

ΣΥΝΑΝΤΗΣΗ ΤΟΥ ΔΣ ΤΗΣ ΕΔΕΟΠ ΜΕ ΤΗΝ ΒΙΚΟΣ ΑΕ

Επαναβεβαίωση της συνεργασίας και ανταλλαγή απόψεων για την αγορά ποτών

Το Διοικητικό Συμβούλιο της ΕΔΕΟΠ Αθηνών πραγματοποίησε συνάντηση με στελέχη της εταιρείας Βίκος Α.Ε., στο πλαίσιο της διαρκούς επικοινωνίας και συνεργασίας της Ένωσης με τις σημαντικότερες επιχειρήσεις του κλάδου. Η συζήτηση επικεντρώθηκε σε ζητήματα εμπορικής πολιτικής, συνεργασιών και ανάπτυξης της αγοράς, ενώ δόθηκε έμφαση στην αμοιβαία υποστήριξη και στη διατήρηση υγιών σχέσεων ανάμεσα στους διακινητές και τις εταιρείες παραγωγής. Από πλευράς της εταιρείας παραβρέθηκε ο κ. Βασίλης Κουτσομήτης Senior Sales Director-Fragmented Trade της Ηπειρωτικής Βιομηχανίας εμφιαλώσεων ΑΕ και οι συνεργάτες του, οι οποίοι αντάλλαξαν απόψεις με τα μέλη του Διοικητικού Συμβουλίου σε θετικό και εποικοδομητικό κλίμα. Η ΕΔΕΟΠ, για ακόμη μία φορά, επιβεβαίωσε τον ρόλο της ως συνδετικού κρίκου μεταξύ παραγωγών και επαγγελματιών της διακίνησης, προωθώντας τον διάλογο, τη συνεργασία και τη διαφάνεια στον χώρο των ποτών.



Ανεξήγητες αυξήσεις...

Ερωτήματα για τις νέες τιμολογιακές πολιτικές στην αγορά αναψυκτικών

Χωρίς καμία προηγούμενη ενημέρωση ή τεκμηρίωση, παρατηρήθηκαν αιφνίδιες αυξήσεις στις μονές συσκευασίες της Coca-Cola, με τη τιμή να ανεβαίνει κατά 4% στο κουτί και κατά 5% στο μπουκάλι.

Η εξέλιξη αυτή προκαλεί εύλογη έκπληξη και προβληματισμό στον κλάδο, καθώς δεν συνοδεύεται από κάποια επίσημη εξήγηση ή γνωστοποίηση των λόγων που οδήγησαν σε αυτή την αναπροσαρμογή.

Η ΕΔΕΟΠ Αθηνών εκφράζει την επιθυμία να υπάρξει διαφάνεια και ενημέρωση σχετικά με τις αιτίες αυτών των αυξήσεων, οι οποίες επιβαρύνουν περαιτέρω την ήδη πιεσμένη αγορά και δυσχεραίνουν την καθημερινή λειτουργία των επιχειρήσεων χονδρικής και λιανικής.



ΟΙ ΕΞΕΛΙΞΕΙΣ ΣΧΕΤΙΚΑ ΜΕ ΤΟ LOTIFY

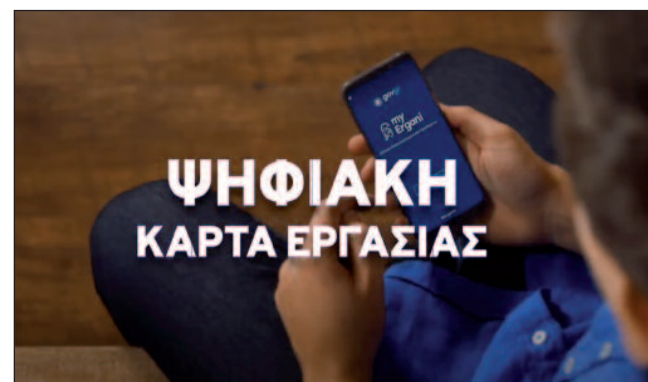
Η ΕΔΕΟΠ Αθηνών ενημερώνει τους συναδέλφους σχετικά με την εφαρμογή του LOTIFY, ενός συστήματος που, όπως έχει παρουσιαστεί, αναμένεται να προσθέσει μια ιδιαίτερα απαιτητική εξίσωση στην καθημερινότητα του χονδρεμπορίου. Οι τεχνικές και λειτουργικές δυσκολίες που ενδέχεται να προκύψουν έχουν ήδη προκαλέσει έντονο προβληματισμό στις επιχειρήσεις του κλάδου. Στο πλαίσιο αυτό, επίκειται κοινή συνάντηση της ΕΔΕΟΠ Αθηνών και της αντίστοιχης Ένωσης της Θεσσαλονίκης, καθώς και όλων των εμπλεκόμενων φορέων, με τον Υφυπουργό Εθνικής Οικονομίας κ. Γεώργιο Κώτσηρα και τον Διοικητή της ΑΑΔΕ κ. Γεώργιο Πιτσιλή, με σκοπό να παρουσιαστούν οι θέσεις του κλάδου και να αναζητηθούν ρεαλιστικές λύσεις. Η ΕΔΕΟΠ, με υπευθυνότητα και συνέπεια απέναντι στα μέλη της, στηρίζει τον διάλογο και επιδιώκει τη μη εφαρμογή του μέτρου, θεωρώντας ότι η συγκεκριμένη ρύθμιση δεν ανταποκρίνεται στις πραγματικές ανάγκες και δυνατότητες του χονδρεμπορίου ποτών.



ΑΠΟ ΤΟΝ ΟΚΤΩΒΡΙΟ ΑΡΧΙΣΕ Η ΕΦΑΡΜΟΓΗ ΤΗΣ ΨΗΦΙΑΚΗΣ ΚΑΡΤΑΣ ΕΡΓΑΣΙΑΣ ΚΑΙ ΣΤΟΝ ΚΛΑΔΟ ΜΑΣ

Η σταδιακή εφαρμογή της ψηφιακής κάρτας εργασίας επεκτείνεται πλέον και στον δικό μας κλάδο, με έναρξη ισχύος από την 1η Οκτωβρίου 2025. Το μέτρο, που εφαρμόζεται ήδη σε σειρά επαγγελματικών δραστηριοτήτων, αποσκοπεί στη διασφάλιση της διαφάνειας στις εργασιακές σχέσεις και

στην καταγραφή του πραγματικού χρόνου απασχόλησης των εργαζομένων. Η ΕΔΕΟΠ εφιστά την προσοχή όλων των συναδέλφων στην πιστή τήρηση των νέων υποχρεώσεων, καθώς τα προβλεπόμενα πρόστιμα για μη συμμόρφωση είναι ιδιαίτερα υψηλά.



Νέα Φορολογική
Μεταρρύθμιση:
Ανάσα για τη
Μεσαία Τάξη,
Κίνητρα για
Οικογένειες



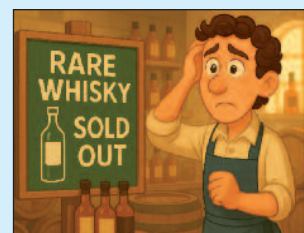
Στη σελίδα 4

ΤΟ ΚΡΥΦΟ
ΑΠΟΘΕΜΑ
ΤΩΝ 5.000
ΚΑΤΟΙΚΙΩΝ
ΣΤΗΝ ΑΘΗΝΑ



Στη σελίδα 6

ΟΤΑΝ
Η ΣΠΑΝΙΟΤΗΤΑ
ΞΕΠΕΡΝΑ
ΤΗΝ ΤΙΜΗ



Στη σελίδα 8

ΜΕΓΑΛΗ ΕΡΕΥΝΑ ΤΗΣ MRB ΓΙΑ ΤΟ Ε.Ε.Α.: ΤΟ 59,8% ΚΡΙΝΕΙ ΑΡΝΗΤΙΚΑ ΤΑ ΜΕΤΡΑ

Το Επαγγελματικό Επιμελητήριο Αθηνών (Ε.Ε.Α.) πα- ρουσίασε τα αποτελέσματα της μεγάλης έρευνας που διεξήγαγε για λογαριασμό του η εταιρεία MRB, με στόχο να αποτυπωθεί η πραγματική εικόνα της αγο- ράς και των πολιτών της Αττικής, αμέσως μετά τις κυβερνητι- κές ανακοινώσεις στη Διεθνή Έκθεση Θεσσαλονίκης (ΔΕΘ).

Τα ευρήματα είναι ιδιαίτερα αποκαλυπτικά και αναδεικνύουν ένα κλίμα δυσπιστίας και επιφυλακτικότητας απέναντι στα μέτρα στήριξης που εξαγγέλθηκαν. «Δικαιώνονται οι θέσεις μας», τονίζει ο Πρόεδρος του Ε.Ε.Α.Ο Πρόεδρος του Επαγγελμα- τικού Επιμελητηρίου Αθηνών, Γιάννης Χατζηθεοδοσίου, σχολιά- ζοντας τα αποτελέσματα, σημειώνει:«Τα ευρήματα της έρευνας που έκανε η MRB για λογαριασμό του Επαγγελματικού Επιμελη- τηρίου Αθηνών, δικαιώνουν τις θέσεις που εκφράσαμε μετά τις ανακοινώσεις των μέτρων και ειδικά για την απουσία ουσιαστι- κής στήριξης των μικρομεσαίων επιχειρήσεων. Τα στοιχεία δεί- χνουν τα βήματα που πρέπει να γίνουν από εδώ και πέρα. Και αυτά πρέπει να εστιάζουν στις μειώσεις των τιμών προϊόντων και υπηρεσιών, αλλά και στις ενέργειες που απαιτούνται για την ενίσχυση της αγοραστικής δύναμης των πολιτών και των μικρο- μεσαίων επιχειρήσεων. Μόνο κάποιες μειώσεις άμεσων φόρων δεν επαρκούν για να βελτιώσουν το κλίμα στην αγορά».

Αρνητική αποδοχή των εξαγγελιών της ΔΕΘ

Σύμφωνα με την έρευνα, οι κάτοικοι του Νομού Αττικής κρίνουν τα μέτρα που εξήγγειλε ο Πρωθυπουργός στη ΔΕΘ κατά 59,8% αρνητικά, ενώ μόλις το 28,7% τα αξιολογεί θετικά.Ακόμη πιο ανησυχητικό είναι ότι μόνο το 12% θεωρεί πως τα μέτρα αντιμε- τωπίζουν σε «πολύ μεγάλο» ή «αρκετό» βαθμό τα προβλήματα της καθημερινότητας, ενώ το 40% πιστεύει ότι αυτά απλώς «σε μικρό βαθμό» αγγίζουν τα πραγματικά ζητήματα των πολιτών. Αντίστοιχη εικόνα παρατηρείται και ως προς τις επιπτώσεις στην οικονομία, όπου, παρά μια μικρή βελτίωση των ποσοστών, το γενικό κλίμα παραμένει επιφυλακτικό και συγκρατημένα αρ- νητικό.

Η οικονομική πραγματικότητα των πολιτών:

το εισόδημα δεν φτάνει για τον μήνα, η έρευνα της MRB κατα- γράφει έντονο οικονομικό στρες στα νοικοκυριά της Αττικής. Για δύο στους τρεις πολίτες (66%), το εισόδημα δεν επαρκεί για ολόκληρο τον μήνα.

Πιο συγκεκριμένα:

- Το 66% δηλώνει ότι τα χρήματα επαρκούν για τρεις εβδομά- δες,
- Το 32,2% για μόλις 15 ημέρες,
- Μόλις το 23,9% λέει ότι μπορεί να καλύψει με άνεση τις μηνι- αίες ανάγκες,
- Και ένα 7,7% καταφέρει να αποταμιεύσει. Οι περικοπές δα- πανών είναι γενικευμένες και αφορούν τόσο “ελαστικές” δαπά- νες — όπως διασκέδαση και ψυχαγωγία — όσο και βασικές κατηγορίες όπως τρόφιμα, είδη πρώτης ανάγκης, ενέργεια και καύσιμα.Ακόμη και οι διακοπές των πολιτών έχουν επηρεαστεί: το 45% δηλώνει ότι μειώθηκε τόσο η διάρκεια όσο και η ποι- ότητά τους.

Οι ΜμΕ σε πίεση και ανασφάλεια

Το 73,1% των κατοίκων της Αττικής δηλώνει ότι δεν βλέπει ου- σιαστική ενίσχυση των μικρομεσαίων επιχειρήσεων από τα μέτρα της κυβέρνησης.

Οι επαγγελματίες και οι επιχειρηματίες της περιοχής αντιμετω- πίζουν πολλαπλές προκλήσεις, με κυριότερες:

- Μειωμένη αγοραστική δύναμη των νοικοκυριών (55,9%)
- Υψηλό λειτουργικό κόστος (45,9%)
- Οφειλές σε τράπεζες και Δημόσιο (43,1%)
- Έλλειψη ρευστότητας (38,5%)Η εικόνα αυτή συνθέτει ένα πε- ριβάλλον αβεβαιότητας που περιορίζει τη δυνατότητα ανάπτυ- ξης και επενδύσεων των μικρομεσαίων επιχειρήσεων.



Καθολική απαίτηση για μείωση του ΦΠΑ στα τρόφιμα

Ένα από τα πιο ηχηρά ευρήματα της έρευνας αφορά τη μείωση του ΦΠΑ στα τρόφιμα, που συγκεντρώνει καθολική αποδοχή (72,9%).Το στοιχείο αυτό δείχνει την προτεραιότητα που δίνουν οι πολίτες στην άμεση ανακούφιση του οικογενειακού προϋπο- λογισμού και στη μείωση του κόστους ζωής.

Συμπέρασμα: ανάγκη για ρεαλιστικές πολιτικές στήριξηςΗ με- γάλη έρευνα της MRB για το Ε.Ε.Α. καταδεικνύει ότι η αγορά βρίσκεται σε κρίσιμη καμπή: οι πολίτες και οι επαγγελματίες βιώνουν έντονη οικονομική πίεση, ενώ τα εξαγγελθέντα μέτρα θεωρούνται ανεπαρκή για την ουσιαστική στήριξη της πραγμα- τικής οικονομίας.

Το Επαγγελματικό Επιμελητήριο Αθηνών τονίζει την ανάγκη για στοχευμένες παρεμβάσεις, μείωση τιμών, ενίσχυση της αγορα- στικής δύναμης και συνεκτικές πολιτικές στήριξης των ΜμΕ, που αποτελούν τη ραχοκοκαλιά της ελληνικής οικονομίας.

ΟΙ ΕΛΛΗΝΕΣ ΠΡΟΤΙΜΟΥΝ ΚΡΑΣΙ ΚΑΙ ΜΠΥΡΑ, ΑΛΛΑ... ΛΟΞΟΚΟΙΤΑΖΟΥΝ ΠΡΟΣ ΤΑ ΚΟΚΤΕΙΛ

Κρασί και μπύρα κρατούν τα σκήπτρα των αγαπημένων ποτών για τους Έλληνες καταναλωτές, όμως τα κοκτέιλ έχουν αρχίσει να τα πλησιάζουν αρκετά. Το συμπέρασμα αυτό περιλαμβάνεται στο white paper της Ierax Analytix για τα αλκοολούχα ποτά στην Ελλάδα, το οποίο δόθηκε χθες στη δημοσιότητα και βασίζεται σε έρευνα που πραγματοποιήθηκε τον περασμένο Νοέμβριο σε δείγμα 1.689 ανδρών και γυναικών. Συγκεκριμένα, σε ερώτηση για τα ποτά που πίνουν, το 59% των ερωτηθέντων επιλέγουν το κρασί και το 51% την μπύρα, με τα κοκτέιλ να βρίσκονται στην τρίτη θέση με 40% και το ούζο και το τσί- πουρο στην τέταρτη θέση με 38%. Μικρότερα ποσοστά αποσπούν το ουίσκι (32%), το τζιν (29%) και η βότκα (26%), ενώ ιδιαίτερα χαμηλό είναι ακόμα το ποσοστό των μη αλκοολούχων ποτών (10%). Αναλύοντας τα ποιοτικά δεδομένα της έρευνας, προκύπτει ότι σε όλες τις ηλικίες πρώτη επιλογή είναι το κρασί, εκτός από τη νεότερη ηλικιακή ομάδα 18-24 ετών, για τους οποίους πρώτη έρχεται η μπύρα. Το κοκτέιλ είναι πιο αγαπητό στις ηλικίες 25-34 ετών. Όσον αφορά στο ούζο, το τσίπουρο και το ουίσκι, τα ποσοστά αυξάνονται όσο αυξάνεται η ηλικία, ενώ αντίθετα στην περίπτωση της τεκίλα μειώνεται η κατανάλωση όσο αυξάνεται η ηλικία. Το τζιν, από την άλλη, το καταναλώνουν κυρίως ηλικίες έως 34 ετών (διπλάσια ποσοστά από μεγα- λύτερες ηλικίες). Επίσης, για το σύνολο των καταναλωτών το πρώτο κριτήριο για την επιλογή ενός ποτού είναι η γεύση του και έπειτα η τιμή και η μάρκα του. Ως προς το φύλο, οι άνδρες προτιμούν την μπύρα και ακολουθούν το κρασί, το ουίσκι, το ούζο και έπειτα τα κοκτέιλ, ενώ ενδιαφέρονται πιο πολύ για τη μάρκα από τις γυναίκες. Οι γυναίκες, από την άλλη, προτιμούν το κρασί, μετά το κοκτέιλ και έπειτα την μπύρα, ενώ ενδια- φέρονται πιο πολύ για την παρουσίαση από τους άντρες και μετράει γι’ αυτές περισσότερο η πρό-ταση από barman/barwoman.

Η περίπτωση του αλκοολούχου καφέ

Αξίζει όμως να κρατήσουμε και την κατηγορία του αλκοολούχου καφέ, η οποία παρουσιάζει ιδιαι- τερο ενδιαφέρον, καθώς σχεδόν διπλασιάζεται ως επιλογή στις δυναμικές ηλικίες 25-44 ετών.

Πρόκειται για ένα προϊόν που, αν και οι Έλληνες καταναλωτές είμαστε γενικότερα παραδοσιακοί και συντηρητικοί σε σχέση με τον υπόλοιπο δυτικό κόσμο, συνδυάζει ένα αγαπημένο μας ρόφημα με το αλκοόλ (ή τη μυρωδιά του) και μπορεί να εξελιχ- θεί σε απογευματινό energy boost. Σύμφωνα με την έρευνα, ήδη το 32% των ερωτηθέντων δηλώνει ότι έχει δοκιμάσει ή θα ήθελε να δοκιμάσει αλκοολούχο καφέ, ενώ ένα 22% έχει δοκιμάσει ή θα ήθελε να δοκιμάσει αλκοολούχο τσάι.

Προτιμούν τα σούπερ μάρκετ όσοι καταναλώνουν στο σπίτι Γενικά, οι άνδρες πίνουν συχνότερα από τις γυναίκες: το ποσοστό των ανδρών που καταναλώνουν καθημερι-νά είναι τριπλάσιο από αυτό των γυναικών.

Το 71% των ανδρών πίνει τουλάχιστον μια φορά την εβδομάδα, ενώ το αντίστοιχο ποσοστό των γυναικών είναι 50%.

Συνολικά, πάνω από τους μισούς Έλληνες καταναλώ- νουν αλκοόλ από μία έως τέσσερις φορές την εβδομά-δα (54%), ένα 27% σπανιότερα και ένα 11% καταναλώ- νει τυχαία ή χωρίς κάποιο πρόγραμμα, ενώ το ποσοστό αυτών που πίνουν κάθε μέρα αλκοόλ διαμορφώνεται στο 8%.

Έχει όμως ενδιαφέρον να δούμε πού καταναλώνουν τα ποτά τους οι Έλληνες: το 62% προτιμά την κατανάλωση σε μπαρ και το 35% στο σπίτι, ενώ μόνο ένα 3% προτι- μά να πίνει αλκοολούχα ποτά σε άλλους εξωτερικούς χώρους, όπως πάρκα ή παραλίες.

Από αυτούς που καταναλώνουν ποτά στο σπίτι ή σε άλ- λους χώρους εκτός μπαρ, το 71% τα αγοράζει από το σούπερ μάρκετ, το 20% από κάβες και ένα 9% από μίνι μάρκετ ή περίπτερα.

Και τα δύο φύλα πίνουν κυρίως σε μπαρ, όμως οι άν-δρες πίνουν λίγο περισσότερο στο σπίτι σε σχέση με τις γυναίκες, ενώ αντίστοιχα οι γυναίκες λίγο περισσότερο στο μπαρ.

Όσον αφορά στον παράγοντα της ηλικίας, οι νεότερες ηλικίες είναι πιο πιθανό να πίνουν έξω σε μπαρ, ενώ οι μεγαλύτερες στο σπίτι.

ΤΟ Δ.Σ. ΤΗΣ ΕΔΕΟΠ ΑΘΗΝΩΝ

ΒΥΤΙΝΙΩΤΗΣ ΙΩΑΝΝΗΣ	210-9702018	ΠΡΟΕΔΡΟΣ
ΝΤΑΜΠΑΡΑΚΗΣ ΝΙΚΟΛΑΟΣ	210-2772005	ΑΝΤΙΠΡΟΕΔΡΟΣ
ΑΝΩΓΙΑΝΝΑΚΗΣ ΔΑΜΙΑΝΟΣ	210-8043465	ΓΕΝ ΓΡΑΜΜΑΤΕΑΣ
ΖΑΜΠΟΥΡΑΣ ΧΑΡΗΣ	210-2465788	ΤΑΜΙΑΣ
ΔΑΝΙΗΛ ΣΠΥΡΟΣ	210-4934757	ΜΕΛΟΣ
ΔΕΡΜΙΤΖΑΚΗΣ ΧΑΡΑΛΑΜΠΟΣ	210-5779896	ΜΕΛΟΣ
ΓΕΡΑΡΗΣ ΚΩΝΣΤΑΝΤΙΝΟΣ	210-2281583	ΜΕΛΟΣ

ΕΦΗΜΕΡΙΔΑ 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 ΒΥΤΙΝΙΩΤΗΣ ΙΩΑΝΝΗΣ 210-9702018

Επιμέλεια Έκδοσης - Εκτύπωση ΕΚΔΟΣΕΙΣ ΔΕΣΜΟΣ Ε. Γιάνναρη 5, 11853 210-3468268



Φορολογικά

Νέα Φορολογική Μεταρρύθμιση: Ανάσα για τη Μεσαία Τάξη, Κίνητρα για Οικογένειες

Η κυβέρνηση θέτει σε δημόσια διαβούλευση το νομοσχέδιο «Φορολογική μεταρρύθμιση για το δημογραφικό και τη μεσαία τάξη», φέρνοντας μειώσεις φόρων, αναθεώρηση τεκμηρίων και κατάργηση του τέλους επιτηδεύματος

Η κυβέρνηση έθεσε από τις 7 έως τις 22 Οκτωβρίου 2025 σε δημόσια διαβούλευση το νέο φορολογικό νομοσχέδιο με τίτλο «Φορολογική μεταρρύθμιση για το δημογραφικό και τη μεσαία τάξη – Μέτρα στήριξης για την κοινωνία και την οικονομία». Πρόκειται για μια εκτενή πρωτοβουλία που επιχειρεί να αντιμετωπίσει δύο μεγάλα ζητήματα: τη φορολογική πίεση στα μεσαία εισοδήματα και τη δημογραφική συρρίκνωση της χώρας. Αν και πολλά σημεία θα οριστικοποιηθούν μετά τη διαβούλευση, οι βασικές κατευθύνσεις δείχνουν ότι μπαίνουμε σε μια νέα εποχή φορολογικής πολιτικής, με έμφαση στη μείωση των τεκμηρίων, στα κίνητρα για οικογένειες και στην απλοποίηση των δηλώσεων.

1. Νέες φορολογικές κλίμακες και ελαφρύνσεις για τη μεσαία τάξη

Η σημαντικότερη αλλαγή αφορά την αναμόρφωση της φορολογικής κλίμακας για φυσικά πρόσωπα. **Προβλέπεται:**

- Μείωση των ενδιάμεσων συντελεστών κατά 2 μονάδες από το 2026, με στόχο να αυξηθεί το καθαρό διαθέσιμο εισόδημα.
- Διεύρυνση των εισοδηματικών ορίων για κάθε κλιμάκιο, ώστε περισσότεροι φορολογούμενοι να εντάσσονται σε χαμηλότερο συντελεστή.
- Ειδική προσαύξηση αφορολόγητου για οικογένειες με παιδιά (π.χ. +1.000 € για το πρώτο παιδί, +2.000 € για το δεύτερο κ.λπ.).

Για παράδειγμα, οικογένεια με δύο παιδιά και ετήσιο εισόδημα 24.000 € θα έχει όφελος περίπου 400–600 ευρώ ετησίως σε φόρο εισοδήματος, ανάλογα με το τελικό σχήμα που θα ψηφιστεί.

2. Ριζικές αλλαγές στα τεκμήρια διαβίωσης

Ίσως το πιο πολυσυζητημένο σημείο είναι η αναθεώρηση των τεκμηρίων, που αποτελούν «πονοκέφαλο» για εκατοντάδες χιλιάδες φορολογούμενους.

- Μείωση των τεκμηρίων κατοικίας: Οι αντικειμενικές δαπάνες μειώνονται κατά 30–40%, με στόχο να αντικατοπτρίζουν πιο ρεαλιστικά το κόστος διαβίωσης και όχι τις παλιές εμπορικές αξίες.
- Αυτοκίνητα και σκάφη αναψυχής: Η τεκμαρτή δαπάνη θα εξαρτάται πλέον από την ηλικία και την αξία του οχήματος, με μειώσεις για ΙΧ άνω των 10 ετών.
- Κατάργηση ελάχιστης δαπάνης για εξαρτώμενα τέκνα που

αποκτούν εισόδημα (π.χ. φοιτητές με μικρές αμοιβές).

- Επαναπροσδιορισμός αντικειμενικών κριτηρίων για κατοικίες σε περιοχές με μεγάλη διαφορά αντικειμενικών – εμπορικών αξιών. Οι αλλαγές αυτές αναμένεται να μειώσουν το τεκμαρτό εισόδημα σε περίπου 480.000 φορολογούμενους, ιδίως σε νοικοκυριά με παλαιά ακίνητα ή μικρής αξίας αυτοκίνητα.

3. Κίνητρα για οικογένειες και αντιμετώπιση του δημογραφικού

Η κυβέρνηση επιχειρεί να δώσει οικονομικά κίνητρα στις νέες οικογένειες, ώστε να ενθαρρύνει τη γονιμότητα και να ανακουφίσει τη μεσαία τάξη. Προβλέπεται:

- Έκπτωση φόρου 1.000 € ανά παιδί, για τα πρώτα τρία τέκνα.
- Αύξηση αφορολόγητου για γονείς με ανήλικα παιδιά.
- Μείωση ΕΝΦΙΑ για πολύτεκνες οικογένειες και νέους γονείς με κύρια κατοικία.
- Κίνητρα για απόκτηση πρώτης κατοικίας μέσω απαλλαγών ή μειωμένου φόρου μεταβίβασης. Είναι σαφές ότι η μεταρρύθμιση επιχειρεί να “κουμπώσει” τη φορολογική πολιτική με το δημογραφικό πρόβλημα — ένα από τα σοβαρότερα διαρθρωτικά ζητήματα της ελληνικής κοινωνίας.

4. Κατάργηση τέλους επιτηδεύματος και νέοι κωδικοί στο Ε1

Η κατάργηση του τέλους επιτηδεύματος αποτελεί τη μεγάλη ανάσα για τους ελεύθερους επαγγελματίες. Αφορά πάνω από 700.000 ενεργούς ΑΦΜ που μέχρι σήμερα πλήρωναν από 400 έως 650 ευρώ ετησίως ανεξαρτήτως εισοδήματος.

Παράλληλα, το έντυπο Ε1 θα αλλάξει σημαντικά:

- Νέοι κωδικοί 741–742 για το «ψηφιακό τέλος συναλλαγών».
- Αφαίρεση παλιών πεδίων που σχετίζονταν με το τέλος επιτηδεύματος.
- Ενοποίηση στοιχείων που δηλώνονται για εισοδήματα από ενοίκια ή βραχυχρόνιες μισθώσεις. Για λογιστές και μικρές επιχειρήσεις, αυτό σημαίνει ανάγκη προσαρμογής στα νέα έντυπα ήδη από τις δηλώσεις του 2026.

5. Εφαρμογή ηλεκτρονικής εφαρμογής για εκτίμηση οφέλους

Το υπουργείο Οικονομικών έχει θέσει σε λειτουργία μια νέα πλατφόρμα μέσω της οποίας κάθε φορολογούμενος μπορεί να δει πόσο θα ωφεληθεί από τη μεταρρύθμιση. Η εφαρμογή είναι διαθέσιμη στο minfin.gov.gr και επιτρέπει την προσομοίωση με βάση τα πραγματικά εισοδήματα και την οικογενειακή κατάσταση. Αυτό διευκολύνει τόσο τους πολίτες όσο και τους επαγγελματίες λογιστές να ενημερώσουν έγκαιρα τους πελάτες τους για το πιθανό όφελος.

6. Επιπτώσεις και προσαρμογές για τις επιχειρήσεις

Αν και το νομοσχέδιο στοχεύει κυρίως στα φυσικά πρόσωπα, υπάρχουν έμμεσες επιπτώσεις και για τον επιχειρηματικό κόσμο:

- Οι ελαφρύνσεις στα φυσικά πρόσωπα αναμένεται να αυξήσουν τη κατανάλωση – ειδικά στα προϊόντα ευρείας χρήσης, όπως ποτά και αναψυκτικά, κάτι που αφορά άμεσα τον κλάδο των Κάβων και Πρατηρίων.
- Η κατάργηση του τέλους επιτηδεύματος δίνει ανάσα



στους μικρομεσαίους επαγγελματίες που δραστηριοποιούνται ως ατομικές επιχειρήσεις.

- Οι νέες υποχρεώσεις ηλεκτρονικής υποβολής απαιτούν επαναξιολόγηση των λογιστικών συνεργασιών και ίσως εκσυγχρονισμό των ERP ή POS συστημάτων. Για αυτόν τον λόγο, συνιστάται κάθε επιχείρηση να συμβουλευθεί τον λογιστή της εντός του φθινοπώρου, πριν οριστικοποιηθεί το νομοσχέδιο.

7. Χρονοδιάγραμμα και επόμενα βήματα

- 7–22 Οκτωβρίου 2025: Δημόσια διαβούλευση στο orengon.gr.
- Τέλη Οκτωβρίου: Κατάθεση τροποποιημένου νομοσχεδίου στη Βουλή.
- Νοέμβριος – Δεκέμβριος 2025: Ψήφιση και έκδοση εφαρμοστικών αποφάσεων από την ΑΑΔΕ.
- 1 Ιανουαρίου 2026: Έναρξη εφαρμογής των περισσότερων διατάξεων.

8. Τι να κάνουν τώρα οι πολίτες και οι επαγγελματίες;

- Να ενημερωθούν εγκαίρως για τις μεταβολές στη φορολογική κλίμακα και στα τεκμήρια.
- Να επανεξετάσουν το φορολογικό τους προφίλ – ειδικά όσοι δηλώνουν τεκμαρτά εισοδήματα.
- Να εκμεταλλευτούν την ηλεκτρονική εφαρμογή του Υπουργείου για εκτίμηση οφέλους.
- Να συμμετάσχουν στη διαβούλευση, υποβάλλοντας παρατηρήσεις μέσω orengon.gr (ιδίως επαγγελματικοί φορείς όπως η ΕΔΕΟΠ).
- Να σχεδιάσουν εκ των προτέρων την επόμενη δήλωσή τους, λαμβάνοντας υπόψη τους νέους κωδικούς και τις καταργήσεις.

Εν κατακλείδι

Η μεταρρύθμιση αυτή δεν είναι απλώς μια «ακόμη αλλαγή» στους φόρους. Είναι μια προσπάθεια να ανασχεθεί η πίεση στη μεσαία τάξη και να δοθεί ένα σήμα ανανέωσης στη σχέση πολίτη – κράτους, μέσα από πιο δίκαιη και ρεαλιστική φορολόγηση. Απομένει να δούμε αν το τελικό κείμενο θα διατηρήσει το φιλολαϊκό του χαρακτήρα ή αν θα περιοριστεί λόγω δημοσιονομικών πιέσεων. Όπως και να 'χει, οι επόμενες εβδομάδες είναι κρίσιμες — και οι πολίτες έχουν λόγο να παρακολουθήσουν ενεργά αυτή τη μεταρρύθμιση που αφορά άμεσα την τσέπη τους.



Πρατηριούχες, δυνάμωσε τη φωνή της ΕΔΕΟΠ Αθηνών για να επιλύσουμε τα προβλήματα του κλάδου



Νέα
ΑΛΦΑ
-ΜΕ-
θαλασσινό
αλάτι

Εμπνευσμένη
από την
κοινή μας γη.



Ακίνητα

ΤΟ ΚΡΥΦΟ ΑΠΟΘΕΜΑ ΤΩΝ 5.000 ΚΑΤΟΙΚΙΩΝ ΣΤΗΝ ΑΘΗΝΑ

Αγνωστη η περιουσία των σχολαζουσών κληρονομιών, δεν έχει καταγραφεί όλη...

φανής και αναξιοποίητη παραμένει μια πολύ σημαντική ακίνητη περιουσία, τόσο στην Ατική όσο και στην περιφέρεια, προϊόν σχολαζουσών κληρονομιών ή αποποιήσεων. Παρότι ουδείς μπορεί να δώσει ακριβή στοιχεία, μια και ποτέ δεν έγινε συστηματική καταγραφή των ακινήτων αυτών, ο Σύλλογος Μεσιτών Αθηνών – Ατικής εκτιμά ότι, μόνο από κληροδοτήματα, έχουν εντοπιστεί περίπου 5.000 κλειστά διαμερίσματα στο κέντρο της Αθήνας.

Μάλιστα, όπως επισημαίνει ο πρόεδρος του συλλόγου, Λευτέρης Ποταμιάνος, «για να αξιοποιηθούν τα ακίνητα αυτά θα πρέπει να υιοθετηθούν σύγχρονες δομές και λειτουργίες, με όρους ιδιωτικού και όχι δημόσιου τομέα. Εφόσον υπάρχει η πολιτική βούληση για να πέσουν τα ακίνητα αυτά στην αγορά και να αρθούν οι αγκυλώσεις, είναι εφικτό να δούμε κάποιο αποτέλεσμα προς το τέλος της δεκαετίας». Σε διαφορετική περίπτωση, ακόμα και αν προχωρήσουν οι διαδικασίες, αν δεν υπάρξει ισχυρή βούληση και τομές, στην αγορά εκτιμούν ότι δεν θα αλλάξει κάτι ουσιαστικό, όπως έχει συμβεί και με προγενέστερες ανάλογες πρωτοβουλίες.

Για παράδειγμα, με τον νόμο 4182/2013 (κώδικας κοινωφελών περιουσιών, σχολαζουσών κληρονομιών και λοιπές διατάξεις) είχε καθιερωθεί, ήδη πριν από 12 χρόνια, το Μητρώο Κοινωφελών Περιουσιών και Σχολαζουσών Κληρονομιών, έχοντας,

μεταξύ άλλων, την αρμοδιότητα της καταγραφής και ενημέρωσης του αρχείου των ακινήτων και λοιπών περιουσιών για λογαριασμό του Δημοσίου. Ωστόσο, μέχρι σήμερα ουδείς αρμόδιος έχει γνωστοποιήσει ακριβή στοιχεία ή έχει εκπονήσει κάποιο σχέδιο αξιοποίησης. Χθες, μάλιστα, ο υπ. Οικονομικών Κυριάκος Πιερρακάκης ανέφερε ότι «κατ’ αρχήν θα πρέπει να μετρήσουμε τι έχουμε. Σε πρώτη φάση έχουμε καταγράψει 2.000 αδρανή ιδρύματα και 7.000 σχολάζουσες κληρονομίες. Είναι πολύ ενδιαφέρον ότι υπάρχει περιουσία στη χώρα που ακόμα δεν την έχουμε καταγράψει συστηματικά».

Ασφαλώς, τα πραγματικά νούμερα θα είναι πολλαπλάσια, ειδικά στο σκέλος των ακινήτων. Μόνο την περίοδο 2013-2018 καταγράφηκαν 450.000 αποποιήσεις κληρονομιών. Με βάση τα σχετικά στοιχεία, η κορύφωση του φαινομένου των αποποιήσεων κληρονομιών παρατηρήθηκε το 2018, όταν καταγράφηκαν 150.000 τέτοιες πράξεις, από περίπου 29.000 το 2013, δηλαδή σχεδόν πενταπλάσιες. Το φαινόμενο αυτό οφειλόταν στο γε-



γονός ότι είχαν συσσωρευθεί σημαντικά χρέη, που δεν μπορούσαν να επωμιστούν οι κληρονόμοι και, ταυτόχρονα, οι αξίες των ακινήτων που θα μπορούσαν να κληρονομήσουν ήταν χαμηλότερες. Έτσι, το τελικό αποτέλεσμα ήταν παθητικό, ωθώντας τους περισσότερους στην αποποίηση της κληρονομιάς.

Ωστόσο, θα πρέπει να επισημανθεί ότι ο αριθμός των ακινήτων που είναι κατοικίες εντός αστικών κέντρων, που μπορούν να αξιοποιηθούν για να αντιμετωπιστεί η στεγαστική κρίση, εκτιμάται ότι είναι αρκετά μικρότερος των παραπάνω αποποιήσεων. Πολλά είναι αγροτεμάχια, οικόπεδα στην περιφέρεια, υπόγεια και αποθήκες, συνήθως πολύ χαμηλής αξίας.

Το Ασυλο Ανιάτων
Αυτό δεν σημαίνει ότι δεν υπάρχουν αρκετά ακίνητα που θα μπορούσαν να αξιοποιηθούν. Μεταξύ των ιδρυμάτων, μόνο το Ασυλο Ανιάτων υπολογίζεται ότι διαθέτει περίπου 1.000 ακίνητα, προϊόν κληροδοτημάτων από πολίτες. Ωστόσο, το 2021 τα έσοδα από ενοίκια δεν ξεπερνούσαν το 1 εκατ. ευρώ ετησίως, από 3,57 εκατ. ευρώ το 2012, κι ενώ στο μεσοδιάστημα οι τιμές στην αγορά αυξήθηκαν σημαντικά.

Σύμφωνα με πηγές της αγοράς, τουλάχιστον 50% των ακινήτων αυτών είναι κλειστά επί χρόνια (ίσως και δεκαετίες) και απαιτούν σημαντικά κεφάλαια προκειμένου να επαναλειτουργήσουν και να αξιοποιηθούν. Σημειωτέον ότι η διαχείριση της ακίνητης περιουσίας του Ασύλου την περίοδο 2019-2023 είναι αντικείμενο εισαγγελικής έρευνας, με τους εναγόμενους να κατηγορούνται ότι προχώρησαν σε πωλήσεις ακινήτων του ιδρύματος σε τιμές χαμηλότερες των αντικειμένων αξιών τους, ενώ φέρεται να έχουν εντοπιστεί και εκμισθώσεις έναντι ευτελών ποσών.

Το σχέδιο του υπ. Οικονομικών προβλέπει κατ’ αρχάς τη δημιουργία ενός κεντρικού φορέα εποπτείας της περιουσίας των ιδρυμάτων, υπό την «ομπρέλα» του οποίου θα λειτουργούν οι διοικήσεις. Ανάλογο σχέδιο νόμου είχε παρουσιάσει τον περασμένο Μάρτιο ο τότε υπ. Εθνικής Οικονομίας Κωστής Χατζηδάκης, σημειώνοντας ότι είναι καταγεγραμμένα περίπου 700 ιδρύματα με αντικειμενική αξία ακινήτων 235 εκατ. ευρώ, αλλά εκτιμάται ότι τα νούμερα αυτά είναι μικρά, καθώς ένας ακόμα μεγαλύτερος αριθμός ιδρυμάτων δεν επικαιροποιεί τα στοιχεία του.

Σύμφωνα με σχετική αρθρογραφία του κ. Λεάνδρου Ρακιντζή, ο οποίος από το 2004 έως το 2016 διετέλεσε γενικός επιθεωρητής δημόσιας διοίκησης, «τα ιδρύματα διαθέτουν τεράστια περιουσία κυρίως σε κεντρικά ακίνητα, που δεν αξιοποιείται πλήρως, ούτε παρέχει επαρκείς πόρους κυρίως λόγω κακοδιοίκησης, δεσμευτικών όρων των διαθετών, τις γραφειοκρατικές αγκυλώσεις από τους α.ν. 2039/1940 και 4182/2012, τις συταγματικές επιταγές του άρθρου 12 Σ. και εγγενείς δυσχέρειες από το κατεστημένο των ιδρυμάτων. Εάν η τεράστια περιουσία των ιδρυμάτων αξιοποιείτο πλήρως με τη βοήθεια επαγγελματιών μάνατζερ, θα κάλυπτε ένα μεγάλο μέρος των δημόσιων δαπανών για την εκπαίδευση και την πρόνοια. Εξάλλου, η εκποίηση ακινήτων δεν αποτελεί τελικά αξιοποίηση, όπως προκύπτει από πολλά παραδείγματα».

Πηγή: Καθημερινή

ΓΙΑΤΙ ΝΑ ΚΑΤΟΧΥΡΩΣΩ ΤΟ ΕΜΠΟΡΙΚΟ ΜΟΥ ΣΗΜΑ

Το εμπορικό σήμα είναι η «ταυτότητα» των υπηρεσιών και των προϊόντων σας και μπορεί να αποτελείται από οποιαδήποτε σημεία αρκεί να φέρει διακριτική δύναμη, να μπορεί, δηλαδή, να διακρίνει τα προϊόντα και τις υπηρεσίες σας από τα προϊόντα και τις υπηρεσίες άλλων επιχειρήσεων.

Η σύνδεση του εμπορικού σας σήματος με την ποιότητα στο μυαλό των καταναλωτών και η άμεση συνειρμική παραπομπή αυτών στα ιδιαίτερα χαρακτηριστικά της επιχείρησής σας, που τη διακρίνουν από τις ανταγωνιστικές και σας δίνουν προβάδισμα στην αγορά, αποτελεί το άλφα και το ωμέγα για την εδραίωση, την προώθηση, την επέκταση και, εντέλει, την επιτυχία της επιχείρησής σας.

Το εμπορικό σήμα μιας επιχείρησης φέρει αυτοτελή αξία, αντανακλά την υπεραξία της επιχείρησης, είναι το πολυτιμότερο άυλο περιουσιακό της αγαθό και, πολλές φορές, αξίζει περισσότερο από οποιοδήποτε άλλο στοιχείο της επιχείρησης, πάγιο ή μη.

Εάν παίρνετε στα σοβαρά την επιχείρησή σας, καθώς και τον χρόνο και την ενέργεια που αφιερώνετε στην ανάπτυξή της, απαιτείται να προχωρήσετε στην κατοχύρωση του εμπορικού σας σήματος, προκειμένου να είστε σε θέση να απολαύετε της προστασίας που του παρέχει ο νόμος και να μη βρεθείτε προ εκπλήξεων βλέποντας ανταγωνι-

στές σας να οικειοποιούνται τη φήμη και την πελατεία που με κόπο χτίζετε, αλλά και προκειμένου να του προσδώσετε μεγαλύτερη αξία και να είστε σε θέση να εκμεταλλευτείτε οικονομικά το περιουσιακό σας αγαθό, παρέχοντας, λόγου χάρη, άδειες χρήσης σήματος, στήνοντας δίκτυα franchise κ.ο.κ. Το εξειδικευμένο δικηγορικό γραφείο εμπορικών σημάτων OA I YOUR TRADEMARK είναι στη διάθεσή σας, πάντα σε ετοιμότητα για να προστατεύσει με τον καλύτερο δυνατό τρόπο τα συμφέροντά σας, να σας παράσχει συμβουλές ανάλογα με τις ιδιαίτερες ανάγκες της επιχείρησής σας και να λύσει κάθε απορία σας με γνώση, υπευθυνότητα και διαφάνεια.



Ολίνα Ανδρουτσοπούλου
Ιδρύτρια & Γενική Διευθύντρια I
Νομική Σύμβουλος – Δικηγόρος LL.M I
Εξειδικευμένη Σύμβουλος IP

6936973490
2130441430

: info@oayourtrademark.gr
: www.oayourtrademark.gr

Φρέσκια Εμφάνιση - Ίδια Ανώτερη Ποιότητα

ΚΑΘΑΡΟ ΣΑΝ ΤΗΝ ΑΛΗΘΕΙΑ



Ανέγγιχτο
Ελαφρύ
Ισορροπημένο

Κατευθείαν από την πηγή μας

Πηγή: Κεφαλόβρυσο, Πευκόφυτο Καστοριάς,
Όρος Γράμμος 1100μ.

Ανεκτίμητες Ποικιλίες

ΟΤΑΝ Η ΣΠΑΝΙΟΤΗΤΑ ΞΕΠΕΡΝΑ ΤΗΝ ΤΙΜΗ

Μέρος Β: Ο κόσμος των ουίσκι που έγιναν μύθος

Στο προηγούμενο τεύχος ταξιδέψαμε μαζί στον κόσμο των κρασιών, εκεί όπου η σπανιότητα ξεπερνά την τιμή· όπου κάθε φιάλη είναι ένα κομμάτι ιστορίας, ένας θρύλος κλεισμένος μέσα στο γυαλί. Μιλήσαμε για τα κρασιά που δε μπορείς να τα αγοράσεις – μόνο να τα διηγηθείς. Εκείνα που δεν βρίσκονται στα ράφια, αλλά στις μνήμες των οινολόγων και στις προθήκες των μουσείων. Σήμερα, συνεχίζουμε αυτό το ταξίδι στον κόσμο του ποτού που δεν μετριέται σε ποσοστά αλκοόλης, αλλά σε αιώνες: τον κόσμο του ουίσκι. Αν το κρασί είναι η έκφραση της γης και του ήλιου, το ουίσκι είναι η φωνή του χρόνου. Το σταφύλι ωριμάζει μέσα σε μια σεζόν· το κριθάρι, αντίθετα, πρέπει να περάσει από γενιές βαρελιών, από δεκαετίες σιωπής μέσα σε δρύινες κάβες, ώσπου να αποκτήσει το βάθος και τη σοφία του. Στον κόσμο του ουίσκι, λοιπόν, η σπανιότητα αποκτά μια άλλη διάσταση: δεν είναι απλώς οικονομική ή ποσοτική — είναι χρονική. Όσο πιο παλιό, όσο πιο “αδύνατο να επαναληφθεί”, τόσο πιο πολύ μετατρέπεται από ποτό σε κειμήλιο. Κάθε σταγόνα είναι μια σταγόνα ιστορίας. Κάθε μπουκάλι, μια μικρή χρονοκάψουλα που ενώνει το παρελθόν με το παρόν.

The Macallan 1926 – Ο Άγιος Δισκοπότης του Ουίσκι
Αποστάχθηκε το 1926 στη Σκωτία, στο φημισμένο Speyside, και παλαιώσε εξήντα ολόκληρα χρόνια σε βαρέλι sherry. Μόλις 40 φιάλες κυκλοφόρησαν, καθεμία διακοσμημένη από κορυφαίους καλλιτέχνες όπως ο Sir Peter Blake και ο Valerio Adami. Το 2023, ένα μπουκάλι Adami πωλήθηκε για πάνω από 2,1 εκατομμύρια δολάρια, κάνοντας το Macallan 1926 το πιο ακριβό ουίσκι στην ιστορία. Κι όμως, η αξία του δεν βρίσκεται στο νούμερο, αλλά στη σιωπή των δεκαετιών που έκρυψε μέσα του. Λιγότερες από δεκαπέντε φιάλες υπάρχουν σήμερα, οι περισσότερες κοιμούνται σε θησαυροφυλάκια και ιδιωτικές συλλογές, απρόσιτες σαν έργα τέχνης.

Dalmore 62 – Ο μύθος των 12 φιαλών
Η Dalmore, στην καρδιά των Highlands, δημιούργησε το 1942 ένα blend από τέσσερα αποστάγματα που χρονολογούνται έως και το 1868. Μόλις δώδεκα φιάλες είδαν το φως. Κάποιες αγοράστηκαν για ιδιωτικές συλλογές, άλλες δεν βγήκαν ποτέ από τα θησαυροφυλάκια του αποστακτηρίου. Όταν μια φιάλη πουλήθηκε σε ταξιδιώτη στο αεροδρόμιο της Σιγκαπούρης για 250.000 λίρες, έγινε πρωτοσέλιδο. Κι όμως, εκείνος δεν την άνοιξε ποτέ. Την κράτησε, λέει, “για να θυμάμαι πως ο χρόνος είναι το πιο ακριβό συστατικό”.

Yamazaki 55 – Η υπομονή της Ιαπωνίας
Στην άλλη άκρη του κόσμου, η ιαπωνική φιλοσοφία συναντά τη σιωπή των βαρελιών. Το Yamazaki 55, αποσταγμένο τη δεκαετία του ’60, κυκλοφόρησε μόλις σε 100 φιάλες. Τρεις γενιές master blenders δούλεψαν γι’ αυτό το αποτέλεσμα, με την ιαπωνική εμμονή στη λεπτομέρεια και τον σεβασμό στον χρόνο. Όταν εμφανίστηκε σε δημοπρασία, η τιμή του ξεπέρασε τα 795.000 δολάρια, αλλά η πραγματική του αξία είναι αλλού: στην τελειότητα της ισορροπίας, στο “wabi-sabi” – την ομορφιά της φθοράς και του χρόνου.

The Macallan Fine & Rare – Μια συλλογή που δεν επαναλαμβάνεται
Η σειρά “Fine & Rare” είναι κάτι σαν το μουσείο του Macallan: δεκάδες vintage εμφιαλώσεις από το 1926 έως το 1991, καθεμία ένα μοναδικό παράθυρο στο παρελθόν. Πολλά από τα βαρέλια αυτά δεν υπάρχουν πια – κι έτσι, κάθε φιάλη είναι κυριολεκτικά το τελευταίο της είδους της. Η πλήρης συλλογή, αν καταφέρεις να τη συγκεντρώσεις, κοστολογείται πάνω από δέκα εκατομμύρια δολάρια. Μα περισσότερο από συλλογή, είναι ένα αρχείο του χρόνου: ένα μωσαϊκό δεκαετιών που αποδεικνύει



πως η υπομονή είναι η αληθινή τέχνη της απόσταξης.

Glenfiddich Janet Sheed Roberts Reserve 1955
Το ουίσκι της μακροζωίας Αποστάχθηκε το 1955, εμφιαλώθηκε το 2011, και αφιερώθηκε στη Janet Roberts – εγγονή του ιδρυτή της Glenfiddich, που έζησε μέχρι τα 110 της χρόνια. Μόλις 11 φιάλες κυκλοφόρησαν, όλες για φιλανθρωπία. Ένα μπουκάλι πουλήθηκε πάνω από 90.000 λίρες, μα καμία δεν έφτασε στα ράφια. Ήταν φόρος τιμής σε μια ζωή, όχι προϊόν για πώληση. Ένα ουίσκι που δεν φτιάχτηκε για να πεις, αλλά για να θυμάσαι.

The Macallan Lalique 72 Years Old – Όταν η τέχνη συναντά το ποτό
Εδώ, η σπανιότητα παίρνει μορφή γλυπτού. Το ουίσκι παλαιώσε 72 χρόνια και εμφιαλώθηκε σε κρυστάλλινο decanter Lalique, σχεδιασμένο σαν κομμάτι γλυπτικής. 600 φιάλες αριθμημένες, κάθε μία σαν έργο μουσείου. Η τιμή; Περίπου 60.000 λίρες η μία. Όμως η πραγματική αξία βρίσκεται στο μήνυμα: ότι η απόσταση, η τέχνη και ο χρόνος μπορούν να συνυπάρξουν σαν ένας κοινός πολιτισμός.

Γιατί δεν φτιάχνουν κι άλλος;
Η απάντηση είναι απλή, μα βαθιά. Το ουίσκι δεν είναι προϊόν βιομηχανίας — είναι υπομονή, τύχη και σεβασμός στον χρόνο. Όσο τα χρόνια περνούν, μέρος του υγρού εξατμίζεται – το λεγόμενο Angel’s Share, «το μερίδιο των αγγέλων». Σε ένα βαρέλι που παλαιώνει 70 χρόνια, μπορεί να έχει χαθεί σχεδόν το μισό. Κι αν ο χρόνος αποφασίσει να δείξει επιείκεια, το αποτέλεσμα είναι κάτι ανεπανάληπτο — και ακριβώς γι’ αυτό τόσο σπάνιο.

Το ουίσκι ως μνήμη
Ίσως, τελικά, αυτά τα ουίσκι να μην φτιάχτηκαν για να πιωθούν. Φτιάχτηκαν για να θυμίζουν. Να θυμίζουν μια εποχή που ο χρόνος είχε αξία, που οι άνθρωποι περίμεναν δεκαετίες για την τελειότητα. Σε έναν κόσμο που όλα γίνονται γρήγορα, αυτά τα ποτά είναι η υπενθύμιση ότι η πολυτέλεια δεν βρίσκεται στο να αγοράζεις, αλλά στο να περιμένεις. Όπως στα μεγάλα κρασιά, έτσι και εδώ, η σπανιότητα είναι η ουσία του μύθου. Όταν η σπανιότητα ξεπερνά την τιμή, μένει μόνο η αιωνιότητα μέσα στο ποτήρι.

Επίλογος
Και κάπως έτσι, φτάνουμε στο τέλος ενός ακόμη ταξιδιού στον κόσμο όπου η σπανιότητα δεν είναι αριθμός, αλλά συναισθηματική αξία. Από τα θρυλικά κρασιά που δεν ξαναγίνονται, περάσαμε στα ουίσκι που ωρίμασαν μαζί με τον χρόνο, στις κάβες και τα βαρέλια όπου ο άνθρωπος συνομίλησε με την υπομονή. Κάθε φιάλη, κάθε σταγόνα, είναι ένα μικρό μνημείο στη σχέση του ανθρώπου με το πέρασμα των δεκαετιών — μια υπενθύμιση ότι οι πιο πολύτιμες δημιουργίες δεν μετριούνται σε ευρώ, αλλά σε αναμονή, σε ιστορίες, σε σιωπή. Όμως το ταξίδι δεν τελειώνει εδώ. Γιατί ο κόσμος των σπάνιων αποσταγμάτων είναι απέραντος. Κάθε χώρα, κάθε πολιτισμός, έχει τη δική του “ιερή φιάλη” — ένα ρούμι που άντεξε μισό αιώνα στα βαρέλια της Καραϊβικής, ένα κονιάκ που γεννήθηκε στα κελάρια της Γαλλίας επί εποχής Ναπολέοντα, μια τεκίλα που εμφιαλώθηκε σε κρύσταλλο Lalique, μια βότκα που δεν φτιάχτηκε για κατανάλωση αλλά για τέχνη. Στο επόμενο τεύχος, θα ανοίξουμε αυτήν ακριβώς την πόρτα. Θα γνωρίσουμε τα αποστάγματα που έγιναν μύθος — τα ρούμια που μύρισαν καταιγίδες, τα κονιάκ που φυλάχτηκαν σαν βασιλικά μυστικά, τα gins που αποστάχθηκαν με λουλούδια μιας μόνο άνοιξης. Θα δούμε πώς η τέχνη της απόσταξης αγγίζει το επάγγελμα της ποίησης, και πώς πίσω από κάθε σπάνιο ποτό κρύβεται μια ολόκληρη εποχή. Γιατί, τελικά, η σπανιότητα δεν είναι προνόμιο ενός ποτού· είναι τρόπος να θυμόμαστε πως ο χρόνος, η τέχνη και ο άνθρωπος μπορούν ακόμη να συνεργάζονται — αρκεί να υπάρχει υπομονή, μεράκι και σεβασμός.



Το “dakri” Cream Liqueur Mastiha είναι το πρώτο και μοναδικό κρεμώδες λικέρ μαστίχας στην αγορά, φτιαγμένο από 100% φυσικό μαστιχέλαιο με πιστοποίηση από την Ένωση Μαστιχοπαραγωγών Χίου. Με κατοχυρωμένη πατέντα ευρεσιτεχνίας στον Οργανισμό Βιομηχανικής Ιδιοκτησίας, συνδυάζει τη βελούδινη υφή του γάλακτος με το αυθεντικό άρωμα και τη γεύση της μαστίχας, προσφέροντας μια καινοτόμα πρόταση που υπόσχεται να κλέψει τις εντυπώσεις.



Το “Crème Délice” είναι ένα λικέρ κρέμας από ελληνικά κελυφωτά φιστίκια. Τα φιστίκια μεταποιούνται άμεσα σε πάστα σε χαμηλή θερμοκρασία για να διατηρηθούν τα αρώματά τους. Η πάστα αναμειγνύεται με αλκοόλ, γάλα, νερό και ζάχαρη, δημιουργώντας ένα κρεμώδες λικέρ με έντονο άρωμα φιστικιού. Τέλος, ξεκουράζεται ώστε να ομογενοποιηθούν τα αρώματα, προσφέροντας ένα μοναδικό ηδύποτο.



Η σειρά λικέρ “**Dulce TERRA**”, αποτελεί μια εκλεπτυσμένη προσέγγιση των παραδοσιακών ηδύποτων που προέρχονται από καθαρά εκχυλίσματα φρούτων, χωρίς καμία προσθήκη χρωστικών ή αρωματικών υλών. Προσφέρουν την ευκαιρία στον καταναλωτή να ξεχωρίσει και να αντιληφθεί την υψηλή ποιότητα των Ελληνικών φρούτων αλλά και καρπών που έχουν χρησιμοποιηθεί για την παραγωγή αυτών των εξαιρετικών ηδύποτων. Χρησιμοποιούμε καθαρά και μόνο Ελληνικά φρούτα και καρπούς, από διάφορες περιοχές της Ελλάδας, έπειτα από μια εκτενή μελέτη και δοκιμή αρκετών ποικιλιών αλλά και γνωριμιών με αρκετούς παραγωγούς, ώστε να φτάσουμε στο επιθυμητό αποτέλεσμα.



ΠΑΡΑΓΩΓΗ ΚΑΙ ΕΜΦΙΑΛΩΣΗ ΠΟΤΟΠΟΙΑ ELLVINO

ΗΦΑΙΣΤΟΥ 12, ΣΚΑΡΑΜΑΓΚΑΣ, ΤΚ : 12462 ΤΗΛ:210 55.76.410 | info@ellvino.com | www.ellvino.com

Από τον χώρο των εταιρειών

Η ΟΛΥΜΠΙΑΚΗ ΖΥΘΟΠΟΙΙΑ ΣΥΜΜΕΤΕΙΧΕ ΚΑΙ ΦΕΤΟΣ ΣΤΗ ΔΡΑΣΗ «ΑΝΟΙΧΤΑ ΖΥΘΟΠΟΙΕΙΑ» ΜΕ ΤΟ ΖΥΘΟΠΟΙΕΙΟ ΤΗΣ ΣΤΗ ΡΙΤΣΩΝΑ ΕΥΒΟΙΑΣ

Με μεγάλη επιτυχία πραγματοποιήθηκε το Σάββατο 27 Σεπτεμβρίου 2025 η συμμετοχή της Ολυμπιακής Ζυθοποιίας στην πανελλαδική πρωτοβουλία «Ανοιχτά Ζυθοποιεία», με εκατοντάδες επισκέπτες να περνούν το κατώφλι του ζυθοποιείου της εταιρείας στη Ριτσώνα, Ευβοίας.

Η δράση, που ξεκίνησε το 2018 από την Ελληνική Ένωση Ζυθοποιών, έχει στόχο να φέρει το κοινό πιο κοντά στον κόσμο της μύρας. Μέσα από ανοιχτές εκδηλώσεις, οι ζυθοποιίες της χώρας δίνουν την ευκαιρία στους καταναλωτές να γνωρίσουν καλύτερα το προϊόν, να ενημερωθούν για τις πρώτες ύλες και τις διαδικασίες παραγωγής, αλλά και να απολαύσουν γευστικές εμπειρίες που αναδεικνύουν τον πλούτο και την ποικιλία της ελληνικής ζυθοποιίας.

Στη Ριτσώνα, οι επισκέπτες είχαν την ευκαιρία να ζήσουν μια ολοκληρωμένη εμπειρία γύρω από τη μύρα: να περιηγηθούν στους χώρους του ζυθοποιείου, να δοκιμάσουν



διαφορετικές γεύσεις και να ανακαλύψουν πώς η παρ-
δόση και η καινοτομία συναντιούνται σε κάθε μπου-
κάλι.

Η ημέρα είχε χαρακτήρα γιορτής, με μουσική, εδέσμα-
τα και μια ατμόσφαιρα που ανέδειξε την μύρα όχι
απλώς ως ποτό, αλλά ως κοινωνικό και πολιτισμικό
στοιχείο που φέρνει τους ανθρώπους κοντά. Για την
Ολυμπιακή Ζυθοποιία, η συμμετοχή στα «Ανοιχτά Ζυ-
θοποιεία» αποτελεί έμπρακτη απόδειξη της φιλοσο-
φίας εξωστρέφειας και διαφάνειας που ακολουθεί.

Με αυτό τον τρόπο ενισχύει τη σχέση εμπιστοσύνης με
το κοινό, δείχνοντας ότι η μύρα είναι προϊόν που αξί-
ζει να καταναλώνεται υπεύθυνα, με γνώση και σεβα-
σμό.

Η πρωτοβουλία έχει πλέον καθιερωθεί ως θεσμός και
κάθε χρόνο κερδίζει έδαφος, επιβεβαιώνοντας ότι η ελληνική ζυθοποιία δεν είναι
απλώς μια βιομηχανία, αλλά ένας δυναμικός τομέας με πολιτιστική διάσταση, γευστική
ποικιλία και σημαντική συμβολή στην οικονομία.

ΕΛΛΗΝΙΚΟ ΚΡΙΘΑΡΙ, ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΑΞΙΑ

Γιατί το Πρόγραμμα Συμβολαιακής Καλλιέργειας της ALFA κάνει διαφορά;

Η μύρα μπορεί να είναι από τα πιο «παρεϊστικά» προϊόντα της καθημερινότη-
τας, αλλά πίσω από κάθε ποτήρι κρύβεται μια ολόκληρη αλυσίδα ελληνικής
αξίας: χωράφια, παραγωγοί, τοπικές οικονομίες, βυνοποιεία, ζυθοποιεία,
μεταφορές, σημεία πώλησης. Η συμβολαιακή καλλιέργεια κριθαριού φέρνει
όλα αυτά τα κομμάτια πιο κοντά, με έναν τρόπο προβλέψιμο, δίκαιο και βιώσιμο.

Τι είναι με δύο λόγια

Στη συμβολαιακή, η εταιρεία και οι παραγωγοί συμφωνούν εκ των προτέρων για ποικι-
λίες, ποιότητες, τεχνική υποστήριξη και όρους αγοράς. Ο αγρότης ξέρει ότι η παραγωγή
του έχει εξασφαλισμένη διάθεση και τεχνική καθοδήγηση· η εταιρεία ξέρει ότι έχει ποι-
οτική, ιχνηλάσιμη πρώτη ύλη από την Ελλάδα.

Γιατί ελληνικό κριθάρι;

1. Οικονομικός πολλαπλασιαστής στην περιφέ-
ρεια

Τα χρήματα μένουν στον τόπο: αμοιβές παραγω-
γών, τοπικές υπηρεσίες, μεταφορές, μικρές επι-
χειρήσεις που στηρίζουν την καλλιέργεια (σπό-
ρος, μηχανήματα, καύσιμα).

Σε κλαδικό επίπεδο, αντίστοιχα προγράμματα
συμβολαιακής στη χώρα έχουν φτάσει >2.000
Έλληνες παραγωγούς και καλλιεργούμενες εκτά-
σεις τάξης περίπου 150.000 στρεμμάτων τα τελευ-
ταία χρόνια — ένδειξη του μεγέθους και της σημα-
σίας του θεσμού για την εγχώρια αλυσίδα αξίας.

2. Μείωση εισαγωγών & μεγαλύτερη αντάρκεια

Όσο περισσότερη πρώτη ύλη παράγεται και βυ-
νοποιείται εδώ, τόσο μικρότερη εξάρτηση από
διεθνείς τιμές και διακυμάνσεις
μεταφορικών/ισοτιμιών — με άμεσο όφελος για
σταθερότητα κόστους και ανταγωνιστικότητα των ελληνικών ζυθοποιείων. (Ενδεικτικά,
ελληνικές ζυθοποιίες έχουν αναπτύξει συστηματικά τέτοια σχήματα την τελευταία δε-
καετία.)

3. Καλύτερη ποιότητα μέσω συνεργασίας

Οι συμφωνημένες ποικιλίες και τα πρωτόκολλα καλλιέργειας οδηγούν σε σταθερά βυνο-
ποιήσιμο κριθάρι: ομοιομορφία κόκκου, χαμηλή υγρασία, απαραίτητες πρωτεΐνες. Πολ-
λά ελληνικά σχήματα εφαρμόζουν ή ευθυγραμμίζονται με AGRO 2.1–2.2 (ολοκληρωμέ-
νη διαχείριση καλλιέργειας), που είναι διεθνώς αναγνωρισμένο πλαίσιο «καλών γεωργι-
κών πρακτικών».

4. Βιωσιμότητα με μετρήσιμους στόχους

Σε επίπεδο κλάδου, οι στόχοι είναι σαφείς: μετάβαση σε 100% βιώσιμες πρώτες ύλες
(π.χ. πιστοποιήσεις SAI/FSA) στα επόμενα χρόνια. Τέτοιες δεσμεύσεις σημαίνουν ιχνη-
λασιμότητα από το χωράφι μέχρι το ποτήρι, καλύτερη χρήση νερού, εδάφους και εισρο-
ών.



Τι κερδίζει ο παραγωγός;

- Σιγουριά απορρόφησης και καλύτερος προγραμματισμός ρευστότητας.
- Γεωπονική υποστήριξη σε ποικιλίες, σπορά, λίπανση, συγκομιδή — βελτίωση από-
δοσης και ποιότητας.
- Προμოდότηση ποιότητας όπου προβλέπεται και καλύτερη πρόσβαση σε τεχνογνω-
σία/σπόρο.
- Μακροχρόνια σχέση, λιγότερη έκθεση σε «βουτιές» τιμών της διεθνούς αγοράς.

Τι κερδίζει ο καταναλωτής;

- Σταθερή ποιότητα στη γεύση, χάρη στη συνεπή πρώτη ύλη.
- Διαφάνεια & εγγύτητα: γνωρίζει ότι στηρίζει ελληνικά χωράφια και δουλειές.
- Μικρότερο αποτύπωμα: λιγότερα χιλιόμετρα μεταφοράς πρώτης ύλης, καλύτερη δια-
χείριση πόρων.

Μια ελληνική ιστορία κλίμακας

Η συμβολαιακή κριθαριού δεν είναι πια «πiloti-
κό» σχέδιο. Είναι θεσμός που απλώνεται από
Θεσσαλία και Κεντρική Μακεδονία, ως Θράκη,
Βοιωτία, Εύβοια και Μαγνησία, δημιουργώντας
δίκτυα συνεργασίας ανάμεσα σε συνεταιρισμούς,
βυνοποιεία και ζυθοποιεία. Αν δούμε τα στοιχεία
που έχουν δημοσιοποιηθεί από φορείς και εται-
ρείες του κλάδου, μιλάμε για χιλιάδες παραγω-
γούς και δεκάδες χιλιάδες στρέμματα σε ετήσια
βάση — με τις πιο πρόσφατες ενδείξεις να δεί-
χνουν άνω των 2.000 παραγωγών και περί τα
150.000 στρέμματα υπό συμβόλαιο στη χώρα.

Βιωσιμότητα & υπευθυνότητα: από δέσμευση σε
πράξη

Οι μακροπρόθεσμες δεσμεύσεις του κλάδου για
100% βιώσιμες πρώτες ύλες ως το 2040 δεν είναι απλώς στόχοι βιτρίνας. Με εργαλεία
όπως το SAI/FSA και μεθοδολογίες ολοκληρωμένης διαχείρισης (AGRO 2), τα προ-
γράμματα συμβολαιακής:

- Μειώνουν ρίσκα (καιρικά, ποιοτικά) μέσω κοινών πρωτοκόλλων,
- Βελτιώνουν την ιχνηλασιμότητα,
- Ενισχύουν την ανθεκτικότητα των καλλιεργειών στην κλιματική αστάθεια.

Η μεγάλη εικόνα

Στην πράξη, κάθε στρέμμα ελληνικού κριθαριού που μπαίνει σε συμβόλαιο είναι εισόδη-
μα στην ύπαιθρο, τεχνογνωσία στο χωράφι, και αξία που «μένει» στη χώρα. Κι όταν
αυτή η αξία μετατρέπεται σε μύρα που ταξιδεύει — εντός και εκτός Ελλάδας — η υπερα-
ξία πολλαπλασιάζεται. Στον χάρτη που θα συνοδεύσει το άρθρο, αποτυπώνεται ακριβώς
αυτό: ένα δίκτυο ελληνικών χωραφιών που ενώνεται με τα ζυθοποιεία και δημιουργεί
μια αλυσίδα αξίας «από το χωράφι στο ποτήρι». Είναι μια ωραία ιστορία για να τη διη-
γηθείς — και ακόμα ωραιότερη για να τη γευτείς.



Έξυπνη Σπορά



Μάθετε περισσότερα

Παράγουμε ένα καλύτερο αύριο

Στην Αθηναϊκή Ζυθοποιία επενδύουμε στο μέλλον του ελληνικού αγροτικού τομέα και στη δημιουργία μιας νέας γενιάς παραγωγών μέσω του καινοτόμου προγράμματος Ευφυούς Γεωργίας «Έξυπνη Σπορά», σε συνεργασία με το Γεωπονικό Πανεπιστήμιο Αθηνών.



**ΑΘΗΝΑΪΚΗ
ΖΥΘΟΠΟΙΑ**



Από τον χώρο των εταιρειών

Η ΑΜΙΤΑ ΕΝΙΣΧΥΕΙ ΤΟ ΧΑΡΤΟΦΥΛΑΚΙΟ ΤΗΣ ΜΕ ΤΗ ΝΕΑ ΣΕΙΡΑ “ΑΜΙΤΑ LEMONADES”

Η Amita, της Coca-Cola Τρία Έψιλον, παρουσιάζει τη νέα σειρά Amita Lemonades, διευρύνοντας με αυτόν τον τρόπο το χαρτοφυλάκιο της μάρκας. Η σειρά αντλεί τη φρεσκάδα και τη ζωντάνια της από το λεμόνι, χωρίς προσθήκη ζάχαρης, αποτελώντας μια πρόταση που ανταποκρίνεται στις σύγχρονες τάσεις και διατροφικές προτιμήσεις των καταναλωτών. Με την κίνηση αυτή, η Coca-Cola Τρία Έψιλον προσφέρει νέες ευκαιρίες ανάπτυξης στους πελάτες της και συμβάλλει στην επίτευξη του οράματός της να αποτελεί συνεργάτη επιλογής.

Η νέα σειρά Amita Lemonades είναι εμπνευσμένη από τη φύση και σχεδιασμένη για να προσφέρει μια αίσθηση αναζωογόνησης. Μία σειρά φρουτοποτών με γλυκαντικά, με βασικό συστατικό το λεμόνι και χωρίς προσθήκη ζάχαρης, ενσωματώνουν τον αισιόδοξο και χαρούμενο χαρακτήρα της μάρκας. Περιλαμβάνει τρεις μοναδικούς συνδυασμούς γεύσεων: λεμόνι & γκρέιπφρουτ, λεμόνι & μέντα και λεμόνι & μαστίχα. Κάθε γεύση προσφέρει μία φυσική εμπειρία δροσιάς χωρίς πρόσθετα, ενώ αντλεί έμπνευση από τη δύναμη των εσπεριδοειδών, τη #1 τάση στις προτιμήσεις των καταναλωτών, με διαρκώς αυξανόμενη απήχηση. Το λεμόνι ενεργοποιεί τις αισθήσεις, ξυπνά τον οργανισμό και προσφέρει ενέργεια για τη συνέχεια της ημέρας. Οι νέες γεύσεις είναι ιδανικές για κατανάλωση ανάμεσα στα γεύματα, προσφέροντας μια αίσθηση τόνωσης. Είναι κατάλληλες για στιγμές πριν ή μετά τη φυσική δραστηριότητα, χαρίζοντας ενέργεια χωρίς καφεΐνη και χωρίς ζάχαρη.

Οι σειρά Amita Lemonades εκφράζει τη φρεσκάδα, την ενέργεια και τη σύνδεση με τη φύση, χαρίζοντας μια αυθεντική αίσθηση ευεξίας με κάθε γουλιά, μια εμπειρία που αναζωογονεί το σώμα και το πνεύμα, φέρνοντας τον καταναλωτή πιο κοντά στην απλότητα και την καθαρότητα της φύσης.

Η ΙΩΑΝΝΑ ΣΤΡΟΥΜΠΗ CCH BRANDS MARKETING DIRECTOR ΤΗΣ COCA-COLA ΤΡΙΑ ΕΨΙΛΟΝ δήλωσε:

Στην Coca-Cola Τρία Έψιλον θέλουμε να είμαστε δίπλα στον σύγχρονο καταναλωτή, με προϊόντα που συνδυάζουν απόλαυση, ποιότητα και υπευθυνότητα, δημιουργώντας ταυτόχρονα νέες ευκαιρίες συνεργασίας και ανάπτυξης με τους πελάτες μας. Η επένδυσή μας στη νέα σειρά Amita Lemonades αποτυπώνει έμπρακτα αυτή τη δέσμευση σηματοδοτώντας ένα σημαντικό βήμα εξέλιξης για την Amita και συμβάλλοντας στη συνεχή διεύρυνση του 24/7 χαρτοφυλακίου μας. Με δροσερές, φυσικές προτάσεις που ανταποκρίνονται στις σύγχρονες διατροφικές ανάγκες, δίνουμε νέα πνοή στην κατηγορία και εμπλουτίζουμε τις επιλογές των καταναλωτών. Οι Amita Lemonades είναι η δική μας φρέσκια πρόταση σε μια αγορά που αλλάζει. Με την εμπειρία μας και την αισθητική της Amita, αφουγκραζόμαστε τις σύγχρονες τάσεις και ανταποκρινόμαστε σε αυτές.



Η ΗΜΕΡΑ ΘΕΤΙΚΗΣ ΕΝΕΡΓΕΙΑΣ 2025 ΑΠΟ ΤΗΝ ΑΜΙΤΑ MOTION ΓΙΟΡΤΑΣΕ 20 ΧΡΟΝΙΑ ΜΕ ΠΕΡΙΣΣΟΤΕΡΟΥΣ ΑΠΟ 70.000 ΘΕΑΤΕΣ!

Περισσότεροι από 70.000 θεατές κατέκλυσαν τον χώρο με θετικά vibes, χορό και χαμόγελα, σε μια επετειακή βραδιά που απέδειξε για ακόμη μια φορά ότι οι στιγμές που ζεις ΛΑΪΒ μένουν για πάντα. Μικροί και μεγάλοι βίωσαν την πιο θετική εμπειρία ψυχαγωγίας με τον αγαπημένο χυμό Amita Motion, τη μουσική και τις εκπλήξεις να τους συνεπαίρνουν, σε ένα μουσικό υπερθέαμα με το καλύτερο line up καλλιτεχνών.

Στα highlights της Ημέρας Θετικής Ενέργειας 2025 από την Amita Motion ήταν η ξεχωριστή διαδραστική ενέργεια με τη Live Reactions Cam, όπου για πρώτη φορά τα πραγματικά reactions αποτυπώθηκαν live on camera. Μέσα από τις οθόνες του positive stage εμφανίστηκε το κοινό, μοιράστηκε χαμόγελα, φωνές και χορό, ζώντας το follow, το like και το share με θετική ενέργεια, αληθινά και ΛΑΪΒ!

Επίσης, ο ουρανός της Πλατείας Νερού φωτίστηκε και γέμισε θετική ενέργεια με το drone show που πραγματοποιήθηκε. Κατά τη διάρκεια των live acts της Ελένης Φουρέιρα και της Marina Satti σχηματίστηκαν στον ουρανό φωτεινά, πολύχρωμα positive elements για την επέτειο των 20 ετών Ημέρας Θετικής Ενέργειας, καθώς και elements εμπνευσμένα από τα τραγούδια και τις ίδιες τις καλλιτέχνιδες, δημιουργώντας μία μαγευτική ατμόσφαιρα, που ενθουσίασε και χάρισε στιγμές που θα μείνουν αξέχαστες.

Στην κορύφωση της ΗΘΕ 2025, η music ambassador Ελένη Φουρέιρα μαζί με τον Θέμη Γεωργαντά τον πρώτο πρεσβευτή θετικής ενέργειας, τις παρουσιάστριες Dat Lilly και Venetia Kamara, καθώς και 20 τυχερές και τυχερούς που κέρδισαν στον διαγωνισμό της Amita Motion, ευχήθηκαν

από το positive stage, μαζί με το κοινό, «χρόνια πολλά» στην Ημέρα Θετικής Ενέργειας, με μία εντυπωσιακή τούρτα για τα 20 χρόνια πάνω στη σκηνή!

Η Ελένη Φουρέιρα απογείωσε τους περισσότερους από 70.000 θεατές με το εκρηκτικό της show, ενώ η Special Guest Marina Satti ανέβασε τη θετική διάθεση των παρευρισκόμενων στα ύψη. Η 20 years celebration superstar



Έλενα Παπαρίζου ερμήνευσε αγαπημένα τραγούδια ενθουσιάζοντας μικρούς και μεγάλους.

- Ο FY εμφανίστηκε στο positive stage τραγουδώντας medley των επιτυχιών του.
- Ο Kidd έδωσε το δικό του δυναμικό ρυθμό στην κατάμεστη Πλατεία Νερού.
- Η Klavdia tous μάγεψε όλους με την ερμηνεία της.

- Η Lila χάρισε έντονες μουσικές και χορευτικές στιγμές.

Η Marseaux ενθουσίασε το κοινό που δε σταμάτησε να τραγουδά και να χορεύει στους ρυθμούς της.

- Ο Onemanshow μετέδωσε τον παλμό του από τη σκηνή της Ημέρας Θετικής Ενέργειας 2025.

- Ο Solmeister πρόσφερε ιδιαίτερα στιγμιότυπα με την ανατρεπτική του εμφάνιση.

- Η Aggelina και οι Yama παρουσίασαν ένα θετικό performance.

- Ο Akylos μας χάρισε ένα ατμοσφαιρικό show.

- Η Evangelia απέσπασε το χειροκρότημα με την ερμηνεία της.

- Ο Kira May Cry μας ταξίδεψε με τις επιτυχίες του. Μαζί του σε μια εμφάνιση έκπληξη οι Kareem Kalokoh και Dante.

- Η Vemily έδωσε τον δικό της δυναμικό μουσικό στίγμα.

- Η Ανδρομάχη ξεσέκωσε με την ερμηνεία της το κοινό στην επετειακή Ημέρα Θετικής Ενέργειας 2025 από την Amita Motion.

- Η Μαντώ έκανε μία μουσική εμφάνιση γεμάτη positive vibes.

- Ο DJ Bobito έδωσε το ρυθμό με τα beats του.

Από τον χώρο των εταιρειών

ΟΛΟΚΛΗΡΩΘΗΚΕ ΜΕ ΕΠΙΤΥΧΙΑ Ο ΕΛΛΗΝΙΚΟΣ ΤΕΛΙΚΟΣ ΤΟΥ CAFFÈ VERGNANO WORLD CUP 2025

Ο Caffè Vergnano, το ιστορικό ιταλικό brand καφέ που αποτελεί μέρος του 24/7 χαρτοφυλακίου της Coca-Cola Τρία Έψιλον, ολοκλήρωσε με επιτυχία τον ελληνικό τελικό του Caffè Vergnano World Cup 2025 και ανέδειξε τον Γιώργο Λαμπίρη ως κορυφαίο barista του διαγωνισμού.

Ο μεγάλος νικητής κέρδισε το εισιτήριο για να εκπροσωπήσει την Ελλάδα στον διεθνή τελικό του Caffè Vergnano World Cup 2025 που θα διεξαχθεί τον προσεχή Οκτώβριο στην Ιταλία. Επιπλέον, απέσπασε χρηματικό έπαθλο αξίας 2.000€ και τη συμμετοχή σε ένα σεμινάριο από το Specialty Coffee Association (SCA).

Στη 2 θέση βρέθηκε ο Λευτέρης Λιβασίδης κερδίζοντας μια οικιακή μηχανή καφέ Caffè Vergnano Tre Machine με κάψουλες, τη συμμετοχή σε σεμινάριο του Specialty Coffee Association (SCA), καθώς και ένα Barista Box. Την 3η θέση κατέλαβε ο Γιώργος Τσιγαρίδας, ο οποίος

θαρρύνοντας τους συμμετέχοντες.

Κατά τη διάρκεια του διαγωνισμού, οι συμμετέχοντες είχαν την ευκαιρία να παρακολουθήσουν masterclasses από κορυφαίους επαγγελματίες του κλάδου HoReCa: τον Δημήτρη Μακρυνιώτη, Pastry Chef που εκτέλεσε εύκολη συνταγή για μπάρες δημητριακών και τον Βασίλη Κυρίτση, Schwegges Lead Activation Strategist, ο οποίος δημιούργησε τρία μοναδικά cocktails και έδωσε χρήσιμα tips για να απογειωθεί η εμπειρία φιλοξενίας στο bar.



Κοινό παρονομαστή και των δύο παρασκευών αποτέλεσε ο espresso που απέδειξε για ακόμη μία φορά πως μπορεί να έχει πρωταγωνιστικό ρόλο, είτε σε μια γλυκιά απόλαυση είτε σε ένα εκλεπτυσμένο mixology.

Στο πάνελ των κριτών του διαγωνισμού συμμετείχαν ο Coffee Expert της Coca-Cola Τρία Έψιλον, Στάθης Κορέμτας, ο δημοσιογράφος με εξειδίκευση στον καφέ, Κώστας Καπερώνης και ο Βασίλης Κυρίτσης, ενώ τον συντονισμό της εκδήλωσης ανέλαβε ο έμπειρος δημοσιογράφος, Χρήστος Χατζιωάννου.

Οι συμμετέχοντες στον μεγάλο διεθνή διαγωνισμό στην Ιταλία, θα έχουν τη χαρά να συναναστραφούν με διεθνώς αναγνωρισμένους barista, αποκομίζοντας σημαντικές γνώσεις, εμπειρία και δικτύωση στον κλάδο του καφέ.

Η σύνθεση της διεθνούς κριτικής επιτροπής απαρτίζεται από ένα μέλος της οικογένειας Vergnano, έναν Coffee Expert της Coca-Cola HBC, καθώς και δύο βραβευμένους παγκόσμιους πρωταθλητές στον κλάδο του καφέ.

Ο νικητής που θα καταφέρει να κατακτήσει την 1η θέση και το τρόπαιο Vergnano World Cup 2025 θα ταξιδέψει σε μία φυτεία καφέ και θα παρακολουθήσει τα στάδια παραγωγής του.



1. Εύα Μπελαντάκη, Coffee Marketing Lead GR/CY της Coca-Cola Τρία Έψιλον και 2. Σοφία Αποστολίδου, νικήτρια του World Vergnano Cup 2024 (από τα αριστερά προς τα δεξιά)

κέρδισε επίσης ένα Barista Box.

Η διαγωνιστική διαδικασία παρουσίασε αμείωτο ενδιαφέρον σε κάθε της στάδιο, καθώς από τους συμμετέχοντες ζητήθηκε να αναδείξουν όχι μόνο τις τεχνικές τους γνώσεις, αλλά και τη δημιουργικότητα και το πάθος τους για την τέχνη του καφέ.

Σε πραγματικό χρόνο, κλήθηκαν να εκτελέσουν δύο espresso, δύο πανομοιότυπα carruccino με latte art και δύο μοναδικά cocktails με βάση τον espresso. Παράλληλα, αξιολογήθηκαν βάσει της παρουσίας, της ακρίβειας και της συνέπειας των παρασκευών, μέσα από συνεντεύξεις και γευστικές δοκιμές καφέ που πραγματοποιήσαν οι κριτές. Κεντρικό ρόλο στη εκδήλωση διαδραμάτισε και η περσινή νικήτρια του εγχώριου, αλλά και παγκόσμιου διαγωνισμού, Σοφία Αποστολίδου, η οποία μοιράστηκε με το κοινό την εμπειρία της στην Ιταλία, καθώς και στη φυτεία καφέ στη Βραζιλία, εμπνέοντας και εν-



1. Σοφία Αποστολίδου, νικήτρια του World Vergnano Cup 2024, 2. Εύα Μπελαντάκη, Coffee Marketing Lead GR/CY της Coca-Cola Τρία Έψιλον, 3. Γιώργος Λαμπίρης, νικητής του φετινού εγχώριου διαγωνισμού World Vergnano Cup 2025- Greece Chapter, 4. Στάθης Κορέμτας, Coffee Expert της Coca-Cola Τρία Έψιλον (από τα αριστερά προς τα δεξιά)

Ο ΒΑΓΓΕΛΗΣ ΜΟΣΧΟΣ COFFEE, PREMIUM SPIRITS, BEER & THREE CENTS DIRECTOR ΤΗΣ COCA-COLA ΤΡΙΑ ΕΨΙΛΟΝ δήλωσε:

Για την Coca-Cola Τρία Έψιλον, ο καφές αποτελεί στρατηγική προτεραιότητα για την ανάπτυξη του 24/7 χαρτοφυλακίου μας, ενισχύοντας το εύρος και την ευελιξία του. Ειδικότερα στον κλάδο του HoReCa, ένα κανάλι που αποτελεί για εμάς κάτι περισσότερο από σημείο πώλησης, αφού εκεί τα προϊόντα μας μεταμορφώνονται σε μοναδικές εμπειρίες κατανάλωσης.

Η περυσινή νίκη της Ελληνίδας διαγωνιζόμενης στο διεθνή διαγωνισμό Caffè Vergnano World Cup ήταν μία στιγμή περηφάνειας για εμάς.

Είμαστε σίγουροι ότι και φέτος θα πετύχουμε εξαιρετικά αποτελέσματα, αναδεικνύοντας το ταλέντο και τη δυναμική των επαγγελματιών του κλάδου στη χώρα μας.

Ο ΓΙΩΡΓΟΣ ΛΑΜΠΙΡΗΣ ΝΙΚΗΤΗΣ ΤΟΥ ΦΕΤΙΝΟΥ ΔΙΑΓΩΝΙΣΜΟΥ δήλωσε:

Ήταν ένα υπέροχο ταξίδι στον κόσμο του καφέ, που μου χάρισε τη νίκη στον εγχώριο διαγωνισμό και το εισιτήριο για τον μεγάλο τελικό του Caffè Vergnano World Cup 2025. Με έμπνευση, δημιουργικότητα και πάθος συνεχίζουμε το όνειρο, και καλώ όλους όσοι αγαπούν τον καφέ να ζήσουν αυτήν την εμπειρία, γιατί πραγματικά σε γεμίζει με γνώση, χαρά και νέες προοπτικές.

Με τον ελληνικό τελικό να έχει ολοκληρωθεί, όλα τα βλέμματα στρέφονται πλέον στον μεγάλο διεθνή διαγωνισμό που θα διεξαχθεί στην Ιταλία τον Οκτώβριο.

Εκεί, η τέχνη του καφέ θα συναντήσει την παγκόσμια αριστεία, με τους κορυφαίους barista από όλο τον κόσμο να αναμετρώνται για το τρόπαιο του Caffè Vergnano World Cup 2025.

Ένα ταξίδι γεμάτο γεύσεις, δημιουργικότητα και πάθος, που αναμένεται να προσφέρει μοναδικές στιγμές και να αναδείξει νέες διαδρομές στον συναρπαστικό κόσμο του καφέ.

• Το World Barista Championship 2025 θα διεξαχθεί 17-21 Οκτωβρίου 2025 στο HostMilano, στο εκθεσιακό κέντρο Fiera Milano, Rho (Μιλάνο, Ιταλία).

Το HostMilano είναι η διεθνής έκθεση για τον χώρο της εστίασης και της αγοράς του καφέ και φιλοξενεί πολλά παράλληλα events στον κλάδο της HoReCa.

Οι Ποικιλίες μπιρών ανά τον κόσμο

Barleywine: Η μύρα που πλησιάζει το κρασί

Μέρος 11ο

Η Barleywine δεν είναι απλώς μια μύρα· είναι μια εμπειρία που ακροβατεί ανάμεσα στον κόσμο της ζυθοποιίας και της οινοποίησης. Όπως προδίδει και το όνομά της, πρόκειται για μια “μύρα κρασί”, όχι βέβαια επειδή περιέχει σταφύλια, αλλά εξαιτίας της έντασης και της πολυπλοκότητας των γεύσεων που θυμίζουν δυνατό κρασί.

Η καταγωγή της μας ταξιδεύει στην Αγγλία του 18ου αιώνα, όπου οι ζυθοποιοί έφτιαχναν δυνατές μύρες με υψηλό αλκοολικό βαθμό (συνκά 8-12%) για να αντέξουν στον χρόνο και να σερβίρονται σαν ένα ιδιαίτερο ποτό στις γιορτές.

Η πλούσια γεύση καραμέλας, οι νότες αποξηραμένων φρούτων (σταφίδες, δαμάσκηνα), αλλά και ο αλκοολικός της χαρακτήρας την κάνουν ιδανική για αργές, στοχαστικές στιγμές.Σήμερα, η Barleywine διακρίνεται σε δύο βασικά στυλ:



- English Barleywine, με έμφαση στη βύνη, τις καραμελένιες και γήινες νότες.
 - American Barleywine, πιο πικρή και λυκισμένη, με έντονα αρώματα εσπεριδοειδών και ρητίνης.
- Αποτελεί μύρα που μπορεί να παλαιωθεί, όπως το κρασί, αναπτύσσοντας με τον χρόνο νέες γευστικές αποχρώσεις. Συνοδεύει ιδανικά ώριμα τυριά, σοκολατένια γλυκά ή ακόμη και πούρο, προσφέροντας μια εμπειρία πολυτέλειας.
- Η Barleywine είναι η μύρα που υπενθυμίζει ότι η ζυθοποιία δεν είναι μόνο δροσιστική απόλαυση, αλλά και τέχνη γεύσης με βάθος και διάρκεια.

Η Barleywine, πέρα από τη γευστική της πολυπλοκότητα, έχει κερδίσει ξεχωριστή θέση στη ζυθοποιία γιατί συνδέεται με την έννοια της «υπομονής». Δεν είναι μια μύρα που φτιάχνεται για άμεση κατανάλωση· αντίθετα, συχνά ωριμάζει σε βαρέλια για μήνες ή και χρόνια, αποκτώντας βαθύτερο χαρακτήρα και αρώματα που θυμίζουν βανίλια, καραμέλα, ξύλο ή ακόμη και ούισκι. Αυτή η διαδικασία παλαίωσης την καθιστά μια «συλλεκτική» μύρα, με φανατικούς λάτρεις που κυνηγούν παλιές χρονιές όπως ακριβώς γίνεται με τα κρασιά.Στο τραπέζι, η Barleywine δεν περνά απαρατήρητη. Το γε-



μάτο σώμα της και ο υψηλός αλκοολικός βαθμός (που πολλές φορές φτάνει το 12%) την κάνουν ιδανική για να σερβίρεται σε μικρά ποτήρια, σχεδόν σαν digestif. Ταιριάζει υπέροχα με γλυκά όπως σοκολατόπιτα ή cheese-cake με αποξηραμένα φρούτα, ενώ σε μια πιο τολμηρή pairing εμπειρία μπορεί να συνοδεύσει κρεατικά μαγειρεμένα με πλούσιες σάλτσες.

Είτε στη βρετανική της εκδοχή που αποπνέει κλασική κομψότητα είτε στην αμερικανική που αναδεικνύει τη δύναμη του λυκίσκου, η Barleywine παραμένει ένα στυλ που ξεπερνά τις νόρμες. Είναι μια υπενθύμιση ότι η μπίρα δεν είναι μόνο καθημερινή απόλαυση αλλά και ποτό για στοχασμό, μοιρασιά και ξεχωριστές στιγμές.

ΣΕ ΤΑΞΙΔΕΥΕΙ ΕΚΕΙ ΠΟΥ ΠΡΑΓΜΑΤΙΚΑ ΘΕΣ ΝΑ ΕΙΣΑΙ

Τα ξέρω ΣΤΗΝ ΜΠΥΡΑ

Απολαύστε υπεύθυνα

