

**ΣΧΟΛΗ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ ΚΑΙ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑΣ
ΤΜΗΜΑ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ
Τ.Ε.Ι. ΠΑΤΡΑΣ**



**«ΟΛΥΜΠΙΑΚΟΙ ΑΓΩΝΕΣ – ΟΛΥΜΠΙΑΚΑ ΠΡΟΪΟΝΤΑ 2004 –
ΕΡΕΥΝΑ ΣΕ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ – ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ ΣΤΗΝ
ΟΙΚΟΝΟΜΙΑ ΤΗΣ ΕΛΛΑΔΑΣ ΑΠΟ ΤΙΣ ΠΩΛΗΣΕΙΣ ΤΩΝ
ΟΛΥΜΠΙΑΚΩΝ ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ»**

**ΣΠΟΥΔΑΣΤΡΙΑ:
ΦΕΡΕΝΤΙΝΟΥ ΣΟΦΙΑ**



ΠΑΤΡΑ ΟΚΤΩΒΡΙΟΣ 2003

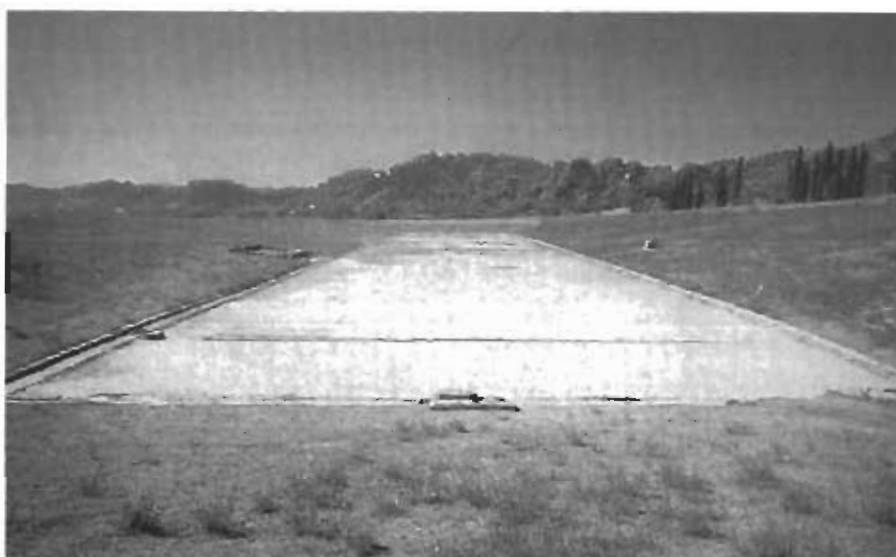
ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ

	Σελ.
ΙΣΤΟΡΙΑ ΟΛΥΜΠΙΑΚΩΝ ΑΓΩΝΩΝ.....	1
Ο ΡΟΛΟΣ ΤΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ ΣΤΗΝ ΥΛΟΠΟΙΗΣΗ ΤΩΝ ΟΛΥΜΠΙΑΚΩΝ ΑΓΩΝΩΝ.....	9
ΑΘΗΝΑ 2004: ΤΟ ΙΣΤΟΡΙΚΟ ΤΗΣ ΑΝΑΛΗΨΗΣ ΤΩΝ ΟΛΥΜΠΙΑΚΩΝ ΑΓΩΝΩΝ.....	15
ΟΙ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΕΣ ΤΗΣ ΟΡΓΑΝΩΤΙΚΗΣ ΕΠΙΤΡΟΠΗΣ ΤΩΝ ΟΛΥΜΠΙΑΚΩΝ ΑΓΩΝΩΝ: ΑΘΗΝΑ 2004.....	23
- Διεύθυνση Επικοινωνίας.....	23
- Διεύθυνση Υπηρεσιών Τύπου.....	25
- Διεύθυνση Τεχνολογίας.....	26
- Διεύθυνση Πληροφορικής.....	27
- Διεύθυνση Τηλεπικοινωνιών.....	27
- Διεύθυνση Φιλοξενίας και Διαμονής.....	28
- Διεύθυνση Υπηρεσιών Διατροφής.....	29
- Διεύθυνση Μεταφορών.....	30
- Διεύθυνση Περιβάλλοντος.....	30
- Διεύθυνση Τελετών και Πολιτισμού.....	31
- Διεύθυνση Χορηγιών.....	32
ΧΟΡΗΓΟΙ ΤΩΝ ΟΛΥΜΠΙΑΚΩΝ ΑΓΩΝΩΝ.....	40
- Διεθνείς χορηγοί Ολυμπιακών Αγώνων.....	40
- Εθνικοί χορηγοί Ολυμπιακών Αγώνων: Αθήνα 2004.....	56

ΕΜΠΟΡΙΑ ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ.....	76
- Οι δραστηριότητες της Οργανωτικής Επιτροπής για παραγωγή, προώθηση, διανομή και πώληση των Ολυμπιακών προϊόντων.....	77
- Παρουσίαση των προϊόντων των εταιρειών που εγκρίθηκαν για την παραγωγή των αυθεντικών Ολυμπιακών προϊόντων.....	78
- Προστασία αυθεντικών Ολυμπιακών προϊόντων.....	
ΑΝΑΔΟΧΕΣ ΕΤΑΙΡΕΙΕΣ ΟΛΥΜΠΙΑΚΩΝ ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ.....	114
ΕΡΕΥΝΑ ΣΕ ΔΥΟ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ.....	127
α) ΜΩΡΙΣ ΓΚΑΤΕΝΙΟ ΑΕ.ΒΕ.....	128
β) Σ.Ν. ΑΡΓΥΡΟΣ (BLUE POINT) Α.Ε.	136
ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ ΣΤΗΝ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑ ΤΗΣ ΕΛΛΑΔΟΣ ΑΠΟ ΤΗΝ ΠΩΛΗΣΗ ΤΩΝ ΟΛΥΜΠΙΑΚΩΝ ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ.....	145

ΙΣΤΟΡΙΑ ΟΛΥΜΠΙΑΚΩΝ ΑΓΩΝΩΝ

Οι ολυμπιακοί αγώνες τελούνταν στην Ολυμπία κατά την αρχαιότητα και μέχρι τον 4^ο μ.Χ. αιώνα. Υπήρξαν η λαμπρότερη έκφραση της ενότητας της ελληνικής φυλής, στιγμή ειρηνικής δημιουργίας και ευγενικής άμιλλας, μήνυμα πανελληνίας ενότητας μέσα σε καιρούς εμφύλιων συγκρούσεων και διαμαχών, η αφύπνιση της συνείδησης του ενιαίου της γλώσσας, των ηθών, των εθίμων, του πολιτισμού, της λατρείας και των ιδανικών των Ελλήνων.



Το στάδιο της Ολυμπίας που βλέπουμε σήμερα κατασκευάστηκε γύρω στο 350 π.Χ. Τα κεκλιμένα πρανή χρησίμευαν σαν κερκίδες. Δεξιά στο κέντρο φαίνονται οι θέσεις των Ελλανοδικών και ακριβώς απέναντι ο βωμός της Δήμητρας Χαμόνης. Μπροστά διακρίνεται η λίθινη άφεση, από όπου ξεκινούσαν οι δρομείς.

Αγώνες γίνονται στην Ολυμπία πολύ πριν το 776 π.Χ. που θεωρείται η αρχή τους. Οι ρίζες τους καλύπτονται από τα πέπλα του μύθου. Η παράδοση αναφέρει ως παλιό αγώνισμα τα παλιά χρόνια την αρματοδρομία. Στη συνέχεια λησμονήθηκαν. Μέχρι που γύρω στο 776 π.Χ. ο βασιλιάς των Ηλείων Ίφιτος τους αναδιοργανώνει μετά από συμφωνία με την Πίσα και τη Σπάρτη για την καθιέρωση της ιερής εκεχειρίας. Η εκεχειρία διαρκούσε αρχικά 1 μήνα, αργότερα 2 και στο τέλος 3 για να μπορούν οι αθλητές και όλοι οι αντιπρόσωποι των πόλεων και επισκέπτες να ταξιδεύουν με ασφάλεια από τις μακρινές περιοχές. Οι πόλεμοι και οι εχθροπραξίες σταματούσαν προσωρινά και οι θανατικές ποινές αναστέλλονταν.

Την οργάνωση και εποπτεία των αγώνων είχαν για το μεγαλύτερο χρονικό διάστημα οι Ηλείοι Ελλανοδίκες, που με τις πορφυρές τους ενδυμασίες θύμιζαν την

βασιλική καταγωγή του θεσμού. Στην αρχή ήταν 2, αργότερα 10 και 12, για να σταθεροποιηθούν από το 348 π.Χ. σε 10.

Οι γιορτές και οι αγώνες γίνονταν κάθε 5^ο χρόνο, στη 2^η ή 3^η πανσέληνο μετά τις θερινές τροπές του ηλίου, τον 8^ο σεληνιακό μήνα των Ηλείων, δηλαδή Ιούλιο – Αύγουστο. Οι θεατές παρακολουθούσαν ασκεπείς όλη τη μέρα και υπέφεραν πολύ από τον ήλιο. Αρχικά οι αγώνες διαρκούσαν 1 μέρα, αργότερα με την προσθήκη νέων αγωνισμάτων αυξήθηκαν σε 2 ως 3 και σταθεροποιήθηκαν στις 5.



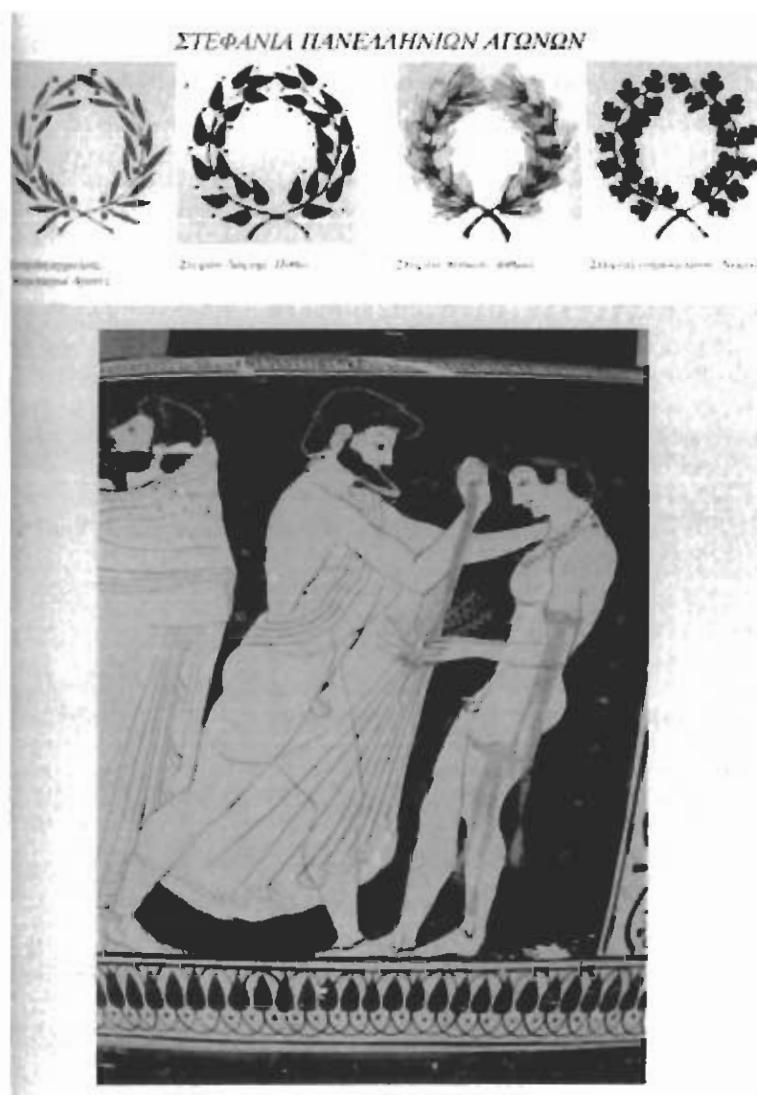
Η παλαίστρα της Ολυμπίας. Διέθετε εσωτερική πλατεία και στεγασμένες στοές για την προετοιμασία των αθλητών και αγωνισμάτων που δεν απαιτούσαν πολύ χώρο.

Δικαίωμα συμμετοχής στους ολυμπιακούς αγώνες είχε κάθε ελεύθερος Έλληνας. Ο έλεγχος της ελληνικής καταγωγής ήταν πολύ αυστηρός. Αποκλείονταν οι μη Έλληνες, οι γυναίκες, οι δούλοι, οι παραβάτες της ιερής εκχειρίας (άτομα ή Πόλεις), οι ιερόσυλοι, οι κατηγορούμενοι για κλοπή ή φόνο και οι Ελλανοδίκες. Στις μέρες των αγώνων απαγορευόταν αυστηρά η είσοδος στις γυναίκες, με μοναδική εξαίρεση την ιέρεια της Δήμητρας Χαμύνη.

Οι αθλητές έπρεπε να συμπληρώσουν δεκάμηνη άσκηση, πράγμα το επιβεβαίωναν με όρκο. Τον τελευταίο μήνα γυμνάζονταν στην Ήλιδα, κάτω από την αυστηρή επίβλεψη των Ελλανοδικών, που τους δίδασκαν τους κανονισμούς. Τους αθλητές συνόδευαν οι γυμναστές και όσους ήταν πολύ νέοι, οι πατεράδες και οι αδελφοί τους. Με την έναρξη της εκχειρίας άρχιζε η προσέλευση στην Ολυμπία πστών, αθλητών, προσωπικοτήτων, αντιπροσώπων των πόλεων, που συχνά

πραγματοποιούσαν λαμπρές εκδηλώσεις, έδιναν πλούσια γεύματα και ανέθεταν πολύτιμα έργα τέχνης. Όταν συμπληρωνόταν η άσκηση των αθλητών, τότε μαζί με τους Ελλανοδίκες έπαιρναν την ιερή οδό για την Ολυμπία.

Το πρόγραμμα για κάθε μέρα ήταν: την πρώτη μέρα γίνονταν πανηγυρική έναρξη με ιεροτελεστίες και ορκωμοσία στο Βουλευτήριο, μπροστά στο άγαλμα του Ορκίου Δία. Οι αθλητές ορκίζονταν πως, ασκήθηκαν για 10 μήνες και πως θα αγωνιστούν τίμια και οι Ελλανοδίκες πως θα είναι αδιάφθοροι και αμερόληπτοι. Από το 396 π.Χ. και μετά την πρώτη μέρα γινόταν αγώνας κηρύκων και σαλπικτών. Αυτή τη μέρα γίνονταν και αγώνες παιδιών.



Ο κριτής δένει κόκκινη ταινία στο κεφάλι νεαρού νικητή. Κόκκινες ταινίες, διακριτικά της νίκης, είναι δεμένες και στο βραχίονα και στο μηρό του. Στα χέρια του κρατάει κλαδιά και φύλλα από τη φυλλοβολία. Δείχνει ήρεμος και ευτυχισμένος (Ερυθρόμορφη υδρία, 500 π.Χ. Μόναχο, Antikensammlung).

Τη δεύτερη μέρα τελούνταν ιπποδρομίες και αρμοτοδρομίες στον ιππόδρομο και το πένταθλο. Νικητής των ιππικών αγώνων θεωρούνταν ο ιδιοκτήτης του άρματος ή του ίππου. Με τη δύση του ηλίου γίνονταν νεκρικές τελετές αφιερωμένες στον Πέλοπα, όπου δέσποζε η θυσία του μαύρου κριαριού.

Η τρίτη μέρα, η επόμενη της πανσέληνου, ήταν η σπουδαιότερη, αφιερωμένη στη λατρεία του Δία. Τότε γινόταν η μεγαλοπρεπής εκατόμβη των Ηλείων με πανηγυρική πομπή, που κατευθυνόταν στο μεγάλο βωμό του Δία. Αυτή τη μέρα διεξάγονταν όλα τα αγωνίσματα δρόμου.

Την τέταρτη μέρα γίνονταν τα βαριά αγωνίσματα, η πάλη, η πυγμή, το παγκράτιο, η σπλιτοδρομία.

Την πέμπτη μέρα ανακηρύσσονταν και στεφανώνονταν με τον κότινο οι Ολυμπιονίκες στον πρόναο του ναού του Δία, μπροστά στο άγαλμα του θεού. Στην αρχή οι κότινοι αναθέτονταν σε χάλκινο τρίποδα, αργότερα σε χρυσελεφάντινη τράπεζα, στο ναό της Ήρας. Μετά το στεφάνωμα των νικητών ακολουθούσε επίσημο γεύμα με τους Ολυμπιονίκες στο Πρυτανείο και ολονύκτιες γιορτές και ευωχίες.

Η νίκη στους ολυμπιακούς αγώνες ισοδυναμούσε με απόκτηση πανελλήνιας φήμης και δόξας. Το πρόσωπο του Ολυμπιονίκη περιέβαλλαν μύθοι, θρύλοι, ανέκδοτα και παραδόσεις. Η ιδιαίτερη πατρίδα του γιόρταζε την υποδοχή του με μεγάλες τιμές. Ο νικητής των αγώνων έμπαινε στην πόλη με τέθριππο άρμα, από μια μεριά τους τείχους που κατεδάφιζαν, για να δείξουν ότι με τέτοιους πολίτες τα τείχη είναι άχρηστα. Η πόλη τιμούσε τους Ολυμπιονίκες της με θρησκευτικά αξιώματα, δωρεάν σίτιση στο Πρυτανείο, προεδρία στο θέατρο, στις γιορτές και στους αγώνες. Προς τιμήν τους συνέθεταν επίσης επίνικους ύμνους και ανέθεταν ανδριάντες τους στην Ολυμπία.

Με την επικράτηση του Χριστιανισμού, οι ολυμπιακοί αγώνες άρχισαν να παρακμάζουν ωστόσο ο Θεοδόσιος Α΄ έδωσε το τελειωτικό χτύπημα με την απαγόρευσή τους (339 μ.Χ.). Χρειάστηκε να περάσουν από τότε χίλια πεντακόσια περίπου χρόνια για να αναβιώσουν και πάλι. Η αναβίωση των σύγχρονων ολυμπιακών αγώνων οφείλεται στο Γάλλο Κοινωνιολόγο και μελετητή Πιέρ Ντε Κουμπερτέν. Αφορμή στάθηκαν οι εντυπωσιακές αρχαιολογικές ανακαλύψεις που έγιναν στην περιοχή της αρχαίας Ολυμπίας στα τέλη του 19^{ου} αιώνα, από μια ομάδα Γερμανών επιστημόνων, με επικεφαλής τον Έρυστ Κούρτιους.

Έπειτα από μια σειρά διαλέξεων, επαφών και ζυμώσεων, που έγιναν με πρωτοβουλία του Ντε Κουμπερτέν στις Ηνωμένες Πολιτείες, στην Αγγλία και στη

Γαλλία, πραγματοποιήθηκε με τη συμμετοχή αντιπροσωπειών από 15 χώρες διεθνές αθλητικό συνέδριο τον Ιούλιο του 1894, όπου ανέθεσε τον έλεγχο και την διοργάνωση των σύγχρονων ολυμπιακών αγώνων σε επιτροπή, η οποία ονομάστηκε Διεθνής Ολυμπιακή Επιτροπή (ΔΟΕ). Η Επιτροπή του 1894 συγκροτήθηκε από 14 άτομα, υπό την προεδρία του Δημητρίου Βικέλα και με γενικό γραμματέα τον Ντε Κουμπερτέν.

Η ΔΟΕ είναι οργανισμός που εκλέγει μόνος του τα μέλη του. Κάθε μέλος πρέπει να μιλά την αγγλική ή τη γαλλική γλώσσα και να είναι πολίτης χώρας που διαθέτει Εθνική Ολυμπιακή Επιτροπή. Σήμερα η ΔΟΕ έχει περίπου 70 μέλη και διοικείται από 11μελές διοικητικό συμβούλιο. Ο πρόεδρος εκλέγεται αρχικά για οκταετή θητεία, μετά τη λήξη της οποίας μπορεί να εκλεγεί απεριόριστες φορές για τετραετείς θητείες.

Κάθε χώρα που επιθυμεί τη συμμετοχή της στους ολυμπιακούς αγώνες πρέπει να διαθέτει Ολυμπιακή Επιτροπή, αναγνωρισμένη από την ΔΟΕ. Μετά το 1988 υπάρχουν συνολικά 167 τέτοιες επιτροπές.

Μια Εθνική Ολυμπιακή Επιτροπή αποτελείται από πέντε τουλάχιστον αθλητικές ομοσπονδίες, αναγνωρισμένες από τις αντίστοιχες διεθνείς ομοσπονδίες. Κύριος σκοπός κάθε Εθνικής Ολυμπιακής Επιτροπής είναι η διάδοση και η ανάπτυξη της ολυμπιακής κίνησης και του ερασιτεχνικού αθλητισμού.

Για κάθε ολυμπιακό αγώνισμα προβλέπεται η απονομή τριών μεταλλίων: στον πρώτο νικητή απονέμεται χρυσό μετάλλιο. Στον δεύτερο απονέμεται αργυρό και στον τρίτο, χάλκινο. Μετάλλια από συμπαγή χρυσό απονεμήθηκαν για τελευταία φορά το 1912. Για την τέταρτη, πέμπτη, έκτη, έβδομη και όγδοη θέση απονέμονται διπλώματα. Σε όλους τους αθλητές που πήραν μέρος στους αγώνες και σε όλους τους παράγοντες των αγώνων απονέμονται αναμνηστικά μετάλλια.



Μετατόπιση του βασιλιά P de Cobourgo από τον Παναγιώτη Γεωργίου Σολωμού, ως την επίσημη του προκήρυξη στην Αθήνα, 1 Αυγούστου 1832 της Σαξονίας. Ο Παναγιώτης Γ. Σ. αναδείχθηκε ο πρώτος την πρωτεύουσα και ορίστην αντιβασιλέως του το Αυστριακό Βασιλείο. (Μετά την εκδίωξη Παναγιώτη Γ. Σ. 1891 - 1892).



Ο Αυστριακός Βασιλιάς ορίστηκε αντιβασιλέως της Ελλάδας στο Λονδίνο της Σαξονίας. Η προκήρυξη του επίσημα καθιέρωσε την τον τίτλο της πρώτης σύμβασης Ολοκληρώθηκε στην Αθήνα (Αρχείο Γ. Μ.).



Η Αθήνα Ολοκληρώθηκε Επικύρωση του συστήματος στην Σαξονία της Σαξονίας Στ. - ορίστην καθιέρωσε στην Αυστριακό Βασιλείο στην τις προέδρου. Το συστατικό διατάσσεται το μέτρο H. Carlsbad

Η προκήρυξη P de Cobourgo (Αυστρία), J. Carlsbad (Βουλγαρία), J. Carlsbad (Πρωσία), J. De Bismarck (Πρωσία), J. Black (Σαξονία), J. Black (Αγγλία), Μοναχικό Αποστολή

Η ΔΟΕ απονέμει και δύο έπαθλα μη αγωνιστικά, το ολυμπιακό κύπελλο και το μετάλλιο Ολυμπιακής Αξίας. Το πρώτο ιδρύθηκε το 1906 από τον Βαρόνο Ντε Κουμπερτέν και απονέμεται σε οργανισμούς και ινστιτούτα για τη σημαντική συμβολή τους στη διάδοση της ολυμπιακής κίνησης. Το δεύτερο (χρυσό ή αργυρό) απονέμεται σε πρόσωπα που λάμπρυναν το ολυμπιακό ιδεώδες είτε με την εν γένει δραστηριότητάς τους είτε με τη συμμετοχή τους στους αγώνες.

Οι θερινοί ολυμπιακοί αγώνες τελούνταν κάθε τέσσερα χρόνια. Δεν υπάρχει όριο ηλικίας για τη συμμετοχή αθλητών, εκτός αν ορίζεται διαφορετικά για κάποιο συγκεκριμένο αγώνισμα από τη διεθνή ομοσπονδία του. Δεν ισχύουν επίσης φυλετικές, θρησκευτικές ή πολιτικές διακρίσεις. Οι αγώνες διεξάγονται μεταξύ των αθλητών, ως ατόμων, και όχι μεταξύ των χωρών τους. Από το 1922 τελούνται ξεχωριστοί χειμερινοί ολυμπιακοί αγώνες, οι οποίοι περιλαμβάνουν αγωνίσματα στο χιόνι και στον πάγο.

Οι ολυμπιακοί αγώνες τελούνται πανηγυρικά κάθε ολυμπιάδα ή περίοδο τεσσάρων διαδοχικών ετών. Η πρώτη ολυμπιάδα της σύγχρονης εποχής τελέστηκε με λαμπρότητα το 1896. Οι επόμενες ολυμπιάδες αριθμούνται διαδοχικά, έστω και αν δεν τελεστούν ολυμπιακοί αγώνες. (Όπως συνέβη το 1916, το 1940 και το 1944).



Η Ολυμπιακή Σημαία καθιερώθηκε ως επίσημο σύμβολο το 1914. Συμβολίζει την πανανθρώπινη ένωση με μέσο τους Ολυμπιακούς Αγώνες.



Η Ολυμπιακή Φλόγα άναψε για πρώτη φορά στην Ολυμπιάδα του Βερολίνου το 1936. Συνδέει τον ιερό χώρο της Ολυμπίας με την πόλη στην οποία τελούνται οι Ολυμπιακοί Αγώνες.

ΧΕΙΜΕΡΙΝΕΣ ΟΛΥΜΠΙΑΔΕΣ



Ο ΡΟΛΟΣ ΤΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ ΣΤΗΝ ΥΛΟΠΟΙΗΣΗ ΤΩΝ ΟΛΥΜΠΙΑΚΩΝ ΑΓΩΝΩΝ

Οι ολυμπιακοί αγώνες της σύγχρονης εποχής υπέστησαν σημαντικές αλλαγές τα τελευταία 30 χρόνια. Οι αγώνες γνώρισαν τρομερή ανάπτυξη, όχι μόνο όσον αφορά στους συμμετέχοντες και στους θεατές, αλλά και όσον αφορά τα έσοδα και τις δαπάνες. Όταν ο Pierre de Coubertin αναβίωσε τους ολυμπιακούς αγώνες το 1896, οραματίστηκε τους αγώνες ως μια ευκαιρία συνάθροισης των αθλημάτων όπου οι τελευταίοι θα αγωνίζονταν μόνο από αγάπη για τον αθλητισμό. Οι αξιώσεις που υπήρχαν από τις διοργανώτριες πόλεις ήταν να διοργανώνουν αγώνες για να δοξάζεται ο αθλητισμός και από τους αθλητές να αγωνίζονται επίσης για να δοξάζεται ο αθλητισμός. Δεν υπήρχε κανένα κέρδος και οι αθλητές αγωνίζονταν χωρίς αμοιβή. Οι τοπικές οργανωτικές επιτροπές χρηματοδοτούσαν τους αγώνες καταφεύγοντας συχνά σε είσπραξη κεφαλαίων από απλούς ανθρώπους και εθελοντές.

Με την πάροδο του χρόνου, αυξήθηκε τόσο το μέγεθος όσο και η δημοτικότητα των ολυμπιακών αγώνων. Το 1996, συμμετείχαν 10.744 αθλητές από 197 κράτη στους θερινούς ολυμπιακούς αγώνες σε σύγκριση με μόλις 31 αθλητές από 12 χώρες που αγωνίστηκαν στους αγώνες της Αθήνας το 1896. κατά συνέπεια, οι λειτουργικές δαπάνες που συνδέονται με την διεξαγωγή των αγώνων αυξήθηκαν δραματικά. Το κόστος της διεξαγωγής των χειμερινών αγώνων ήταν μόνο 30 δισεκατομμύρια δρχ. για τους αγώνες του 1964 στο Ινσμπρουκ της Αυστρίας, αλλά οι δαπάνες αυξήθηκαν σε περίπου 20 δισεκατομμύρια δρχ. για τους αγώνες του Σαμπόρο της Ιαπωνίας. Μέχρι το 1976, οι δαπάνες της διεξαγωγής των ολυμπιακών αγώνων αυξήθηκαν σταδιακά, επιβαρύνοντας τόσο τους διοργανωτές όσο και τις τοπικές αυτοδιοικήσεις. Τα υπερβολικά έξοδα των διοργανωτών των αγώνων του Μόντρεαλ για την κατασκευή νέων εγκαταστάσεων και τη βελτίωση της υποδομής της πόλης είχε σαν αποτέλεσμα τη δημιουργία ελλείμματος ύψους 360 δισεκατομμυρίων δραχμών.

Η ανάπτυξη των αγώνων έφερε και την αύξηση της επιρροής της τηλεόρασης. Οι θερινοί ολυμπιακοί αγώνες της Ρώμης του 1960 μεταδόθηκαν περιορισμένα στα περισσότερα σημεία του κόσμου. Οι διοργανωτές των ολυμπιακών αγώνων μπόρεσαν να αξιοποιήσουν τις ευκαιρίες της διαφήμισης και να χρησιμοποιήσουν εκτενώς τη ραδιοτηλεοπτική κάλυψη που είχε ως αποτέλεσμα την προσέλκυση εμπορικών χορηγών. Στηριζόμενοι στη δημοτικότητα αυτή, οι τοπικοί διοργανωτές ξεκίνησαν να

πωλούν τα τηλεοπτικά δικαιώματα και οι εταιρικοί χορηγοί να βοηθούν στη μείωση των λειτουργικών δαπανών.

Μη θέλοντας να επιβαρύνει τους φορολογούμενους με το χρέος που ταλαιπώρησε τους Αγώνες του Μόντρεαλ, η Οργανωτική Επιτροπή των ολυμπιακών αγώνων του Λος Άντζελες προτίμησε να γίνει ιδιωτική χρηματοδότηση των αγώνων του 1984. Ο Peter Veberoth, Πρόεδρος της Οργανωτικής Επιτροπής Ολυμπιακών Αγώνων του Λος Άντζελες εξηγεί: «Ο στόχος μας ήταν να διοργανώσουμε τους αγώνες χωρίς καμία επιβάρυνση στο φορολογούμενο. Αυτή ήταν η πρώτη προτεραιότητα, δηλαδή να έχουμε πλεόνασμα και όχι έλλειμμα». Οι αγώνες είχαν τόσο μεγάλη απήχηση ώστε οι διοργανωτές των ολυμπιακών αγώνων του Λος Άντζελες το 1984 εξασφάλισαν αρκετό εισόδημα μέσω των τηλεοπτικών δικαιωμάτων και των εταιρικών χορηγιών για να διοργανώσουν τους αγώνες χωρίς καμία επιβάρυνση στο φορολογούμενο. Οδήγησαν επιπλέον σε κέρδος ύψους 64,5 δισεκατομμυρίων δολαρίων. Η επιτυχία των αγώνων του 1984 παρακίνησε τον πρόεδρο της ΔΟΕ, Juan Antonio Samarach, να ενθαρρύνει τους μελλοντικούς διοργανωτές να βασίζονται λιγότερο στην υποστήριξη από την κυβέρνηση και περισσότερο στην οικονομική ανεξαρτησία.

Ο ρόλος της εμπορικής χορηγίας επισημοποιήθηκε όταν, το 1985 η Διεθνής Ολυμπιακή Επιτροπή καθιέρωσε το Ολυμπιακό Πρόγραμμα (The Olympic Program (TOP)). Το πρόγραμμα TOP επιτρέπει στις εταιρείες να αγοράζουν δικαιώματα για να συνεταιριστούν με τους ολυμπιακούς αγώνες για μια περίοδο τεσσάρων ετών. Οι εταιρείες μπορούν να αποκαλούνται «επίσημοι χορηγοί» για ορισμένες κατηγορίες προϊόντων. Η Coca-Cola παραδείγματος χάρι είναι το «επίσημο» αναψυκτικό των ολυμπιακών αγώνων. Για τους ολυμπιακούς αγώνες του Σίδνεϋ, οι εταιρείες κατέβαλαν ένα ποσό ύψους 15 δισεκατομμυρίων δολαρίων, για να συμμετάσχουν στο πρόγραμμα TOP.

Η τάση αυτή συνεχίστηκε καθώς οι διοργανωτές των αγώνων της Σεούλ 1988 και των αγώνων της Βαρκελώνης το 1992 χρησιμοποίησαν συνδυασμούς δημοσίων και ιδιωτικών φορέων για χρηματοδότηση των αγώνων τους. Το 1996, διοργανωτές των αγώνων της Ατλάντα επαίρονταν για τον βαθμό συμμετοχής άνευ προηγουμένου αθλητών και κρατών. Επίσης ήταν περήφανοι για το γεγονός ότι οι αγώνες αυτοί οργανώθηκαν εξολοκλήρου με ιδιωτική υποστήριξη. Οι αγώνες, πάντως υπέστησαν κριτική από ολόκληρο τον κόσμο για την εμπορευματοποίησή τους και την υπερβολική χρήση της χορηγίας. Ορισμένοι παρατηρητές πίστευαν ότι οι

διοργανωτές της Ατλάντα είχαν πουλήσει τόσα πολλά δικαιώματα με χορηγούς και άδειες εκμετάλλευσης που οι αγώνες μετατράπηκαν σε «ελεύθερο εμπόριο». Η επιρροή των εταιριών ήταν εμφανής παντού καθώς τα εμπορικά σήματα και τα σημεία λιανικής πώλησης της πόλης έκαναν την τελευταία να δείχνει γιγάντια αγορά εργασίας. Οι αρνητικές αντιδράσεις ήταν τόσο έντονες που η Διεθνής Ολυμπιακή Επιτροπή άλλαξε γνώμη και τώρα απαιτεί περισσότερη κυβερνητική συμμετοχή στους μελλοντικούς ολυμπιακούς αγώνες και λιγότερη εταιρική υποστήριξη.

Οι διοργανωτές των ολυμπιακών αγώνων του Σίδνεϋ, γνωρίζοντας την κριτική που έγινε στους ολυμπιακούς αγώνες της Ατλάντα το 1996, αποφασίζουν να οργανώσουν τους αγώνες με περισσότερη κρατική χρηματοδότηση και λιγότερο εμφανή εμπορευματοποίηση. Οι διοργανωτές των ολυμπιακών αγώνων του Σίδνεϋ προσέγγισαν πιο διακριτικά την εταιρική χορήγηση μειώνοντας τον αριθμό των υπαίθριων μηχανών πώλησης και υπαίθριων διαφημίσεων στις ολυμπιακές εγκαταστάσεις. Η διακριτική αυτή προσέγγιση επέτρεψε στους διοργανωτές να έχουν έσοδα χωρίς να προκαλούν αρνητική κριτική. Αντιθέτως, το 75% των καταναλωτών που ερωτήθηκαν, βρήκαν αποδεκτό το επίπεδο της εμπορευματοποίησης στους αγώνες και το 88% πίστευε ότι η χορηγία συνέβαλε θετικά στους ολυμπιακούς αγώνες.

Η προσέγγιση που χρησιμοποιήθηκε από τους διοργανωτές του Σίδνεϋ δόχθηκε μεν επαίνους από ολόκληρη τη διεθνή κοινότητα αλλά επίσης δεν επέτρεψε στους διοργανωτές να πραγματοποιήσουν τους εισοδηματικούς τους στόχους. Το αποτέλεσμα ήταν να επιβαρυνθεί η κυβέρνηση της Νέας Νότιας Ουαλίας με το ποσό των 390 δισεκατομμυρίων δραχμών. Δεν ήταν όλοι ευχαριστημένοι με αυτό το αποτέλεσμα. Οι οργανισμοί κοινοτικής πρόνοιας διαμαρτυρήθηκαν ανοικτά ότι η κυβέρνηση έχει καλύτερους τρόπους να ξοδεύει τα χρήματά της.

Οι εταιρείες ενδιαφέρονται για τους ολυμπιακούς αγώνες για πολλούς λόγους. Οι χορηγοί καταβάλλουν υπέρογκα χρηματικά ποσά για να κάνουν χρήση των ολυμπιακών σημάτων και συμβόλων προκειμένου να προωθήσουν και να πουλήσουν τα προϊόντα τους. Όταν χρησιμοποιούνται σε συνδυασμό με προϊόντα, τα ολυμπιακά σύμβολα, όπως οι κύκλοι, αναγνωρίζονται άμεσα και οδηγούν στην αύξηση των πωλήσεων. Υπάρχουν και άλλοι λόγοι για τους οποίους οι ολυμπιακοί αγώνες προσελκύουν εταιρικούς χορηγούς.

Πρώτον, οι ολυμπιακοί αγώνες παρέχουν απaráμιλλη προβολή. Οι θερινοί ολυμπιακοί αγώνες αποτελούν το αθλητικό γεγονός με την μεγαλύτερη απήχηση στον

κόσμο. Η Coca-Cola, παραδείγματος χάρι γίνεται χορηγός των ολυμπιακών αγώνων προκειμένου να διαφημιστεί το εμπορικό σήμα της σε καταναλωτές σε ολόκληρο τον κόσμο. Εκτιμάται ότι η χορηγία της Coca-Cola των χειμερινών αγώνων του Λιλχάμμερ αύξησε τις πωλήσεις της κατά 20%. Παρομοίως, ο στόχος της χορηγίας της IBM είναι να παρουσιάσει τα τεχνολογικά επιτεύγματά της σε παγκόσμια κλίμακα.

Δεύτερον οι εταιρείες επωφελούνται από τη συνεργασία τους με τους ολυμπιακούς αγώνες. Οι εταιρείες προσπαθούν να κερδίσουν περισσότερο σεβασμό μέσα από μια συνεργασία για ευγενή σκοπό όπως είναι οι ολυμπιακοί αγώνες. Ας αναφέρουμε το παράδειγμα της Visa, που έγινε ολυμπιακός χορηγός διότι ήθελε να θεωρείται το πρώτο σύστημα πληρωμών στον κόσμο και πίστευε ότι εάν συνεργαστεί με το πιο σπουδαίο αθλητικό γεγονός στον κόσμο θα επιτύχει το σκοπό της. Παρομοίως, η McDonald's έδειξε ιδιαίτερο ενδιαφέρον για τους ολυμπιακούς διότι πιστεύει ότι έχει και εκείνη παγκόσμια απήχηση, όπως και οι ολυμπιακοί.

Τρίτον, οι εταιρείες θεωρούν τους ολυμπιακούς αγώνες σαν μια τέλεια ευκαιρία για να παρέχουν φιλοξενία σε σημαντικούς πελάτες και υπαλλήλους. Οι εταιρείες θα καταβάλλουν μεγάλα χρηματικά ποσά για να τους ψυχαγωγήσουν παρέχοντάς τους την δυνατότητα πρόσβασης στο πιο σημαντικό αθλητικό γεγονός στον κόσμο. Αυτό είναι πολύτιμο για τις εταιρείες διότι γνωρίζουν ότι οι ολυμπιακοί παρέχουν μια μεγάλη ευκαιρία και το κατάλληλο περιβάλλον για να απευθυνθούν σε πελάτες κλειδιά. Όσον αφορά το μέγεθος της ολυμπιακής φιλοξενίας, οι χορηγοί έφεραν 1000-1500 καλεσμένους ο καθένας στους ολυμπιακούς αγώνες του Σίδνεϋ και ξόδεψαν κατά μέσο όρο 9 εκατομμύρια δραχμές ανά καλεσμένο.

Παρά τα οφέλη αυτά οι χορηγοί θα ήθελαν να είναι πιο εμφανής η επένδυσή τους. Πολλοί χορηγοί ασκούν πιέσεις στη ΔΟΕ προκειμένου να τους επιτρέψει να διαφημίσουν τα εμπορικά τους σήματα μέσα στις ολυμπιακές εγκαταστάσεις.

Όταν ένας χορηγός πραγματοποιεί μια σημαντική επένδυση στους ολυμπιακούς αγώνες προκειμένου να γίνει ολυμπιακός χορηγός, θέλει να σιγουρευτεί ότι το κοινό αναγνωρίζει την ιδιότητά του ως επίσημου χορηγού. Εάν το κοινό δεν αναγνωρίζει τους χορηγούς, τότε η χορηγία έχει μικρή αξία. Ένα από τα στοιχεία που καταστρέφει την αναγνώριση αυτή είναι το καταχρηστικό μάρκετινγκ. Το ολυμπιακό καταχρηστικό μάρκετινγκ προκύπτει όταν ένας οργανισμός που δεν συνδέεται με τους ολυμπιακούς αναλαμβάνει δραστηριότητες έτσι ώστε να πιστεύει ο κόσμος ότι είναι επίσημος χορηγός.

Ένα καλό παράδειγμα του ολυμπιακού καταχρηστικού μάρκετινγκ προέκυψε πριν και κατά τη διάρκεια των χειμερινών ολυμπιακών αγώνων του 1998 που διεξάχθηκαν στο Ναγκάνο της Ιαπωνίας. Η εταιρεία Nike, που δεν ήταν επίσημος χορηγός, ξεκίνησε μια διαφημιστική καμπάνια πριν από τους αγώνες με θέμα τους ολυμπιακούς αγώνες, η οποία προκάλεσε σημαντική σύγχυση στους τηλεθεατές. Σύμφωνα με μια έρευνα που έγινε, το 73% των ερωτηθέντων πίστευαν ότι η Nike ήταν επίσημος χορηγός. Η εταιρεία Reebok, επίσημος χορηγός των ολυμπιακών αγώνων, σκεφτόταν να αποσύρει τη χορηγία της λόγω των ενεργειών της Nike για να μειώσει την επιρροή της.

Οι αθλητές επωφελούνται από την εμπορευματοποίηση κατά την διάρκεια και μετά τη διεξαγωγή των ολυμπιακών αγώνων. Η εμπορευματοποίηση όσον αφορά την εταιρική χορηγία και την ραδιοτηλεοπτική κάλυψη παρέχει πολλά πλεονεκτήματα στους συμμετέχοντες και στις αθλητικές ομοσπονδίες τους.

Η εταιρική υποστήριξη βοηθά στην παροχή καλύτερων εγκαταστάσεων, εξοπλισμού και ανέσεων σε αθλητές κατά την διάρκεια των αγώνων. Οι περισσότεροι αθλητές θεωρούν ότι οι ολυμπιακοί αγώνες είναι η κορυφαία διεξαγωγή για τα αντίστοιχα αθλήματα τους και για το λόγο αυτό περιμένουν τις καλύτερες αθλητικές εγκαταστάσεις. Όπως φάνηκε στους ολυμπιακούς αγώνες του Σίδνεϋ οι εταιρείες και οι προμηθευτές εξοπλισμού έπαιξαν σημαντικό ρόλο στην παροχή του πιο τεχνολογικά προηγμένου εξοπλισμού στους αθλητές.

Οι εταιρείες αποδέχτηκαν την ιδέα να χρησιμοποιήσουν τους ολυμπιακούς αθλητές προκειμένου να υποστηρίξουν τα προϊόντα τους. Η προβολή που παρέχουν οι ολυμπιακοί αγώνες στους αθλητές ρίχνει τα φώτα επάνω τους και τους χαρίζει αναγνώριση από το κοινό. Η προβολή αυτή κάνει τους αθλητές «εμπορεύσιμα» είδη και τους δίνει τη δυνατότητα να προσελκύουν συμβάσεις υποστήριξης μεγάλων προϊόντων. Οι κορυφαίοι αθλητές του στίβου μπορούν να κερδίσουν πάνω από 300 εκατομμύρια δραχμές από την υποστήριξη των προϊόντων και τις αμοιβές για τις εμφανίσεις τους. Οι αθλητές προσελκύουν ιδιαίτερα τις εταιρίες διότι η απήχησή τους συνεχίζει και μετά το πέρας των αγώνων.

Η κύρια κριτική που υπέστη η εμπορευματοποίηση στους ολυμπιακούς αγώνες είναι ότι οι διοργανωτές ξέχασαν τις πρώτες αρχές του ολυμπισμού και ενέδωσαν τα συμφέροντα των εταιρειών. Οι παρατηρητές θεωρούν ότι οι εταιρικές επιρροές κλονίζουν τις αρχές που θεσπίστηκαν από τον De Coubertin. Η εμπορευματοποίηση των αγώνων για την πώληση προϊόντων αντικατοπτρίζει την έλλειψη

αθωότητας ή αγνότητας. Συγκεκριμένα πολλοί πιστεύουν ότι οι εταιρείες εκμεταλλεύονται τους ολυμπιακούς αγώνες προς όφελός τους. Οι εταιρείες συμβάλλουν στον ολυμπιακό σκοπό όχι για αλτρουιστικούς λόγους, αλλά για να ενισχύσουν τη δημόσια εικόνα τους συνδυάζοντάς την με τις θετικές εικόνες που δημιουργούν οι ολυμπιακοί αγώνες. Αυτό ενοχλεί εκείνους που πιστεύουν ότι οι εταιρείες θα πρέπει να υποστηρίξουν τους ολυμπιακούς χάριν της προβολής του αθλητισμού, παρά για την προβολή των δικών τους εμπορικών συμφερόντων. «Πως μπορούν όλοι αυτοί οι οργανισμοί να βγάζουν χρήματα από τους αγώνες όταν το ηθικό υπόβαθρο των αγώνων αφορά άλλους σκοπούς και όχι κερδοσκοπία».

Οι παρατηρητές ανησυχούν ότι η εμπορευματοποίηση και ο επαγγελματισμός μπορεί κάποτε να στρέψουν τους οπαδούς ενάντια στους ολυμπιακούς και στο ολυμπιακό κίνημα. Αναρωπιούνται αν έρθει κάποτε μια στιγμή που οι υποστηρικτές των ολυμπιακών αγώνων θα σταματήσουν να τους παρακολουθούν γιατί θα τους θεωρούν πολύ εμπορευματοποιημένους. Αυτή αποτελεί μια εύλογη ανησυχία δεδομένου ότι πολλοί θεατές ελκύονταν αρχικά από τους αγώνες γιατί αντιπροσώπευαν τον αγνό αθλητισμό ο οποίος αλλοτριώθηκε από την εμπορευματοποίηση και τον επαγγελματισμό. Εάν οι οπαδοί σταματήσουν να παρακολουθούν, τότε με τη σειρά τους οι εταιρικοί χορηγοί θα διοχετεύσουν αλλού τους πόρους τους.

Συμπεραίνουμε ότι οι ολυμπιακοί αγώνες αναπτύχθηκαν και εξελίχθηκαν σε κορυφαίο διεθνές γεγονός. Καθώς αυξάνονταν οι δαπάνες που σχετίζονται με τους αγώνες, αυξανόταν με τη σειρά της και η ανάγκη για εναλλακτικές πηγές χρηματοδότησης. Οι εταιρικές χορηγίες και τα τηλεοπτικά δικαιώματα συνέβαλαν στην κάλυψη των δαπανών της διεξαγωγής των αγώνων. Καθώς οι αγώνες συνεχίζουν να ακμάζουν θα είναι σημαντικό για το ολυμπιακό κίνημα να εξισορροπήσει την κατάσταση για να επιτευχθεί το σωστό επίπεδο εμπορευματοποίησης.

ΑΘΗΝΑ 2004: ΤΟ ΙΣΤΟΡΙΚΟ ΤΗΣ ΑΝΑΛΗΨΗΣ ΤΩΝ ΟΛΥΜΠΙΑΚΩΝ ΑΓΩΝΩΝ

Η ιστορία της διεκδίκησης των ολυμπιακών αγώνων του 2004 ξεκίνησε όταν στις αρχές του 1995 ο τότε Υφυπουργός Αθλητισμού, στην προσπάθειά του να φέρει τους ολυμπιακούς αγώνες στην Αθήνα, μετά την αποτυχία της Ατλάντα, εισηγήθηκε στη διεθνή Ολυμπιακή Επιτροπή (ΔΟΕ) πρόταση απόφασης της ολομέλειάς της για απευθείας ανάθεση των ολυμπιακών αγώνων του 2008 στην Αθήνα. Για το σκοπό μάλιστα αυτό είχε εκδώσει και σχετικό έντυπο βασισμένο στο Φάκελο Υποψηφιότητας των αγώνων 1996, τον οποίο είχε καταθέσει ανεπίσημα στο γραφείο του προέδρου της ΔΟΕ Χουάν Αντόνιο Σάμαρανκ.

Το φθινόπωρο του 1995, με πρωτοβουλία της τότε ελληνικής ολυμπιακής επιτροπής, επειδή η αναζήτηση φόρμουλας για απ' ευθείας ανάθεση παρουσίαζε νομικές δυσκολίες, τέθηκε προς συζήτηση ως εναλλακτική λύση η περίπτωση διεκδίκησης της ανάληψης των ολυμπιακών αγώνων του 2004, συζήτηση η οποία και έγινε στο Δήμο Αθηναίων με την παρουσία εκπροσώπων όλων των πολιτικών κομμάτων αλλά και αθλητικών φορέων.

Παρά τις επιφυλάξεις που διατυπώθηκαν από διάφορους φορείς, αναφορικά με την ετοιμότητα της χώρας μας να αναλάβει ένας τέτοιας εμβέλειας εγχείρημα, ζητήθηκε από την Ελληνική Ολυμπιακή Επιτροπή να μελετήσει και να υποβάλλει σχετική πρόταση προς τον Υφυπουργό Πολιτισμού.

Μόλις στην τελευταία συνεδρίαση του Δεκεμβρίου του 1995 της Ολομέλειας της Ελληνικής Ολυμπιακής Επιτροπής, αποφασίστηκε η Αθήνα να προχωρήσει στη διεκδίκηση των ολυμπιακών αγώνων του 2004, πρόταση με την οποία συμφώνησε τηλεφωνικά και ο Δήμαρχος Αθηναίων, ο οποίος είχε ήδη πάρει την έγκριση του Δημοτικού Συμβουλίου. Η απόφαση αυτή λήφθηκε μετά τη λήξη της Γενικής Συνέλευσης της Ένωσης των Ολυμπιακών Επιτροπών της Ευρώπης, που είχε γίνει το Νοέμβριου του ίδιου έτους στην Αθήνα και ελάχιστες ημέρες πριν από τη λήξη της προθεσμίας υποβολής της επίσημης υποψηφιότητας στη ΔΟΕ.

Είναι διεθνώς αποδεκτό ότι για να θεωρηθεί μια πόλη ικανή για τη διεκδίκηση ολυμπιακών αγώνων θα έπρεπε να διαθέτει:

- Έναν αρχηγό με ακτινοβολία.
- Ένα μικρό και αποτελεσματικό επιτελείο.
- Θετική κοινή γνώμη.

- Πολιτική συναίνεση.
- Επαγγελματική νοοτροπία.
- Δυνατότητα προσέλκυσης έμπειρων στελεχών.
- Ευρηματικότητα στη διεκδίκηση.
- Μηνύματα με πρωτότυπο περιεχόμενο και
- Καλή υποδομή σε αθλητικά έργα.

Ωστόσο θα πρέπει να ληφθεί υπόψη η θέση της υποψήφιας πόλης στο διεθνές αθλητικό ορίζοντα καθώς και ίσως το σημαντικότερο από όλα, η επιρροή που έχει η πόλη αυτή στις διαθέσεις εκείνων που τελικά ψηφίζουν για την ανάθεση των ολυμπιακών αγώνων.

Οι συνθήκες που επικρατούσαν στην Ελλάδα ήταν αναμφίβολα οι καλύτερες που θα μπορούσαν να υπάρχουν ώστε η διεκδίκηση να έχει ένα σοβαρό υπόβαθρο.

A. Η κοινή γνώμη ήταν ιδιαίτερα θετική στην πιθανότητα ανάληψης των ολυμπιακών αγώνων με ποσοστό πάνω από 90%.

B. Η τότε κυβέρνηση έδειχνε ιδιαίτερα πρόθυμη να βοηθήσει μια τέτοια προσπάθεια. Ανάλογη διάθεση είχαν εκδηλώσει και όλα τα κόμματα της αντιπολίτευσης, παρά το γεγονός ότι κάποια από αυτά θέλησαν, με την ευκαιρία της θετικής τους τοποθέτησης, να διατηρήσουν κάποιες επιφυλάξεις σε σχέση με την έκταση των ωφελημάτων από την ανάληψη των αγώνων. Η γενική εικόνα ήταν της απόλυτης ομοφωνίας στην υπόθεση της ανάληψης των ολυμπιακών αγώνων του 2004.

Γ. Οι αθλητικές ομοσπονδίες, στο σύνολό τους, ευνοούσαν ένα τέτοιο γεγονός αφού θα τους έδινε τη δυνατότητα να σχεδιάσουν ένα μακρόπνοο αθλητικό πρόγραμμα με την ανάλογη οικονομική υποστήριξη του κράτους.

Δ. Το γεγονός ότι η αθλητική υποδομή της χώρας και ιδιαίτερα των Αθηνών και των γύρω Δήμων, από πλευράς εγκαταστάσεων, ήταν έτοιμη σε βαθμό 72%, συνηγορούσε υπέρ μιας επιτυχούς πορείας της διεκδίκησης.

Παράλληλα, οι διεθνείς συγκυρίες ήταν ιδιαίτερα ευνοϊκές για την ανάληψη του εγχειρήματος αφού:

α) Εκτός από τη Ρώμη οι υπόλοιπες υποψήφιες πόλεις διατηρούσαν μικρές ελπίδες προτίμησής τους. Η Ρώμη αποτελούσε σημαντικό αντίπαλο όχι μόνο για τη μεγάλη αθλητική εμπειρία των στελεχών της, αλλά και για τις σχέσεις των επικεφαλής των αθλητικών της φορέων με την ολυμπιακή οικογένεια. Οι φάκελοι

των Κέιπ Τάουν, Στοκχόλμη και Μπουένος Άιρες, που πρόβαλαν από την αρχή ως αριότεροι μεταξύ άλλων υποψηφίων πόλεων, δεν είχαν το κατάλληλο «βάρος» για να έρθουν αποτελεσματικά αντιμέτωπες με τη Ρώμη.

β) Η προδιάθεση του προέδρου της ΔΟΕ κ. Σαμαράνκ υπήρξε θετική για την Αθήνα.

γ) Επιπλέον, η αποτυχία των ολυμπιακών αγώνων της Ατλάντα δημιούργησε θετική προδιάθεση σε όσους είχαν απορρίψει την αίτηση διεκδίκησης των αγώνων του 1996, από την Αθήνα.

Ένα από τα σημαντικότερα κεφάλαια μιας πετυχημένης διεκδίκησης είναι και η σωστή επιλογή του επικεφαλής του φορέα της υποψηφιότητας. Τα χαρακτηριστικά γνωρίσματα ενός τέτοιου επικεφαλής πρέπει να είναι:

- Προσωπικότητα
- Δυναμική παρουσία με εξαιρετικές διοικητικές ικανότητες
- Πρόσωπο άφθαρτο
- Πρόσωπο με δυνατότητες διεθνών επαφών
- Πρόσωπο χωρίς κομματικές ή οικονομικές δεσμεύσεις
- Πρόσωπο γενικότερης εποδοχής

Η Ελληνική κυβέρνηση επέλεξε για τη θέση αυτή την κυρία Γιάννα Αγγελοπούλου Δασκαλάκη, η οποία διαθέτει επιπλέον ένα καταλυτικό πλεονέκτημα: ήταν γυναίκα. Ποτέ άλλοτε σε διεκδίκηση ολυμπιακών αγώνων δεν είχε εμφανισθεί γυναίκα επικεφαλής υποψηφιότητας και το γεγονός αυτό υπήρξε ιδιαίτερα θετικό στην υπόθεση του «Αθήνα 2004». Το αποτέλεσμα δικαίωσε πλήρως την επιλογή.

Ένα άλλο σημαντικό πλεονέκτημα της υποψηφιότητάς μας, υπήρξε η επιλογή των στενών συνεργατών της προέδρου που αποτελούσαν ένα ολιγομελές, ευέλικτο επιτελείο, προσωπικής της επιλογής, με επαγγελματική νοοτροπία, πολύχρονη εμπειρία στα αθλητικά θέματα και αφοσίωση στο έργο του.

Αναφορικά με τη στρατηγική προσέγγισης σημειώνουμε:

Α. Το σύνθημα «πρέπει» ή «είναι δικαίωμα της Αθήνας», που είχε επίμονα διατυπωθεί στη διεκδίκηση του 1996, δεν περιλαμβανόταν στο λεξιλόγιο της διεκδίκησης του 2004 και παράλληλα καμιά αναφορά περί «ιστορικής δέσμευσης» ή «ιστορικής κληρονομιάς» έγινε.

Β. Σε αντίθεση με το 1996 καμιά πολιτική παρέμβαση δεν εμπόδισε το έργο της επιτροπής διεκδίκησης, ούτε επιδιώχθηκε κατά τη διάρκεια της 20μηνιας διεκδίκησης προβολή κυβερνητικών ή αντιπολιτευτικών θέσεων.

Γ. Η αμφιβολία ως προς την ικανότητά μας να υλοποιήσουμε τις μακέτες που εμφανίζονταν στη διεκδίκηση του 1996, αντικαταστάθηκε με βεβαιότητα, αφού όλες οι νέες αθλητικές εγκαταστάσεις ήταν σύγχρονες, τεχνικά άριτες και τοποθετημένες χωροταξικά στο σωστό σημείο.

Δ. Η ερασιτεχνική, παρά τον ενθουσιασμό, προσέλκυση των μελών της Διεθνούς Ολυμπιακής Επιτροπής κατά τη διεκδίκηση του 1996, αντικαταστάθηκε από επαγγελματικό σχεδιασμό και εκτέλεση.

Η υποψηφιότητα της Αθήνας θα έπρεπε να παρουσιάσει και ένα καινούριο πρόσωπο, που δεν θα στηριζόταν στο ιστορικό παρελθόν, γνωστό ήδη σε όλους, αλλά αντίθετα, σε μια καινούρια πρόταση που στρατηγικά στηρίχθηκε σε τρεις φράσεις:

- Η Αθήνα θέλει
- Η Αθήνα μπορεί
- Η Αθήνα έχει μοναδικότητα στην πρότασή της

Με θετικό το 96% της κοινής γνώμης όλες τις πολιτικές παρατάξεις, του Αθλητικούς Φορείς και το Δήμο, η Αθήνα έδειχνε ότι πράγματι θέλει τους αγώνες.

Με το 72% των αθλητικών χώρων έτοιμων, τη βασική και την ολυμπιακή υποδομή σε εξέλιξη, την εμπειρία από οργάνωση αθλητικών οργανώσεων δεδομένη και την κυβέρνηση έτοιμη να αναλάβει οποιοδήποτε κόστος, η Αθήνα έδειχνε ότι μπορούσε.

Τέλος, η Αθήνα ήταν η μόνη από τις υποψήφιες πόλεις που είχε σαφή και ολοκληρωμένη πρόταση για την πολιτιστική ολυμπιάδα, τον επαναπροσδιορισμό των ολυμπιακών ιδεωδών και Αξιών και την αυθεντική πορεία του μαραθώνιου δρόμου.

Όλα τα παραπάνω στοιχεία προβλήθηκαν συστηματικά και με συνέπεια και ιδιαίτερα, με σεβασμό προς αντίπαλες πόλεις.

Τα μηνύματά μας απευθύνονται:

- Στα μέλη της ΔΟΕ
- Στις Εθνικές Ολυμπιακές Επιτροπές
- Στις Διεθνείς Ομοσπονδίες

Με προεξέχον το προσωπικό ενδιαφέρον του προέδρου για οτιδήποτε είχε σχέση με τη διαμονή και διακίνησή τους, όλες οι προσεγγίσεις από τα στελέχη της

διεκδίκησης προς τα μέλη της ΔΟΕ έγιναν με επαγγελματική νοοτροπία και σεβασμό στην προσωπικότητά τους και το Ολυμπιακό Πρωτόκολλο.

Σε ένα μεγάλο αριθμό Εθνικών Ολυμπιακών Επιτροπών, παρά το γεγονός ότι οι εκπρόσωποί τους δεν ψηφίζουν για την επιλογή της πόλης που θα φιλοξενούσε τους αγώνες του 2004, έγινε επιτόπια ανάλυση του φακέλου της υποψηφιότητας, δείχνοντας έτσι ότι βασικό μέλημα ήταν η πληροφόρηση του συνόλου της Ολυμπιακής Οικογένειας και όχι μόνο εκείνων που τελικά ψηφίζουν. Η ενέργεια αυτή χαρακτηρίστηκε ως πρωτότυπη και συζητήθηκε ευρύτατα και θετικά μεταξύ των προέδρων των εθνικών ολυμπιακών επιτροπών.

Η επαφή της Επιτροπής Διεκδίκησης με τις διεθνείς ομοσπονδίες υπήρξε συνεχής, σε όλη τη διάρκεια της Διεκδίκησης, εξαντλητική από πλευράς ανάπτυξης και συζήτησης των θέσεων του φακέλου και με πνεύμα εμπιστοσύνης για την τήρηση των όσων είχαν προσυμφωνηθεί.

Η πρόταση της Αθήνας άγγιξε το συναίσθημα των μελών της Διεθνούς Ολυμπιακής Επιτροπής. Επαναδιατυπώνοντας τα ολυμπιακά ιδεώδη στη σύγχρονη εποχή, φάνηκε η διαφορετικότητα της πρότασης της Αθήνας έναντι των άλλων πόλεων.

- Ο φάκελος της υποψηφιότητας απάντησε στα πιο κρίσιμα ερωτήματά τους και έπεισε ότι η Αθήνα είναι έτοιμη να δεχθεί τους αγώνες.
- Η αμέριστη πολιτική συμπαράσταση σε συνδυασμό με την διάθεση της συντριπτικής πλειοψηφίας του Ελληνικού λαού, έπεισε τα μέλη της ΔΟΕ ότι το έδαφος στη χώρα μας είναι πρόσφορο για το μεγαλύτερο αθλητικό και πολιτιστικό γεγονός.
- Ο επαγγελματισμός που χαρακτήριζε όλες τις κινήσεις των στελεχών της διεκδίκησης κατέδειξε ότι τα περί επιτολαιότητας που διακρίνει τη φυλή μας είναι μύθος.
- Η άρτια υποδοχή και διακίνηση όλων των μελών της ΔΟΕ στην Αθήνα απέδειξε ότι η κυκλοφοριακή συμφόρηση και η έλλειψη προγραμματισμού των Ελλήνων ήταν επίσης δημοσιογραφικές υπερβολές.
- Τέλος, η αφοσίωση και η αποτελεσματικότητα της προέδρου στο έργο που έχει αναλάβει, έπεισε ότι η υπόθεση του 2004 βρισκόταν σε καλά χέρια.

Έτσι η προσπάθεια για την ανάληψη των ολυμπιακών αγώνων του 2004, θα τελειώσει με τη φράση του Χουάν Αντόνιο Σάμαρανη στη Λοζάννη στις 7

Σεπτεμβρίου 1997: «Η πόλη που θα έχει την τιμή και την ευθύνη να φιλοξενήσει τους ολυμπιακούς αγώνες 2004 είναι η Αθήνα».





Η Αθήνα θα φιλοξενήσει από τις 17 έως 28 Σεπτεμβρίου 2004 τους 12^{ους} παραολυμπιακούς αγώνες.

Η λέξη παραολυμπιακοί προέρχεται από την πρόθεση «παρά» που σημαίνει κοντά και ολυμπιακοί. Για τους παραολυμπιακούς αγώνες υιοθετήθηκε το σύνθημα «Νους-Σώμα-Πνεύμα».

Η ιστορία τους ξεκινάει όταν ο δόκτωρ Λούντβιχ Κούτμαν, νευρολόγος στην ειδικότητα, που είχε ένα κέντρο για άτομα με ειδικές ανάγκες στο Στόουκ Μέντβιλ της Βρετανίας οργάνωσε τους πρώτους αγώνες το Φεβρουάριο του 1944.

Μετά τους παραολυμπιακούς αγώνες του 1954 η διοργάνωση αυτή απέκτησε φοβερή εμβέλεια λόγω της συμμετοχής ομάδων διαφορετικών χωρών. Καθώς περνούσαν τα χρόνια η ιδέα της πραγματοποίησης των παραολυμπιακών αγώνων άρχισε να ωριμάζει. Το 1960 έγιναν οι πρώτοι παραολυμπιακοί αγώνες στη Ρώμη. Σ' αυτούς τους αγώνες συμμετείχαν και αθλητές από 28 χώρες. Από το 1960 και μετά αυτοί οι αγώνες γίνονται στις ίδιες εγκαταστάσεις, που γίνονται και οι ολυμπιακοί αγώνες και οι συμμετέχοντες διαρκώς αυξάνονται. Ενώ στους αγώνες του 1960 συμμετείχαν μόνο άτομα με αμαξίδια, σήμερα συμμετέχουν και άτομα με ακρωτηριασμούς, με εγκεφαλική παράλυση, τύφλωση και με νοητική υστέρηση.

Το σήμα των παραολυμπιακών αγώνων του 2004 είναι το προφίλ ενός αθλητή ή μιας αθλήτριας. Η φιγούρα στρέφεται προς τα μπρος και συμβολίζει την αισιοδοξία για το μέλλον. Δείχνει τη δύναμη του ανθρώπου και την αποφασιστικότητά του για επιτυχίες.

Συνολικά το σήμα μας θυμίζει τον ήλιο και τη φλόγα που υπάρχει στον κάθε αθλητή και αθλήτρια και τους δίνει την δύναμη να προσπαθούν. Επίσης ο ήλιος αφορά την Ελλάδα, τη χώρα που θα γίνουν οι παραολυμπιακοί αγώνες του 2004.

Τελειώνοντας θα πρέπει να πούμε ότι οι παραολυμπιακοί αγώνες αποτελούν την κορυφαία οργάνωση για αθλητές με ειδικές ανάγκες, η δεύτερη μεγαλύτερη διοργάνωση μετά τους ολυμπιακούς αγώνες.



4. ΟΙ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΕΣ ΤΗΣ ΟΡΓΑΝΩΤΙΚΗΣ ΕΠΙΤΡΟΠΗΣ ΤΩΝ ΟΛΥΜΠΙΑΚΩΝ ΑΓΩΝΩΝ – ΑΘΗΝΑ 2004

4.1. ΔΙΕΥΘΥΝΣΗ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ

Η Διεύθυνση Επικοινωνίας, Τύπου και ΜΜΕ, κατανοώντας πλήρως τον θεμελιώδη ρόλο και την καταλυτική επιρροή των Μέσων Μαζικής Ενημέρωσης στη διαμόρφωση της κοινής γνώμης προσπαθεί ν' ανταποκριθεί στις απαιτήσεις και στην ανάγκη συνεχούς πληροφόρησης όλων των διαπιστευμένων δημοσιογράφων.

Εν ολίγοις:

- η ενδυνάμωση και σύσφιξη των σχέσεων με τους εγχώριους και διεθνείς εκπροσώπους Τύπου,
- η εδραίωση κλίματος εμπιστοσύνης και
- η σωστή προβολή των δραστηριοτήτων και των προετοιμασιών της «Αθήνα 2004»,

είναι οι πραγματικοί στόχοι της επικοινωνιακής πολιτικής της εταιρείας, γιατί οι ολυμπιακοί αγώνες συνδέονται με τη διεθνή προβολή, ανάπτυξη, αναβάθμιση και καταξίωση της χώρας.

Όσον αφορά τα Ελληνικά Μέσα, εφαρμόζει τις δραστηριότητες εκείνες που θα συσφίξουν και θα ενδυναμώσουν τις σχέσεις μεταξύ των μελών του Διοικητικού Συμβουλίου της Αθήνα 2004 και των εκδοτών, διευθυντών και εκπροσώπων του ηλεκτρονικού και έντυπου Τύπου. Αυτές οι δραστηριότητες περιλαμβάνουν τη συχνή διοργάνωση των τηλεοπτικών, ραδιοφωνικών και έντυπων συνεντεύξεων με την πρόεδρο και τα μέλη του Διοικητικού Συμβουλίου της Αθήνα 2004.

Η Διεύθυνση Επικοινωνίας προετοιμάζει επίσης τη διοργάνωση ειδικών εκπαιδευτικών σεμιναρίων και παρουσιάσεων για όλους τους διαπιστευμένους συντάκτες που καλύπτουν το ολυμπιακό ρεπορτάζ, ώστε να ενδυναμώσει το ενδιαφέρον τους αλλά και να ανανεώσει τις γνώσεις τους στα ολυμπιακά θέματα.

Στο πλαίσιο της επικοινωνιακής στρατηγικής, εκπρόσωποι της Αθήνα 2004 θα παραβρίσκονται σε κάθε μεγάλο διεθνές αθλητικό γεγονός ενώ επίσης θα αποστέλλονται σε μεγάλες πόλεις της ελληνικής περιφέρειας, προκειμένου να διαδώσουν και να ενισχύσουν την ελληνική παρουσία και το ολυμπιακό ιδεώδες.

Η Διεύθυνση Επικοινωνίας έχει δημιουργήσει επίσης μια διαρκώς εξελισσόμενη βάση δεδομένων, προκειμένου να διευκολύνει την τακτική επαφή και ενημέρωση των δημοσιογράφων.

Αξίζει να αναφερθούμε στη δημιουργία και συνεχή ανανέωση με καινούρια στοιχεία ειδικών Multimedia Press Kit, με πλούσιο έντυπο και φωτογραφικό ενημερωτικό υλικό, το οποίο διανέμεται σε τακτά χρονικά διαστήματα στους εκπροσώπους του Τύπου.

Επίσης εκδίδει το τρίγλωσσο ενημερωτικό «ATHENS 2004 NEWSLETTER» κάθε τρεις μήνες το διανέμει προς όλους τους ενδιαφερόμενους φορείς (Πρέσβεις, Εθνικές Ολυμπιακές Επιτροπές κ.α.) και στα ΜΜΕ και θα συνεχίσει έως και τους Αγώνες του 2004. Ανάμεσα στις άλλες δράσεις και πρωτοβουλίες της Διεύθυνσης Επικοινωνίας, περιλαμβάνεται και η συνεργασία με το Υπουργείο Εξωτερικών, Πολιτισμού, Τύπου αλλά και με τις Πρεσβείες του εξωτερικού στην Ελλάδα, βάσει ειδικών μνημονίων για την προώθηση προγραμμάτων φιλοξενίας ομάδων ξένων δημοσιογράφων.

Η επικοινωνιακή στρατηγική της Αθήνα 2004, δίνει ιδιαίτερο βάρος στα Διεθνή Μέσα Ενημέρωσης. Εκτός λοιπόν από τις προαναφερθείσες δράσεις, η Διεύθυνση Επικοινωνίας ενισχύει την επικοινωνία και την επαφή της με τους διεθνείς εκπροσώπους Τύπου, με τη δημιουργία και λειτουργία του International Media Desk.

Κύριος στόχος, είναι η παροχή πληροφοριών και συνεχής ενημέρωση σχετικά με την πορεία της διοργάνωσης των ολυμπιακών αγώνων και τις δραστηριότητες της Αθήνα 2004, τόσο με προσωπική επαφή όσο και μέσω της ειδικής ιστοσελίδας στο δίκτυο. Το International Media Desk έχει δημιουργήσει εκτενή και ολοένα αυξανόμενη βάση δεδομένων ξένων δημοσιογράφων που ανέρχεται σε 1000 ονόματα έως σήμερα. Επίσης είναι υπεύθυνο για την αποστολή press advisories καθώς και των μεταφρασμένων δελτίων Τύπου, προς όλους τους δημοσιογράφους της βάσης δεδομένων.

Επιπλέον, διοργανώνει ειδικές περιηγήσεις για τους ξένους εκπροσώπους Τύπου που επιθυμούν να επισκεφθούν τις ολυμπιακές εγκαταστάσεις και να δουν από κοντά την πορεία των προετοιμασιών και κανονίζει συναντήσεις με αντιπροσώπους της Αθήνα 2004 και διανέμει ενημερωτικά press kit σε αγγλικά και γαλλικά.

Τέλος το Διεθνές Media Desk βρίσκεται σε διαρκή συνεργασία με πρακτορεία ειδήσεων των βαλκανικών χωρών προκειμένου να παρέχει γρήγορη και άμεση πληροφόρηση στις γειτονικές χώρες.

4.2. ΔΙΕΥΘΥΝΣΗ ΥΠΗΡΕΣΙΩΝ ΤΥΠΟΥ

Η Διεύθυνση Υπηρεσιών Τύπου Αγώνων συστάθηκε τον Σεπτέμβριο του 2000 και η λειτουργία της είναι εντελώς ανεξάρτητη από αυτή της Διεύθυνσης Επικοινωνίας, Τύπου και ΜΜΕ, διατηρώντας σχέσεις αρμονικής συνεργασίας με αυτήν. Ωστόσο το πεδίο δράσης της Διεύθυνσης Υπηρεσιών Τύπου Αγώνων διαφοροποιείται αισθητά από εκείνο της Διεύθυνσης Επικοινωνίας, Τύπου και ΜΜΕ, καθώς καλύπτει ολόκληρο το φάσμα των απαραίτητων υπηρεσιών και των υποδομών που πρέπει να εξασφαλισθούν από την Οργανωτική Επιτροπή, έτσι ώστε οι δημοσιογράφοι του γραπτού Τύπου και οι φωτογράφοι να επιτελέσουν το έργο τους απρόσκοπτα, κατά τη διάρκεια των αγώνων, υπό ιδανικές συνθήκες εργασίας, διαμονής και μετακίνησης.

Για το λόγο αυτό δημιουργήθηκαν στο εσωτερικό της Διεύθυνσης Υπηρεσιών Τύπου Αγώνων πέντε Διευθύνσεις Τομέα, στους οποίους κατανεμήθηκαν για ουσιαστικούς και πρακτικούς λόγους οι κύριες δραστηριότητες της Διεύθυνσης. Αναλυτικά πρόκειται για τις εξής Διευθύνσεις Τομέων:

1. Διεύθυνση βασικού κέντρου τύπου. Στόχος του τομέα είναι να καταρτίσει και να εφαρμόσει στρατηγικές και πολιτικές που θα συμβάλλουν στην όσο το δυνατόν υψηλότερου επιπέδου παροχή υπηρεσιών προς τους εκπροσώπους του γραπτού Τύπου, τόσο σε ό,τι αφορά στην εργασία τους όσο και σε ό,τι αφορά στη διαβίωσή τους εντός του βασικού Κέντρου Τύπου (τεχνολογική υποστήριξη, πρόσβαση σε ηλεκτρονικές και έντυπες πηγές πληροφόρησης, παροχή εξοπλισμού και επίπλωσης, λειτουργία εστιατορίων, καταστημάτων ειδών πρώτης ανάγκης και χώρων αναψυχής κ.α.).

2. Διεύθυνση φωτογραφικών υπηρεσιών. Συνεργάζεται με τα διεθνή φωτοειδησεογραφικά πρακτορεία και με άλλους φορείς για να οργανώσει λειτουργικά και αποτελεσματικά το χώρο του βασικού φωτογραφικού εργαστηρίου (MPL) τόσο για τους χρήστες της ψηφιακής τεχνολογίας όσο και γι' αυτούς της «παραδοσιακής» φωτογραφίας, προσδιορίζει σαφώς τις ανάγκες τους σε φωτισμό των αθλητικών χώρων, καθορίζει τις θέσεις των φωτογράφων στις κερκίδες, τους προμηθεύει τα κατάλληλα διακριτικά για την εργασία τους εντός και εκτός των αγωνιστικών χώρων (κάρτες διαπίστευσης, γιλέκα, σήματα κ.α.).

3. Διεύθυνση υπηρεσιών Τύπου αθλητικών εγκαταστάσεων. Σε αυτή την διεύθυνση υπάγονται όλα τα κέντρα Τύπου που λειτουργούν στις αθλητικές εγκαταστάσεις και αποτελούν μικρογραφίες του βασικού κέντρου Τύπου.

4. Διεύθυνση υπηρεσίας Olympic News. Σκοπός της λειτουργίας της είναι να δημιουργήσει ειδικό ηλεκτρονική δίκτυο πληροφοριών στο οποίο θα έχουν πρόσβαση οι εκπρόσωποι του γραπτού Τύπου. Από αυτό θα αντλούν τα αποτελέσματα των αγωνισμάτων και των αθλημάτων, στατιστικά και ιστορικά δεδομένα, βιογραφικά σημειώματα, δηλώσεις αθλητών και άλλα χρήσιμα στοιχεία για τη σύνταξη των κειμένων τους.

5. Διεύθυνση υπηρεσιών ΜΜΕ. Η διεύθυνση αυτή, εστιάζει το ενδιαφέρον της σε θέματα που άπτονται κυρίως του πρακτικού μέρους της παραμονής τους στη διοργανώτρια πόλη των αγώνων. Για το λόγο αυτό, η διεύθυνση τομέα υπηρεσιών ΜΜΕ συμπεριλαμβάνει τις υποδιευθύνσεις φιλοξενίας, μεταφορών και διαπίστευσης, οι οποίες εκπονούν σε συνεργασία με τις αντίστοιχες διευθύνσεις της οργανωτικής επιτροπής επιμέρους υποπρογράμματα που εντάσσονται στα ευρύτερα προγράμματα φιλοξενίας, μεταφορών και διαπίστευσης της εταιρείας.

4.3. ΔΙΕΥΘΥΝΣΗ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΑΣ

Οι βασικοί τομείς της τεχνολογίας στους ολυμπιακούς αγώνες είναι η πληροφορική και οι τηλεπικοινωνίες. Αρκεί κανείς να σημειώσει ότι ο προϋπολογισμός για την τεχνολογία αντιπροσωπεύει το 22% των συνολικών δαπανών για τους αγώνες της Αθήνας.

Η τεχνολογία στους ολυμπιακούς αγώνες έχει δύο βασικούς στόχους: την υποστήριξη της διοργάνωσης και την «μεταφορά» των αγώνων σε όλο τον κόσμο. Η χρήση της τεχνολογίας καλύπτει όλη την περίοδο της προετοιμασίας καθώς και τις 17 ημέρες των αγώνων.

Η τεχνολογία κατά την περίοδο προετοιμασίας συμβάλλει αποτελεσματικά:

- Στην οργάνωση, διοίκηση, σχεδιασμό και υποστήριξη της Οργανωτικής Επιτροπής.
- Στην εκπαίδευση και διαχείριση των περίπου 50.000 εθελοντών των αγώνων.

- Στην υποστήριξη πάνω από 50 δοκιμαστικών διοργανώσεων, δηλαδή μεγάλων αθλητικών γεγονότων που θα διοργανωθούν πριν τους αγώνες με σκοπό την άψογη προετοιμασία της διοργάνωσης.

Η βασική όμως αποστολή της τεχνολογίας επικεντρώνεται κατά τη διάρκεια των αγώνων στα εξής:

- Συστήματα για τη διαπίστευση πάνω από 200.000 ατόμων που εμπλέκονται στη διοργάνωση.
- Συστήματα χρονομέτρησης και επιδόσεων.
- Συστήματα αποτελεσμάτων για όλα τα αθλήματα και αγωνίσματα.
- Πληροφοριακά συστήματα για χρήση των εκπροσώπων των Μέσων Μαζικής Ενημέρωσης.
- Συστήματα τηλεπικοινωνιών για να καλύψουν την επικοινωνία από και προς κάθε σημεία του πλανήτη.
- Συστήματα τηλεπικοινωνιών για την υποστήριξη της επικοινωνίας μεταξύ διαφόρων συστημάτων εντός των αγώνων.
- Συστήματα ασυρμάτων επικοινωνιών για την ασφάλεια και επιτήρηση των αγώνων.

4.4. ΔΙΕΥΘΥΝΣΗ ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΚΗΣ

Η πληροφορική καθιστά δυνατή και υποστηρίζει την προετοιμασία των αγώνων. Ο ρόλος της πληροφορικής στους ολυμπιακούς αγώνες είναι πολύπλευρος και καλύπτει τις παρακάτω ενότητες:

1. Χρονομέτρηση και επίδοση.
2. Αποτελέσματα ανά αθλητική εγκατάσταση.
3. Μετάδοση αποτελεσμάτων.
4. Συστήματα υπηρεσιών αγώνων.
5. Τεχνολογία εγκαταστάσεων.
6. Ενδοεταιρικά συστήματα.

4.5. ΔΙΕΥΘΥΝΣΗ ΤΗΛΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΩΝ

Το πρόγραμμα των τηλεπικοινωνιών θα αποτελέσει τον «κορμό» ή την κόλλα όπου θα μπορέσουν να υποστηριχθούν και να λειτουργήσουν όλες οι

τηλεπικοινωνιακές υπηρεσίες που θα απαιτηθούν να ενεργοποιηθούν και να λειτουργήσουν κατά την διάρκεια της προετοιμασίας και διεξαγωγής των αγώνων.

Ενδεικτικά το τηλεπικοινωνιακό δίκτυο θα υποστηρίζει:

1. Όλες τις υπηρεσίες φωνής και ήχου, για να ικανοποιηθούν οι τηλεπικοινωνιακές ανάγκες των αθλητών, κριτών, οργανωτικής επιτροπής και όλης της ολυμπιακής οικογένειας.

2. Όλες τις υπηρεσίες δεδομένων και εικόνας. Μέσα από το τηλεπικοινωνιακό δίκτυο κορμό θα περάσουν όλες οι πληροφορίες οι οποίες θα παράγονται από τα συστήματα πληροφόρησης και διαχείρισης των αγώνων, καθώς και πληροφορίες που έχουν σχέση με την ασφάλεια, όπως επιτήρηση χώρων έλεγχος κίνησης κλπ.

3. Μεταφορά, διαχείριση και διαμονή είτε σε τοπικό επίπεδο (εντός των ολυμπιακών εγκαταστάσεων) είτε σε διεθνές (μέσω του διεθνούς τηλεπικοινωνιακού δικτύου) του ραδιοηλεκτρικού σήματος το οποίο θα παράγεται από τον παραγωγό του προγράμματος.

4. Υποστήριξη όλων των εταιρικών αναγκών όσον αφορά το δίκτυο φωνής (ενσύρματο και ασύρματο), καθώς η Οργανωτική Επιτροπή είναι μια εταιρεία που αναπτύσσεται ταχύτατα με παρόμοιες τηλεπικοινωνιακές ανάγκες όπως και κάθε άλλη σύγχρονη εταιρεία.

5. Σχεδίαση και εγκατάσταση συστημάτων καλωδιακής τηλεόρασης σε όλες σχεδόν τις ολυμπιακές εγκαταστάσεις ώστε η Ολυμπιακή Οικογένεια να παρακολουθεί τις ολυμπιακές διοργανώσεις οι οποίες θα λαμβάνουν χώρα ταυτόχρονα σε διάφορες αθλητικές εγκαταστάσεις.

6. Σχεδίαση και εγκατάσταση όλων των μικροφωνικών συστημάτων Hi-Fi που θα απαιτηθούν κατά τις τελετές έναρξης, λήξης και διεξαγωγής των αγώνων.

7. Εκχώρηση και διαχείριση ραδιοφάσματος για τις ανάγκες των αγώνων.

4.6. ΔΙΕΥΘΥΝΣΗ ΦΙΛΟΞΕΝΙΑΣ ΚΑΙ ΔΙΑΜΟΝΗΣ

Η φιλοξενία και η διαμονή των επισκεπτών των ολυμπιακών αγώνων έχει αρχαίες καταβολές και ανέκαθεν αποτελούσε ένα σημαντικό παράγοντα για τη διοργάνωσή τους.

Στις μέρες μας, μετά την αναβίωση των αγώνων από τον Πιέρ Ντε Κουμπερτέν, τα πλήθη που κατακλύζουν την διοργανώτρια πόλη κατά τη διάρκεια των αγώνων ολοένα και αυξάνονται αριθμητικά.

Οι στόχοι της διεύθυνσης φιλοξενίας και διαμονής της Οργανωτικής Επιτροπής των ολυμπιακών αγώνων «Αθήνα 2004» είναι:

- Να εξασφαλίσει διαμονή σε όλα τα μέλη της ευρύτερης ολυμπιακής οικογένειας (επίσημοι, κριτές και διαιτητές, ΜΜΕ, χορηγοί, φιλοξενούμενοι κλπ). Οι τιμές ανάλογες αυτών που προβλέπονται από τη σύμβαση ανάληψης των αγώνων.
- Να καταβάλλει κάθε δυνατή προσπάθεια σε συνεργασία με τον ΕΟΤ και τον ιδιωτικό τομέα, που θα έχει τον κύριο ρόλο, για την παροχή φιλοξενίας και διαμονής σε όλους τους επισκέπτες των αγώνων, σε τιμές λογικές και σε συνθήκες που να τιμούν την παράδοση της χώρας.

4.7. ΔΙΕΥΘΥΝΣΗ ΥΠΗΡΕΣΙΩΝ ΔΙΑΤΡΟΦΗΣ

Το θέμα της διατροφής όλων εκείνων των ομάδων ατόμων, στις οποίες είναι υποχρεωμένοι από το Συμβόλαιο Φιλοξενίας των αγώνων να προσφέρει, είναι ιδιαίτερα σημαντικό και απαιτεί ιδιαίτερη οργάνωση. Είναι χαρακτηριστικό ότι στο Σίδνεϋ διατέθηκαν περίπου 14.000.000 μερίδες φαγητού μέσα στις 20 μέρες των αγώνων.

Στους αγώνες, επί 20 ημέρες, καλείται λοιπόν να αντιμετωπίσει την παροχή διατροφής σε όλους.

Ποιοι είναι όλοι; Οι λεγόμενοι «πελάτες μας» τους οποίους μπορούμε να χωρίσουμε σε δύο μεγάλες κατηγορίες.

Η μια κατηγορία είναι οι ομάδες ατόμων στις οποίες είναι υποχρεωμένοι εκ του Συμβολαίου Φιλοξενίας των αγώνων, να προσφέρει διατροφή. Αυτοί είναι:

1. Οι αθλητές και οι συνοδοί τους, περίπου 17.000 για τους αγώνες και 7.000 για τους παραολυμπιακούς και
2. Οι εργαζόμενοι επί πληρωμή ή εθελοντικά για τους ολυμπιακούς και παραολυμπιακούς, περίπου 2.000 και 20.000 αντίστοιχα.

Η δεύτερη κατηγορία είναι οι ομάδες ανθρώπων για τους οποίους έχει υποχρέωση να φροντίσει τη διατροφή τους, χωρίς να είναι υποχρεωτικά προσφερόμενη. Αυτοί είναι:

1. Διαιτητές – Κριτές 3.000 περίπου για τους ολυμπιακούς αγώνες και 1.000 περίπου για τους παραολυμπιακούς.

2. Τα διαπιστευμένα μέλη των Μέσων Μαζικής Ενημέρωσης, 16.000 περίπου και 2.500 περίπου για τους παραολυμπιακούς.

3. Οι χορηγοί και οι φιλοξενούμενοί τους περίπου 15.000 και τέλος,

4. Οι κάτοχοι εισιτηρίων, περίπου 8.000.000 για τους ολυμπιακούς και 2.000.000 περίπου για τους παραολυμπιακούς.

4.8. ΔΙΕΥΘΥΝΣΗ ΜΕΤΑΦΟΡΩΝ

Ο σχεδιασμός που επιχειρείται από την Διεύθυνση Διακίνησης και Μεταφορών της Οργανωτικής Επιτροπής ολυμπιακών αγώνων Αθήνα 2004, καλύπτει το στρατηγικό επίπεδο, ενώ μεγάλη βαρύτητα έχει δοθεί στην προώθηση της υλοποίησης των έργων, Οδικών και Δημοτικών Συγκοινωνιών που θα εξυπηρετήσουν τους θεατές και την Ολυμπιακή Οικογένεια κατά τη διάρκεια των ολυμπιακών αγώνων, αλλά θα αποτελέσουν ταυτόχρονα πολύτιμη κληρονομιά για την πόλη των Αθηνών. Αυτά τα έργα έχουν συμπεριληφθεί στον Φάκελο Διεκδίκησης και είναι το μέτρο το οποίο ο προαστιακός σιδηρόδρομος, η Αττική Οδός, το αεροδρόμιο, καθώς και διάφορα έργα οδοποιίας που έχουν σχέση με τις προσβάσεις στα αθλητικά συγκροτήματα.

Σχετικά με το έργο της διακίνησης και της μεταφοράς οι πρώτες ενδείξεις είναι ότι η διοργάνωση θα είναι ακόμη μεγαλύτερη από της Ατλάντας και του Σίδνεϋ, γεγονός το οποίο καθιστά το στόχο μας να δώσουμε στην Υφήλιο τους καλύτερους ολυμπιακούς αγώνες που έχουν γίνει μέχρι τώρα ακόμη πιο φιλόδοξο, αλλά ταυτόχρονα εφικτό αν κρίνει κανείς με βάση την εμπειρία από προηγούμενες μεγάλες αθλητικές διοργανώσεις, οι οποίες αποτέλεσαν σταθμό στην ιστορία του αθλητισμού και εγγύηση για την επιτυχή διοργάνωση των ολυμπιακών αγώνων του 2004.

4.9. ΔΙΕΥΘΥΝΣΗ ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝΤΟΣ

«Οι ολυμπιακοί αγώνες αποτελούν πρόκληση και ευκαιρία για την ευρεία εφαρμογή προγραμμάτων και δράσεων με σεβασμό στο περιβάλλον και συμφωνίες με την αρχή της βιώσιμης ανάπτυξης».

Αυτή ήταν η υπόσχεση και η υποθήκη που έβαζε για το μέλλον ο φάκελος της υποψηφιότητας της πόλης των Αθηνών πριν από την ανάληψη των αγώνων. Όσα

προβλέπονται σε αυτό το μνημόνιο, που σε ένα σημαντικό βαθμό συνετέλεσε στη θετική ψήφο για την Αθήνα και Ελλάδα, αποτελούν δεσμεύσεις και υποχρεώσεις που όχι μόνο οφείλουν να γίνουν σεβαστές, αλλά και εμπλουτίζονται με την πάροδο του χρόνου. Έτσι αξίζει να επαναλάβουμε κάποια βασικά σημεία από το πλαίσιο που έβαζε ο Φάκελος Υποψηφιότητας σχετικά με το περιβάλλον:

- Κανένα έργο, όσο μικρό κι αν είναι δεν θα προχωρήσει στο στάδιο της υλοποίησης χωρίς να προηγηθεί μια εξαντλητική Μελέτη Περιβαλλοντικών Επιπτώσεων.
- Το περιβάλλον όχι μόνο θα προστατευθεί, αλλά και θα βελτιωθεί.
- Θα ληφθούν μέτρα έτσι ώστε το φυσικό περιβάλλον, η πανίδα και η χλωρίδα, να μην θιγούν καθόλου στο στάδιο της κατασκευής των έργων.
- Θα γίνει προσπάθεια ώστε να αξιοποιηθούν στο μέγιστο οι υπάρχουσες υποδομές, ώστε να μην δεσμευτούν υπάρχοντες ελεύθεροι χώροι.
- Οι εργασίες θα γίνουν με τη βοήθεια τεχνολογιών και υλικών φιλικών προς το περιβάλλον, στοιχείο που θα μεταφερθεί ως υποχρέωση στους παραχωρησιούχους των έργων.
- Καμία μόνιμη εγκατάσταση δεν θα πραγματοποιηθεί αν δεν έχει προβλεφθεί η μετα-ολυμπιακή χρήση της.
- Οι ολυμπιακές εγκαταστάσεις θα εξυπηρετηθούν από μέσα μαζικής μεταφοράς και θα ληφθούν μέτρα για τη μείωση της χρήσης του ιδιωτικού αυτοκινήτου.
- Θα ληφθούν μέτρα για τη μείωση του θορύβου στον αστικό και περιαστικό ιστό της πρωτεύουσας, ιδίως κατά τη φάση διεξαγωγής των αγώνων.
- Θα δοθεί έμφαση στην ενημέρωση του κοινού με τρόπο που να ευνοηθεί η συμμετοχή του πριν και μετά τη διάρκεια της τέλεσης των αγώνων.

4.10. ΔΙΕΥΘΥΝΣΗ ΤΕΛΕΤΩΝ ΚΑΙ ΠΟΛΙΤΙΣΜΟΥ

Οι στόχοι του Πολιτιστικού Προγράμματος των ολυμπιακών αγώνων «Αθήνα 2004» έχουν ως άξονα τις αρχές και τις αξίες των ολυμπιακών αγώνων, και την ανάδειξή τους στο σύγχρονο κόσμο. Το «Ευ Αγωνίζεσθαι», η «συμμετοχή», το «Μέτρον», η «Αρμονία», το «Κάλλος», θεμελιώδεις έννοιες του Ελληνικού Πνεύματος παραμένουν ισχυρά και σημαντικά για την πορεία του ανθρώπου και την εξέλιξή του στη σύγχρονη παγκοσμιοποιημένη κοινωνία. Αποκτούν δε μια νέα

διάσταση με όλη την προβληματική που αναπτύσσεται γύρω από το ρόλο του ατόμου, των μικρών συνόλων, των μικρών λαών και κρατών στον πλανήτη μας σήμερα.

Ως Έλληνες επιθυμούμε ακόμη να δείξουμε στο ολυμπιακό κίνημα και σε ολόκληρο τον κόσμο ότι είμαστε λαός με βαθιές ρίζες, αλλά και με σύγχρονη δημιουργία και παρουσία σε παγκόσμιο επίπεδο και σε όλους τους τομείς δράσης του ανθρώπου.

Το ιδιαίτερο χαρακτηριστικό και στοιχείο μοναδικότητας των ολυμπιακών αγώνων της XVIII ης ολυμπιάδας είναι η δυνατότητα απόδοσης της ιστορικής διάστασης. Είναι η ευκαιρία της διασύνδεσης του ολυμπιακού κινήματος με τις ρίζες, την καταγωγή του, όχι μόνο γεωγραφικά, αλλά και φιλοσοφικά – ιδεολογικά.

4.11. ΔΙΕΥΘΥΝΣΗ ΧΟΡΗΓΙΩΝ

«Ο μεγαλοπρεπής μοιάζει με το σοφό. Αντιλαμβάνεται το επιβαλλόμενο και δύναται να δαπανήσει τα αναγκαία με πολύ αρμονία».

Αριστοτέλης, ΗΘΙΚΑ ΝΙΚΟΜΑΧΕΙΑ



Το Ολυμπιακό Χορηγικό Πρόγραμμα αποτελεί τον ακρογωνιαίο λίθο ανάπτυξης του ολυμπιακού αθλητισμού και επιτρέπει τη δημιουργία σταθερών μακροπρόθεσμων προγραμμάτων στήριξης των αγώνων. Επιπλέον συμβάλλει:

- Στην οικονομική ανεξαρτησία του Ολυμπιακού Κινήματος.
- Στην ανάδειξη των αγώνων ως το μοναδικό αθλητικό γεγονός σε παγκόσμιο επίπεδο.
- Την προστασία του Ολυμπιακού Κινήματος από την εμπορευματοποίηση.

Από το 1988, απαρτίζεται από το πρόγραμμα TOP και από το αντίστοιχο ισότιμο πρόγραμμα εθνικών χορηγών.

Ωστόσο οι χορηγίες δεν αποτελούν σύγχρονο θεσμό.

Η χορηγία που καθιερώνεται στην Αθήνα από το 509/508 π.Χ. επεκτείνεται και σε χορηγίες αθλητών για τη συμμετοχή τους στους αγώνες και αποτελεί έμμεσο θεσμό για την καλλιέργεια της άθλησης. Εξέφραζε το βαθύ αίσθημα υποχρέωσης και τιμής των αρχαίων Ελλήνων απέναντι στο κράτος, ενώ παράλληλα οι χορηγοί απολάμβαναν το σεβασμό και την εκτίμηση της πολιτείας.

Το 1986 η διοργάνωση των αγώνων στην Αθήνα στηρίζεται στην προσφορά μεγάλων Ελλήνων ευεργετών, Ελλήνων της διασποράς και πολιτών που, μέσω των δήμων, συμβάλλουν ώστε να αποδειχθούν οι Αγώνες σε παγκόσμια γιορτή. Στα επόμενα χρόνια οι αυξανόμενες συμμετοχές νέων χωρών και αθλητών το μεγάλο ενδιαφέρον του κοινού και οι υψηλές επιδόσεις των αθλητών δημιουργούν διαρκώς νέες απαιτήσεις σε θέματα οργάνωσης και υποδομής. Η απουσία οργανωμένου συστήματος χρηματοδότησης έχει σαν αποτέλεσμα να δημιουργηθεί για τους ολυμπιακούς αγώνες μιας εικόνα εμπορευματοποίησης, ενώ παράλληλα, απειλείται η οικονομική βιωσιμότητά τους και φτάνουμε στο 1984. Λόγω της οικονομικής αβεβαιότητας που συνδέεται με τη διοργάνωση των αγώνων, το Λος Άντζελες είναι η μοναδική πόλη που διεκδίκησε τους ολυμπιακούς αγώνες. Με δομημένο χορηγικό πρόγραμμα, η διοργάνωση παρουσιάζει κερδοφόρα αποτελέσματα και δίνει το έναυσμα για την αναθεώρηση του τρόπου χρηματοδότησης των αγώνων, εξασφαλίζοντας στη συνέχεια την επιτυχημένη διεξαγωγή τους.

Από τους ολυμπιακούς αγώνες της Σεούλ δημιουργείται το Διεθνές Χορηγικό Πρόγραμμα TOP και το αντίστοιχο ισότιμο πρόγραμμα εθνικών χορηγών. Τα μεγέθη των αγώνων γίνονται πλέον πρωτοφανή (10.000 αθλητές από περισσότερες από 200

χώρες, 25.000 μέλη της Ολυμπιακής Οικογένειας, 2.000.000 θεατές) και τα οφέλη για τη διοργανώτρια πόλη τεράστια (εκτιμώμενη αύξηση ΑΕΠ 43%).

«Αν αφαιρέσουμε τη χορηγία από τον αθλητισμό, τι θα μείνει;

Μια τεράστια, τελευταίας τεχνολογίας, τέλεια συντονισμένη μηχανή που αναπτύχθηκε σε μια περίοδο 100 ετών – χωρίς καύσιμα».

Richard Pound

«Γνωρίζουμε ότι οι άνθρωποι σε όλο τον κόσμο παρακολουθούν με πάθος και πιστεύουν στους ολυμπιακούς αγώνες και στα ιδεώδη που αντιπροσωπεύουν. Τα συναισθήματα, η χαρά και το πνεύμα των αγώνων φέρνουν τους ανθρώπους από όλο τον κόσμο μαζί για να γιορτάσουν τα καλά της ανθρωπότητας. Ως παγκόσμια εταιρεία, νιώθουμε ότι είναι σημαντικό να είμαστε μέρος μιας τόσο δυνατής ιδέας».

Douglas Lurster

Coca-Cola Company

«Η χορηγία βοηθά τους ολυμπιακούς αγώνες, τους φιλάθλους και τη VISA. Γνωρίζουμε πως όταν ένας χρήστης μας ξέρει ότι είμαστε ολυμπιακοί χορηγοί νιώθει καλύτερα για τη VISA και τα προϊόντα της».

John Bennett

Η ολυμπιακή χορηγία προσφέρει τη δυνατότητα:

- Συνδέσεις με τους ολυμπιακούς αγώνες.
- Αξιοποίησης των χορηγικών προνομίων για μια τετραετία.
- Αποκλειστικής συσχέτισης με τους ολυμπιακούς αγώνες ενός μόνο χορηγού από κάθε κατηγορία προϊόντων.

Η διεύθυνση χορηγιών υπάγεται στη Γενική Διεύθυνση Marketing

Υπεύθυνος – Διευθυντής χορηγιών

Δομή διαχείρισης κατηγοριών

Τα στελέχη (υψηλόβαθμα στελέχη της αγοράς με εμπειρία σε χορηγίες τόσο σε εθνικό όσο και σε διεθνές επίπεδο) έχουν ευθύνη για την επαφή, τις διαπραγματεύσεις και την εξυπηρέτηση των χορηγών.

Σε συνεχή επαφή με τη ΔΟΕ και τα τμήματα χορηγών των προηγούμενων διοργανώσεων, αξιοποιούν τη γνώση και την εμπειρία των προηγούμενων διοργανώσεων.

Χορηγικό Πρόγραμμα Αθήνα 2004

Είναι το πλέον εξελιγμένο Πρόγραμμα Ολυμπιακής Χορηγίας, που παρέχει τη δυνατότητα στους χορηγούς να σταθούν ανάξιοι των ύψιστων ευθυνών τους απέναντι στη χώρα.

Στόχοι – Αρχές

Εξασφάλιση οικονομικής υποστήριξης για την οργανωτική επιτυχία των ολυμπιακών αγώνων 2004 (πολύτιμη οικονομική υποστήριξη αλλά και υπηρεσίες, προϊόντα και τεχνογνωσία, για να γίνουν οι αγώνες σωστά, να υπάρξουν επιτυχίες σε αθλητικό επίπεδο, να προβληθεί η χώρα).

Εξασφάλιση μοναδικών χορηγικών δικαιωμάτων.

Μείωση της εμπορευματοποίησης των ολυμπιακών αγώνων (μείωση του αριθμού των χορηγών, καλύτερη εικόνα των αγώνων, καλύτερη εικόνα και εξυπηρέτηση των χορηγών).

Διασφάλιση των προϋποθέσεων που θα εγγυηθούν την επιτυχία του προγράμματος (όπως π.χ. προστασία και κατοχύρωση των ολυμπιακών σημάτων, προστασία των χορηγών όπως πειρατικό μάρκετινγκ, πρόγραμμα αναγνώρισης έργων των χορηγών).

Κατηγορίες χορηγικού προγράμματος Αθήνα 2004

TOP

Μέγας Χορηγός

Επίσημος υποστηρικτής

Επίσημος προμηθευτής

ΠΡΟΝΟΜΙΑ ΧΟΡΗΓΩΝ

Τα βασικά Ολυμπιακά χορηγικά προνόμια περιλαμβάνουν:

- Αποκλειστικότητα χορηγού ανά κατηγορία προϊόντων.
- Τετραετή διάρκεια χορηγικών προνομίων (01/01/2000 – 31/12/2004).

- Δικαίωμα χρήσης των σημάτων του Αθήνα 2004 π.χ. έμβλημα κότινος.
- Ισχύ χορηγικών δικαιωμάτων μόνο στην ελληνική επικράτεια με δικαίωμα επέκτασης και σε άλλες χώρες (κατόπιν συμφωνίας με τις κατά Εθνικές Ολυμπιακές Επιτροπές).
- Φορολογικές ελαφρύνσεις, σύμφωνα με όσα προβλέπονται στο νομοθετικό πλαίσιο που διέπει τη λειτουργία της Οργανωτικής Επιτροπής Αθήνα 2004.

Ολυμπιακοί Χώροι

- Φιλοξενία: Δικαίωμα ενοικίασης προκαθορισμένου αριθμού δωματίων σε ξενοδοχεία ή κρουαζιερόπλοια και συγκεκριμένων χώρων στις ολυμπιακές εγκαταστάσεις για τη φιλοξενία πελατών και συνεργατών.
- Εισιτήρια: Δικαίωμα αγοράς εξασφαλισμένου αριθμού προνομιακών εισιτηρίων.
- Προβολή: Δικαίωμα αποκλειστικής παρουσίας με ειδικά προκαθορισμένους χώρους των ολυμπιακών εγκαταστάσεων.

Επικοινωνία

- Πρόγραμμα Αναγνώρισης Συμβολής Εθνικών Χορηγών (Sponsor Recognition) από την Οργανωτική Επιτροπή Ολυμπιακών Αγώνων 2004 (προϋπολογισμός προγράμματος 2,5 δις. δρχ.).
- Δικαίωμα πρώτης επιλογής στην αγορά διαφημιστικού χρόνου / Χ σχέση με τους ολυμπιακούς αγώνες 2004.

Χορηγικό πρόγραμμα «Αθήνα 2004».

Ανδρέας Τσοχαντάρης

Διευθυντής Marketing – Χορηγίων

18 Ιανουαρίου 2001.

Η αποστολή

«Να αναπτυχθεί συνεργασία με τις επιχειρηματικές κοινότητες που προσφέρουν την καλύτερη δυνατή απόδοση στην ΟΕΟΑ, σε οικονομικούς, τεχνικούς και ανθρωπίνων πόρων όρους. Να εξασφαλίσουμε ότι η επικοινωνία των συνεργατών

και το σχέδιο προώθησης πρέπει να οδηγεί σε ελεγχόμενη εμπορευματοποίηση η οποία είναι βασική στο πώς η Διεθνής Κοινότητα θα δει την Ελλάδα.

Να διασφαλίσουμε υψηλό επίπεδο ποιότητας σε όλα όσα θα ελέγχουμε απευθείας».

- Δημιουργία της οργάνωσης.
- Δημιουργία του «Ολυμπιακού Σήματος».
- Συναντήσεις με βασικούς παράγοντες.
- Κατανόηση προγράμματος Σύνδευ – ΤΟΚ.
- Ενιαίο Συμβόλαιο Μάρκετινγκ με την Ελληνική Ολυμπιακή Επιτροπή – Συμβόλαιο Μάρκετινγκ με ΔΟΕ.

Τρέχουσα επεξεργασία των

- Υποδομών του χορηγικού προγράμματος
- Του προγράμματος αυτού καθεαυτού
- Εκκαθάρισης κατηγοριών από ΔΟΕ
- Κατηγοριών φακέλων
- Άλλων προγραμμάτων άντλησης κεφαλαίων

Τα σημεία του Προγράμματός μας

- Συνέχεια των προηγούμενων Ολυμπιάδων με Ελληνικά χαρακτηριστικά και αποφυγή προβλημάτων του παρελθόντος
- Προβολή στο μέλλον – Το 2004 το Επικοινωνιακό πεδίο θα είναι διαφορετικό. Πρόκληση το ποσό καλά θα το ελέγχουμε.

ΤΟ ΧΟΡΗΓΙΚΟ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ

Βασικές Υποθέσεις

- Υλοποίηση αρχικών στόχων 100%.
- Φραγή στη βεβήλωση των Ολυμπιακών ιδεωδών από λανθασμένη ή υπέρμετρη χρήση χορηγικών δικαιωμάτων.
- Υψηλές αξίες ενσωματωμένες στο πρόγραμμα – η πρόκληση βρίσκεται σε όλους μας και οι χορηγοί να κάνουν την καλύτερη χρήση αυτών.

Οι υποσχέσεις μας

- Απλότητα – γρήγορη δράση
- «Δίκαιοι» με όλους
- εξωτερική διαφήμιση διαθέσιμη σε χορηγούς
- δικαίωμα πρώτης άρνησης σε Τηλεόραση το 2004
- συνεργασία με Ομοσπονδίες σε σχέση με δικαιώματα του 2004 (πρώτο δικαίωμα)
- Προστασία από πειρατικό μάρκετινγκ

Οι απαιτήσεις μας

- Υψηλή δημιουργικότητα σε ιδέες από Χορηγούς
- Κατανόηση των αξιών που θα προβάλουμε
- Οι θεατές να φύγουν λέγοντας:
«Αυτοί οι αγώνες ήταν απλοί, αυθεντικοί, με όραμα και δυνατές εμπνεύσεις για τις επόμενες γενιές»

Βασικά σημεία

- Χορηγικές κατηγορίες
- Σταδιακή «Απελευθέρωση Κατηγοριών» με βάση ανάγκες ΟΕΟΑ
- Χορηγική αξία σε χρήμα και είδος
- Μοναδικά χορηγικά δικαιώματα

Ιανουάριος 2001

- Πρώτος Μέγας Χορηγός:

Κοινοπραξία ΟΤΕ/COSMOTE/OTENET

- Υποψήφιοι Χορηγοί σε: Τράπεζες, Ασφαλιστικές Εταιρείες, Ζυθοποιία, Ακτοπλοία.
- Νέες κατηγορίες
 - Αυτοκίνητα
 - Αεροπορικές Εταιρείες
 - Γαλακτοκομικά Προϊόντα

ΚΑΜΠΑΝΙΑ ΑΝΑΓΝΩΡΙΣΗΣ ΧΟΡΗΓΩΝ «ΑΘΗΝΑ 2004»

Ξεκίνησε την Παρασκευή, 26 Σεπτεμβρίου, η εκστρατεία αναγνώρισης χορηγών των ολυμπιακών αγώνων της Αθήνα 2004 με ένα διαφημιστικό σποτ που στοχεύει να αναδείξει τόσο την καθοριστικής σημασίας προσφορά των Επίσημων Χορηγών Αθήνα 2004, όσο και το αποκλειστικό δικαίωμά τους να συνδέονται με τους ολυμπιακούς αγώνες του 2004.

Το τηλεοπτικό σποτ γνωστοποιεί στο ευρύ κοινό ότι οι Επίσημοι Χορηγοί της Αθήνα 2004, ως έμπρακτοι συμπαραστάτες, στηρίζουν τη διοργάνωση των ολυμπιακών αγώνων στην Ελλάδα, προσφέροντας την απαραίτητη οικονομική υποστήριξη, τεχνογνωσία και ανθρώπινο δυναμικό.

Παράλληλα αποσαφηνίζει ποιες εταιρείες συμβάλλουν ουσιαστικά στη διοργάνωση των ολυμπιακών αγώνων Αθήνα 2004, σε σχέση με εταιρείες και οργανισμούς που χωρίς να παρέχουν οποιασδήποτε μορφής υποστήριξη, παραπλανητικά και καταχρηστικά συνδέουν το όνομά τους με τη διοργάνωση.

Η ταινία προβάλλει ένα κλαδί ελιάς, σύμβολο της Ελληνικής φύσης και της αρχαίας Αθηναϊκής Πολιτείας, ύστατη τιμή των Ολυμπιονικών της Αρχαιότητας και επίσημο έμβλημα των ολυμπιακών αγώνων του 2004. Ο ηθοποιός Γρηγόρης Βαλτινός αναφέρεται στην προσφορά των Επίσημων Χορηγών, αλλά και στην προσπάθεια που απαιτείται για την άρτια διεξαγωγή μοναδικών ολυμπιακών αγώνων.

ΔΙΕΘΝΕΙΣ ΧΟΡΗΓΟΙ ΟΛΥΜΠΙΑΚΩΝ ΑΓΩΝΩΝ



ΧΟΡΗΓΟΣ «COCA-COLA»



COCA-COLA

Coca-Cola και αθλητισμός – μια μακροχρόνια σχέση

Η σύνδεση της Coca-Cola με τον αθλητισμό ξεκινά στις αρχές του 20^{ου} αιώνα. Αυτό που άρχισε ως υποστήριξη του παίκτη του μπιζμπολ Napoleon Lajoie το 1906, έφτασε σήμερα να είναι η υποστήριξη 50 και άνω αθλημάτων σε 20 χώρες του κόσμου, καθώς και η χορηγία χιλιάδων διεθνών, εθνικών και τοπικών αθλητικών διοργανώσεων. Αντιλαμβανόμενη το πάθος που νιώθουν οι οπαδοί για τα αγαπημένα τους αθλήματα, η Coca-Cola, έχει θέσει ως στόχο να μεγιστοποιήσει τον ενθουσιασμό τους, προσκαλώντας τους να συμμετέχουν ενεργά και να βιώνουν στο μέγιστο κάθε αθλητική εμπειρία, από ένα τοπικό φιλικό αγώνα εφήβων ως τους ολυμπιακούς αγώνες.

Σήμερα, η Coca-Cola αποτελεί πλέον ουσιαστικό αρωγό της διεθνούς αθλητικής οικογένειας, υποστηρίζοντας πληθώρα αθλήματα, με πιο χαρακτηριστικά το ποδόσφαιρο, το μπάσκετ, το στίβο, το χόκεϊ και το ράγκμπι. Παράλληλα με τους ολυμπιακούς αγώνες, η Coca-Cola στηρίζει τις περισσότερες από τις μεγαλύτερες διεθνείς αθλητικές οργανώσεις, όπως το Παγκόσμιο Κύπελλο (World Cup) της FIFA, το World Championship στίβου και το Rugby World Cup, αποδεικνύοντας τη βαθύτατη πεποίθησή της ότι ο αθλητισμός ενώνει την ανθρωπότητα, στηρίζει τον πολιτισμό και εμπνέει τον άνθρωπο να ξεπερνά τις δυνατότητές του.

Ως πιο μακροχρόνιος συνεργάτης του Ολυμπιακού Κινήματος, η Coca-Cola υπέγραψε πρώτη μια χορηγική συμφωνία που επεκτείνει τη σύνδεση της εταιρείας με τους ολυμπιακούς μέχρι το 2008. Η εταιρεία έχει δεσμευτεί να στηρίζει αθλητές και

ομάδες σε περίπου 200 χώρες στη μεγαλύτερη παγκόσμια αθλητική διοργάνωση. Έντονη είναι η δραστηριοποίηση της Coca-Cola και στο ποδόσφαιρο, ένα άθλημα στο οποίο η εταιρεία διαθέτει πλούσια παράδοση, που ξεκινά από το πρώτο Παγκόσμιο Πρωτάθλημα του 1930. Η Coca-Cola στηρίζει όλες τις κατηγορίες παιχνιδιών ποδοσφαίρου ανά τον κόσμο, από τοπικά παιδικά πρωταθλήματα μέχρι το Παγκόσμιο Πρωτάθλημα της FIFA, τη μεγαλύτερη διοργάνωση ενός αθλήματος στον κόσμο. Παράλληλα η Coca-Cola συνδέεται με τις έξι Ομοσπονδίες Ποδοσφαίρου στον κόσμο, χορηγεί μεγάλους ποδοσφαιρικούς αγώνες στην Ασία, την Αφρική, την Ευρώπη και τη Νότιο Αμερική, ενώ παράλληλα στηρίζει περίπου 40 εθνικές ποδοσφαιρικές ομάδες.

Η ΑΜΙΤΑ ΚΑΙ ΤΟ ΑΥΡΑ ΕΠΙΣΗΜΑ ΠΡΟΪΟΝΤΑ ΤΩΝ ΟΛΥΜΠΙΑΚΩΝ ΑΓΩΝΩΝ ΑΘΗΝΑ 2004

Επίσημα προϊόντα για τους ολυμπιακούς αγώνες Αθήνα 2004 αποτελούν η ΑΜΙΤΑ και το ΑΥΡΑ. Στο πλαίσιο αυτό, η ΑΜΙΤΑ θ' αποτελέσει τον επίσημο χυμό των αγώνων και το φυσικό μεταλλικό νερό ΑΥΡΑ το επίσημο εμφιαλωμένο νερό. Και τα δύο προϊόντα θα φέρουν στις συσκευασίες τους, το έμβλημα των ολυμπιακών αγώνων Αθήνα 2004. Η ΑΜΙΤΑ και το ΑΥΡΑ, ως επίσημα προϊόντα θα ξεδιψούν και θα προσφέρουν ατελείωτη δροσιά σε αθλητές, εθελοντές, υπαλλήλους, ανθρώπους των ΜΜΕ αλλά και σε χιλιάδες θεατές και συμμετέχοντες των αγώνων.

Η ΑΜΙΤΑ, ο πρώτος φυσικός, συσκευασμένος χυμός στην Ελλάδα, δημιουργήθηκε το 1983 και από τότε σε μια δυναμική πορεία 20 χρόνων, αποτελεί συνώνυμο του «φυσικού χυμού» και πρώτη προτίμηση των Ελλήνων καταναλωτών. Η ΑΜΙΤΑ είναι ένα απόλυτα ελληνικό προϊόν πρωτοποριακό και καινοτόμο, που παράγεται εφαρμόζοντας πρόγραμμα αξιοποίησης της Ελληνικής Παραγωγής πρώτων υλών και κυρίως φρούτων, διαδραματίζοντας με τον τρόπο αυτό ουσιαστικό ρόλο στην Ελληνική Οικονομία.

Το φυσικό μεταλλικό νερό ΑΥΡΑ, αναβλύζει από την πηγή Αύρα στην περιοχή του Αιγίου και εμφιαλώνεται κάτω από συνθήκες αυστηρών ελέγχων που διασφαλίζουν την ποιότητα του προϊόντος. Ποιότητα, που πιστοποιείται στο σύνολο της διαδικασίας εμφιάλωσης με το Διεθνές Πιστοποιητικό ISO 9002 του ΕΛΟΤ. Επίσης, το φυσικό μεταλλικό νερό ΑΥΡΑ φέρει Διεθνές Πιστοποιητικό για το Περιβάλλον ISO 14001 του ΕΛΟΤ και Διεθνές Πιστοποιητικό για την Υγιεινή και την Ασφάλεια OHSAS 18001 του ΕΛΟΤ.

Η σύνδεση της AMITA και του ΑΥΡΑ με το Ολυμπιακό Πνεύμα δηλώνει έμπρακτα το σεβασμό και την ενεργό υποστήριξη τους στις ανθρώπινες αξίες και τα Ολυμπιακά Ιδεώδη. Αναγνωρίζοντας ότι η πραγματοποίηση των ολυμπιακών αγώνων στην Ελλάδα αποτελεί μια πρόκληση για όλους και έχοντας ως πεποίθηση ότι τέτοιες διοργανώσεις χρειάζονται την ουσιαστική συμβολή των ελληνικών παραγωγικών δυνάμεων, η Coca-Cola Τρία Έψιλον στηρίζει με συνέπεια και ευθύνη τις δράσεις, που προάγουν το Ελληνικό αθλητικό πνεύμα και τα αθλητικά ιδεώδη.

Η σύνδεση αυτή, δύο από τα πλέον γνωστά και αγαπητά ελληνικά προϊόντα, με τους ολυμπιακούς αγώνες Αθήνα 2004, θα παρουσιαστεί μέσα από ένα εκτεταμένο και δημιουργικό πρόγραμμα επικοινωνίας που θα περιλαμβάνει τηλεοπτική και έντυπη καμπάνια και για τα δύο προϊόντα καθώς και εξωτερική διαφήμιση και χρήση δημιουργικών μέσων για την AMITA.

ΧΟΡΗΓΟΣ «KODAK»

Μέχρι το νήμα του τερματισμού και πολύ παραπέρα.

Αθλητική στιγμή. Οργανισμός παρό. Μεγάλη νίκη. Στιγμή που μετράει. Αυτά είναι οι λόγοι ad τους οποίους η Kodak είναι παρρηχολογικός χορηγός των Ολυμπιακών Αγώνων από το 1896.

Είτε πρόκειται για την νίκη της αθλήτριας ad την αθλητική του Αθηνών ή για τη διάδοση των αθλών που θα εμπνεύσουν ολόκληρο τον κόσμο το παρόν μας για τους Αθλητές, παρατηρείται όλα αυτά χρόνια.



Share Moments. Share Life.™



ΧΟΡΗΓΟΣ «PANASONIC»

"We are more than a sponsor,
We are part of the team."



Panasonic is proud to bring its long years of knowhow
in large display technology to the Olympic Games.



Panasonic

Official Worldwide
Olympic Partner

PANASONIC

Με το σήμα της Panasonic/Technics, η εταιρεία Matsushita Electric Industrial Co.Ltd. ενισχύει αδιάλειπτα το Ολυμπιακό Κίνημα, με αφετηρία τους χειμερινούς ολυμπιακούς αγώνες του Calgary και τους ολυμπιακούς αγώνες της Σεούλ το 1988. Συγκαταλέγεται μεταξύ των χορηγών TOP και προμηθεύει τους ολυμπιακούς αγώνες με το πιο σύγχρονο οπτικοακουστικό εξοπλισμό. Η εταιρεία διαθέτει ένα ευρύ φάσμα εξοπλισμού ψηφιακής αναμετάδοσης «DVCPRO», που διαδραματίζει σημαίνοντα ρόλο: μέσω αυτού αιχμαλωτίζονται όλες οι εντυπωσιακές σκηνές των ολυμπιακών αγώνων, περνούν από επεξεργασία και αναμεταδίδονται στους ενδιαφερόμενους θεατές ανά τον κόσμο. Σε όλες σχεδόν τις εγκαταστάσεις των ολυμπιακών αγώνων και των Τελετών οι θεατές μπορούν να απολαύσουν γιγαντοεικόνες χάρη στη γιγαντοοθόνη “ASTROVISION” της Matsushita, ενώ για τον πολύ καθαρό ήχο φροντίζει το ηχοσύστημα υψηλής ποιότητας “RAMSA” που είναι στο είδος του ένα από τα καλύτερα στον κόσμο. Επιπλέον, η ολυμπιακή ατμόσφαιρα εντείνεται σε οποιοδήποτε χώρο μέσω φωτογραφιών που εμφανίζονται ως φωτεινές εικόνες από ψηφιακούς προβολείς και μέσω φυσικών εικόνων που προβάλλονται από οθόνη πλάσματος.

Η Matsushita επιδιώκει να συνεισφέρει όσο το δυνατόν αποτελεσματικότερα στους ολυμπιακούς αγώνες της Αθήνας χάρη στην αξεπέραστη οπτικοακουστική τεχνολογία που διαθέτει.

Για το λόγο αυτό ίδρυσε τη θυγατρική εταιρεία Panasonic Greece M.E.P.E. (PGE), στην Αθήνα, τον Απρίλιο 2002, με σκοπό την αποκλειστική υποστήριξη της Αθήνα 2004, ενεργώντας ως μέλος της ομάδας.



Απαραίτητη για τους Ολυμπιακούς Αγώνες

Έχοντας συνάψει τη μεγαλύτερη σύμβαση της ιστορίας για υπηρεσίες πληροφορικής στον τομέα των αθλημάτων, η Schlumberger ηγείται μίας ομάδας τεχνικών εταιριών με σκοπό να παράσχουν, να ολοκληρώσουν και να χειριστούν τις υπηρεσίες πληροφορικής που θα στηρίξουν τους Ολυμπιακούς Αγώνες

Συμμετείχαμε ουσιαστικά στην επιτυχή διεξαγωγή των Χειμερινών Ολυμπιακών Αγώνων στο Salt Lake City, παραδίδοντας τα πολύπλοκα ασφαλή συστήματα επιχειρησιακών δραστηριοτήτων που λειτουργήσαν ως ζωτικός αγωγός μετάδοσης των αποτελεσμάτων και των πληροφοριών για τους αγώνες και τους αθλητές προς τους θεατές και τα ΜΜΕ σε όλον τον κόσμο.

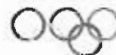
Επικεφαλής μιας σύμπραξης για την παροχή ηλεκτρονικού εξοπλισμού και λογισμικού, η Schlumberger εξασφάλισε στρατηγικό σχεδιασμό πληροφορικής, διαχείριση προγραμμάτων, κείμενα λογισμική υποστήριξη, ασφάλεια πληροφοριών και ενοποιημένα συστήματα. Η ομάδα μας απευθείας πλέον ολοταχώς να παρέχει τις ίδιες ουσιαστικές υπηρεσίες πληροφορικής στην Αθήνα το 2004, στο Τορίνο το 2006 και στο Πεκίνο το 2008

Εργαζόμαστε για την απόκτηση, προστασία και μεταφορά πληροφοριών για λογαριασμό των Ολυμπιακών Αγώνων, αλλά και για εταιρίες που ειδικεύονται σε αγορές ζωτικής σημασίας, όπως αυτές του πετρελαίου και του φυσικού αερίου, των τηλεπικοινωνιών, της ενέργειας και των οικιακών παρεχών, στις χρηματοοικονομικές αγορές, τις μεταφορές και τα δημόσια τομέα. Οι πελάτες μας, σε περισσότερες από 100 χώρες, βασίζονται σε μας για να έχουν πρόσβαση στα δεδομένα τους σε πραγματικό χρόνο - οποτεδήποτε και οπουδήποτε.

www.slb.com

Schlumberger

WORLDWIDE IT PARTNER



SCHLUBERGER

Η Schlumberger είναι ο Διεθνής Εταίρος Πληροφορικής και TOP Χορηγός για τους ολυμπιακούς αγώνες των ετών 2002, 2004, 2006 και 2008. Με αφετηρία τους πρόσφατους χειμερινούς αγώνες στο Salt Lake, η Schlumberger είναι υπεύθυνη για το γενικότερο στρατηγικό σχεδιασμό πληροφορικής, τα ενοποιημένα υλικά και λογισμικά συστήματα που προέρχονται από την κοινοπραξία πολλών εταιριών τεχνολογίας, τη διαχείριση προγραμμάτων την ασφάλεια πληροφοριών και την καίρια λογισμική υποστήριξη που απαιτείται για την αδιάλειπτη παροχή των συνολικών υπηρεσιών πληροφορικής που υποστηρίζουν τους αγώνες. Αναφορικά με τους ολυμπιακούς αγώνες 2004, η Schlumberger διαχειρίζεται τις λειτουργίες στο Κέντρο Επιχειρήσεων Τεχνολογίας, το Κέντρο Διαμόρφωσης Υπολογιστών, το Εργαστήριο Δοκιμών και Ολοκλήρωσης Πληροφορικών Συστημάτων Ολυμπιακών Αγώνων καθώς και σε 60 αγωνιστικά και μη αγωνιστικά κέντρα δεδομένων. Επίσης η εταιρεία αναπτύσσει και εφαρμόζει δύο βασικές εφαρμογές που τοποθετούνται στον πυρήνα κάθε Ολυμπιακής διοργάνωσης: τα Συστήματα Υποστήριξης Υπηρεσιών Αγώνων και το Σύστημα Διάχυσης Πληροφοριών. Τα συστήματα Υποστήριξης Υπηρεσιών Αγώνων διαχειρίζονται τη διαπίστευση, τη φιλοξενία, τις αφίξεις και αναχωρήσεις, τις ιατρικές υπηρεσίες, το πρωτόκολλο, τη συμμετοχή των αθλητών και το διορισμό απασχολούμενων. Το Σύστημα Διάχυσης Πληροφοριών ελέγχει τη ροή πληροφοριών των Αγώνων διαμέσου δύο συστημάτων: του Info 2004 και του πληροφοριακού συστήματος σχολιαστών (CIS). Το info 2004 είναι ενδοδικτυακή εφαρμογή που παρέχει στους διαπιστευμένους επισκέπτες του ιστοτόπου πρόσβαση στα αποτελέσματα των αγώνων, στα δρομολόγια μεταφορών, στις βιογραφίες των αθλητών, στην απονομή μεταλλίων και στα δελτία καιρού. Το πληροφορικό σύστημα σχολιαστών μεταδίδει δεδομένα σε πραγματικό χρόνο στους ραδιοτηλεοπτικούς φορείς και τους σχολιαστές. Η Schlumberger είναι μια εταιρεία παροχής ολοκληρωμένων υπηρεσιών τεχνολογίας που δραστηριοποιείται στη διεθνή αγορά ενέργειας καθώς και στις τηλεπικοινωνίες, τις χρηματοοικονομικές αγορές, τις μεταφορές και το δημόσιο τομέα, εξυπηρετώντας πελάτες σε επιλεγμένες γεωγραφικές αγορές. Διατηρεί κεντρικά γραφεία στη Νέα Υόρκη, το Παρίσι και τη Χάγη, και οι υπάλληλοί της, ανήκουν σε περισσότερες από 140 εθνικότητες εξυπηρετούν πελάτες σε 100 χώρες.

ΧΟΡΗΓΟΣ «SAMSUNG»

The advertisement features a black and white photograph of an archer in profile, aiming a bow. A bright, glowing beam of light extends from the bow's tip towards a Samsung flip phone. The phone's screen displays a target symbol. In the top left corner, there are logos for the Athens 2004 Olympics and Samsung's role as a Worldwide Olympic Partner. The text "DigitAll glory" is prominently displayed in the center. Below the main image, a smaller phone is shown with arrows pointing to its features: "Full Colour Screen" and "16 Polyphonic Ringtones". At the bottom, a short paragraph describes Samsung's sponsorship of the Olympic Games, followed by the "SAMSUNG DIGITall" logo and the slogan "everyone's invited." along with the website "www.samsung.com".

ATHENS 2004
OLYMPIC PARTNER

DigitAll glory

Full Colour Screen →

← 16 Polyphonic Ringtones

Connecting the world through its finest moments.
As a proud Worldwide Sponsor of the Olympic Games, Samsung lights up the spirit of the Olympic Movement. Share the moment of glory with every athlete, team and country. Watch the colour of pride come alive in you.

SAMSUNG DIGITall
everyone's invited.
www.samsung.com

SAMSUNG

Η Samsung υπογράφει σύμβαση συνεχιζόμενης υποστήριξης των ολυμπιακών αγώνων.

Η Samsung χρίζεται επίσημος χορηγός εξοπλισμού ασυρμάτων επικοινωνίας για τους χειμερινούς ολυμπιακούς αγώνες του Τορίνο το 2006 και τους ολυμπιακούς αγώνες του Πεκίνου το 2008. Πεκίνο, Κίνα, 23 Οκτωβρίου 2002. Η Samsung Electronics Co., Ltd., ανήγγειλε σήμερα την ανανέωση της ολυμπιακής χορηγίας της, σε συνεννόηση με τη Διεθνή Ολυμπιακή Επιτροπή και θα συνεχίσει να είναι επίσημος χορηγός εξοπλισμού ασυρμάτων επικοινωνιών για τους χειμερινούς αγώνες του Πεκίνου το 2008.

Σύμφωνα με τη σύμβαση, η Samsung θα παράσχει ασύρματες επικοινωνίες, με παράλληλη τεχνική υποστήριξη, στις Οργανωτικές Επιτροπές των ολυμπιακών αγώνων του 2006 (Τορίνο) και του 2008 (Πεκίνο). Στόχος είναι η άμεση επικοινωνία μεταξύ διαιτητών – κριτών, MME, έμμισθου προσωπικού και εθελοντών και η συμμετοχή των αθλητών, διαιτητών – κριτών και φιλάθλων στην ολυμπιακή γιορτή διαμέσου βελτιωμένων απευθείας επικοινωνιών.

Η χορηγική κατηγορία της Samsung στο πλαίσιο του προγράμματος TOPVI διευρύνθηκε: συμπεριλαμβάνει PDAs (Προσωπική Ψηφιακή Βοήθεια), καθώς και φορητούς υπολογιστές ή H/Y τσέπης (Pocket PCs) με δυνατότητα ασύρματης επικοινωνίας. Ο Αντιπρόεδρος και Διευθύνων Σύμβουλος της Samsung I. Jong – Yong Yun, δήλωσε: «Η Samsung έχει μεγάλη εμπειρία υποστήριξης των διεθνών αθλητικών διοργανώσεων. Η χορηγία ολυμπιακών αγώνων προσφέρει στη Samsung ένα ευρύ διεθνές πεδίο για να επιδείξει στον κόσμο την τελευταία λέξη της τεχνολογίας. Σήμερα η Samsung κατέστη υπερήφανος επίσημος χορηγός εξοπλισμού ασυρμάτων επικοινωνιών για τους ολυμπιακούς αγώνες του Τορίνο το 2006 και τους ολυμπιακούς αγώνες του Πεκίνου το 2008. Θα βοηθήσουμε τις δύο πόλεις να διοργανώσουν τους καλύτερους και πιο επιτυχημένους ολυμπιακούς αγώνες χρησιμοποιώντας τις καινοτόμες προτάσεις ψηφιακών επικοινωνιών και τα ψηφιακά προϊόντα της Samsung». Η εταιρεία έχει μακρά ιστορία στις χορηγίες των ολυμπιακών αγώνων. Το 1997 υπέγραψε σύμβαση χορηγίας για το πρόγραμμα TOP και κατέστη Διεθνής Χορηγός Ολυμπιακών Αγώνων στην κατηγορία του εξοπλισμού ασυρμάτων επικοινωνιών.

ΧΟΡΗΓΟΣ «SWATCH»



«Swatch, the Official Timekeeper, is proud to celebrate the ATHENS 2004 Olympic Games»



swatch 
OFFICIAL TIMEKEEPER

SWATCH

Η Swatch καλλιεργεί την τέχνη του «αληθεύειν».

Φωταστείτε ότι η καταγραφή μπορεί να είναι τόσο ακριβής, ώστε να μην αφήνει περιθώριο για αντιρρήσεις παρά μόνο για θαυμασμό. Φανταστείτε ότι σχεδιάζετε τα συναισθήματα που συνοδεύουν αυτές τις στιγμές. Φανταστείτε ότι αποδίδετε το πνεύμα της αθλητικής κορυφής. Η Swatch αποτυπώνει το μήνυμα του χρόνου. Μερικές φορές το μήνυμα εμφανίζεται σε πλαστική, δερμάτινη, αλουμινένια, ελαστική ή μεταλλική έκδοση, είτε σε ένα σχέδιο που η τέχνη που ξεπερνά τη συνήθη έννοια ενός ρολογιού τυλιγμένου γύρω από τον καρπό του χεριού. Το Καλειδοσκόπιο ήταν ένα πρελούδιο στη μοναδική σχέση που συνεχίζει να σφυρηλατεί η Swatch μεταξύ χρονομέτρησης, αθλητισμού, τέχνης και πολιτισμικής έκφρασης. Ο τίτλος «Kaleidoscope, A Call to Artists» (Καλειδοσκόπιο, μια πρόκληση για καλλιτέχνες), δόθηκε στην εκδήλωση τεχνών της Swatch που πραγματοποιήθηκε στον ιστορικό πεζόδρομο, της οδού Διονυσίου Αεροπαγίτου, στην Αθήνα, το Σάββατο 15 Ιουνίου 2002, και παρουσίασε τη Swatch στο ρόλο της ως επίσημου χρονομέτρη των ολυμπιακών αγώνων Αθήνα 2004. προσκεκλημένοι, φίλοι της τέχνης, αθλητές, επίσημοι, σχεδιαστές, φοιτητές και πολιτικοί, δημιούργησαν πάνω από 100 έργα τέχνης, όλα μοναδικά κομμάτια που δεν αναπαράγονται. Η πρόκληση ήταν να χρησιμοποιήσει ο καθένας τους τη φαντασία του, για να δημιουργήσει ένα πακέτο που θα περιείχε ένα αθλητικό αντικείμενο σε συνδυασμό με αποσυναρμολογημένα εξαρτήματα της Swatch. Οι δημιουργίες κορυφώθηκαν σε ένα portfolio – αληθινή οπτική έκρηξη δημιουργικότητας – το οποίο όξυνε το απαράμιλλο καλλιτεχνικό αισθητήριο της Swatch. Ήδη, η Swatch στήνει το σκηνικό για το Πεκίνο, που θα τη φιλοξενήσει στο μέλλον ως επίσημο χρονομέτρη των ολυμπιακών αγώνων 2008. Το επονομαζόμενο “Traveling Kaleidoscope” (Περιοδεύον Καλειδοσκόπιο) είναι μια πρωτόγνωρη έκθεση φαντασίας που φιλοξενείται τώρα στο Πεκίνο, τη Σαγκάη και το Χονγκ Κονγκ και αποτελείται από 11 καλλιτεχνικά έργα επιλεγμένα μεταξύ των 100 και πλέον δημιουργιών του Καλειδοσκοπίου. Στην έκθεση συμπεριλαμβάνονται 17 ολυμπιακά μοντέλα ρολογιών της Swatch. Όπως φανερώνει το όνομά του, το Περιοδεύον Καλειδοσκόπιο συνεχίζει τα ταξίδια του. Η Swatch προσκλήθηκε να εκθέσει 50 έργα από το εν λόγω εκλεκτικό portfolio στο φημισμένο Ολυμπιακό Μουσείο της Λοζάνης, στη διάρκεια του 4^{ου} Διεθνούς Αθλητικού Forum.

FOR ALL THOSE TIMES YOU PUSHED YOURSELF

to achieve more than seemed humanly possible to everyone.

Except you. For all those long hours on chilly mornings and
sweaty afternoons that trained you to move fast enough to catch
your dreams. For all of you who accomplished feats that made
your mothers' hearts skip a beat and your fathers' jaws drop down the
backs of an entire stadium. For all of you who
keep the flame alive for all of us. We're very proud to document
your exhilarating achievements.



X
XEROX
Worldwide Partner

THE DOCUMENT COMPANY
XEROX

ΧΟΡΗΓΟΣ «MC DONALD'S»

MC DONALD'S

Οι αρχαίοι Έλληνες πίστεψαν στον άνθρωπο, στη δύναμη της ψυχής και του σώματος και έπλασαν μια ιδέα που ξεπέρασε τα όρια του τόπου και του χρόνου. Κάθε τέσσερα χρόνια, οι ολυμπιακοί αγώνες γίνονται αφορμή για την ανταλλαγή ιδεών και την συνάντηση αθλητών από 200 χώρες του κόσμου. Κάθε χρόνο, κάθε μέρα, τα 30.000 εστιατόρια Mc Donald's με τις γεύσεις τους ενώνουν τους ανθρώπους σε 121 χώρες, σε κάθε γωνιά του πλανήτη. Από το 1976, που η Mc Donald's είναι επίσημος χορηγός των ολυμπιακών αγώνων, δίνει στους αθλητές τη δυνατότητα να απολαμβάνουν το αγαπημένο τους μενού στους χώρους σίτισης κατά τη διάρκεια των αγώνων. Ας ταξιδέψουμε μαζί, για να γνωρίσουμε τους σταθμούς αυτής της συναρπαστικής διαδρομής... της Mc Donald's:

Ξεκινώντας από το 1968: Στους χειμερινούς ολυμπιακούς αγώνες στην Grenoble της Γαλλίας. Για πρώτη φορά η Mc Donald's ξεκίνησε να υποστηρίζει την ολυμπιακή ιδέα, φροντίζοντας για τη διατροφή των αθλητών των ΗΠΑ, όταν εκείνοι εξέφρασαν νοσταλγία για το αγαπημένο τους φαγητό.

1976: Η Mc Donald's κατακτά την ολυμπιάδα. Ημερομηνία – σταθμός όταν για πρώτη φορά η Mc Donald's γίνεται επίσημος χορηγός στους θερινούς ολυμπιακούς αγώνες του Μόντρεαλ.

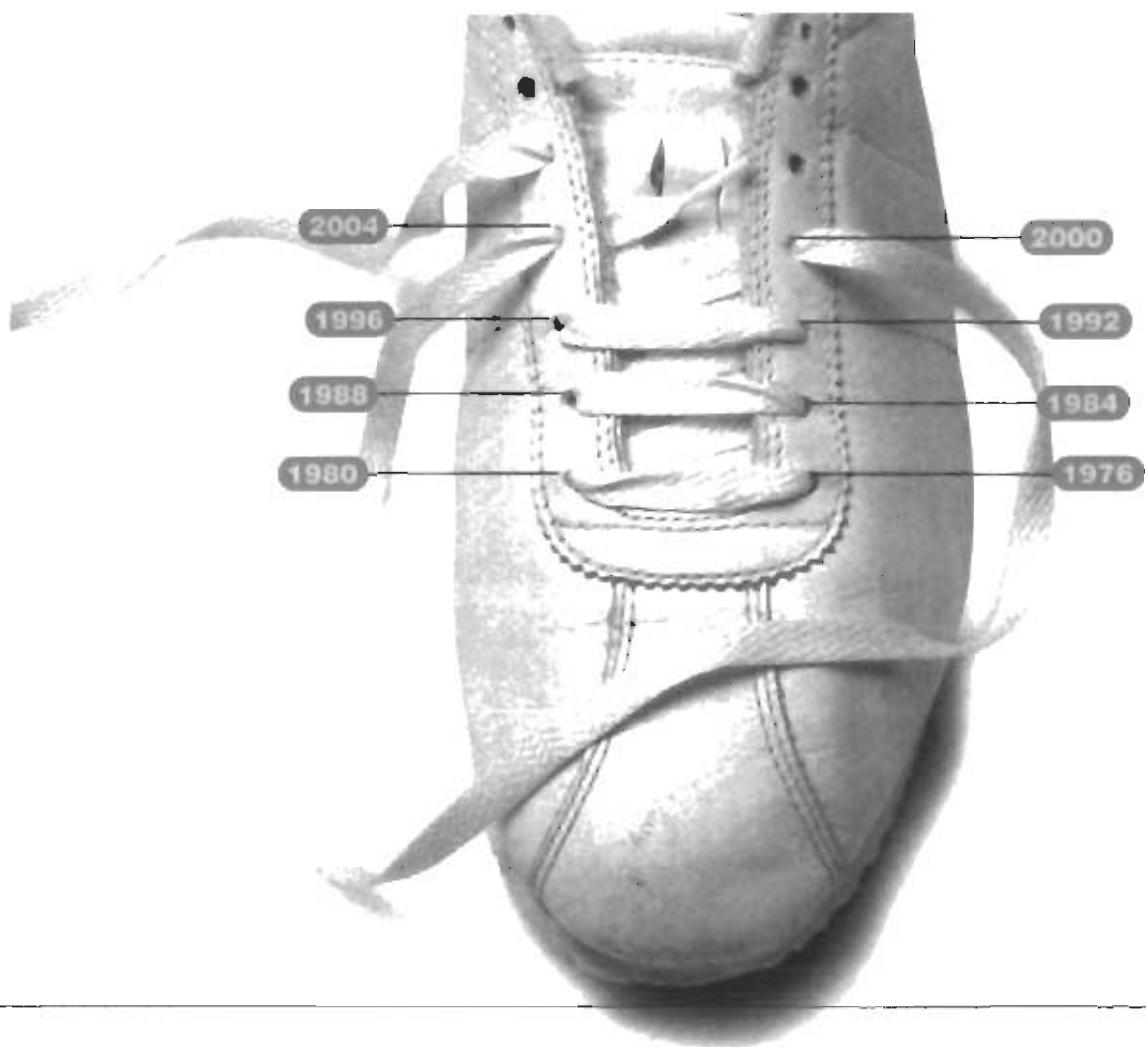
1984: Δίνει το σύνθημα στην ολυμπιάδα του Λος Άντζελες εμπνέοντας τους αθλητές και κάθε Αμερικανό με το μήνυμα «Όταν οι ΗΠΑ κερδίζουν, κερδίζεις και εσύ». Παράλληλα ανέλαβε την κατασκευή του ολυμπιακού κολυμβητηρίου.

1996: Τα 100 χρόνια των ολυμπιακών αγώνων γιορτάζονται με μια γεύση. Για πρώτη φορά σε ολυμπιακό χωριό λειτουργούν ταχυεστιατόρια και είναι Mc Donald's.

2000: Πηγαίνει στους ολυμπιακούς του Σίδνεϋ παίρνοντας μαζί της 400 νέους και νέες απ' όλο τον κόσμο. Ανάμεσα στους εργαζόμενους της Mc Donald's που εκπροσώπησαν τη χώρα τους ήταν και έξι Έλληνες.

Τα Mc Donald's αλλάζουν... και αποκτούν ολυμπιακή όψη για το 2004! Οι ολυμπιακοί αγώνες επιστρέφουν σπίτι τους και η Mc Donald's το γιορτάζει διαμορφώνοντας ανάλογα και τα εστιατόριά της.

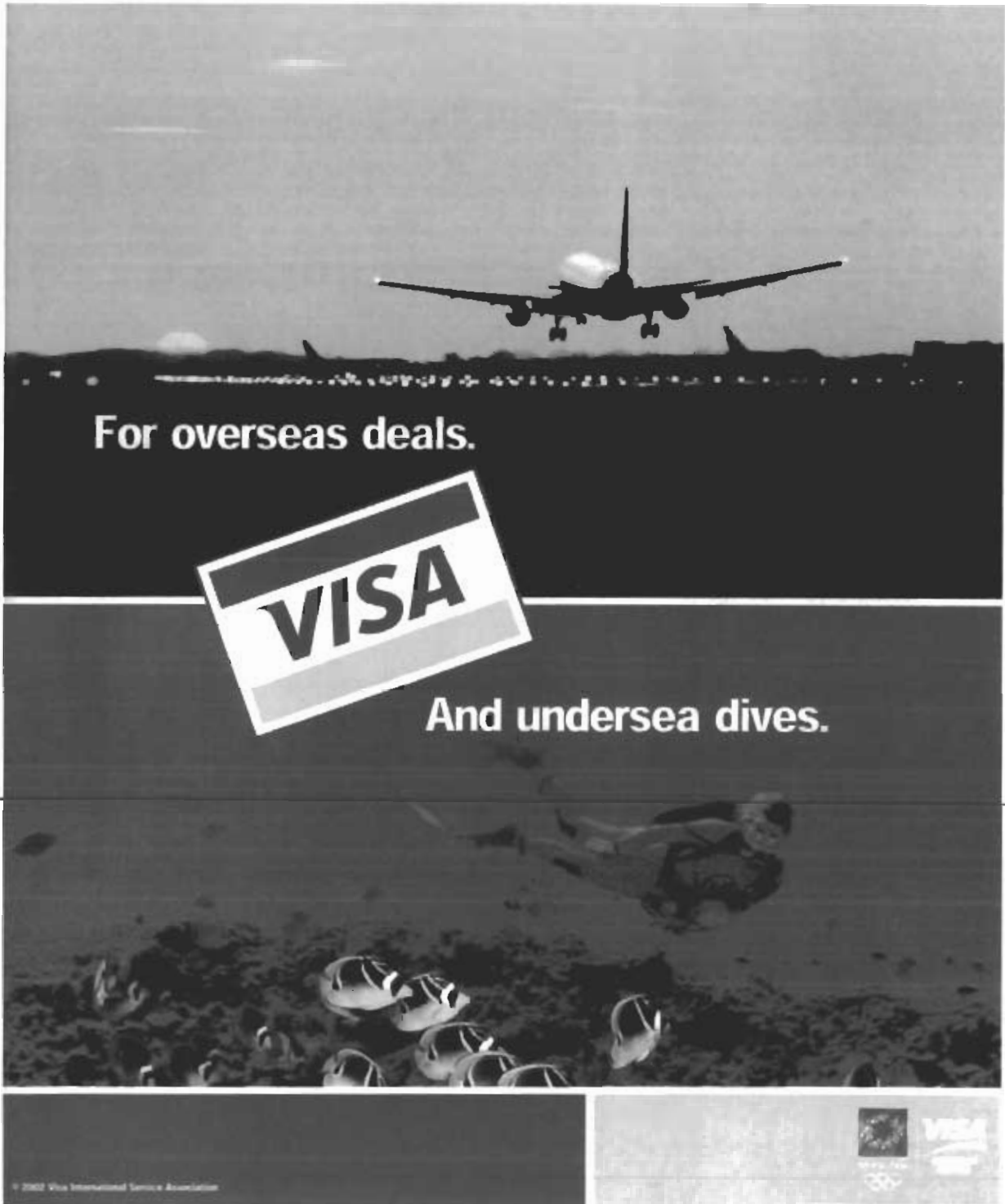
Το ρεκόρ συμμετοχών σε ολυμπιακούς αγώνες σπάει... από τη Mc Donald's! Από το 1976 έως το 2004... η Mc Donald's είναι εκεί σε κάθε ολυμπιακή διοργάνωση.



Κάθε τέσσερα χρόνια ετοιμαζόμαστε για μια νέα εκκίνηση



Επίσημος Χορηγός των Ολυμπιακών Αγώνων από το 1976



For overseas deals.



And undersea dives.

© 2002 Visa International Service Association



ΕΘΝΙΚΟΙ ΧΟΡΗΓΟΙ ΟΛΥΜΠΙΑΚΩΝ ΑΓΩΝΩΝ



ΜΕΓΑΣ ΧΟΡΗΓΟΣ ΤΗΣ ΑΘΗΝΑ 2004 Η ΟΛΥΜΠΙΑΚΗ ΑΕΡΟΠΟΡΙΑ

Η Ολυμπιακή Αεροπορία έγινε ο 8^{ος} Μέγας Εθνικός Χορηγός «Αθήνα 2004». Η συμφωνία που υπογράφηκε μεταξύ της προέδρου της Γιάννα Αγγελοπούλου και του προέδρου και διευθύνοντος συμβούλου της ολυμπιακής Διονύση Καλόφωνου, παρουσία του υπουργού Μεταφορών, Χρήστου Βερελή προβλέπει πωλήσεις σε είδος με την προσφορά εισιτηρίων.

Όπως επεσήμανε η πρόεδρος της Οργανωτικής Επιτροπής, η Ολυμπιακή Αεροπορία στο πλαίσιο της χορηγίας δεν θα εκταμιεύσει χρήματα σε μια δύσκολη για τις διεθνής αερομεταφορές περίοδο, αλλά θα πωλήσει εισιτήρια. Από τα 10 εκατ.

ευρώ της χορηγίας, τα 2 εκατομμύρια ευρώ μπορεί να είναι εισιτήρια άλλων εταιρειών για προορισμούς που δεν εξυπηρετούνται από την Ο.Α. Η χορηγία θα καλύψει τόσο τους ολυμπιακούς όσο και τους παραολυμπιακούς αγώνες.

Η κα Αγγελοπούλου, αφού διευκρίνισε ότι επιλεγμένα προϊόντα της «Αθήνα 2004» θα πωλούνται στο δίκτυο της Ο.Α., αναφέρθηκε γενικότερα στο χορηγικό πρόγραμμα της ΟΕΟΑ. Όπως υπογράμμισε το πρόγραμμα της «Αθήνα 2004» έχει εξασφαλίσει έσοδα 272,8 εκατομμύρια ευρώ ξεπερνώντας τον αρχικό στόχο 36%. «Ο νέος μεγάλος στόχος είναι τώρα 300 εκατομμύρια ευρώ» σημείωσε στη συνέχεια η κα Αγγελοπούλου προσθέτοντας: «Ήδη, έχουμε επιτύχει Ολυμπιακό ρεκόρ στο αγώνισμα των χορηγιών, έχουμε μόνο το 20% του αριθμού των χορηγιών που διέθετε το Σίδνεϋ. Έως τώρα, από τα 272,8 εκατομμύρια ευρώ το 57% είναι σε μετρητά, ενώ στο Σίδνεϋ ήταν περίπου 40%.

ΧΟΡΗΓΟΣ «ΦΑΓΕ»

ΦΑΓΕ

Η ΦΑΓΕ παραδοσιακά στοχεύει όχι μόνο στη διάδοση της σωστής διατροφής αλλά και του υγιεινού τρόπου ζωής και συμβάλλει ενεργά στα αθλητικά δρώμενα της χώρας με κορυφαία προσφορά τη Μεγάλη Χορηγία των ολυμπιακών αγώνων Αθήνα 2004, ακολουθώντας την αρχαιοελληνική αρχή «Νους υγιής εν σώματι υγιεί».

Στο πνεύμα αυτό, τη φετινή χρονιά η ΦΑΓΕ έχει αναλάβει τη χορηγία πολλών αθλητικών εκδηλώσεων σε συνεργασία με Δήμους αλλά και με ιδιωτικούς φορείς. Συγκεκριμένα, κατά τη διάρκεια του 2002 η ΦΑΓΕ ήταν χορηγός της «Γιορτής Γυμναστικής» που οργανώθηκε από τον Οργανισμό Νεολαίας και Άθλησης του Δήμου Αθηναίων. Στη γιορτή αυτή ομάδες από τα 19 δημοτικά γυμναστήρια είχαν την ευκαιρία να παρουσιάσουν εντυπωσιακά aerobic shows σε μια εκδήλωση που στέφθηκε με μεγάλη επιτυχία, καθώς η προσέλευση ήταν μαζική και η συμμετοχή ενθουσιώδης και μεγάλη. Στην εκδήλωση αυτή συμμετείχε και η νεοσύστατη «ΦΑΓΕ ENERGY TEAM», η ομάδα από επιλεγμένες νεαρές γυμνάστριες, που μέσα από προγράμματα γυμναστικής και aerobic που συνθέτουν και παρουσιάζουν, εκφράζουν το δυναμισμό και το αθλητικό πνεύμα της εταιρείας. Παράλληλα, η ΦΑΓΕ ήταν χορηγός στα πρωταθλήματα ποδοσφαίρου και μπάσκετ που οργάνωσε ο Αθλητικός Οργανισμός του Δήμου Λάρισας για τους μαθητές των δημοτικών σχολείων και την άμιλλα που αναπτύσσεται με τα ομαδικά αθλήματα και την άμιλλα που αναπτύσσεται

με τα ομαδικά αθλήματα. Επίσης, με τη χορηγία της ΦΑΓΕ πραγματοποιήθηκε για έβδομη συνεχή χρονιά από το Δήμο Θεσσαλονίκης το Τουρνουά Ποδοσφαίρου 4Χ4 με τη συμμετοχή περίπου 2.000 παιδιών ηλικίας 8 έως 14 ετών. Τέλος, ιδιαίτερα αυξημένη ήταν φέτος και η συμμετοχή στον Αλεξάνδρειο Δρόμο, που διοργανώνεται εδώ και πολλά χρόνια από τον Οργανισμό Νεολαίας και Άθλησης του Δήμου Θεσσαλονίκης με τη χορηγία της ΦΑΓΕ. Παρά τις αντίξοες καιρικές συνθήκες, χιλιάδες παιδιά, ενήλικες και άτομα με αναπηρία συμμετείχαν τόσο στο Λαϊκό Μαραθώνιο (5 χλμ) όσο και στον Αγωνιστικό Δρόμο (20 χλμ). Με δέσμευση ευθύνης απέναντι στο κοινωνικό σύνολο, υπηρετώντας την ιδέα του αθλητισμού και του ολυμπισμού, η ΦΑΓΕ θα εξακολουθήσει να στηρίζει αθλητικές εκδηλώσεις και ενέργειες που προάγουν την άμιλλα και το ήθος, ιδιαίτερα μεταξύ των νέων.



ΧΟΡΗΓΟΣ «ALPHA BANK»

ALPHA BANK

Επίσκεψη της ALPHA BANK στη Διεθνή Ολυμπιακή Ακαδημία.

Μεταξύ 3 και 6 Οκτωβρίου 2002, 110 μέλη του Προσωπικού της Alpha Bank από την Ελλάδα και την Κύπρο φιλοξενήθηκαν στις εγκαταστάσεις της Διεθνούς Ολυμπιακής Ακαδημίας στην Αρχαία Ολυμπία. Οι υπάλληλοι που συμμετείχαν σε αυτήν την αποστολή ήταν άτομα που ασχολούνται συστηματικά με κάποια αθλητική δραστηριότητα καθώς και άτομα που συνέβαλαν ουσιαστικά στην επιτυχία της περιοδείας του Πανοράματος Ολυμπιακών Αθλημάτων 2001-2002. Οι παρευρισκόμενοι ενημερώθηκαν για τους αρχαίους και σύγχρονους ολυμπιακούς αγώνες από τον Πρόεδρο της ΔΟΑ κ. Νίκο Φιλάρετο καθώς και τον Κοσμήτορα κ. Κωνσταντίνο Γεωργιάδη και μελέτησαν τις Ολυμπιακές αξίες σε ομάδες εργασίας. Η αποστολή έκλεισε με επίσκεψη στον Αρχαιολογικό Χώρο και το Αρχαιολογικό Μουσείο, ενώ όλοι οι συμμετέχοντες είχαν τη δυνατότητα να αθληθούν στις αθλητικές εγκαταστάσεις της ΔΟΑ. Τέλος, όλοι όσοι παρευρέθησαν, *χρίστηκαν* «Ολυμπιακοί Αγγελιαφόροι» και παρέλαβαν ένα τιμητικό δίπλωμα.

Εσωτερικό Πρόγραμμα Εθελοντισμού. Μια από τις δεσμεύσεις της Alpha Bank ως Μεγάλου Εθνικού Χορηγού των ολυμπιακών αγώνων Αθήνα 2004, είναι να παρέχει στην Οργανωτική Επιτροπή 500 εθελοντές από το προσωπικό της. Είναι μοναδική ευκαιρία για τον κάθε εθελοντή να βρεθεί στην καρδιά των ολυμπιακών αγώνων, του σημαντικότερου αθλητικού και πολιτιστικού γεγονότος. Επιπλέον, για τους ανθρώπους της Alpha Bank είναι ξεχωριστή τιμή και υπερηφάνεια η συμμετοχή, αφού με την παρουσία μας υποστηρίζουμε το μεγαλύτερο χορηγικό έργο που ανέλαβε ποτέ η Τράπεζά μας η επίσημη τράπεζα των ολυμπιακών αγώνων Αθήνα 2004. Από τα μέσα Σεπτεμβρίου 2002, έχει συσταθεί το «Εσωτερικό Πρόγραμμα Ολυμπιακού Εθελοντισμού». Το πρόγραμμα αποτελείται από μια αίτηση, η οποία «τρέχει» στο Alpha Bank Intranet – το εσωτερικό ηλεκτρονικό πρόγραμμα επικοινωνίας – και δυνατότητα συμμετοχής έχει όλο το Προσωπικό του Ομίλου της Alpha Bank. Δεν τίθεται κανένας περιορισμός στην υποβολή αιτήσεως συμμετοχής, όπως για παράδειγμα σε σχέση με την ηλικία, τις τυπικές γνώσεις ή τη θέση του ενδιαφερόμενου. Ωστόσο, απαραίτητη προϋπόθεση για να γίνει κανείς εθελοντής είναι η γνώση μιας τουλάχιστον ξένης γλώσσας.



© 2004 VISA

Είστε εδώ!

Υπερήφανος αρχηγός
των Ολυμπιακών Αγώνων του 2004

ΧΡΥΣΗ ΑΘΗΝΑ 2004 VISA



Η Alpha Bank η εταιρεία τραπεζών των Ολυμπιακών Αγώνων του 2004 σας δίνει σήμερα μια μοναδική ευκαιρία να αποκτήσετε μια έκδοση στη συλλογή των καρτών της Χρυσής ΑΘΗΝΑ 2004 VISA και να συλλέξετε εύκολα στο μέλλον το σύνολό τους των Ολυμπιακών Αγώνων ως μέλος της Ελληνικής Ολυμπιακής Ομάδας. Με την απόκτηση της 80 Ευρώ από τη συλλογή σας διατίθεται από την Ολυμπιακή Ομάδα. Στη μέση κάθε φάση των Ολυμπιακών Αγώνων η Τραπεζιά σας (Με) το 0,5% των εσόδων σας να τυχόν κέρδη.

Οι κάρτες της συλλογής συλλέγονται δε ταυτίζονται στο πρόγραμμα επιβράβευσης «ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗ» μετά από το οποίο μπορείτε να αποκτήσετε για κάθε από μοναδικό προϊόν όπως συλλεκτικά Ολυμπιακά αντικείμενα, εισιτήρια και υπηρεσίες στη διάρκεια των Αγώνων. Το 2004 επηρεάζει. Έχετε την ευκαιρία να δείτε με έναν τον κόσμο στη διάρκεια να δημιουργήσετε τους καλύτερους Ολυμπιακούς Αγώνες της νέας εποχής. Σε αυτήν την προσπάθεια σας θέλουμε να

αποκτήσετε την καρτέλα της συλλογής της Χρυσής ΑΘΗΝΑ 2004 VISA και να συλλέξετε εύκολα στο μέλλον το σύνολό τους των Ολυμπιακών Αγώνων ως μέλος της Ελληνικής Ολυμπιακής Ομάδας.

Η ΟΡΓΑΝΩΣΗ ΤΗΣ ΟΡΓΑΝΩΣΗΣ
ΓΡΑΜΜΗ ΠΑΝΡΟΦΟΡΙΚΗ ΚΑΙ ΤΗΛΕΦΩΝΙΚΗ ΑΙΤΗΣΙΩΝ 0801-1 2004

ΧΟΡΗΓΟΣ «ΕΛΤΑ»

ΕΛΤΑ

Σε μια ιστορική διαδρομή 175 χρόνων, ο ΕΛΤΑ έχει αναπτύξει ιδιαίτερη σχέση με τους ολυμπιακούς αγώνες, που ξεκινά από την αναβίωσή τους στην Αθήνα το 1896. Τότε, τα Ελληνικά Ταχυδρομεία πρωτοπόρησαν κυκλοφορώντας την πρώτη στον κόσμο σειρά ολυμπιακών, γραμματοσήμων, αξεπέραστης ακόμη καλλιτεχνικής και συλλεκτικής αξίας. Η σχέση αυτή συνεχίστηκε μέχρι σήμερα και πρόκειται να κορυφωθεί το 2004, όταν οι αγώνες θα επιστρέψουν στο φυσικό τους χώρο. Ο ΕΛΤΑ και αυτή τη φορά ως Μέγας Χορηγός θα στηρίξει την εθνική προσπάθεια για τη διοργάνωση των μοναδικών αγώνων με Ανθρώπινο Μέτρο. Έχοντας σχεδιάσει ένα καινοτόμο και φιλόδοξο πρόγραμμα έκδοσης ολυμπιακών γραμματοσήμων, ο ΕΛΤΑ στοχεύει να αναδείξει τις ολυμπιακές αξίες και τα οικουμενικά ιδεώδη των ολυμπιακών αγώνων, να προβάλλει τον ελληνικό πολιτισμό και τη σύγχρονη ελληνική τέχνη, τα τιμήσει το ολυμπιακό πνεύμα και να κινητοποιήσει την παγκόσμια κοινότητα σε εναρμόνιση με τους ρυθμούς της Αθήνας. Τα ελληνικά ολυμπιακά γραμματόσημα, πρεσβευτές καλής θέλησης θα ταξιδέψουν σε κάθε γωνιά του πλανήτη, μεταφέροντας το μήνυμα των ολυμπιακών αγώνων του 2004. Παράλληλα, ο ΕΛΤΑ προτίθεται να δημιουργήσει συλλεκτικά αντικείμενα μεγάλης καλλιτεχνικής αξίας, με ιδιαίτερα καινοτόμα χαρακτηριστικά μέσω των 15 συλλεκτικών σειρών ολυμπιακών γραμματοσήμων που θα εκδώσει μέχρι και το 2004. Στην προσπάθειά μας αυτή θα συμβάλουν μεγάλα ονόματα της σύγχρονης τέχνης, όπως ο Αλέκος Φασιαγός, η Μίνα Βαλυράκη, ο Κώστας Τσόκλης, ο Παύλος και άλλοι καταξιωμένοι καλλιτέχνες. Το πρόγραμμα περιλαμβάνει αναμνηστικές σειρές ολυμπιακών γραμματοσήμων, ολυμπιακά φεγιέ, καθώς και ειδικές εκδόσεις των Μασκότ, των ολυμπιακών στιγμών κλπ που θα κυκλοφορήσουν μέχρι το 2004. Μέσω αυτού του προγράμματος, ο ΕΛΤΑ φιλοδοξεί να προσφέρει σε όλους την ευκαιρία να αιχμαλωτίσουν για πάντα μοναδικές ολυμπιακές εμπειρίες αποτυπωμένες σε μικρά έργα τέχνης με διαχρονική αξία, τα γραμματόσημα των ολυμπιακών αγώνων Αθήνα 2004.

ΕΛΛΗΝΙΚΑ ΤΑΧΥΔΡΟΜΕΙΑ HELLENIC POST

διεύθυνση
ΦΙΛΟΤΕΛΙΣΜΟΥ

ΟΛΥΜΠΙΑΚΟΙ ΑΓΩΝΕΣ ΑΘΗΝΑ 2004

15 Συλλεκτικές Σειρές έως το 2004 με ιστορικές μεγάλων καλλιτεχνών
Μια μεγάλη ιδέα πραγματοποιείται μια μοναδική συλλεκτική προκλήση γεννιέται



Εκδόσεις Μαρτίου 2002



Εκδόσεις ΓΕΩΡΓΙΟΣ ΒΑΡΔΑΛΟΣ
Κυκλοφορία 26 Μαρτίου 2002



Σειρά: ΠΑΝΑΓΙΩΤΗΣ ΓΡΑΒΑΝΟΣ
Κυκλοφορία: 26 Μαρτίου 2002



Σειρά: ΑΝΔΡΟΣ ΒΑΣΙΛΟΣ
Κυκλοφορία: 30 Οκτωβρίου 2002



Σειρά: ΜΥΡΕΝΗ ΒΑΡΒΟΛΟΥΔΟΥ
Κυκλοφορία: 30 Οκτωβρίου 2002



Εκδόσεις Οκτωβρίου 2002

Γίνετε Τώρα Ολυμπιακοί Συλλέκτες

ΔΙΕΥΘΥΝΣΗ ΦΙΛΟΤΕΛΙΣΜΟΥ: ΒΥΣΣΗ 2 & ΑΙΟΛΟΥ 101, 115 ΑΘΗΝΑ, ΤΗΛ: 010 2103880 - 5, ΦΑΞ: 010 2101152



ΧΟΡΗΓΟΣ «ΔΕΛΤΑ»

ΔΕΛΤΑ

Μετά από μια επιτυχημένη χρονιά και καθώς ο τελικός σχεδιασμός των εταιρικών πλάνων για τα επόμενα έτη ολοκληρώνεται, η ΔΕΛΤΑ Βιομηχανία Παγωτού οργάνωσε μια εκδρομή για όλο το προσωπικό της. Ο στόχος της εκδήλωσης αυτής ήταν πολλαπλός. Κατ' αρχάς, η επισφράγιση των συλλογικών αλλά και ατομικών προσπαθειών όλων των εργαζομένων στην πορεία των αποτελεσμάτων της εταιρείας. Ταυτόχρονα, η ενδυνάμωση των δεσμών μεταξύ των εργαζομένων, έτσι ώστε να διατηρείται πάντα το θετικό κλίμα συνεργασίας. Πέρα και πάνω απ' όλα αυτά, βαθύτερη επιθυμία της εταιρείας ήταν η ευαισθητοποίηση και κινητοποίηση όλου του προσωπικού της ΔΕΛΤΑ Βιομηχανίας Παγωτού σχετικά με τη σημασία της Χορηγίας των ολυμπιακών αγώνων Αθήνα 2004. Ο τόπος που επιλέχθηκε δεν θα μπορούσε να είναι καταλληλότερος από την Αρχαία Ολυμπία. Έτσι, στο επιβλητικό και γαλήνιο περιβάλλον του Συνεδριακού Κέντρου της Διεθνούς Ολυμπιακής Ακαδημίας και του αρχαιολογικού χώρου της Ολυμπίας, πραγματοποιήθηκαν ομιλίες και ξενάγηση, με πρωτεύον θέμα τη σπουδαιότητα της χορηγίας της Αθήνα 2004 και την ιστορία των ολυμπιακών αγώνων.

Η εκδήλωση πλαισιώθηκε με γεύμα σε ξενοδοχείο της περιοχής καθώς και με μοίρασμα αναμνηστικών δώρων από την γκάμα των επίσημων προϊόντων της Αθήνα 2004.

Η αποδοχή και η ανταπόκριση του προσωπικού ήταν ιδιαίτερα ενθουσιώδης, γεγονός που θα αξιοποιηθεί με τον προγραμματισμό κι άλλων, παρόμοιων εκδηλώσεων με ακόμη ευρύτερο κοινό.



Για να μπορέσεις να καλυπτήσεις 200 μέτρα "πεταλούδα", σίγουρα χρειάζεσαι ενέργεια και αντοχή. Το Φρέσκο Γάλα ΔΕΛΤΑ, κρή στους υδατανθρακούς και τις πρωτεΐνες υψηλής βιολογικής αξίας που περιέχει, μας δίνει όλη την ενέργεια και την αντοχή που χρειαζόμαστε κάθε μέρα.

Εσείς πόσο ΔΕΛΤΑ ήπιατε σήμερα;

Το έχουμε ανάγκη





HYUNDAI GETZ
ΕΠΙΣΗΜΟ ΑΥΤΟΚΙΝΗΤΟ
ΤΩΝ ΟΛΥΜΠΙΑΚΩΝ ΑΓΩΝΩΝ
ΛΑΘΗΝΑ 2004

μαζί όλο τον κόσμο σας



Με 5 χρόνια εγγύηση από 8.500

Επισημασμένο ως ζήτησε σε έναν καινούριο κόσμο γεμάτο από νέες και διαφορετικές εμπειρίες.
Γνωρίστε τον κόσμο του νέου Hyundai Getz
του Επίσημου Αυτοκινήτου των Ολυμπιακών Αγώνων ΑΘΗΝΑ 2004.

Το Getz διατίθεται με 3 διαφορετικούς κινητήρες 1.1 λίτ - 62 ίππους, 1.3 λίτ - 72 ίππους, 1.6 λίτ - 105 ίππους
ή 3θυρο και 5θυρο με 5 επίπεδα εξοπλισμού

Base βασικός πάγιο ηλεκτρομαγνητικές κλειδαριές κεντρικά ή παραθύρα ή κλιματισμός
ραδιοκασιόφωνο, προβολείς ομίχλης, Spirit (επιπλέον του Base) ηλεκτρονικά тормоз, air condition

Spirit Plus (επιπλέον του Spirit) ηλεκτρονικά тормоз, αερόσακτοι κεντρικά, 8 ηχο ή παραθύρα

Effort (επιπλέον του Spirit Plus) ABS, TRD

Record (επιπλέον του Effort) 10 ηχο ή παραθύρα

ανά CD, ηλεκτρονικά тормоз, αερόσακτοι κεντρικά



ΧΟΡΗΓΟΣ «ΕΡΤ»

ΕΡΤ Α.Ε.

Ήδη από τον περασμένο χρόνο, η Ελληνική Ραδιοφωνία Τηλεόραση άρχισε την υλοποίηση του Ολυμπιακού Χορηγού της προγράμματος, εντάσσοντας στο πρόγραμμά της ειδικές τηλεοπτικές και ραδιοφωνικές εκπομπές, με τις οποίες επιδιώχθηκε και επιτεύχθηκε η ευρύτερη επικοινωνία των ιδεών του ολυμπισμού, της πορείας των ολυμπιακών έργων αλλά και των δραστηριοτήτων της ΟΕΟΑ εντός και εκτός Ελλάδας. Ενδεικτικά της επίτευξης του στόχου αλλά και της ποιότητας των εκπομπών αυτών είναι τα διεθνή βραβεία που συγκεντρώνουν αλλά και οι πωλήσεις τους στο εξωτερικό.

Την περίοδο αυτή σχεδιάζονται, σε συνεργασία με την ΟΕΟΑ, οι νέες εκπομπές που θα ενταχθούν στο Ολυμπιακό χορηγικό πρόγραμμα της εταιρείας μας, πρόγραμμα που θα κορυφωθεί – όπως είναι φυσικό – κατά την περίοδο 003-2004.

Η ΕΡΤ και η ΟΕΟΑ Αθήνα 2004 συνεργάστηκαν – κατά γενική ομολογία – ιδιαίτερος επιτυχημένα στη διοργάνωση και τηλεοπτική κάλυψη της πρώτης προ-ολυμπιακής ιστιοπλοΐας Athens 2002 Regata, που πραγματοποιήθηκε από τις 13 έως τις 26 Αυγούστου στο Ολυμπιακό Κέντρο Ιστιοπλοΐας. Η ΕΡΤ Μέγας Χορηγός των ολυμπιακών αγώνων Αθήνα 2004, διέθεσε τα μέσα και τους ανθρώπους της για την άρτια κάλυψη της Athens 2002 Regatta στην οποία πήραν μέρος πάνω από 800 αθλητές από όλο τον κόσμο. Κάθε βράδυ, σε όλη τη διάρκεια της Athens 2002 Regatta, η ΕΡΤ μετέδιδε ημίωρο με επιλεγμένα αποσπάσματα από τους αγώνες της κάθε ημέρας. Με ένα πλήρες στούντιο εγκατεστημένο στο χώρο τέλεσης των αγώνων και το ταλέντο των δημιουργικών στελεχών της, η ΕΡΤ ανταποκρίθηκε στις απαιτήσεις της Athens 2002 Regatta.

Η επιτυχής διοργάνωση αλλά και η άριστη συνεργασία κατά την κάλυψη του γεγονότος, συνιστούν ένδειξη του ευρύτατου πεδίου δράσεων και συνεργασιών των δύο οργανισμών, που άρχισε ταυτόχρονα με την ανάδειξη της ΕΡΤ ως Μεγάλου Χορηγού των Ολυμπιακών Αγώνων Αθήνα 2004.



ΜΙΑ ΕΙΚΟΝΑ ΓΙΑ ΟΛΟΥΣ ΤΟΥΣ ΕΛΛΗΝΕΣ

Το 2004, κιλιάδες αθλητές από όλη τη Γη
θα μοιραστούν το ίδιο ιδανικό.
Το 2004, εκατομμύρια άνθρωποι
θα μοιραστούν την ίδια εικόνα.



www.ert.gr

ΧΟΡΗΓΟΣ «HEINEKEN»

www.heineken.gr

★ Heineken®

European Union Protected Designation of Origin (PDO) logo and Heineken logo with text "Brewed in the Netherlands"

HEINEKEN

Η Heineken πιστή στο «ραντεβού» της με τους αγώνες της 28^{ης} Ολυμπιάδας!

Συνεπής στο πρόγραμμα των δραστηριοτήτων που αφορούν στην ολυμπιακή χορηγία, η Heineken συνεχίζει με αμείωτους ρυθμούς την προώθηση της ολυμπιακής ιδέας μέσα από διάφορες ενέργειες που απευθύνονται στο ευρύ κοινό, τους εργαζόμενους και τους συνεργάτες της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας.

Πιο συγκεκριμένα, συνεχίζεται η προβολή των τηλεοπτικών spots της Heineken, που παρουσιάζουν με ιδιαίτερα πρωτότυπο τρόπο ολυμπιακά αθλήματα και αγωνίσματα, όπως η δοκός ισορροπίας, η δισκοβολία, οι καταδύσεις και τα 110μ. εμπόδια.

Κυκλοφόρησε και το πέμπτο τεύχος της συλλεκτικής τριμηνιαίας έκδοσης «Go Heineken» με θέμα τους Χορηγούς. Σ' αυτό το τεύχος οι αναγνώστες έχουν την ευκαιρία να πληροφορηθούν για τη φιλοσοφία της χορηγίας, ξεκινώντας από την αρχαιότητα, με την κατασκευή του Καλλιμάρμαρου από τον Ηρώδη τον Αττικό, και φθάνοντας μέχρι τους ολυμπιακούς αγώνες του Σίδνεϋ. Ευχάριστα τα νέα και για τους συλλέκτες των pins, καθώς κυκλοφόρησε η δεύτερη καρφίτσα πέτου για τη συμπλήρωση δύο χρόνων μέχρι τους αγώνες. Πρόκειται για μια πρωτότυπη απεικόνιση των τριών μεταλλίων – του χρυσού, του αργυρού και του χάλκινου – με τη μορφή του κουτιού της Heineken σε συνδυασμό με το χορηγικό λογότυπο. Τέλος, στην Προ-ολυμπιακή διοργάνωση ιστιοπλοΐας ATHENS 2002 Regatta, που διεξήχθη τον Αύγουστο στο Ολυμπιακό Κέντρο Ιστιοπλοΐας Αγίου Κόσμου, η Heineken δρόσισε τους παρευρισκόμενους.

Η Heineken μέσα από τη χορηγική της ιδιότητα, θα εξακολουθήσει να πραγματοποιεί ενέργειες που θα αφορούν την υποστήριξη των ολυμπιακών αγώνων Αθήνα 2004, με σκοπό όλοι οι Έλληνες να υποδεχτούν το μεγαλύτερο αθλητικό γεγονός με τον ενθουσιασμό που του αρμόζει!

ΧΟΡΗΓΟΣ «COSMOTE»



Ένα
μήνυμα
γίνεται
μεγάλο
όταν
έχει...

ΦΩΝΗ!

Πάρε το μήνυμα.

Το 2004 οι Έλληνες έχουμε πολλά να πούμε σε όλο τον κόσμο.
Επείθεται να κάνουμε. Με μια φωνή. Με εξελιγμένη τεχνολογική υποδομή
που θα κληρονομήσουν όλοι οι Έλληνες.
Η COSMOTE, ο πρωτοπόρος στην κινητή τηλεφωνία στην Ελλάδα,
δίνει φωνή σε όλους. Για να πάρουμε όλοι το μήνυμα της συμμετοχής,
να το μεταδώσουμε και να γιορτάσουμε το 2004
με όλο τον κόσμο.

2002. Η COSMOTE καλεί όλους τους Έλληνες στη Συμμετοχή.

 **cosmote**

ΑΘΗΝΑ 2004

ΜΕΓΑΣ
ΧΟΡΗΓΟΣ

COSMOTE

Ο ΟΤΕ και η COSMOTE τιμούν τους Έλληνες αθλητές.

Ο ΟΤΕ και η COSMOTE, ως αποκλειστικοί Χορηγοί Ελλήνων Ολυμπιονικών και άλλων διακεκριμένων αθλητών, βράβευσαν στα πλαίσια της 67^{ης} Διεθνούς Έκθεσης Θεσσαλονίκης τους Κώστα Κεντέρη, Κατερίνα Θάνου και Τασούλα Κελεσίδου για τις μεγάλες διακρίσεις τους στο 18^ο Πανευρωπαϊκό Πρωτάθλημα Στίβου στο Μόναχο. Μετά την τελετή βράβευσης, οι Ολυμπιονίκες είχαν την ευκαιρία να δοκιμάσουν τη νέα υπηρεσία MMS της COSMOTE και να ανταλλάξουν μηνύματα που συνδυάζουν κείμενο, εικόνα και ήχο! Για άλλη μια φορά η COSMOTE, στην πρώτη γραμμή των μεγάλων αθλητικών γεγονότων αλλά και των τεχνολογικών εξελίξεων, προσφέρει προηγμένες υπηρεσίες, ενώ ταυτόχρονα στέκεται στο πλευρό των αθλητών και συνεχίζει μαζί τους την πορεία για το μεγάλο όραμα.

Η ατμόσφαιρα των Ολυμπιακών Αγώνων στα αποκλειστικά καταστήματα της COSMOTE. Η διανομή και προώθηση των Αυθεντικών Ολυμπιακών Προϊόντων Αθήνα 2004 ενδυναμώνεται μέσα από τα αποκλειστικά καταστήματα COSMOTE. Σε αυτά πλέον, εκτός από την άρτια εξυπηρέτηση και τις ολοκληρωμένες λύσεις κινητής τηλεφωνίας που παρέχονται, οι καταναλωτές μπορούν να αποκτήσουν τα Αυθεντικά Ολυμπιακά Προϊόντα Αθήνα 2004: Καπέλα, T-Shirts, καρφίτσες και άλλα συλλεκτικά αντικείμενα, που συμβολίζουν τη χαρά και τη γιορτή του μεγαλύτερου αθλητικού και πολιτιστικού γεγονότος στον κόσμο.

ΧΟΡΗΓΟΣ «ΟΤΕ»

Μηλε, χρώμα ελληνικό... σε τοπίο παγκόσμιο.

Μία μεγάλη ελληνική εταιρία, που γίνεται παγκόσμια.
Ο ΟΤΕ ταξιδεύει σε όλο τον κόσμο. Υψώνει την επικοινωνία και την τεχνολογία σε νέα επίπεδα, για να καλύψει
ιδιαιτέρως, με την ποιότητα των υπηρεσιών του, τις ανάγκες 60.000.000 ανθρώπων, ως την άκρη της γης.
Βουλγαρία, Ρουμανία, Αλβανία, Σιχθία, Αργεντινή, Ιαπωνία...
Και αυτή είναι μόνο η αρχή. Το ταξίδι του ΟΤΕ ξεκινάει. Και συνεχίζεται...
Αεροπορία η Ελλάδα, Κοσμοπλοία όλος ο κόσμος.



**Η Δύναμή μας
Παγκόσμια**

ΟΤΕ

Επικεντρωμένος στο στόχο του, που δεν είναι άλλος από την επίτευξη της μεγάλης εθνικής προσπάθειας, ο ΟΤΕ, ως Μέγας Χορηγός των ολυμπιακών αγώνων στον τομέα των τηλεπικοινωνιών, συνέβαλε στην επιτυχή διεξαγωγή του πρώτου Test Event Ιστιοπλοΐας, που πραγματοποιήθηκε στις εγκαταστάσεις του Αγ. Κοσμά από 12 έως 24 Αυγούστου 2002. Συγκεκριμένα, ο Όμιλος εγκατέστησε ειδική προσωρινή τηλεπικοινωνιακή υποδομή, κατασκεύασε τη δομημένη εσωτερική καλωδίωση του χώρου και παρείχε κυκλώματα σταθερής τηλεφωνίας, κινητής τηλεφωνίας, συγκαναλικού δικτύου (TETRA), Internet, data και τηλεοπτικά κυκλώματα. Η απρόσκοπτη λειτουργία των δικτύων και η άψογη εξυπηρέτηση της διοργάνωσης επιβεβαίωσαν την ετοιμότητα των ολυμπιακών αγώνων. Παράλληλα, στη Συνάντηση των Τηλεοπτικών Εταιριών – Κατόχων Τηλεοπτικών Δικαιωμάτων, που διοργάνωσε η Athens Olympic Broadcasting (AOB) στην Αθήνα από 20 έως 23 Αυγούστου 2002, ο ΟΤΕ παρουσίασε τα διάφορα πακέτα ολοκληρωμένων λύσεων και τις υψηλής στάθμης υπηρεσίες που θα προσφέρει για την εξυπηρέτηση των ολυμπιακών αγώνων. Στα παραπάνω, μεταξύ άλλων, περιλαμβάνονται: Μισθωμένες διεθνείς ψηφιακές γραμμές διαφόρων ρυθμών πληροφορίας, ολοκληρωμένη μετάδοση βίντεο και δορυφορικές τηλεοπτικές μεταδόσεις. Ο ΟΤΕ δεν περιορίζει τις ολυμπιακές του δραστηριότητες μόνο στη θάλασσα, αλλά διατρέχοντας την απόσταση ως το 2004, συμβάλλει και στη δημιουργία του σύγχρονου προφίλ των αστικών συγκοινωνιών. Θεωρώντας ότι τηλεπικοινωνίες, μεταφορές και τουρισμός αποτελούν αλληλένδετα στοιχεία της διεθνούς εικόνας μιας χώρας, ο ΟΤΕ υποστηρίζει τον ΟΑΣΑ ώστε να προβάλλει το τεχνολογικό πρόσωπο της Ελλάδας. Ο ΟΤΕ, με επικοινωνιακό «όχημα» τις αστικές συγκοινωνίες, προβάλλει την ολυμπιακή χορηγία καθώς και τους αθλητές που χορηγεί, ολυμπιονίκες και φερέλπιδες, στο εξωτερικό των λεωφορίων που εξυπηρετούν το αεροδρόμιο Ελευθέριος Βενιζέλος. Ήδη έχουν «ντυθεί» διαφημιστικά έξι λεωφορεία με την Κατερίνα Θάνου και τον Πύρρο Δήμο και η διαδρομή συνεχίζεται.

Ο ΦΟΙΒΟΣ ΚΑΙ Η ΑΘΗΝΑ ΣΤΙΣ ΝΕΕΣ ΤΗΛΕΚΑΡΤΕΣ ΤΟΥ ΟΤΕ

Ο ΟΤΕ, Μέγας Χορηγός των ολυμπιακών αγώνων, ένα χρόνο πριν την τέλεσή τους και με την ευκαιρία της 68^{ης} Διεθνούς Έκθεσης Θεσσαλονίκης, παρουσιάζει μια νέα σειρά τηλεκαρτών με θέμα το Φοίβο και την Αθηνά.

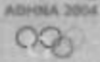
Η νέα αυτή σειρά τηλεκαρτών, εμπνευσμένη από τα ολυμπιακά αθλήματα, θα κυκλοφορήσει σε περιορισμένο αριθμό. Ήδη έχει ξεκινήσει η διάθεση, στο πλαίσιο της 68^{ης} Διεθνούς Έκθεσης Θεσσαλονίκης, των 4 πρώτων τηλεκαρτών που παρουσιάζουν το Φοίβο και την Αθηνά στα ολυμπιακά αθλήματα της ρυθμικής γυμναστικής, καλαθοσφαίρισης, ταεκβοντό, πυγμαχίας, χειροσφαίρισης, αντισφαίρισης, τραμπολίνου και μπίτς βόλεϊμπολ.

Ταυτόχρονα, παρουσιάζονται για πρώτη φορά στη Θεσσαλονίκη και 4 νέες τηλεκάρτες που αναμένεται να κυκλοφορήσουν σύντομα στην αγορά. Οι τηλεκάρτες αυτές απεικονίζουν το Φοίβο και την Αθηνά στα ολυμπιακά αθλήματα του στίβου, μπίτζμπολ, ξιφασκίας, σκοποβολής, ποδηλασίας, πάλης, σόφτμπολ και μοντέρνου πένταθλου.

Οργανισμός Επιδρομή Ολυμπιακών Αγώνων ΑΘΗΝΑ 2004

Διεύθυνση Εμπορίας Προϊόντων. Τ +30 10 2004 642.

www.athens.olympic.org



ΕΜΠΟΡΙΑ ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ

Ο ρόλος του προγράμματος Licensing είναι να μεγιστοποιηθούν τα έσοδα της Οργανωτικής Επιτροπής Αθήνα 2004 που προέρχονται από την εμπορική αξιοποίηση προϊόντων στα οποία είχε παραχωρηθεί το δικαίωμα να φέρουν τα ολυμπιακά σήματα τόσο στην Ελλάδα, όσο και διεθνώς.

Ιστορικά, τα ολυμπιακά προγράμματα Licensing είχαν βραχυπρόθεσμο σχεδιασμό και επικεντρωνόταν στην πώληση προϊόντων αναμνηστικών των ολυμπιακών αγώνων, όπως T-Shirts, καπελάκια κ.α. Το γεγονός ότι δεν ήταν αρκετά οργανωμένα είχε ως αποτέλεσμα την έντονη εμπορευματοποίησή τους, την έλλειψη ελέγχου της εικόνας των εκάστοτε ολυμπιακών αγώνων που προωθούσαν καθώς και τη μη αποκόμιση κερδών από τα οποία έσοδα προσπόριζε η εφαρμογή τους.

Η ΔΟΕ αυτή τη στιγμή συνεργάζεται με όλες τις ήδη συστημένες ΟΕΟΑ για την ανάπτυξη ενός ποιοτικού και οργανωμένου προγράμματος Licensing ικανού να αναβαθμίσει τη συνολική εικόνα του ολυμπιακού κινήματος και των ολυμπιακών αγώνων. Μεταξύ άλλων στοχεύει στην:

- Ανάπτυξη ενός ευρέως προγράμματος Licensing το οποίο θα καλύπτει όλες τις βασικές κατηγορίες προϊόντων τα οποία θα φέρουν τα σήματα των ολυμπιακών αγώνων του 2004 στην Αθήνα και θα εμπνέεται από τις αρχές της υπερίσχυσης της ποιότητας έναντι της ποσότητας και της ελεγχόμενης εμπορευματοποίησης.
- Ανάπτυξη ενός προγράμματος λιανικής πώλησης που θα προβάλλει τόσο τα σήματα των ολυμπιακών αγώνων όσο και τα προϊόντα στα οποία έχει παραχωρηθεί το δικαίωμα να φέρουν τα συγκεκριμένα σήματα.
- Λειτουργία ενός αποτελεσματικού συστήματος έγκρισης που θα καθοδηγεί και θα επιβλέπει τον τρόπο αξιοποίησης των ολυμπιακών σημάτων από τα προϊόντα στα οποία έχει παραχωρηθεί το δικαίωμα να τα φέρουν, όπως επίσης θα εγγυάται το υψηλό ποιοτικό επίπεδο των προϊόντων αυτών.
- Ανάπτυξη ενός συστήματος διασφάλισης της αυθεντικότητας των αξιοποιούμενων εμπορικά ολυμπιακών σημάτων κατά τη διάρκεια της περιόδου 200-2004.



Ο οργανισμός Αθήνα 2004 για να υλοποιήσει τους παραπάνω στόχους προκήρυξε τον παρακάτω διαγωνισμό για την παραγωγή, προώθηση, διανομή και πώληση των ολυμπιακών προϊόντων.

Αθήνα 2004: Διαγωνισμός για την παραγωγή και εμπορία προϊόντων.

Διαγωνισμό για τη σύναψη σύμβασης παραγωγής και εμπορίας προϊόντων που θα φέρουν τα σήματα, προκήρυξε η Οργανωτική Επιτροπή Ολυμπιακών Αγώνων Αθήνα 2004.

Ο διαγωνισμός αφορά την παραγωγή, προώθηση, διανομή και πώληση, σε συγκεκριμένα από Επιτροπή σημεία πώλησης στην Ελληνική επικράτεια, όλων των ειδών της ομάδας προϊόντα είδη, τα οποία θα φέρουν το έμβλημα των ολυμπιακών αγώνων του 2004.

Πρόκειται για τα εξής προϊόντα: ημερολόγια γραφείου (εκτός από ημερολόγια τοίχου), τηλεφωνικά organizers, μπλόκ σημειώσεων – σημειωματάρια, μπλόκ σχεδίου ζωγραφικής, τετράδια, (μαλακό εξώφυλλο, σπιράλ θεμάτων), μολύβια, στυλό, γόμες, ξύστρες, σελ γεωμετρίας, χάρακες, ετικέτες, ντοσιέ, διαχωριστικά εγγράφων, γωνίες αρχειοθέτησης, κουτιά αρχειοθέτησης (σκληρά, μαλακά), λάστιχο, στυλοστάτες, χαρτοκόπτες, χαρτοθήκες soumain, μολυβοθήκες, αυτοκόλλητα (εκτός καρτών), κύβοι σημειώσεων.

Κατά τη διάρκεια ισχύος της σύμβασης, ο αδειούχος αναλαμβάνει την υποχρέωση να καταβάλλει στην Επιτροπή δικαιώματα, τα οποία ορίζονται σε ποσοστό 20% επί όλων των μικτών πωλήσεων των προϊόντων.

Τη Δευτέρα 3 Σεπτεμβρίου του 2003, το Διοικητικό Συμβούλιο της Οργανωτικής Επιτροπής των ολυμπιακών αγώνων Αθήνα 2004 επικύρωσε τα αποτελέσματα του διαγωνισμού για τα ολυμπιακά προϊόντα και τα ανακοίνωσε με δελτίο τύπου στο internet στη διεύθυνση presspoint.gr το οποίο και παραθέτουμε παρακάτω:

ΔΕΛΤΙΟ ΤΥΠΟΥ

Δευτέρα, 3 Σεπτεμβρίου 2001 10:50:00

Ελληνικές εταιρείες οι ανάδοχοι για 16 από τις 36 κατηγορίες προϊόντων που θα κυκλοφορήσουν με τα σήματα της «Αθήνα 2004».

Το Διοικητικό Συμβούλιο της Οργανωτικής Επιτροπής Ολυμπιακών Αγώνων Αθήνα 2004 (υπό την τακτική σύνθεσή του) κατά τη σημερινή συνεδρίαση επικύρωσε τα αποτελέσματα του διαγωνισμού για 16 από τις 35 κατηγορίες προϊόντων, που θα κυκλοφορήσουν με τα σήματα της Αθήνα 2004. Και οι 16 ανάδοχοι είναι Ελληνικές εταιρείες ή κοινοπραξίες Ελληνικών επιχειρήσεων.

Τα αναλυτικά τεύχη της προκήρυξης των διαγωνισμών παρέλαβαν 1085 εταιρείες. Επίσης εντυπωσιακά είναι και τα προσδοκώμενα από τους ανάδοχους οικονομικά αποτελέσματα.

Οι προβλεπόμενες πωλήσεις λιανικής από τους 16 αδειούχους υπολογίζονται σε 105 και οι πωλήσεις χονδρικής σε 51,5 δισεκατομμύρια δραχμές.

Με βάση αυτά τα δεδομένα, τα έσοδα της Αθήνα 2004 θα ανέλθουν σε 10,3 δισεκατομμύρια δραχμές, ποσό που υπερβαίνει κατά 92% τα έσοδα που αρχικώς είχαν προϋπολογιστεί. Το 72% των εσόδων είναι ήδη κατατεθειμένο στην Αθήνα 2004, υπό τη μορφή τραπεζικών εγγυητικών επιστολών.

Όλες οι ανάδοχες εταιρείες και κοινοπραξίες κατέχουν ξεχωριστή θέση στον κλάδο τους και θα παρέχουν στους καταναλωτές προϊόντα υψηλής ποιότητας.

Κατά κατηγορία προϊόντων οι ανάδοχες εταιρείες ή κοινοπραξίες και τα ποσά που ωπιστοιχούν στις πωλήσεις χονδρικής και τα έσοδα της ΟΕΟΑ Αθήνα 2004 είναι οι εξής:

1. Κοσμήματα: Καταστήματα Αφορολόγητων Ειδών Α.Ε., Νίκος Κωνσταντόπουλος – Βυζαντινή Τέχνη ΑΒΕΕ, Εύσημον Α.Ε., με 9 δις. προβλεπόμενες πωλήσεις χονδρικής και 1,8 δις. έσοδα της Αθήνα 2004.

2. Αρώματα: ΓΡ. ΣΑΡΑΝΤΗΣ ΑΕΒΕΕ, με 1,5 δις. προβλεπόμενες πωλήσεις χονδρικής και 300 εκατομμύρια δραχμές έσοδα της Αθήνα 2004.

3. Κλειδοθήκες και διακοσμητικά με μαγνήτες: Καταστήματα Αφορολόγητων Ειδών Α.Ε., Νίκος Κωνσταντόπουλος ΑΒΕΕ, εύσημον Α.Ε., με 1,6 δις. προβλεπόμενες πωλήσεις χονδρικής και 320 εκατομμύρια δραχμές έσοδα της Αθήνα 2004.

4. Αθλητικά είδη θαλάσσης: Σ.Ν. ΑΡΓΥΡΟΣ Α.Ε., με 1,5 δις. προβλεπόμενες πωλήσεις χονδρικής και 300 εκατομμύρια δραχμές έσοδα της Αθήνα 2004.

5. Ομπρέλες: ΧΑΝΟΣ ΑΒΕΕ, με 297,4 εκατομμύρια δραχμές προβλεπόμενες πωλήσεις χονδρικής και 59,475 εκατομμύρια δραχμές έσοδα της Αθήνα 2004.

6. Γυαλιά ηλίου: ΚΑΤΣΙΩΡΑΣ ΠΟΛΥΜΕΡΟΣ, με 1 δις. προβλεπόμενες πωλήσεις χονδρικής και 200 εκατομμύρια δραχμές έσοδα της Αθήνα 2004.

7. Είδη πορσελάνης – Κεραμικά: Καταστήματα Αφορολόγητων Ειδών Α.Ε., Νίκος Κωνσταντόπουλος – Βυζαντινή Τέχνη ΑΒΕΕ, Εύσημον Α.Ε., με 4,7 δις. προβλεπόμενες πωλήσεις χονδρικής και 940 εκατομμύρια δραχμές έσοδα της Αθήνα 2004.

8. Είδη σπιτιού από γυαλί: Καταστήματα Αφορολόγητων Ειδών Α.Ε., Νίκος Κωνσταντόπουλος – Βυζαντινή Τέχνη ΑΒΕΕ, Εύσημον Α.Ε., με 1,7 δις. προβλεπόμενες πωλήσεις χονδρικής και 340 εκατομμύρια δραχμές έσοδα της Αθήνα 2004.

9. Σακίδια και είδη ταξιδιού: ΜΩΡΙΣ ΓΚΑΤΕΝΙΟ ΑΕΒΕ, με 1,750 δις. προβλεπόμενες πωλήσεις χονδρικής και 350 εκατομμύρια δραχμές έσοδα της Αθήνα 2004.

10. Κορνίζες και φωτογραφικά άλμπουμ: Τ. ΓΙΟΒΑΣ ΜΕΛΕΤΟΠΟΥΛΟΣ Α.Ε., με 450 εκατομμύρια δραχμές προβλεπόμενες πωλήσεις χονδρικής και έσοδα 90 εκατομμύρια της Αθήνα 2004.

11. Δερμάτινα είδη: Καταστήματα Αφορολόγητων Ειδών Α.Ε., Νίκος Κωνσταντόπουλος – Βυζαντινή Τέχνη ΑΒΕΕ, Εύσημον Α.Ε., με 800 εκατομμύρια δραχμές προβλεπόμενες πωλήσεις χονδρικής και 160 εκατομμύρια έσοδα της Αθήνα 2004.

12. Παιχνίδια εξωτερικού χώρου: Ι. ΠΑΠΑΔΟΠΟΥΛΟΣ & ΣΙΑ Ο.Ε., με 526,33 εκατομμύρια δραχμές προβλεπόμενες πωλήσεις χονδρικής και 105,26 εκατομμύρια έσοδα της Αθήνα 2004.

13. Αφίσες & ευχετήριες κάρτες: Μ. ΤΟΥΜΠΗΣ Α.Ε. και ΤΕΧΝΗ Α.Ε., με 1,5 δις. προβλεπόμενες πωλήσεις χονδρικής και 300 εκατομμύρια έσοδα της Αθήνα 2004.

14. Πιζάμες και εσώρουχα: Α. ΠΑΠΑΚΩΝΣΤΑΝΤΙΝΟΥ Α.Ε. ΕΤΟΙΜΩΝ ΕΝΔΥΜΑΤΩΝ, με 2,390 δις. προβλεπόμενες πωλήσεις χονδρικής και 478 εκατομμύρια δραχμές έσοδα της Αθήνα 2004.

15. Καρφίτσες πέτου (pins): Καταστήματα Αφορολόγητων Ειδών Α.Ε., Νίκος Κωνσταντόπουλος – Βυζαντινή Τέχνη ΑΒΕΕ, Εύσημον Α.Ε., με 21,07 δις. προβλεπόμενες πωλήσεις χονδρικής και 4,214 δις. έσοδα της Αθήνα 2004.

16. Παιχνίδια: JUMBO Ανώνυμος Εμπορική Εταιρεία, με 1,7 δις. προβλεπόμενες πωλήσεις χονδρικής και 340 εκατομμύρια έσοδα της Αθήνα 2004.

Ο διαγωνισμός για τα είδη σπιτιού μιας χρήσης και είδη πάρτι κηρύχθηκε άγονος.

Παράλληλα με τις ανακοινώσεις της Αθήνας 2004 στο internet, ανακοινώσεις δημοσιεύουν και οι εταιρείες στη διεύθυνση www.business2005.gr/ec. Όπως παραθέτουμε παρακάτω. *[Η Ολυμπιακή Επιτροπή Αθήνα 2004 με ανακοίνωσή της αναφέρει ότι δεν φέρει καμία ευθύνη για τις ανακοινώσεις των εταιρειών. Την ευθύνη για τις ανακοινώσεις και τα δελτία Τύπου έχουν οι επιχειρήσεις. Το presspoint.gr δεν επεμβαίνει με κανένα τρόπο στο περιεχόμενό τους, διατηρεί όμως το δικαίωμα επαλήθευσης της αποστολής πριν τη δημοσίευση].*

Ποιες εταιρείες επιλέχθηκαν για τα ολυμπιακά προϊόντα: Ανακηρύχθηκαν οι ανάδοχοι για τις 16 από τις 35 κατηγορίες προϊόντων με τα σήματα της «Αθήνα 2004». Το Διοικητικό Συμβούλιο της εταιρείας συνεδρίασε (31.8.2001)

και επισήμανε τα αποτελέσματα του σχετικού διαγωνισμού, το αποτέλεσμα ανέδειξε τους 16 αναδόχους που είναι Ελληνικές εταιρίες κοινοπραξίες Ελληνικών επιχειρήσεων.

Σημειώνεται ότι οι προβλεπόμενες πωλήσεις λιανικής από τους 16 αδειούχους υπολογίζονται σε 105 και οι πωλήσεις χονδρικής σε 51,5 δισεκατομμύρια δραχμές. Βάση αυτά τα δεδομένα, τα έσοδα της «Αθήνα 2004) θα ανέλθουν σε εκατομμύρια δραχμές, ποσό που υπερβαίνει κατά 92% τα έσοδα που είχαν προϋπολογιστεί. Το 75% των εσόδων είναι ήδη κατατεθειμένο στην Οργανωτική Επιτροπή, υπό τη μορφή τραπεζικών εγγυητικών επιστολών.

Κατά κατηγορία προϊόντων οι ανάδοχες εταιρείες ή κοινοπραξίες που αντιστοιχούν στις πωλήσεις χονδρικής και τα έσοδα της ΟΕΟΑ Αθήνα 2004 είναι οι εξής:

1. Κοσμήματα: Καταστήματα Αφορολόγητων Ειδών Α.Ε., Νίκος Κωνσταντόπουλος – Βυζαντινή Τέχνη ΑΒΕΕ, Εύσημον Α.Ε., με 9 δις. προβλεπόμενες πωλήσεις χονδρικής και 1,8 δις. έσοδα της Αθήνα 2004.

2. Αρώματα: ΓΡ. ΣΑΡΑΝΤΗΣ ΑΕΒΕΕ, με 1,5 δις. προβλεπόμενες πωλήσεις χονδρικής και 300 εκατομμύρια δραχμές έσοδα της Αθήνα 2004.

3. Κλειδοθήκες και διακοσμητικά με μαγνήτες: Καταστήματα Αφορολόγητων Ειδών Α.Ε., Νίκος Κωνσταντόπουλος ΑΒΕΕ, εύσημον Α.Ε., με 1,6 δις. προβλεπόμενες πωλήσεις χονδρικής και 320 εκατομμύρια δραχμές έσοδα της Αθήνα 2004.

4. Αθλητικά είδη θαλάσσης: Σ.Ν. ΑΡΓΥΡΟΣ Α.Ε., με 1,5 δις. προβλεπόμενες πωλήσεις χονδρικής και 300 εκατομμύρια δραχμές έσοδα της Αθήνα 2004.

5. Ομπρέλες: ΧΑΝΟΣ ΑΒΕΕ, με 297,4 εκατομμύρια δραχμές προβλεπόμενες πωλήσεις χονδρικής και 59,475 εκατομμύρια δραχμές έσοδα της Αθήνα 2004.

6. Γυαλιά ηλίου: ΚΑΤΣΙΩΡΑΣ ΠΟΛΥΜΕΡΟΣ, με 1 δις. προβλεπόμενες πωλήσεις χονδρικής και 200 εκατομμύρια δραχμές έσοδα της Αθήνα 2004.

7. Είδη πορσελάνης – Κεραμικά: Καταστήματα Αφορολόγητων Ειδών Α.Ε., Νίκος Κωνσταντόπουλος – Βυζαντινή Τέχνη ΑΒΕΕ, Εύσημον Α.Ε., με 4,7 δις. προβλεπόμενες πωλήσεις χονδρικής και 940 εκατομμύρια δραχμές έσοδα της Αθήνα 2004.

8. Είδη σπιτιού από γυαλί: Καταστήματα Αφορολόγητων Ειδών Α.Ε., Νίκος Κωνσταντόπουλος – Βυζαντινή Τέχνη ΑΒΕΕ, Εύσημον Α.Ε., με 1,7 δις. προβλεπόμενες πωλήσεις χονδρικής και 340 εκατομμύρια δραχμές έσοδα της Αθήνα 2004.

9. Σακίδια και είδη ταξιδιού: ΜΩΡΙΣ ΓΚΑΤΕΝΙΟ ΑΕΒΕ, με 1,750 δις. προβλεπόμενες πωλήσεις χονδρικής και 350 εκατομμύρια δραχμές έσοδα της Αθήνα 2004.

10. Κορνίζες και φωτογραφικά άλμπουμ: Τ. ΓΙΟΒΑΣ ΜΕΛΕΤΟΠΟΥΛΟΣ Α.Ε., με 450 εκατομμύρια δραχμές προβλεπόμενες πωλήσεις χονδρικής και έσοδα 90 εκατομμύρια της Αθήνα 2004.

11. Δερμάτινα είδη: Καταστήματα Αφορολόγητων Ειδών Α.Ε., Νίκος Κωνσταντόπουλος – Βυζαντινή Τέχνη ΑΒΕΕ, Εύσημον Α.Ε., με 800 εκατομμύρια δραχμές προβλεπόμενες πωλήσεις χονδρικής και 160 εκατομμύρια έσοδα της Αθήνα 2004.

12. Παιχνίδια εξωτερικού χώρου: Ι. ΠΑΠΑΔΟΠΟΥΛΟΣ & ΣΙΑ Ο.Ε., με 526,33 εκατομμύρια δραχμές προβλεπόμενες πωλήσεις χονδρικής και 105,26 εκατομμύρια έσοδα της Αθήνα 2004.

13. Αφίσες & ευχετήριες κάρτες: Μ. ΤΟΥΜΠΗΣ Α.Ε. και ΤΕΧΝΗ Α.Ε., με 1,5 δις. προβλεπόμενες πωλήσεις χονδρικής και 300 εκατομμύρια έσοδα της Αθήνα 2004.

14. Πιζάμες και εσώρουχα: Α. ΠΑΠΑΚΩΝΣΤΑΝΤΙΝΟΥ Α.Ε. ΕΤΟΙΜΩΝ ΕΝΔΥΜΑΤΩΝ, με 2,390 δις. προβλεπόμενες πωλήσεις χονδρικής και 478 εκατομμύρια δραχμές έσοδα της Αθήνα 2004.

15. Καρφίτσες πέτου (pins): Καταστήματα Αφορολόγητων Ειδών Α.Ε., Νίκος Κωνσταντόπουλος – Βυζαντινή Τέχνη ΑΒΕΕ, Εύσημον Α.Ε., με 21,07 δις. προβλεπόμενες πωλήσεις χονδρικής και 4,214 δις. έσοδα της Αθήνα 2004.

16. Παιχνίδια: JUMBO Ανώνυμος Εμπορική Εταιρεία, με 1,7 δις. προβλεπόμενες πωλήσεις χονδρικής και 340 εκατομμύρια έσοδα της Αθήνα 2004.

Στη συνέχεια επιλέχθηκαν και άλλοι 4 ανάδοχοι: Αξίζει να προσέξουμε τις οικονομικές προβλέψεις που κάνουν οι ανάδοχες εταιρείες.

Επιλέχθηκαν άλλοι τέσσερις ανάδοχοι για τα ολυμπιακά προϊόντα

Επικυρώθηκαν με απόφαση του Διοικητικού Συμβουλίου της Οργανωτικής Επιτροπής ολυμπιακών αγώνων Αθήνα 2004, τα αποτελέσματα των διαγωνισμών για τους ανάδοχους τεσσάρων (4) ακόμη κατηγοριών προϊόντων, από τις συνολικές που θα κυκλοφορήσουν με τα σήματα της Αθήνα 2004, στις οποίες συμπεριλαμβάνονται οι εκδόσεις.

Και οι τέσσερις νέοι ανάδοχοι είναι ελληνικές επιχειρήσεις ή κοινοπραξίες ελληνικών επιχειρήσεων.

Οι τέσσερις νέες κατηγορίες προϊόντων και οι ανάδοχοί τους είναι οι εξής:

1. Εκδόσεις: Ανάδοχος ή υπό σύσταση κοινοπραξία των εταιριών Δημοσιογραφικός Οργανισμός Λαμπράκη Α.Ε., ελληνικά Γράμματα Α.Ε., Liberis Athens A.E. και Imako Group S.A. Προβλεπόμενες πωλήσεις λιανικής 12.899.943.681 και έσοδα Αθήνα 2004 2.579.988 δραχμές.

2. Κάλτσες: Ανάδοχος η Vertical ABEE. Προβλεπόμενες πωλήσεις λιανικής 2.504.761.876 και έσοδα της Αθήνα 2004 250.476.188 δραχμές.
3. Λευκά είδη σπιτιού: Ανάδοχος «Αφοί Ακρίδα Α.Ε.». προβλεπόμενες πωλήσεις λιανικής 500.823.375 δραχμές.
4. Παπούτσια: Ανάδοχος «Αφοί Χατζηπροδρόμου Α.Ε.». Προβλεπόμενες πωλήσεις λιανικής 4.438.000.000 και έσοδα της Αθήνα 2004 443.800.000 δραχμές.

Σύμφωνα με εκτιμήσεις των αναδόχων, οι προβλεπόμενες πωλήσεις λιανικής στις τέσσερις συγκεκριμένες κατηγορίες (εκδόσεις, κάλτσες, λευκά είδη σπιτιού, παπούτσια) θα είναι εντυπωσιακές. Υπολογίζονται σε 20,3 δισεκατομμύρια και με βάση αυτά τα δεδομένα τα έσοδα της Αθήνα 2004 εκτιμώνται σε πολλά δισεκατομμύρια δραχμές, ποσό που υπερβαίνει κατά 87% τα έσοδα που είχαν αρχικών προϋπολογιστεί! Το 75% των εσόδων της Αθήνα 2004 είναι ήδη κατατεθειμένο με τη μορφή τραπεζικών επιστολών.

Υπενθυμίζουμε ότι έως σήμερα έχουν αναδειχθεί οι ανάδοχοι 21 από τις κατηγορίες προϊόντων και προβλέπονται συνολικά έσοδα για την οργανωτική επιτροπή 13,6 δις δραχμές.

Ρεκόρ εσόδων με 8 νέους αναδόχους

Επικυρώθηκαν με απόφαση του Διοικητικού Συμβουλίου της Οργανωτικής Επιτροπής Ολυμπιακών Αγώνων Αθήνα 2004 αποτέλεσμα των διαγωνισμών για τους αναδόχους οκτώ κατηγοριών προϊόντων από τις συνολικά 35 που θα κυκλοφορήσουν με τα Ολυμπιακά Σήματα.

Οι νέοι ανάδοχοι είναι ελληνικές επιχειρήσεις ή κοινοπραξίες ελληνικών επιχειρήσεων κατέχουν ξεχωριστή θέση στον κλάδο στον οποίο δραστηριοποιούνται και εγγυώνται την προσφορά προϊόντων υψηλής ποιότητας στους καταναλωτές.

Σύμφωνα με εκτιμήσεις των αναδόχων, οι προβλεπόμενες πωλήσεις λιανικής στις οχτώ συγκεκριμένες κατηγορίες (Καπέλα, μωρουδιακή ένδυση, αθλητική ένδυση, πολιτική ένδυση, πόλο, πετσέτες και μπουρνούζια, παζλ και επιτραπέζια παιχνίδια, αξεσουάρ ηλεκτρονικού υπολογιστή) θα είναι εντυπωσιακές. Υπολογίζονται σε 126 δισεκατομμύρια δραχμές και με βάση αυτά τα δεδομένα τα έσοδα της Οργανωτικής Επιτροπής εκτιμώνται σε 12,6 δισεκατομμύρια δραχμές, ποσό που υπερβαίνει κατά 117% τα έσοδα που είχαν αρχικώς προϋπολογιστεί! Το

75% των εσόδων της Αθήνα 2004 είναι ήδη εξασφαλισμένο με τη μορφή τραπεζικών εγγυητικών.

Έως σήμερα έχουν αναδειχθεί οι ανάδοχοι σε 28 από τις 35 κατηγορίες και προβλέπονται συνολικά έσοδα για την Οργανωτική Επιτροπή 26,2 δις δραχμές.

«ΑΘΗΝΑ 2004»: ΚΥΚΛΟΦΟΡΗΣΑΝ ΤΑ ΠΡΩΤΑ ΠΑΡΑΟΛΥΜΠΙΑΚΑ ΠΡΟΪΟΝΤΑ

Τα πρώτα προϊόντα με το έμβλημα και τα χρώματα των παραολυμπιακών αγώνων του 2004 κυκλοφόρησαν σήμερα. Πρόκειται για T-Shirt, γραβάτα, φουλάρι, καπέλα, Mouse Pads, pins, καθώς και αναμνηστική κάρτα και αφίσα των αγώνων. Τα προϊόντα αυτά διατίθενται από σήμερα στα Olympic Stores, ενώ μέσα στις επόμενες εβδομάδες θα αρχίσει η διάθεσή τους και από όλα τα άλλα σημεία πώλησης απ' όπου πωλούνται τα αντίστοιχα για τους ολυμπιακούς αγώνες προϊόντα.

Στο άμεσο μέλλον η συλλογή των προϊόντων για τους παραολυμπιακούς αγώνες θα εμπλουτιστεί και με άλλα είδη, όπως σακίδιο, κάλτσες, ομπρέλα, μαγιό, σαγιονάρες.

Την έναρξη πώλησης των προϊόντων ανακοίνωσε στον πρόεδρο της Διεθνούς Παραολυμπιακής Επιτροπής κ. Phil Craven, ο Διευθύνων Σύμβουλος της Αθήνα 2004 κ. Ιωάννης Σπανουδάκης, κατά τη συνάντηση που είχαν σήμερα το απόγευμα. Ο κ. Craven βρίσκεται στην Αθήνα για να συμμετάσχει σε συνέδριο για τους παραολυμπιακούς αγώνες.

Κατά τη συνάντησή τους, ο κ. Σπανουδάκης τον ενημέρωσε για την πρόοδο της προετοιμασίας των αγώνων του 2004, για την οποία ο πρόεδρος της Διεθνούς Παραολυμπιακής Επιτροπής εκφράστηκε με ιδιαίτερα κολακευτικά σχόλια.



ΝΕΑ ΟΛΥΜΠΙΑΚΑ ΠΡΟΪΟΝΤΑ

Δύο νέες κατηγορίες ολυμπιακών προϊόντων, τα λούτρινα παιχνίδια και οι κάλτσες, διατίθενται στην αγορά με το έμβλημα αλλά και τις εικόνες των μασκότ των ολυμπιακών αγώνων «Αθήνα 2004» του Φοίβου και της Αθηνάς.

Η σειρά περιλαμβάνει ένα σύνολο 75 κωδικών: λούτρινες κούκλες 4 διαφορετικών μεγεθών, πόζες, μηχανικά, με εξαρτήματα, αξεσουάρ λούτρινα και μαξιλάρια. Τα λούτρινα παιχνίδια με τον Φοίβο και την Αθηνά πωλούνται στα ολυμπιακά καταστήματα, στα καταστήματα Jumbo, καθώς και σε επιλεγμένα καταστήματα.

Στην πλούσια γκάμα των αυθεντικών ολυμπιακών προϊόντων, προστέθηκε άλλη μια κατηγορία προϊόντων που ξεχωρίζουν με την ποικιλία των σχεδίων και των διαφορετικών χρωματισμών. Πρόκειται για σχεδιασμό, με το Έμβλημα αλλά και με τις χαριτωμένες μασκότ σε διάφορες πόζες, που δημιούργησε τη συλλογή από 15 διαφορετικές προτάσεις, για όλα τα γούστα.

ΠΕΝΤΕ ΝΕΑ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΑ ΠΡΟΪΟΝΤΑ ΓΙΑ ΤΟΥΣ ΟΛΥΜΠΙΑΚΟΥΣ ΑΓΩΝΕΣ ΤΟΥ 2004

Πέντε προτάσεις για νέα (καινοτόμα) ηλεκτρονικά προγράμματα τα οποία θα αξιοποιηθούν κατά τους ολυμπιακούς αγώνες του 2004 στον τομέα της διαπίστευσης, υποβλήθηκαν στη Γενική Γραμματεία Έρευνας και Τεχνολογίας, προκειμένου να συγχρηματοδοτηθούν από το Επιχειρησιακό Πρόγραμμα Ανταγωνιστικότητα και ειδικότερα το Μέτρο 4.5. «Συντονισμένο Πρόγραμμα στον Τομέα του Αθλητισμού».

Τα προγράμματα αυτά είναι καρπός της συνεργασίας της Αθήνα 2004 με ιδιωτικές επιχειρήσεις και ερευνητικούς φορείς. Συγκεκριμένα, οι πέντε προτάσεις στις οποίες μετέχει ως κύριος ανάδοχος ή ως χρήστης η Αθήνα 2004, με συνολικό προϋπολογισμό 3 εκατομμύρια ευρώ, είναι οι εξής:

1. ASSOS: Σύστημα Διαπίστευσης Αθλητικών Διοργανώσεων & Ολυμπιακής Ασφάλειας (Accreditation System for Sports and Olympic Security).
2. ATHLOS: Πλοήγηση Ατόμων με Αισθητηριακές Αναπηρίες μέσα σε Αθλητικές Εγκαταστάσεις (Autonomous guidance of athletes With vision disorders in Sports facilities).
3. DCS: Σύστημα Ελέγχου Φαρμακοδιέγερσης (Doping Control System).

4. HERMES: Πολυγλωσσικός Οδηγός με Αυτόματη Ενημέρωση για τους επισκέπτες (Automatic Multilingual Guide for the Visitors of athletic events).
5. STARS: Αυτόματο Σύστημα Πληροφόρησης Μετακίνησης (Spontaneous Transportation Advice Retrieval System).

Όλα τα προγράμματα θα αξιοποιηθούν κατά τη διάρκεια των ολυμπιακών και παραολυμπιακών αγώνων του 2004, ενώ τα ίδια στη συνέχεια μπορούν να χρησιμοποιηθούν σε μεγάλες αθλητικές και πολιτιστικές εκδηλώσεις, αλλά και σε μια σειρά από άλλες υπηρεσίες οι οποίες που στοχεύουν στην εξυπηρέτηση κοινού π.χ. Κέντρα Εξυπηρέτησης Πολίτη (Δημόσια Διοίκηση), Κέντρα Εξυπηρέτησης Πελατών (Εμπορικές Επιχειρήσεις, Επιχειρήσεις Κινητής Τηλεφωνίας). Ειδικότερα, σε ό,τι αφορά Σύστημα Διαπίστευσης (ASSOS) που προτείνεται, αναφέρεται στη δημιουργία ειδικής βάσης δεδομένων για την καταχώρηση των περίπου 300.000 ατόμων τα οποία θα πρέπει να διαπιστευτούν κατά τους ολυμπιακούς και παραολυμπιακούς αγώνες του 2004. Βασίζεται σε ένα «ευφύες» σύστημα διαχείρισης πληροφοριών, το οποίο υποστηρίζει ασφαλή πρόσβαση στη βάση, ενώ ταυτόχρονα εξασφαλίζει σύστημα παραγωγής και διαχείρισης των καρτών διαπίστευσης.

Με το σύστημα αυτό θα διασφαλιστεί η ταχεία, ακριβής και ασφαλής εκτέλεση των διαδικασιών διαχείρισης εισόδου, καθώς εισάγει τις ακόλουθες καινοτομίες:

- Δυνατότητα ηλεκτρονικής διαπίστευσης (e-accreditation) μέσω του διαδικτύου, η οποία θα πραγματοποιηθεί για πρώτη φορά παγκοσμίως.
- Ειδικό σύστημα λειτουργίας καρταναγνωστών 1.000 περίπου διαφορετικών τύπων καρτών διαπίστευσης στην είσοδο των εγκαταστάσεων, το οποίο εφαρμόζεται για πρώτη φορά σε παρόμοια διοργάνωση.



Η πρόταση αυτή, προϋπολογισμού 600.000 ευρώ υποβλήθηκε με κύριο ανάδοχο την Αθήνα 2004. Η ΟΕΟΑ συμμετέχει και στις υπόλοιπες 4 προτάσεις, ως κύριος φορέας – χρήστης. Συμβουλευτικό ρόλο στη διαμόρφωση όλων των προτάσεων είχε η «KANTOR Σύμβουλοι Επιχειρήσεων Α.Ε.».

Ένα άλλο έργο με μεγάλο ενδιαφέρον είναι το HERMES, το οποίο, ως κύριο αντικείμενο έχει την έρευνα και την ανάπτυξη ενός «πολυγλωσσικού οδηγού» για τους επισκέπτες των αθλητικών οργανώσεων. Η πρόσβαση στην πληροφορία θα γίνεται εύκολα από διαφορετικά κανάλια πρόσβασης, αλλά και διαφορετικές συσκευές και ανά πάσα στιγμή. Ταυτόχρονα εξασφαλίζεται η δυνατότητα, οι πληροφορίες στις οποίες θα έχουν πρόσβαση οι επισκέπτες, να είναι προσωποποιημένες, δηλαδή ο κάθε επισκέπτης να έχει προεπιλέξει τις πληροφορίες που χρειάζεται. Οι πληροφορίες που θα προσφέρονται προς επιλογή θα αφορούν: καταλύματα, υπηρεσίες συγκοινωνιών, υπηρεσίες ταξί-ενοικίασης αυτοκινήτων, σημεία κύριου ενδιαφέροντος στην Αττική, σημεία ψυχαγωγίας, εκδηλώσεις, αθλήματα. Το σύστημα θα ενημερώνεται διαρκώς από εξουσιοδοτημένους – συνεργαζόμενους σε πολλές διαφορετικές γλώσσες.

Μεγάλο ενδιαφέρον παρουσιάζει και το έργο ATHLOS μια και καλύπτει τις ανάγκες κίνησης των αθλητών με προβλήματα όρασης στους χώρους του παραολυμπιακού χωριού. Συνδυάζοντας τεχνολογίες προσδιορισμού στίγματος, αναγνώρισης και σύνθετης φωνής και διαχείρισης δεδομένων και κάνοντας χρήση κινητών τηλεπικοινωνιακών συσκευών και φωνητικού συστήματος αλληλεπίδρασης του αθλητή με το σύστημα, παρέχει οδηγίες σχετικά με τη διαδρομή που θα ακολουθήσουν οι αθλητές από το σημείο που βρίσκονται σε κάποιο άλλο σημείο του χωριού, πληροφορίες σχετικά με τους κοινόχρηστους χώρους στο χωριό και αυτονομία από συνοδούς. Εξασφαλίζει την ανεξάρτητη διαβίωση των αθλητών με προβλήματα όρασης κατά τη φιλοξενία τους στο παραολυμπιακό χωριό.

Σκοπός του συστήματος STARS είναι η δυναμική παροχή πληροφοριών για τη μετακίνηση από και προς τα στάδια των αθλητικών εκδηλώσεων, χρησιμοποιώντας τα Μέσα Μαζικής Μεταφοράς, λειτουργώντας ως «ηλεκτρονικός εθελοντής». Το σύστημα που θα αναπτυχθεί χρησιμοποιεί μια φορητή συσκευή που έχει ο χρήστης, όπως για παράδειγμα κινητό τηλέφωνο PDA, handheld ή laptop computer σε συνδυασμό με μια συσκευή εντοπισμού θέσης (GPS). Ο χρήστης εισάγει τον προορισμό του, δηλαδή το στάδιο που θέλει να παραβρεθεί και τα τυχόντα κριτήρια περιορισμού, όπως για παράδειγμα ελάχιστος χρόνος, ελάχιστες αλλαγές μέσων και ελάχιστη γεωγραφική διαδρομή. Το STARS, με βάση την τρέχουσα θέση, παρέχει τη βέλτιστη διαδρομή. Στην περίπτωση κατά την οποία ο χρήστης δεν διαθέτει μια συσκευή GPS, τότε θα πρέπει να εισάγει χειροκίνητα τη θέση του, λαμβάνοντας εξωτερικές πληροφορίες.

Τέλος αντικείμενο του προτεινόμενου έργου DCS είναι η ανάπτυξη ενός πληροφορικού συστήματος το οποίο θα υποστηρίζει τις διαδικασίες δειγματοληψίας κατά τη διάρκεια του δειγματοληπτικού ελέγχου doping των αθλητών. Το σύστημα θα λειτουργεί με τρόπο που θα εξασφαλίζει τις διεθνείς προδιαγραφές, οι οποίες τίθενται από την Παγκόσμια Ομοσπονδία για τον έλεγχο φαρμακοδιέγερσης. Το σύστημα μπορεί να εφαρμοστεί κατά τη διάρκεια των ολυμπιακών αγώνων του 2004 με σκοπό να συνδράμει στον καλύτερο έλεγχο των αθλητών και κατά συνέπεια στη μείωση του φαινομένου του doping.

Στόχος της ΟΕΟΑ είναι να συμβάλει ουσιαστικά στην δημιουργία σύγχρονων εργαλείων με σκοπό την ανάπτυξη καινοτόμων προϊόντων και υπηρεσιών, που θα αξιοποιηθούν σε κοινωνικά και πολιτιστικά γεγονότα, θα επηρεάσουν θετικά την

ανταγωνιστικότητα της εθνικής οικονομίας και παράλληλα θα δημιουργήσουν αρκετές νέες θέσεις εργασίας.



Μια ακόμη δραστηριότητα του Αθήνα 2004 είναι και η παρουσίαση των ολυμπιακών προϊόντων όπως παρατίθεται παρακάτω:

ΔΕΛΤΙΟ ΤΥΠΟΥ

Παρασκευή, 6 Απριλίου 2001 10:58:00

Ολυμπιακά Προϊόντα «Αθήνα 2004»

Στις 4 Απριλίου στο Κέντρο Εκπαίδευσης Ιπασίας στο Γουδί (Κ.Ε.ΙΠΠ.) η «Οργανωτική Επιτροπή Ολυμπιακών Αγώνων – Αθήνα 2004» διοργανώνει επίσημη παρουσίαση της πρώτης συλλογής ολυμπιακών προϊόντων. Στόχος είναι τα προϊόντα «Αθήνα 2004» να αποτελέσουν κάτι παραπάνω από αναμνηστικά. Να τιμήσουν την επιστροφή των ολυμπιακών αγώνων στην γενέτειρά τους και να μεταδώσουν αξίες διαχρονικές όπως η φιλία, το ήθος, η ευγενής άμιλλα, η άσκηση και η άθληση, οι οποίες αναγράφονται και απεικονίζονται σε πολλά από τα προϊόντα.

Τα ολυμπιακά προϊόντα φέρουν το έμβλημα της «Αθήνα 2004». Κατασκευάζονται και διατίθενται στην αγορά μετά από εκχώρηση ειδικής άδειας από την Οργανωτική Επιτροπή σε αναδόχους που έχουν επιλεγεί κατόπιν ανοικτού διαγωνισμού βάσει των κανονισμών της Ευρωπαϊκής Ένωσης. Πρόκειται για

προϊόντα με μοντέρνο design και υψηλή ποιότητα και απευθύνονται τόσο στους Έλληνες καταναλωτές όσο και στους ξένους επισκέπτες και φίλους των ολυμπιακών αγώνων διεθνώς. Η πρώτη συλλογή ολυμπιακών προϊόντων δημιουργήθηκε με βάση τρεις διαφορετικές σχεδιαστικές ενότητες που έχουν αφιερώσει το έμβλημα. Η ενότητα «ΑΘΗΝΑ» προβάλλει το έμβλημα της Αθήνα 2004 και τα επιμέρους στοιχεία του.

Η ενότητα «ΚΟΤΙΝΟΣ» αποτελεί μια μοντέρνα προσέγγιση με έμφαση στις λεπτομέρειες του κότινου, και η ενότητα «ΟΛΥΜΠΙΑ» συνδυάζει τα ολυμπιακά ιδεώδη και την Ελληνική κληρονομιά.

Στόχος της Ο.Ε.Ο.Α. είναι, με αυτή την σχεδιαστική στρατηγική να προβάλλει το έμβλημα και τα στοιχεία του, τα οποία και αποτελούν την εικαστική ταυτότητα των ολυμπιακών αγώνων της Αθήνας το 2004.

Το 2001, θα διατεθούν στην αγορά προϊόντα που ανήκουν στις ακόλουθες επτά κατηγορίες:

- Αθλητική Ένδυση: T-Shirt, πόλο, σορτσάκια, φούτερ και φόρμες γυμναστικής, με ανάδοχο την εταιρεία HIGH-Q.
- Αθλητικά θαλάσσης: Μαγιό, πετσέτες θαλάσσης και μπουρνούζια, με ανάδοχο την εταιρεία VERTICAL ABEE.
- Καθημερινά αξεσουάρ: Αθλητικές τσάντες, σακίδια πλάτης, σακίδια μέσης, καπελάκια και ομπρέλες, με ανάδοχο την κοινοπραξία ADIDAS HELLAS A.E./ΤΡΙΦΥΛΛΙ ΑΕΒΕ/AGV.
- Είδη ένδυσης: Πουκάμισα, γραβάτες, αδιάβροχα, φουλάρια, μαντήλια, πουλόβερ, φορέματα, γιλέκα, παντελόνια, σόρτς, μπλούζες, με ανάδοχο την εταιρεία ΕΛΒΕ ΕΝΔΥΜΑΤΩΝ Α.Ε.
- Είδη σπιτιού: Συλλεκτικά κύπελλα, κούπες πορσελάνης, μπολ πορσελάνης, σερβίτσια φαγητού, συλλεκτικά πιάτα, σερβίτσια τσαγιού πορσελάνης, ποτήρια, με ανάδοχο την εταιρεία ΙΩΝΙΑ ΑΒΕΕ.
- Κοσμήματα: Μανικετόκουμπα, σκουλαρίκια, κλιπ γραβάτας, κολιέ, δαχτυλίδια, βραχιόλια, με ανάδοχο την εταιρεία ΕΥΣΗΜΟΝ Α.Ε. της οποίας βασικός μέτοχος είναι τα Κ.Α.Ε. Α.Ε.

Από το 2002, στην αγορά θα διατίθενται περισσότερα προϊόντα από επιπλέον κατηγορίες.

Η διεύθυνση εμπορίας προϊόντων της Αθήνα 2004 εφαρμόζει μια πολιτική λιανικής πώλησης, που συμπεριλαμβάνει τα «Ολυμπιακά Καταστήματα», τα «εγκεκριμένα καταστήματα» και τα σημεία πώλησης στους χώρους διεξαγωγής των αγώνων, καθώς και ένα αντι-πειρατικό πρόγραμμα με στόχο την προστασία της αγοράς από πειρατικά προϊόντα.

Τα αυθεντικά προϊόντα «Αθήνα 2004» προστατεύονται από προηγμένα συστήματα διασφάλισης γνησιότητας και φέρουν ετικέτες ασφαλείας σε όλες ανεξαιρέτως τις κατηγορίες τους. Επιπλέον, ειδικές ομάδες της Αθήνα 2004 διενεργούν τακτικούς ελέγχους στην αγορά για τον εντοπισμό μη αυθεντικών προϊόντων.

Τα ολυμπιακά προϊόντα θα διατίθενται σε επιλεγμένα καταστήματα σε όλη την Ελλάδα, τα οποία θα φέρουν σε εμφανές σημείο στη βιτρίνα τους ειδικό αυτοκόλλητο με κωδικό αυθεντικότητας, το οποίο θα εκδίδεται από την Ο.Ε.Ο.Α. και θα πιστοποιεί την πώληση αυθεντικών ολυμπιακών προϊόντων.

Τα ολυμπιακά προϊόντα θα διατίθενται επίσης και από τα ολυμπιακά καταστήματα. Πρόκειται για καταστήματα που θα πωλούν μόνο προϊόντα «Αθήνα 2004» και θα φέρουν την επωνυμία «THE OLYMPIC STORE».

Η ΑΘΗΝΑ 2004 ΠΡΟΒΑΙΝΕΙ ΚΑΙ ΣΤΗΝ ΙΔΡΥΣΗ ΟΛΥΜΠΙΑΚΩΝ ΚΑΤΑΣΤΗΜΑΤΩΝ

Τα ολυμπιακά προϊόντα θα διατίθενται σε επιλεγμένα καταστήματα σε όλη την Ελλάδα, τα οποία θα φέρουν σε εμφανές σημείο στη βιτρίνα τους ειδικό αυτοκόλλητο με κωδικό αυθεντικότητας, το οποίο θα εκδίδεται από την «Αθήνα 2004» και θα πιστοποιεί την πώληση αυθεντικών ολυμπιακών προϊόντων. Θα διατίθενται από τα ολυμπιακά καταστήματα.

Το πρώτο ολυμπιακό κατάστημα άνοιξε: Το πρώτο ολυμπιακό κατάστημα άνοιξε στις 28 Μαρτίου και βρίσκεται σε έναν από τους πιο πολυσύχναστους χώρους του νέου Διεθνή Αερολιμένα Αθηνών Ελευθέριος Βενιζέλος με πρόσβαση τόσο στους ταξιδιώτες όσο και στους επισκέπτες του αεροδρομίου. Το επόμενο ολυμπιακό κατάστημα θα ανοιχτεί ως το τέλος του 2002 στο κέντρο της Αθήνας. Ως το 2004 θα λειτουργήσουν και άλλα ολυμπιακά καταστήματα.

Με την αγορά αυθεντικών ολυμπιακών προϊόντων υποστηρίζουμε τους ολυμπιακούς αγώνες που θα πραγματοποιηθούν στην Αθήνα το 2004 αλλά και τους Έλληνες αθλητές. Τα δικαιώματα από την πώλησή τους θα αποτελέσουν ένα

σημαντικό έσοδο για την Ο.Ε.Ο.Α., το οποίο θα διατεθεί για τη χρηματοδότηση διαφόρων προγραμμάτων των αγώνων και της Ελληνικής Ολυμπιακής Ομάδας.

Νέο ολυμπιακό κατάστημα στην Πλάκα: Στην καρδιά της πόλης θα βρίσκεται το νέο ολυμπιακό κατάστημα, συνολικού μεγέθους 14 με σκοπό να εξυπηρετήσει τους χιλιάδες επισκέπτες και δικά τους τουρίστες που βρίσκονται και θα βρεθούν στην Αθήνα.

Το νέο κατάστημα βρίσκεται στην οδό Κυδαθηναίων 37, στην Πλάκα. Οι επισκέπτες του θα έχουν την ευκαιρία να επιλέξουν ένα δώρο ή ένα αναμνηστικό από την πλήρη συλλογή των αυθεντικών ολυμπιακών προϊόντων. Με τον τρόπο αυτό θα μπορούν να συνδέσουν τις αναμνήσεις τους από την επίσκεψή τους στην Ελλάδα με τους ολυμπιακούς αγώνες του 2004.

Τα εγκαίνια του νέου ολυμπιακού καταστήματος θα γίνουν την Τετάρτη 2 Απριλίου, στις 5. Έχουν κληθεί να παρευρεθούν στελέχη της οργανωτικής επιτροπής ολυμπιακών αγώνων Αθηναίοι Ολυμπιονίκες καθώς και πολλοί Έλληνες αθλητές.

Την ευθύνη της λειτουργίας του έχει η εταιρεία Nuance, αποκλειστικός ανάδοχος για την λειτουργία των ολυμπιακών καταστημάτων στην Ελλάδα. Το κατάστημα στην Πλάκα, στο ιστορικό κέντρο της τέταρτο που εγκαινιάζει, ύστερα από την επιτυχημένη πορεία των ολυμπιακών καταστημάτων δύο στο Αεροδρόμιο Ελευθέριος Βενιζέλος και ένα στο πολυκατάστημα Λαμπρόπουλος.

Η Αθήνα 2004 προσπαθεί να διεισδύσει τα ολυμπιακά προϊόντα και σε άλλες αγορές όπως πέτυχε με τη σύμβαση που υπέγραψε με την Εθνική Ολυμπιακή Επιτροπή των ΗΠΑ και το κατάστημα που άνοιξε εκεί:

ΔΕΛΤΙΟ ΤΥΠΟΥ

Τρίτη, 11 Σεπτεμβρίου 2001 15:03:00

Ολυμπιακά Προϊόντα «Αθήνα 2004» στην Αμερική

Ολοκληρώθηκε στη Νέα Υόρκη η συμφωνία εμπορίας προϊόντων μεταξύ της Οργανωτικής Επιτροπής Ολυμπιακών Αγώνων «Αθήνα 2004» και της USOC (United States Olympic Committee), μετά από διαπραγματεύσεις των κ. Μάρτων Σίμιτσεκ Εντεταλμένου Συμβούλου και Γιώργου Μπόλου Γενικού Διευθυντή Μάρκετινγκ της Αθήνα 2004, με εκπροσώπους των αρμόδιων υπηρεσιών της Εθνικής Ολυμπιακής Επιτροπής των ΗΠΑ.

Μετά την τυπική έγκριση από τη ΔΟΕ, η συμφωνία θα υπογραφεί από την πρόεδρο της ΟΕΟΑ Αθήνα 2004 κα Γιάννα Αγγελοπούλου – Δασκαλάκη και την πρόεδρο της USOC κα Sandra Baldwin, σε ειδική τελετή που θα διοργανωθεί τον προσεχή Νοέμβριο στη Νέα Υόρκη, από την USOC.

Η συμφωνία αυτή αποκτά ιδιαίτερη σημασία για την Αθήνα 2004 για τους εξής λόγους:

- Με τον τρόπο αυτό επιτυγχάνεται η διείσδυση των προϊόντων Αθήνα 2004 στην τεράστια αγορά των ΗΠΑ.

- Σύμφωνα με συντηρητικές εκτιμήσεις τα έσοδα αναμένεται να φθάσουν στα 5 εκατομμύρια δολάρια Ηνωμένων Πολιτειών.

- Τα προϊόντα θα είναι προσιτά στην Ομογένεια της Αμερικής, και

- Θα αποτελέσει το πρώτο βήμα για μια σειρά άλλων πρωτοβουλιών από την Αθήνα 2004 στις ΗΠΑ καθώς και για την προβολή του εμβλήματος και των αξιών της Οργανωτικής Επιτροπής.

ΔΕΛΤΙΟ ΤΥΠΟΥ

Δευτέρα, 9 Δεκεμβρίου 2002 14:10:00

Στη Φλόριδα των ΗΠΑ εγκαινιάστηκε το πρώτο κατάστημα με ολυμπιακά προϊόντα της Αθήνα 2004

Τρεις Χρυσοί Ολυμπιονίκες έκαναν στη Φλόριδα των Ηνωμένων Πολιτειών της Αμερικής τα επίσημα εγκαίνια του πρώτου καταστήματος ATHENS 2004 Store εκτός Ελλάδος.

Στα εγκαίνια ήταν παρόντες εκπρόσωποι της Ολυμπιακής Επιτροπής των Ηνωμένων Πολιτειών, η Διευθύντρια Εμπορίας Προϊόντων της Αθήνα 2004, κα Πέννυ Μικελοπούλου, η Διευθύνουσα Σύμβουλος της Διεύθυνσης Καταναλωτικών Προϊόντων της Εθνικής Ολυμπιακής Επιτροπής των ΗΠΑ, Teddi Domann, κα οι διεθνούς φήμης αθλητές του μπάσκετ Teresa Edwards (5 συμμετοχές σε ολυμπιακούς αγώνες και τέσσερα χρυσά μετάλλια), Grant Hill (χρυσό μετάλιο στους ολυμπιακούς της Ατλάντα και αστέρι του NBA, στην ομάδα Orlando Magic), Dot Richardson (αρχηγός της ομάδας Softball των ΗΠΑ στην Ατλάντα και στο Σίδνεϋ, 2 χρυσά μετάλλια). Το παρών έδωσαν εκπρόσωποι της Ελληνικής Κοινότητας, παρευρέθησαν εκπρόσωποι των νομοθετικών σωμάτων της πολιτείας της Φλόριδα ενώ συγχαρητήριο μήνυμα έστειλε και ο Κυβερνήτης Jebb Bush.

Το κατάστημα βρίσκεται στο Ορλάντο της Φλόριδας, και συγκεκριμένα στην περιοχή Pointe Orlando, μια τοποθεσία που δέχεται χιλιάδες επισκέπτες από όλο τον κόσμο κάθε χρόνο. Η επιλογή του χώρου εγκατάστασης ανταποκρίνεται στην επιδίωξη της ΟΕΟΑ Αθήνα 2004 να γίνουν τα ολυμπιακά προϊόντα ευρέως γνωστά στο Αμερικάνικο κοινό. Το κατάστημα είναι εγκατεστημένο σε έναν επιτυχημένο εμπορικό χώρο, ενώ πρέπει να επισημανθεί ότι τα εγκαίνιά του γίνονται 2 μήνες νωρίτερα από τον χρόνο που προέβλεπε η σχετική σύμβαση συνεργασίας.

Μιλώντας στα εγκαίνια του καταστήματος η κα Μικελοπούλου αναφέρθηκε το πρόγραμμα Εμπορίας Προϊόντων της Αθήνα 2004 και τόνισε χαρακτηριστικά: «Οι καταναλωτές σε ολόκληρη την Ελλάδα και πρόσφατα στην Κύπρο απολαμβάνουν τα γνήσια ολυμπιακά προϊόντα. Τώρα η Οργανωτική Επιτροπή αισθάνεται υπερήφανη να παρουσιάσει στους πολίτες των ΗΠΑ την πλήρη σειρά των προϊόντων μας που φέρουν το επίσημο έμβλημά μας τον κότινο που εκφράζει τις βασικές αρχές των ολυμπιακών αγώνων της Αθήνας». Κληρονομιά, ανθρώπινο μέτρο, συμμετοχή και γιορτή επιδίωξη της Οργανωτικής Επιτροπής είναι να οργανώσει μοναδικούς αγώνες με ειδική έμφαση στην επικοινωνία ανθρωπιστικών αρχών καθώς και των αρχών της παγκόσμιας συναδέλφωσης.

Το ATHENS 2004 store είναι αποτέλεσμα της συνεργασίας μεταξύ της ΟΕΟΑ Αθήνα 2004, της ολυμπιακής επιτροπής των Ηνωμένων Πολιτειών (USOC) και της εταιρείας Greek Dream. Το νέο κατάστημα δίνει σε επισκέπτες του τόσο από τις ΗΠΑ όσο και από ολόκληρο τον κόσμο την δυνατότητα να γνωρίσουν τους ολυμπιακούς αγώνες καθώς και τις πτυχές της διοργάνωσής τους στην Αθήνα μέσα από μια σειρά ποιοτικών προϊόντων που αναδεικνύουν το έμβλημα, τις αξίες και τις μασκότες των αγώνων του 2004.

Σε ένα χώρο 120 τ.μ. θα προσφέρονται είδη ρουχισμού, αξεσουάρ, αθλητικά είδη, κοσμήματα, είδη σπιτιού κ.α., και γενικά το σύνολο των ολυμπιακών προϊόντων τα οποία φέρουν το επίσημο λογότυπο των ολυμπιακών αγώνων του 2004 και φυσικά τις τόσο αγαπημένες στο κοινό μασκότες των ολυμπιακών αγώνων, τον Φοίβο και την Αθηνά. Τη πρώτη ημέρα λειτουργίας του οι καταναλωτές έδειξαν ιδιαίτερη προτίμηση σε δώρα για τα παιδιά, στη σειρά των ρούχων σπορ, στα είδη κολύμβησης και στις καρφίτσες πέτου (pin).

ΣΤΗ ΦΛΟΡΙΝΤΑ ΣΤΗΝ ΗΠΑ ΓΕΓΡΑΜΜΕΝΗ ΤΟ ΠΡΩΤΟ ΚΑΤΑΣΤΗΜΑ ΜΕ ΑΥΤΕΓΧΙΝΑ ΠΡΟΪΟΝΤΑ ΤΗΣ ΑΘΗΝΑ 2004

Γέφυρα με την Ομογένεια



Η Διεθνής Επιτροπή Προϊόντων της Οργανιστικής Επιτροπής Ολυμπιακών Αγώνων ΑΘΗΝΑ 2004, η Πανα. Μικ. Κοινωνία (Μετα) μαζί με την κα Τζέσι Νίτσο, επίφοι της Διεθνούς Καταναλωτικής Προστασίας της Εθνικής Οργανιστικής Επιτροπής των ΗΠΑ, έλασαν το ATHENS 2004 Store, το πρώτο κατάστημα εκτός Ελλάδας, στο Ουάσινγκτον της Φλόριδα.

Υπόθεση όλων των Ελλήνων αποτελεί η επιτροπή των Ολυμπιακών Αγώνων στη χώρα που γεννήθηκαν και η διοργάνωσή τους στην Αθήνα το καλοκαίρι του 2004. Τα Ολυμπιακά προϊόντα, που ταξιδεύουν σε κάθε γωνιά του κόσμου με ταξιδιό τους και αναδεικνύουν το Εμβλημα, τις Μασκότ, τα μνημεία και τις αξίες των Αγώνων του 2004, καθώς και τη εικόνα της σύγχρονης Ελλάδας. Μια γέφυρα με την Ομογένεια που ζει στις Ηνωμένες Πολιτείες της Αμερικής δημιουργεί συνδέσεις με το δικό της τρόπο η λειτουργία του πρώτου καταστήματος ATHENS 2004 Store εκτός Ελλάδας, Καταλαβαίνοντας έκταση 120 τ.μ., στην περιοχή Ροιπέτ Ουίλσον της Φλόριδα σε έναν επιτυχημένο εμπόριο χώρο, όπου κάθε χρόνο καταρθίζουν κλιμάκιο επισκέπτες από όλο τον κόσμο Άρκενσολ λειτουργεί στις αρχές Δεκεμβρίου 2002 και είναι αποτέλεσμα συνεργασίας μεταξύ της ΟΕΟΒ ΑΘΗΝΑ 2004, της Ολυμπιακής Επιτροπής των ΗΠΑ (USOC) και της εταιρείας Greek Direct. Ηδη αποτελεί πολύ αξιόπ. για κλιμάκιο ομογενείς, που τους δίνει τη δυνατότητα να γνωρίσουν τους Ολυμπιακούς Αγώνες καθώς και τις πενιές της διοργάνωσής τους στην Αθήνα μετά από μια σειρά ποιοτικών προϊόντων. Τρεις χρυσά Ολυμπιονίκες των ΗΠΑ εκώσαν την παραδοσιακή καρδέλα και πραγματοποιούν το επίσημο εγκαινία του ATHENS 2004 Store.

που από την πρώτη στιγμή της λειτουργίας του πραγματοποιεί υψηλές πωλήσεις. Αναγνωρίθηκαν στην πρόσκληση της ΑΘΗΝΑ 2004 η διεθνής φημική αθλήτρια του Μπασκέτ Τερέσα Έδγουορντ (5 συμμετοχές σε Ολυμπιακούς Αγώνες και 4 χρυσά μετάλλια), η διεθνής μισσική μπασκετίστρια Grant Hill (χρυσό μετάλλιο στους Ολυμπιακούς Αγώνες της Ατλάντα και αστέρα του NBA στην ομάδα Orlando Magic) και η έμπειρη αθλήτρια του Σοφτμπολ Δοκ Ρίτσαρντσον (αρχηγός της Εθνικής Ομάδας των ΗΠΑ στην Ατλάντα, χρυσό μετάλλιο).

Στο εγκαινία την ΑΘΗΝΑ 2004 εκπροσώπησε η Διεθνής Επιτροπή Προϊόντων, κα Πέννη Μικελουπόλου ενώ την Ολυμπιακή Επιτροπή των ΗΠΑ η Διευθύντρια Σιμβόλως, της Διεθνούς Καταναλωτικής Προστασίας και Τζέσι Νίτσο και άλλοι ομογενείς. Το παρόν έδωσαν εκπροσώποι της Ελληνικής Κοινότητας και των κοσμοπολιτικών ομάων της Πολιτείας. Μιλώντας στα εγκαινία η κα Μικελουπόλου αναφέρθηκε στα πρόγραμμα Εμπορίου Προϊόντων της ΑΘΗΝΑ 2004 και τόνισε χαρακτηριστικά: "Ο καταναλωτής σε ολόκληρη την Ελλάδα και πρόσφατα στην Κύπρο απολαμβάνουν το γνήσιο Ολυμπιακό Προϊόντα. Ταίρια η Οργανιστική Επιτροπή αισθάνεται υπεργνωρή να παρουσιάσει στους πολίτες των ΗΠΑ την πλήρη σειρά των προϊόντων μας που φέρουν το επίσημο Εμβλημα μας τον κήρυκα που εκφράζει τις βασικές αξίες των Ολυμπιακών Αγώνων της Αθήνας, Κληρονομιά, Ανθρώπινο Ψέτρο, Συμμετοχή και Γοστή". Όπως σημείωσε επίσημη της Οργανιστικής Επιτροπής είναι να οργανώσει Μοναδικούς Αγώνες με ειδική εμφάνιση στην επικρατούσα Ανθρωπιστικών αξιών καθώς και κληρονομιά της Παγκόσμιας Φιλοδελωτικής. Στο κατάστημα της Φλόριδα προσφέρονται ειδική ροκίστους, αξεσουάρ, αθλητικά είδη, κοσμητικά, είδη σπιτιού κ.α. και γενικά το σύνολο των Ολυμπιακών Προϊόντων, το οποίο φέρουν το επίσημο λογότυπο των Ολυμπιακών Αγώνων του 2004 και φυσικά τις τόσο αγαπημένες στο κοινό Μασκότ των Ολυμπιακών Αγώνων των Φοίβο και την Αθήνα. Το εγκαινία του έγιναν δύο μήνες νωρίτερα από το χρόνο που προβλεπόταν. Την πρώτη ημέρα λειτουργίας του σκοπευαίως έδειξαν ιδιαίτερη προτίμηση σε δωμά για τα παιδιά στη σειρά των ρούκων σπορ, στα είδη κόλλυμβησής και στις κερπίτσες, κίττα γρηύ. □

Δεξιά: Οι χρυσή Ολυμπιονίκες των ΗΠΑ, Τζαμίλ Ενταουρτζι –στο μέσον–, Η χρυσή μετάλλα στα Μπίσκακι σε Σ. Βαργαβάνος(Σ), ο Γερνάν Χιλ (χρυσή μετάλλα στην Αθήνα, παίκτης των Orlando Magic) και η Ντού Ριτσορνταν (παίκτης της ομάδας Σάιερσνολ των ΗΠΑ στην Αθήνα, χρυσή μετάλλα). Επιστρέφοντας να κλέψουν την καρδιά της χρονιάς στο ATHENS 2004 Store

Κίττα: ορμπέρν Η Τζαμίλ Ενταουρτζι και η Ντού Ριτσορνταν σε επαφή με τον κόσμο

Κίττα Δεξιά: Ο Γερνάν Χιλ βίνα παύλαρμα στο Παύλαρ Νίκ, πρσίτλαρμα των Καλιφόρνια Νέσι της Αμερικανικής Αμερικής, στο Ουράνιο της Φλόρντα



Αρμπέρν: Η Τζαμίλ Ενταουρτζι και ο Γερνάν Χιλ υπογράφουν Ολυμπιακά Προβόντα στο τραπέζι του ATHENS 2004 Store

Δεξιά: Το ανθενικό Ολυμπιακό Προβόντα έλκιν που τη δικασίτλαρμα τα τραπέζια σε τραπέζια στις ΗΠΑ, στο ATHENS 2004 Store

Η Ολυμπιακή Επιτροπή χρησιμοποιεί τις δύο μασκότε Φοίβο και Αθηνά για να προωθήσει τα ολυμπιακά προϊόντα.

Ο Φοίβος και η Αθηνά προωθούν τα Ολυμπιακά προϊόντα

Στο κέντρο της Αθήνας θα βρεθούν το Σάββατο (21.12.2002) οι μασκότε των ολυμπιακών αγώνων «Αθήνα 2004», Φοίβος και Αθηνά, για να προβάλλουν τα ολυμπιακά προϊόντα που κυκλοφορούν, ενώ την Κυριακή θα «περπατήσουν» στο κέντρο του Πειραιά.

Οι δύο μασκότε των ολυμπιακών αγώνων θα περιμένουν τους επισκέπτες το Σάββατο το μεσημέρι στην πλατεία Κοραή στον Πειραιά, σε ένα πρωτότυπο εκθετήριο, στο οποίο θα παρουσιάζονται από τις 11 π.μ. μέχρι τις 6 μ.μ. όλα τα ολυμπιακά προϊόντα και τα αδέρφια θα χαιρετίσουν τον κόσμο, θα ευχηθούν με το δικό τους τρόπο «Καλά Χριστούγεννα, Ευτυχισμένος ο Καινούργιος Χρόνος» και θα φωτογραφηθούν μπροστά στον εορταστικό διάκοσμο.



Τα αυθεντικά ολυμπιακά προϊόντα κυκλοφορούν σε 28 διαφορετικές κατηγορίες και βρίσκονται σε καταστήματα (στο Αεροδρόμιο «Ελευθέριος Βενιζέλος» και στο πολυκατάστημα «Λαμπρόπουλο) καθώς και σε τουλάχιστον 200

καταστήματα στην Αττική και περισσότερα από 6000 καταστήματα σε όλη την Ελλάδα.



ΔΟΥΛΕΙΑ ΤΟΥΣ ΑΓΑΠΗΜΕΝΟΥΣ ΙΔΙ

Φοίβος και Αθηνά αγκαλιάζουν τα παιδιά

Την αγάπη και τον ενθουσιασμό με τον οποίο περιβάλλουν όλοι, μικροί και μεγάλοι, τις Μασκότ των Ολυμπιακών Αγώνων του 2004, τον Φοίβο και την Αθηνά, καθώς και τα Ολυμπιακά Προϊόντα που φέρουν τη μορφή τους, έδειξαν χιλιάδες πολίτες της Αθήνας και του Πειραιά σε δύο μεγάλες και εντυπωσιακές εκδηλώσεις με χριστουγεννιάτικο χαρακτήρα. Τις οργάνωσε η Γενική Διεύθυνση Μάρκετινγκ της ΑΘΗΝΑ 2004, παρουσιάζοντας με νέο τρόπο τις Μασκότ σε κόσμο σε ανοικτό χώρο. Ο Φοίβος και η Αθηνά έκαναν το πρώτο τους βήματα στη πόλη που το καλοκαίρι του 2004 θα φιλοξένησε τους Αγώνες.

Συναντήσαν τους φίλους τους στην Πλατεία Συνταγματός (στην Αθήνα) και στην Πλατεία Κοραή (στον Πειραιά), μπροστά από ένα λεωφορείο ειδικά διαμορφωμένο με εκθέσεις στα οποία παρουσιάζονται η πλήρης γκάμα των Ολυμπιακών Προϊόντων. Οι δύο Μασκότ έπαιξαν και κόπησαν με τους φίλους τους στα ραβδιά ελληνικών και ξένων επισκεπτών σε ένα εορταστικό κλίμα με

αγκαλιές και φίλα φωνήεντες τη καρδιά τους. Οι Αθηνά και ο Φοίβος, κομμάτι τους, ιδιαίτερα άκτινη ήταν η υποδοχή που τους επεφύλαξε η μικρή παιδεία που κυριολεκτικά καθήκε στην αγάπια της Αθήνας και του Φοίβου, δεικνύοντας με κάθε τρόπο την αγάπη με την οποία τους περιβάλλουν.

Όσοι ήρθαν επικεφαλής και το λεωφορείο εκθέτησε όπου είχαν την ευκαιρία να δουν από κοντά τις κέες αέρεις των Ολυμπιακών Προϊόντων τα οποία είναι αυστηρών προδιαγραφών και καριέλα φράζονται από υψηλή ποιότητα. Οι φίλοι των Μασκότ έφυγαν με μεγάλη διάθεση εντυπωσιακά φαλλόδα που περιείχαν μηνύματα για τη διοργάνωση των Αγώνων της Αθήνας. Πέραν επίσης μαζί τους και τον κατάλογο των καταστημάτων όπου υπάρχουν τα προτιμώμενα τα γνήσια Ολυμπιακά Προϊόντα τα οποία όπως τόνισε η κα Πέννη Μικελουπούλου, Διευθύντρια Εμπορίας Προϊόντων της Γενικής Διεύθυνσης Μάρκετινγκ, "μπορεί να είναι ένα δωρεό για τα αγαπημένα της πρόσωπα".

156

Φοίβος και Αθηνά αγκαλιάζουν τα παιδιά

Την αγάπη και τον ενθουσιασμό με τον οποίο περιβάλλουν όλοι, μικροί και μεγάλοι, τις Μασκότ των ολυμπιακών αγώνων του 2004, τον Φοίβο και την Αθηνά, καθώς και τα ολυμπιακά προϊόντα που φέρουν τη μορφή τους, έδειξαν χιλιάδες πολίτες της Αθήνας και του Πειραιά σε δύο μεγάλες και εντυπωσιακές εκδηλώσεις με χριστουγεννιάτικο χαρακτήρα. Τις οργάνωσε η Γενική Διεύθυνση Μάρκετινγκ της ΑΘΗΝΑ 2004, παρουσιάζοντας με νέο τρόπο τις Μασκότ σε κόσμο, σε ανοικτό

χώρο. Ο Φοίβος και η Αθηνά έκαναν τα πρώτα τους βήματα στη πόλη που το καλοκαίρι του 2004 θα φιλοξενήσει τους Αγώνες.

Συνάντησαν τους φίλους τους στην Πλατεία Συντάγματος (στην Αθήνα) και στην Πλατεία Κοραή (στον Πειραιά), μπροστά από ένα λεωφορείο ειδικά διαμορφωμένο ως εκθετήριο, στο οποίο παρουσιάστηκε η πλήρης νέα σειρά των ολυμπιακών προϊόντων. Οι δύο Μασκότ έπαιξαν και χόρεψαν με τους φίλους τους στο ρυθμό ελληνικών και ξένων επιτυχιών, σε ένα γιορτινό κλίμα με αγκαλιές και φιλία, σκορπώντας τη χαρά σε όσους βρέθηκαν κοντά τους. Ιδιαίτερα έντονη ήταν η υποδοχή που τους επεφύλαξαν τα μικρά παιδιά, που κυριολεκτικά χάθηκαν στην αγκαλιά της Αθηνάς και του Φοίβου, δείχνοντας με κάθε τρόπο την αγάπη με την οποία τους περιβάλλουν.

Όσοι ήρθαν, επισκέφθηκαν και το λεωφορείο – εκθετήριο, όπου είχαν την ευκαιρία να δουν από κοντά τις νέες σειρές των ολυμπιακών προϊόντων, τα οποία είναι αυστηρών προδιαγραφών και χαρακτηρίζονται από υψηλή ποιότητα. Οι φίλοι των Μασκότ έφυγαν με μικρά δώρα κι ενημερωτικά φυλλάδια που περιείχαν μηνύματα για τη διοργάνωση των αγώνων της Αθήνας. Πήραν επίσης μαζί τους και τον κατάλογο των καταστημάτων όπου μπορούν να προμηθευτούν τα γνήσια ολυμπιακά προϊόντα, τα οποία – όπως τόνισε η κα Πέννυ Μικελοπούλου, Διευθύντρια Εμπορίας Προϊόντων της Γενικής Διεύθυνσης Μάρκετινγκ – «μπορεί να είναι ένα δώρο για τα αγαπημένα σας πρόσωπα».

Επίσης η Ολυμπιακή Επιτροπή παράγει και προϊόντα για διάφορους επετείους όπως για τα Χριστούγεννα, το Πάσχα. Ακόμη συλλογές με τετράδια και χαρτικά για τους μαθητές στην αρχή του σχολικού έτους, για καλοκαιρινά αθλήματα κ.ά.

Δελτίο τύπου

Τετάρτη, 11 Δεκεμβρίου 2002 12:01:00

Χριστουγεννιάτικα Προϊόντα ΑΘΗΝΑ 2004

Μετά τα παιχνίδια του Φοίβου και της Αθηνάς, των μασκότ των ολυμπιακών αγώνων του 2004 με τα καλοκαιρινά αθλήματα και τη θάλασσα, έρχονται οι Γιορτές των Χριστουγέννων για να αλλάξουν και πάλι τη ζωή μας. Τα δύο αδέρφια, είναι και πάλι κοντά μας για να φέρουν με ένα πρωτότυπο και μοναδικό τρόπο τη μαγεία της Χριστουγεννιάτικης Νύχτας και τη χαρά της Πρωτοχρονιάς.

Μία σειρά ολυμπιακών προϊόντων με θέμα τα Χριστούγεννα, κυκλοφορούν ήδη στην αγορά. Ευχετήριες κάρτες, Καρφίτσες πέτου (pins), αξεσουάρ Ηλεκτρονικών Υπολογιστών και παντόφλες με κοινό χαρακτηριστικό την Αθηνά και τον Φοίβο, προσφέρουν πρωτότυπες ιδέες για τα δώρα των γιορτών.

Οι δύο μασκότ γνωρίζουν για πρώτη φορά τα Χριστουγεννιάτικα έθιμα και τη παράδοση της νεώτερης Ελλάδας ενώ στολίζουν με αγάπη και ενθουσιασμό το παραδοσιακό ελληνικό καράβι και το δένδρο των Χριστουγέννων.

Τα προϊόντα με τις μασκότ των ολυμπιακών αγώνων μπορείτε να τα προμηθευτείτε στα Olympic Stores, που βρίσκονται στο Αεροδρόμιο Αθηνών «Ελευθέριος Βενιζέλος», στο πολυκατάστημα «Λαμπρόπουλος» στο κέντρο της Αθήνας, καθώς και σε επιλεγμένα σημεία πώλησης σε όλη την Ελλάδα.



2003-2004

ΗΜΕΡΟΛΟΓΙΑ 2003 - 2004

Μοναδικό σύλλεκτικό ημερολόγιο τοίχου διαστάσεων 24 X 34, που περιλαμβάνει ολόκληρο το 2003 και το 2004, με την Αθηνά και τον Φοίβο να συμμετέχουν στο Ολυμπιακό σάβημα. Πρωτότυπα, κάθε μήνα και ένα διαφορετικό ολυμπιακό σάβημα. Ενημερωτικό, με όλα τα test events και το πρόγραμμα των Ολυμπιακών Αγώνων ΑΘΗΝΑ 2004. Εκπαιδευτικό, με επισημηματικό κείμενα στα Ελληνικά και στα Αγγλικά. Νέα ημερολόγια θα κυκλοφορήσουν με κανονικά θεματολόγια μέσα στο 2003.

ΕΥΧΕΤΗΡΙΕΣ ΚΑΡΤΕΣ

Το θέμα των καρτών τα οποία συνεχώς θα εμπλουτίζονται, περιλαμβάνουν την Αθηνά και τον Φοίβο, εικόνες από την Αθηνά, την Ολυμπία τις Ολυμπιακές πόλεις, τους αρχαιολογικούς χώρους και θέματα γύρω από την αθή και τα δεικνά του Ολυμπισμού. Επίσης ληφθήναι τοιχετήριες και χριστουγεννιάτικες κάρτες, με κωπικό κ.ο.



Δελτίο Τύπου

Πέμπτη, 24 Απριλίου 2003 11:08:00

Υψηλή ζήτηση των ολυμπιακών προϊόντων

Ανάρπαστα έχουν γίνει τα Πασχαλινά Αυθεντικά Προϊόντα της ΟΕΟΑ ΑΘΗΝΑ 2004. Ο Φοίβος και η Αθηνά, οι αγαπημένες Μασκότ των ολυμπιακών αγώνων ακολούθησαν τα πασχαλινά έθιμα της Ελλάδας. Διακόσμησαν τις πρωτότυπες Πασχαλινές λαμπάδες με τις οποίες θα ευχηθούν σε όλους τους φίλους τους «Χριστός Ανέστη» προβάλλοντας το έμβλημα των ολυμπιακών αγώνων του 2004 αλλά και με τα μοναδικά χρώματα που χρησιμοποιούνται για την εικαστική

ταυτότητα των αγώνων καθώς και με το σήμα του Περιβάλλοντος, ενώ παράλληλα θα τσουγκρίσουν και τα πασχαλινά αυγά μαζί τους.

Αμέσως μετά το Πάσχα, η μεγάλη ποικιλία των ολυμπιακών προϊόντων που έχουν ήδη κερδίσει την καρδιά του ελληνικού κοινού, συμπληρώνεται με την νέα κατηγορία – τα «χαρτοσχολικά» είδη.

Έτσι, από τον Μάιο θα προσφέρεται στο κοινό μία μεγάλη ποικιλία «χαρτοσχολικών» ειδών, όπως τετράδια, ντοσιέ, μολύβια, στυλό, organizers, μολυβοθήκες, σελιδοδείκτες, σημειωματάρια, μπλοκ σχεδίου και πολλά άλλα είδη που θα φέρουν τα Ολυμπιακά Σύμβολα και Σήματα αλλά και τις αγαπημένες μασκότ των ολυμπιακών αγώνων, Φοίβο και Αθηνά.

Η νέα σχολική χρονιά, η τελευταία πριν από την διεξαγωγή των ολυμπιακών αγώνων του 2004 θα προσφέρει, με τα ολυμπιακά «χαρτοσχολικά» είδη, ιδιαίτερα στους μικρούς φίλους εικόνες, εμβλήματα, αντικείμενα και πληροφορίες που θα τους χρειαστούν για μία χρονιά γεμάτη γνώσεις και ολυμπιακά ιδεώδη! Η νέα αυτή σειρά των ολυμπιακών προϊόντων, τα «Χαρτοσχολικά» είδη ΑΘΗΝΑ 2004, θα αποτελέσουν ένα από τα βασικά εκθέματα στη «ΧΑΡΤΟΣΧΟΛΙΚΗ Έκθεση 2003» που θα πραγματοποιηθεί στο εκθεσιακό κέντρο ΜΕΚ (Λεωφ. Λαυρίου 301, Παιανία) μεταξύ 16-19 Μαΐου 2003.

Η Ολυμπιακή Επιτροπή ΑΘΗΝΑ 2004 προβαίνει στην έκδοση αναμνηστικών προϊόντων με ιδιαίτερη συλλεκτική αξία όπως η ειδική έκδοση των αναμνηστικών νομισμάτων των ολυμπιακών αγώνων 2004 από την Τράπεζα της Ελλάδος.

Οι δύο όψεις του Ολυμπιακού Νομίσματος

Την ειδική έκδοση των αναμνηστικών νομισμάτων των ολυμπιακών αγώνων του 2004 κυκλοφορεί η Τράπεζα της Ελλάδος, ο υπουργός Οικονομίας και Οικονομικών Νίκος Χριστοδουλάκης, η πρόεδρος της «Αθήνα 2004» Γιάννα Αγγελοπούλου και ο διοικητής της Τράπεζας Νίκος Γκαργκάνας. Η παρουσίαση πραγματοποιήθηκε από τον διευθυντή του Ιδρύματος Εκτύπωσης Τραπεζογραμματίων και Αξιών Ελλάδος, Αναστάσιο Βασιλαδιώτη.

Κατά την παρουσίαση, ο Ν. Χριστοδουλάκης αναφέρθηκε στη μακρά και ενδιαφέρουσα ιστορία των ολυμπιακών αγώνων και των αναμνηστικών νομισμάτων, η οποία πήρε επίσημη μορφή το 687 π.Χ., με την έκδοσή τους στην Αίγινα, υπενθυμίζοντας ταυτόχρονα ότι τα ολυμπιακά νομίσματα χρησίμευαν στους

επισήμους της Ολυμπίας κατά τη διάρκεια των αγώνων, καθώς αντάλλασσαν τα τοπικά τους νομίσματα με τα ολυμπιακά με αποτέλεσμα να διευκολύνονται οι συναλλαγές.

«Σήμερα πολλά έχουν αλλάξει» ανέφερε ο κ. Χριστοδουλάκης. «Η Ελλάδα συμμετέχει σε ένα κοινό νόμισμα – το Ευρώ – το οποίο χρησιμοποιείται από την Ε.Ε., αλλά και διεθνώς όλο και περισσότερο, άρα δεν υπάρχει κανένα θέμα ανταλλαγής νομισμάτων. Παραμένει όμως το ποιοτικό χαρακτηριστικό της διοργάνωσης των αγώνων και με την έκδοση αυτή πιστεύω πως ανταποκρινόμαστε στο θεσμό αυτό»

Στην ιδιαίτερη συλλεκτική αξία των αναμνηστικών νομισμάτων των αγώνων του 2003 αναφέρθηκε η Γιάννα Αγγελοπούλου, επισημαίνοντας ότι πρόκειται για το πρώτο ολυμπιακό νόμισμα, το πρώτο ελληνικό συλλεκτικό ευρώ. Όπως ενημέρωση, θα κυκλοφορήσουν έξι σειρές, καθεμία θα περιλαμβάνει ένα χρυσό και δύο αργυρά νομίσματα. Τα χρυσά νομίσματα αντλούν τις εικόνες τους από τον πολιτισμό και τα αργυρά από τον αθλητισμό.

Όπως ανέφερε η κ. Αγγελοπούλου, θα κυκλοφορήσουν 160.000 χρυσά και 800.000 αργυρά νομίσματα και πιστοποιημένα από την Τράπεζα της Ελλάδος, ενώ τα έσοδα τα οποία προσδοκά να αποκομίσει η Επιτροπή ανέρχονται σε 2,5 εκατ. Ευρώ. «Όταν παίρνει κάποιος το νόμισμα, δεν εμπλουτίζει απλώς τη συλλογή του , αλλά συμβάλλει ενεργά στη διοργάνωση των αγώνων του 2004» ανέφερε χαρακτηριστικά η πρόεδρος της «Αθήνα 2004».

Η πρώτη σειρά των αναμνηστικών νομισμάτων θα κυκλοφορήσει τον Μάρτιο του 2003 και η άλλη το Μάιο του 2004. Η μία εκ των δύο όψεων είναι κοινή για όλα τα νομίσματα και έχει δύο ομόκεντρους κύκλους. Ο εξωτερικός φέρει τα 12 αστέρια, χαρακτηριστικό όλων των νομισμάτων της ευρωζώνης, ενώ ο εσωτερικός την ονομαστική αξία των 100 ευρώ για τα χρυσά και των 10 ευρώ για τα αργυρά νομίσματα, το σύμβολο των αγώνων του 2004 – το λογότυπο της «Αθήνα 2004», τους πέντε ολυμπιακούς κύκλους, το ανθέμιο, σύμβολο του Ελληνικού Νομισματοκοπείου.

Τα νομίσματα είναι σχεδιασμένα από το ζωγράφο και χαράκτη Παναγιώτη Γράββαλο. Η Alpha Bank θα αποτελέσει την αποκλειστική τράπεζα νομισμάτων σε Ελλάδα και Κύπρο ως εθνικός χορηγός και επίσημη τράπεζα των ολυμπιακών αγώνων.

Η εταιρεία «ΤΟΥΜΠΗΣ Α.Ε.» κυκλοφορεί συλλεκτική έκδοση Ελλήνων ζωγράφων.

Δώδεκα κορυφαίοι Έλληνες ζωγράφοι δοξάζουν το Ολυμπιακό Πνεύμα

Μία πολύτιμη ζωγραφική συλλογή κυκλοφόρησε και διατίθεται σε όλη την Ελλάδα, θέτοντας την αισθητική σφραγίδα της και τη μοναδική καλλιτεχνική της αξία στις υπηρεσίες και τη φιλοσοφία των αγώνων του 2004. Πρόκειται για μία συλλεκτική έκδοση 12 πολλαπλών έργων τέχνης, που θα έχει υπογραφή καταξιωμένων Ελλήνων ζωγράφων και αποτυπώνουν ιδανικά το πνεύμα των ολυμπιακών αγώνων.

Δώδεκα κορυφαίοι καλλιτέχνες, ο Α. Δρούγκας, ο Βλ. Κανιάρης, ο Χρ. Καράς, ο Μ. Μακρουλάκης, ο Μόραλης, ο Δ. Μυταράς, ο Π. Πρέκας, ο Σ. Σόρογκας, ο Π. Τέτσης, ο κ. Τσόκλης, ο Α. Φασιανός και ο Ψυχοπαίδης δημιούργησαν έργα που φανερώνουν με μοναδικό τρόπο τον ταυτόσημο ρόλο που έχει η Τέχνη και ο Αθλητισμός, στη ζωή του ανθρώπου.

Το σημαντικό αυτό έργο έχει εκδοθεί και διατίθεται από τον εκδοτικό οίκο Μ. Τουμπής Α.Ε., με επίσημη άδεια της «Αθήνα 2004» για το σχεδιασμό και την παραγωγή αφισών, καρτών και ημερολογίων.

Κάθε ένα από τα έργα διατίθεται σε περιορισμένα αντίτυπα, σε διάσταση 50X70 εκ., με αρίθμηση και συστήματα ελέγχου γνησιότητας και ανίχνευσης προηγούμενης τεχνολογίας (ολόγραμμα). Κυκλοφορεί συλλεκτική κασετίνα μικρότερων διαστάσεων και περιορισμένων αντιτύπων.

Ειδική εκδήλωση παρουσίασης ετοιμάζεται για το Φεβρουάριο του 2003 στην Αθήνα, ενώ η έκθεση θα περιοδεύσει σε πινακοθήκες και πολιτιστικά κέντρα όλης της χώρας.

Ένα έργο σημαντικής εικαστικής και «ολυμπιακής» αξίας κυκλοφόρησε πρόσφατα από «Μ. Τουμπής Α.Ε.», ο οποίος έχει εγκριθεί επίσημα από την «Αθήνα 2004» για το σχεδιασμό αφισών, καρτών και ημερολογίων τοίχου για το 2004.

Πρόκειται για μια συλλεκτική σειρά 12 πολλαπλών έργων από τους καλλιτέχνες Α. Δρούγκα, Χρ. Καρά, Μ. Μακρουλάκη, Γ. Μόραλη, Δ. Μυταρά, Π. Πρέκα, Σ. Σορόγκα, Π. Τέτση, Κ. Τσόκλη, Γ. Ψυχοπαίδη με θέμα εμπνευσμένο από τους ολυμπιακούς αγώνες. Τα έργα κυκλοφορούν σε αντίτυπα, καθένα με αρίθμηση και ειδική σφραγίδα της Επιτροπής Ολυμπιακών Αγώνων.

Τα έργα των εικαστικών που συμμετέχουν στην έκδοση θα εκτεθούν και σε ειδική έκθεση, η οποία θα βρίσκεται σε πινακοθήκες και πολιτιστικά κέντρα της χώρας μέσα στο 2003.

Συλλεκτικές κάρτες COSMOTE

COSMOTE: Συλλεκτικές κάρτες ανανέωσης χρόνου ομιλίας με Έλληνες Ολυμπιονίκες

Η COSMOTE, Μέγας Χορηγός των ολυμπιακών αγώνων Αθήνα 2004, ένα χρόνο πριν την τέλεσή τους παρουσιάζει για πρώτη φορά συλλεκτικές κάρτες ανανέωσης χρόνου ομιλίας για την CosmoKarta και το What's Up.

Οι συλλεκτικές κάρτες που απεικονίζουν 11 διαφορετικές κορυφαίες στιγμές Ελλήνων Ολυμπιονικών από τη συμμετοχή τους σε σημαντικές διεθνείς αθλητικές διοργανώσεις, κυκλοφορούν σε περιορισμένο αριθμό αντιτύπων, κοστίζουν 40 ευρώ, ενώ περιλαμβάνουν επιπλέον δωρεάν χρόνο ομιλίας αξίας 5 ευρώ.

Ταυτόχρονα με τις κάρτες, η COSMOTE κυκλοφορεί ένα συλλεκτικό αριθμημένο album που περιέχει την πρώτη κάρτα – χωρίς χρόνο ομιλίας – από τις 11 συνολικά. Όσοι συγκεντρώσουν και τις 11 κάρτες στο συλλεκτικό album, έχουν τη δυνατότητα να συμμετάσχουν σε κλήρωση με έπαθλο πλήρη πακέτα ολυμπιακής φιλοξενίας για δύο άτομα, που περιλαμβάνουν εισιτήρια για τις τελετές έναρξης ή λήξης καθώς και διαμονή, διατροφή και μεταφορά για όσους διαμένουν εκτός Αττικής.

Με τη δημιουργία των συλλεκτικών καρτών ανανέωσης χρόνου ομιλίας, η COSMOTE συνεχίζει να συμβάλλει έμπρακτα στη διοργάνωση του κορυφαίου αθλητικού γεγονότος, προσφέροντας προϊόντα κινητής τηλεφωνίας που φέρνουν τα ολυμπιακά ιδεώδη πιο κοντά στις καθημερινές συνήθειες όλων των Ελλήνων.

Συλλεκτική καρφίτσα COCA – COLA

Τη πρώτη επίσημη χορηγική καρφίτσα (pin) παρουσίασε η Coca – Cola, στο πλαίσιο της χορηγίας της εταιρείας, η οποία θα διαρκέσει μέχρι και τους ολυμπιακούς αγώνες του 2008.

Στην καρφίτσα απεικονίζονται οι Μασκότ των ολυμπιακών αγώνων του 2004, Φοίβος και Αθηνά.

Η Coca – Cola έχει συνδεθεί με το ολυμπιακό κίνημα από το 1928 και για 74 συνεχή χρόνια είναι από τους πιο παλιούς συνεργάτες και συμβάλλει στην εξύψωση του ιδεώδους και του ευ αγωνίζεσθαι.

Παρατηρούμε επίσης ότι μια άλλη δραστηριότητα της Οργανωτικής Επιτροπής ολυμπιακών αγώνων είναι διάφορες συναντήσεις για την ανταλλαγή συλλεκτικών ολυμπιακών προϊόντων.

Δελτίο τύπου

Τετάρτη, 22 Ιανουαρίου 2003 16:42:00

«ΑΘΗΝΑ 2004»: 1^η συνάντηση ανταλλαγής Ολυμπιακών Συλλεκτικών καρφίτσών Πέτου (Pin)

Μια νέα εκδήλωση που αναμένεται να προσελκύσει μεγάλο ενδιαφέρον, τόσο στα ΜΜΕ όσο και μεταξύ όσων συλλέγουν τις ειδικές μεταλλικές καρφίτσες πέτου οργανώνεται για πρώτη φορά στην Ελλάδα από την ΟΕΟΑ ΑΘΗΝΑ 2004 στο Συνεδριακό Κέντρο της (Ιωλκού 8 και Φιλικής Εταιρείας – Νέα Ιωνία).

Πρόκειται για τη 1^η συνάντηση ανταλλαγής των ολυμπιακών συλλεκτικών καρφίτσών πέτου (Pin trading event) που θα γίνει την Παρασκευή 24 Ιανουαρίου 2003, από τις 17:00 έως τις 20:00. Η εκδήλωση οργανώνεται σε συνεργασία με την εταιρεία ΕΥΣΗΜΟΝ Συλλογές Α.Ε., τον επίσημο Αδειούχο της ΑΘΗΝΑ 2004 για την κατηγορία των καρφίτσών πέτου (Pin), καθώς και για άλλες πέντε κατηγορίες ολυμπιακών προϊόντων.

Προσκεκλημένοι στην εκδήλωση είναι όλοι οι Αδειούχοι και οι Χορηγοί της Αθήνα 2004, εκπρόσωποι των Μέσων Μαζικής Επικοινωνίας καθώς και – φυσικά – όλοι οι εργαζόμενοι της Αθήνα 2004 που μαζί με τη συλλογή τους θα φέρουν το κέφι τους και φυσικά... τη φαντασία τους.

Κατά τη διάρκεια της εκδήλωσης οι συλλέκτες των Pins θα έχουν την ευκαιρία να εκθέσουν τις συλλογές τους και να προβούν σε ανταλλαγές, ενώ όλοι οι παρευρισκόμενοι θα αποκτήσουν το ειδικό Pin που έχει σχεδιαστεί αποκλειστικά για την συγκεκριμένη μέρα. Η εταιρεία ΕΥΣΗΜΟΝ θα βραβεύσει, παράλληλα, την πιο πρωτότυπη ιδέα για την κατασκευή μιας νέας καρφίτσας πέτου (Pin)!

Η συλλογή ολυμπιακών καρφίτσών είναι πλέον αναπόσπαστο μέρος των ολυμπιακών αγώνων και αποτελεί το «Αγώνισμα των θεατών» - όπως έχει καθιερωθεί να λέγεται. Αποτελεί μια ευγενική άμιλλα που ξεκινά με την έκδοση της πρώτης καρφίτσας και κορυφώνεται τις ημέρες των αγώνων, με τεράστια ζήτηση τόσο στην εγχώρια όσο και στη διεθνή Αγορά.

Οι καρφίτσες πέτου (Pins) είναι προϊόντα με ιστορία παράλληλη με την ιστορία των ολυμπιακών αγώνων της σύγχρονης εποχής. Τα πρώτα Pins, φτιαγμένα από χαρτόνι, κυκλοφόρησαν το 1896 στους πρώτους ολυμπιακούς αγώνες, στην Αθήνα και χρησιμοποιήθηκαν ως σήμα αναγνώρισης για αθλητές, επισήμους καθώς και δημοσιογράφους. Από τότε καθιερώθηκε η παρουσία τους και σιγά – σιγά μετατράπηκαν στα πλέον συλλεκτικά αντικείμενα της διοργάνωσης των ολυμπιακών αγώνων.

Αυθεντικές Ολυμπιακές Καρφίτσες Πέτου ΑΘΗΝΑ 2004

Είναι στη μόδα
Είναι σπάνιες
Είναι συλλεκτικές
Ανταλλάσσονται
Απαιτούν αξία
Γίνονται μανία


- Σας χάρισε κάποιος ένα pin και αρχίσατε να αναζητάτε και άλλα;
- Σας άρεσε τόσο πολύ ένα σχέδιο που δεν μπορούσατε να αντισταθείτε;
- Αγοράσατε ένα σαν σουβενίρ και μετατράπηκε σε μανία;

Επίσημοι διάφοροι λόγοι που προώθησαν την ταχεία ανάπτυξη σε όλο τον κόσμο να γίνουν ολυμπιακές «καρφίτσες Πέτου». Αιχμηρότατος ενός είναι ο θεός σας λόγος, είναι σίγουρα ένα πολύ αυταυτό η αλλαγή των ρούθ θα γίνει το νέο σας κίνητρο.

Αναζητήστε στα καταστήματα ή τις πρώτες θησαυροφυλάκιες της Ευρώπης, Μόσχας ή άλλων Ολυμπιακών αθλίων, 9 μήνες, Παράδοσιας ελληνικής φαρμακείας, Αθλητικά Αντικείμενα της γρήγορης Γαλλίας, και στη συνέχεια ενημερωθείτε για τις εδαφικά φιλικές αθλίων της ολυμπιακής μίσησης που εκδίδονται σε παραρτήματα κρήνη τυπογραφίας.

Τα ρούθ διατίθενται στα καταστήματα με το όνομα «Αυθεντικά Ολυμπιακά Προϊόντα» που είναι στην Ολυμπιακή καταστήματα στο αεροδρόμιο Ελ. Βενιζέλος, με στο πολυκαταστήματα Διαμερισμάτων.

Και να θυμάστε ότι τα ρούθ που εύκολα βρίσκονται σήμερα πολύ αυταυτό θα εξαντληθούν! Κινηθείτε εζυμνα και αγοράσατε τα τώρα!

 **Εύσημον**
ΜΑΛΑΚΟΥΣ

ΕΥΣΗΜΟΝ ΣΥΛΛΟΓΕΣ ΑΕ
ΚΑΡΥΔΑΣΟΥ 12, 106 73 ΑΘΗΝΑ
ΤΗΛ: 210 72 54 290-1 • FAX: 210 72 58 490



4^η Συνάντηση ανταλλαγής ολυμπιακών συλλεκτικών καρφιστών στη Θεσσαλονίκη.

Διεθνής συνάντηση συλλεκτικών ολυμπιακών προϊόντων

Ξεκινάει αύριο (12.9.2003) στην πλατεία Αριστοτέλους στη Θεσσαλονίκη το 4^ο Pin trading, συνάντηση ανταλλαγής των Ολυμπιακών συλλεκτικών καρφιστών πέτου, με την χορηγία της Συλλογής Α.Ε., επίσημο αδειούχο της ΟΕΟΑ «Αθήνα 2004».

Κατά τη διάρκεια της εκδήλωσης θα παρουσιαστούν οι καρφίτσες πέτου των ολυμπιακών αγώνων ενώ οι συλλέκτες των Pins θα έχουν την ευκαιρία να παρουσιάσουν τις συλλογές τους και να προβούν σε ανταλλαγές.

Νέα συλλεκτική καρφίτσα από την Εύσημον Συλλογές

Κυκλοφόρησε από την εταιρεία Εύσημον Συλλογές Α.Ε., επίσημο αδειούχο της Οργανωτικής Επιτροπής «Αθήνα 2004» για τις ολυμπιακές καρφίτσες πέτου, η συλλεκτική καρφίτσα «21 μήνες πριν τους αγώνες».

Η συλλεκτική καρφίτσα απεικονίζει το άγαλμα του Ερμή. Πρόκειται για την 4^η από τις 24 καρφίτσες της σειράς «Αντίστροφη Μέτρηση», που περιλαμβάνει 1 κάθε μήνα μέχρι την έναρξη των αγώνων και μιας νέας σειράς συλλεκτικών καρφιστών.

Η θεματολογία περιλαμβάνει χαρακτηριστικά της Ολυμπίας και τις ολυμπιακές πόλεις. Συνολικά μόνο 2.500 pins, πρόκειται να κυκλοφορήσουν στα ολυμπιακά καταστήματα και τα καταστήματα αφορολόγητων ειδών, τα ΕΛ.ΤΑ. και σε 1.500 επιλεγμένα καταστήματα σε όλη την Ελλάδα.

Συμμετέχει στις εκθέσεις των Τουριστικών Ειδών «ΠΑΡΟΥΣΙΕΣ»

Δελτίο Τύπου

Τρίτη, 14 Ιανουαρίου 2003 10:45:00

Εντυπωσιακή παρουσία της «ΑΘΗΝΑ 2004» στη 18^η έκθεση τουριστικών ειδών «Παρουσίες»

Την εξαιρετικά υψηλή ποιότητα και την μεγάλη ποικιλία ειδών των ολυμπιακών προϊόντων που παράγουν οι αδειούχοι της Οργανωτικής Επιτροπής ολυμπιακών αγώνων ΑΘΗΝΑ 2004 είχαν την ευκαιρία να θαυμάσουν οι χιλιάδες επισκέπτες της 18^{ης} έκθεσης Τουριστικών Ειδών ΠΑΡΟΥΣΙΕΣ. Η έκθεση αυτή είναι η μεγαλύτερη τουριστική έκθεση της Ελλάδος και πραγματοποιήθηκε στις εγκαταστάσεις του πρώην Ανατολικού Αερολιμένα Αθηνών, στο Ελληνικό.

Το πρωί του Σαββάτου επισκέφθηκε το σύνολο των περιπτέρων των αδειούχων της ΑΘΗΝΑ 2004 στον ειδικά διαμορφωμένο ενιαίο χώρο ο Εντεταλμένος Σύμβουλος της Οργανωτικής Επιτροπής κ. Μάρτων Σίμιτσεκ και συνομίλησε με τους επικεφαλής των εταιρειών στους χώρους παρουσίασης των προϊόντων. Η παρουσίαση των αδειούχων του Προγράμματος Εμπορίας της ΑΘΗΝΑ 2004 έγινε με ένα πρωτοποριακό τρόπο, σε έναν ειδικά διαμορφωμένο ενιαίο χώρο 600 τ.μ. με μια σειρά εικαστικών παρεμβάσεων σύμφωνα με το πνεύμα και τα σύμβολα των

ολυμπιακών αγώνων. Έτσι για πρώτη φορά οι επισκέπτες της έκθεσης είχαν τη δυνατότητα να δουν όλα τα ολυμπιακά προϊόντα συγκεντρωμένα.

Μετά την επίσκεψη των περιπτέρων, ο κ. Σίμιτσεκ απάντησε σε ερωτήσεις δημοσιογράφων.

ΕΡ: Τι μπορούν να δουν οι επισκέπτες της έκθεσης αυτής;

ΑΠ: Μπορούν να δουν τα ολυμπιακά προϊόντα, μπορούν να δουν την τρομερή προσπάθεια που έχει γίνει να βγάλουμε ολυμπιακά προϊόντα εξαιρετικής ποιότητας. Είναι πρώτη φορά στη διοργάνωση ολυμπιακών αγώνων που υπάρχουν τόσο καλής ποιότητας και μεγάλης ποικιλίας προϊόντα. Νομίζω ότι αξίζει κανείς να έρθει να δει την προσπάθεια που έχει γίνει από όλες τις εταιρείες αναδόχους προϊόντων που έχουν συμβληθεί με την ΑΘΗΝΑ 2004 για να βγάλουν αυτές τις συλλογές.

ΕΡ: Τα ολυμπιακά προϊόντα πουλάνε, κ. Σίμιτσεκ, τα αγοράζει ο κόσμος; Και πόσο σημασία έχει να αγοράζουν ολυμπιακά προϊόντα;

ΑΠ: Έχει σημασία διότι είναι προϊόντα που μετά από λίγο καιρό θα έχουν συλλεκτική αξία και δεν θα μπορείς να τα βρεις. Έχει σημασία διότι βοηθάνε την Οργάνωση των ολυμπιακών αγώνων και έχει σημασία γιατί πρέπει τα ολυμπιακά προϊόντα που είναι των Ελληνικών ολυμπιακών αγώνων να περάσουν σε όλο τον κόσμο.

ΕΡ: Πόσα χρήματα χρειάζεται η Οργανωτική Επιτροπή να εισπράξει από τα ολυμπιακά προϊόντα για τον προϋπολογισμό της;

ΑΠ: Το τμήμα αυτό έχει ήδη καλυφθεί κατά 160% και αυτό αποτελεί ολυμπιακό ρεκόρ. Όπως έχει αποτελέσει ήδη ρεκόρ το ότι οι Έλληνες που έχουν αποκτήσει αυτά τα προϊόντα και τα αγοράζουν, αγαπάνε τους ολυμπιακούς αγώνες. Τα έχουν αποδεχθεί κατά ένα τρόπο εκπληκτικό.

Το πρωί του Σαββάτου παρουσιάστηκε επίσης σε ειδική εκδήλωση η ειδική καρφίτσα πέτου των 19 μηνών ώστε να μπορέσουν οι επισκέπτες της έκθεσης να δουν λίγες μέρες νωρίτερα ένα συλλεκτικό ολυμπιακό προϊόν της συγκεκριμένης σειράς «Αντίστροφη Μέτρηση» το οποίο κυκλοφορεί σε περιορισμένο αριθμό τεμαχίων.

(Επισημαίνεται ότι στην έκθεση ΠΑΡΟΥΣΙΕΣ μετέχουν όλοι οι έμποροι τουριστικών ειδών της Ελλάδος και ότι την επισκέπτονται έμποροι από όλα τα μέρη της χώρας οι οποίοι πραγματοποιούν και το μεγαλύτερο μέρος των αγορών τους για το υπόλοιπο έτος).

Στον ίδιο χώρο είχε εγκατασταθεί επίσης ένα Περίπτερο Εθελοντισμού όπου διανέμονταν αιτήσεις Εθελοντισμού σε όλες τις ώρες λειτουργίας της Έκθεσης.

Υψηλά έσοδα από το πρόγραμμα Εμπορίας ολυμπιακών προϊόντων.

Εντυπωσιακή είναι η πορεία του προγράμματος των ολυμπιακών προϊόντων της Γενικής Διεύθυνσης Μάρκετινγκ της ΑΘΗΝΑ 2004 (σύμφωνα με τα στοιχεία έως τις 15 Δεκεμβρίου 2002).

Τα έσοδα της Οργανωτικής Επιτροπής από τις πωλήσεις ολυμπιακών προϊόντων υπολογίζεται ότι έφθασαν στα 10 εκατομμύρια ευρώ μέσα στο 2002. Το ποσό αντιστοιχεί σε ένα συνολικό τζίρο λιανικής πώλησεως που προσεγγίζει τα 100 εκατομμύρια ευρώ. Σημαντικό ποσοστό από το ποσό αυτό προέρχεται από τα T-shirts, τα καπέλα, τις καρφίτσες πέτου (Pin), τις κλειδοθήκες, τις πετσέτες, τις κούπες από πορσελάνη και τα σακίδια.

Ιδιαίτερη επιτυχία έχουν βέβαια όλα τα προϊόντα που φέρουν την εικόνα των μασκότ. Αυτή τη περίοδο, το ένα τρίτο των πωλήσεων σε ολυμπιακά προϊόντα προέρχεται από εκείνα που φέρουν τον Φοίβο και την Αθηνά.

Από την άνοιξη του 2003, τα έσοδα της Οργανωτικής Επιτροπής αναμένεται να αυξηθούν σημαντικά καθώς θα μπει στην αγορά σειρά νέων προϊόντων με τις μασκότ, σε όλες τις πόζες των αθλημάτων και μάλιστα σε ένα ευρύ φάσμα τιμών.

Εκτός από τον διαγωνισμό για παραγωγή και εμπορία προϊόντων αργότερα στις 3 Σεπτεμβρίου 2003 προέβη και στη σύναψη Σύμβασης για την ανάληψη του Προγράμματος Λιανικής Πώλησης Αυθεντικών Προϊόντων ΑΘΗΝΑ 2004

ΚΑΕ: Υπογραφή της «Σύμβασης Εγκεκριμένου Λιανεμπόρου για την ανάληψη του Προγράμματος Λιανικής Πώλησης Αυθεντικών Προϊόντων ΑΘΗΝΑ 2004

Σήμερα ολοκληρώθηκε η υπογραφή της Σύμβασης Εγκεκριμένου Λιανεμπορίου για την ανάληψη του Προγράμματος Λιανικής Πώλησης Αυθεντικών Προϊόντων Αθήνα 2004, εντός των αθλητικών και μη αθλητικών εγκαταστάσεων των Αγώνων Αθήνα 2004 από την Οργανωτική Επιτροπή Ολυμπιακών Αγώνων Αθήνα 2004 με την Εταιρεία Venue Retailing AE.

Τη σχετική σύμβαση υπέγραψαν από τη πλευρά της Αθήνα 2004 ο Εντεταλμένος Σύμβουλος κ. Μάρτων Σίμιτσεκ και από την πλευρά της εταιρείας

Venue Retailing A.E. κ.κ. Carlo Bernasconi, Χαρίλαος Λαμπρόπουλος και Gary March.

Το πρόγραμμα αυτό αφορά τη λιανική πώληση αυθεντικών προϊόντων Αθήνα 2004 όλων των επίσημων αδειούχων κατά τη διάρκεια των ολυμπιακών και παραολυμπιακών αγώνων Αθήνα 2004. Για το σκοπό αυτό η Venue Retailing A.E. θα λειτουργήσει ένα δίκτυο 100 περίπου καταστημάτων (Venue Stores) εντός των αθλητικών και μη αθλητικών εγκαταστάσεων των αγώνων καθώς και ένα Ολυμπιακό Υπερκατάστημα (Olympic Superstore, επιφάνειας 3.500 τ.μ. περίπου) στο κοινό περιβάλλοντα χώρο του ΟΑΚΑ.

Μέτοχοι της Venue Retailing A.E. είναι οι εταιρείες:

1. The Nuance Group Hellas A.E., θυγατρική της Ελβετικής εταιρείας The Nuance Group AG, η οποία λειτουργεί τα 5 ολυμπιακά καταστήματα στην Αθήνα.
2. Ελληνικές Διανομές Α.Ε., θυγατρική της εταιρείας καταστήματα Αφορολόγητων Ειδών Α.Ε., και
3. Concept Sports International Pty. Ltd, Αυστραλιανή εταιρεία που έχει αναλάβει τα αντίστοιχα προγράμματα κατά τους Ολυμπιακούς Αγώνες του Σίδνεϋ και τους Χειμερινούς Ολυμπιακούς Αγώνες.

Το πρόγραμμα Λιανικής Πώλησης Αυθεντικών Προϊόντων Αθήνα 2004, εντός των αθλητικών και μη αθλητικών εγκαταστάσεων δίνει την ευκαιρία σε θεατές, αθλητές και εργαζόμενους των αγώνων να αποκτήσουν μοναδικά συλλεκτικά ενθύμια των αγώνων τα οποία διατίθενται αποκλειστικά από τα καταστήματα εντός των εγκαταστάσεων. Ιδιαίτερα το ολυμπιακό υπερκατάστημα αποτελεί πάντα αξιοθέατο των αγώνων, αφού είναι ένας χώρος ο οποίος πέρα από την τεράστια ποικιλία σε αυθεντικά προϊόντα Αθήνα 2004, με την ξεχωριστή του διακόσμηση αντανακλά την εικαστική ταυτότητα των αγώνων ενώ παράλληλα γίνονται πλήθος εκδηλώσεων και εκπλήξεων για τους θεατές των αγώνων.

ΚΑΤΑΣΤΗΜΑΤΑ ΑΦΟΡΟΛΟΓΗΤΩΝ ΕΙΔΩΝ Α.Ε.: Ανακοίνωση προς ΧΑ

Η εταιρεία Καταστήματα Αφορολόγητων Ειδών Α.Ε. με Δελτίο Τύπου προς το Χ.Α., γνωστοποιεί τα ακόλουθα: «Στις 2/9/2003 ολοκληρώθηκε η υπογραφή της Σύμβασης εγκεκριμένου λιανεμπορίου για την ανάληψη του προγράμματος λιανικής πώλησης αυθεντικών προϊόντων Αθήνα 2004, εντός των αθλητικών και μη αθλητικών εγκαταστάσεων των αγώνων Αθήνα 2004 από την Οργανωτική Επιτροπή Ολυμπιακών

Αγώνων Αθήνα 2004 με την εταιρεία Venue Retailing A.E. Τη σχετική σύμβαση υπέγραψαν από την πλευρά της Αθήνα 2004, ο Εντεταλμένος Σύμβουλος κ. Μάρτων Σίμιτσεκ και από την πλευρά της εταιρείας Venue Retailing A.E. οι κ.κ. Garlo Bernasconi, Χαρίλαος Λαμπρόπουλος και Gary March. Το πρόγραμμα αυτό αφορά τη λιανική πώληση Αυθεντικών Προϊόντων Αθήνα 2004 όλων των επίσημων αδειούχων κατά τη διάρκεια των ολυμπιακών και παραολυμπιακών αγώνων Αθήνα 2004. Για το σκοπό αυτό η Venue Retailing AE θα λειτουργήσει ένα δίκτυο 100 περίπου καταστημάτων (Venue Stores) εντός των αθλητικών και μη αθλητικών εγκαταστάσεων των αγώνων, καθώς και ένα ολυμπιακό υπερκατάστημα (Olympic Superstore επιφάνειας 3.500 τ.μ. περίπου) στον κοινό περιβάλλοντα χώρο του ΟΑΚΑ. Μέτοχοι της Venue Retailing A.E. είναι οι εταιρείες: 1: The Nuance Group Hellas A.E., θυγατρική της Ελβετικής εταιρείας The Nuance Group AG, η οποία λειτουργεί τα 5 ολυμπιακά καταστήματα στην Αθήνα. 2: Ελληνικές διανομές A.E. θυγατρική της εταιρείας καταστήματα αφορολόγητων ειδών A.E. και 3: Concept Sports International Pty Ltd, Αυστραλιανή εταιρεία που είχε αναλάβει τα αντίστοιχα προγράμματα κατά τους ολυμπιακούς αγώνες του Σύνδνεϊ και τους Χειμερινούς Ολυμπιακούς Αγώνες του Σολτ Λέικ Σίτι. Το πρόγραμμα Λιανικής Πώλησης Αυθεντικών Προϊόντων Αθήνα 2004, εντός των αθλητικών και μη αθλητικών εγκαταστάσεων δίνει την ευκαιρία σε θεατές, αθλητές και εργαζόμενους των αγώνων να αποκτήσουν μοναδικά συλλεκτικά ενθύμια των αγώνων τα οποία διατίθενται αποκλειστικά από τα καταστήματα εντός των εγκαταστάσεων. Ιδιαίτερα το Ολυμπιακό Υπερκατάστημα αποτελεί πάντα αξιοθέατο των αγώνων, αφού είναι ένας χώρος ο οποίος πέρα από την τεράστια ποικιλία σε αυθεντικά προϊόντα Αθήνα 2004, με την ξεχωριστή του διακόσμηση αντανακλά την εικαστική ταυτότητα των αγώνων ενώ παράλληλα γίνονται πλήθος εκδηλώσεων και εκπλήξεων για τους θεατές των αγώνων.

Άλλη μέριμνα της οργανωτικής επιτροπής ολυμπιακών αγώνων είναι να διασφαλίσει και να προστατεύσει την αυθεντικότητα των προϊόντων.

Η ΑΘΗΝΑ 2004 ΠΡΟΣΤΑΤΕΥΕΙ ΤΑ ΑΥΘΕΝΤΙΚΑ ΟΛΥΜΠΙΑΚΑ ΠΡΟΪΟΝΤΑ

Νέα επιτυχία σημείωσε το Αντιπειρατικό Πρόγραμμα της Αθήνα 2004, που έχει στόχο του την προστασία της αγοράς καθώς και των Ελλήνων καταναλωτών από πειρατικά ολυμπιακά προϊόντα.

Το Σώμα Δίωξης Οικονομικού Εγκλήματος (ΣΔΟΕ), σε συνεργασία με την Οργανωτική Επιτροπή Ολυμπιακών Αγώνων Αθήνα 2004, εντόπισε και κατέσχεσε

σημαντική ποσότητα «πειρατικών» ολυμπιακών Προϊόντων στη Θεσσαλονίκη στις 22 Ιουλίου.

Υστερα από ειδική επιχείρηση σε αποθήκη υποδημάτων στο κέντρο της Θεσσαλονίκης, στην οδό Αγίου Δημητρίου, εντοπίστηκαν και κατασχέθηκαν περισσότερα από 3.900 ζευγάρια σαγιονάρες με το λογότυπο της Αθήνα 2004 και τους ολυμπιακούς κύκλους. Ασκήθηκε ήδη ποινική δίωξη εναντίον των υπευθύνων της εταιρείας αυτής, με βάση το άρθρο 3 του Ν. 2598/1998 σε συνδυασμό με το άρθρο 2 του Ν. 2819/2000. Θα επακολουθήσουν αγώνες αποζημιώσεως.

Υπενθυμίζεται ότι πριν από λίγους μήνες, στις 14 Μαΐου 2003, το Σώμα Διωξης Οικονομικού Εγκλήματος (ΣΔΟΕ), σε συνεργασία με την Οργανωτική Επιτροπή είχε κατασχέσει στον κέντρο της Αθήνας τη μεγαλύτερη μέχρι στιγμής παρτίδα «πειρατικών» ολυμπιακών προϊόντων. Τότε είχαν εντοπισθεί και κατασχεθεί – ύστερα από ειδική επιχείρηση σε εισαγωγική εταιρεία στην περιοχή της πλατείας Κουμουνδούρου – περισσότερες από 110 κούτες που περιείχαν περίπου 13.500 μακό μπλουζάκια, φανελάκια, καθώς και άλλα είδη ρουχισμού με παραστάσεις του κότινου, εμβλήματος της Αθήνα 2004 και του Φοίβου και της Αθηνάς, των μασκότ των Ολυμπιακών Αγώνων της Αθήνας. Και για την υπόθεση αυτή έχει ασκηθεί ποινική δίωξη εναντίον των υπευθύνων της εταιρείας αυτής ενώ επακολούθησαν αγωγές αποζημίωσης.

Προκειμένου να διασφαλιστεί η γνησιότητα των προϊόντων Αθήνα 2004 που κυκλοφορούν και να προστατευτούν οι καταναλωτές που επιλέγουν Αυθεντικά Ολυμπιακά Προϊόντα Αθήνα 2004, έχουν ήδη ξεκινήσει εντατικοί έλεγχοι στην ελληνική αγορά. Το πρόγραμμα προστασίας της αγοράς και των καταναλωτών έχει αναπτυχθεί από το ειδικό «αντιπειρατικό» τμήμα της Γενικής Διεύθυνσης Μάρκετινγκ και τη Νομική Υπηρεσία της ΟΕΟΑ Αθήνα 2004. Σε συνεργασία με το ΣΔΟΕ «χτενίζουν» την Αθήνα και άλλες αστικές περιοχές της Ελλάδας, για πειρατικά ολυμπιακά προϊόντα ώστε να εξαλειφθεί στο ξεκίνημά της οποιαδήποτε προσπάθεια διάθεσής τους. Οι έλεγχοι έχουν μάλιστα ενταθεί στην Β. Ελλάδα και Ειδικότερα στη Θεσσαλονίκη και απέδωσαν καρπούς.

Σε κάθε περίπτωση γίνεται άμεση κατάσχεση και οι παραβάτες διώκονται ποινικά.

Οι Έλληνες καταναλωτές έχουν δείξει ότι αναγνωρίζουν τα αυθεντικά ολυμπιακά προϊόντα τόσο από την υψηλή τους ποιότητα όσο και από το προηγούμενο σύστημα ασφάλειας που διαθέτουν (βασισμένο σε ειδικά ολογράμματα) και τα προτιμούν, υποστηρίζοντας με τον τρόπο αυτό τόσο τους ολυμπιακούς αγώνες της Αθήνα 2004 όσο και την Ελληνική Ολυμπιακή Ομάδα, για την προετοιμασία της οποίας διατίθεται μέρος των εσόδων από τις πωλήσεις.

Η Οργανωτική Επιτροπή Ολυμπιακών Αγώνων θα εντείνει στη διάρκεια των επόμενων μηνών το πρόγραμμα προστασίας των αυθεντικών Ολυμπιακών Προϊόντων με συνεχείς ελέγχους σε όλες τις πόλεις και τους τουριστικούς προορισμούς καθώς πλησιάζουμε στην περίοδο των αγώνων. Σκοπός των ελέγχων αυτών είναι να εξασφαλιστεί μια «καθαρή» αγορά και να διασφαλιστεί η αυθεντικότητα των προϊόντων που αγοράζει ο καταναλωτής, ενισχύοντας έτσι τη διοργάνωση των Ολυμπιακών Αγώνων Αθήνα 2004 και την υποστήριξη της Ελληνικής Ολυμπιακής Ομάδας.

Τα Αυθεντικά Ολυμπιακά Προϊόντα Αθήνα 2004 κυκλοφορούν σε 28 κατηγορίες και γνωρίζουν μεγάλη επιτυχία και διαρκή αύξηση των πωλήσεών τους, καθώς έχουν κερδίσει τις προτιμήσεις του ελληνικού κοινού. Σήμερα εκτός από τα πέντε ολυμπιακά καταστήματα, πάνω από 6.000 επιλεγμένα καταστήματα στην Ελλάδα διαθέτουν τη συλλογή των αυθεντικών προϊόντων Αθήνα 2004.



Διασφάλιση και προστασία αυθεντικότητας προϊόντων.

Τα αυθεντικά προϊόντα ΑΘΗΝΑ 2004 προστατεύονται από προηγμένα συστήματα διασφάλισης γνησιότητας και φέρουν ετικέτες ασφαλείας σε όλες τις κατηγορίες.

ΕΤΑΙΡΕΙΑ ΕΥΣΗΜΟΝ ΣΥΛΛΟΓΕΣ

Δερμάτινα προϊόντα με την υπογραφή των Ολυμπιακών Αγώνων

Τα ολυμπιακά προϊόντα επεκτάθηκαν και στις δερμάτινες συλλογές. Πορτοφόλια, ανδρικά, γυναικεία, κλειδοθήκες, καρτοθήκες, κερματοθήκες κλπ φέρουν το σήμα των ολυμπιακών αγώνων και υπάρχουν στην αγορά προς 45 ευρώ το κάθε ένα.

Σύμφωνα με τις εκτιμήσεις της Οργανωτικής Επιτροπής, τα έσοδα από την πώλησή τους αναμένεται στα 4,69 εκατ. ευρώ ενώ τα έσοδα για την ίδια αναμένεται να ανέλθουν σε 470.000 ευρώ.

Τα ολυμπιακά δερμάτινα είδη κατασκευάζονται από την εταιρεία «Εύσημον Συλλογές Α.Ε.» και από 1.500 καταστήματα σε όλη την Ελλάδα.

Εύσημον Συλλογές: Υψηλές προσδοκίες από τα ολυμπιακά Pins

Σε περίπου 50 εκατομμύρια ευρώ υπολογίζεται ότι θα ανέλθει ο τζίρος από τη διάθεση των ελληνικών καρφίτσων πέτου σύμφωνα με τον πρόεδρο της Εύσημον Συλλογές Α.Ε., Νίκο Κωνσταντόπουλο, τόνισε ο κ. Κωνσταντόπουλος σε συνέντευξη Τύπου με αφορμή την εκδήλωση που διοργανώνεται για την προβολή των ολυμπιακών pins, πρόκειται να κυκλοφορήσουν πολλά σχέδια με αποκλειστικά ελληνικά θέματα.

Σημειώνεται ότι ειδικά για την εκδήλωση, η «Εύσημον Συλλογές» δημιούργησε δύο εξαιρετικής σημασίας pins σε ιδιαίτερα περιορισμένο αριθμό. Στη συνέντευξη Τύπου παραβρέθηκε και η αθλήτρια Κατερίνα Θάνου η οποία τόνισε ότι είναι συλλέκτρια καρφίτσων πέτου από το 1989 και κάλεσε τους Θεσσαλονικιούς στην εκδήλωση και να στηρίζουν την ολυμπιάδα.

Το πρόγραμμα της εκδήλωσης θα παρουσιάσει ο ηθοποιός και τραγουδιστής Γιάννης Ζουγανέλης παρευρεθούν και οι ολυμπιονίκες του Ανσάμπλ Εύα Χριστοδούλου, Ειρήνη Αϊνδιλή χαιρετισμό επίσης θα απευθυνθούν οι αθλήτριες Κατερίνα Βόγγαλη και Λένα Δανηλίδου.

Η ιστορία των καρφίτσων πέτου ξεκίνησε το 1896, στους πρώτους μοντέρνους ολυμπιακούς αγώνες και ήταν κατασκευασμένες από χαρτόνι για να εξελιχθούν με τα χρόνια στη σημερινή τους μορφή.

Οι καρφίτσες πέτου κυκλοφορούν σε περιορισμένα τεμάχια σ' όλο τον κόσμο. Στο πίσω μέρος της καρφίτσας αναγράφεται ένας αριθμός που είναι η μέγιστη ποσότητα που θα κυκλοφορήσει ένα σχέδιο.

ΕΤΑΙΡΕΙΑ ΓΡ. ΣΑΡΑΝΤΗΣ Α.Β.Ε.Ε. (ΑΡΩΜΑΤΑ)

Olympic Spirit: Το επίσημο άρωμα των ολυμπιακών αγώνων από τον όμιλο Σαράντη.

Olympic Spirit θα ονομάζεται σύμφωνα με πληροφορίες το άρωμα των ολυμπιακών αγώνων την εκμετάλλευση του οποίου έχει αναλάβει αποκλειστικά ο όμιλος Σαράντη.

Το άρωμα θα απευθύνεται τόσο στο ανδρικό όσο και στο γυναικείο κοινό και θα κυκλοφορήσει πριν από τον Δεκέμβριο του 2002. Βάσει της συμφωνίας του ομίλου με την Οργανωτική Επιτροπή 2004 το άρωμα θα κυκλοφορήσει σε επιλεγμένες αλυσίδες καλλυντικών, σε σούπερ μάρκετ, σε καταστήματα τουριστικών ειδών, καθώς και σε ειδικά σημεία πώλησης σε αεροδρόμια.

Οι προβλεπόμενες πωλήσεις στη λιανική εκτιμάται ότι θα ανέλθουν σε 8,80 ευρώ, ενώ τα έσοδα της Οργανωτικής Επιτροπής σε 0,88 εκατ. ευρώ. Οι πωλήσεις στη χονδρική αναμένεται να διαμορφωθούν σε πολλά εκατ. ευρώ και τα royalties που θα καταβληθούν στην «Αθήνα 2004» σε 1 εκατ. ευρώ.

Υπενθυμίζεται ότι ο όμιλος παρουσίασε αύξηση πωλήσεων κατά 19% και κερδών προ φόρων – τόκων και αποσβέσεων (EBITDA) κατά 20%, το α' εξάμηνο του 2002 σε σχέση με την αντίστοιχη περίοδο.

Ολυμπιακό άρωμα με υπογραφή Σαράντης

Εκδήλωση με... άρωμα ολυμπιακών αγώνων. Η εταιρεία καλλυντικών Γρ. Σαράντης ΑΒΕΕ αδειούχος των συμβόλων και σημάτων της «Αθήνα 2004» για την κατηγορία των αρωμάτων παράγει επίσημη αρωματική σειρά των ολυμπιακών αγώνων του 2004, "Olympic Spirit".

Η παρουσίαση θα γίνει σε εκδήλωση που θα οργανώσει η εταιρεία την Παρασκευή 7 Φεβρουαρίου στο κέντρο «ΓΑΙΑ» του Μουσείου Γουλανδρή Φυσικής Ιστορίας στην Κηφισιά.

Οι εταιρείες εκτός από την παρουσίαση των προϊόντων τους και των οικονομικών προϋπολογισμών τους διεξάγουν και έρευνες για να εκτιμήσουν το ποσοστό αποδοχής των προϊόντων αυτών.

Διεξαγωγή έρευνας: Η εταιρεία Σαράντης στο πλαίσιο αναζήτησης της πιο αποδοκτικής εκδοχής προϊόντος και συσκευασίας αναφέρθηκε στη διεξαγωγή ποσοτικής έρευνας αγοράς σε Έλληνες και ξένους.

Αποτελέσματα έρευνας: Αξιοποιήθηκαν συνολικά 1.050 ερωτώμενοι:

- 600 Έλληνες & 450 Τουρίστες
 - Γερμανόφωνοι 21%
 - Γαλλόφωνοι 16%
 - Αγγλόφωνοι 14%
 - Ιταλόφωνοι 11%
- Βασικά σημεία που ερευνήθηκαν:
 - Concept
 - Brand name
 - Εικαστικό συσκευασιών
 - Άρωμα
- Αξιολόγηση concept τους αγγίζει η ιδέα 60%
- Αξιολόγηση σειράς 93%
- Τοποθέτηση επίσημου εμβλήματος 71%
- Τοποθέτηση αξιών 76%
- Αξιολόγηση αρωμάτων 87%
- Πρόθεση αγοράς (μετά το sniff test) 66%
- Βέλτιστη τιμή 20-22 ευρώ
- Λόγοι θετικής πρόθεσης αγοράς:
 - Προσωπική χρήση
 - Συμμετοχή / υποστήριξη των ολυμπιακών αγώνων
 - Συλλεκτικό αντικείμενο
 - Δοκιμή
 - Ωραίο άρωμα
 - Εντυπωσιακή συσκευασία
 - Δώρο
 - Αναμνηστικό
 - Πρωτότυπο

Το ολυμπιακό άρωμα είναι 4^ο στην προτίμηση για αναμνηστικό δώρο

	Total	Greeks	Tourists
T-Shirt	54	60	46
Jockey hat	52	60	44

Coffee cup	45	47	39
Perfume	44	50	37
Beach towel	40	47	30
Back pack	39	42	37
Pin	34	31	38
Jewerly	31	25	41
Drinking glass/household items	30	27	31
Swim suit/other	29	24	35
Perfume tattoo	21	19	23

Ολυμπιακό άρωμα με υπογραφή Σαράντης

Οι εταιρείες εκτός από την παρουσίαση των προϊόντων τους κάνουν και σχετικό προϋπολογισμό για τα έσοδα από τις πωλήσεις των προϊόντων αυτών.

Οι ολυμπιακές αξίες έχουν το άρωμά τους

Η αρωματική σειρά θα διατίθεται στα ολυμπιακά καταστήματα σε επιλεγμένες αλυσίδες καλλυντικών και σε καταστήματα αφορολογήτων ειδών. Σε ό,τι αφορά την παρουσία της στο εξωτερικό η εταιρεία θα ασχοληθεί με την *πραγματοποίηση* κάποιων παρουσιάσεων και ανάλογα θα κρίνει αν θα διατεθεί και σε ποιες χώρες. Ωστόσο η πώληση του Olympic Spirit και στην Κύπρο.

Η σειρά περιλαμβάνει τέσσερα αρώματα – δύο ανδρικά και δύο γυναικεία – τα οποία κυκλοφορούν σε συσκευασίες των 75ml με κύριο χαρακτηριστικό τη συλλεκτική τους αξία. Το κοινό στο οποίο απευθύνεται το Olympic Spirit αφορά όλες τις ηλικίες από 15 χρονών και άνω. Τα χρώματα των συσκευασιών είναι των ολυμπιακών αγώνων «Αθήνα 2004» ενώ οι ουσίες που χρησιμοποιούνται είναι ελληνικές.

- Το ανδρικό Olympic Spirit Heritage εστιάζει στην ιστορική κληρονομιά με συστατικά νότες δάφνης, φασκόμηλου και μέντας.

- Το ανδρικό Olympic Spirit Fair Play εμπνευσμένο από το Ευ Αγωνίζεσθαι έχει ως συστατικά και ξυλώδεις νότες.

- Το γυναικείο Olympic Spirit Participation οφείλει το όνομά τους στην αξία της συμμετοχής και αποτελεί συνδυασμό ελληνικών φρούτων και λουλουδιών.

- Το γυναικείο Olympic Spirit Celebration επικεντρώνεται στην αισιόδοξη πλευρά, περιλαμβάνει νότες νησιώτικων λουλουδιών και ελληνικού δάσους.

Ο στόχος πωλήσεων που έχει δοθεί ως εγγύηση προς την Οργανωτική Επιτροπή «Αθήνα 2004» Olympic Spirit ανέρχεται σε 4,4, ευρώ. Είναι αρκετά δύσκολο ωστόσο να γίνουν σχετικές εκτιμήσεις δεδομένη την πρωτοτυπία της πρωτοβουλίας και την έλλειψη αντίστοιχης εμπειρίας από τις προηγούμενες διοργανώσεις.

ΕΤΑΙΡΕΙΑ JUMBO Α.Ε.Ε. (ΠΑΙΧΝΙΔΙΑ)

Ενθουσιώδης η υποδοχή στις πρώτες jumboδημιουργίες των ολυμπιακών μασκότ. (Αυξάνεται η κερδοφορία του ομίλου παρά τη διεθνή κρίση)

Ευχάριστη έκπληξη θεωρείται από τη διοίκηση της Jumbo η ενθουσιώδης υποδοχή που επεφύλαξε η ελληνική αγορά στα πρώτα 50 προϊόντα που η jumbo δημιούργησε και ήδη διαθέτει, στα πλαίσια της συμφωνίας της με τον οργανισμό Αθήνα 2004.

Τόσο οι καταστηματαρχες όσο και οι καταναλωτές εμφανίστηκαν απόλυτα ικανοποιημένοι από τον συνδυασμό της χαμηλής τιμής, της υψηλής ποιότητας και της καλαισθησίας των πρώτων 50 παιχνιδιών από τα συνολικά 150 που θα δημιουργήσει η jumbo με θέμα τη ολυμπιάδα του 2004.

Υπενθυμίζεται ότι στα τέλη του 2001 μετά από διαγωνισμό κατακυρώθηκε στην jumbo η «μασκότ 2004» από την αρμόδια επιτροπή του οργανισμού Αθήνα 2004, γεγονός που την καθιστά αποκλειστικό κατασκευαστή και διακινητή των παιχνιδιών που θα έχουν στην μορφή τους τη μασκότ των ολυμπιακών αγώνων της Αθήνας, δηλαδή τον Φοίβο και την Αθηνά. Η ενθουσιώδης υποδοχή δημιουργεί πλέον βάσιμη αισιοδοξία για το ύψος των πωλήσεων και των ωφελειών που θα προκύψουν για την jumbo από τη διάθεση ολόκληρης της παραγωγής των 150 προϊόντων που σταδιακά θα κατακλύζουν την ελληνική αγορά.

Η jumbo έχει ήδη κατασκευάσει και λειτουργεί, σε ιδιόκτητο οικόπεδο στα Οινόφυτα Αττικής, στεγασμένους χώρους έκτασης 40.000 τ.μ., οι οποίοι φιλοξενούν τα ολυμπιακά προϊόντα.

Αύξηση πωλήσεων και κερδών 8μήνου.

Όσον αφορά τα οικονομικά μεγέθη του Ομίλου, κατά το 8μηνο της της φετινής χρήσης που έκλεισε τον Φεβρουάριο, παρά τη γενική και διαπιστωμένη κρίση του ελληνικού λιανεμπορίου, η jumbo εξακολουθεί να αναπτύσσεται με ρυθμούς που ξεπερνούν το 25% όσον αφορά τις πωλήσεις, τόσο σε επίπεδο μητρικής όσο και σε επίπεδο ομίλου.

Η συνεχιζόμενη ανταπόκριση του καταναλωτικού κοινού στην επιθετική και στοχευόμενη εμπορική πολιτική που ακολουθεί η jumbo θα έχει ως αποτέλεσμα, όσον αφορά τη χρήση 1/07/2002 – 30/06/2003, όχι μόνο τη διατήρηση της κερδοφορίας στα υψηλά επίπεδα της περασμένης χρήσης αλλά την αύξησή της, παρά το διπλασιασμό των αποσβέσεων και των χρηματοοικονομικών εξόδων, λόγω της δημιουργίας των νέων υπερκαταστημάτων ανά την επικράτεια.

Υπενθυμίζεται ότι με βάση τις δημοσιευμένες λογιστικές καταστάσεις του πρώτου δμήνου, τα κέρδη το Ομίλου jumbo αυξήθηκαν κατά 6,41% και έφθασαν τα 16,7 εκατ. ευρώ.

Jumbo: Σε πλήρη εξέλιξη το επενδυτικό πρόγραμμα: Σε πλήρη εξέλιξη βρίσκεται το επενδυτικό πρόγραμμα του ομίλου jumbo το οποίο μόνο εκτιμάται ότι θα ανέλθει στο ποσό των 9 δις. δρχ. Ήδη το νέο ιδιόκτητο κατάστημα στο Αγρίνιο έχει σημειώσει σημαντικές πωλήσεις, ενώ έχουν ξεκινήσει οι εργασίες για την ανέγερση νέου καταστήματος στη Λάρισα. Ακόμα σχεδιάζει να λειτουργήσει εντός του έτους καταστήματα στη Ρόδο, στα Ιωάννινα, στην Καβάλα ενώ προετοιμάζεται και η επέκταση στην πρώην Γιουγκοσλαβία.

Στο επίκεντρο της επιχειρηματικής πολιτικής του ομίλου jumbo βρίσκεται το πρόγραμμα εμπορίας των ολυμπιακών αγώνων Φοίβου και Αθηνά το οποίο σύμφωνα με τις πρώτες εκτιμήσεις θα αυξήσει τον κύκλο εργασιών της εταιρεία κατά 1,7 δις δρχ για τα επόμενα δύο χρόνια. Η εταιρεία έχει ήδη ολοκληρώσει τη φάση της κατασκευής και λειτουργίας των αποθηκευτικών εγκαταστάσεων στα Οινόφυτα Αττικής που θα στεγαστούν τα ολυμπιακά προϊόντα.

Να σημειωθεί ότι η jumbo εμφάνισε αύξηση του κύκλου εργασιών κατά 15% το εννεάμηνο που αφορά την οικονομική χρήση του διαστήματος Ιούλιος 2001 έως και Μάρτιος 2002, ενώ τα κέρδη προ φόρων διαμορφώθηκαν το ίδιο διάστημα σε 5,7 δις. δρχ παρουσιάζοντας αύξηση κατά 10%.

Jumbo: Ενθουσιώδης υποδοχή των ολυμπιακών προϊόντων: Ευχάριστη έκπληξη θεωρείται από τη διοίκηση της jumbo η ενθουσιώδης υποδοχή που επιφύλαξε η ελληνική αγορά στα πρώτα 50 προϊόντα που η jumbo δημιούργησε και ήδη διαθέτει, στο πρωτόκολλο συμφωνίας της με την Οργανωτική Επιτροπή αγώνων Αθήνα 2004.

Όπως ανακοινώθηκε από την εταιρεία, τόσο οι καταστηματάρχες όσο και οι καταναλωτές εμφανίζονται ικανοποιημένοι από τον συνδυασμό της χαμηλής τιμής,

της υψηλής ποιότητας και της καλαισθησίας 50 παιχνιδιών από τα συνολικά 150 που θα δημιουργήσει η jumbo με θέμα την ολυμπιάδα του 2004.

Υπενθυμίζεται ότι στα τέλη του 2001 μετά από διαγωνισμό κατακυρώθηκε στην jumbo η μασκότ από αρμόδια επιτροπή της Αθήνα 2004, γεγονός που την καθιστά αποκλειστικό κατασκευαστή και των παιχνιδιών που θα έχουν στη μορφή τους τη μασκότ των ολυμπιακών αγώνων της Αθήνας, τον Φοίβο και την Αθηνά. Η ενθουσιώδης υποδοχή δημιουργεί πλέον βάσιμη αισιοδοξία για το ύψος των πωλήσεων και των ωφελειών που θα προκύψουν για την jumbo από τη διάθεση ολόκληρης της παραγωγής των 150 παιχνιδιών που σταδιακά θα κατακλύζουν την ελληνική αγορά.

Η jumbo έχει ήδη κατασκευάσει και λειτουργεί, σε ιδιόκτητο οικόπεδο στα Οινόφυτα Αττικής, σε χώρους έκτασης 40.000 τ.μ., οι οποίοι φιλοξενούν τα ολυμπιακά προϊόντα.

Αύξηση πωλήσεων και κερδών 8μήνου: Όσον αφορά τα οικονομικά μεγέθη του ομίλου, κατά το 8μηνο της φετινής χρήσης που έκλεισε παρά τη γενική και διαπιστωμένη κρίση του ελληνικού λιανεμπορίου, η jumbo εξακολουθεί ρυθμούς που ξεπερνούν το 25% όσον αφορά τις πωλήσεις.

Σύμφωνα με την διοίκηση του ομίλου, η ανταπόκριση του καταναλωτικού κοινού στην επιθετικότητα στην εμπορική πολιτική που ακολουθεί η jumbo θα έχει ως αποτέλεσμα, όσον αφορά τη χρήση 1.07.02 – 30.06.03 όχι μόνο τη διατήρηση της κερδοφορίας στα υψηλά επίπεδα της περασμένης χρήσης αλλά και των νέων υπερκαταστημάτων ανά την επικράτεια.

Υπενθυμίζεται ότι με βάση τις δημοσιευμένες λογιστικές καταστάσεις του πρώτου 6μήνου, τα κέρδη της jumbo αυξήθηκαν κατά 6,41% και έφθασαν τα 16,7 εκατ. ευρώ.

ΕΤΑΙΡΕΙΑ «AGELINA» Α. ΠΑΠΑΚΩΝΣΤΑΝΤΙΝΟΥ Α.Ε.

Η Agelina για τα ολυμπιακά προϊόντα «Πιζάμες και Εσώρουχα»

Η βορειοελλαδική εταιρεία έτοιμου ενδύματος Agelina Α. Παπακωνσταντίνου Α.Ε. με έδρα τη Θεσσαλονίκη ανακηρύχθηκε ανάδοχος από την Αθήνα 2004 στην κατηγορία προϊόντων «Πιζάμες και Εσώρουχα».

Η Agelina Α.Ε., η οποία εξειδικεύεται στην παραγωγή έτοιμου ανδρικού, γυναικείου και παιδικού εσφωρούχου εμφάνισε το 2001 κύκλο εργασιών της τάξεως

των 7,3 εκατ. ευρώ (2,5 δις. δρχ), ενώ το μετοχικό μερίδιο ανέρχεται σε 4,5 εκατ. ευρώ.

Σύμφωνα με τις εκτιμήσεις της Αθήνα 2004, οι πωλήσεις χονδρικής των προϊόντων της εταιρείας θα ανέλθουν σε περίπου 7 εκατ. ευρώ (2,390 δις. δρχ), ενώ τα έσοδα της Οργανωτικής Επιτροπής στη συγκεκριμένη κατηγορία θα ανέλθουν σε 1,4 εκατ. ευρώ (478 εκατ. δρχ).

ΕΤΑΙΡΕΙΑ «Dash» Αφοί Ακρίδα Α.Ε.

Η επικοινωνία των ολυμπιακών ενδυμάτων ύψου 2,5 ευρώ στην DOT & DASH

Η high-Q ξεκινά ένα δυναμικό επικοινωνιακό πρόγραμμα, ύψους 2,5 εκ. ευρώ, με στόχο να προωθήσει τα ολυμπιακά ρούχα και αξεσουάρ στην Ελληνική αγορά.

Η high-Q είναι μια κοινοπραξία εταιρειών παραγωγής και ζεμπορίας ενδυμάτων η οποία είναι ο επίσημος αδειούχος (licensee) των ρούχων των ολυμπιακών αγώνων Αθήνα 2004. Με βάση την άδεια αυτή έχει σχεδιάσει, παράγει και προωθεί ολοκληρωμένες συλλογές παιδικού, αντρικού και γυναικείου casual κυρίως ενδύματος.

Σήμερα έχει ολοκληρωθεί η παραγωγή και τα ενδύματα αυτά είναι σε όλα τα καταστήματα τα οποία διαθέτουν: γνήσια ολυμπιακά προϊόντα στην Αγορά. Η επικοινωνία θα αναπτυχθεί σε όλα τα μέσα με σκοπό να υποστηρίξει τις πωλήσεις σε όλη την Ελλάδα.

Το επικοινωνιακό πρόγραμμα ανέλαβε μετά από σειρά παρουσιάσεων η Dot&Dash Communication. Σχετικά με την επιλογή ο Κος Ιωάννης Καλογεράς Γενικός Διευθυντής της Dot&Dash δήλωσε:

«Η επιλογή μας κάνει υπερήφανους και μας γεμίζει ευθύνες. Η επιτυχία των αγώνων στηρίζεται και στα έσοδα από την εμπορική αξιοποίηση. Θέλουμε να πιστεύουμε ότι με τις δημιουργικές μας ιδέες θα βοηθήσουμε ώστε να συνειδητοποιήσει ο κόσμος ότι αυτά τα ρούχα έχουν μια ιδιαίτερη αξία για μας του Έλληνες. Δηλώνουν τα ιδανικά μας σε όλο τον κόσμο».

ΕΤΑΙΡΕΙΑ «ΤΟΥΜΠΗΣ Α.Ε. ΚΑΙ ΤΕΧΝΗ Α.Ε.»

Νέα ολυμπιακά προϊόντα από την Μ. Τουμπής Α.Ε.

Μια νέα σειρά από αυτοκόλλητες κάρτες με θέμα «Η Αθηνά και ο Φοίβος στα ολυμπιακά προϊόντα» κυκλοφόρησε η εταιρεία Μ. Τουμπής Α.Ε., επίσημος αδειούχος των προϊόντων «Αθήνα 2004».

Η νέα σειρά περιλαμβάνει 43 θέματα σχετικά με τους ολυμπιακούς αγώνες του 2004, 35 θέματα από ολυμπιακά αγωνίσματα και 8 τα σύμβολα και σήματα των ολυμπιακών αγώνων της Αθήνας. Η σειρά αποτελείται από ένα μεγάλο αυτοκόλλητο και τέσσερα μικρότερα που απεικονίζουν το σήμα των αγώνων του 2004, την Αθηνά, τον Φοίβο, καθώς και το συγκεκριμένο ολυμπιακό αγώνισμα (το ίδιο θέμα αυτοκόλλητο σε μικρότερη διάσταση). Στην πίσω πλευρά των καρτών υπάρχει επεξηγηματικό και με την ιστορία του συγκεκριμένου ολυμπιακού αθλήματος στα ελληνικά και στα αγγλικά.

Παράλληλα κυκλοφορούν τέσσερις κάρτες που περιλαμβάνουν όλα τα αθλήματα σε μικρά αυτοκόλλητα για άτομα που επιθυμούν να συμπληρώσουν ολόκληρη τη σειρά με μικρά αυτοκόλλητα πάνω στο τρίπτυχο.

Μ. Τουμπής. Πρωτότυπο ημερολόγιο για τους ολυμπιακούς αγώνες: Το πρώτο ολυμπιακό ημερολόγιο όπου παρουσιάζονται η Αθηνά και ο Φοίβος στα ολυμπιακά αθλήματα, κυκλοφόρησε ο εκδοτικός οίκος Μ. Τουμπής Α.Ε., επίσημος αδειούχος της «Αθήνας 2004».

Το ημερολόγιο περιλαμβάνει δύο χρονιές, το 2003 και το 2004. Κάθε σελίδα είναι και ένας διαφορετικός μήνας και παρουσιάζει την Αθηνά και τον Φοίβο σε διαφορετικά ολυμπιακά αγωνίσματα. Ο Αύγουστος είναι ο μήνας που φιλοξενεί τους ολυμπιακούς αγώνες του 2004, αναπτύσσεται σε 4 σελίδες, κάθε εβδομάδα και σελίδα, κάθε σελίδα και ένα διαφορετικό αγώνισμα.

Επίσης, στο ολυμπιακό ημερολόγιο αναγράφονται αναλυτικά οι Προ-ολυμπιακές δοκιμαστικές του 2003 και το πρόγραμμα των ολυμπιακών και παραολυμπιακών αγώνων του 2004.

Όλα τα ολυμπιακά αγωνίσματα που περιλαμβάνονται στο ημερολόγιο περιγράφονται στα ελληνικά και αγγλικά. Περιλαμβάνονται επίσης κείμενα σχετικά με την επιστροφή των αγώνων στην γενέτειρά τους με τους ολυμπιακούς αγώνες του 2004, την αρχαία Ολυμπία και το ιστορικό της Αθηνάς και του Φοίβου.

Μ. Τουμπής Α.Ε. Ο σχεδιασμός και τα οφέλη από τα ολυμπιακά προϊόντα αφίσες – κάρτες: Το επιχειρηματικό πεδίο των ολυμπιακών προϊόντων στην

κατηγορία «Αφίσες – Κάρτες» αναπτύσσει το business20055.gr η κα Φανή Τουμπή, αντιπρόεδρος της Μ. Τουμπής Α.Ε. κοινοπραξίας που έχει αναλάβει αποκλειστικός κατασκευαστής – διανομέας των αυθεντικών προϊόντων «Αθήνας 2004» στη συγκεκριμένη κατηγορία.

Ποια είναι η διαδικασία για την επιλογή των αποκλειστικών κατασκευαστών – διανομέων των ολυμπιακών προϊόντων του 2004; Σύμφωνα με τον στρατηγικό σχεδιασμό της «Αθήνα 2004» τα αυθεντικά προϊόντα των ολυμπιακών αγώνων 2004 παράγονται και διανέμονται από αποκλειστικούς αδειούχους, οι οποίοι επιλέγονται κατόπιν διαγωνισμού. Η Οργανωτική Επιτροπή ανέθεσε στην κοινοπραξία των εταιριών Μ. Τουμπής Α.Ε. και στη θυγατρικής Α.Ε. την εμπορία και διανομή των ολυμπιακών προϊόντων στην κατηγορία «Αφίσες – Κάρτες» και ευχετήριες κάρτες στη διεξαγωγή του σχετικού διαγωνισμού το καλοκαίρι του 2001.

Η σύμβαση που υπογράψαμε για την παραγωγή – διανομή των προϊόντων, προβλέπει την διάθεση των πωλήσεων χονδρικής στην «Αθήνα 2004». Εμείς υπολογίζουμε ότι τα απόμεινα τρία χρόνια θα παρουσιάσει τζίρο περίπου 1,5 δις δρχ. αν και αυτό είναι μια αρχική εκτίμηση και ενδεχομένως να ξεπεράσει αυτό το νούμερο.

Πως έχει δρομολογηθεί μέχρι σήμερα η συνεργασία σας με την οργανωτική επιτροπή; Μέχρι στιγμής άψογα. Σε όλα τα θέματα για τα οποία συνεργαζόμαστε με τη Διεύθυνση Εμπορίας η επικοινωνία κινείται σε άριστα επίπεδα. Άλλωστε και η Αθήνα 2004 έχει τονίσει ότι σε αυτή τη διοργάνωση υπάρχουν συνεργάτες, με κοινούς στόχους και οράματα.

Πρέπει να αναφερθεί επίσης ότι ο επαγγελματισμός της Οργανωτικής Επιτροπής στα ζητήματα που αφορούν τα σχέδια, την εικόνα που θα βρεθούν τα προϊόντα μας. Το θέμα, το οποίο θα αναπαριστούν τα δικά μας προϊόντα συνδυάζει το αρχαίο ελληνικό πνεύμα των αγώνων με τη σύγχρονη διάστασή τους. Δίνεται δηλαδή βάρος στην ιστορική διάσταση των αγώνων καθώς αυτή είναι και το ελληνικό στοιχείο, μοναδικό που θα χαρακτηρίζει τους αγώνες του 2004. Θα παρουσιάσουμε τον πολιτισμό μας, και σε αυτό έμμεσα το 2004, δίνουμε ιδιαίτερο βάρος.

Σε αυτό το πλαίσιο η Οργανωτική Επιτροπή διατηρεί μια συγκεκριμένη γραμμή ώστε να μην ξεχάσει το πνεύμα. Εμείς αναλαμβάνουμε τα σχέδια και κατόπιν τα στέλνουμε στην Οργανωτική Επιτροπή που τα εγκρίνει. Όλα τα σχέδια περνούν από αυτή τη διαδικασία ώστε να είμαστε σίγουροι ότι δεν θα απομακρυνθούν από το

κεντρικό θέμα μας, που είναι η ιστορικότητα και η μοναδικότητα των ολυμπιακών αγώνων του 2004.

Είναι μια αρκετά χρονοβόρα διαδικασία αλλά αποτελεσματική. Προλάβαμε πάντως να βγάλουμε και κάρτες λίγο πριν από τα Χριστούγεννα, η οποία γνώρισε μεγάλη επιτυχία. Οι κάρτες μας κυκλοφόρησαν σε κεντρικά καταστήματα στις 18 Δεκεμβρίου και σε λίγες ημέρες εξαντλήθηκαν. Διαπιστώσαμε λιγότερο ενδιαφέρον για τα ολυμπιακά προϊόντα, το οποίο υπάρχει και στην Αθήνα αλλά και στην υπόλοιπη Ελλάδα. Χαρακτηριστικά για την επαρχία έχει αναφερθεί ότι ένα 30% των εσόδων των μεγάλων τουριστών συνδέεται με τα προϊόντα των αγώνων του 2004.

Πως θα προχωρήσει η παραγωγή των προϊόντων; Η παραγωγή των προϊόντων υλοποιείται στο πλαίσιο της συνεργασίας μας με την Αθήνα 2004 στο σχεδιασμό που έχουμε κάνει στο business plan. Σύμφωνα λοιπόν με αυτό τον προγραμματισμό τον ερχόμενο Μάρτιο, το πρώτο πακέτο, μετά από ένα δίμηνο το επόμενο και ούτω καθεξής. Κάθε δίμηνο ξεκινάει και μια καινούρια παραγωγή μέχρι το καλοκαίρι όπου θα σταματήσουμε για να προετοιμάσουμε τη σειρά των Χριστουγώνων.

Πρέπει να αναφερθεί επίσης ότι οι κάρτες και οι αφίσες προετοιμάζονται ανάλογα και με το κατάστημα στο οποίο προορίζονται. Άλλη παραγωγή θα κάνουμε για ένα κατάστημα δώρων, άλλη για το μεγάλο κατάστημα, άλλη για τα μουσεία, η θεματολογία δηλαδή θα διαφέρει καθώς θα απευθύνεται σε διαφορετικές ομάδες ανθρώπων.

Προχωρήσατε σε κάποιες νέες επενδύσεις προκειμένου να ανταποκριθείτε στις απαιτήσεις του προγράμματος των ολυμπιακών προϊόντων; Εμείς έχουμε αναλάβει ένα ιδιαίτερα σημαντικό προϊόν, καθώς εμπλεκόμαστε με την εικόνα των ολυμπιακών αγώνων. Πολλές από τις υπόλοιπες κατηγορίες κινούνται περισσότερο με το σήμα των ολυμπιακών αγώνων αλλά εμείς θεωρήσαμε απαραίτητο να συνεργαστούμε με ειδικούς του χώρου, όπως αρχαίους ιστορικούς, που θα μας βοηθήσουν στην ακριβή αναπαράσταση της εικόνας των αρχαίων ολυμπιονικών. Κάναμε λοιπόν κάποιες νέες συνεργασίες, οι οποίες μας διασφάλισαν ως προς αυτό. Επίσης ανοίξαμε δημιουργικό τμήμα και δημιουργήσαμε μια ομάδα η οποία ασχολείται αποκλειστικά με τους αγώνες. Κάναμε λοιπόν κάποιες σημαντικές νέες κινήσεις σε ό,τι αφορά το προσωπικό.

Από πλευράς μηχανολογικού εξοπλισμού δεν χρειάστηκε να κάνουμε κάποιες νέες επενδύσεις αλλά καλυπτόμαστε από την υπάρχουσα υποδομή. Αυτό δεν

σημαίνει βέβαια ότι θα σταματήσουμε να παράγουμε και να προσπαθούμε. Χρειάζεται διαρκής προσπάθεια μέχρι να βρούμε τον σωστό ρυθμό και να ανταποκριθούμε στις ανάγκες της συγκεκριμένης παραγωγής.

Ποιο είναι το πλαίσιο της εμπορίας των προϊόντων; Και αυτό το θέμα δρομολογείται σε συνεργασία με την Αθήνα 2004. Στο πρώτο επίπεδο προετοιμασίας κατάσταση με τους εμπόρους και τα καταστήματα και την μεταφέρουμε στην Αθήνα 2004. Εφόσον τα καταστήματα εγκριθούν από την Οργανωτική Επιτροπή, υπογράφουμε το συμβόλαιο και το στέλνουμε στην Αθήνα 2004 προκειμένου να μας εφοδιάσουν με το ειδικό σήμα έχει το συγκεκριμένο κατάστημα εμπορεύονται τα εγκεκριμένα προϊόντα των ολυμπιακών αγώνων.

Το κριτήριο που εξετάζεται στην επιλογή των καταστημάτων είναι η υποδομή και η ποιότητα. Πρέπει τα καταστήματα να ανταποκρίνεται στην ποιότητα του προϊόντος. Τα καταστήματα που θα εμπορεύονται προϊόντα θα βρίσκονται σε όλη την επικράτεια και ιδιαιτέρως στις ολυμπιακές πόλεις, δηλαδή στη Θεσσαλονίκη, στην Πάτρα, στον Βόλο κλπ. Φυσικά τα προϊόντα θα κυκλοφορήσουν τελικά σε πολλά καταστήματα καθώς οι ολυμπιακοί αγώνες δεν είναι ιδιοκτησία της Αθήνας ή ορισμένων πόλεων αλλά μας αφορά όλους.

Ποια θα είναι η τιμή των συγκεκριμένων ολυμπιακών προϊόντων; Όπως καταλαβαίνεται το είδος δεν θα είναι φθηνό, καθώς μεσολαβούν πολλές διαδικασίες, όπως τα έξοδα από το δημιουργικό, υπάρχει το 20% της Αθήνα 2004, υπάρχει και το σήμα γνησιότητας σε κάθε προϊόν. Ίσως το κόστος να είναι λίγο αυξημένο. Βρισκόμαστε ακόμα στο στάδιο της μελέτης και δεν έχουν καθορίσει επακριβώς το κόστος, αλλά σίγουρα θα καταλήξουμε σε κάποια τιμή που θα είναι η καλή για εμάς, για την Αθήνα 2004 και για τα καταστήματα που θα προωθούν το προϊόν.

Τα ολυμπιακά προϊόντα θα κυκλοφορήσουν και στο εξωτερικό; Εμείς διατηρούμε το δικαίωμα προώθησης αυτών των προϊόντων στην Ελλάδα και στην Κύπρο. Από όσο γνωρίζω, η διάθεση εκτός Ελλάδας θα πραγματοποιηθεί το 2004, μέσω του επίσημου κόμβου των ολυμπιακών αγώνων του 2004.

Γη σημαίνει για εσάς η συμμετοχή στην ολυμπιάδα του 2004; Πάρα πολλά. Για εμάς η συμμετοχή στη διοργάνωση των ολυμπιακών αγώνων ήταν σκοπός από τότε που η Αθήνα ανέλαβε τη διοργάνωση. Πιστεύουμε στις δυνατότητές μας διότι έχουμε μια ιστορία στις εκδόσεις και πιστεύουμε ότι θα προσφέρουμε σημαντικό έργο στη διοργάνωση. Παράλληλα η εταιρεία μας θα προβληθεί μέσα από την μοναδική αυτή διοργάνωση που σημαίνει για όλους μας τόσα πολλά.

Έχει ανταποκριθεί στις προσδοκίες σας η συμμετοχή στο πρόγραμμα της «Αθήνας 2004»; Πιστεύω ότι είναι νωρίς ακόμα να δηλώσουμε με βεβαιότητα ότι η συμμετοχή μας στο πρόγραμμα έχει φέρει τα προσδοκώμενα, αλλά ζούμε με την ελπίδα. Η πρόβλεψη είναι θετική.

Βέβαια τελικά τα πάντα θα εξαρτηθούν από την αντίδραση των Ελλήνων και των ξένων επισκεπτών. Το Ελληνικό κοινό είναι λίγο «μουδιασμένο» αλλά απ όσο γνωρίζω το ίδιο συνέβη σε κάθε ολυμπιάδα κατά τη διάρκεια της προετοιμασίας για τους ολυμπιακούς αγώνες. Όλες οι πόλεις είχαν τα προβλήματα κατά τη διάρκεια της προετοιμασίας.

Φυσικά μεγάλο ρόλο θα παίξει και ο τρόπος προώθησης των προϊόντων μας. Σε αυτό το πλαίσιο είναι η συμβολή της διαφήμισης. Η σύμβασή μας με την «Αθήνα 2004» ορίζει ότι ένα 3% του προϋπολογισμού επανατοποθετείται σε διαφημιστικές δαπάνες, αλλά εμείς σχεδιάζουμε να υπάρξει συνεχής προβολή και να κερδίσουμε από την αρχή το ενδιαφέρον του κόσμου.

Ήδη οι πρώτες αντιδράσεις είναι πολύ θετικές και εμείς πιστεύουμε ότι όσο πλησιάζουμε στους ολυμπιακούς αγώνες εκδηλώνεται όλο και μεγαλύτερο ενδιαφέρον.

ΕΡΕΥΝΑ ΣΕ ΔΥΟ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ

α) ΜΩΡΙΣ ΓΚΑΤΕΝΙΟ Α.Ε.Β.Ε.

β) Σ.Ν. ΑΡΓΥΡΟΣ Α.Ε. (BLUE POINT)

ΜΩΡΙΣ ΓΚΑΤΕΝΙΟ Α.Ε.Β.Ε

Εταιρική παρουσίαση

Η εταιρεία ΜΩΡΙΣ ΓΚΑΤΕΝΙΟ Α.Ε.Β.Ε. ξεκίνησε τις δραστηριότητες της στην Θεσσαλονίκη το 1947 σαν χονδρεμπορική εταιρεία χαρτιού και ειδών χαρτοπωλείου. Μετά το 1952 επεκτάθηκε στις εισαγωγές συναφών ειδών όλων των γνωστών οίκων (Pelikan, Staedler, Faber κ.α.) και ιδρύθηκε το πρώτο υποκατάστημα στην Αθήνα που από τότε αποτελεί και την έδρα της εταιρείας.

Οι δραστηριότητες της εταιρείας στον χώρο του χονδρεμπορίου συνεχίστηκαν μέχρι το 1980, οπότε και στράφηκε στην αποκλειστική αντιπροσώπευση και διανομή συγκεκριμένων εργοστασίων του ίδιου πάντοτε χώρου. Το γεγονός αυτό αποτέλεσε την ουσιαστικότερη διαφοροποίηση της εταιρείας έναντι του ανταγωνισμού και συνέτεινε στην ραγδαία εξέλιξη της και κατ'επέκταση σε σημαντικότερη αύξηση των πωλήσεων. Ενδεικτικά αναφέρουμε ότι κατά το έτος 1997 αποτελούσε μία από τις 100 ταχύτερα αναπτυσσόμενες εμπορικές εταιρείες στην Ελλάδα κατέχοντας την 11^η θέση. Ο κύκλος εργασιών του έτους 2002 ξεπέρασε τα ΕΥΡΩ 10.551.587,78.

Σήμερα, οι κύριες δραστηριότητες της εταιρείας είναι η εισαγωγή, η παραγωγή (μέσω συνεργαζόμενων εργοστασίων) και η διανομή σχολικών ειδών, ειδών δώρων και ειδών γραφείου. Κατέχει την αποκλειστική αντιπροσώπευση μερικών από τους μεγαλύτερους οίκους του εξωτερικού σε είδη γραφής και αρχειοθέτησης όπως ZEBRA, DATA BANK, EAGLE, NOREX, NOKI, HOPAX, BINDERMAX, JOVI και HI-TEXT.

Εκτός από τα προαναφερόμενα η εταιρεία διανέμει κατ' αποκλειστικότητα και τα είδη του οίκου CARAN D' ACHE (πολυτελή είδη γραφής) καθώς και τους οίκους LAMY, LETRASET, ORNA, RAPID, ELCO και JIFFY.

Στο χώρο των σχολικών ειδών -εκτός από τα είδη Disney και Dragon Ball για τα οποία η εταιρεία κατέχει δικαιώματα χρήσης- η εταιρεία αντιπροσωπεύει τους οίκους του εξωτερικού BBS, MONTI, ACCADEMIA που δραστηριοποιούνται στην παραγωγή προϊόντων Barbie, Looney Tunes, Converse, Dunlop, Killer Loop, Playlife, Camomilla και Slazenger. Κατέχει επίσης την αποκλειστική διανομή των σχολικών σακιδίων των εταιρειών NIKE και ADIDAS, για τον χώρο του βιβλιοχαρτοπωλείου.

Η σύναψη συμβολαίου με την Disney, τα τελευταία 12 χρόνια για την εκμετάλλευση των δικαιωμάτων όλων των παγκοσμίου φήμης χαρακτήρων της για την Ελλάδα και την Κύπρο έγινε με τον καλύτερο δυνατό τρόπο, γεγονός που αποδεικνύεται και από την έντονα ανοδική πορεία των πωλήσεων αλλά και από το ότι σήμερα τα προϊόντα εξάγονται στην Αγγλία, την Ιταλία, το Βέλγιο, την Σουηδία την Δανία και σε πολλές άλλες χώρες.

Η επιτυχία της εταιρείας μας επισφραγίστηκε το 1998 από την Disney, με την βράβευσή μας ως καλύτερου αδειούχου.

Εκτός από τα δικαιώματα χρήσης για τα προϊόντα Disney η εταιρεία κατέχει δικαιώματα και για άλλα γνωστά και δημοφιλή brand names στην Ελλάδα και το εξωτερικό.

Είμαστε πολύ περήφανοι να σας ανακοινώσουμε ότι τον Αύγουστο 2001 επιλεγήκαμε από την Οργανωτική Επιτροπή Ολυμπιακών Αγώνων «ΑΘΗΝΑ 2004» ως ο αποκλειστικός αδειούχος για την παραγωγή, διαφήμιση, προώθηση, διανομή και πώληση των Ολυμπιακών Σακιδίων και Ειδών ταξιδιού «ΑΘΗΝΑ 2004» και πρόσφατα (τον Φεβρουάριο 2003) επιλεγήκαμε ως ο αποκλειστικός αδειούχος για την παραγωγή, διαφήμιση, προώθηση, διανομή και πώληση και για την κατηγορία των Ολυμπιακών Χαρτοσχολικών «ΑΘΗΝΑ 2004».

Οι προαναφερόμενες πολυποίκιλες δραστηριότητες της εταιρείας GATTEGNO, οδήγησαν στην ίδρυση μίας θυγατρικής εταιρείας στο Hong-Kong, η οποία ελέγχει την παραγωγή σε κάθε της στάδιο ώστε να εξασφαλίσει την υψηλή ποιότητα των εμπορευμάτων και τους έγκαιρους χρόνους παράδοσης.

Η έδρα της εταιρείας βρίσκεται στην Αθήνα (Πειραιώς 188, Ταύρος) όπου λειτουργεί όλο το χρόνο έκθεση των προϊόντων. Στην Θεσσαλονίκη λειτουργεί το υποκατάστημα της εταιρείας με μόνιμο επίσης εκθετήριο επί της οδού Μοναστηρίου 137.

ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟ

ΕΠΩΝΥΜΙΑ: Μωρίς Γκατένιο Α.Ε.Β.Ε.
ΔΙΕΥΘΥΝΣΗ: Πειραιώς 188, 177 78 Ταύρος - Αθήνα
ΤΗΛΕΦΩΝΟ: 210 - 3471045
FAX: 210 - 3460353

ΝΟΜΙΚΗ ΜΟΡΦΗ:

Α.Ε.

- 1) Οι εταιρείες που παράγουν και προωθούν τα Ολυμπιακά προϊόντα, μέσω ποιας διαδικασίας πήραν την ανάθεση παραγωγής και πώλησης?

Επιλέχθηκαν κατόπιν διεξαγωγής Δημόσιου Διαγωνισμού με σφραγισμένες προσφορές.

- 2) Πόσα είναι τα Ολυμπιακά προϊόντα που παράγονται ?

Σας εσωκλείουμε κατάλογο, αλλά μπορείτε να τα δείτε και στο επίσημο site της ΑΘΗΝΑ 2004, στη διεύθυνση: www.athens2004.com

- 3) Ποια από αυτά θα κυκλοφορήσουν σε περιορισμένες εκδόσεις και ποια από αυτά έχουν συλλεκτική αξία ?

Από την εταιρεία μας πρόκειται να κυκλοφορήσουν συλλεκτικά στυλό, σε περιορισμένο αριθμό, για τα υπόλοιπα προϊόντα θα πρέπει να μιλήσετε με τις εταιρείες που τα παράγουν.

- 4) Από τα έσοδα που θα προκύψουν από τις πωλήσεις Ολυμπιακών Προϊόντων, τη διάθεση εσόδων την έχει ο οργανισμός ΑΘΗΝΑ 2004 ή άλλος κρατικός φορέας ?

Για πληροφορίες σχετικά με τα οικονομικά στοιχεία που αφορούν την διοργάνωση της Ολυμπιάδας, μπορείτε να απευθύνεστε στην Οργανωτική Επιτροπή Ολυμπιακών Αγώνων ΑΘΗΝΑ 2004, στην κα Ιωάννα Ζώρζου (τηλ: 210 - 2004632), η οποία έχει ενημερωθεί για την εργασία σας και με μεγάλη χαρά θα σας εξυπηρετήσει.

- 5) Τι ασφαλιστικές δικλίδες υπάρχουν ώστε τις ημέρες των Ολυμπιακών Αγώνων να μη κυκλοφορήσουν πλαστά Ολυμπιακά προϊόντα ?

Όλα τα Ολυμπιακά προϊόντα φέρουν ολόγραμμα γνησιότητας και ως εκ τούτου μπορούν εύκολα να αναγνωρίζονται από τους καταναλωτές, γεγονός που συντελεί τόσο στην προστασία των προϊόντων όσο και στην προστασία των ιδίων των καταναλωτών που αγοράζουν Ολυμπιακά προϊόντα.

Επιπλέον, η Οργανωτική Επιτροπή της ΑΘΗΝΑ 2004 σε συνεργασία με το Σ.Δ.Ο.Ε. διενεργεί αυστηρούς ελέγχους στην αγορά για εντοπισμό τυχόν πλαστών προϊόντων και οι καταστηματάρχες / παραβάτες έχουν τις νόμιμες αυστηρές κυρώσεις.

- 6) Μέχρι τώρα τι διαφημιστική καμπάνια έχει γίνει και από ποιους, ώστε ο μέσος πολίτης ή ο κάτοικος ενός μικρού χωριού να μάθει για τα Ολυμπιακά προϊόντα και τη χρησιμότητά τους ?

Όσο περισσότερο πλησιάζουμε για την μεγάλη στιγμή των Ολυμπιακών Αγώνων, τόσο περισσότερα θα είναι και τα διαφημιστικά προγράμματα που εκπονούνται για τα Ολυμπιακά προϊόντα.

Ήδη από το καλοκαίρι του 2003 ξεκινούν δυναμικά προγράμματα της Οργανωτικής Επιτροπής που θα έχουν Πανελλαδική κάλυψη.

- 7) Θα υπάρξει κατηγορία προϊόντων που θα απευθύνονται αποκλειστικά στους Παραολυμπιακούς Αγώνες ?

Βεβαίως, ήδη από την εταιρεία μας κυκλοφορεί ολόκληρη σειρά σακιδίων & ειδών ταξιδιού.

Για τις υπόλοιπες κατηγορίες προϊόντων θα πρέπει να ενημερωθείτε από τους αντίστοιχους αδειούχους που έχουν αναλάβει την παραγωγή τους.

8) Από τα Ολυμπιακά προϊόντα ποιο αναμένεται να έχει την περισσότερη ζήτηση ?

Τα Ολυμπιακά προϊόντα κυκλοφορούν ήδη στην Ελληνική αγορά από το 2001 και ήδη έχουν κερδίσει την προτίμηση των καταναλωτών.

Όλα τα προϊόντα θεωρούνται πολύ επιτυχημένα καθώς ανταποκρίνονται στις υψηλές προδιαγραφές ποιότητας που αυστηρά έχει θέσει η Οργανωτική Επιτροπή.

Καθώς πλησιάζουμε προς το 2004 αναμένεται ότι η ζήτηση θα αυξηθεί σημαντικά σε όλα τα Ολυμπιακά προϊόντα.

9) Ποια η σημασία να αγοράζουμε Ολυμπιακά προϊόντα ?

Είναι πολύ σημαντικό να αγοράζουμε Ολυμπιακά προϊόντα διότι με τον τρόπο αυτό υποστηρίζουμε την διοργάνωση και την Ελληνική Ολυμπιακή ομάδα.

Επιπλέον, είναι πολύ σημαντικό για όλους εμάς τους Έλληνες να δείχνουμε την αγάπη μας για τα Ολυμπιακά ιδεώδη, αφού στη χώρα μας γεννήθηκε και αναπτύχθηκε το Ολυμπιακό πνεύμα.

Φορώντας και χρησιμοποιώντας προϊόντα με τα Ολυμπιακά σήματα, δείχνουμε φανερά σε ολόκληρο τον κόσμο, την υπερηφάνεια που νιώθουμε για την επιστροφή των Ολυμπιακών Αγώνων στην πατρίδα τους - στην πατρίδα ΜΑΣ.

10) Ένας από τους στόχους της Ολυμπιάδας είναι να αναδείξει τις αξίες του Ολυμπισμού. Είναι εφικτό να αποκτήσουν οι Αγώνες το χαμένο νόημά τους με δεδομένη την τεράστια οικονομική εκμετάλλευση που υπάρχει και που σαφώς προωθείται και μέσα από τα Ολυμπιακά προϊόντα ?

Το Ολυμπιακό πνεύμα είναι Αρχαίο Ελληνικό και Αθάνατο, δεν υπόκειται σε εκμετάλλευση.

Ολυμπιακά προϊόντα κυκλοφορούν πάντα σε όλες τις χώρες που φιλοξενούν μία τόσο μεγάλη διοργάνωση, βεβαίως η Ελλάδα δεν θα μπορούσε να αποτελέσει εξαίρεση.

Στην Ελλάδα το πρόγραμμα Ολυμπιακών προϊόντων αναμένεται να έχει τη μεγαλύτερη επιτυχία απ' όλες τις προηγούμενες Ολυμπιάδες που φιλοξενήθηκαν σε άλλες χώρες, διότι είναι στενά συνδεδεμένη με την Εθνική υπερηφάνεια του λαού μας.

11) Σε πολλές διαφημιστικές καταχωρήσεις για τα Ολυμπιακά προϊόντα υπάρχει η σημείωση ότι διατίθενται σε «επιλεγμένα καταστήματα». Γιατί αυτός ο διαχωρισμός ως προς την πώληση των Ολυμπιακών προϊόντων σε επιλεγμένα καταστήματα, την ίδια στιγμή που οι Ολυμπιακοί Αγώνες είναι υπόθεση όλων μας ? Λογικά τα Ολυμπιακά προϊόντα δεν θα πρέπει να είναι διαθέσιμα σε όλα τα καταστήματα ?

Τα Ολυμπιακά προϊόντα φέρουν Ολυμπιακά σύμβολα τα οποία είναι ιερά, ως εκ τούτου δεν μπορούν να εκτίθενται προς πώληση σε σημεία τα οποία δεν έχουν τις αντίστοιχες προδιαγραφές.

Στόχος είναι η διασφάλιση της σωστής προβολής και του υψηλού επιπέδου πώλησης των Ολυμπιακών προϊόντων.

12) Είναι γνωστό ότι από τον οργανισμό προβολής Ελληνικού πολιτισμού θα διοργανωθεί «πολιτιστική Ολυμπιάδα». Θα υπάρξουν ενδεχομένως και κάποια προϊόντα Ολυμπιακά που θα είναι αποκλειστικά για την πολιτιστική Ολυμπιάδα ?

Η «πολιτιστική» Ολυμπιάδα και η «αθλητική» Ολυμπιάδα αποτελούν δύο έννοιες άρρηκτα δεμένες μεταξύ τους και αντιμετωπίζονται συλλογικά σε όλες τις δραστηριότητες άρα και στα προϊόντα.

Βεβαίως, εάν μας ζητηθούν ειδικές παραγωγές για τις ανάγκες της «πολιτιστικής» Ολυμπιάδας είμαστε σε θέση να ανταποκριθούμε άμεσα.

13) Τα Ολυμπιακά προϊόντα τι θεματολογίες έχουν πέρα από τα αγωνίσματα και τις μασκώτ των Αγώνων ?

Οι σειρές των Ολυμπιακών προϊόντων, έχουν κατασκευαστεί με βάση τις παρακάτω σχεδιαστικές ενότητες:

- τα Ολυμπιακά εμβλήματα (κότινος, Ολυμπιακοί κύκλοι)
- το Παραολυμπιακό έμβλημα
- τις Ολυμπιακές μασκώτ σε διάφορες πόζες
- τα Ολυμπιακά αθλήματα
- την Ολυμπιακή φλόγα
- το περιβάλλον
- σε ορισμένα προϊόντα κυκλοφορούν και εποχιακά θέματα (Χριστουγεννιάτικα, Πασχαλινά, κλπ....)

14) Σε τι καθεστώς κρατικής φορολόγησης υπάγονται σε σχέση με άλλα προϊόντα ?

Το ίδιο με όλα τα υπόλοιπα προϊόντα των αντίστοιχων κατηγοριών που κυκλοφορούν στην Ελληνική αγορά.

15) Θα υπάρξουν ενδεχομένως κάποιες σειρές Ολυμπιακών προϊόντων, αυστηρά περιορισμένες, που ίσως δοθούν μόνο σε Ολυμπιακές αποστολές ή σε ανώτατους κρατικούς παράγοντες άλλων χωρών ή μέλη της Δ.Ο.Ε., χωρίς να έχει σε αυτές τις σειρές πρόσβαση για αγορά ο μέσος Έλληνας ?

Προς το παρόν δεν μας έχουν ζητηθεί τέτοιες αποκλειστικές παραγωγές.

16) Οι σπόνσορες και οι χορηγοί των Ολυμπιακών Αγώνων θα έχουν κάποια ανάμειξη ενδεχομένως με τη διάθεση των προϊόντων ?

Οι χορηγοί των Ολυμπιακών Αγώνων (Εθνικοί και Διεθνείς) συχνά προβαίνουν σε παραγωγές προϊόντων τα οποία έχουν συμβολικό χαρακτήρα.

Στο σημείο αυτό, θα πρέπει να τονίσουμε την τεράστια συμβολή των χορηγών σε όλες τις Ολυμπιακές διοργανώσεις, η οποία δεν αφορά μόνο στα Ολυμπιακά προϊόντα αλλά συνολικά σε όλες τις εκδηλώσεις κάθε διοργάνωσης.

17) Ενώ έχει ξεκινήσει εδώ και αρκετό καιρό διαφημιστική καμπάνια για τον «εθελοντισμό», τουναντίον δεν υπάρχει μέχρι σήμερα μια αντίστοιχη προβολή για τα Ολυμπιακά προϊόντα και τη χρησιμότητα που θα έχουν τα έσοδα της διοργάνωσης. Γιατί αυτή η καθυστέρηση ?

Παρακαλούμε επικοινωνήστε με την Οργανωτική Επιτροπή, ώστε να σας ενημερώσουν για την εκπόνηση των προγραμμάτων.

18) Από τα έσοδα που θα προκύψουν από την πώληση των Ολυμπιακών προϊόντων, θα διατεθεί ενδεχομένως κάποιο ποσό για φιλανθρωπικούς σκοπούς όπως έγινε και σε άλλους Ολυμπιακούς Αγώνες ή όλο το σύνολο θα διατεθεί αποκλειστικά για τη διοργάνωση ?

Παρακαλούμε επικοινωνήστε με την Οργανωτική Επιτροπή, ώστε να σας ενημερώσουν σχετικά.

19) Για τις παραστάσεις που θα έχουν τα Ολυμπιακά προϊόντα έχει γίνει κάποιος διαγωνισμός ή το σχεδιαστικό πρόγραμμα είναι συγκεκριμένο ?

Το σχεδιαστικό πρόγραμμα είναι συγκεκριμένο και κοινό για όλες τις κατηγορίες Ολυμπιακών προϊόντων. Αποτελεί εγκεκριμένο υλικό σύμφωνα με το οποίο οι αδειούχοι προχωρούν στο σχεδιασμό και την παραγωγή των Ολυμπιακών προϊόντων.

20) Η διεύθυνση εμπορίας προϊόντων της ΑΘΗΝΑ 2004 έχει εφαρμόσει ή θα εφαρμόσει κάποιο αντιπαιρατικό πρόγραμμα με προστασία της αγοράς από τα πειρατικά προϊόντα ?

Παρακαλούμε επικοινωνήστε με την Οργανωτική Επιτροπή, ώστε να σας ενημερώσουν σχετικά.

21) Οι αδειούχοι προκειμένου να εμπορεύονται ολυμπιακά προϊόντα, έχουν επιλεγεί σύμφωνα με τις οδηγίες της Ε.Ε. ύστερα από διαγωνισμό. Με τι κριτήρια ?

Παρακαλούμε επικοινωνήστε με την Οργανωτική Επιτροπή, ώστε να σας ενημερώσουν σχετικά.

22) Τι διασφάλιση τραπεζικής εγγύησης έχει η ΑΘΗΝΑ 2004 από τους αναδόχους που θα δραστηριοποιηθούν στην προσφορά και κατασκευή των προϊόντων, και αν κάποια από τα προβλεπόμενα έσοδα είναι ήδη κατατεθειμένα, με τι μορφή τραπεζικών επιστολών ?

Παρακαλούμε επικοινωνήστε με την Οργανωτική Επιτροπή, ώστε να σας ενημερώσουν σχετικά.

23) Σε ποιες άλλες χώρες θα διατεθούν Ολυμπιακά προϊόντα ώστε να έχουν πρόσβαση οι ομογενείς ?

Ήδη κυκλοφορούν με μεγάλη επιτυχία στην Κύπρο !

Για τις υπόλοιπες χώρες θα σας ενημερώσει η Οργανωτική Επιτροπή.

24) Πιστεύετε ότι η ανάληψη και η πραγματοποίηση των Ολυμπιακών Αγώνων στη χώρα μας, θα έχει θετικά αποτελέσματα στην οικονομία και στην ανάπτυξη του πολιτιστικού επιπέδου του λαού μας ?

Μία τόσο σημαντική διοργάνωση μόνο θετικά αποτελέσματα μπορεί να έχει για όλους τους Έλληνες, τόσο σε οικονομικό όσο και σε πολιτιστικό επίπεδο.

Επιπλέον, θα τονώσει την Εθνική συνείδηση όλων των Ελλήνων και θα ισχυροποιήσει τους δεσμούς μας με τους άλλους λαούς καθώς πάντα ο αθλητισμός λειτουργούσε ως γέφυρα θετικής επικοινωνίας και συνεργασίας των λαών προάγοντας την ειρήνη, τη φιλία και την ευγενή άμιλλα.

Τελειώνοντας, θα θέλαμε να σας τονίσουμε ότι θαυμάζουμε την πρωτοβουλία σας να επιλέξετε ως θέμα της πτυχιακής σας εργασίας μία τόσο σημαντική Εθνική υπόθεση που λέγεται Ολυμπιακοί Αγώνες ΑΘΗΝΑ 2004.

Ελπίζουμε να μπορέσαμε να σας βοηθήσουμε αρκετά στην φιλότιμη προσπάθειά σας και πιστεύουμε ότι το υλικό που σας αποστέλλουμε θα αξιολογηθεί σωστά και θα χρησιμοποιηθεί δημιουργικά με σκοπό να συνεισφέρει – όπως όλοι μας – στην όσο το δυνατό καλύτερη εκπροσώπηση της πατρίδας μας στην τόσο σημαντική επιστροφή των Ολυμπιακών Αγώνων στην χώρα μας, γεγονός το οποίο η δική μας γενιά έχει την τύχη να βιώσει από κοντά.

Σας ευχόμαστε καλή επιτυχία !!!!

"ATHLETIC BLUE"

D.213



ATHENS 2004
TM ©

Αυθεντικά Προϊόντα

"ATHLETIC BEIGE"

D.214



ATHENS 2004
TM ©

Αυθεντικά Προϊόντα



Σ.Ν. ΑΡΓΥΡΟΣ Α.Ε. (BLUE POINT)

- Η μεγαλύτερη εταιρεία παραγωγής μαγιό στην Ελλάδα
- Με ισχυρό brand name
- Το 75% των πωλήσεών της γίνεται στο εξωτερικό
- Έχει παραγωγικές εγκαταστάσεις στην Ελλάδα και Βουλγαρία
- Γνωστή για τα σύγχρονα και καινοτόμα σχέδιά της
- Επίσημος κατασκευαστής Ολυμπιακών προϊόντων «Αθήνα 2004»
- Οι παραγωγικές δυνατότητες αυξήθηκαν κατά 100% με την ολοκλήρωση των νέων παραγωγικών εγκαταστάσεων στη Βουλγαρία

ΙΣΤΟΡΙΚΟ

Η εταιρεία Blue Point ιδρύθηκε το 1970 από τον Σπύρο Αργυρό με κύρια δραστηριότητα την παραγωγή και εμπορία μαγιό. Σήμερα έχει εξελιχθεί σε μια από τις 5 μεγαλύτερες εταιρείες στην Ευρώπη παραγωγής μαγιό, εσωρούχων και fitness. Η έδρα της εταιρείας είναι στην Αθήνα σε ιδιόκτητο χώρο 10.000 τ.μ. και απασχολεί 70 υπαλλήλους. Η παραγωγή των προϊόντων γίνεται στη Βουλγαρία από το έτος 1990 και ειδικότερα από το έτος 2000 σε ιδιόκτητο εργοστάσιο 15.000 τ.μ. που απασχολεί 1.500 εργαζομένους και είναι εξοπλισμένο με τα πλέον σύγχρονα μηχανήματα.

ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΑ

Η εταιρεία εξάγει το 80% περίπου της παραγωγής της σε όλο τον κόσμο με εντονότερη δραστηριότητα σε Αμερική και Ευρώπη ενώ το 20% περίπου το διαθέτει σε επιλεγμένα καταστήματα στην Ελληνική αγορά. Η Blue Point έχει την αποκλειστική παραγωγή στα μαγιό εταιρειών όπως Hennesse & Moritz, Banana Republic κ.α. καθώς επίσης και την παραγωγή μαγιό, εσωρούχων και fitness των εταιρειών Adidas, Gap, Champion, Virgin κ.α. Κατέχει επίσης τα δικαιώματα της αποκλειστικής παραγωγής για την Αμερική των μαγιό με σήμα Playboy καθώς επίσης και τα δικαιώματα αποκλειστικής παραγωγής και εμπορίας των παιδικών μαγιό με σήμα Pokemon. Θέλοντας δε να μην λείπει η παρουσία της στο μεγαλύτερο αθλητικό γεγονός που θα γίνει στη χώρα μας, τους ολυμπιακούς αγώνες του 2004 και εκμεταλλευόμενη την διεθνώς κατοχυρωμένη άριστη ποιότητα κατασκευής της, εξασφάλισε τα αποκλειστικά δικαιώματα παραγωγής και διανομής των ειδών μαγιό με το σήμα Αθήνα 2004.

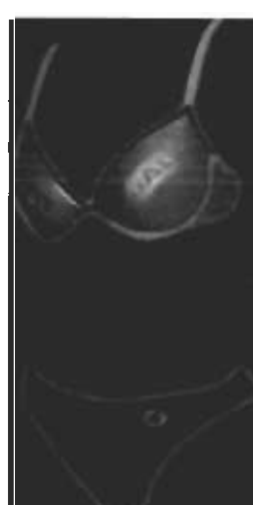
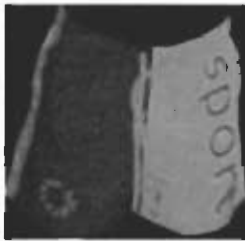
Η εταιρεία Σ.Ν. Αργυρός «Blue Point» είναι επίσημος αδειούχος αυθεντικών ολυμπιακών προϊόντων στην κατηγορία Αθλητικά Θαλάσσης (μαγιό κ.α.) από τις αρχές του 2001 και έως την ολοκλήρωση των ολυμπιακών αγώνων του 2004.

Στην συλλογή μαγιό με το σήμα Αθήνα 2004 το επιτελείο των σχεδιαστών μας έχει φροντίσει να συνδυάσει με τον καλύτερο τρόπο τις τελευταίες τάσεις της μόδας, με την προβολή του αθλητικού ολυμπιακού πνεύματος.

Τα μαγιό με το σήμα Αθήνα 2004 θα τα βρείτε σε ειδικά εγκεκριμένα καταστήματα σε όλη την Ελλάδα και την Κύπρο.

ΣΤΟΧΟΙ

Η προοπτική της εταιρείας είναι μετά και την εισαγωγή της στην Παράλληλη Αγορά του Χρηματιστηρίου Αξιών Αθηνών, να υλοποιήσει το πρόγραμμα ανάπτυξης της για να μπορέσει να καταλάβει κορυφαία θέση στην Παγκόσμια κατασκευή και διάθεση μαγιό, εσφουράχων και fitness. Αξιοποιώντας δε την εμπειρία που αποκομίζει από την διανομή των προϊόντων με σήμα Αθήνα 2004 δημιουργεί μια νέα συλλογή με το όνομα Blue Point Sport που σκοπό έχει να καλύψει τις ανάγκες της αγοράς σε αθλητικό μαγιό και fitness.



ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟ

ΕΠΩΝΥΜΙΑ: Σ.Ν. ΑΡΓΥΡΟΣ Α.Ε.

ΔΙΕΥΘΥΝΣΗ: ΠΟΝΤΟΥ & ΝΙΚΗΤΑΡΑ 12 – 16777 ΕΛΛΗΝΙΚΟ

ΤΗΛΕΦΩΝΟ: 210.9612412

FAX: 210.9622313

ΝΟΜΙΚΗ ΜΟΡΦΗ:

A.Ε.

O.Ε.

E.Π.Ε.

1. Οι εταιρείες που παράγουν και προωθούν τα ολυμπιακά προϊόντα, μέσω ποιας διαδικασίας πήραν την ανάθεση παραγωγής και πώλησης:

Μέσω πλειοδοτικού διαγωνισμού

2. Πόσα είναι τα ολυμπιακά προϊόντα που παράγονται;

Συνημμένη κατάσταση

3. Ποια από αυτά θα κυκλοφορήσουν σε περιορισμένες εκδόσεις και ποια από αυτά έχουν συλλεκτική αξία;

Νομίζω κάποια pins και ίσως κάποιοι στυλοί

4. Από τα έσοδα που θα προκύψουν από τις πωλήσεις ολυμπιακών προϊόντων, τη διάθεση εσόδων την έχει ο οργανισμός 2004 ή άλλο κρατικός φορέας;

Η Ο.Ε.Ο.Α. 2004

5. Τι ασφαλιστικές δικλείδες υπάρχουν ώστε τις μέρες των ολυμπιακών αγώνων να μη κυκλοφορήσουν πλαστά ολυμπιακά προϊόντα;

Συχνές επισκέψεις στην αγορά εντεταλμένων προσώπων από την ΟΕΟΑ καθώς και έλεγχοι του ΣΔΟΕ

6. Μέχρι τώρα τι διαφημιστική καμπάνια έχει γίνει και από ποιους, ώστε ο μέσος πολίτης ή ο κάτοικος ενός μικρού χωριού να μάθει για τα ολυμπιακά προϊόντα σας και τη χρησιμότητά τους;

Έχουν γίνει διαφημιστικές καμπάνιες με τηλεόραση και έντυπα από την ΟΕΟΑ και από τους αδειούχους πολλών κατηγοριών εμπορευμάτων.

7. Θα υπάρξει κατηγορία προϊόντων που θα απευθύνονται αποκλειστικά στους Παραολυμπιακούς Αγώνες;

Όλες οι κατηγορίες προϊόντων θα έχουν κάποια μοντέλα με θέματα από τους παραολυμπιακούς

8. Από τα ολυμπιακά προϊόντα ποιο αναμένεται να έχει τη περισσότερη ζήτηση;

T-Shirt, καπέλα και pins

9. Ποια η σημασία να αγοράζουμε ολυμπιακά προϊόντα;

Στηρίζουμε την χώρα μας να κάνει καλούς αγώνες και μεταφέρουμε το ολυμπιακό πνεύμα.

10. Ένας από τους στόχους της ολυμπιάδας είναι να αποδείξει τις αξίες του ολυμπισμού. Είναι εφικτό να αποκτήσουν οι αγώνες το χαμένο νόημά τους με δεδομένη την τεράστια οικονομική εκμετάλλευση που υπάρχει και που σαφώς προωθείται και μέσα από τα ολυμπιακά προϊόντα;

Το νόημα των αγώνων είναι πάντα το ίδιο. Το περιβάλλον που γίνονται οι αγώνες έχει αλλάξει τραγικά.

11. Σε πολλές διαφημιστικές καταχωρήσεις για τα ολυμπιακά προϊόντα υπάρχει η σημείωση ότι διατίθενται σε «επιλεγμένα καταστήματα». Γιατί αυτός ο διαχωρισμός ως προς τη πώληση των ολυμπιακών προϊόντων σε επιλεγμένα καταστήματα, την ίδια στιγμή που οι ολυμπιακοί αγώνες είναι υπόθεση όλων μας; Λογικά τα προϊόντα δεν θα πρέπει να είναι διαθέσιμα σε όλα τα καταστήματα; Όλα τα καταστήματα μπορούν να είναι επιλεγμένα, αρκεί να είναι αξιοπρεπή και να μην πουλάνε πλαστά προϊόντα.

12. Είναι γνωστό ότι από τον οργανισμό προβολής ελληνικού πολιτισμού θα διοργανωθεί «πολιτιστική ολυμπιάδα». Θα υπάρξουν ενδεχομένως και κάποια προϊόντα ολυμπιακά που θα είναι αποκλειστικά για την πολιτιστική ολυμπιάδα;

Ίσως

13. Τα ολυμπιακά προϊόντα τι θεματολογίες έχουν πέρα από τα αγωνίσματα και τις μασκότ των αγώνων;

Τις αξίες των αγώνων, το έμβλημα των αγώνων, ιστορικές συγκρίσεις ρεκόρ από τους αγώνες, το περιβάλλον κ.α.

14. Σε τι καθεστώς κρατικής φορολόγησης υπάγονται σε σχέση με άλλα προϊόντα;

Στο ίδιο με όλα τα προϊόντα. Μόνο που στο κάθε προϊόν παίρνει η ΟΕΟΑ 20% επί της αξίας χονδρικής πώλησης.

15. Θα υπάρξουν ενδεχομένως κάποιες σειρές «ολυμπιακών προϊόντων», αυστηρά περιορισμένες, που ίσως δοθούν μόνο σε ολυμπιακές αποστολές ή σε ανώτατους κρατικούς παράγοντες άλλων χωρών ή μέλη της ΔΟΕ, χωρίς να έχει σε αυτές τις σειρές πρόσβαση για αγορά ο μέσος Έλληνας;

Μόνο διαφημιστικές σειρές που θα δίνονται δωρεάν από τους χορηγούς.

16. Οι σπόνσορες και οι χορηγοί των Ολυμπιακών Αγώνων θα έχουν κάποια ανάμειξη ενδεχομένως με τη διάθεση των προϊόντων.

Μόνο διαφημιστικές σειρές που θα γίνονται δωρεάν από τους χορηγούς

17. Ενώ έχει ξεκινήσει εδώ και αρκετό καιρό διαφημιστική καμπάνια για τον «εθελοντισμό», τουλάχιστον δεν υπάρχει μέχρι σήμερα μια αντίστοιχη προβολή για τα ολυμπιακά προϊόντα και τη χρησιμότητα που θα έχουν στα έσοδα της διοργάνωσης. Γιατί αυτή η καθυστέρηση;

Πιστεύω πως δεν ήταν στις προτεραιότητες της ΟΕΟΑ. Μιας και τα στατιστικά λένε ότι την χρονιά των αγώνων γίνεται το 60% των συνολικών πωλήσεων.

18. Από τα έσοδα που θα προκύψουν από την πώληση των προϊόντων, θα διατεθεί ενδεχομένως κάποιο ποσό για κάποιους φιλανθρωπικούς σκοπούς όπως έγινε και σε άλλους Ολυμπιακούς

Αγώνες ή όλο το σύνολο θα διατεθεί αποκλειστικά για τη διοργάνωση;

Δεν γνωρίζω

19. Για τις παραστάσεις που θα έχουν τα ολυμπιακά προϊόντα έχει γίνει κάποιος διαγωνισμός ή το σχετικό πρόγραμμα είναι συγκεκριμένο;

Ναι. Και τα σχέδια παρουσιάζονται από την διαφημιστική «καραμέλα»

20. Η διεύθυνση εμπορίας προϊόντων του Αθήνα 2004 έχει εφαρμόσει ή θα εφαρμόσει κάποιο αντι-πειρατικό πρόγραμμα με στόχο τη προστασία της αγοράς από τα πειρατικά προϊόντα;

Εφαρμόζει τακτικούς ελέγχους στην αγορά.

21. Οι αδειούχοι προκειμένου να εμπορεύονται τα ολυμπιακά προϊόντα, έχουν επιλεγεί σύμφωνα με τις οδηγίες της Ε.Ε. ύστερα από διαγωνισμό. Με τι κριτήρια;

Με πλειοδοτικό διαγωνισμό και να είναι 3 χρόνια στην αγορά και να έχουν δίκτυο διάθεσης των προϊόντων.

22. Τι διασφάλιση τραπεζικής εγγύησης έχει ο «Αθήνα 2004» από τους ανάδοχους που θα δραστηριοποιηθούν στην προσφορά και κατασκευή των προϊόντων, και αν κάποια από τα προβλεπόμενα έσοδα είναι ήδη κατατεθειμένα, με τι μορφή τραπεζικών επιστολών; Υπάρχει τραπεζική εγγύηση για το 20% του 75% των δηλωθέντων αναμενόμενων πωλήσεων.

23. Σε ποιες άλλες χώρες θα διατεθούν ολυμπιακά προϊόντα ώστε να έχουν πρόσβαση οι ομογενείς;

Δεν υπάρχει μεγάλη ζήτηση προϊόντων από ομογενείς

24. Πιστεύετε ότι η ανάληψη και η πραγματοποίηση των Ολυμπιακών Αγώνων στη χώρα μας, θα έχει θετικά αποτελέσματα στην οικονομία και στην ανάπτυξη του πολιτιστικού επιπέδου του λαού μας;

Ναι. Θα έχουμε οικονομικά οφέλη μεσομακροπρόθεσμα από την προβολή της χώρας μας και οι υποδομές που θα δημιουργηθούν θα κάνουν τη ζωή μας καλύτερη.

ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ ΤΗΣ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑΣ ΤΗΣ ΕΛΛΑΔΑΣ ΑΠΟ ΤΗΝ ΠΩΛΗΣΗ ΤΩΝ ΟΛΥΜΠΙΑΚΩΝ ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ 2004

«Οι ολυμπιακοί αγώνες ως οικονομικό γεγονός είναι η ευκαιρία της Ελλάδος και των Ελληνικών επιχειρήσεων στο ξεκίνημα της νέας χιλιετίας». Αυτό τόνισε ο Μ. Σίμιτσεκ σύμβουλος της Οργανωτικής Επιτροπής ολυμπιακών αγώνων «Αθήνα 2004» και της ημερίδας που διοργάνωσε το εμπορικό και βιομηχανικό επιμελητήριο με τίτλο «Πώληση ολυμπιακών προϊόντων και ολυμπιακού σήματος».

Επίσης στην ερώτηση των δημοσιογράφων στην 18^η έκθεση τουριστικών ειδών «παρουσίες» αν πουλάνε τα ολυμπιακά προϊόντα και αν τα αγοράζει ο κόσμος, απάντησε «Τα ολυμπιακά προϊόντα εμφανίζουν υψηλή ζήτηση. Δεν είναι απλά αναμνηστικά αντικείμενα. Κοσμούνται από το έμβλημα της Αθήνα 2004 και τα χαρακτηριστικά του, προβάλλουν την επιστροφή των ολυμπιακών αγώνων στο λίκνο τους και μεταδίδουν τις διαχρονικές τους αξίες. Η φιλία, το ήθος, η άμιλλα και η συμμετοχή γίνονται φιλοσοφία και έκφραση ζωής πριν, μετά και κατά τη διάρκεια των αγώνων. Τα αυθεντικά προϊόντα τόνισε επίσης, παράγονται και διανέμονται από αδειούχους, οι οποίοι έχουν επιλεγεί ύστερα από διαγωνισμό σύμφωνα με τις οδηγίες της Ευρωπαϊκής Ένωσης. Λόγω της υψηλής ποιότητας και του μοντέρνου design γίνονται ανάρπαστα τόσο από έλληνες καταναλωτές όσο και από ξένους επισκέπτες και υποστηρικτές των ολυμπιακών αγώνων σε όλο τον.

Οι Έλληνες αποδέχτηκαν τα ολυμπιακά προϊόντα κατά ένα τρόπο εκπληκτικό. Το πρόγραμμα εμπορίας των αυθεντικών ολυμπιακών προϊόντων της Οργανωτικής Επιτροπής «Αθήνα 2004» έχει σημειώσει μεγάλη επιτυχία. Τα έσοδα της Οργανωτικής Επιτροπής από την εμπορία των ολυμπιακών προϊόντων μέσα στο 2002 διαμορφώθηκαν σε 10 εκατομμύρια ευρώ, σύμφωνα με τα στοιχεία της Γενικής Διεύθυνσης Μάρκετινγκ. Το ποσό αντιστοιχεί σε ένα συνολικό τζίρο λιανικής πώλησης που προσεγγίζει τα 100 εκατομμύρια ευρώ και το ποσοτό από το ποσό αυτό προέρχεται από τα T-Shirts, τα καπέλα, τις καρφίτσες πέτου (pin) της πετσέτες, τις κούπες από πορσελάνη και τα σακίδια. Σημαντική επιτυχία γνωρίζουν και τα προϊόντα που φέρουν την εικόνα των μασκότ, τον Φοίβο και την Αθηνά. Από την άνοιξη του 2003 τα έσοδα της οργανωτικής επιτροπής αυξήθηκαν σημαντικά από την πώληση των ολυμπιακών προϊόντων και έχουν ξεπεράσει τα 60 εκατομμύρια ευρώ υπερκαλύπτοντας μέχρι και 100% τις προβλέψεις. Την ίδια εποχή μπήκε στην αγορά

σειρά νέων προϊόντων με τις μασκότ, σε όλες τις πόζες των αθλημάτων και με ευρύ φάσμα τιμών όπου αύξησε ακόμα περισσότερο τα έσοδα της «Αθήνας 2004».

Επιτυχές κρίνεται και το πρόγραμμα διάθεσης των ολυμπιακών νομισμάτων της Αθήνας 2004 και η οργανωτική επιτροπή θα αποκομίσει έσοδα ύψους 16,14 εκατομμύρια ευρώ.

Τα ολυμπιακά προϊόντα έχουν ήδη ταξιδέψει στην Κύπρο όπου διατίθενται γνωρίζοντας μεγάλη ανταπόκριση καθώς και στην αμερικάνικη αγορά όπου τα έσοδα θα ξεπεράσουν τα 5 εκατομμύρια δολάρια.

Ρεκόρ στις πωλήσεις σημειώνουν επίσης και οι σειρές ολυμπιακών συλλεκτικών προϊόντων που εκδίδουν οι εταιρείες όπως: καρφίτσες πέτου (pin), νομίσματα, ευχετήριες κάρτες, κάρτες ανανέωσης χρόνου cosmote, τηλεκάρτες, γραμματόσημα και άλλα.

Στους παρακάτω πίνακες παρουσιάζονται οι προβλεπόμενες πωλήσεις λιανικής σε εκατομμύρια ευρώ και τα προβλεπόμενα έσοδα της Αθήνα 2004 για όλους τους αναδόχους κατά κατηγορίες προϊόντων:

ΚΑΤΗΓΟΡΙΕΣ ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ	ΑΝΑΔΟΧΟΙ	ΤΗΛ	ΠΡΟΒΛΕ- ΠΟΜΕΝΕΣ ΠΩΛΗΣΕΙΣ ΛΙΑΝΙΚΗΣ (εκ.ευρώ)	ΠΡΟΒΛΕ- ΠΟΜΕΝΑ ΕΣΟΔΑ ΤΗΣ ΑΘΗΝΑ 2004 (εκ.ευρώ)
ΚΟΣΜΗΜΑΤΑ	ΚΟΙΝΟΠΡΑΞΙΑ: ΚΑΕ, ΝΙΚΟΣ ΚΩΝΣΤΑΝΤΟΠΟΥΛΟΣ- ΒΥΖΑΝΤΙΝΗ ΤΕΧΝΗ ΑΒΕΕ, ΕΥΣΗΜΟΝ ΑΕ	010/8939400 010/7254290 010/7254290	52,82	5,28
ΑΡΩΜΑΤΑ	ΓΡ. ΣΑΡΑΝΤΗΣ ΑΕΒΕΕ	010/6197101, 010/6173000, 010/6173500 (www.sarantis.gr/index_ gr.html)	8,80	0,88
ΚΛΕΙΔΩΘΗΚΕΣ & ΔΙΑΚΟΣΜΗΤΙΚΑ ΜΕ ΜΑΓΝΗΤΕΣ	ΚΟΙΝΟΠΡΑΞΙΑ: ΚΑΕ, ΝΙΚΟΣ ΚΩΝΣΤΑΝΤΟΠΟΥΛΟΣ- ΒΥΖΑΝΤΙΝΗ ΤΕΧΝΗ ΑΒΕΕ, ΕΥΣΗΜΟΝ ΑΕ	010/8939400 010/7254290 010/7254290	9,39	0,94
ΑΘΑΝΤΙΚΑ ΕΙΔΗ ΘΑΛΑΣΣΗΣ	Σ.Ν.ΑΡΓΥΡΟΣ	010/9612456	8,80	0,88
ΟΜΠΡΕΛΕΣ	ΧΑΝΟΣ ΑΒΕΕ	010/3240607 010/9586773	1,76	0,18
ΓΥΑΛΙΑ ΗΛΙΟΥ	ΚΑΤΣΙΩΡΑΣ ΠΟΛΥΜΕΡΟΣ	0310/553904	5,87	0,59
ΕΙΔΗ ΠΟΡΣΕΛΑΝΗΣ - ΚΕΡΑΜΙΚΑ	ΚΟΙΝΟΠΡΑΞΙΑ: ΚΑΕ, ΝΙΚΟΣ ΚΩΝΣΤΑΝΤΟΠΟΥΛΟΣ- ΒΥΖΑΝΤΙΝΗ ΤΕΧΝΗ ΑΒΕΕ, ΕΥΣΗΜΟΝ ΑΕ	010/8939400 010/7254290 010/7254290	27,58	2,75
ΕΙΔΗ ΣΠΙΤΙΟΥ ΑΠΟ ΓΥΑΛΙ	ΚΟΙΝΟΠΡΑΞΙΑ: ΚΑΕ, ΝΙΚΟΣ ΚΩΝΣΤΑΝΤΟΠΟΥΛΟΣ- ΒΥΖΑΝΤΙΝΗ ΤΕΧΝΗ ΑΒΕΕ, ΕΥΣΗΜΟΝ ΑΕ	010/8939400 010/7254290 010/7254290	9,97	0,99
ΣΑΚΙΔΙΑ - ΕΙΔΗ ΤΑΞΙΔΙΟΥ & ΧΑΡΤΟΣΧΟΛΙΚΑ ΕΙΔΗ	ΜΩΡΙΣ ΓΚΑΤΕΝΙΟ ΑΕΒΕ	010/3471045, 010/3428251 (www.gattegno.gr)	10,27	1,02
ΚΟΡΝΙΖΕΣ & ΦΩΤΟΓΡΑΦΙΚΑ ΑΛΜΠΟΥΜ	Τ. ΓΙΟΒΑΣ- ΜΕΛΕΤΟΠΟΥΛΟΣ ΑΕ	010/4832684-5, 010/4820038, 010/4833942	2,64	0,26
ΔΕΡΜΑΤΙΝΑ ΕΙΔΗ	ΚΟΙΝΟΠΡΑΞΙΑ: ΚΑΕ, ΝΙΚΟΣ ΚΩΝΣΤΑΝΤΟΠΟΥΛΟΣ- ΒΥΖΑΝΤΙΝΗ ΤΕΧΝΗ ΑΒΕΕ, ΕΥΣΗΜΟΝ ΑΕ	010/8939400 010/7254290 010/7254290	4,69	0,47
ΠΑΙΧΝΙΔΙΑ ΕΞΩΤΕΡΙΚΟΥ ΧΩΡΟΥ	Ι. ΠΑΠΑΔΟΠΟΥΛΟΣ & ΣΙΑ ΟΕ	010/5747481, 010/5771692, 010/7568128	3,11	0,31
ΑΦΙΣΕΣ & ΕΥΧΕΤΗΡΙΕΣ ΚΑΡΤΕΣ	Μ.ΤΟΥΜΠΗΣ ΑΕ,	010/6029974, 010/9923874 (www.toubis.gr)	8,80	0,88

	ΤΕΧΝΗ ΑΕ	010/6029974, 010/9767976		
ΠΙΤΖΑΜΕΣ & ΕΣΩΡΟΥΧΑ	ΑΓΕΛΙΝΑ Α.ΠΑΠΑΚΩΝΣΤΑΝΤΙΝΟΥ ΑΕ	0310/464840-3	14,03	1,41
ΚΑΡΦΙΤΣΕΣ ΠΕΤΟΥ	ΚΟΙΝΟΠΡΑΞΙΑ: ΚΑΕ, ΝΙΚΟΣ ΚΩΝΣΤΑΝΤΟΠΟΥΛΟΣ-ΒΥΖΑΝΤΙΝΗ ΤΕΧΝΗ ΑΒΕΕ, ΕΥΣΗΜΟΝ ΑΕ	010/8939400 010/7254290 010/7254290	123,67	12,38
ΠΑΙΧΝΙΔΙΑ	JUMBO ΑΕΕ	010/4805200, 010/6248200	9,97	0,99
ΕΚΔΟΣΕΙΣ	ΚΟΙΝΟΠΡΑΞΙΑ: ΔΗΜΟΣΙΟΓΡΑΦΙΚΟΣ ΟΡΓΑΝΙΣΜΟΣ ΛΑΜΠΡΑΚΗ ΑΕ, ΕΛΛΗΝΙΚΑ ΓΡΑΜΜΑΤΑ Α.Ε, LIBERIS ATHENS ΑΕ, ΙΜΑΚΟ ΜΕΔΙΑ ΝΕΤ ΓΡΟΥΠ ΣΑ	010/3307018 010/3686452 (www.dol.gr) 010/3302033 (www.ellinikagrammata.gr) 010/6796807 (www.liberis.gr)	37,85	7,57
ΚΑΛΤΣΕΣ	VERTICAL ΑΒΕΕ	010/6108991	7,35	0,73
ΛΕΥΚΑ ΕΙΔΗ ΣΠΙΤΙΟΥ	ΑΦΟΙ ΑΚΡΙΔΑ ΑΕ	010/2829202, 010/2829224	1,46	0,15
ΠΑΠΟΥΤΣΙΑ	ΑΦΟΙ ΧΑΤΖΗΠΡΟΔΡΟΜΟΥ ΑΕ	031/682222	13,00	1,29
ΚΑΠΕΛΑ	"HIGH-Q" ΚΟΙΝΟΠΡΑΞΙΑ- ΚΕΝΤΑΠΟΤΣΙΔΗ ΑΕ, ΑΦΟΙ ΚΟΤΖΑΚΙΟΥΛΑΦΗ ΑΕ, και ΣΑΓΡΗ ΚΩΝΣΤΑΝΤΙΝΟΥ	010/8645595, 010/8645388, 010/8642566	101,51	10,15
ΜΩΡΟΥΔΙΑΚΗ & ΠΑΪΔΙΚΗ ΕΝΔΥΣΗ	"HIGH-Q" ΚΟΙΝΟΠΡΑΞΙΑ: ΚΕΝΤΑΠΟΤΣΙΔΗ ΑΕ, ΑΦΟΙ ΚΟΤΖΑΚΙΟΥΛΑΦΗ ΑΕ, και ΣΑΓΡΗ ΚΩΝΣΤΑΝΤΙΝΟΥ	010/8645595, 010/8645388, 010/8642566	26,38	2,61
ΑΘΛΗΤΙΚΗ ΕΝΔΥΣΗ	"HIGH-Q" ΚΟΙΝΟΠΡΑΞΙΑ: ΚΕΝΤΑΠΟΤΣΙΔΗ ΑΕ, ΑΦΟΙ ΚΟΤΖΑΚΙΟΥΛΑΦΗ ΑΕ, και ΣΑΓΡΗ ΚΩΝΣΤΑΝΤΙΝΟΥ	010/8645595, 010/8645388, 010/8642566	147,29	14,73
ΠΟΛΙΤΙΚΗ ΕΝΔΥΣΗ	"HIGH-Q" ΚΟΙΝΟΠΡΑΞΙΑ: ΚΕΝΤΑΠΟΤΣΙΔΗ ΑΕ, ΑΦΟΙ ΚΟΤΖΑΚΙΟΥΛΑΦΗ ΑΕ, και ΣΑΓΡΗ ΚΩΝΣΤΑΝΤΙΝΟΥ	010/8645595, 010/8645388, 010/8642566	27,58	2,76
ΠΟΛΟ	"HIGH-Q" ΚΟΙΝΟΠΡΑΞΙΑ:	010/8645595, 010/8645388,	34,63	3,46

	ΚΕΝΤΑΠΟΤΣΙΔΗ ΑΕ, ΑΦΟΙ ΚΟΤΖΑΚΙΟΥΛΑΦΗ ΑΕ, και ΣΑΓΡΗ ΚΩΝΣΤΑΝΤΙΝΟΥ			
ΠΕΤΣΕΤΕΣ & ΜΠΟΥΡΝΟΥΖΙΑ	ADIDAS HELLAS S.A	010/6771700-10- 20-30 (www.adidas.com)	26,41	2,64
ΠΑΖΛ & ΕΠΙΤΡΑΠΕΖΙΑ ΠΑΙΧΝΙΔΙΑ	AS COMPANY AE	010/2723360-70 (www.ascompany.gr)	3,52	0,36
ΑΞΕΣΟΥΑΡ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΟΥ ΥΠΟΛΟΓΙΣΤΗ	ΠΛΑΙΣΙΟ COMPUTERS ΑΕΒΕ	010/2892000, 010/2892170 010/2847430-5 (www.plaisio.gr)	2,35	0,23

Εύσημον Συλλογές: υψηλές προσδοκίες από τα Ολυμπιακά rips

Διεθνής συνάντηση συλλεκτικών Ολυμπιακών προϊόντων

Υψηλές πωλήσεις των Ολυμπιακών προϊόντων

Νέα Ολυμπιακά προϊόντα

Παρατηρούμε λοιπόν ότι οι αναμενόμενες πωλήσεις λιανικής από τους αδειούχους υπολογίζονται στα 731,5 εκατομμύρια ευρώ, ενώ τα έσοδα της Αθήνα 2004 αναμένεται να φθάσουν συνολικά τα 76,89 εκατομμύρια ευρώ, ποσό το οποίο υπερβαίνει κατά 102% τις αρχικές προβλέψεις. Ένα μέρος των εσόδων από τις πωλήσεις των ολυμπιακών προϊόντων θα χρησιμοποιηθούν για τη χρηματοδότηση των Αγώνων και της Ελληνικής Ολυμπιακής Ομάδας προκειμένου να οδηγηθούμε στη διεξαγωγή επιτυχημένων ολυμπιακών Αγώνων, η οποία για να πραγματοποιηθεί απαιτεί ένα σημαντικό χρηματικό ποσό.

Οι διοργανωτές πρέπει να εισπράξουν χρήματα για τα λειτουργικά έξοδα, την κατασκευή εγκαταστάσεων και τις βελτιώσεις εγκαταστάσεων. Η κατασκευή του ολυμπιακού σταδίου του Σίδνευ, μια από τις εγκαταστάσεις που κατασκευάστηκαν για τους αγώνες, κόστισε 139 δισεκατομμύρια δρχ. Τα έργα βελτίωσης των έργων υποδομής επίσης έχουν υψηλό κόστος. Η νέα Νότια Ουαλία, παραδείγματος χάρη ξόδεψε 17 δισεκατομμύρια δρχ για να επεκτείνει τις γραμμές των μεταφορικών μέσων για τους ολυμπιακούς αγώνες του Σίδνευ του 2000.

Στηριζόμενοι σε όλα τα παραπάνω, συμπεραίνουμε ότι τα έσοδα από τις πωλήσεις των προϊόντων είναι μια σημαντική πηγή χρηματοδότησης για την επιτυχή οργάνωση των ολυμπιακών αγώνων «Αθήνα 2004» η οποία με τη σειρά της θα αυξήσει το γόητρο της πόλης στη διεθνή κοινότητα, θα την προβάλλει σε όλο τον κόσμο και θα αυξήσει και το διεθνές εμπόριό της.

Οι εταιρείες που θα συνδεθούν με τους ολυμπιακούς αγώνες θα αυξήσουν κι αυτές τις πωλήσεις τους αφού ορισμένα από τα προϊόντα τους θα τα συνδέσουν με τα ολυμπιακά σήματα και σύμβολα που είναι εύκολα αναγνωρίσιμα τόσο από τους ομογενείς όσο και από τους Έλληνες. Λόγω της συνεργασίας τους με τους ολυμπιακούς αγώνες θα προβληθούν και θα κερδίσουν περισσότερο σεβασμό αφού μιλάμε για ευγενή σκοπό. Θα διαφημιστούν σε ολόκληρο τον κόσμο και η απήχηση θα είναι τέτοια όπου θα τις αναγκάσει να αυξήσουν την παραγωγή τους και μετά τους ολυμπιακούς αγώνες για τα κανονικά τους προϊόντα. Επειδή θα αναγνωριστούν τόσο πολύ από το ευρύ καταναλωτικό κοινό θα αυξηθούν τα έσοδά τους ακόμη περισσότερο. Θα ισχυροποιηθούν και θα αναπτυχθούν τόσο στο εσωτερικό όσο και στο εξωτερικό εμπόριο. Αυτό θα έχει ως αποτέλεσμα η οικονομία της χώρας μας να έχει μακροπρόθεσμα οικονομικά οφέλη και να παρουσιάσει ανοδική πορεία.

Επιπλέον τα έσοδα από τις πωλήσεις των ολυμπιακών προϊόντων θα είναι τόσο υψηλά ώστε να βοηθήσουν στην επιτυχή διοργάνωση των ολυμπιακών αγώνων και να δημιουργηθούν υποδομές που θα κάνουν τη ζωή μας καλύτερη. Η Ελλάδα θα επωφεληθεί από τις αθλητικές και τις μη αθλητικές εγκαταστάσεις που θα γίνουν.

ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

1. ΟΛΥΜΠΙΑΚΟΙ ΑΓΩΝΕΣ (ΑΝΑΦΟΡΕΣ – ΠΡΟΣΕΓΓΙΣΕΙΣ)
ΥΠ.Ε.Π.Θ., ΑΘΗΝΑ 2001.

2. ΟΛΥΜΠΙΑΚΟΙ ΑΓΩΝΕΣ – 28 ΑΙΩΝΕΣ (ΙΣΤΟΡΙΑ – ΑΘΛΗΤΙΣΜΟΣ –
ΠΟΛΙΤΙΣΜΟΣ)
ΕΚΔΟΣΕΙΣ ΛΑΜΠΡΟΠΟΥΛΟΣ, ΑΘΗΝΑ 2000.

3. ΟΛΥΜΠΙΑΚΕΣ ΜΑΤΙΕΣ
ΥΠ.Ε.Π.Θ., ΑΘΗΝΑ 2001.

4. ΕΓΚΥΚΛΟΠΑΙΔΕΙΑ: ΠΑΠΥΡΟΣ ΛΑΡΟΥΣ – ΜΠΡΙΤΑΝΙΚΑ
ΕΚΔΟΤΙΚΟΣ ΟΡΓΑΝΙΣΜΟΣ ΠΑΠΥΡΟΣ, 1996.

5. ΕΓΚΥΚΛΟΠΑΙΔΕΙΑ: ΕΠΙΣΤΗΜΗ ΚΑΙ ΖΩΗ
ΕΚΔΟΤΙΚΕΣ ΚΑΙ ΕΜΠΟΡΙΚΕΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ ΧΑΤΖΗΪΑΚΩΒΟΥ Α.Ε.

6. ΠΕΡΙΟΔΙΚΑ.
 61. ΑΘΗΝΣ. 04.
ΕΛΛΗΝΙΚΟ ΦΩΣ (το μακρύ ταξίδι της Φλόγας)
 62. GO (ΤΑ ΣΤΑΔΙΑ ΤΟΥ ΚΟΣΜΟΥ
«ΕΙΔΙΚΗ ΤΡΙΜΗΝΙΑΙΑ ΕΚΔΟΣΗ ΤΗΣ ΗΕΙΝΕΚΕΝ»

INTERNET

WWW.PRESSPOINT.GR

WWW.BUSINESS 2005.GR

