοξείδιο του άνθρακα μπορεί να βοηθήσει στην έρευνα για την ανίχνευση νοθείας σε σχέση με την αναγραφόμενη σοδειά παραγωγής των κρασιών, σύμφωνα με Αυστραλούς επιστήμονες. Η θεωρία βασίζεται στο γεγονός ότι μεταξύ 1940 και 1960 παρατηρήθηκαν πολλές πυρηνικές δοκιμές που απελευθέρωσαν C-14 στην ατμόσφαιρα. Τα αμπέλια απορροφούν τον C-14 που στη συνέχεια μεταφέρεται στο κρασί. Η ανίχνευση ή όχι του C-14 στο κρασί δίνει ενδείξεις για τη χρονιά παραγωγής του κρασιού.

15. Είναι δυνατόν να παραχθούν Fine κρασιά με 14%; Πηγή: Decanter, 10.3.10

Στο τεύχος Απριλίου του περιοδικού Decanter, ο Andrew Jefford MW παίρνει συνέντευξη από γνωστούς οινοπαραγωγούς σε σχέση με το εάν είναι δυνατόν να παραχθεί υψηλής ποιότητας κρασί με 14% αλκοόλ και πάνω. Οι απόψεις δίστανται.

16. Δύο φημισμένες οινικές περιοχές συμμετέχουν σε παγκόσμια ένωση για να προστατεύσουν τις οινικές ονομασίες προέλευσης. Πηγή: Beverage World, 5.2.10

Οι περιοχές Long Island στην Πολιτεία της Νέα Υόρκης των ΗΠΑ και η Rioja της Ισπανίας προστέθηκαν στην λίστα της παγκόσμια κίνησης, Joint

Declaration to Protect Wine Place & Origin, με σκοπό την προστασία των οινικών ονομασιών προέλευσης. Η κίνηση αυτή περιλαμβάνει ήδη 15 από τις πιο γνωστές οινικές περιοχές στον κόσμο και ιδρύθηκε τον Ιούλιο του 2005.

17. Το διαζύγιο του Chianti Classico Consorzio με το Chianti είναι πλέον οριστικό. Πηγή: Decanter, 9.2.10

Το Chianti Classico Consorzio μετά από 78 χρόνια προσπάθειας να απομακρυνθεί από την ονομασία προελεύσεως Chianti επιβεβαίωσε ότι το διαζύγιο είναι πλέον οριστικό.

Η ζώνη του Chianti Classico που αποτελούσε την κεντρική ζώνη του Chianti οριοθετήθηκε για πρώτη φορά το 1716 από το Μεγάλο Δούκα της Τοσκάνης ενώ το 1932 αναγνωρίστηκε ως υποπεριοχή της ιδιαίτερα εκτεταμένης ζώνης του Chianti. Από τότε η περιοχή του Chianti Classico παράγει κάποια από τα ποιοτικότερα κρασιά του κόσμου και προσπαθεί να ανεξαρτητοποιηθεί από το Chianti.

Το 1996 κατάφερε να αναγνωριστεί ως αυτόνομη περιοχή ενώ ένα νέο υπουργικό διάταγμα μόλις απαγόρευσε να χρησιμοποιούνται για την παραγωγή κρασιών Chianti ή Chianti Superiore σταφύλια από οποιονδήποτε αμπελώνα βρίσκεται μέσα στα όρια του Chianti Classico.

18. Νέα Ζηλανδία: Ήρθε η ώρα για την αναγνώριση ονομασιών προέλευσης; Πηγή: Decanter, 20.1.10

Το άρθρο αναφέρει ότι η Νέα Ζηλανδία είναι έτοιμη να προχωρήσει στην αναγνώρισή της ως ονομασία προέλευσης ανάλογη της Grand Cru Βουργουνδίας.

Για το λόγο αυτό τον περασμένο Ιανουάριο έγινε παρουσίαση από διεθνούς κύρους wine experts υπό την κα Jancis Robinson MW στους οινοπαραγωγούς της περιοχής του Central Otago, γύρω από το καθεστώς που διέπει τους οίνους με ονομασία προέλευσης Βουργουνδία καθώς και των τρόπων εφαρμογής του συστήματος της Βουργουνδίας στη Ν. Ζηλανδία. Το Νοέμβριο 2009 οι οινοπαραγωγοί προχώρησαν σε ενέργειες για την αναγνώριση υποπεριοχών μέσα στη Νέα Ζηλανδία.

Ωστόσο, ο αγοραστής κρασιών για την Berry Bross κος Simon Field MW αναφέρει ότι η διαδικασία για την αναγνώριση της Νέας Ζηλανδίας ως

ονομασίας προέλευσης δεν θα είναι εύκολη λαμβάνοντας υπόψη ότι οι κανόνες για τη θεσμοθέτηση της ονομασίας προέλευσης Βουργουνδία πήραν αιώνες για να θεσπιστούν.

19. Αυστραλιανό δικαστήριο απαγορεύει την κυκλοφορία γαλλικών κρασιών που δημιουργούν την εντύπωση ότι παράγονται στη Νέα Ζηλανδία. Πηγή: Wall Street Journal, 29/1/2010

Αυσταλιανό δικαστήριο μπλόκαρε την προσπάθεια Γάλλου οινοποιού να κυκλοφορίσει κρασί με ονομασία Kiwi Cuvée με το σκεπτικό ότι δίνει την εντύπωση ότι πρόερχεται από τη Ν. Ζηλανδία. Το γεγονός αυτό δημιουργεί εντύπωση καθώς, ως γνωστόν, η Γαλλία εγκαινίασε τη νομοθεσία των ονομασιών προέλευσης που προστατεύουν τις γεωγραφικές ενδείξεις καταγωγής τροφίμων και ποτών.

20. Οι καταστροφές που υπέστη ο οινικός κλάδος της Χιλής ήταν μικρότερες από ότι πίστευαν αρχικά. Πηγή Decanter, 3.3.10

Σύμφωνα με το Διοικητικό Συμβούλιο των Wines of Chile που εκπροσωπούν το 95% της Χιλιανής παραγωγής, οι καταστροφές που υπέστη ο οινοποιητικός κλάδος της Χιλής από τον πρόσφατο σεισμό των 8,8 ρίχτερ ήταν μικρότερες από τις αναμενόμενες. Σύμφωνα με τις εκτιμήσεις πιστεύεται ότι 12,5% του αποθηκευμένου κρασιού, που αντιστοιχεί σε περίπου \$250 εκ, καταστράφηκε. Μεγάλο μέρος όμως του κρασιού ήταν ήδη ασφαλισμένο ενώ τα αποθέματα των οινοποιείων ήταν μεγάλα. Οι καταστροφές αφορούσαν κυρίως παλαιότερες εγκαταστάσεις. Σύμφωνα με την ίδια πηγή ο τρύγος του 2010 δεν επηρεάστηκε σημαντικά μια και είχε ξεκινήσει μόνο στις βόρειες περιοχές της Χιλής οι οποίες βρισκόντουσαν μακριά από το επίκεντρο του σεισμού.

B. Κρασί και Υγεία

Ευεργετικές ιδιότητες από την κατανάλωση οίνου στο γυναικείο βάρος.
Πηγή: Daily Telegraph, 7.3.10

Σύμφωνα με νέα έρευνα, οι γυναίκες που καταναλώνουν κρασί, ιδίως κόκκινο, έχουν λιγότερες πιθανότητες να αυξήσουν το βάρος τους σε σχέση με αυτές που δεν πίνουν. Η έρευνα διήρκεσε 13 χρόνια σε περισσότερες από 19.000 γυναίκες. Φυσικά η μελέτη αναφέρεται στην με μέτρο κατανάλωση

κρασιού.

Μελέτη του Ινστιτούτου Προληπτικής Ιατρικής στη Κοπενγχάγη ανέδειξε ότι η ημερήσια κατανάλωση ενός ποτηριού κόκκινο κρασί αυξάνει την καλή χολοστερόλη κατά 16% και περιορίζει τις ενώσεις που προκαλούν θρομβώσεις κατά 15%.

Επίσης, μελέτη του London School of Medicine και του Queen Mary University ανέδειξε τον τρόπο με τον οποίο το κόκκινο κρασί επιδρά με χημική ουσία που εκλύεται από το ανθρώπινο σώμα και είναι υπεύθυνη για τις θρομβώσεις των αρτηριών.

Τέλος, αποδεικνύεται ότι και το λευκό κρασί έχει ευεργετικές επιδράσεις στην υγεία, σύμφωνα με μελέτη του Πανεπιστημίου του Buffalo που υποδεικνύει ότι ενώ και το λευκό και το κόκκινο κρασί ενισχύουν την λειτουργία των πνευμόνων, φαίνεται ότι το λευκό κρασί έχει πιο θετική επίδραση. ____