

**2015**

**ΕΛΛΗΝΙΚΕΣ**  
**G R E E K B R A N D S**  
**ΜΑΡΚΕΣ**

**ΧΟΡΗΓΟΣ**

**ΜΑΡΙΝΟΠΟΥΛΟΣ Α.Ε.**  
**100% Ελληνική εταιρία**

**DIRECTION BUSINESS NETWORK**



# EVERY DAY

## Maxi Night

Συνήθως μιλούν για τις δύσκολες ΜΕΡΕΣ του μήνα...  
Κι όμως, οι ΝΥΧΤΕΣ είναι πιο απαιτητικές!



Οι σερβιέτες Everyday Maxi Night διαθέτουν 30% επιπλέον μήκος, σε σχέση με τις σερβιέτες Everyday Normal. Έτσι, απορροφούν αποτελεσματικά την extra υγρασία της νύχτας και προσφέρουν σίγουρη προστασία από διαρροές, μέχρι το πρωί.

EveryDay Maxi Night.  
Μαξί προστασία μέχρι το πρωί.

Δερματολογικά ελεγμένο

Το συνιστά η  
Ένωση Μαιευτήρων  
-Γυναικολόγων Ελλάδος



**MEGA**  
Ελληνική  
καινοτομία

## Οι μάρκες μας

Η έκδοση που κρατάτε στα χέρια σας έρχεται σαν συνέχεια της πρώτης μας σχετικής απόπειρας πριν από λίγα χρόνια. Όπως και τότε, έτσι και σήμερα, στόχος και πρόθεσή μας είναι να προβάλουμε τις ελληνικές μάρκες. Τα brands που έχουν χαράξει τη δική τους διαδρομή στην αγορά, έχουν κερδίσει τις προτιμήσεις των καταναλωτών και έχουν καταξιωθεί στη συνείδηση όλων.

Από την πρώτη έκδοση μέχρι σήμερα έχουμε ζήσει ίσως τα πιο δύσκολα χρόνια της ύφεσης στην ελληνική αγορά. Τα δεδομένα έχουν αλλάξει άρδην και το περιβάλλον στο οποίο κινούνται πλέον τα brands φαντάζει εντελώς διαφορετικό από οποιαδήποτε άλλη στιγμή στο παρελθόν. Η κρίση έχει επηρεάσει τα πάντα γύρω μας και μας έχει οδηγήσει όλους σε διαφορετικές συνθήκες, πρακτικές και κινήσεις.

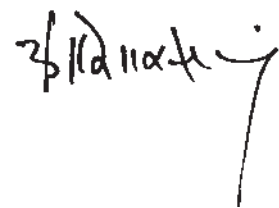
Η πραγματικότητα αυτή και η συνειδητοποίηση των ριζικών αλλαγών που έχουν συντελεστεί καθώς και των δυσκολιών που ακόμη υπάρχουν, μας οδήγησαν στην απόφαση να προχωρήσουμε ξανά στο εκδοτικό αυτό εγχείρημα. Θεωρούμε πως πλέον είναι πιο σημαντικό από ποτέ να αναδείξουμε τις μάρκες που έχουν κατακτήσει την εμπιστοσύνη του Έλληνα πελάτη-καταναλωτή και έχουν κερδίσει μια θέση στην καρδιά και την προτίμησή του.

Η διαδρομή της επιτυχίας των brands που παρά τη δύσκολη οικονομική συγκυρία των τελευταίων ετών έχουν καταφέρει να μείνουν αναλλοίωτα στο χρόνο, πρέπει να καταγράφεται και να παρουσιάζεται.

Αποτελούν παράδειγμα και πηγή έμπνευσης. Είναι οι μάρκες που δείχνουν πως παρά τις δυσκολίες που έχουν υψωθεί για την επιχειρηματική δραστηριότητα στην Ελλάδα, ο χώρος της επικοινωνίας και του marketing έχει τις δυνατότητες, τα εχέγγυα και, κυρίως, τους ανθρώπους για να διαπρέπει.

**Είναι, σε τελική ανάλυση, οι μάρκες μας.**

**Οι μάρκες που μας κάνουν υπερήφανους!**



# Περιεχόμενα



## ΕΛΛΗΝΙΚΕΣ ΜΑΡΚΕΣ GREEK BRANDS ΕΙΔΙΚΗ ΕΤΗΣΙΑ ΕΚΔΟΣΗ

### ΕΚΔΟΤΗΣ

Βαγγέλης Παπαλιός

### ΑΡΧΙΣΥΝΤΑΚΤΗΣ

Δημήτρης Τσουκαλάς  
(tsoukalas@direction.gr)

### ΥΠΕΥΘΥΝΗ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ

Αγάθη Ζορμπά  
(zorba@direction.gr)

### ΥΠΟΔΟΧΗ ΔΙΑΦΗΜΙΣΗΣ

Άννα Μηλιάδη  
(miliadi@direction.gr)

### ΥΠΕΥΘΥΝΟΣ ΠΑΡΑΓΩΓΗΣ

Βασίλης Θυμιανός

### ΥΠΕΥΘΥΝΗ ΣΥΝΔΡΟΜΩΝ

Αφροδίτη Χατζή  
(hatzi@direction.gr)

### ΥΠΕΥΘΥΝΗ ΛΟΓΙΣΤΗΡΙΟΥ

Πηνελόπη Χατζηδημητρίου

### ΙΔΙΟΚΤΗΣΙΑ

**DIRECTION**  
BUSINESS NETWORK

ΜΙΚΡΑΣ ΑΣΙΑΣ 43, 152 33, ΧΑΛΑΝΔΡΙ,  
ΤΗΛ: 210 77 12 400, FAX: 210 77 85 097,  
info@direction.gr, www.direction.gr

ΤΙΜΗ ΕΚΔΟΣΗΣ: 50€

ISSN: 2459-251X



## Η μάρκα ως εργαλείο εξωστρέφειας

Νίκος Καραγεωργίου, Πρόεδρος Δ.Σ. ΕΣΒΕΠ .....05



## Υπερήφανοι για τα ελληνικά επώνυμα προϊόντα

Ευάγγελος Καλούσης, Πρόεδρος ΣΕΒΤ .....06



## Greek Brands: Οι (ελληνικές) μάρκες που αγαπάμε

Γρηγόρης Αντωνιάδης, Πρόεδρος ΣΔΕ .....07



## Η αξία της συνεργασίας

Γιώργος Βογιατζάκης, Διευθύνων Σύμβουλος & Γενικός Διευθυντής,  
Μαρινόπουλος Α.Ε. ....08

## Οι μάρκες της έκδοσης

Τα brands που παρουσιάζονται στην έκδοση .....12

16		34	
18		38	
20		40	
24		42	
26		44	
28		46	
30		48	
32			





**Νίκος Καραγεωργίου**  
Πρόεδρος Δ.Σ.  
Ελληνικός Σύνδεσμος Βιομηχανιών  
Επωνύμων Προϊόντων

## Η μάρκα ως εργαλείο εξωστρέφειας

Η ελληνική πραγματικότητα πρέπει να προσαρμοστεί στη διαδικτυακή παρουσία των μαρκών και στη συνακόλουθη παγκοσμιοποίησή τους.

Χωρίς αμφιβολία, αν η ελληνική ιδιωτική οικονομία θέλει να ξεφύγει από τα σημερινά επίπεδα της ανεπαρκούς της εξωστρέφειας, δεν έχει άλλο δρόμο να επιλέξει από αυτόν της διεθνούς επώνυμης ζήτησης των προϊόντων της. Με άλλα λόγια, πρέπει να δημιουργηθούν προϊόντα και υπηρεσίες που να γίνονται γνωστά παγκοσμίως με το όνομά τους, με την ταυτότητά τους δηλαδή, και να δημιουργούν έτσι τη δική τους επώνυμη ζήτηση. Στη βάση αυτής της πραγματικότητας και παρά τις διαφοροποιήσεις που παρατηρούνται στις καταναλωτικές συμπεριφορές, η Μάρκα εξακολουθεί να παραμένει ένα ισχυρό εργαλείο ανοίγματος και διείσδυσης στις αγορές, αλλά σε μεσοπρόθεσμη βάση, και παραμονής σε αυτές. Έχει επίσης αποδειχθεί από διεθνείς έρευνες ότι οι εταιρείες που μπορούν να δημιουργούν με τα προϊόντα και τις υπηρεσίες τους ισχυρή επώνυμη ζήτηση έχουν μεγαλύτερη ανθεκτικότητα στις κρίσεις και σε περιόδους ανάπτυξης δημιουργούν περισσότερες θέσεις εργασίας από οποιαδήποτε άλλη επιχείρηση. Από κοινωνικής πλευράς έτσι, πέρα από αναπτυξιακό εργαλείο, η μάρκα έχει και ειδικό κοινωνικό βάρος στην αγορά εργασίας αλλά και στη ποιοτική άνοδο του ανθρώπινου δυναμικού.

Στο επίπεδο αυτό, η πρόκληση για τις ελληνικές επιχειρήσεις είναι μεγάλη, διότι πρέπει να δημιουργήσουν υπό συνθήκες κρίσης επώνυμη ζήτηση στο εξωτερικό αλλά και αντιστάσεις στο εσωτερικό λόγω του εισαγόμενου επώνυμου ανταγωνισμού. Υπό αυτή την έννοια, μια σημαντική πρόσκληση για την ελληνική επιχείρηση είναι η επένδυση στη δημιουργία άυλων αξιών, οι οποίες βέβαια σε βάθος χρόνου μετεξελίσσονται σε πραγματικό υλικό κεφάλαιο.

Μια άλλη πρόκληση είναι η προσαρμογή αυτής της προσπάθειας για τη δημιουργία επώνυμης ζήτησης σε συνεχώς μεταβαλλόμενες καταναλωτικές συνήθειες και σε αντίστοιχες συμπεριφορές, οι οποίες σε μεγάλο βαθμό υπαγορεύονται από νέες κοινωνικές συνθήκες και προτεραιότητες όπως για παράδειγμα η ασφάλεια των προϊόντων, η σχολαστική ενημέρωση του καταναλωτή, η προστασία του περιβάλλοντος και οι αλλαγές σε διατροφικές και άλλες συνήθειες.

Στο πλαίσιο αυτό, ο ΕΣΒΕΠ θα μπορούσε να συμβάλει καθοριστικά στη δημιουργία νέων αντιλήψεων και συγκαίρει ολόθερμα όλους αυτούς που ανέλαβαν την πρωτοβουλία της παρούσης έκδοσης. Πρόκειται όντως για μια σημαντική προσφορά σε μια ιδιαίτερος κρίσιμη περίοδο.



**Ευάγγελος Καλούσης**  
Πρόεδρος Συνδέσμου Ελληνικών  
Βιομηχανιών Τροφίμων-Ποτών

## Υπερήφανοι για τα ελληνικά επώνυμα προϊόντα

Ο ρόλος της Ελληνικής Βιομηχανίας Τροφίμων είναι να προσφέρει στον καταναλωτή -εντός και εκτός συνόρων- επώνυμα τυποποιημένα προϊόντα, ποιοτικά, ασφαλή, καινοτόμα, στην καλύτερη δυνατή τιμή, τα οποία καλύπτουν τις σύγχρονες ανάγκες. Μέσα λοιπόν σε μια ιδιαίτερα ανταγωνιστική αγορά, η εμπιστοσύνη και η προτίμηση των καταναλωτών μας αποτελεί όλη μας την περιουσία, και για το λόγο αυτό οι επιχειρήσεις του κλάδου επενδύουν όχι μόνο χρήμα αλλά και χρόνο, ώστε να δημιουργήσουν τις μάρκες αυτές που θα αγαπήσουν οι καταναλωτές και θα χτίσουν μαζί τους μια σχέση εμπιστοσύνης, η οποία πολλές φορές διαρκεί για μια ζωή.

Συνεπώς, τα επώνυμα προϊόντα έχουν μια δυνατή σχέση με τους καταναλωτές τους, την οποία φυσικά δεν μπορεί να διακινδυνεύσει καμία σοβαρή επιχείρηση, η οποία έχει επενδύσει στρατηγικά προς αυτή την κατεύθυνση.

Η Ελληνική Βιομηχανία Τροφίμων, παρά τις αντίξοες συνθήκες μέσα στις οποίες δραστηριοποιείται, μπορεί να είναι υπερήφανη, καθώς τα ελληνικά τρόφιμα είναι καταξιωμένα διεθνώς και η ποιότητά τους έχει αναγνωριστεί πολλάκις με βραβεία και διεθνείς πιστοποιήσεις. Η παρουσία τους στα ράφια των σούπερ μάρκετ και η προτίμηση των καταναλωτών προς αυτά αποτελούν φυσικά την καλύτερη επιβράβευση, η οποία τα ξεχωρίζει από τον ανταγωνισμό από τον οποίο δεν έχουν να ζηλέψουν τίποτα.

Επιπλέον, είναι γεγονός ότι ο τομέας των εξαγωγών έχει δώσει εντυπωσιακή δυναμική στις επιχειρήσεις, οι οποίες επενδύουν στην καινοτομία και την ανταγωνιστικότητα. Η τάση αυτή φαίνεται να σημειώνει μεγάλη αύξηση τα τελευταία χρόνια, καθώς η δραστηριοποίηση εκτός συνόρων αποτελεί δυνατό χαρτί στη βιωσιμότητα των εταιρειών του κλάδου. Άλλωστε, πάγια θέση του ΣΕΒΤ είναι να στηρίζει και να προωθεί την εξωστρέφεια του κλάδου, επιδιώκοντας, παράλληλα, τη διαμόρφωση μιας σταθερής εξαγωγικής στρατηγικής, σε συνεργασία με τους αρμόδιους φορείς, προκειμένου να αναδειχθούν η ποιότητα και η μοναδικότητα των ελληνικών τυποποιημένων επώνυμων προϊόντων.



**Γρηγόρης Αντωνιάδης**  
Πρόεδρος ΣΔΕ

## **Greek Brands: Οι (ελληνικές) μάρκες που αγαπάμε**

As μου επιτραπεί να προλογίσω την έκδοση αυτή εκ μέρους του Συνδέσμου Διαφημιζομένων Ελλάδος, βάζοντας τη λέξη ΕΛΛΗΝΙΚΕΣ σε παρένθεση. Κι αυτό γιατί Greek Brands δεν είναι μόνο οι ελληνικές μάρκες που αγαπάμε, αλλά όλες οι μάρκες που διατίθενται στην ελληνική αγορά και έχουν κατακτήσει μια θέση στην καρδιά και στις συνήθειες των Ελλήνων.

Μάρκες λοιπόν που γεννήθηκαν εδώ και μάρκες που απλά αγαπήθηκαν εδώ· μάρκες που εξακολουθούν να θεωρούνται ελληνικές, αν και έχουν περάσει σε ξένες εταιρείες· μάρκες που καινοτομούν και γι' αυτό μας κάνουν υπερήφανους· μάρκες ιστορικές που μας γεμίζουν συναίσθημα· μάρκες που έμειναν αναλλοίωτες στο χρόνο και μάρκες που δεν σταματούν να εξελίσσονται· μάρκες που μας φροντίζουν και μας συγκινούν· μάρκες που ταξιδεύουν την Ελλάδα στο εξωτερικό· μάρκες που δημιουργούν αξία για τον καταναλωτή ξεπερνώντας τη στενή λειτουργικότητά τους· μάρκες που εμπιστευόμαστε και προτιμάμε.

Γιατί το κοινό χαρακτηριστικό όλων αυτών των μαρκών είναι η συμβολή τους στην απασχόληση ελληνικού εργατικού δυναμικού, ο ρόλος τους ως συντελεστών οικονομικής και κοινωνικής ανάπτυξης και η συνεισφορά τους στην υγιή και ανταγωνιστική ανάπτυξη της ελληνικής αγοράς.

Και πάνω απ' όλα, η προτίμηση που δείχνουν σε αυτές οι Έλληνες καταναλωτές.

**Γιώργος Βογιατζάκης, Διευθύνων Σύμβουλος & Γενικός Διευθυντής της Μαρινόπουλος Α.Ε.**

## Η αξία της συνεργασίας

Ο επικεφαλής της αλυσίδας λιανεμπορίου με το μεγαλύτερο δίκτυο καταστημάτων στην ελληνική αγορά μάς μιλάει για τη συνεργασία της Μαρινόπουλος με παραγωγούς και προμηθευτές, τη στήριξη στα ελληνικά προϊόντα, αλλά και τη φιλοσοφία του brand της εταιρείας.

**Η Μαρινόπουλος Α.Ε. αποτελεί τη μεγαλύτερη αλυσίδα λιανεμπορίου στην ελληνική αγορά. Μπορείτε αρχικά να μας παρουσιάσετε τα βασικά οικονομικά στοιχεία της εταιρείας, το δίκτυο καταστημάτων που διατηρεί και τον αριθμό εργαζομένων που απασχολεί ο όμιλος, όπως έχουν προκύψει τα συγκεκριμένα μεγέθη μετά τις τελευταίες κινήσεις ανάπτυξης της αλυσίδας;**

Με 1.026 σημεία πώλησης σε όλη την επικράτεια και επιπλέον 62 στην Κύπρο και τα Βαλκάνια, η Μαρινόπουλος πράγματι διαθέτει το μεγαλύτερο δίκτυο καταστημάτων στην ελληνική αγορά, απασχολώντας πάνω από 13.000 εργαζομένους στη χώρα.

Τα τελευταία χρόνια, η εταιρεία προχώρησε σε περαιτέρω ανάπτυξη του δικτύου της είτε μέσω εξαγορών είτε μέσω της δικαιοχρησίας. Δεν είναι, άλλωστε, τυχαίο ότι την τελευταία διετία, τα franchise καταστήματά μας αυξήθηκαν κατά 85% και πλέον ανέρχονται σε 564.

Αυτό δεν αποδεικνύει μόνο τη δική μας δυναμική ως προς την επέκταση του δικτύου μας, αλλά επίσης το γεγονός ότι παραμένουμε ο κορυφαίος franchisor της αγοράς. Η Μαρινόπουλος λειτουργεί ως ασφαλής επιλογή και προτεραιότητα κάθε υπεύθυνου επαγγελματία, ο οποίος αποσκοπεί σε αντίστοιχη συνεργασία. Άλλωστε η ορθολογικοποίηση αποτελεί αναπόφευκτα χαρακτηριστική τάση της αγοράς στα χρόνια της οικονομικής κρίσης.

**Με πόσους προμηθευτές συνεργάζεστε συνολικά; Πόσοι κωδικοί διακινούνται μέσα από τα καταστήματα της Μαρινόπουλος Α.Ε.;**

Συνεργαζόμαστε με περισσότερους από 900 προμηθευτές, το 92% των οποίων προέρχονται από την ελληνική αγορά. Η στήριξη της ελληνικής παραγωγής και η ενίσχυση των τοπικών κοινωνιών αποτελούν βασικούς πυλώνες της λειτουργίας μας. Επιδιώκουμε να δίνουμε πρόσβαση στα ράφια μας σε ποιοτικά ελληνικά προϊόντα. Και είμαστε σε θέση να

εξασφαλίζουμε στους καταναλωτές μας τις ανταγωνιστικότερες τιμές. Συνολικά από την αλυσίδα μας διακινούνται περισσότεροι από 29.800 κωδικοί προϊόντων.

**Έχετε πολύχρονη και αγαστή συνεργασία με πολλές μάρκες με μακρά πορεία στην ελληνική αγορά. Τι χαρακτηρίζει αυτές τις σχέσεις και πάνω σε ποιους άξονες έχουν οικοδομηθεί οι μεταξύ σας δεσμοί;**

Πιστεύω ότι δεν θα ήταν υπερβολή να πω ότι η Μαρινόπουλος στήριξε και συνεχίζει να στηρίζει περισσότερο από κάθε άλλη εταιρεία τους Έλληνες παραγωγούς, ενώ διατηρεί μακροχρόνιες σχέσεις με τους συνεργάτες και τους προμηθευτές της, έχοντας χτίσει μαζί τους σχέσεις σεβασμού, εμπιστοσύνης και αξιοπιστίας.

Γιατί πάντα σε κάθε εποχή και πολύ περισσότερο σε περιόδους ύφεσης, για να κερδίσουμε το επιχειρηματικό στόχμημα της προόδου και της ανάπτυξης, ο δρόμος είναι ένας: αυτός της συνεργασίας. Να συνεργαστούμε ενισχύοντας και βοηθώντας

ο ένας τον άλλον, έχοντας ως βασικό σημείο αναφοράς την παροχή άριστων υπηρεσιών προς τους πελάτες μας σε όλα τα επίπεδα. Αυτό κάναμε πάντα και αυτό θα συνεχίσουμε να κάνουμε και στο μέλλον.

**Παράλληλα συμβάλλετε σημαντικά στην προώθηση των ελληνικών προϊόντων, υλοποιώντας, στο πλαίσιο αυτό και το Πρόγραμμα Καινοτομίας Ελληνικού Προϊόντος. Μπορείτε να μας παρουσιάσετε συνοπτικά τι ακριβώς περιλαμβάνει αυτή η πρωτοβουλία και τι στόχους έχει;**

Η υποστήριξη και ανάδειξη των τοπικών παραγωγών και προϊόντων είναι αναπόσπαστο κομμάτι της καθημερινής λειτουργίας της εταιρείας. Αυτή η προτεραιότητα ήταν και η αφορμή για να σχεδιασθεί και να υλοποιηθεί το Πρόγραμμα Καινοτομίας Ελληνικού Προϊόντος, μια συντονισμένη προσπάθεια χαρτογράφησης της εγχώριας παραγωγής και,

**Η Μαρινόπουλος  
λειτουργεί ως ασφαλής  
επιλογή και προτεραιότητα  
κάθε υπεύθυνου  
επαγγελματία, ο οποίος  
αποσκοπεί σε αντίστοιχη  
συνεργασία**





κυρίως, ανάδειξης των παραγωγών που δημιουργούν τα τοπικά προϊόντα με αγνές πρώτες ύλες, μεράκι και αγάπη. Το Πρόγραμμα Καινοτομίας Ελληνικού Προϊόντος -το οποίο ξεκίνησε τον Ιούλιο του 2012 και διήρκεσε περισσότερο από δύομισιά χρόνια- αποτέλεσε μια σημαντική πρωτοβουλία της Μαρινόπουλος Α.Ε. με στόχο να στηρίξει τους Έλληνες παραγωγούς και να αναδείξει τον πλούτο και τη μοναδικότητα των προϊόντων της ελληνικής γης.

Στη διάρκεια του Προγράμματος Καινοτομίας, η Μαρινόπουλος επισκέφτηκε την Πελοπόννησο, τη Θεσσαλία, την Κρήτη, την Κεντρική Μακεδονία, τη Θράκη, τη Δυτική Μακεδονία και την Ήπειρο, προβάλλοντας τα εγχώρια προϊόντα και τους τοπικούς παραγωγούς. Συνολικά, στο πρόγραμμα συμμετείχαν 349 Έλληνες προμηθευτές, καθώς και 7.021 εργαζόμενοι της Μαρινόπουλος Α.Ε. που απασχολούνται στα καταστήματα της εταιρείας στις περιοχές αυτές. Στο πλαίσιο του τριετούς προγράμματος, υλοποιήθηκε ο Διαγωνισμός Καινοτομίας Ελληνικού προϊόντος, με στόχο να δημιουργηθούν νέα καινοτόμα προϊόντα σε όλη τη χώρα, δίνοντας την ευκαιρία στους παραγωγούς να δουν τις πρωτοποριακές ιδέες τους τοποθετημένες προς πώληση στα ράφια των καταστημάτων της για έξι μήνες.

Η Μαρινόπουλος Α.Ε. σχεδίασε το Πρόγραμμα Καινοτομίας Ελληνικού Προϊόντος, στο πλαίσιο της γενικότερης στρατηγικής της τοποθέτησης απέναντι στους Έλληνες προμηθευτές και στα ελληνικά προϊόντα. Και δεν θα μείνει εκεί. Ήδη, σχεδιάζεται μια νέα καινοτόμος πρωτοβουλία, με στόχο την περαιτέρω ανάδειξη και προώθηση του πλούτου της ελληνικής γης και των Ελλήνων παραγωγών και προμηθευτών σε κάθε γωνιά της χώρας μας.

**Ποιο είναι το γενικότερο σχόλιό σας για την αγορά σούπερ μάρκετ και FMCG; Ποιες είναι οι βασικές τάσεις που παρατηρείτε και τι προβλέπετε για το μέλλον;**

Η αγορά του λιανεμπορίου είναι μια δυναμική αγορά με πρωτεύοντα ρόλο στην ελληνική οικονομία. Η επιστροφή στην ανάπτυξη επιτυγχάνεται μόνο μέσα από τρεις δρόμους: τις επενδύσεις αναβάθμισης και επέκτασης του δικτύου πωλήσεων, την υποστήριξη καινοτόμων ιδεών και, φυσικά, τη θεματική βελτίωση των παρεχόμενων προς το κοινό υπηρεσιών. Η δραστηριοποίηση της Μαρινόπουλος στην Ελλάδα και τα Βαλκάνια βασίζεται σε αυτούς τους πυλώνες.

Παράλληλα, οι οικονομικές συγκυρίες έχουν οδηγήσει σε ένα μοντέλο λειτουργίας που βασίζεται περισσότερο στις συνεργείες με στόχο τη βιωσιμότητα των επιχειρήσεων, κάτι που θα συνεχίσει να διαμορφώνει τον κλάδο και στο άμεσο μέλλον. Στο πλαίσιο αυτό παρατηρούμε μικρομεσαίους επιχειρηματίες να στρέφονται στο χώρο της δικαιοχρησίας, επιζητώντας την ασφάλεια και την τεχνολογία που παρέχει ένα εδραιωμένο brand. Διαθέτοντας ένα ευρύ δίκτυο franchise, η Μαρινόπουλος Α.Ε. δίνει αυτήν την ευκαιρία διεκδίκησης μιας ισχυρής θέσης στην αγορά σε κάθε υπεύθυνο επαγγελματία.



## Το brand Μαρινόπουλος

**Ολοκληρώνοντας, θα πρέπει να σημειώσουμε πως και η Μαρινόπουλος αποτελεί μια πολύ αγαπητή και δυναμική μάρκα στην ελληνική αγορά. Ποια θα λέγατε πως είναι τα βασικά χαρακτηριστικά και οι αξίες του brand Μαρινόπουλος και για ποιους λόγους έχει αγαπηθεί από το καταναλωτικό κοινό;**

Στη Μαρινόπουλος διατηρούμε διαχρονικά μια ισχυρή σχέση εμπιστοσύνης με τον καταναλωτή. Ιστορικά λειτουργούμε με γνώμονα τις ολοένα αυξανόμενες ανάγκες του.

Εστιάζουμε στην αναβάθμιση των καταστημάτων μας, των παρεχόμενων υπηρεσιών και, φυσικά, των προϊόντων που παρέχουμε στους πελάτες μας, καθώς και σε μια γενικότερη προσπάθεια υποστήριξης και ισχυροποίησης των πολυετών σχέσεων συνεργασίας με τους προμηθευτές μας. Ενισχύουμε έτσι το στοιχείο της εμπιστοσύνης, που αποτελεί, εξάλλου, τον πυρήνα των σχέσεών μας με την αγορά, ενώ βελτιώσαμε σημαντικά τη ροή και την ποικιλία των προϊόντων μας.

Και κάτι ακόμα.

Ειδικά στα χρόνια της κρίσης, αντιλαμβανόμαστε ότι σημαντικές ομάδες καταναλωτών αντιμετωπίζουν σοβαρές δυσκολίες, ακόμα και για να αγοράσουν βασικά αγαθά. Η Μαρινόπουλος προσπαθεί να βρίσκεται σταθερά δίπλα στις ευπαθείς αυτές ομάδες με τρία Κοινωνικά Παντοπωλεία σε Αθήνα, Πειραιά και Θεσσαλονίκη και προγράμματα σταθερών εκπαιδύσεων για ανέργους, συνταξιούχους, πολύτεκνους κ.ά.

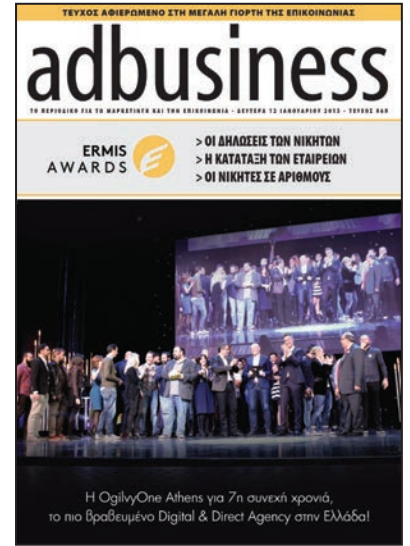
Παράλληλα, πραγματοποιεί σταθερά μειώσεις τιμών και προσφορές που δίνουν τη δυνατότητα σε κάθε νοικοκυριό να διαχειρίζεται πιο αποτελεσματικά το διαθέσιμο εισόδημα και να έχει πρόσβαση σε κάθε κατηγορία προϊόντων μέσω εκπαιδευτικών προγραμμάτων σε επίσημη βάση.



Ετήσιος οδηγός Επικοινωνίας και Μάρκετινγκ



Ημερήσιο newsletter Επικοινωνίας και Μάρκετινγκ



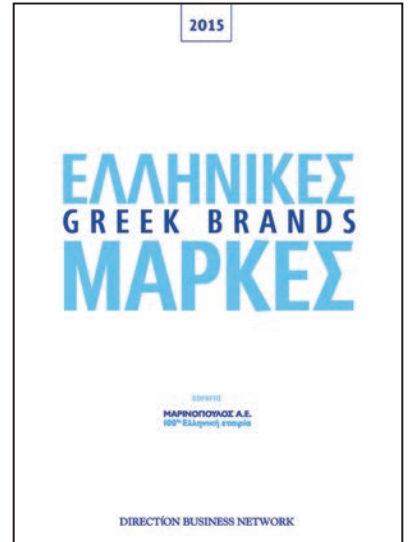
Το περιοδικό της Επικοινωνίας και του Μάρκετινγκ



Το περιοδικό της Βιομηχανίας και του Λιανεμπορίου



Ημερήσιο newsletter Βιομηχανίας και Λιανεμπορίου



Παρουσίαση της ιστορίας των ελληνικών μαρκαών



Το περιοδικό του σύγχρονου Έλληνα Manager



Διμηνιαίο περιοδικό για την γυναικεία φροντίδα



Μηνιαίο περιοδικό Μπάσκετ





Το περιοδικό των μελών του Ναυτικού Ομίβου Εφέδου



Επιχειρηματική έκδοση για τους Ισχυρούς της Ελληνικής Οικονομίας



Επιχειρηματική έκδοση για τον κλάδο της υγείας



Το περιοδικό της PEA Μαιευτικής Γυναικολογικής Κλινικής



Μηνιαία εφημερίδα για την Υγεία, Ευεξία και Ομορφιά



Ημερήσιο newsletter Νέων Τεχνολογιών



Το περιοδικό Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης



Εβδομαδιαίο newsletter για την ΕΚΕ και την πράσινη οικονομία



Απολογισμοί Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης

## Greek Brands

# Οι ελληνικές μάρκες που αγαπάμε

Ψήφο εμπιστοσύνης σε προϊόντα και υπηρεσίες ελληνικής προέλευσης δίνουν καθημερινά οι εγχώριοι καταναλωτές, νιώθοντας παράλληλα υπερήφανοι να τα βλέπουν να διαπρέπουν στο εξωτερικό.

Ελληνικές μάρκες που έχουν κατακτήσει την εμπιστοσύνη του Έλληνα πελάτη - καταναλωτή και έχουν κερδίσει μια θέση στην καρδιά και την προτίμησή του είναι οι «πρωταγωνιστές» της έκδοσης που κρατάτε στα χέρια σας, καθώς στις σελίδες που ακολουθούν παρουσιάζεται αναλυτικά η διαδρομή της επιτυχίας τους. Στις επόμενες γραμμές καταγράφονται συνοπτικά όσα έχουν κατορθώσει οι μάρκες εκείνες που δημιουργήθηκαν και ισχυροποίησαν την παρουσία τους στην ελληνική αγορά και πλέον πολλές εξ αυτών διαπρέπουν και εκτός συνόρων.

### Η Μαρινόπουλος στην κορυφή

#### **ΜΑΡΙΝΟΠΟΥΛΟΣ Α.Ε.** **100% Ελληνική εταιρία**

Με ιστορία που αρχίζει το 1962 και ένα δίκτυο 1.026 καταστημάτων σε

όλη την Ελλάδα, η **Μαρινόπουλος Α.Ε.** όχι μόνο έχει πετύχει να κερδίζει επί δεκαετίες την προτίμηση των καταναλωτών, αλλά κυρίως καλλιεργεί ασταμάτητα μια σχέση εμπιστοσύνης μαζί τους. Μια σχέση που ουσιαστικά οδηγεί σε σημαντικά ποσοστά πιστότητας στο brand.

Εκμεταλλεούμενη τον μεγάλο αριθμό των παραγωγών και προμηθευτών με τους οποίους συνεργάζεται, η Μαρινόπουλος έχει τη δυνατότητα να εξασφαλίζει για τον καταναλωτή σταθερά υψηλή ποιότητα προϊόντων, στις ανταγωνιστικότερες τιμές. Ταυτόχρονα, η Μαρινόπουλος έχει ως πάγια πολιτική της τη στήριξη της ελληνικής παραγωγής. Μόνο τυχαίο δεν είναι, εξάλλου, ότι από το σύνολο των προϊόντων που διακινεί από τα ράφια της, ποσοστό μεγαλύτερο του 90% προέρχονται από την Ελλάδα.

Ακόμη θα πρέπει να σημειωθεί πως για τη Μαρινόπουλος, η βιώσιμη ανάπτυξη και η εταιρική υπευθυνότητα είναι άρρηκτα συνδεδεμένες μεταξύ τους. Στο πλαίσιο αυτό, η εταιρεία ενισχύει σταθερά τις ευαίσθητες κοινωνικές ομάδες είτε με ειδικά εκπαιδευτικά προγράμματα είτε εξασφαλίζοντάς τους πρόσβαση σε βασικά αγαθά. Για το λόγο αυτό, άλλωστε, λειτουργούν τα Κοινωνικά Παντοπωλεία σε Αθήνα, Πειραιά και Θεσσαλονίκη, έχοντας εξασφαλίσει στήριξη σε περισσότερα από 9.800 νοικοκυριά μέχρι σήμερα.

Τέλος, η Μαρινόπουλος, ως 100% ελληνική εταιρεία, στηρίζει την ελληνική επιχειρηματικότητα. Την τελευταία διετία, περισσότερα από 250 νέα καταστήματα εντάχθηκαν στο franchise δίκτυό της. Παράλληλα, το μέλλον της Μαρινόπουλος είναι άρρηκτα συνδεδεμένο με τη στήριξη και προώθηση των ελληνικών προϊόντων στις αγορές που δραστηριοποιείται. Άλλωστε η εξωστρέφεια αποτελεί στρατηγική επιλογή της εταιρείας, η οποία ήδη έχει εντάξει στο δίκτυό της 62 καταστήματα στην Κύπρο και τα Βαλκάνια.

Εντός συνόρων η εταιρεία προσανατολίζεται όχι μόνο στο να συνεχίσει να στηρίζει την ελληνική παραγωγή, αλλά και να δώσει έμφαση στην ανάδειξη ποιοτικών προϊόντων σε κάθε γωνιά της χώρας. Ανώτερος στόχος είναι να δημιουργήσει πρόσφορο έδαφος ώστε τα προϊόντα αυτά να μπορούν να βρουν μια θέση στα ράφια των καταστημάτων της αλυσίδας.

### 76 χρόνια AB Βασιλόπουλος



#### **Βασιλόπουλος** **...και του πουλιού το γάλα!**

Η **ΑΒ Βασιλόπουλος**, από την ίδρυσή της το 1939, βρίσκεται

σε συνεχή τροχιά υγιούς ανάπτυξης, λειτουργώντας περισσότερα από 320 καταστήματα σε όλη τη χώρα. Συγκεκριμένα, η ΑΒ, μέσα στο 2014, εγκαινίασε 27 νέα καταστήματα, ενώ και για το 2015 περιλαμβάνεται στα σχέδιά της η ενίσχυση του δικτύου της με νέα καταστήματα και ανακαίνιση των υφιστάμενων. Η εταιρεία απασχολεί περίπου 11.600 εργαζομένους, ενώ τα τελευταία χρόνια κατάφερε να αυξήσει το ανθρώπινο δυναμικό της χωρίς να προβεί σε μειώσεις μισθών. Η αλυσίδα έχει τοποθετήσει τον πελάτη στο επίκεντρο της φιλοσοφίας της και με στόχο την απόλυτη εξυπηρέτηση, στοχεύει στο να προσφέρει ό,τι καλύτερο για όλους. Μνείας αξίζει το γεγονός πως υποστηρίζει την εγχώρια παραγωγή, ενώ μέσω του διεθνούς δικτύου που έχει αναπτύξει τα τελευταία χρόνια, ως μέλος του Ομίλου Delhaize, προωθεί ελληνικά προϊόντα σε αγορές του εξωτερικού. Πολύ σημαντικές είναι και οι δράσεις της Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης στις οποίες προχωρά η εταιρεία.



### Ο Θρύλος του Βιτάμ



Η ιστορία του **Βιτάμ** ξεκινά το 1946, όταν παρασκευάστηκε για πρώτη φορά στην Ελλάδα η βιταμινούχος μαργαρίνη, ένα θρεπτικό προϊόν, ενισχυμένο μεταξύ άλλων με βιταμίνες

A & D για υγιή ανάπτυξη και ισορροπημένη διατροφή, σε τέτοια μορφή ώστε να μη χρειάζεται φύλαξη υπό ψύξη και έτσι να είναι προσιτό σε όλους.

Το προϊόν κυκλοφόρησε την άνοιξη του 1947 με την ονομασία Βιτάμ - Βιταμινούχος Μαργαρίνη. Έτσι γεννήθηκε ο «Θρύλος» του Βιτάμ, το οποίο, σε μεγάλο βαθμό, αντικατέστησε το βούτυρο και έγινε -όπως είναι και σήμερα- μια πλοΐα σε γέυση, θρεπτική τροφή για παιδιά και ενήλικες, καθώς και ένας πολύτιμος καθημερινός σύμμαχος της Ελληνίδας νοικοκυράς.

### Η πορεία της ΔΕΛΤΑ



Η **ΔΕΛΤΑ** ιδρύθηκε το 1952 και δραστηριοποιείται στην παραγωγή και διανομή γαλακτοκομικών προϊόντων, μη αλκοολούχων ποτών, τυροκομικών, βρεφικών και παιδικών προϊόντων.

Από το 2007 η ΔΕΛΤΑ έχει ενταχθεί στον όμιλο Marfin Investment Group και σήμερα απασχολεί 1.800 εργαζομένους. Με πάνω από 30.000 σημεία πώλησης πανελλαδικά και 500 φορτηγά ψυγεία, τα προϊόντα της βρίσκονται καθημερινά στα 9 από τα 10 ελληνικά νοικοκυριά.

Για την εταιρεία η ποιότητα είναι αξία αδιαπραγμάτευτη όπως και η στήριξη στον Έλληνα κτηνοτρόφο, καθώς η ΔΕΛΤΑ συλλέγει καθημερινά από 1.700 ελληνικές φάρμες φρέσκο γάλα, που αντιστοιχεί στο 25% της ελληνικής παραγωγής, στηρίζοντας με αυτό τον τρόπο την ελληνική επαρχία και την πρωτογενή παραγωγή.

Επίσης, η εταιρεία συμβάλλει σημαντικά στη βιώσιμη και αειφόρο ανάπτυξη του πρωτογενούς τομέα, μέσα από το σχέδιο δράσης «Γαία», που στόχο έχει να προσφέρει στους συνεργάτες κτηνοτρόφους γνώση και εκπαίδευση για την καλλιέργεια και τη χρήση ελληνικών μη μεταλλαγμένων ζωοτροφών.

### Δρομέας: Με δύναμη από τις Σέρρες



Με έδρα τις Σέρρες, η εταιρεία **«Δρομέας»** δραστηριοποιείται, από το 1979, στην παραγωγή και εμπορία επίπλων γραφείου, καθισμάτων,

διαχωριστικών τοιχωμάτων και συστημάτων αρχαιοθέτησης, διαγράφοντας τη δική της σημαντική πορεία στην ελληνική αγορά. Σήμερα οι σημαντικές επιτυχίες στους διεθνείς διαγωνισμούς με την ανάληψη μεγάλων έργων όπως ο εξοπλισμός των γραφείων της **Ευρωπαϊκής Επιτροπής (Commission)**, του **CERN** στην Ελβετία, του Γερμανικού Στρατού αλλά και πολυεθνικών εταιρειών, εντός και εκτός Ελλάδος, καταξιώνουν το Δρομέα ως την ελληνική εταιρεία που συναγωνίζεται ευθέως με τα προϊόντα της τους μεγάλους πρωταγωνιστές της παγκόσμιας αγοράς.



### ΔΩΔΩΝΗ: Άρωμα και γέυση Ηπείρου



Η **Δωδώνη** ιδρύθηκε το 1963 από τις 6 ενώσεις αγροτικών συνεταιρισμών της Ηπείρου. Σήμερα, 51 χρόνια μετά, η Δωδώνη είναι η κορυφαία εταιρεία στην παραγωγή φέτας, η πρώτη σε πωλήσεις

στην Ελλάδα και η πρώτη σε εξαγωγές, σε 35 χώρες του κόσμου. Επεξεργάζεται σε ετήσια βάση 60.000 τόνους αιγοπρόβειο και αγελαδινό γάλα, 100% ελληνικό, παράγοντας 9 κατηγορίες γαλακτοκομικών προϊόντων με 80 ξεχωριστά είδη, μεταξύ των οποίων η πασίγνωστη φέτα, το φρέσκο γάλα, το γιαούρτι, τα σκληρά αγελαδινά τυριά, το γαλοτύρι, το βούτυρο και πολλά άλλα που περιλαμβάνονται στην ευρεία γκάμα φρέσκων προϊόντων μας. Ήδη από τη δεκαετία του '80 προχωρά σε εξαγωγές πέρα από τα ελληνικά σύνορα, καθιστώντας τη Δωδώνη πρεσβευτή της Ελλάδας και ιδιαίτερα της Ηπείρου σε ολόκληρο τον κόσμο, με τη γέυση της Ηπείρου να ταξιδεύει πλέον σε 35 χώρες σε ολόκληρο τον κόσμο.

### Κωτσόβολος: Πάντα πρωταγωνιστής



Η **Κωτσόβολος** είναι η πλέον παραδοσιακή δύναμη στο χώρο των

ηλεκτρικών και ηλεκτρονικών συσκευών αφού, εδώ και 65 χρόνια, μέσα από τη στενή σχέση που έχει χτίσει με τους καταναλωτές στην ελληνική αγορά, σταδιακά κατάφερε να βρίσκεται στην

# Greek Brands

πρώτη θέση. Συνώνυμα της εταιρείας έγιναν όλα αυτά τα χρόνια η ποικιλία προϊόντων, η άφογη εξυπηρέτηση και, βέβαια, οι ευκολίες πληρωμής, που έβαλαν την Κωτσόβολος μέσα σε σχεδόν κάθε ελληνικό σπίτι.

Σήμερα η Κωτσόβολος επενδύει στην omnichannel προσέγγιση και στην ανάλυση των αναγκών των καταναλωτών, ώστε να θωρακιστεί απέναντι στις προκλήσεις, να παραμείνει, με διαφορά, ο ηγέτης στην αγορά και να είναι πάντα πρωταγωνιστής στην εξέλιξη. Καταστήματα σε όλη τη χώρα ανακαινίζονται και εγκαινιάζονται στα πρότυπα του διεθνούς ομίλου **Dixons Carphone** με βελτιωμένο customer journey και ανάδειξη των προϊόντων και των υπηρεσιών Support 360ο για όλο τον κύκλο ζωής τους. Σταθερές αξίες είναι πάντα η εκπληκτική εξυπηρέτηση, τα ευέλικτα προγράμματα πληρωμών μέσω του «Πλάνου Δόσεων», η τεχνογνωσία και οι ολοκληρωμένες λύσεις από το έμπειρο προσωπικό της Κωτσόβολος.

## Ο Λουμίδης Παπαγάλος της καρδιάς μας!



Όλα ξεκίνησαν το 1919, όταν τα αδέρφια **Αντώνης, Νίκος και Ιάσων Λουμίδης** άνοιξαν το πρώτο τους κατάστημα στην οδό Ρετσίνα 12, στον Πειραιά. Το 1923, ο **Νίκος Λουμίδης** προτείνει να γίνει ο παπαγάλος το σήμα του καφέ Λουμίδη και έτσι ξεκινά το ταξίδι του στο χρόνο ο ελληνικός καφές **Λουμίδης Παπαγάλος**. Το 1987 η **Nestlé** υποδέχεται στην οικογένειά της τον ελληνικό καφέ Λουμίδης Παπαγάλος, ανοίγοντας μια νέα χρυσή σελίδα στην ιστορία του ελληνικού καφέ.

Σήμερα, σχεδόν έναν αιώνα μετά το ξεκίνημά του, ο ελληνικός καφές Λουμίδης Παπαγάλος παραμένει πιστός στην παράδοση του ελληνικού καφέ, διατηρώντας αναλλοίωτα το πλούσιο άρωμα και τη μοναδική του γεύση. Κρατώντας πάντα ως γνώμονα την αδιαπραγμάτευτη ποιότητα, χαράσσει την πορεία του στο μέλλον, επενδύοντας στην καινοτομία, ώστε να διατηρήσει την πρώτη θέση στην προτίμηση αλλά και στην καρδιά των φίλων του ελληνικού καφέ!

## Λουξ: Ελληνική γεύση και απόλαυση



Η **Λουξ Μαρλαφέκας**, η μεγαλύτερη ελληνική εταιρεία αναψυκτικών και χυμών, μετράει 65 χρόνια, με βασικό πυλώνα ανάπτυξης τον απόλυτο σεβασμό στον καταναλωτή, μέσω της επιλογής με αυστηρό και ενδεδειγμένο τρόπο των καλύτερων και πιο ποιοτικών υλικών, ώστε να προσφέρει μοναδικές γεύσεις, οι οποίες ανταποκρίνονται στις ξεχωριστές ανάγκες κάθε εποχής. Η Λουξ διαθέτει σήμερα τρεις μονάδες παραγωγής με συνολική έκταση 33.000 τ.μ., καθώς και υπερσύγχρονο κέντρο Logistics στην Αττική. Τα προϊόντα και η φήμη της Λουξ βρίσκονται σε 16 χώρες στο εξωτερικό,

διαδίδοντας έτσι την ελληνική γεύση και φρεσκάδα. Οι εξαγωγές, που πραγματοποιούνται σε Κύπρο, Αγγλία, Γερμανία, Ιταλία, Αλβανία, Ρουμανία, Μάλτα, Ελβετία, Καναδά, ΗΠΑ, Αυστραλία, Ισραήλ, Κορέα, Κίνα, Κατάρ και Παναμά, φτάνουν το 5% του συνολικού τζίρου, ενώ ο στόχος για τη Λουξ, για την επόμενη 5ετία, είναι να αποτελούν το 10% του συνολικού τζίρου.

## ΜΕΓΑ: Η φροντίδα στα ελληνικά



Η 100% ελληνική εταιρεία **Μέγα** ιδρύθηκε το 1980. Σήμερα, είναι μια από τις μεγαλύτερες παραγωγικές μονάδες προϊόντων προσωπικής υγιεινής στην Ευρώπη και πραγματοποιεί τζίρο άνω των 110 εκατ. ευρώ. Επιπροσθέτως, θεωρώντας τους ανθρώπους το πολυτιμότερο κεφάλαιό της, στο διάστημα της τελευταίας πενταετίας, όχι μόνο διατήρησε τις θέσεις εργασίας, αλλά αύξησε το προσωπικό της σε ποσοστό πάνω από 45%.

Η Μέγα δραστηριοποιείται στο εξωτερικό πάνω από δύο δεκαετίες και έχει συμβάλει να πάρει η κατηγορία «σερβιέτες και βρεφικές πάνες» τη θέση της στα 100 πιο εξαγώγιμα ελληνικά προϊόντα. Μάλιστα, τα 100% ελληνικά Babyline Sensitive βρίσκονται στα ράφια καταστημάτων σε 4 ηπείρους, στηρίζοντας την ελληνική οικονομία.

Ακόμη, η Μέγα στηρίζει με συστηματικότητα και διαχρονικότητα το έργο πάνω από 100 σημαντικών κοινωνικών φορέων και φιλανθρωπικών ιδρυμάτων σε ολόκληρη τη χώρα. Ενδεικτικά, το 2014 προσέφερε πάνω από 1,5 εκατ. προϊόντα της. Τέλος, θα πρέπει να σημειωθεί πως η Μέγα στηρίζει την ελληνική οικονομία, ενισχύοντας τα επενδυτικά της πλάνα. Στο πρόγραμμα της εταιρείας για την τριετία 2015 - 2017 περιλαμβάνονται νέες επενδύσεις σε μηχανολογικό εξοπλισμό τελευταίας τεχνολογίας, δημιουργώντας παράλληλα νέες θέσεις εργασίας.

## Οι αξίες του Μπάρμπα Στάθης



Ο **Μπάρμπα Στάθης** είναι η αγαπημένη μάρκα λαχανικών που οι Έλληνες καταναλωτές εμπιστεύονται για περισσότερο από 45 χρόνια.

Βασικοί πυλώνες της λειτουργίας της εταιρείας Μπάρμπα Στάθης είναι η καινοτομία, η ποιότητα, η επένδυση στην ελληνική επιχειρηματικότητα, η εξωστρέφεια και η αξία στον καταναλωτή, με σαφή στόχο την καθημερινή προσφορά στους καταναλωτές ασφαλών και ποιοτικών προϊόντων προστιθέμενης αξίας, πάντα με βασικό μοχλό δύναμης το ανθρώπινο δυναμικό.

Θα πρέπει να σημειωθεί πως η Μπάρμπα Στάθης είναι πρωτοπόρος στη «συμβολαιακή γεωργία» και επενδύει στην ελληνική γεωργία και στην παραγωγή ελληνικών προϊόντων, με στόχο την εξασφάλιση ελληνικής πρώτης ύλης στον μέγιστο δυνατό βαθμό, τη μεγιστοποίηση της ελληνικής παραγωγής και την έμπρακτη στήριξη των Ελλήνων παραγωγών.

Σήμερα καλλιεργεί πάνω από 25.000 στρέμματα σε συνεργασία με περισσότερους από 1.300 εγκεκριμένους Έλληνες γεωργούς, κάτω από πλήρως ελεγχόμενες συνθήκες. Μάλιστα εφαρμόζει σύστημα Ολοκληρωμένης Αγροτικής Διαχείρισης, ελέγχοντας πλήρως όλα τα στάδια της παραγωγικής διαδικασίας: από τη σπορά, την άρδευση, τη λίπανση και τη φυτοπροστασία ως και τη συγκομιδή.

### Το επιτυχημένο Μοσχοφίλερο Μπουτάρη

**BOUTARI**

Έκανε το ντεμπούτο του στην ελληνική αγορά τον Απρίλιο του 1996, κάτω

από την ομπρέλα των **Ελληνικών Ποικιλιακών Μπουτάρη**. Μια ποικιλία την οποία η Οινοποιία Μπουτάρη διέσωσε από εξαφάνιση και ξεκίνησε τη διάδοσή της σε όλο τον κόσμο. Με καταγωγή από τη Μαντινεία της Πελοποννήσου, έγινε με το πέρασμα των χρόνων η Νο.1 επιλογή, για το Νο.1 λευκό ελληνικό κρασί - και όχι τυχαία. Το 1998 επαναλανσαρίστηκε με νέα εμφάνιση και γρήγορα εκτοξεύθηκε σε ζήτηση και ξεχώρισε ανάμεσα στα υπόλοιπα ελληνικά κρασιά. Τότε ξεκίνησε ουσιαστικά και η δυναμική ανάπτυξή του, με αποτέλεσμα να γίνει γνωστό στην εγχώρια αλλά και στην παγκόσμια αγορά, συνδέοντας το όνομα Μπουτάρη με την ίδια την ποικιλία. Βασικό χαρακτηριστικό του Μοσχοφίλερου είναι το έντονο και εύκολα αναγνωρίσιμο άρωμά του. Όμως έχει χαρακτηριστεί και λαμπερό, μυρωδάτο, κομψό, ζωνρό, ευέλικτο λευκό κρασί, με πληθωρικό άρωμα, μια και προέρχεται από τα πιο αρωματικά σταφύλια της Ελλάδας.

Αριθμεί πάνω από 30 διακρίσεις σε Ελλάδα και εξωτερικό, αποδεικνύοντας ότι το **Μοσχοφίλερο Μπουτάρη** είναι το λευκό που αγαπήθηκε όσο λίγα. Και ακριβώς έτσι το παγκοσμίου φήμης περιοδικό Wine & Spirits καθιστά την Οινοποιία Μπουτάρη πρώτη στην Ευρώπη και τρίτη στον κόσμο.

### Ο αυθεντικός ελληνικός καφές Bravo

Από το 1926  
**BRAVO**

Το μονοπάτι του ελληνικού καφέ **Bravo** ξεκίνησε το 1926, από δύο παραδοσιακά καφεκοπτεία στο κέντρο της Αθήνας. Το 1945, τοποθετούνται

μικροί μύλοι μέσα σε καταστήματα για να αλέθεται ο φρέσκος καφές μπροστά στα μάτια των καταναλωτών. Ο καφές Bravo κυκλοφορεί σε μεταλλικά κουτιά για πρώτη φορά στην Ελλάδα το 1953, ενώ το 1973 καινοτομεί για μια ακόμη φορά, αφαιρώντας όλον τον αέρα από τις συσκευασίες. Η διαδρομή του καφέ Bravo συνεχίζεται με επιτυχία, και το 1974 γίνεται ακόμη ένα βήμα μπροστά, όταν η ομώνυμη εταιρεία μετονομάζει τον μέχρι τότε «τούρκικο» καφέ σε ελληνικό. Ο -επισήμως πλέον- ελληνικός καφές Bravo πρωτοπορεί ξανά με τις συσκευασίες του το 1980, οπότε και δημιουργεί τη νέα συσκευασία σε προστατευτική ατμόσφαιρα, χωρίς οξυγόνο, που κυκλοφορεί μέχρι σήμερα και διατηρεί τον καφέ τόσο φρέσκο, σαν να αλέστηκε εκείνη τη στιγμή.

Το 2014, ο ελληνικός καφές Bravo επαναλανσάρεται και αναζητά για να επιβραβεύσει εκείνους που μένουν πιστοί στον εαυτό τους και εκείνους που αναζητούν έμπνευση για να αλλάξουν τον κόσμο γύρω τους.

### Η δυναμική πορεία της Τσακίρης



Η ιστορία της **Τσακίρης** ξεκίνησε το 1954, όταν ο **Γεώργιος Τσακίρης** δημιούργησε την πρώτη μονάδα παραγωγής πατατοσίπς, στο υπόγειο του σπιτιού του στην Αθήνα. Από τις αρχές του 1960 και έπειτα, ο Τσακίρης συνεχώς επεκτείνει την παραγωγή του και εκσυγχρονίζει τον εξοπλισμό του, καθώς η ζήτηση αυξάνεται. Η μονάδα της Αταλάντης δημιουργείται το 1997 και διαθέτει νέο υπερσύγχρονο και αυτοματοποιημένο εξοπλισμό, ο οποίος λειτουργεί υπό αυστηρές συνθήκες υγιεινής και ασφάλειας, ενώ η υιοθέτηση του ποιοτικού συστήματος **HACCP** διασφαλίζει την υψηλή ποιότητα του παραγόμενου προϊόντος. Σήμερα, η καινοτομία και η ποιότητα των Τσακίρης στεγάζονται στο εργοστάσιο της εταιρείας στην Αταλάντη Φθιώτιδας, όπου σε μια υπερσύγχρονη βιομηχανική εγκατάσταση 25.000 τ.μ. παράγονται πλέον όλα τα προϊόντα Τσακίρης. Η εταιρεία αναβαθμίζει συνεχώς το εργοστάσιο, τόσο σε επίπεδο ποιότητας και διαδικασιών, όσο και σε επίπεδο περιβαλλοντικών επιδόσεων, ενώ εφαρμόζει νέες τεχνολογίες, πιο φιλικές προς το περιβάλλον.

### Xenia: Παράδοση στην ποιότητα



Τα προϊόντα **Xenia** πρωταγωνιστούν δεκαετίες στο ελληνικό τραπέζι και η υψηλή τους διατροφική αξία τα καθιστά ιδιαίτερα δημοφιλή στις μέρες μας, που το ισορροπημένο και υγιεινό διαιτολόγιο είναι αναπόσπαστο κομμάτι της καθημερινότητάς μας. Η εταιρεία **Ολύμπια-Xenia ABAE** ιδρύθηκε το 1968 από τον **Γεράσιμο Βασιλόπουλο** και είναι η πρώτη εταιρεία που συσκεύασε στην Ελλάδα ελιές σε τυποποιημένη μορφή, δηλαδή σε συσκευασία καταναλωτή. Το όνομά της έχει αναφορά στην Αρχαία Ολυμπία, του Ν. Ηλείας, όπου βρίσκεται και το εργοστάσιο επεξεργασίας και τυποποίησης ελιών, του πατέ ελιάς, καθώς και του έστρα παρθένου ελαιόλαδου.

Σήμερα η εταιρεία τυποποιεί μια μεγάλη γκάμα ελιών και πάστας ελιών καθώς και εξαιρετικού παρθένου ελαιόλαδου σε διαφορετικές συσκευασίες. Παράλληλα συσκευάζει και τυποποιεί διάφορα προϊόντα τα οποία διανέμονται σε όλες τις μεγάλες αλυσίδες σούπερ μάρκετ και καταστήματα τροφίμων στην Ελλάδα και σε 22 χώρες του εξωτερικού. Οι εξαγωγές αντιπροσωπεύουν το 40% των συνολικών πωλήσεων της εταιρείας. Επίσης η Ολύμπια-Xenia δραστηριοποιείται πλέον και στο χώρο της μαζικής εστίασης με μεγάλη γκάμα προϊόντων food service.





**Βασιλόπουλος**  
...και του πουλιού το γάλα!

**ΑΒ ΒΑΣΙΛΟΠΟΥΛΟΣ**

## 76 χρόνια παρουσίας στην ελληνική αγορά

Μια δυναμική, υγιής και συνεπής πορεία ανάπτυξης.

Η ΑΒ Βασιλόπουλος, από την ίδρυσή της το 1939, βρίσκεται σε συνεχή τροχιά υγιούς ανάπτυξης, λειτουργώντας περισσότερα από **320 καταστήματα σε όλη τη χώρα**. Συγκεκριμένα, η ΑΒ, μέσα στο **2014, εγκαινίασε 27 νέα καταστήματα**, ενώ και για το **2015** περιλαμβάνεται στα σχέδιά της η **ενίσχυση του δικτύου της με νέα καταστήματα και ανακαίνιση των υπαρχόντων**.

Με εφόδιο το ισχυρό όνομα, την ποιότητα, την άριστη οργάνωση και τις άρτιες λειτουργικές υποδομές, η ΑΒ Βασιλόπουλος έχει καθιερωθεί ως αξιόπιστη επιλογή όχι μόνο στη συνείδηση των καταναλωτών, αλλά και των εργαζομένων, των προμηθευτών και των συνεργατών της. Σήμερα, η εταιρεία απασχολεί περίπου **11.600 εργαζομένους**, ενώ τα τελευταία χρόνια κατάφερε να αυξήσει το ανθρώπινο δυναμικό της χωρίς να προβεί σε μειώσεις μισθών.

Στην πολυετή διαδρομή της ΑΒ, ορόσημο αποτελούν ανοίγματα και ανακαινίσεις καταστημάτων. Χαρακτηριστικά αναφέρουμε το πρώτο οικολογικό κατάστημα στη Σταμάτα Αττικής, που άνοιξε τον Οκτώβριο του 2010 και θεωρείται πρότυπο κατάστημα όσον αφορά τις μεθόδους εξοικονόμησης ενέργειας. Επίσης, την ανακαίνιση του καταστήματος στο Ελληνικό (Οκτώβριος 2014), που αποτέλεσε την απαρχή για τα καταστήματα νέας γενιάς ΑΒ όσον αφορά την ποικιλία προϊόντων αλλά και τις «ΑΒτικές» υπηρεσίες, προσφέροντας μια μοναδική αγοραστική εμπειρία.

Με τον πελάτη στο επίκεντρο της φιλοσοφίας της και με στόχο την απόλυτη εξυπηρέτηση, στην ΑΒ Βασιλόπουλος στοχεύουμε στο να προσφέρουμε ό,τι καλύτερο για όλους. Θέτουμε αυστηρές προϋποθέσεις και κριτήρια για την επιλογή των προϊόντων μας, τα

οποία δεν είναι άλλα από την **υψηλή ποιότητα**, τη **στήριξη των τοπικών προϊόντων**, την **προστασία του περιβάλλοντος** και τις **ανταγωνιστικές τιμές**. Σε αυτή την κατεύθυνση, ξεκινήσαμε μεταξύ άλλων, το σχεδιασμό και τη διανομή προϊόντων ιδιωτικής ετικέτας τα οποία έρχονται να αγκαλιάσουν την ευρύτερη στρατηγική και φιλοσοφία της εταιρείας μας. Σήμερα, η **ΑΒ υπογράφει πάνω από 4.000 κωδικούς προϊόντων ιδιωτικής ετικέτας** τα οποία τυγχάνουν ιδιαίτερης αποδοχής από το καταναλωτικό κοινό.

Επιπλέον, ένα από τα μεγαλύτερα κεφάλαια στην πολυετή μας ιστορία είναι η **υποστήριξη της εγχώριας παραγωγής**. Στην ΑΒ αναπτύσσουμε συνέργειες με δεκάδες μικρούς και μεγάλους Έλληνες παραγωγούς, τους οποίους στηρίζουμε και συμβουλευόμαστε στις καλλιέργειες και τις επενδύσεις τους, προσφέροντας καθημερινά στους καταναλωτές υψηλής ποιότητας προϊόντα. Ακόμη, μέσω του διεθνούς δικτύου που έχουμε αναπτύξει τα τελευταία χρόνια, ως μέλος του Ομίλου Delhaize, προωθούμε ελληνικά προϊόντα σε αγορές του εξωτερικού, βάζοντας έτσι ένα ακόμη λιθαράκι στην ενίσχυση της ανταγωνιστικότητας των Ελλήνων παραγωγών, ενισχύοντας παράλληλα την εγχώρια οικονομία.

Τέλος, χάρη σε αυτές τις κινήσεις αλλά και μέσα από την ανάπτυξη προγραμμάτων και στοχευμένων προωθητικών ενεργειών όπως και της καμπάνιας μας **«Η χαρά να δίνεις το καλύτερο»**, στην ΑΒ μεταδίδουμε την αγάπη μας για το καλό και ποιοτικό φαγητό, ενώ συνεχίζουμε να ανταποκρινόμαστε με συνέπεια και σεβασμό στις ανάγκες των Ελλήνων καταναλωτών.







## Το να αγαπάς σημαίνει να προσφέρεις.

Όλοι οι άνθρωποι στα ΑΒ μοιραζόμαστε την ίδια αγάπη  
για ό,τι καλύτερο στο καθημερινό φαγητό σας!

Στα ΑΒ διαλέγουμε τα καλύτερα υλικά για να εκφράσουμε  
εσείς αυτά που νιώθετε με τον πιο γευστικό τρόπο.

Γι' αυτό και σας προσφέρουμε πάντα  
την καλύτερη ποιότητα σε όλα τα προϊόντα.  
Με επαγγελματισμό και σεβασμό για όλους.

Γιατί στα ΑΒ γνωρίζουμε καλύτερα από τον καθένα  
πόσο σημαντική είναι για εσάς η χαρά να δίνεις το καλύτερο!



Η χαρά να δίνεις  
το καλύτερο





**BITAM**

## Σχεδόν 70 χρόνια σωστή τροφή για μεγάλους και μικρούς

Μεγαλώνοντας τη μια γενιά μετά την άλλη, εδώ και επτά δεκαετίες, το Βιτάμ εξακολουθεί να αποτελεί αγαπημένη επιλογή των μαμάδων και κορυφαία σωστή τροφή για όλη την οικογένεια.

### Μια ιστορία με σημασία

Το 1946 παρασκευάστηκε για πρώτη φορά στην Ελλάδα η βιταμινούχος μαργαρίνη, ένα θρεπτικό προϊόν, ενισχυμένο μεταξύ άλλων με βιταμίνες Α & D για υγιή ανάπτυξη και ισορροπημένη διατροφή, σε τέτοια μορφή ώστε να μη χρειάζεται φύλαξη υπό ψύξη και έτσι να είναι προσιτό σε όλους.

Το προϊόν κυκλοφόρησε την άνοιξη του 1947 με την ονομασία Βιτάμ - Βιταμινούχος Μαργαρίνη. Έτσι γεννήθηκε ο «θρύλος» του Βιτάμ το οποίο, σε μεγάλο βαθμό, αντικατέστησε το βούτυρο και έγινε -όπως είναι και σήμερα- μια πλούσια σε γεύση, θρεπτική τροφή για παιδιά και ενήλικες, καθώς και ένας πολύτιμος καθημερινός σύμμαχος της Ελληνίδας νοικοκυράς.

### Σημαντικοί σταθμοί της «οικογένειας» Βιτάμ

• Στις αρχές του 1963 η αρχική συσκευασία με λευκό ριζόχαρτο

αντικαταστάθηκε από αλουμινοχαρτο, ντυμένο με αδιάβροχο χαρτί.

- Το 1965 εισήχθη η πρότυπη συσκευασία σε πλαστικό κύπελλο, βελτιώνοντας τη χρήση και φύλαξη του προϊόντος.
- Από τις αρχές της δεκαετίας του 1970 έως σήμερα, γίνονται διαρκείς βελτιώσεις στη συνταγή του Βιτάμ, που είναι βασισμένη σε φυτικά έλαια και περιέχει απαραίτητα «καλά» λιπαρά για την ανάπτυξη του οργανισμού μας - ο οποίος, ως γνωστό, δεν μπορεί να τα παράγει από μόνος του.
- Μετά το Βιτάμ Κλασικό, για κάθε μαγειρική και ζαχαροπλαστική χρήση, το 1978 λανσαρίστηκε μία ακόμη καινοτομία: το Βιτάμ Soft, ιδανικό για επάλειψη στο ψωμί. Ακολούθησαν, τη δεκαετία του '90, τα Βιτάμ Soft Light και Βιτάμ Soft με Γιαούρτι ενώ, το 2001, ήρθε το νέο πρωτοποριακό Βιτάμ Culinisse, που αποτελεί κατάλληλη λύση για τηγάνισμα ή σοτάρισμα, καθώς δεν «πιτσιλάει», ενώ



διατηρεί αναλλοίωτα τη φυσική γεύση του φαγητού και τα ποιοτικά χαρακτηριστικά του. Πρόσφατα, στη σειρά αυτή προστέθηκε και το επίσης καινοτόμο Bitam Culinesse με Ελαιόλαδο.

- Μια ακόμη σημαντική καινοτομία νέας εμπειρίας στη γεύση είναι το Bitam με Βούτυρο, που συνδυάζει τις ιδιότητες των φυτικών ελαίων με το άρωμα του βουτύρου.

Όλες οι δραστηριότητες του Bitam -όπως και της Ελαϊς-Unilever Hellas γενικά- έχουν ως οδηγό τη βιώσιμη ανάπτυξη, στο πλαίσιο του Παγκοσμίου Σχεδίου Δράσης της Unilever για την Αειφορία. Έτσι, αγοράζοντας οποιοδήποτε από τα προϊόντα της εταιρείας, οι καταναλωτές μπορούν να είναι βέβαιοι ότι οι επιλογές τους συμβάλλουν στην ανάπτυξη δράσεων για τη βελτίωση της υγείας, της υγιεινής και του βιοτικού επιπέδου σε επίπεδο τοπικών κοινωνιών, τη μείωση του περιβαλλοντικού αποτυπώματός μας και άλλες.

### Με αγάπη για τις μαμάδες

Από την πρώτη στιγμή της παρουσίας του στην ελληνική αγορά, το Bitam δεν έπαψε να προσφέρει στις μαμάδες συμβουλές, συνταγές και πληροφορίες, με στόχο να τις ενημερώνει για τις διατροφικές τάσεις και να τις ενθαρρύνει να ανατρέφουν τα παιδιά τους, όσο αυτό είναι δυνατό, με οδηγό μια υγιεινή, ισορροπημένη και ευεργετική για την ανάπτυξή τους διατροφή.

Έτσι, εκτός από τις ιδέες και τις συνταγές που προορίζονται για όλη την οικογένεια, το Bitam δίνει ιδιαίτερη σημασία σε δύο θέματα, που αφορούν πρωτίστως στα παιδιά: την υιοθέτηση σωστών συνθηκών για το πρωινό -που είναι, βέβαια, απαραίτητο για κάθε ηλικία- και την προετοιμασία κατάλληλων σνακ για το σχολείο. Για παράδειγμα, ιδανικό ξεκίνημα για την απαιτητική μέρα ενός παιδιού είναι ένα ποτήρι γάλα με ψωμί, soft μαργαρίνη και μέλι και ένα φρούτο.

Σύμφωνα με έρευνα της Ιατρικής Σχολής του Πανεπιστημίου του Χάρβαρντ, τα παιδιά που δεν τρώνε πρωινό έχουν χαμηλότερους βαθμούς στο σχολείο, είναι λιγότερο επιμελή και προσεκτικά, κινδυνεύουν περισσότερο από τραυματισμούς και τέλος, είναι

πιο επιθετικά. Επίσης, τα παιδιά που δεν παίρνουν πρωινό έχουν αυξημένες πιθανότητες να εμφανίσουν παχυσαρκία.

Σε ό,τι αφορά στο κολατσιό, εξαιρετική επιλογή είναι ένα σάντουιτς φτιαγμένο στο σπίτι και ένα φρούτο.

### Μερικές χρήσιμες αλήθειες

Από τότε που οι μαργαρίνες έκαναν την εμφάνισή τους, συνοδεύτηκαν κατά καιρούς από διάφορες φήμες που αμφισβητούσαν, μεταξύ άλλων, την ασφάλειά τους. Το Τμήμα Διατροφής & Επιστημονικής Επικοινωνίας της Unilever απαντά πάντα σ' αυτές με επιστημονικά τεκμηριωμένα στοιχεία, ώστε να μην υπάρχουν περιθώρια αμφιβολίας - ή και παραπληροφόρησης!

Μια από τις πιο δημοφιλείς τέτοιες φήμες είναι εκείνη που συνδέει λανθασμένα τη μαργαρίνη με τα trans λιπαρά, η χρήση των οποίων, όπως ξέρουμε όλοι, εγκυμονεί κινδύνους για την υγεία του καρδιαγγειακού συστήματος. Το θέμα αυτό -και ειδικά σε σχέση με την παραγωγή των μαργαρινών- είχε απασχολήσει την Ελαϊς-Unilever Hellas ήδη από τη δεκαετία του '90, περίοδο κατά την οποία άρχισαν να εμφανίζονται τα πρώτα στοιχεία σχετικά με τις αρνητικές συνέπειες της κατανάλωσης trans λιπαρών. Έτσι, η εταιρεία ήταν η πρώτη παραγωγός ελαιουργικών προϊόντων που κατήργησε διεθνώς, το 1996, την υδρογόνωση ως μέθοδο παραγωγής των μαργαρινών. Η πρακτική αυτή ακολουθήθηκε από το σύνολο του κλάδου στην Ελλάδα.



**Η συνταγή:** καθένας από εμάς θα μπορούσε να φτιάξει σπίτι του μαργαρίνη, με πέντε απλά συστατικά, δηλαδή, λάδι, νερό, κρόκο αυγού, λίγο αλάτι και χυμό λεμονιού. Οι ποιοτικές, υψηλής διατροφικής αξίας μαργαρίνες μπορεί να περιέχουν «καλά» ω-3 και ω-6 λιπαρά (που βοηθούν και τη διατήρηση της υγείας της καρδιάς), βιταμίνες Α και D ή και συστατικά (όπως οι φυτικές στερόλες) που βοηθούν στη μείωση της χοληστερίνης.



ΔΕΛΤΑ

## Κάθε μέρα δίπλα σας

Η ΔΕΛΤΑ ιδρύθηκε το 1952 και δραστηριοποιείται στην παραγωγή και διανομή γαλακτοκομικών προϊόντων, μη αλκοολούχων ποτών, τυροκομικών, βρεφικών και παιδικών προϊόντων. Το 2007 η ΔΕΛΤΑ εισέρχεται στον δυναμικό όμιλο Marfin Investment Group. Σήμερα η ΔΕΛΤΑ απασχολεί 1.800 εργαζομένους.

Όλοι εμείς, οι 1.800 εργαζόμενοι της ΔΕΛΤΑ, αγωνιζόμαστε σκληρά για να είμαστε καθημερινά δίπλα στον Έλληνα καταναλωτή.

Όλα αυτά τα χρόνια, για πάνω από μισό αιώνα, οι καταναλωτές μας εμπιστεύονται, γιατί για εμάς η ποιότητα είναι αξία αδιαπραγμάτευτη. Με 6.000 καθημερινές αναλύσεις στα εργαστήριά μας, με πιστοποιήσεις για τα εργοστάσια από τους πιο σημαντικούς φορείς του κλάδου και με το πιστοποιημένο εργαστήριο Μοριακής Βιολογίας, είμαστε υπερήφανοι για την υψηλή ποιότητα των προϊόντων που προσφέρουμε στην ελληνική οικογένεια.



Ταυτόχρονα, είμαστε δίπλα στον Έλληνα κτηνοτρόφο, συλλέγοντας καθημερινά από 1.700 ελληνικές φάρμες φρέσκο γάλα που αντιστοιχεί στο 25% της ελληνικής παραγωγής, στηρίζοντας με αυτό τον τρόπο την ελληνική επαρχία και την πρωτογενή παραγωγή.

Συμβάλλουμε σημαντικά στη βιώσιμη και αειφόρο ανάπτυξη του πρωτογενούς τομέα, μέσα από το σχέδιο δράσης «Γαία», που στόχο έχει να προσφέρει στους συνεργάτες μας κτηνοτρόφους γνώση και εκπαίδευση για την καλλιέργεια και τη χρήση ελληνικών μη μεταλλαγμένων ζωοτροφών.





Εμείς στη ΔΕΛΤΑ μοχθούμε για να βρίσκετε τα αγαπημένα σας προϊόντα σε όλη την Ελλάδα παντού, από άκρη σε άκρη, όλο το χρόνο, ακόμα και στις ακριτικές περιοχές. Με πάνω από 30.000 σημεία πώλησης πανελλαδικά και 500 φορτηγά ψυγεία, βρισκόμαστε καθημερινά σε 9 από τα 10 ελληνικά νοικοκυριά. Όλοι εμείς στη ΔΕΛΤΑ δουλεύουμε με πάθος, πείσμα και συνεχή έρευνα, προκειμένου να προσφέρουμε σε κάθε οικογένεια στην Ελλάδα και το εξωτερικό προϊόντα τα οποία καλύπτουν ακόμα και τις πιο εξειδικευμένες ανάγκες του σύγχρονου τρόπου ζωής και για όλα τα στάδια της ζωής του ανθρώπου, ξεκινώντας από τον 6ο μήνα της ζωής του.

Η ιστορία των προϊόντων μας, φτιαγμένα από ελληνικά χέρια, από τα δικά μας χέρια, έχει ως εξής:

**Δεκαετία 1950:** Ο Αριστείδης Δασκαλόπουλος ιδρύει στην Αθήνα τη ΔΕΛΤΑ, μια οικογενειακή επιχείρηση παραγωγής και διάθεσης γαλακτοκομικών προϊόντων, όπου απασχολούνται 20 υπάλληλοι, με 10 αυτοκίνητα, που μοιράζουν γάλα και γιαούρτι.

**Δεκαετία 1960:** Η ΔΕΛΤΑ μεταφέρεται στην περιοχή των σημερινών της εγκαταστάσεων του Ταύρου. Δημιουργείται η μονάδα παστερίωσης του γάλακτος σε πλαστικά μπουκάλια.



**Δεκαετία 1970:** Κατακτώντας όλο και μεγαλύτερη θέση στην καθημερινότητα των Ελλήνων καταναλωτών, η ΔΕΛΤΑ επεκτείνει συνέχεια τις υποδομές και τις διανομές της.

**Δεκαετία 1980:** Δημιουργείται το Milko, το πρώτο φρέσκο γάλα με κακάο σε χάρτινη συσκευασία στην Ελλάδα, μια αγαπημένη απόλαυση για τους νέους καταναλωτές.

Επίσης, την ίδια δεκαετία, μια νέα εποχή για το Φρέσκο Γάλα στην Ελλάδα ξεκινάει, με τη ΔΕΛΤΑ πάντα δίπλα στον Έλληνα καταναλωτή, να εφαρμόζει πρώτη στην Ελλάδα την ομογενοποίηση και χρησιμοποιώντας για πρώτη φορά στη χώρα τη μοναδική χάρτινη συσκευασία Fresh Pack, αναβαθμίζοντας έτσι σημαντικά γευστικά αλλά και ποιοτικά το μοναδικό Φρέσκο Γάλα ΔΕΛΤΑ.

Τέλος, ο χυμός Life, ο πρώτος χυμός ψυγείου σε πρωτοποριακή συσκευασία, μας «συστήνεται» από τη ΔΕΛΤΑ και μας γεμίζει χαμόγελα και δροσιά.





**Δεκαετία 1990:** Προκειμένου να προσφέρει στα μεγαλύτερα των 12 μηνών παιδιά ένα γάλα που να ανταποκρίνεται περισσότερο στις δικές τους εξειδικευμένες ανάγκες, η ΔΕΛΤΑ δημιουργεί το πρώτο Φρέσκο Παιδικό Εμπλουτισμένο Γάλα, το ΔΕΛΤΑ Advance, αλλάζοντας τα δεδομένα στην παιδική διατροφή.

Την ίδια δεκαετία η ΔΕΛΤΑ κυκλοφορεί τη μοναδική σειρά γιαουρτιών ΔΕΛΤΑ, που αλλάζουν τα δεδομένα της κατηγορίας. Η ΔΕΛΤΑ λανσάρει το Complet αλλά και τα πρώτα γιαούρτια με κομμάτια φρούτων και δημητριακά, τα Vitaline.



**Δεκαετία 2000:** Στις αρχές αυτής της δεκαετίας η ΔΕΛΤΑ, με ιδιαίτερη φροντίδα για τους «μικρούς» καταναλωτές, δημιουργεί το ΔΕΛΤΑ Advance, το πρώτο προϊόν γιαουρτιού ειδικά μελετημένο και κατάλληλα εμπλουτισμένο για μωρά από 6 μηνών. «Ακούγοντας» παράλληλα και τις ανάγκες του νεανικού κοινού, το Milko μπαίνει σε μπουκάλι και δημιουργείται το «Milkoμπούκαλο», αλλάζοντας για άλλη μια φορά τα δεδομένα της κατηγορίας του σοκολατούχου γάλακτος.

Η καινοτομία δεν σταματάει εδώ. Η ΔΕΛΤΑ λανσάρει πρώτη τη συσκευασμένη φέτα σε άλμη για άψογη διατήρηση του προϊόντος. Την ίδια χρονιά λανσάρεται και το μοναδικό κρεμώδες γιαούρτι ΔΕΛΤΑ Natural.

Με τον τρόπο ζωής συνεχώς να αλλάζει, η ΔΕΛΤΑ προχωρά και στο γάλα Υψηλής Παστερίωσης και δημιουργεί το ΔΕΛΤΑ mmilk με μεγαλύτερη διάρκεια ζωής. Επίσης, με σκοπό να υπηρετήσει τις πιο εξειδικευμένες ανάγκες του ενήλικου κοινού της, η ΔΕΛΤΑ παρουσιάζει στην ελληνική αγορά τη σειρά ΔΕΛΤΑ daily, daily χωρίς λακτόζη, daily με 40% περισσότερο ασβέστιο, daily με φυτικές ίνες και daily με 0% λιπαρά και βιταμίνες. Την ίδια δεκαετία και μέσα από μια μεγάλη επένδυση στο εργοστάσιο της Β. Ελλάδας, στη Σίνδο, η ΔΕΛΤΑ μπαίνει στην κατηγορία γάλακτος Υψηλής Παστερίωσης σε συσκευασία Tetrapack, λανσάροντας το ΔΕΛΤΑ mmilk Οικογενειακό.

**Δεκαετία 2010:** Δημιουργείται η νέα σειρά «Μικρές Οικογενειακές Φάρμες», σε μοναδικό διάφανο μπουκάλι, με φρέσκο γάλα, το οποίο συλλέγεται καθημερινά από μικρές φάρμες Ελλήνων παραγωγών και γεύση όπως παλιά. Η σειρά Μικρές Οικογενειακές Φάρμες συμπληρώνεται και με το διπλοστραγγιστό γιαούρτι «Μικρές Οικογενειακές Φάρμες», προκειμένου να ικανοποιήσει την ανάγκη των Ελλήνων καταναλωτών για πιο πλούσια, παραδοσιακή γεύση στραγγιστού γιαουρτιού από ελληνικό γάλα.





Ξεκινάει επίσης και η διαδρομή της μοναδικής σειράς Life Tsai, στην κατηγορία του έτοιμου συσκευασμένου τσαγιού, το μόνο με 10 φορές περισσότερο χυμό φρούτων. Ταυτόχρονα η σειρά χυμών Life επαναλανσάρεται σε διάφανο μπουκάλι στην κατηγορία του ψυγείου, ενώ δημιουργείται και η νέα σειρά Life μακράς διάρκειας σε tetrapack συσκευασία, για όσους αναζητούν την μοναδική γεύση και δροσιά των χυμών Life με μεγαλύτερη διάρκεια.



Η ΔΕΛΤΑ συνεχίζοντας να καινοτομεί στην παιδική διατροφή και να προσφέρει προϊόντα υψηλής διατροφικής αξίας, δημιούργησε τη νέα εξειδικευμένη σειρά παιδικών προϊόντων ΔΕΛΤΑ Smart. Τα προϊόντα της σειράς είναι ειδικά μελετημένα και κατάλληλα εμπλουτισμένα για να καλύπτουν τις ανάγκες εξέλιξης των παιδιών στο πολύ σημαντικό στάδιο της πρώτης σχολικής ηλικίας (προνήπιο-νηπιαγωγείο-δημοτικό). Περιλαμβάνει εμπλουτισμένο γάλα με υπέροχη φυσική γεύση και γιαούρτια σε αγαπημένες και απολαυστικές γεύσεις, αλλά και 3 κωδικούς γαλακτοκέικ ψυγείου.

Για τους καταναλωτές που αναζητούν ό,τι πιο φρέσκο στη κατηγορία του γάλακτος, η ΔΕΛΤΑ λανσάρει το ΔΕΛΤΑ ΦΡΕΣΚΟ ΓΑΛΑ ΤΗΣ ΗΜΕΡΑΣ, με διάρκεια ζωής 2 ημερών. Ταυτόχρονα λανσάρει μία νέα σειρά επιλεγμένων τυροκομικών προϊόντων από όλη την Ελλάδα, τη σειρά ΔΕΛΤΑ «Μικρά Τυροκομεία».

**ΔΕΛΤΑ**  
**ΦΡΕΣΚΟ ΓΑΛΑ ΤΗΣ ΗΜΕΡΑΣ**

Το φρέσκο γάλα της Ημέρας είναι γεγονός και το φέρνει μόνο η ΔΕΛΤΑ! Συσκευάζεται λίγες μόνο ώρες μετά το άρμεγμα, για να το βρείτε το ίδιο κρύο και πρωί σε περιορισμένες ποσότητες σε επιλεγμένα σημεία πώλησης της γειτονιάς σας και να απολάσετε την πιο φρέσκια γεύση!

**ΤΙΠΟΤΑ ΠΙΟ ΦΡΕΣΚΟ!**

ΣΕ ΤΙΜΗ ΓΝΩΡΙΜΙΑΣ

**Πάνω από 60 χρόνια η καρδιά μας χτυπάει ελληνικά και τα προϊόντα μας βρίσκονται μέσα σε κάθε ελληνικό σπίτι. Όλοι εμείς, απ' άκρη σε άκρη της Ελλάδας, δεσμευόμαστε να συνεχίσουμε να επενδύουμε στην ελληνική επιχειρηματικότητα, στην καινοτομία, στην ποιότητα και να στεκόμαστε υπεύθυνα απέναντι στους καταναλωτές, προσφέροντας, καθημερινά, προϊόντα προστιθέμενης αξίας.**

**Πάνω από 60 χρόνια ΔΕΛΤΑ κάθε μέρα μαζί.**

**Και συνεχίζουμε ...**



ΔΡΟΜΕΑΣ, από τις μεγαλύτερες μονάδες παραγωγής επίπλων γραφείου σε Ευρωπαϊκό επίπεδο και μακράν η μεγαλύτερη σε Εθνικό



Εκθεσιακός χώρος, Λεωφ. Κηφισίας, Αθήνα

## DROMEAS

# Με δύναμη από την Ελλάδα στην Ευρώπη και σε όλο τον κόσμο

Με έδρα τις Σέρρες, η εταιρεία «Δρομέας» δραστηριοποιείται, από το 1979, στην παραγωγή και εμπορία επίπλων γραφείου, καθισμάτων, διαχωριστικών τοιχωμάτων και συστημάτων αρχειοθέτησης, διαγράφοντας τη δική της σημαντική πορεία στην ελληνική αγορά.

### Η αφετηρία

Όταν οι ιδρυτές του Δρομέα στη δεκαετία του '80 αποφάσισαν να επιχειρήσουν στα έπιπλα γραφείου, είχαν στόχο να οικοδομήσουν μια ισχυρή και ανταγωνιστική εταιρεία, η οποία θα μπορούσε να αποκτήσει ένα αξιόλογο μερίδιο στην ανερχόμενη ελληνική αγορά. Από τα πρώτα χρόνια άρχισαν να διαμορφώνουν άποψη για τα πρότυπά τους, ορίζοντας ως πρότυπο τα προϊόντα των πρωταγωνιστών της παγκόσμιας αγοράς για την ποιοτική υπεροχή τους. Κάποια μέρα τα προϊόντα του Δρομέα να μπορούν να σταθούν ως ισότιμα δίπλα τους. Με θετική σκέψη, δημιουργική εργασία, μεγάλες επενδύσεις σε εγκαταστάσεις και εξοπλισμούς, η ημέρα έφτασε. Οι επιτυχίες στους διεθνείς διαγωνισμούς με την ανάληψη μεγάλων έργων όπως ο εξοπλισμός των γραφείων της Ευρωπαϊκής Επιτροπής (Commission), του CERN στην Ελβετία, του Γερμανικού Στρατού αλλά και πολυεθνικών εταιρειών, εντός και εκτός Ελλάδος, καταξιώνουν το Δρομέα ως την ελληνική εταιρεία που συναγωνίζεται ευθέως με τα προϊόντα της τους μεγάλους πρωταγωνιστές της παγκόσμιας αγοράς.

### Η σημερινή ταυτότητα του Δρομέα

Η εταιρική αποστολή, όπως ορίζεται από την εταιρική φιλοσοφία, περιλαμβάνει την παροχή στους πελάτες ποιοτικών προϊόντων,

υπηρεσιών και εγγυήσεων καλής λειτουργίας με δίκαιη σχέση αξίας-τιμής, την ανάπτυξη προϊόντων καινοτομίας για τον άνθρωπο, την έμπρακτη φροντίδα για τη φύση, είναι ο πυρήνας της ταυτότητας του Δρομέα όπως αναγνωρίζεται στο εσωτερικό και το εξωτερικό.

Η ισχυρή παραγωγική υποδομή και η επιτυχής εξειδίκευση της εταιρείας στα μεγάλα έργα συμπληρώνουν την εταιρική ταυτότητα οικοδομώντας το όνομα του Δρομέα στις αγορές. Σήμερα το όνομα και τα προϊόντα της εταιρείας είναι εγγύηση αναμφισβήτητης ποιότητας και προστιθέμενης αξίας για τους πελάτες όπου δραστηριοποιείται ο Δρομέας.

### Η ποιότητα είναι έννοια αφηρημένη ή συγκεκριμένη;

Στην παγκόσμια αγορά επίπλων γραφείου η έννοια της ποιότητας έχει αποκτήσει συγκεκριμένο περιεχόμενο. Εργονομία - Αισθητική - Αντοχή στο χρόνο - Υγιεινή και ασφάλεια του χρήστη - Προστασία του περιβάλλοντος από τις α΄ ύλες και την παραγωγή των προϊόντων ως τη χρήση και την ανακύκλωσή τους είναι οι βασικές παράμετροι ποιότητας. Οι μεγάλοι διεθνείς οργανισμοί και οι μεγάλοι ιδιώτες πελάτες διατυπώνουν με αναλυτικές περιγραφές στις προκηρύξεις των διεθνών διαγωνισμών απαιτήσεις, προδιαγραφές και πιστοποιήσεις προτύπων που προσδιορίζουν την έννοια της ποιότητας. Ο Δρομέας ανταποκρίνεται πλήρως σε όλες τις απαιτήσεις, προσφέροντας προϊόντα και υπηρεσίες



που πιστοποιούνται από αναγνωρισμένους διεθνείς οργανισμούς, σύμφωνα με τα ευρωπαϊκά και διεθνή πρότυπα.

### Η ισχυρή βάση της Εγγύησης Ποιότητας Δρομέα

Ο συνδυασμός μεγάλης και σύγχρονης παραγωγικής υποδομής, τεχνογνωσίας, ικανοτήτων του ανθρώπινου δυναμικού και εταιρικής φιλοσοφίας αποτελούν την ισχυρή βάση της ποιότητας προϊόντων και υπηρεσιών του Δρομέα. Σήμερα η εταιρεία διαθέτει βιομηχανικές εγκαταστάσεις με 100% καθετοποιημένη παραγωγή από τις μεγαλύτερες στην Ευρώπη, αναπτύσσει συνεχώς τεχνογνωσία, εξελίσσοντας την οργάνωση και τη λειτουργία της παραγωγικής διαδικασίας. Συνεργάζεται με την επιστημονική κοινότητα, με στόχο την ανάπτυξη της καινοτομίας προς όφελος του πελάτη και του χρήστη. Έχει αρχές εταιρικής φιλοσοφίας που επικεντρώνουν στην ικανοποίηση των αναγκών και επιθυμιών του πελάτη, την αειφόρο ανάπτυξη, τη φροντίδα για τη Φύση, τη συνεχή υποστήριξη του πελάτη. Διαθέτει ανθρώπινο δυναμικό που εργάζεται σε συνθήκες υγιεινής και ασφάλειας, με σύγχρονα πρότυπα και ελληνικό μεράκι για να προσφέρει το καλύτερο αποτέλεσμα.



Ο ΔΡΟΜΕΑΣ έχει εξοπλίσει υπηρεσίες της Κομισιόν σε όλη την Ευρώπη με πάνω από 15.000 θέσεις εργασίας



Διεθνές Αεροδρόμιο Αθηνών ΕΛ. ΒΕΝΙΖΕΛΟΣ, χώροι αναμονής



Αίθουσα αμφιθεάτρου της Κομισιόν



Εταιρική ταυτότητα  
EUROBANK



### Η σχέση ποιότητας - τιμής

Η διαρκώς εμπλουτιζόμενη γνώση και πείρα από τις μεγάλες αγορές και τα μεγάλα έργα, καταδεικνύουν ότι τα προϊόντα του Δρομέα αναγνωρίζονται ως εφάμιλλα ποιοτικά των προϊόντων των μεγάλων παραγωγών Ευρώπης και ΗΠΑ.

Όπως αποδεικνύεται από τις επιτυχίες στους διεθνείς διαγωνισμούς και από την αναπτυσσόμενη παρουσία στις ευρωπαϊκές αγορές, ο Δρομέας προσφέρει υψηλή ποιότητα με ανταγωνιστικό πλεονέκτημα στις τιμές.

Στην Ελλάδα, η εταιρεία, αντιδρώντας θετικά στη μείωση της αγοραστικής δύναμης, πίεσε ακόμη περισσότερο τις τιμές ώστε ο Έλληνας πελάτης να μπορεί να αγοράζει ίδιας ποιότητας προϊόντα με τον Ευρωπαίο σε τιμές πολύ χαμηλότερες, για να μην αναγκάζεται να αγοράζει προϊόντα αμφίβολης προέλευσης, χωρίς πιστοποιημένη ποιότητα και εγγυήσεις.

### Εθνικός εκπρόσωπος στα έπιπλα γραφείου στις διεθνείς αγορές

Ο Δρομέας συνεχίζει να διεκδικεί με επιτυχίες μεγάλα έργα στις διεθνείς αγορές σε διάφορες χώρες εντός και εκτός Ευρώπης.

Ταυτόχρονα, τα τελευταία χρόνια αναπτύσσει δίκτυο πωλήσεων, στηριζόμενος στους τοπικούς εμπόρους, με στόχο την ανάπτυξη πολλών σημείων πώλησης στην ευρωπαϊκή αγορά των υψηλών απαιτήσεων και στη συνέχεια σχεδιάζει την είσοδό του στις χώρες των γειτονικών ηπείρων. Ο δρόμος της διεθνούς καταξίωσης για τον εθνικό εκπρόσωπο στα έπιπλα γραφείου είναι μακρύς αλλά

Ο ΔΡΟΜΕΑΣ ΑΝΑΠΤΥΣΣΕΙ ΤΑΧΥΤΗΤΑ.





**ΔΩΔΩΝΗ**

## Συνώνυμη της ποιότητας

Η πορεία της ηπειρώτικης εταιρείας που είναι η κορυφαία στην παραγωγή φέτας, η πρώτη σε πωλήσεις στην Ελλάδα και η πρώτη σε εξαγωγές, σε 35 χώρες του κόσμου.

Η ιστορία μας ξεκινά από πολύ παλιά. Όταν στα 1963, μια μικρή μονάδα παστερίωσης φρέσκου γάλακτος μάζευε το αγελαδινό γάλα από τους κτηνοτρόφους της περιοχής και το πρόσφερε στους κατοίκους των Ιωαννίνων.

Έτσι ιδρύθηκε η ΔΩΔΩΝΗ, από τις 6 ενώσεις αγροτικών συνεταιρισμών της Ηπείρου.

Σήμερα, 51 χρόνια μετά, η ΔΩΔΩΝΗ είναι η κορυφαία εταιρεία στην παραγωγή φέτας, η πρώτη σε πωλήσεις στην Ελλάδα και η πρώτη σε εξαγωγές, σε 35 χώρες του κόσμου.

Επεξεργαζόμαστε σε ετήσια βάση 60.000 τόνους αιγοπρόβειο και αγελαδινό γάλα, 100% ελληνικό, παράγοντας 9 κατηγορίες γαλακτοκομικών προϊόντων με 80 ξεχωριστά είδη, μεταξύ των οποίων η πασίγνωστη φέτα, το φρέσκο γάλα, το γιαούρτι, τα σκληρά αγελαδινά τυριά, το γαλοτύρι, το βούτυρο και πολλά άλλα που περιλαμβάνονται στην ευρεία γκάμα φρέσκων προϊόντων μας.

Ήδη από τη δεκαετία του '80 ξεκινήσαμε να μεταφέρουμε την αυθεντική γεύση της Ηπείρου πέρα από τα ελληνικά σύνορα, καθιστώντας τη ΔΩΔΩΝΗ πρεσβευτή της Ελλάδας και ιδιαίτερα της Ηπείρου σε ολόκληρο τον κόσμο.

Το μοναδικό φυσικό τοπίο της Ηπείρου, με την πλούσια βλάστηση και τη σπάνια βιοποικιλότητα που περιλαμβάνει 2.500 μοναδικά βότανα και φυτά, είναι αυτό που προσδίδει την

εξαιρετική ποιότητα τη μοναδική γεύση και το ιδιαίτερο άρωμα στα αγνά προϊόντα μας, φημισμένα τόσο στην Ελλάδα όσο και στο εξωτερικό.

Από τα πιο μακρινά και απόκρημνα μέρη της Ηπείρου το φρέσκο γάλα των ντόπιων παραγωγών μας φτάνει καθημερινά στις εγκαταστάσεις μας στα Ιωάννινα και από κει η γεύση της Ηπείρου ταξιδεύει σε 35 χώρες σε ολόκληρο τον κόσμο.

### **ΔΩΔΩΝΗ σημαίνει ποιότητα**

Το όνομα ΔΩΔΩΝΗ είναι άρρηκτα δεμένο με την ποιότητα. Και αυτό δεν είναι τυχαίο. Από την πρώτη ύλη μέχρι τη στιγμή που το προϊόν μας θα φτάσει στο τραπέζι σας, διασφαλίζουμε ότι είναι άξιο της εμπιστοσύνης που μας δείχνετε χρόνια τώρα.

Συλλέγουμε το γάλα από πάνω από 5.000 παραγωγούς και 514 χωριά και συνοικισμούς, ακόμα και από τις πιο απομακρυσμένες περιοχές της Ηπείρου. Οι κτηνοτρόφοι μας έχουν επιλεγεί με αυστηρά κριτήρια έπειτα από έλεγχο ποιότητας της πρώτης ύλης που γίνεται σε εργαστήρια υψηλής τεχνολογίας.

Για τη συλλογή της πρώτης ύλης έχουμε αναπτύξει ένα οργανωμένο πυκνό δίκτυο καθημερινής συλλογής πρόβειου γίδινου και αγελαδινού γάλακτος, που επεκτείνεται σε όλο το χώρο της Ηπείρου.

Το γάλα συλλέγεται από όλη την Ήπειρο, ακόμη και από τις





μικρότερες κοινότητες παραγωγών, μέσα σε λίγες ώρες, ώστε να φτάσει φρέσκο και αναλλοίωτο στο εργοστάσιο.

Η πορεία της συνεχούς ανάπτυξης της ΔΩΔΩΝΗΣ βασίστηκε στις πολύ δυνατές μακροχρόνιες σχέσεις με τους παραγωγούς της Ηπείρου καθώς και στην καθιέρωση των πλέον υψηλών προτύπων ποιότητας στην τυροκομία και στο σεβασμό του φυσικού περιβάλλοντος, εστιάζοντας πάντα με απόλυτο σεβασμό στις ανάγκες και τις προτεραιότητες του καταναλωτή.

Σημαντικοί σταθμοί σε αυτή την πορεία υπήρξαν η επένδυση για την εγκατάσταση και τη λειτουργία μιας από τις μεγαλύτερες στον κόσμο υπεραυτομάτης γραμμής παραγωγής φέτας, αλλά και η καινοτομία να εμφανίζεται ως ανάγλυφο αποτύπωμα πάνω στο τυρί το σήμα της εταιρείας, δημιουργώντας έτσι ένα σήμα κατατεθέν απόλυτα αναγνωρίσιμο από τους καταναλωτές.

### Προϊόντα με γεύση και άρωμα Ηπείρου

Στο πιο αγνό και καθαρό κομμάτι αυτής της γης, την Ήπειρο, παράγουμε τη φέτα ΔΩΔΩΝΗ, μόνο από 100% ηπειρώτικο παστεριωμένο αιγοπρόβειο γάλα, που φτάνει καθημερινά στις εγκαταστάσεις μας από τα πιο απομακρυσμένα βουσκοτόπια.

Μοναδικά γευστική και θρεπτική, η φέτα ΔΩΔΩΝΗ είναι παγκόσμια αναγνωρίσιμη για την υψηλή και σταθερή της ποιότητα.

Γι' αυτό και έχει κερδίσει τόσα εγκώρια και διεθνή βραβεία αλλά και μια καθημερινή θέση στα περισσότερα -και όχι μόνο- ελληνικά τραπέζια.

Αυτό είναι το μεγαλύτερο βραβείο μας.

Το γιαούρτι ΔΩΔΩΝΗ παρασκευάζεται εδώ και χρόνια με τον ίδιο παραδοσιακό τρόπο που μόνο εμείς στην Ήπειρο γνωρίζουμε.

Η μυστική μας συνταγή;

Επιλέγουμε μόνο το καλύτερο γάλα, μέσα από αυστηρά ποιοτικά κριτήρια διαλογής. Χρησιμοποιούμε μόνο 100% φρέσκο, παστεριωμένο γάλα και φτιάχνουμε το γιαούρτι μας την ίδια μέρα που το γάλα αρμέγεται, με την προσθήκη μόνο καλλιέργειας γιαούρτης.

Χωρίς συντηρητικά. Αυτό θα πει αληθινό γιαούρτι!

### Διεθνές Βραβείο ανώτερης γεύσης



Οι διεθνείς διακρίσεις για την άριστη ποιότητα των προϊόντων της ΔΩΔΩΝΗ είναι συνεχείς.

Η φημισμένη φέτα ΔΩΔΩΝΗ και το γιαούρτι 2% απέσπασαν στον φετινό διεθνή διαγωνισμό ITQi το Superior Taste Award (Βραβείο Ανώτερης Γεύσης) 3 αστεριών.

Το International Taste & Quality Institute (iT-Qi) είναι η κορυφαία οργάνωση ανεξάρτητων

σεφ με έδρα τις Βρυξέλλες, με σκοπό να δοκιμάζει και να προάγει φαγητά και ποτά εξέχουσας γεύσης και ποιότητας από όλον τον κόσμο.





## Κωτσόβολος

# Πρωταγωνιστής στις εξελίξεις, με επίκεντρο τον πελάτη

Η μεγάλη αλυσίδα ηλεκτρικών και ηλεκτρονικών συσκευών κινείται με αυτοπεποίθηση στο μέλλον και εξελίσσεται συνεχώς.

### Η Κωτσόβολος σήμερα με το βλέμμα στο μέλλον

Η Κωτσόβολος είναι η πλέον παραδοσιακή δύναμη στο χώρο των ηλεκτρικών και ηλεκτρονικών συσκευών αφού, εδώ και 65 χρόνια, μέσα από τη στενή σχέση που έχει χτίσει με τους καταναλωτές στην ελληνική αγορά, σταδιακά κατάφερε να βρίσκεται στην πρώτη θέση. Συνώνυμα της εταιρείας έγιναν όλα αυτά τα χρόνια η ποικιλία προϊόντων, η άψογη εξυπηρέτηση και βέβαια οι ευκολίες πληρωμής, που έβαλαν την Κωτσόβολος μέσα σε σχεδόν κάθε ελληνικό σπίτι.

Όμως, όπως είναι λογικό, στο πέρασμα όλων αυτών των δεκαετιών οι συνθήκες στη χώρα, τόσο οι οικονομικές όσο και οι κοινωνικές, έχουν περάσει από πολλές διακυμάνσεις που απαιτούσαν αναπροσαρμογή στην «πορεία πλεύσης» της εταιρείας και στον τρόπο με τον οποίο διαχειρίζεται τα πράγματα. Σε αυτό το πνεύμα, η Κωτσόβολος επενδύει στην omnichannel προσέγγιση και στην ανάλυση των αναγκών των καταναλωτών, ώστε να θωρακιστεί απέναντι στις προκλήσεις, να παραμείνει, με διαφορά, ο ηγέτης στην αγορά και να είναι πάντα πρωταγωνιστής στην εξέλιξη.

Αυτή η νέα προσέγγιση που θέλησε να εφαρμόσει ο Αντιπρόεδρος και Διευθύνων Σύμβουλος της Κωτσόβολος, Ανδρέας Αθανασόπουλος, απαιτεί τη διερεύνηση των τάσεων και των αγοραστικών προτύπων των καταναλωτών, ώστε ο πελάτης να λαμβάνει διαρκώς μια προστιθέμενη αξία η οποία θα είναι άμεσα αντιληπτή και θα τον επηρεάζει θετικά. Σκοπός είναι αυτό να γίνεται από κάθε σημείο επαφής με την εταιρεία. Από τα φυσικά

καταστήματα του δικτύου σε όλη τη χώρα και το ηλεκτρονικό κατάστημα [www.kotsovolos.gr](http://www.kotsovolos.gr), μέχρι την εξυπηρέτηση εταιρικών πελατών B2B, το τηλεφωνικό κέντρο και τις τηλεφωνικές πωλήσεις.

### Η Κωτσόβολος για τους πελάτες της

Η μεγάλη αλυσίδα ηλεκτρικών διαμορφώνει ήδη το μέλλον και ενδυναμώνει τη σχέση της με τους πελάτες της, αναμορφώνοντας το δίκτυο των καταστημάτων της βάσει του επενδυτικού της πλάνου. Καταστήματα σε όλη τη χώρα ανακαινίζονται και εγκαινιάζονται στα πρότυπα του διεθνούς ομίλου Dixons Carphone με βελτιωμένο customer journey και ανάδειξη των προϊόντων και των υπηρεσιών Support 360° για όλο τον κύκλο ζωής τους. Σταθερές αξίες είναι πάντα η εκπληκτική εξυπηρέτηση, τα ευέλικτα προγράμματα πληρωμών μέσω του «Πλάνου Δόσεων», η τεχνογνωσία και οι ολοκληρωμένες λύσεις από το έμπειρο προσωπικό της Κωτσόβολος. Το στρατηγικό πλάνο και εν γένει η φιλοσοφία της αλυσίδας για τους πελάτες της είναι τα στοιχεία που την έχουν κάνει να ξεχωρίζει στην καρδιά και το μυαλό των πελατών. Δεν είναι τυχαίο άλλωστε ότι η Κωτσόβολος έχει αναγνωριστεί αυθόρμητα από τους καταναλωτές ως η εταιρεία με την ισχυρότερη φήμη στην κατηγορία των ηλεκτρικών και ηλεκτρονικών συσκευών, κατακτώντας την πρώτη θέση στην ετήσια έρευνα Famous Brands για το 2014. Έτσι συνεχίζει μια μακρά παράδοση, αφού έχει κατακτήσει εννέα φορές αυτό τον τίτλο σε ισάριθμες έρευνες!







**Famous Brands**

**Gold Award**

Η Κωτσόβολος συνεχίζει να επιλέγεται από το κοινό, ως η μάρκα με τη χρυσή φήμη, καταφέροντας έτσι να κατακτήσει ξανά την κορυφαία διάκριση στη φετινή έρευνα «Famous Brands»\* στην κατηγορία «καταστήματα Ηλεκτρικών και Ηλεκτρονικών Συσκευών».

Η εταιρεία συνεχίζει να επενδύει και να μένει προσηλωμένη στους πελάτες της, όπως κάνει εδώ και 65 χρόνια, χτίζοντας μαζί τους μια σχέση βασισμένη στην ειλικρίνεια και την εμπιστοσύνη.

Σκοπός της: Να παραμείνει ένα Famous Brand για πολλά χρόνια ακόμη!

**ΚΩΤΣΟΒΟΛΟΣ**



## ΕΛΛΗΝΙΚΟΣ ΚΑΦΕΣ ΛΟΥΜΙΔΗΣ ΠΑΠΑΓΑΛΟΣ

# Έκαστος στο είδος του και ο Λουμίδης στους καφέδες!

Εδώ και σχεδόν έναν αιώνα ο Λουμίδης Παπαγάλος «ταξιδεύει» όλους τους Έλληνες με το μοναδικό άρωμα και την αυθεντική γεύση του, έχοντας γίνει συνώνυμος του καλού ελληνικού καφέ.

### Σχεδόν ένας αιώνας γεμάτος ιστορία και μεράκι

Όλα ξεκίνησαν το 1919, όταν τα αδέρφια Αντώνης, Νίκος και Ιάσων Λουμίδης άνοιξαν το πρώτο τους κατάστημα στην οδό Ρεσιόνα 12, στον Πειραιά, από όπου όλοι περνούσαν για να πάρουν τον φρεσκοκαβουρδισμένο καφέ τους σε κωνάκι εφημερίδας. Το 1923, ο Νίκος Λουμίδης προτείνει να γίνει ο παπαγάλος το σήμα του καφέ Λουμίδης και έτσι ξεκινά το ταξίδι του στο χρόνο ο ελληνικός καφές Λουμίδης Παπαγάλος. Ένα συναρπαστικό ταξίδι, συνηφασμένο με την ιστορία του τόπου μας, που έκανε όλους τους Έλληνες να ανοίγουμε την καρδιά μας πάνω από ένα φλιτζάνι Παπαγάλος. Το 1987 η Nestlé υποδέχεται στην οικογένειά της τον ελληνικό καφέ Λουμίδης Παπαγάλος, ανοίγοντας μια νέα χρυσή σελίδα στην ιστορία του ελληνικού καφέ.

### Ο Λουμίδης Παπαγάλος της καρδιάς μας!

Ο ελληνικός καφές Λουμίδης Παπαγάλος, όλα αυτά τα χρόνια, πάντα καταφέρνει να μιλάει στις καρδιές των Ελλήνων με έναν τρόπο ξεχωριστό. Ήδη από τα πρώτα τους βήματα οι αδελφοί Λουμίδη κατάλαβαν τη δύναμη της επικοινωνίας, δημιουργώντας, από το 1920 κιόλας, «ρεκλάμες», που μέχρι και σήμερα κοσμούν καφενεία και καφέ σε όλη την Ελλάδα.

Το 1987, έτος-ορόσημο για την επικοινωνία της μάρκας, το καφενείο του Λουμίδη παίρνει σάρκα και οστά και ο Παπαγάλος βρίσκει πλέον και το τηλεοπτικό του σπίτι.

Σκηνές από την καθημερινή ζωή ανθρώπων... Ποιος δεν θυμάται τον κυρ-Φάνη, τον Θέμη, την Ευθαλία, τον Ανάργυρο; Αλλά και εμφανίσεις από «μεγάλους» Έλληνες όπως ο Θανάσης Βέγγος και ο Ευγένιος

Σπαθάρης και αγαπημένους καλλιτέχνες όπως ο Κώστας Βουτσάς και ο Σπύρος Παπαδόπουλος. Και το καφενείο του Λουμίδη «μυρίζει Ελλάδα»! Και ερχόμαστε στο 2015, όπου ο καφές Λουμίδης Παπαγάλος μας θυμίζει ότι όσο κι αν αλλάζουν οι εποχές, το καφενείο του Λουμίδη παραμένει σταθερή αξία, μια και είναι το μέρος όπου οι Έλληνες κάνουμε τις πιο βαθιές μας συζητήσεις και επιλέγουμε να ανοίξουμε την καρδιά μας, πάντα πάνω από ανχιστό φλιτζάνι Λουμίδης Παπαγάλος.

Σε αυτό το καφενείο, το παλιό συναντά το καινούργιο, το παρελθόν συναντά το μέλλον και οι διαφορετικές γενιές ενώνονται μοναδικά και πνέουν έναν αέρα αισιοδοξίας στα πανιά του καραβιού που λέγεται Ελλάδα...

### Με το βλέμμα στραμμένο στο μέλλον

Σχεδόν έναν αιώνα με το ξεκίνημά του, ο ελληνικός καφές Λουμίδης Παπαγάλος παραμένει πιστός στην παράδοση του ελληνικού καφέ, διατηρώντας αναλλοίωτα το πλούσιο άρωμα και τη μοναδική του γεύση. Κρατώντας πάντα ως γνώμονα την αδιαπραγμάτευτη ποιότητα, χαράσσει την πορεία του στο μέλλον, επενδύοντας στην καινοτομία, ώστε να διατηρήσει την πρώτη θέση στην προτίμηση αλλά και στην καρδιά των φίλων του ελληνικού καφέ!



Με μεράκι και υπομονή.



Έτσι γίνεται ο καλός καφές.  
Έτσι φτιάχνονται οι καλές στιγμές.







**Λουξ Μαρλαφέκας**

## Ελληνική γεύση και απόλαυση

Έχοντας να επιδείξει πορεία 65 ετών στην αγορά, η Λουξ Μαρλαφέκας αποτελεί τη μεγαλύτερη ελληνική εταιρεία αναψυκτικών και χυμών, η οποία πέρα από τη συνεισφορά της στην εγχώρια οικονομία, διαδίδει την ελληνική γεύση και φρεσκάδα και στο εξωτερικό.



Η Λουξ Μαρλαφέκας, η μεγαλύτερη ελληνική εταιρεία αναψυκτικών και χυμών, μετράει 65 χρόνια με βασικό πυλώνα ανάπτυξης τον απόλυτο σεβασμό στον καταναλωτή, μέσω της επιλογής με αυστηρό και ενδεδειγμένο τρόπο των καλύτερων και πιο ποιοτικών υλικών, ώστε να προσφέρει μοναδικές γεύσεις, οι οποίες ανταποκρίνονται στις ξεχωριστές ανάγκες κάθε εποχής. Η Λουξ διαθέτει σήμερα τρεις μονάδες παραγωγής με συνολική έκταση 33.000 τ.μ., από τα οποία τα 7.800 τμ. είναι στεγασμένοι χώροι. Η πρώτη είναι στο Κεφαλόβρυσο, όπου γίνεται η παραγωγή των προϊόντων της, η δεύτερη βρίσκεται στο Σαραβάλι και αποτελεί το κέντρο διανομής των προϊόντων της και η τρίτη βρίσκεται στο Αίγιο, όπου γίνεται η καινοτόμα, καθετοποιημένη παραγωγή της συσκευασίας P.E.T. Τον Νοέμβριο του 2008, η Λουξ απέκτησε ένα νέο, υπερσύγχρονο κέντρο logistics στην Αττική. Τα προϊόντα και η φήμη της Λουξ βρίσκονται σε 16 χώρες στο εξωτερικό, διαδίδοντας έτσι την ελληνική γεύση και φρεσκάδα. Οι εξαγωγές, που πραγματοποιούνται σε Κύπρο, Αγγλία, Γερμανία, Ιταλία, Αλβανία, Ρουμανία, Μάλτα, Ελβετία, Καναδά, ΗΠΑ, Αυστραλία, Ισραήλ, Κορέα, Κίνα, Κατάρ και Παναμά, φτάνουν το 5% του συνολικού τζίρου ενώ ο στόχος για τη Λουξ, για την επόμενη 5ετία, είναι να αποτελούν το 10% του συνολικού τζίρου. Η Λουξ, πέρα από την εμπορική και οικονομική της ανάπτυξη, πάντα πιστή στο σεβασμό στον άνθρωπο, δίνει ιδιαίτερη έμφαση και στην κοινωνική προσφορά. Από το 2013 βρίσκεται έμπρακτα στο πλευρό ευπαθών ομάδων ενώ στηρίζει σταθερά κάθε αθλητική δραστηριότητα και μορφή πολιτισμού. Με συνεχείς χορηγίες της, συμβάλλει στη διάδοση του αθλητικού ιδεώδους και την προώθηση της εξωστρέφειας και της έκφρασης γενικότερα.

### Οι κυριότεροι σταθμοί της Λουξ Μαρλαφέκας:

- 1987 - Λανσάρι τη Loux cola, το πρώτο ελληνικό αναψυκτικό τύπου cola.
- 2004 - Λανσάρι πρώτη τη Βυσσινάδα σε μπουκάλι.
- 2006 - Τα αναψυκτικά «Λουξ» επιλέγονται από τον Ελληνικό Οργανισμό Προώθησης Εξαγωγών για να σερβίρονται μέσα από την πρωτοβουλία «Kerasma» σε road shows σε όλο τον κόσμο και ελληνικά εστιατόρια, για την προώθηση των ελληνικών γεύσεων.
- 2007 - Τα αναψυκτικά λουξ είναι τα πρώτα που λαμβάνουν επίσημη έγκριση από το Σύνδεσμο Ελληνικών Βιομηχανιών Τροφίμων ώστε στις

συσκευασίες τους να φέρουν το ειδικό σήμα «Wonderful Greece».

- 2008 - Χαρακτηρίζεται ως ένα από τα «Διαμάντια» της Ελληνικής Βιομηχανίας στο σχετικό πίνακα της Stat Bank με τις 100 ταχύτερα και υγιώς αναπτυσσόμενες επιχειρήσεις στην Ελλάδα, βραβείο που θα αποσπάσει και το 2011, 2013 και 2014.
- 2009 - Επιβραβεύεται με το 1ο Βραβείο (Αριστείο) Επιχειρηματικότητας «ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ & ΚΑΙΝΟΤΟΜΙΑΣ ΚΟΥΡΟΣ 2009» από τη Λέσχη Επιχειρηματικότητας.
- 2010 - Εντάσσεται στις "Strongest Companies in Greece" της ICAP Group, ως μία από τις πιο ισχυρές εταιρείες στην Ελλάδα. Την ίδια χρονιά κερδίζει το Βραβείο Effie Awards για τη διαφημιστική καμπάνια «Λουξάρω Γεύση» στην κατηγορία «Δαβίδ & Γολιάθ».
- 2012 - Βραβεύεται για τα 60 χρόνια πορείας στην ελληνική αγορά τροφίμων και ποτών, στο πλαίσιο του Συμποσίου «100 Χρόνια Ιστορίας της Ελληνικής Αγοράς Τροφίμων και Ποτών» υπό την αιγίδα του ΣΕΒΤ
- 2013 - Ξεκινά συνεργασία με το Σύνδεσμο Τουριστικών Ελληνικών Επιχειρήσεων (ΣΕΤΕ) στην πρωτοβουλία του για τη "Γαστρονομία στο marketing του ελληνικού τουρισμού" Τον Νοέμβριο του ίδιου έτους αποσπά το βραβείο Χρυσής Φήμης στην κατηγορία αναψυκτικών του θεσμού των Famous Brands, βραβείο που θα αποσπάσει και το 2015. Ακόμη, διακρίνεται στην κατηγορία «Επιχειρηματική Αριστεία» των βραβείων Made in Greece από την Ελληνική Ακαδημία Μάρκετινγκ. Στο τέλος του 2013, η Λουξ στηρίζει το φιλανθρωπικό έργο της «Αποστολής» προσφέροντας 50.000 γεύματα αγάπης.
- 2014 - Αναλαμβάνει «Υποστηρικτής της Ελληνικής Προεδρίας Συμβουλίου ΕΕ» και τον Σεπτέμβριο βραβεύεται από το Επαγγελματικό Επιμελητήριο Αθηνών, στο πλαίσιο της απονομής των Βραβείων Ε.Ε.Α «Καινοτομία & Δημιουργική Επιχειρηματικότητα». Επιπλέον, η Λουξ πιστοποιείται από την Ευρωπαϊκή Εταιρεία Ελέγχων και Πιστοποιήσεων EUROCERT με το σήμα «ΕΛΛΑΔΙΚΑ ΜΑΣ», με το οποίο πιστοποιούνται ελληνικές ιδιοκτησίας επιχειρήσεις, οι οποίες παράγουν ελληνικά προϊόντα ευρείας κατανάλωσης, έχουν την έδρα τους στην Ελλάδα και απασχολούν ελληνικό εργατικό δυναμικό, συνεισφέροντας στην ενίσχυση της ελληνικής οικονομίας.







# Γεμάτη Ελλάδα





## Μαρινόπουλος Α.Ε.

# Σταθερά στην κορυφή

Το κορυφαίο ελληνικό brand στηρίζει το brand της Ελλάδας!

Αναμφίβολα, είναι σπάνιο ένα ελληνικό brand με ιστορία μεγαλύτερη από μισό αιώνα να παραμένει σταθερά στην κορυφή του κλάδου του, να αναπτύσσεται, να καινοτομεί και να ενισχύει διαρκώς τη σχέση του με τον καταναλωτή. Πόσω μάλλον όταν αυτό το brand δεν είναι ένα απλό προϊόν, αλλά ένα ισχυρό δίκτυο καταστημάτων. Για την ακρίβεια, το μεγαλύτερο δίκτυο λιανεμπορίου της χώρας.

Με ιστορία που αρχίζει το 1962 και ένα δίκτυο 1.026 καταστημάτων σε όλη την Ελλάδα, η Μαρινόπουλος Α.Ε. όχι μόνο έχει πετύχει να κερδίζει επί δεκαετίες την προτίμηση των καταναλωτών, αλλά κυρίως καλλιεργεί ασταμάτητα μια σχέση εμπιστοσύνης μαζί τους. Μια σχέση που ουσιαστικά οδηγεί σε σημαντικά ποσοστά πιστότητας στο brand.

Μπορεί κανείς να επικαλεστεί αρκετούς τεχνοκρατικούς λόγους για να εξηγήσει την επιτυχία της Μαρινόπουλος. Κανένας, ωστόσο, από μόνος του δεν θα ήταν αρκετός, αν η εταιρεία δεν λειτουργούσε διατηρώντας ως σταθερό πυλώνα δραστηριοποίησής της τον ίδιο

τον καταναλωτή. Ο διαρκής σεβασμός στις ανάγκες και τις επιθυμίες του αποτελεί το κλειδί της επιτυχίας της εταιρείας.

Εκμεταλλεζόμενη τον μεγάλο αριθμό των παραγωγών και προμηθευτών με τους οποίους συνεργάζεται, η Μαρινόπουλος έχει τη δυνατότητα να εξασφαλίζει για τον καταναλωτή σταθερά υψηλή

ποιότητα προϊόντων, στις ανταγωνιστικότερες τιμές. Η μακροχρόνια, μάλιστα, συνεργασία της εταιρείας με τους προμηθευτές συνεργάτες, της επιτρέπει να προωθεί σημαντικές προσφορές και εκπτώσεις καθ' όλη τη διάρκεια της χρονιάς και για το σύνολο των προϊόντων. Ο ίδιος ο καταναλωτής, λοιπόν, γνωρίζει ότι ανεξαρτήτως εποχικής περιόδου έχει τη δυνατότητα να βρει σε όλα τα σημεία πώλησης της αλυσίδας κορυφαία ποιότητα, στις καλύτερες τιμές.

Ταυτόχρονα, η Μαρινόπουλος ως το πλέον επιτυχημένο ελληνικό brand στον κλάδο της, έχει ως πάγια πολιτική της τη στήριξη της ελληνικής παραγωγής. Μόνο τυχαίο δεν είναι, εξάλλου, ότι από το σύνολο των προϊόντων που διακινεί





Αγκαλιάζουμε τα ελληνικά προϊόντα, στηρίζουμε την ντόπια παραγωγή.

**Πελοπόννησος**  
Γεύσεις του τόπου μας σε τιμές Carrefour.

Δημιουργήστε το πιο καινοτόμο ελληνικό προϊόν και δείτε το, στα ράφια μας.

Μάθετε περισσότερα στην Πρωτοβουλία Καινοτομίας ή στα καταστήματά μας.

Αγκαλιάζουμε τα ελληνικά προϊόντα, στηρίζουμε την ντόπια παραγωγή.

**Δ. Μακεδονία-Ιωάννινα**  
Γεύσεις του τόπου μας σε τιμές Carrefour.

Δημιουργήστε το πιο καινοτόμο ελληνικό προϊόν και δείτε το στα ράφια μας.

Μάθετε περισσότερα στην Πρωτοβουλία Καινοτομίας ή στα καταστήματά μας.

από τα ράφια της, ποσοστό μεγαλύτερο του 90% προέρχονται από την Ελλάδα.

Η διαχρονική επιτυχία ενός ελληνικού brand στηρίζεται και στην κοινωνική του υπευθυνότητα. Για τη Μαρινόπουλος, η βιώσιμη ανάπτυξη και η Εταιρική Υπευθυνότητα είναι άρρηκτα συνδεδεμένες μεταξύ τους.

ΜΑΡΙΝΟΠΟΥΛΟΣ Α.Ε.  
100% Ελληνικότητα

Η εταιρεία Μαρινόπουλος σφραγίζει και προωθεί τα ελληνικά προϊόντα.

Μία εταιρεία είναι ελληνική αν οι άνθρωποι της είναι ελληνικοί και τα προϊόντα που πωλείται είναι ελληνικά. Η Μαρινόπουλος είναι 100% ελληνική εταιρεία με 100% ελληνικό προσωπικό και 100% ελληνικά προϊόντα. Η Μαρινόπουλος είναι 100% ελληνική εταιρεία με 100% ελληνικό προσωπικό και 100% ελληνικά προϊόντα. Η Μαρινόπουλος είναι 100% ελληνική εταιρεία με 100% ελληνικό προσωπικό και 100% ελληνικά προϊόντα.

Στο πλαίσιο αυτό, η εταιρεία ενισχύει σταθερά τις ευαίσθητες κοινωνικές ομάδες είτε με ειδικά εκπαιδευτικά προγράμματα είτε εξασφαλίζοντάς τους πρόσβαση σε βασικά αγαθά. Για το λόγο αυτό άλλωστε λειτουργούν τα Κοινωνικά Παντοπωλεία σε Αθήνα, Πειραιά και Θεσσαλονίκη, έχοντας εξασφαλίσει στήριξη σε περισσότερα από 9.800

νοικοκυριά μέχρι σήμερα.

Τέλος, η Μαρινόπουλος, ως 100% ελληνική εταιρεία, στηρίζει την ελληνική επιχειρηματικότητα. Την τελευταία διετία, περισσότερα από 250 νέα καταστήματα εντάχθηκαν στο franchise δίκτυό της. Η εταιρεία όχι μόνο αποδεικνύεται η πλέον υπεύθυνη επιλογή στον κλάδο, αλλά ταυτόχρονα αποτέλεσε «ομπρέλα ασφάλειας» για δεκάδες υπεύθυνους επιχειρηματίες που αναζήτησαν έναν ισχυρό συνεργάτη

προκειμένου να αντεπεξέλθουν στις δύσκολες οικονομικές συνθήκες και να αναπτυχθούν επιχειρηματικά.

Επίσης, το μέλλον της Μαρινόπουλος είναι άρρηκτα συνδεδεμένο με τη στήριξη και προώθηση των ελληνικών προϊόντων στις αγορές που δραστηριοποιείται. Άλλωστε η εξωστρέφεια αποτελεί στρατηγική επιλογή της εταιρείας, η οποία ήδη έχει εντάξει στο δίκτυό της 62 καταστήματα στην Κύπρο και τα Βαλκάνια.

Εντός συνόρων η εταιρεία προσανατολίζεται όχι μόνο στο να συνεχίσει να στηρίζει την ελληνική παραγωγή, αλλά και να δώσει έμφαση στην ανάδειξη ποιοτικών προϊόντων σε κάθε γωνιά της χώρας. Απώτερος στόχος είναι να δημιουργήσει πρόσφορο έδαφος ώστε τα προϊόντα αυτά να μπορούν να βρουν μια θέση στα ράφια των καταστημάτων της αλυσίδας.

Η σχέση της Μαρινόπουλος με τα ελληνικά brands ήταν και θα παραμείνει ιδιαίτερα ισχυρή. Άλλωστε η στήριξη των ελληνικών σημάτων είναι στο ίδιο το... DNA της εταιρείας. Μιας εταιρείας 100% ελληνικής, που αποτελεί σήμερα τη μεγαλύτερη αλυσίδα λιανεμπορίου της χώρας.





# Μαρινόπουλος,

Όλα αυτά τα χρόνια,  
η εταιρεία Μαρινόπουλος στηρίζει έμπρακτα  
την ελληνική οικογένεια και τους Έλληνες παραγωγούς,  
αναδεικνύοντας τα ελληνικά παραδοσιακά προϊόντα και  
φροντίζοντας για τη βιωσιμότητα των τοπικών κοινωνιών.

Με ένα ισχυρό δίκτυο Ελλήνων συνεργατών και  
προμηθευτών, σταθερή πολιτική τιμών και προσφορών,  
εταιρική υπευθυνότητα και καινοτόμο επιχειρηματικότητα,  
η εταιρεία Μαρινόπουλος κατέχει την πρώτη θέση  
στο ελληνικό λιανεμπόριο και στις καρδιές  
των καταναλωτών.



100% ελληνική εταιρεία.  
100% δίπλα σας!

**ΜΑΡΙΝΟΠΟΥΛΟΣ Α.Ε.**  
**100% Ελληνική εταιρεία**



## MEGA A.E.

# Η φροντίδα στα ελληνικά

Κόντρα στην οικονομική κρίση, η ΜΕΓΑ Α.Ε. αύξησε τις θέσεις εργασίας κατά 45% και συνεχίζει τις επενδύσεις της στηρίζοντας την Ελληνική Οικονομία, ενώ παράλληλα οι αγαπημένες ελληνικές μάρκες Babylino Sensitive & EveryDay μας εκπροσωπούν επάξια σε 4 ηπείρους.

### Λίγα λόγια για τη ΜΕΓΑ και τα προϊόντα της

Η 100% ελληνική εταιρεία ΜΕΓΑ ιδρύθηκε το 1980. Σταδιακά, ολοκλήρωσε την παρουσία της σε όλους τους τομείς προϊόντων προσωπικής υγιεινής, προσφέροντας σήμερα μια πλήρη καινοτόμο σειρά προϊόντων προσωπικής υγιεινής για όλη την οικογένεια.

Με οδηγό τις διαχρονικές της αξίες -σεβασμός, ακεραιότητα, υπευθυνότητα- και αφουγκραζόμενη τις ολοένα αυξανόμενες ανάγκες της αγοράς, επένδυσε στο ανθρώπινο δυναμικό της, στη συνεχή έρευνα και ανάπτυξη, σε ανώτερα συστήματα ποιοτικού ελέγχου καθώς και σε μηχανολογικό εξοπλισμό τεχνολογίας αιχμής, πετυχαίνοντας σήμερα να είναι μια από τις μεγαλύτερες παραγωγικές μονάδες προϊόντων προσωπικής υγιεινής στην Ευρώπη.

Με αγαπημένες μάρκες όπως: **EveryDay, Pom Pon, Baby-Care, Babylino, Tipers, Wet Hankies, ΜΕΓΑ, Sani Sensitive** κ.ά., με έμφαση στην εξαιρετική ποιότητα των προϊόντων και στην καινοτομία, κατάφερε να αποκτήσει την πρώτη θέση στην κατηγορία προσωπικής υγιεινής στην Ελλάδα.

Σήμερα, πραγματοποιεί πλέον τζίρο άνω των 110 Εκατ. ευρώ. Επιπροσθέτως, η ΜΕΓΑ, θεωρώντας τους ανθρώπους το πολυτιμότερο κεφάλαιό της, στο διάστημα της τελευταίας

πενταετίας, όχι μόνο διατήρησε τις θέσεις εργασίας, αλλά αύξησε το προσωπικό της σε ποσοστό πάνω από 45%.

### Η ποιότητα Νο 1 προτεραιότητα

Πίσω από κάθε προϊόν βρίσκονται χρόνια ερευνών, προσεκτικός σχεδιασμός του προϊόντος και, πάνω απ' όλα, υψηλή ποιότητα. Επιπλέον, η ΜΕΓΑ διασφαλίζει την πλήρη προστασία, καθώς τα προϊόντα της είναι σχεδιασμένα με ανώτερες πρώτες ύλες, που διαθέτουν χαρακτηριστικά εξαιρετικά φιλικά προς το δέρμα. Η εταιρεία ακολουθεί εξαιρετικά αυστηρές διαδικασίες ποιοτικού ελέγχου και είναι πιστοποιημένη για την ποιότητα των προϊόντων της από διεθνώς αναγνωρισμένα δερματολογικά ινστιτούτα στην Ελλάδα και στο εξωτερικό.

### Δυναμική παρουσία των προϊόντων EveryDay & Babylino Sensitive στο εξωτερικό

Η ΜΕΓΑ δραστηριοποιείται στο εξωτερικό πάνω από δύο δεκαετίες. Ενδυναμώνοντας τις συνεργασίες της εκτός συνόρων, στην πενταετία της κρίσης, κατάφερε να τετραπλασιάσει τις εξαγωγές της, επιβεβαιώνοντας ότι η καινοτομία και η ποιότητα μπορούν να έχουν ελληνική ταυτότητα αλλά και διεθνές διαβατήριο.



Σήμερα, σε μια χώρα όπου εξακολουθεί και εισάγεται, σύμφωνα με την ΕΛΣΤΑΤ, μεγάλο ποσοστό προϊόντων προσωπικής υγιεινής, η κατηγορία σερβιέτες και βρεφικές πάνες έχει πάρει τη θέση της στα 100 πιο εξαγωγίμα ελληνικά προϊόντα - κυρίως χάρη στις εξαγωγικές πρωτοβουλίες της ΜΕΓΑ, ενώ τα 100% ελληνικά Babyline Sensitive βρίσκονται στα ράφια καταστημάτων σε 4 ηπείρους, στηρίζοντας την Ελληνική Οικονομία.

### Εταιρική Υπευθυνότητα με πολλές... «Πράξεις Φροντίδας»

Η ΜΕΓΑ στηρίζει με συστηματικότητα και διαχρονικότητα το έργο πάνω από 100 σημαντικών κοινωνικών φορέων και φιλανθρωπικών ιδρυμάτων σε ολόκληρη τη χώρα. Ενδεικτικά, το 2014 προσέφερε πάνω από 1,5 εκ. προϊόντα της, αρωγός στην πολύτιμη προσπάθειά τους. Συγκεκριμένα εκτός από τις συνεχείς δωρεές, για το 2015, μεταξύ άλλων, τα Babyline Sensitive κάλυψαν την ιατροφαρμακευτική περίθαλψη των παιδιών των Παιδικών Χωριών SOS για όλη τη χρονιά, ενώ τα Sani Sensitive προσέφεραν 25.000 γεύματα αγάπης σε άπορους ηλικιωμένους του φιλανθρωπικού οργανισμού της Ιεράς Αρχιεπισκοπής Αθηνών «Αποστολή».

### EveryDay: μια ελληνική μάρκα με μοναδικές καινοτομίες

Διερευνώντας αδιάλειπτα τις ανάγκες της γυναίκας στην προσωπική υγιεινή, το brand EveryDay έχει καταφέρει να απαντά πρώτο σε αυτές, με προϊόντα άριστης ποιότητας, ειδικά μελετημένα, ώστε να μην περιορίζονται στο να παρέχουν μόνο απορροφητικότητα, αλλά να τη συνδυάζουν με μέγιστη φιλικότητα στο δέρμα.

- Sensitive Concept: Με ιδιαίτερο σεβασμό στο ευαίσθητο γυναικείο δέρμα και μετά από πολύ προσεκτική επιλογή υλικών, δημιουργήθηκαν το 1997 οι σερβιέτες EveryDay Sensitive. Πρόκειται για τις πρώτες "Sensitive" σερβιέτες παγκοσμίως, οι οποίες χάρη στο μοναδικό υγιεινό υφασμάτινο κάλυμμα τους, προσφέρουν όχι μόνο άριστη αποτελεσματικότητα, αλλά και εξαιρετικές ιδιότητες φιλικότητας στο δέρμα. Αυτός ο μοναδικός συνδυασμός ολοκληρωμένης προστασίας στο δέρμα επέτρεψε στις σερβιέτες EveryDay Sensitive να κερδίσουν την προτίμηση των καταναλωτριών,

αυξάνοντας δυναμικά το μερίδιο του brand και οδηγώντας το σε ηγετικές θέσεις στην κατηγορία της γυναικείας υγιεινής.

- All Cotton Concept: Το 1998, η εταιρεία ΜΕΓΑ προχώρησε σε μία ακόμα μοναδική καινοτομία. Λάνσαρε τα σερβιετάκια EveryDay All Cotton, τα μόνα με κάλυμμα από 100% βαμβάκι και ατομική συσκευασία για 100% φυσικό άγγιγμα και αίσθηση καθαριότητας κάθε στιγμή της ημέρας. Η μοναδικότητα των EveryDay All Cotton, δηλαδή το απόλυτα φιλικό κάλυμμα τους από 100% πραγματικό βαμβάκι, αναγνωρίστηκε άμεσα από τις καταναλώτριες, οι οποίες το κατέταξαν σταθερά, από το λανσάρισμά του μέχρι και σήμερα, στην πρώτη θέση των προτιμήσεών τους.

### Babyline Sensitive: μια ακόμη ελληνική καινοτομία, με την υπογραφή της ΜΕΓΑ

Οι βρεφικές πάνες Babyline Sensitive αποτελούν μια μοναδική καινοτομία, που συνδυάζει και αποδεδειγμένα υψηλή αποτελεσματικότητα και πιστοποιημένη sensitive φροντίδα για το βρεφικό δέρμα. Κατατάσσονται πανευρωπαϊκά στο CLASS A των βρεφικών πανών (ανώτερη ποιοτική κλάση), βάσει μετρήσεων εξειδικευμένων ανεξάρτητων εργαστηρίων του εξωτερικού και διαθέτουν διεθνή πιστοποίηση Oeko-Tex R Standard 100 για απουσία βλαβερών ουσιών. (<https://www.oeko-tex.com>)

Απόδειξη της ποιότητάς τους αποτελεί η ολοένα αυξανόμενη προτίμηση των καταναλωτών. Χάρη στη διαρκή σχέση εμπιστοσύνης που έχουν αναπτύξει με τη σύγχρονη οικογένεια, τα Babyline Sensitive παρουσίασαν τη μεγαλύτερη ανάπτυξη στην κατηγορία τους, σε μερίδια, κερδίζοντας επάξια μια εξαιρετικά υψηλή θέση στις προτιμήσεις της ελληνίδας μητέρας.

### Κοιτώντας μπροστά

Σήμερα περισσότερο από ποτέ, η ΜΕΓΑ στηρίζει την ελληνική οικονομία, ενισχύοντας τα επενδυτικά της πλάνα. Στο πρόγραμμα της εταιρείας για την τριετία 2015 - 2017 περιλαμβάνονται νέες επενδύσεις σε μηχανολογικό εξοπλισμό τελευταίας τεχνολογίας, δημιουργώντας παράλληλα νέες θέσεις εργασίας.





## Μπάρμπα Στάθης

# Καινοτομία, ποιότητα, επένδυση στην Ελλάδα, εξωστρέφεια και αξία στον καταναλωτή

Ο Μπάρμπα Στάθης είναι η αγαπημένη μάρκα λαχανικών που οι Έλληνες καταναλωτές εμπιστεύονται για περισσότερο από 45 χρόνια.

Βασικοί πυλώνες της λειτουργίας της εταιρείας Μπάρμπα Στάθης είναι η καινοτομία, η ποιότητα, η επένδυση στην ελληνική επιχειρηματικότητα, η εξωστρέφεια και η αξία στον καταναλωτή, με σαφή στόχο την καθημερινή προσφορά στους καταναλωτές ασφαλών και ποιοτικών προϊόντων προστιθέμενης αξίας, πάντα με βασικό μοχλό δύναμης το ανθρώπινο δυναμικό.

Ο Μπάρμπα Στάθης, με προσήλωση στην ανάπτυξη προϊόντων που ξεχωρίζουν για την υψηλή ποιότητά τους, τη μεγάλη ποικιλία, τη δημιουργικότητα των συνταγών και την υπέροχη γεύση τους, έχει καταφέρει να λανσάρει και να προωθήσει προϊόντα στην ελληνική αγορά που αναδεικνύουν την αξία της ελληνικής κουζίνας και της παράδοσης.

### Λαχανικά από την ελληνική γη, τόσο φρέσκα, όσο τη στιγμή που κόπηκαν.

Ο Μπάρμπα Στάθης επενδύει στην Ελληνική Γεωργία και στην παραγωγή ελληνικών προϊόντων, με στόχο την εξασφάλιση ελληνικής πρώτης ύλης στο μέγιστο δυνατό βαθμό, τη μεγιστοποίηση της ελληνικής παραγωγής και την έμπρακτη στήριξη των Ελλήνων παραγωγών.

Ο Μπάρμπα Στάθης, πρωτοπόρος στη «συμβολοιακή γεωργία», αξιοποιεί το υψηλό επίπεδο ελληνικό ανθρώπινο δυναμικό και τις δυνατότητες της ελληνικής γης, για παραγωγή αγροτικών προϊόντων, υψηλότατων προδιαγραφών, με σεβασμό στον καταναλωτή και στην υγεία του, στο περιβάλλον και την κοινωνία. Τα τελευταία χρόνια, ο αριθμός καλλιεργούμενων στρεμμάτων ελληνικής γης και συνεργασιών με Έλληνες αγρότες έχει αυξηθεί εντυπωσιακά. Έτσι, σήμερα, ο Μπάρμπα Στάθης καλλιεργεί πάνω από 25.000 στρέμματα σε συνεργασία με περισσότερους από 1.300 εγκεκριμένους Έλληνες γεωργούς, κάτω από πλήρως ελεγχόμενες συνθήκες.

Παρακολουθώντας στενά τις σύγχρονες τεχνολογικές εξελίξεις, μια εξειδικευμένη ομάδα επιστημόνων του Μπάρμπα Στάθης, αναζητά τις πιο σύγχρονες μεθόδους «γεωργίας ακριβείας» και συγκομιδής των λαχανικών την ιδανική στιγμή της ωρίμασής τους, στο απόγειο της φρεσκάδας και της θρεπτικότητάς τους.

Ο Μπάρμπα Στάθης εφαρμόζει σύστημα Ολοκληρωμένης Αγροτικής Διαχείρισης, ελέγχοντας πλήρως όλα τα στάδια της παραγωγικής διαδικασίας -από τη σπορά, την άρδευση, τη λίπανση και τη φυτοπροστασία ως και τη συγκομιδή-



διασφαλίζει τη βέλτιστη ποιότητα και τη μέγιστη ασφάλεια και εξασφαλίζει τη διατήρηση της φρεσκάδας και της γεύσης των λαχανικών μέχρι τη στιγμή που θα φτάσουν στο πιάτο μας.

### Κάθε μέρα μια νόστιμη και θρεπτική ιδέα με λαχανικά στο πιάτο μας.

Ο Μπάρμπα Στάθης, σύμμαχος της ελληνικής οικογένειας, είναι πάντα δίπλα της στον αγώνα για σωστή διατροφή, εκπαιδεύοντας το κοινό στην εκτίμηση του διατροφικού πλούτου και την αξία της κατανάλωσης περισσότερων και διαφορετικών λαχανικών, στο πλαίσιο μιας καθημερινής ισορροπημένης διατροφής.

Η Αγάπη Παπαδοπούλου, Marketing Director της Μπάρμπα Στάθης, επισήμανε: «Αναδεικνύουμε τη φρεσκάδα και την ποικιλία των λαχανικών μας, προβάλλοντας τα ως πρωταγωνιστές γευστικών πιάτων με υψηλή διατροφική αξία. Μέσω της καμπάνιας επικοινωνίας υπό τον τίτλο

“διατροφική αξία”, παρουσιάζουμε με ξεκάθαρο τρόπο το θησαυρό βιταμινών και λοιπών ωφέλιμων συστατικών που κρύβει μέσα του κάθε λαχανικό, προτείνουμε νέες ιδέες για τη διατροφή των παιδιών και υπενθυμίζουμε πως η καθημερινή κατανάλωση λαχανικών μπορεί να είναι, εκτός από θρεπτική, εξίσου απολαυστική. Κάθε μέρα μια νόστιμη και θρεπτική ιδέα με λαχανικά Μπάρμπα Στάθης στο πιάτο μας!».

Η διαθεσιμότητα των κατεψυγμένων λαχανικών καθ’ όλην τη διάρκεια του χρόνου, τα καθιστά μια αξιόλογη απάντηση στην καθημερινή ερώτηση «Τι να μαγειρέψω σήμερα;». Ο Μπάρμπα Στάθης προσφέρει ποικιλία και μια μεγάλη γκάμα λαχανικών, που αποτελούν τη βάση για έμπνευση και δημιουργία συνταγών, οι οποίες θα αγαπηθούν από μικρούς και μεγάλους.

**Μπάρμπα Στάθης. Mas κάνει καλό!**





## Μοσχοφίλερο Μπουτάρη

# Το αγαπημένο λευκό ελληνικό κρασί

Μια ιστορία μέσα σε ένα διάφανο μπουκάλι και μια κλασική, ανεπιτήδευτη ετικέτα, που κλείνει άρωμα, γεύση, απόλαυση και αναμνήσεις. Ένα κρασί γεμάτο από άρωμα Ελλάδας!



### Ιστορία

Έκανε το ντεμπούτο του στην ελληνική αγορά τον Απρίλιο του 1996, κάτω από την ομπρέλα των Ελληνικών Ποικιλιικών Μπουτάρη. Φρέσκο, αρωματικό και ευέλικτο, ταιριάζει με όλους τους γευστικούς συνδυασμούς και δεν σταματά να εκπλήσσει τις εγχώριες και διεθνείς κουζίνες. Μια ποικιλία την οποία η Οινοποιία Μπουτάρη διέσωσε από εξαφάνιση και ξεκίνησε τη διάδοσή της σε όλο τον κόσμο. Με καταγωγή από τη Μαντινεία της Πελοποννήσου, έγινε με το πέρασμα των χρόνων η Νο.1 επιλογή, για το Νο.1 λευκό ελληνικό κρασί - και όχι τυχαία. Το 1998 επαναλανσαρίστηκε με νέα εμφάνιση και γρήγορα εκτοξεύθηκε σε ζήτηση και ξεχώρισε ανάμεσα στα υπόλοιπα ελληνικά κρασιά. Τότε ξεκίνησε ουσιαστικά και η δυναμική ανάπτυξή του, με αποτέλεσμα να γίνει γνωστό στην εγχώρια αλλά

και στην παγκόσμια αγορά, συνδέοντας το όνομα Μπουτάρη με την ίδια την ποικιλία.

Σε αυτή την ανάπτυξη συνεισέφεραν οι καινοτόμοι για την εποχή τους συσκευασίες των 187 ml (ατομική) και 375 ml (μεσαία φιάλη), αλλά και η 4pack συσκευασία (των 187 ml). Έτσι, σε μια εποχή όπου ο καταναλωτής μαθαίνει να αγαπάει το Μοσχοφίλερο Μπουτάρη, έρχεται το ίδιο το προϊόν να του καλύψει διαφορετικές ανάγκες για διαφορετικές περιστάσεις και να του διασφαλίσει ότι όποια συσκευασία και αν επιλέξει, θα «εισπράξει» όλα τα αρώματα και την ευχαρίστηση της επιλογής του.

### Μια ευγενής και ταυτόχρονα τόσο πληθωρική ποικιλία

Βασικό χαρακτηριστικό του Μοσχοφίλερου είναι το έντονο και εύκολα αναγνωρίσιμο άρωμά του. Όμως έχει χαρακτηριστεί και ως λαμπερό, μυρωδάτο, κομψό, ζωηρό, ευέλικτο λευκό κρασί, με πληθωρικό άρωμα, μια και προέρχεται από τα πιο αρωματικά σταφύλια της Ελλάδας.

Γεμάτο φρεσκάδα, με μύτη που θυμίζει ροδοπέταλα και με ωραιότατη οξύτητα, αφού κατέκτησε τους ντόπιους ουρανίσκους, κάνει επιτυχώς καριέρα και στις Ξένες αγορές. Με μοσχατίζουσες νότες θυμίζει στην πιο καθαρή έκφρασή του πράσινο μήλο, lime, τριαντάφυλλο, ενώ στα πιο πολύπλοκα κρασιά μπορεί να πλαισιωθεί από αρώματα μέντας και λεμονιού.

Το μυστικό της επιτυχίας του Μοσχοφίλερου Μπουτάρη είναι ότι μέσα από την απλότητα μιας τόσο αρωματικής και εύκολα «αγαπήσιμης» ποικιλίας,

η οινοποιία έχει δημιουργήσει ένα ξεχωριστό και απόλυτα αναγνωρίσιμο κρασί. Ένα κρασί μεταξένιο, με αδιαγάνητη φινέτσα, γεμάτο με τη φρεσκάδα του λεμονιού και του lime. Ένα πρωτοποριακό κρασί, που διαφημίζει την ίδια την Ελλάδα. Παράγεται από σταφύλια επιλεγμένων ορεινών αμπελώνων της Μαντινείας υψόμετρου 650 μέτρων, γεγονός που το καθιστά ιδανικό για να αναπτυχθεί η συγκεκριμένη ποικιλία λόγω τοποθεσίας και κλίματος.

Το μοσχοφίλερο ως ποικιλία αποτελεί αντικείμενο πειραματισμού για την εταιρεία εδώ και πολλά χρόνια. Πολύ πρόσφατο παράδειγμα και διαφορετική προσέγγιση της ποικιλίας είναι και το Μοσχοφίλερο Μπουτάρη χωρίς θειώδες, αποτέλεσμα μιας

πειραματικής οινοποίησης χωρίς θειώδες, από σταφύλια βιολογικής καλλιέργειας. Κρυστάλλινος και διαυγής οίνος με αρώματα εσπεριδοειδών, λεμονιού και τριαντάφυλλου, πλαισιωμένος με γλυκές νότες κερήθρας.

### Διασφάλιση Ποιότητας στο εμφιαλωμένο κρασί

Η ανάπτυξη και η εφαρμογή ενός συστήματος ποιότητας από την εταιρεία Μπουτάρη σύμφωνα με τις απαιτήσεις των διεθνών προτύπων (ISO9001, HACCP) διασφαλίζει τους καταναλωτές για το σχεδιασμό, την παραγωγή και τη διάθεση προϊόντων υψηλής ποιότητας, ασφάλειας και υγιεινής. Ποιότητα, όπως την αντιλαμβάνεται η εταιρεία Μπουτάρη,





σημαίνει πιστή τήρηση των κανόνων που θεσπίζονται από την ελληνική και τη διεθνή νομοθεσία και, φυσικά, ικανοποίηση του τελικού καταναλωτή. Η σημερινή πραγματικότητα δείχνει ότι υπάρχει διεθνώς μια τάση αυξανόμενων απαιτήσεων ποιότητας, έτσι ώστε η συνεχής βελτίωσή της να έχει γίνει απαραίτητος παράγοντας βιωσιμότητας των επιχειρήσεων. Αυτό σημαίνει ότι για να εξασφαλιστεί η ποιότητα ενός «εξαιρετικού» προϊόντος για τον καταναλωτή, πρέπει να έχει περάσει πολλαπλά στάδια ποιοτικού ελέγχου από την ίδια την εταιρεία, τα οποία ξεκινούν από το ίδιο το χώμα και τη αμπελοτόπι, έως την οινοποίηση, την εμφιάλωση αλλά και τη συντήρηση και αποστολή των προϊόντων σε οποιοδήποτε σημείο της γης.

### Παγκόσμιες διακρίσεις Μοσχοφίλερου Μπουτάρη

Οι διακρίσεις για την Οινοποιία Μπουτάρη είναι απλά μια σφραγίδα για τη διαχρονική ποιότητα που πρεσβεύει η ίδια από το 1879 που ξεκίνησε να εμφιαλώνει κρασί και αποτελεί δέσμευση δημιουργώντας ποιοτικά ελληνικά κρασιά από τους ελληνικούς αμπελώνες, διαφημίζοντας τα αρώματα της Ελλάδας. Έτσι λοιπόν αριθμεί πάνω από 30 διακρίσεις σε Ελλάδα και εξωτερικό, αποδεικνύοντας ότι το Μοσχοφίλερο Μπουτάρη είναι το λευκό που αγαπήθηκε όσο λίγα. Και ακριβώς έτσι το παγκοσμίου φήμης περιοδικό Wine & Spirits καθιστά την Οινοποιία Μπουτάρη πρώτη στην Ευρώπη και τρίτη στον κόσμο.



### Μερικές από τις βραβεύσεις:

ΔΙΑΓΩΝΙΣΜΟΣ / ΕΝΤΥΠΟ	ΕΤΟΣ ΔΙΑΚΡΙΣΗΣ	ΣΟΔΕΙΑ	ΚΑΤΗΓΟΡΙΑ	ΜΕΤΑΛΛΙΟ	ΔΙΑΚΡΙΣΗ/ΒΑΘΜΟΛΟΓΙΑ
International Wine Challenge	1998	1996	Ελληνικές Ποικιλίες		Διάκριση
International Wine Challenge	1998	1997	Ελληνικές Ποικιλίες	Χάλκινο	
International Wine & Spirit Competition	1998	1997	Ελληνικές Ποικιλίες	Αργυρό	
Vinalies Internationales	2002	2001	Ελληνικές Ποικιλίες	Αργυρό	
International Wine & Spirit Competition	2002	2001	Ελληνικές Ποικιλίες	Αργυρό	
Vinitaly	2002	2001	Ελληνικές Ποικιλίες		Διάκριση
International Wine Challenge	2002	2001	Ελληνικές Ποικιλίες		Διάκριση
Wine Masters Challenge - Portugal	2003	2002	Ελληνικές Ποικιλίες	Χάλκινο	
San Francisco International Wine Competition	2003	2002	Ελληνικές Ποικιλίες	Χάλκινο	
International Wine & Spirit Competition	2003	2002	Ελληνικές Ποικιλίες	Χάλκινο	
Οινοθγκη	2004	2003	Ελληνικές Ποικιλίες		2η Θέση
Wine Spectator Magazine	2004	2002	Ελληνικές Ποικιλίες		Best Value
Decanter World Wine Awards	2004	2003	Ελληνικές Ποικιλίες	Χάλκινο	
Los Angeles Country Fair Wines Of The World Competition	2005	2003	Ελληνικές Ποικιλίες		Best Of Class
Great International Award Mundus Vini	2005	2004	Ελληνικές Ποικιλίες		Διάκριση
Decanter World Wine Awards	2005	2004	Ελληνικές Ποικιλίες	Χάλκινο	
Έκθεση Κρασιού Prowein	2006	2005	Ένδειξ Προέλευσης		Διάκριση
Japan Wine Challenge	2007	2006	Ένδειξ Προέλευσης	Χάλκινο	
Decanter World Wine Awards	2007	2006	Ένδειξ Προέλευσης	Χάλκινο	
Διεθνής Διαγωνισμός Κρασιού - Ελλάδα	2008	2007	Ένδειξ Προέλευσης	Χρυσό	
International Wine Challenge	2010	2009	Ένδειξ Προέλευσης	Χάλκινο	
Decanter World Wine Awards	2010	2009	Ένδειξ Προέλευσης		Διάκριση
Wine Access Canada	2010	2009	Rest Countries	89/100	
Wine Access Canada	2010	2009	Λευκές Ποικιλίες	89/100 Category Champions	
Wine & Spirits Magazine	2011	2010	Year's Best Greece	92/100	
World Wine Awards Of Canada	2013	2012	Ένδειξ Προέλευσης		Judges' Choice
World Wine Awards Of Canada	2013	2012	Ένδειξ Προέλευσης		TOP 25 Value Wines
Wine & Spirits Magazine	2013	2012	Best Buy	90/100	
Wine Advocate (May)	2013	2012		87/100	
International Wine Contest Bucharest 2014	2014	2013		Silver	
Wine Enthusiast Magazine (September Issue)	2014	2013			90/100



### Το Μοσχοφίλερο πρεσβευτής του ελληνικού αμπελώνα

Το Μοσχοφίλερο είναι μία από τις τέσσερις ποικιλίες-πρεσβευτές που προωθούνται στο εξωτερικό βάσει της απόφασης που αφορά τη συνέχιση της εφαρμογής του ειδικού μέτρου στήριξης «Πρώιμη οίνων σε αγορές τρίτων χωρών» για την πενταετία 2014-2018, σύμφωνα και με το Εθνικό Πρόγραμμα Στήριξης που υποβλήθηκε στην Ε.Ε. Η εταιρεία Μπουτάρη συνεχίζει να προάγει τον ελληνικό αμπελώνα μέσα από το κρασί-πρεσβευτή της ίδιας της κατηγορίας, κάνοντας τους ξένους όλου του κόσμου να προσπαθούν να το προφέρουν και να το ζητάνε με το όνομά του... *Mo-scho-feel-ero!*

# Από το 1926 BRAVO



## Ελληνικός καφές BRAVO

# Αυθεντικό μονοπάτι από το 1926 μέχρι σήμερα

Από το 1926, ξεκίνησε η ιστορία του αυθεντικού ελληνικού καφέ Bravo που φτάνει έως και σήμερα... Ο Bravo χαράζει και ακολουθεί το δικό του μονοπάτι, παραμένοντας πιστός στις αξίες του, με γνώμονα την ποιότητα, τη δική του αυθεντική ταυτότητα, το δικό του χαρακτήρα.

Το μονοπάτι του ελληνικού καφέ Bravo ξεκίνησε το 1926, από δύο παραδοσιακά καφεκοπτεία στο κέντρο της Αθήνας. Το 1945, τοποθετούνται μικροί μύλοι μέσα σε καταστήματα για να αλέθεται ο φρέσκος καφές μπροστά στα μάτια των καταναλωτών. Ο καφές Bravo κυκλοφορεί σε μεταλλικά κουτιά για πρώτη φορά στην Ελλάδα το 1953. Ενώ, το 1973 καινοτομεί για μία ακόμη φορά, αφαιρώντας όλον τον αέρα από τις συσκευασίες. Κατά αυτόν τον τρόπο, διασφαλίζει τη διατήρηση της φρεσκάδας του φρεσκοκομμένου ελληνικού καφέ Bravo, δίνοντας τη δυνατότητα στους καταναλωτές να απολαμβάνουν ακόμη πιο αρωματικό καφέ. Έτσι, οι συσκευασίες αυτές βραβεύονται με διπλώματα ευρεσιτεχνίας! Η διαδρομή του καφέ Bravo συνεχίζεται με επιτυχία και το 1974 γίνεται ακόμη ένα βήμα μπροστά, όταν η ομώνυμη εταιρία μετονομάζει τον μέχρι τότε «τούρκικο» καφέ σε ελληνικό. Ο - επίσημος πλέον - ελληνικός καφές Bravo πρωτοπορεί ξανά με τις συσκευασίες του το 1980, οπότε και δημιουργεί τη νέα συσκευασία σε προστατευτική ατμόσφαιρα, χωρίς οξυγόνο, που κυκλοφορεί μέχρι σήμερα και διατηρεί τον καφέ τόσο φρέσκο, σαν να αλέστηκε εκείνη τη στιγμή.



Το 2014, ο ελληνικός καφές Bravo επαναλανσάρεται μέσα από τη νέα δυναμική και ολοκληρωμένη επικοινωνιακή καμπάνια και αναζητά για να επιβραβεύσει εκείνους που μένουν πιστοί στον εαυτό τους και εκείνους που αναζητούν έμπνευση για να αλλάξουν τον κόσμο γύρω τους. Ο Bravo, ως συνειδητή επιλογή με αυθεντικό χαρακτήρα, επιβραβεύει εκείνους που ακολουθούν το δικό τους μονοπάτι και ξεχωρίζει στις προτιμήσεις του κοινού.

Σήμερα, για να γίνει ένας πραγματικά καλός ελληνικός καφές χρειάζεται μεράκι, αγάπη και γνώση. Και αυτά ακριβώς είναι τα χαρακτηριστικά που εμπνέουν καθημερινά τους ανθρώπους του Bravo για να προσφέρουν στους καταναλωτές την αυθεντική πλούσια γεύση και το μοναδικό άρωμα φρεσκοκομμένου καφέ που χαρακτηρίζουν το χαρμάνι του Bravo.

Και όλα αυτά είναι μόνο η αρχή. Γιατί όταν είσαι ο αυθεντικός ελληνικός καφές οφείλεις να επιβραβεύεις τους αυθεντικούς ανθρώπους κάθε στιγμή.

**Bravo. Αυτός είναι καφές!**





# BRAVO

Σ' ΑΥΤΟΥΣ ΠΟΥ ΑΚΟΛΟΥΘΟΥΝ  
ΤΟ ΔΙΚΟ ΤΟΥΣ ΜΟΝΟΠΑΤΙ!







## ΤΣΑΚΙΡΗΣ ΑΒΕΕ

# Δυναμική πορεία στην ελληνική αγορά σνακ με συνεχείς καινοτομίες

Η Τσακίρης, με μακροχρόνια παράδοση στην παραγωγή snacks πατάτας υψηλής ποιότητας από το 1954, συνεχίζει να εξελίσσεται, επενδύοντας στην καινοτομία και στην τεχνολογία, ώστε να ανταποκρίνεται στις επιθυμίες των καταναλωτών.

Η ιστορία της Τσακίρης ξεκίνησε το 1954, όταν ο Γεώργιος Τσακίρης δημιούργησε την πρώτη μονάδα παραγωγής πατατοσίπς, στο υπόγειο του σπιτιού του στην Αθήνα. Ο εξοπλισμός του αποτελείτο από απλές και καθημερινές συσκευές, η συσκευασία των τσιπς γινόταν στο χέρι και ο ίδιος ο Γ. Τσακίρης είχε αναλάβει τη διανομή στα κοντινά θερινά σινεμά και ζαχαροπλαστεία, πεζός.

Από τις αρχές του 1960 και έπειτα, ο Τσακίρης συνεχώς επεκτείνει την παραγωγή του και εκσυγχρονίζει τον εξοπλισμό του, καθώς η ζήτηση αυξάνεται. Η μονάδα της Αταλάντης δημιουργείται το 1997 και διαθέτει νέο υπερσύγχρονο και αυτοματοποιημένο εξοπλισμό, ο οποίος λειτουργεί υπό αυστηρές συνθήκες υγιεινής και ασφάλειας, ενώ η υιοθέτηση του ποιοτικού συστήματος HACCP διασφαλίζει την υψηλή ποιότητα του παραγόμενου προϊόντος.

Σήμερα, η καινοτομία και η ποιότητα των Τσακίρης στεγάζονται στο εργοστάσιο της εταιρείας στην Αταλάντη Φθιώτιδας, όπου σε μια υπερσύγχρονη βιομηχανική εγκατάσταση 25.000 τ.μ. παράγονται πλέον όλα τα προϊόντα Τσακίρης. Η εταιρεία αναβαθμίζει συνεχώς το εργοστάσιο, τόσο σε επίπεδο ποιότητας και διαδικασιών, όσο και σε επίπεδο περιβαλλοντικών επιδόσεων, ενώ εφαρμόζει νέες τεχνολογίες, πιο φιλικές προς το περιβάλλον. Η διαδικασία παραγωγής των προϊόντων Τσακίρης διατηρείται «αγνή», ενώ οι άνθρωποι της εταιρείας διαδραματίζουν σημαντικό ρόλο σε αυτήν, διασφαλίζοντας την ποιότητα των προϊόντων που φτάνουν στον τελικό καταναλωτή.

Στρατηγική επιλογή της εταιρείας είναι να συνεχίσει να προσφέρει στους Έλληνες καταναλωτές ποιοτικά προϊόντα, με ελληνική ταυτότητα και σε προσιτές τιμές. Παρά τη δυσμενή συγκυρία, η Τσακίρης συνεχίζει να

αναπτύσσεται και να επενδύει στην καινοτομία και την τεχνολογία, ώστε να ανταποκρίνεται στις επιθυμίες των καταναλωτών. Πρόσφατα παρουσίασε τη νέα σειρά chips Τσακίρης Τρυπάτο από 100% φυσικές, διαλεκτές πατάτες, σε τρεις μοναδικές γεύσεις, ανταποκρινόμενη στις γευστικές προτιμήσεις αλλά και στις ανάγκες των Ελλήνων.



### ΚΑΛΗ ΠΡΑΚΤΙΚΗ ΤΟΥ ΤΣΑΚΙΡΗ: Αξιοποίηση παρα-προϊόντων

Στον Τσακίρη, στη προσπάθειά μας να ελαχιστοποιήσουμε τα τελικά απόβλητα, επιδιώκουμε να αξιοποιούμε το 100% των πατατών, αλλά και των παρα-προϊόντων, όπως η φύρα της πατάτας, το τηγανισμένο λάδι κτλ. Για το λόγο αυτό προχωράμε στις παρακάτω ενέργειες:

- το τηγανισμένο λάδι πωλείται σε εταιρείες σαπωνοποιίας και γίνεται σαπούνι. Σαν αποτέλεσμα το 2014 πωλήθηκαν περίπου 35 kg/ημέρα.
- η ωμή φύρα πατάτας (υπόλειμμα) διατίθεται δωρεάν σε τοπικούς ζωοτρόφους. Το 2014 διατέθηκαν περίπου 1.800,6 kg/ημέρα.
- η τηγανισμένη φύρα από πατατάκια (υπόλειμμα) πωλείται σε τοπικούς ζωοτρόφους. Το 2014 πωλήθηκαν περίπου 432,5 kg/ημέρα.
- υπολείμματα αμύλου πατάτας πωλούνται στη χαρτοποιία Φθιώτιδας και μετατρέπονται σε κόλλα για κιβώτια. Το 2014 πωλήθηκαν περίπου 550,4kg/ημέρα.

Ως αποτέλεσμα της παραγωγικής μας διαδικασίας, το 94,5% των πρώτων υλών που χρησιμοποιούμε, μετατρέπεται σε πατατοσίπς.





**ΝΕΟ**

**ΤΣΑΚΙΡΙΣ**

**ΤΡΥΠΑΤΟ**

**ΕΞΤΡΑ  
ΤΡΑΓΑΝΗ  
ΥΦΗ**

**ΜΟΝΑΔΙΚΟ  
ΣΧΗΜΑ**

**3  
ΕΚΠΡΗΚΤΙΚΕΣ  
ΓΕΥΣΕΙΣ**



**Smokey BBQ**



**Spicy pizza**



**Αλάτι**





# Xenia

Το όνομα της καλής γεύσης!



## ΟΛΥΜΠΙΑ ΞΕΝΙΑ

# Παράδοση στην ποιότητα

Με μακρά πορεία στην εγχώρια αγορά η Ολύμπια-Χενία κατορθώνει συνεχώς να εξελίσσεται και να προσφέρει ποιοτικά προϊόντα στους Έλληνες καταναλωτές.

Τα προϊόντα Xenia πρωταγωνιστούν δεκαετίες στο ελληνικό τραπέζι και η υψηλή τους διατροφική αξία τα καθιστά ιδιαίτερα δημοφιλή στις μέρες μας, που το ισορροπημένο και υγιεινό διαίτολόγιο είναι αναπόσπαστο κομμάτι της καθημερινότητάς μας.

### ΣΗΜΑΝΤΙΚΟΙ ΣΤΑΘΜΟΙ ΣΤΗΝ ΙΣΤΟΡΙΑ ΤΗΣ ΟΛΥΜΠΙΑ-ΞΕΝΙΑ

Η εταιρεία Ολύμπια-Χενία ΑΒΑΕ ιδρύθηκε το 1968. Το όνομά της έχει αναφορά στην Αρχαία Ολυμπία, του Ν. Ηλείας, όπου βρίσκεται και το εργοστάσιο επεξεργασίας και τυποποίησης ελιών, του πατέ ελιάς, καθώς και του έξτρα παρθένου ελαιόλαδου.

Το πάθος του ιδρυτή της Xenia, Γεράσιμου Βασιλόπουλου, για την ανάδειξη του σημαντικότερου προϊόντος της ελληνικής γης ήταν η αφορμή της ίδρυσης της εταιρείας. Είχε στόχο να εξασφαλίσει μια υψηλή και σταθερή ποιότητα ελιών και εξαιρετικό παρθένο ελαιόλαδο προς τον καταναλωτή.

Η Ολύμπια-Χενία ΑΒΑΕ είναι η πρώτη εταιρεία που συσκεύασε στην Ελλάδα ελιές σε τυποποιημένη μορφή, δηλαδή σε συσκευασία καταναλωτή. Όπως θα θυμούνται οι παλιότεροι, οι ελιές Xenia ήταν οι πρώτες που διαφημίστηκαν τη δεκαετία του '70 με τη γνωστή διαφήμιση, όπου ο πρέσβης προτιμούσε τις ελιές Xenia, από το καβιάρι.

Το 1989 έγινε μια μεγάλη επένδυση υπερσύγχρονης και αυτοματοποιημένης γραμμής παραγωγής, για τα δεδομένα εκείνης της

εποχής, με στόχο να τυποποιούνται και να παστεριώνονται ελιές και σε γυάλινα βάζα.

Παράλληλα, το εργοστάσιο δημιούργησε και μια γραμμή τυποποίησης ελαιόλαδου προκειμένου να διακινήσει εξαιρετικό παρθένο ελαιόλαδο στην αγορά. Οι προδιαγραφές του ελαιόλαδου που μπαίνει μέσα στο εργοστάσιο, είναι απολύτως αυστηρές και γίνονται συνεχείς έλεγχοι για την ποιότητά του. Μόνο 100% ελληνικό εξαιρετικό παρθένο ελαιόλαδο συσκευάζεται στο εργοστάσιό της Xenia.

Από το 1997 και έπειτα η εταιρεία έχει εμπλουτίσει την ποικιλία των προϊόντων της με νέα είδη. Πρώτον, δημιούργησε ένα πρωτοποριακό προϊόν, την πάστα ελιάς σε τρεις γεύσεις: από πράσινη ελιά, μαύρη ελιά και ελιά καλαμών. Το προϊόν αυτό έδειξε ένα νέο τρόπο απόλαυσης της ελιάς, και κυρίως στα παιδιά.

Μετά από δύο χρόνια, πρόσθεσε το βιολογικό εξαιρετικό παρθένο ελαιόλαδο και τις βιολογικές ελιές Καλαμών, τα οποία έχουν πιστοποιηθεί από τη ΔΗΩ (Οργανισμός Ελέγχου & Πιστοποίησης Βιολογικών Προϊόντων). Στην συνέχεια λανσάρισε το Εξαιρετικό Παρθένο Ελαιόλαδο Προστατευόμενης Γεωγραφικής Ένδειξης Ολυμπίας. Το ΠΓΕ Ελαιόλαδο προέρχεται μόνο από επιλεγμένους ελαιώνες της περιοχής της Αρχαίας Ολυμπίας στην Πελοπόννησο, όπως αυτή ορίζεται από το Υπουργείο Γεωργίας και την Ευρωπαϊκή Ένωση.

Από το 2013 η Xenia έχει λανσάρει και τις ελιές με λιγότερο αλάτι ανταποκρινόμενη στις ανάγκες του σύγχρονου καταναλωτή.





### Η ΟΛΥΜΠΙΑ ΧΕΝΙΑ ΣΗΜΕΡΑ

Σήμερα η εταιρεία τυποποιεί μια μεγάλη γκάμα ελιών και πάστας ελιών καθώς και εξαιρετικού παρθένου ελαιόλαδου σε διαφορετικές συσκευασίες.

Παράλληλα συσκευάζει και τυποποιεί προϊόντα όπως κάπαρη, λιαστή ντομάτα σε εξαιρετικό παρθένο ελαιόλαδο, ανθό αγγουράκι και εμπορεύεται προϊόντα όπως γλυκό καλαμπόκι, μανιτάρια, ξίδι balsamico, κόκκινη ψιτή πιπεριά κ.λπ.

Τα προϊόντα διανέμονται σε όλες τις μεγάλες αλυσίδες σούπερ μάρκετ και καταστήματα τροφίμων στην Ελλάδα και σε 22 χώρες του εξωτερικού.

Επίσης η Ολύμπια-Χενία δραστηριοποιείται πλέον και στο χώρο της μαζικής εστίασης με μεγάλη γκάμα προϊόντων food service με εξαιρετικό παρθένο ελαιόλαδο, ελιές, πάστα ελιάς, κάπαρη, λιαστή ντομάτα σε ελαιόλαδο κ.λπ.

Η εταιρεία εμπορεύεται τα προϊόντα της με το σήμα της Xenia ή τυποποιεί τα προϊόντα με τα σήματα άλλων καταξιωμένων εταιρειών.

### ΤΟ ΕΡΓΟΣΤΑΣΙΟ

Η εταιρεία Ολύμπια-Χενία είναι μια από τις πιο σύγχρονες στον κλάδο του ελαιολάδου, της τυποποιημένης ελιάς και της τυποποιημένης πάστας ελιάς.

Το εργοστάσιο βρίσκεται στο 81 χλμ. της Εθνικής Οδού Πατρών - Πύργου στην Αμαλιάδα του Νομού Ηλείας στην Αρχαία Ολυμπία σε έναν ιδιόκτητο χώρο 90 στρεμμάτων. Αποτελείται από δύο ανεξάρτητες γραμμές παραγωγής: τη γραμμή τυποποίησης εξαιρετικού παρθένου ελαιολάδου και τη γραμμή τυποποίησης ελιάς, σε συνολικό χώρο παραγωγής 6.000 τ.μ.

Για τη διασφάλιση της καλής σταθερής ποιότητας στην Ολύμπια-Χενία ΑΒΑΕ λειτουργεί τμήμα ποιοτικού ελέγχου, στελεχωμένο με εξαιρετικό επιστημονικό προσωπικό. Τηρούνται αυστηρές και ελεγμένες διαδικασίες, που εξασφαλίζουν την ποιότητα σε κάθε επίπεδο, από την επιλογή προμηθευτών έως τη στιγμή που το προϊόν φθάνει στο τραπέζι του καταναλωτή.

Η μακροχρόνια εμπειρία, το εξειδικευμένο προσωπικό, ο άρτιος μηχανολογικός εξοπλισμός αλλά κυρίως το γεγονός ότι εμμένει στην προμήθεια και τυποποίηση μόνο Εξαιρετικού Παρθένου Ελαιολάδου, την καθιστά ξεχωριστή στον ελλαδικό χώρο.

### ΠΟΛΙΤΙΚΗ ΑΣΦΑΛΕΙΑΣ ΚΑΙ ΠΟΙΟΤΗΤΑΣ ΤΩΝ ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ

Στο πλαίσιο μιας πάρα πολύ ανταγωνιστικής αγοράς, η λειτουργία της εταιρείας είναι σχεδιασμένη έτσι ώστε να ικανοποιεί τόσο την εθνική όσο και την ευρωπαϊκή νομοθεσία σε θέματα ασφάλειας και ποιότητας των τροφίμων που παρασκευάζει, διαχειρίζεται, αποθηκεύει και διανέμει.

Η ασφάλεια των προϊόντων που παράγονται και διαχειρίζονται από την εταιρεία είναι για τη διοίκηση και το προσωπικό αυτής ύψιστης προτεραιότητας και σημασίας.

Η Ολύμπια-Χενία ΑΒΑΕ στηρίζει τους τοπικούς παραγωγούς και συγχρόνως συνεργάζεται μαζί τους για τη βελτίωση της καλλιεργητικής τους πρακτικής, ώστε ο καταναλωτής να απολαμβάνει ένα προϊόν υψηλής διατροφικής αξίας και ποιότητας, απόλυτα εναρμονισμένο με το σλόγκαν «Ελιές Χενία διαλεγμένες μία-μία».

Οι ελιές έρχονται κατευθείαν από τους προσεκτικά επιλεγμένους από το εξειδικευμένο τμήμα αγορών παραγωγούς στο εργοστάσιο και παραλαμβάνονται μετά από αυστηρό ποιοτικό έλεγχο. Έτσι, αρχίζει η πρωτογενής επεξεργασία τους, μια διαδικασία που μπορεί να διαρκέσει έως και 6 μήνες (ελιές Καλαμών). Σε όλο αυτό το διάστημα, η ομάδα ποιοτικού ελέγχου παρακολουθεί συνεχώς την εξέλιξη των ζυμώσεων, ώστε το τελικό προϊόν να ανταποκρίνεται στις υψηλές προδιαγραφές που έχει θεσπίσει.

Στην Ολύμπια-Χενία ΑΒΑΕ τυποποιείται μόνο εξαιρετικό παρθένο ελαιόλαδο, που αποθηκεύεται σε ανοξείδωτες δεξαμενές σε κλιματιζόμενο χώρο με σταθερή θερμοκρασία στους 22 βαθμούς, έτσι ώστε να παραμένει αναλλοίωτο, άσχετα με τις εξωτερικές θερμοκρασίες.

### ΕΞΑΓΩΓΙΚΗ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΑ

Η Ολύμπια-Χενία έχει έντονη εξαγωγική δραστηριότητα σε 22 χώρες, όπου τα προϊόντα πωλούνται συσκευασμένα.

Οι εξαγωγές αντιπροσωπεύουν το 40% των συνολικών πωλήσεων της εταιρείας. Οι χώρες εξαγωγών είναι κυρίως ο Καναδάς, οι ΗΠΑ, η Ρωσία, η Κίνα, η Αυστραλία, ο Παναμάς, η Νοτιοαφρικανική Ένωση, η Ιαπωνία, η Αυστρία, η Ελβετία, η Τσεχία, η Πολωνία, η Βουλγαρία, η Ουγγαρία, η Κύπρος κ.λπ.





## Κουπόνι Παραγγελίας

Επιθυμώ την αγορά της έκδοσης **ΕΛΛΗΝΙΚΕΣ ΜΑΡΚΕΣ: GREEK BRANDS**

**ΤΙΜΗ 50€** (Στην τιμή περιλαμβάνεται ΦΠΑ)



### | ΣΤΟΙΧΕΙΑ ΤΙΜΟΛΟΓΗΣΗΣ |

ΟΝΟΜΑΤΕΠΩΝΥΜΟ | \_\_\_\_\_

ΕΤΑΙΡΕΙΑ | \_\_\_\_\_

ΔΙΕΥΘΥΝΣΗ | \_\_\_\_\_

Τ.Κ. | \_\_\_\_\_ ΠΟΛΗ | \_\_\_\_\_

ΑΦΜ | \_\_\_\_\_ ΔΟΥ | \_\_\_\_\_

ΤΗΛΕΦΩΝΟ | \_\_\_\_\_ FAX | \_\_\_\_\_

ΚΙΝ. ΤΗΛΕΦΩΝΟ | \_\_\_\_\_ MAIL | \_\_\_\_\_

### | ΤΡΟΠΟΙ ΠΛΗΡΩΜΗΣ |

ΚΑΤΑΘΕΣΗ ΣΕ ΤΡΑΠΕΖΙΚΟ ΛΟΓΑΡΙΑΣΜΟ

Alpha Bank | GR04 0140 3600 3600 0232 0006 180

Efg Eurobank | GR22 026 02180000840200977017

Τράπεζα Πειραιώς | GR94 0171 7230 0067 2312 6997 578

ΧΡΕΩΣΗ ΠΙΣΤΩΤΙΚΗΣ ΚΑΡΤΑΣ

Visa  Mastercard  Diners  AMEX

ΥΠΟΓΡΑΦΗ & ΣΦΡΑΓΙΔΑ

\_\_\_\_\_/\_\_\_\_\_/\_\_\_\_\_  
ΗΜΕΡΟΜΗΝΙΑ

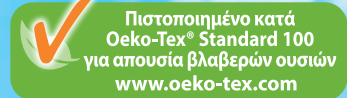
Αριθμός κάρτας | \_\_\_\_\_  
Ημερομηνία λήξης | \_\_\_\_\_/\_\_\_\_\_/\_\_\_\_\_

Βρεφικές πάνες

**Babylino**

**Sensitive**  
with chamomile

**Φιλική προστασία,  
ελληνική καινοτομία!**



Ως ελληνίδα μητέρα, πριν επιλέξετε πάνα για το μωρό σας, ελέγχετε τα πάντα!

Οι πάνες Babylino Sensitive, προσφέρουν **ολοκληρωμένη προστασία:**

- Εξασφαλίζουν εξαιρετικά **υψηλή απορροφητικότητα**, χάρη στην προηγμένη τεχνολογία και τον ultra απορροφητικό πυρήνα τους.
- Πιστοποιημένες κατά **Oeko-Tex® Standard 100**, ελεγμένες για απουσία βλαβερών ουσιών.
- Με φιλικά προς το δέρμα υλικά και **εκχύλισμα χαμομηλιού**.
- Και είναι **ελληνικές!** Παράγονται από την εταιρία ΜΕΓΑ Α.Ε., στη μονάδα παραγωγής της στην Αθήνα.



Βρεφικές πάνες

**Babylino**  
**Sensitive**  
with chamomile

**Φροντίδα με ευαισθησία!**



**ΕΛΛΗΝΙΚΕΣ  
GREEK BRANDS  
ΜΑΡΚΕΣ**

**DIRECTΪON BUSINESS NETWORK**

**Μικράς Ασίας 43, 152 33, Χαλάνδρι, τηλ.: 210 7712 400, fax: 210 7785 097, e-mail: [info@direction.gr](mailto:info@direction.gr), [www.direction.gr](http://www.direction.gr)**