

# women in digital

ΤΕΥΧΟΣ 5 // ΦΕΒΡΟΥΑΡΙΟΣ 2022

## WOMEN GOT *The* POWER!

09/03/22

2ο Συνέδριο

Women in Digital

*Save the Date*

### WOMEN IN *Highlights*



**ΜΑΡΙΑ  
ΠΑΤΑΚΙΟΥΤΗ**

ΓΕΝΙΚΗ ΔΙΕΥΘΥΝΤΡΙΑ ΤΟΥ  
ΤΜΗΜΑΤΟΣ PEOPLE & CULTURE  
ΤΗΣ ΠΑΠΑΣΤΡΑΤΟΣ



**ΝΑΤΑΣΑ  
ΚΑΡΑΜΠΟΥΡΝΙΩΤΗ**

CMO EPSILON NET



**ΝΤΕΛΛΗ ΤΖΙΜΕΑ**

EXECUTIVE DIRECTOR ΕΤΑΙΡΙΚΗΣ  
ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ & ΒΙΩΣΙΜΗΣ  
ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ ΟΜΙΛΟΥ ΟΤΕ



**ΝΑΤΑΣΣΑ ΠΑΣΧΑΛΗ**

ΓΕΝΙΚΗ ΔΙΕΥΘΥΝΤΡΙΑ  
ΑΝΘΡΩΠΙΝΟΥ ΔΥΝΑΜΙΚΟΥ ΤΟΥ  
ΟΜΙΛΟΥ EUROBANK

Μαριάννα  
Πολιτοπούλου

Κατερίνα Γκίνν



Αθηνά Ποπώφ

# Hot Topics

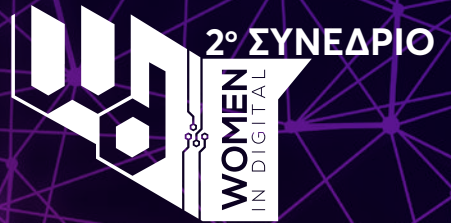
- ✓ Ολοκληρώθηκε η διαδικασία απόκτησης από τον όμιλο NN των δραστηριοτήτων της MetLife στην Ελλάδα, ύστερα από τις εγκρίσεις των Εποπτικών Αρχών και της Γενικής Διεύθυνσης Ανταγωνισμού της Ευρωπαϊκής Επιτροπής. Η Πρόεδρος και Διευθύνουσα Σύμβουλος της NN Hellas, Μαριάννα Πολιτοπούλου, αναλαμβάνει και τη θέση της Προέδρου και Διευθύνουσας συμβούλου της MetLife στην Ελλάδα.
- ✓ Στον διεθνή Δείκτη Ισότητας Φύλων Bloomberg Gender-Equality Index (GEI) βρίσκεται για 4η συνεχόμενη χρονιά η Alpha Bank.
- ✓ Οδηγό για την αντιμετώπιση ζητημάτων διαφορετικότητας και εκπροσώπησης στο οικοσύστημα των media παρουσίασε η Παγκόσμια Ομοσπονδία Διαφημιζόμενων (WFA).
- ✓ Η Αγγελική Βυρίνη αναλαμβάνει Head Of Marketing Department στη «Φάρμα Μητσόπουλος».
- ✓ Η CEO της Havas Spain, Carmen Fernandez de Alarcon, θα συν-προεδρεύει στα φετινά Effie Awards Europe.
- ✓ Τη θέση της Chief Marketing Manager στον όμιλο Σφακιανάκη ανέλαβε η Μυρτώ Μπουτραχάνη προερχόμενη από την Kosmocar SA, όπου διετέλεσε Marketing Manager για το brand Skoda.
- ✓ Χρέη Marketing & PR Director στο Neo Plaza, του πρώτου υπαίθριου εμπορικού και ψυχαγωγικού πάρκου στην Κύπρο, αναλαμβάνει η Σύλβια Χαραλάμπους.
- ✓ Η Κατερίνα Γκίνν, αναλαμβάνει τη θέση της Marketing Communications Director στη Volton.
- ✓ Στο δυναμικό της Coca-Cola HBC εντάχθηκε η Αθηνά Ποπώφ, αναλαμβάνοντας τη θέση της Coffee, Snacks and Spirits Business Director.

Περιμένουν να  
**50ρήσουν**  
για να γίνουν leaders!!!

Περισεύουν η περηφάνεια και οι τυμπανοκρουσίες στις ανακοινώσεις Επιχειρήσεων και Οργανισμών για την κάλυψη σημαντικών θέσεων από Γυναίκες. Ζώντας στον αστερισμό του inclusion και του diversity, η Αγορά τείνει να καθιερώσει μια άτυπη επιβράβευση των επιχειρήσεων που είτε προσλαμβάνουν Γυναίκες στον κλάδο του STEM, είτε τις τοποθετούν σε θέσεις στο EXCOM. Όμως υπάρχει πολύς ακόμη δρόμος.

Σύμφωνα με την 8η ετήσια έρευνα της [Heidrick & Struggles](#), παρότι τους τελευταίους 6 μήνες το ποσοστό των Γυναικών που ανέλαβαν ηγετικές θέσεις διπλασιάστηκε στο 13%, ο αριθμός των Γυναικών CEOs παραμένει μόλις στο 8% του συνόλου. Η ηλικία ανάληψης ηγετικών καθηκόντων παγκοσμίως ορίζεται στα 49 έτη, με μόλις το 25% να αναλαμβάνει θέση ευθύνων πριν τα 45 τους. Τέλος, μόλις το 24% παγκοσμίως δήλωσε πρόθυμο να αναθέσει θέση ευθύνων σε ηγέτες προερχόμενους από άλλες χώρες. Σύμφωνα με το [Women in Digital Scoreboard](#), μια υπηρεσία παρατήρησης της γυναικείας συμμετοχής στην ψηφιακή οικονομία και κοινωνία, οι Γυναίκες συνεχίζουν να εμφανίζουν χαμηλότερα επίπεδα ψηφιακών δεξιοτήτων αλλά και απασχόλησης στον τεχνολογικό/ ψηφιακό τομέα (18%). Στην Ε.Ε., τα επίπεδα τεχνολογικών γνώσεων των Γυναικών διαφέρουν: Από τις πλέον προηγμένες χώρες όπως η Φινλανδία, Σουηδία και Δανία μέχρι αυτές που έχουν τις χειρότερες επιδόσεις, όπως η Βουλγαρία, Ρουμανία και Ελλάδα. Αυτό κάνει την ανάγκη για μια στρατηγική με εστίαση στην ισότητα, την ποικιλομορφία και τη συμπερίληψη ακόμα πιο επιτακτική.





# WOMEN GOT *The* POWER!

09/03  
2022

ΟΡΓΑΝΩΣΗ



SMART PRESS  
Μάγερ 11, 10438, Αθήνα

T. 210.5201500,  
210.5231555

[www.smartpress.gr](http://www.smartpress.gr)  
[smart@smartpress.gr](mailto:smart@smartpress.gr)



InfoComWorld



InfoComConferences



InfoComWorld



InfoComWorld



Smart Press S.A.

[www.womenindigital.gr](http://www.womenindigital.gr)



# Λήδα Φουρλή

ΣΥΜΒΟΥΛΟΣ-ΕΚΤΕΛΕΣΤΙΚΟ ΜΕΛΟΣ ΤΟΥ Δ.Σ. ΤΗΣ FOURLIS A.E.  
ΣΥΜΜΕΤΟΧΩΝ, ΑΝΤΙΠΡΟΕΔΡΟΣ Δ.Σ. INTERSPORT ATHLETICS S.A.,  
ΠΡΟΕΔΡΟΣ Δ.Σ. TRADE STATUS A.E.E. ΚΑΙ ΔΙΕΥΘΥΝΤΡΙΑ ΚΟΙΝΩΝΙΚΗΣ  
ΥΠΕΥΘΥΝΟΤΗΤΑΣ ΟΜΙΛΟΥ FOURLIS

ΣΤΗ: ΣΟΝΙΑ ΧΑΪΜΑΝΤΑ

**Η** Λήδα Φουρλή φέρει ένα βαρύ επιχειρηματικό όνομα αλλά το υποστηρίζει 100%. Ανήκει στη νεότερη, τη 2η γενιά της μεγάλης οικογενειακής επιχείρησης που γιγάντωσε περαιτέρω την κληρονομιά της πρώτης. Το γεγονός ότι είναι Γυναίκα δεν της στέρψε στο ελάχιστο έναν πολυσήμαντο και πολλαπλό ρόλο στον όμιλο αποδεικνύοντας ότι το inclusion, το integration και το equality αποτελούν μέρος της κουλτούρας της οικογένειας πολύ πριν γίνουν τάση και μόδα: Είναι από το 2008 Σύμβουλος-Εκτελεστικό μέλος του Δ.Σ. της FOURLIS A.E. Συμμετοχών και επίσης Αντιπρόεδρος του Δ.Σ. της INTERSPORT ATHLETICS S.A. (από το 2005), Πρόεδρος από το 2006 του Δ.Σ. της TRADE STATUS A.E.E. και φυσικά από το 2008 Διευθύντρια Κοινωνικής Υπευθυνότητας Ομίλου FOURLIS.

«Γενικά δεν μου αρέσει να μιλάω ή να ακολουθώ τα γνωστά στερεότυπα» απαντά στην ερώτηση αν η εταιρική Υπευθυνότητα είναι πιο κοντά στο επαγγελματικό DNA μιας Γυναίκας. «Έχουμε συνηθίσει να βλέπουμε γυναίκες στις Διευθύνσεις HR, Marketing ή CSR (Διευθύνσεις από τις οποίες έχω περάσει κι εγώ στον Όμιλό μας)» παραδέχεται η κα Λήδα Φουρλή για να προσθέσει ότι «ίσως τα στοιχεία της ενσυναίσθησης και της ομαδικότητας που συχνά είναι έντονα στις γυναίκες, να τις κάνει να οδηγούνται στην Εταιρική Υπευθυνότητα. Όμως αυτό δεν σημαίνει ότι οι γυναίκες δεν μπορούν να είναι εξίσου αποτελεσματικές ως ηγέτες και στα άλλα functions μιας εταιρείας. Αντίστοιχα και οι άντρες μπορεί να είναι πολύ επιτυχημένοι CSR Managers. Σχετικά με τη σημασία της Εταιρικής Υπευθυνότητας, στον Όμιλο FOURLIS από πολύ νωρίς νιώσαμε πως έχουμε ευθύνη να επιστρέφουμε αξία στις κοινωνίες που δραστηριοποιούμαστε. Είναι καθήκον κάθε μεγάλου οργανισμού να συμβάλλει στη δημιουργία ενός καλύτερου αύριο για όλους. Αισθάνομαι επομένως, ως ηγετικό στέλεχος ενός δυναμικού Ομίλου, ότι η Διεύθυνση Κοινωνικής Υπευθυνότητας μου δίνει τη δυνατότητα να γίνω μέρος μιας συνολικής προσπάθειας, με επίκεντρο τον άνθρωπο και την κοινωνία. Η πρόκληση βρίσκεται μέσα και έξω από τον Όμιλο: Να βελτιώνουμε διαρκώς την καθημερινή ζωή ανθρώπων. Να προστατεύουμε το Περιβάλλον. Να δίνουμε το 'παρών' όπου μπορούμε να βοηθήσουμε.»

**Σε ποιο βαθμό η στρατηγική Βιωσιμότητας (sustainability) περιλαμβάνει τη συμπερίληψη και τη διαφορετικότητα; Έχετε υπογράψει τη Χάρτα Διαφορετικότητας. Τί ακριβώς σημαίνει η απόφαση αυτή για τον Όμιλο FOURLIS;**

Ο Όμιλος FOURLIS αποτελεί μέλος του Οικουμενικού Συμφώνου του ΟΗΕ από το 2008. Στηρίζει σταθερά

“Οι γυναίκες δεν πρέπει να περιμένουν πρόσκληση για να καθίσουν στο τραπέζι των αποφάσεων...”





το όραμα των Ηνωμένων Εθνών για μια παγκόσμια συντονισμένη προσπάθεια δημιουργίας ενός πιο βιώσιμου πλανήτη. Στόχος μας είναι να συνδέσουμε τις οικονομικές, κοινωνικές και περιβαλλοντικές του επιδράσεις με τους Παγκόσμιους Στόχους Βιώσιμης Ανάπτυξης. Έτσι, προσαρμόζουμε τις πρακτικές μας ώστε να διασφαλίζουμε ότι τόσο η Κοινωνική Υπευθυνότητα όσο και οι αρχές της Βιώσιμης Ανάπτυξης ενσωματώνονται στις καθημερινές μας λειτουργίες. Στο πλαίσιο αυτό, αλλά και επειδή πάντα έχουμε ως «πυξίδα» τις Αξίες μας, έχουμε βάλει τη διαφορετικότητα και την συμπερίληψη ως στρατηγική μας προτεραιότητα. Σε ένα περιβάλλον που αλλάζει διαρκώς, η αναγνώριση της διαφορετικότητας στους ανθρώπους μας και η επιδίωξη της συμπερίληψης όλων σε ένα εργασιακό περιβάλλον όπου όλοι νιώθουν ότι ανήκουν, πιστεύω ότι δημιουργεί αξία και τελικά φέρνει καλύτερα αποτελέσματα στον ίδιο τον οργανισμό. Η υπογραφή της Χάρτας Διαφορετικότητας δείχνει τη δέσμευσή μας στην κατεύθυνση αυτή. Φυσικά, υπάρχει και ένα πολύ μεγάλο πλάνο ενεργειών για να το κάνουν πράξη όλο αυτό.

**Πόσο σημαντική είναι για εσάς η μέγιστη δυνατή συμμετοχή των Γυναικών στο προσωπικό και η μέγιστη δυνατή εκπροσώπησή τους στο EXCOM;**

Τα τελευταία χρόνια, αλλά κυρίως μετά την πανδημία με τον Covid, έχουν αλλάξει πολλά στον εργασιακό χώρο. Οι εργαζόμενοι και κυρίως οι πιο νέοι, απαιτούν μια πιο ανθρωποκεντρική ηγεσία στις εταιρείες όπου βρίσκονται, θέλουν να ζουν και να εργάζονται σε ένα εργασιακό περιβάλλον που ασχολείται με τη βιωσιμότητα της κοινωνίας και του πλανήτη. Οι γυναίκες μπορούν να είναι και ανθρωποκεντρικές και αποτελεσματικές. Γι' αυτό είναι σημαντικό να υπάρχει μεγάλη συμμετοχή των γυναικών στο Ανθρώπινο Δυναμικό μας. Στον Όμιλό μας αυτή τη στιγμή το 53% των ανθρώπων μας είναι γυναίκες. Αυτό όμως δεν αρκεί. Θέλουμε να βελτιώσουμε τα ποσοστά των γυναικών και στις ηγετικές θέσεις. Γι' αυτό και σχεδιάζουμε πολλές ενέργειες, όπως συστήματα Mentoring και εκπαιδεύσεις για να ενδυναμωθούν οι γυναίκες και να αναλαμβάνουν πιο πολλές διοικητικές θέσεις. Βλέπουμε πια τις γυναίκες και στα Δ.Σ. να είναι συνεχώς περισσότερες. Παρότι δεν μου αρέσει η ιδέα των ποσοστώσεων, είναι αναγκαίο να γίνεται το πρώτο βήμα και έτσι βλέπουμε το 25% των μελών ΔΣ να είναι γυναίκες. Αυτό που επιδιώκουμε είναι να υπάρχουν ουσιαστικές ευκαιρίες, ίσες ευκαιρίες σε γυναίκες και άνδρες, να ανέλθουν επαγγελματικά χωρίς προκαταλήψεις.

**Ποιοι είναι οι βασικοί άξονες πάνω στους οποίους αναπτύσσετε δράσεις που αφορούν τον τομέα Κοινωνικής Υπευθυνότητας;**

Η Διεύθυνση Κοινωνικής Υπευθυνότητας του Ομίλου μας υλοποιεί ένα ετήσιο πρόγραμμα δράσεων και πρωτοβουλιών με κύριους άξονες τον σεβασμό στον άνθρωπο, τη στήριξη της κοινωνίας και την προστασία του Περιβάλλοντος. Στα προγράμματα αυτά, συγκαταλέγονται το πρόγραμμα EY ZHN το οποίο περιλαμβάνει δράσεις που στοχεύουν στην ενημέρωση των εργαζομένων για θέματα υγείας και ευζωίας και στην παρακίνησή τους για την υιοθέτηση ενός υγιεινού μοντέλου ζωής. Πρόσφατα, εντάξαμε στο πρόγραμμα αυτό και Γραμμή Ψυχολογικής υποστήριξης για τους ανθρώπους



μας καθώς και webinars με θέματα όπως οι διαπροσωπικές σχέσεις, η διαχείριση του άγχους, η προσωπική ανάπτυξη και πολλά άλλα.

Παράλληλα, έχουμε σχεδιάσει και υλοποιούμε προγράμματα έμπρακτης στήριξης της κοινωνίας όπως το πρόγραμμα της IKEA «ΣΤΑΘΜΟΙ ΧΑΡΑΣ» με το οποίο εξοπλίζουμε δημοτικούς βρεφονηπιακούς και παιδικούς σταθμούς στην Ελλάδα και την Κύπρο και της INTERSPORT «WOMANISM» το οποίο στοχεύει στην ενδυνάμωση των γυναικών μέσα από την ανάδειξη αθλητριών που αποτελούν έμπνευση για όλους μας. Παράλληλα, στηρίζουμε πληθώρα ΜΚΟ, όπως το Make-a-wish, το ΜΠΟΡΟΥΜΕ, τη ΦΛΟΓΑ κ.ά. μέσα από συγκεκριμένα προγράμματα και εθελοντικές δράσεις. Και φυσικά είμαστε παρόντες σε καταστάσεις εκτάκτου ανάγκης, όπως η πανδημία covid-19 κατά την οποία προσφέραμε προϊόντα σε νοσοκομεία αναφοράς αλλά και σε περιπτώσεις φυσικών καταστροφών (πυρκαγιές στο Μάτι και τη Β. Εύβοια, κατοκαίρια ΙΑΝΟΣ που έπληξε τη Θεσσαλία, σεισμική δόνηση που έπληξε την περιοχή της Ελασσόνας και του Τυρνάβου κ.ά.), προσφέροντας υλική βοήθεια για την ανακούφιση των πληγέντων.

Σε όλα αυτά, θα ήθελα να προσθέσω και τις εθελοντικές πρωτοβουλίες για την προστασία του Περιβάλλοντος. Στοχεύουμε στη μείωση των περιβαλλοντικών μας επιπτώσεων, στην εξοικονόμηση φυσικών πόρων καθώς και στην ευαισθητοποίηση εργαζομένων και κοινού σε θέματα προστασίας του Περιβάλλοντος και υιοθέτησης μιας υπεύθυνης στάσης ζωής.

**Πως μπορούν οι επιχειρήσεις να βοηθήσουν τις Γυναίκες να αναπτυχθούν στο επαγγελματικό περιβάλλον;**

Για εμάς στον Όμιλο FOURLIS οι γυναίκες έχουν πολύ ισχυρή θέση και αυτό αποδεικνύεται, όπως σας είπα και προηγουμένως, από τη συμμετοχή τους στο συνολικό

δυναμικό μας που είναι 53%. Είναι βασική αξία μας όλοι οι εργαζόμενοι, ανεξαρτήτως φύλου ή άλλων διαφορών, να έχουν ίσες ευκαιρίες για ανέλιξη μέσα στον οργανισμό. Οι γυναίκες με ικανότητες έχουν αποδείξει πως μπορούν να είναι σπουδαίες ηγέτιδες. Για να γίνει αυτό και να αναδειχθούν περισσότερες γυναίκες, μια εταιρεία χρειάζεται να κοιτάξει πρώτον τις διαδικασίες της, όπως τις διαδικασίες στελέχωσης, αξιολόγησης, προαγωγών, εκπαίδευσης κλπ ώστε να διασφαλίζουν ότι ενθαρρύνονται οι γυναίκες να αναλάβουν περισσότερες θέσεις ευθύνης. Το δεύτερο και σίγουρα πιο δύσκολο, είναι η κουλτούρα. Γνωρίζουμε πως η κουλτούρα χτίζεται αργά αλλά είναι αυτό που χαρακτηρίζει μια εταιρεία. Πρέπει λοιπόν οι εταιρείες να δουν τα μικρά και τα μεγάλα που δημιουργούν αυτή την κουλτούρα ενσωμάτωσης και ανάδειξης των γυναικών. Και φυσικά χρειάζονται πρότυπα γυναικών που να εμπνέουν τις υπόλοιπες να βγουν μπροστά και να διεκδικήσουν το ρόλο τους μέσα στον κάθε οργανισμό.

**Για το άμεσο μέλλον ποια είναι τα σχέδια του Ομίλου FOURLIS, στον τομέα ευθύνης σας; Θα εστιάσετε σε πιο ευάλωτες ομάδες που χρήζουν προσοχής;**

Εκτός από τα προγράμματα που προανέφερα και τα οποία θα συνεχιστούν, το αμέσως επόμενο διάστημα θα εστιάσουμε αρκετά στο θέμα της Διαφορετικότητας και Συμπερίληψης (Diversity & Inclusion) υλοποιώντας μια σειρά σημαντικών δράσεων που εγκαινιάστηκαν με την υπογραφή της Χάρτας

Διαφορετικότητας αλλά και τη δημιουργία Πολιτικής Ανθρωπίνων Δικαιωμάτων για τον Όμιλο.

Η INTERSPORT θα ενισχύσει το πρόγραμμα WOMANISM εμπνέοντας τις γυναίκες να πιστέψουν στις δυνατότητες και στην ανεξάντλητη δύναμη που έχουν μέσα τους, ενώ ο Όμιλος ξεκινά μια νέα συνεργασία με το ελληνικό περιοδικό δρόμου ΣΧΕΔΙΑ για τη στήριξη των αστέγων.

Οι εταιρείες μας θα είναι, επίσης, πάντα παρούσες σε περιπτώσεις εκτάκτων αναγκών με στόχο την ανακούφιση των συνανθρώπων μας που βρίσκονται σε ανάγκη. Με την κλιματική αλλαγή να αποτελεί θέμα ύψιστης σημασίας στην παγκόσμια ατζέντα, ο Όμιλος θα συνεχίσει να εστιάζει στην εφαρμογή υπεύθυνων πρακτικών όπως τα προγράμματα μείωσης της κατανάλωσης Ενέργειας και των εκπομπών αερίων του θερμοκηπίου και ορθής διαχείρισης αποβλήτων. Επίσης οι εταιρείες μας ήδη παρέχουν όλο και περισσότερα προϊόντα που στηρίζουν έναν βιώσιμο τρόπο ζωής, ενώ ο Όμιλος έχει στόχο, κυρίως μέσω της IKEA, να δώσει έμπνευση σε όλες και όλους να υιοθετούν έναν βιώσιμο τρόπο ζωής στο σπίτι, στο χώρο εργασίας, στη γειτονιά, στην πόλη, οπουδήποτε. Η στρατηγική βιώσιμης ανάπτυξης του Ομίλου στοχεύει στη δημιουργία αξίας σε όλο το φάσμα της επιχειρηματικής μας δραστηριότητας, για όλα τα ενδιαφερόμενα μέρη μας, πάντα με υπευθυνότητα και διαφάνεια. Δεν είναι τυχαίο, εξάλλου, ότι ο Όμιλος FOURLIS αποτελεί μια από τις 35 εισηγμένες εταιρείες που συνιστούν μέρος της αρχικής σύνθεσης του νέου Δείκτη ATHEX ESG, επιβεβαιώνοντας την προσήλωσή του στη διαρκή βελτίωση της θέσης του σε θέματα περιβαλλοντικά, κοινωνικά και εταιρικής διακυβέρνησης και που απασχολούν όχι μόνο του επενδυτές και τις κεφαλαιαγορές παγκοσμίως, αλλά και την παγκόσμια κοινότητα ευρύτερα.

**Πιστεύετε ότι ο ψηφιακός μετασχηματισμός, η τηλε-εργασία, το Ηλεκτρονικό Εμπόριο κλπ εντόχουσαν τις Γυναίκες εργαζόμενες ή τις πήγαν «πίσω»;**

Η πανδημία μας έφερε αντιμέτωπους με πρωτόγνωρες καταστάσεις και ο μοναδικός τρόπος λειτουργικής συνέχειας ήταν ο ψηφιακός. Τόσο οι επιχειρήσεις όσο και το κράτος πραγματοποίησαν εκπληκτική πρόοδο στο κομμάτι του ψηφιακού μετασχηματισμού διευκολύνοντας το εμπόριο, την εκπαίδευση αλλά και πολλούς άλλους κλάδους να συνεχίζουν τη λειτουργία τους κατά τις περιόδους των lockdowns. Προσαρμοστήκαμε και συνεχίσαμε να λειτουργούμε. Μάθαμε να δουλεύουμε από το σπίτι, να κάνουμε τις αγορές μας αλλά και πάρα πολλές από τις δραστηριότητές μας online. Οι γυναίκες και πάλι κλήθηκαν να στηρίξουν το σπίτι τους, το νοικοκυριό, το διάβασμα των παιδιών και τη φροντίδα των ηλικιωμένων γονιών μέσα από το χώρο του σπιτιού. Αυτό σίγουρα τις επιβάρυνε και είδαμε ότι πολλές γυναίκες αναγκάστηκαν να εγκαταλείψουν την εργασία τους. Όμως, παρουσιάστηκαν και ευκαιρίες. Η δυνατότητα τηλε-εργασίας άνοιξε νέους ορίζοντες σε πολλές γυναίκες που είδαν ότι έτσι μπορούν να εξοικονομήσουν χρόνο, αλλά και να είναι πιο κοντά σε αγαπημένα τους πρόσωπα. Αυτό που έγινε αναγκαστικά για να προσαρμοστούν οι εταιρείες μέσα στην πανδημία, τώρα παρουσιάζεται ως επιλογή. Η ευέλικτη εργασία θα είναι ένα σημαντικό εργαλείο ενδυνάμωσης των γυναικών. Είναι κάτι



“  
 Στόχος μας είναι να συνδέσουμε τις  
 οικονομικές, κοινωνικές και περιβαλλοντικές  
 του επιδράσεις με τους Παγκόσμιους  
 Στόχους Βιώσιμης Ανάπτυξης  
 ”



που οι γυναίκες μπορούν να το αξιοποιήσουν είτε ως στελέχη επιχειρήσεων είτε ως οι ίδιες επιχειρηματίες.

**Και μια προσωπική ερώτηση: τί είναι αυτό που σας απογοητεύει, αυτό που σας παρακινεί-εμπνέει και αυτό που σας πεισιμώνει περισσότερο στον εργασιακό σας χώρο;**

Αυτό που με παρακινεί είναι όταν βρίσκω νόημα σε αυτό που κάνω. Θέλω η δουλειά μου και το αποτέλεσμα που παράγω να με κάνει χρήσιμη στους γύρω μου. Με παρακινεί να βλέπω ανθρώπους να εξελίσσονται, να έχουν πάθος γι' αυτό που κάνουν και να επηρεάζουν θετικά και εκείνοι με τη σειρά τους, τους γύρω τους. Με εμπνέουν οι Άνθρωποι που ξεπερνούν τις δυσκολίες, που αγωνίζονται, που δεν το βάζουν κάτω, που πέφτουν και ξανασηκώνονται. Με εμπνέουν οι ιδέες που προχωράνε τις εταιρείες και την Κοινωνία μπροστά. Με εμπνέει η θετική στάση ζωής, αλλά που δεν εθελουφλεί στα αρνητικά στοιχεία που σίγουρα υπάρχουν. Με παρακινεί ο αγώνας ανθρώπων που έχουν «αδικηθεί» από τη ζωή, σύμφωνα με τα κοινωνικά στερεότυπα αλλά συνεχίζουν να ηγαίνονται τη ζωή τους μπροστά. Και μια και μιλάμε για τον εργασιακό χώρο, με παρακινεί η αφοσίωση στο αποτέλεσμα αλλά πάντα με γνώμονα τις Αξίες τις εταιρείας μου αλλά και τις προσωπικές μου. Προσπαθώ να μην απογοητεύομαι τελείως. Ναι στενοχωριέμαι, να πέφτω όταν βλέπω να μην γίνονται τα πράγματα όπως θα μπορούσαν να γίνουν. Με απογοητεύει όταν βλέπω ανθρώπους που έχουν δυναμικό, που είναι ηγέτες, να μένουν πίσω, είτε λόγω αδυναμιών του συστήματος είτε εξαιτίας των δικών τους αντιλήψεων και αναστολών. Και με στενοχωρεί όταν δεν υπάρχει η δυνατότητα, λόγω περιορισμένων πόρων, να εξηγηρηθήσουμε και άλλους

σκοπούς μέσα από τη Διεύθυνση Κοινωνικής Υπευθυνότητας του Ομίλου μας. Γι' αυτό προσπαθούμε να αξιολογούμε σωστά τις ανάγκες της Κοινωνίας και να είμαστε χρήσιμοι και αποτελεσματικοί με το έργο μας.

**Ένα μήνυμα για τις Γυναίκες που προσπαθούν και δίνουν καθημερινό αγώνα να αποδείξουν ότι είναι ισάξίες των ανδρών στο επαγγελματικό περιβάλλον;**

Δεν θεωρώ πως οι γυναίκες πρέπει να σκέφτονται με όρους ανταγωνιστικούς απέναντι στους άντρες. Οι γυναίκες είναι ίσες με τους άντρες, αλλά όχι ίδιες. Οι γυναίκες μπορούν να είναι υπέροχες ηγέτιδες αρκεί να δουν τα στοιχεία της ενσυναίσθησης, της συμπόνιας, της ομαδικότητας που συνήθως χαρακτηρίζουν το ηγετικό τους στυλ, ως πλεονεκτήματα και όχι ως αδυναμίες στο ρόλο τους ως ηγέτες.

Οι γυναίκες είναι ανθρωποκεντρικές αλλά και αποτελεσματικές μαζί. Και όταν συνεργάζονται αρμονικά με τους άντρες, το αποτέλεσμα δεν μπορεί παρά να είναι εκπληκτικό.

Οι γυναίκες πολλές φορές δεν έχουν δυνατή φωνή. Έχουν, όμως πολύ σημαντικά πράγματα να πουν. Οι γυναίκες χρειάζεται να κάτσουν στο τραπέζι των αποφάσεων χωρίς να περιμένουν απαραίτητα να τις προσκαλέσουν. Χρειάζεται να ξεπεράσουν τα στερεότυπα που υπαγορεύουν στα κορίτσια και τις γυναίκες να είναι πάντα «το καλό παιδί» και να διεκδικήσουν τη θέση τους.

Οι γυναίκες έχουν δύναμη, ικανότητα και ευαισθησία μαζί. Ως ηγέτες έχουν πολλά να δώσουν στις οικογένειές, στις εταιρείες τους και στην κοινωνία.



# CAUDALÍE

PARIS

## Νέα Premier Cru

Εμπνευσμένη από την επιστήμη της επιγενετικής, η Premier Cru παρουσιάζει την Τεχνολογία TET8™, κατοχυρωμένη από κοινού με το Πανεπιστήμιο Harvard έπειτα από 10 χρόνια έρευνας. Μια τεχνολογία που συνδυάζεται με τα καλύτερα συστατικά του αμπελιού (Ρεσβερατρόλη, Βινιφερίνη, Πολυφαινόλες), με Υαλουρονικό οξύ και με Πολυσακχαρίτες που συσφίγγουν την επιδερμίδα με ορατό αποτέλεσμα μέσα σε 3 λεπτά. Πραγματικό συμπύκνωμα αποτελεσματικότητας σε μια εξαιρετικά απολαυστική και πολυτελή σύνθεση, η Premier Cru The Cream διορθώνει 8 σημάδια της γήρανσης.



Τα αποτελέσματα\*;  
Διορθώνει 8 σημάδια της γήρανσης.  
Κανένας συμβιβασμός.

1. Μειώνει τις εγκατεστημένες ρυτίδες: 93%
2. Μειώνει τις λεπτές γραμμές: 87%
3. Μειώνει τις κηλίδες: 93%
4. Ενισχύει τη λάμψη: 93%
5. Συσφίγγει ορατά την επιδερμίδα: 97%
6. Βελτιώνει την ελαστικότητα: 96%
7. «Γεμίζει» ορατά την επιδερμίδα: 93%
8. Ενισχύει την ενυδάτωση της επιδερμίδας: 100%\*\*

Η νέα πολυτέλεια;  
Η ευθύνη απέναντι  
στο περιβάλλον.

100% επαναπληρούμενα και  
ανακυκλώσιμα δοχεία.\*\*



0% Parabens, φαινοξαιθανόλη, φθαλικές ενώσεις, ορυκτά έλαια, PEG, σιλκόνη, συστατικών ζωικής προέλευσης.



ΣΕ ΦΑΡΜΑΚΕΙΑ, ΠΑΡΑΦΑΡΜΑΚΕΙΑ, ΚΑΙ ΣΤΟ CAUDALIE.COM

\*Κλινική δοκιμή, % ικανοποίησης, 31 εθελοντές, 56 ημέρες. \*\*Κλινική δοκιμή, % ικανοποίησης, 32 εθελοντές, 56 ημέρες. \*\*\*Εξαγοράζονται αντλίες και καπάκια από διάφορα υλικά, ανακυκλώσιμα μόνο στις Boutique Caudalie χάρη στη συνεργασία με την εταιρεία TerraCycle.



## Μαρία Πατακιούτη

Γενική Διευθύντρια στο τμήμα People & Culture της Παπαστράτος



Η ΜΑΡΙΑ ΠΑΤΑΚΙΟΥΤΗ ΝΕΑ ΓΕΝΙΚΗ ΔΙΕΥΘΥΝΤΡΙΑ ΣΤΟ ΤΜΗΜΑ PEOPLE & CULTURE ΤΗΣ ΠΑΠΑΣΤΡΑΤΟΣ

Στο δυναμικό της Παπαστράτος εντάσσεται η Μαρία Πατακιούτη, αναλαμβάνοντας Διευθύντρια People & Culture. Διαθέτει 20 χρόνια εμπειρίας στην καθοδήγηση ομάδων ανθρώπινου δυναμικού, τόσο σε τοπικό όσο και περιφερειακό επίπεδο και έχει ηγηθεί στρατηγικών projects σχεδιασμού, αναδιοργάνωσης και διαχείρισης αλλαγών σε μεγάλες πολυεθνικές (AIG, EY). Η Μαρία Πατακιούτη αναμένεται να συμβάλει περαιτέρω στον επιχειρηματικό μετασχηματισμό της Παπαστράτος που έχει στο επίκεντρό της το όραμα για **«ένα μέλλον χωρίς τσιγάρο»**.

Η Μαρία Πατακιούτη διαδέχεται τον Γιώργο Παρτσακουλάκη, ο οποίος έχοντας ήδη μακρόχρονη σταδιοδρομία στην Παπαστράτος, αναλαμβάνει διεθνή ρόλο στη μητρική εταιρεία, τη Philip Morris International. Υπήρξε Γενικός Διευθυντής P&C EU South East Cluster από το 201 διαδραματίζοντας καθοριστικό ρόλο στη μετατροπή των δύο εργοστασίων, σε Ελλάδα και Ρουμανία, σε σύγχρονα κέντρα παραγωγής RRP's και στον μετασχηματισμό όλων των αγορών της ευθύνης του, σε Consumer Centric Organizations.

## Νατάσα Καραμπουρνιώτη

CMO Epsilon Net



ΣΤΟΝ ΟΜΙΛΟ ΤΗΣ EPSILON NET Η ΝΑΤΑΣΑ ΚΑΡΑΜΠΟΥΡΝΙΩΤΗ

Στον όμιλο της [Epsilon Net](#) εντάχθηκε η Νατάσα Καραμπουρνιώτη, αναλαμβάνοντας τη θέση της CMO. Εκτίμηση της διοίκησης του ομίλου είναι ότι η κ. Καραμπουρνιώτη, αξιοποιώντας την πολύχρονη πείρα της, θα συμβάλει τόσο στην ουσιαστική ενίσχυση της εταιρικής εικόνας της Epsilon Net και των θυγατρικών του όσο και στην προώθηση της στρατηγικής του ομίλου για τη συμμετοχή του ως «καταλύτης» στον ψηφιακό μετασχηματισμό των ελληνικών

επιχειρήσεων και της ανάπτυξης. Στέλεχος με μεγάλη πείρα στη διοίκηση μάρκετινγκ και την 360ο επικοινωνία, με εξειδίκευση σε θέματα rebranding & customer experience, η Ν.Καραμπουρνιώτη κατείχε τα τελευταία 20 χρόνια σημαντικές θέσεις σε κορυφαίες πολυεθνικές και ελληνικούς ομίλους όπως Adidas Group, Huawei Technologies και Ήρων του Ομίλου της ΓΕΚ ΤΕΡΝΑ.

## Ντέπη Τζιμέα

Executive Director Εταιρικής Επικοινωνίας & Βιώσιμης Ανάπτυξης Ομίλου ΟΤΕ



ΜΕ Α ΑΠΟ ΤΟΝ CDP Ο ΟΤΕ

Με "Α-" βαθμολογήθηκε, για πρώτη φορά, ο ΟΤΕ από τον διεθνή μη κερδοσκοπικό οργανισμό, CDP για τον τρόπο που δημοσιοποιεί και διαχειρίζεται τις επιπτώσεις από τις δραστηριότητές του στην κλιματική αλλαγή. Για το 2021, ο ΟΤΕ βρίσκεται στην κατηγορία "Leadership A/A-" μεταξύ 12.000 εταιρειών που αξιολογήθηκαν και είναι μια από τις δύο εταιρείες

στην Ελλάδα, που συγκαταλέγονται σε αυτήν την κατηγορία. Η κατάταξη τοποθετεί τον όμιλο ΟΤΕ αρκετά υψηλότερα σε σχέση με τον ευρωπαϊκό μέσο όρο, αλλά και αυτόν του κλάδου των ΜΜΕ, τηλεπικοινωνιών και υπηρεσιών data center. Ο ΟΤΕ έλαβε υψηλότερη βαθμολογία για την πιστοποιημένη παρακολούθηση των εκπομπών αερίων του θερμοκηπίου σε ολόκληρη την αλυσίδα αξίας του, για τις δράσεις μείωσής τους αλλά και για την αντιμετώπιση της κλιματικής αλλαγής.

Η Executive Director Εταιρικής Επικοινωνίας και Βιώσιμης Ανάπτυξης Ομίλου ΟΤΕ, Ντέπη Τζιμέα, ανέφερε: «Το δίκτυο COSMOTE είναι πράσινο και λειτουργεί με ηλεκτρισμό από 100% ΑΠΕ. Ο μεγάλος στόχος μας είναι, να πετύχουμε μηδενικό ανθρακικό αποτύπωμα από τις λειτουργίες μας έως το 2025 και από όλη την αλυσίδα αξίας έως το 2040, στο πλαίσιο της στρατηγικής του ομίλου Deutsche Telekom για την κλιματική αλλαγή.»

# CALZEDONIA



## NATURAL FIBERS

Απαλά, ζεστά και cosy legwear, από οργανικό βαμβάκι και κασμίρ, ιδανικά για να τα φορέσετε μέσα και έξω. Ο απόλυτος συνδυασμός άνεσης, στυλ και φιλικών προς το περιβάλλον leisurewear και κολάν για τις σύγχρονες γυναίκες!

[CALZEDONIA.COM](http://CALZEDONIA.COM)



# Χάρης Μακράκου

COMMUNICATION SPECIALIST, OWNER AT COMMUNICATION STUDIO

ΣΤΗ: ΣΟΝΙΑ ΧΑΪΜΑΝΤΑ

**Η** συζήτηση με τη Χάρης Μακράκου, έχει πάντα ξεχωριστό ενδιαφέρον. Όχι μόνο επειδή είναι το πρόσωπο πίσω από την Communication Studio ούτε γιατί διαθέτει 20ετή εμπειρία στον κλάδο των δημοσίων σχέσεων και του marketing. Αυτό που ξεχωρίζει τη Χάρης Μακράκου είναι η εμπειρία και η τεχνογνωσία που έχει αποκτήσει σε μια σειρά τομείς όπως η τεχνολογία, η ομορφιά, το τρόφιμο, το παιδί, η εστίαση κ.ά. Μέχρι σήμερα είχε την τύχη να δημιουργήσει προγράμματα επικοινωνίας για brands παγκοσμίου φήμης όπως Check Point, Creative, Ren Skincare, Bellissima, Chicco, Τρίκυκλο, Babybjorn, Besafe, Prenatal, Imetec, Carad κ.ά. και έχει εξασφαλίσει την προβολή τους τόσο σε παραδοσιακά έντυπα, όσο και στο σύγχρονο digital περιβάλλον και τον κόσμο των social media.

**Ποια είναι τα στοιχεία που διαθέτει μια Γυναίκα (π.χ. Ιδέες, Φαντασία, Υπομονή, Επικοινωνία) και είναι απαραίτητα για την παροχή υψηλής αξίας υπηρεσιών PR τόσο στον παραδοσιακό όσο και στον ψηφιακό κόσμο;**

Όλα εκείνα τα στοιχεία που χαρακτηρίζουν το φύλο μας, είναι αυτά που διαφοροποιούν τον τρόπο που εμείς οι γυναίκες αντιμετωπίζουμε τις προκλήσεις του χώρου μας με ιδιαίτερη επιτυχία. Αναφέρομαι στη φυσική ανάγκη... κλίση καλύτερα - να φροντίζουμε, να κατανοούμε, να ελπισόμαστε. Χαρακτηριστικά τα οποία μαζί με τη συνεχή κατάρτιση και εκπαίδευση οδηγούν σε ένα πολύ πετυχημένο μοντέλο executive δημοσίων σχέσεων που νοιάζεται ουσιαστικά για τον πελάτη.

**Έχετε δημιουργήσει προγράμματα επικοινωνίας για brands παγκοσμίου φήμης εξασφαλίζοντας την προβολή τους τόσο σε παραδοσιακά όσο και ψηφιακά Μέσα και στα social media. Ποια ισοψη βλέπετε να διαμορφώνεται στη μετέπειτα πανδημία εποχή;**

Αναμφίβολα, η πανδημία επηρέασε τον τομέα της επικοινωνίας σημαντικά. Πιστεύω πως όλοι καλούμαστε να διαχειριστούμε τα τελευταία χρόνια μια συνεχή πολυπλοκότητα, που έχει ενταθεί ακόμα περισσότερο με την έλευση και τη συνεχή εξέλιξη της πανδημίας. Οι επιχειρήσεις



“Σημασία έχει η ισοψη στην ευκαιρία”

και οι οργανισμοί οφείλουν πλέον να επιχειρούν, να λειτουργούν και να διασφαλίζουν την ανάπτυξή τους μέσα σε συνεχώς μεταβαλλόμενα περιβάλλοντα, αντιμετωπίζοντας προκλήσεις που φέρνουν η επιτάχυνση της πληροφορίας, ο ολοένα και αναπτυσσόμενος ακτιβισμός πολιτών ως μέσο έκφρασης, η καθιέρωση της απευθείας επικοινωνίας με τα brands μέσω της συνεχώς αυξανόμενης διείσδυσης των SoMe, η χρήση εφαρμογών AI (Τεχνητής Νοημοσύνης) στον κλάδο κ.ά. Με αυτά τα δεδομένα η στρατηγική επικοινωνία παίζει τεράστιο ρόλο. Η διορατικότητα, η ανάλυση των δεδομένων, η ουσιαστική σύνθεση της πληροφορίας και η μετάδοσή της μέσα από ουσιαστικά stories, είναι τα πιο σημαντικά στοιχεία που συμπληρώνουν αποτελεσματικά την εκάστοτε επιχειρηματική στρατηγική.

**Τί σημαίνει για μια Γυναίκα με τόσο μεγάλη εμπειρία να έχει την ευθύνη τόσο μεγάλων πελατών; Συναντήσατε εμπόδια στη διαδρομή σας επειδή είστε Γυναίκα;**

Δείξετε μου μια γυναίκα που δεν έχει συναντήσει εμπόδια στη διαδρομή της. Τα εμπόδια για όλες μας είναι πάντα εκεί. Το θέμα είναι πως εμείς τα αντιμετωπίζουμε. Πολλές φορές οι γυναίκες αυτοπεριορίζονται. Πιθανώς λόγω της πολιτισμικής μας ανατροφής, οι Ελληνίδες ίσως είμαστε πιο διστακτικές στο να διεκδικούμε τα κεκτημένα μας, τα autonότητα για το έργο που παρέχουμε. Προσωπικά θα πω πως αισθάνομαι τυχερή. Βρέθηκα από νωρίς σε ανδροκρατούμενα περιβάλλοντα, είχα όμως την τύχη να συναντήσω εκεί εξαιρετικούς συνεργάτες που με βοήθησαν να εξελιχθώ και να μάθω. Η γνώση είναι δύναμη, κανείς δεν μπορεί να την



“ Η στελέχωση δεν αφορά στα trends του gender equality ή του diversity, αλλά την ισοτιμία στην ευκαιρία που δίνεται στον κάθε υποψήφιο ”

βία και στον κυβερνοχώρο ως μια συνεχώς αυξανόμενη απειλή με επιπτώσεις σε ατομικό, κοινωνικό και οικονομικό επίπεδο, στις γυναίκες και τα κορίτσια αλλά και στην κοινωνία γενικότερα. Δυστυχώς η απειλή δεν περιορίζεται βάσει φύλου και είναι κάτι που πρέπει να μας απασχολεί καθημερινά. Τα μέτρα που έχουν ληφθεί μέχρι στιγμής δεν μοιάζουν να είναι επαρκή ή δεν υπάρχουν καν και η χωρίς σύνορα φύση της βίας στον κυβερνοχώρο, δεν φαίνεται να αντιμετωπίζεται σωστά.

#### **Υπάρχει κάτι που θα θέλατε να δείτε να αλλάζει στον τομέα της Τεχνολογίας αναφορικά με τις Γυναίκες;**

Περισσότερες γυναίκες. Η ανδροκρατούμενη βιομηχανία της τεχνολογίας αφήνει λίγα περιθώρια στη διαφορετικότητα αλλά χρόνο με το χρόνο το πεδίο αλλάζει. Όλο και περισσότερα νέα κορίτσια τολμούν την είσοδο σε αυτόν, αγνοώντας στερεοτυπικές αντιλήψεις γύρω από θέματα φύλου. Αυτό όμως από μόνο του δεν αρκεί. Προσωπικά θέλω να δω περισσότερες ευκαιρίες. Η στελέχωση μιας επιχείρησης, ή οργανισμού, δεν αφορά τα trends του gender equality ή του πολυδιαφημισμένου diversity, αλλά την ισοτιμία στην ευκαιρία που δίνεται στον κάθε υποψήφιο. Και αυτό είναι κάτι που θέλω να δω να αλλάζει παντού και όχι μόνο στον τομέα της Τεχνολογίας. Το δικαίωμα να ξεκινούν όλοι με ίσες ευκαιρίες.

#### **Είναι «συμπεριληπτικό», ποιεύετε, για τις Γυναίκες το περιβάλλον του business της Τεχνολογίας αλλά και της Επικοινωνίας; Εργάζονται αρκετές γυναίκες σε αυτούς τους κλάδους και εκπροσωπούνται επαρκώς και πάντως δίκαια, στις υψηλόβαθμες διοικητικές θέσεις;**

Όχι! Οι γυναίκες δεν είχαν και εξακολουθούν να μην έχουν τις ίδιες ευκαιρίες σε κάθε τομέα της κοινωνικής και οικονομικής ζωής ανά τον κόσμο, δεν αμείβονται το ίδιο για ίσους αξίας εργασίας και δεν αντιμετωπίζονται με τον ίδιο σεβασμό ως προσωπικότητες. Το χειρότερο είναι πως αυτό δεν αφορά μόνο στην αντιμετώπισή τους από τα άλλα φύλα αλλά από τις ίδιες τις γυναίκες. Αλλά αυτό είναι μια άλλη συζήτηση. Όσον αφορά στο business περιβάλλον, θεωρώ πως δεν υπάρχει όριο στις δυνατότητες μιας γυναίκας, αυτό που χρειάζεται να γίνει από όλους είναι να υποστηρίξουμε με κάθε δυνατό τρόπο τα νέα κορίτσια στις σπουδές και την ανάπτυξη των δεξιοτήτων τους. Να προωθούμε τις έννοιες ισοτιμία και σεβασμός, να δώσουμε περισσότερο χώρο στη μοναδικότητα, στη διαφορετικότητα, την ενσυναίσθηση και τη δημιουργικότητα. Να τονίσουμε και να τιμήσουμε την μοναδικότητα του φύλου μας, ειδικά όταν είμαστε λίγες αριθμητικά και μπορεί να φανεί η διαφορά. Με αυτό τον τρόπο θα καταφέρουμε κάποια στιγμή να επιτύχουμε μείωση του χάσματος σε όλους του δείκτες και ουσιαστική προώθηση της ισοτιμίας των φύλων.

αμφισβητήσει, κανείς δεν μπορεί να την αφαιρέσει και είναι αυτή που ουσιαστικά σε οδηγεί στο επόμενο βήμα. Επιπλέον, προσωπικά δεν χρειάστηκε ποτέ να παλέψω «εντός των τειχών» -και με αυτό αναφέρομαι στην οικογένεια- γιατί είχα από πάντα τη στήριξη της. Τώρα πλέον, θεωρώ πως κρίνομαι από την ποιότητα της δουλειάς μου και όχι από το φύλο μου.

#### **Πώς βλέπετε τον ψηφιακό μετασχηματισμό και τα digital skills των Γυναικών έναντι των Ανδρών συναδέλφων τους;**

Η επιτάχυνση του ψηφιακού μετασχηματισμού μόνο ως θετική μπορεί να χαρακτηριστεί. Αυτό που διαπιστώνουμε όσοι δραστηριοποιούμαστε στον κλάδο της επικοινωνίας, είναι πως η διαρκής τεχνολογική εξέλιξη είναι πλέον άρρηκτα συνδεδεμένη με τον σχεδιασμό της στρατηγικής και την προσφορά στην αγορά προϊόντων και υπηρεσιών. Εδώ βέβαια είναι και το «στοίχημα» για εμάς, καθώς καλούμαστε να ανταποκριθούμε σε μια συνεχώς αυξανόμενη ζήτηση για digital υπηρεσίες με μια πιο σοφιστική προσέγγιση που θα λειτουργεί στο πλαίσιο μιας ολοκληρωμένης στρατηγικής επικοινωνίας.

Οι Γυναίκες επαγγελματίες διαθέτουν σημαντικά digital skills και το χάσμα ελπίζω πως θα μειωθεί στο μέλλον. Δυστυχώς όμως το ποσοστό γυναικών με ουσιαστικές ψηφιακές δεξιότητες είναι πίσω από αυτό των ανδρών. Και σήμερα περισσότερο από ποτέ η απόκτησή τους είναι απαραίτητη. Όσο πιο εξοικειωμένη είναι μια γυναίκα με την τεχνολογία και τον έξυπνο χειρισμό της, τόσο πιο πολλές δυνατότητες της ανοίγονται για δημιουργία και εξέλιξη.

#### **Σε ποιο βαθμό η ασφάλεια στην digital εποχή αφορά ιδιαίτερα τις Γυναίκες και πως εξελίσσονται κατά τη γνώμη σας οι υπηρεσίες προστασίας σε αυτήν την κατεύθυνση;**

Οι συνεχείς εξελίξεις στη νέα τεχνολογία και η άνοδος των μέσων κοινωνικής δικτύωσης, κατέστησαν την έμφυλη



## Maria Rita Galli

CEO ΔΕΣΦΑ



Η MARIA RITA GALLI, CEO ΤΟΥ ΔΕΣΦΑ ΓΙΑ ΤΟΝ ΑΓΩΓΟ ΦΥΣΙΚΟΥ ΑΕΡΙΟΥ Δ. ΜΑΚΕΔΟΝΙΑΣ

Σύμβαση που ανατέθηκε στη Σωληνουργία Κορίνθου από τον ΔΕΣΦΑ αφορά στην ανάπτυξη αγωγού φυσικού αερίου που καλύπτει τη Δ.Μακεδονία και ανοίγει το δρόμο για την ανάπτυξη του δικτύου φυσικού αερίου της χώρας.

Πρόκειται για τον πρώτο αγωγό μεταφοράς φυσικού αερίου υψηλής πίεσης στην Ελλάδα, πιστοποιημένο για μεταφορά έως και 100% υδρογόνου και έναν από τους πρώτους στην Ευρώπη. Αποτελεί μέρος του European Hydrogen Backbone, της απαιτούμενης υποδομής υδρογόνου της Ευρώπης, για την επίτευξη των στόχων της για το κλίμα και την ενέργεια.

Η συνεργασία παρέχει μια τεχνικά και οικονομικά εφικτή λύση για την ασφαλή μεταφορά υδρογόνου σε υψηλές πιέσεις μέσω σωλήνων χάλυβα μεγάλης διαμέτρου και υψηλής αντοχής.

«Είμαστε πολύ χαρούμενοι που συνεργαζόμαστε με τη Σωληνουργία Κορίνθου, έναν από τους κορυφαίους κατασκευαστές σωλήνων χάλυβα και κοίλων δοκών στον κλάδο μας, για την κατασκευή του νέου αγωγού στη Δ. Μακεδονία. Ο ΔΕΣΦΑ έχει ενεργό ρόλο στην ανάπτυξη της αγοράς του υδρογόνου ενώ εργάζεται εντατικά για να διασφαλίσει ότι το δίκτυό μας είναι 100% έτοιμο για τη μεταφορά και αποθήκευση ανανεώσιμων αερίων, όπως το υδρογόνο και το βιομεθάνιο» δήλωσε η Maria Rita Galli, CEO ΔΕΣΦΑ.

## Μαρία Ηλιοπούλου

Corporate & Internal Comms, Sustainability,  
Brand PR Manage, Toyota Hellas



ΣΤΟ ΔΥΝΑΜΙΚΟ ΤΗΣ ΤΟΥΤΑ HELLAS ΕΝΤΑΧΘΗΚΕ Η ΜΑΡΙΑ ΗΛΙΟΠΟΥΛΟΥ ΑΝΑΛΑΜΒΑΝΟΝΤΑΣ ΚΑΘΗΚΟΝΤΑ CORPORATE & INTERNAL COMMS, SUSTAINABILITY, BRAND PR MANAGER

Στο δυναμικό της αυτοκινητοβιομηχανίας Toyota Hellas εντάχθηκε πρόσφατα η Μαρία Ηλιοπούλου. Συγκεκριμένα, η Μαρία Ηλιοπούλου ανέλαβε καθήκοντα Corporate & Internal Comms,

Sustainability, Brand PR Manager στην εταιρεία. Αξίζει να σημειωθεί ότι από το 2016 μέχρι και πρόσφατα η Μαρία Ηλιοπούλου εργαζόταν στην Αθηναική Ζυθοποιία, από την οποία και αποχώρησε το τελευταίο διάστημα και όπου αρχικά είχε αναλάβει να εκτελεί καθήκοντα Corporate & Internal Communications Manager, για να μετακινηθεί το 2020 στη θέση της Corporate Affairs Sustainability Manager. Το διάστημα από το 2010 έως το 2016, η Μαρία Ηλιοπούλου είχε συνεργαστεί με τον όμιλο επικοινωνίας Ogilvy ως Account Manager.

## Αλεξάνδρα Σδούκου

Γενική Γραμματέας του ΥΠΕΝ



«ΣΤΟΧΟΣ Η ΑΥΞΗΣΗ ΤΟΥ ΠΛΗΘΟΥΣ ΦΟΡΤΙΣΤΩΝ ΗΛΕΚΤΡΙΚΩΝ ΟΧΗΜΑΤΩΝ ΚΑΙ Η ΜΕΙΩΣΗ ΤΟΥ ΚΟΣΤΟΥΣ ΦΟΡΤΙΣΗΣ»

Η αύξηση του πλήθους των φορτιστών ηλεκτρικών οχημάτων και η μείωση του κόστους φόρτισης (για την οποία εξετάζεται μεταξύ άλλων η μείωση του ΦΠΑ στα δημόσια προσβάσιμα

σημεία φόρτισης από 24 σε 6%) περιλαμβάνονται στους στόχους του υπουργείου Περιβάλλοντος και Ενέργειας για το 2022, ανέφερε η Γενική Γραμματέας του ΥΠΕΝ, Αλεξάνδρα Σδούκου.

Όπως επισημαίνει, «η αναλογία φορτιστών σε σχέση με το πλήθος των οχημάτων σήμερα στην Ελλάδα είναι 1 προς 6, δηλαδή πάνω από το στόχο που θέτει η Ευρωπαϊκή Ένωση ο οποίος είναι 1 προς 10. Για την κάλυψη των κενών προωθείται το πρόγραμμα «Φορτίζω παντού» με χρηματοδότηση ύψους 80 εκατ. ευρώ από το Ταμείο Ανάκαμψης για την ανάπτυξη δημόσια προσβάσιμων σημείων φόρτισης σε περιοχές όπου δεν είναι ακόμη συμφέρουσες οι επενδύσεις.

# Κατερίνα Ραπτάκη

DIGITAL TRANSFORMATION,  
CYBER SECURITY AND E-GOVERNANCE SPECIALIST,  
NAVIOS GROUP OF COMPANIES  
ΜΕΛΟΣ Δ.Σ., Α.Μ.Μ.Ι.Τ.Ε.Σ.

ΣΤΗ: ΣΟΝΙΑ ΧΑΪΜΑΝΤΑ

**Η** Κατερίνα Ραπτάκη σπούδασε Ναυπηγός Μηχανολόγος Μηχανικός στο Εθνικό Μετσόβιο Πολυτεχνείο (ΕΜΠ) και διαθέτει 35ετή εμπειρία στις τεχνολογίες πληροφορικής και επικοινωνιών. Με περισσότερα από 20 χρόνια στο χώρο της Ναυτιλίας και με βαθιά γνώση και εμπειρία σε θέματα δορυφορικών συστημάτων, λογισμικού για τη Ναυτιλία, επιχειρηματικής ευφυΐας (BI), ασφάλειας στον κυβερνοχώρο, διαχείρισης κινδύνων, ηλεκτρονικής διακυβέρνησης και κανονιστικής συμμόρφωσης, έχει αναλάβει διευθυντικές θέσεις σε μεγάλες εταιρείες των κλάδους κατασκευών και ναυτιλίας. Διαθέτει μεγάλη εμπειρία στη διαχείριση μεγάλων έργων, στο στρατηγικό σχεδιασμό και διοίκηση ομάδων.

**Πώς επηρέασε η χρήση της Τεχνολογίας τις εργασίες των ναυτιλιακών επιχειρήσεων στην κρίση της πανδημίας; Πόσο έτοιμες ήταν οι εταιρείες της Ναυτιλίας;**

Παρ' όλο που η Ναυτιλία είναι γενικότερα γνωστή για την «καθυστερημένη» υιοθέτηση της τεχνολογίας, στην περίπτωση της πανδημίας ο κλάδος έκανε τη διαφορά: Από την αρχή αυτής της δυσμενούς κατάστασης προέκυψαν τεράστια προβλήματα λόγω της φύσης και της πολυπλοκότητας της ναυτιλιακής δραστηριότητας: Απαγόρευση ταξιδιών, каранτίνες, ολόκληρα λιμάνια εντελώς κλειστά, εμπόδια στις αλλαγές πληρωμάτων (που βέβαια συνεχίζονται ακόμα και ως τώρα), αλλά, το κυριότερο, περιορισμοί στις επισκέψεις τρίτων σε πλοία με σκοπό τις επιθεωρήσεις ή ακόμα και εγκαταστάσεις, επισκευές, ακόμα και προμήθειες εφοδίων και ανταλλακτικών. Εννοείται φυσικά πως η Ναυτιλία δεν είχε την «πολυτέλεια» να διακόψει τις επιχειρήσεις της και να περιμένει το τέλος της πανδημίας για να επανέλθει στις δραστηριότητές της! Τα πλοία έπρεπε να συνεχίζουν να ταξιδεύουν και ταυτόχρονα να παραμένουν ασφαλή, σε συμμόρφωση με τους κανονισμούς και φυσικά σε διαρκή επικοινωνία με την πλοιοκτήτρια / διαχειρίστρια εταιρεία. Ευτυχώς για τον κλάδο μας αυτό δεν ήταν κάτι καινούριο. Ο τρόπος δουλειάς των στελεχών των ναυτιλιακών εταιρειών απαιτούσε από παλιά την απομακρυσμένη πρόσβαση στα πληροφορικά συστήματα του γραφείου σε ώρες εκτός



ωραρίου, αργίες κλπ αλλά και στο πλοίο για επίλυση κάθε είδους προβλημάτων. Η απαιτούμενη τεχνολογία ήταν ήδη διαθέσιμη αλλά βασικά η «κουλτούρα» των εργαζόμενων ήταν τέτοια που εξασφάλισε άμεση προσαρμογή χωρίς κωλυσιεργίες και αντιδράσεις. Την «επόμενη ημέρα» από την επιβολή των μέτρων κατά της πανδημίας, η Ναυτιλία ήταν έτοιμη να συνεχίσει κανονικά τις εργασίες της. Ταυτόχρονα, ήταν επιτακτική ανάγκη να βρεθεί εναλλακτικός τρόπος διεξαγωγής των επιθεωρήσεων από νηογνώμονες, ναυλωτές, οργανισμούς λιμένων κλπ. Επιστρατεύτηκαν αμέσως νέες τεχνολογίες και ψηφιακά μέσα για τους επιθεωρητές αλλά, το κυριότερο, με εντυπωσιακή ευελιξία θεσπίστηκαν διαδικασίες και τροποποιήθηκαν κανονισμοί ώστε να μπορέσει να υποστηριχτεί όλο αυτό το εγχείρημα και να εξασφαλιστεί η διαρκής επικοινωνία, η συνεργασία αλλά και η διαφάνεια στη λήψη των αποφάσεων. Βρισκόμαστε πλέον στην εποχή του "remote everything"! Την ίδια ώρα, φυσικά, που αυτή η «τεχνολογική επέλαση» έλαβε χώρα σε ελάχιστο χρόνο, οι επιστήμονες πληροφορικής των ναυτιλιακών εταιρειών έπρεπε να εξασφαλίσουν πως όλες αυτές οι καινοτόμες λύσεις θα εφαρμοστούν χωρίς να επηρεαστεί η κυβερνοασφάλεια του πλοίου αλλά και του γραφείου! Μία τεράστια προσπάθεια που ευτυχώς σε γενικές γραμμές, κρίνοντας από το αποτέλεσμα, στέφθηκε με επιτυχία!





**Είστε απόφοιτος της σχολής Ναυπηγών - Μηχανολόγων Μηχανικών του ΕΜΠ και έχετε εργαστεί σε σημαντικές διευθυντικές θέσεις στο χώρο του IT για περισσότερα από 34 χρόνια. Παράλληλα έχετε διατελέσει επί 4ετίας πρόεδρος της ΑΜΜΙΤΕC, του συλλόγου στελεχών πληροφορικής στη Ναυτιλία. Πόσα περισσότερα εμπόδια είχε αυτός ο δρόμος εξαιτίας του ότι είστε γυναίκα;**

Κατ' αρχήν οι ίδιες οι σπουδές σε αυτή τη σχολή ήταν μια πρόκληση: Ούτε που θυμάμαι πόσες φορές άκουσα από Καθηγητές και συναδέλφους την ατάκα «μα καλά, πώς μια γυναίκα διάλεξε αυτό το αντικείμενο;» ή «μα καλά, πώς θα πηγαίνεις στα πλοία;»! Ακόμα και ο οικογενειακός και προσωπικός κύκλος δε μπορώ να πω πως ήταν ιδιαίτερα υποστηρικτικός!

Το ίδιο και στην επαγγελματική διαδρομή μου: έπεσα πολλές φορές σε τοίχους, αντιμετώπισα δυσπιστία (αναφέρω χαρακτηριστικά την περίπτωση ενός εξωτερικού συνεργάτη που ζητούσε επίμονα στο τηλέφωνο να μιλήσει με τον «κύριο Ραπτάκη», αρνούμενος να πιστέψει ότι επρόκειτο για εμένα...) αλλά ταυτόχρονα εισέπραξα και αναγνώριση, επαγγελματική επιτυχία και καταξίωση.

Οφείλω να αναφέρω επίσης ότι οι περισσότερες από τις 7 «ναυπηγίνες», με τις οποίες αποφοιτήσαμε μαζί, είναι σήμερα επιτυχημένες επαγγελματίες και υψηλόβαθμα στελέχη στο χώρο των κατασκευών και της ναυτιλίας.

**Υπάρχει προκατάληψη στην ελληνική Ναυτιλία ότι οι Γυναίκες δεν είναι κατάλληλες για διοικητικές θέσεις σε τομείς Τεχνολογίας;**

Ειδικά ο χώρος της Ναυτιλίας, λόγω του πολυεθνικού του χαρακτήρα, αν και παραδοσιακά ανδροκρατούμενος στο χώρο του πλοίου, έχει πλέον λιγότερα στερεότυπα και αρκετές γυναίκες σε θέσεις ισχύος. Το χαρακτηριστικό είναι πως οι περισσότερες γυναίκες στη Ναυτιλία είναι παθιασμένες με αυτό που κάνουν και δε βρίσκονται στο χώρο από σύμπτωση.

Όλο και περισσότερες γυναίκες βρίσκονται πλέον σε θέσεις καθαρά «τεχνικές» (Τενικό τμήμα, Πληροφορική, Τηλεπικοινωνίες κλπ) αλλά και στην ιεραρχία της διοίκησης, καταρρίπτοντας μύθους ότι οι γυναίκες είναι μόνο για διοικητικές θέσεις χωρίς ιδιαίτερες απαιτήσεις για εξέλιξη. Στο σύνδεσμο “ΑΜΜΙΤΕC” των IT Managers Ναυτιλιακών επιχειρήσεων, του οποίου υπήρξα ιδρυτικό μέλος και πρόεδρος επί 4ετία, έχουμε αρκετές γυναίκες και μάλιστα 3 από τα 7 μέλη του ΔΣ.

Βλέπουμε επομένως ότι αρκετοί κλάδοι ανοίγουν τις πύλες τους και κάνουν βήματα προς την ουσιαστική ισότητα των φύλων.

**Πιστεύετε ότι το inclusion, equity, integration και ο περιορισμός των διακρίσεων αποτελεί ένα ώριμο ζητούμενο στο οικοσύστημα των ναυτιλιακών επιχειρήσεων;**

Χωρίς να κλείνω τα μάτια μου στην ευρύτερη πραγματικότητα της αγοράς εργασίας, με τα εμπόδια και τις διακρίσεις εις βάρος των γυναικών, βλέπω ότι η Ναυτιλία είναι αρκετά ώριμη σε ζητήματα ισότητας και δε θα ακούσεις ποτέ στο χώρο μας «αααα αυτή η θέση δεν είναι για γυναίκα». Όμως

ταυτόχρονα, η Ναυτιλία είναι ένας πάρα πολύ απαιτητικός χώρος, όπου δεν υπάρχουν ωράρια και αργίες, επομένως οι ισορροπίες ανάμεσα στην προσωπική / οικογενειακή ζωή και τις επαγγελματικές απαιτήσεις είναι μια πρόκληση για τη γυναίκα.

**Υπάρχει κατά τη γνώμη σας κάποιο συγκεκριμένο στοιχείο στη γυναικεία ψυχοσύνθεση, στο γυναικείο μυαλό που προσθέτει κάτι που λείπει από τον χώρο της Τεχνολογίας στη Ναυτιλία;**

Ναι, βέβαια. Το γυναικείο μυαλό είναι πιο οργανωτικό και έχει έφεση στο multi-tasking! Ακριβώς επειδή οι γυναίκες, από το ρόλο τους στην κοινωνία, καλούνται να διεκπεραιώσουν ταυτόχρονα πολλά διαφορετικά καθήκοντα, βρίσκουν τρόπους να είναι αποδοτικές και να λειτουργούν κάτω από πίεση. Παράλληλα, αυτό που καθιστά, πιστεύω, τις γυναίκες πολύτιμες στο χώρο της Τεχνολογίας, είναι η προσοχή στη λεπτομέρεια και η αναλυτική σκέψη που διαθέτουν. Τέλος, κάτι ακόμα στο οποίο συνήθως δε δίνουμε ιδιαίτερη σημασία: οι γυναίκες έχουν πολύ υψηλότερη συναισθηματική νοημοσύνη και κυρίως ενσυναίσθηση. Ένας άνθρωπος που είναι συναισθηματικά ευφυής, είναι αισιόδοξος, μπορεί να δουλεύει σε ομάδες, να επικοινωνεί καλύτερα και άρα είναι αποτελεσματικότερος, μπορεί να μπει στη θέση του άλλου και να συμπεριφερθεί ανάλογα στην κάθε περίπτωση.

**Ποιο μήνυμα/συμβουλή έχετε να δώσετε στις νέες γυναίκες που μπαίνουν στην αγορά και κάνουν τα πρώτα τους βήματα;**

Τίποτα δεν χαρίζεται και όλα κατακτώνται. Αν βγαίνεις στην αγορά εργασίας με κατεβασμένα τα φτερά, δε θα κερδίσεις ποτέ το σεβασμό και την αναγνώριση που σου αξίζει. Δεν μπορεί, ως γυναίκες, να ζητάμε να μας δώσουν ρόλους που δεν τους έχουμε κερδίσει. Θέλει πείσμα και σκληρή δουλειά για να αποκτήσουν οι νέες γυναίκες τα εφόδια που απαιτούνται ώστε να μπορούν να αντεπεξέλθουν στις προκλήσεις της νεάς αγοράς απασχόλησης. Δεν επιτρέπεται να υπάρχει εφησυχασμός σε καμία ηλικία και σε κανένα επίπεδο. Χρειάζεται διαρκής επανεκπαίδευση και επικαιροποίηση των γνώσεων, με σκοπό την απόκτηση των νέων δεξιοτήτων που απαιτούνται για να μπορεί κάποιος να «σταθεί» με αξιοπρέπεια και απαιτήσεις στην εποχή της τεχνολογίας. Ο ψηφιακός μετασχηματισμός δεν μπορεί να κοιτάει φύλο, εθνικότητα και ηλικία.

# ELYSIAN

Divine Jewellery



Ηρώων Πολυτεχνείου 6,  
Πειραιάς 18531  
Τηλ.: 210 4131586



apostoloujewelry  
elysiandivinejewellery



@elysian\_jewellery  
@apostolou\_jewellery



elysianjewellery.com  
apostoloujewellery.gr



# Δέσποινα Σιαμαιέρη

SENIOR RESEARCHER ΣΤΗΝ ΕΤΑΙΡΙΑ  
MASTODON C LONDON

ΣΤΗ: ΔΗΜΗΤΡΑ ΜΗΤΚΑ

**Η** Δέσποινα Σιαμαιέρη είναι Senior Researcher στην εταιρία Mastodon C. Είναι κατοχυρωμένη επαγγελματίας επιχειρηματικής ανάπτυξης με μοναδική ικανότητα καλλιέργειας μακροχρόνιων σχέσεων για την επιτάχυνση των πωλήσεων, τη μεγιστοποίηση του κέρδους και την επίτευξη ανάπτυξης. Το success story της περιλαμβάνει σαφώς και τα εύσημα ότι κατάφερε τόσα πολλά όντας γυναίκα σε ένα καθαρά ανδροκρατούμενο περιβάλλον. Βέβαια σημαντική στιγμή της ζωής της θεωρεί με μεγάλη διαφορά την απόφαση να μετακομίσει και να εργαστεί στο Λονδίνο. «Οι επιλογές και οι ευκαιρίες είναι πολύ περισσότερες εδώ. Αυτή την περίοδο εργάζομαι σε μια εταιρεία ανάλυσης δεδομένων η οποία ασχολείται αποκλειστικά με τον αγγλικό δημόσιο τομέα» αναφέρει στο WID και εξηγεί: «Πιο συγκεκριμένα, εστιάζουμε σε δύο κατηγορίες προβλέψεων. Χρησιμοποιούμε μαθηματικά μοντέλα για να κάνουμε προβλέψεις αριθμών θέσεων στα σχολεία για τα παιδιά που έχουν ειδικές ανάγκες -λαμβάνοντας υπόψιν το είδος της ανάγκης καθώς και την ηλικία του παιδιού-, δίνοντας τη δυνατότητα στους δήμους να κάνουν τον κατάλληλο οικονομικό σχεδιασμό και να φροντίσουν να υπάρχουν οι κατάλληλες θέσεις ώστε να καλύψουν τις ανάγκες των μαθητών αυτών.

Το δεύτερο και πιο καινούριο μοντέλο στο οποίο εστιάζουμε προβλέπει τον αριθμό και τις ηλικίες των παιδιών που φροντίζει το κράτος (παιδιά που πρόκειται να υιοθετηθούν ή που προσωρινά έχουν απομακρυνθεί από τους γονείς τους).

**Ποια είναι τα μεγαλύτερα εμπόδια που αντιμετωπίζει μια γυναίκα που εργάζεται στον τομέα της τεχνολογίας και/ή του digital;**

Θα έλεγα πως η δυσκολία βρίσκεται στο ξεκίνημα οποιουδήποτε νέου μηχανικού όλων των φύλων. Είναι αρκετά δύσκολο βγαίνοντας από τη σχολή να έχεις μια ευκαιρία να ξεκινήσεις χωρίς εμπειρία. Κατά τον πρώτο χρόνο εργασίας οι εταιρείες πρέπει να επενδύσουν στην εκπαίδευση του νέου εργαζομένου κι έτσι πάντα προτιμούν κάποιον περισσότερο έμπειρο και έτοιμο.

**Τί αντιμετωπίσατε ποτέ συγκεκριμένα;**

Δεδομένης της παραπάνω δυσκολίας, ξεκινώντας, δεν είχα την πολυτέλεια της επιλογής του χώρου εργασίας, με ότι αυτό συνεπάγεται. Αντιμετώπισα δύσκολες συνθήκες εργασίας,



απέκτησα όμως την εμπειρία η οποία αργότερα μου έδωσε τη δυνατότητα επιλογής.

**Πως αισθάνεστε που είστε η μόνη γυναίκα σ' ένα ανδροκρατούμενο περιβάλλον;**

Αυτή την περίοδο όντως είμαι η μόνη γυναίκα στην εταιρεία, υπήρξε όμως περίοδος που οι γυναίκες ήταν πλειονότητα στην εταιρεία μας. Έχω την τύχη να έχω πολύ καλούς συνεργάτες με μεγάλη εμπειρία στον τομέα αυτό, το οποίο με βοηθάει στη συνεχή εκμάθηση. Ταυτόχρονα επικρατεί και ένα κλίμα σεβασμού. Αντιλαμβάνομαι όμως ότι κάτι τέτοιο είναι πάντα θέμα τύχης και εταιρικής κουλτούρας.

**Με ποιον τρόπο η τεχνολογία επηρεάζει τις επιχειρήσεις ειδικά στη μετά-covid εποχή;**

Η τεχνολογία έδωσε και συνεχίζει να δίνει τη δυνατότητα εργασίας εξ αποστάσεως προστατεύοντας την υγεία των εργαζομένων και παράλληλα επιτρέποντάς τους να μπορούν να συνεχίσουν να εργάζονται και να είναι δημιουργικοί.

**Ποιο είναι το μήνυμά σας στις γυναίκες που προσπαθούν να εισέλθουν στο χώρο της τεχνολογίας; Θεωρείτε ότι οι πόρτες είναι μεν ανοικτές αλλά όχι ελεύθερο το πεδίο για αναρρίχηση σε υψηλόβαθμα οσιλέχη;**

Νομίζω ότι είναι η καλύτερη εποχή στα χρονικά για τις γυναίκες. Ο χώρος της τεχνολογίας είναι με βεβαιότητα ανοικτός. Η αίσθηση που έχω είναι ότι οι περισσότερες εταιρείες τεχνολογίας επιδιώκουν αυτή τη στιγμή την ίση αντιπροσώπηση. Όσον αφορά στην αναρρίχηση, οι γυναίκες που έχουν πάθος γι αυτό που κάνουν, ταλέντο και διάθεση για δουλειά, δεν έχουν να φοβηθούν τίποτα.

**Υπάρχει κάτι που θα θέλατε να δείτε να αλλάξει στον τομέα της τεχνολογίας;**

Καθώς καταρρίφθηκαν όσα θεωρούσαμε δεδομένα πριν την πανδημία, εύχομαι, όσο πλησιάζουμε στο τέλος της, να κρατήσουμε τα λιγιστά καλά που προέκυψαν από αυτή τη δοκιμασία. Δεν θα ήταν θαυμάσιο να διατηρηθεί έστω εν μέρει η τηλε-εργασία;



**ΒΑΛΕΡΙΑ ΤΣΑΜΗ**  
Πρόεδρος του Συλλόγου  
Εταιρειών Δημοσκόπησης και  
Έρευνας Αγοράς - ΣΕΔΕΑ

### Η ΒΑΛΕΡΙΑ ΤΣΑΜΗ ΞΑΝΑ ΠΡΟΕΔΡΟΣ ΤΟΥ ΣΥΛΛΟΓΟΥ ΕΤΑΙΡΕΙΩΝ ΔΗΜΟΣΚΟΠΗΣΗΣ ΚΑΙ ΕΡΕΥΝΑΣ ΑΓΟΡΑΣ - ΣΕΔΕΑ

Η διευθύνουσα σύμβουλος της εταιρείας Focus-Bari, Βαλέρια Τσάμη, θα είναι για μια ακόμη διετία στη θέση του προέδρου του Συλλόγου Εταιρειών Δημοσκόπησης και Έρευνας Αγοράς (ΣΕΔΕΑ), μετά την πρόσφατη εκλογή της από την τακτική Γενική Συνέλευση του συλλόγου - και συγκεκριμένα στις 26 Ιανουαρίου. Στη θέση του αντιπροέδρου θα είναι ο Δημήτρης Μαύρος της MRB, σε ρόλο γενικού γραμματέα η Σοφία Τσιλιγιάννη της εταιρείας MARC ενώ κρέη ταμιά θα εκτελεί η Άντζελα Σταθοπούλου της Metron Analysis. Ως μέλος εξελέγη ο Λάμπρος Κατσάνεβας της Ipsos-Orinion A.E. και ως αναπληρωματικό μέλος η Ντορίνα Φυντάνη της NIELSEN IQ.



**ΙΟΥΛΙΑ ΧΑΪΔΑ**  
Πρόεδρος του ΣΕΜΜΘ και  
Αντιπρόεδρος της Ικτίνας  
Ελλάς Α.Ε

### ΣΤΗΝ ΚΙΝΑ ΤΟ 50% ΤΟΥ ΕΛΛΗΝΙΚΟΥ ΜΑΡΜΑΡΟΥ

Η Πρόεδρος του ΣΕΜΜΘ και Αντιπρόεδρος της Ικτίνας Ελλάς Α.Ε. Ιουλία Χαϊδά, παρουσίασε πρόσφατα στοιχεία για τις εξαγωγές του ελληνικού μαρμάρου αναδεικνύοντας τις προοπτικές της ελληνοκινεζικής συνεργασίας. Ανέφερε ότι «η συνεργασία της ελληνικής βιομηχανίας μαρμάρου με την Κίνα έχει ανθίσει τα τελευταία χρόνια και οι προοπτικές για το μέλλον είναι λαμπρές. Θα μπορούσα να πω ότι η Ελλάδα και η Κίνα συνδέονται με μια μαρμαρίνη γέφυρα» υπογράμμισε η Πρόεδρος του ΣΕΜΜΘ η οποία σημείωσε πως «περίπου το 50% του εξαγωγίμου μαρμάρου της Ελλάδας πωλείται στην Κίνα. Το ποσοστό φτάνει το 80% όταν πρόκειται για ακατέργαστο και μη επεξεργασμένο μάρμαρο.»



**CONNIE BRAAMS**  
Chief Digital and Marketing  
Officer της Unilever

### Η CONNY BRAAMS, CHIEF DIGITAL AND MARKETING OFFICER ΤΗΣ UNILEVER, GLOBAL MARKETER OF THE YEAR 2021

Η Conny Braams, Chief Digital and Marketing Officer της Unilever, ανακηρύχθηκε [Global Marketer of the Year 2021](#), σύμφωνα με την ανακοίνωση της Παγκόσμιας Ομοσπονδίας Διαφημιζομένων (World Federation of Advertisers-WFA). Η ευρύτατη διεθνής πείρα της Conny Braams και οι επιδόσεις της στην υλοποίηση αλλαγών σε μεγάλη κλίμακα, συνέβαλαν καθοριστικά στο μετασχηματισμό της Unilever, για την οποία εργάζεται από το 1990, σε έναν future-fit, purpose-led, ψηφιοποιημένο οργανισμό που διαδραματίζει ηγετικό ρόλο στο consumer marketing. Πολύ πρόσφατα, με την ιδιότητά της ως Executive Vice President, Unilever, Middle Europe and General Manager, Unilever, Benelux, ηγήθηκε της ψηφιοποίησης και του μετασχηματισμού του marketing στην περιοχή.



## ΝΑΤΑΣΣΑ ΠΑΣΧΑΛΗ

Γενική Διευθύντρια Ανθρώπινου Δυναμικού του Ομίλου Eurobank

### ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ WOMEN IN BANKING - ΣΠΑΖΟΝΤΑΣ ΤΗ «ΓΥΑΛΙΝΗ ΟΡΟΦΗ» ΤΩΝ ΤΡΑΠΕΖΩΝ

Σε μία νέα κοινότητα αλληλοβοήθειας, έμπνευσης, γυναικείας ενδυνάμωσης αλλά και στη δημιουργία μιας ουσιαστικής εταιρικής κουλτούρας συμπερίληψης στοχεύει το πρόγραμμα της Eurobank «Women in Banking» (WiB). Πρόκειται για ένα πρόγραμμα mentoring από γυναίκες σε γυναίκες, ώστε να ανακαλύψουν τα δικά τους ταλέντα, να αναπτύξουν σύγχρονες ηγετικές δεξιότητες και να ξεπεράσουν εμπόδια ή αντιλήψεις που περιορίζουν την επαγγελματική τους εξέλιξη. Μια πρωτοβουλία ουσίας που θέτει στο «τραπέζι» για το σύνολο του τραπεζικού συστήματος, το ζήτημα της ισότιμης προώθησης γυναικών στελεχών σε ανώτατες θέσεις. Το WiB, που υλοποιείται σε συνεργασία με το Women On Top, δεν στοχεύει απλώς την αύξηση της συμπερίληψης, όπως εκείνη θα καταγραφεί μέσα από ποσοστά στο τέλος του έτους. Ο ουσιαστικός σκοπός, είναι η δημιουργία, η προώθηση και τελικά η εδραίωση μιας νέας εταιρικής κουλτούρας και πρακτικής, για το σύνολο του τραπεζικού συστήματος στη χώρα μας. Όπως σημειώνει η κα Νατάσσα Πασχάλη, Γενική Διευθύντρια Ανθρώπινου Δυναμικού του Ομίλου Eurobank, «οι αλλαγές στην κουλτούρα μιας μεγάλης επιχείρησης δεν γίνονται αυτόματα. Ως ένας από τους μεγαλύτερους εργοδότες της χώρας αντιλαμβανόμαστε την ανάγκη να εστιάσουμε και να στηρίξουμε τις γυναίκες και αναγνωρίζουμε ότι μπορεί να χάσουμε ταλέντο, αξία και δέσμευση αν δεν τις στηρίξουμε με τους σωστούς τρόπους, σε ιδιαίτερες καμπές της καριέρας τους, όπως στο σημείο εκείνο που θα κληθούν να ανταποκριθούν ταυτόχρονα και εξίσου επιτυχημένα σε απαιτητικούς επαγγελματικούς και οικογενειακούς ρόλους» τονίζοντας, παράλληλα, ότι η αξιοποίηση του γυναικείου ταλέντου «δεν είναι μια ηθική επιταγή αλλά και μια επιχειρηματική αναγκαιότητα.»





**ΕΛΙΝΑ ΠΑΠΑΣΠΥΡΟΠΟΥΛΟΥ**  
Γενική Διευθύντρια στην ΕΑΕΕ

**Η ΕΛΙΝΑ ΠΑΠΑΣΠΥΡΟΠΟΥΛΟΥ, ΝΕΑ ΓΕΝΙΚΗ ΔΙΕΥΘΥΝΤΡΙΑ ΣΤΗΝ ΕΑΕΕ**  
Στη συνεδρίαση του Δ.Σ. της ΕΑΕΕ, έγινε γνωστή η αποχώρηση της Μαργαρίτας Αντωνάκη από τη θέση της Γενικής Διευθύντριας. Μετά από έναν κύκλο 27 χρόνων στη Γενική Διεύθυνση της ΕΑΕΕ και 50 ετών συνολικά στην ασφαλιστική αγορά, ήρθε η ώρα της συνταξιοδότησής της. Το Διοικητικό Συμβούλιο της ΕΑΕΕ την ευχαρίστησε θερμά για τη μακρόχρονη προσφορά της στην Ένωση και τον θεσμό της Ιδιωτικής Ασφάλισης. Τη θέση της Γενικής Διευθύντριας της ΕΑΕΕ καταλαμβάνει από την 1η Απριλίου, η Ελίνα Παπασπυροπούλου, στέλεχος με εμπειρία άνω των 25 ετών στον ασφαλιστικό κλάδο. Είναι απόφοιτος της Νομικής Σχολής του Πανεπιστημίου Αθηνών, ενώ έχει υπηρετήσει από θέσεις ευθύνης στην ελληνική ασφαλιστική αγορά.



**ΡΑΝΙΑ ΛΑΜΠΡΟΥ**  
Συν-ιδρύτρια και CEO της Simplr

**ΕΠΕΚΤΕΙΝΟΜΑΣΤΕ ΣΤΗΝ ΕΥΡΩΠΗ**  
Στην επέκτασή της στην Ευρώπη μέσα στο 2022 στοχεύει η Simplr, η e-commerce startup που εξασφάλισε πρόσφατα μεγάλη χρηματοδότηση, ύψους €1 εκατ. «Πλέον, η εταιρεία έχει ένα ολοκληρωμένο προϊόν, που μπορεί να σταθεί σε αγορές με μεγάλες απαιτήσεις. Επόμενός μας στόχος, να επεκταθούμε στην Ευρώπη μέσα στο 2022», δηλώνει η Ράνια Λάμπρου, συν-ιδρύτρια και CEO της Simplr. Στόχος της Simplr είναι να λύσει το πρόβλημα της εγκατάλειψης των καλαθιών των e-αγορών κατά το checkout, κάτι που μεταφράζεται σε χαμένα έσοδα για τους εμπόρους. Επίσης, η Simplr προσφέρει τη δυνατότητα εξ αποστάσεως checkout, δίνοντας στον καταναλωτή την ευχέρεια να αγοράσει απευθείας ένα προϊόν.



**DEVIKA BULCHANDANI**  
Παγκόσμια Πρόεδρος της Ogilvy

**Η DEVIKA BULCHANDANI ΣΤΗ ΘΕΣΗ ΤΗΣ ΠΑΓΚΟΣΜΙΑΣ ΠΡΟΕΔΡΟΥ ΤΗΣ OGILVY**  
Η Ogilvy τοποθέτησε την Devika Bulchandani στη θέση της Παγκόσμιας Προέδρου της εταιρείας. Η Bulchandani η οποία εντάχθηκε πέρυσι στην Ogilvy ως Global Chairwoman of Advertising και CEO της Ogilvy Βορείου Αμερικής, θα επεκτείνει τις αρμοδιότητές της για να καλύψει και τα πέντε business units του agency: Διαφήμιση, PR, Experience, Υγεία και Ανάπτυξη & Καινοτομία. Η κ. Bulchandani θα διατηρήσει το ρόλο της και ως CEO της Βόρειας Αμερικής όπου σύμφωνα με δήλωση της εταιρείας, θα συνεργαστεί με ηγέτες σε όλο το παγκόσμιο δίκτυο της Ogilvy, για να «συνεχίσει τον εκσυγχρονισμό των δυνατοτήτων του οργανισμού», ενώ παράλληλα θα συνεχίσει να βελτιώνει και το δημιουργικό αποτέλεσμα.



## ΒΙΟΛΕΤΤΑ ΛΑΠΠΑ

CEO Mothercare

### ΟΙ ΠΡΟΚΛΗΣΕΙΣ ΤΟΥ 2022

Η αντιπρόεδρος και διευθύνουσα σύμβουλος της Mothercare Ελλάδος, Βιολέττα Λάππα δηλώνει ότι «δεν μας επηρέασε ιδιαίτερα η επέλαση της όμικρον, καθώς από τον Νοέμβριο είχαμε δει διαταγμό από την πλευρά του κόσμου, λόγω των μέτρων για τους ανεμβολίαστους. Ωστόσο είμαι αισιόδοξη ότι όλο αυτό θα μειωθεί αισθητά από τον Φεβρουάριο και μετά, οπότε θεωρώ ότι και το 2021 θα είναι μια καλή χρονιά συνολικά όπως και το 2020.»

Σε αυτή τη χρονική περίοδο, σύμφωνα με την κ. Λάππα είναι πολύ σημαντική η συμβολή του E-shop: «Δεν είμαστε από τις εταιρείες που θα αφήσουμε πίσω την τεχνολογία, εφόσον τα μαγαζιά είναι ανοικτά, καθώς είναι επιταγή της εποχής. Πλέον, η χρήση του e-shop από τους καταναλωτές μας έχει σταθεροποιηθεί και πλέον κινείται γύρω στο 15% του μηνιαίου τζίρου, δείχνοντάς μας ότι εξακολουθεί να παραμένει ένα ισχυρό εργαλείο, του οποίου τις δυνατότητες θα τις δούμε ακόμα περισσότερο και στο μέλλον», ενώ κάνει λόγο και για την ιδιαίτερη συμβολή των Social media.

Σύμφωνα με την κυρία Λάππα, οι δύο μεγάλες προκλήσεις του 2022 για το λιανικό εμπόριο θα είναι η διατήρηση ενός ικανοποιητικού στοκ που θα διοχετεύεται σε όλα τα μαγαζιά της επιχείρησης, αλλά και η σωστή διαχείριση των ανατιμήσεων. Η εταιρεία, ωστόσο, ρίχνει το βάρος της και στην πολυκαναλική εμπειρία που μπορεί να παραχθεί και στα φυσικά σημεία πώλησης. «Το e-shop στη δική μας περίπτωση δεν χρησιμεύει μόνο για την παραγγελία των καταναλωτών μέσα από τον υπολογιστή ή το κινητό τους, καθώς οι πωλητές μας στα φυσικά καταστήματα μπορούν να επικοινωνήσουν στους πελάτες μέσω των tablets τους εκατοντάδες άλλα προϊόντα που δεν μπορούν να είναι όλα στα μαγαζιά.»



**ΝΙΚΗ ΦΩΤΙΟΥ**  
Πρόεδρος της Επιτροπής  
Ελέγχου του ΤΑΙΠΕΔ

### Η ΝΙΚΗ ΦΩΤΙΟΥ ΠΡΟΕΔΡΟΣ ΤΗΣ ΕΠΙΤΡΟΠΗΣ ΕΛΕΓΧΟΥ ΤΟΥ ΤΑΙΠΕΔ

Σε συνέχεια της απώλειας της Λτούς Ιωαννίδου Καθήκοντα ως Μη Εκτελεστικό Μέλος και Πρόεδρος της Επιτροπής Ελέγχου του ΤΑΙΠΕΔ ανέλαβε η Νίκη Φωτίου. Διαθέτει πολύχρονη εμπειρία στον χώρο των ελεγκτικών εταιρειών και της Ναυτιλίας, έχοντας υπό την ευθύνη της, μεταξύ άλλων, τον έλεγχο και υποβολή αναφορών-εκθέσεων χρηματοοικονομικών, διεθνούς φορολογίας και εταιρικής διακυβέρνησης σύμφωνα με τα πρότυπα που ορίζουν Διεθνή Χρηματιστήρια, ενώ έχει διατελέσει και μέλος σε διοικητικά συμβούλια εισηγμένων και μη εταιρειών ανά τον κόσμο. Σήμερα, κατέχει τη θέση Finance and Accounts Manager στις εταιρείες NGM Energy SA και Unimar Success SA του ομίλου Μουνδρέα, ενώ παρέχει υπηρεσίες ως Financial Reporting Consultant στην Avenir LNG Ltd.



**ΓΕΩΡΓΙΑ  
ΑΣΚΗΤΟΠΟΥΛΟΥ**  
Senior Marketing and  
Communications Manager,  
Intrasoft

### ΩΣ SENIOR MARKETING AND COMMUNICATIONS MANAGER ΣΤΗΝ INTRASOFT Η ΓΕΩΡΓΙΑ ΑΣΚΗΤΟΠΟΥΛΟΥ

Τον ρόλο της Senior Marketing and Communications Manager στην εταιρεία Intrasoft International ανέλαβε η Γεωργία Ασκητοπούλου. Προέρχεται από την εταιρεία Ολυμπιακή Ζυθοποιία, με την οποία συνεργάστηκε για περισσότερα από 6 συνολικά χρόνια. Τελευταία της θέση ήταν αυτή της Senior Brand Manager Premium Beer Portfolio & 3rd Party brands, την οποία κατείχε από τον Ιανουάριο του 2018. Στο πλαίσιο της επαγγελματικής της πορείας, έχει συνεργαστεί και με την εταιρεία The Coca-Cola Company, για πάνω από 14 χρόνια σε διάφορες επιτελικές θέσεις μεταξύ των οποίων αυτή της διευθύντριας Μάρκετινγκ Μη ανθρακούχων Ποτών Coca-Cola για τις χώρες Ελλάδα, Κύπρο και Μάλτα.



**PANIA ΣΑΛΚΙΝΤΖΗ**  
Channels & Segments  
Marketing Communication  
Leader Greece & Cyprus,  
Schneider Electric

### Η PANIA ΣΑΛΚΙΝΤΖΗ, CHANNELS & SEGMENTS MARKETING COMMUNICATION LEADER GREECE & CYPRUS ΣΤΗ SCHNEIDER ELECTRIC

Νέο ρόλο στην εταιρεία ψηφιακών λύσεων ενέργειας και αυτοματισμού Schneider Electric αναλαμβάνει η κα Ράνια Σαλκιντζή. Ειδικότερα, αναλαμβάνει καθήκοντα Channels & Segments Marketing Communication Leader Greece & Cyprus στην Schneider Electric. Σημειώνεται ότι προηγουμένως εργαζόταν ως Marketing Communication Specialist στην ίδια εταιρεία. Η Schneider Electric με περισσότερα από 45 χρόνια στην ελληνική αγορά, προσφέρει προϊόντα και υπηρεσίες που συνθέτουν λύσεις αποδοτικότητας και βιωσιμότητας για τις αγορές της Ενέργειας και των Έργων Υποδομής, του Κτιρίου, της Κατοικίας, της Βιομηχανίας και των Data Centres.



### EDPR: ΚΑΜΠΑΝΙΑ ΓΙΑ ΤΗΝ ΠΡΟΣΕΛΚΥΣΗ ΓΥΝΑΙΚΩΝ ΣΤΑ ΤΕΧΝΙΚΑ ΕΠΑΓΓΕΛΜΑΤΑ

Το Παγκόσμιο Οικονομικό Φόρουμ εκτιμά πως η αγορά εργασίας χρειάζεται άλλα 136 χρόνια για να καλύψει το χάσμα μεταξύ των δύο φύλων παγκοσμίως - μια ανισορροπία που φαίνεται να είναι ακόμη πιο έντονη στους τεχνικούς τομείς. Αυτή είναι μια πραγματικότητα την οποία θέλει να αντιστρέψει η EDP και προς αυτή την κατεύθυνση παρουσιάζει το #REBELSFORCHANGE, μια παγκόσμια καμπάνια με στόχο την ευαισθητοποίηση του κοινού και την προώθηση της συμμετοχής περισσότερων Γυναικών σε καριέρες στο STEM. Με σύμβολό της ένα λευκό κράνος, η καμπάνια #REBELSFORCHANGE θέλει να επιστήσει την προσοχή στο ζήτημα της κατάταξης επαγγελματιών και των έμφυλων στερεοτύπων, τα οποία εξακολουθούν να οδηγούν στη διάκριση εργασιών ως τυπικές για τους άνδρες ή τις γυναίκες. Αυτό καταδείχθηκε σε πείραμα με παιδιά ηλικίας 4 έως 12 ετών, όπου τοποθετήθηκαν μπροστά σε δύο κούκλες, που συμβόλιζαν έναν άνδρα και μια γυναίκα και ζητήθηκε να αντιστοιχίσουν στην καθεμία διαφορετικές στολές και εργαλεία εργασίας, όπως ένα μικροσκόπιο, μια μπάλα ποδοσφαίρου ή ένα πιστολάκι μαλλιών. Στην περίπτωση του λευκού κράνους, τα περισσότερα παιδιά το τοποθέτησαν στην ανδρική κούκλα, αναδεικνύοντας έτσι το στίγμα ενός επαγγελματικού τομέα, όπου οι γυναίκες εξακολουθούν να αποτελούν μειοψηφία. «Επιθυμούμε να προωθήσουμε τη συμμετοχή των γυναικών στην EDP, ειδικά σε τεχνικές θέσεις, και με αυτόν τον τρόπο να συμβάλουμε στην αφύπνιση του ενδιαφέροντος των νέων γυναικών για αυτούς τους τομείς. Είναι μια ευθύνη που έχουμε απέναντι στην κοινωνία και μια δέσμευση που έχουμε αναλάβει σαν εταιρεία,» εξηγεί ο Miguel Stilwell d'Andrade, Διευθύνων Σύμβουλος της EDP και της EDP Renewables και καταλήγει: «Καμπάνιες όπως αυτή είναι θεμελιώδους σημασίας για την άρση των εμποδίων που αντιμετωπίζουν οι γυναίκες κατά την πρόσβαση σε καριέρες στο STEM.»



## HUAWEI FREEBUDS LIPSTICK TA HIGH-TECH ΑΚΟΥΣΤΙΚΑ ΠΟΥ ΕΙΝΑΙ FASHION STATEMENT!

Τα in-ear ακουστικά εξελίχθηκαν, άλλαξαν και το κυριότερο έγιναν wireless. Τέλος για πάντα δηλαδή με τα ενοχλητικά καλώδια! Τα TWS (True Wireless Stereo) ακουστικά συνδέονται πανεύκολα με το smartphone σας μέσω της τεχνολογίας Bluetooth, μπορούν να μεταφερθούν εύκολα παντού και είναι ελαφριά σαν πούπουλα. Βέβαια, στην αγορά κυκλοφορούν τα τελευταία χρόνια, πολλά και διαφορετικά μοντέλα, τα οποία απευθύνονται σε κάθε βαλάντιο, ωστόσο λίγα είναι τα TWS ακουστικά που μπορούν να ξεχωρίσουν... Χωρίς αμφιβολία, τα FreeBuds lipstick της Huawei ανήκουν σε αυτή τη μικρή κατηγορία των ξεχωριστών TWS earphones, καθώς εμπεριέχουν όχι μόνο το στοιχείο της τεχνολογικής καινοτομίας, αλλά παράλληλα θα μπορούσαν κάλλιστα να χαρακτηριστούν ως η επιτομή του elegant! Άλλωστε, με μια θήκη με τη μορφή... «κραγιόν» μετατρέπονται αυτομάτως σε ένα "unique" high-tech fashion item!

Είτε τα φοράτε στην καθημερινή σας άσκηση, είτε για να λάβετε μέρος σε ένα απαιτητικό επαγγελματικό conference call, τα ξεχωριστά FreeBuds lipstick δημιουργήθηκαν για να κάνουν κάθε στιγμή σας ξεχωριστή. Αποδίδοντας μια εκλεπτυσμένη αισθητική, αποτελούν ένα tech gadget που σχεδιάστηκε για να μαγνητίζει το βλέμμα. Όμως δεν είναι μόνο το «φαίνεσθαι» που κάνει τα FreeBuds να ξεχωρίζουν, αλλά και οι εξελιγμένες τεχνολογικές δυνατότητές τους. Ο πρωτοποριακός οδηγός των 14.3 mm που βρίσκεται στο εσωτερικό του κάθε ακουστικού δημιουργεί τις κατάλληλες συνθήκες για ποιότητα ήχου που «φλερτάρει» με την αφεγάδιαστη απόδοση. Με συχνότητες που φθάνουν μέχρι τα 40KHz, από τη στιγμή που θα φορέσετε τα FreeBuds lipstick, ο εξαιρετικός ήχος και το εμπλουτισμένο δυναμικό μπάσο θα σας συντροφεύουν σε κάθε σας βήμα. Μάλιστα, τα FreeBuds Lipstick έχουν σχεδιαστεί με τέτοιο τρόπο,



ώστε να «αντιλαμβάνονται» το σχήμα του αυτιού του χρήστη τους και να προσαρμόζουν ανάλογα το παραγόμενο ηχητικό αποτέλεσμα. Και οι ευχάριστες εκπλήξεις δεν σταματούν εδώ, καθώς τα FreeBuds Lipstick έρχονται με το πιο εξελιγμένο Active Noise Cancellation (Τεχνολογία Ακύρωσης Θορύβου) της Αγοράς. Αυτό πρακτικά σημαίνει ότι μπορείτε να ορίσετε εσείς το επίπεδο των ήχων του φυσικού περιβάλλοντος που θα περνούν μέσα από τα ακουστικά, πετυχαίνοντας κατά αυτόν τον τρόπο την πιο «smart» εμπειρία ήχου που μπορεί να προσφέρουν earphones που ανήκουν στη συγκεκριμένη κατηγορία.

Εκτός από τα παραπάνω, δεν θα μπορούσαμε να μην εκθειάσουμε την τεράστια ευκολία χρήσης που προσφέρουν, καθώς μερικά αγγίγματα πάνω στην επιφάνεια των ακουστικών είναι αρκετά για να αυξομειώσετε την ένταση ή να προχωρήσετε στο επόμενο μουσικό κομμάτι. Επιπλέον, τα FreeBuds είναι εξαιρετικά ανθεκτικά στο νερό και τον ιδρώτα, ενώ ένα από τα μεγάλα τους ατού είναι και η υψηλή αυτονομία που προσφέρουν. Ειδικότερα, με απενεργοποιημένο το Active Noise Cancellation παρέχουν 22 ώρες αυτονομίας με τη θήκη τους πλήρως φορτισμένη και 4 ώρες περίπου με τα earbuds στο 100% (με το ANC ενεργοποιημένο οι αντίστοιχες επιδόσεις είναι 14 και 2.5 ώρες, αντίστοιχα). Τέλος, τα FreeBuds lipstick συνδέονται εύκολα και απλά, τόσο με Android όσο και iOS συσκευές.

Σαγηνευτικά, λαμπερά, εύχρηστα και καινοτόμα... Τα FreeBuds lipstick της Huawei αποδεικνύουν ότι όταν η ομορφιά και η κομψότητα συνδυάζονται με την υψηλή τεχνολογία, τότε μπορούν να προκύψουν μικρά state-of-the art κομφοτεχνήματα!

# Σημασία στη λεπτομέρεια

## Mercedes-Benz GLC PHEV



**Η** Mercedes-Benz είναι συνώνυμο της πολυτέλειας και της υψηλής τεχνολογίας επί σχεδόν έναν αιώνα, με τα μοντέλα της να ξεχωρίζουν για την ποιότητα, την άνεση και φυσικά, την elegant και classy αισθητική τους. Συνδυάζοντας τα παραπάνω με την ηλεκτροκίνηση, το αποτέλεσμα είναι η Mercedes-GLC Plug-in Hybrid! Πανέμορφη αλλά ταυτόχρονα διακριτική, με coupe γραμμές που ελκύνουν τα βλέμματα ενώ προσφέρουν βελτιωμένη αεροδυναμική και μεγάλο αποθηκευτικό χώρο, από 395 έως και 1.445 λίτρα. Όντας ο ιδανικός συνδυασμός των «δύο κόσμων», της συμβατικής και της ηλεκτρικής κίνησης, η GLC PHEV προσφέρει υψηλές επιδόσεις αλλά και πολύ μεγάλη αυτονομία, με τη χρήση κινητήρων βενζίνης ή diesel στο πλευρό του ηλεκτροκινητήρα. Μέσα στην πόλη μπορείτε να διανύσετε έως 50 Km πλήρως ηλεκτρικά και απόλυτα αθόρυβα, με μηδενικούς ρύπους, με ακαρία απόκριση στο γκάζι και άμεση επιτάχυνση, όταν χρειάζεται. Η μπαταρία επαναφορτίζεται ταχύτατα αλλά για τις πραγματικά «μεγάλες» μέρες ή την περιστασιακή εξόρμηση εκτός πόλης, αναλαμβάνει το έργο ο συμβατικός κινητήρας των έως 211 ίππων. Συνδυαστικά, οι 320 ίπποι και τα 700 Nm ροπής ωθούν την GLC PHEV με απίστευτο τρόπο, υπό οποιεσδήποτε συνθήκες. Άλλωστε, η Off-Road Line έκδοση με υψηλότερη

απόσταση από το έδαφος, σας επιτρέπει να εξερευνήσετε τις κρυφές ομορφιές της χώρας μας, ενώ για πιο... σπορ γούστα, οι AMG Line και AMG Line Plus προσφέρουν επιθετική εμφάνιση και βελτιωμένη απόδοση στο δρόμο. Τα MultiBeam LED φωτιστικά σώματα εξασφαλίζουν ασφαλή ορατότητα, αλλά και... αναγνώριση, όπου κι αν βρεθείτε, μέρα και νύχτα. Η καμπίνα της GLC PHEV είναι γεμάτη τεχνολογία αλλά με έμφαση στη λειτουργικότητα, συνδυάζοντας φυσικά πλήκτρα και διακόπτες με τη ευκρινέστατη και ταχύτατη οθόνη αφής των 10,25" στο κέντρο, με κάμερα 360 μοιρών για να βλέπετε τα πάντα γύρω σας. Το surround ηχοσύστημα θα σας «αγκαλιάσει» με crisp (αλλά και ισχυρό) ήχο, με την ίδια θαλπωρή που θα σας αγκαλιάσουν και τα δερμάτινα, κλιματιζόμενα και θερμαινόμενα καθίσματα του οχήματος, ηλεκτρονικά ρυθμιζόμενα, φυσικά. Τα μεγάλα ταξίδια μετατρέπονται σε μια ευχάριστη βόλτα, χάρη και στο Adaptive Cruise Control, την ειδοποίηση αλλαγής λωρίδας και όλα τα διαθέσιμα βοηθήματα για την οδηγό, ενώ η ειδοποίηση τυφλής γωνίας και το σύστημα διατήρησης απόστασης DISTRONIC μειώνουν σημαντικά το stress της οδήγησης μέσα στην πόλη. Σχεδόν όλες οι ρυθμίσεις είναι κυριολεκτικά στα χέρια σας, πάνω στο ποιοτικό και άμεσο τριάκτινο τιμόνι, οπότε απλώς χαλαρώστε και... enjoy the ride!







### Θήκες AirPods

Διάλεξε το στυλ που σου ταιριάζει και απόκτησε τη μέγιστη προστασία που σου παρέχουν τα premium υλικά της θήκης για τα airpods σου.



### Ενισχυμένα καλώδια φόρτισης

για να φορτίζεις με υψηλή ταχύτητα το iPhone ή iPad σου.



### Ασύρματοι φορτιστές

με minimal σχεδιασμό για να φορτίζεις το iPhone σου ή τα AirPods σου ακόμα και με τη θήκη τους.



# Το νεοσέρ της Άνοιξης 2022

## 10 προϊόντα περιποίησης για πρόσωπο, σώμα και μαλλιά που θα αγαπήσεις

Μπορεί ο Μάρτιος να είναι ο πρώτος μήνας της Άνοιξης, αλλά ο Φεβρουάριος είναι ο ιδανικός για να αποχαιρέσεις τη γεμάτη δυσχρωμίες, χειμωνιάτικη επιδερμίδα και να καλωσορίσεις το λαμπερό ανοιξιάτικο δέρμα. Καθώς οι εποχές αλλάζουν, δεν υπάρχουν δικαιολογίες για να παραμελείς το πρόσωπο και τα μαλλιά σου. Είναι ευκαιρία να βεβαιωθείς ότι φροντίζεις όσο χρειάζεται το δέρμα σου κάτω από τη μάσκα, ώστε μόλις τελειώσει η πανδημία, να είσαι έτοιμη να το αναδείξεις περήφανα. Η φροντίδα του εαυτού και η ανανέωση ήταν προτεραιότητα για την ψυχική υγεία και το ανοσοποιητικό σου, αλλά π γίνεται με την περιποίηση ομορφιάς; Τώρα είναι η ώρα να απομακρύνεις τα νεκρά κύτταρα, να εξαφανίσεις τα ξηρά σημεία, να αναζωογονήσεις τα μαλλιά και να προσθέσεις λίγη λάμψη στα μάγουλα. Μην αγχώνεσαι όμως γιατί έχουμε ήδη κάνει όλη την έρευνα για εσένα. Αυτά είναι τα αγαπημένα μας προϊόντα ομορφιάς για την Άνοιξη.



MOROCCANOIL

### *Brumes du Maroc,* mist για μαλλιά και σώμα

Ένα εξωτικό σύμπλεγμα από πικάντικο κεχριμπάρι και γλυκές νότες λουλουδιών με πολύ ελαφριά σύνθεση, εμπλουτισμένο με έλαιο αργαν και Βιταμίνη E για ενυδάτωση και θρέψη. Μπορείς να αρωματίσεις σώμα και μαλλιά όσο συχνά θέλεις μέσα στην ημέρα.

APIVITA

### *Tonic Conditioner,* μαλακτική κρέμα μαλλιών

Η σειρά Tonic με ιπποφάες και δάφνη αυξάνει το χρόνο ζωής των μαλλιών και διεγείρει την ανάπτυξη νέων τριχών. Αυτή η μαλακτική τονωτική κρέμα για αδύναμα μαλλιά είναι ό, τι ακριβώς χρειάζεσαι για να τους δώσεις όγκο και λάμψη και να τα προστατέψεις από το σπάσιμο και την ψαλίδα.



VICHY

### *Liftactiv Specialist,* κρέμα προσώπου

Αντιγηραντική κρέμα προσώπου με πράσινα βιοπεπτίδια, βιταμίνη C και ιαματικό μεταλλικό νερό Vichy. Ενεργοποιεί τη διαδικασία ανάπλασης της επιδερμίδας και διορθώνει τις συνέπειες της απώλειας του κολλαγόνου.



THE BODY SHOP

### *Body Butter Satsuma,* βούτυρο σώματος

Τα αγαπημένα μας body butter από την The Body Shop που περιποιούνται το δέρμα μας από το 1992 διαθέτουν πλέον και πιστοποίηση The Vegan Society. Η νέα σύνθεση προσφέρει ενυδάτωση έως 96 ώρες και ξεχωρίζουμε το Satsuma για το υπέροχο άρωμά του.

ESTÉE LAUDER

### *Advanced Night Repair* *Eye Concentrate Matrix,* serum νυκτός για την περιοχή των ματιών

Με καθημερινή χρήση, πρωί και βράδυ, η επιδερμίδα γύρω από τα μάτια γίνεται πιο σφριγηλή και οι γραμμές κάτω από τα μάτια, στο πόδι της χήνας και στο μεσόφρυο φαίνονται μειωμένες. Το μεταλλικό απλικατέρ χαρίζει δροσερή αίσθηση στην ευαίσθητη επιδερμίδα γύρω από τα μάτια, μειώνοντας τη θερμοκρασία της περιοχής έως και κατά 2°C.







ESSENCE  
**ultra-care  
FOOT MASK,  
ενυδατική  
μάσκα ποδιών**

Ευεργετική μάσκα για τα πόδια με θρεπτικό θαλασσινό αλάτι, βούτυρο καριτέ, ουρία και πανθενόλη που ενυδατώνει τα πόδια και ενισχύει τον φυσικό φραγμό του δέρματος. Μπορείς να την εφαρμόσεις καθημερινά ως κρέμα ή κατά τη διάρκεια της νύχτας ως μάσκα για να φορέσεις άφοβα τα ανοιχτά σου παπούτσια σε λίγο καιρό.

LANCÔME  
**Absolue Serum,  
serum προσώπου**

Ο νέος τρόπος να επιταχύνεις την ανανέωση των κυττάρων της επιδερμίδας και να αποκτήσεις ορατά πιο νεανικό, σφριγηλό, λαμπερό δέρμα. Σταγόνα - σταγόνα, το Absolue επιβραδύνει τα σημάδια γήρανσης του δέρματος, ενισχύει τον επιδερμικό φραγμό και μετά από 4 μόλις εβδομάδες το δέρμα σου δείχνει και συμπεριφέρεται σαν νεότερο.



NUXE  
**Rêve de thé  
Revitalising  
Granular Scrub,  
κρέμα απολέπισης**

Εκχύλισμα πράσινου τσαγιού και απολεπιστικοί κόκκοι μπαμπού σε 2 μεγέθη, υφή θρυμματισμένου πάγου και υπέροχο άρωμα. Αυτό το scrub αναζωογονεί τις αισθήσεις και αφαιρεί τα νεκρά κύτταρα για να αφήσει την επιδερμίδα απαλή και ανανεωμένη.



SCHWARZKOPF PROFESSIONAL

**OSiS+ Elastic, σπρέι  
μαλλιών για styling**

Ένα προϊόν για τα μαλλιά που συνδυάζει προστασία από τη θερμότητα έως και 230°C με αόρατο αποτέλεσμα κρατήματος που διαρκεί. Το OSiS+ Keep It Light Hairspray είναι ο μουσικός σύμμαχος για κάθε χτένισμα, από ονειρεμένες μπούκλες έως το πιο φυσικό look. Το Elastic προσφέρει ελαστικό κράτημα για την τάση Back to Classics.



LAOUTA  
**Repair balm,  
βάλσαμο ενυδάτωσης**

Ενυδατώνει και θρέφει οποιοδήποτε σημείο του σώματος, του προσώπου και των χειλιών. Εμείς το αγαπάμε γιατί παρασκευάζεται με σπάνια βότανα της ελληνικής Φύσης και ελαιόλαδο και κάνει τα χείλη -που δοκιμάζονται από το κρύο του Χειμώνα- πιο ακαταμάχητα από ποτέ.

# 7 τάσεις στο μακιγιάζ για το 2022 που θα αγαπήσεις

Οι τάσεις του μακιγιάζ είναι πάντα ένα ενδιαφέρον θέμα. Είναι σίγουρα διασκεδαστικό να πειραματίζεσαι και να παίζεις με το μακιγιάζ σου αλλά πολύ λίγες από εμάς έχουμε πράγματι χρόνο να το κάνουμε. Σημασία λοιπόν έχει να εμπνεύσαι από τις νέες τάσεις και να τις προσαρμόζεις στις δικές σου ανάγκες και δυνατότητες. Ωραίο το contouring αλλά ίσως προτιμάς κάτι πιο εύκολο, προσαρμόσιμο και ευέλικτο στο στυλ και τις αλλαγές που προκύπτουν κάθε τόσο στην εμφάνισή σου. Επομένως αυτή την Άνοιξη, ας δούμε μερικά trends που μπορείς να ακολουθήσεις όσο αρχάρια ή επαγγελματίες κι αν είσαι στο θέμα του μακιγιάζ, ταιριάζουν σε κάθε τύπο και γυναίκα και δεν θα σου κοστίσουν μια περιουσία.

## Μάγουλο... βερικόκο

Τα ροδοκόκκινα μάγουλα είναι από τα πιο γλυκά χαρακτηριστικά της Άνοιξης. Ωστόσο, τι θα έλεγες να φοράς αντηλιακό για να προστατέψεις την επιδερμίδα σου και να μιμηθείς το κοκκίνισμα στα μάγουλα με ένα υπέροχο ρουζ; Δοκίμασε το Shade and Illuminate Blush του Tom Ford και ανέδειξε τα υπέροχα ζυγωματικά σου με αυτό τον εξαιρετικό συνδυασμό ζεστών χρωμάτων.



## Λαμπερό δέρμα

Δεν υπάρχει τίποτα πιο όμορφο από ένα πρόσωπο που λάμπει από υγεία. Το no-makeup makeup είναι ίσως από τα καλύτερα trends που μπορείς να υιοθετήσεις αφού αναδεικνύει τη φυσική σου ομορφιά, ένα ομοιόμορφο αποτέλεσμα χωρίς να κρύβεις το δέρμα σου κάτω από στρώσεις μείκ-απ. Το Super Stay foundation 30H της Maybelline θα γίνει το αγαπημένο σου αξεσουάρ. Είναι ένα πολύ ελαφρύ foundation που προσφέρει τέλεια κάλυψη με ανάλαφρο, φυσικό-ματ αποτέλεσμα και δεν μεταφέρεται στα ρούχα, τη μάσκα ή το smartphone σου, ακόμα κι αν ιδρώσεις ή βρέξει.



## Ρορ χρώματα

Προσθέτοντας λίγο έντονο χρώμα δίνεις ένα ωραίο παιχνίδισμα στο μακιγιάζ σου που μπορεί να ανανεώσει την εικόνα σου. Ένα έντονο ροζ κραγιόν ή μια κίτρινη γραμμή eyeliner είναι τόσο - όσο χρειάζεσαι για να φέρεις την Άνοιξη πιο κοντά. Το MicroLiner Ink της Shiseido είναι ένα διακριτικό μολύβι ματιών σε κλασικές και ενδιαφέρουσες ρορ αποχρώσεις που χωράει στο τσαντάκι σου για να μεταμορφώσεις το στυλ σου οποιαδήποτε στιγμή.





## Γη καλεί χείλη

Τα σκούρα και άχρωμα (nude) χείλη είναι πολύ της μόδας και ο λόγος είναι ότι δίνουν ένα πολύ κομψό αποτέλεσμα που ταιριάζει σε κάθε πρόσωπο. Κράτα τα χείλη σου καλά ενυδατωμένα και κάλυψέ τα με ένα γήινο, σαγηνευτικό χρώμα. Mas αρέσει το Sweet Deal από τη σειρά Rethink Pink της MAC γιατί συνδυάζει το nude που θέλουμε με το ροζ που αγαπάμε.



## Κάι να γυαλίζει

Μπορεί το lip-gloss να σου ακούγεται νοσταλγικό trend των 90s αλλά αν το σκεφτείς, η αισθητική της λάμψης, δεν έφυγε ποτέ από τη μόδα. Απλά ενσωματώθηκε στα κραγιόν. Αν λοιπόν θέλεις κάτι πιο ανάλαφρο για το μακιγιάζ σου, δεν έχεις παρά να κάνεις τα χείλη σου ζουμερά και έτοιμα για φίλημα με το Metal Liquid Lip Colour της Kiko Milano που έχει υπέροχη κρεμώδη υφή.

## Η σκιά που χάνεται

Η Άνοιξη είναι άρρηκτα συνδεδεμένη με την ανεμελιά, το ίδιο θα πρέπει να ισχύει και για το μακιγιάζ σου. Σκοπός είναι να αποφύγουμε τα πολύ στημένα look οπότε μπορείς να φορέσεις μια σκιά σε απαλούς γήινους τόνους ή λίγο πιο έντονη που θυμίζει αυτό το πρώτο χρύσισμα του ήλιου. Μια πρακτική και πολύ ενδιαφέρουσα πρόταση είναι να χρησιμοποιήσεις το ρουζ σου ως σκιά. Ειδικά αν είναι τόσο ωραίο και ζεστό χρώμα όπως το Cheek Pop Pearl της Clinique. Ολοκλήρωσε με μάσκαρα -n Mascara Volume Effet Faux Cils της YSL είναι μακράν η αγαπημένη mas- και είσαι έτοιμη!



## Φυσικά φρύδια

As είμαστε ειλικρινείς, οποιαδήποτε περιποίηση φρυδιών (τσιμπιδάκι, αποτρίχωση, λείζερ) είναι χρονοβόρα, κοστίζει και απαιτεί συνέπεια. Άσε τα φυσικά σου φρύδια να αναδειχθούν και εστίασε στην περιποίησή τους με το caring eyebrow fixing gel της Essence που τα χτενίζει και τα ενυδατώνει χάρη στην αλόη βέρα και την πανθενόλη που περιέχει.



intimissimi

Italian lingerie



## Nightwear Style

Κομψότητα, απλότητα και ρομαντισμός: Το ιδανικό nightwear look γι' αυτή την άνοιξη!

INTIMISSIMI.COM



# Paige O'Neill

ΓΕΝΙΚΗ ΔΙΕΥΘΥΝΤΡΙΑ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ ΤΗΣ SITECORE

## ΟΔΗΓΙΕΣ & ΝΕΟΙ ΣΤΟΧΟΙ

**Η** Paige O'Neill, Γενική Διευθύντρια Μάρκετινγκ της Sitecore παρουσιάζει τους τρόπους με τους οποίους οι marketers μπορούν να αξιοποιήσουν νέες και υπάρχουσες τεχνολογίες για να δημιουργήσουν ασυναγώνιστες εμπειρίες για τους πελάτες τους.

### 1. Το υβρίδιο ήρθε για να μείνει

Το 2022, οι επιχειρήσεις λιανικού εμπορίου θα διευρύνουν τις επενδύσεις σε ψηφιακές τεχνολογίες που προωθούν τις ηλεκτρονικές αγορές, την παραλαβή από το κατάστημα (BOPIS) ή την ολοκλήρωση των αγορών μέσω της υπηρεσίας click & collect. Αυτό το μοντέλο αγορών εξασφαλίζει την ταχύτητα που θέλουν οι καταναλωτές, ενώ σε περίπτωση καθυστερήσεων της εφοδιαστικής αλυσίδας η διαδικασία μπορεί να επιβραδυνθεί. Η υιοθέτηση νέων τεχνολογιών δεν πρόκειται να επιτευχθεί αρκετά σύντομα.

### 2. Καθώς τα cookies τρίτων φθίνουν, οι επιχειρήσεις πρέπει να καλλιεργήσουν κλίμα εμπιστοσύνης με τους καταναλωτές

Οι καταναλωτές δεν είναι υποχρεωμένοι να δίνουν τα προσωπικά δεδομένα τους στις επιχειρήσεις. Και καθώς ευαισθητοποιούνται όλο και περισσότερο ως προς την προστασία των προσωπικών δεδομένων, οι επιχειρήσεις πρέπει να δώσουν στους καταναλωτές τη δυνατότητα να αναλάβουν την ευθύνη του τρόπου με τον οποίο συλλέγονται, αποθηκεύονται και αξιοποιούνται οι προσωπικές τους πληροφορίες. Τα brands πρέπει να οικοδομήσουν ένα στέρεο θεμέλιο χρησιμοποιώντας αυτά τα δεδομένα. Η τεχνολογία πρέπει να καταγράφει, να ενοποιεί και να ενεργοποιεί πολυκαναλικές στρατηγικές που μετατρέπουν την προσέγγιση μάρκετινγκ σε εξατομικευμένες εμπειρίες με βάση τις μοναδικές επιθυμίες και ανάγκες κάθε πελάτη. Φυσικά, χωρίς cookies τρίτων ή άλλες κρυφές πηγές δεδομένων, οι επιχειρήσεις θα πρέπει να προβάλλουν μια πειστική επιχειρηματολογία -και να είναι έτοιμοι να παρέχουν πραγματική αξία- για πρόσβαση σε δεδομένα που σχετίζονται με τις προτιμήσεις του πελάτη όπως παλαιότερες αγορές, αγαπημένα brands, χρωματικές προτιμήσεις και μεγέθη.

### 3. Οι εξατομικευμένες εμπειρίες θα αποτρέψουν τους πελάτες από το να διακόψουν τις αγορές τους

Οι καθυστερήσεις της εφοδιαστικής αλυσίδας μπορεί να οδηγήσουν σε απογοητευμένους καταναλωτές που αναζητούν άλλο κατάστημα, όταν το προϊόν που επιθυμούν



δεν είναι διαθέσιμο. Τα eshops μπορούν να αντιμετωπίσουν αυτό το ζήτημα, χρησιμοποιώντας ιστορικό περιήγησης και αντιστοιχώντας πρότυπα τεχνητής νοημοσύνης για να προτείνουν το επόμενο καλύτερο διαθέσιμο προϊόν. Ανάλογα με το είδος, μπορεί να είναι ένα προϊόν διαφορετικού χρώματος, να έχει κάποια διαφορετικά χαρακτηριστικά ή να προέρχεται από άλλον κατασκευαστή.

### 4. Το επόμενο επίπεδο εξατομικεύσεως είναι η προσαρμογή ελκυστικού περιεχομένου

Νέα διαδραστικά κανάλια αναδύονται καθημερινά για να τροφοδοτήσουν την ακόρεστη όρεξη των καταναλωτών για άμεση ικανοποίηση και την επιθυμία τους να προσαρμόζουν αυτό που θέλουν και τον τρόπο με τον οποίο θα το αποκτήσουν. Οι ραγδαίες αλλαγές μετατρέπουν τα brands σε φορείς πρόβλεψης των αναγκών. Πρόκληση αποτελεί η συμμετοχή στη συζήτηση, καθώς οι καταναλωτές μπορούν να αποκλείσουν την επικοινωνία από brands που δεν τους αρέσουν ή τα οποία δεν θεωρούν σχετικά. Η εξατομικεύση απαιτεί πολύ περιεχόμενο, το οποίο οι καταναλωτές θα διαμορφώσουν στη συνέχεια με βάση τα ενδιαφέροντά τους. Συνήθως, οι πελάτες βλέπουν το 3% του περιεχομένου που δημοσιεύει ένα brand. Αυτοί καθορίζουν τι είναι υπερβολικά πολύ και αυτό τα προνοητικά brands το συνειδητοποιούν. Οι εξατομικευμένες πληροφορίες οδηγούν στην αφοσίωση, σε νέα αγορά και διατήρηση. Το έχουμε δει αυτό στις συνδρομητικές υπηρεσίες μας. Μπορείτε να παραλαμβάνετε το αγαπημένο σας ξυραφάκι κάθε μήνα, χωρίς να χρειαστεί να επικοινωνήσετε ξανά με την επιχείρηση. Η επόμενη φάση μπορεί να είναι η επιλογή «Αγοράστε τώρα».

### 5. Η επαυξημένη πραγματικότητα είναι το επόμενο μεγάλο κεφάλαιο

Οι εφαρμόγες επαυξημένης πραγματικότητας (AR) -και εικονικής πραγματικότητας (VR)- που συνδέουν φυσικούς και ψηφιακούς χώρους, πρόκειται να αυξηθούν, καθώς οι επιχειρήσεις βλέπουν την ευελιξία και την ευκολία που προσφέρουν



**ΖΙΒΑΓΚΟ**  
από *Ultralight*  
*Cashmere*,  
*Falconeri*



**ΓΑΝΤΙΑ**  
από δέριμα και  
*Cashmere*,  
*Falconeri*



**ΣΤΑΥΡΩΤΟ**  
**ΣΑΚΑΚΙ**  
με δερμάτινη  
ζώνη, *Falconeri*

## Μοναδικές επιλογές για άψογο office look

Οι σύγχρονες γυναίκες περνούν το μεγαλύτερο μέρος της καθημερινότητάς τους είτε στον επαγγελματικό χώρο είτε σε πιο χαλαρά meetings και εκδηλώσεις. Η συνθήκη αυτή επιβάλλει να είναι καλοντυμένες από το πρωί ως το βράδυ, επιλέγοντας όμως παράλληλα κομμάτια που διακρίνονται για την άνεση και την υψηλή τους ποιότητα. Σακάκια, πουκάμισα, καπαρντίνες, φαρδιά παντελόνια και oxford shoes κυριαρχούν στην επίτευξη του απόλυτου office look. Το ιταλικό brand Falconeri είναι εδώ και χρόνια γνωστό για τα ρούχα που αποπνέουν εκλεπτυσμένη και διαχρονική κομψότητα. Τα σχέδια ξεπερνούν τις πρόσκαιρες μόδες και ευκαιριακές τάσεις και έχουν σχεδιαστεί για να διαρκέσουν μια ζωή. Προσφέρει πολλές επιλογές κατάλληλες για το γραφείο και τις επαγγελματικές υποχρεώσεις, που συνδυάζουν την πολυτέλεια με την απλότητα.



**ΠΑΛΤΟ**  
από *Cashmere*  
με υφή γούνας  
Ζηριπέλινας,  
*Falconeri*

**ΠΑΝΤΕΛΟΝΙ**  
*Cigarette*,  
*Falconeri*







**ΜΙΝΤΙ ΦΟΡΕΜΑ**  
με κρουαζέ  
ντεκολτέ Zara

**ΠΛΕΚΤΟ  
ΦΟΡΕΜΑ**  
με φερμουάρ  
Stradivarius



**ΦΟΡΕΜΑ**  
με στρογγυλή  
λαιμόκοψη και  
μακρύ μανίκι Zara



**ΜΑΥΡΟ  
ΦΟΡΕΜΑ**  
με καρφίτσα  
Zara

## 5 πλεκτά φορέματα για να κάνεις upgrade στο καθημερινό σου στυλ

Τα πλεκτά φορέματα έχουν πραγματοποιήσει δυναμικό come back τα τελευταία χρόνια και αποτελούν μια τάση που αγάπησαν οι περισσότερες γυναίκες ανεξάρτητα από την ηλικία τους. Πρόκειται άλλωστε για κομμάτια που συνδυάζουν την άνεση με την κομψότητα, ενώ παράλληλα είναι ιδιαίτερος θηλυκά και ταιριάζουν στους περισσότερους σωματότυπους. Τί καλύτερο, λοιπόν, από το να επενδύσεις σε ένα κλασικό χειμωνιάτικο ή ανοιξιάτικο πλεκτό φόρεμα που μπορεί να σε βγάλει από τη δύσκολη θέση ανά πάσα στιγμή; Στην αγορά είναι διαθέσιμη μια μεγάλη ποικιλία που θα καλύψει κάθε ανάγκη ανάλογα με την περίπτωση. Πειραμάτισου με τα διάφορα χρώματα, τα μοτίβα και το μήκος, κάνοντας refresh στην γκαρνταρόμπα σου.



**ΠΛΕΚΤΟ  
ΦΟΡΕΜΑ**  
halter με  
αλυσίδα  
Bershka

# Ursula Von Der Leyen: στο δρόμο για μια Ευρωπαϊκή οδηγία για την ισότητα των φύλων στα ανώτερα κλιμάκια των εταιρειών



Η πρόεδρος της Ευρωπαϊκής Επιτροπής δήλωσε πρόσφατα ότι είναι αισιόδοξη ότι η κοινοτική οδηγία για την πιο ισότιμη αντιπροσώπηση των γυναικών στα διοικητικά συμβούλια εταιρειών θα τύχει συνολικής αποδοχής και υποστήριξης από τα κράτη-μέλη φέτος. Πρόκειται για μια πρόταση η οποία αν και είχε γίνει σε διάφορες χρονικές συγκυρίες, είχε αντιμετωπίσει σθεναρές αντιδράσεις από διάφορες πλευρές. Η κ. Von der Leyen ανέφερε ότι είναι έτοιμη να συνεργαστεί με τη Γαλλία ώστε να προωθήσουν την κοινοτική οδηγία κατά τη διάρκεια της 6μηνης προεδρίας της Γαλλίας στην Ε.Ε., πρόσθεσε δε ότι «ελπίζει η Γερμανία να αλλάξει θέση και να μην ασκήσει βέτο, τώρα που η νέα κυβέρνηση συμμαχίας έχει σχηματιστεί». Σύμφωνα με την πρόεδρο, ο χρονικός στόχος για τους νομοθέτες είναι να οριστεί η νέα οδηγία στο πρώτο μισό του έτος, αν αυτό είναι δυνατό, ώστε μια συμφωνία να είναι δυνατή εντός του 2022.

«Τώρα είναι η στιγμή να προχωρήσουμε με αυτή την υπόθεση που καθόταν στο ράφι τα τελευταία 10 χρόνια, όσο οι εξελίξεις προχωρούσαν και ο κόσμος μάθαινε περισσότερα γύρω από το ζήτημα.»

Η Ευρωπαϊκή Επιτροπή προσέγγισε το θέμα της ισότητας των φύλων στα ανώτερα εταιρικά κλιμάκια προτείνοντας τη δημιουργία σχετικής οδηγίας, για πρώτη φορά το 2012, αλλά η πρόταση είχε 'κολλήσει' στο συμβούλιο των Υπουργών καθώς αντιμετώπισε σθεναρές αντιδράσεις από πολλά κράτη-μέλη, συμπεριλαμβανομένης της Γερμανίας και κάποιων από τις χώρες της Βαλτικής. Το βασικό επιχείρημα των διαφωνούντων είναι ότι το ζήτημα

θα πρέπει να αντιμετωπιστεί σε κρατικό επίπεδο και όχι σε επίπεδο Ένωσης. Η Γερμανία έχει ήδη δικό της σύστημα που ορίζει ποσοστώσεις φύλου για τα εποπτικά συμβούλια των εταιρειών, εδώ και μια δεκαετία, και τη χρονιά που μας πέρασε επεξέτεινε την ισχύ τους και στα διοικητικά συμβούλια. Η Νορβηγία από την πλευρά της ήταν η πρώτη Ευρωπαϊκή χώρα που εισήγαγε ποσοστά αντιπροσώπησης στα διοικητικά όργανα των εταιρειών το 2008. Αν η Γερμανία αλλάξει τοποθέτηση αυτό θα ενισχύσει τις προοπτικές της οδηγίας να αποκτήσει την απαραίτητη υποστήριξη και να υπερψηφιστεί στο πλαίσιο του συμβουλίου υπουργών. Η πρόταση έχει ήδη κερδίσει υπερκομματική υποστήριξη στο Ευρωπαϊκό Κοινοβούλιο.

Η προτεινόμενη οδηγία θέτει ένα στόχο της τάξης του 40% των διευθυντικών θέσεων σε εισηγμένες εταιρείες να καλύπτονται από γυναίκες, με την πιθανότητα ενός κατώτερου ορίου της τάξεως του 33% για περιπτώσεις όπου δεν υπάρχουν πολλαπλά επίπεδα διοίκησης. Η οδηγία δεν περιλαμβάνει κυρώσεις, αφήνοντας αυτό το κομμάτι στη διακριτική ευχέρεια των κρατών και δεν θα έχει ισχύ για μικρομεσαίες επιχειρήσεις ή μη-εισηγμένες εταιρείες. Οι κανόνες της οδηγίας θα επηρεάσουν αρκετά κράτη μέλη καθώς ως τώρα, μόλις 8 έχουν υιοθετήσει υποχρεωτικές ποσοστώσεις φύλου για εισηγμένες εταιρείες (μεταξύ αυτών Γαλλία, Γερμανία και Ιταλία). Η Γαλλία έχει τα υψηλότερα επίπεδα γυναικείας αντιπροσώπησης σε επίπεδο διοικητικών συμβουλίων, 45% σύμφωνα με το Ευρωπαϊκό Ινστιτούτο για την Ισότητα των Φύλων, αντί του 30% που αποτελεί τον μέσο όρο της Ε.Ε. Πηγές στην Ε.Ε. αναφέρουν ότι είναι λογικό η Γερμανία να έχει διαφορετική τοποθέτηση σε αυτή τη φάση, με δεδομένο το σχηματισμό κυβέρνησης συνεργασίας μεταξύ Σοσιαλδημοκρατών, Πρασίνων και Φιλελευθέρων. Σύμφωνα με εκπρόσωπο της Γερμανικής κυβέρνησης, η ισορροπημένη αντιπροσώπηση γυναικών και ανδρών στις εταιρείες είναι σημαντικό ζήτημα και η πρόταση για κοινοτική οδηγία είναι υπό εξέταση από τα επιμέρους υπουργεία ώστε να καταλήξουν σε μια κοινή τοποθέτηση. Η κ. Von der Leyen δήλωσε ότι είχε συζητήσει το ζήτημα και με τον Γάλλο Πρόεδρο, Emmanuel Macron, και ότι το Παρίσι έδειχνε να έχει τη διάθεση και αποφασιστικότητα να στηρίξει την πρωτοβουλία.

#### Εκδότης-Διευθυντής

Κώστας Νόσσης

#### Διεύθυνση

Ειρήνη Νόσση

#### Αρχισυντάκτρια

Σόνια Χαϊμαντά

#### Σύνταξη:

Έλενα Αλεξίου, Κωνσταντίνος Καβαλάρης,

Πέτρος Κυπριαός, Δήμητρα Μήτκα,

Θεοδώρα Νικολοπούλου, Αγγελική Νόσση,

Βαρβάρα Ντέντη, Ελένη Σαραντάκη, Δημήτρης Σκιάννης

Διαφήμιση: Έλλη Μαστρομανώλη

Υπεύθυνη Παραγωγής: Ελένη Καπιτσάκη

Διπ: Νίκος Χαλκιαδάκης

Λογιστήριο: Ανδρέας Λουλάκης

#### Στοιχεία Επικοινωνίας

Smart Press

Μάγερ 11, 104 38, Αθήνα,

Τηλ.: 210 5201500, 5230000



SMART PRESS