



Συνέδριο ΕΣΒΕΠ, 6 Νοεμβρίου 2019, Συνεδριακό Κέντρο ΔΑΪΣ

Αθήνα, 7 Νοεμβρίου 2019

ΔΕΛΤΙΟ ΤΥΠΟΥ για το Συνέδριο ΕΣΒΕΠ που πραγματοποιήθηκε στις 6-11-2019

Οι Καταναλωτές Απαιτούν, Οι Μάρκες Απαντούν

Στο νέο παγκοσμιοποιημένο και ψηφιακό περιβάλλον, τα επώνυμα προϊόντα, πέρα από συντελεστής ανάπτυξης, προσφέρουν και τεράστιες κοινωνικές υπηρεσίες.

«Η παγκοσμιοποίηση και ο συνδυασμός της με την ψηφιακή εξέλιξη στην εποχή μας, αποτελούν το πλαίσιο της 4ης βιομηχανικής επανάστασης. Πρόκειται για ένα τεράστιο και ανατρεπτικό γεγονός, το οποίο αλλάζει ριζικά τη ζωή του ανθρώπου, φέρνει δε στο προσκήνιο νέες τάσεις και συμπεριφορές, οι οποίες διαφοροποιούν τις κοινωνίες μας από πολλές παραδοσιακές έως σήμερα λειτουργίες». Αυτά μεταξύ άλλων ανέφερε στην εισαγωγική του ομιλία **ο Πρόεδρος του ΕΣΒΕΠ Νίκος Καραγεωργίου**, ο οποίος στη συνέχεια υπογράμμισε και τον νέο κοινωνικό ρόλο που παίρνουν τα επώνυμα προϊόντα ως φορείς όχι μόνο οικονομικής προόδου αλλά και ως συντελεστές εταιρικής κοινωνικής ευθύνης.

Διαδεχόμενος τον Πρόεδρο του ΕΣΒΕΠ στο βήμα, **ο Υφυπουργός Ανάπτυξης και Επενδύσεων Νίκος Παπαθανάσης** υπογράμμισε την ευνοϊκή τοποθέτηση της κυβέρνησης απέναντι στο επιχειρείν και στις νέες επιχειρηματικές τάσεις και είπε ότι όντως στο παγκοσμιοποιημένο σημερινό περιβάλλον, τα επώνυμα προϊόντα μπορούν να βοηθήσουν τόσο την εξωστρέφεια που χρειάζεται η ελληνική οικονομία, όσο βέβαια και την εσωτερική δυναμική της οικονομίας. Επίσης, ο Υπουργός τόνισε τη βούληση της κυβέρνησης να πετύχει υψηλούς αναπτυξιακούς στόχους και έδωσε μεγάλη έμφαση τόσο στα έργα που πρόκειται, μετά από πολλά χρόνια καθυστερήσεων, να ξεκινήσουν, όσο και σε νέες πρωτοβουλίες που θα δρομολογηθούν μετά από τις επαφές του Πρωθυπουργού με επενδυτικούς φορείς της Κίνας και άλλων χωρών.

Ανοίγοντας τις ουσιαστικές παραμέτρους του Συνεδρίου του ΕΣΒΕΠ, **ο Γιώργος Σπηλιόπουλος, Αντιπρόεδρος Ανατολικής Ευρώπης της BARILLA**, αναφέρθηκε στις δραστηριότητες οι οποίες θα μπορούσαν να επιλύσουν σοβαρά ενεργειακά προβλήματα της εποχής μας πιο γρήγορα, πιο μακριά, πιο ψηλά. Τόνισε πως η Barilla ανταποκρίνεται έμπρακτα στους προβληματισμούς, τους στόχους και τις πρωτοβουλίες όπως αυτές αναδεικνύονται από τον ΟΗΕ με την AGENDA 2020 για βιώσιμη ανάπτυξη.

Αναφερόμενη στη βιώσιμη ανάπτυξη, η **Ερμιόνη Γεωργουλάκη, Greece Country Leader της PROCTER & GAMBLE**, έδωσε έμφαση στις δραστηριότητες της Procter & Gamble στον τομέα αυτό και ιχνογράφησε τις στρατηγικές προτεραιότητες της εταιρείας, η οποία επενδύει στην προστασία του περιβάλλοντος, σε προϊόντα με θετικό κοινωνικό και περιβαλλοντικό αποτύπωμα αλλά και στο κοινωνικό περιεχόμενο των πρωτοβουλιών της στο marketing και την επικοινωνία.

Για την ποιότητα ζωής και γιατί η COLGATE-PALMOLIVE προσφέρει στον κόσμο λόγους να χαμογελάει μίλησε η **Ρενέτα Παπακαμμένου, Γενική Διευθύντρια της COLGATE-PALMOLIVE** υπογραμμίζοντας μεταξύ άλλων ιδιαίτερα καινοτομικές πρωτοβουλίες της εταιρείας αναφορικά με τα νέα σωληνάρια των οδοντόκρεμων και την ανακύκλωσή τους. Πρωτοβουλίες οι οποίες θα γίνουν γνωστές στην αγορά μέσα στο 2020.

Από την πλευρά της η **Σόνια Δήμογλη, Business Unit Marketing Manager για Ελλάδα & Κύπρο της Coca-Cola 3E**, έκανε λόγο για την κοινωνική πολιτική του ομίλου Coca-Cola 3E, το πως ενδυναμώνει τους ανθρώπους της και επενδύει σε προγράμματα για τη νέα γενιά και έναν κόσμο χωρίς απορρίμματα. Υπογράμμισε ιδιαίτερα τις επενδύσεις του σε δράσεις εταιρικής κοινωνικής ευθύνης, οι οποίες συγκεντρώνουν και ένα σημαντικό μέρος των επενδύσεων που κάθε χρόνο πραγματοποιεί ο όμιλος.

Τις εντυπωσιακές πρωτοβουλίες της UNILEVER περιέγραψε ο **Δημήτρης Σερίφης, Country Category Business Team Leader Foods South East Europe της UNILEVER**, αναφερόμενος στο πως η εταιρεία στηρίζει καλλιεργητές ντομάτας στη Γαστούνη, βοηθώντας με τον τρόπο αυτό τόσο τη γεωργική ανάπτυξη του νομού Ηλείας, όσο βέβαια και τη φήμη της ελληνικής ντομάτας στις ξένες αγορές. Ο ομιλητής εξήγησε τους τρόπους με τους οποίους η Unilever χρηματοδοτεί και στηρίζει με τεχνογνωσία 100 καλλιεργητές στη Γαστούνη, οι οποίοι με δηλώσεις τους ανέφεραν το πώς μπορούν και δημιουργούν αξίες.

Παίρνοντας το λόγο ο **Βασίλης Σταύρου, Brand President της AB ΒΑΣΙΛΟΠΟΥΛΟΣ**, έφερε στο προσκήνιο το σοβαρότατο πρόβλημα της κατασπατάλησης ειδών διατροφής και υπογράμμισε ότι η AB ΒΑΣΙΛΟΠΟΥΛΟΣ με πρωτοβουλία του ιδρυτού της Γεράσιμου Βασιλόπουλου, ίδρυσε στην Ελλάδα την πρώτη τράπεζα τροφίμων. Παράπλευρα, ο Βασίλης Σταύρου ανέφερε ότι ο όμιλος έχει σήμερα 500 καταστήματα και απασχολεί 14.150 εργαζόμενους, στους οποίους και παρέχει ειδικά κοινωνικά πλεονεκτήματα και σοβαρές δυνατότητες προσωπικής βελτίωσης.

Για την αξία του Branding στα κεφαλαιουχικά αγαθά μίλησε ο **Λάμπρος Γιαννούχος, Γενικός Διευθυντής της ETEM**, μιας εταιρείας η οποία δραστηριοποιείται στο χώρο της παραγωγής προϊόντων αλουμινίου. Ο ομιλητής υπογράμμισε ιδιαίτερα τις προστιθέμενες αξίες που δημιουργούν τα κεφαλαιουχικά αγαθά και τόνισε τους τρόπους με τους οποίους μπορεί να εισαχθεί στα κριτήρια επιλογής μιας επένδυσης

η «μάρκα» σαν πλήρης αναφορά σε παραμέτρους ποιότητας, επίδοσης και βιωσιμότητας.

Για τη **Φαίη Μακαντάση, Research Analyst της διαΝΕΟσις**, το Branding είναι η σημαντικότερη στρατηγική επιλογή για την αύξηση των εξαγωγών, οι οποίες πρέπει να αποτελέσουν βασικό στόχο της κυβέρνησης εάν όντως επιθυμεί σταθερή και μόνιμη ανάπτυξη για τη χώρα. Οι εξαγωγές, όπως και η δημιουργία επώνυμης ελληνικής ζήτησης στο εξωτερικό, κατά την εισηγήτρια πρέπει να αποτελέσουν κορυφαίο εθνικό στόχο. Εθνικός στόχος, ο οποίος είναι αυτονόητο πως θα πρέπει να συνδεθεί άμεσα και με την τουριστική πρόοδο της χώρας.

Ο **Θάνος Μαύρος, Επικεφαλής του τομέα Εφοδιαστικής Αλυσίδας και Λειτουργιών της ERNST YOUNG** υπογράμμισε το μετασχηματισμό που συντελείται στην εφοδιαστική αλυσίδα και ανέλυσε τον προβληματισμό αν αυτός ο μετασχηματισμός είναι μία απαραίτητη ανάγκη η απλά θα ήταν κάτι καλό να συμβεί.

Τέλος, ο **Μάκης Θεοδώρου Regional Retail Director for West & Southern Europe & Managing Director Greece, της GFK**, αναφέρθηκε στη Γενιά του Τώρα, και όπως όλες οι γενιές στο παρελθόν, έχουν τις δικές τους αξίες και τρόπο να βλέπουν τα πράγματα. Μίλησε για τις προκλήσεις που έχουν οι εταιρείες στο να παρακολουθήσουν τις αλλαγές στα καταναλωτικά πρότυπα ώστε να είναι πιο αποτελεσματικοί στον τρόπο που προσεγγίζουν με τα προϊόντα τους αυτή τη γενιά.

Τη συνεδριακή εκδήλωση του ΕΣΒΕΠ συντόνισε με ιδιαίτερη επιτυχία ο **Νίκος Υποφάντης, Δημοσιογράφος του ΣΚΑΪ MEDIA GROUP**.

Χορηγοί του Συνεδρίου ήταν οι εταιρείες: ΑΘΗΝΑΙΚΗ ΖΥΘΟΠΟΙΪΑ, ΜΑΛΑΜΑΤΙΝΑ, ΜΕΓΑ ΠΡΟΪΟΝΤΑ ΠΡΟΣΩΠΙΚΗΣ ΥΓΙΕΙΝΗΣ, ΠΑΠΑΣΤΡΑΤΟΣ, SALES PROMOTION CENTER, SEPONA

Υποστηρικτές του Συνεδρίου ήταν οι εταιρείες: ΜΕΛΙΣΣΟΚΟΜΙΚΗ ΕΤΑΙΡΕΙΑ ΑΤΤΙΚΗ, BARILLA, COCA-COLA 3E, ΓΙΩΤΗΣ, COLGATE-PALMOLIVE, METRO.

Χορηγοί Επικοινωνίας και Διαδικτυακής Επικοινωνίας του Συνεδρίου ήταν οι εταιρείες: RETAIL BUSINESS, RETAIL TODAY, ADVERTISING.GR, BUSINESSNEWS.GR.