



ATHENS - 2018



SOME  
EXAMPLES





# CORPORATE COMMUNICATIONS



# Sprint on AB VASSILOPOULOS since 1997 / The largest SM in Greece



## Sprint & AB Vassilopoulos

Since the beginning of the collaboration between Sprint and AB Vassilopoulos in 1997, there was a clear mission. To establish AB as the food expert retailer in Greece.

The pillars on which we focused were:

- 1) Corporate image
- 2) Food culture
- 3) Health & wellness
- 4) CSR activities
- 5) Volunteerism

For more than 18 years we designed and implemented award winning campaigns, built Assets, including advertising, special editions, internal communication programs, CSR programs, promotions, products' packaging, exhibition stands etc.

We also supported a number of various communication needs concerning AB Franchise, ENA Cash & Carry / ENA Profit and pilot initiatives such as the launch of new concept stores - Lion Food Stores / Red Market.



# Sprint on AB VASSILOPOULOS



Publications (design editing and production) / Packaging design / 360° campaigns (on and off line)  
CSR programs/campaigns / Activations / Content development & management



# AB Vassilopoulos / AB Food Stories



## The issue:

To increase loyalty and to establish AB Vassilopoulos as a food expert

## The idea:

To create a food culture magazine – the 1<sup>st</sup> food culture magazine in Greece – for the AB loyal customers, cardholders. A 124 page edition, 3-4 issues per year, 180.000 tirage per issue, called AB Magazine.

## The result:

What it was then the “AB Magazine” has been relaunched 2 years ago as “AB Food Stories”. For 18 years, the edition is thriving and customers’ research has shown that is one of the most lovable food culture magazines.

Today the magazine costs 0,20euro. The total income from the sales supports AB Vassilopoulos’ CSR activities.



# AB VASSILOPOULOS / plus to our health



## The issue:

AB Vassilopoulos wanted to tackle through the rising health problems caused by modern lifestyle such as obesity, heart disease, decreased physical activity, smoking, stress, etc.

## The Program:

Recognizing the importance of the issue and keeping abreast of trends, AB Vassilopoulos wanting to remain the leader in the food industry developed a new strategy based on three pillars:

- A) Mediterranean diet
- B) Special Diet Products
- C) Wellbeing (Wellness)

So we created a campaign combining these pillars, called “Plus to our health”. Our aim was to create a program that would inform and advise their customers on the beneficial properties of a balanced diet and comprehensively improve their quality of life.

The program was carried out in all AB Vassilopoulos nationwide.





# Sprint on AB VASSILOPOULOS / AB nutriline – A plus to our health - periodical publication



## The idea:

To create a series of informational editions focusing on Health and wellness , an “encyclopedia” based on the Mediterranean diet , to support the “health & wellness” pillar.

We created a special informational-educational journal on proper nutrition and health, with scientific character, called AB Nutriline. a biannual edition, that later on expanded as a concept and AB Vassilopoulos created a series of functional products under the same brand name. Each publication was dedicated to a category within the Mediterranean pyramid.

## These editions:

- Included a detailed analysis of the Mediterranean diet/pyramid
- Informed and educated thoroughly and effectively the public, on a correct and balanced diet and life issues
- Presented and analyzed food quality and safety (procedures, standards)



# Sprint on AB VASSILOPOULOS /

## 52 Weeks CORPORATE CAMPAIGN-CSR



### The issue:

To create an umbrella concept where all AB Vassilopoulos' CSR initiatives would be held.

### The idea:

An ongoing CSR campaign addressing all stakeholders that could include all existing CSR activities no matter big or small. An so this is how "52 weeks – 52 care initiatives all over Greece" was created.

### The program:

We introduced a nationwide program called, "52 weeks, 52 care initiatives all over Greece", in order to support our fellow people who are in need.

The program had a 365 days duration (52 weeks) and covered the 52 prefectures of Greece. AB Vassilopoulos, its customers and its suppliers were a vital part of it, since everyone had the chance to make an offer for a good cause.

We created solidarity products for sale on marked stands. Part of the proceeds from the sale of these products were added to the total amount AB donated to each cause.

Through the year, small and bigger suppliers were supporting the initiative by offering a small amount of money from their products' sales.

In addition, the supermarkets collected food donations from customers, in a special baskets .

The "52 weeks" initiative has created a big solidarity chain with huge social impact.

"52 weeks" have won the "National Champions 2015" in the European Business Awards in environmental and corporate sustainability category.



# Sprint on AB VASSILOPOULOS / 52 Weeks CORPORATE CAMPAIGN-CSR



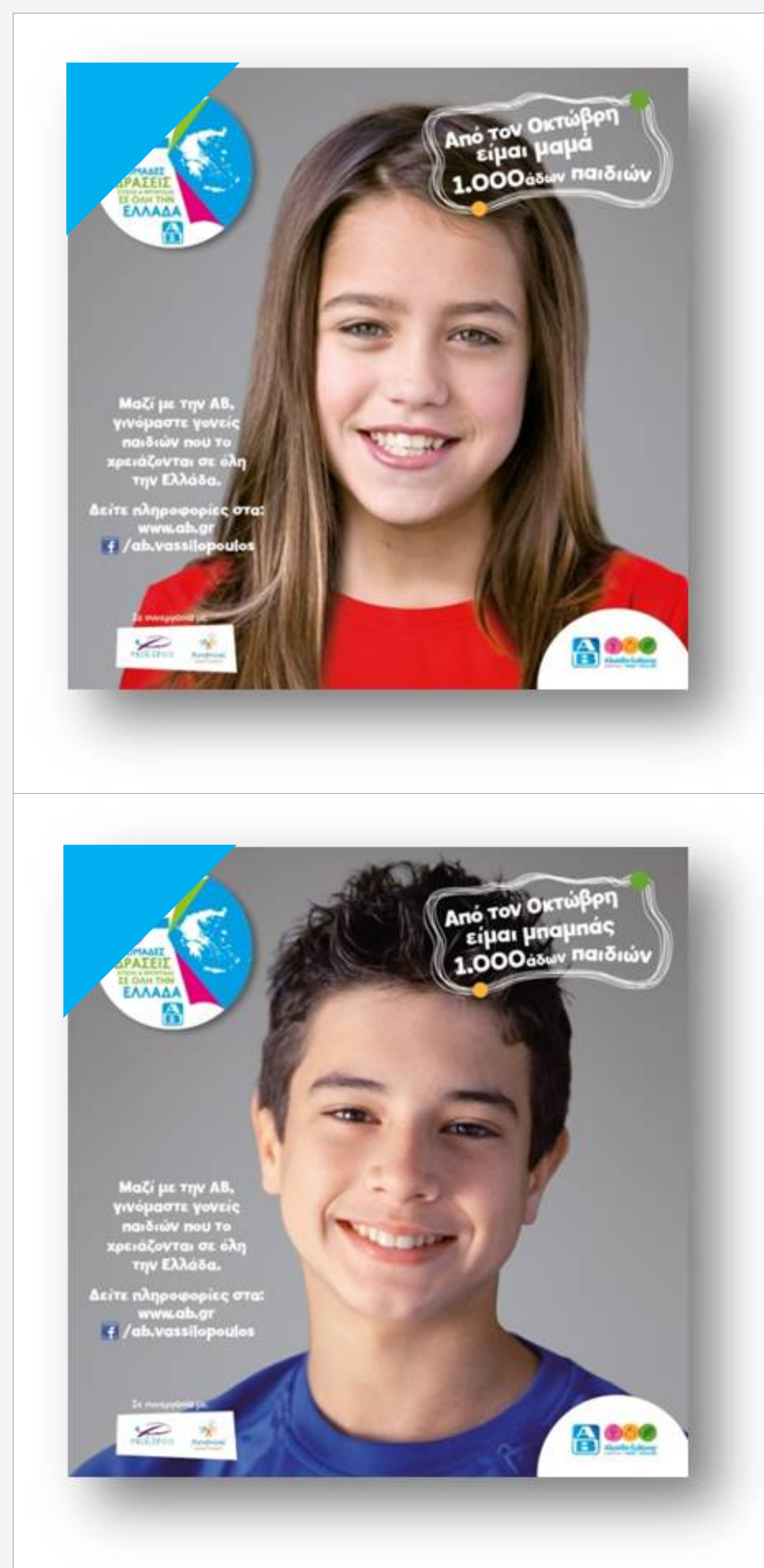
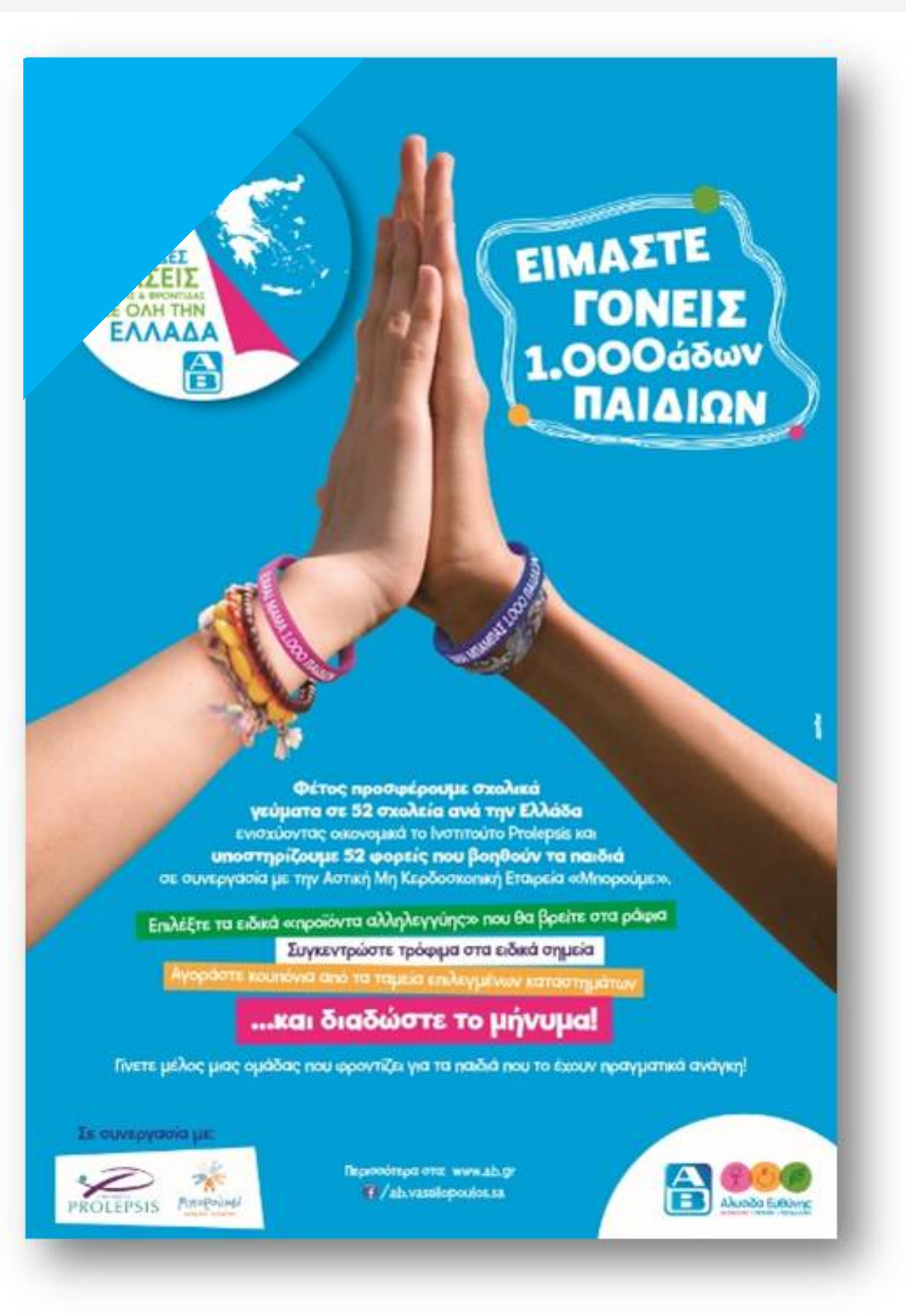
“Greece can do it”  
Self Service Awards  
2014-2015

“Long Term  
Investment Award”

“National Champions 2015  
In the European  
Business Awards  
for the program 52 weeks  
in environmental  
and corporate sustainability”



# Sprint on AB VASSILOPOULOS / 52 Weeks CORPORATE CAMPAIGN-CSR



“Greece can do it”  
Self Service Awards  
2014-2015

“Long Term  
Investment Award”

“National Champions 2015  
In the European  
Business Awards  
for the program 52 weeks  
in environmental  
and corporate sustainability”

# Sprint on AB VASSILOPOULOS /

## Volunteerism program

---



### The issue:

To engage AB employees and customers to participate towards a good cause.

### The idea:

To introduce a volunteerism day where the participants would be able to choose by themselves which “good cause” they will support.

### The program:

We created a campaign to raise awareness, mobilize and involve employees, their families as well as customers, on a voluntary basis by store and region.

Sprint created the program’s identity, the communicational strategy and all communicational material.

The program was launched in 2011 counting 3.000 volunteers  
In 2012 the number of volunteers increased to 3.750. The participation was at the same level the following year, In 2014 though the number exceeded 5.500 and in 2015 skyrocketed in a total of 7.397 volunteers.

2016 was the 6<sup>th</sup> year in a row.



# Sprint on AB VASSILOPOULOS / Volunteerism program





# Sprint on Hellenic Institute of Marketing / Marketing Excellence Awards



## **The issue:**

To attract marketers to participate in an event, dedicated to promote their work.

## **The solution:**

We created a campaign to raise awareness, mobilize and involve employees, their families as well as customers, on a voluntary basis by store and region.

Sprint created and implemented the identity, the communicational strategy and all communicational materials as well as organized the Marketing Excellence Awards' event.



# Sprint on Hellenic Institute of Marketing / Marketing Excellence Awards



Too many teams  
*One Champion*

Τα μόνα βραβεία από το μάρκετινγκ για το μάρκετινγκ!

6 θεματικές ενότητες  
24 βραβεία  
Επιλέξτε κατηγορία  
Στείλτε την υποψηφιότητά σας  
[www.mea-eim.gr](http://www.mea-eim.gr)  
Υποβολές έως 15/09/17





ΜΕ ΤΗΝ ΕΠΕΤΗΛΟΓΙΚΗ ΣΥΝΕΡΓΑΣΙΑ

ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΑΚΑΔΗΜΙΑ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ

ΜΕ ΤΗ ΣΥΝΕΡΓΑΣΙΑ

DIRECTION

ΜΕ ΤΗΝ ΥΠΟΣΤΗΡΙΞΗ

ΕΙΜ

ΕΕΕΔΕ

ΚΟΡΝΤΙ

INTERAMERICAN

Eurobank

3E

vodafone

ΚΟΡΝΤΙ ΕΠΙΚΟΙΝΩΙΑΣ

adbusiness

TODAY

Re:CSR

CSRweek

Retail

Retailtoday

manager

CONCEPT & CREATIVE

sprint

ΚΟΡΝΤΙ ΔΙΑΔΙΚΤΥΑΚΗΣ ΕΠΙΚΟΙΝΩΙΑΣ

INUPPOST

advertising

CSRNEWS

Businesslive.gr

ΕΛΛΗΝΙΚΗ 24

ΤΗΛΕΟΡΤΙΚΟΙ ΚΟΡΝΤΙ

ΕΙΜ

ΕΕΕΔΕ

ΥΠΟΣΤΗΡΙΚΤΗΣ

ΕΚΔΙΔΑΣΜΕ - ΕΠΙΜΕΛΕΙΑ ΒΡΑΒΕΙΩΝ



Too many princes  
*One Charming*


Τα μόνα βραβεία από το μάρκετινγκ για το μάρκετινγκ!

EARLY BIRD -10%  
ΠΑ ΔΗΛΩΣΕΙΣ ΣΥΜΜΕΤΟΧΗΣ  
ΕΩΣ 21.07.2017

Το 'χαes Στείλ'το. [www.mea-eim.gr](http://www.mea-eim.gr)










Growing through extraversion  
Too many countries  
*One world market*

Τα μόνα βραβεία από το μάρκετινγκ για το μάρκετινγκ!

Το 'χαes Στείλ'το. [www.mea-eim.gr](http://www.mea-eim.gr)



Too many kings  
*One Kong*

Τα μόνα βραβεία από το μάρκετινγκ για το μάρκετινγκ!

6 θεματικές ενότητες  
24 βραβεία  
Επιλέξτε κατηγορία  
Στείλτε την υποψηφιότητά σας  
[www.mea-eim.gr](http://www.mea-eim.gr)  
Υποβολές έως 15/09/17





ΜΕ ΤΗΝ ΕΠΕΤΗΛΟΓΙΚΗ ΣΥΝΕΡΓΑΣΙΑ

ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΑΚΑΔΗΜΙΑ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ

ΜΕ ΤΗ ΣΥΝΕΡΓΑΣΙΑ

DIRECTION

ΜΕ ΤΗΝ ΥΠΟΣΤΗΡΙΞΗ

ΕΙΜ

ΕΕΕΔΕ

ΚΟΡΝΤΙ

INTERAMERICAN

Eurobank

3E

vodafone

ΚΟΡΝΤΙ ΕΠΙΚΟΙΝΩΙΑΣ

adbusiness

TODAY

Re:CSR

CSRweek

Retail

Retailtoday

manager

CONCEPT & CREATIVE

sprint

ΚΟΡΝΤΙ ΔΙΑΔΙΚΤΥΑΚΗΣ ΕΠΙΚΟΙΝΩΙΑΣ

INUPPOST

advertising

CSRNEWS

Businesslive.gr

ΕΛΛΗΝΙΚΗ 24

ΤΗΛΕΟΡΤΙΚΟΙ ΚΟΡΝΤΙ

ΕΙΜ

ΕΕΕΔΕ

ΥΠΟΣΤΗΡΙΚΤΗΣ

ΕΚΔΙΔΑΣΜΕ - ΕΠΙΜΕΛΕΙΑ ΒΡΑΒΕΙΩΝ



Communicating effectively  
Too many songs  
*One hit*

Τα μόνα βραβεία από το μάρκετινγκ για το μάρκετινγκ!

Το 'χαes Στείλ'το. [www.mea-eim.gr](http://www.mea-eim.gr)







Building Powerful Brands  
Too many brands  
*One Leader*

Τα μόνα βραβεία από το μάρκετινγκ για το μάρκετινγκ!

Το 'χαes Στείλ'το. [www.mea-eim.gr](http://www.mea-eim.gr)







Too many rings  
*One Precious*

Τα μόνα βραβεία από το μάρκετινγκ για το μάρκετινγκ!

Το 'χαes Στείλ'το. Έως 15/9/17 [www.mea-eim.gr](http://www.mea-eim.gr)







# Sprint on Hellenic Institute of Marketing / Marketing Excellence Awards



10 ΧΡΟΝΙΑ MARKETING EXCELLENCE AWARDS

**Ο κορυφαίος θεσμός του Marketing είναι εδώ, ακόμα πιο πληθωρικός και ανανεωμένος!**

10 χρόνια έχουν περάσει από την πρώτη διοργάνωση των **Marketing Excellence Awards**, το 2007. Μέσα σε αυτά τα χρόνια το Marketing στην Ελλάδα έκανε πολλά βήματα μπροστά, κάτι που πιστοποιείται από τα ετήσια προγράμματα που αναδείχθηκαν και βραβεύτηκαν σε όλες τις διοργανώσεις που έλαβαν χώρα μέχρι σήμερα (2007, 2009, 2011, 2013, 2015).

Το **Marketing Excellence Awards** έχουν γίνει πλέον θεσμός, ο οποίος απευθύνεται στο σύνολο των επιχειρήσεων και των οργανισμών του ιδιωτικού αλλά και του δημόσιου τομέα που δραστηριοποιούνται στην Ελλάδα.

Πραγματοποιούνται με την επιστημονική συνεργασία της Ελληνικής Ακαδημίας Μάρκετινγκ (ΕΛΑΜ) και με την υποστήριξη της Ένωσης Εταιριών Διαφήμισης & Επικοινωνίας (ΕΔΕΕ) καθώς και του Συλλόγου Εταιρειών Δημοσιοποίησης & Έρευνας Αγοράς (ΣΕΔΕΑ) και του Τομέα Ηγεσίας (ΤΗΓΕ) της ΕΕΔΕ.

Φέτος, για πρώτη φορά, οι συμμετέχοντες θα έχουν την ευκαιρία να διαγωνισθούν σε έξι ανανεωμένες θεματικές ενότητες, οι οποίες περιλαμβάνουν 24 συνολικά βραβεία. Πιο συγκεκριμένα:

- Connecting with Customers**
  - Customer/Consumer insights
  - Building Customer Relationships
  - Customer experience
- Building Powerful Brands**
  - New Brand (In a Product)
  - New Brand (In a Service)
  - Brand Extension (In a Product)
  - Brand Extension (In a Service)
  - Brand Revitalization
  - Global Brand Marketing
  - Long Term Marketing Excellence
- Communicating Effectively**
  - Integrated Marketing Campaigns
  - Digital Marketing communications
  - B2B Marketing communications
  - Content Marketing communications
  - Employee Marketing communications
  - Low budget Marketing communications
  - Cause related Marketing communications
- Connecting with the Point of Sales**
  - Building Distribution Networks
  - Consumer activation in the Point of Sales
  - Omni channel presence
- Growing Through Extroversion**
  - Tourism marketing
  - Export marketing
- Building the New Economy**
  - Start-ups marketing
  - E-Commerce marketing

*«Τα Marketing Excellence Awards είναι εδώ για να αναδείξουν τους κορυφαίους του Marketing στη χώρα μας. Είναι κάτι που το αξίζουμε, εμείς οι μάρκες για τις οποίες δουλεύουμε και οι εταιρίες μας. Να αναγνωριστούμε για τη δουλειά μας και να επιβραβευτούμε για τους κόπους μας»*

Επιπλέον, υπάρχει και η ειδική κατηγορία **Being the Best of the Best** όπου βραβεύεται το έργο με τον πιο πρωτότυπο και πρωτοποριακό σχεδιασμό marketing και το έργο με την υψηλότερη βαθμολογία.

Είναι γεγονός πως από το 2007 μέχρι σήμερα, έχουν αλλάξει πολλά, ό, **σήμερα** όμως των βραβείων παραμένουν οι ίδιοι.

Η ανάδειξη του ρόλου του Marketing ως μιας κρίσιμης και ζωτικής σημασίας **επιχειρηματικής δραστηριότητας** στην επιχείρηση – οργανισμό.

Η ανάδειξη των **βέλτιστων πρακτικών** στο χώρο του Marketing και στη συνεχή προώθηση της επιστήμης του.

Η **επιβράβευση** των **επιχειρήσεων** των **οργανισμών** καθώς και των **επαγγελματιών** οι οποίοι με την αποδεδειγμένα επιτυχή υλοποίηση ενεργειών Marketing ενδυναμώνουν τη θέση των μαρκών τους στην αγορά, ενισχύοντας παράλληλα τη σχέση τους με κάθε stakeholder group του οργανισμού.

Και φέτος, τα **Marketing Excellence Awards** επιβραβεύουν τα προγράμματα marketing τα οποία ξεχωρίζουν αντικειμενικά για τις εξαιρετικές μετρήσιμες επιδόσεις τους, τον επιστημονικό σχεδιασμό τους, αλλά και την άρτια υλοποίηση και αποτελεσματική εφαρμογή τους.

Η υποβολή των υποψηφιοτήτων θα ολοκληρωθεί τον Σεπτέμβριο του 2017 και θα αφορά σε προγράμματα Marketing τα οποία ολοκληρώθηκαν και **υλοποιήθηκαν από την 1/1/2016 και έως την 31/7/2017**.

Όπως δήλωσε και η πρόεδρος της Οργανωτικής Επιτροπής του θεσμού κα Μαρίνα Καραστεργίου:

Τα Marketing Excellence Awards είναι εδώ για να αναδείξουν τους κορυφαίους του Marketing στη χώρα μας. Είναι κάτι που το αξίζουμε, εμείς οι μάρκες για τις οποίες δουλεύουμε και οι εταιρίες μας. Να αναγνωριστούμε για τη δουλειά μας και να επιβραβευτούμε για τους κόπους μας.

[www.me-a-eim.gr](http://www.me-a-eim.gr) Μάθετε περισσότερα για τα Marketing Excellence Awards και ενημερωθείτε για τις ημερομηνίες και τις δηλώσεις συμμετοχής στο επίσημο site των βραβείων.

Too many thrones  
One Iron

Βρες την κατηγορία βραβείου  
Δήλωσε συμμετοχή σήμερα







ΤΕΛΕΤΗ ΑΠΟΝΟΜΗΣ  
20.11.2017






2017

ΣΥΓΧΑΡΗΤΗΡΙΑ  
ΣΤΟΥΣ ΝΙΚΗΤΕΣ

Επιτροπή Αξιολόγησης  
και Βαθμολόγησης

Γνωρίστε την

Τα μόνα βραβεία  
από το μάρκετινγκ  
για το μάρκετινγκ!





[www.me-a-eim.gr](http://www.me-a-eim.gr)

VIDEO



# Sprint on Hellenic Management Association/ Corporate communication

Το να νοιάζεσαι για κάποιον αρκετά ώστε να κάνεις τα προβλήματά του δικά σου, είναι η αρχή για την ηθική ανάπτυξη.

Felix Adler (1851 – 1933)  
Καθηγητής πολιτικών επιστημών  
και κοινωνικής ηθικής

Είναι δική μας δουλειά  
να δημιουργήσουμε  
για μια Ελλάδα γεμάτη  
αλληλεγγύη & ανθρωπιά.

50|Οεεδε  
ΧΡΟΝΙΑ  
1962 - 2012  
Καθήκον μας, μια νέα Ελλάδα

Με την ευγενική χορηγία της εφημερίδας «ΚΕΡΔΟΣ»

Το παράδειγμα δεν είναι το κυριότερο όπλο σου στην προσπάθεια να επηρεάσεις ανθρώπους. Είναι το μόνο όπλο σου.

Albert Einstein (1879 – 1955)  
Μέλος προέδρου των ΗΕΓΑ

Πρώτοι εμείς  
θα δείξουμε το δρόμο  
για μια Ελλάδα δυνατή στον  
παγκόσμιο χάρτη.

50|Οεεδε  
ΧΡΟΝΙΑ  
1962 - 2012  
Καθήκον μας, μια νέα Ελλάδα

Με την ευγενική χορηγία της εφημερίδας «ΚΕΡΔΟΣ»

Τα πράγματα δεν γίνονται.  
Τα πράγματα τα κάνουμε να γίνονται.

John F. Kennedy (1917 – 1963)  
Μέλος προέδρου των ΗΕΓΑ

Με την προσωπική μας  
στάση & δράση,  
μπορούμε να κάνουμε την Ελλάδα  
ισχυρή & ανταγωνιστική.

50|Οεεδε  
ΧΡΟΝΙΑ  
1962 - 2012  
Καθήκον μας, μια νέα Ελλάδα

Με την ευγενική χορηγία της εφημερίδας «ΚΕΡΔΟΣ»

Ότι δεν συνέβη ποτέ  
είναι ότι δεν πούσημα ποτέ.

Nikos Kazantzakis (1893 – 1957)  
Μεταφραστής - Συγγραφέας

Αν πραγματικά θέλουμε  
να αλλάξουμε  
τον τόπο μας,  
μπορούμε!

50|Οεεδε  
ΧΡΟΝΙΑ  
1962 - 2012  
Καθήκον μας, μια νέα Ελλάδα

Με την ευγενική χορηγία της εφημερίδας «ΚΕΡΔΟΣ»

Ο καλύτερος τρόπος  
να προβλέψεις το μέλλον,  
είναι να το δημιουργήσεις.

Peter Drucker (1909 – 2005)  
Management Consultant

Την Ελλάδα που ονειρευόμαστε  
τη δημιουργούμε  
σήμερα εμείς.

50|Οεεδε  
ΧΡΟΝΙΑ  
1962 - 2012  
Καθήκον μας, μια νέα Ελλάδα

Με την ευγενική χορηγία της εφημερίδας «ΚΕΡΔΟΣ»

[VIDEO 1](#)

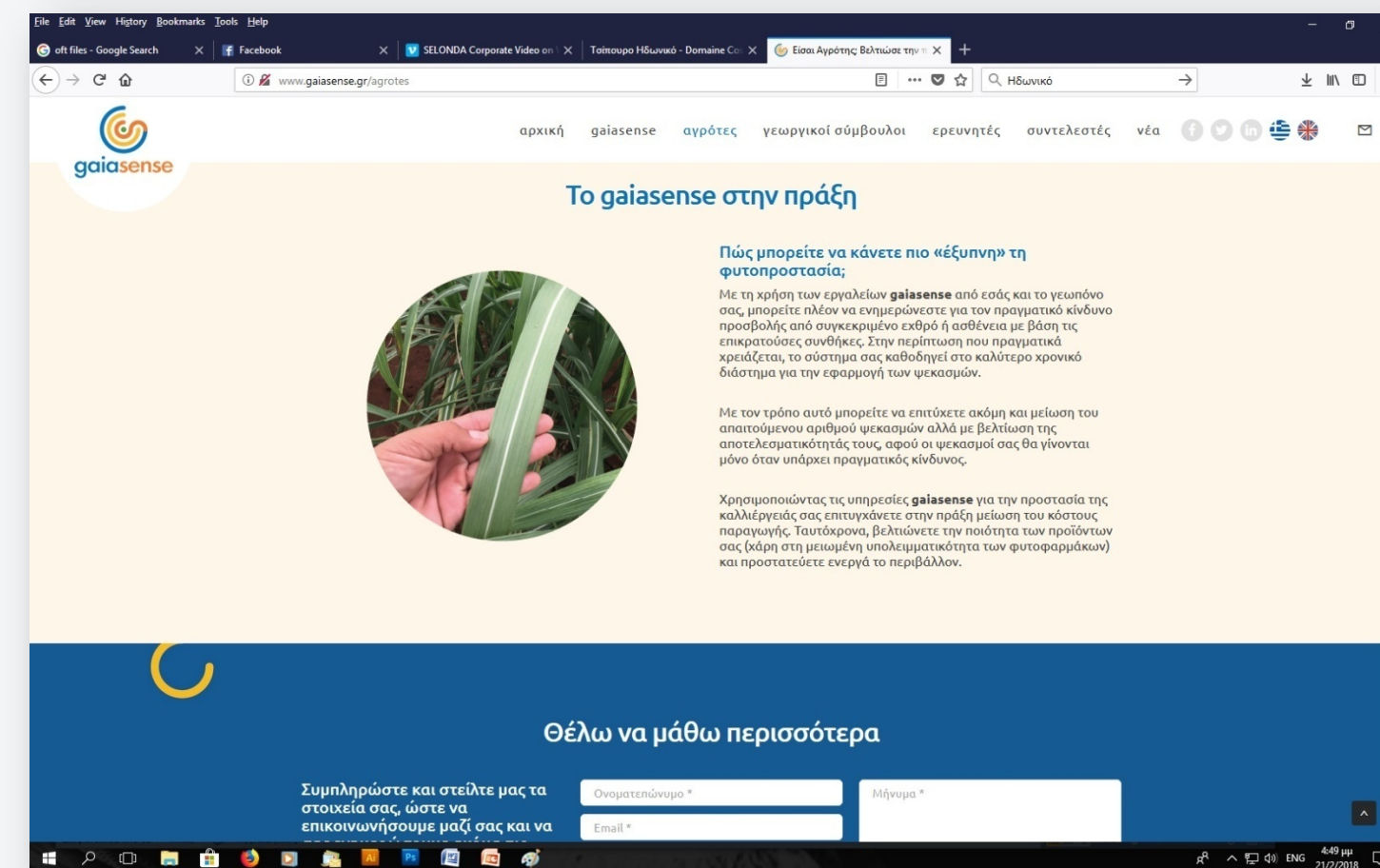
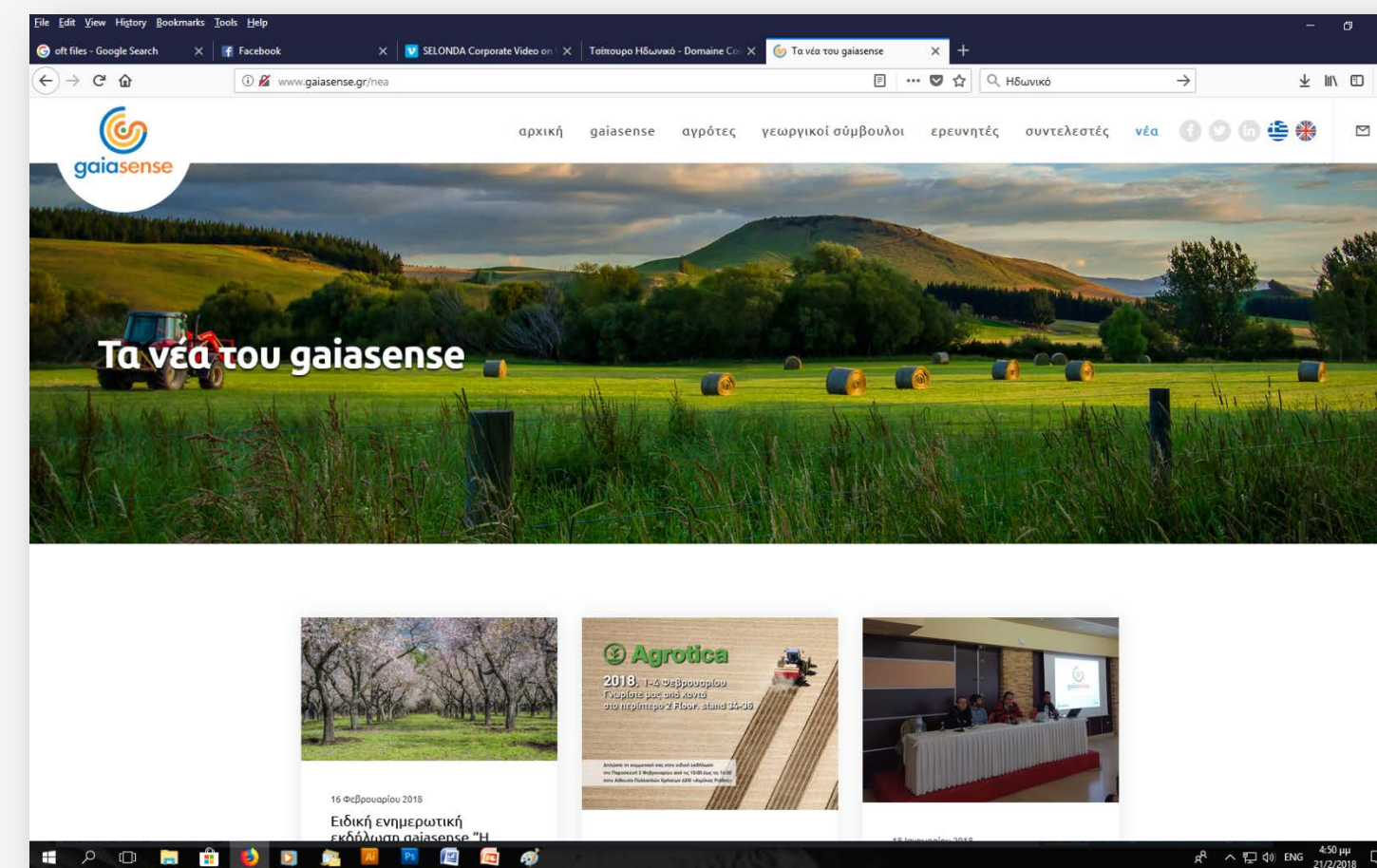
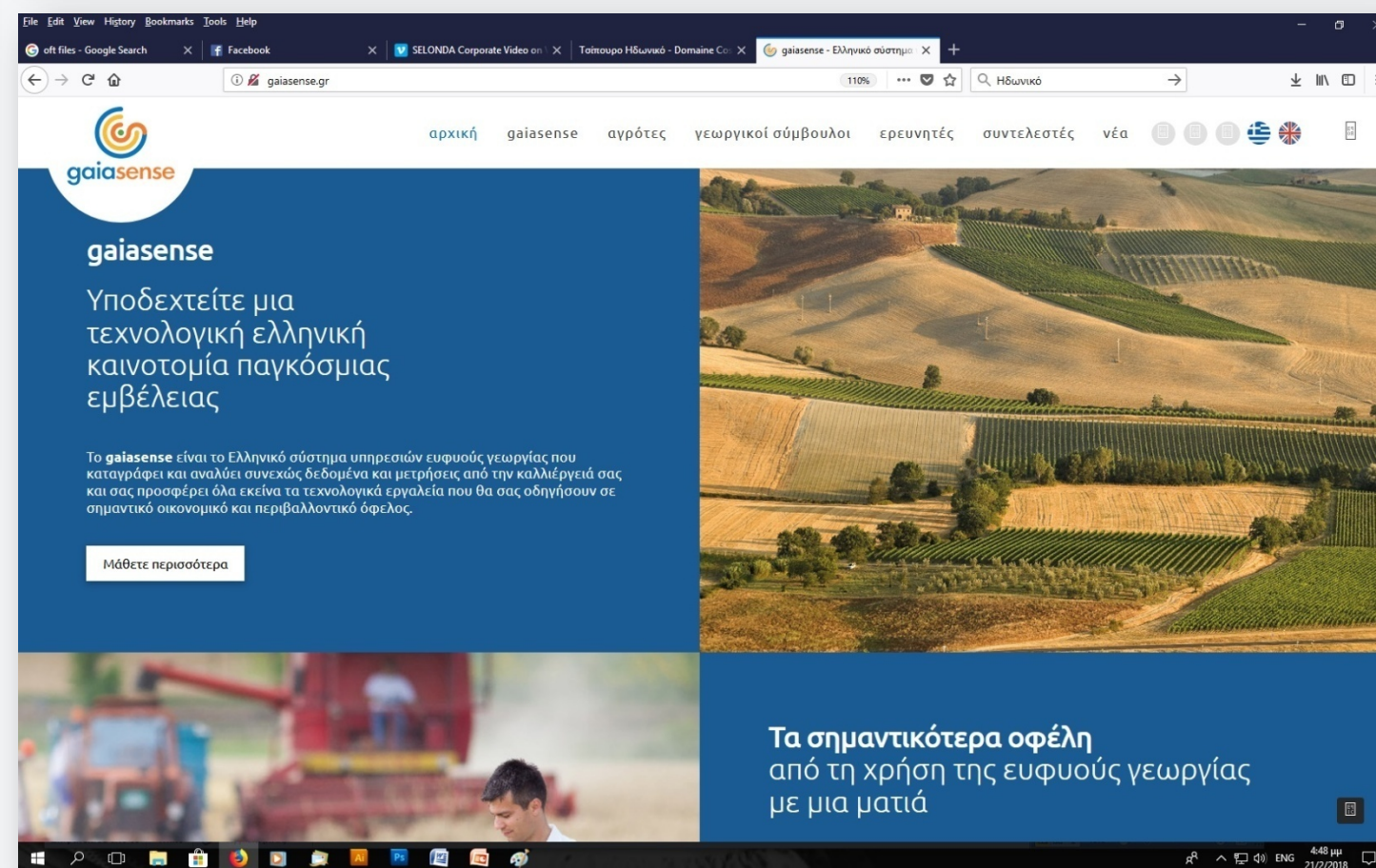
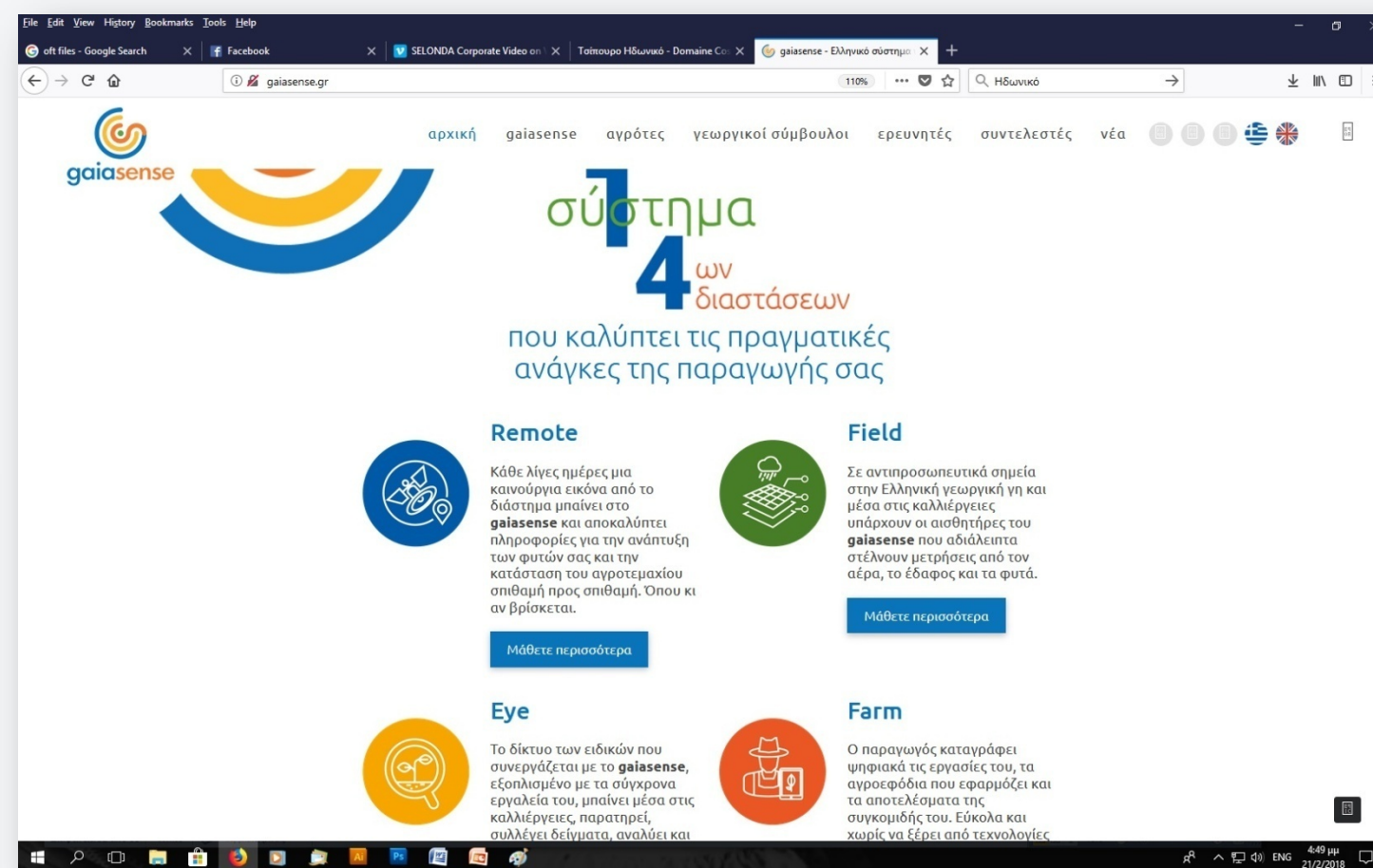
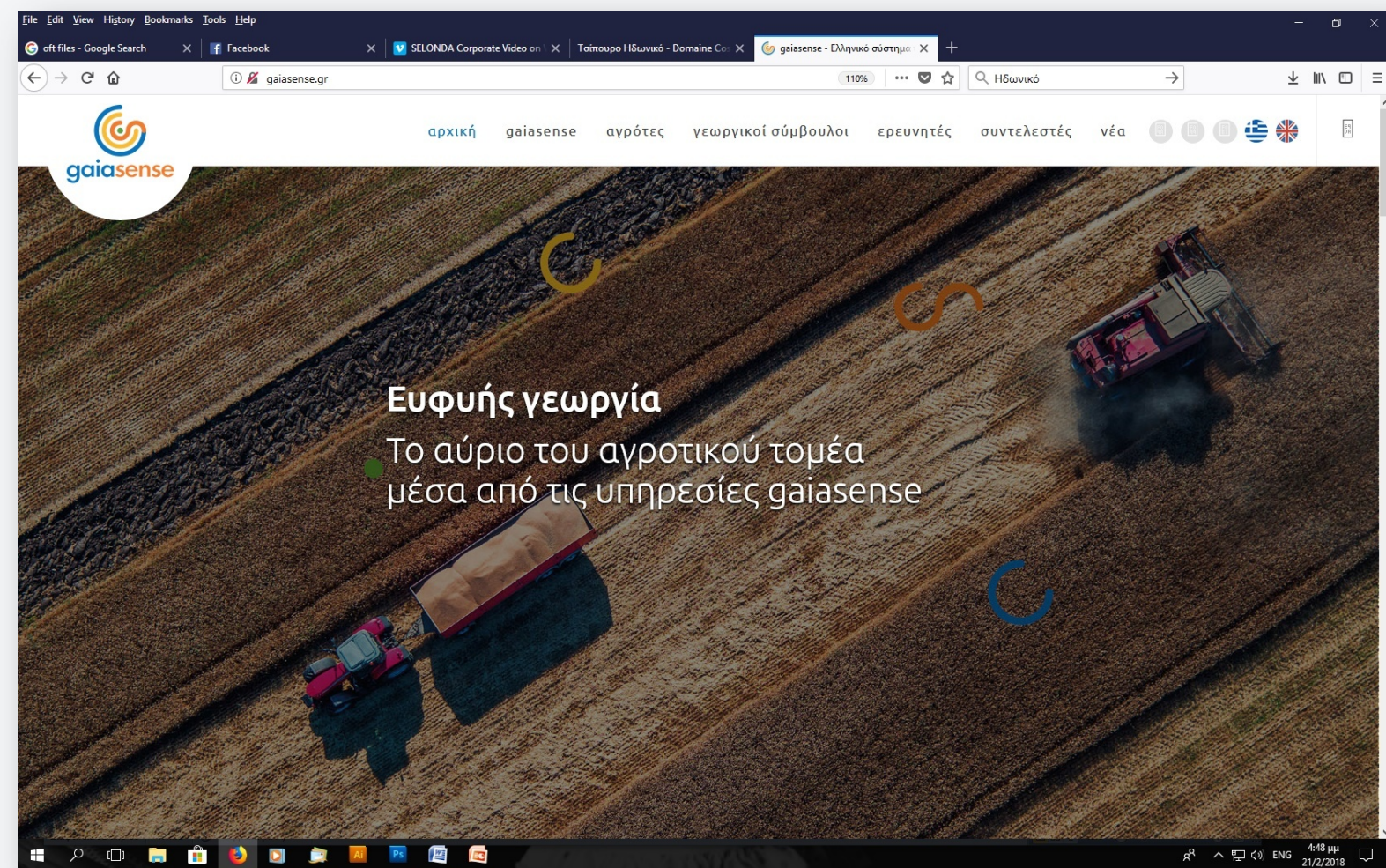
[VIDEO 2](#)

[VIDEO 3](#)

[VIDEO 4](#)

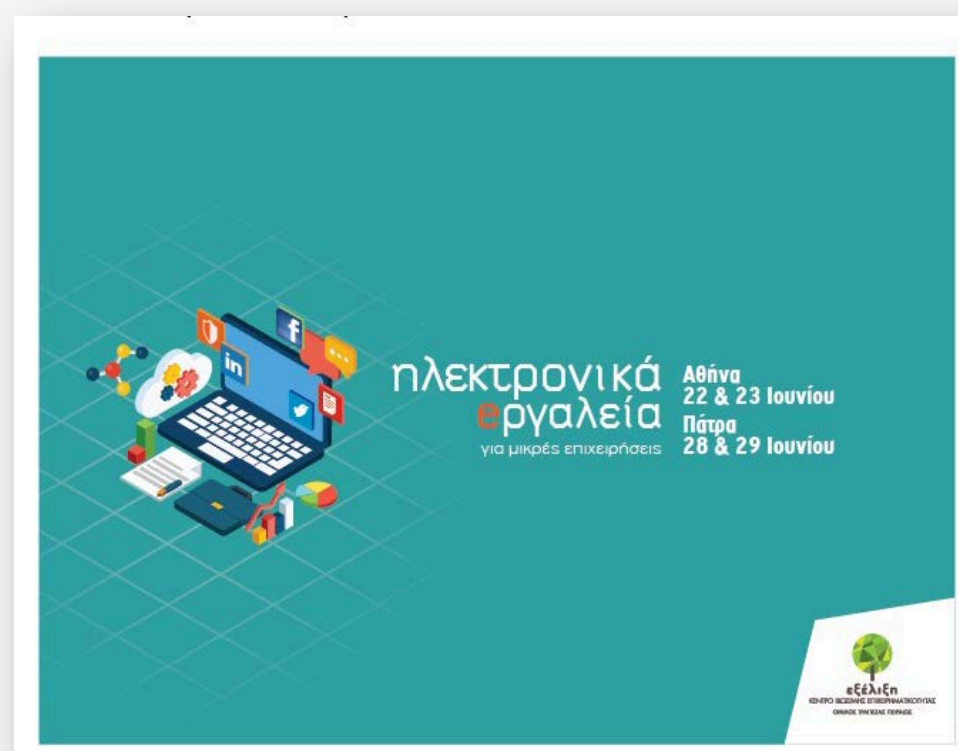


# Sprint on Neuropublic gaiasense internet site

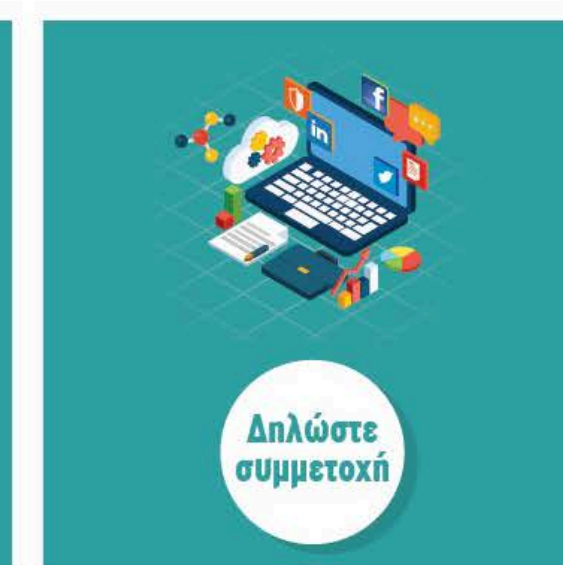
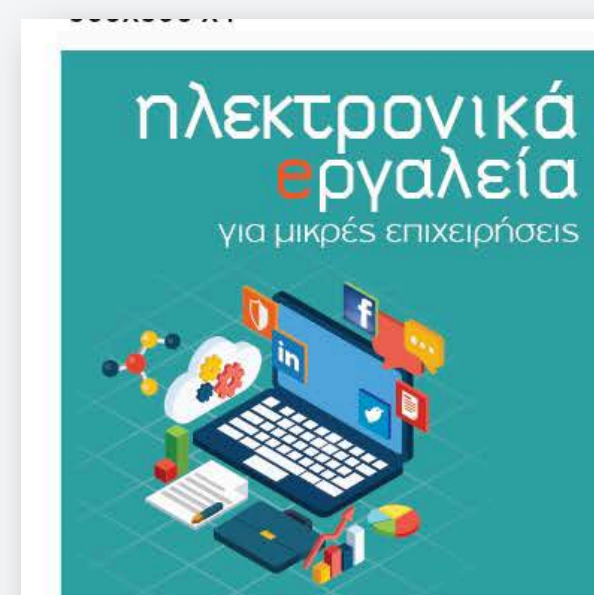
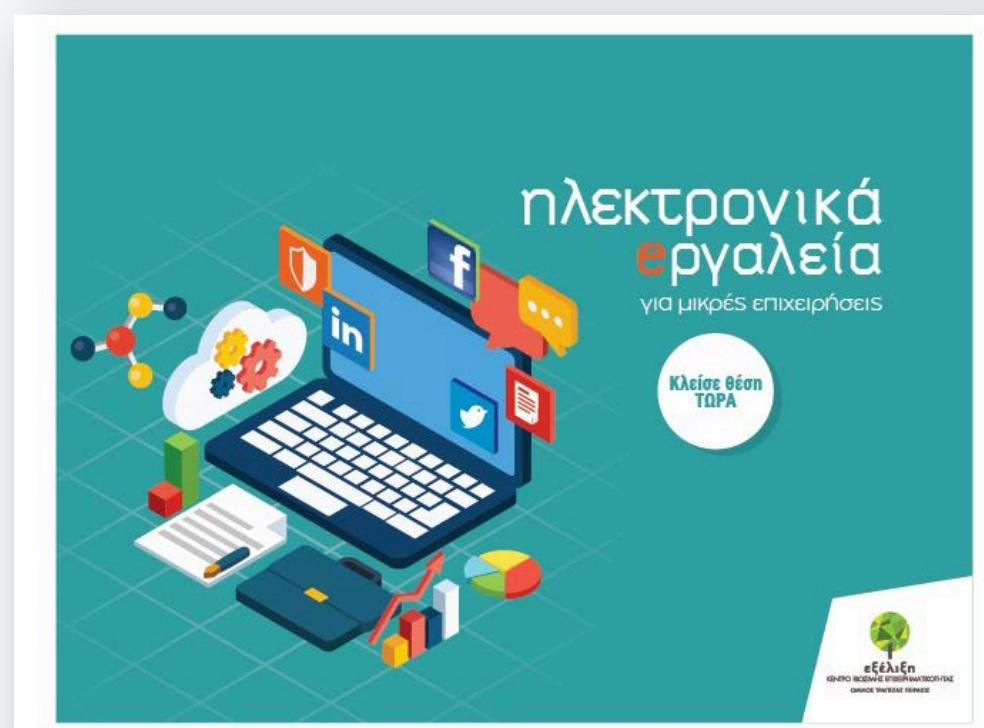




# Sprint on Excelixi

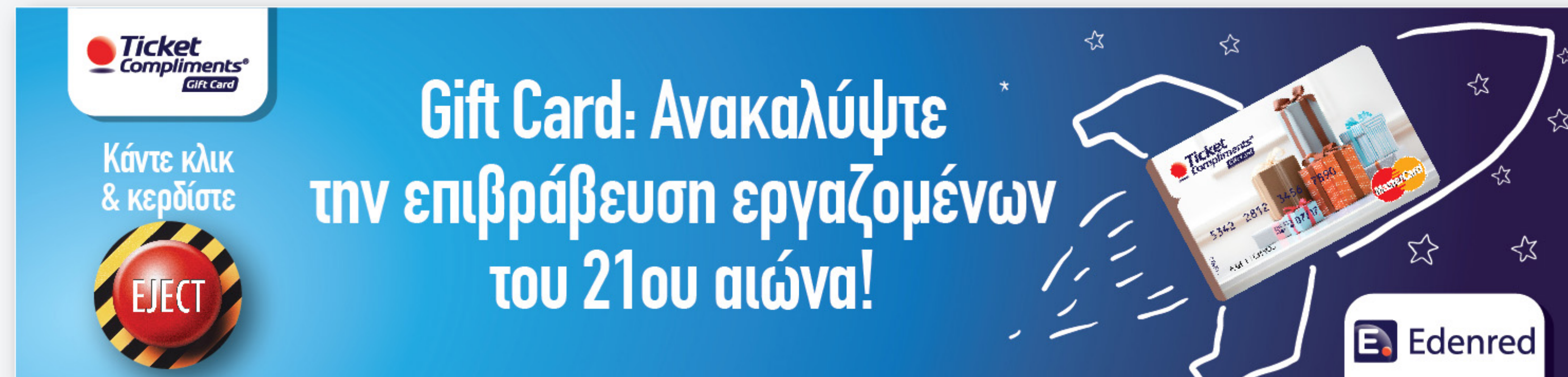


Digital campaign  
FB posts  
GDN banners





# Sprint on Edenred digital campaign



Digital campaign  
FB posts  
GDN banners

Επιβραβεύστε έξυπνα το προσωπικό σας, δώστε ώθηση στις προωθητικές σας ενέργειες και κερδίστε!

Συμπληρώστε παρακάτω τα στοιχεία σας και μπίετε στην κλήρωση για να κερδίσετε μία Ticket Compliments® Gift Card, αξίας €250!

Φόρμα συμμετοχής

Όνοματεπώνυμο\*

Τηλέφωνο επικοινωνίας\*

E-mail\*

Όνομα εταιρείας

Θέση στην εταιρεία

Αποδοκιμάζουμε τους άρτυρους συμμετοχής  
\*Το συμπληρωμένο πακέτο είναι υποχρεωτικό για τη συμμετοχή σας

Ο διαγωνισμός αρχίζει από τις XX/XX έως τις XX/XX/2016.





# Coca-Cola 3Ε

## Απολαύστε μαζί ένα ξεχωριστό δείπνο

Αγοράζοντας μία (1) συσκευασία **Coca-Cola 2x1lt\*** & δύο (2) συσκευασίες κοντών **ζυμαρικών MISKO** με την **plus** **κερδίζετε 30 πόντους** (όφελος 0,90€)



\*Στην ενέργεια συμμετέχουν οι συσκευασίες 2x1lt Coca-Cola Regular, Coca-Cola Zero, Coca-Cola Light και όλες οι συσκευασίες κοντών ζυμαρικών MISKO. Εξαιρούνται οι πολυσυσκευασίες MISKO. Η ενέργεια ισχύει από 02.03.2017 έως 15.03.2017

## Απολαύστε μαζί ένα ξεχωριστό δείπνο



Αγοράζοντας μία (1) συσκευασία **Coca-Cola 2x1lt\*** & δύο (2) συσκευασίες κοντών **ζυμαρικών MISKO** με την **plus**

\*Στην ενέργεια συμμετέχουν οι συσκευασίες 2x1lt Regular Coca-Cola, Coca-Cola Zero, Coca-Cola Light και όλες οι συσκευασίες κοντών ζυμαρικών MISKO. Εξαιρούνται οι πολυσυσκευασίες MISKO. Η ενέργεια ισχύει από 02.03.2017 έως 15.03.2017

**κερδίζετε 30 πόντους** **plus**  
(όφελος 0,90€)

**Δείτε περισσότερα**



\*Στην ενέργεια συμμετέχουν οι συσκευασίες 2x1lt Regular Coca-Cola, Coca-Cola Zero, Coca-Cola Light και όλες οι συσκευασίες κοντών ζυμαρικών MISKO. Εξαιρούνται οι πολυσυσκευασίες MISKO. Η ενέργεια ισχύει από 02.03.2017 έως 15.03.2017

Απολαύστε ένα ξεχωριστό δείπνο  
με Coca-Cola & κερδίστε!



10 τυχεροί  
κερδίζουν  
μία συλλεκτική  
κατσαρόλα  
Coca-Cola



ΝΕΑ ΣΥΣΚΕΥΑΣΙΑ  
**ΙΔΙΑ ΑΠΟΛΑΥΣΗ**  
ΔΙΑΛΕΞΕ ΤΗΝ ΑΓΑΠΗΜΕΝΗ ΣΟΥ



## ΑΠΟΛΑΥΣΤΕ ΜΑΖΙ ΕΝΑ ΞΕΧΩΡΙΣΤΟ ΔΕΙΠΝΟ



Ετοιμάστε ένα υπέροχο δείπνο με ένα λαχταριστό πιάτο με ζυμαρικά MISKO, που συνοδεύεται από απολαυστική, παγωμένη Coca-Cola!

**ΔΕΙΤΕ ΤΗ ΣΥΝΤΑΓΗ**

**ΔΕΙΤΕ ΤΗΝ ΠΡΟΣΦΟΡΑ**



# Coca-Cola 3E



Design & implementation  
Internet site / Landing pages  
Online competition for 4 different supermarkets





# Sprint on Interamerican



**Σπίτι:**  
Ίσως το πολυτιμότερο  
υλικό αγαθό μας!

TVC  
Concept & Design & Production

[VIDEO](#)



# Sprint on Nireus S.A.

TVC  
Production

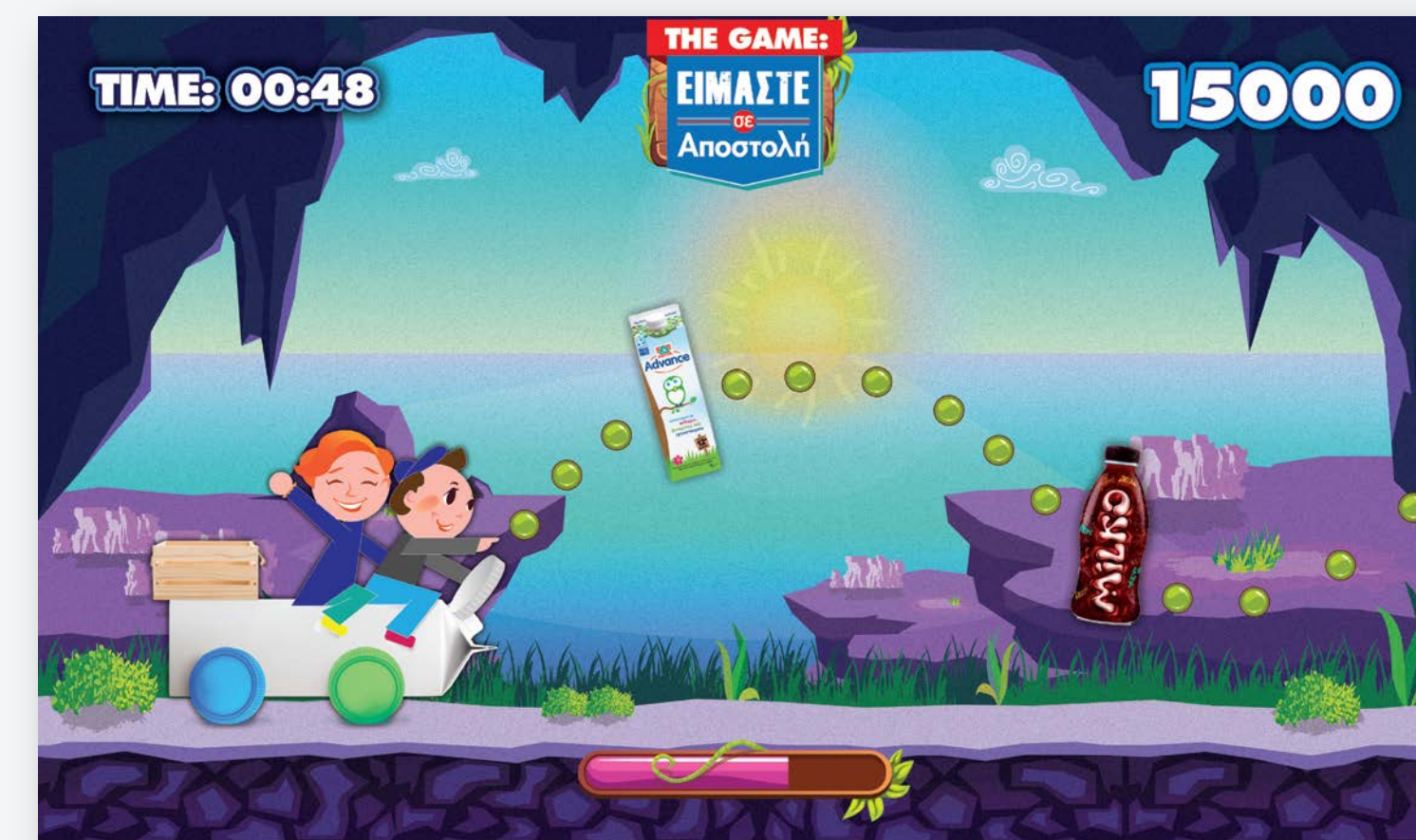
Υπάρχει ένας τόπος  
με απaráμιλητη φυσική ομορφιά



# Delta digital game



Mobile app





# Sprint on SCA digital game



Internet app





# CORPORATE EVENTS & ACTIVATIONS



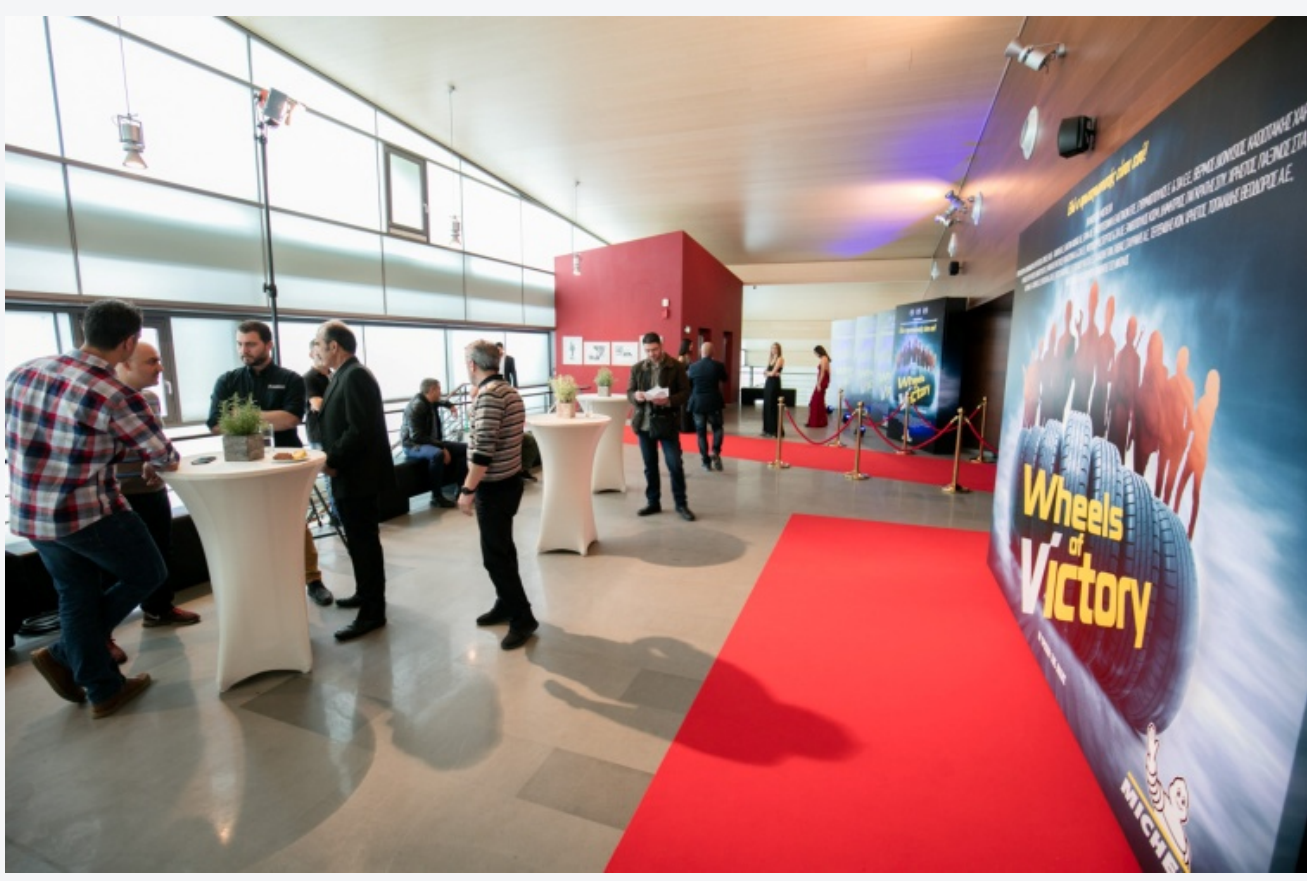
# Sprint on Interamerican / Annual corporate events



Identity  
Motto  
Awareness campaign  
Event design  
Implementation  
Production



# Sprint on Michelin / Corporate events



Identity  
Motto  
Awareness campaign  
Event design  
Implementation  
Production



# Sprint on Michelin / Corporate events



Identity  
Motto  
Awareness campaign  
Event design  
Implementation  
Production





# Sprint on Elais Unilever Hellas / Skip



Skipoupoli – “Greece is playing” was a consumer activation , promoting the international concept of Skip, "Dirty is good»

Two huge playgrounds for children and their parents were created in Athens with 14.000 participants within 3 days, and in Alexandroupolis with 5.500 participants in 2 days.

Sprint was in charge for every aspect of the program.



# Sprint on Elais Unilever Hellas / Skip



Activation  
Strategy – Creative –  
Implementation

Event Marketing  
Advertising  
Promos  
PR





# Sprint on Ministry of Development



## **The issue:**

To inform the public about renewable energy sources and minimize negative reactions towards Renewable Sources of Energy

## **The idea:**

Organize a variety of activities for possible investors and the general public of all ages, to inform them and familiarize with RSoE and the benefits for environment, society and economy.

## **The program:**

We organized a press conference, a number of energy Fora with local public authorities and an interactive activation /Road-show all around Greece.

We visited 25 cities and 4 islands in 32 days, where in main squares, we operated an official info-desk, while a number of interactive educational games for all ages were taking place.

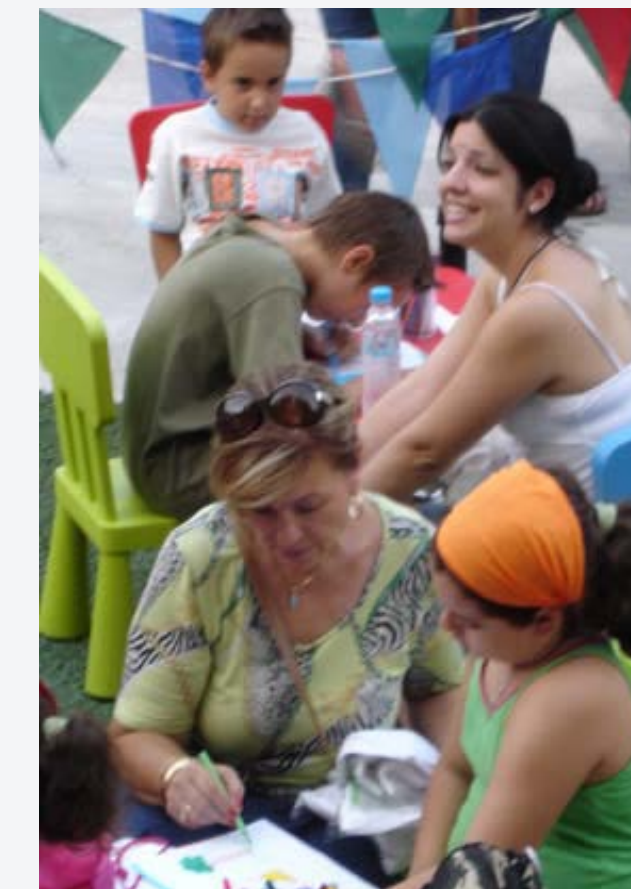
The same establishment was moved in Thessaloniki International Fair.

## **The result:**

Whereas at that time the public was very negative, and organized local demonstrations, and took the matter to supreme court, we managed to attract almost 40.000 people, with no reactions at all in the cities during our visit while the office resolved a lot of misunderstandings.



# Sprint on Ministry of Development



Advertising  
Digital  
Event Marketing  
Publicity  
Strategy – Creative -  
Implementation





# Sprint on Samsung



Activation  
Event Marketing  
Advertising  
Promos  
PR  
Implementation



# Sprint on Samsung



Advertising  
Digital  
Event Marketing  
Publicity  
Strategy – Creative -  
Implementation





# Sprint on Samsung



Consumer activation /  
promotion to  
support the  
sponsorship of a new  
Greek film during  
its premiere



# Sprint on Coca-Cola 3E Cooking event



Activation  
Strategy – Creative –  
Implementation

Event Marketing  
Advertising  
Promos  
PR





# Sprint on Coca-Cola 3E Cooking event





TASTE THE FEELING



**ΚΕΡΔΙΣΕ**  
ΚΑΘΕ ΜΕΡΑ  
**500€**  
ΓΙΑ ΤΑ ΨΩΝΙΑ ΤΟΥ ΜΗΝΑ



**ΒΡΕΣ ΤΟΝ ΚΩΔΙΚΟ**  
**ΣΤΙΣ ΣΥΣΚΕΥΑΣΙΕΣ ΚΑΙ**  
**ΜΠΕΣ ΣΤΗΝ ΚΛΗΡΩΣΗ ΣΤΟ**  
**coca-cola.gr/food**

**Απολαύστε**  
**μοναδικές γεύσεις**  
**στο πασχαλινό τραπέζι**

Σας περιμένουμε στο πιο απολαυστικό  
Cooking Event, παρέα με τον  
**Άκη Πετρετζίκη**, ο οποίος θα  
δημιουργήσει 4 υπέροχες πασχαλινές  
συνταγές για το τραπέζι σας!

**Παρασκευή 23 Μαρτίου**  
**17:00 – 21:00**



Activation  
Strategy – Creative –  
Implementation

Event Marketing  
Advertising  
Promos  
PR



TASTE THE FEELING



**ΚΕΡΔΙΣΕ**  
ΚΑΘΕ ΜΕΡΑ  
**500€**  
ΓΙΑ ΤΑ ΨΩΝΙΑ ΤΟΥ ΜΗΝΑ



**ΒΡΕΣ ΤΟΝ ΚΩΔΙΚΟ**  
**ΣΤΙΣ ΣΥΣΚΕΥΑΣΙΕΣ ΚΑΙ**  
**ΜΠΕΣ ΣΤΗΝ ΚΛΗΡΩΣΗ ΣΤΟ**  
**coca-cola.gr/food**





# Sprint on Coca-Cola 3E Cutty Sark promo



Activation  
Strategy – Creative –  
Implementation

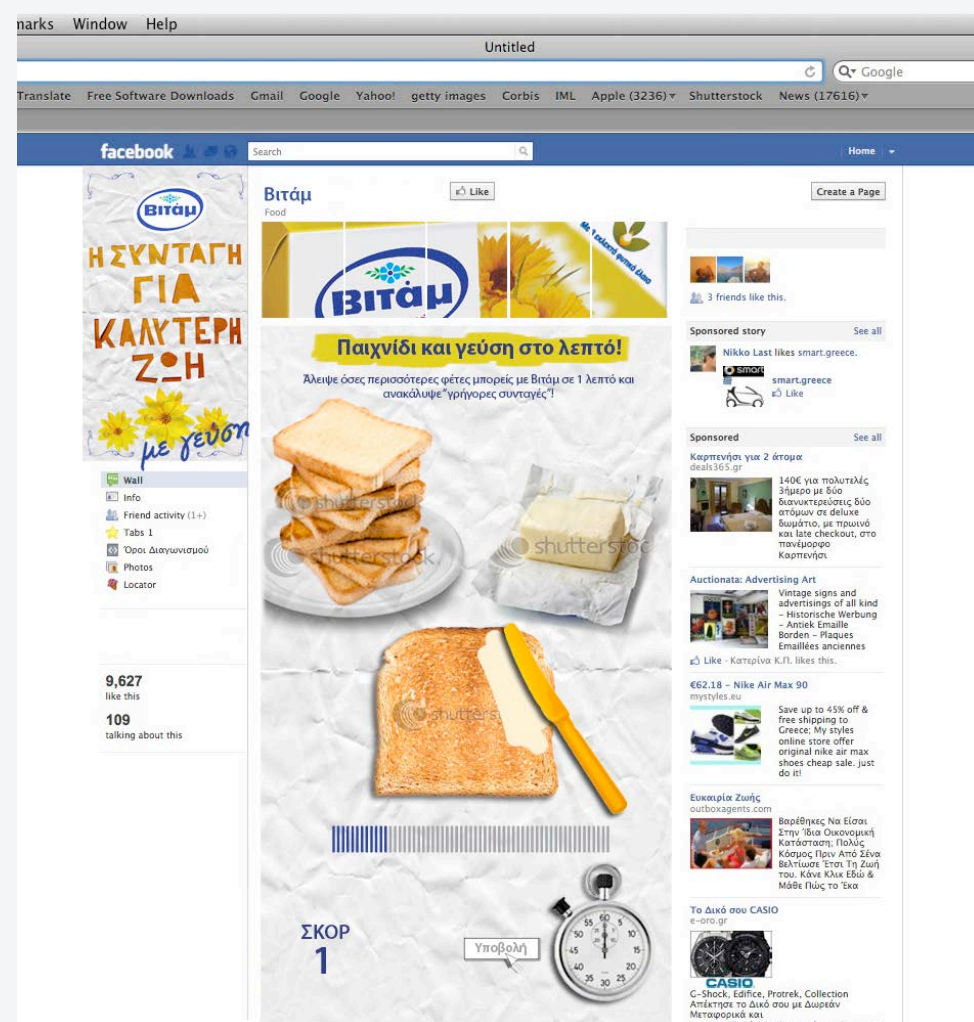
Event Marketing  
Advertising  
Promos  
PR





# Sprint on Elais Unilever Hellas Vitam / A year of creation with kids

Strategy  
Branding  
Consumer Activation  
Advertising  
Native Advertising





# Sprint on Elais Unilever Hellas

## Ben & Jerry's

DAY OF  
**PEACE**

**BEN & JERRY'S**

ΑΓΟΡΑΣΤΕ ΤΑ ΑΓΑΠΗΜΕΝΑ ΣΑΣ BEN & JERRY'S  
**25% ΦΘΗΝΟΤΕΡΑ** ΜΕ ΤΗΝ **plus**

ΚΑΙ ΜΠΕΙΤΕ ΣΤΗΝ ΚΑΗΡΩΗ ΓΙΑ ΝΑ  
ΚΕΡΔΙΣΤΕ ΜΟΥΣΙΚΑ 200 CD  
ΜΕ ΤΡΑΓΟΥΔΙΑ ΓΙΑ  
ΤΗΝ ΕΙΡΗΝΗ

Η ΠΡΟΣΦΟΡΑ ΠΛΥΝΕΙ ΑΠΟ 10/5 ΕΩΣ 26/5

**Βασιλόπουλος**  
...και του σουλού του γάλα!

ΑΓΟΡΑΣΤΕ ΤΑ ΑΓΑΠΗΜΕΝΑ ΣΑΣ BEN & JERRY'S  
**25% ΦΘΗΝΟΤΕΡΑ** ΜΕ ΤΗΝ **plus**

ΚΑΙ ΜΠΕΙΤΕ ΣΤΗΝ ΚΑΗΡΩΗ ΓΙΑ ΝΑ  
ΚΕΡΔΙΣΤΕ ΜΟΥΣΙΚΑ 200 CD  
ΜΕ ΤΡΑΓΟΥΔΙΑ ΓΙΑ  
ΤΗΝ ΕΙΡΗΝΗ

Η ΠΡΟΣΦΟΡΑ ΠΛΥΝΕΙ ΑΠΟ 10/5 ΕΩΣ 26/5

**Βασιλόπουλος**  
...και του σουλού του γάλα!

**ΒΟΥΤΙΑ**  
ΚΑΛΟΚΑΙΡΙΝΗΣ  
ΑΠΟΛΑΥΣΗΣ

Διάλεξε  
το λαχταριστό  
**One Love**  
**BEN & JERRY'S**  
και κέρδισε  
**15 πόντους**  
στην **plus**

Γράψε στο board μας  
ή πόσους στη σελίδα μας στο FB  
αυτό που αγαπάς πιο πολύ στο Καλοκαίρι  
και μπερδύς στην κλήρωση για  
1 ταξίδι στην Αμαργή!

**Βασιλόπουλος**  
...και του σουλού του γάλα!

Διάλεξε  
το λαχταριστό  
**One Love**  
**BEN & JERRY'S**  
και κέρδισε  
**15 πόντους**  
στην **plus**

Γράψε στο board μας  
ή πόσους στη σελίδα μας στο FB  
αυτό που αγαπάς πιο πολύ στο Καλοκαίρι  
και μπερδύς στην κλήρωση για  
1 ταξίδι στην Αμαργή!

**Βασιλόπουλος**  
...και του σουλού του γάλα!

ΚΑΙ Ο  
ΧΕΙΜΩΝΑΣ  
ΘΕΛΕΙ  
ΤΟ  
ΠΑΓΩΤΟ  
ΤΟΥ!!!

**ΑΝΟ  
ΟΤΙΚ**

Αγοράστε τις  
πιο cool  
γεύσεις Ben & Jerry's  
**με έκπτωση  
25%,**  
και βγάλτε γλώσσα στο  
Χειμώνα

Πιάστε το  
"Ice Cream Invaders"  
επιτόπου ή στα σελίδα μας  
στο FB, και κερδίστε  
δώρα και κουπόνια  
για την επόμενη αγορά σας!

**ΣΚΛΑΒΕΝΙΤΗΣ**

Αγοράστε τις  
πιο cool  
γεύσεις Ben & Jerry's  
**με έκπτωση  
25%,**  
και βγάλτε γλώσσα στο  
Χειμώνα

Πιάστε το  
"Ice Cream Invaders"  
επιτόπου ή στα σελίδα μας  
στο FB, και κερδίστε  
δώρα και κουπόνια  
για την επόμενη αγορά σας!

**ΣΚΛΑΒΕΝΙΤΗΣ**

**BACK  
TO COOL**

ΑΓΟΡΑΣΕ ΕΝΑ  
**BEN & JERRY'S**  
ΚΑΙ ΠΑΡΕ ΑΛΛΟ  
**1**  
ΣΤΗ ΜΙΣΗ ΤΙΜΗ

Πόσους βινετάκι με την  
πιο cool φάση σου  
στο Ben & Jerry's FB στέλνοντας  
με μήνυμα  
τον κωδικό που θα πάρεις από τα ταμεία  
και μπερδύς στην κλήρωση  
για ένα ταξίδι  
στην Αλάσκα!

**ΧΑΛΚΙΔΟΣ**

ΑΓΟΡΑΣΕ ΕΝΑ  
**BEN & JERRY'S**  
ΚΑΙ ΠΑΡΕ ΑΛΛΟ  
**1**  
ΣΤΗ ΜΙΣΗ ΤΙΜΗ

Πόσους βινετάκι με την  
πιο cool φάση σου  
στο Ben & Jerry's FB στέλνοντας  
με μήνυμα  
τον κωδικό που θα πάρεις από τα ταμεία  
και μπερδύς στην κλήρωση  
για ένα ταξίδι  
στην Αλάσκα!

**ΧΑΛΚΙΔΟΣ**

**ΟΙ  
SUMMERISTAS  
ΕΙΝΑΙ ΕΔΩ**

ΤΟ ΠΙΟ ΑΠΟΛΑΥΣΤΙΚΟ ΚΙΝΗΜΑ ΦΕΡΝΕΙ  
ΤΟ ΚΑΛΟΚΑΙΡΙ ΠΙΟ ΚΟΝΤΑ!

Αγοράστε τα αγαπημένα σας Ben & Jerry's  
**με έκπτωση 25%,**  
**κερδίστε**  
**15 πόντους** στην **plus**  
και μπερδύς από νωρίς σε summer mood...

Μπειτε στο  
benandjerry's/summeristas.gr  
γρήγοτε το σύνθημα σας  
και διακελύστε  
μοναδικά δώρα

Δώστε  
καλοκαίρι  
στο λαό!

Παγωτά  
μαγειρά,  
πα-ρα-λίσ

Από Μάρτιν  
Καλοκαίρι

**Βασιλόπουλος**  
...και του σουλού του γάλα!

Αγοράστε τα αγαπημένα σας Ben & Jerry's  
**με έκπτωση 25%,**  
**κερδίστε**  
**15 πόντους** στην **plus**  
και μπερδύς από νωρίς σε summer mood...

Μπειτε στο  
benandjerry's/summeristas.gr  
γρήγοτε το σύνθημα σας  
και διακελύστε  
μοναδικά δώρα

Δώστε  
καλοκαίρι  
στο λαό!

Παγωτά  
μαγειρά,  
πα-ρα-λίσ

Από Μάρτιν  
Καλοκαίρι

**Βασιλόπουλος**  
...και του σουλού του γάλα!

**ΓΕΥΣΗ ΠΟΥ  
ΣΕ ΣΤΕΛΝΕΙ...  
ΟΛΛΑΝΔΙΑ**

ΑΓΟΡΑΣΤΕ ΤΗΝ  
ΑΓΑΠΗΜΕΝΗ ΣΑΣ ΓΕΥΣΗ  
ΜΕ ΕΚΠΤΩΣΗ  
**-25%**  
ΠΑΡΤΕ ΤΟΝ ΜΟΝΑΔΙΚΟ ΚΩΔΙΚΟ ΑΠΟ ΤΑ ΤΑΜΕΙΑ  
ΚΑΙ ΜΠΕΙΤΕ ΣΤΗΝ ΚΑΗΡΩΗ ΓΙΑ  
ΕΝΑ ΤΑΞΙΔΙ ΣΤΗΝ ΦΑΡΜΑ ΜΑΣ ΣΤΗΝ ΟΛΛΑΝΔΙΑ  
ΓΙΑ ΝΑ ΓΝΩΡΙΣΕΤΕ ΑΠΟ ΚΟΝΤΑ  
ΤΙΣ ΚΑΛΕΣ ΜΑΣ ΑΓΕΛΑΔΕΣ!

Sanne & Femke  
Lotte  
Helga  
Emma

**ΧΑΛΚΙΔΟΣ**

ΑΓΟΡΑΣΤΕ ΤΗΝ  
ΑΓΑΠΗΜΕΝΗ ΣΑΣ ΓΕΥΣΗ  
ΜΕ ΕΚΠΤΩΣΗ  
**-25%**  
ΠΑΡΤΕ ΤΟΝ ΜΟΝΑΔΙΚΟ ΚΩΔΙΚΟ ΑΠΟ ΤΑ ΤΑΜΕΙΑ  
ΚΑΙ ΜΠΕΙΤΕ ΣΤΗΝ ΚΑΗΡΩΗ ΓΙΑ  
ΕΝΑ ΤΑΞΙΔΙ ΣΤΗΝ ΦΑΡΜΑ ΜΑΣ ΣΤΗΝ ΟΛΛΑΝΔΙΑ  
ΓΙΑ ΝΑ ΓΝΩΡΙΣΕΤΕ ΑΠΟ ΚΟΝΤΑ  
ΤΙΣ ΚΑΛΕΣ ΜΑΣ ΑΓΕΛΑΔΕΣ!

Sanne & Femke  
Lotte  
Helga  
Emma

**ΧΑΛΚΙΔΟΣ**

**IT'S ALL  
GREEK  
TO YOU!**

**BEN & JERRY'S**

GREEK SUMMER GETS EVEN BETTER  
WITH THE BEST ICE CREAM

**25%  
DISCOUNT  
ON YOUR FAVORITE  
BEN & JERRY'S!**

**ΧΑΛΚΙΔΟΣ**

GREEK SUMMER GETS EVEN BETTER  
WITH THE BEST ICE CREAM

**25%  
DISCOUNT  
ON YOUR FAVORITE  
BEN & JERRY'S!**

**ΧΑΛΚΙΔΟΣ**

**DAY OF  
PEACE**

ΑΓΟΡΑΣΤΕ ΤΙΣ ΑΓΑΠΗΜΕΝΕΣ ΣΑΣ ΓΕΥΣΕΙΣ ΜΕ  
**25% ΕΚΠΤΩΣΗ** ΜΕ ΤΗΝ **plus**

ΒΕΙΤΕ ΤΟ ΒΑΝΑΚΙ ΣΤΑ ΚΑΤΑΣΤΗΜΑΤΑ ΜΑΣ,  
ΑΠΟΛΑΥΣΤΕ ΔΩΡΕΑΝ ΠΑΓΩΤΟ & ΓΡΑΨΤΕ  
ΤΟ ΔΙΚΟ ΣΑΣ ΜΗΝΥΜΑ ΓΙΑ ΤΗΝ ΕΙΡΗΝΗ

ΓΙΑ ΚΑΘΕ ΜΗΝΥΜΑ ΠΡΟΣΦΕΡΟΥΜΕ ΜΑΖΙ 1C  
ΣΤΗ ΜΚΟ ΠΡΑΞΙΣ, ΓΙΑ ΤΗΝ ΠΡΟΣΘΕΣΗ ΤΩΝ  
ΑΝΘΡΩΠΙΝΩΝ ΔΙΚΑΙΩΜΑΤΩΝ

**Βασιλόπουλος**  
...και του σουλού του γάλα!

ΑΓΟΡΑΣΤΕ ΤΙΣ ΑΓΑΠΗΜΕΝΕΣ ΣΑΣ ΓΕΥΣΕΙΣ ΜΕ  
**25% ΕΚΠΤΩΣΗ** ΜΕ ΤΗΝ **plus**

ΒΕΙΤΕ ΤΟ ΒΑΝΑΚΙ ΣΤΑ ΚΑΤΑΣΤΗΜΑΤΑ ΜΑΣ,  
ΑΠΟΛΑΥΣΤΕ ΔΩΡΕΑΝ ΠΑΓΩΤΟ & ΓΡΑΨΤΕ  
ΤΟ ΔΙΚΟ ΣΑΣ ΜΗΝΥΜΑ ΓΙΑ ΤΗΝ ΕΙΡΗΝΗ

ΓΙΑ ΚΑΘΕ ΜΗΝΥΜΑ ΠΡΟΣΦΕΡΟΥΜΕ ΜΑΖΙ 1C  
ΣΤΗ ΜΚΟ ΠΡΑΞΙΣ, ΓΙΑ ΤΗΝ ΠΡΟΣΘΕΣΗ ΤΩΝ  
ΑΝΘΡΩΠΙΝΩΝ ΔΙΚΑΙΩΜΑΤΩΝ

**Βασιλόπουλος**  
...και του σουλού του γάλα!

Consumer Activation  
Advertising  
Native Advertising



Οι νέες δράσεις του ΕΠΑΝΕΚ (ΕΣΠΑ 2014-2020):			
«Ενίσχυση Τουριστικών ΜΜΕ για τον εκσυγχρονισμό τους και την ποιοτική αναβάθμιση των παρεχομένων υπηρεσιών»	«Αναβάθμιση πολύ μικρών & μικρών επιχειρήσεων για την ανάπτυξη των ικανοτήτων τους στις νέες αγορές»	«Νεοφυείς Επιχειρηματικότητες»	«Ενίσχυση της αυτοαπασχόλησης πτυχιούχων τριτοβάθμιας εκπαίδευσης»

Μάθε περισσότερα:

ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΔΗΜΟΚΡΑΤΙΑ  
ΥΠΟΥΡΓΕΙΟ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑΣ,  
ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ & ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ  
ΓΕΝΙΚΗ ΔΙΕΥΘΥΝΣΗ ΣΥΝΤΑΚΤΙΚΗΣ ΚΑΙ  
ΕΚΔΟΣΕΩΝ  
Τμήμα Εκδόσεων  
Τηλ: 210 3442400  
Ε-mail: [info@espa.gov.gr](mailto:info@espa.gov.gr)

ΕΣΠΑ  
2014-2020  
ανάπτυξη - εργασία - αλληλεγγύη

Με τη συγχρηματοδότηση της Ελλάδας και της Ευρωπαϊκής Ένωσης

**Δράσεις ΕΤΠΑ Υποψήφιοι Δικαιούχοι:**

**ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΙΑΚΟ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ**  
**ΣΤΙΚΟΤΗΤΑ • ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ • ΚΑΙΝΟΤΟΜΙΑ**  
**2014-2020**

Αθήνα, 25 Ιουνίου 2015



# Sprint on Ministry of Development



Press Conference / Local Events for the presentation of the new NSRF 2014-2020



# Sprint on Coca-Cola Hellas

## Olympic Games - Athens 2004 – up to 2008



### Olive Tree, the Tree of Athens

#### The issue:

To create a legacy of Coca Cola for the Olympic Games of Athens, in Athens.

#### The Idea:

Create a symbol connected with Greece, Olympic spirit and Athens, and offer it to the city of Athens, as a legacy. So the Olive Tree , the Tree o Athens was born.

#### The Program:

This tree was a real size bronze sculpture, which was co- created by the visitors of the Olympic park. The public was invited in 17 days to sign on an electronic writing pad, and this signature was engraved automatically on a leaf , which he/she placed on the tree. The Tree actually bears 5.000 names, of athletes, Olympic winners, celebrities, famous and simple people.

The tree was donated in 2004, through he Mayor of Athens to Athens, to become a permanent exhibit in a public art space. For all participants one real tree was dedicated to the city to be planted in all 7 districts of the city, so as to make Athens “greener”. One symbolic tree planting took place in the ancient area of Filoppapos Hill, in 2005, with the participation of the city Mayor, schools and environmental NGOs. Copies of it was sent to Atlanta, the central offices of Coca Cola, the local offices.

Finally, in 2008 one replica of the olive tree of Athens was asked by the chairman of Coca Cola International to be offered as a gift to the Mayor of Peking, in the company’s sign off its Olympic sponsorship up to 2020, on the Great Wall of China . The program received a huge publicity in and out of Greece, and has been commended by the chairman of Coca Cola International as the most successful sponsorship activity ever.



# Sprint on Coca-Cola Hellas

## Olympic Games - Athens 2004 – up to 2008

Idea  
Advertising  
Event Marketing  
Consumer Activation  
CSR  
PR  
Publication  
Printed material

“Social Responsibility  
Excellence Award”

“Ermis Gold”





# Sprint on Takeda Running Together



## The issue:

Takeda wanted to enhance its social responsibility initiatives with actions that will aim to the greater good

## The Program:

During this period, there have been increased needs in Greek society and particularly in the border regions of our country, for medical supplies.

The idea was to create and organize a Charity race under the name "Sin Trexoume gia ti Zoi / Running together for life", where volunteers would run and Takeda along with KEDE, would contribute financially and by providing medical supplies, in order to cover the needs of the residents living in the border regions, whom above all had to face the refugee issue as well.

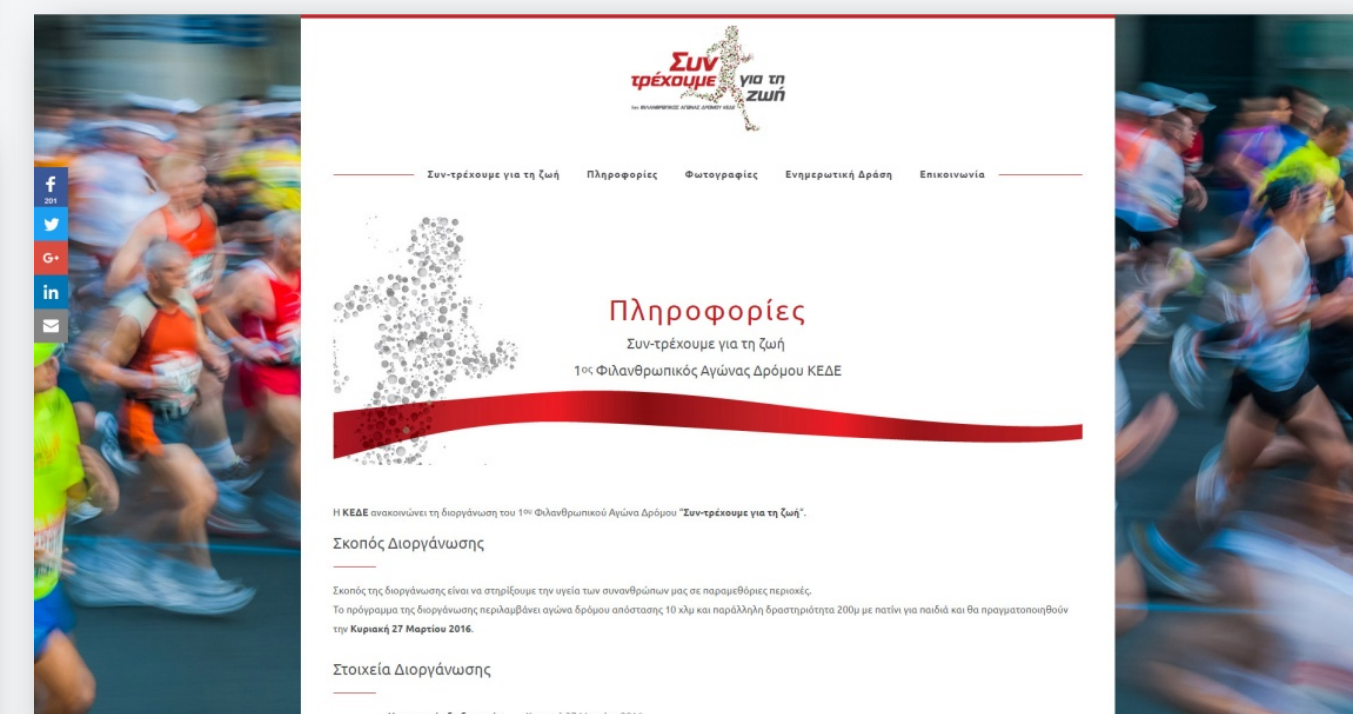
The initiative was awarded with the "BRONZE prize" in the Corporate Social Responsibility category.



# Sprint on Takeda Running Together

Design  
Creation  
Content Development  
POP  
Banners  
Print ad  
Internet site  
Press Release

Healthcare Awards  
“Bronze”





# BRAND COMMUNICATIONS



# Sprint on Elais Unilever Hellas / 360° campaign knorr



## Simple, everyday cuisine with inspiration

### The issue:

During the crisis and the shrinkage of the disposable income, to stop the Knorr range's loss of market share.

### The Idea:

To capitalize on the insight that Greek people turned back to basics in cooking and the trend towards "cuccina povera".

We created a 360 campaign, with the theme :  
"Simple everyday cuisine with inspiration".

- We created a series of TV spots with famous Greek chefs, who were preparing the 2 most popular everyday dishes, with the twist of using creatively our products.
- Though a special app in Facebook, we were inviting people to share with us their everyday Greek recipes with the use of Knorr
- We set up the brand's YouTube channel and promoted it, with impressive results
- We created native advertising in portals and our content on and off line
- We run a national and tailor made programs in store, with consumer activations

### The result:

The brand managed to reverse the situation, and not only to stabilize its position, but to gain also 2% of market share in six months.

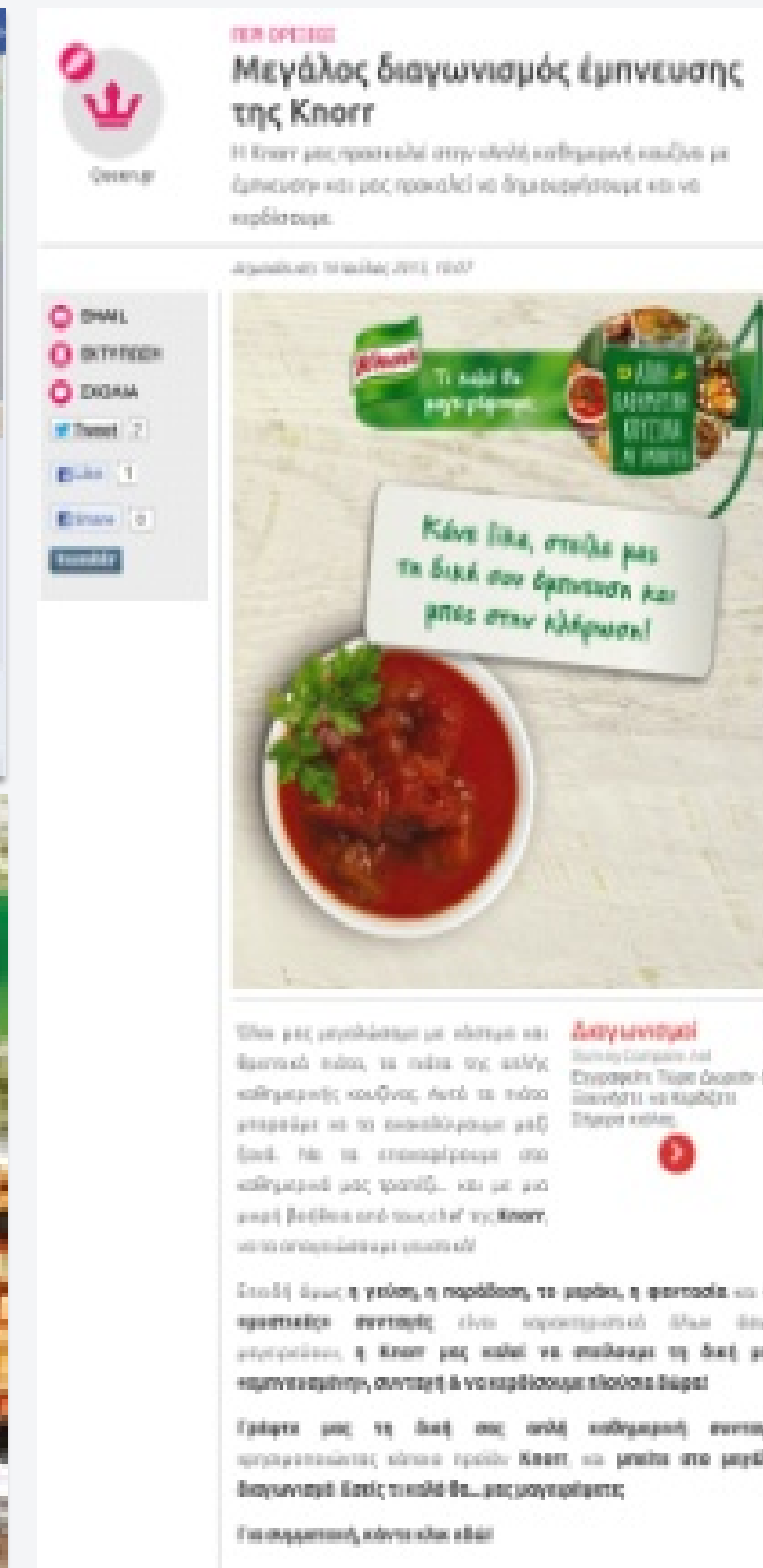
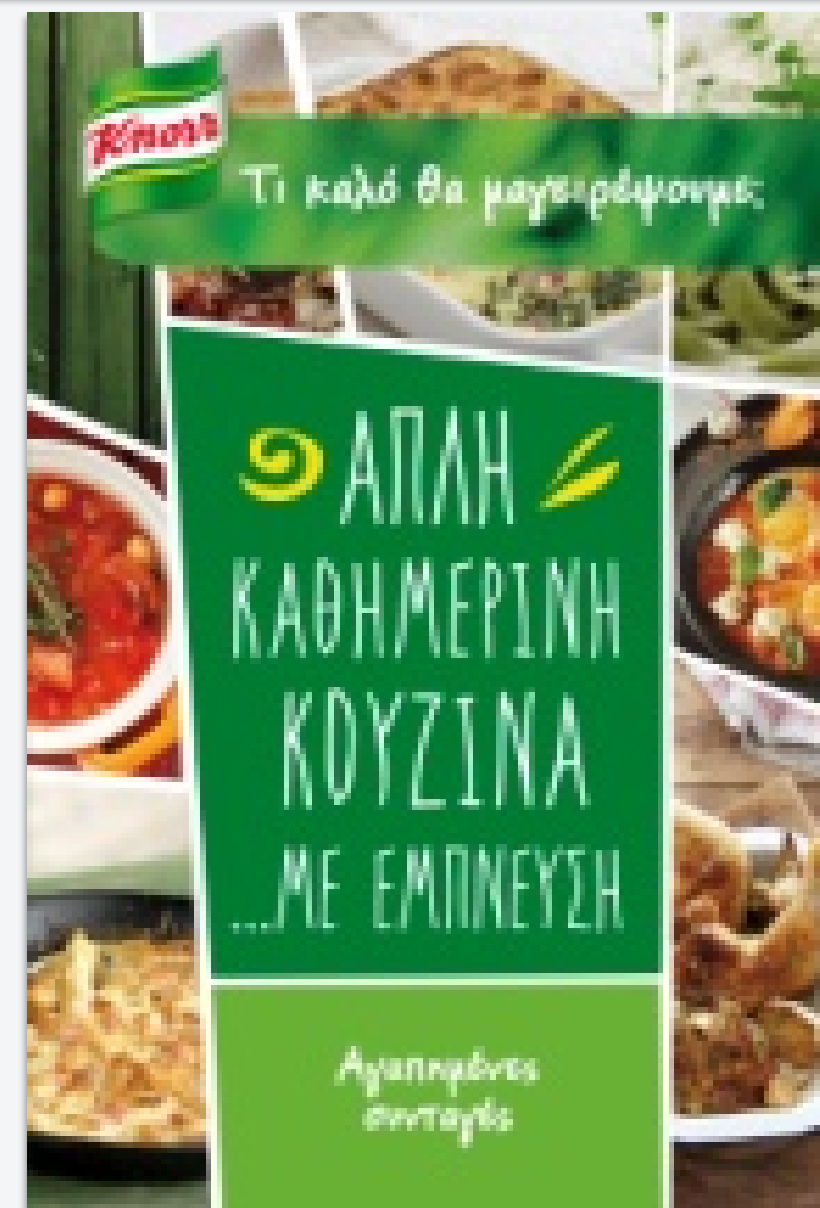


# Sprint on Elais Unilever Hellas / 360° campaign knorr



VIDEO 1

VIDEO 2



2 TVCs with chefs Vassilis Kallidis and Dina Nikolaou

Facebook app (12.000 new fans and 2100 new recipes in one month-August)

Youtube page set up - 1.340.000 views in 2 months

Display ads Creative media online

Content development

POP





# CAUSE RELATED PROMOS



# Sprint on Elais Unilever Hellas / CSR Activation – Idea – POP –Advertising



[VIDEO](#)



# Sprint on Elais Unilever Hellas / CSR Activation – Idea – POP –Advertising





Η ΕΛΑΪΣ-Unilever Hellas και η εταιρία Μασούτης στηρίζουν 300 πολύτεκνες οικογένειες

Όλοι μαζί μια οικογένεια





**Ολοι μαζί μια οικογένεια**

**Η ΕΛΑΪΣ-Unilever Hellas και η εταιρία Μασούτης στήριζουν 300 πολύτεκνες οικογένειες**

**Θεόφιλος**  
ηγ. Καθηγητής Οργανικής Χημείας Έκτακτης Ήρας

**Με αγορές προϊόντων ΕΛΑΪΣ-Unilever Hellas 20€ (σε μία απόδειξη) σε όλα τα καταστήματα λιανικής Μασούτης από 12/12/13 έως 28/02/14 προσφέρουμε 1€ για τη στήριξη 300 πολύτεκνων οικογενειών σε συνεργασία με το ίδρυμα Θεόφιλος για την κάλυψη βασικών αναγκών σε καταναλωτικά προϊόντα για όλη τη χρονιά**

MILK BONE	Alice	BABY	SOL	FLAKE	Cheese	MASTO	WIP	PICKIN'	GRANULI	AROMA	Dino	FANTASY	KID
LUTEX	LUXX	Lunatic	FRUITOKE	TIMOKI	ARM	PRIMAVERA	SHIP	GEMO	OMIO	GRAND	GO!	GO!	GO!

Η εκστρατεία στην οποία συμμετέχουν πρόκειται για πολύχρονη προσπάθεια που πραγματοποιείται μεταξύ των εταιρειών της Unilever Hellas και του Ιδρύματος Θεόφιλος, στο πλαίσιο της δράσης «Επένδυση στην Κοινωνία» της Unilever Hellas.



Η ΕΛΛΙΣ-Unilever Hellas και η εταιρία Μασούτινς σπρίζουν 300 πολύτεκνες οικογένειες

# Όλοι μαζί μια οικογένεια



Θεόφιλος  
Μη Αδρανιστείς Οικολογική Κοινωνική Έκρηξη

Με αγορές προϊόντων ΕΛΛΙΣ-Unilever Hellas 20€ (σε μία απόδειξη)  
σε όλα τα καταστήματα λιανικής Μασούτινς από 12/12/13 έως 28/02/14  
προσφέρουμε 1€ για τη σπρίτζα 300 πολύτεκνων οικογενειών  
σε συνεργασία με το Ίδρυμα Θεόφιλος  
για την κάλυψη βασικών αναγκών σε καταναλωτικά προϊόντα για όλη τη χρονιά





Η προσφορά είναι συνδυασμένη με την προώθηση από μία κοινωνική συνεισφορά από την εταιρία για την κάλυψη των αναγκών των πολύτεκνων οικογενειών. Η σπρίτζα θα ισχύει από 12/12/13 έως 28/02/14 σε όλα τα καταστήματα λιανικής Μασούτινς και στην ηλεκτρονική τους ιστοσελίδα.






Η ΕΛΛΑΣ - Unilever Hellas και η εταιρεία Maggi Hellas  
στηρίζουν 300 πολύτεκνες οικογένειες

## Όλοι μαζί μια οικογένεια




Με αγορές προϊόντων  
**ΕΛΛΑΣ-Unilever Hellas 20€**  
 (σε μία απόδειξη) σε όλα τα  
 καταστήματα λιανικής Μασοούτης  
 από 12/12/13 έως 28/02/14  
 προσφέρουμε **1€** για τη στήριξη  
**300** πολύτεκνων οικογενειών  
 σε συνεργασία με  
 το ίδρυμα Θεόφιλος  
 για την κάλυψη βασικών αναγκών  
 σε καταναλωτικά προϊόντα  
 για όλη τη χρονιά













































# Sprint on Elais Unilever Hellas / CSR Activation – Idea – POP –Advertising

**Αποθεματικό**  
**Αγάπης**



Με μια μικρή κίνηση, μπορούμε  
να προσφέρουμε το αυτονόητο!



Γεμίστε τα γουρουνάκια με καρδιές  
και βοηθήστε μας  
να συγκεντρώσουμε προϊόντα  
**αξίας 60.000€**  
για τα κοινωνικά παντοπωλεία  
σε όλη την Κρήτη!

Με αγορές προϊόντων  
ΕΛΑΪΣ-Unilever αξίας 10€,  
από 1/9 έως 31/10,  
σε όλα τα καταστήματα Χαλκιαδάκης,  
παίρνετε 1 καρδιά\*.

\*Μία καρδιά αντιστοιχεί σε 1€.  
Η συνολική αξία των αγορών πρέπει να προέρχεται από μία ταμειακή συναλλαγή από τις ημερομηνίες για το κάθε είδος και όχι από διαδικτυακές επισκέψεις στο κατάστημα ή στο ταμείο.  
Η ενέργεια ισχύει από 1/09/14 έως 31/10/14 σε όλα τα καταστήματα Λισινε Χαλκιαδάκης και μέχρι εξαντλήσεως των αποθεμάτων.  
Το ποσό των 60.000€ αφορά αξία τραπεζολόγου ΕΛΑΪΣ-Unilever.





# Sprint on Elais Unilever Hellas / CSR Activation – TVC



[VIDEO](#)



# Sprint on Elais Unilever Hellas / CSR Activation – Idea

Πρόγραμμα Προσωπικής Φροντίδας Αστέγων

## ΑΠΟ ΚΑΘΑΡΟ ΕΝΔΙΑΦΕΡΟΝ

Πολλοί συνάνθρωποί μας ζουν στο δρόμο, στερούμενοι κάθε μέρα τα πιο βασικά... Στο χέρι μας είναι να τους δώσουμε τη δυνατότητα να φροντίσουν τα ρούχα τους και τον εαυτό τους!



Η ΑΒ και η ΕΛΑΪΣ – Unilever Hellas, με αγορές προϊόντων Ελαΐς-Unilever αξίας ΧΧ€, προσφέρουν το ΧΧ% της αξίας για τη στήριξη του μεγάλου προγράμματος προσωπικής φροντίδας, ώστε να έχουν οι άστεγοι ένα χώρο για μπάνιο και προσωπική υγιεινή.

  **Βασιλόπουλος**  
...και του πουλιού το γάλα!

 **Κυοφορούμε αγάπη** 



Κάθε μέλλουσα μητέρα έχει δικαίωμα στην υγεία.

Κίνηση υποστήριξης εγκύων και των παιδιών τους

Η ΑΒ και η ΕΛΑΪΣ – Unilever Hellas, με αγορές προϊόντων Ελαΐς-Unilever αξίας ΧΧ€, προσφέρουν το ΧΧ% της αξίας τους στη δημιουργία δικτύου δωρεάν κινητής μονάδας «Κοινωνικών γυναικολόγων».

Η μονάδα θα εξετάζει και θα προσφέρει τις υπηρεσίες της δωρεάν, στις γυναίκες εκείνες που το έχουν ανάγκη και θα καλύπτει τις ιατρικές ανάγκες των νεογέννητων παιδιών για το πρώτο εξάμηνο της ζωής τους.

 **Βασιλόπουλος**  
...και του πουλιού το γάλα!

**Όλα τα παιδιά όλων μας παιδιά**

Προσφέρουμε τα απαραίτητα σχολικά είδη, στα παιδιά ευάλωτων κοινωνικών ομάδων



- Όλα τα παιδιά έχουν δικαίωμα στο αύριο.
- Γι' αυτό η ΑΒ και η ΕΛΑΪΣ – Unilever Hellas, με αγορές προϊόντων Ελαΐς-Unilever αξίας ΧΧ€, προσφέρουν το ΧΧ% της αξίας τους, για την αγορά σχολικών ειδών για τη νέα χρονιά.

  **Βασιλόπουλος**  
...και του πουλιού το γάλα!



B2B



# Sprint on Unilever Food Solutions Knorr

[illegible]

**Σας δίνουμε 4 υποσχέσεις**

**1** Στο  
καταστήμα  
αγοράζετε  
απόλυτα



**2** Στο  
καταστήμα  
αγοράζετε  
απολύτως φρέσκα



**3** Στο  
καταστήμα  
αγοράζετε  
απόλυτα



**4** Στο  
καταστήμα  
αγοράζετε  
απόλυτα



**U** **Unifarm**  
Food  
Market

Το καταστήμα είναι ανοικτό  
Τηλέφωνο: 0010 210 8200, email: [info@unifarm.gr](mailto:info@unifarm.gr)  
[www.unifarm.gr](http://www.unifarm.gr)

**GIVE THE RIGHT ANSWERS AND MULTIPLE YOUR POINTS!**



**What is "Celebrate the Police program"?**

- It is a nationwide promotional program, which will ensure the quality of our products' ingredients preserved at the same time the national movement.
- It is the new Klauer's website for Chef's adventures
- It is an event for Klauer's new products presentation

**Which recipe does the new range of Klauer's products "1 & 0" contain?**

- Deep Black, Caribbees, Donated
- Caribbees, Pepper, Dried Black
- The new range "1 & 0" contains every taste of Klauer

**Which is the characteristic of Klauer products belongs to contemporary est. style?**

- Allowe Chefs to keep the authenticity of their dishes
- Allowe Chefs to create distinctive and tasty cuisine with natural taste
- Allowe Chefs to be more effective during the cooking of their recipe

A cartoon illustration of three chefs standing behind a white picket fence in a grassy field. The chef on the left has a mustache and wears a white hat and uniform. The middle chef wears a white hat and uniform and holds a sign that reads "Chef Athens Catering". The chef on the right wears a black hat and uniform. A large sun is in the top right corner, and a blue sky with clouds is in the background.

# ΕΞΑΙΡΕΤΙΚΟΙ ΣΩΜΟΙ KNORR ΓΙΑ ΕΞΑΙΡΕΤΙΚΑ ΠΙΑΤΑ, ΤΑ ΔΙΚΑ ΣΑΣ

Η Knorr παρουσιάζει την πιο πλήρη γκάμα ζωμών αποκλειστικά για την επαγγελματική κουζίνα.

Όλοι έχουμε με την πλούσια και εκλεκτή υποστήριξη για τις δημιουργίες μας γρήγορα και αξιολογώντας ακόμη πιο πολύ την ποιότητα των ζωμών της επαγγελματικής κουζίνας, γιατί οι σωστοί συστατικοί στο γάλα και τη θρυκαλοποίηση μας.

Η Knorr σας προσφέρει τον καλύτερο από για κάθε πιάτο για να σερβίρετε κάθε τους ελεγχόμενα.

## ΓΙΑ ΕΞΑΙΡΕΤΙΚΑ ΠΙΑΤΑ,

Μόλις στην Knorr, είναι από 800 Chef χρησιμοποιούν μαζί μας. Η Knorr Knorr είναι πάντα μαζί σας με τον πιο γρήγορο και καλύτερο αποτέλεσμα Chef, που χρησιμοποιούν και σήμερα στην γαστρονομία τους στην κουζίνα σας. Ταυτόχρονα και στην δουλειά τους με σίδηρο για να διατηρούν πάντα τον καλύτερο γούστο. Είναι ένα πιάτο μας.

*Knorr αποτελείται από  
Chef για Chef.*

[illegible]

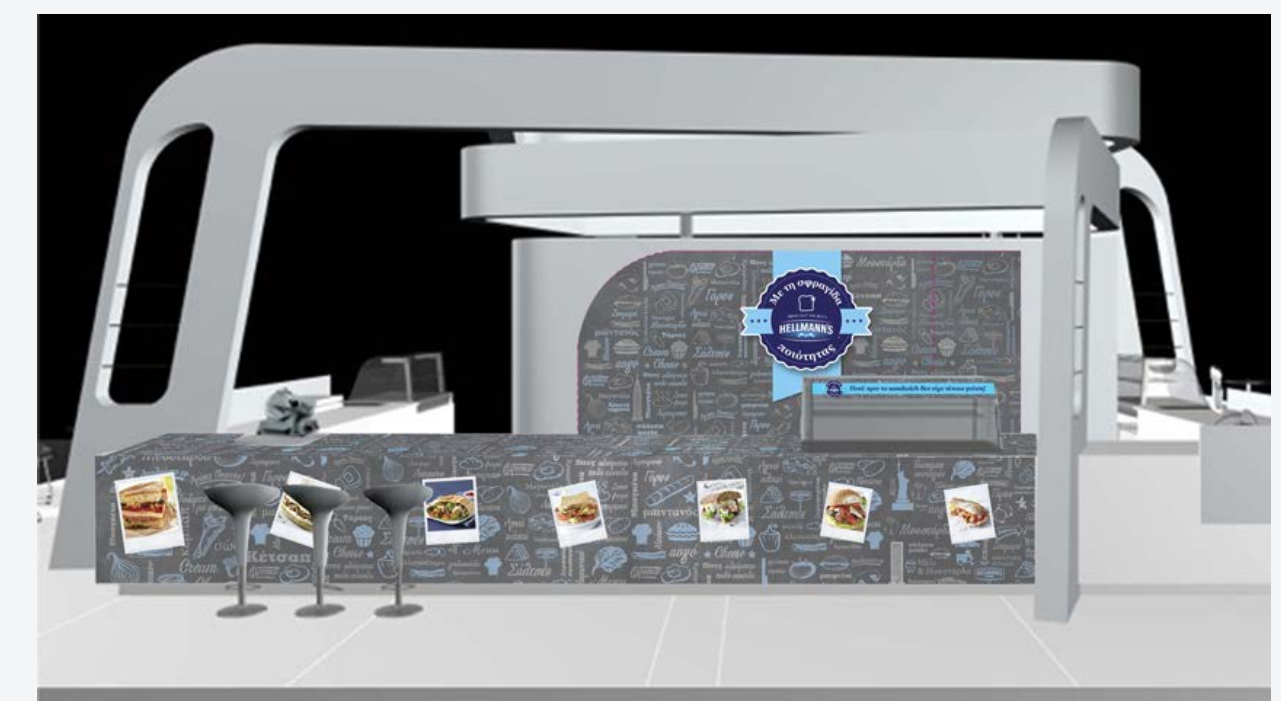
  
 ΤΟ ΠΑΘΟΣ  
 ΓΙΑ ΜΕΓΑΛΥΤΕΡΗ  
 ΑΓΑΠΗ ΣΤΑ ΠΛΑΤΥΣΤΑ  
 ΕΙΝΑΙ ΣΤΗ  
 ΦΥΣΗ ΜΑΕ



# Sprint on Unilever Food Solutions Hellmann's



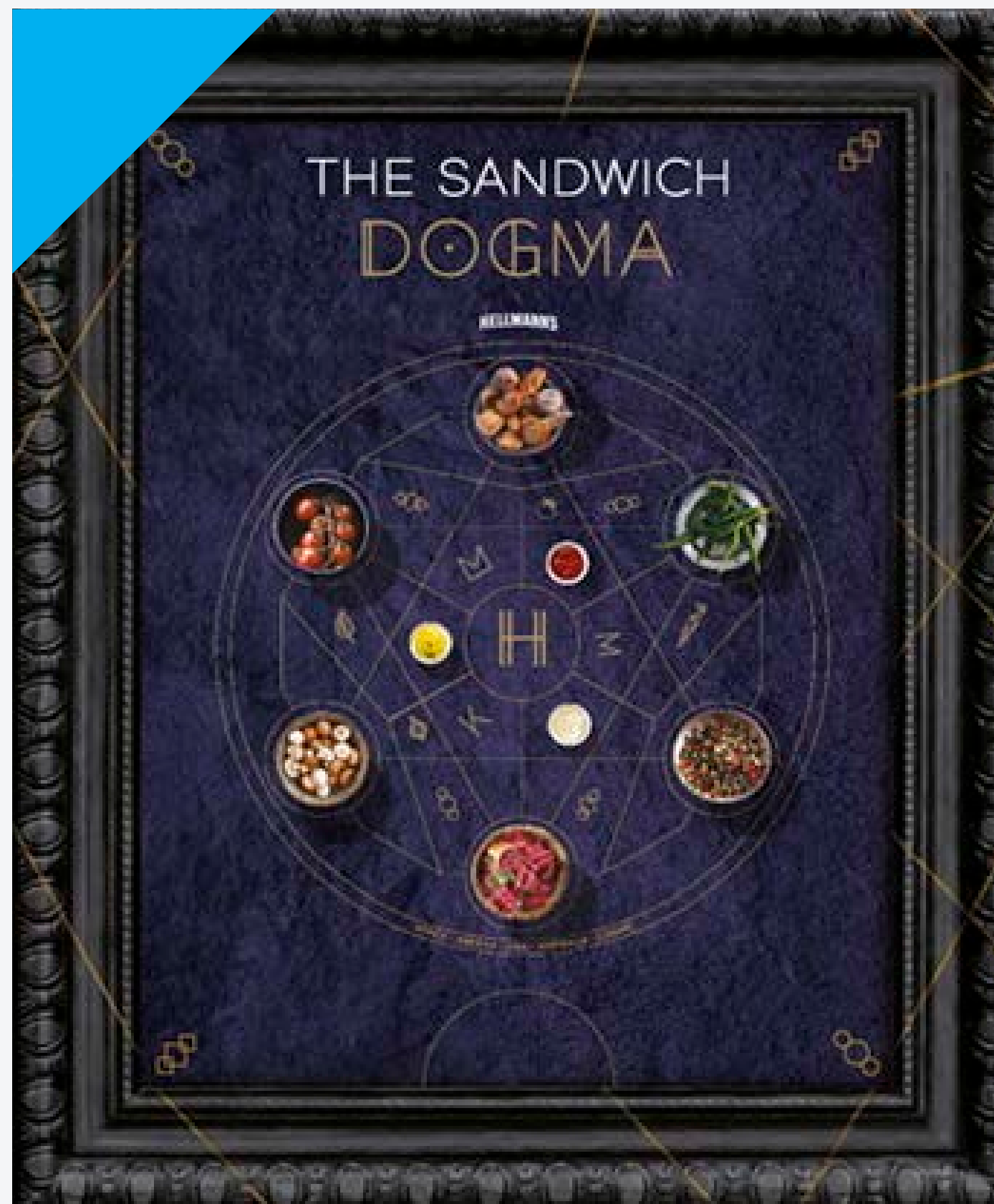
Product catalogue  
POP  
Brochure  
Posters  
Kiosk  
Event





# Sprint on Unilever Food Solutions

## Hellmann's



### The issue:

To introduce the new Hellmann's variants

### The idea:

Under the concept called The Sandwich Dogma and tagline "The Absolute Ritual of Pleasure from Theory to Practice", we designed and launched the B2B activation of Hellmann's aiming to help the brand enter the market for sandwich on high end bars and restaurants.

### The program:

The overall creative concept was based on the idea of Dogma, in the sense of the absolute truth and the initiation of the public in the ritual of the tasting of the perfect sandwich. Hellmann's, based on excellent ingredients, enhanced the taste of the sandwiches and burgers specially created by their chefs led by Master Chef Michael Ntounetas. The products and creations are placed in selected premium bars and restaurants, where through advertising on the radio, online city guides and native advertising, Hellmann's invited the public into a gourmet experience – the ultimate ritual of pleasure.

- Strategy
- Brand Development
- Merchandizing
- B2B- B2C Activations
- Advertising
- Native Advertising
- Digital
- Event Marketing

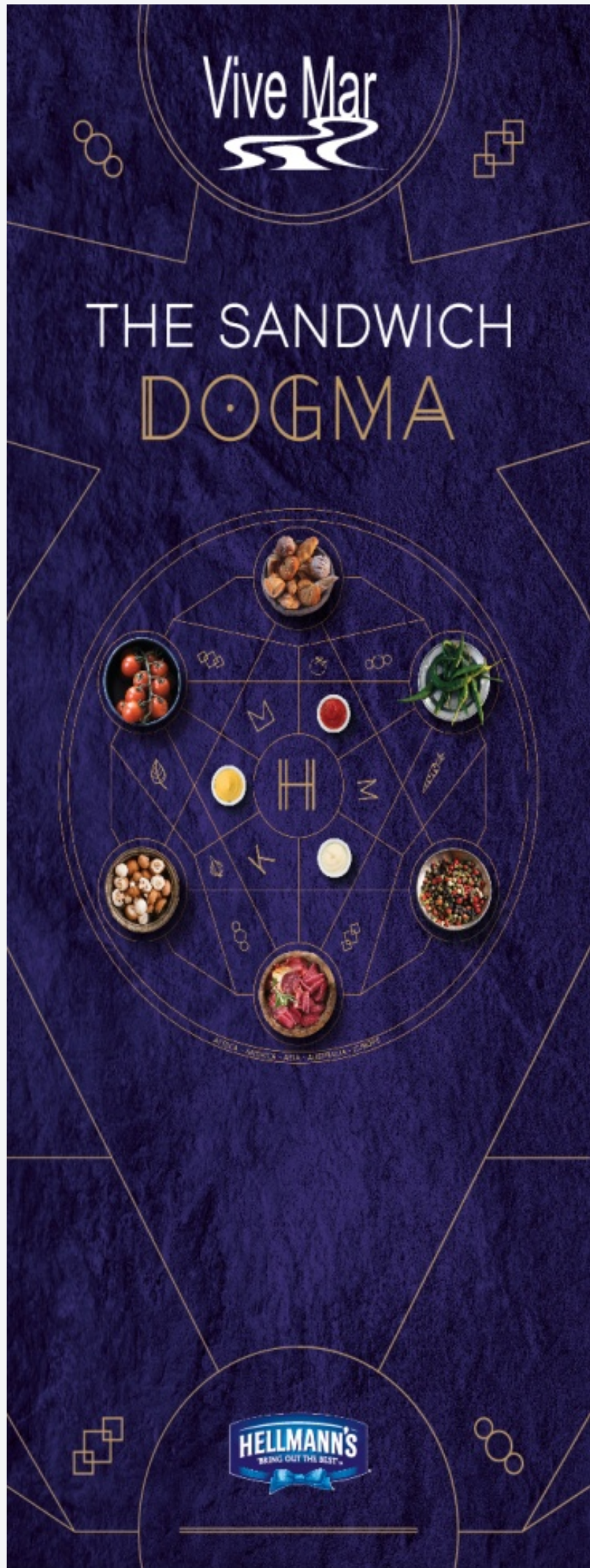
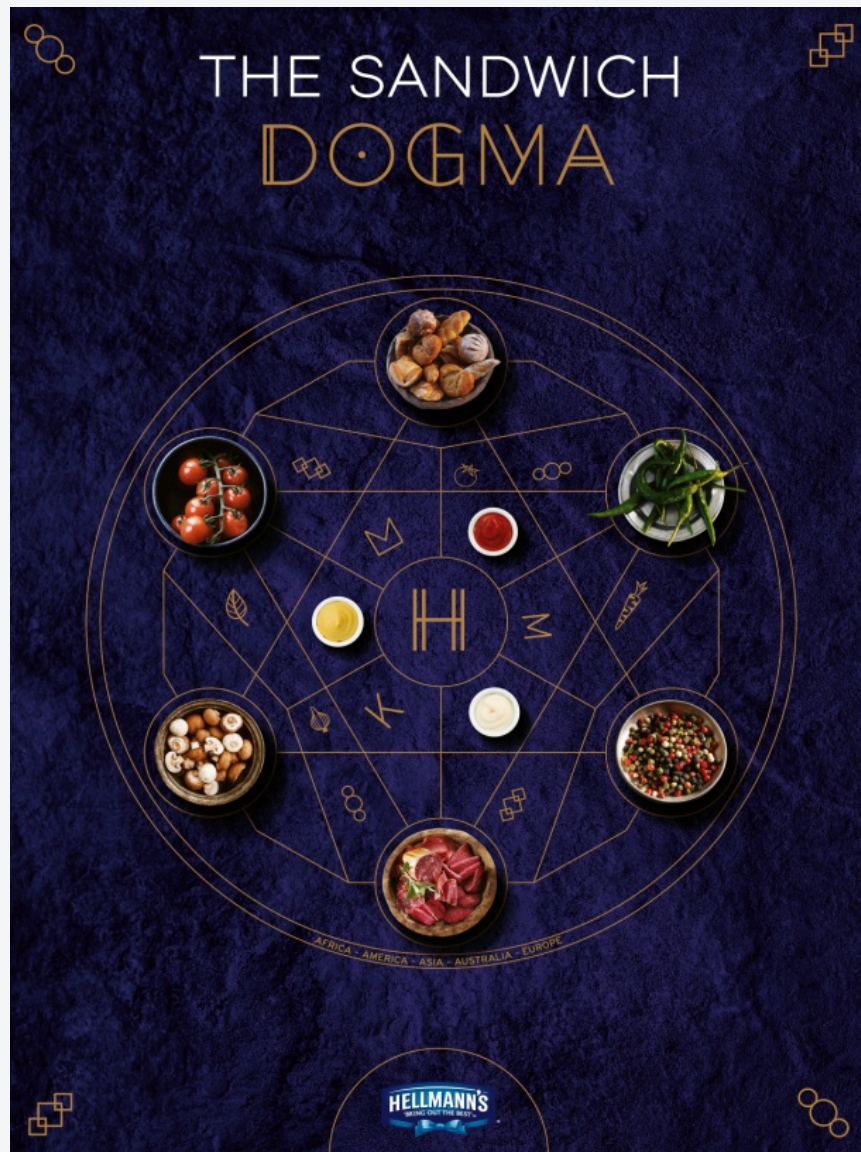


# Sprint on Unilever Food Solutions Hellmann's





# Sprint on Unilever Food Solutions Hellmann's





# Sprint on Unilever Food Solutions Hellmann's





# Sprint on Unilever Food Solutions Hellmann’s competition



**HELLMANN'S**  
 "BRING OUT THE BEST"™

**Η πρώτη ακαδημία για επαγγελματίες από το χώρο της μαζικής εστίασης**

Η Hellmann's δημιουργεί μια ακαδημία για επαγγελματίες με θέμα τις νέες τάσεις της παγκόσμιας αγοράς εστίασης, έξυπνες συμβουλές οικονομικής διαχείρισης και ανάπτυξης, πρωτότυπες συνταγές, menu και όλα όσα κάνουν κάθε επαγγελματία να περάσει στο επόμενο επίπεδο.

**Γιατί η επιτυχία έχει τα δικά της μοναδικά υλικά**






**HELLMANN'S**  
 "BRING OUT THE BEST"™

Η Unilever Food Solutions και ο εκπαιδευτικός όμιλος Le Monde παρουσιάζουν τη **HELLMANN'S Professional Masterclass**, την πρώτη ακαδημία για επαγγελματίες από το χώρο της μαζικής εστίασης.

Σας προσκαλούμε να παρακολουθήσετε το 1<sup>ο</sup> επίπεδο-Basic για να μοιραστούμε μαζί σας:

- Προτυποποίηση συνταγών (Recipe Standardization)
- Οδηγούς κόστους για επισιτιστικές επιχειρήσεις (Cost Drivers for Food Service Operators)
- Μαγειρική παρουσίαση: Τάσεις της παγκόσμιας αγοράς (Global Trends in Street Food)

Ημερομηνία: **21/09/2016**  
 Ώρα προσέλευσης: **09:00 π.μ.**  
 Ώρα έναρξης: **09:30 π.μ.**  
 Τόπος: **Le Monde**  
 Θεσσαλονίκης 43, Μοσχάτο 18346  
 Τηλ.: **210 4830500**






**HELLMANN'S**  
 "BRING OUT THE BEST"™

**Πρόσκληση**

ΑΡΧΙΚΗ    ΜΕΓΑΛΟΣ ΔΙΑΓΩΝΙΣΜΟΣ    ΕΜΠΝΕΥΣΗ ΚΑΘΕ ΜΕΡΑ    ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ

**Καλωσορίσατε στην 1<sup>η</sup> ακαδημία για επαγγελματίες της μαζικής εστίασης στην Ελλάδα**

Η Hellmann's δημιουργεί την πρώτη ακαδημία για επαγγελματίες από το χώρο της μαζικής εστίασης στην Ελλάδα, σε συνεργασία με τη **Le Monde**. Το **Hellmann's Professional Masterclass** είναι μια εκπαιδευτική ακαδημία που αποτελείται από 3 επίπεδα. Στις πρώτες των εισηγήσεων θεωρητικών και πρακτικών σημειώσεων, οι συμμετέχοντες μαθαίνουν στις νέες τάσεις της παγκόσμιας αγοράς εστίασης αλλά και σε βασισμένες συνταγές, κομμάτια σημαντικές συμβουλές οικονομικής διαχείρισης και ανάπτυξης, πρωτότυπες συνταγές, trends και ideas, για να περάσουν στο επόμενο επίπεδο!

Ακολουθώντας τη **Le Monde, guest Chef's** οι μαζικά σέρβις και χώροι της εστίασης οργανώνουν μια εξαιρετική πρώτη ακαδημία διαδραστικά, δυνατά για κάθε εκπαιδευτικό της μαζικής εστίασης και όχι μόνο.

Πάρτε τη δική σας θέση να δώτε την μοναδικά υλικά




**ΜΕΓΑΛΟΣ ΔΙΑΓΩΝΙΣΜΟΣ**

5 τυχεροί κερδίζουν από μία δωρεάν συμμετοχή στο Hellmann's Professional Masterclass!



Ο ΔΙΑΓΩΝΙΣΜΟΣ ΟΡΓΑΝΩΝΕΤΑΙ ΣΤΙΣ 21/09/2016 ΚΑΙ ΟΙ ΝΙΚΗΤΕΣ ΘΑ ΕΚΔΕΙΧΘΟΥΝ ΤΗΝ ΕΠΙΣΤΗΜΗ ΑΛΛΑ ΚΑΙ ΜΕΝΟ Ε ΜΑΛΗ.

Συμπληρώστε με τους όρους διαγωνισμού Διαβάστε **ΕΔΩ** τους Όρους Συμμετοχής

Επιστρέψτε να λάβετε μέσω email το μεγάλο certificate με τα αποτελέσματα διαγωνισμού, συνταγές και εκπαιδευτικό υλικό με διαγωνισμούς, που οργανώνουν τα προϊόντα και τις μαρκές της Unilever Food Solutions. Είναι σημαντικό να λάβετε τα υλικά διαγωνισμού, στο σπίτι μας προωθητικά υλικά, δωρεάν δείγματα, έντυπος με διαγωνισμό και μεμονωμένα ή μεμονωμένα και τα προϊόντα της Unilever Food Solutions, καθώς και επισυνάψτε σχετικά με διαγωνισμούς.

**Εγγραφή**

**Έμπνευση κάθε μέρα**

Η Hellmann's πιστά στην υπόσχεσή της να προσφέρει συνεχώς έμπνευση στους Chefs σε όλο τον κόσμο, δημιουργεί το Hellmann's Professional Masterclass. Σκοπός μας είναι μέσα από την πολύ μεγάλη εμπειρία μας στο χώρο της εστίασης, αλλά και μέσα από την τεχνολογία των σφόνδρων μας, να βοηθήσουμε κάθε επαγγελματία να διατηρεί το μυστικό του κρυφτούλι και συνεχιστεί. Ταυτόχρονα, ως μέλος της ευρύτερης οικογένειας της Unilever, κατανοούμε βαθιά τους καταναλωτές, διαβάζουμε τους τάσεις σας. Ακολουθούμε αυτή τη γνώση μέσα να σας βοηθήσει να ανταποκριθείτε στις διαρκώς μεταβαλλόμενες ανάγκες των πελατών σας.

**Επικοινωνία**

Επικοινωνήστε μαζί μας για να μάθετε περισσότερα για το Hellmann's Professional Masterclass, στο [info@unileverfoodsolutions.gr](mailto:info@unileverfoodsolutions.gr) ή τηλεφωνικά κλείνοντας το 800 111 3700 [www.unileverfoodsolutions.gr](http://www.unileverfoodsolutions.gr)





INTERNAL



# Sprint on Coca-Cola Hellas



## Coca-Cola move week

### The issue:

To engage employees in a more active lifestyle and to inform them about the meaning of exercise

### The idea:

To create and share various everyday items with messages, proposals and suggestions concerning a healthy life style

### The program:

Under the “move week” concept we designed various materials which were given to the employees and we created floor graphics holding important information on exercise.

The initiative was positively received, employees’ engagement was big and in general the whole campaign was well appreciated.



# Sprint on Coca-Cola Hellas

# Γυμνάσου στο γραφείο με 5 απλές ασκήσεις. Γιατί μπορείς να είσαι fit παντού!

**Λαμρός**

**Τεντώνει τον λαιμό σου. Γύρνε αργά το κεφάλι σου προς τα πίσω και προς τα εμπρός, και στη συνέχεια γυρνάει το δεξιά και αριστερά κατεύθυνση ταυτόχρονα προς εκάστη της κατεύθυνσης. Αυτό μπορεί να γίνει σχεδόν αν αποσπάρεις στιγμή για να εκπαιδύσεις την δύναμη και να ασκηθείς να εστιάζεις. Μην γυρνάς το κεφάλι σου κυκλικά διότι μπορεί να προκαλέσεις τραυματισμό.**

**Ωμοί**

**Κάνει με τους ώμους σου κυκλικές κινήσεις προς τα εμπρός περίπου 10 φορές, και συνεχίζεις κάνοντας άλλες κινήσεις προς τα πίσω. Αυτή η άσκηση θα σου βοηθήσει να χαλαρώσεις α μια στιγμή πλάτη σου.**

**Στήθος**

**Ανοίγει το χέρι σου να προεκτείνεται να σηκώνεται κάπως. Περιγράφει τους καρπούς σου προς τα έξω να τραβήξει τους ώμους σου προς τα πίσω. Αυτό το τέντωμα κάνει το στήμα σου να κινείται προς την αντίθετη κατεύθυνση από την οποία βρίσκεται αναλογιστεί το στήθος σου διαισθάνεται.**

**Καρποί**

**Μην ξεχνάτε να στρεφίζονται τους καρπούς σου σε τακτική βάση. Γράψουν κάθε μία ώρα. Κάθε κάθε φορά δίνω επαναλήψεις πραγματοποιώντας κυκλικές προς τα μέλα και άλλες κινήσεις προς τα έξω.**

**Αστράγαλοι**

**Στρεφίζονται τους αστραγάλους σου τακτικά. Κάθε αυτή την άσκηση πραγματοποιώντας τους τρεις φορές διδύμοις σου να τρεις πραγματοποιήματα κάθε μία ώρα περίπου.**












**Το παιχνίδι αρχίζει.**

**Αγώνας ποδοσφαίρου 5X5**

Είστε στο τμήμα πωλήσεων. Δήλωσε συμμετοχή για τον αγώνα 5X5 ανάμεσα στο τμήμα μας και σε ομάδα βετεράνων ποδοσφαιριστών και... σήκωσε την κόυλα!



ΕΙΣΑΓΩΓΗ ΣΤΑ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΑ





[illegible]

- Leaflets
- Mailers
- Posters
- Floor graphics
- Sous plat
- Stickers

[illegible][illegible]



# Sprint on Elais Unilever Hellas Skip



Internal Marketing  
Strategy – Creative –  
Implementation

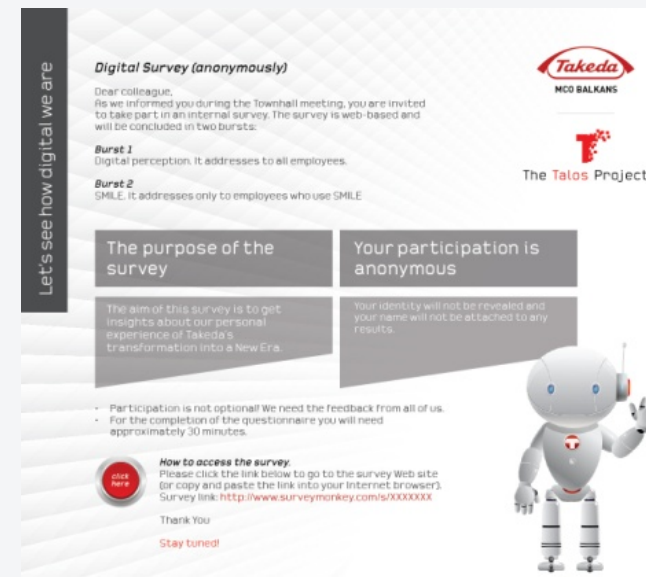
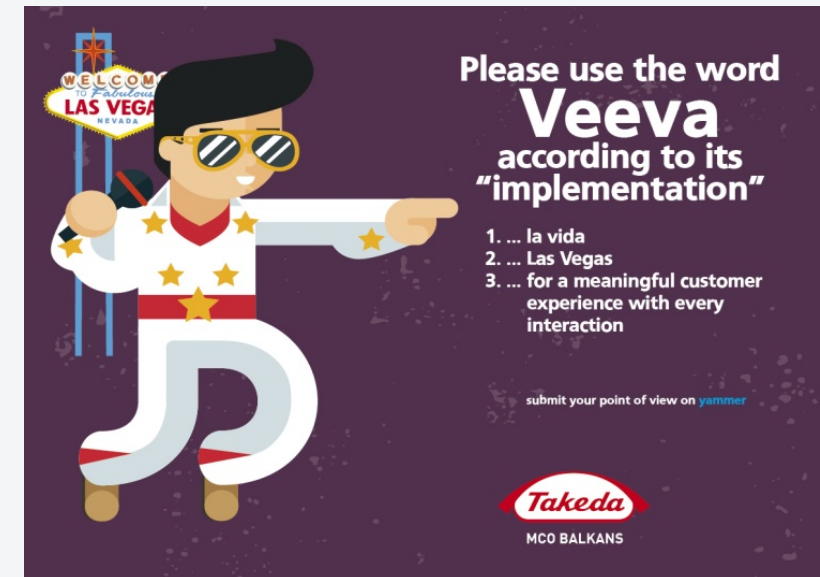
SABRE EXCELLENCE  
AWARD



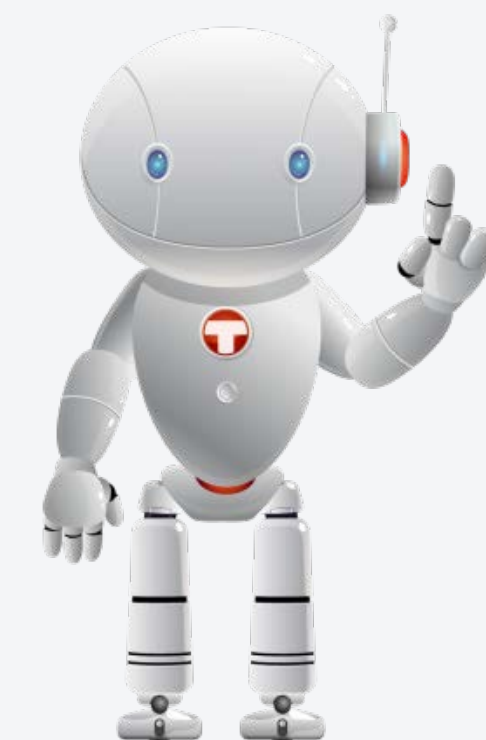


# Sprint on Takeda

## Digital awareness campaign



Strategy  
Identity  
Communication material  
Pop material  
Mails  
Teasing videos  
2D video presentation





# Sprint on Interamerican



## **The issue:**

The company wanted to find a way to boost employees to think & share innovative ideas on their field of work

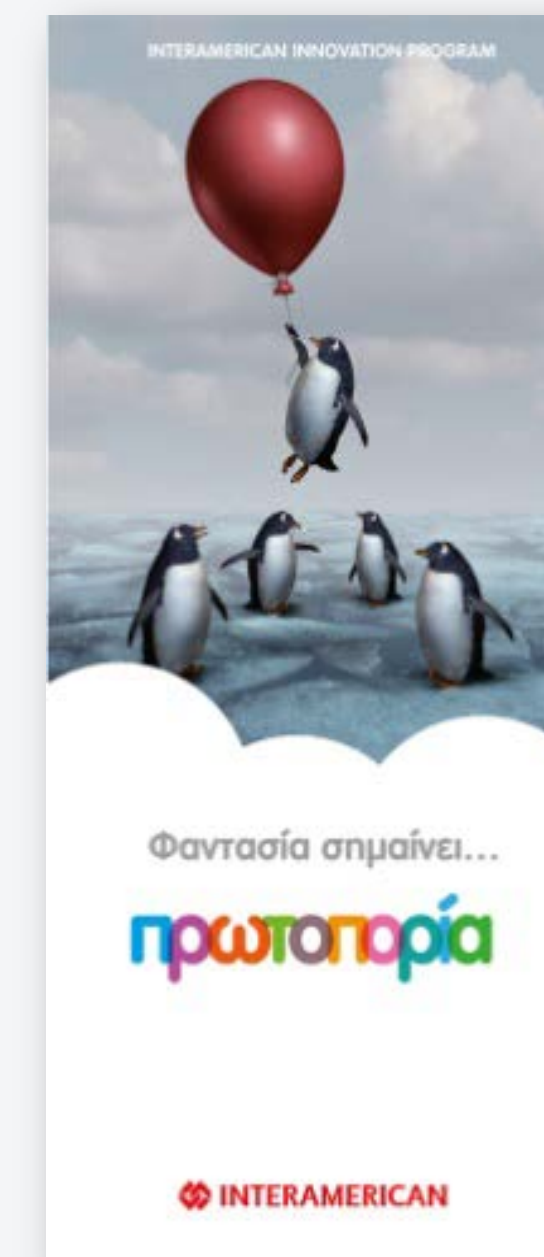
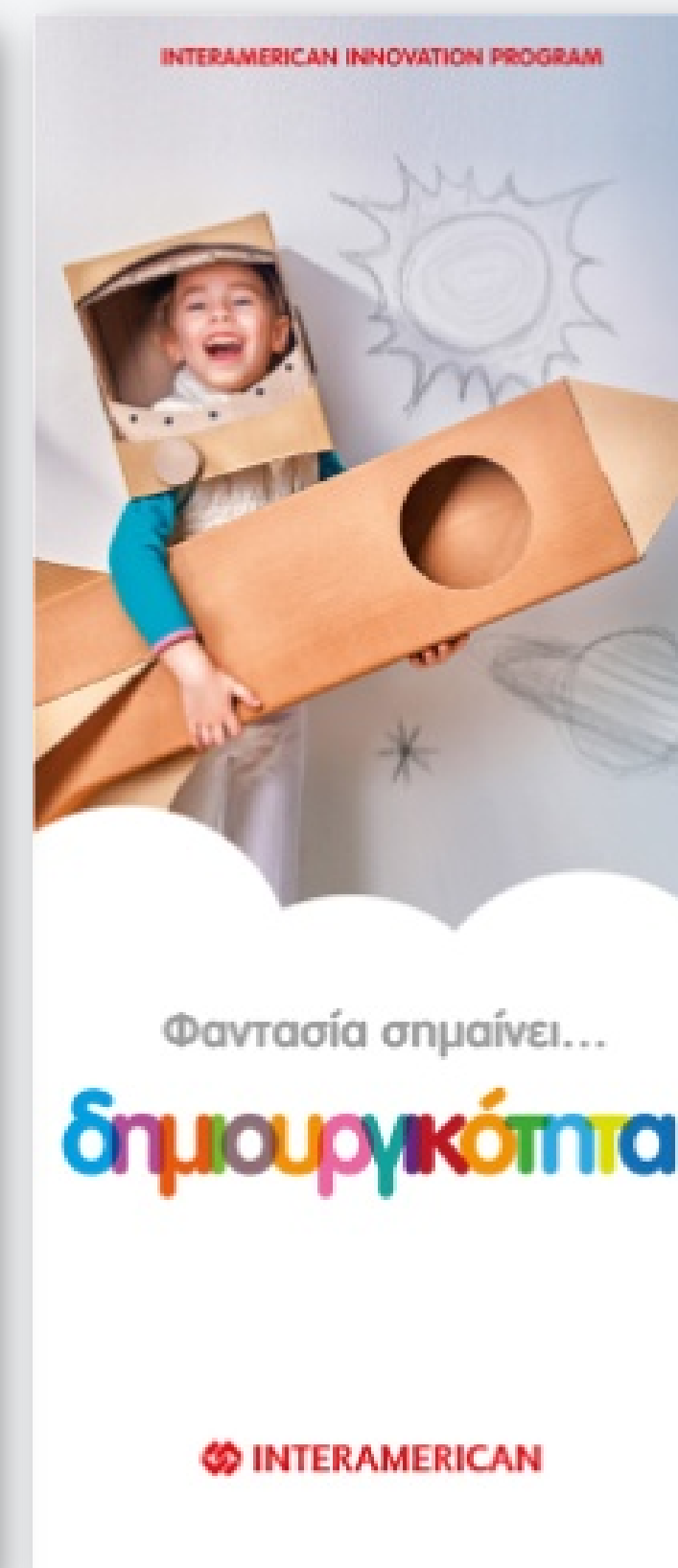
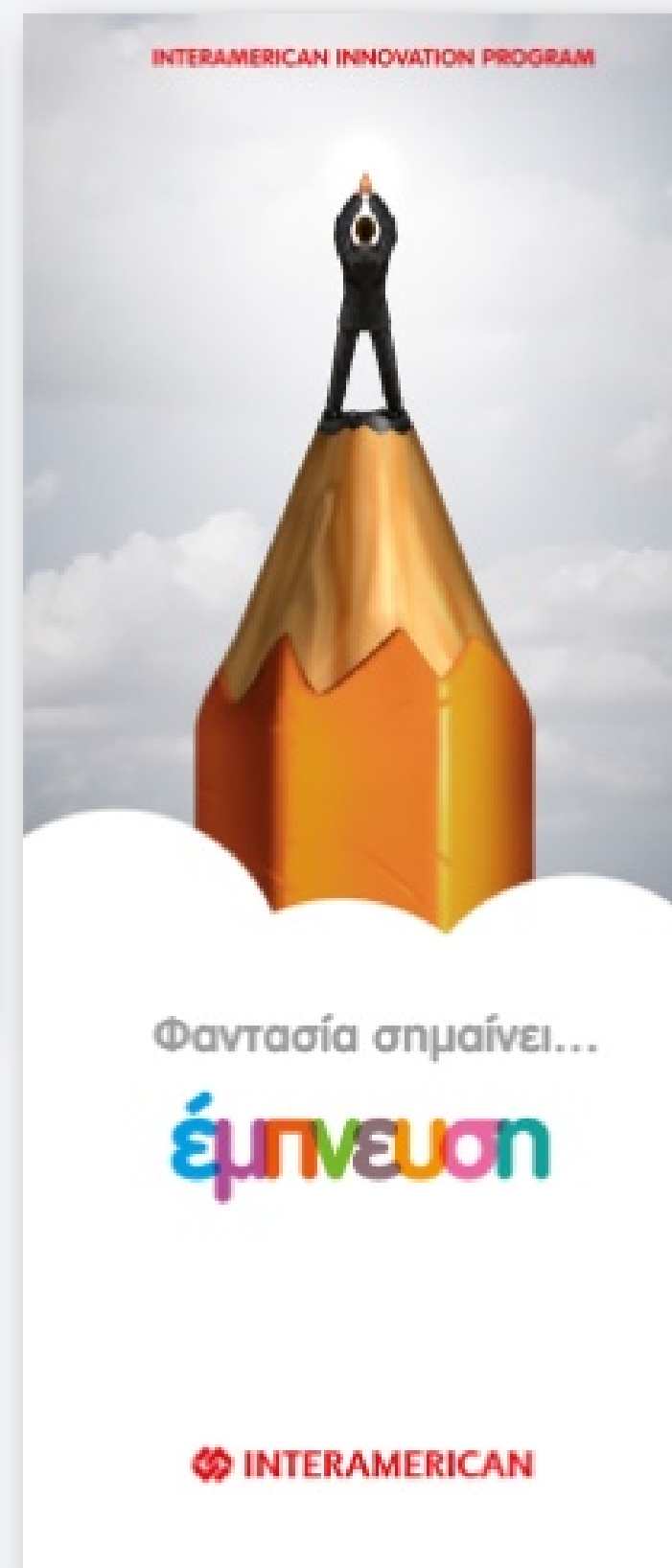
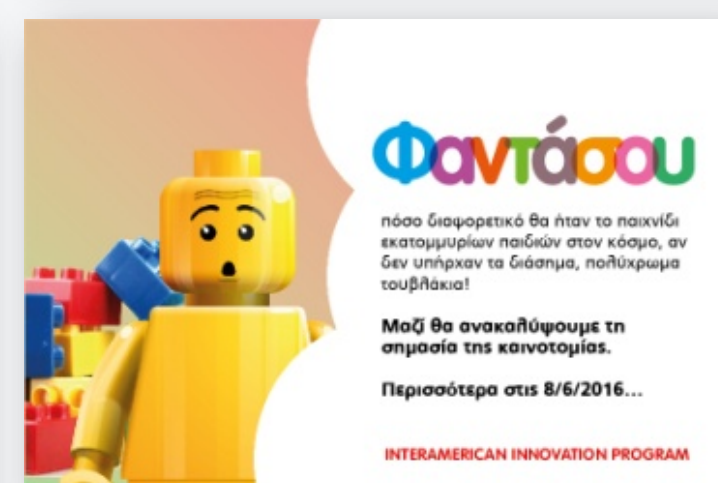
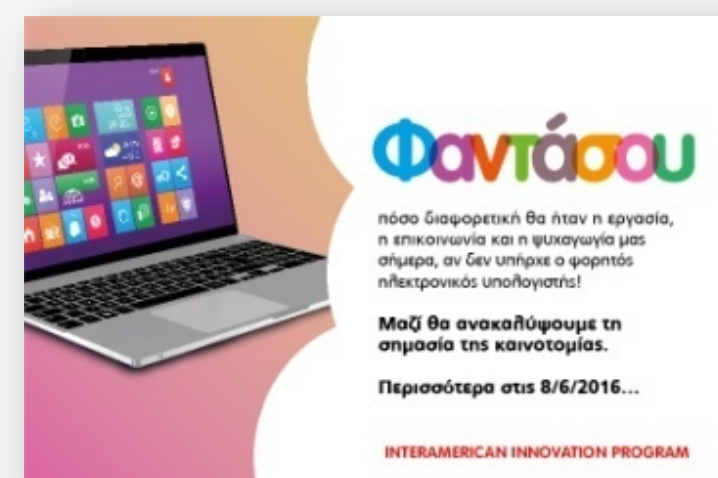
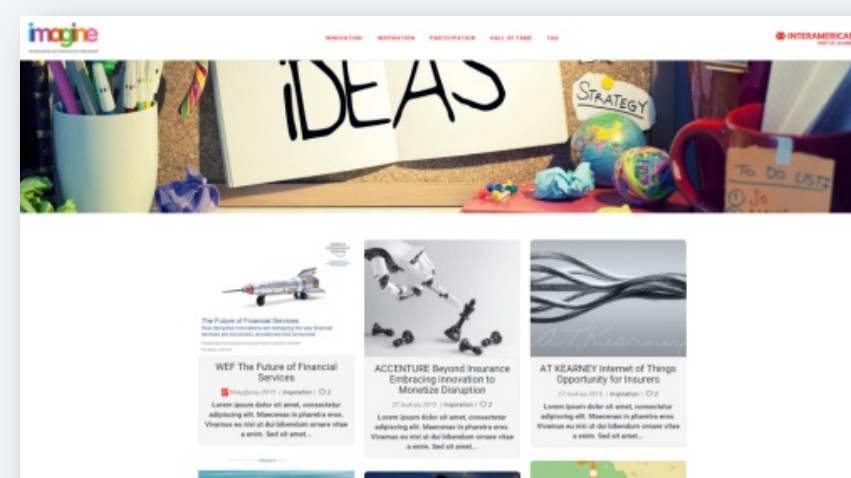
## **The idea:**

We designed and implemented internal communication program called “Imagine”- Interamerican Innovation program where every employee of the company could add his own idea on an intranet platform and win prizes.



# Sprint on Interamerican

Strategy  
Identity  
Communication material  
Experiential workshops  
Intranet  
Event





# CSR



# Sprint on Coca-Cola 3E

## Mission Water



### The issue:

The world consumption of water during the last century has grown six times, while 1/3 of the world population does not have access to fresh water. The inadequacy of suitable water for humans is one of the most important problems on a worldwide level and is connected to a reduction in quality of life. The main problem is not the lack of water, but the defective management of water assets.

### The Idea:

Launch a campaign that will inform all stakeholders about the importance of water preservation.

### The Program:

We created a program called “Mission Water” that would touch the entire public and would be completed in three phases:

- Creation of a long-term, multidimensional communication program, aimed at different target-groups, based on actions under the umbrella concept.
- Planning of actions, which would inform and activate the public
- Utilization and use of the appropriate communicative tools for each target group

Our aim was to expose our message to the largest amount of the public, to sensitize and inform the public, to approach and develop co-operations with environmental conveyors, to create knowledge and information about the whole program (issues such as water, drought and water-saving methods) and to build up Coca-Cola’s 3E social contribution by creating a «legacy» around water preservation issues.







# Sprint on Marinopoulos

## Greeks do eat better



### The idea- initiative:

Greeks do eat better is aiming to lead the effort of promoting Greek producers to a wider audience in Greece and abroad, contributing thus to the development of the Greek primary economy sector and the Greek Economy overall.

We launched an app for mobile devices the content of which could be created and spread by the users themselves, in the same way social networks work.

Greeks Do Eat Better addresses «food geeks». It is a native, crowd sourced application for mobile devices with the conceptual name Greeks Do Eat Better paraphrasing the well-known «Greeks Do It Better» (in the sense that «do eat» means that we both produce and eat better).

Greeks Do Eat Better invites the public to pin on the map producers and products they discovered and believe they are worth sharing with the world. It allows posting producers and / or products, reviews, photos and rating (1-5 \*). Features like search by name, by 36 product categories, by region, by rating, sharing on social networks as well as reward badges are available. The initiative was embraced by Marinopoulos group the Carrefour SM chain.

### The result:

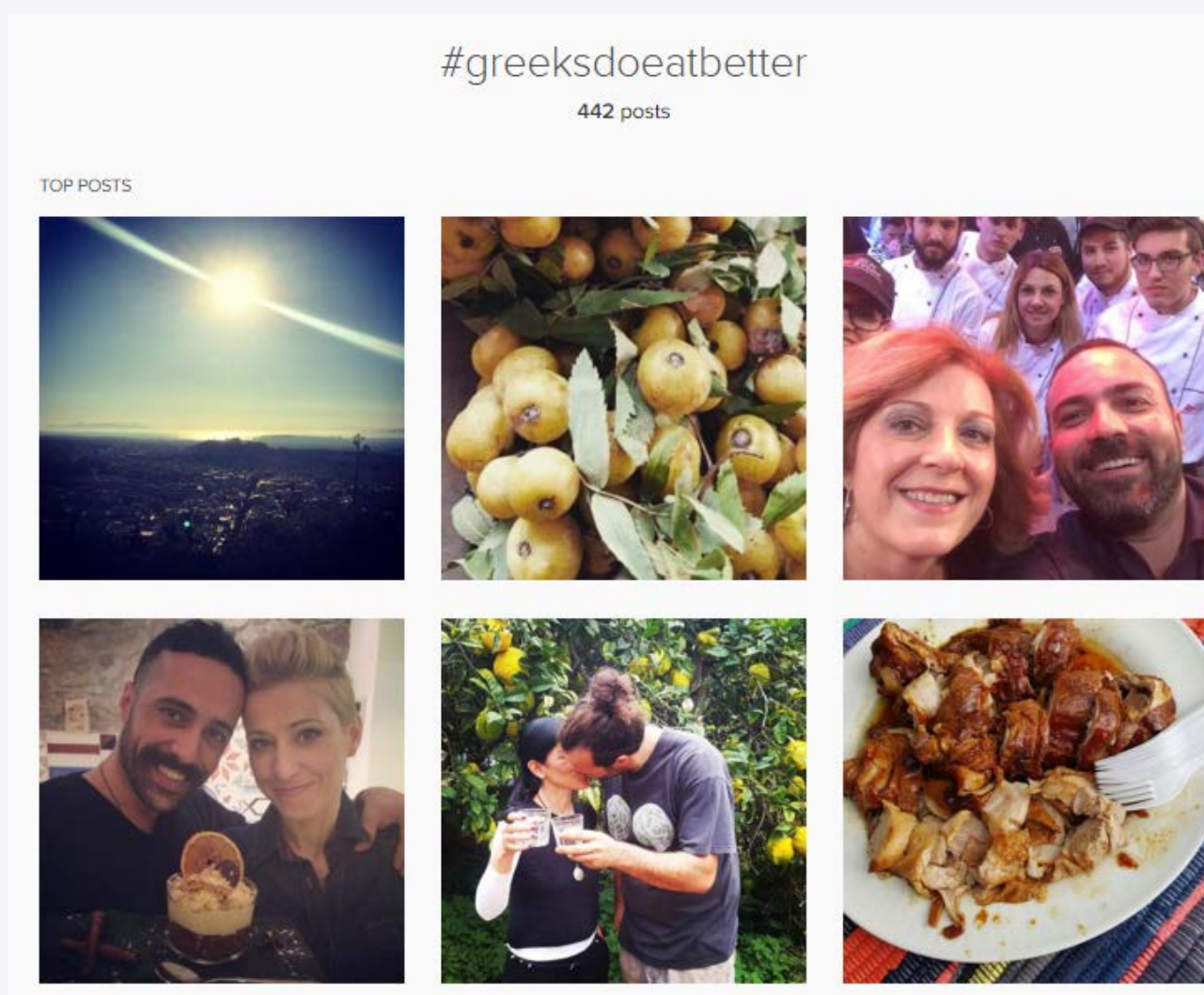
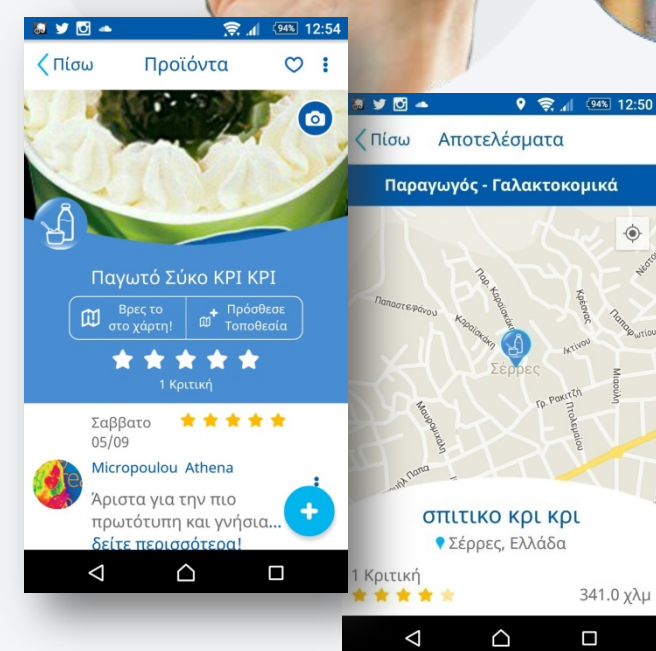
In the first months since its launch Greeks Do Eat Better had achieved more than 3000 downloads. More than 1000 producers and 1100 products are already uploaded.

Furthermore to the app Sprint creates content and manages the social network pages of Greeks Do Eat Better on Facebook, Instagram and Twitter with the hashtag #greeksdoeatbetter having being embraced by hundreds of food lovers and lovers of Greek food the world over.



# Sprint on Marinopoulos

## Greeks do eat better



VIDEO



Idea  
Brand Name  
Logo  
App Design and  
Development  
Advertising  
Digital  
Content  
Brand Ambassadors



# Sprint on McCain Karpos Frontidas <sup>(1)</sup>



## Produce of care

### The issue:

To introduce an initiative in the primary sector of economy, supporting farmers to retain their core business in a pilot project and thus creating a new, sustainable business model for the Greek economy, obtaining a multi- stakeholders' contribution and benefits.

### KPIs (year 1):

1. Attract farmers in the selected area
2. Engagement of stakeholders from various fields to support the initiative in different phases, levels and input
3. Create a brand to depict the nature of the initiative & product
4. Launch the initiative in all stakeholders in a low budget plan
5. Attract consumer preference to purchase the product in a specific period of time
6. All objectives to be met in order the initiative to take the green light for year 2

### KPIs (year 2 /Sept.2016 up to Sept.2017):

1. Retain all stakeholders and acquire new ones in specific areas to increase production level and product quality
2. Increase brand awareness (subject to budget)
3. Use the project as a best practice to sensitize industry, associations, local authorities in order to design such mutually beneficial projects



# Sprint on McCain

## Karpos Frontidas (2)



### Our contribution:

Sprint is the advertising agency behind the launch of the first social cultivation of fresh potatoes project in Greece «Καρπός Φροντίδας» (Karpos Frontidas, meaning «Produce of Care») for McCain Hellas.

Sprint has been the strategic partner of McCain Hellas in this effort since the very beginning of the project being responsible for the consulting of the whole process, design and development of the brand “Karpos Frontidas” (brand strategy, name, logo, packaging), the design and implementation of an integrated marketing communications plan (advertising, promotional materials, event marketing), the strategy development and diffusion of all key messages of the brand through the internet (design, implementation, content and site management, content production and management of pages on Facebook and Instagram, as well as a brand advocacy program engaging food bloggers and other influencers on instagram and facebook).

The launch of Karpos Frontidas is a very complex and demanding project with multiple social dimensions. For the implementation of the project, a number of important stakeholders were involved, the key ones being 25 farmers from the northern Greek border village of Pella, «Notia». The design of the project began in 2013 and since September 2015 the product has been available at a selected number of a well- known supermarket chain.



# Sprint on McCain Karpos Frontidas <sup>(3)</sup>



## Results (year 1)

1.25 farmers joined the initiative in the selected area

### 2.Stakeholders

- A University and a farming school / Aristotelian University of Thessaloniki – Faculty of Agriculture and American Farming School helped to locate the appropriate land for potatoes cultivation as well as in training and consulting the farmers in sustainable agricultural cultivation
- Two NGOs / Niarchos foundation supported financially the initiative and CSR Hellas coordinated the procedures and the relationship with Niarchos
- A financial institution / Pireaus Bank provided the financial tools to support farmers in the early stage of production
- Two private companies associated with the production process / BASF and 3D SA provided a wide range of products and equipment to support the farmers
- One retailer with high social responsibility reputation / AB Vassilopoulos exclusively for the total quantity

3.The brand name “Produce of care” was created and a packaging on which the whole story was presented in both the visual and the message. All stakeholders and their role was also on pack to enhance transparency. Qualitative research showed that the packaging was highly evaluated and well received by the public.

4.A 45.000 euro communication plan was implemented to support year 1 objectives.

5.The total quantity of 600 tons was sold

6.All objectives were met and the initiative was positively evaluated by all stakeholders and the company continuous the initiative for a second year.



# Sprint on McCain Karpou Frontidas

Brand Development  
Brand Name  
Logo  
Packaging  
Advertising  
Digital  
Event Marketing  
Publicity  
Content  
Promo



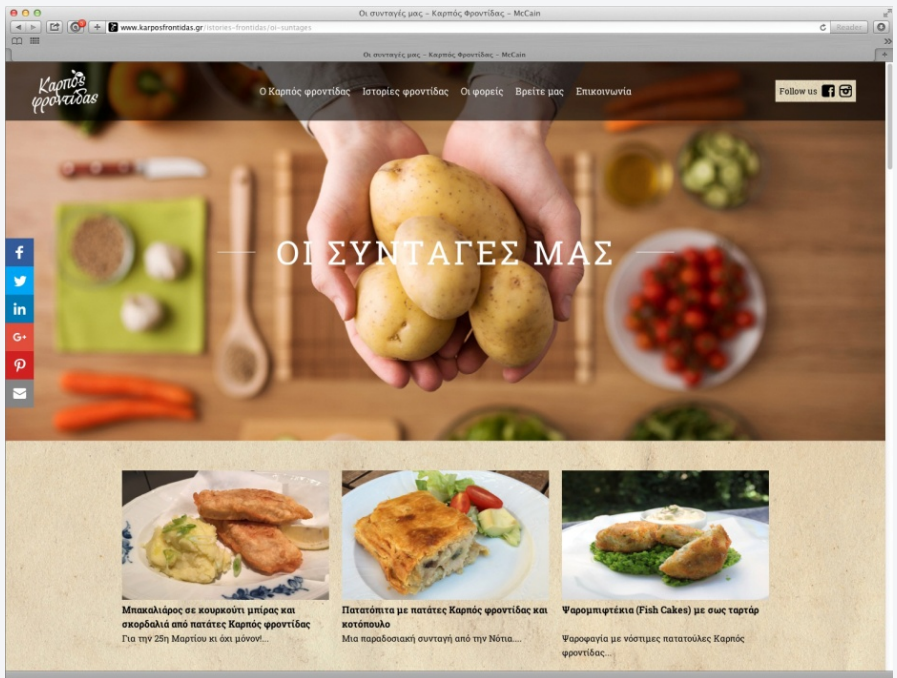
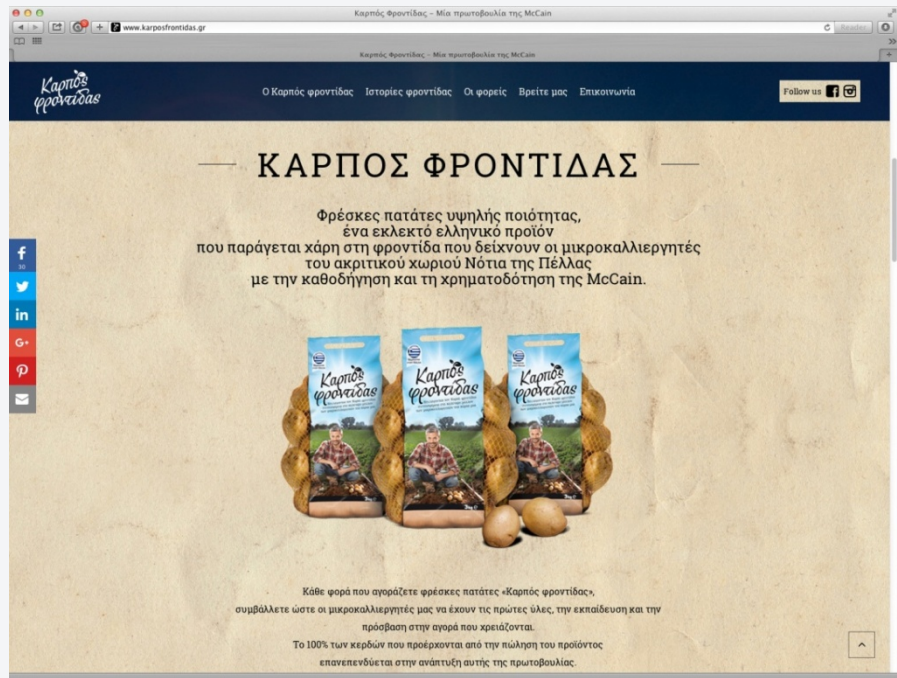
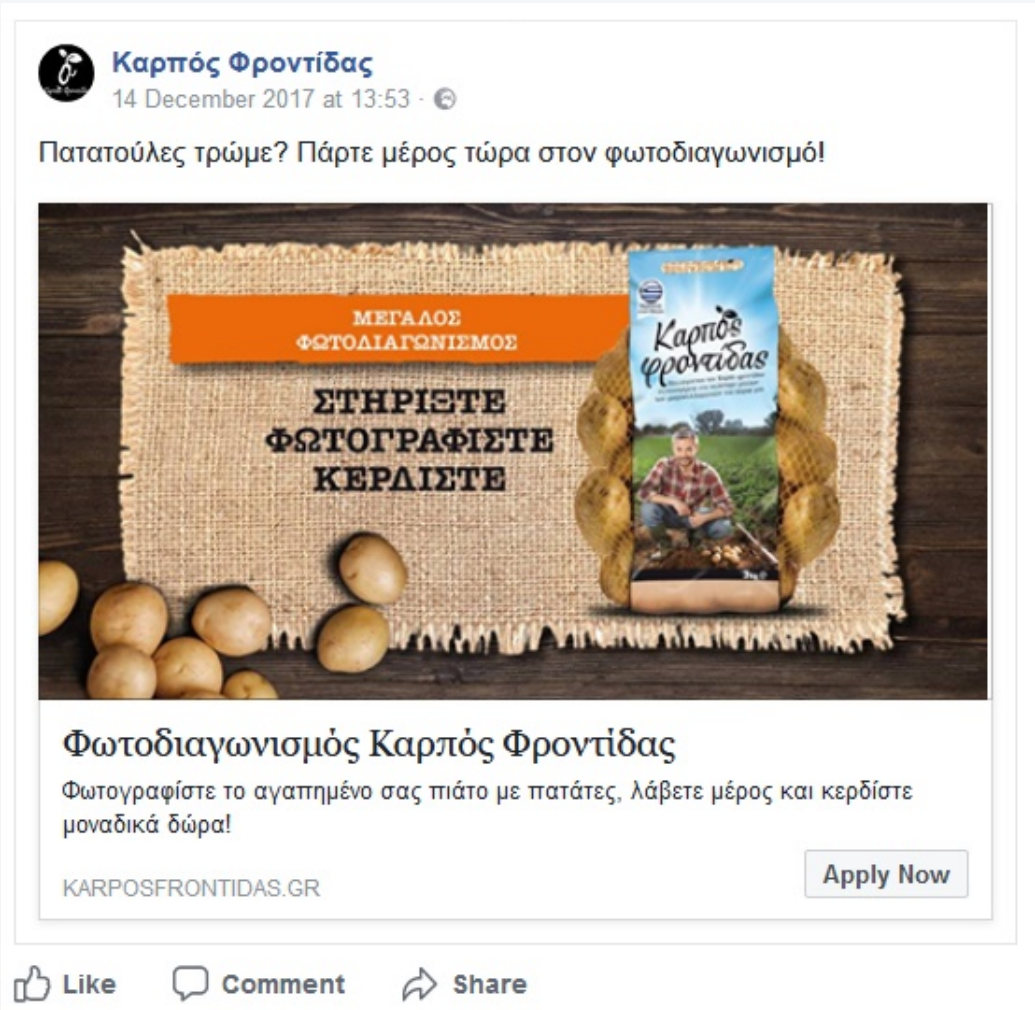
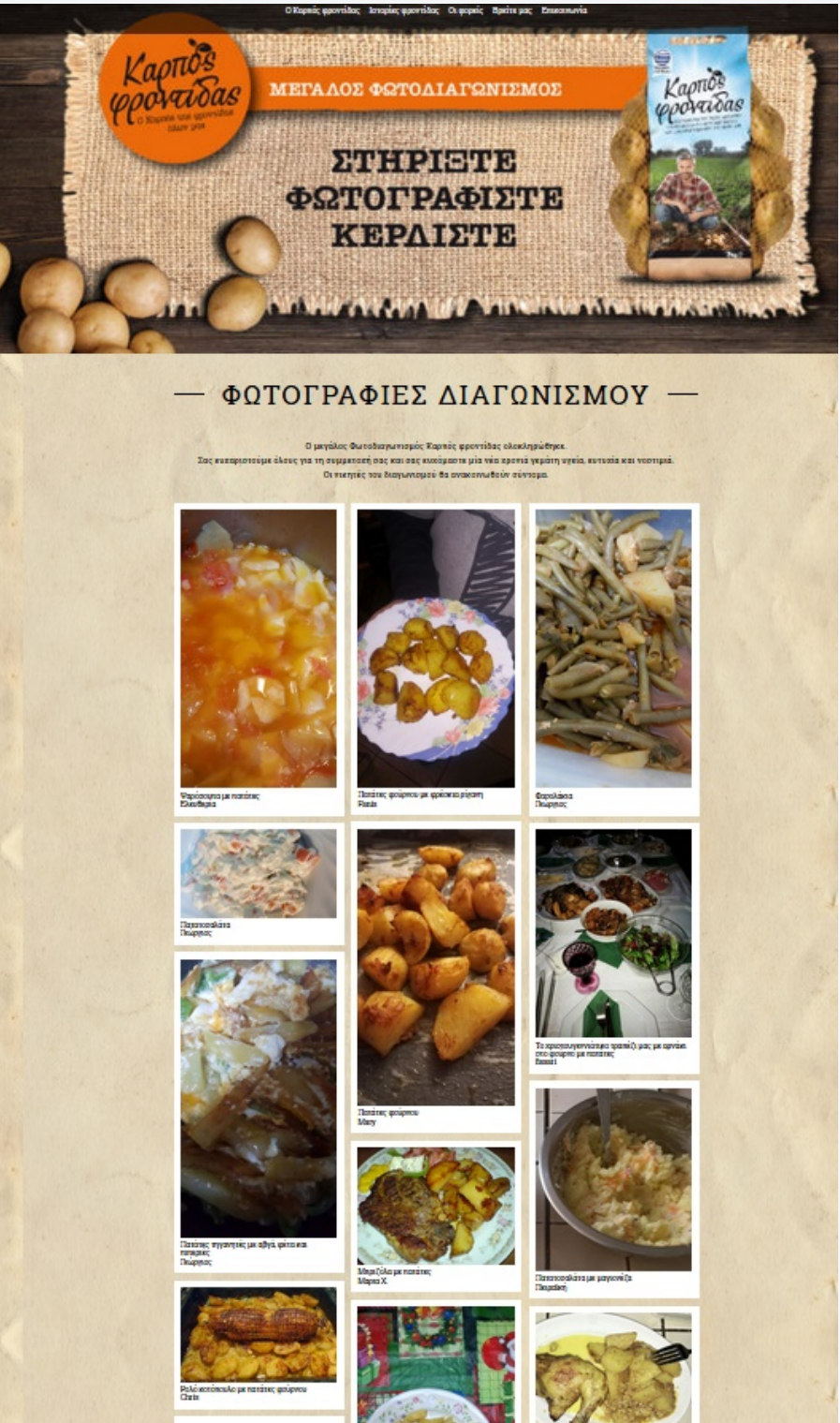
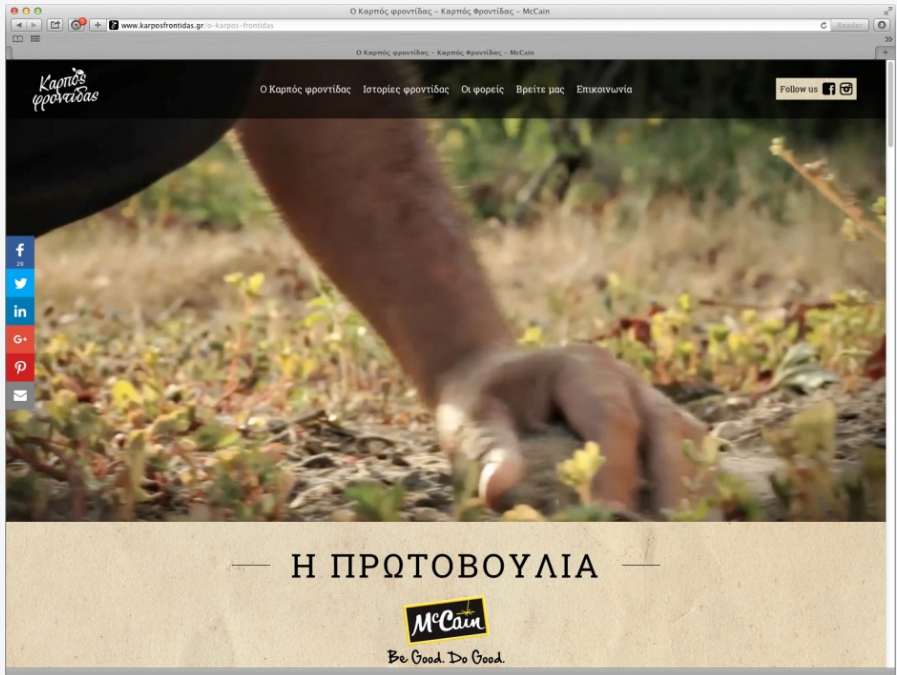
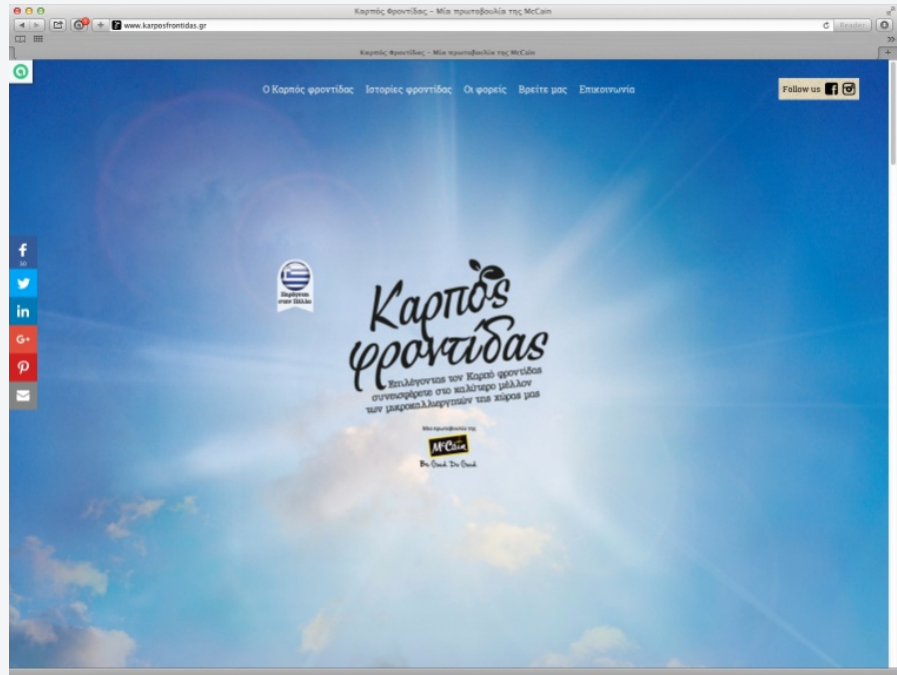
sprint



# Sprint on McCain Karpos Frontidas

- Brand Development
- Brand Name
- Logo
- Packaging
- Advertising
- Digital
- Event Marketing
- Publicity
- Content
- Promo

VIDEO





# Sprint on MEGA Babylino



TV spot Babylino Sensitive

[VIDEO](#)



# Sprint on MEGA Babyline

Design  
Creation  
Banners  
Print ad  
TV Spot





# Sprint on MEGA Babyino / Sani

CSR activation  
TV Spot



[VIDEO](#)



[VIDEO](#)



[VIDEO](#)



THANK YOU

