

women in digital

ΤΕΥΧΟΣ 1 // ΙΟΥΛΙΟΣ - ΑΥΓΟΥΣΤΟΣ 2021

Focus
ON TOP

Κωνσταντίνα Τζώκα

CMO, L'ORÉAL HELLAS

“Η L'Oréal ισοποθετεί
τις γυναίκες στο κέντρο
των προσαρτημάτων της
και για τον ψηφιακό
μετασχηματισμό
και την Τεχνολογία”

WOMEN IN

Highlights



ΜΑΡΙΑ ΠΑΤΣΗ
COO & CO-FOUNDER,
WARPLY



**ΠΟΠΗ
ΤΣΑΠΑΝΙΔΟΥ**
ΔΗΜΟΣΙΟΓΡΑΦΟΣ



**ΣΟΦΙΑ
ΕΦΡΑΙΜΟΓΛΟΥ-
ΚΟΥΝΕΝΑΚΗ**
ΠΡΟΕΔΡΟΣ ΕΘΝΙΚΟΥ
ΕΠΙΜΕΛΗΤΗΡΙΑΚΟΥ
ΔΙΚΤΥΟΥ ΕΛΛΗΝΙΔΩΝ
ΓΥΝΑΙΚΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΩΝ,
ΑΝΤΙΠΡΟΕΔΡΟΣ ΙΔΡΥΜΑΤΟΣ
ΜΕΙΖΟΝΟΣ ΕΛΛΗΝΙΣΜΟΥ



**ΜΑΡΙΑ
ΣΚΑΓΚΟΥ**
ΑΝΤΙΠΡΟΕΔΡΟΣ Δ.Σ. -
ΔΙΕΥΘΥΝΤΡΙΑ ΕΞΩΤΕΡΙΚΩΝ
ΥΠΟΘΕΣΕΩΝ VODAFONE
ΕΛΛΑΔΑΣ



Hot Topics

- ✓ Η **Microsoft Ελλάδα**, Κύπρου και Μάλτας υποδέχεται τη **Χριστίνα Λεϊμονή** στη θέση της επικεφαλής Marketing & Operations.
- ✓ Η **Μάριαμ Σάντρι** αναλαμβάνει καθήκοντα Marketing Director στην Praktiker Hellas με στόχο να συμβάλει στον μετασχηματισμό της εταιρείας σε ένα σύγχρονο brand, με επίκεντρο τον άνθρωπο και το σπίτι του, τόσο μέσω της φιλοσοφίας DIY όσο και της DIFM.
- ✓ Περισσότερες από τις μισές (**56%**) **Γυναίκες** στον χώρο της Τεχνολογίας έχουν δει τα επίπεδα της **ισότητας των Φύλων** να βελτιώνονται στο χώρο εργασίας τους τα τελευταία δύο χρόνια, με ένα επιπλέον 70% να συμφωνεί ότι "οι δεξιότητες και η εμπειρία τους εξετάστηκαν χωρίς μεροληψία κατά την υποβολή αίτησης για τον πρώτο τους ρόλο στον τομέα της Πληροφορικής ή της Τεχνολογίας (**Women in Tech - Kaspersky**)".
- ✓ Το **Women On Top**, με την υποστήριξη της **Uni Systems**, παρουσιάζουν το πρόγραμμα **LeadHer in Tech** και προσφέρουν 10 υποτροφίες mentoring σε ισάριθμες νέες γυναίκες που έχουν ξεκινήσει ή επιθυμούν να ξεκινήσουν τη διαδρομή τους στο χώρο της Τεχνολογίας.
- ✓ Η **IKEA**, πραγματοποίησε στο **IKEA Live Shopping Event** στο IKEA.gr! Σε μια πρωτότυπη εμπειρία, οι θεατές είχαν την ευκαιρία να παρακολουθήσουν τη **Σμαράγδα Καρύδη** μαζί με την **Νάνσυ Αληζώτη**, Product Category Manager της IKEA, οι οποίες παρουσίασαν λύσεις για την οργάνωση της ντουλάπας.

Ήταν μια Ιδέα που έγινε πράξη
Σπάζοντας τη «Γυάλινη Οροφή»

Η «μεγάλη ιδέα» πίσω από το **Women In Digital** δεν προέκυψε τυχαία σε κάποιο γραφείο συσκέψεων με τους συμμετέχοντες να αναγνωρίζουμε την επιτακτική ανάγκη να δώσουμε «βήμα» στα μέλη μιας πολλά υποσχόμενης κοινότητας που διαπρέπει στον κλάδο **STEM**.

Στη **Smartpress** αναγνωρίσαμε πολύ νωρίτερα την ευθύνη που μας αντιστοιχεί ως εκδοτικός οργανισμός που έχει συνδέσει το DNA του με την **Τεχνολογία**, να αναδείξουμε τη δράση και το έργο Γυναικών που είτε ανήκουν στο «σκληρό πυρήνα» της dream team των τεχνολογικών επαγγελματιών, είτε αξιοποιούν τις ψηφιακές τους δεξιότητες σε πιο παραδοσιακούς τομείς.

Η σύλληψη της Ιδέας ήταν σχεδόν αναπόφευκτη όταν διοργανώσαμε με μεγάλη επιτυχία το **πρώτο συνέδριο "Women In Digital"** τιμώντας την **Ημέρα της Γυναίκας στις 8 Μαρτίου 2021** καλώντας **40 εμβληματικές Γυναίκες** του χώρου να μοιραστούν μαζί μας τις εμπειρίες τους.

Η παρουσία των Γυναικών στους τομείς **STEM** δεν είναι μόνο θέμα ισότητας. Πρόκειται για ένα κοινωνικό ζήτημα που επηρεάζει την ανάπτυξη και βιωσιμότητα του πλανήτη. Οι επιστημονικοί τομείς θα πρωταγωνιστούν στην 4η Βιομηχανική Επανάσταση και έως το 2030, αναμένεται ότι 40-160 εκατ. Γυναίκες θα χρειαστεί να αλλάξουν επάγγελμα και να αναλάβουν ρόλους που απαιτούν πιο πολύπλοκες ψηφιακές δεξιότητες.

Ποιες είναι όμως αυτές οι Γυναίκες; Τι προκλήσεις αντιμετωπίζουν, γιατί είναι σημαντικό να αυξήσουμε τα ποσοστά τους και ποια είναι τα πράγματα που πρέπει να κάνουμε για να το πετύχουμε αυτό; Είναι αλήθεια ότι σε αυτούς τους, παραδοσιακά ανδροκρατούμενους, χώρους, οι Γυναίκες έρχονται αντιμέτωπες με **άπειρα στερεότυπα**, προκαταλήψεις και μια... γυάλινη οροφή που είναι πολύ πιο κοντά στο κεφάλι τους σε σχέση με άλλα, λιγότερο ανδροκρατούμενα πεδία. Τις απαντήσεις θα τις βρούμε μαζί σας.

EDITORIAL

WomenInBusiness.Connected: η Vodafone δίπλα στις γυναίκες επιχειρηματίες - δωρεάν υπηρεσίες και υποστήριξη για να αναπτύξουν την επιχείρησή τους



Διαθέτουν υπομονή, ευελιξία, επενδύουν σε σταθερές συναισθηματικές σχέσεις, έχουν ρεαλιστικές προσδοκίες, εκτιμούν την εξέλιξη και τη γνώση. Αισθάνονται όμως ανασφαλείς σε δύο τομείς: Απέναντι στις ικανότητές τους και στη χρήση της Τεχνολογίας. Οι Γυναίκες επιχειρηματίες σύμφωνα με δύο πρόσφατες έρευνες που εκπόνησε η Vodafone, τα ευρήματα των οποίων παρουσιάστηκαν πρόσφατα, παρουσιάζουν μεγαλύτερη αποδοτικότητα στις επιχειρήσεις τους, σε σχέση με το σύνολο της αγοράς.

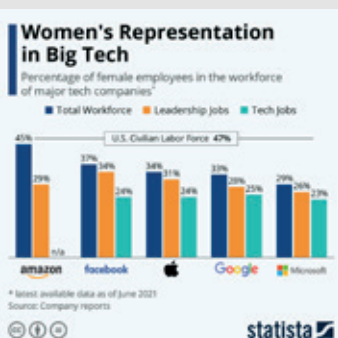
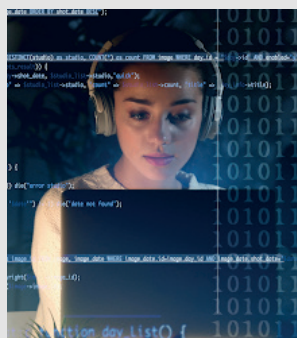
Ωστόσο, **μόλις 4 στις 10 αισθάνονται ασφαλείς** για τις ικανότητές τους ως επιχειρηματίες. Επιπλέον, ενώ αναγνωρίζουν την **αξία της Τεχνολογίας** στην ανάπτυξη της επιχείρησής τους, αισθάνονται ανασφαλείς με τη χρήση της και περιορίζουν τη δυναμική τους.

Για το λόγο αυτό η εταιρεία Vodafone στέκεται δίπλα στις Γυναίκες, βοηθώντας τις να αξιοποιήσουν τις πιο σύγχρονες Τεχνολογίες, προσφέροντάς τους δωρεάν υπηρεσίες αιχμής, για να υποστηρίξει την ανάπτυξη των επιχειρήσεών τους.

Μέσα από την εξαιρετικά ενδιαφέρουσα πρωτοβουλία **WomenInBusiness.Connected** η Vodafone στηρίζει τη γυναικεία επιχειρηματικότητα και στέκεται δίπλα σε κάθε Γυναίκα επιχειρηματία και στέλεχος που τη χρειάζεται, υποστηρίζοντας την προσπάθειά της να κατακτήσει την Τεχνολογία και να αναπτύξει την επιχείρησή της.

Η πανδημία πήγε πίσω την εξέλιξη των Γυναικών

Γνωρίζετε ότι η πρόσφατη έκθεση της **UNESCO** για την Εκπαίδευση και την Επιστήμη, υπογραμμίζει ότι **οι Γυναίκες εξακολουθούν να υποεκπροσωπούνται στις δημιουργικές και πολιτιστικές βιομηχανίες**, με την πανδημία COVID-19 να επιδεινώνει περαιτέρω την κατάσταση. Δεν είναι τυχαίο ότι η έκθεση δημοσιεύθηκε φέτος καθώς τα Ηνωμένα Έθνη γιορτάζουν το 2021 ως το Διεθνές Έτος Δημιουργικής Οικονομίας για τη Βιώσιμη Ανάπτυξη. Όπως αναδεικνύεται από τα πορίσματα της έρευνας, **η άνοδος των ψηφιακών τεχνολογιών πρόσθεσε μια νέα δυστοπική διάσταση στις ανισότητες μεταξύ των Φύλων** στις δημιουργικές και πολιτιστικές βιομηχανίες. Η απότομη μετάβαση στην τηλεργασία και την τηλεκατάρτιση οδήγησε σε αύξηση της έμφυλης βίας, στη δυσανάλογη απουσία των νεαρών κοριτσιών από διαδικτυακές τάξεις και στην περιορισμένη επιλογή Γυναικών επαγγελματιών από τις εταιρείες. Στην Ελλάδα καταγράφεται απόλυτη ισότητα γυναικών και ανδρών στους διδάκτορες που αναγορεύονται κάθε χρόνο από τα ελληνικά Πανεπιστήμια (50%).



33% η «ψαλίδα» για να επιτευχθεί η Ισότητα στο ICT



Παρά το γεγονός ότι οι Γυναίκες αποτελούν το μεγαλύτερο ποσοστό του ευρωπαϊκού πληθυσμού, μόλις το **17% του ICT** είναι γένους θηλυκού. Όπως υπογραμμίζει η **Ευρωπαϊκή Επιτροπή**, η ενεργή συμμετοχή των Γυναικών είναι ζωτικής σημασίας προκειμένου να διαμορφωθεί μια δίκαιη και βιώσιμη σύγχρονη κοινωνία. Στη ψηφιακή οικονομία, οι Γυναίκες δεν έχουν καταφέρει να εδραιώσουν τη θέση τους καθώς:

- **Μόνο 1 στους 3** πτυχιούχους ειδικοτήτων STEM είναι Γυναίκα
- Οι Γυναίκες που εργάζονται στον κλάδο του ICT αμείβονται 20% λιγότερο σε σχέση με τους άντρες συναδέλφους τους
- Μόνο το **19% των Ευρωπαίων** επιχειρηματιών στον ευρύτερο κλάδο της τεχνολογίας είναι Γυναίκες
- Το **93% του κεφαλαίου** που επενδύθηκε φέτος σε ευρωπαϊκές εταιρείες διατέθηκε σε ιδρυτικές ομάδες ανδρών.

2,1 δις δολ. για γυναικείο leadership στην Τεχνολογία

Καθώς το φόρουμ **Generation Equality** που χρηματοδοτήθηκε από τον ΟΗΕ ολοκληρώθηκε στο Παρίσι, παγκόσμιοι ηγέτες και ιδιωτικές εταιρείες υποσχέθηκαν **40 δις δολάρια** σε νέες επενδύσεις στο πλαίσιο ενός παγκόσμιου σχεδίου επιτάχυνσης για την ισότητα των Φύλων.

Το Ίδρυμα **Μπιλ & Μελίνα Γκέιτς** ανακοίνωσε τη δέσμευσή του για δαπάνη \$ 2.1 δις για πρόωθηση της ηγεσίας των γυναικών, της αναπαραγωγικής υγείας και της οικονομικής ενδυνάμωσης. Ενώ το ποσοστό των γυναικών στο εργατικό δυναμικό των ΗΠΑ αυξήθηκε σταδιακά στο 47% τις τελευταίες δεκαετίες, εξακολουθεί να είναι σημαντικά χαμηλότερο στον τομέα της Τεχνολογίας.

Οι γυναίκες εργαζόμενες αποτελούν το 29% του δυναμικού της Microsoft και το 45% της Amazon.

Αν εστιάσουμε στις βασικές ειδικότητες στην Τεχνολογία, το ποσοστό αυτό υποχωρεί δραματικά, καθώς οι Γυναίκες αναλαμβάνουν λιγότερους από 1 στους 4 τεχνικούς ρόλους σε καθεμία από τις εταιρείες.



Επιέλους, ια Social Media «ακούν» τις Γυναίκες



Εκατοντάδες Γυναίκες απηύθυναν ανοιχτή επιστολή στις κορυφαίες τεχνολογικές πλατφόρμες ώστε να γίνουν ασφαλείς προς το γυναικείο φύλο. **Facebook, Google, TikTok και Twitter** δεσμεύονται να βελτιωθούν, ώστε να αντιμετωπίσουν ριζικά το ζήτημα της σεξουαλικής παρενόχλησης στα **Social Media**. Οι τέσσερις

κολοσσοί πήραν αυτήν την απόφαση κατά τη διάρκεια του **Φόρουμ του ΟΗΕ για την Ισότητα στο Παρίσι**, στο οποίο ειδικοί, πολιτικοί και Γυναίκες που υπόκεινται σε κακοποίηση online, προσπάθησαν να βρουν λύση.

Την επιστολή υπογράφουν η πολιτικός και ακτιβίστρια **Graca Machel**, η πρώην Πρόεδρος της Χιλή **Michelle Bachelet**, η **Diane Abbott**, οι **Jess Phillips** και **Fleur Anderson**, μαζί με τις καλλιτέχνιδες **Emma Watson**, **Annie Lennox**, **FKA Twigs**, **Thandiwe Newton**, **Gemma Chan** και **Maisie Williams**.

«Women TechEU» από την Ε.Ε. για τις Γυναίκες στην πρώτη γραμμή της υπερπροηγμένης Τεχνολογίας



Την πρωτοβουλία «**Women TechEU**», εγκαινίασε η Ευρωπαϊκή Επιτροπή, ένα νέο πρόγραμμα της Ε.Ε. που στηρίζει τις **νεοφυείς επιχειρήσεις** υπερπροηγμένης Τεχνολογίας που διοικούνται από Γυναίκες και παρέχει βοήθεια ώστε οι εν λόγω επιχειρήσεις να πρωταγωνιστήσουν στον τομέα της υπερπροηγμένης Τεχνολογίας του αύριο.

Το πρόγραμμα θα προσφέρει χρηματοδοτική στήριξη σε νεοφυείς επιχειρήσεις που διοικούνται από Γυναίκες με επιχειρηγήσεις ύψους 75.000 ευρώ και καθοδήγηση και πλαισίωση υψηλής ποιότητας μέσω του προγράμματος του ΕΣΚ για τη **γυναικεία ηγεσία** (Women Leadership Programme).

Η κ. **Μαρίγια Γκαμπριέλ**, Επίτροπος Καινοτομίας, Έρευνας, Πολιτισμού, Εκπαίδευσης και Νεολαίας δήλωσε σχετικά: «Μέσω της πρωτοβουλίας Women TechEU, θέλουμε να αυξήσουμε τον αριθμό των νεοφυών επιχειρήσεων που διοικούνται από Γυναίκες και να δημιουργήσουμε ένα ευρωπαϊκό οικοσύστημα υπερπροηγμένης Τεχνολογίας με περισσότερη δικαιοσύνη και ευημερία. Πιστεύουμε ότι η σημερινή στήριξη σε Γυναίκες στον τομέα της υπερπροηγμένης Τεχνολογίας θα αυξήσει τις πιθανότητές τους για επιτυχία και θα τονώσει το συνολικό ευρωπαϊκό οικοσύστημα καινοτομίας, ελκύνοντας περισσότερα γυναικεία talenta.»

Έως 50 ελπιδοφόρες νεοφυείς επιχειρήσεις στον τομέα της υπερπροηγμένης Τεχνολογίας από τα κράτη μέλη της Ε.Ε. και τις συνδεδεμένες χώρες θα χρηματοδοτηθούν στο πλαίσιο της **πρώτης πιλοτικής πρόσκλησης** υποβολής προτάσεων της πρωτοβουλίας Women TechEU, η οποία θα ολοκληρωθεί στις 10/11/2021.



Loyalty Agency of the year



The Leader in Loyalty & Customer Engagement

Omni-channel Loyalty • Marketing Automation
Multi-Channel Campaigns • Gamification
Prepaid Vouchers • Coupons



www.warp.ly



ΜΑΡΙΑ ΣΚΑΓΚΟΥ
Αντιπρόεδρος Δ.Σ. - Διευθύντρια
Εξωτερικών Υποθέσεων
Vodafone Ελλάδα

ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΚΗ ΑΝΑΒΑΘΜΙΣΗ ΧΑΛΚΗΣ

Ολοκληρωμένο πρόγραμμα τηλεπικοινωνιακής και τεχνολογικής αναμόρφωσης για λογαριασμό της **Χάλκης** αναπτύσσει η **Vodafone Ελλάδας** υλοποιώντας επένδυση για την αναβάθμιση των δυνατοτήτων συνδεσιμότητας μέσω **υποδομών 5G** και **εξοπλισμού WiFi**. «Έχουμε επιλέξει να συνεισφέρουμε στην ευρύτερη τεχνολογική αναβάθμιση της κοινωνίας της Χάλκης, μέσω ενός πρότυπου προγράμματος διάχυσης των STEM επιστημών στους μαθητές του νησιού, αλλά και την ενίσχυση της προσβασιμότητας των κατοίκων σε υπηρεσίες υγειονομικής περίθαλψης, μέσω προγράμματος Τηλεϊατρικής που προτίθεται να φέρει το Ίδρυμα Vodafone», δηλώνει η Αντιπρόεδρος του Δ.Σ. και Διευθύντρια Εξωτερικών Υποθέσεων της Vodafone Ελλάδας, **Μαρία Σκάγκου** με αφορμή την συνυπογραφή Μνημονίου Συνεργασίας για το έργο «**Χάλη, Πράσινο - Έξυπνο Νησί**».



ΠΟΠΗ ΤΣΑΠΑΝΙΔΟΥ
Δημοσιογράφος

Στο **Digital Marketing** αφιερωμένη η **3η ενότητα της σειράς online σεμιναρίων του #GrowYourBusiness - The Digital Sessions**, που είναι διαθέσιμη δωρεάν στο [YouTube κανάλι της COSMOTE](#). Στην 3η ενότητα της σειράς οι μικρομεσαίοι επιχειρηματίες και εργαζόμενοι τους, ελεύθεροι επαγγελματίες και όσοι ενδιαφέρονται μπορούν να αποκτήσουν ολοκληρωμένη εικόνα για το **Digital Marketing**. Οι ενδιαφερόμενοι μπορούν να υποβάλλουν ερωτήσεις, σε διαμορφωμένη πλατφόρμα. Οι ερωτήσεις θα συγκεντρωθούν και θα απαντηθούν μέσα από κοινό **Live «Ερωτήσεων & Απαντήσεων»** με τη συμμετοχή ειδικών με επιτυχημένη δράση στους συγκεκριμένους τομείς. Τα online σεμινάρια και τα Live «Ερωτήσεων & Απαντήσεων» παρουσιάζει και συντονίζει η δημοσιογράφος **Πόπη Τσαπανίδου**. Εγγραφές για συμμετοχή στο Live session και υποβολή ερωτήσεων: [εδώ](#).



ΣΟΦΙΑ ΕΦΡΑΙΜΟΓΛΟΥ-ΚΟΥΝΕΝΑΚΗ
Πρόεδρος Εθνικού
Επιμελητηριακού Δικτύου
Ελληνίδων Γυναικών
Επιχειρηματιών, Αντιπρόεδρος
Ιδρύματος Μείζονος Ελληνισμού

Ο ΚΡΙΣΙΜΟΣ ΡΟΛΟΣ ΤΩΝ ΓΥΝΑΙΚΩΝ ΚΑΙ ΤΟ «ΕΠΙΧΕΙΡΕΙΝ ΓΕΝΟΥΣ ΘΗΛΥΚΟΥ»

Η Σοφία Εφραίμογλου συμμετείχε σε live συνάντηση στο **Facebook** του **skywalker.gr-Εργασία** στην Ελλάδα και το site «**Βγαίνουμε Μπροστά**». Στόχος της ημερίδας ήταν η διατύπωση απόψεων και προβληματισμών για τη γυναικεία καριέρα, τις αρχές και τις αξίες της στον δρόμο προς την επιτυχία, συμβουλών και παραδειγμάτων από καταξιωμένες Γυναίκες επιχειρηματίες, αλλά και η παρουσίαση κοινωνικών φορέων και προγραμμάτων που υποστηρίζουν τη **γυναικεία επιχειρηματικότητα**. Στην online ημερίδα «**Επιχειρείν γένους θηλυκού**» η κα Εφραίμογλου εξέφρασε τις απόψεις της αναφορικά με τον ρόλο, τις προκλήσεις και τα επιτεύγματα του γυναικείου φύλου στο ελληνικό επιχειρηματικό οικοσύστημα.



ΜΑΡΙΑ ΠΑΤΣΗ

COO & CO-Founder, Warply

ΑΛΛΑΖΟΝΤΑΣ ΤΑ ΔΕΔΟΜΕΝΑ ΣΤΟΝ ΕΥΡΥΤΕΡΟ ΔΗΜΟΣΙΟ ΤΟΜΕΑ

Πώς μια κορυφαία ιδιωτική εταιρεία loyalty και customer engagement με ισχυρό γυναικείο management μπορεί να επηρεάσει τις αλλαγές στο δημόσιο; Κορυφαίο παράδειγμα εφαρμογής το Visit Greece App.

Το Visit Greece App είναι ένα καινοτόμο success story που υλοποιήθηκε από τη Warply σε συνεργασία με τον ΕΟΤ. Μέσα από την εφαρμογή μπορεί κανείς να αγοράσει ηλεκτρονικά εισιτήρια σε μουσεία, να βρει ξενοδοχεία αλλά και πληροφορίες σχετικά με φαγητό, ποτό, διασκέδαση, να αποθηκεύσει τις τραπεζικές του κάρτες και να αγοράζει μέσα από το app προσφορές από επιχειρήσεις. Μετρά πάνω από 1 εκατομμύριο downloads και ειδικά στην Covid εποχή χρησιμεύει και ως υγειονομικός χάρτης. Το «mobile

traveler's wallet» είναι μια από τις δεκάδες καινοτομίες της εφαρμογής και όπως σημειώνει η Μαρία Πάτσι, Chief Operating Officer της Warply, «αποδείχθηκε ιδιαίτερα χρηστικό εργαλείο στη μετάβασή μας στον κόσμο των ανέσφατων πληρωμών». Ένα αντίστοιχο app, που είχε στόχο την ανάκτηση της εμπιστοσύνης των καταναλωτών απέναντι στο κράτος και τις επιχειρήσεις είναι η πλατφόρμα e-katanalotis. Real time τιμές σε super market και πρατήρια βενζίνης μέσα από ένα πρωτοποριακό app που χρησιμοποιούν ήδη εκατομμύρια κάτοικοι στην Ελλάδα.

Πρόσφατα, και πάνω στην ίδια λογική ψηφιοποίησης παρουσιάστηκε το e-lachanagora, που δίνει τη δυνατότητα σύγκρισης τιμών πριν την αγορά, παραγγελίας και online πληρωμής.



ΒΙΟΛΕΤΑ ΛΑΠΠΑ
CEO Κλουκίνας - Λάππας

ΜΕ ΔΥΝΑΜΗ ΑΠΟ ΤΟ MOTHERCARE

Οι Online πωλήσεις της εταιρείας Κλουκίνας - Λάππας συνεχίζονται σε υψηλούς ρυθμούς καθώς το e-shop της παραμένει πρώτο σε πωλήσεις κατάστημα με σημαντική διαφοροποίηση του ποσοστού συμμετοχής στο σύνολο, από το δεύτερο.

Το e-shop της Mothercare, όταν επιβλήθηκαν τα πρώτα περιοριστικά μέτρα το 2020, μετρούσε μόλις 9 μήνες λειτουργίας και μέσα σε λίγο διάστημα, από τις 100 παραγγελίες ημερησίως, κλήθηκε να εξυπηρετεί 1.000 μέσα σε μια μέρα σύμφωνα με όσα αναφέρει η CEO της εταιρείας, **Βιολέτα Λάππα** η οποία είχε επισημάνει ότι μετά τις νέες συνθήκες που διαμορφώθηκαν στην πανδημία τα δύο κανάλια (φυσικά καταστήματα και e-shop) έρχονται και συμπληρώνουν το ένα το άλλο.



ΑΛΙΣΙΑ
ΚΩΝΣΤΑΝΤΙΝΟΥΡΟΥ
CX Director, ATCOM

Η ΧΡΥΣΗ ΧΟΡΗΓΙΑ ΤΗΣ ATCOM

Με τη **Χρυσή Χορηγία της ATCOM** πραγματοποιήθηκε το CX Summit 2021: From Customer Xperience to Company Xcellence, το κορυφαίο ετήσιο συνέδριο αφιερωμένο στο Customer Experience. Στην agenda του συνεδρίου, την οποία συνιστούσαν διεθνώς καταξιωμένοι ειδήμονες του CX, συμμετείχε η CX Director της ATCOM **Αλίσια Κωνσταντούρου**, με τοποθέτηση που είχε ως θέμα το B2B Customer Experience και τίτλο "B2B CX: Tales from the crypt & the narrative of success". Στην ομιλία της, η κ. Κωνσταντούρου αναφέρθηκε στην εγγενή διαφοροποίηση που διέπει τις ανάγκες των **B2B πελατών** έναντι των B2C και υπογράμμισε τη σημασία της ένταξης του Customer Empathy στον σχεδιασμό μιας επιτυχημένης στρατηγικής Customer Experience.



ΕΛΠΙΔΑ ΚΟΚΚΟΤΑ
Ιδρύτρια, ΜΚΟ Mexoko

ΝΕΟ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ «SMALL PLACES BIG DREAMS»

Η Ελπίδα Κόκκοτα, ιδρύτρια του Mexoko, με στόχο την ενίσχυση της γυναικείας επιχειρηματικότητας, αναφέρεται σε επιχειρηματικά πλάνα που έχει δει να υλοποιούνται και παρουσιάζει το νέο πρόγραμμα του οργανισμού, **Small Places Big Dreams** που απευθύνεται σε 300 γυναίκες επιχειρηματίες που δραστηριοποιούνται στον κλάδο του Τουρισμού.

«Η Mexoko δημιουργήθηκε το 2013 με σκοπό να ενδυναμώσει, εκπαιδεύσει και διασυνδέσει Γυναίκες ανά τον κόσμο ώστε να βιώσουν κοινωνικό-οικονομική ανάπτυξη. Μέχρι σήμερα έχουμε στηρίξει πάνω από **5.500 Γυναίκες** σε **16 χώρες**. Στην Ελλάδα εστιάζουμε σε προγράμματα που ενισχύουν Γυναίκες σε Τεχνολογία και Τουρισμό, υπό την αιγίδα της Γ.Γ. **Δημογραφικής και Οικογενειακής Πολιτικής και Ισότητας των Φύλων** και των αρμόδιων υπουργείων.



ΝΑΤΑΣΣΑ ΦΡΕΙΔΕΡΙΚΟΥ

Πρόεδρος του Συμβουλίου του Πανεπιστημίου Frederick

ΕΚΣΤΡΑΤΕΙΑ ΓΙΑ ΤΗΝ ΑΝΤΙΜΕΤΩΠΙΣΗ ΤΗΣ ΥΠΟΕΚΠΡΟΣΩΠΗΣΗΣ ΤΩΝ ΓΥΝΑΙΚΩΝ ΣΤΟΥΣ ΤΟΜΕΙΣ ΤΗΣ ΜΗΧΑΝΙΚΗΣ ΚΑΙ ΤΗΣ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΑΣ

Αναγνωρίζοντας τη σημασία της εκπροσώπησης των Γυναικών στη **Μηχανική**, την **Επιστήμη** και την **Τεχνολογία** και συμμετέχοντας στην παγκόσμια προσπάθεια μείωσης του φυλετικού χάσματος σε αυτούς τους τομείς, το **Πανεπιστήμιο Frederick** ξεκινά εκστρατεία με τίτλο **To all women & girls: Join the journey in Engineering, Science and Technology**.

Στο πλαίσιο της εκστρατείας θα προσφερθούν υποτροφίες σε όλα τα κορίτσια που θα εγγραφούν κατά το ακαδημαϊκό έτος 2021-22 για να σπουδάσουν σε προγράμματα Μηχανικής και Τεχνολογίας (προπτυχιακό επίπεδο) στην **Πολυτεχνική Σχολή του Πανεπιστημίου Frederick**.

Σύμφωνα με την κ. **Νατάσσα Φρειδερίκου**, Πρόεδρο του Συμβουλίου του Πανεπιστημίου Frederick: «Μέρος της πολιτικής μας είναι η διαχρονική προώθηση της ισότητας των φύλων και η ενδυνάμωση

όλων των Γυναικών και κοριτσιών ώστε να μπορούν να πετύχουν το μέγιστο των δυνατοτήτων τους. Αυτή τη στιγμή, οι Γυναίκες αποκλείονται από τους κλάδους με τη μεγαλύτερη ανάπτυξη και τους τομείς που παρουσιάζουν εξαιρετικές προοπτικές απασχόλησης και όρους εργασίας. Αυτός ο **άνισος αποκλεισμός** δεν προκύπτει τυχαία. Πάρα πολλά κορίτσια περιορίζονται από **προκαταλήψεις**, κοινωνικούς κανόνες που επηρεάζουν τις επιλογές τους και **στερεότυπα** που τείνουν να θεωρούν πως τα επιστημονικά μαθήματα και επαγγέλματα είναι αρσενικής φύσης. Στόχος μας είναι να εξαλείψουμε τις προκαταλήψεις και τα στερεότυπα και να ενθαρρύνουμε περισσότερα κορίτσια να επιλέξουν σπουδές και επαγγελματική σταδιοδρομία στους τομείς αυτούς. Γι' αυτό θα ενδώσουμε δυνάμεις μας με πετυχημένες Γυναίκες στους τομείς που μπορούν να αποτελέσουν πηγή έμπνευσης για τα κορίτσια.»

FALCONERI

SUPERIOR CASHMERE



Fresh Silk

Κομψό, εκλεπτυσμένο και πολύτιμο, το μετάξι είναι ένα φυσικό και ελαφρύ νήμα για το καλοκαίρι.

Κωνσταντίνα Τζώκα

CMO, L'ORÉAL HELLAS

ΣΤΗ: ΣΟΝΙΑ ΧΑΪΜΑΝΤΑ

Το γυναικείο καταναλωτικό κοινό μπορεί όχι μόνο να παρακολουθήσει τις εξελίξεις αλλά και να τις οδηγήσει. Μια σημαντική πεποίθηση που παίρνει άλλη διάσταση, πιο ισχυρή και ελπιδοφόρα, όταν διατυπώνεται δια στόματος της κ. Κωνσταντίνης Τζώκα, CMO της L'oréal Hellas η οποία μιλά στο WID για τον δυνατό αέρα ψηφιακού μετασχηματισμού που πνέει στην εταιρεία προϊόντων Ομορφιάς έχοντας στο επίκεντρό της τη Γυναίκα σε όλους τους ρόλους της.

Ποιος είναι ο στόχος και οι προοπτικές για τη L'Oréal με τον ψηφιακό μετασχηματισμό που διενεργείται στην εταιρεία αυτή την περίοδο στην Ελλάδα;

Η στρατηγική μας για αυτό το μετασχηματισμό βασίζεται σε 3 πυλώνες:

Ενδυνάμωση των ομάδων μας με νέα talénta και δεξιότητες, όχι μόνο για τη διαμόρφωση και εφαρμογή της digital στρατηγικής μας αλλά και για την ψηφιακή εκπαίδευση όλων των εργαζομένων μας. Βρισκόμαστε σε συνεχή αναζήτηση taléntων όλων των ψηφιακών ειδικοτήτων (media, data, ecommerce, IT) ενώ μόνο το 2020 διοργανώσαμε περισσότερα από 30 Live Webinars για όλο τον οργανισμό μας σε θέματα τεχνολογίας, digital marketing & e-commerce.

Σημαντική είναι η αύξηση των επενδύσεών μας χρόνο με το χρόνο στην Τεχνολογία και τα digital media. Επειδή όμως αυτό το περιβάλλον αλλάζει πολύ γρήγορα, μεγάλη σημασία έχουν και οι στρατηγικές μας συνεργασίες για τη βελτιστοποίηση αυτών των επενδύσεων και τη συνεχή παρακολούθηση του ROI.

Και τέλος η συστηματική παρακολούθηση των εξελίξεων τόσο σε σχέση με τις ανάγκες των καταναλωτών αλλά και των τεχνολογιών που θα μας βοηθήσουν να ανταποκριθούμε σε αυτές. Αυτή τη στιγμή εστιάζουμε α) στην προετοιμασία μας για έναν κόσμο χωρίς cookies β) στις αναδυόμενες τάσεις του social commerce γ) στο advocacy marketing δ) στο online shopping μέσω gaming στα O+O data και ε) στα virtual services

Σε ποιο βαθμό συνέβαλαν η πανδημία και τα περιοριστικά μέτρα στην επίτευξη της διαδικασίας ολοκλήρωσης του Digital Transformation;

Θα έλεγα ότι η πανδημία λειτούργησε ως επιταχυντής στην ανάγκη για ανάπτυξη των δεξιοτήτων και γνώσεων όλων. Το



digital integration έγινε σε χρόνο - ρεκόρ σε όλα τα τμήματα του οργανισμού, ενώ παράλληλα και εξίσου γρήγορα έγινε η μετατόπιση ειδικοτήτων από το offline στο online, όπου αυτό κρίθηκε αναγκαίο. Στη L'Oréal δεδομένου ότι είμασταν ήδη σε αυτή τη διαδικασία από το 2014, είχαμε τη δυνατότητα να δουλέψουμε αποτελεσματικά εξ αποστάσεως από την πρώτη στιγμή. Επιπλέον, ήδη είχαμε ενισχύσει τις ομάδες μας έχοντας ολοκληρώσει το πρώτο στάδιο του transformation μας με μια αύξηση 1000% σε εξειδικευμένους digital ρόλους συγκριτικά με το 2014. Οι επενδύσεις μας στο digital ήταν εξασφαλισμένες, το ίδιο και στο e-Commerce και τα τμήματα εκπαίδευσης συνεργατών είχαν ήδη έτοιμες τις υποδομές να μεταφέρουν όλη την εμπειρία Online και πριν την πανδημία.

Είναι ώριμο ψηφιακά το καταναλωτικό κοινό, κυρίως οι γυναίκες να «παρακολουθήσουν» τα νέα ψηφιακά δεδομένα και να προσαρμοστούν στα εργαλεία των νέων τεχνολογιών;

Σίγουρα είναι - και όχι μόνο να «παρακολουθήσουν». Γνωρίζοντας πως το 94% των γυναικών είναι Online, με τα αντίστοιχα ποσοστά διείσδυσης σε social media πλατφόρμες και τις αναζητήσεις στον τομέα της ομορφιάς να αυξάνονται χρόνο με το χρόνο, οι γυναίκες δείχνουν καθημερινά όλο και περισσότερο την εξοικειώσή τους με τα ψηφιακά μέσα.

Επιπλέον μόνο στις δικές μας online υπηρεσίες είχαμε πάνω από 260.000 επισκέψεις, ενώ μέσα από τα social media μας είχαμε περισσότερες από 8.000 επικοινωνίες με τους καταναλωτές μας,



που φαίνεται να προτιμούν αυτά τα κανάλια για να έρθουν σε άμεση επαφή με τις μάρκες μας.

Επιπλέον βλέπουμε μεγάλη αύξηση στις πλατφόρμες Live consultation και σε e-shops πελατών και ακόμα μεγαλύτερη ανάπτυξη στο social commerce από μάρκες που απευθύνονται σε γυναίκες, γεγονός που ενισχύει ακόμα περισσότερο την πεποίθησή μας ότι το γυναικείο καταναλωτικό κοινό μπορεί όχι μόνο να παρακολουθήσει τις εξελίξεις αλλά και να τις οδηγήσει.

Πως θα λειτουργήσει η συνεργασία σας με τη Facebook αναφορικά με τις εικονικές δοκιμές στο Instagram shopping με τη Modiface; Σε ποια κοινά απευθύνεται η συγκεκριμένη εφαρμογή; Σε νεότερα και ψηφιακά καιαριτωμένα κοινά ή στο πλήρες ανάπτυγμα των καιαναλωτών;

Στη L'Oréal καταβάλλουμε κάθε προσπάθεια να αξιοποιήσουμε τις επαναστάσεις στην Τεχνολογία και τον ψηφιακό κόσμο και να τις εφαρμόσουμε στην ομορφιά για όλους.

Επενδύουμε σε AR τεχνολογίες από το 2018 με τη απόκτηση της Modiface και έκτοτε συνεχώς βελτιώνουμε την Τεχνολογία και εφευρίσκουμε νέους τρόπους να τη φέρουμε πιο κοντά και πιο μαζικά στους καταναλωτές μας. Παγκοσμίως την προηγούμενη χρονιά είχαμε πάνω από 1δς επισκέψεις σε αυτές τις υπηρεσίες, που απευθύνονται σε όλο το καταναλωτικό κοινό, που επισκέπτεται τις μάρκες μας Online.

Αποτελεί την πιο σημαντική μας προτεραιότητα να είμαστε δίπλα στους καταναλωτές, να αφουγκραζόμαστε τις ανάγκες τους και να δημιουργούμε νέες εμπειρίες, που μπορούν να ικανοποιήσουν τις προσδοκίες τους για ομορφιά.

Το Social Commerce είναι μια σύγχρονη ταχέως αναπτυσσόμενη ανάγκη των καταναλωτών μας και η πλατφόρμα AR του Facebook Spark AR με την ModiFace παρέχει την Τεχνολογία, που φέρνει την ποιότητα και την ακρίβεια των AR εμπειριών στα Instagram Shops.

Πως βλέπει η εταιρεία σας το θέμα της ισοτιμίας των γυναικών στο επιχειρείν, τη συμμετοχή τους στην EXCOM και σε θέσεις-κλειδιά* στο τομέα των νέων τεχνολογιών;

Η Διαφορετικότητα και η Συμπερίληψη αποτελούν στρατηγικές μας προτεραιότητες. Στόχος της L'Oréal είναι οι εργαζόμενοί της να αντικατοπτρίζουν τις κοινωνίες στις οποίες δραστηριοποιείται ο Όμιλος, σε όλα τα επίπεδα και με όλους τους τρόπους. Έτσι, δίνουμε ιδιαίτερη προσοχή στη διαφοροποίηση των προσλήψεών μας,

στις ίσες ευκαιρίες για προαγωγή και στο να ευαισθητοποιούμε τους εργαζόμενους και τα στελέχη μας σχετικά με τη σημασία της διαφορετικότητας και της ισότητας.

Η L'Oréal απασχολεί σήμερα άτομα από 162 διαφορετικές εθνικότητες. Οι γυναίκες εκπροσωπούνται σε όλες τις βαθμίδες και η παρουσία τους αυξάνεται σταθερά έως τα ανώτατα διευθυντικά κλιμάκια. Πιστεύουμε ακράδαντα ότι η ισότητα αποτελεί στρατηγικό μοχλό ανάπτυξης και επιδόσεων και ότι οι ετερογενείς ομάδες είναι πιο επιτυχημένες.

Στο πλαίσιο αυτό, η L'Oréal συστηματικά τοποθετεί τις γυναίκες στο κέντρο των προσπαθειών της και για τον ψηφιακό μετασχηματισμό, την τεχνολογική ανάπτυξη και την καινοτομία παγκοσμίως και στην Ελλάδα.

Επιπλέον, στην Ελλάδα, περισσότερα από τα μισά μέλη της διοικητικής ομάδας είναι σήμερα γυναίκες και ειδικά στον τομέα του ψηφιακού μετασχηματισμού και της τεχνολογίας τη θέση Chief Marketing Officer (CMO) κατέχουν γυναίκες σταθερά από το 2014.

Ποιες τάσεις βλέπετε να επικρατούν μετά από 1,5 χρόνο περιοριστικών μέτρων στον τομέα του beauty; Σε ποιο βαθμό συμμετείχε στις συνολικές πωλήσεις το ψηφιακό κανάλι έναντι του φυσικού;

Τα περιοριστικά μέτρα σίγουρα συνέβαλαν σε αλλαγές σε πολλά επίπεδα.

Αρχικά είδαμε μετατόπιση στις προτεραιότητες των καταναλωτών μεταξύ κατηγοριών προϊόντων ομορφιάς, όπου η περιποίηση προσώπου και μαλλιών αυξήθηκε και επικράτησε έναντι της κατηγορίας μακιγιάζ.

Αντίστοιχα είχαμε συνολική μετατόπιση στο digital τόσο σαν κανάλι επιλογής αγοράς, όσο και στον τρόπο επικοινωνίας. Το e-Commerce στην αγορά του beauty είχε τριψήφια ανάπτυξη και αντίστοιχα και στη L'Oréal Hellas άγγιξε το 20% των συνολικών μας πωλήσεων και παραμένει δυνατό και μετά το άνοιγμα των καταστημάτων.

Οι ψηφιακές συζητήσεις αυξήθηκαν κατά 60% και οι επισκέψεις στις Virtual Try On υπηρεσίες μας κατά 100%.

Τέλος, παρατηρήσαμε νέες τάσεις και πλατφόρμες να υιοθετούνται πιο γρήγορα από ποτέ. Το live streaming, το live shopping, το e-consultation και το TIK TOK, με ρεκόρ χρήσης και αλληλεπίδρασης στο ελληνικό κοινό, είναι πλέον αρκετά διαδεδομένα.

Οι πρώτες ενδείξεις δείχνουν ότι πολλές από τις παραπάνω συνήθειες ήρθαν για να μείνουν και να ενισχύσουν την Omnι εμπειρία του καταναλωτή.

Και μια προσωπική ερώτηση: Πόσο σας βοηθάνε και σας σπηρίζουν στην επαγγελματική αλλά και προσωπική σας ζωή οι ψηφιακές σας ικανότητες;

Για εμένα προσωπικά, η ενασχόληση με την Τεχνολογία και τα ψηφιακά μέσα είναι τρόπος ζωής. Αποτελεί πραγματικά μέρος της ζωής μου, που το εξελίσσω αυθόρμητα. Το γεγονός ότι κατάφερα να ασχολούμαι με αυτό το αντικείμενο και στην επαγγελματική μου ζωή σαφέστατα το κάνει πιο ενδιαφέρον - ενώ οι γνώσεις και οι ικανότητές μου στον τομέα αυτό σίγουρα κάνουν την συνεργασία μου με τους experts πιο εύκολη.

Huawei MateBook X Pro

Όταν η elegant αισθητική συναντά την τεχνολογική υπεροχή!

Η καθημερινότητα απαιτεί ευελιξία και ταχύτητα, αλλά και συγχρόνως τεράστια άνεση. Για αυτό και οι τεχνολογικές προτάσεις της **Huawei** στον κόσμο των **laptops** ανέκαθεν είχαν μια (και μόνο) «αποστολή»... να καταστήσουν την καθημερινότητα κάθε δυναμικής Γυναίκας ακόμη πιο ανεξάρτητη και συναρπαστική. Αναμφίβολα, το **Huawei MateBook X Pro** είναι το ultra-portable laptop, το οποίο επιβεβαιώνει την προαναφερθείσα φιλοσοφία. Ο κομψός και elegant σχεδιασμός σε κάνει να μην μπορείς να τραβήξεις το βλέμμα σου από πάνω του ούτε στιγμή. Δίνοντας μια νέα διάσταση στην έννοια: «φορητότητα», το **MateBook X Pro** «ζυγίζει» μόλις 1.33 κιλά, ενώ είναι εξαιρετικά λεπτό, καθώς το πάχος του δεν ξεπερνάει τα 14.6 χιλιοστά. Αυτό στην πράξη σημαίνει ότι είναι το ultra-thin laptop, το οποίο κάθε γυναίκα μπορεί να το μεταφέρει μαζί της παντού και πάντα. Παράλληλα, το μεταλλικό σώμα αποτελείται από διαμάντια CNC και φινιρίσμα

αμμοβολής, πράγμα που σημαίνει **εξαιρετική αντοχή** στο πέρασμα του χρόνου.

Επιπλέον, με εντυπωσιακή αναλογία οθόνης προς σώμα στο 91%, η **3K FullView** οθόνη της κομψής πρότασης της Huawei, προσφέρει έντονες λεπτομέρειες και ρεαλιστικά χρώματα, ενώ τα video και εμφανίζονται πιο ζωντανά και ρεαλιστικά από ποτέ. Και οι ευχάριστες εκπλήξεις όμως δεν σταματούν εδώ, καθώς η άκρως γοητευτική πρόταση αναμένεται να εκτοξεύσει την παραγωγικότητα κάθε Γυναίκας που καλείται να ανταποκριθεί στα δύσκολα και απαιτητικά tasks στο επαγγελματικό της πεδίο.

Σε αυτό βοηθάει τα μέγιστα ο ταχύτατος επεξεργαστής **Intel Core i7 (10ης γενιάς)**, ο οποίος σε συνδυασμό με τα 16GB μνήμης RAM και το 1TB δίσκου SSD προσφέρει maximum επίπεδο επαγγελματικής απόδοσης. Και μιας και αναφερθήκαμε στον παράγοντα «ευελιξία» το MateBook X Pro έρχεται με τη λειτουργία **Huawei Share**, καθώς με ένα απλό tap μπορείτε να εμφανίσετε on-the-fly το περιεχόμενο του Huawei smartphone σας στην οθόνη του laptop σας! Τόσο εύκολα και απλά!

Με μπαταρία που διαρκεί για περισσότερες από 15 ώρες κανονικής εργασίας (με μια μόλις φόρτιση), μοναδικά υψηλή ποιότητα κατασκευής, σε 3 άκρως γοητευτικά χρώματα και με την απόδοση που ονειρεύεται κάθε απαιτητική Γυναίκα που θέλει το κάτι παραπάνω στην εργασιακή καθημερινότητα της (κι όχι μόνο), το MateBook X Pro αποτελεί την κορυφαία επιλογή στα ultra-portable laptops!





RocketBook

Το πιο high-tech & smart σημειωματάριο!

Η εργασιακή καθημερινότητα κάθε δυναμικής γυναίκας πολλές φορές απαιτεί ταχύτητα, ευστροφία και ιδιαίτερη ευελιξία, καθώς ακόμη και το παραμικρό δευτερόλεπτο μετράει. Ειδικότερα, όταν μπαίνει από meeting σε meeting και τα επαγγελματικά ραντεβού διαδέχονται το ένα το άλλο, τότε θα πρέπει διαρκώς να βρίσκεται με **μια ατζέντα** ή **ένα σημειωματάριο ανά χείρας**. Και σίγουρα το κινητό πάντοτε δεν ενδείκνυται τόσο για να κρατάει σημειώσεις και ένα κλασικό σημειωματάριο βοηθάει αρκετά, όμως η αλήθεια είναι ότι θυμίζει περισσότερο 20ό αιώνα και... περασμένες εποχές! Για αυτό υπάρχει το **Rocketbook**, μια ξεχωριστή smart και high-tech πρόταση, η οποία φέρνει τη διαδικασία για το κράτημα σημειώσεων από το μέλλον... στο σήμερα!

Το Rocketbook ουσιαστικά συνενώνει δύο διαφορετικούς κόσμους, αυτόν του physical «κλασικού» τρόπου που κρατάμε σημειώσεις, με τις ξεχωριστές δυνατότητες που προσφέρει η **υψηλή τεχνολογία** και το **cloud**! Ουσιαστικά, πρόκειται για ένα επαναχρησιμοποιούμενο τετράδιο / σημειωματάριο, το οποίο δίνει τη δυνατότητα στον χρήστη του να γράφει και να σβήνει εύκολα με ένα κομμάτι μαλακό ύφασμα. Η smart λειτουργία του ξεχωριστού αυτού προϊόντος είναι ότι αφού ολοκληρώσετε τις σημειώσεις σας, τότε μπορείτε να τις περάσετε άμεσα σε οποιοδήποτε προορισμό στο cloud μέσω της ειδικής εφαρμογής (iOS και Google).

Το εν λόγω εξελιγμένο app, μπορεί να αναδημιουργήσει το περιεχόμενο της σελίδας σε **ηλεκτρονική μορφή κειμένου**. Στη συνέχεια και πριν να ολοκληρωθεί η διαδικασία του σκαναρίσματος, δεν έχετε παρά να επιλέξετε ένα από τα 7



διαφορετικά εικονίδια που «φιλοξενούνται» στο κάτω τμήμα της σελίδας του RocketBook και θα δείτε το περιεχόμενό σας να αποστέλλεται στην αντίστοιχη **υπηρεσία cloud** "on-the-fly" και σε χρόνο... dt!

Με αυτόν τον τρόπο, μέσα σε ελάχιστα δευτερόλεπτα μπορείτε να στείλετε το περιεχόμενό σας στο Google Drive, e-Mail, Evernote, Dropbox, Box, Slack, Trello, OneNote, OneDrive, iCloud (μόνο για iOS), iMessage (μόνο για iOS) και Google Photos (μόνο σε Android). Όταν ολοκληρώσετε τη διαδικασία μπορείτε απλώς να σβήσετε και να χρησιμοποιήσετε ξανά τις σελίδες του Rocketbook **εύκολα και απλά!** Με ένα Rocketbook όχι μόνο γίνεστε πιο... high-tech, αλλά παράλληλα βοηθάτε σημαντικά στην προστασία του περιβάλλοντος, γλιτώνετε από περιττά έξοδα και το κυριότερο εξοικονομείτε πολύτιμο χρόνο! Πείτε λοιπόν αντίο στα παραδοσιακά (και βαρετά) σημειωματάρια και **αγκαλιάστε το «αύριο»** μέσα από τις σελίδες ενός Rocketbook!

ONYX STUDIO 7

Beautiful Sound Elegant Design

Όμορφος ήχος & κομψός σχεδιασμός
που απογειώνουν την ακουστική εμπειρία.



Επίσημος Διανομέας WaveMotion S.A.
www.wavemotion.gr

harman/kardon
by HARMAN

@harmankardongreece



Γυναικείο προνόμιο

FIAT 500

Το Fiat 500 πολύ γρήγορα κατέκτησε το ελληνικό γυναικείο κοινό και η ηλεκτρική εκδοχή του δείχνει ότι θα αγαπηθεί όσο ποτέ άλλοτε! Το νέο, ηλεκτρικό Fiat 500 συνδυάζει τον κλασικό, chicque σχεδιασμό του ιστορικού μοντέλου με τον high-tech παράγοντα, ενώ εντός πόλης βρίσκεται ακριβώς στο στοιχείο του! Η ακαριαία ροπή από τον ηλεκτροκινητήρα των έως 118 ίππων κάνει απολαυστική την καθημερινή οδήγηση, πιο ξεκούραστα από ποτέ καθώς πρακτικά μπορείτε να χρησιμοποιείτε μόνο ένα πεντάλ, το δεξί, στις περισσότερες περιπτώσεις! Έχει άπλετη αυτονομία που εντός πόλης μπορεί να αγγίζει τα 460 Km ενώ με 5' ταχείας φόρτισης κερδίζετε άλλα 50 Km. Αλλά και για την απόδραση του Σαββατοκύριακου, το ηλεκτρικό Fiat 500 και τα δεκάδες οδηγικά βοηθήματά του θα σας μεταφέρουν στον προορισμό σας γρήγορα, άκοπα, με ασφάλεια και απaráμιλλο στυλ! Hatchback, Cabrio, 3+1, Όποιο κι αν επιλέξετε, θα ξεχωρίζει με την πρώτη ματιά. LED φωτιστικά σώματα εμπρός και πίσω με υψηλή απόδοση φωτισμού, πανοραμική ηλιοροφή, ζάντες αλουμινίου 17" και απίστευτα χρώματα για να διαλέξετε, εμπνευσμένα από τη Φύση! Όπως το Ocean Green, το Celestial Blue και το πραγματικά εντυπωσιακό Rose Gold, το οποίο ταιριάζει ιδανικά με το Coral Pink του νέου smart band της Honor, του Band 6! Στο εσωτερικό, η floating κεντρική οθόνη των 10,25" σας προσφέρει όλη την απαραίτητη πληροφόρηση ενώ πίσω από το τιμόνι βρίσκεται ένα στρογγυλό cockpit με τα απολύτως βασικά, με μεγάλα και ευανάγνωστα στοιχεία. Τέλος, το ηλεκτρικό Fiat 500 είναι το πιο εύκολο αυτοκίνητο που έχετε οδηγήσει ποτέ! Το regenerative braking σας επιτρέπει την ομαλή επιβράδυνση χωρίς καν να πατάτε το φρένο, ενώ ταυτόχρονα γεμίζετε την μπαταρία του οχήματος ενώ κινείστε. Πρακτικά, επιτρέπει το "one-pedal driving", ώστε να χρησιμοποιείτε μόνο το γκάζι στις περισσότερες περιπτώσεις εντός πόλης! Και τα εξελιγμένα οδηγικά βοηθήματα όπως το adaptive cruise control, το lane keep assist, το park assist και το blind spot monitoring κάνουν την οδήγηση τόσο ξεκούραστη, ειδικά στον αυτοκινητόδρομο, ώστε να φθάνετε στον προορισμό σας πάντα ξεκούραστες και ανανεωμένες! Η νέα εποχή της ηλεκτροκίνησης ξεκίνησε και το Fiat 500 είναι ήδη "on-board"!

Άρια Αγάτσα

ΜΕΛΟΣ ΤΗΣ ΔΗΜΟΣΙΟΓΡΑΦΙΚΗΣ ΑΠΟΣΤΟΛΗΣ ΤΗΣ ΕΡΤ
ΣΤΟΥΣ ΟΛΥΜΠΙΑΚΟΥΣ ΤΟΥ ΤΟΚΙΟ

Α' ΑΝΤΙΠΡΟΕΔΡΟΣ ΤΗΣ ΕΣΗΕΑ - Π. ΒΟΥΛΕΥΤΗΣ

ΣΤΟΝ: ΠΕΤΡΟ ΚΥΠΡΑΙΟ

Μια τριπλή, αυστηρή και απαρέγκλιτη προϋπόθεση πληρούν όσοι ταξιδέψαν αυτό το καλοκαίρι στο Τόκιο για την εξ αναβολής από πέρυσι Ολυμπιάδα του 21: να διαθέτουν καλή υγεία, δημοσιογραφική διαπίστευση και... ψηφιακά skills. Όλοι οι υπόλοιποι αποκλείονται από την πλέον εμβληματική αθλητική διοργάνωση του κόσμου με το φιλάθλο κοινό να περιορίζεται στην από απόσταση τηλεθέαση και τα devices να αναδεικνύονται οι απόλυτοι «καθρέπτες» των 11.000 αθλητών που ακόμη και αν τους αντέξει το σκονί... δεν θα φανεί στο χειροκρότημα. Η παρουσιάστρια των αθλητικών του κεντρικού δελτίου ειδήσεων της ΕΡΤ1, Άρια Αγάτσα μιλάει στο **Women In Digital** για την ποσόστωση των Γυναικών στα αθλήματα, για την **ψηφιακή εφαρμογή** και τα **GPS** παρακολούθησης των εκπροσώπων των ΜΜΕ και για τα επιβεβλημένα **βραχιολάκια** καθ' όλη τη διάρκεια της παραμονής της.

Σε λίγες ημέρες αναχωρείς για το Τόκιο, έχοντας «καλύψει» στην καριέρα σας άλλες 3 Ολυμπιάδες (Σίδνεϋ, Αθήνα, Πεκίνο). Ποιο είναι το στοιχείο που διαφοροποιεί εντελώς την τρέχουσα αποστολή σας;

Πράγματι, έχω την τιμή και τη χαρά να συμμετέχω στη 13μελή αποστολή της ΕΡΤ για την «κάλυψη» μιας ιδιότυπης Ολυμπιάδας που καθυστέρησε κατά έναν χρόνο εξαιτίας της πανδημίας. Αυτό που διαφαίνεται έντονα ότι διαφοροποιεί τους Ολυμπιακούς Αγώνες του Τόκιο έναντι των προηγούμενων είναι αφενός η «**συνθήκη Covid**» που αλλάζει δραματικά το σκηνικό και αφετέρου **ο πλήρης ψηφιακός μετασχηματισμός** τόσο της τηλεοπτικής και διαδικτυακής κάλυψης όσο και της διαδικασίας παραμονής των δημοσιογράφων στη φετινή μητρόπολη της παγκόσμιας διοργάνωσης.

Τί σημαίνει Ολυμπιακοί Αγώνες σε συνθήκη Covid;

Η πανδημία εκκενώνει πλήρως τα στάδια, οι αθλητές θα διαγωνίζονται χωρίς κοινό, οι κερκίδες θα είναι άδειες, χωρίς παλμό και χειροκρότημα και οι χρυσοί, αργυροί και χάλκινοι πρωταθλητές θα παραλαμβάνουν με έναν άχαρο τρόπο τα μετάλλιά τους. Ανέπαφα από ένα άψυχο **drone**, χωρίς ανθρώπινη παρουσία, λουλούδια και ασπασμούς. Από την άλλη πλευρά ο ρόλος των ΜΜΕ, κυρίως των ηλεκτρονικών και ψηφιακών - αλλά και των παραδοσιακών - θεωρείται πολύ κρίσιμος μιας και οι δημοσιογράφοι αναδεικνύονται ως το **απόλυτο εναλλακτικό κοινό**



στη θέση των θεατών που θα παρακολουθούν από τα σπίτια τους το υπερθέαμα. Η ζωή όλων εμάς των **78.000 εκπροσώπων των ΜΜΕ** που θα βρεθούμε στο Τόκιο δεν θα είναι εύκολη. Θα παραμείνουμε σε καραντίνα για **14 ημέρες** υπό αυστηρή παρακολούθηση ενώ για να καταφέρουμε με την εφαρμογή (app) στην οποία θα πρέπει να δηλώνουμε τις κινήσεις μας, θα πρέπει να έχουμε τουλάχιστον ... master στις Νέες Τεχνολογίες και τα ψηφιακά apps.

Πώς θα λειτουργεί η εφαρμογή αυτή; Πρόκειται για το γνωστό βραχιολάκι;

Ναι, τον περασμένο μήνα μάθαμε ότι η Πρόεδρος των Ολυμπιακών Αγώνων του Τόκιο, **Σέικο Χασιμότο** ανακοίνωσε ότι οι ξένοι δημοσιογράφοι θα παρακολουθούμε με GPS καθ' όλη την παραμονή μας στην Ιαπωνία και ήδη η **Διεθνής Ομοσπονδία Δημοσιογράφων (ΔΟΔ)** έχει καταδικάσει την ενέργεια αυτή. Στην πράξη, η Οργανωτική Επιτροπή έθεσε σε εφαρμογή το σύστημα παρακολούθησης με GPS, ως μέσο διατήρησης της ασφάλειας. Εάν οι δημοσιογράφοι δεν συμμορφωθούμε με αυτό το καθεστώς παρακολούθησης, **θα ανακληθούν οι άδειες** πρόσβασής μας στους Ολυμπιακούς Αγώνες.

Η παρακολούθηση με GPS γίνεται μέσω των **κινητών τηλεφώνων** μας και οι διοργανωτές των Αγώνων μας ζήτησαν να έχουμε διαρκώς ενεργοποιημένη τη λειτουργία ένδειξης της τοποθεσίας στην οποία βρισκόμαστε, να αποθηκεύσουμε αυτές τις πληροφορίες και, εφόσον μας ζητηθεί, να τις έχουμε ανά πάσα στιγμή στη διάθεσή τους.

Τί είδους ψηφιακό υλικό θα έχετε στη βαλίτσα σας;

Κάθε δημοσιογράφος θα έχει στη βαλίτσα του ένα **Playbook** για επαλήθευση προορισμών, έρευνα ιχνηλάτησης επαφών κ.ά.



Όπως σας τόνισα, οι πληροφορίες που θα συλλέγει το GPS μας θα μπορούν ανά πάσα στιγμή να ζητηθούν από τα μέλη της Επιτροπής Τόκιο 2020 με σκοπό αφενός την επιβεβαίωση των στενών επαφών μετά από θετικό κρούσμα COVID-19 και αφετέρου την εικαζόμενη παραβίαση των Playbooks ή των σχεδίων δραστηριοτήτων που διέπεται από τις ιαπωνικές αρχές.

Για να δώσω συνοπτικά μια εικόνα αναφορικά με τα.. κύματα από τα οποία θα περάσουμε όσοι λάβουμε μέρος στις αποστολές, αρκεί να τονίσω ότι η Επιτροπή του Τόκιο 2020 θα ζητήσει από κάθε συμμετέχοντα / απεσταλμένο να ελέγξει τις υπηρεσίες τοποθεσίας **Google / δεδομένα των Χαρτών Google** του smartphone του.

Θα πρέπει να ενεργοποιήσουμε το GPS μόλις φθάσουμε στο ξενοδοχείο μας. Οι πληροφορίες τοποθεσίας που συλλέγονται και αποθηκεύονται μέσω του GPS περιλαμβάνουν και **τεστ Covid**. Αν αισθανθούμε κάτι ύποπτο σε σχέση με την Υγεία μας (πυρετό, βήχα, πονόλαιμο) θα πρέπει να το δηλώσουμε στο υποδειγμένο άτομο (CLO) που είναι υπεύθυνος για εμάς.

Τί σημαίνει αυτό στην πράξη; Τί σημαίνει περιορισμοί στις μετακινήσεις σας;

Ότι δεν θα μπορούμε να χρησιμοποιήσουμε τα Μέσα Μαζικής Μεταφοράς και να πάμε σε μέρη εκτός του προσωπικού μας **Activity Plan** που θα πρέπει να δηλώσουμε εξαντλητικά. Δεν θα μπορούμε να νοικιάσουμε αυτοκίνητο, ποδήλατο ή ακόμη και να περπατήσουμε μεγάλες αποστάσεις εκτός προδιαγεγραμμένης πορείας. Στόχος είναι να μην επισκεφτούμε μέρη για τα οποία δεν έχουμε εκ των προτέρων εγγραφεί, ούτε καν ένα γιαπωνέζικο εστιατόριο ή club.

Πώς λέγεται η εφαρμογή που θα χρησιμοποιήσετε; Είναι εύκολη στη χρήση της;

Όταν χρησιμοποιήσουμε μέσα μεταφοράς διαφορετικά από τα ενδεδειγμένα (ιδιωτικό ταξί ή βαν), θα πρέπει να το δηλώσουμε

“Στο Παρίσι το 2024, η πλήρης «ολυμπιακή» ισότητα των δύο Φύλων”

στον φύλακα έξω από το ξενοδοχείο μας ή στην εφαρμογή **ΟCHA** (app παρατήρησης της υγείας σύμφωνα με τις διαδικασίες μετανάστευσης κατά την είσοδο των ταξιδιωτών στην Ιαπωνία) η μπορούμε να επιδεικνύουμε το διαβατήριό μας προκειμένου να γίνεται σαφές αν είμαστε ή όχι περισσότερες από 14 ημέρες στο Τόκιο.

Ποιο είναι το νέο ζητούμενο για εσάς ως δημοσιογράφος σε όλο αυτό το γκρίζο οκνηκό;

Το προσωπικό μου «στοίχημα» είναι να καλύψω όσο το δυνατόν καλύτερα τα αγωνίσματα στα οποία συμμετέχουν οι Έλληνες αθλητές και αθλήτριες, να περιγράψω τις επιδόσεις, τις νίκες, τις ανησυχίες, τη διαδρομή τους. Εννοείται ότι θα καλύψουμε όλα τα αγωνίσματα που θα μεταδοθούν από την EPT. Η ελληνική αποστολή μετρά 83 αθλητές και αθλήτριες. Η Αιμιλία Τσουλφά στα 48 της χρόνια, είναι η μεγαλύτερη σε ηλικία αθλήτρια της Ελληνικής Ολυμπιακής ομάδας, ενώ η Ευαγγελία Ψάρρα, στα 47 της μετέχει για 6η φορά στην κορυφαία διοργάνωση του πλανήτη (2000, 2004, 2008, 2012, 2016, 2020). Αρχηγός της ελληνικής αποστολής θα είναι ο Μιχάλης Φυσεντζίδης και σημαιοφόροι οι Λευτέρης Πετρούνις και Άννα Κορακάκη.

Αυτό που περιμένουμε όλοι οι δημοσιογράφοι να συμβεί και αυτό που εντέλει θεωρούμε ότι και ο κόσμος θα θέλει να δει, να ακούσει και να διαβάσει, είναι ανθρώπινες ιστορίες των αθλητών από διάφορες χώρες του κόσμου που ήρθαν αντιμέτωπες με τον κορονοϊό. Ενδεχομένως η οπτική αυτή γωνία να αφήσει στο περιθώριο και «εκτός κάδρου» το hard core αθλητικό αφήγημα που δέσποζε πάντα στις μεταδόσεις μας την προ Covid εποχή. Είναι προφανές ότι στις συνεντεύξεις μας θα προσπαθήσουμε να εκμειεύσουμε τα «ντεσού» και τις μικρές αλλά κρίσιμες λεπτομέρειες αναφορικά με το πως πέρασαν οι αθλητές στην καραντίνα, αν εμβολιάστηκαν ευχαρίστως και... αυτοβούλως, αν κόλλησαν τον ιό και πως το αντιμετώπισαν ακόμη και αν φοβούνται που ήρθαν στο Τόκιο.

Ποια είναι η θέση της Γυναίκας στη φετινή Ολυμπιάδα;

Στους φετινούς Ολυμπιακούς του Τόκιο οι **Γυναίκες** για πρώτη φορά θα κατέχουν το 48,8% της αναλογίας, έναντι 45,6% της διοργάνωσης του Ρίο το 2016. Ωστόσο την απόλυτη ισότητα των δύο φύλων θα δούμε για πρώτη φορά στο **Παρίσι το 2024**, και αυτό αποτελεί μια ιστορική εξέλιξη για τον θεσμό. Οι Γυναίκες κατακτούν τη θέση που τους αξίζει και τους αντιστοιχεί και αποδεικνύει ότι όπως και σε κάθε άλλο πεδίο, και στον Αθλητισμό είναι μαχήτριες, δυνατές αγωνίστριες. Άρα νικήτριες. Γιατί σημασία δεν έχει το μετάλλιο αλλά η προσπάθεια και ο αγώνας.

Vogue

Κοχύλια στο λαιμό

Καλοκαίρι χωρίς κοχύλια στον λαιμό γίνεται; Δεν γίνεται. Ταυτόχρονα, όμως, θέλουμε το κόσμημά μας να είναι λαμπερό, chic και να εκπέμπει πολυτέλεια. Τα βρήκαμε όλα στο κολιέ Aqua της VOGUE Watch & Jewelry, το οποίο μπορούμε να φορέσουμε από το γραφείο, μέχρι το νησί. Οι πέτρες σε aqua χρώμα «φωνάζουν» ελληνικό καλοκαίρι. Στη μέση φιγουράρει ένα πανέμορφο κοχύλι, ενώ στα πλάινά του συνοδεύεται από έναν ιππόκαμπο και έναν αστερία. Επίσης, είναι επιμεταλλωμένο με κίτρινο χρυσό 18 καρατίων.



MCM

Η ιδανική τσάντα για κάθε περίπαιτο

Αυτό το καλοκαίρι, θέλουμε η τσάντα μας να είναι όσο πιο stylish γίνεται ενώ ταυτόχρονα να είναι βολική και χωράει όλα μας τα απαραίτητα. Το μυαλό μας πήγε αμέσως στις τσάντες της MCM, που εδώ και χρόνια έρχονται πρώτες στις επιλογές μας. Μια ευρύχωρη τσάντα σε ταμπά χρώμα -που δεν βγαίνει ποτέ εκτός τάσεων- είναι η ιδανική για τα περισσότερα outfit μας.



Ergon Mykonos

It's all about style

Ψάχνετε ένα φόρεμα που να συνάδει με τα τελευταία trends και να έχει και διαχρονικό «αέρα»; Βρήκαμε το Haido Dress από το Ergon Mykonos, που είναι το πιο ιδιαίτερο σχέδιο που έχετε δει φέτος. Αναλόγως τη διάθεση και την περίσταση, μπορείτε να το φορέσετε με την ζώνη του ή χωρίς, για ένα πιο ανάλαφρο look.



Marc Jacobs

Στυλ και «παιχνιδιάρικη» διάθεση

Τα γυαλιά ηλίου του 2021 που θα «κλέψουν» τις εντυπώσεις, είναι σίγουρα Marc Jacobs. Ενώ έχουν άριστη ποιότητα φακού και σκελετού, την ίδια στιγμή διαθέτουν αυτήν την «παιχνιδιάρικη» διάθεση που θέλουμε αυτό το καλοκαίρι, μετά από μια δύσκολη χρονιά. Ταυτόχρονα, οι στρογγυλοί φακοί χωρίς πλέγμα είναι πολύ τάση φέτος και οι καρδιές έρχονται να απογειώσουν το στυλ μας.

EXE

Η χρονιά της αγκράφας

Φέτος, είναι αναμφισβήτητη η χρονιά της αγκράφας στο παπούτσι. Το είδαμε τον Χειμώνα, με αγκράφες στα μποτάκια μας (και όχι μόνο). Η τάση εμπνέεται από την κουλτούρα των bikers και έρχεται φέτος στα δικά μας πόδια. Ένα σανδάλι με λουριά με αγκράφες είναι ακριβώς αυτό που θέλουμε αυτό το καλοκαίρι. Σε μαύρη δερματίνη έκδοση, όπως το Exe flats από Tsakiris Mallas, φοριέται από το πρωί έως το βράδυ, ακόμη και εάν είναι flat. Παρά την wild διάθεσή του, μην διστάσετε να το φορέσετε με ρομαντικό αέρινο φόρεμα ή φαρδιά παντελόνια.





SHISEIDO
GINZA TOKYO

Vital Perfection

Πρωτοποριακή Επιστήμη από την Ιαπωνία.
Για πιο σφριγηλή, ανορθωμένη όψη.

ME & YOU ARE
#ALIVEwithBeauty



NEO

MCM



Τα γυαλιά της σεζόν με αέρα '80s

Βρήκαμε τα πιο στυλάτα γυαλιά της σεζόν. Έρχονται με έμπνευση κατευθείαν από την δεκαετία του 1980, που τόσο έχει επηρεάσει τις φετινές τάσεις. Τον πορτοκαλί φακό του συγκεκριμένου MCM, τον έχουμε δει ήδη σε μερικές από τις μεγαλύτερες επιδείξεις μόδας της χρονιάς. Επίσης, ο σκελετός του κολακεύει κάθε σχήμα προσώπου, ειδικά τα μεγαλύτερα. Εκτός από stylish, είναι και φτιαγμένα από άριστα υλικά, όπως μας έχει συνηθίσει η MCM.

Calzedonia

Φινέτσα και σιυλ

Θέλετε να είστε πιο άνετες από ποτέ στην παραλία και ταυτόχρονα να δείχνετε στα καλύτερά σας; Και ποιος δεν θέλει! Η λύση είναι μια: ολόσωμα μαγιό με κοψίματα. Εμείς ερωτευτήκαμε το συγκεκριμένο μαγιό Sorrento από την καλοκαιρινή συλλογή του Calzedonia σε διχρωμία άσπρο-μαύρο. Αποπνέει φινέτσα και σιυλ, κολακεύει τη σιλουέτα ενώ αποκαλύπτει μόνο στρατηγικά σημεία του σώματός μας.



Falconeri

Το outfit του ηλιοβασιλέματος

Το φόρεμα με το οποίο φανταζόμαστε τον εαυτό μας να παρακολουθεί το ηλιοβασίλεμα σε κάποιο ανοικτό bar εκεί που σκάει το κύμα, είναι αυτό το αμάνικο λαμέ Falconeri. Έρχεται σε ζεστό καφέ χρώμα που είναι ιδανικό για το απογευματινό μας ποτό, ενώ το σχήμα του αγκαλιάζει το σώμα και ομορφαίνει τη σιλουέτα. Το καλύτερο όμως, είναι το ύφασμά του. Με ένα άγγιγμα μόνο, η απαλότητά του έφτασε να μας πείσει.

Caudalie

Ο σύμμαχός μας κατά του ήλιου

Είναι γνωστές οι βλαβερές επιπτώσεις του ήλιου στην επιδερμίδα μας. Έτσι, φέτος, δεν θα κάνουμε κανέναν συμβιβασμό στην προστασία του δέρματός μας. Σύμμαχός μας στη «μάχη» αυτήν είναι η Caudalie της οποίας το Beautifying Suncare Oil με δείκτη προστασίας SPF30 έχει γίνει ήδη το αγαπημένο μας. Προστατεύει από τη γήρανση χάρη στις πολυφαινόλες από κουκούτσια σταφυλιού και βιταμίνη Ε, θρέφει το δέρμα χάρη στα έλαια από κουκούτσια σταφυλιού, σουσάμι και σπόρους από ηλιοτρόπιο. Όλα αυτά, ενώ έχει και αδιάβροχη σύνθεση. Και το καλύτερο, Σέβεται το θαλάσσιο οικοσύστημα!



Shiseido

Τέλεια λάμψη στα χείλη

Τα τελευταία χρόνια φορούσαμε μόνο ματ κραγιόν. Δείχνουν υπέροχα στα χείλη αλλά η αλήθεια είναι ότι τους δίνουν μια όψη που τα κάνει να φαίνονται αφυδατωμένα και χωρίς λάμψη. Φέτος, επιτέλους κάνουν την επιστροφή τους τα lip gloss. Συνάδοντας με τις τάσεις, έχουμε πάθει «εμμονή» με το lip gloss της Shiseido. Αφήνει τα χείλη ενυδατωμένα χάρη στην σύνθεσή του ενώ χαρίζει την τέλεια λάμψη. Ταυτόχρονα, κολακεύει το χρώμα των χειλιών χωρίς υπερβολές και τα κάνει να δείχνουν ζουμερά. Ακόμη, επιτέλους βρήκαμε ένα gloss που δεν κολλάει, οπότε δεν έχουμε να ανησυχούμε ότι θα πασαλειφτούμε αν φυσάει και μπουν τα μαλλιά μας στο πρόσωπο.

Shiseido

Προστασία που καινοιομεί

Δεν θα σταματήσουμε να επισημαίνουμε πόσο σημαντική είναι η αντιηλιακή προστασία. Για να μην το παραλείπουμε ποτέ, έχουμε το αντιηλιακό με την πιο βολική συσκευασία. Το Clear Suncare Stick της Shiseido είναι το ιδανικό, καθώς με τη roll-on συσκευασία του,

απλά το απλώνουμε στο δέρμα και είμαστε καλυμμένες. Επίσης, είναι αδιάβροχο, έχει διάφανη σύνθεση ώστε να μην αφήνει λευκά αντιαισθητικά σημάδια στο πρόσωπο και δεν κολλάει.

Με SPF50+ προσφέρει τη μέγιστη δυνατή προστασία για το δέρμα του προσώπου ενώ χάρη στην προηγμένη σύνθεσή του αντιστέκεται σε νερό αλλά και ιδρώτα. Δεν ξεχνάμε να βάζουμε αντιηλιακό προσώπου όλους τις ημέρες, όχι μόνο στην παραλία.



Anaskela

«Φωνάζει» ελληνικό καλοκαίρι

Αυτό το καλοκαίρι ο Αύγουστος θα μας βρει... ανάσκελα σε μια παραλία, για να αποκτήσουμε – επιτέλους – το πολυπόθητο 'σοκολατοχρώμα'. Αυτό, φυσικά, στην πετσέτα μας από το brand Anaskela, σε μπλε χρώμα που «φωνάζει» ελληνικό καλοκαίρι. Είναι σχεδιασμένη ειδικά έτσι ώστε να στεγνώνει γρήγορα, να μην κολλάει η άμμος πάνω της, ώστε να είμαστε όσο πιο ξέγνοιαστες γίνεται αυτό το καλοκαίρι. Ακόμη, διπλώνει τόσο πολύ, που θα πιάσει ελάχιστο χώρο στην -ήδη γεμάτη- βαλίτσα μας.

chilled



Θα τα
βρείτε στα
ψυγεία.
Παγωμένα.

www.starbucksrtd.com/gr

coffee

UFO 2 BY FOREO:

το απόλυτο gadget ομορφιάς έρχεται από άλλο... πλανήτη!



Κι όμως, μπορείς να απολαύσεις περιποίηση επαγγελματικού επιπέδου στην άνεση του σπιτιού σου. Ο χρόνος είναι πολύτιμος, ειδικά για γυναίκες που εργάζονται ή ειδικεύονται στο... multi-tasking, αυτό όμως δε σημαίνει ότι πρέπει να στερούνται την περιποίηση ομορφιάς που τους αξίζει. Η «εξωγήινη» τεχνολογία του **UFO 2 της FOREO** έχει ενθουσιάσει κάθε beauty aficionado, αφού με 8 διαφορετικές LED θεραπείες και δυνατότητα εναλλαγής μεταξύ θερμοθεραπείας και κρυοθεραπείας φέρνει μυστηριωδώς εκπληκτικά αποτελέσματα!

Σχεδιασμένη με ένα συνδυασμό κορυφαίων τεχνολογιών, αυτή η σύγχρονη συσκευή αφήνει το δέρμα μαλακό και λαμπερό από την πρώτη κιόλας χρήση. Θερμαίνεται άμεσα για να βοηθήσει την επιδερμίδα να απορροφήσει καλύτερα τα ενεργά συστατικά

των ειδικά σχεδιασμένων масκών που είναι συμβατές με τη συσκευή. Κρυώνει γρήγορα για να κλείσει τους πόρους και να μειώσει το πρήξιμο. Παράλληλα, οι **T-Sonic™** παλμικές δονήσεις αυξάνουν την κυκλοφορία του αίματος και χαλαρώνουν τους μύες του προσώπου και του λαιμού από τη συσσωρευμένη ένταση. Με ένα απλό πάτημα κουμπιού στο ειδικό **application -για iOS και Android-** ενεργοποιούνται οι **θεραπίες LED** που δρουν ενάντια στα σημάδια γήρανσης και αναζωογονούν την επιδερμίδα.

Ενυδάτωση, ανανέωση, σύσφιξη, μείωση ρυτίδων και μαύρων κύκλων, ενίσχυση κολλαγόνου, αίσθηση χαλάρωσης. Όλα σε μια συσκευή με διαστημικό όνομα και απίθανο design, διθυραμβικές κριτικές από χιλιάδες γυναίκες που τη χρησιμοποιούν παγκοσμίως και το κυριότερο: χρήση στην άνεση του σπιτιού σου, όποτε εσύ θέλεις. Μια χαλαρωτική εμπειρία spa στο χώρο και το χρόνο που εσύ θα επιλέξεις. Το απόλυτο beauty gadget κυκλοφορεί σε τρεις αποχρώσεις και είναι διαθέσιμο στο foreo.com και στην Ελλάδα αποκλειστικά στα Sephora Greece.



Μακιγιάζ Dior μέσω εικονικής πραγματικότητας



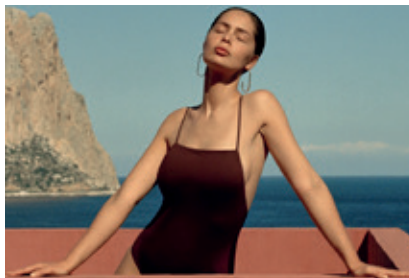
Τί θα γινόταν εάν η τεχνητή νοημοσύνη μας βοηθούσε να βρούμε το ιδανικό make-up look για εμάς ή για... το ψηφιακό μας 'εγώ'; Ακούγεται σαν σενάριο από ταινία, και όμως, η Dior και ο Peter Philips το έκαναν πραγματικότητα. Ο ιστορικός Οίκος ομορφιάς συνεργάζεται και επίσημα με την εφαρμογή Zepeto, με την οποία μπορούμε να φτιάξουμε το ψηφιακό μας 'alter ego' και να διαμορφώσουμε την εμφάνισή του όπως εμείς θέλουμε. Τώρα, μπορούμε να επιλέξουμε και ανάμεσα σε 9 look μακιγιάζ τα οποία έχουν δημιουργηθεί για χειρός του εξειδικευμένου team του Dior. Κάπως έτσι, θα έχει επιμεληθεί το μακιγιάζ μας το πιο έμπειρο team, βασισμένο σε εμβληματικά προϊόντα Dior από σειρές όπως το Rouge Dior, Dior Addict και άλλες. Θα τα βρούμε όλα τα looks στο παιχνίδι Zepeto, στο οποίο θα μπορούμε να τα ξεκλειδώσουμε όσο παίζουμε. Ο οίκος Dior συνεργάζεται λοιπόν με την εφαρμογή Zepeto, και δημιουργεί τα πρώτα αποκλειστικά αποτελέσματα μακιγιάζ εικονικής πραγματικότητας για τους χρήστες της. Ο Dior, αποτελεί την πρώτη μάρκα ομορφιάς που συμμετέχει στην πλατφόρμα και προσφέρει τις δημιουργίες μακιγιάζ του, ως ολοκληρωμένα αποτελέσματα. Ο Peter Philips, Δημιουργικός Διευθυντής και Διευθυντής Εικόνας του Dior, αναδημιούργησε εννέα αποτελέσματα μακιγιάζ, εμπνευσμένα από τις επιδείξεις μόδας Dior και τις φωτογραφίες ομορφιάς. Τα μακιγιάζ είναι βασισμένα σε εμβληματικά προϊόντα μακιγιάζ Dior, μεταξύ των οποίων οι σειρές Rouge Dior, Dior Addict και Diorshow. Οι διακριτικές, χρωματικές παλέτες του Peter Philips παρουσιάζονται με φυσικότητα σε καθένα από τα αποτελέσματα. Όλα έχουν πρωτότυπα ονόματα, όπως Smoky Mirror, Mod Girl, Pink Dream, Spiky Eyes, Cute 999, κ.ά., παρουσιάζοντας με ιδιαίτερο τρόπο την υπογραφή Dior στη μορφή ενός κομψού τατουάζ που στολίζει το πρόσωπο του άβαταρ. Σημειώνεται ότι το Zepeto λανσαρίστηκε το 2018 και αποτελεί μια από τις πιο επιτυχημένες εφαρμογές, μετρώντας πάνω από 200 εκατομμύρια χρήστες παγκοσμίως. Τα 9 αποτελέσματα μακιγιάζ Dior είναι ήδη διαθέσιμα στο Zepeto.

Το AI συναντά την ομορφιά

Συνεργασία με την **Perfect Corp.** που εξειδικεύεται στην παροχή τεχνολογικών λύσεων στον κλάδο της ομορφιάς, μέσω AI και AR τεχνολογιών ανακοίνωσε η Smashbox Cosmetics. Η συνεργασία τους θα συνδυάζει την τεχνογνωσία της Perfect Corp. για την **τεχνολογική ανάλυση προσώπου**, μέσω της τεχνητής νοημοσύνης, με τη μεθοδολογία **Shape Matters** της Smashbox και την εξειδίκευσή της σε προϊόντα για τα μάτια. Οι δύο εταιρείες θα προχωρήσουν στο λανσάρισμα του νέου **Smashbox Eye Genie**, ένα εργαλείο μακιγιάζ που θα είναι διαθέσιμο στο **YouCam Makeup App** της Perfect Corp. Το νέο ψηφιακό εργαλείο θα βοηθά τους καταναλωτές να λαμβάνουν εξατομικευμένες προτάσεις μακιγιάζ με βάση το σχήμα του ματιού τους. Οι δύο εταιρείες βλέπουν το πρωτοποριακό αυτό εργαλείο ως «ένα σημαντικό βήμα προς την εξέλιξη του retail technology, καθώς μέσω αυτού φέρνουν τα παραδοσιακά experiences στο online, μέσα από την εφαρμογή του βιωματικού AR και VR.



Η Lancaster παρουσιάζει το νέο ελληνικό ενημερωτικό website της



Η Lancaster, το αγαπημένο μας brand περιποίησης της επιδερμίδας, φτιάχνει για εμάς μια νέα πλατφόρμα από την οποία θα μπορούμε να ενημερωνόμαστε για

όλα τα skincare & suncare νέα. Πρόκειται, λοιπόν, για το πρώτο ελληνικό website της, στο οποίο μάλιστα θα αναζητήσουμε και πολύτιμα εργαλεία που θα μας βοηθήσουν να βρούμε τα σωστά για εμάς προϊόντα καθώς και να βελτιώσουμε τη ρουτίνα περιποίησής μας. Ανάμεσά τους, θα βρει κανείς το Sun Diagnosis Tool, το οποίο κάνει «διάγνωση» των εξατομικευμένων αναγκών της επιδερμίδας μας, αναφορικά με την αντλιακή προστασία, που τόσο έχουμε ανάγκη. Το νέο εύχρηστο ηλεκτρονικό περιβάλλον της Lancaster μας περιμένει, για να κάνει την περιποίηση της επιδερμίδα μας ακόμη καλύτερη, τώρα και στα ελληνικά.



Για βλέμμα που υπνωτίζει

Το 2004, έγινε η «επανάσταση» στις μασκάρα, με το λανσάρισμα της Hyprhōse από την Lancôme. Σήμερα, η οικογένεια Hyprhōse έχει μεγαλώσει και διαθέτει μία μασκάρα για κάθε ανάγκη που μπορεί να έχουν οι βλεφαρίδες μας. Όλες τους έχουν ένα κοινό: χαρίζουν βλέμμα που «υπνωτίζει».

Η ισχυρή της σύνθεση που δίνει έμφαση σε κάθε τρίχα ξεχωριστά και το βουρτσάκι της που διαχωρίζει και τονίζει τις βλεφαρίδες, είναι ο συνδυασμός που συνθέτει το μυστικό που έχει κάνει την Hyprhōse την αγαπημένη μας μασκάρα.

Τώρα, η νέα Hyprhōse Drama, στοχεύει σε «δραματικό» εφέ της βλεφαρίδας, χάρη στο πρωτοποριακό καμπυλωτό βουρτσάκι της σε σχήμα 'S'.



Fun Fact:
Το ξέρατε ότι στην
Ευρώπη, κάθε
36 δευτερόλεπτα
πωλείται μία
Hyprhōse;

Άρωμα καλοκαιριού απο τη Lancôme

Βρήκαμε το άρωμα του καλοκαιριού! Πρόκειται για το La Vie Est Belle Soleil Crista, την νέα εκδοχή του αγαπημένου μας πλέον, La Vie Est Belle της Lancôme.

Αφήνοντας πίσω του ένα ίχνος από νότες ήλιου, το La Vie est Belle Soleil Cristal χαρίζει λάμψη στο αρχικό άρωμα. Ακόμη πιο φωτεινή λάμψη.

Το νέο άρωμα αποτελεί μία σύνθεση που θυμίζει... ένα μπουκέτο ηλιόλουστων, ζεστών και λαμπερών λουλουδιών. Με βάση τα άνθη του YlangYlang, που καταλήγει σε νότες κορυφής από ηλιόλουστα εσπεριδοειδή το χαρακτηριστικό άρωμα του La Vie est Belle ενισχύεται με έναν νέο απολαυστικό εθισμό: τη ζεστή και κρεμώδη καρύδα σε συνδυασμό με εκχύλισμα αισθησιακής βανίλιας. Σχεδιασμένο για να φέρει μία νέα νότα αισιοδοξίας, τα κατάφερε!



Ο σύμμαχος των μαλλιών μας

Οι υψηλές θερμοκρασίες, η ακτινοβολία, ο ιδρώτας, το αλάτι και η άμμος δεν είναι «σύμμαχοι» των μαλλιών μας. Μπορεί να φθείρουν την τρίχα και να κάνουν θαμπή την όψη τους, ακόμη και εάν τα προσέχουμε με συχνά κουρέματα και αποχή από τις βαφές. Γι' αυτό, χρειαζόμαστε μία δραστική λύση που θα επαναφέρει την χαμένη λάμψη και θα τους χαρίσει την ενυδάτωση που ψάχνουν.

Η λύση αυτή ακούει στο όνομα L'Oréal Professionnel Serie Expert Absolut Repair. Πρόκειται για ένα προϊόν εμπλουτισμένο με GOLD QUINOA + ΠΡΩΤΕΪΝΗ που προσφέρει εντατική περιποίηση, άμεση αναδόμηση, λάμψη και ανάλαφρο άγγιγμα στα ταλαιπωρημένα μαλλιά. Τα μαλλιά μένουν λαμπερά και μεταξένια στο άγγιγμα, χωρίς καθόλου λιπαρή αίσθηση.



Το απόλυτο χρώμα του καλοκαιριού

Το απόλυτο χρώμα του καλοκαιριού για τα χείλη, είναι αναμφισβήτητο το κοραλί. Ειδικά σε αυτήν την απόχρωση που έχει το Lip color κραγιόν του Tom Ford, στην απόχρωσης True Coral.

Το φινιρίσμά του αφήνει τα χείλη ενυδατωμένα και απαλά, ενώ ταυτόχρονα παραμένει σταθερό για πολλές ώρες. Είτε στο επαγγελματικό ραντεβού, είτε για κυριακάτικο brunch, αποτελεί το ιδανικό χρώμα για χείλη που ξεχωρίζουν. Κολακεύει το χαμογέλο μας, χωρίς υπερβολές.



10 ΓΥΝΑΙΚΕΣ

ΠΟΥ ΑΛΛΑΞΑΝ ΤΟ ΠΡΟΣΩΠΟ ΤΗΣ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΑΣ

Η συζήτηση γύρω από τη θέση των γυναικών στον κλάδο των επιστημών και της τεχνολογίας έγινε επίκαιρη τα τελευταία χρόνια, στο πλαίσιο της αναγνώρισης των συστημικών αντιστοιχιών που υφίστανται στο εσωτερικό της κοινωνίας, σε επίπεδο φύλου, φυλής και όχι μόνο. Ευτυχώς, αν και τα συμπεράσματά που προκύπτουν δεν είναι 100% θετικά, χάρη σε αυτή την ενδοσκόπηση έχουμε πλέον μια πιο ολοκληρωμένη εικόνα των αντιστοιχιών που καλούμαστε, ως κοινωνία, να διορθώσουμε.

Ο τομέας των θετικών επιστημών και της τεχνολογίας, γνωστός ως STEM (Sciences, Technology, Engineering, Mathematics), είναι ένας από τους πλέον ανδροκρατούμενους και ένας από αυτούς όπου οι αλλαγές προχωρούν πιο αργά, καθώς απαιτούνται προσαρμογές σε επίπεδο κοινωνικό, σε επίπεδο ακαδημαϊκό, νοοτροπίας, επαγγελματικό, αλλά και σε επίπεδο συστήματος εκπαίδευσης. Βέβαια, το γεγονός ότι ο κλάδος είναι 'παράδοσιακά' ανδροκρατούμενος, δεν σημαίνει ότι μέχρι τώρα δεν υπήρχαν λαμπρά παραδείγματα γυναικών στις επιστήμες. Όλοι γνωρίζουμε το όνομα της Πολωνής φυσικού και χημικού Μαρί Κιουρί, διάσημη για την ανακάλυψη του ραδίου και τη μελέτη των φαινομένων της ραδιενέργειας, αλλά αποτελεί περισσότερο την εξαίρεση παρά τον κανόνα σε ότι αφορά στην ακριβή ιστορική καταγραφή του έργου που έχουν προσφέρει οι γυναίκες επιστήμονες ανά την ιστορία. Η συνεισφορά των γυναικών στις επιστήμες και στην εξέλιξη της τεχνολογίας έχει εδώ και δεκαετίες υποβιβαστεί και διατηρηθεί 'κρυφή' από το ευρύτερο κοινό. Χαρακτηριστικό παράδειγμα η ιστορία της Katherine Johnson και των συναδέλφων της που πέρασαν δεκαετίες ολόκληρες μέχρι να αναγνωριστεί η συνεισφορά τους στην ανάπτυξη του διαστημικού προγράμματος της NASA. Παρακάτω ακολουθεί μια λίστα από 10 γυναίκες επιστήμονες χωρίς τις συνεισφορές των οποίων, ο κόσμος μας θα ήταν πολύ πιο διαφορετικός.



ADA LOVELACE

Η ΠΡΩΤΗ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΙΣΤΡΙΑ ΥΠΟΛΟΓΙΣΤΩΝ ΣΤΟΝ ΚΟΣΜΟ

Η Ada ήταν η κόρη του διάσημου φιλέλληνα ρομαντικού ποιητή Λόρδου Βύρωνα και της συζύγου του, Anna Isabella-Byron. Το ταλέντο της για τα μαθηματικά ανακαλύφθηκε σε μικρή ηλικία, όπως και το ενδιαφέρον της γύρω από τη μηχανική και οδήγησε στην γνωριμία και συνεργασία της με τον Charles Babbage, τον διάσημο μαθηματικό/ φιλόσοφο/ μηχανικό και εφευρέτη που θεωρείται ο "πατέρας του

"Τα κορίτσια είναι ικανά να κάνουν οτιδήποτε μπορούν να κάνουν και οι άνδρες. Κάποιες φορές έχουν περισσότερη φαντασία από τους άνδρες."

KATHERINE JOHNSON,
ΜΑΘΗΜΑΤΙΚΟΣ ΤΗΣ NASA

υπολογιστή". Ο Babbage είχε εφεύρει μια περίπλοκη υπολογιστική μηχανή, το "Analytical Engine", η οποία (αν και δεν υλοποιήθηκε ποτέ) είχε τα βασικά στοιχεία ενός σύγχρονου υπολογιστή. Χάρη στη συνεισφορά της στην ανάπτυξη του "Analytical Engine" η Ada συχνά αναφέρεται ως η "πρώτη προγραμματίστρια υπολογιστών του κόσμου". Για έξτρα πόντους STEM συνεισφοράς, ο διάσημος Άγγλος μαθηματικός-καθηγητής της λογικής-κρυπτογράφος-θεωρητικός βιολόγος (η ιστορία της ζωής του είχε μεταφερθεί πρόσφατα στην κινηματογραφική οθόνη με τίτλο Το Παιχνίδι της Μίμησης - The Imitation Game) χρησιμοποίησε τις σημειώσεις της Ada Lovelace ως έμπνευση όταν ανέπτυξε τον πρώτο υπολογιστή στη δεκαετία του '40.

GRACE HOPPER

Η ΥΠΟΝΑΥΑΡΧΟΣ ΤΟΥ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΙΣΜΟΥ

Αδιαμφισβήτητη διάσημη στον κόσμο της τεχνολογίας, η υποναύαρχος Grace M. Hopper ήταν μια από τους πρώτους προγραμματιστές που εργάστηκαν για την ανάπτυξη του Harvard Mark I (ένας από τους πρώτους υπολογιστές που δημιουργήθηκαν και χρησιμοποιήθηκαν κατά τη διάρκεια του 2ου Παγκοσμίου Πολέμου). Ήταν η δουλειά της στο συγκεκριμένο project που οδήγησε στην ανάπτυξη της COBOL, μιας από τις πρώτες γλώσσες προγραμματισμού, η οποία χρησιμοποιείται ακόμα και σήμερα.



HEDY LAMARR Η ΕΦΕΥΡΕΤΡΙΑ ΤΟΥ WIFI

Η Hedy ήταν μια αυτοδίδακτη εφευρέτρια και διάσημη ηθοποιός της δεκαετίας του '40. Το 1942 πατεντάρισε ένα "μυστικό σύστημα επικοινωνίας", που ανέπτυξε σε συνεργασία με τον συνθέτη George Antheil: επρόκειτο για ένα σύστημα εναλλαγής συχνοτήτων, σχεδιασμένο για να αποπροσανατολίζει τις ραδιοκατευθυνόμενες τορπίλες των δυνάμεων του Άξονα και να τις βγάξει εκτός πορείας. Αυτή η ιδέα αποτέλεσε τη βάση για την ανάπτυξη της τεχνολογίας πίσω από το WiFi, το GPS και το Bluetooth.



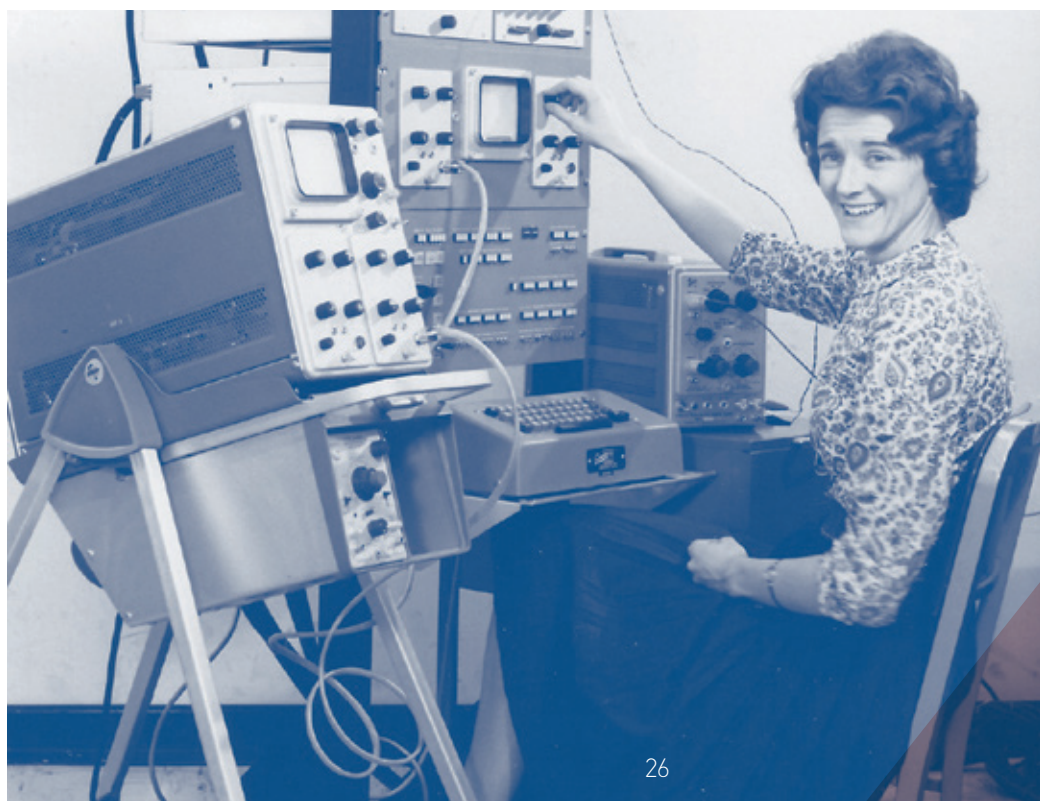
ANNIE EASLEY Η ΠΥΡΑΥΛΙΚΗ ΕΠΙΣΤΗΜΟΝΑΣ ΤΗΣ NASA

Η Annie ήταν μια επιστήμονας τεχνολογίας πυραύλων της NASA και πρωτοπόρος στον αγώνα για την εξάλειψη των ανισοτήτων που σχετίζονται με φυλή και φύλο στον τομέα του STEM. Όταν είχε αρχικά προσληφθεί ήταν μια από τις μόλις 4 έγχρωμες υπαλλήλους στο εργαστήριο της NASA όπου εργαζόταν: 34 χρόνια μετά, έχει ηγηθεί πολλαπλών projects, ανάμεσα σε αυτά και το πυραυλικό πρόγραμμα Centaur, το οποίο αποτέλεσε τα θεμέλια του διαστημικού προγράμματος.



ADELE GOLDBERG Η ΕΜΠΝΕΥΣΗ ΠΙΣΩ ΑΠΟ ΤΟ GUI

Η Adele Goldberg ήταν βασική στην ανάπτυξη της γλώσσας προγραμματισμού Smalltalk-80, η οποία αποτέλεσε τη βάση για την ανάπτυξη του πρώτου υπολογιστή της Apple. Οι ιδέες και οι επιτυχίες της Adele και της ομάδας της αποτελούν τη ραχοκοκαλιά αυτού που σήμερα ονομάζουμε graphical user interfaces (GUI), κοινώς, το "περιβάλλον" μέσω του οποίου αλληλοεπιδρούμε με τον υπολογιστή μας.



MARY WILKES Η ΠΡΩΤΗ ΧΡΗΣΤΡΙΑ ΟΙΚΙΑΚΟΥ ΥΠΟΛΟΓΙΣΤΗ

Η Mary είναι προγραμματίστρια υπολογιστών/ επιστήμονας λογικής που έγινε διάσημη για το σχεδιασμό του λογισμικού για το LINC, ένα από τα πρώτα συστήματα διαδραστικού προσωπικού υπολογιστή. Το 1965 έγινε ο πρώτος άνθρωπος που χρησιμοποίησε "οικιακό υπολογιστή" (καθώς χρησιμοποιούσε το LINC από το σπίτι της).

RADIA PERLMAN Η ΜΗΤΕΡΑ ΤΟΥ INTERNET

Η Radia είναι υπεύθυνη για την ανάπτυξη του αλγόριθμου πίσω από το Spanning Tree Protocol (STP), το πρωτόκολλο διαχείρισης σύνδεσης που είναι απαραίτητο για την λειτουργία του διαδικτύου και δικαίως έχει "κερδίσει" τον τίτλο "Μπτέρα του Ιντερνετ".



KATHERINE JOHNSON Η ΜΑΘΗΜΑΤΙΚΟΣ ΑΠΟ ΤΗ NASA

Οι αναλύσεις τροχιών που εκτελούσε η Katherine για λογαριασμό της NASA ήταν κρίσιμης σημασίας για την επιτυχία της πρώτης διαστημικής πτήσης στην ιστορία των ΗΠΑ. Σε ηλικία 97 ετών της απονεμήθηκε το Προεδρικό Μετάλλιο Ελευθερίας, την υψηλότερη διάκριση που μπορεί να λάβει πολίτης των ΗΠΑ, από τον 44ο Πρόεδρο, Barack Obama.

KAREN SPARCK-JONES

Η ΠΡΩΤΟΠΟΡΟΣ ΤΗΣ ΕΠΙΣΤΗΜΗΣ ΤΗΣ ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΑΣ

Η Karen ήταν πρωτοπόρος στην επιστήμη της πληροφορίας, και η δουλειά της αποτελεί σημείο αναφοράς στον κλάδο. Η ίδια ανέπτυξε το Inverse Document Frequency (IDF), ένας "μηχανισμός" υπολογισμού της σημασίας μιας λέξης στο πλαίσιο ενός κειμένου/εγγράφου, ο οποίος πλέον αποτελεί standard μέρος των περισσότερων web search engines και χρησιμοποιείται για να βαθμολογήσει τα αποτελέσματα του search με βάση τη σχετικότητα τους. Το 2007 της απονεμήθηκε μία από τις σημαντικότερες διακρίσεις του κλάδου, το Lovelace Medal.



ELIZABETH FEINLER

Η ΠΡΩΤΗ SEARCH ENGINE

Από το 1972 και ως το 1989, η Elizabeth ήταν υπεύθυνη για τη λειτουργία του Network Information Center στην Καλιφόρνια, που αποτελούσε μια "προϊστορική" εκδοχή του Google όπως το είχε περιγράψει και η ίδια. Το NIC ήταν το πρώτο σημείο που συγκέντρωνε όλα τα resources και τους καταλόγους του internet, αναπτύσσοντας τους πρώτους καταλόγους «white pages» και «yellow pages». Επιπλέον, η Elizabeth και η ομάδα της ανέπτυξαν το σχήμα για την ονομασία των domains όπως το .com, .edu, .gov, .net και πολλά άλλα ακόμα που χρησιμοποιούμε καθημερινά.

Προφανώς η λίστα αυτή δε συμπεριλαμβάνει όλες τις γυναίκες που έχουν συνεισφέρει στην ανάπτυξη του τομέα των επιστημών, της τεχνολογίας, της μηχανικής και των μαθηματικών. Επίσης προφανώς, η ίδια λίστα θα μπορούσε να είναι πολύ πιο εκτενής. Και αυτό θα πρέπει να είναι ο στόχος όλων μας από εδώ και πέρα: να μην χρειάζεται κάποιος να κάνει έρευνα ώστε να δημιουργήσει μια τέτοια λίστα, αλλά οι συνεισφορές όλων να προβάλλονται και να εκτιμώνται εξίσου, κοινωνικά και ιστορικά, ανεξαρτήτως φύλου και περιβάλλοντος από το οποίο προέρχονται.

Εκδότης-Διευθυντής

Κώστας Νόσσης

Διεύθυνση

Ειρήνη Νόσση

Αρχισυντάκτρια

Σόνια Χαϊμαντά

Σύνταξη:

Αγγελική Νόσση, Βαρβάρα Ντέντη,
Θεοδώρα Νικολοπούλου, Ελένη Σαραντάκη,
Έλενα Αλεξίου, Πέτρος Κυπραίος,
Κωνσταντίνος Καβαλάρης, Δημήτρης Σκιάννης
Διαφήμιση: Έλλη Μαστρομανώλη
Υπεύθυνη Παραγωγής: Ελένη Καπιτσάκη
Δτρ: Νίκος Χαλκιαδάκης
Λογιστήριο: Ανδρέας Λουλάκης

Στοιχεία Επικοινωνίας

Smart Press

Μάγερ 11, 104 38, Αθήνα,

Τηλ.: 210 5201500, 5230000



SMART PRESS