



Ιόνιο Πανεπιστήμιο

Σχολή Ιστορίας και Μετάφρασης-Διερμηνείας

Τμήμα Ξένων Γλωσσών, Μετάφρασης και Διερμηνείας

ΠΜΣ “Επιστήμη της Μετάφρασης”

ΈΚΘΕΣΗ ΓΙΑ ΤΗΝ ΠΡΑΚΤΙΚΗ ΑΣΚΗΣΗ ΣΤΗΝ ΕΤΑΙΡΙΑ LEXICON

ΜΕΤΑΠΤΥΧΙΑΚΗ ΔΙΠΛΩΜΑΤΙΚΗ ΕΡΓΑΣΙΑ

της φοιτήτριας

Ερμιόνη Αρβανιτάκη

Αριθμός Μητρώου:Ξ2019302

Τριμελής Εξεταστική Επιτροπή: Βιλελμίνη Σωσώνη, Σωτήριος Λίβας, Μαρία Τσίγκου

Επιβλέπουσα Καθηγήτρια: Βιλελμίνη Σωσώνη

Μέλη: Σωτήριος Λίβας, Μαρία Τσίγκου

Ευχαριστίες

Με την ολοκλήρωση της μεταπτυχιακής διπλωματικής μου εργασίας θα ήθελα να εκφράσω τις θερμές μου ευχαριστίες σε όλους όσους συνέβαλλαν στην εκπόνησή της.

Αρχικά θα ήθελα να ευχαριστήσω θερμά την επιβλέπουσα καθηγήτριά μου, κα. Βιλελμίνη Σωσώνη για την πολύτιμη καθοδήγησή της, την εμπιστοσύνη και την εκτίμηση που μου έδειξε.

Τις ευχαριστίες μου εκφράζω ακόμη, στους καθηγητές κ. Σωτήριο Λίβα και κα. Μαρία Τσίγκου που δέχτηκαν να είναι μέλη της τριμελούς επιτροπής αξιολόγησης της μεταπτυχιακής μου εργασίας.

Τέλος, θα ήθελα να εκφράσω την ευγνωμοσύνη μου στην οικογένειά μου για όλη τη στήριξη, τη συμπαράσταση και την κατανόησή τους καθ' όλη τη διάρκεια των σπουδών μου.

Περίληψη

Η παρούσα διπλωματική εργασία με τίτλο «Έκθεση για την πρακτική άσκηση στην εταιρία Lexicon» πραγματοποιήθηκε στα πλαίσια του Προγράμματος Μεταπτυχιακών Σπουδών «Επιστήμη της Μετάφρασης» του Ιονίου Πανεπιστημίου με στόχο την καταγραφή της δίμηνης εμπειρίας μου ως ασκούμενη στη μεταφραστική εταιρία Lexicon. Πιο συγκεκριμένα, στα πλαίσια της παρούσας εργασίας περιγράφεται ο επιβλέπων φορέας και ο τρόπος λειτουργίας του ενώ γίνεται αναφορά στη συμμετοχή μου ως ασκούμενη στην παραγωγική διαδικασία. Στη συνέχεια, παρατίθενται οι προκλήσεις και οι δυσκολίες που αντιμετώπισα κατά την άσκηση των καθηκόντων μου στα πλαίσια της μεταφραστικής διαδικασίας ενώ ακολουθούν η κριτική αποτίμηση του θεσμού της προσφερόμενης στα πλαίσια του μεταπτυχιακού προγράμματος πρακτικής άσκησης καθώς και οι προτάσεις μου τόσο για αυτή όσο και για τον φορέα. Τέλος, η εργασία ολοκληρώνεται με το παράρτημα το οποίο περιλαμβάνει το Portfolio με τα πρωτότυπα κείμενα που μεταφράστηκαν καθώς και τα μεταφράσματα αυτών.

Λέξεις κλειδιά: πρακτική άσκηση, φορέας, προκλήσεις, πρωτότυπο κείμενο, μετάφρασμα

Abstract

This thesis entitled “Report for the traineeship in the translation company Lexicon” was held under the Postgraduate Studies Programme “Master of Arts in the Science of Translation” of the Ionian University, aiming to recording my two-months experience as an intern in the translation company Lexicon. More specifically, under this thesis are described the supervising body and it’s method of operation while reference is made to my participation in the production process as an intern. Furthermore, are listed the challenges and difficulties that I encountered in the course of my duties during the translation process while it follows the critical evaluation of the institution of the internship offered under the postgraduate program, as well as my proposals for it and for the body. Finally, the thesis is completed with the annex which includes the Portfolio with the original texts translated as well as their translations.

Key words: traineeship, body, challenges, original text, translation

Περιεχόμενα

1. Εισαγωγή	1
2. Περιγραφή φορέα	2
3. Συμμετοχή στην παραγωγική διαδικασία.....	5
4. Μεταφραστικές δυσκολίες και Προκλήσεις	8
4.1. Γλωσσικά προβλήματα.....	14
4.2. Προβλήματα που συνδέονται με το κείμενο αφετηρίας.....	15
4.3. Υφολογικά προβλήματα	15
5. Κριτική αποτίμηση της πρακτικής άσκησης.....	16
6. Επίλογος	21
7. Βιβλιογραφικές αναφορές	22
8. Παράρτημα.....	23

1. Εισαγωγή

Αντικείμενο της παρούσας διπλωματικής εργασίας με τίτλο «Έκθεση για την πρακτική άσκηση στην εταιρία Lexicon» είναι η καταγραφή της δίμηνης εμπειρίας μου ως ασκούμενη στη μεταφραστική εταιρία Lexicon. Την ολοκλήρωση των δύο πρώτων εξαμήνων του μεταπτυχιακού προγράμματος «Επιστήμη της Μετάφρασης» του Ιονίου Πανεπιστημίου ακολουθεί η υποχρεωτική εκπόνηση Μεταπτυχιακής Διπλωματικής Εργασίας, η οποία συνίσταται είτε στη διενέργεια μετάφρασης κειμένων ή ερευνητικής εργασίας είτε στην πραγματοποίηση πρακτικής άσκησης και στην μετάφραση κειμένων στα πλαίσια αυτής. Λόγω έλλειψης ουσιαστικής εμπειρίας στον τομέα της μετάφρασης θεώρησα πως η πρακτική άσκηση σε έναν εγκεκριμένο και με πολυετή εμπειρία φορέα, όπως η εταιρία Lexicon, θα μου προσέφερε τη δυνατότητα εξάσκησης του επαγγέλματος πριν την είσοδό μου στην αγορά εργασίας σε πραγματικούς χρόνους και συνθήκες ενώ θα είχα τη δυνατότητα να εφαρμόσω τις γνώσεις που ήδη κατείχα, και να διευρύνω τις επικοινωνιακές και οργανωτικές μου δεξιότητες. Στην παρούσα εργασία καταγράφεται η εμπειρία μου στην ανωτέρω αναφερόμενη εταιρία. Πιο συγκεκριμένα, στα πλαίσια αυτής γίνεται η περιγραφή του επιβλέποντος φορέα, της υλικοτεχνικής υποδομής του, της εταιρικής δομής, της εξειδίκευσης, των πελατών του, της ροής εργασίας και των εργαλείων υποβοήθησης της μετάφρασης που χρησιμοποιούν οι υπάλληλοι του. Επιπρόσθετα, γίνεται αναφορά στη συμβολή μου ως ασκούμενη στην παραγωγική διαδικασία και ειδικότερα περιγράφεται αναλυτικά ο ρόλος μου, τα καθήκοντά μου, η επίβλεψη από τον φορέα και γενικότερα η συνεργασία μου με τους εργαζομένους σε αυτόν. Στη συνέχεια, παρατίθενται οι προκλήσεις και οι δυσκολίες, τόσο μεταφραστικής όσο και γενικότερης φύσεως που αφορούν το επάγγελμα του μεταφραστή, τις οποίες αντιμετώπισα κατά τη μεταφραστική διαδικασία στα πλαίσια της πρακτικής μου άσκησης ενώ ακολουθεί η κριτική αποτίμηση αυτής, προτάσεις για τον φορέα καθώς και προτάσεις για τον θεσμό της προσφερόμενης στα πλαίσια του μεταπτυχιακού προγράμματος άσκησης. Τέλος, η εργασία ολοκληρώνεται με το παράρτημα το οποίο περιλαμβάνει το Portfolio με τα πρωτότυπα κείμενα που μεταφράστηκαν κατά την πρακτική άσκηση καθώς και τα μεταφράσματα αυτών. Μέσω της παρούσας εργασίας αναδεικνύονται οι κύριοι σκοποί της πρακτικής άσκησης: ο εκπαιδευτικός και ο συμβουλευτικός καθώς και η χρησιμότητά της.

2. Περιγραφή φορέα

Η εταιρία Lexicon είναι μια εταιρία που εξειδικεύεται στις μεταφράσεις νομικών, οικονομικών και τεχνικών κειμένων. Κύρια δραστηριότητά της είναι η μετάφραση του γραπτού λόγου των πελατών της και η προσαρμογή της έντυπης επικοινωνίας τους με τους εταίρους, τους συνεργάτες και τους πελάτες τους, στους τομείς της νομικής, οικονομικής και τεχνικής μετάφρασης. Δευτερεύουσα δραστηριότητά της είναι η γλωσσική προσαρμογή του ψηφιακού περιεχομένου των πελατών της στις απαιτήσεις της παγκοσμιοποιημένης οικονομίας. Μερικές από τις γλώσσες εργασίας της εταιρίας είναι οι εξής: Αγγλικά, Γερμανικά, Γαλλικά, Αλβανικά, Αραβικά, Δανικά, Ισπανικά, Ιταλικά, Κινεζικά, Νορβηγικά, Σουηδικά, Τουρκικά, Φιλανδικά κ.ά.. Για τις επίσημες, επικυρωμένες μεταφράσεις των πελατών της η Lexicon απευθύνεται σε δικηγόρους, μέλη δικηγορικών συλλόγων ενώ οι επικυρωμένες μεταφράσεις της είναι σύμφωνες με την ελληνική νομοθεσία και έχουν την ίδια ισχύ με τις υπόλοιπες Αρχές.

Μεταξύ των πελατών της συγκαταλέγονται οι γνωστότερες πολυεθνικές επιχειρήσεις, δικηγορικές και φαρμακευτικές εταιρίες, ξενοδοχειακοί όμιλοι, χρηματοοικονομικά και τραπεζικά ιδρύματα καθώς και διεθνείς οργανισμοί και θεσμικά όργανα. Αξίζει να αναφερθεί πως η Lexicon κατά τα τελευταία έτη έχει μεταφράσει περισσότερες από 100.000 σελίδες για τα θεσμικά και για τα άλλα όργανα της Ευρωπαϊκής Ένωσης όπως είναι το Ευρωπαϊκό Κοινοβούλιο, η Ευρωπαϊκή Επιτροπή, το Ελεγκτικό Συνέδριο και η Ευρωπαϊκή Τράπεζα Επενδύσεων. Το προσωπικό και οι μεταφραστές της Lexicon δεσμεύονται από συμβάσεις εμπιστευτικότητας προκειμένου να μην κοινοποιούν και να μην αποκαλύπτουν πληροφορίες που αφορούν τους πελάτες της, ενώ όπου κριθεί απαραίτητο η εταιρία δέχεται να δεσμευτεί από αυστηρότερες συμβάσεις εμπιστευτικότητας και εχεμύθειας που καταρτίζονται από τα νομικά τμήματα των πελατών της. Σχετικά με τις πιστοποιήσεις ποιότητάς των μεταφράσεων που προσφέρει, η εταιρία διαθέτει ISO 9001:2015 και ISO 17100 καθώς και συστήματα διαχείρισης για τη διαρκή αξιολόγηση της ποιότητας της εργασίας των μεταφραστών της και τη συμμόρφωσή της με τα ποιοτικά κριτήρια που έχει θεσπίσει.

Όσον αφορά τους συνεργάτες της, η Lexicon συνεργάζεται με διπλωματούχους μεταφραστές και αναθεωρητές που εργάζονται προς τη μητρική τους γλώσσα, στους γνωστικούς και γλωσσικούς τομείς ειδίκευσής τους. Τόσο οι in house όσο και οι freelance μεταφραστές που συνεργάζονται με την εταιρία επιλέγονται βάσει των επιστημονικών και γλωσσικών τους προσόντων και της μεταφραστικής τους πείρας. Κάθε παραδοτέο μεταφραστικό τους έργο αξιολογείται και επιστρέφεται στους ίδιους ελεγμένο, ενώ το σύνολο της βαθμολογίας που λαμβάνει κάθε μεταφραστής καταχωρίζεται στην ηλεκτρονική βάση προτίμησης συνεργατών. Επιπρόσθετα, η Lexicon συνεργάζεται με μεγάλες, ποιοτικά πιστοποιημένες μεταφραστικές εταιρίες σε όλο τον κόσμο και επιχειρήσεις παροχής εξειδικευμένων γλωσσικών υπηρεσιών που συμπληρώνουν την τεχνογνωσία της σε τομείς όπως η μεταγλώττιση, ο υποτιτλισμός, η προσαρμογή λογισμικού, η παρουσία στο Διαδίκτυο και ο γραφικός σχεδιασμός εγχειριδίων ακόμη και σε γλωσσικούς συνδυασμούς που δεν καλύπτονται από εσωτερικούς μεταφραστικούς πόρους.

Η εταιρία διαθέτει εγκαταστάσεις 500 τ.μ. και λειτουργεί σε περιβάλλον ασύρματου δικτύου, αξιοποιώντας πλήρως την τεχνολογική καινοτομία σε επίπεδο λογισμικού επεξεργασίας κειμένου, παρουσίασης, λογιστικών φύλλων, γραφικού σχεδιασμού DTP και μεταφραστικών εργαλείων. Διαθέτει απόλυτα προσαρμοσμένα και πλήρως εξελεγμένα συστήματα παρακολούθησης εργασιών και συνδέεται ηλεκτρονικά με το σύνολο των μεταφραστών της. Διαθέτει ενδοεπιχειρησιακά ηλεκτρονικά λεξικά ορολογίας για την ανεύρεση, τη χρήση και την επαλήθευση εξειδικευμένης ορολογίας, ειδικό λογισμικό αλγοριθμικής ταύτισης ήδη μεταφρασμένων όρων και φράσεων TRADOS σε περιβάλλον υποβοηθούμενης από υπολογιστή μετάφρασης. Ακόμη, στη Lexicon βρίσκεται η μεγαλύτερη εταιρική μεταφραστική βιβλιοθήκη στην Ελλάδα, η οποία αποτελείται από 600 εξειδικευμένα λεξικά, έντυπα ορολογίας και περιοδικά του κλάδου για την ενημέρωση και καλύτερη προετοιμασία των μεταφραστών της καθώς και εκατοντάδες γλωσσάρια σε κάθε γνωστικό πεδίο.

Το πρόγραμμα SDL Trados είναι ένα ειδικό μεταφραστικό λογισμικό αλγοριθμικής ταύτισης ήδη μεταφρασμένων όρων και φράσεων, το οποίο επιτρέπει την εξαγωγή και επαναχρησιμοποίηση ήδη μεταφρασμένων όρων και φράσεων με ταχύτητα και συνέπεια και αποτελεί το βασικό μεταφραστικό εργαλείο που χρησιμοποιεί η Lexicon. Η ειδική βάση ορολογίας της περιέχει πληθώρα από ζεύγη

πλήρως ελεγχμένης μετάφρασης και επιτρέπει την ανάκτηση της εταιρικής ορολογίας κάθε πελάτη της.

Αναφορικά με την εσωτερική οργάνωση και λειτουργία της εταιρίας, αυτή διαθέτει εταιρικό λογισμικό παρακολούθησης μεταφραστικών έργων, πελατών και προμηθευτών, διαμορφωμένο από την εταιρία Learning Plan σε περιβάλλον 4Dimension. Το λογισμικό αυτό παρέχει τη δυνατότητα δυναμικής αξιολόγησης εσωτερικών και εξωτερικών μεταφραστικών πόρων για τον just-in-time έλεγχο διαθεσιμότητάς τους και τη βέλτιστη κατανομή φόρτου. Με το μέσο αυτό εξασφαλίζεται η απaráμιλλη δυνατότητα παρακολούθησης των παραδοτέων εργασιών.

3. Συμμετοχή στην παραγωγική διαδικασία

Αντικείμενο της πρακτικής μου άσκησης στη μεταφραστική εταιρία Lexicon υπήρξε η μετάφραση και η επιμέλεια κειμένων, η εκπαίδευση στη χρήση του μεταφραστικού λογισμικού SDL Trados Studio 2019 και η μεταεπιμέλεια μηχανικά μεταφρασμένων κειμένων.

Πιο συγκεκριμένα, κατά τις δύο πρώτες εβδομάδες κλήθηκα να μεταφράσω έναν αριθμό κειμένων τόσο από τα αγγλικά προς τα ελληνικά και αντιστρόφως όσο και από τα γερμανικά προς τα ελληνικά. Επρόκειτο κυρίως για κείμενα νομικά, ιατρικά, οικονομικά και κείμενα marketing καθώς και για κείμενα γενικής φύσης. Σκοπός των πρώτων αυτών μεταφράσεων ήταν η εξαγωγή συμπερασμάτων για την ποιότητα των μεταφρασμάτων μου από τους μεταφραστές της εταιρίας που προέβησαν σε έλεγχο και αξιολόγηση του περιεχομένου τους προκειμένου να μου δώσουν τις κατάλληλες οδηγίες και κατευθυντήριες για την εξέλιξή μου. Μετά την ολοκλήρωση των πρώτων μεταφράσεων μου ζητήθηκε να επιμεληθώ μεταφράσεις κειμένων πάσης φύσεως που είχαν πραγματοποιηθεί από τους in house ή τους freelance μεταφραστές της εταιρίας. Οι επιμέλειες περιελάμβαναν κυρίως ελέγχους πληρότητας, ορθογραφικούς ελέγχους, συντακτικούς ελέγχους και ελέγχους αναφορικά με τα σημεία στίξης. Τον πρώτο μήνα της πρακτικής άσκησης ασχολήθηκα κυρίως με την μετάφραση και την επιμέλεια πάσης φύσεως κειμένων ενώ κατά το δεύτερο μήνα βασικό μέλημα της εταιρίας ήταν η εκπαίδευσή μου στη χρήση του μεταφραστικού λογισμικού SDL Trados Studio 2019 από τις υπεύθυνες για αυτό μεταφράστριες και project managers. Η εκπαίδευση αυτή περιελάμβανε:

- την παροχή οδηγιών για την αρχική εγκατάσταση και εκκίνηση του προγράμματος καθώς και την εισαγωγή μεταφραστικών μνημών,

- την περιγραφή του περιβάλλοντος εργασίας π.χ. παράθυρα, γραμμές εργαλείων, ρυθμίσεις,
- την μετάφραση μεμονωμένων αρχείων MS Word, Excel, Power Point, PDF και αποθήκευση της μετάφρασης,
- την εργασία με πακέτα (project packages) που προετοιμάζουν και αποστέλλουν οι Project Manager και περιλαμβάνουν αρχεία, μεταφραστικές μνήμες και βάσεις ορολογίας,
- τη δημιουργία μεταφραστικών μνημών από παλαιότερες μεταφράσεις, από βάσεις ορολογίας ή από δίγλωσσα αρχεία,
- τη δημιουργία νέου project και διαχείριση πολλών αρχείων μαζί,
- τη μετάφραση αρχείων στα οποία έχει εφαρμοστεί η διαδικασία της προμετάφρασης (pre-translate files),
- την προετοιμασία του project για παράδοση, ενημέρωση των μεταφραστικών μνημών και δημιουργία των τελικών παραδοτέων αρχείων,
- τη συγχώνευση πολλών αρχείων σε ένα και τον αυτόματο έλεγχο ποιότητας (QA) στο συγχωνευμένο αρχείο,
- την επιβεβαίωση της συνοχής της ορολογίας μέσω του Term Verification,
- την διαδικασία της επιμέλειας στο SDL Trados Studio, άνοιγμα ενός μεταφρασμένου αρχείου, παρακολούθηση αλλαγών, εισαγωγή σχολίων, τελικός έλεγχος,
- τη συντήρηση και ενημέρωση μεταφραστικής μνήμης (TM),
- την επεξεργασία γλωσσικών πόρων (languages resources) και πεδίων (TM fields) μεταφραστικής μνήμης,
- τις επιλογές αναζήτησης και ποινές (penalties) μεταφραστικής μνήμης,
- τον έλεγχο ποιότητας (QA Checker: Regular expressions).

Επιπρόσθετη αρμοδιότητά μου κατά το δεύτερο μήνα υπήρξε η μεταεπιμέλεια / post - editing μηχανικά μεταφρασμένων κειμένων. Πιο συγκεκριμένα, κατά το στάδιο αυτό μου ανατέθηκε η επιμέλεια μηχανικά μεταφρασμένων κειμένων πάσης φύσεως ώστε να εξοικειωθώ με τη διαδικασία της μετεπεξεργασίας ενός μεταφράσματος σε τέτοιο βαθμό ώστε η ποιότητά του να είναι αντίστοιχη με την ποιότητα της μετάφρασης που γίνεται από ανθρώπους.

Αξίζει να αναφερθεί πως η πρακτική μου άσκηση πραγματοποιήθηκε εν μέσω της πανδημίας του Κορωνοϊού και για το λόγο αυτό προσαρμόστηκε στα νέα

δεδομένα και στα αντίστοιχα μέτρα που έλαβε η επιβλέπουσα εταιρία για την προστασία των εργαζομένων της. Ως συνέπεια αυτού, κάποιες μέρες την εβδομάδα χρειάστηκε να εργαστώ εξ αποστάσεως με τηλεργασία. Για την καλύτερη προσαρμογή μου στην κατάσταση αυτή η εταιρία φρόντισε να εγκαταστήσει το μεταφραστικό λογισμικό SDL Trados Studio 2019 στον προσωπικό μου υπολογιστή έτσι ώστε να ασχολούμαι απρόσκοπτα από το σπίτι με τις μεταφραστικές εργασίες που μου είχαν αναθέσει. Αυτό αποτέλεσε και τη βασική πρόκληση κατά την εξ αποστάσεως εργασία μου καθώς η απειρία μου στη χρήση του εν λόγω λογισμικού μου δημιουργούσε συχνά απορίες που θα μπορούσαν να λυθούν ευκολότερα αν εργαζόμουν δια ζώσης στην εταιρία και μπορούσα ανά πάσα στιγμή να απευθυνθώ στους υπεύθυνους για την παροχή οδηγιών. Παρόλα αυτά, στις περιπτώσεις που μου είχε ανατεθεί η μετάφραση ή η επιμέλεια κειμένων που δεν προϋπέθεταν τη χρήση του Trados η εξ αποστάσεως εργασία δεν αποτέλεσε εμπόδιο για την ολοκλήρωσή τους.

Η εταιρία Lexicon αποτελείται από το Τμήμα των Μεταφραστών, το Τμήμα των Project Manager, το Τμήμα του Λογιστηρίου και τα γραφεία του Προέδρου και της Γραμματέως του. Με εξαίρεση τον πρόεδρο της εταιρίας, η επικοινωνία μου και η συνεργασία μου με τους υπόλοιπους υπαλλήλους της εταιρίας ήταν καθημερινή. Αυτή δεν περιοριζόταν απλώς στην ανάθεση εργασιών μετάφρασης ή επιμέλειας από μέρους τους αλλά ιδιαίτερα σημαντική υπήρξε η παροχή των κατάλληλων οδηγιών και κατευθυντήριων γραμμών για την αντιμετώπιση των προκλήσεων και των δυσκολιών κατά την εκτέλεσή των καθηκόντων μου. Επιπρόσθετα, κυρίως οι in house μεταφραστές της εταιρίας μου επέτρεπαν να απευθύνομαι σε αυτούς ανά πάσα στιγμή θέτοντάς τους ερωτήσεις προκειμένου να ξεπεράσω πάσης φύσεως δυσκολία με την οποία ερχόμουν αντιμέτωπη κατά την μεταφραστική διαδικασία. Ακόμη και η συμβολή των υπάλληλων στο τμήμα του Λογιστηρίου υπήρξε ιδιαίτερος βοηθητική καθώς μέσω της ενημέρωσής τους κατέστησαν σαφές όχι μόνο σε εμένα αλλά και στους υπόλοιπους ασκούμενους της εταιρίας τον τρόπο κοστολόγησης των παρεχόμενων υπηρεσιών υποδεικνύοντάς μας τόσο τιμολόγια παροχής υπηρεσιών όσο και τίτλους κτήσης που είχε στη διάθεσή της η εταιρία διατηρώντας πάντα εχεμύθειά και προστατεύοντας τα προσωπικά δεδομένα των πελατών και των συνεργατών της.

Αναφορικά με την επίβλεψη της εταιρίας Lexicon ως φορέα της πρακτικής μου άσκησης αξίζει να αναφερθεί πως αυτή ήταν συνεχής ενώ η φύση της ήταν

καθαρά εποικοδομητική. Η επίβλεψη και η εποπτεία που δεχόμουν κατά την εκτέλεση των καθηκόντων μου ήταν από τους μεταφραστές και τους project managers της εταιρίας οι οποίοι μου ανέθεταν τις αντίστοιχες εργασίες. Μετά την ολοκλήρωση των εκάστοτε εργασιών αυτές επιστρέφονταν σε αυτούς προκειμένου να προβούν στον έλεγχο και την αξιολόγησή τους και έπειτα παραδίδονταν ξανά σε εμένα συνοδευόμενες κάθε φορά από το ανάλογο feedback. Η συνεργασία αυτής της μορφής υπήρξε το σημαντικότερο κομμάτι της πρακτικής μου άσκησης καθώς μέσω αυτού αποκόμισα γνώσεις τόσο θεωρητικές όσο και τεχνικές ώστε να βελτιώσω και να εξελίξω τις ικανότητές μου στη μετάφραση.

4. Μεταφραστικές δυσκολίες και Προκλήσεις

Κατά το χρονικό διάστημα της πρακτικής μου άσκησης αντιμετώπισα δυσκολίες και προκλήσεις οι οποίες δεν αφορούσαν μόνο τα καθήκοντα που μου ανατέθηκαν από την επιβλέπουσα εταιρία ως μεταφράστρια και επιμελήτρια κειμένων αλλά και την γενικότερη ένταξή και προσαρμογή μου σε ένα νέο επαγγελματικό περιβάλλον.

Πιο συγκεκριμένα, καθώς η πρακτική μου άσκηση πραγματοποιήθηκε σε μια μεταφραστική εταιρία που αποτελείται από αρκετούς in house και freelance συνεργάτες, έπρεπε ως καινούριο μέλος αυτής της ομάδας να δώσω ιδιαίτερη προσοχή στους κώδικες επικοινωνίας, στις συνήθειες και στους κανόνες που τηρούνταν από τους ήδη εργαζομένους σ' αυτή προκειμένου να προσαρμοστώ σε αυτούς και να τους ακολουθώ. Ωστόσο, το χρονικό διάστημα των δύο μηνών δεν ήταν επαρκές για να γνωρίσω καλύτερα τους υπόλοιπους υπαλλήλους, τον τρόπο που αυτοί εργάζονται καθώς και να αντλήσω περισσότερες πληροφορίες για την εταιρία και την λειτουργία της. Το γεγονός πως η πρακτική πραγματοποιήθηκε εν μέσω της πανδημίας του Κορωνοϊού με συνέπεια τόσο οι υπόλοιποι υπάλληλοι της εταιρίας όσο και εγώ να εργαζόμαστε πολλές μέρες εξ αποστάσεως σίγουρα αποτέλεσε τροχοπέδη στην προσπάθειά μου να μάθω λεπτομερείς πληροφορίες για τη δομή και την κουλτούρα της εταιρίας, τις συνήθειες των εργαζομένων και τον τρόπο με τον οποίο επικοινωνούν μεταξύ τους. Για να καλυφθεί αυτό το χάσμα επικοινωνίας

μεταξύ εμού και των υπόλοιπων εργαζομένων σε κάθε επικοινωνία μαζί τους φρόντιζα να τους θέτω τις κατάλληλες ερωτήσεις, να τους ακούω προσεκτικά και να κρατώ σημειώσεις έτσι ώστε να αντλώ περισσότερα στοιχεία για τον τρόπο εργασίας αυτών και τον τρόπο λειτουργίας της εταιρίας. Επιπρόσθετα, έχοντας πληροφορηθεί για τις αρμοδιότητές μου, φρόντιζα να επιδεικνύω ομαδικό πνεύμα, θετική διάθεση και προθυμία να ασχοληθώ τόσο με τις περισσότερες όσο και με τις λιγότερο ελκυστικές εργασίες έτσι ώστε να εξασφαλιστεί η ομαλή συνεργασία με τους υπόλοιπους εργαζομένους, η επίτευξη των επιδιωκόμενων αποτελεσμάτων αλλά και η ενασχόλησή μου με νέα αντικείμενα που είναι πιθανόν να μου φανούν χρήσιμα μελλοντικά. Τέλος, έδωσα ιδιαίτερη προσοχή ώστε να μην μεταφέρω συνήθειες που προέρχονταν από την προηγούμενη εταιρία που εργαζόμουν καθώς αυτές ενδέχεται να μην γίνονταν αποδεκτές από την επιβλέπουσα εταιρία.

Η διαχείριση πολλών και διαφορετικών projects σε μία μέρα και η τήρηση των απαιτούμενων για αυτά προθεσμιών αποτέλεσε μία ακόμη πρόκληση κατά την πρακτική μου άσκηση. Ο όγκος των projects που μου ανατίθονταν από τους μεταφραστές ή τους project managers της εταιρίας δεν ήταν καθημερινά ίδιος. Άλλοτε αρμοδιότητά μου αποτελούσε η μετάφραση μόνο ενός κειμένου μικρής έκτασης ενώ άλλοτε σωρευτικά η μετάφραση περισσότερων κειμένων, η μεταεπιμέλεια μηχανικά μεταφρασμένων κειμένων καθώς και η επεξεργασία κάποιου project στα πλαίσια του SDL Trados Studio 2019. Οι προθεσμίες για την ολοκλήρωση των project αυτών ήταν αρκετά πιεστικές με αποτέλεσμα να μην μου αφήνουν περιθώριο για λάθη ή για κακό χειρισμό του χρόνου που είχα στη διάθεσή μου. Οι τόσο σύντομες προθεσμίες για την ολοκλήρωση των projects ήταν ιδιαιτέρως αγχωτικές κυρίως όταν το αντικείμενο του project δεν ενέπιπτε στους τομείς εξειδίκευσης και εξοικείωσης μου.

Για την καλύτερη διαχείριση του άγχους μου και για την εμπρόθεσμη ολοκλήρωση των ανατεθειμένων σε εμένα projects έθεσα ως βασική προτεραιότητά μου κατά την καθημερινή μου εργασία στην εταιρία την σωστή οργάνωση του ημερήσιου προγράμματός μου. Ως απόρροια αυτού, αμέσως μετά την άφιξή μου στην εταιρία φρόντιζα να ενημερώνομαι για τις αρμοδιότητές μου, τα deadlines των εκάστοτε projects, τη σειρά προτεραιότητάς τους και έπειτα τα σημείωνα στο πρόγραμμά μου για να μην παραλείψω κάποια από αυτά. Ωστόσο, γνωρίζοντας πως η σειρά προτεραιότητας ολοκλήρωσης των projects μπορεί να αλλάξει αναπάντεχα ανά πάσα στιγμή, προνοούσα ώστε να αφήσω κάποια κενά στο πρόγραμμά μου ενώ

παρέμενα σε διαρκή επικοινωνία με τους project managers της εταιρίας προκειμένου να ενημερώνομαι για τυχόν αλλαγές που έπρεπε να συμβούν στο πρόγραμμά μου ώστε να αποφευχθούν πιθανά λάθη διαχείρισης των projects και των προθεσμιών τους.

Τις περισσότερες φορές η οργάνωση αυτή απέδιδε θετικά με αποτέλεσμα την εμπρόθεσμη και χωρίς λάθη ολοκλήρωση των εκάστοτε projects ενώ κάποιες φορές ο όγκος των projects που αναλάμβανε η εταιρία δεν επέτρεπε την απρόσκοπτη τήρηση του καθημερινού προγράμματος που είχα θέσει από την αρχή της μέρας καθώς οι ανάγκες της εταιρίας υπαγόρευαν διαφορετικό ρυθμό ολοκλήρωσης τους και διαφορετική σειρά προτεραιότητας αυτών. Σε κάθε περίπτωση η έγκαιρη και πλήρης ενημέρωσή μου από τους project managers αναφορικά με τη φύση του κάθε project, το deadline του, τις δυσκολίες αυτού και τους τρόπους αντιμετώπισής τους υπήρξε σωτήρια για την εμπρόθεσμη ολοκλήρωση όλων των projects που μου ανατέθηκαν.

Επιπρόσθετη πρόκληση την οποία κλήθηκα να αντιμετωπίσω ήταν η χρήση του μεταφραστικού λογισμικού SDL Trados Studio 2019. Καθώς τόσο οι γνώσεις μου όσο και η εμπειρία μου στη χρήση του συγκεκριμένου λογισμικού ήταν περιορισμένες και ανεπαρκείς η εκπαίδευση και η καθοδήγηση από την επιβλέπουσα εταιρία κρίθηκε επιτακτική. Η εν λόγω εκπαίδευση περιελάμβανε από την παροχή οδηγιών για την αρχική εγκατάσταση και εκκίνηση του προγράμματος, την εισαγωγή μεταφραστικών μνημών και την περιγραφή του περιβάλλοντος εργασίας π.χ. παράθυρα, γραμμές εργαλείων, ρυθμίσεις, έως την εργασία με πακέτα (project packages) που προετοιμάζουν και αποστέλλουν οι Project Managers και περιλαμβάνουν αρχεία, μεταφραστικές μνήμες και βάσεις ορολογίας και τη δημιουργία μεταφραστικών μνημών από παλαιότερες μεταφράσεις, από βάσεις ορολογίας ή από δίγλωσσα αρχεία. Η εξοικείωσή μου με τη χρήση του αποτέλεσε την βασικότερη πρόκληση που αντιμετώπισα κατά την πρακτική μου άσκηση, ιδιαίτερα κατά το διάστημα της εξ αποστάσεως εργασίας μου.

Προκειμένου να ανταπεξέλθω στις δυσκολίες αναφορικά με τη χρήση του SDL Trados Studio 2019 κρατούσα λεπτομερείς σημειώσεις για κάθε βήμα που έπρεπε να ακολουθήσω μέχρι την ολοκλήρωση του εκάστοτε project που μου είχε ανατεθεί, ενώ όταν ο βαθμός δυσκολίας ήταν τέτοιος που δεν μπορούσα να τον αντιμετωπίσω ανατρέχοντας στις σημειώσεις μου, απευθυνόμουν στους αρμόδιους για αυτό εκφράζοντάς τους κάθε απορία και προβληματισμό που είχα.

Όσον αφορά τις μέρες που χρειάστηκε να εργαστώ εξ αποστάσεως με τηλεργασία, εγκατέστησα στο προσωπικό μου laptop με τη βοήθεια της επιβλέπουσας εταιρίας το λογισμικό Trados προκειμένου να εργάζομαι απρόσκοπτα πάνω στα projects που μου είχαν ανατεθεί χωρίς να καθυστερεί η ολοκλήρωσή τους. Η εξ αποστάσεως εργασία αποτέλεσε ένα ακόμη εμπόδιο στην προσπάθειά μου να εξοικειωθώ με το Trados, ωστόσο, οι λεπτομερείς οδηγίες και οι σαφείς διευκρινίσεις που μου παρείχε η εταιρία συνέβαλαν στο να καταστεί όσο το δυνατόν ευκολότερη η χρήση του ακόμη και από τον δικό μου χώρο. Στην περίπτωση που ανέκυπτε κάποιο πρόβλημα το οποίο δεν μπορούσα να αντιμετωπίσω βασιζόμενη στις δικές μου γνώσεις απευθυνόμουν μέσω e-mail στην εταιρία, η οποία με τη σειρά της φρόντιζε μέσω των απαντήσεών της να με διευκολύνει.

Παρόλα αυτά, μέχρι την ολοκλήρωση της πρακτική μου άσκησης και το πέρας των δύο μηνών είχα ασχοληθεί με ικανοποιητικό αριθμό projects στο Trados έτσι ώστε να αποκτήσω την καλύτερη δυνατή εξοικείωση σε αυτό.

Όσον αφορά τις μεταφραστικές προκλήσεις που αντιμετώπισα κατά την πραγματοποίηση της πρακτικής μου άσκησης αυτές είναι κυρίως απόρροια των διαφορετικών ειδών κειμένων που κλήθηκα είτε να μεταφράσω είτε να επεξεργαστώ. Πιο συγκεκριμένα, το περιεχόμενο των κειμένων που αποτέλεσαν αντικείμενο της πρακτικής μου άσκησης είναι ειδικό, νομικό, οικονομικό και ιατρικό καθώς τα περισσότερα εξ αυτών είναι κείμενα σύγκλησης γενικής συνελεύσεως, συμβάσεις, κανονισμοί, τιμολόγια, κείμενα με αντικείμενο marketing και άρθρα ποικίλης θεματολογίας. Τα τόσα διαφορετικά είδη κειμένων συνεπάγονται διαφορές στην ορολογία, στη σύνταξη, στο ύφος καθώς και στα πραγματολογικά και γλωσσολογικά προβλήματα.

Ειδικότερα, για την ανάλυση της γλώσσας των κειμένων αυτών ανατρέχουμε στους Βαλεοντή και Κριμπά (Βαλεοντής & Κριμπάς 2014: 17), σύμφωνα με τους οποίους η έννοια της ειδικής γλώσσας (ή εξειδικευμένης γλώσσας ή γλώσσας για ειδικούς σκοπούς) ως αντιδιατελλόμενης προς τη γενική γλώσσα (ή κοινή γλώσσα ή τρέχουσα γλώσσα) συνδέεται ουσιαστικά με τη «διχοτόμηση» της γνώσης σε δύο διαφορετικούς τύπους: τη γενική γνώση ή κοινή γνώση, αφενός, και την ειδική γνώση ή εξειδικευμένη γνώση, αφετέρου. Ο όρος ΓΕΣ (ή ειδική γλώσσα ή εξειδικευμένη γλώσσα καταδηλώνει ένα γλωσσικό κώδικα ή υφολογική ποικιλία που χρησιμοποιείται σε ένα θεματικό πεδίο και χαρακτηρίζεται από τη χρήση ειδίων

γλωσσικών μέσων έκφρασης. Δεν νοείται ΓΕΣ χωρίς συγκεκριμένο (= ορισμένο, ιδιαίτερο) θεματικό πεδίο. Αναλυτικότερα, η ΓΕΣ συνιστά ένα υποσύνολο της ΓΤ το οποίο είναι εμπλουτισμένο με ένα σύνολο ειδικών όρων και φράσεων (ορολόγιο και φρασεολόγιο του θεματικού πεδίου) και χαρακτηρίζεται πολλές φορές από ιδιαίτερο τρόπο σύνταξης ή γλωσσικό ύφος (είδια γλωσσικά μέσα έκφρασης) (Βαλεοντής & Κριμπάς, 2014: 18). Αφενός, η ΓΤ περιλαμβάνει τη ΓΕΣ ως ευρεία υποκατηγορία, η δε τελευταία διακρίνεται στις τεχνικές γλώσσες για ειδικούς σκοπούς ή ΤΕΓΕΣ (ειδικές γλώσσες της Φυσικής, της Χημείας, της Πληροφορικής, της Ιατρικής, της Βιολογίας κτλ.) και τις θεσμικές γλώσσες για ειδικούς σκοπούς ή ΘΕΓΕΣ, (ειδικές γλώσσες της Νομικής, της Θρησκείας, της Πολιτικής Επιστήμης κτλ.), εμπνευσμένες από την αντίστοιχη διάκριση της εξειδικευμένης μετάφρασης [specialised translation] και των κειμένων κατά τον P. Newmark, και κάθε κατηγορία από τις προαναφερθείσες περιλαμβάνει τις συγκεκριμένες ειδικές γλώσσες των εκάστοτε θεματικών πεδίων ανάλογα με τη φύση καθενός από αυτά ως τεχνικού ή θεσμικού· τέλος, καθεμιά από αυτές τις ειδικές γλώσσες περιλαμβάνει, ως υποσύνολο, την οικεία ορολογία (Βαλεοντής & Κριμπάς, 2014: 21). Είναι αυτονόητο ότι, στον πραγματικό βίο, οι εν λόγω κατηγορίες δεν είναι πάντοτε αυστηρά οριοθετημένες μεταξύ τους, καθώς ένα τεχνικό κείμενο μπορεί να περιλαμβάνει στοιχεία θεσμικού λόγου ή το αντίστροφο. Εδώ θα αρκεστούμε στην παρουσίαση κάποιων γενικών χαρακτηριστικών που εμφανίζει, κατά τους H. Picht και J. Draskau, κάθε ΓΕΣ: εμφανίζει μονολειτουργικό χαρακτήρα, υπό την προϋπόθεση ότι λειτουργεί σε συγκεκριμένο κοινωνικό πλαίσιο και με συγκεκριμένο επικοινωνιακό σκοπό, διαθέτει περιορισμένο αριθμό χρηστών, προσκτάται με εκούσιο τρόπο, παρουσιάζει αυτονομία έναντι της γενικής γλώσσας, υπό την έννοια ότι οι ποικιλίες των ειδικών γλωσσών δεν επηρεάζουν τη γενική γλώσσα, (Βαλεοντής & Κριμπάς 2014:22).

Επομένως, με βάση τα ανωτέρω, τα κείμενα που αποτέλεσαν αντικείμενο της πρακτικής μου άσκησης περιλαμβάνουν στοιχεία Γλώσσας Ειδικού Σκοπού και καθώς η φύση τους είναι είτε τεχνική είτε θεσμική η ΓΕΣ που χρησιμοποιείται διακρίνεται περαιτέρω σε τεχνικές γλώσσες για ειδικούς σκοπούς (ΤΕΓΕΣ) ή σε θεσμικές γλώσσες για ειδικούς σκοπούς (ΘΕΓΕΣ).

Με την ανάπτυξη της διεθνούς επικοινωνίας, η σημασία της ειδικής γλώσσας και μετάφρασης έγινε ιδιαίτερα αισθητή (Neubert/Shreve 1992: 2). Παράλληλα, ο μεταφραστής ειδικών κειμένων εμφανίζεται στο προσκήνιο και θεωρείται πλέον ο ‘πολυπολιτισμικός ειδικός’ και ‘ο μεταφραστής του μέλλοντος’ (Schmitt 1999a: 35).

Σύμφωνα με τη Nord (1997: 138) και τις λειτουργικές προσεγγίσεις, λειτουργικότητα στην μετάφραση (ειδικών κειμένων) είναι η μεθοδολογική προσέγγιση κατά την οποία οι επιλογές του μεταφραστή καθοδηγούνται από την αποσκοπούμενη λειτουργία του κειμένου υποδοχής. Επίσης, οι λειτουργικές προσεγγίσεις προβλέπουν ότι ο μεταφραστής πρέπει να επιδείξει συνέπεια (loyalty) απέναντι στους λοιπούς εταίρους της μεταφραστικής διαδικασίας. Με άλλα λόγια, ο μεταφραστής, ως μεσάζων, φέρει ηθική ευθύνη τόσο προς τους εταίρους της γλώσσας/του πολιτισμού αφετηρίας όσο και προς εκείνους της γλώσσας/του πολιτισμού υποδοχής (Nord 1997: 125). Όσον αφορά τα προβλήματα που αντιμετωπίζει κανείς στην προσπάθειά του να μεταφράσει ειδικά κείμενα, αυτά σύμφωνα με την Παριανού (Η ανάγκη της λειτουργικής προσέγγισης στη μετάφραση ειδικών κειμένων, 6ο Συνέδριο «Ελληνική Γλώσσα και Ορολογία», ΕΛΕΤΟ, Αθήνα, 1-3 Νοεμβρίου 2007) μπορούν να ενταχθούν στις εξής κατηγορίες:

- **Πραγματολογικά προβλήματα**, δηλαδή εξωκειμενικοί παράγοντες (αποστολέας, δέκτης, χρόνος, τόπος, μέσο, κίνητρο, κειμενική λειτουργία και πολιτισμός). Σε αυτά περιλαμβάνονται, μεταξύ άλλων, τα ήθη και έθιμα, το πολιτισμικό περιβάλλον, τα κύρια ονόματα.
- **Προβλήματα που συνδέονται με το πολιτισμικό ζεύγος**, και περιλαμβάνουν τις νόρμες και τις συμβάσεις (π.χ. οι τίτλοι βιβλίων, εφημερίδων και ειδήσεων, τα διαφημιστικά σποτ κ.λπ.).
- **Προβλήματα που συνδέονται με το ζεύγος γλωσσών**, δηλαδή οι ενδοκειμενικοί παράγοντες, που αφορούν τη σημασία, το λεξιλόγιο, τη σύνταξη και το ύφος του ζεύγους γλωσσών.
- **Προβλήματα που συνδέονται με το κείμενο αφετηρίας**, τα οποία μπορούν να εκδηλώνονται π.χ. μέσα από τα μέρη του λόγου, τους νεολογισμούς, τα λογοπαίγνια, τα γλωσσοπαίγνια.

Τα προβλήματα στη μετάφραση είναι ορισμένα αντικειμενικά εμπόδια που αντιμετωπίζουν όλοι οι μεταφραστές κατά τη μετάφραση κειμένων και η μεθοδολογική ικανότητα, η στρατηγική που χρησιμοποιείται για την επίλυσή τους παίζει πολύ σημαντικό ρόλο. Τα μεταφραστικά προβλήματα είναι άμεσα συνδεδεμένα και συνυφασμένα με τις μεταφραστικές ικανότητες. Καθώς η λεπτομερής ανάλυση των μεταφραστικών προβλημάτων που συναντήθηκαν σε κάθε κείμενο του παραρτήματος που εκτίθεται κατωτέρω για λόγους έκτασης δεν θα ήταν

δυνατή, θα προβούμε σε μια γενικότερη ανάλυση των συνηθέστερων προβλημάτων που συναντήσαμε.

4.1. Γλωσσικά προβλήματα

Ένα από τα προβλήματα που ανακύπτουν κατά τη μεταφραστική διαδικασία είναι ο τρόπος μεταφοράς των πολιτισμικών στοιχείων (γλώσσα, ιστορία, ήθη, νοοτροπίες) του προς μετάφραση κειμένου. Ιδιαίτερη πρόκληση αποτέλεσε η μετάφραση των κυρίων ονομάτων – Ανθρωπονύμια και Τοπωνύμια - που εντοπίστηκαν στα εξεταζόμενα κείμενα. Τα κύρια ονόματα θεωρούνται και γι' αυτό το λόγο αντιμετωπίζονται ως ετερογενείς γλωσσικές κατηγορίες. Ως επακόλουθο, δημιουργούν ιδιαίτερα προβλήματα στους μεταφραστές. Όπως αναφέρει η Parianou (2007: 407), θεωρείται ότι υπάρχουν “έξω” από τις γλώσσες και έτσι δεν βρίσκονται πάντοτε στα λεξικά. Όσον αφορά τα ανθρωπονύμια, σύμφωνα με την Parianou (2007: 408-409), σε αυτήν την κατηγορία ανήκουν τα δοθέντα (βαπτιστικά) ονόματα σε άτομα, τα επίθετα, τα ψευδώνυμα και οποιοδήποτε άλλο όνομα μπορεί να δοθεί σε κάποιο υποκείμενο ή αντικείμενο, επαρκτό ή μη ενώ στην κατηγορία των τοπωνυμίων ανήκουν τα ονόματα πόλεων, χωριών, χωρών, ποταμών, λιμνών, καθώς επίσης και αστρονομικών αντικειμένων.

Για τη μετάφραση των ανθρωπονυμίων και των τοπωνυμίων ακολουθήθηκαν οι οδηγίες της επιβλέπουσας εταιρίας, σύμφωνα με τις οποίες τα κύρια ονόματα διατηρούνται στην αρχική τους μορφή και δεν ακολουθούνται οι διαδικασίες της μεταγραφής και της απλογράφησης,

Η μετάφραση των **ακρωνυμίων** που εντοπίστηκαν στα κείμενα – πηγή αποτέλεσαν μία ακόμη πρόκληση κατά τη μεταφραστική διαδικασία. Με τον όρο *ακρωνύμιο* ή *ακρώνυμος όρος* εννοείται η συντομολογία που σχηματίζεται από τα αρχικά γράμματα των συστατικών στοιχείων της πλήρους μορφής μιας έννοιας που ισοδυναμεί με έναν ορισμό και προφέρεται συλλαβικά. Το αρκτικόλεξο έχει τον ίδιο ορισμό με τη μόνη διαφορά ότι προφέρεται γράμμα-γράμμα με τα ονόματα των γραμμάτων. Αναφορικά με τη μετάφραση των ακρωνυμίων που εντοπίστηκαν στα κείμενα-πηγή του παραρτήματος, σε όλες τις περιπτώσεις όπου υπάρχει ακρωνύμιο ή αρκτικόλεξο στα αγγλικά ή στα γερμανικά, σχηματίζεται πρώτα η πλήρης μορφή του στα ελληνικά και έπειτα το αντίστοιχο ελληνικό αρκτικόλεξο ή ακρωνύμιο, εφόσον

αυτό περιέχει υπαρκτές και επιτρεπτές για τη νεοελληνική γλώσσα ακολουθίες φωνημάτων και συμφώνων.

4.2. Προβλήματα που συνδέονται με το κείμενο αφετηρίας

Σύμφωνα με τον Humboldt «η κάθε φυσική γλώσσα χωριστά αποτελεί έναν διακριτό οργανισμό, ο οποίος διαφέρει από όλες τις άλλες φυσικές γλώσσες, όχι μόνο επειδή διαθέτει μοναδικές γραμματικές δομές, αλλά πρωτίστως επειδή διαθέτει ειδικές σημασιολογικές δομές. Η γλωσσική ανομοιότητα δεν είναι ζήτημα “ήχων και σημείων”, αλλά κοσμοθεωρίας» (Κεντωτής, 1996, σ.92). Επομένως, κάθε γλώσσα είναι μοναδική και διαθέτει τα δικά της ιδιαίτερα χαρακτηριστικά τα οποία κατά τη μετάφραση του κειμένου – πηγή μπορούν να προκαλέσουν αρκετά προβλήματα στον εκάστοτε μεταφραστή. Στην κατηγορία αυτή εντάσσονται τα περισσότερα μεταφραστικά προβλήματα που εντοπίστηκαν κατά την ενασχόλησή μου με τα κείμενα – πηγή του παραρτήματος. Για την αντιμετώπισή τους, απευθυνόμουν πολλές φορές στους μεταφραστές της εταιρίας προκειμένου να με ενημερώσουν αν ακολουθούν κάποιο συγκεκριμένο τρόπο μετάφρασης του συγκεκριμένου όρου, η κατανόηση και η μετάφραση του οποίου με δυσκόλευε ενώ στις περιπτώσεις που αυτό δεν ήταν εφικτό προσέφευγα στη χρήση διαδικτυακών ή έντυπων λεξικών, στην ανάγνωση άρθρων και γενικότερα σε μία εκτενέστερη έρευνα του συγκεκριμένου όρου.

4.3. Υφολογικά προβλήματα

Κατά τη μεταφραστική διαδικασία ο μεταφραστής δεν θα πρέπει να παραλείπει την μεταφορά του ύφους του κειμένου – πηγή στο κείμενο – στόχος. Το γεγονός ότι τα κείμενα που κλήθηκα να μεταφράσω και να επεξεργαστώ ήταν ποικίλης φύσεως καθώς επρόκειτο κυρίως για κείμενα νομικά, ιατρικά, οικονομικά και κείμενα marketing υπήρξε ιδιαίτερη πρόκληση για μένα διότι έπρεπε να επιδιώξω και να επιτύχω τη διατήρηση και η σωστή απόδοση του κατάλληλου ύφους στο μετάφρασμα ή αντίστοιχα στο μεταεπεξεργασμένο κείμενο. Βασικός μου στόχος υπήρξε κατά την ανάγνωση ενός μεταφρασμένου ειδικού κειμένου, ο αναγνώστης μιας συγκεκριμένης γλώσσας και πολιτισμού να μην αντιλαμβάνεται ότι πρόκειται

περί μετάφρασης, αλλά να έχει την αίσθηση ότι πρόκειται περί ενός κειμένου που έχει συνταχθεί στη δική του γλώσσα.

5. Κριτική αποτίμηση της πρακτικής άσκησης

Ο χαρακτήρας της πρακτικής άσκησης που προβλέπεται κατά το γ' εξάμηνο του ΠΜΣ «Επιστήμη της Μετάφρασης» είναι κυρίως εκπαιδευτικός και συμβουλευτικός. Πιο συγκεκριμένα, ως κύριος σκοπός της Πρακτικής Άσκησης προβλέπεται η περαιτέρω εκπαίδευση των φοιτητών η οποία επιτυγχάνεται μέσω της σύνδεσης της θεωρίας με την πράξη καθώς και η γνωριμία και επαφή των φοιτητών με την αγορά εργασίας. Η εφαρμογή των θεωρητικών γνώσεων στην πράξη φαίνεται

να επιτυγχάνεται μέσα από την εξοικείωση των φοιτητών με τα ποικίλα γνωστικά αντικείμενα που αποτελούν πεδία εργασιακής απασχόλησης στους φορείς πρακτικής άσκησης. Τέτοια πεδία είναι η μετάφραση και η επιμέλεια κειμένων, η εκπαίδευση στη χρήση του μεταφραστικού λογισμικού SDL Trados Studio 2019 και η μεταεπιμέλεια μηχανικά μεταφρασμένων κειμένων.

Ο συμβουλευτικός σκοπός της πρακτικής άσκησης προβάλλει εξίσου σημαντικός με τον εκπαιδευτικό καθώς αυτή λειτουργεί στο πλαίσιο επαγγελματικού προσανατολισμού των φοιτητών μέσα από την επαφή που διενεργείται με την αγορά εργασίας, τη συνακόλουθη απόκτηση επαγγελματικής εμπειρίας και την απόκτηση και βελτίωση των δεξιοτήτων μετάβασης από την εκπαίδευση στην αγορά εργασίας ενώ αξιοσημείωτη είναι η γνωστοποίηση του Τμήματος σε οργανισμούς και επιχειρήσεις. Η επαφή και ο πειραματισμός με την πραγματική αγορά εργασίας καθώς και η σύνδεση του πανεπιστημίου με την εργασία φαίνεται να επιτυγχάνεται μέσα από την απόκτηση της πρώτης επαγγελματικής εμπειρίας και την εξοικείωση των φοιτητών με φορείς που θα αποτελέσουν πιθανό επαγγελματικό χώρο δραστηριοποίησής τους ως αποφοίτων, είτε πρόκειται για τους φορείς αυτούς καθαυτούς είτε για άλλους, παρόμοιους που εντάσσονται στο ίδιο επαγγελματικό πεδίο. Έτσι, μέσω της πρακτικής άσκησης γίνεται προβολή του τμήματος σε οργανισμούς και επιχειρήσεις οι οποίοι μπορούν να αναζητήσουν στους αποφοίτους του τμήματος μελλοντικούς εργαζομένους που θα στελεχώσουν τους οργανισμούς αυτούς. Ο συμβουλευτικός χαρακτήρας της Πρακτικής Άσκησης αντανάκλαται στην άποψη ότι ένας από τους βασικούς σκοπούς της είναι η απόκτηση, η εφαρμογή ή η βελτίωση των επαγγελματικών δεξιοτήτων οι οποίες θα διευκολύνουν την μετάβαση των αποφοίτων του μεταπτυχιακού προγράμματος στην αγορά εργασίας.

Όσον αφορά τη χρονική διάρκεια της πρακτικής άσκησης, δεδομένου πως αυτή είναι 2 μήνες, θα την έκρινα ως ανεπαρκή καθώς τόσο η καλύτερη γνωριμία και επαφή του φοιτητή με τον φορέα και με το αντικείμενο απασχόλησης όσο και η γνωριμία και η αξιολόγηση του εκάστοτε φοιτητή από τον φορέα θα μπορούσε να επιτευχθεί αποτελεσματικότερα πιθανώς με την προσθήκη ενός ή δύο επιπλέον μηνών. Αυτό θα είχε ως αποτέλεσμα την αναλυτικότερη ενημέρωση του φοιτητή για τον τρόπο λειτουργίας του φορέα, την εκπαίδευσή του σύμφωνα με τους κανόνες αυτού και ως εκ τούτου την πιο ολοκληρωμένη συμμετοχή του σε όλες τις δράσεις

του φορέα οι οποίες είναι απαιτητικές, χρονοβόρες, παρουσιάζουν μια συνέχεια και για την κατανόησή τους απαιτείται συνεχής και αδιάλειπτη παρουσία και συμμετοχή.

Η Πρακτική άσκηση προσφέρει στους μεταπτυχιακούς φοιτητές τη δυνατότητα εξάσκησης του επαγγέλματος πριν την είσοδό τους στην αγορά εργασίας σε πραγματικούς χρόνους και συνθήκες ενώ με τον τρόπο αυτό επιτυγχάνεται με μεγαλύτερη αποτελεσματικότητα η σύνδεση του εκπαιδευτικού συστήματος με το σύστημα απασχόλησης και τις επιχειρήσεις. Επιπρόσθετα, μέσω της πρακτικής άσκησης οι φοιτητές έχουν τη δυνατότητα εφαρμογής των γνώσεων που ήδη κατέχουν, αποκτούν επαγγελματική εμπειρία, εξασκούν και διευρύνουν τις επικοινωνιακές και οργανωτικές τους δεξιότητες συμβάλλοντας με τον τρόπο αυτό στην επαγγελματική τους αποκατάσταση και σταδιοδρομία καθώς ο εκάστοτε επιβλέπων φορέας μπορεί να προσλάβει είτε ως in house είτε ως freelance συνεργάτη τον μεταπτυχιακό φοιτητή που πραγματοποίησε την πρακτική του άσκηση σε αυτόν.

Όσον αφορά τον φορέα στον οποίο πραγματοποίησα εγώ την πρακτική μου άσκηση αποτέλεσε προσωπική μου επιλογή με βασικό κριτήριο το είδος των μεταφράσεων που εξειδικεύεται η συγκεκριμένη εταιρία, δηλαδή μεταφράσεις νομικών, οικονομικών και τεχνικών κειμένων καθώς επιθυμούσα να αποκτήσω εμπειρία σε τομείς της μετάφρασης με τους οποίους επιθυμούσα να ασχοληθώ μελλοντικά. Πράγματι, τα κείμενα με τα οποία ασχολήθηκα ήταν κατά βάση τέτοιου είδους, παρέχοντας μου την εμπειρία που επιδίωκα να αποκτήσω μέσω της πρακτικής μου. Ωστόσο, η συνεργασία μου με την εταιρία δεν εξελίχθηκε όπως ακριβώς θα ήθελα και δεδομένων των καλοκαιρινών αδειών των υπαλλήλων της εταιρίας και τις πολλές μέρες τηλεργασίας λόγω κορωνοϊού δεν μου δόθηκε η κατάλληλη ευκαιρία ώστε να μιλήσω με τους υπεύθυνους υπαλλήλους για την πρακτική μου άσκηση και την εξέλιξή της. Πιο συγκεκριμένα, ενώ είχα δηλώσει στην εταιρία ως γλώσσες εργασίας τα αγγλικά και τα γερμανικά τα κείμενα γερμανικών τα οποία μου δόθηκαν για μετάφραση ή επιμέλεια ήταν μόλις τρία ενώ δεν μου δόθηκε ποτέ κάποιο feedback αναφορικά με αυτά αντ' αυτού αρκετές ήταν οι φορές που μου δόθηκαν για επιμέλεια και συγκεκριμένα για έλεγχο πληρότητας κείμενα σε γλώσσες που δεν γνωρίζω, όπως Βουλγάρικα ή Ρώσικα, γεγονός που μου δημιουργούσε αρκετό άγχος ενώ επρόκειτο για μία διαδικασία που διαρκούσε περισσότερο από το αναμενόμενο, δεδομένης της έλλειψης ακόμη και των βασικών γνώσεων στις γλώσσες αυτές.

Ακόμη, τις δύο πρώτες εβδομάδες κλήθηκα να μεταφράσω κάποια κείμενα ως «δείγμα» προκειμένου να εκτιμηθούν από την επιβλέπουσα εταιρία οι ικανότητές μου στη μετάφραση ενώ στη συνέχεια μετά την αξιολόγησή τους οι μεταφραστές της εταιρίας που παρείχαν το αντίστοιχο feedback προκειμένου να μπορέσω να βελτιωθώ και να εξελιχθώ. Ωστόσο, οι συμβουλές και οι οδηγίες που έλαβα αναφορικά με την μετάφραση των πρώτων αυτών κειμένων ήταν και το μοναδικό feedback που μου παρείχε η εταιρία καθώς σε όλες τις υπόλοιπες περιπτώσεις μεταφράσεων που κλήθηκα να ολοκληρώσω μου δίνονταν απλώς το αντίτυπο μιας υποδειγματικής μετάφρασης του κειμένου με το οποίο είχα ασχοληθεί χωρίς ουσιαστικό σχολιασμό από κάποιον συνεργάτη της εταιρίας. Λαμβάνοντας υπόψη τον φόρτο εργασίας της εταιρίας δεν θεωρούσα εφικτό να λαμβάνω feedback για κάθε μετάφραση που μου ανατίθονταν αλλά θεωρούσα δεδομένο πως θα λάμβανα οδηγίες έστω για κάποιες από αυτές. Λόγω της παράλειψης αυτής δεν μου δόθηκε η ευκαιρία να εξελιχθώ και να βελτιωθώ στο βαθμό που επιθυμούσα ενώ με αυτή τη στάση της η εταιρία δεν μου επέτρεψε να προσπαθήσω και να επιδιώξω να αποτελέσω πιθανό μέλος της ομάδας της. Ανάλογη ήταν και η συμπεριφορά κάποιων υπαλλήλων της εταιρίας, οι οποίοι δεν έδειχναν ούτε την προθυμία ούτε την θέληση να με βοηθήσουν ή να με διευκολύνουν στις δυσκολίες που αντιμετώπιζα, αντιθέτως η συμπεριφορά τους υπήρξε κάποιες φορές υποτιμητική και προσβλητική απέναντί μου.

Επομένως, αν μου δινόταν η ευκαιρία να αλλάξω κάτι στον τρόπο λειτουργίας της επιβλέπουσας εταιρίας αναφορικά με τους ασκούμενους σε αυτή φοιτητές, αυτό θα ήταν η ανά τακτά διαστήματα επικοινωνία με αυτούς και η παροχή του αντίστοιχου feedback και των απαιτούμενων οδηγιών προκειμένου ο χρόνος της πρακτικής να αποτελέσει ευκαιρία τόσο για τους ασκούμενους φοιτητές όσο και για την ίδια την εταιρία. Επίσης, κρίνεται θεμιτό να υπάρχει σύμπνοια σχετικά με τις ανάγκες του κάθε φοιτητή και τις ανάγκες της εταιρίας αντίστοιχα, έτσι ώστε οι φοιτητές να επωφελούνται πράγματι από την πρακτική τους άσκηση και να μην επιτελούν απλώς διεκπεραιωτική λειτουργία αναλαμβάνοντας project σε γλώσσες τις οποίες δεν γνωρίζουν.

Όσον αφορά τον θεσμό της άσκησης στα πλαίσια του γ' εξαμήνου του ΠΜΣ «Επιστήμη της Μετάφρασης» θεωρώ πως πρόκειται για ένα πρόγραμμα απαραίτητο και αναγκαίο για κάθε φοιτητή καθώς αποτελεί το μεταβατικό στάδιο από τις σπουδές

στην αγορά εργασίας ενώ μέσω αυτού ο φοιτητής έχει τη δυνατότητα να γνωρίσει το επάγγελμα εκ των έσω και υπό πραγματικές συνθήκες. Επιπρόσθετα, θεωρώ πως πιθανή παράταση του προγράμματος πρακτικής θα μπορούσε μόνο θετικά να συμβάλλει στην εξέλιξη των φοιτητών καθώς όσο περισσότερο εργαστεί κανείς σε έναν φορέα τόσο πιο εύκολα θα προσαρμοστεί στον τρόπο λειτουργίας του ενώ θα του δοθεί μεγαλύτερο χρονικό διάστημα για να δείξει τις ικανότητές του και να τις βελτιώσει.

6. Επίλογος

Παρ' όλες τις ανωτέρω αναφερόμενες δυσκολίες και τα προβλήματα που αντιμετώπισα κατά την πραγματοποίηση της πρακτικής μου άσκησης στην μεταφραστική εταιρία Lexicon, η συμβολή της στην βελτίωση και στην εξέλιξή μου τόσο σε προσωπικό όσο και σε επαγγελματικό επίπεδο υπήρξε αδιαμφισβήτητη.

Πιο συγκεκριμένα, σε προσωπικό επίπεδο, οι δύο μήνες πρακτικής άσκησης στα πλαίσια μίας οργανωμένης εταιρίας που διαθέτει ευρύ φάσμα συνεργατών, τόσο in house όσο και freelance, όπως η Lexicon υπήρξαν ιδιαίτερης σημασίας για την απόκτηση όλων εκείνων των εφοδίων που κρίνονται απαραίτητα για την γρηγορότερη και αποτελεσματικότερη προσαρμογή μου σε κάθε νέο επαγγελματικό περιβάλλον έτσι ώστε η ενσωμάτωση μου πλέον σε κάθε νέα ομάδα εργασίας να μην είναι μία αγχωτική και χρονοβόρα διαδικασία που θα αποτελεί τροχοπέδη κατά την ολοκλήρωση των καθηκόντων μου αλλά μία ευχάριστη και ομαλή διαδικασία που επιτυγχάνεται μέσω της συνεργασίας.

Σε επαγγελματικό επίπεδο, η ενασχόλησή μου με τόσα πολλά διαφορετικά είδη κειμένων ενίσχυσε τις γνώσεις μου αναφορικά με τον τρόπο επιμέλειας και μετάφρασής τους καθώς μελέτησα ορολογίες επιστημών με τις οποίες δεν είχα μέχρι τότε ασχοληθεί, έμαθα να αναγνωρίζω τις ιδιαιτερότητές τους και να αντιμετωπίζω τα προβλήματα που ανακύπτουν. Τέλος, ιδιαίτερως σημαντική υπήρξε η εκπαίδευσή μου στη χρήση του μεταφραστικού λογισμικού SDL Trados Studio 2019 και η εξοικείωσή μου με αυτό καθώς πρόκειται για μία δεξιότητα που ταυτίζεται με το επάγγελμα του μεταφραστή.

7. Βιβλιογραφικές αναφορές

- Βαλεοντής, Κώστας, Ε., Κριμπάς, Παναγιώτης, Γ. (2014). *Νομική Γλώσσα, Νομική Ορολογία Θεωρία και Πράξη*. Αθήνα: Νομική Βιβλιοθήκη.
- Κεντρωτής, Γ., (1996). *Θεωρία και Πράξη της Μετάφρασης*, Αθήνα, Δίαυλος.
- Παριανού, Α., (2007). Η ανάγκη της λειτουργικής προσέγγισης στη μετάφραση ειδικών κειμένων, 6ο Συνέδριο «Ελληνική Γλώσσα και Ορολογία», Αθήνα, 1-3 Νοεμβρίου, ΕΛΕΤΟ.
- Parianou, Anastasia (2007). *Translating proper names: A functionalist approach*. NAMES: A Journal of Onomastics, 55:4, 407-416.

8. Παράρτημα

Πρωτότυπο κείμενο

According to the International Communications Consultancy Organization (ICCO) the PR market is getting an open shift towards a new period of maturity, after decades of scouting a landscape dominated by both advertising and promotion. At the heart of this new bigger image is the consumer, a younger, more sophisticated customer who evolves through the help of technology, which in turn skyrockets the budget of social media, corporate reputation and CSR actions. In fact, Public Relations start to "reconcile" with Marketing and quite often win part of their budget, especially when they prove to be more adaptable and flexible with new technologies and the tools they provide.

By their very nature, publicity and PR designed to influence customer perceptions and public opinion can be very difficult to value accurately. Even before the digital age, we as a public relations professionals struggled to put a price on what we did. So, we used and still continue to use advertising value equivalency (AVE), which simply compares the monetary value of what had been published with the equivalent advertising rate in the same media format.

Unpaid-for editorial work is considered as of higher value than paid-for advertising since it is perceived by readers to be endorsed by the publication in which it appears. By the way, the PR industry puts the PR value at 2,5 times more than that of advertising, while Lidl INT suggests this to be measured at 2 times only.

Another thing worth taking into consideration is the fact that the figures in the monthly PR reports cannot be comparable to each other even within the same segments as per total number of branches. In fact, there are wide variations between the different countries not only in terms of number of stores, but also circulation and readership. Apart from that, there is also an important missing element and this is that of the PR department's budget and investment in media spend and ROI respectively. Therefore, PR value alone cannot be an indicator of good performance.

The most effective way to value a PR campaign's returns is an approach using multiple metrics and not simply rely on comparing data which are non-comparable.

We have to understand that the big aim and bet for a PR department is not just to improve how often we are mentioned, but how well we are spoken about. That's why we should not only focus on PR value, but monitor our brand sentiment instead.

In fact, it is the digital age that fundamentally changed the way we need to approach marketing communications, and this includes public relations. Our prospective customers no longer depend only on TV and radio advertisements or even traditional word of mouth, instead they also make buying decisions based on online searches, such as reviews, price comparisons, offers, social media mentions, online articles etc. Please note, that 65% of adults view internet searches as "the most trusted source of information".

This is something we cannot neglect. Corporate reputation and brand reputation are now nearly indivisible. Consumers want assurance that their well – earned funds are spent on products produced by companies that share their values. Similarly, they have higher expectations for the companies and the brands they like and are not hesitant to turn their backs when disappointed or fooled.

According to the Edelman 2019 Trust Barometer trust has moved from media to peer-to-peer and continues to become more localized. In fact the destruction of trust was an incredibly big blow for all industry sectors, but for the media it was like an airplane running out of gas. And that became a crisis point last year, with the battle for truth.

This calls for what is known as reputation management. Reputation management not only handles the content on the internet regarding products and corporate image but also deals with the control of public perception via press releases, media content, and even displayed morals and/or ethics. This means that it is an integral part of PR.

An effective reputation management strategy can provide us with new opportunities and insights on increasing brand awareness which can in turn lead to more sales.

Here are a couple of reasons to consider:

Trust & credibility

Having the trust of clients is a major component of success, especially in (our) discount supermarket/ private label business.

Recruitment/Employer Branding

Reputation today matters for employers more than ever before and can have serious impacts on the quality of recruitment.

Image

While price wars are still an important part of the business, projecting the right image is crucial for positioning against new and prospective target groups, especially when aiming for higher income customers and those looking for other than price attributes such as responsible products, higher quality and unmatched freshness.

In today's era of enhanced interconnectivity, reputation management and PR go hand in hand. In fact, PR today goes hand in hand with digital marketing, as well as other more traditional approaches to the industry.

The ultimate battleground for winning and maintaining customer relationships takes place in the minds, hearts, emotions and perceptions of customers. Which is why corporate reputations matter more than ever.

Μετάφρασμα

Σύμφωνα με την International Communications Consultancy Organisation (Διεθνή Οργανισμό Συμβούλων Επικοινωνίας, ICCO) η αγορά των διεθνών σχέσεων (PR) κάνει στροφή προς μια νέα περίοδο ωριμότητας, μετά από δεκαετίες διερεύνησης ενός τοπίου όπου κυριαρχούσαν η διαφήμιση και η προώθηση. Στην καρδιά αυτής της νέας, μεγαλύτερης εικόνας βρίσκεται ο καταναλωτής, ένας νεότερος, πιο εξεζητημένος πελάτης που έχει εξελιχθεί με τη βοήθεια της τεχνολογίας, η οποία με τη σειρά της έχει εκτοξεύσει στα ύψη τα κονδύλια που διατίθενται για τα social media, την εταιρική φήμη και τις δράσεις CSR (εταιρικής κοινωνικής ευθύνης). Στην πραγματικότητα, ο τομέας των Δημοσίων Σχέσεων άρχισε να "συμφιλιώνεται" με το marketing και αρκετά συχνά «κλέβουν» ένα μέρος από τα κονδύλιά του, ιδίως όταν αποδεικνύονται πιο ευπροσάρμοστες και ευέλικτες με τις νέες τεχνολογίες και τα εργαλεία που αυτές παρέχουν.

Από την ίδια τη φύση τους, η δημοσιότητα και οι δημόσιες σχέσεις είναι σχεδιασμένες να επηρεάζουν την αντίληψη των πελατών, οπότε η εκτίμηση της κοινής γνώμης με ακρίβεια μπορεί να αποδειχθεί εξαιρετικά δύσκολη. Ακόμη και πριν από την ψηφιακή εποχή εμείς, ως επαγγελματίες των δημοσίων σχέσεων, πασχίζαμε να βάλουμε μια τιμή σε αυτό που κάναμε. Στο πλαίσιο αυτό χρησιμοποιήσαμε και εξακολουθούμε να χρησιμοποιούμε τη μέθοδο της ισοδύναμης διαφημιστής αξίας (advertising value equivalency, AVE), η οποία απλώς συγκρίνει τη χρηματική αξία όσων δημοσιεύονται με τον ισοδύναμο ρυθμό διαφήμισης στον ίδιο μορφότυπο πολυμέσων.

Η μη αμειβόμενη εργασία συντάκτη θεωρείται υψηλότερης αξίας από την αμειβόμενη διαφήμιση καθώς οι αναγνώστες την αντιλαμβάνονται ως κάτι που έχει εγκριθεί από το δημοσίευμα στο οποίο εμφανίζεται. Παρεμπιπτόντως, ο κλάδος των Δημοσίων Σχέσεων εκτιμά ότι η αξία των PR υπερβαίνει κατά 2,5 φορές εκείνη της διαφήμισης, ενώ το Διεθνές Τμήμα της Lidl υποστηρίζει ότι σύμφωνα με τις μετρήσεις ανέρχεται μόνον στο διπλάσιο.

Κάτι ακόμη που πρέπει, επίσης, να ληφθεί υπόψη είναι το γεγονός ότι τα νούμερα που αναφέρονται σε μηνιαίες εκθέσεις PR δεν είναι συγκρίσιμα μεταξύ τους, ακόμη και εντός των ίδιων πεδίων σύμφωνα με τον συνολικό αριθμό κάδων. Στην πραγματικότητα, παρατηρούνται μεγάλες αποκλίσεις μεταξύ των διαφορετικών χωρών όχι μόνο αναφορικά με τον αριθμό των καταστημάτων αλλά και σε σχέση με την κυκλοφορία και την αναγνωσιμότητα. Πέραν τούτου, λείπει ένα ακόμη σημαντικό στοιχείο, το οποίο συνίσταται στον προϋπολογισμό του τμήματος PR και στο κόστος και την απόδοση της επένδυσης (return on investment, ROI) σε media αντίστοιχα. Επομένως, η αξία των PR δεν μπορεί από μόνη της να αποτελέσει ένδειξη καλής απόδοσης.

Ο πιο αποτελεσματικός τρόπος για την αξιολόγηση των κερδών μιας καμπάνιας PR είναι μέσω μιας προσέγγισης που χρησιμοποιεί πολλαπλές μετρήσεις και δεν περιορίζεται απλώς σε σύγκριση δεδομένων τα οποία δεν είναι συγκρίσιμα.

Οφείλουμε να κατανοήσουμε ότι ο απώτερος στόχος και το μεγάλο στοίχημα για ένα τμήμα PR δεν είναι απλώς η βελτίωση της συχνότητας με την οποία γίνεται μνεία σε εμάς αλλά το πόσο κολακευτική είναι αυτή η αναφορά. Αυτός είναι ο λόγος για τον οποίο δεν αρκεί απλώς να εστιάζουμε στην αξία του PR, αλλά αντ' αυτού να παρακολουθούμε την όλη αίσθηση που αφήνει η εταιρίας μας.

Μάλιστα, ακριβώς, η ψηφιακή εποχή είναι το στοιχείο που άλλαξε ριζικά τον τρόπο με τον οποίο προσεγγίζουμε την επικοινωνία της εμπορικής προώθησης (marketing), μέρος του οποίου είναι και οι δημόσιες σχέσεις. Οι υποψήφιοι πελάτες μας δεν αρκούνται πλέον μόνο στη διαφήμιση σε τηλεόραση και ραδιόφωνο ή ακόμη και στον παραδοσιακό τρόπο της διάδοσης στόμα με στόμα, αντιθέτως οι αγοραστικές τους αποφάσεις βασίζονται σε online έρευνες, όπως κριτικές, σύγκριση τιμών, προσφορές, αναφορές στα social media, online άρθρα κ.λ.π. Λάβετε υπόψη ότι το 65% των ενηλίκων θεωρούν τις έρευνες στο διαδίκτυο ως «την πλέον αξιόπιστη πηγή πληροφόρησης».

Αυτό είναι κάτι που δεν μπορούμε να αγνοήσουμε. Η εταιρική φήμη και η φήμη του brand αποτελούν σχεδόν ταυτόσημες έννοιες στις μέρες μας. Οι καταναλωτές θέλουν να είναι βέβαιοι ότι τα χρήματα που κερδίζουν με κόπο θα δαπανηθούν σε προϊόντα που παράγονται από εταιρίες οι οποίες συμμερίζονται τις αξίες τους. Ομοίως, έχουν υψηλότερες προσδοκίες από εταιρίες και brand που τους αρέσουν και δεν διστάζουν να γυρίσουν την πλάτη όταν απογοητευτούν ή παραπλανηθούν.

Σύμφωνα με το Βαρόμετρο Εμπιστοσύνης της Edelman για το 2019, η εμπιστοσύνη έχει μετακινηθεί από τα media στην επικοινωνία peer – to –peer και εξακολουθεί να αποκτά πιο τοπικό χαρακτήρα. Μάλιστα, η απώλεια της εμπιστοσύνης αποτέλεσε ένα εξαιρετικά μεγάλο πλήγμα για όλους τους τομείς της βιομηχανίας, όμως για τα media ήταν σαν ένα

αεροπλάνο που του τελείωσαν τα καύσιμα. Και αυτό αποτέλεσε ένα κομβικό σημείο το προηγούμενο έτος, μαζί με τη μάχη για την αλήθεια.

Στο σημείο αυτό απαιτείται η στρατηγική, γνωστή ως Διαχείριση Φήμης (reputation management). Η διαχείριση φήμης δεν περιορίζεται απλώς στη διαχείριση περιεχομένων στο διαδίκτυο, τα οποία αφορούν τα προϊόντα και την εικόνα της εταιρίας προς τα έξω, αλλά ασχολείται επίσης με τον έλεγχο της αντίληψης του κοινού μέσω δελτίων τύπου, περιεχομένων που δημοσιεύονται στα media, ακόμη και δηλώσεων που αφορούν την ηθική και/ή τη δεοντολογία. Αυτό την καθιστά αναπόσπαστο τμήμα των PR.

Η αποτελεσματική στρατηγική Διαχείρισης Φήμης μπορεί να μας παράσχει νέες δυνατότητες και οπτικές σε σχέση με την αύξηση της αναγνωρισιμότητας του brand, η οποία με τη σειρά της μπορεί να οδηγήσει σε αύξηση των πωλήσεων.

Παρατίθενται κατωτέρω μερικοί λόγοι που πρέπει να ληφθούν υπόψη:

Εμπιστοσύνη & Αξιοπιστία

Το να απολαμβάνει κανείς την εμπιστοσύνη των πελατών αποτελεί βασικό παράγοντα επιτυχίας, ιδίως στον (δικό μας) κλάδο των εκπαιδευτικών σούπερ μάρκετ/σούπερ μάρκετ προϊόντων ιδιωτικής ετικέτας.

Προσλήψεις / Employer Branding (φήμη της επιχείρησης ως εργοδότης)

Στην εποχή μας το ζήτημα της φήμης είναι για τους εργοδότες πιο σημαντικό από ποτέ και μπορεί να έχει σοβαρές επιπτώσεις στην ποιότητα των προσλήψεων.

Image

Ενώ ο ανταγωνισμός στις τιμές αποτελεί ακόμη ένα σημαντικό μέρος της επιχειρηματικής δραστηριότητας, η προβολή της σωστής εικόνας (image) είναι κρίσιμη για τη θέση που καταλαμβάνει η εταιρία έναντι νέων και υποψηφίων ομάδων – στόχου, ιδίως όταν ο στόχος είναι η προσέλκυση πελατών που διαθέτουν υψηλότερο εισόδημα και που αναζητούν κάτι περισσότερο από τις χαρακτηριστικές τιμές, όπως προϊόντα που παράγονται με υπευθυνότητα, υψηλότερη ποιότητα και απaráμιλλη φρεσκάδα.

Στην σημερινή εποχή, η ενίσχυση των διασυνδέσεων, η διαχείριση φήμης και το PR συμβαδίζουν. Μάλιστα, σήμερα οι PR πάνε χέρι – χέρι και με το ψηφιακό μάρκετινγκ καθώς και με άλλες, πιο παραδοσιακές προσεγγίσεις της βιομηχανίας.

Το απόλυτο πεδίο μάχης για την απόκτηση και τη διατήρηση των πελατειακών σχέσεων είναι αυτό που βρίσκεται στα μυαλά, στην καρδιά, στα συναισθήματα και στην

αντιληπτική ικανότητα των πελατών. Για αυτό και η εταιρική φήμη είναι πιο σημαντική από ποτέ.

Πρωτότυπο κείμενο

Terms of Trade

1. [The Customer] shall produce a [monthly/quarterly/annual] sales plan for the Company, which shall include:
 - (a) the markets in which the [Products] shall be distributed;
 - (b) the bank account(s) that [the Customer] will use to make payments to the Company for the [Products];
 - (c) a statement that [the Customer] shall [manufacture,]sell, distribute and store all [Products] in accordance with applicable laws and;
 - (d) where possible, a list of the prospective customers of [the Customer] for the [Products].
2. [The Customer] agrees that:
 - (a) All [Products] [manufactured,]sold, distributed and/or stored (as applicable) by it are sold, delivered or shipped (as applicable) by it (or under its supervision or instruction) into the intended market of retail sale of the [Products] in compliance with all applicable laws; and
 - (b) It shall take no action to directly or indirectly interfere with the shipping of the [Product] to the intended market of retail sale; and
 - (c) The Company shall be entitled to reduce, amend or limit the volumes and/or brand mix or cease supply of Product to [the Customer] where the Company believes [the Customer] is unreasonably failing to minimize the risk of the [Products] being diverted into and resold to illicit trade channels and the

Company's concerns in this regard have not been remedied within 6 months of their being notified to [the Customer].

Μετάφρασμα

Εμπορικοί Όροι

1. [Ο Πελάτης] θα καταρτίζει ένα [μηνιαίο/ τριμηνιαίο/ ετήσιο] πρόγραμμα πωλήσεων για την Εταιρία, το οποίο θα περιλαμβάνει:

(α) τις αγορές στις οποίες θα διανεμηθούν τα [Προϊόντα].

(β) τον (-ους) τραπεζικό(-ούς) λογαριασμό (-ούς) που [ο Πελάτης] θα χρησιμοποιεί για πληρωμές προς την Εταιρία για τα [Προϊόντα].

(γ) δήλωση ότι ο [Πελάτης] θα [παράγει,] πωλεί, διανέμει και φυλάσσει όλα τα [Προϊόντα] σύμφωνα με την ισχύουσα νομοθεσία και ·

(δ) εφόσον είναι εφικτό, μία λίστα πιθανών μελλοντικών πελατών του [Πελάτη] για τα [Προϊόντα].

2. [Ο Πελάτης] συμφωνεί ότι:

(α) όλα τα [Προϊόντα] που [παράγει], πωλεί, διανέμει και/ή φυλάσσει (κατά περίπτωση), πωλούνται, παραδίδονται ή μεταφέρονται (κατά περίπτωση) από τον ίδιο (ή υπό την εποπτεία ή καθοδήγησή του) στην αγορά στην οποία προορίζεται να γίνει η λιανική πώληση των (Προϊόντων) σύμφωνα με την ισχύουσα νομοθεσία · και

(β) δεν θα προβαίνει σε καμία ενέργεια που να επηρεάζει άμεσα ή έμμεσα την μεταφορά του [Προϊόντος] στην αγορά στην οποία προορίζεται να γίνει η λιανική πώληση · και

(γ) η Εταιρία δικαιούται να μειώνει, να τροποποιεί ή να περιορίζει τον όγκο ή/και την σύνθεση των προϊόντων της μάρκας ή να διακόπτει τον εφοδιασμό του [Πελάτη] με το [Προϊόν] στις περιπτώσεις όπου η Εταιρία πιστεύει ότι [ο Πελάτης] αδυνατεί χωρίς εύλογη αιτία να ελαχιστοποιήσει τον κίνδυνο εμπορίας ή μεταπώλησης των [Προϊόντων] μέσω παράνομων διαύλων και οι ανησυχίες της Εταιρίας εξακολουθούν να ισχύουν 6 μήνες μετά την γνωστοποίησή τους προς τον [Πελάτη].

Πρωτότυπο

My first recipes DIVERSE FOOD

When the time comes for more diverse food...

Your baby will very soon have new nutritional needs to be satisfied, whether he is breastfed or bottle-fed. From the age of 6 months onwards, milk no longer covers all of baby's needs and it's time to introduce the new elements necessary for growth into his feeds.

From 6 to 8 months, baby discovers new tastes

Milk must remain baby's essential food: he must be given at least 500 ml per day. To begin food diversification, we advise that you very gradually remove part of a bottle or breast feed, then a full bottle or breast feed, introducing baby's first meal in its place. Once your child is having one meal a day, remember to replace her milk with 2nd age formula. Then wait a few weeks and remove a second breast or bottle feed to introduce a second meal. In this way, you'll reach the eight-month mark: your baby will be having several bottle or breast feeds per day and two diversified meals.

For baby's first diversified meals, we advise that you first introduce gluten free infant cereals, blended cooked fruits, blended cooked vegetables such as potatoes and carrots and tasty fruit baby jars. Next, you'll be able to give her blended meats and fish, and use oil or butter in her meals occasionally in very small quantities. From the age of 8 months, you'll be able to introduce her to carbohydrates such as pasta, rice, wheat semolina and bread in small quantities.

From the age of 9 months, baby's food becomes increasingly diversified every day.

From the age of 9 months, you can offer your child raw and mashed fruits, very small pieces of vegetables and minced cooked meat and fish. A little later, towards the age of one year, you can offer him pieces of raw fruit to bite into, as well as small pieces of cooked meat and fish.

Take care when introducing eggs into your child's diet. Hard-boiled eggs may be introduced around the age of 9 months, on the doctor's advice, beginning with the yolk in very small quantities. Egg white may only be introduced if the yolk is well tolerated. In case of doubt, don't hesitate to ask for your doctor's advice.

From the age of one year, baby wants to eat like an adult

From the age of one year, your child will begin to eat what you eat. It's not always easy to choose what's good for baby. Below is a list of foods ranked by their frequency of consumption.

Μετάφρασμα

Οι πρώτες μου συνταγές ΠΟΙΚΙΛΙΑ ΤΡΟΦΙΜΩΝ

Όταν έρχεται η ώρα για μεγαλύτερη ποικιλία τροφίμων..

Πολύ σύντομα, οι διατροφικές ανάγκες του μωρού σας θα αυξηθούν, είτε αν θηλάζει είτε αν τρέφεται με μπιμπερό. Από την ηλικία των 6 μηνών και μετά, το γάλα δεν θα επαρκεί πλέον για την κάλυψη όλων των αναγκών του μωρού · έρχεται, λοιπόν η ώρα να ενταχθούν στη διατροφή του νέες τροφές απαραίτητες για την ανάπτυξή του.

Σε ηλικία 6 έως 8 μηνών, το μωρό ανακαλύπτει νέες γεύσεις

Το γάλα πρέπει να παραμείνει το κύριο στοιχείο της διατροφής του μωρού: πρέπει να λαμβάνει τουλάχιστον 500 ml ημερησίως. Για να αρχίσετε να προσθέτετε μεγαλύτερη ποικιλία στη διατροφή του, μπορείτε να αφαιρέσετε σταδιακά, αρχικά μέρος της ποσότητας γάλακτος από το μπιμπερό ή να περιορίσετε την ποσότητα κατά τον θηλασμό και στη συνέχεια να αφαιρέσετε πλήρως από τη διατροφή του ένα ολόκληρο γεύμα με μπιμπερό ή ένα γεύμα θηλασμού. Έτσι, θα το αντικαταστήσετε με το πρώτο του στερεό γεύμα. Όταν το μωρό σας αρχίζει να τρώει ένα στερεό γεύμα την ημέρα θυμηθείτε να αντικαταστήσετε το γάλα του με γάλα 2^{ης} βρεφικής ηλικίας. Έπειτα, περιμένετε μερικές εβδομάδες προτού αφαιρέσετε ακόμα ένα γεύμα θηλασμού ή ένα γεύμα με μπιμπερό για να προσθέσετε ένα δεύτερο στερεό γεύμα. Με αυτόν τον τρόπο, θα φτάσετε στο στάδιο της ηλικίας των 8 μηνών

κατά το οποίο το μωρό σας θα καταναλώνει αρκετά γεύματα με μπιμπερό ή γεύματα θηλασμού αλλά και δύο στερεά γεύματα.

Για τα πρώτα στερεά γεύματα του μωρού σας, καλό θα ήταν να αρχίσετε να προσθέτετε βρεφικά δημητριακά χωρίς γλουτένη, αλεσμένα μαγειρεμένα φρούτα, αλεσμένα μαγειρεμένα λαχανικά όπως πατάτες και καρότα και έτοιμες νόστιμες βρεφικές φρουτοκρέμες. Στη συνέχεια, θα μπορέσετε να προσθέσετε αλεσμένο κρέας και ψάρι και να χρησιμοποιείτε περιστασιακά σε πολύ μικρές ποσότητες λάδι ή βούτυρο στα γευμάτα του. Από την ηλικία των 8 μηνών, μπορείτε να ξεκινήσετε να βάζετε στη διατροφή του υδατάνθρακες όπως μακαρόνια, ρύζι, σιμιγδάλι ολικής άλεσης και ψωμί σε μικρές ποσότητες.

Από την ηλικία των 9 μηνών, η ποικιλία στη διατροφή του μωρού αυξάνεται καθημερινά.

Από την ηλικία των 9 μηνών μπορείτε να δίνετε στο μωρό σας ωμά και αλεσμένα φρούτα, μικρά κομμάτια λαχανικών και αλεσμένο κρέας και ψάρι. Λίγο αργότερα, κοντά στην ηλικία του ενός έτους, μπορείτε να του δίνετε να δαγκώνει κομμάτια ωμών φρούτων, καθώς και μικρά κομματάκια κρέατος και ψαριού.

Ιδιαίτερη προσοχή πρέπει να δείξετε στην εισαγωγή του αβγού στη διατροφή του παιδιού. Γύρω στην ηλικία των 9 μηνών, μπορείτε να εισάγετε στη διατροφή του σφιχτά βραστά αβγά, αφού συμβουλευτείτε τον παιδίατρό σας, ξεκινώντας με τον κρόκο σε πολύ μικρές ποσότητες. Το ασπράδι του αυγού δίνεται μόνο εάν το μωρό δεχτεί χωρίς πρόβλημα τον κρόκο. Σε περίπτωση αμφιβολίας μην διστάσετε να ζητήσετε τη συμβουλή του παιδίατρου σας.

Από την ηλικία του ενός έτους, το μωρό θέλει να τρέφεται όπως ένας ενήλικας

Από την ηλικία του ενός έτους το παιδί σας θα ξεκινήσει να τρώει ό,τι τρώτε και εσείς. Δεν είναι όμως πάντα εύκολο να επιλέξετε τι είναι καλό για το μωρό σας. Παρακάτω θα βρείτε έναν κατάλογο τροφίμων, τα οποία έχουν ταξινομηθεί με βάση τη συχνότητα με την οποία θα πρέπει να καταναλώνονται.

Πρωτότυπο

What is LIP?

LIP stands for Lower Ignition Propensity. This is a new EU Product Safety Standard which is applicable to all cigarettes in **(insert country here)**. The standard is intended to increase the chances of cigarettes self-extinguishing under legislated laboratory test conditions. This is achieved by using a specially designed cigarette paper that includes narrow bands of a natural substance, causing a reduction in air flow.

LIP cigarettes are NOT fire safe.

Adult smokers should find the same taste and flavor they have always enjoyed. However, the cigarette may self-extinguish if it is at rest.

What's the timeline for implementation?

By **(insert date here)** all cigarettes sold in **(insert country here)** or imposed into **(insert country here)** are required to be LIP compliant.

How will I recognize the packs, outers and cases?

There will be clear labeling on the cases & outers and a tear-off-strip on the outers & packs to help you identify compliant XXX products during the transition to LIP.

Are all brands across (insert country here) affected by the new LIP regulation?

Legislation requires that as of **(insert date here)** all products sold on the market must be in compliance with new **(insert country here)** LIP regulations.

Will there be any changes to barcodes?

Barcodes change only if there is a price change. However, XXX LIP cigarettes will be identifiable for a period of time by a tear-off-strip.

Will the price of cigarettes change as a result of LIP?

There are additional costs associated with producing LIP compliant product, however, XXX **(Insert Country Here)** has dedicated not to raise the prices of their cigarettes as a direct result of this legislation.

Μετάφρασμα

Τι σημαίνει ο όρος LIP;

Ο όρος LIP (Lower Ignition Propensity) σημαίνει μειωμένη ροπή ανάφλεξης. Πρόκειται για ένα νέο ευρωπαϊκό πρότυπο για την ασφάλεια των προϊόντων της ΕΕ, το οποίο ισχύει για όλα τα τσιγάρα στ.. **(εισάγετε τη χώρα)**. Το πρότυπο αυτό είχε ως στόχο να αυξήσει τις πιθανότητες που έχουν τα τσιγάρα να σβήνουν μόνα τους σε εργαστηριακές συνθήκες δοκιμής νομοθετικά καθορισμένες. Αυτό επιτυγχάνεται μέσω της χρήσης ενός ειδικά σχεδιασμένου τσιγαρόχαρτου, το οποίο διαθέτει λεπτές ζώνες που περιέχουν ένα φυσικό συστατικό και προκαλούν μείωση της ροής του αέρα.

Τα τσιγάρα τύπου LIP ΔΕΝ είναι ασφαλή έναντι πυρκαγιάς.

Οι ενήλικοι καπνιστές θα απολαμβάνουν αναλλοίωτα τη γεύση και το άρωμα που είχαν τα παλιά τους τσιγάρα. Ωστόσο, το τσιγάρο θα μπορεί να σβήνει μόνο του όταν δεν καπνίζεται.

Ποιο είναι το χρονοδιάγραμμα εφαρμογής;

Από τις **(εισάγετε την ημερομηνία)** όλα τα τσιγάρα που πωλούνται στ **(εισάγετε τη χώρα)** ή εισάγονται στ **(εισάγετε τη χώρα)** πρέπει να πληρούν τις προδιαγραφές LIP.

Πως θα μπορώ να αναγνωρίσω τα πακέτα, τις συσκευασίες και τις θήκες;

Θα υπάρχουν σαφείς ετικέτες στις θήκες και τις συσκευασίες, ενώ μια σχιζόμενη ταινία στις συσκευασίες και τα πακέτα θα σας βοηθούν να αναγνωρίζετε τα προϊόντα της XXX που πληρούν τις προδιαγραφές LIP, κατά τη διάρκεια της μεταβατικής περιόδου.

Θα επηρεαστούν όλες οι εταιρίες στ (γράψτε εδώ τη χώρα) από τον νέο κανονισμό LIP;

Η νομοθεσία προβλέπει ότι από τις **(εισάγετε την ημερομηνία)** όλα τα προϊόντα που διατίθενται προς πώληση στην αγορά πρέπει να συμμορφώνονται με τις νέες ρυθμίσεις LIP για τ.... **(εισάγετε τη χώρα)**.

Θα υπάρχουν αλλαγές στον γραμμικό κώδικα (barcode);

Τα barcodes αλλάζουν μόνο όταν υπάρξει κάποια μεταβολή στις τιμές. Ωστόσο, θα μπορείτε να αναγνωρίσετε τα τσιγάρα τύπου LIP της XXX για κάποιο χρονικό διάστημα από μία σχιζόμενη ταινία.

Ως συνέπεια της ρύθμισης LIP θα αλλάξει η τιμή των τσιγάρων;

Η παραγωγή προϊόντων που πληρούν τις προδιαγραφές LIP συνεπάγεται επιπλέον κόστος, αλλά η XXX **(εισάγετε τη χώρα)** έχει αποφασίσει να μην αυξήσει τις τιμές των τσιγάρων λόγω της εφαρμογής της εν λόγω νομοθεσίας.

Πρωτότυπο

After having set the above warning letters, we received a correspondence from you dated XXX, through which you anticipated the submission to a broadcasting operator of an offer for your broadcasting rights. As of today, we have not received any confirmation that such agreement has been reached, and no payment of the amounts due to our group has been made.

We have rather received undated and unsigned documents drafted by your law firm asserting "unfair competition" and other claims. These documents are totally incomprehensible and cannot be accepted by our company now by those affiliated to us as we

never interfered with your business nor are responsible for any failure of it. We hereby firmly deny and reject the contents of the writings we have received in their entirety.

We also have to point out that the commercially unreasonable behavior of your company has put our group in a very difficult situation. At this late stage of the current sport season, there is no further possibility to recover in full the outstanding amount provided under the above contracts, amounting to a total of EUR XXX. In addition, since no TV exposure is provided in Greece and Cyprus for the events belonging to the sport organizations for which we distribute the rights, we are in an arduous situation towards such sport entities.

Through this letter, also on behalf of our affiliated companies, we hereby confirm that, based on our notices of termination, all of the above-referenced contractual agreements entered into by our companies are now terminated and are no longer in force.

We also announce that we will take legal action in the competent venues in order to recover the financial losses and damages resulting from your breach of such agreements.

Μετάφρασμα

Σε απάντηση των ως άνω προειδοποιητικών επιστολών, λάβαμε την από XXX επιστολή σας, μέσω της οποίας μας γνωστοποιήσατε ότι επρόκειτο να υποβάλετε προσφορά σε έναν πάροχο υπηρεσιών μετάδοσης για την εκχώρηση των από μέρους σας δικαιωμάτων μετάδοσης. Μέχρι σήμερα, δεν έχουμε λάβει καμία επιβεβαίωση σχετικά με τη σύναψη του εν λόγω συμφωνητικού ενώ δεν έχει πραγματοποιηθεί καμία καταβολή προς τον όμιλό μας των ποσών που έχουν καταστεί ληξιπρόθεσμα

Αντιθέτως, έχουμε λάβει ορισμένα ανυπόγραφα και μη χρονολογημένα έγγραφα που συνέταξε το δικηγορικό σας γραφείο, στα οποία διατυπώνονταν

διάφοροι ισχυρισμοί, μεταξύ άλλων περί «αθέμιτου ανταγωνισμού». Τα εν λόγω έγγραφα είναι απολύτως ακατανόητα και δεν μπορούν να γίνουν αποδεκτά από την εταιρία μας ή τις συνδεδεμένες σε αυτήν εταιρίες, καθόσον δεν έχουμε παρέμβει ποτέ στις επιχειρηματικές σας δραστηριότητες και δεν φέρουμε καμία ευθύνη για τυχόν αποτυχία τους. Επομένως, αρνούμαστε κατηγορηματικά και απορρίπτουμε στο σύνολό του το περιεχόμενο των εγγράφων που λάβαμε.

Οφείλουμε, επίσης να σημειώσουμε ότι η εν λόγω άτοπη από εμπορικής άποψης συμπεριφορά της εταιρίας σας έχει φέρει σε δύσκολη θέση τον όμιλό μας. Καθόσον βρισκόμαστε προς το τέλος της τρέχουσας αγωνιστικής περιόδου, δεν υπάρχει πλέον δυνατότητα πλήρους ανάκτησης του οφειλόμενου ποσού που προβλέπεται στις ως άνω συμβάσεις το οποίο ανέρχεται στο συνολικό ποσό των XXX ευρώ. Επιπρόσθετα, λόγω της μη τηλεοπτικής μετάδοσης στην Ελλάδα και την Κύπρο των διοργανώσεων που ανήκουν στους αθλητικούς οργανισμούς για λογαριασμό των οποίων διανέμουμε τα σχετικά δικαιώματα, η εταιρία μας είναι εκτεθειμένη απέναντι στους εν λόγω οργανισμούς.

Μέσω αυτής της επιστολής, και ενεργώντας επίσης για λογαριασμό των συνδεδεμένων μας εταιριών, επιβεβαιώνουμε ότι βάσει των ειδοποιήσεων καταγγελίας, προβαίνουμε στην καταγγελία όλων των ως άνω συμφωνητικών που συνάφθηκαν από τις εταιρείες μας, τα οποία παύουν να ισχύουν.

Σας ανακοινώνουμε επίσης πως θα προβούμε σε νομικές ενέργειες ενώπιον των κατά τόπους αρμόδιων δικαστηρίων προκειμένου να αποκαταστήσουμε τις οικονομικές απώλειες και τις ζημίες λόγω της από μέρους σας παραβίασης των εν λόγω συμφωνητικών.

Πρωτότυπο

What is the Common Fisheries Policy?

The Common Fisheries Policy is a set of legislation decided at EU level. Fish are a common resource and swim across borders. Fishermen travel across the seas in

search for fish. This is why fisheries' rules are jointly decided by the 27 national governments of the EU.

Why reform the policy?

The Common Fisheries Policy has always contained rules for conservation, yet the efforts made so far have not delivered the desired outcomes. With this reform, European fisheries will achieve true sustainability – environmental, social and economic.

What will it change?

The new rules will reverse the decline in fish stocks and restore the health of the marine environment. If our seas can deliver a stable food supply in the long term, our fishing industry will be able to count on a new era of prosperity.

How serious is the problem?

Very serious. Overall, 3 out of 4 stocks are overfished, 82% of Mediterranean stocks and 63% of Atlantic stocks. Europe depends on imports for about two thirds of its seafood.

What is sustainable fishing?

Sustainable fishing means that we can keep fishing, but not to the point of preventing fish from reproducing and growing to maturity. We have to harvest nature's income, not erode its capital.

Μετάφρασμα

Τι είναι η Κοινή Αλιευτική Πολιτική;

Η Κοινή Αλιευτική Πολιτική είναι ένα σύνολο νομοθετικών πράξεων που εγκρίθηκαν σε επίπεδο Ευρωπαϊκής Ένωσης. Τα ψάρια αποτελούν κοινό πόρο και μετακινούνται χωρίς να λαμβάνουν υπόψη τους τα σύνορα. Το ίδιο κάνουν και οι αλιείς κατά την προσπάθεια αναζήτησης ψαριών. Για το λόγο αυτό, οι 27 εθνικές κυβερνήσεις της ΕΕ αποφάσισαν από κοινού ένα σύστημα αλιευτικών κανόνων.

Γιατί απαιτείται μεταρρύθμιση της πολιτικής;

Η Κοινή Αλιευτική Πολιτική περιλάμβανε πάντοτε κανόνες διατήρησης των ιχθυοποθεμάτων, ωστόσο, οι μέχρι τώρα προσπάθειες δεν επέφεραν τα επιθυμητά αποτελέσματα. Μέσω αυτής της μεταρρύθμισης η ευρωπαϊκή αλιεία θα καταστεί πραγματικά βιώσιμη – από περιβαλλοντικής, κοινωνικής και οικονομικής σκοπιάς.

Τι πρόκειται να αλλάξει;

Οι νέοι κανόνες θα αναστρέψουν τη μείωση των αποθεμάτων στα ψάρια και θα επαναφέρουν την εύρυθμη λειτουργία του θαλάσσιου περιβάλλοντος. Εάν οι θάλασσες μας μπορέσουν να αποτελέσουν μακροπρόθεσμα μία σταθερή πηγή τροφίμων, ο τομέας της αλιείας θα είναι σε μπορέσει να γνωρίσει μία νέα εποχή οικονομικής άνθησης.

Πόσο σοβαρό είναι το πρόβλημα;

Πολύ σοβαρό. Συνολικά 3 στα 4 αποθέματα υπεραλιεύονται, το 82% των αποθεμάτων της Μεσογείου και 63% των αποθεμάτων του Ατλαντικού. Η Ευρώπη εξαρτάται από τις εισαγωγές για τα 2/3 περίπου των αλιευτικών της προϊόντων.

Τι είναι η αειφόρος αλιεία;

Η αειφόρος αλιεία σημαίνει ότι η αλίευση μπορεί να συνεχιστεί, αλλά όχι σε τέτοιο σημείο που θα παρεμποδίζεται η αναπαραγωγή και η πλήρης ανάπτυξη των ψαριών. Πρέπει να αξιοποιήσουμε το εισόδημα που μας προσφέρει η φύση και όχι να εξαντλήσουμε το φυσικό κεφάλαιο.

Πρωτότυπο

16. Confidentiality

16.1. Each Party shall safeguard the other's Proprietary Information in the same manner as they safeguard their own valuable Proprietary Information. The Parties each agree that the terms and the content of this Agreement and any information directly or indirectly connected with the execution of this Agreement shall be deemed Proprietary Information. Each of the Parties acknowledges that the other's Proprietary Information constitutes such party's Proprietary Information and trade secrets. Each of the Parties expressly agrees and acknowledges that it is entering into this Agreement, and providing the other Party copies of its Proprietary Information hereunder, in reliance upon the other's foregoing promises of confidentiality.

16.2. During the term of this Agreement, and for a period of four (4) years thereafter, neither Party shall use (otherwise than for the purposes expressly indicated in this Agreement), disclose, make or have made any copies of the other party's Proprietary Information in whole or in part, except as provided herein, without the prior express written authorization of the other Party. The Parties shall only disclose or otherwise allow access to the Proprietary Information of the other Party, to employees, consultants or who have a need to obtain access thereto in relation to the performance of their duties under this Agreement. After the Termination of this Agreement and at any time (during the execution of this Agreement) upon the written request of disclosing Party, the receiving Party shall promptly destroy or return all copies on any media containing such Proprietary Information.

16. Εμπιστευτικότητα

16.1 Κάθε συμβαλλόμενο μέρος διασφαλίζει τις αποκλειστικές πληροφορίες του άλλου μέρους κατά τον ίδιο τρόπο με τον οποίο διασφαλίζει τις δικές του πολύτιμες Αποκλειστικές πληροφορίες. Αμφότεροι οι συμβαλλόμενοι συμφωνούν ότι οι όροι και το περιεχόμενο της παρούσας Συμφωνίας και όλες οι πληροφορίες που συνδέονται άμεσα ή έμμεσα με την εκτέλεση της παρούσας Συμφωνίας νοούνται ως Αποκλειστικές πληροφορίες. Κάθε συμβαλλόμενο μέρος αναγνωρίζει ότι οι Αποκλειστικές πληροφορίες του άλλου αποτελούν πράγματι Αποκλειστικές πληροφορίες του εν λόγω μέρους και εμπορικά απόρρητα. Κάθε μέρος συμφωνεί ρητώς και αναγνωρίζει ότι συνάπτει την παρούσα Συμφωνία και προσκομίζει στο άλλο μέρος αντίγραφα των Αποκλειστικών πληροφοριών του δυνάμει του παρόντος, βάσει των ως άνω υποσχέσεων του άλλου μέρους για τήρηση εμπιστευτικότητας.

16.2 Κατά τη διάρκεια ισχύος της παρούσας Συμφωνίας και για περίοδο τεσσάρων (4) ετών μετά τη λήξη της κανένα συμβαλλόμενο μέρος δεν χρησιμοποιεί (για σκοπούς διαφορετικούς από αυτούς που ρητά αναφέρονται στην παρούσα Συμφωνία), δεν κοινοποιεί, δεν αντιγράφει ή δεν έχει αντιγράψει εν μέρει ή στο σύνολό τους τις Αποκλειστικές πληροφορίες του άλλου μέρους, πέραν όσων ορίζονται στο παρόν, χωρίς την προηγούμενη ρητή γραπτή άδεια του άλλου μέρους. Οι συμβαλλόμενοι κοινοποιούν ή διαφορετικά επιτρέπουν την πρόσβαση στις Αποκλειστικές πληροφορίες του αντισυμβαλλόμενου μέρους μόνο σε εργαζομένους, συμβούλους ή άλλο πρόσωπο που χρειάζεται να αποκτήσει πρόσβαση στις ως άνω πληροφορίες για την εκτέλεση των καθηκόντων τους δυνάμει της παρούσας συμφωνίας. Μετά τη λήξη της παρούσας Συμφωνίας και ανά πάσα στιγμή (κατά την εκτέλεση της παρούσας Συμφωνίας) κατόπιν σχετικού γραπτού αιτήματος από το μέρος που κοινοποιεί πληροφορίες, το μέρος που δέχεται πληροφορίες προβαίνει στην άμεση καταστροφή ή επιστροφή όλων των αντιγράφων σε οποιοδήποτε μέσο που περιέχουν τις ως άνω Αποκλειστικές πληροφορίες.

Πρωτότυπο

The 2009 Stockholm Programme to deliver justice, freedom and security to citizens, emphasizes that the European judicial area should serve to support economic activity in the Single Market and invites the Commission to bring forward appropriate proposals for i.a. improving the efficiency of enforcement of judgements in the EU regarding bank accounts and debtor's assets. The Commission Action Plan implementing the Stockholm Programme confirms this political mandate by providing for a Regulation on improving the efficiency of the enforcement of judgements in the European Union: the attachment of bank accounts.

The Commission already noted the difficulties of cross-border debt recovery in a 1998 Communication "Towards Greater Efficiency in Obtaining and Enforcing Judgments in the European Union", and emphasized the need to improve the enforcement of decisions and to establish protective measures against debtor's assets at EU level. This approach was endorsed by the Council in its 2000 Programme on Mutual Recognition. Although much progress has been made towards the creation of a genuine European Area of Civil Justice since then, these issues have not yet been addressed by the European legislator. Existing instruments in the area of civil justice, e.g. Regulation (EC) No.44/2001 of the Council of 22 December 2000 on jurisdiction and the recognition and enforcement of judgments in civil and commercial matters (hereinafter "Regulation Brussels I") solely ensure that a judgment given in one Member State is recognized and enforceable in another Member State but they do not contain any provision on how a judgment is actually enforced. To date, the procedural modalities of enforcement of a judgment or other enforceable title are exclusively governed by national laws. This approach does not change with the proposed revision of Regulation Brussels I.

Μετάφρασμα

Στο πρόγραμμα της Στοκχόλμης του 2019 για την απόδοση δικαιοσύνης, ελευθερίας και ασφάλειας στους πολίτες υπογραμμίζεται ότι ο ευρωπαϊκός δικαστικός χώρος πρέπει να συμβάλλει στη στήριξη της οικονομικής δραστηριότητας στην ενιαία αγορά και καλείται η Επιτροπή να υποβάλλει κατάλληλες προτάσεις με στόχο, μεταξύ άλλων, τη βελτίωση της αποτελεσματικότητας της εκτέλεσης των δικαστικών αποφάσεων στην Ευρωπαϊκή Ένωση όσον αφορά τους τραπεζικούς λογαριασμούς και τα περιουσιακά στοιχεία των οφειλετών. Το Σχέδιο Δράσης της Επιτροπής για την εφαρμογή του προγράμματος της Στοκχόλμης επιβεβαιώνει αυτή την πολιτική εντολή προβλέποντας έναν κανονισμό για την βελτίωση της αποτελεσματικότητας της εκτέλεσης των δικαστικών αποφάσεων στην Ευρωπαϊκή Ένωση: κατάσχεση τραπεζικών λογαριασμών.

Η Επιτροπή έχει ήδη επισημάνει τις δυσκολίες της διασυνοριακής ανάκτησης οφειλών σε ανακοίνωσή της το 1998 με τίτλο «Προς αύξηση της αποτελεσματικότητας στην Έκδοση και την Εκτέλεση των Αποφάσεων στο πλαίσιο της Ευρωπαϊκής Ένωσης», και τόνισε την ανάγκη βελτίωσης της εκτέλεσης των δικαστικών αποφάσεων και θέσπισης ασφαλιστικών μέτρων κατά των περιουσιακών στοιχείων του οφειλέτη σε επίπεδο Ε.Ε. Αυτή η προσέγγιση προσυπογράφηκε από το Συμβούλιο στο πρόγραμμα του 2000 για την αμοιβαία αναγνώριση. Παρόλο που έχει έκτοτε πραγματοποιηθεί μεγάλη πρόοδος στον τομέα της δημιουργίας ενός αυθεντικού ευρωπαϊκού χώρου αστικής δικαιοσύνης, ο ευρωπαίος νομοθέτης δεν έχει επιληφθεί ακόμη των ζητημάτων αυτών. Οι υφιστάμενες νομοθετικές πράξεις στον τομέα της αστικής δικαιοσύνης, π.χ. ο υπ' αρ. 44/2001 Κανονισμός (ΕΚ) του από 22 Δεκεμβρίου 2000 Συμβουλίου για τη διεθνή δικαιοδοσία, την αναγνώριση και την εκτέλεση αποφάσεων σε αστικές και εμπορικές υποθέσεις (στο εξής «κανονισμός Βρυξέλλες Ι»), απλά διασφαλίζουν ότι μια απόφαση που εκδίδεται σε ένα κράτος μέλος αναγνωρίζεται και είναι εκτελεστή σε άλλο κράτος μέλος, αλλά δεν περιλαμβάνουν καμία διάταξη σχετικά με το πώς εκτελούνται στην πράξη οι δικαστικές αποφάσεις. Μέχρι σήμερα, οι διαδικαστικοί όροι εκτέλεσης μιας δικαστικής απόφασης ή άλλου εκτελεστού τίτλου διέπονται αποκλειστικά από την εθνική νομοθεσία. Η ανωτέρω προσέγγιση δεν αλλάζει με την προτεινόμενη αναθεώρηση του Κανονισμού Βρυξέλλες Ι.

Πρωτότυπο

Europeans have a long history of using travel and crossing frontiers as a way of learning. Between the 17th and 19th centuries wealthy Europeans would undertake the Grand Tour visiting other countries as part of their education. Now, in the European Union (EU), travelling to learn is no longer for a privileged few, but is widely encouraged in many different ways.

Study visits (Box 1) provide an opportunity for education and vocational education and training (VET) experts to travel and learn. They bring together decision-makers and practitioners from different countries with different backgrounds to discuss issues of common interest and to share experience and expertise.

The impact of study visits on policies and practice is high. Through common learning, dissemination of good practice and stronger European cooperation, each visit can contribute to improving education and training policies at local, regional, national and European Levels.

The effects of study visits can also last well beyond the few days that the experts are together. Many keep in touch and network after the visit. Nearly a third of experts start to work on joint initiatives and projects.

Before 2008, there was one study visits programme for education experts and another for Vet experts. The growing links between education and training and the increasing importance of lifelong learning saw the separate study visits brought together under the EU's lifelong learning programme () in 2008.

Cedefop had successfully managed study visits for VET experts for over 20 years, building up a reputation for visits of high quality both in terms of content and organization. Wishing to draw on this experience and know-how, the European Commission invited Cedefop to coordinate the new much larger consolidated study visits for experts in education, Vet and lifelong learning.

Μετάφρασμα

Οι Ευρωπαίοι συνήθιζαν από πολύ παλιά να ταξιδεύουν και να περνούν τα σύνορα με στόχο τη μάθηση. Μεταξύ του 17^{ου} και του 19^{ου} αιώνα, εύποροι Ευρωπαίοι έφευγαν για την «Μεγάλη Περιήγηση» (Grand Tour) προκειμένου να επισκεφθούν άλλες χώρες στο πλαίσιο της εκπαίδευσής τους. Σήμερα, στα πλαίσια της Ευρωπαϊκής Ένωσης τα ταξίδια ως μέσο εκπαίδευσης δεν αποτελούν πλέον προνόμιο για λίγους αλλά προωθούνται ευρέως με πολλούς διαφορετικούς τρόπους.

Οι επισκέψεις μελέτης (Πλαίσιο 1) προσφέρουν την ευκαιρία σε εμπειρογνώμονες της εκπαίδευσης και της επαγγελματικής κατάρτισης (EEK) να ταξιδέψουν και να μάθουν. Οι επισκέψεις αυτές συγκεντρώνουν τους υπεύθυνους για τη λήψη αποφάσεων και τους επαγγελματίες από διαφορετικές χώρες, καθένας από τους οποίους διαθέτει διαφορετικό υπόβαθρο, με σκοπό τη συζήτηση πάνω σε θέματα κοινού ενδιαφέροντος και την ανταλλαγή εμπειρίας και γνώσεων.

Ο αντίκτυπος των επισκέψεων μελέτης σε επίπεδο πολιτικό και πρακτικό είναι υψηλός. Μέσω της κοινής εκπαίδευσης, της διάδοσης ορθών πρακτικών, της ενίσχυσης της συνεργασίας στην ΕΕ, κάθε επίσκεψη μελέτης μπορεί να συμβάλει στην βελτίωση των πολιτικών για την εκπαίδευση και την επαγγελματική κατάρτιση σε τοπικό, περιφερειακό, εθνικό και ευρωπαϊκό επίπεδο.

Παράλληλα ο αντίκτυπος των επισκέψεων μελέτης δεν περιορίζεται στις λίγες μέρες συνάντησης των εμπειρογνομόνων. Πολλοί συμμετέχοντες διατηρούν επαφή και δημιουργούν δίκτυα μεταξύ τους μετά το τέλος της επίσκεψης. Σχεδόν το 1/3 περίπου των εμπειρογνομόνων ξεκινούν να συμμετέχουν σε κοινές πρωτοβουλίες και projects.

Πριν από το 2008 υπήρχε μόνο ένα πρόγραμμα για επισκέψεις μελέτης που αφορούσε εμπειρογνώμονες της εκπαίδευσης και ένα ξεχωριστό πρόγραμμα για εμπειρογνώμονες της EEK. Λόγω της ολοένα μεγαλύτερης διασύνδεσης της εκπαίδευσης με την κατάρτιση και της διαρκώς αυξανόμενης σημασίας της δια βίου μάθησης το 2008 τα δύο αυτά ξεχωριστά προγράμματα επισκέψεων μελέτης ενώθηκαν στο πλαίσιο του Προγράμματος Δια Βίου μάθησης της Ε.Ε. ().

Το Cedefop πραγματοποίησε επιτυχώς τις επισκέψεις μελέτης για τους εμπειρογνώμονες της EEK για περισσότερα από 20 χρόνια, εδραιώνοντας τη φήμη για επισκέψεις μελέτης υψηλής ποιότητας τόσο σε επίπεδο περιεχομένου όσο και οργάνωσης. Επιθυμώντας να αξιοποιήσει αυτήν την εμπειρία και τεχνογνωσία η Ευρωπαϊκή Επιτροπή κάλεσε το Cedefop να αναλάβει τον συντονισμό του νέου

ευρύτερου ενοποιημένου προγράμματος επισκέψεων μελέτης για εμπειρογνώμονες της εκπαίδευσης, της ΕΕΚ και της δια βίου μάθησης.

Πρωτότυπο

1. How can digital technology developments help the healthcare system and the patients?

Digital technologies are changing how businesses operate in new and exciting ways. Technology has driven a transformation that is improving and streamlining product development, production processes and the customer journey.

In terms of healthcare, technology has the potential to have a profound impact on the health and wellbeing of patients around the world, and we've reached a critical juncture on our collective journey toward realizing that opportunity.

One of the biggest reasons that the pace of health innovation is accelerating is that advances in life sciences and digital technology are colliding to create massive synergistic effects. The possibilities are enormous, and I am not sure that today we understand the full extent of them.

Today's pharmaceutical companies are exploring how AI could help speed and smarten the work of clinical development. AI could assist pharmaceutical companies in getting medicine to market faster; it's being trained to predict drug efficacy and side effects, and to manage the vast amounts of documents and data that support any pharmaceutical product.

Some of the smartest decisions for a pharmaceutical company include choosing which medications not to pursue. A drug that won't be effective enough, or will have problematic side effects, pulls resources away from developing and delivering medications that could make life better for millions. Using technology to read data to make faster decisions on a medicine's potential would allow us to re-allocate resources and expertise to the next promising candidate faster.

It's still early in the game for AI but these concrete improvements hold promise for getting more effective drugs more quickly to the patients who need them.

Μετάφρασμα

1. Πως θα μπορούσαν οι εξελίξεις στην ψηφιακή τεχνολογία να βοηθήσουν το σύστημα υγείας και τους ασθενείς;

Οι ψηφιακές τεχνολογίες μεταβάλλουν τον τρόπο λειτουργίας των επιχειρήσεων μέσω νέων συναρπαστικών μεθόδων. Η τεχνολογία έχει οδηγήσει σε αλλαγές που βελτιώνουν και απλουστεύουν την ανάπτυξη προϊόντων, τις διαδικασίες παραγωγής και την εμπειρία του πελάτη.

Όσον αφορά τον τομέα της υγειονομικής περίθαλψης, η τεχνολογία έχει τη δυνατότητα να επηρεάσει σημαντικά στην υγεία και την ευημερία των ασθενών παγκοσμίως ενώ βρισκόμαστε σε ένα κρίσιμο σημείο στην κοινή μας πορεία προς την υλοποίηση αυτής της ευκαιρίας.

Ένας από τους σημαντικότερους λόγους για τους οποίους επιταχύνεται ο ρυθμός των καινοτομιών στον τομέα της υγείας είναι ότι η πρόοδος που σημειώνεται στους τομείς των βιοεπιστημών και της ψηφιακής τεχνολογίας συνδυάζεται, δημιουργώντας τεράστιο σωρευτικό αντίκτυπο. Οι δυνατότητες είναι τεράστιες και δεν είμαι βέβαιος ότι μπορούμε ακόμη να τις αντιληφθούμε πλήρως.

Σήμερα, οι φαρμακευτικές εταιρίες διερευνούν τους τρόπους με τους οποίους η τεχνητή νοημοσύνη θα μπορούσε να συμβάλλει στην επιτάχυνση και την εξάπλωση του έργου κλινικής ανάπτυξης. Η τεχνητή νοημοσύνη θα μπορούσε να βοηθήσει τις φαρμακευτικές εταιρίες ώστε να κυκλοφορούν ταχύτερα τα φάρμακά τους στην αγορά · εκπαιδεύεται με τέτοιο τρόπο ώστε να προβλέπει την αποτελεσματικότητα των φαρμάκων και τις παρενέργειές τους και να διαχειρίζεται τον τεράστιο αριθμό εγγράφων και δεδομένων που υποστηρίζουν κάθε φαρμακευτικό προϊόν.

Μεταξύ των πλέον έξυπνων αποφάσεων που μπορεί να πάρει μια φαρμακευτική εταιρία είναι η επιλογή των φαρμάκων στα οποία δεν πρέπει να δαπανήσει χρόνο. Ένα φάρμακο το οποίο δεν θα είναι αρκετά αποτελεσματικό ή θα έχει προβληματικές παρενέργειες, στερεί οικονομικούς πόρους από την ανάπτυξη και την παράδοση φαρμάκων που θα μπορούσαν να βελτιώσουν τη ζωή εκατομμυρίων ανθρώπων. Η χρήση της τεχνολογίας για την ανάγνωση δεδομένων που θα συμβάλλουν στην ταχύτερη λήψη αποφάσεων σχετικά με

τις δυνατότητες ενός φαρμάκου θα μας επέτρεπε να ανακατείνουμε τους οικονομικούς πόρους και την εμπειρογνωμοσύνη μας στο επόμενο υποσχόμενο υποψήφιο φάρμακο.

Είναι ακόμη πολύ νωρίς για να εξάγουμε συμπεράσματα για την τεχνητή νοημοσύνη, ωστόσο αυτές οι συγκεκριμένες βελτιώσεις φέρουν υπόσχονται πολλά για την ταχύτερη παροχή αποτελεσματικότερων φαρμάκων στους ασθενείς που τα χρειάζονται.

Πρωτότυπο

1.1. Marketing Strategy

Once you have identified your target market and described the profile of your potential customers in detail a marketing strategy is required to reach these customers and make them aware of your product or service.

Traditionally, marketers have referred to the four "P's of marketing" to explain the importance of a well-planned marketing strategy. The four P's of the marketing mix include: 1)Product, 2)Price, 3)Place, and 4)Promotions. In essence, the main purpose of marketing is to help you identify the needs and wants of your target market so that you can develop promotional strategies that will allow you to provide your customers with the "right" product at the best price.

Product. What is the unique positioning of my product or service? Positioning your product in relation to similar products available on the market is essential if you want to distinguish yourself from the competition. Ask yourself what makes your product (or service) unique and how it compares to the competition. What are the key benefits for the end customer? What is the evolution of the product and service over time?

Price. How do I determine the best price for my product or service? There are many ways to establish the price of your product or service. An effective pricing strategy will help you stay competitive in your market. Determine how much your customers are willing and able to pay for your products, and whether they have the income required to pay for your product.

Promotion. How effective is my advertising? Even if you are offering the best, fastest, or least expensive product around, you will get nowhere if no one knows about it. An efficient promotional or advertising strategy will ensure that your efforts translate into sales. The promotion strategy is one of the most important sections of the marketing plan. This is where it can make or break a marketing program. This section should include advertising strategies you plan to engage in, any marketing strategies for your products such as attending trade shows, conferences etc. Also you should explain what message you want to promote in all of the items mentioned above. You should send the same message through all channels of communication.

Place. How do I make sure that my product or service reach my customers in the most efficient manner? The type of distribution network that is right for your product depends on many factors, such as the size of your business, the structure of the industry as well as the buying behaviours of your customers. The way you make your products available to your customers can give you an important competitive advantage.

Μετάφρασμα

1.1.Στρατηγική μάρκετινγκ

Αφού προσδιορίσετε την αγορά – στόχο και περιγράψετε αναλυτικά το προφίλ των δυνητικών σας πελατών απαιτείται μία στρατηγική μάρκετινγκ προκειμένου να προσεγγίσετε αυτούς τους πελάτες και να τους ενημερώσετε για το προϊόν ή την υπηρεσία που προσφέρετε.

Κατά κανόνα, τα στελέχη του marketing αναφέρονται στα «τέσσερα P» του μάρκετινγκ για να εξηγήσουν τη σημασία μιας καλά σχεδιασμένης στρατηγικής. Στα «τέσσερα P» του μείγματος μάρκετινγκ (marketing mix), δηλ. του συνδυασμού των παραμέτρων του μάρκετινγκ, περιλαμβάνονται τα εξής: 1) το Προϊόν (Product) 2) την Τιμή (Price) 3) τη Θέση (Place) και 4) την Προώθηση (Promotions). Στην ουσία, κύριος σκοπός του μάρκετινγκ είναι να συμβάλλει στον προσδιορισμό των αναγκών και των επιθυμιών της αγοράς – στόχος έτσι ώστε να μπορέσετε να αναπτύξετε στρατηγικές προώθησης πωλήσεων που θα σας επιτρέψουν να προσφέρετε στους πελάτες σας το κατάλληλο προϊόν στην καλύτερη δυνατή τιμή.

Προϊόν. Ποια είναι η μοναδική τοποθέτηση στην αγορά (positioning) του προϊόντος ή της υπηρεσίας που προσφέρετε; Η τοποθέτηση των προϊόντων σας σε σχέση με άλλα παρεμφερή προϊόντα που διατίθενται στην αγορά κρίνεται ουσιώδης εάν επιθυμείτε να ξεχωρίσετε από τον ανταγωνισμό. Αναρωτηθείτε ποια είναι τα στοιχεία που κάνουν το προϊόν σας (ή την υπηρεσία σας) μοναδικό και ποια είναι η σύγκριση με τον ανταγωνισμό. Ποια είναι τα βασικά οφέλη για τον τελικό πελάτη; Με την πάροδο του χρόνου ποια θα είναι η εξέλιξη του προϊόντος και της υπηρεσίας;

Τιμή: Πως μπορείτε να καθορίσετε την καταλληλότερη τιμή για το προϊόν ή την υπηρεσία που διαθέτετε; Υπάρχουν πολλοί τρόποι για να καθορίσετε την τιμή για το προϊόν ή την υπηρεσία που προσφέρετε. Μία αποτελεσματική στρατηγική τιμολόγησης συμβάλει στη διατήρηση της ανταγωνιστικότητάς σας στην αγορά. Προσδιορίστε ποιο είναι το ποσό που οι πελάτες σας είναι διατεθειμένοι και μπορούν να δαπανήσουν για τα προϊόντα σας και κατά πόσο έχουν το απαιτούμενο εισόδημα.

Προώθηση: Πόσο αποτελεσματική είναι η διαφήμισή των προϊόντων σας; Ακόμα και αν προσφέρετε το καλύτερο, ταχύτερο ή το οικονομικότερο προϊόν που υπάρχει, δεν θα επιτύχετε τίποτα εάν κανείς δεν γνωρίζει για αυτό. Μία αποτελεσματική στρατηγική προώθησης ή διαφήμισης θα διασφαλίσει ότι οι προσπάθειές σας θα έχουν αντίκρισμα στους αριθμούς των πωλήσεων. Η στρατηγική προώθησης είναι ένα από τα σημαντικότερα τμήματα του σχεδίου μάρκετινγκ. Αυτός ο παράγοντας μπορεί να αποβεί καθοριστικός για την επιτυχία ή την αποτυχία ενός προγράμματος μάρκετινγκ. Το τμήμα αυτό περιλαμβάνει στρατηγικές διαφήμισης που σκοπεύετε να υιοθετήσετε, στρατηγικές μάρκετινγκ για τα προϊόντα σας όπως είναι η συμμετοχή σε εμπορικές εκθέσεις, συνεντεύξεις τύπου, κ.τ.λ. Επίσης θα πρέπει να είστε σαφείς για το μήνυμα που θέλετε να προωθήσετε μέσω των παραπάνω δραστηριοτήτων. Πρέπει να προωθείτε ένα κοινό μήνυμα σε όλους τους διαύλους επικοινωνίας.

Τοποθεσία. Πως μπορείτε να εξασφαλίσετε ότι το προϊόν ή η υπηρεσία σας θα διατεθεί στους πελάτες μου με τον πλέον αποτελεσματικό τρόπο; Ο τύπος του δικτύου διανομής που είναι καταλληλότερος για το προϊόν σας εξαρτάται από πολλούς παράγοντες, όπως είναι το μέγεθος της επιχείρησής σας, η δομή του βιομηχανικού κλάδου καθώς και η αγοραστική συμπεριφορά των πελατών σας. Ο τρόπος με τον οποίο τα προϊόντα σας διατίθενται στους πελάτες σας μπορεί να σας προσφέρει ένα σημαντικό ανταγωνιστικό πλεονέκτημα.

Πρωτότυπο

ORGANISATION OF GENERAL MEETINGS

1. Convening general meetings

The directors may call general meetings and, on the requisition of members pursuant to the provisions of CA 2006, shall forthwith proceed to convene a general meeting in accordance with CA 2006. If there are not within the United Kingdom sufficient directors to call a general meeting, any director or the members requisitioning the meeting (or any of them representing more than one half of the total voting rights of them all) may call a general meeting. If the Company has only a single member, such member shall be entitled at any time to call a general meeting.

2. Notice of general meetings

2.1. General meetings (other than an adjourned meeting) shall be called by at least fourteen Clear Days' notice but a general meeting may be called by shorter notice if it is so agreed by a majority in number of the members having a right to attend and vote, being a majority together holding not less than ninety per cent (90%) in nominal value of the shares at the meeting, giving that right.

2.2. The notice shall specify the time, date and place of the meeting, the general nature of the business to be transacted and the terms of any resolution to be proposed at it.

2.3. Subject to the provisions of these Articles and to any restrictions imposed on any shares, the notice shall be given to all members, to all persons entitled to a share in consequence of the death or bankruptcy of a member (if the company had been notified of their entitlement) and to the directors, alternate directors and the auditors for the time being of the Company.

2.4. The accidental omission to give notice of a meeting to, or the non-receipt of notice of a meeting by, any person entitled to receive notice shall not invalidate the proceedings at that meeting.

Μετάφρασμα

ΣΥΓΚΛΗΣΗ ΓΕΝΙΚΩΝ ΣΥΝΕΛΕΥΣΕΩΝ

1 Σύγκληση γενικών συνελεύσεων

Τα μέλη του ΔΣ μπορούν να συγκαλούν γενικές συνελεύσεις και, κατόπιν αιτήματος εταίρων σύμφωνα με τις διατάξεις του Νόμου του 2006 περί εταιριών, προβαίνουν αμέσως στη σύγκληση γενικής συνέλευσης σύμφωνα με τις διατάξεις του ίδιου νόμου. Εάν δεν βρίσκονται στο Ηνωμένο Βασίλειο επαρκή μέλη του ΔΣ για τη σύγκληση γενικής συνέλευσης, οποιοδήποτε μέλος του ΔΣ ή οι εταίροι που αιτούνται τη σύγκληση (ή όσοι κατέχουν περισσότερο από το ένα δεύτερο του συνόλου των δικαιωμάτων ψήφου του συνόλου των εταίρων) μπορούν να συγκαλέσουν γενική συνέλευση. Εάν η εταιρία διαθέτει μόνο έναν εταίρο, τότε αυτός δικαιούται να συγκαλεί γενικές συνελεύσεις όποτε το επιθυμεί.

2. Αναγγελία σύγκλησης της γενικής συνέλευσης

2.1. Οι γενικές συνελεύσεις (πλην των επαναληπτικών) συγκαλούνται με πρόσκληση η οποία παρέχεται τουλάχιστον 14 πλήρεις ημέρες νωρίτερα, αλλά μία γενική συνέλευση μπορεί να συγκληθεί κατόπιν συντομότερης ειδοποίησης

εάν συμφωνήσει σε αυτό η πλειοψηφία των εταίρων με δικαίωμα συμμετοχής και ψήφου, η οποία κατέχει τουλάχιστον 90% της ονομαστικής αξίας των εταιρικών μεριδίων που παρέχουν το συγκεκριμένο δικαίωμα.

2.2. Στην πρόσκληση προσδιορίζονται ο χρόνος και ο τόπος της συνέλευσης και η γενική φύση των θεμάτων που πρόκειται να εξεταστούν, καθώς και οι όροι τυχόν απόφασης που θα προταθεί σε αυτή.

2.3. Με την επιφύλαξη των διατάξεων του Καταστατικού και τυχόν περιορισμών που επιβάλλονται σε οποιαδήποτε εταιρικά μερίδια, η πρόσκληση παρέχεται σε όλους τους εταίρους, σε όλους τους δικαιούχους εταιρικού μεριδίου ως αποτέλεσμα θανάτου ή πτώχευσης εταίρου (εάν η εταιρία έχει ενημερωθεί σχετικά με το δικαίωμά τους αυτό) και στα μέλη του Δ.Σ., τα αναπληρωματικά μέλη του Δ.Σ. και τους εκάστοτε ελεγκτές της Εταιρείας.

2.4. Η τυχαία παράλειψη επίδοσης ειδοποίησης για μια συνέλευση σε ή η μη παραλαβή της ειδοποίησης για μια συνέλευση από πρόσωπο που δικαιούται να λάβει ειδοποίηση δεν καθιστά άκυρες τις διαδικασίες της εν λόγω συνέλευσης.

Πρωτότυπο

To address the risk of contagion stemming from the crisis in Greece, a series of exceptional measures have been agreed by European Governments, IMF and the ECB. The sums involved in the rescue plans are large, amounting to a possible EUR 750bn of EU and IMF money; plus, the ECB will intervene in the secondary market for private and public sector debt securities to provide liquidity as needed. Such strong measures seem to have helped reassure investors, with both the equity markets and the debt of the so-called PIIGS rallying strongly as a response. While the measures definitely help with the immediate liquidity problem and reduce contagion risk, the medium-term challenges of restoring the public finances to health are still to be tackled and are likely to continue cause volatility in the market-place, especially for sovereign debt.

Within fixed income, our preference remains for developed markets' corporate debt that continues to offer an attractive combination of improving fundamentals, good flows and reasonably good valuations.

We maintain a moderate underweight in equities versus cash. Our reasons are four-fold. First, equity markets could come under pressure if earnings do not meet expectations, as analyst forecasts for 2010-2011 remain optimistic despite subdued demand and high unemployment in developed markets. Second, while valuations are not demanding, they are considerably above the attractive levels seen in 2009. Third, fiscal austerity packages, such as the ones needed to repair the budget deficits in

countries like Greece, may result in a slowdown of growth during the second half of the year. Fourth, monetary tightening in emerging markets could slow the pace of growth and affect global markets. As such, we maintain our preference for defensive sectors over cyclical and financials as the more stable earnings profile of these companies are more attractive in the current economic cycle.

Μετάφρασμα

Για την αντιμετώπιση του κινδύνου εξάπλωσης της ελληνικής κρίσης, οι ευρωπαϊκές κυβερνήσεις, το ΔΝΤ και η ΕΚΤ συμφώνησαν σε σειρά έκτακτων μέτρων. Τα ποσά που περιλαμβάνονται στα σχέδια διάσωσης είναι υψηλά και ανέρχονται περίπου σε 750 δισεκατομμύρια ευρώ, τα οποία θα προέλθουν από την ΕΕ και το ΔΝΤ· επιπλέον η ΕΚΤ θα παρέμβει στη δευτερογενή αγορά για τα χρεόγραφα του ιδιωτικού και του δημόσιου τομέα με σκοπό την παροχή ρευστότητας, ανάλογα με τις απαιτήσεις. Αυτά τα αποφασιστικά μέτρα φαίνεται να συνέβαλαν στον καθησυχασμό των επενδυτών, καθώς τόσο οι αγορές μετοχών όσο και οι αγορές ομολόγων των λεγόμενων PIIGS (Πορτογαλία, Ιταλία, Ιρλανδία, Ελλάδα, Ισπανία) αντέδρασαν σημειώνοντας σημαντική άνοδο. Ενώ τα μέτρα βοηθούν αναμφίβολα στην άμεση αντιμετώπιση του προβλήματος ρευστότητας και μειώνουν τον κίνδυνο εξάπλωσης της κρίσης, οι μεσοπρόθεσμες προκλήσεις εξυγίανσης των δημόσιων οικονομικών δεν έχουν ακόμη αντιμετωπιστεί και είναι πιθανό να συνεχίσουν να προκαλούν αστάθεια στις αγορές, ιδίως όσον αφορά τα κρατικά ομόλογα.

Στο πλαίσιο των επενδύσεων σταθερού εισοδήματος, εξακολουθούμε να προτιμούμε εταιρικά ομόλογα αναπτυγμένων αγορών, τα οποία συνεχίζουν να προσφέρουν έναν ελκυστικό συνδυασμό βελτιωμένων βασικών οικονομικών μεγεθών, καλών ροών και εύλογα καλών αποτιμήσεων.

Διατηρούμε μετρίως χαμηλότερες επενδύσεις σε μετοχές σε σχέση με μετρητά, και τούτο για τέσσερις λόγους. Πρώτον, οι αγορές μετοχών μπορεί να δεχθούν πιέσεις, εάν τα κέρδη δεν ανταποκριθούν στις προσδοκίες, καθώς οι προβλέψεις των αναλυτών για το 2010-2011 παραμένουν αισιόδοξες παρά την υποτονική ζήτηση και την υψηλή ανεργία στις αναπτυγμένες αγορές. Δεύτερον, παρότι οι αποτιμήσεις δεν είναι απαιτητικές, βρίσκονται σημαντικά πάνω από τα ελκυστικά επίπεδα του πρώτου τριμήνου του 2009. Τρίτον, τα πακέτα μέτρων δημοσιονομικής λιτότητας, όπως αυτά που απαιτούνται για την αποκατάσταση των δημοσιονομικών ελλειμμάτων σε χώρες όπως η Ελλάδα, μπορεί να έχουν ως αποτέλεσμα την επιβράδυνση της ανάπτυξης κατά το δεύτερο εξάμηνο του έτους. Τέταρτον, η νομισματική σύσφιξη στις αναδυόμενες αγορές μπορεί να καθυστερήσει τον ρυθμό της ανάπτυξης και να επηρεάσει τις παγκόσμιες αγορές. Ως εκ τούτου, διατηρούμε την προτίμησή μας για αμυντικούς τομείς σε σχέση με κυκλικούς και χρηματοπιστωτικούς τομείς, καθώς το σταθερότερο προφίλ κερδών των εταιρειών των αμυντικών τομέων είναι πιο ελκυστικό στον παρόντα οικονομικό κύκλο.

Πρωτότυπο

Hindsight Review

Equity market performance was mixed over the first quarter of 2004, ranging from flat or slightly negative in Europe and the US, to very positive in the case of Japan and the emerging markets.

The **terror attack in Madrid** on 11/03/04 provided a major test of investor sentiment and market performance. Combined with concerns over the strength of the global recovery and corporate earnings growth, the attack put pressure on equity markets. In particular, weak figures in March for US economic newsflow on industrial production and leading indicators such as the ISM survey.

Outside the US, the economic picture was generally positive. In Asia ex Japan, growth continued to strengthen with domestic improvements in many countries adding fuel to the export-led boom. In Japan, economic figures were encouraging, with evidence of domestic improvements emerging.

In the UK, economic growth was healthy. However, the Bank of England raised Interest rates in February in order to cool consumer borrowing and surging house prices. Meanwhile, the recovery in **Continental Europe remained weak** and leading indicators began to deteriorate towards the end of the quarter.

The corporate sector saw a **pick up in merger and acquisition activity**. The hostile bids for the media company Disney in the US and for the pharmaceutical company Aventis in Europe were the most prominent examples. **Corporate earnings announcements for 2003 met or beat expectations.** There is, however, concern about how sustainable current earnings growth rates are. Although growth rates are expected to remain positive, the market considers that the peak in acceleration may have already been seen.

Sectors that were at the forefront of the rally, such as **technology and materials suffered a setback** during the quarter. Investors became worried about valuations against the backdrop of a possible decline in earnings momentum.

Bonds outperformed equities. The terror attacks lowered investors' risk appetite and increased demand for safe-haven investments. In the US, weak employment data meant that expectations for US interest rate increases were pushed back to late 2004. This supported government bonds.

On a currency level, the **US dollar regained some ground against the euro.** Meanwhile, **sterling hit an 11 year high** against the US dollar mid February. Investors were attracted to the British currency due to the rising interest rate environment.

Μετάφρασμα

Ανασκόπηση

Η απόδοση των χρηματιστηριακών αγορών εμφάνισε μικτή εικόνα κατά το πρώτο τρίμηνο του 2004 κυμαινόμενη από υποτονική ή ελαφρώς αρνητική στην Ευρώπη και στις ΗΠΑ έως πολύ θετική στην Ιαπωνία και στις αναδυόμενες αγορές.

Η τρομοκρατική επίθεση στη Μαδρίτη στις 11/03/04 αποτέλεσε σημαντική δοκιμασία για το επενδυτικό κλίμα και την απόδοση των αγορών. Σε συνδυασμό με τις ανησυχίες για τη σταθερότητα της διεθνούς ανάκαμψης και την ανάπτυξη της κερδοφορίας των εταιρειών, η επίθεση αυτή είχε αρνητικό αντίκτυπο στις χρηματαγορές. Πιο συγκεκριμένα, τα ασθενή μεγέθη του Μαρτίου για την απασχόληση στις ΗΠΑ τροφοδότησαν τις ανησυχίες των επενδυτών για μία «ανάκαμψη χωρίς νέες θέσεις εργασίας» παρά τις ενθαρρυντικές οικονομικές ειδήσεις για τις ΗΠΑ, αναφορικά με τη βιομηχανική παραγωγή, και τη βελτίωση που εμφάνισαν δείκτες τάσεων όπως η έρευνα του Ιδρύματος για τη Διαχείριση της Προσφοράς (Institute for Supply Management – ISM).

Εκτός ΗΠΑ, η οικονομική εικόνα ήταν σε γενικές γραμμές θετική. Στις ασιατικές χώρες εκτός της Ιαπωνίας, η ανάπτυξη εξακολούθησε να ενισχύεται. Οι θετικές εξελίξεις στις

εγχώριες οικονομίες πολλών χωρών στηρίζουν περαιτέρω την ανάπτυξη που βασίζεται σε σημαντικό βαθμό στις εξαγωγές. Στην Ιαπωνία, τα οικονομικά μεγέθη ήταν ενθαρρυντικά, με την εμφάνιση ενδείξεων για βελτιώσεις στην εγχώρια οικονομία.

Στο Ηνωμένο Βασίλειο, η οικονομική ανάπτυξη ήταν σταθερή. Ωστόσο, η τράπεζα της Αγγλίας αύξησε τα επιτόκια τον Φεβρουάριο προκειμένου να συγκρατήσει το ύψος των καταναλωτικών δανείων και την μεγάλη άνοδο στις τιμές των κατοικιών. Κατά το ίδιο διάστημα,, η ανάκαμψη **στην ηπειρωτική Ευρώπη παρέμεινε υποτονική** και οι οικονομικοί δείκτες άρχισαν να υποχωρούν προς το τέλος του τριμήνου.

Ο τομέας των επιχειρήσεων παρουσίασε **αύξηση στις δραστηριότητες όσον αφορά τις συγχωνεύσεις και τις εξαγωγές.** Χαρακτηριστικότερα παραδείγματα της τάσης αυτής ήταν οι προσφορές επιθετικής εξαγοράς της εταιρίας μέσωσ ενημέρωσης Disney, στις ΗΠΑ, και της εταιρίας φαρμάκων Aventis, στην Ευρώπη. **Οι ανακοινώσεις για τα κέρδη των εταιρειών, για το 2003, ανταποκρίθηκαν στις προσδοκίες ή τις υπερέβησαν.** Υπάρχει, ωστόσο, ανησυχία για το κατά πόσον μπορούν να διατηρηθούν οι τρέχοντες ρυθμοί αύξησης των κερδών. Αν και οι ρυθμοί αύξησης της κερδοφορίας αναμένεται ότι θα παραμείνουν θετικοί, η αγορά εκτιμά ότι αυτοί μάλλον δεν θα παραμείνουν σε τόσο υψηλά επίπεδα.

Τομείς που πρωτοστάτησαν στην αύξηση των κερδών, όπως **οι τομείς της τεχνολογίας και των πρώτων υλών, υποχώρησαν** κατά τη διάρκεια του τριμήνου. Οι επενδυτές άρχισαν να ανησυχούν για τις προοπτικές των τιμών των μετοχών ενόψει της πιθανής μείωσης των ρυθμών αύξησης των κερδών.

Τα ομόλογα παρουσίασαν υψηλότερες αποδόσεις από τις μετοχές. Οι τρομοκρατικές επιθέσεις περιόρισαν την προθυμία των επενδυτών για την ανάληψη ρίσκων και αύξησαν τη ζήτηση για ασφαλείς τοποθετήσεις. Στις ΗΠΑ, τα ασθενή μεγέθη για την απασχόληση είχαν ως αποτέλεσμα οι προσδοκίες για αυξήσεις στα αμερικανικά επιτόκια να μετατεθούν προς το τέλος του 2004. Η εξέλιξη αυτή στήριξε τα κρατικά ομόλογα.

Σε επίπεδο νομισμάτων, **το αμερικάνικο δολάριο ανέκτησε κάποιο από το χαμένο έδαφος έναντι του ευρώ.** Εντωμεταξύ, η λίρα Αγγλίας έφτασε στο υψηλότερο επίπεδο των 11 τελευταίων ετών έναντι του αμερικανικού δολαρίου στα μέσα Φεβρουαρίου. Το βρετανικό νόμισμα προσέλκυσε επενδυτές λόγω της διαφαινόμενης τάσης αύξησης των επιτοκίων.

Πρωτότυπο

THE PARTIES AGREE as follows:

1. INTERPRETATION

1.1. In this Agreement:

<u>"Agreement"</u>	means this agreement including the schedules to this Agreement, all as amended, varied or supplemented from time to time;
<u>"Business Day"</u>	means a usual working day, other than a Saturday Or Sunday, in the canton of Zug, Switzerland;
<u>"Effective Date"</u>	means 1 May 2007;

11 AMENDMENTS AND VARIATIONS

This Agreement may not be amended or modified orally and no amendment or modification shall be effective unless it is in writing and signed by the authorized representatives of each of the Parties.

12 APPLICABLE LAW

This Agreement and any dispute or claim of whatever arising out of or in connection with it is to be exclusively interpreted in accordance with and governed by the law of England and Wales, without giving effect to its rules on conflicts of law.

13 JURISDICTION

Any dispute between the Parties whether resulting from a claim in contract, tort or otherwise or any other claim or any other claim or controversy which may arise out of or in connection with this Agreement or the breach, termination or invalidity thereof shall be finally and exclusively settled by arbitration by three arbitrators in London under the UNCITRAL Arbitration Rules in force at the start of the arbitration proceedings. The appointing authority shall be the International Chamber of Commerce. The language of the arbitration shall be English

14 ENTIRE AGREEMENT

14.1. This Agreement constitutes the whole and only agreement between the Parties relating to its subject matter and supersedes and extinguishes any other agreement, document or pre-contractual statement relating to the same subject matter.

14.2. Each Party acknowledges that it has not relied upon any pre-contractual statements in agreeing to enter into this Agreement.

14.3. Except in the case of fraud, no Party shall have any right of action against any other Party arising out of or in connection with any pre-contractual statement except to the extent that it is repeated in this Agreement.

14.4. For the purposes of this clause, "pre-contractual statement" includes but is not limited to any agreement. Undertaking, representation, warranty, promise, assurance. Arrangement or draft of any nature whatsoever, whether or not in writing, relating to the subject matter of this Agreement and which is not repeated in this Agreement made by any person at any time before the date of this Agreement.

Μετάφρασμα

ΤΑ ΣΥΜΒΑΛΛΟΜΕΝΑ ΜΕΡΗ ΣΥΜΦΩΝΟΥΝ τα ακόλουθα:

1 ΕΡΜΗΝΕΙΑ

1.1 Στην παρούσα Σύμβαση ως:

«Σύμβαση» νοείται η παρούσα σύμβαση συμπεριλαμβανομένων των παραρτημάτων που επισυνάπτονται σε αυτήν, όπως τροποποιούνται ή συμπληρώνονται κατά καιρούς·

«Εργάσιμη μέρα» νοείται η συνήθης εργάσιμη μέρα, εκτός του Σαββάτου και της Κυριακής, στο καντόνι Zug, στην Ελβετία·

11 ΤΡΟΠΟΠΟΙΗΣΕΙΣ ΚΑΙ ΔΙΑΦΟΡΟΠΟΙΗΣΕΙΣ

Η παρούσα Σύμβαση δεν μπορεί να τροποποιηθεί ή να διαφοροποιηθεί προφορικά και καμία τροποποίηση ή διαφοροποίηση δεν είναι αποτελεσματική εάν δεν έχει περιβληθεί τον έγγραφο τύπο και δεν έχει υπογραφεί από τους εξουσιοδοτημένους αντιπροσώπους αμφοτέρων των Συμβαλλομένων.

12 ΕΦΑΡΜΟΣΤΕΟ ΔΙΚΑΙΟ

Η παρούσα Σύμβαση και τυχόν διαφορά ή αξίωση οποιασδήποτε φύσης που προκύπτει από ή σε σχέση με αυτήν θα ερμηνεύονται και θα διέπονται αποκλειστικά από το δίκαιο της Αγγλίας και της Ουαλίας, χωρίς να τίθενται σε εφαρμογή οι κανόνες ιδιωτικού διεθνούς δικαίου του εν λόγω δικαίου.

13 ΔΙΚΑΙΟΔΟΣΙΑ

Τυχόν διαφωνία μεταξύ των Συμβαλλομένων Μερών είτε προκύπτει από συμβατική ή εξωσυμβατική αξίωση ή άλλως πως, ή από τυχόν άλλη αξίωση ή διαφωνία που είναι δυνατόν να προέρχεται από ή σχετικά με την παρούσα Σύμβαση ή από παράβαση, λήξη ή ακυρότητα αυτής θα διευθετείται οριστικά και αποκλειστικά με διαιτησία από τρεις διαιτητές στο Λονδίνο σύμφωνα με τους Κανόνες Διαιτησίας UNCITRAL όπως ισχύουν κατά την έναρξη της διαιτητικής διαδικασίας. Η αρχή διορισμού των διαιτητών είναι το Διεθνές Εμπορικό Επιμελητήριο. Η γλώσσα διεξαγωγής της διαδικασίας διαιτησίας θα είναι τα αγγλικά.

14 ΕΝΙΑΙΑ ΣΥΜΒΑΣΗ

14.1 Η παρούσα Σύμβαση αποτελεί τη συνολική και μοναδική σύμβαση μεταξύ των μερών σχετικά με το αντικείμενό της και υπερισχύει και καταργεί οποιαδήποτε άλλη σύμβαση, έγγραφο ή προσυμβατική δήλωση σχετικά με το ίδιο αντικείμενο.

14.2. Κάθε συμβαλλόμενο μέρος αναγνωρίζει ότι δεν βασίστηκε σε οποιαδήποτε προσυμβατική δήλωση προκειμένου να συμφωνήσει να συνάψει αυτή τη συμφωνία.

14.3. Εκτός από την περίπτωση απάτης, κανένα από τα Συμβαλλόμενα Μέρη δεν δικαιούται να ασκήσει αγωγή κατά οποιουδήποτε άλλου μέρους η οποία προκύπτει από ή σχετίζεται με οποιαδήποτε προσυμβατική δήλωση, εκτός αν αυτή επαναλαμβάνεται στην παρούσα Σύμβαση.

14.4 Για τους σκοπούς του παρόντος άρθρου η «προσυμβατική δήλωση» περιλαμβάνει ενδεικτικά οποιαδήποτε συμφωνία, ανάληψη υποχρέωσης, δήλωση, εγγύηση, υπόσχεση, διαβεβαίωση, ρύθμιση ή προσχέδιο οποιασδήποτε φύσης, είτε σε έγγραφη μορφή είτε όχι, που αφορά το αντικείμενο της παρούσας σύμβασης και το οποίο δεν επαναλαμβάνεται εδώ και διατυπώθηκε από οποιαδήποτε πρόσωπο, οποιαδήποτε στιγμή πριν την ημερομηνία της παρούσας Σύμβασης.

Πρωτότυπο

Herbalife
Nutrition

Nonprofits in a COVID-19 World: Engaging Stakeholders in Times of Crisis

By Jenny Perez, Executive Director, Herbalife Nutrition Foundation

The ability to quickly adapt to change is a key aspect of running any successful organization. However, in times of crisis, that change can often come quicker than the organization and its stakeholders could imagine. Unfortunately, for nonprofit organizations and their beneficiaries, the COVID-19 global crisis has drastically changed the world. The need in our communities is greater. However, the opportunities for raising much needed funds have been hampered by social restrictions. So how does a nonprofit organization keep their donors engaged in times of crisis?

Communications

Communicating with our stakeholders is an integral part of telling our story. In a normal operating environment, we share with people who know us and those who don't, who we are and what we do. We explain our challenges and needs, and we celebrate our successes with thanks to donors for their collective support.

But our story, much like the operating environment, has now morphed. We have quickly recognized the need to change how and what we communicate. We understand that donors are being bombarded with information about all the current needs in our society. So rather than get lost in the noise, we are finding a balance of increasing communication without being overwhelming, through impactful storytelling – where donors can clearly see the need and the impact of their donation. And, we are adjusting the way we raise funds, while continuing to lend support to the organizations that have been part of our flagship program.

We also understand that there are many who will undoubtedly rise to the occasion, even before we can ask for a helping hand. And for that, we are grateful.

Technology

Our focus at the Herbalife Nutrition Foundation is simple and globally unifying – help bring nutrition to children and families in underserved communities around the globe. So, with donors spread throughout the world, engaging with them can sometimes be a challenge, but that is something we've adapted to, and now relish in that global reach.

The challenge we are facing today as a result of Covid -19 is that we are an event-driven organization that raises 90% of funds from events, to one where events have been eliminated. So, since we are limited on the ability to host events and gatherings, and failing our communities is not an option, we must adapt and move forward.

Thanks to technology, we found a way to offer peer-to-peer fundraising tools that allow those who want to help, to create their own fundraisers. Donors can share heartwarming videos about why the cause means so much to them. They can inspire others by snapping photos of their outreach. Without social media, it would be much more difficult to bring a global audience together, to share in our collective work and our reach, helping so many along the way.

Teamwork Makes the Dream Work

English poet John Donne famously wrote, "No man is an island, entire of itself; every man is a piece of the continent, a part of the main." These words are evident in the way people have come together to support each other in these critical times, and the way organizations have stepped up or partnered with others to lend a hand to those in need.

Our partner organizations around the world are doing amazing work and setting examples of how adaptation in times of crisis can be done right – from changing the way they operate daily, to offering services to more than children. For example, SOS's Children's Villages is working to educate and reduce the spread of Covid-19, offering psychosocial support and alternative childcare in developing countries. Other organizations like Heart of Los Angeles (HOLA), are helping provide meals to children and families who otherwise would go without, while also working to provide adequate technology to students who are now studying from home.

This is who we are and what we do. We adapt and we overcome. We use technology to help us to tell our story. And our story will be shared again and again, helping us not only to raise awareness, but allowing us to collect funds that will make an impact in the lives of children and families, all around the globe.

Μετάφρασμα

Έμβλημα

Μη κερδοσκοπικοί οργανισμοί στον καιρό του COVID-19:

Διατηρώντας το ενδιαφέρον των υποστηρικτών σε περιόδους κρίσης

Της Jenny Perez, executive director, του Herbalife Nutrition Foundation

Η ικανότητα γρήγορης προσαρμογής στις αλλαγές είναι μια βασική πτυχή της λειτουργίας κάθε επιτυχημένου οργανισμού. Ωστόσο, σε περιόδους κρίσης, αυτή η αλλαγή μπορεί συχνά να έρθει γρηγορότερα απ' ό,τι θα μπορούσε να φανταστεί ο οργανισμός και τα ενδιαφερόμενα μέρη. Δυστυχώς, για τους μη κερδοσκοπικούς οργανισμούς και όσους δέχονται τη βοήθειά τους, η παγκόσμια κρίση COVID -19 άλλαξε δραματικά τον κόσμο. Η ανάγκη προσφοράς στην κοινότητα είναι πλέον μεγαλύτερη. Ωστόσο, οι δυνατότητες για συγκέντρωση των αναγκαίων πόρων έχουν περιοριστεί λόγω από τα μέτρα κοινωνικής αποστασιοποίησης. Λοιπόν, πως ένας μη κερδοσκοπικός οργανισμός μπορεί να συνεχίσει να διατηρεί το ενδιαφέρον των χορηγών του σε περιόδους κρίσης;

Επικοινωνία

Η επικοινωνία με τους υποστηρικτές μας είναι ουσιαστική για τη μετάδοση του μηνύματός μας. Σε ένα περιβάλλον που λειτουργεί κανονικά, μιλάμε για το ποιοι είμαστε και τι κάνουμε τόσο με ανθρώπους που μας γνωρίζουν όσο και με εκείνους που δεν μας γνωρίζουν. Εξηγούμε τις προκλήσεις που έχουμε να αντιμετωπίσουμε και τις ανάγκες μας ενώ γιορτάζουμε τις επιτυχίες μας ευχαριστώντας τους χορηγούς μας για τη συλλογική τους υποστήριξη.

Όμως, αυτά που θέλουμε να πούμε και το περιβάλλον στο οποίο λειτουργούμε έχουν πλέον αλλάξει. Συνειδητοποιήσαμε από την πρώτη στιγμή ότι είναι να αλλάξουμε το περιεχόμενο και τον τρόπο επικοινωνίας μας. Κατανοούμε ότι οι χορηγοί μας βομβαρδίζονται με πληροφορίες σχετικά με τις τρέχουσες ανάγκες τις κοινωνίες μας. Επομένως, αντί να χαθούμε μέσα στον ορμαγδό των πληροφοριών, προσπαθούμε να βρούμε μια ισορροπία αυξάνοντας την επικοινωνία μας χωρίς όμως να γινόμαστε υπερβολικοί, μέσω της μετάδοσης επιδραστικών μηνυμάτων – που επιτρέπουν στους χορηγούς να δουν ξεκάθαρα την αναγκαιότητα και τον αντίκτυπο της δωρεάς τους. Επιπλέον, προσαρμόζουμε τον τρόπο συγκέντρωσης πόρων, ενώ συνεχίζουμε να παρέχουμε υποστήριξη στους οργανισμούς που έχουν αποτελέσει μέρος του κεντρικού μας προγράμματος.

Κατανοούμε επίσης ότι υπάρχουν πολλοί που θα προστρέξουν να συνεισφέρουν στην κάλυψη αναγκών, ακόμη και πριν προλάβουμε να ζητήσουμε βοήθεια. Και για την προθυμία και την προσφορά τους αυτή τους ευγνωμονούμε.

Τεχνολογία

Στο Herbalife Nutrition Foundation επικεντρωνόμαστε σε έναν απλό σκοπό που μας ενώνει όλους – τη σωστή διατροφή παιδιών και οικογενειών που ζουν σε υποεξυπηρετούμενες κοινότητες σε όλο τον κόσμο. Έτσι, με τους χορηγούς μας που βρίσκονται σε όλα τα μήκη και τα πλάτη της γης, η αλληλεπίδραση μαζί τους μπορεί μερικές φορές να αποτελεί πρόκληση, αλλά αυτό είναι κάτι με το οποίο έχουμε προσαρμοστεί και πλέον απολαμβάνουμε σε την παγκόσμια εμβέλεια.

Η πρόκληση με την οποία ερχόμαστε αντιμέτωποι σήμερα ως αποτέλεσμα της νόσου του Covid – 19 οφείλεται στο γεγονός ότι είμαστε ένας οργανισμός που βασίζεται στην διοργάνωση εκδηλώσεων μέσω των οποίων συγκεντρώνουμε το 90% των πόρων μας – και διανύουμε μια εποχή στην οποία δεν μπορεί να διοργανωθεί καμία εκδήλωση. Επομένως,

αφού οι δυνατότητές μας όσον αφορά τη διοργάνωση εκδηλώσεων και συναθροίσεων έχουν περιοριστεί, και το να σταματήσουμε να στηρίζουμε τις κοινότητες που μας έχουν ανάγκη δεν αποτελεί επιλογή, πρέπει να προσαρμοστούμε στις νέες συνθήκες και να συνεχίσουμε.

Χάρη στην τεχνολογία, έχουμε βρει εργαλεία για συγκέντρωση πόρων peer – to peer, που επιτρέπουν σε όσους επιθυμούν να βοηθήσουν να δημιουργούν τους δικούς τους εράνους. Οι χορηγοί μπορούν να κοινοποιήσουν συγκινητικά βίντεο που εξηγούν γιατί ο σκοπός αυτός έχει τόσο μεγάλη σημασία για εκείνους. Μπορούν, επίσης, να εμπνεύσουν άλλους, δημοσιεύοντας φωτογραφίες που αποτυπώνουν το εύρος της δράσης τους. Χωρίς τα social media, θα ήταν πολύ πιο δύσκολο να απευθυνθούμε στο παγκόσμιο κοινό για να προβάλλουμε το συλλογικό έργο και τη δράση μας, που αγγίζει τόσα πολλά άτομα.

Η Ομαδική εργασία κάνει τα αδύνατα δυνατά

Ο ευρέως γνωστός Άγγλος ποιητής John Donne έγραψε το περίφημο «Κανένας άνθρωπος δεν είναι, ακέριος μοναχός του. Κάθε άνθρωπος αποτελεί ένα κομμάτι της ηπείρου, ένα κομμάτι της στεριάς». Το νόημα των στίχων αυτών είναι ενδεικτικά του τρόπου με τον οποίο οι άνθρωποι ενώθηκαν για να υποστηρίξουν ο ένας τον άλλον σε αυτές τις κρίσιμες στιγμές και στο πως οι οργανισμοί ανέλαβαν πρωτοβουλίες ή προχώρησαν σε συνεργασίες με άλλους για να βοηθήσουν αυτούς που όσους έχουν ανάγκη.

Οι ΜΚΟ με τους οποίους συνεργαζόμαστε σ' ολόκληρο τον κόσμο κάνουν εξαιρετική δουλειά και αποτελούν παράδειγμα για τη σωστή προσαρμογή σε περιόδους κρίσης – από την αλλαγή του τρόπου με τον οποίο λειτουργούν καθημερινά έως την προσφορά υπηρεσιών και σε άλλες ομάδες εκτός από τα παιδιά. Για παράδειγμα, τα παιδικά χωριά SOS επιτελούν σημαντικό έργο όσον αφορά την εκπαίδευση και τη μείωση της εξάπλωσης της νόσου COVID-19, προσφέροντας ψυχοκοινωνική υποστήριξη και εναλλακτικές επιλογές για τη φροντίδα των παιδιών σε αναπτυσσόμενες χώρες. Άλλοι ΜΚΟ όπως ο Heart of Los Angeles (HOLA), συμβάλλουν στην παράδοση γευμάτων σε παιδιά και οικογένειες που υπό διαφορετικές συνθήκες θα στερούνταν, ενώ καταβάλλουν προσπάθειες για να παρέχουν την απαραίτητη τεχνολογία σε μαθητές που τώρα μελετούν από το σπίτι.

Αυτοί είμαστε και αυτά κάνουμε. Προσαρμοζόμαστε στις συνθήκες και ξεπερνάμε κάθε δυσκολία. Χρησιμοποιούμε την τεχνολογία για να μεταδώσουμε το μήνυμά μας. Και το μήνυμά μας θα κοινοποιηθεί ξανά και ξανά, βοηθώντας μας όχι μόνο να ευαισθητοποιήσουμε τους άλλους, αλλά και να συγκεντρώσουμε πόρους που θα μας επιτρέψουν να κάνουμε τη διαφορά στις ζωές των παιδιών και των οικογενειών που το έχουν ανάγκη σε ολόκληρο τον κόσμο.

Πρωτότυπο

Snack Smarts: Raise Your Nutrition IQ

By Simon Sum, DCN,RDN,ACM-CPT, FAND, Director of North America Scientific Affairs, R&D at Herbalife Nutrition

The good news: nearly 90% of consumers read nutrition labels. The bad news: people don't always understand the vital nutritional terms on labels. Nutrition IQ is critical to supporting healthy eating habits and reducing the risk of chronic disease. For example, according to The International Food Information Council Foundation, nearly two in three people have heard of nutrient density, but far fewer can explain what it means. And while many consumers now understand that protein is a vital addition to meals, they are less picky about their protein when it comes to snacking.

First, let's first review why protein is critical to our daily diets. **Proteins** are essential macronutrients that help to maintain our immune systems and build muscle, bone, skin, and hair. Without consuming the appropriate amounts of protein, you run the risk of missing out on these essential functions. Eventually, that could lead to problems, such as loss of muscle mass, failure to grow, weakened heart and lung function, and even early death. Available evidence indicates that it's quality of protein (or the protein "package"), rather than the amount of protein that likely makes a difference for our health.

Nutrient density is the measure of how much nutrition you get per serving or per calorie eaten and vital to achieving a nutritious diet. When choosing between two food items with the same calorie amount, one food choice can provide your body with the protein, fiber, healthy fats, vitamins, and minerals we need every day. In contrast, another option may provide empty calories from sugar and saturated fat with no other significant nutritional benefits.

Snacking often gets a bad rap because many options are loaded with sugar, saturated fat or excessive salt. And the food industry has responded to this challenge with endless "low sugar" and "low sodium" snacks – but that does not mean that the nutritional benefits are increased. The next evolution in the quest for better – than snacks has come in the form of protein labeled options. But while protein is good, not all protein snacks are created equal, and consumers may end up with a food solution that sounds healthy but is not.

One of the challenges with finding nutrient rich snacks is that until recently, there was no tool available for health professionals or food manufacturers to determine the nutrient density of protein snack products. Working with a team at Herbalife Nutrition, we created an index to identify the comprehensive profile of nutrient rich protein snacks. And the results were illuminating for consumers wanting to grab a bite that satisfies their hunger needs but also supports their desire for good quality protein snacks.

Our study, entitled "A modified Nutrition Rich Food Index to Assess Nutrient Density of Protein Foods and Snacks" presented at last month's American Society for Nutrition annual meeting, demonstrated that good source protein food products are snacks with vitamin A and D, calcium, and fiber. At the same time, consumers should also look for products with a low amount of saturated fat, sugar, and sodium. As for calorie count- a healthy snack should be 100-150 calories to prevent hunger and maintain satiety before the next meal. So next time you grab a yogurt, shake, or protein bar – don't just count calories, but also the vitamins and fiber to increase your healthy food options and raise your snacking IQ.

Μετάφρασμα

Έξυπνα Σνακ: Αυξήστε το διατροφικό IQ σας

του Simon Sum, DCN, RDN, ACSM-CPT, FAND, Διευθυντής Επιστημονικών Υποθέσεων της Βόρεια Αμερικής, R&D στη Herbalife Nutrition

Τα καλά νέα: σχεδόν το 90% των καταναλωτών διαβάζουν τις ετικέτες διατροφικής επισήμανσης. Τα κακά νέα: οι καταναλωτές δεν κατανοούν πάντοτε τη σημασία των διατροφικών στοιχείων που αναγράφονται στις ετικέτες. Το διατροφικό IQ είναι ιδιαίτερα σημαντικό για την ενίσχυση υγιεινών διατροφικών συνηθειών και συμβάλλει στην μείωση των χρόνιων παθήσεων. Για παράδειγμα, σύμφωνα με το Ίδρυμα του Διεθνούς Συμβουλίου Πληροφοριών Τροφίμων σχεδόν 2 στους 3 έχουν ακούσει για την περιεκτικότητα σε θρεπτικά συστατικά αλλά πολλοί λιγότεροι μπορούν να εξηγήσουν τη σημασία της. Και ενώ οι περισσότεροι καταναλωτές κατανοούν πλέον ότι η πρωτεΐνη αποτελεί απαραίτητη προσθήκη στα γεύματά τους, όταν πρόκειται για την επιλογή του σνακ τους διστάζουν να την προτιμήσουν.

Αρχικά, ας επανεξετάσουμε γιατί η πρωτεΐνη είναι τόσο σημαντική για την καθημερινή μας διατροφή. Οι πρωτεΐνες είναι βασικά μακροθρεπτικά συστατικά που συμβάλλουν στην ενίσχυση του ανοσοποιητικού συστήματος και στη δόμηση των μυών, των οστών, του δέρματος και των μαλλιών. Χωρίς την κατανάλωση της απαραίτητης ποσότητας πρωτεΐνης διατρέχετε τον κίνδυνο να στερηθείτε αυτές τις βασικές λειτουργίες. Ενδεχομένως, αυτό θα μπορούσε να οδηγήσει σε προβλήματα όπως είναι η απώλεια μυϊκής μάζας, η ελλιπής ανάπτυξη, η εξασθένηση της λειτουργίας της καρδιάς και των πνευμόνων ακόμη και πρόωρο θάνατο. Τα διαθέσιμα στοιχεία δείχνουν ότι η ποιότητα της πρωτεΐνης (ή του «συνόλου» των πρωτεϊνών) και όχι η ποσότητα της πρωτεΐνης είναι αυτό που επιφέρει αλλαγές στην υγεία μας.

Περιεκτικότητα σε θρεπτικές ουσίες είναι ο δείκτης μέτρησης των θρεπτικών συστατικών που προσλαμβάνετε ανά μερίδα ή ανά θερμίδα που καταναλώνετε και είναι απαραίτητα αν θέλετε να ακολουθήσετε μια θρεπτική διατροφή. Όταν έχετε να επιλέξετε ανάμεσα σε δύο είδη τροφίμων με την ίδια θερμιδική αξία, το ένα από αυτά ενδεχομένως να προσφέρει στον οργανισμό σας πρωτεΐνες, φυτικές ίνες, καλά λιπαρά, βιταμίνες και μεταλλικά στοιχεία που χρειαζόμαστε σε καθημερινή βάση ενώ αντιθέτως η άλλη επιλογή μπορεί να σας προσφέρει μόνο κενές θερμίδες από ζάχαρη και κορεσμένα λίπη χωρίς κανένα άλλο σημαντικό θρεπτικό όφελος.

Τα σνακ συχνά ενοχοποιούνται επειδή πολλά εξ αυτών είναι πλούσια σε ζάχαρη, κορεσμένα λιπαρά ή υπερβολικό αλάτι. Και η βιομηχανία τροφίμων έχει ανταποκριθεί σε αυτή την πρόκληση με αμέτρητα σνακ που διαθέτουν «μειωμένη περιεκτικότητα σε ζάχαρη» και «μειωμένη περιεκτικότητα σε νάτριο» - αυτό όμως δεν σημαίνει ότι έχουν αυξηθεί τα διατροφικά οφέλη που προσφέρουν. Η επόμενη εξέλιξη στην αναζήτηση καλύτερων σνακ είναι οι επιλογές με ετικέτες σήμανσης πρωτεΐνης. Παρόλο που η πρωτεΐνη θεωρείται καλό θρεπτικό συστατικό δεν είναι όλα τα σνακ πρωτεΐνης το ίδιο και είναι πιθανό οι καταναλωτές να καταλήξουν σε μια διατροφική επιλογή που μπορεί να ακούγεται ως υγιεινή αλλά στην πραγματικότητα να μην είναι.

Μία από τις προκλήσεις που αντιμετωπίζει κανείς κατά την αναζήτηση σνακ πλούσιων σε θρεπτικά συστατικά είναι ότι μέχρι πρόσφατα δεν υπήρχαν εργαλεία διαθέσιμα προς τους επαγγελματίες υγείας ή τους παραγωγούς τροφίμων για τον προσδιορισμό των θρεπτικών συστατικών των πρωτεϊνικών σνακ. Συνεργαζόμενοι με μία ομάδα της Herbalife Nutrition δημιουργήσαμε έναν δείκτη προσδιορισμού του

ολοκληρωμένου προφίλ των πλούσιων σε θρεπτικά συστατικά πρωτεϊνικών σνακ. Και τα αποτελέσματα διασαφηνίζονται για τους καταναλωτές εκείνους που θέλουν να ικανοποιήσουν την πείνα τους αλλά και την επιθυμία τους για υψηλής ποιότητας πρωτεΐνης.

Η μελέτη μας με τίτλο « Τροποποιημένος Δείκτης Τροφίμων Μεγάλης Διατροφικής Αξίας για τον Προσδιορισμό της Περιεκτικότητας των Θρεπτικών Συστατικών των Πρωτεϊνικών Τροφίμων και Σνακ» που παρουσιάστηκε στην ετήσια συνεδρίαση της Αμερικανικής Εταιρίας Διατροφής (American Society for Nutrition) που πραγματοποιήθηκε τον προηγούμενο μήνα έδειξε ότι τρόφιμα που αποτελούν καλή πηγή πρωτεΐνης είναι τα σνακ που περιέχουν Βιταμίνες Α και D, ασβέστιο και φυτικές ίνες. Την ίδια στιγμή, οι καταναλωτές πρέπει επίσης να αναζητούν προϊόντα με χαμηλή περιεκτικότητα σε κορεσμένα λιπαρά, ζάχαρη και νάτριο. Όσον αφορά την καταμέτρηση των θερμίδων – ένα υγιεινό σνακ πρέπει να περιέχει 100-150 θερμίδες για να καταπολεμά την αίσθηση της πείνας και να διατηρεί τον κορεσμό μέχρι το επόμενο γεύμα. Έτσι, την επόμενη φορά που θα επιλέξετε ένα γιαούρτι, ένα ρόφημα ή μία μπάρα πρωτεΐνης – μην υπολογίζετε απλώς τις θερμίδες αλλά δώστε βάση επίσης στις βιταμίνες και στις φυτικές ίνες προκειμένου να αυξήσετε τις επιλογές υγιεινών τροφίμων και το διατροφικό σας IQ.

Πρωτότυπο

July Customer Newsletter

Subject line: Your Monthly Supply of Healthy Lifestyle Tips – July 2020

Preheader: Discover our latest nutrition tips, fitness ideas and delicious recipe inspo

Tropical Coconut Mousse

Serves 4

Treat your taste buds to this deliciously tropical dessert that's bursting with the flavours of summer! It's low fat, high in protein and quick to make.

Enjoy with a side of seasonal fruit or by itself in a bowl and a spoon for one!

Ingredients:

- 1 ripe mango
- 1 serving (15 ml) Aloemax or Herbal Aloe Concentrate Mango flavor
- ½ a tin (200 ml) reduced fat coconut milk
- 4 servings (24 g) Formula 3 Personalised Protein Powder
- 1 serving (26 g) Formula 1 Banana Cream flavor
- Finely grated zest and juice of 1 lime

Method:

1. Peel the mango and cut all flesh away from the stone.
2. Place the flesh in a blender and add the AloeMax/Herbal Aloe Concentrate Mango flavor, coconut milk, Formula 3 Personalised Protein Powder, Formula 1 Banana Cream flavor, the zest and juice of the lime.
3. Blend well until smooth and thick.
4. Serve in glasses or bowls and top with grated lime zest.

Tip: Put the mixture in an ice cream machine for a scrumptious frozen dessert!

Per one serving*

Energy (Kcals)	Protein (g)	Fibre (g)	Fat (g)	Carbohydrates (g)	Sugar (g)
122	8	1	5	12	11

* Only when prepared as instructed on the product label does our product deliver the full nutrition benefits described on that label.

Metadata description:

This summer it's time to bring great flavours to every meal of the day. Summer desserts are really in trend so check out this recipe for the perfect tropical dessert.

5 Chair Workouts to Try At Home

We all know that sitting down for long periods of time isn't good for our bodies, our posture or our wellbeing. With more of us working-from-home and not being in the office as much, it can be difficult to stay in shape and exercise as much as we would like to.

Squeeze these simple and effective exercises in between meetings, calls or tasks from the comfort of your home.

Mini Triceps Dips:

Strengthen your upper arms with this simple but very effective exercise! Place your hands at the edge of a chair, so that they're shoulder – width apart. Slide your bottom off the chair and hold yourself up with straight arms. Slowly bend your arms from the elbows and go as low as you can, while keeping your back close to the chair. Push yourself back up and return to the starting position. Repeat 20 times.

Y-Press:

Tone your way to stronger shoulders and a better posture with this desk-friendly exercise. Start off by sitting at the edge of a chair with a dumbbell in each hand, up near your shoulders, palms facing forward and elbows down at your sides. Straighten your arms by moving them upwards and outwards, so that they form a "Y" shape with your body. Return to the start position and repeat 15-20 times.

Chair Plank:

Sculpt and tighten your core muscles with this variation on a classic exercise. Start by placing your forearms on a chair with your hands touching each other. Extend your legs with your toes on the floor. Contract your abdominal muscles by pulling your belly button towards your spine. Make sure that you maintain a straight line from your head-to-toe without lifting or sinking your hips. Hold for 45 seconds and remember to keep breathing!

Bulgarian Split Squat:

Say hello to stronger legs and tauter tummy muscles by doing some Bulgarian Split Squats! Stand in front of a chair. Put your left foot on the chair behind you. Bend your right leg at the knee until the left knee almost touches the floor. Keep your back

straight with your hands on your hips. Straighten your right leg and go back to the starting position. Repeat 20 times. Change legs. Put your right foot on the chair behind you and do the same exercise 20 times.

Chair Sit-Up:

Sits – ups are a great way to strengthen your core, hip flexors and lower back! Start by lying on your back and place your lower legs onto a chair. Put your palms on the back of your head, so that your elbows are bent and pointing outward. Take a deep breath in, pull your belly button in towards your spine and lift yourself up towards to your thighs. Do this one smooth and steady motion, while keeping your calves and feet on the chair. Lower yourself down to the floor so you're back in the starting position. Repeat 10 times.

Metadata description:

Trying to get creative with home workouts can be a challenge. For some new techniques on toning and strengthening the body why not try using a chair! Here are 5 ways to so.

Design A Healthy Lifestyle Plan That Works for You

When it comes to getting fit and healthy, there are many factors that can contribute towards your overall sense of wellbeing. From nutrition and rest, to stress levels, work commitments, your genetics and more, these are just some of the many things that can affect your personal results.

Becoming healthier and more active is a long-term lifestyle change and one that requires you to commit to it every day. Start today by addressing smaller areas in your daily life and try to change one habit a day.

Here are some tips to help you get started!

It's All About Balance

The more active we are, the more important it might become to give our bodies an adequate amount of nutrients, so that we can keep being the best version of ourselves! This includes things like staying hydrated and eating well balanced meals on time. Why not keep a journal of your daily nutrient and make weekly notes how you feel?

Make Sleep a Priority

Getting a good night's sleep is a vital part of leading a healthy and active lifestyle. It helps our bodies to rest, regenerate and recover from our daily activity. Try to sleep for 6-8 hours a night and practice better sleep hygiene.

Snack Smarter

Lots of us snack our way through the day, but many snacks tend to be low in nutrients and high in calories! Snack smartly with healthier food swaps and versions of your favourite snacks that will satisfy your cravings without the extra calories!

Take Stock of Your Week

It goes without saying that modern life can be stressful. Take stock of what happens in your week and where your time currently goes. It could help you to discover hidden moments of downtime that you didn't know about before!

Reach For Your Goals

In many countries, the recommended daily amount of exercise is at least 30 minutes. If you want to improve your current fitness level, you need to make time for it. Set aside 45-60 minutes a day for you to warm up, exercise and cool down. For some inspiration on where to start, check out these fun home workouts.

A Lifestyle Tailored To You

We are all individuals with different body types, who respond differently to exercise and lifestyle changes. Centre your healthy and active lifestyle plan around what you personally enjoy. Choose a time of day that fits your schedule for exercise and find ways to incorporate good personal choices into your daily routine.

Check in With Your Emotions

The way we feel about ourselves can affect your energy level, effort level and results. Boost your confidence by writing down your health goals, your feelings and say five positive things about yourself every day. It will help you to stay positive about achieving your goals: even on days when you go off plan.

Don't Compare and Despair

It's natural for us to compare ourselves to others. Being inspired by a friend's progress can be very motivating and encourage us to reach our goals, but, there's a fine line between feeling inspired and inadequate. Remember: you are a unique and your personal progress is just that: personal.

Metadata description:

During stressful times, it can feel hard to keep our lifestyle in check. We need to make sure we put our physical and mental wellbeing first. Here are some tips to help design a healthy lifestyle plan that works just for you.

Μετάφρασμα

Newsletter Πελατών Ιούλιος 2020

Subject line: Οι υγιεινές προτάσεις του μήνα– Ιούλιος 2020

Preheader: Ανακαλύψτε τις τελευταίες μας διατροφικές συμβουλές, ιδέες για γυμναστική και νόστιμες συνταγές

Τροπική Μους Καρύδας

4 Μερίδες

Ικανοποιήστε τους γευστικούς σας κάλυκες με αυτό το νόστιμο τροπικό επιδόρπιο που ξεχειλίζει από τις γεύσεις του καλοκαιριού! Είναι χαμηλό σε λιπαρά, πλούσιο σε πρωτεΐνες και εύκολο για να γίνει!

Προσθέστε φρούτα εποχής ή απολαύστε το μόνο του σε ένα μπωλ με ένα κουτάλι σαν ατομικό γλυκό!

Συστατικά:

- 1 ώριμο μάνγκο
- 1 μεζούρα (15 ml) Aloemax ή Συμπυκνωμένος Χυμός Αλόης με γεύση μάνγκο
- ½ κουτί (200 ml) γάλα καρύδας χαμηλό σε λιπαρά
- 4 scoops (24 γρ.) Formula 3 Εξατομικευμένες Πρωτεΐνες σε σκόνη
- 1 scoop (26 γρ.) Formula 1 με γεύση Banana Cream
- Ξύσμα φλούδας πορτοκαλιού και χυμός από 1 lime

Εκτέλεση:

1. Ξεφλουδίστε το μάνγκο και αφαιρέστε όλη τη σάρκα από το κουκούτσι.
2. Τοποθετήστε τη σάρκα στο μπλέντερ και προσθέστε το Aloemax/ Συμπυκνωμένο Χυμό Αλόης με Γεύση Μάνγκο, το γάλα καρύδας, τη Formula

- 3 Εξατομικευμένες Πρωτεΐνες σε Σκόνη, τη Formula 1 με γεύση Banana Cream, το ξύσμα πορτοκαλιού και το χυμό από lime.
3. Χτυπήστε καλά τα υλικά έως ότου δημιουργηθεί ένα ομοιόμορφο και παχύρρευστο δείγμα.
4. Σερβίρετε σε ποτήρια ή μπολ και γαρνίρετε με ξύσμα φλούδας lime.

Συμβουλή: τοποθετείστε το μείγμα σε παγωτομηχανή για ένα λαχταριστό παγωμένο επιδόρπιο!

Ανά μερίδα*

Ενέργεια (Kcals)	Πρωτεΐνη (g)	Εδώδιμες ίνες (g)	Λιπαρά (g)	Υδατάνθρακες (g)	Σάκχαρα (g)
122	8	1	5	12	11

* Το προϊόν μας μόνο όταν παρασκευασθεί σύμφωνα με τις απαιτούμενες οδηγίες μπορεί να προσφέρει όλα τα θρεπτικά οφέλη που αναγράφονται στην ετικέτα.

Περιγραφή Μεταδεδομένων:

Αυτό το καλοκαίρι είναι ευκαιρία να δοκιμάσετε νέες, υπέροχες γεύσεις σε κάθε γεύμα της ημέρας. Τα καλοκαιρινά επιδόρπια έχουν την τιμητική τους, για αυτό και εμείς σας προτείνουμε μία συνταγή για το τέλειο εξωτικό επιδόρπιο.

5 Ασκήσεις με καρέκλα για να δοκιμάσετε στο σπίτι

Όλοι γνωρίζουμε ότι η καθιστική ζωή για μεγάλες περιόδους επιβαρύνει το σώμα, τη στάση και την ευεξία μας. Καθώς οι περισσότεροι από εμάς εργαζόμαστε πλέον από το σπίτι και δεν βρισκόμαστε στο γραφείο όσο στο παρελθόν, ίσως είναι δύσκολο να διατηρηθούμε σε φόρμα και να γυμναστούμε όσο θα θέλαμε.

Βρείτε λίγο χρόνο ανάμεσα στα meetings σας, τα τηλεφωνήματά σας και τις υπόλοιπες δουλειές σας για να κάνετε αυτές τις απλές αλλά αποτελεσματικές ασκήσεις από την άνεση του σπιτιού σας.

Mini Καθίσματα Τρικεφάλων:

Δυναμώστε τα μπράτσα σας με αυτή την απλή αλλά πολύ αποτελεσματική άσκηση! Τοποθετήστε τα χέρια σας στην άκρη μιας καρέκλας με τα πόδια σε άνοιγμα ίσο με αυτό των ώμων. Μετακινήστε τους γλουτούς σας μπροστά από την καρέκλα και κρατήστε όρθιο τον κορμό με τα χέρια τεντωμένα. Λυγίστε αργά τους αγκώνες και κατεβάστε το σώμα σας όσο πιο χαμηλά μπορείτε, κρατώντας την πλάτη κοντά στην καρέκλα. Πιέστε με τα χέρια για να ανέβετε και επιστρέψτε στην αρχική θέση. Κάντε 20 επαναλήψεις.

Εκτάσεις σε Υ:

Αποκτήστε πιο δυνατούς ώμους και καλύτερη στάση σώματος με αυτή την άσκηση που μπορείτε να κάνετε ακόμη και στο γραφείο. Ξεκινήστε και καθίστε στην άκρη μιας καρέκλας και κρατήστε ένα βαράκι σε κάθε χέρι, με όρθιους τους ώμους, τις παλάμες προς τα εμπρός και τους αγκώνες κολλημένους στα πλευρά. Τεντώστε τους βραχίονες προς τα πάνω και προς τα έξω, ώστε το σώμα να σχηματίζει το γράμμα Υ. Επιστρέψτε στην αρχική θέση και κάντε 15-20 επαναλήψεις.

Σανίδα σε καρέκλα:

Αποκτήστε γράμμωση και σφίξτε τους μύες του κορμού εκτελώντας αυτή την παραλλαγή της κλασσικής σανίδας. Τοποθετήστε τους πήχεις σας σε μια καρέκλα με τα χέρια σας ενωμένα. Τεντώστε τα πόδια σας κρατώντας τα δάχτυλα των ποδιών στο έδαφος. Σφίξτε τους κοιλιακούς μύες ρουφώντας την κοιλιά σας προς τα μέσα. Φροντίστε να διατηρείτε το σώμα σας σε ευθεία γραμμή από το κεφάλι μέχρι τα δάχτυλα των ποδιών, χωρίς να ανασηκώνετε ή να βυθίζετε τους γοφούς σας. Κρατηθείτε σε αυτή τη θέση για 45 δευτερόλεπτα και μην ξεχνάτε να αναπνέετε!

Βουλγαρικά Καθίσματα:

Αποκτήστε πιο δυνατά πόδια και πιο σφιχτούς κοιλιακούς με αυτά τα καθίσματα! Σταθείτε μπροστά σε μια καρέκλα. Τοποθετήστε το αριστερό σας πέλμα στην καρέκλα πίσω σας. Λυγίστε το γόνατο του δεξιού ποδιού μέχρι το αριστερό γόνατο να αγγίζει σχεδόν το πάτωμα. Κρατήστε όρθια την πλάτη με τα χέρια στους γοφούς σας. Τεντώστε το δεξί πόδι και επιστρέψτε στην αρχική θέση. Κάντε 20 επαναλήψεις. Αλλάξτε πόδι. Τοποθετήστε το δεξί πέλμα στην καρέκλα πίσω σας και επαναλάβετε την ίδια άσκηση για 20 φορές.

Κοιλιακοί σε καρέκλα:

Οι ασκήσεις κοιλιακών είναι ένας εξαιρετικός τρόπος για να ενδυναμώσετε τον κορμό σας, τους προσαγωγούς σας και τη μέση σας. Αρχικά ξαπλώστε με την πλάτη σας στο πάτωμα και τοποθετήστε τις γάμπες σας σε μια καρέκλα. Βάλτε τα χέρια σας πίσω από το κεφάλι σας και κρατήστε τους αγκώνες σας λυγισμένους με κατεύθυνση προς τα έξω. Πάρτε μια βαθιά ανάσα, ρουφήξτε την κοιλιά σας προς τα μέσα και ανυψώστε το σώμα σας έως το ύψος των γοφών. Η ανύψωση πρέπει να γίνει σε μια μαλακή και σταθερή κίνηση, διατηρώντας τις γάμπες και τα πέλματα στην καρέκλα. Κατεβείτε σιγά σιγά προς το πάτωμα επιστρέφοντας στην αρχική θέση. Κάντε 10 επαναλήψεις.

Περιγραφή Μεταδεδομένων:

Η προσπάθεια για να βρούμε δημιουργικούς τρόπους να κάνουμε γυμναστική στο σπίτι αποτελεί πρόκληση. Για κάποιες νέες τεχνικές τόνωσης και ενδυνάμωσης του σώματος, ας δοκιμάσουμε να χρησιμοποιήσουμε μια καρέκλα! Παρακάτω σας δίνουμε 5 τρόπους για να γυμναστείτε στο σπίτι.

Σχεδιάστε ένα πρόγραμμα υγιεινού τρόπου ζωής που να σας ταιριάζει

Όσον αφορά την προσπάθεια να παραμείνει κανείς υγιής και σε φόρμα υπάρχουν πολλοί παράγοντες που θα συμβάλλουν στη βελτίωση της γενικότερη αίσθησης ευεξίας σας. Από τη διατροφή και την ξεκούραση έως τα επίπεδα στρες, τις επαγγελματικές σας υποχρεώσεις, η κληρονομικότητα και άλλα πολλά είναι μόνο μερικοί από τους παράγοντες που μπορούν να επηρεάσουν τα προσωπικά σας αποτελέσματα.

Η βελτίωση της υγείας και της φυσικής κατάστασης είναι μια μακροπρόθεσμη αλλαγή του τρόπου ζωής που απαιτεί καθημερινή προσπάθεια και αφοσίωση. Ξεκινήστε εστιάζοντας σε μικρές πτυχές της καθημερινότητας και προσπαθήστε να αλλάζετε μια συνήθεια την ημέρα.

Σας δίνουμε μερικές συμβουλές για να ξεκινήσετε από σήμερα!

Είναι θέμα ισορροπίας

Όσο πιο δραστήριος είναι ο τρόπος ζωής μας, τόσο πιο σημαντικό είναι να παρέχουμε στον οργανισμό μας επαρκή ποσότητα θρεπτικών συστατικών, ώστε να μπορούμε να ανταπεξερχόμαστε σε κάθε πρόκληση με τον καλύτερο δυνατό τρόπο! Αυτό σημαίνει ότι πρέπει να φροντίζουμε να παραμένουμε ενυδατωμένοι και να καταναλώνουμε τακτικά, ισορροπημένα γεύματα. Μια καλή ιδέα είναι να καταγράφετε την καθημερινή πρόσληψή σας σε θρεπτικά συστατικά και να κρατάτε σημειώσεις σε εβδομαδιαία βάση για να παρακολουθείτε το πώς αισθάνεστε.

Δώστε προτεραιότητα στον ύπνο

Ένας καλός βραδινός ύπνος αποτελεί ζωτικό κομμάτι υγιούς και δραστήριου τρόπου ζωής. Βοηθά τον οργανισμό μας να ξεκουραστεί, να αναζωογονηθεί και να ανακτήσει την ενέργεια που έχασε κατά τις καθημερινές μας δραστηριότητες. Προσπαθήστε να κοιμάστε 6 – 8 ώρες κάθε βράδυ και υιοθετήστε συνήθειες για καλύτερο ύπνο.

Επιλέξτε πιο υγιεινά σνακ

Πολλοί από εμάς έχουν την τάση να τσιμπολογούν μέσα στη μέρα, όμως τα πολλά σνακ είναι συνήθως χαμηλά σε θρεπτικά συστατικά και πλούσια σε θερμίδες! Καταναλώστε σνακ με πιο έξυπνο τρόπο, επιλέγοντας πιο υγιεινές εναλλακτικές των αγαπημένων σας σνακ, ώστε να ικανοποιήσετε την επιθυμία σας για τσιμπολόγημα αποφεύγοντας τις έξτρα θερμίδες.

Κάντε απολογισμό της εβδομάδας σας

Είναι προφανές ότι ο σύγχρονος τρόπος ζωής δημιουργεί πολλές φορές μεγάλο στρες. Αξιολογήστε το πώς κυλά η εβδομάδα σας και παρατηρήστε που αφιερώνετε τον χρόνο σας σε αυτό το διάστημα. Αυτό μπορεί να σας βοηθήσει

να ανακαλύψετε κρυμμένα διαστήματα ελεύθερου χρόνου που δεν είχατε αντιληφθεί μέχρι τώρα!

Κατακτήστε τους στόχους σας

Σε πολλές χώρες, ο συνιστώμενος χρόνος καθημερινής άσκησης είναι τουλάχιστον 30 λεπτά. Εάν θέλετε να βελτιώσετε το επίπεδο της φυσικής σας κατάσταση πρέπει να βρείτε χρόνο για άσκηση. Αφιερώστε 45 – 60 λεπτά την ημέρα, για προθέρμανση, άσκηση και αποθεραπεία. Εάν αναζητάμε έμπνευση για να ξεκινήσετε, δείτε τις ασκήσεις που σας προτείνουμε για διασκεδαστική γυμναστική στο σπίτι.

Ένας τρόπος ζωής που ταιριάζει στις ανάγκες σας

Ο κάθε άνθρωπος έχει το δικό του ιδιαίτερο σωματότυπο και ανταποκρίνεται διαφορετικά στις αλλαγές στον τρόπο ζωής και στην άσκηση. Εστιάστε το πλάνο υγιεινού και δραστήριου τρόπου ζωής στις ασχολίες που απολαμβάνεται περισσότερο. Επιλέξτε την ώρα της ημέρας που βολεύει καλύτερα το πρόγραμμά σας για να ασκηθείτε και βρείτε τρόπους να εντάξετε υγιεινές συνήθειες στην καθημερινότητά σας.

Δώστε σημασία στο πως νοιώθετε

Ο τρόπος με τον οποίο βλέπουμε τον εαυτό μας μπορεί να επηρεάσει τα επίπεδα ενέργειάς μας, την προσπάθειά μας και τα αποτελέσματά της. Τονώστε την αυτοπεποίθησή σας καταγράφοντας τους στόχους σας σχετικά με την υγεία, τα αισθήματά σας και σημειώστε πέντε θετικά σχόλια για τον εαυτό σας κάθε μέρα. Έτσι θα είναι πιο εύκολο να διατηρήσετε την αισιοδοξία σας όσον αφορά την επίτευξη των στόχων σας, ακόμη και τις ημέρες που βγαίνετε εκτός προγράμματος.

Μην κάνετε συγκρίσεις

Είναι φυσιολογικό να συγκρίνουμε τον εαυτό μας με άλλους. Η πρόοδος ενός φίλου μπορεί να αποτελέσει έμπνευση και να μας δώσει κίνητρο καθώς και να μας ενθαρρύνει να συνεχίσουμε την προσπάθεια για την επίτευξη των στόχων μας, είναι όμως εύκολο να παρασυρθούμε και να εγκλωβιστούμε στο αίσθημα ανεπάρκειας. Μην ξεχνάτε ότι κάθε άνθρωπος είναι μοναδικός και ότι η προσωπική σας πρόοδος είναι αυτό ακριβώς: προσωπική.

Περιγραφή μεταδεδομένων:

Σε περιόδους έντονου άγχους, μπορεί να φανεί δύσκολο να διατηρήσουμε τον τρόπο ζωής μας υπό έλεγχο. Πρέπει να φροντίζουμε να δίνουμε προτεραιότητα στη σωματική και πνευματική ευεξία μας. Παρακάτω δίνονται κάποιες συμβουλές που θα σας βοηθήσουν να σχεδιάσετε ένα πλάνο υγιεινού τρόπου ζωής που ταιριάζει ακριβώς στην περίπτωσή σας.

Πρωτότυπο

BioMar reaches 2018 expectations

In 2018, BioMar Group delivered on the growth aspirations with a solid increase in revenue as well as volumes. As expected, the earnings did not keep up with the growth in volumes due to the competitive situation in the Norwegian market. However, the other markets were able to compensate for the challenging situation.

With a result of 713 million DKK, BioMar Group reached the high-end of the 2018 EBITDA guidance communicated in Q3 (690-715 million DKK). Revenue grew 4% from 9,955m DKK in 2017 to 10,328m DKK in 2018, mainly derived from growth in volumes of 5 %. Across geographies and species BioMar experienced a very positive year, except in Norway where the company did not win the sales contracts expected:

- It has been a challenging yet rewarding year. We have not fully been living up to our expectations, but I believe we have leapt forward and created a solid foundation for sustainable business at a truly global scale. Furthermore, we have during the last part of 2018 taken several initiatives to improve our competitive position in Norway through organizational changes and efficiency improvements, building upon our strong product portfolio within salmon. Having said this, we believe the actual competitive conditions in Norway are not sustainable in terms of profitability. For the time being there is enough capacity in the market, but with the current market growth there will, in the near future, be a need for new capacity investments. However, with the current return on invested capital in the market, it will be difficult to defend further investments, explains Carlos Diaz, CEO BioMar Group.

(DKK million)	2018	2017
Revenue	10,328	9,955
EBITDA	713	712

During the year 2018, BioMar delivered proof of their ambitions to create sustainable growth moving into new markets and species. Especially the shrimp market in Ecuador has welcomed the acquisition of Alimentosa, embracing the new product concepts and services:

- We continue to see possibilities for growth in Ecuador. That is why during 2018 we announced the investment in another line for pelletized feed as well as a line for extruded feed. The services and products we are delivering to the market position us as a preferred feed provider within the high-quality segment for shrimp feed in Latin Americas, states Carlos Diaz.

The new companies in China and Turkey have both experienced a year with increased volumes and earnings, despite a delay in the start-up of Wuxi factory.

- We are looking forward to a year with revenue at the same level as in 2018 but with increased earnings. We expect to generate EBITDA in the range of 820-890 million from our consolidated companies of which approx. 130 million DKK will be derived from new IFRS16 accounting rules. At the same time we continue our strategy of sustainable growth. I am looking forward to opening the second factory in China, preparing for the start-up in Australia and the inclusion of our third production line in Denmark, concludes Carlos Diaz.

Μετάφρασμα

Η BioMar ανταπεξήλθε στις προσδοκίες του 2018

Το 2018, ο Όμιλος BioMar ανταποκρίθηκε στις προσδοκίες ανάπτυξης σημειώνοντας σταθερή αύξηση τόσο στα έσοδα όσο και στους όγκους πωλήσεων. Όπως ήταν αναμενόμενο, τα κέρδη δεν ακολούθησαν την ανάπτυξη στους όγκους πωλήσεων εξαιτίας του ανταγωνισμού στη νορβηγική αγορά. Ωστόσο, οι άλλες αγορές κατάφεραν να αντισταθμίσουν τη δύσκολη κατάσταση.

Με ένα αποτέλεσμα ύψους 713 εκατομμυρίων DKK, ο όμιλος BioMar πέτυχε την υψηλότερη απόδοση στις κατευθύνσεις του 2018 σχετικά με τα έσοδα προ τόκων, φόρων και αποσβέσεων (EBITDA), οι οποίες κοινοποιήθηκαν στο τρίτο τρίμηνο (690-715 εκατ. DKK). Η αύξηση των εσόδων κατά 4 %, δηλαδή από 9.955 εκατ. DKK το 2017 σε 10.328 εκατ. DKK το 2018 προήλθε κυρίως από 5% αύξηση στους όγκους πωλήσεων. Οι διαφορετικές περιοχές δραστηριοποίησης και τα είδη του ομίλου BioMar συνέβαλαν στην ύπαρξη μιας ιδιαίτερα θετικής χρονιάς με εξαίρεση την αγορά της Νορβηγίας όπου η εταιρεία δεν πέτυχε τις αναμενόμενες πωλήσεις:

- Ήταν ένα δύσκολο αλλά δημιουργικό έτος. Δεν ανταποκριθήκαμε πλήρως στις προσδοκίες μας αλλά θεωρώ πως κάναμε ένα άλμα προς τα εμπρός και δημιουργήσαμε ισχυρά θεμέλια για μια βιώσιμη επιχείρηση σε πραγματικά παγκόσμια κλίμακα. Επιπλέον, προς τα τέλη του 2018 αναλάβαμε αρκετές πρωτοβουλίες προκειμένου να βελτιώσουμε την ανταγωνιστική θέση μας στη Νορβηγία μέσω οργανωτικών αλλαγών και βελτιώσεων στην αποδοτικότητα,

βασιζόμενοι στο ισχυρό χαρτοφυλάκιο προϊόντων μας σχετικά με τον σολομό. Κατόπιν τούτου, πιστεύουμε ότι οι πραγματικές ανταγωνιστικές συνθήκες στη Νορβηγία δεν είναι βιώσιμες σε επίπεδο κερδοφορίας. Προς το παρόν υπάρχει επαρκής δυναμική στην αγορά, ωστόσο με την τρέχουσα ανάπτυξη της αγοράς θα δημιουργηθεί, στο άμεσο μέλλον ανάγκη για νέες επενδύσεις στην δυναμική της αγοράς. Παρόλ' αυτά, με την τρέχουσα απόδοση του κεφαλαίου που έχει επενδυθεί στην αγορά θα είναι δύσκολο να στηρίξουμε νέες επενδύσεις, εξηγεί ο CEO του Ομίλου BioMar, Carlos Diaz.

(εκατομ. DKK)	2018	2017
Κέρδη	10,328	9,955
Έσοδα προ τόκων, φόρων και αποσβέσεων	713	712

Κατά τη διάρκεια του έτους 2018, ο όμιλος BioMar απέδειξε ότι υλοποιεί τις φιλοδοξίες του για τη δημιουργία αιωφόρας ανάπτυξης καθώς εισήλθε σε νέες αγορές και εισήγαγε νέα είδη. Ειδικότερα, η αγορά γαρίδας στο Εκουαδόρ καλωσόρισε την εξαγορά της Alimentosa αγκαλιάζοντας τα νέα προϊόντα και τις νέες υπηρεσίες:

- Εξακολουθούμε να βλέπουμε δυνατότητες ανάπτυξης στο Εκουαδόρ. Για τον λόγο αυτό, το 2018, ανακοινώσαμε την επένδυση σε μια ακόμη γραμμή παραγωγής τροφών υπό μορφή σφαιριδίων (πέλετ) καθώς και σε μια γραμμή παραγωγής εξωθημένων τροφών. Οι υπηρεσίες και τα προϊόντα που διαθέτουμε στην αγορά αναδεικνύουν την εταιρία μας ως προτιμώμενο πάροχο τροφών υψηλής ποιότητας για γαρίδες μεταξύ των χωρών της Λατινικής Αμερικής, δηλώνει ο Carlos Diaz.

Οι νέες εταιρείες στην Κίνα και την Τουρκία διένυσαν ένα έτος με αυξημένους όγκους πωλήσεων και αυξημένα κέρδη παρά την καθυστέρηση στην έναρξη λειτουργίας του εργοστασίου Wuxi.

- Αναμένουμε ένα νέο έτος με έσοδα στο ίδιο επίπεδο με το 2018 αλλά με αυξημένα κέρδη. Αναμένουμε να δημιουργήσουμε έσοδα προ τόκων, φόρων και αποσβέσεων της τάξεως των 820-890 εκατ. από τις ενοποιημένες εταιρείες μας εκ των οποίων περίπου 130 εκατ. DKK θα προέλθουν από τους νέους λογιστικούς κανόνες ΔΧΠΑ 16. Παράλληλα, συνεχίζουμε τη στρατηγική μας για την αιωφόρο ανάπτυξη. Προσβλέπουμε στο άνοιγμα του δεύτερου εργοστασίου μας στην Κίνα και προετοιμαζόμαστε για το ξεκίνημα στην Αυστραλία και την ενσωμάτωση της τρίτης γραμμής παραγωγής στη Δανία, καταλήγει ο Carlos Diaz.

Πρωτότυπο



BIOMAR GROUP

Press Release 27 November 2017

BioMar announces strategic R&D investment in the shrimp market

Just two months after confirming the acquisition of Ecuadorian feed manufacturer Alimentosa, BioMar announced today the establishment of a new trial facility for shrimp.

The new investment confirms the previous announcements from BioMar stating that high-performing diets and functional feeds for shrimp will be an important part of BioMar's portfolio. BioMar CEO Carlos Diaz explains:

“This is a part of our overall expansion strategy. We basically take the required decisions to build a strong, competitive and innovative foothold in the shrimp market. The investment in

Ecuador is a tangible outcome of a much greater plan for innovation in BioMar. The global R&D budget will increase by roughly 20 % in 2018, which comes on top of a dedicated global set-up for R&D implemented over the last years”.

Havard Jorgensen, Global R&D Director elaborates on the announcement in this way: - We are moving into several new geographies and new species, and this requires an increase in R&D activities. Our global set-up based in Trondheim is complemented with our ATC (Aquaculture Technology Centre) innovation network, which includes ATC Patagonia in Chile, ATC Nordic with facilities in Denmark and Norway as well as now our ATC in Ecuador. Here we will mainly focus on shrimp, strengthening our set-up and allowing a faster take to market “.

“We experience that the most innovative feed solutions are generated when local market potential is being met with solid scientific methodology, boosted by in-depth knowledge from aquaculture hotspot across the globe. Ecuador has developed into one of the most important shrimp producing nations and has in many aspects taken alternative roads. This makes it a very interesting hub for product development”, explains Carlos Diaz.

BioMar for some has years been supplying shrimp grower diets from Costa Rica and shrimp larval diets from France to customers around the world. The company will also within a few months launch its’ shrimp range in China.

For further information, please contact:

CEO, BioMar Group

Carlos Diaz

cdiaz@biomar.com

Director, Global HR and Corporate Communication

Sif Rishoej

sri@biomar.com

***BioMar** is a leading supplier of high-performance feed to the global aquaculture industry. Currently, BioMar operates 14 feed factories and is currently constructing another two. The factories are placed across the globe in Norway, Chile, Denmark, Scotland, Spain, France, Greece, Turkey, China, Costa Rica, Ecuador and Australia. Roughly one out of five farmed fish produced in Europe, South and Central America is fed on BioMar feed. Worldwide, BioMar supplies feed to around 80 countries and for more than 45 different fish species. BioMar is wholly owned by the Danish industrial group Schouw & Co, which is listed on the NASDAQ, Copenhagen.*

***Alimentsa** is a leading dedicated Ecuadorian Shrimp feed supplier operating within the Ecuadorian market. The company has since it was established in 1986 been fully owned by the founding families. BioMar acquired 70% of the shares in 2017. Alimentsa delivers feed solutions as well as technical support and training to more than 300 shrimp farmers around the country and generated revenue of approximately USD 75 million in 2016 with total feed sales of approx. 77.000 tonnes. The company has currently 145 employees.*

Μετάφρασμα

Σύμβολο BioMar

Όμιλος Biomar

Δελτίο Τύπου 27 Νοεμβρίου 2017

Ο όμιλος BioMar ανακοινώνει τις στρατηγικές επενδύσεις στον τομέα της έρευνας και ανάπτυξης στην αγορά γαρίδας

Μόλις δύο μήνες μετά την επιβεβαίωση της εξαγοράς της εταιρίας παραγωγής ζωοτροφών Alimentsa του Εκουαδόρ, ο όμιλος BioMar ανακοινώνει σήμερα τη δημιουργία μιας νέας μονάδας για την πραγματοποίηση διατροφικών δοκιμών σε γαρίδες.

Η νέα επένδυση επιβεβαιώνει τις προηγούμενες ανακοινώσεις του ομίλου BioMar ότι οι τροφές υψηλής απόδοσης και οι λειτουργικές τροφές για τις γαρίδες θα αποτελέσουν σημαντικό τμήμα του χαρτοφυλακίου του. Ο CEO του ομίλου BioMar, Carlos Diaz εξηγεί:

«Η επένδυση αυτή αποτελεί μέρος της γενικής στρατηγικής επέκτασης της εταιρίας μας. Στην ουσία προβαίνουμε στη λήψη των απαιτούμενων αποφάσεων έτσι ώστε να δημιουργήσουμε μία δυνατή, ανταγωνιστική και καινοτόμο βάση στην αγορά γαρίδων. Η επένδυση στο Εκουαδόρ αποτελεί από αποτέλεσμα ενός πολύ μεγαλύτερου σχεδίου για την καινοτομία στον όμιλο. Ο παγκόσμιος προϋπολογισμός του 2018 για την Έρευνα και την Ανάπτυξη θα αυξηθεί κατά περίπου 20% και θα ενισχύσει τις προσπάθειές μας για την ανάπτυξη ενός εξειδικευμένου, παγκόσμιου συνόλου E&A που υλοποιείται τα τελευταία χρόνια.

Ο παγκόσμιος Διευθυντής του τομέα της Έρευνας & Ανάπτυξης, Havard Jorgensen, ανέλυσε την ανωτέρω ανακοίνωση με τον εξής τρόπο: - Η εταιρία μας εισέρχεται σε αρκετές νέες γεωγραφικές περιοχές και εισάγει νέα είδη, κι αυτό προϋποθέτει ενίσχυση των δραστηριοτήτων μας στον τομέα της E&A. Οι παγκόσμιες εγκαταστάσεις μας που εδρεύουν στην πόλη Trondheim πλαισιώνονται από το δίκτυο καινοτομίας των Κέντρων Τεχνολογίας Υδατοκαλλιέργειών (ATC), το οποίο περιλαμβάνει το Κέντρο Τεχνολογίας Υδατοκαλλιέργειών της Παταγονίας στην Χιλή (ATC Patagonia), το κέντρο ATC Nordic με εγκαταστάσεις στην Δανία και την Νορβηγία καθώς και το νέο Κέντρο (ATC) στο Εκουαδόρ. Εδώ θα επικεντρωθούμε κυρίως στις γαρίδες προκειμένου να ενισχύσουμε τη δομή μας και να εδραιώσουμε ταχύτερα τη θέση μας στην αγορά».

«Διαπιστώνουμε ότι οι πιο καινοτόμες διατροφικές λύσεις δημιουργούνται όταν το δυναμικό της τοπικής αγοράς συνδυάζεται με μία στέρεη επιστημονική μεθοδολογία ενισχυμένη με εις βάθος γνώση που προέρχεται από τα κέντρα υδατοκαλλιέργειας ανά την υφήλιο. Το Εκουαδόρ έχει εξελιχθεί σε ένα από τα πιο σημαντικά κράτη παραγωγής γαρίδας και έχει, από πολλές απόψεις, ακολουθήσει εναλλακτικούς δρόμους. Αυτό αποτελεί έναν πολύ ενδιαφέροντα κόμβο για την ανάπτυξη των προϊόντων», εξηγεί ο Carlos Diaz.

Ο όμιλος Biomar προμηθεύει, εδώ και αρκετά χρόνια, τροφές πάχυνσης για γαρίδες από την Costa Rica και τροφές για προνύμφες γαρίδας από τη Γαλλία σε πελάτες από ολόκληρο τον κόσμο. Επίσης, σε λίγους μήνες η εταιρία θα λανσάρει ένα εύρος τροφών για γαρίδες στην Κίνα.

Για περισσότερες πληροφορίες μπορείτε να απευθυνθείτε:

Ο CEO του Ομίλου της BioMar

Carlos Diaz

cdiaz@biomar.com

Υπεύθυνος παγκόσμιου Ανθρωπίνου Δυναμικού και Εταιρικής Επικοινωνίας

*Ο Όμιλος **Biomar** είναι ο κορυφαίος προμηθευτής τροφών υψηλής απόδοσης στην παγκόσμια βιομηχανία υδατοκαλλιέργειας. Σήμερα λειτουργούν 14 εργοστάσια ζωοτροφών της Biomar ενώ ακόμη δύο βρίσκονται υπό κατασκευή. Τα εργοστάσια βρίσκονται στην Νορβηγία, τη Χιλή, τη Δανία, τη Σκωτία, την Ισπανία, τη Γαλλία, την Ελλάδα, την Τουρκία, την Κίνα, την Κόστα Ρίκα, το Εκουαδόρ και την Αυστραλία. Περίπου ένα στα πέντε ψάρια ιχθυοτροφείου που παράγονται στην Ευρώπη, στη νότια και κεντρική Αμερική τρέφεται με ζωοτροφές του ομίλου Biomar. Σε παγκόσμιο επίπεδο, ο όμιλος Biomar προμηθεύει ζωοτροφές για περισσότερο από 45 διαφορετικά είδη ψαριών σε περίπου 80 χώρες. Ο όμιλος Biomar ανήκει εξ ολοκλήρου στον βιομηχανικό όμιλο Schouw & co, του οποίου οι μετοχές είναι εισηγμένες στο NASDAQ της Κοπεγχάγης.*

*Η εταιρία **Alimentsa** αποτελεί κορυφαίο προμηθευτή τροφών γαρίδας από το Εκουαδόρ που δραστηριοποιείται στην αγορά του Εκουαδόρ. Η εταιρία από την ίδρυσή της το 1986 ανήκει εξ ολοκλήρου στα ιδρυτικά της μέλη. Ο όμιλος Biomar απέκτησε το 70% των μετοχών της το 2017. Η Alimentsa παρέχει λύσεις σε θέματα που αφορούν την παραγωγή των ζωοτροφών καθώς και τεχνολογική υποστήριξη και εκπαίδευση σε πάνω από 300 εκτροφείς γαρίδων σε όλη τη χώρα και δημιούργησε έσοδα περίπου 75 εκατομμυρίων USD κατά το 2016 με τις συνολικές πωλήσεις ζωοτροφών να ανέρχονται στους 77.000 τόνους. Η εταιρία απασχολεί 145 υπαλλήλους.*