

E-COMMERCE NEWS

DIGITAL MEDIA • E-BUSINESS • RETAIL MARKET

Πέμπτη 2 / 4 / 2026

COMING SOON

Η Amazon επιστρέφει στα smartphones με έμφαση στην AI

Η Amazon αναπτύσσει νέο smartphone με AI, με κωδική ονομασία «Transformer». Η συσκευή θα αξιοποιεί το Alexa και ίσως αντικαταστήσει τα app stores με έξυπνη αλληλεπίδραση χρήστη.



SHOPFLIX

4 χρόνια SHOPFLIX

Γίνε συνεργάτης
ΤΩΡΑ & κέρδισε
40% έκπτωση
στο κόστος εγγραφής!



Η προσφορά ισχύει για 4 ημέρες έως 3/4.
Η έκπτωση αφορά αποκλειστικά στο κόστος εγγραφής.
Δες περισσότερα

Το SHOPFLIX γιορτάζει με στοχευμένες ενέργειες τις τελευταίες εβδομάδες

Για 4 μόνο ημέρες, το SHOPFLIX προσφέρει έκπτωση **40% στο κόστος εγγραφής** για συνεργάτες που θέλουν να δημιουργήσουν δικό τους κατάστημα στην πλατφόρμα.

Η προσφορά ισχύει **έως και τις 3/4**, δίνοντας τη δυνατότητα σε μικρές και μεγάλες επιχειρήσεις να αξιοποιήσουν ένα ιδιαίτερα ανταγωνιστικό πακέτο ένταξης, να ενισχύσουν την παρουσία τους στο ecommerce και να διευρύνουν το πελατολόγιό τους.

Περισσότερες πληροφορίες:

Καλώς ήρθες στον κόσμο του SHOPFLIX

LAST MINUTE

- 01 Πέρυσι, οι ε-πωλήσεις στη **Σουηδία** αυξήθηκαν κατά 10% σε σύγκριση με το 2024. Το ηλεκτρονικό εμπόριο έφτασε τα **14 δις ευρώ**.
- 02 Η εταιρεία ενσωμάτωσης διαδικτυακών αγορών **ChannelEngine** λανσάρει νέα δυνατότητα, **AI Attribute Builder**, προκειμένου να διασφαλίσει ότι τα προϊόντα από διαδικτυακούς λιανοπωλητές θα παραμείνουν ορατά σε περιβάλλοντα που βασίζονται στην AI.
- 03 Η δημοφιλής αγορά επιστροφής μετρητών **OnBuy** κυκλοφορεί σε οκτώ νέες αγορές. Αυτό ανεβάζει το συνολικό αποτύπωμα της εταιρείας σε 21 ευρωπαϊκές χώρες.
- 04 Το 2025, ο γερμανικός γίγαντας ηλεκτρονικού εμπορίου **Otto** κατάφερε να αυξήσει την ακαθάριστη αξία εμπορευμάτων του (GMV) κατά 6% φθάνοντας τα 7,5 δισεκατομμύρια ευρώ.
- 05 Η **Flaconi**, ένας γερμανικός διαδικτυακός λιανοπωλητής αρωμάτων και προϊόντων ομορφιάς, επεκτείνεται στο Ηνωμένο Βασίλειο και την Ισπανία.



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

Ακολουθήσε μας:





Αδιέξοδο στον Παγκόσμιο Οργανισμό Εμπορίου για το ηλεκτρονικό εμπόριο

Η πρόσφατη Υπουργική Διάσκεψη του **Παγκόσμιου Οργανισμού Εμπορίου** στην Καμερούν ολοκληρώθηκε χωρίς ουσιαστική συμφωνία σε κρίσιμα ζητήματα, αναδεικνύοντας τις δυσκολίες που αντιμετωπίζει το παγκόσμιο εμπορικό σύστημα. Ιδιαίτερα, δεν επετεύχθη συμφωνία για την επέκταση της απαγόρευσης επιβολής δασμών στις ηλεκτρονικές συναλλαγές, ένα μέτρο που ισχύει από το 1998 και καλύπτει σημαντικό μέρος του διεθνούς εμπορίου υπηρεσιών.

Οι έντονες διαφωνίες μεταξύ μεγάλων οικονομιών, όπως οι **Ηνωμένες Πολιτείες**, η **Ινδία** και η **Κίνα**, οδήγησαν σε αδιέξοδο στις διαπραγματεύσεις για το ψηφιακό εμπόριο. Παράλληλα, δεν σημειώθηκε πρόοδος ούτε στον τομέα της αγροτικής πολιτικής, όπου οι αποκλίνουσες θέσεις των κρατών παραμένουν αγεφύρωτες εδώ και δεκαετίες.

Η αποτυχία αυτή εντείνει την αβεβαιότητα στην παγκόσμια οικονομία, καθώς η πιθανή λήξη της αναστολής δασμών δημιουργεί ανησυχίες για το μέλλον των ψηφιακών υπηρεσιών. Επιπλέον, η αδυναμία συμφωνίας για τη μεταρρύθμιση του οργανισμού επιβεβαιώνει τις θεσμικές προκλήσεις που αντιμετωπίζει.

Σε ένα ήδη επιβαρυσμένο γεωπολιτικό περιβάλλον, οι εξελίξεις αυτές υπογραμμίζουν την ανάγκη για συνεννόηση και ουσιαστικές μεταρρυθμίσεις, ώστε να διασφαλιστεί η σταθερότητα και η βιωσιμότητα του διεθνούς εμπορίου.

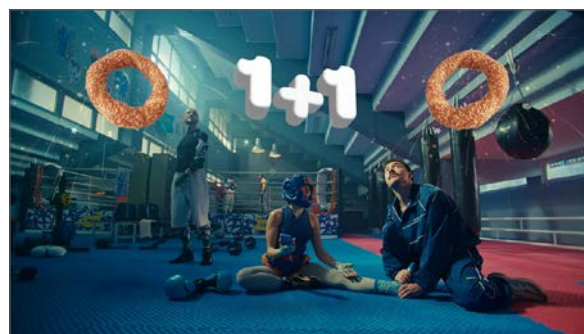


Το Reddit ενσωματώνει νέα shopping tools μαζί με το Shopify

Το **Reddit** επεκτείνει τις δυνατότητες αγορών του, ενισχύοντας τα **Dynamic Product Ads** με νέα εργαλεία και συνεργασία με το **Shopify**. Μεταξύ αυτών ξεχωρίζουν τα **Collection Ads**, που συνδυάζουν εικόνες και προϊόντα σε καρousel. Οι διαφημιζόμενοι καταγράφουν αύξηση 8% στο ROAS, ενώ δοκιμάζονται και νέα formats με περιεχόμενο κοινότητας και προσφορών.

Στη Humble η Wolt - Στον «αέρα» η νέα ATL καμπάνια

Η **Wolt** λανσάρει νέα καμπάνια από τη **Humble**, σε TV, OOH και digital. Εστιάζει στο affordability ως «έξυπνη επιλογή» στην καθημερινότητα. Με χιούμορ, και σκηνοθεσία από τη Δάφνη Σαμαρά, η καμπάνια ενισχύει τη σύνδεση με το κοινό και το brand.





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





ΗΠΑ-Βραζιλία: εμπλοκή στο μορατόριουμ του ηλεκτρονικού εμπορίου

Οι ΗΠΑ και η Βραζιλία δεν συμφώνησαν στην επέκταση του μορατόριουμ του ΠΟΕ που απαγορεύει δασμούς σε ψηφιακές λήψεις. Η Ουάσιγκτον στηρίζει τη διατήρησή του, καθώς ευνοεί τεχνολογικές εταιρείες και χαμηλές τιμές για τους καταναλωτές. Η Βραζιλία και άλλες αναπτυσσόμενες χώρες ζητούν περιθώριο φορολόγησης, ώστε να ενισχύσουν τα έσοδα και να προστατεύσουν τις τοπικές αγορές.

Η Slead είναι πλέον TikTok Marketing Partner

Η εταιρεία **Slead** απέκτησε το **TikTok Agency Badge**, αναγνωρίζοντας την τεχνογνωσία της. Ως partner, σχεδιάζει αποδοτικές καμπάνιες και αξιοποιεί εξειδικευμένα εργαλεία και insights. Η διάκριση ενισχύει τη δυνατότητα παροχής ολοκληρωμένων στρατηγικών με μετρήσιμα αποτελέσματα για brands.



Νέοι κανόνες της Ε.Ε. αλλάζουν το τοπίο στο διασυνοριακό e-commerce

Η Ε.Ε. προχωρά σε καίρια μεταρρύθμιση που στοχεύει στον περιορισμό των προνομίων που απολάμβαναν μέχρι σήμερα μεγάλες ασιατικές πλατφόρμες ηλεκτρονικού εμπορίου. Έπειτα από μαραθώνιες διαβουλεύσεις, τα κράτη-μέλη κατέληξαν σε μια προκαταρκτική συμφωνία που επιφέρει σημαντικές αλλαγές στον τρόπο εισαγωγής προϊόντων από τρίτες χώρες.

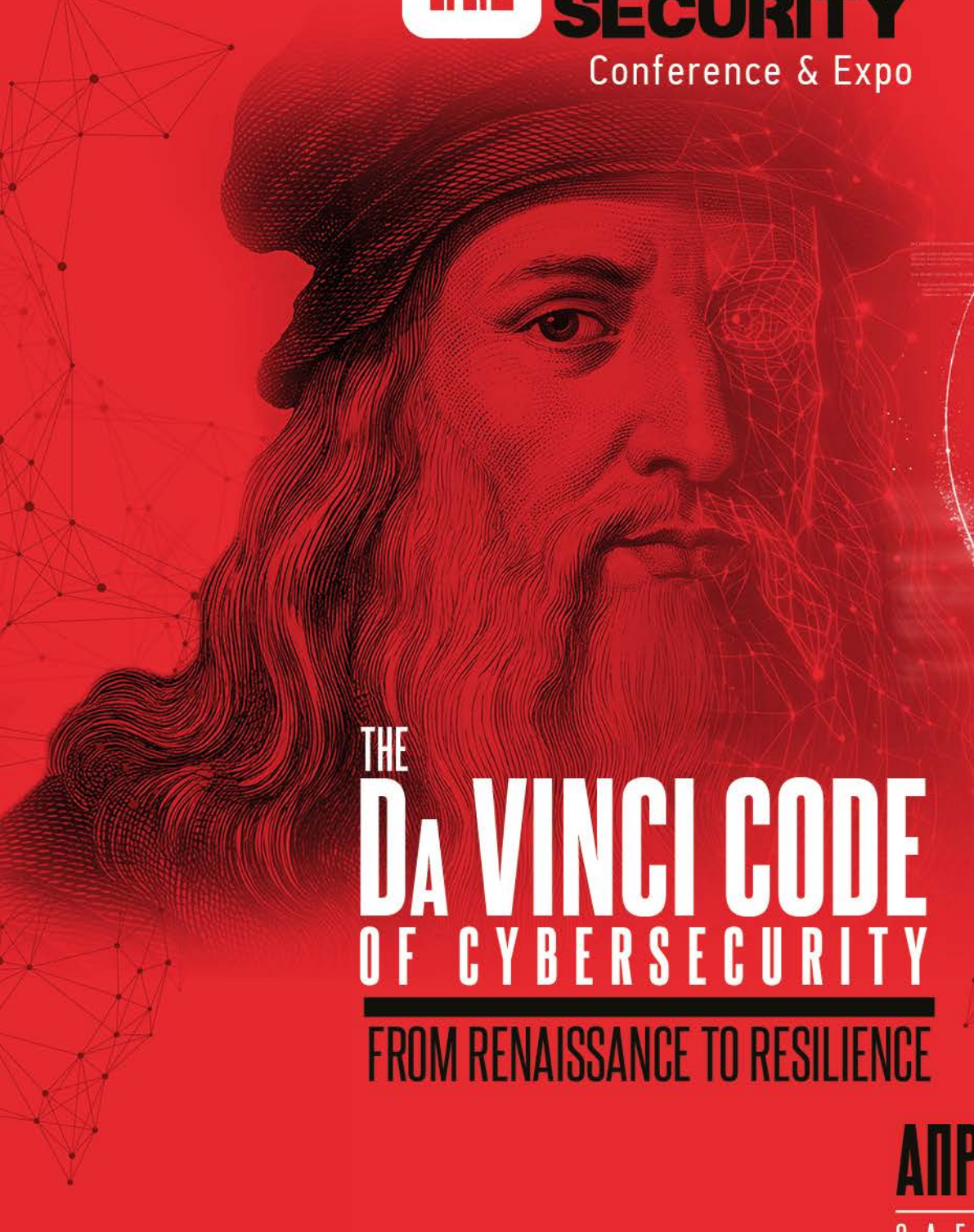
Κομβικό σημείο η κατάργηση της απαλλαγής δασμών για δέματα αξίας έως 150 ευρώ, ένα μέτρο που είχε διευκολύνει εταιρείες όπως η **Shein**, η **Temu** και η **AliExpress** να κατακλύσουν την ευρωπαϊκή αγορά με φθηνά προϊόντα. Μόνο για το 2025, ο αριθμός αυτών των αποστολών εκτιμάται ότι θα φτάσει τα 5,8 δισεκατομμύρια.

Ως μεταβατική λύση, εισάγεται τέλος 3 ευρώ ανά δέμα από τον Ιούλιο, ενώ από τον Νοέμβριο θα προστεθεί και κόστος διαχείρισης. Παράλληλα, οι ίδιες οι πλατφόρμες θα θεωρούνται πλέον εισαγωγείς, αναλαμβάνοντας την ευθύνη τόσο για τους δασμούς όσο και για την ασφάλεια των προϊόντων.

Η ανάγκη για αυστηρότερα μέτρα προέκυψε μετά από έρευνα που έδειξε ότι μεγάλο ποσοστό εισαγόμενων προϊόντων δεν πληροί τα ευρωπαϊκά πρότυπα ασφάλειας. Στο πλαίσιο αυτό, δημιουργείται νέα τελωνειακή αρχή με έδρα τη Λιλ, η οποία θα αξιοποιεί ψηφιακό σύστημα ελέγχου εισαγωγών.



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





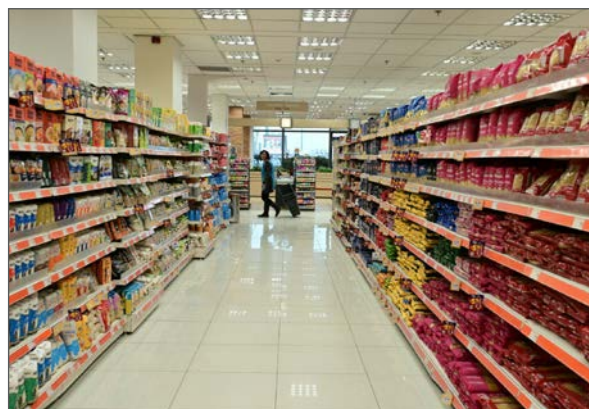
Η Amazon “ψηφίζει” Ευρώπη με νέα επένδυση-μαμούθ 5 δισ. ευρώ στην Πολωνία

Η **Amazon** ενισχύει δυναμικά την παρουσία της στην Ευρώπη, ανακοινώνοντας επένδυση ύψους **5 δισεκατομμυρίων ευρώ** στην **Πολωνία** έως το 2028. Το ποσό αυτό προστίθεται στα ήδη 10 δισ. ευρώ που έχει διαθέσει η εταιρεία την περίοδο 2012-2025, επιβεβαιώνοντας τη στρατηγική σημασία της χώρας για τον αμερικανικό κολοσσό.

Η ανάπτυξη του ηλεκτρονικού εμπορίου στην Πολωνία αποτελεί βασικό κίνητρο. Το 2025, ο online τζίρος έφτασε τα 21,5 δισ. ευρώ, με σταθερή ανοδική πορεία. Παράλληλα, το 75% των καταναλωτών πραγματοποιεί αγορές μέσω διαδικτύου κάθε μήνα, ενώ η πλειονότητα δηλώνει αυξημένο αίσθημα ασφάλειας στις online συναλλαγές.

Κεντρικό στοιχείο της επένδυσης είναι η δημιουργία νέου, υπερσύγχρονου κέντρου logistics στο **Dobromierz**, έκτασης 200.000 τ.μ., εξοπλισμένου με 5.000 ρομπότ. Με αυτή την προσθήκη, η Amazon επεκτείνει το δίκτυό της στα 12 κέντρα στη χώρα.

Η εταιρεία στοχεύει επίσης στην ενίσχυση τοπικών επιχειρήσεων και τεχνολογιών, ενσωματώνοντας λύσεις όπως το σύστημα πληρωμών BLIK, δείχνοντας ξεκάθαρα ότι επενδύει μακροπρόθεσμα στην πολωνική αγορά.



Υπάρχει επάρκεια προϊόντων...

Η **Ένωση Σούπερ Μάρκετ Ελλάδας** διαβεβαιώνει ότι υπάρχει επάρκεια προϊόντων ενόψει Πάσχα, παρά τη διεθνή αβεβαιότητα. Τα μέλη της έχουν εξασφαλίσει επαρκή αποθέματα, ώστε οι καταναλωτές να καλύψουν τις ανάγκες τους. Παράλληλα, οι τιμές στα τυποποιημένα προϊόντα παραμένουν σταθερές. Ο κλάδος ενισχύει την εφοδιαστική αλυσίδα, παρακολουθεί στενά τις εξελίξεις και συνεργάζεται με αρμόδιους φορείς για τη διασφάλιση της αγοράς.

Η Meta λανσάρει νέο σύστημα AI για τη βελτιστοποίηση των άμεσων αγορών σε Instagram και Facebook

Η **Meta** ανακοίνωσε την εισαγωγή ενός προηγμένου συστήματος **τεχνητής νοημοσύνης** που μετασχηματίζει το ηλεκτρονικό εμπόριο μέσα στις πλατφόρμες της. Το νέο εργαλείο επιτρέπει στους χρήστες να πραγματοποιούν αγορές απευθείας εντός των εφαρμογών, χωρίς να χρειάζεται να μεταβαίνουν σε εξωτερικά καταστήματα.



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

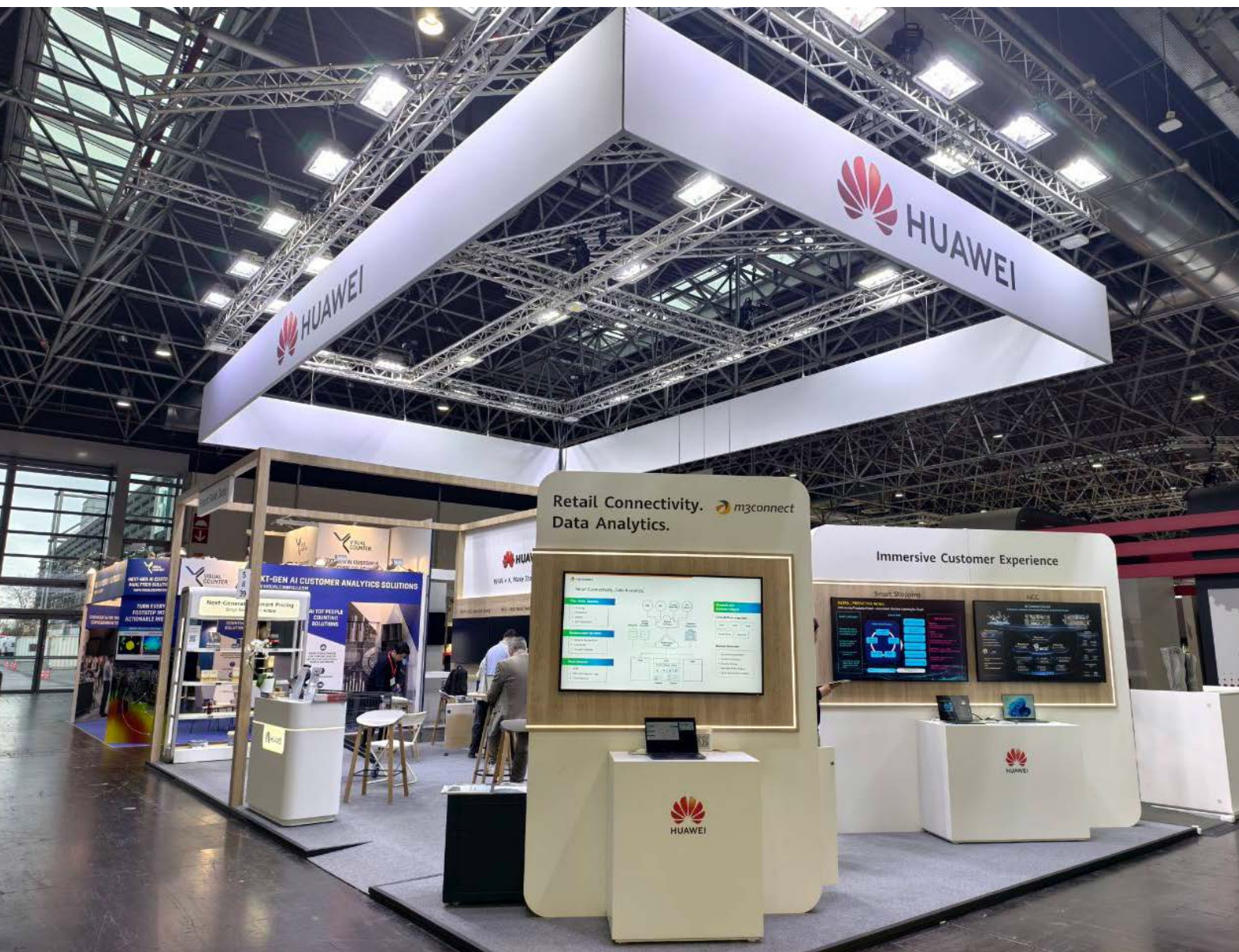
InfoCom.gr

InfoCom.gr

SmartEvents

InfoComWorld

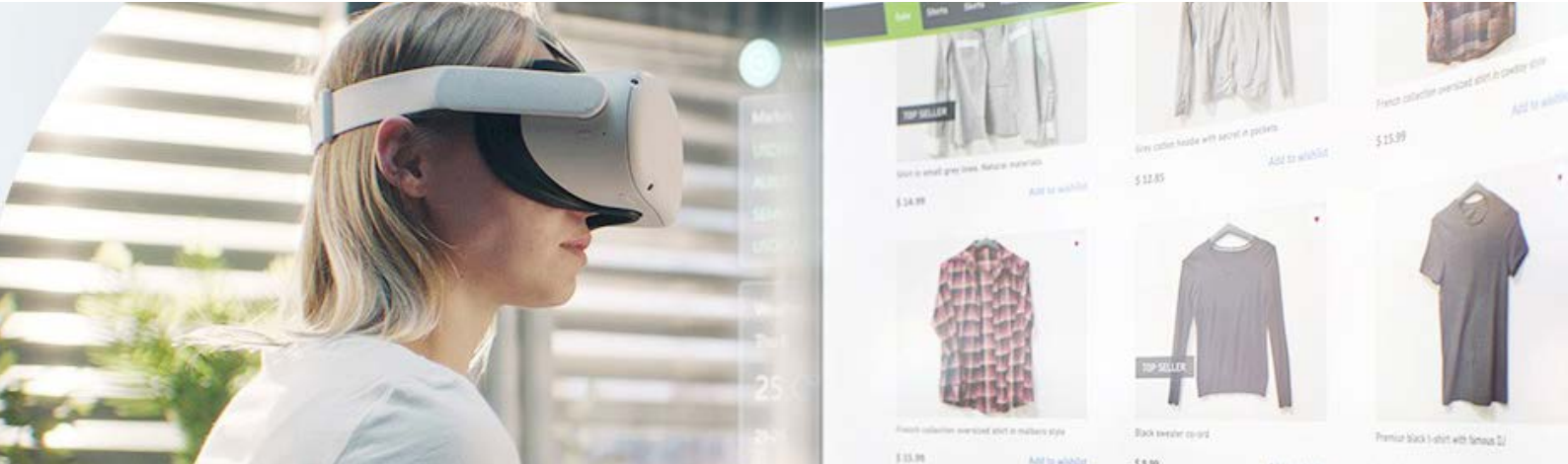




Η Huawei μετασχηματίζει τον κλάδο του λιανεμπορίου με σύγχρονες τεχνολογικές λύσεις

Η Huawei, παγκόσμιος πάροχος Τεχνολογιών Πληροφορικής και Επικοινωνιών (ΤΠΕ), επαναπροσδιορίζει το μέλλον του λιανεμπορίου επενδύοντας στρατηγικά σε καινοτόμες λύσεις που ενσωματώνουν την Τεχνητή Νοημοσύνη (AI) στον πυρήνα της λειτουργίας των επιχειρήσεων. Με κεντρικό άξονα τον ψηφιακό μετασχηματισμό του κλάδου, η εταιρεία παρουσίασε στα πλαίσια της διεθνούς έκθεσης EuroShor 2026 στο Ντίσελντορφ της Γερμανίας, τις λύσεις που μετατρέπουν τα καταστήματα σε έξυπνα hubs άμεσης εξυπηρέτησης, βελτιστοποιούν την εφοδιαστική αλυσίδα και αναβαθμίζουν την εμπειρία του καταναλωτή.

Σε μια περίοδο κομβικών αλλαγών για τον κλάδο, η Huawei επιβεβαιώνει τη δέσμευσή της να ηγηθεί του μετασχηματισμού του λιανεμπορίου, προσφέροντας λύσεις που μετατρέπουν τα φυσικά καταστήματα σε έξυπνα κέντρα άμεσης εξυπηρέτησης, όπου οι τεχνολογίες αυτοματισμού και διασυνδεδεμένων συσκευών βελτιστοποιούν τόσο τις λειτουργίες όσο και την εμπειρία του πελάτη. Παράλληλα, καθώς η εφοδιαστική αλυσίδα μεταβαίνει σε προβλεπτικό σχεδιασμό ζήτησης με αξιοποίηση προηγμένων εργαλείων ανάλυσης δεδομένων και Τεχνητής Νοημοσύνης, οι καταναλωτές αναζητούν ολοένα και πιο εξατομικευμένες και διαδραστικές εμπειρίες



που συνδυάζουν ομαλά το φυσικό με το ψηφιακό περιβάλλον.

Σε αυτό το δυναμικό πλαίσιο, η Huawei παρουσίασε ένα ολοκληρωμένο χαρτοφυλάκιο λύσεων που καλύπτουν τέσσερις βασικούς πυλώνες του σύγχρονου λιανεμπορίου:

- **Smart Store (Έξυπνο Κατάστημα)**

Ηλεκτρονικές ετικέτες ραφιών συνδεδεμένες μέσω εξειδικευμένων access points με τεχνολογία Bluetooth Low Energy 5.4 επιτρέπουν την κεντρική και σε πραγματικό χρόνο ενημέρωση τιμών και προσφορών, μειώνοντας το λειτουργικό κόστος. Παράλληλα, access points με τεχνολογία RFID και παθητικές ετικέτες καταγράφουν αυτόματα τις κινήσεις αποθεμάτων, ενισχύοντας την ακρίβεια και επιταχύνοντας τις διαδικασίες αναπλήρωσης. Μάλιστα, στο πλαίσιο του MWC Barcelona 2026, η Huawei, σε συνεργασία με τη SOLUM, παρουσίασε τη λύση **Shop-in-Shop (SiS) Smart Converged Network Solution**, με στόχο την επιτάχυνση της έξυπνης μετάβασης του λιανεμπορίου. Η λύση βασίζεται σε μια ενοποιημένη πλατφόρμα υποδομών για το retail, η οποία συνδυάζει την ψηφιακή υποδομή του καταστήματος με τις ηλεκτρονικές ετικέτες ραφιών (ESLs). Μέσα από αυτή την καινοτόμο προσέγγιση, διαμορφώνεται μια επεκτάσιμη και οικονομικά αποδοτική αρχιτεκτονική, που δίνει τη δυνατότητα στους retailers παγκοσμίως να αναπτύσσουν πιο απλοποιημένα, ευέλικτα και αποδοτικά δίκτυα καταστημάτων.

- **Cognitive Supply Chain (Γνωστική Εφοδιαστική Αλυσίδα)**

Εργαλεία πρόβλεψης ζήτησης βασισμένα σε AI υποστηρίζουν τον σχεδιασμό πωλήσεων

και παραγγελιών, επιτρέποντας προληπτικό προγραμματισμό, μείωση απωλειών και καλύτερη αξιοποίηση των διαθέσιμων πόρων.

- **Immersive Customer Experience (Ολιστική Εμπειρία Πελάτη)**

Πλατφόρμα virtual showroom που αξιοποιεί Τεχνητή Νοημοσύνη και επαυξημένη πραγματικότητα (AR) προσφέρει διαδραστική παρουσίαση προϊόντων και εξατομικευμένες συμβουλευτικές υπηρεσίες. Επιπλέον, contact centers με δυνατότητα βιντεοεπικοινωνίας μέσω AI ενισχύουν την ποιότητα και την ταχύτητα εξυπηρέτησης.

- **IP & IT Infrastructure**

Υψηλών επιδόσεων δικτυακές και αποθηκευτικές υποδομές διασφαλίζουν την ταχεία ανάπτυξη και την αξιόπιστη λειτουργία έξυπνων εφαρμογών, δημιουργώντας ένα σταθερό και ασφαλές τεχνολογικό περιβάλλον για τον ψηφιακό μετασχηματισμό.

Με αυτές τις πρωτοβουλίες, η Huawei αποδεικνύει έμπρακτα ότι δεν περιορίζεται απλώς στη δημιουργία τεχνολογικών λύσεων αλλά καθοδηγεί τον ψηφιακό μετασχηματισμό ολόκληρου του λιανεμπορίου, μετατρέποντας την καινοτομία σε στρατηγικό εργαλείο για επιχειρήσεις και καταναλωτές.

Μέσα από την ενσωμάτωση Τεχνητής Νοημοσύνης, αυτοματισμών και έξυπνων υποδομών, η εταιρεία θέτει τα πρότυπα για τα σύγχρονα καταστήματα, προσφέροντας αυξημένη λειτουργική αποδοτικότητα, μεγαλύτερη ακρίβεια δεδομένων και αναβαθμισμένη εμπειρία καταναλωτή για τη νέα εποχή του λιανεμπορίου.

Για περισσότερες πληροφορίες σχετικά με τις τεχνολογικές λύσεις της Huawei για το λιανεμπόριο επισκεφθείτε το:

<https://e.huawei.com/en/industries/retail> και

<https://e.huawei.com/en/news/2026/industries/manufacturing/smart-converged-network-solution>

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

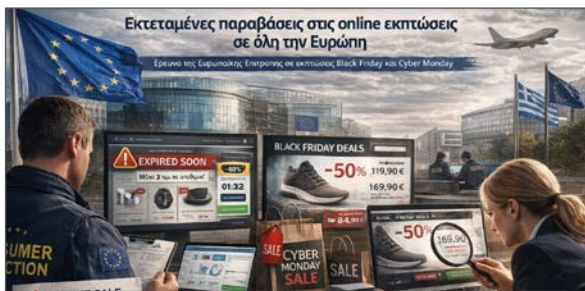
 BizNow.gr

 @BizNowgr

 BizNow.gr

 InfoComWorld





Εκτεταμένες παραβάσεις στις online εκπτώσεις σε όλη την Ευρώπη

Σοβαρές αποκλίσεις από τους κανόνες διαφάνειας στις διαδικτυακές εκπτώσεις των περιόδων **Black Friday** και **Cyber Monday** καταγράφει έρευνα της Κομισιόν, η οποία υλοποιήθηκε σε συνεργασία με τις εθνικές αρχές προστασίας καταναλωτή. Στην επιχείρηση συμμετείχε και η **Ελλάδα**, μαζί με την Αυστρία, το Βέλγιο, τη Βουλγαρία, την Κροατία, την Κύπρο, την Τσεχία, τη Δανία, την Εσθονία, τη Γαλλία, τη Γερμανία, την Ουγγαρία, την Ιρλανδία, την Ιταλία, τη Λετονία, τη Λιθουανία, το Λουξεμβούργο, τη Μάλτα, την Πορτογαλία, τη Ρουμανία, τη Σλοβενία, την Ισπανία και τη Σουηδία, καθώς και η Ισλανδία και η Νορβηγία. Από τους 314 online εμπόρους που ελέγχθηκαν, **το 30% διαπιστώθηκε ότι παρουσίαζε παραπλανητικές εκπτώσεις**, παραβιάζοντας τον κανόνα που επιβάλλει ως τιμή αναφοράς τη χαμηλότερη των τελευταίων 30 ημερών. Τα ευρήματα ανέδειξαν και άλλες προβληματικές πρακτικές: το 36% πρόσθετε προϊόντα στο καλάθι χωρίς σαφή συναίνεση, το 34% χρησιμοποιούσε ασαφείς συγκρίσεις τιμών, το 18% κατέφευγε σε τεχνικές πίεσης (όπως ψευδή μηνύματα έλλειψης προϊόντων), ενώ το 10% επέβαλλε επιπλέον χρεώσεις στο τελικό στάδιο της αγοράς.



Temu και Shein αντέχουν στους δασμούς με νέα στρατηγική

Παρά τους αυξημένους δασμούς των Ηνωμένες Πολιτείες, οι **Temu** και **Shein** διατηρούν ισχυρή παρουσία στο online εμπόριο, προσαρμόζοντας τα μοντέλα τους. Η Temu στρέφεται σε τοπικές αποθήκες και προμηθευτές, ενώ η Shein επεκτείνει την παραγωγή της σε τρίτες χώρες. Με ευέλικτες αλυσίδες εφοδιασμού και ανταγωνιστικές τιμές, οι δύο πλατφόρμες παραμένουν βασικοί παίκτες, παρά το αυξημένο κόστος.

Τη λύση Shopranos B2B eCommerce επιλέγει η ΦΟΥΡΝΑΡΑΚΗΣ Α.Ε.

Η **ΦΟΥΡΝΑΡΑΚΗΣ Α.Ε.** υιοθετεί την πλατφόρμα **Shopranos B2B eCommerce** της **ENTERSOFTONE**, ενισχύοντας το δίκτυό της με σύγχρονο ψηφιακό κανάλι πωλήσεων. Η λύση επιτρέπει παραγγελίες 24/7, αυτοματοποίηση διαδικασιών, άμεση ενημέρωση προϊόντων και καλύτερη διαχείριση, βελτιώνοντας παραγωγικότητα, ακρίβεια και εμπειρία συνεργατών.

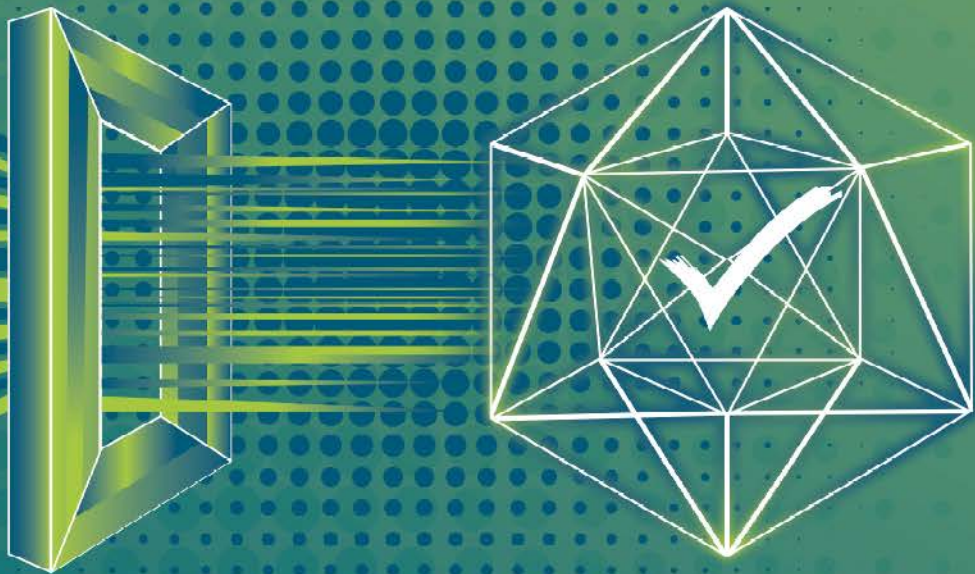




BEYOND COMPLIANCE:

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





Εκτοξεύονται οι online πωλήσεις στα σούπερ μάρκετ στην Ελλάδα

Με σαφώς ταχύτερους ρυθμούς σε σχέση με τα φυσικά καταστήματα κινούνται τα ηλεκτρονικά σούπερ μάρκετ στην Ελλάδα το α' δίμηνο του 2026. Οι μεγάλες αλυσίδες, όπως **Σκλαβενίτης**, **ΑΒ Βασιλόπουλος** και **Μασούτης**, ενισχύουν τη δραστηριότητά τους στο ψηφιακό κανάλι, ανταποκρινόμενες στη στροφή των καταναλωτών προς πιο άμεσες και ευέλικτες αγορές.

Σύμφωνα με στοιχεία της NielsenIQ, ο τζίρος των online πωλήσεων αυξήθηκε σημαντικά μέσα σε δύο χρόνια, φτάνοντας τα 58,2 εκατ. ευρώ το 2026, από 44 εκατ. ευρώ το 2024. Η αύξηση κατά 14,2 εκατ. ευρώ αποτυπώνει τη δυναμική του καναλιού, αν και επηρεάζεται εν μέρει και από εποχικούς παράγοντες, όπως η περίοδος της Καθαράς Δευτέρας.

Η ανάπτυξη των ηλεκτρονικών πωλήσεων αγγίζει το 22,1%, υπερδιπλάσια από το 10,1% των φυσικών καταστημάτων, δείχνοντας ξεκάθαρα τη μετατόπιση της αγοράς. Το μερίδιο των online αγορών αυξάνεται σταθερά, φτάνοντας το 3,4% το 2026 από 2,6% το 2022, γεγονός που επιβεβαιώνει τη στρατηγική σημασία του ψηφιακού καναλιού.

Ιδιαίτερα ισχυρή παρουσία εμφανίζει το online εμπόριο σε προϊόντα καθημερινής χρήσης, όπως βρεφικά είδη, απορρυπαντικά και είδη καθαρισμού. Κατηγορίες όπως το βρεφικό γάλα και η άμμος γάτας καταγράφουν έντονη ανάπτυξη.



Η OpenAI σχεδόν διπλασιάζει το προσωπικό της

Η **OpenAI** σχεδιάζει να αυξήσει το δυναμικό της από 4.500 σε περίπου 8.000 εργαζόμενους έως το τέλος του έτους. Επενδύει σε ανάπτυξη προϊόντων, έρευνα και πωλήσεις, ενισχύοντας την παρουσία της στο San Francisco. Στόχος η ενίσχυση της ανταγωνιστικότητας απέναντι σε Anthropic και Google.

“Μπάνισέ το στο Skrutz” : η νέα πασχαλινή καμπάνια του Skrutz με εργαλεία AI

Το **Skrutz**, το δημοφιλέστερο marketplace στην Ελλάδα, δημιουργεί τη νέα καμπάνια «Μπάνισέ το στο Skrutz!» για το Πάσχα η οποία εστιάζει στις εξατομικευμένες επιλογές δώρων με βάση τις ανάγκες και τα θέλω που έχει το κάθε βαφτιστήρι.

Ιδιαίτερο χαρακτηριστικό της καμπάνιας «Μπάνισέ το στο Skrutz!» είναι ότι πρόκειται για την πρώτη καμπάνια του Skrutz που περιλαμβάνει υλικά που έχουν σχεδιαστεί με εργαλεία AI από την ομάδα marketing του Skrutz.





Η Kaspersky κρούει τον κώδωνα του κινδύνου

Mια νέα διεθνής έρευνα της **Kaspersky** διαπίστωσε ότι η έλλειψη καταρτισμένου προσωπικού στην κυβερνοασφάλεια, καθώς και η ανάγκη των επιχειρήσεων να ιεραρχούν πολλαπλές εργασίες ασφαλείας, δυσχεραίνουν την αντιμετώπιση των κινδύνων που στοχεύουν στην εφοδιαστική αλυσίδα και στις σχέσεις εμπιστοσύνης. Και οι δύο παράγοντες αναφέρονται από σχεδόν τους μισούς (42%) συμμετέχοντες.

Η πρόσφατη έρευνα¹⁾ της Kaspersky σχετικά με τους κινδύνους στην εφοδιαστική αλυσίδα και τις επιθέσεις που βασίζονται σε σχέσεις εμπιστοσύνης έδειξε ότι οι

εφοδιαστικές αλυσίδες αποτελούν κορυφαίο στόχο για τους δράστες που στοχεύουν σε επιχειρήσεις, καθώς ένας στους τρεις οργανισμούς έχει δεχθεί τέτοιου είδους επίθεση κατά τον τελευταίο χρόνο. Η σοβαρότητα και η συχνότητα αυτών των επιθέσεων καθιστούν αναγκαία την κατανόηση των βασικών λόγων που εμποδίζουν την αποτελεσματική αντιμετώπισή τους.

Σύμφωνα με την έρευνα, ένα από τα βασικά εμπόδια για την εξάλειψη των κινδύνων στην εφοδιαστική αλυσίδα και στις σχέσεις εμπιστοσύνης είναι η έλλειψη εξειδικευμένου εργατικού δυναμικού. Η έλλειψη αυτή αφήνει τους οργανισμούς χωρίς την ικανότητα να έχουν συνεχή πρόσβαση και παρακολούθηση πιθανών ευπαθειών τρίτων σε ολόκληρο το δίκτυο συνεργατών τους. Η ανάγκη για επαγγελματίες ασφαλείας που μπορούν να αντιμετωπίσουν αποτελεσματικά τέτοιους κινδύνους είναι ιδιαίτερα υψηλή στο Βιετνάμ, τα Ηνωμένα Αραβικά Εμιράτα, το Μεξικό και την Ισπανία.

1. Για την έκθεση, το εσωτερικό κέντρο έρευνας αγοράς της Kaspersky ανέθεσε τη διεξαγωγή έρευνας σε 1.714 τεχνικούς ειδικούς, από στελέχη ανώτατης διοίκησης και αντιπροέδρους έως επικεφαλής ομάδων και ανώτερους ειδικούς από επιχειρήσεις με περισσότερους από 500 εργαζομένους. Η μελέτη κάλυψε 16 χώρες, μεταξύ των οποίων η Γερμανία, η Ισπανία, η Ιταλία, η Βραζιλία, το Μεξικό, η Κολομβία, η Σιγκαπούρη, το Βιετνάμ, η Κίνα, η Ινδία, η Ινδονησία, η Σαουδική Αραβία, η Τουρκία, η Αίγυπτος, τα Ηνωμένα Αραβικά Εμιράτα και η Ρωσία.

Μεταξύ άλλων βασικών εμποδίων, οι συμμετέχοντες ανέφεραν την ανάγκη διαχείρισης πολλαπλών προτεραιοτήτων κυβερνοασφάλειας, μια ανάγκη που είναι ιδιαίτερα έντονη για συμμετέχοντες στην έρευνα από την Ινδία, το Βιετνάμ, τη Σιγκαπούρη και την Αίγυπτο. Η συγκεκριμένη διαπίστωση αντανακλά το γεγονός ότι οι ομάδες κυβερνοασφάλειας είναι επιφορτισμένες με πάρα πολλές εργασίες ταυτόχρονα, κάτι που μπορεί να οδηγήσει σε ανεπαρκή αντιμετώπιση των κινδύνων στην εφοδιαστική αλυσίδα.

Το 39% ισχυρίζεται ότι οι συμβάσεις τους δεν περιλαμβάνουν σαφή καθήκοντα κυβερνοασφάλειας

Εκτός από τους περιορισμούς στους πόρους, οι συμμετέχοντες επισημαίνουν και δομικά ζητήματα: το 39% ισχυρίζεται ότι οι συμβάσεις τους δεν περιλαμβάνουν σαφή καθήκοντα κυβερνοασφάλειας για τους εξωτερικούς συνεργάτες, με τις ασάφειες στις συμβάσεις να παρατηρούνται ιδιαίτερα στο Βιετνάμ, την Τουρκία, την Ισπανία και το Μεξικό. Επιπλέον, το 32% αναφέρει ότι εργαζόμενοι εκτός της ομάδας κυβερνοασφάλειας δεν κατανοούν πλήρως τους συγκεκριμένους κινδύνους.

Σε παγκόσμιο επίπεδο, σύμφωνα με την έρευνα, το εντυπωσιακό ποσοστό του 85% των επιχειρήσεων παραδέχεται ότι χρειάζεται να αναβαθμίσει την προστασία του απέναντι στους κινδύνους που στοχεύουν στην εφοδιαστική αλυσίδα και βασίζονται στις σχέσεις εμπιστοσύνης, ενώ μόλις το 15% των επιχειρήσεων θεωρεί τα τρέχοντα μέτρα ασφαλείας αποτελεσματικά. Το επίπεδο εμπιστοσύνης υποχωρεί περαιτέρω σε μεγάλες οικονομίες όπως η Γερμανία (6%), η Τουρκία (7%), η Ιταλία (8%), η Βραζιλία (8%), η Ρωσία (8%) και η Σαουδική Αραβία (9%).

Αποσπασματικές πρακτικές

Παράλληλα, τα αποτελέσματα της έρευνας έδειξαν ότι οι τρέχουσες πρακτικές μετριασμού των κινδύνων από τρίτους είναι αποσπασματικές, καθώς καμία λύση προστασίας δεν ξεπερνά το 40% σε επίπεδο υιοθέτησης. Ακόμη και το πιο διαδεδομένο μέτρο προστασίας, ο έλεγχος δύο παραγόντων, χρησιμοποιείται μόνο από το 38% των συμμετεχόντων.

Επιπλέον, μόλις το 35% των οργανισμών πραγματοποιεί τακτικές αξιολογήσεις της κυβερνοασφάλειας των συνεργατών του. Ως αποτέλεσμα, σχεδόν τα δύο τρίτα των επιχειρήσεων



δεν διαθέτουν συνεχή εποπτεία των μεθόδων ασφαλείας που χρησιμοποιούν οι συνεργάτες τους, με αποτέλεσμα να παραμένουν εκτεθειμένες σε διαρκώς εξελισσόμενες ευπάθειες στο σύστημα των εργασιών τους.

Αξίζει να σημειωθεί ότι οι εταιρείες που έχουν ήδη υποστεί επιθέσεις στην εφοδιαστική αλυσίδα και στις σχέσεις εμπιστοσύνης τείνουν να υιοθετούν ισχυρότερες πρακτικές ασφαλείας. Όσες έχουν πληγεί από περιστατικά στην εφοδιαστική αλυσίδα είναι πιο πιθανό να ζητούν αποτελέσματα δοκιμών παραβίασης συστημάτων (56%), ενώ τα θύματα παραβιάσεων σχέσεων εμπιστοσύνης δίνουν προτεραιότητα σε ελέγχους συμμόρφωσης με τα βιομηχανικά πρότυπα (56%) και στις πολιτικές εφοδιαστικής αλυσίδας των εξωτερικών συνεργατών τους (53%).

«Όταν οι ομάδες ασφαλείας έχουν μεγάλο όγκο εργασίας, είναι υποστελεχωμένες και πρέπει να δίνουν προτεραιότητα σε επείγουσες υποχρεώσεις έναντι μακροπρόθεσμων στόχων ανθεκτικότητας, οι επιχειρήσεις παραμένουν εκτεθειμένες σε απειλές που μπορούν να κινούνται αθόρυβα μέσα από το περιβάλλον των παρόχων τους. Για να σπάσει αυτός ο κύκλος, ο κλάδος πρέπει να υιοθετήσει πιο ενιαίες και συνεπείς στρατηγικές μετριασμού. Αυτές μπορεί να είναι για παράδειγμα από τυποποιημένες αξιολογήσεις εξωτερικών συνεργατών έως ενίσχυση της εγρήγορσης των εργαζομένων σε όλα τα τμήματα. Η ασφάλεια της εφοδιαστικής αλυσίδας θα πρέπει να γίνει μια κοινή, δεσμευτική ευθύνη σε ολόκληρο το επιχειρηματικό δίκτυο», σχολιάζει ο Sergey Soldatov, Επικεφαλής του Security Operations Center στην Kaspersky.

Μόνο μέσω της εφαρμογής προληπτικών μέτρων σε ολόκληρο τον οργανισμό και της στρατηγικής προσέγγισης των συνεργασιών με προμηθευτές και εξωτερικούς συνεργάτες μπορούν οι εταιρείες να μειώσουν τους κινδύνους στην εφοδιαστική αλυσίδα και να διασφαλίσουν την ανθεκτικότητα της επιχείρησής τους.

Για τον μετριασμό τέτοιων κινδύνων, η Kaspersky συνιστά τα εξής:

- Αναθέστε τη διαχείριση της ασφαλείας σε εξωτερικές υπηρεσίες. Για οργανισμούς που δεν διαθέτουν επαρκείς πόρους κυβερνοασφάλειας, η καλύτερη λύση είναι η ανάθεση σε εξωτερικούς συνεργάτες. Χρησιμοποιήστε υπηρεσίες όπως το Kaspersky Managed Detection and Response (MDR) ή / και Incident Response, που καλύπτουν ολόκληρο τον κύκλο διαχείρισης περιστατικών - από την ανίχνευση των απειλών έως τη συνεχή προστασία και αποκατάσταση.
- Επενδύστε σε επιπλέον εκπαιδεύσεις κυβερνοασφάλειας. Ενισχύστε τις γνώσεις κυβερνοασφάλειας των εργαζομένων σας μέσω πρακτικά σχεδιασμένων, αυτοκαθοδηγούμενων ή

ζωντανών προγραμμάτων εκπαίδευσης Kaspersky Cybersecurity Training. Τα προγράμματα αυτά βοηθούν τους επαγγελματίες ασφαλείας να αναπτύξουν τις τεχνικές τους δεξιότητες και να προστατεύσουν τις εταιρείες από προηγμένες επιθέσεις.

- Αξιολογήστε ενδελεχώς τους προμηθευτές σας πριν προχωρήσετε σε συνεργασία. Ελέγξτε τις πολιτικές κυβερνοασφάλειάς τους, πληροφορίες για προηγούμενα περιστατικά και τη συμμόρφωσή τους με τα πρότυπα ασφαλείας του κλάδου. Για λογισμικό και υπηρεσίες cloud, συνιστάται επίσης η εξέταση δεδομένων ευπαθειών και αποτελεσμάτων δοκιμών διείσδυσης.
- Εφαρμόστε τις συμβατικές απαιτήσεις ασφαλείας. Οι συμβάσεις με προμηθευτές θα πρέπει να περιλαμβάνουν συγκεκριμένες απαιτήσεις ασφαλείας πληροφοριών, όπως τακτικούς ελέγχους ασφαλείας, συμμόρφωση με τις σχετικές πολιτικές του οργανισμού και πρωτόκολλα ειδοποίησης για περιστατικά παραβίασης.
- Συνεργαστείτε με τους προμηθευτές σας για θέματα ασφαλείας. Μπορείτε να ενισχύσετε την προστασία και από τις δύο πλευρές και να την θέσετε ως κοινή προτεραιότητα.

Περισσότερες συστάσεις, καθώς και άλλα ευρήματα σχετικά με τον μετριασμό των κινδύνων στην εφοδιαστική αλυσίδα, είναι διαθέσιμα [εδώ](#).



DIGITAL MARKETING



LinkedIn: Νέος αλγόριθμος ροής με AI για πιο στοχευμένο περιεχόμενο

Η LinkedIn αναβαθμίζει τον βασικό αλγόριθμο της ροής περιεχομένου με χρήση **LLMs** και **GPUs**, ώστε να κατανοεί δυναμικά τα ενδιαφέροντα των χρηστών. Το νέο σύστημα βελτιώνει τη συνάφεια των προτάσεων, συνδυάζοντας θεματολογία, συμπεριφορά και δραστηριότητα. Στόχος πιο χρήσιμο και προσωποποιημένο περιεχόμενο για επαγγελματίες.

Η Eurobank επέλεξε τη Knowcrunch

Η Eurobank εμπιστεύθηκε τη Knowcrunch για την ανάπτυξη ενός προσαρμοσμένου εκπαιδευτικού προγράμματος σε θέματα AI (τεχνητής νοημοσύνης) για τα marketing & communication στελέχη της.

Η συνεργασία αυτή αντικατοπτρίζει τη στρατηγική επένδυση της Eurobank στη συνεχή επαγγελματική ανάπτυξη του ανθρώπινου δυναμικού της, καθώς και την εμπιστοσύνη σε φορείς που διαθέτουν εξειδικευμένη τεχνογνωσία και πολυετή εμπειρία στην υλοποίηση εταιρικών εκπαιδεύσεων.



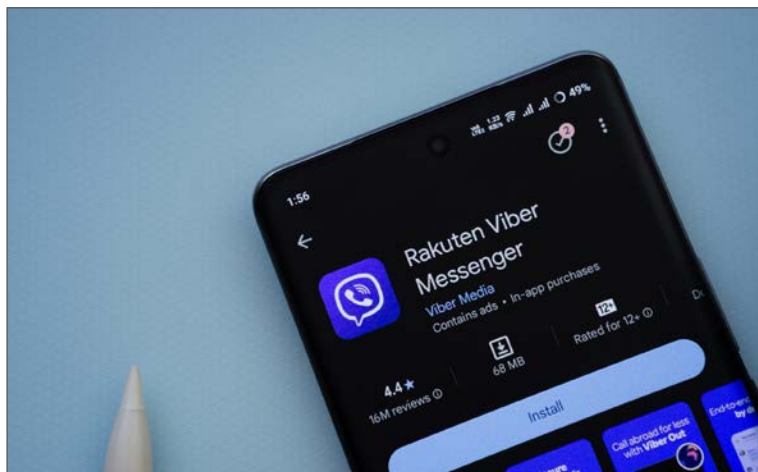
Rakuten Viber: Πάνω από 80% των ελληνικών επιχειρήσεων βλέπει το messaging ως μοχλό εσόδων

Το **messaging** εξελίσσεται σε κρίσιμο εργαλείο για τις επιχειρήσεις, σύμφωνα με μελέτη της **Omdia** για λογαριασμό της **Rakuten Viber**. Πάνω από το 80% των ελληνικών επιχειρήσεων θεωρεί ότι το messaging-based commerce θα συμβάλει σημαντικά στην αύξηση εσόδων τα επόμενα χρόνια.

Ωστόσο, η πολυδιάσπαση των καναλιών επικοινωνίας δημιουργεί προκλήσεις. Το 25% των επιχειρήσεων αναφέρει ασυνέπειες στην εμπειρία πελάτη, ενώ το 38% εντοπίζει χαμηλή απόδοση καμπανιών. Η ανάγκη για ενοποιημένες λύσεις γίνεται ολοένα πιο έντονη.

Στην πράξη, το messaging χρησιμοποιείται ήδη σε πολλαπλά στάδια της σχέσης με τον πελάτη: από ενημερώσεις συναλλαγών και προωθητικές ενέργειες έως εξυπηρέτηση και συλλογή feedback. Παράλληλα, η ενσωμάτωση με συστήματα CRM αναδεικνύεται σε βασικό ζητούμενο για το 34% των επιχειρήσεων.

Η εξατομίκευση μέσω τεχνητής νοημοσύνης και η ασφάλεια δεδομένων αποτελούν επίσης καθοριστικούς παράγοντες επιλογής πλατφόρμας. Τελικά, η τάση οδηγεί προς ενιαίες πλατφόρμες τύπου "super app", που απλοποιούν τη διαχείριση και ενισχύουν την αποτελεσματικότητα της επικοινωνίας.





Η Aboutnet επεκτείνεται στην Πάτρα με την απορρόφηση της Digital Advisors

Η **Aboutnet** ανακοινώνει την απορρόφηση της **Digital Advisors**, ενός καταξιωμένου digital agency με έδρα την **Πάτρα** και παρουσία 12 ετών στον χώρο του ψηφιακού μάρκετινγκ και των online υπηρεσιών.

Η στρατηγική κίνηση ενισχύει σημαντικά το αποτύπωμα της Aboutnet στη Δυτική Ελλάδα, διευρύνοντας το πελατολόγιο της και ενσωματώνοντας την εμπειρία και τεχνογνωσία της Digital Advisors σε ένα ενιαίο, ισχυρό σχήμα.

Η απορρόφηση σηματοδοτεί και μια νέα εποχή για την παρουσία της Aboutnet στην Αχαΐα, καθώς τα γραφεία της εταιρείας μεταφέρονται από το Αίγιο στην Πάτρα, ενισχύοντας την εγγύτητα με την τοπική επιχειρηματική κοινότητα και δημιουργώντας νέες προοπτικές ανάπτυξης και συνεργασιών.

Η κίνηση αυτή εντάσσεται στο ευρύτερο πλάνο ανάπτυξης της Aboutnet, το οποίο περιλαμβάνει στρατηγικές συνεργασίες, εξαγορές και ενίσχυση της παρουσίας της σε όλη την Ελλάδα, προσφέροντας ολοκληρωμένες υπηρεσίες digital marketing, web development και τεχνολογικών λύσεων αιχμής.

Με γνώμονα την καινοτομία και τη συνεχή εξέλιξη, η Aboutnet συνεχίζει να επενδύει σε ανθρώπινο δυναμικό, τεχνολογία και νέες αγορές, επιβεβαιώνοντας τη θέση της ως ένας από τους βασικούς πυλώνες του ψηφιακού μετασχηματισμού των ελληνικών επιχειρήσεων.



Νέο οικοσύστημα ψηφιακής ασφάλειας από τη Vodafone

Η **Vodafone** παρουσιάζει ένα ολοκληρωμένο οικοσύστημα ψηφιακής προστασίας για παιδιά, συνδυάζοντας εφαρμογές και υπηρεσίες όπως **Qustodio** και **Vodafone Secure Net Family**. Προσφέρει φιλτράρισμα περιεχομένου, έλεγχο χρόνου οθόνης και προστασία από απειλές, ενώ περιλαμβάνει ειδικές συσκευές και την εφαρμογή **Tozi** για ασφαλή online εμπειρία.

Ο όμιλος Softweb παρουσιάζει το NoeticAI Lab

Η **Softweb** εγκαινιάζει το **NoeticAI Lab**, μια νέα αυτόνομη μονάδα Τεχνητής Νοημοσύνης. Εστιάζει στην ανάπτυξη εμπορικών λύσεων AI, αξιοποιώντας τεχνογνωσία σε λογισμικό, στρατηγική και κυβερνοασφάλεια, ενισχύοντας τη θέση του σε έναν ταχέως αναπτυσσόμενο τεχνολογικό τομέα.



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

