



22/03/2023  
ΠΑΤΗΣΜΙΑ ΗΜΕΡΑ ΝΕΡΟΥ

# 30 χρόνια τώρα, είμαστε ένα με το νερό μας.

**κυλάμε φυσικά μαζί, ξεπερνάμε δυσκολίες,  
πάμε ακόμα πιο μπροστά.**

Από την πρώτη εμφιάλωση, τρεις δεκαετίες πριν, δεν έχουμε σταματήσει να μαθαίνουμε από το νερό, να ακολουθούμε με σεβασμό την πορεία του, την ορμή του, αλλά και τη γαλήνια ροή του. Γιορτάζουμε κάθε μέρα την ύπαρξή του και μαζί -αλληλεπένδετα- και τη δική μας.

[water.gr](http://water.gr)

**Βίκος®**



ΓΡΑΦΟΥΝ ΟΙ



**ΜΑΚΗΣ ΑΠΟΣΤΟΛΟΥ**  
makis@notice.gr



**ΣΤΕΛΛΑ ΑΥΓΟΥΣΤΑΚΗ**  
stella@notice.gr



**ΕΛΕΥΘΕΡΙΑ ΠΙΠΕΡΟΠΟΥΛΟΥ**  
eleftheria@notice.gr

ΤΟ FNB DAILY ΤΙΜΑ ΤΗΝ ΠΑΓΚΟΣΜΙΑ ΗΜΕΡΑ ΝΕΡΟΥ

**Η παγκόσμια κατανάλωση  
εμφιαλωμένου & ο στόχος για ασφαλές  
πόσιμο νερό - Η ακτινογραφία  
της ελληνικής αγοράς**



# ZAGORI®

φυσικό μεταλλικό νερό

Το καλό το 'χουμε μέσα μας

22 Μαρτίου  
ΠΑΓΚΟΣΜΙΑ  
ΗΜΕΡΑ ΝΕΡΟΥ

GO  
GREEN



**Κάθε σταγόνα νερού είναι για εμάς πολύτιμη!**

- Με περιβαλλοντική συνείδηση δημιουργήσαμε το πρώτο ελληνικό εμφιαλωμένο νερό σε συσκευασία από 30% ανακυκλωμένο υλικό (r-PET), το Zagori Go Green.
- Εφαρμόζουμε διαδικασίες ορθολογικής διαχείρισης των υδάτινων πόρων με σεβασμό στο περιβάλλον.
- Χρησιμοποιούμε ανακυκλώσιμα υλικά σε όλες μας τις συσκευασίες.

**Φροντίζουμε για το αύριο, σήμερα!**



• ICAP CRIF

## Η ακτινογραφία της ελληνικής αγοράς εμφιαλωμένων νερών

Ο κλάδος των εμφιαλωμένων νερών παρουσίασε μεγάλη ανάπτυξη τις τελευταίες δεκαετίες στη χώρα μας. Η αύξηση της τουριστικής κίνησης σε συνδυασμό με την ανεπάρκεια του υδροδοτικού δικτύου σε διάφορες περιοχές της χώρας, καθώς επίσης και οι διατροφικές συνήθειες των καταναλωτών, στο πλαίσιο ενός πιο υγιεινού τρόπου ζωής, διαδραμάτισαν σημαντικό ρόλο στην ενίσχυση της ζήτησης.

Σύμφωνα με τα συμπεράσματα της κλαδικής μελέτης της ICAP CRIF, ο κλάδος των εμφιαλωμένων νερών στην Ελλάδα περιλαμβάνει μεγάλο αριθμό μικρομεσαίων επιχειρήσεων, αλλά και ορισμένες μεγάλης κλίμακας επιχειρήσεις, οι οποίες είτε ασχολούνται αποκλειστικά με την εμφιάλωση νερού, είτε δραστηριοποιούνται στους ευρύτερους κλάδους των ειδών διατροφής και ποτών.

Οι μεγαλύτεροι μεγέθους επιχειρήσεις αξιοποιούν τα ήδη εγκατεστημένα και οργανωμένα δίκτυα πωλήσεων και διανομής των προϊόντων τους (όπως χυμοί και αναψυκτικά), επιτυγχάνοντας οικονομίες κλίμακας. Παράλληλα, ορισμένες επιχειρήσεις εμφιαλώνουν νερό και για λογαριασμό τρίτων (προϊόντα private label), οι οποίες δραστηριοποιούνται επίσης στους ευρύτερους κλάδους των τροφίμων και ποτών. Τέλος, ο αριθμός των εισαγωγικών επιχειρήσεων του κλάδου είναι πολύ μικρός, ενώ κατά βάση, οι πωλήσεις τους από τα εξεταζόμενα προϊόντα αφορούν μικρό ποσοστό στις συνολικές ετήσιες πωλήσεις τους.

### ΑΛΛΑΓΕΣ ΣΤΙΣ ΣΥΣΚΕΥΑΣΙΕΣ

Σημαντικές αλλαγές έχουν συντελεστεί με την πάροδο των χρόνων σε ό,τι αφορά στις συσκευασίες των εμφιαλωμένων νερών. Ειδικότερα, οι συσκευασίες PVC έχουν αντικατασταθεί από τις πιο ασφαλείς - και πλήρως ανακυκλώσιμες - συσκευασίες τύπου PET, ενώ έχει διευρυνθεί η χρήση γυάλινων φιαλών, κυρίως σε χώρους μαζικής εστίασης. Τέλος, τη διετία 2020-2021 κυκλοφόρησαν για πρώτη φορά στην Ελλάδα εμφιαλωμένα νερά σε χάρτινη συσκευασία. Οι αναφερόμενες χάρτινες συσκευασίες εναρμονίζονται με την ανάγκη για βιωσιμότητα και καινοτομία, ενώ ταυτόχρονα προστατεύουν το νερό από την ηλιακή ακτινοβολία και τον αέρα.

### ΔΙΑΡΘΡΩΣΗ ΑΓΟΡΑΣ

Σύμφωνα με την Ελένη Δεμερτζή, Senior Manager της Διεύθυνσης Οικονομικών & Κλαδικών Μελετών της ICAP CRIF, ο βαθμός συγκέντρωσης των τεσσάρων εμπορικών σημάτων, ΖΑΓΟΡΙ, Βί-



κος, AVRA και Κορφή, τα οποία αποσπούν τα μεγαλύτερα μερίδια αγοράς, είναι υψηλός και εκτιμάται ότι κυμάνθηκε στο 55% - 60% επί της συνολικής εγχώριας κατανάλωσης εμφιαλωμένων νερών το 2021. Αξιοσημείωτη είναι και η παρουσία των προϊόντων private label στην εξεταζόμενη αγορά.

### ΕΠΕΝΔΥΣΕΙΣ

Αξίζει να σημειωθεί, επίσης, ότι ο εξεταζόμενος κλάδος παρουσιάζει έντονο επενδυτικό ενδιαφέρον, καθώς αρκετές επιχειρήσεις έχουν προβεί τα τελευταία έτη στον σχεδιασμό και υλοποίηση αξιόλογων επενδυτικών πλάνων. Οι εν λόγω επενδυτικές κινήσεις αφορούν τη λειτουργία νέων γραμμών παραγωγής, σε υφιστάμενες αλλά και καινούριες εγκαταστάσεις, την προσθήκη νέων παραγωγικών γραμμών συσκευασίας, τη δημιουργία νέων κέντρων αποθήκευσης και παροχής υπηρεσιών logistics, κ.ά.

### ΠΑΡΑΓΩΓΗ

Αναφορικά με την εγχώρια παραγωγή εμφιαλωμένων νερών, η Σταματίνα Παντελαίου, διευθύντρια Οικονομικών & Κλαδικών Μελετών της ICAP CRIF, επισημαίνει ότι μετά την ανοδική πορεία που παρουσίασε την περίοδο 2016-2019 και το διάλειμμα του 2020, ως αποτέλεσμα των επιπτώσεων της πανδημίας, τη διετία 2021-2022 επέστρεψε σε θετικούς ρυθμούς μεταβολής, ξεπερνώντας οριακά, τα προ-πανδημίας επίπεδα.

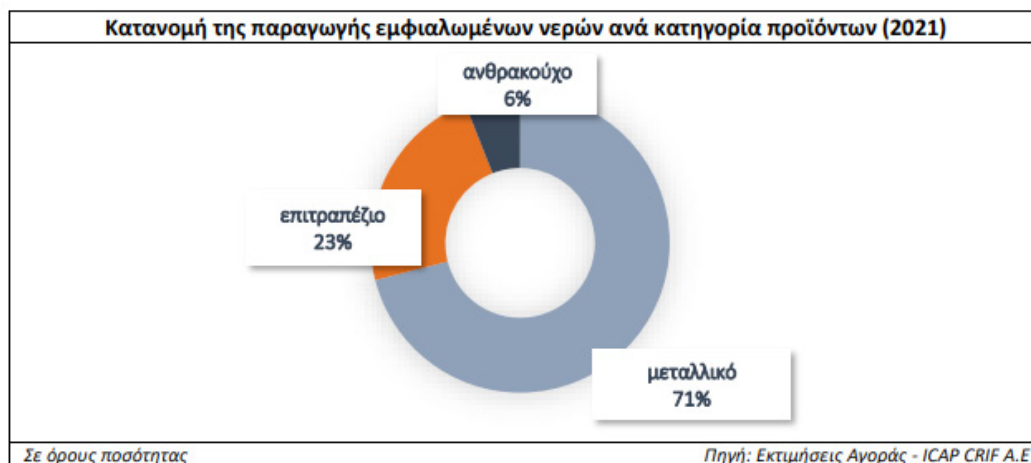
Σύμφωνα με εκτιμήσεις της ICAP CRIF, το μεγαλύτερο μέρος της εγχώριας παραγωγής εμφιαλωμένων νερών είναι συγκεντρωμένο σε μικρό αριθμό επιχειρήσεων, αφού 7 από αυτές υπολογίζεται ότι κάλυψαν το 80%, περίπου, της συνολικής παραγόμενης ποσότητας το 2021.



## Η ΕΙΚΟΝΑ ΑΝΑ ΚΑΤΗΓΟΡΙΑ

Όσον αφορά τη διάρθρωση της συνολικής εγχώριας παραγωγής ανά κατηγορία προϊόντων το 2021, εκτιμάται ότι η κατηγορία των μεταλλικών εμφιαλωμένων νερών κάλυψε ποσοστό της τάξης του

71% επί της συνολικής παραγωγής, τα επιτραπέζια εμφιαλωμένα νερά απέσπασαν μερίδιο που κυμαίνεται στο 23% και η κατηγορία του ανθρακούχου νερού περίπου το 6% του συνολικού παραγόμενου όγκου.



## ΖΕΣΤΗ ΚΑΙ ΚΡΥΑ ΑΓΟΡΑ

Τα εμφιαλωμένα νερά διατίθενται στους τελικούς καταναλωτές είτε μέσω της ζεστής, είτε μέσω της κρύας αγοράς. Όσον αφορά τη ζεστή αγορά, αυτή περιλαμβάνει τα super markets και όλα τα καταστήματα μικρής λιανικής πώλησης (όπως mini markets και μικρά παντοπωλεία, περίπτερα), ενώ στην κρύα αγορά συγκαταλέγονται τα ξενοδοχεία και οι χώροι μαζικής εστίασης (εστιατόρια, καφετέριες κ.λπ.). Αναφορικά με τα υλικά συσκευασίας, εκτιμάται ότι στο σύνολο της αγοράς (ζεστή και κρύα) το 92%-94% της κατανάλωσης αποσπούν τα προϊόντα σε πλαστική συσκευασία, ενώ το εναπομείναν ποσοστό καλύπτεται σχεδόν εξ ολοκλήρου από τα νερά σε γυάλινη συσκευασία. Μάλιστα, στα super markets η πλαστική συσκευασία αγγίζει το σύνολο σχεδόν της κατανάλωσης. Οι χάρτινες συσκευασίες, όπως επίσης και συσκευασίες can (κυρίως για ανθρακούχο νερό) - που έχουν ενταχθεί στην εγχώρια αγορά των εμφιαλωμένων νερών τα τελευταία έτη - βρίσκονται ακόμη σε πρώιμο στάδιο και τα ποσοστά που αποσπούν στη συνολική κατανάλωση είναι πολύ μικρά.

## ΠΕΡΙΟΡΙΣΜΕΝΕΣ ΕΞΑΓΩΓΕΣ - ΧΑΜΗΛΗ Η ΔΙΕΙΣΔΥΣΗ ΞΕΝΩΝ BRANDS

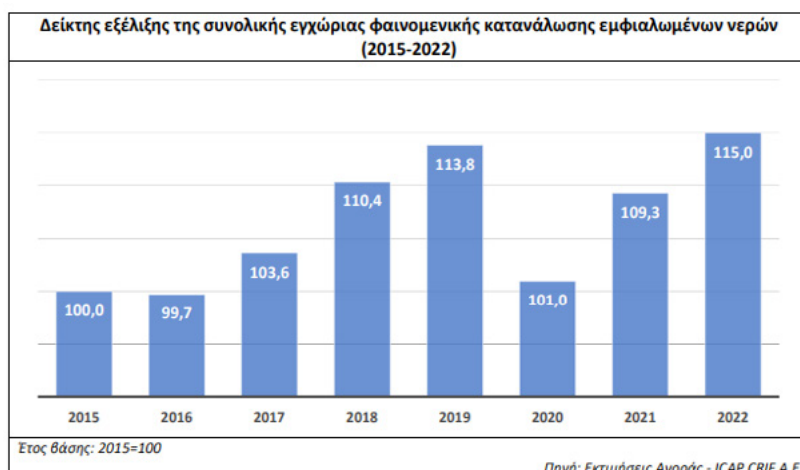
Επισημαίνεται ότι τόσο ο βαθμός της εισαγωγικής διείσδυσης όσο και της εξαγωγικής επίδοσης του κλάδου παραμένουν σε χαμηλά

επίπεδα, αφενός διότι η εγχώρια κατανάλωση καλύπτεται σχεδόν εξ ολοκλήρου από τα ελληνικά προϊόντα, αφετέρου επειδή το εμφιαλωμένο νερό αποτελεί βαρύ φορτίο, μεγάλου όγκου με σχετικά χαμηλή τιμή πώλησης. Το γεγονός αυτό, σε συνδυασμό και με τα υψηλά μεταφορικά έξοδα, λειτουργεί αποθαρρυντικά για αρκετές εταιρείες του κλάδου προκειμένου να αναπτύξουν εξαγωγική δραστηριότητα.

## ΑΝΑΠΤΥΞΗ 5%

Ο κλάδος των εμφιαλωμένων νερών στη χώρα μας, πέρυσι εκτιμάται ότι κατέγραψε ανάπτυξη της τάξης του 5%, με την κατανάλωση να επιστρέφει σε επίπεδα υψηλότερα από αυτά που είχε προ πανδημίας.

Όπως αναφέρει η Αναστασία Κυριακίδη, Consultant της Διεύθυνσης Οικονομικών - Κλαδικών Μελετών της εταιρείας, μεγάλη πρόκληση για τον κλάδο πέρυσι αποτέλεσαν οι έντονες πληθωριστικές πιέσεις στις τιμές ενέργειας και πρώτων υλών, οι οποίες οδήγησαν σε αξιόλογη αύξηση του κόστους παραγωγής και, κατά συνέπεια, του τελικού προϊόντος. Μάλιστα, όπως προέκυψε από την πρωτογενή έρευνα στις επιχειρήσεις του κλάδου, η επιβάρυνση στα κόστη υλικών συσκευασίας, μεταφοράς και ενέργειας τριπλασιάστηκε, οδηγώντας τις εταιρείες του κλάδου σε ανατιμήσεις των προϊόντων τους.







• **ΒΙΚΟΣ**

## Δύναμή μας, η ροή μας

**Βίκος®**

**Ε**ίσαι ένα με το νερό. Κυλάς μαζί του. Σέβεσαι την ορμή του. Ακολουθείς την πορεία του, την ροή του.

Αυτή τη συνεχή γραμμή, που ενώνει το παρελθόν σου, το παρόν και το μέλλον σου. Αυτή, η αέναη σύνδεση με το νερό είναι που σε κατευθύνει. Μαθαίνεις από αυτήν. Σου δείχνει πώς να πηγαίνεις μόνο μπροστά. Με ευελιξία και ορμή, να υπερπηδάς τα εμπόδια. Να λειαίνεις τα βράχια.

Είναι στο χέρι σου να τη διατηρήσεις...

### ΑΥΤΗ ΕΙΝΑΙ Η ΔΥΝΑΜΗ ΣΟΥ

Το νερό είναι πηγή ζωής. Είναι το παρελθόν, το παρόν και το μέλλον σου. Είναι η κινούμενη σταθερά σου, που είναι μέσα σου, σε παρασύρει και σε πάει μπροστά. Με καθαρότητα και ορμή, με πάθος, κυλάει μέσα στο χρόνο. Σιωπηλά αλλά και τόσο δυνατά, ο ήχος του νερού, ο ήχος της ζωής, κυλάει μέσα σου. Η ηρεμία του σε γαληνεύει. Αυτό που το μυαλό πιστεύει, το σώμα το καταφέρνει.

### ΔΙΨΑ ΓΙΑ ΖΩΗ

Μέσα σου ρέει όλος ο κόσμος. Το νερό αλλάζει τόπους με ορμή, γεννά πολιτισμό, αντανακλά φως και με φροντίδα, ξαναβιώνει τη γη. Τη φύση, που δίνει ζωή στη ζωή. Η φύση είναι η ταυτότητά σου. Εσύ, κοντά, μαθαίνεις από τη σοφία του. Από την καθαρότητα και την ορμή του. Γίνεσαι ροή που ωθεί τα αδύνατα να γίνουν δυνατά. Με ορμή, όπως το νερό, προχωράς, χωρίς να σταματάς να φτάνεις στο αύριο. Με αλήθεια. Με ροή.

### ΔΥΝΑΜΗ ΣΟΥ, Η ΡΟΗ ΣΟΥ

Βίκος.

30 χρόνια αδιάκοπης ροής.

Προς τα μπροστά.

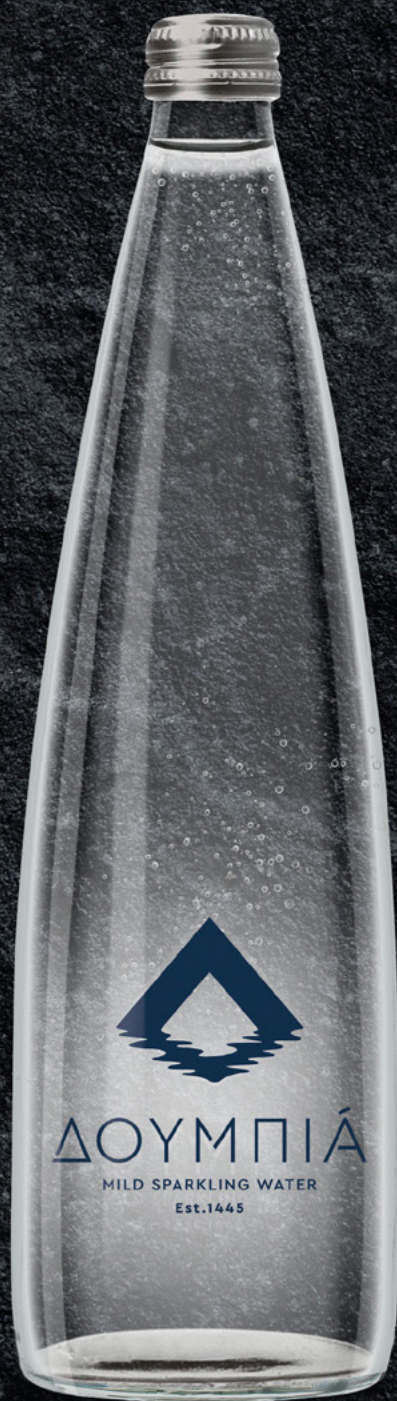




22 Μαρτίου, Παγκόσμια Ημέρα Νερού.

# P U R I T Y

Το νερό είναι ό,τι πιο αγνό μας προσφέρει η φύση.  
Ας το προστατέψουμε.





**• SUPER MARKETS (CIRCANA)**

# Σταθερή η άνοδος για το εμφιαλωμένο νερό στο retail

**Ο**λο και περισσότεροι είναι οι καταναλωτές που στρέφονται στο εμφιαλωμένο νερό, με την κατηγορία να αναπτύσσεται σταθερά ανοδικά τα τελευταία χρόνια.

Όπως προκύπτει από στοιχεία της Circana για τις πωλήσεις νερού σε αξία και όγκο στα super markets της χώρας το 2022, που έχει στη διάθεσή του το FNB Daily, οι καταναλωτές κάνουν τα τελευταία χρόνια στροφή στο εμφιαλωμένο νερό, κυρίως για λόγους που έχουν να κάνουν με την υγεία τους.

**Total Greece S. Markets**
**Total Water**

|              |             |             |             |      |
|--------------|-------------|-------------|-------------|------|
| Value Sales  | 75.664.394  | 82.651.042  | 88.784.608  | 7,4% |
| Volume Sales | 310.345.068 | 332.304.509 | 340.686.262 | 2,5% |

Συγκεκριμένα η κατηγορία του νερού έτρεξε με ανάπτυξη 7,4% σε αξία, με τις πωλήσεις να διαμορφώνονται κοντά στα €90 εκατ. (€88.784 χιλ.). Το 2021 ήταν στα €83 εκατ.

Αξίζει να αναφέρουμε ότι οι συνολικές πωλήσεις της κατηγορίας σε αξία το 2022 από τα στοιχεία της Circana φαίνεται να είναι οι μεγαλύτερες της τελευταίας τριετίας.

Το 2020 οι πωλήσεις σε αξία έκλεισαν κοντά στα €77 εκατ. (€75.664 χιλ.), γεγονός που επιβεβαιώνει τη σταδιακή ενίσχυση των πωλήσεων του εμφιαλωμένου νερού στην Ελλάδα.

**Total Greece S. Markets**
**Still Water**

|              |             |             |             |      |
|--------------|-------------|-------------|-------------|------|
| Value Sales  | 62.356.199  | 67.790.829  | 74.302.232  | 9,6% |
| Volume Sales | 297.563.962 | 317.174.527 | 325.702.994 | 2,7% |

Σε ό,τι αφορά τον όγκο πωλήσεων, το φυσικό μεταλλικό νερό κατέχει το μεγαλύτερο μερίδιο της κατηγορίας, σημειώνοντας αύξηση 2,7%, με τον όγκο να διαμορφώνεται στα 326 εκατ. λίτρα, από τα 341 εκατ. λίτρα της κατηγορίας νερού συνολικά. Χωρίς ιδιαίτερη μεταβο-

**Total Greece S. Markets**
**Carbonated Water**

|              |            |            |            |       |
|--------------|------------|------------|------------|-------|
| Value Sales  | 13.308.196 | 14.860.213 | 14.482.376 | -2,5% |
| Volume Sales | 12.781.106 | 15.129.982 | 14.983.268 | -1,0% |

**ΜΙΚΡΗ ΒΑΣΗ ΠΩΛΗΣΕΩΝ ΓΙΑ ΤΑ ΙΔΙΩΤΙΚΗΣ ΕΤΙΚΕΤΑΣ**

Σε ό,τι αφορά το νερό ιδιωτικής ετικέτας, διαπιστώνεται ότι το 2022 έκλεισε με ανάπτυξη 8,5% και τζίρο σχεδόν στα €9 εκατ. Οι όγκοι διαμορφώθηκαν στα 46,3 εκατ. λίτρα, με ανάπτυξη

**Total Greece S. Markets**
**PL**

|              |            |            |            |      |
|--------------|------------|------------|------------|------|
| Value Sales  | 8.435.356  | 8.108.527  | 8.797.436  | 8,5% |
| Volume Sales | 46.285.176 | 44.583.917 | 46.303.492 | 3,9% |


**ΠΡΩΤΟ ΤΟ ΦΥΣΙΚΟ ΜΕΤΑΛΛΙΚΟ**

Εξετάζοντας τις υποκατηγορίες φυσικό μεταλλικό και ανθρακούχο, προκύπτει ότι οι καταναλωτές προτίμησαν για τις αγορές τους φυσικό μεταλλικό νερό, το οποίο κατέγραψε αύξηση 9,6% σε αξία, με τις πωλήσεις να αγγίζουν τα €75 εκατ. Αντιθέτως, το ανθρακούχο, υποκατηγορία με την οποία οι Έλληνες καταναλωτές δεν είναι ακόμα ιδιαίτερα εξοικειωμένοι, σημείωσε πτώση 2,5% σε αξία, με τις πωλήσεις της προηγούμενης χρονιάς στα super markets να διαμορφώνονται στα €14,48 εκατ.

λή έκλεισε το 2022 για τον όγκο του ανθρακούχου που διακινήθηκε στα super markets της χώρας, καθώς παρατηρήθηκε οριακή πτώση 1% στα 14,9 εκατ. λίτρα από 15,13 εκατ. λίτρα το 2021, αλλά με σημαντική αύξηση συγκριτικά με το 2020 (12,7 εκατ. λίτρα).

3,9% σε σχέση με το 2021, οπότε και ήταν 44,6 εκατ. λίτρα.

Ωστόσο, παρά την ανάπτυξη που καταγράφει σε όγκο και αξία, το νερό ιδιωτικής ετικέτας συνεχίζει να διατηρεί σαφώς μικρότερη βάση πωλήσεων σε όγκο και αξία έναντι του επώνυμου.



22 Μαρτίου  
Παγκόσμια  
Ημέρα Νερού

ΔΙΟΣ. Η προστασία είναι στη **ΦΥΣΗ** του.

ΟΛΥΜΠΟΣ  
Προστατευμένο  
Οικοσύστημα  
**UNESCO**

Το φυσικό μεταλλικό νερό Διός, από τον Όλυμπο, γιορτάζει την Παγκόσμια Ημέρα Νερού και μας καλεί να επανεκτιμήσουμε την αξία του νερού. Οι θεοί δεν επέλεξαν τυχαία τον Όλυμπο. Ούτε και η UNESCO, η οποία έχει αναγνωρίσει τον Όλυμπο ως Διατηρητέο Οικοσύστημα της παγκόσμιας Βιόσφαιρας από το 1981. Εσείς, τι θα επιλέξετε για την Παγκόσμια Ημέρα Νερού, αλλά και για κάθε μέρα;





• ΟΗΕ

## Η αύξηση της κατανάλωσης εμφιαλωμένου & ο στόχος για ασφαλές πόσιμο νερό

**Η** αυξανόμενη παγκόσμια κατανάλωση εμφιαλωμένου νερού αντανακλά εν μέρει την αποτυχία των κυβερνήσεων να βελτιώσουν τις δημόσιες παροχές νερού, γεγονός που απειλεί τον στόχο βιώσιμης ανάπτυξης του ΟΗΕ για ασφαλές πόσιμο νερό έως το 2030, σύμφωνα με το Ινστιτούτο του Πανεπιστημίου του ΟΗΕ για το Νερό, το Περιβάλλον και την Υγεία (UNU-INWEH).

Το εμφιαλωμένο νερό ανά λίτρο, σημειώνουν, μπορεί να κοστίζει 150 έως 1.000 φορές περισσότερο από την τιμή που χρεώνει ένας δήμος για το νερό της βρύσης. Επίσης, για την παροχή ασφαλούς νερού σε περίπου δύο δισεκατομμύρια ανθρώπους που δεν έχουν πρόσβαση σε αυτό απαιτείται μια ετήσια επένδυση που εκτιμάται σε \$114 δισ., δηλαδή μικρότερη από το ήμισυ των \$270 δισ. που δαπανώνται κάθε χρόνο σε εμφιαλωμένο νερό.

### ΘΕΜΑΤΙΚΗ ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΓΙΑ ΤΗ ΒΙΟΜΗΧΑΝΙΑ

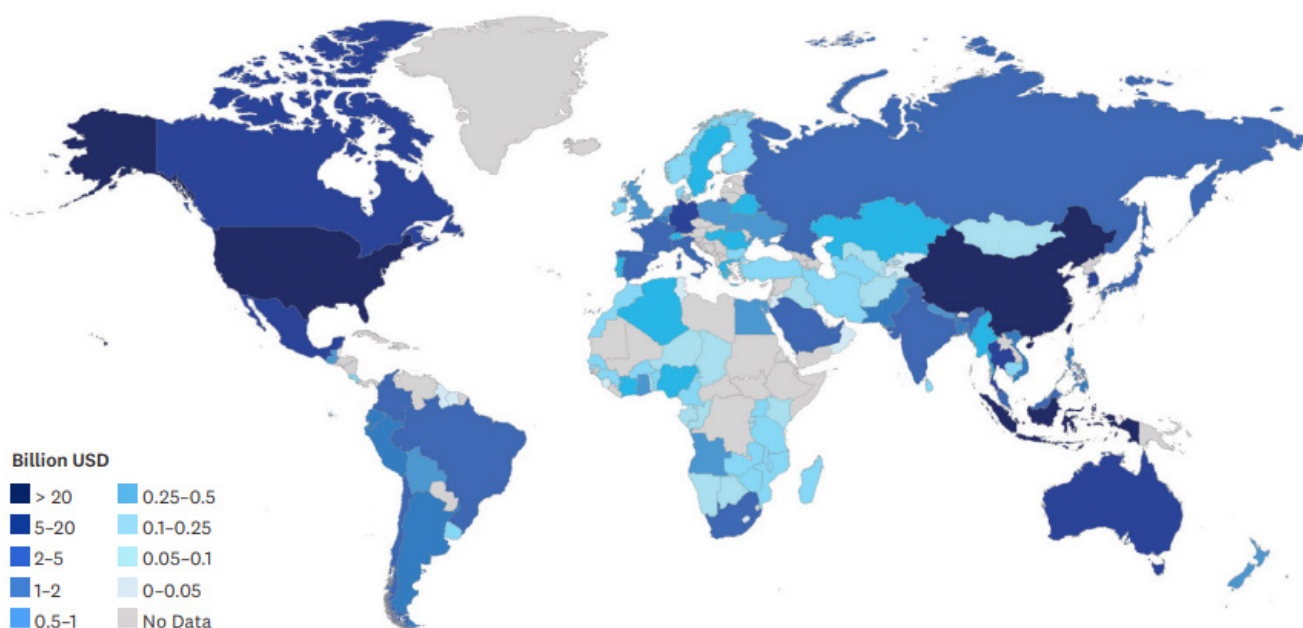
Κάθε λεπτό πωλούνται σε όλο τον κόσμο πάνω από ένα εκατομμύριο μπουκάλια νερό και η παγκόσμια ετήσια κατανάλωση εμφιαλωμένου νερού αναμένεται να αυξηθεί από περίπου 350 δισεκατομμύρια λίτρα το 2021 σε 460 δισεκατομμύρια λίτρα έως το 2030, σύμφωνα με το UNU-INWEH.

Έχοντας λάβει δεδομένα από 109 χώρες παγκοσμίως, η έκθεση του Πανεπιστημίου του ΟΗΕ αναφέρει ότι μέσα σε μόλις πέντε δεκαετίες το εμφιαλωμένο νερό έχει εξελιχθεί σε έναν σημαντικό οικονομικό τομέα, σημειώνοντας ανάπτυξη 73% από το 2010 ως το 2020. Οι πωλήσεις αναμένεται να έχουν σχεδόν διπλασιαστεί, μέχρι το 2030 φτάνοντας τα \$500 δισ.



### Η ΑΓΟΡΑ ΠΟΤΩΝ ΜΕ ΤΗ ΜΕΓΑΛΥΤΕΡΗ ΑΝΑΠΤΥΞΗ

Με σύνθετο ετήσιο ρυθμό ανάπτυξης 5,2% από το 2021 (Στατιστικά του ΟΗΕ 2021), η αγορά του εμφιαλωμένου νερού αναπτύσσεται ταχύτερα από άλλες αγορές ποτών, όπως ο καφές (3,5%) την ίδια περίοδο. Από το 2022, η αγορά προβλέπεται να αυξηθεί σταδιακά με ακόμη ταχύτερο ποσοστό, της τάξεως περίπου του 7%. Αυτό δίνει στο εμφιαλωμένο νερό τη μεγαλύτερη δυναμική ανάπτυξης μεταξύ όλων των προϊόντων soft drinks.



**FIGURE 5.** Bottled water market size (billion US\$) by country (2021)



## ΟΙ ΜΕΓΑΛΥΤΕΡΟΙ ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΕΣ

Οι πολίτες της Ασίας είναι οι μεγαλύτεροι καταναλωτές εμφιαλωμένου νερού, ακολουθούμενοι από τους Βορειοαμερικανούς και τους Ευρωπαίους. Το 60% των παγκόσμιων πωλήσεων εντοπίζεται σε Ασία- Ειρηνικό, Αφρική, Λατινική Αμερική και Καραϊβική.

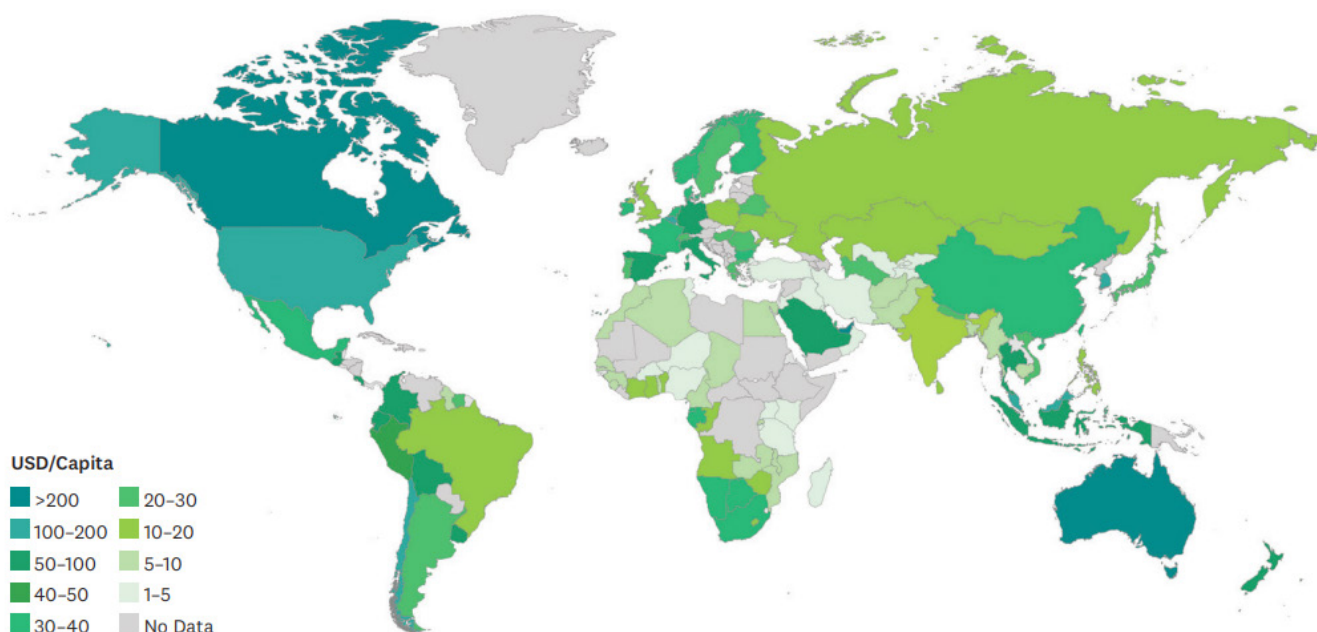
Ανά χώρα, οι ΗΠΑ είναι η μεγαλύτερη αγορά και ακολουθούν η Κίνα και η Ινδονησία. Οι τρεις αυτές χώρες αποτελούν σχεδόν το ήμισυ της παγκόσμιας αγοράς.

Η Γερμανία είναι η μεγαλύτερη αγορά στην Ευρώπη, το Μεξικό στην περιοχή LAC και η Νότια Αφρική στην Αφρική. Η Σιγκαπούρη

και η Αυστραλία ήταν οι μεγαλύτεροι κατά κεφαλήν καταναλωτές εμφιαλωμένου νερού, με 1.129 λίτρα και 504 λίτρα τον χρόνο αντίστοιχα. Η Μαλαισία ηγήθηκε των αναπτυσσόμενων χωρών σε κατά κεφαλήν κατανάλωση, με λίγο κάτω από τα 150 λίτρα.

## Η ΘΕΣΗ ΤΗΣ ΕΛΛΑΔΑΣ

Στη λίστα με τις χώρες με τις υψηλότερες πωλήσεις εμφιαλωμένου νερού σε εκατομμύρια δολάρια, η Ελλάδα βρίσκεται στη 50η θέση. Επίσης, κατέχει τη 36η θέση, με βάση την κατά κεφαλήν κατανάλωση σε λίτρα.



**FIGURE 8.** Bottled water sales in US\$ per capita (2021)

## ΑΔΥΝΑΜΙΑ ΠΡΟΣΒΑΣΗΣ

“Η αύξηση της κατανάλωσης εμφιαλωμένου νερού αντικατοπτρίζει δεκαετίες περιορισμένης προόδου και πολλές βλάβες στα δημόσια συστήματα ύδρευσης”, δήλωσε ο διευθυντής του Ινστιτούτου του Πανεπιστημίου του ΟΗΕ, Kaveh Madani.

Ο ΟΗΕ εκτιμά ότι περίπου 2,2 δισεκατομμύρια άνθρωποι δεν έχουν πρόσβαση σε ασφαλές πόσιμο νερό, με τον αριθμό των ανθρώπων που έχουν πρόσβαση να αυξάνεται μόνο κατά 4% μεταξύ του 2016 και του 2020. Οι αναπτυσσόμενες χώρες εξαρτώνται από το εμφιαλωμένο νερό για να καλύψουν αυτό το έλλειμμα. Η Αίγυπτος, που αντιμετωπίζει λειψυδρία, ήταν η ταχύτερα αναπτυσσόμενη αγορά για επεξεργασμένο εμφιαλωμένο νερό από το 2018 έως το 2021, αναφέρει η έκθεση του ΟΗΕ.

## ΑΡΓΗ Η ΠΡΟΟΔΟΣ

“Σε έναν κάπως απροσδόκητο βαθμό, το εμφιαλωμένο νερό αναπτύχθηκε πάρα πολύ τις τελευταίες δεκαετίες, ενώ στο συμβατικό, δημό-

σιο και οικιακό νερό, η πρόοδος ήταν αργή”, δήλωσε ο συν-συγγραφέας της έκθεσης Vladimir Smakhtin του UNU-INWEH.

Ως εκ τούτου, η εκπλήρωση του στόχου βιώσιμης ανάπτυξης του ΟΗΕ για την παροχή ασφαλούς πόσιμου νερού έως το 2030 βρίσκεται σε κίνδυνο, ανέφερε ο Smakhtin, σημειώνοντας ότι οι κυβερνήσεις πολύ συχνά αφήνουν την παροχή ασφαλούς πόσιμου νερού σε ιδιωτικούς φορείς.

## ΤΡΙΠΛΑΣΙΑΣΜΟΣ ΤΩΝ ΠΛΑΣΤΙΚΩΝ

Τέλος, έρευνα που δημοσιεύθηκε πριν λίγο καιρό, διαπίστωσε ότι τα πλαστικά που ρίχνονται στον ωκεανό θα μπορούσαν σχεδόν να τριπλασιαστούν μέχρι το 2040, εάν αφεθούν ανεξέλεγκτα.

“Είναι ανθρώπινο δικαίωμα να έχεις πρόσβαση σε δωρεάν και καθαρό νερό, αλλά είναι επίσης δικαίωμα να ζεις σε έναν κόσμο απαλλαγμένο από πλαστική ρύπανση”, δήλωσε ο Marcus Eriksen, διευθυντής του Ινστιτούτου 5 Gyres, μη κερδοσκοπικού οργανισμού για τη ρύπανση από πλαστικό.



# Τα καταφέραμε! Εσείς «κόψατε» τον έγχαρτο λογαριασμό και μαζί φυτέψαμε πάνω από 5.000 δέντρα!



**Όλοι εμείς στην ΕΥΔΑΠ, σας ευχαριστούμε που ανταποκριθήκατε στο κάλεσμά μας να καταργήσουμε τον έγχαρτο λογαριασμό και να «πρασινίσουμε» την Αττική, αλλά και πληγείσες περιοχές και κοινότητες της Βόρειας Εύβοιας!**

**Δεν σταματάμε, όμως, εδώ. Αυτή ήταν μόνο η αρχή. Συνεχίζουμε την προσπάθειά μας!**

Για κάθε 5 έγχαρτους λογαριασμούς που μετατρέπονται σε ψηφιακούς, φυτεύουμε ένα δέντρο, σε συνεργασία με τον περιβαλλοντικό οργανισμό we4all.

**Μαζί, κάνουμε, ξανά, το χαρτί οξυγόνο!**

**Μαζί, γιορτάζουμε την παγκόσμια ημέρα νερού!**

Επιταχύνουμε την αλλαγή, κάνουμε τη διαφορά στη διαχείριση του νερού, καινοτομούμε για τους καταναλωτές μας και το περιβάλλον, γινόμαστε όλοι μέρος της λύσης, ενώνουμε δυνάμεις και θέληση γύρω από το πολυτιμότερο αγαθό της ζωής.



eydap.gr



we4all

ΕΥΔΑΠ



• ΕΥΔΑΠ

## Κάνει πράξη το φετινό μήνυμα του ΟΗΕ για την Παγκόσμια Ημέρα του Νερού "επιταχύνοντας την αλλαγή"

**Ε**φαρμόζοντας πιστά την ESG στρατηγική της, η ΕΥΔΑΠ υλοποιεί το μεγαλύτερο επενδυτικό πρόγραμμα κατασκευής έργων αποχετευτικού δικτύου και Κέντρων Επεξεργασίας Λυμάτων των τελευταίων δεκαετιών, αναπτύσσει και ενσωματώνει τεχνολογικές καινοτομίες και βέβαια διασφαλίζει την κορυφαία ποιότητα του νερού που παρέχει στους καταναλωτές της. Η ΕΥΔΑΠ συμμετέχει στο μήνυμα της φετινής Παγκόσμιας Ημέρας Νερού του ΟΗΕ «Επιταχύνοντας την Αλλαγή» με βάση τους στρατηγικούς άξονες Ασφάλεια, Αποδοτικότητα και Ανάπτυξη. Κινείται στην κατεύθυνση του νερού μηδενικού ανθρακικού αποτυπώματος μέχρι το 2030, προωθεί την ανακύκλωση του πολύτιμου αυτού πόρου, επενδύει στις ΑΠΕ και εκσυγχρονίζει τη λειτουργία προς όφελος της κοινωνίας και του περιβάλλοντος.



ΑΡΧΕΙΟ ΕΥΔΑΠ - ΔΕΝΤΡΟΦΥΤΕΥΣΗ ΕΘΕΛΟΝΤΩΝ ΕΥΔΑΠ ΣΤΟ ΠΛΑΙΣΙΟ ΤΗΣ ΕΒΔΟΜΑΔΑΣ ΝΕΡΟΥ 21-24 ΜΑΡΤΙΟΥ 2022

### ΚΑΘΑΡΟ ΝΕΡΟ

Δεδομένου ότι η πρόσβαση σε καθαρό νερό αναγνωρίστηκε από τη διεθνή κοινότητα ως θεμελιώδες ανθρώπινο δικαίωμα και ένας από τους Αναπτυξιακούς Στόχους της Χιλιετίας, κύρια δραστηριότητα της ΕΥΔΑΠ είναι η διασφάλιση, σε όλη την έκταση του υδροδοτικού συστήματος, επαρκούς ποσότητας πόσιμου νερού και η ικανότητα διανομής αυτού μέσω του δικτύου ύδρευσης στους πελάτες της. Ταυτόχρονα, προτεραιότητά της αποτελεί η προστασία αυτού του φυσικού πόρου και η επίτευξη ποιότητας πόσιμου νερού από τις υψηλότερες της Ευρώπης. Ο στόχος της ΕΥΔΑΠ υπηρετείται πλήρως με τη στοχευμένη μετάβαση στις νέες τεχνολογίες και με συνεχείς επενδύσεις σε έργα υποδομής, τεχνολογία και εκπαίδευση του ανθρώπινου δυναμικού της εταιρείας.

### ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝ

Αναφορικά με τις δράσεις της εταιρείας στον τομέα του Περιβάλλοντος, η ΕΥΔΑΠ, σε συνεργασία με τη **we4all**, πραγματοποίησε δύο δένδροφυτεύσεις - στον Ασπρόπυργο και στον Δήμο Παιανίας - στο πλαίσιο της καμπάνιας «**Μαζί θα κάνουμε το χαρτί οξυγόνο**».

Επιπλέον, το περασμένο καλοκαίρι, ομάδα εθελοντών της ΕΥΔΑΠ διοργάνωσε δράση στην παραλία Μαρίκες στη Ραφήνα με στόχο την ενημέρωση των εργαζομένων της σχετικά με την παράκτια ρύπανση, αλλά και για τον καθαρισμό της παραλίας. Στο πλαί-



ΑΡΧΕΙΟ ΕΥΔΑΠ - ΕΡΓΑΣΤΗΡΙΟ ΥΔΡΟΜΕΤΡΗΤΩΝ



σιο των δράσεων προώθησης της κυκλικής οικονομίας, έχει εγκαταστήσει και λειτουργεί την πιλοτική εφαρμογή επαναχρησιμοποίησης του νερού με την τεχνολογία **sewer mining** που λειτουργεί η ΕΥΔΑΠ σε συνεργασία με το ΕΜΠ, τον Δήμο Αθηναίων και άλλους εταίρους.

Επίσης, στο πλαίσιο του προγράμματος Cultural Hidrant, στοχεύει στη λειτουργία του **πρώτου δικτύου μη πόσιμου νερού** στην Ελλάδα, για την εξυπηρέτηση αρδευτικών αναγκών της περιοχής του Δήμου Χα-

λανδρίου από την αξιοποίηση του υδάτινου πόρου του Αδριανείου Υδραγωγείου.

Πολλαπλώς σημαντική είναι η στρατηγική της ΕΥΔΑΠ για **νερό μηδενικού άνθρακα** με την αξιοποίηση νέων τεχνολογιών για την επαναχρησιμοποίηση επεξεργασμένων λυμάτων για άρδευση και προστατική χρήση, αλλά και η βιώσιμη διαχείριση των υδάτινων πόρων με παράλληλη ανάπτυξη της μείωσης των διαρροών.

Στο ίδιο πνεύμα, η ΕΥΔΑΠ έγινε μέλος του ευρωπαϊκού δικτύου **Water Reuse Europe** τον Νοέμβριο του 2022 με σκοπό να επικοινωνήσει τη γνώση και την εμπειρία της στην επαναχρησιμοποίηση των υγρών αποβλήτων.



• ΚΩΝΣΤΑΝΤΙΝΟΣ ΚΟΥΤΣΑΣ (ΣΕΦΥΜΕΝ)

## DRS και μετάβαση σε κυκλική οικονομία ψηλά στην ατζέντα του νέου προεδρείου

**Η** εισαγωγή ενός αποτελεσματικού και επιτυχούς συστήματος εγγυοδοσίας (DRS), η επιτυχής προσαρμογή και η συνέχιση της μετάβασης του κλάδου των εμφιαλωμένων νερών στην κυκλική οικονομία, είναι μεταξύ των βασικών προτεραιοτήτων και στόχων του νέου προεδρείου του Συνδέσμου Φυσικών Μεταλλικών Νερών Ελλάδος (ΣΕΦΥΜΕΝ).

Όπως αναφέρει στο Fnb Daily ο πρόεδρος του ΣΕΦΥΜΕΝ και γενικός διευθυντής της Μεντεκίδης, Κωνσταντίνος Κούτσας, στόχος είναι η εισαγωγή ενός αποτελεσματικού και επιτυχούς συστήματος εγγυοδοσίας (DRS), που θα διασφαλίζει, από τη μία πλευρά την επίτευξη των ευρωπαϊκών στόχων της χώρας περί συλλογής, ανακύκλωσης και επαναχρησιμοποίησης των συσκευασιών μας μέσω RPET και ανακυκλωμένων υλικών, και ταυτόχρονα τη βιωσιμότητα του κλάδου. “Είμαστε σύμμαχοι με την Πολιτεία και τους εμπλεκόμενους φορείς και διαθέτουμε την τεχνοκρατική γνώση όλων των μελών μας και του ΣΕΦΥΜΕΝ, για την επιτυχή εισαγωγή και υλοποίηση του τεράστιου, πολύπλοκου και πολυ-παραγωγικού αυτού project”.

### ΠΕΡΑΙΤΕΡΩ ΧΡΗΣΗ ΑΝΑΚΥΚΛΩΜΕΝΩΝ ΥΛΙΚΩΝ

Πρόκληση για το νέο προεδρείο, η θητεία του οποίου ορίστηκε για δύο έτη, είναι η επιτυχής προσαρμογή και συνέχιση της μετάβασης του κλάδου στην κυκλική οικονομία. Όπως ανέφερε ο κ. Κούτσας, ήδη ο κλάδος μέσω καινοτομιών έχει μειώσει δραστικά το βάρος των υλικών συσκευασίας και σκοπεύει στην περαιτέρω χρήση ανακυκλωμένων υλικών, υιοθετώντας τα πιο αξιόπιστα υλικά συσκευασίας, διασφαλίζοντας συνεχώς την άριστη ποιότητα και τα ανώτατα ποιοτικά πρότυπα για τα προϊόντα.

Ο πρόεδρος του ΣΕΦΥΜΕΝ, τόνισε ότι ψηλά στην ατζέντα είναι επιπλέον και

- Η συνέχιση της συμβολής στην εθνική οικονομία μέσω επενδύσεων, δημιουργίας ποιοτικών θέσεων εργασίας και προσφοράς άριστων ποιοτικά προϊόντων

- Η περαιτέρω ανάπτυξη, διάδοση και ανάδειξη των πλεονεκτημάτων των φυσικών μεταλλικών νερών και η σημασία τους στη σωστή ενυδάτωση του οργανισμού
- Η συνέχιση της προσφοράς του κλάδου προς την ελληνική κοινωνία, διαθέτοντας τα προϊόντα των μελών του δωρεάν σε κρίσιμα γεγονότα και καταστάσεις

### ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ ΜΕ ΤΗΝ ΠΟΛΙΤΕΙΑ

Επιπλέον, ο κ. Κούτσας υπογράμμισε ότι επιθυμία του νέου προεδρείου είναι να ενδυναμώσει την επικοινωνία και συνεργασία του ΣΕΦΥΜΕΝ με την ελληνική Πολιτεία και τους κοινωνικούς φορείς, μέσω εποικοδομητικού διαλόγου, της τεχνογνωσίας των μελών του και του Ευρωπαϊκού Κλαδικού Συνδέσμου, με πολύ καλά επεξεργασμένες θέσεις και προτάσεις, για το καλό της εθνικής οικονομίας, της ελληνικής κοινωνίας, της υγείας των συμπολιτών, των εργαζομένων είτε του κλάδου, είτε των σχετιζόμενων με το κλάδο σε όλη την εφοδιαστική αλυσίδα - από τους προμηθευτές έως τον τελικό καταναλωτή - και των εταιρειών-μελών του.

### Η ΝΕΑ ΔΙΟΙΚΗΤΙΚΗ ΕΠΙΤΡΟΠΗ

Όπως είχατε διαβάσει στο Fnb Daily το νέο ΔΣ του Συνδέσμου Φυσικών Μεταλλικών Νερών Ελλάδος κατά τις αρχαιρεσίες της Ετήσιας Γενικής Συνέλευσης στις 3 Μαρτίου 2023, εξέλεξε τη νέα διοικητική επιτροπή για την επόμενη διετία, όπως ορίζει το καταστατικό του.

Η νέα διοικητική επιτροπή του ΣΕΦΥΜΕΝ είναι:

Πρόεδρος: Κωνσταντίνος Κούτσας – Σ. Μεντεκίδης ΑΕ (Διός)

Αντιπρόεδρος: Χαράλαμπος Παπαχρήστος – ΧΗΤΟΣ ΑΒΕΕ.

(Ζαγόρι)

Γενικός Γραμματέας: Ρηγίνος Σεπετάς – Ηπειρωτική Βιομηχανία Εμφιαλώσεων ΑΕ (Βίκος)

Ταμίας: Νικόλαος Φαραντούρης – Coca Cola 3Ε Ελλάδος ΑΒΕΕ (ΑΥΡΑ 3Ε)



**ΣΕΦΥΜΕΝ**  
**Ελληνικά Φυσικά**  
**Μεταλλικά Νερά**



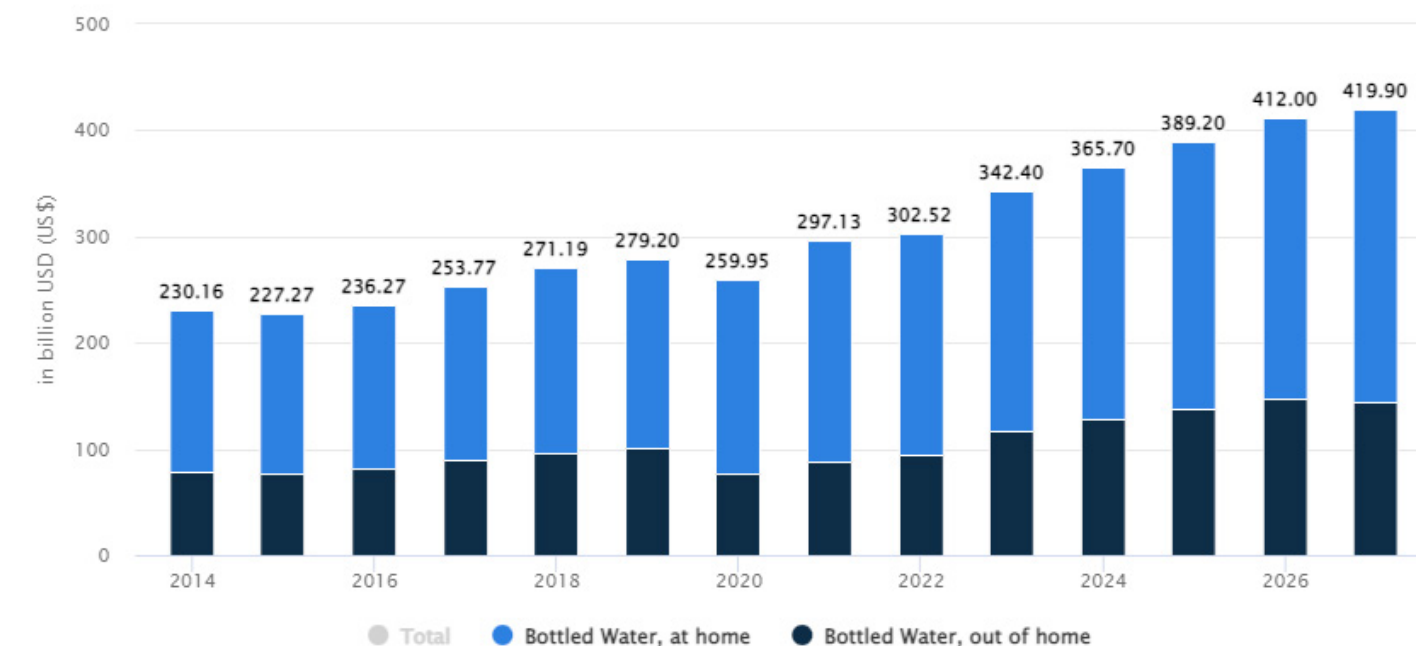
• STATISTA

## Στα \$342,4 δισ. η αξία της παγκόσμιας αγοράς εμφιαλωμένου νερού

Στα \$342,4 δισ. εκτιμά η Statista ότι θα ανέλθει η αξία της παγκόσμιας αγοράς εμφιαλωμένου νερού φέτος, ενώ συνολικά για την περίοδο 2023-2027 αναμένει μέσους ετήσιους ρυθμούς ανάπτυξης της τάξης του 5,24%.

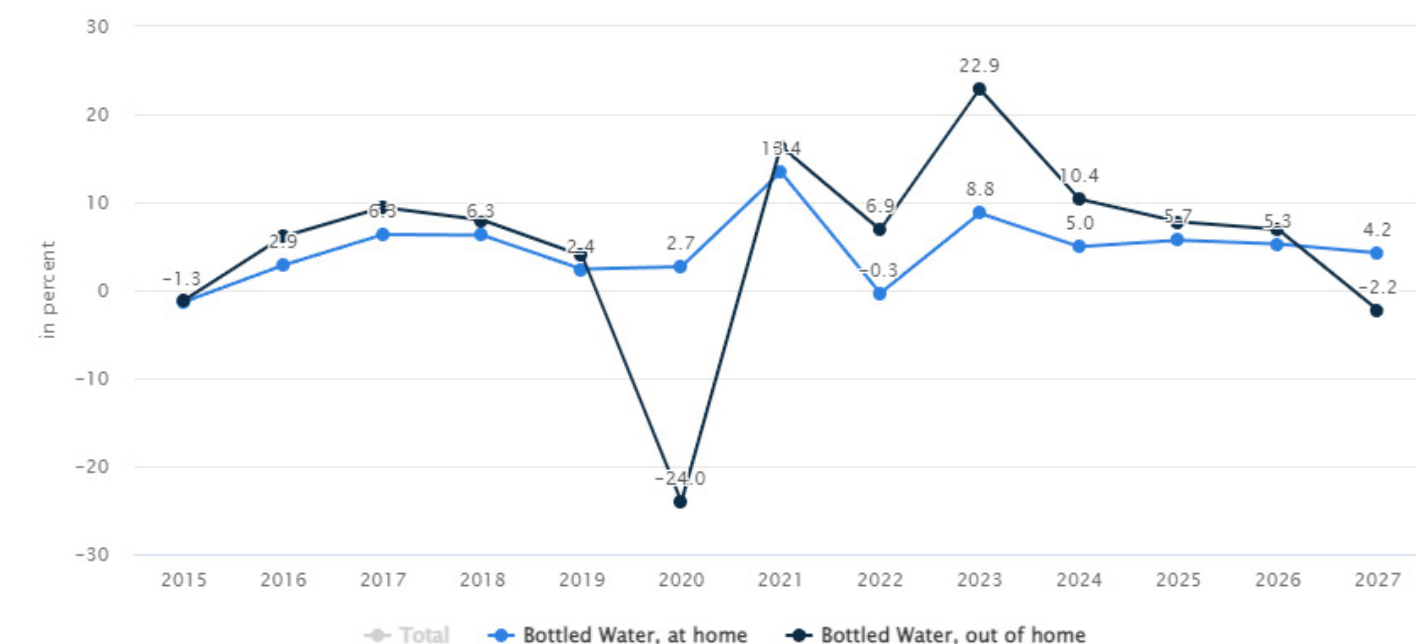
REVENUE

REVENUE CHANGE



REVENUE

REVENUE CHANGE





## ΣΤΗΝ ΚΟΡΥΦΗ ΟΙ ΗΠΑ

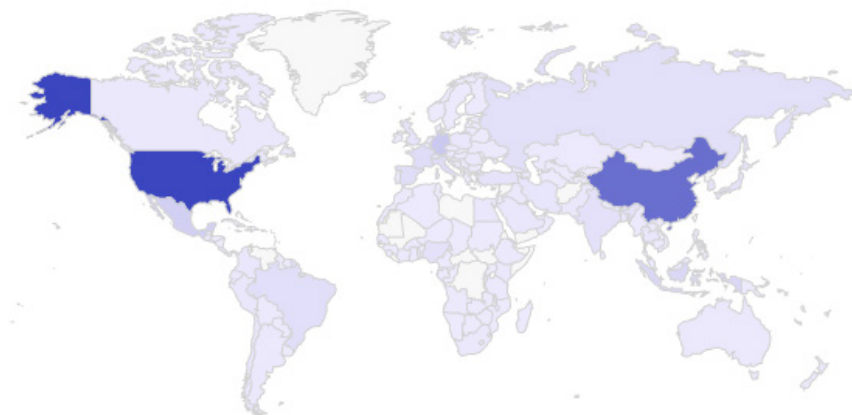
Τη μερίδα του λέοντος στην παγκόσμια πίτα έχουν οι ΗΠΑ, με αναμενόμενο τζίρο \$94,07 δισ. το 2023.

### REVENUE COMPARISON



#### Top 5 (2023) in billion USD (US\$)

|                  |       |
|------------------|-------|
| 1. United States | 94.07 |
| 2. China         | 75.4  |
| 3. Germany       | 28.4  |
| 4. Mexico        | 18.9  |
| 5. Indonesia     | 17.8  |



Most recent update: Mar 2023

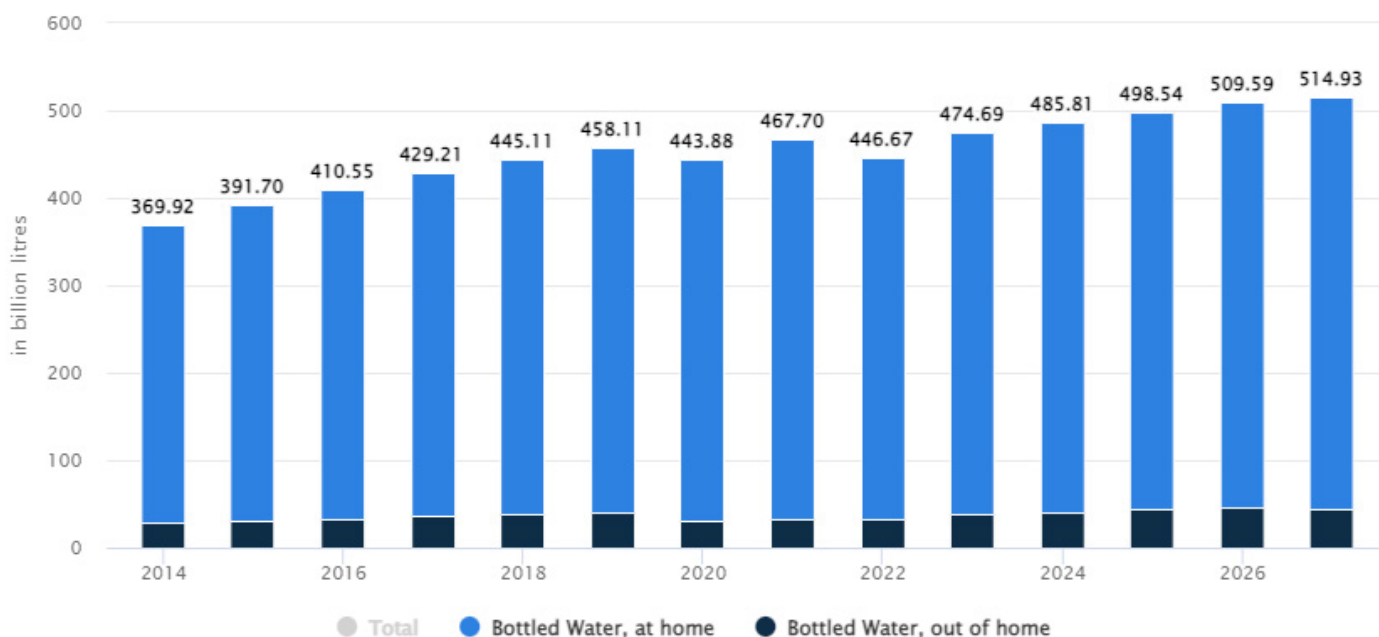
Source: Statista

## ΣΤΑ 515 ΔΙΣ. ΛΙΤΡΑ Ο ΠΗΧΗΣ ΤΟΥ 2027

Σε όρους όγκου αναμένονται πωλήσεις 515 δισεκατομμυρίων λίτρων μέχρι το 2027. Σε ό,τι αφορά την ανάπτυξη, αυτή προσδιορίζεται στο 2,3% για το 2024.

### VOLUME

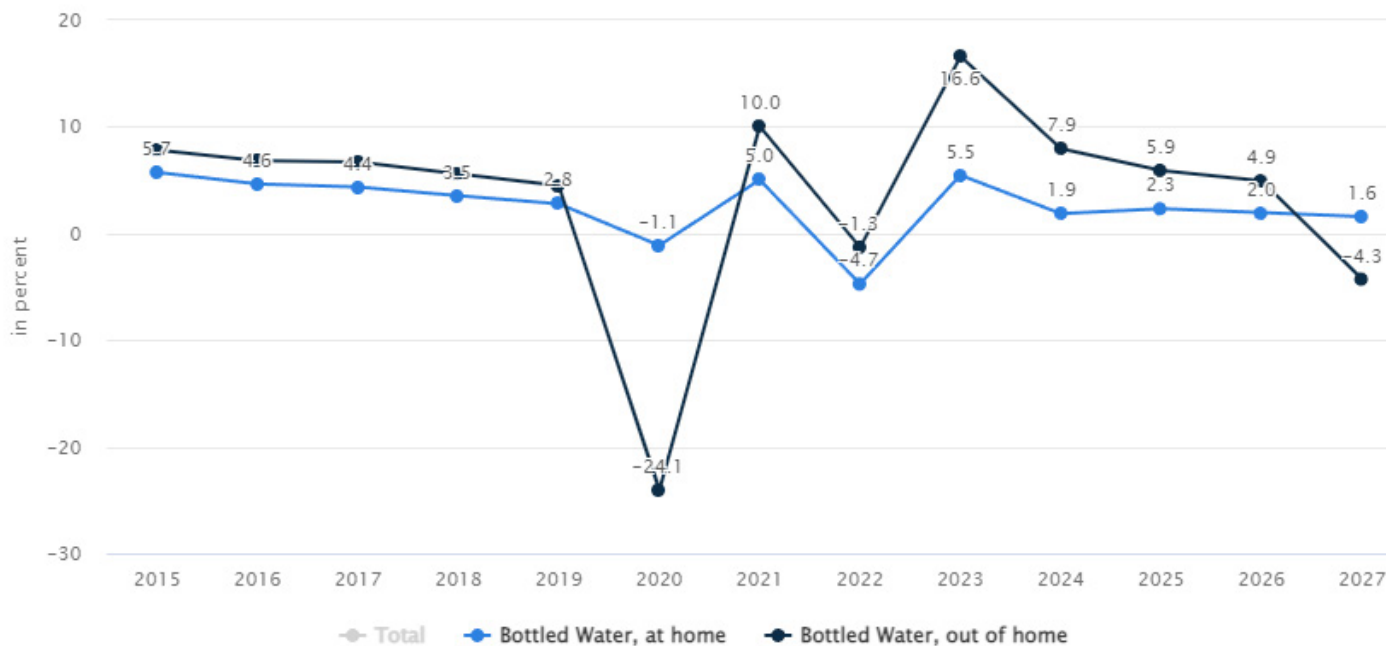
### VOLUME CHANGE





**VOLUME**

**VOLUME CHANGE**



**ΣΤΑ 61,79 ΛΙΤΡΑ Η ΚΑΤΑ ΚΕΦΑΛΗΝ ΚΑΤΑΝΑΛΩΣΗ**

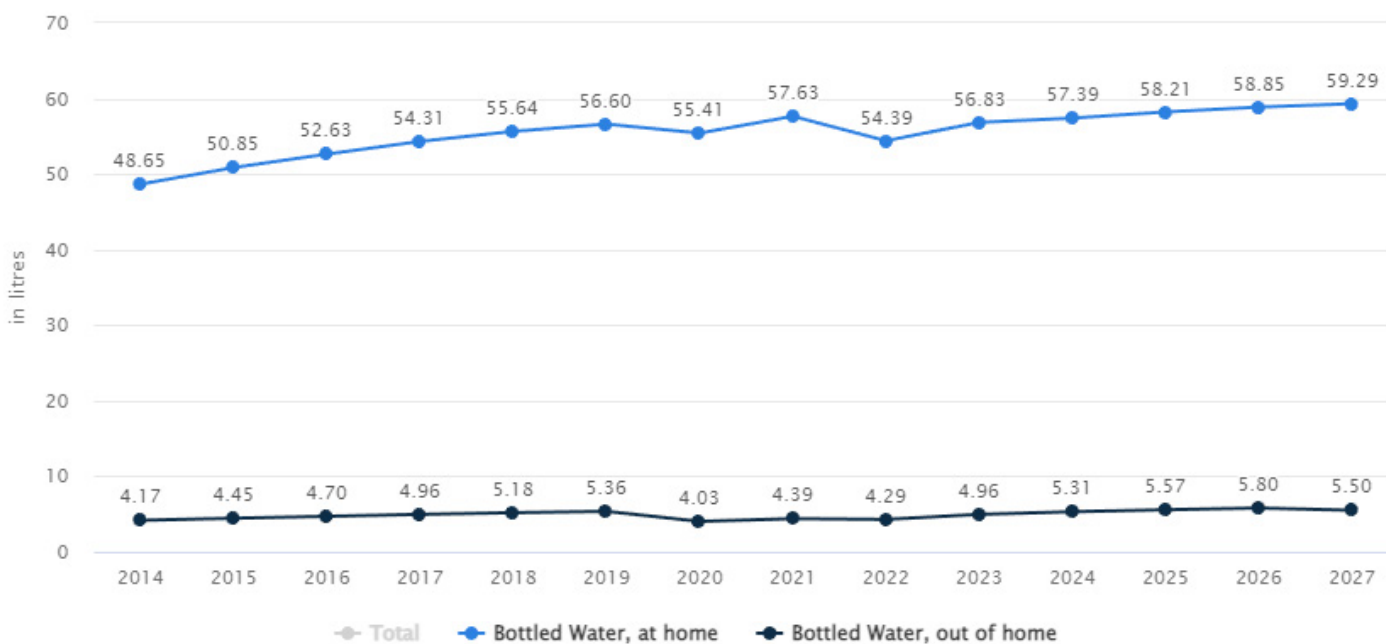
Η μέση κατά κεφαλήν κατανάλωση για τη φετινή χρονιά προσδιορίζεται στα 61,79 λίτρα.

**AVERAGE VOLUME PER CAPITA**

**... IN 5-GALLON BOTTLES**

**... IN 1.5-LITER BOTTLES**

**... IN 0.5-LITER BOTTLES**



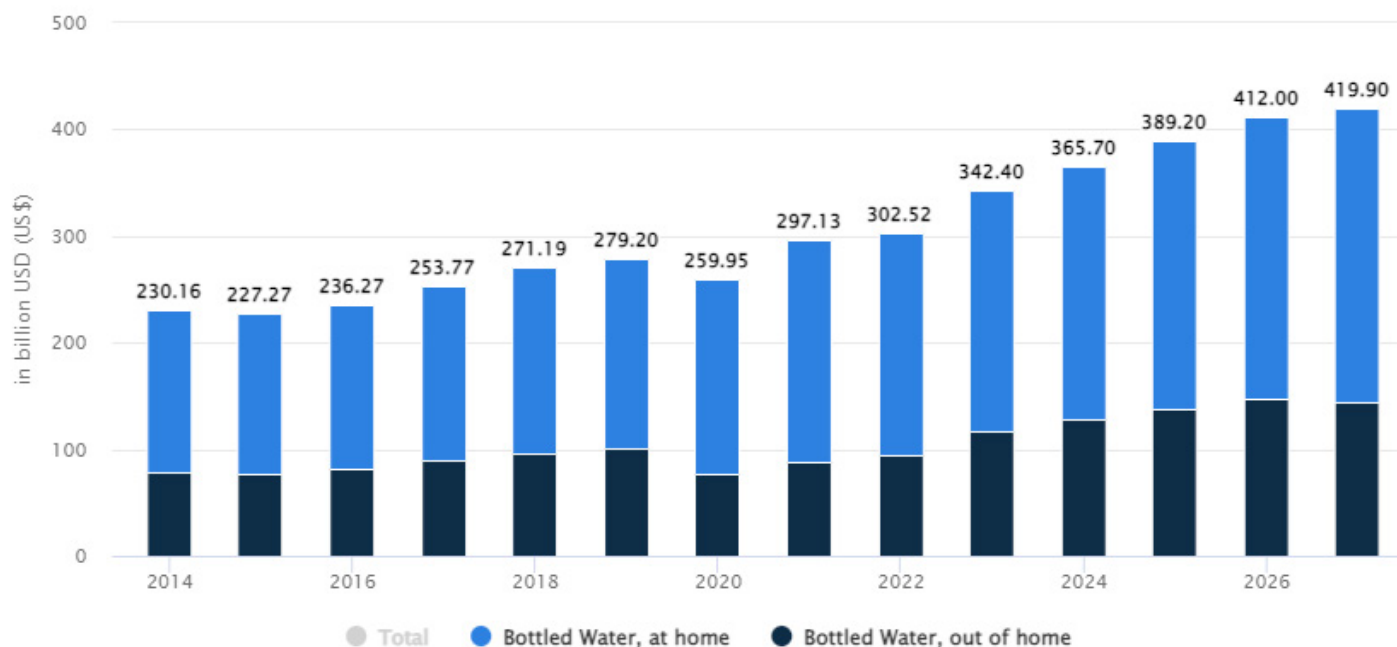


## Η ΚΑΤΑΝΑΛΩΣΗ ΕΚΤΟΣ ΣΠΙΤΙΟΥ

Μέχρι το 2027 εκτιμάται ότι το 34% των δαπανών και το 8% του όγκου πωλήσεων θα αφορά κατανάλωση εμφιαλωμένου νερού εκτός σπιτιού, π.χ. σε εστιατόρια και bars.

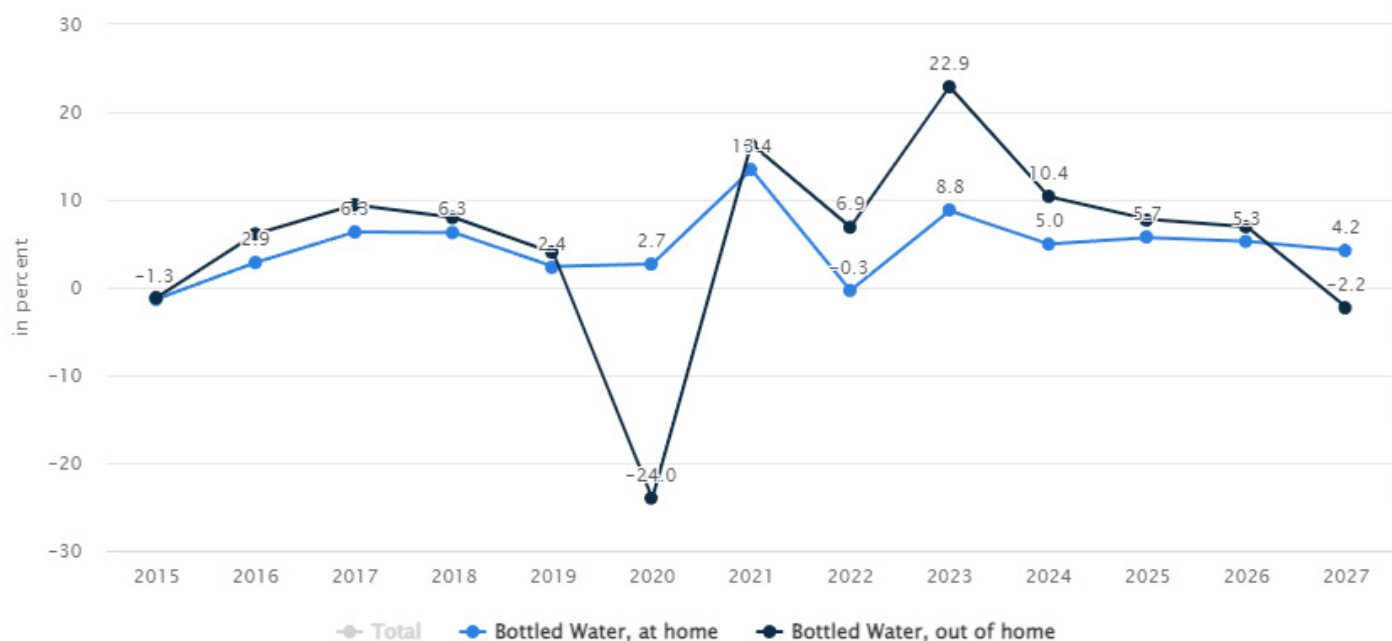
### REVENUE

### REVENUE CHANGE



### REVENUE

### REVENUE CHANGE



## ΙΣΧΥΡΟΙ "ΠΑΙΚΤΕΣ"

Μεταξύ των σημαντικότερων παγκόσμιων παραγωγών brands εμφιαλωμένου νερού, περιλαμβάνονται η Nestlé (San Pellegrino, Vittel, Arrowhead κ.ά.), η Danone (Volvic, Evian κ.ά.) και η Coca-Cola (Bonaqua, Apollinaris κ.ά.).

Η αγορά για μη αλκοολούχα ποτά διαρθρώνεται σε λιανικές πωλήσεις για κατανάλωση στο σπίτι και σε πωλήσεις στο on-premise

και το foodservice για κατανάλωση εκτός σπιτιού.

- Η αγορά κατ' οίκον (off-trade) καλύπτει όλες τις λιανικές πωλήσεις μέσω super & hyper-markets, convenience stores και ανάλογα κανάλια
- Η αγορά εκτός σπιτιού (on-trade), περιλαμβάνει όλες τις πωλήσεις σε ξενοδοχεία, εστιατόρια, catering, cafes, bars και παρόμοια καταστήματα υπηρεσιών φιλοξενίας



• ΔΟΥΜΠΙΑ

## Παρουσίασε τις τρεις νέες γεύσεις στο Βαρούλκο

**Τ**ις νέες γεύσεις με τις οποίες εμπλούτισε το portfolio της, παρουσίασε στο Βαρούλκο Seaside το ανθρακούχο φυσικό μεταλλικό νερό Δουμπιά, την Πέμπτη 16 Μαρτίου, σε ένα Purity by Δουμπιά event. Η εκδήλωση άνοιξε με τον χαιρετισμό του Στέλιου Μ. Σαράντη, μέλος της Ελληνικά Γαλακτοκομεία, που έχει αναλάβει την αναβίωση του brand Δουμπιά, το οποίο προέρχεται από την πηγή των Αγίων Αποστόλων στον Πολύγυρο της Χαλκιδικής.

Στη συνέχεια οι προσκεκλημένοι παρακολούθησαν μια παρουσίαση της νέας εικόνας του Δουμπιά, ενώ ο sommelier νερού Γιάννης Κοροβέσης, ανέδειξε τη σημασία ενός υψηλής ποιότητας φυσικώς ανθρακούχου νερού σε ένα αντίστοιχης ποιότητας μενού, μέσα από το masterclass που παρουσίασε στους προσκεκλημένους.



"Το ανθρακούχο φυσικό μεταλλικό νερό Δουμπιά είναι εδώ για να εμπλουτίσει τις γαστρονομικές μας εμπειρίες, φιλοδοξώντας να γίνει αναπόσπαστο κομμάτι κάθε gourmet δημιουργίας", αναφέρει σε δελτίο Τύπου η εταιρεία.

• ΜΕΝΤΕΚΙΔΗΣ

## Απαραίτητη η συμβολή όλων στην προστασία του νερού

**Τ**α φυσικά μεταλλικά νερά ΔΙΟΣ και ΣΕΛΙ της Σ. Μεντεκίδης ΑΕ, χαιρετίζουν τη φετινή παγκόσμια ημέρα και προτρέπουν όλους μας να αναλάβουμε το ρόλο μας στην προστασία του νερού. Να γίνουμε εμείς η αλλαγή, με τις επιλογές μας.

Στην κατεύθυνση αυτή, η εταιρία Σ. Μεντεκίδης Α.Ε. έχει δεσμευτεί με συγκεκριμένες δράσεις που διασφαλίζουν την ορθή διαχείριση των υδάτινων πόρων.

Ειδικότερα, η φετινή Παγκόσμια Ημέρα Νερού είναι αφιερωμένη σε όλους εμάς. Στη δύναμη που έχει ο καθένας μας να αλλάξει τον κόσμο, είτε σε συλλογικό αλλά, το σημαντικότερο, σε ατομικό επίπεδο. Αλλάζοντας συνήθειες στον τρόπο που χρησιμοποιούμε, καταναλώνουμε και διαχειριζόμαστε το νερό, συμβάλλουμε σε ένα βιώσιμο μέλλον για όλους. Όσο μικρή και αν θεωρούμε πως είναι η δράση μας, όλες οι δράσεις αθροιστικά μπορούν να κάνουν τη διαφορά.



### ΕΙΔΙΚΕΣ ΖΩΝΕΣ ΠΡΟΣΤΑΣΙΑΣ ΠΕΡΙΜΕΤΡΙΚΑ ΤΩΝ ΠΗΓΩΝ

Το ΔΙΟΣ και το ΣΕΛΙ παράγονται με τα πιο αυστηρά μέτρα προστασίας του υδροφόρου ορίζοντα, ενώ περιμετρικά των πηγών τους έχουν οριστεί ειδικές ζώνες προστασίας. Επιπλέον, η πλήρως αυτοματοποιημένη άντλησή τους έχει ως αποτέλεσμα η εμφιάλωση να πραγματοποιείται χωρίς απώλειες νερού. Το οργανωμένο σύστημα ανακύκλωσης που ακολουθεί εντός των εγκαταστάσεών της, αλλά και η ενεργή στήριξη σε πρωτοβουλίες και δράσεις όπως δενδροφυτεύσεις, καθαρισμός παραλιών, κ.ά., αποδεικνύει έμπρακτα την προτεραιότητα που δίνει η εταιρία στην προστασία της φύσης.

### 100% ΑΝΑΚΥΚΛΩΣΙΜΕΣ ΣΥΣΚΕΥΑΣΙΕΣ

Τα φυσικά μεταλλικά νερά ΔΙΟΣ και ΣΕΛΙ, τα οποία κυκλοφορούν σε 100% ανακυκλώσιμες συσκευασίες, καλούν όλους μας να πούμε το μεγάλο όχι στη σπατάλη και στη ρύπανση και το μεγάλο ναι στην προστασία του νερού και του περιβάλλοντος, και να την κάνουμε πράξη στην καθημερινότητά μας. "Ας αρχίσουμε από σήμερα. Είναι δυνατό να γίνουμε εμείς η αλλαγή", αναφέρει η εταιρεία.