



FORM
novation
KOTRONIS PLASTICS



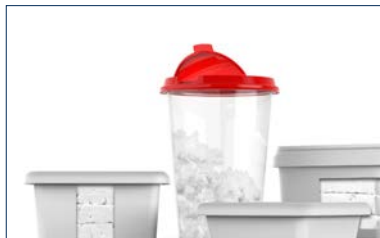
Συντελώντας καθοριστικά στη διαμόρφωση της συσκευασίας φέτας

Shaping the design of feta cheese packaging - page 4

Συνομιλώντας με τον Αναπληρωτή Γενικό Διευθυντή της ΔΩΔΩΝΗ, Μιχάλη Παναγιωτάκη
Talking with Michalis Panagiotakis, DODONI's Deputy General Manager - page 6

Ναύπακτος: Μονοπάτια Πολιτισμού / Το Αρχαίο Θέατρο της Μακύνειας
Nafpaktos: Trails of Culture / Ancient Theatre of Makyneia - page 24

Περιεχόμενα Table of contents



- 3 Editorial
- 4 Kotronis Plastics – The Company
Συντελώντας καθοριστικά στη
διαμόρφωση της συσκευασίας φέτας
Shaping the design of feta cheese packaging



- 6 Our clients – Our partners
Συνομιλώντας με τον Αναπληρωτή Γενικό
Διευθυντή της ΔΩΔΩΝΗ, Μιχάλη Παναγιωτάκη
Talking with Michalis Panagiotakis, DODONI's
Deputy General Manager



- 12 We think together
Τί είναι branding και πώς να το αποφύγετε!
What's branding and how to avoid it!
- 14 Employees in the Spotlight



- 19 IN Focus
Ο οδικός χάρτης της χώρας άλλαξε.
Στο χέρι μας η ευκαιρία
The country's road map has changed. An
opportunity in our hands



- 22 Nafpaktos... abroad
- 24 Nafpaktos: Trails of Culture
Το Αρχαίο Θέατρο της Μακύνειας
The Ancient Theatre of Makyneia



- 27 Production Routes
- 28 Social Responsibility /
Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη
- 30 Newsletter



Issue 3,
March, 2018
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/Design: Yannis Kalpakioris
Translation: Hara Papadokostaki
Photos: Studio Siamos - Nikos Siamos, Panagiotis Tsousis, Dimitrios Ioannou, Zoi Dedrami
Print-run: 2000
Printing: Stephanos Karydakos SA – Printing House
Published: March and September

"K.Kotronis Plastics SA", Malamata Fokidas, 33056 Efpalio, 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



Αγαπητές φίλες / Αγαπητοί φίλοι,

Διαχρονικά, ως Εταιρεία, στηρίζουμε τους πελάτες μας καθορίζοντας από κοινού τις εξελίξεις στο χώρο της συσκευασίας τροφίμων. Έχοντας πλήρη γνώση της αγοράς, των απαιτήσεων της εποχής και αφουγκραζόμενοι τις ανάγκες τους, έχουμε συμβάλει καταλυτικά στη σημερινή μορφή που έχουν λάβει πολλά και γνωστά προϊόντα. Μεταξύ αυτών, οι συσκευασίες της φέτας.

Το προϊόν που έχει χαρακτηριστεί και ως «λευκός χρυσός» για την Ελλάδα, είναι ένα από τα σημαντικότερα εξαγωγίμα τρόφιμα της χώρας και ένα από τα πλέον αναγνωρίσιμα στον κόσμο. Για εμάς, η συσκευασία της φέτας, μαζί με εκείνη του γιαουρτιού, αποτελούν τους δύο βασικότερους πυλώνες της παραγωγής μας, οι οποίοι μάς έχουν καθιερώσει στη συνείδηση όλων ως Εταιρεία ηγέτιδα στον κλάδο της.

Στις σελίδες που ακολουθούν θα γνωρίσετε τις καινοτόμες συσκευασίες που στο πέρασμα των ετών έχουμε σχεδιάσει, προτείνει και διαμορφώσει από κοινού με τους πελάτες μας, παρέχοντας στα εξαιρετικά προϊόντα τους την προστιθέμενη αξία που δύναται να προσφέρει μία ποιοτική συσκευασία υψηλών προδιαγραφών.

Παράλληλα, σας συστήνουμε, όπως και σε κάθε τεύχος, τους ανθρώπους της Εταιρείας μας. Σε πρώτο πλάνο αυτή τη φορά, οι οδηγοί μας που καθημερινά μεταφέρουν τα προϊόντα μας σε όλη την Ελλάδα και χαρακτηρίζονται, όπως και το σύνολο των εργαζομένων, από ιδιαίτερη αφοσίωση και αγάπη προς την Εταιρεία. Αναμφισβήτητα, η δυναμική πορεία και καθιέρωσή μας στον κλάδο της πλαστικής συσκευασίας τροφίμων, αλλά και τη βιομηχανία ευρύτερα, οφείλεται σε μεγάλο βαθμό στους ανθρώπους μας που θεωρούμε πως έχουν συμβάλει καταλυτικά προς αυτή την κατεύθυνση. Ταυτιζόμενοι αυθόρμητα με την εταιρική κουλτούρα, το όραμα και τις αξίες που έχει αφήσει ως παρακαταθήκη στη νεότερη γενιά ο ιδρυτής μας **Κωνσταντίνος Κοτρώνης**, καθημερινά, καταβάλλουν τα μέγιστα, συμβάλλοντας καταλυτικά στην αναπτυξιακή πορεία της Εταιρείας.

Καλή ανάγνωση!

Dear friends,

Our company has always supported our clients over time, by changing the field of food packaging together with them. Having a deep knowledge of the market and current demands and listening to our clients' needs, we have contributed decisively to the form many well-known products have today, among which feta packaging.

The product that has been described as "white gold" for Greece is one of the country's most important food exports, recognizable worldwide. The packaging of feta, along with that of yogurt, are the two main pillars of our production, which have established our company as a leader in the industry.

In the following pages you will get to know the innovative packaging we have designed, proposed and developed together with our clients over the years, with high quality packaging bringing added value to their excellent products.

At the same time, we are introducing our company people, just like in every issue. Our drivers are brought to the foreground this time, the people who carry our products to the whole of Greece every day, with special dedication and love for the company, qualities shared by all our employees.

Undoubtedly, our dynamic development and strong foothold in the plastic packaging industry, as well as in the industry at large, is largely due to our people, who have contributed significantly in this direction. Spontaneously identifying with the corporate culture, the vision and the values that constitute Mr. **Konstantinos Kotronis'** legacy to the younger generation, our people make maximum effort, making an invaluable contribution to the company's growth.

Happy reading!

Giorgos K. Kotronis

President and CEO "Kotronis Plastics"

Συντελώντας καθοριστικά στη διαμόρφωση της **συσσκευασίας φέτας**, σχεδιάζουμε την επόμενη ημέρα

Shaping the design of feta cheese packaging planning for tomorrow



Με τις πρώτες αναφορές στην ελληνική μυθολογία όπου οι θεοί του Ολύμπου φέρονται να την προσφέρουν στους τυχερούς θνητούς, αλλά και την Οδύσσεια του Ομήρου όπου ο κύκλωπας Πολύφημος εμφανίζεται να είναι ο πρώτος παρασκευαστής της, η φέτα αποτελεί σήμερα βασικό στοιχείο της μεσογειακής διατροφής και ιδιαίτερα της ελληνικής.

Θεωρείται υψηλής αξίας τρόφιμο, χαρακτηρίζεται ως «λευκό χρυσός» και έχοντας κατακτήσει την κορυφή στις ελληνικές εξαγωγές, συμπεριλαμβάνεται στη λίστα των σημαντικότερων και διεθνώς αναγνωρισμένων προϊόντων μας. Σύμφωνα με την αρθρογραφία, παρά την κρίση, φαίνεται ότι διατηρεί και ενίοτε ενισχύει τα μερίδιά της στις αγορές του εξωτερικού.

Με γνώμονα τις προτιμήσεις των καταναλωτών

Πολλές γνωστές ελληνικές τυροκομικές επιχειρήσεις αναγνωρίζονται διεθνώς καθότι διαθέτουν τα μεγαλύτερα εμπορικά σήματα στην παγκόσμια αγορά φέτας. Σημειώνεται δε πως τα τελευταία χρόνια, η ζήτηση φέτας σε τυποποιημένη μορφή παρουσιάζει, σε παγκόσμιο επίπεδο, ιδιαίτερη αύξηση, κυριαρχώντας στις προτιμήσεις των καταναλωτών. Βασικές αιτίες για αυτό είναι η ασφάλεια και η καλύτερη συντήρηση του προϊόντος, μιας και ο σύγχρονος καταναλωτής εμφανίζεται ιδιαίτερα απαιτητικός ειδικά ως προς αυτά τα δύο ζητήματα.

Λανσάροντας πρωτοποριακούς κωδικούς

Με 9 νέους κωδικούς το 2017 και έχοντας εισάγει συνολικά 36 πρωτοποριακές συσκευασίες τροφίμων, 100% ανακυκλώσιμων, την τελευταία τετραετία, ως Εταιρεία έχουμε συντελέσει καθοριστικά στον τρόπο με τον οποίο λανσάρονται στην ελληνική και διεθνή αγορά προϊόντα όπως η φέτα, αλλά και το γιαούρτι και οι σαλάτες. Η εμπιστοσύνη που επιδεικνύεται στις premium συσκευασίες μας, έχει ως αποτέλεσμα οι πελάτες μας να διευρύνουν την γκάμα τους και να ενισχύουν σημαντικά τις πωλήσεις τους εντός και εκτός Ελλάδας.

Feta's earliest references are found in Greek mythology, with Olympian gods offering it to lucky mortals, while in Homer's Odyssey the cyclops Polyphemus is shown to be its first manufacturer. Today feta cheese is a basic element of the Mediterranean diet, and even more so of the Greek diet.

A high-value food characterized as "white gold", feta cheese has conquered first place in Greek exports and is included among our most important and internationally recognized products. Despite the crisis, it seems to have maintained and often increase its share in foreign markets.

Catering for consumer preferences

Many well-known Greek cheese producers are internationally recognized as the leading brands in the world feta market. It is noteworthy that recent years have seen a marked increase in the demand for feta in standardized packaging, which dominates consumer preferences worldwide. The main reasons for this are increased product safety and better product preservation, as modern consumers appear particularly demanding in terms of both these issues.

Launching innovative products

With nine new product codes in 2017 added to the total of 36 innovative 100% recyclable food packages we produced over the last four years, "Kotronis Plastics" has contributed significantly to the way in which products such as feta, yogurt, and salads are launched in the Greek and international markets. The confidence shown in our premium packages has resulted in our customers expanding their range and significantly boosting their sales both in Greece and abroad.

Καινοτομία στην πράξη

Μεταξύ αυτών των νέων κωδικών, η νέα barrier συσκευασία για την Crumbled Feta DODONI το 2017, με την οποία εισήχθη στην αγορά η καινοτομία του αναδιπλώμενου πώματος easy flip που εξασφαλίζει ευκολότερη χρήση. Το συγκεκριμένο προϊόν μάλιστα, βρίσκεται ήδη στα ράφια των μεγαλύτερων super markets των Ηνωμένων Πολιτειών της Αμερικής.

«Η Εταιρεία μας υπήρξε σημείο αναφοράς για αποφασιστικές αλλαγές»

Κοιτάζοντας πίσω στο χρόνο, η Εταιρεία μας υπήρξε σημείο αναφοράς και αναμφισβήτητα αιτία να συντελεστούν καθοριστικές αλλαγές στη συσκευασία των τροφίμων. Ένα από τα χαρακτηριστικότερα παραδείγματα είναι οι συσκευασίες με κούμπωμα ασφαλείας (tamper-evident) για τη φέτα των 400 γραμμαρίων και του ενός κιλού, τις οποίες σχεδιάσαμε στις αρχές δεκαετίας του 2000, για να χωρούν ιδανικά τον επιμερισμό του προϊόντος.

Δε σταματήσαμε όμως εκεί. Το 2005 προχωρήσαμε στο σχεδιασμό συσκευασιών με θερμοκόλληση (sealing) για τις αντίστοιχες ποσότητες φέτας των 400 γραμμαρίων και του ενός κιλού. Και οι δύο αυτές περιπτώσεις αφορούν σε καινοτομίες που άλλαξαν τα δεδομένα της αγοράς και καθόρισαν τη μετέπειτα παραγωγή της συσκευασίας για την ελληνική φέτα.

Ανάλογη πορεία είχαν και οι κωδικοί μας για τη συσκευασία φέτας των 200 γραμμαρίων με θερμοκόλληση, που αποτελούν ένα άκρως επιτυχημένο προϊόν ιδιαίτερα στον τομέα των εξαγωγών. Μεγάλες εταιρείες όπως η OLYMPOS και η Roussas Dairy SA εμπιστεύονται τη μοναδική ποιότητά μας για την προώθηση των προϊόντων τους στο εξωτερικό, κάτι που συμβαίνει και στην περίπτωση προϊόντων private labels όπως των Lidl, Aldi, Edeca και Ussystem.

Σχεδιάζοντας την επόμενη μέρα για τη φέτα

Με διαρκή ροπή προς την καινοτομία και την πρωτοπορία, η Εταιρεία μας σχεδιάζει, σε συνεργασία πάντα με τους πελάτες της, την επόμενη μέρα στη συσκευασία της φέτας. Με στόχο να τίθεται κάθε φορά υψηλότερα ο πήχης και να ικανοποιούνται οι ολοένα και πιο αυξημένες επιθυμίες και απαιτήσεις της αγοράς σε Ελλάδα και εξωτερικό, το εξειδικευμένο Τμήμα μας R&D επεξεργάζεται και θέτει προς υλοποίηση νέες ιδέες που θα καθορίσουν για ακόμη μία φορά τις εξελίξεις.

Innovation in practice

Among these new product codes, the new barrier packaging for DODONI Crumbled Feta in 2017, which introduced the innovation of the foldable easy flip cap, ensuring easier use. This product is already on the shelves of the largest supermarkets in the United States of America.

“Our company has been a point of reference for major changes”

Looking back, our company has been a point of reference and undoubtedly the cause of major changes in food packaging. One of the most typical examples is tamper-evident packaging for 400g and 1kg feta packages, which we designed in the early 2000s, an ideal fit for feta pieces.

But we did not stop there. In 2005, we designed heat-sealed packaging for the corresponding quantities of 400g and 1kg. Both of these cases concern groundbreaking innovations that shaped subsequent packaging production for Greek feta cheese.

Similarly, our product codes for 200g heat-sealed packaging were highly successful, especially in the export sector. Large companies such as OLYMPOS and Roussas Dairy SA trust our unique quality when promoting their products abroad, as is the case with private labels such as Lidl, Aldi, Edeca and Ussystem.

Planning feta's tomorrow

With an unfailing propensity for innovation and leadership, “Kotronis Plastics” is planning the future of feta cheese packaging in collaboration with its customers. Aiming to set the bar higher every time and to meet the ever-increasing market needs and demands in Greece and abroad, our specialized R & D Department is elaborating and putting into practice new ideas, which will shape future developments.



Our clients - Our partners

Συνομιλώντας με τον Αναπληρωτή Γενικό Διευθυντή της **ΔΩΔΩΝΗ**, **Μιχάλη Παναγιωτάκη**

Talking with Michalis Panagiotakis, DODONI's Deputy General Manager

Ελέγχοντας το 10% της παγκόσμιας παραγωγής φέτας, το 90% της αγοράς φέτας στην Αυστραλία και το 30% της αντίστοιχης αγοράς στις Ηνωμένες Πολιτείες Αμερικής, η γνωστή γαλακτοβιομηχανία ΔΩΔΩΝΗ κατάφερε να αλλάξει τη φυσιογνωμία της την τελευταία πενταετία, ξεπερνώντας σημαντικές προκλήσεις. Τα στοιχεία αρκετά εντυπωσιακά για την Εταιρεία που σήμερα απασχολεί 500 εργαζόμενους και συνεργάζεται με 5.500 παραγωγούς.

Ο Αναπληρωτής Γενικός Διευθυντής κος **Μιχάλης Παναγιωτάκης**, σχολιάζει την ισχυρή παρουσία της ΔΩΔΩΝΗ στις διεθνείς αγορές, αλλά και τον προσανατολισμό της σε νέες. Ταυτόχρονα, μιλά για τη συνεργασία της με την «Πλαστικά Κοτρώνης» δηλώνοντας πως «είμαστε ιδιαίτερα υπερήφανοι με το αποτέλεσμα της» και χαρακτηρίζοντας τους ανθρώπους της ως «επαγγελματίες».

Την τελευταία πενταετία, η ΔΩΔΩΝΗ ήρθε αντιμέτωπη με προκλήσεις σε πολλαπλά επίπεδα. Πώς καταφέρατε να ξεπεράσετε τους σκοπέλους της μεταβατικής φάσης από την οποία διήλθατε και πώς αυτό αντικατοπτρίζεται στη σημερινή φυσιογνωμία της Εταιρείας;

Η ιδιωτικοποίηση της ΔΩΔΩΝΗ στα τέλη του 2012 μετά από έναν ανοιχτό διεθνή διαγωνισμό, πέντε χρόνια μετά, αποδεικνύεται ότι άλλαξε τη φυσιογνωμία της Εταιρείας.

Τόσο σε οργανωτικό όσο και οικονομικό επίπεδο η εταιρεία σημείωσε θεαματικά αποτελέσματα.

Η ΔΩΔΩΝΗ αποτελείτο από ένα μόνο εργοστάσιο στα Ιωάννινα, 300 εργαζόμενους, 5.000 συνεργαζόμενους κτηνοτρόφους, τζίρο 80 εκατ. ευρώ, εξαγωγές σε ποσοστό 23% επί του τζίρου και οριακή κερδοφορία.

Σήμερα η Εταιρεία διαθέτει τρία εργοστάσια και συγκεκριμένα των Ιωαννίνων, της Κύπρου όπου παράγει χαλούμι και αναρή και, της Θήβας που παράγει τη βαρελίσια φέτα «Παρνασσός» και ΔΩΔΩΝΗ. Απασχολεί 500 εργαζόμενους, συνεργάζεται με 5.500 παραγωγούς, ο τζίρος 2017 ξεπέρασε τα 100 εκατ. ευρώ, οι εξαγωγές αντιπροσωπεύουν το 35% του κύκλου εργασιών και η ΔΩΔΩΝΗ καταγράφει μέσους ετήσιους ρυθμούς ανάπτυξης 5%-10% αυτή την πενταετία.

Controlling 10% of the world's feta production, 90% of the feta market in Australia and 30% of the corresponding market in the United States, DODONI's dairy industry has managed to change its profile over the past five years, overcoming major challenges. The figures are quite impressive for the company now employing 500 employees and working with 5,500 producers.

Deputy General Manager, Mr. **Michalis Panagiotakis**, comments on DODONI's strong presence in international markets, as well as its orientation towards new ones. At the same time, he talks about DODONI's collaboration with Kotronis Plastics, saying, "we are particularly proud of its outcome" and characterizing our company people as "professionals".

Over the past five years, DODONI has faced multiple challenges. How did you manage to overcome the hurdles of the transition phase you have gone through and how is this reflected in the company's current profile?

DODONI's privatization at the end of 2012, following an open international tender, has changed the company's profile.

Both in organizational and financial terms, the company has achieved spectacular results.

DODONI had a single factory in Ioannina, 300 employees, 5,000 collaborating breeders, a turnover of 80 million euros, exports of 23% of the turnover, and marginal profitability.

Today, the company has: three factories, in Ioannina, in Cyprus, where it produces halloumi and anari, and one in Thebes, which produces "Parnassos" and DODONI feta cheese. DODONI today has 500 employees, cooperates with 5,500 producers, its turnover in 2017 was over 100 million, its exports account for 35% of its turnover, and the company has been recording average annual growth rates of 5% -10% over the past five years.

It is remarkable that 10% of the world feta production today bears DODONI's stamp. How did you do that?

Feta was and remains DODONI's flagship product, with a production of 10,000 tons per year, 10% of world production. The Com-

A portrait of a middle-aged man with short, dark hair and a light beard. He is wearing a blue and white striped shirt under a grey blazer. He is looking directly at the camera with a serious expression. The background is a blurred indoor setting with green plants.

«Τα καταφέραμε με σωστές συνεργασίες,
ορθολογικό δίκτυο δικό μας, εξαιρετική
ποιότητα και παροχή υπηρεσιών
ανωτέρου επιπέδου»

“We did it with good collaborations,
our own rationalised network, excellent
quality, and first-class service”



Αξιοσημείωτο είναι το γεγονός ότι το 10% της παγκόσμιας παραγωγής φέτας σήμερα φέρει τη σφραγίδα ΔΩΔΩΝΗ. Πώς το έχετε καταφέρει αυτό;

Η φέτα ήταν και παραμένει η προϊοντική ναυαρχίδα της ΔΩΔΩΝΗ, η οποία παράγει ετησίως 10.000 τόνους, το 10% της παγκόσμιας παραγωγής. Στην Αυστραλία η Εταιρεία ελέγχει το 90% της αγοράς και στις ΗΠΑ το 30%. Πολύ μεγάλη παρουσία έχει και στην Ευρώπη, αλλά και σε ασιατικές αγορές. Τα καταφέραμε με σωστές συνεργασίες, ορθολογικό δίκτυο δικό μας, εξαιρετική ποιότητα και παροχή υπηρεσιών ανωτέρου επιπέδου.

Η έντονη εξωστρέφεια που επιδεικνύεται, τα τελευταία χρόνια, από ελληνικές, ανταγωνιστικές προς εσάς, εταιρείες είναι κάτι που σας δίνει επιπλέον κίνητρα στις επιλογές και τις κινήσεις σας στις αγορές του εξωτερικού;

Όπως σας είπα, έχουμε ήδη αυξήσει την παρουσία μας στις διεθνείς αγορές, με νέες συνεργασίες, ανοίγοντας παράλληλα και νέες αγορές. Προχωρήσαμε σε επενδύσεις στο μηχανολογικό εξοπλισμό και στη γραμμή παραγωγής και δημιουργήσαμε ειδική γραμμή παραγωγής για τη δημιουργία φέτας τύπου crumbled για εξαγωγές στις ΗΠΑ. Όμοιο της δεν υπάρχει καθώς, στην Ελλάδα,

pany controls 90% of the Australian market and 30% in the US. It has a very strong presence in Europe as well as in Asian markets. We did it with good collaborations, our own rationalised network, excellent quality and first-class service.

Does the fact that Greek companies, which are your competitors, have become more export-oriented in recent years give you extra motivation for your choices and moves in foreign markets?

As I said, we have already increased our presence in international markets, with new partnerships, and have opened up new markets. We have invested in machinery and in production line equipment and created a special production line to produce crumbled feta for exports to the US. Crumbled feta is an unparalleled, unique product in Greece, of high added value, and better than any similar authentic or fake product.

DODONI restructures its portfolio either by re-launching products or by launching new products into the market. Which product category do you intend to give particular weight to in the coming years?

We give weight to all our main products. In particular, we are re-launching our yogurt in new markets, after upgrading the pro-

είναι ένα μοναδικό προϊόν υψηλής προστιθέμενης αξίας και με διαφορά καλύτερο από οποιοδήποτε παρόμοιο αυθεντικό ή «μαϊμού» προϊόν.

Η ΔΩΔΩΝΗ αναδιαρθρώνει το πορτφόλιό της είτε επαναλανσάροντας προϊόντα της είτε λανσάροντας νέα στην αγορά. Σε ποια κατηγορία προϊόντων σκοπεύετε να δώσετε ιδιαίτερη βαρύτητα τα προσεχή έτη;

Δίνουμε βαρύτητα σε όλα τα κυρίαρχα προϊόντα μας. Πιο συγκεκριμένα, επαναλανσάrouμε το γιαούρτι μας σε νέες αγορές, μετά την ολοκλήρωση της αναβάθμισης στη γραμμή παραγωγής στα Γιάννενα με 100% ελληνικό γάλα, όπως άλλωστε όλα μας τα προϊόντα. Στην Ελλάδα είμαστε στη δεύτερη θέση στο επώνυμο λευκό γιαούρτι, ενώ ξεκινήσαμε στη Θήβα την παραγωγή επώνυμης βαρελίσιας φέτας ΔΩΔΩΝΗ και λανσάραμε τη φέτα με λιγότερο αλάτι, το τυρί του τοστ, τζατζίκι, κίτρινα τυριά τριμμένα κ.ά. Τέλος, να σημειώσω πως επενδύσαμε αυτή την πενταετία 20 εκατ. ευρώ από ίδια κεφάλαια.

Σε συνεργασία με την «Πλαστικά Κοτρώνης» σχεδιάσατε και υλοποιήσατε τη συσκευασία για τη "Crumbled Feta DODONI" που εξάγεται στις ΗΠΑ και αποτελεί προϊόν με μεγάλη διείσδυση στην εν λόγω αγορά. Τί έχετε αποκομίσει από αυτή σας τη συνεργασία;

Εμείς στη ΔΩΔΩΝΗ, ως market leader στην εγχώρια αγορά της φέτας, αλλά και ως μία Εταιρεία που εξάγει τα προϊόντα της σε 45 χώρες ανά τον κόσμο, έχουμε δεσμευτεί να εξελισσόμαστε μόνιμα επενδύοντας σε νέες τεχνολογίες και κάνοντας έρευνα αγοράς, με στόχο τη δημιουργία καινοτόμων προϊόντων που να δημιουργούν προστιθέμενη αξία στον καταναλωτή.

Σε αυτό το πλαίσιο, είναι σαφές ότι για την επίτευξη του οράματός μας, είναι απαραίτητη και η υποστήριξη από τους προμηθευτές μας, οι οποίοι θα πρέπει να συμμερίζονται το όραμά μας αυτό. Είμαστε λοιπόν, ιδιαιτέρως υπερήφανοι με το αποτέλεσμα της συνεργασίας μας με την «Πλαστικά Κοτρώνης». Ύστερα από εκτενή έρευνα και μία μεγάλη επένδυση, το τελικό αποτέλεσμα δικαίωσε τις προσπάθειες και τις επιλογές μας. Ο σχεδιασμός και η υλοποίηση της συσκευασίας έγινε αποκλειστικά για εμάς από το συνεργάτη μας, «Πλαστικά Κοτρώνης», υπό τη συνεχή καθοδήγησή μας. Ο καρπός αυτής της συνεργασίας ήταν η Crumbled Feta, ελληνική φέτα σε θρυμματισμένη μορφή. Καταρχάς, το προϊόν βρίσκεται μέσα σε προστατευμένη ατμόσφαιρα, εξασφαλίζοντας κατ' αυτό τον τρόπο χρόνο ζωής 6 μηνών στο ράφι, χωρίς την ύπαρξη άλμης και χωρίς τη χρήση συντηρητικών. Παράλληλα, η Crumbled Feta προσφέρεται στον καταναλωτή σε μία μοντέρνα και ελκυστική συσκευασία, φιλική προς το χρήστη, με ένα καπάκι που ανοίγει και κλείνει πολύ εύκολα, επιτρέποντας στον καταναλωτή να χρησιμοποιήσει την ακριβή ποσότητα προϊόντος που επιθυμεί σε κάθε περίπτωση.

Είναι γεγονός ότι το εν λόγω προϊόν έχει μεγάλη διείσδυση στην αγορά των ΗΠΑ, καθώς είναι εύχρηστο και προσαρμοσμένο στους ρυθμούς ζωής του σύγχρονου ανθρώπου. Δεν απαιτεί ούτε χρόνο ούτε προσπάθεια για να ενταχθεί στις διατροφικές συνήθειες ακόμη κι εκείνου του καταναλωτή του εξωτερικού, ο οποίος δεν είναι εξοικειωμένος με τη φέτα και ο οποίος, πιθανότατα, δε θα έμπαινε στη διαδικασία να βγάλει τη φέτα από την άλμη και να τη θρυμματίσει μόνος του.

duction line in Ioannina with 100% Greek milk, similarly to all our products. In Greece, we hold the second place in branded white yogurt, while we started the production of DODONI feta cheese in Thebes and we launched feta with less salt, DODONI toutost, tzatziki, grated yellow cheese and more. Finally, let me add that we have invested over 20 years of equity in this five-year period.

In collaboration with "Kotronis Plastics", you designed and produced the packaging for DODONI Crumbled Feta that is exported to the US, a product with high market penetration in that country. What have you gained from your cooperation?

At DODONI, a market leader in the domestic feta cheese market and a Company that exports its products to 45 countries around the world, we are committed to constantly evolving by investing in new technologies and by conducting market research to create innovative products which produce added value for the consumer.

In this framework, it is clear that in order to achieve our vision, we need the support of our suppliers, who should share our vision. We are therefore particularly proud of the outcome of our cooperation with "Kotronis Plastics". After extensive research and a large investment, the final result justified our efforts and choices. The packaging design and manufacturing was done exclusively for us by our partner, "Kotronis Plastics", under our constant guidance. The fruit of this collaboration was Crumbled Feta, a Greek feta cheese in crumbled form. First, the product is in a protective atmosphere, thus ensuring a shelf life of 6 months, without the use of brine or preservatives. At the same time, Crumbled Feta is offered to the consumer in a fashionable and attractive, user-friendly package with a lid that opens and closes very easily, allowing the consumer to use the exact amount of product he desires at any occasion.

It is a fact that this product has a high market penetration in the US as it is easy to use and adapted to modern lifestyle. It does not require time or effort to fit into the eating habits of even the foreign consumers who are unfamiliar with feta cheese and who probably would not remove the cheese from the brine to crumble it themselves.

What are the characteristics that make you trust "Kotronis Plastics"?

Our cooperation with "Kotronis Plastics" has been excellent, which is evidenced by the end result. Throughout our collaboration, from conception to implementation, interaction with our supplier has been flawless. First of all, the packaging design and manufacturing by "Kotronis Plastics" was done with absolute respect to the concept that we had in mind. An important innovation was incorporated into the cap with the dispenser, which was conceived and implemented by our partners.

Also, the people of "Kotronis Plastics" have been professional and in keeping to the pressing timetables we had set, without any "discount" on the quality of the packaging materials or the printing of the design.

What is your primary goal for DODONI's future, Mr. Panagiotakis?

DODONI is the leading company in the production of feta PDO

Ποια είναι τα χαρακτηριστικά εκείνα που σας κάνουν να εμπιστευέστε την «Πλαστικά Κοτρώνης»;

Η συνεργασία μας με την «Πλαστικά Κοτρώνης» υπήρξε αγαστή. Αυτό είναι κάτι που άλλωστε, επιβεβαιώνεται και από το τελικό αποτέλεσμα. Καθ' όλη τη διάρκεια της συνεργασίας μας, από τη σύλληψη της ιδέας έως την υλοποίηση της καινοτομίας, η αλληλεπίδραση με τον προμηθευτή μας υπήρξε άψογη. Καταρχάς, ο σχεδιασμός και η υλοποίηση της συσκευασίας από την «Πλαστικά Κοτρώνης» έγινε με απόλυτο σεβασμό στην ιδέα, στο concept που είχαμε στο μυαλό μας. Σε αυτό το σημείο καθοριστική ήταν η καινοτομία που ενσωματώνεται στο καπάκι με το δοσομετρητή, έμπνευση και υλοποίηση των συνεργατών μας.

Επίσης, οι άνθρωποι της «Πλαστικά Κοτρώνης» υπήρξαν επαγγελματίες και στο σεβασμό των πιεστικών χρονοδιαγραμμάτων που είχαμε θέσει, χωρίς να κάνουν καμία «έκπτωση» στην ποιότητα των υλικών συσκευασίας ή της εκτύπωσης του εικαστικού μας.

Ποια είναι βασική σας στόχευση για το μέλλον της ΔΩΔΩΝΗ, κ.Παναγιωτάκη;

Η ΔΩΔΩΝΗ είναι η κορυφαία Εταιρεία στην παραγωγή φέτας ΠΟΠ και άλλων γαλακτοκομικών προϊόντων, χρησιμοποιεί δε για την παραγωγή τους μόνο ελληνικό γάλα. Επιπλέον, έχει τη μεγαλύτερη ζώνη γάλακτος με πάνω από 5.500 Έλληνες παραγωγούς, προμηθεύεται γάλα ακόμη και από τα πιο μικρά και απομακρυσμένα χωριά της Ηπείρου, παράγει πάνω από 80 προϊόντα ανώτερης ποιότητας και γεύσης, στηρίζει τον πρωτογενή τομέα και την ελληνική κτηνοτροφία και αυτό θα συνεχίσει να κάνει και τα επόμενα χρόνια, με παράλληλο σχεδιασμό για παραγωγή νέων προϊόντων με σεβασμό στον καταναλωτή και τις απαιτήσεις του.

Τέλος, η ΔΩΔΩΝΗ συνεχίζει να αναπτύσσεται και να εξελίσσεται σε όλα τα επίπεδα με στόχο να ισχυροποιήσει ακόμη περισσότερο και να εδραιώσει τη θέση της στην αγορά, προσφέροντας αυθεντικά ελληνικά προϊόντα στο καταναλωτικό κοινό.

Εκτός όμως από την οργανική ανάπτυξη της ΔΩΔΩΝΗ εξετάζουμε και στοχευμένες εξαγορές, εφαρμόζοντας συγκεκριμένο επενδυτικό πλάνο που έχουμε σχεδιάσει.

and other dairy products, using only Greek milk. In addition, it has the largest milk zone with over 5,500 Greek producers, it gets milk even from the smallest and most remote villages of Epirus, produces over 80 products of superior quality and taste, and supports the primary sector as well as Greek livestock farming. DODONI will continue to do so in the following years, while also planning to produce new products respecting the consumer and his needs.

Finally, DODONI will continue to grow and evolve at all levels to further strengthen and consolidate its market position by offering authentic Greek products to the consumer.

Besides focusing on DODONI's organic growth, we are also considering targeted acquisitions by implementing a specific investment plan that we have designed.





We think together

Τί είναι branding και πώς να το αποφύγετε! What's branding and how to avoid it!



*«Όταν το προϊόν σας δεν είναι brand, είναι απλώς άλλο ένα εμπόρευμα»
"If your business is not a brand, it's a commodity"
Donald Trump*

του Δημοσθένη Μπρούσαλη*
by Demosthenis Brousalis *

Ας πούμε τα πράγματα ξεκάθαρα: κάθε προϊόν αγοράζεται πρώτη φορά με τα μάτια. Δηλαδή κυρίως λόγω της εικόνας του, της συσκευασίας του.

Μην παρεξηγηθώ, δεν υποτιμώ την ποιότητα του περιεχομένου. Κάθε άλλο. Αυτή πρέπει να είναι όσο καλύτερη μπορείτε και πάντοτε τίμια σε σχέση με την υπόσχεση που δίνει η εικόνα αλλά και με την τιμή του. Να συμβάλλει στη θετική εμπειρία από τη χρήση του προϊόντος σας, εξασφαλίζοντας την επόμενη αγορά και την πιστότητα του καταναλωτή σας.

«Η συσκευασία παραμένει το «κύριο όπλο» σας στον άγριο πόλεμο με τον ανταγωνισμό»

Όμως, η εικόνα του προϊόντος σας, η συσκευασία παραμένει το «κύριο όπλο» σας στον άγριο πόλεμο με τον ανταγωνισμό, στο ράφι. Δεκάδες έρευνες το αποδεικνύουν. Άλλωστε αν, όπως ελπίζω, τυποποιείτε, αναγκαστικά χρησιμοποιείτε κάποια συσκευασία.

Έχετε λοιπόν δύο επιλογές: ή να την αντιμετωπίσετε ως έξοδο που θέλετε να αποφύγετε, ή ως επένδυση που θέλετε να αξιοποιήσετε. Και το branding, αποτέλεσμα του οποίου είναι η εικόνα του προϊόντος σας, διασφαλίζει την απόσβεση της επένδυσης αυτής, γρήγορα και αποτελεσματικά.

Όμως τί είναι branding; Είναι η διεθνής μεθοδολογία που φροντίζει να γίνει το επιχειρηματικό σας όραμα, επώνυμη μάρκα (brand), να μπει στην αγορά και να κάνει επιτυχημένη καριέρα κερδίζοντας καταναλωτές, πωλήσεις και κέρδη για πολλά χρόνια. Και είναι εξίσου σημαντική με τα μηχανήματα ή τις πρώτες ύλες που χρησιμοποιείτε.

Ουσιαστικά είναι το «εργαλείο» που θα σας βοηθήσει να αποσβέσετε όσα ξοδέψατε για να στήσετε την επιχείρησή σας, χωρίς χαμένες ευκαιρίες και άστοχες ενέργειες που κοστίζουν.

Let's be clear: every product is first purchased with the eyes. That is, because of its image, its packaging.

Don't let me be misunderstood. I don't underestimate content quality. On the contrary. That must be as good as you can and always faithful with regard to the promise given by the image and its price. The content should contribute to the positive experience of your product's use, ensuring the next purchase and consumer loyalty.

“The packaging remains your ‘main weapon’ in the tough war against the competition”

But your product's image, the packaging, remains your “main weapon” in the tough war against the competition on the shelf. Dozens of studies prove it. Besides, if, as I hope, you standardize, you are necessarily using some packaging.

So you have two choices: either treat it as an expense that you want to avoid, or as an investment you want to take advantage of. And branding, the result of which is your product's image, ensures that this investment provides a quick and efficient return.

But what is branding? It is the international methodology that makes sure that your business vision becomes a brand name, enters the market, and has a successful career by winning over consumers, sales and profits for many years. And it is just as important as the machines or raw materials you use.

It is basically the “tool” that will help you to recoup what you have spent on setting up your business, without missed opportunities and misguided actions that cost.

«Το branding είναι 100% στρατηγική»

Το branding είναι ο οδικός χάρτης που οδηγεί με ασφάλεια το brand σας και εσάς, από τον πιο σύντομο δρόμο στις αγορές που θέλετε, στα ράφια τους και στα σπίτια των καταναλωτών που έχετε ορίσει ως κοινό-στόχος. Είναι η Στρατηγική που είναι απαραίτητη για τη σταθερή, πετυχημένη ανοδική πορεία σας. Γιατί, να το ξεκαθαρίσουμε, το branding είναι 100% Στρατηγική. Αλλιώς, δεν είναι branding.

Συνυπολογίζει όλα τα χαρακτηριστικά της επιχείρησής σας, την ιστορία σας, τις διαδικασίες παραγωγής, τον τόπο από όπου προέρχεται, το όραμά σας και δημιουργεί πλήρη και σαφή Ταυτότητα για ό, τι παράγετε αλλά και για την εταιρεία σας που τα υπογράφει. Εντοπίζει και αναδεικνύει ό, τι κάνει το κάθε προϊόν σας μοναδικό (USP), φορτίζοντάς το με συναισθηματικές αξίες που κάνουν την αγορά του γοητευτική.

Απαντάει σε σημαντικά ερωτήματα των καταναλωτών, όπως «γιατί να το αγοράσω» / «πώς με οφελεί η χρήση του» / «ποιό πρόβλημα μου λύνει» κλπ. και, ενσωματώνει τα συμπεράσματα αυτά σε μηνύματα, εικόνες, κείμενα, συσκευασίες, site. Δημιουργεί το δικό σας, μοναδικό brand. Δηλαδή, την πλήρη εικόνα που τόσο χρειάζεται το προϊόν σας, για να αγοραστεί την πρώτη φορά.

Και, μην ξεχνάτε, η αρχή είναι «το ήμισυ του παντός». Καλή επιτυχία σε όλους!

“Branding is 100% Strategy”

Branding is the road map that safely leads you and your brand to the markets you want, to their shelves and the homes of the consumers that you’ve defined as a target audience, taking the shortest route. It is the Strategy that is essential for your steady, successful growth and development. Because, to make it clear, branding is 100% Strategy. Otherwise, it’s not branding.

It takes into account all the features of your business -your history, production processes, where you come from, your vision- and creates a complete and clear Identity for what you produce, but also for your company. It locates and highlights what makes each of your products unique (USP), charging it with emotional values that make it an attractive purchase.

It answers important consumer questions, such as “why buy it” / “how to use it” / “what problem does it solve” etc. and integrates these conclusions into messages, images, texts, packaging, a site. It creates your own, unique brand. That is, the full image that your product needs so that it can be purchased for the first time.

And don’t forget, “well begun is half done”. Good luck to everyone!



Η πλήρης ταυτότητα και εικόνα του κορυφαίας ποιότητας ελαιολάδου “The Governor” από την DASC Branding, βραβεύτηκε με Gold Medal στο Διεθνή Διαγωνισμό “Los Angeles International extra virgin Olive oil Competition”.

The full product identity and image of DASC Branding’s top quality olive oil “The Governor” was awarded the Gold Medal at the “Los Angeles International Extra virgin Olive Oil Competition”.

*Ο Δημοσθένης Μπρούσαλης είναι Σύμβουλος branding και επικοινωνίας. Είναι Γενικός Διευθυντής και ιδρυτικό μέλος της DASC branding. Από το 1983, δημιουργεί επιτυχημένες ελληνικές μάρκες για μικρές και μεγάλες ελληνικές επιχειρήσεις, κυρίως με εξαγωγικό προσανατολισμό. Υπογράφει μερικές από τις σημαντικότερες εξαγωγικές επιτυχίες της χώρας μας τα τελευταία χρόνια.

*Demosthenis Brousalis is a branding and communication consultant. He is the General Manager and founder of DASC branding. Since 1983, he has created successful Greek brands for small and large, mainly export-oriented, Greek companies. His signature is on some of our country’s most important export successes in recent years.

Employees in the Spotlight



Αποστόλης Αντωνιάδης, Οδυσσέας Γεωργακόπουλος, Αποστόλης Φούντζουλας, Νίκος Καφύρας, Λάμπρος Γαλατσίδας και Παναγιώτης Αγγελής είναι οι άνθρωποι της «Πλαστικά Κοτρώνης» που αναλαμβάνουν με συνέπεια και ασφάλεια τη μεταφορά των προϊόντων στους πελάτες της. Καθημερινά μεταφέρουν τις πλαστικές συσκευασίες που επιλέγουν δεκάδες εταιρείες, μεταξύ αυτών και οι σημαντικότερες του κλάδου, για την προστασία και προώθηση των τροφίμων τους σε Ελλάδα και εξωτερικό. Όπως επισημαίνουν οι ίδιοι οι οδηγοί, επιδιώκουν να τελειοποιούν την εργασία τους σε επίπεδο ποιότητας και ασφάλειας και ταυτόχρονα να εξελίσσονται διαρκώς επαγγελματικά, αλλά και προσωπικά.

Apostolis Antoniadis, Odysseas Georgakopoulos, Apostolis Fountzoulas, Nikos Kafyras, Lambros Galatsidas and Panagiotis Angelis are the people of «Kotronis Plastics» who are responsible for transporting of products to their customers safely and on time. Every day they transport the plastic packages selected by dozens of companies, including the most important ones in the sector, for the protection and promotion of their food in Greece and abroad. As the drivers themselves point out, they seek to perfect their work in terms of quality and safety, and at the same time evolve professionally and personally.



Εάν συγκρίνουμε το σήμερα της Εταιρείας με το όταν πρωτοξεκινήσατε να εργάζεστε σε αυτή, τί είναι αυτό που έχει αλλάξει περισσότερο κατά τη γνώμη σας;

Απ. Αντωνιάδης: Αναμφισβήτητη η ανάπτυξη των εγκαταστάσεών της! Τα 24 χρόνια που βρίσκομαι στην Εταιρεία την είδα να εξελίσσεται, να αναπτύσσεται και να αποκτά σύγχρονες εγκαταστάσεις ανάλογες των μεγαλύτερων αντίστοιχων εταιρειών του εξωτερικού. Όσον αφορά αμιγώς στο δικό μας κομμάτι, θα αναφερθώ στο μεταφερόμενο όγκο των προϊόντων που σίγουρα έχει μεγαλώσει, αλλά και στο ότι οι πλαστικές συσκευασίες της Εταιρείας μας φτάνουν πλέον σε δεκάδες μονάδες που την εμπιστεύονται για τη συσκευασία, προστασία και προώθηση των τροφίμων τους. Οι απαιτήσεις είναι σαφέστατα περισσότερες, αλλά η πολύχρονη εμπειρία και η ουσιαστική αγάπη για αυτό που κάνουμε, όλοι ανεξαιρέτως, Διοίκηση και εργαζόμενοι, μας καθιστά ως μία από τις ηγέτιδες εταιρείες του κλάδου.

Ν.Καφύρας: Από το 2000 που ξεκίνησα να εργάζομαι, θα μπορούσα να πω πως είναι αισθητή η άνοδος που κατέγραψε η Εταιρεία σε όλα τα επίπεδα. Μεταξύ άλλων, αυτό μεταφράζεται και στις νέες θέσεις εργασίας που δημιουργήθηκαν, αλλά και στην αύξηση του όγκου της δουλειάς.

Αυτή τη στιγμή τί περιλαμβάνει ο στόλος της Εταιρείας;

Απ. Αντωνιάδης: Αυτή τη στιγμή ο στόλος μας περιλαμβάνει έξι φορτηγά αυτοκίνητα, η πλειοψηφία των οποίων είναι τελευταίας

If we compare the Company today with when you first started working here, what is it that has changed the most in your opinion?

A. Antoniadis: Undoubtedly the development of its facilities! During the 24 years I have been with the Company I have seen it develop, grow and acquire modern facilities similar to the largest corresponding companies abroad. As far as our own part is concerned, I would mention that product volume has grown, but also the fact that our Company's plastic packaging now reaches dozens of customers that entrust it with the packaging, protection and promotion of their food. The demands are clearly more, but the long experience and the real love for what we do, everyone without exception, both management and employees, make us one of the leading companies in the industry.

N. Kafyras: Since 2000, when I started working, I could say that the Company growth at all levels is noticeable. Among other things, this translates into new jobs created, but also into an increase in work volume.

What does the Company's fleet currently include?

A. Antoniadis: At the moment our fleet includes six trucks, the majority of which are of the latest anti-pollution technology (euro5 and euro6), and have the ability to transport a large volume of goods like ours. In addition, we are six experienced professional drivers working exclusively in transport. At this point, I would like



αντιρυπαντικής τεχνολογίας (euro5 και euro6), τα οποία έχουν τη δυνατότητα να μεταφέρουν μεγάλο όγκο εμπορευμάτων όπως τα δικά μας. Επιπλέον, εργαζόμαστε, αποκλειστικά στο κομμάτι της μεταφοράς, έξι έμπειροι επαγγελματίες οδηγοί. Στο σημείο αυτό να σχολιάσω πως τα δικά μας προϊόντα χαρακτηρίζονται όχι από βάρος, αλλά από όγκο και τα φορτηγά μας είναι κατασκευασμένα με τέτοιο τρόπο ώστε να εξυπηρετούν ακριβώς αυτό το είδος της μεταφοράς, κάτι που σημαίνει πως έχουμε καταφέρει να μειώσουμε αισθητά το περιβαλλοντολογικό αποτύπωμα των μετακινήσεών μας.

«Προτεραιότητά μας η άμεση εξυπηρέτηση των πελατών μας»

Ποιες είναι οι δυσκολίες και οι προκλήσεις που αντιμετωπίζετε ως οδηγός στην καθημερινότητα της εργασίας σας;

Απ. Αντωνιάδης: Αναφορικά με τις προκλήσεις, αυτές έχουν να κάνουν περισσότερο με την ασφαλή παράδοση των προϊόντων και την τήρηση των χρονοδιαγραμμάτων. Ουσιαστικά πρόκειται για το χρόνο ανταπόκρισης της Εταιρείας στα αιτήματα των πελατών μας και τα αντανάκλαστα που εμείς επιδεικνύουμε για την άμεση και συνεπή εξυπηρέτησή τους. Συμπληρωματικά να αναφέρω πως βασικό μέλημά μας είναι η τήρηση των ωραρίων, όπως αυτά υποδεικνύονται από το νόμο, ενώ στις δυσκολίες θα ανέφερα τις καιρικές συνθήκες, αλλά και την εγκληματικότητα στις Εθνικές Οδούς. Ως οδηγοί διακατεχόμαστε από αυξημένη οδηγική συνείδηση, γεγονός που αποδεικνύουν και οι μηδενικοί δείκτες ατυχημάτων. Κινούμαστε στους δρόμους με σεβασμό στον Κώδικα Οδικής Κυκλοφορίας, αλλά και τους υπόλοιπους οδηγούς και φυσικά τους πεζούς.

Ο. Γεωργακόπουλος: Δεδομένου ότι προτεραιότητα για την Εταιρεία μας είναι η άμεση εξυπηρέτηση των πελατών μας, νομίζω πως θα προέκρινα την καθημερινή πρόκληση για τον καλύτερο προγραμματισμό των δρομολογίων μας. Όσον αφορά στις δυσκολίες, σίγουρα η επικινδυνότητα των δρόμων.

Α. Φούντζουλας: Τόσο η προσωπική ασφάλεια όσο και η ασφάλεια των προϊόντων μας ώστε αυτά να φτάνουν στους πελάτες μας στην κατάσταση που τα παραλάβαμε, είναι μία καθημερινή πρόκληση για εμάς.

Στο δικό σας το κομμάτι, της μεταφοράς των προϊόντων της Εταιρείας στους πελάτες της, πού εστιάζετε περισσότερο; Ποιος είναι δηλαδή ο βασικός σας στόχος;

Απ. Αντωνιάδης: Όπως ανέφερα και νωρίτερα, οι κύριοι στόχοι μας είναι να φτάνουν τα εμπορεύματα στην ώρα τους και στην κατάσταση που φορτώθηκαν. Μην ξεχνάμε ότι πρόκειται για προϊόντα συσκευασίας τροφίμων, γεγονός που μας καθιστά αυτομάτως πιο υπεύθυνους. Να τονίσω, πως ως Εταιρεία, δίνουμε ιδιαίτερη έμφαση σε αυτό το κομμάτι, καθώς αντιμετωπίζουμε τα προϊόντα μας ως τρόφιμα προς κατανάλωση.

Λ.Γαλατσιδής: Θα συμπληρώσω την καλή κατάσταση στην οποία φροντίζουμε να βρίσκονται τα φορτηγά μας, αλλά και τον τρόπο με τον οποίο αντιμετωπίζουμε και εμείς, ως οδηγοί, τους πελάτες της Εταιρείας μας.

Π. Αγγελής: Η αμεσότητα με τους πελάτες μας, η επικοινωνία μαζί τους και φυσικά η καλύτερη εξυπηρέτησή τους είναι μερικά από τα βασικά σημεία στα οποία εστιάζουμε και εγώ προσωπικά, αλλά και οι συνάδελφοί μου.

to mention that our products are characterized not by weight, but by volume and our trucks are constructed in such a way so as to serve exactly this type of transport, which means that we have managed to substantially reduce our environmental footprint.

What are the difficulties and challenges you face as a driver in your daily routine?

A. Antoniadis: With regard to the challenges, these have to do more with delivering products safely and keeping to timetables. Essentially it is the time of the Company's response to our customers' requests and the reflexes we demonstrate for their prompt and consistent service. In addition, I would like to mention that our main concern is the observance of timetables, as indicated by law, while in the difficulties I would say weather conditions, as well as highway crimes. As drivers we have increased driving awareness, as evidenced by our zero accident record. We drive respecting the highway code, but also the rest of the drivers and, of course, pedestrians.

O. Georgakopoulos: Given that our Company's priority is prompt customer service, I think I would have highlighted the daily challenge for better scheduling. Concerning the difficulties, for sure dangerous roads.

A. Fountzoulas: Both personal safety and product safety, so that our products get to our customers in the condition they were in when we picked up them is an everyday challenge for us.

What is your main focus as far as your own part is concerned, transporting company products to your customers? In other words, what is your main goal?

A. Antoniadis: As I said earlier, our main goals are for products to arrive on time and in the same condition as when they were loaded. Do not forget that these are food packaging products, which automatically makes us more responsible. Let me stress the fact that, as a company, we place particular emphasis on this part, as we treat our products like food for consumption.

G. Galatsidas: I would like to add that we focus on making sure that our trucks are in good condition, but also on the way in which we, as drivers, deal with our company's customers.

P. Angelis: Good communication with our customers, and of course prompt and better customer service are some of the key points my colleagues and I, personally, focus on.

What makes «Kotronis Plastics» stand out in your opinion? What is the company's comparative advantage?

A. Antoniadis: I'd have to mention first quality assurance across operations; secondly, product quality and, of course, prompt response to customer demands, from the moment an order is placed to the time of delivery; I should also add the company's readiness to systematically invest in the development of its employees in order to improve their individual performance and, naturally, its overall development.

N. Kafyras: As far as I'm concerned, I agree on the point of the company's prompt customer service.

And what is it that personally motivates your work?

A. Antoniadis: I personally see the company as my home. I would like to point out that the company, with its deeply people-centred culture, treats employees in the best possible way. There is consistency at all levels and, as it is easily understood, this makes us all spontaneously identify with the company goals. Everyday, we strive to perfect our work in terms of quality and safety and at the same time develop professionally and personally. In addition,

Τί είναι αυτό που πιστεύετε πως κάνει την «Πλαστικά Κοτρώνης» να ξεχωρίζει; Ποιο δηλαδή είναι το συγκριτικό πλεονέκτημα της Εταιρείας;

Απ. Αντωνιάδης: Θα προέκρινα τη διασφάλιση της ποιότητας σε όλο το φάσμα των διαδικασιών. Επιπλέον, θα αναφέρω την ποιότητα του προϊόντος που προσφέρουμε ως Εταιρεία και φυσικά την άμεση ανταπόκριση στις απαιτήσεις των πελατών μας, από τη στιγμή της παραγγελίας έως την παράδοση. Συμπληρωματικά αναφέρω τη θέληση της Εταιρείας να επενδύει συστηματικά στην εξέλιξη των εργαζομένων της με στόχο τη βελτίωση της ατομικής απόδοσής τους και φυσικά τη συνολική ανάπτυξή της.

Ν. Καφύρας: Θα συμφωνήσω και εγώ από την πλευρά μου με το κομμάτι της συνέπειας από την πλευρά μας απέναντι στους πελάτες μας.

«Η Εταιρεία μας διακατέχεται από βαθιά ανθρωποκεντρική κουλτούρα»

Και τί είναι αυτό που προσωπικά εσάς σας δίνει κίνητρο στην εργασία σας;

Απ. Αντωνιάδης: Προσωπικά βλέπω την Εταιρεία σαν το σπίτι μου. Αντίστοιχα, η Εταιρεία, η οποία διακατέχεται από βαθιά ανθρωποκεντρική κουλτούρα, θα ήθελα να σημειώσω πως αντιμετωπίζει τους εργαζομένους της με τον καλύτερο δυνατό τρόπο. Υπάρχει συνέπεια σε όλα τα επίπεδα και όπως γίνεται εύκολα αντιληπτό, το γεγονός αυτό βάζει όλους εμάς αυτομάτως σε διαδικασία να ταυτιζόμαστε αυθόρμητα με τις στοχεύσεις της. Καθημερινά, επιδιώκουμε να τελειοποιούμε την εργασία μας σε επίπεδο ποιότητας και ασφάλειας και ταυτόχρονα να εξελισσόμαστε επαγγελματικά, αλλά και προσωπικά. Επιπλέον, να αναφέρω και τις συνθήκες υγιεινής που επικρατούν, στις οποίες η Εταιρεία δίδει ιδιαίτερη προσοχή ώστε να ανταποκρίνονται πλήρως στα ευρωπαϊκά και διεθνή πρότυπα και τις αντίστοιχες νομοθεσίες.

Ο. Γεωργακόπουλος: Η Εταιρεία μας διακατέχεται από επαγγελματισμό και συνέπεια, κάτι που εκτιμάται ιδιαίτερα από εμάς τους εργαζόμενους. Για το λόγο αυτό θέλουμε διαρκώς να δίνουμε τον καλύτερό μας εαυτό.

Λ. Γαλατσίδας: Η άψογη συμπεριφορά και η φερεγγυότητα της Διοίκησης προς όλους μας.

Πώς ξοδεύετε τον ελεύθερο χρόνο σας;

Απ. Αντωνιάδης: Προσπαθώ να βλέπω όσο το δυνατόν περισσότερο την οικογένειά μου, γιατί και εγώ και οι συνάδελφοί μου λείπουμε πάρα πολλές ώρες από το σπίτι, λόγω της εργασίας μας. Ακόμη, συνηθίζω να περπατάω στην περιοχή του κάστρου της Ναυπάκτου, που είναι μια από τις πιο υπέροχες περιπατητικές διαδρομές που μπορεί κανείς να απολαύσει!

Π. Αγγελής: Επειδή ο ελεύθερος χρόνος που έχουμε στη διάθεσή μας δεν είναι πολύς, φροντίζω να τον αξιοποιώ όσο το δυνατόν καλύτερα. Οπότε επιλέγω να αθλούμαι και να περνάω χρόνο με την οικογένειά μου.

I would like to mention the hygiene conditions, to which the company pays special attention, fully complying with European and international standards and relevant legislation.

O. Georgakopoulos: Our company is characterised by professionalism and consistency, which employees really appreciate. That's why we always want to do our best.

L. Galatsidas: The management's trustworthiness and flawless behaviour towards all of us.

How do you spend your free time?

A. Antoniadis: I try to see my family as much as possible because my colleagues and I are away from home for long hours because of our work. Also, I often go walking around Nafpaktos castle, which is one of the most wonderful hiking trails that one can enjoy!

P. Angelis: Because we don't have much free time at our disposal is not much, I try to make the most of it. So I choose to do sport and spend time with my family.



Ο οδικός χάρτης της χώρας άλλαξε

Στο χέρι μας η ευκαιρία

Η διεθνής εμπειρία επιβεβαιώνει πως κάθε φορά που ολοκληρώνεται ένας νέος αυτοκινητόδρομος τα οφέλη για την επιχειρηματικότητα είναι πολλαπλά. Ιδιαίτερα στον τομέα των μεταφορών, από τη στιγμή που οι αποστάσεις μικραίνουν και οι διαδρομές καθίστανται ασφαλέστερες, οι νέοι δρόμοι αποτελούν ένα χρήσιμο εργαλείο για την περαιτέρω ανάπτυξη του.

Ταυτόχρονα, έχοντας υπ' όψιν ότι οι μεταφορές αποτελούν νευραλγικό και κρίσιμο σημείο αναφοράς για μία οικονομία, καθώς συμβάλλουν αποφασιστικά στην ενδυνάμωση της ανταγωνιστι-

The country's road map has changed

An opportunity in our hands

International experience confirms that every time a new highway is completed, there are multiple benefits for entrepreneurship. Particularly in the transport sector, when distances become shorter and routes become safer, new roads constitute a useful tool for further development.

At the same time, bearing in mind that transport is a crucial reference point for an economy, with a valuable contribution to enhancing international competitiveness, it is easy to understand that Greece, given its strategic position on the world map, now



κότητάς της σε διεθνές επίπεδο, εύκολα μπορούμε να αντιληφθούμε πως η Ελλάδα, δεδομένης και της στρατηγικής της θέσης στον παγκόσμιο χάρτη, έχει πλέον μία μοναδική ευκαιρία. Η περιφέρεια της χώρας φαίνεται πως ενισχύεται καθοριστικά μέσα από τη χωροταξική οργάνωσή της, επιφέροντας θετικές επιπτώσεις σε περιοχές, οι οποίες μέχρι πρότινος θεωρούνταν, και επί της ουσίας ήταν, ακόμη και αδικημένες.

Νέα εποχή και για την «Πλαστικά Κοτρώνης»

Η έδρα της Εταιρείας μας βρίσκεται στη Δυτική Ελλάδα και συγκεκριμένα στην περιοχή των Μαλαμάτων, 10 χλμ από την πόλη της Ναυπάκτου, ουσιαστικά στο σημείο όπου ενώνονται η Ιονία και η Ολυμπία Οδός. Μετά και την ολοκλήρωση των δύο αυτών αυτοκινητοδρόμων, αλλά και του συνόλου των οδικών αξόνων της χώρας, υπάρχει η δυνατότητα ακόμη πιο άμεσης πρόσβασης στους πελάτες μας και κατ' επέκταση ακόμη καλύτερης ανταπόκρισης στις ανάγκες και τις απαιτήσεις τους.

«Η φιλοσοφία μας στηρίζεται στο δίπτυχο “just in time” και “on demand”»

Η φιλοσοφία μας στηρίζεται στο δίπτυχο “just in time” και “on demand”, κάτι που βρίσκει εφαρμογή με τη βοήθεια του ιδιόκτητου στόλου φορτηγών που διαθέτουμε. Άμεσα και χωρίς καθυστερήσεις τα προϊόντα μας βρίσκονται στη διάθεση των πελατών μας είτε έχουν την έδρα τους στη βόρεια είτε στην κεντρική Ελλάδα. Παράλληλα, οι οδηγοί μας κινούνται σε αναβαθμισμένες και ασφαλέστερες οδικές συνδέσεις.

Με την κατασκευή των νέων οδικών αξόνων, ο χάρτης της χώρας άλλαξε και η γεωγραφική απομόνωση, στην οποία είχαν υποχρεωθεί για δεκαετίες αρκετές περιοχές, αποτελεί παρελθόν. Σημεία αναφοράς για την ελληνική γαλακτοβιομηχανία, όπως τα Ιωάννινα, η Πρέβεζα, οι Σέρρες, τα Κουφάλια, αλλά και ο Βόλος, η Λάρισα αναβαθμίστηκαν σημαντικά και πλέον και εμείς, ως Εταιρεία, έχουμε ταχύτερη και ασφαλέστερη πρόσβαση σε αυτές. Ταυτόχρονα, ενισχύθηκε και η σύνδεση μεταξύ των λιμανιών, όπως αυτών της Δυτικής Ελλάδας και συγκεκριμένα των Πατρών, του Αστακού και της Ηγουμενίτσας.

Στα ανωτέρω έρχεται να προστεθεί η ύπαρξη του τεχνολογικού επιτεύγματος της Γέφυρας Ρίου-Αντιρρίου «Χαρίλαος Τρικούπης», χάρη στο οποίο οι περιφερειακές ενότητες Πελοποννήσου, Δυτικής Ελλάδας και Μακεδονίας ήρθαν πιο κοντά, διευκολύνοντας ταυτόχρονα την οδική σύνδεση του νότιου τμήματος της χώρας με την υπόλοιπη Ευρώπη.

Όπως εύκολα μπορεί να αντιληφθεί κανείς, ο νέος οδικός χάρτης της χώρας λειτουργεί ενισχυτικά στη φιλοσοφία της Εταιρείας μας για συνέπεια και επένδυση στη διαρκή εξέλιξη, με στόχο να εξασφαλίζει στους πελάτες της μία συνολική λύση κατασκευής, παραγωγής, αποθήκευσης και μεταφοράς πλαστικών δοχείων και πωμάτων για τρόφιμα.

has a unique opportunity. The country's peripheral regions seem to significantly benefit from its territorial organization, which has a positive impact on areas that were previously considered, and were, in fact, even disadvantaged.

New era for Kotronis Plastics

Our company is based in Western Greece, specifically in the area of Malamata, 10 km from the city of Nafpaktos, essentially at the point where Ionia and Olympia Odos are joined. Following the completion of both these motorways and all of the country's major roads, we have even better access to our customers and thus the possibility of addressing their needs and demands.

“We employ just-in-time and on-demand manufacturing processes”

We employ just-in-time and on-demand manufacturing processes, which are implemented with the help of our own fleet of trucks. Our products are readily available without delay, whether our customers are based in northern or central Greece. At the same time, our drivers are moving on improved and safer roads.

With the construction of the new motorways, the country's map has changed; the geographic isolation, to which many regions had been condemned for several decades, is in the past. The new roads have improved the standing of areas which serve as reference points for the Greek dairy industry, such as Ioannina, Preveza, Serres, Koufalia, Volos, and Larissa, and our company has faster and safer access to them. At the same time, the new motorways have enabled a better connection between the ports, such as those of Western Greece, namely Patras, Astakos and Igoumenitsa.

All of the above are complemented by the technological achievement of the Rio-Antirrio Bridge “Charilaos Trikoupis”, which has brought the regional units of the Peloponnese, Western Greece and Macedonia closer, facilitating the road link of the southern part of the country with the rest of Europe.

It is easy to see that the country's new road map reinforces our company's philosophy of consistency and investment in continuous development, which aims to provide customers with a comprehensive solution for the manufacture, production, storage and transport of plastic food containers and lids.



www.kotronis-plastics.gr



Nafpaktoς ...abroad

«Στις μέρες μας η συνεργασία των εταιρειών με τα Πανεπιστήμια είναι μονόδρομος»

Κωνσταντής Κουζέλης

“Today, cooperation between companies and Universities is the only way forward”

Konstantis Kouzelis



Με σπουδές στο Αριστοτέλειο Πανεπιστήμιο Θεσσαλονίκης και τη συνέχιση αυτών στο Aalborg University της Δανίας, ο **Κωνσταντής Κουζέλης**, με διδακτορικό τίτλο στον τομέα των έξυπνων ηλεκτρικών δικτύων (Smart Grids), εργάζεται σήμερα στην Ελβετία ως προγραμματιστής στην Εταιρεία NEPLAN AG, η οποία εξειδικεύεται στην παράγωγή λογισμικού για την προσομοίωση και ανάλυση δικτύων ηλεκτρισμού, αερίου και θερμότητας. Πέραν των προγραμματιστικών του καθηκόντων, είναι επίσης σύμβουλος σε ηλεκτρολογικές μελέτες δικτύων χαμηλής τάσης, ενώ διευθύνει ερευνητικά projects της Εταιρείας του σε συνεργασία με Ελβετικά και Ευρωπαϊκά Πανεπιστήμια. Το επιστημονικό του ενδιαφέρον στην παρούσα φάση είναι στραμμένο στη μοντελοποίηση της συνέργειας των δικτύων αερίου και ηλεκτρισμού.

Τί ήταν αυτό που σε έκανε να επιλέξεις να συνεχίσεις τις σπουδές σου στο εξωτερικό;

Πριν συνεχίσω τις σπουδές μου στη Δανία, υπήρξε ένα μικρό διάστημα κατά το οποίο εργάστηκα στην Ελβετία. Αυτό το διάστημα ήταν ιδιαίτερος κομβικός για εμένα, καθώς είδα μέσω της Εταιρείας, στην οποία δούλευα, ότι το Πανεπιστήμιο και οι εταιρείες έχουν στενή συνεργασία. Αυτή η συνεργασία είναι σπάνια στην Ελλάδα. Το γεγονός λοιπόν, ότι το Πανεπιστήμιο σε αρκετές χώρες του εξωτερικού εξειδικεύει τον φοιτητή σε τομείς της επιλογής του, σεβόμενο παράλληλα τις ανάγκες της αγοράς, με οδήγησε σε αυτή την απόφαση.

Μετά το πέρας των ακαδημαϊκών σου σπουδών, η επαγγελματική σταδιοδρομία στο εξωτερικό ήταν για εσένα μονόδρομος;

Δε θεωρώ ότι η εργασία μου στο εξωτερικό ήταν μονόδρομος. Η απόφασή μου να εργαστώ σε γερμανόφωνη χώρα ήταν «ειλημμένη» πολύ πριν τελειώσω το σχολείο, καθώς από πολύ μικρή ηλικία είχα συχνές συναναστροφές με συγγενείς και φίλους της οικογένειάς μου από τη Γερμανία. Μπορώ να πω ότι ο τρόπος σκέψης μου σε πολλά ζητήματα ήταν πολύ κοντινός στο δικό τους, υπήρχε δηλαδή μια συμβατότητα στη νοοτροπία μας. Ακόμη, από συζητήσεις με τους ίδιους ανθρώπους διέκρινα έναν ενθουσιασμό για την εργασία τους εκεί. Βάσει των δύο αυτών παραμέτρων, αποφάσισα να δώσω κατατακτήριες εξετάσεις για τη Γερμανική Σχολή Θεσσαλονίκης. Από τη στιγμή που πέρασα και ξεκίνησα το

With studies at the Aristotle University of Thessaloniki and Aalborg University in Denmark, and a PhD in Smart Grids, **Konstantis Kouzelis** currently works in Switzerland as a developer at NEPLAN AG, which specializes in the production of software for the simulation and analysis of electricity, gas, and heat networks. In addition to his coding duties, he is also a consultant in low-voltage electrical network studies, while he carries out research projects in cooperation with Swiss and European Universities. His scientific interest at this stage is focused on synergy modelling of gas and electricity networks.

What made you choose to continue studying abroad?

Before continuing my studies in Denmark, there was a brief period during which I worked in Switzerland. This was a particularly important time for me, as I saw, through the Company I was working for, University and companies working closely together. This collaboration is rare in Greece. The fact that in several foreign countries the University gives students the opportunity to specialize in their choice areas, while respecting the needs of the market, led me to this decision.

After completing your academic studies, was your professional career abroad the only alternative?

I do not think working abroad was the only alternative. My decision to work in a German-speaking country had already been made long before I finished school, since I often met with relatives and family friends from Germany from a very young age. I can say that my way of thinking on many issues was very close to theirs, we had a similar mentality if you like. Furthermore, in conversations with the same people, I discerned an enthusiasm for their work there. Based on these two parameters, I decided to take an entrance exam for the German School of Thessaloniki. From the moment I succeeded and started secondary school there, working abroad was only to be expected.

What are your scientific interests and how could you apply them in Greece?

My scientific interests are directly related to the Company's interests. We are currently investigating, in cooperation with Swiss Uni-

Γυμνάσιο εκεί, ήταν αναμενόμενο να εργαστώ αργότερα στο εξωτερικό.

Ποια είναι τα επιστημονικά σου ενδιαφέροντα και πώς θα μπορούσες να τα εφαρμόσεις στην Ελλάδα;

Τα επιστημονικά μου ενδιαφέροντα είναι άμεσα συνυφασμένα με τα ενδιαφέροντα της Εταιρείας. Στην παρούσα φάση ερευνούμε, σε συνεργασία με Ελβετικά Πανεπιστήμια, τη σύνδεση και κοινή λειτουργία των δικτύων αερίου και ηλεκτρισμού. Αυτή η συνεργασία δίνει μεγαλύτερη ευελιξία στη μεταφορά ενέργειας, ιδιαίτερα σε ακραίες συνθήκες, ενώ σε πολλές περιπτώσεις μπορεί να μειώσει το μακροχρόνιο κόστος λειτουργίας των δικτύων αυτών. Πιστεύω ότι το συγκεκριμένο πρότζεκτ είναι ένα παράδειγμα το οποίο θα είχε προοπτικές εφαρμογής στην Ελλάδα.

Είναι στα άμεσα σχέδιά σου να επιστρέψεις στην Ελλάδα; Και εάν ναι, υπό ποιες προϋποθέσεις θαδρομολογούσες την επιστροφή σου αυτή;

Η επιστροφή στην Ελλάδα δεν είναι κάτι που σκέφτομαι τώρα. Είμαι ικανοποιημένος από την κοινωνική και επαγγελματική μου ζωή εδώ. Η χώρα εγγυάται καλές και δίκαιες συνθήκες εργασίας ενώ, εταιρικά, υπάρχουν προοπτικές εξέλιξης. Φυσικά μου λείπουν η οικογένειά μου και οι φίλοι μου, όμως οι μεν με επισκέπτονται συχνά, ενώ οι δε βρίσκονται πλέον στο εξωτερικό. Συνεπώς, δεν υπάρχει για εμένα μεγάλο κίνητρο επιστροφής στην πατρίδα μου προς το παρόν.

«Η Ναύπακτος θα πρέπει να εκμεταλλευτεί τη γεωγραφική θέση της ώστε να προσεγγίσει κεφάλαια από το εσωτερικό ή το εξωτερικό»

Τί θα ήθελες να δεις στην πόλη καταγωγής σου, τη Ναύπακτο, το οποίο πιστεύεις ότι σήμερα απουσιάζει;

Δύσκολη ερώτηση, γιατί υπάρχουν πολλές ιδέες που θα μπορούσαν να μετατρέψουν αυτή την ιστορική, όμορφη, αλλά και παρακμάζουσα πόλη σε μια πόλη πρότυπο. Θεωρώ ότι οι κάτοικοι της Ναυπάκτου θα πρέπει να δουν μια μεγαλύτερη εικόνα από αυτή που βλέπουν σήμερα. Όπως ήδη ανέφερα, στις μέρες μας η συνεργασία των εταιρειών με τα Πανεπιστήμια είναι μονόδρομος. Οι εταιρείες διεξάγουν ερευνητικά προγράμματα στο Πανεπιστήμιο λόγω της εξειδίκευσης και του χαμηλού κόστους, ενώ σε μετέπειτα στάδιο ενδιαφέρονται για τη γρήγορη και εξειδικευμένη στελέχωσή τους. Η Ναύπακτος έχει πλέον καλή σύνδεση με το οδικό δίκτυο, ενώ σε κοντινή απόσταση βρίσκεται και το Πανεπιστήμιο Πατρών. Συνεπώς, η πόλη θα πρέπει να εκμεταλλευτεί τη γεωγραφική θέση της ώστε να προσεγγίσει κεφάλαια από το εσωτερικό ή το εξωτερικό. Ενδεχομένως και οι τοπικές αρχές θα μπορούσαν να διευκολύνουν μια τέτοια προσπάθεια, παρέχοντας σε ενδιαφερόμενες εταιρείες αχρησιμοποίητους χώρους της πόλης, βοηθώντας στην ατελείωτη γραφειοκρατία ή πιέζοντας για αεροπορική σύνδεση στην περιοχή της Πάτρας. Πιστεύω ότι μια τέτοια προσπάθεια θα έδινε μια επιχειρηματική ώθηση στον τόπο, θα γέμιζε τα ταμεία του Δήμου και επομένως θα σήμαινε νέες δυνατότητες για την αναβάθμιση της περιοχής, την καλύτερη λειτουργία της πόλης και τη συντήρηση των αρχαίων ευρημάτων.



versities, the connection and joint operation of gas and electricity networks. This synergy gives more flexibility in energy transfer, especially in extreme conditions, and in many cases it can reduce the long-term running costs of these networks. I believe that this project is an example that could be implemented in Greece.

Do you plan to return to Greece soon? And if so, under what conditions would you come back?

Returning to Greece is not something I'm thinking of at the moment. I am satisfied with my social and professional life here. Switzerland guarantees good and fair working conditions while there are prospects for development. Of course, I miss my family and friends, but my family often visits while my friends currently live abroad. Therefore, there is not much incentive for me to return to my homeland for the time being.

“Nafpaktos should exploit its geographic location to attract domestic or foreign capital”

What would you like to see in Nafpaktos, which you think is missing today?

That's a difficult question, because there are many ideas that could transform this historic, beautiful, but declining town into a model town. I think that the people living in Nafpaktos should see a bigger picture than the one they are seeing now. As I said before, cooperation between companies and Universities is the only way forward. Companies are conducting research programmes at the University due to its specialization and low cost, while at a later stage they are interested in fast and specialized staffing. Nafpaktos now has a good link to the road network, while the University of Patras is also near. Consequently, the town should exploit its geographic location to attract domestic or foreign capital. Local authorities could also facilitate such an effort by providing unused town areas to interested companies, helping with endless bureaucracy or pushing for an airport in the area of Patras. I believe that such an effort would give the town a business boost, bring in municipal revenue, and therefore it would mean new possibilities for improving the area, and the way the town operates, as well as preserving ancient finds.

Nafpaktos: Trails of Culture

Το Αρχαίο Θέατρο της Μακύνειας μέσα από τα μάτια της **Ειρήνης Ευαγγελάτου***...

Λίγα μόλις χιλιόμετρα δυτικά της Ναυπάκτου, στο πλάτωμα της ακρόπολης της Αρχαίας Μακύνειας στέκει το ομώνυμο Αρχαίο Θέατρο που διασώζεται στο πέρασμα των αιώνων μέχρι σήμερα. Ο επισκέπτης από αυτό ακριβώς το σημείο έχει το μοναδικό πρόνομο να θαυμάσει από ψηλά μια απaráμυλλη θέα με τα βουνά της Αχαΐας ακριβώς απέναντι, τον Πατραϊκό Κόλπο στα δυτικά και τον Κορινθιακό στα ανατολικά. Το τεχνολογικό επίτευγμα της Γέφυρας Ρίου-Αντιρρίου «Χαρίλαος Τρικούπης» απλώνεται μπροστά του και δε θα ήταν υπερβολή να πει κανείς πως σε τούτο τον τόπο το παρόν βρίσκεται σε ανοικτή συνομιλία με το παρελθόν.

Σημείο αναφοράς το Θέατρο από αρχαιοτάτων χρόνων, συνεχίζει να εμπνέει τους κατοίκους της περιοχής, μιας και αποτελεί τόπο συνάντησης για θεατρικές παραστάσεις αλλά και λογής εκδηλώσεις πολιτιστικού ενδιαφέροντος.

Το «Θεατρικό Εργαστήρι» της **Ειρήνης Ευαγγελάτου** στα δέκα χρόνια λειτουργίας του, έχει παρουσιάσει αρκετές παραστάσεις στο Αρχαίο Θέατρο της Μακύνειας. Όπως μας μεταφέρει η ίδια η κα. Ευαγγελάτου, «οι ώρες που έχουμε περάσει εκεί μας δίνουν το δικαίωμα να το θεωρούμε σπίτι μας, να το φροντίζουμε, να το αγαπάμε. Εκεί πρωτοπαίξαμε τις «ΤΡΩΑΔΕΣ» Του Ευριπίδη το 2012 και συνεχίσαμε με τη «Λυσιστράτη» του Αριστοφάνη το 2013, τις «ΕΥΜΕΝΙΔΕΣ» του Αισχύλου το 2015, τις «Νεφέλες» του Αριστοφάνη το 2017. Παράλληλα, το 2012, 2013, 2014 οργανώσαμε άριστα το Φεστιβάλ «Στα Μονοπάτια των Μύθων» με τη συμμετοχή των μαθητών από τα σχολεία του νομού, που συνεχίζεται ακόμη».

Ποια είναι όμως τα συναισθήματα που κυριαρχούν πριν, κατά τη διάρκεια και μετά από μία θεατρική παράσταση σε ένα χώρο ιερό, όπως το Αρχαίο Θέατρο της Μακύνειας; Η Ειρήνη Ευαγγελάτου αφηγείται...

«Στον αρχαιολογικό χώρο της Μακύνειας πρώτα απ' όλα εντυπωσιάζεσαι από την ησυχία και την γαλήνη που σου δημιουργεί ο χώρος. Στη συνέχεια θαυμάζεις τα ερείπια που κείτονται αιώνες στην ίδια θέση. Πλησιάζοντας το Αρχαίο Θέατρο νιώθεις την ενέργειά του να σε καλεί.

Όταν στέκεσαι και κοιτάξεις από την ορχήστρα του Θεάτρου προς το άδειο κούλον των θεατών, θαμπώνεσαι από την σκέψη, πως άνθρωποι που έζησαν αιώνες πριν καθόντουσαν σε αυτά τα εδώλια. Προσπαθείς να δημιουργήσεις την εικόνα του θεάτρου γεμάτο με θεατές που έζησαν τον 5ο ή τον 4ο αιώνα π.Χ.. Συγκινείσαι όταν αντικρίζεις τα θεμέλια του σκηνικού οικοδομήματος που υπήρχε κάποτε εκεί και φιλοξενούσε τους ηθοποιούς, τα σκηνικά τους αντικείμενα, τα κοστούμια, τις μάσκες και τα ζωγραφιστά σκηνικά των παραστάσεων. Η κορύφωση έρχεται όταν συνειδητοποιείς πως εκεί που στέκεσαι- στην ορχήστρα του

The Ancient Theatre of Makyneia through the eyes of **Eirini Evangelatou*** ...

Just a few kilometres west of Nafpaktos, on the plateau of the acropolis of Ancient Makyneia, stands the Ancient Theatre of the same name, which has survived through centuries to this day. This very point offers the visitor the unique privilege of an unparalleled view of the mountains of Achaia just across, the Gulf of Patras to the west and the Corinthian Gulf to the east. The technological achievement of Rio-Antirion Bridge "Charilaos Trikoupis" lies in front and it is no exaggeration to say that at this site past and present converge.

The theatre has long been a reference point since ancient times and continues to inspire the locals, as it is a meeting place for theatrical performances as well as various cultural events.

Eirini Evangelatou's "Theatrical Workshop" has given several performances at the Ancient Theatre of Makyneia in the last ten years. As Ms. Evangelatou herself says, *"the hours we have spent there give us the right to consider it our home, to care for it, to love it. That's where we presented the "The Trojan Women" by Euripides for the first time (2012) and we continued with "Lysistrata" by Aristophanes (2013), "The Eumenides" by Aeschylus (2015), and "The Clouds" by Aristophanes (2017). At the same time, in 2012, 2013, 2014, we successfully organized the Festival "In the Trails of Myths" with the participation of pupils from the schools of the prefecture, which is still going on."*

What are the feelings one has before, during and after a theatrical performance in a sanctuary, such as the Ancient Theatre of Makyneia? Eirini

Evangelatou tells ...

"At the archaeological site of Makyneia you are, first and foremost, impressed by the quietness and tranquillity the place inspires. Then you admire the ruins that have lain at the same site for centuries. As you approach the ancient theatre, you feel its energy calling you.

When you stand in the theatre orchestra and look to the empty koulon, the part of the theatre where the spectators sit, you are dazzled by the thought that people who lived centuries before sat in these seats. You try to create the image of the theatre filled with spectators who lived in the 5th or 4th century BC. You are moved when you see the foundations of the skene that once existed there and hosted the hypokrites, the actors, the props, the costumes, the masks, and the painted scenery of the performances. The climax comes when you realise that where you are standing – in the theatre orchestra – the Chorus stood, sang, danced, and responded to the Hypokrites who were on the proskenion, the stage. The thought makes you shiver.





Η φωτογραφία, από παράσταση του ετήσιου «Κύκλου Θεάτρου» της ΓΕΦΥΡΑ Α.Ε., αποτελεί ευγενική παραχώρηση της Εταιρείας.

Photo from a performance of the annual «Theatre Circle» of GEFYRA SA, courtesy of the Company.

θεάτρου- στεκόταν, τραγουδούσε, χόρευε ο Χορός και αποκρινόταν στους Υποκριτές που βρίσκονταν στο προσκήνιο. Με αυτή τη σκέψη ανατριχιάζεις.

«Νοιώθεις την ενέργεια του χώρου που σε κυριεύει»

Ύστερα προσπαθείς, στο θρόισμα του αέρα, να ακούσεις τον αρχαίο λόγο που πριν αιώνες αντηχούσε καθάριος σε αυτό τον χώρο. Αυτά τα συναισθήματα δημιουργούνται όταν απλά στέκεσαι και παρατηρείς το Αρχαίο Θέατρο. Όταν καλείσαι να παίξεις ένα αρχαίο δράμα στο χώρο που γεννήθηκε αυτό, δημιουργείται μία πληθώρα συναισθημάτων. Νοιώθεις την ενέργεια του χώρου που σε κυριεύει. Αγγίζεις το χώμα της ορχήστρας που έπαιζαν αιώνες πριν οι υποκριτές του 4ου αιώνα π.Χ., κινείσαι στον ίδιο χώρο με αυτούς, νιώθεις τις ίδιες αγωνι-

“You feel the energy of the space that takes hold of you”

Then, in the rustling of the wind, you try to hear the ancient word that centuries ago echoed clear in this place. These feelings are created when you just stand and observe the ancient theatre. When you are invited to play an ancient drama in the place where drama was born, you are overwhelmed by emotion. You feel the energy of the space that takes hold of you. You touch the soil of the orchestra, where centuries before the hypokrites of the 4th century BC played, you move in the same space as they did, you feel the same anxiety, fear and timidity for the sanctity of the imposing site. You are wondering if the drama that you are staging has ever been presented here. When you start the rehearsals, days before the performance, in the sunlight – just as the ancient Greeks did – you feel that you are overtaken, guided by the energy of the theatre and the people who were here before.

ες, το φόβο και τη συστολή για την ιερότητα του επιβλητικού χώρου. Αναρωτιέσαι αν διδάχθηκε το συγκεκριμένο δράμα που καταπιάνεσαι, στο χώρο αυτό. Όταν ξεκινάς τις πρόβες, μέρες πριν την παράσταση, υπό το φως του ήλιου -όπως ακριβώς έπαιζαν και οι αρχαίοι Έλληνες- αισθάνεσαι ότι σε συνεπαίρνει, σε καθοδηγεί η ενέργεια του Θεάτρου και των ανθρώπων που προϋπήρξαν σε αυτό.

Στο τέλος κάθε πρόβας ένα χαμόγελο στα χείλη. Ο ενθουσιασμός στα μάτια και η ενέργεια στο σώμα, προδίδουν την «κάθαρσιν» που περιγράφει ο Αριστοτέλης και αισθάνεσαι τιμή που σου δόθηκε η ευκαιρία να τη νοιώσεις και εσύ.

Την ημέρα της παράστασης το Αρχαίο Θέατρο γεμίζει με σύγχρονους θεατές. Πλέον δε βλέπεις τα εδώλια του κούλου, αλλά ανθρώπους, έτσι μπορείς πιο εύκολα να δημιουργήσεις την εικόνα των αρχαίων θεατών. Πριν ξεκινήσει η παράσταση αφουγκράζεσαι τον παλμό του Θεάτρου και ο φόβος του σε κυριεύει. Από τη στιγμή που θα ξεκινήσει είναι λες και σε συνεπαίρνει η δύναμή του, σα να σε καθοδηγεί, σα να σε συντροφεύει η ενέργεια του Αρχαίου Θεάτρου και των ανθρώπων του.

Όταν η παράσταση τελειώσει, το σώμα σου είναι μουδιασμένο, ενώ ταυτόχρονα καίει, γιατί βίωσες ό,τι και οι αρχαίοι υποκριτές πριν αιώνες. Οι θεατές αποχωρούν και εσύ καλείσαι να μαζέψεις όλα τα σκηνικά αντικείμενα, τα κοστούμια, τις μάσκες. Εκεί έρχεται η ικανοποίηση που έφερρες εις πέρας το εγχείρημα, αλλά και η σκληρή συνειδητοποίηση πως αυτό ήταν, δε θα πας στο Αρχαίο Θέατρο για πρόβα την επόμενη μέρα. Από εκεί και πέρα κλειδώνεις όλα τα συναισθήματα που σου δημιούργησε το Θέατρο βαθιά μέσα στην καρδιά σου και καρτερείς την επόμενη φορά που θα σου δοθεί αυτή η ξεχωριστή ευκαιρία.

Φεύγοντας από τον χώρο ρίχνεις μια τελευταία ματιά και νοιώθεις απίστευτα μικρός μπροστά στο μεγαλείο, την ενέργεια και την ιερότητά του.

Το «Θεατρικό Εργαστήρι» στα δέκα χρόνια λειτουργίας του, έχει παρουσιάσει αρκετές παραστάσεις στο Αρχαίο Θέατρο Μακύνειας. Οι ώρες που έχουμε περάσει εκεί μας δίνουν το δικαίωμα να το θεωρούμε σπίτι μας, να το φροντίζουμε, να το αγαπάμε. Εκεί πρωτοπαίξαμε τις «ΤΡΩΑΔΕΣ» Του Ευριπίδη (2012) και συνεχίσαμε με τη «Λυσιστράτη» του Αριστοφάνη (2013), τις «ΕΥΜΕΝΙΔΕΣ» του Αισχύλου (2015), τις «Νεφέλες» του Αριστοφάνη (2017).

Παράλληλα, το 2012, 2013, 2014 οργανώσαμε άριστα το Φεστιβάλ «Στα Μονοπάτια των Μύθων» με τη συμμετοχή των μαθητών από τα σχολεία του νομού, που συνεχίζεται ακόμη».

*Η Ειρήνη Ευαγγελάτου είναι σκηνοθέτις και ηθοποιός. Διατηρεί το «Θεατρικό Εργαστήρι» στη Ναύπακτο και έχει στο ενεργητικό της εξαιρετικές παραστάσεις και ερμηνείες.

Η Εταιρεία μας επί σειρά ετών στηρίζει εμπράκτως πολιτιστικές δράσεις που λαμβάνουν χώρα στο Αρχαίο Θέατρο της Μακύνειας.

At the end of each rehearsal, a smile on the lips. The excitement in the eyes and the energy in the body betray the "katharsis" described by Aristotle and you feel honoured to have been given the opportunity to feel it yourself.

On the day of the performance, the Ancient Theatre is filled with present-day spectators. Now you do not see the seats of the koilon, but people, so you can more easily create the image of the ancient spectators. Before the performance begins, you listen to the pulse of the theatre and you are overtaken by fear. Once it begins, it is as if you get carried away by the theatre's strength, as if it guides you, as if you are accompanied by the energy of the Ancient Theatre and its people.

When the performance is over, your body is numb and burning at the same time, because you have experienced what the ancient hypocrites experienced centuries ago. The spectators leave the Ancient Theatre and you are invited to gather all props, costumes, masks. There comes the satisfaction that you have accomplished the venture, and the harsh awareness that that was it, you will not go to the Ancient Theatre for rehearsal the next day. Thereafter, you lock down all the feelings that the Theatre has created for you deep inside your heart and you yearn for the next time you will be given this special opportunity.

Leaving the ancient theatre, you take a last look and you feel incredibly small in front of the greatness, energy and sanctity of this site.

The "Theatrical Workshop" has given several performances at the Ancient Theatre of Makynia in the last ten years. The hours we have spent there give us the right to consider it our home, to care for it, to love it. That's where we presented the "The Trojan Women" by Euripides for the first time (2012) and we continued with "Lysistrata" by Aristophanes (2013), "The Eumenides" by Aeschylus (2015), and "The Clouds" by Aristophanes (2017).

At the same time, in 2012, 2013, 2014, we successfully organized the Festival "In the Trails of Myths" with the participation of pupils from the schools of the prefecture, which is still going on."



* Eirini Evangelatou is a director and actor. She owns the "Theatrical Workshop" in Nafpaktos and has staged and given exceptional performances.

Our Company has actively supported cultural activities taking place in Ancient Theatre of Makynia for many years.



“Production Routes”

Και τη φετινή σχολική χρονιά, δεκάδες μαθητές επισκέφθηκαν τις εγκαταστάσεις μας, στο πλαίσιο του εκπαιδευτικού μας προγράμματος που φέρει την ονομασία «Διαδρομές Παραγωγής». Τα τελευταία χρόνια υποδεχόμαστε συστηματικά επισκέπτες από εκπαιδευτικές μονάδες όλων των βαθμίδων, με στόχο την ενημέρωσή τους σχετικά με τον τρόπο λειτουργίας και την ιστορία της βιομηχανικής μας μονάδας, αλλά και την ταυτόχρονη επαφή τους με τη διαδικασία παραγωγής, από την έναρξη έως το τελικό αποτέλεσμα.

For one more school year, dozens of students visited our facilities, as part of our educational programme called «Production Routes». In recent years, we have been systematically welcoming visitors from educational institutions of all levels, in order to inform them about our industrial unit’s operation and history, and, at the same time, bring them into contact with the production process, from start to finish.

Social Responsibility

Η Κοινωνική Ευθύνη σε πρώτο πλάνο

Παιχνίδι: Η βαθύτερη αξία και δυναμική του

Με τη στήριξη της Εταιρείας μας και τη συμμετοχή του εργοθεραπευτή **Μιχάλη Λιβιτσιάνη** και της αγαπημένης «Σβούρας» **Άντζυς Κάντζου**, γονείς και παιδιά συμμετείχαν σε ένα ξεχωριστό και άκρως επιμορφωτικό Σαββατοκύριακο, στη Ναύπακτο. Κεντρικό θέμα το παιχνίδι, πώς αυτό συμβάλλει στη ζωή και την ανάπτυξη του παιδιού και πώς μπορεί να βελτιώσει τις σχέσεις μεταξύ των μελών της οικογένειας.

Μέσα από το στοχευμένο διήμερο σεμινάριο, το αποτέλεσμα ήταν οι γονείς να αναγνωρίσουν τη βαθύτερη αξία και δυναμική του παιχνιδιού και στη συνέχεια, εφαρμόζοντας τις πληροφορίες που έλαβαν, με τη συμμετοχή των παιδιών τους, να εντοπίσουν στην πράξη την αμοιβαία ωφέλιμη διάστασή του.

Μια γιορτή αφιερωμένη στα παιδιά

Περισσότερα από 70 παιδιά εργαζομένων μας μαζί με τους φίλους τους, λίγο πριν υποδεχθούμε το νέο έτος, διάβασαν παραμύθια, απασχολήθηκαν δημιουργικά και διασκέδασαν σε μία γιορτή που ήταν αποκλειστικά αφιερωμένη σε αυτά!

Ενισχύοντας τις Κοινωνικές Δομές

Και φέτος ενισχύουμε το σημαντικό έργο του Συλλόγου ΑμεΑ «Αλκυόνη» συμβάλλοντας στη διαμόρφωση και τσιμεντόστρωση του δρόμου πρόσβασης στις Στέγες Υποστηριζόμενης Διαβίωσης. Παράλληλα, συνεχίζουμε να στεκόμαστε στο πλευρό των Κοινωνικών Δομών του Δήμου Ναυπακτίας και της Ιεράς Μητροπόλεως Ναυπάκτου και Αγίου Βλασίου.

Στο πλευρό των πλημυροπαθών της Μάνδρας

Με ιδιαίτερη ευαισθησία ανταποκριθήκαμε στο κάλεσμα του Κοινωνικού Ιατρείου-Φαρμακείου Ναυπακτίας «Όλοι Μαζί» για τη μεταφορά των ειδών πρώτης ανάγκης στους πλημυροπαθείς της Μάνδρας Αττικής που δοκιμάστηκαν έντονα.

Ο οδηγός μας **Αποστόλης Φούντζουλας** συμμετείχε στην αποστολή βοήθειας παραδίδοντας τα είδη που είχαν συγκεντρωθεί στους πληγέντες.

Προτεραιότητα στον αθλητισμό

Δίνοντας προτεραιότητα στον αθλητισμό και στις υγιείς διεξόδους της νέας γενιάς, στηρίζουμε την ομάδα μπάσκετ ΠΑΣ Ναυπάκτου και τις Ακαδημίες Ποδοσφαίρου του Ναυπακτιακού Αστήρα που αριθμούν περισσότερα από 200 παιδιά, ενώ σταθερά βρισκόμαστε στο πλευρό του δρομέα **Χρήστου Παπαδογεώργου** που συμμετέχει σε απαιτητικές αθλητικές διοργανώσεις σε όλη την Ελλάδα, καλύπτοντας τα έξοδα για την ολοκληρωμένη αγωνιστική του προετοιμασία.



Social Responsibility in the foreground

Play: its deeper value and dynamics

Our Company sponsored a special and highly educational weekend in Nafpaktos, dedicated to parents and children, with the participation of occupational therapist **Michalis Livitsianis** and our beloved «Svoura», **Angie Kantzou**. The central theme was play, how it contributes to the child's life and development and how it can improve relationships between family members.

Through the focused two-day seminar, parents were able to recognise the deeper value and dynamics of play, and then, together with their children, apply the information they received in order to identify its mutually beneficial dimension in practice.

A celebration dedicated to children

Just before we welcomed the New Year, more than 70 of our employees' children and their friends read stories, spent their time creatively, and had fun at a celebration dedicated exclusively to them!

Strengthening Social Structures

For yet another year we have supported the important work of the Disabled People Association «Alkyoni», contributing to the construction of the access road to the association's Assisted Living Accommodation. At the same time, we continue to stand by the Social Structures of the Municipality of Nafpaktia and the Holy Metropolis of Nafpaktos and Agios Vlasios.

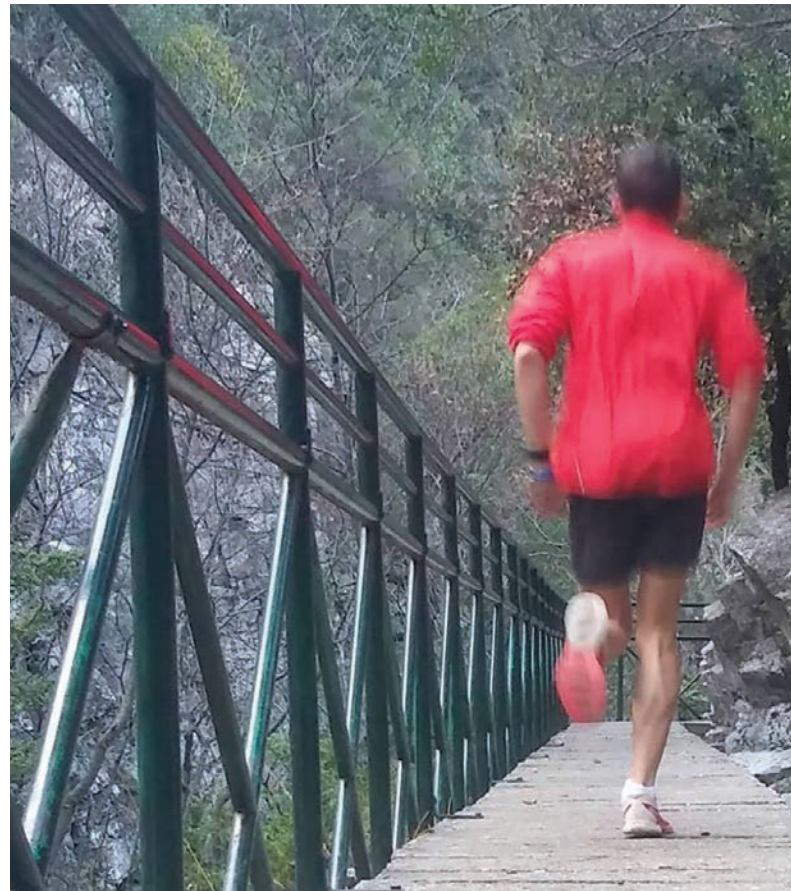
Standing by the flood victims of Mandra

We were quick to respond to the call of the Social Clinic-Pharmacy of Nafpaktia «All Together» for the transport of basic necessities to the flood victims of Mandra, Attica, who were sorely tried.

Our driver, **Apostolis Fountzoulas**, participated in the help mission by delivering the items that had been collected to the victims.

Priority to sport

Giving priority to sport and healthy outlets for youth, we sponsor the basketball team of Nafpaktos and its football academies with more than 200 children, while we continue to stand by the runner **Christos Papadogeorgos**, who participates in demanding sporting events throughout Greece, by covering all his training expenses.



Newsletter

Σε συνεργασία με την Ελληνική Εταιρεία Διοίκησης Επιχειρήσεων

Την Ελληνική Εταιρεία Διοίκησης Επιχειρήσεων (ΕΕΔΕ) της Πάτρας και τους σπουδαστές του Μεταπτυχιακού Τμήματος Διοίκησης Επιχειρήσεων και των Diplomas Sales και Logistics Management επισκέφθηκε, ανταποκρινόμενη σε σχετική πρόσκληση, ομάδα εκπροσώπων μας.

Μετά από μία σύντομη παρουσίαση της μέχρι σήμερα πορείας της Εταιρείας από το στέλεχος της Οικονομικής Διεύθυνσης, κα. **Νάντια Αναγνωστοπούλου**, ο Οικονομικός Διευθυντής, κος **Αυγουστίνος Κοτρώνης** ανέπτυξε μία ιδιαίτερως ενδιαφέρουσα συζήτηση με τους σπουδαστές τόσο για τις στρατηγικές όσο και τις προοπτικές και μελλοντικές στοχεύσεις της Εταιρείας.

Επί της ουσίας διάλογος για τα Logistics στην Περιφέρεια

Έχοντας υπό όψιν ότι το επιχειρείν ενός τόπου αποτελεί σημείο αναφοράς για την ανάπτυξή του, μόνο ως ενθαρρυντικά θα μπορούσαν να χαρακτηριστούν τα αποτελέσματα του εποικοδομητικού και επί της ουσίας διαλόγου που αναπτύχθηκε στο ΤΕΕ Αιτωλοακαρνανίας και στον οποίο συμμετείχε ενεργά ο Πρόεδρος και Διευθύνων Σύμβουλος της «Πλαστικά Κοτρώνης», κος **Γιώργος Κοτρώνης**.

Η συζήτηση πραγματοποιήθηκε στο πλαίσιο της Ημερίδας «Αιτωλοακαρνανία – Τα Logistics στην Περιφέρεια: Το Όραμα και η Πράξη», με συνδιοργανωτές το Περιφερειακό Τμήμα του ΤΕΕ και την Ελληνική Εταιρεία Logistics (EEL).

Οι Αιτωλοακαρνανίες τίμησαν την «Πλαστικά Κοτρώνης»

Για την επιχειρηματική της δραστηριότητα και την πολυετή προσφορά της στην οικονομία της Αιτωλοακαρνανίας βραβεύτηκε η Εταιρεία μας από την Παναιτωλοακαρνανική Συνομοσπονδία (ΠΑΝ.ΣΥ.), στο πλαίσιο της ετήσιας εκδήλωσης που διοργάνωσε στο Ξενοδοχείο Divani Caravel, στην Αθήνα. Την τιμητική διάκριση παρέδωσε στον Πρόεδρο και Διευθύνοντα Σύμβουλο, κ. Γιώργο Κοτρώνη, ο Πρόεδρος του Δημοτικού Συμβουλίου του Δήμου Αθηναίων, κος **Νώντας Λαμπρακάκης**.

«Εμείς» μια μεγάλη οικογένεια!

Έχοντας στο επίκεντρο τους ανθρώπους της Εταιρείας μας, πραγματοποιήσαμε και φέτος την ετήσια εκδήλωσή μας για την κοπή της Πρωτοχρονιάτικης πίτας. Στο πλαίσιο αυτής, τιμήθηκαν εργαζόμενοι και στελέχη μας, που παρά το γεγονός ότι κατάγονται από διάφορα μέρη της χώρας, επέλεξαν να συνεχίσουν την επαγγελματική τους σταδιοδρομία στην Εταιρεία μας και πλέον μένουν μόνιμα, μαζί με τις οικογένειές τους, στην Ναύπακτο.



Working with the Hellenic Management Association

A team of our representatives were invited to the Hellenic Management Association of Patras, where they met with students of the Postgraduate Department of Business Administration and Sales and Logistics Management Diplomas.

After Finance Executive **Nadia Anagnostopoulou** gave a brief presentation of the company course so far, the Chief Financial Officer, Mr. **Augustinos Kotronis**, had a particularly interesting discussion with students about the company's strategies, as well as its prospects and future goals.

Substantial dialogue about Logistics in the Periphery

Considering that entrepreneurship constitutes a reference point for an area's development, it is very encouraging that the President and Chief Executive Officer of "Kotronis Plastics", Mr. **Giorgos Kotronis**, engaged in constructive and substantial dialogue at the Technological Educational Institute of Aitolokarnania.

The discussion took place during the Conference "Aetoloakarnania – Logistics in the Periphery: Vision and Practice", which was co-organised by the Regional Department of the Technical Chamber of Greece and the Hellenic Logistics Association.

The Aitolokarnanians honored "Kotronis Plastics"

Our company was awarded a distinction for its business activity and its lasting contribution to the economy of Aetoloakarnania by the Panaitoloakarnanian Confederation, during the latter's annual event at the Divani Caravel Hotel in Athens. The honorary distinction was presented to the President and CEO, Mr. Giorgos Kotronis, by the President of the Municipal Council of the Municipality of Athens, Mr. **Nontas Lamprakakis**.

Our big family!

Focusing on our company people, we also held this year's annual New Year celebration. During the event, the company honoured employees and executives who, despite coming from different parts of the country, chose to continue their professional careers at our company and now permanently reside with their families in Naupaktos.



KOTRONIS
PLASTICS



HALL 1 / Stand B12



KOTRONIS
PLASTICS