



IMPERIAL
BRANDS
Hellas



ΔΙΕΘΝΗΣ
ΕΚΘΕΣΗ
ΘΕΣΣΑΛΟΝΙΚΗΣ
5-13|9|2026
JAPAN
TIMOTHY KITA

Αθήνα, 14 Σεπτεμβρίου 2026

ΔΕΛΤΙΟ ΤΥΠΟΥ

90ή ΔΕΘ: Πώς η Imperial Brands Hellas σφράγισε 45 χρόνια παρουσίας με ένα ευρύ πλέγμα δημόσιου διαλόγου

Με χρήσιμα συμπεράσματα από έναν ουσιαστικό κύκλο δημόσιων συζητήσεων ολοκληρώθηκε η πρώτη δυναμική παρουσία της Imperial Brands Hellas στην 90ή ΔΕΘ. Η φετινή συμμετοχή είχε ιδιαίτερα συμβολικό χαρακτήρα, καθώς με το κεντρικό μήνυμα «Μαζί δημιουργούμε το Αύριο, Σήμερα» η εταιρεία γιόρτασε τα 45 χρόνια αδιάλειπτης και επιτυχημένης παρουσίας της στην ελληνική αγορά.

Κατά τη διάρκεια της Έκθεσης, το περίπτερο της Imperial Brands Hellas μετατράπηκε σε ένα ζωντανό εργαστήριο διαλόγου με την Πολιτεία, την τοπική αυτοδιοίκηση, την επιχειρηματική κοινότητα και τη λιανική αγορά. Ο κύκλος των επτά δημόσιων συζητήσεων άνοιξε δυναμικά τις πρώτες ημέρες με τη συνάντηση του Προέδρου και Διευθύνοντος Συμβούλου της εταιρείας, Νίκου Νικηφορίδη, με τον Κυβερνητικό Εκπρόσωπο, Πάυλο Μαρινάκη, η οποία έθεσε τις βάσεις για μια γόνιμη ανταλλαγή απόψεων γύρω από τη βιώσιμη ανάπτυξη, την οικονομία και τις θεσμικές μεταρρυθμίσεις. Η θεματική βεντάλια διευρύνθηκε στη συνέχεια, καλύπτοντας κρίσιμα ζητήματα όπως η τεχνητή νοημοσύνη, η επιχειρηματικότητα, η σταθερότητα του επενδυτικού περιβάλλοντος και το μέλλον του κλάδου.

Ο κύκλος κορυφώθηκε με την έβδομη και τελευταία συζήτηση, η οποία εστίασε στην κυκλική οικονομία, την προστασία των ανηλίκων και τη στρατηγική συνεργασία με τη Θεσσαλονίκη. Στο πάνελ, το οποίο συντόνισε η δημοσιογράφος Ειρήνη Συράκη, συμμετείχαν η Αναστασία Καψάλη, Διευθύντρια Εταιρικών Σχέσεων και Επικοινωνίας της Imperial Brands Hellas, και ο Αλέξανδρος Μανδρίνος, Ειδικός Σύμβουλος του Δημάρχου Θεσσαλονίκης σε θέματα Τουριστικής Ανάπτυξης.

Όπως υπογράμμισε η κ. Καψάλη, το τρίπτυχο «Εξέλιξη, Συνεργασία, Υπευθυνότητα» αποτελεί το σταθερό όχημα με το οποίο κινείται η εταιρεία προς την επόμενη ημέρα. Στο πλαίσιο αυτό, έδωσε ιδιαίτερη έμφαση στο πρόγραμμα BLU RECYCLE, το μεγαλύτερο πρόγραμμα ανταποδοτικής ανακύκλωσης ηλεκτρονικών τσιγάρων στην Ελλάδα.



IMPERIAL
BRANDS
Hellas



19^η ΔΙΕΘΝΗΣ
ΕΚΘΕΣΗ
ΘΕΣΣΑΛΟΝΙΚΗΣ
5-13 | 9 | 2026
JAPAN
TIMOTHY COFFEE

Τα στοιχεία της πρωτοβουλίας επιβεβαιώνουν το μέγεθος της προσπάθειας, καθώς πάνω από το 65% των πωλήσεων blu ανακυκλώνεται πλέον μέσω του προγράμματος, ενώ το δίκτυο συλλογής αριθμεί περισσότερα από 7.000 σημεία πανελλαδικά, καλύπτοντας άνω του 99% της επικράτειας. Η κ. Καψάλη σημείωσε πως το ζητούμενο είναι ένας μηχανισμός που επιτρέπει στον καταναλωτή και στη λιανική να συμμετέχουν έμπρακτα, πέρα από τις γενικές δηλώσεις πρόθεσης γύρω από τη βιωσιμότητα, και τόνισε τη φιλοσοφία της εταιρείας ότι η βιωσιμότητα αποτελεί τρόπο καθημερινής λειτουργίας και όχι υπόσχεση.

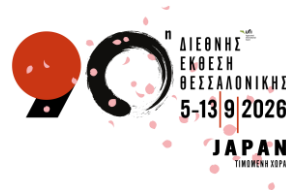
Παράλληλα, η έννοια της υπευθυνότητας μεταφράζεται σε συγκεκριμένες δράσεις και στον τομέα της προστασίας των ανηλίκων. Η κ. Καψάλη αναφέρθηκε εκτενώς στην πρωτοβουλία «Στην Προστασία των Ανηλίκων Είμαστε Μαζί», τονίζοντας, τόσο ως στέλεχος όσο και ως μητέρα, τη σημασία της εκπαίδευσης και της υποστήριξης της λιανικής απέναντι στις νέες υποχρεώσεις. Στο πλαίσιο αυτό, πραγματοποιήθηκαν περισσότερες από 20.000 επιτόπιες επισκέψεις σε σημεία πώλησης σε όλη τη χώρα, για την ενημέρωση των επαγγελματιών σχετικά με την εγγραφή στο Εθνικό Μητρώο και την επιβεβαίωση ηλικίας στο ταμείο. Ολοκληρώθηκε επίσης πανελλαδική έρευνα σε περισσότερους από 7.500 επαγγελματίες, η οποία έδειξε ότι ένας στους δύο χρησιμοποιεί ήδη τα εργαλεία διαπίστωσης ηλικίας. Η κ. Καψάλη επεσήμανε ότι η προσπάθεια βρίσκεται στη μέση της διαδρομής και ότι ο μικρός επαγγελματίας πρέπει να εξοπλίζεται και να εκπαιδεύεται, ώστε να λειτουργεί συμπληρωματικά και υποστηρικτικά προς το έργο της Πολιτείας.

Η φετινή παρουσία της Imperial Brands Hellas στη ΔΕΘ αποτύπωσε και το σημαντικό οικονομικό και κοινωνικό της αποτύπωμα στα 45 χρόνια πορείας της στην Ελλάδα, σταθερά ελληνική διοίκηση, καθώς η δραστηριότητά της συνδέεται με περίπου 320 εκατομμύρια ευρώ μόνο το τελευταίο έτος συνεισφοράς στο δημόσιο ταμείο, με 1.000 θέσεις άμεσης και έμμεσης απασχόλησης, με το εισόδημα περίπου 100.000 οικογενειών μέσω της αλυσίδας αξίας της. Η κ. Καψάλη χαρακτήρισε τη συμμετοχή στην Έκθεση συνειδητή επιλογή και «ψήφο εμπιστοσύνης» στη Θεσσαλονίκη και τη Βόρεια Ελλάδα, υπογραμμίζοντας ότι η πόλη αποτελεί την καρδιά της αγοράς και όχι ένα απλό σκηνικό, και δεσμεύτηκε ότι η νέα μορφή εξωστρέφειας της εταιρείας θα έχει ουσιαστική συνέχεια.

Από την πλευρά του, ο Αλέξανδρος Μανδρίνος παρουσίασε τη στρατηγική του Δήμου Θεσσαλονίκης για την είσοδο της πόλης στη δεκάδα των δημοφιλέστερων ευρωπαϊκών προορισμών για city break και συνεδριακό τουρισμό. Εστίασε στην ανάγκη ενίσχυσης της αεροπορικής συνδεσιμότητας και στο άνοιγμα σε νέες αγορές, παραθέτοντας στοιχεία της GBR Consulting σύμφωνα με τα οποία η συνολική ικανοποίηση



IMPERIAL
BRANDS
Hellas



των επισκεπτών ανέρχεται σε 7,8 στα 10, το 91% δηλώνει πρόθεση επιστροφής, το 96% θα σύστηνε την πόλη, ενώ οι διεθνείς αφίξεις αυξήθηκαν κατά 10% το 2025.

Η αυλαία της παρουσίας της Imperial Brands Hellas στην 90ή ΔΕΘ έπεσε με την κοινή διαπίστωση των ομιλητών ότι, είτε πρόκειται για μια επιχείρηση είτε για έναν προορισμό, η βιώσιμη ανάπτυξη απαιτεί χρόνο, συνέπεια, συνεργασία και σχέσεις εμπιστοσύνης, επιβεβαιώνοντας στην πράξη τη φιλοσοφία της εταιρείας, «Μαζί δημιουργούμε το αύριο, σήμερα».

<https://tif.imperialbrandshellas-toavriosimera.gr/>