

# women in digital

ΤΕΥΧΟΣ 21

## Κατερίνα Μυυιάκη

HEAD OF HUMAN CAPITAL  
& CORPORATE COMMUNICATIONS  
ΣΤΗΝ CAMPEÓN GAMING

“Το κτίσιμο ενός ισχυρού  
Employer Branding κρίνεται  
σήμερα απαραίτητο για την  
προσέλκυση νέων ταλέντων”

*Focus*  
ON TOP

### WOMEN IN *Highlights*



**ΜΑΙΡΗ ΑΝΑΣΤΑΣΙΟΥ**  
CONTENT DIRECTOR, VALUECOM



**ΚΑΕΛΙΑ ΠΑΠΠΟΥ**  
MARKETING MANAGER  
@NOBACCO



**ΜΑΡΙΝΑ ΚΑΠΕΤΑΝΑΚΗ**  
SENIOR PARTNER, KPMG

# Hot Topics



Η **Μαρίζα Πετράκου**, Head of Marketing, Communications & PR στην Kosmocar

- ✓ Η **Μαρίζα Πετράκου** έχει αναλάβει καθήκοντα Head of Marketing, Communications & PR στην Kosmocar. Διαθετεί πολυετή πείρα στο χώρο του αυτοκινήτου. Από το 2018 μέχρι πρόσφατα διατηρούσε καθήκοντα BMW Marketing Manager στο BMW Group Hellas, στο οποίο εντάχθηκε μετά από 7 χρόνια συνεργασίας με την H&M, όπου αποτελούσε διευθύντρια Επικοινωνίας και Τύπου.
- ✓ Καθήκοντα Senior Advertising Director της DPG Digital Media Group ανέλαβε η **Σταυρούλα Δριτσέλη**, σε συνέχεια της πορείας της από τη θέση της Group Account Director. Έμπειρο στέλεχος της αγοράς στον χώρο των media, η Σταυρούλα Δριτσέλη εντάχθηκε στο δυναμικό της εταιρείας το 2015, έχοντας εργαστεί στο παρελθόν σε θέσεις ευθύνης και εμπορικής ανάπτυξης έντυπων και ψηφιακών Μέσων.
- ✓ Η Sarantis, γνωστοποίησε ότι υπέβαλε την παραίτησή της από το Δ.Σ. η κυρία **Ειρήνη Νικηφοράκη**, ανεξάρτητο μη εκτελεστικό μέλος. Κατόπιν αυτού, το ΔΣ αποφάσισε εκλογή της κας **Alexandra Gren**.
- ✓ Στο δυναμικό της Ποτοποιία Πλωμαρίου Ισίδωρος Αρβανίτης εντάχθηκε η **Χρυσάνθη Μπόνου** έχοντας αναλάβει από τον Φεβρουάριο Διευθύνουσα Σύμβουλος στην εταιρεία της οικογένειας Καλογιάννη.
- ✓ Έναν νέο ρόλο, εκείνον της Communications & Corporate Engagement Manager, ανέθεσε η Παπαστράτος στην **Αλεξάνδρα Γεωργιάδου**, τη μέχρι πρότινος Communications & Internal Engagement Manager του. Η πορεία της Αλεξάνδρας Γεωργιάδου στην καπνοβιομηχανία «μετρά» ήδη έξι χρόνια και ξεκίνησε από τη θέση της Communications Manager. Πριν από την ένταξή της στην Παπαστράτος, το έμπειρο στέλεχος εργαζόταν στην KPMG αρχικά ως Events Coordinator και, ακολούθως, ως Marketing & Communications Manager, ενώ στην αρχή της καριέρας της εργάστηκε και ως δημοσιογράφος.

Οι γυναίκες θα ελέγχουν το 75% των προαιρετικών δαπανών έως το 2030;

Ισχυροποιούνται οι γυναίκες καταναλώτριες αλλά τα brands δεν τις καταλαβαίνουν!



Είναι δεδομένα! Τέλος στα στερεότυπα που θέλουν τους άνδρες να αποτελούν όχι μόνο τον σκληρό πυρήνα των καταναλωτών αλλά και τη συντριπτική τους πλειονότητα. Τα αποτελέσματα της έρευνας NielsenIQ δείχνουν περίτρανα ότι η αγοραστική δύναμη των γυναικών θα αυξηθεί παγκοσμίως, μέχρι το τέλος της δεκαετίας που διανύουμε, καθιστώντας απαραίτητη την παρακολούθηση των στοιχείων που έχουν όλο και μεγαλύτερη σημασία για τις γυναίκες. Σε ένα ταραγμένο πολιτικό περιβάλλον, ιδίως στις ΗΠΑ, η κατανόηση του «wokeness» κρατά τα στελέχη ξάγρυπνα τις νύχτες. Η Έρευνα NielsenIQ, την οποία παρουσιάζει το Retail Brew, αναφέρει ότι οι γυναίκες αναμένεται να ελέγχουν το 75% των προαιρετικών καταναλωτικών δαπανών τα επόμενα πέντε χρόνια. Παρά την αύξηση της σημασίας του γυναικείου καταναλωτικού κοινού, ορισμένα από τα στατιστικά στοιχεία αποκαλύπτουν σημαντικά κενά. Συγκεκριμένα, το 91% των γυναικών παγκοσμίως πιστεύει ότι οι μάρκες δεν τις καταλαβαίνουν. Οι ζωτικές πτυχές της ζωής των γυναικών δεν προσεγγίζονται από τα περισσότερα brands, αφήνοντας «τεράστιες ευκαιρίες» να πάνε χαμένες. Για παράδειγμα, σύμφωνα με τα αποτελέσματα της έρευνας, το 85% των γυναικών, που εξετάστηκαν, προσαρμόζουν τον τρόπο ζωής τους και όχι τα προϊόντα, για να διαχειριστούν τα συμπτώματα της εμμηνόπαυσης.

# Κατερίνα Μυγιάκη

HEAD OF HUMAN CAPITAL & CORPORATE COMMUNICATIONS  
ΣΤΗΝ CAMPEÓN GAMING

ΣΥΝΕΝΤΕΥΞΗ ΣΤΗ ΣΟΝΙΑ ΧΑΪΜΑΝΤΑ

**Η** συζήτηση με την Κατερίνα Μυγιάκη, Head of Human Capital & Corporate Communications στην Campeón Gaming, είναι ένα case study συμπερίληψης και ισότητας. Η Κατερίνα Μυγιάκη μοιράζεται την προσωπική εμπειρία της και μιλάει για την εξέλιξή της στην Campeón Gaming, αλλά και για την υποστήριξη που έλαβε από την εταιρεία σε κάθε βήμα της. Μία από τις βασικές προτεραιότητες της Campeón Gaming είναι η επίτευξη της ισορροπίας μεταξύ προσωπικής και επαγγελματικής ζωής, ειδικά για τις γυναίκες εργαζόμενες, αποτελώντας παράδειγμα προς μίμηση για κάθε εταιρεία. Δεν είναι άλλωστε τυχαίο που φέτος έλαβε τη διάκριση Best Workplace™ for Women Hellas 2024.

**Αρχικά να αναγνωρίσω ότι ο τίτλος σας «προδίδει» τη σημασία που δίνετε στο ανθρώπινο κεφάλαιο. Βλέπουμε, λοιπόν, εδώ έναν πολύ ενδιαφέροντα συνδυασμό: τη ιδιότητα της επικεφαλής του HR να συνυπάρχει με τον ρόλο της Head Εταιρικής Επικοινωνίας. Τι δηλώνει, τί σηματοδοτεί η Campeón Gaming με αυτόν τον συνδυασμό;**

Στην Campeón Gaming πιστεύουμε πως το HR και η Εταιρική Επικοινωνία είναι έννοιες άρρηκτα συνδεδεμένες μεταξύ τους. Η μία συμπληρώνει την άλλη, επιτυγχάνοντας ουσιαστικά αποτελέσματα τόσο σε θέματα Employer Branding και Talent Acquisition όσο και Employee Engagement.

**Η σύνδεση της Εταιρικής Επικοινωνίας με το HR και το Employer Branding γίνεται η ιδανική «γέφυρα» για την ανάδειξη ενός αυθεντικού και ελκυστικού περιβάλλοντος εργασίας. Με δεδομένο ότι η αγορά εργασίας γίνεται ολοένα και πιο απαιτητική, αναζητώντας την ειδοποιό διαφορά που κάνει μια εταιρεία ή έναν οργανισμό να ξεχωρίσει ώστε να αποτελέσει εργοδότη επιλογής, οι εταιρείες αξιοποιούν πλέον την Εταιρική Επικοινωνία για να διαφοροποιηθούν και να μπορέσουν όχι μόνο να προσελκύσουν ταλέντα αλλά και να τα διατηρήσουν σε βάθος χρόνου.**

Αφού ολοκληρωθεί η διαδικασία προσέλκυσης ταλέντων,

“**Το κτίσιμο ενός ισχυρού Employer Branding κρίνεται σήμερα απαραίτητο για την προσέλκυση νέων ταλέντων**”



αναλαμβάνει δράση το Talent Acquisition για να προχωρήσει στις κατάλληλες προσθήκες στο ανθρώπινο δυναμικό της εταιρείας και να δημιουργήσει μια **εξαιρετική onboarding εμπειρία**. Η εταιρική επικοινωνία διευκολύνει τη διαδικασία ένταξης ενός νέου ατόμου στην εταιρεία, παρέχοντάς του τις απαραίτητες πληροφορίες και καλλιεργώντας από πριν τις προσδοκίες για την κουλτούρα, τις αξίες και τη φιλοσοφία της εταιρείας.

Φυσικά, η συνεργασία μεταξύ Εταιρικής Επικοινωνίας και HR δεν σταματά εκεί, καθώς υπάρχει ένας ακόμη πυλώνας, στον οποίο η συνύπαρξή τους κάνει πραγματικά τη διαφορά: το **Employee Engagement**. Σήμερα, οι εταιρείες αφιερώνουν πολύ περισσότερο χρόνο και resources προκειμένου να δομήσουν ένα φιλικό, δημιουργικό και συμπεριληπτικό εργασιακό περιβάλλον για τους ανθρώπους τους. Στόχος μας στην Campeon Gaming είναι να υλοποιούμε διαρκώς δράσεις και πρωτοβουλίες, οι οποίες να κρατούν το Employee Engagement σε υψηλά επίπεδα, αλλά ταυτόχρονα, να το επικοινωνούμε και σωστά, προκειμένου να γίνεται πλήρως κατανοητό πρωτίστως από τους ίδιους τους εργαζομένους μας.

**Πώς θα περιγράφατε την εργασιακή κουλτούρα της Campeon Gaming και σε ποια σημεία αυτή διαφοροποιείται σε σχέση με τη γενική εικόνα των επιχειρήσεων στην Ελλάδα;**

Η εργασιακή κουλτούρα της Campeon Gaming μπορεί να συνοψιστεί στο μότο «**Είμαστε οι άνθρωποί μας**». Το μότο αυτό αποτέλεσε οδηγό μας, από όταν η εταιρεία μετρούσε μόλις 5 άτομα, για να διαμορφώσουμε και να υιοθετήσουμε την κουλτούρα που έχουμε καταφέρει να διατηρήσουμε μέχρι και σήμερα. **Μία κουλτούρα που βασίζεται στις αξίες της διαφορετικότητας, της ισότητας, της συμπερίληψης και της διαφάνειας.**

Οι άνθρωποί μας είναι πάντοτε το επίκεντρο σε κάθε ενέργεια και νέο στόχο, αποτελώντας την κινητήρια δύναμη για να επιτυγχάνουμε πάντα το καλύτερο. Για εμάς στην Campeon Gaming, το γεγονός ότι έχουμε καταφέρει τόσες επιτυχίες και έχουμε φτάσει τόσο ψηλά μέσα σε μόλις 7 χρόνια, το αποδίδουμε στους ανθρώπους μας, οι οποίοι με την πίστη και τη στήριξή τους μας έφεραν στο σημείο που βρισκόμαστε σήμερα.

Όντας μέρος του ανθρώπινου δυναμικού της Campeon Gaming για σχεδόν 5 χρόνια, πιστεύω ακράδαντα πως

η ειδοποιός διαφορά μας, σε σχέση με τη γενική εικόνα των επιχειρήσεων στην Ελλάδα, είναι η **ευελιξία και η ενσυναίσθηση**. Καθώς η Campeon Gaming άρχισε να μεγαλώνει με ραγδαίους ρυθμούς, ιδιαίτερα μετά το 2021, εν μέσω της πανδημίας covid-19, αναπτύξαμε τέτοιους μηχανισμούς και διαδικασίες, ώστε να είμαστε σε θέση να λειτουργούμε σαν ένας οργανισμός, διατηρώντας πάντα τον **ανθρωποκεντρικό χαρακτήρα** μας και την ευελιξία - δύο έννοιες που έχουν μείνει αναλλοίωτες στον χρόνο και μας ξεχωρίζουν έως σήμερα.

**Ποια είναι η σημασία της ισότητας των φύλων για την Campeon Gaming και πώς αυτή αναδεικνύεται στις καθημερινές λειτουργίες της εταιρείας; Υπάρχουν ίσες ευκαιρίες σε όλα τα επίπεδα; Αποτυπώνεται η ιδέα της ισότητας και στα βούρρα του εργατικού δυναμικού της εταιρείας και δη στις υψηλόβαθμες θέσεις;**

Όπως προανέφερα, η ισότητα και η συμπερίληψη αποτελούν αξίες που βρίσκονται στον πυρήνα της εταιρικής κουλτούρας μας, κάτι το οποίο αποδεικνύεται και από τα ποσοστά εκπροσώπησης γυναικών σε όλα τα τμήματα και τα επίπεδα της εταιρείας. **Είμαστε περήφανοι που φέτος πετύχαμε την απόλυτη ισορροπία, καθώς το 50% του ανθρώπινου δυναμικού μας εκπροσωπείται από γυναίκες, εκ των οποίων το 33% απασχολείται σε ανώτερες διοικητικές θέσεις.** Η παροχή ίσων ευκαιριών εξέλιξης και ανέλιξης εντός της εταιρείας αφορά το σύνολο του ανθρώπινου δυναμικού. Εφαρμόζουμε διαφανείς και αμερόληπτες διαδικασίες σε συνδυασμό με ένα **δίκαιο περιβάλλον αξιολόγησης** ως προς τις προαγωγές και τις μισθολογικές αυξήσεις. Κάθε εργαζόμενος αξιολογείται με βάση την απόδοσή του και τους προκαθορισμένους προσωπικούς στόχους του, διεκδικώντας ίσες ευκαιρίες και προοπτικές εξέλιξης, ανεξαρτήτως φύλου.

**Έχετε υιοθετήσει πρωτοποριακές πρωτοβουλίες που συμβάλλουν στην επίτευξη της ισορροπίας μεταξύ επαγγελματικής και προσωπικής ζωής των εργαζομένων (αποφεύγοντας το burnout), όπως το πρόγραμμα FlexiParent Perks. Πείτε μας λίγα περισσότερα πράγματα γι' αυτό. Στην Campeon Gaming διαχωρίζετε τη γονική άδεια μεταξύ των ανδρών και των γυναικών;**

**Το work-life balance είναι για εμάς στην Campeon Gaming ένα από τα βασικά συστατικά για μια υγιή εργασιακή**



**εμπειρία.** Θεωρούμε απαραίτητο να υπάρχει μια ισορροπία σε δύο τόσο σημαντικές πτυχές της ζωής ενός ανθρώπου, γι' αυτό και η επίτευξη αυτής είναι οδηγός σε όλες τις ενέργειες και πρακτικές που υιοθετούμε προς όφελος του ανθρώπινου δυναμικού μας.

Με την τελευταία πρωτοβουλία μας, **FlexiParent Perks**, στόχος μας είναι να διευκολύνουμε τους εργαζόμενους γονείς και να ενισχύσουμε το πακέτο αποδοχών τους, καλύπτοντας βασικές ανάγκες τους. Ήδη, από τα πρώτα χρόνια λειτουργίας μας υπήρχε μια ευελιξία ως προς τις άδειες και τις ημέρες τηλεργασίας για τους γονείς, κατανοώντας τις επιβαρυνμένες υποχρεώσεις τους. Με το FlexiParent Perks, καταφέραμε, αυτήν την ευελιξία να την οργανώσουμε και να τη δομήσουμε λειτουργικά, εντάσσοντάς την πλέον, και επίσημα, στο πακέτο benefits της εταιρείας.

Μέσω της παραπάνω πρωτοβουλίας, προσφέρουμε **5 επιπλέον ημέρες γονικής άδειας ετησίως**, επί πληρωμή, πλέον της κανονικής άδειας που δικαιούνται οι γονείς βάσει νόμου, καθώς και **2 επιπλέον ημέρες τηλεργασίας τον μήνα**, πλέον των 8 ημερών που δικαιούται όλο το ανθρώπινο δυναμικό μηνιαίως. Επίσης, μέρος της πρωτοβουλίας αυτής είναι παροχή οικονομικής ενίσχυσης της τάξης των **€100 μηνιαίως, για τις καθημερινές ανάγκες των παιδιών**. Στόχος όλων των παραπάνω benefits είναι οι εργαζόμενοι γονείς να μπορούν να ασχοληθούν ενεργά με την οικογένειά τους και, ταυτόχρονα, να μπορούν να κυνηγήσουν και τις επαγγελματικές φιλοδοξίες τους.

Όσον αφορά τη γονική άδεια, βρισκόμαστε σε μια εποχή που η ισότητα μεταξύ των φύλων υπάρχει, και πρέπει να υπάρχει, σε όλες τις πτυχές της ζωής τους. Έτσι, οι γονείς έχουν την ίδια αντιμετώπιση και στο ζήτημα της γονικής άδειας,

απολαμβάνοντας ίσες μέρες άδειας. Αναγνωρίζοντας πως υπάρχει πάντα επιπλέον χώρος για μεγαλύτερα και πιο ουσιαστικά βήματα στη διασφάλιση ίσων ευκαιριών μεταξύ των φύλων, στην Campeon Gaming, δεσμευόμαστε ως προς μια πορεία ισότητας και συμπερίληψης.

**Τελικά οι γυναίκες εργαζόμενες στην Campeon Gaming σπάνε τη «γυάλινη οροφή»; Και πώς αντιμετωπίζουν οι άνδρες τον δυναμισμό και την καινοτομία που φέρνουν οι γυναίκες στην εργασιακή τους κοινότητα; Με ποιο τρόπο επιτυγχάνεται μια εποικοδομητική συνύπαρξη και συνεργασία;**

**Η «γυάλινη οροφή» δεν αναγνωρίζεται ως έννοια στην Campeon Gaming.** Όντας τόσα χρόνια μέλος αυτής της ομάδας, σας διαβεβαιώ πως το φύλο δεν έχει σταθεί ποτέ εμπόδιο στην εξέλιξη των ανθρώπων μας, καθώς ο καθένας και η καθεμία ξεχωριστά αξιολογείται αποκλειστικά βάσει των ικανοτήτων και της απόδοσής του. Συνεπώς, ο όρος «γυάλινη οροφή», όχι απλώς δεν υφίσταται, αλλά θα μπορούσαμε να πούμε ότι η φράση που περιγράφει άρτια την εργασιακή κουλτούρα μας είναι το **«μαζί στην κορυφή»**.

Όσον αφορά τον τρόπο με τον οποίο οι άνδρες στην εταιρεία αντιμετωπίζουν τον δυναμισμό και την καινοτομία που φέρνουν οι γυναίκες στην εργασιακή κοινότητα, με χαρά τους παρατηρούμε να στηρίζουν, να αναγνωρίζουν και να εκτιμούν τις γυναίκες συναδέλφους τους, καθημερινά και αμερόληπτα. Χαίρομαι ιδιαίτερα που στη διάρκεια της καριέρας μου υπήρξε περίπτωση, εντός της εταιρείας, στην οποία 2 εργαζόμενοι διαφορετικού φύλου, οι οποίοι βρίσκονταν στο ίδιο εργασιακό επίπεδο, υποστήριζαν ο ένας τον άλλον για προαγωγή ίδιας θέσης, δείχνοντας έμπρακτα τον αμοιβαίο σεβασμό και την εκτίμησή τους.

Πιστεύουμε ότι το **θετικό και υποστηρικτικό κλίμα** που έχουμε δημιουργήσει είναι απόρροια της **ανθρωποκεντρικής στρατηγικής** που ακολουθούμε από τον πρώτο χρόνο λειτουργίας της εταιρείας.

Έχοντας επικεντρωθεί στη **δόμηση ενός ισότιμου, φιλικού και ευχάριστου περιβάλλοντος** που βασίζεται στον **σεβασμό, την εμπιστοσύνη και τη διαφάνεια**, επιτυγχάνουμε την εποικοδομητική συνύπαρξη και συνεργασία μεταξύ μας, όντας όλοι μέλη μιας ομάδας που, δυναμικά και με όραμα, προχωράει μπροστά.

**Λίγες μεγάλες έμφαση στο Employer Branding και ήδη τοποθετείστε ανάμεσα στους top εργοδότες τόσο στον χώρο του igaming όσο και ευρύτερα στην αγορά, με γραφεία σε Αθήνα, Θεσσαλονίκη και Κύπρο. Πρόσφατα μάλιστα, η Campeon Gaming, βραβεύτηκε ως Best Workplace™ for Women Hellas 2024 από τον οργανισμό Great Place to Work® Hellas, στην κατηγορία εταιρειών 50-250 εργαζόμενων, ενώ σταθερά τα τελευταία χρόνια τοποθετείστε ως Great Place to Work® Hellas. Ποιοι είναι οι στόχοι σας για την επόμενη διετία;**

Ο κύριος στόχος μας για την επόμενη διετία δεν διαφέρει από τον απώτερο σκοπό που έχουμε θέσει από την πρώτη ημέρα λειτουργίας μας, κι αυτός δεν είναι άλλος από τη δημιουργία ενός εξαιρετικού εργασιακού περιβάλλοντος για τους ανθρώπους μας και τη διατήρηση του ανθρωποκεντρικού χαρακτήρα μας. Είμαστε περήφανοι που έχουμε λάβει όλες αυτές τις διακρίσεις και πιστοποιήσεις, οι οποίες επιβεβαιώνουν και εμπράκτως ότι **η Campeon Gaming βρίσκεται ανάμεσα στα καλύτερα εργασιακά περιβάλλοντα στην Ελλάδα**.

Στην επόμενη διετία στοχεύουμε να ενισχύσουμε το ισότιμο και υποστηρικτικό περιβάλλον μας, διατηρώντας αναλλοίωτη την κουλτούρα μας και τον χαρακτήρα μας, όσο κι αν μεγαλώνουμε και επεκτεινόμαστε.

**Τελικά γιατί μια γυναίκα να θέλει να εργαστεί στην Campeon Gaming; Θα θέλατε να μοιραστείτε μαζί μας τη δική σας εργασιακή εμπειρία και να μας πείτε πώς κυλά μία μέρα στα γραφεία της Campeon;**

Πιστεύω πως όλοι οι παραπάνω λόγοι απαντούν στο ερώτημα γιατί μία γυναίκα να θέλει να εργαστεί στην Campeon Gaming. Ωστόσο, εάν προσπαθήσω να τους συνοψίσω, πιστεύω πως ο ανθρωποκεντρικός χαρακτήρας μας, σε συνδυασμό με την ίση αντιμετώπιση όλου του ανθρώπινου δυναμικού, τόσο κατά τη διαδικασία πρόσληψης και ένταξης στην ομάδα της Campeon Gaming, όσο και κατά την μετέπειτα εργασιακή εμπειρία, είναι ο λόγος που μία γυναίκα θα ήθελε να εργαστεί στην Campeon Gaming. **Για να δει τις ικανότητες και τις επιτυχίες της να αναγνωρίζονται και να επιβραβεύονται.**

Προσωπικά, όπως ανέφερα και νωρίτερα, έγινα μέλος της Campeon Gaming κατά τον 2ο χρόνο λειτουργίας της, όταν η ομάδα απαρτιζόταν μόλις 12 άτομα. Ερχόμενη από μία μεγάλη πολυεθνική εταιρεία, αναζητούσα μια εργασία η οποία θα ήταν πιο πολύ «στα μέτρα μου», σε αυτό που τότε όριζα ως μια ισορροπημένη ζωή.

Η πορεία και η εξέλιξή μου στην Campeon Gaming ήταν εμφανής ήδη από τους πρώτους μήνες, καθώς ανεβίχθηκα σε σύντομο χρονικό διάστημα σε θέση ευθύνων, ενώ



παράλληλα με την ανοδική επαγγελματική πορεία μου, εξελίχθηκε και η προσωπική ζωή μου, με την απόκτηση των δύο μου παιδιών. Η στήριξη που έλαβα από τη διοίκηση και η ευελιξία στην εργασία μου, με βοήθησε να μπορέσω να ανταπεξέλθω σε δύο απαιτητικούς ρόλους της ζωής μου, σε αυτόν της Head του τμήματος και στον ρόλο του γονέα, συνεχίζοντας την επαγγελματική εξέλιξή μου.

**Μια ημέρα στην Campeon Gaming μπορώ να πω ότι κυλά σε ένα ιδιαίτερα ευχάριστο, δυναμικό και δημιουργικό κλίμα που ενισχύει την ομαλή συνεργασία και επικοινωνία μεταξύ των ομάδων για την επίτευξη αποτελεσματικών στόχων.** Η διαρρύθμιση του χώρου -ένα open-space περιβάλλον- και η παροχή εξοπλισμού τελευταίας τεχνολογίας, συμβάλλουν στη διευκόλυνση της ημερήσιας εργασίας, προάγοντας ταυτόχρονα την καινοτομία. Προφανώς, πέρα από το κομμάτι της εργασίας, δεν θα μπορούσα να μην αναφερθώ και στο κομμάτι του φαγητού, καθώς όλοι οι εργαζόμενοι μπορούμε να απολαμβάνουμε snacks και ροφήματα που είναι διαθέσιμα στα γραφεία ή ακόμη και να παραγγέλνουμε φαγητό, με τα έξοδα καλυμμένα από την Campeon Gaming. Για εμένα, ένα εξίσου σημαντικό στοιχείο είναι η τοποθεσία των γραφείων μας, κυριολεκτικά στην καρδιά της πόλης, τόσο στην Αθήνα και τη Θεσσαλονίκη, όσο και στη Λευκωσία, κάτι το οποίο έχει μεγάλο αντίκτυπο στην ζωή όλων των εργαζομένων. Πιο συγκεκριμένα, το γεγονός ότι τα γραφεία βρίσκονται σε κεντρικά σημεία των πόλεων και ότι τα έξοδα μετακίνησης με τα Μέσα Μαζικής Μεταφοράς καλύπτονται κάθε μήνα από την εταιρεία συνεπάγεται σημαντική μείωση τόσο του κόστους, όσο και του χρόνου μετακίνησης των εργαζομένων. **Θέλουμε να δίνουμε τον χρόνο, αλλά και την ενέργεια στους Campeones να συνδυάζουν αποτελεσματικά την επαγγελματική με την προσωπική ζωή τους!**

# dyson airstrait

Ισιώνει απευθείας τα βρεγμένα μαλλιά, με αέρα.  
Χωρίς καυτές πλάκες. Χωρίς φθορά από τη θερμότητα.



# Μαίρη Αναστασίου

CONTENT DIRECTOR, VALUECOM

ΣΥΝΕΝΤΕΥΞΗ ΣΤΗ ΣΟΝΙΑ ΧΑΪΜΑΝΤΑ

**Η** Μαίρη Αναστασίου, με 10 χρόνια εμπειρίας στον χώρο της επικοινωνίας, μοιράζεται τις σκέψεις της για το PR, το ψηφιακό marketing, το content marketing, το influencer marketing, τα social media και πολλά άλλα, τονίζει τη σημασία της "συνάντησης" των διαφορετικών γενεών στον χώρο εργασίας ενώ θεωρεί απαραίτητη την Καινοτομία για να κρατήσει το ενδιαφέρον του νεαρού κοινού. Το οποίο όπως επισημαίνει εύστοχα μπορούμε να προσεγγίσουμε μόνο με αυθεντικότητα και διαφάνεια.

**Μειράτε 10 χρόνια στον χώρο του PR, θα λέγατε ότι ανήκете στο κλασικό PR ή στο Digital PR. Είναι δύο «κόσμοι χωριστά»;**

Μειράω 10 χρόνια στο χώρο της επικοινωνίας. Ξεκίνησα με το Digital Marketing, που εκείνη την περίοδο το Facebook είχε τη δυναμική που σήμερα παρουσιάζει η πλατφόρμα του TikTok. Ήταν όλα πρωτόγνωρα και υπήρχε εξαιρετικό ενδιαφέρον σε σχέση με το πως μπορεί να αξιοποιηθεί η συγκεκριμένη πλατφόρμα για τις ανάγκες των πελάτων μας. Με το κλασικό PR, ασχολούμαι τα τελευταία δύο χρόνια και καταλήγω στο ότι όταν αντιλαμβάνεσαι το τι θες να επιτύχεις μέσω της επικοινωνίας, δεν έχει σημασία το πόσο "οικείο" σου είναι το μέσο που θα χρησιμοποιήσεις. Μπορούμε όλοι να εκπαιδευτούμε σε οποιαδήποτε πλατφόρμα, σε οποιοδήποτε "εργαλείο" και μέσο. Η αντίληψη μας όμως καλλιεργείται μόνο μέσα από την καθημερινή επικοινωνία και τριβή με τους πελάτες μας. Οπότε, για να συνοψίσω, η επικοινωνία είναι ένας κόσμος, γεμάτος με πολλά και διαφορετικά μέσα και χαίρομαι που ανήκω σε αυτόν και τον ανακαλύπτω καθημερινά.

**Πώς θα περιγράφατε το digital mentality και πώς επηρεάζει τη δημιουργία περιεχομένου;**

Το ψηφιακό περιβάλλον προσδιορίζεται από τη γρήγορη κατανάλωση περιεχομένου. Η ταχύτητά του, ορίζει και την ταχύτητα όλων εμάς, που εργαζόμαστε και τοποθετούμαστε μέσα σε αυτό. Το ερώτημα είναι ένα: Πώς θα καταφέρω μέσα σε αυτό το περιβάλλον να κερδίσω την προσοχή του χρήστη και να έχω impact με διάρκεια; Αν και είναι πολύ-παραγοντική η ανάλυση του συγκεκριμένου ερωτήματος, θα σταθώ στο στοιχείο της αυθεντικότητας και του κατάλληλου timing. Ακούω, παρατηρώ και παρακολουθώ το κοινωνικό περιβάλλον, ώστε να ξέρω που απευθύνομαι. Φροντίζουμε

“Μόνο με αυθεντικότητα και διαφάνεια, θα καταφέρουμε να έρθουμε κοντά στην GEN Z, που τοποθετείται ηχηρά, με ισχυρή άποψη”



πάντα με την ομάδα μας, να δημιουργούμε περιεχόμενο που εκφράζει τη φιλοσοφία και τις αξίες των πελατών μας. Προσαρμόζουμε τη στρατηγική μας με οδηγό την απολεσματικότητα σε ποιοτικό και ποσοτικό επίπεδο. Όλα είναι δυναμικά και αυτό είναι που με συναρπάζει.

**Ποια είναι η σημασία των ψηφιακών δημοσίων σχέσεων (digital PR) στον σημερινό ψηφιακό κόσμο και πώς συνδέονται με το περιεχόμενο που δημιουργείτε;**

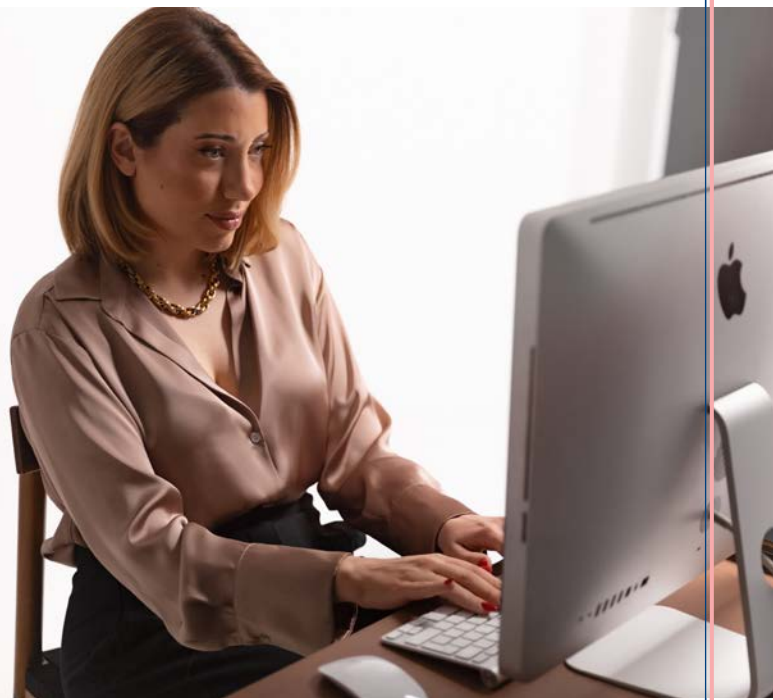
Αφού εστιάζουμε στο Digital PR, σκέφτομαι Content Marketing και Influencer Marketing. Όλα ζουν στον ψηφιακό κόσμο και εκεί η πληροφορία "σερβίρεται" πρώτη, δίνοντάς του το advantage να αποτελεί μέσο ενημέρωσης για τα παραδοσιακά μέσα. Το περιεχόμενο που δημιουργούμε ακολουθεί τις προδιαγραφές του ψηφιακού περιβάλλοντος και ορίζεται από τις τάσεις αυτού. Το AI δημιουργεί νέα δεδομένα σε σχέση με την παραγωγή περιεχομένου, παρατηρώντας ότι το ChatGPT είναι πλέον αποθηκευμένο στα αγαπημένα μας. Οι Influencers αποτελούν τη φωνή αυτού του κόσμου και εμείς καλούμαστε σε κάθε καμπάνια, να επιλέξουμε τις φωνές εκείνες που μπορούν να εκφράσουν τα μηνύματα των brands που διαχειριζόμαστε. Αν το περιεχόμενο δεν ακολουθεί τις προδιαγραφές του μέσου μέσα στο οποίο βρίσκεται, τότε απλώς υπάρχει, χωρίς να είναι αποτελεσματικό.

**Πώς αντιμετωπίζει ο χώρος του PR αλλά και η εταιρεία στην οποία βρίσκεστε το θέμα του ageism στον ψηφιακό χώρο, ειδικά όσον αφορά τους νέους; Τους αντιμετωπίζει ως εργαζόμενους με περιορισμένη εμπειρία ή ως «θεούς» που κατέχουν τη νέα γνώση;**

Βρίσκω πολύ ενδιαφέρουσα την ερώτηση, καθώς εδώ τίθεται ένα ζήτημα που αφορά στην εταιρική κουλτούρα. Από την προσωπική μου εμπειρία, αλλά και συζητήσεις με φίλους μου, που εργάζονται στο χώρο της επικοινωνίας, σε senior ρόλους, όντας millennials, παρατηρώ ότι πλέον υπάρχει περισσότερος χώρος για να "ακουστούμε" και δίνεται έμφαση στην τοποθέτησή μας, διότι κατανοούμε καλύτερα το ψηφιακό περιβάλλον και τους "κανόνες" του. Η συνάντηση και παραγωγική σύγκρουση των διαφορετικών γενεών στο χώρο εργασίας είναι απαραίτητη, για να δημιουργήσεις κάτι δυνατό, με αξία. Στην εταιρεία μας, οι νέοι άνθρωποι δίνουν τον παλμό τους καθημερινά σε όλα μας τα projects και τα πιο έμπειρα στελέχη είναι δίπλα μας, για να μας καθοδηγούν και να μας δίνουν λύσεις.

**Πώς αντιμετωπίζετε το content για διαφορετικές ηλικίες; Υιοθετείτε την άποψη ότι έχουν καιραγηθεί τα target groups και να έχουν αντικατασταθεί από ψηφιακές φυλές (tribes);**

Ο ορισμός του κοινού στο οποίο απευθυνόμαστε κάθε φορά, αποτελεί το θεμέλιο οποιασδήποτε στρατηγικής επικοινωνίας. Όλες οι πλατφόρμες, μας δίνουν πρόσβαση σε μακροσκελή reports που αναλύουν τα κοινά που μας ενδιαφέρουν. Αρκούν για να καταλάβουμε τον καταναλωτή; Σε αυτό το σημείο, μπαίνουν στη συζήτηση τα tribes, δηλαδή άνθρωποι που συνδέονται μεταξύ τους σε συναισθηματικό επίπεδο, καθώς φέρουν τις ίδιες αξίες σε σχέση με το τι επιλέγουν να καταναλώσουν. Δεν αμφισβητώ τη σημασία



των demographics, απλώς παρατηρώ ότι δεν αρκεί μια τόσο επιφανειακή στόχευση. Προσδιορίζομαστε μέσα από ενδιαφέροντα και συμπεριφορές και έτσι δηλώνουμε το που ανήκουμε, το τι μας εκφράζει. Οι ψηφιακές φυλές απαιτούν την εμπάθυνση στη δημιουργία περιεχομένου, αν θέλουμε να αγγίξουμε τα πραγματικά ενδιαφέροντα του κοινού που στοχεύουμε και να δημιουργήσουμε αυθεντική - ποιοτική σύνδεση ανάμεσα στα brands και τους καταναλωτές.

**Αντίστοιχα θεωρείτε ότι τα διαφορετικά verticals (φαρμακευτικές, ενέργεια, FMCG) έχουν διαφορετικές γλώσσες με τις οποίες μιλάνε στα κοινά τους;**

Η γλώσσα προσδιορίζεται από τα κοινά στα οποία απευθυνόμαστε, την ταυτότητα του εκάστοτε brand και τις νόρμες κάθε industry. Προφανώς και προσαρμόζουμε το tonality και το περιεχόμενο βάσει των παραπάνω. Πολλές φορές η ανάγκη διαφοροποίησης από τον ανταγωνισμό, εντός του ίδιου vertical, επηρεάζει τη γλώσσα που χρησιμοποιεί κάθε brand. Επίσης, όπως εξελίσσονται οι καταναλωτές, έτσι εξελίσσεται και η γλώσσα που χρησιμοποιούμε για να τους μιλήσουμε.

**Πώς μπορεί η ανάλυση δεδομένων να βοηθήσει στην κατανόηση και την απάντηση στις ανάγκες των νέων της GEN Z;**

Χαίρομαι που θα μιλήσουμε για την αγαπημένη μου γενιά, μιας και αρκετοί συνάδελφοί μου ανήκουν σε αυτή! Πρόκειται για τα παιδιά της τεχνολογίας, που αποκτούν όλο και μεγαλύτερο μερίδιο στην καταναλωτική πίτα. Η Gen Z εκφράζεται στο ψηφιακό περιβάλλον, συνεπώς μόνο μέσω της ανάλυσης δεδομένων μπορούμε να καταλάβουμε τι σκέφτεται και πως συμπεριφέρεται. Αναλύοντας τη συζήτηση στα Social Media, τα brands έχουν την ευκαιρία να συλλέγουν δεδομένα σε πραγματικό χρόνο και να εντοπίζουν τις τάσεις στο ξεκίνημά τους. Επίσης, ο όγκος του περιεχομένου από τη συγκεκριμένη γενιά είναι τεράστιος, οπότε έχουμε τη δυνατότητα να μελετάμε δεδομένα σε μεγάλη κλίμακα. Τέλος, με απόλυτη προϋπόθεση τα γρήγορα αντανακλαστικά, τα brands έχουν την ευκαιρία να απαντήσουν στις ανάγκες της Gen Z, ανοίγοντας real-time διάλογο με τους καταναλωτές αυτής της γενιάς, σε όποια πλατφόρμα και αν βρίσκονται. Μόνο με αυθεντικότητα και

διαφάνεια, θα καταφέρουμε να έρθουμε κοντά σε αυτή τη γενιά, που τοποθετείται πηχρά, με ισχυρή άποψη.

**Ποια είναι η σημασία της συνεχούς καινοτομίας στη δημιουργία περιεχομένου για να κρατήσετε το ενδιαφέρον του νεαρού κοινού;**

Θα έλεγα να περάσω αυτή την ερώτηση σε κάποιο στέλεχος του TikTok, αλλά αφού τίθεται σε εμένα, θα απαντήσω, κάνοντας και λίγο χιούμορ. Η καινοτομία είναι λέξη-κλειδί σε ό,τι αφορά τη δημιουργία περιεχομένου που είναι appealing στα νεανικά κοινά. Το video content έχει σχεδόν εξαφανίσει οποιοδήποτε άλλο είδος περιεχομένου, που απευθύνεται σε αυτό το ηλικιακό group. Αναζητούμε καθημερινά τα trends, νέες τεχνολογίες και δημιουργικά concepts για να φέρουμε καινοτόμα στοιχεία στο περιεχόμενο που δημιουργούμε.

**Πώς μπορούν οι κοινωνικές πλατφόρμες να χρησιμοποιηθούν αποτελεσματικά για την αντιμετώπιση του ageism και την προώθηση της πολυφωνίας;**

Τα τελευταία χρόνια, ακούω τις λέξεις diversity and inclusion πολύ συχνά, είτε βλέποντας ένα τηλεοπτικό προϊόν, είτε συμμετέχοντας σε ένα business meeting, είτε παρατηρώντας περιεχόμενο στα Social Media. Προτείνω να μη γίνεται χρήση των όρων ως trending και να περάσουμε στην πράξη. Τα Social Media έχουν ήδη δώσει φωνή στους νέους που φοβούνται να εκφραστούν και ίσως μπορούν να αποτελέσουν ένα μέσο για να γίνει η “αδυναμία”, ικανότητα για όλους. Για να επιτευχθεί αυτό, θα πρέπει να δημιουργήσουμε awareness και να αποβάλλουμε τα στερεότυπα. Αν όχι στα Social Media, τότε που; Οι μεγαλύτερες γενιές αποκτούν με αυτό τον τρόπο την ευκαιρία να συνδεθούν με πρόσωπα που δεν ζουν κοντά τους, να γνωρίσουν νέο κόσμο και να αποκτήσουν μεγαλύτερη οικειότητα με την τεχνολογία, ώστε να εξυπηρετούνται και να προστατεύονται. Η συνάντηση των διαφορετικών γενιών στα Social Media μόνο γόνιμη μπορεί να είναι, ώστε να κατανοήσουμε περισσότερο τον τρόπο που σκέφτονται οι διαφορετικές γενιές, να ανταλλάξουμε εμπειρίες και να εξελιχθούμε μαζί μέσω ενός περιβάλλοντος που ενισχύει την πολυφωνία, αλλά χρειάζεται φιλτράρισμα ώστε να περιοριστεί ο “θόρυβος”.

**Ποιο μέσο κοινωνικής δικτύωσης σας εκφράζει περισσότερο σε επαγγελματικό και ποιο σε προσωπικό επίπεδο;**

Η αλήθεια είναι ότι τα παρακολουθώ όλα, αλλά απολαμβάνω λίγο περισσότερο το Instagram σε προσωπικό επίπεδο. Μου αρέσει η εμπειρία που προσφέρει η πλατφόρμα και τα χαρακτηριστικά της. Σε επαγγελματικό επίπεδο, το TikTok με συναρπάζει, διότι προσπαθώ ακόμα να εξερευνήσω το πως μπορούν να τοποθετηθούν διαφορετικά brands μέσα σε αυτό. Η αλήθεια είναι ότι υπάρχουν κάποια εξαιρετικά cases στο ελληνικό market.

**Είναι η δουλειά σας ένα γυναικείο επάγγελμα; Και αν ναι πως θα έπρεπε να αντιμετωπίζει τους άνδρες σε επίπεδο ευκαιριών, γυάλινης οροφής κλπ. Μήπως δημιουργείται στο PR, νοοτροπία discrimination έναντι των ανδρών;**

Νομίζω ότι η θέση μου απέναντι σε οποιοδήποτε είδος διάκρισης είναι προφανής. Δεν είναι ένα γυναικείο επάγγελμα, ωστόσο οι γυναίκες επικρατούν αριθμητικά. Στη



νέα γενιά εργαζομένων, βλέπουμε όλο και περισσότερους άντρες να μπαίνουν στο χώρο και χαίρομαι πραγματικά γι'αυτό. Τις ευκαιρίες τις δημιουργούμε εμείς και είμαι βέβαιη ότι αν κάποιος επιθυμεί να κάνει καριέρα σε αυτό το χώρο, το φύλο του δεν θα αποτελέσει εμπόδιο.

**Ποια συμβουλή θα δίνατε σε νεότερες κοπέλες;**

Ξέρω ότι η Gen Z δεν τα πηγαίνει καλά με τις συμβουλές. Θα προτιμήσω να μοιραστώ κάτι από την εμπειρία μου μέχρι σήμερα: Να δουλεύετε με πάθος, να κάνετε ερωτήσεις, όσο αφελείς και αν σας φαίνονται, να παρατηρείτε το περιβάλλον στο οποίο κινείστε και να μαθαίνετε όσα περισσότερα μπορείτε για το περιβάλλον στο οποίο θέλετε να βρεθείτε, να παίρνετε ρίσκα, να μην περιορίζεστε σε ρόλους και να κυνηγάτε τη γνώση. Η γνώση είναι δύναμη και παρόλο που δεν περίμενα να ολοκληρώσω τη συνέντευξη με μια κλισέ φράση, θα μείνω σε αυτό. Ευχαριστώ πολύ.

# FALCONERI

PURE CASHMERE



## *Notes Of Style*

Total looks με κασμίρ για τις πιο stylish εμφανίσεις της άνοιξης.

FALCONERI.COM

# Κλέλια Πάππου

MARKETING MANAGER @NOBACCO

ΣΥΝΕΝΤΕΥΞΗ ΣΤΗ ΣΟΝΙΑ ΧΑΪΜΑΝΤΑ

**Η** Κλέλια Πάππου είναι Διευθύντρια Marketing της Nobacco με εμπειρία στην αποτελεσματική διαχείριση έργων marketing από τη σύλληψη έως την ολοκλήρωση. Καθ' όλη τη διάρκεια της καριέρας της, βρέθηκε αντιμέτωπη με προκλήσεις και ευκαιρίες που την έκαναν να αναπτύξει τις δεξιότητές της και να επεκτείνει την εμπειρία της στο marketing. Κάθε στάδιο της διαδρομής της την έφερνε από το 2005 μέχρι σήμερα, όλο και πιο κοντά στην κορυφή, με την τελευταία «στάση» να είναι η Nobacco, όπου και ανέλαβε τη θέση της Marketing Manager.

**Πώς ξεκίνησε η επαγγελματική σας πορεία στον χώρο του marketing και πώς καιαλήξατε στη θέση της διευθύντριας marketing της Nobacco; «Μείρησε» θειικά ότι ήσασταν γυναίκα ή υπήρξαν δευτερες σκέψεις; Είναι ανδροκρατούμενος ο χώρος σας;**

Η επαγγελματική μου πορεία στον χώρο του marketing αναπτύχθηκε με μια σειρά διαφορετικών θέσεων, οι οποίες αποτέλεσαν το θεμέλιο για την εξέλιξή μου προς τη θέση της διευθύντριας marketing της Nobacco. Θυμάμαι πάντα την αφετηρία μου στην Olive Oil το 2005 αλλά και τους επόμενους «σταθμούς» της καριέρας μου στην E.P. MARINE και τη ΜΟΝΟΚΡΟΥΣΟΣ ΑΕΒΕ. Ωστόσο η επαγγελματική μου καταξίωση ήρθε με τη Nobacco στην ομάδα της οποίας εντάχθηκα το 2015 για να περάσω από μια σειρά θέσεις και τμήματα (logistics, project manager, trade marketing κλπ), στον τρέχοντα ρόλο που έχω αναλάβει από το 2021 με αντικείμενο τη δημιουργία και υλοποίηση αποτελεσματικών ενεργειών εντός των 61 καταστημάτων του δικτύου, τη σύλληψη και υλοποίηση ενεργειών Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης με σκοπό την προβολή του κοινωνικού προφίλ της εταιρείας και της κοινωνικής ευαισθητοποίησης, την εξωτερική (ΜΜΕ και συνεργάτες) αλλά και εσωτερική επικοινωνία και κυρίως την παρακολούθηση και αναφορά στόχων μάρκετινγκ.

Κατά την ανάληψη των καθηκόντων μου στη θέση της διευθύντριας marketing της Nobacco, η γυναικεία μου

«Στη Nobacco «οπάμε» μόνοι μας τη «γυάλινη οροφή»»

ταυτότητα δεν αντιμετωπίστηκε από τη διοίκηση ως εμπόδιο. Κάθε άλλο! Η εταιρεία εκτίμησε τις δεξιότητές μου, την εμπειρία μου και το πάθος μου και δεν «είδε» το φύλο μου αλλά έναν συνεργάτη που ανταποκρινόταν στις προϋποθέσεις που είχαν τεθεί.

Είναι σημαντικό να σημειωθεί ότι η προσέγγιση της Nobacco προς την πρόσληψη και την προαγωγή βασίζεται αποκλειστικά στα κριτήρια της επάρκειας, της εμπειρίας και των ικανοτήτων. Οι δεξιότητες μου και η ικανότητά μου να διαχειρίζομαι προκλήσεις και να επιτυγχάνω αποτελέσματα, ήταν που έκανε τη διαφορά, όχι το φύλο μου. Έτσι, αν και ο χώρος του marketing μπορεί να είναι ανδροκρατούμενος, όπως αναφέρετε στην ερώτησή σας, η Nobacco δεν έδωσε σημασία στο φύλο μου, αλλά στις ικανότητές μου να συνεισφέρω στην επιτυχία της εταιρείας.

**Πώς αξιοποιεί η Nobacco το ψηφιακό περιβάλλον για την προώθηση των προϊόντων της και την αλληλεπίδραση με το κοινό;**

Η Nobacco αξιοποιεί στο μέτρο του δυνατού το ψηφιακό περιβάλλον για την προώθηση των προϊόντων της και την αλληλεπίδραση με το κοινό μέσω πολλαπλών καναλιών. Καθώς τα εναλλακτικά προϊόντα του καπνού διέπονται από πολύ αυστηρή νομοθεσία, επενδύουμε πολύ προσεκτικά στη διαφήμιση -όπου επιτρέπεται- τηρώντας στο ακέραιο τους κανονισμούς. Το eshop μας παρέχει επίσης μια άνετη εμπειρία αγορών και διασφαλίζει ότι οι πελάτες μας έχουν πρόσβαση στα προϊόντα μας όπου και αν βρίσκονται.

**Πώς θα περιγράφατε την εργασιακή κουλτούρα της Nobacco οχετικά με την ισότητα των φύλων και την υποστήριξη των γυναικών εργαζομένων σε σχέση με τη γενική εικόνα των επιχειρήσεων στην Ελλάδα;**

Η εργασιακή κουλτούρα της Nobacco είναι βασισμένη στην ισότητα των φύλων και στην υποστήριξη των γυναικών εργαζομένων. Προωθούμε τη διαφορετικότητα και την ισότητα σε όλα τα επίπεδα της εταιρείας, διασφαλίζοντας ότι κάθε μέλος της ομάδας μας έχει ίσες ευκαιρίες για ανάπτυξη και επιτυχία. Αυτό θα το διαπιστώσετε με μια απλή επίσκεψη στα κεντρικά μας γραφεία ή και στα επιμέρους καταστήματα Nobacco.

**Πώς προωθείτε τον σεβασμό και τη συμπερίληψη στο εργασιακό περιβάλλον και πώς ενθαρρύνετε τη πολυμορφία; Με ποιο τρόπο αυτές οι αξίες συμβάλλουν στην επιτυχία της εταιρείας σας;**

Ο σεβασμός και η συμπερίληψη είναι βασικές αξίες στο εργασιακό μας περιβάλλον. Ενθαρρύνουμε την πολυμορφία και την ανοικτή επικοινωνία, προάγοντας έτσι τη δημιουργικότητα και την καινοτομία. Αυτές οι αξίες συμβάλλουν στην επιτυχία της εταιρείας μας, καθώς δημιουργούν ένα θετικό και εμπνευσμένο περιβάλλον εργασίας. Οι άνθρωποί μας είναι η περιουσία μας. Χωρίς τους ανθρώπους μας η Nobacco θα ήταν μόνο προϊόντα προς πώληση. Η στελέχωση της μεγάλης ομάδας της Nobacco, από τους συνεργάτες που πλαισιώνουν την Aquarius Project, τους επιστήμονες που υλοποιούν το πρόγραμμα Ελέγχου και Διασφάλισης Ποιότητας υγρών αναπλήρωσης έως τα εξειδικευμένα στελέχη στο Nobacco Design Center και τους πωλητές στα καταστήματά μας, η

κουλτούρα μας, το mindset και οι αξίες μας «φωνάζουν» πόσο συμπεριληπτικοί και ανοικτοί είμαστε.

**Τί κάνετε για το έμφυλο μισθολογικό χάσμα; Σπάνε οι γυναίκες εργαζόμενες στην εταιρεία σας τη «γυάλινη οροφή»;**

Ως προς το έμφυλο μισθολογικό χάσμα, διασφαλίζουμε ότι η αμοιβή βασίζεται στις δεξιότητες και την απόδοση και δεν διαφοροποιείται βάσει του φύλου. Προωθούμε την ισότητα στην αμοιβή και την προαγωγή, σπάζοντας μόνοι μας τη "γυάλινη οροφή" και προσφέροντας ίσες ευκαιρίες ανέλιξης σε όλους/ες τους/τις εργαζόμενους/ες.

**Τί κάνετε αναφορικά με τις υπόλοιπες προκαταλήψεις που υπάρχουν και συνοδεύουν μια γυναίκα (νέες, μεγαλύτερες, αλλοδαπές, ΑΜΕΑ, ΛΟΑΤΚΙ+); Έχουν ιδιαίτερη μεταχείριση;**

Όσον αφορά στις υπόλοιπες προκαταλήψεις, έχουμε αναλάβει δράσεις για να δημιουργήσουμε ένα περιβάλλον εργασίας που να αντανακλά την ποικιλομορφία της κοινωνίας. Προσφέρουμε εκπαίδευση και ευκαιρίες εξέλιξης για όλους και όλες, ανεξαρτήτως φύλου, ηλικίας, εθνικότητας, σεξουαλικής ταυτότητας ή αναπηρίας.

**Ποιες συμβουλές θα δίνετε σε νεαρές γυναίκες που ενδιαφέρονται να ακολουθήσουν μια καριέρα στον χώρο του ψηφιακού μάρκετινγκ, ειδικά σε μια εταιρεία όπως η Nobacco;**

Στις νεαρές γυναίκες που ενδιαφέρονται να ακολουθήσουν μια καριέρα στον χώρο του ψηφιακού μάρκετινγκ, θα πρότεινα να αναζητήσουν μια εταιρεία που προσφέρει ένα ανοικτό και υποστηρικτικό περιβάλλον εργασίας, όπως η Nobacco. Θα πρέπει να αναζητούν την ευκαιρία να αναπτύξουν τις δεξιότητές τους, να προωθήσουν τη δημιουργικότητά τους και να συνεισφέρουν σε μια εταιρεία που τιμά την ποικιλομορφία και την ισότητα.

**Τελικά γιατί μια γυναίκα να θέλει να εργαστεί για την Nobacco; Απαντήστε μας καλύτερα για εσάς. Περνάτε καλά στη Nobacco;**

Γιατί μια γυναίκα να θέλει να εργαστεί για την Nobacco; Για τον ίδιο λόγο ακριβώς που ένας άνδρας θέλει να εργαστεί για εμάς! Επειδή εδώ βρίσκει ανθρώπους που τιμούν και υποστηρίζουν τη διαφορετικότητα και την ισότητα, ένα περιβάλλον που προάγει την καινοτομία και την ανάπτυξη και μια ομάδα που εργάζεται με συνέπεια και αφοσίωση για την επίτευξη των κοινών μας στόχων. Και ναι, περνάμε πολύ καλά εδώ στη Nobacco όλοι και όλες μας και εγώ προσωπικά. Δεν θα συνέβαινε αυτό αν η διοίκηση, οι ιδρυτές **Μάρκος Μαρκόπουλος** και **Αλέξανδρος Μαρκόπουλος** δεν είχαν ανοικτό πνεύμα, καινοτόμες ιδέες και πρωτοποριακή σκέψη. Όσες ικανότητες ή δεξιότητες και αν έχει ένας εργαζόμενος ή μια εργαζόμενη αν ο ιδρυτής ή ο γένης μιας εταιρείας ή ενός οργανισμού δεν αφήνουν περιθώρια ανάπτυξης της προσωπικότητάς τους και χώρο για να καλλιεργηθεί το ανοικτό πνεύμα, τότε άμεσα απειλούνται η επιτυχία, η κερδοφορία και η βιωσιμότητα. Οι άνθρωποι κάνουν τη διαφορά σε όλα... Και στη Nobacco βάζουμε πάνω από όλα τον άνθρωπο. Τόσο τους εργαζομένους μας όσο και τους στρατηγικούς συνεργάτες αλλά και καταναλωτές που μας εμπιστεύονται επί 16 ολόκληρα χρόνια.

# NATIVE UNION

Όταν η τεχνολογία συναντά  
τη βιωσιμότητα, το στιλ  
και τη λειτουργικότητα!



**Native Union Backbag**  
Ο οικολογικός καθημερινός σας  
σύντροφος



VEESION

Επίσημος Διανομέας: WaveMotion A.E. | 210 9244 505 | [wavemotion.gr](http://wavemotion.gr)

 Native Union Greece & Cyprus

 Native Union Greece & Cyprus

## Η L'Oréal Paris χορηγός του 24ου Φεστιβάλ Γαλλόφωνου Κινηματογράφου Ελλάδος

Μαζί με το Γαλλικό Ινστιτούτο Ελλάδος στηρίζει τη γυναικεία ενδυνάμωση



Την Παρασκευή 5 Απριλίου 2024, στο πλαίσιο του Φεστιβάλ Γαλλόφωνου Κινηματογράφου Ελλάδος, πραγματοποιήθηκε μια πριν προβολή της γαλλικής ταινίας *Le Ravissement* / Η Αρπαγή, η οποία θα βγει στους κινηματογράφους της Αθήνας και της Θεσσαλονίκης στις 18 Απριλίου σε διανομή της One from the Heart. Το «παρών» στο auditorium Theo Angelopoulos του Γαλλικού Ινστιτούτου όπου πραγματοποιήθηκε η προβολή, έδωσαν εκπρόσωποι των media και του καλλιτεχνικού χώρου.

Η δραματική ταινία, που συμμετείχε στο διαγωνιστικό τμήμα της Εβδομάδας Κριτικών του Φεστιβάλ Καννών 2023 περιγράφει την ιστορία μιας σύγχρονης γυναίκας που προσπαθεί να βρει την ισορροπία μεταξύ επαγγελματικής και προσωπικής ζωής, αντιμετωπίζοντας αναπάντεχες προκλήσεις στην καθημερινότητά της. Η σκηνοθέτιδα **Iris Kalteneck**, που έδωσε το «παρών» στην εκδήλωση για να συνομιλήσει με τους προσκεκλημένους, εξήγησε πως πηγή έμπνευσης για την ταινία της ήταν οι συμπεριφορές παρενόχλησης, κάτι που βιώνουμε συχνά στην καθημερινότητά μας.

Ο μήνας Απρίλιος για τη L'Oréal Paris είναι μήνας ευαισθητοποίησης ενάντια στην παρενόχληση σε δημόσιους χώρους, που ενεργοποιείται μέσα από το διεθνές εκπαιδευτικό πρόγραμμα STAND UP της L'Oréal Paris.

## Η Αλεξάνδρα Κατσινέλη Corporate Communications Manager, South East Europe στη Unilever



Η Αλεξάνδρα Κατσινέλη ανέλαβε από την 1η Απριλίου καθήκοντα Corporate Communications Manager, South East Europe στη Unilever, με στόχο να συμβάλει ουσιαστικά στην περαιτέρω ενίσχυση της εταιρικής εικόνας και φήμης της εταιρείας. Μέσα από το νέο της ρόλο, θα ηγηθεί του σχεδιασμού και της υλοποίησης της επικοινωνιακής στρατηγικής για το cluster της Νοτιοανατολικής Ευρώπης. Διαθέτει σημαντική προϋπηρεσία σε πολυεθνικά περιβάλλοντα στον κλάδο της Επικοινωνίας και του Στρατηγικού Σχεδιασμού. Στο παρελθόν κατείχε διαφορετικούς global ρόλους-κλειδιά στην Coca-Cola HBC, μεταξύ των οποίων Group Corporate Communications Manager, Group Digital & Social Media Manager και Group Communication Specialist στο τμήμα Corporate Affairs & Sustainability. Είναι πτυχιούχος Επικοινωνίας και ΜΜΕ του Εθνικού Καποδιστριακού Πανεπιστημίου Αθηνών και κάτοχος Μεταπτυχιακού τίτλου στην Ιστορία Τέχνης από το St. Andrews University του Ηνωμένου Βασιλείου.

## Η Ιουλία Τσέτη υποψήφια πρόεδρος του ΣΕΒ



Η Ιουλία Τσέτη, πρόεδρος και CEO του Ομίλου Φαρμακευτικών Επιχειρήσεων Τσέτη (ΟΦΕΤ), ανακοίνωσε την υποψηφιότητά της για την προεδρία του ΣΕΒ στις εκλογές που θα πραγματοποιηθούν τη 19η Ιουνίου 2024. Η ανακοίνωση πραγματοποιήθηκε από την ίδια στο πλαίσιο του Διεθνούς Συνεδρίου του Πανελληνίου Συνδέσμου Εξαγωγέων (ΠΣΕ), ενός φορέα που μετρά 80 χρόνια έργου στην υπηρεσία της εξαγωγικής προσπάθειας της χώρας, με θέμα «Η αυξανόμενη εξωστρέφεια της ελληνικής οικονομίας», υπογραμμίζοντας τη σημαντικότητα που έχει η εξαγωγική δράση για την Ελλάδα ως «αιχμή του δόρατος» για την Ανάπτυξη και Βιωσιμότητα των επιχειρήσεων και βιομηχανιών της. Η Ιουλία Τσέτη, εκτός από πρόεδρος και CEO του Ομίλου Φαρμακευτικών Επιχειρήσεων Τσέτη, είναι φαρμακοποιός MSc, επίτιμη διδάκτωρ του Τμήματος Φαρμακευτικής του ΕΚΠΑ, πρόεδρος UN Global Compact Network Greece.

## Νέα Senior Partner της KPMG η Μαρίνα Καπετανάκη



Νέα Senior Partner της KPMG στην Ελλάδα αναδείχθηκε η κ. Μαρίνα Καπετανάκη, η οποία αναλαμβάνει τα νέα καθήκοντα της από την 1η Ιουλίου 2024, διαδεχόμενη τον κ. Νικόλαο Βουνισέα στην ηγεσία της εταιρείας. Η κ. Καπετανάκη, είναι πτυχιούχος Οικονομικών και Ορκωτός Ελεγκτής, μέλος του ΣΟΕΛ και προέρχεται από τους κόλπους της KPMG στην οποία εργάζεται για περισσότερα από 25 χρόνια.

Ξεκίνησε τη σταδιοδρομία της από το Ελεγκτικό Τμήμα (Audit) της εταιρείας. Το 2013 μετακινήθηκε στον τομέα των συμβουλευτικών υπηρεσιών, αρχικά ως επικεφαλής του Deal Advisory και πρόσφατα με διευρυμένα καθήκοντα, ως επικεφαλής όλου του Συμβουλευτικού κλάδου της KPMG Ελλάδος. Από το 2020 είναι μέλος της Εκτελεστικής Επιτροπής της Εταιρείας.

Η ειδίκευση της στον τομέα των Εξαγορών και Συγχωνεύσεων και των χρηματοοικονομικών εξυγιάνσεων διεύρυνε ουσιαστικά το χαρτοφυλάκιο των συμβουλευτικών υπηρεσιών της KPMG Ελλάδος, με συνεργασίες τόσο στον ιδιωτικό όσο και το δημόσιο τομέα.

## Η Έφη Καρανάσιου σε νέα θέση στην Beiersdorf Hellas



Έναν νέο ρόλο, εκείνον της Medical Manager Europe και Marketing Manager Greece, ανέθεσε η Beiersdorf Hellas στην Έφη Καρανάσιου. Ξεκίνησε την καριέρα της στη Rolco ως Assistant Product Manager, ενώ ακολούθησε η ένταξή της στην Beiersdorf Hellas, αρχικά, ως Brand Manager για τα brands Nivea, Hansaplast, Duo και Λέοντος και ακολούθως, ως Senior Brand Manager για τα brands Duo, Hansaplast, Λέοντος και Eucerin και ως Marketing Manager, υπεύθυνη για το marketing και το shopper & customer marketing στο τμήμα healthcare για την Ελλάδα.

## Η Always® συνεχίζει τις προσπάθειες υπέρ της ενδυνάμωσης των νεαρών κοριτσιών



Η Always®, η κορυφαία μάρκα σε προϊόντα προσωπικής υγιεινής, ενώνει τις δυνάμεις της με τον οργανισμό «Strong Me», αποσκοπώντας από κοινού στην αντιμετώπιση και εξάλειψη του κοινωνικού στίγματος της περιόδου και την ενδυνάμωση της αυτοπεποίθησης των νεαρών κοριτσιών. Η Always®, με αποστολή να αλλάξει τον τρόπο με τον οποίο αντιδρούμε στην περίοδο, εκπαιδεύει και ενθαρρύνει την ανοιχτή συζήτηση, για να στηρίξει τα νέα κορίτσια στο να νιώθουν πιο θετικά για την περιόδό τους. Μέχρι και τον Μάιο, η Always® και το «Strong Me» θα πραγματοποιήσουν workshops σε 4 Πανεπιστήμια, που θα καλύψουν γεωγραφικά την Ελλάδα.



# *about time to learn everything about the net*

Με **23** χρόνια εμπειρίας,  
είμαστε από τους καλύτερους για να σας οδηγήσουμε  
στον κόσμο του διαδικτύου.

**1800+** πελάτες

**35+** βραβεία

[www.aboutnet.gr](http://www.aboutnet.gr)



DIGITAL MARKETING | WEB DESIGN | WEB DEVELOPMENT

Η NOVIBET ΥΠΟΣΤΗΡΙΖΕΙ ΤΟ WE LEAD ΓΙΑ ΤΗΝ ΕΝΔΥΝΑΜΩΣΗ ΤΩΝ ΓΥΝΑΙΚΩΝ ΣΤΟΝ ΚΛΑΔΟ ΤΗΣ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΑΣ



Η Novibet με εδραιωμένη παρουσία στον κλάδο του GameTech παγκοσμίως, υποστηρίζει ενεργά το όραμα του **WE LEAD** για την αύξηση της εκπροσώπησης και της ενασχόλησης των γυναικών στον χώρο της τεχνολογίας. Σε αυτό το πλαίσιο, η Novibet με περισσότερους από 900 εργαζομένους συμβάλλει ενεργά στο να διαμορφώσει μια κουλτούρα συμπερίληψης και ισότητας. Συγκεκριμένα, η εταιρεία αγκάλισσε από την πρώτη στιγμή τις δράσεις του WE LEAD μέσα από τις οποίες προσφέρονται σε γυναίκες που θέλουν να εισέλθουν ή επανέλθουν στο χώρο της τεχνολογίας, επιμορφωτικά προγράμματα για την ανάπτυξη business και tech δεξιοτήτων, mentoring, ευκαιρίες εργασίας και networking, συμβάλλοντας έτσι στη διαμόρφωση ενός πλαισίου ίσων ευκαιριών.

Η ΝΙΚΗ ΣΩΤΗΡΟΠΟΥΛΟΥ CHIEF MARKETING OFFICER ΣΤΗΝ ESHARE ΠΡΟΕΡΧΟΜΕΝΗ ΑΠΟ ΤΗ VIVA



Τη θέση της Chief Marketing Officer στην eShare αναλαμβάνει η **Νίκη Σωτηροπούλου**, προερχόμενη από τη Viva, στην οποία εργαζόταν ως Group Chief Marketing Officer, τα τελευταία 4,5 χρόνια. Σύμφωνα με την ανακοίνωση της εταιρείας, ο ρόλος της Ν. Σωτηροπούλου στην eShare θα περιλαμβάνει την καθοδήγηση της στρατηγικής marketing, την ενίσχυση της παρουσίας του brand και της δέσμευσης των πελατών σε διάφορες πλατφόρμες. Ο Νίκος Στάμος, Founder & CEO της eShare, δήλωσε: «Η ολοκληρωμένη εμπειρία της Νίκης και το ιστορικό της ως επικεφαλής επιτυχημένων πρωτοβουλιών marketing την καθιστούν ιδανική υποψήφια για να ηγηθεί των προσπαθειών marketing.»

Η JOVANA JOVIC ΝΕΑ ΔΙΕΥΘΥΝΟΥΣΑ ΣΥΜΒΟΥΛΟΣ ΤΗΣ VOLVO CAR HELLAS



Η Volvo Car Hellas ανακοινώνει ότι η Jovana Jovic (Γιοβάννα Γιόβιτς) αναλαμβάνει τη θέση της **Διευθύνουσας Συμβούλου** της εταιρείας από την 1η Ιουνίου. Θα διαδεχθεί τον **Edson Ishikawa** (Εντσον Ισικάουα), ο οποίος ασκεί καθήκοντα Διευθύνοντος Συμβούλου στη Volvo Car Hellas από τον περασμένο Νοέμβριο. Ο κ. Ishikawa θα αναλάβει καθήκοντα Διευθύνοντος Συμβούλου στη Volvo Car Portugal, διατηρώντας παράλληλα τη θέση του Head of International Markets (Επικεφαλής Διεθνών Αγορών) για την Ευρώπη. Στη νέα της θέση, η κα Jovic φέρνει τη σημαντική της εμπειρία σε ηγετικές θέσεις στην οργάνωση της Volvo Cars στην Ευρώπη και την Ασία. Η απόφαση αυτή υπογραμμίζει την εμπιστοσύνη στην ικανότητά της να εκπληρώσει με επιτυχία τα νέα της καθήκοντα και να ενισχύσει περαιτέρω την ηγετική ομάδα της Volvo Cars.

## Η CAMPEÓN GAMING ΒΡΑΒΕΥΤΗΚΕ ΩΣ BEST WORKPLACE™ FOR WOMEN HELLAS 2024

Με όραμα την καλλιέργεια μιας εργασιακής κουλτούρας χωρίς έμφυλες διακρίσεις και κεντρικό άξονα την ανάδειξη της μοναδικότητας κάθε ανθρώπου, η **Campeón Gaming**, κορυφαία εταιρεία στον χώρο του iGaming, βραβεύτηκε ως **Best Workplace™ for Women Hellas 2024** από τον οργανισμό **Great Place to Work® Hellas**, στην κατηγορία εταιρειών 50-250 εργαζομένων. Με το 50% του ανθρώπινου δυναμικού της εταιρείας να αποτελείται από γυναίκες, εκ των οποίων το 33% καταλαμβάνει ανώτερες διοικητικές θέσεις, η Campeón Gaming θέτει τις γυναίκες στο επίκεντρο των διαδικασιών λήψης αποφάσεων, αποτελώντας πρότυπο για κάθε εταιρεία στην ελληνική αγορά.

Έχοντας υιοθετήσει πρωτοποριακές πρωτοβουλίες, όπως το πρόγραμμα **FlexiParent Perks**, που εξασφαλίζει πρόσθετες παροχές για τις εργαζόμενες μητέρες της εταιρείας, όπως 5 ημέρες επιπλέον, επί πληρωμή, γονικής άδειας, οικονομικές ενισχύσεις για τις ανάγκες των παιδιών και δυνατότητα επιπλέον ημερών τηλεργασίας, πέραν του ισχύοντος υβριδικού μοντέλου εργασίας, η Campeón Gaming καθιερώνεται ως εργοδότης επιλογής για όλες τις

γυναίκες στην Ελλάδα που επιζητούν μια δίκαιη και ενθαρρυντική επαγγελματική πορεία.

Με βασική προτεραιότητα την ισορροπία μεταξύ επαγγελματικής και προσωπικής ζωής, αλλά και την ικανοποίηση του ανθρώπινου δυναμικού της, η Campeón Gaming προσφέρει ένα ευχάριστο, ευέλικτο και άκρως υποστηρικτικό περιβάλλον. Η νέα αυτή βράβευση ως **Best Workplace™ for Women Hellas 2024** έρχεται να προστεθεί σε μια σειρά διακρίσεων και βραβεύσεων που επισφραγίζουν τη δέσμευση της Campeón Gaming για ισότητα, σεβασμό και συμπερίληψη. Αξίζει να σημειωθεί ότι από το 2020 η εταιρεία πιστοποιείται κάθε χρόνο ως **Great Place to Work® Hellas**, το 2021 βραβεύτηκε ως **Best Workplace™ Hellas**, ενώ το 2023 τιμήθηκε με τις βραβεύσεις **Best Workplace™ Hellas** και **Best Workplace™ in Tech Hellas**.



Η ΑΓΓΕΛΙΚΗ ΚΟΡΝΕΛΑΤΟΥ ΤΗΣ  
OGILVY GREECE ΣΤΟ JURY ΤΩΝ  
CANNES LIONS

ΣΤΗΝ ΚΡΙΤΙΚΗ ΕΠΙΤΡΟΠΗ ΤΗΣ  
ΕΝΟΤΗΤΑΣ «INDUSTRY CRAFT»



Η Αγγελική Κορνελάτου, Executive Creative Director στην Ogilvy Greece και μια από τις πιο βραβευμένες δημιουργικούς στην Ελλάδα, θα είναι μέλος της κριτικής επιτροπής των Cannes Lions 2024 στην ενότητα «Industry Craft».

Με στόχο να δημιουργεί καμπάνιες που όχι μόνο εντυπωσιάζουν, αλλά και αλλάζουν τον τρόπο σκέψης της κοινωνίας, η Αγγελική Κορνελάτου έχει καθιερωθεί ως μια από τις πιο επιδραστικές Έλληνες δημιουργούς. Ο Πάνος Σαμπράκος, Chief Creative Officer της Ogilvy, δήλωσε: «Η Αγγελική έχει αστείρευτο ταλέντο και θα εντυπωσιάσει την επιτροπή με τη μοναδική της ματιά. Είμαι υπερήφανος που μας εκπροσωπεί στα Cannes Lions.»

Η ΧΡΙΣΤΙΝΑ ΜΠΟΜΠΑ ΤΟ ΝΕΟ  
ΠΡΟΣΩΠΟ ΤΗΣ SYOSS



Τα προϊόντα ομορφιάς **Syoss** χαρίζουν ζωντάνια και λάμψη στα μαλλιά κάθε μέρα. Γι' αυτό αποτελούν τη No 1 επιλογή της Χριστίνας Μπόμπα. Το νέο κεντρικό πρόσωπο του Syoss, η Χριστίνα Μπόμπα, επιλέγει ως σύμμαχο για το χρώμα, την περιποίηση και το styling των μαλλιών της τη σειρά Syoss Oleo Intense. Με τη μόνιμη βαφή χωρίς αμμωνία Syoss Oleo Intense 4-86 Καστανά Σοκολατί τα πλούσια καστανά μαλλιά της αποκτούν μέγιστη ένταση και διάρκεια χρώματος με 100% κάλυψη των λευκών, ενώ η εμπλουτισμένη μάσκα με 4 πολύτιμα ιαπωνικά έλαια αναδομεί την τρίχα και επαναφέρει τη φυσική λάμψη και απαλότητα στα μαλλιά της χωρίς να τα βαραίνουν.

MASTERCARD: ΝΕΟΣ ΚΥΚΛΟΣ ΔΡΑΣΕΩΝ  
ΓΙΑ ΤΗ ΓΥΝΑΙΚΕΙΑ ΕΝΔΥΝΑΜΩΣΗ



Η Mastercard παραμένει σταθερή στη δέσμευσή της για την ενίσχυση της γυναικείας ενδυνάμωσης στον επαγγελματικό χώρο και προσφέρει σε ακόμα περισσότερες γυναίκες τη δυνατότητα και τα απαραίτητα εφόδια προκειμένου να αναπτύξουν τις δεξιότητές τους και να κάνουν τα επαγγελματικά τους όνειρα πραγματικότητα. Φέτος, τα εκπαιδευτικά προγράμματα της Mastercard επεκτείνονται προκειμένου να υποστηρίξουν ακόμα περισσότερες γυναίκες. Συγκεκριμένα, το Πρόγραμμα Εκπαίδευσης Στελεχών "Master your Own Business" της Mastercard, σε συνεργασία με το Executive Development του Alba Graduate Business School, The American College of Greece επιστρέφει δυναμικά για δεύτερη χρονιά. Το Live A Legacy Mentoring Program είναι παρόν και φέτος στον κύκλο δράσεων για τη γυναικεία ενδυνάμωση.

## Η TAFT ΜΕ ΝΕΑ ΠΡΟΪΟΝΤΑ, ΝΕΑ BRAND AMBASSADOR ΚΑΙ ΣΥΝΕΡΓΑΣΙΑ ME TO WOMEN ON TOP

Παρουσιάστηκαν σε ειδική εκδήλωση

Η Taft, με την «υπογραφή» του **Schwarzkopf**, πραγματοποίησε πρόσφατα εκδήλωση για την επίσημη παρουσίαση της νέας σειράς προϊόντων styling του brand. Την εκδήλωση παρακολούθησαν εκπρόσωποι των MME από τον χώρο της μόδας και της ομορφιάς, οι οποίοι είχαν την ευκαιρία να δοκιμάσουν πρώτοι τη νέα σειρά προϊόντων styling της Taft αλλά και να γνωρίσουν το νέο κεντρικό πρόσωπο του brand, Ελεονώρα Μελέτη. Η Ελληνίδα brand ambassador της Taft, **Ελεονώρα Μελέτη**, η οποία εντυπωσιάστηκε με τη νέα σειρά προϊόντων, μοιράστηκε την εμπειρία της και το πάθος της για τα μαλλιά, αλλά και τη δύναμη που κρύβεται μέσα σε κάθε γυναίκα και κάθε πτυχή της. Στην εκδήλωση ανακοινώθηκε και η υποστήριξη του brand στη ΜΚΟ Women On Top, για την υλοποίηση του προγράμματος «Εργασιακή Συμβουλευτική»



με στόχο τη στήριξη και ενδυνάμωση γυναικών από ευάλωτες ομάδες να κυνηγήσουν τα όνειρά τους. Η Πηνελόπη Θεοδορακάκου, Συνιδρύτρια του οργανισμού, αναφέρθηκε στο συγκεκριμένο πρόγραμμα για την παροχή δωρεάν εξατομικευμένης συμβουλευτικής σε γυναίκες κάθε ηλικίας που θέλουν να ενταχθούν ή να επανεκταχθούν στην αγορά εργασίας. Η Στρατηγούλα Βαμβαλή, Marketing Director της Henkel Consumer Brands Ελλάδας και Κύπρου και η Ειρήνη Κωνσταντινίδου, Senior Brand Manager, Henkel Consumer Brands Ελλάδας και Κύπρου, επισφράγισαν τη νέα εποχή του Schwarzkopf με το νέο μήνυμα της καμπάνιας «Schwarzkopf – For Every You», ενώ όλοι οι καλεσμένοι κλήθηκαν να απαθανάτισουν τη δική τους «For Every You Σιλουέτα», σήμα κατατεθέν του Schwarzkopf. Η Taft διαθέτει συνολικά 10 νέους και επτά ανανεωμένους κωδικούς, εξειδικευμένες vegan-friendly φόρμουλες και ανακυκλώσιμες συσκευασίες.

MD<sup>®</sup>  
PROFESSIONNEL



SUPER STABLE  
LIQUID MATTE LIP COLOR

**27** Μοναδικές Αποχρώσεις!



**Μακράς διάρκειας** ματ κραγιόν σε υγρή μορφή.

Ειδική φόρμουλα που δεν ξηραίνει τα χείλη, vegan, χωρίς γλουτένη και με Βιταμίνη Ε.

[www.mdprofessionnel.com](http://www.mdprofessionnel.com)



# HUAWEI FreeClip

ΟΤΑΝ Η ΑΠΑΡΑΜΙΛΛΗ ΑΙΣΘΗΤΙΚΗ  
ΣΥΝΑΝΤΑ ΤΗΝ ΥΨΗΛΗ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΑ

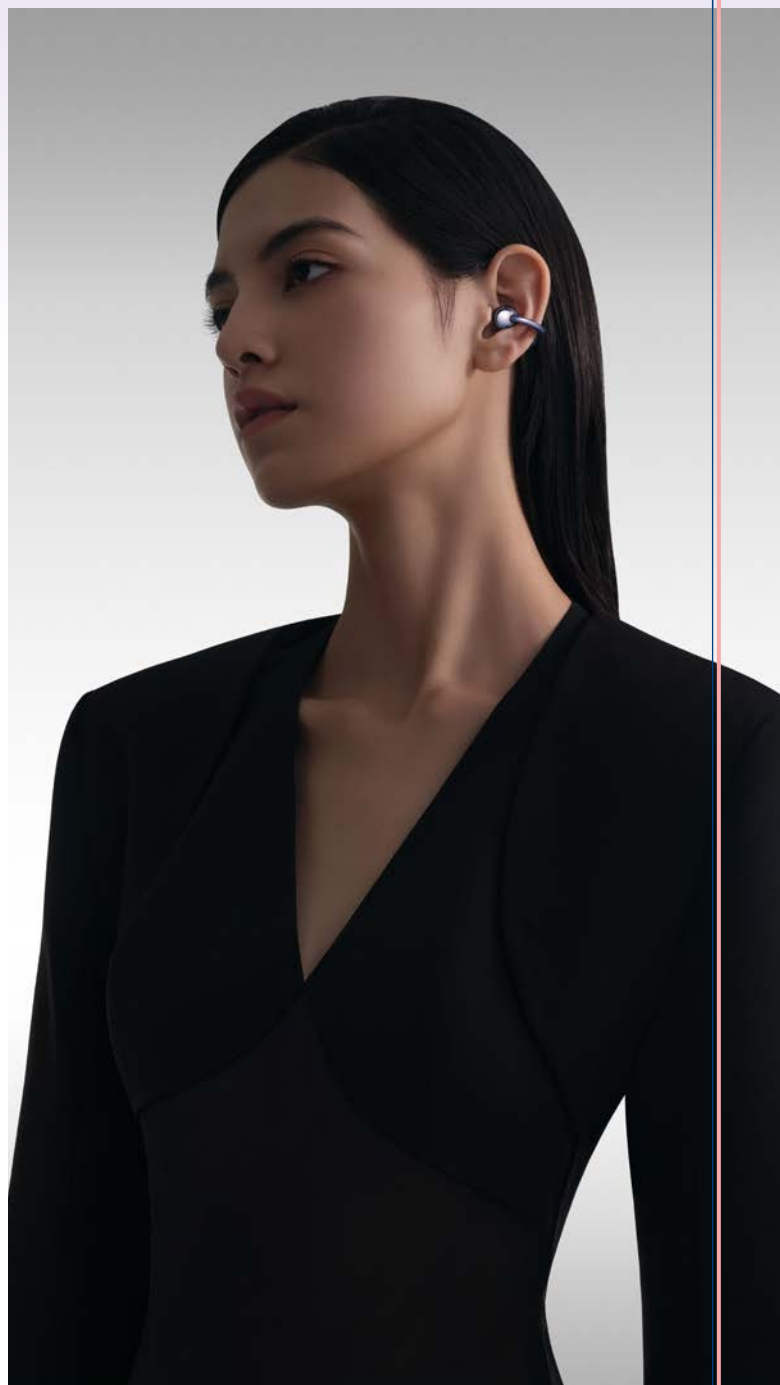
**Τ**α ασύρματα ακουστικά αποτελούν ένα gadget «πρώτης γραμμής», το οποίο κάθε σύγχρονη γυναίκα χρησιμοποιεί καθημερινά και κάτω από οποιαδήποτε συνθήκη. Ωστόσο, τα περισσότερα προϊόντα της κατηγορίας μέχρι σήμερα δύσκολα μπορούσαν να χαρακτηριστούν fashion items και δεν επέτρεπαν στο χρήστη να διατηρεί την επαφή με το περιβάλλον στο οποίο κινείται. Η HUAWEI όμως ήρθε -γι' ακόμη μια φορά- να κάνει την... ανατροπή. Επένδυσε σε ένα φουτουριστικό design στα νέα της TWS earbuds FreeClip, το οποίο, όχι μόνο εντυπωσιάζει, αλλά δημιουργήθηκε για να προσφέρει μια ακουστική εμπειρία υψηλού επιπέδου και απόλυτη ελευθερία.

Τα HUAWEI FreeClip είναι high tech ακουστικά, συμβατά με συσκευές iOS και Android, που κερδίζουν αρκετά εύκολα τις εντυπώσεις, αφού έρχονται με καινοτόμο C-bridge σχεδιασμό, open-ear τεχνολογία ήχου με Smart Wear Detection και μια μπαταρία που αντέχει πολύ. Πρόκειται για το πρώτο open-ear audio wearable, το οποίο αναγνωρίζει αυτόματα αν το φοράτε στο αριστερό ή δεξί αυτί με την τεχνολογία (Smart Wear Detection), άρα μπορείτε να φορέσετε το ένα ή και τα δύο earbuds και αυτά κάθε φορά «γνωρίζουν» και «αντιλαμβάνονται» το πως να προσαρμοστούν κατάλληλα, αλλά και σε ποια θέση βρίσκονται για να μην προβληματίσετε. Παράλληλα, αποτελούν μια fashion επιλογή, που κάνει το μέσο χρήστη να νιώθει ασφαλής, καθώς εγγυώνται υψηλού επιπέδου εμπειρία ακρόασης, επιτρέποντάς του να παραμένει συντονισμένος με τον κόσμο γύρω του.



### Η εντυπωσιακή εργονομία στο επίκεντρο της εμπειρίας χρήσης

Η Huawei, λαμβάνοντας υπόψη τις ανάγκες των καταναλωτών, ανέπτυξε ακουστικά που δεν μπλοκάρουν το κανάλι του αυτιού, χάρη στο Comfort Bean, το Acoustic Ball και τον σχεδιασμό C-bridge. Το Comfort Bean, που ξεχωρίζει για το εργονομικό design σε σχήμα φασολιού, προσαρμόζεται ομαλά κατά μήκος των καμπυλοτήτων και των ποικίλων σχημάτων του ανθρώπινου αυτιού, τη στιγμή που το Acoustic Ball εξασφαλίζει άνετη εφαρμογή χωρίς να ενοχλεί το χρήστη. Η σύνδεση του Comfort Bean με το Acoustic Ball επιτυγχάνεται μέσω του C-bridge Design, το οποίο χρησιμοποιεί έναν προσαρμοστικό αισθητήρα που μαθαίνει και ρυθμίζει τη δύναμη σύσφιξης του μηχανισμού κουμπώματος, μειώνοντας την πίεση στον χόνδρο του αυτιού, για να προσαρμόσει τη δύναμη κλεισίματος, ελαχιστοποιώντας την πίεση στο χόνδρο του αυτιού. Το C-bridge Design κατασκευάστηκε με μια προηγμένη διαδικασία μηχανικής ακρίβειας, προσθέτοντας 9 ενσωματωμένα καλώδια στον πυρήνα του λεπτού βραχίονα. Το αποτέλεσμα, φυσικά, δεν είναι



μόνο ένα καινοτόμο gadget, αλλά και ένα αξεσουάρ που έρχεται να συμπληρώσει με μοναδικό τρόπο την εμφάνιση του χρήστη, επιβεβαιώνοντας τη "Fashion Forward" στρατηγική της Huawei. Ταυτόχρονα, το σύστημα αντίστροφων ηχητικών κυμάτων επιτρέπει την έξυπνη ρύθμιση έντασης, ακυρώνοντας διακριτικά τα ηχητικά κύματα για ασφαλή και ιδιωτική εμπειρία ακρόασης. Επιπλέον, τα HUAWEI FreeClip διαθέτουν διπλούς αεραγωγούς στο πίσω μέρος της ακουστικής «μπάλας» για να αντισταθμίζουν αντίστροφα τα ηχητικά κύματα και να μειώνουν τη διαρροή ήχου. Αξίζει να σημειωθεί ότι τα HUAWEI FreeClip προσφέρουν 8 ώρες αναπαραγωγής μουσικής ταυτόχρονα ή έως και 36 ώρες αναπαραγωγής μουσικής με την θήκη φόρτισης, αντέχουν στο νερό, τον ιδρώτα και τη σκόνη.

Τα FreeClip κυκλοφορούν σε δύο χρωματικές επιλογές: μαύρο και μωβ. Το καινοτόμο design, η elegant κομψότητα, το διακριτό style, η άνετη εφαρμογή, ο πεντακάθαρος ήχος, η μοναδική αυτονομία και η υψηλή ανθεκτικότητα τα καθιστούν «must-have» για κάθε γυναίκα που αναζητά tech gadgets που έχουν σχεδιαστεί για να την κάνουν να αισθάνεται... μοναδική.

# Ανοιξιάτικη μόδα για ΣΤΥΛΑΤΕΣ ΕΜΦΑΝΙΣΕΙΣ όλη τη μέρα

**Η** Άνοιξη έφθασε και όλες μας αναζητάμε μια ανανέωση στη ντουλάπα μας που θα μας βάλει στην ουσία της σεζόν με κομψότητα, άνεση αλλά και επαγγελματισμό! Τα ανάλαφρα υφάσματα πρωταγωνιστούν όπως και οι μίνιμαλ γραμμές, τόσο στα αξεσουάρ όσο και στα ρούχα μας! Ειδικά για τις γυναίκες που θέλουν να είναι σικατές στο γραφείο και μοντέρνες στις απογευματινές εξόδους, η σεζόν κατακλύζεται από υπέροχες παστέλ αποχρώσεις και μοναδικές σιλουέτες που τονώνουν την αυτοπεποίθησή μας όλη μέρα.



**ΜΙΝΤΙ ΣΕΜΙΖΙΕ  
ΦΟΡΕΜΑ ΛΙΝΟ,  
ZARA**



**ΒΑΜΒΑΚΕΡΟ  
ΛΕΥΚΟ  
BLAZER, CK**



**BALLERINAS,  
ENVIE SHOES**



**ΤΣΑΝΤΑ ΧΕΙΡΟΣ  
ΑΠΟ CANVAS  
ΜΕ ΔΕΡΜΑΤΙΝΕΣ  
ΛΕΙΠΤΟΜΕΡΕΙΕΣ,  
TOMMY HILFIGER**



**ΠΑΝΤΕΛΟΝΙ ΣΕ  
ΣΤΥΛΟ PALAZZO  
ΑΠΟ ΛΙΝΟ  
ΚΑΙ ΒΙΣΚΟΖΗ,  
FALCONERI**

# CALZEDONIA



## *That Summer Feeling*

Η νέα Beachwear Συλλογή 2024 της Calzedonia είναι summer chic με λεπτομέρειες που κάνουν κάθε μαγιό να ξεχωρίζει.

CALZEDONIA.COM



# Ανοιξιάτικο θηλυκό μακιγιάζ με τα προϊόντα της

# MD<sup>®</sup>

PROFESSIONNEL

**Η** Άνοιξη έχει φτάσει και η διάθεσή μας είναι ανεβασμένη παρόλο που οι υποχρεώσεις στην καθημερινότητά μας δεν έχουν μειωθεί. Χρειαζόμαστε μια πινελιά ανανέωσης στην εμφάνισή μας και το μακιγιάζ είναι μεγάλο μέρος της καθημερινής μας ρουτίνας, αφού οι επαγγελματικές υποχρεώσεις το απαιτούν, τονώνοντας επίσης την αυτοπεποίθησή μας. Μπορούμε να γίνουμε professionnel στο μακιγιάζ συνδυάζοντας άψογα την επαγγελματική κομψότητα με μια νότα ανοιξιάτικης αίσθησης. Με τα προϊόντα της MD Professionnel, παρασκευασμένα για να ανταποκρίνονται στις απαιτήσεις του busy προγράμματός μας, προσφέρουν διάρκεια και άψογη ποιότητα. Η συλλογή διαθέτει εκλεπτυσμένες αποχρώσεις που ενισχύουν τη φυσική μας ομορφιά, διατηρώντας παράλληλα μια φρέσκια και διακριτική όψη, κατάλληλη για την αίσουσα συνεδριάσεων ή μια δυναμική εμφάνιση για τις βραδινές μας εξόδους. Από το τέλειο ματ κραγιόν που διατηρείται σε κάθε συνάντηση μέχρι το foundation που κάνει την επιδερμίδα μας smooth χωρίς να το αισθανόμαστε βαρύ, η MD Professionnel διασφαλίζει ότι θα είμαστε άψογες από το πρωί στο γραφείο μέχρι τις βραδινές μας εξόδους με φίλους. «Αγκαλιάζουμε» το επαγγελματικό και θηλυκό στιλ της εποχής με ένα μακιγιάζ τόσο δυναμικό και ικανό όσο είμαστε κι εμείς.



Compact Powder Click System



MaxVolume Mascara



Volume Up Matte



Invisible Cover Foundation



Mosaïque Eyeshadows Click System



Invisible Cover Liquid Concealer

# Η αυτο-φροντίδα που θα μας χαρίσει λαμπερό δέρμα και μια στιγμή χαλάρωσης!

**Κ**αθώς οδεύουμε ολοταχώς για το καλοκαίρι, η επιδερμίδα μας εκτίθεται όλο και περισσότερο στον ήλιο με αποτέλεσμα η φροντίδα της να γίνεται επιτακτική ανάγκη. Από την αντηλιακή προστασία μέχρι τη βαθιά ενυδάτωση, το δέρμα μας «διψάει» για μια ολοκληρωμένη περιποίηση που θα το τονώσει και θα το κάνει να λάμψει! Ειδικά, στους γρήγορους ρυθμούς μας και στους πολλαπλούς ρόλους που καλούμαστε καθημερινά να φέρουμε σε πέρας, έχουμε ακόμα περισσότερο την ανάγκη για αυτο-φροντίδα. Χρειαζόμαστε αυτή την «ένεση» περιποίησης και αγάπης προς τον εαυτό μας όχι μόνο για να ανανεώσουμε την όψη μας αλλά για να χαρίσουμε στον εαυτό μας πολύτιμες στιγμές χαλάρωσης και αποσυμπίεσης από την καθημερινότητά μας.



## Dr. Jart+ CERAMIDIN™

Για όσες παίρνουν στα σοβαρά την περιποίηση της επιδερμίδας τους, η σειρά Dr. Jart+ Ceramidin™ είναι μια αποκάλυψη. Με διπλάσια δόση ceramidin και πανθενόλης, αυτή η συλλογή έχει σχεδιαστεί για να ενισχύει τον φραγμό του δέρματός σας, προσφέροντας έντονη ενυδάτωση και βελτιώνοντας την υγεία του. Η σειρά περιλαμβάνει ορούς, τονωτικά, ενυδατικές κρέμες και πολλά άλλα, καθένα από τα οποία υπόσχεται να καλύψει τις ανάγκες όλων των τύπων δέρματος. Είναι ένας συνδυασμός καινοτόμου επιστήμης και τέχνης, που ενσαρκώνει το πρωτοποριακό πνεύμα της μάρκας στην περιποίηση της επιδερμίδας.



**VICHY Pureté Thermale**

Γνωρίζοντας τη δέσμευση της Vichy να συνδυάζει δερματολογική φροντίδα και καλλυντικά, έχουμε ένα προϊόν που καθαρίζει αποτελεσματικά ενώ σέβεται τη φυσική ισορροπία του δέρματος. Τα προϊόντα της Vichy συνήθως παρασκευάζονται με ιαματικό νερό, πλούσιο σε μέταλλα, για να ενισχύσουν τον φραγμό του δέρματος και να προστατεύσουν από εξωτερικούς παράγοντες.



**Skin Caviar Eye Lift της LA PRAIRIE**

Η La Prairie επιβεβαιώνει τη θέση της ως ειδικός στην περιοχή των ματιών με το επανασχεδιασμένο Skin Caviar Eye Lift. Υποστηριζόμενο από πρωτοποριακή έρευνα στους συνδέσμους της περιοχής των ματιών, το Skin Caviar Eye Lift είναι εμπλουτισμένο με Caviar Infinite και Caviar Micro-Nutrients, αναδιαμορφώνοντας πλήρως την εμφάνιση των λεπτών γραμμών γύρω από τα μάτια.



**SUNFILM: αντηλιακά για κάθε ανάγκη**

Το Sunfilm της Juliette Armand εστιάζει στην «πλήρη προστασία από το φως» καλύπτοντας ολόκληρο το φάσμα της ηλιακής ακτινοβολίας, συμπεριλαμβανομένων των UVA, UVB, υπέρυθρων (IR) και ορατού φωτός (HEV). Τα προϊόντα τους έχουν σχεδιαστεί όχι μόνο για να θωρακίζουν αλλά και να θρέψουν το δέρμα. Καινοτομίες όπως το EUC-134, το Venuceane και το Helioguard ενισχύουν τη φυσική άμυνα του δέρματος. Επιπλέον, η συμπερίληψη ωμέγα λιπαρών οξέων και βιταμίνης E παρέχει ισχυρή αντιοξειδωτική προστασία που είναι αποτελεσματική κατά την έκθεση στον ήλιο. Τα προϊόντα Sunfilm διαθέτουν επίσης μεταξένια υφή σε συνδυασμό με σιλικόνες φαρμακευτικής ποιότητας για επούλωση και προστατευτική δράση, καλύπτοντας τόσο το πρόσωπο όσο και το σώμα με διάφορες υφές και SPF σχεδιασμένα για κάθε τύπο δέρματος.

intimissimi

Italian lingerie



*New Silky Intimates*

Η Intimissimi παρουσιάζει τη νέα Silky Intimates συλλογή με την Jennifer Lopez.

INTIMISSIMI.COM

# ΜΕ ΘΕΜΑ ΤΗ ΓΥΝΑΙΚΕΙΑ ΗΓΕΣΙΑ ΣΤΗΝ ΨΗΦΙΑΚΗ ΕΠΟΧΗ

ΣΤΗ ΒΑΡΣΟΒΙΑ ΤΗΣ ΠΟΛΩΝΙΑΣ ΤΟ SUMMER SCHOOL 2024 ΤΗΣ HUAWEI

SUMMER SCHOOL  
FOR FEMALE LEADERSHIP  
IN THE DIGITAL AGE

WARSAW, 21-26 JULY 2024



**M**ετά την επιτυχία των προηγούμενων διοργανώσεων που πραγματοποιήθηκαν στην Πορτογαλία το 2021, την Τσεχία το 2022 και την Ισπανία το 2023, η **Ακαδημία European Leadership Academy της Huawei** ανακοινώνει την τέταρτη διοργάνωση του Summer School για την **Γυναικεία Ηγεσία στην Ψηφιακή Εποχή** που θα πραγματοποιηθεί από τις 21 έως τις 26 Ιουλίου 2024, στη Βαρσοβία της Πολωνίας. Η διοργάνωση θα συγκεντρώσει εμπειρογνώμονες, ηγέτες σκέψης και μέντορες για ένα εντατικό εκπαιδευτικό πρόγραμμα μιας εβδομάδας.

Ως μέρος της συνολικής πρωτοβουλίας καλλιέργειας ταλέντων της Huawei, όπως το εκπαιδευτικό πρόγραμμα Seeds for the Future, έτσι και η Ακαδημία για τη Γυναικεία Ηγεσία στην Ψηφιακή Εποχή υπογραμμίζουν τη σταθερή δέσμευση της εταιρείας για την προώθηση της ψηφιακής ένταξης και τη μείωση του χάσματος μεταξύ των φύλων.

Στόχος τους είναι να ενδυναμώσουν περαιτέρω τις γυναίκες και να τους προσφέρουν τα απαραίτητα εφόδια, ώστε να προοδεύσουν και να συμμετέχουν ενεργά στην προσπάθεια της Ευρώπης προς ένα βιώσιμο και χωρίς αποκλεισμούς ψηφιακό μέλλον.

Ο Tony Yong JIN, Εκτελεστικός Αντιπρόεδρος της Huawei European Region, επεσήμανε: «Το πρόγραμμα European Leadership Academy της Huawei αναδιαμορφώνει το τοπίο ανάπτυξης ταλέντων, διασφαλίζοντας ότι η Ευρώπη παραμένει στην πρώτη γραμμή του ψηφιακού μετασχηματισμού. Η εταιρεία έχει δεσμευτεί να αναδείξει την ηγεσία των γυναικών και είμαστε ιδιαίτερα υπερήφανοι που τα προγράμματά μας δίνουν τη δυνατότητα σε άτομα που αξίζουν, να ξεκλειδώσουν πλήρως τις δυνατότητές τους.»

Η Selina WEN, Επικεφαλής Εκπρόσωπος της Huawei στους Ευρωπαϊκούς Θεσμούς, πρόσθεσε: "Το Summer

School του 2024 αποτελεί μια εξαιρετική ευκαιρία για τους μελλοντικούς ηγέτες να αποκτήσουν γνώσεις σχετικά με τεχνολογίες αιχμής."

Η Berta HERRERO, Επικεφαλής Διαφορετικότητας, Ισότητας και Ένταξης της Huawei Europe και Διευθύντρια των Σχολείων για τη Γυναικεία Ηγεσία στην Ψηφιακή Εποχή, τόνισε: «Με το generative A.I. το οποίο θα επιφέρει επανάσταση σε διάφορες πτυχές της ζωής μας, είναι επιτακτική ανάγκη να δοθεί προτεραιότητα στη συμπερίληψη αυτής της νέας τάσης. Οι γυναίκες διαδραματίζουν κεντρικό ρόλο στη διαμόρφωση του αυριανού κόσμου και οι δεξιότητες και τα ταλέντα τους μπορούν να εγγυηθούν ότι τα μελλοντικά εργαλεία και οι δομές θα ωφελούν τους πάντες. Είμαι πολύ περήφανη που τα Σχολεία μας παρέχουν πλήρεις υποτροφίες σε υποψήφια από διαφορετικά υπόβαθρα και γεωγραφικές περιοχές, μετατρέποντας αποτελεσματικά το όραμα των ίσων ευκαιριών σε απτή πραγματικότητα.»

Η κα Τόνια Πέτροβιτς, Senior Public Relations Manager, Huawei δήλωσε: «Στη Huawei Ελλάδα είμαστε ιδιαίτερα περήφανοι που η χώρα μας θα συμμετάσχει και φέτος εκπροσωπούμενη από φοιτήτρια η οποία θα επιλεγεί από ανεξάρτητη κριτική επιτροπή που αποτελείται από ηγέτες επιχειρήσεων, ακαδημαϊκούς, υπεύθυνους χάραξης πολιτικής, υποστηρικτές της ισότητας και εκπροσώπους της κοινωνίας των πολιτών, από όλη την Ευρώπη. Η αδιάλειπτη συμμετοχή μας αναδεικνύει τη συνεισφορά της Huawei Ελλάδος στη δημιουργία ενός πιο συμπεριληπτικού και χωρίς αποκλεισμούς ψηφιακού μέλλοντος.»

Η Huawei και τα Σχολεία για τη Γυναικεία Ηγεσία στην Ψηφιακή Εποχή στοχεύουν να αναγνωρίσουν και να υποστηρίξουν ενεργά τις τεράστιες δυνατότητες του γυναικείου ταλέντου, ενδυναμώνοντας τις γυναίκες να ηγηθούν της τεχνολογικής επανάστασης.

#### Πληροφορίες για European Leadership Academy, Γυναικεία Ηγεσία στην Ψηφιακή Εποχή

Από την ίδρυσή τους το 2021, τα προγράμματα της European Leadership Academy έχουν συγκεντρώσει περισσότερες από 9.000 αιτήσεις από όλη την Ευρώπη, καθιερώνοντάς τα ως μια κορυφαία ευκαιρία για τις γυναίκες που επιδιώκουν να διαμορφώσουν το μέλλον της τεχνολογίας. Οι ενότητες καλύπτουν διάφορα θέματα όπως ηγεσία, ηθική τεχνητής νοημοσύνης, δημόσια εκφώνηση λόγων, αναδυόμενες τεχνολογίες, βιωσιμότητα, επιχειρηματικότητα, ποικιλομορφία, τεχνολογία για το κοινωνικό καλό, καινοτομία, μετάβαση στους τομείς των Επιστημών, της Τεχνολογίας, της Μηχανικής και των Μαθηματικών (STEM), παγκόσμια συνεργασία, ασφάλεια στον κυβερνοχώρο αλλά και διαχείριση έργων.

Τα τελευταία τρία χρόνια, η Ακαδημία για τη Γυναικεία Ηγεσία στην Ψηφιακή Εποχή έχει μεταμορφώσει τις ζωές περισσότερων από 100 γυναικών, δίνοντάς τους τη δυνατότητα να συνειδητοποιήσουν τις ηγετικές τους



ικανότητες. Πολλές απόφοιτοι κατέχουν πλέον εξέχουσες θέσεις σε εταιρείες τεχνολογίας, σε διάφορες επιχειρήσεις, στην παγκόσμια πολιτική σκηνή και στον ακαδημαϊκό χώρο, συνεισφέροντας σε αναγνωρισμένα ιδρύματα και διεθνείς οργανισμούς όπως το MIT, τον ΟΗΕ ή την Ευρωπαϊκή Επιτροπή, με μια απόφοιτο να είναι η νεότερη βουλευτής της Εσθονίας. Άλλες έχουν αποτολμήσει να δραστηριοποιηθούν στον τομέα της επιχειρηματικότητας, πρωτοστατώντας σε καινοτόμες λύσεις τεχνολογίας για το κλίμα μέσω των start-ups τους. Επιπλέον, πρόκειται για πρόγραμμα το οποίο έχουν τιμήσει με την παρουσία τους και ομιλίες του μέλη του Ευρωκοινοβουλίου καθώς και υπουργοί των χωρών που έχουν φιλοξενήσει τις προηγούμενες διοργανώσεις του European Leadership Academy.

#### Σχετικά με τη διαδικασία υποβολής αιτήσεων και το χρονοδιάγραμμα

Οι αιτήσεις παραμένουν ανοιχτές έως τις 30 Απριλίου 2024 και μπορούν να υποβληθούν μέσω του ιστότοπου της European Leadership Academy:

<https://www.europeanleadershipacademy.eu/>.

Μια ανεξάρτητη κριτική επιτροπή που αποτελείται από ηγέτες επιχειρήσεων, ακαδημαϊκούς, υπεύθυνους χάραξης πολιτικής, υποστηρικτές της ισότητας και εκπροσώπους της κοινωνίας των πολιτών από όλη την Ευρώπη θα επιλέξει τις 29 υποψήφια που θα λάβουν πλήρεις υποτροφίες για αυτό το εβδομαδιαίο πρόγραμμα. Μία συμμετέχουσα θα επιλεγεί από καθένα από τα 27 κράτη μέλη της ΕΕ, με πρόσθετες θέσεις να προορίζονται για εκπροσώπους από τα Δυτικά Βαλκάνια και την Ουκρανία.

Για περισσότερες πληροφορίες, επισκεφθείτε τον ιστότοπο του European Leadership Academy:

<https://www.europeanleadershipacademy.eu/>

#### Εκδότης-Διευθυντής

Κώστας Νόσσης

#### Διεύθυνση

Ειρήνη Νόσση

#### Αρχισυντάκτρια

Σόνια Χαϊμαντά

#### Σύνταξη:

Έλενα Αλεξίου, Κωνσταντίνος Καβαλάρης,

Πέτρος Κυπραίος, Δήμητρα Μήτκα,

Θεοδώρα Νικολοπούλου, Αγγελική Νόσση,

Βαρβάρα Ντέντη, Ελένη Σαραντάκη, Δημήτρης Σκιάνης

Διαφήμιση: Έλλη Μαστρομανώλη

Υπεύθυνη Παραγωγής: Ελένη Καππιάκη

Δtp: Φάνης Ζέρβας, Νίκος Χαλκιαδάκης

Λογιστήριο: Ανδρέας Λουλάκης

#### Στοιχεία Επικοινωνίας

Smart Press

Μάγερ 11, 104 38, Αθήνα,

Τηλ.: 210 5201500, 5230000



SMART PRESS