

women in digital

ΤΕΥΧΟΣ 4 // ΕΟΡΤΑΣΤΙΚΟ ΤΕΥΧΟΣ

Focus
ON TOP

Τζόση Βιζηλαίου

COMMUNICATIONS MANAGER AMVYX SA

“Η Τεχνολογία είναι
άρρηκτα συνδεδεμένη
με την Επικοινωνία”

WOMEN IN

Highlights



**ΚΩΝΣΤΑΝΤΙΝΑ
ΜΙΑΡΚΑ**

PEOPLE & CULTURE DIRECTOR
GREECE & CYPRUS
THE COCA COLA HBC



ΛΟΥΚΙΑ ΧΩΡΑΦΑ

HEAD OF MARKETING &
COMMUNICATIONS THE
MASTERCARD, ΓΙΑ ΕΛΛΑΔΑ,
ΚΥΠΡΟ ΚΑΙ ΜΑΛΤΑ



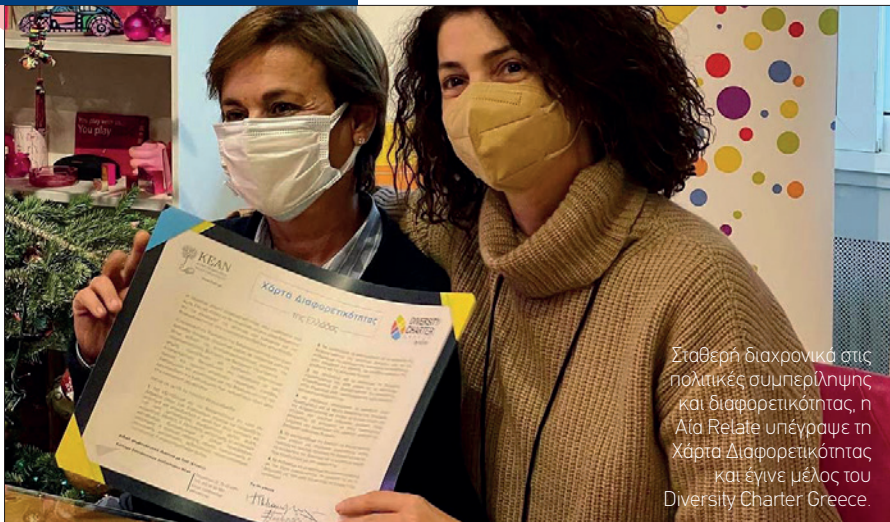
ΙΟΥΛΙΑ ΤΣΕΤΗ

ΠΡΟΕΔΡΟΣ ΤΟΥ UN GLOBAL
COMPACT NETWORKHELLAS



**ΓΕΩΡΓΙΑ
ΚΑΡΟΥΝΤΖΟΥ**

ΔΙΕΥΘΥΝΤΡΙΑ ΕΤΑΙΡΙΚΩΝ
ΥΠΟΘΕΣΕΩΝ ΚΑΙ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ
ΤΗΣ JTI ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ



Σταθερή διαχρονικά στις πολιτικές συμπερίληψης και διαφορετικότητας, η Αία Relate υπέγραψε τη Χάρτα Διαφορετικότητας και έγινε μέλος του Diversity Charter Greece.



Η Πρόεδρος της Επιτροπής του 21, Γιάννα Αγγελοπούλου παραδίδει τιμητική πλακέτα στη Μαριάννα Παπαδοπούλου-Χατζάκου, μέλος Δ.Σ. της ΜΕΒΓΑΛ.

Hot Topics

- ✓ Την Έλλη Ανδριοπούλου εξέλεξε η Alpha Υπηρεσιών και Συμμετοχών Α.Ε. ως Μη Εκτελεστικό Μέλος του Δ.Σ. της τράπεζας. Η κ. Ανδριοπούλου έχει αναλάβει διευθυντικές θέσεις στο Ίδρυμα Σταύρος Νιάρχος και το Κέντρο Πολιτισμού Ίδρυμα Σταύρος Νιάρχος (ΚΠΙΣΝ), με πλέον πρόσφατη της Προέδρου και Διευθύνουσας Συμβούλου του ΚΠΙΣΝ.
- ✓ Η αία* ενισχύει την εταιρική κουλτούρα της, δεσμευόμενη πως θα διατηρήσει το ανοιχτό και συμπεριληπτικό εργασιακό της περιβάλλον, που δεν αποκλείει κανέναν. Δίνοντας επίσημο τόνο στη δέσμευση που διατηρεί από την πρώτη μέρα λειτουργίας της, η αία* υιοθετεί τις εταιρικές πολιτικές του Diversity Charter Greece, για την παροχή ίσων ευκαιριών και μεταχείρισης σε όλους χωρίς καμία διάκριση φύλου, φυλής, θρησκείας, έθνους, αναπηρίας, οικογενειακής κατάστασης ή σεξουαλικού προσανατολισμού. Η υπογραφή έγινε παρουσία του Προέδρου του ΚΕΑΝ-Κύπταρο Εναλλακτικών Αναζητήσεων Νέων, από το οποίο πραγματοποιείται η Χάρτα, Σταύρου Μηνιώνη, της Προέδρου και Διευθύνουσας Συμβούλου της αία* relate, Αλεξίας Μπακογιάννη, και της Αντιπροέδρου και Διευθύνουσας Συμβούλου της εταιρείας, Νάνσης Σουρμπάτη.
- ✓ Στην ενίσχυση της διοικητικής του ομάδας προχώρησε ο όμιλος Intrafashion (Pink Woman & Hercilia) με την ένταξη της Κωνσταντίνας Βλαχάκη στους κόλπους του, η οποία αναλαμβάνει καθήκοντα διευθύντριας Λιανικής του ομίλου.
- ✓ Τη στήριξη της ΜΕΒΓΑΛ στις δράσεις «Ελλάδα 2021» τίμησε η Πρόεδρος της Επιτροπής, Γιάννα Αγγελοπούλου Δασκαλάκη, κατά την τελετή αναγνώρισης των μελών του χορηγικού προγράμματος. Την τιμητική πλακέτα παρέλαβε η Μαριάννα Παπαδοπούλου-Χατζάκου, μέλος του Δ.Σ. της ΜΕΒΓΑΛ.

Η πιο σκοτεινή στιγμή της Ημέρας είναι λίγο πριν ξημερώσει

Ο χρόνος που πέρασε, με όλα τα εμπόδια που έβαλε η πανδημία, πρόσφερε νέες ευκαιρίες στις Γυναίκες στον χώρο των επιχειρήσεων που έχουν πλέον εντάξει τον ψηφιακό μετασχηματισμό στην «ομπρέλα» του ESG και της Βιώσιμης Ανάπτυξης.

Ο ρόλος και η συμβολή των Γυναικών στο κλάδο των Νέων Τεχνολογιών και στο digital περιβάλλον ενισχύθηκε με το απόρθητο ανδροκρατούμενο επαγγελματικό «κάστρο», να πέφτει σιγά σιγά όσο οι επιχειρήσεις δεν μένουν απλά στο ευχολόγιο του inclusion, του equity, του equality και του integration και απελευθερώνουν θέσεις στο EXCOM για Γυναίκες. Δυστυχώς όσο φως υπάρχει σε εταιρείες που θέτουν στρατηγικό στόχο στην ανάδειξη γυναικείων ταλέντων στο business, τόσο σκοτάδι κρύβεται σε ερευνητικά δεδομένα τόσο στην Ελλάδα όσο και σε ευρωπαϊκές χώρες: οι γυναίκες στην Ευρώπη συνεχίζουν να έχουν μικρότερες πιθανότητες, σε σύγκριση με τους άνδρες, να διαθέτουν εξειδικευμένες ψηφιακές δεξιότητες και να εργάζονται στον τομέα αυτό, όπως προκύπτει από τον πίνακα αποτελεσμάτων για τις γυναίκες στην ψηφιακή εποχή. Η Ελλάδα, στην 26η θέση, εμφανίζει σημαντική υστέρηση. Στην Ε.Ε. μόνο το 18% των ειδικών στις τεχνολογίες της πληροφορίας και των επικοινωνιών είναι γυναίκες. Η Ελλάδα βαθμολογείται με 40,5 έναντι μέσου όρου 54,5 στην Ε.Ε. Οι γυναίκες ειδικό αποτελούν μόλις το 16,4% του δυναμικού στις τεχνολογίες της πληροφορίας και των επικοινωνιών στη χώρα μας, έναντι Μ.Ο. 17,7% στην Ε.Ε. Τις ελάχιστες ψηφιακές δεξιότητες έχουν οι μισές σχεδόν Ελληνίδες (49%) έναντι 52% των ανδρών και Μ.Ο. 56% στην Ε.Ε. Ο δρόμος είναι μακρύς αλλά η συζήτηση έχει ανοίξει και υπάρχει φως...

EDITORIAL



FRANCE  1743

MOËT & CHANDON

CHAMPAGNE

Κωνσταντίνα Μπάρκα

People & Culture Director Greece & Cyprus της Coca Cola HBC



ΕΥΕΛΙΞΙΑ ΚΑΙ ΥΒΡΙΔΙΚΑ ΜΟΝΤΕΛΑ ΑΠΟ ΤΗΝ COCA COLA HBC

Στη μετά-covid εποχή το εργασιακό περιβάλλον πρέπει να γίνει ευέλικτο και να προσαρμοστεί στις νέες συνθήκες.

Σύμφωνα με την κ. Κωνσταντίνα Μπάρκα, People & Culture Director Greece & Cyprus της Coca Cola HBC, η εταιρεία από νωρίς πρόσφερε δυνατότητες smart office στους εργαζόμενους, εφάρμοσε το σύστημα image recognition που επιτρέπει με μια φωτογραφία να περνούν οι δείκτες που παρακολουθεί η εταιρεία, ενώ σε ό,τι αφορά στην εφοδιαστική αλυσίδα, υιοθέτησε το visual picking.

Η Coca Cola HBC προωθεί τα soft skills των εργαζομένων μέσα από την ακαδημία πωλήσεων και από talent building sessions ενώ στηρίζει το remote leadership, το νέο ηγετικό μοντέλο όπου ο επικεφαλής διατηρεί ενεργό το όραμά του προς τους εργαζόμενους, έστω και από απόσταση.

Λουκία Χωραφά

Head of Marketing & Communications
της Mastercard, για Ελλάδα, Κύπρο και Μάλτα



LIVE A LEGACY: ΠΡΩΤΟΒΟΥΛΙΑ MASTERCARD- WOMEN ON TOP

Ολοκληρώθηκε, για 4η συνεχόμενη χρονιά, το Live A Legacy, η πρωτοβουλία-θεσμός της Mastercard και του Women On Top, με στόχο τη γυναικεία ενδυνάμωση στο χώρο εργασίας. Η Λουκία Χωραφά, Head of Marketing & Communications της Mastercard, για Ελλάδα, Κύπρο και Μάλτα δήλωσε: «Η διοργάνωση του Live A Legacy μας γεμίζει χαρά

και υπερηφάνεια. Για όλους εμάς στη Mastercard, η γυναικεία ενδυνάμωση στον επαγγελματικό χώρο, είναι ένα θέμα που βρίσκεται πολύ ψηλά στις προτεραιότητές μας και αποτελεί πρωτοβουλία ανεκτίμητης αξίας.»

Η Πηνελόπη Θεοδωρακάκου, συνιδρύτρια του Women On Top, ανέφερε: «Είμαστε πολύ χαρούμενες που έχουμε την ευκαιρία να μοιραστούμε με ακόμη περισσότερες γυναίκες ιστορίες έμπνευσης, γνώσεις και πρακτικά εργαλεία για την επαγγελματική και προσωπική τους ενδυνάμωση, σε μια χρονική συγκυρία, που όπως αναδύθηκε και από την έρευνα του Live A Legacy, οι γυναίκες αντιμετωπίζουν πολλαπλές προκλήσεις.»

Ιουλία Τσέτη

Πρόεδρος του UN Global Compact
NetworkHellas



ΣΥΝΕΡΓΑΣΙΑ-«ΚΛΕΙΔΙ» ΓΙΑ ΤΗ ΒΙΩΣΙΜΟΤΗΤΑ ΚΑΙ ΤΗ ΣΥΜΠΕΡΙΛΗΨΗ

Πραγματοποιήθηκε, στις 8 Δεκεμβρίου, η εκδήλωση του UN Global Compact Network Hellas «Connecting the dots for Sustainable Development», που ανέδειξε τη συνεργασία όλων των πλευρών ως απαραίτητο συστατικό για τη δημιουργία ενός βιώσιμου και συμπεριληπτικού μέλλοντος και στη

χώρα μας, διασυνδέοντας εκπροσώπους της Κυβέρνησης, των Ηνωμένων Εθνών, των επιχειρήσεων, της Κοινωνίας των Πολιτών, της ακαδημαϊκής κοινότητας και της τοπικής αυτοδιοίκησης.

Η Πρόεδρος του UN Global Compact NetworkHellas, Ιουλία Τσέτη, σημείωσε: «Σε ένα μεταβαλλόμενο τοπίο για τις επιχειρήσεις, το Ελληνικό Δίκτυο του UN Global Compact υποστηρίζει την πρόοδο των επιχειρήσεων και αναγνωρίζει ότι για την επίτευξη αποτελεσμάτων σε όλους τους τομείς απαιτείται συλλογική δράση. Η δημιουργία ενός κόσμου βιώσιμου και συμπεριληπτικού αποτελεί συλλογική υπόθεση και σε αυτό συμφωνούμε όλοι.»

Γεωργία Καρούνιζου

Διευθύντρια Εταιρικών Υποθέσεων και Επικοινωνίας της JTI στην Ελλάδα



Η JTI ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ

Η Διευθύντρια Εταιρικών Υποθέσεων και Επικοινωνίας της JTI στην Ελλάδα, κ. Γεωργία Καρούνιζου αναφέρθηκε στην επένδυση της JTI στο εργοστάσιο της ΣΕΚΑΠ στην Ξάνθη στο πλαίσιο της εκδήλωσης «Synergassia@EasternMacedoniaThrace» που πραγματοποιήσε, στις 8 Δεκεμβρίου 2021 η Enterprise Greece, σε συνεργασία με την Περιφέρεια Α. Μακεδονίας και Θράκης.

Η κ. Γ. Καρούνιζου ανέφερε ότι «με την επένδυση στην ανάπτυξη του εργοστασίου, ο όμιλος JTI αποδεικνύει έμπρακτα την εμπιστοσύνη του στην ελληνική Οικονομία και τις αναπτυξιακές προοπτικές της».

Υβέτ Κοσμετάιου

Πρόεδρος ΣΕΕ

ΣΕΕ: ΕΝΤΑΞΗ ΣΤΟ ΔΙΕΘΝΗ ΦΟΡΕΑ ΑΥΤΟΡΡΥΘΜΙΣΗΣ ICAS



Το Συμβούλιο Ελέγχου Επικοινωνίας, ο φορέας αυτορρύθμισης στην Ελλάδα, εντάσσεται στο International Council for Ad Self-Regulation (ICAS) και ισχυροποιεί την παρουσία του πέρα και από την ευρωπαϊκή ένωση EASA.

Η πρόεδρος του ΣΕΕ Υβέτ Κοσμετάιου δήλωσε: «Είμαστε ενθουσιασμένοι με την ένταξή μας στο ICAS. Είναι τιμή μας να συμμετέχουμε στην ένωση των αξιολογών συναδέλφων μας και ανυπομονούμε να συνεργαστούμε στενά για ένα ακόμη ισχυρότερο διεθνές σύστημα αυτορρύθμισης στη διαφήμιση».

Ελισάβετ Φιλιππούλη

Συγγραφέας

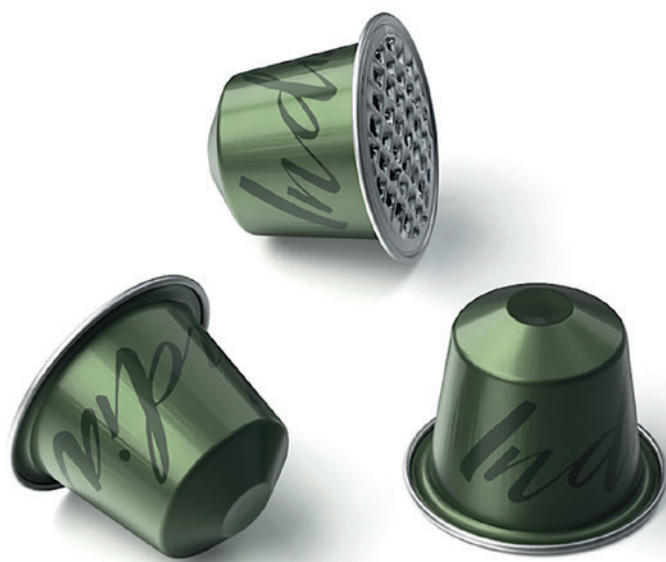


ΑΛΗΘΙΝΕΣ ΙΣΤΟΡΙΕΣ ΓΥΝΑΙΚΩΝ ΠΟΥ ΕΜΠΝΕΟΥΝ

Η Ελισάβετ Φιλιππούλη με το βιβλίο της «Οι Γυναίκες προς την Ανθρωπότητα -Ιστορίες Επιβίωσης και Επιτυχίας» μετατρέπει ιστορίες γυναικών σ' ένα είδος «συλλογικής φωνής» για κοινωνικά ζητήματα όπως η ισότητα των φύλων, η προσφυγική κρίση, το ΛΟΑΤΚΙ κίνημα, η βία κατά των γυναικών και ο ρατσισμός. Λίγους μόλις μήνες από την αγγλική του έκδοση, το βιβλίο της κ. Φιλιππούλη μόλις κυκλοφόρησε στα ελληνικά.



ΑΝΑ-ΑΝΑ-ΑΝΑΚΥΚΛΩΝΩ.



Οι κάψουλες **Nespresso** είναι ανακυκλώσιμες.

Όλες οι κάψουλες αλουμινίου που συλλέγονται από τη **Nespresso** ανακυκλώνονται.

Ανακαλύψτε περισσότερα στο nespresso.gr

DOING IS EVERYTHING.

what else?



**ΕΒΕΛΙΝΑ
ΡΙΜΠΑΠΩΒΑ**
Ιδρύτρια MamaSnack

ΜΑΜΑΣNACK, ΤΟ Ε-SHOP ΠΟΥ ΠΑΡΑΔΙΔΕΙ ΚΑΤ' ΟΙΚΟΝ ΥΓΙΕΙΝΑ ΣΝΑΚ ΓΙΑ ΠΑΙΔΙΑ

Η MamaSnack είναι μια νέα εταιρεία που ετοιμάζει και παραδίδει κατ' οίκον πακέτα με υγιεινά snacks για παιδιά. Ιδρύθηκε από την Εβελίνα Ριμπάπωβα, που ήθελε να προσφέρει υγιεινές διατροφικές επιλογές στα παιδιά της, δεν είχε όμως πάντα τον χρόνο ή τις ιδέες. Η εταιρεία οργανώνει τα προϊόντα σε διατροφικά ισορροπημένα κουτιά, ώστε το καθένα να περιέχει... λίγο απ' όλα (δημητριακά, φρούτα, λαχανικά). Το κάθε πακέτο περιλαμβάνει σνάνταρτ προϊόντα, τα οποία ωστόσο αλλάζουν κάθε μήνα, δίνοντας την ευκαιρία στα παιδιά να δοκιμάσουν όλα τα snacks στη διάρκεια του χρόνου. Τα προϊόντα είναι αποκλειστικά ελληνικά, ενώ τα περισσότερα είναι βιολογικά ή και χειροποίητα. Το κόστος του πακέτου ανέρχεται αυτή τη στιγμή, στα €22,85 και η ποσότητα των προϊόντων καλύπτει τις ανάγκες ενός παιδιού για έναν μήνα. Γιατί να επιλέξει κανείς το MamaSnack; «Γιατί υπάρχουν ελάχιστα υγιεινά σνακ στα καταστήματα. Γιατί πολλά σνακ που θεωρούμε υγιεινά δεν είναι. Γιατί είναι πολύ δύσκολο για έναν γονιό να καταλάβει από την ετικέτα, αν ένα προϊόν είναι κατάλληλο για το παιδί του ή όχι. Γιατί είναι ένας πολύ εύκολος τρόπος να περιορίσουν οι μαμάδες τα γλυκά. Γιατί μπορούν να το έχουν μαζί τους πάντα και παντού» εξηγεί η Εβελίνα Ριμπάπωβα.



ΜΑΡΙΑ ΡΙΤΑ ΓΚΑΛΙ
Πρόεδρος και διευθύνουσα
σύμβουλος της ΔΕΣΦΑ Α.Ε.

ΣΧΕΔΙΟ ΣΥΝΕΡΓΑΣΙΑΣ BULGARTRANS-GAZ ΚΑΙ ΔΕΣΦΑ ΣΤΟΝ ΤΟΜΕΑ ΥΔΡΟΓΟΝΟΥ

Ο εκτελεστικός διευθυντής της Bulgartransgaz EAD, Βλαντίμιρ Μαλινόφ, και η πρόεδρος και διευθύνουσα σύμβουλος της ΔΕΣΦΑ Α.Ε., Μαρία Ρίτα Γκάλι, υπέγραψαν επιστολή πρόθεσης για συνεργασία στον τομέα του υδρογόνου. Η ΔΕΣΦΑ έχει υποβάλει πρόταση, μέρος του ολοκληρωμένου έργου White Dragon, στο πλαίσιο των Σημαντικών Έργων Κοινού Ευρωπαϊκού Ενδιαφέροντος (IPCEI) για την ανάπτυξη της ευρωπαϊκής αλυσίδας αξίας «Τεχνολογίες και Συστήματα Υδρογόνου». Η πρόταση περιλαμβάνει ολοκληρωμένη αξιολόγηση και ανάλυση των ελλείψεων του συστήματος μεταφοράς αερίου στην Ελλάδα, σχετικά με την ετοιμότητά του να δεχτεί και να μεταφέρει αυξανόμενα ποσοστά υδρογόνου αναμεμιγμένου στο φυσικό αέριο. Η Bulgartransgaz αναφέρει ότι αναπτύσσει ένα έργο Μετασκευής του Βουλγαρικού Συστήματος Μεταφοράς Αερίου, το οποίο προβλέπει την αξιολόγηση του συστήματος μεταφοράς ως προς την ετοιμότητά του να δεχτεί μείγματα φυσικού αερίου με ορισμένες ποσοτήτες υδρογόνου και την επακόλουθη προσαρμογή του για τη μεταφορά φυσικού αερίου και μειγμάτων υδρογόνου.



**ΣΟΦΙΑ-ΑΦΡΟΔΙΤΗ
ΒΟΥΛΓΑΡΑΚΗ**
Talent Lead Director,
IRC Greece

ΑΛΛΑΓΕΣ ΣΤΗΝ IRC GREECE

Η διοίκηση της εταιρείας IRC Greece (MEIHUNT) ανακοίνωσε την προαγωγή του στελέχους της Σοφίας-Αφροδίτης Βουλγαράκη σε ρόλο Talent Lead Director. Η νέα θέση σηματοδοτεί μια νέα εποχή για την εταιρεία IRC Greece (MEIHUNT) που έρχεται να συμβαδίσει με τις ανάγκες και τις απαιτήσεις της νέας γενιάς στελεχών καθώς στην πορεία τους χρειάζονται κατάλληλη κατεύθυνση. Τη διαδικασία εξέλιξης και ανάπτυξης στελεχών ανέλαβε η κ. Σοφία-Αφροδίτη Βουλγαράκη, η οποία θα έχει ανάμεσα στα άλλα καθήκοντά της ως Συμβούλου της εταιρείας, την ορθή καθοδήγηση και τον σωστό προσανατολισμό των νέων ταλαντούχων στελεχών.

Πριν την είσοδό της στην IRC Greece-MEIHUNT, έχει διατελέσει μεταξύ άλλων, Communication & PR Manager της εκδοτικής συνεδριακής Ethos Media S.A., Key Account Manager στην εταιρεία στρατηγικής και πολιτικής επικοινωνίας Stratego S.A., Εμπειρογνώμονας δημοσιότητας στο Ινστιτούτο Νεολαίας και τη Γενική Γραμματεία Νέας Γενιάς του Υπουργείου Παιδείας και Υπεύθυνη Επικοινωνίας και Δημοσίων Σχέσεων στο Εθνικό Συμβούλιο Νεολαίας (ΕΣΥΝ).



**ΛΑΣΚΑΡΙΝΑ
ΛΙΑΚΑΚΟΥ**

Συνιδρύτριας Womanlandia

**ΜΙΡΕΛΑ
ΔΙΑΛΕΤΗ**

**ΛΕΝΑ
ΦΟΥΤΣΙΤΖΗ**

ΜΙΑ... ΦΕΜΙΝΙΣΤΙΚΗ ΔΙΑΔΙΚΤΥΑΚΗ ΚΟΙΝΟΤΗΤΑ ΕΡΧΕΤΑΙ

Το Womanlandia είναι μια νέα μια διαδικτυακή κοινότητα που εστιάζει στην παροχή έγκυρου και σύγχρονου περιεχομένου καθώς και τη δημιουργία ενός παγκόσμιου δικτύου επικοινωνίας και αλληλεπίδρασης ανάμεσα σε σύγχρονες φεμινίστριες. Δεν είναι ένα site με «γυναικεία ζητήματα» αλλά ένας χώρος που δεν θα αντιμετωπιστεί κάποια ως γυναίκα και μάλιστα υπό το πρίσμα στερεοτύπων. «Ψυχή» της κοινότητας τρεις γυναίκες: Λασκαρίνα Λιακάκου,

Μιρέλα Διαλετή και Λένα Φουτσιτζή που μοιράζονται κοινό όραμα και επιθυμία να κάνουν ό,τι μπορούν για να είναι χρήσιμες σε άλλες γυναίκες. Τα μέλη θα δημιουργούν προσωπικά προφίλ όπου θα αλληλεπιδρούν με άλλους χρήστες δημόσια ή ιδιωτικά, θα συμμετέχουν σε ομάδες κοινών ενδιαφερόντων, θα διαφημίζουν την επαγγελματική τους ιδιότητα και θα έχουν τη δυνατότητα γνωριμιών μέσα από το dating app.



BIRIM GONULSEN OZYUREKLI
Επικεφαλής Μάρκετινγκ της
Visa για τη Νότια Ευρώπη

MEET VISA

Η εταιρεία Visa ανανεώνει το brand της μέσα από την καμπάνια «Meet Visa» με νέο λογότυπο, ενισχυμένη ψηφιακή παρουσίαση και εστίαση στις λύσεις και στον αντίκτυπό τους στους πολίτες της νέας εποχής σε παγκόσμιο επίπεδο.

Η Birim Gonulsen Ozyurekli, επικεφαλής Μάρκετινγκ της Visa για τη Νότια Ευρώπη, προσκαλεί τον κόσμο να «γνωρίσει τη Visa, ένα δίκτυο που εργάζεται για όλους και μιλά για τον τρόπο που η εταιρεία παρέχει πρόσβαση σε ταχύτερες διασυννοιακές πληρωμές για τις μεγάλες επιχειρήσεις, στο ηλεκτρονικό εμπόριο για τους καταναλωτές, σε ψηφιακές πληρωμές για τους ιδιοκτήτες μικρών επιχειρήσεων.

Αυτές οι συναρπαστικές αλλαγές αντικατοπτρίζουν τους επιχειρηματικούς στόχους της Visa ως δικτύου μεταφοράς χρημάτων, ως ενός brand που συνδέει τους ανθρώπους» δηλώνει η κ. Birim Gonulsen Ozyurekli.

Πριν τη δημιουργία της καμπάνιας «Meet Visa», πραγματοποιήθηκαν ποσοτικές και ποιοτικές συνεντεύξεις με τους κύριους stakeholders, σε διάφορες αγορές σε όλο τον κόσμο. «Διαπιστώσαμε έτσι, ότι οι καταναλωτές εκτιμούν πλέον την πρόθεση και τον σκοπό της εταιρείας όσο και το προσφερόμενο προϊόν. Για παράδειγμα, το 75% των καταναλωτών παγκοσμίως, απάντησε ότι οι αγοραστικές τους επιλογές επηρεάζονται από τη συμμετοχή της κάθε εταιρείας σε ζητήματα με κοινωνικό πρόσημο. Περισσότερο από το 80% των ατόμων κάτω των 30 ετών, πιστεύουν ότι οι εταιρείες διαδραματίζουν σημαντικό ρόλο στην επίλυση των προκλήσεων που αντιμετωπίζει η ανθρωπότητα» προσθέτει.



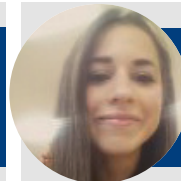
ANGELIKA GIFFORD
Νέα EMEA Chief, META

ΓΥΝΑΙΚΕΙΑ ΥΠΟΘΕΣΗ ΤΟ META...

Η μητρική του Facebook, Meta, προώθησε την επικεφαλής της Κ. Ευρώπης, Angelika Gifford, στη θέση της EMEA Chief. Η Gifford αναλαμβάνει το ρόλο της Nicola Mendelsohn. Η προαγωγή συμπίπτει με την τοποθέτηση της Michelle Klein από τη Meta ως αντιπρόεδρο του global business marketing. Η Gifford εντάχθηκε στο Facebook τον Ιανουάριο του 2020 ως αντιπρόεδρος της Κεντρικής Ευρώπης και μέλος του εποπτικού συμβουλίου.

Η Γερμανίδα Gifford ήταν υπεύθυνη για την εκπροσώπηση της εταιρείας σε συνεργάτες, υπεύθυνους χάραξης πολιτικής, μη κερδοσκοπικούς και κοινοτικούς οργανισμούς σε 34 χώρες στην Κεντρική Ευρώπη. Έχει περισσότερα από 30 χρόνια πείρας σε εταιρείες τεχνολογίας, με ηγετικούς ρόλους στη Hewlett-Packard και στη Microsoft, όπου εργάστηκε για σχεδόν 20 χρόνια, μεταξύ άλλων, και ως μέλος της ομάδας διαχείρισης της περιοχής της EMEA. Σχολιάζοντας την προαγωγή της, η Gifford σχολίασε: «Ως αντιπρόεδρος για την EMEA, είμαι πραγματικά ενθουσιασμένη που θα συνεργαστώ με τους πελάτες και τους συνεργάτες μας σε όλη την περιοχή για να τους βοηθήσω να μεγιστοποιήσουν κάθε ευκαιρία να αναπτύξουν τις επιχειρήσεις τους και να διερευνήσουν τις δυνατότητες που θα προσφέρει το metaverse».

Η κ. Gifford ηλαιοεισώνει επίσης το διοικητικό συμβούλιο της ΓΕΡΜΑΝΟΑΜΕΡΙΚΑΝΙΚΗΣ διατλαντικής ένωσης Atlantik-Brücke και είναι μέλος του Διοικητικού Συμβουλίου της Thyssenkrupp.



ΠΩΛΙΝΑ ΣΟΦΡΩΝΗ
Νέα Marketing &
Communications Manager
του Dentsu

ΕΝΙΣΧΥΕΤΑΙ Η ΔΥΝΑΜΙΚΗ ΠΟΡΕΙΑ ΤΟΥ DENTSU

Η Dentsu προχωρά στη στρατηγική επιλογή δημιουργίας του ρόλου Marketing & Communications Manager, ενισχύοντας περαιτέρω τη δυναμική της στην ελληνική αγορά.

Στόχος, ο συντονισμός της Corporate Επικοινωνίας της αλλά και η ενίσχυση τόσο της προσέγγισης του New Business όσο και της στρατηγικής ανάπτυξης των διεθνών της brands, CARAT, dentsu X & iPROSPECT, καθώς και η ενδυνάμωση των προσφερόμενων υπηρεσιών στους πελάτες του Ομίλου.

Τον νέο ρόλο εμπιστεύτηκε η Dentsu Greece στην Πωλίνα Σοφρώνη, δυναμικό στέλεχος της αγοράς της Επικοινωνίας & του Marketing, με σημαντική πορεία σε μεγάλες εταιρείες του χώρου, όπως η Ogilvy Greece, η Γλάσιο Computers, η AEA Relate και με πολλά επιτυχημένα projects για πελάτες όπως: Athenian Brewery, AB-Βασιλόπουλος, Όμιλος Σαράντη, The Coca-Cola Company, Mondelez και Unilever.

«Είμαι ιδιαίτερα χαρούμενος που συναντιόμαστε και πάλι με την Πωλίνα» δήλωσε ο Γέτρος Καραχάλιος, CEO της Dentsu στην Ελλάδα. «Η γνωριμία μας με την προσωπικότητα και τη δουλειά της, στη θητεία της ως Social Channels and Influencer Marketing Manager στο παρελθόν στην Isobar, ήταν για μας η μεγαλύτερη εγγύηση για να της εμπιστευτούμε αυτόν το νέο ρόλο που η Dentsu δημιουργεί πρώτη στη χώρα μας, αναγνωρίζοντας τη σημαντικότητά του για τους σημερινούς και αυριανούς Πελάτες και Συνεργάτες μας».

ΦΙΛΑΡΕΤΗ ΚΟΜΝΗΝΟΥ : ΓΙΩΡΓΟΣ ΠΑΠΑΓΕΩΡΓΙΟΥ

SOCIAL MEDIA ΚΑΜΠΑΝΙΑ ΑΠΟ ΤΗ WELLA PROFESSIONALS

Η Φιλαρέτη Κομνηνού μαζί με τον γιο της, Γιώργο Παπαγεωργίου πρωταγωνιστούν στη νέα social media καμπάνια της Wella Professionals, «#LetItGlow». Η Σοφία Μπαζαγόρα, Wella Professionals Educator, ανέλαβε να ανανεώσει το δικό τους προσωπικό look, λαμβάνοντας υπόψη τις ανάγκες των μαλλιών τους, με αφορμή την εορταστική περίοδο. Η Φιλαρέτη Κομνηνού έζησε την εμπειρία επαγγελματικού χρώματος μαλλιών Koleston Perfect, ενώ ο Γιώργος Παπαγεωργίου αφέθηκε σε μια ολοκληρωμένη αντρική υπηρεσία κουρέματος και περιποίησης.

FALCONERI

SUPERIOR CASHMERE



100% Pure Cashmere

Ένας συνδυασμός απαλότητας και κομψότητας για τις κρύες μέρες που έρχονται, σε νέες αποχρώσεις για sophisticated outfits.

Τζόση Βιζηλαίου

COMMUNICATIONS MANAGER AMVYX SA

ΣΤΗ: ΣΟΝΙΑ ΧΑΪΜΑΝΤΑ

«**Σ**τη διασκέδαση οι γυναίκες αποζητούν την ποιότητα και όχι την ποσότητα, την ουσιαστική επαφή και επιλέγουν είδη διασκέδασης που δεν θα βάλουν σε κίνδυνο της ίδιες και την οικογένειά τους» αναφέρει η Τζόση Βιζηλαίου, Επικεφαλής Επικοινωνίας της AMBYΞ, μιας από τις μεγαλύτερες εταιρείες στον κλάδο των ποτών. Η Τζόση Βιζηλαίου καταθέτει στη συζήτησή μας όλη της τη συμπυκνωμένη εμπειρία αλλά και τη φιλοσοφία της AMBYΞ απέναντι σε θέματα inclusion ενώ μιλάει ανοικτά για την ανισότητα των φύλων στην επαγγελματική σκακιέρα που επέτεινε περαιτέρω η πανδημία.

Πόσο επηρέασε η πανδημία τις κατανλωτικές συνήθειες των Γυναικών και την καθημερινή τους διασκέδαση;

Νομίζω ότι η πανδημία επηρέασε και τα δυο φύλα σημαντικά. Τα απανωτά lockdown όπου κάποιοι τα βίωσαν εντελώς μόνοι και κάποιοι με όλη την οικογένεια σε έναν κλειστό χώρο με δεκάδες υποχρεώσεις παράλληλα, όπως με τηλεργασία και τηλε-μάθηση, η απώλεια κοινωνικής ζωής και διασκέδασης και ο φόβος της αρρώστιας άλλαξαν άρδην τον τρόπο που καταναλώνουμε αλλά και διασκεδάσουμε. Τάσεις που προϋπήρχαν όπως το on line shopping ενισχύθηκαν κατά πολύ, ο χώρος μας πλέον μπορεί εύκολα να μεταβληθεί και σε γραφείο και οι ανάγκες μας σε είδη ένδυσης είναι βασισμένες πιο πολύ στην απλότητα και τη λειτουργικότητα. Οι γυναίκες επωμίσθηκαν περισσότερο τόσο τις ραγδαίες αλλαγές στα εργασιακά περιβάλλοντα αλλά και τις νέες συνθήκες στο σπίτι και αυτό γιατί κοινωνικά και πριν την πανδημία οι γυναίκες δυστυχώς καλούνται να ανταπεξέλθουν εξίσου αποτελεσματικά τόσο στη δουλειά τους όσο και στο οικογενειακό τους περιβάλλον οπότε με τις παρούσες συνθήκες οι υποχρεώσεις τους αυξήθηκαν κατά κόρον. Σε σχέση με τη διασκέδαση νομίζω ότι οι γυναίκες αποζητούν την ποιότητα και όχι την ποσότητα, την ουσιαστική επαφή και επιλέγουν είδη διασκέδασης που δεν θα βάλουν σε κίνδυνο της ίδιες και την οικογένειά τους.

Ποιες νέες προτάσεις και συνήθειες από τον κλάδο των αλκοολούχων υιοθέτησαν οι Ελληνίδες κατά τη διάρκεια της πανδημίας;

Η ψυχαγωγία κατά τη διάρκεια της πανδημίας καθώς και



“Η Τεχνολογία είναι άρρηκτα συνδεδεμένη με την Επικοινωνία”

οι συνήθειες των Ελληνίδων έχουν αλλάξει κατά πολύ, επηρεαζόμενες από την αρνητική ψυχολογία του καταναλωτή, ο οποίος λειτουργεί πλέον σε ένα κλίμα ανησυχίας και ανασφάλειας. Οι νέες συνήθειες που παρατηρούμε είναι ότι έχουν αρχίσει να αποφεύγουν τις τόσες συχνές εξόδους, δείχνουν την προτίμηση τους σε μικρότερα καταστήματα, σε καταστήματα με εξωτερικούς χώρους, έτσι ώστε να αποφεύγουν πολυσύχναστα κέντρα διασκέδασης και πολλές φορές προκειμένου να νιώσουν ασφαλείς, μεταφέρουν τη διασκέδασή τους σε σπίτια επιλέγοντας να δημιουργούν μόνες τους ευφάνταστα cocktails.

Ποια είναι τα μεγαλύτερα εμπόδια που αντιμετωπίζει μια γυναίκα στη μεία Covid εποχή;

Επαγγελματικά οι γυναίκες είναι περισσότερο ευάλωτες αφού με τα lockdown και το κλείσιμο των βρεφικών σταθμών και σχολείων οδηγήθηκαν εκτός αγοράς λόγω αυξημένου φόρτου μη αμειβόμενης φροντίδας. Αυτές οι γυναίκες σε συνάρτηση με την οικονομική κρίση δυστυχώς είναι πολύ δύσκολο να ξαναενταχθούν στον επαγγελματικό στίβο. Επίσης γυναίκες



“Η διαφορετικότητα
σήμερα αποτελεί πλούτο
και όχι εμπόδιο”

επιχειρηματίες επηρεάζονται δυσανάλογα λόγω της τρέχουσας κρίσης αφού δεν έχουν όλες πρόσβαση σε στήριξη και χρηματοδότηση. Τέλος την τελευταία χρονιά δυστυχώς βλέπουμε πολλές γυναίκοκτονίες και τα στοιχεία για την ενδοοικογενειακή κακοποίηση μας λένε ότι οι γυναίκες στη μετά covid εποχή είναι πιο ευάλωτες από ποτέ. Είναι επιτακτική ανάγκη οι σύγχρονες ευρωπαϊκές κοινωνίες να δημιουργήσουν όσο περισσότερες δομές γίνεται έτσι ώστε γυναίκες που αισθάνονται απειλή να μπορούν να βρίσκουν καταφύγιο και ψυχολογική υποστήριξη.

Τί αντιμετωπίζετε εσείς συγκεκριμένα;

Σαν μια μέση γυναίκα σε ένα τόσο ασταθές περιβάλλον νιώθω πολλές φορές ασάφεια για το μέλλον τόσο σε επαγγελματικό

επίπεδο αφού η δουλειά μου και η επικοινωνία εν γένει έρχονται σε πλήρη αντιδιαστολή με την παρούσα κατάσταση, αλλά και σε προσωπικό επίπεδο αφού ανησυχώ -αν και εμβολιασμένη- για το τι επιπτώσεις μπορεί να έχει ο Covid σε εμένα αλλά και σε κάποιο μέλος της οικογένειάς μου. Η μεγαλύτερη πρόκληση είναι ότι πρέπει να ζω και να εργάζομαι με κανόνες που διαρκώς αλλάζουν και ότι δεν ξέρουμε ακόμα που θα πάει αυτή η κατάσταση.

Με ποιον τρόπο η Τεχνολογία μπορεί να βοηθήσει τον κλάδο σας;

Η Τεχνολογία είναι άρρηκτα συνδεδεμένη με την επικοινωνία αφού ουσιαστικά σήμερα το μεγαλύτερο μέρος του πως επικοινωνούμε βασίζεται στις νέες τεχνολογίες. Επίσης δεν είναι τυχαίο ότι τα τελευταία χρόνια υπάρχει και ο ξεχωριστός κλάδος του digital PR γεγονός που τονίζει το πόσο εξαρτώμενη είναι η επικοινωνία από την Τεχνολογία. Η Τεχνολογία παρέχει πληροφόρηση, μας βοηθάει να την αποκτήσουμε σε πολύ σύντομο χρόνο, μας επιτρέπει να την διασταυρώσουμε και να την επεξεργαστούμε. Επίσης οι νέες τεχνολογίες βοηθούν στον καλύτερο και πιο ολοκληρωμένο σχεδιασμό και την υλοποίηση των ενεργειών Δημοσίων Σχέσεων, τη σωστότερη επικοινωνία θεμάτων διαχείρισης κρίσεων και στην online επικοινωνία με τα ΜΜΕ.

Πιστεύετε ότι το inclusion, Equity, integration και ο περιορισμός των διακρίσεων αποτελεί ένα ώριμο ζητούμενο;

Δεν γίνεται στο 2022 να μιλάμε για διακρίσεις... Η πανδημία ήρθε να τονίσει την ανάγκη για αποδοχή της διαφορετικότητας. Η απομόνωση και η ασάφεια για το μέλλον σε συνδυασμό με την Τεχνολογία κατέστησαν σαφές ότι πλέον πρέπει να κρινόμαστε από το έργο που παράγουμε και τη στάση που κρατάμε, όχι από τη θρησκεία, την εθνικότητα μας, τη σεξουαλική μας ταυτότητα, από το φύλο ή την ηλικία μας.

Η διαφορετικότητα σήμερα αποτελεί πλούτο και όχι εμπόδιο. Οι κοινωνικές αδικίες δεν είναι κάτι πρόσφατο, συμβαίνουν εκατοντάδες χρόνια. Αυτό που έχει γίνει τώρα είναι ότι εκατομμύρια άνθρωποι σε όλο τον κόσμο παύουν να είναι ανεκτικοί και γίνονται οι προπομποί ζητώντας από ηγέτες, κυβερνήσεις και εταιρίες να αναλάβουν δράση ως προς την εξάλειψη των προκαταλήψεων, των αδικιών και των φυλετικών διακρίσεων.

Τί απαντάτε στο δίλημμα καριέρα ή οικογένεια;

Για εμένα δεν υπάρχει δίλημμα. Κάθε γυναίκα μπορεί να επιλέξει αυτό που εκείνη θέλει και την εκφράζει. Δυστυχώς όμως στον επιχειρηματικό κόσμο τα πράγματα δεν είναι έτσι ξεκάθαρα. Μια γυναίκα στερεοτυπικά οφείλει να καλύψει τις φιλοδοξίες της και καλείται να επιλέξει ανάμεσα στην καριέρα και τη δημιουργία οικογένειας ενώ σε ένα άντρα δεν τίθεται ποτέ αυτό το δίλημμα. Επίσης πολλές φορές οι γυναίκες δεν επιλέγονται συχνά για διοικητικές θέσεις, ενώ έχουν τα προσόντα διότι δεν θεωρούνται αρκετά «ανταγωνιστικές» εξαιτίας της επιθυμίας τους να κάνουν οικογένεια, κάτι που τις κρατάει πίσω. Νομίζω ότι παρόλο που θέλει ακόμα πολύ δουλειά έτσι ώστε οι γυναίκες να σπάσουν το «γυάλινο ταβάνι» και να έχουν ισότιμη αντιμετώπιση με τους άντρες πλέον γίνονται βήματα έτσι ώστε να πάψει ο διαχωρισμός των φύλων. Ίσως λοιπόν τα επόμενα χρόνια να μιλάμε πλέον για μια συνειδητή επιλογή και όχι για δίλημμα εξομοιώνοντας και τα δυο φύλα.

ELYSIAN

Divine Jewellery



AP
APOSTOLOU
JEWELLERY

Ηρώων Πολυτεχνείου 6,
Πειραιάς 18531
Τηλ.: 210 4131586



apostoloujewelry
elysiandivinejewellery



@elysian_jewellery
@apostolou_jewellery



elysianjewellery.com
apostoloujewellery.gr

Αλεξάνδρα Αυγερινού

ΔΙΕΥΘΥΝΤΡΙΑ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ ΤΩΝ ΕΚΔΟΣΕΩΝ «ΔΙΟΠΤΡΑ»

ΣΤΗ: ΣΟΝΙΑ ΧΑΪΜΑΝΤΑ

Λύο μαγικές λέξεις φέρνει στο μυαλό το βιβλίο για τις γιορτές των Χριστουγέννων: Χρόνος και Δώρα. Η Αλεξάνδρα Αυγερινού, Διευθύντρια Επικοινωνίας ενός ποιοτικού εκδοτικού οίκου, αναφέρεται στις δράσεις που αποφάσισαν να πραγματοποιήσουν οι Εκδόσεις «Διόπτρα» στα lockdown. «Η πρώτη δράση που κάναμε τον Μάρτιο του 2020 με το πρώτο lockdown ήταν να δωρίσουμε πάνω από 3.500 e-books. Θεωρήσαμε ότι σε μια τέτοια κατάσταση ο κόσμος είχε ανάγκη να διαβάσει βιβλία, ειδικά όσοι δεν είχαν την οικονομική δυνατότητα να τα αγοράσουν. Περισσότερο από βιβλία όμως, πιστεύουμε πως οι άνθρωποι είχαν την ανάγκη να νιώσουν ότι δεν ήταν μόνοι τους σε όλο αυτό, ότι κάποιοι νοιάζονταν για αυτούς. Προσπαθήσαμε, λοιπόν, να ενισχύσουμε όσο μπορούσαμε περισσότερο τα βιβλιοπωλεία που είχαν ιδιαίτερα ενεργή ψηφιακή παρουσία και λειτουργούσαν υπό καθεστώς πίεσης προκειμένου να ανταπεξέλθουν. Με σταθερή συνεργασία καταφέραμε να έχουν ικανοποιητικά επίπεδα πωλήσεων. Για τη Διόπτρα τα βιβλιοπωλεία βρίσκονται σε προτεραιότητα, είναι οι πνεύμονες του βιβλίου και πάντα θα προσπαθούμε για το καλύτερο δυνατό. Και φυσικά σταθήκαμε δίπλα στους συνεργάτες μας, που όλα αυτά τα χρόνια μάς στηρίζουν, χωρίς να καθυστερήσουμε ούτε μια πληρωμή.»

Τα e-books και τα podcasts με βιβλία που ακούγονται έχουν μεγαλύτερη ιχνη μεία την πανδημία;

Βλέπουμε μεγάλη δραστηριότητα στα podcasts και ολοένα αυξανόμενη ζήτηση των audio books, τα οποία έχουν κάνει ήδη την εμφάνισή τους στη χώρα μας, ενώ το 2022 αναμένεται ότι θα υπάρχει μεγάλη δραστηριοποίηση από νέες πλατφόρμες. Τα e-books παραμένουν σταθερά κάτω από το 1% της αγοράς, αλλά η απόφαση της «Διόπτρας» να προσφέρει όλα τα βιβλία και σε ψηφιακή μορφή, εξασφαλίζει κάθε χρόνο σημαντική ποσοστιαία μεταβολή στις πωλήσεις τους.

Πώς υποδέχθηκε αυτές τις δράσεις το γυναικείο σας κοινό;

Με περισσότερη δράση και ενασχόληση με τα social media και μεγαλύτερη ανάγκη για επικοινωνία. Γενικά έχουμε πολύ καλή επαφή με το γυναικείο μας κοινό.

Τί δείχνει η εμπειρία σας; Διαβάζουν περισσότερο οι γυναίκες από ό,τι οι άντρες;

Εξαρτάται. Έχει να κάνει με το είδος του βιβλίου. Σίγουρα οι άντρες διαβάζουν περισσότερο βιβλία Ιστορίας, Πολιτικής ή βιβλία που

«Θέλουμε να μεγαλώσουμε κορίτσια που να αγαπούν τον εαυτό τους τόσο πολύ όσο τα αγαπάμε και εμείς»

αφορούν αμιγώς επιστημονικά θέματα. Αλλά σχεδόν σε όλες τις άλλες κατηγορίες υπάρχει μεγαλύτερη διάδοση του βιβλίου στις γυναίκες.

Πόσο «πονιάρει» σε γυναίκες συγγραφείς; Θεωρείτε ότι υπάρχει γυναικεία και ανδρική γραφή σήμερα;

Ποντάρουμε το ίδιο σε όλους τους συγγραφείς. Όλοι όσοι γράφουν και έχουν κάτι να πουν ανεξαρτήτως φύλου.

Ποια βιβλία προτείνετε από το portfolio των βιβλίων σας στις αναγνώστριες του WID;

Έχω ξεχωρίσει κάποια που αγαπώ ιδιαίτερα, όπως βιβλία του αγαπημένου [Robin Sharma](#). Θα πρότεινα περισσότερο τον [Ήρωα της διπλανής πόρτας](#), το πιο πρόσφατο έργο του, που μας προσφέρει τρόπους για να γινόμαστε καλύτεροι καθημερινά. Από τα πολύ αγαπημένα μου είναι επίσης [Το Μεγάλο Πάντα και ο Μικρός Δράκος](#) του James Norbury. Επίσης έχω στην κυριολεξία λατρεύει το [Μεγαλώνοντας κορίτσια που αγαπούν τον εαυτό τους](#) των Kasey Edwards και Christopher Scanlon. Θέλουμε οι κόρες μας να είναι φιλομαθείς, ανεξάρτητες και φιλόδοξες. Περισσότερο από όλα όμως θέλουμε να έχουν το κουράγιο να είναι αυθεντικές. Θέλουμε να κατανοήσουν ποιες είναι και να αγαπούν πραγματικά τον εαυτό τους. Αν θα έπρεπε να συνοψίσουμε τον ρόλο που έχουμε ως γονείς, θα ήταν ο εξής: «Θέλουμε να μεγαλώσουμε κορίτσια που να αγαπούν τον εαυτό τους τόσο πολύ όσο τα αγαπάμε και εμείς. Άνευ όρων».

Η ψηφιακή εποχή, τα social media και οι υπηρεσίες streaming είναι εχθροί του βιβλίου;

Το σημαντικό είναι να υπάρξει μια γενική στρατηγική για το βιβλίο, που να είναι κυρίως θεσμική. Παιζει σημαντικό ρόλο και η Παιδεία που λαμβάνει κανείς στο σπίτι. Η έκθεση των παιδιών σε κάθε είδους οθόνη, μοιραία τα απομακρύνει από το βιβλίο.

Ποιο είναι το αγαπημένο σας βιβλίο γυναίκας συγγραφέως ή η αγαπημένη σας ηρωίδα;

Αγαπημένο βιβλίο είναι το Η καρδιά κυνηγάει μονάχη της Carson McCullers, που κυκλοφόρησε πρόσφατα από τις εκδόσεις μας. Το κορυφαίο αυτό μυθιστόρημα μιλά για την ανισότητα, το τραύμα και τη μοναξιά του σύγχρονου ανθρώπου. Πρόκειται για ένα συγκλονιστικό ανάγνωσμα από μια πρωτοπόρο συγγραφέα.



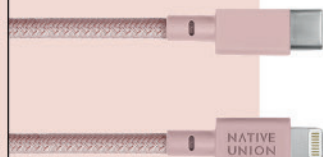
Θήκες AirPods

Διάλεξε το στυλ που σου ταιριάζει και απόκτησε τη μέγιστη προστασία που σου παρέχουν τα premium υλικά της θήκης για τα airpods σου.



Ενισχυμένα καλώδια φόρτισης

για να φορτίζεις με υψηλή ταχύτητα το iPhone ή iPad σου.



Ασύρματοι φορτιστές

με minimal σχεδιασμό για να φορτίζεις το iPhone σου ή τα airpods σου ακόμα και με τη θήκη τους.

Ειρήνη Ευφραιμίδη

MARKETING MANAGER ΤΗΣ PLAYMOBIL HELLAS

ΣΤΗ: ΔΗΜΗΤΡΑ ΜΗΤΚΑ

Μετά τη συζήτηση με την κ. Ειρήνη Ευφραιμίδη, βλέπουμε τα παιχνίδια Playmobil με άλλα μάτια. Πάντα καλαίσθητα, εκπαιδευτικά και δημιουργικά, ωστόσο, αποκτούν άλλη αξία καθώς ενσωματώνουν τις αξίες, το mindset της εταιρείας για την ισότητα των φύλων, την αντιμετώπιση του ηλεκτρονικού παιχνιδιού, την οικογένεια και τα νέα παιδιά στον χώρο εργασίας. Άλλωστε αυτό για το οποίο η Ειρήνη Ευφραιμίδη, marketing manager της Playmobil HELLAS αισθάνεται περήφανη μετά από μια 25χρονη πορεία στην αγαπημένη εταιρεία παιχνιδιών, είναι όταν κάνει συνεντεύξεις για πρόσληψή σε νέους ανθρώπους και της λένε ότι «το παιχνίδι της Playmobil ήταν μια από τις εμπνεύσεις τους για να σπουδάσουν και να προχωρήσουν στη ζωή τους. Και συμβαίνει συχνά αυτό!».

Πως αντιμετωπίζουν σήμερα τα παιδιά στην Ελλάδα τα παιχνίδια Playmobil και ποιο είναι το προφύλ τους;

Τα PLAYMOBIL είναι το δημοφιλέστερο παιχνίδι στην Ελλάδα, ίσως γιατί ταιριάζουν με τη νοοτροπία του Έλληνα. Μετά από τόσες δεκαετίες ενασχόλησής μου με τα PLAYMOBIL, έχω συνειδητοποιήσει ότι προωθούν έναν πολύ-επίπεδο τρόπο σκέψης και αντίδρασης του παιδιού. Αυτός ο τρόπος συνδυάζει τη μηχανική κίνηση της συναρμολόγησης με τη γνωστική πρόσληψη ερεθισμάτων και την επεξεργασία τους στο επίπεδο της εμπειρίας και της φαντασίας. Παρ' όλο που δεν υπάρχουν στατιστικές για να υποστηρίξουν τη θεωρία μου, θα έλεγα, ότι τα παιδιά που παίζουν με PLAYMOBIL, είναι παιδιά που αναπτύσσουν τον τομέα της φαντασίας και της μακράς σκέψης, παιδιά που έχουν «κείμενα» στο μυαλούδάκι τους, παιδιά που συχνά μετουσιώνουν αυτά τα κείμενα στην επαγγελματική τους ζωή ως δικηγόροι, δημοσιογράφοι, διαφημιστές, μουσικοί και σε τόσα άλλα επαγγέλματα, που η φαντασία παίζει καίριο ρόλο.

Αυτό που επίσης έχω παρατηρήσεις σχετικά με τα σημερινά παιδιά ηλικίας νηπιαγωγείου και δημοτικού είναι ότι διψάνε για ομαδικότητα. Και με τα PLAYMOBIL τα παιδιά μαθαίνουν την ομαδικότητα μέσα από μίμηση καταστάσεων της καθημερινής ζωής. Αναπτύσσονται οι ικανότητες επικοινωνίας, και καλλιεργείται ο σεβασμός προς τους άλλους. Τα παιδιά πρέπει να ενθαρρύνονται να βασίζονται στις δυνάμεις τους και να μπορούν να συνθέσουν το δικό τους κόσμο έτσι όπως αυτά τον φαντάζονται.



“Καταβάλουμε προσπάθειες, ώστε τα PLAYMOBIL να είναι το κατεξοχήν παιχνίδι, το οποίο θα πείσει το παιδί να απομακρυνθεί από την οθόνη”

Είναι τα ηλεκτρονικά παιχνίδια «απέναντι» στα δικά σας, είναι ο κύριος ανταγωνιστής τους;

Καταβάλουμε προσπάθειες, ώστε τα PLAYMOBIL να είναι το κατεξοχήν παιχνίδι, το οποίο θα πείσει το παιδί να απομακρυνθεί από την οθόνη. Και η εμπειρία δύο σχολικών ετών σε καραντίνα μάς απέδειξε, ότι τα καταφέρνουμε σχετικά καλά. Δεχθήκαμε δεκάδες τηλεφώνια και φωτογραφίες από γονείς που στην

περίοδο του lockdown είχαν κατεβάσει τα PLAYMOBIL από το πατάρι, κάνανε μάχες και στήνανε πριγκιπικά παραμύθια στο τραπεζάκι του σαλονιού - όλη η οικογένεια μαζί. Επίσης αξίζει να σημειωθεί, ότι τα PLAYMOBIL δεν περιέχουν σχεδόν καθόλου ηλεκτρονικά μέρη ή οθόνες. Ο λόγος είναι ότι τα παιδιά εκτίθενται αρκετά στο ηλεκτρονικό παιχνίδι, ας υπάρχουν και εναλλακτικές που δεν μπαίνουν στην πρίζα!

Πως σπάτε στερεότυπα μέσα από τα παιχνίδια σας;

Το παιχνίδι μας είναι το ιδανικό «χαλί», το τέλειο υπόβαθρο για περάσουν οι γονείς στα παιδιά τους τα μηνύματα που επιθυμούν και να τα εκπαιδεύσουν με τις αρχές τις οικογένειάς τους. Σε αυτή την τρυφερή ηλικία το σωστό παιχνίδι πρέπει να προσφέρει στην οικογένεια τα εργαλεία για εκπαίδευση στο πλαίσιο του οικογενειακού προγραμματισμού και όχι να προσανατολίζει τους καταναλωτές του προς λιμάνια που έχουν προαποφασιστεί από εξω-οικογενειακούς παράγοντες. Το παιχνίδι είναι η μοναδική απασχόληση του παιδιού, αλλά και μια έμφυτη ανάγκη του. Είναι η ανάγκη να πειραματισθεί και να δημιουργήσει ένα δικό του κόσμο. Για να μπορέσει το παιδί μεγαλώνοντας να αντιμετωπίσει την πραγματικότητα, πρέπει από τα πρώτα του χρόνια να έρθει σε επαφή με παραστάσεις και παιχνίδια που να το προετοιμάζουν, με τα σωστά ερεθίσματα για τις μελλοντικές του εμπειρίες.

Πως αντιμετωπίζει η Playmobil τα κορίτσια στην Ελλάδα; Σε ποιο κομμάτι της ψυχής τους μιλάει;

Περίεργη ερώτηση είναι αυτή... Γιατί θα πρέπει η PLAYMOBIL αλλά και ο οποιοσδήποτε να αντιμετωπίζει τα κορίτσάκια διαφορετικά από ό,τι τα αγόρια; Τα παιδιά ωφελούνται από το ποιοτικό παιχνίδι, που θα θέσει τα γράναζα του μυαλού σε κίνηση, που θα δώσει διέξοδο στο παιδικό άγχος, που θα προσφέρει αγωγή και ενεργή απασχόληση μέσα στο οικογενειακό και στο σχολικό πλαίσιο. Η ιδέα πάνω στην οποία βασίζονται τα παιχνίδια PLAYMOBIL είναι, ότι εκπαιδεύουν τα παιδιά μέσα από το παιχνίδι, αντανakλώντας εικόνες από την καθημερινή ζωή και ενθαρρύνουν την ανάπτυξη της φαντασίας των παιδιών. Αυτό το σκοπό υπηρετούμε στην PLAYMOBIL με όσο μεγαλύτερη συνέπεια μπορούμε.

Υπάρχουν κατηγορίες παιχνιδιών που δεν τα φέρνει ή άλλες που είναι 100% για την ελληνική αγορά;

Όποιο παιχνίδι κυκλοφορεί από την PLAYMOBIL παγκοσμίως, είναι διαθέσιμο και στην Ελληνική αγορά. Η PLAYMOBIL περηφανεύεται, ότι είναι η μοναδική εταιρία παιχνιδιών στην Ελλάδα που έχει κυκλοφορήσει παιχνίδια με την Αρχαία Ελληνική Μυθολογία και την Ελληνική Επανάσταση. Γιατί οι αρχαιοελληνικοί μύθοι αποκτούν διαφορετική γοητεία, όταν μπορείς να τους «πιάσεις» στα χέρια σου!

Πιστεύετε ότι το inclusion, Equity, integration και ο περιορισμός των διακρίσεων αποτελεί ένα ώριμο ζητούμενο στο ελληνικό επιχειρείν;

Το δυσνόητο ζητούμενο, για το οποίο με ρωτάτε, έχει παραωριμάσει και θέλει κόψιμο! Κάθε εργαζόμενος οφείλει να καλλιεργήσει την ωριμότητα και το σθένος που απαιτείται για να οικοδομήσει ένα υγιές περιβάλλον εργασίας, μέσα στο οποίο θα μακροημερεύσει αυτός, οι συνάδελφοί του και το έργο του. Οι διακρίσεις για να καταρριφθούν, ζητούν νομικά πλαίσια, αλλά κυρίως ολοκληρωμένους εργαζόμενους!



“**Η PLAYMOBIL περηφανεύεται, ότι είναι η μοναδική εταιρία παιχνιδιών στην Ελλάδα που έχει κυκλοφορήσει παιχνίδια με την Αρχαία Ελληνική Μυθολογία και την Ελληνική Επανάσταση.**”

Πως βλέπετε όλη αυτή την κίνηση για το #metoo, το bullying, τη σεξουαλική ή ομοφυλική κακοποίηση των γυναικών; Είναι μια φούσκα που θα σκάσει, ένα επικοινωνιακό πυροτέχνημα ή μια νέα νοοτροπία που ήρθε για να μείνει; Μπορεί το παιχνίδι να διαπαιδαγωγήσει, να χαράξει νέους ορίζοντες στις νέες γενιές, σε αγόρια και κορίτσια;

Αυτή η κίνηση είναι τόσο πολύπλοκη, που πραγματικά δεν θα μπορούσα να την απαντήσω στο πλαίσιο μιας τέτοια συνέντευξης. Και ναι, το παιχνίδι οφείλει να διαπαιδαγωγήσει και να χαράξει νέους ορίζοντες στα παιδιά (και όχι ξεχωριστά στα αγόρια και στα κορίτσια!). Η αναπαράσταση της πραγματικής ζωής με φιγούρες PLAYMOBIL ωριμάζει τις ιδέες μέσα στο μυαλό του παιδιού και του δίνει την αυτοπεποίθηση που χρειάζεται ώστε να αντεπεξέρχεται καλύτερα στις καταστάσεις που καλείται να αντιμετωπίσει. Το PLAYMOBIL αυξάνει την αντίληψή του και προάγει τον δημιουργικό τρόπο σκέψης. Τα παιδιά μέσα από το παιχνίδι εφαρμόζουν αυτά που έχουν στο μυαλό τους, εναλλάσσουν ρόλους και εξωτερικεύουν τα συναισθήματά τους. Σε μια ηλικία που οι τρόποι έκφρασής τους είναι ακόμα περιορισμένοι, και η γλωσσική τους ικανότητα ελλιπής, η εξωτερίκευση συναισθημάτων μέσα από το παιχνίδι, καθίσταται ένας από τους σημαντικότερους τρόπους επικοινωνίας με τον γύρω κόσμο.

the art
of
excellence
in health
& beauty

ΓΛΥΦΑΔΑ:
Λ. Βουλιαγμένης 96, 166 75, 1ος όροφος,
Τ: 210 8949920, 210 8949090

ΚΟΛΩΝΑΚΙ • ΠΑΤΡΑ • ΚΥΠΡΟΣ

info@abh-medicalgroup.com
www.abh-medicalgroup.com



ATHENS BEVERLY HILLS
MEDICAL GROUP

Τόνια Πέτροβις

SENIOR PUBLIC RELATIONS MANAGER ΤΗΣ HUAWEI

ΣΤΗ: ΣΟΝΙΑ ΧΑΪΜΑΝΤΑ

Είναι γνωστό ότι η Huawei, οπουδήποτε επιχειρεί στον κόσμο, δεν αντιμετωπίζει το φύλο ως «πρόβλημα». Διαχειρίζεται τους ανθρώπους της και εργαζομένους της με τον ίδιο τρόπο ανεξάρτητα από το αν είναι άνδρας ή γυναίκα, έμπειρος ή μη, κάνοντας πράξη το inclusion και το diversity που συνιστά ευχολόγιο για τις περισσότερες εταιρείες. Η Τόνια Πέτροβις, Senior Public Relations Manager της Huawei μιλά για αυτό το μεγάλο «στοίχημα» του κλάδου της Τεχνολογίας αλλά και της ίδιας της Huawei και αυτοσυστήνεται απαντώντας στην ερώτηση.

«Ποιους θεωρεί σημαντικούς οιαθμούς στην πορεία της»:

Δεν θα ξεχώριζα κάποιον καθώς κάθε σταθμός της επαγγελματικής μου πορείας ήταν, και συνεχίζει να είναι, άρρηκτα συνδεδεμένος με την αλληλεπίδραση που είχα με την εκάστοτε εταιρεία, τη διοίκηση, τους συναδέλφους και βεβαίως τους πελάτες. Σε κάθε «σταθμό» της επαγγελματικής μου πορείας κύριο μέλημά μου είναι ο αμοιβαίος σεβασμός και η αλληλοεκτίμηση, καθώς και το να κληροδοτώ το θετικό αποτύπωμά μου ως άνθρωπος και επαγγελματίας του τομέα Επικοινωνίας.

Ποια είναι τα μεγαλύτερα εμπόδια που αντιμετωπίζει μια γυναίκα που εργάζεται στον τομέα της τεχνολογίας και/ή του digital:

Στο ερώτημα αυτό απαντάει η μελέτη που διεξήχθη με εντολή της Ευρωπαϊκής Επιτροπής, με τίτλο «Οι Γυναίκες στην Ψηφιακή Εποχή» και η οποία κατέληξε σε ένα πολύ ενδιαφέρον συμπέρασμα, το οποίο αντικατοπτρίζει και τις θέσεις της Huawei: Η **ανισότητα των φύλων** στον ψηφιακό τομέα είναι ένα από τα εμπόδια που αντιμετωπίζουν οι γυναίκες και **βασίζεται στην εμμονή ασυνείδητων προκαταλήψεων** σχετικά με τις ικανότητες που έχει κάθε φύλο. Για να αντιμετωπιστεί το θέμα αυτό, η πολιτιστική αλλαγή, αλλά και οι ατομικές όσο και συλλογικές πρωτοβουλίες μπορούν να συμβάλλουν στην ανάπτυξη της ψηφιακής επιχειρηματικότητας των γυναικών. Η ποικιλομορφία αφορά τους ανθρώπους, και όχι το φύλο, και η δια βίου εκπαίδευση και ανάπτυξη δεξιοτήτων πρέπει να είναι ο κύριος παράγοντας για την επίτευξη της απαραίτητης αυτής, πολιτιστικής αλλαγής. Σε αυτό λοιπόν το πλαίσιο, τα νέα δεδομένα της Ευρωπαϊκής Επιτροπής που συλλέχθηκαν από το **Women in Digital Scoreboard**



“Πρέπει να κάνουμε περισσότερα για να διασφαλίσουμε ότι οι γυναίκες θα έχουν τις ευκαιρίες που τους αξίζουν”

υποδεικνύουν άλλο ένα εμπόδιο και συγκεκριμένα το ότι «οι γυναίκες είναι λιγότερο πιθανό -σε σχέση με τους άνδρες- να έχουν **εξειδικευμένες ψηφιακές δεξιότητες** και να εργάζονται στον τομέα της ψηφιακής Τεχνολογίας».

Μόνο όταν εξετάζουμε τις βασικές ψηφιακές δεξιότητες μειώνεται το χάσμα των Φύλων - από 10,5% το 2015 σε 7,7% το 2019. Ο πίνακας αποτελεσμάτων δείχνει επίσης ότι μόνο το 18% των ειδικών των ΤΠΕ στην Ε.Ε. είναι γυναίκες. Πρέπει λοιπόν να κάνουμε περισσότερα για να διασφαλίσουμε ότι οι γυναίκες θα έχουν τις ευκαιρίες που τους αξίζουν.

Ας μην ξεχνάμε επίσης, ότι οι γυναίκες έχουν άλλο ένα εμπόδιο να ξεπεράσουν, αυτό του συγκερασμού των απαιτήσεων μεταξύ **επαγγελματικού και οικογενειακού στίβου** (όπως για παράδειγμα της μητέρας, της νοικοκυράς κ.λπ.). Μια πρόκληση αέναν καθώς καλούνται να αποδεικνύουν καθημερινά την αρτιότητά τους σε όλους τους ρόλους, μια προσπάθεια που απαιτεί αφοσίωση, αλλά πρωτίστως ψυχικά και σωματικά αποθέματα. Πρέπει λοιπόν να επιτύχουμε μια παγκόσμια συναίνεση στο αν η Τεχνολογία είναι μια μηχανή ανθρώπινης προόδου προς όφελος της Κοινωνίας και της βιώσιμης ανάπτυξης και ταυτόχρονα να αναλάβουμε αποφασιστική δράση για να καταστήσουμε την Τεχνολογία πραγματικά αποτελεσματική και ταυτόχρονα να δημιουργήσουμε αξία για όλους, γυναίκες και άντρες, ώστε να συμμετέχουν ισότιμα στην Οικονομία και την Κοινωνία.

Πως αντιμετωπίζει η Huawei τις γυναίκες εργαζόμενες και η δράσεις υλοποιείτε για την κατάρτιση νέων Γυναικών σε θέματα Τεχνολογίας; Σε ποιο βαθμό εκπαιδευτικά



προγράμματα βοηθούν νέες γυναίκες - προπτυχιακές και μεταπτυχιακές σπουδάστριες στον τομέα των Τεχνολογικών Λύσεων Πληροφορικής & Επικοινωνιών (ΤΠΕ):

Στη Huawei, το φύλο δεν αντιμετωπίζεται ως «πρόβλημα». Αντιμετωπίζουμε το ίδιο κάθε εργαζόμενο στην εταιρεία. Ανεξάρτητα από το αν είναι άνδρας ή γυναίκα, έμπειρος ή μη. Ενώ έχουμε ακόμα περισσότερους άνδρες υπαλλήλους, δεν υπάρχει διάκριση μεταξύ ανδρών και γυναικών στην εργασία. Αυτό που πραγματικά κάνει την ειδοποιό διαφορά στην Huawei, είναι η ιδέα,

το ταλέντο, η ελευθερία έκφρασης και η ισότητα ευκαιριών. Με δεδομένο ότι οι πολίτες απομακρυσμένων ή υποβαθμισμένων περιοχών δεν έχουν ίσες ευκαιρίες εκπαίδευσης και εξοικείωσης με την Τεχνολογία, στόχος της Huawei είναι καταστήσει την Τεχνολογία προσιτή σε όλους τους ανθρώπους. Δυστυχώς περισσότερα από 3,8 δισεκατομμύρια άνθρωποι δεν έχουν πρόσβαση στο Internet και 1 δισεκατομμύριο, δεν έχει πρόσβαση σε κινητή ευρυζωνική κάλυψη, μεταξύ αυτών, φυσικά, και γυναίκες. Αυτό οδήγησε την Huawei, να υλοποιήσει και στην Ελλάδα, με μεγάλη επιτυχία, δύο προγράμματα Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης. Το εκπαιδευτικό πρόγραμμα **Seeds for the Future** που απευθύνεται σε φοιτητές/τριες στον τομέα του ICT και το **Huawei ICT Academy**, μια συνεργασία μεταξύ της Huawei και των Ελληνικών Πανεπιστημίων όπου παρέχεται εκπαίδευση και πιστοποίηση στις τεχνολογίες ΤΠΕ της Huawei. Ενθαρρύνοντας λοιπόν φοιτητές και φοιτήτριες να παρακολουθήσουν εκπαίδευση που σχετίζεται με τις ΤΠΕ και να προσαρμοστούν στις ανάγκες της ψηφιακής εποχής, η Huawei αντιμετωπίζει όχι μόνο το χάσμα των φύλων στις ΤΠΕ, αλλά και ένα χάσμα ψηφιακών δεξιοτήτων γενικότερα. Σκοπός της εταιρείας είναι να ενθαρρύνει και να εμπνεύσει νεαρά κορίτσια και γυναίκες να γίνουν επιστήμονες, ειδικοί τεχνολογίας, καινοτόμοι και ηγέτιδες της ψηφιακής εποχής.

Ποιτεύετε ότι το inclusion, equality, integration και ο περιορισμός των διακρίσεων αποτελεί ένα ώριμο ζήτημένο στο ελληνικό επιχειρείν;

Θεωρώ ότι η Τεχνολογία δύναται να είναι το «κλειδί» για την επόμενη μέρα του ελληνικού επιχειρείν, ένα μέσο παροχής ίσων ευκαιριών σε όλους, αλλά και περιορισμού των όποιων διακρίσεων. Ο κλάδος Τεχνολογιών Πληροφορικής & Επικοινωνιών παραμένει ένας τομέας όπου οι έννοιες της ένταξης, της ισότητας και της ενσωμάτωσης χρήζουν περαιτέρω ανάλυσης και συγκεκριμένων δράσεων από τις εταιρείες. Οι γυναίκες μπορούν και πρέπει να είναι ηγέτιδες στη νέα τεχνολογική εποχή.

Για να γίνει όμως αυτό, απαραίτητη προϋπόθεση είναι όχι μόνο να βρισκονται σε ίσους όρους ανταγωνισμού όσον αφορά στον κόσμο της Τεχνολογίας, αλλά κυρίως να υπάρχουν ίσες ευκαιρίες μεταξύ ανδρών και γυναικών με στόχο να εξαλείψουμε τα εμπόδια και να εφαρμόσουμε πολιτικές χωρίς αποκλεισμούς. Αυτό πρέπει να ξεκινήσει σε επίπεδο βάσης, μέσω της εκπαίδευσης και της κατάρτισης, δίνοντας στα κορίτσια και τις νέες γυναίκες τις ευκαιρίες και τις δεξιότητες για να εισέλθουν στον τεχνολογικό κόσμο.

Επιπλέον, αυτό που θα συνεπικουρούσε σε αυτόν τον στόχο, είναι οι νέες γενιές γυναικών να έχουν πρότυπα στο τεχνολογικό πεδίο. Πρέπει να αισθάνονται ότι μπορούν να διαμορφώσουν τον κόσμο του μέλλοντος και να συμμετέχουν στη συζήτηση αυτή. Υποστηρίζοντας γυναίκες επιστήμονες Τεχνολογίας και τα επιτεύγματά τους, μπορούμε να εμπνεύσουμε τις νέες γενιές γυναικών να ενταχθούν στον ψηφιακό κόσμο και να συμβάλουν στην κατεύθυνση και τις αξίες του.

Βέβαια αυτό δεν θα συμβεί εν μια νυκτί. Ο δρόμος για ισότητα ξεκινά πολύ πριν εισέλθει κάποιος στον επαγγελματικό κόσμο. Ξεκινά από την οικογένεια και καλλιεργείται στο σχολείο, στο πανεπιστήμιο και θα μπορούσα να πω ότι επηρεάζεται ακόμα και από τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης.

Η βιομηχανία μας έχει ακόμη αρκετό δρόμο στο να επιτύχει την πραγματική ισότητα στον τομέα της Τεχνολογίας, είμαι όμως αισιόδοξη ότι θα τα καταφέρουμε.

chilled



**Christmas coffee.
From Starbucks.
In a festive red cup.
Like a Christmas
gift.**



coffee

**Ανακαλύψτε τα στα ψυγεία σε super market & περίπτερα.
starbuckschilled.com/gr**

Abuse is Not Love από τον οίκο Yves Saint Laurent

9 προειδοποιητικά σημάδια για την ενδοσυντροφική βία

Απογοητευτικά και μάλλον απαισιόδοξα είναι τα στοιχεία για την έμφυλη βία στη χώρα μας όπως αποτυπώνονται στη 2η έκθεση για την ενδοοικογενειακή βία στην Ελλάδα από τη Γενική Γραμματεία Ισότητας και ήδη μέσα στο 2021 μετράμε 17 γυναικοκτονίες στην Ελλάδα.

Για την αντιμετώπιση της έμφυλης βίας δεν αρκούν οι προληπτικές και κατασταλτικές δράσεις του αρμόδιου υπουργείου. Για την αντιμετώπιση αυτού του εξαιρετικά αρνητικού φαινομένου χρειάζονται όλοι στον κοινό αγώνα, Πολιτεία και Ιδιωτικός τομέας και κάθε δράση που συμβάλλει στην ενίσχυση της γνώσης πάνω στο θέμα της έμφυλης βίας και της ενδοσυντροφικής κακοποίησης, είναι κάτι παραπάνω από καλοδεχούμενη.

Το 2020, ο οίκος Yves Saint Laurent Beauty λάνσαρε ένα νέο παγκόσμιο πρόγραμμα με τίτλο "Abuse is Not Love" με τη σχετική καμπάνια να έχει αφήσει πολύ δυνατές εντυπώσεις και στην Ελλάδα. Στόχος είναι μέχρι το 2030, να εκπαιδεύσει δύο εκατομμύρια ανθρώπους σε όλο τον κόσμο σχετικά με τη βία στη συντροφική σχέση (IPV – Intimate Partner Violence) μέσω της συνεργασίας της με τοπικούς μη κερδοσκοπικούς οργανισμούς. Στη χώρα μας, ο οίκος YSL συνεργάζεται με τον ΜΚΟ W.I.N.Hellas σε ένα πρόγραμμα που είναι δομημένο πάνω σε τρεις βασικούς πυλώνες:

- να χρηματοδοτήσει εκπαιδευτικά σεμινάρια,
- να εκπαιδεύσει τους εργαζομένους του και
- να μοιραστεί το μήνυμα για τα 9 προειδοποιητικά σημάδια κακοποίησης με όσο το δυνατόν περισσότερα άτομα.

Μέσα από αυτή τη συνεργασία, ο οίκος YSL Beauty αποσκοπεί να αυξήσει την ενημέρωση για τη σοβαρότητα της ενδοσυντροφικής βίας, ώστε να συμβάλλει σε μια ουσιαστική αλλαγή.

Η W.I.N. Hellas από το 2006 βρίσκεται στο πλευρό των γυναικών, με στόχο την ενδυνάμωσή τους μέσω ψυχο-εκπαιδευτικών προγραμμάτων.

Η ΚΑΜΠΑΝΙΑ ΤΗΣ YSL BEAUTY

Σύμφωνα με έρευνες, υπάρχουν ορισμένες βασικές προειδοποιητικές ενδείξεις για την ενδοσυντροφική βία.

Εάν υπάρχει η δυνατότητα έγκαιρου εντοπισμού αυτών των ενδείξεων, ενδέχεται να μπορούμε να αναγνωρίζουμε καλύτερα την ενδοσυντροφική βία και να ζητάμε ή να προσφέρουμε βοήθεια. «Μια κακοποιητική συντροφική σχέση μπορεί να έχει 9 προειδοποιητικά σημάδια» αναφέρει στην καμπάνια του ο οίκος YSL σε ένα μοναδικό και πολύ βοηθητικό εικαστικό που σε ωθεί να το διαβάσεις με μεγάλο ενδιαφέρον και να το εμπεδώσεις άμεσα και καθοριστικά.

Η ΕΝΔΟΣΥΝΤΡΟΦΙΚΗ ΒΙΑ

Ο οίκος YSL έλαβε υπόψη τα ερευνητικά δεδομένα για την ενδοσυντροφική βία που αποτελεί ένα μεγάλο κοινωνικό πρόβλημα και είναι μια από τις πιο συχνές μορφές βίας κατά των γυναικών. Η ενδοσυντροφική βία συνίσταται στη σωματική, σεξουαλική, οικονομική και συναισθηματική κακοποίηση, καθώς και σε χειριστικές συμπεριφορές από έναν ερωτικό σύντροφο:

- Εκτιμάται ότι 1 στις 3 γυναίκες θα βιώσουν ενδοσυντροφική βία

YVES SAINT LAURENT BEAUTE

ABUSE IS NOT LOVE

Ν°1 ΣΕ ΑΓΝΟΕΙ
Ν°2 ΣΕ ΕΚΒΙΑΖΕΙ
Ν°3 ΣΕ ΕΞΕΥΤΕΛΙΖΕΙ
Ν°4 ΣΕ ΧΕΙΡΑΓΩΓΕΙ
Ν°5 ΣΕ ΖΗΛΕΥΕΙ
Ν°6 ΣΕ ΕΛΕΓΧΕΙ
Ν°7 ΠΑΡΕΜΒΑΙΝΕΙ
Ν°8 ΣΕ ΑΠΟΜΟΝΩΝΕΙ
Ν°9 ΣΕ ΕΚΦΟΒΙΖΕΙ

**ΜΙΑ ΚΑΚΟΠΟΙΗΤΙΚΗ ΣΥΝΤΡΟΦΙΚΗ ΣΧΕΣΗ
ΜΠΟΡΕΙ ΝΑ ΕΧΕΙ 9 ΠΡΟΕΙΔΟΠΟΙΗΤΙΚΑ ΣΗΜΑΔΙΑ**

W.I.N. HELLAS

abuseisnotlove.com

στη διάρκεια της ζωής τους και μόνο ένα μικρό ποσοστό των γυναικών που θα επιβιώσουν θα καταφέρει να δικαιωθεί.

- Στις ΗΠΑ, το Ηνωμένο Βασίλειο και τη Γαλλία, κάθε 3 ημέρες δολοφονείται μια γυναίκα από τον σύντροφό της.
- Παγκοσμίως, περισσότερες από 600 εκατομμύρια γυναίκες ζουν σε κάποια χώρα όπου η βία από τον ερωτικό σύντροφο δεν θεωρείται έγκλημα.
- Η ενδοσυντροφική βία πλήττει άτομα από όλες τις κοινωνικοοικονομικές, θρησκευτικές και πολιτισμικές ομάδες.
- Όσο μεγαλύτερο κίνδυνο διατρέχουν οι γυναίκες, με τα υψηλότερα ποσοστά να καταγράφονται σε νεαρές γυναίκες ηλικίας 16-24 ετών.
- Τα κρούσματα ενδοσυντροφικής βίας έχουν αυξηθεί κατά 30 έως 60% εξαιτίας της πανδημίας COVID-19.
- Πολλές γυναίκες βιώνουν τον περιορισμό κυκλοφορίας με έναν βίαιο σύντροφο και δεν μπορούν να ζητήσουν βοήθεια από εξειδικευμένες οργανώσεις, φίλους, συγγενείς και συναδέλφους.



Σοφία Ρεγκούκου

COMMUNICATIONS MANAGER L'ORÉAL LUXE

συγκεκριμένους στόχους. Να εκπαιδεύσουμε πάνω από 1.000 ανθρώπους και να χρηματοδοτήσουμε σεμινάρια της W.I.N. HELLAS που θα βοηθήσουν γυναίκες να σπάσουν τον φαύλο κύκλο της ενδοσυντροφικής κακοποίησης. Η επίτευξη αυτών των δύο στόχων μάς γεμίζει με αυτοπεποίθηση, ώστε να στοχεύσουμε ακόμα πιο ψηλά την επόμενη χρονιά.

Με ποια κριτήρια αποφασίζετε τη συνεργασία σας με τη ΜΚΟ W.I.N.Hellas;

Θεωρούμε καθήκον μας να υποστηρίξουμε έμμεσα πρωτοβουλίες που αποσκοπούν στον περιορισμό και την πρόληψη της ενδοσυντροφικής βίας και τιμή μας να συνδράμουμε την W.I.N. Hellas στο έργο της. Ξεχωρίσαμε τη W.I.N. Hellas και επιλέξαμε να συνεργαστούμε μαζί της, γιατί αρχικά έχουμε κοινό στόχο και επιπλέον γιατί εμπιστευόμαστε απόλυτα το ανθρώπινο δυναμικό και τους εξαιρετικούς επιστημονικούς συνεργάτες της.

Σκεφτήκατε ότι το κοινό σας έχει ταυτίσει το brand YSL με την πολυτέλεια και όχι και τόσο πολύ με κοινωνικά ζητήματα; Πιστεύατε καθόλου ότι ίσως η πρωτοβουλία θα θεωρηθεί ιοληγή, να ξενίσει το κοινό σας; Σίγουρα αποτελεί μια ιολή σιην επικοινωνία σας...

Ο Yves Saint Laurent είχε όραμα να εκφράζει και να οδηγεί τις κοινωνικές αλλαγές που συντελούνταν την εποχή του. Ιδιαίτερα σε σχέση με θέματα που αφορούν την ανεξαρτησία των γυναικών. Ήδη από τη δεκαετία του 1960, ο Yves Saint Laurent δήλωνε με έμφαση ότι η γυναίκα πρέπει να είναι ελεύθερη. Ελεύθερη να σκέφτεται, να εκφράζεται και να πράττει.

Σε ποιους απευθύνεται η δράση; Σε γυναίκες ή και σε άνδρες;

Όλα ξεκινούν από την ενημέρωση και την εκπαίδευση των νεαρών γυναικών που τώρα ξεκινούν να συνάπτουν σχέσεις και συχνά δεν αναγνωρίζουν τα πρώτα σημάδια που θα οδηγήσουν σε μια κακοποιητική σχέση. Ταυτόχρονα, ο επόμενος στόχος μας είναι να επεκταθούμε στις νεαρές ηλικίες και να κάνουμε σύμμαχους στη διάδοση των μηνυμάτων μας τους άνδρες.

Tο 2020, ο οίκος Yves Saint Laurent Beauty λάνσαρε ένα νέο παγκόσμιο πρόγραμμα με τίτλο «Abuse is Not Love», το οποίο αποσκοπεί να συμβάλει στην καταπολέμηση της ενδοσυντροφικής βίας, υποστηρίζοντας τα προγράμματα πρόληψης των μη κερδοσκοπικών οργανώσεων με τις οποίες συνεργάζεται. Σε τοπικό επίπεδο, ο οίκος Yves Saint Laurent Beauty συνεργάζεται με τον ΜΚΟ W.I.N. Hellas σε ένα πρόγραμμα που είναι δομημένο πάνω σε τρεις βασικούς πυλώνες: Χρηματοδοτεί εκπαιδευτικά σεμινάρια ενώ εκπαιδεύει και μοιράζεται το μήνυμα για τα 9 προειδοποιητικά σημάδια κακοποίησης.

Σε ποιο βαθμό μπορούν να βοηθήσουν τα brands σε κοινωνικά ζητήματα, όπως το θέμα της ενδο-συντροφικής βίας;

Τα brands και ειδικότερα τα luxury brands, όπως ο οίκος ομορφιάς Yves Saint Laurent, αναπτύσσουν μια σχέση αγάπης με τους καταναλωτές. Δεν μπορούμε όμως να μιλάμε ως brand για έννοιες, όπως τόλμη και ελευθερία, αλλά να κλείνουμε τα μάτια μας μπροστά στις στατιστικές που δείχνουν πως 1 στις 3 γυναίκες μπορεί να πέσει θύμα ενδοσυντροφικής βίας ανεξάρτητα από την κοινωνικο-οικονομική της θέση ή το επίπεδο μόρφωσης που έχει. Γι' αυτό το σκοπό δημιουργήσαμε το πρόγραμμα «Abuse is not Love», μέσα από το οποίο ο οίκος χρηματοδοτεί εκπαιδευτικά σεμινάρια και μοιράζεται το μήνυμα για τα 9 προειδοποιητικά σημάδια κακοποίησης. Θεωρούμε καθήκον μας να υποστηρίξουμε έμμεσα πρωτοβουλίες που αποσκοπούν στον περιορισμό και την πρόληψη της ενδοσυντροφικής βίας.

Ποιος είναι ο παγκόσμιος και ποιος ο ο στόχος σας για την Ελλάδα τα επόμενα χρόνια με την περαιτέρω ανάπτυξη της καμπάνιας και του προγράμματος;

Το πρόγραμμα «Abuse is Not Love» είναι παγκόσμιο και έχει σαν στόχο να εκπαιδεύσει πάνω από 2 εκατομμύρια γυναίκες και άνδρες σε όλο τον κόσμο, ώστε να αναγνωρίζουν αυτά τα 9 προειδοποιητικά σημάδια μιας κακοποιητικής σχέσης. Στην Ελλάδα, παρουσιάσαμε το πρόγραμμα το 2021 με δύο πολύ



**ABUSE
IS NOT
LOVE**



ΔΩΡΑ ΠΟΥ ΜΑΣ ΕΜΠΙΝΕΟΥΝ ΓΙΑ ΤΟ 2022

Η χρονιά τελειώνει και ο απολογισμός είναι αναπόφευκτος και αναγκαίος: Τι κέρδισα, τι έχασα, τι κατάφερα, τι έμαθα, τι άλλαξα, τι δοκίμασα; Κάθε Γυναίκα που σέβεται τον εαυτό της στο τέλος του χρόνου κάνει πάντα αυτόν τον βαθύ απολογισμό και θέτει δυναμικούς στόχους για τον επόμενο. Καλύτερη ζωή για εμάς, πιο ποιοτικό χρόνο με τους δικούς μας, μεγαλύτερη άνεση και ευκολία στην επαγγελματική μας καριέρα, πιο δυνατές στιγμές στις προσωπικές μας σχέσεις. Ένα δώρο προς τον εαυτό μας αλλά και τις φίλες μας είναι η απόλυτη επιβράβευση για όσα καταφέραμε και μια ενθάρρυνση για όσα επιδιώκουμε στην πορεία μας. Στο Public έχει ένα τέλειο πακέτο προτάσεων:

SMARTPHONE SAMSUNG GALAXY Z FOLD 3 με εσωτερική οθόνη

Πρόκειται για το πρώτο foldable smartphone στον κόσμο με εσωτερική οθόνη χωρίς κανέναν περισπασμό και για μια συγκλονιστική εμπειρία διασκέδασης. Έρχεται με πανίσχυρο επεξεργαστή Snapdragon 888, ο οποίος σε συνδυασμό με τα 256 GB αποθηκευτικού χώρου και τα 12GB μνήμης RAM προσφέρουν υψηλές ταχύτητες και ομαλή απόδοση σε απαιτητικό multitasking και γιατί όχι; Παιχνίδια για χαλάρωση ακόμα και με ταυτόχρονο live streaming Το Fold 3 διαθέτει σύστημα 5 καμερών: Τρεις φακούς (12MP έκαστος) στο πίσω μέρος και δυο (10MP & 4MP) στο μπροστινό μέρος και το εσωτερικό (κάτω από την οθόνη), για να μην έχεις περιορισμούς στον τρόπο που βγάζεις φωτογραφίες, selfies και βίντεο.

Με το Samsung Galaxy Z Fold 3 θα απολαύσεις έναν νέο τρόπο multitasking, που είναι σίγουρο πως θα σου φανεί απλός, φυσικός και ευχάριστος, όπως το νέο καρφίτσωμα γραμμής εργασιών και τα πολλαπλά παράθυρα με πολλαπλές λειτουργίες.

Τέλος, διαθέτει μπαταρία μεγάλης χωρητικότητας 4400mAh για να μπορείς να κάνεις ακόμα περισσότερα, χωρίς να ανησυχείς για τη φόρτιση. Επιπλέον, διαθέτει βαθμό προστασίας νερού IPX8 (Βύθιση σε έως 1,5 μ. γλυκού νερού για έως 30').



DELL INSPIRON... Το Laptop που σε εμπνέει

Η DELL παρουσιάζει το ιδανικό Laptop για καθημερινές εργασίες, το Dell Inspiron 15 που διατίθεται στα Public με έκπτωση 14%. Διαθέτει οθόνη LED 15.6" Full HD 250 nits 60Hz για μια καλύτερη εμπειρία gaming, αυξημένη παραγωγικότητα και ομαλά γραφικά για μια φοβερή εμπειρία παρακολούθησης ταινιών.

Η οθόνη με Full HD, με ρυθμό ανανέωσης έως και 120Hz που εγγυάται κρυστάλλινη εικόνα και εντυπωσιακά, ομαλά γραφικά. Επιπλέον, το ComfortView Plus, πιστοποιημένο από την TÜV Rheinland, διαθέτει Τεχνολογία που μειώνει τις βλαβερές εκπομπές μπλε φωτός.





«Ο ΗΡΩΑΣ ΤΗΣ ΔΙΠΛΑΝΗΣ ΠΟΡΤΑΣ»: ΟΔΗΓΟΣ ΖΩΗΣ

από τον *Sharma Robin*

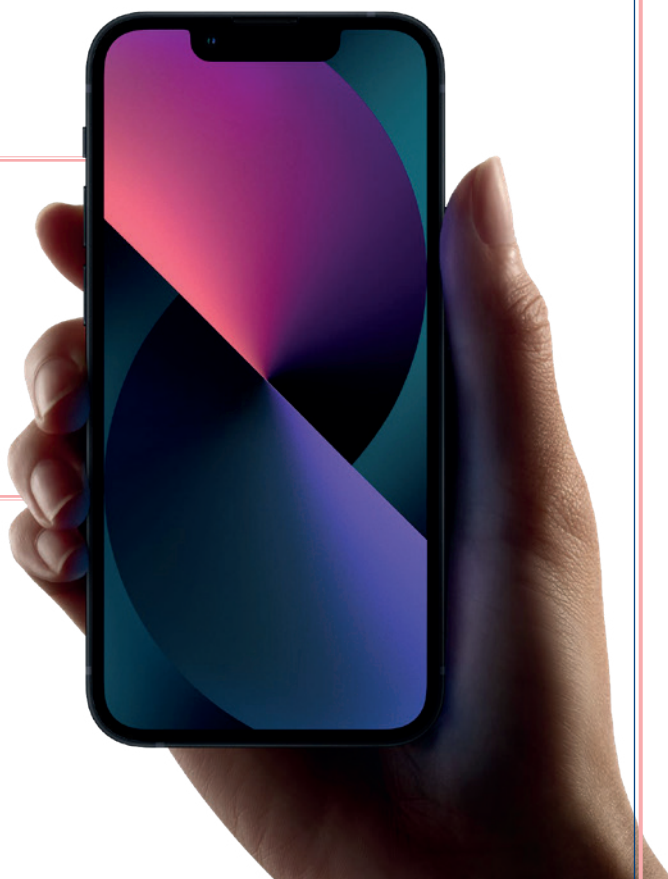
Οι γιορτές έχουν ελεύθερο χρόνο για διάβασμα και αυτό το βιβλίο είναι ιδανικό για τη στοχοθεσία του 2022.

Για περισσότερα από 25 χρόνια χρόνια, ο θρύλος της ηγεσίας και της προσωπικής ανάπτυξης Robin Sharma έχει καθοδηγήσει εκατομμύρια αναγνώστες σε όλο τον κόσμο, οι οποίοι, μέσω της επαναστατικής μεθοδολογίας του, έφτασαν στην επιτυχία που ονειρεύονταν. Στο πρωτοποριακό αυτό βιβλίο, ο Sharma διαθέτει το σύστημά του σε όποιον είναι έτοιμος για ανίκητη θετικότητα, μνημειώδη παραγωγικότητα, βαθιά πνευματική ελευθερία και μια γεμάτη ζωή. Στον Ήρωα της Διπλανής Πόρτας από τις εκδόσεις «Διόπτρα» θα ανακαλύψετε:

- Τις συνήθειες που υιοθετούν πολλοί από τους πιο δημιουργικούς και επιτυχημένους ανθρώπους στον κόσμο για να πραγματοποιήσουν τις φιλοδοξίες τους.
- Πρωτότυπες τεχνικές για να μετατρέψετε τον φόβο σε «καύσιμο», τα εμπόδια σε δύναμη και τα προηγούμενα προβλήματα σε θριάμβους.
- Ένα πρωτοποριακό σχέδιο για να καταπολεμήσετε την απόσπαση της προσοχής και την αναβλητικότητα, ώστε να παράγετε επιτυχία.
- Ιδέες για την υιοθέτηση ενός καθημερινού προγράμματος παγκόσμιας κλάσης, που θα σας οδηγήσει σε απεριόριστη ικανότητα και θα σας μετατρέψει στο πιο πειθαρχημένο άτομο.
- Τη σοφία να λειτουργείτε με πολύ μεγαλύτερη απλότητα, ομορφιά και γαλήνη. Ένας συνδυασμός από απομνημονεύματα μιας πλούσιας ζωής και από ένα εξαιρετικό εγχειρίδιο οδηγιών για υψηλές επιδόσεις και πνευματική ελευθερία που θα αλλάξει εντελώς τη ζωή σας. Για πάντα.

APPLE iPhone 13 128GB MIDNIGHT ΜΕ ΔΙΠΛΗ ΚΑΜΕΡΑ

Το Apple iPhone 13 128GB Midnight διαθέτει το πιο προηγμένο σύστημα διπλής κάμερας που έχει χρησιμοποιηθεί ποτέ σε iPhone, με αστραπιαίο A15 Bionic επεξεργαστή και με τεράστια διάρκεια ζωής της μπαταρίας. Διαθέτει ανθεκτικό σχεδιασμό, ασυναγώνιστα γρήγορο 5G και μια φωτεινότερη οθόνη Super Retina XDR.



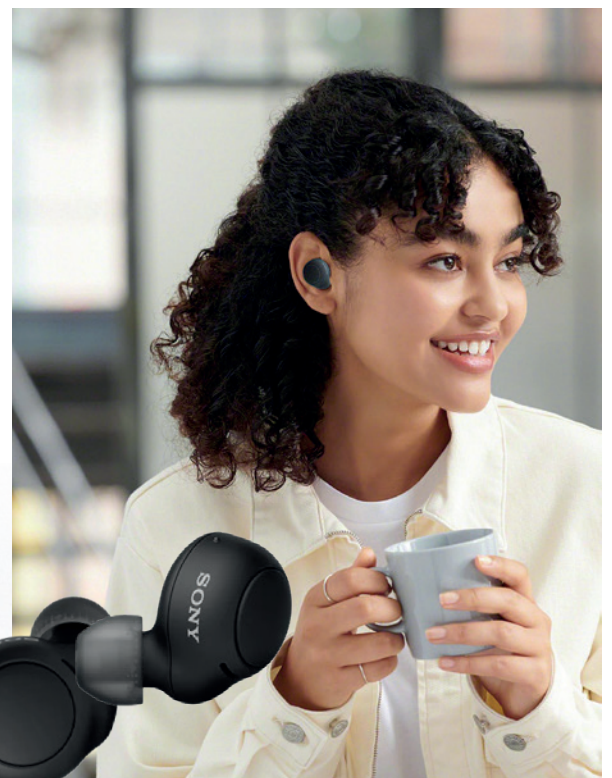


ΗΜΕΡΟΛΟΓΙΟ MOLESKINE LARGE SCAR RED HARD Ο ΠΡΟΣΩΠΙΚΟΣ ΒΟΗΘΟΣ ΚΑΘΕ ΔΥΝΑΜΙΚΗΣ ΓΥΝΑΙΚΑΣ

Τα Moleskine είναι μια σειρά από ιδιαίτερα δημοφιλή ημερολόγια υψηλής ποιότητας, σε διάφορα μεγέθη και σχέδια. Διακρίνονται για την ποιότητα του χαρτιού, την ανθεκτική κατασκευή τους και τον κομψό σχεδιασμό τους. Είναι εύχρηστα και ιδανικά για καθημερινή και επαγγελματική χρήση. Κύρια χαρακτηριστικά της Moleskine είναι οι στρογγυλεμένες γωνίες, η κορδέλα-σελιδοδείκτης αλλά και το λαστιχένιο κλείσιμο. Επιπλέον, διαθέτουν εσωτερική τσέπη ενώ ακόμη μπορείτε να συμπληρώσετε τα στοιχεία σας στην πρώτη σελίδα. Επιλέξτε το κόκκινο, που ταιριάζει με τον χαρακτήρα και τους στόχους σας.

ΠΩΣ ΝΑ ΑΛΛΑΞΟΥΜΕ ΤΑ ΠΑΝΤΑ: «ΠΡΟΣΤΑΤΕΥΟΥΜΕ ΤΟΝ ΠΛΑΝΗΤΗ ΚΑΙ Ο ΕΝΑΣ ΤΟΝ ΑΛΛΟ» ΑΠΟ ΤΗΝ ΕΜΒΛΗΜΑΤΙΚΗ ΝΑΟΜΙ ΚΛΑΪΝ

Στο πρώτο της βιβλίο για νέους, η Ναόμι Κλάιν, σε συνεργασία με τη Ρεμπέκα Στέφοφ, προσφέρει έμπνευση, ιδέες και εργαλεία δράσης χρήσιμα στον αγώνα για την προστασία του Περιβάλλοντος και την επίτευξη της κλιματικής δικαιοσύνης. Οι νέοι άνθρωποι δεν αποτελούν απλώς μέρος του κινήματος κατά της κλιματικής αλλαγής· είναι πρωτοπόροι του. Το βιβλίο των εκδόσεων «Κλειδάριθμος» μάς συστήνει νεαρούς ακτιβιστές από όλο τον κόσμο και αντιπαραθέτει δύο φωτιές: Τη φωτιά της κλιματικής αλλαγής και τη φωτιά που έχει μέσα της η νέα γενιά. «Όσο πιο πολλές σπίθες έχει αυτή η δεύτερη φωτιά, τόσο πιο έντονα θα λάμψει», υποστηρίζει η Ναόμι Κλάιν.



ΑΣΥΡΜΑΤΑ ΑΚΟΥΣΤΙΚΑ SONY WFC500 TRULY WIRELESS ΜΙΚΡΑ ΣΤΟ ΜΑΤΙ...

Τα ασύρματα ακουστικά της Sony, Truly Wireless WF-C500 φτιάχτηκαν για να εφαρμόζουν τέλεια στο αυτί κάθε Γυναίκας. Είναι μικρά αλλά θαυματοργά. Αποδίδουν ήχο υψηλής ποιότητας, πλούσιο σε λεπτομέρεια, χάρη στην τεχνολογία DSEE που αποκαθιστά τους ήχους σταδιακής εξασθένησης και υψηλής συχνότητας. Αυτά τα εύχρηστα ακουστικά Bluetooth λειτουργούν και με smartphone και βγαίνουν σε τέσσερα διαφορετικά χρώματα για κάθε στυλ. Συνδυάζουν ήχο υψηλής ποιότητας με μεγάλης διάρκειας ζωής μπαταρία, εξαστομίκευση ήχου, ευκολία χρήσης και αντοχή στο νερό, για μουσική ψυχαγωγία παντού.

HUAWEI WATCH GT3

Όταν το απαραίτητο στυλ μειοσιώνεται σε υψηλή τεχνολογία!

Η σύγχρονη δυναμική γυναίκα βρίσκεται διαρκώς σε μια κίνηση 24/7, για αυτό και η αντίληψη της για τον κόσμο που την περιβάλλει, είναι σφαιρική, πολύπλευρη και ολοκληρωμένη. Από τη στιγμή που θα ξυπνήσει και θα απολαύσει το πρωινό της, μέχρι τη στιγμή που θα αφήσει τον επαγγελματικό της χώρο και θα αφεθεί στη γοητεία του (λιγοστού και υπερπολύτιμου) ελεύθερου της χρόνου, αναζητάει πάντοτε τα tech gadgets εκείνα που να μπορούν να την συμπληρώσουν και να εμπλουτίσουν με δημιουργικό, αποτελεσματικό και έξυπνο τρόπο την καθημερινότητά της. Η HUAWEI, η εταιρεία υψηλής τεχνολογίας που γνωρίζει όσο καμία άλλη την αγορά των wearables, όχι μόνο αφουγκράζεται, αλλά και κατανοεί πλήρως την ανάγκη της σύγχρονης δημιουργικής γυναίκας για ένα premium smartwatch, στο οποίο συνενώνεται ο ξεχωριστός κόσμος του στυλ και της elegant αισθητικής, με την ιδιαίτερη τεχνολογική υπεροχή που εκπέμπουν τα smartwatches της. Η προαναφερθείσα φιλοσοφία ενσωματώνεται στο HUAWEI WATCH GT3, το smartwatch που απογειώνει κάθε στυλ και το οποίο θα σας συντροφεύσει σε κάθε διαφορετική πτυχή της καθημερινότητάς σας.

ΩΔΗ ΣΤΗΝ ΚΟΜΨΟΤΗΤΑ

Αν και ποτέ δεν μπορείς να κρίνεις ένα βιβλίο από το εξώφυλλο του, ωστόσο η πρώτη εντύπωση της εξωτερικής εμφάνισης ενός smartwatch είναι κομβικής σημασίας για την τελική επιλογή μας. Για αυτό και το σχεδιαστικό team της HUAWEI επένδυσε σημαντικά στο design του νέου της «έξυπνου» ρολογιού, καθιστώντας το ουσιαστικά μια «ωδή στην κομψότητα», αλλά και μια αποθέωση της elegant high-tech φιλοσοφίας. Από όποια πλευρά και εάν το κοιτάξεις, το WATCH GT3 πρόκειται για το έξυπνο ρολόι που δημιουργήθηκε για να μαγνητίζει το βλέμμα. Εστιάζοντας στη λεπτομέρεια, το νέο smartwatch της HUAWEI θα μπορούσε κάλλιστα να χαρακτηριστεί ως το απόλυτο αξεσουάρ μόδας για το γραφείο, την βραδινή έξοδο, το γυμναστήριο, για το χριστουγεννιάτικο ρεβεγιόν ή για ένα επίσημο επαγγελματικό δείπνο, καθώς αποτελεί μια πρόταση που βρίσκει τη θέση της στις δραστηριότητες κάθε γυναίκας. Επιλέγοντας ανάμεσα από μια

ποικιλία από διαφορετικά λουράκια, τα οποία μάλιστα μπορούν να αλλάξουν με μια απλή κίνηση, το HUAWEI WATCH GT3 μετατρέπεται σε ένα τολμηρό «fashion statement» για κάθε ώρα και στιγμή. Για παράδειγμα, ένα λουράκι από ανοξείδωτο ατσάλι αποτελεί μια all-time classic επιλογή, ενώ το λουράκι «Milanese» (το χαρακτηριστικό γυναικείο μπρασελέ με το μαγνητικό κούμπωμα) είναι μια πρόταση που ταιριάζει για μια ξεχωριστή βραδινή έξοδο... Αντιθέτως, το απλό λουράκι από λάστιχο είναι ότι πρέπει για το καθημερινό σας workout. Τα διαφορετικά λουράκια άλλωστε συνδυάζονται άψογα με την στιλιστική σας επιλογή (όποια και εάν είναι αυτή), είτε φοράτε ένα casual chic jean και athleisure ρούχα ή ένα εντυπωσιακό κλασικό μαύρο φόρεμα.

Το HUAWEI WATCH GT3 είναι το smart αξεσουάρ μόδας που έχει κατασκευαστεί με τα πιο ποιοτικά υλικά που υπάρχουν στον κόσμο της τεχνολογίας. Το ανοξείδωτο ατσάλι που περιβάλλει την εμπρόσθια όψη της feminine έκδοσης των 42mm, χαρίζει υψηλή ανθεκτικότητα στη θερμότητα και στο κρύο, ενώ παράλληλα είναι τόσο ελαφρύ που δεν κουράζει όσες ώρες κι εάν το φοράς. Επιπλέον, η οπίσθια όψη είναι κατασκευασμένη από πολυμερείς ίνες που προσδίδουν ακόμη μεγαλύτερη αντοχή. Παράλληλα, η καμπυλωτή επιφάνεια του γυαλιού τριών διαστάσεων προσφέρει πλήρη ορατότητα στο περιεχόμενο και στα δεδομένα που εμφανίζονται στην οθόνη του, ενώ η περιστρεφόμενη κορώνα χαρίζει μοναδική ευελιξία και ευκολία στη χρήση. Και επειδή στο επίκεντρο της φιλοσοφίας του είναι το να προσφέρει μια καθαρά personalized εμπειρία, το WATCH GT3 δίνει τη δυνατότητα εναλλαγής ανάμεσα από 10.000 διαφορετικά watchfaces, έτσι ώστε να βρίσκετε πάντα το theme που ταιριάζει με την κάθε περίπτωση, αλλά (κυρίως) με τη διάθεσή σας.

ΕΝΑΣ PERSONAL TRAINER ΣΤΟΝ ΚΑΡΠΟ ΣΑΣ!

Αν και το μοναδικό premium design θα καταφέρει να μαγνητίσει το βλέμμα σας, το στοιχείο που θα κάνει το WATCH GT3 να αποκτήσει μια ξεχωριστή θέση στην καρδιά σας, είναι ότι η πρόταση της HUAWEI αποτελεί τον πιο αξιόπιστο προσωπικό βοηθό στην επίτευξη των wellness στόχων σας. Όπως πολύ



καλά γνωρίζετε και από την πολυσχολη καθημερινότητά σας, η ύπαρξη κινήτρου είναι εκείνη που μπορεί να μετακινήσει ακόμη και βουνά! Και πράγματι το HUAWEI WATCH GT3 με τη δυνατότητα καταγραφής και παρακολούθησης της αθλητικής σας δραστηριότητας, μπορεί να σας παρακινήσει και να σας δημιουργήσει το απαιτούμενο κίνητρο για να ασχοληθείτε περισσότερο με τον εαυτό σας, αποκτώντας μεγαλύτερη ευεξία και αυτοπεποίθηση. Η υιοθέτηση ενός υγιεινού τρόπου ζωής είναι άλλωστε το ζητούμενο στη σημερινή εποχή και το μυστικό για την επίτευξη των wellness στόχων σας ξεκινάει από τον... καρπό σας και το smartwatch που φοράτε. Η δε εξελιγμένη εφαρμογή HUAWEI Health σας βοηθάει να ρυθμίσετε πλήρως, όλες εκείνες τις παραμέτρους που σχετίζονται με την «καλή ζωή» και με μια πιο active και fit καθημερινότητα, όχι μόνο καταγράφοντας τη πορεία σας αλλά και δίνοντας υπερπολύτιμες συμβουλές, οι οποίες θα σας βοηθήσουν να δώσετε αυτή την έξτρα κίνηση, αυτό το πρόσθετο boost που τόσο ανάγκη έχει ο οργανισμός σας. Ειδικότερα, εάν λατρεύετε να αθλείστε και να διατηρήσετε πάντοτε σε φόρμα, το HUAWEI WATCH GT3 μεταμορφώνεται στον καλύτερο virtual personal trainer. Προσφέροντας 100+ λειτουργίες άθλησης, συμπεριλαμβανομένων και 18 επαγγελματικών λειτουργιών προπόνησης, αλλά και τη δυνατότητα προσαρμογής των αθλητικών προγραμμάτων πάνω στις ανάγκες σας, το μόνο σίγουρο είναι ο συγκεκριμένος high-tech προσωπικός βοηθός δεν θα σας εγκαταλείψει ποτέ! Η πλήρης διαχείριση της φυσικής σας κατάστασης, περνάει μέσα από τους εξελιγμένους αλγορίθμους και τους αισθητήρες υψηλής τεχνολογίας του HUAWEI WATCH GT3, το οποίο μπορεί να καταγράψει την καρδιακή σας λειτουργία και τα επίπεδα του stress στο σώμα σας, να παρακολουθήσει 24/7 το οξυγόνο SpO2 στο αίμα σας, να ανιχνεύσει την θερμοκρασία του σώματος, αλλά

και να ελέγξει την ποιότητα του ύπνου σας. Παρέχοντας κάθε φορά λεπτομερή και αναλυτικά στοιχεία, φορώντας το WATCH GT3 το μόνο σίγουρο είναι ότι θα γνωρίζετε ανά πάσα ώρα και στιγμή την κατάσταση στην οποία βρίσκεται ο οργανισμός σας. Και επειδή, αντιλαμβανόμαστε ότι από τη στιγμή που θα φορέσετε το WATCH GT3 δεν θα θέλετε με τίποτα να το αποχωριστείτε, βγάζοντας το από το χέρι σας, το έξυπνο ρολόι της HUAWEI παρέχει μπαταρία που διαρκεί για 7 ημέρες! Μάλιστα, από την στιγμή που βρίσκεστε σε ένα συνεχές on-the-go status, το GT3 υποστηρίζει γρήγορη ασύρματη φόρτιση με χρήση βάσης ή power bank ασύρματης φόρτισης για ακόμη μεγαλύτερη ευκολία.

ΤΟ ΚΛΑΣΙΚΟ ΣΥΝΑΝΤΑΕΙ ΤΟ «ΑΥΡΙΟ» ΤΩΝ SMARTWATCHES!

Ευέλικτο, εντυπωσιακά elegant και τεχνολογικά εξελιγμένο, το μόνο σίγουρο είναι ότι το HUAWEI WATCH GT3 είναι η πρόταση που θα απογειώσει κάθε στυλ. Προσφέροντας μια σφαιρική 360ο παρακολούθηση της υγείας σας και ιδανικό για κάθε χρήση και περίπτωση, το WATCH GT3 της HUAWEI είναι πολλά παραπάνω από ένα απλό smartwatch, καθώς πρόκειται για έναν πιστό tech σύντροφο που είναι ειδικά σχεδιασμένος για να βρίσκεται για πάντα στο πλευρό σας. Με το HUAWEI WATCH GT3 το κλασικό συναντάει το «αύριο» των smartwatches! Για τις γιορτές δίνεται δώρο ένα επιπλέον λουράκι με κάθε έκδοση του Watch GT3.

Για περισσότερες πληροφορίες για το προϊόν μπορείτε να επισκεφθείς την ιστοσελίδα της [Huawei](https://www.huaweistore.gr), για εύκολες και γρήγορες αγορές το ηλεκτρονικό κατάστημα <https://www.huaweistore.gr> ή τα παρακάτω links:
Facebook: [HuaweimobileGR](#)
και Instagram: [huaweimobilegr](#)

logitech™



Η σειρά MX από τη Logitech
ΠΙΟ ΜΙΚΡΟ. ΠΙΟ ΕΞΥΠΝΟ. ΠΙΟ ΙΣΧΥΡΟ.
MX KEYS MINI

**ΜΙΚΡΟ ΜΕΓΕΘΟΣ,
ΤΕΡΑΣΤΙΑ ΑΝΕΣΗ**



Το μίνιμαλ σχήμα παρέχει καλύτερη εργονομία καθώς ευθυγραμμίζει τους ώμους σας και σας επιτρέπει να τοποθετείτε το ποντίκι πιο κοντά στο πληκτρολόγιο για να τεντώνετε λιγότερο το χέρι, να απολαμβάνετε μεγαλύτερη άνεση και να έχετε καλύτερη στάση σώματος. Τα πλήκτρα Perfect Stroke έχουν ιδανικό σχήμα για τα δάχτυλά σας και οπίσθιο φωτισμό που προσαρμόζεται αυτόματα. Τα έξυπνα πλήκτρα για την υπαγόρευση, τη σίγαση/κατάργηση σίγασης μικροφώνου και τα emoji βελτιώνουν τη ροή εργασίας ακόμη περισσότερο.

Δείτε περισσότερα στο:
<https://www.logitech.com/el-gr/>

**ΤΕΛΕΙΟΠΟΙΗΣΤΕ ΤΗΝ ΕΡΓΑΣΙΑ ΣΑΣ.
ΜΕ ΕΝΑ ΜΙΝΙ.**

Αυτό είναι το MX Keys Mini, ένα μίνιμαλ πληκτρολόγιο που έχει κατασκευαστεί ειδικά για δημιουργούς. Το μικρότερο σχήμα και τα πιο έξυπνα πλήκτρα προσφέρουν έναν καλύτερο τρόπο για δημιουργία και παραγωγικότητα.



MX KEYS MINI
Μίνιμαλ, ασύρματο φωτιζόμενο πληκτρολόγιο.
Διατίθεται σε τρία χρώματα



Δυναμικό και επιβλητικό!

Audi Q4 e-tron

Η Audi διαβαίνει το «κατώφλι» μιας νέας εποχής στην αυτοκίνηση, με το πλέον κατάλληλο όχημα, μεταφορικά και κυριολεκτικά. Το Q4 e-tron είναι το ηλεκτρικό crossover SUV που περιμέναμε, ικανό να καλύψει τις ανάγκες της σύγχρονης εποχής, με τη δυναμικότητα και τον σπορ χαρακτήρα που αποτελούν συνώνυμα του Audi brand εδώ και δεκαετίες. Το Q4 e-tron, λοιπόν, έρχεται με «όπλα» του την τεχνολογία αιχμής και την εξελιγμένη ηλεκτροκίνηση, για πλήρως αθόρυβη, οικονομική και ευέλικτη μετακίνηση εντός πόλης, ενώ με την ίδια άνεση θα σας βοηθήσει να «αποδράσετε», σε κάθε ευκαιρία. Είτε επιλέξετε την κλασική έκδοση, είτε την Sportback, η αεροδυναμική του οχήματος είναι μεταξύ των κορυφαίων της κατηγορίας, οδηγώντας σε μια χαμηλή μέση κατανάλωση και μεγαλύτερη αυτονομία. Με μπαταρίες χωρητικότητας έως 77 kWh σας επιτρέπει να διανύσετε έως και 520 Km με μια φόρτιση, η οποία μάλιστα ολοκληρώνεται ταχύτατα (έως το 80% σε 38') χάρη στην υποστήριξη ισχύος έως 125kW. Το σύστημα regenerative braking ρυθμίζεται πανεύκολα από τα paddles στο τιμόνι και έτσι μπορείτε να ελαχιστοποιήσετε τη χρήση του φρένου, για ακόμα πιο ξεκούραστη οδήγηση, ιδιαίτερα εντός πόλης. Σε κάθε περίπτωση, όμως, οι έως 299 ηλεκτρικοί ίπποι και η τετρακίνηση (στην έκδοση 50 e-tron Quattro) εκτοξεύουν το Q4 e-tron με ένα απλό «χάδι» στο δεξί πεντάλ, αν και παραμένει smooth και φιλικό σε ήπιους ρυθμούς κίνησης. Ανεξαρτήτως πεδίου... δράσης, το νέο EV της Audi ενσωματώνει πολυάριθμα συστήματα υποβοήθησης για τη δική σας ασφάλεια αλλά και ξέγνοιαστη οδήγηση, όπως adaptive cruise control, ειδοποίηση

τυφλής γωνίας και αλλαγής λωρίδας. Στα του αποθηκευτικού χώρου, αυτός αγγίζει τα 535 λίτρα (1.490 με ριγμένα τα καθίσματα) και υπερκαλύπτει τις ανάγκες μιας οικογένειας, ενώ ως επιβάτες θα απολαύσετε την ευρύχωρη και πολυτελή καμπίνα, που παραπέμπει σε μεγαλύτερης κατηγορίας μοντέλα. Πολυτελή και άνετα δερμάτινα καθίσματα όπως και δερμάτινο, θερμαινόμενο τιμόνι είναι έτοιμα να σας υποδεχθούν ενώ το πλούσιο infotainment σύστημα με κεντρική οθόνη MMI 11,6", digital cockpit 10,25" και ηχοσύστημα έως 10 ηχείων της Sonos (580W) με ενσωματωμένο subwoofer απογειώνουν τις αισθήσεις. Εξωτερικά, το Q4 e-tron μοιάζει να έρχεται από... το μέλλον, με Digital Matrix LED φώτα και signature DRL modes, αλλά και την εμπρός, φουτουριστική μάσκα να τονίζει ακόμα περισσότερο το Audi logo. Οι τροχοί των 19-21" δίνουν τον δικό τους τόνο στο προφίλ του οχήματος αλλά αποδεικνύονται άνετοι ακόμα και εντός πόλης, χάρη στην ειδικά εξελιγμένη ανάρτηση. Και αν θελήσετε να βγείτε εκτός δρόμου, η μεγάλη απόσταση από το έδαφος εξασφαλίζει πως θα το κάνετε εύκολα και με στυλ! Χωρίς κραυγαλέα χαρακτηριστικά, το Q4 e-tron αποπνέει δυναμικότητα και επιβάλλεται με την παρουσία του, όπου κι αν βρεθεί.





Max Factor

Premium προϊόντα μακιγιάζ για λαμπερές εμφανίσεις στο πρωτοχρονιάτικο ρεβεγιόν

Κάθε γυναίκα, ανεξαρτήτως ηλικίας, έχει ανάγκη να κλέψει την παράσταση με μια λαμπερή εμφάνιση που θα συζητηθεί στο πρωτοχρονιάτικο ρεβεγιόν. Για το λόγο αυτό, το εορταστικό μακιγιάζ αποκτά ξεχωριστή σημασία, αποτελώντας το απαραίτητο συστατικό που θα αναδείξει με τον καλύτερο τρόπο τις ενδυματολογικές μας επιλογές. Το ζητούμενο σε αυτή την ιδιαίτερη περίπτωση είναι η επίτευξη ενός γιορτινού premium μακιγιάζ. Η γνωστή εταιρεία Max Factor δίνει τη δυνατότητα σε κάθε γυναίκα να το αποκτήσει χρησιμοποιώντας 6 μοναδικά προϊόντα καιάλληλα για τις ανάγκες της Πρωτοχρονιάς. Πετύχετε το απόλυτο εορταστικό look ανακαλύπτοντας τα εξής:



Κραγιόν Lipfinity Lip Color

Από ένα εορταστικό μακιγιάζ δεν μπορεί να λείπει το κλασικό, διαχρονικό άλικο κραγιόν Lipfinity Lip Color στην απόχρωση So Glamorous της Max Factor. Αποτελεί μία must-have επιλογή που αναδεικνύει με μοναδικό τρόπο τη θηλυκότητα κάθε γυναίκας.



Παλέτα σκιών Masterpiece

Για να αλλάξετε το ύφος του make up look από nude chic σε glam rock και mysterious smokey η Masterpiece παλέτα σκιών αποτελεί μοναδική επιλογή.



Πούδρα Facefinity Highlighter Powder

Απαραίτητος σύμμαχος για λαμπερό μακιγιάζ είναι η πούδρα Facefinity Highlighter Powder με βελοούνινη υφή και ανάλαφρη αίσθηση που απλώνεται ομοιόμορφα.



Masterpiece Divine Lashes Mascara

Για ένα glowy chic make-up look απαραίτητο συστατικό αποτελεί η Masterpiece Divine Lashes Mascara που χαρίζει έντονο όγκο, χωρίς κόμπους, κάνοντας το βλέμμα εντυπωσιακό.

Masterpiece High Precision Liquid Eyeliner

Το Masterpiece High Precision Liquid Eyeliner θα δώσει την απαραίτητη ένταση στο βλέμμα.

Μολύβι ματιών Masterpiece Kohl Kajal Automatic

Το Max Factor Masterpiece Kohl Kajal Automatic δημιουργεί έντονα looks ματιών, ενώ η απαλή σύνθεσή του κάνει την εφαρμογή του ευκολότερη.



intimissimi

Italian lingerie



Xmas Intimacy

Μία πλούσια συλλογή, για να την προσφέρετε σαν δώρο: μία ξεκάθαρη πρόσκληση στην ομορφιά ακόμα και τα Χριστούγεννα... Intimissimi beauty!

WWW.INTIMISSIMI.COM



H&M
Δίχρωμο φόρεμα
με πούλιες



TSAKIRIS MALLAS
Love Moschino
τσάντα χειρός



ENVIE
Μπιτάκια
satin high



ZARA
Φούστα με
πούλιες limited
edition

Απόψε φόρα τα καλά σου!

Ας είμαστε ειλικρινείς. Αυτή τη χρονιά, με αυτές τις συνθήκες, κάποιοι θα κάνουν τα πάντα για να βγουν επιτέλους έξω να γιορτάσουν και κάποιοι δεν θα προσπαθήσουν καν. Υπάρχει κάτι ξεχωριστό στο να φοράς τα καλά σου για να μείνεις σπίτι και να περάσεις την Παραμονή της Πρωτοχρονιάς με τους αγαπημένους σου φίλους και συγγενείς. Αυτές οι ημέρες είναι η τέλεια αφορμή για να λάμψεις, κυριολεκτικά. Αρχικά, οι πούλιες έχουν την τιμητική τους - άσχετα που θα έπρεπε να τις φοράς όλο το χρόνο! Μια εξαιρετική και διαχρονική επιλογή είναι το little black dress, ενώ αν είσαι της παράδοσης θα επιλέξεις κάτι σε κόκκινο. Το σατέν, οι αλυσίδες και το γκλίτερ είναι σίγουρα σύμμαχοί σου στο πιο γιορτινό look της χρονιάς. Ένα κόκκινο κραγιόν και πολλά κοσμήματα και είσαι έτοιμη να εντυπωσιάσεις! Το μυστικό όμως -να το θυμάσαι- κρύβεται πάντα στο χαμόγελο. Καλές γιορτές!



MARKS & SPENCER
Sequin Ruched
Sleeve Blazer



TOMMY HILFINGER
Εβαζέ φόρεμα
από βιοκόζη



MANGO
Φόρεμα
ανάγλυφο

Μπορεί τα «βλέμματα» να πέσουν πάνω στο αστραφερό σου φόρεμα και στις ολοκαίνουριες γόβες σου, όμως μην ξεχάσεις αυτή την ιδιαίτερη βραδιά του χρόνου να δώσεις ιδιαίτερη προσοχή και στα εσώρουχα. Ένα push-up σουτιέν κάνει συνήθως «θαύματα», αναδεικνύοντας άψογα το ντεκολτέ, ενώ τα ιδιαίτερα καλσόν που κυκλοφορούν στην αγορά αφήνουν περιθώρια για αρκετούς πειραματισμούς.

Ξέφυγε λίγο από το κλασικό μαύρο καλσόν και πρόσθεσε μια ενδιαφέρουσα νότα στην εμφάνισή σου επιλέγοντας ιδιαίτερα μοτίβα και πιο λαμπερά σχέδια.



INTIMISSIMI
Σουτιέν Super
Push-up Gioia
Forever Macrame



BENETTON
Dress in stretch
cotton blend

CALZEDONIA

Διαφανές Καλσόν
30 Den με Μοτίβο
Ρόμβους και Πουά



Εκδότης-Διευθυντής
Κώστας Νόστης
Διεύθυνση
Ειρήνη Νόστη
Αρχισυντάκτρια
Σόνια Χαϊμαντά

Σύνταξη:
Έλενα Αλεξίου, Κωνσταντίνος Καβαλάρης,
Πέτρος Κυπραίος, Δήμητρα Μήτκα,
Θεοδώρα Νικολοπούλου, Αγγελική Νόστη,
Βαρβάρα Ντέντη, Ελένη Σαραντάκη, Δημήτρης Σκιάνης
Διαφήμιση: Έλλη Μαστρομανώλη
Υπεύθυνη Παραγωγής: Ελένη Καπιτσάκη
Δtp: Νίκος Χαλκιαδάκης
Λογιστήριο: Ανδρέας Λουλάκης

Στοιχεία Επικοινωνίας
Smart Press
Μάγερ 11, 104 38, Αθήνα,
Τηλ.: 210 5201500, 5230000



SMART PRESS