



Τ.Ε.Φ.
24

ΤΕΙ ΠΕΙΡΑΙΑ / ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ ΣΠΕΤΣΩΝ
ΤΜΗΝΑ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ

ΠΤΥΧΙΑΚΗ ΕΡΓΑΣΙΑ

Ο ΠΕΡΙΟΔΙΚΟΣ ΤΥΠΟΣ ΣΤΑ ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΑ, ΜΕΛΕΤΗ
ΠΕΡΙΠΤΩΣΗΣ ΟΙ «ALDEMAR ΜΑΤΙΕΣ» ΣΤΟΝ ΟΜΙΛΟ
ALDEMAR HOTELS & SPA

ΣΠΟΥΔΑΣΤΡΙΑ

ΜΠΑΤΑΓΙΑΝΝΗ ΘΕΟΔΩΡΑ
(ΑΡΙΘΜΟΣ ΜΗΤΡΩΟΥ: 195)

ΕΠΙΒΛΕΠΩΝ ΚΑΘΗΓΗΤΗΣ

ΜΥΛΩΝΟΠΟΥΛΟΣ ΔΗΜΗΤΡΙΟΣ

ΙΔΙΟΤΗΤΑ

ΑΝΑΠΛΗΡΩΤΗΣ ΚΑΘΗΓΗΤΗΣ

ΣΠΕΤΣΕΣ, 2011

ΠΕΡΙΛΗΨΗ ΣΤΗΝ ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΓΛΩΣΣΑ

Η παρακάτω πτυχιακή εργασία διεξήχθη από την φοιτήτρια του Α.Τ.Ε.Ι Πειραιά (Παράρτημα Σπετσών) του τμήματος Διοίκησης Τουριστικών Επιχειρήσεων, Μπαταγιάννη Θεοδώρα με την καθοδήγηση που επίκουρου καθηγητή κύριου Μυλωνόπουλου Δημήτρη.

Το θέμα της πτυχιακής εργασίας είναι, Ο Περιοδικός Τύπος Στα Ξενοδοχεία, μελέτη περίπτωσης οι Aldemar Ματιές στον όμιλο Aldemar Hotels & Spa.

Το θέμα επιλέχθηκε από κοινού με τον υπεύθυνο καθηγητή, ο λόγος ήταν επειδή η εφημερίδα στον όμιλο είναι ένα μεγάλο μέσο επικοινωνίας του ομίλου με το προσωπικό, καθώς σε έναν μεγάλο όμιλο είναι λίγοι εκείνοι που γνωρίζουν όλα τα νέα της επιχείρησης και η εφημερίδα λειτουργεί ως ένα σημαντικό εργαλείο για να μπορούν να επικοινωνηθούν τα νέα του ομίλου ακόμα και στους εξωτερικούς συνεργάτες. Τα τελευταία χρόνια ο όμιλος Aldemar Hotels & Spa διανέμει την εφημερίδα και σε εξωτερικούς συνεργάτες, ξενοδοχειακές επιχειρήσεις, τουριστικούς πράκτορες, διοργανωτές εκθέσεων του τουρισμού, εξοπλισμούς καταστημάτων, ξενοδοχείων και κέντρων εστίαση, κλαδικούς φορείς, Μη Κυβερνητικές Οργανώσεις καθώς επίσης και στις τοπικές αρχές.

Τέλος, η εφημερίδα Ματιές απασχολεί ένα σημαντικό χρόνο από την καθημερινή εργασία, η οποία γίνεται με χαρά μιας και όλος ο όμιλος στηρίζει και αγαπάει την εφημερίδα, γι' αυτό και αποτελεί ένα μικρό διάλειμμα όλη η διαδικασία από τις καθημερινές εργασίας του προσωπικού στον όμιλο.

Σκοπός της πτυχιακής εργασίας, είναι να παρουσιάσει σε έναν μεγάλο ξενοδοχειακό όμιλο την εφημερίδα Aldemar Ματιές και να αναφέρει τα οφέλη που έχει η εφημερίδα και ο περιοδικός τύπος σε έναν ξενοδοχειακό όμιλο, τόσο για το προσωπικό όσο και για όλους τους συνεργάτες και πελάτες του ομίλου.

ΠΕΡΙΛΗΨΗ ΣΤΗ Ν ΑΓΓΛΙΚΗ ΓΛΩΣΣΑ

The following assignment was conduct by the student Batagianni Theodora, of A.T.E.I of Piraeus (Annex of Spetses Island), at the department of Management of Tourism Enterprises, by the guideline of professor Mr. Milonopoulos Dimitrios.

The subject of the assignment is, the periodical press in the hotels, case study in Aldemar Maties, in the group of Aldemar Hotels and Spa.

The subject was selected by the student and the responsible professor, the reason was because the newspaper in a big group in hotels enterprises is a way of communication between the hotel and the stuff, there are few people in big enterprises that knows all the news of the company, the newspaper is a very important tool to communicate the news with the stuff . the last few years Aldemar Hotels & Spa distribute the newspaper and to external partners, such us Hotels, tour operators, organizations of tourism exhibitions and local athorities.

Finally, the newspaper Maties occupies an important time of daily work which gives us joy and all the stuff of Aldemar group loves and support the newspaper. That's why the whole procedure is a small break from daily work.

The aim of assignment is to present the newspaper Aldemar Maties, in a big hotel group and to report the profits that a newspaper, magazines and brochures have in hotel enterprises and in the stuff and collaborators.

ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ

Ευχαριστίες.....	σελ:05
Εισαγωγή	σελ: 06
Κεφάλαιο 1: Ο όμιλος Aldemar Hotels & Spa.....	σελ:09
Κεφάλαιο 2: Η εφημερίδα AldemarΜατιές.....	σελ:13
Κεφάλαιο 2.1: Συχνότητα εφημερίδας.....	σελ:13
Κεφάλαιο 3: Διαδικασία έκδοσης εφημερίδας.	
Κεφάλαιο 3.1: Συλλογή ύλης.....	σελ:16
Κεφάλαιο 3.2: Συγκέντρωση συντακτικής ομάδας και ύλης.....	σελ:17
Κεφάλαιο 3.3: Ροή ύλης.....	σελ:18
Κεφάλαιο 3.4: Συγκέντρωση διαφημιστικών καταχωρήσεων.....	σελ:19
Κεφάλαιο 3.5: Εύρεση εκτυπωτικής εταιρείας.....	σελ:19
Κεφάλαιο 3.6: Στοιχεία τιμολόγησης.....	σελ:20
Κεφάλαιο 3.7:Τυράζ εφημερίδας	σελ:21
Κεφάλαιο 3.8: Ποιοτικές προδιαγραφές εντύπου εφημερίδας.....	σελ:21
Κεφάλαιο 3.9: Επιμέλεια ύλης και έγκριση τεύχους.....	σελ:22
Κεφάλαιο 3.10: Αποστολή αρχείων στην εκτυπωτική εταιρεία.....	σελ:22
Κεφάλαιο 3.11: Παραλαβή εφημερίδας στην Αθήνα και διαδικασία αποστολής σε Συνεργάτες.....	σελ: 23
Κεφάλαιο 3.12: Παραλαβή εφημερίδας στα ξενοδοχεία και αποστολή εντύπου σε συνεργάτες και προσωπικό.....	σελ: 24
Κεφάλαιο 4: Προβλήματα στην διαδικασία έκδοσης και αποστολής της εφημερίδας.....	σελ: 25
Κεφάλαιο 5: Γενική ανάλυση τευχών.....	σελ: 27
Κεφάλαιο 6: Σύντομη ανάλυση ανά τεύχος (από 40 έως 59).....	σελ: 31
Κεφάλαιο 7: Ανάλυση τεύχους 60.....	σελ: 55
Συμπεράσματα και προτάσεις.....	σελ: 68
Βιβλιογραφία.....	σελ: 69
Παραρτήματα.....	σελ: 70

ΕΥΧΑΡΙΣΤΙΕΣ

Για την πραγματοποίηση της πτυχιακής μου εργασίας θα ήθελα να ευχαριστήσω τους ακόλουθους ανθρώπους για την βοήθειά τους :

- ❖ Τον κύριο Μυλωνόπουλο Δημήτριο για την σωστή καθοδήγησή του στα πλαίσια της ολοκλήρωσης της πτυχιακή μου εργασίας
- ❖ Την Διευθύντρια Δημιουργικού και αρχισυντάκτρια της εφημερίδας για τον όμιλο Aldemar Hotels & Spa, για όλες τις πληροφορίες στην διαδικασία έκδοσης της εφημερίδας
- ❖ Την Διευθύντρια του τμήματος Ανάπτυξης και Ποιότητας της εταιρείας Aldemar Hotels & Spa, η οποία με βοήθησε με όλο το αρχείο της εφημερίδας για να ολοκληρωθεί η πτυχιακή μου εργασία.

Εισαγωγή

Σύμφωνα με τον κοινωνιολόγο B. Bernstein «διαφήμιση είναι η πρωτότυπη δημιουργία μηνυμάτων, που αναφέρονται σε προϊόντα ή εμπορικές υπηρεσίες και η δημοσίευσή τους, με την αγορά χώρου ή / και του χρόνου στα μέσα επικοινωνίας, με τελικό στόχο την παρακίνηση των αποδεκτών αυτών μηνυμάτων να αγοράσουν τα διαφημιζόμενα προϊόντα- υπηρεσίες».

Με έναν πιο επαγγελματικό ορισμό όμως « η διαφήμιση παρουσιάζει το πλέον δυνατό πειστικό μήνυμα πωλήσεως, στους καλύτερους πιθανούς πελάτες του προϊόντος ή της υπηρεσίας στο χαμηλότερο δυνατό κόστος».

Κάθε επιχείρηση προσπαθεί να διαφημίσει ένα ολοκληρωμένο πρόγραμμα καθώς αξιολογεί και επιλέγει τα μέσα τα οποία θα χρησιμοποιήσει.¹

«Παράλληλα τα ίδια τα μέσα επικοινωνίας, με τα ιδιαίτερα χαρακτηριστικά τους, τις αδυναμίες και τα πλεονεκτήματά τους αποτελούν στοιχεία που προσδιορίζουν ως ένα βαθμό (μικρότερο ή μεγαλύτερο) την κατεύθυνση στη λήψη αποφάσεων».²

Η κάθε επιχείρηση σχεδόν ποτέ δεν επιλέγει έναν μόνο τρόπο διαφήμισης αλλά τα συνδιάζει όλα για να μπορέσει να καταφέρει τον καλύτερο τρόπο προώθησης του προϊόντος της. Επιλέγει για κύριο μέσο αυτό που θεωρεί ότι έχει την μεγαλύτερη απήχηση σύμφωνα με τις ανάγκες της και συνδυαστικά τα υπόλοιπα.

Οι κυριότερες κατηγορίες μέσων είναι τα περιοδικά, οι εφημερίδες, το ραδιόφωνο, η τηλεόραση και το internet.

Μέσα διαφήμισης

Τα πλεονεκτήματα των περιοδικών είναι πως η διαφήμιση ή το μήνυμα μπορεί να έχει μεγαλύτερη διάρκεια έκθεσης καθώς το περιοδικό το κοιτάς ξανά και ξανά. Και τέλος, κτείθετε στα μάτια πολλών ατόμων όπως η χρήση του σε χώρους αναμονής. «Σαφή μειονεκτήματά τους αποτελούν η αραιή συχνότητα εμφάνισης (π.χ. η μηνιαία, διμηνιαία ή και ακόμη πιο αραιή κυκλοφορία τους), καθώς και η μικρή ευελιξία στον

¹ <http://www.serresbiz.com/312c/el/other/third/Advertisement.pdf>

² Ζώτος, Γ., «Διαφήμιση Σχεδιασμός και λειτουργία στα πλαίσια της επιχείρησης και του διαφημιστικού γραφείου», 2000, σελ.250

χρόνο εμφάνισης (η ημερομηνία κυκλοφορίας τους δεν είναι απαραίτητο ότι μας εξυπηρετεί)».³

Κάθε επιχείρηση επιθυμεί να διαφημίσει τα προϊόντα που πωλεί σε κάποια μέσα όπως το ραδιόφωνο, η τηλεόραση, το internet και η εφημερίδα.

Το ραδιόφωνο δίνει την δυνατότητα προσέλκυσης των πιθανών αγοραστών καθώς βρίσκονται εν κινήσει, ενώ παράλληλα τους αφήνει να φανταστούν και να δημιουργήσουν την δική τους εικόνα για το προϊόν.

Από την άλλη όμως είναι δύσκολο μέσο επειδή οι ακροατές δεν είναι σταθερό κοινό στις προτιμήσεις τους και επειδή αλλάζουν συνέχεια σταθμούς την ώρα των διαφημίσεων.

Τέλος, ο χρόνος της κάθε διαφήμισης είναι πολύ λίγος για να προλάβει ο εκφωνητής να περιγράψει – διαφημίσει το προϊόν.

Η τηλεόραση θεωρείται από πολλούς το πιο ισχυρό μέσο διαφήμισης. Είναι όμως και το πιο ακριβό που στοχεύει παράλληλα σε ευρή κοινό. Το μεγάλο πλεονέκτημα της τηλεόρασης είναι πως στοχεύει καλύτερα σε αυτό που διαφημίζει. Δηλαδή ο αγοραστής έχει την δυνατότητα να καταλάβει το προϊόν με πολλά μέσα, όπως οπτικά, ακουστικά και μουσικά και να χαράξει στην μνήμη του το προϊόν.

Η τηλεόραση είναι ένα ακριβό μέσο με πολύ ακριβές παραγωγές. Αν οι επιχειρήσεις κάνουν ένα μικρό και φτηνό διαφημιστικό σποτ το προϊόν τότε σε σχέση με τα υπόλοιπα ανταγωνιστικά θα φανεί φτηνό και κατώτερου επιπέδου.

Το internet πλέον έχει εισχωρήσει στη ζωή μας και τείνει να αντικαταστήσει όλα τα υπόλοιπα μέσα. Όλα πλέον λειτουργούν ηλεκτρονικά. Η ηλεκτρονική διαφήμιση είναι προσωπική σε σχέση με όλα τα υπόλοιπα μέσα (τηλεόραση – ραδιόφωνο) που έχουν μαζική διαφήμιση. Όταν ο χρήστης λαμβάνει στο προσωπικό του ηλεκτρονικό ταχυδρομείο ένα μήνυμα τους με το όνομα του και τα προσωπικά του στοιχεία αυτόματα νομίζει ότι αυτό το μήνυμα έχει φτιαχτεί προσωπικά για εκείνον.

Η διαφήμιση στην εφημερίδα μπορεί να παρέχει πιο λεπτομερή την πληροφορία της επιχείρησής κάθε πελάτη και αποτελεί ιδανικό μέσο για την επιχείρησή που θέλει να κερδίσει ένα ευρή κοινό.

³ <http://www.kariera.gr/Αρθρο/CB-22-Προσωπική-ανάπτυξη-εκπαίδευση--Marketing-management-Media-planning/>

Η ποικιλία των εφημερίδων βοηθούν την επιχείρηση να πετύχει το κοινό που επιθυμεί, αθλητικές εφημερίδες, οικονομικές, ταξιδιωτικές, για χρήστες ηλεκτρονικών επιχειρήσεων.

Η επιχείρηση δεν έχει συγκεκριμένο χρονικό διάστημα για το προϊόν της όπως στο ραδιόφωνο. Από την άλλη όμως είναι δύσκολο να φτιαχτεί μία καλή διαφήμιση που να καθηλώσει τους αναγνώστες της εφημερίδας μιας και αγοράζουν την εφημερίδα οι πιο πολλοί για τα άρθρα και όχι για τις διαφημίσεις.

Κάθε επιχείρηση σύμφωνα με τα παραπάνω μέσα επιλέγει πως θα τα χρησιμοποιήσει για να διαφημίσει το προϊόν της.

Έτσι και κάθε τουριστική επιχείρηση (ξενοδοχειακή μονάδα, τουριστικό γραφείο κτλ) χρησιμοποιεί διάφορους τρόπους για να γνωρίσει την επιχείρησή του στο κοινό.

Για παράδειγμα μία ξενοδοχειακή επιχείρηση διαφημίζει τον όμιλο μέσω των περιοδικών, της τηλεόρασης και του ραδιοφώνου και το internet.

Εκτός όμως από αυτά τα μέσα χρησιμοποιεί και τα εσωτερικά έντυπα του ομίλου. Σε αυτά περιλαμβάνονται τα έντυπα που περιγράφουν τα ξενοδοχεία και διανέμονται μέσα στο ξενοδοχείο στους πελάτες, σε εκθέσεις και σε συνεργάτες της εταιρείας.

Υπάρχουν όμως και έντυπα, περιοδικά και εφημερίδες τα οποία και αυτά διανέμονται για να διαφημίσουν τον όμιλο με έναν διαφορετικό και αναλλακτικό τρόπο, αλλά και για γνωρίσουν οι πελάτες και οι συνεργάτες τις δράσεις και τα νέα της κάθε ξενοδοχειακής επιχείρησης.

Ένα περιοδικό πιο ανάλαφρο για την ευχαρίστηση των πελατών αλλά και μία εφημερίδα προσωπικού που κατά κύριο λόγο διανέμεται στο προσωπικό αλλά και σε εξωτερικούς συνεργάτες μπορούν να αποτελέσουν ένα τρόπο διαφήμισης όπως στο όμιλο Aldemar Hotels & Spa.

Κεφάλαιο 1: Ο όμιλος Aldemar hotels & spa:

Ο όμιλος Aldemar Hotels & Spa είναι από τους μεγαλύτερους ξενοδοχειακούς ομίλους που δραστηριοποιείτε στον κλάδο των ξενοδοχειακών επιχειρήσεων.

Ιδρύθηκε το 1985 από τον Δρ. Νικόλαο Αγγελόπουλο, πρόεδρο του Συνδέσμου Ελληνικών Τουριστικών Επιχειρήσεων (ΣΕΤΕ).

Με την επιλογή 3 στρατηγικών προορισμών και την ανέγερση νέων ξενοδοχειακών μονάδων η Aldemar προσφέρει υψηλές παροχές και υπηρεσίες στους πελάτες της κάνοντάς την να συγκαταλέγεται στις δυναμικές πλέον παρουσίες στον ξενοδοχειακό κλάδο στην Ελλάδα.

Η Aldemar διαθέτει 8 ξενοδοχειακές μονάδες 4* και 5*, δυναμικότητας 5,500 κλινών στους 3 προορισμούς Κρήτη Ρόδο και Δυτική Πελοπόννησο.

Τα ξενοδοχεία του ομίλου είναι: Royal Mare: το πεντάστερο Royal Mare παρέχει υψηλή ποιότητα και πολυτέλεια στους πελάτες του και έχει βραβευτεί ως το World's Leading Thalasso and spa Resort για το 2010. Διαθέτει 340 δωμάτια και σουίτες καθώς επίσης και δωμάτια για άτομα με ειδικές ανάγκες, διαθέτει 6 εστιατόρια τα οποία μπορούν να ικανοποιήσουν ακόμα και τους πιο απαιτητικούς ουρανίσκους, όσον αναφορά την ψυχαγωγία όλων των πελατών τα ξενοδοχεία διαθέτουν μια πληθώρα επιλογών, όπως κανό, ιστιοσανίδα, θαλάσσιο σκι πρόσβαση στο Κέντρο Θαλασσοθεραπείας Royal Mare Thalasso και πρόσβαση στο σύγχρονο Κέντρο Τένις.

Η Aldemar πάντα πρωτοπόρα στον τομέα της στο να εισάγει νέα καινοτόμα τουριστικά προϊόντα, δημιούργησε την δεκαετία του '90 το πρώτο κέντρο Θαλασσοθεραπείας – Spa στην Κρήτη. Το ξενοδοχείο Royal Mare βρίσκεται στον Λιμένα Χερσονήσου στην Κρήτη και απέχει από τον Διεθνή Αερολιμένα του Ηρακλείου 23 χλμ. Στους επισκέπτες των VIP δωματίων με μοιραζόμενη πισίνα προσφέρεται καθημερινά, φρέσκα φρούτα, νερό και απογευματινή υπηρεσία καμαριέρας. Στα δωμάτια με θέα κήπο και θέα θάλασσα προσφέρονται κλιματισμός, υπέρδιπλο κρεβάτι, μαρμάρινο μπάνιο, μεγεθυντικός καθρέφτης, δορυφορική τηλεόραση, θυρίδα ασφαλείας επιπλωμένο μπαλκόνι, και πλούσιο πακέτο καλωσορίσματος.

Το **Knossos Royal:** το οποίο εκτείνεται σε μια μοναδική τοποθεσία δίπλα στη θάλασσα με τα ανακαινισμένα δωμάτια και τους ολάνθιστους κήπους δημιουργεί μία

ξεχωριστή ατμόσφαιρα για χαλάρωση. Διαθέτει 7 εστιατόρια και 3 μπαρ με μοναδικές γεύσεις.

Διαθέτει δωμάτια με θέα κήπο, θάλασσα, δωμάτια μπροστά στην θάλασσα με μοιραζόμενη πισίνα, οικογενειακά δωμάτια. Τα δωμάτια μπροστά στη θάλασσα με μοιραζόμενη πισίνα λαμβάνουν καθημερινά καφέ, τσάι, εμφιαλωμένο νερό και απογευματινή υπηρεσία δωματίου. Τα οικογενειακά δωμάτια περιλαμβάνουν 1 υπνοδωμάτιο, 1 υπνοδωμάτιο/καθιστικό, μπάνιο με πρόσβαση και από τα 2 δωμάτια. Όλα τα ξενοδοχεία διαθέτουν και εγκαταστάσεις για παιδιά.

Το Knossos Royal διαθέτει και ένα συνεδριακό κέντρο το Knossos Royal Conference centre. Το κέντρο διαθέτει μεγάλες αίθουσες πλήρως εξοπλισμένες με συστήματα εικόνας και ταυτόχρονης μετάφρασης υπερσύγχρονης τεχνολογίας. Οι αίθουσες μπορούν να καλύψουν απόλυτα τις ανάγκες μεγάλων συνεδρίων.

Το **Cretan village**: είναι το μοναδικό 4* ξενοδοχείο του ομίλου και είναι ιδανικό για οικογενειακές διακοπές. Βρίσκεται δίπλα σε μια υπέροχη χρυσή παραλία και διαθέτει 4 εστιατόρια και 4 μπαρ. Για τους μικρούς μας φίλους η Aldemar έχει φροντίσει να δημιουργήσει ένα καινούριο οικολογικό mini club με έμπειρους παιδαγωγούς.

Το Cretan Village διαθέτει δωμάτια με θέα κήπο, με θέα θάλασσα, VIP μπροστά στη θάλασσα, οικογενειακά δωμάτια με θέα κήπο και θάλασσα και οικογενειακά διαμερίσματα με θέα θάλασσα ή κήπο.

Το **Royal Villas**: ένα ξενοδοχείο για χαλάρωση και ηρεμία όπου ο επισκέπτης μπορούν να απαλαύσουν τον ήλιο στην ιδιωτική τους παραλία ή πισίνα. Το Royal Villas ανήκει στο ξενοδοχείο Knossos Royal το οποίο από το 2010 λειτουργεί αυτόνομα.

Στη Ρόδο τα ξενοδοχεία είναι δύο. Βρίσκονται στην Καλλιθέα της Ρόδου και απέχουν μόλις 6 χλμ από την πόλη της Ρόδου και 20 χλμ από το διεθνές αεροδρόμιό της.

Το **Paradise Mare** το οποίο με μία καταπληκτική θέα στο Αιγαίο προσφέρει μία ολοκληρωμένη πρόταση διακοπών συνδυάζοντας την πολυτέλεια και το άριστο σέρβις.

Και το **Paradise Village**, ένα All inclusive ξενοδοχείο με πρόσφατα ανακαινισμένα δωμάτια. Στην Ρόδο υπάρχει και το Paradise Mare Conference centre.

Η μεγάλη αίθουσα του συνεδριακού του κέντρου, άρτια εξοπλισμένη με τα πιο σύγχρονα οπτικοακουστικά μέσα και μεταφραστικά συστήματα, σε συνδυασμό με τον άνετο χώρο υποδοχής και με τις μικρότερες αίθουσες πολλαπλών χρήσεων που

την περιβάλλον, μπορεί να καλύψει ακόμα και τις πιο απαιτητικές ανάγκες δημοσίων εκδηλώσεων όπως είναι τα συνέδρια, οι διασκέψεις, τα σεμινάρια, οι εταιρικές παρουσιάσεις και οι επαγγελματικές συναντήσεις.

Στην Δυτική Πελοπόννησο με τα 2 ξενοδοχεία, **το Olympian Village** και το **Royal Olympian**. Κοντά στον αρχαιολογικό χώρο της Ολυμπίας τα ξενοδοχεία εκτείνονται σε μία μοναδική παραλία, ένας ιδανικός προορισμός για οικογένειες αλλά και για ζευγάρια. Ένα ήρεμο resort με καταπράσινους κήπους και δεκάδες πισίνες. Το Olympian Village και Royal Olympian διαθέτουν και το συνεδριακό κέντρο Olympian Village Conference centre καθώς επίσης και το κέντρο Royal Olympian Spa & Thalasso που είναι βραβευμένο με το Europe's Leading Spa Resort 2006.

Η Aldemar Hotels & Spa εκτός από τα ξενοδοχεία διαθέτει και έναν αγροτουριστικό ξενώνα στην Αμπελιώνα Μεσσηνίας, τις «**ΕΠΟΧΕΣ**». Έναν ξενώνα πετρόχτιστο με 22 δωμάτια βαφτισμένα με ονόματα δέντρων και πολύ καλή παραδοσιακή κουζίνα.

Γήπεδα τένις:

Ο όμιλος Aldemar έχει επενδύσει σε ένα από τα πιο σύγχρονα γήπεδα τένις το οποίο βρίσκεται στον Λιμένα Χερσονήσου Κρήτης και το 2007 φιλοξένησε το Διεθνές Τουρνουά Τένις Aldemar που διοργανώθηκε με το Σύλλογο Βετεράνων Αντισφαίρισης Ελλάδος (ΣΒΑΕ).

Εταιρική κοινωνική ευθύνη:

Εκτός όμως από αυτά και τα πολλά βραβεία που έχει πάρει ο όμιλος, η Aldemar δραστηριοποιείται από το 2000 σε ένα καινούριο πρόγραμμα Εταιρικής κοινωνικής Ευθύνης – Mare Verde, με κύριο χαρακτηριστικό το περιβάλλον και τον άνθρωπο.

Το τμήμα ανθρώπινου δυναμικού και ποιότητας:

Το τμήμα ανθρώπινου δυναμικού και ποιότητας διαμορφώνει και υλοποιεί μια ολοκληρωμένη πολιτική σε τομείς όπως είναι οι συνεχείς και συστηματικοί έλεγχοι της ποιότητας των υπηρεσιών, σχεδιασμός και εφαρμογή συστήματος HACCP σε όλα τα ξενοδοχεία του ομίλου, καθώς επίσης και υπηρεσίες όπως η τράπεζες αίματος και η δανειστική βιβλιοθήκη με αντικείμενα που ασχολείται το ανθρώπινο δυναμικό της εταιρείας, από λογιστικά και επισιτιστικά θέματα, περιβαλλοντικά και θέματα που αφορούν την διοίκηση επιχειρήσεων και διαχείρισης και λειτουργίας.

Κεφάλαιο 2: Aldemar Ματιές

Η διοίκηση του ομίλου σε συνεργασία με το τμήμα ανθρώπινου δυναμικού και ποιότητας είχε την ιδέα για την δημιουργία μιας εφημερίδας που αρχικά θα μοιράζεται στο προσωπικό.

Σκοπός της ήταν να φέρει το προσωπικό της πιο κοντά και να γνωρίσουν τόσο τον όμιλο όσο και τις διακρίσεις που έχει η εταιρεία. Συντάκτες ήταν το ίδιο το προσωπικό βάζοντάς τους έτσι σε μια διαδικασία που έκαναν με χαρά και τους έβγαζε έξω από την καθημερινή τους ρουτίνα.

Η εφημερίδα μετράει στο ιστορικό της 13 χρόνια έκδοσης. Μέσα σε αυτά τα χρόνια εξελίχθηκε και πλέον αποτελεί αναπόσπαστο κομμάτι τόσο για το τμήμα marketing που την σχεδιάζει όσο και για το προσωπικό της.

2.1: Συχνότητα εφημερίδας προσωπικού

Η Aldemar Hotels & Spa έχει εκδώσει 61 τεύχη από το 1997 έως και το 2010.

Το 1997 κάτω από το βλέμμα του τμήματος ανάπτυξης και ποιότητα και έχοντας για συντάκτες της το προσωπικό του ομίλου, τον υπεύθυνο σχεδιασμού καθώς και τον υπεύθυνο σύνταξης και επιμέλειας κειμένων, η εφημερίδα ξεκίνησε με το πρώτο της τεύχος τον Ιούνιο και με το όνομα «Aldemar Η εφημερίδα μας».

Κάθε μήνα μέχρι και τον Οκτώβρη ο όμιλος έβγαζε και από ένα τεύχος. Το έκτο τεύχος ήταν για τους μήνες Νοέμβριο και Δεκέμβριο. Το 1998 η εφημερίδα ξεκινάει με το πρώτο τεύχος της χρονιάς να βγαίνει τον Ιανουάριο – Φεβρουάριο, το επόμενο τεύχος ήταν επίσης για 2 μήνες, Μάρτιος – Απρίλιος, ενώ τα επόμενα τεύχη βγήκαν ανά μήνα μιας και τα ξενοδοχεία από τον Μάιο έως τον Οκτώβριο ήταν ανοιχτά. Τον χειμώνα το τελευταίο μηνιαίο τεύχος έβγαίνει τον Οκτώβριο και μετά μέχρι και το άνοιγμα των ξενοδοχείων η εφημερίδα γινόταν δίμηνη, ενώ με το άνοιγμά τους η εφημερίδα γινόταν μηνιαία.

Μέχρι και το τέλος του 1999 η εφημερίδα ήταν σε μέγεθος A4 και περίπου πάντα στις 20 σελίδες.

Το 2000 η εφημερίδα αλλάζει όψη – σελίδες αλλά και το όνομά της. Από μηνιαία γίνεται 2μηνη από το άνοιγμα έως και το κλείσιμο των ξενοδοχείων, δηλαδή κάθε χρόνο έβγαζε 5 τεύχη. Το όνομα της αλλάζει και γίνεται «AldeΜατιές», η ιδέα ήρθε από την διευθύντρια Πωλήσεων μιας και σύμφωνα με την γνώμη της η εφημερίδα

ήταν οι ματιές και τα νέα της Aldemar. Το μέγεθος αλλάζει και γίνεται A3 όπου θύμιζε περισσότερο εφημερίδα.

Μέχρι και το τεύχος 28 η εφημερίδα ήταν κάτω από την επίβλεψη του τμήματος Ανθρώπινου δυναμικού, ενώ από το τεύχος 29 την χρονιά 2001 η εφημερίδα AldeΜατιές περνάει στο τμήμα marketing.

Στο τεύχος 45 την χρονιά 2005 η εφημερίδα μικραίνει το όνομά της από «AldeΜατιές» σε «Ματιές».

Το 2007 η εφημερίδα έβγαζε 4 τεύχη με το πρώτο να βγαίνει για τους μήνες Μάιο – Ιούλιο, το δεύτερο Ιούλιο – Αύγουστο και το τρίτο Σεπτέμβριο – Νοέμβριο.

Ενώ το 2008 το πρώτο τεύχος βγήκε τον Απρίλιο – Ιούνιο, το δεύτερο τεύχος Ιούλιο – Σεπτέμβριο και το τρίτο τεύχος τον Οκτώβριο – Νοέμβριο.

Από το τεύχος 55 η εφημερίδα ξαναλλάζει όψη και γίνεται λίγο παραπάνω από A4 σε μέγεθος, συγκεκριμένα οι διαστάσεις ήταν 33.5 (ύψος) X 22.5 (πλάτος), αλλάζει και το περιεχόμενό της, πλέον η εφημερίδα ξεκινάει να διανέμεται και σε εξωτερικούς συνεργάτες και να δέχεται στις σελίδες της και διαφημίσεις από εξωτερικούς συνεργάτες.

Αποκτάει καινούρια διεύθυνση σύνταξης, σχεδιασμού και υπεύθυνη ύλης. Οι συντακτική ομάδα παραμένει η ίδια και προστίθενται και όλα τα τμήματα ανάπτυξης και ποιότητας.

Η εφημερίδα Aldemar Ματιές είχε 4 τεύχη. Το πρώτο τεύχος έβγαίνει τον Απρίλιο με το άνοιγμα των ξενοδοχείων στο οποίο υπήρχαν και οι αγιασμοί των ξενοδοχείων, η κοπή της πίτας από κάθε προορισμό καθώς επίσης και κάποιες μεταγραφές ή καινούριους υπαλλήλους στον όμιλο. Στο δεύτερο τεύχος το οποίο έβγαίνει τον Ιούνιο όπου υπήρχαν κάποιες εκπαιδεύσεις ή αιμοδοσίες, το τρίτο τεύχος έβγαίνει τον Αύγουστο όπου μπορεί να είχε τους καλύτερους υπαλλήλους του μήνα ή κάποιες εκδηλώσεις που έχουν γίνει στα ξενοδοχεία και τέλος το τέταρτο τεύχος που έβγαίνει τον Οκτώβριο με το κλείσιμο των ξενοδοχείων.

Για το 2010 τα τεύχη θα είναι 3 με το πρώτο να βγαίνει τον Μάιο, ο δεύτερο τεύχος τον Ιούλιο και το τρίτο τεύχος μετά τα μέσα του Σεπτέμβρη με το κλείσιμο των ξενοδοχείων.

Ο λόγος που μειώθηκαν τα τεύχη είναι ο μεγάλος όγκος εργασιών από το τμήμα marketing και creative καθώς οι σχεδιαστικές και εκτυπωτικές εργασίες αυξάνονται συνεχώς. Οι σελίδες όμως και στα 3 τεύχη της εφημερίδας έχουν αυξηθεί κατά 8 σελίδες. Στη ουσία αυτές οι 8 σελίδες ανά 3 τεύχη αντικαθιστούν το τέταρτο τεύχος.

Περνώντας από πολλά στάδια εξέλιξης η εφημερίδα Ματιές πλέον έχει 30 σελίδες και διαστάσεις 33X22.5 (πλάτος).

Κεφάλαιο 3: Διαδικασία έκδοσης εφημερίδας

3.1: Συλλογή ύλης

Το τμήμα marketing το οποίο είναι υπεύθυνο για την εφημερίδα πλέον αποτελείτε από την Αρχισυντάκτρια, την συντονίστρια marketing, τις Δημόσιες Σχέσεις, την υπεύθυνη Creative και 2 γραφίστες όσο αναφορά τον σχεδιασμό της εφημερίδας

Το τμήμα marketing είναι υπεύθυνο για την σωστή συλλογή της ύλης καθώς επίσης και για όλο τον συντονισμό για την υλοποίηση της εφημερίδας.

Η Creative manager είναι και η αρχισυντάκτρια της εφημερίδας καθώς επίσης και εκείνη που επιλέγει το κεντρικό θέμα της εφημερίδας, πάντα με την σύμφωνη γνώμη της διοίκησης. Η συντονίστρια του marketing είναι υπεύθυνη για την συλλογή της ύλης καθώς επίσης και για το σωστό φωτογραφικό υλικό. Επίσης είναι υπεύθυνη για να περαστούν τα σωστά υλικά στους γραφίστες.

Η ύλη της εφημερίδας συλλέγετε όλο το χρόνο και με βάση την θεματολογία του κάθε τεύχους που έχει επιλεγεί από την αρχισυντάκτρια, προσαρμόζονται και τα υπόλοιπα θέματα. Στα ξενοδοχεία όπου υπάρχουν τα αντίστοιχα τμήματα ανάπτυξης και ποιότητας περνάνε ένα όγκο φωτογραφιών στην σελίδα του intranet (μία κεντρική σελίδα όπου κάθε τμήμα έχει ανεβάσει έναν όγκο πληροφοριών που αφορούν το τμήμα τους όπως διαδικασίες, λογότυπα, βραβεία, περιγραφές ξενοδοχείων, καλύτερους υπάλληλους) τα οποία στέλνονται και στο τμήμα του marketing με mail για το κάθε φωτογραφικό υλικό.

Το τμήμα marketing συλλέγει την ύλη για το τρέχον τεύχος, ελέγχει σύμφωνα με την θεματολογία αν το υλικό μπορεί να χρησιμοποιηθεί σε αυτό το τεύχος ή σε κάποιο επόμενο και τέλος ελέγχει αν οι φωτογραφίες μπορούν να χρησιμοποιηθούν από τους γραφίστες στο τεύχος. Μπορεί για παράδειγμα οι φωτογραφίες να είναι χαμηλής ανάλυσης και να πρέπει το τμήμα ανάπτυξης και ποιότητας να βγάλει καινούριες. Σε περίπτωση που δεν γίνεται μπαίνουν αναγκαστικά πιο μικρές φωτογραφίες. Πλέον όλα τα τμήματα γνωρίζουν ότι οι φωτογραφίες πρέπει να είναι σε υψηλή ανάλυση και δεν αντιμετωπίζεται κάποιο πρόβλημα.

3.2: Συγκέντρωση συντακτικής ομάδας και ύλης

Η διαδικασία συγκέντρωσης και της συντακτικής ομάδας ξεκινάει περίπου 1 μήνα πριν την πρώτη έκδοση της εφημερίδας με ένα mail προς όλους τους υπαλλήλους στα ξενοδοχεία με σκοπό να βρεθεί μία ομάδα που θα αποτελεί την συντακτική ομάδα για το τρέχον έτος. Για το 2010 στους υποψήφιους συντάκτες ο όμιλος παρείχε και ένα γεύμα στα a la carte εστιατόρια του ομίλου, ένα κίνητρο για να παρακινήσει περισσότερο το προσωπικό να λάβει μέρος στην συντακτική ομάδα της εφημερίδας (παράρτημα 1).

Η ανταπόκριση που υπάρχει είναι ελάχιστη και έτσι η συντακτική ομάδα είναι μικρή με ένα μεγάλο κομμάτι γραφής των κειμένων να επιβαρύνει την αρχισυντάκτρια και το τμήμα marketing. Αυτό συμβαίνει επειδή το καλοκαίρι και με το άνοιγμα των ξενοδοχείων ο όγκος εργασίας στα ξενοδοχεία είναι μεγάλος με αποτέλεσμα να μην υπάρχει χρόνος για μεγαλύτερη συμμετοχή από τα ξενοδοχεία.

Η αρχισυντάκτρια έχοντας συγκεντρώσει όλες τις υποψηφιότητες για την συντακτική ομάδα ,εκτυπώνει το «Ντάμι» (παράρτημα 2) το οποίο είναι ουσιαστικά όλα τα φύλλα της εφημερίδας σε μία σελίδα και σημειώνει επάνω σε κάθε σελίδα τις θεματικές ενότητες που θα καλύψουν το τεύχος.

Η αρχισυντάκτρια κανονίζει μία ημέρα συνάντησης με τους ανερχόμενους συντάκτες, στην οποία να μπορούν όλοι, και ανακοινώνει την θεματική ομπρέλα δηλαδή το θέμα που θα επικρατεί στο τρέχον τεύχος.

Οι συντάκτες έχουν την δυνατότητα να διαλέξουν το δικό τους θέμα που να είναι και σχετικό με την θεματική ομπρέλα για να γράψουν το δικό τους κείμενο. Κάποιοι συντάκτες που είναι από την «γέννηση» της εφημερίδας, έχουν μόνιμες στήλες όπως η στήλη «Αυτοκίνητο», «Παιδί» και έναν αρκετά μεγάλο χώρο για τις εκπαιδεύσεις και θέματα που αφορούν το τμήμα Ανάπτυξης και Ποιότητας.

Η αρχισυντάκτρια αφού μοιράσει τα θέματα που μπορεί να προκύψουν στην συνάντηση αυτή, ορίζει και έναν αυστηρό χρόνο παράδοσης των κειμένων με έναν προκαθορισμένο αριθμό λέξεων που έχει συμφωνηθεί από τον γραφίστα και την αρχισυντάκτρια σύμφωνα με το εικαστικό της εφημερίδας.

Τα κείμενα των συντακτών έρχονται με mail στο τμήμα του marketing τα οποία και περνάει στην αρχισυντάκτρια για να τα διορθώσει. Το marketing συγκεντρώνει τα υλικά και τα κείμενα στον υπολογιστή σε έναν φάκελο που να μπορούν οι γραφίστες να έχουν πρόσβαση.

Φροντίζει για την σωστή συγκέντρωση των υλικών καθώς και για την τήρηση των χρόνων από τους συντάκτες. Το υλικό πρέπει να είναι σωστά συγκεντρωμένο. Δηλαδή κάθε θέμα μέσα σε ξεχωριστό φάκελο όπου να περιέχει το κείμενο και τις αντίστοιχες φωτογραφίες. Παράλληλα η αρχισυντάκτρια φροντίζει να διορθώσει τα κείμενα των συντακτών και να «κόψει» αν χρειάζεται λέξεις ή προτάσεις που υπερβαίνουν τον χώρο που έχει αρχικά οριστεί από τον γραφίστα. Εφόσον τα υλικά έχουν συλλεχθεί και έχουν γίνει και οι απαραίτητες διορθώσεις από τον αρχισυντάκτη, οι γραφίστες είναι έτοιμοι για να στήσουν το περιοδικό-εφημερίδα.

3.3: Ροή ύλης

Η ροή ύλης της εφημερίδας ξεκινάει πάντα με το Editorial και τελειώνει συνήθως με τα ζώδια. Στο editorial γράφετε ένα κείμενο 300-400 λέξεων από κάποιον υπάλληλο της εταιρείας ανάλογα με την θεματική ομπρέλα. Για παράδειγμα στο τεύχος 59 το κείμενο γράφτηκε από τον Εντεταλμένο Σύμβουλο του ομίλου. Ο λόγος ήταν τα τρομοκρατικά περιστατικά στο κέντρο της Αθήνας. Η θεματική ομπρέλα για το τρέχον τεύχος ήταν οι κήποι του ομίλου όπου γράφτηκαν κείμενα από τους κηπουρούς του ομίλου για τα λουλούδια, τις καλλιέργειες, τους φοίνικες και γενικά για οτιδήποτε έχει φυτευτεί στα ξενοδοχεία.

Για το τεύχος 60 η θεματική ομπρέλα θα είναι τα εστιατόρια των ξενοδοχείων και η μεσογειακή διατροφή το συγκεκριμένο κείμενο θα γραφτεί από τον σεφ ενός από τα εστιατόρια του ομίλου. Στη συνέχεια ακολουθεί το επίκαιρο θέμα σύμφωνα πάντα με την θεματική ομπρέλα. Για το τρέχον τεύχος 60 το κείμενο θα αφορά την μεσογειακή διατροφή και την πιστοποίηση HACCP.

Η ροή της ύλης του περιοδικού ή της εφημερίδας καθορίζετε από το υλικό που έχει συλλεχθεί και το επίκαιρο θέμα.

Πριν το τέλος της εφημερίδας υπάρχει η ατζέντα που περιλαμβάνει εκδηλώσεις, διάσημα πρόσωπα που έχουν επισκεφτεί τα ξενοδοχεία, αθλητικές εκδηλώσεις, συναυλίες τόσο από την Αθήνα αλλά και πιο πολύ από τις τοπικές κοινωνίες.

Κάθε εφημερίδα έχει πάντα κάποια θέματα που είναι σε κάθε τεύχος και προσαρμόζονται ανάλογα με το κεντρικό θέμα. Αυτά είναι: Το επίκαιρο θέμα, στο οποίο γράφεται η εισαγωγή συνήθως πριν το κεντρικό θέμα ομπρέλα, ο Φάκελος παιδί: στο οποίο γράφεται ένα άρθρο που να έχει σχέση με το παιδί και το κεντρικό

θέμα, την στήλη Ανάπτυξης και Ποιότητας, όπου γράφονται τα νέα του τμήματος δράσεις και βραβεία, καλύτεροι υπάλληλοι, αιμοδοσίες, ο Φάκελος αυτοκίνητο, όπου σε αυτή την στήλη παρουσιάζεται σε κάθε τεύχος και ένα καινούριο μοντέλο ή παλιό αγαπημένο αυτοκίνητο και τέλος η Agentia όπου περιλαμβάνει εκδηλώσεις σημαντικές για τον όμιλο, συναυλίες, θεατρικές παραστάσεις και γενικότερα μικρά νέα των ξενοδοχείων.

3.4: Συγκέντρωση διαφημιστικών καταχωρήσεων

Οι Δημόσιες σχέσεις σε συνεργασία με το τμήμα Marketing στέλνουν πριν από κάθε τεύχος σε επαφές τους (ανάλογα με το κεντρικό θέμα) το media Kit (παράρτημα 3) για την συλλογή διαφημίσεων στην εφημερίδα και την κάλυψη του κόστους του κάθε εντύπου. Το media Kit περιλαμβάνει ένα εισαγωγικό κείμενο που περιγράφει την εφημερίδα και την διανομή της και τέλος τον τιμοκατάλογο των διαφημίσεων ανάλογα με το μέγεθος της διαφήμισης που θα επιλέξει ο κάθε διαφημιζόμενος.

Σε περίπτωση συμφωνίας του ομίλου με τον διαφημιζόμενο αναγράφονται οι τεχνικές προδιαγραφές της κάθε σελίδας και υπογράφεται συμφωνητικό που αναφέρεται αναλυτικά ο αριθμός των σελίδων διαφήμισης, τα στοιχεία τιμολόγησης της κάθε εταιρείας και το κόστος, τέλος αναφέρονται και οι όροι του συμφωνητικού οι οποίοι έχουν ελεγχθεί πρώτα από τον δικηγόρο του ομίλου. Το συμφωνητικό υπογράφεται και από τις 2 εταιρείες σε 3 αντίτυπα, το ένα είναι για τον διαφημιζόμενο, το δεύτερο για τον όμιλο Aldemar και το τρίτο είναι για την εφορία.

3.5: Εύρεση εκτυπωτικής εταιρείας

Παράλληλα το τμήμα του Marketing σε συνεργασία με το τμήμα Προμηθειών ακολουθεί μία συγκεκριμένη διαδικασία εύρεσης του προμηθευτή-εκτυπωτική που θα αναλάβει όλη την εκτύπωση των τευχών της εφημερίδας.

Ακολουθώντας μία συγκεκριμένη διαδικασία, το τμήμα marketing αποστέλλει εγκαίρως στο τμήμα προμηθειών μία αίτηση με τις τελικές προδιαγραφές του εντύπου συγκεκριμένα για την εφημερίδα (παράρτημα 4). Η βοήθος του υπεύθυνου προμηθειών αποστέλλει στις συνεργαζόμενες εταιρείες την αίτηση για την συλλογή οικονομικών προσφορών.

Συντάσσει στη συνέχεια μια συγκριτική για τις προσφορές που έχουν συλλεχθεί και την παραδίδει στον Διευθυντή Προμηθειών για να τις μελετήσει και να αποφασίσει

σε μια εταιρεία θα δοθεί η εκτυπωτική εργασία. Στη συνέχεια προετοιμάζει την ανάθεση του έργου και την αποστέλλει στην Διευθύντρια του marketing για τελική έγκριση και συμπλήρωση του αριθμού ΑΠΕΥ. Το τμήμα προμηθειών αποστέλλει την ανάθεση τις παραγγελίας στην εκτυπωτική εταιρεία και την κοινοποιεί στην Διευθύντρια οικονομικών και στα αντίστοιχα τμήματα προμηθειών και λογιστηρίων. Το τμήμα γραφιστικής ενημερώνει την βοηθό του υπεύθυνου προμηθειών για τον ακριβή χρόνο παράδοσης του υλικού στον προμηθευτή ή εξωτερικό συνεργάτη. Αν προκύψουν κάποια προβλήματα κατά την διάρκεια της εκτύπωσης που μπορεί να καθυστερήσει το χρόνο παράδοσης του υλικού η εταιρεία είναι υποχρεωμένη να μας ενημερώσει ώστε να επιλυθούν το συντομότερο δυνατό. Το τμήμα προμηθειών για τον κάθε προορισμό ξεχωριστά θα πρέπει να στείλει μία ενημέρωση μόλις παραλάβει τα έντυπα καθώς επίσης και να επιβεβαιώσει την σωστή ποσότητα τους. Αν τα τμήματα προορίζονται μόνο για τα ξενοδοχεία, στέλνουν και κάποια δείγματα στο τμήμα του marketing για το αρχείο του marketing.

Σκοπός αυτής της διαδικασίας είναι ο σωστός χρονικός προγραμματισμός της αποστολής των προδιαγραφών καθώς επίσης και η επίτευξη καλύτερων οικονομικών συμφωνιών και χρόνων παράδοσης.

Το τμήμα προμηθειών εφόσον έχει επιλέξει την εκτυπωτική εταιρεία η οποία θα αναλάβει την εκτύπωση της εφημερίδας, στέλνει την εντολή ανάθεσης εργασίας η οποία περιέχει αναλυτικά τα στοιχεία τιμολόγησης, τον τρόπο πληρωμής και τις ποιοτικές προδιαγραφές του εντύπου.

4.6: Στοιχεία τιμολόγησης εντύπων

Η Aldemar χωρίζετε σε 3 εταιρείες, η μία είναι η ΑΛΝΤΕΜΑΡ ΑΞΤΕ στην οποία ανήκουν τα ξενοδοχεία της Κρήτης, η ΕΠΤΕΑ (ανώνυμος εταιρεία προγραμματισμού τουριστικής εκμεταλλεύσεως και αναπτύξεως) στην οποία ανήκουν τα ξενοδοχεία του Πύργου και τέλος η ΤΕΝ (Τουριστικές επιχειρήσεις Νότου) στην οποία ανήκουν τα ξενοδοχεία στην Ρόδο

Στην πράξη όταν πρόκειται να εκτυπωθεί ένα έντυπο το οποίο προορίζετε για όλο τον όμιλο, το ποσό χωρίζετε και στις 3 εταιρείες ανάλογα με την ποσότητα που έχει ζητηθεί από τα ξενοδοχεία, στον κάθε προορισμό ξεχωριστά. Στον συνεργάτη που θα αναλάβει την εργασία στέλνονται 3 εντολές ανάθεσης της εργασίας και από τον προμηθευτή κόβονται 3 τιμολόγια.

3.7: Τυράζ εφημερίδας

Το τυράζ για την εφημερίδα του προσωπικού ανέρχεται στα 6.000 / ανά έκδοση τεύχη. Τυράζ είναι η ποσότητα των τευχών που θα εκτυπωθούν και θα διανεμηθούν σε 3 στρατηγικούς προορισμούς Κρήτη-Ολυμπία-Ρόδο καθώς επίσης και σε στρατηγικά σημεία σε όλη την Ελλάδα μέσω διανομής σε γραφεία συνεργατών και ταξιδιωτικών πρακτορείων.

3.8: Ποιοτικές προδιαγραφές εντύπου – εφημερίδας

Οι ποιοτικές προδιαγραφές του εντύπου περιέχουν το θέμα το οποίο για την εφημερίδα είναι 1, γιατί η εφημερίδα θα βγει ίδια για όλους τους προορισμούς, τις διαστάσεις της που είναι 22,5 πλάτος X 33.5 ύψος, τα χρώματα που θα χρησιμοποιήσει η εκτυπωτική, που στην συγκεκριμένη περίπτωση είναι CMYK (τετραχρωμία), τον τύπο του χαρτιού που είναι Inaset 120 gr, τις σελίδες οι οποίες όπως έχει αναφερθεί από το 2010 θα είναι παραπάνω, η βιβλιοδεσία η οποία είναι καρφίτσα σε 2 σημεία, η ποσότητα χωρισμένη σε κάθε προορισμό, οι εργασίες που είναι υποχρεωμένη η εκτυπωτική να κάνει δηλαδή μοντάζ, χαρτί, εκτύπωση, βιβλιοδεσία και παράδοση, η ημερομηνία αποστολής του αρχείου, ο χρόνος παράδοσης και τέλος το συνολικό κόστος καθώς και το κόστος ανά τεμάχιο.

Όσον αναφορά τις ποιοτικές προδιαγραφές καθορίζονται από τον Creative manager σε συνεργασία με τους γραφίστες του ομίλου και στέλνονται σε συγκεκριμένη φόρμα στο τμήμα προμηθειών για να ξεκινήσει η διαδικασία έρευνας προμηθευτή.

Στην τελική εντολή ανάθεσης αναγράφετε ο τρόπος πληρωμής ο οποίος έχει εγκριθεί από την Διευθύντρια οικονομικών, ο τόπος παράδοσης καθώς επίσης και συμπληρωματικές πληροφορίες όπως ότι θα πρέπει να μας ενημερώσουν την ημέρα παράδοσης των εντύπων στα πρακτορεία, επισημαίνεται ότι η συσκευασία θα πρέπει να είναι ανθεκτική για να μην καταστραφούν τα έντυπα, επίσης επειδή η εφημερίδα μπαίνει σε σακούλα, η σακουλοποίηση και το δίπλωμα της εφημερίδας θα πρέπει να γίνονται με τέτοιο τρόπο ώστε να φαίνετε το εξώφυλλο της εφημερίδας και τέλος αναγράφονται τα στοιχεία επικοινωνίας του γραφίστα σε περίπτωση που δημιουργηθεί κάποιο πρόβλημα όπως να μην μπορεί να βρεθεί στην αγορά το χαρτί που έχει ζητηθεί.

3.9: Επιμέλεια ύλης και έγκριση τεύχους

Μόλις το τεύχος είναι έτοιμο οι γραφίστες το παραδίδουν στην αρχισυντάκτρια και εκείνη με την σειρά της στον υπεύθυνο για την επιμέλεια και διόρθωση τυχόν λαθών του τεύχους. Παράλληλα η εφημερίδα ελέγχετε και από όλο το τμήμα marketing και στέλνετε για τελική έγκριση όλου του τεύχους στον Εντεταλμένο Σύμβουλο του ομίλου ο οποίος είναι και ο Διευθυντής της έκδοσης. Μόλις πάρει έγκριση το τεύχος αναλαμβάνει κάποιος από το marketing να περάσει τις αλλαγές και τις διορθώσεις σύμφωνα με υποδείξεις των υπολοίπων που έχουν βρει λάθη στην κάθε σελίδα του τεύχους σε συνεργασία με τους γραφίστες.

Όταν στο τεύχος έχουν γίνει και οι τελευταίες διορθώσεις οι γραφίστες περνάνε τα αρχεία στην εκτυπωτική εταιρεία, που έχει επιλεγθεί από το τμήμα προμηθειών, για να ξεκινήσει η εκτύπωση του τεύχους.

3.10: Αποστολή αρχείων στην εκτυπωτική εταιρεία

Στον προμηθευτή στέλνονται 3 εντολές ανάθεσης για την εργασία της εκτύπωσης με τις ακριβείς προδιαγραφές του εντύπου, τις ποσότητες για κάθε προορισμό και τέλος την ποσότητα των τευχών που θα έχουν στο εξώφυλλο τους το ειδικό αυτοκόλλητο για ομαδική αποστολή με το ταχυδρομείο.

Ο προμηθευτής μόλις παραλάβει τα αρχεία είναι υποχρεωμένος να στείλει ένα τεύχος – δείγμα στους γραφίστες για να ξαναελεγθεί πως όλα τα αρχεία είναι περασμένα σωστά και πως η εκτυπωτική έχει «δέσει» σωστά τις σελίδες. Εφόσον όλα είναι σωστά στέλνεται ένα mail στην εκτυπωτική εταιρεία για την έγκριση του τεύχους και σε αυτό το στάδιο η εκτυπωτική ενημερώνει τους γραφίστες για την ημερομηνία στην οποία θα ξεκινήσει η εκτύπωση. Οι γραφίστες με έγκριση της διοίκησης μεταβαίνουν στην εταιρεία για να παρακολουθήσουν την εκτύπωση σε περίπτωση που δημιουργηθεί κάποιο πρόβλημα κατά την διάρκειά της. Το marketing έχει φροντίσει πριν την εκτύπωση να παραδώσει όλες τις επαφές των πωλήσεων εσωτερικού, εξωτερικού, marketing, διοικήσεως και συνεργατών εκτυπωμένες σε αυτοκόλλητα για να κολληθούν από την εκτυπωτική στα τεύχη που θα αποσταλούν με το ταχυδρομείο.

Η εταιρεία είναι υποχρεωμένη να ενημερώσει 2 μέρες πριν το τμήμα marketing για την ακριβή ώρα παραλαβής των εντύπων στα γραφεία του ομίλου. Μόλις τα τεύχη

παραληφθούν στην αποθήκη της Αθήνας την επόμενη μέρα στέλνονται και στις 3 αποθήκες των 3 προορισμών όπου ο καθένας σύμφωνα με την παραγγελία ελέγχει αν η ποσότητα που έχει παραληφθεί είναι η σωστή.

3.11: Παραλαβή εφημερίδας στην Αθήνα και διαδικασία αποστολής σε συνεργάτες

Όταν τα τεύχη παραληφθούν στη Αθήνα, μετρώνται και από τον υπεύθυνο αποθήκης της Αθήνας τα τεύχη που έχουν το αυτοκόλλητο με την σφραγίδα του ταχυδρομείου και στη συνέχεια ζυγίζεται το ένα τεύχος μόνο, καθώς επίσης και οι διαστάσεις του.

Το marketing ζητάει προσφορά για ομαδική αποστολή του τεύχους από τα Ελληνικά Ταχυδρομεία. Τα ΕΛΤΑ δίνουν το κόστος ανά τεμάχιο μόνο για Ελλάδα επειδή η εφημερίδα είναι μόνο στην Ελληνική γλώσσα. Το marketing στη συνέχεια ενημερώνει τους οδηγούς με μία φόρμα οδηγών (παράρτημα 5) που αναφέρετε η διεύθυνση, το τηλέφωνο και το όνομα του υπεύθυνου από το ταχυδρομείο και τον ακριβή αριθμό των τευχών (για να συμπληρώσει ο οδηγός το δελτίο αποστολής) καθώς επίσης και το συνολικό κόστος και το κόστος ανά τεμάχιο. Τέλος σε υποσημείωση αναφέρετε ο τρόπος πληρωμής καθώς επίσης και το όνομα του υπευθύνου από όπου θα παραλάβει την επιταγή για την πληρωμή του ταχυδρομείου πάντα σε συνεννόηση με το Οικονομικό τμήμα.

Ο οδηγός παραλαμβάνει τα τεύχη από την κεντρική αποθήκη εντύπων της Αθήνας και τα παραδίδει στο ταχυδρομείο για να ξεκινήσει η αποστολή τους στους συνεργάτες του κάθε τμήματος.

Το marketing επίσης αναλαμβάνει να μοιράσει όλα τα τεύχη στο προσωπικό της Αθήνας και να αφαιρέσει από το σύστημα της αποθήκης τα τεμάχια που έχει μοιράσει μαζί με αυτά που θα σταλούν στο ταχυδρομείο.

Τέλος ενημερώνει με ένα mail τα αντίστοιχα τμήματα προμηθειών στους προορισμούς ότι εντός των ημερών θα παραλάβουν την εφημερίδα. Τα τμήματα προμηθειών εφόσον λάβουν τα τεύχη ενημερώνουν το marketing και το τμήμα προμηθειών της Αθήνας μέσω της ηλεκτρονικής αποθήκης ότι παρέλαβαν τα τεύχη σωστά. Τα 2 τμήματα (Προμηθειών Αθήνας και τμήμα Marketing) ενημερώνονται με ένα mail μέσω της ηλεκτρονικής αποθήκης.

3.12: Παραλαβή εφημερίδας στα ξενοδοχεία και αποστολή εντύπου σε συνεργάτες και προσωπικό

Την ημέρα που τα τεύχη της εφημερίδας παραδίδονται στην αποθήκη της Αθήνας στις επόμενες ημέρες παραδίδονται και στα ξενοδοχεία. Οι υπεύθυνοι προμηθειών της αποθήκης για τον κάθε προορισμό εφόσον έχει τελειώσει η διαδικασία ενημέρωσης της αποθήκης πληροφορούν το τμήμα Ανάπτυξης και Ποιότητας τα οποία στην συνέχεια μοιράζουν την εφημερίδα σε όλα τα στελέχη του κάθε ξενοδοχείου και τέλος αφήνουν αρκετά τεμάχια σε όλα τα εστιατόρια του προσωπικού για να μπορούν οι υπάλληλοι να έχουν άμεση πρόσβαση. Τα τμήματα ανάπτυξης και ποιότητας επίσης στέλνουν το κάθε τεύχος και σε συνεργάτες του ομίλου και στις τοπικές κοινωνίες.

Κεφάλαιο 4: Προβλήματα στην διαδικασία έκδοσης και αποστολής της εφημερίδας

Όπως κάθε περιοδικό ή εφημερίδα αντιμετωπίζει προβλήματα καθόλη την διάρκεια έκδοσης έτσι και ο όμιλος Aldemar αντιμετωπίζει προβλήματα μέχρι εκδοθεί το κάθε τεύχος.

Κάποια από τα προβλήματα έχουν να κάνουν με τους συντάκτες, με τα ξενοδοχεία, με τις εκτυπωτικές και με το ταχυδρομείο.

Πιο αναλυτικά με τους συντάκτες, όταν η αρχισυντάκτρια ξεκινάει την διαδικασία για να συλλεχθούν οι συμμετοχές για τους συντάκτες δεν υπάρχει μεγάλο ενδιαφέρον λόγω φόρτου εργασίας. Την περίοδο εκείνη ανοίγουν και τα ξενοδοχεία με αποτέλεσμα οι περισσότεροι δεν προλαβαίνουν να έχουν έτοιμα τα κείμενα την συγκεκριμένη ημερομηνία που έχει ορίσει ο αρχισυντάκτης.

Τέλος, οι συντάκτες που δηλώνουν συμμετοχή όταν τους δίνουν το θέμα που πρέπει να γράψουν ένα κείμενο, στέλνουν ή μεγάλα κείμενα που σημαίνει ότι η αρχισυντάκτρια θα πρέπει να «κόψει» λέξεις για να μπορέσει όλο το κείμενο να χωρέσει στην σελίδα που έχει καθοριστεί από τον γραφίστα, ή είναι πολύ μικρό που σημαίνει ότι η αρχισυντάκτρια θα πρέπει να το ξαναγράψει από την αρχή και να μεγαλώσει το κείμενο.

Όσον αναφορά τα ξενοδοχεία, τα τμήματα Ανάπτυξης και Ποιότητας όπου είναι υπεύθυνα για την ενημέρωση του τμήματος marketing, έστειλαν πολλά υλικά για την εφημερίδα, κάποια όμως από αυτά ήταν αδύνατον να χρησιμοποιηθούν, είτε επειδή οι φωτογραφίες ήταν σε μικρή ανάλυση και δεν θα φαίνονταν καλά στο τεύχος, είτε ήταν σκοτεινές όπου σε αυτήν την περίπτωση στέλνονταν για retouch. Πλέον δεν συναντιόνται τέτοια προβλήματα.

Αντιμετωπίζουν επίσης μεγάλα προβλήματα με τις εκτυπωτικές. Μπορεί όταν βγαίνουν οι προδιαγραφές του εντύπου και στέλνονται στις διάφορες εκτυπωτικές να μην έχουν τον τύπο του χαρτιού που έχει κανονίσει η γραφίστρια και να πρέπει να αλλαχθεί το χαρτί που θα εκτυπωθεί. Επίσης μπορεί όταν συνεργαζόμαστε πρώτη φορά με κάποια εκτυπωτική να μην καταλαβαίνουν ακριβώς τις ποιοτικές προδιαγραφές και να πρέπει να μιλήσουν αρκετή ώρα με τους γραφίστες για να κατανοήσουν ακριβώς για το τι έντυπο πρόκειται.

Εφόσον έχει δοθεί η παραγγελία στην εκτυπωτική, είναι υποχρεωμένη μόλις η εφημερίδα είναι έτοιμη, να ενημερώνει 2 μέρες πριν τον όμιλο για την ακριβή ημερομηνία και ώρα παράδοσης του τεύχους, ο εκτυπωτικές επειδή βγάζουν αργά το πρόγραμμα παραδόσεων, ενημερώνουν την συντονίστρια του marketing μία ώρα πριν με αποτέλεσμα να μην προλαβαίνει να βρει κάποιο χώρο για να τοποθετηθούν στην αποθήκη. Τέλος, οι κούτες που τοποθετούνται τα τεύχη συνήθως δεν είναι ανθεκτικές με αποτέλεσμα να σχίζονται εύκολα και να μην μπορούν να σταλούν στο ταχυδρομείο.

Όσον αναφορά την αποστολή με το ταχυδρομείο αντιμετωπίζουν προβλήματα όπως ότι η ζυγαριά δεν είναι ίδια με την ζυγαριά που υπάρχει στον όμιλο. Πάντα υπάρχουν διαφορές στα γραμμάρια με αποτέλεσμα το ποσό να είναι διαφορετικό από αυτό που έχει συμφωνηθεί αρχικά. Ένα άλλο σημαντικό πρόβλημα είναι ότι μπορεί να λείπουν κάποια στοιχεία από τους παραλήπτες με αποτέλεσμα πολλά τεύχη να γυρνάνε πίσω.

Κεφάλαιο 5: Γενική ανάλυση τευχών

Από το 40 τεύχος, το οποίο είναι και επετειακό, οι συντάκτες ακολουθούν ένα συγκεκριμένο τρόπο τόσο στο περιεχόμενο της κάθε εφημερίδας όσο και στον τρόπο γραφής.

Όλες οι ενότητες σε κάθε τεύχος είναι ίδιες και το μόνο που αλλάζει κάθε φορά είναι το περιεχόμενο, το θέμα δηλαδή για την κάθε ενότητα που προσαρμόζεται ανάλογα με τα γεγονότα που έχουν γίνει σε κάθε ξενοδοχείο.

Όλα τα τεύχη ξεκινάνε με το εξώφυλλο που περιέχει πάντα μία φωτογραφία και έναν τίτλο. Η φωτογραφία και ο τίτλος είναι πάντα το κεντρικό θέμα που επικρατεί μέσα στο κάθε τεύχος.

Στη συνέχεια υπάρχουν τα περιεχόμενα τα οποία μέχρι και το τεύχος 42 συνυπήρχαν στην ίδια σελίδα με το editorial. Το «editorial» γραφόταν πάντα από κάποιον διευθυντή του ξενοδοχείου ή υπάλληλο των ξενοδοχείων που ήξεραν για το κεντρικό θέμα. Μετά από το τεύχος 42 το editorial ονομάστηκε «Σκέψεις» και γραφόταν στην διπλανή σελίδα από τα περιεχόμενα.

Η επόμενη ενότητα ήταν «Αν δεν παينέψεις» όπου υπήρχαν οι βραβεύσεις των ξενοδοχείων ή του ομίλου συνολικά για την δράση του και τις υπηρεσίες που προσφέρει. Υπήρχαν επίσης δημοσιεύματα από τον ελληνικό και τον ξένο τύπο, εκδηλώσεις μέσα στο ξενοδοχείο, τόσο με μεγάλους τουριστικούς πράκτορες όσο και θεαματικές βραδιές για τους πελάτες του ξενοδοχείου.

Η επόμενη ενότητα ήταν «Ακούσατε...Ακούσατε» όπου περιελάμβανε τις εκδηλώσεις του προσωπικού κυρίως, τις χριστουγεννιάτικες εκδηλώσεις με την κοπή της πίτας σε όλα τα ξενοδοχεία, τους αγιασμούς, τις εκπαιδεύσεις καθώς επίσης και τις εκδρομές του προσωπικού.

Η επόμενη ενότητα ήταν «Το Περιβάλλον», σε αυτή την ενότητα υπήρχαν είτε χρήσιμες πληροφορίες και συμβουλές από τους συντάκτες για το περιβάλλον, είτε δράσεις που έχει κάνει ο όμιλος για το περιβάλλον τόσο στις τοπικές κοινωνίες που δραστηριοποιείτε όσο και για τον ίδιο τον όμιλο και το κάθε ξενοδοχείο του.

Στην ενότητα «από καρδιάς» υπήρχαν οι αιμοδοσίες του προσωπικού και στην ενότητα «Καλύτερος Υπάλληλος» υπήρχαν οι καλύτεροι υπάλληλοι και οι καλύτεροι μαθητές από όλα τα ξενοδοχεία του ομίλου και από τα κεντρικά γραφεία της Αθήνας.

Η επόμενη ενότητα ήταν «Για την οικογένεια» όπου ο συντάκτης έγραφε για τα παιδιά, τρόπους για να λες παραμύθια, σημαντικές βιταμίνες για τα παιδιά και γενικά πληροφορίες όπου ήταν χρήσιμες για τους γονείς.

Στην ενότητα «Στιγμές» οι συντάκτες περιελάμβαναν πάντα οι προσωπικές στιγμές του προσωπικού, οι γάμοι, οι βαπτίσεις και τα παιδιά των υπαλλήλων.

Στην συνέχεια «οι Κοντινές Ματιές» υπήρχαν οι ανακατατάξεις και οι καινούριοι υπάλληλοι σε όλα τα ξενοδοχεία και τα γραφεία.

Τέλος στη ενότητα «Δεν Ήξερες Δεν Ρώταγες» υπήρχαν διάφορα ανέκδοτα, μικρές αστείες ιστορίες και τα ευχαριστήρια γράμματα.

Όσον αναφορά το οπισθόφυλλο, ήταν πάντα η συνέχεια του εξωφύλλου. Στο οπισθόφυλλο περιελάμβανε και την συντακτική ομάδα

Από το 54 και μετά ο σχεδιασμός γινόταν από τον γραφίστα που υπήρχε στον όμιλο. Αυτές οι ενότητες ήταν πάντα σε όλα τα τεύχη των Ματιών, κάποιες ενότητες όμως υπήρχαν στα πρώτα φύλλα των Ματιών και μετά με τον καιρό ή γινόντουσαν ένα με άλλες ενότητες ή στην θέση τους εμφανίζονταν καινούριες.

Αυτές ήταν «Θροΐσματα» στα οποία ο συντάκτης έγραφε ή δημοσίευε κάποιο γράμμα ή κάποιο άρθρο που είχε γραφτεί και ήταν σημαντικό ή το είχε γράψει για την διοίκηση κάποιος πελάτης ή κάποιος υπάλληλος.

Η ενότητα «Ποιος είναι ο κύριος Γρανάζης» όπου περιελάμβανε πληροφορίες για το internet, σημαντικά site, περιέγραφε μη κερδοσκοπικούς οργανισμούς, τρόπους εξοικονόμησης ενέργειας και ασκήσεις για το σώμα στο γραφείο.

Στην ενότητα «Ευ Ζην» ο συντάκτης δημοσίευε άρθρα από περιοδικά για την υγεία ή έδινε χρήσιμες πληροφορίες για την σωστή διατροφή.

Η επόμενη ενότητα ήταν «Ιστορίες να μην τις λες» όπου περιελάμβανε μικρές αστείες ιστορίες είτε από κινητές τηλεφωνίες, είτε από γραπτά μαθητών.

Τέλος η τελευταία ενότητα ήταν τα «Ευχαριστήρια» όπου δημοσιεύονταν γράμματα από πελάτες των ξενοδοχείων που ευχαριστούσαν την διοίκηση και το προσωπικό για την εξυπηρέτηση και τις ευχάριστες στιγμές που πέρασαν.

Από το τεύχος 55 και μέχρι το τεύχος 61 αλλάζει όλη η εφημερίδα. Αλλάζουν και οι ενότητες που περιλαμβάνουν το κάθε τεύχος αλλά αλλάζει επίσης και το μέγεθός της.

Το εξώφυλλο είναι πιο περιεκτικό σε σχέση με τα προηγούμενα τεύχη και φαίνεται καθαρά ότι η εφημερίδα είναι δωρεάν. Επίσης στο όνομα της εφημερίδας υπάρχει ο τίτλος «Περιβάλλον, Κοινωνία, Άνθρωπος» 3 βασικά θέματα που δίνει μεγάλη σημασία ο όμιλος Aldemar.

Τα περιεχόμενα ξανακάνουν την εμφάνισή τους από 59 τεύχος μέχρι και το 61 και υπάρχει πάντα πληρωμένη διαφήμιση σε όλο το τεύχος. Το editorial συνεχίζει να είναι στην εφημερίδα και γράφεται πάντα από υπάλληλο του ομίλου ανάλογα με το κεντρικό θέμα του κάθε τεύχους.

Μέχρι και το τεύχος 58 κυριαρχούν σε όλα τα τεύχη 3 μεγάλες ενότητες, το περιβάλλον, η κοινωνία και ο άνθρωπος και οι υποενότητες καθορίζονται ανάλογα με το κεντρικό θέμα.

Στην ενότητα «Κοινωνία» υπάρχουν συνήθως συνεντεύξεις από υπάλληλους του προσωπικού, για την ενότητα «Περιβάλλον» υπάρχουν θέματα όπως τα βραβεία και οι πιστοποιήσεις που έχει ο όμιλος κάθε χρόνο. Σημαντικό επίσης για το περιβάλλον είναι οι καθαρισμοί των ακτών και οι ανακυκλώσεις καθώς επίσης και οι γαλάζιες σημαίες που έχει κάθε χρόνο η Aldemar για όλες τις παραλίες που υπάρχουν τα ξενοδοχεία.

Στην ενότητα Άνθρωπος, υπάρχουν οι συνταγές που συμβουλεύει το προσωπικό για τους αναγνώστες, οι καλύτεροι υπάλληλοι και μαθητές για τον χρόνο ή του εκάστοτε μήνα και τέλος οι αιμοδοσίες του προσωπικού.

Από το 59 τεύχος μέχρι και το τεύχος 61 οι σελίδες αυξάνονται και η εφημερίδα γίνεται πιο μεγάλη σε ύλη. Τα περιεχόμενα κάνουν την εμφάνισή τους και αναφέρονται αναλυτικά όλοι οι συντάκτες και συνεργάτες που βοήθησαν στην έκδοση της εφημερίδας.

Στο οπισθόφυλλο υπάρχουν πάντα πληρωμένες διαφημίσεις από εξωτερικούς συνεργάτες και σε κάποια τεύχη υπάρχουν διαφημίσεις και μέσα στο τεύχος. Το editorial παραμένει και σε αυτά τα τεύχη ενώ οι υπόλοιπες ενότητες καθορίζονται ανάλογα με την θεματική ομπρέλα.

Ενότητες όπως οι «Καλύτεροι Υπάλληλοι», «Αιμοδοσίες», «Για το παιδί» και «Αθλητισμός και αυτοκίνητα» υπάρχουν πάντα σε κάθε τεύχος και το κείμενο γράφεται πάντα σε σχέση με το κεντρικό θέμα. Επίσης από το 59 τεύχος κάνουν την εμφάνισή τους και τα ζώδια με έναν διαφορετικό τρόπο. Παρουσιάζονται με μαντινάδες.

Επίσης, καθιερώνονται οι συνεντεύξεις διάσημων όπου είναι δυνατόν σε κάθε τεύχος που έχουν επισκεφθεί τα ξενοδοχεία.

Τέλος, μια άλλη ενότητα που εμφανίζεται στα τελευταία τεύχη είναι η agenda που ενημερώνει τους αναγνώστες για θεατρικές παραστάσεις και εκδηλώσεις που γίνονται σε κάθε περιοχή που δραστηριοποιούνται τα ξενοδοχεία.

Κεφάλαιο 6: ΑΝΑΛΥΣΗ ΑΝΑ ΤΕΥΧΟΣ

Ανάλυση τεύχους 40: (Αρχείο εταιρείας, έτος 2004)

Το συγκεκριμένο τεύχος βγήκε στην αρχή της χρονιάς γιορτάζοντας τα 40 τεύχη της. Στο εξώφυλλο υπάρχει μόνο ο τίτλος και όλο το υπόλοιπο εξώφυλλο είναι γεμάτο με τα 39 τεύχη που έχει βγάλει ο όμιλος. Στην β' εξωφύλλου η οποία είναι η σελίδα ακριβώς πίσω από το εξώφυλλο υπάρχει μία κάθετη κόκκινη φάσα με τα περιεχόμενα της εφημερίδας και δίπλα ακριβώς το editorial γραμμένο λόγο του επετειακού τεύχους από τον Εντεταλμένο Σύμβουλο του ομίλου.

Στην δεύτερη σελίδα με τον τίτλο «Στιγμές» υπάρχουν οι καινούριοι συνάδελφοι, μετατάξεις, γάμοι συνάδελφων και βαπτίσεις καθώς επίσης και επιτυχίες όπως υποτροφίες των παιδιών των συναδέλφων.

Στις 2 επόμενες σελίδες με τίτλο «Αν δεν παινέψεις» υπάρχουν νέα της Aldemar όπως τον αγώνα ποδοσφαίρου που έχει κερδίσει η ομάδα της Aldemar, επίσκεψη στην σχολή ζαχαροπλαστικής και μαγειρικής, την παρουσίαση 6 καινούριων συναδέλφων στο τμήμα της ασφάλειας, καθώς επίσης και την καινούρια γλώσσα (Γαλλικά) που προστέθηκε εκείνη την χρονιά στο site.

Στην 6-7 σελίδα υπάρχουν φωτογραφίες από την κοπή της πίτας για την νέα χρονιά, από τα κεντρικά γραφεία της Αθήνας αλλά και από τα ξενοδοχεία συνοδεύοντάς τες και με μικρά κειμενάκια που περιγράφουν τις φωτογραφίες.

Στις επόμενες σελίδες με τον τίτλο «Περιβάλλον» οι συντάκτες δίνουν συμβουλές για τον κήπο σε άτομα που δεν γνωρίζουν πολλά για το πως να τους φροντίζουν. Ενώ στη διπλανή σελίδα παρουσιάζοντα οι δράσεις του ομίλου για το περιβάλλον και το πρόγραμμα για τις γαλάζιες σημαίες σε όλες τις παραλίες των ξενοδοχείων.

Στη συνέχεια με τον τίτλο «Κοντινές ματιές» η διευθύντρια των κέντρων θαλασσοθεραπείας παρουσιάζει μία εναλλακτική μορφή τουρισμού και αναφαίρετε αναλυτικά στο τι είναι θαλασσοθεραπεία ως τουριστικό προϊόν.

Στις επόμενες σελίδες με τον τίτλο «Για την Οικογένεια» η συντάκτρια αναφέρεται σε παιδιά και συγκεκριμένα σε αδέρφια που εισβάλλουν στο δωμάτιο του/της αδερφής τους για να αρπάξουν κρυφά πράγματα, τρόποι αντιμετώπισης και τρόποι για να μην τσακωθούν μεταξύ τους. Ενώ στη διπλανή σελίδα περιγράφει κάποιους κανόνες όπου μπορούν οι απρόσκλητοι επισκέπτες να εισέρχονται στο δωμάτιο χωρίς να προκαλούν φασαρίες.

Στην σελίδα 14 με τον τίτλο «Ευ Ζην» υπάρχουν συνταγές για ποτά με λίγο αλκοόλ και γλυκά ενώ στη διπλανή σελίδα ο διευθυντής του ξενοδοχείου Cretan Village δίνει συνέντευξη στην εφημερίδα.

Στην σελίδα 16 λόγω του επετειακού τεύχους αναφέρεται η ιστορία της εφημερίδας μέχρι και εκείνο το τεύχος. Στη διπλανή σελίδα με τον τίτλο «Ο κύριος Γρανάζης», ο συντάκτης ενημερώνει τους αναγνώστες για το Content και πως χρησιμεύει στον τουρισμό.

Στην σελίδα 18, «Δεν ήξερες δεν ρώταγες», ο συντάκτης έχει επιλέξει να ενημερώσει τους αναγνώστες για το τι σημαίνουν κάποια ονόματα όπως το Ισίδωρος και το Ευδοκία. Ενώ στη διπλανή σελίδα και λόγω των Ολυμπιακών αγώνων στη χώρα μας αναφέρεται το πρόγραμμα των Ολυμπιακών Αγώνων στην αρχαιότητα.

Στην επόμενη σελίδα υπάρχει η ενότητα «Ιστορία να μην την λες». Σε αυτή την ενότητα υπάρχουν αστείες ιστορίες από τα ξενοδοχεία, αστείες ταμπέλες που έχουμε δει στο δρόμο καθώς επίσης και τον Κώδικα Οδικής ασφάλειας όπως τον χρησιμοποιούν οι Έλληνες.

Τέλος, στις τελευταίες σελίδες υπάρχουν τα ευχαριστήρια γράμματα από πελάτες που έχουν μείνει στα ξενοδοχεία.

Για το οπισθόφυλλο έχουν επιλεγεί οι παγκόσμιες μέρες και τι σημαίνουν.

Τεύχος 41: (Αρχείο εταιρείας, έτος 2004)

Στο τεύχος 41 λόγω της νίκης της εθνικής ομάδας στο εξώφυλλο υπάρχει η ελληνική σημαία και η φωτογραφία της εθνικής ομάδας ποδοσφαίρου με το κύπελλο.

Στην β' εξωφύλλου σε μπλε φάσα αυτή την φορά βρίσκονται τα περιεχόμενα και δίπλα γράφεται το editorial από έναν συντάκτη που αγαπάει τον αθλητισμό και φαίνεται από το κείμενο που έχει γράψει. Στην επόμενη σελίδα αναφέρονται οι βαπτίσεις και οι γάμοι καθώς επίσης και τα γενέθλια των συναδέλφων.

Στην σελίδα 4 και ενόψει των Ολυμπιακών αγώνων έχει μεταφραστεί ένα κείμενο από γαλλικό περιοδικό αφιερωμένο στον πρόεδρο της εταιρείας για την συνεισφορά του στην Αμπελιώνα ένα μικρό χωριό της Πελοποννήσου όπου στεγάζεται και ο ξενώνας του ομίλου.

Στην επόμενη σελίδα υπάρχουν οι διακρίσεις από τον παγκόσμιο θεσμό World Travel Awards, την συμμετοχή των σεφ του ομίλου σε διαγωνισμό καθώς επίσης και

την διάκρισή τους, διάσημοι που έχουν επισκεφτεί τα ξενοδοχεία και τέλος η παραλαβή της ολυμπιακής φλόγας από υπάλληλο του ξενοδοχείου στην Κρήτη. Στην επόμενη σελίδα όπου βρίσκεται η ενότητα «Περιβάλλον» είναι αφιερωμένη στην παγκόσμια ημέρα περιβάλλοντος και τις εκδηλώσεις για τους μικρούς φίλους που έκανε ο όμιλος για να γνωρίσουν το περιβάλλον. Στην διπλανή σελίδα συνεχίζονται οι διακρίσεις για το περιβάλλον από διεθνείς οργανισμούς καθώς επίσης και εκδηλώσεις για τον καθαρισμό των ακτών.

Στην επόμενη ενότητα υπάρχουν οι αγιασμοί των ξενοδοχείων με το άνοιγμα τους. Φωτογραφίες από εκδηλώσεις που έγιναν με το άνοιγμα και επισκέψεις φοιτητών στα ξενοδοχεία. Τέλος στην επόμενη σελίδα υπάρχουν στιγμιότυπα από τα εκπαιδευτικά προγράμματα για τους υπαλλήλους των ξενοδοχείων.

Στην ενότητα «ΕυΖήν» ο συντάκτης αποφάσισε να γράψει για ποιο λόγο είναι απαραίτητο το ασβέστιο τόσο σε ενήλικες όσο και σε περίοδο εγκυμοσύνης και εμμηνόπαυσης για τις γυναίκες.

Στην σελίδα 12 και την ενότητα «Για τη οικογένεια» ο συντάκτης έχει επιλέξει παιχνίδια για παιδιά διαφορετικής ηλικίας που θα τους προσφέρουν τη δυνατότητα για διασκέδαση και μάθηση ταυτόχρονα. Ενώ στη διπλανή σελίδα υπάρχουν κάποιες προτάσεις βιβλίων και επιτραπέζιων για μικρά και μεγάλα παιδιά.

Στην ενότητα «Θροίσματα» ο συντάκτης έχει επιλέξει να περιγράψει την τεχνολογία που έχει αρχίσει να εισβάλλει στη ζωή μας και πως να την υποδεχτούμε χωρίς να τη φοβόμαστε. Στην διπλανή σελίδα ένα κλειδί που αναγνωρίζει τον μεθυσμένο οδηγό επέλεξε να παρουσιάσει ο συντάκτης, την λειτουργία του και το κόστος του.

Στη συνέχεια παρουσιάζονται τα θερμοκήπια και οι κήποι της Aldemar όπου κάλυπταν το 2004 το 50 % των αναγκών των ξενοδοχείων της Κρήτης και σκόπευε να καλύψει το 100% των αναγκών.

Η ενότητα «Δεν ήξερες δεν ρώταγες» συνεχίζει να έχει ετυμολογίες ονομάτων, καθώς επίσης και ένα σαλόνι (2 ανοικτές σελίδες) αφιερωμένες στους Ολυμπιακούς αγώνες και την συμμετοχή της Aldemar στην λαμπαδηδρομία.

Σ τις 2 επόμενες σελίδες η εφημερίδα έχει ανέκδοτα και μαντινάδες από την Κρήτη καθώς επίσης και 28 λόγους που αξίζει να είσαι Έλληνας.

Όπως και στα προηγούμενα τεύχη υπάρχουν και τα ευχαριστήρια γράμματα από πελάτες των ξενοδοχείων στις τελευταίες σελίδες.

Τεύχος 42: (Αρχείο εταιρείας, έτος 2004)

Το τεύχος αυτό είναι αφιερωμένο στα κέντρα θαλασσοθεραπείας γι αυτό και στο εξώφυλλο υπάρχει και φωτογραφία από το κέντρο θαλασσοθεραπείας στην Δυτική Πελοπόννησο.

Στο editorial αναφέρονται τα 7 τσάκρας και πως να τα ενεργοποιήσουμε. Ενώ στη διπλανή σελίδα όπως και στις υπόλοιπες Ματιές υπάρχουν τα νέα των συναδέλφων, όπως βαπτίσεις, νέοι συνάδελφοι και γενέθλια.

Το ίδιο συμβαίνει και στην επόμενη σελίδα γάμους υπάλληλων των ξενοδοχείων και πελατών. Επίσης υπάρχουν φωτογραφίες του προσωπικού από όλα τα ξενοδοχεία και συγκεκριμένα από τα τμήματα F&B.

Στην σελίδα με το «Περιβάλλον» υπάρχουν τα στιγμιότυπα από την εκδήλωση για την έπαρση της Γαλάζιας σημαίας και στις 3 παραλίες που δραστηριοποιούνται τα ξενοδοχεία του ομίλου.

Για πρώτη φορά στις σελίδες της εφημερίδας μπαίνουν αναλυτικά τα προγράμματα εκπαίδευσης του προσωπικού καθώς επίσης και αφιέρωμα σε όσους συμμετείχαν στην 1^η αιμοδοσία των υπαλλήλων για την τράπεζα αίματος της Aldemar.

Στις επόμενες 2 σελίδες επίσης για πρώτη φορά εμφανίζεται στην εφημερίδα και το πρόγραμμα «Εργαζόμενος του μήνα στα ξενοδοχεία» και μπαίνουν φωτογραφίες των υπάλληλων του εκάστοτε μήνα στην εφημερίδα. Επίσης παρουσιάζονται και τα προσόντα που πρέπει να έχει ο εργαζόμενος για να βγει υπάλληλος του μήνα.

Στις σελίδες 10-11 παρουσιάζεται το κέντρο θαλασσοθεραπείας στην Δυτική Πελοπόννησο, τα προγράμματα θαλασσοθεραπείας και τις εγκαταστάσεις του.

Ένα κέντρο αναζωογόνησης και ευεξίας που άνοιξε τις πόρτες του τον Αύγουστο του 2004.

Η επόμενη ενότητα είναι για την οικογένεια, παρουσιάζονται οι παιδικοί σταθμοί που συνεργάζονται με τον όμιλο, καθώς επίσης και φωτογραφίες με εκδηλώσεις που έχουν κάνει στα ξενοδοχεία και στους 3 προορισμούς.

Στην επόμενη ενότητα, «Κοντινές Ματιές», η Aldemar συμμετέχει ενεργά στα πολιτιστικά δρώμενα και σε συναυλίες και θεατρικές παραστάσεις. Επίσης συμμετέχει και σε οικοπολιτιστικά φεστιβάλ.

Στην διπλανή σελίδα παρουσιάζονται στιγμιότυπα από τις εκδηλώσεις και τις παραστάσεις του καλοκαιριού.

Στην ενότητα και το ποιος είναι «ο κος Γρανάζης», ο συντάκτης αναφέρεται σε καθημερινές συνήθειες για εξοικονόμηση ενέργειας τόσο για το περιβάλλον όσο και για οικονομικούς λόγους.

Στην σελίδα 17 η ενότητα «Ούζων» μας δίνει συμβουλές για ένα υγιεινό μαγείρεμα χρησιμοποιώντας βότανα και μυρωδικά καθώς επίσης και φαγητά που μπορεί να φτιάξεις με βότανα και μυρωδικά που έχεις στο σπίτι. Τέλος δίνει πληροφορίες για το που μπορούμε να τα βρούμε, το πλύσιμο και την συντήρησή τους.

Στην επόμενη σελίδα έχει για ακόμα μία φορά ετυμολογίες ονομάτων όπως Ηλέκτρα και Αχιλλέας. Στην διπλανή σελίδα όπως έχουμε δει σε άλλα τεύχη της εφημερίδας υπάρχει η συνέντευξη ενός από τους διευθυντές των ξενοδοχείων.

Επίσης και στα προηγούμενα τεύχη υπάρχουν ανέκδοτα και αστείες ιστορίες καθώς επίσης και ατάκες που είπαν από τις ντουντούκες οι εθελοντές των Ολυμπιακών αγώνων.

Στις 2 τελευταίες σελίδες υπάρχουν τα ευχαριστήρια γράμματα.

Τεύχος 43: (Αρχείο εταιρείας, έτος 2005)

Η εφημερίδα αλλάζει στις εσωτερικές της σελίδες με φρέσκιες ιδέες και καινούριο layout. Κάποιες ενότητες παραμένουν ίδιες. Στο εξώφυλλο με τον τίτλο «Μια νέα αρχή» προδιαθέτει τον αναγνώστη για κάτι διαφορετικό από τα προηγούμενα τεύχη.

Στην β' εξωφύλλου υπάρχουν τα περιεχόμενα και στην διπλανή σελίδα όπως σε όλα τα περιοδικά και εφημερίδες το editorial.

Στην επόμενη σελίδα υπάρχουν στιγμιότυπα από θεματική βραδιά (Barbeque) στο Olympian Village προς τιμήν των πελατών του ξενοδοχείου.

Στην ενότητα Στιγμές όπου παραμένει ίδια με τα προηγούμενα τεύχη υπάρχουν βαφτίσεις, γενέθλια και νέοι συνάδελφοι.

Στην ενότητα «Ακούσατε Ακούσατε» για πρώτη φορά εμφανίζονται στιγμιότυπα από τις εκδηλώσεις και γιορτές του προσωπικού και για τους 3 προορισμούς, καθώς επίσης και τις ενότητες για τα νέα στελέχη και τις βραβεύσεις των τμημάτων προσωπικού.

Στην επόμενη ενότητα υπάρχουν οι βραβεύσεις και πιστοποιήσεις HACCP για τα ξενοδοχεία καθώς επίσης και τους πρώτους διάσημους επισκέπτες για το κέντρο θαλασσοθεραπείας.

Στην ίδια ενότητα επίσης αναφέρεται και οι διακρίσεις του ομίλου σε διεθνείς εκθέσεις καθώς επίσης και ένα γαστρονομικό ταξίδι που διοργάνωσε η Aldemar για την Κρητική κουζίνα σε συνεργασία με μεγάλες εταιρείες.

Οι διακρίσεις συνεχίζονται για το ξενοδοχείο στην Κρήτη από την διεθνής έκθεση και ξένα έντυπα.

Στην ενότητα «Κοντινές Ματιές» και λόγω της Παγκόσμιας ημέρας Τουρισμού γιορτάστηκε από το Δήμο Χερσονήσου σε συνεργασία με πολλές ξενοδοχειακές μονάδες. Η ενότητα συνεχίζεται με εκδηλώσεις για την παγκόσμια ημέρα ζώων και την ημέρα των ηλικιωμένων.

Η ενότητα «εργαζόμενοι του μήνα» από το προηγούμενη τεύχος έχουν ενσωματωθεί πλέον σε όλα τα τεύχη της εφημερίδας όπως επίσης και η αιμοδοσία σε όλα τα ξενοδοχεία.

Στην ενότητα «Περιβάλλον» υπάρχει το βραβείο από μεγάλο τουριστικό πράκτορα για την περιβαλλοντική δράση του ομίλου καθώς επίσης και απόσπασμα από την ομιλία του ομίλου στο 3^ο Πανελλήνιο Συνέδριο Διαχειριστών Ακτών και Μαρίνων για την συμμετοχή της Aldemar στο πρόγραμμα των γαλάζιων σημαίων.

Στην ενότητα «Για την οικογένεια» ο συντάκτης παρουσιάζει πως μπορούμε να κάνουμε το πρωινό του παιδιού πιο διασκεδαστικό και πιο εύκολο για να δεχτεί να φάει το πρωί.

«Ο κύριος Γρανάζης» στη συνέχεια μας αναλύει τι είναι τα spam mail, πως τα καταλαβαίνουμε και που πρέπει να δείξουμε προσοχή.

Στην ενότητα «Ιστορίες να μην τις λες» αντί για αστείες ιστορίες και ανέκδοτα έχει ζώδια και πως αντιδρούν στα 100 μέτρα, ενώ στη διπλανή σελίδα αστείες ελληνικές εκφράσεις μεταφρασμένες στα αγγλικά.

Τέλος παραμένει η ενότητα «Ευχαριστήρια, με τα γράμματα πελατών που πέρασαν ωραίες στιγμές στα ξενοδοχεία του ομίλου.

Τεύχος 44 : (Αρχείο εταιρείας, έτος 2005)

Το τεύχος 44 βγαίνει τον Μάρτιο – Απρίλιο του 2005 με το σλόγκαν Εις υγείαν για την νέα σαιζόν.

Στην πρώτη σελίδα υπάρχουν τα περιεχόμενα όπως και στα προηγούμενα τεύχη σε κόκκινο φόντο, το editorial γράφεται από τον διευθυντή ξενοδοχείου και εύχεται σε όλους υγεία και μια καλή δημιουργική χρονιά.

Στην επόμενη ενότητα μετά το editorial υπήρχε η ενότητα στιγμές, σε αυτό το τεύχος ξεκινάει με την ενότητα «Αν δεν παινένεις» δείχνοντάς δημοσιεύματα από τον ξένο τύπο σε Ελβετία και Μόσχα με θετικά σχόλια για τον όμιλο και τις δράσεις του τόσο στην γαστρονομία με την εκδήλωση Κρητικής Γαστρονομίας όσο και για το δείπνο που διοργανώθηκε για να τιμήσουμε 130 τουριστικούς πράκτορες.

Στην επόμενη ενότητα με τίτλο «Ακούσατε ακούσατε» υπάρχουν τα νέα του ομίλου όπως οι συνεντεύξεις τύπου στα ξενοδοχεία, η συμμετοχή σε RoadShow καθώς επίσης και η εφαρμογή ενός καινούριου προγράμματος για την σωστή λειτουργία όλων των ξενοδοχείων. Επίσης παρουσιάζονται στιγμιότυπα από τα σεμινάρια και τις ημέρες καριέρας που συμμετείχε και ο όμιλος.

Στην συνέχεια στην ενότητα «Στιγμές», η κοπή της πίτας από την καινούρια χρονιά και ο τυχερός που βρήκε το φλουρί. Η ενότητα συνεχίζεται με τους καινούριους συναδέλφους και τις ανακατατάξεις, καθώς επίσης και με τα γενέθλια συναδέλφων και τις βαπτίσεις.

Στην ενότητα «Για την οικογένεια» ο συντάκτης με ένα χιουμοριστικό άρθρο γράφει για την δυστυχία του να είσαι λαγός το Πάσχα, ενώ στη διπλανή σελίδα και στην ενότητα περιβάλλον αναφέρεται στο πρόγραμμα Silva και τον τρόπο υιοθέτησης ενός σκυριανού υπάριου.

Στην σελίδα 14 τα καινούρια έντυπα του ομίλου κάνουν την εμφάνιση τους και παρουσιάζονται σε όλο το προσωπικό μέσω της εφημερίδας. Έντυπα Βιλών και έντυπα για τα 2 κέντρα θαλασσοθεραπείας είναι τα καινούρια αποκτήματα του ομίλου.

Στην ενότητα του «ο κύριος Γρανάζης» ο συντάκτης παρουσιάζει τα καλύτερα site για τα άτομα με δυσλεξία, για τα κατοικίδια και άλλα.

Ενώ ενότητα του «ΕυΖην» επανέρχεται σε αυτό το τεύχος με τις αλλεργίες, τα αίτια μιας αλλεργίας καθώς επίσης και τα συμπτώματα της.

Στις επόμενες 2 σελίδες παρουσιάζονται αστείες ιστορίες για την ελληνίδα μάνα και γεγονότα καθώς επίσης και ανέκδοτα. Επίσης αστείες ιστορίες καταγεγραμμένες από κινητή τηλεφωνία, από το internet και αστείες δήλωσης αστείων ατυχημάτων.

Και αυτό το τεύχος τελειώνει με τα ευχαριστήρια γράμματα προς του διευθυντές και το προσωπικό του ομίλου.

Τεύχος 45: (Αρχείο εταιρείας, έτος 2005)

Το τεύχος εκδόθηκε για το Σεπτέμβριο - Οκτώβριο 2005 με κεντρικό θέμα «το πάζλ των αναμνήσεων».

Στην Β' εξωφύλλου υπάρχουν τα περιεχόμενα και στην πρώτη σελίδα το editorial γραμμένο από άλλον διευθυντή ξενοδοχείου για την φθινοπωρινή σεζόν που ακολουθεί.

Στις επόμενες σελίδες ακολουθούν οι εκδηλώσεις που οργάνωσε ο όμιλος, όπως η εκδήλωση για την γνωριμία του κέντρου θαλασσοθεραπείας και μιας καινούριας περιοδικής έκδοσης το 2005 της Aldemar με το όνομα SeaView. Ένα περιοδικό πιο lifestyle και σε πολλές γλώσσες για όλους τους συνεργάτες και πελάτες του ομίλου. Διακρίσεις για τον όμιλο για την δράση του και την ποιότητα του, γυρίσματα καινούριου προϊόντος από την Βρετανία και 120 γαλλικούς τουριστικούς πράκτορες στο ξενοδοχείο Olympian Village για την ξενάγησή τους και γνωριμίας τους με τα ξενοδοχεία, ήταν μερικά από τα νέα και τις εκδηλώσεις που έλαβαν μέρος στους χώρους των ξενοδοχείων.

Συνεχίζεται και αυτή την χρονιά με μεγαλύτερη συμμετοχή η 1^η αιμοδοσία της χρονιάς από όλα τα ξενοδοχεία της Aldemar.

Στην ενότητα «Ακούσατε Ακούσατε» περιέχει τα καλύτερα στιγμιότυπα από τις εκπαιδεύσεις και τα σεμινάρια για το προσωπικό, όπως η ναυαγοσωστική, πυρασφάλεια και τις Α' βοήθειες. Άλλες σημαντικές εκπαιδεύσεις όπως θέματα HACCP και υποδοχής, ασφάλειας και υγιεινής τροφίμων έλαβαν μέρος σε όλα τα ξενοδοχεία.

Στην ενότητα «Στιγμές» σε αυτό το τεύχος εκτός από τις καινούριες αφίξεις παρουσιάζεται για πρώτη φορά ο Aldy, ο καλύτερος φίλος των παιδιών από την Aldemar για τους μικρούς της φίλους.

Στην σελίδα 16 και την ενότητα για την οικογένεια ο συντάκτης περιγράφει έξυπνες λύσεις για να μάθουν τα παιδιά να κολυμπούν με ασφάλεια και τα θετικά στοιχεία που μπορεί να αποκτήσει ένα παιδί από την κατασκήνωση.

Στην διπλανή σελίδα η οποία είναι για το περιβάλλον είναι αφιερωμένη στην παγκόσμια ημέρα περιβάλλοντος, τις εκδηλώσεις και τον καθαρισμό των ακτών για την παραλία της Κρήτης.

Στην ενότητα του « ο κύριος Γρανάζης» παρουσιάζεται το Wireless internet σε όλους τους κοινόχρηστους χώρους των ξενοδοχείων και οι καινούριες ενότητες στο site της Aldemar. Στη διπλανή σελίδα αναφέρεται αναλυτικά και το καινούριο πρόγραμμα για τους τουριστικούς πράκτορες της Ρωσίας που είδη λειτουργεί ο όμιλος, καθώς επίσης και τα ευχαριστήρια από τους τουριστικούς πράκτορες που επισκέφθηκαν τα ξενοδοχεία.

Στην ενότητα «Δεν ήξερες δεν ρώταγες», οι συντάκτες καταγράφουν αστεία ερωτήματα με αστείες απαντήσεις καθώς επίσης και ανέκδοτα. Τέλος οι συντάκτες δίνουν συμβουλές για τι πρέπει να κάνεις αν ο υπολογιστής σου έχει ιό.

Στην τελευταία ενότητα, τα ευχαριστήρια γράμματα κάνουν πάλι την εμφάνιση τους.

Τεύχος 47: (Αρχείο εταιρείας, έτος 2006)

Το συγκεκριμένο τεύχος είναι αφιερωμένο στα παιδιά σύμφωνα με το εξώφυλλο και στον Aldy, ο φίλος των παιδιών από την Aldemar. Στη επόμενη σελίδα όπως και στα υπόλοιπα τεύχη υπάρχουν τα περιεχόμενα και στην διπλανή σελίδα υπάρχει το editorial γραμμένο από τον Εντεταλμένο Σύμβουλο της Aldemar με θέμα το περιβάλλον και την δράση της Aldemar όλα αυτά τα χρόνια.

Στις 2 επόμενες σελίδες και στην ενότητα «Αν δεν παινέψεις», παρουσιάζονται τα ξενοδοχεία Cretan Village και Paradise Village τα All Inclusive ξενοδοχεία του ομίλου.

Στην σελίδα 6 και στην συνέχεια της ενότητας, καθώς και στην σελίδα 7 υπάρχουν εκπαιδευτικές εκδρομές από σχολές των τοπικών κοινωνιών οι οποίοι φοιτητές ξεναγούνται στους χώρους των ξενοδοχείων.

Στην επόμενη σελίδα υπάρχουν οι εργαζόμενοι για τον μήνα που έχει περάσει και στην διπλανή σελίδα υπάρχουν τα βραβεία και τα δημοσιεύματα από το εξωτερικό για τον όμιλο.

Στην σελίδα 10 και 11 παρουσιάζονται τα εκπαιδευτικά σεμινάρια προς τους υπάλληλους, για την πυρασφάλεια, τα τμήματα F&B και ναυαγοσωστικής.

Οι εκπαιδευτές έχουν αποτυπώσει τα καλύτερα στιγμιότυπα.

Στην ενότητα «Ακούσατε Ακούσατε» μία καταπληκτική εκδήλωση που έγινε σε ένα από τα ξενοδοχεία του ομίλου, έντυσε το ξενοδοχείο στα κόκκινα μιας και το θέμα της εκδήλωσης, η Ferrari είναι κόκκινη. Τέλος στην ίδια σελίδα μία μεγάλη προσφορά για το προσωπικό στα προϊόντα θαλασσοθεραπείας κάνει στην εμφάνισή της για να μπορέσει έτσι και το προσωπικό να γνωρίσει τα προϊόντα του κέντρου.

Στη διπλανή σελίδα για πρώτη φορά ξεκινάει ένας διαγωνισμός μαγειρικής στοχεύοντας περισσότερο στις ανατολικές αγορές. Στην σελίδα αυτή περιγράφεται αναλυτικά όλο το πρόγραμμα, η επιτροπή και η απονομή των βραβείων.

Στην ενότητα για την οικογένεια αυτή τη φορά παρουσιάζονται τα νέα πρόσωπα, όχι του ομίλου, αλλά των ανθρώπων που εργάζονται στην εταιρεία, τα παιδάκια τους.

Στην διπλανή σελίδα και στη συνέχεια της ενότητας, ο συντάκτης προειδοποιεί τους γονείς για τα κινητά τηλέφωνα. Η κατάχρηση των κινητών τηλεφώνων μπορεί να βλάψει τον εγκέφαλο των παιδιών.

Στη συνέχεια «ο κος Γρανάζης» παίρνει συνέντευξη από έναν άνθρωπο που εξηγεί για την εξοικονόμηση ενέργειας στα ξενοδοχεία, καθώς επίσης και τις δράσεις που έχει κάνει ο όμιλος για την εξοικονόμηση ενέργειας.

Στην ενότητα «Θροίσματα» ένα γράμμα από μια οικογένεια όπου η μητέρα εργάζεται στον όμιλο για ένα μεγάλο ευχαριστώ για την βοήθεια που πρόσφερε στο παιδί της, μιας και έπρεπε να μεταφερθεί επείγοντως για εγχείρηση.

Στην ενότητα «Δεν ήξερες Δεν ρώταγες» ο συντάκτης έχει επιλέξει να παρουσιάσει τα χαρακτηριστικά του κάθε ανθρώπου ανάλογα με την ημέρα γέννησης. Ενώ στην ενότητα «Ιστορίες να μην τις λες», ο συντάκτης μάζεψε τις καλύτερες ατάκες που έχουν πει πελάτες στον ΟΤΕ και τις παρουσίασε, χαρίζοντας γέλιο στους αναγνώστες.

Σε αυτό το τεύχος το «Περιβάλλον» βρίσκεται στις τελευταίες σχεδόν σελίδες με βάση τα προηγούμενα τεύχη. Στην ενότητα αυτή ο όμιλος για ακόμα μία φορά κάνει την έπαρση της γαλάζιας σημαίας για την χρονιά 2006 και για όλες πάλι τις παραλίες που υπάρχουν τα ξενοδοχεία του ομίλου. Επίσης έγιναν και εκδηλώσεις για τον καθαρισμό των ακτών από υπάλληλους και πελάτες των ξενοδοχείων και Green day event λόγω της παγκόσμιας μέρας περιβάλλοντος.

Στην ίδια ενότητα η συμμετοχή κι φέτος για τη 1^η αιμοδοσία του έτους όλο και αυξάνεται.

Στις τελευταίες σελίδες υπάρχουν σταθερά τα ευχαριστήρια γράμματα.

Τεύχος 48: (Αρχείο εταιρείας, έτος 2006)

Σε αυτό το τεύχος το εξώφυλλο είναι αφιερωμένο στο κέντρο θαλασσοθεραπείας του ομίλου στη Κρήτη και στα βραβεία από την διεθνή έκθεση που κέρδισε το κέντρο θαλασσοθεραπείας

Στην επόμενη σελίδα εκτός από τα περιεχόμενα και το editorial παρουσιάζονται τα καλύτερα στιγμιότυπα από την βράβευση του κέντρου θαλασσοθεραπείας καθώς επίσης και ο χώρος και η ώρα που παραλαμβάνουν το βραβείο.

Στη διπλανή σελίδα οι μαθητές που βραβεύτηκαν εκείνη τη χρονιά ως οι καλύτεροι μαθητές του χρόνου σε αναμνηστική φωτογραφία με τους διευθυντές του κάθε ξενοδοχείου.

Στις επόμενες 4 σελίδες οι συντάκτες έχουν κάνει αφιέρωμα σε όλους τους repeaters πελάτες, πελάτες που έχουν έρθει στο ξενοδοχείο μέχρι και 20 φορές. Επίσης υπάρχουν αποσπάσματα από τα γράμματα που στέλνουν κάθε χρόνο για να ευχαριστήσουν το προσωπικό.

Στην ενότητα «Αν δεν παινέψεις» παρουσιάζονται οι διακρίσεις που είχε το ξενοδοχείο αυτό το χρόνο, όπως το βραβείο κοινωνικής ευθύνης.

Στην διπλανή σελίδα για πρώτη φορά παρουσιάζατε μία καταχώρηση του ξενώνα εποχές. Ο παραδοσιακός ξενώνας που ανήκει στον όμιλο Aldemar και βρίσκεται στη Αμπελιώνα Μεσσηνίας.

Στην ενότητα «Ακούσατε Ακούσατε» μαθητές από πολλές τουριστικές σχολές έκαναν τα σεμινάρια στα ξενοδοχεία της Aldemar και οι συντάκτες ήταν εκεί για να αποθανατίσουν τις καλύτερες στιγμές.

Ενώ στη διπλανή σελίδα άνθρωποι που είναι διεθνώς διάσημοι φωτογραφίζονται με το προσωπικό του ομίλου.

Στην ενότητα στιγμές, παρουσιάζονται γενέθλια, γιορτές, γάμοι και βαπτίσεις των υπαλλήλων του ομίλου, καθώς και ευχαριστήρια γράμματα από εργαζόμενους στην εταιρεία.

Η επόμενη ενότητα είναι για την οικογένεια και ο συντάκτης έχει αποφασίσει να μιλήσει για τον καρκίνο του μαστού στις γυναίκες, ένα γεγονός που ολοένα και αυξάνεται.

Στη σελίδα 17 ο όμιλος υποστηρίζοντας την action aid μας αναλύει την δράση και τον σκοπό αυτού του οργανισμού. Πως μπορούμε να γίνουμε όλοι ανάδοχοι παιδιών που έχουν ανάγκη την βοήθεια μας.

«Ο κύριος Γρανάζης» στην επόμενη σελίδα δίνει συμβουλές για την στάση του σώματος που πρέπει να έχει κάποιος στο γραφείο, καθώς επίσης μικρές και εύκολες ασκήσεις για να μην πιαστούν οι μυς την ώρα της εργασίας.

Στην προτελευταία ενότητα με τίτλο «Ιστορίες να μην τις λες» ο συντάκτης έχει επιλέξει τα γνωστά μαργαριτάρια από εξετάσεις μαθητών σε σχολεία, αντί για ανέκδοτα που είχε στα προηγούμενα τεύχη.

Στις 2 τελευταίες σελίδες όπως και στα προηγούμενα τεύχη είναι τα γράμματα από πελάτες που έχουν επισκεφτεί τα ξενοδοχεία.

Τεύχος 49: (Αρχείο εταιρείας, έτος 2007)

Αυτό το τεύχος είναι αφιερωμένο στα κέντρα θαλασσοθεραπείας μιας και την χρονιά εκείνη το Royal Mare Thalasso έκλεινε 10 χρόνια λειτουργίας του.

Σε όλο το τεύχος υπάρχουν αναφορές και στιγμιότυπα από τις εκδηλώσεις που έγιναν για το κέντρο θαλασσοθεραπείας.

Στο editorial ο συντάκτης συγχαίρει το προσωπικό του κέντρου για την προσπάθεια που κάνουν τόσα χρόνια. Παρέχοντας τις υψηλότερες υπηρεσίες σε ένα πρότυπο κέντρο θαλασσοθεραπείας

Στην ενότητα «Αν δεν παινέψεις» οι συντάκτες έχουν επιλέξει τα καλύτερα γεγονότα από τις βραβεύσεις και τις εκδηλώσεις της χρονιάς. Κάποιες από αυτές ήταν ο 6^{ος} διαγωνισμός Κρητικής και Μεσογειακής κουζίνας από την λέσχη Αρχιμαγείρων Κρήτης που έγινε στο εκθεσιακό κέντρο Κρήτης και που συμμετείχαν και σεφ από τον όμιλο Aldemar. Εκείνη την χρονιά επίσης παρουσίασε μεγάλος τουριστικός πράκτορας τον κατάλογο για την περίοδο του 2007 με μεγάλη επιτυχία.

Οι εκδηλώσεις συνεχίζονται με δείπνο προς τους καλύτερους τουριστικούς πράκτορες της Ρωσίας, βραβεία από τουριστικούς πράκτορες και μεγάλα συνέδρια στα περισσότερα ξενοδοχεία του ομίλου. Εκδηλώσεις για την παγκόσμια μέρα τουρισμού καθώς επίσης νυχτερινά πάρτι κάτω από το ηλιοβασίλεμα, κοκτέιλ στα ξενοδοχεία, αστακοβραδιές και χορός για όλο το προσωπικό καθώς επίσης και την χριστουγεννιάτικη γιορτή στα γραφεία της Αθήνας με πολλές φωτογραφίες και πολλά δώρα.

Κάθε χρόνο ετοιμάζετε εκδρομή προσωπικού για όλα τα ξενοδοχεία και σε αυτό το τεύχος οι συντάκτες κράτησαν από όλα τα ξενοδοχεία τις καλύτερες στιγμές.

Στην επόμενη σελίδα με τίτλο «Από καρδιάς» ολοκληρώθηκε και εκεί την χρονιά η αιμοδοσία του προσωπικού και στη διπλανή σελίδα οι καλύτεροι υπάλληλοι για το έτος που πέρασε και πολλά δώρα για την απόδοσή τους όσο και το ήθος τους.

Στην ενότητα «Στιγμές» βλέπουμε για ακόμα μία φορά τα γενέθλια και γιορτές έκπληξη στους εργαζόμενους καθώς επίσης και τα παιδιά των νέων μαμάδων του προσωπικού.

Στην επόμενη σελίδα και στην ενότητα για την οικογένεια οι συντάκτες επέλεξαν να αφιερώσουν την σελίδα αυτή στα παιδιά και στον Aldy καθώς επίσης και στο IQ. Τι είναι η διανοητική και συναισθηματική νοημοσύνη, τις διαφορές ανάμεσα τους, τα χαρακτηριστικά και πώς μπορούμε να την βελτιώσουμε.

Η ενότητα «ΕυΖην» είναι αφιερωμένη στα 10 χρόνια θαλασσοθεραπείας, με αναδρομές στο παρελθόν. Το 1997 η Aldemar πρωτοπόρος στον ελληνικό τουρισμό, εισήγαγε την θαλασσοθεραπεία στα ελληνικά δεδομένα.

Τέλος σε αυτή την ενότητα και με την ευκαιρία των 10 χρόνων της θαλασσοθεραπείας, παρουσιάζονται και τα καινούρια χωμάτινα γήπεδα στην Κρήτη με άριστες επαγγελματικές προδιαγραφές και το καινούριο tennis club το οποίο προσφέρει όλες τις υπηρεσίες που χρειάζονται οι επαγγελματίες του τένις ή απλά οι φανατικοί του σπορ.

Στην ενότητα «Κοντινές ματιές» αναφέρονται τα καινούρια πρόσωπα και στα γραφεία της Αθήνας αλλά και σε όλες τις μονάδες του ομίλου.

Σε αυτό το τεύχος στις τελευταίες του σελίδες δεν υπάρχουν τα ευχαριστήρια γράμματα αλλά ανέκδοτα και ζώδια.

Τεύχος 50: (Αρχείο εταιρείας, έτος 2007)

Σε αυτό το τεύχος το υλικό που εκτυπώνετε η εφημερίδα αλλάζει και είναι ανακυκλώσιμο. Αυτό φαίνεται και από το εξώφυλλο το οποίο γράφει με μεγάλα γράμματα την πρόταση «Το τεύχος που κρατάτε στα χέρια σας.. ανακυκλώνεται».

Στις 2 επόμενες σελίδες υπάρχουν τα περιεχόμενα και ένα μικρό κομμάτι από την συνέντευξη που έχει δώσει ο Εντεταλμένος Σύμβουλος σε γνωστό περιοδικό.

Στην ενότητα «Αν δεν παινέψεις», παρουσιάζονται αναλυτικότερα οι χώροι του καινούριου tennis club και των παροχών που παρέχουν, στη συνέχεια παρουσιάζονται και οι χώροι του κέντρου θαλασσοθεραπείας και συγκεκριμένα τις καινούριες καμπίνες του κέντρου.

Στην ίδια ενότητα παρουσιάζεται για πρώτη φορά τον δεύτερο διεθνή διαγωνισμό μαγειρικής τέχνης στο ξενοδοχείο Knossos Royal με τη συμμετοχή διεθνών chef από την Ουκρανία, Αζερμπαϊτζάν, Σερβία και Ελλάδα.

Στην σελίδα 6 και συγκεκριμένα στην ενότητα «Αν δεν παινέψεις», ο όμιλος έχοντας διοργανώσει μια εκδήλωση για να γνωρίσουν οι γαλλικοί και ρώσικοι πράκτορες την Πελοπόννησο, όλοι έμειναν ευχαριστημένοι και αυτό φαίνεται και από τα ευχαριστήρια γράμματα που παρουσιάζονται στην σελίδα αυτή.

Ο όμιλος πάντα πρωτοπόρος σε όλα, διοργάνωσε με την έναρξη λειτουργίας του 'Ianis 1 σε συνεργασία με μεγάλο σύλλογο 'Ianis τουρνουά στα καινούρια χωμάτινα γήπεδα.

Στις 2 επόμενες σελίδες υπάρχουν για πρώτη φορά στις πρώτες σχεδόν σελίδες τα ευχαριστήρια γράμματα που στα υπόλοιπα τεύχη ήταν πάντα στην τελευταία σελίδα. Στην ενότητα «Ακούσατε Ακούσατε» τα καλύτερα στιγμιότυπα από τον αγιασμό που πραγματοποιήθηκε σε όλα τα ξενοδοχεία για να πάει καλά η καινούρια σεζόν. Στη συνέχεια με το άνοιγμα των ξενοδοχείων καλωσορίσαμε τους καλύτερους τουριστικούς πράκτορες σε ένα χριστιανικό Πάσχα γεμάτο νηστίσιμα και πολύ χορό.

Ο όμιλος πάντα αναζητάει καινούρια talenta, επισκέφτηκε το 2007 το ΤΕΙ Σπετσών για να ενημερώσει τους φοιτητές για τις ξενοδοχειακές μονάδες του ομίλου και πήρε συνεντεύξεις από φοιτητές που ενδιαφερόντουσαν να εργαστούν στις μονάδες του ομίλου. Εκτός από αυτό η Aldemar εκπαιδεύει το προσωπικό της τόσο στα τμήματα F&B όσο και στα προγράμματα της ρεσεψιόν και για όλα τα υπόλοιπα τμήματα του κάθε ξενοδοχείου.

Στη συνέχεια και στην ενότητα «Περιβάλλον», ο συντάκτης μας δίνει σημαντικές πληροφορίες για την ανακύκλωση και πως μπορούμε να προστατεύσουμε το περιβάλλον. Στη διπλανή σελίδα και με θέμα πάντα το περιβάλλον ολοκληρώθηκαν ο καθαρισμός των ακτών και ένα μεγάλο γλέντι στη συνέχεια για όλη την προσπάθεια.

Στην ίδια σελίδα η Aldemar μας δείχνει τον κήπο της με τα βιολογικά προϊόντα τα οποία καλύπτουν μεγάλο μέρος από τις ανάγκες του κάθε ξενοδοχείου.

Στην σελίδα 16 η πρώτη αιμοδοσία της χρονιάς, σε μια προσπάθεια του ομίλου να δημιουργεί ένα περιβάλλον όσο πιο φιλικό γίνεται για τον εργαζόμενο προσφέροντας βοήθεια και προστασία στους εργαζόμενους. Σε όλα αυτά υπάγονται και η διαδικασία του καλύτερου υπάλληλου και μαθητή τόσο για τον εκάστοτε μήνα όσο και για τον χρόνο.

Στο προηγούμενο τεύχος και στα 10 χρόνια θαλασσοθεραπείας οι συντάκτες δεν είχαν αρκετό υλικό για να παρουσιάσουν, γι αυτό το λόγο σε αυτό το τεύχος επανήλθαν με πλούσιο φωτογραφικό υλικό από την λαμπερή βραδιά. Την προσπάθεια και βράβευση όλων των υπαλλήλων τόσο για την λαμπερή βραδιά όσο και για την προσπάθεια και καλή συνεργασία για να αναδείξουν το κέντρο σε πρότυπο για την ελληνική τουριστική βιομηχανία.

Στην στήλη «Για την οικογένεια» ο Aldy συμβουλεύει οικολογικά τους μικρούς φίλους για ένα περιβάλλον καλύτερο. Η περιβαλλοντική συνείδηση δεν έχει ηλικία και είναι σημαντικό να μάθουν να ακολουθούν ένα πιο υγιεινό και φυσικό περιβάλλον.

Στην επόμενη σελίδα και στην ίδια ενότητα «Για την οικογένεια» όπως και σε όλα τα υπόλοιπα τεύχη είναι οι προσωπικές στιγμές του προσωπικού, γάμοι, βαπτίσεις και νέες αφίξεις.

Τέλος οι 2 επόμενες φωτογραφίες είναι αφιερωμένες στην μεγάλη οικολογική καταστροφή της Πάρνηθας και το μεγάλο μέρος της το οποίο κάηκε.

Τεύχος 51: (Αρχείο εταιρείας, έτος 2007)

Αυτό το τεύχος είναι αφιερωμένο στα παιδιά. Αυτό φαίνεται και από το εξώφυλλο και τον τίτλο του εξωφύλλου «Ο κόσμος από τα μάτια των παιδιών».

Το editorial αυτή τη φορά δεν έχει γραφτεί από υπάλληλο της εταιρείας αλλά είναι μία έκθεση από μαθητή της β' δημοτικού για το τι είναι το περιβάλλον.

Στην ενότητα «Αν δεν παινέψεις» υπάρχουν τα ευχαριστήρια γράμματα πελατών των ξενοδοχείων για την υπέροχη φιλοξενία που είχαν.

Η Aldemar διοργανώνοντας ένα διαγωνισμό για τα παιδιά των υπαλλήλων, έστειλαν ζωγραφίες και η συντακτική ομάδα της εφημερίδας Ματιών βράβευσε τις καλύτερες ζωγραφίες που είχαν σχέση με το περιβάλλον.

Εκτός όμως από τις ζωγραφίες των παιδιών του προσωπικού βραβεύτηκαν και αυτές που έγιναν στα mini club του κάθε ξενοδοχείου. Τέλος λόγω του θέματος σε αυτό το τεύχος ο όμιλος οργάνωσε και ένα μεγάλο πάρτι για τους μικρούς μας φίλους σε συνεργασία με την εθελοντική ομάδα της WWF όπου όλα τα παιδιά παρακολούθησαν με μεγάλη προσοχή τις αρκουδίτσες να ανακαλύπτουν καινούρια μέρη στον πλανήτη.

Οι εκδηλώσεις για τα παιδιά ήταν πολλές όπως επίσης και οι ζωγραφιές που δημοσιεύτηκαν σε αυτό το τεύχος.

Και εκείνη την χρονιά, όπως και κάθε χρόνο έγινε η έπαρση της γαλάζιας σημαίας για το 2007 σε όλες τις παραλίες του ομίλου, δίνοντας για ακόμη μία φορά το καλύτερο αποτέλεσμα για τους πελάτες της Aldemar. Σε αυτή την εκδήλωση συμμετείχαν και τα παιδιά γιορτάζοντας το περιβάλλον.

Στην επόμενη σελίδα τα παιδιά έστειλαν στην εφημερίδα τον δεκάλογο προστασίας του περιβάλλοντος όπως η ανακύκλωση, η χρησιμοποίηση των μέσων μαζικής μεταφοράς, δεν αφήνουμε τις βρύσες άσκοπα ανοικτές, δεν κάνουμε άσκοπες χρεώσεις της ηλεκτρικής ενέργειας αφήνοντας τις συσκευές ανοικτές και ανοικτά φώτα σε άδεια δωμάτια και τέλος δεν ρυπαίνουμε τις θάλασσες.

Στην διπλανή σελίδα δημοσιεύεται ένα άρθρο με θέμα τον αγροτουρισμό και την αναδάσωση. Το κύριο θέμα είναι η φυσική και τεχνική αναδάσωση, τις διαφορές της και τα πλεονεκτήματά τους.

Στην ενότητα «Από καρδιάς» για ακόμα μια φορά οι συμμετέχοντες για την αμοδοσία όλο και αυξάνονται σε όλα τα ξενοδοχεία.

Οι καλύτεροι υπάλληλοι όλης της σεζόν είναι πολλοί και βραβεύονται για την προσπάθειά τους και την εργασία τους.

Στην στήλη για την οικογένεια ο συντάκτης δίνει λύσει σε οικογένειες και παιχνίδια με βάση την φύση που μπορούν να παίξουν τα παιδιά και να εξασκήσουν την μνήμη τους, να χαλαρώσουν και κυρίως να διασκεδάσουν.

Στην στήλη στιγμές υπάρχουν τα γενέθλια και οι γιορτές από το προσωπικό. Οι συντάκτες κράτησαν τα καλύτερα στιγμιότυπα.

Οι τελευταίες σελίδες της εφημερίδας ασχολείται με τους κήπους του ομίλου και την σκληρή δουλειά που κάνουν οι κηπουροί του ομίλου για να διατηρήσουν ένα δροσερό και φυσικό πράσινο περιβάλλον.

Τεύχος 52: (Αρχείο εταιρείας, έτος 2008)

Η Aldemar δίνοντας πάντα προτεραιότητα στον άνθρωπο και το περιβάλλον κέρδισε το βραβείο Bets Workplace το 2008. Αυτό είναι και το εξώφυλλο για αυτό το τεύχος. Το editorial έχει γραφτεί από τον διευθυντή του ξενοδοχείου Royal Mare.

Στην στήλη «Αν δεν παινέψεις», ο συντάκτης έχει πάρει συνέντευξη από την διευθύντρια του τμήματος ανάπτυξης και ποιότητας για το βραβείο που πήρε ο όμιλος για το καλύτερο εργασιακό περιβάλλον. Πολλές φωτογραφίες από την λαμπερή εκδήλωση και μέσα σε αυτές η υπουργός απασχόληση δίνοντας το βραβείο. Οι διακρίσεις όμως δεν σταματάμε εκεί αφού η εταιρεία βραβεύτηκε και για τα προϊόντα της και τις υπηρεσίες υψηλής ποιότητας, καθώς επίσης και ευχαριστήρια γράμματα από πελάτες που εμπιστεύονται την Aldemar αλλά και από πελάτες που επισκέφθηκαν το ξενοδοχείο για πρώτη φορά.

Συνέχεια έχει ο αγιασμός των ξενοδοχείων με την παρουσία της διοίκησης και όλων των υπαλλήλων για να ξεκινήσει μία επιτυχημένη σαιζόν καθώς επίσης και η κοπή της πίτας παρέα με τα παιδιά των εργαζόμενων.

Οι εκπαιδεύσεις γίνονται σε όλη τη διάρκεια του έτους, έτσι και εκείνη τη χρονιά ξεκίνησαν οι εκπαιδεύσεις τόσο για τους καινούριους όσο και για τους παλιότερους υπάλληλους σε θέματα F&B, οροφοκομίας, εσωτερικών διαδικασιών και θαλασσοθεραπείας.

Οι διακρίσεις συνεχίζονται από διεθνείς οργανισμούς για τα ξενοδοχεία και τις καινοτόμες υπηρεσίες που προσφέρει ο όμιλος.

Οι εργαζόμενοι στηρίζοντας την προσπάθεια της εταιρείας για το περιβάλλον και τις πρωτοπόρες ιδέες παίρνουν μέρος σε δράσεις δεντροφύτευσης, σε έκθεση με θέμα το περιβάλλον και την προστασία της φύσης.

Στις 2 επόμενες σελίδες μιας και ο όμιλος κάθε χρόνο διοργανώνει για τους εργαζόμενους την αιμοδοσία, ο συντάκτης αναλύει περισσότερο την σπουδαιότητα αυτής της προσπάθειας, σε τι χρησιμεύει, ποιοι ασθενείς χρειάζονται μετάγγιση, ποιοι μπορούν και ποιοι δεν μπορούν να είναι αιμοδότες.

Στη συνέχεια παρουσιάζονται οι καλύτεροι υπάλληλοι που παραλαμβάνουν το δώρο τους για την σωστή εργασία τους στο κάθε τμήμα.

Για την στήλη για την οικογένεια, ο συντάκτης δίνει συμβουλές για να δημιουργήσουν οι γονείς και όχι μόνο το δικό τους παραμύθι εύκολα και γρήγορα.

Στην σελίδα για τις «Στιγμές» του προσωπικού, αυτή τη φορά δεν έχει γενέθλια και γάμους, αλλά τις εκδηλώσεις του προσωπικού και τα αποχαιρετιστήρια πάρτι. Στις τελευταίες σελίδες είναι οι μετατάξεις σε όλο τον όμιλο και οι καινούριοι εργαζόμενοι.

Τεύχος 53: (Αρχείο εταιρείας, έτος 2008)

Αυτό το τεύχος είναι αφιερωμένο σε στιγμές, είτε του προσωπικού είτε της εταιρείας γενικά. Το εξώφυλλο αποτελείται από άλλες μικρές φωτογραφίες με το προσωπικό και με εκλεκτούς πελάτες.

Αυτή τη φορά τα περιεχόμενα είναι λίγο πιο διαφορετικά σε σχέση με τα προηγούμενα τεύχη, είναι με πιο μεγάλα γράμματα και πιο έντονα και τέλος έχουν και φωτογραφίες.

Το editorial έχει γραφτεί από διευθυντή ξενοδοχείου ο οποίος μιλάει για την επιμονή και τους στόχους που θέτει ένας άνθρωπος.

Στην επόμενη σελίδα και με τον τίτλο «Το τιμόνι στα χέρια του» παρουσιάζεται ο πρόεδρος του ομίλου Aldemar Hotels & Spa γίνεται πρόεδρος και του ΣΕΤΕ «Σύνδεσμος Ελληνικών Τουριστικών Επιχειρήσεων». Η εφημερίδα Ματιές δεν θα μπορούσε να μην αναφέρει ένα τόσο σημαντικό γεγονός για τον όμιλο.

Στην διπλανή σελίδα ένα επίσης σπουδαίο γεγονός, οι εργαζόμενοι συγκέντρωσαν χρήματα και δημιούργησαν μία παιδική χαρά για τον οικισμό Λαμπέτη, περιοχή που δοκιμάστηκε τον προηγούμενο χρόνο από τις πυρκαγιές. Μία ακόμα προσπάθεια του ομίλου και όλων των εργαζόμενων να βοηθήσουν τις τοπικές κοινωνίες.

Στην ενότητα Αν δεν παινέψεις, τα ευχαριστήρια γράμματα από τους επαναλαμβανόμενους πελάτες καθώς επίσης και πολλές αναμνηστικές φωτογραφίες από τους guest relations μαζί με πελάτες σε όλα τα ξενοδοχεία.

Όπως κάθε χρόνο έτσι και εκείνη την χρονιά η Aldemar επένδυσε στην εκπαίδευση του προσωπικού σε όλα σχεδόν τα τμήματα και σε όλα τα ξενοδοχεία με στόχο της την καλύτερη εξυπηρέτηση των πελατών παρέχοντάς τους τις υψηλότερες παροχές. Δεν εκπαιδεύτηκε μόνο το προσωπικό, αλλά και στελέχη του ομίλου. Η διευθύντρια ανάπτυξης και ποιότητας επίσης πριν τις εκπαιδεύσεις ήταν ομιλήτρια σε συνέδριο που είχα οι φοιτητές στο ΤΕΙ Αθηνών.

Στην στήλη «Ακούσατε Ακούσατε», παρουσιάζονται οι καλύτερες εκδηλώσεις που έγιναν στα ξενοδοχεία. Μεγάλοι τουριστικοί πράκτορες της Ρωσίας, για 2^η φορά

οργάνωση του tennis cup, εντυπωσιακές γαστρονομίες, εκδηλώσεις για το ποδόσφαιρο και συμμετοχή της κουζίνας του ομίλου στην ναυτική εβδομάδα στην Κρήτη είναι μερικές από τις εκδηλώσεις που έγιναν εκείνη τη χρονιά στα ξενοδοχεία του ομίλου Aldemar.

Για μια ακόμη συνεχόμενη χρονιά οι παραλίες καθαρίστηκαν, ανακυκλώθηκαν πολλά σκουπίδια και οι παραλίες του ομίλου κέρδισαν με την αξία τους την γαλάζια σημαία και για το 2008.

Στην στήλη «Από καρδιάς», εκτός από τους συμμετέχοντες στην αιμοδοσία, οι συντάκτες με την βοήθεια του τμήματος ανάπτυξης και ποιότητας κατάφεραν να συγκεντρώσουν ένα μεγάλο ποσοστό από φιάλες αίματος και όλο αυτό χάρη της συμμετοχής του προσωπικού.

Στη συνέχεια ακολουθούν οι καλύτεροι υπάλληλοι για τον μήνα που πέρασε και αναμνηστικές φωτογραφίες από την εκδρομή του προσωπικού.

Στη τελευταία σελίδα όπως και στα προηγούμενα τεύχη υπάρχουν οι στιγμές από βάπτισης, γάμους και γιορτές που αφορούν το προσωπικό, καθώς επίσης και τους καινούριους υπάλληλους στην εταιρεία.

Τεύχος 55: (Αρχείο εταιρείας, έτος 2009)

Σε αυτό το τεύχος η εφημερίδα αλλάζει τελείως. Γίνεται σε διαστάσεις ...X... και το χαρτί συνεχίζει να είναι οικολογικό και ανακυκλώσιμο. Το εξώφυλλο είναι πιο περιεκτικό. Φαίνεται καθαρά ο αριθμός του τεύχους. Έχει πιο πολλούς τίτλους και το όνομα της εφημερίδας αλλάζει γραμματοσειρά. Τέλος, προστίθεται και η σημείωση «It's yours to keep» δηλαδή «Είναι δική σου για να την κρατήσεις».

Σε αυτό το τεύχος δεν ξεκινάει το περιεχόμενο της εφημερίδας με τα περιεχόμενα, αλλά με την διαφήμιση ενός ημερολογίου συναισθημάτων, με σκοπό την ανταλλαγή απόψεων και σκέψεων.

Στην διπλανή σελίδα είναι το editorial, οι σκέψεις δηλαδή των υπαλλήλων. Κάθε φορά και ένας υπάλληλος ανάλογα με το θέμα γράφει και το πρώτο κείμενο της εφημερίδας.

Στην επόμενη σελίδα είναι το «Επίκαιρο Θέμα». Σε κάθε τεύχος γράφεται από τον συντάκτη ένα θέμα που έχει να κάνει είτε με την επικαιρότητα είτε με το κεντρικό θέμα. Στο συγκεκριμένο τεύχος λόγω και της Άνοιξης ο συντάκτης γράφει για τα λουλούδια και την Άνοιξη και τι κάνουν εκείνη την εποχή σε κάθε νομό της Ελλάδας.

Στην ενότητα «Κοινωνία/Ευζην», υπάρχουν οι εκδηλώσεις που πραγματοποιήθηκαν τον Φεβρουάριο του 2009 στη Σεβίλλη για όλους τους ξενοδόχους, εκεί ήταν και η Aldemar και ο συντάκτης παρουσίασε τα καλύτερα στιγμιότυπα. Επίσης όπως κάθε χρόνο ο όμιλος φιλοξενεί τους σημαντικότερους συνεργάτες στα ξενοδοχεία, έτσι και σε αυτό το τεύχος παρουσιάζονται όλοι οι τουριστικοί πράκτορες που παραβρέθηκαν στο ξενοδοχείο. Τέλος φωτογραφίες από την κοπή της πίτας σε όλα τα ξενοδοχεία.

Η επόμενη ενότητα είναι ο «Αθλητισμός», σε αυτό το τεύχος παρουσιάζονται 2 εκδηλώσεις, μπάσκετ και τένις που πραγματοποιήθηκαν στα ξενοδοχεία της Κρήτης και της Ρόδου.

Στην ενότητα «Περιβάλλον» ο όμιλος έχοντας αποσπάσει και εκείνη την χρονιά βραβεία για την περιβαλλοντική του δράση, φωτογραφίες από την λαμπερή εκδήλωση, δηλώσεις από την διοίκηση καθώς επίσης και στιγμιότυπα από την ώρα της παραλαβής των βραβείων είναι μερικά από τα θέματα που έχει αυτό το τεύχος στην ενότητα «Περιβάλλον».

Στην συνέχεια και στην ενότητα «Μαγειρική» οι καλύτερες συνταγές για γλυκά και φαγητά από τους συντάκτες αλλά και από υπάλληλους όλου του ομίλου.

Για Τρίτη συνεχή χρονιά ο διαγωνισμός «Taste of life» που πραγματοποιήθηκε στα ξενοδοχεία, ένας διαγωνισμός μαγειρικής ανάμεσα στην Ελλάδα και την Ουκρανία. Στην επόμενη ενότητα, υπάρχουν οι καλύτεροι υπάλληλοι για τον μήνα που πέρασε και η στιγμή της βράβευσης. Επίσης παρουσιάζονται οι καλύτερες στιγμές από το προσωπικό, οι εκδρομές και τα γενέθλια των εργαζόμενων.

Στις τελευταίες σελίδες υπάρχουν τα ευχαριστήρια γράμματα από τους πελάτες που ευχαριστούν το προσωπικό για τις υπηρεσίες τους.

Στην τελευταία σελίδα υπάρχουν αναλυτικά αυτή τη φορά όλοι οι συντάκτες των Ματιών καθώς επίσης και τίτλους για το τι θα υπάρχει στο επόμενο τεύχος.

Τέλος για πρώτη φορά από αυτό το τεύχος έχουν ξεκινήσει οι διαφημίσεις μεγάλων εταιρειών στην εφημερίδα.

Τεύχος 56: (Αρχείο εταιρείας, έτος 2009)

Σε αυτό το τεύχος το κεντρικό θέμα είναι τα παιδιά. Γι αυτό και στο εξώφυλλο υπάρχει φωτογραφία παιδιού και ο κεντρικός τίτλος επίσης που μιλάει για παιδιά.

Η εφημερίδα ξεκινάει με μία καταχώρηση του ξενώνα «Εποχές» που ανήκει στον όμιλο Aldemar. Το editorial γράφεται από μία μητέρα και αφορά την οικογένεια. Συγκεκριμένα περιγράφει την ζωή της με 3 παιδιά και το σημαντικότερο «Πολλοί ακούνε 3 παιδιά και τρελαίνονται.. Εγώ, θα τρελαινόμουν αν δεν τα είχα» είπε η μαμά που έχει γράψει το άρθρο.

Στο επίκαιρο θέμα, ο συντάκτης γράφει τα παιδιά και την υγεία. Δίνει συμβουλές για να τρώνε καλά και υγιεινά τα παιδιά και πως να αποφύγουν τα σνακ. Επίσης, δίνουν συμβουλές για λιγότερες ώρες τηλεόρασης και πως να αποφύγει το παιδί την παχυσαρκία.

Στις επόμενες σελίδες οι συντάκτες για το τεύχος αυτό είχαν ξεκινήσει έναν μεγάλο διαγωνισμό για μικρά παιδιά. Το κάθε παιδί έστειλε την δική του ιστορία και μετά το τέλος του διαγωνισμού δημοσιεύτηκαν οι καλύτερες ιστορίες. Στην συνέχεια ο όμιλος έχοντας σε κάθε ξενοδοχεία παιδικές χαρές για τα παιδιά, παρουσιάζει και τα mini club.

Στην επόμενη ενότητα παρουσιάζονται οι βραβεύσεις που είχε ο όμιλος από ξένες χώρες και φωτογραφίες τόσο από τις βραβεύσεις όσο και από τους αγιασμούς για το άνοιγμα των ξενοδοχείων. Τέλος, υπάρχουν και οι εκδηλώσεις που έγιναν στο ξενοδοχείο.

Οι βραβεύσεις συνεχίζονται με θέμα το περιβάλλον. Οι βραβεύσεις για όλες τις εταιρείες με την πράσινη πολιτική τους βραβεύτηκαν ανάμεσά του και ο όμιλος Aldemar, αναμνηστικές φωτογραφίες από την εκδήλωση και την παραλαβή των βραβείων υπάρχουν στις σελίδες για το περιβάλλον καθώς επίσης και αναλυτικά την ιστορία του διαγωνισμού.

Η επόμενη ενότητα είναι οι συνταγές από υπάλληλους της εταιρείας, συμβουλές και μυστικά για κάθε συνταγή και ο τρόπος εκτέλεσης. Συνταγές που μπορούν να ετοιμαστούν σε λιγότερο από 20 λεπτά.

Στις επόμενες σελίδες υπάρχουν οι καλύτεροι υπάλληλοι και οι καλύτεροι μαθητές για τους μήνες που πέρασαν σε όλα τα ξενοδοχεία.

Στην συνέχεια παρουσιάζονται τα ευχαριστήρια γράμματα από πελάτες. Στην διπλανή σελίδα παρουσιάζεται η καινούρια σελίδα πληροφόρησης για τον όμιλο

«Intranet». Σε αυτή τη σελίδα περιγράφεται η διαδικασία και τα πλεονεκτήματα του Intranet.

Στις επόμενες σελίδες οι υπάλληλοι έχουν στείλει φωτογραφίες των παιδιών τους και έχουν δημοσιευτεί σε αυτό το τεύχος.

Στο οπισθόφυλλο υπάρχει πάλι διαφήμιση από εξωτερικό συνεργάτη.

Τεύχος 57: (Αρχείο εταιρείας, έτος 2009)

Αυτό το τεύχος είναι αφιερωμένο στους εργαζόμενους που ενώ όλοι το καλοκαίρι ξεκουράζονται εκείνοι το καλοκαίρι δουλεύουν. Το editorial γράφεται από τον γενικό διευθυντή του ομίλου και αναφέρεται σε όλους αυτούς τους ανθρώπους αλλά και το προσωπικό του ομίλου.

Στις επόμενες σελίδες, οι συντάκτες έχουν πάρει συνέντευξη από υπάλληλους των ξενοδοχείων, από πολλά και διαφορετικά τμήματα, για το πως ξεκίνησαν να δουλεύουν στο τμήμα, περιστατικά αστεία που έχουν συμβεί εν ώρα εργασίας και πως είναι η ζωή σε ένα πεντάστερο resort.

Στις επόμενες σελίδες με τίτλο «Ξεκάθαρες συνήθειες» ο συντάκτης αναλύει τα χημικά καθαριστικά και την ορθή χρήση τους. Δίνει επίσης συμβουλές για τον καθαρισμό χωρίς την χρησιμοποίηση των χημικών καθαριστικών.

Στην ενότητα περιβάλλον παρουσιάζεται αναλυτικά ο θεσμός της γαλάζιας σημαίας, τα κριτήρια που πρέπει να υπάρχουν για τις παραλίες, την οργάνωσή τους και την ασφάλειά τους. Τέλος ο όμιλος κάθε χρόνο έχοντας την γαλάζια σημαία έτσι και εκείνη τη χρονιά έγινε η έπαρση της σημαίας σε όλα τα ξενοδοχεία αποδεικνύοντας τις καθαρές και ασφαλείς παραλίες σε όλες τις ξενοδοχειακές μονάδες του ομίλου.

Στη συνέχεια και στην ίδια ενότητα για το περιβάλλον, τα καλύτερα στιγμιότυπα από τις εκδηλώσεις που έγιναν την ημέρα του περιβάλλοντος. Ο θεσμός Clean up the med ανάμεσα σε πολλές δράσεις είναι και ο καθαρισμός των ακτών. Όλοι οι υπάλληλοι αλλά και πελάτες του ξενοδοχείου καθάρισαν εθελοντικά τις παραλίες σε όλα τα ξενοδοχεία. Τέλος τα παιδιά του mini club την ημέρα του περιβάλλοντος, ζωγράφισαν και έπαιζαν με θέμα το πράσινο.

Στην επόμενη ενότητα αντί για συνταγές υπάρχουν δροσερά κοκτέιλ από κάβα που συνεργάζεται ο όμιλος.

Στην συνέχεια παρουσιάζονται οι καλύτεροι υπάλληλοι για τον μήνα που πέρασε και ο καλύτερος μαθητής. Τέλος, υπάρχουν και τα ονόματα και φωτογραφίες από την 1^η αιμοδοσία για την χρονιά εκείνη από όλα τα ξενοδοχεία.

Στην τελευταία σελίδα φωτογραφίες από τις εκπαιδεύσεις που πραγματοποιήθηκαν στα ξενοδοχεία σε όλα σχεδόν τα τμήματα του ξενοδοχείου.

Στο οπισθόφυλλο υπάρχει επίσης διαφήμιση από εξωτερικό συνεργάτη.

Τεύχος 58: (Αρχείο εταιρείας, έτος 2009)

Το συγκεκριμένο τεύχος είναι αφιερωμένο στην μαγειρική και στα a la carte εστιατόρια του ομίλου.

Το editorial έχει γραφτεί από τον executive chef του ομίλου και αναφέρει την μαγειρική με τέχνη που απαιτεί ικανότητες, φαντασία και γούστο.

Στις επόμενες σελίδες και με βάση το κεντρικό θέμα, παρουσιάζουν 3 σεφ από τα ξενοδοχεία την γαστρονομία της κάθε τοπικής κοινωνίας, στην Κρήτη, Ρόδο και Ολυμπία, καθώς επίσης και τοπικές παραδοσιακές συνταγές.

Στην ενότητα για το περιβάλλον ο όμιλος κερδίζοντας συνεχή βραβεία για την περιβαλλοντική του δράση. Ο όμιλος κέρδισε το Green Key για την περιβαλλοντική εκπαίδευση και οικολογική διαχείριση των ξενοδοχειακών μονάδων.

Ο συντάκτης αναλύει τα βραβεία και την σημαντικότητα τους καθώς επίσης και παρουσιάζει φωτογραφίες από την εκδήλωση την ομιλία και την παραλαβή του βραβείου.

Στην ίδια ενότητα και για το περιβάλλον, 2 συντάκτες γράφουν για τα παιδιά και το περιβάλλον. Τρόπους για να μπορέσουν οι αναγνώστες να κατανοήσουν τι σημαίνει η ρύπανση του περιβάλλοντος και πως μπορούν να προσέχουν. Τέλος ο 2^{ος} συντάκτης δίνει εύκολες ιδέες για τους μπλε κάδους, για τον κήπο και για τις οικολογικές σακούλες για να βοηθήσουν οι αναγνώστες τα παιδιά να μάθουν την οικολογία.

Στην συνέχεια, 3 σεφ από τα ξενοδοχεία παρουσιάζονται στις σελίδες των Ματιών, την πορεία τους καθώς επίσης και συνταγές που προτείνουν οι σεφ για τα γευτούν οι πελάτες στα ξενοδοχεία. Στο τεύχος το οποίο είναι αφιερωμένο στην μαγειρική δεν θα μπορούσε να λείπει και ο διαγωνισμός μαγειρικής που γίνεται κάθε χρόνο στα ξενοδοχεία ανάμεσα σε Ουκρανία και Ελλάδα.

Μια ακόμα ενότητα η οποία θα είναι σε κάθε τεύχος είναι το αυτοκίνητο. Σε κάθε τεύχος παρουσιάζεται και ένα αυτοκίνητο με όλες τις χρήσιμες πληροφορίες που αφορούν τους πιθανούς αγοραστές.

Στη συνέχεια παρουσιάζεται το γύρισμα από την καινούρια καμπάνια για την καινούρια σελίδα του ομίλου στο internet και συνεχίζει με τα καλύτερα στιγμιότυπα από την εκδρομή του προσωπικού των γραφείων της Αθήνας αυτή τη φορά.

Στις επόμενες σελίδες υπάρχουν συνταγές παραδοσιακές αλλά και μοντέρνες από υπάλληλους του ομίλου και στις 2 επόμενες σελίδες τα καλύτερα στιγμιότυπα από την εκδρομή προσωπικού των ξενοδοχείων.

Επίσης υπάρχουν τα καινούρια πρόσωπα και οι ανακατατάξεις καθώς επίσης και η κοπή της πίτας στα ξενοδοχεία και στην Αθήνα.

Τέλος, μία ακόμα καινούρια ενότητα είναι η ενημέρωση. Ενημέρωση για εκδηλώσεις, για εκθέσεις στην Αθήνα και πιο πολύ στις τοπικές κοινωνίες.

Στο οπισθόφυλλο υπάρχει καταχώρηση από το καινούριο εστιατόριο του ομίλου.

Κεφάλαιο 7: Ανάλυση τεύχους 60

(Αρχείο εταιρείας, έτος 2010)

Εξώφυλλο: στο εξώφυλλο της εφημερίδας πάντα υπάρχουν κάποια βασικά κομμάτια – λεζάντες σε όλα τα τεύχη των εφημερίδων, αυτά είναι ο τίτλος, όπου βρίσκεται πάντα στο επάνω μέρος του εξωφύλλου και αριστερά με το όνομα «Ματιές».

Ακριβώς πάνω από τον τίτλο υπάρχουν οι λέξεις Περιβάλλον, Κοινωνία, Άνθρωπος, 3 σημαντικά πράγματα για τον όμιλο Aldemar, όπου πάντα τα έχει ως οδηγό για όλες τις ενέργειές του. Στο κάτω μέρος του τίτλου βρίσκεται η λεζάντα «περιοδική έκδοση της Aldemar Hotels & Spa» όπου στην ουσία είναι και ο εκδότης της εφημερίδας προσωπικού. Στο πάνω μέρος της εφημερίδας και ακριβώς από κάτω με μικρότερα γράμματα υπάρχουν οι μήνες κυκλοφορίας, για το τρέχον τεύχος 60 οι μήνες έκδοσής τους είναι ο Ιούλιος-Αύγουστος 2010. η Aldemar έχοντας δώσει μεγάλη βαρύτητα στις κρατήσεις μέσω Internet πάντα σε όλες τις καταχωρήσεις, μπροσούρες προβάλλει το site της μέσω του url: www.aldemarhotels.com. Γι' αυτό το λόγο βρίσκεται και στο εξώφυλλο της εφημερίδας.

Σε κάθε τεύχος υπάρχει η θεματική ομπρέλα, η οποία είναι το κεντρικό θέμα του τρέχοντος τεύχους. Σε αυτό το τεύχος η θεματική ομπρέλα είναι το Φαγητό και τα εστιατόρια του ομίλου. Το κεντρικό θέμα ορίζεται από τον αρχισυντάκτη αφού πρώτα έχει προηγηθεί έγκριση από την διοίκηση. Γι' αυτό το λόγο και η φωτογραφία του εξωφύλλου έχει θέμα το φαγητό και συγκεκριμένα τον executive Chef του ομίλου εν ώρα εργασίας. Η τελική φωτογραφία του εξωφύλλου επιλέγεται από την διοίκηση σε συνεργασία με το τμήμα marketing.

Το τμήμα Creative & Marketing καταθέτει τις προτάσεις του στην διοίκηση με αυτές που προτιμάει περισσότερο και αποφασίζεται η τελική φωτογραφία εξωφύλλου.

Στο εξώφυλλο βρίσκονται οι σημαντικότεροι τίτλοι για το εσωτερικό τις εφημερίδας. Για το τεύχος 60 όπου η θεματική ομπρέλα είναι το φαγητό οι λεζάντες που τους δίνουμε έμφαση είναι: «Φαγητό +Αλήθεια» με μεγαλύτερα γράμματα για να ξεχωρίζει από τους υπόλοιπους τίτλους. Στη συνέχεια η λεζάντα «Η μεσογειακή διατροφή σήμερα» και η τελευταία είναι η «Food Stories» με μεγαλύτερα γράμματα όπου είναι οι συνεντεύξεις του προσωπικού από τα τμήματα F&B.

Ενδιάμεσα από τους 2 τίτλους υπάρχει η μόνιμη στήλη «Cover story» στην οποία βρίσκει κανείς συνεντεύξεις από σημαντικούς ανθρώπους που έχουν επισκεφτεί τα ξενοδοχεία μας. Για το τεύχος 60 πήραμε συνέντευξη από τον Δρ. Λάμπρη Γιάννη. Όπως αναφέρθηκε παραπάνω η Aldemar δίνει μεγάλη σημασία στο internet και σε αυτό το τεύχος υπάρχει και άρθρο για το internet στη ζωή μας και την πορεία της τεχνολογίας με τίτλο «Νέα εποχή, το status από το internet το 2010.

Στο κάτω μέρος του εξωφύλλου υπάρχουν οι λεζάντες : «Νέο Sushi bar», το οποίο άνοιξε φέτος στην ναυαρχίδα του ομίλου Royal Mare, «Aldemar Gourmet Touring», ένας καινούριος θεσμός που καθιέρωσε από φέτος ο όμιλος Aldemar, «TPG», ένα event που κάνει κάθε χρόνο ο όμιλος σε συνεργασία με την Ρωσία και την Ουκρανία και τέλος η «Agenta», όπου είναι μόνιμη στήλη μαζί με τα ζώδια.

Πάνω από την σειρά των λεζάντων υπάρχει ένα κόκκινο βέλος με τον τίτλο «Its Yours to keep», δηλαδή «είναι δικό σου» για όσους δεν γνωρίζουν ότι μπορούν να το πάρουν. Η εφημερίδα διανέμεται δωρεάν σε αρκετούς χώρους όλων των ξενοδοχείων και το βέλος εξυπηρετεί στο γεγονός ότι δεν χρειάζεται να την πληρώσουν.

B' εξωφύλλου: Η σελίδα αυτή είναι η πίσω σελίδα του εξωφύλλου. Συνήθως σε όλα τα περιοδικά η σελίδα αυτή γεμίζει με πληρωμένη καταχώρηση είτε μίας σελίδας είτε 2 σελίδων (1 σαρόνι) από συνεργάτες ή προμηθευτές. Στο τεύχος 60 ο συνεργάτης ο οποίος διαφημίστηκε ήταν το τουριστικό γραφείο «Acadimos Travel». Το συγκεκριμένο γραφείο είναι ένα από τα σημαντικότερα και βασικά γραφεία που συνεργάζεται με το τμήμα των πωλήσεων εσωτερικού.

Στην καταχώρηση του Acadimos υπάρχει μία μεγάλη φωτογραφία με θέμα το site και αυτό φαίνεται από την κοπέλα που ασχολείται με τον υπολογιστή, με ανοιγμένη την σελίδα του τουριστικού γραφείου. Στη συνέχεια υπάρχει το lead (μικρές και έξυπνες προτάσεις για να τραβήξει την προσοχή του αναγνώστη). Το τουριστικό γραφείο δίνοντας έμφαση στις κρατήσεις μέσω του internet έχει με μεγαλύτερα γράμματα το site και παρακάτω δίνει κάποιες χρήσιμες πληροφορίες και δυνατότητες όπου έχουν οι ενδιαφερόμενοι τουρίστες δίνοντας πιο πολύ έμφαση στις κρατήσεις, στις ενοικιάσεις αυτοκινήτου ή σε πακέτα προσφορών για αεροπορικά εισιτήρια και ξενοδοχεία. Τέλος υπάρχουν και στοιχεία επικοινωνίας.

Σελίδα 3: Περιεχόμενα: με μεγάλα γράμματα βρίσκονται στην αρχή της σελίδας οι μήνες έκδοσης του τεύχους 60, Ιούλιος- Αύγουστος 2010. Πάνω επίσης από τους

μήνες έκδοσης υπάρχει και μια διακοσμητική φωτογραφία. Τέλος λόγω του θέματος όπου είναι το φαγητό στην αριστερή μεριά της σελίδας και πάνω υπάρχει μία φωτογραφία με θέμα το φαγητό. Στην σελίδα 3 βρίσκονται τα περιεχόμενα της εφημερίδας. Το editorial στη σελίδα 05, Φαγητό + Αλήθεια στις σελίδες 6-7, Food Stories στις σελίδες 8-12, πιστοποίηση HACCP στη σελίδα 12, παιδική παχυσαρκία στη σελίδα 14, ποιος τελικά είναι ο Δρ Λάμπρης σελίδες 16-17, στην σελίδα 18 Γεράγκάζια, στην 19 Νέα εποχή, στις σελίδες 20-21 το event Aldemar Sunni Gourmet Touring, we invite you ya Sushi στις σελίδες 22-23, grand prix Μαγειρικής στις σελίδες 24-25, Best of the Best στις σελίδες 26-27 και τέλος η agenda στις σελίδες 28-29.

Ακολουθούν η ταυτότητα της εφημερίδας όπου περιέχει τον Διευθυντή έκδοσης, την αρχισυντάκτρια, τους γραφίστες, τον υπεύθυνο ύλης, τον άνθρωπο που επιμελείται την εφημερίδα και την διορθώνει και τέλος όλους τους συντάκτες. Δίπλα από κάθε όνομα έχει γραφτεί μία ατάκα για τον καθένα με κάποιο χαρακτηριστικό. Στο κάτω μέρος της σελίδας και δεξιά βρίσκονται τα στοιχεία επικοινωνίας καθώς επίσης και τα στοιχεία της εταιρείας η οποία ανέλαβε την εκτύπωσή της.

Σελίδα 4: Στη συγκεκριμένη σελίδα κάποιες φορές μπαίνει καταχώρηση διαφημιζόμενου όπως στην β' εξωφύλλου και άλλες φορές καταχώρηση του ομίλου Aldemar Hotels & Spa. Στο συγκεκριμένο τεύχος υπάρχει καταχώρηση των A la carte εστιατορίων του ομίλου και συγκεκριμένα για τα 3 gourmet εστιατόρια του ομίλου, Candia στο ξενοδοχείο Royal Mare, Fontana Amorosa στο Knossos Royal και Marina στο ξενοδοχείο Olympian Village. Σε όλες τις καταχωρήσεις του ομίλου υπάρχει πάντα το site στο κάτω μέρος της σελίδας.

Σελίδα 5: Editorial: το editorial είναι το πρώτο κείμενο σε κάθε περιοδικό το οποίο γράφεται συνήθως από τους εκδότες. Στην εφημερίδα Ματιές ανάλογα με το θέμα επιλέγεται και ο άνθρωπος που θα γράψει το editorial. Για παράδειγμα στο τεύχος 60 όπου το θέμα της είναι το φαγητό, το editorial γράφτηκε από τον σεφ του ξενοδοχείου Olympian Village. Στο επόμενο τεύχος αν για παράδειγμα η θεματική ομπρέλα είναι η υγεία και ομορφιά το editorial θα μπορούσε να γραφτεί από τους υπεύθυνους των Thalasso & Spa των ξενοδοχείων Royal Mare και Olympian Village.

Στην σελίδα του editorial στο πάνω μέρος και δεξιά της σελίδας υπάρχει η λέξη Editorial και ο αριθμός της σελίδας, αυτό υπάρχει σε όλες τις σελίδες και το μόνο που αλλάζει είναι ο τίτλος ανάλογα με το θέμα που παρουσιάζεται στην εκάστοτε σελίδα. Στην συνέχεια είναι ο κεντρικός τίτλος «Επιστροφή στις ρίζες» και τέλος το κείμενο το οποίο έχει γραφτεί από τον σεφ και το lead για να παρακινήσει τον αναγνώστη να το διαβάσει.

Στο συγκεκριμένο κείμενο ο σεφ ξεκινάει το κείμενο του από με την φωτιά που σιγοκαίει και γύρω της βρίσκεται μια ομάδα ανθρώπων και την παρουσιάζει σαν την ομάδα προσκόπων, πρωτόγονων ή νομάδων. Την συνδέει με την ασφάλεια και την θαλπωρή και πως αυτό πρέπει να νιώθουν οι πελάτες όταν επισκέπτονται τα ξενοδοχεία. Τα αγνά και φρέσκα υλικά που χρησιμοποιεί η Aldemar και ο τρόπος που μαγειρεύονται με ελαιόλαδο του θυμίζουν το φαγητό της μητέρας και γιαγιάς. Στη συνέχεια ο σεφ θυμίζει στους αναγνώστες τις καινούριες ταμπέλες με τα Healthy corner στα εστιατόρια και τα καινούρια σηματάκια δίπλα στο μπουφέ που αναγράφουν ότι έχουν μαγειρευτεί πλήρως με ελαιόλαδο.

Σελίδα 6: Ξεκινάει η θεματική ομπρέλα της εφημερίδας με θέμα το φαγητό. Στην πρώτη σελίδα υπάρχουν φωτογραφίες με αγνά προϊόντα και πιάτα που έχουν μαγειρέψει οι σεφ του ομίλου καθώς επίσης και ένα μικρό κείμενο 40-50 λέξεων πιο χιουμοριστικό για μπει στη συνέχεια στο κεντρικό θέμα. Ο συντάκτης γράφει: « ένα μεσημέρι καλοκαιριού μια κόκκινη ντομάτα πιάστηκε χέρι-χέρι με μια πράσινη πιπεριά, συνάντησαν πιο κάτω τη φρέσκια ρόκα, το μαρούλι και την κάππαρη και βλέποντας την φέτα τα στρίβει είπαν με μια φωνή .. τρέξε Λόλα τρέξε». Δίνει μία ανάλαφρη εκδοχή για να περιγράψει την ελληνική σαλάτα και την μεσογειακή διατροφή.

Σελίδα 7: Μεσογειακή διατροφή. Το θέμα αυτό γράφεται συνήθως όπως και το editorial, επιλέγεται ένας συντάκτης που μπορεί και έχει την διάθεση να το γράψει και ο αρχισυντάκτης θα του υποδείξει τις ανάγκες και το θέμα του άρθρου. Στο συγκεκριμένο τεύχος το άρθρο αυτό γράφτηκε από την αρχισυντάκτρια. Το άρθρο αναφέρεται στην αξία της μεσογειακής διατροφής. Για τα αυθεντικά προϊόντα, την φέτα και το ελαιόλαδο που έχει γίνει η μεγαλύτερη τάση. Επίσης τονίζει την αξία της μεσογειακής διατροφής στην υγεία μας.

Γυρνάει το χρόνο πίσω σε μία έρευνα όπου είχαν μελετηθεί οι διατροφικές συνήθειες 7 χωρών ανάμεσα τους και η Ελλάδα. Τα αποτελέσματα ανέδειξαν την Κρήτη με την μεγαλύτερη διάρκεια ζωής τρώγοντας μόνο αγνά προϊόντα από την φύση. Τέλος, υπενθυμίζει τις ταμπέλες στους χώρους των εστιατορίων των ξενοδοχείων που σημαίνουν ότι τα πιάτα έχουν μαγειρευτεί με αγνά υλικά, χαμηλές θερμίδες και φυσικά ελαιόλαδο.

Σελίδες 8-9: Λόγω του θέματος ομπρέλας η ιδέα η οποία δημιουργήθηκε ήταν οι συνεντεύξεις του προσωπικού από τα τμήματα F&B και συγκεκριμένα από τα εστιατόρια και την κουζίνα του κάθε ξενοδοχείου.

Οι ερωτήσεις ήταν οι εξής:

- ☉ Τι σας παρακινεί να δημιουργήσετε
- ☉ Τι σκέψεις περνάνε από το μυαλό σας όταν βλέπετε τους πελάτες να απολαμβάνουν φαγητά/γλυκά στα οποία έχετε συμβάλει στην προετοιμασία τους
- ☉ Περιγράψτε μας μία συνηθισμένη ημέρα στη εργασία σας
- ☉ Μία εικόνα χίλιες λέξεις, μία μπουκιά τι
- ☉ Και εν κατακλείδι τι είναι φαγητό για εσάς

Για τον μάγειρα του ξενοδοχείου Royal Mare θεωρεί πως στην δουλειά του είναι πολύ απαιτητικός και πως τον παρακινεί να φτιάχνει καινούρια πράγματα με μεράκι. Τα φαγητά που φτιάχνει θέλει πρώτα να αρέσουν σε εκείνον και πως νιώθει ικανοποίηση και ευχαρίστηση όταν βλέπει τους πελάτες του ξενοδοχείου να τα απολαμβάνουν. Πιστεύει πως το φαγητό είναι απόλαυση και φαντασία και παρομοιάζει την μπουκιά με συχώριο.

Ο σεφ του Knossos Royal τον παρακινεί να δημιουργήσει η ανάγκη που έχει για έμπνευση νέων γεύσεων. Κάθε φορά που μαγειρεύει και βλέπει τους πελάτες να το απολαμβάνουν χαίρεται για το αποτέλεσμα της προσπάθειάς του. Θεωρεί ότι στην κουζίνα καμιά μέρα δεν είναι συνηθισμένη και παρομοιάζει το φαγητό με αρώματα και αισθήσεις. Τέλος ο σεφ καλείτε να αποδείξει ότι είναι καλλιτέχνης μιας και η μαγειρική αποτελεί αυτοέκφραση.

Τέλος για τον σεφ του Cretan Village τον παρακινεί η αγάπη για που έχει για την δουλειά του και γι' αυτό το λόγο νοιάζεται για τον πελάτη και μέσα από την δουλειά

του θέλει να τον ευχαριστήσει. Κάθε μέρα επικρατεί το άγχος το οποίο του δίνει και το καλύτερο αποτέλεσμα. Παρομοιάζει την μπουκιά με 1000 και 1 γεύσεις.

Σελίδα 10: Σε αυτή την σελίδα οι ερωτήσεις είναι διαφορετικές για να μην «βαριέται» ο αναγνώστης με τις ίδιες ερωτήσεις, σημαντικό ρόλο στην αλλαγή των ερωτήσεων παίζει και η ιδιότητα των εργαζομένων μιας και σε αυτές τις ερωτήσεις επιλέχθηκαν σε μεγάλο βαθμό άτομα από την κουζίνα και συγκεκριμένα από τη λάντζα.

- ☉ Στην εργασία σας τι πιστεύετε ότι παίζει σημαντικό ρόλο(η ταχύτητα, η ποιότητα, το καλό αποτέλεσμα, η μεθοδικότητα, η συνεργασία, άλλο)
- ☉ Ποιο είναι αυτό που σας δίνει ικανοποίηση στο τέλος μιας βάρδιας
- ☉ Η κουζίνα αποτελεί για εσάς
- ☉ Και εν κατακλείδι τι είναι φαγητό για εσάς

Για τη 1^η συνέντευξη θεωρεί πως όλα όσα αναφέρονται στη ερώτηση παίζουν μεγάλο ρόλο στο αποτέλεσμα, αυτό παρατηρείται επίσης και στις υπόλοιπες 2 συνεντεύξεις. Και οι 3 εργαζόμενοι ικανοποιούνται στο τέλος της ημέρας με την ευχαρίστηση του πελάτη που είναι αποτέλεσμα μίας ποιοτικής και δημιουργικής δουλειάς. Η κουζίνα αποτελεί για τον πρώτο κύριο έναν χώρο δημιουργίας, για άλλον χώρο εκτόνωσης και για άλλον το 2^ο σπίτι του. Τέλος, το φαγητό για μερικούς είναι τρόπος ζωής και διασκέδαση ενώ όλοι συμφωνούν πως το φαγητό είναι για αυτούς απόλαυση.

Σελίδα 11: Σε αυτή την σελίδα οι ερωτηθέντες είναι από το ξενοδοχείο στην Ολυμπία, οι ειδικότητες τους είναι Σερβιτόρος, Maitre και 2 μάγειρες.

- ☉ Στην εργασία σας τι πιστεύετε ότι παίζει σημαντικό ρόλο(η ταχύτητα, η ποιότητα, το καλό αποτέλεσμα, η μεθοδικότητα, η συνεργασία, άλλο)
- ☉ Ποιο είναι αυτό που σας δίνει ικανοποίηση στο τέλος μιας βάρδιας
- ☉ Η πιο ευχάριστη στιγμή της ημέρας σας είναι..
- ☉ Και εν κατακλείδι τι είναι φαγητό για εσάς

Για τον σερβιτόρο και τον Maitre οι ερωτήσεις παραμένουν ίδιες. Ο λόγος που γίνεται αυτό είναι οι ειδικότητες οι οποίες συνδέονται μεταξύ τους περισσότερο απ' ό τι με τους μάγειρες οι οποίοι είναι μία ξεχωριστή κατηγορία σε κάθε ξενοδοχείο, χωρίς όμως αυτό να σημαίνει ότι οι σερβιτόροι και οι Maitre δεν συνεργάζονται με τους μάγειρες, το αντίθετο μάλιστα αφού για την ευχαρίστηση του πελάτη και την καλή ποιότητα του εστιατορίου χρειάζεται η συνεργασία όλων.

Και ο σερβιτόρος αλλά και ο Maitre θεωρούν πως και η ταχύτητα και η ευγένεια και κατανόηση των αναγκών των πελατών παίζουν σημαντικό ρόλο. Επίσης χαίρονται όταν στο τέλος της βάρδιάς τους βλέπουν τον πελάτη να αναχωρεί ικανοποιημένος και ευχαριστημένος. Η πιο ευχάριστη στιγμή της ημέρας για τον έναν είναι όταν πηγαίνει στην δουλειά του χαρούμενος ενώ για τον άλλον όταν τελειώνει η βάρδιά του γεμάτη επιτυχίες. Τέλος το φαγητό και για τους δύο είναι μία απόλαυση και για αυτό το λόγο χρειάζεται το καλό Service.

Ο επόμενες ερωτήσεις αφορούν τους 2 μάγειρες και είναι ιδέα με αυτές που έγιναν και στους μάγειρες από τα ξενοδοχεία της Κρήτης. Τους παρακινεί ένα περιβάλλον γεμάτο χρώματα και αρώματα ενώ για τον άλλον μάγειρα αυτό που τον παρακινεί να δημιουργήσει είναι η ίδια η δημιουργεί που στόχο έχει «να την αναγάγεις σε ένα ταξίδι γεύσεων μαγικό» όπως λέει και ο Μάγειρας στην κουζίνα του κεντρικού εστιατορίου.

Στη συνέχεια ρωτήθηκαν τι περνάει από το μυαλό τους όταν βλέπουν τον πελάτη να απολαμβάνει την δημιουργεί του, και για τους προκαλεί ευχαρίστηση και ικανοποίηση για αυτό που προσφέρουν και νιώθεις δικαίωση για τον κόπο που έχεις κάνει για το φτιάξεις.

Η κάθε μέρα τους είναι για τον καθένα ξεχωριστά κάτι διαφορετικό μιας και ο σεφ με τον pastry σεφ έχουν σημαντικές διαφορές, για τον Ζαχαροπλάστη η κάθε μέρα είναι διαφορετική συνθέτοντας με πιο απλά υλικά κάτι μοναδικό για να «αφυπνίσουν τις αισθήσεις» όπως λέει ο ίδιος. Ενώ για τον μάγειρα οι συνθήκες είναι δύσκολες στο τέλος όμως της ημέρας ανταμείβονται από την ευχαρίστηση των πελατών.

Και εν κατακλείδι φαγητό για τον Pastry σεφ είναι μία εμπειρία γευστική και ένα αντικείμενο αισθητικής ενώ για τον μάγειρα είναι η μετατροπή της επιβίωσης σε μία μοναδική απόλαυση.

Σελίδα 12: Στη σελίδα αυτή τελειώνουν οι συνεντεύξεις του προσωπικού με τις τελευταίες από τα ξενοδοχεία μας στην Ρόδο. Οι ερωτήσεις παραμένουν πού ίδιες

μιας και οι εργαζόμενοι έχουν τις ίδιες σχεδόν ειδικότητες με εκείνους από τα ξενοδοχεία της Ολυμπίας. Εκτός από την κυρία που εργάζεται στην λάντζα. Οι ερωτήσεις για τους μάγειρες είναι ίδιες με τις ερωτήσεις των υπόλοιπων ξενοδοχείων, για την κυρία στην λάντζα οι ερωτήσεις είναι ίδιες με τις ερωτήσεις των υπαλλήλων στην λάντζα από τα ξενοδοχεία της Κρήτης.

Αυτό που τους παρακινεί να δημιουργήσουν είναι η ικανοποίηση του πελάτη, το καλό κλίμα εργασίας ή η έμφυτη ανάγκη να δημιουργήσουν, η μέρα τους ξεκινάει ακολουθώντας το manu κάνοντάς το ακόμα καλύτερο μέρα με την μέρα. Αποτέλεσμα μιας καλής δουλειάς είναι η απόλαυση και η ευχαρίστηση του πελάτη. Φαγητό για εκείνους είναι μία νοστιμιά για κάποιον, ή μία απόλαυση, μπουκιά όμως είναι μία νοστιμιά και «ένα γαργάλημα στον ουρανίσκο».

Η τελευταία συνέντευξη κλείνει με τον εργαζόμενο από την Λάντζα να πιστεύει πως η μεθοδικότητα και η συνεργασία κάνουν το καλύτερο αποτέλεσμα, ενώ η κουζίνα αποτελεί για εκείνον έναν χώρο δημιουργίας. Τέλος, φαγητό για εκείνον είναι «η ικανοποίηση της δημιουργίας σε τέλειο αποτέλεσμα».

Σελίδα 13: Λόγω του μεγάλο φόρτου εργασίας, πολλοί άνθρωποι από τα ξενοδοχεία δεν γνωρίζουν διακρίσεις και βραβεία ου έχει αποσπάσει ο όμιλος. Γι αυτό το λόγο ενημερώνουμε το προσωπικό μέσω της εφημερίδας για τα βραβεία μας, ένα από αυτά ήταν και η πιστοποίηση HACCP. Ενημερώνοντας το προσωπικό για το βραβείο και την διαδικασία που απαιτείται από την παραλαβή των πρώτων υλών μέχρι και την τελική χρήση των προϊόντων. Έτσι κατανοεί και το προσωπικό τον λόγο που πρέπει να γίνεται η Παρασκευή προϊόντων με συγκεκριμένο τρόπο.

Στα περισσότερα ξενοδοχεία μας έχοντας λάβει την πιστοποίηση HACCP για ακόμα μία φορά εργαζόμαστε σκληρά για να κρατήσουμε σταθερή την πιστοποίηση. Οι πελάτες και εφόσον έχει προηγηθεί ενημέρωση έχουν την δυνατότητα να ξεναγηθούν στον κόσμο της κουζίνας φορώντας πάντα τα απαραίτητα ρούχα για την σωστή διατήρηση της υγιεινής σε έναν τέτοιο χώρο.

Σελίδα 14: Ο φάκελος παιδί είναι μία μόνιμη στήλη στην εφημερίδα, την οποία γράφει μία μητέρα, το θέμα της στήλης αυτής είναι το παιδί και το άρθρο προσαρμόζεται ανάλογα με την θεματική ομπρέλα. Στο συγκεκριμένο τεύχος το άρθρο της αναφέρεται στην παιδική παχυσαρκία και στην αξία του σπιτικού φαγητού, ειδικά για τις εργαζόμενες μητέρες που λείπουν αρκετές ώρες από το σπίτι και δεν

μπορούν να ελέγξουν αν τα παιδιά τους τρώνε σωστά. Μητέρα 3 παιδιών δίνει συμβουλές για τις μητέρες λέγοντάς τους να μάθουν τα παιδιά τους να εκτιμούν το σπιτικό φαγητό και τα όσπρια εξίσου όσο και το κρέας και τονίζει τις σαλάτες και τα φρούτα που πρέπει να αποτελούν το κύριο συστατικό για την υγιεινή διατροφικές τους συνήθειες.

Τέλος, δίνοντας κάποιες έξυπνες προτάσεις για συνήθειες που έχουν τα παιδιά όπως τα γλυκά και οι σοκολάτες βοηθούν τις μητέρες να δίνουν και μεν στο παιδί αυτό που ζητάει αλλά με λιγότερο βλαβερό όφελος στην υγεία τους.

Σελίδα 15: Όπως αναφέρθηκε παραπάνω λόγω του φόρτου εργασίας μπορεί να μην γνωρίζουν βραβεία και διακρίσεις που έχει πάρει ο όμιλος, τόσο στα ξενοδοχεία όσο και στα γραφεία. Όπως κάθε χρόνο έτσι και φέτος την ημέρα Περιβάλλοντος γίνονται ενέργειες από όλα τα ξενοδοχεία με μία ειδική εκδήλωση την GREEN DAY EVENT με την βοήθεια των εργαζομένων εθελοντικά αλλά και των μικρών μας φίλων από τα mini club του κάθε ξενοδοχείου μαζεύουν σκουπίδια από τους εξωτερικούς χώρους και μαθαίνουν στα παιδιά την ανακύκλωση. Ο όμιλος Aldemar Hotels & Spa με 10 έτη πορεία στη εταιρική κοινωνική ευθύνη έχει καταστήσει τον θεσμό και κάθε χρόνο εκτός από την ανακύκλωση γίνεται και ο καθαρισμός των παραλιών των ξενοδοχείων μέσω του θεσμού Clean up the med. Τέλος, κάποια βραβεία ακόμα είναι το Green key & Silver green leaf και φυσικά τα τελευταία 12 χρόνια οι παραλίες του ομίλου και στους 3 προορισμούς κρίνονται κατάλληλες μέσω της Γαλάζιας σημαίας.

Σελίδα 16-17: Τις περισσότερες φορές και αν οι συνθήκες μας το επιτρέπουν, προτείνουμε από κάποιον επιστήμονα ή καλλιτέχνη, ο οποίος έχει επισκεφτεί τα ξενοδοχεία μας, να μας δώσει μία μικρή συνέντευξη για το έργο του και τη ζωή του. Σε αυτό το τεύχος ο Δρ Γιάννης Λάμπρης βρέθηκε στο ξενοδοχείο Knossos Royal για ένα διεθνές συνέδριο και είχαμε την ευκαιρία να του πάρουμε συνέντευξη.

Ο κύριος Λάμπρης, περιγράφει την πορεία του μέχρι και σήμερα, από τα πρώτα του βήματα – σε ηλικία 5 χρονών μέχρι και την θέση διευθυντή στο ερευνητικό εργαστήριο, στο Πανεπιστήμιο της Πενσυλβάνιας.

Σε ηλικία 12 χρονών τον έστειλαν οι γονείς του εσώκλειστο στο γυμνάσιο Πωπωγιανής στο νομό Ιωαννίνων. Οι γονείς του ήταν αυτοί που τον έσπρωξαν για να σπουδάσει, δούλεψε σκληρά και πέρασε στο τμήμα Βιολογίας. Αμέσως μετά ξεκίνησε το Διδακτορικό του το οποίο ολοκλήρωσε σε 3 χρόνια. Η πορεία του μετά,

ανάμεσα στις ΗΠΑ, Γερμανία, Ελβετία και ξανά ΗΠΑ όπου και διαμένει τα τελευταία 20 χρόνια. Συμπληρώνει λέγοντας πως σημαντικός παράγοντας σε όλα αυτά είναι η γυναίκα του η οποία παρόλες τις συχνές μετακινήσεις κατάφεραν να κρατήσουν την οικογένεια τους ενωμένη.

Ο Δρ Λάμπρης έχοντας διδάξει σε πολλά Πανεπιστήμια στις ΗΠΑ και την Ευρώπη πιστεύει πως η «Εκπαίδευση στην Ελλάδα δεν θεωρείται Εθνικός Πλούτος», ο μόνος τρόπος για να επιβιώσει η Ελλάδα είναι να επενδύσει στην εκπαίδευση. Η πιο συγκλονιστική στιγμή στην καριέρα του ήταν όταν μόλις σε ηλικία 26 ετών κατάφερε να διοριστεί καθηγητής στην Ιατρική σχολή Chapel Hill του πανεπιστημίου της Β. Καρολίνας.

Το εργαστήριο του Δρ. Λάμπρη δραστηριοποιείτε στην ανοσολογία. Έχουν ανακαλύψει το φάρμακο Compstatin εδώ και 13 χρόνια και βρίσκεται σε κλινικές δοκιμές για την θεραπεία της ωχρής κηλίδας, καθώς και μελέτες σχετικές με διάφορες φλεγμονώδεις ασθένειες. Τέλος, ο Δρ Λάμπρης υποστηρίζει τους Έλληνες επιστήμονες έχει ιδρύσει έναν μη κερδοσκοπικό οργανισμό την Aegean Conferences στις ΗΠΑ και δραστηριοποιείτε στα διεθνή συνέδρια και φοιτητικά προγράμματα στην Ελλάδα.

Σελίδα 18: Φάκελος αυτοκίνητο. Αυτή η στήλη είναι μόνιμη σε κάθε τεύχος.

Γράφονται για καινούρια αυτοκίνητα ή παλιά και για αθλήματα. Σε αυτό το τεύχος ο συντάκτης επέλεξε να παρουσιάσει το Golf TSI 1400 (140 IPS). Στην στήλη αυτή ο συντάκτης είναι πάντα ο ίδιος και επιλέγει ο ίδιος πιο αυτοκίνητο θα παρουσιάσει.

Σελίδα 19: Internet. Φέτος ο όμιλος Aldemar Hotels & Spa δημιούργησε καινούρια ιστοσελίδα στο Internet. Γι αυτό το λόγο δώσαμε την ευκαιρία σε άτομα από το αρμόδιο τμήμα να μας θυμίσουν την ιστορία για το Internet και τα κινητά ξεκινώντας από το 1994 μέχρι και το σήμερα. Περιγράφει μεγάλους κολοσσούς του τουρισμού που επενδύουν στην on line κράτηση και καταλήγει στον όμιλο Aldemar Hotels & Spa και τις δυνατότητες της κράτησης μέσω του διαδικτύου.

Σελίδα 20-21 : Για πρώτη φορά φέτος ο όμιλος Aldemar Hotels & Spa, σε συνεργασία με όμιλο ξενοδοχείων οργάνωσαν ένα ταξίδι γευσιγνωσίας και μαγειρικής, το Aldemar Sani Gourmet Touring. Το ταξίδι έγινε σε 8 διαφορετικές πόλεις και έφτιαξε τα θεμέλια για έναν καινούριο θεσμό στον τουρισμό. Στόχος του

ταξιδιού ήταν να αναδειχθεί η ελληνική κουζίνα καθώς επίσης και να αυξηθεί η προβολή των ξενοδοχείων μας στο εξωτερικό. Οι καλεσμένοι αυτού του θεσμού ήταν μεγάλοι πράκτορες της Δυτικής Ευρώπης και είχαν την δυνατότητα να δημιουργήσουν κάτω από την βοήθεια του σεφ του ομίλου μας.

Σελίδα 22-23: Το ξενοδοχείο Royal Mare, ναυαρχίδα του ομίλου λειτουργεί για πρώτη φορά ένα καινούριο εστιατόριο Sushi. Σε αυτές τις 2 σελίδες επιλέχθηκε να παρουσιάσουμε το καινούριο εστιατόριο του ομίλου. Με ιάπωνες σεφ και παραδοσιακές συνταγές το Sushi bar λειτουργεί και με την πιστοποίηση του HACCP. Για να παρουσιάσουμε το menu υψηλών προδιαγραφών ο συντάκτης επέλεξε να γράψει και μια παραδοσιακή και ελαφριά συνταγή από το εστιατόριο, την Σαλάτα με Μάνγκο καθώς επίσης να παρουσιάσει και μερικά ποτά και μπύρες που μπορεί κάποιος να βρει στο Sushi bar.

Σελίδες 24-25: Κάθε χρόνο ο όμιλος Aldemar Hotels & Spa διοργανώνει έναν θεσμό με το όνομα Taste of life. Πρόκειται για ένα διαγωνισμό που διοργανώνει η Aldemar hotels & spa μαζί με το ταξιδιωτικό γραφείο Travel Professional Group και την ένωση ειδικών μαγειρικής τέχνης της Ουκρανίας. Επίδοξοι σεφ από χώρες όπως η Ουκρανία, η Ρωσία, η Σερβία και η Ελλάδα λαμβάνουν μέρος στον διαγωνισμό και καλούνται να φτιάξουν 3 ευρηματικά πιάτα με συγκεκριμένα πιάτα από υλικά που τους δίνονται. Σε αυτές τις σελίδες ο συντάκτης αναλύει τι είναι ο θεσμός αυτός καθώς επίσης και τους νικητές από τον διαγωνισμό. Το άρθρο όπως όλα τα άρθρα της εφημερίδας στολίζονται με φωτογραφίες τόσο από τα πιάτα όσο και από τους διοργανωτές του θεσμού.

Σελίδες 26-27: Σε κάθε τεύχος της εφημερίδας υπάρχει ένα σαλόνι (2 σελίδες) με τους υπάλληλους του μήνα. Σε αυτό το τεύχος εκτός από τους υπάλληλους και τους μαθητές του μήνα, υπάρχει και η 1^η εθελοντική αιμοδοσία από τους εργαζόμενους όλων των ξενοδοχείων. Και οι 2 σελίδες είναι γεμάτες με φωτογραφίες και ονόματα τόσο από τους καλύτερους εργαζόμενους και μαθητές του μήνα όσο και τα άτομα που έδωσαν αίμα. Τέλος σε περίπτωση που στο προηγούμενο τεύχος έχει γίνει κάποιο λάθος σε κάποιο όνομα εργαζομένου ή στην ειδικότητα του, σε αυτή την σελίδα σε μία μικρή φάσα στο τέλος της σελίδας διορθώνουμε το λάθος και γράφουμε τα σωστά στοιχεία.

Σελίδες 28-29: Η Agenda είναι μία μόνιμη στήλη στην οποία γράφονται event μπορεί να έχουν γίνει στα ξενοδοχεία ή κάποιος διάσημος που επισκέφτηκε τα ξενοδοχεία του ομίλου. Επίσης γράφεται και μουσικές και θεατρικές παραστάσεις που θα γίνουν στους επόμενους μήνες είτε στην Αθήνα είτε στους προορισμούς των ξενοδοχείων. Σε αυτό το τεύχος για παράδειγμα αναφέρθηκε η συναυλία των U2 στην Αθήνα, η περιοδεία των κυριών Αρβανιτάκη και Τσανακλίδου στην Κρήτη και στην Ρόδο.

Τέλος, όσον αναφορά τα ξενοδοχεία για 2^η συνεχή χρονιά το Πάσχα ο όμιλος Aldemar Hotels & Spa διοργάνωσε ένα «Ορθόδοξο Πάσχα» για τους καλύτερους τουριστικούς πράκτορες της Ρωσίας στο ξενοδοχείο Knossos Royal. Οι τουριστικοί πράκτορες ξεναγήθηκαν στο οινοποιείο του Μπουτάρη, διασκεύασαν με τον Κο. Σκουλά σε κρητικές βραδιές, έπαιζαν διάφορα παιχνίδια όπως Paintball και την Μ. Παρασκευή και Μ. Σάββατο πέρασαν ένα παραδοσιακό ελληνικό Πάσχα.

Σελίδα 30: Ζώδια στη Μεγαλόνησο. Αυτή η σελίδα θεωρείτε η τελευταία σελίδα της εφημερίδας καθώς τα περισσότερα περιοδικά και εφημερίδες τελειώνουν με τις αστρολογικές προβλέψεις. Η ιδέα ξεκίνησε από ένα γνήσιο κρητικό και λάτρη της μαντινάδας. Έτσι σε κάθε τεύχος τα ζώδια είναι με έναν διαφορετικό τρόπο απ' ότι στα άλλα περιοδικά και εφημερίδες.

Ο συντάκτης παίρνει από ένα άλλο περιοδικό ή site τις προβλέψεις για τους 2 επόμενους μήνες και τις κάνει μαντινάδες.

Σελίδα 31: Στην τελευταία σελίδα όπου είναι η σελίδα του οπισθόφυλλου μπαίνει συνήθως μία καταχώρηση. Σε αυτό το τεύχος λόγω της θεματικής ομπρέλας που είναι το φαγητό προσεγγίσαμε τοπικούς οινοπαραγωγούς που συνεργάζονται με τα ξενοδοχεία μας. Είχαμε 2 καταχωρήσεις της μισής σελίδας με οινοπαραγωγούς από την Κρήτη.

Οπισθόφυλλο: Στην αρχή του έτους κάνοντας μία μεγάλη συμφωνία με μία μεγάλη τηλεφωνική εταιρεία ο όμιλος Aldemar Hotels & Spa σε ένα ελκυστικό πακέτο το οποίο περιελάμβανε κάρτες κλειδιά και καταχωρήσεις στο περιοδικό του ομίλου Sea View και πολλά άλλα, περιείχε και 3 καταχωρήσεις στις 3 εκδόσεις της εφημερίδας για το τρέχον έτος.

Και στα 3 τεύχη το οπισθόφυλλο είχε την καταχώρηση της τηλεφωνικής εταιρίας. Το εικαστικό θέμα το αποφάσιζε η εταιρία και μας το έστελνε κάθε φορά που έκλεινε το τεύχος της εφημερίδας σε διαστάσεις που τις υποδείκνυε ο γραφίστας.

Κεφάλαιο 7: Συμπεράσματα και προτάσεις

Η εφημερίδα κοιτάζοντας την ιστορία της από το 1^ο τεύχος και πιο αναλυτικά από το 40^ο τεύχος μέχρι και το 61^ο έχει αλλάξει πάρα πολύ, αναβαθμίστηκε και κατάφερε να αποκτήσει μία ταυτότητα που μπορεί να διανεμηθεί όχι μόνο στο προσωπικό του ομίλου αλλά και σε εξωτερικούς συνεργάτες και έχει καταφέρει να συνεργάζεται με πολύ καλούς και αναγνωρισμένους στον χώρο τους συνεργάτες.

Θεωρώ ότι η εφημερίδα Ματιές έχει ακόμα πολλά να δείξει τόσο στο προσωπικό όσο και σε συνεργάτες και είναι ένα έντυπο για τον όμιλο που εξελίσσετε γρήγορα και βοηθάει το προσωπικό για να μαθαίνει τα νέα, τις βραβεύσεις, είτε έχουν να κάνουν με τον όμιλο συνολικά είτε για το προσωπικό καθώς επίσης και την δράση του ομίλου σε κοινωνικά και περιβαλλοντολογικά θέματα.

Η διοίκηση του ομίλου αλλά και το προσωπικό στηρίζει αυτό το έντυπο και το εκδίδει με μεγάλη χαρά και διάθεση παρόλο που ο φόρτος εργασίας δεν επιτρέπει σε πολλούς να ασχοληθούν όσο πραγματικά θα ήθελαν.

Έχει καταφέρει να γίνει πλέον ένα αναπόσπαστο κομμάτι του ομίλου και πολλούς να περιμένουν με ανυπομονησία την στιγμή που θα ξεκινήσει τόσο η συλλογή της ύλης όσο και όλη η διαδικασία από τα κείμενα μέχρι και την παράδοσή της στα γραφεία και στα ξενοδοχεία του ομίλου.

Τέλος, πιστεύω ότι το συγκεκριμένο έντυπο θα εξελιχθεί ακόμα πιο πολύ και θα μπορεί να υπάρχει μέχρι και σε καφετέριες και καταστήματα των τοπικών κοινωνιών σε ένα stand όπου θα έχουν πρόσβαση όλοι και όχι μόνο το προσωπικό και οι πελάτες της Aldemar.

Μία εφημερίδα, ένα περιοδικό καθώς και όλα τα έντυπα που υπάρχουν σε ένα ξενοδοχείο και παρουσιάζουν την επιχείρηση, τις υπηρεσίες και τα δωμάτια που διαθέτει ένα ξενοδοχειακό όμιλος είναι πολύ σημαντικά εργαλεία. Μέσα από αυτά τα έντυπα οι πιθανοί πελάτες, οι τουρίστες, καλούνται να πειστούν και να γνωρίσουν το προϊόν. Κάθε έντυπο προσιάζει όλες τις υπηρεσίες που προσφέρει το ξενοδοχείο.

Τα περιοδικά και οι εφημερίδες μέσα σε μια ξενοδοχειακή επιχείρηση είναι πιο ανάλαφρα και στην γραφή και στον σχεδιασμό σε σχέση με τα έντυπα που παρουσιάζουν τα ξενοδοχεία.

ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

Αρχείο εταιρείας Aldemar Hotels & Spa

- Aldemar Maties , 2004-2011

Βιβλία

- Ζώτος, Γ. (2000). *Διαφήμιση Σχεδιασμός και λειτουργία στα πλαίσια της επιχείρησης και του διαφημιστικού γραφείου*. University Studio Press, Θεσσαλονίκη.

Internet

- **Στάμκος, Κ. (2010)**. Η στρατηγική σχεδιασμού ενός διαφημιστικού προγράμματος και η επιλογή μεταξύ των διαφόρων διαφημιστικών μέσων. *Marketing – management*, Ανακτήθηκε την 12 Οκτωβρίου 2010, από <http://www.kariera.gr/Άρθρο/CB-22-Προσωπική-ανάπτυξη-εκπαίδευση--Marketing-management-Media-planning/>
- <http://www.serresbiz.com>

ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ 1

YES → Περίοδος • Κανονία • Ανώγει
ΜΟΤΙΕΣ
 ΠΕΡΙΟΔΙΚΗ ΚΑΘΕ ΤΗΡΕΙ *aldemar* HOTELS & SPA

Δημιουργία
 εφημερίδα
 ποιότητας υψηλής αναζήτησης
 ΣΥΝΤΑΚΤΕΣ
 για άμεση συνεργασία *

*** Τυπικά ηρώδια**

- Καλό βόλεο στις δουλειές από το πρωί
- Φόρεμα ιδέες • Ισχύει τον deadline
- Υγιή συνείδηση με έναν συγκεκριμένο ήρωα • ΚΑΛΗ ΚΑΡΔΙΑ

Προσφέρονται

- μαζικά σε έντονα περιβάλλον επάγγελμα
- γιατί σε όλο τον κόσμο υπάρχει το 5* hotel
- Εάν παραιτείται** Μηνός οποιαδήποτε και
- επιλέγει τον καλύτερο ήρωα που κάθε στιγμή
- δουλεύει μέχρι να γίνει ο καλύτερος
- σε όλη τη χώρα

ΠΡΟΣΟΧΗ Κανόνας σύμφωνα με τον οποίο μπορεί

αναμετρηθεί ότι θα γίνει ένας από τους

ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ 2

<div style="border: 1px solid black; padding: 5px; width: fit-content; margin: 0 auto;"> Be happy </div>	<div style="border: 1px solid black; padding: 5px; width: fit-content; margin: 0 auto;"> Be happy </div>	<div style="border: 1px solid black; padding: 5px; width: fit-content; margin: 0 auto;"> Be happy </div>	<div style="border: 1px solid black; padding: 5px; width: fit-content; margin: 0 auto;"> Be happy </div>
<div style="border: 1px solid black; padding: 5px; width: fit-content; margin: 0 auto;"> Be happy </div>	<div style="border: 1px solid black; padding: 5px; width: fit-content; margin: 0 auto;"> Be happy </div>	<div style="border: 1px solid black; padding: 5px; width: fit-content; margin: 0 auto;"> Be happy </div>	<div style="border: 1px solid black; padding: 5px; width: fit-content; margin: 0 auto;"> Be happy </div>
<div style="border: 1px solid black; padding: 5px; width: fit-content; margin: 0 auto;"> Be happy </div>	<div style="border: 1px solid black; padding: 5px; width: fit-content; margin: 0 auto;"> Be happy </div>	<div style="border: 1px solid black; padding: 5px; width: fit-content; margin: 0 auto;"> Be happy </div>	<div style="border: 1px solid black; padding: 5px; width: fit-content; margin: 0 auto;"> Be happy </div>
<div style="border: 1px solid black; padding: 5px; width: fit-content; margin: 0 auto;"> Be happy </div>	<div style="border: 1px solid black; padding: 5px; width: fit-content; margin: 0 auto;"> Be happy </div>	<div style="border: 1px solid black; padding: 5px; width: fit-content; margin: 0 auto;"> Be happy </div>	<div style="border: 1px solid black; padding: 5px; width: fit-content; margin: 0 auto;"> Be happy </div>
<div style="border: 1px solid black; padding: 5px; width: fit-content; margin: 0 auto;"> Be happy </div>	<div style="border: 1px solid black; padding: 5px; width: fit-content; margin: 0 auto;"> Be happy </div>	<div style="border: 1px solid black; padding: 5px; width: fit-content; margin: 0 auto;"> Be happy </div>	<div style="border: 1px solid black; padding: 5px; width: fit-content; margin: 0 auto;"> Be happy </div>
<div style="border: 1px solid black; padding: 5px; width: fit-content; margin: 0 auto;"> Be happy </div>	<div style="border: 1px solid black; padding: 5px; width: fit-content; margin: 0 auto;"> Be happy </div>	<div style="border: 1px solid black; padding: 5px; width: fit-content; margin: 0 auto;"> Be happy </div>	<div style="border: 1px solid black; padding: 5px; width: fit-content; margin: 0 auto;"> Be happy </div>
<div style="border: 1px solid black; padding: 5px; width: fit-content; margin: 0 auto;"> Be happy </div>	<div style="border: 1px solid black; padding: 5px; width: fit-content; margin: 0 auto;"> Be happy </div>	<div style="border: 1px solid black; padding: 5px; width: fit-content; margin: 0 auto;"> Be happy </div>	<div style="border: 1px solid black; padding: 5px; width: fit-content; margin: 0 auto;"> Be happy </div>
<div style="border: 1px solid black; padding: 5px; width: fit-content; margin: 0 auto;"> Be happy </div>	<div style="border: 1px solid black; padding: 5px; width: fit-content; margin: 0 auto;"> Be happy </div>	<div style="border: 1px solid black; padding: 5px; width: fit-content; margin: 0 auto;"> Be happy </div>	<div style="border: 1px solid black; padding: 5px; width: fit-content; margin: 0 auto;"> Be happy </div>

ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ 4



Πρός:

Από:

Ημερομηνία:

E-mail

παραλήπτη:

Κοιν.:

Θέμα:

Σύνολο 2

σελίδων:

ΕΦΗΜΕΡΙΔΑ ΜΑΤΙΕΣ

Θέματα :
Όψεις :
Διάσταση :
Χρώματα :
Χαρτί :
Εργασίες :
Ποσότητα :
Κόστος τεμαχίου :
Συνολικό κόστος :
ΚΩΔΙΚΟΣ :

ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ 5

Προς : Οδηγούς
Από :
Ημ/νία :
Όνομα εταιρίας / υπηρεσίας :
Όνομα υπευθύνου :
Διεύθυνση :
Τηλέφωνο :
Εργασία προς εκτέλεση :

Θερμή παράκληση για 00/00/2011
Σας ευχαριστώ
Με εκτίμηση
..... (τηλ:)

Βαθμός σημασίας:

- Υψηλός
 Μέτριος
 Χαμηλός