

E-COMMERCE NEWS

DIGITAL MEDIA

E-BUSINESS

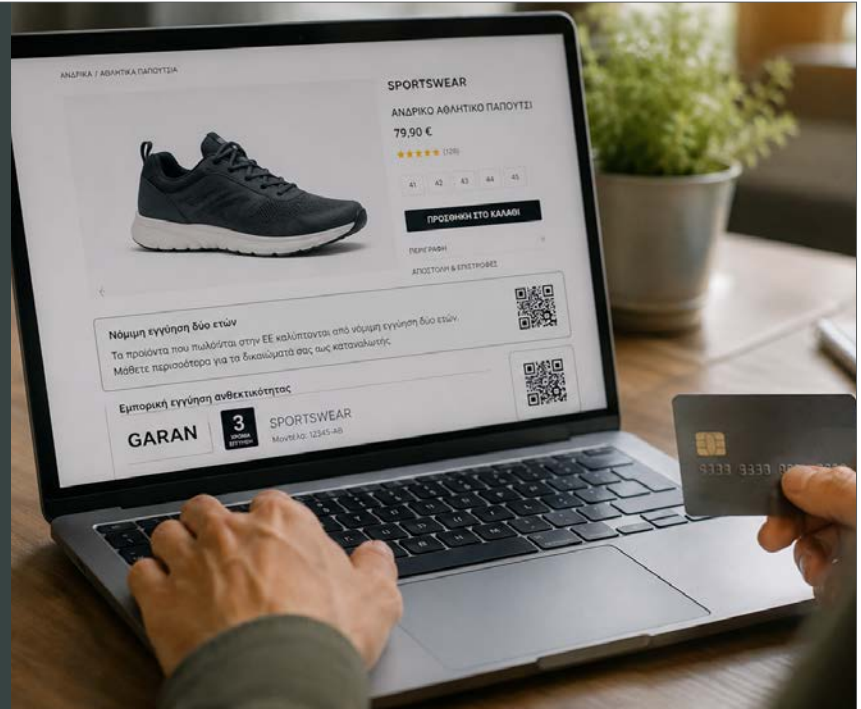
RETAIL MARKET

Πέμπτη 23 / 7 / 2026

COMING SOON

Νέοι κανόνες εγγυήσεων για τα ηλεκτρονικά καταστήματα - Το σήμα «GARAN» θα γνωστοποιεί πρόσθετες εγγυήσεις ανθεκτικότητας

Από τις **27 Σεπτεμβρίου 2026**, τα e-shops υποχρεούνται να προβάλλουν εναρμονισμένη ενημέρωση για τη διετή νόμιμη εγγύηση. Παράλληλα, το σήμα «**GARAN**» θα γνωστοποιεί πρόσθετες εγγυήσεις ανθεκτικότητας, απαιτώντας έγκαιρες τεχνικές προσαρμογές σε desktop και mobile περιβάλλοντα.



Ο GR.EC.A. κατά του παράνομου ηλεκτρονικού εμπορίου

Ο **GR.EC.A.** συμμετείχε στις 15 Ιουλίου 2026 στο 21ο **Round Table Discussion** του **Delphi Economic Forum**, στην Αθήνα, με θέμα την καταπολέμηση του παράνομου ηλεκτρονικού εμπορίου. Εκπρόσωποι φορέων και αγοράς ανέδειξαν κινδύνους για καταναλωτές και νόμιμες επιχειρήσεις, ζητώντας ισχυρότερα σήματα αξιοπιστίας, αποτελεσματικότερους ελέγχους και στοχευμένες καμπάνιες ενημέρωσης για ασφαλείς διαδικτυακές αγορές. Τον **GR.EC.A.** εκπροσώπησαν η πρόεδρος **Κατερίνα Φραιδάκη** και ο Νικόλαος Χατζηδάκης.

LAST MINUTE

- 01** Το **γερμανικό ηλεκτρονικό εμπόριο** αυξήθηκε κατά 4,3% στο α' εξάμηνο του 2026, με τα marketplaces και τις ασιατικές πλατφόρμες να πρωταγωνιστούν.
- 02** Η **ολλανδική Ένωση Καταναλωτών** κατηγορεί **Amazon** και **Bol** για παραπλανητικές εκπτώσεις, ζητώντας άμεση συμμόρφωση με τους κανόνες τιμολόγησης και διαφάνεια.
- 03** Η **Rakuten France** κλείνει στο τέλος του 2026, καθώς δεν βρήκε αγοραστή, μετά τη σημαντική πτώση **επισκεψιμότητας**, πωλήσεων και πελατών.
- 04** Η **Stripe** και η **Advent International** κατέθεσαν κοινή πρόταση για την εξαγορά της **Paypal** αποτιμώντας την εταιρεία ηλεκτρονικών πληρωμών σε περισσότερα από \$53 δισ.
- 05** Η **Generation Y** ανανέωσε το **elastak.gr**, δημιουργώντας ολοκληρωμένο εταιρικό και εμπορικό περιβάλλον για οδηγούς, επαγγελματίες και διαχειριστές στόλων πανελλαδικά πλέον.



Κέρδισε έως και 70%

στις αγορές σου, με 100%
εγγύηση ποιότητας!

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



Υψηλή Ποιότητα | Υποστήριξη B2B | Next Day Παράδοση



211 19 98 568



info@123ink.gr



123ink.gr

Ακολούθησε μας:



Άνοδος στις λιανικές πωλήσεις των ΗΠΑ με στήριξη από το e-commerce

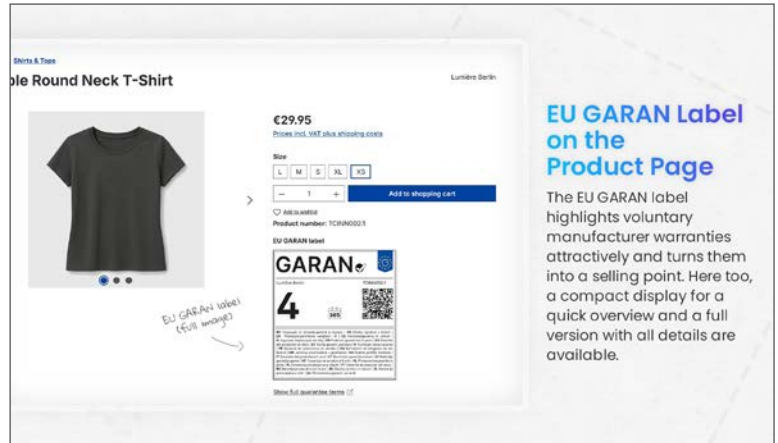
Οι λιανικές πωλήσεις στις ΗΠΑ αυξήθηκαν κατά 0,2% τον Ιούνιο, επιβεβαιώνοντας την ανθεκτικότητα της κατανάλωσης. Εξαιρουμένων των πρατηρίων καυσίμων, η άνοδος έφτασε το 0,7%, ενώ οι ηλεκτρονικές πωλήσεις ενισχύθηκαν κατά 1,9%, με ώθηση από τις προσφορές του Prime Day. Οι χαμηλότερες τιμές καυσίμων και η ισχυρή αγορά εργασίας στήριξαν τις δαπάνες των νοικοκυριών. Ωστόσο, οι πληθωριστικές και γεωπολιτικές πιέσεις διατηρούν αβέβαιη τη συνέχεια της τάσης.

Παγκόσμια ανάπτυξη των ταχυδρομείων με ώθηση από το e-commerce

Οι ταχυδρομικοί πάροχοι παγκοσμίως αύξησαν τα έσοδά τους κατά 1,4% το 2025, κυρίως χάρη στα δέματα και το ηλεκτρονικό εμπόριο. Ωστόσο, η κερδοφορία παραμένει πιεσμένη από τον ανταγωνισμό, τα χαμηλά περιθώρια και το αυξημένο κόστος εργασίας, καυσίμων και ενέργειας.

Πράσινο φως στην eBay για την εξαγορά της Depop

Η βρετανική αρχή ανταγωνισμού ενέκρινε την εξαγορά της Depop από την eBay, ύψους περίπου \$1,2 δισ. Η συμφωνία ενισχύει τη θέση της eBay στην αγορά μεταχειρισμένης μόδας και στο νεανικό κοινό. Οι αρχές έκριναν ότι παραμένει επαρκής ανταγωνισμός, χωρίς σοβαρό κίνδυνο αύξησης τιμών. Η κίνηση αναδεικνύει τη δυναμική της κυκλικής οικονομίας και των κοινωνικών πλατφορμών ηλεκτρονικού εμπορίου.



Νέα υποχρεωτική ενημέρωση για τη νόμιμη εγγύηση προϊόντων στα e-shops από τον Σεπτέμβριο

Από τις 27 Σεπτεμβρίου 2026, τίθενται σε εφαρμογή στην Ευρωπαϊκή Ένωση νέες υποχρεώσεις ενημέρωσης των καταναλωτών σχετικά με τη νόμιμη εγγύηση συμμόρφωσης και τις εμπορικές εγγυήσεις ανθεκτικότητας.

Οι αλλαγές αφορούν τόσο τα φυσικά καταστήματα όσο και τα ηλεκτρονικά καταστήματα, τα οποία θα πρέπει να προσαρμόσουν εγκαίρως τις σελίδες προϊόντων και τη διαδικασία ολοκλήρωσης αγορών.

Ο Εκτελεστικός Κανονισμός (ΕΕ) 2025/1960 προβλέπει την υποχρεωτική εμφάνιση εναρμονισμένης ανακοίνωσης, η οποία θα ενημερώνει ότι τα προϊόντα που πωλούνται στην ΕΕ καλύπτονται από **ελάχιστη νόμιμη εγγύηση δύο ετών**, χωρίς πρόσθετο κόστος. Η ενημέρωση πρέπει να εμφανίζεται πριν ο καταναλωτής δεσμευτεί από τη σύμβαση αγοράς.

Στα e-shops, η ανακοίνωση θα παρουσιάζεται υποχρεωτικά έγχρωμη, χωρίς αλλαγές στον σχεδιασμό ή στο περιεχόμενό της. Θα περιλαμβάνει επίσης **κωδικό QR**, που θα οδηγεί στην ευρωπαϊκή πύλη «Η Ευρώπη σου», όπου οι καταναλωτές θα βρίσκουν περισσότερες πληροφορίες για τα δικαιώματά τους.

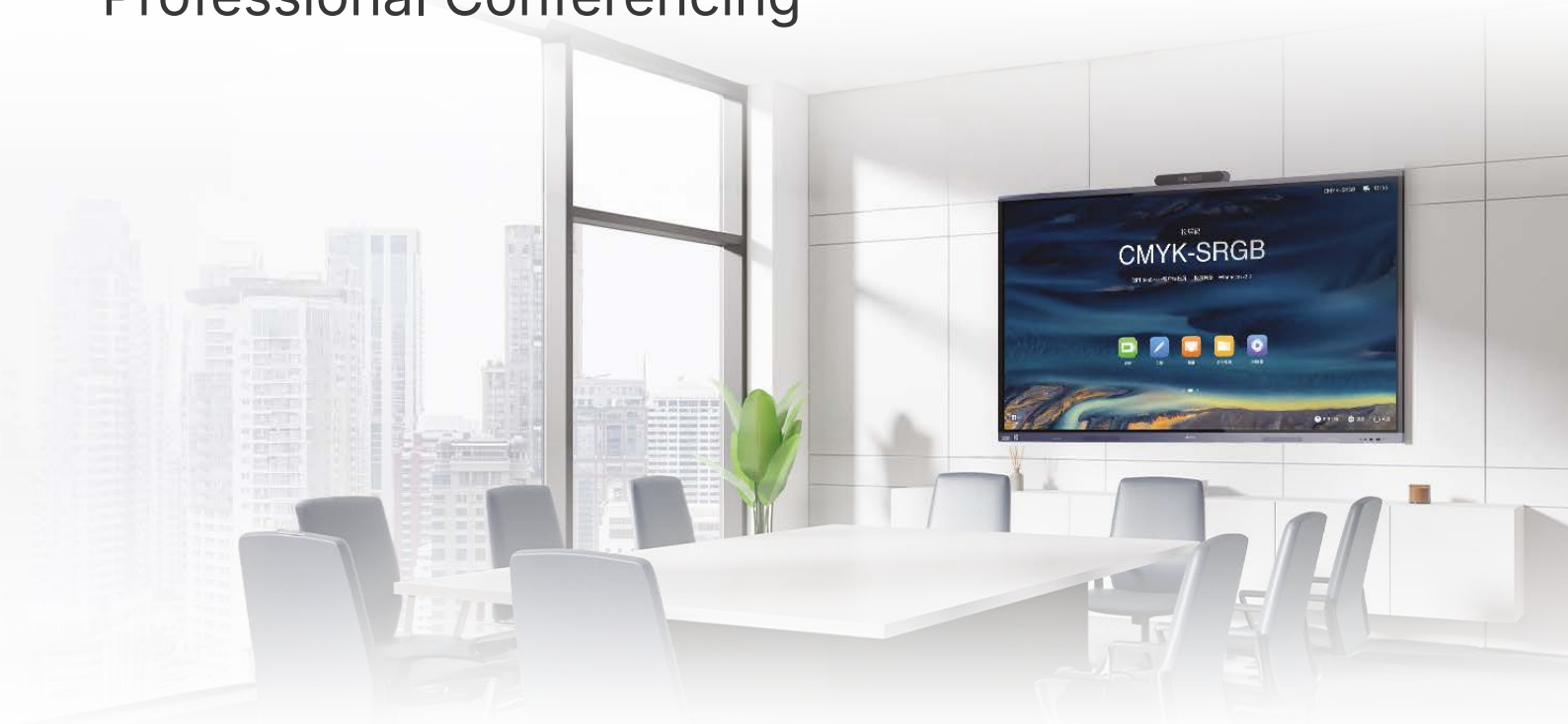
Παράλληλα, εισάγεται το εναρμονισμένο σήμα «**GARAN**», το οποίο αφορά εμπορικές εγγυήσεις ανθεκτικότητας διάρκειας άνω των δύο ετών, που παρέχονται δωρεάν από τον παραγωγό και καλύπτουν ολόκληρο το προϊόν. Το σήμα θα αναγράφει τη διάρκεια της εγγύησης, τα στοιχεία του παραγωγού, το μοντέλο και σχετικό QR code.

Οι ηλεκτρονικές επιχειρήσεις θα πρέπει να εξετάσουν πού θα ενσωματώσουν τις νέες ενημερώσεις, όπως στις σελίδες προϊόντων, στο καλάθι ή πριν από την πληρωμή. Επιπλέον, πρέπει να εξασφαλίσουν σωστή εμφάνιση σε desktop και mobile, λειτουργικούς κωδικούς QR και ακριβή διάκριση μεταξύ νόμιμης και εμπορικής εγγύησης.

Η έγκαιρη τεχνική και οργανωτική προετοιμασία θεωρείται απαραίτητη, ώστε τα e-shops να είναι πλήρως συμμορφωμένα πριν από την εφαρμογή του νέου πλαισίου.

HUAWEI IdeaHub ES3

Redefining Smart Meetings with
Professional Conferencing



Intelligent Whiteboard

16 ms ultra-low writing latency:
Supports AI handwriting prediction
algorithm for a smooth writing
experience.



Γιατί οι Ευρωπαίοι καταναλωτές στρέφονται στις κινεζικές πλατφόρμες

Οι κινεζικές πλατφόρμες ηλεκτρονικού εμπορίου ενισχύουν διαρκώς την παρουσία τους στην Ευρωπαϊκή Ένωση, προσελκύοντας εκατομμύρια καταναλωτές με βασικά όπλα τις **χαμηλές τιμές**, τη μεγάλη ποικιλία και την εύκολη πρόσβαση σε προϊόντα μικρής αξίας.

Σύμφωνα με στοιχεία της Ευρωπαϊκής Επιτροπής, το 2024 περίπου το **90% των αποστολών ηλεκτρονικού εμπορίου αξίας έως 150 ευρώ** που εισήλθαν στην ΕΕ προερχόταν από την Κίνα. Ο συνολικός όγκος αυτών των αποστολών αυξήθηκε από 1,9 δισ. τεμάχια το 2023 σε 4,17 δισ. το 2024, εξέλιξη που συνδέεται με τη ραγδαία ανάπτυξη πλατφορμών όπως η **Temu** και η **Shein**.

Περισσότεροι από τους μισούς συμμετέχοντες σε σχετική έρευνα δήλωσαν ότι έχουν πραγματοποιήσει αγορές από κινεζικά marketplaces. Η διείσδυση είναι ιδιαίτερα υψηλή στην **Ελλάδα, την Πορτογαλία και την Ισπανία**, όπου το ποσοστό ξεπερνά το 70%. Αντίθετα, στη Γερμανία και τη Γαλλία παραμένει κάτω από το 50%.

Οι καταναλωτές αγοράζουν κυρίως **ρούχα, είδη σπιτιού και ηλεκτρονικά προϊόντα**, κατηγορίες στις οποίες η τιμή επηρεάζει έντονα την τελική επιλογή. Σχεδόν τα 2/3 των παραγγελιών δεν ξεπερνούν τα 25 ευρώ, ενώ εννέα στις δέκα έχουν αξία έως 50 ευρώ.

Ωστόσο, σημαντικό μέρος του κοινού παραμένει επιφυλακτικό. Οι βασικές ανησυχίες αφορούν την **ποιότητα, την ανθεκτικότητα, την αξιοπιστία, την εμπιστοσύνη και το περιβαλλοντικό αποτύπωμα** των προϊόντων.

Η εικόνα δείχνει ότι η ζήτηση για οικονομικές αγορές από κινεζικές πλατφόρμες έχει πλέον ενσωματωθεί στις καταναλωτικές συνήθειες της ευρωζώνης. Αν η τάση συνεχιστεί, οι ευρωπαϊκές επιχειρήσεις λιανικής αναμένεται να δεχθούν ακόμη μεγαλύτερες **ανταγωνιστικές πιέσεις**.

Πρόστιμο 550 εκατ. ευρώ στην AliExpress για παραβιάσεις του DSA

Η **Ευρωπαϊκή Επιτροπή** επέβαλε πρόστιμο 550 εκατ. ευρώ στην **AliExpress** για ανεπαρκείς ελέγχους παράνομων και επικίνδυνων προϊόντων. Η απόφαση ενισχύει την εφαρμογή του **Κανονισμού Ψηφιακών Υπηρεσιών**, απαιτώντας αυστηρότερη εποπτεία εμπόρων, αποτελεσματικά φίλτρα και καλύτερη προστασία καταναλωτών. Η εξέλιξη επηρεάζει συνολικά τις διεθνείς πλατφόρμες και δημιουργεί νέες απαιτήσεις συμμόρφωσης για τις επιχειρήσεις ηλεκτρονικού εμπορίου.

Η GameStop εντείνει τη μάχη για την εξαγορά της eBay

Η **GameStop** κλιμακώνει την προσπάθεια εξαγοράς της **eBay**, αξίας περίπου \$56 δισ., ενισχύοντας τη νομική και επικοινωνιακή της στρατηγική. Έχοντας συγκεντρώσει σχεδόν το 10% των μετοχών, επιδιώκει στήριξη από μεγάλους επενδυτές. Η πιθανή συμφωνία θα μπορούσε να αλλάξει τις ισορροπίες στο **ηλεκτρονικό εμπόριο**, αλλά συνοδεύεται από σημαντικούς χρηματοοικονομικούς και ρυθμιστικούς κινδύνους.

Η Alibaba ενισχύει την κινεζική κούρσα τεχνητής νοημοσύνης

Η **Alibaba** παρουσίασε τη δοκιμαστική έκδοση του νέου μοντέλου τεχνητής νοημοσύνης **Qwen3.8 Max**, εντείνοντας τον ανταγωνισμό στην κινεζική αγορά. Το μοντέλο διαθέτει **2,4 τρις. παραμέτρους** και είναι ήδη προσβάσιμο σε προγραμματιστές μέσω των εργαλείων της εταιρείας. Σύντομα αναμένεται να διατεθεί ως open-weight. Η παρουσίασή του, λίγες ημέρες μετά το Kimi K3, επιβεβαιώνει ότι οι κινεζικές εταιρείες μειώνουν σταδιακά την απόσταση από τους κορυφαίους αμερικανικούς ομίλους της AI.





aboutnet

...since 2000

Είσαι έτοιμος
να απογειώσεις
το eshop σου;



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

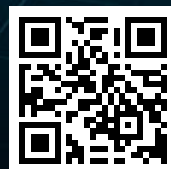
Κλείσε δωρεάν συμβουλευτική για το eshop σου.



We Deliver Digital Success

WEB DESIGN | ESHOP DEVELOPMENT | DIGITAL MARKETING

ΑΘΗΝΑ ΚΡΗΤΗ ΑΧΑΪΑ ΓΡΕΒΕΝΑ



Στο μικροσκόπιο απάτη «καρουζέλ» 47 εκατ. ευρώ

Έλληνας επιχειρηματίας του **ηλεκτρονικού εμπορίου** φέρεται να ηγήθηκε κυκλώματος εταιρειών-φαντασμάτων, προκαλώντας ζημιά 47 εκατ. ευρώ στην ΕΕ μέσω απάτης ΦΠΑ. Οι Αρχές ερευνούν συναλλαγές σε Ελλάδα και εξωτερικό, ψηφιακά πορτοφόλια και επενδύσεις. Έχουν ήδη δεσμευτεί **88 ακίνητα**, πολυτελή οχήματα και σημαντικά περιουσιακά στοιχεία, μέχρι να εξακριβωθεί η προέλευσή τους.

Καθυστερήσεις στα κινεζικά δέματα και σχέδιο παράκαμψης του τέλους

Εκατοντάδες μικροδέματα από **Temu** και **Shein** συσσωρεύονται στο τελωνείο του «Ελ. Βενιζέλος», καθώς η νέα διαδικασία υπολογισμού του τέλους των 3 ευρώ δεν είναι αυτοματοποιημένη. Η **Temu** εξετάζει συνεργασίες με ελληνικές εταιρείες logistics για ομαδοποιημένες αποστολές, περιορίζοντας την επιβάρυνση ανά προϊόν. Παράλληλα, αυξάνονται οι ανησυχίες για την ποιότητα και τη συμμόρφωση των εισαγόμενων ειδών με τις ευρωπαϊκές προδιαγραφές.



«Φιλική απάτη»: Όταν οι καταναλωτές ακυρώνουν νόμιμες αγορές μέσω τραπεζών

Οι **αμφισβητήσεις συναλλαγών**, γνωστές ως chargebacks, χρησιμοποιούνται ολοένα συχνότερα για την ακύρωση νόμιμων αγορών, δημιουργώντας ένα νέο και ιδιαίτερα δαπανηρό πρόβλημα για επιχειρήσεις, τράπεζες και παρόχους πληρωμών. Η πρακτική αυτή χαρακτηρίζεται ως **«φιλική απάτη»**, καθώς ο καταναλωτής ζητά επιστροφή χρημάτων για συναλλαγή που πραγματοποιήθηκε κανονικά.

Τα chargebacks δημιουργήθηκαν για την προστασία των κατόχων καρτών από μη εξουσιοδοτημένες χρεώσεις, απάτες ή προϊόντα που δεν παραδόθηκαν. Ωστόσο, αρκετοί καταναλωτές καταφεύγουν πλέον απευθείας στην τράπεζά τους, παρακάμπτοντας την επιχείρηση και τις προβλεπόμενες διαδικασίες επιστροφής.

Σύμφωνα με στοιχεία της **Juniper Research**, οι αμφισβητήσεις συναλλαγών αυξήθηκαν παγκοσμίως κατά 46%, ενώ μόνο στις ΗΠΑ καταγράφηκαν περίπου 158 εκατ. περιπτώσεις το 2025. Η ανάπτυξη του ηλεκτρονικού εμπορίου, των ψηφιακών υπηρεσιών και των αυτόματων συνδρομών έχει ενισχύσει σημαντικά το φαινόμενο.

Σε αρκετές περιπτώσεις, οι καταναλωτές δεν αναγνωρίζουν μια χρέωση, επειδή στην κίνηση της κάρτας εμφανίζεται διαφορετική εμπορική ονομασία. Σε άλλες, όμως, γνωρίζουν ότι η αγορά ήταν νόμιμη και επιχειρούν σκόπιμα να διατηρήσουν το προϊόν, λαμβάνοντας παράλληλα επιστροφή χρημάτων.

Η διάδοση σχετικών «συμβουλών» στα **μέσα κοινωνικής δικτύωσης** επιδεινώνει την κατάσταση, ιδιαίτερα μεταξύ νεότερων χρηστών που ενδέχεται να αγνοούν τις νομικές συνέπειες.

Οι επιχειρήσεις χάνουν έσοδα, προϊόντα και χρόνο, ενώ επιβαρύνονται με πρόσθετα διαχειριστικά κόστη. Για τις μικρότερες εταιρείες, οι επαναλαμβανόμενες αμφισβητήσεις μπορούν να απειλήσουν ακόμη και τη βιωσιμότητά τους.

Το ζητούμενο είναι η ισορροπία ανάμεσα στην **προστασία των καταναλωτών** και στην αποτροπή της καταχρηστικής χρήσης ενός μηχανισμού που σχεδιάστηκε για την αντιμετώπιση πραγματικών περιστατικών απάτης.

Ελληνική Boutique Εταιρεία Digital Consulting

Ο προσωπικός σας βοηθός στην ψηφιακή μετάβαση της εταιρείας σας



6^ο
ELECTRIC
MICRO
MOBILITY
F O R U M

FUTURE IN MOTION!

ELECTRICMICROMOBILITY.GR

ΠΕΜΠΗ
1 ΟΚΤΩΒΡΙΟΥ
2026

DIVANI CARAVEL HOTEL

ΔΙΟΡΓΑΝΩΣΗ



SMART PRESS

Μόρφη 11, 10438, Αθήνα

T.210.5201500
210.5231555

www.smartpress.gr
smart@smartpress.gr

getelectric

GetElectric.gr

SmartPress S.A.

SmartEvents

GetElectricGR

SmartPress

@SmartEventsGR





Euronics Αναστασίου και easyShop ξεκινούν νέα στρατηγική συνεργασία

Η **Euronics Αναστασίου** ενώνει τις δυνάμεις της με το νέο διεθνές marketplace **easyShop**, μια πρωτοβουλία του Ομίλου easy του **Sir Στέλιου Χατζηγιάννου**, που αναπτύσσεται σε συνεργασία με την ευρωπαϊκή πλατφόρμα ηλεκτρονικού εμπορίου **OnBuy.com**.

Η συμφωνία αποτελεί σημαντικό βήμα για την περαιτέρω ανάπτυξη της εταιρείας στο ψηφιακό λιανεμπόριο και ενισχύει την παρουσία της σε ένα σύγχρονο, διεθνές οικοσύστημα online αγορών.

Το easyShop φιλοδοξεί να συνδυάσει την αναγνωρισιμότητα του brand easy, προηγμένες τεχνολογικές υποδομές, ανταγωνιστικές τιμές και εκατομμύρια διαθέσιμα προϊόντα.

Μέσα από τη νέα συνεργασία, οι καταναλωτές αναμένεται να αποκτήσουν πρόσβαση σε **περισσότερες επιλογές προϊόντων**, νέες προσφορές και βελτιωμένες υπηρεσίες.

Παράλληλα, η Euronics Αναστασίου ενισχύει τη δυνατότητα της να αναπτύξει νέες εμπορικές συνεργασίες και να διευρύνει την παρουσία της σε διεθνείς αγορές.

Η συμμετοχή στο νέο marketplace αναδεικνύει τη συνεχή επένδυση της εταιρείας στην **καινοτομία, την αξιοπιστία και την εξυπηρέτηση πελατών**.

Σε μια περίοδο κατά την οποία το ηλεκτρονικό εμπόριο μετασχηματίζεται γρήγορα, η συνεργασία με το easyShop και την OnBuy.com ανοίγει ένα νέο κεφάλαιο ανάπτυξης, με στόχο μια πιο εύκολη, ασφαλή και ολοκληρωμένη αγοραστική εμπειρία.

Η Ελλάδα πρώτη στις αγορές από κινεζικές πλατφόρμες

Η **Ελλάδα**, η **Πορτογαλία** και η **Ισπανία** καταγράφουν τη μεγαλύτερη χρήση κινεζικών e-shops στην Ευρώπη, με το ελληνικό ποσοστό να αγγίζει το 80%.

Οι καταναλωτές επιλέγουν κυρίως ρούχα, είδη σπιτιού και ηλεκτρονικά λόγω χαμηλών τιμών. Ωστόσο, το νέο **τέλος των 3 ευρώ** αναμένεται να περιορίσει τις μικρής αξίας παραγγελίες.

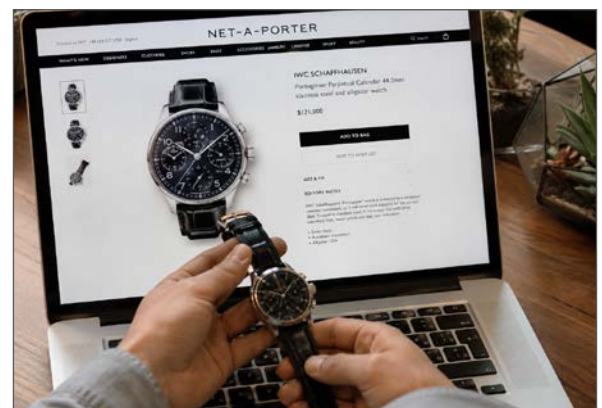


Ραγδαία άνοδος του ηλεκτρονικού εμπορίου στη Βόρεια Μακεδονία

Οι **διαδικτυακές αγορές** στη Βόρεια Μακεδονία αυξάνονται με διψήφιους ρυθμούς. Το α' τρίμηνο του 2026 πραγματοποιήθηκαν 7,66 εκατ. συναλλαγές, συνολικής αξίας 265,95 εκατ. ευρώ. Ισχυρή άνοδο κατέγραψαν τόσο τα εγχώρια e-shops όσο και οι αγορές από ξένες πλατφόρμες. Παράλληλα, 59 νέα ηλεκτρονικά καταστήματα ξεκίνησαν λειτουργία, επιβεβαιώνοντας ότι το e-commerce γίνεται καθημερινή καταναλωτική συνήθεια.

Τα ελβετικά ρολόγια περνούν δυναμικά στο διαδίκτυο

Οι ελβετικές ωρολογοποιίες στρέφονται στο **ηλεκτρονικό εμπόριο**, διαθέτοντας online ακόμη και ρολόγια αξίας 121.000 δολαρίων. Η IWC Schaffhausen συνεργάζεται με τις πλατφόρμες Net-a-Porter και Mr. Porter, καθώς η πτώση των παραδοσιακών πωλήσεων ενισχύει την ανάγκη για ψηφιακή ανάπτυξη.





15^ο συνέδριο

e commerce

Digital Marketing World

+ retail tech +



The **Growth Playbook!**

TETARTH 4 NOEMBPIOY 2026

DIVANI CARAVEL HOTEL

ECOMMERCEWORLD.GR

ΣΥΝΕΔΡΙΟ + ΕΚΘΕΣΗ + WORKSHOPS

ΔΙΟΡΓΑΝΩΣΗ



SMART PRESS



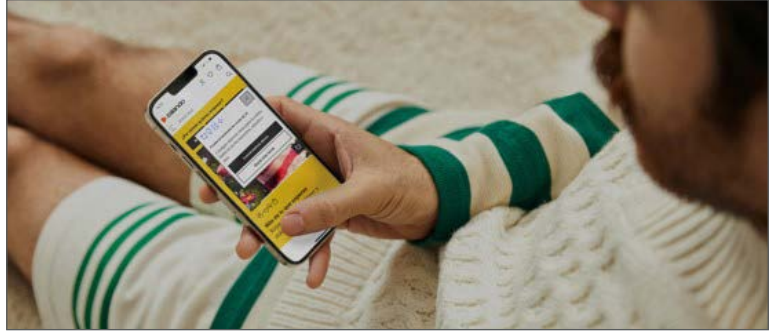


Κίνα: Ξεκίνησε το φεστιβάλ «Ποιοτικές Υπηρεσίες»

Η **Κίνα** εγκαινίασε το φεστιβάλ κατανάλωσης υπηρεσιών «Ποιοτικές Υπηρεσίες για μια Καλύτερη Ζωή», με στόχο την τόνωση της εσωτερικής ζήτησης έως το φθινόπωρο. Στη διοργάνωση συμμετέχουν μεγάλες ψηφιακές πλατφόρμες, όπως JD.com, Meituan, Trip.com, WeChat, Alipay και Douyin, προσφέροντας προωθητικές ενέργειες σε τουρισμό, μεταφορές, υγεία, πολιτισμό, φιλοξενία, οικιακές υπηρεσίες και ψυχαγωγία. Η πρωτοβουλία αξιοποιεί έξυπνες τεχνολογίες, ενισχύοντας την αγορά και την ποιοτική ανάπτυξη του τομέα υπηρεσιών.

Νέα συνεργασία Sleed με Magenta Insurance

Η **Sleed** αναλαμβάνει τη στρατηγική **SEO και GEO** του **Magenta Insurance**, πρώην **Cosmote Insurance**, ενισχύοντας την οργανική παρουσία και την προβολή του brand σε μηχανές αναζήτησης και περιβάλλοντα τεχνητής νοημοσύνης. Το έργο περιλαμβάνει **Technical και Content SEO**, ολοκληρωμένο backlinking πλάνο και στοχευμένες ενέργειες Generative Engine Optimization για μεγαλύτερη αναγνωρισιμότητα και ισχυρότερη ψηφιακή παρουσία.



Η Zalando επενδύει στη ρομποτική τεχνητής νοημοσύνης

Η **Zalando** επένδυσε στη γερμανική εταιρεία ρομποτικής **Sereact**, με στόχο την ενίσχυση της αυτοματοποίησης στο δίκτυο logistics του ηλεκτρονικού εμπορίου. Η συνεργασία επικεντρώνεται κυρίως στη βελτίωση της διαχείρισης των επιστροφών, μιας από τις πιο σύνθετες και απαιτητικές διαδικασίες στον κλάδο της διαδικτυακής μόδας.

Η **Sereact**, με έδρα τη Στουτγάρδη, αναπτύσσει **ρομποτικές λύσεις με τεχνητή νοημοσύνη** μέσω της πλατφόρμας **Cortex**. Το σύστημα ελέγχει διαφορετικά ρομπότ, μαθαίνει από πραγματικά λειτουργικά δεδομένα, αναγνωρίζει αντικείμενα και χειρίζεται προϊόντα με ακρίβεια. Έτσι, μπορεί να αυτοματοποιήσει εργασίες όπως ο έλεγχος, η επεξεργασία και η επανατοποθέτηση των επιστρεφόμενων προϊόντων.

Η επένδυση πραγματοποιείται καθώς η Zalando συνεχίζει την επέκτασή της στην Ευρώπη, με προγραμματισμένη είσοδο και στη βουλγαρική αγορά. Η ανάπτυξη σε νέες χώρες αυξάνει τις παραγγελίες, την πολυπλοκότητα των logistics και τον αριθμό των επιστροφών.

Η **Sereact** έχει συγκεντρώσει περισσότερα από **145 εκατομμύρια δολάρια**, ενώ σκοπεύει να αξιοποιήσει τη χρηματοδότηση για να επεκτείνει την πλατφόρμα **Cortex** και να εισέλθει σε νέες αγορές.



BNPL ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ

Το νέο πλαίσιο για αγορές με δόσεις και «πληρωμή αργότερα»



Mια από τις πλέον δημοφιλείς μορφές χρηματοδότησης αγορών των τελευταίων ετών, τα λεγόμενα **BNPL** («Buy Now - Pay Later»), αποκτούν για πρώτη φορά ολοκληρωμένο νομικό πλαίσιο στην Ελλάδα. Ο νόμος 5317/2026 (ΦΕΚ Α' 108/10.07.2026) ενσωματώνει την Οδηγία (ΕΕ) 2023/2225 για την καταναλωτική πίστη και φέρνει ουσιαστικές αλλαγές σε μια αγορά που μέχρι σήμερα λειτουργούσε σε σχετικά ασαφές ρυθμιστικό έδαφος.

Μια αγορά χωρίς επίσημη καταγραφή, αλλά με ραγδαία ανάπτυξη

Επίσημη στατιστική για το πόσοι καταναλωτές στην Ελλάδα χρησιμοποιούν **BNPL** δεν υπάρχει,

όμως τα στοιχεία των ίδιων των εταιρειών δείχνουν ήδη σημαντική κλίμακα. Η **Klarna** κατέγραφε τον Φεβρουάριο του 2026 περίπου **288.000 μηνιαίους ενεργούς χρήστες** στην Ελλάδα, αυξημένους κατά 65% σε ετήσια βάση, με την αξία συναλλαγών να έχει αυξηθεί κατά 122% το α' τρίμηνο του 2025.

Η **tbi bank** δηλώνει πάνω από **300.000 πελάτες BNPL** και συνεργασία με περισσότερα από **7.000 καταστήματα**. Οι δύο αριθμοί δεν αθροίζονται απλά, καθώς ο ίδιος καταναλωτής μπορεί να χρησιμοποιεί περισσότερες υπηρεσίες, αλλά επιβεβαιώνουν ότι το BNPL έχει περάσει στο μαζικό ηλεκτρονικό εμπόριο.

Στο **Sk routz**, για παράδειγμα, οι καταναλωτές έχουν ήδη την επιλογή της Klarna, με τρεις άτοκες δόσεις, ή της tbi bank, με χρηματοδότηση από **20 έως 1.000 ευρώ** σε τρεις ή τέσσερις άτοκες δόσεις.

Πέρα από τους δύο αυτούς βασικούς παρόχους, στην αγορά δραστηριοποιούνται έμποροι με δικές τους λύσεις αναβολής πληρωμής και εταιρείες πληρωμών που ενσωματώνουν τρίτους παρόχους στο checkout. Δεν υπάρχει, δηλαδή, ενιαίος και επίσημος κατάλογος «εταιρειών BNPL».

Νέος παίκτης αναμένεται να είναι η κοινή εταιρεία χρηματοδότησης **Eurobank-Inbank**, με στόχο την εμπορική έναρξη το **α' τρίμηνο του 2027**.

Ψηφισμένος, αλλά όχι ακόμη σε πλήρη εφαρμογή

Παρότι δημοσιεύθηκε στο ΦΕΚ στις **10 Ιουλίου 2026**, ο νόμος δεν ισχύει από την επόμενη ημέρα. Η ίδια η Οδηγία 2023/2225 ορίζει εφαρμογή από τις **20 Νοεμβρίου 2026**, ημερομηνία με την οποία αναμένεται να ευθυγραμμιστεί και η ελληνική εφαρμογή, καθώς ο νόμος περιλαμβάνει ειδικό άρθρο μεταβατικών διατάξεων.

Η καθυστέρηση δεν είναι τυχαία. Η Ελλάδα όφειλε να έχει ενσωματώσει την Οδηγία έως τις **20 Νοεμβρίου 2025**, κάτι που δεν είχε γίνει, με αποτέλεσμα να βρίσκεται σε εξέλιξη διαδικασία παράβασης από την Κομισιόν.

Ο νόμος αποτελεί, με αυτή την έννοια, **υποχρεωτική και καθυστερημένη εναρμόνιση** με το κοινοτικό πλαίσιο και όχι αμιγώς ελληνική πρωτοβουλία ειδικά για το BNPL.

Ποιες συναλλαγές υπάγονται στο νέο πλαίσιο

Ο νόμος δεν αναφέρει πουθενά ρητά τον όρο «BNPL», ορίζει όμως τη «**σύμβαση πίστωσης**» ώστε να περιλαμβάνει κάθε «**συμφωνία για εξόφληση της οφειλής σε μεταγενέστερο χρόνο**», δηλαδή ακριβώς τον μηχανισμό του «πλήρωσε αργότερα».



Καθοριστικό ρόλο παίζει το ποιος χορηγεί την πίστωση. Όταν αυτή προέρχεται από **τρίτο πάροχο**, όπως η Klarna ή η tbi bank, που δεν είναι ο ίδιος ο πωλητής, η σύμβαση δεν καλύπτεται από τις εξαιρέσεις που προβλέπει ο νόμος για την απευθείας εμπορική πίστωση. Επομένως, εμπίπτει πλήρως στο νέο πλαίσιο.

Εξαίρεση παραμένει μόνο όταν ο ίδιος ο έμπορος, και όχι τρίτος πάροχος, προσφέρει **άτοκη εξόφληση εντός 50 ημερών** ή **εντός 14 ημερών**, εφόσον πρόκειται για μεγάλη ψηφιακή επιχείρηση πωλήσεων εξ αποστάσεως.

Ένα μικρό κατάστημα που προσφέρει απευθείας άτοκη εξόφληση σε 30 ημέρες μπορεί, έτσι, να μείνει εκτός του αυστηρού πλαισίου.

Καταργείται το κατώτατο χρηματικό όριο

Πιο ουσιαστική αλλαγή είναι η **κατάργηση του κατώτατου χρηματικού ορίου εφαρμογής**. Το προηγούμενο καθεστώς άφηνε εκτός τις πολύ μικρές πιστώσεις, ενώ ο νέος νόμος δεν προβλέπει κατώτατο όριο.

Η αλλαγή είναι κρίσιμη για το BNPL, όπου οι περισσότερες συναλλαγές αφορούν μικρά ποσά. Για παράδειγμα, ένα ζευγάρι sneakers αξίας **60 ευρώ**, το οποίο αγοράζεται σε τρεις δόσεις μέσω Klarna, καλύπτεται πλέον κανονικά, ενώ προηγουμένως μπορεί να έμενε εκτός νόμου.

Παράλληλα, το **ανώτατο όριο εφαρμογής** αυξάνεται στις **100.000 ευρώ**.

Οι τέσσερις βασικές υποχρεώσεις των παρόχων

1. Υποχρεωτική προσυμβατική ενημέρωση

Πριν από κάθε «Ολοκλήρωση αγοράς» με δόσεις, ο καταναλωτής πρέπει να βλέπει σε **τυποποιημένη και σαφή μορφή**, και όχι θαμμένα στους όρους χρήσης, το συνολικό ποσό πίστωσης, τον αριθμό των δόσεων, τυχόν επιβαρύνσεις και τις συνέπειες καθυστέρησης.

Η ενημέρωση θα πρέπει να παρουσιάζεται με τον ίδιο τρόπο από κάθε πάροχο, ώστε να είναι εφικτή η **σύγκριση των διαφορετικών επιλογών χρηματοδότησης**.

2. Έλεγχος πιστοληπτικής ικανότητας

Πριν από κάθε χορήγηση πίστωσης καθίσταται υποχρεωτικός ο **έλεγχος της πιστοληπτικής ικανότητας** του καταναλωτή.

Στόχος είναι η αποτροπή της «αθέατης» υπερχρέωσης, κατά την οποία οι καταναλωτές συσσωρεύουν πολλαπλές μικρές δόσεις σε διαφορετικές πλατφόρμες, χωρίς κανένας πάροχος να έχει πλήρη εικόνα της συνολικής οικονομικής έκθεσής τους.

Εάν ο πάροχος εγκρίνει πίστωση χωρίς να πραγματοποιήσει τον απαραίτητο έλεγχο και ο καταναλωτής αδυνατήσει να πληρώσει, **χάνει το δικαίωμα να ζητήσει τόκους ή έξοδα**. Ο καταναλωτής οφείλει να επιστρέψει μόνο το αρχικό κεφάλαιο.

3. Απαγόρευση αυτόκλητης χορήγησης πίστωσης

Δεν επιτρέπεται πλέον η ύπαρξη προεπιλεγμένου πεδίου «**πληρωμή σε δόσεις**» στο checkout ούτε η αυτόματη ενεργοποίηση πιστωτικού ορίου χωρίς ρητό αίτημα του καταναλωτή.

Παράλληλα, ενισχύεται η υποχρέωση **έγκαιρης παρέμβασης του πιστωτή**, πριν από την προσφυγή σε διαδικασίες αναγκαστικής είσπραξης.

4. Πλαφόν στο συνολικό κόστος

Για προϊόντα με προκαθορισμένη διάρκεια, το συνολικό κόστος αποπληρωμής, δηλαδή **τόκοι και έξοδα**, δεν μπορεί να ξεπεράσει το **60%, 70% ή 75% πάνω από το κεφάλαιο**, ανάλογα με τη διάρκεια της χρηματοδότησης.

Για παράδειγμα, σε χρηματοδότηση **1.000 ευρώ για δύο έτη**, το ανώτατο συνολικό ποσό αποπληρωμής διαμορφώνεται στα **1.600 ευρώ**.

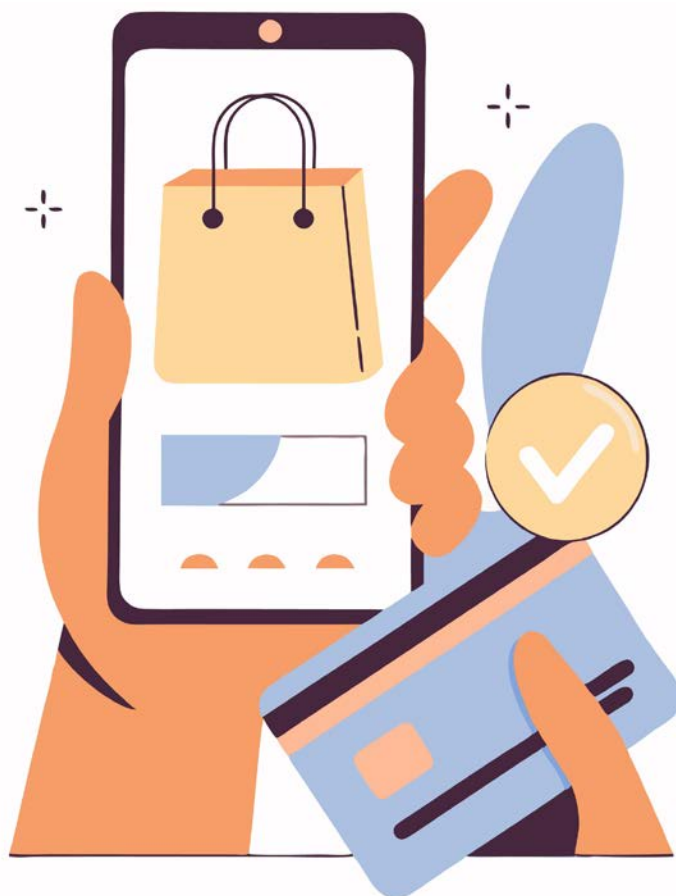
Για προϊόντα χωρίς σταθερή διάρκεια, όπως οι πιστωτικές κάρτες, ισχύει διαφορετικός μηχανισμός. Το **Συνολικό Ετήσιο Πραγματικό Επιτόκιο (ΣΕΠΕ)** δεν μπορεί να υπερβαίνει το μέσο ΣΕΠΕ της αγοράς, προσαυξημένο κατά **30% έως 50%**.

Τι αλλάζει για τον καταναλωτή στην πράξη

Αγορά κινητού σε τρεις άτοκες δόσεις

Ένας καταναλωτής αγοράζει online ένα κινητό τηλέφωνο αξίας **600 ευρώ** και επιλέγει πληρωμή σε τρεις άτοκες δόσεις μέσω Klarna.

Πριν πατήσει «Αποδοχή», πρέπει πλέον να βλέπει σε τυποποιημένη και ευανάγνωστη μορφή, και όχι θαμμένα στους όρους χρήσης, ότι θα πληρώσει **200 ευρώ τον μήνα για τρεις μήνες**, χωρίς



πρόσθετη επιβάρυνση, καθώς και τι θα συμβεί εάν καθυστερήσει μία δόση.

Πολλαπλές ανοιχτές δόσεις

Σε ένα δεύτερο σενάριο, ο ίδιος καταναλωτής έχει ήδη τρεις ανοιχτές δόσεις σε άλλες πλατφόρμες, για παράδειγμα **150 ευρώ για ρούχα, 90 ευρώ για είδη σπιτιού και 300 ευρώ για ηλεκτρονικά**, και ζητά μια τέταρτη πίστωση ύψους **400 ευρώ**.

Εάν ο πάροχος εγκρίνει τη νέα πίστωση χωρίς κανέναν έλεγχο και ο καταναλωτής αδυνατήσει τελικά να πληρώσει, ο νόμος τον προστατεύει. Ο πάροχος χάνει το δικαίωμα να του ζητήσει τόκους ή έξοδα και ο καταναλωτής οφείλει μόνο τα αρχικά **400 ευρώ**, χωρίς προσαυξήσεις.

Χρηματοδότηση επίπλων για δύο χρόνια

Σε ένα τρίτο παράδειγμα, ένας καταναλωτής λαμβάνει χρηματοδότηση **1.000 ευρώ** για την αγορά επίπλων, με διάρκεια αποπληρωμής δύο ετών.

Όσες προμήθειες και αν προσθέσει ο πάροχος στην πορεία, το συνολικό ποσό που θα κληθεί να επιστρέψει δεν μπορεί νομικά να ξεπεράσει τα **1.600 ευρώ**, λόγω του πλαφόν 60% πάνω από το κεφάλαιο για διάρκεια έως τέσσερα έτη.

Πρόκειται για προστασία που μέχρι σήμερα δεν εφαρμοζόταν με τον ίδιο τρόπο στα μικρά και βραχυπρόθεσμα προϊόντα καταναλωτικής πίστωσης.

Koolmetrix και MediaMarktSaturn συνεργάζονται σε έξι ευρωπαϊκές αγορές

Η **Koolmetrix** ανέπτυξε για τη **MediaMarktSaturn** ένα αυτοματοποιημένο σύστημα παρακολούθησης και ανάλυσης δεδομένων, το οποίο εφαρμόζεται ήδη σε έξι ευρωπαϊκές χώρες. Η λύση ενοποιεί πληροφορίες από πολλαπλές πηγές και προσφέρει αξιόπιστα insights για ταχύτερες αποφάσεις. Η συνεργασία ενισχύει τη θέση της Koolmetrix στους τομείς **data intelligence**, **marketing technology** και **intelligent performance marketing**.

Σε γενική διάθεση ο Menura AI Agent της ContactPigeon

Η **ContactPigeon** διαθέτει πλέον ευρέως τον **Menura AI Agent**, μετά την επιτυχημένη πιλοτική εφαρμογή του σε retailers όπως το **Πλαίσιο** και το **ToFarmakeioMou**. Το εργαλείο δοκιμάστηκε σε πραγματικά e-commerce journeys, υποστηρίζοντας μεγάλους προϊόντικούς καταλόγους και προσφέροντας ακριβείς, συνεπείς με το brand και εμπορικά αξιοποιήσιμες συνομιλίες σε συνθήκες υψηλού traffic.

Στην κορυφή του App Store η ελληνική εφαρμογή BRRRO



Η νέα εφαρμογή επικοινωνίας **BRRRO**, δημιούργημα του Έλληνα επιχειρηματία **Ιωάννη Καμαρίκου**, κατέκτησε την πρώτη θέση στο App Store σε Ελλάδα και Κύπρο. Συνδυάζει μηνύματα, κλήσεις, stories και αναρτήσεις σε μία πλατφόρμα με **end-to-end**

κρυπτογράφηση. Διαθέτει λειτουργίες Anti-Screenshot, Voice Mask και Emergency Button, ενισχύοντας την ιδιωτικότητα και την ασφάλεια. Προς το παρόν διατίθεται αποκλειστικά σε συσκευές Apple, ενώ η έκδοση Android αναμένεται σύντομα.



Η Apple στοιχηματίζει στη νέα Siri με «όπλο» την ιδιωτικότητα

Η **Apple** ενισχύει αποφασιστικά τη στρατηγική της στην τεχνητή νοημοσύνη, παρουσιάζοντας μια νέα γενιά της Siri, σχεδιασμένη να λειτουργεί ως πιο προσωπικός, φυσικός και αποτελεσματικός ψηφιακός βοηθός. Στόχος της εταιρείας είναι να αξιοποιήσει το τεράστιο οικοσύστημα ενεργών iPhone, iPad, Mac, Apple Watch και άλλων συσκευών, ώστε να φέρει τις δυνατότητες της παραγωγικής AI στην καθημερινότητα εκατοντάδων εκατομμυρίων χρηστών.

Η αναβαθμισμένη **Siri AI** θα μπορεί να κατανοεί καλύτερα το προσωπικό πλαίσιο του χρήστη, το περιεχόμενο που εμφανίζεται στην οθόνη και τις πληροφορίες που βρίσκονται σε διαφορετικές εφαρμογές. Θα αναζητά στοιχεία σε μηνύματα, φωτογραφίες, αρχεία και ημερολόγια, θα απαντά σε πιο σύνθετες ερωτήσεις και θα εκτελεί ενέργειες μέσα σε εφαρμογές, χωρίς να απαιτείται συνεχής χειροκίνητη πλοήγηση. Μέσω των App Intents, οι προγραμματιστές θα μπορούν επίσης να συνδέουν λειτουργίες των εφαρμογών τους με τον νέο βοηθό.

Το βασικό πλεονέκτημα που προβάλλει η Apple είναι η **προστασία των προσωπικών δεδομένων**. Πολλά αιτήματα θα υποβάλλονται σε επεξεργασία απευθείας στη συσκευή. Όταν απαιτείται μεγαλύτερη υπολογιστική ισχύς, θα χρησιμοποιείται το Private Cloud Compute, με διακομιστές Apple silicon. Σύμφωνα με την εταιρεία, τα δεδομένα δεν αποθηκεύονται και αξιοποιούνται αποκλειστικά για την εκτέλεση του συγκεκριμένου αιτήματος.

Η Apple επιχειρεί έτσι να διαφοροποιηθεί από ανταγωνιστικούς βοηθούς, συνδυάζοντας **εξατομίκευση, ενσωμάτωση και ασφάλεια**. Ωστόσο, η επιτυχία του εγχειρήματος θα εξαρτηθεί από την ταχύτητα διάθεσης, τη συμβατότητα με παλαιότερες συσκευές, την υποστήριξη τρίτων εφαρμογών και την αξιοπιστία των απαντήσεων στην πράξη.

DIGITAL MARKETING



Στα 401 εκατ. ευρώ η ψηφιακή διαφημιστική αγορά στην Ελλάδα

Η αγορά των **digital ads** στην **Ελλάδα** διαμορφώθηκε στα **401 εκατ. ευρώ το 2025**, κατατάσσοντας τη χώρα στην 21η θέση μεταξύ των 30 ευρωπαϊκών αγορών που εξετάζει η τελευταία έκθεση του **IAB Europe**.

Σε ευρωπαϊκό επίπεδο, οι επενδύσεις στην ψηφιακή διαφήμιση αυξήθηκαν κατά **10,5%**, φτάνοντας συνολικά τα **131,1 δισ. ευρώ**. Παρότι ο ρυθμός ανάπτυξης ήταν χαμηλότερος από το 16% της προηγούμενης χρονιάς, όλες οι αγορές που συμμετείχαν στην έρευνα παρουσίασαν άνοδο.

Ιδιαίτερα δυναμική ήταν η πορεία του **retail media**, το οποίο ενισχύθηκε κατά 16,7% και έφτασε τα 13,3 δισ. ευρώ. Για πρώτη φορά, η συγκεκριμένη κατηγορία ξεπέρασε το 10% της συνολικής ευρωπαϊκής ψηφιακής διαφημιστικής δαπάνης.

Το **διαφημιστικό βίντεο** αυξήθηκε κατά 19,6%, αγγίζοντας τα 34 δισ. ευρώ, ενώ οι διαφημίσεις στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης σημείωσαν άνοδο 19,2%, στα 35,5 δισ. ευρώ.

Το **social video** αποτέλεσε την ταχύτερα αναπτυσσόμενη μορφή, με αύξηση 25,7%.

Το Ηνωμένο Βασίλειο παρέμεινε η μεγαλύτερη αγορά της Ευρώπης, με δαπάνες 46,9 δισ. ευρώ, και ακολούθησαν η Γερμανία και η Γαλλία.



Νέα digital συνεργασία Double Dot και Bee Naturalles

Η **Double Dot** αναλαμβάνει την ψηφιακή επικοινωνία της **Bee Naturalles**, του ελληνικού brand βιολογικών προϊόντων μέλισσας από την **Εύβοια**. Η συνεργασία περιλαμβάνει ολοκληρωμένη στρατηγική **digital marketing**, paid καμπάνιες σε Meta και Google, καθώς και διαχείριση οργανικού περιεχομένου στα social media. Στόχος είναι η ενίσχυση της αναγνωρισιμότητας, της σύνδεσης με το κοινό και των μετρήσιμων αποτελεσμάτων.

Νέα εταιρική ιστοσελίδα για τη Mega Brokers

Η **Mega Brokers** παρουσίασε τη νέα εταιρική της ιστοσελίδα, με σύγχρονο σχεδιασμό, βελτιωμένη δομή και ανανεωμένο περιεχόμενο. Στόχος είναι η ευκολότερη πρόσβαση σε ασφαλιστικές λύσεις και υπηρεσίες, προσφέροντας πιο λειτουργική και φιλική εμπειρία πλοήγησης για ιδιώτες, επαγγελματίες και επιχειρήσεις.



Εκδότης

Κώστας Νόστης

Αρχισυντάκτρια

Σόνια Χαϊμαντά

Στη Σύμβαση Συνεργάστηκαν:

Δημήτρης Θωμαδάκης, 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

