

# E-COMMERCE NEWS

DIGITAL MEDIA • E-BUSINESS • RETAIL MARKET

Τετάρτη 24 / 12 / 2025

## COMING SOON

## Η Amazon αναβαθμίζει την Alexa για να κάνει αγορές μόνη της

Η Amazon ενισχύει την Alexa+ με AI, επιτρέποντας αγορές μόδας μέσω φωτογραφιών, προτάσεις στυλ, έξυπνη αναζήτηση συνταγών και πιο προσωποποιημένη εμπειρία αγορών, με διάθεση τους επόμενους μήνες.



## Κέντρο Διανομής στον Πειραιά από Temu και Shein (;)

Τη δημιουργία μεγάλου κέντρου διανομής στον Πειραιά έως το 2026 φέρονται να εξετάζουν Temu και Shein, με στόχο την τροφοδοσία όλης της ευρωπαϊκής αγοράς. Η Ελλάδα προβάλλει ως ιδανικό hub, εξέλιξη που μπορεί να ανατρέψει τη συζήτηση για τα τέλη στα μικροδέματα και το καθεστώς ελέγχων.

## LAST MINUTE

- 01 **Spitogatos** και **Allianz** παρουσιάζουν νέα στρατηγική συνεργασία, προσφέροντας στους χρήστες άμεση πρόσβαση σε λύσεις ασφάλισης κατοικίας μέσα από την πλατφόρμα.
- 02 Η **Ceconomy** ανακοίνωσε διαδικτυακά έσοδα άνω 5,7 δισ. ευρώ, με το online κανάλι να ξεπερνά το 25% συνολικών πωλήσεων πρώτη.
- 03 Το marketplace της **MediaMarkt** αύξησε το GMV κατά 90%, φτάνοντας 527 εκατ. ευρώ, και στοχεύει τα 750 εκατ. την επόμενη χρονιά.
- 04 Η **Shein** δημιουργεί κέντρο logistics κοντά στο Βρότσλαβ Πολωνίας, 740.000 τ.μ., ως κύριο ευρωπαϊκό επιχειρησιακό κόμβο για μελλοντική ανάπτυξη δραστηριοτήτων.
- 05 Οι online δαπάνες στη **Γερμανία** αυξάνονται, με προβλεπόμενη ετήσια ανάπτυξη 4,2% τα επόμενα 4 χρόνια λόγω νέων αγοραστικών παραγόντων.

Περνούν όλα από τα χέρια σας?



Αφήστε τα όλα στο...

# 360° e-Commerce by Plushost

και αφιερωθείτε σε αυτό που αγαπάτε.  
Το εμπόριο.

Αν κουραστήκατε η καθημερινότητά σας να εξαντλείται στη διαχείριση πολλών «μικρών» θεμάτων που γίνονται εμπόδιο στο να αφιερωθείτε στα «μεγάλα» και σημαντικά, η υπηρεσία **360° e-commerce by plushost** σας αφορά. Συγκεντρώσαμε σε μια υπηρεσία το σύνολο των λειτουργιών μιας online επιχείρησης ενισχύοντας παράλληλα όλους τους μηχανισμούς ελέγχου.

**plushost**  
e-commerce goes 360°

**250+** e-Commerce AWARDS



LOYALTY AWARDS

THE GROWTH HACKING AWARDS

UXICX AWARDS

CONTENT MARKETING

e-BIZZ AWARDS



## Οι χριστουγεννιάτικες εκπτώσεις της Amazon για το 2025 ξεπερνούν την Black Friday

Η **Amazon** εγκαινιάζει τις χριστουγεννιάτικες εκπτώσεις 2025 με μειώσεις που σε πολλές κατηγορίες ξεπερνούν την **Black Friday**. Προσφέρονται εκπτώσεις έως και 40% σε ηλεκτρονικά, Apple προϊόντα, κονσόλες και είδη σπιτιού. Η εταιρεία εγγυάται παράδοση έως τις 25 Δεκεμβρίου, με αυθημερόν αποστολή σε μεγάλες πόλεις και δωρεάν ταχεία αποστολή για μέλη **Prime**, ενισχύοντας την αξιοπιστία των εορταστικών αγορών.

## Τι επιλέγουν οι Έλληνες και πώς αυτό αποτυπώνεται στις γιορτές!

Οι γιορτές αναδεικνύουν τη σημασία της οικογένειας και της παρέας για τους Έλληνες, καθώς το 76% δίνει προτεραιότητα στον οικογενειακό χρόνο και το 60% απολαμβάνει να φιλοξενεί στο σπίτι. Παράλληλα, το 66% αγαπά τις δραστηριότητες σε εξωτερικούς χώρους, ενώ το 79% αναζητά στιγμές χαλάρωσης. Σταθερή γιορτινή αξία παραμένουν τα μελομακάρονα.



## Ηλεκτρονικό εμπόριο: 8 στους 10 Έλληνες αγοράζουν από πλατφόρμες εκτός Ε.Ε.



Σημαντικές αλλαγές στις αγοραστικές συνήθειες των Ελλήνων καταναλωτών καταγράφει πανελλαδική έρευνα της **NielsenIQ**, που πραγματοποιήθηκε για λογαριασμό του **Συνδέσμου Επιχειρήσεων Λιανικής Πώλησης Ελλάδος (ΣΕΛΠΕ)**.

Τα αποτελέσματα

αναδεικνύουν την εκρηκτική άνοδο των πλατφορμών ηλεκτρονικού εμπορίου με έδρα εκτός Ευρωπαϊκής Ένωσης, αλλά και τις ανησυχίες που τη συνοδεύουν.

Σύμφωνα με τα ευρήματα, το 94% των συμμετεχόντων δήλωσε ότι πραγματοποίησε online αγορές το τελευταίο δωδεκάμηνο. Από αυτούς, το 85% έχει αγοράσει από τουλάχιστον μια πλατφόρμα εκτός Ε.Ε., ποσοστό που αντιστοιχεί συνολικά σε περίπου 8 στους 10 Έλληνες καταναλωτές. Ιδιαίτερα υψηλή είναι η αναγνωρισιμότητα των **Temu** και **Shein**, ενώ περίπου 3 στους 10 χρήστες προχωρούν σε αγορές τουλάχιστον μια φορά τον μήνα.

### Μόδα, είδη σπιτιού, gadgets...

Τα προϊόντα που προτιμούν οι Έλληνες προέρχονται κυρίως από τις κατηγορίες **μόδας** και **ένδυσης**, ειδών σπιτιού και μικροαντικειμένων, καθώς και ηλεκτρονικών και gadgets. Ο βασικός λόγος επιλογής των συγκεκριμένων πλατφορμών είναι η **χαμηλή τιμή**, η οποία υπερσχύει με μεγάλη διαφορά έναντι άλλων κριτηρίων. Η **μέση ετήσια δαπάνη** σε marketplaces εκτός Ε.Ε. ανέρχεται στα **244 ευρώ** και αντιστοιχεί στο 45% της συνολικής online δαπάνης των χρηστών αυτών.

### Περιορισμένη εμπιστοσύνη

Παρά τη μεγάλη χρήση, η εμπιστοσύνη παραμένει περιορισμένη. Τέσσερις στους δέκα δηλώνουν υψηλή ικανοποίηση, ωστόσο 7 στους 10 γνωρίζουν ότι τα προϊόντα ενδέχεται να μην συμμορφώνονται με τα ευρωπαϊκά πρότυπα ποιότητας και ασφάλειας, τα οποία 6 στους 10 θεωρούν «πολύ σημαντικά». Η έρευνα δείχνει ότι πιθανές ρυθμιστικές παρεμβάσεις, όπως δασμοί ή ειδικά τέλη, θα μπορούσαν να επηρεάσουν ουσιαστικά τη συμπεριφορά των καταναλωτών και να περιορίσουν το φαινόμενο του άνισου ανταγωνισμού στο ηλεκτρονικό εμπόριο.

## Amazon, Temu και Shein συνεργάζονται με τα ΕΛΤΑ

Σε πορεία εξυγίανσης και οριακής κερδοφορίας έως τον Δεκέμβριο του 2026 μπαίνουν τα **ΕΛΤΑ**, όπως δήλωσε ο αναπληρωτής CEO **Μάριος Τέμπος** στη Βουλή. Ενδεικτική της αλλαγής πορείας είναι η συνεργασία με μεγάλους διεθνείς παίκτες του e-commerce, όπως **Amazon**, **Temu** και **Shein**, σε μια πλήρως απελευθερωμένη και ιδιαίτερα ανταγωνιστική αγορά δεμάτων.

# Μην παίρνεις τον δρόμο που οδηγεί σε αδιέξοδο

Επίλεξε τον ασφαλή δρόμο με το EPSILON SMART ERGANI!



Δες γιατί το **EPSILON SMART ERGANI** είναι η **μοναδική λύση** για την **Ψηφιακή Κάρτα Εργασίας!**

Λειτουργίες	EPSILON SMART ERGANI ADVANCED	Αυτόνομη Λύση
Αυτόματη δημιουργία Απολογιστικής Δήλωσης (για 100% διασφάλιση εργοδότη στο θέμα αντιστοιχίας ψηφιακών ωραρίων με χτυπήματα κάρτας)	✓	✗
Αυτόματη ενημέρωση εφαρμογής μετά από κάθε πρόσληψη/αποχώρηση	✓	✗
Δυνατότητα στρογγυλοποιήσεων & ανοχών στις σημάνσεις κάρτας	✓	✗
Αποκλειστική επικοινωνία με τις εφαρμογές μισθοδοσίας EPSILONNET	✓	✗
Αυτόματος Υπολογισμός Μισθοδοσίας (τονίζεται ότι έχει ήδη ανακοινωθεί η ενοποίηση της μισθοδοσίας με την ΑΠΔ, κάτι το οποίο "απαιτεί" πλήρη ενημέρωση εφαρμογής μισθοδοσίας για σημάνσεις κάρτας)	✓	✗
Ενσωματωμένος AI Consultant για προστασία από αμέλειες/παραβάσεις (ορφανά & λανθασμένα χτυπήματα, 48ωρο/εβδομάδα, 11ωρη ανάπαυση κ.ά.)	✓	✗



## Έρευνα της Wolt για την προσφορά δώρων στην Ελλάδα

Η **προσφορά δώρων** παραμένει μια από τις πιο ευχάριστες αλλά και απαιτητικές κοινωνικές πρακτικές για τους Έλληνες καταναλωτές, σύμφωνα με νέα έρευνα της **Wolt** σε δείγμα 1.000 ατόμων. Το 96% δηλώνει ότι χαίρεται να προσφέρει δώρα, ωστόσο για το 74,9% η επιλογή τους προκαλεί άγχος, ποσοστό που αγγίζει το 83,7% στη Gen Z. Τα ευρήματα δείχνουν μια σαφή στροφή προς την πρακτικότητα, καθώς το 89,2% προτιμά **χρηστικά δώρα**, όπως προϊόντα προσωπικής φροντίδας, που συνδυάζουν αξία και καθημερινή χρησιμότητα. Παράλληλα, τα διεθνή στοιχεία της Wolt καταγράφουν ότι το 80% των δώρων παραδίδεται αυθημερόν, αναδεικνύοντας τη σημασία της ταχύτητας. Αν και το 73,6% θεωρεί τις ψηφιακές δωροκάρτες κάπως απρόσωπες, το 64,1% αναγνωρίζει την ευελιξία τους. Η υπηρεσία **Wolt Gifting** έρχεται να καλύψει αυτή την ισορροπία, προσφέροντας άμεση αποστολή δώρων με προσωπικό χαρακτήρα, από λουλούδια έως comfort food, κάνοντας την έκφραση αγάπης πιο εύκολη στην απαιτητική καθημερινότητα.

## Είναι το AI η επόμενη απειλή για το ηλεκτρονικό εμπόριο και το delivery;

Η **Morgan Stanley** προειδοποιεί ότι η τεχνητή νοημοσύνη ενδέχεται να υπονομεύσει πλατφόρμες e-commerce και delivery, καθώς τα μεγάλα γλωσσικά μοντέλα αναλαμβάνουν αναζήτηση και παραγγελίες. Με κινήσεις όπως η αγορά τροφίμων μέσω ChatGPT, οι καταναλωτές μπορεί να παρακάμπτουν εφαρμογές, αυξάνοντας τη διαφάνεια τιμών και πιέζοντας τα περιθώρια κέρδους.

## Αποτελέσματα έρευνας ΤΠΕ και ηλεκτρονικού εμπορίου στις επιχειρήσεις της Κύπρου

Σημαντική πρόοδο καταγράφουν οι επιχειρήσεις στην Κύπρο το 2025, σύμφωνα με τη Στατιστική Υπηρεσία. Το 98,2% διαθέτει σύνδεση στο διαδίκτυο και το 87,3% ταχύτητες άνω των 100 Mbit/s. Το 23,9% πραγματοποίησε online πωλήσεις το 2024, ενώ το 9,3% αξιοποίησε τεχνητή νοημοσύνη, με υψηλότερη χρήση στις μεγάλες επιχειρήσεις.



## Ευελιξία και οργάνωση ικανοποιούν τους διανομείς της efood

Η **efood** πραγματοποίησε εσωτερική έρευνα για την ικανοποίηση των συνεργατών διανομμένων. Πάνω από 6 στους 10 χαρακτηρίζουν τη συνεργασία απόλυτα θετική, ενώ μόλις 7% αρνητική. Κύριο πλεονέκτημα θεωρείται η ευελιξία, με 9 στους 10 να προτιμούν το καθεστώς freelance. Θετικά αξιολογούνται επίσης το app, τα sessions και η υποστήριξη logistics και η επικοινωνία με τις ομάδες συντονισμού και η συνεχής παροχή ανατροφοδότησης εργασίας.

## Η Triumph μπαίνει δυναμικά στο e-commerce με το Reserve My Triumph

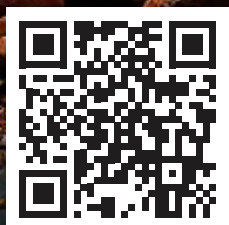
Η Triumph λανσάρει την πλατφόρμα Reserve My Triumph, επιτρέποντας online κράτηση μοτοσυκλέτας απευθείας από το εργοστάσιο. Οι αναβάτες στο Ηνωμένο Βασίλειο επιλέγουν μοντέλο και χρώμα, καταβάλλουν επιστρεπτέα προκαταβολή και παραλαμβάνουν μέσω dealer.



Scarlet's  
— COFFEE —

# ΚΑΘΕ ΓΙΟΡΤΙΝΗ ΜΕΡΑ, ΜΙΑ ΤΕΛΕΙΑ ΓΟΥΛΙΑ

Discover the Magic of Christmas Coffee.



Μεγ. Αλεξάνδρου 205, Ζωφριά Ανω Λιόσια 13341  
210 2288032, info@scarlets-coffee.gr  
www.scarlets-coffee.gr





## Πώς χρησιμοποίησαν οι ελληνικές επιχειρήσεις τις τεχνολογίες πληροφόρησης και ηλεκτρονικού εμπορίου το 2025

Η Ελληνική Στατιστική Αρχή (ΕΛΣΤΑΤ) δημοσίευσε τα αποτελέσματα της Ετήσιας Έρευνας Χρήσης Τεχνολογιών Πληροφόρησης και Ηλεκτρονικού Εμπορίου στις επιχειρήσεις με περίοδο αναφοράς των στοιχείων το διάστημα 1η Ιανουαρίου 2025 - 15η Σεπτεμβρίου 2025.

Τα στοιχεία αφορούν στη χρήση ηλεκτρονικού υπολογιστή, στην πρόσβαση στο διαδίκτυο και στη συνδεσιμότητα, στην αυτόματη ανταλλαγή πληροφοριών μέσα στην επιχείρηση, καθώς και στη λήψη παραγγελιών και διενέργεια πωλήσεων και αγορών μέσω διαδικτύου (ηλεκτρονικό εμπόριο). Η έρευνα είναι ετήσια, δειγματοληπτική και διενεργείται στο πλαίσιο του Κανονισμού (ΕΚ) 2019/2152 του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και του Συμβουλίου της 27ης Νοεμβρίου 2019, σχετικά με τις ευρωπαϊκές στατιστικές για τις επιχειρήσεις και σύμφωνα με τον Εκτελεστικό Κανονισμό (ΕΕ) 2024/1883 της Επιτροπής της 9ης Ιουλίου 2024.

Σύμφωνα με τα στοιχεία της έρευνας:

- Το 2025, σε σύνολο 47.849 επιχειρήσεων με απασχόληση 10 άτομα και άνω, οι 47.246 επιχειρήσεις είχαν πρόσβαση στο διαδίκτυο για επαγγελματικούς σκοπούς, ποσοστό 98,7%. Στην πρόσβαση συμπεριλαμβάνεται σταθερή και κινητή σύνδεση
- Το έτος 2025, σε σύνολο 47.849 επιχειρήσεων με απασχόληση 10 άτομα και άνω, με συνολικό κύκλο εργασιών 380,8 δισ. ευρώ, οι 12.347 έλαβαν παραγγελίες μέσω ιστοσελίδας ή ειδικών εφαρμογών ή μέσω μηνυμάτων τύπου EDI, ποσοστό 25,8% και ο κύκλος εργασιών από αυτές τις παραγγελίες ανήλθε σε 36,1 δισ. ευρώ, ποσοστό 9,5% του συνολικού κύκλου εργασιών.

Πίνακας 1 : Αριθμός επιχειρήσεων που έχουν πρόσβαση στο διαδίκτυο, και στοιχεία απασχόλησης

2025	
Συνολικός αριθμός επιχειρήσεων *	47.849
Αριθμός επιχειρήσεων που έχουν πρόσβαση στο διαδίκτυο *	47.246
Συνολικός αριθμός απασχολουμένων	2.009.660
Αριθμός απασχολουμένων με πρόσβαση στο διαδίκτυο για επαγγελματικούς σκοπούς	831.611

Πίνακας 2 : Ηλεκτρονικό εμπόριο επιχειρήσεων, 2025 (Αξίες σε εκατομμύρια €)

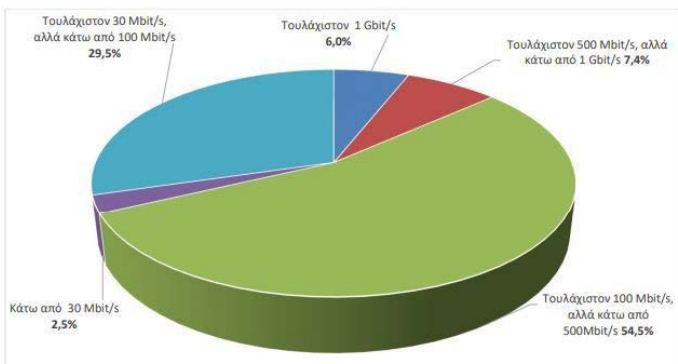
2025	
Συνολικός αριθμός επιχειρήσεων *	47.849
Αριθμός επιχειρήσεων που έλαβε παραγγελίες μέσω ιστοσελίδας ή ειδικών εφαρμογών *	11.700
Αριθμός επιχειρήσεων που έλαβε παραγγελίες μέσω μηνυμάτων τύπου EDI *	647
Συνολικός κύκλος εργασιών	380.787
Κύκλος εργασιών από πωλήσεις μέσω ιστοσελίδας ή ειδικών εφαρμογών ή μέσω μηνυμάτων τύπου EDI	36.122

Με τον όρο «ηλεκτρονικό εμπόριο» εννοούμε την πώληση ή την αγορά αγαθών ή υπηρεσιών που διενεργούνται μέσω δικτύων υπολογιστών με μεθόδους που έχουν σχεδιαστεί αποκλειστικά για την αποστολή ή τη λήψη παραγγελιών. Η πληρωμή και η παράδοση των αγαθών ή υπηρεσιών δεν γίνεται απαραίτητα ηλεκτρονικά. Παραγγελίες που λαμβάνονται μέσω τηλεφώνου, fax και δακτυλογραφημένων μηνυμάτων ηλεκτρονικού ταχυδρομείου (e-mail) δε θεωρούνται ηλεκτρονικό εμπόριο.

### Μέγιστη προβλεπόμενη (βάσει συμβολαίου) ταχύτητα

Το ακόλουθο γράφημα παρουσιάζει την ποσοστιαία κατανομή της μέγιστης ταχύτητας download, σε διαφορετικά εύρη Mbit/s, όπως ήταν διαθέσιμη, βάσει συμβολαίου, στις επιχειρήσεις το 2025.

Γράφημα 1 : Μέγιστη προβλεπόμενη (βάσει συμβολαίου) ταχύτητα download, 2025

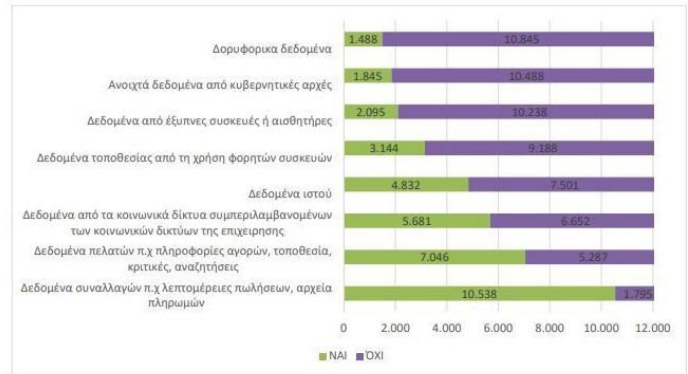


### Ανάλυση δεδομένων από τις επιχειρήσεις

Σύμφωνα με τα αποτελέσματα της έρευνας, από τις 47.246 επιχειρήσεις που έχουν πρόσβαση στο διαδίκτυο, οι 12.333 (ποσοστό 26,1%) πραγματοποίησαν ανάλυση δεδομένων από τους

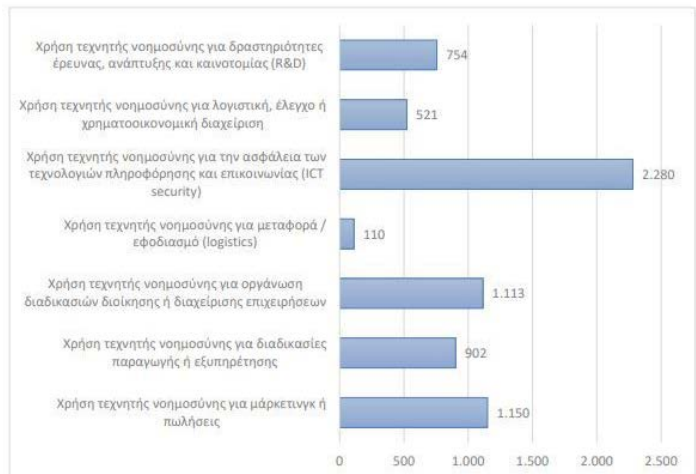
ίδιους τους υπαλλήλους τους. Ο συνολικός αριθμός των επιχειρήσεων που πραγματοποίησαν ανάλυση δεδομένων είτε από τους υπαλλήλους τους είτε από εξωτερικό προμηθευτή ήταν 15.047 (ποσοστό 31,8%). Στο γράφημα 2 παρουσιάζεται το πλήθος των επιχειρήσεων που πραγματοποίησαν ανάλυση δεδομένων από τους ίδιους τους υπαλλήλους τους ανά πηγή:

Γράφημα 2 : Πηγές ανάλυσης δεδομένων, 2025 (πλήθος επιχειρήσεων)



Συστήματα τεχνητής νοημοσύνης (AI) Σύμφωνα με τα αποτελέσματα της έρευνας, 3.868 επιχειρήσεις (ποσοστό 8,2%), από τις 47.246 που έχουν πρόσβαση στο διαδίκτυο χρησιμοποιούν συστήματα τεχνητής νοημοσύνης για τουλάχιστον μια από τις παρακάτω χρήσεις.

Γράφημα 3 :Χρήση συστημάτων τεχνητής νοημοσύνης, 2025 (πλήθος επιχειρήσεων)





Life's  
Good.



**THERMA V™**

## Απολαύστε αθόρυβη λειτουργία Αντλία θερμότητας R290 Monobloc

- ✔ Εξοικονόμηση Ενέργειας μέχρι **75%**
- ✔ Εντάσσεται στα προγράμματα «**Εξοικονομώ**» και «**Αλλάζω Σύστημα Θέρμανσης**»
- ✔ **5 χρόνια εγγύηση**



\*Όλα τα μοντέλα R290 Monobloc έχουν την πιστοποίηση Quiet Mark

\* Ο συντελεστής απόδοσης των Αντλιών Θερμότητας Therma V είναι τουλάχιστον 75% μεγαλύτερος από τον συντελεστή απόδοσης των συμβατικών μέσων θέρμανσης (καυστήρες πετρελαίου/αερίου).



**LG Electronics Ελλάς**  
**Business Solutions**  
Air Conditioning | Heating | Hotel TV | Signage | IT Monitor | ESS

Εθνάρχου Μακαρίου 1, Δέλτα Π. Φαλήρου  
Τ.Θ. 77331, Τ.Κ. 175 01 Π. Φάληρο, Αθήνα  
W: [www.lg.com/gr/business](http://www.lg.com/gr/business)  
E: [b2b.hellas@lge.com](mailto:b2b.hellas@lge.com)

Ακολουθήστε μας στα:



**ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΗΣΤΕ ΜΑΖΙ ΜΑΣ 24 ώρες την ημέρα 7 ημέρες την εβδομάδα**  
801 11 500 400 (από σταθερά τηλέφωνα Ελλάδος)  
(+30)210 48 00 670 (από κινητά και σταθερά τηλέφωνα Ελλάδος & εξωτερικού)  
8000 0810 (Κύπρος)

## Τσιόδρας: Κενά στην προστασία καταναλωτών και αθέμιτες πρακτικές στην ΕΕ

Την ανάγκη αυστηρότερης εφαρμογής της ευρωπαϊκής νομοθεσίας και ενίσχυσης των ελέγχων απέναντι σε επικίνδυνα προϊόντα και αθέμιτες πρακτικές ανέδειξε ο Δημήτρης Τσιόδρας στο Ευρωπαϊκό Κοινοβούλιο.

Την ανάγκη αυστηρότερης εφαρμογής της ευρωπαϊκής νομοθεσίας και κάλυψης των υφιστάμενων νομοθετικών κενών για την προστασία των καταναλωτών ανέδειξε ο **Δημήτρης Τσιόδρας**, ευρωβουλευτής και εκπρόσωπος Τύπου της ευρωομάδας της ΝΔ, κατά την παρέμβασή του στην Ολομέλεια του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου, με αφορμή τη νέα ατζέντα της ΕΕ για τους καταναλωτές.



## Έρευνα Klarna: Το 95,1% των Ελλήνων δηλώνουν ότι η ακρίβεια θα επηρεάσει τις χριστουγεννιάτικες αγορές τους

Η αυξημένη ακρίβεια αποτελεί τον βασικό παράγοντα που διαμορφώνει τη φετινή αγοραστική συμπεριφορά των Ελλήνων καταναλωτών ενόψει της εορταστικής περιόδου, σύμφωνα με πρόσφατη έρευνα της **Klarna**. Η έρευνα πραγματοποιήθηκε τον Νοέμβριο του 2025 σε συνεργασία με την Arpinio, με τη συμμετοχή 1.000 ατόμων ηλικίας 18 έως 77 ετών, και αποτυπώνει με σαφήνεια την οικονομική πίεση που βιώνουν τα ελληνικά νοικοκυριά.

Σύμφωνα με τα ευρήματα, το 95,1% των ερωτηθέντων δηλώνει ότι η άνοδος των τιμών θα επηρεάσει τις χριστουγεννιάτικες αγορές του. Σχεδόν οι μισοί καταναλωτές (46,9%) αναφέρουν ότι θα αναζητήσουν πιο οικονομικά προϊόντα, ενώ το 37,9% σκοπεύει να περιορίσει τις δαπάνες σε μη απαραίτητα είδη. Παράλληλα, το 31,3% δηλώνει ότι θα πραγματοποιεί αγορές μόνο εφόσον υπάρχουν προσφορές, το 23% θα οργανώσει καλύτερα το γιορτινό τραπέζι για να αποφύγει τη σπατάλη τροφίμων και το 21% θα μειώσει τον αριθμό των δώρων που θα αγοράσει.

Ιδιαίτερη σημασία δίνεται στον προγραμματισμό, καθώς το 50,7% των καταναλωτών έχει θέσει συγκεκριμένο προϋπολογισμό για τις φετινές αγορές. Το μεγαλύτερο ποσοστό κινείται στο εύρος €101-€250, ενώ παρατηρείται ότι οι άνδρες τείνουν να προγραμματίζουν υψηλότερες δαπάνες σε σύγκριση με τις γυναίκες. Ταυτόχρονα, το 57,8% δηλώνει ότι κάνει εκτενή έρευνα αγοράς, ενώ περισσότεροι από τους μισούς παρακολουθούν συστηματικά τα εξοδά τους.

Οι online αγορές παραμένουν η κυρίαρχη επιλογή, με αυξημένη χρήση εργαλείων σύγκρισης τιμών, προσφορών και ευέλικτων τρόπων πληρωμής, όπως οι άτοκες δόσεις Buy Now, Pay Later. Τέλος, ένα σημαντικό ποσοστό καταναλωτών εμφανίζεται θετικό στη χρήση εργαλείων Τεχνητής Νοημοσύνης, επιβεβαιώνοντας τη στροφή προς πιο «έξυπνες» και συνειδητές χριστουγεννιάτικες αγορές.

## Ελληνική Boutique Εταιρεία Digital Consulting

Ο προσωπικός σας βοηθός στην ψηφιακή μετάβαση της εταιρείας σας



[www.ascend.gr](http://www.ascend.gr)



# aboutnet

...since 2000

Είσαι έτοιμος  
να απογειώσεις  
το eshop σου;



Με 25 χρόνια  
εμπειρίας  
σχεδιάζουμε  
eshop  
που εκτοξεύουν  
τις πωλήσεις σου.

Κλείσε δωρεάν συμβουλευτική για το eshop σου.



We Deliver Digital Success

WEB DESIGN | ESHOP DEVELOPMENT | DIGITAL MARKETING

● ΑΘΗΝΑ ● ΚΡΗΤΗ ● ΑΧΑΪΑ ● ΓΡΕΒΕΝΑ



50,6%

Online shops

27,3%

Payment system

22,1%

Delivery company

Retail & E-commerce phishing attacks by category,  
November 2024 – October 2025

# kaspersky

## 6,7 εκατ. επιθέσεις phishing σε χρήστες ηλεκτρονικών καταστημάτων το 2025

Επισκόπηση της κυβερνοασφάλειας στο λιανικό και ηλεκτρονικό εμπόριο για το 2025: Τάσεις και εξελίξεις

**Η Kaspersky** παρουσίασε το **Security Bulletin 2025**, εστιάζοντας στην κυβερνοασφάλεια του λιανικού και ηλεκτρονικού εμπορίου.

Το 2025, το 8,25% των εταιρειών λιανικού και ηλεκτρονικού εμπορίου αντιμετώπισαν επιθέσεις κακόβουλου λογισμικού, ενώ οι ανιχνεύσεις ransomware στον τομέα B2B αυξήθηκαν κατά 152% σε σχέση με το 2023.

Η Kaspersky εντόπισε σχεδόν 6,7 εκατομμύρια επιθέσεις phishing που στόχευαν χρήστες ηλεκτρονικών καταστημάτων, εταιρειών διανομής και συστημάτων πληρωμών.

Το 2025, τα chatbots και η αναζήτηση προϊόντων βάσει εικόνας αναμένεται να αυξήσουν τους κινδύνους για την ιδιωτικότητα των χρηστών. Οι ειδικοί της Kaspersky συνιστούν επαλήθευση αποστολών, έρευνα για τα καταστήματα και τακτικό έλεγχο συναλλαγών για τους καταναλωτές. Το Security Bulletin 2025 παρουσίασε η Kaspersky, με επίκεντρο την κυβερνοασφάλεια στον κλάδο του λιανικού και ηλεκτρονικού εμπορίου, ερευνώντας πραγματικά περιστατικά και βασικές τάσεις απειλών που επηρεάζουν τους καθημερινούς χρήστες, ενώ παράλληλα αναλύει μια σειρά από επιλεγμένα ζητήματα ασφαλείας στον τομέα B2B.

## Η κυβερνοασφάλεια στον κλάδο του λιανικού & ηλεκτρονικού εμπορίου το 2025 σε αριθμούς

- 14,41% των χρηστών στον κλάδο του λιανεμπορίου αντιμετώπισαν διαδικτυακές απειλές.
- 22,20% των χρηστών στον κλάδο του λιανεμπορίου αντιμετώπισαν απειλές σε επίπεδο συσκευής (on-device threats).
- 8,25% των εταιρειών λιανικού και ηλεκτρονικού εμπορίου αντιμετώπισαν επιθέσεις κακόβουλου λογισμικού το 2025.
- 152% περισσότεροι μοναδικοί B2B χρήστες στον κλάδο λιανεμπορίου και e-commerce αφορούσαν ανιχνεύσεις κακόβουλου λογισμικού το 2025 σε σύγκριση με το 2023.
- Η Kaspersky εντόπισε 6,7 εκατομμύρια επιθέσεις phishing που στόχευαν χρήστες ηλεκτρονικών καταστημάτων, εταιρειών διανομής και συστημάτων πληρωμών.
- 50,58% αυτών των επιθέσεων phishing στόχευαν ηλεκτρονικά καταστήματα.

### Μια επισκόπηση της κυβερνοασφάλειας στο λιανικό και ηλεκτρονικό εμπόριο για το 2025: Τάσεις και εξελίξεις

Ένα κακόβουλο πρόγραμμα συλλογής δεδομένων με προτίμηση στις υπηρεσίες διανομής πίσσας. Οι αγορές και οι παραγγελίες φαγητού μέσω εφαρμογών κινητού αποτελούν πλέον καθημερινή συνήθεια των χρηστών. Ωστόσο, το 2025 έδειξε ότι ακόμη και η λήψη μιας φαινομενικά νόμιμης εφαρμογής από επίσημο app store δεν εγγυάται την ασφάλεια, ούτε διασφαλίζει ότι

τα προσωπικά δεδομένα και τα οικονομικά στοιχεία των χρηστών δεν θα τεθούν σε κίνδυνο.

Οι ανιχνεύσεις κακόβουλου λογισμικού στον τομέα B2B αυξήθηκαν εξαιτίας ενός σημαντικού παράγοντα. Ο αριθμός των μοναδικών χρηστών στον κλάδο του λιανικού και ηλεκτρονικού εμπορίου που αντιμετώπισαν ανιχνεύσεις ransomware αυξήθηκε κατά 152% το 2025 σε σύγκριση με το 2023 (Νοέμβριος 2024 - Οκτώβριος 2025 έναντι Νοεμβρίου 2022 - Οκτωβρίου 2023). Η σημαντικότερη αύξηση καταγράφηκε την περίοδο 2024-2025 και αποδίδεται σε μεγάλο βαθμό στην ταχεία εξάπλωση παραλλαγών του κακόβουλου λογισμικού Trojan-Ransom.Win32.Dcryptor, το οποίο εμφανίστηκε με ιδιαίτερα υψηλή συχνότητα στον κλάδο του λιανεμπορίου και του e-commerce σε ορισμένες από τις αγορές που αναλύθηκαν. Το συγκεκριμένο λογισμικό αποτελεί μια τροποποιημένη (trojanized) παραλλαγή ransomware, η οποία αξιοποιεί το νόμιμο εργαλείο DiskCryptor για να κρυπτογραφούνται τα διαμερίσματα δίσκου στα συστήματα των θυμάτων.

Ιδιαίτερα έντονη ήταν η δραστηριότητα phishing στον κλάδο του ηλεκτρονικού εμπορίου. Παρότι πρόκειται για μια καθιερωμένη τεχνική επίθεσης, το phishing διατηρεί τη δημοφιλία του και στο πλαίσιο των διαδικτυακών αγορών. Από τον Νοέμβριο του 2024 έως τον Οκτώβριο του 2025, τα προϊόντα της Kaspersky απέκλεισαν 6.651.955 προσπάθειες πρόσβασης σε phishing συνδέσμους που στόχευαν χρήστες ηλεκτρονικών καταστημάτων, συστημάτων πληρωμών και υπηρεσιών παράδοσης. Από αυτές τις απόπειρες, το 50,58% στόχευε online αγοραστές, το 27,3% υποδυόταν συστήματα πληρωμών, ενώ το





22,12% στοχοποιούσε χρήστες εταιρειών διανομής. Οι περίοδοι εκπτώσεων συνεχίζουν να «κάνουν δουλειά» για τους δράστες. Οι εποχικές αυξήσεις στις ηλεκτρονικές αγορές προσφέρουν σταθερά στους κυβερνοεγκληματίες αναμενόμενες ευκαιρίες για την κλιμάκωση επιθέσεων που στοχεύουν τους χρήστες. Οι περίοδοι έντονης προωθητικής δραστηριότητας μειώνουν τα αντανακλαστικά των χρηστών και επιτρέπουν σε γνώριμα σενάρια phishing και spam να ενσωματωθούν στη νόμιμη διαφημιστική επικοινωνία, αυξάνοντας τη συνολική αποτελεσματικότητά τους.

### **Προβλέψεις: Όσα ενδέχεται να αντιμετωπίσει η κυβερνοασφάλεια στον κλάδο του λιανικού και του ηλεκτρονικού εμπορίου το 2026**

Τα chatbots είναι πιθανόν να εξελιχθούν σε ένα κοινό εργαλείο εύρεσης προϊόντων στις ηλεκτρονικές αγορές. Σε αντίθεση με την παραδοσιακή αναζήτηση, οι διεπαφές συνομιλίας ενθαρρύνουν τους χρήστες να διατυπώνουν πιο λεπτομερή αιτήματα σε καθημερινή γλώσσα, αποκαλύπτοντας προτιμήσεις, περιορισμούς και ευκόλως εννοούμενες πληροφορίες. Αυτή η αλλαγή αυξάνει το πεδίο επιθέσεων κατά της ιδιωτικότητας, καθώς οι πλατφόρμες εμπλουτίζουν τα προφίλ των χρηστών μέσω των συνομιλιών με τα chatbots. Ως αποτέλεσμα, τα αρχεία καταγραφής των chatbots μπορεί να γίνουν τόσο ευαίσθητα όσο και τα συναλλακτικά δεδομένα, αυξάνοντας τους κινδύνους υπερσυλλογής, κακής χρήσης ή διαρροής προσωπικών πληροφοριών.

«Η ίδια η αναζήτηση αλλάζει, συμπεριλαμβανομένου του τρόπου με τον οποίον οι άνθρωποι ψάχνουν προϊόντα online. Το 2025, παρατηρήθηκε μια σταδιακή μετάβαση από απλές αναζητήσεις με λέξεις-κλειδιά σε πιο καθημερινούς και οπτικούς τρόπους για να βρουν οι χρήστες τι θέλουν να αγοράσουν. Καθώς αυτά

τα μοντέλα βασίζονται σε εκτεταμένη παραχώρηση δεδομένων από τους ίδιους, η προσεκτική διαχείρισή τους θα είναι σημαντική για τη διατήρηση της εμπιστοσύνης των χρηστών», σχολιάζει η Anna Larkina, ειδικός στην ανάλυση δεδομένων web και ιδιωτικότητας στην Kaspersky.

Οι αλλαγές στη φορολογία και στους κανόνες εμπορίου ενδέχεται να αξιοποιηθούν από διαδικτυακές απάτες. Τροποποιήσεις σε φόρους, δασμούς εισαγωγής και κανόνες διασυνοριακού εμπορίου είναι πιθανό να χρησιμοποιηθούν ως δόλωμα σε καμπάνιες phishing και σε πλαστά ηλεκτρονικά καταστήματα, προωθώντας εξωπραγματικά χαμηλές τιμές ή ισχυρισμούς περί αποφυγής χρεώσεων. Καθώς οι κανόνες τιμολόγησης και οι σχετικές επιβαρύνσεις συνεχίζουν να μεταβάλλονται από αγορά σε αγορά, είναι πιθανό να μειώνεται η ετοιμότητα των χρηστών, αυξάνοντας την αποτελεσματικότητα τέτοιων κόλπων εξαπάτησης, ιδιαίτερα εις βάρος μικρών και μεσαίων επιχειρήσεων λιανεμπορίου.

Οι AI βοηθοί αγορών αναμένεται να λειτουργούν πλέον όλο και περισσότερο εκτός των πλατφορμών λιανεμπορίου, ενσωματωμένοι σε browsers, εφαρμογές κινητού και υπηρεσίες εξωτερικών παρόχων. Αν και έχουν σχεδιαστεί για να απλοποιούν την πλοήγηση και την έρευνα τιμών, τα συγκεκριμένα εργαλεία μετατοπίζουν τη συλλογή δεδομένων πέρα από τα όρια του πωλητή, δημιουργώντας νέους και λιγότερο ορατούς κινδύνους για την ιδιωτικότητα. Για να λειτουργούν αποτελεσματικά, οι εξωτερικοί AI agents αγορών απαιτούν συνεχή πρόσβαση στη συμπεριφορά των χρηστών, η οποία συμπεριλαμβάνει τη δραστηριότητα περιήγησης, τον σκοπό των αναζητήσεων, τα δεδομένα της τοποθεσίας τους και αλληλεπιδράσεις με προϊόντα σε πολλαπλά sites. Αυτό επιτρέπει τη συγκέντρωση





λεπτομερών προφίλ συμπεριφοράς εκτός του άμεσου ελέγχου τόσο των χρηστών όσο και των πλατφορμών λιανικής, αυξάνοντας τους κινδύνους υπερσυλλογής δεδομένων, αδιαφανούς χρήσης τους και ανεπιθύμητης έκθεσης πληροφοριών.

Η αναζήτηση προϊόντων βάσει εικόνας ενδέχεται να αποτελέσει νέα πρόκληση για την ιδιωτικότητα. Μέχρι τώρα, η κύρια ανησυχία για τα προσωπικά δεδομένα που σχετίζονταν με τις εικόνες των χρηστών στο ηλεκτρονικό εμπόριο περιοριζόταν σε φωτογραφίες που κοινοποιούνταν εθελοντικά σε κριτικές προϊόντων. Ωστόσο, η αναζήτηση προϊόντων βάσει εικόνας αναμένεται να καταστήσει τη μεταφόρτωση φωτογραφιών μια ρουτίνα στο πλαίσιο της αγοραστικής εμπειρίας σε μεγάλες πλατφόρμες λιανεμπορίου. Παρότι αυτή η λειτουργία βελτιώνει την ανακάλυψη προϊόντων, αυξάνει επίσης τον κίνδυνο ακούσιας αποκάλυψης προσωπικών δεδομένων. Οι εικόνες που υποβάλλονται από τους χρήστες μπορεί να περιέχουν πρόσωπα, εσωτερικούς χώρους σπιτιών ή ευαίσθητες λεπτομέρειες, όπως ονόματα, αριθμούς τηλεφώνου ή διευθύνσεις που φαίνονται σε ετικέτες αποστολής ή συσκευασίες. Αυτό καθιστά απαραίτητη την ασφαλή επεξεργασία, την ελαχιστοποίηση των δεδομένων και τον περιορισμένο χρόνο αποθήκευσής τους για τους λιανοπωλητές.

Η πλήρης έκθεση KSB για το λιανεμπόριο και το ηλεκτρονικό εμπόριο είναι διαθέσιμη μέσω συνδέσμου. Οι ειδικοί της Kaspersky συνιστούν τα εξής για να παραμείνετε ασφαλείς:

- Προστατέψτε την ιδιωτικότητά σας με έξυπνα εργαλεία. Να είστε προσεκτικοί με το τι κοινοποιείτε και αποφύγετε την ανάρτηση προσωπικών

εικόνων ή στοιχείων σε αιτήματα αναζήτησης. Οι αλληλεπιδράσεις σας συμβάλλουν στη δημιουργία προφίλ που χρησιμοποιείται για διαφημίσεις και βελτιώσεις υπηρεσιών.

- Επαληθεύστε αποστολές και συνδέσμους. Μην εμπιστεύεστε εκπτώσεις ή ειδοποιήσεις παραγγελίας από emails ή μηνύματα. Ελέγχετε πάντα τη διεύθυνση του αποστολέα και πληκτρολογείτε χειροκίνητα το URL του καταστήματος στον περιηγητή σας αντί να κάνετε κλικ σε οποιονδήποτε σύνδεσμο λάβετε.
- Κάντε μια έρευνα για το κατάστημα πριν αγοράσετε. Αν ψωνίζετε σε νέο ή άγνωστο ηλεκτρονικό κατάστημα, αφιερώστε λίγο χρόνο για να ελέγξετε την αξιοπιστία του: διαβάστε κριτικές πελατών, βεβαιωθείτε ότι η διεύθυνση του ιστότοπου είναι σωστά γραμμένη και ότι οι σελίδες του ιστότοπου φαίνονται επαγγελματικές και καλοσχεδιασμένες.
- Παρακολουθείτε τακτικά τις συναλλαγές της κάρτας σας. Οι απάτες μπορεί να περάσουν απαρατήρητες. Κάντε συνήθεια (π.χ. μία φορά την εβδομάδα) να συνδέεστε στο online banking ή στην εφαρμογή κινητού για να ελέγχετε όλες τις πρόσφατες συναλλαγές. Αν εντοπίσετε κάτι ύποπτο, μπλοκάρετε άμεσα την κάρτα σας και επικοινωνήστε με την τράπεζά σας.
- Υιοθετήστε μια προσέγγιση ασφάλειας βασισμένη στην πρόληψη για να προστατευτείτε από κακόβουλα λογισμικά και κλοπή δεδομένων. Χρησιμοποιήστε ένα αξιόπιστο λογισμικό κυβερνοασφάλειας, όπως το Kaspersky Premium, για την αποφυγή επιθέσεων και για τακτικό έλεγχο της συσκευής σας. Αν εντοπίσετε κακόβουλη εφαρμογή, αφαιρέστε την αμέσως και μην την εγκαταστήσετε ξανά μέχρι να κυκλοφορήσει επιβεβαιωμένη, καθαρή ενημέρωση. Συμπληρώστε αυτήν την προστασία με ασφαλή διαχείριση ευαίσθητων δεδομένων: αποφύγετε την αποθήκευση κωδικών ή φράσεων ανάκτησης στη φωτογραφική σας συλλογή ή στις σημειώσεις· χρησιμοποιήστε αντίθετα ένα αξιόπιστο λογισμικό διαχείρισης κωδικών, όπως το Kaspersky Password Manager.

Για οργανισμούς λιανικού και ηλεκτρονικού εμπορίου συνιστούμε:

Προστατέψτε την υποδομή της εταιρείας σας από ένα ευρύ φάσμα απειλών, συμπεριλαμβανομένου του phishing και του ransomware. Χρησιμοποιήστε λύσεις από τη σειρά προϊόντων Kaspersky Next, που παρέχουν προστασία σε πραγματικό χρόνο, ορατότητα απειλών, δυνατότητες διερεύνησης και προηγμένης απόκρισης. Αν η εταιρεία δεν διαθέτει προσωπικό κυβερνοασφάλειας, μπορεί να υιοθετήσει υπηρεσίες διαχειριζόμενης ασφάλειας όπως το Kaspersky Managed Detection and Response (MDR) και/ή το Incident Response, που καλύπτουν ολόκληρο τον κύκλο διαχείρισης περιστατικών - από τον εντοπισμό της απειλής έως τη συνεχή προστασία και αποκατάσταση.



Γίνετε τώρα ο

# B2B συνεργάτης μας!

## Η MUSTPRICE ΠΑΡΕΧΕΙ

- ➔ Ανταγωνιστικές τιμές
- ➔ Υψηλή διαθεσιμότητα χιλιάδων προϊόντων από τις αποθήκες των προμηθευτών μας
- ➔ Παράδοση Express κωδικών σε μια εργάσιμη ημέρα στο χώρο σας αλλά και Standard για ογκώδη αντικείμενα
- ➔ Πλήρη διαφάνεια στα μεταφορικά
- ➔ Πανευρωπαϊκή εγγύηση
- ➔ Παραλαβή στην έδρα μας και έλεγχος σε όλα τα προϊόντα πριν την αποστολή τους σε υπερσύγχρονο χώρο 300 τετραγωνικών με scanners και κάμερες
- ➔ Εσωτερικό τηλεφωνικό κέντρο, λογιστήριο καθώς και φυσικά ξεχωριστά τμήματα πωλήσεων, marketing, παραγγελιών, τιμολόγησης, αποθήκης και RMA
- ➔ Πρόσβαση σε πάνω από 40 προμηθευτές στην Ευρώπη

Με επιτυχία λειτουργούμε στην Ελλάδα από το 2022 έχοντας δεκάδες ευχαριστημένους πελάτες B2B. Θέλουμε να τονίσουμε ότι κάνουμε μόνο χονδρική. Δεν θα μας βρείτε ταυτόχρονα μπροστά σας στην λιανική πώληση όπως κάνουν αρκετοί ανταγωνιστές μας.

Στη **MUSTPRICE** επενδύουμε στην κατανόηση των αναγκών των πελατών μας και της αγοράς μέσα από την επικοινωνία και τον διάλογο και στοχεύουμε στην δημιουργία στενών και μακροχρόνιων εμπορικών σχέσεων βασισμένων στην αξιοπιστία και τον επαγγελματισμό. Είμαστε ιδιαίτερα γνωστοί για τις καινοτομίες, την συνεχή βελτίωση στις συνεργασίες μας αλλά και την προσαρμοστικότητα μας στις εκάστοτε συνθήκες της αγοράς.

### Ενδιαφέρεστε να γίνετε συνεργάτης μας;

Επικοινωνήστε μαζί μας στο [info@mustprice.gr](mailto:info@mustprice.gr) και θα κλείσουμε ένα ραντεβού για να γνωριστούμε και να σας εξηγήσουμε λεπτομερώς την πολιτική και τους όρους συνεργασίας μας. Για οποιαδήποτε απορία μπορείτε να επικοινωνήσετε μαζί μας στο τηλέφωνο

➔ **+302104401212**



### MUSTPRICE ΜΟΝΟΠΡΟΣΩΠΗ Ι.Κ.Ε

ΑΦΜ 801802057

ΔΟΥ ΚΕΦΟΔΕ ΑΤΤΙΚΗΣ

ΓΕΜΗ 163613403000

Ημ/νία Σύστασης 05/04/2022

ΜΑΡΑΘΩΝΟΣ 16 ΚΑΙ ΛΥΚΟΥΡΓΟΥ

ΝΕΑ ΦΙΛΑΔΕΛΦΕΙΑ ΑΤΤΙΚΗΣ ΤΚ 14341

[info@mustprice.gr](mailto:info@mustprice.gr)

+302104401212





## Αισιοδοξία στο εμπόριο για τα Χριστούγεννα, πάνω από 4,5 δισ. ο τζίρος

Θετικές είναι οι εκτιμήσεις του εμπορικού κόσμου για τη φετινή εορταστική περίοδο, με το Εμπορικό και Βιομηχανικό Επιμελητήριο Πειραιώς (ΕΒΕΠ) να προβλέπει ότι ο χριστουγεννιάτικος τζίρος θα ξεπεράσει τα 4,5 δισ. ευρώ, υψηλότερα από το 2023. Το κλίμα αισιοδοξίας στηρίζεται κυρίως στο δώρο Χριστουγέννων, αλλά και στη βελτίωση της απασχόλησης και των αποδοχών στον ιδιωτικό τομέα.

Σύμφωνα με το ΕΒΕΠ, το συνολικό ποσό που θα καταβληθεί φέτος ως δώρο Χριστουγέννων εκτιμάται ότι θα υπερβεί τα 1,5 δισ. ευρώ, ενισχύοντας άμεσα τη ρευστότητα των νοικοκυριών και την καταναλωτική δαπάνη. Το δώρο αναμένεται να καλύψει βασικές οικογενειακές και κοινωνικές ανάγκες των γιορτών, συμβάλλοντας σε θετική, έστω και περιορισμένη, μεταβολή του ετήσιου ισοζυγίου της αγοράς.

Ωστόσο, το επιμελητήριο επισημαίνει ότι οι πληθωριστικές πιέσεις παραμένουν. Παρότι ο πληθωρισμός υποχώρησε το φθινόπωρο, τον Νοέμβριο διαμορφώθηκε στο 2,9%, με την ακρίβεια σε τρόφιμα και βασικά αγαθά να συνεχίζει να πιέζει τα νοικοκυριά και τις επιχειρήσεις. Ο μέσος ετήσιος πληθωρισμός για το 2024 εκτιμάται στο 2,6%.

Η πιο κρίσιμη περίοδος για το λιανεμπόριο θεωρείται η τελευταία εβδομάδα πριν τα Χριστούγεννα, καθώς τότε έχει ήδη καταβληθεί το δώρο. Σύμφωνα με στοιχεία, 9 στους 10 καταναλωτές θα δαπανήσουν από 100 έως 500 ευρώ, με βασικές επιλογές την ένδυση, τα παιχνίδια και τα είδη τεχνολογίας. Παράλληλα, το ηλεκτρονικό εμπόριο συνεχίζει να αναπτύσσεται, με 6 στους 10 καταναλωτές να πραγματοποιούν αγορές online.

Ο πρόεδρος του ΕΒΕΠ, **Βασίλης Κορκίδης**, εκφράζει την ελπίδα ότι η φετινή εορταστική περίοδος θα αντισταθμίσει τη μειωμένη κίνηση των προηγούμενων μηνών, επιβεβαιώνοντας τον καθοριστικό ρόλο του Δεκεμβρίου για τη συνολική εικόνα του λιανεμπορίου.

## IRIS Παντού: Πρωτιά της Ελλάδας στις άμεσες πληρωμές με 120 εκατ. συναλλαγές

Η Ελλάδα καταλαμβάνει την πρώτη θέση στην Ευρώπη στην καθολική αποδοχή άμεσων πληρωμών, σύμφωνα με στοιχεία της ΔΙΑΣ και το εθνικό έργο «IRIS Παντού». Από την 1η Δεκεμβρίου, οι πληρωμές IRIS Commerce είναι διαθέσιμες σε όλα τα POS και τα e-shops, ενισχύοντας τις συναλλαγές Account-to-Account. Έως το τέλος του 2025 αναμένονται 120 εκατ. συναλλαγές αξίας 11 δισ. ευρώ, ενώ η υπηρεσία καλύπτει ήδη 1,2 εκατ. POS και 70.000 ηλεκτρονικά καταστήματα.

## Οι επιχειρήσεις της Λέσβου πρωταγωνιστούν...

Στην κορυφή της νησιωτικής Ελλάδας στο ηλεκτρονικό εμπόριο βρίσκεται η Λέσβος, σύμφωνα με στοιχεία του Skrutz. Το νησί συγκαταλέγεται στην πρώτη πεντάδα πανελλαδικά σε αποστολές παραγγελιών εκτός έδρας, αποδεικνύοντας την έντονη εξωστρέφεια των τοπικών επιχειρήσεων. Το 94% των παραγγελιών κατευθύνεται εκτός νησιού, ενισχύοντας σημαντικά τον κύκλο εργασιών τους.

## Επενδύσεις δισ. ευρώ και στροφή σε logistics και e-commerce στα σούπερ μάρκετ

Σε ιδιαίτερα ανταγωνιστικές συνθήκες, οι αλυσίδες σούπερ μάρκετ στην Ελλάδα επιταχύνουν επενδύσεις, παρά την ακρίβεια και το αυξημένο ενεργειακό κόστος. Σύμφωνα με την **Ένωση Σούπερ Μάρκετ Ελλάδος**, την περίοδο 2020–2025 οι επενδύσεις ανήλθαν σε 2,2 δισ. ευρώ, ενώ στη δεκαετία ξεπέρασαν τα 3,5 δισ. ευρώ. Κεντρικός άξονας είναι τα logistics, τα αυτοματοποιημένα κέντρα διανομής και το ηλεκτρονικό εμπόριο, που διατηρεί υψηλά επίπεδα πωλήσεων.



## DIGITAL MARKETING



## Η Aboutnet τιμήθηκε με το βραβείο “25 Years of Excellence” στο 27ο Συνέδριο InfoCom World

Η Aboutnet Digital Agency, ένα από τα μεγαλύτερα και πιο καταξιωμένα digital agencies στην Ελλάδα, τιμήθηκε με το βραβείο “25 Years of Excellence” στο 27ο Συνέδριο InfoCom World, που πραγματοποιήθηκε στις 26 Νοεμβρίου στο Divani Caravel Hotel.

Η διάκριση αυτή απονεμήθηκε ως αναγνώριση της καθοριστικής συμβολής της Aboutnet στην ανάπτυξη του ελληνικού διαδικτύου και του digital οικοσυστήματος τα τελευταία 25 χρόνια.

## Η Digitas Greece λανσάρει custom-built CDP ειδικά για την ελληνική αγορά

Η Digitas Greece του Publicis Groupe Greece λανσάρει το Lion Prism, μιας πλήρως custom λύσης Customer Data Platform, σχεδιασμένης αποκλειστικά για τις ανάγκες της ελληνικής αγοράς. Η πλατφόρμα προσφέρει ενοποίηση δεδομένων από online και offline touchpoints σε πραγματικό χρόνο, αξιοποίηση AI για granular segmentation και προηγμένο personalization, καθώς και αυτοματοποιημένα customer journeys προσαρμοσμένα στις ελληνικές αγοραστικές συνήθειες. Παράλληλα, ενσωματώνεται εύκολα με υπάρχοντα CRM, loyalty και e-commerce συστήματα.



## Η Doubleverify στο Tiktok



Το TikTok προσφέρει πλέον στις μάρκες πρόσθετες δυνατότητες μέτρησης της απόδοσης των διαφημίσεων, μέσω μιας διευρυμένης συνεργασίας με την DoubleVerify, η οποία παρέχει ενισχυμένη

μέτρηση προσοχής και περισσότερα insights καμπανιών ειδικά για την πλατφόρμα. Η DoubleVerify έφερε το προϊόν μέτρησης «Authentic Attention» στο TikTok, το οποίο ενσωματώνει άμεσα σήματα σε επίπεδο εμφάνισης (impression-level signals) για τη μέτρηση της προσοχής στη δημοφιλή εφαρμογή κοινής χρήσης βίντεο.

Το προϊόν μέτρησης αναλύει περισσότερα από 50 σημεία δεδομένων έκθεσης και αλληλεπίδρασης, προκειμένου να παρέχει στους διαφημιζόμενους πληροφορίες σχετικά με την αξία των προωθητικών ενεργειών τους στο TikTok. Σύμφωνα με την ανακοίνωση της DoubleVerify, το Authentic Attention αξιολογεί και ποσοτικοποιεί τον αντίκτυπο μιας διαφήμισης στον καταναλωτή μέσω συγκεκριμένων μετρήσεων, όπως ο χρόνος ορατότητας, το ποσοστό κάλυψης της οθόνης, η παρουσίαση του βίντεο, η ακουστότητα και άλλα.

Τα αποτελέσματα έχουν στόχο να βοηθήσουν τις μάρκες να εντοπίσουν αδυναμίες στα δημιουργικά τους και στις τοποθετήσεις διαφημίσεων, ώστε να βελτιστοποιήσουν μελλοντικές προωθητικές ενέργειες σε διαφορετικούς κλάδους και περιοχές. Το TikTok συνεργάζεται με την DoubleVerify από το 2021, όταν η εταιρεία της ByteDance αναπτυσσόταν ραγδαία και επιδίωκε να πουλήσει περισσότερη διαφήμιση, διασφαλίζοντας παράλληλα ότι οι διαφημιστικές ευκαιρίες στην πλατφόρμα της θα παραμένουν ασφαλείς για τις ενδιαφερόμενες μάρκες. Κατά τη διάρκεια του καλοκαιριού, η DoubleVerify παρουσίασε το προϊόν μέτρησης Authentic Attention και στο Snapchat.

## Η ψηφιακή διαφήμιση υπονομεύεται από δεδομένα χαμηλής ποιότητας

Τα δεδομένα χαμηλής ποιότητας αποτελούν σημαντικό εμπόδιο για την αποτελεσματικότητα της ψηφιακής διαφήμισης, σύμφωνα με παγκόσμια έρευνα της εταιρείας τεχνολογίας μέσω Compliant. Η μελέτη δείχνει ότι οι marketers μπορούν να μειώσουν έως και 21% τον αριθμό των publishers χωρίς απώλεια σε εμπέλεια ή απόδοση, εφόσον επιλέγουν εκδότες με υψηλής ποιότητας πρακτικές δεδομένων. Οι κορυφικοί publishers πέτυχαν 33% χαμηλότερο κόστος ανά ενέργεια και 5% υψηλότερη απόδοση διαφημιστικών δαπανών.

## DIGITAL MARKETING



## Καινοτόμα προσέγγιση σε υπηρεσίες marketing, media και τεχνολογίας φέρνει η έναρξη λειτουργίας της OnlyGroup

Την έναρξη της λειτουργίας της ανακοίνωσε η **OnlyGroup**, μια νέα δύναμη στον χώρο του marketing, των media και της τεχνολογίας, με φιλοδοξία να διαμορφώσει ένα σύγχρονο, πολυδιάστατο οικοσύστημα επικοινωνίας στην Ελλάδα και το εξωτερικό. Η OnlyGroup ιδρύθηκε από τον επιχειρηματία Δήμο Στασινόπουλο, με τον **Χριστόφορο Μποζατζίδη** να αναλαμβάνει ρόλο Group Chief Executive Officer, και έχει σχεδιαστεί για την παροχή ολοκληρωμένων 360° υπηρεσιών μέσω ενιαίας, ενοποιημένης δομής.

Το Group ενοποιεί έντεκα εξειδικευμένα brands που καλύπτουν όλο το φάσμα της επικοινωνίας, από full-service marketing και performance (OnlyMarketing, OnlyWin), μέχρι παραγωγή περιεχομένου (OnlyProductions), ανάπτυξη λογισμικού (OnlyTech) και premium media assets (OnlyMedia). Ιδιαίτερα ισχυρή είναι η παρουσία της OnlyGroup στον αθλητικό τομέα, με την απόκτηση του sportal.gr και την επικείμενη απόκτηση της Sportday, σε ψηφιακή και έντυπη μορφή.

Παράλληλα, αναπτύσσονται διεθνή projects σε μπάσκετ και τένις, καθώς και affiliate δραστηριότητες στο iGaming, ενώ πρόσφατα εντάχθηκε στο Group και η OnlyOne Media. Η OnlyGroup ήδη προχωρά σε στρατηγικές συνεργασίες και κινήσεις ανάπτυξης, σηματοδοτώντας δυναμική είσοδο στο σύγχρονο ψηφιακό τοπίο.



## Τη Wizard επέλεξε η Cosmos Yachting για την ενίσχυση της digital παρουσίας της

Η **Cosmos Yachting**, με διεθνή δραστηριότητα και ιστορία από το 1987, επέλεξε τη Wizard ως Marketing & Digital Partner για την ενίσχυση της ψηφιακής της παρουσίας. Η συνεργασία στοχεύει στην ανάπτυξη ολοκληρωμένης στρατηγικής που συνδυάζει performance, creative και media, με σκοπό την αύξηση πωλήσεων και τη συνολική αναβάθμιση της εικόνας του brand σε παγκόσμιο επίπεδο.

## Νέα ιστοσελίδα για το Manpower.gr με ψηφιακά «εργαλεία» για εργαζόμενους και εργοδότες

Η **ManpowerGroup Ελλάδα** παρουσίασε τη νέα ιστοσελίδα manpower.gr, επενδύοντας σε σύγχρονες ψηφιακές λύσεις με επίκεντρο τον άνθρωπο. Η πλατφόρμα προσφέρει εύκολη πλοήγηση, πρόσβαση σε αγγελίες εργασίας, δημιουργία προφίλ και ψηφιακά εργαλεία που υποστηρίζουν υποψηφίους και εργοδότες σε κάθε στάδιο της επαγγελματικής διαδρομής.



### Εκδότης

Κώστας Νόστης

### Γενικός Διευθυντής

Θανάσης Λασκούδης

### Αρχισυντάκτρια

Σόνια Χαϊμαντά

### Στη Σύntαξη Συνεργάστηκαν:

Δημήτρης Θωμαδάκης, Χριστίνα Κιτσάτη,

Πέτρος Κυπραίος, Μάνος Κωνσταντινιάδης

### Ανταποκριτές Εξωτερικού:

Otto Hansen, Markus Hoenig,

Dieter Hoenig (Γερμανία)

**Διεύθυνση Διαφήμισης:** Ειρήνη Νόστη

**Τμήμα Διαφήμισης:** Έλλη Μαστρομανώλη

**Υπεύθυνη Παραγωγής:** Ελένη Καπιτσάκη

**DTP:** Φάνης Ζέρβας, Νίκος Χαλκιαδάκης

**Λογιστήριο:** Ανδρέας Λουλάκης

### Στοιχεία Επικοινωνίας

Smart Press

Μάγερ 11, 104 38, Αθήνα,

Τηλ.: 210 5201500, 5230000



SMART PRESS

# Smart Kiosk

WWW.YUMPU.COM/USER/SMARTPRESS

ΔΙΑΒΑΣΤΕ ONLINE ΟΛΑ ΤΑ ΠΕΡΙΟΔΙΚΑ  
*της*  
**SMARTPRESS**  
 ΣΤΟ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΟ ΚΙΟΣΚΙ

