

E-COMMERCE NEWS

DIGITAL MEDIA • E-BUSINESS • RETAIL MARKET

Πέμπτη 19 / 3 / 2026

COMING SOON

Νέα AI υπηρεσία για e-shops από τη Storyhero

Η Storyhero λανσάρει νέα υπηρεσία **content marketing** με AI, μετατρέποντας στατικές φωτογραφίες προϊόντων σε video creatives για social media. Προσφέρει ευέλικτα πακέτα για posts, reels και stories.



GRECA

Ετήσια Έρευνα Καταναλωτή για το Ηλεκτρονικό Εμπόριο

Πάρτε Μέρος

GR.EC.A.-ELTRUN: Καταγράφοντας τον παλμό της ψηφιακής αγοράς στην Ελλάδα

Η Ετήσια Έρευνα Ηλεκτρονικού Εμπορίου επιστρέφει για να αποτυπώσει τις τάσεις της ελληνικής ψηφιακής αγοράς και τις συνήθειες των online καταναλωτών. Υλοποιείται από τον **GR.EC.A** και το **ELTRUN** του **ΟΠΑ**, με στόχο την καταγραφή δεδομένων που στηρίζουν την ανάπτυξη και την καινοτομία στο ηλεκτρονικό εμπόριο.

Συμμετοχές [εδώ](#).

LAST MINUTE

- 01 Το 2025, η **Πορτογαλία** έφτασε συνολικά τους 5,8 εκατομμύρια online αγοραστές. Πρόκειται για αύξηση σχεδόν 4% σε σύγκριση με ένα χρόνο νωρίτερα.
- 02 Η **Temu** εξυπηρέτησε κατά μέσο όρο σχεδόν 130 εκατομμύρια Ευρωπαίους το μήνα το β' εξάμηνο του 2025, 12% περισσότερο από ό,τι τους πρώτους έξι μήνες του περασμένου έτους.
- 03 Πέρυσι, το **78% των χρηστών** του Διαδικτύου στην Ε.Ε. πραγματοποίησαν τουλάχιστον μια ηλεκτρονική αγορά. Η Ιρλανδία κατατάσσεται στην υψηλότερη θέση, με περισσότερο από 95%.
- 04 Η αυστριακή εταιρεία **Niceshops** αύξησε τα έσοδά της κατά 20%, φτάνοντας τα 169 εκατ. ευρώ το 2025, δείχνοντας ανάκαμψη μετά τις περικοπές προσωπικού το 2024.
- 05 Τον Ιανουάριο οι συνολικές λιανικές πωλήσεις έφτασαν τα \$733,54 δις (+3,2% σε σχέση με το 2025 και -0,15% σε σύγκριση με τον Δεκέμβριο). Το ηλεκτρονικό εμπόριο ανήλθε στα \$132,92 δις, αυξημένο κατά 10,9% σε ετήσια βάση.



Κέρδισε έως και 70%
στις αγορές σου, με 100% εγγύηση ποιότητας!
Υψηλή Ποιότητα | Υποστήριξη B2B | Next Day Παράδοση

Εξόπλισε την επιχείρησή σου
άμεσα και οικονομικά. Ανακάλυψε μία πλήρη γκάμα
μελανιών & τόνερ, εκτυπωτών και γραφικής ύλης.



211 19 98 568



info@123ink.gr



123ink.gr

Ακολούθησε μας:





Το SHOPFLIX γιορτάζει 4 χρόνια και προσκαλεί το αγοραστικό κοινό σε μια μεγάλη γιορτή γεμάτη εκπλήξεις, προσφορές και δώρα

Το **SHOPFLIX** συμπληρώνει τέσσερα χρόνια παρουσίας και γιορτάζει μια ταχύτατη πορεία ανάπτυξης γεμάτη επιλογές, καθημερινές ανακαλύψεις και εμπιστοσύνη από εκατομμύρια καταναλωτές σε όλη την Ελλάδα.

Με αφορμή τα τέταρτα γενέθλιά του, το SHOPFLIX εγκαινιάζει μια ολοκληρωμένη επετειακή καμπάνια που θα «ξεδιπλωθεί» σταδιακά σε όλα τα κανάλια επικοινωνίας δημιουργώντας μια γιορτινή εμπειρία για το κοινό. Στο επίκεντρο της καμπάνιας θα βρεθούν οι ίδιοι οι εργαζόμενοι του SHOPFLIX που αποτελούν την ψυχή της πλατφόρμας και θα πρωταγωνιστήσουν σε ειδικό περιεχόμενο στα social media.

Η καμπάνια ξεκινά με δύο δυνατές ενέργειες για το κοινό:

1. SHOPFLIX max με €4 για 4 ημέρες

Μία ειδική προσφορά για τη συνδρομητική υπηρεσία **SHOPFLIX max**, την υπηρεσία που επιτρέπει στους πελάτες του SHOPFLIX να κάνουν αγορές όλο τον χρόνο, χωρίς να τους απασχολούν τα μεταφορικά κόστη, αφού προσφέρει δωρεάν μεταφορικά σε όλες τις αποστολές άνω των €15 ή έκπτωση €8 για τις βαριές και ογκώδεις αποστολές που τα μεταφορικά είναι υψηλότερα. Για τέσσερις μόνο ημέρες, μέχρι και τις 20 Μαρτίου το κοινό μπορεί να αποκτήσει τη συνδρομή του με μόλις €4 από €20.

2. Μεγάλος διαγωνισμός για τους πελάτες του SHOPFLIX

το SHOPFLIX χαρίζει ένα iPhone 17 σε έναν τυχερό ή μία τυχερή. Η συμμετοχή είναι πολύ απλή: κάθε παραγγελία που πραγματοποιείται μέσω του SHOPFLIX ή του SHOPFLIX App μέχρι και τις 2 Απριλίου, ανεξαρτήτως αξίας αντιστοιχεί σε μία συμμετοχή στην κλήρωση, ενώ για τα μέλη του SHOPFLIX max κάθε παραγγελία αντιστοιχεί σε τέσσερις συμμετοχές.

Οι εορτασμοί, όμως, δεν σταματούν εδώ. Για τις επόμενες ημέρες, το SHOPFLIX έχει προγραμματίσει καθημερινές εκπλήξεις, μοναδικές προσφορές, μεγάλους διαγωνισμούς στα social media και περιεχόμενο, που θα αποκαλύπτονται σταδιακά μέσα από όλα τα κανάλια της εταιρείας.

Με αυτόν τον τρόπο, το SHOPFLIX ευχαριστεί την κοινότητά του για την εμπιστοσύνη και τη στήριξη που του έδωσε τη δυνατότητα να εξελιχθεί και να μεγαλώσει μέσα σε αυτά τα τέσσερα χρόνια και υπόσχεται ότι τα καλύτερα έρχονται!

Η Visa λανσάρει το Agentic Ready στην Ευρώπη

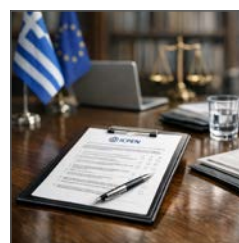
Η **Visa** ανακοίνωσε το πρόγραμμα **Agentic Ready**, με στόχο την προετοιμασία εκδοτών καρτών για συναλλαγές μέσω AI agents. Ξεκινά στην Ευρώπη και βασίζεται στο Visa Intelligent Commerce. Προσφέρει δοκιμές, ασφάλεια και αξιοπιστία σε ελεγχόμενα περιβάλλοντα. Συμμετέχουν μεγάλες τράπεζες, ενώ στόχος είναι η κλιμάκωση του agentic commerce παγκοσμίως με διατήρηση εμπιστοσύνης και ελέγχου και ενίσχυση συνεργασιών σε το οικοσύστημα.

Πίεση ΗΠΑ σε ΠΟΕ

Οι ΗΠΑ πιέζουν τον Παγκόσμιο Οργανισμό Εμπορίου ΠΟΕ να μονιμοποιήσει την απαγόρευση δασμών στο ηλεκτρονικό εμπόριο, αντί των προσωρινών ανανεώσεων που ισχύουν από το 1998. Βραζιλία, Ινδία και Νότια Αφρική αντιδρούν, επικαλούμενες απώλεια εσόδων, κυριαρχία δεδομένων και ενίσχυση αμερικανικών κολοσσών. Με το ψηφιακό εμπόριο στα 4,8 τρισ. δολάρια, η τελική απόφαση αναμένεται στη σύνοδο του ΠΟΕ, πιθανότατα μέσω συμβιβαστικής τετραετούς παράτασης.

GRECA:

Διαβίβαση ερωτηματολογίου απο το Διεθνές Δίκτυο Προστασίας Καταναλωτών και Επιβολής της Νομοθεσίας (ICPEN) για το ψηφιακό μάρκετινγκ



Το Διεθνές Δίκτυο Προστασίας Καταναλωτών και Επιβολής της Νομοθεσίας (ICPEN) εξέδωσε

ερωτηματολόγιο με σκοπό τη διερεύνηση, σε διεθνές επίπεδο, των βασικών κινδύνων στο ψηφιακό μάρκετινγκ, των παραγόντων που οδηγούν σε μη συμμόρφωση, καθώς και πιθανών πρακτικών και ρεαλιστικών λύσεων, συμπεριλαμβανομένων μέτρων που μπορούν να ληφθούν από τις πλατφόρμες και αποτελεσματικών πρωτοβουλιών εκπαίδευσης και ευαισθητοποίησης.



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





Η Generation Y για την B2B πλατφόρμα της Inox Stores

Η **Generation Y** υλοποίησε τη νέα B2B πλατφόρμα ηλεκτρονικού εμπορίου της **Inox Stores**, ως συνέχεια του custom B2C e-shop της εταιρείας. Η πλατφόρμα στοχεύει στην ψηφιοποίηση των εμπορικών διαδικασιών και στη βελτίωση της εμπειρίας αγορών για επαγγελματίες συνεργάτες. Δίνεται έμφαση στη δομημένη παρουσίαση προϊόντων, στην αναζήτηση βάσει τεχνικών χαρακτηριστικών και στη διαχείριση επαγγελματικών λογαριασμών.

Η Shopify επενδύει σε πράκτορες AI

Η **Shopify** επενδύει σε πράκτορες AI που λειτουργούν ως **προσωπικοί αγοραστές**, αλλάζοντας τον τρόπο αναζήτησης και αγοράς προϊόντων online. Η νέα στρατηγική στοχεύει στη βελτίωση της εμπειρίας καταναλωτών και στην ενίσχυση της ορατότητας μικρών εμπόρων. Με εργαλεία όπως το **Sidekick** και νέα πρωτόκολλα δεδομένων, επιδιώκει πιο προσωποποιημένο και «αξιοκρατικό» ηλεκτρονικό εμπόριο.



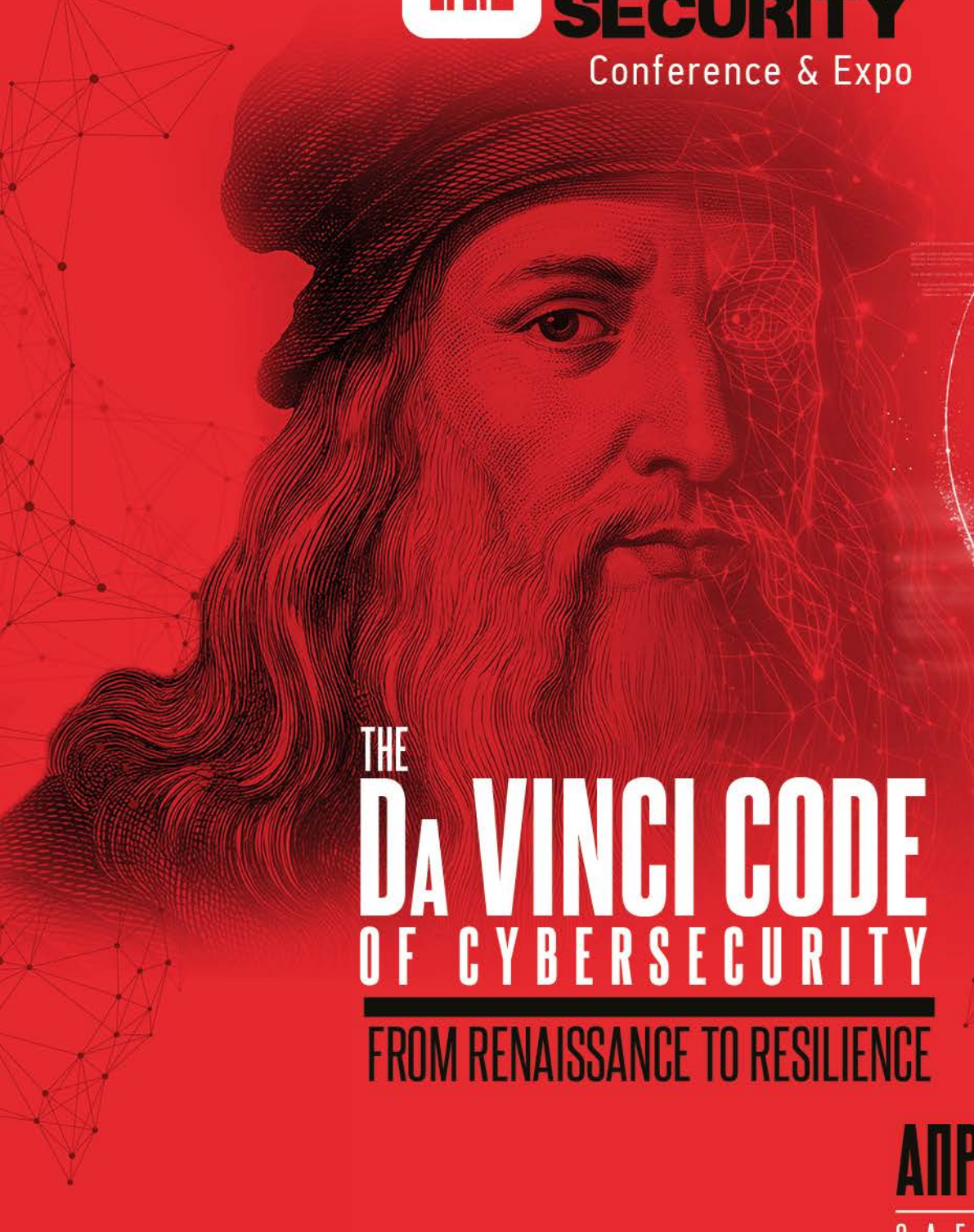
Το 35% των διαδικτυακών αγοραστών στην ΕΕ αναφέρουν προβλήματα - Πολύ λιγότερα στην Ελλάδα

Περισσότερο από το 1/3 των **online αγοραστών** στην Ε.Ε. αντιμετώπισε τουλάχιστον ένα πρόβλημα κατά τη διάρκεια των διαδικτυακών αγορών του το τελευταίο έτος. Σύμφωνα με στοιχεία της **Eurostat**, το 35,4% των τακτικών online καταναλωτών στην ΕΕ ανέφερε ότι είχε κάποια δυσκολία το 2025. Το ποσοστό είναι αυξημένο σε σύγκριση με το 2023, όταν το αντίστοιχο ποσοστό ήταν 33,1%.

Το πιο συχνό πρόβλημα που αντιμετωπίζουν οι καταναλωτές είναι η **καθυστερημένη παράδοση** των προϊόντων. Συγκεκριμένα, περίπου 1 στους 5 αγοραστές (20%) δήλωσε ότι η παραγγελία του έφτασε αργότερα από το αναμενόμενο. Το 12% των καταναλωτών ανέφερε ότι οι ιστοσελίδες των ηλεκτρονικών καταστημάτων είναι πολύ περίπλοκες ή δεν λειτουργούν σωστά. Ένα ακόμη συχνό ζήτημα είναι η παράδοση **λάθος ή κατεστραμμένων προϊόντων**, πρόβλημα που επηρεάζει πάνω από το 10% των αγοραστών.

Τα υψηλότερα ποσοστά προβλημάτων καταγράφηκαν στη **Μάλτα** (64%), στην **Ολλανδία** (58%) και στο **Λουξεμβούργο** (51%). Αντίθετα, τα χαμηλότερα ποσοστά σημειώθηκαν στην **Πορτογαλία** (5%), στην **Ελλάδα** (11%) και στη **Λετονία** (13%). Παρά τα προβλήματα, το ηλεκτρονικό εμπόριο συνεχίζει να αναπτύσσεται, καθώς το 78% των πολιτών της ΕΕ πραγματοποίησε τουλάχιστον μία online αγορά το 2025.

16^ο
Infocom
SECURITY
Conference & Expo



THE
DA VINCI CODE
OF CYBERSECURITY
FROM RENAISSANCE TO RESILIENCE

29 & 30
ΑΠΡΙΛΙΟΥ 2026
Ω Δ Ε Ι Ο Α Θ Η Ν Ω Ν

ΔΙΟΡΓΑΝΩΣΗ

 **SMART PRESS**
Μόγερ 11, 10438, Αθήνα
T: 210.5201500
210.5231555
www.smartpress.gr
smart@smartpress.gr

 **SECURITYPRO**
CYBERSECURITY & BUSINESS IT IN-DEPTH ANALYSIS

 InfoCom.gr
 SmartPress
 SmartEvents

 SmartPress SA.
 InfoCom.gr
 InfoComWorld

 @SmartEventsGR
 @InfoComNews

WWW.INFOCOMSECURITY.GR





Στα 36,1 δισ. ευρώ οι online πωλήσεις στην Ελλάδα

Η Παγκόσμια Ημέρα Καταναλωτή βρίσκει το παγκόσμιο εμπόριο σε μια περίοδο έντονου μετασχηματισμού. Οι αγορές μεταφέρονται ολοένα και περισσότερο στο διαδίκτυο, ενώ οι καταναλωτές συγκρίνουν τιμές και προϊόντα μέσα σε λίγα δευτερόλεπτα από το κινητό τους τηλέφωνο. Παράλληλα, οι επιχειρήσεις καλούνται να προσαρμοστούν σε ένα οικονομικό περιβάλλον που γίνεται συνεχώς πιο ψηφιακό. Το ηλεκτρονικό εμπόριο εξελίσσεται πλέον σε έναν από τους πιο δυναμικούς τομείς της παγκόσμιας οικονομίας. Η ανάπτυξη της τεχνητής νοημοσύνης, των big data και των ψηφιακών πλατφορμών αλλάζει ριζικά τον τρόπο με τον οποίο οι πολίτες αναζητούν, συγκρίνουν και αγοράζουν προϊόντα.

Ραγδαία ανάπτυξη του ηλεκτρονικού εμπορίου παγκοσμίως

Σε παγκόσμιο επίπεδο, οι πωλήσεις μέσω διαδικτύου αυξάνονται με σταθερούς ρυθμούς. Σύμφωνα με στοιχεία της **UNCTAD** και του **Statista Digital Market Outlook**, οι online λιανικές πωλήσεις ξεπέρασαν το 2023 τα 5,8 τρισ. δολάρια, ενώ εκτιμάται ότι μέχρι το 2027 θα προσεγγίσουν τα 8 τρισ. δολάρια.

Ήδη, το ηλεκτρονικό εμπόριο αντιπροσωπεύει περίπου το 19% έως 21% του παγκόσμιου λιανεμπορίου, ποσοστό που αυξάνεται, καθώς επεκτείνεται η χρήση του διαδικτύου και των ψηφιακών πληρωμών.

Οι μεγαλύτερες αγορές παραμένουν η **Κίνα** και οι **Ηνωμένες Πολιτείες**. Στην Κίνα, οι online πωλήσεις ξεπερνούν τα **2,2 τρισ. δολάρια** ετησίως, ενώ στις ΗΠΑ υπερβαίνουν το **1,1 τρισ. δολάρια**.

Η Ευρώπη καταγράφει επίσης σημαντική ανάπτυξη και αποτελεί την τρίτη μεγαλύτερη αγορά ηλεκτρονικού εμπορίου παγκοσμίως.

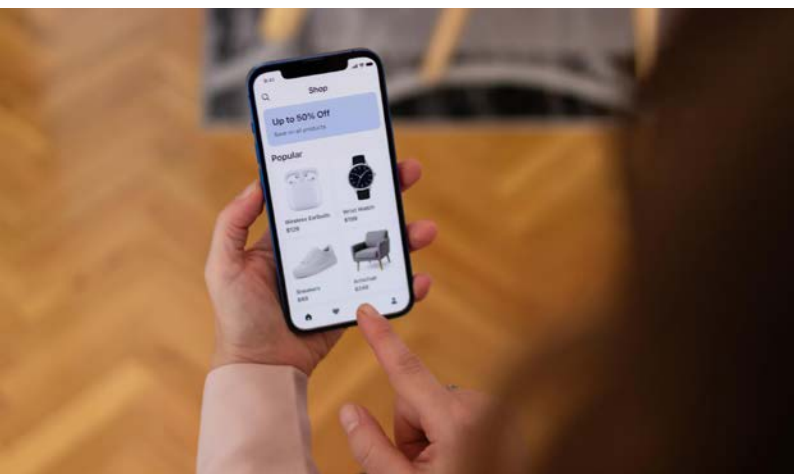
Η εικόνα στην Ευρώπη

Στην **Ευρωπαϊκή Ένωση**, το ηλεκτρονικό εμπόριο αποτελεί πλέον βασικό πυλώνα της ψηφιακής οικονομίας. Σύμφωνα με την **Ecommerce Europe**, η αξία της ευρωπαϊκής αγοράς ηλεκτρονικού εμπορίου έφτασε το 2023 τα **887 δισ. ευρώ** και αναμένεται να ξεπεράσει το 1 τρισ. ευρώ τα επόμενα χρόνια.

Τα στοιχεία της **Eurostat** δείχνουν ότι περίπου το 75% των Ευρωπαίων χρηστών του διαδικτύου πραγματοποιεί online αγορές.

Οι πιο ώριμες αγορές βρίσκονται στο Ηνωμένο Βασίλειο, τη Γερμανία, τη Γαλλία και την Ολλανδία, όπου το ποσοστό των καταναλωτών που αγοράζουν μέσω διαδικτύου ξεπερνά το 85%.

Παράλληλα, οι διασυνοριακές αγορές εντός της Ευρωπαϊκής Ένωσης ενισχύουν σημαντικά την ανάπτυξη του ηλεκτρονικού εμπορίου, καθώς αντιπροσωπεύουν περίπου το ένα τρίτο των online αγορών των Ευρωπαίων καταναλωτών.



Η εικόνα στην Ελλάδα

Στην Ελλάδα, η ψηφιακή οικονομία παρουσιάζει σημάδια ωρίμανσης, ωστόσο εξακολουθούν να υπάρχουν σημαντικά περιθώρια ανάπτυξης. Σύμφωνα με στοιχεία της ΕΛΣΤΑΤ για το 2025, λειτουργούν **47.849 επιχειρήσεις** με περισσότερους από 10 εργαζόμενους, από τις οποίες σχεδόν όλες διαθέτουν πρόσβαση στο διαδίκτυο για επαγγελματικούς σκοπούς.

Παρά την ευρεία χρήση του internet, μόλις 12.347 επιχειρήσεις λαμβάνουν παραγγελίες μέσω ιστοσελίδων ή εφαρμογών, γεγονός που δείχνει ότι πολλές επιχειρήσεις δεν έχουν αξιοποιήσει ακόμη πλήρως τις δυνατότητες του ηλεκτρονικού εμπορίου.

Ο συνολικός κύκλος εργασιών των επιχειρήσεων ανέρχεται σε **380,8 δισ. ευρώ**, ενώ οι πωλήσεις μέσω ηλεκτρονικών καναλιών φτάνουν τα **36,1 δισ. ευρώ**, δηλαδή περίπου το 9,5% του συνολικού τζίρου.

Ταυτόχρονα, οι ψηφιακές υποδομές βελτιώνονται, καθώς η πλειονότητα των επιχειρήσεων διαθέτει συνδέσεις διαδικτύου άνω των 100 Mbit/s.

Τεχνητή νοημοσύνη και ψηφιακές τεχνολογίες

Παρά τη βελτίωση των υποδομών, η χρήση προηγμένων τεχνολογιών παραμένει περιορισμένη. Μόλις 3.868 επιχειρήσεις, δηλαδή περίπου το 8,2% όσων έχουν πρόσβαση στο διαδίκτυο, χρησιμοποιούν εφαρμογές τεχνητής νοημοσύνης.

Οι εφαρμογές αυτές αφορούν κυρίως την ασφάλεια πληροφοριακών συστημάτων, το ψηφιακό μάρκετινγκ, τη διαχείριση επιχειρησιακών διαδικασιών και την έρευνα και ανάπτυξη.

Σε διεθνές επίπεδο, η τεχνητή νοημοσύνη χρησιμοποιείται ήδη ευρέως από μεγάλες πλατφόρμες ηλεκτρονικού εμπορίου για την ανάλυση της συμπεριφοράς των χρηστών και την εξατομίκευση των προτάσεων προϊόντων. Σύμφωνα με εκτιμήσεις της McKinsey, οι προσωποποιημένες προτάσεις μπορούν να αυξήσουν τις πωλήσεις ενός ηλεκτρονικού καταστήματος έως και 15%.

Παράλληλα, τα big data βοηθούν τις επιχειρήσεις να αναλύουν τις αγοραστικές συνήθειες των καταναλωτών, να προβλέπουν τη ζήτηση και να σχεδιάζουν πιο στοχευμένες εμπορικές στρατηγικές.

Νέες τάσεις στο ψηφιακό εμπόριο

Μία από τις σημαντικότερες τάσεις είναι το omnichannel εμπόριο, δηλαδή ο συνδυασμός φυσικών καταστημάτων και ψηφιακών καναλιών πώλησης. Πλέον, πολλοί καταναλωτές ενημερώνονται για ένα προϊόν online, το εξετάζουν σε φυσικό κατάστημα και ολοκληρώνουν την αγορά από το κινητό τους.

Παράλληλα, αυξάνεται και το **social commerce**, δηλαδή οι πωλήσεις μέσω κοινωνικών δικτύων. Οι διεθνείς εκτιμήσεις δείχνουν ότι οι πωλήσεις μέσω social media μπορεί να ξεπεράσουν τα **1,2 τρις. δολάρια παγκοσμίως έως το 2025**.

Νέοι κανόνες για την προστασία των καταναλωτών

Η ανάπτυξη του ηλεκτρονικού εμπορίου συνοδεύεται και από νέες ρυθμίσεις για την προστασία των καταναλωτών. Στην Ευρωπαϊκή Ένωση εφαρμόζονται σημαντικοί κανονισμοί, όπως ο Digital Services Act, ο Digital Markets Act και ο GDPR, οι οποίοι θέτουν κανόνες για τη λειτουργία των ψηφιακών πλατφορμών και την προστασία των προσωπικών δεδομένων.

Ο ψηφιακός μετασχηματισμός των επιχειρήσεων

Ο ψηφιακός μετασχηματισμός δεν αποτελεί πλέον απλώς ένα τεχνολογικό έργο. Αντίθετα, επηρεάζει συνολικά τη στρατηγική και τον τρόπο λειτουργίας των επιχειρήσεων.

Όπως επισημαίνει η διευθύνουσα σύμβουλος της Generation Y, **Εύη Μπουκώρου-Γεωργούδα**, ο ψηφιακός μετασχηματισμός απαιτεί στρατηγική κατεύθυνση, αξιοποίηση δεδομένων και αλλαγή στον τρόπο εργασίας ενός οργανισμού.

Στην ελληνική αγορά, όπου πολλές επιχειρήσεις είναι οικογενειακές και βρίσκονται σε φάση διαδοχής, το digital λειτουργεί ως γέφυρα για τη μετάβαση στη νέα εποχή.

Τα στοιχεία δείχνουν ότι το ηλεκτρονικό εμπόριο και ο ψηφιακός μετασχηματισμός αποτελούν πλέον βασικό παράγοντα ανάπτυξης. Το 2025 σχεδόν μία στις δέκα παραγγελίες στη λιανική στην Ελλάδα πραγματοποιήθηκε online, ενώ τα δύο τρίτα των καταναλωτών χρησιμοποιούν το διαδίκτυο για τις αγορές τους.

Οι συνθήκες που διαμορφώνονται δείχνουν ότι το ψηφιακό εμπόριο δεν αποτελεί πλέον επιλογή, αλλά βασικό στοιχείο της στρατηγικής και της ανταγωνιστικότητας των επιχειρήσεων.

16^ο Συνέδριο



AI Connected World

CONNECT, PROTECT, INNOVATE:
GREECE AS A DIGITAL GATEWAY

27
ΜΑΪΟΥ
2026
DIVANI
CARAVEL
HOTEL

WWW.CBWORLD.GR

ΔΙΟΡΓΑΝΩΣΗ



SMART PRESS
Μάγερ 11, 10438, Αθήνα

T.210.5201500
210.5231555

www.smartpress.gr
smart@smartpress.gr

InfoCom.gr

SmartPress S.A.

SmartEvents

SmartPress

InfoCom.gr

InfoCom.gr

SmartEvents

InfoComWorld





Ισχυρές επιδόσεις για τη Zalando το 2025 - Προβλέψεις για περαιτέρω επιτάχυνση το 2026 μέσω AI

Ανακοινώνει πρόγραμμα επαναγοράς μετοχών έως 300 εκατ. ευρώ

Τα έσοδα του Ομίλου αυξήθηκαν κατά 16,8% στα 12,3 δισ. ευρώ, ενώ το προσαρμοσμένο EBIT ενισχύθηκε κατά 15,6% φτάνοντας τα 591 εκατ. ευρώ.

Η Zalando συνεχίζει την υλοποίηση της στρατηγικής της, αξιοποιώντας εκτενώς την Τεχνητή Νοημοσύνη στην πλατφόρμα δεδομένων και υποδομών της και πρωτοπορώντας στη νέα γενιά agentic commerce στην Ευρώπη.

Μετά την εξαγορά της **ABOUT YOU**, η Zalando σημείωσε σημαντική πρόοδο στην αξιοποίηση συνεργειών και στοχεύει να επιτύχει τον ανακοινωμένο ετήσιο ρυθμό συνεργειών ύψους 100 εκατ. ευρώ έως το 2028, έναν χρόνο νωρίτερα από τον αρχικό σχεδιασμό.

Στον τομέα B2C, η στρατηγική πολλαπλών εφαρμογών της εταιρείας οδήγησε το GMV στα 17,6 δισ. ευρώ και το προσαρμοσμένο EBIT στα 536 εκατ. ευρώ, ενώ οι ενεργοί πελάτες έφτασαν σε νέο ιστορικό

υψηλό, τα 62 εκατομμύρια. Στον τομέα B2B, τα έσοδα αυξήθηκαν κατά 14,6% και διαμορφώθηκαν σε 1,1 δισ. ευρώ, με το προσαρμοσμένο EBIT να υπερδιπλασιάζεται.

Η μονάδα λογισμικού SCAYLE της Zalando επεκτείνεται στις Ηνωμένες Πολιτείες και εξασφάλισε σημαντική συνεργασία για την υποστήριξη του παγκόσμιου Direct-to-Consumer επιχειρηματικού μοντέλου της Levi Strauss & Co.

Για το 2026, ο Όμιλος προβλέπει περαιτέρω επιτάχυνση και συνεχιζόμενη κερδοφόρα ανάπτυξη, σημειώνοντας ένα ακόμη σημαντικό βήμα προς την επίτευξη των μεσοπρόθεσμων στόχων της εταιρείας για το 2028.

Με βάση τα ισχυρά αποτελέσματα του 2025 και τη πεποίθησή της ότι θα επιτευχθεί η μεσοπρόθεσμη επέκταση των περιθωρίων κέρδους σε συνδυασμό με τη δημιουργία ισχυρών ταμειακών ροών, η Zalando ανακοίνωσε πρόγραμμα επαναγοράς μετοχών έως 300 εκατ. ευρώ, με στόχο την επιστροφή πλεονάζοντος κεφαλαίου στους μετόχους.

Η Zalando SE, η κορυφαία τεχνολογική πλατφόρμα μόδας και lifestyle στην Ευρώπη, κατέγραψε για το 2025 διψήφια αύξηση στο GMV, στα έσοδα και στα κέρδη. Η εξαγορά της ABOUT YOU, σε συνδυασμό με την επιτυχημένη υλοποίηση της στρατηγικής της στους τομείς B2C και B2B, επέτρεψαν στην εταιρεία να προσφέρει ακόμη καλύτερες υπηρεσίες σε πελάτες και συνεργάτες.

Η εταιρεία αναμένει περαιτέρω επιτάχυνση το 2026, καθώς επεκτείνει την εφαρμογή καινοτομιών Τεχνητής Νοημοσύνης σε όλο το εύρος των δραστηριοτήτων της.

Ο **Daniel Roginski**, General Manager της Zalando σε Κεντρική και Ανατολική Ευρώπη δήλωσε σχετικά

με την ελληνική αγορά: «Το 2025 αποτέλεσε ένα σημαντικό ορόσημο για τη Zalando, καθώς επισημοποιήθηκε η παρουσία μας στην ελληνική αγορά. Είμαστε ιδιαίτερα ικανοποιημένοι από την ανταπόκριση που έχουμε λάβει και από το πόσο γρήγορα καταφέραμε να συνδεθούμε με τον Έλληνα καταναλωτή και να κερδίσουμε την εμπιστοσύνη του. Κατά τη διάρκεια αυτού του πρώτου έτους, βασική μας προτεραιότητα ήταν να διασφαλίσουμε ότι η πρότασή μας ανταποκρίνεται ουσιαστικά στις ανάγκες και τις προτιμήσεις της ελληνικής αγοράς, προσφέροντας μια επιμελημένη επιλογή από κορυφαία διεθνή brands. Κοιτάζοντας μπροστά, στόχος μας είναι να συνεχίσουμε να ενισχύουμε τη θέση μας στην ελληνική αγορά και να αποτελέσουμε τον κορυφαίο προορισμό για έμπνευση στη μόδα και το lifestyle σε όλη τη χώρα. Παράλληλα, μέσα από την αξιοποίηση εργαλείων τεχνητής νοημοσύνης και AI-generated περιεχομένου, δημιουργούμε μια πιο εμπνευσμένη, προσωποποιημένη και διαδραστική εμπειρία αγορών, που ανταποκρίνεται στο μοναδικό στυλ και τις προτιμήσεις κάθε χρήστη.»



3° ΣΥΝΕΔΡΙΟ

Powered by
BIZNOW!

WORKFORCE INNOVATION 2026



CONNECTING TALENT TO THE DIGITAL GATEWAY SKILLS & CAREER SUMMIT

TETARTH 27 MAΪΟΥ 2026 - DIVANI CARAVEL HOTEL


W O R K F O R C E I N N O V A T I O N . G R

ΔΙΟΡΓΑΝΩΣΗ




SMART PRESS
Μάγερ 11, 10438, Αθήνα

T.210.5201500 www.smartpress.gr
Z10.5231555 smart@smartpress.gr

 InfoCom.gr


 SmartPress S.A.

 @SmartEventsGR

 SmartPress

 InfoCom.gr

 @InfoComNews

 SmartEvents

 BizNow.gr

 @BizNowgr

 BizNow.gr

 InfoComWorld



Wolt: Παρουσιάζει την 4η Ετήσια Έκθεση Αλγοριθμικής Διαφάνειας



Η έκθεση εξηγεί με απλό τρόπο πώς λειτουργούν οι αλγόριθμοι που διαμορφώνουν την εμπειρία καταναλωτών, συνεργαζόμενων επιχειρήσεων και συνεργατών διανομής στην πλατφόρμα.

Η Wolt δημοσίευσε την 4η Ετήσια Έκθεση Αλγοριθμικής Διαφάνειας, παρουσιάζοντας πώς λειτουργούν οι αλγόριθμοι

και τα συστήματα τεχνητής νοημοσύνης που υποστηρίζουν τη λειτουργία της πλατφόρμας της. Η έκθεση εξηγεί πώς διαμορφώνονται οι προτάσεις προς τους χρήστες, πώς ανατίθενται οι παραγγελίες στους συνεργάτες διανομείς, καθώς και τις βασικές αρχές που διέπουν τον σχεδιασμό και τη λειτουργία των συστημάτων αυτών, με στόχο τη διασφάλιση της διαφάνειας, της αξιοπιστίας και της δίκαιης λειτουργίας της πλατφόρμας για όλους τους συμμετέχοντες στο οικοσύστημά της.

Για τους καταναλωτές, η έκθεση εξηγεί πώς οι αλγόριθμοι τους βοηθούν να εντοπίζουν πιο εύκολα εστιατόρια και καταστήματα που ανταποκρίνονται στις προτιμήσεις τους. Η αρχική σελίδα της εφαρμογής προσαρμόζεται δυναμικά με βάση την αλληλεπίδραση των χρηστών με την πλατφόρμα, προβάλλοντας επιλογές που σχετίζονται με προηγούμενες παραγγελίες ή δημοφιλή προϊόντα. Παράλληλα, τα αποτελέσματα αναζήτησης και οι προτάσεις λαμβάνουν υπόψη παράγοντες όπως η απόσταση, η διαθεσιμότητα, η δημοτικότητα των καταστημάτων και η αξιολόγησή τους από άλλους χρήστες, συμβάλλοντας σε μια πιο γρήγορη και εξατομικευμένη εμπειρία.

Για τις συνεργαζόμενες επιχειρήσεις, παρουσιάζεται πώς η τεχνολογία υποστηρίζει την ψηφιακή τους ανάπτυξη, προσφέροντας εργαλεία για τη διαχείριση παραγγελιών, την ενίσχυση της ορατότητας και την ανάλυση επιδόσεων. Μέσα από λειτουργίες προωθητικών ενεργειών, η Wolt δίνει τη δυνατότητα σε μικρές και μεσαίες επιχειρήσεις -που αποτελούν τη μεγάλη πλειονότητα των συνεργατών της- να προσεγγίσουν νέους πελάτες. Παράλληλα, μέσω αναλυτικών dashboards, οι επιχειρήσεις μπορούν να παρακολουθούν βασικούς δείκτες απόδοσης, όπως οι πωλήσεις και η ικανοποίηση των πελατών, ώστε να λαμβάνουν πιο τεκμηριωμένες αποφάσεις για την ανάπτυξη της δραστηριότητάς τους.

ByteDance: αναστέλλει την κυκλοφορία μοντέλου για AI βίντεο

Η **ByteDance** ανέστειλε την παγκόσμια κυκλοφορία του μοντέλου παραγωγής βίντεο **Seedance 2.0** μετά από διαμάχες πνευματικών δικαιωμάτων με στούντιο του Χόλιγουντ. Η **Disney** κατηγόρησε την εταιρεία ότι χρησιμοποίησε χαρακτήρες της για εκπαίδευση χωρίς άδεια. Η κινεζική εταιρεία εξετάζει νομικά ζητήματα και ενισχύει μηχανισμούς προστασίας περιεχομένου.

Γυναικείος αθλητισμός: έμφαση στο ecommerce

Η εκρηκτική ανάπτυξη του **γυναικείου αθλητισμού** δημιουργεί νέες ευκαιρίες για το **ecommerce**. Με νεανικό και ψηφιακά ενεργό κοινό, οι πωλήσεις merchandise, αθλητικών ειδών και συλλεκτικών προϊόντων αυξάνονται ραγδαία online. Streaming πλατφόρμες και social media ενισχύουν τη ζήτηση, ενώ brands επενδύουν σε digital κανάλια για να αξιοποιήσουν την ταχέως αναπτυσσόμενη αγορά.

Η JD.com λανσάρει την πλατφόρμα Joybuy στην Ευρώπη

Η κινεζική JD.com εγκαινιάζει την πλατφόρμα **Joybuy** σε έξι ευρωπαϊκές χώρες, όπως Ηνωμένο Βασίλειο, Γερμανία και Γαλλία. Στόχος είναι να αναβαθμίσει την online αγοραστική εμπειρία, προσφέροντας ταχύτερες παραδόσεις, ακόμη και αυθημερόν. Ελέγχοντας όλη την εφοδιαστική αλυσίδα, η εταιρεία υπόσχεται ποιότητα και αξιοπιστία. Η κίνηση εντείνει τον ανταγωνισμό απέναντι σε Amazon, Temu και AliExpress, διεκδικώντας μερίδιο στην ευρωπαϊκή αγορά ηλεκτρονικού εμπορίου.

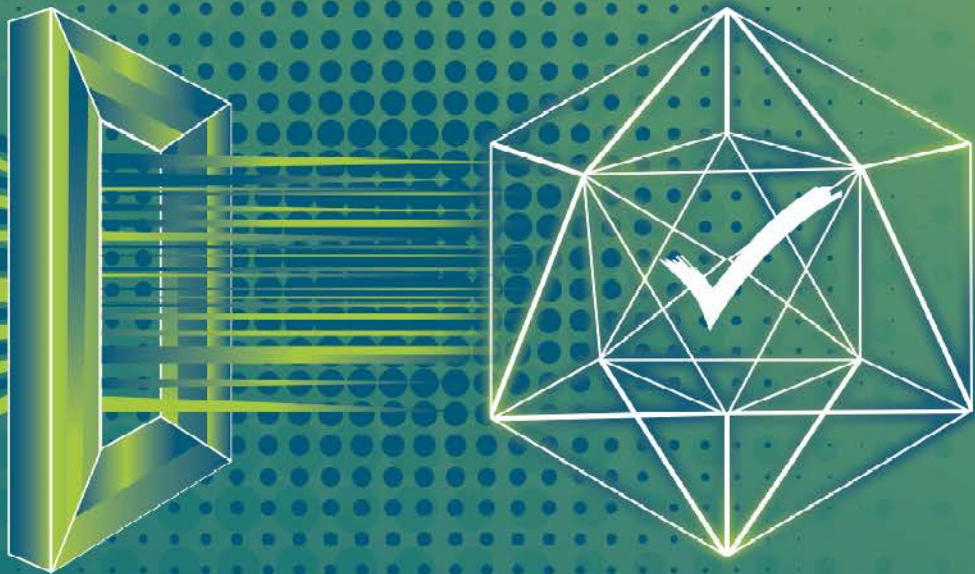




BEYOND COMPLIANCE:

ONLINE
EVENT

TRANSFORMING ESG DATA
INTO OPERATIONAL VALUE



ΠΕΜΠΤΗ 4 ΙΟΥΝΙΟΥ 2026

WWW.ESGUNIVERSE.GR

ΔΙΟΡΓΑΝΩΣΗ



SMART PRESS
Μάγερ 11, 10438, Αθήνα

T.210.5201500
210.5231555

www.smartpress.gr
smart@smartpress.gr



SmartPress



SmartEvents



SmartPress S.A.



SmartEvents



Κίνα: απλοποιεί τις επιστροφές

Η **Κίνα** θεσπίζει νέα πολιτική που απλοποιεί τις επιστροφές εξαγόμενων προϊόντων λιανικής μέσω διασυνοριακού e-commerce. Από 1ης Απριλίου 2026, οι επιχειρήσεις μπορούν να διεκπεραιώνουν επιστροφές σε οποιοδήποτε τελωνείο, χωρίς περιορισμό στο αρχικό σημείο εξαγωγής. Το μέτρο ενισχύει την ευελιξία, βασίζεται σε επιτυχημένο πιλοτικό πρόγραμμα και στοχεύει στην περαιτέρω ενίσχυση των εξαγωγών και της εμπορικής αποτελεσματικότητας.

Η Klarna «σπάει» το φράγμα του 1 εκατομμυρίου συνεργαζόμενων εμπόρων παγκοσμίως

Η Klarna ανακοίνωσε ότι ξεπέρασε το ορόσημο του 1 εκατομμυρίου συνεργαζόμενων εμπόρων διεθνώς, καταγράφοντας ετήσια αύξηση 47%. Μόνο το 2025 προστέθηκαν 285.000 νέοι έμποροι, εκ των οποίων περισσότεροι από 115.000 στο τελευταίο τρίμηνο. Καθοριστικό ρόλο έπαιξαν οι συνεργασίες με μεγάλους παρόχους πληρωμών, που απλοποιούν την ενσωμάτωση της υπηρεσίας. Ξεχωρίζει η κατηγορία «Αναψυχή, Αθλητισμός & Χόμπι», με άνοδο 91%, επιβεβαιώνοντας τη δυναμική της Klarna σε αγορές καθημερινών δαπανών και υψηλής ζήτησης.



Ελληνική Boutique Εταιρεία Digital Consulting

Ο προσωπικός σας βοηθός στην ψηφιακή μετάβαση της εταιρείας σας

www.ascend.gr



Η κοπή της Πρωτοχρονιάτικης πίτας του ΣΕΔΕ

Με ιδιαίτερη επιτυχία και ευρεία συμμετοχή τής ψηφιακής και επιχειρηματικής κοινότητας, με πάνω από 80 παρευρισκόμενους, πραγματοποιήθηκε την Τετάρτη 4 Μαρτίου 2026 η ετήσια εκδήλωση κοπής τής πίτας του **Συνδέσμου Επιχειρήσεων Διαδικτύου (ΣΕΔΕ)**.

Η εκδήλωση αποτέλεσε ένα θεσμικό σημείο συνάντησης, σηματοδοτώντας την έναρξη της νέας χρονιάς για τον Σύνδεσμο, με επίκεντρο τις εξελίξεις στη χρηματοδότηση, τη νομική θωράκιση και τη διαχείριση του επιχειρηματικού κινδύνου.

Θεσμικές Παρεμβάσεις και Ομιλίες

Την εκδήλωση τίμησε με την παρουσία του ο Υφυπουργός Εσωτερικών, κ. **Σπανάκης**, ο οποίος στην ομιλία του αναφέρθηκε στη νέα χρονιά και τις προοπτικές του Συνδέσμου και απηύθυνε ανοιχτό κάλεσμα για συνεργασία στο Σύνδεσμο.

Χαιρετισμό απηύθυνε επίσης ο **Γιάννης Χατζηθεοδοσίου**, Πρόεδρος του Επαγγελματικού Επιμελητηρίου Αθηνών (ΕΕΑ), επιβεβαιώνοντας τον ρόλο του ΣΕΔΕ ως πυλώνα διαλόγου για την ανάπτυξη της ψηφιακής οικονομίας στην Ελλάδα. Έστειλε και αυτός με τη σειρά του μήνυμα ανοιχτής συνεργασίας με το Σύνδεσμο.

Συνεργάτες του Συνδέσμου

Στο πλαίσιο των θεματικών παρεμβάσεων, οι παρευρισκόμενοι είχαν την ευκαιρία να ενημερωθούν για κρίσιμα ζητήματα από καταξιωμένους επαγγελματίες που λειτουργούν ως συνεργάτες του Συνδέσμου:

Ο **Θανάσης Στάμος**, Σύμβουλος Προγραμμάτων ΕΣΠΑ, παρουσίασε τα νέα προγράμματα και τις χρηματοδοτικές ευκαιρίες για τις επιχειρήσεις.

Η **Μαρία Γερογιάννη** Σύμβουλος Ασφαλιστικών & Επενδυτικών Υπηρεσιών μίλησε για την επιχειρηματική ασφάλιση και την ασφάλιση ως κουλτούρα που πρέπει να διέπει τις ζωές και τις επιχειρήσεις μας.

Ο **Κώστας Ιωαννίδης**, Business Coach, μίλησε για τη σημασία του Coaching και τη μετάβαση από τη διαφορετικότητα των ρόλων στη συλλογική δημιουργία.



RDC Informatics & Wolt: Νέα εφαρμογή για αυτοματοποίηση παραγγελιών στο SOFT1 ERP

Η RDC Informatics, σε συνεργασία με τη Wolt, ανέπτυξε την web εφαρμογή **Wolt S1 Connector**, η οποία διασυνδέει το σύστημα παραγγελιών της Wolt με το **SOFT1 ERP** της **ENTERSOFTONE**. Η λύση αυτοματοποιεί την καταχώρηση παραγγελιών, μειώνοντας λάθη και χειροκίνητες διαδικασίες. Παράλληλα, επιτρέπει την αυτόματη ενημέρωση τιμών και αποθεμάτων, βελτιώνοντας την ταχύτητα και την αποδοτικότητα των επιχειρήσεων.

Η Alibaba εστιάζει στα κέρδη από την AI - Προχωρά σε αναδιάρθρωση

Η Alibaba προχωρά σε αναδιάρθρωση για να ενισχύσει την εμπορική αξιοποίηση της τεχνητής νοημοσύνης. Δημιουργεί τη μονάδα **Alibaba Token Hub**, που θα συγκεντρώνει έρευνα, προϊόντα και εφαρμογές AI, όπως το μοντέλο Qwen και το DingTalk. Στόχος, ο καλύτερος συντονισμός ομάδων και η ενίσχυση της υιοθέτησης λύσεων τεχνητής νοημοσύνης από επιχειρήσεις.



Digital Payments: Η Snappi παρουσιάζει το Fintech & AI Lab

Η **Snappi**, η πρώτη neobank με άδεια από την Ευρωπαϊκή Κεντρική Τράπεζα, παρουσίασε το νέο **Snappi Fintech & AI Lab**, μια πρωτοβουλία που στοχεύει να ενισχύσει την καινοτομία στον τομέα των digital payments και του ψηφιακού banking. Το εργαστήριο φιλοδοξεί να γεφυρώσει το χάσμα μεταξύ ακαδημαϊκής έρευνας και επιχειρηματικότητας, φέρνοντας κοντά ερευνητές, τεχνολόγους και επαγγελματίες από την Ελλάδα και το εξωτερικό.

Στόχος του Lab είναι η ανάπτυξη νέων ψηφιακών τραπεζικών εφαρμογών που αξιοποιούν την τεχνητή νοημοσύνη και το conversational banking, βελτιώνοντας την εμπειρία των χρηστών και προσφέροντας πιο εξατομικευμένες χρηματοοικονομικές υπηρεσίες. Παράλληλα, η πρωτοβουλία αυτή ενισχύει το οικοσύστημα καινοτομίας στην Ελλάδα και δημιουργεί νέες ευκαιρίες συνεργασίας μεταξύ πανεπιστημίων και ιδιωτικού τομέα.

Η CEO της Snappi, **Gabriella Kindert**, τόνισε ότι το Fintech & AI Lab θα υποστηρίξει τη μακροπρόθεσμη τεχνολογική στρατηγική της εταιρείας, με στόχο την ανάπτυξη προηγμένων συστημάτων real-time lending. Επιπλέον, το 2026 το Lab θα επικεντρωθεί στη δημιουργία του **Financial Resilience Index**, ενός δείκτη που θα μετρά τη χρηματοοικονομική ανθεκτικότητα των πολιτών.

Η Picsart λανσάρει marketplace AI agents για content creators

Η **Picsart** παρουσιάζει marketplace AI πρακτόρων, επιτρέποντας σε δημιουργούς να αυτοματοποιούν κρίσιμες εργασίες σε social media και e-commerce. Με εργαλεία όπως **Flair**, **Resize Pro**, **Remix** και **Swap**, οι χρήστες λειτουργούν ως «σκηνοθέτες» περιεχομένου. Η πλατφόρμα προσφέρει **freemium μοντέλο**, ενισχύει την παραγωγικότητα και αναδιαμορφώνει την οικονομία δημιουργών, μειώνοντας το κόστος και αυξάνοντας τον ανταγωνισμό.

ΕΕ & Καναδάς ξεκινούν διαπραγματεύσεις για συμφωνία ψηφιακού εμπορίου

Η Ε.Ε. και ο Καναδάς ξεκίνησαν στο Τορόντο διαπραγματεύσεις για μια νέα **Συμφωνία Ψηφιακού Εμπορίου**. Στόχος είναι να διευκολυνθεί το διασυνοριακό ψηφιακό εμπόριο, να ενισχυθεί η ασφάλεια των συναλλαγών και να προστατευθούν οι καταναλωτές στο διαδίκτυο. Η συμφωνία βασίζεται στην επιτυχημένη συνεργασία της CETA και φιλοδοξεί να ενισχύσει τις εμπορικές σχέσεις και τους διεθνείς κανόνες.

339 νέες άδειες πωλητών στις λαϊκές αγορές

Η Περιφέρεια Στερεάς Ελλάδας επαναπροκηρύσσει **339 νέες άδειες επαγγελματιών** πωλητών υπαίθριου εμπορίου, με αντίστοιχες θέσεις σε λαϊκές αγορές. Οι αιτήσεις υποβάλλονται ηλεκτρονικά από 13 Μαρτίου έως 24 Απριλίου 2026 μέσω της πλατφόρμας openmarket. Η δράση στοχεύει στην ενίσχυση της τοπικής οικονομίας, τη δημιουργία νέων επαγγελματικών ευκαιριών και τη βελτίωση της λειτουργίας των αγορών προς όφελος πολιτών και επαγγελματιών.

Τεχνολογικοί κολοσσοί στο στόχαστρο εν μέσω έντασης Ιράν-ΗΠΑ-Ισραήλ

Ο ιρανικός κυβερνητικός Τύπος χαρακτήρισε υποδομές εταιρειών όπως **Amazon, Google** και **Microsoft** πιθανούς «στόχους», λόγω της σύγκρουσης με ΗΠΑ και Ισραήλ. Σύμφωνα με δημοσιεύματα, λίστα περιλαμβάνει επίσης **Palantir, IBM, Nvidia** και **Oracle**. Πολλές διαθέτουν cloud υποδομές στον Κόλπο, ενώ καμία δεν έχει σχολιάσει επισήμως. Παράλληλα, αυξάνονται οι κυβερνοεπιθέσεις στην περιοχή, με ειδικούς να προειδοποιούν για **DDoS** και **ransomware**. Η γεωπολιτική ένταση επηρεάζει και επιχειρηματικές δραστηριότητες.



ECDB: Η Ελλάδα στη 2η θέση ανάπτυξης του eCommerce στην Ευρώπη



Η Ευρώπη επιδεικνύει αξιοσημείωτη ανθεκτικότητα στον τομέα του ηλεκτρονικού εμπορίου, με τον ρυθμό ανάπτυξης για την περίοδο 2025/26 να ξεπερνά εκείνον της Αμερικής. Με ετήσια

αύξηση εσόδων της τάξης του **8,5%**, η Ευρώπη βρίσκεται μπροστά από τη Βόρεια και τη Νότια Αμερική, οι οποίες προβλέπεται να αναπτυχθούν με ρυθμό 7,7% φέτος.

Αυτή η επίδοση είναι ιδιαίτερα αξιοσημείωτη δεδομένου του δύσκολου μακροοικονομικού σκηνικού. Οι πληθωριστικές πιέσεις, τα μεταβαλλόμενα δασμολογικά καθεστώτα και το αυξανόμενο κόστος ζωής συνεχίζουν να δοκιμάζουν τις παγκόσμιες αγορές.

Ωστόσο, σύμφωνα με το δελτίο Τύπου της ECDB, το ευρωπαϊκό **ηλεκτρονικό εμπόριο** παραμένει ισχυρό, υποστηριζόμενο από τη σχετική οικονομική σταθερότητα, τον αποτελεσματικότερο έλεγχο του πληθωρισμού σε βασικές αγορές και τις ανθεκτικές συνθήκες στην αγορά εργασίας. Αυτά τα δομικά πλεονεκτήματα βοηθούν στη διατήρηση της καταναλωτικής δαπάνης και ενισχύουν την εμπιστοσύνη στα κανάλια της online λιανικής σε ολόκληρη την ήπειρο.

Η εικόνα ανά χώρα

Μια βαθύτερη ανάλυση σε επίπεδο χωρών αποκαλύπτει μια πιο σύνθετη εικόνα. Οι ΗΠΑ αναμένεται να παρουσιάσουν ρυθμό ανάπτυξης 7,4% από το 2025 έως το 2026. Αν και ο ρυθμός αυτός παραμένει σταθερός, αντικατοπτρίζει τις αυξανόμενες πιέσεις από το υψηλό κόστος ζωής, τα υψηλά επίπεδα καταναλωτικού χρέους και τα σημάδια κάμψης στην αγορά εργασίας.

Αντίθετα, τμήματα της Λατινικής Αμερικής υπερβαίνουν τον περιφερειακό μέσο όρο. Το **Μεξικό** ξεχωρίζει με προβλεπόμενο ρυθμό ανάπτυξης 11,3%, ωθούμενο από την ταχεία ψηφιακή υιοθέτηση, την επέκταση των υποδομών πληρωμών και την αυξανόμενη βάση διαδικτυακών αγοραστών.

Η δυναμική της Ελλάδας και της Νότιας Ευρώπης

Εντός της Ευρώπης, η δυναμική συγκεντρώνεται όλο και περισσότερο στα ανατολικά και τα νότια. Παρόλο που η περιοχή GSA (Γερμανία, Ελβετία, Αυστρία) παρουσιάζει επιβράδυνση, οι μεταρρυθμίσεις και οι επενδύσεις στην Ανατολική και Νότια Ευρώπη οδηγούν σε υψηλότερους ρυθμούς ανάπτυξης.

Οι αγορές που ξεχωρίζουν σε αυτόν τον τομέα είναι:

Βουλγαρία: 14,2%

Ελλάδα: 11,4%

Ισπανία: 10,6%



Πώς διαχειρίζονται τα agencies την κρίση στη Μέση Ανατολή;

Ενέργειες για άμεση αποκατάσταση της κανονικότητας

Το **Ντουμπάι** έχει καθιερωθεί τα τελευταία είκοσι χρόνια ως η διαφημιστική πρωτεύουσα της **Μέσης Ανατολής**, φιλοξενώντας μεγάλα γραφεία διεθνών ομίλων όπως οι **WPP**, **Publicis Groupe**, **Omnicom**, **Dentsu** και **Stagwell**. Ωστόσο, η ομαλή λειτουργία του κλάδου διαταράχθηκε όταν το **Ιράν** εξαπέλυσε επιθέσεις με drones και πυραύλους εναντίον των Ηνωμένων Αραβικών Εμιράτων, ως απάντηση στις επιθέσεις των ΗΠΑ και του Ισραήλ.

Μέσα σε αυτό το κλίμα έντασης, τα διαφημιστικά agencies έδρασαν άμεσα για να διασφαλίσουν την ασφάλεια των εργαζομένων και τη συνέχεια των επιχειρησιακών τους λειτουργιών. Πρώτη προτεραιότητα αποτέλεσε η προστασία του προσωπικού. Πολλές εταιρείες ενεργοποίησαν σχέδια έκτακτης ανάγκης, ενημέρωσαν άμεσα τους εργαζομένους και υιοθέτησαν καθεστώς εξ αποστάσεως εργασίας.

Ο **Rob Hall**, Associate Creative Director της FP7 McCann στο Ντουμπάι, περιέγραψε την κατάσταση ως έντονη αλλά διαχειρίσιμη. Όπως ανέφερε, η διοίκηση του agency έστειλε άμεσα ενημερωτικά emails στο προσωπικό, εξηγώντας τα πρωτόκολλα ασφαλείας και τις οδηγίες της κυβέρνησης. Παράλληλα, συστήθηκε στους εργαζομένους να εργαστούν από το σπίτι για λίγες ημέρες, μέχρι να αξιολογηθεί καλύτερα η κατάσταση.

Ανάλογες κινήσεις έγιναν και από τον όμιλο Publicis. Ο CEO **Arthur Sadoun** επικοινωνήσε με περίπου 3.600 εργαζομένους στη Μέση Ανατολή, ζητώντας τηλεργασία και υπενθυμίζοντας τα προγράμματα υποστήριξης της εταιρείας, που περιλαμβάνουν και ψυχολογική βοήθεια για όσους επηρεάστηκαν από τα γεγονότα.

Παρά την ένταση, πολλές επιχειρήσεις συνεχίζουν να λειτουργούν κανονικά. Ο **David Balfour**, συνιδρυτής του creative agency **LightBlue**, σημειώνει ότι η περιοχή έχει βιώσει παρόμοιες περιόδους έντασης στο παρελθόν. Οι επαγγελματικές επικοινωνίες με πελάτες συνεχίζονται, ενώ ορισμένες προθεσμίες έχουν μετατεθεί ελαφρώς, χωρίς όμως να διαταράσσεται ουσιαστικά η επιχειρηματική δραστηριότητα.

Toplinebeauty.gr: Στην Pylarinos Advertising η digital στρατηγική

Τον σχεδιασμό και την υλοποίηση της digital στρατηγικής του **Toplinebeauty.gr** ανέλαβε η Pylarinos Advertising. Στόχος η ανάδειξη της επιστημονικής διάστασης του skincare μέσα από δημιουργικό περιεχόμενο. Η συνεργασία περιλαμβάνει Facebook και Instagram, καθώς και visual storytelling με πρωτότυπο οπτικό υλικό που παρουσιάζει την τεχνολογία των προϊόντων **Guinot** και **Mary Cohr**, τα οποία εκπροσωπεί η Topline Beauty στην Ελλάδα.

Το Netflix ενισχύει τη διαφημιστική στόχευση με Amazon και Yahoo

Το **Netflix** ενισχύει τις δυνατότητες διαφημιστικής στόχευσης μέσω συνεργασιών με τις πλατφόρμες της **Amazon** και της **Yahoo**. Οι διαφημιζόμενοι θα μπορούν να αξιοποιούν δεδομένα αγορών, streaming και συμπεριφοράς χρηστών για πιο ακριβή targeting. Παράλληλα, η πλατφόρμα λανσάρει το Conversion API για καλύτερη μέτρηση καμπανιών. Με περίπου 190 εκατ. χρήστες στο διαφημιστικό πακέτο, το Netflix επενδύει σε τεχνολογία και προσδοκά περαιτέρω αύξηση των διαφημιστικών εσόδων.

Brands Retail και τροφίμων δεσπόζουν στις διαφημίσεις του ChatGPT

Τέσσερις εβδομάδες μετά την έναρξη προβολής διαφημίσεων στις απαντήσεις του **ChatGPT**, στοιχεία της **Sensor Tower** δείχνουν ότι τα brands λιανικού εμπορίου και τροφίμων κυριαρχούν στις καμπάνιες. Οι διαφημίσεις εμφανίζονται με βάση το θέμα της συνομιλίας των χρηστών με το **chatbot**. Σε διάστημα δύο εβδομάδων καταγράφηκαν πάνω από 100 διαφορετικές προωθητικές ενέργειες, αποκαλύπτοντας πολύτιμες πληροφορίες για τη χρήση της πλατφόρμας και τις νέες ευκαιρίες.



Οι Έλληνες και η AI

Η Τεχνητή Νοημοσύνη έχει πάψει προ πολλού να είναι ένα αφηρημένο τεχνολογικό θέμα που αφορά μόνο ειδικούς. Μέσα σε ελάχιστα χρόνια, τα μεγάλα γλωσσικά μοντέλα και οι σχετικές εφαρμογές μπήκαν δυναμικά στην καθημερινότητα εκατομμυρίων ανθρώπων και, όπως φαίνεται, το ίδιο συμβαίνει πλέον και στην Ελλάδα. Η νέα μεγάλη δημοσκοπική έρευνα της **διαNEOσις**, που πραγματοποιήθηκε από τη Metron Analysis σε πανελλαδικό δείγμα 1.111 ατόμων τον Ιανουάριο του 2026, καταγράφει με σαφήνεια ένα τοπίο ταχείας εξοικείωσης, αλλά και έντονων επιφυλάξεων απέναντι στην AI.

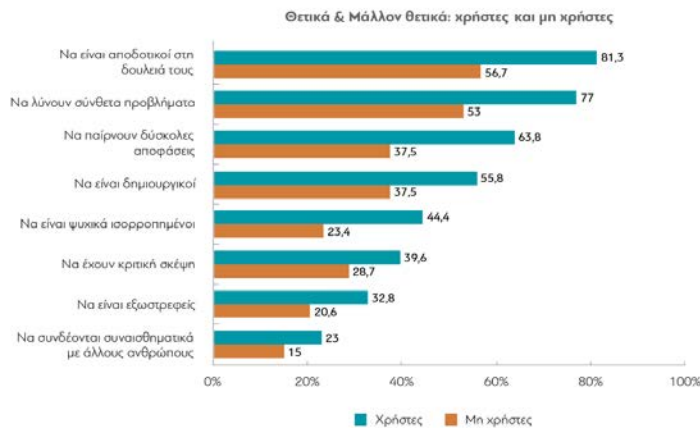
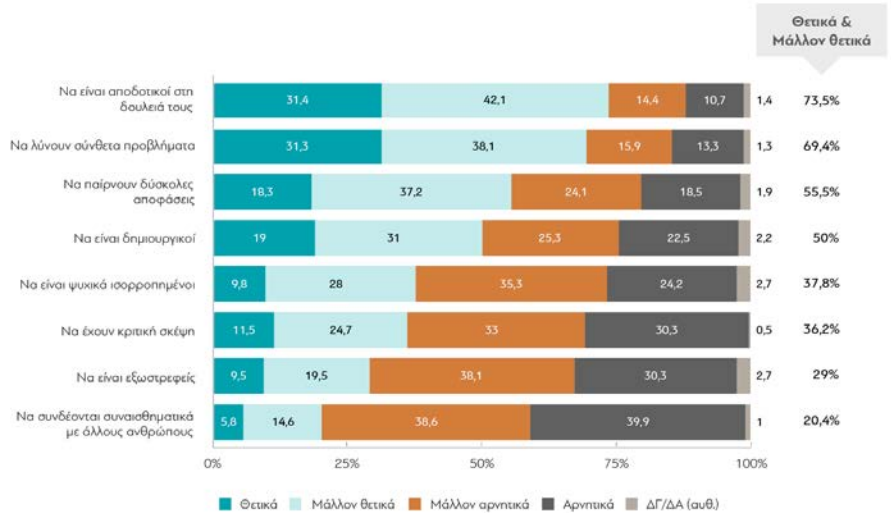
Το πρώτο εντυπωσιακό εύρημα είναι η έκταση της γνωριμίας του κοινού με την τεχνολογία. Σχεδόν όλοι οι ερωτώμενοι δηλώνουν ότι είναι εξοικειωμένοι με την AI, ενώ **το 65% αναφέρει ότι την έχει ήδη χρησιμοποιήσει**. Το ποσοστό αυτό δείχνει πόσο γρήγορα έχει προχωρήσει η υιοθέτηση της τεχνολογίας στη χώρα. Ωστόσο, πίσω από τον γενικό μέσο όρο, η έρευνα αναδεικνύει μια βαθιά διαχωριστική γραμμή: το χάσμα ανάμεσα στους χρήστες και στους μη χρήστες.

Οι χρήστες της AI εμφανίζονται νεότεροι, συχνότερα άνδρες, με υψηλότερο μορφωτικό επίπεδο και καλύτερο εισόδημα. Οι μη χρήστες, αντίθετα, είναι πιο επιφυλακτικοί, πιο απόμακροι και πιο δύσπιστοι απέναντι στην τεχνολογία. Αυτή η διάκριση δεν είναι απλώς τεχνική ή δημογραφική· μεταφράζεται και σε εντελώς διαφορετικούς τρόπους κατανόησης του ίδιου φαινομένου. Για τους χρήστες, η AI προκαλεί κυρίως ενδιαφέρον. Για τους μη χρήστες, κυριαρχεί η καχυποψία.

Η διαφορά αυτή φαίνεται έντονα όταν οι πολίτες καλούνται να αξιολογήσουν τις προσδοκίες τους από την AI. Στη θετική πλευρά, οι περισσότεροι συνδέουν την

Πώς πιστεύετε ότι η Τεχνητή Νοημοσύνη (AI) θα επηρεάσει γενικά την ικανότητα των ανθρώπων...;

Βάση: Το 95% του δείγματος που γνωρίζει ή έχει ακουστά την Τεχνητή Νοημοσύνη (AI).



τεχνολογία με μεγαλύτερη παραγωγικότητα, καλύτερη επίλυση σύνθετων προβλημάτων, υποστήριξη στη λήψη αποφάσεων και ενίσχυση της δημιουργικότητας. Η AI, δηλαδή, γίνεται αντιληπτή κυρίως ως εργαλείο απόδοσης και αποτελεσματικότητας. Αντίθετα, όταν η συζήτηση μεταφέρεται στον ψυχικό και κοινωνικό κόσμο, η εικόνα σκοτεινιάζει. Πολλοί θεωρούν ότι θα επηρεαστούν αρνητικά η κριτική σκέψη, η ψυχική ισορροπία, η εξωστρέφεια και η συναισθηματική σύνδεση μεταξύ των ανθρώπων. Η τεχνολογία φαίνεται να υπόσχεται περισσότερα στο πεδίο της επίδοσης απ' ό,τι σε εκείνο των ανθρώπινων σχέσεων.

Ανάλογη αμφιθυμία καταγράφεται και στους τομείς της δημόσιας ζωής. Οι ερωτώμενοι πιστεύουν ότι η AI μπορεί να ωφελήσει ιδιαίτερα τις επιστήμες, τη λειτουργία των επιχειρήσεων, την παραγωγικότητα της εργασίας, την εκπαίδευση και, σε μικρότερο βαθμό, την υγεία. Την ίδια

DIGITAL MARKETING

στιγμή, όμως, εκφράζουν έντονη ανησυχία για τη δημοκρατία, τη δικαιοσύνη και την προστασία των προσωπικών δεδομένων. Πρόκειται για ένα από τα πιο ενδιαφέροντα συμπεράσματα της έρευνας: οι πολίτες μοιάζουν πρόθυμοι να αναγνωρίσουν τα οφέλη της AI στην οικονομία και στην οργάνωση, αλλά ταυτόχρονα φοβούνται το αποτύπωμά της στους θεσμούς, στα δικαιώματα και στη δημόσια σφαίρα.

Η επιφυλακτικότητα αυτή γίνεται ακόμη πιο σαφής όταν το ερώτημα αφορά την καθημερινή πρακτική εμπιστοσύνη. Παρά την αυξανόμενη χρήση, η μεγάλη πλειοψηφία προτιμά να εξυπηρετείται από άνθρωπο και όχι από AI, ακόμη και για μη επείγοντα ζητήματα σε τράπεζες, υπηρεσίες υγείας ή κοινής ωφέλειας. Με άλλα λόγια, η κοινωνία χρησιμοποιεί την τεχνολογία, αλλά δεν είναι έτοιμη να της παραχωρήσει εύκολα τη θέση του ανθρώπινου συνομιλητή.

Ακόμη πιο ξεκάθαρο είναι το αίτημα για ρύθμιση. **Σχεδόν 9 στους 10 θεωρούν ότι πρέπει να υπάρξουν περιορισμοί στη χρήση της AI**

Η εικόνα αυτή δείχνει ότι οι Έλληνες δεν αντιμετωπίζουν την τεχνολογία ούτε ως απόλυτη απειλή ούτε ως πεδίο πλήρους ελευθερίας. Αντιλαμβάνονται ότι πρόκειται για μια δύναμη με τεράστιες δυνατότητες, η οποία όμως χρειάζεται κανόνες, λογοδοσία και θεσμικά αντίβαρα.

Κυριαρχεί το ChatGPT

Ιδιαίτερο ενδιαφέρον παρουσιάζουν και οι συνήθειες των ίδιων των χρηστών. Το ChatGPT κυριαρχεί καθαρά μεταξύ των πλατφορμών που χρησιμοποιούνται συχνότερα, ενώ οι βασικοί λόγοι χρήσης είναι η ενημέρωση, η εκπαίδευση και η εργασία. Παράλληλα, δεν λείπουν οι πιο προσωπικές ή καθημερινές χρήσεις, όπως η τεχνική βοήθεια, η ψυχαγωγία, η προσωπική ανάπτυξη ή, σε μικρότερο βαθμό, η ψυχολογική υποστήριξη και η συντροφιά. Παρ' όλα αυτά, η πλειοψηφία των χρηστών εξακολουθεί να αντιλαμβάνεται την AI ως εργαλείο ή βοηθό, όχι ως άνθρωπο. Το στοιχείο αυτό είναι κρίσιμο, γιατί δείχνει ότι η εξοικείωση δεν συνεπάγεται απαραίτητα και συναισθηματική ταύτιση.

Ωστόσο, η έρευνα αναδεικνύει και μια αντίφαση. Παρότι οι περισσότεροι χρήστες δηλώνουν ότι διασταυρώνουν τις πληροφορίες όταν αμφιβάλλουν, μεγάλα ποσοστά πιστεύουν ότι **η AI είναι αμερόληπτη, αντικειμενική ή ακόμη και ανώτερη στη λογική από τους ανθρώπους**. Εδώ αποτυπώνεται ένα κρίσιμο ζήτημα ψηφιακού γραμματισμού: η εξοικείωση με τα εργαλεία δεν σημαίνει πάντα και βαθιά κατανόηση των ορίων τους.

Θέλουμε να παραμείνουμε ανθρώπινοι

Τέλος, η έρευνα φωτίζει και όσους μένουν έξω από αυτή τη νέα συνθήκη. Πολλοί μη χρήστες δηλώνουν ότι αποφεύγουν την AI επειδή θέλουν να παραμείνουν «ανθρώπινοι». Πίσω από αυτή τη φράση κρύβεται κάτι

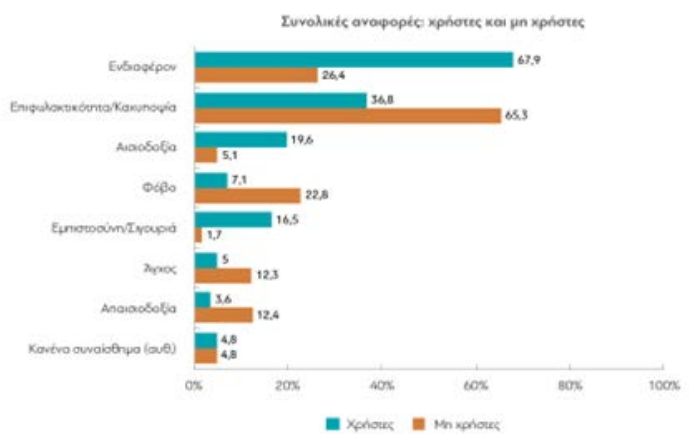
περισσότερο από απλή τεχνοφοβία: η ανησυχία για αλλοτρίωση, για απώλεια ελέγχου, ίσως και για άνισες δυνατότητες πρόσβασης στη νέα εποχή.

Συνολικά, η εικόνα που προκύπτει είναι εκείνη μιας κοινωνίας που κινείται γρήγορα προς την AI, αλλά χωρίς να εγκαταλείπει τις αμφιβολίες της. Οι Έλληνες αναγνωρίζουν τις δυνατότητες της τεχνολογίας στη μάθηση, στην εργασία και στην επίλυση προβλημάτων, αλλά ταυτόχρονα ανησυχούν για τις συνέπειές της στις σχέσεις, στους θεσμούς και στην ίδια την ανθρώπινη εμπειρία. Αν υπάρχει ένα κεντρικό συμπέρασμα, αυτό είναι ότι η ελληνική κοινωνία δεν απαντά στην AI ούτε με τυφλό ενθουσιασμό ούτε με απόλυτη άρνηση. Απαντά με περιέργεια, επιφύλαξη και μια ισχυρή απαίτηση για όρια. Και ίσως αυτό να είναι, τελικά, το πιο ώριμο σημείο εκκίνησης.

Ειδικότερα, ποια συναισθήματα σας δημιουργεί η Τεχνητή Νοημοσύνη (AI);

(Εως 2 επιλογές)

Βάση: Το 95% του δείγματος που γνωρίζει ή έχει ακουστά την Τεχνητή Νοημοσύνη (AI).



17. Θα εμπιστευόσασταν ένα σύστημα Τεχνητής Νοημοσύνης (AI) να πάρει κάποιες σημαντικές αποφάσεις για εσάς αναφορικά με...;

Βάση: Το 65% του δείγματος που έχει χρησιμοποιήσει την Τεχνητή Νοημοσύνη (AI).





Δημοσιεύτηκε το Ermis Creativity Report 2025 και δίνει το δημιουργικό στίγμα της χρονιάς που πέρασε

Τα Ermis Awards είναι ένας καθρέφτης. Κάθε χρόνο, στα Ermis Awards, βλέπουμε καθαρά το είδωλο της αγοράς μας, της δουλειάς μας, των ανθρώπων μας, των πελατών μας.

Το Ermis Creativity Report, το τρίτο κατά σειρά, είναι με μια έννοια το state of creativity της ελληνικής αγοράς επικοινωνίας. Βοηθά την αγορά να αποκτήσει μια συγκεντρωμένη εικόνα για κάθε περιοχή του επικοινωνιακού χάρτη και να κατανοήσει πού και πώς επενδύθηκε δημιουργική ενέργεια. Πού γίνονται μεγάλα βήματα εμπρός και πού όχι. **Η δημιουργικότητα δίνει ζωή στα agencies και στις μάρκες και είναι ο ένας και μοναδικός δρόμος προς το αύριο αυτού του κλάδου.**

Σε όσους συμμετείχαν, βραβεύθηκαν και διακρίθηκαν φέτος, ένα μεγάλο μπράβο. Σε όσους δεν βραβεύθηκαν, ένα ακόμη μεγαλύτερο. Γιατί συνεχίζουν να προσπαθούν κόντρα στην αβεβαιότητα της εποχής και να υπερασπίζονται τη δύναμη της ανθρώπινης ιδέας, με επιμονή. Άλλωστε, **κάθε βραβείο στα Ermis Awards δεν είναι αυτοσκοπός, είναι ένας σταθμός σε ένα μακρύ ταξίδι - προσωπικό αλλά και συλλογικό - που συνεχίζεται καθημερινά.**

Διαβάστε το [Ermis Creativity Report](#), το οποίο αφορά εξίσου όλα τα agencies και όλους τους διαφημιζόμενους.



Minds: αναλαμβάνει το Creative του νέου ψηφιακού προορισμού Telekom Center Athens

Η Minds, σε συνεργασία με τη White Veil, ανέλαβε το creative και τον σχεδιασμό του νέου ψηφιακού προορισμού **Telekom Center Athens**. Με concept «One Destination, Countless Ways to Connect», δημιουργείται ένα σύγχρονο digital οικοσύστημα που αναδεικνύει τον πολυδιάστατο χαρακτήρα του χώρου. Την τεχνική υλοποίηση αναλαμβάνει η Cactus, προσφέροντας ταχύτητα, λειτουργικότητα και μια ολοκληρωμένη ψηφιακή εμπειρία.

Νέα Digital Συνεργασία Sociallab x Παπουτσάνης



Η Sociallab ξεκίνησε συνεργασία με την Παπουτσάνης ABEE, αναλαμβάνοντας τη διαχείριση των social media σε Meta και TikTok. Η συνεργασία περιλαμβάνει στρατηγική περιεχομένου και δημιουργική παραγωγή, με στόχο την ενίσχυση της ψηφιακής παρουσίας των brands και τη σύνδεση με νεότερα, digital-first κοινά.

Εκδότης

Κώστας Νόστης

Γενικός Διευθυντής

Θανάσης Λασκούδης

Αρχισυντάκτρια

Σόνια Χαϊμαντά

Στη Σύμβαση 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

