

## Συνεχίζεται η δράση της Ε.Δ.Ε.Ο.Π. «γνωρίζουμε τις συνεργαζόμενες εταιρείες»: ΕΚΔΡΟΜΗ ΣΤΟ ΟΙΝΟΠΟΙΕΙΟ ΤΣΕΛΕΠΟΥ

Μια μοναδική εμπειρία ξενάγησης  
από τα στελέχη της εταιρείας



Συνεχίζοντας τη δράση «γνωρίζουμε τις συνεργαζόμενες εταιρείες» που θέσπισε το διοικητικό συμβούλιο της Ε.Δ.Ε.Ο.Π., πραγματοποιήθηκε εκδρομή στο φημισμένο οινοποιείο Τσέλεπου στην Τεγέα Αρκαδίας. Τα μέλη του Δ.Σ. και του σωματείου είχαν την ευκαιρία να πλουτίσουν τις γνώσεις τους σχετικά με την παρασκευή του κρασιού και την οινική παραγωγή.

Στην **πρώτη φάση**, οι επισκέπτες ξεναγήθηκαν στα κτήματα με τους αμπελώνες, μια τεράστια έκταση που υπερβαίνει τα 650 στρέμματα. Η ξενάγηση πραγματοποιήθηκε από οινολόγους σε διάφορα τμήματα του κτήματος, όπου υπήρχαν διαφορετικές ποικιλίες αμπελιών ανά περιοχή. Η επίσκεψη ολοκλη-



ρώθηκε στο εκκλησάκι του Αγίου Τρύφωνα, που κατασκευάστηκε με έξοδα της επιχείρησης (ο Άγιος Τρύφωνας είναι προστάτης της γεωργίας), από όπου οι εκδρομείς απόλαυσαν τη

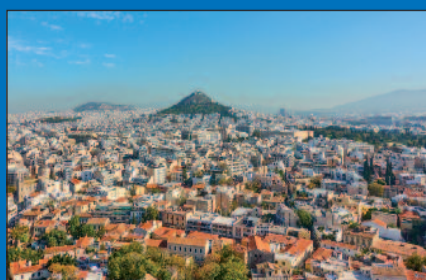


θέα των αμπελώνων σε 360 μοίρες. Στη **δεύτερη φάση**, η ξενάγηση στο οινοποιείο αποτέλεσε ένα μικρό σχολείο.

Συνέχεια στη σελίδα 2

Σπίτι μου 2:  
Στον αέρα  
7.000  
δικαιούχοι  
από την  
αιφνιδιαστική λήξη  
του προγράμματος

Στη σελίδα 6



Τα Ελληνικά Αποστάγματα  
Κρατούν Γερά  
και στη Δύσκολη  
Χρονιά του 2025

Στη σελίδα 4



# Συνεχίζεται η δράση της Ε.Δ.Ε.Ο.Π. «γνωρίζουμε τις συνεργαζόμενες εταιρείες»: ΕΚΔΡΟΜΗ ΣΤΟ ΟΙΝΟΠΟΙΕΙΟ ΤΣΕΛΕΠΟΥ

Συνέχεια από σελίδα 1

Ο συνεχιστής της επιχείρησης, κ. Άρης Τσέλεπος, εξήγησε τις σύγχρονες μεθόδους οινοποίησης και εμφιάλωσης, καθώς και τα νέα υλικά που χρησιμοποιούνται στην οιική βιομηχανία παγκοσμίως. Παράλληλα, οι συμμετέχοντες έλαβαν λεπτομέρειες για την παρασκευή του αφρώδους οίνου, ένα ιδιαίτερα τεχνικό κομμάτι της παραγωγής που απαιτεί ακριβά μηχανήματα.



Στην **τρίτη φάση**, πραγματοποιήθηκε οινογνωσία με την παρουσίαση εννέα ετικετών του κτήματος Τσέλεπου, συνοδευόμενη από λεπτομερή επεξήγηση των αρωματικών και γευστικών χαρακτηριστικών κάθε ετικέτας.

Στο τέλος, ο κ. Τσέλεπος ευχαρίστησε τους συμμετέχοντες και εξέφρασε την επιθυμία να στηρίζουν την εταιρεία μέσω των επιχειρησέων τους.

Αμέσως μετά, ο Πρόεδρος του συλλόγου, κ. Ιωάννης Βυτινιώτης, απύθυνε σύντομο χαιρετισμό, ευχαριστώντας θερμά για τη φιλοξενία εκ μέρους του Δ.Σ. της Ε.Δ.Ε.Ο.Π., τόνισε τη στενή συνεργασία μεταξύ της εταιρείας και των χονδρεμπόρων μελών της Ε.Δ.Ε.Ο.Π., και εξέφρασε τη βεβαιότητα ότι αυτή θα συνεχιστεί απρόσκοπτα και στο μέλλον.

Η εκδρομή ολοκληρώθηκε με γεύμα που παρέθεσε η εταιρεία στους συμμετέχοντες σε γραφική ταβέρνα της περιοχής.



## Λίγα Λόγια για το Κτήμα Τσέλεπου

**Οι Ρίζες ενός Οράματος** Ο Γιάννης Τσέλεπος αποφοίτησε από το τμήμα οιολογίας στο πανεπιστήμιο της Dijon Γαλλίας και αφού περιπλανήθηκε οινολογικά για δύο χρόνια σε οινοποιεία της Βουργουνδίας, εγκαταστάθηκε το 1981 στη Μαντινεία. Γοητευμένος από την πρώτη του επαφή με την ποικιλία Μοσχοφίλερο, υπήρξε ο πρώτος της νεώτερης γενιάς οινοποιών που το ανέσυρε από το τέλημα της αφάνειας και το ανέδειξε εμφανιζοντάς το μονοποικιλιακά.

### Η Επιλογή της Γης

Το 1989, μαζί με την Αμαλία, αναζητώντας την κατάλληλη τοποθεσία, επέλεξαν τους χωμάτινους λόφους στις παρυφές του ιστορικού όρους Πάρνωννα για να φυτέψουν τους αμπελώνες και να ιδρύσουν το Κτήμα Τσέλεπου.

Το κτήμα βρίσκεται στο νοτιοανατολικό άκρο του οροπεδίου της Μαντινείας, σε υψόμετρο 750 μέτρων, με εξαιρετικές εδαφοκλιματολογικές συνθήκες:

ππειρωτικό κλίμα, φτωκά αργιλοπετρώδη εδάφη και άριστη ηλιοφάνεια, στοιχεία που επιλέχθηκαν για την ικανότητά τους να παράγουν οίνους υψηλής ποιότητας.

### Η Φιλοσοφία

Κύρια φιλοσοφία του κτήματος είναι η μελέτη και η ανάδειξη όλων των δυνατοτήτων της ποικιλίας Μοσχοφίλερο, καθώς και η προβολή της τόσο στην Ελλάδα όσο και στο εξωτερικό. Δίνεται πολύ μεγάλη βαρύτητα στη λεπτομέρεια της καλλιέργειας και στη διαχείριση του terroir ώστε η ποικιλία να δίνει την καλύτερη έκφρασή της.



### Τα Πρώτα Βήματα

Η πορεία προς την καταξίωση έγινε σταδιακά. Το 1991 εμφιαλώθηκε η πρώτη Μαντινεία ΟΠΑΠ και δύο χρόνια αργότερα, το 1993, κυκλοφόρησε το πρώτο Κτήμα Τσέλεπου με Cabernet Sauvignon και Merlot.

Το 1994 κατασκευάστηκε το οινοποιείο που θα γινόταν η καρδιά της παραγωγής, και το 1996 σημειώθηκε ένα πρωτοποριακό βήμα: η εμφιάλωση της Αμαλία Brut, του πρώτου αφρώδους οίνου από Μοσχοφίλερο με την παραδοσιακή μέθοδο της σαμπάνιας.

### Διακρίσεις και Επέκταση

Τα επόμενα χρόνια έφεραν νέες δημιουργίες και διακρίσεις. Το 1998 οινοποιήθηκε για πρώτη φορά ο Κοκκινόμυλος και

το 1999 ακολούθησε το Αυλοτόπι. Το 2001 ο Κοκκινόμυλος κέρδισε διεθνή αναγνώριση, βραβευόμενος ως Best Merlot in USA, επιβεβαιώνοντας ότι το ελληνικό κρασί μπορεί να σταθεί περήφανα στη διεθνή σκηνή. Το 2003 το κτήμα επεκτάθηκε με την αγορά κτήματος στο Κούτσι Νεμέας και την ίδρυση του Κτήματος Δρυόπης, φέρνοντας στο προσκήνιο το Αγιωργίτικο, ενώ την επόμενη χρονιά κυκλοφόρησε η πρώτη Νεμέα Reserve.

### Νέες Δημιουργίες

Το 2006 ανακαινίστηκε ο παλιός μύλος του κτήματος, το 2008 έκανε την εμφάνισή της η Μαντινεία Βαρέλι, που αργότερα μετονομάστηκε σε Blanc de Gris, και το 2011 ολοκληρώθηκε το οινοποιείο με την προσθήκη νέας πτέρυγας οινοποίησης. Το 2013 η οικογένεια Τσέλεπου έστρεψε το βλέμμα της στη Σαντορίνη με την ίδρυση της Κανάβας Χρυσού-Τσέλεπος, φέρνοντας το Ασύρτικο στο δυναμικό της, ενώ το 2016 ήρθε και η διεθνής επέκταση με το άνοιγμα στην αγορά της Κίνας μέσω του ομίλου Hellas Group.

### Σήμερα

Το Κτήμα Τσέλεπου αναπτύσσεται σε 450 στρέμματα ιδιόκτητων αμπελώνων και 200 στρέμματα συνεργαζόμενων παραγωγών, με παραγωγή 450.000 φιάλες ετησίως. Το 40% της παραγωγής εξάγεται σε ΗΠΑ, Καναδά, Κίνα, Γερμανία, Κύπρο, Βέλγιο και Μεγάλη Βρετανία. Το 2019, στα 30 χρόνια λειτουργίας, η νέα γενιά ανέλαβε τα νήια, εξασφαλίζοντας τη συνέχεια μιας εξαιρετικής οινοποιητικής ιστορίας που άφησε ανεξίτηλο το στίγμα της στο χώρο του ελληνικού κρασιού.



Coca-Cola

Real Magic<sup>®</sup>

# Τα Ελληνικά Αποστάγματα Κρατούν Γερά και στη Δύσκολη Χρονιά του 2025

## Εξέλιξη Εξαγωγών Ελληνικών Αλκοολούχων Ποτών σε αξία εκ. €

ΚΑΤΗΓΟΡΙΑ / ΠΕΡΙΟΔΟΣ	2020	2021	2022	2023	2024	2025	Μεταβολή % 2025 vs 2024
ΟΥΖΟ	49.076.340	52.362.223	58.850.882	61.135.282	64.539.436	61.448.336	-4,79%
ΑΛΛΑ ΑΛΚΟΟΛΟΥΧΑ	16.312.264	17.580.411	22.474.089	21.549.209	21.886.836	23.360.735	6,73%
ΛΙΚΕΡ	6.284.141	6.655.597	5.001.823	7.043.499	8.056.577	7.224.655	-10,33%
ΑΛΛΑ (βότκα, τζιν, ουίски, αποστάγματα)	5.666.480	8.061.029	8.618.093	14.092.699	17.710.730	10.129.936	-42,80%
ΤΣΙΠΟΥΡΟ	1.456.162	1.825.334	2.038.236	2.347.854	2.590.742	2.091.601	-19,27%
<b>ΣΥΝΟΛΟ</b>	<b>78.795.387</b>	<b>86.484.594</b>	<b>96.983.123</b>	<b>106.168.543</b>	<b>114.784.321</b>	<b>104.255.263</b>	<b>-9,17%</b>

## Εξαγωγές Ελληνικών Αλκοολούχων Ποτών σε ποσότητα εκ. Kg

ΚΑΤΗΓΟΡΙΑ / ΠΕΡΙΟΔΟΣ	2020	2021	2022	2023	2024	2025	Μεταβολή % 2025 vs 2024
ΟΥΖΟ	25.713.369	25.689.333	26.797.651	24.823.347	25.547.994	24.396.065	-4,51%
ΑΛΛΑ ΑΛΚΟΟΛΟΥΧΑ	6.240.266	6.421.218	7.272.912	6.536.314	6.407.527	7.530.248	17,52%
ΛΙΚΕΡ	1.262.636	1.688.550	1.733.640	1.875.790	2.077.584	1.957.538	-5,78%
ΑΛΛΑ (βότκα, τζιν, ουίски, αποστάγματα)	1.956.261	1.846.814	1.989.232	2.662.255	2.530.384	2.452.901	-3,06%
ΤΣΙΠΟΥΡΟ	234.015	306.800	365.359	350.005	354.049	368.882	4,19%
<b>ΣΥΝΟΛΟ</b>	<b>35.406.547</b>	<b>35.952.715</b>	<b>38.158.794</b>	<b>36.247.711</b>	<b>36.917.538</b>	<b>36.705.634</b>	<b>-0,57%</b>

Μια χρονιά που δοκίμασε τον κλάδο σε ένα διεθνές περιβάλλον γεμάτο γεωπολιτικές εντάσεις, δασμολογικές αναταράξεις και βαθιές αλλαγές στις καταναλωτικές συνήθειες, ο κλάδος των ελληνικών αποσταγμάτων και αλκοολούχων ποτών κατάφερε να παραμείνει στα θετικά νούμερα. Σε μια εποχή που πολλοί ανταγωνιστικοί κλάδοι είδαν σημαντικές απώλειες, η ελληνική ποτοποιία επέδειξε αξιοσημείωτη ανθεκτικότητα, επιβεβαιώνοντας ότι πρόκειται για έναν κλάδο με βαθιές ρίζες και σαφή εξαγωγικό προσανατολισμό.

### Τα νούμερα του 2025

Σύμφωνα με τα προσωρινά στοιχεία της Eurostat, όπως τα επεξεργάστηκε ο ΣΕΑΟΠ, οι εξαγωγές του 2025 διαμορφώθηκαν σε 104,3 εκ. € και 36,7 εκ. κιλά, διατηρώντας για ακόμη μία χρονιά τον πήχη πάνω από τα 100 εκατομμύρια ευρώ. Αξίζει να υπενθυμίσουμε ότι το 65 με 70% της συνολικής παραγωγής ελληνικών αλκοολούχων ποτών κατευθύνεται στις εξαγωγές, ένα ποσοστό που λίγοι ευρωπαϊκοί κλάδοι τροφίμων και ποτών μπορούν να διεκδικήσουν.

Σε σύγκριση με το 2024, η συνολική αξία υποχώρησε κατά 9,2%, ενώ οι ποσότητες παρέμειναν σχεδόν αμετάβλητες με οριακή μείωση 0,6%. Η μέση τιμή πώλησης διαμορφώθηκε στα 2,84 €/kg, χαμηλότερη από το ιστορικά υψηλό του 2024, αλλά σαφώς υψηλότερη από τα επίπεδα της προηγούμενης δεκαετίας. Το 2016 η μέση τιμή ήταν μόλις 2,14 €/kg. Σε δέκα χρόνια ανέβηκε κατά 32,5%, αποτέλεσμα συνειδητής στροφής προς την ποιότητα.

### Η δεκαετής εικόνα είναι αποκαλυπτική

Σε ορίζοντα πέντε ετών (2021 έως 2025) οι εξαγωγές σε αξία έχουν αυξηθεί κατά 20,6%, ενώ σε ορίζοντα δεκαετίας (2016 έως 2025) η αύξηση αγγίζει το εντυπωσιακό 40,6%. Αριθμοί που μιλούν από μόνοι τους για έναν κλάδο εξωστρεφή, ανθεκτικό και με στρατηγικό βλέμμα στο μέλλον.

### Το ούζο πρωταγωνιστεί

Βασιλιάς των εξαγωγών παραμένει αδιαφιλονίκητα το ούζο, με 61,4 εκ. € και μερίδιο 59% στο σύ-

νολο της αξίας. Η μέση τιμή πώλησής του παραμένει σταθερή στα 2,52 €/kg, αυξημένη κατά 23,5% σε σχέση με το 2021. Η Γερμανία εξακολουθεί να είναι ο μεγαλύτερος αγοραστής με 25 εκ. €, ακολουθούμενη από το Ιράκ με 13,8 εκ. € και τη Βουλγαρία με 11 εκ. €. Ιδιαίτερη εντύπωση κάνει η Ιορδανία, που κατέγραψε αύξηση 199,3% στις εισαγωγές ούζου, σηματοδοτώντας την ανάδυση νέων αγορών στη Μέση Ανατολή.

### Το τσίπουρο ανεβαίνει δυναμικά

Το τσίπουρο και η τσικουδιά, αν και κατέχουν μικρό μερίδιο στο σύνολο (περίπου 2% σε αξία), εμφανίζουν σαφή ανοδική τάση σε βάθος πενταετίας, με αύξηση 14,6% σε αξία και 20,2% σε ποσότητα από το 2021. Ιδιαίτερα ενθαρρυντικό είναι το αυξανόμενο ενδιαφέρον από αγορές εκτός Ευρώπης: ο Καναδάς σχεδόν διπλασίασε τις αγορές του (+108,4%), η Αυστραλία σημείωσε άνοδο 92,3% και τα Ηνωμένα Αραβικά Εμιράτα κατέγραψαν αύξηση 392,3%, αποδεικνύοντας ότι το τσίπουρο χτίζει σταδιακά τη δική του διεθνή ταυτότητα.

### Η ευρωπαϊκή αγορά παραμένει η βάση

Η ΕΕ-27 συνεχίζει να αποτελεί τον κορμό της εξαγωγικής δραστηριότητας, απορροφώντας το 76,9% της συνολικής αξίας με εξαγωγές 80,2 εκ. €. Η αξία υποχώρησε 5,9% σε σχέση με το 2024, αλλά οι ποσότητες αυξήθηκαν κατά 1,5%, γεγονός που δείχνει ότι η ζήτηση στην Ευρώπη διατηρείται και η πώση στην αξία είναι κυρίως αποτέλεσμα αναπροσαρμογής τιμών στο νέο οικονομικό κλίμα.

### Οι προκλήσεις και οι απαντήσεις

Ο κλάδος αντιμετωπίζει ένα διεθνές περιβάλλον υπό πολλαπλή πίεση. Οι δασμοί των ΗΠΑ σε αλκοολούχα προϊόντα, το αυξημένο ενεργειακό κόστος και η έντονη γραφειοκρατία συμπιέζουν τα περιθώρια κέρδους. Παράλληλα, η Γενιά Ζ στρέφεται διεθνώς προς μειωμένη κατανάλωση αλκοόλ, αναδιαμορφώνοντας τη δυναμική της αγοράς σε βάθος χρόνου.

### Το μήνυμα του 2025

Τα ελληνικά ποτά δεν φεύγουν από τη διεθνή σκηνή. Αντίθετα, με τη σωστή στρατηγική υποστήριξη και τις κατάλληλες μεταρρυθμίσεις, ετοιμάζονται για το επόμενο, ακόμα πιο φιλόδοξο βήμα.

Πηγή: ΣΕΑΟΠ / Eurostat

## Εφημερίδα ΕΔΕΟΠ

Μηνιαίο  
δημοσιογραφικό  
όργανο της  
ΕΝΩΣΗΣ ΔΙΑΚΙΝΗΤΩΝ  
ΕΜΠΟΡΩΝ  
ΟΙΝΩΝ-ΠΟΤΩΝ ΑΘΗΝΩΝ

Ιδιοκτήτης  
ΕΔΕΟΠ ΑΘΗΝΩΝ  
Οδός Ζ. Παπαντωνίου  
54-58, 11145 Αθήνα  
Τηλ. 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

## ΤΟ Δ.Σ. ΤΗΣ ΕΔΕΟΠ ΑΘΗΝΩΝ



ΒΥΤΙΝΙΩΤΗΣ ΙΩΑΝΝΗΣ  
ΝΤΑΜΠΑΡΑΚΗΣ ΝΙΚΟΛΑΟΣ  
ΑΝΩΓΙΑΝΝΑΚΗΣ ΔΑΜΙΑΝΟΣ  
ΖΑΜΠΟΥΡΑΣ ΧΑΡΗΣ  
ΔΑΝΙΗΛ ΣΠΥΡΟΣ  
ΔΕΡΜΙΤΖΑΚΗΣ ΧΑΡΑΛΑΜΠΟΣ  
ΓΕΡΑΡΗΣ ΚΩΝΣΤΑΝΤΙΝΟΣ

210-9702018  
210-2772005  
210-8043465  
210-2465788  
210-4934757  
210-5779896  
210-2281583

ΠΡΟΕΔΡΟΣ  
ΑΝΤΙΠΡΟΕΔΡΟΣ  
ΓΕΝ ΓΡΑΜΜΑΤΕΑΣ  
ΤΑΜΙΑΣ  
ΜΕΛΟΣ  
ΜΕΛΟΣ  
ΜΕΛΟΣ

**HEINEKEN 0.0**  
**ΤΩΡΑ ΜΠΟΡΕΙΣ**

**NEA**

**0.0% ΑΛΚΟΟΛ**

**ΥΠΕΡ**



**ΧΗ**

**ΓΕΥΣΗ**

PHARMACIA / ΠΡΟΪΟΝΤΑ



Απολαύστε υπεύθυνα

## Ακίνητα

# ΣΠΙΤΙ ΜΟΥ 2: ΣΤΟΝ ΑΕΡΑ 7.000 ΔΙΚΑΙΟΥΧΟΙ ΑΠΟ ΤΗΝ ΑΙΦΝΙΔΙΑΣΤΙΚΗ ΛΗΞΗ ΤΟΥ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΟΣ

## Η κυβέρνηση έβγαλε από την πρίζα το Σπίτι μου 2

Στον αέρα βρίσκονται πλέον χιλιάδες πολίτες που συμμετέχουν στο πρόγραμμα «Σπίτι μου 2». Η κυβέρνηση αποφάσισε «εν μια νυκτί» να βάλει πρόωρο τέλος στο πρόγραμμα και αντί για για 31 Αυγούστου λήγει τρεις μήνες νωρίτερα στις 2 Ιουνίου, αφήνοντας ξεκρέμαστους τους υποψήφιους αγοραστές ακινήτων.

Οι δικαιούχοι δεν προλαβαίνουν να ανταποκριθούν στη νέα ασφυκτική προθεσμία για την υπογραφή του δανείου, μόλις σε ένα μήνα από σήμερα.

Η εξέλιξη αυτή έχει προκαλέσει κύμα οργής καθώς οικογένειες και νέα ζευγάρια τρέχουν να προλάβουν τις ασφυκτικές προθεσμίες, με τον φόβο ότι θα χαθούν οι προκαταβολές.

Το ερώτημα είναι «τι θα γίνει με τους δικαιούχους αυτούς που εμπιστεύτηκαν την κυβέρνηση για το Σπίτι μου 2»;

### Το Σπίτι μου 2

Είναι γεγονός ότι με το «Σπίτι μου 2» ζητωκραύγαζε ότι πρόκειται για ένα πρόγραμμα ευέλικτο με περισσότερους ηλικιακά δικαιούχους και καλύτερα εισοδηματικά κριτήρια το οποίο δίνει ανάσα σε νέους και οικογένειες.

Όμως, τα πράγματα για άλλη μια φορά αποδεικνύουν την αποτυχία της κυβέρνησης. Πίσω από τους αριθμούς και τα χρονοδιαγράμματα υπάρ-

χουν χιλιάδες πολίτες που ήδη βρίσκονται σε αδιέξοδο. Δικαιούχοι που προχώρησαν με βάση τις επίσημες ανακοινώσεις, κατέβαλαν προκαταβολές, υπέγραψαν προσύμφωνα και ξεκίνησαν τη διαδικασία συγκέντρωσης δικαιολογητικών, σήμερα ενημερώνονται ότι δεν προλαβαίνουν να ολοκληρώσουν τις απαιτούμενες τραπεζικές διαδικασίες.

Από το στεγαστικό πρόγραμμα μέχρι σήμερα εγκριθεί 13.461 δάνεια, συνολικής αξίας 1,617 δισ. ευρώ, με μέσο ύψος δανείου 120,15 χιλ. ευρώ, ενώ η απορρόφηση έχει φθάσει το 84,1% του συνολικού προϋπολογισμού.

Μπορεί να υπήρξε ενδιαφέρον από υποψήφιους δανειολήπτες, πλην όμως, υπήρξαν δυσκολίες να βρει κάποιος ακίνητο που να ανταποκρίνεται στα κριτήρια που απαιτούσε η ένταξη στο πρόγραμμα. Οι υποψήφιοι αγοραστές έρχονταν αντιμέτωποι με τη σκληρή πραγματικότητα, την έλλειψη ακινήτων που να πληρούν τις προδιαγραφές του προγράμματος.

Το πρόγραμμα προκάλεσε μεγάλες στρεβλώσεις στην αγορά κατοικιών, όπου παρατηρήθηκε το παράδοξο φαινόμενο να αυξάνονται οι τιμές παλαιών διαμερισμάτων όλο και ταχύτερα από τις τιμές των νέων. Η κυβέρνηση φιλοδοξούσε να αποτελέσει την «αιχμή του δόρατος» για



την αντιμετώπιση της στεγαστικής κρίσης, καθώς αυξανόταν τα ηλικιακά όρια και δίνονταν και περισσότερα χρήματα σε σχέση με το «Σπίτι μου 1».

Ξαφνικά, η κυβέρνηση βάζει ένα τέλος στο πρόγραμμα «Σπίτι μου 2» χωρίς να έχουν αξιοποιηθεί όλοι οι διαθέσιμοι πόροι.

Το μεγάλο «αγκάθι» που καλούνται τώρα να ξεπεράσουν οι ενδιαφερόμενοι δεν είναι έγκριση αλλά η ολοκλήρωση της συναλλαγής. Σε μια αγορά ακινήτων που οι διαδικασίες κινούνται με ρυθμούς χελώνας τα πράγματα είναι δύσκολα.

Το μεγαλύτερο «αγκάθι» που έχουν να ξεπεράσουν οι ενδιαφερόμενοι είναι η ηλεκτρονική ταυτότητα ακινήτου, η οποία βοηθά στον νομικό και τεχνικό έλεγχο.

Η ηλεκτρονική ταυτότητα κτιρίου είναι ένας ηλεκτρονικός φάκελος μέσα στον οποίο καταγράφονται τα στοιχεία κάθε κτιρίου. Με τον τρόπο αυτό αποτυπώνεται η υφιστάμενη κατάσταση όλων των κτιρίων της χώρας, ο φάκελος αυτός, όπως και για κάθε κτίριο θα βρίσκεται σε μόνιμη διασύνδεση με το Κτηματολόγιο, τη ΔΕΗ και τη Γενική Γραμματεία Πληροφοριακών Συστημάτων, φέρνοντας καθοριστικές αλλαγές στον ισχύοντα τρόπο έκδοσης των νέων οικοδομικών αδειών.

Ένα άλλο εμπόδιο, αναφέρονται στον ΟΤ δικηγορικοί κύκλοι είναι οι προκαταβολές που έχουν δώσει οι υποψήφιοι αγοραστές. Αν στο ιδιωτικό συμφωνητικό δεν υπάρχει δικλείδα επιστροφής χρημάτων σε περίπτωση ακύρωσης της αγοραπωλησίας τότε χάνονται τα χρήματα.

### «Σπεύσατε»... το μήνυμα

Οι τράπεζες καλούν τους δικαιούχους του Σπίτι μου 2 να ολοκληρώσουν τις διαδικασίες για την υπογραφή δανειακών συμβάσεων. Σύμφωνα με την Ελληνική Ένωση Τραπεζών, οι ενδιαφερόμενοι πολίτες, που έχουν λάβει οριστική έγκριση, θα πρέπει να φροντίσουν να επικοινωνήσουν άμεσα με την Τράπεζα συνεργασίας τους, προσκομίζοντας το συντομότερο δυνατό τα αναγκαία δικαιολογητικά, ώστε να καταστεί εφικτή η υπογραφή της δανειακής τους συμβάσεως μέχρι την καταληκτική ημερομηνία της 2ας/6/2026.

Εάν για οποιοδήποτε λόγο οι δικαιούχοι δεν μπορέσουν να ανταποκριθούν στην παραπάνω ημερομηνία (μέχρι και 2/6/2026), δεν θα είναι αντικειμενικά εφικτή η υπογραφή οριστικής δανειακής συμβάσεως, λόγω της λήξης του προγράμματος. Το πρόγραμμα έχει συνολικό προϋπολογισμό 2 δισ. ευρώ, εκ των οποίων το ένα δισ. ευρώ προέρχεται από το δανειακό σκέλος του ΤΑΑ και το υπόλοιπο από τις τράπεζες.

Από την πλευρά του, ο αναπληρωτής υπουργός Εθνικής Οικονομίας και Οικονομικών Νίκος Παπαθανάσης μιλώντας στο in διευκρινίζει ότι δεν πρόκειται να δοθεί παράταση και πρόσθεσε «ότι έχουν σταλεί επιστολές στις τράπεζες να επισπεύσουν τις διαδικασίες. Κρίνει ότι το περιθώριο του ενός μηνός (20 εργάσιμες μέρες), είναι επαρκές και ότι θέλουν να βοηθήσουν ώστε να μην βρεθεί κανείς απέξω. Σε εκκρεμότητα βρίσκονται περίπου περίπου 2.500 εγκρίσεις δανείων, ενώ έχουν συμβασιοποιηθεί περίπου 11.000».

### Σφοδρή επίθεση

Την ίδια στιγμή, σφοδρή κριτική για το «Σπίτι μου» έκανε το ΠΑΣΟΚ. Το πρόγραμμα «Σπίτι μου 2» είχε στόχο να καλύψει 20.000 πολίτες, με φθηνά επιχορηγούμενα στεγαστικά δάνεια, και προϋπολογισμό 2 δισ. ευρώ, με το ΠΑΣΟΚ να καταγγέλλει ότι με ευθύνη του πρωθυπουργού και των τραπεζών μένουν εκτός 7.000 υποψήφιοι αγοραστές ακινήτων.

«Εκτός τόπου και χρόνου ο Πρωθυπουργός πανηγυρίζει για τις αποδόσεις του προγράμματος "Σπίτι μου 2" και την έγκριση 13.461 δανείων, ενώ ο σκοπός του προγράμματος ήταν η ωφέλεια 20.000 δικαιούχων, που θα αγόραζαν σπίτι με χαμηλότοκο δάνειο. Για ποιο λόγο επιλέγεται η πρόωρη λήξη του προγράμματος τον Ιούνιο ενώ ακόμα δεν έχουν απορροφηθεί τα κονδύλια και δεν έχουν υπογραφεί οι συμβάσεις δανείων πολλών πολιτών που έχουν προχωρήσει σε οικονομικές δεσμεύσεις;

## 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 | 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 |  
Νομική Σύμβουλος – Δικηγόρος LL.M |  
Εξειδικευμένη Σύμβουλος IP

6936973490  
2130441430

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





# Crème Délice

Η ELLVINO Distillery με υπερηφάνεια ανακοινώνει τη βράβευση του **Crème Délice Premium Λικέρ Κρέμας Φυστικιού** με **Χρυσό Μετάλλιο** στον διεθνώς αναγνωρισμένο διαγωνισμό **Spirits Selection by Concours Mondial de Bruxelles (CMB)** επιβεβαιώνοντας την ανώτερη ποιότητα του και την μοναδική του ισορροπία η οποία ξεχωρίζει σε κάθε ποτήρι.



# Dulce TERRA

Το **Dulce TERRA Premium Λικέρ Πεπόνι** της ELLVINO Distillery απέσπασε **Ασημένιο Μετάλλιο** στον **Spirits Selection by CMB**, ξεχωρίζοντας για το δροσερό άρωμα και την απαλή γλυκύτητα του πεπονιού — μια ακόμη διεθνής επιβεβαίωση της ποιότητας και της δημιουργικής ταυτότητας της Ελληνικής απόσταξης.

THE BEER  
IN THE BLUE BOTTLE

# 1664

BLANC



GOOD TASTE

WITH A TWIST

# ΑΠΟΛΑΥΣΗ ΑΝΕΥ ΠΡΟΗΓΟΥ ΜΕΝΟΥ



\* 0.5% περιεκτικότητα σε αλκοόλ

**ΦΥΣΙΚΑ  
ΔΡΟΣΙΣΤΙΚΕΣ!**

## Από τον χώρο των εταιρειών

# 2.000 νέα δέντρα από το φυσικό μεταλλικό νερό ΒΙΚΟΣ σε Χίο και Βόρεια Εύβοια

Το φυσικό μεταλλικό νερό ΒΙΚΟΣ επιβεβαιώνει έμπρακτα τη δέσμευσή του για την προστασία του περιβάλλοντος, υλοποιώντας στοχευμένες δράσεις με ουσιαστικό και μετρήσιμο αντίκτυπο για το περιβάλλον και την κοινωνία. Με σταθερή φιλοσοφία το «συμβιώνουμε αρμονικά, επιχειρούμε υπεύθυνα», η μάρκα ΒΙΚΟΣ συμβάλλει ενεργά στη διαμόρφωση ενός σύγχρονου προτύπου υπεύθυνης επιχειρηματικότητας, αποδεικνύοντας ότι η οικονομική ανάπτυξη και η περιβαλλοντική ευαισθησία μπορούν να πορεύονται μαζί, αλληλοτροφοδοτούμενες και αλληλοενισχυόμενες. Πρόκειται για μια εταιρική στάση που δεν εξαντλείται σε κενές διακηρύξεις, αλλά μεταφράζεται καθημερινά σε συγκεκριμένες πράξεις με απτά, μετρήσιμα αποτελέσματα.

### Δύο πρωτοβουλίες, ένας κοινός στόχος

Σε συνεργασία με τον περιβαλλοντικό οργανισμό we4all, το φυσικό μεταλλικό νερό ΒΙΚΟΣ πραγματοποίησε δύο στοχευμένες πρωτοβουλίες δενδροφύτευσης σε περιοχές με αυξημένη ανάγκη περιβαλλοντικής αποκατάστασης και ενίσχυσης της βιοποικιλότητας. Η επιλογή των περιοχών δεν ήταν τυχαία: αντανάκλα μια βαθιά γνώση των τοπικών αναγκών και μια ειλικρινή βούληση να αντιμετωπιστούν οι συνέπειες της κλιματι-



κής κρίσης εκεί όπου το πρόβλημα είναι πιο ορατό και η ανάγκη πιο επείγουσα. Στη Χίο, νησί με πλούσια αγροτική παράδοση και ιστορική σχέση με τη γη, παραδόθηκαν 1.000 ελαιόδεντρα, συμβάλλοντας στην αναγέννηση της τοπικής γης και την τόνωση της αγροτικής δραστηριότητας. Το ελαιόδεντρο, σύμβολο ζωής και ευημερίας για τον ελληνικό πολιτισμό, αποκτά εδώ και μια πρόσθετη διάσταση: εκείνη της συλλογικής ευθύνης απέναντι στις επόμενες γενιές. Κάθε δένδρο που φυτεύεται σήμερα είναι μια υπόσχεση για αύριο, ένα από σημείο αισιοδοξίας σε μια εποχή που τη χρειάζεται περισσότερο από ποτέ. Στη Βόρεια Εύβοια, μια περιοχή που έχει πληγεί βαθιά από τις καταστροφικές



πυρκαγιές των τελευταίων ετών, διανεμήθηκαν 1.000 καρποφόρα δενδρύλλια, ενισχύοντας ουσιαστικά την περιβαλλοντική ανάκαμψη της περιοχής. Η επιλογή καρποφόρων ειδών δεν είναι τυχαία: στόχος δεν είναι μόνο η αναδάσωση, αλλά και η αποκατάσταση της τοπικής οικονομίας, η επιστροφή ζωής στη γη και η στήριξη των κατοίκων που βλέπουν τα χωράφια τους να ανασαίνουν ξανά. Η συνεισφορά του ΒΙΚΟΣ στη Βόρεια Εύβοια αποτελεί ουσιαστική αλληλεγγύη στις τοπικές κοινότητες που αγωνίζονται να επανακτήσουν αυτό που έχασαν.

### Μια φιλοσοφία που γεννήθηκε το 1996

Οι συγκεκριμένες πρωτοβουλίες δεν αποτελούν μεμονωμένες ενέργειες επικοινωνιακού χαρακτήρα. Εντάσσονται σε ένα ευρύτερο, διαχρονικό και με σαφή στρατηγική κατεύθυνση πλάνο βιωσιμότητας, το οποίο η μάρκα ΒΙΚΟΣ υλοποιεί ήδη από το 1996, επενδύοντας με συνέπεια και συνέχεια σε δράσεις δενδροφύτευσης και περιβαλλοντικής αποκατάστασης. Τριάντα σχεδόν χρόνια δέσμευσης, τριάντα χρόνια πράξεων που ξεπερνούν τα λόγια και εγγράφονται με τον πιο απτό τρόπο στο φυσικό τοπίο της χώρας. Σε μια εποχή που η έννοια της εταιρικής κοινωνικής ευθύνης ήταν ακόμα άγνωστη για τα περισσότερα ελληνικά εμπορικά σήματα, ο ΒΙΚΟΣ είχε ήδη αρχίσει να γράφει τη δική του ιστορία. Μια ιστορία που σήμερα αριθμεί 19.721 δενδρύλλια, διασκορπισμένα σε περιοχές που τα χρειάζονταν περισσότερο. Κάθε ένα από αυτά αντιπροσωπεύει μια απόφαση, μια επένδυση, μια δέσμευση που ανανεώνεται κάθε χρόνο με την ίδια ακριβώς σταθερότητα.

### Η συνεργασία με το we4all

Καθοριστικής σημασίας στην υλοποίηση αυτών των δράσεων είναι η συνεργασία με τον περιβαλλοντικό οργανισμό we4all, έναν φορέα με αποδεδειγμένο έργο και τεχνογνωσία στον τομέα της περιβαλλοντικής αποκατάστασης. Η συνεργασία αυτή αποτελεί ένα υπόδειγμα δημιουργικής σύμπραξης μεταξύ ιδιωτικού τομέα και κοινωνίας των πολιτών, αποδεικνύοντας ότι όταν η επιχειρηματική δύναμη συναντά την περιβαλλοντική τεχνογνωσία, τα αποτελέσματα είναι πραγματικά, μετρήσιμα και διαρκή.

### Ένα πρότυπο για το αύριο

Το φυσικό μεταλλικό νερό ΒΙΚΟΣ συνεχίζει να αποδεικνύει ότι η υπεύθυνη επιχειρηματικότητα δεν είναι απλώς μια επιλογή, αλλά μια αναγκαιότητα για κάθε σύγχρονη εταιρεία που σέβεται τόσο τους ανθρώπους όσο και τον πλανήτη που τους φιλοξενεί. Με κάθε δενδρύλλιο που φυτεύεται, με κάθε πρωτοβουλία που υλοποιείται, η μάρκα ΒΙΚΟΣ επιβεβαιώνει ότι η επιτυχία δεν μετριέται μόνο σε οικονομικά αποτελέσματα, αλλά και στο αποτύπωμα που αφήνει στη γη, στους ανθρώπους και στις κοινότητες που επιλέγει να στηρίξει. Γιατί το νερό, από τη φύση του, δίνει ζωή, και το ΒΙΚΟΣ έχει κάνει αυτή τη φιλοσοφία τον πυρήνα κάθε του δράσης.

## ΤΟ ΦΥΣΙΚΟ ΜΕΤΑΛΛΙΚΟ ΝΕΡΟ ΑΡΡΕΝΑ ΣΥΝΕΡΓΑΖΕΤΑΙ ΜΕ ΤΟΝ ΕΛΛΗΝΙΚΟ ΕΡΥΘΡΟ ΣΤΑΥΡΟ

**Η Νερά Πηγών Γράμμου ανακοινώνει τη συνεργασία της με τον Ελληνικό Ερυθρό Σταυρό στο πλαίσιο της ενίσχυσης της καθημερινής δράσης των εθελοντών του Οργανισμού. Η πρωτοβουλία αυτή αποτελεί μια σημαντική κίνηση αλληλεγγύης που έρχεται να στηρίξει τους ανθρώπους που βρίσκονται καθημερινά στην πρώτη γραμμή της ανθρωπιστικής βοήθειας.**

Το φυσικό μεταλλικό νερό Αρρένα θα διατίθεται στον Ελληνικό Ερυθρό Σταυρό με ειδικά διαμορφωμένη ετικέτα που θα φέρει και το σήμα του Οργανισμού, το οποίο θα προσφέρεται δωρεάν από τον Ελληνικό Ερυθρό Σταυρό στους εθελοντές του. Με τον τρόπο αυτό, κάθε εθελοντής που δραστηριοποιείται στο πλαίσιο του Οργανισμού θα έχει στη διάθεσή του ένα φυσικό μεταλλικό νερό ανώτερης ποιότητας κατά τη διάρκεια της προσφοράς του. Ο Ελληνικός Ερυθρός Σταυρός, από την ίδρυσή του το 1877, αποτελεί τον μεγαλύτερο και αρχαιότερο ανθρωπιστικό οργανισμό στην Ελλάδα και μέρος του Διεθνούς Κινήματος Ερυθρού Σταυρού και Ερυθράς Ημισελήνου. Με σταθερή προσήλωση στις ανθρωπιστικές αξίες, δρα-



στηριοποιείται διαχρονικά στην ανακούφιση του ανθρώπινου πόνου, στηρίζοντας ευάλωτες κοινωνικές ομάδες, ασθενείς, ηλικιωμένους, πρόσφυγες και όσους έχουν ανάγκη.

Ο Οργανισμός αριθμεί δεκάδες χιλιάδες εθελοντές σε ολόκληρη την Ελλάδα, οι οποίοι προσφέρουν καθημερινά το χρόνο και τις δυνάμεις τους για τη στήριξη των πιο ευάλωτων συνανθρώπων μας.

Η συνεργασία αυτή αντικατοπτρίζει τις κοινές αξίες για αλληλεγγύη, προσφορά και κοινωνική ευθύνη, ενώ ενισχύει το έργο των ανθρώπων που βρίσκονται καθημερινά στην πρώτη γραμμή της βοήθειας, προσφέροντάς τους ένα φυσικό μεταλλικό νερό ανώτερης ποιότητας.

### Η Νερά Πηγών Γράμμου και ο Ελληνικός Ερυθρός Σταυρός μοιράζονται το ίδιο όραμα:

μια κοινωνία που στηρίζει τους αδύναμους και τιμά όσους προσφέρουν ανιδιοτελώς. Μέσα από αυτή την πρωτοβουλία, η Νερά Πηγών Γράμμου αναγνωρίζει τη σημασία της ανιδιοτελούς προσφοράς και συμμετέχει ενεργά στο έργο του Ελληνικού Ερυθρού Σταυρού.

Η εταιρεία εκφράζει έτσι έμπρακτα την κοινωνική της ευαισθησία και δεσμεύεται να συνεχίσει να στηρίζει δράσεις που κάνουν τη διαφορά στη ζωή των ανθρώπων που τη χρειάζονται περισσότερο.



Η αλήθεια είναι  
ότι το νερό μας  
φιλτράρεται  
από τη φύση.  
Εκεί όπου ανήκει.

Arrena  
ΦΥΣΙΚΟ ΜΕΤΑΛΛΙΚΟ ΝΕΡΟ

Καθαρό. Σαν την αλήθεια.

arrena.gr   arrena.water



## Από τον χώρο των εταιρειών

# ΣΗΜΑΝΤΙΚΗ ΠΡΟΟΔΟΣ ΣΤΟ MISSION 2025 ΚΑΙ ΑΝΑΝΕΩΜΕΝΕΣ ΔΕΣΜΕΥΣΕΙΣ ΒΙΩΣΙΜΟΤΗΤΑΣ

Η COCA-COLA HBC ΑΝΑΚΟΙΝΩΣΕ ΟΤΙ ΣΗΜΕΙΩΣΕ ΣΗΜΑΝΤΙΚΗ ΠΡΟΟΔΟ ΣΤΙΣ ΔΕΣΜΕΥΣΕΙΣ ΒΙΩΣΙΜΟΤΗΤΑΣ MISSION 2025 ΤΑ ΤΕΛΕΥΤΑΙΑ ΟΚΤΩ ΧΡΟΝΙΑ

### ΙΣΧΥΡΗ ΠΡΟΟΔΟΣ ΣΕ ΣΧΕΣΗ ΜΕ ΤΙΣ ΔΕΣΜΕΥΣΕΙΣ ΒΙΩΣΙΜΟΤΗΤΑΣ ΤΟΥ MISSION 2025

Μέχρι το τέλος του 2025, η εταιρεία εκπλήρωσε ή σημείωσε σημαντική πρόοδο στην πλειονότητα των δεσμεύσεών της για τη βιωσιμότητα στο πλαίσιο του Mission 2025. Από τους 18 στόχους που θέσαμε, οι εννέα επιτεύχθηκαν πριν από το έτος-στόχο και οι επτά υπερέβησαν τις δεσμεύσεις.

### Τα επιτεύγματα της εταιρείας στο Mission 2025 περιλαμβάνουν τα ακόλουθα:

#### Κλίμα

- Οι εκπομπές της εταιρείας παραμένουν ευθυγραμμισμένες με τον οδικό χάρτη NetZero40 για πέμπτη συνεχή χρονιά.
- Το 54% της συνολικής ενέργειας προέρχεται πλέον από ανανεώσιμες και καθαρές πηγές, υπερβαίνοντας τη δέσμευση του Mission 2025 για 50%.
- Το 100% της ηλεκτρικής ενέργειας που χρησιμοποιείται στην ΕΕ και την Ελβετία προέρχεται από ανανεώσιμες και καθαρές πηγές.

#### Συσκευασίες

- Επιτεύχθηκε ανάκτηση 78% των πρωτογενών συσκευασιών για ανακύκλωση ή επαναχρησιμοποίηση, υπερβαίνοντας τον στόχο του 75% του Mission2025.
- Αυξημένη περιεκτικότητα σε rPET στις φιάλες στο 35%, με τις χώρες της ΕΕ και την Ελβετία να ξεπερνούν το 65%.



#### Νερό

- Ξεκίνησαν έργα διαχείρισης νερού σε όλες τις τοποθεσίες υψηλής προτεραιότητας, επιτυγχάνοντας πλήρη κάλυψη στις 19 αναγνωρισμένες περιοχές κινδύνου νερού της εταιρείας. Αυτό συνάδει με τις δεσμεύσεις του Mission 2025.

#### Υποστήριξη Κοινοτήτων

- Εκπαιδεύθηκαν 1,2 εκατομμύρια νέοι μέσω του προγράμματος Youth Empowered, υπερβαίνοντας τον στόχο του 1 εκατομμυρίου του Mission 2025.

Οι ισχυρές επιδόσεις βιωσιμότητας της εταιρείας αναγνωρίζονται εξωτερικά. Η Coca-Cola HBC κατατάχθηκε για ένατη φορά ως η πιο βιώσιμη εταιρεία ποτών στον κόσμο στο S&P Global Sustainability Yearbook. Επίσης, συγκαταλέγεται μεταξύ των ηγετών της παγκόσμιας βιομηχανίας ποτών σε σημαντικούς δείκτες αναφοράς, συμπεριλαμβανομένης της λίστας A του CDP για το κλίμα και το νερό, ISS ESG, MSCI ESG, Morningstar Sustainability ESG και FTSE ESG.

### ΤΟ MISSION REFRESH ΚΑΘΟΡΙΖΕΙ ΑΝΑΝΕΩΜΕΝΕΣ ΔΕΣΜΕΥΣΕΙΣ ΚΑΙ ΣΤΟΧΟΥΣ ΒΙΩΣΙΜΟΤΗΤΑΣ ΓΙΑ ΤΟ ΜΕΛΛΟΝ



Η εταιρεία έχει πλέον θέσει σε εφαρμογή το Mission Refresh – ένα στοχευμένο πλαίσιο εμβληματικών δεσμεύσεων βιωσιμότητας και μετρήσιμων στόχων που θα καθοδηγήσουν τις ενέργειές της τα επόμενα χρόνια.

Αυτές οι εμβληματικές δεσμεύσεις είναι μακροπρόθεσμες και φιλόδοξες και θα βοηθήσουν την εταιρεία να επικεντρωθεί εκεί όπου μπορεί να δημιουργήσει τον μεγαλύτερο και πιο ουσιαστικό, θετικό αντίκτυπο.

Η Chief Corporate Affairs & Sustainability Officer, Karyn Harrington, εξήγησε ότι το Mission Refresh είναι το επόμενο κεφάλαιο της ιστορίας βιωσιμότητας της εταιρείας: «Το Mission Refresh αντικατοπτρίζει την μακροχρόνια δέσμευσή μας να δημιουργούμε αξία για τις κοινότητες, τους συνεργάτες και το περιβάλλον μας, ενισχύοντας παράλληλα την ανθεκτικότητά μας.

«Η βιωσιμότητα συνεχίζει να αποτελεί μέρος της αναπτυξιακής μας πορείας και θα συνεχίσουμε να δημοσιοποιούμε πληροφορίες με τη διαφάνεια που προσδοκούν τα ενδιαφερόμενα μέρη».

### ΟΙ ΕΜΒΛΗΜΑΤΙΚΕΣ ΔΕΣΜΕΥΣΕΙΣ ΜΑΣ ΓΙΑ ΤΗ ΒΙΩΣΙΜΟΤΗΤΑ

#### ΚΛΙΜΑ

#### Επίτευξη καθαρών μηδενικών εκπομπών έως το 2040

Παραμένουμε προσπλωμένοι στη φιλοδοξία που θέσαμε το 2021 και συνεχίζουμε να εργαζόμαστε για την υλοποίησή της. Ο στόχος μας NetZero40 έχει εγκριθεί από την πρωτοβουλία Science Based Targets (SBTi). Αυτός ο στόχος μας οδηγεί να επιτύχουμε καθαρές μηδενικές εκπομπές σε ολόκληρη την αλυσίδα αξίας μας έως το 2040, από τις μονάδες παραγωγής και τα logistics έως τις συσκευασίες, τα ψυγεία και τα συστατικά. Στο πλαίσιο αυτής της πορείας, έχουμε έναν ενδιάμεσο στόχο για το 2030 να μειώσουμε τις απόλυτες εκπομπές της αξιακής αλυσίδας κατά 30%. Ενώ μειώνουμε τις εκπομπές στο πεδίο εφαρμογής 1 και 2, συνεργαζόμαστε παράλληλα με τους προμηθευτές και τους συνεργάτες μας σε όλη την αλυσίδα αξίας για τη μείωση των έμμεσων εκπομπών στο πεδίο εφαρμογής 3.

#### ΒΙΟΠΟΙΚΙΛΟΤΗΤΑ

#### Επίτευξη καθαρού θετικού αντίκτυπου στη βιοποικιλότητα έως το 2040

Αυτή η δέσμευση, που εισήχθη το 2022, στοχεύει στην επίτευξη καθαρού θετικού αντίκτυπου στη βιοποικιλότητα σε κρίσιμες περιοχές έως το 2040 και στην εξάλειψη της αποψίλωσης των δασών στην αλυσίδα εφοδιασμού μας.

#### ΝΕΡΟ

#### Αναπήρωση κάθε σταγόνας νερού που χρησιμοποιούμε έως το 2035

Το νερό είναι απαραίτητο για τα αναψυκτικά και τις διαδικασίες παραγωγής μας. Σε ευθυγράμμιση με τον στόχο της The Coca-Cola Company, στοχεύουμε να διαχειριζόμαστε το νερό με υπευθυνότητα και να αναπληρώνουμε πλήρως την ποσότητα που χρησιμοποιούμε στα ποτά μας με έμφαση σε τοποθεσίες υψηλού κινδύνου.

#### ΚΟΙΝΟΤΗΤΕΣ

#### ΝΑ ΕΙΜΑΣΤΕ Ο ΓΕΙΤΟΝΑΣ ΕΠΙΛΟΓΗΣ ΓΙΑ ΤΙΣ ΤΟΠΙΚΕΣ ΚΟΙΝΩΝΙΕΣ

Αυτός ο στόχος εστιάζει στη δημιουργία κοινής αξίας σε τοπικό επίπεδο - υποστήριξη θέσεων εργασίας και δεξιοτήτων, συνεργασία με τις τοπικές κοινωνίες, συμβολή στην ασφάλεια και την ευημερία και προστασία του τοπικού οικοσυστήματος.

#### ΜΕΤΡΗΣΙΜΟΙ ΣΤΟΧΟΙ ΠΟΥ ΕΝΙΣΧΥΟΥΝ ΤΗ ΘΕΣΗ ΜΑΣ ΣΤΟΝ ΚΛΑΔΟ

Ενώ οι δεσμεύσεις της Coca-Cola HBC καθορίζουν τη συνολική κατεύθυνση, ένα σύνολο μετρήσιμων στόχων οδηγεί στην πρόοδο και στους επτά πυλώνες της στρατηγικής βιωσιμότητας της εταιρείας: κλίμα, συσκευασίες, νερό, γεωργία, διατροφή, βιοποικιλότητα και άνθρωποι και κοινότητες.



Οι τιμές βάσης για τους στόχους μας βασίζονται σε αξιόπιστα δεδομένα και διεθνώς αναγνωρισμένες μεθοδολογίες, ώστε η πρόοδος να είναι διαφανής και συγκρίσιμη διαχρονικά.

Για να αποδείξει τη συνεχή αφοσίωσή της στη διαφανή αναφορά και τη συνεπή παράδοση, η εταιρεία θα συνεχίσει να παρακολουθεί και να δημοσιεύει την απόδοσή της ετησίως.

### Ο ZORAN BOGDANOVIC CHIEF EXECUTIVE OFFICER ΔΗΛΩΣΕ:

Μαζί με τις ομάδες και τους συνεργάτες μας, ενισχύσαμε τις προσπάθειές μας για βιωσιμότητα διευρύνοντας την εμβέλεια.

Η αποστολή Mission 2025 συνέβαλε στο να διευκρινιστεί πού οι ενέργειές μας μπορούν να έχουν τον μεγαλύτερο αντίκτυπο και ανέδειξε μια θεμελιώδη αλήθεια: η διαρκής αλλαγή απαιτεί εστίαση, επιμονή και ταπεινότητα για να συνεχίσουμε να μαθαίνουμε. Η πρόοδος μας είναι ακόμα μεγαλύτερη όταν καινοτομούμε μαζί με τους συνεργάτες μας και συνδιαμορφώνουμε λύσεις με θετικό αντίκτυπο για όλους. Είμαι ευγνώμων στις ομάδες και τους συνεργάτες μας για τη δέσμευσή τους να συμβάλλουν στη διαμόρφωση ενός πιο βιώσιμου μέλλοντος.

# ΠΕΙΡΑΪΚΗ

ΖΥΘΟΣ  
ΕΚΛΕΚΤΟΣ

Η ΜΠΥΡΑ ΤΟΥ ΠΕΙΡΑΙΑ  
ΕΙΝΑΙ ΞΑΝΑ ΕΔΩ!



# COCA-COLA ΤΡΙΑ ΕΨΙΛΟΝ: AMITA LEMONADES, FRULITE BOOST ΚΑΙ TSAKIRIS STICKS CUP ΑΝΑΔΕΙΚΝΥΟΝΤΑΙ «ΠΡΟΪΟΝΤΑ ΤΗΣ ΧΡΟΝΙΑΣ 2026»

Η Coca-Cola Τρία Έψιλον απέσπασε τρεις σημαντικές διακρίσεις στον θεσμό «Προϊόν της Χρονιάς 2026» για τα Amita Lemonades, Frulite BOOST και Tsakiris Sticks Cup. Η αναγνώριση αυτή επιβεβαιώνει τη δυναμική του 24/7 χαρτοφυλακίου της εταιρείας και τη στρατηγική της για συνεχή επένδυση σε προϊόντα που συνδυάζουν ποιότητα, γεύση, καινοτομία και πρακτικότητα.

Πιο συγκεκριμένα, η σειρά Amita Lemonades, ξεχώρισε στην κατηγορία του φρουτοποτού λεμόνι. Περιλαμβάνει τρεις μοναδικούς συνδυασμούς γεύσεων: Λεμόνι & Γκρέιπφρουτ, Λεμόνι & Μέντα και Λεμόνι & Μαστίχα, προσφέροντας μία φυσική εμπειρία δροσιάς, χωρίς προσθήκη ζάχαρης.

Αντλώντας έμπνευση από τους μοναδικούς αναζωογονητικούς συνδυασμούς του λεμονιού, η σειρά Amita Lemonades με τη δροσιστική της γεύση, προσφέρει φρεσκάδα, και δίνει ώθηση για τη συνέχεια της ημέρας.

Παράλληλα, το Frulite BOOST με Μήλο-Φράουλα-Elderberry-Γουανα, διακρίθηκε στην κατηγορία του φρουτοποτού Energy, συνδυάζοντας γεύση και ενέργεια για όσους βρίσκονται διαρκώς εν κινήσει, και προσφέρει έναν συνδυασμό γεύσης και ενέργειας. Με πρόσθετες βιταμίνες Β6, Β12, C και E, καθώς και εμπλουτισμένο με ginseng, guarana και φυσική καφεΐνη από πράσινους κόκκους καφέ, αποτελεί μια ολοκληρωμένη πρόταση που αναζητά ο "on-the-go", σύγχρονος καταναλωτής.

Αντίστοιχα, τα Tsakiris Sticks Cup, που για δεύτερη συνεχόμενη χρονιά αναδεικνύονται «Προϊόν της Χρονιάς» στην κατηγορία «Potato Chips», ξεχώρισαν για την πρακτικότητα και τον νεανικό χαρακτήρα τους, με τις γεύσεις Spicy Hot και Cheeseburger. Η καινο-



τόμα "on-the-go" συσκευασία προσφέρει πρακτικότητα και ευκολία στη χρήση, εξασφαλίζοντας μια απολαυστική εμπειρία κατανάλωσης κάθε στιγμή της ημέρας.

Η επαναλαμβανόμενη βράβευση επιβεβαιώνει την απήχσή τους στο κοινό και αναδεικνύει τη στρατηγική της εταιρείας να δημιουργεί προϊόντα που συνδυάζουν καινοτομία, λειτουργικότητα και χαρακτήρα.

## Η ΔΙΟΝΥΣΙΑ ΣΙΜΑΤΟΥ CCH BRANDS MARKETING DIRECTOR ΤΗΣ COCA-COLA ΤΡΙΑ ΕΨΙΛΟΝ ΔΗΛΩΣΕ:

Νιώθουμε ιδιαίτερα υπερήφανοι για αυτές τις τρεις πολύ σημαντικές διακρίσεις, καθώς προέρχονται από τους καταναλωτές, οι οποίοι βρίσκονται πάντα στο επίκεντρο κάθε μας προσπάθειας. Στην Coca-Cola Τρία Έψιλον σταθερή μας δέσμευση αποτελεί η δημιουργία προϊόντων που συνδυάζουν ποιότητα, καινοτομία και απόλαυση. Στόχος μας είναι να διευρύνουμε συνεχώς το χαρτοφυλάκιό μας με επιλογές που ανταποκρίνονται στις ανάγκες των καταναλωτών και προσφέρουν αξία στους πελάτες μας».

## Διονυσία Σιμάτου, CCH Brands Marketing Director της Coca-Cola Τρία Έψιλον, δήλωσε σχετικά:

«Νιώθουμε ιδιαίτερα υπερήφανοι για αυτές τις τρεις πολύ σημαντικές διακρίσεις, καθώς προέρχονται από τους καταναλωτές, οι οποίοι βρίσκονται πάντα στο επίκεντρο κάθε μας προσπάθειας. Στην Coca-Cola Τρία Έψιλον σταθερή μας δέσμευση αποτελεί η δημιουργία προϊόντων που συνδυάζουν ποιότητα, καινοτομία και απόλαυση.

Στόχος μας είναι να διευρύνουμε συνεχώς το χαρτοφυλάκιό μας με επιλογές που ανταποκρίνονται στις ανάγκες των καταναλωτών και προσφέρουν αξία στους πελάτες μας.

**110**  
ΣΟΥΡΩΤΗ.  
1916 - 2026

**Φυσική Πηγή Ευεξίας!**

Αναζητήστε τις  
**ΕΠΕΤΕΙΑΚΕΣ ΣΥΣΚΕΥΑΣΙΕΣ**

LEARN MORE

f d v in @  
www.souroti.gr

ΑΛΦΑ

Χωρίς

ΝΕΑ  
ΓΕΥΣΗ  
ΛΕΜΟΝΙ



Σε όλες  
τις στιγμές μας.

Απολαύστε υπεύθυνα



**BIKOS<sup>®</sup>**  
**COLA**