



Τρίτη 16 Απριλίου 2019

ΔΕΛΤΙΟ ΤΥΠΟΥ

Με την παρουσία 140 CEOs και ανώτατων διευθυντικών στελεχών όλων των σημαντικών επιχειρήσεων του Retail πραγματοποιήθηκε την Τετάρτη 10 Απριλίου 2019, στο Sofitel Athens, η εσπερίδα **“The Future of Retail”** που διοργάνωσαν ο ΣΕΛΠΕ και η **Boussias Communications**, με κεντρικό ομιλητή τον **Lord Stuart Rose, Chairman of OCADO**.

Στην ομιλία του, ο Λόρδος Rose που έχει ηγηθεί λιανεμπορικών κολοσσών όπως τα Marks & Spencer, η Argos και το Arcadia Group, προέτρεψε τους ηγέτες του Retail στη χώρα μας να είναι ευέλικτοι και να βρίσκονται διαρκώς σε εγρήγορση, καθώς οι επιχειρήσεις του κλάδου θα πρέπει να αλλάξουν για να επιβιώσουν. Τόνισε επίσης, ότι ο ηγέτης μιας λιανεμπορικής επιχείρησης πρέπει να αναλαμβάνει ρίσκα, να εμπιστεύεται το ένστικτο του και να ακολουθεί την κοινή λογική. «Να πιστεύετε αυτό που κάνετε, να μη φοβάστε να αλλάξετε άποψη και να κάνετε λάθη. Ο χειρότερος ηγέτης είναι ο δογματικός» ανέφερε χαρακτηριστικά. Κλείνοντας, έκανε ειδική μνεία στην αειφορία και την προστασία του περιβάλλοντος ως βασικό πυλώνα ανάπτυξης του λιανεμπορίου.

Στον εισαγωγικό χαιρετισμό της εκδήλωσης ο **Πρόεδρος του ΣΕΛΠΕ Αντώνης Μακρής**, αναφέρθηκε στην αστάθεια του περιβάλλοντος εντός του οποίου επιχειρούν την τελευταία δεκαετία οι λιανέμποροι. Υποστήριξε ότι το κράτος πρέπει να έχει ευθύνη μόνο για τη θεσμοθέτηση ενός πλαισίου και ξεκάθαρων όρων λειτουργίας, τους οποίους θα ελέγχει οριζοντίως και καθέτως, αφήνοντας τις επιχειρήσεις να κινηθούν ελεύθερα μέσα σε αυτό.

Ο **Γενικός Διευθυντής του ΙΟΒΕ, Καθηγητής ΟΠΑ, Νίκος Βέττας** περιέγραψε τις βασικές τάσεις για το Λιανικό Εμπόριο. Ενώ, το μερίδιό του στο ΑΕΠ ήταν το 2008 στο 4,1% και περίπου στον μέσο όρο της Ευρωζώνης, ο κλάδος πλήγηκε από την κρίση περισσότερο από ό,τι συνολικά η οικονομία, με αποτέλεσμα η σχετική συμβολή του να υποχωρήσει το 2017 στο 2,8%. Όμως, οι επιπτώσεις στην απασχόλησή του ήταν ασθενέστερες και έτσι ο κλάδος διατήρησε στο ίδιο διάστημα το μερίδιό του, που είναι μεγαλύτερο του 11%, αλλά και υψηλότερο από το μέσο όρο στην Ευρωζώνη, κατά 3% ποσοστιαίες μονάδες. Ενόψει της αναγκαίας στροφής της ελληνικής οικονομίας προς την καινοτομία και την εξωστρέφεια, ο κλάδος έχει την ευκαιρία για πολύ καλύτερη συνάρτηση με νέες ψηφιακές τεχνολογίες, με βάση τα ποσοτικά δεδομένα και το ηλεκτρονικό εμπόριο, αλλά και με τον εισερχόμενο τουρισμό και την επέκτασή του προς αγορές του εξωτερικού.

Το πάνελ συζήτησης των ηγετών του Retail στη χώρα μας

Ένα πολύ ζωντανό debate μεταξύ των ηγετών των μεγαλύτερων επιχειρήσεων του Retail, υπό τον συντονισμό του δημοσιογράφου **Μπάμπη Παπαδημητρίου**, ανέδειξε τις μεγάλες προκλήσεις που αντιμετωπίζουν. Συμμετείχαν ως ομιλητές οι: **Θεόδωρος Βάρδας**, Πρόεδρος & Διευθύνων Σύμβουλος της Βάρδας ΑΕ, **Κώστας Γεράρδος**, Αντιπρόεδρος & Διευθύνων Σύμβουλος, Πλαίσιο, **Χρήστος Καλογεράκης**, CEO των Public. **Μαρίκα Λάμπρου**, Διευθύνουσα Σύμβουλος της Β. Καυκάς ΑΕ, **Αλμπέρτος Μπουρλάς**, Γενικός Διευθυντής Λιανικών Πωλήσεων της Vodafone, **Απόστολος Πεταλάς**, Διευθύνων Σύμβουλος, Fourlis Group, **Δαμιανός Χαραλαμπίδης**, Εντεταλμένος Γενικός Διευθυντής, Chief Digital Officer & Retail Banking Products της Alpha Bank.

Στη συζήτηση κυριάρχησαν θέματα όπως η τεχνολογική καινοτομία ως στρατηγική για το μέλλον του κλάδου, η προσέγγιση του κοινού των millennials και της generation Z και η πρόκληση της παροχής της ίδιας εμπειρίας στον πελάτη σε όλα τα κανάλια διάθεσης.

Όπως προέκυψε από τον διάλογο, στη χώρα μας, παρά την αύξηση των ηλεκτρονικών αγορών, η προσωπική επαφή με τον πελάτη στο φυσικό κατάστημα παραμένει πολύ ισχυρή. Όπως τόνισε η Μαρίκα Λάμπρου, βασικός πυλώνας ανάπτυξης της εταιρείας παραμένει η προσωπική σχέση με τους πελάτες στα καταστήματα, τόσο τους ιδιώτες όσο και τους επαγγελματίες, ενώ ο Θεόδωρος Βάρδας, ανέφερε ότι σήμερα ο πελάτης επιθυμεί να χρησιμοποιεί όλα τα διαθέσιμα κανάλια μαζί, οπότε φυσικό και ηλεκτρονικό κατάστημα πρέπει να αλληλοσυμπληρώνονται.

Στο θέμα αναφέρθηκε ο Χρήστος Καλογεράκης, λέγοντας ότι το κυρίαρχο στην εποχή μας είναι το «Online to Offline» όπου ο καταναλωτής βρίσκει τί θέλει Online και έρχεται να αγοράσει offline, στο κατάστημα, ενώ τόνισε τη σημασία της αξιοποίησης των δεδομένων για να την καλύτερη γνώση του πελάτη ώστε να του προσφέρεται προσωποποιημένη υπηρεσία. Από τη σκοπιά του τραπεζικού κλάδου, ο Δαμιανός Χαραλαμπίδης, υπερθεμάτισε για την αξία της γνώσης των data των πελατών, αναφέροντας ωστόσο, ότι η συλλογή και επεξεργασία τους σήμερα για το σκοπό του “know your customer” συνεπάγεται μεγάλη επένδυση για τις τράπεζες.

Η επίδραση των νέων τεχνολογικών τάσεων αποτέλεσαν επίσης, αντικείμενο της συζήτησης, με τον Απόστολο Πεταλά να αναφέρει ότι η μεγάλη ανατροπή έρχεται από τεχνολογίες AI και AR που σύντομα θα κάνουν δυνατή την παρουσίαση των προϊόντων εξ αποστάσεως. Στην αξιοποίηση της τεχνολογίας για την αναβάθμιση της εμπειρίας του πελάτη σε ένα νέο επίπεδο αναφέρθηκε και ο Αλμπέρτος Μπουρλάς, περιγράφοντας την καινοτομία της σύστασης των ομάδων “Ready”.

Στον ανταγωνισμό από μοντέλα τύπου Amazon αναφέρθηκε ο Κώστας Γεράρδος, λέγοντας χαρακτηριστικά ότι είναι ο «ελέφαντας στο δωμάτιο» που καταφέρνει να παραδίδει προϊόντα σε δύο ώρες. Τόνισε ότι η έμφαση πρέπει να δοθεί στην εξυπηρέτηση του πελάτη, στην ευκολία και στην ευχάριστη εμπειρία, με ένα λειτουργικό κόστος που θα επιτρέπει στην επιχείρηση να επιβιώνει.

Χαιρετισμό στην εκδήλωση πραγματοποίησε η **ΑΕ Πρέσβης της Μ. Βρετανίας Ms. Kate Smith** και ο **Αντιπρόεδρος της ΝΔ Κωστής Χατζηδάκης** παρουσιάζοντας τις προγραμματικές θέσεις της Αξιωματικής Αντιπολίτευσης για την επιχειρηματικότητα και τον κλάδο.

Χορηγός της εκδήλωσης ήταν η ΕΥ. Την εκδήλωση υποστήριξαν τιμητικά το Ελληνοβρετανικό Εμπορικό Επιμελητήριο, το ΕΒΕΑ, το ΙΠΕ και το ΕΙΕΠ.