

ΔΕΛΤΙΟ ΤΥΠΟΥ

16ο ΣΥΝΕΔΡΙΟ ECR HELLAS

Η ΔΥΝΑΜΗ ΤΗΣ ΣΥΝΕΡΓΑΣΙΑΣ ΜΕ ΕΠΙΚΕΝΤΡΟ ΤΟΝ ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΗ

Με μεγάλη επιτυχία και συμμετοχή **περισσότερων από 750 στελεχών** από τον κλάδο των FMCG, ολοκληρώθηκε το **16ο συνέδριο του ECR Hellas** με τίτλο «Η Δύναμη της συνεργασίας με επίκεντρο τον καταναλωτή» το οποίο πραγματοποιήθηκε την Τετάρτη 4 Ιουνίου 2025.

Η έναρξη των εργασιών του συνεδρίου έγινε από τους **Προέδρους του ECR Hellas Θεοδωρή Γεροστεργιούδη, Γενικός Διευθυντής ΜΑΣΟΥΤΗΣ ΑΕ και Νίκο Πράπα Head of Corporate Sales GR/CY/AL NESTLE ΑΕ** αναφερόμενοι στα τριάντα χρόνια **30 χρόνια συνεχούς παρουσίας και δράσης** στην ελληνική αγορά. Τρεις δεκαετίες κοινού βηματισμού, κοινών προκλήσεων και κυρίως αναζήτησης και δημιουργίας λύσεων για τον κλάδο.

ΕΝΟΤΗΤΑ 1: ΑΠΟΤΥΠΩΣΗ ΤΟΥ ΤΡΕΧΟΝΤΟΣ ΤΟΠΙΟΥ ΤΗΣ ΕΛΛΗΝΙΚΗΣ ΑΓΟΡΑΣ

Η Ελένη Βρεττού, Διευθύνουσα Σύμβουλος της Attica Bank, μίλησε για τη σημασία ενός νέου, ουσιαστικού τραπεζικού μοντέλου που δεν περιορίζεται σε διαμεσολάβηση κεφαλαίων, αλλά διαμορφώνει τον αναπτυξιακό χάρτη της χώρας. Τόνισε ότι φιλοδοξία της Attica Bank είναι να γίνει το τραπεζικό χέρι που θα χτίζει ανάπτυξη, μια τράπεζα ευέλικτη και κοντά στον πελάτη. Στόχος της Τράπεζας είναι να δώσει φωνή στις μικρές και μεσαίες επιχειρήσεις, και να αποτελέσει, τελικά, μοχλό μετασχηματισμού της ελληνικής οικονομίας.

Ο Σπύρος Θεοδωρόπουλος, Πρόεδρος & Διευθύνων Σύμβουλος BESPOKE SGA HOLDINGS Α.Ε., Πρόεδρος Διοικητικού Συμβουλίου ΣΕΒ, ανέφερε ότι πρέπει να βλέπουμε την εθνική οικονομία σε μεγαλύτερο βάθος χρόνου. Είναι σημαντική η δημοσιονομική σταθερότητα παρόλα αυτά η χώρα συνεχίζει να αντιμετωπίζει σημαντικό έλλειμμα στο εμπορικό ισοζύγιο. Η μείωση της αγοραστικής δύναμης δεν συνδέεται με τις υψηλές τιμές των προϊόντων αλλά με τους χαμηλούς μισθούς των εργαζομένων. Η βελτίωση της παραγωγικότητας θα βοηθήσει την άνοδο των μισθών ώστε να μην υπάρχει αναντιστοιχία μεταξύ των αμοιβών των εργαζομένων και των τιμών των προϊόντων. Ο ΣΕΒ έχει ξεκινήσει πρωτοβουλία για να επαναφέρει την παραγωγικότητα στο δημόσιο διάλογο. Υπογράμμισε ότι η υπερύθμιση από την πλευρά του κράτους μόνο πολυπλοκότητα και δυσκολίες δημιουργεί ενώ η αγορά έχει τη δυνατότητα να αυτορυθμίζεται. Το κράτος πρέπει να δίνει τις κατευθύνσεις και όχι να παρεμβαίνει ρυθμίζοντας τα πάντα καθώς αυτό έχει αρνητικές επιπτώσεις στη λειτουργία των επιχειρήσεων. Παράλληλα, τάχθηκε υπέρ της συνένωσης και της δημιουργίας μεγαλύτερων επιχειρηματικών σχημάτων. Αναφερόμενος στο ESG τόνισε ότι είναι εξαιρετικά σημαντική η βιωσιμότητα και απαραίτητη η συνεχής επένδυση για την επίτευξη των στόχων όχι όμως εις βάρος της παραγωγικότητας και της ανταγωνιστικότητας. Σχετικά με την τεχνητή νοημοσύνη ανέφερε ότι δεν έρχεται σε σύγκρουση με τον άνθρωπο αλλά είναι ένα σημαντικό εργαλείο – βοηθός.

Ο Αριστοτέλης Παντελιάδης, Διευθύνων Σύμβουλος METRO ΑΕΒΕ, Πρόεδρος Ένωσης Σούπερ Μάρκετ Ελλάδας (ΕΣΕ), ανέφερε την ανάγκη για ουσιαστική και διαφανή συνεργασία σε όλο το μήκος της εφοδιαστικής αλυσίδας, τονίζοντας τα σημεία εστίασης για το παρόν και το μέλλον. Στον παρόντα χρόνο είναι σημαντική η διαφάνεια και αμεσότητα των δεδομένων και η προσαρμογή στο νέο τοπίο των προσφορών και τους τρόπους διαφοροποίησης των επιχειρήσεων. Ανέφερε ότι βάσει στοιχείων της Eurostat, η Ελλάδα παραμένει φθηνότερη από τον μέσο ευρωπαϊκό όρο αλλά η αγοραστική δύναμη των καταναλωτών μειώνεται κάτι που συσχετίζεται με το ύψος των μισθών. Σχετικά με την επόμενη ημέρα του κλάδου και μέσα από το πρίσμα της συνεργασίας τα θέματα που αναδεικνύονται σχετίζονται με την αξιοποίηση των Retail media, την κοινή αξιοποίηση AI, το ουσιαστικό category management με στόχο την επίτευξη συγκεκριμένων KPIs, την ανάπτυξη των κατηγοριών και την ανταλλαγή τεχνογνωσίας. Για το άμεσο μέλλον πρότείνει διακλαδικές πρωτοβουλίες για το περιβάλλον και την κοινωνία, κοινές σχολές εκπαίδευσης στελεχών, κοινή χρήση εφοδιαστικής αλυσίδας, κοινούς στόχους αντί ετήσιας συμφωνίας.

ΕΝΟΤΗΤΑ 2: ΣΥΝΔΕΣΗ / ΑΛΛΗΛΕΠΙΔΡΑΣΗ ΜΕ ΤΟΝ ΣΥΓΧΡΟΝΟ ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΗ / ΑΓΟΡΑΣΤΗ

Ο Rob Saker, Global Vice President | Commercial Industries Databricks, αναφέρθηκε στη ριζική μεταμόρφωση του λιανικού εμπορίου χάρη στην τεχνητή νοημοσύνη, η οποία επιτρέπει την εξαγωγή πληροφοριών σε πραγματικό χρόνο από μη δομημένα δεδομένα, ενδυναμώνοντας τους εργαζομένους της πρώτης γραμμής ενισχύοντας την παραγωγικότητα, εκσυγχρονίζοντας τα παλαιά συστήματα με απρόσκοπτο τρόπο και βελτιστοποιώντας τις λειτουργίες τους προσφέροντας υπερ-εξατομικευμένες εμπειρίες στους πελάτες τους, δίνοντας στις επιχειρήσεις ένα βιώσιμο ανταγωνιστικό πλεονέκτημα

Ο Tommaso Nervegna, Executive Design Director | Head of Design & Creativity for Commerce ICEG ACCENTURE, αναφέρθηκε στις πέντε αναδυόμενες τάσεις που αποκαλύπτουν πώς αισθάνονται οι άνθρωποι και πώς ανταποκρίνονται στις επιχειρηματικές, τεχνολογικές και κοινωνικές αλλαγές—και τι σημαίνει αυτό για τα brands.

ΕΝΟΤΗΤΑ 3: ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΑ ΒΗΜΑΤΑ ΓΙΑ ΕΠΙΤΥΧΙΑ ΚΑΙ ΑΝΑΠΤΥΞΗ

Ο Μιχάλης Τσαμάζ, Chairman of the Board UNI.SYSTEMS S.A., Chairman of the Board INTRACOM DEFENSE S.A., Managing Director CORESIGHT s.m.p.c., ανέφερε ότι καθώς οι σημερινοί πελάτες δεν ικανοποιούνται πλέον μόνο με τα προϊόντα και απαιτούν μια συνολική εμπειρία, πρακτική και συναισθηματική, οι επιχειρήσεις πρέπει να πραγματοποιήσουν αλλαγές χρησιμοποιώντας τα ψηφιακά εργαλεία και την τεχνητή νοημοσύνη. Τόνισε ότι οι νικητές θα είναι εκείνοι που μπορούν να αξιοποιήσουν αυτή την αλλαγή σε στρατηγική δράση.

Οι Wouter Hulst, Managing Director 201 CONNECTED MEDIA και Κωνσταντίνος Δανιάς, Media, Monetization & Brand Activation Director AB ΒΑΣΙΛΟΠΟΥΛΟΣ ΜΑΕ, αναφέρθηκαν στο σημαντικό ρόλο των Retail Media ως εργαλείο επιρροής του καταναλωτή στο πεδίο αγορών του. Στην Ευρώπη η αγορά του retail media αναπτύσσεται με ετήσιο ρυθμό 25% αγγίζοντας τα 13 δις €. Παρουσιάστηκαν

πραγματικά cases που υλοποιήθηκαν στον AB ΒΑΣΙΛΟΠΟΥΛΟ σε μία 360° προσέγγιση με στόχο τη βελτιστοποίηση των πωλήσεων.

Ο Gary Horsfield, Group Category Leader Blade Excellence, AMI & CSCO at BIC Group, ανέφερε ανέδειξε τη σημασία της καινοτομίας στην πράξη. Τόνισε πώς οι ιδέες μπορούν να μετατραπούν σε ουσιαστική αξία μέσα από στρατηγική σκέψη, συνεργασία και επιχειρησιακή ευελιξία. Λειτουργώντας ως κινητήρια δύναμη εξέλιξης.

ΕΝΟΤΗΤΑ 4: ΒΙΩΣΙΜΟΤΗΤΑ & ESG: Ο ΔΡΟΜΟΣ ΤΗΣ ΤΗΝ ΥΠΕΥΘΥΝΗ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ

Η Κιάρρα Κόντη, Partner Climate Change & Sustainability Services EY ΕΛΛΑΔΑΣ αναφέρθηκε στην πρόσφατη πρόταση απλοποίησης των Οδηγιών CSRD και CSDDD και πώς επηρεάζει τις επιχειρήσεις καθώς και για το τι σημαίνει το “stop the clock” για τις υποχρεώσεις αναφορών αλλά και για την βιωσιμότητα του επιχειρηματικού μοντέλου.

Ο Νίκος Μαμουλής, Γενικός Διευθυντής φορέα DRS Ελλάδας, αναφέρθηκε στο θεσμικό πλαίσιο που ορίζει την υποχρέωση σύστασης φορέα για την εφαρμογή Συστήματος Επιστροφής Εγγύησης (DRS) σε συσκευασίες ποτών (αναψυκτικών, μπίρας, νερών). Τόνισε ότι η εφαρμογή του εγγυοδοτικού συστήματος ανακύκλωσης συσκευασιών ποτών περιλαμβάνει την υποχρέωση ανακύκλωσης του 90% των συσκευασιών έως το 2028. Ο φορέας θα συλλέγει, θα καταμετρά και θα επιστρέφει τις χρησιμοποιημένες συσκευασίες, καταβάλλοντας το εγγυοδοτικό αντίτιμο, ενώ θα λειτουργεί με μοντέλο «zero net cost».

Ο Πάνος Μήτσιος, Επιχειρηματίας, Συνιδρυτής και COO TEKMON, παρουσίασε το νέο ψηφιακό εργαλείο που ανέπτυξε η TEKMON σε συνεργασία με την ομάδα εργασίας του ECR Hellas, που βοηθά τις εταιρείες να αξιολογήσουν πόσο καλά κατανοούν, μετρούν και διαχειρίζονται τις εκπομπές Scope 3 στην αλυσίδα αξίας τους.

ΕΝΟΤΗΤΑ 5: ΑΞΙΟΠΟΙΗΣΗ ΝΕΩΝ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΩΝ ΣΤΟΝ ΚΛΑΔΟ FMCG

Οι Δρ. Αγγελική Καραγιαννάκη, Managing Director ACE ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΟ ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΑΘΗΝΩΝ, Ευτυχία Μπάκα, e-commerce Manager NESTLE HELLAS ΑΕ, Γρηγόρης Μπαντράς, Data Organization, Insights @Analytics Director AB ΒΑΣΙΛΟΠΟΥΛΟΣ ΜΑΕ, Αλίκη Ράγκου, Co-Founder PoP2See, Κωνστάντιος Μπατσιώλας, Founder Smart shopping – Agora, Μάρα Τσούμαρη, Founder – CEO SentiGeek, Θεωδωρής Σοφιανός, CEO DIGITAL BITES, παρουσίασαν τις AI λύσεις που αναπτύχθηκαν στο πλαίσιο της ομάδας εργασίας του ECR Hellas, μέσα από τη συνεργασία εταιριών μελών του ECR Hellas και start ups εταιριών, απαντώντας σε προκλήσεις που αντιμετωπίζουν οι επιχειρήσεις FMCG και συνδέονται με την εξατομίκευση της εμπειρίας και τη δημιουργία προσωποποιημένων και διαδραστικών εμπειριών για τον καταναλωτή.

Ο Γιώργος Γεωργιόπουλος, Chief Commercial Officer SATORI ANALYTICS, αναφέρθηκε σε επιτυχημένα παραδείγματα χρήσης τεχνητής νοημοσύνης για το πώς οι επιχειρήσεις του κλάδου μπορούν να την αξιοποιήσουν ως ανταγωνιστικό πλεονέκτημα φέρνοντας πραγματική υπεραξία.

ΕΝΟΤΗΤΑ 6: ΑΝΘΕΚΤΙΚΟΤΗΤΑ ΚΑΙ ΑΠΟΔΟΤΙΚΟΤΗΤΑ ΣΤΗ ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗ ΕΦΟΔΙΑΣΤΙΚΗΣ ΑΛΥΣΙΔΑΣ

Ο Τάσος Βαμβακίδης, Department Manager – Sales & Marketing Department, PCT S.A., ανέφερε ότι ο Σταθμός Εμπορευματοκιβωτίων Πειραιά (ΣΕΠ Α.Ε.) είναι ένας από τους κορυφαίους τερματικούς σταθμούς στην Ανατολική Μεσόγειο. Είναι θυγατρική εταιρεία της COSCO SHIPPING Ports και έχει επενδύσει από το 2010 συνολικά περισσότερα από €600 εκατ. Οι προκλήσεις που αντιμετωπίζει η εφοδιαστική αλυσίδα είναι πολλές και οι λύσεις συνδέονται με τις επενδύσεις σε εξοπλισμό, εκσυγχρονισμό του σιδηροδρομικού δικτύου, την ανάπτυξη logistics centers με σύνδεση στο λιμάνι του Πειραιά και επενδύσεις στη βιωσιμότητα.

Οι Μαρία Μπασινά, Europe Warehouse Service & Capacity Leader, PROCTER & GAMBLE HELLAS M. ΕΠΕ, Χρήστος Γραμμένος, Επικεφαλής Κέντρου Διανομής Γέφυρας Θεσσαλονίκης METRO AEBE, Νίκος Λιάκος, Manager Supply Chain & Operations ΕΥ ΕΛΛΑΔΑΣ, Γιάννης Κανελλόπουλος, Team Leader, Multimodal Logistics & Maritime Operations, Institute of Communication & Computer Systems (ICCS), παρουσίασαν τα αποτελέσματα της ομάδας εργασίας του ECR Hellas που αφορούσε τη βελτίωση της διαχείρισης της μεταφοράς στα νησιά και τον αστικό ιστό. Ιδιαίτερα σημαντικά τα αποτελέσματα της πιλοτικής εφαρμογής μέσω πλατφόρμας προσομοίωσης συμφόρτωσης μικρών φορτίων σε hub στο λιμάνι του Πειραιά, καταγράφοντας μία μείωση φορτίων της τάξης του 63,8% με τη χρήση φορτηγών χωρητικότητας 33 παλετών.

ΕΝΟΤΗΤΑ 7: ΕΞΕΛΙΣΣΟΜΕΝΟ ΕΡΓΑΣΙΑΚΟ ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝ

Οι Γιώργος Κουμαρτζής, Human Resources Transformation Leader, DELOITTE HUMAN CAPITAL PORTFOLIO OF SERVICES και Τόνια Μαύρου, Workforce Transformation Leader, DELOITTE HUMAN CAPITAL PORTFOLIO OF SERVICES, αναφέρθηκαν στη ραγδαία μεταμόρφωση του κλάδου λιανικού εμπορίου και πώς η τεχνητή νοημοσύνη, η αυτοματοποίηση και οι ψηφιακές πλατφόρμες επαναπροσδιορίζουν τον τρόπο εργασίας. Ο χώρος εργασίας αλλάζει γρήγορα και η ανταπόκριση σε αυτή την αλλαγή έρχεται μέσα από την τεχνολογία, τις ευέλικτες δομές και τη διαρκή μάθηση.

Ο Φώτης Ρήγας, Managing Director Recruitment Services KARIERA.GR, ανέφερε ότι άδεια ράφια δεν σημαίνει μόνο έλλειψη προϊόντων — σημαίνει έλλειψη ανθρώπων. Στην Ελλάδα 811.000 πολίτες βρίσκονται εκτός εργασίας ενώ η ανεργία ανέρχεται σε 371.000 άτομα. Υπάρχουν διαθέσιμες θέσεις αλλά όχι άνθρωποι να τις καλύψουν. Η αγορά του Retail αποτυγχάνει να ανταγωνιστεί εναλλακτικές μορφές εισοδήματος, ενώ χρειάζεται ένα rebranding ως χώρος εργασίας. Πρέπει να μελετηθεί η προσφορά επιπλέον του μισθού και άλλων παροχών όπως επιδότηση στέγασης και μεταφοράς, ιατροφαρμακευτική κάλυψη, purpose driven retail culture. Είναι επιτακτική η μεταμόρφωση του retail για να μην χάσει τον πιο κρίσιμο πόρο – το ανθρώπινο κεφάλαιο.

Ο Παναγιώτης Γκεζεργλής, Διευθύνων Σύμβουλος CONVERT GROUP, παρουσίασε ένα πείραμα με το εμπορικό ταξίδι και τη μύηση μίας παρέας παιδιών στον επιχειρηματικό κόσμο.

Στην ενότητα LEADERS' DISCUSSION, συμμετείχαν οι:

Χριστίνα Χαλκιάδάκη, Διευθύνουσα Σύμβουλος ΧΑΛΚΙΑΔΑΚΗΣ ΑΕ, Νίκος Λαβίδας, Brand President AB ΒΑΣΙΛΟΠΟΥΛΟΣ ΜΑΕ, Γιάννης Αρτινός, Γενικός Διευθυντής AMBYΞ ΑΕ, Πρόεδρος ΔΣ ΜΠΑΡΜΠΑ ΣΤΑΘΗΣ Μ. ΑΒΕΕ, Ρενέτα Παπακαμμένου, Γενική Διευθύντρια COLGATE PALMOLIVE HELLAS Μ. ΑΕ με συντονιστή τον Χρήστο Τσεντεμεΐδη, Γενικός Διευθυντής ΟΡΙΖΟΝΤΕΣ ΑΕ, Εξωτερικός Σύμβουλος DELOITTE Ελλάδας & Σύμβουλος ECR Hellas.

Τα κύρια σημεία της συζήτησης, Ο Νίκος Λαβίδας, ανέφερε σχετικά με τον νέο Κώδικα Δεοντολογίας ότι παρότι κανένας παρεμβατισμός δεν είναι καλός, η Ελλάδα ακολούθησε νομοθετικά την υπόλοιπη Ευρώπη υιοθετώντας το συγκεκριμένο κώδικα. Δεν φαίνεται κάποια μείωση στις πωλήσεις μετά την εφαρμογή του μέτρου και μάλλον είχε θετική λειτουργία καθώς η διαχείριση των προσφορών παρουσιάζει πολυπλοκότητα ενώ τώρα η διαχείριση είναι πιο ξεκάθαρη. **Ο Γιάννης Αρτινός,** αναφέρθηκε στη ραγδαία μεταβολή του περιβάλλοντος την τελευταία 20ετία με την αντιμετώπιση σοβαρών και συνεχών κρίσεων. Θα έβαζε αρνητικό πρόσημο στον τρόπο με τον οποίο έγινε η εισαγωγή του νέου Κώδικα στην αγορά καθώς εφαρμόστηκε απότομα με αποτέλεσμα να δημιουργήσει πίεση στις επιχειρήσεις. Μακροπρόθεσμα όμως θα βοηθήσει στην μεγαλύτερη διαφάνεια και στην καλύτερη σύγκριση τιμών. Έχοντας τις προσφορές οριοθετημένες δίνεται η ευκαιρία στις επιχειρήσεις να ασχοληθούν με θέματα όπως το πώς θα μεγαλώσει το όφελος του προϊόντος προς τους καταναλωτές. **Η Χριστίνα Χαλκιάδάκη** ανέφερε ότι η Ελλάδα αποδείχθηκε νικήτρια στις κρίσεις, χρειάζεται επένδυση σε υποδομές αλλά και στη σχέση με τους προμηθευτές. Στη χώρα μας υπάρχουν πολλά ρυθμιστικά μέτρα περισσότερα από κάθε άλλη χώρα γεγονός που δυσχεραίνει τη λειτουργία των επιχειρήσεων. Μετά τον Κώδικα Δεοντολογίας, η αγορά είναι σε φάση προσαρμογής, οι καταναλωτές πρέπει να εκπαιδευτούν ώστε να καταλαβαίνουν τις καθαρές τιμές ενώ οι επιχειρήσεις πρέπει να χρησιμοποιήσουν τα εργαλεία που έχουν για να επικοινωνήσουν με τους καταναλωτές τους αποτελεσματικά. **Η Ρενέτα Παπακαμμένου** ανέφερε σχετικά με τον Κώδικα Δεοντολογίας, ότι κανένας προμηθευτής δεν ήθελε να «παραπλανήσει» τον καταναλωτή. Η μεταβατική φάση είναι περίπλοκη και οι εταιρίες προσαρμόζουν την προωθητική στρατηγική τους ώστε να καλύπτουν τις ανάγκες των καταναλωτών. Ο Κώδικας Δεοντολογίας βοηθά στην ξεκάθαρη σύγκριση των τιμών αλλά έγινε απότομα και με προσκόλληση στο γράμμα του νόμου. Οι καταναλωτές είναι σήμερα επιφυλακτικοί με περιορισμό στις αγορές τους και πτώση σε όγκο σε ορισμένες κατηγορίες προϊόντων.