

march 2017



**FORM**  
**novation**  
KOTRONIS PLASTICS



**KOTRONIS PLASTICS the Company** *page 4*

**Επενδύοντας στο μέλλον | Investing in the future**

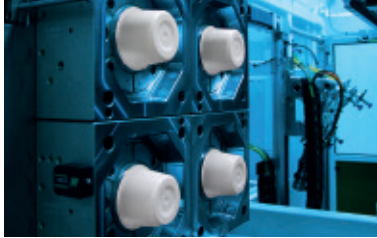
**Our clients - Our partners** *page 6*

**Συνομιλώντας με τον Βασίλη Ρούσσα | Chatting with Vassilis Roussas**

**Employees in the Spotlight** *page 10*

**Γνωρίζοντας τον Λευτέρη Αντωνακάκη | Meeting Lefteris Antonakakis**

## Περιεχόμενα Table of contents



- 3 Editorial**
- 4 Kotronis Plastics The Company**  
Επενδύοντας στο μέλλον  
Investing in the future



- 6 Our clients – Our partners**  
Συζητώντας με τον Βασίλη Ρούσσα  
από τη “Roussas Dairy SA”  
Chatting with Vassilis Roussas  
from “Roussas Dairy SA”



- 10 Employees in the Spotlight**  
Γνωρίζοντας τον Λευτέρη Αντωνακάκη  
Meeting Lefteris Antonakakis



- 14 We think together**  
Συσκευασία:  
Ένα σημαντικό εργαλείο marketing  
Packaging:  
An important marketing tool



- 16 Nafpaktos: Cultural Paths**  
Φετιχέ Τζαμί:  
Εκεί που η Ιστορία συναντά τον Πολιτισμό  
Fethiye Mosque:  
Where History meets Culture



- 18 Nafpaktos...abroad**  
Η ...εκτός των συνόρων Ναύπακτος
- 19 Production Routes**  
Διαδρομές παραγωγής  
**Our events**  
Οι εκδηλώσεις μας



### Imprint

Issue 1, March, 2017

Magazine of Kotronis Plastics SA. The publication is distributed free of charge to Kotronis Plastics SA customers, partners and members of staff. Reprint only permitted when the source is quoted.

**Overall Responsibility:** Emy I. Papadoula, **Graphics:** Yannis Kalpakioris, **Translation:** Hara Papadokostaki, **Photos:** Dimitris Papadoulas, **Aerial Photos:** Dimitrios Ioannou, **Roussas' Photo Credits:** K\_art, **Circulation:** 1500, **Printing:** Στέφανος Καρυδάκης Γραφικές Τέχνες Α.Ε.

Published: March and September

"K.Kotronis Plastics SA", Malamata Fokidas, 33056 Εφόλιο,  
t:+302634 0 71550, f: +302634 0 71570,  
url: www.kotronis-plastics.gr, e: info@kotronis-plastics.gr



K.Kotronis Plastics SA



Kotronis Plastics SA



Αγαπητοί φίλοι,

Πριν από 47 χρόνια, το μακρινό 1970, ο ιδρυτής της «Πλαστικά Κοτρώνης», Κωνσταντίνος Κοτρώνης προχώρησε στην αγορά της πρώτης μηχανής παραγωγής πλαστικών δοχείων με σκοπό να καλύψει τις ανάγκες συσκευασίας παστελιού, που ήταν το αντικείμενο της βιοτεχνίας του εκείνη την εποχή. Ένα χρόνο αργότερα και αφού μεταβίβασε την εταιρία τροφίμων, ξεκίνησε την πορεία του στο χώρο της συσκευασίας.

Στα 46 χρόνια που μεσολάβησαν από τότε έως σήμερα, η Εταιρεία στάθηκε πρωτοπόρος και αιτία να τεθούν νέα δεδομένα στις συσκευασίες πολλών από τα τρόφιμα που σήμερα συναντούμε στα ράφια: το παστέλι από το χάρτινο κουτί πέρασε στην πλαστική και ασφαλέστερη συσκευασία, οι συσκευασίες της φέτας των 400 γραμμαρίων και του ενός κιλού σχεδιάστηκαν για να χωράνε ιδανικά τον επιμερισμό της φέτας ενώ, οι συσκευασίες για τις νέες, τότε, σαλάτες Hellmann's, που σχεδιάστηκαν από την Εταιρεία μας, άλλαξαν και όρισαν τον τρόπο συσκευασίας και την εμφάνιση των προϊόντων του συγκεκριμένου είδους.

Σε συνέχεια αυτής της αξιοσημείωτης πορείας, τα τελευταία χρόνια συντελείται μία μικρή επανάσταση στο χώρο της συσκευασίας γιαουρτιού με μια μεγάλη σειρά προϊόντων που αναβάθμισε εντυπωσιακά το πιο δυναμικό εξαγωγίμο προϊόν μας, το ελληνικό στραγγιστό γιαούρτι!

Τα ανωτέρω αποτελέσματα ήρθαν ως φυσική εξέλιξη της ενσωματωμένης στο DNA της «Πλαστικά Κ.Κοτρώνης» ροπή προς την πρωτοπορία. Δεν είναι λοιπόν τυχαία η επιλογή του βασικού σκέλους του τίτλου του περιοδικού μας που τονίζει αυτό ακριβώς που μας οδήγησε στη σημερινή εποχή και μας δίνει ώθηση για το μέλλον: innovation.

Θα ήταν παράλειψή μου ωστόσο να μην αναφερθώ σε έναν από τους πιο καθοριστικούς παράγοντες της επιτυχούς μας ανάπτυξης, το ανθρώπινο δυναμικό, που αφοσιωμένα στηρίζει την Εταιρεία και ενστερνίζεται κοινές αξίες, ιδανικά και στοχεύσεις.

Το νέο περιοδικό της «Πλαστικά Κοτρώνης» λοιπόν, σας μεταφέρει όλη την ενημέρωση για τον τρόπο που δουλεύουμε, που συνεργαζόμαστε και μετέχουμε στην κοινωνία. Σας ανοίγει ένα παράθυρο σε κάθε πτυχή της δημιουργικής μας σκέψης!

Ελπίζω να το απολαύσετε!

Dear friends,

47 years ago, in the distant 1970, «Kotronis Plastics» founder Konstantinos Kotronis purchased the first machine manufacturing plastic containers in order to meet the packaging needs of sesame candy, which his company produced at the time. A year later, he transferred the food company and began his career in the packaging sector.

For the last 46 years «Kotronis Plastics» has been a pioneer and innovator in the packaging of many foods that we find on store shelves today: the sesame candy paper box has been replaced by safer plastic packaging, feta packages of 400 gr and 1 kg have been specifically designed to be a perfect fit for feta in pieces, while the packaging designed by our Company for Hellmann's salads – new at the time – have changed and defined the packaging and appearance of similar products.

Following this remarkable progress, in recent years there has been a minor revolution in the field of yogurt packaging with a wide range of products, dramatically boosting our most dynamic export, Greek strained yoghurt!

These results came as a natural development of the propensity «Kotronis Plastics» has for innovation, which is embedded in the company DNA. So the choice of the magazine's name is far from random; it highlights exactly what has led us to today and constitutes our driving force for the future: innovation.

I would be remiss, however, not to mention one of the most decisive factors of our successful development, our staff, who devotedly support the Company and embrace common values, ideals and goals.

The new «Kotronis Plastics» magazine brings to you detailed information about the way we work, we cooperate and participate in society. It opens a window to every aspect of our creative thinking!

I hope you enjoy it!

Giorgos K. Kotronis  
President and CEO «Kotronis Plastics»



Με το βλέμμα στραμμένο στην επόμενη μέρα, η «Πλαστικά Κοτρώνης» αναπτύσσεται διαρκώς επιδιώκοντας να σταθεί πρωτοπόρος στις ολοένα και πιο απαιτητικές εξελίξεις της αγοράς.

Το 2016, υλοποιείται μία νέα επέκταση των εγκαταστάσεων της Εταιρείας και το ήδη υπάρχον ιδιόκτητο κτήριο επεκτείνεται κατά 5.500 τ.μ., για να στεγαστούν το Μηχανουργείο και οι αποθηκευτικοί χώροι. Σήμερα, οι στεγασμένες υποδομές της Εταιρείας καλύπτουν ένα εύρος 12.500 τ.μ. σε μία συνολική έκταση 33 στρεμμάτων.

**“ Πρωτοπόροι στις ολοένα και πιο απαιτητικές εξελίξεις της αγοράς ”**

#### Στόχοι, εξέλιξη και πρωτοπορία

Παρά τη δυσμενή οικονομική συγκυρία που επικρατεί στην Ελλάδα, η «Πλαστικά Κοτρώνης» θέτει στόχους, εξελίσσεται και πρωτοπορεί. Έχοντας ως βασική επιδίωξη την εξοικονόμηση των πόρων με την παράλληλη μείωση του ενεργειακού αποτυπώματος, κατασκευάζει τη νέα της πτέρυγα με γεωθερμικά συστήματα που εκμεταλλεύονται την αβαθή γεωθερμική ενέργεια ενώ, προχωρά στην αντικατάσταση των λαμπτήρων του συνόλου των εσωτερικών και εξωτερικών χώρων με λάμπες led. Πλέον, η εν λόγω κατασκευή αποτελεί ένα από τα μεγαλύτερα ιδιωτικά έργα του είδους που έχουν γίνει στη χώρα!

**With an eye to the future, «Kotronis Plastics» is constantly evolving, seeking to be at the forefront of ever more demanding market developments.**

In 2016, during an extension of Company premises, the existing privately owned building expanded by 5,500 m<sup>2</sup> to house the mould shop and warehouse. Today, company built facilities cover 12,500 m<sup>2</sup> in a total area of 8 acres.

**“ Pioneers in increasingly demanding market developments ”**

#### Objectives, development and innovation

Despite current unfavorable economic conditions in Greece, «Kotronis Plastics» sets goals, develops and innovates. Aiming to save energy while simultaneously reducing its carbon footprint, the company has replaced all indoor and outdoor light bulbs with led bulbs and has built the new wing with geothermal systems that exploit shallow geothermal energy. Now, this construction is one of the largest private projects of its kind in the country!

It is precisely this bold course that over the years has made «Kotronis Plastics» one of the leading companies in Greece, with significant presence in Eastern and Central Europe.

# Επενδύουμε στο μέλλον

Το όραμα που έγινε πράξη και μας οδηγεί στην επόμενη μέρα

We invest in the future

The vision that became reality and is leading us to tomorrow

Και είναι ακριβώς η τολμηρή της αυτή διαδρομή που με το πέρας των χρόνων έχει καταστήσει την «Πλαστικά Κοτρώνης» ως μία από τις σημαντικότερες εταιρείες στην Ελλάδα, με ταυτόχρονη αξιολογία παρουσία στην Ανατολική και Κεντρική Ευρώπη.

**“ Ποιότητα και ταχύτητα  
το δίπτυχο της επιτυχίας ”**

## Το σήμερα και η επόμενη μέρα

Σήμερα, απασχολεί 140 άτομα προσωπικό και ο κύκλος εργασιών της το 2016 αγγίζει τα 16 εκατομμύρια ευρώ, αυξημένος κατά 20% σε σχέση με τον περυσινό. Επενδύοντας στο ανθρώπινο δυναμικό της, στη δημιουργία νέων ιδεών, αλλά και στο δίπτυχο ποιότητα και ταχύτητα, συνεργάζεται στενά με τους πελάτες της κατορθώνοντας να βρίσκεται ένα βήμα μπροστά στις εξελίξεις.

Στις βασικότερες επιδιώξεις της «Πλαστικά Κοτρώνης» περιλαμβάνονται αυτή τη στιγμή, η περαιτέρω ενδυνάμωση της θέσης της στην ελληνική αγορά συσκευασίας τροφίμων, καθώς και η επέκταση των δραστηριοτήτων της στις αγορές του εξωτερικού.



**“ Knowledge, technology,  
and innovation:  
fundamental pillars  
of the dialogue with the  
academic community ”**

## Today and tomorrow

Today, «Kotronis Plastics» employs 140 people and its turnover in 2016 was around 16 million euros, an increase of 20% compared to the year before. Investing in human resources, the creation of new ideas, as well as both quality and speed, the company works closely with its customers managing to stay ahead of the curve.

The main aims of «Kotronis Plastics» currently include further strengthening its position in the Greek food packaging market, as well as expanding business in foreign markets.



# Our clients our partners

## Συνομιλώντας με τον Βασίλη Ρούσσα Chatting with Vassilis Roussas



Με έτος ίδρυσης το 1952 και ακολουθώντας πιστά τις παραδοσιακές μεθόδους παραγωγής φέτας και ομοειδών τυριών, η **Roussas Dairy S.A.** αποτελεί μία από τις σημαντικότερες εξαγωγικές δυνάμεις της χώρας. Ο Αντιπρόεδρος της Εταιρείας, **Βασίλης Ρούσσας** μάς μιλά για την ιδιαίτερως επιτυχημένη πορεία της, τις μεγαλύτερες προκλήσεις που αντιμετώπισε στο πέρας των ετών και εξηγεί τους λόγους συνεργασίας της με την «Πλαστικά Κοτρώνης».

**Κε. Ρούσσα, πώς ξεκίνησε την πορεία της η “Roussas Dairy” για να φτάσει σήμερα να αποτελεί μία από τις πιο κερδοφόρες και μεγαλύτερες Εταιρείες στον κλάδο της;**

Η γαλακτοβιομηχανία «Ρούσσας Α.Ε.» ιδρύθηκε το 1952 από την οικογένεια Ρούσσα και από τότε αφιερώθηκε αποκλειστικά στην παραγωγή φέτας και ομοειδών τυριών. Για να επιτύχει ένα πραγματικά αυθεντικό προϊόν με απaráμιλλη γεύση ακολουθεί πιστά τις παραδοσιακές μεθόδους παραγωγής, τα μυστικά της οποίας απέκτησε από τους νομάδες προγόνους της, τους Σαρακατσάνους, που για αιώνες μετακινούνταν με τα κοπάδια τους από τα χειμαδιά στα ορεινά βοσκοτόπια των Αγράφων και της Πίνδου.

**Ανήκετε στην κατηγορία εκείνη των εταιρειών που αποτελούν εξαγωγικές δυνάμεις, έχοντας μάλιστα μεγάλη διείσδυση στις ευρωπαϊκές αγορές και όχι μόνο. Πώς το έχετε καταφέρει αυτό;**

Η Εταιρεία μας, μετά από μια καταστροφική πυρκαγιά του τυροκομείου το 1992, μετακόμισε το 1994 οριστικά στο καινούργιο

Founded in 1952 and faithfully following the traditional production methods for feta and similar cheeses, **Roussas Dairy S.A.** is one of the major exporters in the country. The Company Vice Chairman, **Vassilis Roussas**, talks to us about the very successful course of Roussas Dairy S.A., the greatest challenges it has faced throughout the years and the reasons for cooperating with «**Kotronic Plastics**».

**Mr Roussas, how did “Roussas Dairy” manage to become one of the largest and most profitable companies in its field?**

“Roussas Dairy” was founded in 1952 by the Roussas family and has been exclusively dedicated to the production of feta cheese and similar products ever since. To achieve a truly authentic product of incomparable taste, we faithfully follow traditional production methods, the secrets of which were passed down by our nomadic ancestors, the Saracatsani, who moved their flocks from winter pastures to the mountain pastures of Agrafa and Pindos for centuries.

**“Roussas Dairy” is a major exporter, with a large penetration into European markets among others. How did you manage that?**

After a devastating fire in 1992, our company moved to the new state-of-the-art production plant in Almyros, in the prefecture of Magnisia, central Greece, in 1994. After production was normalized, we started to look for a commercial outlet outside the confines of

υπερσύγχρονο εργοστάσιό της στον Αλμυρό Μαγνησίας. Αφού η παραγωγή ομαλοποιήθηκε, αρχίσαμε να αναζητούμε εμπορική διέξοδο εκτός νομού, όπου μέχρι τότε η Εταιρεία πουλούσε το εμπόρευμα της. Κάναμε τις πρώτες επαφές, αλλά αντιληφθήκαμε σχετικά γρήγορα ότι η εσωτερική αγορά ήταν ιδιαίτερα κορεσμένη και αποφασίσαμε ότι για να πραγματοποιήσουμε το όραμα μας για τη δημιουργία μίας εύρωστης, υγιούς και ανταγωνιστικής μονάδας, έπρεπε να στραφούμε προς άλλες κατευθύνσεις. Έτσι, κινηθήκαμε προς την κατεύθυνση των εξωτερικών αγορών. Η αρχή βέβαια ήταν απογοητευτικά δύσκολη, αλλά ξεκινώντας από τις χώρες με μεγάλη ομογένεια όπως η Γερμανία, το Βέλγιο, η Αγγλία, οι ΗΠΑ, η Αυστραλία, σιγά σιγά καταφέραμε να ενδυναμώσουμε την παρουσία μας τόσο στην Ευρώπη όσο και σε άλλες μεγάλες αγορές του εξωτερικού.

Σήμερα παρ' ότι η Εταιρεία μας εξάγει πάνω από το 95% του όγκου της στην παγκόσμια αγορά, διατηρεί τις ίδιες αρχές και εξακολουθεί να θεωρεί το εργοστάσιο απλά ως ένα μέσο βελτίωσης των παραδοσιακών τεχνικών και της παραγωγής σε άψογες συνθήκες υγιεινής, καθώς δεν επιθυμεί σε καμία περίπτωση να διακινδυνεύσει την κορυφαία ποιότητα των τυριών της, που αποτελεί και το σημαντικότερο ανταγωνιστικό της πλεονέκτημα.

## “ Καθοριστικό ρόλο στην επιλογή του καταναλωτή παίζει η ποιότητα ”

**Για ποιο λόγο πιστεύετε ότι τα προϊόντα της Εταιρείας “Roussas” αποτελούν την επιλογή των καταναλωτών σε τόσες διαφορετικές χώρες;**

Πιστεύουμε πως καθοριστικό ρόλο στην επιλογή του καταναλωτή παίζει η ποιότητα και γι' αυτό το λόγο η διαδικασία παραγωγής των προϊόντων μας παρέμεινε αναλλοίωτη. Παρ' όλο που ο εξοπλισμός, τα εργαλεία, τα μηχανήματα και γενικώς όλα τα εφόδια για τη διευκόλυνση της ανθρώπινης εργασίας άλλαξαν άρδην όλα αυτά τα χρόνια, η καρδιά της παραγωγής έμεινε απaráλλαχτη. Όλα τα προϊόντα της Εταιρείας παράγονται με παραδοσιακές τεχνικές. Σε όλες τις φάσεις παραγωγής τους τα προϊόντα έχουν το χρόνο τους ώστε να ωριμάζουν αργά, να αποκτούν το βέλτιστο γευστικό προφίλ και να διατηρούν τα αρώματα και τον πλούτο της ελληνικής χλωρίδας στο τελικό προϊόν που γεύεται ο καταναλωτής.

**Ποια πιστεύετε πως ήταν έως σήμερα η μεγαλύτερη πρόκληση που αντιμετώπισατε ως Εταιρεία;**

Όταν ξεκινήσαμε τη διερεύνηση ευκαιριών για το προϊόν μας στο εξωτερικό, η φέτα που ήταν το κύριο προϊόν μας δεν ήταν γνωστή στις αγορές του εξωτερικού και η αγορά ήταν κατακλυσμένη από απομιμήσεις ελληνικών τυριών, παραγόμενων κυρίως στη Γερμανία, την Ολλανδία, τη Δανία, πολύ χαμηλότερου κόστους από τα ελληνικά και με μεγάλες δυνατότητες πλασαρίσματος στο ράφι. Ήταν, τη δεκαετία του '90, σχεδόν αδύνατο να μιλήσει κανείς από την Ελλάδα σε αγοραστή τυριών μίας αλυσίδας του εξωτερικού και φυσικά ακατόρθωτο να ξεκινήσει κάποια δουλειά. Παρ' όλα αυτά η συνεχής και επίμονη παρουσία των Ελλήνων παραγωγών στις διεθνείς εκθέσεις τροφίμων της Ευρώπης, της Αμερικής, της Αυστραλίας, του Καναδά κ.λπ. καθώς και η συνεχής άνοδος του

the prefecture, where the company sold its products until then. We made the first contacts, but realized relatively quickly that the domestic market was highly saturated and decided that in order to realize our vision and create a robust, healthy and competitive unit, we had to turn to other directions. So we moved towards foreign markets. The beginning was certainly disappointingly difficult, but starting with the countries with a large Greek diaspora such as Germany, Belgium, England, the USA, and Australia, we slowly managed to strengthen our presence in Europe and other major markets abroad.

Today, although our Company exports more than 95% of its production worldwide, we maintain the same principles and still consider the factory a means of improving traditional techniques and production in excellent hygienic conditions, as we do not wish to jeopardize the top quality of the cheese, which is our most important competitive advantage.

## “ Quality plays a key role in consumer choice ”

**In your opinion, why are “Roussas Dairy” products chosen by consumers in so many different countries?**

We believe that quality plays a key role in consumer choice and for this reason the manufacturing process of our products has remained constant. Although the equipment, tools, and machinery used have changed dramatically over the years to facilitate human labour, the heart of production has remained unchanged. All Company products are produced using traditional techniques. In all production phases products have the time to mature slowly so as to acquire the optimum taste profile and maintain the flavours and richness of Greek flora in the final product that the consumer tastes.

**What do you think was the biggest challenge you have faced as a company so far?**

When we began exploring opportunities for our products abroad, feta cheese, which was our primary product, was not known in foreign markets. The market was flooded by imitations of Greek cheese, produced mainly in Germany, Holland, and Denmark, at a much lower cost compared to original Greek cheese and with great



μεριδίου αγοράς των λευκών ελαφρύτερων τυριών σε βάρος των κίτρινων, άρχισαν να δίνουν δειλά δειλά το περιθώριο της παρουσίας κάποιων μικρών, στην αρχή, ποσοτήτων ελληνικών προϊόντων στα ράφια των ξένων αλυσίδων και στη συνέχεια στο τραπέζι των καταναλωτών. Με την προσπάθεια της πολιτείας να κατοχυρώσει την ονομασία προέλευσης της φέτας το 1996 και την εν συνεχεία ένταση των Δανών, το θέμα έλαβε τόσο μεγάλη δημοσιότητα ώστε έφτασε να θεωρείται σήμερα, από όλους τους σχετικούς με τον κλάδο, ότι ο όλος θόρυβος έδρασε ως απλήρωτη διαφήμιση για τα ελληνικά συμφέροντα.

Βέβαια, παράλληλα, έδωσε επαρκή χρόνο στους αντιπάλους του προϊόντος να προετοιμάσουν την άμυνα τους, να κατοχυρώσουν και να διαφοροποιήσουν τη θέση τους στο ράφι με τη δημιουργία άλλων παρεμφερών προϊόντων που δε θίγονται από την κατοχύρωση του ονόματος κ.λπ. Όμως σε κάθε συνάντηση με ενδιαφερόμενους αγοραστές, πλέον το θέμα ήταν αρκετά γνωστό, το προϊόν κατέστη η αιχμή τους δόρατος των ελληνικών εξαγωγικών προϊόντων και όλα ήταν ευκολότερα.

Έτσι, σήμερα η φέτα έχει καθιερωθεί ως ένα επιτραπέζιο τυρί για το γεύμα ή το δείπνο κάθε Ευρωπαίου, Αμερικανού ή Αυστραλού καταναλωτή, τουλάχιστον κάποιες φορές την εβδομάδα και όχι μόνο εποχιακά το καλοκαίρι με την Ελληνική ντοματοσαλάτα.

#### **Για ποιο λόγο επιλέγετε να συνεργάζεστε με την Εταιρεία «Πλαστικά Κοτρώνης»;**

Οι συνεργάτες μας αποτελούν βασικό στοιχείο της επιτυχημένης πορείας μας και επιλέγονται με βάση την εταιρική τους φιλοσοφία, την ποιότητα και την προσήλωσή τους στο χτίσιμο μίας υγιούς και μακροχρόνιας σχέσης. Η Εταιρεία «Πλαστικά Κοτρώνης» έχει όλα αυτά τα χαρακτηριστικά που συμπλέουν με τις δικές μας αρχές, επενδύοντας σταθερά στην εξέλιξη των προσφερόμενων προϊόντων και υπηρεσιών και στηρίζοντας απόλυτα τις προσπάθειές μας για το λανσάρισμα νέων προϊόντων, με βάση τις αυξανόμενες απαιτήσεις των αγορών του εξωτερικού.

#### **Πώς αξιοποιείτε τον ελεύθερό σας χρόνο, κε. Ρούσσα;**

Επειδή ο ελεύθερος χρόνος είναι εξαιρετικά πολύτιμος, συνήθως αφιερώνω το μεγαλύτερο μέρος του στα παιδιά και την οικογένειά μου γενικότερα. Αγαπημένη ενασχόληση είναι το περπάτημα στη φύση όταν ο καιρός το επιτρέπει, καθώς και η συνεχής ενημέρωση μέσω σχετικών sites κυρίως, για τις εξελίξεις στις διατροφικές συνήθειες των καταναλωτών ανά τον κόσμο. Τα τελευταία χρόνια, πραγματοποιώντας ένα όνειρο ετών, η επαγγελματική μου ενασχόληση επεκτάθηκε και στο χώρο της οινοποιείας. Πλέον, η Εταιρεία Roussas Wine, έχει ξεκινήσει την εμπορική της δραστηριότητα και αισθανόμαστε ιδιαίτερα υπερήφανοι που οι πρώτες διακρίσεις σε διεθνές επίπεδο επιβραβεύουν την προσπάθειά μας.

#### **Κλείνοντας, θα θέλαμε να μοιραστείτε μαζί μας τους στόχους σας για το μέλλον.**

Οι βασικοί μας στόχοι για το μέλλον είναι οι παρακάτω:

- Αύξηση κύκλου εργασιών 10-12% ανά έτος
- Συνεχής επένδυση σε ανθρώπινο δυναμικό, νέες εγκαταστάσεις και εξοπλισμό
- Ενδυνάμωση της εταιρικής μας παρουσίας στις αγορές προτεραιότητας
- Διείσδυση σε νέες αγορές/χώρες
- Λανσάρισμα νέων καινοτόμων προϊόντων με βάση τις διατροφικές ανάγκες των καταναλωτών

potential for shelf placement. In the 90s it was almost impossible to speak of Greece to a cheese buyer of a foreign chain and of course impossible to do business. Nevertheless, the continuous and persistent presence of Greek producers in international food fairs in Europe, America, Australia, Canada, etc. as well as the constant market share increase of lighter white cheese, began to timidly provide a margin for the presence of some small, initially, quantities of Greek products on the shelves of foreign chains and then onto the consumer table. With the effort of Greece to secure protected designation of origin for feta cheese in 1996 and the subsequent appeal of the Danes, the issue received so much publicity that it acted as unpaid advertising for Greek interests.

At the same time, product rivals were given sufficient time to prepare their defence, to guarantee and diversify their position on the shelf with the creation of other similar products not affected by the registration of the name etc. But in every meeting with interested buyers, the issue was now well-known, feta cheese became the spearhead of Greek export products and everything was easier.

So today feta cheese has been established as a table cheese for lunch or dinner with every European, American or Australian consumer, at least a few times a week and not only in Greek tomato salad in the summer.

#### **Why have you chosen to work with «Kotronis Plastics»?**

Our partners are a key element of our success and are selected based on their corporate philosophy, quality and commitment to building a healthy and long-term relationship. «Kotronis Plastics» has all those features that are in line with our principles, investing steadily in the development of products and services and fully supporting our efforts to launch new products, in order to meet increasing demands of foreign markets.

#### **How do you spend your free time, Mr Roussas?**

Because free time is extremely valuable, I usually spend most of it with my children and my family. My favourite pastime is walking in nature weather permitting, and keeping up to speed with developments in consumer dietary habits worldwide, mainly by consulting relevant sites. In recent years, I realised a lifelong dream and extended my professional interests to wine-making. «Roussas Wine» has started its commercial activity and we feel very proud that the first international awards are rewarding our efforts.

#### **Finally, we would like you to share your goals for the future with us.**

Our main objectives for the future are the following:

- Turnover increase of 10-12% per year
- Continuous investment in people, new facilities and equipment
- Strengthening our corporate presence in priority markets
- Penetrating new markets/countries
- Launching new products based on consumer nutritional needs





“ Οι συνεργάτες μας αποτελούν βασικό  
στοιχείο της επιτυχημένης πορείας μας ”

“ Our partners are a key element of our success ”







# Employees in the Spotlight

## Γνωρίζοντας τον Λευτέρη Αντωνακάκη Meeting Lefteris Antonakakis

Το όραμα και η φιλοδοξία της διοίκησης, η εταιρική κουλτούρα σε όλα τα επίπεδα και η διαρκής επένδυση στην τεχνολογία και σε νέους επιστήμονες αποτελούν το τρίπτυχο της επιτυχίας για την «Kotronis Plastics», σύμφωνα με τον Project Manager, Μηχανολόγο Μηχανικό Msc Λευτέρη Αντωνακάκη, ο οποίος μοιράζεται μαζί μας τις σκέψεις και τους στόχους τόσο τους προσωπικούς όσο και τους εταιρικούς.

### Πώς παίρνουν μορφή οι ιδέες, κε. Αντωνακάκη;

Αρχικά ακούμε τις ανάγκες του συνεργάτη μας και χρησιμοποιώντας την 40ετή εμπειρία μας στο χώρο της συσκευασίας τροφίμων ορίζουμε τις προδιαγραφές του προϊόντος. Συχνά αναγνωρίζουμε τις ανάγκες της αγοράς πριν μας ζητηθεί οπότε παίρνουμε την πρωτοβουλία της ανάπτυξης πραγματικά καινοτόμων προϊόντων.

Λαμβάνουμε υπόψη κάθε λεπτομέρεια της διάρκειας ζωής του προϊόντος, από τη στιγμή της συσκευασίας, παλετοποίησης, αποθήκευσης, χρήσης στις εγκαταστάσεις του πελάτη, εμφάνισης στο ράφι, χρήσης από τον τελικό καταναλωτή και ανακύκλωσης.

Η πρακτικότητα και η δημιουργικότητα στη φάση του σχεδιασμού εγγυώνται καινοτόμες συσκευασίες υψηλής λειτουργικότητας που προσθέτουν αξία στο περιεχόμενό τους. Από τις καθημερινές εμπειρίες των συνεργατών μας είμαστε βέβαιοι ότι ο πλέον αποδοτικός τρόπος προβολής του τροφίμου είναι η ξεχωριστή παρουσία στο ράφι και η λειτουργικότητα.

Τη φάση του σχεδιασμού ακολουθεί άμεσα η δημιουργία δείγματος διακοσμημένου με ετικέτα πανομοιότυπου με το τελικό προϊόν ώστε ο συνεργάτης μας να είναι σε θέση να αξιολογήσει το σχεδιασμό με πραγματικά δεδομένα.

Σε σύντομο χρονικό διάστημα παρέχουμε ένα υψηλής τεχνολογίας καλούπι και ρομποτικό αυτοματισμό που εξασφαλίζουν αποδοτική παραγωγή υψηλής ακρίβειας και ποιότητας.

Είναι εντυπωσιακό το πώς ενισχύεται η εμπορικότητα ενός σωστά συσκευασμένου προϊόντος. Νοιώθουμε περήφανοι που ειδικά στην τελευταία δύσκολη για τη χώρα περίοδο συνεισφέρουμε ενεργά στην προώθηση των εξαιρετικών προϊόντων τροφίμων που παράγονται στην Ελλάδα.

The management's vision and ambition, corporate culture at all levels and constant investment in technology and new scientists are the three reasons for the success of 'Kotronis Plastics', according to Project Manager Lefteris Antonakakis, Mechanical Engineer, Msc, who shares his personal and corporate thoughts and goals.

### How do ideas take shape, Mr Antonakakis?

We begin by listening to our partner's needs. Using our 40-year experience in the field of food packaging, we define product specifications. We often identify market needs beforehand, so we take the initiative of developing truly innovative products.

We take every detail of a product's service life into account, from the moment of packaging, palletizing, storage, customer on-site usage, shelf display, to use by the final consumer and recycling.

Practicality and creativity in the design phase guarantee innovative packaging of high functionality that adds value to content. Our partners' everyday experiences have convinced us that the most efficient way of promoting a product is outstanding shelf presence and functionality.

After the design phase, the creation of a sample with a label identical to the final product allows our partner to evaluate the design in practice.

In a short time we provide a state-of-the-art mould and robotic automation to ensure efficient production of high precision and quality.

It is impressive how a well packaged product enhances its marketability. We feel proud that, especially in this difficult period for our country, we actively contribute to the promotion of exceptional food products produced in Greece.

### What makes 'Kotronis Plastics' stand out?

The vision and values of the company founder K. Kotronis and the current administration that has succeeded him have built a business culture so powerful and authentic that all employees spontaneously identify with and follow.

It is impressive that each of us feels the need to offer customer service and products of highest quality and assist in the ongoing development of the company.

### Τί κάνει την «Πλαστικά Κοτρώνης» να ξεχωρίζει;

Το όραμα και οι αξίες του ιδρυτή της Εταιρείας κ. Κ. Κοτρώνη και της τρέχουσας διοίκησης που τον διαδέχθηκε, έχουν οικοδομήσει μια επιχειρηματική κουλτούρα τόσο ισχυρή και αυθεντική που αυθόρμητα όλοι οι εργαζόμενοι ταυτίζονται και ακολουθούν.

Είναι εντυπωσιακό πως ο κάθε ένας από εμάς νοιώθει την ανάγκη να προσφέρει στον πελάτη υπηρεσίες και προϊόντα υψηλών προδιαγραφών και να συνδράμει στη διαρκή εξέλιξη της εταιρίας.

Το αποτέλεσμα των προσπαθειών είναι η ευελιξία, η προσαρμοσμένη στον κάθε πελάτη ξεχωριστά εξυπηρέτηση, η ταχύτητα παράδοσης και η διαρκής υποστήριξη σε επίπεδα που δεν μπορεί να ακολουθήσει ο ανταγωνισμός.

### Η Εταιρεία καταγράφει μία ιδιαίτερος επιτυχημένη πορεία τα τελευταία χρόνια. Ποιο είναι κατά τη γνώμη σας το μυστικό της επιτυχίας;

Η ευελιξία της Εταιρείας, η ικανότητα να αναγνωρίζει τις τάσεις και τις ανάγκες της αγοράς εγκαίρως και η καινοτομία είναι βασικά συστατικά της επιτυχούς πορείας. Είμαστε σε θέση να μετατρέψουμε μια ιδέα σε ξεχωριστή συσκευασία σε ελάχιστο χρόνο. Αυτό έχει γίνει εφικτό χάρη στις σημαντικές επενδύσεις των τελευταίων ετών, παρά τις προκλήσεις της εποχής, σε εξοπλισμό παραγωγής τελευταίας τεχνολογίας και σε εξαιρετικό ανθρώπινο δυναμικό. Κατά γενική ομολογία επισκεπτών μας, διαθέτουμε από τις πλέον σύγχρονες και καθαρές παραγωγικές εγκαταστάσεις στον τομέα μας πανευρωπαϊκά.

Παράλληλα φροντίζουμε διαρκώς για τον περιορισμό κατανάλωσης πόρων μειώνοντας τόσο το ενεργειακό μας αποτύπωμα όσο και το κόστος παραγωγής, όφελος που μετακυλιέται στον πελάτη. Ενδεικτικά, επενδύσεις προς αυτή την κατεύθυνση είναι η εγκατάσταση γεωθερμικής ενέργειας για τις ψυκτικές ανάγκες της παραγωγής, το τελευταίας τεχνολογίας έξυπνο σύστημα κλιματισμού και αερισμού των εγκαταστάσεων, η αποκλειστική χρήση λαμπτήρων LED, ο προσεγμένος σχεδιασμός δρομολογίων του σύγχρονου στόλου μεταφορικών μέσων μας κ.ά. Ως αποτέλεσμα τα τελευταία χρόνια έχουμε πλέον καταμετρημένη μείωση ενεργειακού αποτυπώματος σε ποσοστό μεγαλύτερο του 30%.

### Εκτός Εταιρείας, πώς επιλέγετε να δαπανάτε τον ελεύθερο χρόνο σας;

Απολαμβάνω τον ελεύθερο χρόνο με μικρές καθημερινές δραστηριότητες με την οικογένειά μου και με φίλους. Ένας καφές στο γραφικό λιμάνι της Ναυπάκτου, γεύμα σε μια ψαροταβέρνα δίπλα στη θάλασσα, μια εξόρμηση στα μαγευτικά ορεινά τοπία της περιοχής, μια βόλτα στην παραλία με την οικογένεια αποτελούν στιγμές χαλάρωσης. Νοιώθω τυχερός που ζω και εργάζομαι σε μια όμορφη περιοχή που προσφέρει καθ' όλη τη διάρκεια του χρόνου πολλές επιλογές.

Παράλληλα προσπαθώ να βρίσκω χρόνο για άθληση και ανάγνωση βιβλίων που σχετίζονται με το αντικείμενό μου.

The result of these efforts is high flexibility, customized customer service, shortest possible delivery times and constant support at such high levels that the competition cannot follow.

### 'Kotronis Plastics' has been particularly successful in recent years. What is the secret of success, in your opinion?

Company flexibility, the ability to promptly identify market trends and demands, and innovation are key components of this successful course. We are able to transform an idea into an outstanding package in minimum time. This has become possible thanks to substantial investment in recent years, despite the challenges of the times, as well as state-of-the-art production equipment and exceptional manpower. It is generally admitted that we have one of the most modern and cleanest production facilities in our sector, which all of our visitors can attest to.

At the same time, we are constantly trying to limit resource consumption by reducing both our carbon footprint and production costs, for the benefit of the customer. Investments in this direction include a geothermal energy installation for production cooling needs, our facilities' hi-tech intelligent air conditioning and ventilation system, exclusive use of LED lamps, optimized scheduling of our modern transport fleet etc. As a result, in the last three years we have a proven carbon footprint reduction of more than 30%.

### How you choose to spend your free time outside of work?

I enjoy spending my free time with my family and friends. A coffee in the picturesque port of Nafpaktos, lunch at a tavern by





**Σε προσωπικό επίπεδο, πώς θα ορίζατε το κέρδος σας από τη δραστηριοποίησή σας στην «Πλαστικά Κοτρώνης» και ποιοι είναι οι στόχοι σας για το μέλλον;**

Πάντα ένιωθα ικανοποιημένος με το επάγγελμά μου και το εξασκώ με ευχαρίστηση και πάθος. Η δυνατότητα της δημιουργίας και της διαρκούς εξέλιξης που υπάρχει στη βιομηχανία είναι μια διαρκής πρόκληση που επιδιώκω.

Στην «Πλαστικά Κοτρώνης» μου έχουν δοθεί εξαιρετικές συνθήκες εργασίας, υποστήριξη και εμπιστοσύνη οπότε, με μεγάλη ευχαρίστηση και ικανοποίηση, έχω ταυτιστεί με τις ανάγκες της.

Το όραμα και η φιλοδοξία της διοίκησης, η εξαιρετική και νεανική ομάδα στελεχών, η εταιρική κουλτούρα σε όλα τα επίπεδα και η διαρκής επένδυση στην τεχνολογία δημιουργούν μια δυναμική και ένα περιβάλλον στο οποίο έχω εξελιχθεί ως μηχανικός και ως άνθρωπος.

Η ενίσχυση της ανταγωνιστικότητας της Εταιρείας, η δημιουργία καινοτόμων λύσεων και η προστιθέμενη αξία σε προϊόντα που παράγονται στον τόπο μας είναι η διαρκής μου επιδίωξη.

the sea, a trip on the majestic mountain landscapes of the area, a walk on the beach with the family are relaxing moments. I feel lucky that I live and work in a beautiful area that offers many options throughout the year.

At the same time I try to find time for sports and reading books related to my field.

**On a personal level, what have you gained from your involvement in 'Kotronis Plastics' and what are your goals for the future?**

I have always felt really satisfied with my profession and I practice it with pleasure and passion. The possibility of creation and continuous development that exists in the industry is an ongoing challenge that I seek.

'Kotronis Plastics' has provided me with excellent working conditions, support and confidence, so it is with great pleasure and satisfaction that I have identified with its needs.

The management's vision and ambition, an excellent team of young executives, corporate culture at all levels and constant investment in technology create a dynamic environment, in which I have evolved as an engineer and as a person.

# Συσκευασία: Ένα σημαντικό εργαλείο marketing

## Packaging: An important marketing tool

By Dr. Georgios Kampouridis\*



**“ Η ποιοτική συσκευασία αποτελεί αναπόσπαστο κομμάτι της ποιότητας των προϊόντων ”**

*“ Quality packaging is an indispensable part of product quality and promotion ”*

### Νέες τεχνολογίες, ποιότητα και καινοτομία

Πεποίθηση των περισσότερων στελεχών στη βιομηχανία τροφίμων είναι πως η ποιότητα του προϊόντος και η ανταγωνιστική τιμή του, συνθέτουν τους κυρίαρχους παράγοντες που καθορίζουν τη δυνατότητα διεξόδου της εκάστοτε εταιρείας σε νέες αγορές ή και τη διατήρηση των μεριδίων της στις ήδη υπάρχουσες.

### Αναπόσπαστο κομμάτι ποιότητας και προώθησης των προϊόντων

Ο ρόλος της συσκευασίας, πολλές φορές, υποβαθμίζεται ως δευτερευούσης σημασίας και αντιμετωπίζεται περισσότερο ως δαπάνη, παρά ως ένας παράγοντας που αφενός συμπληρώνει την αξία του προϊόντος και αφετέρου αναβαθμίζει την εικόνα της εταιρείας ως ένα σημαντικό ανταγωνιστικό πλεονέκτημα. Παράλληλα, η ποιοτική συσκευασία αποτελεί αναπόσπαστο κομμάτι της ποιότητας των προϊόντων, καθώς διασφαλίζει:

- A. την ασφαλή αποθήκευση και διακίνηση των προϊόντων,
- B. τη διατήρηση των ποιοτικών χαρακτηριστικών των τροφίμων εντός του προβλεπόμενου χρόνου κατανάλωσής τους,
- Γ. την καλύτερη προσέλκυση των δυνητικών πελατών, σε σύγκριση με προϊόντα του ανταγωνισμού «catch the eye of the potential customer», λαμβάνοντας υπόψη, για παράδειγμα, ότι ο πελάτης αφιερώνει λιγότερο από ένα λεπτό για να επιλέξει ένα προϊόν ψυγείου.

Η συσκευασία αποτελεί σημαντικό εργαλείο marketing μιας και επικοινωνεί ένα σύνολο πληροφοριών σχετικά με τα παρεχόμενα τρόφιμα, όπως: συστατικά του προϊόντος, διατροφική αξία, συν-

### Novel technologies, quality and innovation

Most executives in the food industry believe that a product's quality and competitive price are the dominant factors that determine whether the company penetrates into new markets or even maintains its existing market share.

### Indispensable part of product quality and promotion

The role of packaging is often downgraded and treated as an expense rather than a factor that complements product value and enhances company image as a significant competitive advantage. At the same time, quality packaging is an integral part of product quality, since it ensures:

- A. safe storage and handling,
- B. preservation of product quality until expiration date,
- C. attraction of potential customers – “catch the eye of the potential customer”– considering, for example, that customers spend less than a minute to choose a cooler product.

Packaging is an important marketing tool as it provides a set of information on the product (product ingredients, nutritional value, preservation conditions, source of raw materials, production site, etc.), which bonds consumers with the company more than the product itself.

### Customer choice

According to the findings of the European survey FLABEL (Food Labelling to Advance Better Education for Life), the time a

θήκες διατήρησης, προέλευση πρώτων υλών, χώρα και εταιρεία παραγωγής κλπ, τα οποία καταφέρνουν να συνδέσουν περισσότερο τον τελικό καταναλωτή με την εταιρεία από το ίδιο το προϊόν.

## Η επιλογή των πελατών

Σύμφωνα με τα αποτελέσματα της πανευρωπαϊκής έρευνας FLABEL (Food Labelling to Advance Better Education for Life), ο χρόνος που σπαταλά ένας πελάτης για την επιλογή κάποιου προϊόντος είναι ελάχιστος και κυμαίνεται από 25 έως 100 χιλιοστά του δευτερολέπτου. Ως εκ τούτου, η ποιότητα, η εμφάνιση και οι αναγραφόμενες πληροφορίες στη συσκευασία των τροφίμων, σε συνδυασμό πάντα με τα κίνητρα του κάθε καταναλωτή, καθορίζουν τα κριτήρια επιλογής της πλειοψηφίας των ευρωπαϊκών αγοραστών.

Η εισαγωγή πρωτοποριακών προϊόντων στην αγορά τροφίμων βασίζεται τόσο στις ευκαιρίες και δυνατότητες που υπόσχονται οι νέες τεχνολογίες του κλάδου των τροφίμων, όσο και στη συνεργατική καινοτομία με μια πρωτοποριακή, προηγμένης ποιότητας και υψηλού επιπέδου σχεδιασμού συσκευασία, η οποία εντάσσεται σε μία από τις παρακάτω νέες τεχνολογίες συσκευασίας (σύμφωνα με το πρόγραμμα RECAPT):

- Έξυπνη συσκευασία
- Ταυτοποίηση συσκευασίας με ραδιοσυχνότητες (RFID)
- Βρώσιμη επικάλυψη
- Ενεργή συσκευασία
- Βιοαποικοδομήσιμη λεπτή στιβάδα συσκευασίας

## Η συνεργατική καινοτομία ως προσφορά αξίας

Τα μέχρι τώρα ευρήματα περιορισμένων περιπτώσεων συνεργατικής καινοτομίας συσκευασίας τροφίμων, έδειξαν προστιθέμενη αξία στον τελικό καταναλωτή καθώς, οι νέες τεχνολογίες εξασφάλισαν τρόφιμα ελεύθερα από πρόσθετα και συντηρητικά και με παρατεταμένο χρόνο ζωής στο ράφι.

Τέλος, οι ριζοσπαστικές νέες τεχνολογίες στη συσκευασία τροφίμων κατέστησαν δυνατά τα ανωτέρω οφέλη αλλά, παράλληλα, επέτρεψαν και σε άλλους κλάδους της βιομηχανίας να πειραματιστούν με αυτές με σκοπό την επέκταση χρήσης τους και σε άλλες εφαρμογές.

\*Μηχανολόγος μηχανικός, Mba, Phd, Καθηγητής Τμήματος Μηχανολόγων Μηχανικών ΤΕΙ Δυτικής Ελλάδας, Σύμβουλος επιχειρήσεων

\*Mechanical engineer, Mba, Phd, Professor, Department of Mechanical Engineering, TEI of Western Greece, Business consultant

customer spends on choosing a product is minimal (25-100 milliseconds). Therefore, the selection criteria of the majority of European shoppers are determined by quality, appearance and information on food packaging, always in conjunction with individual consumers' motivation.

The introduction of innovative products in the food market is based both on the opportunities created by promising novel

technologies in the food sector and on collaborative innovation with innovative, high-quality design packaging, which fits into one of the following packaging technologies (according to RECAPT):

- Smart packaging
- Identification with radio frequency (RFID)
- Edible coating
- Active packaging
- Biodegradable packaging films

## Collaborative innovation as value offer

So far there have been few cases of collaborative innovation in food packaging, but findings have shown that it provides added value to the final consumer, as novel technologies have procured products free of additives with extended shelf life.

Finally, radical new technologies in food packaging have not only made the aforementioned benefits possible, but have also enabled other industry sectors to experiment with them in order to extend their use to different applications.



# Ναύπακτος: Μονοπάτια Πολιτισμού

## Φετιχιέ Τζαμί | Εκεί που η Ιστορία συναντά τον Πολιτισμό

Nafpaktos: Trails of culture  
Fethiye Mosque | Where History Meets Culture

### Η Ναύπακτος ταξιδεύει τον επισκέπτη στο χρόνο

Ναύπακτος. Ο τόπος που κατακλύζεται από ιστορικότητα και ομορφιά σε κάθε γωνιά του και φέρει στις πλάτες του μέρες ένδοξες και στιγμές που καθόρισαν το ρου της παγκόσμιας ιστορίας, σαγηνεύει τον επισκέπτη από το πρώτο κιάλας βλέμμα, αποπλάνωντας τις αισθήσεις του και ταξιδεύοντάς τον στο χρόνο.

Το όνομα της αρχαίας καστροπολιτείας συνδέεται με τις θαλάσσιες μετακινήσεις των Δωριέων που περί τα τέλη του ΙΒ' π.Χ. αιώνα, θέλησαν να περάσουν στην αντίπερα όχθη της Πελοποννήσου και ναυπήγησαν στην στρατηγικής σημασίας περιοχή τα πλοία τους. Από τη σύνθεση των λέξεων «ναυς» και «πήγνυμι» προέκυψε η... «Ναύπακτος». Μέσα στους αιώνες, η πόλη άκμασε, βρέθηκε στο επίκεντρο εμπορικών και οικονομικών συναλλαγών, απετέλεσε το μήλον της έριδος μεταξύ ηγεμονιών λόγω της κείρας θέσης της, κατακτήθηκε, υμνήθηκε, ενέπνευσε. Και είναι αυτή ακριβώς η μακρά και πλούσια πορεία που είχε ως αποτέλεσμα το φυσικό της κάλλος να ενισχυθεί με σημαντικά μνημεία διαφόρων πολιτισμών. Κάθε κατακτητής και ηγεμόνας, κάθε πολιτισμός και κουλτούρα θέλησε να αφήσει το δικό του στίγμα.

Έτσι και ο Σουλτάνος Βαγιαζήτ ο Β'. Κατακτώντας τη Ναύπακτο από τους Βένετους το 1499, έδωσε εντολή να κατασκευαστεί το πιο σημαντικό διασωζόμενο τέμενος της περιοχής. Φέρει το όνομα «Φετιχιέ Τζαμί» ή «Τζαμί της κατάκτησης» και μπορεί ο επισκέπτης να το συναντήσει κατηφορίζοντας από το κάστρο με κατεύθυνση προς το ιστορικό ενετικό λιμάνι της πόλης και τον ανατολικό βραχίονα. Δεσπόζει στο ίδιο σημείο εδώ και 518 έτη.

**“ Μετά την πλήρη ανακαίνισή του το Φετιχιέ Τζαμί αποτελεί ένα από τα πιο ζωντανά κύτταρα πολιτισμού της περιοχής ”**

### Nafpaktos takes visitors back in time

Nafpaktos. A land that is flooded with history and beauty in every corner, carrying the weight of glorious days and moments that have determined the course of world history, captivates you from the very first look, seducing the senses and taking visitors back in time.

The name of the ancient castle town is associated with sea transport of the Dorians. Wanting to cross over to the Peloponnese, they built their vessels in this strategic region at the end of 12th century BC. “Ναύπακτος” (Nafpaktos) is a compound of the ancient Greek words «ναύς» (boat) and «πήγνυμι» (construct).

Through the centuries, the town flourished, found itself at the center of commercial and financial transactions, constituted the bone of contention between hegemonies because of its key position, was conquered, praised, and inspired. It is precisely this long and rich course that resulted in its natural beauty being enhanced by important monuments of different cultures. Each conqueror and ruler, each civilization and culture wanted to leave their mark.

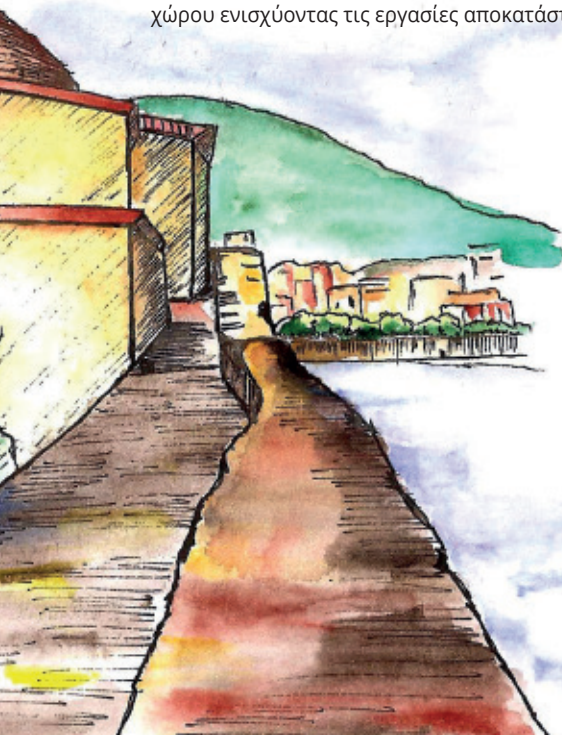






Μετά την πλήρη ανακαίνισή του, το κτήριο αποτελεί ένα από τα πιο ζωντανά κύτταρα πολιτισμού της περιοχής, καθώς υπό τη σκέπη της Εφορείας Αρχαιοτήτων Αιτωλοακαρνανίας Λευκάδας φιλοξενούνται εκεί εκθέσεις ζωγραφικής, γλυπτικής, φωτογραφίας σημαντικών καλλιτεχνών, ενώ λαμβάνουν χώρα ειδικές εκδηλώσεις.

\*Η Εταιρεία «Πλαστικά Κοτρώνης» επί σειρά ετών στηρίζει εμπράκτως πολιτιστικές δράσεις που λαμβάνουν χώρα στο «Φετιχιέ Τζαμί» και έχει λάβει πρωτοβουλίες για την ανάδειξη του ιστορικού χώρου ενισχύοντας τις εργασίες αποκατάστασης.



So did Sultan Bayezid II. Conquering Nafpaktos from the Venetians in 1499, he gave the order to construct the most important surviving mosque in the area. It bears the name «Fethiye Mosque» or «Mosque of the Conquest» and visitors see it as they descend from the castle towards the historic Venetian harbor and the eastern arm. The mosque has stood at the same place for 518 years.

**“ After its complete renovation, Fethiye Mosque is one of the most vibrant culture cells in the region ”**

After its complete renovation, the building is one of the most vibrant culture cells in the region. Under the auspices of the Ephorate of Antiquities of Aitoloakarnania and Lefkada, it hosts painting, sculpture and photography exhibitions of major artists, as well as special events.

\* The Company «Kotronis Plastics» has actively supported cultural activities taking place in «Fethiye Mosque» for many years and has taken initiatives to showcase the historic building by contributing to restoration work.

## Η ...εκτός των συνόρων Ναύπακτος Nafpaktos ... abroad



Με ειδίκευση στον τομέα της Αειφόρου Διαχείρισης Αποβλήτων και έμφαση στην ενεργειακή αξιοποίηση, ο **Αθανάσιος Μπουρτσάλας** που γεννήθηκε και μεγάλωσε στη Ναύπακτο, σταδιοδρομεί στις Ηνωμένες Πολιτείες ως Λέκτορας στο τμήμα Μηχανικών Περιβάλλοντος του Πανεπιστημίου Columbia (Earth and Environmental Engineering Department) και είναι Διευθυντής του Κέντρου Περιβαλλοντικής Μηχανικής (Earth Engineering Centre).

Διαγράφοντας μία αξιοσημείωτη πορεία, ο κος. Μπουρτσάλας δραστηριοποιείται σε έναν τομέα που μπορεί να βρει εφαρμογή στη Ναύπακτο στο επίπεδο της ενεργειακής εκμετάλλευσης των αποβλήτων του οργανωμένου χώρου διαχείρισης που διαθέτει (ΧΥΤΑ Βλαχόμανδρας), με βασικό σκοπό τη μελλοντική αποκόμιση πολλαπλών οφελών για την ευρύτερη περιοχή, περιβαλλοντολογικής και οικονομικής κατά βάση φύσεως.

**Πώς αποφάσισες να σταδιοδρομήσεις επαγγελματικά στο εξωτερικό;**

Η απόφασή μου να δραστηριοποιηθώ στο εξωτερικό ήταν ίσως συνυφασμένη με κάποια οικογενειακά πρότυπα που είχα και ήταν μία συνειδητή μου απόφαση. Ήταν ουσιαστικά σα να ακολουθού το όνειρό μου.

**Ποια είναι τα χαρακτηριστικά που κατά τη γνώμη σου κάνουν τους Έλληνες να διαπρέπουν στο εξωτερικό;**

Η αποφασιστικότητα και θα έλεγα σίγουρα ο τρόπος σκέψης. Ένα ιδιαίτερο χαρακτηριστικό των Ελλήνων είναι ότι έχουν πολύ ανεπτυγμένο ένστικτο, κάτι που τους βοηθάει ώστε να αντιμετωπίσουν και να διαχειριστούν πιο εύκολα κάποιες καταστάσεις.

**Τί είναι αυτό που σου λείπει περισσότερο από την πόλη σου, τη Ναύπακτο;**

Σίγουρα θα έλεγα η οικογένειά μου και οι φίλοι μου. Βέβαια γνωρίζω ότι με ανθρώπους που είσαι αρκετά δεμένος, δε χάνεσαι όσος καιρός και να περάσει και είναι κάτι που μου δίνει κουράγιο.

**Σε 10 χρόνια από σήμερα, ποιες θα ήταν για εσένα οι προϋποθέσεις εκείνες που ιδανικά θα μπορούσε να πληροί η Ναύπακτος, ώστε ένας άνθρωπος με τη δική σου σταδιοδρομία να εξετάσει σοβαρά το ενδεχόμενο επιστροφής;**

Η αλήθεια είναι ότι δεν έχω οραματιστεί τη ζωή μου 10 χρόνια μετά, αλλά ιδανικά θα μου άρεσε να δω κάποιες ευκαιρίες και πρωτοβουλίες που θα σημαίνουν πραγματική θέληση για ανάπτυξη. Ο τομέας μου, για παράδειγμα, είναι η διαχείριση απορριμμάτων και δεν έχω παρατηρήσει καμία ιδιαίτερη προσπάθεια σε εθνικό ή τοπικό επίπεδο.

Specialising in the field of Sustainable Waste Management with a focus on energy recovery, **Athanasios Bourtsalas**, who was born and raised in Nafpaktos, now pursues a career in the United States as Lecturer Professor at Columbia University (Earth and Environmental Engineering Department) and Director of the Earth Engineering Centre.

Carving out a remarkable path, Mr Bourtsalas is active in a field that can be applied in Nafpaktos on energy recovery of the town's waste disposal site (Vlachomandra landfill), with the aim of reaping multiple environmental and economic benefits for the region.

**How did you decide to pursue a career abroad?**

My decision to work abroad was probably linked to some family models I had and it was a conscious decision. I was essentially following my dream.

**What are the features that make Greeks excel abroad in your opinion?**

Determination and I would certainly add their way of thinking. Greeks have a highly developed instinct, which helps them to cope and manage certain situations more easily.

**What is it that you miss most from your town, Nafpaktos?**

I would definitely say my family and my friends. Of course I know that you don't lose people you are quite close with, no matter how much time passes, and that gives me courage.

**In 10 years from now, what would be the ideal conditions that might make a man of your career seriously consider returning to Nafpaktos?**

The truth is that I haven't envisioned my life after 10 years, but ideally I would like to see some opportunities and initiatives that would mean a real will for development. In my field, waste management, for example, I have not seen any particular effort at national or local level.

## Διαδρομές Παραγωγής

### Production routes

#### Τροφοδοτώντας τη γνώση και τη σκέψη των μαθητών

Υλοποιώντας το πρόγραμμα «Διαδρομές Παραγωγής» δεκάδες παιδιά έχουν την ευκαιρία να ξεναγηθούν στους χώρους της «Πλαστικά Κοτρώνης» ώστε να ανακαλύψουν τον τομέα της ελληνικής βιομηχανίας και, ειδικότερα τον τομέα της ελληνικής βιομηχανίας συσκευασίας τροφίμων.

#### Ένας αμοιβαία ωφέλιμος διάλογος

Ιδιαίτερη βαρύτητα δίδεται και στις προγραμματισμένες επισκέψεις που πραγματοποιούν φοιτητές και σπουδαστές στις εγκαταστάσεις της «Πλαστικά Κοτρώνης», στο πλαίσιο των συνεργασιών που αναπτύσσονται με ακαδημαϊκά τμήματα και Σχολές Πανεπιστημίων.

#### Broadening students' knowledge and thinking

The programme «Production Routes» gives dozens of children the opportunity to tour the premises of «Kotronis Plastics» and discover Greek industry, in particular, the sector of Greek food packaging industry.

#### A mutually beneficial dialogue

Particular attention is also given to organized university student visits at «Kotronis Plastics» facilities within the partnerships developed with academic departments and faculties.



## Οι εκδηλώσεις μας

### Our events



Τιμώντας τους παλαιότερους και επιβραβεύοντας τους καλύτερους εργαζόμενους ανά τομέα, η Εταιρεία «Πλαστικά Κοτρώνης» σε μία ιδιαίτερη εκδήλωση έκοψε την πρωτοχρονιάτικη βασιλόπιτά της για το 2017.

“Kotronis Plastics” welcomed 2017 with a special event, where the Company honored its oldest staff members and rewarded its best employees per department.



Σε ειδική εκδήλωση τελέστηκε ο αγιασμός της νέας πτέρυγας εκτάσεως 5.500 τ.μ. που προστέθηκε στις ήδη υπάρχουσες εγκαταστάσεις της «Πλαστικά Κοτρώνης» για να φιλοξενήσει το νέο μηχανουργείο και τους αποθηκευτικούς χώρους.

In a special ceremony, “Kotronis Plastics” inaugurated the new 5,500 m<sup>2</sup> wing, which was built to house the new mould shop and warehouse.



# Plastic Packaging

for food products

we **design**  
**produce**  
**protect** your **product**  
your **brand**

