



39 Χρόνια

Ελληνικό Αειφόρο Πράσινο Επιχειρείν

*\*Since 1979*



**Ένα ταξίδι καθοδηγούμενο από ένα μεγάλο πάθος·  
για τις μέλισσες και μια μεγάλη αγάπη για τη φύση!**

# Όλα ξεκίνησαν εδώ: σε ένα φαρμακείο στην Αθήνα



1972

Η ιστορία ξεκινάει το 1972, όταν ο Νίκος και η Νίκη Κουτσιανά δημιούργησαν τα πρώτα τους φυσικά προϊόντα με πρόπολη, μέλι, βασιλικό πολτό, φυσικά εκχυλίσματα και αιθέρια έλαια.



1979

Δημιουργούν την APIVITA  
Το όνομα APIVITA προέρχεται από τις λατινικές λέξεις APIS (Μέλισσα) και VITA (Ζωή), που σημαίνει «η ζωή της μέλισσας».

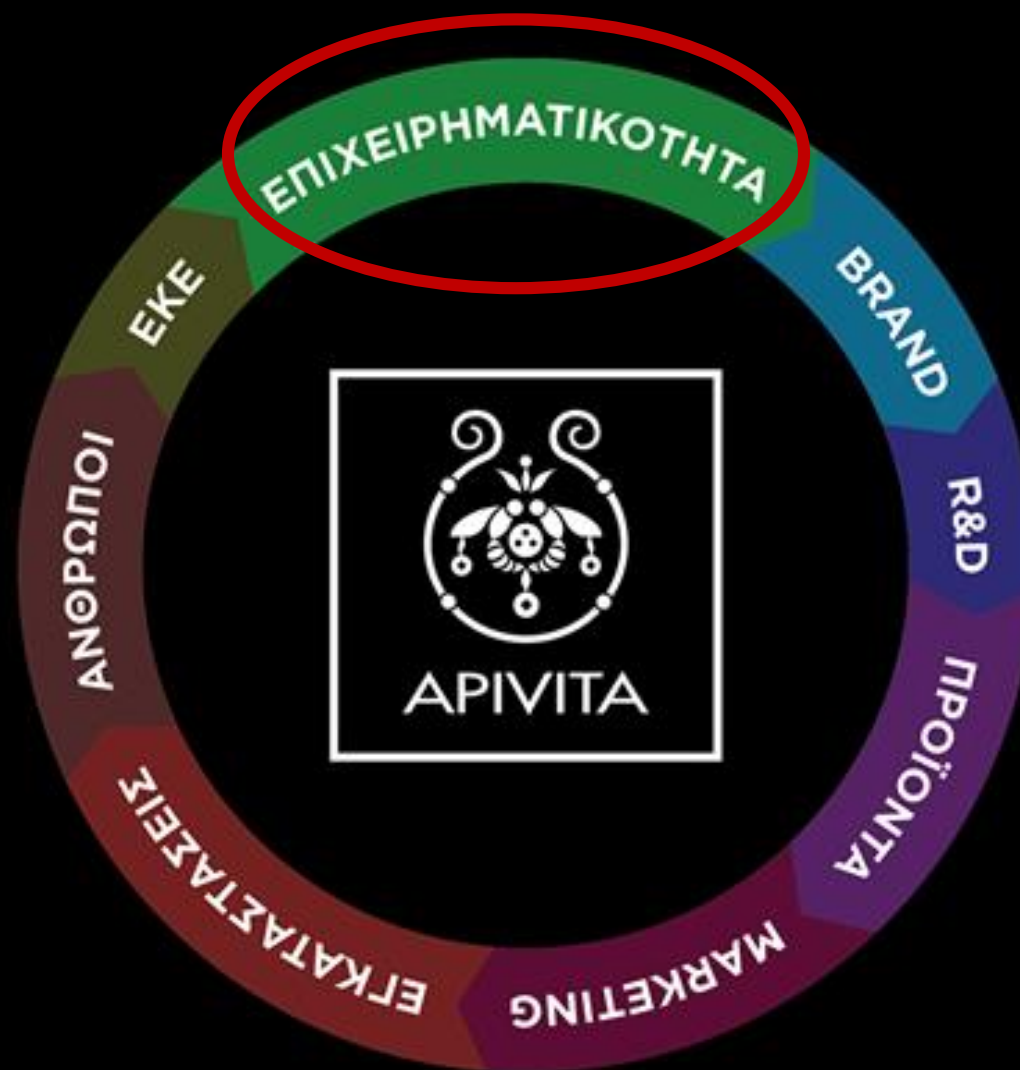
2017

Η APIVITA προσβέει ένα τρόπο ζωής υγείας και ομορφιάς με φυσικά αποτελεσματικά και ολιστικά προϊόντα και υπηρεσίες



natural effective holistic

# ΚΥΚΛΟΣ ΚΑΙΝΟΤΟΜΙΑΣ ΤΗΣ ΑΡΙΒΙΤΑ



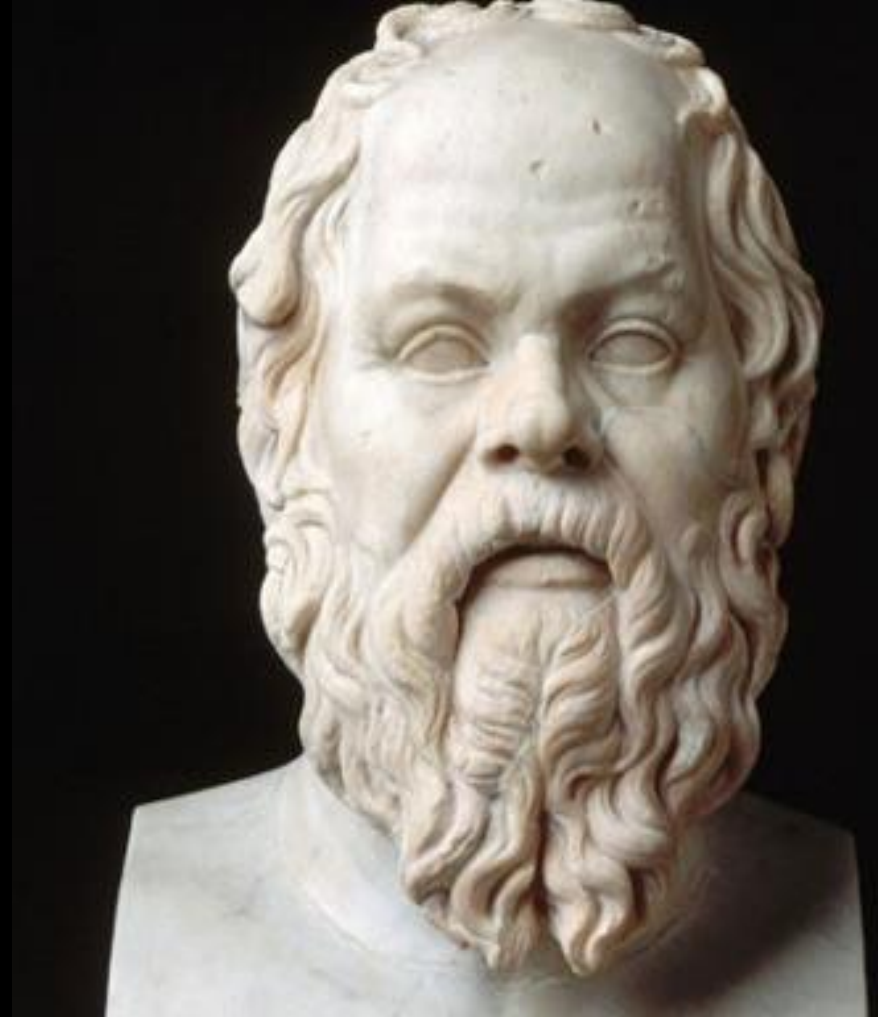
*Εύ & Αεί Επιχειρεῖν,  
Καινοτομεῖν, Δημιουργεῖν*



natural effective holistic

*“Εν οἶδα, ὅτι οὐδέν οἶδα”*

*Σωκράτης*

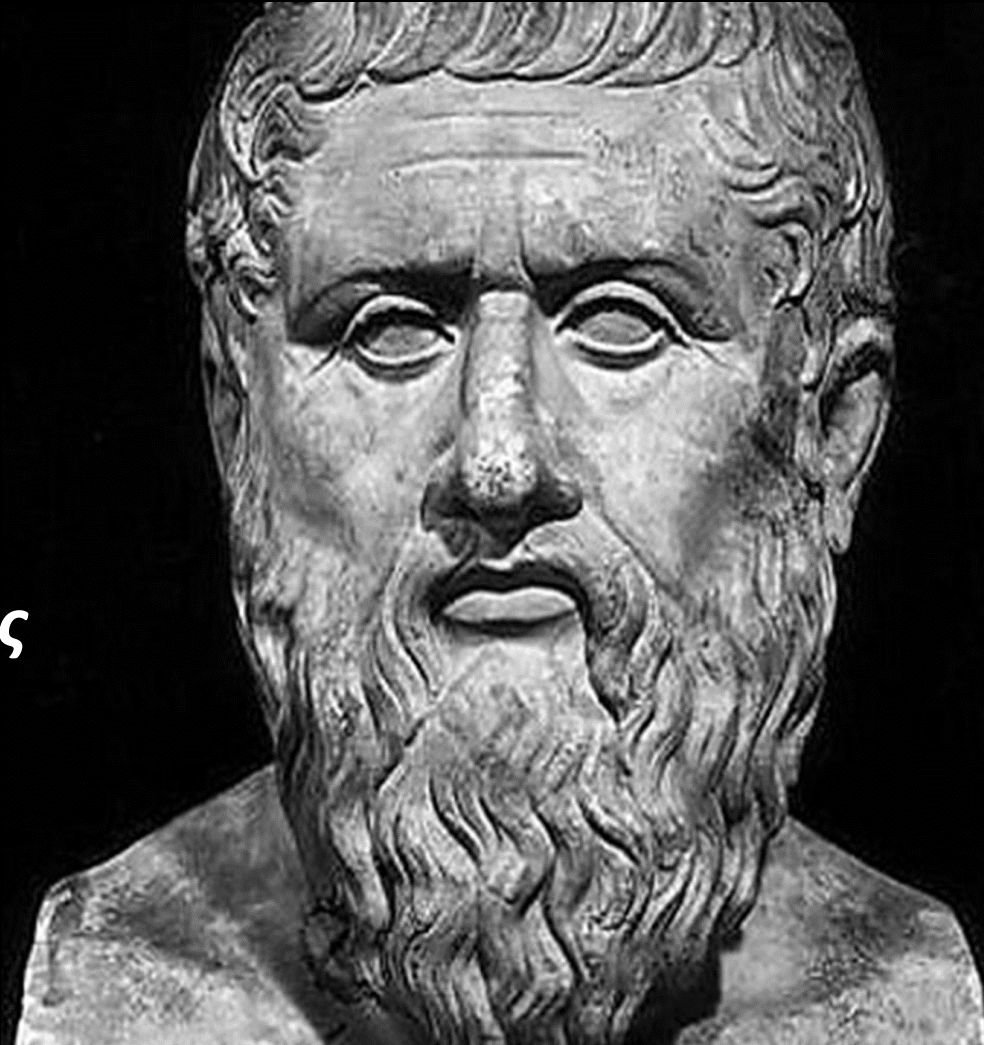


natural effective holistic

*“Όμοιος ομοίω αεί πελάζει”*

*Πλάτωνας*

*Πελάτης VS Καταναλωτής*



natural effective holistic

*“Κάθε τέχνη και κάθε έρευνα, και ομοίως  
κάθε δράση και επιδίωξη, θεωρείται ότι  
στοχεύει σε κάποιο καλό. Για το λόγο  
αυτό, το καλό, το Ανώτερο Κοινό Καλό,  
δικαίως έχει κηρυχθεί ότι είναι εκείνο,  
στο οποίο στοχεύουν όλες οι πράξεις.”*

*Αριστοτέλης*



natural effective holistic



# Οι εμπνεύσεις μας

## Κοινωνία της Μέλισσας



### Μια αιεφόρα και εύρυθμη κοινότητα

Μέσω της επικονίασης εξασφαλίζει τη βιωσιμότητα του οικοσυστήματος και παράγει τα υψηλής βιολογικής αξίας μελισσοκομικά προϊόντα

## Ελληνική Φύση



### Πλούσια Βιοποικιλότητα

- 6.620 φυτικά είδη και υποείδη
- Υψηλή συγκέντρωση ενδημικών (1.459 μοναδικά είδη)

## Ιπποκράτης



### Πατέρας της Ιατρικής

Ιπποκρατική Σοφία  
2.500 χρόνια παράδοσης, γνώσης και ολιστικής προσέγγισης της υγείας, της ομορφιάς και ευεξίας.



# ΟΙ ΑΞΙΕΣ ΜΑΣ

Οι αξίες μας εκφράζονται σε όλες μας τις δραστηριότητες, τις διαδικασίες, τις υπηρεσίες και τα στάδια της ανάπτυξης και του μάρκετινγκ των προϊόντων

**Think Local,  
Act Global**

Συναισθηματική  
νοημοσύνη

Οικολογική  
νοημοσύνη

Διαφάνεια  
και  
Ακεραιότητα

Πρώτα οι άνθρωποι!

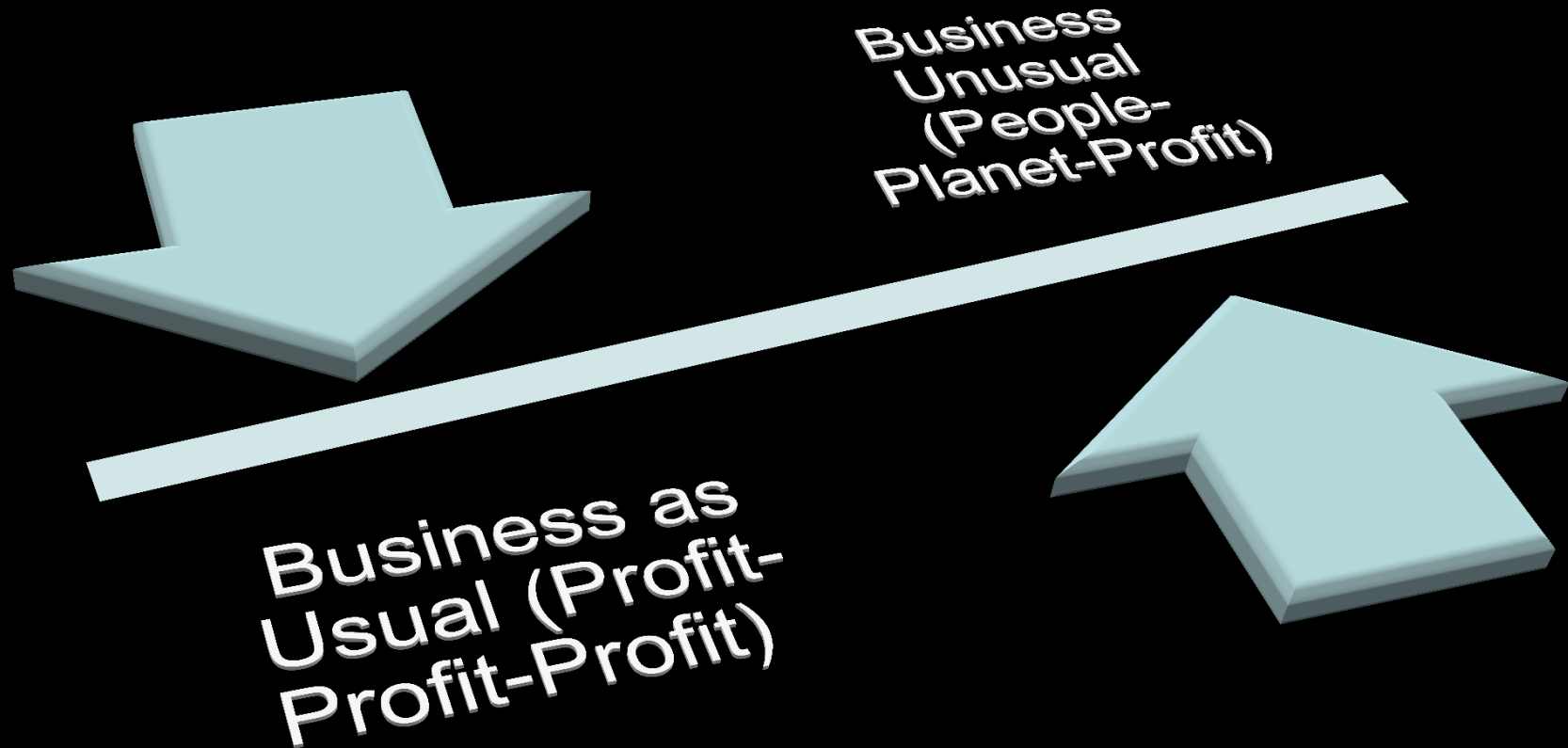
Δια βίου  
Εκπαίδευση

Κάλλος: εσωτερική  
και εξωτερική  
ομορφιά και  
αρμονία



natural effective holistic

# To Business... Unusual της APIVITA!



# ΤΟ ΟΝΟΜΑ ΜΑΣ

Το όνομα APIVITA προέρχεται από τις λατινικές λέξεις APIS (Μέλισσα) και VITA (Ζωή), που σημαίνει «η ζωή της μέλισσας».



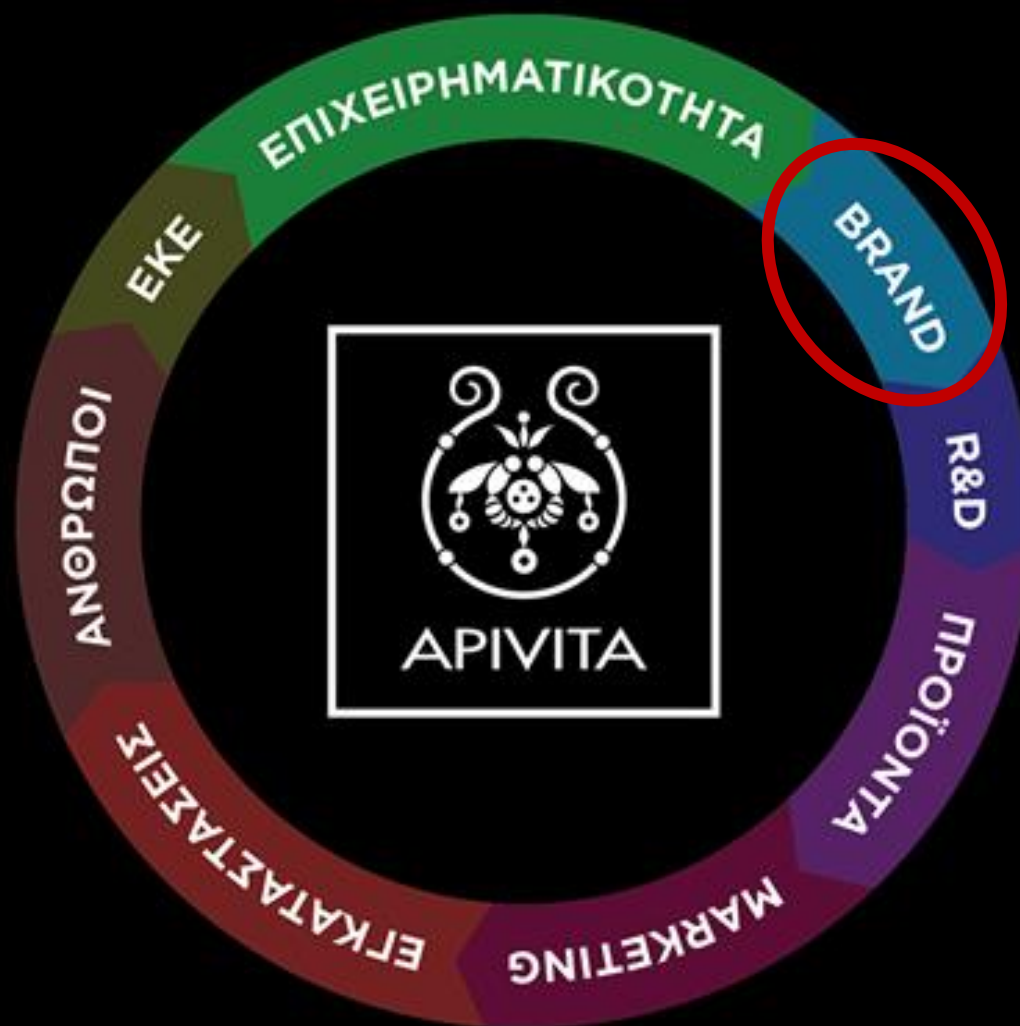
Ο Μινωικός πολιτισμός άνθισε στην Κρήτη, σε μια περιοχή με μοναδική βιοποικιλότητα και την κοινωνία της μέλισσας ως ρυθμιστή αυτής. Η περίοπτη θέση των μελισσών ως πλουτοπαραγωγικής πηγής για τους Μινωίτες απεικονίζεται στις «Μέλισσες των Μαλίων».



# ΤΟ ΛΟΓΟΤΥΠΟ ΜΑΣ

Είναι εμπνευσμένο από το χρυσό κρεμαστό επιστήθιο κόσμημα «Μέλισσες των Μαλίων», το μοναδικό μινωικό κόσμημα της Μέσης Εποχής του Χαλκού (1.800-1.700 π.Χ.), που απαρτίζεται από δύο μέλισσες που αποθέτουν μια σταγόνα μέλι στην κηρήθρα τους. Κρατούν την κοκκιδωτή στρογγυλή κηρήθρα ανάμεσα στα πόδια τους, τη σταγόνα μέλι στο στόμα τους και φέρουν συρμάτινο κλωβό με σφαιρίδιο πάνω στα κεφάλια τους, ενώ οι μικροί δίσκοι κρέμονται από τα φτερά και το κεντρί τους..

# ΚΥΚΛΟΣ ΚΑΙΝΟΤΟΜΙΑΣ ΤΗΣ ΑΡΙΒΙΤΑ



# Η κληρονομιά του Brand

*2,500 χρόνια* εμπειρίας και γνώσης, *39 χρόνια* δικής μας εμπειρίας (46 ανεπίσημα), γνώσης, τεχνογνωσίας και εξειδίκευσης.

**APIVITA λογότυπο & όνομα:** εμπνευσμένο από την αρχαία κληρονομιά και την κοινωνία της μέλισσας. Αποτελεί σύμβολο της αειφορίας, της φυσικότητας, των μελισσών, της Ελλάδας, της παράδοσης, των καλλυντικών, του ολιστικού, του ρυθμού, της κοσμετολογίας.

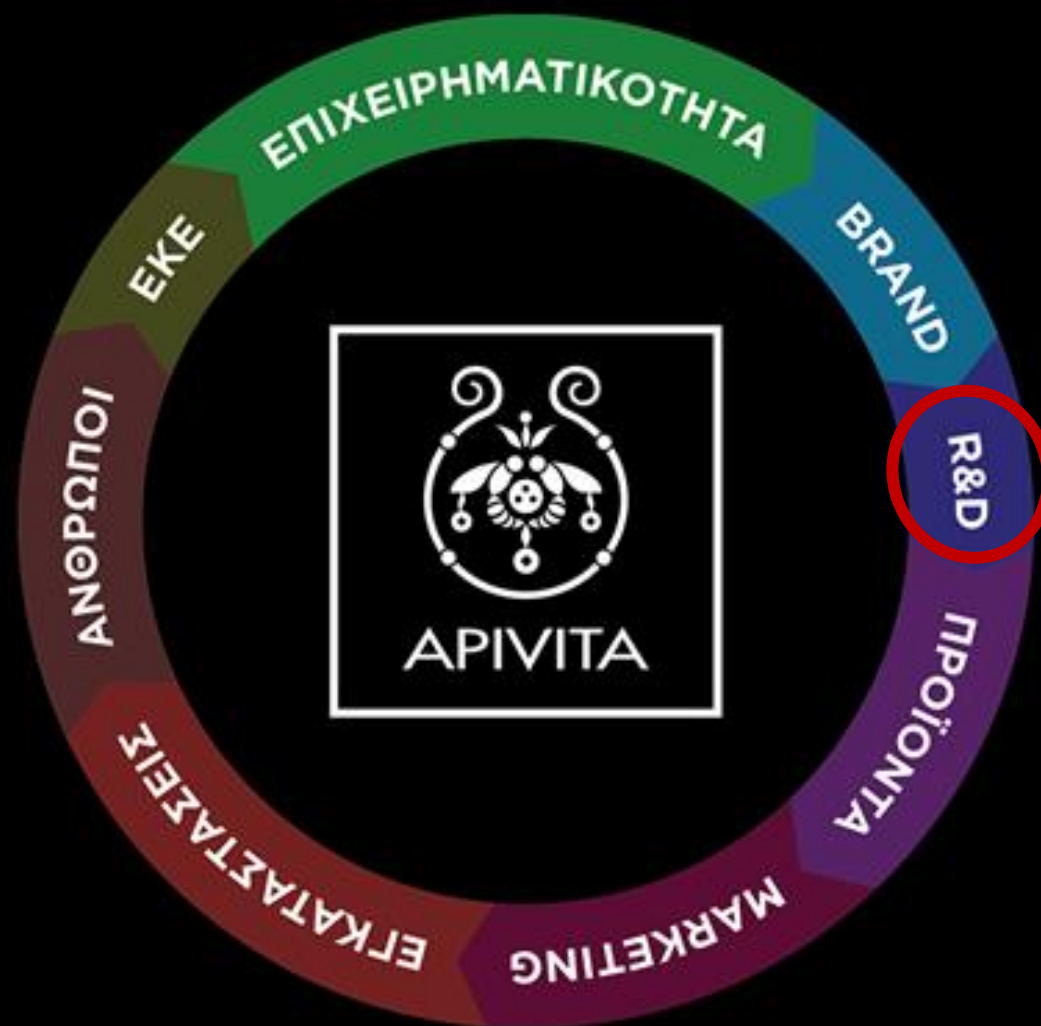
**APIVITA μπουκάλι Φαρμακείου:** συμβολίζει την αποτελεσματικότητα, την επιστήμη, το φαρμακευτικό DNA.

**APIVITA ρίζες Φαρμακείου:** συμβολίζει την αποτελεσματικότητα, την επιστήμη, την ασφάλεια.

**APIVITA το πιστεύω μας:** Ηγεμονικότερον Απάντων Φύσις.



# ΚΥΚΛΟΣ ΚΑΙΝΟΤΟΜΙΑΣ ΤΗΣ ΑΡΙΒΙΤΑ



# In house καινοτομία

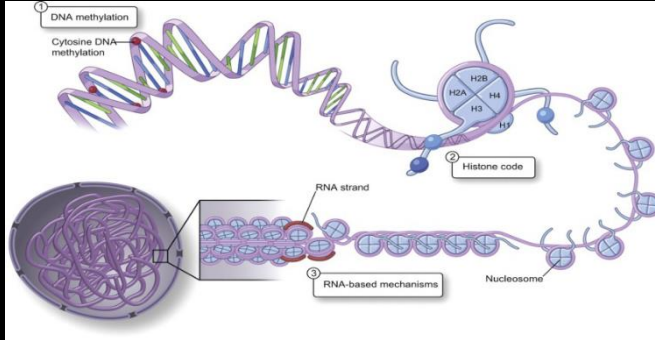
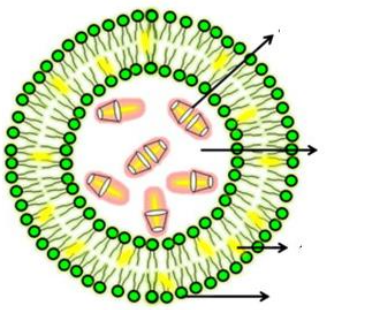
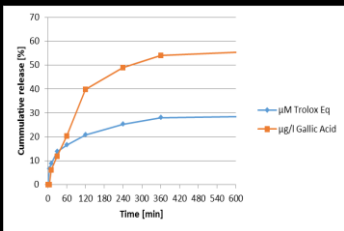
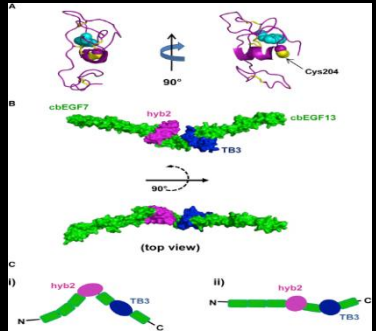


B' Βραβείο Καινοτομίας

**APIVITA A.E.B.E.**  
 Καινοτόμος μέθοδος εκχύλισης Ελληνικής πρόπολης για την παραγωγή υψηλής προστιθέμενης αξίας πρώτης ύλης με αντιοξειδωτική και φωτοπροστατευτική δράση



- ✓ 6 πατέντες
- ✓ State of the art βιοχημικό εργαστήριο
- ✓ Καινοτομία στις πρώτες ύλες



natural effective holistic



# Collaborative Research Innovation Ecosystem

**74** Πανεπιστήμια & Ερευνητικά Ιδρύματα

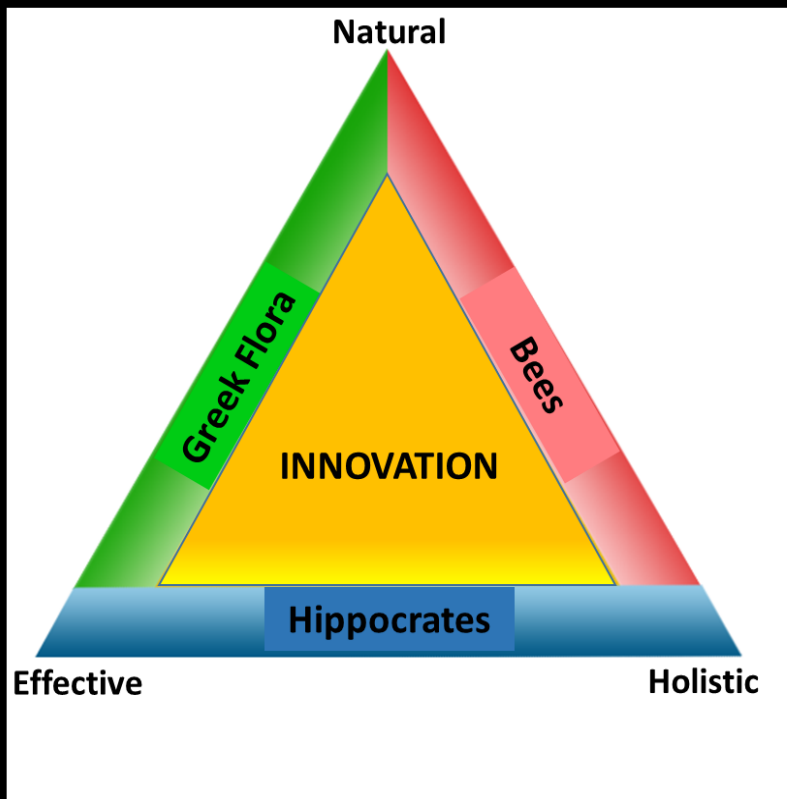
**24** Χώρες

**16** Εκ. € συνολικού προϋπολογισμού



natural effective holistic

# R&D Ανάπτυξη



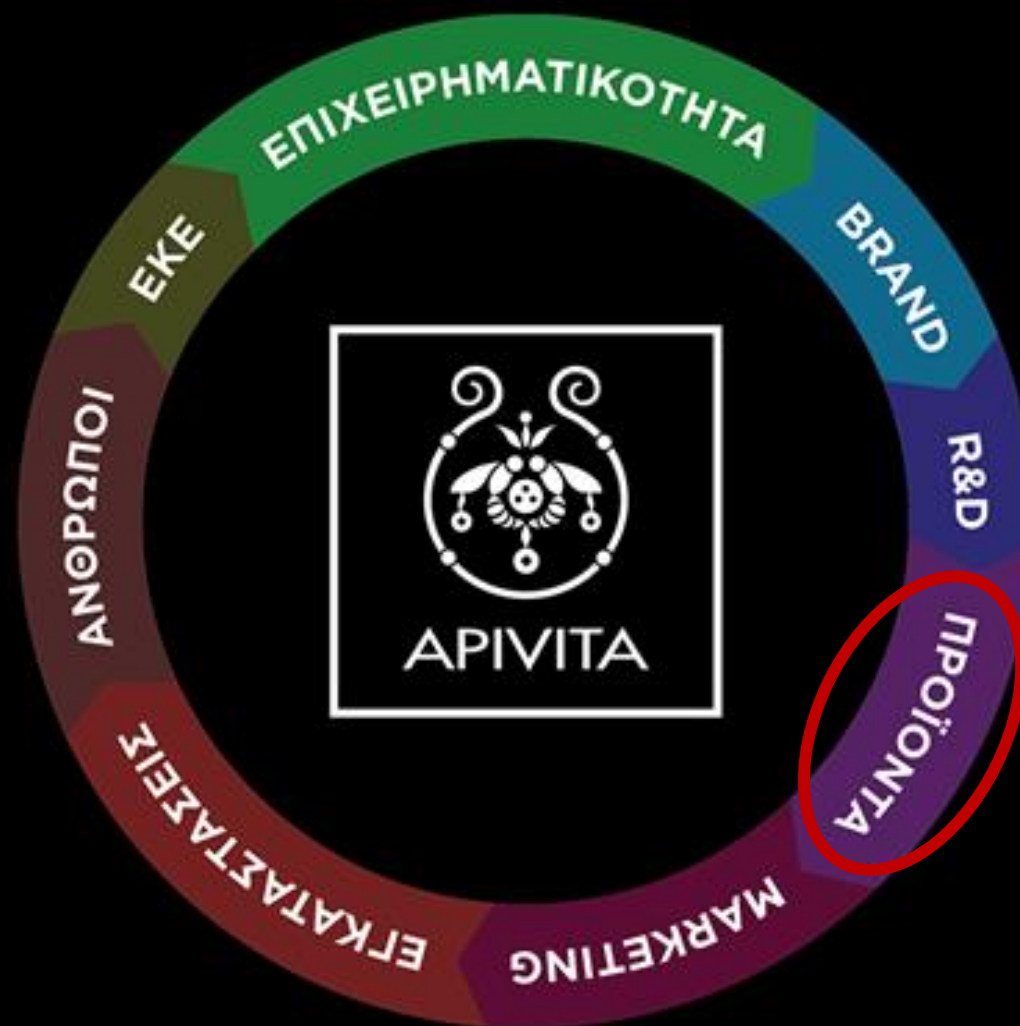
**Φυσικά:** Συνταγές με υψηλά ποσοστά φυσικών συστατικών. Χωρίς συνθετικά υποκατάστατα και με φυσικά συστατικά που εξασφαλίζουν την ασφάλεια του πελάτη και την αειφορία του φυσικού περιβάλλοντος.

**Αποτελεσματικά:** Αποδεδειγμένη εργαστηριακή και κλινική αποτελεσματικότητα με φυτικά και μελισσοκομικά ενεργά συστατικά.

**Ολιστικά:** Φόρμουλες που απευθύνονται σε συγκεκριμένα προβλήματα και ανάγκες, ενώ ενισχύουν τη λειτουργία των φυσιολογικών.



# ΚΥΚΛΟΣ ΚΑΙΝΟΤΟΜΙΑΣ ΤΗΣ ΑΡΙΒΙΤΑ



# Το πρώτο μας σαπούνι με πρόπολη... Ένα μαύρο σαπούνι που μύριζε θυμάρι!



natural effective holistic

# EXPRESS BEAUTY masks

\* μια Kosmos Καινοτομία\*

## Old campaigns



## New campaign



natural effective holistic

# ΚΥΚΛΟΣ ΚΑΙΝΟΤΟΜΙΑΣ ΤΗΣ ΑΡΙΒΙΤΑ



# Marketing

## *Κλασικός Τρόπος Marketing*

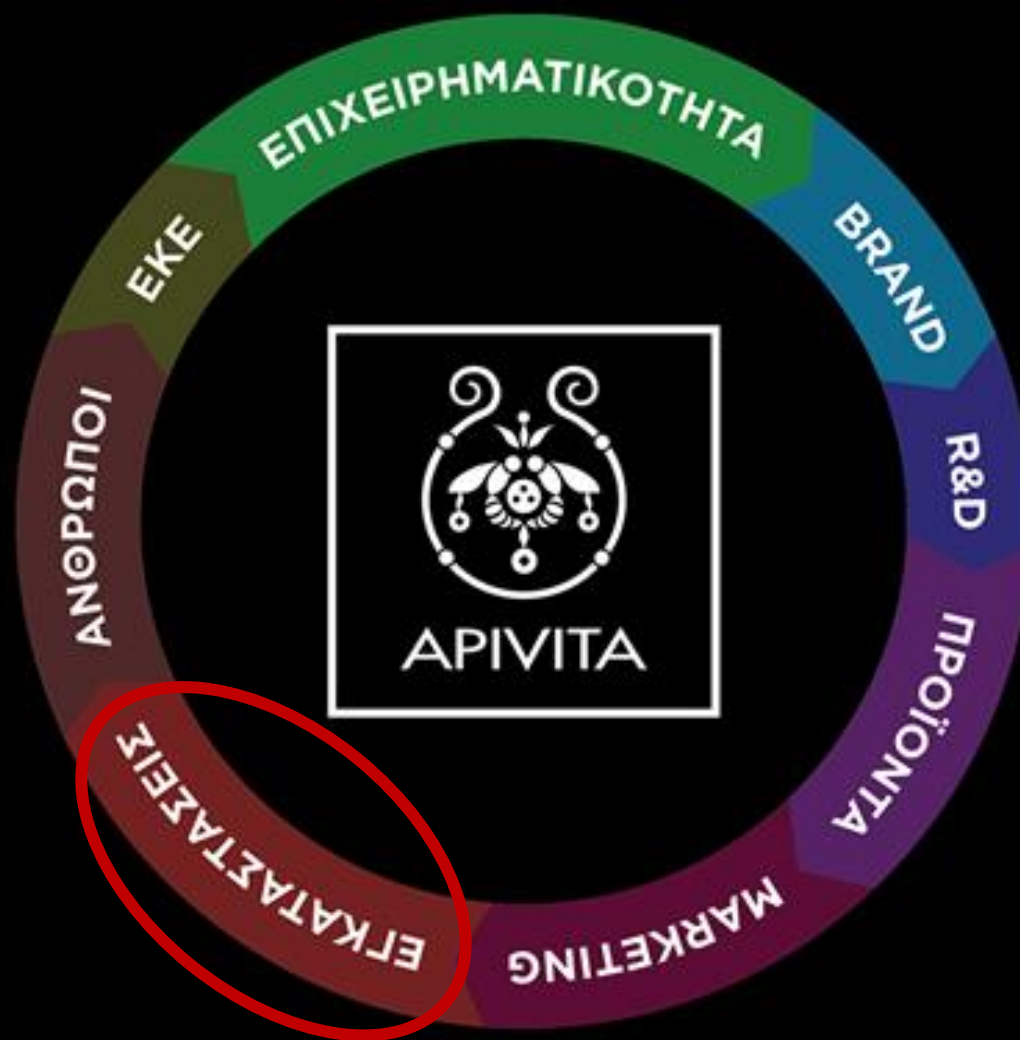
Προϊόν	(Product)
Τιμή	(Price)
Τοποθεσία	(Place)
Πρώθηση	(Promotion)

## *APIVITA Ολιστικό Πράσινο Marketing*

Σκοπός	(Purpose)
Πάθος	(Passion)
Επικονίαση	(Pollination)
Κοινωνική Ευθύνη	(Personal Responsibility)
Συσκευασία	(Packaging)
Απόδοση	(Performance)
Άνθρωποι	(People)
Διαδικασίες	(Processes)
Προϊόν	(Product)
Τιμή	(Price)
Τοποθεσία	(Place)
Πρώθηση	(Promotion)



# ΚΥΚΛΟΣ ΚΑΙΝΟΤΟΜΙΑΣ ΤΗΣ ΑΡΙΒΙΤΑ





# Οι εγκαταστάσεις

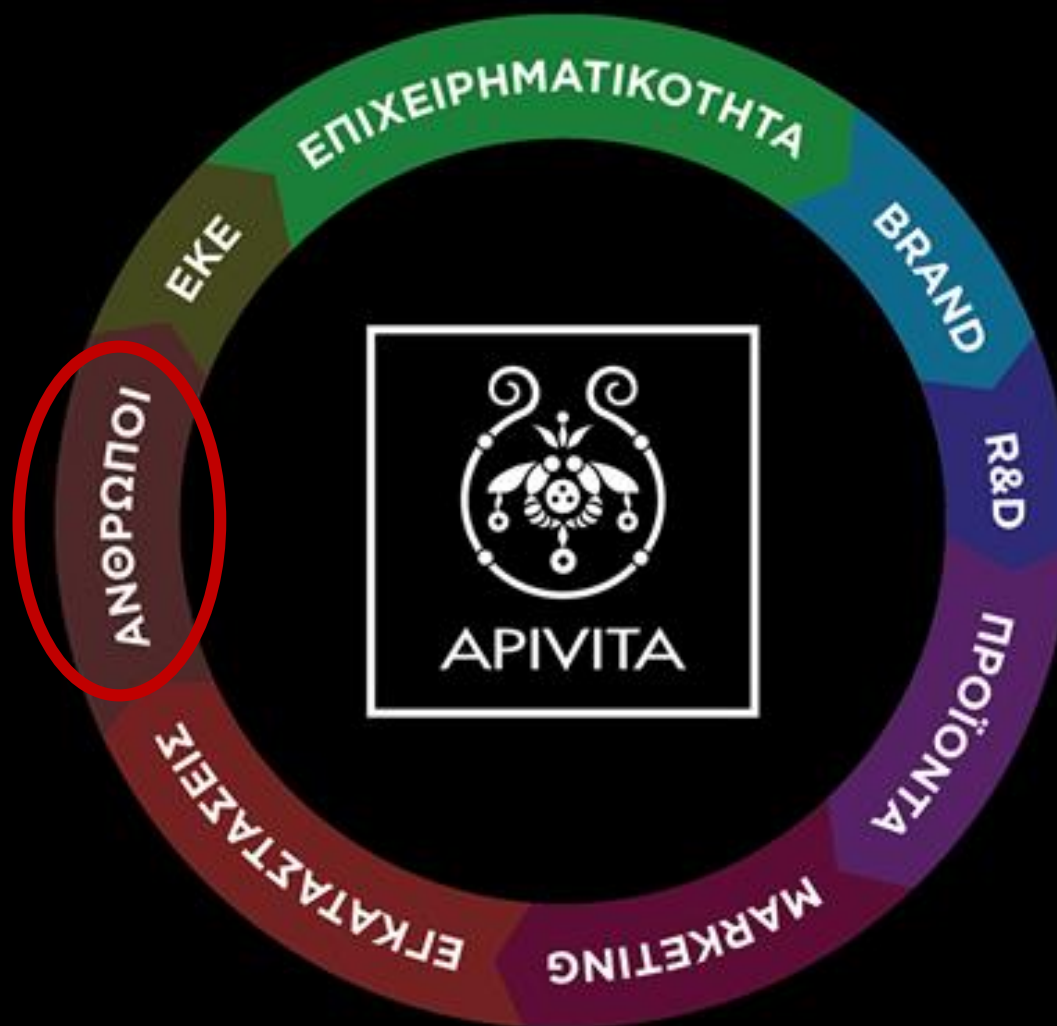


Η κυψέλη της ΑΡΙΝΙΤΑ στο Μαρκόπουλο, Αθήνα.

# To APIVITA Experience Store (Αθήνα)



# ΚΥΚΛΟΣ ΚΑΙΝΟΤΟΜΙΑΣ ΤΗΣ ΑΡΙΒΙΤΑ



# Οι άνθρωποι

Φιλοσοφία

Αξίες

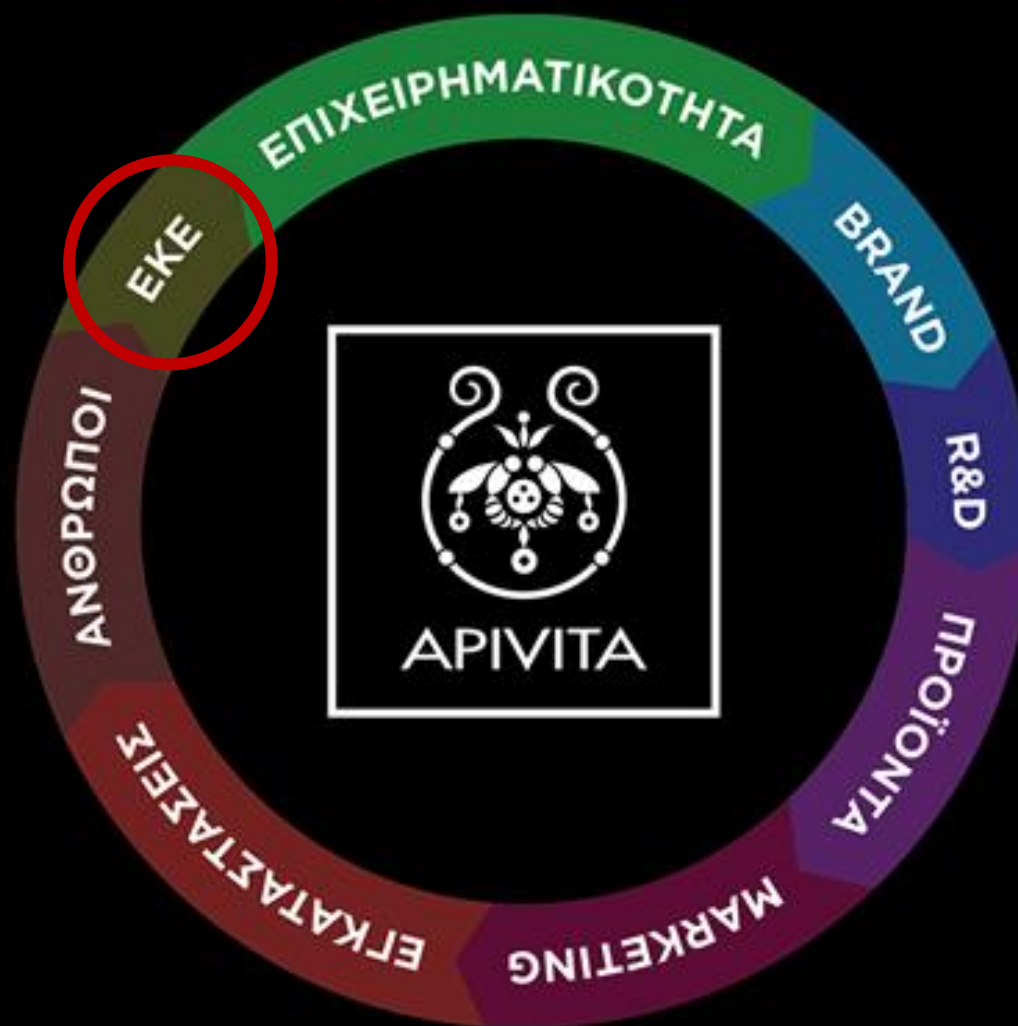
Φυσικά Προϊόντα

Συναισθηματική & Οικολογική Νοημοσύνη

Ελληνικός Πολιτισμός



# ΚΥΚΛΟΣ ΚΑΙΝΟΤΟΜΙΑΣ ΤΗΣ ΑΡΙΒΙΤΑ



# Κοινωνική Υπευθυνότητα



PINDOS  
WILD HERBS



Τώρα τα παιδιά της Πίνδου έχουν τύχη βουνό!



H B G  
HIPPOCRATES  
Botanical Gardens

Ιπποκράτειο  
Βοτανικό Κήπι



MEDECINS SANS FRONTIERES  
ΓΙΑΤΡΟΙ ΧΩΡΙΣ ΣΤΡΟΦΑ



Πασίλιες  
για τον πόνο  
του άλλου



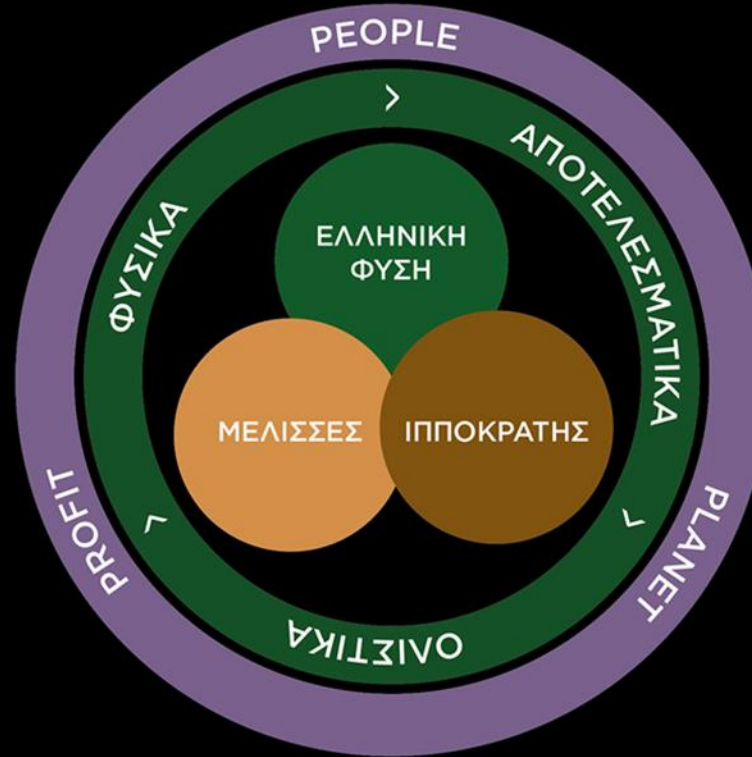
Πασίλιες  
για τον πόνο  
του άλλου



natural effective holistic

# Όραμα - Φιλοσοφία - Αξίες - Είναι

THE APIVITA  
WAY OF BUSINESS



ΑΝΘΡΩΠΙΝΟ ΔΥΝΑΜΙΚΟ  
ΚΑΙ ΥΠΟΔΟΜΕΣ

ΠΕΛΑΤΕΣ

BRAND

ΕΣΩΤΕΡΙΚΕΣ  
ΔΙΕΡΓΑΣΙΕΣ

ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗ  
ΑΝΑΠΤΥΞΗ

ΚΟΙΝΩΝΙΚΗ  
ΕΥΘΥΝΗ

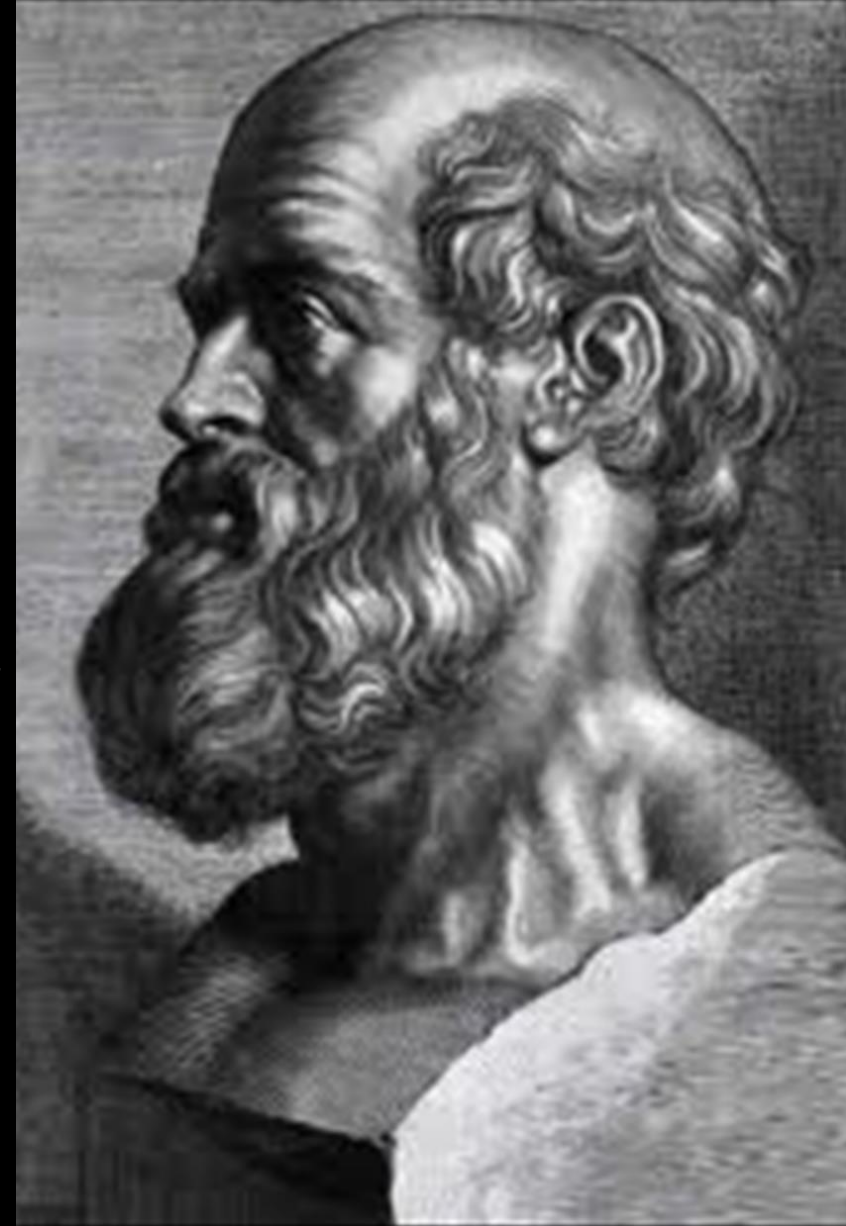
ΑΠΩΤΕΡΟΣ ΣΤΟΧΟΣ: ΑΝΩΤΕΡΟ ΚΟΙΝΟ ΚΑΛΟ



natural effective holistic

# Ιπποκρατική Σοφία

- Ωφελείν ή μη βλάπτειν
- Παν το πολύ τη φύσει πολέμιον
- Κάλλιον το προλαμβάνειν ή το θεραπεύειν
- Το φάρμακό σου να είναι η τροφή σου,  
η τροφή σου να είναι το φάρμακό σου
- Ηγεμονικώτερον απάντων φύσις







***Επισκέψεις στο μελίσσι της  
ΑΡΙΝΙΤΑ & γνωριμία με το  
διαφορετικό επιχειρείν της***



natural effective holistic



Επίσκεψη των Υπουργών Γεωργίας της  
Ευρωπαϊκής Ένωσης

04-06/05/2014



natural effective holistic



*Επίσκεψη του Αντιπροέδρου της  
Ευρωπαϊκής Επιτροπής, κ. Jyrki Katainen*

*Απρίλιος 2015*



natural effective holistic



*Επίσκεψη του ΠτΔ,  
κ. Προκόπιου Παυλόπουλου*

*01/12/2017*



natural effective holistic

## Ο ΠτΔ, κ. Προκόπιος Παυλόπουλος

“Τα τρία χαρακτηριστικά της ΑΡΙVITA – και άλλων εταιρειών ανά την Ελλάδα, αλλά κυρίως της ΑΡΙVITA- είναι:  
Πρώτον, η **Εταιρική Κοινωνική Υπευθυνότητα**. Δεύτερον, η **καινοτομία** και εντέλει η **επιστημονική έρευνα**. Είναι χαρούμενος που η ΑΡΙVITA έχει πραγματικά αναπτύξει αυτή τη νοοτροπία επιστημονικής, μιας έρευνας σε τομείς με πολύ βαθιές ρίζες στην Ελλάδα. Γιατί αυτή η επιστημονική έρευνα έχει τις ρίζες της στην Ιπποκρατική Σοφία.”





*Επίσκεψη του Πρωθυπουργού της Ελλάδος,  
κ. Αλέξη Τσίπρα*

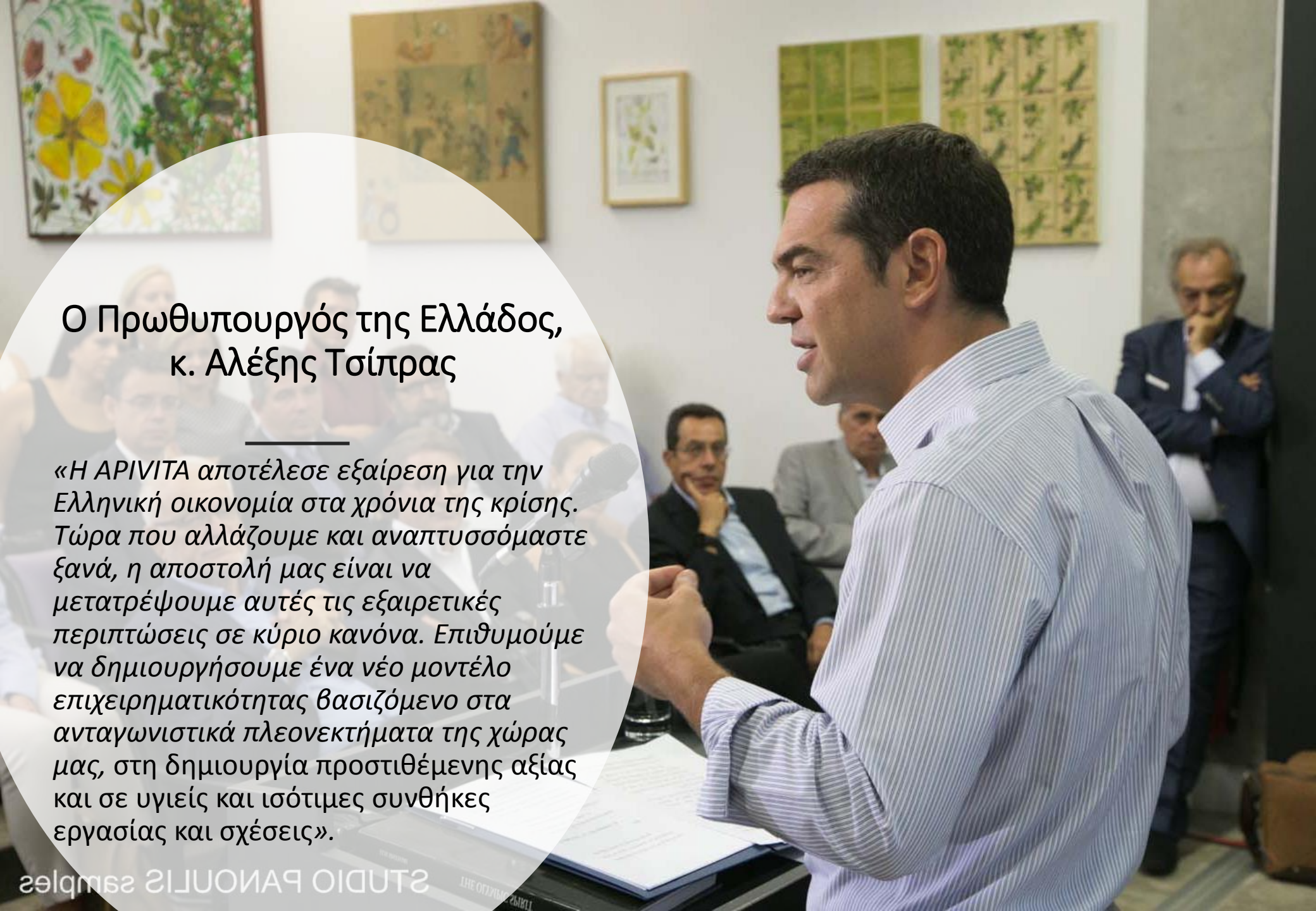
*04/09/2017*



natural effective holistic



“Η APIVITA είναι η Barcelona των Φυσικών Καλλυντικών”, ήταν η χιουμοριστική ρήση υποδοχής του Πρωθυπουργού στον Αντιπρόεδρο της PUIG, κ. Manuel Puig.

A photograph of Prime Minister Alexis Tsipras of Greece, seen from the side, speaking at a podium. He is wearing a light blue and white striped shirt. In the background, several other men in suits are seated, listening. The room has framed botanical illustrations on the wall.

## Ο Πρωθυπουργός της Ελλάδος, κ. Αλέξης Τσίπρας

*«Η AΡΙVITA αποτέλεσε εξαίρεση για την Ελληνική οικονομία στα χρόνια της κρίσης. Τώρα που αλλάζουμε και αναπτυσσόμαστε ξανά, η αποστολή μας είναι να μετατρέψουμε αυτές τις εξαιρετικές περιπτώσεις σε κύριο κανόνα. Επιθυμούμε να δημιουργήσουμε ένα νέο μοντέλο επιχειρηματικότητας βασιζόμενο στα ανταγωνιστικά πλεονεκτήματα της χώρας μας, στη δημιουργία προστιθέμενης αξίας και σε υγιείς και ισότιμες συνθήκες εργασίας και σχέσεις».*



*Υπουργός  
Οικονομίας & Ανάπτυξης,  
κ. Δημήτριος Παπαδημητρίου*

*“Η ΑΡΙΒΙΤΑ αποτελεί εξαιρετο παράδειγμα  
of υγιούς επιχειρηματικότητας με όραμα,  
ηθική, αρχές και καινοτομία σε όλους τους  
τομείς των δράσεων της.*

*17/01/2018*



natural effective holistic



Επίσκεψη πρέσβων 23 ξένων χωρών στην  
Ελλάδα

14/11/2017



natural effective holistic

## Ο πρέσβυς της Ρουμανίας, κ. Lucian Fatu

*«Αυτή η αντιπροσώπευση είναι κάτι μεγαλύτερο από μια απλή διπλωματία, είναι ο τρόπος να προωθούμε τη χώρα μας, ο τρόπος να προωθούμε τις ιδέες μας. Η Ελλάδα είναι ένας εξαιρετος τόπος για να συναντιόμαστε και να μοιραζόμαστε αυτές τις αξίες και αυτές τις ιδέες.»*



*Η πρέσβυς της Σλοβενίας,  
κα. Anita Piran*

*“Η ARIVITA είναι ένα μοντέλο για βιώσιμη και υπεύθυνη ευημερία των ανθρώπων. Είναι ιδιαίτερα χαρούμενη που οι μέλισσες αποτελούν έναν από τους τρεις πυλώνες της ARIVITA, διότι χωρίς τις μέλισσες δε θα υπάρχει η ανθρωπότητα. Για το λόγο αυτό οφείλουμε να έχουμε επίγνωση της σημασίας τους.»*

*14/02/2018*



*Ο πρέσβης της Γερμανίας,  
κ. Jens Plotner*

*“Η ΑΡΙΒΙΤΑ είναι ένας όμορφος τόπος, όπου συνάντησα τόσους ανθρώπους, που αγαπούν αυτό που κάνουν. Χρησιμοποιώντας τα προϊόντα της ΑΡΙΒΙΤΑ, κάποιος αισθάνεται πραγματικά όλη την αγάπη που τοποθετείται στην παραγωγή τους.”*

*16/02/2018*



*Ο Πρόεδρος του Ελληνικού  
Ερυθρού Σταυρού,  
κ. Αντώνης Αυγερινός*



*“Οι εγκαταστάσεις της ΑΡΙΒΙΤΑ αποτελούν  
μια μοναδική και καινοτόμα κατασκευή, που  
τιμά αυτούς που είχαν την πεφωτισμένη  
έμπνευση της δημιουργίας του.  
Αποκαλύπτουν τις δυνατότητες και τις  
ικανότητες της Ελληνικής Επιστήμης.  
Εντέλει, τιμούν καινοτόμους ανθρώπους που  
διαθέτουν το πάθος και τη θέληση να  
πετύχουν και να συνεχίσουν αυτό το όμορφο  
ταξίδι.”*

*13/02/2018*





**Επισκέψεις**

**Ελλήνων  
καλλιτεχνών**



**Σταμάτης Κραουνάκης**



**Λάκης Λαζόπουλος**



**Λάκης Παπαδόπουλος**



natural effective holistic





*Αρετή Κετιμέ*



natural effective holistic

# 39 χρόνια αργότερα, η ιστορία της επιτυχίας μας

## ΣΥΝΕΧΗΣ ΑΝΑΠΤΥΞΗ



**Οργανική ανάπτυξη από τη δημιουργία.**

Μια βιώσιμη ανάπτυξη ανεξάρτητα από τις τελευταίες οικονομικές διαταραχές της Ελλάδας.

## ΗΓΕΤΙΚΟ BRAND ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ



**Εξέχον brand ομορφιάς στην Ελλάδα**

3500 φαρμακεία

The Experience Store - Αθήνα

53 γωνιές & 38 Hondos Center

2 Attica Department Stores

1 TR Store - International Airport

420 Hotels & 35 Spas

## ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΣΤΟ ΕΞΩΤΕΡΙΚΟ



**Μια επιτυχία πέρα από τα εθνικά σύνορα.**

Παρουσία σε περισσότερες από 10 χώρες, 5 e-shops και ένα δυναμικό αναπτυξιακό σχέδιο: ανοίγματα σε +20 νέες χώρες μέσα στα επόμενα δύο χρόνια.



# Η διανομή μας, το πολύ-καναλικό οικοσύστημα μας



natural effective holistic

# Η ΚΟΣΜΟΣ παρουσία μας

Baltics

Benelux

Spain

Italy

Greece

Croatia

Ukraine

Cyprus

HK

Romania



natural effective holistic

# Διεθνής Αερολιμένας ΕΛ. Βενιζέλος, Αθήνα



natural effective holistic

# Γωνιές, Hondos Center, Αθήνα



natural effective holistic

# Γωνιές, Hondos Center, Αθήνα



natural effective holistic

# Γωνιές, Φαρμακεία, Αθήνα



natural effective holistic





ZAGREB, Κροατία

Κύπρος

Νέο Experience Store



Ισπανία

Κατάστημα Madrid

# El Corte Ingles

# Μαδρίτη



natural effective holistic



Άμστερνταμ

Νέο Κατάστημα



**APIVITA**  
NATURAL PRODUCTS



Ρουμανία

Νέο Κατάστημα



Ρουμανία

Νέο Κατάστημα



APIVITA  
NATURAL PRODUCTS

face

face

hair

APIVITA  
NATURAL PRODUCTS

body

soap bar  
& minis

men & kids

nature's gifts

Ρουμανία

Νέα Γωνιά





Ουκρανία



APIVITA Store στο Κίεβο



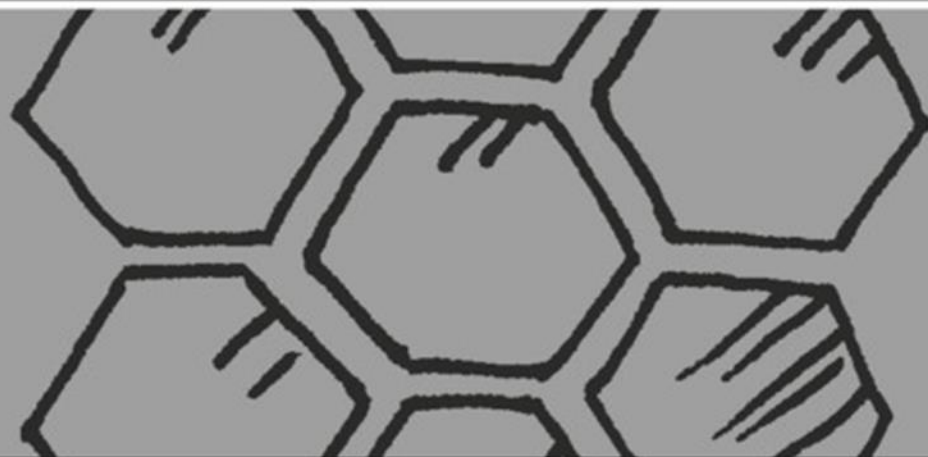
# Hong Kong Time Square



Hong Kong Time Gateway



**ΒΡΑΒΕΙΑ & ΔΙΑΚΡΙΣΕΙΣ**



# Επιχειρηματική Αναγνώριση



Αναγνώριση της Καινοτομίας της APIVITA από  
το Σύλλογο Ελλήνων Βιομηχάνων και τον Bill Gates



natural effective holistic

## Key Leaders

# Natural Beauty Pioneers

Follow the timeline from origin to current efforts of some of the world's top natural and organic beauty brands.\*

According to The Benchmarking Company's latest report, "The Age of Naturals," 80% of women said they buy natural and organic beauty products because they believe them to be better for the skin, and 64% said they did not want

chemicals on their skin. The Benchmarking Company president and CEO Alissa Marie Beyer, said "Consumer demand for natural and organic beauty brands may just be the single most important issue to impact the beauty industry in its history." Consumers

may have a new understanding of what some beauty companies have believed for decades, as our timeline shows. While not an exhaustive list, we have highlighted these pioneers for their long years of serving a commitment to natural beauty. ■ GCI

# Still Leading the Way

## JURLIQUE

Started on a farm in South Australia by chemist Jurgen Klein and his horticulturist wife Ulrike, Jurlique has grown out of a strong commitment to sustainability. Their philosophy that "nature trumps chemistry every time," compelled them to bring their biodynamic farming principles to a broad range of beauty products. A 2006 private equity cash infusion is helping them tell their story to a new generation of consumers through a relaunch that includes new packaging and store design. Today, the company has more than 60 stores in 22 countries, with a reported focus on Asia.

## NEAL'S YARD

Opened in London's Covent Garden, Neal's first sought to bring apothecary expertise and a holistic approach to beauty to local consumers. Today it actively supports organic farming and the use of certified organic ingredients. It opened new headquarters in 2006 and its buildings incorporate renewable materials and sustainable practices. In 2007, Neal's Yard was recognized as "Best Ethical Range" by The Sunday Times Style Magazine and as "Best Natural Range" by Natural Health Magazine.

## NATURA

Brazil's largest domestic cosmetics company is a leader in the sustainability of the country's biodiversity. The direct sales company's Ecos Challenge presents a model for sustainable use of natural resources, as well as social development for traditional communities. In 2006, Natura opened its first store in Paris, featuring its Ecos line, and has announced plans to enter the U.S. market in 2009.

## DR. BRONNER'S

Emmanuel Bronner brought his master soap-maker skills to the U.S. from his native Germany, working as a consultant to other soap makers before starting his own business in the late 1940s. His soaps reflected his great respect for the environment. Today the company is proud of its fair trade practices, and recently said it expects to have fair trade olive oil from Palestine and Israel in its soaps by summer 2008.

1967

## AUBREY ORGANICS

The company launched inauspiciously when the son of an herbalist applied his mother's teachings and mixed ground ginger, peppermint and eucalyptus leaf into coconut oil. Nearly 150 products later, the company continues to operate under a philosophy that naturally sourced ingredients create products that best serve consumer personal care needs, and pushes that philosophy to create products that meet evolving trends—such as its natural tinted sunscreen and natural personal fragrances.

1959

## JASON NATURAL COSMETICS

The company began formulating plant and mineral based personal care products by applying a passed-down-by-generation knowledge of the healing power of herbs and its effects. Owned today by IRLin Coastal, it markets more than 250 products containing food-grade, natural, organic and nutritional ingredients to deliver topical benefits, and operates under a commitment to create distinctive, pampering and eco-conscious products promoting well-being.

1940s

## WELEDA

Welede was founded by its Wegman and Rudolf Steiner, who shared "the notion of affinity of man for nature due to shared evolution." Today it keeps its promise to make products with ingredients grown to organic standards or in a sustainable manner. Last September, Welede's executive told trade press that growing consumer demand for environmental stewardship has made the company look at becoming carbon neutral.

1969

## DR. HAUSCHKA SKIN CARE

Founded by medical chemist Rudolf Hauschka, in collaboration with cosmetologist Elisabeth Sigmond, Dr. Hauschka Skin Care grew out of a method of extracting plant and herbal essences, and an understanding of the rhythms of nature. Today the company grows in its commitment to better well-being in the world by supporting ecologically sound growing and sourcing and global fair trade policies. It supports the work of Heifer International to provide livestock to families around the world.

1976

## L'OCCITANE

The company's initial goal was to create personal care and home fragrance product ranges, with ingredients sourced primarily from Provence, that both provided physical benefits and created emotional harmony through sensory pleasure. It opened its first shop and mail order service four years later, and now operates approximately 700 stores in 70 countries. The company designs products and stores to reflect the company's core values of authenticity, simplicity and respect for people and the planet toward the goal of well-being.

1978

## THE BODY SHOP

Founded as both a cosmetics shop and an ethical endeavor, the company opened its first overseas franchise in 1978, and, by 1982, was operating new shops at a rate of two per month. The company went public in 1986, and soon created an environmental projects department, maintaining courses for both a successful business/distribution strategy and advocacy for humanitarian causes. In recent years, the company renewed a commitment to environmental sustainability and became part of the L'Oréal Group, though it continues to operate independently.

1981

## BURT'S BEES

Beginning as a seller of beeswax candles, a by-product of the founder's honey business, the company grew sales to \$20,000 by the end of its first year. Success was attributed, in part, to the attention paid to finished consumer reactions and to product detail. In 1989, the success of distribution in a New York boutique and the acquisition of a 19th-century book of home personal care recipes were key to the company's next phase of growth. The company incorporated in 1991, and manufactured a half million candles a year—in addition to a modest line of personal care products. Its Greater Good model seeks to help consumers understand what "natural" is in terms of products. Its efforts coincided with sales of more than \$250 million and distribution through 30,000 retail outlets.

1985

1984

## APIVITA

This Greek natural products company was founded by Niki and Nikos Koutisleras, whose first soaps and shampoos were based on free products including honey, propolis and roseal jelly. Today, with more than 200 employees, it sells its four lines—Propolis, Acornotherapy, Express and Apathery—in 13 countries, spreading its philosophy of being close to nature, "an all-encompassing and never ceasing source of inspiration, life and well-being." In January, the company was named by Microsoft and the Association of Greek Industries as an example of innovation in business.

## AVEDA

The company began as a manufacturer of flower- and plant-based beauty products, but quickly applied its underlying quest for naturally based products to push ambitions for natural ingredient innovations toward progressively and increasingly "natural" product options, sourcing partnerships, eco-friendly packaging, endorsements and unique methods of practicing the Aveda brand. In 1989, the company opened its first freestanding Environmental Lifestyle Store and endorsed and signed the CERES Principles (Coalition for Environmentally Responsible Economies). In 1993, the company formed the first of many indigenous partnerships to source an ingredient. The Estée Lauder Companies acquired Aveda in 1997, and the company continues on its path to create 100% certified organic beauty products, with an organic personal care standard adopted by an organic food certifier, utilize 100% recycled packaging and manufacture with 100% wind power.

# Sustainable Beauty Awards

**2ο βραβείο για την APIVITA στην  
κατηγορία Sustainable Pioneer!**

Για πρώτη φορά στην ιστορία του Sustainable Cosmetics Summit έγινε η απονομή των Sustainable Beauty Awards, που έχουν σκοπό να αναγνωρίσουν και να τιμήσουν τις πρωτοπόρες εταιρείες, οι οποίες προάγουν στην πράξη τη βιώσιμη ανάπτυξη στη βιομηχανία της ομορφιάς και προσθέτουν αξία, πέρα και πάνω από το προϊόν, στην κοινωνία και στο περιβάλλον.



natural effective holistic

## Β' Βραβείο Καινοτομίας



# Β' Βραβείο Καινοτομίας

Ελληνική πρόπολη με  
υψηλή αντιοξειδωτική και  
φωτοπροστατευτική δράση

**APIVITA A.E.B.E.**

Καινοτόμος μέθοδος εκχύλισης Ελληνικής πρόπολης για την παραγωγή υψηλής προστιθέμενης αξίας πρώτης ύλης με αντιοξειδωτική και φωτοπροστατευτική δράση



natural effective holistic



# Η ΑΡΙΒΙΤΑ στο CNN και στο BBC


7/apivita-greek-bees.cnnmoney/index.html

CNN Money International + Markets Economy Companies Tech Autos Video stock tickers

Traders

## Natural beauty brand Apivita beats Greek recession

Recommend 1.5k



TRADERS

00:55 / 02:43

Apivita is a multinational beauty brand that specializes in using ingredients derived from bees and herbs native to Greece. Pharmacists Nikos and Niki Koutsiana started their multi million dollar business 40 years ago. In the last decade, Greece's deep recession has pushed the company to build an even stronger export market.

BBC News Sport Weather Capital Culture

## NEWS BUSINESS

Home UK Africa Asia Europe Latin America Mid-East US & Canada Business Health Sci/Tech

Market Data | Economy | Entrepreneurship | Business of Sport | Companies | Technology of Business

29 November 2013 Last updated at 00:13 GMT

### Apivita: Bees provide key ingredient for cosmetics firm

By Katie Hope  
Business reporter, BBC News



00:39 04:26

Niki Koutsiana describes how she was inspired to create her bee products company Apivita with her husband Nikos



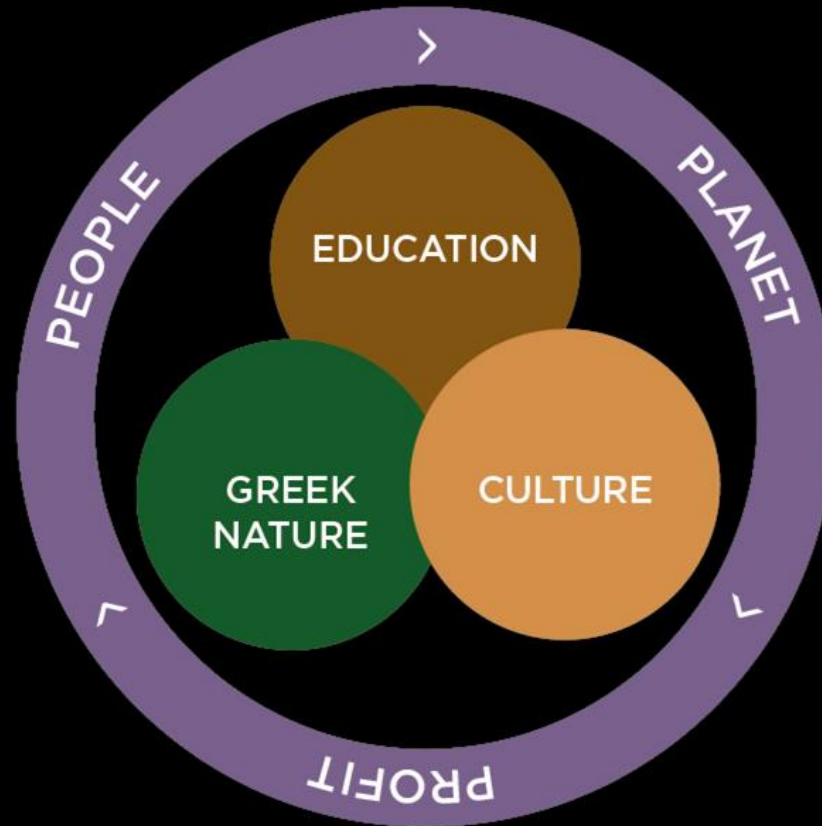
natural effective holistic



natural effective holistic

# *Vision - Philosophy - Values*

## THE GREEK WAY OF BUSINESS



HUMAN RESOURCES, RESEARCH, INNOVATION | EDUCATION | CULTURE | TOURISM | AGRICULTURAL PRODUCTS | ENERGY | SHIPPING

**MAIN OBJECTIVE: GREATER COMMON GOOD**