

## ΔΕΛΤΙΟ ΤΥΠΟΥ

09.04.2024

### Future of Retail 2024: Με πλήρη επιτυχία ολοκληρώθηκε από την ΕΣΕΕ το Συνέδριο – γέφυρα με το μέλλον του Λιανικού Εμπορίου

Σε Εξωστρέφεια, Χρηματοδότηση, Τεχνητή Νοημοσύνη, Retail Analytics και εμπορικά καταστήματα στα Κέντρα Πόλεων εστίασαν οι κορυφαίοι ομιλητές την 2<sup>η</sup> ημέρα των εργασιών

**Γ. Καρανίκας: «Το Future of Retail υπηρέτησε και φέτος απόλυτα το όραμα της ΕΣΕΕ για ένα ελληνικό Εμπόριο ανταγωνιστικό και ανθεκτικό, που «αγκαλιάζει» την αλλαγή με σύνεση, γνώση και δυναμισμό»**

Το προφίλ της σύγχρονης ελληνικής λιανεμπορικής επιχείρησης, που αναγνωρίζει τις ευκαιρίες και αντιμετωπίζει «έξυπνα» τις προκλήσεις του ψηφιακού και πράσινου μετασχηματισμού της, «φιλοτέχνησαν» επί δύο ημέρες στο **Future of Retail 2024 της ΕΣΕΕ**, οι κορυφαίοι επιχειρηματίες και οι πλέον επιδραστικοί παγκοσμίως στο χώρο του Retail τεχνοκράτες, ακαδημαϊκοί και θεσμικοί εκπρόσωποι του Λιανικού Εμπορίου, που έδωσαν «ραντεβού» στις 5 και 6 Απριλίου στην Τεχνόπολη της Αθήνας με τους Έλληνες εμπόρους και επιχειρηματίες από όλη τη χώρα.

Ο πρωτόγνωρος για τα δεδομένα του Ελληνικού Εμπορίου «μαραθώνιος» ομιλιών, παρουσιάσεων, σεμιναρίων, pitchings νεοφυών επιχειρήσεων και παρεμβάσεων από εκπροσώπους της ελληνικής κυβέρνησης και των κομμάτων εξελίχθηκε πολύ γρήγορα σε μια μεγάλη **γιορτή του Retail**.

Συνοψίζοντας τα βασικά συμπεράσματα του Συνεδρίου ο **Πρόεδρος της ΕΣΕΕ κ. Γιώργος Καρανίκας**, δήλωσε: *«Το 3<sup>ο</sup> κατά σειρά Future of Retail υπηρέτησε με απόλυτη επιτυχία το όραμα της Ελληνικής Συνομοσπονδίας Εμπορίου και Επιχειρηματικότητας, για ένα ελληνικό Λιανικό Εμπόριο, ανταγωνιστικό και ανθεκτικό, που «αγκαλιάζει» την αλλαγή, με σύνεση, γνώση και δυναμισμό. Στις εξαιρετικές θεματικές ενότητες και ομιλίες αναδείχθηκε ξεκάθαρα πως η έννοια της Διασύνδεσης είναι το “κλειδί” της επιτυχίας στην εποχή των ραγδαίων αλλαγών που βιώνουν παγκοσμίως όλα τα “οικοσυστήματα” της οικονομίας. Διασύνδεση ανάμεσα στους παραγωγικούς και αναπτυξιακούς κλάδους με καινοτόμες συνέργειες, των επιχειρήσεων με την έρευνα και την τεχνολογία, των δια ζώσης πωλήσεων με το e-commerce και, φυσικά, διασύνδεση της πάσης φύσεως επιχειρηματικής δράσης με την πράσινη οικονομία. Επιπλέον, σύμφωνα με έρευνες που παρουσιάστηκαν από όλο τον κόσμο, κατέστη πασιφανής η δυναμική και η αξία του φυσικού εμπορικού καταστήματος και την ψηφιακή εποχή, εφόσον θέλουμε βιώσιμες πόλεις. Το εμπορικό κατάστημα που ενσωματώνει ψηφιακές λύσεις αναβαθμίζει την αγοραστική εμπειρία των καταναλωτών και γενικότερα τη ζωή των κατοίκων. Ευχαριστώ θερμά τους κορυφαίους ομιλητές από την Ελλάδα και όλον τον κόσμο, τις επιχειρήσεις που συμμετείχαν στο Innovation Lab και στα Σεμινάρια, καθώς και τους εκπροσώπους της κυβέρνησης και των κομμάτων που τίμησαν τον εμπορικό κόσμο και την ΕΣΕΕ με την παρουσία τους στο Future of Retail 2024».*

Με σταθερό μοτο το **«Retailing into the Future»**, αλλά χωρίς σε καμία στιγμή να χάνει τη «γείωσή του» με το παρόν, το Συνέδριο μετατράπηκε και τη δεύτερη ημέρα των εργασιών σε πεδίο γόνιμου διαλόγου στον οποίο τέθηκαν και δόθηκαν απαντήσεις σε καίρια ερωτήματα που απασχολούν την παγκόσμια κοινότητα του Λιανικού Εμπορίου, όπως, μεταξύ άλλων, για την ενίσχυση της **εξωστρέφειας** και τις ανάγκες **χρηματοδότησης** των επιχειρήσεων, την «επέλαση» της **τεχνητής νοημοσύνης** στο λιανικό εμπόριο και την αξία των **Retail Analytics**. Αναλύθηκε, επίσης, η σημασία της ύπαρξης εμπορικών καταστημάτων για την αναζωογόνηση των πόλεων.

Από τις ενότητες με έντονο ευρωπαϊκό και ελληνικό ενδιαφέρον για τη «δίδυμη μετάβαση» του Retail ήταν αυτή ανάμεσα στην **κα Lucia Cusmano**, Επικεφαλής Οικονομολόγος και Αναπληρώτρια, Διευθύντρια του Τμήματος Επιχειρηματικότητας, Μικρομεσαίων Επιχειρήσεων και Τουρισμού του ΟΟΣΑ και την **κα Joanna Zawistowska**, Υπεύθυνη Πολιτικής Λιανικού Εμπορίου στη ΓΔ Εσωτερικής Αγοράς, Βιομηχανίας, Επιχειρηματικότητας και ΜΜΕ της Ευρωπαϊκής Επιτροπής, με συντονίστρια την κ. **Μιλένα Παναγιωτοπούλου**, Υπεύθυνη Ευρωπαϊκών και Διεθνών Σχέσεων του INEMY-ΕΣΕΕ.

Παράλληλα, ιδιαίτερο ενδιαφέρον παρουσίασαν τα **pitching sessions στο χώρο του Innovation Lab**, όπου νεοφυείς και άλλες επιχειρήσεις είχαν την ευκαιρία να παρουσιάσουν λύσεις που προσφέρουν, με εργαλεία όπως Business Intelligence, Data Analytics, μοντέλα τεχνητής νοημοσύνης, τεχνολογίες εικονικής πραγματικότητας και τεχνολογίες γεωεντοπισμού, που βελτιώνουν τις υπηρεσίες των επιχειρήσεων προς τους πελάτες τους αλλά και την ίδια την εσωτερική τους λειτουργία.

Ευχαριστούμε θερμά τους Χορηγούς του Συνεδρίου Future of Retail 2024:

Gold Sponsor: **ΠΛΑΙΣΙΟ**  
Silver Sponsors: **EFOOD – EPSILON NET GROUP OF COMPANIES - ΒΙΚΟΣ**  
Bronze Sponsors: **ΤΡΑΠΕΖΑ ΠΕΙΡΑΙΩΣ - JTI – MAN DYNAMIC – FREE FUTURESOFIT**  
Future Air Carrier: **AEGEAN**

### ΘΕΜΑΤΙΚΕΣ ΕΝΟΤΗΤΕΣ – ΟΜΙΛΙΕΣ – FIRESIDE CHATS Σάββατο 6 Απριλίου 2024

- **Keynote Speech: Selvane Mohandas du Ménil**, *Managing Director, International Association of Department Stores*

Στο πρώτο Keynote Speech της ημέρας, ο **κ. Salvane Mohandas du Ménil**, Managing Director του International Association of Department Stores, μίλησε για την ιστορική συνάρτηση μεταξύ διαφήμισης και λιανεμπορίου, μια συνάρτηση που φαίνεται ήδη από τα γραπτά του γνωστού Γάλλου συγγραφέα του 19<sup>ου</sup> αιώνα Émile Zola.

Σήμερα, ωστόσο, όπως τόνισε ο ομιλητής, βιώνουμε μια μετάβαση από το «trade marketing», δηλαδή τη διαφήμιση στον φυσικό χώρο, στο «retail media», δηλαδή την διαφήμιση στο διαδίκτυο, στο e-shop και τα social media. Φυσικά, το πιο παραδοσιακό «trade marketing» δεν πρόκειται να εξαφανιστεί, αλλά συνυπάρχει με άλλες περισσότερο νεωτερικές μορφές διαφήμισης.

«Αυτή η μετάβαση», επέμεινε ο κ. Salvane Mohandas du Ménil, «είναι απαραίτητη για το λιανεμπόριο. Οι σύγχρονες εξελίξεις στην παγκόσμια αγορά, καθώς και η πυκνότητα του ανταγωνισμού, καθιστούν την επιβίωση του αμιγούς λιανικού εμπορίου όλο και πιο δύσκολη. Η δραστηριοποίηση και στον χώρο της διαφήμισης του επιτρέπει να εξυπηρετήσει ακόμη περισσότερη πελατεία σε μια αυξανόμενη ψηφιακή εποχή. Και είναι σχετικά εύκολο: πολυκαταστήματα ανά τον κόσμο που υπάγονται στον φορέα που εκπροσωπεί ο ομιλητής, ήδη προσφέρουν ένα σύνολο από διαφημιστικά εργαλεία που δίνουν την ευκαιρία στο λιανικό εμπόριο να αγοράσει διαφημιστικό χώρο και να προωθήσει το προϊόν του σε στοχευμένους καταναλωτές».

Η πρόοδος στον χώρο του retail media δεν είναι ομοιόμορφη, εξήγησε ο ομιλητής. «Πρόκειται για μια νέα στρατηγική χωρίς ενιαίο όραμα και με μια σειρά από συγκρουόμενα συμφέροντα. Όμως, τα οφέλη καινοτόμων εταιρειών όπως η Amazon, και γενικά τα σημαντικά έσοδα των εμπόρων από το retail media, επιταχύνουν την μετάβαση».

- **Keynote Speech: Paul Greenberg**, *President, NORA- National Online Retailers Association, FIRA Vice-President*

Στο δεύτερο Keynote Speech της ημέρας, ο **κ. Paul Greenberg**, Πρόεδρος του National Online Retailers Association (NORA) και Αντιπρόεδρος του Federation of International Retail Associations (FIRA), τόνισε πως το Συνέδριο λαμβάνει χώρα «στο κέντρο του Δυτικού πολιτισμού», την Ελλάδα. Αυτό μας δίνει την ευκαιρία να «στραφούμε προς το παρελθόν, ώστε να εξάγουμε κάποια συμπεράσματα για το μέλλον», για το «future of Retail».

Συνεχίζοντας, επεσήμανε ότι οι μεγάλοι μετασχηματισμοί δεν είναι κάτι καινούριο στον κόσμο του λιανεμπορίου. Αυτό που διαφέρει σήμερα είναι ότι, παρά τις «αλλαγές-οδοστρωτήρες», όπως είναι η Τεχνητή Νοημοσύνη, διαθέτουμε και χτίζουμε μια Κοινότητα που μας επιτρέπει τη διαρκή και εποικοδομητική επικοινωνία. *«Μπορούμε, λοιπόν, να εντείνουμε την αλληλεπίδραση με τους πελάτες, να προσαρμόζουμε τις νέες τεχνολογίες, να μην εστιάζουμε υπερβολικά στις μεθόδους και τα εργαλεία και να μην χάνουμε την δημιουργικότητα στο retail».* Αναφερόμενος, μάλιστα στον Αρχιμήδη και στον Σωκράτη, ο κ. Greenberg εξέφρασε την επιθυμία του για ένα «πάντρεμα» μεταξύ επιστήμης και φιλοσοφίας.

Πιο πρακτικά, τώρα, έστρεψε την προσοχή του στο μέλλον του λιανικού εμπορίου. Θα μπορούσε, ίσως, και αυτό να κάνει ακριβώς όσα κάνει η Amazon. Ίσως πιο χρήσιμα, όμως, οι μικρομεσαίοι θα μπορούσαν *«να κάνουν αυτά που δεν κάνει η Amazon».* Το ίδιο, λίγο πολύ, ισχύει και για ολόκληρες αγορές. Η Ελλάδα (και σε ένα βαθμό η Αυστραλία), σε αντίθεση με την πολυεθνική Amazon, είναι μικρή αγορά, «αγορά niche» - πρέπει να επωφεληθεί, να δράσει με βάση το σύνθημα «Get Big Get Niche». Πρέπει, ως προς αυτό, να δοθεί μεγαλύτερη σημασία στην προέλευση του προϊόντος, στη σύνδεση ανάμεσα στο προϊόν, το χώρο και τον καταναλωτή, στην πρόληψη των νέων ενδιαφερόντων και πρακτικών της επόμενης γενιάς καταναλωτών. Είναι προφανές ότι οι μεσάζοντες μεταξύ κοινού και brand θα παίξουν εδώ ένα καθοριστικό ρόλο.

Κλείνοντας, αναφέρθηκε στην κλιματική αλλαγή και στο στοίχημα της βιωσιμότητας. *«Ποιος θα πληρώσει το τίμημα;»,* ρώτησε. *«Έχουμε την δυνατότητα και την “πολυτέλεια” να μην αντιμετωπίσουμε την Κρίση, να συνεχίσουμε προσκολλημένοι στις παλιές μεθόδους και, για παράδειγμα, την fast fashion; Ίσως μια λύση»,* συμπέρανε, *«θα ήταν να στραφούμε προς το τοπικό, το ποιοτικό και το βιώσιμο».*

- **Ενδυναμώνοντας το μέλλον της επιχειρηματικής ηγεσίας: εστιάζοντας στις δεξιότητες**

Στο πρώτο panel της ημέρας, η κ. **Τέτα Καραμπίνη**, Programme Manager του Junior Achievement Europe, παρουσίασε το Skills4Retail, ένα πρόγραμμα, που χρηματοδοτείται από την ΕΕ, στοχεύοντας στην ανάπτυξη δεξιοτήτων και εκπαίδευσης στον τομέα του λιανικού και χονδρικού εμπορίου. Με έμφαση στις ανάγκες της αγοράς και της βιομηχανίας, το έργο αυτό προσφέρει λύσεις που επιδιώκουν να γεφυρώσουν τον αυξανόμενο ψηφιακό χάσμα στις δεξιότητες του κλάδου. Το πρόγραμμα διάρκειας τεσσάρων ετών, θα υλοποιηθεί σε 8 χώρες (Ιρλανδία, Αυστρία, Ρουμανία, Ουγγαρία, Πορτογαλία, Λετονία, Τσεχία και Μάλτα) της Ευρώπης με την στήριξη των τοπικών γραφείων του δικτύου του JA, των εκπαιδευτικών ιδρυμάτων και της αγοράς. Αναφέρθηκε, επίσης, στην σημασία των προγραμμάτων επιχειρηματικότητας που είναι διαθέσιμα για μαθητές όλων των βαθμίδων στην Ευρώπη μέσω του Φορέα της, και συμβάλλουν άμεσα στην ανάπτυξη του επιχειρηματικού πνεύματος και άλλων ήπιων δεξιοτήτων που θα μπορέσουν να χρησιμοποιηθούν όχι μόνο από τους νέους που θα αποφασίσουν να ασχοληθούν με το επιχειρείν, αλλά σε όλα τα επαγγέλματα. Εστίασε στον θεσμό του Company Programme, ο οποίος εδώ και 100 χρόνια στηρίζει νέους μαθητές (15-18 ετών) που θέλουν να ασχοληθούν με την επιχειρηματικότητα. Ενδεικτικά, στο πρόγραμμα εγγράφονται 36.000 ετησίως, δημιουργώντας περισσότερες από 30.000 επιχειρήσεις, με τους Έλληνες μαθητές να ξεχωρίζουν στους Ευρωπαϊκούς διαγωνισμούς.

Με τη σειρά του ο κ. **Αργύρης Τζικόπουλος**, CEO του Junior Achievement Greece, σχολίασε την *«πραγματικότητα που αντιμετωπίζουμε τα τελευταία χρόνια»* ως *«ένα κενό – μια έλλειψη επαγγελματικού προσανατολισμού».* Δεν υπάρχει κάποια στρατηγική που, ήδη από το σχολείο, *«να βοηθά να κατευθύνει τα παιδιά στην επιλογή επαγγέλματος βάσει δεξιοτήτων, κλίσεων κ.λπ.* Αντίθετα, κλείνει ο κ. Τζικόπουλος, *«παρατηρείται ακόμη το φαινόμενο της επιλογής επαγγέλματος βάσει του οικογενειακού περιβάλλοντος ή των προοπτικών οικονομικής εξασφάλισης. Ο επαγγελματικός προσανατολισμός θα βοηθήσει την επόμενη γενιά να κάνει πιο ρεαλιστικές επιλογές, καθώς και να κατευθυνθεί προς πιο “αντισυμβατικά” επαγγέλματα που δεν έχουν σήμερα ιδιαίτερη πέραση».*

Η κ. **Αλεξία Βασιλάκη**, Project Manager του Existanze #connectingdots & JA Απόφοιτη, αναφέρθηκε αρχικά στην καλή επίδοση (3<sup>η</sup> θέση) που έλαβε, ως φοιτήτρια πανεπιστημίου, εκπροσωπώντας την Ελλάδα στον πανευρωπαϊκό στον διαγωνισμό JA Greece στην Εσθονία. Έπειτα από τον διαγωνισμό, έλαβε με την ομάδα της μέρος και σε αρκετούς άλλους, και αναδείχθηκε στη λίστα **30 under 30** της Forbes. Παροτρύνει έκτοτε τους νέους φοιτητές να λαμβάνουν μέρος σε διαγωνισμούς και προγράμματα επιχειρηματικότητας και καινοτομίας. Τέλος, η κ. Βασιλάκη απαριθμεί κάποια από τα ενδεικτικά κέρδη που τέτοιοι ανταγωνισμοί παρέχουν: ικανότητες στο networking, το public speaking, τα λεγόμενα soft skills, την κριτική σκέψη και, ίσως το σημαντικότερο εξ αυτών, την προσαρμοστικότητα στο feedback.

- **Keynote Speech: Marco Zanardi, President, Retail Institute Italy**

Σε ένα ακόμη Keynote Speech, ο κ. **Marco Zanardi**, Πρόεδρος του Retail Institute Italy, ξεκίνησε παραθέτοντας ορισμένα σημαντικά παγκόσμια οικονομικά μεγέθη, με ιδιαίτερη έμφαση στο γιγαντιαίο χρέος που υπερβαίνει κατά πολύ τον συνολικό παγκόσμιο τζίρο. Η οικονομία μας, λοιπόν, είναι μια «οικονομία χρέους». *«Παράλληλα», σημειώνει περαιτέρω ο κ. Zanardi, «η κοινωνία μας είναι όλο και πιο πολύ ψηφιακή, ενώ ο πλούτος τείνει να συγκεντρώνεται σε μια πολύ πλούσια και κινητική ομάδα δισεκατομμυριούχων».*

Ένα ακόμη χαρακτηριστικό της σύγχρονης οικονομίας, στο οποίο μάλιστα εστίασε ο ομιλητής, είναι η καινοτομία, οι ταχείς ρυθμοί ανάπτυξης της τεχνολογίας και οι οικονομικές, κοινωνικές και πολιτισμικές αλλαγές στις οποίες οδηγούν. Μεταξύ αυτών των αλλαγών, ο κ. Zanardi σημείωσε και τον κατακερματισμό της αλυσίδας αξίας, καθώς ενώ η έρευνα τελείται ακόμα σε μεγάλο βαθμό στις ΗΠΑ, η παραγωγή βρίσκεται αλλού (στην Κίνα, την Ινδία, το Μεξικό και αλλού).

Συνεχίζοντας, σχολίασε τη «ραγδαία αύξηση του ηλεκτρονικού εμπορίου» και, σε αυτό το πλαίσιο, της διαφήμισης, του retail, των διάφορων υπηρεσιών που προκύπτουν και, φυσικά, της επιρροής των brand. Το πλαίσιο δραστηριοποίησης του εμπόρου, εξήγησε ο ομιλητής, καθίσταται έτσι όλο και πιο περίπλοκο καθώς οι πλατφόρμες ολοένα αυξάνονται και διαφοροποιούνται, ενώ το ζήτημα της βιωσιμότητας είναι εδώ για να μείνει. Ο έμπορος μπορεί, όμως, να αισιοδοξεί, αρκεί να «θυμάται ότι πρέπει να προσφέρει κάτι συγκεκριμένο και να προσέχει τις τάσεις», να αναπτύσσει «διαφορετικές προσεγγίσεις για κάθε διαφορετική κουλτούρα, να συνεργάζεται και να αναγνωρίζει ότι αποτελεί μέρος ενός «οικοσυστήματος». Τέλος, ο κ. Zanardi επέμεινε, ότι ο έμπορος πρέπει να ακούει τη νέα γενιά, την προτίμησή της για την «τεχνολογία του yolo», (You Only Look Once) την επιθυμία της για σύγχρονη αναψυχή.

Συνοψίζοντας, ο ομιλητής αναφέρθηκε στην ανάγκη εδραίωσης ενός «νέου επιχειρηματικού μοντέλου» στο οποίο το retail αναζητά ψηφιακές λύσεις και προσαρμόζεται στον νέο, ψηφιακό κόσμο.

- **Επιτυχίες και απώλειες της ενιαίας αγοράς**

Στο ενδέκατο panel του Συνεδρίου, η κα **Christel Delberghe**, Director General της EuroCommerce, εξήγησε ότι η αγορά καθίσταται όλο και πιο ενιαία, κάτι που φυσικά έχει αντίκτυπο τόσο στην Ευρώπη, όσο και στις ΗΠΑ, οι οποίες χάνουν την πρωτοκαθεδρία. Η Ευρώπη, ισχυρίστηκε η ομιλήτρια, πρέπει να επιμείνει στην ενοποίηση της αγοράς της, αυτή είναι «το πιο πολύτιμο περιουσιακό μας στοιχείο», ένα ατού ανταγωνιστικότητας και ανθεκτικότητας.

Ο κ. **Θρασύβουλος Παγουλάτος**, Γενικός Διευθυντής Αγορών του Ομίλου METRO AEBE, εστίασε στις αρνητικές επιδράσεις της γραφειοκρατίας, των περίπλοκων διοικητικών διαδικασιών και της έλλειψης (νομοθετικής) ομοιομορφίας στην εφαρμογή των κανονισμών μεταξύ των κρατών-μελών της ΕΕ. Παρ' όλα αυτά, η ΕΕ συνεχίζει να παράγει νομοθεσία και κανονισμούς «στη λογική του one size fits all» αντί να «βλέπει τα πράγματα με μεγαλύτερη ευελιξία». Στην Ελλάδα, για παράδειγμα, είναι προφανές ότι «αρχιτεκτονική της οικονομίας μας είναι η μικρομεσαία επιχείρηση».

Με τη σειρά του, ο κ. **Πλάτωνας Μαρλαφέκας**, Αντιπρόεδρος ΔΣ ΕΛΛΑ-ΔΙΚΑ ΜΑΣ, Αντιπρόεδρος και Διευθυντής Μάρκετινγκ και Εξαγωγών της ΛΟΥΞ ΜΑΡΛΑΦΕΚΑΣ ΑΒΕΕ, Πρόεδρος του Επιμελητηρίου Αχαΐας και Πρόεδρος ΕΦΕΠΑΕ, σχολίασε και αυτός τις διαφορές που υπάρχουν ανάμεσα στα ευρωπαϊκά κράτη-μέλη, όπως και την ανισότητα μεταξύ των χωρών. Αφού τόνισε την δέσμευσή του στη ελληνική αγορά, ο κ. Μαρλαφέκας δήλωσε ότι *«αν η επιχείρησή του βρισκόταν σε άλλη χώρα της ΕΕ παρόμοιου μεγέθους με την Ελλάδα (το Βέλγιο, για παράδειγμα) θα ήταν δέκα φορές μεγαλύτερη».* «Η Ελλάδα», συμπεραίνει, «πρέπει να στραφεί στην αύξηση της παραγωγής και τις εξαγωγές και να σταματήσει να επιμένει στον ανταγωνισμό μέσω συμπίεσης των τιμών. Εξίσου σημαντικές είναι οι ερχόμενες Ευρωεκλογές, στις οποίες είναι αναγκαίο «να πρυτανεύσει η λογική».

Κλείνοντας την συζήτηση, η κα Delberghe σχολίασε ένα ευρωπαϊκό σχέδιο νόμου που διέρρευσε μέσω Twitter τον Σεπτέμβριο στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης. Πρόκειται για ένα πακέτο το οποίο θα οριστικοποιεί την εξόφληση business to business εντός 30 ημερών. *«Αυτό», ισχυρίζεται η ομιλήτρια «θα είχε καταστροφικές συνέπειες στο λιανεμπόριο και τις μικρομεσαίες επιχειρήσεις “στεγνώνοντας την ρευστότητά τους”».*

- **Keynote Speech: Michel Rochette** (on line), *Président, CCCD - Québec, Retail Council of Canada*

Ο επόμενος **Keynote Speaker**, ο κ. **Michel Rochette**, Πρόεδρος του Retail Council of Canada και του CCCD-Québec, συμμετείχε στο Συνέδριο μέσω διαδικτυακής σύνδεσης.

Βασικό του αντικείμενο ήταν το πρόβλημα της μικροπαραβατικότητας στο λιανεμπόριο, των καθημερινών δηλαδή μικροκλοπών στα καταστήματα, οι οποίες μάλιστα αυξήθηκαν στον απόηχο της Πανδημίας. Οι λιανέμποροι, με τη σειρά τους, έχουν αρχίσει να εκφράζουν την ανησυχία τους για τις επιπτώσεις του φαινομένου.

Οι έμποροι λιανικής, σχολίασε ο κ. Rochette, «νιώθουν ότι μένουν μόνοι τους». Γι' αυτόν τον λόγο, πρότεινε μια σειρά από μέτρα τα οποία θα μπορούσαν να αυξήσουν την ασφάλεια των καταστημάτων και των πελατών: κάμερες αναγνώρισης προσώπου, εκπαίδευση του προσωπικού σε σχέση με τέτοια περιστατικά και στενότερη συνεργασία μεταξύ των Λιανεμπόρων, Κυβέρνησης και Αστυνομίας. Παράλληλα, πρέπει να επιτευχθεί και μια ευαισθητοποίηση της κοινής γνώμης για την εμπέδωση ενός συνασπισμού μεταξύ των Πολιτών και των Αρχών.

- **Fireside Chat: Κέντρα Πόλεων, Εμπόριο και Last-Mile**

Ξεκινώντας τη συζήτηση, ο κ. **Χάρης Δούκας**, Δήμαρχος Αθηναίων και Καθηγητής στη Σχολή Ηλεκτρολόγων Μηχανικών και Μηχανικών Υπολογιστών του Εθνικού Μετσόβιου Πολυτεχνείου (ΕΜΠ), σημείωσε χαρακτηριστικά πως «βρισκόμαστε σε εποχές μεγάλων αλλαγών, στην εποχή του ψηφιακού μετασχηματισμού και της πράσινης μετάβασης», εξελίξεις που αναπόφευκτα επηρεάζουν και τον κλάδο του λιανικού εμπορίου.

Ένα πρώτο πρόβλημα που προκύπτει -παρά τις προσπάθειες πράσινης αναζωογόνησης της Αθήνας- είναι η κυκλοφορική συμφόρηση του Κέντρου, η οποία σε ένα βαθμό οφείλεται στις μεταφορές και φορτοεκφορτώσεις των επιχειρήσεων λιανικού εμπορίου στους στενούς δρόμους της πόλης ακόμη και κατά τις ώρες αιχμής. Μια λύση σε αυτό το πρόβλημα, που βρίσκεται στο τραπέζι των συζητήσεων όχι μόνο στην Αθήνα αλλά και σε άλλες μεγαλουπόλεις, είναι η δημιουργία Αστικών Κέντρων Ενοποίησης Εμπορευμάτων για την μαζική μεταφορά των προϊόντων καθώς και η καθιέρωση λωρίδων για τις φορτοεκφορτώσεις, μέτρα τα οποία ήδη εφαρμόζονται σε ευρωπαϊκές μεγαλουπόλεις. Ωστόσο, για να συμβεί κάτι τέτοιο (όπως και πολλές άλλες παρεμφερείς πρωτοβουλίες), θα πρέπει να υπάρξει συνεννόηση όλων των εμπλεκόμενων. Πρόθεσή μας είναι *«μέχρι το καλοκαίρι να έχει δημιουργηθεί μια ομάδα με όλους τους αρμόδιους φορείς και σε συνεργασία με το Κράτος, ώστε με τον καινούριο χρόνο να θεσπιστεί νέο πλαίσιο για τις εμπορευματικές μεταφορές»*, τόνισε ο κ. Δούκας.

Με τη σειρά του, ο κ. **Γιάννης Βασιλάκος**, Αντιπρόεδρος και Διευθύνων Σύμβουλος της «Κωτσόβολος», εξήγησε ότι *«όταν πρέπει να λύσεις ένα πρόβλημα, δε θα μείνουν όλοι ευχαριστημένοι. Πρέπει να υπάρχουν αμοιβαίοι συμβιβασμοί»*. Ανέφερε χαρακτηριστικά την προοπτική να περιοριστεί η τροφοδοσία το βράδυ (έτσι ώστε οι δρόμοι να είναι ανοιχτοί το πρωί), να διαμορφωθούν προστατευμένες θέσεις για τους κούριερ και τους διανομείς στις οποίες θα υπάρχει δυνατότητα ταχύ-φόρτισης, κάτι που θα δημιουργούσε τις προϋποθέσεις ακόμα και να απαγορευτούν τα συμβατικά αυτοκίνητα τροφοδοσίας εντός της πόλης. *«Για τη βιωσιμότητα της πόλης»*, συμπέρανε, *«είναι πολύ σημαντικό να προβούμε σε λύσεις που ίσως βραχυπρόθεσμα δεν είναι συμφέρουσες για τις επιχειρήσεις μας. Θα εξασφαλίσουν, ωστόσο, τη βιωσιμότητά τους στο μέλλον»*.

Ο τρίτος συνομιλητής, ο κ. **Δανιήλ Μπεναρδούτ**, Πρόεδρος του Διοικητικού Συμβουλίου των ΕΛΤΑ, επικεντρώθηκε κυρίως στην άνοδο του ηλεκτρονικού εμπορίου και τον τρόπο με τον οποίο επιτάσσει μια άμεση βελτίωση των μεταφορών. Παράλληλα, σημειώνει ότι η ψηφιοποίηση των υπηρεσιών όπως για παράδειγμα αυτές των ΕΛΤΑ ενέχουν τον κίνδυνο να χαθεί η «συναισθηματική σύνδεση» μεταξύ αποστολέα και αποδέκτη. Συμφωνεί δε, με τους προλαλήσαντες ότι η μείωση των ρύπων, η χρήση ηλεκτρικών αυτοκινήτων και, εν γένει, η βιωσιμότητα της πόλης είναι βασικός στόχος όλων στον οποίο πρέπει να συνεισφέρουν και οι έμποροι.

Στην ανοιχτή συζήτηση που ακολούθησε, οι τρεις ομιλητές ασχολήθηκαν με το θέμα του τουρισμού. Καταρχάς, ο κ. Βασιλάκος τόνισε την ανάγκη να παταχθεί η μικροεγκληματικότητα στους δρόμους, η οποία επιδρά αρνητικά τόσο στον τουρισμό όσο και στο Εμπόριο γενικά. Σε αυτό το σημείο, ο κ. Δήμαρχος επισήμανε ότι *«η Αθήνα πρέπει να είναι μια πόλη φιλική προς τους τουρίστες και τους επισκέπτες της, αλλά πρέπει να είναι φιλική και λειτουργική και για τους κατοίκους της. Οι επενδύσεις είναι αναγκαίες για να διατηρείται το τουριστικό προϊόν ελκυστικό. Αλλά, παράλληλα, οφείλουμε να προχωρήσουμε και σε μέτρα για την πόλη, που θα αντιμετωπίζουν προβλήματα που προκύπτουν από την υπερ-*

τουριστικοποίηση και θα πρωοδοτούν ένα τουριστικό μοντέλο που θα αγκαλιάζει όλη την πόλη. Αν η Αθήνα γίνει απρόσωπη, αν δε διατηρηθεί αυθεντική, θα υπονομεύσει και το τουριστικό προϊόν».

- **Fireside Chat: Ευκαιρίες και προκλήσεις στο λιανικό εμπόριο**

Η κ. **Σταυρούλα Καμπουρίδου**, Διευθύνουσα Σύμβουλος της ΔΙΑΣ Α.Ε., άνοιξε τη συζήτηση αυτού του Fireside Chat αναφερόμενη στο IRIS, τη διατραπεζική υπηρεσία άμεσων πληρωμών που έχει αναπτύξει και διαθέτει η εταιρεία. Στη συνέχεια, σχολίασε τη μεγάλη επιτυχία του IRIS για μεταφορές χρημάτων μεταξύ φίλων που αριθμεί πάνω από 2,5 εκ. χρήστες και πραγματοποιεί 30 φορές περισσότερες συναλλαγές το μήνα σε σχέση μια 3 χρόνια πριν, αναφέροντας ότι παρόμοια προϊόντα πληρωμών υπάρχουν για ελεύθερους επαγγελματίες και ηλεκτρονικό εμπόριο. «Σε σχέση με την υπόλοιπη Ευρώπη», τονίζει η κ. Καμπουρίδου, «η Ελλάδα κινείται ως προς τις νέες τεχνολογίες πληρωμών τύπου IRIS πιο αργά, παρά το γεγονός ότι διακρίνονται από υψηλή ασφάλεια, ταχύτητα, ευχρηστία, διασφαλίζοντας μια ξεχωριστή πελατοκεντρική εμπειρία».

Ο κ. **Βασίλης Κουτεντάκης**, Ανώτερος Γενικός Διευθυντής και εκτελεστικό μέλος του Δ.Σ. της Τράπεζας Πειραιώς, σχολίασε θετικά την κατάσταση των ελληνικών τραπεζών: «Έχουν σήμερα πολύ μεγάλη ρευστότητα και διαθέτουν πολλά κεφάλαια για χρηματοδότηση. Αυτό συνιστά μια μεγάλη ευκαιρία για το Λιανικό Εμπόριο, καθώς οι Τράπεζες δεν θέλουν να παραμείνουν τα κεφάλαιά τους αδρανή και ανεκμετάλλευτα». «Η προϋπόθεση», εξήγησε ο κ. Κουτεντάκης, «είναι οι μικρομεσαίες επιχειρήσεις να αντεπεξέλθουν στις προκλήσεις της ψηφιοποίησης και, συχνά, να αντιληφθούν ότι πίσω από αυτές κρύβονται σημαντικές ευκαιρίες», (ανέφερε χαρακτηριστικά το παράδειγμα του POS). «Πρέπει, επίσης, να διαθέτουν σαφές επιχειρηματικό πλάνο, να είναι η επιχείρηση υγιής, να μην ξαναδημιουργηθεί σωρεία κόκκινων δανείων». Έκλεισε λέγοντας ότι, σε περίπτωση που επιτευχθούν τα παραπάνω, «υπάρχουν στην Ελλάδα τα εργαλεία για τη χρηματοδότηση της πολύ μικρής επιχείρησης (συγχρηματοδότηση, εγγυοδοσία κ.ά.)».

Ο κ. **Νίκος Βέττας**, Γενικός Διευθυντής του Ιδρύματος Οικονομικών και Βιομηχανικών Ερευνών (IOBE) και Καθηγητής στο Οικονομικό Πανεπιστήμιο Αθηνών, τόνισε ότι σήμερα «η εικόνα του Λιανεμπορίου στην Ελλάδα είναι πολύ θετικότερη από ότι στην υπόλοιπη Ευρώπη. Ωστόσο, η καταναλωτική εμπιστοσύνη είναι χαμηλότερη στη χώρα μας». Έπειτα, αναφερόμενος στο μέλλον, διαπιστώνει πως η εν εξελίξει τεχνολογική πρόοδος σε ότι αφορά την ενέργεια, την Τεχνητή Νοημοσύνη και τη βιοτεχνολογία «στα επόμενα είκοσι πέντε χρόνια θα μας έχει κάνει τόσο παραγωγικούς που θα έχουμε ελεύθερο χρόνο να ταξιδεύουμε και να αγοράζουμε».

Συντονιστής ήταν ο δημοσιογράφος **Νίκος Ρογκάκος**.

- **Fireside Chat: Κωστής Χατζηδάκης Υπουργός Εθνικής Οικονομίας και Οικονομικών**

Ακολούθησε η συζήτηση ανάμεσα στον κ. **Κωστή Χατζηδάκη**, Υπουργό Εθνικής Οικονομίας και Οικονομικών και τον δημοσιογράφο κ. **Νίκο Ρογκάκο**.

Ο κ. Ρογκάκος ξεκίνησε τη συζήτηση αναφερόμενος στα πολλά και σημαντικά προβλήματα των μικρομεσαίων, με βασικότερο την έλλειψη «κρουνών χρηματοδότησης». Ο κ. Υπουργός απάντησε ότι «όλες οι κινήσεις που έχουν γίνει στο τραπεζικό σύστημα αποσκοπούν στη βελτίωση και μεγαλύτερη χρηματοδότησή τους. Ορισμένα βήματα που έχουν ήδη γίνει είναι: η βελτίωση του ανταγωνισμού μεταξύ των κερδοφόρων τραπεζών, καθώς και η νομοθέτηση της δυνατότητας για μη-τραπεζικά ιδρύματα να παρέχουν στεγαστικά και άλλα επιχειρηματικά δάνεια». Στη συνέχεια, υποστήριξε ότι αποτελεί «μύθος» ότι το Ταμείο Ανάκαμψης «υπάρχει μόνο για μεγάλες επιχειρήσεις». Αντ' αυτού, σημείωσε πως ένα μεγάλο τμήμα της χρηματοδότησης κατευθύνεται προς μικρομεσαίες επιχειρήσεις, για την ψηφιακή και την πράσινη μετάβαση. Ενώ σχετικά με το αίτημα της αγοράς για μεγαλύτερη πρόσβαση των μικρομεσαίων επιχειρήσεων στα τραπεζικά δάνεια, ο κ. Υπουργός υποστήριξε πως «έχουν γίνει βήματα», σημειώνοντας πάντως υπάρχουν όρια που τίθενται και από την Ευρωπαϊκή Τράπεζα και από τις ελληνικές τράπεζες που «θέλουν τις επιχειρήσεις να παρουσιάζουν κερδοφορία και να έχουν προοπτικές».

Σε αυτό το σημείο, ο κ. Ρογκάκος έστρεψε τη συζήτηση στο ζήτημα των οφειλών των μικρομεσαίων. Ο Υπουργός σημείωσε ότι τα κόκκινα δάνεια που σωρεύτηκαν κατά τη «μεγάλη κρίση» έπεσαν από το 2019 μέχρι σήμερα από 95 σε 75 δισεκατομμύρια ευρώ. Παράλληλα, προτεραιότητα της κυβέρνησης είπε πως είναι η αποφυγή νέων υπέρογκων χρεών, μέσω ευνοϊκότερων ρυθμίσεων, χαμηλά επιτόκια κ.ο.κ.

Στην συνέχεια της συζήτησης, ο Υπουργός εξήγησε ότι η κατάργηση ή μη της προκαταβολής φόρου δεν «σημαίνει πληρώνω περισσότερο ή λιγότερο φόρο», καθώς «το άθροισμα παραμένει ίδιο». Πολύ πιο σημαντικό, είναι το ότι η κυβέρνηση έχει ελαφρύνει τους μικρομεσαίους μειώνοντας τη φορολογία νομικών προσώπων, καθώς και τις ασφαλιστικές εισφορές. Επιπλέον, ο κ. Υπουργός ανακοίνωσε ότι δεν

θα υπάρξει παράταση στη σύνδεση μεταξύ POS και ταμειακής μηχανής. Όπως εξήγησε, πέραν την αποφυγής της φοροδιαφυγής, η επίσπευση της διαδικασίας είναι απαραίτητη γιατί έχει «μπει ως ορόσημο στο Ταμείο Ανάκαμψης» με κίνδυνο να διακοπεί μερικώς η χρηματοδότηση (όπως συνέβη στην Πορτογαλία). Θα ήταν επίσης άδικο στην πλειοψηφία των επιχειρηματιών που έχουν ήδη συνδέσει την ταμειακή τους μηχανή με το POS.

Έπειτα, ο κ. Ρογκάκος αναφέρθηκε στη γενική κατάσταση της κοινωνίας και των Ελλήνων. Ο Υπουργός βεβαίωσε ότι «έχουν ήδη δοθεί κοινωνικές παροχές από την κυβέρνηση όπως επίσης μειώθηκαν τα ποσοστά της ανεργίας». Ωστόσο, όπως επιτάσσει και η ΕΕ, «εάν έχεις ένα υπερπλεόνασμα μια χρονιά δεν το δίνεις, αντιθέτως το κρατάς για τις δύσκολες χρονιές». Ο κ. Χατζηδάκης εξέφρασε μια βαθιά αισιοδοξία για το οικονομικό μέλλον της χώρας: «Η κατάσταση είναι δύσκολη, ωστόσο η χώρα άντεξε διότι υπάρχει μια πολιτική δημοσιονομικής σταθερότητας και σοβαρότητας. Αν αυτό συνεχιστεί η Ελλάδα θα καταφέρει να επιτύχει τους στόχους της».

Τελειώνοντας με ένα σύντομο πολιτικό σχόλιο, ο Υπουργός τόνισε την ανάγκη να έχει η χώρα «επάξια εκπροσώπηση στις Βρυξέλλες, να δοθεί προσοχή ώστε να μη στείλουμε το λάθος μήνυμα». Με οποιαδήποτε αποσταθεροποίηση της Ελλάδας «θα υπάρχει συνολική επίπτωση στην οικονομία».

- **Fireside Chat: Γιάννης Στουρνάρας, Διοικητής της Τράπεζας της Ελλάδας**

Το επόμενο Fireside Chat ήταν μια συζήτηση μεταξύ του κ. **Γιάννη Στουρνάρα**, Διοικητή της Τράπεζας της Ελλάδας και του κ. **Σωτήρη Νίκα**, Επικεφαλής του Γραφείου Bloomberg στην Αθήνα.

Ως εναρκτήριο ερώτημα, ο κ. Νίκας έθεσε το εξής: «Είναι γεγονός ότι η οικονομία είναι σε καλύτερη κατάσταση από ότι στην τελευταία δεκαετία και, αν ναι, τι μπορεί να γίνει για να συνεχίσουμε έτσι;». Ο κ. Διοικητής απάντησε θετικά και τόνισε την ανάκαμψη του Τουρισμού στην μετά-Πανδημίας εποχή. Σημείωσε, επίσης, τις μετριοπαθείς επιδόσεις της γερμανικής οικονομίας, το μοντέλο της οποίας «αποτελείται από κομμάτια που έχουν παύσει να υφίστανται σήμερα». Ο στόχος που έθεσε ο κ. Διοικητής είναι να μειωθεί το ελληνικό χρέος μέσω διαδοχικών πρωτογενών πλεονασμάτων και να επωφεληθούμε ενός «φαινομένου χιονοστιβάδας εννοϊκού για την Ελλάδα». Όπως και να έχει, η Ελλάδα ήδη θεωρείται «success story», με την προϋπόθεση «η πολιτική σταθερότητα που επικρατεί στην Ελλάδα να συνεχιστεί». «Μπορούμε να είμαστε σίγουροι ότι εφόσον συνεχιστεί η σταθερότητα στη χώρα μας, τότε σαφώς θα αναπτυσσόμαστε τα επόμενα χρόνια με μεγαλύτερο ρυθμό από τους εταίρους μας».

Αναφερόμενος πιο συγκεκριμένα στον τραπεζικό τομέα και στη συνάρτησή του με το Λιανεμπόριο, ο κ. Διοικητής επισήμανε ότι τα χρήματα που δανείζονται σε μικρομεσαίες επιχειρήσεις αποτελούν το 28% του συνόλου τα τελευταία δύο χρόνια. Παράλληλα, ο πληθωρισμός μειώνεται ενώ η άνοδος των επιτοκίων είναι μικρότερη για τις μικρομεσαίες επιχειρήσεις από ότι για τις μεγάλες. Τα χρηματοοικονομικά εμπόδια, λοιπόν, στο δρόμο των Εμπόρων Λιανικής είναι σήμερα αισθητά μικρότερα. Στο άμεσο μέλλον, ως βασικό στόχο ο κ. Διοικητής έθεσε τη βελτίωση του ανταγωνισμού εντός του οικοσυστήματος των ελληνικών τραπεζών και τη συγκρότηση «καλών και υγιών συνεταιρικών τραπεζών». Όσο για τους παράγοντες που ενδέχεται να επηρεάσουν αρνητικά τον τραπεζικό τομέα της Ελλάδας, ο κ. Διοικητής υπογράμμισε τόσο τις γεωπολιτικές εξελίξεις όσο και την κλιματική αλλαγή, ιδίως τις μεγάλες φυσικές καταστροφές. Προβλήματα για τα οποία, «χρειαζόμαστε μαζιλάρια για την έγκαιρη αντιμετώπισή τους».

Όταν ρωτήθηκε από τον κ. Νίκα για το Ταμείο Ανάκαμψης, ο κ. Στουρνάρας τόνισε με αισιοδοξία ότι «η Ελλάδα βρίσκεται μέσα στις χώρες με τη μεγαλύτερη απορροφητικότητα». Αν επιλυθούν κάποια γραφειοκρατικά εμπόδια, «οι εκταμιεύσεις προς την Ελλάδα θα μπορούν να μετατραπούν σε επενδύσεις και επιχειρήσεις». Προς το παρόν, τα 15 δισ. που έχει λάβει η Ελλάδα δεν έχουν εκταμιευθεί εξ ολοκλήρου, «όμως φαίνεται ότι είμαστε στον σωστό δρόμο».

- **Πολιτικές για μια πολυεπίπεδη προσέγγιση αντιμετώπισης του παράνομου εμπορίου καπνού και διατήρησης της βιωσιμότητας της αγοράς**

Ανοίγοντας τη συζήτηση υπό το συντονισμό του δημοσιογράφου κ. Νίκου Ρογκάκου, ο κ. **Γιώργος Πιτσιλής**, Διοικητής της Ανεξάρτητης Αρχής Δημοσίων Εσόδων, τόνισε την απόλυτη σπουδαιότητα που έχουν τα δημόσια έσοδα για το σχεδιασμό του μέλλοντος της ελληνικής οικονομίας. Υπό αυτήν την έννοια, ο περιορισμός της φοροδιαφυγής και του λαθρεμπορίου αναδεικνύεται σε κομβικής σημασίας, γι' αυτό και, όπως σημείωσε ο κ. Πιτσιλής, οι προσπάθειες εκσυγχρονισμού των μηχανισμών και των εργαλείων καταπολέμησης του λαθρεμπορίου είναι διαρκείς. Ορισμένα από τα πιο σύγχρονα τέτοια μέσα που χρησιμοποιεί η ΑΑΔΕ είναι τα drones, εξειδικευμένα x-ray μηχανήματα για τον έλεγχο αποσκευών, ειδικά εκπαιδευμένοι σκύλοι ανιχνευτές ουσιών και ρευστών διαθεσίμων κ.ά.. Ωστόσο, ιδίως όσον αφορά την

περίπτωση των καπνικών, εξήγησε πως η κατάσταση είναι ιδιαίτερα σύνθετη λόγω της ύπαρξης «δικτύων σκληρής παραβατικότητας» που «αλλάζουν πρακτικές ανάλογα με το τι κάνει ελεγκτικά η Διοίκηση», κι επιβαρύνεται ακόμη περισσότερο εξαιτίας της γεωπολιτικής θέσης της Ελλάδας ως «νοτιοανατολική πύλη της Ευρώπης». Τέλος, ο κ. Πιτσιλής τόνισε ότι η μάχη κατά της φοροδιαφυγής και του λαθρεμπορίου έχει ευεργετικές επιδράσεις όχι μόνο στην οικονομία, αλλά και στην κοινωνία στο σύνολό της, αφού προστατεύει τους πολίτες από την έκθεσή τους σε επικίνδυνα και επιβλαβή προϊόντα.

**Η κ. Γεωργία Καρούτζου**, Διευθύντρια Εταιρικών Υποθέσεων και Επικοινωνίας – JTI, αναφέρθηκε στο μνημόνιο συνεργασίας που υπέγραψε η JTI με την ΑΑΔΕ και στη συνδρομή της εταιρείας στην παροχή εργαλείων και στην εκπαίδευση των αρχών για την αναγνώριση λαθραίων προϊόντων καπνού. *«Είναι ζήτημα ηθικής τάξης και αποτελεί υποχρέωσή μας. Παράλληλα, βασικό μέλημα, πρέπει να είναι και η αλλαγή της νοοτροπίας των πολιτών, γιατί αν οι καταναλωτές δεν αγοράζουν τα παράνομα προϊόντα τότε θα μπορεί να υπάρξει περιορισμός του λαθρεμπορίου. Πρέπει, λοιπόν, να ενημερωθούν για τις αρνητικές επιπτώσεις που μπορεί να έχει η χρήση ανεξέλεγκτων προϊόντων που να μην είναι φτηνότερα αλλά δεν είναι η λύση».*

Τέλος, ο κ. **Αντώνης Μεταξάς**, Αναπληρωτής Καθηγητής Ευρωπαϊκού Δικαίου στο Εθνικό Καποδιστριακό Πανεπιστήμιο Αθηνών (ΕΚΠΑ), τόνισε με τη σειρά του την τεράστια σημασία της διασφάλισης του υγιούς και νόμιμου ανταγωνισμού στη χώρα ο οποίος όχι μόνο διατηρεί σταθερές τις τιμές αλλά και την ποιότητα. Το ζήτημα του καπνού πιο συγκεκριμένα είναι ακόμη ευρύτερο καθώς έχει να κάνει με τον πυρήνα του ευρωπαϊκού δικαίου, εγείροντας ζητήματα σχετικά τόσο με τη διαφήμιση όσο και με το επιτρεπτό όριο κρατικής παρέμβασης στην διαμόρφωση των τιμών.

Όσον αφορά στην χρήση POS, ο κ. Πιτσιλής σημείωσε, αναφερόμενος ειδικότερα στον κλάδο των ταξί, ότι «η έλλειψη των POS μέχρι πρόσφατα μας εξέθετε ως χώρα-τουριστικό προορισμό» κι έκλεισε με τη διαπίστωση ότι «από τους ελέγχους συμμόρφωσης των επαγγελματιών που έχει ήδη ξεκινήσει η ΑΑΔΕ, η πρώτη εικόνα δείχνει ότι διαπιστώνεται σχετικά μικρό ποσοστό παραβατικότητας».

- **Τα ελληνικά brands ως πρεσβευτές**

**Η κ. Αλεξάνδρα Στάη**, Ιδρύτρια του ATELIER BAOBAB, συνέκρινε το βίωμα του επιχειρηματία σε Ελλάδα και Γαλλία, καθώς έχει δουλέψει και στις δύο χώρες. *«Στη Γαλλία»*, σημειώνει, *«υπάρχει εμπιστοσύνη στους επαγγελματίες, ενώ στην Ελλάδα πρέπει να απελευθερωθεί αυτό το κομμάτι»*, με κάποιες φωτεινές εξαιρέσεις στους κλάδους του τουρισμού, της μόδας, της εστίασης και των κρασιών. Εξίσου σημαντική δουλειά έχει να γίνει στην οργανωμένη προώθηση της εικόνας των ελληνικών επωνυμιών, στο storytelling και στην τοποθέτηση των ελληνικών brands στο εξωτερικό. Αναφερόμενη πάλι στη Γαλλία, η κ. Στάη εξήγησε ότι οι Γάλλοι επιχειρηματίες είναι πολύ πιο πρόθυμοι να *«αφήσουν την εικόνα τους να τη δουλέψει ένα εξειδικευμένο γραφείο»*. Όσον αφορά στο ψηφιακό branding, η κ. Στάη υπογράμμισε τη σημασία τεχνολογικών εργαλείων όπως τα social media και το newsletter, με τελικό στόχο την *«συνοχή, συνέπεια και συμφωνία μεταξύ εικόνας και λόγου»*.

Με τη σειρά του, ο κ. **Παναγιώτης Χατζηλαζαρίδης**, CEO της ManaGi, συμφώνησε ως προς τις *«δυσκολίες και τις προκλήσεις στη μάχη για καταξίωση στις διεθνείς αγορές»*. Η Ελλάδα έχει ακαδημαϊκό υπόβαθρο, *«έφερε από το εξωτερικό τεχνολογία σε όλους τους κλάδους»*, αλλά αντιμετωπίζει ακόμη ορισμένα σημαντικά εμπόδια με πιο βασικά: τη στενότητα της ρευστότητας (για την απεύθυνση σε επαγγελματίες του imaging), την πολιτισμική ετερογένεια του πελατολογίου του εξωτερικού και τη -συχνή- έλλειψη συγκροτημένων πλάνων με βάθος χρόνου και ποιότητα. Αν επιλυθούν, θα μπορούσαμε να εκμεταλλευτούμε το *«απύθμενο βάθος της ελληνικής ιστορίας»* και να τολμήσουμε νέες καινοτομίες, όπως λ.χ. η παιγνιοποίηση της μυθολογίας και της Αρχαίας Ελλάδας.

Τέλος, ο κ. **Χρήστος Παπαχρήστου**, Συν-δημιουργός του My Greek Games, ανέφερε ότι η ελληνική επιχειρηματικότητα δεν είναι ακόμη επαρκώς «αναγνωρίσιμη», παρά τις προόδους που σημειώνονται ως προς αυτό και τις οποίες συχνά καθοδηγούν οι νέοι. Τόνισε, επίσης, τη σημασία του αρχαιοελληνικού πολιτισμού αν και προειδοποίησε ότι πολλοί επιχειρηματίες τείνουν να επαναπαύονται σε αυτόν. Κλείνοντας, σημείωσε ότι είναι πολύ σημαντικό η προώθηση ενός προϊόντος να εναρμονίζεται με τη χώρα για την οποία προορίζεται και προβάλλεται.

Το συντονισμό της συζήτησης έκανε η δημοσιογράφος κ. **Λέττα Καλαμαρά**.



- **Keynote Speech: Jonathan Reynolds, Associate Professor in Retail Marketing and Deputy Dean, Oxford University**

Ο κ. **Jonathan Reynolds**, Associate Professor in Retail Marketing και Deputy Dean στο Πανεπιστήμιο της Οξφόρδης, τόνισε το έντονο ενδιαφέρον του για το μέλλον του λιανικού εμπορίου. Έπειτα, σημείωσε ότι η βιωσιμότητα, μέσα σε αυτό το «τσουνάμι κανονισμών», συνιστά όχι μόνο πρόκληση αλλά και ευκαιρία για τον Έμπορο Λιανικής.

Είναι, όμως, σημαντικό πρώτα να ορίσουμε τη βιωσιμότητα. Παραθέτοντας την απάντηση του Chat GPT, ο κ. Reynolds όρισε τη βιωσιμότητα κάπως παραδοξολογικά ως «μια διευρυμένη και σύνθετη έννοια που για να βρεθεί ουσιαστική λύση πρέπει πρώτα να δούμε τι είναι μέσω της συνεργασίας πολλών» εμπλεκόμενων. Στη συνέχεια, τόνισε τη σημασία του κεντρικού ρόλου των Λιανοπωλητών ως «διατομή της αλυσίδας αξίας», καθώς επηρεάζουν προμηθευτές, παραγωγούς και καταναλωτικό κοινό. Παρέθεσε τα οφέλη της καινοτομίας στο πλαίσιο της βιωσιμότητας για τους Λιανοπωλητές ως εξής: διαφοροποίηση και εκσυγχρονισμός του brand και προσέγγιση της νέας γενιάς· προσέλκυση επενδυτών που ως επί το πλείστον νοιάζονται για ζητήματα αειφορίας και βιωσιμότητας· αυξανόμενη ικανοποίηση των υπαλλήλων κ.ά..

Κατά τον κ. Reynolds, το βασικό εμπόδιο στην κατανάλωση βιώσιμων προϊόντων είναι ο πληθωρισμός, ο οποίος αποτρέπει ακόμη και τους καταναλωτές που ενδιαφέρονται για τη βιωσιμότητα. Εντούτοις, παραμένει γεγονός ότι δεν ενδιαφέρονται όλα τα εμπλεκόμενα μέρη για το ESG (Environmental, Social and Governance) στον ίδιο βαθμό και με τον ίδιο τρόπο. Πολλοί, μάλιστα, ισχυρίζονται ότι αφορά τις μεγάλες επιχειρήσεις, καθώς είναι «ακριβή προτεραιότητα» που καθιστά δύσκολη την ευθυγράμμιση των μικρομεσαίων επιχειρήσεων. Για να υπερβούμε τέτοιες δυσκολίες και παρανοήσεις, κλείνει ο κ. Reynolds, θα πρέπει οι εμπορικές ενώσεις να προάγουν τη στήριξη για τα νέα και καινοτόμα τους μέλη και τις πρακτικές τους, προάγοντας ταυτόχρονα νέα πρότυπα συνεργασίας. Η εγγύτητα στους καταναλωτές και το ηλεκτρονικό εμπόριο είναι πολύτιμα εργαλεία ως προς αυτό τον σκοπό.

- **Fireside Chat: Ομιλία κ. Νίκου Παππά, Τομεάρχη Οικονομικών & Ανάπτυξης ΣΥΡΙΖΑ-ΠΣ**

Ο κ. **Νίκος Παππάς**, Τομεάρχης Οικονομικών και Ανάπτυξης του ΣΥΡΙΖΑ – ΠΣ αμφισβήτησε την κυβερνητική διαχείριση τόσο των στεγαστικών δανείων που χορηγεί το τραπεζικό σύστημα (τα οποία δεν συνεισφέρουν στην επιχειρηματικότητα), όσο και την απορρόφηση του Ταμείου Ανάκαμψης, το οποίο περιέγραψε ως «έναν μηχανισμό αποκλεισμού των μικρότερων επιχειρήσεων από τις χρηματοδοτήσεις». Τόνισε πως η φορολογική πολιτική πρέπει να είναι πιο δίκαιη, σχολιάζοντας αρνητικά τα υψηλά ποσοστά της έμμεσης φορολόγησης. Πιο συγκεκριμένα, η «αιφνιδιαστική απόφαση της Κυβέρνησης να φορολογήσει τους μικρομεσαίους επιχειρηματίες και τους αυτοαπασχολούμενους με τον λεγόμενο κεφαλικό φόρο» ήταν για τον κ. Παππά εκτός των προγραμματικών δεσμεύσεων του κυβερνώντος Κόμματος. Αναφορικά με τις επενδύσεις σημείωσε πως «η ελληνική οικονομία είναι δυστυχώς πολύ χαμηλά στο επίπεδο των επενδύσεων και αυτό είναι μια ακόμη απόδειξη της συγκέντρωσης του κεφαλαίου σε λίγους επιχειρηματίες». Στη συνέχεια, ο κ. Παππάς αναφέρθηκε στο ιδιωτικό χρέος της Ελλάδας, το οποίο και χαρακτήρισε ως «τον ελέφαντα στο δωμάτιο της ελληνικής οικονομίας».

Στο κλείσιμο της ομιλίας του, πρότεινε μια σειρά από μέτρα όπως: την ενίσχυση των εισοδημάτων• την παρεμβατική αξιοποίηση των υπερκερδών που σωρεύτηκαν κατά την Κλιματική Κρίση για την αντιμετώπιση της ακρίβειας• τη μείωση των έμμεσων φόρων• την αναμόρφωση των φορολογικών κλιμάκων, ώστε να επέλθει ελάφρυνση για φυσικά πρόσωπα με εισοδήματα ως 100 χιλιάδες ευρώ και για επιχειρήσεις με κέρδη ως 220 χιλιάδες ευρώ• τη θέσπιση αφορολογήτου στις 10 χιλιάδες ευρώ για όλους• την πλήρη κατάργηση της προκαταβολής φόρου, κ.ά.. «Η Ελλάδα», συνόψισε, «δεν έχει μπει ακόμα στη διαδικασία της οικονομικής σταθερότητας, αν και υπάρχουν τα θεμέλια», μια τέτοια εξέλιξη προϋποθέτει για τον κ. Παππά «μια άμεση πολιτική αλλαγή».

- **Η δύναμη των δεδομένων στο λιανικό εμπόριο**

Συντονιστής του πάνελ ήταν ο κ. **Γιώργος Γεωργιόπουλος**, Industry expert, Advisor.

Ο πρώτος ομιλητής του πάνελ κ. **Θοδωρής Πολυκανδριώτης**, VP Greece & MENA, Ariadne Maps, παρουσίασε την εταιρεία Αριάδνη, η οποία αποτελεί μια γερμανική start-up από το 2019-2020, η οποία όμως έχει ελληνικές ρίζες. Αντικείμενο της εταιρείας είναι η εστίαση σε δεδομένα που αφορούν το λιανικό εμπόριο μέσω εντοπισμού στιγμάτων σε κινητά τηλέφωνα. Η εταιρεία τα τελευταία 2 χρόνια δραστηριοποιείται και στην Ελλάδα με μια νέα υπηρεσία που εμπεριέχει επικοινωνία με τον πελάτη μέσω στοχευμένων και βοηθητικών μηνυμάτων όταν βρίσκεται στην περίμετρο και εντός του φυσικού καταστήματος. Υπάρχει έντονη ζήτηση από την αγορά για raw data και έχουν δημιουργήσει ξεχωριστό

τμήμα δεδομένων που μπορούν να εξάγουν insights, ενώ ανέδειξε ως πολύ σημαντικό ζήτημα το «loyalty», το οποίο χτίζεται μέσω εξατομικευμένης διαφήμισης. Σημειώθηκε ότι είναι πολύ σημαντική μια σύνθεση μεταξύ business ανθρώπων που μαθαίνουν τεχνικές δεξιότητες και τεχνικών που αναπτύσσουν business skills. Στην ερώτηση «Οι μικρές επιχειρήσεις πώς επωφελούνται από data analytics ή services Αριάδνης;» ο κ. Πολυκανδριώτης έδωσε το παράδειγμα των έξυπνων πόλεων και πώς αυτές έχουν βοηθηθεί από την ανάλυση δεδομένων. Συγκεκριμένα, ο εμπορικός σύλλογος των συγκεκριμένων πόλεων της Γερμανίας αξιοποιεί data για βελτιστοποίηση υπηρεσιών/διαφήμισης. Σε επιπλέον ερώτηση σχετικά με το κόστος αναφέρθηκε ότι είναι ανάλογο του επιπέδου των υπηρεσιών που θέλει να έχει ο επιχειρηματίας και προσαρμόζεται ανάλογα με τις ανάγκες του. Επιπλέον, συμπλήρωσε ότι έχουν πραγματοποιηθεί προσπάθειες να επικοινωνήσουν αυτές τις καινοτόμες τεχνολογίες μέσω δήμων και περιφέρειας και εντός Ελλάδας.

Στη συνέχεια πήρε το λόγο ο κ. **Μιχάλης Κωνσταντουλάκης**, Director of BI & Insights, efood, ο οποίος απασχολείται στην efood ως Υπεύθυνος δεδομένων και insights της εφαρμογής. Ανέφερε ότι πέραν της πιο διαδεδομένης ιδιότητας του efood ως εφαρμογή παραγγελιών αποτελεί και ξεχωριστό retailer με το efood market που πρόσφατα εξαγόρασε και τα Kioks's. Αναφέρθηκε στο ότι παρόλο που οι διεθνείς τάσεις λένε ότι δεν υπάρχει loyalty, η εφαρμογή φιλοξενεί μεγάλο πλούτο δεδομένων καθώς δραστηριοποιείται σε hyper competitive markets και επενδύει στο loyalty μέσω πάρα πολύ καλού service, που αντιμετωπίζει τον καταναλωτή σαν πελάτη και μέσω κουπονιών συνέπειας (personalized offers/ rubies). Ενώ εξειδικευμένοι αναλυτές παρατηρούν τα δεδομένα τόσο proactively όσο και σε πραγματικό χρόνο (real time), ώστε να υπάρχει η δυνατότητα ενημέρωσης των commercial stakeholders, για παράδειγμα ότι έχουν μειωθεί οι πωλήσεις σε συγκεκριμένες περιοχές ώστε ο αντίστοιχος stakeholder να μπορεί να λάβει αποφάσεις βάσει δεδομένων. Ενώ, ανέφερε ότι τη σημερινή εποχή στην εφαρμογή χρησιμοποιείται AI για customized παραγγελίες (προτάσεις εφαρμογής).

Ο τρίτος ομιλητής του πάνελ, ήταν ο κ. **Νίκος Βαρβαδούκας**, VP Brand, Customer & Omni channel Public Group. Στην εισήγησή του ανέφερε ότι το Public έχει και marketplace, ενώ πρόσφατα έχει απορροφήσει τη MediaMarkt. Υπογράμμισε ότι τα Public έχουν επενδύσει σημαντικά στη BOX NOW, τονίζοντας τη σημασία της έννοιας του χρόνου τη σημερινή εποχή. Τέλος, παρουσίασε μια ακόμη πρωτοβουλία με το στήσιμο πιλότου μέσα από heat maps με τη συμβολή της εταιρείας «Αριάδνης». Ισχυρίζεται πως το supply chain management χρίζει ιδιόζουσας σημασίας στο κομμάτι του κόστους με τα data να λειτουργούν ως αρωγός στο cost2serve. Συμπλήρωσε πως «οι εξειδικευμένοι επιστήμονες που απασχολούνται σε data-driven organizations συνήθως βλέπουν το δέντρο και χάνουν το δάσος, ενώ οι ομάδες αυτές θα έπρεπε να έχουν ένα μείγμα δύο κατηγοριών, για να γίνει ένα μείγμα πολλαπλών ικανοτήτων». Όπως δήλωσε ο κ. Βαρβαδούκας, «το personalization είναι μονόδρομος». Εν συνεχεία, υπερτόνισε πως «πρόκληση στα ψηφιακά κανάλια μέσα από το κατάστημα αποτελεί το κομμάτι του offline». Τέλος, αναφέρθηκε στο privacy («ιδιωτικότητα») ως κάτι το ευαίσθητο. Υπό αυτό το πρίσμα, επέστησε την προσοχή των επιχειρήσεων στην επωνυμοποίηση/ ταυτοποίηση πελάτη.

Μια ενδεικτική ερώτηση από το μέλλον όπως προβλήθηκε είναι το πώς μπορούν τα retail analytics να υποστηρίξουν τις επιχειρήσεις να κατανοήσουν τις συμπεριφορές των πελατών τους.

- **Fireside Chat: Lucia Cusmano**, Επικεφαλής Οικονομολόγος & Αναπληρώτρια Διευθύντρια του Τμήματος Επιχειρηματικότητας, Μικρομεσαίων Επιχειρήσεων και Τουρισμού του ΟΟΣΑ & **Joanna Zawistowska**, Υπεύθυνη Πολιτικής Λιανικού Εμπορίου στη ΓΔ Εσωτερικής Αγοράς, Βιομηχανίας, Επιχειρηματικότητας και ΜΜΕ της Ευρωπαϊκής Επιτροπής

Στη συνέχεια του Συνεδρίου, πραγματοποιήθηκε το τελευταίο Fireside Chat με τις παρεμβάσεις των κυριών **Lucia Cusmano**, Επικεφαλής Οικονομολόγος και Αναπληρώτρια, Διευθύντρια του Τμήματος Επιχειρηματικότητας, Μικρομεσαίων Επιχειρήσεων και Τουρισμού του ΟΟΣΑ και **Joanna Zawistowska**, Υπεύθυνη Πολιτικής Λιανικού Εμπορίου στη ΓΔ Εσωτερικής Αγοράς, Βιομηχανίας, Επιχειρηματικότητας και ΜΜΕ της Ευρωπαϊκής Επιτροπής με συντονίστρια την κ. **Μιλένα Παναγιωτοπούλου**, Υπεύθυνη Ευρωπαϊκών και Διεθνών Σχέσεων INEMY-ΕΣΕΕ (Head of EU Public Affairs & Advocacy). Η συντονίστρια προλογίζοντας τις ομιλήτριες ανέφερε ότι η Ευρωπαϊκή Επιτροπή μπορεί να μην είναι «ταχύπλοο», αλλά θέτει στόχους και τους υπηρετεί σταθερά, γι' αυτό πρέπει και οι φορείς, όπως η ΕΣΕΕ να έχουν στενότερη σχέση/ επαφή μαζί της για τη χάραξη πολιτικών. «Είναι πολύ σημαντικό», όπως δήλωσε «να συνεργαζόμαστε, να μετράμε, να μοιραζόμαστε δεδομένα και να τα επικοινωνούμε στους ευρωπαίους εταίρους για να έχουμε πιο ουσιαστικές πολιτικές για τον κλάδο του εμπορίου, ώστε να γίνει ακόμη πιο συμπεριληπτικός και ανθεκτικός».

Τον λόγο πήρε αρχικά η **κα Joanna Zawistowska**, η οποία αναφέρθηκε στην επικαιροποίηση της βιομηχανικής στρατηγικής της Ε.Ε., καθώς μετά την πανδημία, αναζητούσαν τρόπους και μέσα να αντιμετωπίσουν τις νέες προκλήσεις. Όπως τόνισε, *«η στρατηγική της Ε.Ε. έθεσε ανάμεσα στα 14 βιομηχανικά οικοσυστήματα, το λιανικό εμπόριο, που αποτελεί το μεγαλύτερο οικοσύστημα της ευρωπαϊκής οικονομίας, καθώς εισφέρει το 11,5% της ευρωπαϊκής προστιθέμενης αξίας- με 5,5 εκατομμύρια επιχειρήσεις- των 99% είναι μικρομεσαίες επιχειρήσεις- και 29 εκατομμύρια εργαζομένους»*. Για τον σκοπό αυτό, η Επιτροπή το 2021 πρότεινε τη συνεργασία με τους σχετικούς ενδιαφερόμενους φορείς για τον σχεδιασμό και την εφαρμογή Οδηγών μετάβασης για κάθε οικοσύστημα. Έτσι για το οικοσύστημα του λιανικού εμπορίου, έγινε ένα ανοιχτό κάλεσμα σε όλες τις ευρωπαϊκές χώρες σε επιχειρήσεις, δημόσιες αρχές, κοινωνικούς εταίρους, ερευνητικούς οργανισμούς, ακαδημαϊκούς, ενώσεις καταναλωτών και άλλους εμπλεκόμενους φορείς να συμμετάσχουν στην από κοινού διαμόρφωση ενός Οδικού Χάρτη -την Πορεία Μετάβασης, όπως την αποκαλούν για ένα πιο ανθεκτικό ψηφιακό και πράσινο οικοσύστημα λιανικού εμπορίου. Ακολουθήθηκε διαδικασία συν-διαμόρφωσης και συμφωνήθηκαν οι έξι πυλώνες του σχεδίου δράσης (ανθεκτικότητα, ψηφιοποίηση, πράσινη μετάβαση, δεξιότητες, χρηματοδότηση και επενδύσεις, δίκαιη μετάβαση) με προτεινόμενες ενέργειες για την Ευρωπαϊκή Ένωση, τα κράτη-μέλη και τον ιδιωτικό τομέα. Έτσι στις 12 Μαρτίου 2024 δημοσιοποιήθηκε η Πορεία Μετάβασης για το Λιανικό Εμπόριο (Transition Pathway) και η πλατφόρμα που θα λειτουργεί ως ένα one-stop-shop για όλες τις σχετικές πληροφορίες αναφορικά με το οικοσύστημα του λιανικού εμπορίου και τις σχετικές πρωτοβουλίες, όπως για την αναζωογόνηση των κέντρων των πόλεων μέσω της ενίσχυσης του λιανικού εμπορίου, την **πρωτοβουλία για τη θεσμοθέτηση της ευρωπαϊκής πρωτεύουσας για το μικρό εμπόριο**, τον δείκτη Retail Restrictiveness Indicator, που αναφέρεται στους περιορισμούς του λιανικού εμπορίου και άλλες. Η κα Zawistowska αναφέρθηκε, επίσης, στο project που ξεκινάει η Ευρωπαϊκή Επιτροπή σε συνεργασία με τον ΟΟΣΑ για τη δίδυμη μετάβαση του λιανικού εμπορίου στα κέντρα των πόλεων σε αστικές και αγροτικές περιοχές, καθώς όπως σημείωσε *«το λιανεμπόριο είναι σημαντικό κομμάτι του κοινωνικού ιστού στις πόλεις και την περιφέρεια γι' αυτό θα συνεργαστούμε με τον ΟΟΣΑ για να στηρίξουμε την δίδυμη μετάβαση μέσα από συντονισμένες ενέργειες για την αναζωογόνηση του εμπορίου στα κέντρα των πόλεων»*.

Στη συνέχεια, πήρε το λόγο η **κα Lucia Cusmano** και αναφέρθηκε σε μια σημαντική πρωτοβουλία του ΟΟΣΑ που στόχο έχει να αποτελέσει το πλαίσιο για συζήτηση, ώστε να συντεθούν απόψεις και εθνικές εμπειρίες τόσο από τα δίκτυα του ΟΟΣΑ (D4SME, Local Development Forum, Champion Mayors) και της Ευρωπαϊκής Επιτροπής (#Revitalise Retail), ώστε να διαμορφωθούν κάποιοι ποσοτικοί διεθνείς δείκτες που θα λειτουργούν ως βάση για τη διαμόρφωση των πολιτικών στο πλαίσιο της δίδυμης μετάβασης για το λιανικό εμπόριο στα κέντρα των πόλεων σε αστικές και αγροτικές περιοχές. Υπογραμμίζοντας, έτσι, ότι *«όταν ξεκινάς με ένα πράγμα που είναι φιλόδοξο το πρώτο πράγμα που πρέπει να κάνεις είναι να ακούσεις και να μάθεις»*, είπε ότι οι αλλαγές είναι πολύ γρήγορες και το λιανεμπόριο πρέπει να προσαρμοστεί και να γίνουν αλλαγές στις επιχειρήσεις. Βέβαια, αυτό δεν μπορεί να γίνει χωρίς να υπάρχει ένα οργανωμένο σύστημα ή εργαλεία που τουλάχιστον βοηθούν στην οργάνωση αυτή. Δεν μπορούμε να μετράμε με στοιχεία προ πενταετίας. Η χάραξη πολιτικής είναι εξίσου σημαντική και όλα αυτά αποτελούν πυλώνες για τη δράση μας. Εξέταση οικοδόμησης υποδομών με βάση δεδομένα και δείκτες ώστε να δούμε ποιος είναι ο ρυθμός της προσαρμογής. Καταρχήν θα πρέπει να μετρήσουμε τους ανθρώπους, τις δεξιότητές τους και τι προσφέρει το λιανεμπόριο σε αυτούς καθώς και το υπόβαθρο των επιχειρηματιών. Οι επιχειρήσεις αποτελούν πολύ σημαντικό τμήμα της ευημερίας αμφότερα των πόλεων και της υπαίθρου γιατί συνεισφέρουν στο εγχώριο ΑΕΠ. Εξέφρασε την επιθυμία και επιδίωξη να ανθίσει το λιανεμπόριο και οι περιοχές που το φιλοξενούν. Αυτό μπορεί να επιτευχθεί με τη μέτρηση της αξιολόγησης ως προς την προσαρμογή στις νέες τεχνολογίες τόσο για τους επιχειρηματίες όσο και για τους καταναλωτές. Έδωσε το παράδειγμα του Ην. Βασιλείου αναφορικά με την εφαρμογή Σχεδίου Ανανέωσης στο οποίο συμμετείχαν πολίτες στην αναμόρφωση του κέντρου της πόλης. Το ζήτημα της αειφορίας είναι δύσκολο να μετρηθεί σε μικρές επιχειρήσεις. Οι εταιρείες στην Ευρώπη είναι μικρές οπότε είναι δύσκολο να συγκεντρωθούν δεδομένα. Πρέπει να συμπεριληφθούν στην μέτρηση, γιατί αντιμετωπίζουν διαφορετικές δυσκολίες. Όταν μιλάμε για επιτυχημένες πολιτικές πρέπει να ξεκαθαρίζουμε σε ποιες επιχειρήσεις αναφερόμαστε.

- **Keynote Speech : Xiao Junzheng, Ambassador of the People's Republic of China to Greece**

Ο Πρέσβης της Κίνας στην Αθήνα ξεκίνησε την ομιλία του αναφέροντας ότι δεν πρόκειται για τον τομέα δραστηριοποίησης του ωστόσο επιθυμούσε να δείξει την τιμή του στον πρόεδρο της ΕΣΕΕ για την πρόσκληση.

*«Είναι μεγάλη μου τιμή να μιλήσω για το μέλλον του λιανικού εμπορίου»* είτε χαρακτηριστικά και στην συνέχεια αναφέρθηκε στις σχέσεις των δύο χωρών που συνεργάζονται. *«Η Κίνα έχει αποκτήσει πλούσια εμπειρία στο ηλεκτρονικό εμπόριο αποτελώντας τη μεγαλύτερη διαδικτυακή αγορά λιανικής στον κόσμο για 11 συναπτά έτη. Οι ετήσιες διαδικτυακές λιανικές πωλήσεις ανήλθαν σε περίπου 2 τρισεκατομμύρια ευρώ το 2023. Τα φυσικά αγαθά που πωλήθηκαν σε διαδικτυακές πλατφόρμες αντιπροσώπευαν το 27,6% των συνολικών λιανικών πωλήσεων καταναλωτικών αγαθών, σημειώνοντας υψηλό ρεκόρ. Ο αριθμός των εργαζομένων στο ηλεκτρονικό εμπόριο αυξήθηκε σε περισσότερα από 70 εκατομμύρια το 2023».*

Ο Πρέσβης ολοκλήρωσε την ομιλία του λέγοντας ότι η Κίνα έχει υπογράψει μία συμφωνία ηλεκτρονικού εμπορίου με 30 χώρες, ενώ ελπίζει στην ένταξη της χώρας μας σε αυτή την συμφωνία, τονίζοντας ότι *«Θέλουμε περισσότερες ελληνικές επιχειρήσεις στην Κίνα»* και ότι *«η κινεζική πρεσβεία θα υποστηρίξει όλες τις επιχειρήσεις που επιθυμούν να συνεργαστούν με την Κίνα».*

- **Η τεχνητή νοημοσύνη στο λιανικό εμπόριο**

Ο συντονιστής του πάνελ κ. **Αρίστος Δοξιάδης**, Partner, Big Pi Ventures, εισάγοντας το κοινό στο θέμα, επεσήμανε την μεγάλη ταχύτητα των αλλαγών στον τομέα της τεχνητής νοημοσύνης και απηύθυνε την πρώτη ερώτηση στον κ. **Ιωάννη Κανέλλο**, Καθηγητή στο Τμήμα Πληροφορικής του Πανεπιστημίου IMT Atlantique: *«Πόσο θα αλλάξει η τεχνητή νοημοσύνη τους τρόπους εργασίας, της παραγωγής και της κατανάλωσης και σε τι χρονικό ορίζοντα θα συμβούν αυτές οι μεγάλες αλλαγές;»*

Ο κ. Κανέλλος, αφού προχώρησε σε μία ενδιαφέρουσα ιστορική αναδρομή στην σχέση του σύγχρονου πολιτισμού με την γνώση, πριν και μετά την έλευση των υπολογιστών στη ζωή μας, επεσήμανε πως σήμερα *«Η ιδέα ότι η τεχνητή νοημοσύνη αποτελεί όχι μονάχα έναν ενδιαφέροντα αλλά και έναν αναπόφευκτο παράγοντα για την ανάπτυξη της κοινωνίας και της οικονομίας, φαίνεται να εδραιώνεται στις συνειδήσεις μας. Το AI παράγει υπηρεσίες ανώτερης ποιότητας από αυτές που θα μπορούσε να φανταστεί ο άνθρωπος, ακόμα και νέες πρώτες ύλες. Για πρώτη φορά βρίσκεται ο άνθρωπος σε ανταγωνισμό με κάτι μη ανθρώπινο».*

Ειδικά για το εμπόριο, ο κ. Κανέλλος απαρίθμησε μία σειρά από τομείς και σφαίρες δραστηριότητας της επιχείρησης όπου θεωρεί ότι η τεχνητή νοημοσύνη θα έχει ισχυρή επίδραση: *«Προφανώς, στα προϊόντα και υπηρεσίες στο μάρκετινγκ και την προώθηση αυτών των προϊόντων και των υπηρεσιών, στη λογιστική, τη διαχείριση, είτε πρόκειται για αποθέματα και τη διανομή τους, είτε για τον χώρο. Επίσης, στη διαχείριση κινδύνου και ασφαλείας, στα μοντέλα του πελάτη και τα προφίλ του. Στη συλλογή, την ανάλυση και τη λήψη αποφάσεων που γίνεται από την ανάλυση δεδομένων. Στη βιωσιμότητα, το business plan αλλά και την ανακύκλωση των προϊόντων. Επίσης, στην κοινωνική ευθύνη των επιχειρήσεων αλλά και την οικολογική και κοινωνική ευθύνη των επιχειρήσεων. Στους ανταγωνισμούς μέσα στο Ίντερνετ και έξω από αυτό».*

Ο συντονιστής έδωσε αμέσως μετά τον λόγο στον κ. **Χάρη Καμπάνη**, Business Applications Leader, CEMA Microsoft, ζητώντας του να αναφερθεί στο τι μπορεί να προσδοκά σε 3 – 5 χρόνια από την τεχνητή νοημοσύνη ένας έμπορος που δεν έχει ακόμη δοκιμάσει τη χρήση της, αν και έχει *«ό,τι πρέπει για την ψηφιοποίησή του μέχρι τώρα».* Ο κ. Καμπάνης, τόνισε πως οι εξελίξεις θα είναι πολύ πιο σύντομες για κάθε έμπορο. Χαρακτηριστικά είπε πως, *«όπως στο παρελθόν είχαμε το ποντίκι που έφερε την πρώτη επανάσταση στην πληροφορική, τώρα έχουμε τον τρόπο να εξηγούμε στον υπολογιστή τι θέλουμε και να μας το προσφέρει».* Ειδικότερα, αναφερόμενος στο Internet of Things, σημείωσε ότι *«θα μπορεί να έχει ένα σάιτ στο οποίο θα κάνει διερεύνηση αναγκών του πελάτη, να κάνει ερωτήματα και ο πελάτης με έναν απλό τρόπο θα μπορεί να περιγράψει τι ζητάει ή να επικυρώσει την παραγγελία και αυτό να το μετατρέψει αυτόματα για εκτέλεση, χωρίς να τον κατευθύνει κάποιος άλλος».* Συνέχισε με άλλο παράδειγμα, λέγοντας ότι σε μία ιστοσελίδα ο έμπορος *«θα μπορεί ανάλογα με το προφίλ του πελάτη, αυτόματα να δώσει μια προσωποποιημένη ιστοσελίδα με προσφορές που θα ενδιαφέρουν τον πελάτη. Επίσης, θα μπορεί να ξεκινήσει μια συζήτηση με το κατάστημα μέσω apps, να συνεχίσει με μια επίσκεψη στο κατάστημα και να στείλει ένα email και όλα αυτά να διασυνδεθούν και να μπορέσει να εκτελέσει αυτό το οποίο θέλει».*

Το λόγο πήρε αμέσως μετά ο κ. **Φραγκίσκος Θεοφύλακτος**, CEO Elevate Greece ο οποίος αρχικά εξέφρασε τις ευχαριστίες του στην ΕΣΕΕ, τον Πρόεδρο κ. Γ. Καρανίκα και τους συνεργάτες του για τη συνεργασία του Elevate Greece με τη Συνομοσπονδία, μέσω της οποίας δόθηκε η ευκαιρία σε 13 start up από το μητρώο του Elevate, να έχουν τη δυνατότητα να επιδείξουν τις λύσεις και τα προϊόντα τους στο Innovation Lab, στο πλαίσιο του Future of Retail 2024. Στη συνέχεια επισήμανε ότι *«υπάρχει καλή διεύθυνση του AI στις εταιρείες και θα συνεχίσει να υπάρχει. Εκπαιδεύονται τα AI ώστε να μπορούν, για παράδειγμα, να βοηθούν τους πελάτες στην αγορά ρούχων δείχνοντας το ρούχο πάνω στον πελάτη. Έτσι αυξάνονται και οι πωλήσεις. Λειτουργεί ως προσωπικός στυλίστας αλλά φθηνότερος και γρηγορότερος»*. Συμπλήρωσε, μάλιστα, πως σύμφωνα με μετρήσεις η συγκεκριμένη εφαρμογή έχει επιφέρει μια αύξηση της τάξης του 130% στα operations, δηλαδή του επισκέπτη που γίνεται τελικά αγοραστής και αύξηση κατά 40% στην αξία του μέσου καλαθιού αγορών. Στη συνέχεια, ο κ. Θεοφύλακτος αναφέρθηκε στα δύο βήματα που πρέπει να ακολουθήσει ο έμπορος που είναι στην αρχή του δρόμου της τεχνητής νοημοσύνης: Καθορισμός συγκεκριμένου στόχου και κατανόηση των αναγκών του αφού βρει τον κατάλληλο ειδικό για να συμβουλευτεί.

Ενδιαφέρουσα ήταν η πρόσθετη αναφορά του κ. Καμπάνη στη χρήση της τεχνητής νοημοσύνης για την αναβάθμιση της αγοραστικής εμπειρίας των τουριστών. *«Πιστεύω ότι θα εμπλουτιστούν τα καταστήματα με την τεχνητή νοημοσύνη πχ με την διάθεση πολλαπλών γλωσσών στις αγορές στο φυσικό κατάστημα. Δεν θα τα βλάψει, ιδίως τις μικρές και μεσαίες επιχειρήσεις»*, και συμπλήρωσε: *«Αυτή είναι μια επανάσταση για το καλό και της χώρας και των επιχειρήσεών μας που τώρα ξεκινάει, η οποία εκδημοκρατίζει τις αγορές. Δεν πρέπει να τη χάσουμε»*.

Από την πλευρά του, ο κ. Κανέλλος τόνισε: *«Το AI μετασηματίζει πλέον τις τεχνικές μας και την ίδια την πραγματικότητα. Θα πρέπει να καταλάβουμε ότι καλούμε το AI να συμβάλει θετικά στην ζωή μας και στο εμπόριο και ότι αποτελεί τεχνολογικό παράδειγμα, όχι επανάσταση που πρέπει να εκμεταλλευτούμε»*. Ολοκληρώνοντας τη συζήτηση, ο κ. Θεοφύλακτος δήλωσε αισιόδοξος για το εμπόριο: *«Θα αλλάξει ο τρόπος και η εμπειρία που θα έχουμε πλέον στο κομμάτι των αγορών. Έτσι, μπορούμε να ενισχύσουμε και στοιχεία στα οποία είχαμε εντοπίσει ότι είμαστε αδύναμοι (οι επιχειρήσεις), λαμβάνοντας πληροφορίες πρακτικά ανά πάσα στιγμή από τον καλύτερο, που θα επιλέξει οι ίδιοι οι έμποροι»*.

---

Το μεγάλο διεθνές Συνέδριο της ΕΣΕΕ έστρεψε το ενδιαφέρον του παγκόσμιου οικοσυστήματος του λιανικού εμπορίου στην Ελλάδα και προσέλκυσε και τις δύο ημέρες θεσμικούς εκπροσώπους από όλες τις μεγάλες διεθνείς οργανώσεις.

Ειδική μνεία πρέπει να γίνει στην **κα Christel Delberghe**, Director General της EuroCommerce, της ευρωπαϊκής οργάνωσης λιανικού και χονδρικού εμπορίου. Έχει δημιουργήσει έναν σταθερό δεσμό φιλίας και καλής συνεργασίας με την ΕΣΕΕ εδώ και αρκετά χρόνια. Η συμβολή της είναι σημαντική στο ότι η Ευρωπαϊκή Επιτροπή έχει συμπεριλάβει το Λιανικό Εμπόριο ανάμεσα στα 14 βιομηχανικά οικοσυστήματα της Ευρωπαϊκής Ένωσης. Με τη συστηματική δουλειά που έκανε με τις διάφορες ομάδες εργασίας της EuroCommerce, τόσο σε επίπεδο παραγωγής τεκμηριωμένων θέσεων, όσο και σε επίπεδο άσκησης πίεσης στο Ευρωπαϊκό Κοινοβούλιο και την Ευρωπαϊκή Επιτροπή, συνέβαλε καταλυτικά στην ανάδειξη της ιδιαίτερης σημασίας του οικοσυστήματος του λιανικού εμπορίου για την ανάπτυξη και την κοινωνική συνοχή στην Ένωση και τα κράτη-μέλη της.

Επίσης, σημαντική υπήρξε η παρουσία και η ενδιαφέρουσα ομιλία του **κ. Kevin Peng**, President, China Chain Store & Franchise Association (CCFA). Είναι Πρόεδρος στον Σύνδεσμο Αλυσίδων Καταστημάτων και Franchise της Κίνας (CCFA) και συμμετέχει στο Διοικητικό Συμβούλιο της Διεθνούς Ομοσπονδίας Ενώσεων Λιανικού Εμπορίου (FIRA) ως υπεύθυνος των οικονομικών. Επί της προεδρίας του στον Σύνδεσμο Αλυσίδων Καταστημάτων και Franchise της Κίνας ίδρυσε το China Retail Technology Innovation Center, το Κέντρο Καινοτομίας Λιανικού Εμπορίου της Κίνας, με σκοπό να βοηθήσει το οικοσύστημα του λιανικού εμπορίου της Κίνας, να κατανοήσει και να εφαρμόσει καλύτερα τις νέες τεχνολογίες, ώστε να διευκολύνει την υψηλότερη αποδοτικότητα και τη βελτίωση των υπηρεσιών.

(Παρασκευή 5 Απριλίου 2024)

- **Προς μια κυκλική οικονομία**

Στη θεματική ενότητα τονίσθηκε πως η κλιματική κρίση, η μόλυνση και η βιοποικιλότητα είναι τα τρία βασικά προβλήματα της πράσινης μετάβασης και ότι κυκλική οικονομία αποτελεί την κύρια βάση για την επίτευξη πράσινης μετάβασης απαιτώντας επιχειρηματικά μοντέλα που τονίζουν την επαναχρησιμοποίηση, επιδιόρθωση και ανακύκλωση προϊόντων.

**Ο κ. Ηλίας Ιακωβίδης**, Adviser on Green Digital Transformation - DG Connect, European Commission, ανέφερε: «*Η χρήση των ορυκτών καυσίμων αποτελεί μικρό πρόβλημα στο πλαίσιο της κλιματικής αλλαγής. Η μη κυκλική οικονομία αποτελεί τον κύριο λόγο που χάνεται το 90% της βιοποικιλότητας, ευθύνεται για το 50% όλων των εκπομπών αερίων του θερμοκηπίου και για το τεράστιο ποσοστό μόλυνσης. Η κυκλική οικονομία έχει να κάνει με οτιδήποτε άλλο εκτός από την ανακύκλωση, η οποία είναι ενεργοβόρα και χαλάει την ποιότητα των υλικών! Αν θέλουμε να σωθούμε, το ενεργειακό αποτύπωμα ενός εμπόρου είναι το λιγότερο, αλλά σημασία έχει το τι καταναλώνουμε και εκεί "μπαίνει" το retail business, καθώς είμαστε οι αρχιτέκτονες των επιλογών των καταναλωτών*».

**Ο κ. Στυλιανός Ηλιάδης**, Γενικός Διευθυντής, Retail Segments, Strategy & Sales της Τράπεζας Πειραιώς ανέφερε πως: «*Η κυκλική οικονομία αποτελεί βασικό πυλώνα της ESG στρατηγικής της Τράπεζας Πειραιώς, για τις Μικρομεσαίες επιχειρήσεις Retail. Για εμάς στην Τράπεζα Πειραιώς, η "Κυκλική Τραπεζική" αποτελεί μία νεωτεριστική έννοια για την κάλυψη "πράσινων" αναγκών των πελατών μας με την συμμετοχή μας σε όλα τα εθνικά και ευρωπαϊκά προγράμματα Μία έννοια που περιλαμβάνει μεταξύ άλλων την υλοποίηση των επενδυτικών σχεδίων των πελατών με την ανάδειξη – καθοδήγηση και υποστήριξη από εξειδικευμένα στελέχη, παρέχοντας πλήθος ειδικά σχεδιασμένων προϊόντων και υπηρεσιών. Συνολικά 17.000 μικρές επιχειρήσεις, το τελευταίο διάστημα υλοποίησαν επενδύσεις κυκλικής οικονομίας με χρηματοδότηση από την Τράπεζα Πειραιώς. Σημαντικό σημείο αναφοράς αποτελεί η μελλοντική εφαρμογή της κυκλικής οικονομίας στο εξαιρετικά πετυχημένο πρόγραμμά μας σε συνεργασία με την ΕΣΣΕ, "Ψωνίζω στην Γειτονιά". Πρόκειται για μία πρωτοβουλία που αφορά την μικρή επιχείρηση Retail, η οποία ξεκίνησε το 2021 και ήδη συμμετέχουν σε αυτήν 25.000 επιχειρήσεις*».

**Ο κ. Νίκος Αυλώνας**, Πρόεδρος Κέντρου Αειφορίας, (CSE), Επισκέπτης καθηγητής Βιωσιμότητας στο Οικονομικό Πανεπιστήμιο αναφέρθηκε στη σημασία της Κυκλικής Οικονομίας και των νέων επιχειρηματικών μοντέλων που δημιουργεί, όπως και στη σημασία του Δείκτη Κυκλικότητας ανά προϊόν και τον ρόλο του Κέντρου Αειφορίας σε ερευνητικό επίπεδο στον τομέα αυτό. Επίσης, σημείωσε: «*Στην Ελλάδα δεν υπάρχει κυκλική οικονομία. Τα Κριτήρια ESG αλλάζουν το επιχειρηματικό τοπίο και ιδιαίτερα τη μικρομεσαία επιχειρηματικότητα στην Ελλάδα. Οι τράπεζες είναι υποχρεωμένες να θεσπίσουν πάνω από 30 κριτήρια εφαρμογής ESG. Στην πραγματικότητα αλλάζει πίστα η χρηματοδότηση των μεσαίων και μεγάλων επιχειρήσεων στην Ελλάδα και όλα περνάνε μέσα από τα κριτήρια τα οποία είναι πολύ συγκεκριμένα*».

**Ο κ. Νίκος Σουρέφ**, Marketing Lead - Skrutz επεσήμανε πως η e-commerce αγορά μεταχειρισμένων προϊόντων στην Ευρώπη ολοένα και αυξάνεται, δημιουργώντας νέες ευκαιρίες για περαιτέρω ανάπτυξη. Στη συνέχεια αναφέρθηκε στο νέο εγχείρημα της εταιρείας στην consumer-to-consumer αγορά:

«*Το Skoop by Skrutz είναι μια νέα υπηρεσία όπου ο καταναλωτής μπορεί να καταχωρήσει ένα προϊόν που δεν χρειάζεται πια και να δώσει την δυνατότητα σε κάποιον άλλον χρήστη να το αγοράσει και να του δώσει μια δεύτερη ευκαιρία, παρατείνοντας έτσι τον χρόνο ζωής του. Για εμάς ήταν μια υπηρεσία που μπορούσε να προστεθεί αρμονικά στο υπάρχον οικοσύστημα υπηρεσιών μας και να λειτουργεί συμπληρωματικά με το υπάρχον business model της εταιρείας*».

**Ο κ. Χρήστος Ραυτογιάννης**, Founder & CEO of CityCrop περιέγραψε τις δραστηριότητες της επιχείρησης: «*Είμαστε μία start up επιχείρηση στο agricultural technology και οι πελάτες μας είναι τα σούπερ μάρκετ και τα grocery stores. Το σημερινό πρόβλημα είναι το κενό από εκεί που καλλιεργούνται τα προϊόντα μέχρι να φτάσουν στα σούπερ μάρκετ. Εμείς έχουμε κατασκευάσει μια συσκευή αυτοματοποιημένης καλλιέργειας. Σκεφτείτε μια ντουλάπα σε μέγεθος που λειτουργεί με τον τρόπο με τη μέθοδο της υδροπονίας, οπότε μπορούμε να καλλιεργήσουμε από το μηδέν ένα φυτό μέχρι το τώρα. Ο χρήστης αγοράζει ένα προϊόν που είναι πολύ φρέσκο και καθαρό*».

Συντονιστής ήταν ο **κ. Μανώλης Μανιούδης**, Οικονομικός Αναλυτής (PhD & Postdoc) - Συντονιστής του Τμήματος Οικονομικής Ανάπτυξης του INEMY - ΕΣΣΕ.

## WORKSHOPS 2<sup>ης</sup> ΗΜΕΡΑΣ ΕΡΓΑΣΙΩΝ

- **11:00- 12:00**  
**Τεχνολογίες AI (CoPilot) για collaboration και επικοινωνία με τα καταστήματα**  
Joanna Vathis, Cloud Architect - Modern Workplace, Bewise
- **12:30-13:30**  
**Inspiring Trust Creating Impact – Το mindset και το skillset της καινοτομίας: Η καινοτομία ανήκει σε όλους!**  
Stella Rapti Founder & CEO | Over & Above EU
- **14:00-15:00**  
**Lobbying Strategies: Insights from Greece and the EU**  
Κώστας Ελευθερίου Επίκουρος Καθηγητής πολιτικής και ιστορικής κοινωνιολογίας στο τμήμα Πολιτικής Επιστήμης του Δημοκριτείου Πανεπιστημίου Θράκης  
Μιλένα Παναγιωτοπούλου Head of EU Public Affairs & Advocacy, ΕΣΕΕ
- **15:30-16:30**  
**Epsilon Smart Ergani | Η Έξυπνη cloud λύση της αγοράς για την Ψηφιακή Κάρτα Εργασίας που συνδέει online Εργαζόμενο - Εργοδότη - Λογιστή!**  
Ράνια Αποστολοπούλου Customer, Success Manager HRM
- **18:30-19:30**  
**Το μέλλον του εμπορίου μέσω του Liveshopping**  
Γιώργος Φλωράς, Σύμβουλος Επιχειρήσεων

**-ΟΛΟΚΛΗΡΩΣΗ ΕΡΓΑΣΙΩΝ FUTURE OF RETAIL 2024-**

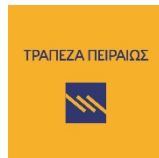
**Gold Sponsors**



**Silver Sponsors**



**Bronze Sponsors**



**Future Air Carrier**



**Υπό την Αιγίδα**





# ANTENNA GROUP

## Media Sponsors



Pitching Sessions in Collaboration with:

