

E-COMMERCE NEWS

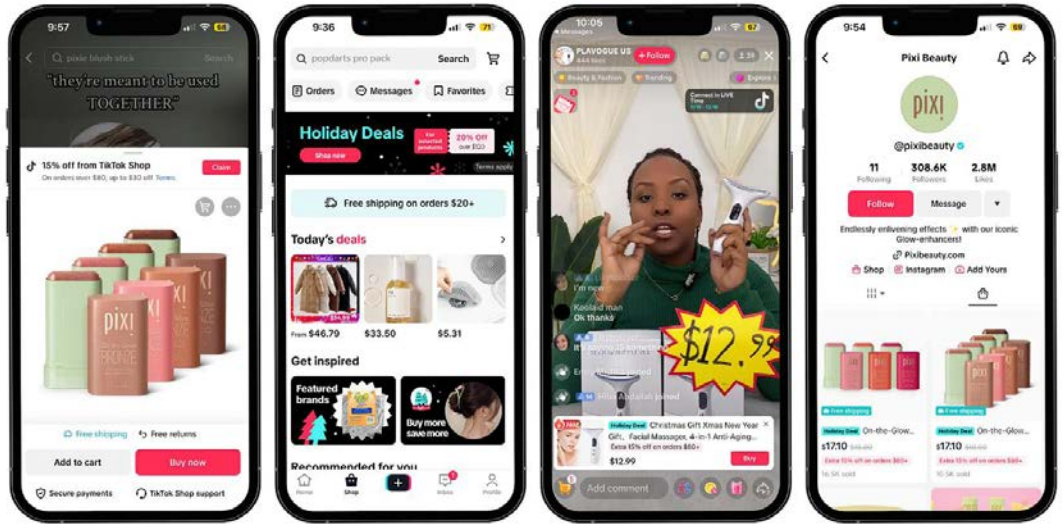
DIGITAL MEDIA • E-BUSINESS • RETAIL MARKET

Πέμπτη 23 / 4 / 2026

COMING SOON

Επέκταση TikTok Shop στην Ευρώπη

Το TikTok Shop σχεδιάζει είσοδο σε Πολωνία, Ολλανδία και Βέλγιο, με αγγελίες για ειδικές ομάδες και έτοιμες αλλά ανενεργές πλατφόρμες πωλητών.

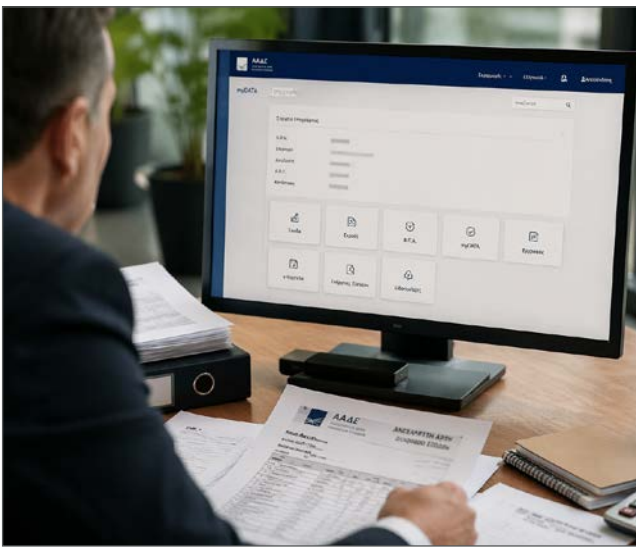


PRODUCT LINKS

SHOP PAGE

LIVE SHOPPING

SHOP TAB



Στο μικροσκόπιο της ΑΑΔΕ το ηλεκτρονικό εμπόριο - Πώς θα ελέγχονται τα e-shops

Η ΑΑΔΕ εντείνει τους ελέγχους στα e-shops και στις μικρές επιχειρήσεις με διασυννοριακή δράση, στοχεύοντας σε φοροδιαφυγή και απάτες ΦΠΑ. Δημιουργεί νέα υποδιεύθυνση στο ΚΕΦΟΔΕ Αττικής για παρακολούθηση δηλώσεων, διασταυρώσεις στοιχείων και επιβολή φόρων και προστίμων, ενισχύοντας τον έλεγχο ειδικών καθεστώτων και επιχειρήσεων σε όλη την αγορά συνολικά.

LAST MINUTE

01 Η Salesupply ανακοινώνει συνεργασία με BrandOn Group, μια πλατφόρμα για marketplaces και social commerce, προσφέροντας ολοκληρωμένη λύση διεθνούς επέκτασης σε brands.

02 Το γερμανικό online φωτογραφικό κατάστημα PosterXXL αξιολογήθηκε ως το καλύτερο στη Γερμανία, ξεπερνώντας Otto και Lascana, βάσει 753.000 κριτικών πελατών.

03 Εννέα στους 10 Γερμανούς online πωλητές δηλώνουν ότι η γραφειοκρατία αποτελεί μεγάλο βάρος ενώ οι κανόνες ασφάλειας προϊόντων και συσκευασίας δημιουργούν προβλήματα.

04 Η τιμή παραμένει βασικός παράγοντας για αγορές στην Πορτογαλία, με το 73% να προτιμά ανταγωνιστικές τιμές και το 71% εκπτώσεις και προσφορές.

05 Σε επένδυση \$10 δις. στην Ιαπωνία μεταξύ 2026 και 2029 για την επέκταση των υποδομών AI και την ενίσχυση της συνεργασίας με την κυβέρνηση της Σανάε Τακαίτσι στον τομέα της κυβερνοασφάλειας, προχωρά η Microsoft.



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:





efood Capital: Χρηματοδότηση για την ανάπτυξη στις συνεργαζόμενες επιχειρήσεις

Το efood λανσάρει το πρόγραμμα «efood Capital», μια νέα πρωτοβουλία χρηματοδότησης που στοχεύει στην ενίσχυση των συνεργαζόμενων επιχειρήσεων της πλατφόρμας σε όλη την Ελλάδα. Το πρόγραμμα απευθύνεται σε περισσότερα από **21.000 καταστήματα** που δραστηριοποιούνται σε περίπου **100 πόλεις**, προσφέροντάς τους άμεση πρόσβαση σε κεφάλαιο χωρίς πολύπλοκες και χρονοβόρες διαδικασίες. Η χρηματοδότηση μπορεί να χρησιμοποιηθεί για την κάλυψη αναγκών ανάπτυξης, όπως η επέκταση δραστηριοτήτων, η αναβάθμιση εξοπλισμού, οι ανακαινίσεις, το μάρκετινγκ ή η δημιουργία νέων σημείων πώλησης. Οι επιχειρήσεις αξιολογούνται βάσει της απόδοσής τους στην πλατφόρμα, ενώ το ύψος της χρηματοδότησης μπορεί να φτάσει **έως τις 30.000 ευρώ**, με δυνατότητα αποπληρωμής σε διάστημα έως 12 μηνών. Η διαδικασία είναι πλήρως ψηφιακή, με την έγκριση και εκταμίευση να ολοκληρώνονται εντός 48 ωρών. Το πρόγραμμα δεν περιλαμβάνει επιτόκιο, αλλά μια σταθερή αρχική αμοιβή, διασφαλίζοντας διαφάνεια στο συνολικό κόστος. Η αποπληρωμή πραγματοποιείται αυτόματα, ως ποσοστό των πωλήσεων μέσω της πλατφόρμας.

Σε συνεργασία με τη Finmid

Το «efood Capital» υλοποιείται σε συνεργασία με τη Finmid και έχει ήδη χρηματοδοτήσει 150 επιχειρήσεις με συνολικό ποσό κοντά στα 2 εκατ. ευρώ.



Τι αποκαλύπτει η έρευνα της Slead «Recode The Future» για το Digital Transformation στην εποχή του AI

Η έρευνα της Slead δείχνει ότι τα C-level στελέχη βλέπουν το AI ως μοχλό ανάπτυξης. Το 90% αναγνωρίζει την πολυπλοκότητα του marketing, ενώ αυξάνονται οι συνεργασίες και οι digital επενδύσεις. Παραμένει περιθώριο ωρίμανσης, καθώς λίγες επιχειρήσεις κατευθύνουν υψηλά budgets σε digital κανάλια, παρά την αναμενόμενη ανάπτυξη και ενίσχυση στρατηγικών.

Εξέγερση πωλητών στην Amazon

Εκατοντάδες πωλητές προχώρησαν σε μοιχοκότζ διαφημίσεων, αντιδρώντας σε νέες χρεώσεις και καθυστερήσεις πληρωμών. Οι αλλαγές πιέζουν τη ρευστότητα και μειώνουν τα περιθώρια κέρδους. Η ένταση αποκαλύπτει τη σύγκρουση μεταξύ πλατφόρμας και συνεργατών, ενώ εντείνονται και οι ανησυχίες για αυξανόμενη εξάρτηση των επιχειρήσεων από το οικοσύστημα της Amazon.





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.

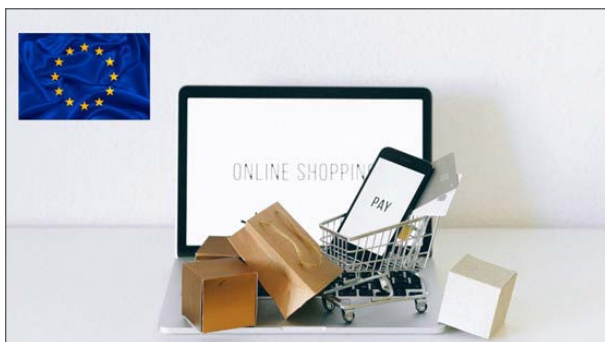


We Deliver Digital Success

WEB DESIGN | ESHOP DEVELOPMENT | DIGITAL MARKETING

● ΑΘΗΝΑ ● ΚΡΗΤΗ ● ΑΧΑΪΑ ● ΓΡΕΒΕΝΑ





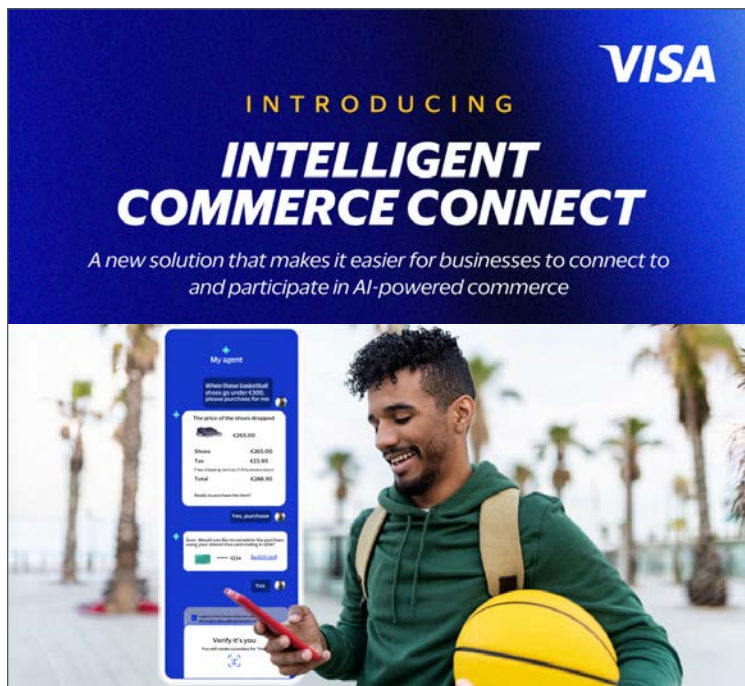
Τα marketplaces καλύπτουν το 61% του ηλεκτρονικού εμπορίου στην Ευρώπη

Το ηλεκτρονικό εμπόριο στην Ευρώπη κυριαρχείται από marketplaces, καθώς το 2025 έφτασαν το 61% του συνολικού GMV. Η τάση αυξάνεται σταθερά, με τους καταναλωτές να προτιμούν πλατφόρμες που προσφέρουν ποικιλία, ασφάλεια και εύκολες συγκρίσεις τιμών. Σε παγκόσμιο επίπεδο, το ποσοστό είναι ακόμη υψηλότερο. Η ανάπτυξη του διασυννοριακού εμπορίου ενισχύεται σημαντικά από αυτά τα οικοσυστήματα, οδηγώντας σε μεγαλύτερη συγκέντρωση ισχυρών πλατφορμών στο μέλλον της αγοράς online.

Vodafone Flex με έως 36 άτοκες δόσεις και δώρο την πρώτη δόση

Η **Vodafone** αναβαθμίζει την υπηρεσία **Vodafone Flex**, επεκτείνοντας τη δυνατότητα αποπληρωμής σε έως 36 άτοκες δόσεις, από 24, και δίνει δώρο την πρώτη δόση για κάθε αγορά που θα πραγματοποιηθεί μέσω Vodafone Flex έως τις 3/5.

Όσοι επισκεφθούν ένα κατάστημα Vodafone ή το Vodafone eShop μπορούν να επιλέξουν μέσα από μία ευρεία γκάμα συσκευών, όπως smartphones, tablets, wearables, αξεσουάρ, gaming και smart TVs από κορυφαίους κατασκευαστές.



Η Visa παρουσιάζει το Intelligent Commerce Connect και φέρνει το μέλλον των αγορών με AI agents

Η **Visa** παρουσίασε το **Intelligent Commerce Connect**, μια καινοτόμα λύση που επιτρέπει στις επιχειρήσεις να ενταχθούν πιο εύκολα στο νέο περιβάλλον εμπορίου που διαμορφώνεται από την Τεχνητή Νοημοσύνη. Η πλατφόρμα λειτουργεί ως «γέφυρα» προς το λεγόμενο agentic commerce, συνδέοντας δημιουργούς AI agents, εμπόρους και παρόχους υπηρεσιών, ανεξάρτητα από δίκτυα ή τεχνολογικές υποδομές. Καθώς οι καταναλωτές στρέφονται όλο και περισσότερο στη χρήση ψηφιακών assistants για τις αγορές τους, οι επιχειρήσεις χρειάζονται απλές και αξιόπιστες λύσεις για να συμμετέχουν σε αυτή τη νέα εποχή. Το Intelligent Commerce Connect, που αποτελεί μέρος του οικοσυστήματος Visa Intelligent Commerce, δίνει τη δυνατότητα για ασφαλείς πληρωμές, ταυτοποίηση, έλεγχο δαπανών και αξιοποίηση τεχνολογιών tokenization μέσω μιας ενιαίας διασύνδεσης. Η λύση ενσωματώνει APIs που επιτρέπουν στους AI agents να πραγματοποιούν αγορές όχι μόνο με κάρτες Visa αλλά και με άλλες κάρτες, ενισχύοντας την ευελιξία και τη διαλειτουργικότητα. Αυτό διευκολύνει σημαντικά την υιοθέτηση agentic πληρωμών από το σύνολο της αγοράς.

Η **Sevi Vassileva** Γενική Διευθύντρια της Visa για Ελλάδα, Κύπρο, Μάλτα και Ισραήλ, υπογράμμισε ότι η εμπιστοσύνη και η ασφάλεια αποτελούν θεμέλια για την ανάπτυξη του νέου αυτού μοντέλου εμπορίου, επισημαίνοντας πως η τεχνολογία πρέπει να λειτουργεί προς όφελος του καταναλωτή χωρίς να θυσιάζεται ο έλεγχος. Μεταξύ των βασικών πλεονεκτημάτων της λύσης είναι η συμβατότητα με πολλαπλά token vaults, η αποδοχή πληρωμών από agents μέσω διεθνών πρωτοκόλλων και η δυνατότητα προβολής προϊόντων σε AI πλατφόρμες.

HUAWEI **IdeaHub** Makes Ideas Possible



Smart choice for enterprise digital office



IdeaHub S2



HUAWEI IdeaHub B3

IdeaHub B3 supports a vast array of features, including 1080p HD cloud meeting, Bring Your Own Meeting (BYOM), Wi-Fi 6 for direct projection, and 16 ms writing latency – serving as the versatile conferencing and display endpoint for today's modern office.

All-in-One Design

- 4K soft light screen with optical anti-blue light and ultra-narrow frame
- One-tap switch between Android and Windows
- Easy-to-access front-panel NFC, Type-C, USB3.0, and power button
- Magnetic stylus pen with an anti-wear design for a comfortable grip





Skrouz

Αύξηση 23% στις παραγγελίες και 21% στον παραγόμενο τζίρο το φετινό Πάσχα

Περισσότερες από τις μισές παραγγελίες παραδόθηκαν σε **Skrouz Point** με τη **Skrouz Last Mile** να διεκπεραιώνει το 88% των παραγγελιών

Το **Skrouz**, το δημοφιλέστερο marketplace στην Ελλάδα, κατέγραψε την καταναλωτική κίνηση για την πασχαλινή περίοδο με τον συνολικό αριθμό των παραγγελιών να αυξάνεται **κατά 23%** σε σχέση με πέρυσι. Αυξητική η τάση και για τον παραγόμενο τζίρο αγγίζοντας το 21% συγκριτικά με την πασχαλινή περίοδο του 2025. Αναφορικά με τη μέση αξία παραγγελίας, αυτή διαμορφώθηκε στα €64, παραμένοντας σταθερή στα περσινά επίπεδα.

Οι καταναλωτές επέλεξαν το Skrouz για τα πασχαλινά τους δώρα, με τις Πασχαλινές λαμπάδες, τα Παιδικά sneakers τα Τουβλάκια, τα Επιτραπέζια παιχνίδια και τα Αθλητικά παπούτσια να αναδεικνύονται στις δημοφιλέστερες κατηγορίες σε επίπεδο πωλήσεων.

Καταναλωτικές συνήθειες

Και φέτος η πλειονότητα των καταναλωτών έκανε νωρίς τις πασχαλινές της αγορές με την δημοφιλέστερη ημέρα παραγγελιών να είναι η Τετάρτη 1η Απριλίου, έντεκα ημέρες δηλαδή πριν το Πάσχα, ακριβώς όπως και το προηγούμενο έτος. Διαφορετική η εικόνα για τους Plus χρήστες με τη Μεγάλη Δευτέρα να αποτελεί τη δημοφιλέστερη ημέρα χρήσης της υπηρεσίας Plus Priority για τις αγορές τους, 6 ημέρες δηλαδή πριν το Πάσχα επωφελούμενοι από την εγγύηση άμεσης παράδοσης. Επιπλέον, καταγράφηκε ξεκάθαρη προτίμηση στις on-the-go αγορές με περισσότερες από τις μισές παραγγελίες (53%) να ολοκληρώνονται

μέσω Skrutz App, με τον παραγόμενο τζίρο από αυτές να αγγίζει το 49% και τους app shoppers να αυξάνονται κατά 28%. Ιδιαίτερα σημαντικός παραμένει ο ρόλος των μελών του Skrutz Plus, οι οποίοι πραγματοποίησαν το 45% των συνολικών αγορών της περιόδου.

Το πρόγραμμα “Δόσεις για Όλους”

Το πρόγραμμα “Δόσεις για Όλους” διευκόλυνε για μια ακόμα χρονιά τους καταναλωτές να πραγματοποιήσουν τις αγορές τους, παρουσιάζοντας 100% αύξηση στον αριθμό των ανθρώπων που το χρησιμοποίησαν και 119% στον αριθμό των παραγγελιών. Αξίζει να σημειωθεί ότι η μέση αξία παραγγελίας αυτών που έκαναν χρήση του προγράμματος παρουσίασε σημαντική πτώση περίπου 40 ευρώ σε σχέση με πέρυσι και κυμάνθηκε στα 124 ευρώ κατά μέσο όρο. Την ίδια στιγμή οι ψηφιακές πληρωμές μέσω Apple Pay (+65%) και Google Pay (+63%) συνεχίζουν την ανοδική τους πορεία.

Ταχύτητα & αξιοπιστία παραδόσεων

Η προτίμηση των καταναλωτών στα **Skrutz Point** απογειώθηκε, καθώς περισσότερες από τις μισές παραγγελίες (54%) παραδόθηκαν σε lockers σε Ελλάδα και Κύπρο, σημειώνοντας εντυπωσιακή άνοδο 85% σε σχέση με το 2025.

Οι χρόνοι παράδοσης μειώθηκαν σημαντικά, με τους καταναλωτές να παραλαμβάνουν τις παραγγελίες τους μία ημέρα νωρίτερα σε σχέση με το 2025. Την ίδια στιγμή για τις παραγγελίες που διεκπεραιώθηκαν από την αποθήκη του Skrutz (Fulfilled by Skrutz) οι καταναλωτές χρειάστηκε να περιμένουν μόλις μιάμιση ημέρα έναντι περίπου δυόμιση ημερών πέρυσι. Μάλιστα, το 62% των αποστολών FBS πανελλαδικά παραδόθηκε την επόμενη ημέρα, με το ποσοστό αυτό να εκτοξεύεται στο 90% για την Αττική, αποτέλεσμα των σύγχρονων αυτοματοποιημένων συστημάτων της υπηρεσίας που προσφέρουν σημαντικό προβάδισμα ταχύτητας.



σε όλη την Ελλάδα

Καθοριστικό ρόλο σε αυτή την ταχύτητα έπαιξαν οι ιδιόκτητες υποδομές της εταιρείας, με την Skrutz Last Mile (SLM) να διεκπεραιώνει το 88% του συνολικού όγκου, σημειώνοντας αύξηση 87% σε σχέση με πέρυσι. Παράλληλα, η υπηρεσία FBS κατέγραψε εντυπωσιακό υπερδιπλασιασμό (+104%) εξυπηρετώντας το 12,4% των συνολικών παραγγελιών.

Η ακτινογραφία της περιφέρειας

Οι νομοί Αχαΐας, Κυκλάδων, Ηρακλείου, Εύβοιας και Μαγνησίας αποτέλεσαν τους δημοφιλέστερους προορισμούς των πασχαλινών παραγγελιών μετά την Αττική και τη Θεσσαλονίκη. Η μεγαλύτερη ωστόσο αύξηση στον όγκο των παραγγελιών σε σχέση με την προηγούμενη χρονιά καταγράφηκε στους νομούς Δράμας (+28%), Καρδίτσας (+27%), Πέλλας (+23%) και Κέρκυρας (+20%), γεγονός που επιβεβαιώνει την αυξανόμενη διείσδυση των online αγορών σε κάθε γωνιά της ελληνικής επικράτειας.

Ενισχύοντας την επιχειρηματικότητα

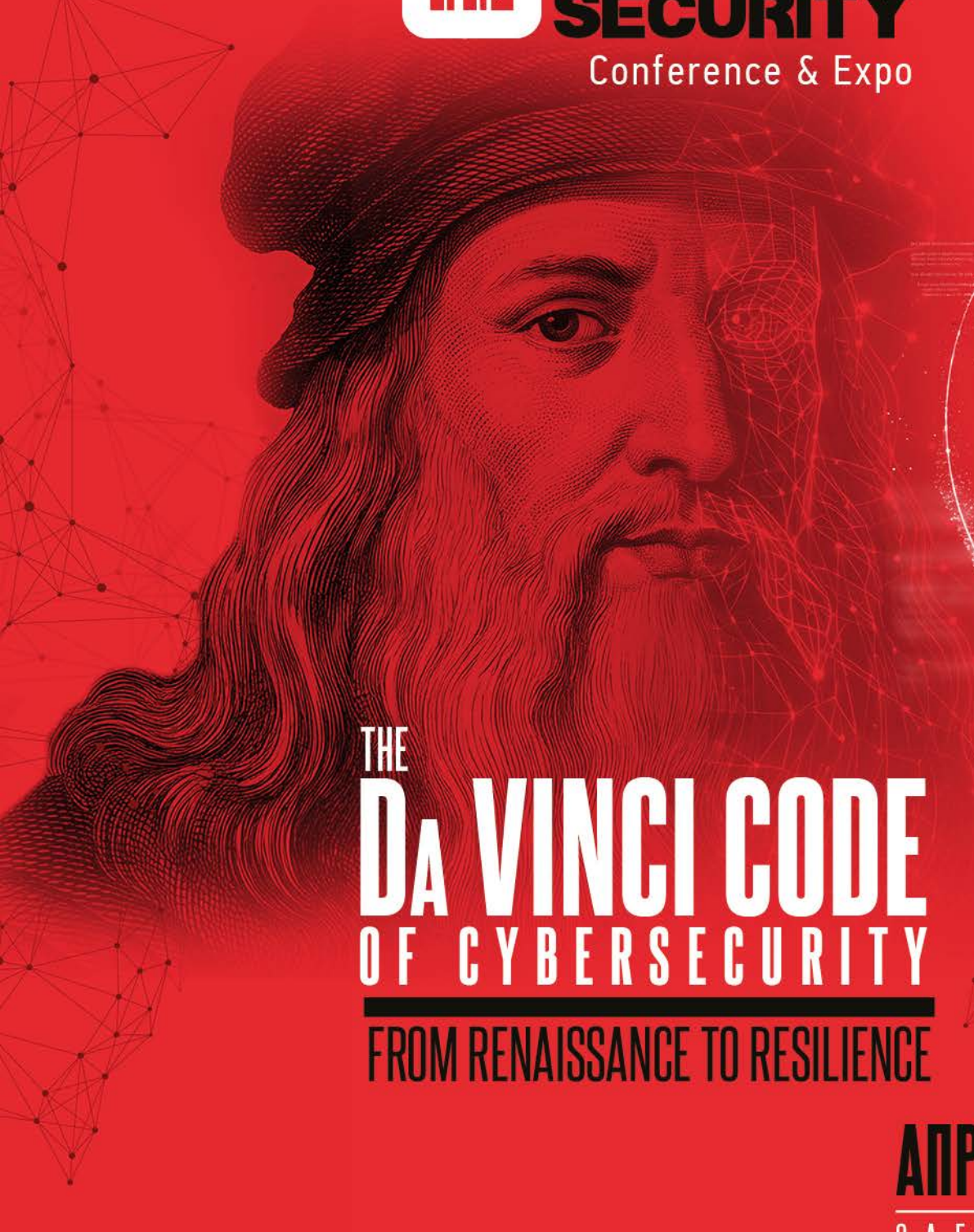
Το Skrutz λειτούργησε ως καταλύτης ανάπτυξης για χιλιάδες επιχειρήσεις σε όλη την επικράτεια, με τον τζίρο των επιχειρήσεων να αυξάνεται κατά μέσο όρο 23%. Οι έμποροι, μάλιστα, που αξιοποίησαν το FBS και τις δύο συνεχόμενες πασχαλινές περιόδους, είδαν τις παραγγελίες τους -που διεκπεραιώθηκαν μέσω της αποθήκης- να υπερδιπλασιάζονται (101,7%).

Η ενίσχυση των τοπικών αγορών αποτυπώνεται εξίσου, με το 35% των πασχαλινών παραγγελιών να εξυπηρετείται από καταστήματα της ηπειρωτικής και νησιωτικής Ελλάδας, πέρα από τα μεγάλα αστικά κέντρα της Αττικής και της Θεσσαλονίκης.



Τα στοιχεία προκύπτουν από την ανάλυση της αγοραστικής δραστηριότητας το διάστημα 30/03-13/04 σε σύγκριση με το διάστημα 7/04-21/04 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
Μόεπ 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 Zalando αναπτύσσεται δυναμικά στην ελληνική αγορά λανσάροντας το Partner Program



Η Zalando, ο κορυφαίος ευρωπαϊκός online προορισμός μόδας, έπειτα από την επιτυχημένη είσοδο της στην Ελλάδα το 2025, ανακοινώνει επίσημα το **Partner Program**. Η πρωτοβουλία αποτελεί ένα σημαντικό ορόσημο στην πορεία της προς την υλοποίηση του οράματός της, να γίνει ένας πανευρωπαϊκός online προορισμός μόδας. Μέσα από την ένταξη των τοπικών brands, η Zalando ενισχύει περαιτέρω την παρουσία της στην Ελλάδα, αυξάνοντας ταυτόχρονα την online ανταγωνιστικότητα της.

Το Partner Program αποτελεί αναπόσπαστο κομμάτι του επιχειρηματικού μοντέλου της Zalando, σχεδιασμένο να υποστηρίζει τους συνεργάτες στην επέκταση της ψηφιακής τους παρουσίας σε όλη την Ευρώπη. Βασική αρχή του προγράμματος είναι η **αυτονομία**, καθώς τα brands διατηρούν πλήρη έλεγχο στα προϊόντα που επιλέγουν να εντάξουν στη πλατφόρμα, το περιεχόμενο, αλλά και τις τιμές τους. Με αυτόν τον τρόπο, οι συνεργάτες μπορούν να διασφαλίζουν μια συνεπή στρατηγική τιμολόγησης σε όλα τα κανάλια πώλησης. Για την υποστήριξη των συνεργατών που εντάσσονται στο Partner Program, η Zalando λανσάρει επίσης το **Zalando Fulfillment Solutions (ZFS)**, το οποίο τους επιτρέπει να αξιοποιούν το εκτεταμένο ευρωπαϊκό δίκτυο logistics της εταιρείας. Η ενσωμάτωση του ZFS επιτρέπει την παράδοση προϊόντων από διαφορετικούς προμηθευτές σε μία ενιαία αποστολή, μειώνοντας έτσι το κόστος αποστολής και τον περιβαλλοντικό αντίκτυπο.

Ο **Daniel Roginski**, General Manager Κεντρικής και Ανατολικής Ευρώπης, δήλωσε σχετικά: «Είμαστε ενθουσιασμένοι που περνάμε στην επόμενη φάση της ανάπτυξής μας στην Ελλάδα. Πιστεύουμε στη δύναμη μιας συνδεδεμένης Ευρώπης και με το λανσάρισμα του Partner Program, δεν διευρύνουμε μόνο την εμβέλειά μας, αλλά επενδύουμε στο μέλλον της μόδας. Στόχος μας είναι να προσφέρουμε σε διεθνείς και τοπικούς συνεργάτες τα απαραίτητα εργαλεία για να αναπτυχθούν, ενώ παράλληλα να παρέχουμε στους καταναλωτές μια πλατφόρμα επιλογών που αντικατοπτρίζει το τοπικό στυλ».

Για τους καταναλωτές, το λανσάρισμα του Partner Program σημαίνει πρόσβαση σε μια ευρεία γκάμα προϊόντων που ξεπερνά τα 200.000 είδη. Στους διεθνείς συνεργάτες της Zalando συγκαταλέγονται, μεταξύ άλλων, οι Nike, Adidas και New Balance. Τα προϊόντα των συνεργατών εντάσσονται στην τεχνολογικά εξελιγμένη εμπειρία αγορών της Zalando, η οποία περιλαμβάνει το AI Assistant που παρέχει προσωποποιημένες συμβουλές στα ελληνικά, καθώς και το εργαλείο Trend Spotter που αναδεικνύει τις αναδυόμενες τοπικές και παγκόσμιες τάσεις.

Ινδία: Η επαρχία οδηγεί την έκρηξη του e-commerce

Η αγορά ηλεκτρονικού εμπορίου στην **Ινδία** αναπτύσσεται ραγδαία, με τις μικρές πόλεις να αποτελούν τον βασικό μοχλό. Κολοσσοί όπως η Amazon και η Walmart επενδύουν δυναμικά, ενώ η Flipkart κυριαρχεί στην αγορά. Η βελτίωση υποδομών, οι ψηφιακές πληρωμές και τα social media ενισχύουν τη ζήτηση, οδηγώντας τον κλάδο προς τα 250 δισ. δολάρια έως το 2030.

Η Euronet επεκτείνει τις omnichannel λύσεις πληρωμών της μέσω της στρατηγικής εξαγοράς της PaynoPain

Η **Euronet Worldwide** ανακοίνωσε την εξαγορά της ισπανικής fintech **PaynoPain**, ενισχύοντας την παρουσία της σε Ισπανία και Πορτογαλία και διευρύνοντας τις omnichannel λύσεις πληρωμών της. Η συμφωνία ενισχύει το merchant acquiring, τις online πληρωμές και την πλατφόρμα Rep, ενώ στην Ελλάδα επιταχύνει την αναβάθμιση του e-pay e-commerce και την ενοποίηση φυσικών, ψηφιακών και mobile καναλιών πληρωμών.

Νέα εποχή φαρμακείων και ηλεκτρονικό εμπόριο

Η **Golden Age Capital** επενδύει στη **Dr. Pharmacy**, ενώ η **WeRealize** αποκτά το **ToFarmakeioMou**. Η **AVE** και η **Fourlis Group** με Holland & Barrett ενισχύουν το e-commerce, οδηγώντας συγκέντρωση και ανάπτυξη στην ψηφιακή φαρμακευτική αγορά.



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 SA.

SmartEvents

SmartPress

InfoCom.gr

InfoCom.gr

SmartEvents

InfoComWorld





Παρακολουθήστε ξανά το

IKEA LIVE SHOPPING EVENT

και ανακαλύψτε ιδέες και λύσεις για την κουζίνα σας.

Βρείτε το, στο IKEA.gr.

Έμπνευση και λύσεις κουζίνας στο IKEA Live Shopping Event

Η IKEA παρουσίασε το πρώτο φετινό με επίκεντρο την κουζίνα, με τον **Αργύρη Αγγέλου** και την **Ειρήνη Παγώνα**. Μέσα από πρακτικές ιδέες, αναδείχθηκαν λύσεις για όλα τα στάδια μαγειρικής, από προετοιμασία έως αποθήκευση. Οι θεατές του **Live Shopping Event** συμμετείχαν μέσω live chat, ενώ είχαν δυνατότητα άμεσων αγορών με έκπτωση 20%, ενισχύοντας την εμπειρία και την αλληλεπίδραση.



Ποιοι τρέχουν το last mile;

Η αγορά ταχυμεταφορών στην Ελλάδα αναπτύσσεται σταθερά, κυρίως λόγω της ανόδου του ηλεκτρονικού εμπορίου, που αυξάνει τις μικρές, συχνές και γρήγορες παραδόσεις. Παρότι δραστηριοποιούνται πάνω από 700 εταιρείες, **περίπου το 65% των ταχυδρομικών αντικειμένων διακινείται από μόλις έξι επιχειρήσεις**, γεγονός που δείχνει ταυτόχρονα συγκέντρωση και κατακερματισμό. Στην κορυφή βρίσκεται η **ACS Courier**, με κύκλο εργασιών 157,9 εκατ. ευρώ το 2024 και καθαρά κέρδη 16,48 εκατ., ενισχυμένα από επενδύσεις σε αυτοματοποίηση και υποδομές. Τα **ΕΛΤΑ** εμφανίζουν σημάδια ανάκαμψης, με έσοδα 249,05 εκατ. ευρώ και αισθητή μείωση ζημιών, ενώ οι ταχυμεταφορές τους ενισχύθηκαν κατά 10%. Η **Γενική Ταχυδρομική** διατηρεί ισχυρή παρουσία, παρά τη μείωση εσόδων, ενώ η **Speedex** αντιμετωπίζει πιέσεις από το αυξημένο κόστος. Μικρότερες εταιρείες, όπως η **Courier Center** και η **Easy Mail**, ενισχύονται μέσω ανάπτυξης, επενδύσεων και εξαγορών. Παράλληλα, διεθνείς όμιλοι όπως **DHL**, **UPS** και **FedEx** δραστηριοποιούνται στις διεθνείς αποστολές. Συνολικά, ο κλάδος έφτασε τα 607 εκατ. ευρώ σε τζίρο και τα 134 εκατ. διακινούμενα αντικείμενα, με το last mile να αποτελεί το βασικό πεδίο ανταγωνισμού.

Ελβετία: Η «παγίδα» των φθηνών αγορών από Temu



Στην **Ελβετία**, οι αγορές από πλατφόρμες όπως η Temu αποκαλύπτουν μια κρυφή παγίδα: Το κόστος ανακύκλωσης δεν πληρώνεται από τους πωλητές αλλά μετακυλιέται σε επιχειρήσεις και καταναλωτές. Πάνω από

100 εταιρείες αποφεύγουν τα τέλη, δημιουργώντας αθέμιτο ανταγωνισμό. Το κράτος εξετάζει νομοθετικές παρεμβάσεις, όμως τα νομικά κενά στις διεθνείς πλατφόρμες δυσκολεύουν την αποτελεσματική εφαρμογή μέτρων.

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
210.5231555 smart@smartpress.gr

 InfoCom.gr

 SmartPress S.A.

 @SmartEventsGR

 SmartPress

 InfoCom.gr

 @InfoComNews

 SmartEvents

 BizNow.gr

 @BizNowgr

 BizNow.gr

 InfoComWorld



COSMOS



Στρατηγική συνεργασία της Cosmos Sport με την Ελληνική Ομοσπονδία Ηλεκτρονικού Αθλητισμού

Ο Όμιλος στηρίζει τον σύγχρονο Αθλητισμό, συμβάλλει στην καλλιέργεια ενός ανοιχτού και ισότιμου περιβάλλοντος όπου το ευ αγωνίζεσθαι γίνεται πράξη

Η Cosmos Sport ανακοινώνει την έναρξη της συνεργασίας της με την **Ελληνική Ομοσπονδία Ηλεκτρονικού Αθλητισμού (ΕΟΗΑ)**, τον επίσημο και αποκλειστικό φορέα για τη διοργάνωση και ανάπτυξη των esports στην Ελλάδα. Στόχος της συνεργασίας είναι, η ανάδειξη της αξίας του ευ αγωνίζεσθαι, της ισότητας και της συμπερίληψης στην ψηφιακή εποχή, προβάλλοντας τα e-sports ως ένα περιβάλλον ανοιχτό σε όλους, όπου κάθε άτομο έχει τη δυνατότητα να συμμετέχει, να εξελίσσεται και να ανταγωνίζεται επί ίσοις όροις, ανεξαρτήτως φύλου, ηλικίας ή υπόβαθρου. Η **Cosmos Sport** πρωτοπορεί, ενισχύοντας τον θεσμό και στηρίζοντας δυναμικά την ψηφιακή αθλητική κοινότητα, μέσα από δράσεις που προάγουν έναν σύγχρονο και ενεργό τρόπο ζωής. Η πρωτοβουλία δεν περιορίζεται μόνο στην ενίσχυση του awareness γύρω από τα esports, αλλά συμβάλλει ενεργά στη διαμόρφωση μιας πιο ισορροπημένης gaming κουλτούρας. Μέσα από στοχευμένες δράσεις και περιεχόμενο, αναδεικνύεται ο τρόπος με τον οποίο το **gaming** μπορεί να συνδυαστεί με έναν ενεργό και

υγιή τρόπο ζωής, ενθαρρύνοντας το κοινό να εντάξει τη φυσική δραστηριότητα στην καθημερινότητά του. Η Ελληνική Ομοσπονδία Ηλεκτρονικού Αθλητισμού ιδρύθηκε το 2021 και αποτελεί τον επίσημο αναγνωρισμένο φορέα από το Υπουργείο Παιδείας, Θρησκευμάτων & Αθλητισμού για τα ηλεκτρονικά αθλήματα (esports) στην Ελλάδα. Η ΕΟΗΑ αναπτύσσει εκπαιδευτικές και κοινωνικές δράσεις, αναδεικνύοντας τα esports ως ένα δυναμικό πεδίο καλλιέργειας ψηφιακών δεξιοτήτων, στρατηγικής σκέψης και ψηφιακού γραμματισμού, με στόχο την ανάδειξη του ταλέντου των αθλητών και τη δημιουργία ενός ανοιχτού και προσβάσιμου περιβάλλοντος για όλους όσοι ασχολούνται ή επιθυμούν να ασχοληθούν με τα ηλεκτρονικά αθλήματα. Το 2025, η ΕΟΗΑ εντάχθηκε ως επίσημο μέλος στην Παγκόσμια Ομοσπονδία Ηλεκτρονικού Αθλητισμού (Global Esports Federation), ενισχύοντας τη διεθνή παρουσία της χώρας και δημιουργώντας νέες προοπτικές για τους Έλληνες αθλητές να συμμετέχουν και να διακρίνονται σε διοργανώσεις του εξωτερικού.



Ο **Δημήτρης Νταλές**, Omnichannel Marketing Manager της Cosmos Sport, δήλωσε σχετικά:

«Κάθε δράση που μπορεί να συμβάλλει στην εξέλιξη του Αθλητισμού παρουσιάζει ιδιαίτερο ενδιαφέρον για την Cosmos Sport και η συνεργασία μας με την Ελληνική Ομοσπονδία Ηλεκτρονικού Αθλητισμού αποτελεί μια ακόμη τέτοια εξαιρετική ευκαιρία για εμάς. Αναγνωρίζοντας τον σύγχρονο τρόπο διάδρασης, θελήσαμε να στηρίξουμε έμπρακτα και τον ηλεκτρονικό αθλητισμό στην χώρα μας. Κάθε μας βήμα είναι ένα ακόμη βήμα στη διαμόρφωση ενός ασφαλούς και ανοιχτού για όλους περιβάλλοντος, χωρίς διακρίσεις, όπου ο υγιής ανταγωνισμός έχει αξία και ο καθένας βρίσκει το χώρο να εξελίσσεται και να αναπτύσσει τις δεξιότητές του.»

Ο Πρόεδρος της Ελληνικής Ομοσπονδίας Ηλεκτρονικού Αθλητισμού, **Βαγγέλης Καστανιάς**, αναφέρει: «Η συνεργασία μας με την Cosmos Sport βασίζεται στις κοινές μας αρχές. Την ισότητα, τη συμμετοχή και τη συμπερίληψη, αρχές που βρίσκονται στον πυρήνα τόσο του αθλητισμού όσο και των esports. Άλλωστε, ο Αθλητισμός έχει τη δύναμη να ενώνει και να φέρνει τους ανθρώπους πιο κοντά. Με τη συνεργασία αυτή, η ομάδα των esports μεγαλώνει, δημιουργώντας περισσότερες ευκαιρίες για τη νέα γενιά να συμμετέχει, να εξελίσσεται και να βρίσκει τη θέση της σε ένα πλήρως εξισορροπημένο αγωνιστικό πεδίο.»

Το πρώτο Esports Summit 2026

Στο πλαίσιο αυτής της συνεργασίας, η Cosmos Sport, στηρίζει τη διεξαγωγή του πρώτου **Esports Summit 2026**, το οποίο θα πραγματοποιηθεί στις 24 και 25 Απριλίου, στο Experience Park, στο Ελληνικό. Πρόκειται για τη μεγαλύτερη γιορτή του ηλεκτρονικού αθλητισμού, που θα λάβει χώρα σε συνεργασία με το Δήμο Ελληνικού - Αργυρούπολης και την ΕΟΗΑ, ενώ τελεί υπό την αιγίδα του Υπουργείου Παιδείας, Θρησκευμάτων και Αθλητισμού, του Υπουργείου Ψηφιακής Διακυβέρνησης, της Περιφέρειας Αττικής και της Παγκόσμιας Ομοσπονδίας Ηλεκτρονικού Αθλητισμού (Global Esports Federation). Το Esports Summit θα φιλοξενήσει διακεκριμένους ομιλητές, μαθητές και εκπροσώπους αθλητικών, εκπαιδευτικών και θεσμικών φορέων από όλη τη χώρα.

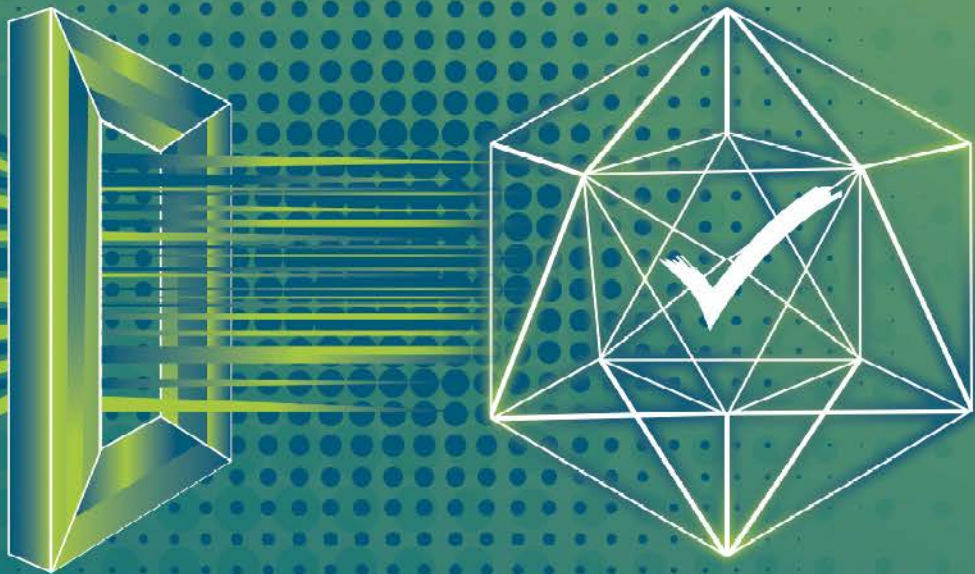
Η συνεργασία της Cosmos Sport και της ΕΟΗΑ σηματοδοτεί μια νέα εποχή για τον ηλεκτρονικό Αθλητισμό, όπου οι σύγχρονοι αθλητές αναδεικνύονται σε πρότυπα και φορείς αξιών. Μέσα από αυτή τη σύμπραξη, καλλιεργείται η ισορροπία μεταξύ παιχνιδιού, καθημερινότητας και υποχρεώσεων, συμβάλλοντας στη διαμόρφωση μιας υγιούς σχέσης με το gaming για τη νέα γενιά, δημιουργώντας έναν κόσμο καλύτερο.



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





Οι Έλληνες γίνονται «στρατηγικοί καταναλωτές»
στην προσωπική φροντίδα

1 στους 4 προγραμματίζει τις αγορές ομορφιάς και ευεξίας

- Σύμφωνα με νέα έρευνα της **Revolut**, οι Έλληνες σε ποσοστό 13% είναι διατεθειμένοι να κάνουν θυσίες ή να υπερβούν τον προϋπολογισμό τους προκειμένου να διατηρήσουν τις συνήθειες προσωπικής τους φροντίδας.
- Η εποχή του «στρατηγικού καταναλωτή»: το 25% των καταναλωτών σχεδιάζει ενεργά και αποταμιεύει για αγορές προσωπικής φροντίδας, ενώ το 33% αναζητά **εξατομικευμένες προσφορές και εκπτώσεις**
- Η εμπιστοσύνη υπερισχύει της φήμης: οι φίλοι και η οικογένεια επηρεάζουν τις επιλογές ομορφιάς του 31% των Ελλήνων καταναλωτών, ενώ μόλις το 2% επηρεάζεται από celebrities

Οι Έλληνες καταναλωτές γίνονται όλο και πιο προσεκτικοί και προσεγγίζουν πιο στρατηγικά τον τρόπο που δαπανούν τα χρήματά τους σε προϊόντα ομορφιάς και ευεξίας. Νέα έρευνα της **Revolut**, η οποία πραγματοποιήθηκε από την **Dynata**, αναδεικνύει μια στροφή στον τρόπο διαχείρισης του «προϋπολογισμού προσωπικής φροντίδας», με τους καταναλωτές να επιλέγουν μια πιο μεθοδική προσέγγιση για τις αγορές τους.

Οι δαπάνες για προσωπική φροντίδα σχεδιάζονται πιο στρατηγικά

Απέχοντας πλέον από τις παρορμητικές αγορές, οι Έλληνες καταναλωτές γίνονται όλο και πιο

συνειδητοποιημένοι όσον αφορά τις συνήθειες προσωπικής φροντίδας.

Η μελέτη δείχνει ότι το **25%** των Ελλήνων προγραμματίζει ενεργά και αποταμιεύει χρήματα για αγορές ομορφιάς και ευεξίας, αναδεικνύοντας ότι η προσωπική φροντίδα αποτελεί πλέον έναν τομέα δαπανών που διαχειρίζονται με προσοχή.

Ταυτόχρονα, το **20%** των ερωτηθέντων δηλώνει ότι είναι πιο πιθανό να ξοδέψει χρήματα για την προσωπική του φροντίδα όταν υπάρχουν προσφορές ή εκπτώσεις, αποδεικνύοντας ότι η αναζήτηση της βέλτιστης σχέσης ποιότητας-τιμής παραμένει καθοριστικός παράγοντας στις επιλογές των καταναλωτών.

Επένδυση στην ευεξία παρά τις οικονομικές πιέσεις

Η έρευνα αναδεικνύει επίσης τη σημασία που δίνουν οι καταναλωτές στις συνήθειες προσωπικής φροντίδας, παρά τις ευρύτερες οικονομικές προκλήσεις.

- Το **10%** των Ελλήνων δηλώνει ότι κάνει θυσίες σε άλλους τομείς προκειμένου να καλύψει τις ανάγκες προσωπικής φροντίδας.
- Το **3%** παραδέχεται ότι υπερβαίνει τον προγραμματισμένο προϋπολογισμό του προκειμένου να μην διακόψει τις εν λόγω συνήθειες.

Η πτώση της επιρροής των celebrities

Όσον αφορά στις επιλογές ομορφιάς και ευεξίας, οι συστάσεις από celebrities φαίνεται να χάνουν τη δυναμική τους, καθώς παρατηρείται περιορισμένη επίδραση στους Έλληνες καταναλωτές. Αντίθετα, η εμπιστοσύνη και η αυθεντικότητα αναδεικνύονται σε πολύ πιο καθοριστικούς παράγοντες:

- Το **31%** των ερωτηθέντων επηρεάζεται από το οικογενειακό και φιλικό περιβάλλον.
- Το **17%** βασίζεται σε συμβουλές από επαγγελματίες, όπως δερματολόγους και ειδικούς ομορφιάς.
- Το **7%** επηρεάζεται από δημιουργούς περιεχομένου (creators) στα social media.
- Μόλις το **2%** δηλώνει ότι οι celebrities επηρεάζουν τις επιλογές του.

Αναζήτηση έξυπνων εργαλείων για τη διαχείριση του lifestyle

Καθώς οι Έλληνες παίρνουν όλο και πιο συνειδητές αποφάσεις σε σχέση με τα χρήματα που θα αφιερώσουν στην προσωπική τους φροντίδα, στρέφονται σε χρηματοοικονομικά εργαλεία για την αποτελεσματικότερη διαχείριση των αγορών τους. Σε ερώτηση σχετική με τις λειτουργίες που θα τους ενθάρρυναν να ξοδέψουν περισσότερα χρήματα σε προϊόντα ομορφιάς και ευεξίας:

- Το **33%** επέλεξε τις εξατομικευμένες προσφορές και εκπτώσεις.
- Το **31%** ανέφερε τα προγράμματα επιβράβευσης (loyalty).
- Το **25%** εστίασε στη δυνατότητα πληρωμής σε άτοκες δόσεις.
- Το **9%** δήλωσε ότι θα εκτιμούσε μια ειδική λειτουργία αποταμίευσης για αγορές προσωπικής φροντίδας.

«Τα ευρήματα καταδεικνύουν ότι οι Έλληνες καταναλωτές αντιμετωπίζουν τις αγορές ομορφιάς και ευεξίας με μεγαλύτερο προγραμματισμό και σκέψη», δηλώνει ο Ignacio Zunzunegui, Επικεφαλής Ανάπτυξης της Revolut για τη Νότια Ευρώπη και τη Λατινική Αμερική. Όπως επισημαίνει: «Παρατηρούμε αυξανόμενη ζήτηση για εργαλεία που βοηθούν στη διαχείριση των δαπανών που σχετίζονται με το

lifestyle - είτε αυτό αφορά την αποταμίευση, την πρόσβαση σε προνόμια μέσω των αγορών ή την στενή παρακολούθηση των εξόδων. Η χρηματοοικονομική τεχνολογία βοηθά τους καταναλωτές να διατηρούν τις αγαπημένες τους συνήθειες, διατηρώντας ταυτόχρονα τον έλεγχο των οικονομικών τους.»

Το «έξυπνο» toolkit ομορφιάς της Revolut

Θέλοντας να διευκολύνει τους Έλληνες καταναλωτές να ακολουθήσουν αυτή την τάση, η Revolut προσφέρει εργαλεία σχεδιασμένα για τον «στρατηγικό καταναλωτή»:

- **Pockets** (18+, ισχύουν όροι και προϋποθέσεις): για την αυτόματη συγκέντρωση των ψιλών από τα ρέστα ή τη δημιουργία μηνιαίου προϋπολογισμού ειδικά για την «Προσωπική φροντίδα».
- **Καταστήματα και RevPoints**: για πρόσβαση σε αποκλειστικές εκπτώσεις και συγκέντρωση προνομίων σε μεγάλα brands ομορφιάς μέσα από την εφαρμογή. (Ισχύουν οι [Όροι για τα Καταστήματα](#) και οι [Όροι για τα RevPoints](#)).
- **Στατιστικά**: για τον ακριβή έλεγχο των μηνιαίων δαπανών στην κατηγορία «Υγεία και Ομορφιά», διασφαλίζοντας ότι μια βιώσιμη ισορροπία είναι εφικτή για το **15%** των χρηστών που συχνά υπερβαίνει τον προϋπολογισμό του.

* Σχετικά με την Έρευνα

Η έρευνα πραγματοποιήθηκε από την Dynata (Dynata Italy S.R.L.) για λογαριασμό της Revolut τον Οκτώβριο του 2025, σε ένα αντιπροσωπευτικό δείγμα 1.000 ενηλίκων στην Ελλάδα.

Σχετικά με τη Revolut

Η Revolut είναι αδειοδοτημένη ευρωπαϊκή τράπεζα που βοηθά τους ανθρώπους να αξιοποιούν καλύτερα τα χρήματά τους. Ξεκίνησε τη λειτουργία της στο Ηνωμένο Βασίλειο το 2015, προσφέροντας υπηρεσίες μεταφοράς χρημάτων και μετατροπής συναλλάγματος. Σήμερα, πάνω από 70 εκατομμύρια πελάτες σε όλο τον κόσμο χρησιμοποιούν τα καινοτόμα προϊόντα της Revolut για να πραγματοποιούν πάνω από 1 δισεκατομμύριο συναλλαγές κάθε μήνα. Μέσα από τους προσωπικούς και επιχειρηματικούς λογαριασμούς της, η Revolut δίνει στους πελάτες μεγαλύτερο έλεγχο των οικονομικών τους και τη δυνατότητα απρόσκοπτης σύνδεσης όπου και αν βρίσκονται ανά τον κόσμο.

Revolut

Νέο ευρωπαϊκό εργαλείο με έμφαση στην ιδιωτικότητα - Πρωτοπόρος η Ελλάδα στην υλοποίηση



Η **Ευρωπαϊκή Επιτροπή** παρουσίασε μια καινοτόμο εφαρμογή επαλήθευσης ηλικίας, η οποία φιλοδοξεί να ενισχύσει ουσιαστικά την προστασία των

ανηλίκων στο διαδίκτυο. Η πρωτοβουλία, που ανακοινώθηκε από την πρόεδρο της Κομισιόν **Ούρσουλα φον ντερ Λάιεν**, βασίζεται σε τεχνολογία που επιτρέπει την επιβεβαίωση της ηλικίας χωρίς αποκάλυψη προσωπικών δεδομένων, διασφαλίζοντας υψηλό επίπεδο ιδιωτικότητας και ανωνυμίας για τους χρήστες.

Το νέο εργαλείο αποτελεί μέρος μιας ευρύτερης ευρωπαϊκής στρατηγικής για τη δημιουργία ενός ασφαλέστερου ψηφιακού περιβάλλοντος για τα παιδιά, ιδιαίτερα σε μια περίοδο αυξημένων ανησυχιών για τον εθισμό στις οθόνες, την έκθεση σε ακατάλληλο περιεχόμενο και τον διαδικτυακό εκφοβισμό. Η εφαρμογή είναι φιλική προς τον χρήστη, λειτουργεί σε κινητά, tablet και υπολογιστές και βασίζεται σε ανοικτό λογισμικό, ενισχύοντας τη διαφάνεια και την αξιοπιστία της.

Η Ελλάδα βρίσκεται στην πρώτη γραμμή υλοποίησης της νέας τεχνολογίας, μέσω δράσεων του υπουργείου Ψηφιακής Διακυβέρνησης. Ο υπουργός Ψηφιακής Διακυβέρνησης **Δημήτρης Παπαστεργίου** έχει ήδη προωθήσει την ενσωμάτωση της επαλήθευσης ηλικίας στις εφαρμογές Kids Wallet και Gov.gr Wallet, επιτρέποντας ασφαλή πρόσβαση σε υπηρεσίες και περιορίζοντας την έκθεση των ανηλίκων σε επιβλαβείς πρακτικές. Παράλληλα, η εφαρμογή συνδέεται με το ρυθμιστικό πλαίσιο του Digital Services Act, το οποίο ενισχύει την εποπτεία των ψηφιακών πλατφορμών και επιβάλλει αυστηρότερους κανόνες λειτουργίας. Η Ελλάδα σχεδιάζει επιπλέον περιορισμούς στη χρήση κοινωνικών δικτύων για παιδιά κάτω των 15 ετών, με πλήρη εφαρμογή από το 2027.



Παρά τις τεχνικές και θεσμικές προκλήσεις, η Ευρωπαϊκή Ένωση επιμένει στην ταχεία εφαρμογή του μέτρου, υπογραμμίζοντας

ότι η προστασία των παιδιών και των προσωπικών δεδομένων αποτελεί απόλυτη προτεραιότητα έναντι οποιουδήποτε εμπορικού συμφέροντος.

Διαγωνισμός Υπουργείου Οικονομικών: ποιοι προχωρούν

Εγκρίθηκε το πρώτο πρακτικό αξιολόγησης για τον διαγωνισμό δημοσιότητας του προγράμματος «Περιβάλλον & Κλιματική Αλλαγή» ΕΣΠΑ 2021-2027. Συμμετείχαν οι **Choose, Next.Com** και **Producta Direct**, ενώ απορρίφθηκε η **Cloud Print** λόγω ελλιπών δικαιολογητικών. Η σύμβαση ανέρχεται σε 2,1 εκατομμύρια ευρώ και αφορά δράσεις ενημέρωσης και προβολής του προγράμματος σε εθνικό επίπεδο.

Νέα καμπάνια Vitex από τη Frank & Fame

Η **Vitex** παρουσιάζει τη νέα της καμπάνια με πρωταγωνιστή τον «Μπάμπη τον μαστορά», ως σύμβολο τεχνογνωσίας και δημιουργίας. Την καμπάνια υπογράφει η Frank & Fame, με παραγωγή της Topcut Modiano. Αναδεικνύεται η νέα εταιρική εικόνα και η γκάμα προϊόντων, σηματοδοτώντας τη στροφή σε ολοκληρωμένες λύσεις για ιδιώτες και επαγγελματίες, με έντονη παρουσία σε digital και outdoor μέσα.

Η Meta αναμένεται να ξεπεράσει την Google σε διαφημιστικά έσοδα

Σημαντική ανατροπή προβλέπεται στην παγκόσμια αγορά ψηφιακής διαφήμισης το 2026, καθώς η Meta αναμένεται να ξεπεράσει την Google σε έσοδα και μερίδιο αγοράς (Emarketer). Για πρώτη φορά, η Meta προβλέπεται να φτάσει τα \$243,46 δισ. σε καθαρά διαφημιστικά έσοδα, ενώ η Google εκτιμάται ότι θα διαμορφωθεί στα \$239,54 δισ.

Παρά τη σταδιακή μείωση του μεριδίου της από το 2021, η Google εξακολουθεί να διατηρεί ισχυρή θέση, ελέγχοντας περίπου το 26,4% της παγκόσμιας διαφημιστικής δαπάνης.



Αντιμέτωπο με αγωγές το LinkedIn

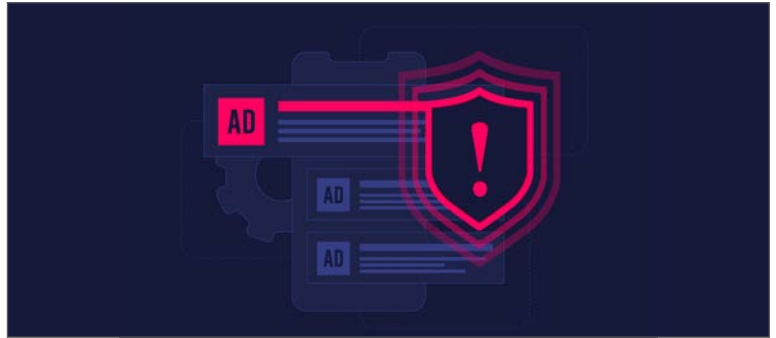
Η **LinkedIn** βρίσκεται αντιμέτωπη με ομαδικές αγωγές στις ΗΠΑ για παραβίαση ιδιωτικότητας, καθώς κατηγορείται ότι συλλέγει δεδομένα μέσω **browsers**. Οι ενάγοντες υποστηρίζουν ότι εντοπίζονται επεκτάσεις που αποκαλύπτουν ευαίσθητες πληροφορίες. Η εταιρεία, ιδιοκτησίας της **Microsoft**, παραδέχεται τον έλεγχο, αλλά αρνείται κατάχρηση δεδομένων και υποστηρίζει ότι προστατεύει τους χρήστες.

YouTube: Έξυπνη παύση διαφημίσεων με AI

Η **YouTube** εισάγει μια νέα λειτουργία που αξιοποιεί την τεχνητή νοημοσύνη για να διακόπτει προσωρινά τις διαφημίσεις σε livestreams μεταδόσεις. Όταν το **Live Chat** φτάνει στο αποκορύφωμα της αλληλεπίδρασης, οι διαφημίσεις σταματούν αυτόματα, διατηρώντας τη δυναμική και την εμπειρία των θεατών χωρίς διακοπές σε κρίσιμες στιγμές.

Από την InflueScope η πρώτη AI-powered πλατφόρμα influencer marketing στην Ελλάδα

Live είναι η νέα ψηφιακή πλατφόρμα **InflueScope**, η οποία αποτελεί ενιαίο, data-driven περιβάλλον influencer marketing. Αξιοποιώντας προηγμένους αλγορίθμους AI και με βάση τη Θεωρία των δικτύων, η πλατφόρμα επιτρέπει την εύρεση και αξιολόγηση των καταλληλότερων influencers, με βάση πραγματικά δεδομένα απόδοσης και κοινού. Η InflueScope καλύπτει όλο τον κύκλο μιας καμπάνιας, από την αναζήτηση και επιλογή creators ως την υλοποίηση, ανάλυση και διαχείριση πληρωμών, προσφέροντας ολοκληρωμένη και διαφανή λύση για την αγορά.



Το Gemini φιλτράρει επιβλαβείς διαφημίσεις πριν εμφανιστούν στους χρήστες

Το 2025, η **Google** μπλόκαρε ή διέγραψε περισσότερες από 8,3 δισ. διαφημίσεις. Ένα βήμα μπροστά ακόμη και από τους πιο σύγχρονους απατεώνες παραμένει η Google με το Gemini, όπως ανέφερε στην παρουσίαση της Έκθεσης Ασφάλειας Διαφημίσεων για το 2025. Κατά τη διάρκεια του press roundtable, ο **Keerat Sharma**, Vice President και General Manager Ads Privacy and Safety στην Google, τόνισε πως τα μοντέλα της εταιρείας εξετάζουν εκατοντάδες δισ. χαρακτηριστικά αναγνώρισης, συμπεριλαμβανομένης της ηλικίας ενός λογαριασμού, ενδείξεων συμπεριφοράς και προτύπων καμπάνιας, ώστε να σταματούν τις απειλές πριν καν φτάσουν στους χρήστες. Σε αντίθεση με τα παλαιότερα συστήματα που βασίζονταν σε λέξεις-κλειδιά, τα νεότερα μοντέλα της Google κατανοούν καλύτερα την πρόθεση, βοηθώντας την εταιρεία να εντοπίζει κακόβουλο περιεχόμενο και να το μπλοκάρει προληπτικά, ακόμα και όταν αυτό έχει σχεδιαστεί για να αποφεύγει τον εντοπισμό. Αυτή η προληπτική στρατηγική βοήθησε την Google να προστατευτεί απέναντι σε κακόβουλους παράγοντες. Το 2025, η εταιρεία μπλόκαρε ή διέγραψε πάνω από 8,3 δισ. διαφημίσεις και ανέστειλε 24,9 εκατ. λογαριασμούς, συμπεριλαμβανομένων 602 εκατ. διαφημίσεων και 4 εκατ. λογαριασμών που συνδέονταν με απάτες. Επιπλέον, μέχρι το τέλος του προηγούμενου έτους, η πλειονότητα των Responsive Search Ads που δημιουργήθηκαν στο Google Ads ελεγχόταν άμεσα, ενώ το επιβλαβές περιεχόμενο μπλοκαριζόταν κατά την υποβολή. Η Google σκοπεύει να επεκτείνει αυτή τη δυνατότητα σε περισσότερες μορφές διαφήμισης φέτος. Με βάση τα παραπάνω, η Google μπορεί να εστιάζει σε δύο πράγματα ταυτόχρονα: στην προτεραιοποίηση της αφαίρεσης επιβλαβούς περιεχομένου και στη στήριξη των αξιόπιστων επιχειρήσεων, ώστε να συνεχίσουν να προβάλλουν τις διαφημίσεις τους.

Εκδότης

Κώστας Νόσσης

Γενικός Διευθυντής

Θανάσης Λασκούδης

Αρχισυντάκτρια

Σόνια Χαϊμαντά

Στη Σύνταξη Συνεργάστηκαν:

Δημήτρης Θωμαδάκης, Χριστίνα Κιτσάτη,

Πέτρος Κυπραίος, Μάνος Κωνσταντινιάδης

Ανταποκριτές Εξωτερικού:

Otto Hansen, Markus Hoenig,

Dieter Hoenig (Γερμανία)

Διεύθυνση Διαφήμισης:

Ειρήνη Νόσση

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

