

Γιάννα Χορμόβα

ΥΠΟΔΙΟΙΚΗΤΡΙΑ ΔΥΠΑ

“Η ΔΥΠΑ έχει θέσει ως βασική προτεραιότητα τη στήριξη των γυναικών στην ένταξή τους στην αγορά εργασίας, με ιδιαίτερη έμφαση στην ενδυνάμωση και την επαγγελματική τους αποκατάσταση”

Focus
ON TOP

WOMEN IN Highlights



ΕΛΠΙΔΑ ΒΑΜΒΑΚΑ

ΠΡΟΕΔΡΟΣ HOMO DIGITALIS
& GENERAL LEGAL COUNSEL,
ΡΑΡΑΚΙ



**ΑΓΓΕΛΙΚΗ
ΚΟΣΜΟΠΟΥΛΟΥ**

STORY STRATEGIST,
ΙΔΡΥΤΡΙΑ ΤΗΣ STORYMENTOR
ΚΑΙ SENIOR ADVISOR
ΤΟΥ KAIZEN FOUNDATION



ΕΛΕΩΝΟΡΑ ΜΕΛΕΤΗ

ΕΥΡΩΒΟΥΛΕΥΤΗΣ



DEBBIE WEINSTEIN

ΝΕΑ ΠΡΟΕΔΡΟΣ ΤΗΣ GOOGLE
ΓΙΑ ΤΗΝ ΕΥΡΩΠΗ, ΤΗ ΜΕΣΗ ΑΝΑΤΟΛΗ
ΚΑΙ ΤΗΝ ΑΦΡΙΚΗ (ΕΜΕΑ)

Hot Topics



✓ Άννα Μάνη - Παπαδημητρίου: Ολοκληρώθηκε το θεσμικό πλαίσιο για τα Data Centers

Με την ΚΥΑ 96038/2024, που συνυπέγραψε η Υφυπουργός Ανάπτυξης Άννα Μάνη - Παπαδημητρίου και τίθεται σε ισχύ την 1η Μαρτίου 2025, ολοκληρώθηκε το θεσμικό πλαίσιο για την αδειοδότηση λειτουργίας των Data Centers. Η Υφυπουργός τόνισε: «Η Ελλάδα, στην κατεύθυνση που έχει δώσει ο Πρωθυπουργός Κυριάκος Μητσοτάκης, αναδεικνύεται σε διεθνή κόμβο δεδομένων, έτοιμη να υποδεχθεί κορυφαίες εταιρείες από όλον τον κόσμο». Το νέο πλαίσιο, σε συνδυασμό με την πρόσβαση σε ΑΠΕ και το εκτεταμένο δίκτυο οπτικών ινών, ενισχύει τη θέση της χώρας ως πρωταγωνιστή στη νέα ψηφιακή εποχή, υποστηρίζοντας λειτουργίες όπως cloud computing, AI και IoT.

✓ Η Τίνα Αδρακτά αναλαμβάνει Senior Advertising Manager σε Sport24 και Contra

Μετά από πέντε χρόνια παρουσίας στην 24Media, η Τίνα Αδρακτά αναλαμβάνει τη θέση της Senior Advertising Manager για τα Sport24 και Contra. Κατά τη διάρκεια της πορείας της, συνέβαλε στην ανάπτυξη των δύο brands, ενώ τα τελευταία τρία χρόνια κατείχε τη θέση της Advertising Manager. Στόχος της νέας θέσης είναι η περαιτέρω ανάπτυξη και ενίσχυση των live streaming εκπομπών, που αποτελούν στρατηγικό στόχο για τα μέσα.

✓ Τιμητική βράβευση για τη Μαίρη Χατζάκου της ΜΕΒΓΑΛ στα Super Market Awards 2024

Η πρόεδρος της ΜΕΒΓΑΛ, Μαίρη Χατζάκου, βραβεύτηκε για τη συνολική της πορεία, που οδήγησε τη βιομηχανία τροφίμων σε τροχιά ανάπτυξης. Στην ομιλία της, τόνισε τη σημασία της συνεργασίας βιομηχανίας και λιανεμπορίου για την καθημερινή βελτίωση της εμπειρίας των πελατών, υπογραμμίζοντας την έμφαση της εταιρείας σε ποιότητα, καινοτομία και φροντίδα.

✓ Νέα PR Manager στη 4Hats η Δέσποινα Πριλιά

Η Δέσποινα Πριλιά αναλαμβάνει τη θέση της PR Manager στη 4Hats Conceptual Communication. Διαθέτει 20ετή εμπειρία στο marketing και τις Δημόσιες Σχέσεις, έχοντας συνεργαστεί με κορυφαίες πολυεθνικές όπως Omega, Red Bull και Audi, καθώς και σε μεγάλες εκδηλώσεις, όπως το World Water Ski Championship.

✓ Η Μαρία Μιτζέλου Performance Director στη Humble

Η Μαρία Μιτζέλου, μοναδική Certified Lead Trainer της META στην Ελλάδα, ανέλαβε Performance Director στη Humble.

Περικοπή πρωτοβουλιών DEI και τερματισμός προγραμμάτων

Η Meta, ιδιοκτήτρια του Facebook, του Instagram και του WhatsApp, ανακοίνωσε σημαντικές αλλαγές στις πρωτοβουλίες της για τη διαφορετικότητα, ισότητα και ένταξη (DEI). Οι περικοπές περιλαμβάνουν την κατάργηση του προγράμματος προμηθευτών διαφορετικότητας, τη διάλυση ρόλων στην ομάδα DEI, καθώς και την παύση στόχων για την εκπροσώπηση και την επιλογή «διαφορετικών υποψηφίων» στις προσλήψεις.

Αυτές οι αλλαγές εγείρουν σοβαρές ερωτήσεις σχετικά με τη δέσμευση της Meta προς την ισότητα και την κοινωνική πρόοδο. Παρόλο που η εταιρεία στο παρελθόν χαρακτηριζόταν ως «κρίσιμη προτεραιότητα», φαίνεται πλέον να ευθυγραμμίζεται με ένα κύμα οπισθοδρόμησης στις DEI πρακτικές, υπό την πίεση πολιτικών και νομικών παραμέτρων.

Οι αποφάσεις του Ανώτατου Δικαστηρίου στις ΗΠΑ, που επηρεάζουν την προώθηση της ισότητας, αποτελούν βασικό παράγοντα για τις περικοπές, αλλά μήπως η Meta επιλέγει να μειώσει το κόστος θυσιάζοντας κοινωνικές αξίες; Αξιοσημείωτο είναι ότι αντίστοιχες κινήσεις παρατηρούνται και από άλλες μεγάλες εταιρείες, όπως η Microsoft και η Amazon. Η οπισθοχώρηση αυτή ενδέχεται να σηματοδοτεί μια νέα τάση στον εταιρικό κόσμο, όπου οι οικονομικές και πολιτικές πιέσεις υπερισχύουν των δεσμεύσεων για κοινωνική ευθύνη.

Η εξέλιξη αυτή δεν επηρεάζει μόνο τις εταιρείες αλλά και την εμπιστοσύνη του κοινού, ειδικά όταν η Κοινωνία απαιτεί αυξημένη διαφάνεια και δράση για την ισότητα. Είναι πιθανό οι κινήσεις αυτές να αποθαρρύνουν ταλέντα που αναζητούν εταιρείες με ουσιαστική δέσμευση στις DEI αξίες.

Η εξέλιξη εγείρει ερωτήματα: Πόσο μπορεί να επηρεαστεί η φήμη της Meta; Και πώς θα αντιδράσουν οι καταναλωτές και οι εργαζόμενοι σε αυτό το βήμα πίσω;

Γιάννα Χορμόβα

ΥΠΟΔΙΟΙΚΗΤΡΙΑ ΔΥΠΑ

Η ενίσχυση της επαγγελματικής εκπαίδευσης και μαθητείας αποτελεί θεμέλιο λίθο για τη μελλοντική ανάπτυξη της ελληνικής κοινωνίας και οικονομίας. Η Γιάννα Χορμόβα, Υποδιοικήτρια της Δημόσιας Υπηρεσίας Απασχόλησης (ΔΥΠΑ), ηγείται με αποφασιστικότητα σε ένα πεδίο όπου η σύνδεση εκπαίδευσης και αγοράς εργασίας, η προώθηση της ισότητας, και η καταπολέμηση του ψηφιακού χάσματος αποτελούν στρατηγικές προτεραιότητες. Μέσα από ένα σύγχρονο μοντέλο δράσης, που στηρίζεται στη συνεργασία, την καινοτομία και τη στοχευμένη υποστήριξη ευπαθών ομάδων, η ΔΥΠΑ μετασχηματίζεται σε κινητήρια δύναμη κοινωνικής συνοχής και οικονομικής προόδου.

Ποιες μεταρρυθμίσεις θεωρείτε ότι είναι κρίσιμες για τη βελτίωση της επαγγελματικής εκπαίδευσης στην Ελλάδα;

Η βελτίωση της επαγγελματικής εκπαίδευσης στην Ελλάδα απαιτεί ουσιαστικές μεταρρυθμίσεις, οι οποίες θα πρέπει να επικεντρωθούν κυρίως στη διασύνδεση με την αγορά εργασίας, στον εκσυγχρονισμό των ειδικοτήτων, στην ενίσχυση των

“ Η ΔΥΠΑ έχει θέσει ως βασική προτεραιότητα τη στήριξη των γυναικών στην ένταξή τους στην αγορά εργασίας, με ιδιαίτερη έμφαση στην ενδυνάμωση και την επαγγελματική τους αποκατάσταση ”

υποδομών και των προγραμμάτων στήριξης των μαθητών. Είναι σημαντικό να συνεχίσουμε και να επεκτείνουμε το μοντέλο "on the job-training" που εφαρμόζει η ΔΥΠΑ, προσφέροντας στους μαθητές περισσότερες ευκαιρίες να εργαστούν σε πραγματικές συνθήκες εργασίας, σε συνεργασία με εταιρείες που είναι ηγέτες στους τομείς τους. Αυτό θα διευκολύνει τη μετάβαση από την εκπαίδευση στην απασχόληση, καθώς οι απόφοιτοι θα είναι ήδη εξοικειωμένοι με τις απαιτήσεις της αγοράς.

Ο συνεχής εκσυγχρονισμός των ειδικοτήτων, με έμφαση στις τεχνολογικές και ψηφιακές δεξιότητες, θα διασφαλίσει ότι οι μαθητές μας εκπαιδεύονται σε τομείς που παρουσιάζουν μεγάλη ζήτηση. Για παράδειγμα, η εισαγωγή νέων ειδικοτήτων στον τομέα της κυβερνοασφάλειας, της τεχνολογίας ενέργειας, και της ψηφιακής οικονομίας είναι καίριας σημασίας για να ανταποκριθούμε στις ανάγκες της σύγχρονης οικονομίας.

Η αύξηση της προσφοράς επιδομάτων στέγασης και σίτισης, καθώς και η σπουδαστική άδεια, είναι βασικά κίνητρα για να προσελκύσουμε περισσότερους νέους στην επαγγελματική εκπαίδευση. Παράλληλα, θα πρέπει να επενδύσουμε σε σύγχρονες υποδομές και εξοπλισμό, ώστε οι μαθητές να έχουν πρόσβαση στις καλύτερες δυνατές συνθήκες εκπαίδευσης.

Πώς βλέπετε τη σημασία της μαθητείας στην εξειδικευμένη επαγγελματική κατάρτιση, ιδιαίτερα για τους νέους;

Η μαθητεία, ιδιαίτερα στην εξειδικευμένη επαγγελματική κατάρτιση, αποτελεί έναν κρίσιμο θεσμό με πολλαπλά οφέλη για τους νέους, την οικονομία και την αγορά εργασίας. Στο πλαίσιο των Επαγγελματικών Σχολών (ΕΠΑΣ) και των Σχολών Ανώτερης Επαγγελματικής Κατάρτισης (ΣΑΕΚ) της Δημόσιας Υπηρεσίας Απασχόλησης (ΔΥΠΑ), η μαθητεία προσφέρει στους νέους μια μοναδική ευκαιρία να συνδυάσουν τη θεωρητική εκπαίδευση με την πρακτική εμπειρία σε πραγματικές συνθήκες εργασίας, παρέχοντάς τους όχι μόνο τα αναγκαία επαγγελματικά εφόδια αλλά και μια σταθερή είσοδο στην αγορά εργασίας.

Η σημασία της μαθητείας έγκειται στο ότι οι νέοι δεν περιορίζονται στην παραδοσιακή εκπαίδευση εντός της σχολικής τάξης, αλλά εμπλουτίζουν τις γνώσεις τους μέσω της απευθείας επαφής με το εργασιακό περιβάλλον. Οι μαθητές των ΕΠΑΣ εργάζονται το πρωί σε επιχειρήσεις, όπου εκπαιδεύονται «στο πεδίο», ενώ τα απογεύματα παρακολουθούν θεωρητικά μαθήματα. Αυτή η δυναμική ισορροπία μεταξύ θεωρίας και πρακτικής αποτελεί τη βάση για την ανάπτυξη δεξιοτήτων που δεν μπορούν να αποκτηθούν μόνο μέσω βιβλίων ή τάξεων.

Οι μαθητές εργάζονται με πλήρη ασφάλιση και αμοιβή, η οποία φτάνει το 80% του κατώτατου ημερομισθίου, προσφέροντας μια σημαντική οικονομική ενίσχυση κατά τη διάρκεια της εκπαίδευσής τους. Παράλληλα, τους δίνονται παροχές όπως επιδόματα σίτισης και στέγασης, καθώς και σπουδαστικές άδειες, ενώ οι μαθητές δικαιούνται αναβολή στράτευσης. Το σύστημα αυτό όχι μόνο διασφαλίζει την απόκτηση επαγγελματικής εμπειρίας σε πραγματικές συνθήκες, αλλά και προσφέρει στους νέους μια πρώτη γεύση της οικονομικής αυτονομίας και υπευθυνότητας. Αξιοσημείωτο είναι επίσης το γεγονός ότι οι απόφοιτοι των ΕΠΑΣ και ΣΑΕΚ της ΔΥΠΑ έχουν εξαιρετικά υψηλά



ποσοστά απορρόφησης στην αγορά εργασίας. Το 77% των αποφοίτων των ΕΠΑΣ απορροφώνται σε θέσεις εργασίας σχετικές με το αντικείμενο των σπουδών τους, ενώ ένα σημαντικό ποσοστό των μαθητών συνεχίζει να εργάζεται στις επιχειρήσεις όπου πραγματοποίησε την πρακτική του άσκηση.

Το υψηλό ποσοστό απορρόφησης καταδεικνύει τη σύνδεση των σχολών μας με επαγγέλματα που έχουν μεγάλη ζήτηση και προοπτικές, όπως αυτά που προσφέρει η «γαλάζια οικονομία» μέσω της ναυπηγικής βιομηχανίας, ο κλάδος της αεροπορίας και άλλοι στρατηγικοί τομείς.

Η ΔΥΠΑ στοχεύει στη διασύνδεση της επαγγελματικής εκπαίδευσης με την αγορά εργασίας. Ποιες δράσεις έχουν φέρει τα καλύτερα αποτελέσματα έως τώρα; Τι σημαίνει για εσάς η διαδρομή, το άλμα, η αλλαγή που επειτεύθη από τον ΟΑΕΔ στη ΔΥΠΑ;

Οι Σχολές Μαθητείας της ΔΥΠΑ προσφέρουν πάνω από 35 ειδιότητες σε όλη την Ελλάδα, καλύπτοντας επαγγέλματα που απαιτούνται σε κλάδους αιχμής. Μέσω των συνεργασιών μας με μεγάλες εταιρείες και βιομηχανικούς κολοσσούς, όπως η Ελληνική Αεροπορική Βιομηχανία (ΕΑΒ) και ο Όμιλος ONEX Shipyards & Technologies, εξασφαλίζουμε στους μαθητές μας εξειδικευμένες δεξιότητες και πρακτική άσκηση σε τομείς αιχμής. Παράλληλα, τα Γραφεία Επαγγελματικής Ανάπτυξης και Σταδιοδρομίας (Γ.Ε.Α.Σ.), που λειτουργούν σε όλες τις σχολές μας πληροφορούν τους μαθητές για τις ευκαιρίες μαθητείας, ενώ παρέχουν συμβουλές και καθοδήγηση για την επαγγελματική τους πορεία. Η Μονάδα Εξυπηρέτησης Μεσαίων και Μεγάλων Επιχειρήσεων (ΜΕΜΜΕ) προσφέρει στοχευμένες υπηρεσίες ανεύρεσης προσωπικού για τις



εταιρείες, βοηθώντας στην κάλυψη θέσεων σε κρίσιμες ειδικότητες.

Η μετάβαση από τον ΟΑΕΔ στη ΔΥΠΑ ήταν μια βαθιά στρατηγική μεταρρύθμιση που αντανάκλα την ανάγκη για έναν πιο σύγχρονο, ευέλικτο και αποτελεσματικό οργανισμό, ικανό να ανταποκριθεί στις ταχύτατα μεταβαλλόμενες συνθήκες της οικονομίας και της αγοράς εργασίας. Δεν πρόκειται απλώς για μια αλλαγή ονόματος, αλλά για ένα ουσιαστικό άλμα στη λειτουργία και την προσέγγιση της δημόσιας υπηρεσίας απασχόλησης, με έμφαση στην εκπαίδευση και την κατάρτιση ως βασικά εργαλεία ανάπτυξης του ανθρώπινου δυναμικού.

Αυτό το άλμα περιλαμβάνει τον εκσυγχρονισμό των υποδομών, τη δημιουργία νέων συνεργασιών με τον ιδιωτικό τομέα, καθώς και την ευθυγράμμιση των προγραμμάτων μεταξύ μας με τις απαιτήσεις της πράσινης και ψηφιακής μετάβασης.

Πώς διαχειρίζεστε την ευθύνη για την περιουσία της ΔΥΠΑ και τί προκλήσεις προκύπτουν από αυτή την αρμοδιότητα;

Η διαχείριση της περιουσίας της ΔΥΠΑ είναι μια σημαντική και σύνθετη αρμοδιότητα, καθώς αφορά στη σωστή αξιοποίηση των πόρων που διατίθενται για την ενίσχυση της απασχόλησης και την υποστήριξη των πολιτών. Η ευθύνη αυτή απαιτεί στρατηγική σκέψη, διαφάνεια και ακριβή διαχείριση των οικονομικών και υλικών πόρων του οργανισμού, ώστε να διασφαλίζεται ότι οι επενδύσεις που γίνονται αποδίδουν το μέγιστο όφελος για τους δικαιούχους και το κοινωνικό σύνολο.

Η διαχείριση των ακινήτων και των εγκαταστάσεων της ΔΥΠΑ σε όλη την Ελλάδα απαιτεί συντονισμό, συνεχή συντήρηση και βελτίωση, ώστε να μπορούν να φιλοξενούν προγράμματα και υπηρεσίες που ανταποκρίνονται στις σύγχρονες ανάγκες των πολιτών. Συνεπώς, η ευθύνη αυτή συνοδεύεται από την πρόκληση να αξιοποιήσουμε με τον καλύτερο δυνατό τρόπο την περιουσία της ΔΥΠΑ, ενώ παράλληλα αντιμετωπίζουμε ζητήματα όπως η

γραφειοκρατία, οι περιορισμένοι πόροι και οι έκτακτες κοινωνικές και οικονομικές συνθήκες που επηρεάζουν τη λειτουργία του οργανισμού.

Ποιες πρωτοβουλίες αναπτύσσει η ΔΥΠΑ για να στηρίξει τις ευπαθείς κοινωνικές ομάδες και τις γυναίκες στην ένταξή τους στην αγορά εργασίας;

Η Δημόσια Υπηρεσία Απασχόλησης (ΔΥΠΑ) έχει θέσει ως βασική προτεραιότητα τη στήριξη των γυναικών στην ένταξή τους στην αγορά εργασίας, με ιδιαίτερη έμφαση στην ενδυνάμωση και την επαγγελματική τους αποκατάσταση. Ειδικά προγράμματα επιχορήγησης επιχειρήσεων έχουν σχεδιαστεί ώστε να διευκολύνουν τις γυναίκες να βρουν θέσεις εργασίας ή να αναπτύξουν δικές τους επιχειρηματικές πρωτοβουλίες.

Σημαντική παράμετρος της στρατηγικής της ΔΥΠΑ είναι η υποστήριξη των γυναικών που αντιμετωπίζουν εμπόδια λόγω έμφυλης ή ενδοοικογενειακής βίας. Οι γυναίκες αυτές έχουν τη δυνατότητα να εγγραφούν σε ειδικό μητρώο ανέργων, το οποίο τις καθιστά δικαιούχους συγκεκριμένων προγραμμάτων απασχόλησης και στήριξης. Η ΔΥΠΑ έχει δημιουργήσει ένα ολοκληρωμένο σύστημα παροχής εξατομικευμένης υποστήριξης, το οποίο περιλαμβάνει συμβουλευτικές υπηρεσίες που εστιάζουν στην επαγγελματική επανένταξη και στην ψυχολογική ενδυνάμωση των γυναικών αυτών, προκειμένου να κατακτήσουν οικονομική ανεξαρτησία και να απομακρυνθούν από κακοποιητικά περιβάλλοντα.

Ένας ακόμη σημαντικός πυλώνας της δράσης της ΔΥΠΑ είναι η καταπολέμηση του ψηφιακού χάσματος και η ενίσχυση των γυναικών στον τομέα της τεχνολογίας. Το πρόγραμμα "Women in Tech", που υλοποιείται σε συνεργασία με μεγάλες εταιρείες τεχνολογίας όπως η Huawei, απευθύνεται σε άνεργες γυναίκες και προσφέρει εκπαίδευση στις νέες τεχνολογίες, προετοιμάζοντάς τις για την ένταξή τους σε ειδικότητες που έχουν αυξημένη ζήτηση στην αγορά εργασίας. Η ΔΥΠΑ δεν περιορίζεται

μόνο στην παροχή προγραμμάτων απασχόλησης, αλλά συνεργάζεται στενά με άλλους φορείς, όπως το Κέντρο Ερευνών για Θέματα Ισότητας (ΚΕΘΙ), για να σχεδιάσει και να υλοποιήσει δράσεις που προωθούν την ισότητα των φύλων και την εξάλειψη των έμφυλων στερεοτύπων. Το Μνημόνιο Συνεργασίας που έχει υπογραφεί μεταξύ ΔΥΠΑ και ΚΕΘΙ αποτελεί ένα σημαντικό βήμα για την προώθηση της ισότητας στην αγορά εργασίας, μέσω της από κοινού υλοποίησης δράσεων που περιλαμβάνουν την ευαισθητοποίηση των επιχειρήσεων και της κοινωνίας για την άρση των διακρίσεων εις βάρος των γυναικών. Επίσης, σε επίπεδο επιμόρφωσης, η ΔΥΠΑ υλοποιεί το μεγαλύτερο πρόγραμμα αναβάθμισης δεξιοτήτων που έχει πραγματοποιηθεί ποτέ στην Ελλάδα, με την πλειονότητα των συμμετεχόντων να είναι γυναίκες. Ταυτόχρονα, στις ΕΠΑΣ και τα ΣΑΕΚ παρέχονται εκπαιδευτικά προγράμματα που προσελκύουν μεγάλο αριθμό γυναικών, προσφέροντάς τους τις γνώσεις και την εμπειρία που χρειάζονται για να ανταποκριθούν στις σύγχρονες επαγγελματικές απαιτήσεις.

Τί σημαίνει για εσάς το να είστε υποδιοικήτρια σε έναν τόσο σημαντικό οργανισμό όπως η ΔΥΠΑ;

Είναι μεγάλη ευθύνη, αλλά και μια μοναδική ευκαιρία να συνεισφέρω ουσιαστικά στη βελτίωση της ζωής των πολιτών. Η ΔΥΠΑ δεν είναι απλώς ένας φορέας που διαχειρίζεται ζητήματα απασχόλησης, αλλά παίζει καθοριστικό ρόλο στην κοινωνική συνοχή και την οικονομική ανάπτυξη, προσφέροντας εργαλεία και ευκαιρίες στους ανέργους, στους νέους, στις γυναίκες και σε ευάλωτες κοινωνικές ομάδες.

Έχοντας αυτήν την θέση ευθύνης, νιώθω το χρέος να διασφαλίζω ότι οι πολιτικές που υλοποιούμε προωθούν τη δίκαιη πρόσβαση στην εργασία, στη δια βίου μάθηση και στην ανάπτυξη δεξιοτήτων, πάντα με στόχο τη δημιουργία καλύτερων συνθηκών για όλους.

Η θέση αυτή μου δίνει την ευκαιρία να εργαστώ καθημερινά για να ενισχύσω τη διασύνδεση μεταξύ της εκπαίδευσης και της αγοράς εργασίας, να προωθήσω τις ίσες ευκαιρίες και να ενδυναμώσω όσους αντιμετωπίζουν τις μεγαλύτερες δυσκολίες. Ο στόχος μου είναι να δημιουργήσουμε προοπτικές ανάπτυξης και επαγγελματικής αποκατάστασης για όλους τους πολίτες, προσφέροντάς τους τα εργαλεία που χρειάζονται για να πετύχουν.

Πώς θεωρείτε ότι μπορεί η ΔΥΠΑ να βοηθήσει στην εξάλειψη του ψηφιακού χάσματος που παρατηρείται στις γυναίκες στην Ελλάδα;

Η αντιμετώπιση του ψηφιακού αποκλεισμού στις γυναίκες αποτελεί στρατηγικό μας στόχο, μέσω συγκεκριμένων δράσεων που εστιάζουν στην ενδυνάμωση και την ενίσχυση των ψηφιακών τους δεξιοτήτων. Προωθούμε στοχευμένα προγράμματα κατάρτισης σε συνεργασία με κορυφαίες εταιρείες τεχνολογίας, όπως η Google, η Huawei, η Microsoft, και η Cisco, δίνοντας τη δυνατότητα σε γυναίκες να αποκτήσουν εξειδικευμένες δεξιότητες σε τομείς που παρουσιάζουν υψηλή ζήτηση στην αγορά εργασίας, όπως οι Τεχνολογίες Πληροφορικής και Επικοινωνιών (ΤΠΕ). Επιπλέον, προγράμματα όπως το «Πάω Μηροστά», το μεγαλύτερο πρόγραμμα αναβάθμισης δεξιοτήτων που υλοποιείται στη χώρα μας, περιλαμβάνουν εξειδικευμένα ψηφιακά μαθήματα για γυναίκες, ώστε να μπορούν να ανταποκριθούν στις σύγχρονες απαιτήσεις της αγοράς εργασίας. Τέλος, η συνεργασία μας με πανεπιστήμια και φορείς επιχειρηματικότητας παρέχει ευκαιρίες για την ανάπτυξη βιώσιμων επιχειρηματικών πρωτοβουλιών που βασίζονται στις ψηφιακές δεξιότητες. Μέσα από αυτές τις ενέργειες, η ΔΥΠΑ συμβάλλει ουσιαστικά στην καταπολέμηση των έμφυλων ανισοτήτων και στη δημιουργία ενός πιο συμπεριληπτικού ψηφιακού μέλλοντος για τις γυναίκες.

Ποιες στρατηγικές χρησιμοποιείτε για να προσελκύσει περισσότερες γυναίκες στις ΕΠΑΣ και ΣΑΕΚ της ΔΥΠΑ;

Για να προσελκύσουμε περισσότερες γυναίκες στις ΕΠΑΣ και τα ΣΑΕΚ της ΔΥΠΑ, εφαρμόζουμε μια πολυδιάστατη στρατηγική. Αναπτύσσουμε ειδικές καμπάνιες επικοινωνίας και ενημέρωσης που προβάλλουν το θετικό αντίκτυπο της επαγγελματικής εκπαίδευσης και κατάρτισης για τις γυναίκες. Επιπλέον, τονίζουμε τις ευκαιρίες που προκύπτουν μέσω της πρακτικής άσκησης και της μαθητείας, που προσφέρουν ασφαλισμένη εργασία και προοπτικές απορρόφησης από την αγορά. Προσφέρουμε οικονομικά κίνητρα όπως το επίδομα στέγασης και σίτισης, το οποίο διευκολύνει γυναίκες που μπορεί να έχουν επιπλέον οικογενειακές ή προσωπικές υποχρεώσεις να ακολουθήσουν επαγγελματική κατάρτιση. Τα προγράμματά μας ενθαρρύνουν τη συμμετοχή των γυναικών σε κλάδους που παραδοσιακά δεν θεωρούνταν γυναικείοι, όπως η τεχνολογία και η βιομηχανία, μέσω συνεργασιών με επιχειρήσεις και οργανισμούς που προωθούν τη γυναικεία ενδυνάμωση.

ΒΙΟΓΡΑΦΙΚΟ ΣΗΜΕΙΩΜΑ

ΧΟΡΜΟΒΑ ΓΙΑΝΝΑ, ΥΠΟΔΙΟΙΚΗΤΡΙΑ ΔΥΠΑ

Η Γιάννα Χορμόβα είναι διοικητικός επιστήμονας και εμπειρογνώμων δημόσιων πολιτικών. Διετέλεσε Γενική Γραμματέας Δημογραφικής και Οικογενειακής Πολιτικής και Ισότητας των Φύλων, υπηρέτησε ως διευθύντρια του Υφυπουργού Ψηφιακής Διακυβέρνησης και ως Γενική Γραμματέας στον Δήμο Καρπενησίου. Έχει επίσης εργαστεί ως βοηθός επιμελήτρια στο Ashmolean Museum της Οξφόρδης. Είναι αριστούχος απόφοιτος της Εθνικής Σχολής Δημόσιας Διοίκησης και κάτοχος δύο μεταπτυχιακών τίτλων. Είναι υποψήφια Διδάκτωρ στο Πάντειο Πανεπιστήμιο. Στη Δημόσια Υπηρεσία Απασχόλησης (Δ.ΥΠ.Α.) είναι αρμόδια για θέματα σχετικά με την παρουσία της ΔΥΠΑ, κινητή και ακίνητη, με τα προγράμματα και τις παροχές κοινωνικής προστασίας και στεγαστικής συνδρομής, τις τεχνικές υπηρεσίες και τα τεχνικά έργα της Δ.ΥΠ.Α. για θέματα σχετικά με τις ειδικές και ευπαθείς κοινωνικές ομάδες, την ένταξη και επανένταξη των γυναικών στην αγορά εργασίας, την εξισορρόπηση της επαγγελματικής και οικογενειακής ζωής, την καταπολέμηση των ανισοτήτων και τη συμπερίληψη των ως άνω ομάδων στην αγορά εργασίας, καθώς επίσης και για θέματα σχετικά με την επαγγελματική εκπαίδευση και μαθητεία, την αρχική και συνεχιζόμενη επαγγελματική κατάρτιση και τη λειτουργία των Μονάδων Επαγγελματικής Εκπαίδευσης και Κατάρτισης της ΔΥΠΑ, την εύρυθμη και αποτελεσματική λειτουργία της Σχολής Επαγγελματικής Κατάρτισης ΑμεΑ στην Αθήνα, του Εκπαιδευτικού Κέντρου Επαγγελματικής Κατάρτισης Εφήβων και Νέων με Ειδικές Ανάγκες Θεσσαλονίκης (Ε.Κ.Ε.Κ. ΑμεΑ Θεσσαλονίκης) και των Βρεφονηπιακών Σταθμών της Δ.ΥΠ.Α.

FALCONERI

PURE CASHMERE



The Cottage

Η αυθεντική ομορφιά της απλότητας αποτυπώνεται στη διαχρονική γοητεία της αγγλικής υπαίθρου.

FALCONERI.COM

Ελπίδα Βαμβακά

ΠΡΟΕΔΡΟΣ HOMO DIGITALIS & GENERAL LEGAL COUNSEL, PAPAΚI

ΣΥΝΕΝΤΕΥΞΗ ΣΤΟΝ ΧΡΗΣΤΟ ΚΟΤΣΑΚΑ

Η Ελπίδα Βαμβακά, Πρόεδρος της Homo Digitalis και General Legal Counsel στο Papaκi, μιλάει στο Women in Digital για την ανάγκη προστασίας των ψηφιακών δικαιωμάτων στην Ελλάδα, τη σημασία της τεχνολογίας που θέτει τον άνθρωπο στο επίκεντρο και τους τρόπους με τους οποίους η τεχνητή νοημοσύνη μπορεί να λειτουργήσει υπεύθυνα και ηθικά. Με έμφαση στις προκλήσεις της κυβερνοασφάλειας, τη σημασία της εκπαίδευσης και την προώθηση της ισότητας των φύλων στον χώρο της τεχνολογίας, αναδεικνύει το όραμά της για μια δίκαιη, βιώσιμη και χωρίς αποκλεισμούς ψηφιακή κοινωνία.

“ Η συμμετοχή των γυναικών στον χώρο της τεχνολογίας δεν αποτελεί απλώς ζήτημα της αυτονόητης κοινωνικής δικαιοσύνης και ισότητας αλλά και καθοριστικό παράγοντα για την καινοτομία και την ανάπτυξη ”

Ποια είναι η ιστορία πίσω από τη δημιουργία της Homo Digitalis, ποιες ανάγκες ή στόχους επιδιώκει να καλύψει;

Η Homo Digitalis ξεκίνησε το 2018 από έξι νέους νομικούς και φίλους. Τα σχετικά επαγγελματικά και ακαδημαϊκά ερεθίσματα του καθενός, μας έκαναν να αντιληφθούμε το κενό στην προστασία των ψηφιακών δικαιωμάτων στην Ελλάδα και την αξία του να αγωνιστούμε για αυτά. Κυρίως, βλέποντας τη διείσδυση της τεχνολογίας σε κάθε τομέα της καθημερινότητάς μας, το χαμηλό επίπεδο ευαισθητοποίησης στην Ελλάδα και μια νομοθεσία που τρέχει να προλάβει τις τεχνολογικές εξελίξεις, που είναι τις περισσότερες φορές ανεπίκαιρη και ελλιπής.

Όνειρό μας ήταν η αξιοποίηση της τεχνολογίας που θέτει τον άνθρωπο στο επίκεντρο και διασφαλίζει ότι ο σχεδιασμός, ανάπτυξη και χρήση τεχνολογικών λύσεων θα σέβεται τα θεμελιώδη ανθρώπινα δικαιώματα και θα προωθεί την ισότητα, τη διαφάνεια, την αμεροληψία και την ένταξη.

Ένα ψηφιακό περιβάλλον ελεύθερων επιλογών που δεν αφήνει κανένα και καμία πίσω, ανεξαρτήτως φύλου, καταγωγής, πολιτικών πεποιθήσεων, ηλικίας, ατόμων που ζουν σε αγροτικές περιοχές, ατόμων με αναπηρία ή περιθωριοποιημένων ομάδων της κοινωνίας μας. Να μην ακούμε «αυτό είναι ένα ζήτημα που δεν με αφορά» ή «δεν έχω κάτι να κρίνω», αλλά οι πολίτες να γνωρίζουν και να κατανοούν τα δικαιώματά τους.

Για το λόγο αυτό, στηρίζουμε τις δράσεις μας σε τρεις πυλώνες: την ευαισθητοποίηση, την πολιτική συνδιαμόρφωση και τις νομικές δράσεις, υιοθετώντας έναν ολιστικό τρόπο προστασίας και εκπαίδευσης των πολιτών σε θέματα που άπτονται του ψηφιακού τους εαυτού. Η μορφή που ταίριαζε στο όραμά μας ήταν αυτή μιας ανεξάρτητης οργάνωσης της κοινωνίας των πολιτών.

Μια ανεξάρτητη οργάνωση από το κράτος δεν σημαίνει ότι αντιτίθεται στο κράτος, αλλά αντίθετα λειτουργεί σαν το ανοσοποιητικό σύστημα της δημοκρατίας. Σαν άμυνα, απέναντι σε οποιαδήποτε απόφαση που παραβιάζει το βασικό πυρήνα του κράτους δικαίου, που δεν είναι άλλος από την προστασία των θεμελιωδών δικαιωμάτων. Γιατί, στην πραγματικότητα, καθιστώντας το κράτος σε όλα τα επίπεδα πιο νόμιμο και υπεύθυνο, ανταποκρινόμενο χωρίς διακρίσεις και θέτοντας εγγυήσεις για τα θεμελιώδη δικαιώματα, το καθιστά πιο αποτελεσματικό.

Και τελικά, μια δυναμική κοινωνία των πολιτών ενισχύει τον σεβασμό και την εμπιστοσύνη των πολιτών για το κράτος.

Ποια είναι τα κύρια έργα και επιτυχίες που έχει υλοποιήσει με τη Homo Digitalis;

Το μείζον είναι ότι όλες οι δράσεις μας μέχρι το 2023 -όπου είχαμε τη δυνατότητα πρόσληψης της πρώτης εργαζομένης μας- προέρχονται αποκλειστικά από την εθελοντική δράση των μελών μας. Αν πρέπει να ξεχωρίσω κάποιες από τις βασικές επιτυχίες και έργα της οργάνωσης είναι ότι αποκτήσαμε πάνω από 130 εθελοντές, καταθέσαμε πάνω από 20 καταγγελίες σε ελληνικές και ευρωπαϊκές αρχές, καταφέραμε να επιβληθεί πρόστιμο 20 εκατομμυρίων ευρώ στην Clearview AI (το μεγαλύτερο στην Ελλάδα) και στο Υπουργείο Μετανάστευσης και Ασύλου πρόστιμο 175.000 ευρώ για τα συστήματα Κένταυρος και Υπερίων - το μεγαλύτερο πρόστιμο που έχει δεχθεί ποτέ δημόσιος οργανισμός για τις διατάξεις του GDPR.





Συμμετέχουμε ενεργά στη μεταφορά του AI Act στην Ελλάδα ενώ, την περίοδο 2019-2021, λάβαμε ενεργό μέρος στην Ad-Hoc Επιτροπή του Συμβουλίου της Ευρώπης για τη Τεχνητή Νομοσύνη (CAHAI), συμμετέχοντας ενεργά στα Policy Development & Legal Frameworks Working Groups. Από το 2022, συμμετέχουμε στην Επιτροπή Τεχνητής Νομοσύνης (CAI) του Συμβουλίου της Ευρώπης, η οποία αποτελεί τη συνέχεια της CAHAI. Εντός του 2024 δημοσιεύσαμε τρεις αναλυτικές μελέτες για το AI ACT, συμβάλλοντας στην καλλιέργεια ενός τεκμηριωμένου διαλόγου στην Ελλάδα.

Παράλληλα, επισκεφθήκαμε πάνω από 50 σχολεία σε όλη την Ελλάδα και έχουμε ευαισθητοποιήσει με τις δράσεις μας πάνω από 6.500 μαθητές και πολίτες εντελώς εθελοντικά. Υποστηρίξαμε πάνω από 50 κοινές δράσεις με άλλες ελληνικές και ευρωπαϊκές οργανώσεις στο πλαίσιο της προώθησης των ψηφιακών δικαιωμάτων των πολιτών. Γίναμε η πρώτη και μόνη οργάνωση από την Ελλάδα που είναι μέλος της EDRi, του πανευρωπαϊκού δικτύου οργανώσεων για τα ψηφιακά δικαιώματα, και μάλιστα το 2024 φιλοξενήσαμε την Γενική Συνέλευση της EDRi στην Ελλάδα. Αν και ξεκινήσαμε ως αμιγώς εθελοντική οργάνωση, καταφέραμε να ενισχύσουμε την ομάδα μας με την πρόσληψη, το 2023, της πρώτης μας εργαζόμενης και, το 2024, του δεύτερου εργαζομένου μας. Στο ταξίδι που ξεκινήσαμε δεν είμαστε μόνοι. Από τις μεγαλύτερες επιτυχίες μας είναι η συνεργασία μας με ένα μεγάλο δίκτυο πανεπιστημίων, οργανώσεων, φορέων, ερευνητικών κέντρων και όλων των εθελοντών-μελών μας,

που βοήθησαν να πάμε τις δράσεις μας ένα βήμα πιο πέρα! Μπορείτε να διαβάσετε την Έκθεσή μας «Απολογισμός πενταετίας 2018-2023» στα ελληνικά [εδώ](#) ή στα αγγλικά [εδώ](#). Την Επιμέλεια της έκθεσης είχε η Διευθύντρια Δικαιωμάτων του Ανθρώπου και Τεχνητής Νομοσύνης, Λαμπρινή Γυφτοκώστα. Σύντομα θα δημοσιεύσουμε και τον Απολογισμό για το έτος 2024.

Ποιες θεωρείτε ότι είναι οι μεγαλύτερες προκλήσεις στον τομέα της κυβερνοασφάλειας σήμερα, τόσο σε επίπεδο προσαρμογής προσωπικών δεδομένων όσο και ευρύτερα;

Ο τομέας της κυβερνοασφάλειας βρίσκεται σταθερά τα τελευταία χρόνια στο επίκεντρο της συζήτησης. Ο ταχύς ρυθμός υιοθέτησης νέων τεχνολογιών, όπως η τεχνητή νομοσύνη (AI) και η Παραγωγική τεχνητή νομοσύνη (GenAI), έχει διπλή διάσταση, καθώς παρέχει ισχυρές αμυντικές δυνατότητες, αλλά ταυτόχρονα προσφέρει νέες ευκαιρίες για επιθέσεις, αφού μπορούν να υπάρξουν πιο πειστικές απόπειρες phishing, που δημιουργούν αυτόνομο κακόβουλο λογισμικό το οποίο προσαρμόζεται και εξελίσσεται χωρίς ανθρώπινη παρέμβαση. Ένα ακόμη ζήτημα αφορά την ασφάλεια της αλυσίδας εφοδιασμού. Οι επιθέσεις ransomware είναι μια άλλη συνεχώς αυξανόμενη απειλή στον κυβερνοχώρο, οι οποίες θέτουν σε κίνδυνο κρίσιμα δεδομένα και συστήματα, προκαλώντας σοβαρές οικονομικές και λειτουργικές ζημιές. Η έλλειψη εξειδικευμένου προσωπικού στον τομέα της κυβερνοασφάλειας αποτελεί ένα ακόμη σημαντικό πρόβλημα. Καθώς οι απειλές εξελίσσονται και γίνονται πιο



πολύπλοκες, απαιτείται εξειδικευμένη γνώση και εκπαίδευση για την αντιμετώπισή τους. Τέλος, οι οργανισμοί πρέπει να επενδύσουν στην εκπαίδευση του προσωπικού τους σχετικά με τις νέες τεχνολογίες, ώστε να είναι έτοιμοι να ανταποκριθούν στις νέες προκλήσεις και να διατηρήσουν ασφαλή τα συστήματά τους.

Μια ωραία πρακτική για παράδειγμα που έχει εφαρμοστεί το Paraki, είναι η πραγματοποίηση τακτικών σύντομων εκπαιδύσεων κάθε μήνα μέσω βίντεο και quiz.

Το προσωπικό ενημερώνεται μέσα από σύγχρονα παραδείγματα κυβερνοεπιθέσεων - απειλών για τις καλύτερες πρακτικές ως προς την ασφάλεια των δεδομένων και την προστασία από κυβερνοεπιθέσεις. Αυτό βοηθά τους εργαζομένους να παραμείνουν πραγματικά ενημερωμένοι με τις τεχνολογικές εξελίξεις και προετοιμασμένοι για ενδεχόμενες απειλές.

Την κρισιμότητα γύρω από το ζήτημα της κυβερνοασφάλειας τα έχει ήδη εντοπίσει και η Ευρωπαϊκή Ένωση, καθώς μόνο τους τελευταίους μήνες έχουν έρθει μία σειρά από ευρωπαϊκές ψηφιακές νομοθεσίες που αφορούν την κυβερνοασφάλεια, όπως η DORA, η Cyber Resilience Act και η NIS 2, Αλλά και η AI act υπογραμμίζει ότι τα συστήματα ΤΝ υψηλού κινδύνου πρέπει να σχεδιάζονται και αναπτύσσονται με τρόπο ώστε να επιτυγχάνουν κατάλληλο επίπεδο ακρίβειας και κυβερνοασφάλειας και να λειτουργούν με συνέπεια ως προς αυτές τις πτυχές καθ' όλη τη διάρκεια του κύκλου ζωής τους.



Είναι επίσης γεγονός ότι οι περισσότεροι από εμάς έχουμε στο περιβάλλον μας ένα θύμα κυβερνοασφάλειας, καθιστώντας το πλέον ένα ευρύτερο κοινωνικό ζήτημα που απαιτεί εκπαίδευση σε όλα τα ηλικιακά επίπεδα, από τα παιδιά έως και τους μεγαλύτερους σε ηλικία. Ως Homo Digitalis, εστιάζουμε ιδιαίτερα στην εκπαίδευση των παιδιών, όπου παρατηρούμε πόσο εύκολα μπορεί να χρησιμοποιηθεί η τεχνολογία deepfake ακόμα και μέσα από το gaming, εκθέτοντάς σε κινδύνους εξαπάτησης. Παράλληλα, στις μεγαλύτερες ηλικίες, ο ψηφιακός αναλφαβητισμός παραμένει έντονος, καθιστώντας κρίσιμη την ανάγκη για συνεχή ενημέρωση και κατάρτιση.

Ποια είναι η άποψή σας για τις προκλήσεις και τις ευκαιρίες που φέρνει η τεχνητή νοημοσύνη, ιδιαίτερα όσον αφορά ζητήματα ηθικής και ρύθμισης της τεχνολογίας;

Η τεχνητή νοημοσύνη δεν είναι κάτι μαγικό ή καινούριο. Πρόκειται για αλγορίθμους που βασίζονται σε τεράστιους όγκους δεδομένων, τα οποία εμείς οι ίδιοι παράγουμε καθημερινά. Η διαφορά σήμερα είναι ότι διαθέτουμε εξαιρετικά ισχυρούς υπολογιστές, ικανούς να επεξεργαστούν αυτά τα δεδομένα σε πολύ σύντομο χρονικό διάστημα. Μπορεί, όμως, ο νόμος να ρυθμίσει την ταχύτητα εξελισσόμενη τεχνολογία; Η τεχνητή νοημοσύνη είναι πολύ σημαντική για να μη ρυθμιστεί αλλά και πολύ σημαντική για να ρυθμιστεί με κακό τρόπο. Το AI Act, που ξεκίνησε να συζητείται ήδη από το 2021, επιχειρεί να ορίσει ένα πλαίσιο λειτουργίας για τεχνολογίες τεχνητής νοημοσύνης, αλλά η πρόκληση είναι μεγάλη. Η τεχνολογία, λοιπόν, καταλήγουμε ότι πρέπει να ρυθμίζεται. Ναι, αλλά πώς; Το δίκαιο, ως ρυθμιστικός μηχανισμός, καλύπτει όλους τους τομείς της ζωής, αλλά σε ποιο βαθμό μπορεί να παρέμβει σε έναν τόσο ραγδαία εξελισσόμενο κλάδο; Αν και η ηθική μπορεί να λειτουργήσει ως ένα απαραίτητο προστατευτικό προστάδιο που καθοδηγεί τις διαδικασίες και εντοπίζει πιθανούς κινδύνους, κατά τη γνώμη μου, από μόνη της δεν επαρκεί για να ρυθμίσει την ΤΝ αλλά και οποιαδήποτε άλλη ολιστική τεχνολογία. Η νομοθεσία είναι αυτή που τελικά μπορεί να βάλει τις κόκκινες γραμμές και τις απαγορεύσεις. Από την άλλη, η ταχύτητα των τεχνολογικών εξελίξεων καθιστά πολλές φορές τη νομοθετική παρέμβαση ανεπαρκή ή ακόμη και ξεπερασμένη τη στιγμή που τίθεται σε εφαρμογή.

Επομένως, μόνο σε ένα γενικό βαθμό η ρύθμιση απέναντι σε μία τόσο γρήγορη τεχνολογική ρύθμιση μπορεί να έχει νόημα αύριο.

Ένα από τα βασικά διλήμματα που τίθεται στην ρύθμιση κάθε ανατρεπτικής τεχνολογίας όπως είναι η ΤΝ είναι το εξής: πρέπει να ρυθμίσω την ΤΝ νωρίς, με αποτέλεσμα ενδεχομένως να περιορίσω την τεχνολογική πρόοδο ή να περιμένω και να ρυθμίσω αργά μια τεχνολογική εξέλιξη, η οποία έχει ήδη εισχωρήσει στην κοινωνία, με τους πολίτες να τη χρησιμοποιούν χωρίς όριο; (The Collingridge Dilemma) Η μεγαλύτερη πρόκληση που βλέπω όσον αφορά την ΤΝ δεν είναι η ρύθμισή της -καθώς αυτή έχει προχωρήσει σχετικά γρήγορα σε επίπεδο ΕΕ, και το νομικό μας πλαίσιο έχει τα εργαλεία ερμηνείας για να μπορέσει σε μεγάλο βαθμό να προσαρμόζεται- αλλά αν έχουμε την δυνατότητα, με την τόσο γρήγορη εξέλιξη της ΤΝ, να εντοπίσουμε, να καταγράψουμε και να κατανοήσουμε τις κοινωνικές, οικονομικές, δικαιιοπολιτικές και πολιτικές επιπτώσεις της τεχνολογίας αυτής;

Ένα ακόμη σημαντικό ζήτημα είναι η αυτονομία των συστημάτων τεχνητής νοημοσύνης. Στους κλασικούς αλγόριθμους, οι προγραμματιστές όριζαν ρητά μια σειρά εντολών που εκτελούσε ο υπολογιστής, καθορίζοντας με σαφήνεια πώς θα λειτουργούσε το τελικό αποτέλεσμα. Αντίθετα, στη μηχανική μάθηση, δεν ορίζουμε ακριβώς τον τρόπο με τον οποίο θα λειτουργεί ο τελικός αλγόριθμος. Αυτός είναι και ο λόγος που οι ερευνητές επισημαίνουν πως δεν μπορούν να προβλέψουν με ακρίβεια το αποτέλεσμα που θα παράγει ένα τέτοιο μοντέλο σε κάθε ερώτηση, καθώς η κατανόηση του τρόπου λειτουργίας του γίνεται όλο και πιο περιορισμένη. Τα συστήματα αυτά συχνά περιγράφονται ως «μαύρα κουτιά» (black boxes), όπου δεν υπάρχει διαφάνεια για τη διαδικασία λήψης αποφάσεων.

Ιδιαίτερα όταν γίνεται χρήση αυτών των συστημάτων από δημόσιες αρχές, προκύπτει ένα επιπλέον πρόβλημα διαφάνειας, καθώς υφίσταται η υποχρέωση αιτιολογίας των διοικητικών πράξεων. Για να μπορεί κάποιος πολίτης να ασκήσει ένσταση ή να αμφισβητήσει μια πράξη, πρέπει να έχει πρόσβαση στο σκεπτικό και την αιτιολογία της. Ωστόσο, σε συστήματα μηχανικής μάθησης, η γνωστική ασυμμετρία είναι τόσο μεγάλη, όπου τελικά ο πολίτης θα αδυνατεί να την κατανοήσει πλήρως. Γι' αυτό, η επεξηγησιμότητα θα πρέπει να είναι επαρκής, ώστε να είναι κατανοητή από τον πολίτη και όχι μόνο από ειδικούς. Το κρίσιμο ερώτημα δεν είναι μόνο αν χρησιμοποιήθηκε ένα σύστημα τεχνητής νοημοσύνης, αλλά και ποια δεδομένα αξιοποιήθηκαν, αν ήταν αντιπροσωπευτικά και όχι προκατειλημμένα, και αν η διαδικασία διασφαλίζει τη δίκαιη λήψη αποφάσεων. Και φυσικά, μετά έρχεται και το θέμα της ευθύνης, ποιος τελικά ευθύνεται για το παραγόμενο αποτέλεσμα.

Αυτά τώρα συζητούνται σε παγκόσμιο επίπεδο. Κλείνοντας, πρέπει να θυμόμαστε ότι, στο τέλος της ημέρας, η τεχνητή νοημοσύνη είναι ένα εργαλείο που δημιουργήθηκε από τον άνθρωπο και η ηθική της χρήση εξαρτάται από τις επιλογές που κάνουμε συλλογικά ως κοινωνία αλλά και ατομικά. Δεν πρέπει να την αντιμετωπίζουμε με φόβο, αλλά με υπευθυνότητα, διασφαλίζοντας ότι οι επιπτώσεις της δεν θα υπονομεύσουν τις ανθρωπιστικές αξίες, τα θεμελιώδη δικαιώματα και τις ελευθερίες μας.

Μια κοινωνία που παρασύρεται από τον φόβο γίνεται αναπόφευκτα αυτοκαταστροφική. Το έχουμε δει και πρόσφατα, κατά την πανδημία του κορονοϊού. Ευτυχώς, η επιστημονική πρόοδος δεν μπορεί να ανακοπεί. Οι προσπάθειες όσων επιχείρησαν να τη σταματήσουν, όπως οι Λουδίτες, απέτυχαν. Τι μπορούμε λοιπόν να κάνουμε; Το κλειδί είναι η εκπαίδευση. Πρέπει να διαμορφώσουμε πολίτες και επιστήμονες με κριτική σκέψη, ικανότητα γενίκευσης, δημιουργικότητα, ενσυναίσθηση και στέρεες γνώσεις.

Ποια είναι η γνώμη σας για τη συμμετοχή των γυναικών στον χώρο της τεχνολογίας; Υπάρχει κάτι που χρειάζεται να αλλάξει ώστε περισσότερες γυναίκες να ενταχθούν στον κλάδο και να διεκδικήσουν ηγετικούς ρόλους; Έχοντας εργαστεί τόσο σε εταιρικά περιβάλλοντα όσο και σε μη κερδοσκοπικούς οργανισμούς, ποιες είναι οι μεγαλύτερες προκλήσεις που αντιμετωπίζουν οι γυναίκες σε αυτούς τους χώρους;

Ο τομέας της τεχνολογίας εξελίσσεται ραγδαία, ωστόσο το χάσμα μεταξύ των φύλων παραμένει σημαντικό εμπόδιο για τις γυναίκες που επιθυμούν να εισέλθουν, να παραμείνουν και να εξελιχθούν. Ενώ έχει σημειωθεί πρόοδος, ο δρόμος για την επίτευξη πραγματικής ισότητας των φύλων στην τεχνολογία εξακολουθεί να είναι πολύπλοκος. Το χάσμα των φύλων, οι προκαταλήψεις και τα στερεότυπα φύλου, η υποεκπροσώπηση σε ηγετικές θέσεις και η άνιση αμοιβή παραμένουν εμπόδια για την ισότιμη συμμετοχή τους. Συχνά, οι γυναίκες καλούνται να αποδείξουν την αξία τους περισσότερο από τους άνδρες συναδέλφους τους, γεγονός που δημιουργεί ένα περιβάλλον αμφισβήτησης των ικανοτήτων τους, ακόμα και όταν διαθέτουν υψηλή τεχνολογική γνώση.

Η συμμετοχή των γυναικών στον χώρο της τεχνολογίας δεν αποτελεί απλώς ζήτημα της αυτονομίας κοινωνικής δικαιοσύνης, ισότητας αλλά και καθοριστικό παράγοντα για την καινοτομία και την ανάπτυξη. Έρευνες δείχνουν πως οι ποικιλόμορφες ομάδες αποδίδουν καλύτερα, ενώ οι νεοσύστατες επιχειρήσεις υπό τη διοίκηση γυναικών συχνά σημειώνουν υψηλότερα ποσοστά επιτυχίας. Παρά τα στοιχεία αυτά, το ποσοστό των γυναικών σε τεχνολογικές ηγετικές θέσεις και επιχειρηματικές πρωτοβουλίες παραμένει απογοητευτικά χαμηλό. Οι νέες τεχνολογίες, όπως τα αυτοματοποιημένα συστήματα πρόσληψης, μπορούν επίσης να διαιωνίσουν τις προκαταλήψεις όταν οι αλγόριθμοι τροφοδοτούνται με μη ποιοτικά ή μεροληπτικά δεδομένα. Χαρακτηριστικό το γνωστό το παράδειγμα της Amazon που χρησιμοποίησε λογισμικό ΤΝ για την πρόσληψη διευθυντικών στελεχών, ο οποίος είχε εκπαιδευτεί με δεδομένα που προέρχονταν κυρίως από βιογραφικά ανδρών. Οπότε, τελικά, ο αλγόριθμος άρchiσε να αποκλείει τα βιογραφικά που περιλάμβαναν τη λέξη «γυναίκες».

Η δική μου εμπειρία σε περιβάλλον εργασίας, τόσο σε μη κυβερνητικό οργα-νισμό όσο και σε εταιρεία τεχνολογίας, είχε εξαρχής προσανατολισμό στη διαφορετικότητα και τη διεπιστημονικότητα. Για την HD, τόσο εγώ ως Πρόεδρος, όσο και η πρώτη μας εργαζόμενη και Διευθύντρια Τεχνητής Νοημοσύνης, είμαστε γυναίκες, με την πλήρη στήριξη όλων των ανδρών της ομάδας μας σε κάθε βήμα μας και πρωτοβουλία. Αντίστοιχα, στο Paraki, από την αρχή της

επαγγελματικής μου πορείας, η ισότητα των φύλων και η προσπάθεια για μια κουλτούρα συμπερίληψης υπήρξε σταθερή προτεραιότητα. Αυτό αποδεικνύεται από το πλήθος των γυναικών που έχουν αναλάβει ηγετικούς ρόλους στην εταιρεία, καθώς και από τη διαρκή δέσμευση και ενέργειες για ανοικτή επικοινωνία και έμπρακτη υποστήριξη της διαφορετικότητας.

Κλείνοντας, για να αυξηθεί η γυναικεία παρουσία στον κλάδο της τεχνολογίας, απαιτούνται δομικές αλλαγές. Χρειάζεται να εξασφαλιστεί ένα περιβάλλον χωρίς αποκλεισμούς, όπου οι γυναίκες δεν θα έρχονται αντιμέτωπες με έμφυλες προκαταλήψεις στις διαδικασίες προσλήψεων και προαγωγών. Να ενθαρρυνθεί η συμμετοχή των κοριτσιών σε επιστημονικά και τεχνολογικά πεδία (STEM) από μικρή ηλικία, ενώ η παρουσία ισχυρών γυναικείων προτύπων είναι ζωτικής σημασίας για την έμπνευση της επόμενης γενιάς. Τελικά, η προσέλκυση γυναικών σε ψηφιακούς ρόλους, αποτελεί μια κοινή πρόκληση που απαιτεί συντονισμένη και αποφασιστική δράση σε όλα τα επίπεδα. Από τους γονείς και τους εκπαιδευτικούς έως τους πολιτικούς ηγέτες, τους κοινωνικούς εταίρους, τους επιχειρηματίες, τις τοπικές και περιφερειακές αρχές, τα κράτη μέλη και την Ευρωπαϊκή Ένωση, όλοι έχουν ρόλο να διαδραματίσουν στην προώθηση της ισότητας στον ψηφιακό τομέα.

Φυσικά, οι γυναίκες δεν πρέπει απλώς να προωθούνται σε ηγετικές θέσεις επειδή υπάρχουν πολύ λίγες γυναίκες, αλλά ενθαρρύνουμε τη δημιουργία ενός κόσμου όπου οι γυναίκες θα αντιμετωπίζουν λιγότερα ή καθόλου εμπόδια για να φτάσουν σε κορυφαίες θέσεις λόγω του φύλου τους. Έχουμε ευθύνη και γνώση να δημιουργήσουμε ένα περιβάλλον όπου οι γυναίκες θα έχουν ίσες ευκαιρίες απασχόλησης στην τεχνολογία. Γιατί η ουσιαστική συμμετοχή και η ενεργή συμβολή των γυναικών αποτελούν θεμελιώδεις προϋποθέσεις για μια δίκαιη, βιώσιμη και χωρίς αποκλεισμούς ψηφιακή οικονομία και κοινωνία.

Με την τεχνολογία να επηρεάζει όλο και περισσότερο την καθημερινότητά μας, ποια είναι η ευθύνη των εταιρειών και των οργανισμών ως προς την ηθική της χρήσης της και πώς μπορεί να επιτευχθεί μεγαλύτερη διαφάνεια;

Η ευθύνη των εταιρειών και οργανισμών ως προς την ηθική χρήση της τεχνολογίας είναι καθοριστική για την προστασία των χρηστών και την ενίσχυση της εμπιστοσύνης στο ψηφιακό οικοσύστημα. Η λογοδοσία και η διαφάνεια είναι κρίσιμες για να διασφαλιστεί ότι οι χρήστες γνωρίζουν με σαφήνεια πώς συλλέγονται, χρησιμοποιούνται και αποθηκεύονται τα δεδομένα τους. Αυτό μπορεί να επιτευχθεί μέσω κατανοητών πολιτικών και εργαλείων διαχείρισης ιδιωτικότητας που αποφεύγουν τη χρήση πολύπλοκων νομικών ορολογιών. Επιπλέον, ο ηθικός σχεδιασμός των τεχνολογιών πρέπει να ενσωματώνει αξίες όπως η ισότητα, η αμεροληψία και η αναλογικότητα από τα πρώτα στάδια ανάπτυξης κάθε προϊόντος ή υπηρεσίας. Η καταπολέμηση των αλγοριθμικών προκαταλήψεων και η δυνατότητα ανθρώπινης παρέμβασης σε αυτοματοποιημένες αποφάσεις αποτελούν θεμελιώδη στοιχεία για τη διασφάλιση της δικαιοσύνης και της διαφάνειας.

Για να επιτευχθεί μεγαλύτερη διαφάνεια, οι εταιρείες οφείλουν να επικοινωνούν τις πρακτικές τους με σαφή και κατανοητό τρόπο, αποφεύγοντας την περίπλοκη



νομική ορολογία και διασφαλίζοντας ότι οι πολιτικές που εφαρμόζουν είναι απλές και προσβάσιμες σε όλους τους χρήστες. Φυσικά, είναι σημαντική η εκπαίδευση και η ευαισθητοποίηση των εργαζομένων και του κοινού σχετικά με την ηθική χρήση των δεδομένων. Και κυρίως, να γίνει αντιληπτό ότι η ηθική χρήση της τεχνολογίας και η διαφάνεια δεν είναι μόνο θέμα νομικής συμμόρφωσης, αλλά και εταιρικής κουλτούρας και υπευθυνότητας. Οι εταιρείες που ενσωματώνουν αυτές τις αξίες προστατεύουν τα δικαιώματα των πολιτών και εργαζομένων τους και με το τρόπο αυτό μόνο μπορούν να κερδίσουν την εμπιστοσύνη τους, κάτι που είναι πιο σημαντικό από ποτέ στην ψηφιακή εποχή.

Τί θα συμβουλευατε νέες γυναίκες επαγγελματίες που ξεκινούν τώρα την καριέρα τους και θέλουν να διαπρέψουν σε χώρους όπως η τεχνολογία ή η νομική επιστήμη; Ποιες δεξιότητες θεωρείτε απαραίτητες για να ξεχωρίσουν;

Θα συμβούλευα τις νέες γυναίκες επαγγελματίες που ξεκινούν την καριέρα τους να παραμείνουν πιστές στις αξίες και τις φιλοδοξίες τους. Η συνεχής εκπαίδευση και ανάπτυξη είναι κρίσιμη για να πετύχουν στους τομείς που έχουν επιλέξει, όπως η τεχνολογία ή η νομική επιστήμη. Είναι σημαντικό να πιστεύουν στις δυνατότητές τους και να μην διστάζουν να διεκδικούν αυτό που τους αξίζει, είτε αυτό αφορά καλύτερους μισθούς είτε υψηλότερες θέσεις. Συμβουλή μου, επίσης, είναι να επιλέγουν οργανισμούς και εταιρείες που προάγουν την ισότητα, τον σεβασμό και τη διαφορετικότητα στο χώρο εργασίας, που ενθαρρύνουν την ειλικρινή και ανοικτή επικοινωνία. Και φυσικά, να βάζουν όρια μεταξύ εργασίας και προσωπικής ζωής, διότι συχνά παρατηρώ ότι έχουμε συνδυάσει ως μέσο απόδειξης της αξίας, την υπεραργασία. Η υποστήριξη αυτών των αξιών δημιουργεί ένα περιβάλλον όπου μπορούν να αναπτύσσονται και να συνεισφέρουν χωρίς περιορισμούς λόγω προκαταλήψεων όπως μπορεί να είναι το φύλο.

5° **women** in digital

I N T H E

A *CHIEVEMENT*

I *NSPIRATION*

E R A

**ΠΕΜΠΤΗ
6 ΜΑΡΤΙΟΥ
2025**

**WYNDHAM GRAND
ATHENS HOTEL**

WWW.WOMENINDIGITAL.GR

30

ΧΡΟΝΙΑ

SMART  PRESS

ΔΙΟΡΓΑΝΩΣΗ



SMART PRESS
Μάγερ 11, 10438, Αθήνα

T.210.5201500
210.5231555

www.smartpress.gr
smart@smartpress.gr

 [WomenInDigitalgr](https://www.facebook.com/WomenInDigitalgr)

 [WomenInDigital](https://www.linkedin.com/company/WomenInDigital)

 [SmartEvents](https://twitter.com/SmartEvents)



Αγγελική Κοσμοπούλου

STORY STRATEGIST, ΙΔΡΥΤΡΙΑ ΤΗΣ STORYMENTOR ΚΑΙ SENIOR ADVISOR ΤΟΥ KAIZEN FOUNDATION

ΣΥΝΕΝΤΕΥΞΗ ΣΤΟΝ ΧΡΗΣΤΟ ΚΟΤΣΑΚΑ

Η Αγγελική Κοσμοπούλου, Story Strategist, Ιδρύτρια της Storymentor και Senior Advisor του Kaizen Foundation, μιλάει στο Women in Digital για τη σημασία του storytelling ως βασικού εργαλείου επικοινωνίας και στρατηγικής για τις επιχειρήσεις. Αναφέρεται στον πυρήνα του storytelling, που συνδέεται με τον τρόπο με τον οποίο οι άνθρωποι κατανοούν και επικοινωνούν τον κόσμο για αιώνες, τονίζοντας τη μοναδική του ικανότητα να δημιουργεί συναισθηματική σύνδεση, να ενισχύει την εμπιστοσύνη και να κάνει τα μηνύματα αξέχαστα. Σε μια εποχή υπερπληροφόρησης, εξηγεί ότι οι αυθεντικές ιστορίες είναι αυτές που μπορούν να κάνουν τη διαφορά, καθώς έχουν τη δύναμη να «μιλήσουν» στην καρδιά του κοινού και να αναδείξουν τη μοναδικότητα των επιχειρήσεων.



“Οι ιστορίες μπορούν να κάνουν τη διαφορά, καθώς έχουν τη δύναμη να «μιλήσουν» στην καρδιά του κοινού”

Το storytelling φαίνεται να αποκτά ολοένα και μεγαλύτερη σημασία στο ψηφιακό μάρκετινγκ. Ποιοι είναι, κατά τη γνώμη σας, οι βασικοί λόγοι που αποτελεί πλέον στρατηγικό εργαλείο για τις επιχειρήσεις;

Το storytelling δεν είναι απλώς ένα εργαλείο επικοινωνίας, βρίσκεται στον πυρήνα της ανθρώπινης εμπειρίας. Συνδέεται με τον τρόπο με τον οποίο εδώ και αιώνες κατανοούμε τον κόσμο και είναι ο πρώτος τρόπος με τον οποίο οι άνθρωποι αντάλλαξαν ιδέες και μοιράστηκαν εμπειρίες και γνώσεις. Τις τελευταίες δεκαετίες, οι επιχειρήσεις το υιοθετούν όλο και περισσότερο επειδή κατανοούν ότι οι ιστορίες έχουν τη μοναδική ικανότητα να δημιουργούν συναισθηματική σύνδεση, να ενισχύουν την εμπιστοσύνη και να κάνουν τα μηνύματα αξέχαστα. Σε μια εποχή στην οποία κατακλυζόμαστε από πληροφορίες και η ανάγκη να ξεχωρίσουμε αποτελεί προτεραιότητα, αυτό που κυρίως μας διαφοροποιεί είναι οι αυθεντικές ιστορίες. Ιστορίες που «μιλούν» στην καρδιά του κοινού, όχι μόνο στο μυαλό. Αυτές αναδεικνύουν τη μοναδικότητά μας.

Ποιες είναι οι κύριες προκλήσεις που αντιμετωπίζουν οι επαγγελματίες και οι επιχειρήσεις όταν προσπαθούν να καθιερωθούν στον ψηφιακό χώρο μέσω του storytelling; Υπάρχουν μύθοι ή λανθασμένες αντιλήψεις που τους αποθαρρύνουν και πώς μπορούν να ξεπεραστούν;

Στο storytelling, η μεγαλύτερη πρόκληση είναι να ακολουθήσει κανείς τον δρόμο της αυθεντικότητας. Συχνά οι επιχειρήσεις προσπαθούν να πουν μια "τέλεια" ιστορία, ξεχνώντας ότι το κοινό συνδέεται περισσότερο με την αλήθεια παρά με την τελειότητα. Άλλοτε καταφεύγουν σε δοκιμασμένες ιστορίες άλλων, αποφεύγοντας να δοκιμάσουν τις δικές τους. Έτσι, ακούμε συχνά ιστορίες για τον Steve Jobs και την Apple –χρήσιμες ιστορίες για την ιστορία του business αλλά τόσο χρησιμοποιημένες και γενικές που δεν βοηθούν τη συγκεκριμένη επιχείρηση. Η πιο επιδραστική ιστορία είναι πάντοτε εκείνη που μόνον εσύ μπορείς να πεις, εκείνη που αντικατοπτρίζει την αλήθεια σου. Όσο για τους μύθους, στον ψηφιακό κόσμο ο πρώτος είναι ότι η τεχνολογία από μόνη της αρκεί για να "πει" μια ιστορία. Όμως η τεχνολογία είναι το μέσο, όχι το μήνυμα. Όσο εξελιγμένη και αν είναι η τεχνολογία, όσο πλούσια κι αν είναι τα οπτικά μέσα και τα εφέ, αν η ίδια η ιστορία δεν έχει ουσία, αν δεν έχει νόημα και στόχευση, δεν θα οδηγήσει το κοινό να αγαπήσει ένα brand, να επιλέξει ένα προϊόν ή να εμπιστευτεί μια υπηρεσία.

Ποια είναι τα βασικά χαρακτηριστικά μιας ιστορίας που θεωρείτε ότι μπορεί να ξεχωρίσει στις ψηφιακές πλατφόρμες και να έχει ουσιαστικό αντίκτυπο;

Μια καλή ιστορία πρέπει καταρχάς να είναι απλή. Να έχει έναν σαφή σκοπό, να συνδέεται με τα ενδιαφέροντα και τις αξίες του κοινού και να προκαλεί συναίσθημα. Η πρώτη έγνοια στο storytelling είναι η πρώτη έγνοια στην επικοινωνία εν γένει: να επιλέξεις το κατάλληλο μήνυμα για το εκάστοτε κοινό και να του το απευθύνεις με σαφήνεια και αμεσότητα. Στην επικοινωνία, η ανάγκη για κατανόηση πάντοτε προηγείται. Στο storytelling συμβαίνει το ίδιο αλλά προστίθεται η ανάγκη να νιώσει κάτι το κοινό. Χωρίς συναίσθημα δεν έχουμε ιστορία. Στις ψηφιακές πλατφόρμες, μεγάλο ζητούμενο είναι, επίσης, όπως



προείπα, η αυθεντικότητα. Η ανάγκη να πει κανείς τη δική του ιστορία, αντί να αντιγράψει ή να μιμηθεί κάποια που ήταν αποτελεσματική για μια άλλη επιχείρηση ή έναν άλλο οργανισμό, σε μια άλλη συνθήκη.

Στην εποχή της υπερπληροφόρησης, πώς μπορεί το storytelling να βοηθήσει τις επιχειρήσεις να διαφοροποιηθούν από τον ανταγωνισμό; Υπάρχουν παραδείγματα καμπανιών που έχουν αξιοποιήσει αποτελεσματικά αυτή την τεχνική;

Στην εποχή μας, οι ιστορίες είναι αυτές που διαφοροποιούν αποτελεσματικά από τον ανταγωνισμό. Υπάρχει ένα σετ βασικών ιστοριών που μπορεί να πει κάθε επιχείρηση. Ιστορίες που μιλούν για την αφετηρία της και το έναυσμα για

να δημιουργηθεί, για την αξία που φέρνει στον κόσμο, για τον σκοπό της. Επίσης, ιστορίες που μπορούν να μοιραστούν οι άνθρωποι με τους οποίους συνδέεται – εργαζόμενοι, συνεργάτες, καταναλωτές. Όλες αυτές οι ιστορίες δίνουν υπόσταση στην επιχείρηση, κλείνουν τα κενά της γνώσης αλλά και δημιουργούν συναισθηματική σχέση. Κατά τη γνώμη μου, οι πιο ωραίες storytelling καμπάνιες είναι εκείνες που αξιοποιούν το συναίσθημα, αυτή τη μοναδική υπερδύναμη της αφήγησης. Ας θυμηθούμε ότι είμαστε κυρίως συναισθηματικά όντα και, παρά τη συχνή επίκληση στη λογική, κάνουμε επιλογές με βάση αυτό που νιώθουμε. Η λογική ακολουθεί. Θα μπορούσε να μοιραστώ μαζί σας διάφορα παραδείγματα επιτυχημένων storytelling campaigns, αλλά θα σταθώ σε δύο που είναι απλές στη σύλληψη αλλά αποδείχθηκαν πολύ αποτελεσματικές. Η μία είναι η καμπάνια "Share a Coke" της Coca-Cola, κλασική πλέον μια δεκαετία μετά από το λανσάρισμά της. Κατάφερε να ξεχωρίσει χάρη στην άμεση προσέγγιση προς τον καταναλωτή, δημιουργώντας μια προσωπική σύνδεση με το προϊόν (αυτή η Coca-Cola είναι για εμένα) και προσφέροντας απεριόριστες δυνατότητες αφήγησης, κυρίως με «μικρές» καθημερινές ιστορίες των ίδιων των καταναλωτών. Πολύ ενδιαφέρουσα είναι επίσης η συνολική προσέγγιση της Airbnb που δημιουργεί προσωπική σύνδεση με το κοινό της μέσα από το Airbnb Open αλλά και καμπάνιες όπως το "We Are Here". Γενικά, οι ιστορίες που συνδέονται με προσωπικές εμπειρίες και αξιοποιούν το συναίσθημα έχουν μεγαλύτερη δύναμη από οποιοδήποτε δεδομένο και στατιστικό στοιχείο.

Οι πλατφόρμες κοινωνικής δικτύωσης, με τον περιορισμένο χρόνο και την προσοχή του κοινού, θέτουν μοναδικές προκλήσεις για το storytelling. Ποιες στρατηγικές θεωρείτε πιο αποδοτικές για τη δημιουργία ιστοριών που τραβούν το ενδιαφέρον σε αυτά τα περιβάλλοντα;

Στις πλατφόρμες κοινωνικής δικτύωσης, το κλειδί είναι η συντομία. Πρέπει να μοιραστείς το μήνυμα σε λίγο χρόνο και να καταφέρεις να κάνεις εντύπωση. Κι αυτό δεν είναι εύκολο. Όταν μιλάμε για περιεχόμενο κάθε είδους, η αφαίρεση πάντα είναι πιο δύσκολη από την πρόσθεση. Χρειάζεσαι μια δυναμική αρχή που γεννά ενδιαφέρον και ένα ξεκάθαρο μήνυμα που θα φτάσει με αμεσότητα στο κοινό, χωρίς να αφήνει κενά κατανόησης. Το κοινό πρέπει να καταλάβει άμεσα τον σκοπό και την αξία της ιστορίας. Το μήνυμα της έναρξης -το «αγκίστρι» ή hook όπως λέμε στο storytelling- είναι καθοριστικό.

Σημαντικός είναι επίσης ο ρόλος των visuals - εικόνες, βίντεο αλλά και λεζάντες που τραβούν την προσοχή.

Το storytelling δεν είναι μόνο εργαλείο επικοινωνίας, αλλά και μέσο ενδυνάμωσης. Πώς μπορεί να βοηθήσει επαγγελματίες και ομάδες να εκφράσουν την ταυτότητά τους και να αναδείξουν τις αξίες τους στον ψηφιακό κόσμο;

Το storytelling επιτρέπει στους επαγγελματίες και στις οργανώσεις να μιλήσουν για τις εμπειρίες και τα επιτεύγματά τους με τρόπο αυθεντικό. Είναι ένα μέσο για να δώσουν υπόσταση στην ταυτότητά τους, να εμπνεύσουν εμπιστοσύνη και να έρθουν πιο κοντά στο κοινό τους. Πολλές φορές

στον επαγγελματικό χώρο μιλάμε για τους εαυτούς μας με χαρακτηρισμούς. «Είμαι οργανωτικός», «έχω ομαδικό πνεύμα», «αγαπώ τη δικαιοσύνη». Όλα αυτά δεν μας διαφοροποιούν από άλλους που επίσης τα ισχυρίζονται, αν δεν μπου στο τραπέζι οι ιστορίες. Αυτές μας επιτρέπουν να μιλήσουμε για ένα περιστατικό που δείχνει πόσο καλά τα καταφέρνουμε στην ομάδα, φωτίζει τι σημαίνει για εμάς δικαιοσύνη και αποκαλύπτει τι κάναμε ή τι είμαστε διατεθειμένοι να κάνουμε για να την υποστηρίξουμε. Οι ιστορίες δείχνουν ποιοι είμαστε, τι μας συγκινεί και πώς βλέπουμε τον κόσμο. Δίνουν υπόσταση στη δική μας, μοναδική οπτική. Έτσι συνδεόμαστε με τον κόσμο.

Ως σύμβουλος και εκπαιδευτήρια στο storytelling, πώς αξιολογείτε τη συμβολή του στην ενδυνάμωση των επαγγελματιών; Υπάρχει κάποια ιστορία που σας έχει εμπνεύσει ιδιαίτερα;

Ένα από τα πράγματα που κατεξοχήν αγαπώ στην εκπαίδευση στο storytelling είναι η εκπαίδευση επαγγελματιών - είτε είναι στελέχη C-level, ιδρυτές μιας startup, ή ελεύθεροι επαγγελματίες που θέλουν να ξεχωρίσουν ή να προετοιμαστούν για ένα επόμενο επαγγελματικό βήμα. Μαζί τους βλέπω ανάγλυφα, κάθε φορά, τη δύναμη που έχει η ιστορία μας - όχι μόνο για να μεταφέρει στους άλλους το μήνυμά του ποιοι ή ποιες είμαστε, αλλά και για να το θυμίσει σε εμάς τους ίδιους. Στην προετοιμασία της ιστορίας δουλεύουμε πολύ με το παρελθόν, για να βρούμε εκείνες τις στιγμές που διαμόρφωσαν τον άνθρωπο. Συχνά πρόκειται για μικρές στιγμές που ο εκπαιδευόμενος έχει ξεχάσει ή υποτιμήσει. Βλέποντας πώς φώτισαν τη ζωή του μπορεί να τις μετατρέψει σε μέρος μιας δυναμικής ιστορίας και να αλλάξει την αντίληψή του για τον εαυτό του. Σε αυτές τις ιστορίες υπάρχουν οι εξηγήσεις για το πώς φτάσαμε ως εδώ και σε μια νέα ερμηνεία τους μπορούμε να βασίσουμε μια νέα, αληθινή ιστορία που μας οδηγεί στους στόχους μας.

Τι συμβουλή θα δίνετε σε επιχειρήσεις που βρίσκονται στο αρχικό στάδιο του ταξιδιού τους στο storytelling; Υπάρχουν συγκεκριμένα εργαλεία ή πρόδια βήματα που θεωρείτε κρίσιμα για την επιτυχία;

Θα τους έλεγα να ξεκινήσουν από το «γιατί» τους. Τον λόγο ύπαρξής τους. Να καταγράψουν τις αξίες και τις επιδιώξεις τους και έπειτα να βρουν ιστορίες που τα εκφράζουν. Μπορούν να εκπαιδευτούν στο storytelling μέσα από κάποιο workshop και να διαβάσουν σχετικά (υπάρχουν πολλά καλά βιβλία στα αγγλικά, όπως και το δικό μου "Πώς Να Πεις Μια Ιστορία», το μοναδικό σε αυτήν τη θεματική στα ελληνικά). Τέλος μπορούν να απευθυνθούν σε κάποιον ειδικό που θα τους κατευθύνει σε αυτή τη διαδικασία, από τον εντοπισμό των ιστοριών τους ως τη δημιουργία μιας «τράπεζας ιστοριών» για χρήση σε διαφορετικά κοινά. Η δημιουργία μιας βάσης ιστοριών είναι απαραίτητη για τις επιχειρήσεις που επικοινωνούν συχνά με το κοινό τους και επιδιώκουν την αυθεντικότητα. Προσωπικά έχω τη χαρά να συνεργάζομαι με πελάτες από ένα ευρύ φάσμα -από ΜΚΟ και ιδρύματα μέχρι ηγέτες και ηγέτιδες από την πολιτική, την επιστήμη και τις επιχειρήσεις- για να βρουν και να συνθέσουν τις ιστορίες τους. Κυρίως, για να δώσουν φωνή στη δική τους, αληθινή ιστορία.

Ιουλία Τσέτη: "Γυναίκα της Χρονιάς 2024" στο πλαίσιο της διεθνούς έκθεσης CPHI στο Μιλάνο



Μια εξαιρετικά σημαντική διάκριση έλαβε η **Ιουλία Τσέτη**, πρόεδρος και CEO του **Ομίλου Φαρμακευτικών Επιχειρήσεων Τσέτη (ΟΦΕΤ)**, κατά τη διεθνή έκθεση CPHI 2024 στο Μιλάνο. Η κυρία Τσέτη τιμήθηκε με το βραβείο **"Woman of the Year 2024"**, αναγνωριζόμενη για τη δέσμευσή της στην καινοτομία, τη βιώσιμη ανάπτυξη και την κοινωνική υπευθυνότητα. Η CPHI αποτελεί εδώ και 35 χρόνια κορυφαίο γεγονός για τη φαρμακοβιομηχανία, ενώνοντας επιστήμονες και επιχειρηματίες του κλάδου. Σύμφωνα με την Jury Committee της έκθεσης, η Ιουλία Τσέτη διακρίθηκε ως «αληθινή οραματίστρια και πρωτοπόρος», αφήνοντας σημαντικό αποτύπωμα στην παγκόσμια φαρμακοβιομηχανία. Η βράβευσή της υπογραμμίζει το επιστημονικό και επιχειρηματικό της έργο, που εστιάζει στη δημιουργία καινοτόμων προϊόντων με θετικό αντίκτυπο τόσο στην υγεία όσο και στο περιβάλλον.

Δήλωση της Ιουλίας Τσέτη

Κατά την παραλαβή του βραβείου, η κυρία Τσέτη δήλωσε: «Η διάκριση αυτή με ενδυναμώνει και με καθιστά ακόμη πιο υπεύθυνη απέναντι στις προκλήσεις της φαρμακοβιομηχανίας. Η έρευνα και η καινοτομία είναι στον πυρήνα της καθημερινότητάς μου, και πιστεύω ακράδαντα ότι πρέπει να ενθαρρύνουμε νέους ανθρώπους, ιδιαίτερα γυναίκες, να ακολουθήσουν το μονοπάτι της έρευνας». Επισήμανε επίσης τη σημασία της καινοτομίας για την οικονομία και την επιχειρηματικότητα, ενώ υπογράμμισε τον ρόλο των νέων τεχνολογιών, όπως η τεχνητή νοημοσύνη και οι νεοφυείς επιχειρήσεις, στη βελτίωση της ζωής μας. «Η καινοτομία αποτελεί το κλειδί για τη βιώσιμη ανάπτυξη και την πρόοδο κάθε κοινωνίας», κατέληξε.

Η Βάσω Κύρκου αναλαμβάνει καθήκοντα προέδρου στο Trade Promotion Europe

Εκπρόσωπος της Enterprise Greece



Η **Βάσω Κύρκου**, εκπρόσωπος της **Enterprise Greece SA**, αναλαμβάνει τη θέση της Προέδρου του **Trade Promotion Europe (TPE)**. Τα μέλη του ΔΣ του TPE εκλέγονται κάθε δύο χρόνια, και η θητεία της κ. Κύρκου

αναμένεται να σηματοδοτήσει μια περίοδο δυναμικής προόδου για τον οργανισμό. Η Βάσω Κύρκου είναι επαγγελματίας επικοινωνίας με αποδεδειγμένο ιστορικό επιτυχιών σε μια 20ετή καριέρα, αναπτύσσοντας και διαχειριζόμενη πολυεπίπεδες καμπάνιες επικοινωνίας, μάρκετινγκ και δημοσίων σχέσεων. Διαθέτει ισχυρό υπόβαθρο στις Εταιρικές Επικοινωνίες, περιλαμβάνοντας τη στρατηγική και τον σχεδιασμό επικοινωνίας, την εταιρική ψηφιακή και κοινωνική στρατηγική, τη διαχείριση περιεχομένου σε πολλαπλές πλατφόρμες, το PR επωνυμίας, την προσέγγιση κοινού, τη συγγραφή και την επιμέλεια κειμένων. Είναι εξαιρετικά ικανή στη διαχείριση έργων με κρίσιμα χρονικά όρια και απόρρητο χαρακτήρα, ενώ διαθέτει αποδεδειγμένη ικανότητα να κατανοεί άμεσα τις ανάγκες του στοχευμένου κοινού και να εφαρμόζει επιτυχημένα στρατηγικά πλάνα.

Η Φαίη Αποστολίδου CEO της BBDO

Διαδεχόμενη τον Τάσο Πράσινο, που διατηρεί το ρόλο του Προέδρου του ομίλου



Η **Φαίη Αποστολίδου** αναλαμβάνει το ρόλο της CEO στην **BBDO** διαδεχόμενη τον Τάσο Πράσινο, που διατηρεί το ρόλο του Προέδρου του ομίλου. Στέλεχος με σημαντική πορεία και προσφορά στο χώρο της επικοινωνίας, η Φαίη Αποστολίδου κατείχε μέχρι σήμερα στην εταιρία τη θέση της Chief Operations Officer. Ο Πρόεδρος του BBDO Group, Τάσος

Πράσινος, δήλωσε: «Η προσφορά της Φαίης στην εταιρεία είναι γνωστή και αναγνωρίζεται απ' όλους μας. Οι διοικητικές της ικανότητες, η βαθιά γνώση και η μεγάλη εμπειρία της, οι σχέσεις εμπιστοσύνης με τους πελάτες και συνεργάτες και η ευθυκρισία της, την καθιστούν το ιδανικό πρόσωπο να ηγηθεί της BBDO τα επόμενα χρόνια. Το οικοσύστημα της επικοινωνίας διέρχεται βαθιές τομές και μεγάλες αλλαγές. Οι ραγδαίες τεχνολογικές εξελίξεις, η τεχνητή νοημοσύνη και οι νέες δυνατότητες διαχείρισης και αξιοποίησης τεράστιων όγκων δεδομένων, οδηγούν σε επανεκτίμηση στρατηγικών, επαναπροσδιορισμό προτεραιοτήτων, επαναξιολόγηση αναγκών και διαφοροποίηση σχημάτων και δομών σε όλο το φάσμα της αγοράς της επικοινωνίας. Το μέλλον αναμένεται να είναι συναρπαστικό και εμείς στην BBDO και στην Omnicom προετοιμαζόμαστε να αντιμετωπίσουμε με τον καλύτερο τρόπο τις προκλήσεις που αυτό επιφυλάσσει, προς όφελος των πελατών και των συνεργατών μας.»

Στην Choose η Αγγελική Μοισιάκου



Η Αγγελική Μοισιάκου έχει ξεκινήσει συνεργασία με την Choose ως Management Consultant σε θέματα Εταιρικής Επικοινωνίας, Εσωτερικών Διαδικασιών, καθώς και Προγραμμάτων Μετασχηματισμού και Ανάπτυξης Πελατών. Πρόκειται για στέλεχος με πείρα 25 ετών σε θέματα επικοινωνίας, ανάπτυξης και διοίκησης πολυπληθών ομάδων για εταιρείες στην Ελλάδα και στο εξωτερικό.

Στο παρελθόν είχε την ευθύνη ανά πτυξης και διοίκησης των Εταιρικών Υποθέσεων της Famar για Ελλάδα, Ιταλία και Ισπανία, ενώ έχει διατελέσει Communications & CSR Director για τον Όμιλο Carrefour για την Ελλάδα, τα Βαλκάνια και την Κύπρο, με σημαντικές διακρίσεις σε προγράμματα Media Relations, CSR και Internal Communications για 15.000 εργαζομένους.

Ο Πάννης Δέτσος, πρόεδρος και διευθύνων σύμβουλος της Choose, δήλωσε: «Καλωσορίζουμε την Αγγελική στην Choose και είμαι πεπεισμένος ότι θα μας βοηθήσει τόσο να ενδυναμώσουμε την ομάδα μας εσωτερικά, όσο και να αναπτύξουμε περαιτέρω τις παρεχόμενες υπηρεσίες μας στους πυλώνες καινοτόμων λύσεων επικοινωνίας, ESG, ψηφιακού μετασχηματισμού και omnichannel εξυπηρέτησης.»

Η Σταματίνα Τσιμισλή είναι το νέο πρόσωπο της Taft, No1 μάρκας Styling στην Ευρώπη!



Η Taft, No1 μάρκα Styling στην Ευρώπη με την υπογραφή του Schwarzkopf, χαρίζει απόλυτο έλεγχο των μαλλιών κάτω από όλες τις συνθήκες! Για αυτό αποτελεί τη νούμερο ένα επιλογή της αγαπημένης παρουσιάστριας Σταματίνας Τσιμισλή. Ως το κεντρικό

πρόσωπο της Taft από το Schwarzkopf, η Σταματίνα Τσιμισλή εμπιστεύεται τα hairsprays, τους αφρούς μαλλιών και τα gels της styling σειράς Taft για μαλλιά λαμπερά και εντυπωσιακά κάθε μέρα. Μπροστά και πίσω από τις κάμερες, τα προϊόντα styling Taft απογειώνουν κάθε look της Σταματίνας. Μέσα από το προφίλ της στα social media θα έχει τη δυνατότητα να μοιραστεί με το κοινό της την καθημερινή ρουτίνα περιποίησης των μαλλιών της δίνοντας hair beauty & styling tips για γρήγορα και εύκολα χτενίσματα.

LIDL Ελλάς: Η Βασιλική Αδαμίδου Corporate Social Responsibility Manager of the Year



Η Βασιλική Αδαμίδου, Διευθύντρια Εταιρικών Υποθέσεων & Βιωσιμότητας της Lidl Ελλάς, ανακηρύχθηκε Corporate Social Responsibility Manager of the Year στα Manager of the Year 2024. Η διάκριση αναγνωρίζει τη στρατηγική της συμβολή στη δημιουργία ενός υπεύθυνου επιχειρηματικού μοντέλου, με θετικό αντίκτυπο στην κοινωνία και το περιβάλλον. Η κα Αδαμίδου δήλωσε: «Η βράβευση αυτή τιμά τη συλλογική προσπάθεια για ένα βιώσιμο μέλλον και ενισχύει τη δέσμευσή μας για κοινωνική προσφορά και διαφάνεια.»

about time to learn everything about the net

Με **23** χρόνια εμπειρίας,
είμαστε από τους καλύτερους για να σας οδηγήσουμε
στον κόσμο του διαδικτύου.

1800+ πελάτες

35+ βραβεία

www.aboutnet.gr



DIGITAL MARKETING | WEB DESIGN | WEB DEVELOPMENT

Η ΜΑΡΓΑΡΙΤΑ ΒΕΝΑΡΔΟΥ ΣΤΗΝ
GRIVALIA HOSPITALITY



Η **Μαργαρίτα Βενάρδου** ανέλαβε τη θέση της Marketing & Communication Director στην **Grivalia Hospitality**, φέρνοντας περισσότερα από 25 χρόνια εμπειρίας στον τομέα του marketing και της επικοινωνίας. Πριν τη νέα της θέση, υπηρέτησε ως Marketing & Communication Director της ΟΠΑΠ Α.Ε., αναλαμβάνοντας και το Retail Marketing. Στο παρελθόν, ηγήθηκε των τμημάτων marketing στην Τράπεζα Πειραιώς και στα δερματολογικά brands της L'Oréal. Ξεκίνησε την καριέρα της στη διαφημιστική εταιρεία UpSet. Από την 1η Ιανουαρίου 2025, Διευθύνουσα Σύμβουλος της Grivalia Hospitality αναλαμβάνει η Ναταλία Στράφτη, ενώ ο Γιώργος Χρυσικός παραμένει Εκτελεστικός Πρόεδρος.

ΣΕΝΤ ΛΟΥΙΣ: Η MARY KOSINSKI ΣΤΗ
FLEISHMANHILLARD ΩΣ GLOBAL
MANAGING DIRECTOR ΥΓΕΙΑΣ ΚΑΙ
BIO-ΕΠΙΣΤΗΜΩΝ



Η **Mary Kosinski** διορίστηκε Global Managing Director στον τομέα Υγείας και Επιστημών Ζωής της **FleishmanHillard**, ενισχύοντας την ηγεσία του μεγαλύτερου τομέα της εταιρείας. Θα ηγηθεί της πρακτικής στον τομέα της Υγείας, επικεντρώνοντας στη μεταρρύθμιση, την ανάπτυξη πελατών και τις ολοκληρωμένες λύσεις. Με εμπειρία σε κανονιστικά και πολιτικά θέματα, υπηρέτησε ως επικεφαλής παγκόσμιων εταιρικών υποθέσεων της Pi Health και στη Pharmaceutical Research and Manufacturers of America. Επιπλέον, διαθέτει 15 χρόνια θητείας στο Υπουργείο Υγείας των ΗΠΑ. Ο Mark Mortell δήλωσε: «Η εμπειρία της Mary θα φέρει νέες προοπτικές στους πελάτες και την ομάδα μας». Παράλληλα, ανακοινώθηκαν τρεις νέες ηγετικές θέσεις για περαιτέρω ενίσχυση του τομέα Υγείας.

Η Μ. ΠΑΠΑΔΟΠΟΥΛΟΥ, ΔΙΕΥΘΥΝΤΡΙΑ
MARKETING ΣΤΑ ΕΛΤΑ



Τα ΕΛΤΑ ενισχύουν την εμπορική τους ομάδα με δύο νέα στελέχη, τη **Μαριάννα Παπαδοπούλου** ως Διευθύντρια Marketing και τη **Λέα Φιλιπποπούλου** ως

Διευθύντρια Πωλήσεων. Η Μαριάννα Παπαδοπούλου, με εμπειρία σε εταιρείες όπως οι Metro ΑΕΒΕ, Elbisco, Κατσέλης και Hasbro, αναλαμβάνει την ανάπτυξη της στρατηγικής marketing των ΕΛΤΑ, εστιάζοντας στην ενίσχυση της εικόνας και της αναγνωρισιμότητας της εταιρείας. Η Λέα Φιλιπποπούλου, με 25 χρόνια εμπειρίας σε ηγετικές θέσεις σε οργανισμούς όπως η Unilever, Carrefour και ΓΕΚ ΤΕΡΝΑ, θα ηγηθεί του τομέα πωλήσεων, δίνοντας έμφαση στη διεύρυνση αγορών και συνεργασιών.

Τα δύο στελέχη στοχεύουν στην αναβάθμιση της εμπορικής παρουσίας των ΕΛΤΑ αλλά και στη δημιουργία νέων ευκαιριών ανάπτυξης. Με όραμα και εμπειρία, θα συμβάλλουν στη διαμόρφωση μιας σύγχρονης εμπορικής στρατηγικής, ενισχύοντας την ανταγωνιστικότητα και τη θέση των ΕΛΤΑ στην αγορά.

ΕΛΕΟΝΩΡΑ ΜΕΛΕΤΗ: ΑΝΑΓΚΑΙΑ Η ΣΥΜΜΟΡΦΩΣΗ ΤΩΝ ΠΛΑΤΦΟΡΜΩΝ ΓΙΑ ΤΗΝ ΠΡΟΣΤΑΣΙΑ ΤΗΣ ΔΗΜΟΚΡΑΤΙΑΣ ΚΑΙ ΤΩΝ ΨΗΦΙΑΚΩΝ ΔΙΚΑΙΩΜΑΤΩΝ

Παρέμβαση για τη Δημοκρατία στο Ψηφιακό Περιβάλλον

Η ευρωβουλευτής του Ευρωπαϊκού Λαϊκού Κόμματος, **Ελεονώρα Μελέτη**, με παρέμβασή της στην Ολομέλεια του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου, ανέδειξε την ανάγκη προστασίας της δημοκρατίας και των θεμελιωδών δικαιωμάτων στον ψηφιακό κόσμο. Με κεντρικό μήνυμα ότι «η ελευθερία του ενός σταματά εκεί που ξεκινά η ελευθερία του άλλου», τόνισε πως οι διαστρεβλωμένοι αλγόριθμοι των μεγάλων ψηφιακών πλατφορμών χειραγωγούν την κοινή γνώμη, επηρεάζοντας την καθημερινότητα και τις κρίσιμες αποφάσεις μας. Η κ. Μελέτη επεσήμανε ότι οι αλγόριθμοι «καθορίζουν το ποιον θα ψηφίσουμε, τι θα πιστέψουμε, πώς θα ψωνίσουμε, πώς θα ζήσουμε», υπογραμμίζοντας τη σημασία της Πράξης για τις Ψηφιακές Υπηρεσίες (Digital Services Act). «Η Ευρωπαϊκή Ένωση δημιούργησε ένα νομοθετικό πλαίσιο που προάγει την ασφάλεια και τα ψηφιακά δικαιώματα, αλλά χωρίς τη συνεργασία των πλατφορμών, αυτές οι προσπάθειες

κινδυνεύουν να αποτύχουν», τόνισε.

Η κ. Μελέτη τόνισε την ανάγκη οι πλατφόρμες να προσαρμοστούν στις νέες απαιτήσεις, χωρίς να τις αντιμετωπίζει η Ε.Ε. ως απειλή. «Δεν κουνάμε το δάχτυλο, ούτε θέλουμε να τις κλείσουμε. Θέλουμε ασφάλεια, δημοκρατία και ξεκάθαρα ψηφιακά δικαιώματα». Κλείνοντας, ανέφερε πως η δημοκρατία δέχεται επίθεση στον ίδιο της τον πυρήνα από τις ίδιες τις δομές που δημιουργήθηκαν για την προστασία της. «Αν δεν συμμορφωθούν οι πλατφόρμες, οι προσπάθειές μας θα καταλήξουν σαν τις οδηγίες του αεροπλάνου: όταν το αεροπλάνο πέφτει, κανείς δεν τις τηρεί», προειδοποίησε.

Η κ. Μελέτη συνεχίζει να εργάζεται στην Επιτροπή Πολιτισμού, Δικαιωμάτων των Γυναικών και Απασχόλησης, δίνοντας έμφαση στην ισότητα, τη δημοκρατία και την ψηφιακή ασφάλεια.



Η LINDA NIEUWENHUIZEN ΑΝΑΛΑΜΒΑΝΕΙ ΤΗ ΘΕΣΗ ΤΗΣ CHIEF COMMERCIAL OFFICER (CCO) ΣΤΟΝ ΟΜΙΛΟ INTERAMERICAN



Η **Interamerican** ανακοινώνει με ιδιαίτερη ικανοποίηση την προαγωγή της **Linda Nieuwenhuizen** στη θέση της

Chief Commercial Officer (CCO), μέλος της Εκτελεστικής Επιτροπής και του Διοικητικού Συμβουλίου της Interamerican, σηματοδοτώντας μια στρατηγική εξέλιξη για την εταιρεία. Μέσα από τον αναβαθμισμένο ρόλο, η Linda Nieuwenhuizen αναλαμβάνει τη στρατηγική ηγεσία όλων των εμπορικών δραστηριοτήτων της εταιρείας, ενισχύοντας τη δέσμευση της Interamerican για συνεχή καινοτομία, πελατοκεντρική προσέγγιση και ανάπτυξη. Με εκτεταμένη διεθνή εμπειρία σε θέσεις ευθύνης, η Linda Nieuwenhuizen έχει πρωτοστατήσει στη διαχείριση σύνθετων έργων και στην καθοδήγηση πολυδιάστατων ομάδων, διαμορφώνοντας κουλτούρα συνεργασίας, καινοτομίας και επίτευξης μετρήσιμων αποτελεσμάτων.

Η ΜΑΡΑ ΚΡΗΤΙΚΟΥ ΚΑΙ ΤΟ NEWSBEAST.GR ΣΤΗΝ «20 UNDER 40 MEDIA» ΤΟΥ ΜW MARKETING MANAGER ΤΗΣ PRIME APPLICATIONS



Μια διάκριση πέτυχε η **Μάρα Κρητικού**, Marketing Manager της Prime Applications, καθώς εντάχθηκε στη λίστα «20 under 40 Media» του Marketing Week, που αναδεικνύει 20 ταλαντούχους επαγγελματίες κάτω των 40 ετών για την καινοτομία και τη δημιουργικότητά τους στον χώρο των Μέσων. Η Μάρα Κρητικού διαθέτει εμπειρία σε Μέσα Ενημέρωσης από το 2006, αρχικά, στον χώρο της δημοσιογραφίας, ενώ τα τελευταία 12 χρόνια, έχει στραφεί στο marketing και την επικοινωνία. Από το 2023, βρίσκεται (για δεύτερη φορά) στη θέση της Marketing Manager στο Newsbeast.gr. Η διάκριση της Μάρας Κρητικού βασίστηκε στη σχεδίαση και υλοποίηση μιας καμπάνιας που ανέδειξε την αυθεντικότητα και τη σύνδεση του brand με το κοινό.

Η AMY ARMSTRONG, ΝΕΑ CRO ΤΟΥ PUBLICIS GROUPE ΠΡΟΕΡΧΕΤΑΙ ΑΠΟ ΤΗΝ AMAZON ΚΑΙ ΘΑ ΕΣΤΙΑΖΕΙ ΣΤΑ CONNECTED MEDIA



Εστιάζοντας στο χαρτοφυλάκιο connected media, ο όμιλος **Publicis** διόρισε Chief Revenue Officer την **Amy Armstrong**, η οποία μέχρι τώρα κατείχε τη θέση Director of Global Customer Development στην Amazon Ads. Παλαιότερα, είχε θητεύσει ως Global CEO στην Initiative της IPG Mediabrand και ήταν η πρώτη γυναίκα σε αυτό το πόστο. Μολονότι η Publicis είχε επανειλημμένως chief revenue officers, η Armstrong θα είναι η πρώτη που θα επικεντρωθεί στα connected media, με ευθύνη να «συνδέσει τις δομές πωλήσεων» του τομέα, ξεκινώντας από την 1η Μαρτίου. Με έδρα τη Νέα Υόρκη, θα αναφέρεται στον CEO του τομέα, Dave Penski, ενώ θα συμμετέχει στις επιτροπές διοίκησης του ομίλου στις ΗΠΑ και παγκοσμίως, και θα συνεργάζεται με στελέχη της εταιρείας.

JTI: Η JANINE NEUHAUS ΝΕΑ ΓΕΝΙΚΗ ΔΙΕΥΘΥΝΤΡΙΑ ΤΗΣ JTI HELLAS

Η **JTI** ανακοίνωσε την τοποθέτηση της **Janine Neuhaus** στη θέση της γενικής διευθύντριας της JTI Hellas, έχοντας παράλληλα με την Ελλάδα, την ευθύνη των αγορών της Κύπρου και της Μάλτας και πλέον του Ισραήλ, με έδρα την Αθήνα.

Η Janine Neuhaus, Ελβετίδα υπήκοος, εντάχθηκε στην JTI το 2008 αναλαμβάνοντας διαφορετικούς ρόλους ευθύνης στον τομέα των Οικονομικών στην Ελβετία και την Κορέα, το Σουδάν και την Τανζανία, ενώ διετέλεσε διευθύντρια Οικονομικών στην JTI Αιθιοπίας. Στον πιο πρόσφατο ρόλο της, από την 1η Ιανουαρίου 2024, ηγήθηκε της αγοράς του Ισραήλ.

Η Janine Neuhaus είναι κάτοχος πτυχίου Bachelor στη Διοίκηση Επιχειρήσεων από το Πανεπιστήμιο Εφαρμοσμένων Επιστημών της Ελβετίας και MBA στη Διεθνή Διοίκηση από το Πανεπιστήμιο Putra της Μαλαισίας. Με την πολυετή πείρα της και την επιτυχημένη πορεία της σε διάφορες αγορές, η Janine Neuhaus θα επικεντρωθεί στην ενδυνάμωση της

διευρυμένης ομάδας και στη βιώσιμη ανάπτυξη και συνεχή επιτυχία της JTI στις χώρες ευθύνης της. Η JTI είναι σήμερα η Νο.1 εταιρεία στον κλάδο των συμβατικών προϊόντων καπνού στην ελληνική αγορά και διαθέτει τόσο παραγωγική όσο και εξαγωγική δραστηριότητα στη χώρα με το εργοστάσιο της ΣΕΚΑΠ στην Ξάνθη. Από τον Οκτώβριο του 2023, η JTI Hellas εισήλθε και στην κατηγορία των προϊόντων τεχνολογίας θερμαινόμενου καπνού με τη διεθνή μάρκα της Ploom. Η νέα αυτή επένδυση της εταιρείας στην Ελλάδα αποτελεί μέρος της συνολικής επένδυσης του ομίλου JTI παγκοσμίως για τα προϊόντα δυνητικά μειωμένου κινδύνου, εστιάζοντας κυρίως στα προϊόντα θερμαινόμενου καπνού, ύψους 450 δισ. γεν το διάστημα 2024-2026.



NATIVE UNION

Όταν η τεχνολογία συναντά
τη βιωσιμότητα, το στιλ
και τη λειτουργικότητα!



Native Union Backbag

Ο οικολογικός καθημερινός σας
σύτροφος



VEESION

Επίσημος Διανομέας: WaveMotion A.E. | 210 9244 505 | wavemotion.gr

 Native Union Greece & Cyprus

 Native Union Greece & Cyprus

Xiaomi Vacuum Cleaner G20 Max

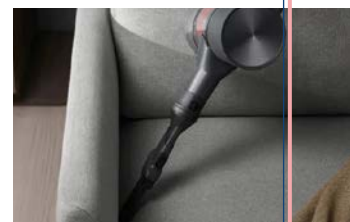


Καθαριότητα απλά κι εύκολα με επαγγελματικό αποτέλεσμα!

Η καθαριότητα του σπιτιού αποτελεί αναπόφευκτη υποχρέωση, συχνά απαιτητική και χρονοβόρα. Για όσες από εμάς κινούμαστε διαρκώς μεταξύ επαγγελματικών υποχρεώσεων, ο χρόνος είναι πολύτιμος. Ευτυχώς, η τεχνολογία έρχεται να μας διευκολύνει ξανά. Η σκούπα χειρός **Xiaomi Vacuum Cleaner G20 Max** είναι εδώ για να αποδείξει ότι μπορούμε να έχουμε ένα πεντακάθαρο σπίτι χωρίς κόπο, χωρίς να θυσιάζουμε τις πολύτιμες στιγμές μας και χωρίς το άγχος της διαχείρισης χρόνου.

Ισχυρή αναρρόφηση για επαγγελματικά αποτελέσματα

Με ισχύ **180AW** και μέγιστη απορροφητική δύναμη **25.000Pa**, η **Xiaomi Vacuum Cleaner G20 Max** εξασφαλίζει βαθύ καθαρισμό χωρίς περιθώριο για σκόνη, τρίχες ή βρωμιά. Είτε πρόκειται για χαλιά είτε για τις λεπτομέρειες των επίπλων μας, όλα καθαρίζονται γρήγορα και αποτελεσματικά. Επιπλέον, με βελτίωση απόδοσης κατά **20%** συγκριτικά με τα προηγούμενα μοντέλα, οι τρίχες από τα κατοικίδια μας και η επίμονη σκόνη παύουν να αποτελούν πρόβλημα.



Xiaomi Vacuum Cleaner G20 Max



Η ιδανική επιλογή για όσες αγαπάμε τα καιοκίδια!

Η Xiaomi Vacuum Cleaner G20 Max είναι ο σύμμαχος που κάθε λάτρης των κατοικίδιων χρειάζεται. Εξοπλισμένη με ειδική βούρτσα που αφαιρεί τρίχες από καναπέδες και στρώματα, καθώς και σχεδίαση που αποτρέπει το μπέρδεμα των τριχών, κάνει τη διαφορά. Έτσι, μπορούμε να πούμε «αντίο» στο καθημερινό άγχος της καθαριότητας και να απολαμβάνουμε ένα πεντακάθαρο σπίτι, έτοιμο να μας υποδεχθεί μετά από μια γεμάτη και απαιτητική μέρα.

Προσαρμοσμένος καθαρισμός, όπως τον χρειαζόμαστε

Αναμφίβολα, δεν είναι όλες οι μέρες ίδιες, ούτε και οι ανάγκες μας φυσικά. Έτσι, η G20 Max διαθέτει τρία επίπεδα ισχύος:

- Εξοικονόμηση ενέργειας για τις καθημερινές ανάγκες μας.
- Τυπική λειτουργία για χαλιά και πατώματα.
- Υψηλή ισχύς για τη βρωμιά που επιμένει.

Επίσης, με αυτονομία μπαταρίας έως και 60 λεπτά, δεν χρειάζεται να ανησυχούμε για άσκοπες διακοπές ή χάσιμο χρόνου για φόρτιση.

Σχεδιασμός για κάθε γωνιά του σπιτιού μας

Τέλος, η ευελιξία είναι το παν, και η G20 Max μας το προσφέρει απλόχερα. Από δύσκολες γωνίες μέχρι λεπτομέρειες στα έπιπλα, οι ειδικές βούρτσες κάνουν τη δουλειά πανεύκολη και στο μισό χρόνο. Παράλληλα, το σύστημα φιλτραρίσματος 5 σταδίων φροντίζει να αναπνέουμε καθαρό αέρα, κάτι που είναι ζωτικής σημασίας, ειδικά αν υποφέρουμε από αλλεργίες.

Με λίγα λόγια, η **Xiaomi Vacuum Cleaner G20 Max** είναι η σκούπα χειρός που συνδυάζει ισχύ, ευελιξία και προηγμένη τεχνολογία. Είναι η ιδανική επένδυση για όσους θέλουν ένα πεντακάθαρο σπίτι, χωρίς να σπαταλούν πολύτιμο χρόνο που μπορούν να αφιερώσουν σε όσα αγαπούν. Με τη G20 Max, εξασφαλίζουμε έναν καθαρό και υγιεινό χώρο γρήγορα, εύκολα και χωρίς άγχος. Γιατί, όταν η καθημερινότητα είναι γεμάτη προκλήσεις, τουλάχιστον η καθαριότητα μπορεί να γίνει... παιχνιδάκι!




messinian
spa

+ ΔΩΡΟ
FREE GIFT

Face Cream 24 H Moisturizing
50ml - Normal & Dry Skin



+ ΔΩΡΟ
FREE GIFT

Face Cream 24 H Moisturizing
50ml - Oily & Combination Skin



BIO LIFTING Ορός Προσώπου και Λαιμού
Deep Wrinkle Filler - Face & Neck Serum

+ ΔΩΡΟ **Face Cream**
FREE GIFT **24H Moisturizing 50ml**

 messinian spa

 messinianspa

ΔΙΑΘΕΣΙΜΑ ΣΕ ΦΑΡΜΑΚΕΙΑ ΚΑΙ ΕΠΙΛΕΓΜΕΝΑ ΣΗΜΕΙΑ

ELEGANT

εμφανίσεις για κάθε
fashionista!

Είμαστε γυναίκες και τρέχουμε να τα προλάβουμε όλα. Από το γραφείο μέχρι τη βραδινή έξοδο, κάθε μέρα είναι ένας μικρός «μαραθώνιος», αλλά δεν χάνουμε ποτέ το στυλ μας, γιατί είμαστε κομψές, δυναμικές και γεμάτες αυτοπεποίθηση. Για αυτό, ασ ανακαλύψουμε μαζί τις πιο έξυπνες, άνετες και στιλάτες επιλογές που θα μας συνοδεύσουν σε κάθε μας βήμα, από το πρωί μέχρι το βράδυ. Εξάλλου το να είμαστε fashionable δεν είναι πολυτέλεια, αλλά τρόπος ζωής!



ΤΣΑΝΤΑ
BUCKET

CK



WESTERN ANKLE
BOOTIES

ENVIE SHOES

ΜΙΔΙ ΦΟΥΣΤΑ

**TOMMY
HILFINGER**





ΠΑΛΤΟ 100%
ΚΑΣΜΙΡΙ

ZARA



ΚΟΜΨΟ
ΠΑΝΤΕΛΟΝΙ
ΜΕ ΑΓΚΡΑΦΑ

H&M



ΒΑΜΒΑΚΕΡΟ
ΠΟΥΚΑΜΙΣΟ
ΑΠΟ ΠΟΠΛΙΝΑ

CK

CALZEDONIA



Fresh Fibers: Tencel

Η νέα SS25 συλλογή επιστρέφει με τα fresh, λειπτά υφάσματα που αναπνέουν.

CALZEDONIA.COM

Μακιγιάζ που σε συνοδεύει παντού!

Ποια από εμάς δεν ονειρεύεται ένα μακιγιάζ που να αντέχει στους ρυθμούς της καθημερινότητας; Ξεκινώντας από το γραφείο και φτάνοντας μέχρι την απογευματινή σου έξοδο, χρειάζεσαι προϊόντα που σου χαρίζουν αυτοπεποίθηση και φυσική λάμψη. Χωρίς υπερβολές, αλλά με την απαραίτητη διάρκεια, το σωστό μακιγιάζ γίνεται ο σύμμαχός σου για κάθε στιγμή της ημέρας. Έτσι, αναζητάς σκιές ματιών που απλώνονται εύκολα και διαρκούν για ώρες, μάσκαρα που δίνει ένταση στο βλέμμα σου χωρίς να μουτζουρώνει, και κραγιόν που «αγκαλιάζει» τα χείλη σου, προσφέροντας ζωντάνια σε κάθε σου εμφάνιση. Φυσικά, με τις σωστές επιλογές, μπορείς να είσαι κομψή, φρέσκια και λαμπερή, όλη την ημέρα αφήνοντας στο πέρασμά σου το ανεξίτηλο στίγμα σου!



JO MALONE LONDON - TAIF ROSE COLOGNE INTENSE

Αν λατρεύεις τα αρώματα με ιστορία, το Taif Rose θα σε μεταφέρει στα ρομαντικά τοπία της Μέκκας. Με νότες από αισθησιακό κεχριμπάρι και αρωματικό καφέ, αυτό το άρωμα ξεχωρίζει για την κομψότητά του.



EYESHADOWS CLICK SYSTEM, MD PROFESSIONNEL

Σκιές ματιών σε συμπαγή μορφή και μεγάλη ποικιλία χρωμάτων.

- Επιτυγχάνουν μεγάλη διάρκεια, εντυπωσιακό και σταθερό αποτέλεσμα.
- Σύσταση που βοηθάει το ομοίμορφο άπλωμα.
- Εύκολη και πρακτική, click - system, συσκευασία



STUDIO FIX FLUID SPF 15 24HR MATTE FOUNDATION + OIL CONTROL, MAC

Ένα 24ωρο προσαρμόσιμο foundation που αφήνει την επιδερμίδα να αναπνέει και προσφέρει φυσικό, απαλό ματ αποτέλεσμα. Διαθέσιμο σε 71 αποχρώσεις εμπλουτισμένες με ευεργετικά για την επιδερμίδα συστατικά - κατάλληλες για όλους τους τόνους και τις υφές επιδερμίδας.

NO SMUDGE MASCARA, BOBBIE BROWN

Η αδιάβροχη αυτή mascara μεγάλης διάρκειας προσφέρει όγκο, σχήμα και μήκος χωρίς να μουτζουρώνει, αλλά χαρίζοντας εντυπωσιακό βλέμμα!



SISLEY PARIS - PHYTO- ROUGE VELVET

Για σένα που θέλεις χείλη απαλά και εντυπωσιακά, το νέο Phyto-Rouge Velvet της Sisley είναι η απάντηση. Η ματ σύνθεση του αγκαλιάζει τα χείλη σου, ενώ οι 12 ζωηρές αποχρώσεις του καλύπτουν κάθε σου διάθεση.





O... master στα φρύδια από



MD[®]
PROFESSIONNEL

Δεν υπάρχει καμία αμφιβολία ότι τα φρύδια είναι το «κάρδο» του προσώπου μας. Τα καλοσχηματισμένα φρύδια μπορούν να αλλάξουν ολόκληρη την εμφάνισή μας, δίνοντας έμφαση στα μάτια μας, ενώ ταυτόχρονα δημιουργεί μια αίσθηση αρμονίας και ισορροπίας σε όλο μας το πρόσωπο. Πολλές φορές θαυμάζουμε ένα βλέμμα γεμάτο δυναμισμό και αυτοπεποίθηση, γιατί τα φρύδια είναι τέλεια και το κάνουν σπινθηροβόλο! Οι γυναίκες, ειδικά στις μέρες μας, συνδυάζουμε πολλαπλούς ρόλους, καριέρα, οικογένεια, προσωπική ζωή, το να είμαστε περιποιημένες και έτοιμες για κάθε περίπτωση με δυναμισμό, είναι το «κλειδί». Για αυτό, τα φρύδια μας χρειάζονται τον δικό τους master... που δεν είναι άλλος από το **Master Brow Filler Pen** της **MD Professionnel**.

Αρχικά, αυτός ο μικρός, αλλά θαυματοργός μαρκαδόρος με το ειδικό πινέλο του δεν είναι απλώς ένα ακόμα προϊόν μακιγιάζ στο νεσεσέρ μας, αλλά το μυστικό μας «όπλο» για το τέλειο βλέμμα. Ο σχεδιασμός του είναι ιδανικός για να σχηματίσουμε, να περιγράψουμε και να γεμίσουμε τα φρύδια μας, χαρίζοντας τους μια εμφάνιση που μοιάζει με φυσικό microblading. Φυσικά, το ιδανικό είναι ότι μπορούμε πολύ εύκολα και γρήγορα να το εντάξουμε στην καθημερινότητά μας, αφού σε μόλις λίγα λεπτά, αποκτάμε καλοσχηματισμένα φρύδια που μένουν αναλλοίωτα για έως και 24 ώρες, χάρη στην ανθεκτικότητά του στο νερό.



Παράλληλα, θέλουμε το καλύτερο για την επιδερμίδα μας, και το **Master Brow Filler Pen** διαθέτει vegan φόρμουλα, είναι δερματολογικά ελεγμένο και κατάλληλο για κάθε τύπο δέρματος. Έτσι, όχι μόνο εξασφαλίζουμε άψογη εμφάνιση, αλλά ταυτόχρονα φροντίζουμε τον εαυτό μας με προϊόντα που σέβονται την επιδερμίδα μας αλλά και τον πλανήτη.



Με λίγα λόγια, η στιγμή να δώσουμε έμφαση στην «κορνίζα» του προσώπου μας έφτασε για να χαρίσουμε στον εαυτό μας βλέμμα γεμάτο «φωτιά», αποφασιστικότητα και δυναμισμό, με ένα προϊόν που ταιριάζει στις ανάγκες μας αλλά και στην ξεχωριστή μας απόχρωση. Έτσι, κάθε μέρα μπορούμε να έχουμε μοναδικά και απεγάδιαστα φρύδια, σε ελάχιστο χρόνο και με... professional αποτέλεσμα!

intimissimi

Italian lingerie



Love Me Madly

Η νέα Valentine Collection αποτελεί φόρο τιμής στον έρωτα που αναμειγνύεται με κομψότητα, αισθησιασμό και ενέργεια.

INTIMISSIMI.COM

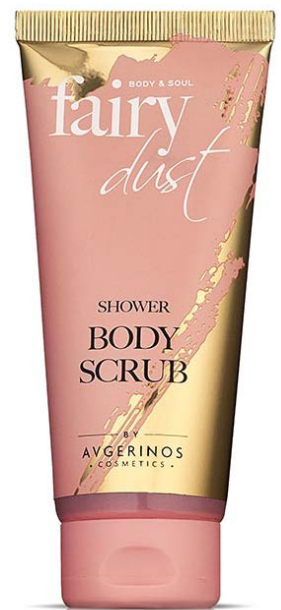
Ηγεικκή φροντίδα για κάθε boss lady!

Πολλές φορές αναρωτιόμαστε πώς να ισορροπήσουμε ανάμεσα στις επαγγελματικές μας υποχρεώσεις, τις κοινωνικές μας επαφές και τη φροντίδα του εαυτού μας. Ειδικά οι γυναίκες που έχουμε αναλάβει ηγεικούς ρόλους, ξέρουμε πως η επιτυχία ξεκινά από την αυτοπεποίθηση, και αυτοπεποίθηση σημαίνει να νιώθουμε όμορφες και περιποιημένες, ακόμα και στις πιο απαιτητικές μέρες. Για αυτό βέβαια, υπάρχουν προϊόντα που κάνουν τη διαφορά και κάθε boss lady αξίζει τη λάμψη που της προσφέρουν!



C E FERULIC SERUM ΠΡΟΣΩΠΟΥ ΜΕ ΦΕΡΟΥΛΙΚΟ ΟΞΥ & ΒΙΤΑΜΙΝΗ C, SKINCEUTICALS

Το C E Ferulic® είναι ένας επαναστατικός αντιοξειδωτικός συνδυασμός που αποδίδει προηγμένη προστασία από περιβαλλοντικούς παράγοντες φωτογήρανσης εξουδετερώνοντας τις ελεύθερες ρίζες που προκαλούν πρώιμα σημάδια γήρανσης. Αυτός ο αντιοξειδωτικός συνδυασμός ενισχύει την προστασία ενάντια στις καταστρεπτικές ακτίνες UV ακτινοβολίας για αποτελεσματικότερη αντιμετώπιση των ορατών σημαδιών γήρανσης.



SHOWER SCRUB, AVGERINOS COSMETICS

Το Fairy dust είναι ένα ντους scrub που κάνει περισσότερα από μόνο την απολέπιση του δέρματός μας, καθώς αφρίζει όταν έρθει σε επαφή με νερό και καθαρίζει ακόμα καλύτερα από ένα κανονικό scrub. Το πουδρένιο και ρομαντικό άρωμα Fairy Dust περιέχει νότες από μανταρίνι, άνθη πορτοκαλιάς, βανίλια, κρίνο και υλάνγκ υλάνγκ που θα παραμείνει στο δέρμα μας για ώρες μετά το ντους.



ABSOLUT REPAIR MOLECULAR, L'ORÉAL PROFESSIONNEL

- Επανορθώνει 2 χρόνια φθοράς.
- Ξαναγεμίζει τα μοριακά στρώματα της τρίχας.
- Για όλους τους τύπους ταλαιπωρημένων μαλλιών.



CHARCOAL PORE MINIMISING MASK, THE BODY SHOP

Με 4 φορές περισσότερο ενεργό άνθρακα και άργιλο, απορροφά την περιττή λιπαρότητα, απομακρύνει τους ρύπους και τα νεκρά κύτταρα, ενώ μειώνει ορατά την εμφάνιση των πόρων. Κατάλληλη για όλους τους τύπους δέρματος, χαρίζει λαμπερή επιδερμίδα σε μόλις 5-10 λεπτά.



Η DEBBIE WEINSTEIN

νέα Πρόεδρος της Google για την Ευρώπη, τη Μέση Ανατολή και την Αφρική (EMEA)

Η Debbie Weinstein αναλαμβάνει την ηγεσία της Google σε Ευρώπη, Μέση Ανατολή και Αφρική (EMEA), εστιάζοντας στη χρήση της **Τεχνητής Νοημοσύνης** για την ενίσχυση της ανάπτυξης στις επιχειρήσεις, την κοινωνία και τις κυβερνήσεις της περιοχής. Η Google DeepMind, με έδρα το Λονδίνο, ηγείται στην έρευνα AI, με επιτεύγματα όπως το βραβευμένο AlphaFold.

Καθώς η Google συνεχίζει τα αξιοσημείωτα επιτεύγματα στον τομέα της Τεχνητής Νοημοσύνης (AI), η Debbie Weinstein θα ηγείται της προσπάθειας της εταιρείας να διασφαλίσει ότι ο κάθε άνθρωπος στην περιοχή EMEA (Ευρώπη, Μ. Ανατολή, Αφρική) θα επωφελείται από την καινοτόμο τεχνολογία της Τεχνητής Νοημοσύνης. Σύμφωνα με την εταιρεία Public First, τα προϊόντα, οι πλατφόρμες και τα εργαλεία της Google

συνεισέφεραν περίπου 179 δισεκατομμύρια ευρώ σε οικονομική δραστηριότητα το 2023 μόνο στην Ευρωπαϊκή Ένωση, και έδωσαν τη δυνατότητα στις επιχειρήσεις να απασχολούν πάνω από 3 εκατομμύρια ανθρώπους.

Η Debbie Weinstein θα επικεντρωθεί στο να βοηθήσει τους χρήστες, τις επιχειρήσεις, τους συνεργάτες και τις κυβερνήσεις σε όλες χώρες της περιοχής EMEA να αξιοποιήσουν τις σημαντικές, αναξιοποίητες -μέχρι τώρα- δυνατότητες ανάπτυξης που προσφέρει η Τεχνητή Νοημοσύνη. Μία πρόσφατη έρευνα που διεξήγαγε η Implement Consulting Group, για λογαριασμό της Google, εκτιμά ότι η παραγωγική τεχνητή νοημοσύνη (GenAI) θα μπορούσε να προσθέσει μεταξύ 1,2 και 1,4 τρισεκατομμύρια ευρώ στο ΑΕΠ της Ευρωπαϊκής Ένωσης, ή αλλιώς ποσοστό που αγγίζει το 8%, μέσα στα επόμενα δέκα χρόνια.



Σχετικά με την Debbie Weinstein

Η Debbie Weinstein εντάχθηκε στην Google το 2014 και από τότε έχει αναλάβει ηγετικούς ρόλους τόσο σε περιφερειακό όσο και σε παγκόσμιο επίπεδο. Μέχρι πρότινος υπήρξε Αντιπρόεδρος και Γενική Διευθύντρια της Google για το Ηνωμένο Βασίλειο και την Ιρλανδία. Πριν από αυτό, ως Αντιπρόεδρος Παγκόσμιων Λύσεων για Διαφημιζόμενους, είχε καθοριστικό ρόλο στο να εξασφαλίσει ότι οι επιχειρήσεις κάθε μεγέθους σε όλο τον κόσμο μπορούν να αναπτύσσονται μέσω του YouTube. Η Debbie εντάχθηκε στη Google ως Γενική Διευθύντρια των ομάδων πωλήσεων, στρατηγικής και λειτουργιών της εταιρείας σε όλη την περιοχή EMEA. Πριν από την ένταξή της στην Google, η Debbie ήταν Αντιπρόεδρος Παγκόσμιων Μέσων Μαζικής Ενημέρωσης στην Unilever, όπου ήταν υπεύθυνη για τον παγκόσμιο στρατηγικό σχεδιασμό επικοινωνίας, την ανάπτυξη του ψηφιακού μάρκετινγκ και τη καθοδήγηση των παγκόσμιων συνεργασιών της εταιρείας μέσω ενημέρωσης της εταιρείας. Η δουλειά της στη Unilever έχει αναγνωριστεί ευρέως, αποσπώντας πλήθος βραβείων στον τομέα της, συμπεριλαμβανομένων δεκάδων Cannes Lions, καθώς και την τιμητική διάκριση Game Changer από την Advertising Women of New York.

Νωρίτερα στην καριέρα της, η Debbie εργάστηκε στις πωλήσεις, το μάρκετινγκ, τη στρατηγική και την επιχειρηματική ανάπτυξη σε εταιρείες μέσω ενημέρωσης όπως η Viacom, η MTV Networks και η Bolt.com. Ίδρυσε μία εταιρεία παιδικών τροφίμων, την Swingset Kitchens και ξεκίνησε την καριέρα της ως τραπεζίτη επενδύσεων στον τομέα των συγχωνεύσεων και εξαγορών στην Goldman, Sachs & Co. Έχει MBA από το Harvard Business School και πτυχίο (BA) από το Brown University.

Η ανάληψη της ηγεσίας της Google EMEA από τη Debbie Weinstein σηματοδοτεί μια νέα εποχή για την περιοχή, με επίκεντρο την Τεχνητή Νοημοσύνη και τις αστείρευτες δυνατότητές της. Με εκτενή εμπειρία σε ηγετικούς ρόλους και όραμα για ανάπτυξη που ωφελεί όλους, η Weinstein αναμένεται να διαδραματίσει καθοριστικό ρόλο στη διαμόρφωση ενός καινοτόμου, ψηφιακού μέλλοντος. Μέσω της τεχνογνωσίας της και της στρατηγικής προσέγγισής της, η Google συνεχίζει να επενδύει στην έρευνα και την ανάπτυξη, ενισχύοντας την πρόοδο και την αειφορία. Η νέα της ηγεσία εμπνέει εμπιστοσύνη ότι η τεχνολογία θα γίνει κινητήριος δύναμη για θετικές αλλαγές στις επιχειρήσεις και τις κοινωνίες.

Ο Philipp Schindler, Senior Vice President και Chief Business Officer της Google, ανέφερε: «Ζούμε στην εποχή της Τεχνητής Νοημοσύνης και μόλις τώρα έχουμε αρχίσει να βλέπουμε τον μετασχηματιστικό της αντίκτυπο στις επιχειρήσεις και την κοινωνία. Σε μια τόσο κρίσιμη στιγμή για την τεχνολογία, είμαι ενθουσιασμένος που διορίσαμε ως Πρόεδρο της Google για την περιοχή EMEA μια ηγέτιδα με όραμα. Η Debbie διαθέτει σημαντική εμπειρία στην επίτευξη ανάπτυξης που ωφελεί όλους, καθώς και το πάθος και την αποφασιστικότητα που απαιτούνται για την επιτυχία των πελατών μας, καθώς φέρνουμε τα καλύτερα στοιχεία της εποχής Gemini σε όλους, στην περιοχή EMEA.»

Η Debbie Weinstein, Πρόεδρος της Google για την EMEA, πρόσθεσε: «Η Ευρώπη, η Μέση Ανατολή και η Αφρική συνθέτουν μια περιοχή εκπληκτικά διαφορετική και ποικιλόμορφη, όμως η τεράστια ευκαιρία ανάπτυξης που μπορεί να δημιουργήσει η Τεχνητή Νοημοσύνη είναι καθολική. Προτεραιότητά μου θα είναι να αξιοποιήσω αυτές τις δυνατότητες για να αναδείξω την ανάπτυξη που βασίζεται στην Τεχνητή Νοημοσύνη για όλους – χρήστες, επιχειρήσεις, συνεργάτες και κυβερνήσεις σε κάθε μέρος της περιοχής. Είμαι ενθουσιασμένη που αναλαμβάνω αυτόν τον ρόλο σε μια κομβική στιγμή, σε μια εταιρεία όπου εργάζομαι εδώ και δέκα χρόνια και ηγούμαι πλέον μιας περιοχής όπου έχω περάσει μεγάλο μέρος της ζωής μου.»

Πάνω από 29.000 άνθρωποι εργάζονται για την Google στην περιοχή EMEA σε 56 γραφεία, σε 35 χώρες. Υπάρχουν ομάδες της Google σε όλη την περιοχή που κατασκευάζουν προϊόντα, από το Android, το Chrome και το Cloud, έως την Αναζήτηση και το YouTube, ενώ παράλληλα διαχειρίζονται τις τεχνολογικές υποδομές της εταιρείας. Επίσης, η περιοχή EMEA ηγείται σημαντικής προόδου στην έρευνα της Τεχνητής Νοημοσύνης. Η Google DeepMind, με έδρα το Λονδίνο, έχει σημειώσει σημαντικές καινοτομίες, όπως το βραβευμένο με Νόμπελ AlphaFold, που επιταχύνει την επιστημονική έρευνα σε πολλούς τομείς της επιστήμης. Στην Κένυα και τη Γκάνα, ερευνητές της Google χρησιμοποιούν την Τεχνητή Νοημοσύνη για την πρόβλεψη πλημμυρών και την ενίσχυση της ασφάλειας τροφίμων.

Εκδότης-Διευθυντής
Κώστας Νόσσης

Διεύθυνση
Ειρήνη Νόσση

Αρχισυντάκτρια
Σόνια Χαϊμαντά

Σύνταξη:

Έλενα Αλεξίου, Κωνσταντίνος Καβαλάρης,
Πέτρος Κυπραίος, Δήμητρα Μήτκα,
Θεοδώρα Νικολοπούλου, Αγγελική Νόσση,
Βαρβάρα Ντέντη, Ελένη Σαραντάκη, Δημήτρης Σκιάνης

Φωτογραφίες: Παντελής Μαρλαγκούτσος
Διαφήμιση: Έλλη Μαστρομανώλη
Υπεύθυνη Παραγωγής: Ελένη Καπιτσάκη
Δtp: Φάνης Ζέρβας, Νίκος Χαλκιαδάκης
Λογιστήριο: Ανδρέας Λουλάκης

Στοιχεία Επικοινωνίας

Smart Press
Μάγερ 11, 104 38, Αθήνα,
Τηλ.: 210 5201500, 5230000



SMART PRESS