

TOOLKIT
3.0

TOOLKIT

ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑΣ

ΕΠΙΤΡΟΠΗ ΕΚΠΑΙΔΕΥΣΗΣ ΚΑΙΝΟΤΟΜΙΑΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑΣ
ΕΛΛΗΝΟ-ΑΜΕΡΙΚΑΝΙΚΟ ΕΜΠΟΡΙΚΟ ΕΠΙΜΕΛΗΤΗΡΙΟ



Η "ΕΡΓΑΛΕΙΟΘΗΚΗ" ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑΣ
ΣΥΝΤΑΧΘΗΚΕ ΜΕ ΤΗΝ ΕΥΓΕΝΙΚΗ ΥΠΟΣΤΗΡΙΞΗ
ΤΗΣ ΕΘΝΙΚΗΣ ΤΡΑΠΕΖΑΣ ΚΑΙ ΤΗΣ BAYER



3 ΑΝΤΙ ΠΡΟΛΟΓΟΥ
Λίτσα Παναγιωτοπούλου
Νικόλαος Μπακατσέλος
Ηλίας Σπυρτούνιας

6 ΤΟ ΟΙΚΟΣΥΣΤΗΜΑ ΤΗΣ ΚΑΙΝΟΤΟΜΙΑΣ ΚΑΙ
ΟΙ ΣΥΝΕΡΓΑΣΙΕΣ ΠΟΥ ΟΔΗΓΟΥΝ ΣΕ ΝΕΕΣ
ΤΡΑΠΕΖΙΚΕΣ ΥΠΗΡΕΣΙΕΣ

12 ΕΠΙΤΑΧΥΝΟΝΤΑΣ
ΤΗΝ ΚΑΙΝΟΤΟΜΙΑ

18 ΞΕΚΙΝΩΝΤΑΣ ΚΑΙ ΑΝΑΠΤΥΣΣΟΝΤΑΣ
ΤΗΝ ΕΤΑΙΡΕΙΑ ΜΟΥ ΣΤΟ ΕΛΛΗΝΙΚΟ
ΟΙΚΟΣΥΣΤΗΜΑ ΚΑΙΝΟΤΟΜΙΑΣ

28 INTELLECTUAL PROPERTY RIGHTS
ΜΕΣΟ ΠΡΟΣΤΑΣΙΑΣ ΚΑΙ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ ΤΗΣ
ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ

44 ΕΚΚΙΝΗΣΗ ΚΑΙ ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΤΗΣ
ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ LEGAL MECHANICS
FORMING AN ENTITY NEEDING MONEY
TO GROW

70 ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΗ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ
STORY, PERCEPTION, REPUTATION,
LEADERSHIP BRAND, & DIGITAL COM

82 INDUSTRY IN FOCUS
ΣΥΓΧΡΟΝΕΣ ΤΑΣΕΙΣ ΣΤΗΝ ΥΓΕΙΑ ΚΑΙ ΤΗΝ
ΑΓΡΟΔΙΑΤΡΟΦΗ

90 PRACTICES
THAT INSPIRE

98 IN A NUTSELL

ΛΙΤΣΑ ΠΑΝΑΓΙΩΤΟΠΟΥΛΟΥ

ΠΡΟΕΔΡΟΣ ΕΠΙΤΡΟΠΗΣ ΕΚΠΑΙΔΕΥΣΗΣ-ΚΑΙΝΟΤΟΜΙΑΣ-ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑΣ,
ΕΛΛΗΝΟ-ΑΜΕΡΙΚΑΝΙΚΟ ΕΜΠΟΡΙΚΟ ΕΠΙΜΕΛΗΤΗΡΙΟ



Οι σύγχρονοι επιχειρηματίες έχουν πλέον να διαπλεύσουν έναν ωκεανό συνεχών ανατροπών και προκλήσεων. Η επιτυχία δεν εξαρτάται πλέον απλώς από την εφαρμογή των παραδοσιακών αρχών, αλλά απαιτεί καινοτομία, αυξημένη ευελιξία και τη διαρκή προσαρμογή στις ραγδαίες τεχνολογικές εξελίξεις και στο ολοένα και πολυπλοκότερο τοπίο του επιχειρείν. Είμαι εξαιρετικά περήφανη που η τρίτη αυτή έκδοση του Εγχειριδίου Επιχειρηματικότητας της Επιτροπής Εκπαίδευσης, Καινοτομίας και Επιχειρηματικότητας του Επιμελητηρίου μας έρχεται να δώσει σε νέους αλλά και πιο έμπειρους επιχειρηματίες τα απαραίτητα εφόδια για να αντιμετωπίσουν τις νέες προκλήσεις.

Το ανανεωμένο Toolkit Επιχειρηματικότητας είναι προσαρμοσμένο στις τελευταίες τεχνολογικές εξελίξεις και τις σύγχρονες απαιτήσεις της αγοράς. Ξεφεύγει από το πλαίσιο των τυπικών αρχών και συμβουλών για την εκκίνηση μιας επιχείρησης και ενσωματώνει έναν πλούτο προσεγγίσεων για τους σύγχρονους επιχειρηματίες. Περιλαμβάνει κατευθύνσεις και case studies για την αξιοποίηση των εξελίξεων στο μέτωπο της τεχνητής νοημοσύνης, που αλλάζει ριζικά ό,τι γνωρίζαμε για το επιχειρείν και την εργασία, των data analytics, της στρατηγικής επικοινωνίας και του branding και αγγίζει και άλλα πιο ειδικά ζητήματα, όπως τα πνευματικά δικαιώματα, οι πατέντες, το funding και το οικολογικό αποτύπωμα.

Για τη δημιουργία του πολύτιμου αυτού οδηγού θα ήθελα να εκφράσω τις θερμές μου ευχαριστίες στους συντάκτες και συντάκτριες, Βαρβάρα Μέργου, Αρχοντούλα Παπαπαναγιώτου, Σπύρο Αρσένη, Αλέξανδρο Κωστόπουλο και Σόνια Μουσαβερέ και να δηλώσω την ευγνωμοσύνη μου στους χορηγούς μας, την NBG Seeds της Εθνικής Τράπεζας, που από την πρώτη έκδοση υποστηρίζει τη σημαντική αυτή προσπάθεια ενίσχυσης της επιχειρηματικής κουλτούρας στη χώρα μας, αλλά και την Bayer. Τέλος, να ευχαριστήσω τον Γιάννη Ριζόπουλο για την επιμέλεια του εγχειριδίου, τον Αλέξανδρο Κωστόπουλο για την έκδοση και την Κατερίνα Τσαγκαρουλάκη για όλη την υποστήριξή της.





ΝΙΚΟΛΑΟΣ ΜΠΑΚΑΤΣΕΛΟΣ

ΠΡΟΕΔΡΟΣ, ΕΛΛΗΝΟ-ΑΜΕΡΙΚΑΝΙΚΟ ΕΜΠΟΡΙΚΟ ΕΠΙΜΕΛΗΤΗΡΙΟ

Σε έναν δυναμικό κόσμο όπου η καινοτομία και η επιχειρηματικότητα είναι οι ακρογωνιαίοι λίθοι της προόδου, το Ελληνο-Αμερικανικό Εμπορικό Επιμελητήριο αποτελεί φάρο και καθοδηγητή για τις ζωντανές και προδραστικές επιχειρήσεις. Πιστοί στη δέσμευσή μας, αγκαλιάζουμε ένα νέο επιχειρηματικό πρότυπο—ένα πρότυπο που ευδοκίμει εν μέσω προκλήσεων διότι προσαρμόζεται αποτελεσματικά στις αλλαγές, ενώ μένει σταθερό στις αρχές και τις αξίες του.

Προς αυτή την κατεύθυνση, καλλιεργούμε ενεργά ένα ευέλικτο και ανθεκτικό επιχειρηματικό περιβάλλον που ενθαρρύνει τις συνέργειες και ενισχύει τις επιχειρηματικές προσπάθειες, με απώτερο στόχο την προσέλκυση επενδύσεων, τη δημιουργία περισσότερων θέσεων εργασίας, και τη διασφάλιση της βιώσιμης οικονομικής ανάπτυξης στη χώρα μας.

Με πρωτοστάτη την Επιτροπή Εκπαίδευσης, Καινοτομίας και Επιχειρηματικότητας του Επιμελητηρίου μας, προωθούμε το όραμά μας για την ενοποίηση του ακαδημαϊκού χώρου με τη βιομηχανία—μια συνέργεια που ενισχύει ποικιλοτρόπως την ανταγωνιστικότητα της χώρας μας σε παγκόσμια κλίμακα. Μέσω στρατηγικών συνεργασιών και σημαντικών πρωτοβουλιών γεφυρώνουμε το χάσμα μεταξύ θεωρίας και πράξης, διασφαλίζοντας ότι η γνώση δημιουργεί πραγματικό αντίκτυπο στην καθημερινότητά μας.

Μία τέτοια πρωτοβουλία, προς αυτήν την κατεύθυνση είναι και το Εγχειρίδιο Επιχειρηματικότητας για Νέους Επιχειρηματίες—ένας περιεκτικός οδηγός που σχεδιάσαμε για να εξοπλίσουμε νέους αλλά και ήδη εδραιωμένους επαγγελματίες με τις γνώσεις και τα εργαλεία που απαιτούνται για την πλοήγηση στην πολυπλοκότητα της επιχειρηματικότητας του σήμερα.

ΗΛΙΑΣ ΣΠΥΡΤΟΥΝΙΑΣ

ΓΕΝΙΚΟΣ ΔΙΕΥΘΥΝΤΗΣ, ΕΛΛΗΝΟ-ΑΜΕΡΙΚΑΝΙΚΟ ΕΜΠΟΡΙΚΟ ΕΠΙΜΕΛΗΤΗΡΙΟ



Έχετε στα χέρια σας την 3η έκδοση του startup toolkit, μίας εξαιρετικής και αξιόπαινης πρωτοβουλίας της Προέδρου και των μελών της Επιτροπής Εκπαίδευσης, Καινοτομίας και Επιχειρηματικότητας του Ελληνο-Αμερικανικού Εμπορικού Επιμελητηρίου.

Στόχος αυτής της πρωτοβουλίας είναι να καλύψει με απλό, συνοπτικό και κυρίως διαφωτιστικό τρόπο τις γνώσεις και εμπειρίες, που πρέπει να έχουν οι ανερχόμενοι επιχειρηματίες, είτε είναι μεταπτυχιακοί φοιτητές των ελληνικών ΑΕΙ / ΤΕΙ, είτε ενδιαφέρονται να δημιουργήσουν τη δική τους νεοφυή επιχείρηση. Δομημένο έτσι ώστε να παρουσιάζει μια λογική συνέχεια, προσφέροντας επαρκή πληροφόρηση και ενημέρωση στα θέματα που πρέπει να απασχολούν τους υποψήφιους και όχι μόνο, νέους επιχειρηματίες, αυτό το εγχειρίδιο επιχειρηματικότητας έχει ως στόχο να καταστεί ένα χρήσιμο βοήθημα σε όλους εκείνους που επιθυμούν να μπουν με σοβαρότητα στο χώρο των επιχειρήσεων.

Η παρούσα έκδοση έχει εμπλουτιστεί με περισσότερο χρήσιμο περιεχόμενο, λαμβάνοντας υπόψη όλες τις εξελίξεις των τελευταίων ετών, που αφορούν στη δημιουργία και λειτουργία μιας νέας επιχείρησης στα πρώτα της βήματα, καθώς και τις εμπειρίες που η Επιτροπή και τα στελέχη της έχουν αποκομίσει μέσα από τις πολλές παρουσιάσεις του εγχειριδίου σε Πανεπιστήμια και κέντρα καινοτομίας.

Ευχαριστούμε θερμά τα μέλη της Επιτροπής που συμμετείχαν στη συγγραφή και επιμέλεια του εγχειριδίου, καθώς και τους χορηγούς που ευγενικά υποστήριξαν την έκδοσή του.





Το οικοσύστημα
της καινοτομίας
και οι συνεργασίες
που οδηγούν σε
νέες τραπεζικές
υπηρεσίες

ΧΡΙΣΤΙΝΑ ΘΕΟΦΙΛΙΔΗ

ΓΕΝΙΚΗ ΔΙΕΥΘΥΝΤΡΙΑ ΛΙΑΝΙΚΗΣ ΤΡΑΠΕΖΙΚΗΣ
ΕΚΤΕΛΕΣΤΙΚΟ ΜΕΛΟΣ ΔΙΟΙΚΗΤΙΚΟΥ ΣΥΜΒΟΥΛΙΟΥ
ΕΘΝΙΚΗΣ ΤΡΑΠΕΖΑΣ

Εχουν περάσει σχεδόν τρία χρόνια από την μεγάλη έξαρση της πανδημίας COVID19. Με την αποστασιοποίηση που φέρνει ο χρόνος, μπορεί κανείς να διαπιστώσει τις μεγάλες αλλαγές που προέκυψαν ως -έμμεσο- αποτέλεσμα στην οικονομία και όχι μόνο, στις συνήθειές μας και στην καθημερινότητά μας. Η πανδημία μάς ώθησε να γίνουμε πιο δημιουργικοί και καινοτόμοι, να υιοθετήσουμε νέες τεχνολογίες και πρακτικές για να μπορέσουμε να καλύψουμε το κενό που άφησε, αλλά και να αναδείξουμε ταυτόχρονα ένα διαφορετικό τρόπο διαχείρισης κρίσιμων θεμάτων, τόσο στην εργασία όσο και στη συναλλακτική μας δραστηριότητα.

Έπρεπε να κινηθούμε πιο γρήγορα, πιο άμεσα, να γίνουμε πιο αποτελεσματικοί και εξωστρεφείς. Από την ευρεία χρήση τηλεργασίας, τη διενέργεια των ηλεκτρονικών αγορών και πληρωμών, αλλά και της άυλης συνταγογράφησης, η μετάβαση σε ένα νέο ψηφιακό και τεχνολογικό περιβάλλον πέρασε πλέον από τον σχεδιασμό στην πραγματικότητα. Είναι μια νέα εποχή.

Κάπου εδώ, λοιπόν, ξεδιπλώνεται μπροστά μας ένα νέο επιχειρηματικό μοντέλο, το οποίο μπορεί να επιταχύνει την ψηφιακή μετεξέλιξη μιας τράπεζας. Αναπτύσσονται συνεργασίες με εταιρείες τεχνολογίας, fintech, startups, ψηφιακές πλατφόρμες και υπηρεσίες σε όλο τον κόσμο. Εκείνοι δημιουργούν και προτείνουν καινοτόμα προϊόντα και λύσεις, τα οποία έχουν εφαρμογή στην πελατειακή βάση των

τραπεζών και απαντούν σε υφιστάμενες ανάγκες των πελατών με έναν νέο τρόπο.

Όλο αυτό είναι ένα innovation path που διαβαίνουν οι τράπεζες, για να οδηγηθούν στον προορισμό τους, ο οποίος δεν είναι άλλος από τη βελτίωση των υπηρεσιών, την καλύτερη εξυπηρέτηση των πελατών και τη στήριξη της κοινωνίας και της οικονομίας, μέσα από τον ψηφιακό μετασχηματισμό.

Άνθρωποι με γνώσεις, δημιουργικά μυαλά με όρεξη και ενέργεια για δράση, διαμορφώνουν ένα μίγμα από νεοφυείς επιχειρήσεις που αναδεικνύουν το εν λόγω επιχειρηματικό μοντέλο. Στο οικοσύστημα της καινοτομίας, η ανάπτυξή τους προσφέρει αναμφισβήτητα πολλά πλεονεκτήματα στην οικονομία, σε περιφερειακό, εθνικό και παγκόσμιο επίπεδο. Η αύξηση του αριθμού των μικρών επιχειρήσεων και των διπλωμάτων ευρεσιτεχνίας που αποκτώνται σε μία χώρα, προωθούν την οικονομική ανάπτυξη αυξάνοντας το κατά κεφαλήν Ακαθάριστο Εγχώριο Προϊόν (ΑΕΠ). Παρατηρούμε στροφή της ακαδημαϊκής έρευνας στην επιχειρηματική καινοτομία, καταλαμβάνοντας περίπου το 1% του ΑΕΠ έναντι 0,4% το 2002 και 1,5% στην Ε.Ε., αλλά και υψηλό ρεκόρ σε αιτήσεις διπλωμάτων ευρεσιτεχνίας, οι οποίες έφθασαν τις 200 το 2022, έναντι 80-100 ετησίως, την τελευταία δεκαετία.

Χαρακτηριστικά, να αναφέρουμε ότι το οικοσύστημα των νεοφυών επιχειρήσεων στη χώρα μας αποτιμάται επί του παρόντος σε 8 δισ. Ευρώ, με αποτέλεσμα η Ελλάδα να ανέβει 16 θέσεις στον δείκτη Start-up



Η καινοτομία είναι το σήμερα. Έχει επίκεντρο πάντα τον άνθρωπο. Φέρνει προστιθέμενη αξία. Και απαιτεί συνεργασία.

Friendly Business Environment Index. Ο αριθμός των εγγεγραμμένων επιχειρήσεων στο Elevate Greece -το εθνικό μητρώο νεοφυών επιχειρήσεων- ανέρχεται σε 795 και ο αριθμός των εργαζομένων σε αυτές ξεπερνά τις 7000.

Είναι, μάλιστα, αξιοσημείωτο το γεγονός ότι η χρήση ψηφιακών εργαλείων από επιχειρήσεις και το ηλεκτρονικό εμπόριο οδήγησαν σε αύξηση-ρεκόρ στην Ε.Ε, ενώ παράλληλα η ελληνική κυβέρνηση έχει κάνει τολμηρές κινήσεις όσον αφορά στην ψηφιοποίηση της δημόσιας διοίκησης.

Η Ελλάδα είναι πλέον 46η στην παγκόσμια κατάταξη ελκυστικότητας των οικοσυστημάτων startups. Ενδιαφέρον εδώ είναι ότι, το 2022 χρηματοδοτήθηκαν πάνω από 50 εταιρείες με €325 εκατ., με την Ελλάδα να συγκεντρώνει το 40% του συνόλου της χρηματοδότησης Venture Financing στη ΝΑ Ευρώπη. Μάλιστα, τα 3/4 της χρηματοδότησης προήλθαν από επενδυτές εκτός Ελλάδας, επιβεβαιώνοντας την υψηλή ελκυστικότητα του ελληνικού οικοσυστήματος.

NBG BUSINESS SEEDS - ΟΙ ΣΥΝΕΡΓΑΣΙΕΣ ΠΟΥ ΜΑΣ ΑΛΛΑΖΟΥΝ

Στην Εθνική Τράπεζα καινοτομούμε οι ίδιοι και αξιοποιούμε τα εργαλεία που μας παρέχει η τεχνολογία, ώστε να υπηρετήσουμε καλύτερα τους πελάτες μας και να στηρίξουμε την κοινωνία και την οικονομία. Αυτό βρίσκεται στον πυρήνα όλων των ενεργειών μας. Τα τελευταία 14 χρόνια, βρισκόμαστε στο πλευρό των νεοφυών επιχειρήσεων, στηρίζοντας έμπρακτα τα πρώτα τους βήματα μέσα από το πρόγραμμα NBG Business Seeds. Περισσότεροι από 8.000 συμμετέχοντες με 4.792 προτάσεις εντάχθηκαν σε ένα ολοκληρωμένο πρόγραμμα που περιλαμβάνει ποικίλες δράσεις οικονομικής στήριξης, δανεισμού και συμμετοχής στο μετοχικό κεφάλαιο εταιρειών, αλλά και δράσεις ανάδειξης και προβολής καινοτόμων ιδεών και έργων, παροχής υποδομών, καθώς επίσης καθοδήγησης και δικτύωσης.

Η επιλογή και η συνεργασία με πρωτοπόρες μικρές εταιρείες που εξειδικεύονται σε τεχνολογίες αιχμής είναι πολύ σημαντικό μέρος της πολιτικής μας για την ανάπτυξη της τεχνολογίας στην Τράπεζα. Μας επιτρέπει να αξιοποιούμε εξειδικευμένη τεχνογνωσία πριν αναπτύξουμε εσωτερικά αντίστοιχες δεξιότητες, αλλά και σε περιοχές που για λόγους πολιτικής ή προτεραιοτήτων δεν επενδύουμε εσωτερικά.

Παράλληλα, μας επιτρέπει να υποστηρίζουμε ενεργά επιχειρηματικές προσπάθειες στον τομέα της τεχνολογίας, συμβάλλοντας όχι μόνο οικονομικά ως πελάτες, αλλά και ως «συνεργάτες». Με αυτόν τον τρόπο, πολλές φορές «συμμετέχουμε» και υποστηρίζουμε ουσιαστικά την ανάπτυξη του προϊόντος και τη στρατηγική του τοποθέτηση, συν-διαμορφώνοντας επιχειρηματικές απαιτήσεις αλλά και συνεισφέροντας στις συνθήκες δοκιμής και πειραματισμού.

Παραδείγματα τέτοιων “win-win” συνεργασιών υπάρχουν αρκετά. Ενδεικτικά, η Εθνική Τράπεζα συνεργάζεται αυτή την περίοδο με την Quadible ένα τεχνολογικό startup που αναπτύσσει λύσεις ασφάλειας για online υπηρεσίες. Η ασφάλεια είναι μια από τις πιο «δραστήριες» περιοχές της τεχνολογίας και ταυτόχρονα αποτελεί αντικείμενο πρώτης προτεραιότητας για τις τράπεζες. Η Quadible έχει μια πραγματικά καινοτόμα πρόταση σ’ αυτόν τον τομέα και είμαστε ενθουσιασμένοι που δουλεύουμε μαζί τους, προκειμένου να την αξιοποιήσουμε και ενδεχομένως να τους βοηθήσουμε να την αναπτύξουν και να την εξελίξουν. Φιλοδοξούμε να αποτελεί σύντομα βασικό συστατικό των συστημάτων ασφάλειας της Τράπεζας, με στόχο την ακόμη καλύτερη προστασία των πελατών μας από την ηλεκτρονική απάτη.

Εξίσου σημαντικό παράδειγμα αποτελεί το Digital Customer Onboarding για επιχειρήσεις, που δημιουργήθηκε σε συνεργασία με τον πρώτο νικητή του 9ου Διαγωνισμού NBG Business Seeds, την Linked Business. Μια πρωτοποριακή, για

την Ελλάδα, υπηρεσία που αλλάζει ριζικά τον τρόπο συναλλαγής με την τράπεζά μας, επιτρέποντας το άνοιγμα πρώτου τραπεζικού λογαριασμού από το κινητό, χωρίς επίσκεψη σε φυσικό κατάστημα. Στην ίδια λογική, το δάνειο Business Express δίνει τη δυνατότητα σε πελάτες να κάνουν αίτηση για κεφάλαιο κίνησης online και μέσα σε λίγα μόλις λεπτά να αξιολογηθούν και να βρουν τα χρήματα του δανείου στο λογαριασμό τους. Για τις παραπάνω υπηρεσίες χρειάζονται στοιχεία για την επιχείρηση σε ψηφιακή μορφή και αυτό ακριβώς το κενό έρχεται να καλύψει η λύση της Linked Business.

Αξίζει να σημειώσουμε ότι η Τράπεζά μας στηρίζει μεν, αλλά παράλληλα εξελίσσεται μέσα από τις συνεργασίες. Να αναφέρουμε ενδεικτικά τη SourceLair, τη startup με την οποία συνεργαστήκαμε για πρώτη φορά το 2017, με αφορμή τη συμμετοχή τους στο διαγωνισμό καινοτομίας της Τράπεζας. Το προϊόν τους –ένα online development περιβάλλον– ήταν απόλυτα καινοτόμο και ταίριαζε ακριβώς με την ανάγκη της Τράπεζας να αναπτύξει το Developer Portal της. Οι υπηρεσίες της έχουν εξελιχθεί και σήμερα συνεχίζει να μας υποστηρίζει, εξελίσσοντάς την αποκλειστικά για δική μας χρήση έκδοση της development πλατφόρμας της και συνεισφέροντας στην ανάπτυξη εφαρμογών που ενισχύουν ή συμπληρώνουν συγκεκριμένες ψηφιακές υπηρεσίες της Τράπεζας.



Για εμάς, λοιπόν, η καινοτομία είναι το σήμερα. Έχει επίκεντρο πάντα τον άνθρωπο. Φέρνει προστιθέμενη αξία. Και απαιτεί συνεργασία. Συνεργασία που στηρίζουμε και καλλιεργούμε, με συνέπεια, για περισσότερα από 14 έτη, μέσω του προγράμματος στήριξης νεοφυούς επιχειρηματικότητας NBG Business Seeds.

ΤΟ GREEK FINTECH HUB ΓΙΑ ΤΙΣ ΑΝΑΠΤΥΣΣΟΜΕΝΕΣ ΟΙΚΟΝΟΜΙΕΣ

Στην «ψηφιακή επανάσταση» και τη ριζική αλλαγή στον τρόπο των συναλλαγών και γενικότερα στην επιχειρηματικότητα, οι εταιρείες FinTech διαδραματίζουν τον δικό τους ρόλο.

Το Greek Fintech Hub είναι μια πρωτοβουλία για το Fintech στην Ελλάδα και τις αναπτυσσόμενες οικονομίες. Συμμετέχουν έξι μεγάλοι ελληνικοί φορείς: η Εθνική Τράπεζα μαζί με την Endeavor Greece, το Ίδρυμα Ωνάση, το Ξενοδοχειακό Επιμελητήριο Ελλάδος, το Εθνικό & Καποδιστριακό Πανεπιστήμιο Αθηνών και το Οικονομικό Πανεπιστήμιο Αθηνών. Μαζί με αυτούς τους θεσμούς, και η πρωτοβουλία European Crowd Dialog.

Στο επίκεντρο βρίσκονται η ενίσχυση της επιχειρηματικότητας του Fintech, η χρηματοδότηση καινοτόμων επιχειρήσεων στον κλάδο, η σύνδεση του Fintech με την έρευνα που διεξάγεται σε πανεπιστήμια και άλλα ερευνητικά κέντρα, καθώς και η ενίσχυση της ευαισθητοποίησης και της δικτύωσης με φορείς και πρωτοβουλίες στο εξωτερικό.

Έχουν ήδη σχεδιαστεί και υλοποιηθεί μια σειρά από δράσεις όπως:

- Χρηματοδότηση μέσω συναντήσεων συγκέντρωσης κεφαλαίων.
- Δικτύωση με ιταλικές και ισπανικές τράπεζες που διαχειρίζονται παρόμοια χρηματοδοτικά προγράμματα.
- Ενημερωτικές δράσεις μέσω μηνιαίων ομιλιών.
- Φιλοξενία ειδικών Εργαστηρίων Fintech για τις δημιουργικές βιομηχανίες και τον τουρισμό.

ESG, ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝ ΚΑΙ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΑ

Ιδιαίτερη έμφαση δίνουμε σε έναν ακόμη τομέα που θεωρούμε σημαντικό για την επιχειρηματικότητα στη χώρα μας: την ενίσχυση της υπεύθυνης Περιβαλλοντικής, Κοινωνικής & Εταιρικής Διακυβέρνησης – γνωστής με το ακρωνύμιο ESG. Γ' αυτό και μία από τις τρεις θεματικές του επόμενου, 14ου Διαγωνισμού είναι: ESG, Περιβάλλον & Τεχνολογία. Ο Επενδυτικός στόχος των Μικρομεσαίων Επιχειρήσεων.

Η εικόνα που περιγράψαμε παραπάνω αποτυπώνεται στις στρατηγικές και τους στόχους ανάπτυξης του συνόλου των μικρομεσαίων επιχειρήσεων. Αξίζει, μάλιστα, να σημειώσουμε ότι:

- Ποσοστό 60% των ελληνικών ΜμΕ ακολουθούν αναπτυξιακές στρατηγικές (έναντι 44% προ πανδημίας).

- Περί το 30% των ΜμΕ σκοπεύουν να αυξήσουν τις επενδύσεις τους, τα επόμενα τρία χρόνια.
- Όσον αφορά στους τύπους επενδύσεων, τα ψηφιακά έργα και η ‘πράσινη’ ανάπτυξη αποτελούν άμεση προτεραιότητα για το 32% και το 26% των ΜμΕ, αντίστοιχα.
- Οι επενδύσεις καινοτομίας και εξαγωγών καταλαμβάνουν επιμέρους περίπου το 10% των δραστηριοτήτων τους.

ΕΡΓΑΛΕΙΟΘΗΚΗ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑΣ

Σε αυτή την προσπάθεια για καινοτομία και ψηφιοποίηση, η Εργαλειοθήκη Επιχειρηματικότητας είναι ένα απαραίτητο εκπαιδευτικό εργαλείο για τους νέους επιχειρηματίες. Αποτελεί έναν σημαντικό οδηγό για όλους τους νέους επιχειρηματίες που θέλουν να καινοτομήσουν, είτε παράγοντας νέα καινοτόμα προϊόντα, είτε εισάγοντας την ψηφιοποίηση στις εργασίες της επιχείρησής τους.

Για αυτόν τον σκοπό αγκαλιάσαμε ως Εθνική Τράπεζα από την αρχή τη συγκεκριμένη πρωτοβουλία. Για ακόμη μια χρονιά, έχουμε προσκαλέσει το ΕλληνοΑμερικανικό Εμπορικό Επιμελητήριο να διοργανώσει ξεχωριστά workshops παρουσίασης της Εργαλειοθήκης, στο πλαίσιο των ετήσιων Ημερίδων μας. Μαζί με πολλούς ακόμη φορείς, υλοποιούμε στην πράξη τις συνέργειες.

Παρουσιάζουμε προγράμματα στήριξης, αναδεικνύουμε βέλτιστες πρακτικές, ενημερώνουμε για χρηματοδοτικά εργαλεία και δικτυωνόμαστε, προάγοντας την επιχειρηματικότητα και την ανάπτυξη της οικονομίας.

Στο πλαίσιο του προγράμματος NBG Business Seeds, το Ελληνο-Αμερικανικό Εμπορικό Επιμελητήριο αποτελεί έναν από τους πιο στενούς μας συνεργάτες. Συμμετέχουμε στην Επιτροπή Εκπαίδευσης, Καινοτομίας & Επιχειρηματικότητας και έχουμε διοργανώσει από κοινού πολλές δράσεις.

ΚΛΕΙΝΟΝΤΑΣ

Υπηρετώντας το θεσμικό της ρόλο, η Εθνική Τράπεζα βρίσκεται στην καρδιά των εξελίξεων της αγοράς και εκπονεί ένα εκτεταμένο σχέδιο ψηφιακού μετασχηματισμού στηρίζοντας την κοινωνία και την οικονομία. Στηρίζει κάθε προσπάθεια με καινοτόμες ιδέες που αναπτύσσονται, υλοποιούνται και οδηγούν σε μια νέα εποχή. Μια εποχή στην οποία κυριαρχούν η τεχνολογία και οι συνεργασίες.





Επιταχύνοντας την καινοτομία

ANA VEGA

ΔΙΕΥΘΥΝΟΥΣΑ ΣΥΜΒΟΥΛΟΣ BAYER ΕΛΛΑΣ
ΕΠΙΚΕΦΑΛΗΣ ΤΟΥ ΤΟΜΕΑ ΦΑΡΜΑΚΩΝ ΓΙΑ
ΤΟ CLUSTER SOUTHERN MEDITERRANEAN &
BLACK SEA

Η ανθρωπότητα και ο πλανήτης δοκιμάζονται συνεχώς από νέες προκλήσεις, όπως ο διαρκώς αυξανόμενος πληθυσμός, η κλιματική κρίση, η επισιτιστική ανασφάλεια, η εκμετάλλευση των φυσικών πόρων, η αύξηση των χρόνιων νοσημάτων και οι αδυναμίες του χρηματοπιστωτικού συστήματος. Όλες οι επιχειρήσεις, ανεξαρτήτου μεγέθους, καλούμαστε να συμβάλουμε ώστε να βρεθούν λύσεις που θα ενισχύσουν την κοινωνία, την οικονομία και το περιβάλλον. Η καινοτομία είναι το «όχημα» που θα μας οδηγήσει στην αποτελεσματική αντιμετώπιση των αυξανόμενων και ταχέως μεταβαλλόμενων προκλήσεων και θα μας βοηθήσει να συμβάλουμε στην ευημερία της ανθρωπότητας και του πλανήτη.

Για περισσότερα από 160 χρόνια, η Bayer επικεντρώνεται στην καινοτόμο επιστημονική Έρευνα & Ανάπτυξη, με στόχο την επίλυση ορισμένων από τις πιο πιεστικές παγκόσμιες προκλήσεις στην υγεία, τη γεωργία και την περιβαλλοντική επιστήμη. Στον τομέα της υγείας, εστιάζουμε στην ανάπτυξη νέων θεραπειών για ακάλυπτες ιατρικές ανάγκες και νέους θεραπευτικούς στόχους, σε ασθένειες, όπως ο καρκίνος και οι καρδιαγγειακές παθήσεις, δύο από τις πιο συχνές αιτίες θανάτου, παγκοσμίως. Στη γεωργία, δεσμευόμαστε να βελτιώσουμε την επισιτιστική ασφάλεια και τη βιωσιμότητα, μέσω καινοτόμων γεωργικών τεχνολογιών, όπως η γεωργία ακριβείας και η βιοτεχνολογία.

Οι καταξιωμένοι ερευνητές μας εργάζονται με πάθος για να συμβάλουν στην επίτευξη της αποστολής μας για «Υγεία και Τροφή για Όλους», μέσα από πρωτοποριακές μεθόδους Έρευνας & Ανάπτυξης. Τι θα γινόταν, λοιπόν, αν μπορούσαμε να τροφοδοτήσουμε τον αυξανόμενο πληθυσμό μας χρησιμοποιώντας λιγότερους πόρους; Τι θα γινόταν αν μπορούσαμε όχι μόνο να θεραπεύσουμε, αλλά να σταματήσουμε ή ακόμα και να αντιστρέψουμε μία ασθένεια; Η ταχύτητα με την οποία μπορούμε να απαντήσουμε σε αυτές τις ερωτήσεις και να θέσουμε νέες, διαρκώς αυξάνει.

Έτσι, συνδυάζουμε την επιστήμη των δεδομένων και τις βιοεπιστήμες, για να οδηγήσουμε την πρωτοποριακή καινοτομία. Χρησιμοποιούμε τη βιοτεχνολογία μαζί με την ψηφιακή τεχνολογία ώστε να διασφαλίσουμε την πρόληψη, την έγκαιρη και έγκυρη διάγνωση, την αντιμετώπιση ή και τη ριζική θεραπεία νοσημάτων που απασχολούν την ανθρωπότητα. Επενδύουμε στον ίδιο δυναμικό συνδυασμό βιοτεχνολογίας και ψηφιακής τεχνολογίας, για να διασφαλίσουμε τη διάθεση υψηλής ποιότητας τροφής σε προσιτή τιμή για όλους. Αυτό επιτυγχάνεται μέσα από ολοκληρωμένες λύσεις, που υποστηρίζουν τον πρωτογενή τομέα παραγωγής, ώστε να διατηρεί υψηλή απόδοση, να προστατεύει τους φυσικούς πόρους και να αναγεννά το περιβάλλον, ενώ ταυτόχρονα παραμένει οικονομικά βιώσιμος για τους αγρότες.



Θέλουμε, όμως, ακόμη μεγαλύτερες ταχύτητες. Όπως συχνά λέγεται στην Ελλάδα, η δύναμη βρίσκεται στη συνεργασία, «η ισχύς εν τη ενώσει». Στην Bayer, βλέπουμε τη συνεργασία ως καταλύτη ανάπτυξης και επιτάχυνσης της καινοτομίας. Όντας από τις πρώτες εταιρείες που υιοθέτησαν μια ολιστική προσέγγιση γύρω από την καινοτομία που ξεπερνά τα στενά όρια της παραδοσιακής Έρευνας & Ανάπτυξης, στοχεύουμε στη θεμελίωση ενός οικοσυστήματος, όπου η Πολιτεία, οι πανεπιστημιακοί, οι ερευνητές, οι νεοφυείς επιχειρήσεις, αλλά και οι ώριμες εταιρείες στη βιομηχανία συνεργάζονται με κοινό στόχο τη δημιουργία λύσεων οι οποίες διασφαλίζουν την «υγεία» της κοινωνίας, της οικονομίας και του πλανήτη.

Οι ισχυρές συνεργασίες έχουν τη δύναμη να εκτοξεύουν την καινοτομία. Πιστεύουμε ακράδαντα ότι οι συνεργασίες έχουν ουσιαστική συμβολή, καθώς όλοι οι εμπλεκόμενοι αποκτούν πρόσβαση σε ερευνητικά δεδομένα και πληροφορίες που αλληλοσυμπληρώνουν τα αποτελέσματα της έρευνας καθενός εταίρου και μας επιτρέπουν να διαχειριστούμε αποτελεσματικά εξαιρετικά πολύπλοκα νέα έργα που οι μεμονωμένοι εταίροι ίσως να μην είχαν προχωρήσει.

Για όλα τα παραπάνω, έχουμε αναπτύξει στην Ελλάδα ευρύ δίκτυο συνεργατών, μέσα από σημαντικές πρωτοβουλίες της εταιρείας μας, αλλά και μέσα από την ενεργή σύμπραξη εκπροσώπων μας σε δημιουργικές επιτροπές καταξιωμένων εταίρων, όπως το Ελληνο-Αμερικανικό Εμπορικό Επιμελητήριο.

Μαζί μπορούμε να ανακαλύψουμε, να δοκιμάσουμε και να συν-δημιουργήσουμε κορυφαίες πελατοκεντρικές λύσεις, υποστηρίζοντας την άνθηση του τοπικού οικοσυστήματος, με αποτέλεσμα το μέγιστο δυνατό όφελος για τη χώρα και τους πολίτες της, σήμερα και στο μέλλον.

Η BAYER ΠΡΩΤΟΠΟΡΟΣ ΣΤΟ ΠΑΓΚΟΣΜΙΟ ΟΙΚΟΣΥΣΤΗΜΑ

Αναγνωρίζοντας τη δύναμη της συνεργασίας στην επιτάχυνση της καινοτομίας, από πολύ νωρίς, η Bayer είναι η πρώτη εταιρεία βιοεπιτημών που επένδυσε παγκοσμίως στην ανάπτυξη οικοσυστήματος καινοτομίας, μέσα από πρωτοβουλίες όπως το G4A και το Grants4Ag. Από το 2012, η εταιρεία προσφέρει υποστήριξη στην ανάπτυξη πρωτοποριακών ιδεών σε επιχειρηματικές προτάσεις και στη διεξαγωγή ερευνητικών projects τα οποία προτείνουν ερευνητές από όλο τον κόσμο!

Μέσα από το πρόγραμμα Grants4Ag, περισσότερα από 50 ερευνητικά projects, έχουν προχωρήσει στην Έρευνα & Ανάπτυξη επαναστατικών λύσεων στον κλάδο της αγροδιατροφής. Στόχος η εύρεση της βέλτιστης σχέσης της υψηλής παραγωγικότητας, σε συνδυασμό με την οικονομική βιωσιμότητα όλων και την προστασία και αναγέννηση του περιβάλλοντος και των φυσικών πόρων.

Η εταιρεία μας είναι, επίσης, η πρώτη φαρμακευτική εταιρεία που ξεκίνησε τον δικό της επιταχυντή, το γνωστό πρόγραμμα G4A.

Η καινοτομία και η δημιουργικότητα είναι ο πραγματικός πλούτος για τα έθνη και τις κοινωνίες στον 21ο αιώνα.

Έπειτα από μία δεκαετία αδιάκοπης παρουσίας, περισσότερες από 150 νεοφυείς επιχειρήσεις στο χώρο της ψηφιακής υγείας έχουν λάβει υποστήριξη ή και χρηματοδότηση. Παράλληλα, μέσα από το συγκεκριμένο πρόγραμμα έχουν ‘γεννηθεί’ περισσότερες από 30 συνεργασίες, μεταξύ της Bayer και νεοφυών επιχειρήσεων, ώστε να αναδειχθούν ψηφιακές λύσεις οι οποίες ενισχύουν την πρόληψη και τη σωστή διαχείριση χρόνιων παθήσεων από τους ίδιους τους ασθενείς, καθώς επίσης από τους θεράποντες ιατρούς και τους φροντιστές τους.

ΚΑΝΟΝΤΑΣ «ΑΛΜΑΤΑ» ΣΤΗΝ ΕΠΙΣΤΗΜΗ – LEAPS BY BAYER

Το πρόγραμμα Leaps της Bayer πρωτοστατεί σε ένα κίνημα με στόχο την αλλαγή των δεδομένων και των σταθερών στις βιοεπιστήμες, στοχεύοντας σε ανακαλύψεις που θα μπορούσαν να αλλάξουν εκ θεμελίων τον κόσμο, προς το καλύτερο. Σε ό,τι αφορά στην υγεία και τη γεωργία, το Leaps στοχεύει να αντιμετωπίσει επιτυχώς δέκα τεράστιες προκλήσεις, τα «10 άλματα» για την ανθρωπότητα, ανάμεσά τους η μείωση των περιβαλλοντικών επιπτώσεων της γεωργίας και η θεραπεία γενετικών ασθενειών. Αυτά τα «10 Άλματα» δημιουργούν το πλαίσιο για την επενδυτική στρατηγική του Leaps.

Το Leaps συνεργάζεται με τα πιο δημιουργικά μυαλά του κόσμου στη υγεία και τη γεωργία. Το πρόγραμμα επενδύει σε υπάρχουσες εταιρείες ή προχωρά στην από κοινού ανάπτυξη νέων εγχειρημάτων, παρέχοντας σημαντική χρηματοδότηση σε αρχικό στάδιο και πρόσβαση στην άνω των 150 ετών εμπειρία και τεχνικές δυνατότητες του δικτύου της Bayer. Αυτή η μοναδική προσέγγιση επιτρέπει στις εταιρείες να επικεντρωθούν στη μακροπρόθεσμη ανάπτυξη της πλέον πρωτοποριακής τεχνολογίας τους.

Από το 2015 ως το 2023, το Leaps έχει επενδύσει πάνω από 1,7 δισεκατομμύρια δολάρια σε περισσότερες από 55 επιχειρήσεις οι οποίες εργάζονται σε καινοτομικά εγχειρήματα, για την αντιμετώπιση των ακόλουθων 10 σημαντικότερων προκλήσεων:

- Ριζική θεραπεία των γενετικών νοσημάτων
- Αντικατάσταση οργάνων και ιστών με βιώσιμο τρόπο
- Μείωση του αντικτύπου της γεωργίας στο περιβάλλον
- Πρόληψη και ριζική θεραπεία του καρκίνου
- Αντιμετώπιση νευροεκφυλιστικών νόσων



- Αντιστροφή των αυτοάνοσων νοσημάτων και των χρόνιων φλεγμονωδών παθήσεων
- Δημιουργία ανθεκτικών καλλιεργειών
- Βιώσιμη παροχή τροφής πλούσιας σε πρωτεΐνες με περιορισμένους πόρους
- Μείωση της σπατάλης και καταστροφής τροφίμων σε όλη τη διατροφική αλυσίδα
- Μετασχηματισμός της υγείας με λήψη αποφάσεων βάσει δεδομένων

ΤΟ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ LEVEL-UP|G4A

Ακολουθώντας το παγκόσμιο παράδειγμα της Bayer και αναγνωρίζοντας την υψηλή δυναμική του τοπικού οικοσυστήματος καινοτομίας, αναπτύξαμε το πρόγραμμα υποστήριξης ερευνητών και νεοφυών επιχειρήσεων, Level-up|G4A. Πρόκειται για μια πρωτοβουλία που ξεκίνησε το 2021 με σκοπό την υποστήριξη και συμβουλευτική ερευνητικών ομάδων και νεοφυών επιχειρήσεων, διαφορετικής ωριμότητας, έχοντας ως απώτερο στόχο την ανάπτυξη καινοτόμων ιδεών σε βιώσιμες επιχειρήσεις, ώστε να αναπτυχθούν είτε οργανικά είτε μέσω της εξασφάλισης χρηματοδότησης. Από το 2022, το πρόγραμμα ενισχύεται και από την Bayer AG, μέσω του προγράμματος Ανοικτής Καινοτομίας G4A.

Το ανανεωμένο πρόγραμμα Level-up|G4A, περιλαμβάνει δύο βασικούς άξονες:

α. Το Level-up|G4A Incubator αφορά σε πανεπιστημιακές ομάδες και ομάδες ερευνητών από τους κλάδους της Υγείας και της Αγροδιατροφής, που θέλουν να εξελίξουν μία καινοτόμο ιδέα ή έργο σε επιχειρηματική πρόταση, και

β. Το Level-up|G4A Accelerator αφορά σε νεοφυείς επιχειρήσεις της βιομηχανίας της Υγείας και της Γεωργίας, οι οποίες βρίσκονται σε pre-seed/ Seed επίπεδο.

Στους δύο πρώτους κύκλους του προγράμματος συμμετείχαν 14 νεοφυείς επιχειρήσεις από τους χώρους της Υγείας και της Αγροδιατροφής, οι οποίες ήρθαν σε επαφή με σημαντικούς εταίρους του οικοσυστήματος, τόσο στην Ελλάδα, όσο και στο εξωτερικό.

Σε κάθε κύκλο επιλέγονται για να συμμετάσχουν στο πρόγραμμα ως και 10 υποψήφιοι, προερχόμενοι από τους δύο άξονες του προγράμματος. Η βασική προϋπόθεση είναι μία: οι υποψήφιοι να καταθέσουν μία ιδέα ή ένα προϊόν που απαντά σε πέντε συγκεκριμένες προκλήσεις, όπως η διαχείριση της Χρόνιας Νεφρικής Νόσου, η διαχείριση των διαταραχών όρασης οι οποίες οφείλονται σε εκφυλιστικές νόσους της ωχράς κηλίδας, η πρόληψη και διαχείριση του καρκίνου του προστάτη, εφαρμογές και εργαλεία που υποστηρίζουν την Αναγεννητική Γεωργία και λύσεις που υποστηρίζουν την εκπαίδευση και ενημέρωση των παραγωγών στις νέες τάσεις.

Οι ανάγκες των νεοφυών επιχειρήσεων και των ερευνητικών ομάδων θα καλυφθούν μέσω των ολοκληρωμένων υπηρεσιών που προσφέρει το πρόγραμμα Level-up|G4A. Συγκεκριμένα, το πρόγραμμα παρέχει δωρεάν πρόσβαση στους συμμετέχοντες στις ακόλουθες υπηρεσίες:

- Mentoring από εξειδικευμένα, υψηλόβαθμα στελέχη της εταιρείας, με εμπειρία στον χώρο της Υγείας και της Γεωργίας.
- Συμβουλευτική από στελέχη της εταιρείας, ώστε η νεοφυής επιχείρηση ή η ομάδα να αποκτήσει επιπλέον εφόδια αν και εφόσον συμμετάσχει σε διεθνή διαγωνιστικά προγράμματα της Bayer (όπως το G4A), ώστε να εξελιχθεί σε υποψήφιο συνεργάτη της, σε τοπικό ή σε περιφερειακό επίπεδο.
- Συμμετοχή σε τρίωρα σεμινάρια και ανοικτές συζητήσεις πάνω σε σημαντικά θέματα, όπως η ανεύρεση χρηματοδότησης, η κατάρτιση επιχειρηματικού πλάνου, το branding, ο στρατηγικός σχεδιασμός και η διαμόρφωση επιτυχημένης ομάδας.

Επίσης, κατά την ολοκλήρωση του προγράμματος Level-up|G4A Accelerator, μία από τις νεοφυείς επιχειρήσεις που συμμετείχαν, θα επιλεγεί βάσει συγκεκριμένων κριτηρίων, για να λάβει χρηματικό έπαθλο.

Το πρόγραμμα Level-up|G4A έρχεται να προσφέρει τα εφόδια εκείνα που χρειάζονται για ανάπτυξη και συνεχή εξέλιξη, τόσο των νεοφυών επιχειρήσεων, όσο και των εξαιρετικών ερευνητικών ομάδων της χώρας μας, ώστε να αναδειχθεί περισσότερο το Ελληνικό οικοσύστημα καινοτομίας.

Θέλουμε να δούμε τις ελληνικές νεοφυείς επιχειρήσεις να προχωρούν δυναμικά και να κάνουν το επόμενο αποφασιστικό βήμα. Για να γίνει αυτό χρειάζεται καθοδήγηση, εκπαίδευση και ακόμη μεγαλύτερη δικτύωση ώστε να αναδειχθούν σε διεθνές επίπεδο.

Άλλωστε, η καινοτομία και η δημιουργικότητα είναι ο πραγματικός πλούτος για τα έθνη και τις κοινωνίες στον 21ο αιώνα.





ΞΕΚΙΝΩΝΤΑΣ
και αναπτύσσοντας
την εταιρεία μου
στο Ελληνικό
Οικοσύστημα
Καινοτομίας

ΣΠΥΡΟΣ ΑΡΣΕΝΗΣ

ΕΠΙΚΕΦΑΛΗΣ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ ΚΑΙΝΟΤΟΜΟΥ
ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑΣ,
ΤΟΜΕΑΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΙΑΚΗΣ ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΗΣ ΤΗΣ
ΤΡΑΠΕΖΑΣ ΚΑΙ ΤΟΥ ΟΜΙΛΟΥ ΕΘΝΙΚΗΣ ΤΡΑΠΕΖΑΣ

Είμαστε ευτυχείς που ζούμε σε μια εποχή όπου τόσο η χρηματοδότηση, όσο και τα εργαλεία στήριξης της καινοτόμου επιχειρηματικότητας υπάρχουν σε αφθονία. Μ’ αυτές τις συνθήκες, το ταξίδι ενός νέου επιχειρηματία διευκολύνεται σημαντικά σε σχέση με το παρελθόν, με πολλές δυνατότητες υποστήριξης και χρηματοδότησης. Ας το παρακολουθήσουμε από την αρχή του.

ΞΕΚΙΝΩ ΑΠΟ ΤΗΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΗ ΙΔΕΑ

Συνήθως, οι επιχειρηματικές ιδέες προκύπτουν από προβλήματα που αντιμετωπίζουμε στην προσωπική ή την επαγγελματική μας ζωή για τα οποία δεν έχουμε βρει λύση ή -αν έχουμε βρει- αυτή η λύση δεν μας ικανοποιεί. Για παράδειγμα, το TaxiBeat (Free Now, πλέον) ξεκίνησε ως ιδέα όταν ο ιδρυτής του βρέθηκε σε μια απομακρυσμένη περιοχή, μακριά από πιάτσες ταξί. Το Google επικράτησε στην αγορά των μηχανών αναζήτησης, όταν παρουσίασε πολύ καλύτερα αποτελέσματα από τις άλλες, πολύ παλιότερες, μηχανές αναζήτησης.

ΦΤΙΑΧΝΩ ΟΜΑΔΑ

Αφού έχω βρει την ιδέα, φτιάχνω την ομάδα. Αναζητώ ένα ή δύο άτομα που τους αρέσει η επιχειρηματική ιδέα μου κι έχουν τον ενθουσιασμό να γίνουν επιχειρηματίες. Ψάχνω συνοδοιπόρους με συμπληρωματικά με μένα προσόντα, που θα με βοηθήσουν να υλοποιήσω την ιδέα μου. Μαζί τους συζητώ το επιχειρηματικό σχέδιο και, ακούγοντας τις προτάσεις τους, πιθανά το τροποποιώ.

Τι σημαίνει να συμπληρώνει ο ένας τον άλλο; Έχει παρατηρηθεί, πολλές φορές, ομάδες που απαρτίζονται μόνο από προγραμματιστές να ολοκληρώνουν εύκολα, γρήγορα και εντυπωσιακά το αρχικό προϊόν (MVP-Minimum Viable Product), αλλά στη συνέχεια να μην καταφέρνουν να το πωλήσουν και, εν τέλει, να αποτυγχάνουν. Αντίθετα, ομάδες με συμπληρωματικές δεξιότητες σε υλοποίηση, μάρκετινγκ, πωλήσεις και οικονομικά έχουν περισσότερες πιθανότητες επιτυχίας. Οι επενδυτές που θα συναντήσουμε, όταν φτάσει η ώρα να αναζητήσουμε χρηματοδότηση, δείχνουν ιδιαίτερο ενδιαφέρον σε ομάδες που έχουν μέλη με προηγούμενη εμπειρία στον κλάδο που απευθύνονται, καθώς και μέλη με εμπειρία στα οικονομικά και τις πωλήσεις. Αν, δηλαδή, το προϊόν μας αφορά τον τουρισμό, είναι σημαντικό κάποιο μέλος της ομάδας να έχει προηγούμενη εμπειρία στον τουριστικό κλάδο.

Χρειάζομαι πάντα ομάδα; Η απάντηση είναι ναι. Σπάνιες είναι οι περιπτώσεις που ένα άτομο κατόρθωσε να αναπτύξει με επιτυχία



μια startup. Επίσης, σπάνιο είναι η startup του ενός ατόμου να βρει χρηματοδότηση. Οι επενδυτές επιθυμούν εναλλακτική λύση συνέχισης της λειτουργίας της επιχείρησης, σε περίπτωση απουσίας του ιδρυτή (ατύχημα, αρρώστια, προσωπικά προβλήματα).

ΒΡΙΣΚΟΥΜΕ ΒΟΗΘΕΙΑ

Είναι πιθανό στα πρώτα βήματα της ομάδας να μην γνωρίζουμε τι είναι το επιχειρηματικό σχέδιο ή ακόμα τι απαιτεί η ίδρυση μιας εταιρείας. Πλέον, υπάρχουν πολλές δομές υποστήριξης που μπορούν να βοηθήσουν. Τα περισσότερα πανεπιστήμια, αρκετοί δήμοι και πολλές ιδιωτικές πρωτοβουλίες, όπως η Εθνική Τράπεζα με το πρόγραμμα NBG Business Seeds, υλοποιούν δωρεάν προγράμματα στήριξης καινοτόμων ιδεών. Με μια αναζήτηση στο διαδίκτυο θα τους βρούμε, ώστε να κάνουμε αίτηση συμμετοχής.

Σε μια τέτοια δομή, παρακολουθούμε σεμινάρια επιχειρηματικού σχεδίου και μοντέλου, νομικών θεμάτων, εργονομίας εφαρμογής (UI/UX), μάρκετινγκ και πωλήσεων. Συζητούμε με ειδικούς το επιχειρηματικό μας σχέδιο και καθοδηγούμαστε για τη βελτίωσή του. Ερχόμαστε σε επαφή με επιχειρηματίες, που μας ενημερώνουν για τις ανάγκες της αγοράς και πιθανόν και να μας συστήσουν στους πρώτους πελάτες μας. Πολλές από αυτές τις δομές προσφέρουν δυνατότητα στέγασης. Για την αποτελεσματικότερη συνεργασία των μελών της ομάδας, είναι σημαντικό να έχουμε το δικό μας γραφείο και να μπορούμε να συντονίσουμε την παρουσία μας στον ίδιο χώρο.

Στο τέλος των προγραμμάτων στήριξης καινοτόμων ιδεών, συνήθως προβλέπεται η βράβευση των καλύτερων σχεδίων. Τυχόν διάκρισή μας θα μας προσφέρει προβολή, καθώς επίσης ένα χρηματικό βραβείο, που θα μας βοηθήσει στην κάλυψη των λειτουργικών μας εξόδων.

ΓΙΝΟΜΑΣΤΕ ΕΝΕΡΓΑ ΜΕΛΗ ΤΟΥ ΤΟΥ ΟΙΚΟΣΥΣΤΗΜΑΤΟΣ

Παράλληλα, γινόμαστε ενεργά μέλη του οικοσυστήματος. Παρακολουθούμε τις ιστοσελίδες και τις σχετικές με την καινοτομία ειδήσεις, συμμετέχουμε σε εκδηλώσεις, συνέδρια και ημερίδες. Με αυτό τον τρόπο, γνωρίζουμε άλλες ομάδες που ξεκινούν τη δική τους προσπάθεια, ενημερωνόμαστε για ευκαιρίες προβολής και χρηματοδότησης, μιλάμε με πιθανούς πελάτες και παρουσιάζουμε την ιδέα μας.

Να ανησυχούμε μήπως μας κλέψουν την ιδέα; Σκεφτόμαστε πάντα ότι σημασία έχει η καλή υλοποίηση κι όχι η καλή ιδέα που μένει στα χαρτιά. Έχουμε στο μυαλό μας το παράδειγμα της Google που επικράτησε στην αγορά των μηχανών αναζήτησης εκτοπίζοντας αντίστοιχες εταιρείες, όπως το Yahoo, που είχαν πολλά χρόνια παρουσίας εκεί. Αυτό συνέβη, όχι γιατί είχαν μια κρυφή ιδέα που υλοποίησαν πρώτοι, αλλά γιατί η υλοποίησή τους ήταν καλύτερη. Αν λοιπόν κι εσείς έχετε έναν τέλειο αλγόριθμο αναζήτησης, μπορείτε να ζητήσετε βοήθεια για το επιχειρηματικό σας σχέδιο και για τον τρόπο που θα γίνετε κερδοφόροι. Μπορείτε άφοβα να συζητήσετε το επιχειρηματικό σας σχέδιο με φίλους, γνωστούς και ειδικούς, λαμβάνοντας συμβουλές και καθοδήγηση.

Αυτό που προστατεύετε είναι ο αλγόριθμός σας, τον οποίο κανένας δεν χρειάζεται να γνωρίζει ώστε να σας βοηθήσει.

ΘΕΤΟΥΜΕ ΠΡΟΤΕΡΑΙΟΤΗΤΕΣ

Η βασική μας προτεραιότητα, για την αρχή, είναι να ετοιμάσουμε γρήγορα ένα αρχικό προϊόν (Minimum Viable Product ή MVP) και να προσπαθήσουμε να το πουλήσουμε. Για παράδειγμα, είναι διάσημο το παράδειγμα των ιδρυτών του Airbnb που υλοποίησαν την πρώτη ενοικίαση, προσφέροντας φιλοξενία στον καναπέ του σπιτιού τους. Οι πελάτες βρέθηκαν με αποστολή emails στους συμμετέχοντες ενός συνεδρίου.

Άρα, το MVP μας μπορεί να είναι πολύ διαφορετικό από το τελικό προϊόν που φανταζόμαστε. Όλοι, όμως, ακούν με προσοχή επιτυχημένα MVP που έχουν προσελκύσει πελάτες κι έχουν δημιουργήσει έσοδα, καθώς αποτελούν χειροπιαστά παραδείγματα του ότι η ομάδα μπορεί να παράξει εμπορικά βιώσιμες λύσεις και προϊόντα. Αν καταφέρουμε μέσα σε έξι μήνες να έχουμε το δικό μας MVP το οποίο έχει προσελκύσει χρήστες ή πελάτες, αυτό μας επιτρέπει να περάσουμε σε ένα επόμενο στάδιο ανάπτυξης της επιχείρησής μας.

Σε αυτά τα αρχικά στάδια είναι σημαντικό να δοκιμάζουμε την ανταπόκριση των άλλων στην ιδέα μας και το επιχειρηματικό μας πλάνο. Όταν έχουμε ετοιμάσει το επιχειρηματικό μας πλάνο, με τη βοήθεια κάποιου προγράμματος ή incubator που αναφέραμε παραπάνω, είναι καλό να αναζητήσουμε την αξιολόγηση τρίτων, μέσα από τη συμμετοχή μας σε διαγωνισμούς καινοτομίας κι άλλες διαγωνιστικές διαδικασίες. Κάθε χρόνο

στην Ελλάδα διοργανώνονται αρκετές δεκάδες διαγωνισμοί καινοτομίας, bootcamps και προγράμματα acceleration που απευθύνονται σε διαφορετικά επίπεδα ωριμότητας ή ακόμη και σε συγκεκριμένους κλάδους. Με μια αναζήτηση στο διαδίκτυο, θα τους εντοπίσουμε.

Για παράδειγμα, ο ετήσιος διαγωνισμός Καινοτομίας & Τεχνολογίας της Εθνικής Τράπεζας υποδέχεται κάθε χρόνο αρκετές εκατοντάδες ομάδων, ερευνητών και καινοτόμων επιχειρήσεων. Οι δέκα νικητές είναι ώριμες startups με πελάτες ή ώριμα ερευνητικά αποτελέσματα. Σε αυτούς προσφέρεται σημαντικό χρηματικό έπαθλο και εξίσου σημαντική προβολή στον έντυπο και ηλεκτρονικό τύπο. Όλοι οι υπόλοιποι συμμετέχουν σε πρόγραμμα επιτάχυνσης που περιλαμβάνει σεμινάρια, workshops, bootcamps και συναντήσεις καθοδήγησης.

Υποβάλουμε την πρότασή μας σε αρκετούς διαγωνισμούς και προγράμματα. Αν για παράδειγμα, έχουμε υποβάλει την πρότασή μας σε πέντε διαγωνισμούς και δεν διακριθούμε σε κάποιον, το γεγονός αυτό οφείλει να μας προβληματίσει - πρέπει να αξιολογήσουμε τι φταίει. Αν πάλι προκριθούμε, θα κερδίσουμε ένα χρηματικό βραβείο, που θα βοηθήσει στην κάλυψη των λειτουργικών μας εξόδων, προβολή που πιθανά θα φέρει πελάτες και επενδυτές και, σε αρκετές περιπτώσεις, υπηρεσίες θερμοκοιτίδας: καθοδήγησης, νομικής και λογιστικής υποστήριξης.



ΠΩΣ ΧΡΗΜΑΤΟΔΟΤΟΥΜΕ ΤΗ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΑ ΤΗΣ ΟΜΑΔΑΣ ΜΑΣ;

Σ' αυτή την πρώτη δύσκολη, οικονομικά, φάση, η χρηματοδότησή μας προέρχεται από τα 3 F (Friends, Family and Fools, ήτοι φίλους, οικογένεια και όσους είναι αρκετά τολμηροί ή αφελείς για να μας στηρίξουν σε μια τόσο πρώιμη φάση), από βραβεία διαγωνισμών κι από αγγέλους επενδυτές – angel investors.

Η οικογένεια μας υποστηρίζει παρέχοντας χώρο, φαγητό και, κάποιες φορές, χρήματα. Οι φίλοι μπορεί να γίνουν οι πρώτοι χρήστες, αλλά και οι πρώτοι βοηθοί μας σε θέματα μάρκετινγκ και πωλήσεων. Τέλος, πολύτιμοι είναι οι Fools ή όπως ονομάζονται επιστημονικά, early adopters, δηλαδή το 1% με 2% της πελατειακής βάσης, που είναι έτοιμο να αγοράσει ή να δοκιμάσει νέες τεχνολογίες ή νέα προϊόντα ή να αναλάβει το ρίσκο να στηρίξει φιλόδοξες ιδέες, χωρίς πολλά χειροπιαστά αποτελέσματα.

Δεν αγνοούμε τη σημασία των χρηματικών βραβείων των διαγωνισμών. Πολλές επιτυχημένες startups άντλησαν κεφάλαια δεκάδων χιλιάδων ευρώ, που τους επέτρεψαν να χρηματοδοτήσουν την αρχική ανάπτυξή τους. Ο πρώτος νικητής του διαγωνισμού Καινοτομίας & Τεχνολογίας της Εθνικής Τράπεζας κερδίζει χρηματικό βραβείο 20.000 ευρώ και σημαντική προβολή στον έντυπο και ηλεκτρονικό τύπο, πολλαπλάσιας αξίας.

Επίσης, υπάρχουν οι άγγελοι επενδυτές. Πρόκειται για επενδυτές που επενδύουν σε πολύ πρώιμα στάδια εταιρειών ποσά μερικών δεκάδων χιλιάδων ευρώ,

παίρνοντας ως αντάλλαγμα ένα μικρό ποσοστό. Σε αυτό το στάδιο ανάπτυξης μας, είναι σημαντικό ο άγγελος επενδυτής να έχει σχέση με τον κλάδο που ασχολούμαστε ώστε να μας καθοδηγήσει ή να μας βοηθήσει να βρούμε τους πρώτους πελάτες μας. Υπάρχουν πλέον οργανωμένες προσπάθειες αγγέλων επενδυτών στις οποίες μπορούμε να απευθυνθούμε αφού τις αναζητήσουμε στο διαδίκτυο. Υπάρχουν επίσης Funds που συν-επενδύουν με αγγέλους επενδυτές.

Όλα τα παραπάνω αφορούν και τις ερευνητικές ομάδες: Αν είμαστε μια ερευνητική ομάδα, συνήθως τα αποτελέσματά μας είναι προϊόντα έρευνας, είτε με εθνική χρηματοδότηση, είτε μέσω ευρωπαϊκών προγραμμάτων. Η χρήση ευρωπαϊκών πόρων για την ανάπτυξη της τεχνολογίας μας είναι κάτι θεμιτό και συνηθισμένο.

Αν έχουμε φτάσει την έρευνά μας, με επιτυχία, σε ένα επίπεδο και πάνω (π.χ. TRL- Technology Readiness Level 5 ή 6) τότε μπορούμε να αρχίσουμε να σκεφτόμαστε την εμπορευματοποίησή του μέσω της δημιουργίας μιας εταιρείας spin off.

Δύο πράγματα μας απασχολούν: Πρώτον, η κατοχύρωση της πνευματικής ιδιοκτησίας μας μέσα από διεθνείς πατέντες και δεύτερον, ο προσδιορισμός των δικαιούχων της πνευματικής ιδιοκτησίας. Σε αυτά τα δύο, το γραφείο μεταφοράς τεχνολογίας του οργανισμού μας μπορεί να βοηθήσει αποτελεσματικά.

Έχουμε πάντα κατά νου ότι ένα ερευνητικό αποτέλεσμα, που κόστισε εκατομμύρια σε ευρωπαϊκούς πόρους, έχει μηδενική αξία αν μείνει ανεκμετάλλευτο. Αντίθετα, έχουμε

παραδείγματα πολλών ερευνητών που έγιναν εκατομμυριούχοι μετά την πώληση της spin off εταιρείας τους και βρέθηκαν σε θέσεις ευθύνης σε μεγάλες πολυεθνικές.

ΕΝΙΣΧΥΟΥΜΕ ΤΗΝ ΕΞΩΣΤΡΕΦΕΙΑ ΜΑΣ ΜΕΣΑ ΑΠΟ ΔΙΕΘΝΗ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΑ

Στην ανάπτυξη του επιχειρηματικού σχεδίου βοηθάει, όπως είπαμε, η εξωστρέφεια στο εσωτερικό, όπως εξίσου σημαντική είναι και η ανάπτυξη σχέσεων με το εξωτερικό. Σημαντική βοήθεια για το εξωτερικό, προσφέρει η Ευρωπαϊκή Ένωση μέσα από τις δράσεις του Ευρωπαϊκού Ινστιτούτου Καινοτομίας & Τεχνολογίας (European Institute of Innovation & Technology - EIT). Το EIT προσφέρει προγράμματα υποστήριξης για επιχειρηματικές προσπάθειες που ανήκουν σε εννέα κατηγορίες τις οποίες ονομάζει ‘παγκόσμιες προκλήσεις’ (global challenges): Climate, Digital, Energy, Health, Raw Materials, Food, Creativity, Manufacturing, Mobility.

Μέσα από τα ετήσια προγράμματα του EIT μπορούμε να βρούμε καθοδήγηση, χρηματικά βραβεία, χρηματοδότηση της ανάπτυξής μας, χρηματοδότηση των ταξιδιών μας για συναντήσεις με ομάδες που ασχολούνται με παρόμοιες θεματικές, χρηματοδότηση σχημάτων ερευνητών, startups και οργανισμών για υλοποίηση συγκεκριμένων έργων.

Επίσης, πολλές μεγάλες διεθνείς εταιρείες (τεχνολογίας, υγείας και πολλών άλλων κλάδων) υλοποιούν προγράμματα υποστήριξης, συνήθως προγράμματα acceleration, που απευθύνονται σε

εταιρείες με TRL 5 ή 6, αλλά και incubation, δηλαδή φιλοξενία σε χώρο της εταιρείας η οποία συνοδεύεται από καθοδήγηση και εξειδικευμένα σεμινάρια.

ΑΝΑΖΗΤΟΥΜΕ ΧΡΗΜΑΤΟΔΟΤΗΣΗ

Ας δούμε πού βρισκόμαστε: είμαστε μια ερευνητική ομάδα με λειτουργικό πρωτότυπο ή μια startup με MVP, χρήστες ή πελάτες. Έχουμε συμμετάσχει σε κάποιους μεγάλους διαγωνισμούς καινοτομίας και έχουμε διακριθεί. Έχουμε μιλήσει με angel investors και κάποιιοι από εμάς έχουν ήδη χρηματοδοτηθεί.

Αν τα παραπάνω ισχύουν, τότε είναι η ώρα να αρχίσουμε να αναζητούμε επενδυτές.

Από που ξεκινάμε; Στην Ελλάδα σήμερα δραστηριοποιούνται πάνω από 20 Funds ή VCs – Venture Capitals. Η επίσημη ονομασία τους στην ελληνική νομοθεσία είναι Αμοιβαία Κεφάλαια Επιχειρηματικών Συμμετοχών - ΑΚΕΣ. Τα VCs έχουν ως αποκλειστικό σκοπό τη συμμετοχή στο κεφάλαιο επιχειρήσεων. Δίνουν, δηλαδή, χρήματα και παίρνουν ως αντάλλαγμα εταιρικά μερίδια ή μετοχές.

Αναζητούμε αυτά που δραστηριοποιούνται στα πρώτα στάδια μιας επιχείρησης, ή αλλιώς early stage. Μελετάμε προσεκτικά τα χαρτοφυλάκιά τους και τις περιγραφές των εταιρειών στις οποίες έχουν ήδη επενδύσει, για να δούμε αν ασχολούνται με τον τομέα που δραστηριοποιούμαστε. Στη συνέχεια, επικοινωνούμε μαζί τους. Η επικοινωνία μπορεί να γίνει μέσω της ιστοσελίδας τους. Όλα τα VCs έχουν μια φόρμα επικοινωνίας η οποία ζητά να παραθέσουμε αρκετά αναλυτικές πληροφορίες σχετικά με την επιχειρηματική μας ιδέα.



Η συμβουλή μας είναι η πρώτη προσέγγιση να γίνει δια ζώσης. Οι ευκαιρίες είναι πολλές, καθώς τα στελέχη των VCs συμμετέχουν σε πολλές εκδηλώσεις του οικοσυστήματος, σε κριτικές επιτροπές και σε demo days. Υπάρχει πάντα η ευκαιρία, αν παρουσιάζουμε την επιχειρηματική μας ιδέα σε έναν διαγωνισμό ή σε κάποια άλλη εκδήλωση, να μας πλησιάσουν οι ίδιοι για περισσότερες πληροφορίες.

Πριν επικοινωνήσουμε μαζί τους, έχουμε συντάξει ένα business plan που περιέχει τουλάχιστον τα παρακάτω στοιχεία:

- Περιγραφή της ιδέας / προϊόντος / υπηρεσίας
- Ανάλυση αγοράς (μέγεθος, ανάπτυξη, ανταγωνισμός)
- Ανταγωνιστικό Πλεονέκτημα / Επιχειρηματικό και οικονομικό Μοντέλο Λειτουργίας
- Ομάδα (βιογραφικά, με εστίαση στη σχέση με τον σκοπό της εταιρείας)
- Πλάνο Εφαρμογής της στρατηγικής και του σχεδίου marketing και πωλήσεων
- Οικονομικά στοιχεία/προβλέψεις (κατ' ελάχιστο για τα επόμενα 3 χρόνια, ιδανικά με πρόβλεψη ανά μήνα)

Έχουμε ετοιμάσει τρία βασικά έγγραφα: Μια παρουσίαση - pitch deck που περιέχει τα παραπάνω, ένα αναλυτικό κείμενο που περιέχει όσες λεπτομέρειες δεν συμπεριλάβαμε στην παρουσίαση και ένα excel με τα αναλυτικά οικονομικά στοιχεία μας. Πρότυπα και για τα τρία υπάρχουν σε αφθονία στο διαδίκτυο.

ΠΟΙΟΣ ΕΙΝΑΙ Ο ΡΟΛΟΣ ΤΩΝ ΤΡΑΠΕΖΩΝ ΣΤΗΝ ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΜΑΣ;

Έχει νόημα να απευθυνθούμε σε τράπεζες για δανεισμό; Ο κλασικός δανεισμός προϋποθέτει κερδοφορία, κάτι σπάνιο στα πρώτα μας βήματα. Παρόλα αυτά, η τράπεζα είναι ένας απαραίτητος συνεργάτης σε όλα τα επιχειρηματικά μας βήματα. Το πρώτο βήμα είναι να ανοίξουμε τον επιχειρηματικό μας λογαριασμό και να αναζητήσουμε λύσεις για e-commerce, διαχείριση μισθοδοσίας, εταιρικές χρεωστικές και πιστωτικές κάρτες, κεφάλαιο κίνησης και δανεισμό. Η Εθνική Τράπεζα έχει δομές υποδοχής για καινοτόμες επιχειρήσεις. Σ' αυτές, στελέχη της Τράπεζας, που ονομάζουμε πρεσβευτές του NBG Business Seeds, καθοδηγούν αποτελεσματικά τους νέους επιχειρηματίες στα πρώτα τους τραπεζικά βήματα, εξηγώντας τα τραπεζικά προϊόντα και προτείνοντας λύσεις. Η Εθνική Τράπεζα διαθέτει, επίσης, από πολλά χρόνια μια ειδική προσφορά για νεοφυείς επιχειρήσεις, με σημαντικές εκπτώσεις στις περισσότερες τραπεζικές εργασίες.

ΓΡΑΦΟΜΑΣΤΕ ΣΤΟ ELEVATE GREECE

Αν έχουμε ήδη εταιρεία, το πρώτο βήμα μας είναι να επιδιώξουμε να γραφτούμε στο μητρώο του Elevate Greece που είναι το επίσημο μητρώο νεοφυών εταιρειών του υπουργείου Ανάπτυξης & Επενδύσεων. Μπαίνουμε στο site και συμπληρώνουμε τη σχετική αίτηση. Αν πληρούμε τα δύο βασικά κριτήρια, που είναι η καινοτομία και η δυνατότητα κλιμάκωσης πωλήσεων, έχουμε πολλές πιθανότητες να γίνουμε δεκτοί. Η υπαγωγή μας στο μητρώο αποτελεί μια

επίσημη πιστοποίηση της αξίας μας, ενώ επίσης προσφέρει πρόσβαση σε ευκαιρίες χρηματοδότησης, σε βραβεύσεις και άλλες δράσεις. Για παράδειγμα, στα χρόνια της πανδημίας, όλες οι εταιρείες του μητρώου είχαν τη δυνατότητα να αιτηθούν κρατικής βοήθειας, ύψους δεκάδων χιλιάδων ευρώ.

ΠΩΣ ΜΙΛΑΜΕ ΣΕ ΕΝΑΝ ΕΠΕΝΔΥΤΗ;

Η πρώτη επαφή είναι πολύ σημαντική. Αναδεικνύουμε με συντομία και με προτεραιότητα τα δυνατά μας σημεία: πωλήσεις, χρήστες, χρηματοδοτήσεις, πατέντες, ευρωπαϊκά προγράμματα και βραβεύσεις. Τα αναφέρουμε πρώτα, ώστε να τραβήξουμε την προσοχή του ακροατή μας. Στη συνέχεια συζητάμε μαζί του αναλυτικά το επιχειρηματικό μας σχέδιο.

Έχουμε στο μυαλό μας ότι ένας επενδυτής ενδιαφέρεται κυρίως από την προοπτική μας να έχουμε σημαντικά έσοδα και -κυρίως- σημαντικά κέρδη. Ακόμη περισσότερο τον ενδιαφέρει η δυνατότητα του επιχειρηματικού μας σχεδίου και της ομάδας που το υλοποιεί, να επιτύχει μια εξαγορά της εταιρείας, αξίας εκατοντάδων εκατομμυρίων.

Για να συμβούν όλα αυτά, οι επενδυτές αναζητούν: ομάδες δυνατές, συμπληρωματικές και αφοσιωμένες, με πολύ καλή επιχειρηματική ιδέα, με ανταγωνιστικό πλεονέκτημα και διεθνή αναπτυξιακή δυναμική, ξεκάθαρη στρατηγική που επικοινωνείται απλά, νομική μορφή σωστά δομημένη και προστασία πνευματικής ιδιοκτησίας. Εκτός από αυτά, ζητούν από την ομάδα να κατανοεί την αγορά και τον ανταγωνισμό, να είναι προσηλωμένη στο αποτέλεσμα, να

εκτελεί σωστά το επιχειρηματικό σχέδιό της και να μην φοβάται μια πιθανή αποτυχία.

Η Εθνική Τράπεζα έχει επενδύσει σε 22 καινοτόμες startups και μικρομεσαίες επιχειρήσεις με δικά της κεφάλαια, μέσω του NBG Business Seeds. Έχει επενδύσει, επίσης, σε εκατοντάδες ακόμη εταιρείες, μέσω της συμμετοχής της σε 15 ελληνικά και ξένα VCs.

ΤΙ ΑΝΑΖΗΤΑΜΕ ΑΠΟ ΕΝΑΝ ΕΠΕΝΔΥΤΗ;


Οι σχέσεις μας με τους επενδυτές μας είναι σχέσεις μακροχρόνιες, που ξεκινούν από την επένδυσή τους στην εταιρεία και ολοκληρώνονται με την πώλησή της ή τη διακοπή της λειτουργίας της. Ο επενδυτής θα μας βοηθήσει αποτελεσματικά σε όλες τις δυσκολίες, θα μας συμβουλευσει για θέματα business planning, πωλήσεων και μάρκετινγκ, θα μας βοηθήσει να ανοίξουμε νέες αγορές και να περάσουμε στους επόμενους γύρους χρηματοδότησης.

Μ' αυτά τα δεδομένα, είναι σημαντικό να υπάρχει σωστή επικοινωνία και χημεία με τον επενδυτή μας, ο οποίος (πρέπει να) κατέχει βαθιά γνώση και λειτουργική εμπειρία στον τομέα που δραστηριοποιούμαστε, γνωριμίες και δίκτυο ώστε να ανοίξει εμπορικές πόρτες και μελλοντικές επενδυτικές επαφές, αλλά και εμπειρία σε επενδυτικά deals και διαπραγματεύσεις διαφόρων τύπων.



ΤΙ ΑΚΟΛΟΥΘΕΙ ΜΕΤΑ ΤΗΝ ΠΡΩΤΗ ΕΠΕΝΔΥΣΗ;

Συνήθως, οι γύροι χρηματοδότησης έχουν διάρκεια 18 μηνών. Δηλαδή, ζητάμε από τους επενδυτές χρήματα προκειμένου να αναπτυχθούμε τους επόμενους 18 μήνες. Όταν η περίοδος αυτή πλησιάζει στο τέλος της, επιστρέφουμε στους επενδυτές και ζητάμε νέα χρηματοδότηση. Αν είμαστε ικανοί και τυχεροί, μπορεί να καταφέρουμε να εξαγοραστούμε σε τρεις γύρους χρηματοδότησης. Συνήθως, όμως, απαιτούνται πολλοί περισσότεροι... Σε κάθε γύρο χρηματοδότησης, το ποσοστό μας μειώνεται. Είμαστε πολύ προσεκτικοί, ώστε στους αρχικούς γύρους να μην βρεθούμε με μειωθητικό ποσοστό, κάτω του 50%, κι επίσης έχουμε κατά νου ότι το ταξίδι μας στην επιχειρηματικότητα μπορεί να κρατήσει 7 - 10 χρόνια. Είναι ένα μακρύ ταξίδι, με προκλήσεις, χαρές και απογοητεύσεις. Εφόδιά μας είναι οι ικανότητές μας, οι συνεργάτες μας, το κέφι μας και η διάθεσή μας να πετύχουμε.



Στο Ελληνο-Αμερικανικό Εμπορικό Επιμελητήριο πιστεύουμε ακράδαντα σε μια νέα αντίληψη για την επιχειρηματικότητα. Αυτή που δεν απογοητεύεται αλλά προσπαθεί να επιτύχει. Αυτή που συνεχίζει να υιοθετεί και να πρεσβεύει αρχές και αξίες παρά τις οικονομικές συγκυρίες και εγγενείς δυσκολίες. Αυτή που κοιτάζει ανοικτά το μέλλον, τολμά και δε φοβάται να συνεργαστεί αλλά και να είναι εξωστρεφής.

ΝΙΚΟΛΑΟΣ ΜΠΑΚΑΤΣΕΛΟΣ

ΠΡΟΕΔΡΟΣ, ΕΛΛΗΝΟ-ΑΜΕΡΙΚΑΝΙΚΟ ΕΜΠΟΡΙΚΟ ΕΠΙΜΕΛΗΤΗΡΙΟ





Εκκίνηση
και ανάπτυξη της
επιχείρησης
Legal Mechanics
Forming an entity
Needing money to
grow

ΒΑΡΒΑΡΑ ΜΕΡΓΟΥ

ΔΙΚΗΓΟΡΟΣ

Η δημιουργία μιας ξεχωριστής οντότητας και η οργάνωση μέσα στο πλαίσιο αυτής αποτελεί σημαντικό βήμα για την υλοποίηση της επιχειρηματικής ιδέας και για την ανάπτυξή της. Ενισχύει την οργάνωση των σχέσεων μεταξύ των μελών, τη σωστή διαχείριση των περιουσιακών στοιχείων της επιχείρησης, ξεχωριστά από τα ατομικά, την ανάπτυξη μιας ξεχωριστής οντότητας η οποία είναι ο φορέας της επιχειρηματικής ιδέας και όλων των δικαιωμάτων και υποχρεώσεων της. Δημιουργούνται και τηρούνται από νωρίς καλές πρακτικές. Δημιουργείται και αναγνωρίζεται ένα ξεχωριστό νομικό πρόσωπο με διακριτή εικόνα. Οργανώνεται η συμμετοχή των μελών και η διοίκηση και εκπροσώπηση της επιχείρησης. Μακροπρόθεσμα, η σωστή οργάνωση και υποδομή από νωρίς δίνουν προστιθέμενη αξία στην επιχείρηση. Δίνεται η ευκαιρία η επιχείρηση να είναι έτοιμη και να κινηθεί γρήγορα αν χρειαστεί, να μπορεί να συνάπτει συμφωνίες, να δημιουργήσει ένα brand. Παράλληλα, μπορεί να αποφύγει λάθη που θα κοστίσουν σε χρήμα και σε χρόνο και θα μπορούσαν ακόμα να οδηγήσουν στην απώλεια επιχειρηματικής ευκαιρίας.

ΕΚΚΙΝΗΣΗ ΤΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ

Ι. ΕΠΙΛΕΓΟΝΤΑΣ ΝΟΜΙΚΗ ΜΟΡΦΗ

Στην προκειμένη περίπτωση συζητάμε για σύμπραξη δύο ή περισσότερων προσώπων και παραλείπεται η έννοια της ατομικής επιχείρησης που δεν αποτελεί εταιρική μορφή.

Κάθε νομική μορφή έχει διαφορετικά χαρακτηριστικά και κάθε ομάδα επιλέγει το σχήμα που την εξυπηρετεί βάσει των αναγκών της και των στόχων της, όπως:

- Θέματα ευθύνης των μελών
- Ελάχιστο ύψος του κεφαλαίου, κόστος σύστασης και λειτουργίας της εταιρείας, υποχρεώσεις αναφορικά με τη διαχείριση
- Θέματα φορολογίας
- Επιδιώξεις αναφορικά με τη χρηματοδότηση και την ανάπτυξη

Σημειώνουμε τα εξής:

- Πολύ συχνά οι νεοφυείς επιχειρήσεις επιλέγουν την μορφή της Ιδιωτικής Κεφαλαιουχικής Εταιρείας καθώς η τελευταία μπορεί να ικανοποιήσει ποικίλες ανάγκες. Είναι κεφαλαιουχική και τα μέλη της έχουν περιορισμένη ευθύνη για τα χρέη της εταιρείας. Αναγνωρίζει κάθε είδους εισφορά, όπως την εισφορά εργασίας ή ευθύνης. Αυτό ενισχύει επιχειρήσεις που δεν έχουν ανάγκη από μεγάλο κεφάλαιο ή δεν το διαθέτουν στην αρχή και δίνει την



δυνατότητα στους εταίρους να ρυθμίσουν τις σχέσεις τους βάσει της εισφοράς του καθενός που δεν είναι αποκλειστικά οικονομική.

- Η ανώνυμη εταιρεία προορίζεται για μεγαλύτερες επιχειρήσεις και για μεγάλη ανάπτυξη. Προσφέρει τα περισσότερα εργαλεία για χρηματοδότηση και για διασπορά των μετοχών. Προσφέρει την δυνατότητα έκδοσης ομολογιακού δανείου και την εισαγωγή μετοχών προς διαπραγμάτευση σε χρηματιστηριακή αγορά.
- Εάν κάποια ομάδα σχεδιάζει να αναζητήσει χρηματοδότηση από VC Fund θα πρέπει να λάβει υπόψη ότι οι μορφές των προσωπικών εταιρειών δεν είναι συμβατές με τον τρόπο λειτουργίας των VC Fund.

ΝΟΜΙΚΕΣ ΜΟΡΦΕΣ:

Παρατίθενται οι βασικές μορφές που προβλέπονται από το νόμο και τα βασικά χαρακτηριστικά τους.

ΟΜΟΡΡΥΘΜΗ ΕΤΑΙΡΕΙΑ

Προσωπική εμπορική εταιρεία. Ιδρύεται από δύο ή περισσότερα πρόσωπα. Κύριο χαρακτηριστικό γνώρισμα της Ο.Ε. είναι η απεριόριστη και εις ολόκληρο ευθύνη των εταίρων για τα εταιρικά χρέη.

Στην επωνυμία αναφέρονται οι λέξεις ομόρρυθμη εταιρεία ή το ακρωνύμιο Ο.Ε. Για τις διεθνείς συναλλαγές χρησιμοποιείται συνήθως ο όρος General Partnership ή το ακρωνύμιο G.P.

Η σύσταση και οι μεταβολές γίνονται και με ιδιωτικό έγγραφο εφόσον δεν επιβάλλει διαφορετικά ειδική διάταξη νόμου και δεν απαιτούνται ιδιαίτερα χρονοβόρες διαδικασίες.

Έχει χαμηλά έξοδα λειτουργίας και σύστασης, δεν έχει υποχρέωση να τηρεί αυστηρούς κανόνες λογιστικής παρακολούθησης, έχει περιορισμένες υποχρεώσεις δημοσιότητας.

Δεν διαιρείται το εταιρικό κεφάλαιο σε μετοχές ή μερίδια.

ΕΤΕΡΟΡΡΥΘΜΗ ΕΤΑΙΡΕΙΑ

Αποτελείται από ένα ή περισσότερα ομόρρυθμα μέλη και ένα ή περισσότερα ετερόρρυθμα. Κύριο χαρακτηριστικό της είναι η διαφοροποίηση της ευθύνης των εταίρων της. Τα ομόρρυθμα μέλη έχουν απεριόριστη ευθύνη για τα εταιρικά χρέη. Τα ετερόρρυθμα μέλη αντίθετα, ευθύνονται έως του ποσού της εισφοράς τους και είναι περιορισμένη η ανάμιξή τους στη διοίκηση και διαχείριση της εταιρείας.

Στην επωνυμία της ετερόρρυθμης εταιρείας πρέπει να περιέχονται σε κάθε περίπτωση

ολογράφως οι λέξεις "Ετερόρρυθμη Εταιρεία" ή το ακρωνύμιο "Ε.Ε.". Για τις διεθνείς συναλλαγές, οι ανωτέρω λέξεις εκφράζονται ως "Limited Partnership" ή/και το ακρωνύμιο "L.P."

ΠΡΟΣΟΧΗ: Αν στην επωνυμία ετερόρρυθμης εταιρείας περιληφθεί το όνομα ετερόρρυθμου εταίρου, τούτο έχει ως συνέπεια την απεριόριστη ευθύνη του, εκτός αν ο τρίτος που συναλλάχθηκε με την εταιρεία γνώριζε ότι είναι ετερόρρυθμος εταίρος.

Η κύρια διαφορά μεταξύ μιας Ο.Ε. και μιας Ε.Ε. είναι η δυνατότητα ύπαρξης ετερορρυθμων εταίρων, οι οποίοι ευθύνονται έως του ποσού της εισφοράς τους και είναι περιορισμένη η ανάμιξή τους στη διοίκηση και διαχείριση της εταιρείας. Μπορούν να λειτουργήσουν και ως χρηματοδότες με περιορισμένο ρόλο στην καθημερινή διοίκηση.

Η λειτουργία της μοιάζει με αυτή της ομόρρυθμης, με αντίστοιχα χαρακτηριστικά, όπως η ευκολία στην πραγματοποίηση μεταβολών, το χαμηλό κόστος σύστασης και λειτουργίας, η μη ύπαρξη ελαχίστου αρχικού εταιρικού κεφαλαίου. Για τη σύστασή της, επίσης, αρκεί η υπογραφή ιδιωτικού συμφωνητικού και η κατάθεσή του νόμιμα στο Γενικό Εμπορικό Μητρώο.

ΕΤΕΡΟΡΡΥΘΜΗ ΕΤΑΙΡΕΙΑ ΚΑΤΑ ΜΕΤΟΧΕΣ

Είναι η ετερόρρυθμη εταιρεία, στην οποία οι εταιρικές μερίδες παρίστανται με μετοχές. Κάθε εταιρική μερίδα αντιστοιχεί σε μία ή περισσότερες μετοχές.

Στην ετερόρρυθμη εταιρεία κατά μετοχές εφαρμόζονται ορισμένες διατάξεις του νόμου περί ΕΠΕ καθώς και οι κανόνες που ισχύουν για την ανώνυμη εταιρεία, στο μέτρο που συμβιβάζονται με τις διατάξεις της νομοθεσίας για την ΕΕΜ και με την φύση της.

Οι κανόνες της ομόρρυθμης εταιρείας ισχύουν για τις σχέσεις των σχέσεις των ομόρρυθμων εταίρων μεταξύ τους και έναντι των ετερόρρυθμων εταίρων ή τρίτων, καθώς και για τη διαχείριση της εταιρείας.

Οι σχέσεις των ομόρρυθμων εταίρων μεταξύ τους και έναντι των ετερόρρυθμων εταίρων ή τρίτων, καθώς και η διαχείριση της εταιρείας καθορίζονται σύμφωνα με τους κανόνες της ομόρρυθμης εταιρείας. Τα καθήκοντα όμως και η ευθύνη των ομόρρυθμων εταίρων ως διαχειριστών ρυθμίζονται από τις διατάξεις για την ανώνυμη εταιρεία.

Σημειώνεται ότι καθώς απαιτείται η έκδοση τουλάχιστον 2 μετοχών εκ των οποίων μία τουλάχιστον θα λάβει ο ομόρρυθμος εταίρος και την άλλη ο ετερόρρυθμος, στην ουσία απαιτείται ελάχιστη καταβολή κεφαλαίου η οποία μπορεί να είναι σε χρήμα ή σε είδος -δεκτική προς αποτίμηση.



ΕΤΑΙΡΕΙΑ ΠΕΡΙΟΡΙΣΜΕΝΗΣ ΕΥΘΥΝΗΣ

Η εταιρική μορφή της εταιρείας περιορισμένης ευθύνης ως ενδιάμεσος εταιρικός τύπος (δηλ. μεταξύ της ανώνυμης εταιρείας και των προσωπικών εταιρειών), δεν είναι ιδιαίτερα δημοφιλής στην Ελλάδα. Οι λόγοι, για τους οποίους η μορφή της ΕΠΕ δεν ανταποκρίνεται στις ανάγκες της επιχειρηματικότητας, είναι πολλοί, όπως, για παράδειγμα η συχνή ανάγκη συμβολαιογραφικής παρέμβασης. Συχνά οι ενδιαφερόμενοι επιλέγουν την ανώνυμη εταιρεία, που καταρχήν προορίζεται για μεγαλύτερες επιχειρήσεις, ενώ θα μπορούσαν να υιοθετήσουν για τη συνεργασία τους μια ενδιάμεση μορφή κεφαλαιουχικής εταιρείας, με περιορισμένη ευθύνη των μελών της κρίνοντας ότι θα έχουν μεγαλύτερη ευελιξία.

Ορισμένα χαρακτηριστικά της ΕΠΕ:

Για τις υποχρεώσεις της εταιρείας ευθύνεται μόνο η εταιρεία με την περιουσία της. Η περιορισμένη ευθύνη των μελών της ΕΠΕ για τις υποχρεώσεις της είναι το κύριο χαρακτηριστικό της.

Η ΕΠΕ μπορεί να είναι μονοπρόσωπη.

Το κεφάλαιο της εταιρείας ορίζεται πλέον χωρίς περιορισμό από τους εταίρους και σχηματίζεται είτε από μετρητά είτε από εισφορά σε είδος. Το αντικείμενο της εισφοράς συνίσταται σε περιουσιακό αγαθό που είναι δεκτικό χρηματικής αποτίμησης. Δεν είναι δυνατή στην ΕΠΕ η εισφορά εργασίας ως εισφορά σε είδος.

Κύρια όργανα της εταιρείας είναι η συνέλευση των εταίρων και ο διαχειριστής.

ΑΝΩΝΥΜΗ ΕΤΑΙΡΕΙΑ

Η ανώνυμη εταιρεία μπορεί να καλύψει ανάγκες εταιρειών με μεγάλη ανάπτυξη και διασπορά στη μετοχική τους σύνθεση. Είναι κεφαλαιουχική εταιρεία. Ευθύνεται η ίδια για τα χρέη και τις υποχρεώσεις της. Συστήνεται με ελάχιστο μετοχικό κεφάλαιο €25.000,00.

Το κεφάλαιο της ΑΕ διαιρείται σε μετοχές που ενσωματώνουν τα δικαιώματα των μετόχων και μπορούν να μεταβιβαστούν. Η μετοχή αντιστοιχεί στο σχετικό τμήμα του μετοχικού κεφαλαίου (την ονοματική αξία της μετοχής). Παράλληλα ενσωματώνει τη σχέση του μετόχου (π.χ. δικαιώματα ψήφου, απόληψης κερδών, κλπ.). Οι μετοχές μπορούν να μεταβιβαστούν. Ενσωματώνονται σε τίτλους και είναι έγχαρτοι ή άυλοι.

Στη νομοθεσία της ΑΕ προβλέπονται διάφορα εργαλεία για την ανάπτυξη και χρηματοδότησή της. Για παράδειγμα, στο πλαίσιο αυτό για την εξυπηρέτηση διαφορετικών στόχων υφίσταται η δυνατότητα έκδοσης εκτός κοινών μετοχών και προνομιούχων.

Άλλη κατηγορία μετοχών είναι οι εξαγοράσιμες μετοχές (κοινές ή προνομιούχες). Η εξαγορά των μετοχών αυτών γίνεται από την ίδια την ΑΕ κατόπιν δήλωσης είτε της εταιρείας είτε του μετόχου, αναλόγως τι έχει προβλεφθεί στο καταστατικό.

Επίσης υπάρχει η δυνατότητα έκδοσης και άλλων τίτλων, όπως τίτλων κτήσεων, που παρέχουν στους δικαιούχους το δικαίωμα απόκτησης μετοχών που εκδίδονται από την ΑΕ, ή και ιδρυτικών τίτλων που μπορούν να λάβουν πρόσωπα

για συγκεκριμένες ενέργειές τους κατά τη σύσταση της εταιρείας. Επίσης, η ΑΕ μπορεί να εκδώσει ομολογιακό δάνειο.

Τα κύρια διοικητικά όργανα της ανώνυμης εταιρείας είναι η γενική συνέλευση των μετόχων, η οποία αποφασίζει υποχρεωτικά, και το διοικητικό συμβούλιο. Το διοικητικό συμβούλιο πρέπει να έχει τουλάχιστον τρία μέλη. Ωστόσο, για τις μικρές και πολύ μικρές ανώνυμες εταιρείες υπάρχει η δυνατότητα εκλογής σύμβουλου διαχειριστή που λειτουργεί ως μονομελές διοικητικό όργανο και ασκεί ομοίως τις εξουσίες εκπροσώπησης και δέσμευσης της εταιρείας.

Η Ανώνυμη Εταιρεία πρέπει να διατηρεί ορισμένες διατυπώσεις δημοσιότητας, οι οποίες προστατεύουν τους συναλλασσόμενους. Είναι υποχρεωτική η δημοσίευση των ετήσιων αποτελεσμάτων κατά συγκεκριμένο τρόπο και μέσα σε συγκεκριμένα χρονικά διαστήματα.

ΙΔΙΩΤΙΚΗ ΚΕΦΑΛΑΙΟΥΧΙΚΗ ΕΤΑΙΡΕΙΑ (ΙΚΕ)

Η ΙΚΕ δημιουργήθηκε το 2012 σε μια προσπάθεια να αποτελέσει όχημα για την ενίσχυση και εξυπηρέτηση της μικρομεσαίας επιχείρησης. Στόχος ήταν να ενισχυθεί η ευελιξία και η απλότητα, και η νέα μορφή να ανταποκρίνεται περισσότερο στις πρακτικές ανάγκες των επιχειρηματιών.

Μπορεί να συσταθεί και να τροποποιηθεί με ιδιωτικό έγγραφο, χωρίς να απαιτείται συμβολαιογραφική πράξη. Η συμμετοχή εταίρων και η λήψη μεριδίων μπορεί να γίνει με κεφαλαιακές, με εξω-κεφαλαιακές και με εγγυητικές εισφορές. Το κεφάλαιό της μπορεί να είναι μηδενικό και οι εταίροι

δεν ευθύνονται για τα χρέη της, με την επιφύλαξη της περίπτωσης των εγγυητικών εισφορών, μέσω των οποίων ένας εταίρος μπορεί να αναλάβει ευθύνη για τα χρέη της εταιρείας έως ενός ορισμένου ποσού, το οποίο αναφέρεται στο καταστατικό. Είναι, επίσης, μία μορφή εταιρείας που μπορεί να υφίσταται ως μονοπρόσωπη, είτε από τη σύστασή της είτε μεταγενέστερα, έπειτα από έξοδο των λοιπών εταίρων.

Βασικά χαρακτηριστικά:

Για τις εταιρικές υποχρεώσεις ευθύνεται η εταιρεία με την περιουσία της, με εξαίρεση την περίπτωση κατά την οποία εταίρος έχει αναλάβει εγγυητικές εισφορές.

Το κεφάλαιό της καθορίζεται ελεύθερα από τους εταίρους. Μπορεί να είναι και μηδενικό.

Οι εταίροι μετέχουν με εισφορές κεφαλαιακές, εξωκεφαλαιακές και εγγυητικές. Οι εξωκεφαλαιακές εισφορές συνίσταται, επί παραδείγματι, σε παροχή υπηρεσίας ή εργασίας ή υποχρέωση ανάληψης εργασίας (κτλ.) και οι εγγυητικές συνίσταται σε ανάληψη ευθύνης έναντι τρίτων για τα χρέη της εταιρείας μέχρι ορισμένου ποσού.

Μπορεί να είναι μονοπρόσωπη.

Η πράξη σύστασης καταρτίζεται με έγγραφο και περιέχει το καταστατικό της ΙΚΕ. Το έγγραφο της σύστασης είναι κατ' αρχήν ιδιωτικό, εκτός αν επιβάλλεται να είναι συμβολαιογραφικό από ειδική διάταξη νόμου, αν εισφέρονται περιουσιακά στοιχεία για την οποία εισφορά απαιτείται έγγραφος τύπος, όπως ακίνητα ή αν το αποφασίσουν οι ιδρυτές της εταιρείας.

Υπάρχει πρότυπο καταστατικό με το οποίο



καλύπτονται οι απαιτήσεις του νόμου.

Διατηρεί υποχρεωτικά διπλογραφικά βιβλία (Γ' Κατηγορίας) επομένως είναι αντίστοιχο το λογιστικό κόστος τήρησης των βιβλίων της.

Δεν μπορεί να αντλήσει χρήματα από χρηματιστηριακή αγορά.

Δεν μπορεί να εκδώσει ομολογιακό δάνειο.

Σημαντικό στοιχείο που διακρίνει την ΙΚΕ είναι η δυνατότητα χρήσης κεφαλαιακών, εξωκεφαλαιακών και εγγυητικών εισφορών ώστε να διαμορφώνεται η σύνθεση των μελών ανάλογα με την προσφορά του καθενός ανεξαρτήτως χρημάτων και ειδών δεκτικών χρηματικής αποτίμησης.

II. ΜΙΣΘΩΣΗ ΧΩΡΟΥ

Με τον όρο εταιρική διακυβέρνηση εννοούμε ειδικούς κανόνες που διέπουν συγκεκριμένες μορφές εταιρειών, υποχρεωτικά. Όμως, με την ευρύτερη έννοια, η μέριμνα για την τήρηση κανόνων καλής εταιρικής διακυβέρνησης ενισχύει την εμπιστοσύνη των τρίτων και των δυναμικών μετόχων / χρηματοδοτών. Μια εταιρεία μπορεί να επιλέξει να ακολουθήσει κανόνες εταιρικής διακυβέρνησης, ώστε από νωρίς να υπάρχουν εργαλεία διαχείρισης κινδύνων, διαφάνειας, καλής εταιρικής κουλτούρας, επιμόρφωσης των στελεχών, λειτουργίας των οργάνων της εταιρείας, επικοινωνίας, κλπ.

Το γεγονός αυτό αυξάνει την εμπιστοσύνη των τρίτων και δύναται να δώσει καλύτερες ευκαιρίες χρηματοδότησης σε μια εταιρεία.

III. ΕΡΓΑΣΙΑΚΕΣ ΣΧΕΣΕΙΣ.

Έχει σημασία η κάθε συμφωνία για εργασία να τεθεί στο σωστό πλαίσιο. Πρέπει, επίσης, να γνωρίζουμε ότι οι εργοδότες που απασχολούν εργαζόμενους με σύμβαση εργασίας είναι υποχρεωμένοι να παρακρατούν από το μισθό τους τις αντίστοιχες εισφορές υπέρ των ασφαλιστικών οργανισμών και να τις αποδίδουν στον αντίστοιχο οργανισμό. Οι εργοδότες είναι υπεύθυνοι για την παρακράτηση και απόδοση και των εισφορών που βαρύνουν τους μισθωτούς τους.

Σύμβαση εξαρτημένης εργασίας: συμφωνία μεταξύ εργοδότη και εργαζόμενου, βάσει της οποίας ο εργαζόμενος αναλαμβάνει την κύρια υποχρέωση να παρέχει την εργασία του στον εργοδότη, υπό την εποπτεία και τον έλεγχό του, και ο εργοδότης την κύρια υποχρέωση καταβολής του μισθού.

Σύμβαση έργου: υπάρχει όταν ένα πρόσωπο (εργολάβος) αναλαμβάνει έναντι ενός άλλου προσώπου (εργοδότη / κυρίου του έργου) την υποχρέωση εκτέλεσης ορισμένου έργου έναντι αμοιβής. Στην περίπτωση της σύμβασης έργου ενδιαφέρει το αποτέλεσμα της εκτέλεσης ορισμένου έργου.

Σύμβαση Ανεξαρτήτων Υπηρεσιών:

Ο παρέχων ανεξάρτητες υπηρεσίες αναλαμβάνει την υποχρέωση έναντι ενός προσώπου, για παροχή υπηρεσιών, χωρίς όμως να υπόκειται στην εποπτεία και τον έλεγχο του αντισυμβαλλομένου του. Κύριο χαρακτηριστικό, επομένως, της σύμβασης παροχής ανεξαρτήτων υπηρεσιών είναι η ανάπτυξη πρωτοβουλίας και η ανεξαρτησία ως προς τον καθορισμό του τόπου, του χρόνου και του τρόπου παροχής της

εργασίας, κάτι που βασικά δεν συμβαίνει στην περίπτωση της σύμβασης εξαρτημένης εργασίας.

IV. ΔΙΚΑΙΩΜΑΤΑ ΔΙΑΝΟΗΤΙΚΗΣ ΙΔΙΟΚΤΗΣΙΑΣ

Τα δικαιώματα διανοητικής ιδιοκτησίας αποτελούν περιουσιακά στοιχεία της επιχείρησης, τα οποία ενισχύουν την αξία της και την ανταγωνιστικότητά της. Έχει σημασία η επιχείρηση να μεριμνά για την προστασία των δικαιωμάτων αυτών. Αφιερώνεται ειδικό κεφάλαιο για το θέμα αυτό παρακάτω.

V. ΣΥΜΦΩΝΙΑ ΕΜΠΙΣΤΕΥΤΙΚΟΤΗΤΑΣ (NON-DISCLOSURE, CONFIDENTIALITY AGREEMENT)

Είναι σημαντικό για μια επιχείρηση να διασφαλιστεί ότι θα παραμείνουν εμπιστευτικά κρίσιμα στοιχεία και πληροφορίες. Συγχρόνως, είναι απαραίτητη η ανάπτυξη της επιχείρησης και -στο πλαίσιο αυτό- η σύναψη συνεργασιών, συμφωνιών, κλπ. Με τη συμφωνία εμπιστευτικότητας απαγορεύεται η αποκάλυψη δεδομένων που θα περιέλθουν στη γνώση κάποιου μέρους λόγω κάποιας συγκεκριμένης συναλλαγής. Επιβάλλεται, δηλαδή, σε ένα ή σε όλα τα μέρη η διατήρηση εμπιστευτικότητας – εχεμύθειας.

Συχνά υπογράφονται συμφωνητικά εμπιστευτικότητας κατά την έναρξη διαπραγματεύσεων για μια συμφωνία, όπως μια εξαγορά ή μια χρηματοδότηση.

Στα συμφωνητικά εμπιστευτικότητας ορίζονται οι κατά περίπτωση πληροφορίες

που χαρακτηρίζονται εμπιστευτικές και ποιες εξαιρούνται. Ορίζεται περαιτέρω ο σκοπός για τον οποίο γίνεται η αποκάλυψη και τα πρόσωπα τα οποία θα λάβουν γνώση των πληροφοριών.

VI. ΣΥΜΦΩΝΙΕΣ ΜΗ ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΜΟΥ

Είναι συμφωνίες που συνάπτονται μεταξύ επιχειρήσεων και ενός εργαζομένου ή συνεργάτη με τις οποίες συμφωνείται ότι ο εργαζόμενος οφείλει να απέχει από πράξεις ανταγωνιστικές προς την επιχείρηση, ειδικά μετά την αποχώρησή του από αυτήν.

Σκοπός είναι να μην ζημιωθεί η επιχείρηση, π.χ. αν χρησιμοποιηθούν πολύτιμες πληροφορίες, εμπορικά απόρρητα ή αν αποσπαστούν πελάτες της. Συχνά προβλέπεται η καταβολή ποινικής ρήτρας (δηλαδή χρημάτων) υπέρ της επιχείρησης σε περίπτωση παραβίασης της συμφωνίας μη ανταγωνισμού.

Η συμφωνία αυτή συχνά αποτελεί όρο εντός της συμφωνίας μεταξύ των μερών. Αναφορικά με το κύρος της, σημειώνουμε ότι μπορεί να ελεγχθεί για καταχρηστικότητα από το Δικαστήριο.

Για να κριθεί έγκυρος ο όρος αυτός θα πρέπει να θεμελιώνεται η ανάγκη της προστασίας ώστε να δικαιολογείται ο περιορισμός του εργαζομένου. Πρέπει, επίσης, να περιορίζεται η απαγόρευση χρονικά και γεωγραφικά. Σε κάθε περίπτωση θα κριθεί κάθε τέτοιου είδους συμφωνία κατά περίπτωση αν χρειαστεί από τον Δικαστή που θα δικάσει την εκάστοτε υπόθεση.



VII. ΕΤΑΙΡΙΚΗ ΔΙΑΚΥΒΕΡΝΗΣΗ.

Με τον όρο εταιρική διακυβέρνηση εννοούμε ειδικούς κανόνες που διέπουν συγκεκριμένες μορφές εταιρειών, υποχρεωτικά. Όμως, με την ευρύτερη έννοια, η μέριμνα για την τήρηση κανόνων καλής εταιρικής διακυβέρνησης ενισχύει την εμπιστοσύνη των τρίτων και των δυνητικών μετόχων / χρηματοδοτών. Μια εταιρεία μπορεί να επιλέξει να ακολουθήσει κανόνες εταιρικής διακυβέρνησης, ώστε από νωρίς να υπάρχουν εργαλεία διαχείρισης κινδύνων, διαφάνειας, καλής εταιρικής κουλτούρας, επιμόρφωσης των στελεχών, λειτουργίας των οργάνων της εταιρείας, επικοινωνίας, κλπ.

Το γεγονός αυτό αυξάνει την εμπιστοσύνη των τρίτων και δύναται να δώσει καλύτερες ευκαιρίες χρηματοδότησης σε μια εταιρεία.

ΧΡΗΜΑΤΟΔΟΤΗΣΗ ΑΠΟ VC FUND

Στο στάδιο ανάπτυξης, η επιχείρηση θα χρειαστεί κεφάλαια. Σταθμίζοντας τις ανάγκες και τους στόχους της, η επιχείρηση καλείται να επιλέξει το εργαλείο χρηματοδότησης που είναι καταλληλότερο για την ανάπτυξή της, όπως τη σχεδιάζει. Στο κεφάλαιο αυτό θα μιλήσουμε για τη χρηματοδότηση από VC Fund και θα αναφερθούμε στη σχέση που αναπτύσσεται μεταξύ της επιχείρησης και του VC Fund. Υπάρχουν στην αγορά και άλλα εργαλεία χρηματοδότησης που δεν προϋποθέτουν τη δημιουργία στενής σχέσης μεταξύ της επιχείρησης και του χρηματοδότη, όπως ο τραπεζικός δανεισμός (π.χ. εφάπαξ χορήγηση δανείου, πίστωση σε ανοιχτό

αλληλόχρεο λογαριασμό, κ.ά.).

Venture Capital Funds: Κεφάλαια Υψηλού Επιχειρηματικού Κινδύνου. Αποτελεί ένα σύνολο περιουσίας. Ο Επενδυτής (το VC fund) παρέχει χρηματοδότηση στην επιχείρηση και αποκτά ως αντάλλαγμα συμμετοχή στο μετοχικό της κεφάλαιο [είτε άμεσα είτε μέσω τίτλων, π.χ. μετατρέψιμων ομολογιών].

Business Angels: Επενδυτές ιδιώτες – μεμονωμένοι οι οποίοι επενδύουν μέρος της περιουσίας τους σε μια επιχείρηση και συνήθως δημιουργούν μια σχέση mentoring με τον επιχειρηματία μοιράζοντας τη γνώση τους.

Ως αντάλλαγμα για τη χρηματοδότηση, συμμετέχουν συνήθως στο μετοχικό κεφάλαιό της.

Συχνά, μικρές και ταχέως αναπτυσσόμενες επιχειρήσεις αντιμετωπίζουν δυσκολίες γιατί ο τραπεζικός δανεισμός απαιτεί σημαντικές εγγυήσεις, συχνά προσωπικές. Επίσης, δεν είναι εφικτή η άντληση κεφαλαίων από άλλες πηγές, π.χ. χρηματιστηριακές αγορές.

ΣΥΜΦΩΝΙΑ ΓΙΑ ΧΡΗΜΑΤΟΔΟΤΗΣΗ ΑΠΟ VC FUND

Είναι απαραίτητη η εξισορρόπηση των συμφερόντων των δύο μερών, δηλαδή του επενδυτή και των ιδρυτών της επιχείρησης. Στη συναλλαγή αυτή πρέπει να επιτευχθεί μια κρίσιμη ισορροπία, η οποία σχετίζεται με την αποτίμηση της αξίας της επιχείρησης κατά την είσοδο των επενδυτικών κεφαλαίων. Ο επενδυτής επιδιώκει να αποκτήσει τέτοια συμμετοχή - ανάμιξη η οποία - σε συνδυασμό με την επιτυχία της εταιρείας- να του προσδώσει

την καλύτερη δυνατή απόδοση στα επενδυμένα κεφάλαια και το μεγαλύτερο δυνατό κέρδος κατά την αποεπένδυση (exit). Ο επιχειρηματίας, από τη δική του πλευρά, προσβλέποντας στην επιτυχία της εταιρείας, επιδιώκει να διατηρήσει όσο το δυνατόν μεγαλύτερη μετοχική θέση σ’ αυτήν, καθώς και δικαιώματα στον τρόπο διοίκησης της εταιρείας και στην απόφαση για αποεπένδυση. Περιμένει δε, να λάβει από τον επενδυτή όχι μόνο το απαραίτητο κεφάλαιο, αλλά και την καλύτερη δυνατή υποστήριξη σε θέματα που θα βοηθήσουν στην ανάπτυξη της εταιρείας (στρατηγική, σχέσεις με επενδυτές, ειδικές γνώσεις στον τομέα όπου δραστηριοποιείται, οργάνωση, λειτουργία, κτλ.).

ΤΙ ΕΝΔΙΑΦΕΡΕΙ ΤΟΝ ΕΠΕΝΔΥΤΗ ΟΤΑΝ ΕΡΧΕΤΑΙ ΣΕ ΕΠΑΦΗ ΜΕ ΤΟΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΑ

- Ποια είναι η ομάδα που θα υλοποιήσει την ιδέα
- Να υπάρχει καλή και ξεκάθαρη ιδέα, καθαρή στρατηγική, σωστά στημένη νομική μορφή με τάξη ως προς τα δικαιώματα και τις υποχρεώσεις της
- Αναπτυξιακή δυναμική
- Να εντοπίζονται ποιοι είναι οι παράγοντες κίνδυνου
- Να συμφωνηθεί πώς θα χρησιμοποιηθούν τα χρήματα. Τα χρήματα θα πρέπει να δοθούν στην ανάπτυξη της εταιρείας

Αν πρόκειται για μια εταιρεία σε αρχικό στάδιο, τα αποτελέσματα της επιχειρηματικής ιδέας πιθανώς να μην έχουν φανεί, για παράδειγμα ίσως να μην υπάρχουν οικονομικά στοιχεία. Άρα ο επενδυτής πρέπει να βασιστεί σε άλλα στοιχεία για να αποφασίσει αν θα προχωρήσει στην επένδυση (χρηματοδότηση), σε ενδείξεις που θα τον οδηγήσουν να αναγνωρίσει την αξία της εταιρείας.

Μεγάλη σημασία έχει ποιος θα υλοποιήσει την ιδέα: Πρέπει να υπάρχει μια δυνατή και αφοσιωμένη ομάδα που αλληλοσυμπληρώνεται και που έχει σχέσεις οι οποίες θα εγγυηθούν τη σωστή λειτουργία και ανάπτυξη της επιχείρησης. Έχει σημασία πώς λειτουργούν τα μέλη ως ομάδα και πώς συνεργάζονται.

Είναι σημαντικό να φαίνεται ότι έχει υπάρξει μέριμνα για οργάνωση και προστασία των δικαιωμάτων της επιχείρησης. Έχει, επίσης, σημασία η ομάδα να έχει προσδιορίσει τους κινδύνους που ενδέχεται να αντιμετωπίσει κατά την εφαρμογή του επιχειρηματικού σχεδίου και έχει γίνει εκτίμηση των δυσκολιών που αναμένεται να υπάρξουν.

Ο επενδυτής ενδιαφέρεται να προχωρήσει σε χρηματοδότηση εφόσον τα χρήματα χρησιμοποιηθούν για αναπτυξιακούς σκοπούς, π.χ. για την τεχνολογική εξέλιξη της εταιρείας, για την ανάπτυξη του προϊόντος της, για πρόσληψη στελεχών που θα συνεισφέρουν στην ανάπτυξη της, όχι όμως για σκοπούς που δεν προσδίδουν αξία στην εταιρεία, π.χ. μόνο για την ενοικίαση μεγαλύτερων γραφείων.



Ο επιχειρηματίας θα δεσμευθεί για το πώς θα χρησιμοποιηθούν τα χρήματα, και ο προορισμός / χρήση τους θα αποτελέσει αντικείμενο της συμφωνίας.

ΤΙ ΕΝΔΙΑΦΕΡΕΙ ΤΟΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΑ ΚΑΙ ΤΙ ΘΕΛΕΙ ΑΠΟ ΤΟΝ ΕΠΕΝΔΥΤΗ

- Ποιος είναι ο επενδυτής; Ποια η δραστηριότητά του ως επενδυτή; Έχει δραστηριότητα και εμπειρία στον τομέα της επιχείρησης; Το track record του ποιο είναι.
- Είναι χρήσιμο να έχει δίκτυο για ανάπτυξη και επαφές.
- Είναι θετικό να υπάρχει καλή χημεία μεταξύ των μερών και να μπορεί να αναπτυχθεί σχέση εμπιστοσύνης.
- Πρέπει να δημιουργηθεί σχέση συνεργασίας μεταξύ τους στην οποία θα μπορούν να ευθυγραμμίσουν τα συμφέροντά τους και να συνεργαστούν για την ανάπτυξη της επιχείρησης.
- Τι ποσοστό των διαθέσιμων κεφαλαίων προτίθεται να επενδύσει;
- Πώς θα προσδώσει αξία στην επιχείρηση; Πώς αλλιώς θα συνεισφέρει στην ανάπτυξη της εταιρείας; (π.χ. μέσω του δικτύου του, με την εμπειρία του).

ΤΟ VC FUND ΜΠΟΡΕΙ ΝΑ ΠΡΟΣΦΕΡΕΙ ΣΤΗΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗ:

- Χρηματοδότηση
- Γνώση και εμπειρία, υποστήριξη
- Συνέργειες, συνεργασίες

- Γνωριμίες και δίκτυο για ανάπτυξη δικτύου και επαφών
- Κύρος της επένδυσης

... ΚΑΙ ΑΝΑΜΕΝΕΙ

- Ρευστοποίηση της επένδυσής του
- Απόκτηση υπεραξίας στην επένδυση του

Δεν πρέπει να ξεχνάμε ότι απώτατος στόχος του επενδυτή είναι η ρευστοποίηση της επένδυσής του. Ενδιαφέρεται, δηλαδή, να διασφαλίσει ότι θα μπορεί να ρευστοποιήσει τη συμμετοχή του με τους καλύτερους δυνατούς όρους. Η αποεπένδυση – ρευστοποίηση της συμμετοχής συνήθως επιτυγχάνεται μέσω της πώλησης ή της εισαγωγής σε χρηματιστηριακή αγορά. Η παράμετρος αυτή είναι κρίσιμη και κεντρικής σημασίας για την απόφαση της επένδυσης

ΠΟΙΑ ΕΙΝΑΙ ΤΑ ΒΗΜΑΤΑ ΑΠΟ ΥΠΟΒΟΛΗ ΠΡΟΤΑΣΗΣ ΕΩΣ ΛΗΨΗ ΤΩΝ ΧΡΗΜΑΤΩΝ

1. Υπογραφή NDA για την έναρξη των διαπραγματεύσεων και τη συλλογή των στοιχείων.
2. Υπογραφή term sheet.
3. Διενέργεια νομικού και οικονομικού ελέγχου.
4. Υπογραφή σύμβασης επένδυσης.
5. Εκπλήρωση προηγούμενων προϋποθέσεων για την εκταμίευση, εφόσον έχουν τεθεί.
6. Εκταμίευση των χρήματων. Μετά την εκταμίευση η παρακολούθηση της πορείας της επιχείρησης διατηρείται

και υπάρχει στενή σχέση του επενδυτή με την επιχείρηση ως προς πολλά σημεία.

Μετά την εκταμίευση η παρακολούθηση της πορείας της επιχείρησης διατηρείται και υπάρχει σχέση του επενδυτή με την επιχείρηση σε πολλά σημεία.

1. Η ΥΠΟΓΡΑΦΗ ΤΟΥ TERM SHEET.

TERM SHEET: Μια μη- δεσμευτική συμφωνία στην οποία αναφέρονται οι βασικοί όροι και προϋποθέσεις για την πραγματοποίηση μιας επένδυσης. Αποτελεί τη βάση για τη διαμόρφωση περισσότερο λεπτομερών κειμένων. Όταν τα μέρη συμφωνήσουν στις λεπτομέρειες και τα επί μέρους στοιχεία των όρων του term sheet, θα συνταχθούν και υπογραφούν τα κύρια έγγραφα της επένδυσης τα οποία θα περιέχουν τους όρους της συμφωνίας, με μεγαλύτερη ανάλυση και λεπτομέρεια.

Είθισται να συντάσσεται από τον επενδυτή μετά την ανάλυση του business plan και την ανταλλαγή στοιχείων. Πρόκειται για έγγραφο που υπογράφεται και από τα δύο μέρη (τους μετόχους και τον επενδυτή) στο οποίο περιλαμβάνονται οι βασικοί όροι της διαπραγμάτευσης προς τον σκοπό επίτευξης συμφωνίας χρηματοδότησης. Άλλες φορές, το term sheet είναι επιγραμματικό κι άλλες πολύ λεπτομερές. Αποτελεί, στην ουσία, μια σύνοψη των κύριων όρων υπό τους οποίους εξετάζεται η χρηματοδότηση. Δεν δημιουργεί υποχρέωση για την υπογραφή της κύριας σύμβασης ή κάποιου πρόσθετου εγγράφου.

Αν και συνήθως αναφέρεται στο term sheet ότι οι όροι δεν είναι δεσμευτικοί

και ότι μπορεί να διαφοροποιηθούν κατά την κύρια συμφωνία, στην πράξη οι βασικοί όροι της συμφωνίας σπάνια διαφοροποιούνται σημαντικά και, αν αυτό συμβεί, οφείλεται συνήθως σε κάποιο νέο στοιχείο που ήρθε στο φως κατά τη διαπραγμάτευση και τον νομικό / οικονομικό / επιχειρηματικό έλεγχο που διεξάγεται προ σύναψης της κύριας σύμβασης.

Συνήθως, περιέχονται και οι εξής όροι σε ένα term sheet αναφορικά με τη διαπραγμάτευση:

- Αποκλειστικότητα: Η επιχείρηση δεσμεύεται να μην αναζητήσει χρηματοδότηση από άλλο επενδυτικό σχήμα για κάποιο χρονικό διάστημα από την υπογραφή του term sheet με τον επενδυτή.
- Εμπιστευτικότητα: Η επιχείρηση δεσμεύεται να μην αποκαλύψει τους όρους του term sheet.

Πέραν των ανωτέρω, το term sheet και η συμφωνία περιέχει συχνά βασικά σημεία, όπως, επί παραδείγματι:

- Τον τρόπο χρηματοδότησης από τον επενδυτή: π.χ. αύξηση μετοχικού κεφαλαίου, δάνειο ή άλλος τρόπος, καθώς και τα βασικά σημεία της χρηματοδότησης
- Το πλαίσιο αποτίμησης της εταιρείας
- Το ποσοστό της μετοχικής συμμετοχής που θα αναλογεί στον επενδυτή
- Δικαιώματα προαίρεσης (αγοράς και πώλησης) της συμμετοχής για τον



επενδυτή και για τον επιχειρηματία

- Θέματα διοίκησης της εταιρείας
- Θέματα ενημέρωσης του επενδυτή
- Θέματα διανομής κερδών – μερισμάτων
- Θέματα αποεπένδυσης
- Υποχρεώσεις του επιχειρηματία

Μετά τη συμφωνία των μερών και την υπογραφή του term sheet, γίνεται νομικός και οικονομικός έλεγχος στην εταιρεία (due diligence). Άλλωστε η συμφωνία του Term Sheet τελεί υπό την ολοκλήρωση του due diligence και τα ικανοποιητικά ευρήματα ελέγχου από την πλευρά του εισερχόμενου επενδυτή. Έως τότε, μόνο στοιχεία που αφορούν στο business plan έχει τη δυνατότητα να ελέγξει ο επενδυτής. Γίνεται έλεγχος στην εταιρεία και, επίσης, διαπραγμάτευση των όρων της συμφωνίας. Σημαντικό είναι η εταιρεία να έχει φροντίσει να βρίσκονται σε τάξη τα νομικά θέματα για την προστασία της, ήτοι, η εταιρική της κατάσταση, οι συμβάσεις με τους συνεργάτες και τους εργαζόμενους, τυχόν κανονιστικά ζητήματα και τα ζητήματα των δικαιωμάτων διανοητικής ιδιοκτησίας. Ανάλογα με τη φύση της εταιρείας και τον κλάδο στον οποίο δραστηριοποιείται, ο έλεγχος μπορεί να επεκταθεί σε διάφορα επίπεδα πέραν του νομικού (legal) και του οικονομικού (financial) που θεωρούνται απαραίτητοι.

2. Η ΣΥΜΦΩΝΙΑ ΓΙΑ ΤΗΝ ΕΠΕΝΔΥΣΗ

Αποτελεί ξεχωριστό έγγραφο όπου αποτυπώνεται το σύνολο της συμφωνίας και διέπει συνολικά την επένδυση. Το ακριβές περιεχόμενο εξαρτάται από τη συμφωνία. Γενικά, αναφέρεται στους όρους επένδυσης, στα δικαιώματα και υποχρεώσεις των μερών, σε θέματα μεταβίβασης και εξόδου, τρόπο διοίκησης, εξασφαλίσεις, ειδικές συμφωνίες.

Σχεδόν πάντα έχει τη μορφή ιδιωτικού συμφωνητικού - "εξωεταιρικής συμφωνίας". Σπάνια αποτελεί μέρος των βασικών εγγράφων της εταιρείας (π.χ. ρύθμιση εντός του καταστατικού) μολονότι είναι δυνατό κάποιοι όροι να συμπεριληφθούν στο καταστατικό. Αν πρόκειται π.χ. για μετατρέψιμο ομολογιακό δάνειο, κύρια σημεία της συμφωνίας χρηματοδότησης θα αναφέρονται στο πρόγραμμα του ομολογιακού δανείου, ενώ μπορεί να υπάρχει και εξω-εταιρική συμφωνία με περαιτέρω όρους.

α. ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΟΙ ΟΡΟΙ

Οι οικονομικοί όροι είναι εξαιρετικά μεγάλης σημασίας και πρέπει να διατυπώνονται με σαφήνεια. Κάποιοι όροι δεν είναι αμιγώς οικονομικοί, αλλά έχουν σημαντικές συνέπειες στα οικονομικά μεγέθη και πρέπει να εξετάζονται υπό το πρίσμα των οικονομικών στοιχείων και των μεταβολών που θα επιφέρουν σε αυτά.

Θέματα στα οποία μπορεί να αναφέρεται το κείμενο της συμφωνίας είναι τα κατωτέρω:

- Pre money valuation ή Valuation: Η αξία της εταιρείας, σύμφωνα με την αποτίμηση που έχει συμφωνηθεί.
- Ποσό επένδυσης: Συνήθως συνδέεται με το επιχειρηματικό σχέδιο και τη στρατηγική της επιχείρησης.
- Το ποσοστό της συμμετοχής στο μετοχικό κεφάλαιο της εταιρείας που θα λάβει ο επενδυτής.
- Capitalization table: Ο πίνακας όπου θα αναφέρεται αναλυτικά η συμμετοχή κάθε εταίρου / μετόχου και το είδος αυτής.
- Post Money Valuation: Αναφέρεται στην αξία της εταιρείας μετά τη χρηματοδότηση.
- Το είδος των αξιών (μετοχών) που θα λάβει ο επενδυτής, π.χ. κοινές ή προνομιούχες μετοχές.
- Τι είδους προνόμια θα υπάρχουν και πότε θα μπορούν να ασκηθούν.
- Όρος για την προστασία / διατήρηση του ποσοστού συμμετοχής του επενδυτή (anti dilution clause).
- Όρος προτίμησης για τη συμμετοχή του επενδυτή σε μεταγενέστερη αύξηση κεφαλαίου.
- Ενδεχόμενη συμφωνία για μετέπειτα χρηματοδότηση, είτε σε συγκεκριμένο χρόνο είτε μετά την επίτευξη στόχων.
- Όρος περί προνομιακής απόληψης μερίσματος.
- Όρος περί διατήρησης /

επαναπροσδιορισμού της θέσης του σε μελλοντική χρηματοδότηση.

- Τόκοι που έχουν συμφωνηθεί.
- Anti embarrassment clause: όρος κατά τον οποίο αγοραστής περιουσιακού στοιχείου παρέχει στον πωλητή πρόσθετη πληρωμή αν μεταπωλήσει το περιουσιακό στοιχείο σε ορισμένη τιμή εντός συγκεκριμένου χρονικού διαστήματος.

β. ΟΡΟΙ ΠΟΥ ΡΥΘΜΙΖΟΥΝ ΤΙΣ ΣΧΕΣΕΙΣ ΤΩΝ ΜΕΡΩΝ

Ανάλογα με το προφίλ του, ο επενδυτής ενδιαφέρεται να ισορροπήσει το ρίσκο της επένδυσής του με την απόδοση που προσδοκά. Δεδομένου ότι έχει επενδύσει σε μια εταιρεία σε αρχικό στάδιο, η οποία φέρει μεγάλο ρίσκο, ενδέχεται να επιδιώξει την ενεργό συμμετοχή του στη διοίκηση της. Στόχος του είναι να ενισχύσει την επιχείρηση προσδίδοντας με την ενεργό συμμετοχή του αξία σε αυτήν και, φυσικά, να προστατέψει την επένδυσή του. Επίσης, στόχος του είναι να διατηρήσει το ποσοστό και τη θέση που επιθυμεί να έχει στην εταιρεία, ως τη στιγμή που θα αποφασίσει τη ρευστοποίηση της συμμετοχής του.

Προς το σκοπό αυτό, θα αναζητήσει την εξασφάλιση ορισμένων προνομίων τα οποία σχετίζονται με τον έλεγχο και διοίκηση της εταιρείας, την πληροφόρηση που πρέπει να λαμβάνει και τη ρευστοποίηση της συμμετοχής του, ενώ θα θελήσει να έχει λόγο στις στρατηγικές επιλογές της εταιρείας.



Τα προνόμια αυτά αναφέρονται κυρίως:

- (α) Στη διοίκηση της εταιρείας
- (β) Στην πληροφόρηση που πρέπει να λαμβάνει ο επενδυτής
- (γ) Στη ρευστοποίηση της συμμετοχής του (exit)

Συχνοί όροι:

- Συμμετοχή στη διοίκηση, π.χ. ορισμός μέλους (ή μελών) στο Διοικητικό Συμβούλιο ή μηχανισμός ελέγχου / παρακολούθησης της διοίκησης.
- Συμμετοχή στη Διοίκηση με περισσότερα μέλη ανάλογα με το ποσοστό συμμετοχής στο εταιρικό κεφάλαιο και τον συνολικό αριθμό των μελών του ΔΣ.
- Δυνατότητα προβολής VETO ή πρόβλεψη ειδικής πλειοψηφίας για συγκεκριμένα θέματα που αναφέρονται στη στρατηγική της εταιρείας, ή για αποφάσεις με αυξημένη σημασία για την εταιρεία.
- Δυνατότητα προβολής VETO ή πρόβλεψη ειδικής πλειοψηφίας για συγκεκριμένα θέματα που ανάγονται στην αρμοδιότητα της Γενικής Συνέλευσης.
- Ανάγκη ύπαρξης συναίνεσης του επενδυτή για τη λήψη συγκεκριμένων αποφάσεων κρίσιμων για την πορεία της εταιρείας, π.χ. μια συγχώνευση ή επέκταση του αντικειμένου της εταιρείας.
- Τακτική πληροφόρηση για την πορεία της εταιρείας σε σχέση με τους στόχους που έχουν τεθεί.
- Τακτική γνωστοποίηση οικονομικών

στοιχείων σχετικών με την πορεία της επιχείρησης.

- Ενημέρωση για τον προϋπολογισμό των επόμενων περιόδων.
- Liquidation preference (βλ. και ανωτέρω): Όρος που καθορίζει τη διανομή των κερδών από τη μεταβίβαση μετοχών της εταιρείας. Προνομιακή θέση επενδυτή.
- Δικαιώματα tag along / drag along – call option / put option για την ενίσχυση της δυνατότητας ρευστοποίησης της επένδυσης. Σε περίπτωση που έχει ευκαιρία ρευστοποίησης της συμμετοχής του με όρους που κρίνει συμφέροντες, ο επενδυτής θέλει να μπορεί να έχει εξασφαλίσει ότι θα το πετύχει και δεν θα εμποδιστεί. Για παράδειγμα, αν βρεθεί αγοραστής για τη συμμετοχή του που θέτει όρο την απόκτηση μεγαλύτερης συμμετοχής ή του συνόλου της, θα μπορεί να συμπαρασύρει και άλλο μέτοχο στη συναλλαγή αυτή και την πραγματοποίηση της πώλησης.

Επίσης, είναι πιθανό να ζητηθεί από τους υφιστάμενους μετόχους της εταιρείας να προβούν σε συγκεκριμένες δηλώσεις/ δεσμεύσεις, π.χ. ότι θα ακολουθούν το business plan, ότι δεν θα μειωθεί το ενεργητικό της εταιρείας, ότι δεν θα αναπτύξουν παράλληλα ανταγωνιστική δραστηριότητα, ότι θα αναπτυχθεί συγκεκριμένη εσωτερική δομή και οργάνωση ως προς τη λειτουργία της εταιρείας.

Πιθανότατα, επίσης, θα ζητηθεί από τους υφιστάμενους μετόχους να διατηρήσουν συγκεκριμένο ποσοστό συμμετοχής (lock in) στο μετοχικό κεφάλαιο της εταιρείας, για να μην αλλάξει η δέσμευση και αφοσίωσή τους σ’ αυτήν.

Συνηθίζεται, επίσης, να τίθενται όροι περί μη-ανταγωνισμού, δηλαδή απαγόρευση των μετόχων να συμμετέχουν σε σχήματα ανταγωνιστικά με την εταιρεία και απαγόρευση μελών ή εργαζομένων στην εταιρεία -οι οποίοι βρίσκονται σε νευραλγικά πόστα διοίκησης ή λειτουργίας της- να εργαστούν για ορισμένο χρονικό διάστημα μετά την αποχώρησή τους, σε ανταγωνιστικές με την εταιρεία θέσεις.

Επίσης, θεμελιώδη θέση στη συμφωνία έχουν θέματα που άπτονται των δικαιωμάτων διανοητικής ιδιοκτησίας. Οι ιδρυτές της επιχείρησης πρέπει να έχουν εξ αρχής φροντίσει να προστατεύσουν τη δική τους πνευματική ιδιοκτησία και να μην έχουν προβεί σε παραβίαση δικαιωμάτων άλλων.

Συνολικά, μέσα από αυτό το εργαλείο χρηματοδότησης δημιουργείται μια στενή σχέση μεταξύ των μερών και μέσα από την ευθυγράμμιση των συμφερόντων τους θέτουν ως κοινό στόχο την ανάπτυξη και επιτυχία της επιχείρησης.





Intellectual
Property Rights
Μέσο Προστασίας
και Ανάπτυξης της
Επιχείρησης

ΑΡΧΟΝΤΟΥΛΑ ΠΑΠΑΠΑΝΑΓΙΩΤΟΥ

ΔΙΚΗΓΟΡΟΣ, LL.M, MANAGING PARTNER
AT ARHONDULA PAPANAGIOTOU & PARTNERS
LAW FIRM

1. ΕΙΣΑΓΩΓΙΚΕΣ ΕΠΙΣΗΜΑΝΣΕΙΣ

1.1 ΤΙ ΑΦΟΡΑ Η ΔΙΑΝΟΗΤΙΚΗ ΙΔΙΟΚΤΗΣΙΑ - ΕΙΔΗ ΔΙΚΑΙΩΜΑΤΩΝ ΔΙΑΝΟΗΤΙΚΗΣ ΙΔΙΟΚΤΗΣΙΑΣ

Οι δημιουργίες του ανθρώπινου νου (πνευματικά έργα, σήματα, διπλώματα ευρεσιτεχνίας, βιομηχανικά σχέδια κλπ.) προστατεύονται με το δίκαιο της διανοητικής ιδιοκτησίας και αποτελούν σημαντικό περιουσιακό στοιχείο μίας εταιρείας. Τα άυλα αυτά δικαιώματα είναι μονοπωλιακά και αποκλείουν τρίτους από τη χρήση και εκμετάλλευσή τους, προσδίδουν οικονομικό πλεονέκτημα στην εταιρεία, ενισχύοντας την επιχειρηματική της αξία, την ανταγωνιστικότητα και εν γένει τη θέση της στην αγορά. Είναι προς το συμφέρον μιας εταιρείας να γνωρίζει ποια στοιχεία της προστατεύονται και ποια όχι, αν μπορούν να κατοχυρωθούν και με ποιο τρόπο, ποιοι εναλλακτικοί τρόποι προστασίας αυτών υπάρχουν. Το δίκαιο της διανοητικής ιδιοκτησίας περιλαμβάνει την πνευματική και τη βιομηχανική ιδιοκτησία. Η πνευματική ιδιοκτησία αναφέρεται σε καλλιτεχνικές και λογοτεχνικές δημιουργίες, ενώ η βιομηχανική ιδιοκτησία περιλαμβάνει τα σήματα, τα διπλώματα ευρεσιτεχνίας που απονέμονται επί εφευρέσεων, τα βιομηχανικά σχέδια και υποδείγματα, τα ονόματα χώρου, τις γεωγραφικές ενδείξεις και τις Προστατευόμενες Ονομασίες Προέλευσης (ΠΟΠ), τις τοπογραφίες προϊόντων ημιαγωγών και τις νέες φυτικές ποικιλίες. Έννοιες - δορυφόροι της διανοητικής ιδιοκτησίας είναι το εμπορικό

και βιομηχανικό απόρρητο, η τεχνογνωσία και ο αθέμιτος ανταγωνισμός. Ο όρος διανοητική ιδιοκτησία απαντάται στην αγγλική γλώσσα ως Intellectual Property (σε συντομογραφία, IP), τα δε δικαιώματα διανοητικής ιδιοκτησίας απαντώνται στην αγγλική γλώσσα στον όρο Intellectual Property Rights (σε συντομογραφία, IPR).

1.2 Η ΑΞΙΑ ΓΙΑ ΤΗΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗ

Τα δικαιώματα διανοητικής ιδιοκτησίας επιτρέπουν περισσότερα και ταχύτερα έσοδα μέσω:

- της ενίσχυσης της διαπραγματευτικής δύναμης της εταιρείας και
- της χορήγησης αδειών εκμετάλλευσης [πληρωμή δικαιωμάτων (royalties) στην εταιρεία]

Δεδομένου λοιπόν ότι οι επενδυτές προτιμούν εταιρείες με κατοχυρωμένα και ασφαλή δικαιώματα διανοητικής ιδιοκτησίας, είναι σημαντικό η εταιρεία να χαράσσει τη στρατηγική της στην προστασία και κατοχύρωση των δικαιωμάτων αυτών και να λαμβάνει τα απαραίτητα μέσα άμυνας, σε περίπτωση προσβολής των δικαιωμάτων της ή σε περίπτωση προσβολής δικαιωμάτων τρίτων.

Στις παρακάτω παραγράφους περιγράφονται αναλυτικότερα οι βασικές κατηγορίες των δικαιωμάτων διανοητικής ιδιοκτησίας και ο τρόπος προστασίας αυτών (βλ. κατωτέρω υπό 2-6). Επιπλέον, παρατίθενται πληροφορίες ως προς τον τρόπο με τον οποίο γίνεται



η χαρτογράφηση των δικαιωμάτων, προκειμένου να καταστεί δυνατή η αποτελεσματικότερη αξιοποίησή τους (βλ. κατωτέρω υπό 7). Τέλος, (βλ. υπό 8) αναλύονται οι κίνδυνοι σε περίπτωση μη ολοκληρωμένου ελέγχου των δικαιωμάτων μίας εταιρείας.

2. ΠΝΕΥΜΑΤΙΚΗ ΙΔΙΟΚΤΗΣΙΑ

2.1 Ο όρος πνευματική ιδιοκτησία αντιστοιχεί στον αγγλικό όρο Copyright και δεν πρέπει να συγχέεται με τον όρο Intellectual Property που αναφέρεται στη διανοητική ιδιοκτησία ως σύνολο. Στην Ελλάδα, ο Νόμος που ρυθμίζει τα σχετικά ζητήματα είναι ο Ν. 2121/1993 στον οποίο έχει ενσωματωθεί το σύνολο των υφιστάμενων ενωσιακών οδηγιών. Η πνευματική ιδιοκτησία προστατεύει επιστημονικά έργα, έργα λόγου, έργα τέχνης, μουσικά και δραματικά έργα, όπως για παράδειγμα βιβλία, προγράμματα ηλεκτρονικών υπολογιστών, άρθρα, ποιήματα, κείμενα, στίχους, πίνακες ζωγραφικής, φωτογραφίες, σκίτσα, διαγράμματα, γλυπτά, χάρτες, αρχιτεκτονικά σχέδια, μελωδίες, παρτιτούρες, σενάρια, χορογραφίες, κλπ. Για να προστατευθεί ένα έργο πρέπει να παρουσιάζει πρωτοτυπία, να έχει δηλαδή στατιστική μοναδικότητα και να αποτελεί αποτύπωση της προσωπικότητας του δημιουργού του. Δεν προστατεύονται οι απλές ιδέες, αυτές δηλαδή που δεν έχουν λάβει μορφή. Η προστασία ενός έργου διαρκεί 70 χρόνια από το τέλος του έτους θανάτου του δημιουργού του. Το δικαίωμα πνευματικής ιδιοκτησίας αντιστοιχεί στα περιουσιακά δικαιώματα του δημιουργού

(δικαίωμα εκμετάλλευσης) που ρυθμίζεται στο άρθρο 3 του Ν.2121/1993 και τα ηθικά (δεσμός του με το έργο του) που ρυθμίζεται στο άρθρο 4 του Ν.2121/1993.

2.2 Παράλληλα με τα πνευματικά δικαιώματα προστατεύονται και τα συγγενικά δικαιώματα, τα οποία απονέμονται:

- σε ερμηνευτές/εκτελεστές, δηλαδή σε ηθοποιούς, μουσικούς, τραγουδιστές, χορευτές κλπ. για την ερμηνεία/εκτέλεσή τους (άρθρο 46 του ν. 2121/1993)
- σε παραγωγούς φωνογραφημάτων (άρθρο 47 παρ. 1 του ν. 2121/1993)
- σε παραγωγούς οπτικοακουστικών έργων (άρθρο 47 παρ. 2 του ν. 2121/1993)
- σε ραδιοτηλεοπτικούς οργανισμούς (άρθρο 48 του ν. 2121/1993)
- σε εκδότες εντύπων (άρθρο 51 του ν. 2121/1993)
- σε εκδότες Τύπου για επιγραμμικές (online) χρήσεις (άρθρο 51B ν. 2121/1993)
- στους κατασκευαστές βάσεων δεδομένων (άρθρο 45A του ν. 2121/1993)

Η διάρκεια προστασίας των συγγενικών δικαιωμάτων είναι 50 χρόνια από την υλική ενσωμάτωση (σύμφωνα, δε, με την Οδηγία 2011/77/ΕΕ που ενσωματώθηκε στο εθνικό δίκαιο, η διάρκεια προστασίας των φωνογραφημάτων επιμηκύνθηκε σε 70 χρόνια). Ειδικά για το *sui generis* δικαίωμα του εκδότη Τύπου για επιγραμμικές

(online) χρήσεις, η προστασία διαρκεί 2 χρόνια από τη δημοσίευση της έκδοσης Τύπου. Επιπλέον, η προστασία των κατασκευαστών βάσεων δεδομένων ισχύει από την περάτωση της κατασκευής της βάσης δεδομένων και λήγει 15 έτη μετά την 1η Ιανουαρίου του έτους που έπεται της ημερομηνίας περάτωσης.

2.3 Συνήθη δικαιώματα πνευματικής ιδιοκτησίας (copyright) που αναπτύσσουν οι εταιρείες τεχνολογίας είναι ενδεικτικά τα προγράμματα Η/Υ (software) και το προπαρασκευαστικό υλικό του σχεδιασμού τους, το ψηφιακό αρχείο σχεδιασμού με τη βοήθεια ηλεκτρονικού υπολογιστή (Computer Aided Design File-C.A.D file) εφόσον περιλαμβάνει πηγαίο κώδικα (άρθρο 2 παρ. 3 ν. 2121/1993), οι βάσεις δεδομένων (databases, άρθρο 2 παρ. 2α ν. 2121/1993), διαφημιστικές καμπάνιες, ιστοσελίδες, φυλλάδια, εγχειρίδια (manuals) Η/Υ.

2.4 Πρακτικές συμβουλές για την προστασία των δικαιωμάτων πνευματικής ιδιοκτησίας

- Τα έργα προστατεύονται με το δίκαιο της πνευματικής ιδιοκτησίας από τη στιγμή της δημιουργίας τους. Δεν καταχωρούνται σε κάποιο μητρώο! Τα δικαιώματα απονέμονται στο φυσικό πρόσωπο/δημιουργό που τα δημιούργησε. Μία εταιρεία μπορεί να τα αποκτήσει μόνο δευτερογενώς (μέσω μεταβίβασης ή άδειας εκμετάλλευσης) και μόνο εγγράφως. Διαφορετικά η μεταβίβαση ή η άδεια εκμετάλλευσης πάσχει από ακυρότητα,

που μπορεί να επικαλεσθεί μόνο ο δημιουργός. Για το λόγο αυτό, το νομικό πρόσωπο πρέπει να συνάπτει έγγραφες συμβάσεις με όλους τους δημιουργούς έργων που χρησιμοποιεί. Ενδεχομένως να έχετε ακούσει ότι μπορεί κανείς να καταθέσει το έργο του σε συμβολαιογράφο ή ακόμη να στείλει συστημένη επιστολή στον εαυτό του (χωρίς να ανοίξει το φάκελο) και με τον τρόπο αυτό να «κατοχυρωθεί» η πνευματική του ιδιοκτησία. Τέτοιες ενέργειες δεν απονέμουν κανένα δικαίωμα. Μπορούν, όμως, να χρησιμεύσουν ως αποδεικτικά μέσα περιορισμένης ισχύος, σε περίπτωση που κάποιος αμφισβητήσει το δικαίωμά σας και μόνο όσον αφορά στο χρόνο δημιουργίας του έργου σας και όχι όσον αφορά στις προϋποθέσεις προστασίας που προβλέπει ο νόμος. Επιπλέον, σε αυτό το πλαίσιο υφίσταται και η δυνατότητα ηλεκτρονικής χρονοσήμανσης των έργων σας στον ΟΠΙ (<https://www.opi.gr/xronosimansi>). Η χρονοσήμανση ενός έργου αποτελεί μια από τις πρακτικές που εφαρμόζονται για τη διασφάλιση του δημιουργού, μέσω της τεκμηρίωσης της χρονικής στιγμής ύπαρξης του έργου.

- Μία ιδέα δεν προστατεύεται! Προστατεύονται μόνο έργα που έχουν λάβει μια μορφή.
- Για να προστατευθεί ένα έργο πρέπει να είναι πρωτότυπο. Δηλαδή, να διαφοροποιείται από τα έργα της καθημερινότητας (να έχει ένα ελάχιστο όριο δημιουργικού ύψους) και να αποτυπώνει την προσωπικότητα του δημιουργού.



- Η χρήση ενός έργου που προστατεύεται με το νόμο για την πνευματική ιδιοκτησία επιτρέπεται μόνο κατόπιν έγγραφης σύμβασης με τον δημιουργό ή τον δικαιούχο του (όπου προβλέπεται μεταβίβαση ή άδεια εκμετάλλευσης), διαφορετικά υπάρχει προσβολή των δικαιωμάτων πνευματικής ιδιοκτησίας. Οι μόνες περιπτώσεις όπου επιτρέπεται η χωρίς άδεια χρήση και χωρίς καταβολή αμοιβής, αναφέρονται στο κεφάλαιο των εξαιρέσεων του Ν.2121/1993 (άρθρα 18-28Γ π.χ. παράθεση αποσπασμάτων για την άσκηση κριτικής, σχολικά βιβλία και ανθολογίες, χρήση για διδασκαλία, αναπαραγωγή για σκοπούς δικαστικών ή διοικητικών, χρήση για λόγους ενημέρωσης όσον αφορά στην περιγραφή επίκαιρων γεγονότων, κλπ.)

2.5 Πνευματική ιδιοκτησία και Τεχνητή Νοημοσύνη:

Δεδομένα μάθησης μηχανών τεχνητής νοημοσύνης (AI input)

Αναφορικά με τη σχέση της πνευματικής ιδιοκτησίας με την Τεχνητή Νοημοσύνη (TN, AI), αξίζει να τονισθεί ότι σε περίπτωση που τα δεδομένα μάθησης (training data) με τα οποία τροφοδοτείται η μηχανή TN περιλαμβάνουν έργα που προστατεύονται από το δικαίωμα πνευματικής ιδιοκτησίας (π.χ. κείμενα, βίντεο, φωτογραφίες, έργα τέχνης, μουσικά έργα, κλπ.), θα πρέπει να ληφθεί προηγουμένως άδεια από όλους τους δημιουργούς/δικαιούχους πνευματικών και συγγενικών δικαιωμάτων. Το νέο

ρυθμιστικό πλαίσιο μετά την ενσωμάτωση της οδηγίας 790/2019 στο εθνικό μας δίκαιο αποτυπώνεται στα άρθρα 21Α του Ν.2121/1993 (εξόρυξη κειμένων και δεδομένων από ερευνητικούς οργανισμούς και ιδρύματα πολιτιστικής κληρονομιάς για μη κερδοσκοπικούς σκοπούς επιστημονικής έρευνας) και 21B Ν.2121/1993 (εξόρυξη κειμένων και δεδομένων από οποιονδήποτε χρήστη για μη ερευνητικούς σκοπούς, κερδοσκοπικούς ή μη). Στην περίπτωση των ερευνητικών οργανισμών (όπως πανεπιστήμια συμπεριλαμβανομένων των βιβλιοθηκών τους, ερευνητικά ιδρύματα, ιδρύματα πολιτιστικής κληρονομιάς) που λειτουργούν σε μη κερδοσκοπική βάση, επιτρέπεται η αναπαραγωγή πνευματικών έργων ή άλλων αντικειμένων προστασίας χωρίς την άδεια του δημιουργού τους με σκοπό την εξόρυξη κειμένων και δεδομένων (Text and data mining, TDM). Το πλαίσιο αυτό καλύπτει την αναπαραγωγή έργων στο πλαίσιο μηχανικής μάθησης (machine learning). Στην περίπτωση της εξόρυξης κειμένων υπό την έννοια της αναπαραγωγής και εξαγωγής έργων και άλλου προστατευόμενου περιεχομένου από οποιονδήποτε χρήστη για κερδοσκοπικούς ή μη σκοπούς, επιτρέπεται εκ του νόμου η ως άνω αναπαραγωγή υπό την προϋπόθεση ότι δεν έχει ρητά περιοριστεί από τον δημιουργό ή άλλο δικαιούχο με κατάλληλο τρόπο, όπως μηχαναναγνώσιμα μέσα για την περίπτωση περιεχομένου που έχει καταστεί διαθέσιμο στο κοινό επιγραμματικά (π.χ. metadata, terms of use ιστοσελίδας) ή με άλλο τρόπο (π.χ. σύμβαση ή μονομερή δήλωση). Αξίζει, επίσης, να σημειωθεί ότι η νέα Πράξη για την TN (AI Act) που ψηφίστηκε πλέον σε επίπεδο ΕΕ και ΕΚ καθιερώνει υποχρέωση διαφάνειας

των παρόχων Generative AI συστημάτων (π.χ. τα μοντέλα OpenAI's GPT, DeepDream, DALL-E, MusicVAE) ως προς τα copyrighted data που χρησιμοποιούνται ως input/training data για το σύστημα AI.

Αποτέλεσμα παραγωγικής διαδικασίας με χρήση Τεχνητής Νοημοσύνης (AI output)

Το αποτέλεσμα της παραγωγικής διεργασίας των training data ονομάζεται AI output και χωρίζεται σε 2 βασικές κατηγορίες:

1. AI-generated work: εάν δεν υπάρχει καμία ανθρώπινη παρέμβαση στο παραγόμενο έργο, αυτό δεν προστατεύεται από το δίκαιο πνευματικής ιδιοκτησίας, το οποίο προϋποθέτει ο δημιουργός του έργου να είναι φυσικό πρόσωπο (αρχή της αλήθειας).
2. AI-assisted work: εάν υπάρχει ουσιώδης ανθρώπινη συμβολή ή διεύθυνση/ συντονισμός από φυσικό πρόσωπο στο παραγόμενο έργο, τότε ενδεχομένως αυτό να απολαμβάνει προστασίας από το δίκαιο πνευματικής ιδιοκτησίας, αν πληρείται και η προϋπόθεση της πρωτοτυπίας.

Μπορεί το AI output να θεωρηθεί παράγωγο έργο του προστατευόμενου έργου που χρησιμοποιήθηκε ως input;

Αν το AI output αποτελεί πιστή αντιγραφή του αρχικού έργου ή αν το αρχικό έργο παραμένει αναγνωρίσιμο στο AI output, τότε πρόκειται για πράξη αναπαραγωγής ή διασκευής του αρχικού έργου για την οποία

απαιτείται η λήψη προηγούμενης άδειας του δικαιούχου. Ελλείψει άδειας, υπάρχει προσβολή των δικαιωμάτων πνευματικής ιδιοκτησίας επί του αρχικού έργου.

3. ΣΗΜΑΤΑ

3.1 ΤΑ ΣΗΜΑΤΑ ΕΧΟΥΝ ΤΙΣ ΑΚΟΛΟΥΘΕΣ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΕΣ:

- αναγνώριση προέλευσης
- εγγύηση ποιότητας και
- διαφημιστική λειτουργία

3.2 ΚΑΤΑΘΕΣΗ ΓΙΑ ΕΘΝΙΚΟ – ΕΥΡΩΠΑΪΚΟ – ΔΙΕΘΝΕΣ ΣΗΜΑ

Στην Ελλάδα ο σχετικός Νόμος είναι ο νόμος 4679/2020 περί εμπορικών σημάτων (ενσωμάτωση της ευρωπαϊκής Οδηγίας 2015/2436). Ως προς τα είδη σημάτων, προβλέπεται η δυνατότητα υποβολής λεκτικού σήματος, απεικονιστικού σήματος, σήματος τρισδιάστατου σχήματος, σήματος θέσης, σήματος μοτίβου, σήματος κίνησης, οπτικοακουστικού σήματος και ολογραφικού σήματος. Επισημαίνεται δε ότι με τον νέο νόμο εγκαταλείπεται η προϋπόθεση της «γραφικής παράστασης» ως απαραίτητος όρος για την προστασία του σήματος.

Η προστασία των σημάτων είναι δυνητικά απεριόριστη χρονικά. Η κατοχύρωση διαρκεί μία δεκαετία, αλλά ο δικαιούχος μπορεί να ανανεώνει το σήμα πριν από τη λήξη του για μία δεκαετία, κάθε φορά. Το σήμα μπορεί να κατατεθεί στο εθνικό μητρώο, στο ευρωπαϊκό και στο διεθνές. Μπορεί δηλαδή να είναι εθνικό, ενωσιακό (ευρωπαϊκό) ή διεθνές.



Το εθνικό σήμα κατατίθεται στον OBI. Πληροφορίες σχετικά με την ηλεκτρονική κατάθεση σήματος μπορείτε να βρείτε στο <https://tmfo.obι.gr/sp-ui-tmefiling/>.

Το εθνικό ελληνικό σήμα δεν προστατεύεται σε καμία άλλη χώρα, πέραν της Ελλάδας.

Το ευρωπαϊκό σήμα (συνήθως αναφερόμενο ως ενωσιακό) κατατίθεται (ηλεκτρονικά) στον EUIPO (European Union Intellectual Property Office) πρώην OHIM (Office for the Harmonisation of the Internal Market – Γραφείο Εναρμόνισης για την Εσωτερική Αγορά), που εδρεύει στο Αλικάντε της Ισπανίας <https://www.euipo.europa.eu/en/trade-marks>. Το ευρωπαϊκό σήμα παρέχει προστασία σε όλη την ΕΕ.

Το διεθνές σήμα κατατίθεται στον WIPO (World Intellectual Property Organization – Παγκόσμιος Οργανισμός Διανοητικής Ιδιοκτησίας) <https://www.wipo.int/portal/en/index.html> και προστατεύει το σήμα στις χώρες για τις οποίες καταχωρείται η αίτηση (πρέπει, δηλαδή, να επιλέξετε τις χώρες στις οποίες θέλετε να εισάγετε το σήμα σας). Η αίτηση στον WIPO προϋποθέτει ότι έχει κατατεθεί αίτηση σε περιφερειακό (π.χ. EUIPO) ή εθνικό γραφείο, το οποίο θα λειτουργήσει και ως γραφείο προέλευσης. Το σήμα κατοχυρώνεται για συγκεκριμένες κλάσεις σύμφωνα με το σύστημα ταξινόμησης, το οποίο καθιερώθηκε με τη διεθνή συμφωνία της Νίκαιας (Nice Classification <https://euipo.europa.eu/ohimportal/en/nice-classification>), οι οποίες καλύπτουν συγκεκριμένα προϊόντα και υπηρεσίες. Για την ακρίβεια, υπάρχουν 45 κλάσεις: οι 34 αναφέρονται σε προϊόντα και οι 11 σε υπηρεσίες που μπορεί να παρέχονται από την εταιρεία.

3.3 ΕΛΕΓΧΟΣ ΔΙΑΘΕΣΙΜΟΤΗΤΑΣ ΣΗΜΑΤΟΣ

Είναι απαραίτητο, πριν ξεκινήσει μία επιχείρηση να κάνει χρήση του σήματός της, να ερευνηθεί αν το σήμα (το ίδιο ή παρεμφερές) χρησιμοποιείται στην ίδια χώρα ή στην ίδια περιφέρεια (π.χ. Ευρωπαϊκή Ένωση), για τα ίδια ή παρεμφερή προϊόντα και υπηρεσίες από άλλον. Εάν γίνει χρήση σήματος το οποίο προϋπάρχει και έχει ήδη καταχωρισθεί από τρίτο (ιδιώτη ή εταιρεία), η επιχείρησή σας κινδυνεύει να θεωρηθεί ότι προσβάλλει τα δικαιώματα του δικαιούχου του προϋφιστάμενου σήματος ή να μην καταφέρει να κατοχυρώσει το σήμα που χρησιμοποιεί, να μην μπορέσει δηλαδή να προστατεύσει το σήμα της. Σημειώνεται ότι, αν κατοχυρώσετε το σήμα σας για προϊόντα και υπηρεσίες που δεν χρησιμοποιείτε, είναι δυνατό μετά την πάροδο πέντε ετών από την καταχώρηση να ζητήσει κάποιος την ακύρωσή του ως προς τα συγκεκριμένα προϊόντα και τις υπηρεσίες που δεν χρησιμοποιείτε.

Ο έλεγχος διαθεσιμότητας ενός σήματος γίνεται από τις βάσεις δεδομένων των εθνικών, περιφερειακών γραφείων ή του διεθνούς γραφείου. Για την κατάθεση εθνικού ή ενωσιακού σήματος η έρευνα γίνεται στη βάση δεδομένων TMView <https://www.tmdn.org/tmview/#/tmview>. Η βάση αυτή δίνει αποτελέσματα ως προς τα σήματα που έχουν κατοχυρωθεί στα εθνικά γραφεία της ΕΕ (δηλαδή τα εθνικά σήματα του εκάστοτε κράτους μέλους), ως προς τα ενωσιακά σήματα καθώς και ως προς τα διεθνή (περιλαμβάνονται αποτελέσματα και για άλλες χώρες, όπως για παράδειγμα οι ΗΠΑ, η Τουρκία, η

Κορέα και το Μεξικό). Η βάση TMView δίνει τα εργαλεία για να εξειδικεύσετε την αναζήτηση, ώστε να περιοριστούν τα αποτελέσματα. Για παράδειγμα, αν σας ενδιαφέρει ένα εθνικό σήμα, δεν υπάρχει λόγος να ερευνήσετε αν υπάρχει το ίδιο σήμα στη Γαλλία: σας ενδιαφέρουν μόνο τα ελληνικά σήματα (δηλαδή, το ελληνικό γραφείο), τα ευρωπαϊκά σήματα (δηλαδή το γραφείο του EUIPO, δεδομένου ότι ένα προϋφιστάμενο ενωσιακό σήμα μπορεί να ματαιώσει την προστασία του δικού σας σήματος στο ελληνικό έδαφος), καθώς και τα διεθνή με χώρα προστασίας την Ελλάδα. Αν, ωστόσο, σας ενδιαφέρει να αναζητήσετε μόνο ένα ενωσιακό σήμα, τότε μπορεί να χρησιμοποιήσετε τη βάση δεδομένων του EUIPO eSearch plus <https://oami.europa.eu/eSearch/> (σημειώνεται, ωστόσο, ότι είναι δυνατό ένα προϋφιστάμενο εθνικό σήμα κράτους-μέλους της ΕΕ να ανακόψει την αίτησή σας- για το λόγο αυτό ορθότερο είναι η έρευνα να γίνεται από τη βάση TMView). Ως προς τα διεθνή σήματα, η αναζήτηση γίνεται από τη βάση Madrid Monitor <https://www3.wipo.int/madrid/monitor/en/>.

3.4 ΔΙΟΙΚΗΤΙΚΑ ΤΕΛΗ ΚΑΤΑΘΕΣΗΣ ΕΝΟΣ ΣΗΜΑΤΟΣ

Τα διοικητικά τέλη για την κατάθεση ενός σήματος είναι:

- Για την Ελλάδα (εθνικό σήμα): α) για την κατάθεση σήματος, που υποβάλλεται έγχαρτα, 120€, β) για την κατάθεση σήματος, που υποβάλλεται ηλεκτρονικά, 100€, γ) για κάθε επιπλέον κλάση, 20€ (<https://www.obι.gr/teli/teli-emporikon-simatou/>)

- Για την ΕΕ (ενωσιακό σήμα): (εφόσον πρόκειται για ηλεκτρονική αίτηση) Το βασικό τέλος καλύπτει μια κλάση και ανέρχεται σε 850€, το τέλος για τη δεύτερη κλάση προϊόντων και υπηρεσιών ανέρχεται σε 50€, το τέλος για την τρίτη και κάθε επιπλέον κλάση ανέρχεται σε 150€ ανά κλάση (<https://www.euipo.europa.eu/en/trade-marks/before-applying/fees-payments>).
- Ως προς το διεθνές σήμα, το κόστος εξαρτάται από διάφορους παράγοντες, όπως για παράδειγμα τις χώρες για τις οποίες ζητείται η προστασία, το χρώμα του σήματος, κλπ. Το κόστος ανάλογα υπολογίζεται από την εξής βάση <https://madrid.wipo.int/feecalculator/>.

Επισημαίνεται ότι, λόγω πιθανής τροποποίησης του ύψους των διοικητικών τελών, θα πρέπει να γίνεται έλεγχος των τελών στους ως άνω αναφερόμενους συνδέσμους καθώς επίσης ο ενδιαφερόμενος να ελέγχει κατά πόσο υφίσταται πρόγραμμα χρηματοδότησης από Ευρωπαϊκό Φορέα όσον αφορά στα διοικητικά τέλη για την κατάθεση ευρωπαϊκού σήματος (π.χ. χρηματοδότηση 50% των διοικητικών τελών της πρώτης κλάσης)

3.5 ΠΡΑΚΤΙΚΕΣ ΣΥΜΒΟΥΛΕΣ ΓΙΑ ΤΗΝ ΠΡΟΣΤΑΣΙΑ ΤΟΥ ΣΗΜΑΤΟΣ ΣΑΣ

- Η χρήση ενός σήματος χωρίς έλεγχο της διαθεσιμότητάς του και πριν να κατοχυρωθεί ενέχει κινδύνους, όπως για παράδειγμα: α) να μην είναι διαθέσιμο, οπότε η εταιρεία



να αναγκαστεί να προχωρήσει σε rebranding (επαναπροσδιορισμό του σήματός της), ενώ έχει ήδη επενδύσει στο συγκεκριμένο όνομα και αυτό της έχει προσδώσει υπεραξία μέσω της αναγνωρισιμότητάς του και β) να ανήκει σε τρίτο ο οποίος, έχοντας κατοχυρώσει το σήμα, δύναται να απαιτήσει την καταβολή αποζημίωσης για την παράνομη χρήση.

- Σημαντικό είναι να διενεργείται και έλεγχος στο διαδίκτυο και στον διαδικτυακό τόπο του ΓΕΜΗ για επωνυμίες και διακριτικούς τίτλους (δηλαδή μη καταχωρισμένα διακριτικά γνωρίσματα) εταιρειών που ενδέχεται να προσκρούουν στο σήμα που επιθυμείτε να κατοχυρώσετε. Επιπλέον, η χρήση από τρίτο ενός ονόματος ως διακριτικού γνωρίσματος της επιχείρησής του, ακόμη και στην περίπτωση που αυτό δεν έχει καταχωρισθεί ως σήμα, δύναται να καταστήσει απαγορευτική την κατάθεση του ίδιου ονόματος ως σήμα, αφού ισχύει η αρχή της χρονικής προτεραιότητας υπέρ αυτού που πρώτος έκανε χρήση του ονόματος ανεξάρτητα αν προχώρησε στην καταχώρισή του ως σήμα. Όσο πιο ισχυρή διακριτική δύναμη φέρει το σήμα (στοιχεία λεκτικά και απεικονιστικά), τόσο καλύτερη η προστασία!
- Τα σήματα της εταιρείας πρέπει να προστατεύονται σε όλες τις χώρες στις οποίες δραστηριοποιείται η εταιρεία.
- Από τη στιγμή της κατάθεσης σε ένα από τα γραφεία σημάτων, ο καταθέσας

έχει δικαίωμα προτεραιότητας προκειμένου να καταθέσει αίτηση σε άλλο γραφείο για το ίδιο σήμα και για τα ίδια προϊόντα ή υπηρεσίες, εντός έξι μηνών από την ημερομηνία κατάθεσης της πρώτης αίτησης. Με τον τρόπο αυτό προστατεύεται το σήμα από την ημερομηνία κατάθεσης της πρώτης αίτησης (για παράδειγμα καταθέτω αίτηση για σήμα στην Ελλάδα και θέλω να προστατεύσω το σήμα μου και στη Γαλλία. Εάν καταθέσω την αίτηση στη Γαλλία εντός έξι μηνών, μπορώ να ζητήσω η προστασία να έχει ισχύ από την κατάθεση της αίτησης στην Ελλάδα).

- Σημειώνεται ότι εάν κατοχυρώσετε το σήμα σας για προϊόντα και υπηρεσίες που δεν χρησιμοποιείτε, είναι δυνατό να ζητήσει κάποιος την ακύρωσή του ως προς τα συγκεκριμένα προϊόντα και τις υπηρεσίες που δεν χρησιμοποιείτε για πέντε χρόνια από την καταχώριση του σήματος.

Όταν καταλήξει στο σήμα που θα χρησιμοποιεί και εφόσον προχωρήσει στην κατοχύρωσή του, η εταιρεία πρέπει να ζητήσει και την καταχώριση των αντίστοιχων ονομάτων χώρου (domain name). Το domain name αποτελεί μέρος του brand και περιουσιακό στοιχείο της Εταιρείας και πρέπει να ενσωματώνει την επιχειρηματική επωνυμία της εταιρείας ή του σήματος που αυτή διατηρεί. Αρμόδια αρχή στην Ελλάδα για την απόδοση και λειτουργία των domain name με κατάληξη .gr είναι η Εθνική Επιτροπή Τηλεπικοινωνιών και Ταχυδρομείων

(E.E.T.T.). Βάσεις Δεδομένων για τον έλεγχο και την έρευνα domain name είναι οι εξής: GoDaddy, Paraki, αλλά και η EETT (web WHOIS).

4. ΕΦΕΥΡΕΣΕΙΣ

4.1 Με δίπλωμα ευρεσιτεχνίας μπορούν να προστατευθούν εφευρέσεις που αποτελούνται από ένα προϊόν, μία μέθοδο ή μία βιομηχανική εφαρμογή και οι οποίες επιλύουν ένα τεχνικό πρόβλημα και μπορούν να εφαρμοστούν παραγωγικά.

Απαραίτητη προϋπόθεση είναι ότι οι εφευρέσεις πληρούν τα κριτήρια, όπως αυτά περιγράφονται παρακάτω:

NEO: να μην αποτελεί μέρος της υφιστάμενης στάθμης της τεχνικής (state of the art), η οποία περιλαμβάνει οτιδήποτε έχει καταστεί διαθέσιμο στο κοινό.

Πώς μπορώ να γνωρίζω εάν η εφεύρεσή μου είναι «νέα»;

- Βεβαιωθείτε ότι δεν έχετε αποκαλύψει την εφεύρεσή σας σε κανέναν τρίτο χωρίς να έχετε προηγουμένως υπογράψει σύμβαση NDA (Non-Disclosure Agreement) με αυτόν.
- Βεβαιωθείτε ότι δεν έχετε θέσει σε εμπορική κυκλοφορία το προϊόν σας πουθενά στον κόσμο πριν από την υποβολή της αίτησης για χορήγηση διπλώματος ευρεσιτεχνίας.
- Βεβαιωθείτε ότι δεν έχει πραγματοποιηθεί καμία ακαδημαϊκή δημοσίευση που να αποκαλύπτει την εφεύρεσή σας από κανένα μέλος της ομάδας σας ή άλλο τρίτο μέρος

οπουδήποτε στον κόσμο.

- Βεβαιωθείτε ότι δεν έχετε παρουσιάσει δημόσια την εφεύρεσή σας πουθενά στον κόσμο πριν από την κατάθεση αίτησης για χορήγηση διπλώματος ευρεσιτεχνίας, εκτός από την περίπτωση της παρουσίασης της εφεύρεσής σας σε επίσημη διεθνή έκθεση, εντός των τελευταίων 6 μηνών πριν από την κατάθεση της αίτησής σας για χορήγηση διπλώματος ευρεσιτεχνίας.

Συμβουλές σχετικά με την προηγούμενη αποκάλυψη εφευρέσεων και τις ισχύουσες περιόδους χάριτος:

- Η εφεύρεσή σας μπορεί να χαρακτηριστεί ως νέα, ακόμη κι εάν την έχετε αποκαλύψει, αλλά αυτό πρέπει να λάβει χώρα μόνο σε επίσημη, ή επίσημα αναγνωρισμένη, διεθνή έκθεση (που εμπίπτει στους όρους της Σύμβασης για τις διεθνείς εκθέσεις που υπογράφηκε στο Παρίσι στις 22 Νοεμβρίου 1928 και αναθεωρήθηκε στις 30 Νοεμβρίου 1972), κατά τους τελευταίους 6 μήνες πριν υποβάλετε την αίτησή σας για χορήγηση διπλώματος ευρεσιτεχνίας. Σε αυτή την περίπτωση, θα πρέπει κατά την κατάθεση της ως άνω αίτησης για δίπλωμα ευρεσιτεχνίας να προσκομίσετε και πιστοποιητικό της σχετικής επίσημης διεθνούς έκθεσης.
- Σε ορισμένες δικαιοδοσίες, παρέχεται μια «περίοδος χάριτος» στον εφευρέτη. Οι διατάξεις περί περιόδου χάριτος διαφέρουν σε κάθε χώρα. Κατά κανόνα, η περίοδος χάριτος παρέχει



στους εφευρέτες 6 ή 12 μήνες από την αποκάλυψη της εφεύρεσης για την κατάθεση αίτησης για δίπλωμα ευρεσιτεχνίας. Ωστόσο, οι περίοδοι χάριτος ισχύουν για γνωστοποιήσεις που γίνονται από τους ίδιους τους εφευρέτες/καταθέτες διπλωμάτων ευρεσιτεχνίας και όχι από τρίτους. Οι σημαντικότερες χώρες που παρέχουν περίοδο χάριτος διάρκειας 12 μηνών περιλαμβάνουν τις ακόλουθες: ΗΠΑ, Αυστραλία, Βραζιλία, Ιαπωνία, Καναδάς, Αργεντινή, Τουρκία. Στις σημαντικότερες χώρες που παρέχουν περίοδο χάριτος 6 μηνών περιλαμβάνεται η Ρωσική Ομοσπονδία.

- Τα κράτη μέλη της Ευρωπαϊκής Σύμβασης για τα Διπλώματα Ευρεσιτεχνίας (στις οποίες συμπεριλαμβάνεται και η Ελλάδα) δεν διαθέτουν περίοδο χάριτος με εξαίρεση την Τουρκία (12 μήνες), την Εσθονία (12 μήνες), την Αλβανία (6 μήνες) και τον Άγιο Μαρίνο (6 μήνες).
- Στην Ελλάδα, ο Ελληνικός Νόμος για τα Διπλώματα Ευρεσιτεχνίας προβλέπει πολύ περιορισμένες περιπτώσεις επιτρεπόμενων γνωστοποιήσεων, που δεν αναιρούν το στοιχείο του νέου μιας εφεύρεσης (άρθρο 5 παρ. 9 του Ν. 1733/1987). Πρόκειται για γνωστοποιήσεις εντός των τελευταίων 6 μηνών πριν από την κατάθεση της αίτησης για δίπλωμα ευρεσιτεχνίας, οι οποίες οφείλονται σε: (α) αποδεδειγμένη προσβολή των δικαιωμάτων του αιτούντος διπλώματος ευρεσιτεχνίας ή του νόμιμου προκατόχου του (π.χ. παραβίαση της εμπιστοσύνης από

τρίτο μέρος) ή (β) προβολή της εφεύρεσης σε επίσημα αναγνωρισμένη διεθνή έκθεση. Λάβετε υπόψη ότι, εκτός από τις ανωτέρω δύο περιοριστικά αναφερόμενες περιπτώσεις αποκαλύψεων των εφευρέσεων, όλες οι άλλες γνωστοποιήσεις στο ευρύ κοινό δεν καλύπτονται από την 6μηνη «περίοδο χάριτος» για ελληνικά και ευρωπαϊκά διπλώματα ευρεσιτεχνίας και αναιρούν «το νέο» της εφεύρεσης.

Προηγούμενος έλεγχος της στάθμης της τεχνικής

Αφού πραγματοποιήσετε τους ελέγχους σχετικά με τις προηγούμενες αποκαλύψεις της εφεύρεσής σας και πριν από την κατάθεση της αίτησής σας για χορήγηση διπλώματος ευρεσιτεχνίας, συνιστάται η διενέργεια ενός βασικού ελέγχου της προηγούμενης στάθμης της τεχνικής.

Ο όρος «προηγούμενη στάθμη της τεχνικής» αναφέρεται σε οποιαδήποτε εφεύρεση στο σχετικό τεχνικό πεδίο, που έχει αποκαλυφθεί οπουδήποτε στον κόσμο, με οποιοδήποτε μέσο αποκάλυψης (π.χ. προϊόντα που έχουν ήδη κυκλοφορήσει, διπλώματα ευρεσιτεχνίας, ακαδημαϊκές εργασίες, άλλες δημοσιεύσεις, κ.λπ.).

Μπορείτε να αναρωτηθείτε εάν κάποιος ανταγωνιστής σας έχει θέσει σε κυκλοφορία οποιοδήποτε παρόμοιο προϊόν ή μπορείτε να δείτε εάν παρόμοια προϊόντα υπάρχουν ήδη στην παγκόσμια αγορά.

Τα διπλώματα ευρεσιτεχνίας κατέχουν έναν θησαυρό πληροφοριών - περίπου 80% των τεχνικών πληροφοριών είναι δημοσιευμένα σε διπλώματα ευρεσιτεχνίας. Η έρευνα,

προκειμένου να διαπιστώσετε αν έχει ήδη απονεμηθεί δίπλωμα ευρεσιτεχνίας για εφεύρεση όμοια ή παρεμφερή με τη δική σας, μπορεί να γίνει μέσα από τις εξής βάσεις:

Ελεύθερες Βάσεις

- WIPO: <http://patentscope.wipo.int/search/en/structuredSearch.jsf>
- EPO: <http://www.epo.org/>, <http://worldwide.espacenet.com/>
- USPTO: <http://www.uspto.gov/patents/process/search/>
- GOOGLE PATENT: https://www.google.gr/?tbm=pts&gws_rd=cr,ssl&ei=YHXH-VK72J8vnywOQuYL4DQ
- ΒΑΣΕΙΣ ΕΘΝΙΚΩΝ ΓΡΑΦΕΙΩΝ ΕΥΡΕΣΙΤΕΧΝΙΑΣ

Commercial Βάσεις

- THOMSON INNOVATION: <http://info.thomsoninnovation.com/en/features/search>
- ORBIT: <http://www.orbit.com/#WelcomePage>

Η εύρεση όμοιου ή παρεμφερούς διπλώματος ευρεσιτεχνίας υποδηλώνει ότι η εφεύρεσή σας δεν είναι νέα ή ενδεχομένως, δεν παρουσιάζει εφευρετικό βήμα.

Εφευρετικό Βήμα

Προκειμένου η εφεύρεσή σας να κατοχυρωθεί με δίπλωμα ευρεσιτεχνίας, δεν αρκεί να πληρούται μόνο η προϋπόθεση του νέου. Όσον αφορά στα ελληνικά και ευρωπαϊκά διπλώματα ευρεσιτεχνίας, η εφεύρεσή σας πρέπει να περιλαμβάνει και ένα «εφευρετικό βήμα». Αυτό σημαίνει ότι

η λύση που έχετε εφεύρει για ένα τεχνικό πρόβλημα δεν πρέπει να είναι προφανής στον μέσο ειδικό. Ο Οδηγός Ευρωπαϊκού Διπλώματος Ευρεσιτεχνίας παρέχει μια σύντομη επισκόπηση του τρόπου με τον οποίο μπορείτε να διακρίνετε εάν η εφεύρεσή σας εμπεριέχει εφευρετικό βήμα, ως εξής:

«Ανάλογα με την περίπτωση, λαμβάνονται υπόψη διάφοροι παράγοντες, όπως το απροσδόκητο τεχνικό αποτέλεσμα ενός νέου συνδυασμού γνωστών στοιχείων, η επιλογή συγκεκριμένων παραμέτρων διεργασίας εντός γνωστού εύρους, η δυσκολία που έχει το ειδικευμένο άτομο να συνδυάσει γνωστά έγγραφα, δευτερεύουσες ενδείξεις, όπως το γεγονός ότι η εφεύρεση επιλύει ένα μακροχρόνιο τεχνικό πρόβλημα για το οποίο έχουν γίνει πολλές προσπάθειες επίλυσης ή η υπέρβαση μιας τεχνικής προκατάληψης»

Βιομηχανική Εφαρμογή

Δυνατότητα να παραχθεί ή να χρησιμοποιηθεί η εφεύρεση σε οποιοδήποτε τομέα της παραγωγικής δραστηριότητας.

Τέλος, εάν η εφεύρεσή σας είναι και νέα και έχει εφευρετικό βήμα, θα πρέπει να είναι και βιομηχανικά εφαρμόσιμη για να κατοχυρωθεί με δίπλωμα ευρεσιτεχνίας.

Σύμφωνα με τη σύμβαση για το ευρωπαϊκό δίπλωμα ευρεσιτεχνίας (EPC), η βιομηχανική εφαρμογή σημαίνει ότι η εφεύρεση «μπορεί να παραχθεί ή να χρησιμοποιηθεί σε οποιοδήποτε είδος βιομηχανίας, συμπεριλαμβανομένης της γεωργίας».

Για παράδειγμα, βάσει της EPC «μέθοδοι για τη θεραπεία του ανθρώπινου σώματος



ή του σώματος ζώων μέσω χειρουργείου ή θεραπείας και διαγνωστικές μέθοδοι που εξασκούνται στο ανθρώπινο σώμα ή στο σώμα ζώου» εξαιρούνται από τη δυνατότητα κατοχύρωσης με δίπλωμα ευρεσιτεχνίας, δεδομένου ότι δεν υπόκεινται σε βιομηχανική εφαρμογή.

4.2 ΜΠΟΡΟΥΝ ΟΛΕΣ ΟΙ ΕΠΙΝΟΗΣΕΙΣ ΠΟΥ ΠΛΗΡΟΥΝ ΤΑ ΑΝΩΤΕΡΩ ΚΡΙΤΗΡΙΑ ΝΑ ΚΑΤΟΧΥΡΩΘΟΥΝ ΜΕ ΔΙΠΛΩΜΑ ΕΥΡΕΣΙΤΕΧΝΙΑΣ;

Ο νόμος ορίζει ορισμένες κατηγορίες δημιουργημάτων του ανθρώπινου μυαλού που δεν δύνανται να κατοχυρωθούν με δίπλωμα ευρεσιτεχνίας και δεν θεωρούνται κατά την έννοια του νόμου ως «εφευρέσεις». Σύμφωνα με τη σύμβαση για το ευρωπαϊκό δίπλωμα ευρεσιτεχνίας (EPC), τα δημιουργήματα αυτά είναι τα ακόλουθα:

- (α) ανακαλύψεις, επιστημονικές θεωρίες και μαθηματικές μεθόδους
- (β) αισθητικές δημιουργίες
- (γ) σχήματα, κανόνες και μέθοδοι για την εκτέλεση διανοητικών πράξεων, παιχνιδιών ή επιχειρηματικής δραστηριότητας και προγράμματα για υπολογιστές
- (δ) παρουσιάσεις πληροφοριών

4.3 Η ΠΡΟΣΤΑΣΙΑ ΕΝΟΣ ΔΙΠΛΩΜΑΤΟΣ ΕΥΡΕΣΙΤΕΧΝΙΑΣ ΔΙΑΡΚΕΙ 20 ΧΡΟΝΙΑ.

Στην Ελλάδα εφαρμόζεται ο Ν.1733/1987. Αίτηση για δίπλωμα ευρεσιτεχνίας μπορεί να κατατεθεί σε εθνικό, ευρωπαϊκό ή διεθνές επίπεδο. Η αίτηση για το εθνικό δίπλωμα κατατίθεται στο εκάστοτε εθνικό γραφείο και, στην Ελλάδα, στον OBI

(Οργανισμός Βιομηχανικής Ιδιοκτησίας) <http://www.obι.gr/obi/>. Αντίστοιχα, η αίτηση για το ευρωπαϊκό δίπλωμα ευρεσιτεχνίας κατατίθεται στον EPO (European Patent Office) <http://www.epo.org/>.

Η διεθνής αίτηση στον WIPO (Παγκόσμιος Οργανισμός Βιομηχανικής Ιδιοκτησίας) <http://www.wipo.int/portal/en/index.html>.

Μέσω της PCT - Patent Cooperation Treaty, παρέχεται στον δικαιούχο μία απλοποιημένη διαδικασία αίτησης για τη χορήγηση διπλώματος ευρεσιτεχνίας για 157 χώρες παγκοσμίως. Είναι κρίσιμο να επισημανθεί ότι η διεθνής αίτηση PCT δεν οδηγεί στη χορήγηση διεθνούς διπλώματος ευρεσιτεχνίας, αλλά επιτρέπει στους εφευρέτες να υποβάλουν μια ενιαία διεθνή αίτηση που προσδιορίζει πολλές χώρες, αντί να χρειάζεται να υποβάλουν χωριστή αίτηση για εθνικά ή περιφερειακά (όπως το ευρωπαϊκό) διπλώματα ευρεσιτεχνίας. Έτσι, ο δικαιούχος μπορεί να αποφασίσει, εφόσον η κρίση των εξεταστών είναι καλή (έκθεση έρευνας), αν θα προχωρήσει σε εθνική φάση σε όποιες από τις 157 χώρες έχουν κυρώσει την PCT, δεδομένου ότι από την έκθεση έρευνας καθορίζονται οι πιθανότητες χορήγησης διπλώματος ευρεσιτεχνίας στο αντίστοιχο εθνικό γραφείο. Ωστόσο, αυτή η έκθεση δεν είναι δεσμευτική για τα εθνικά γραφεία διπλωμάτων ευρεσιτεχνίας, αλλά κάθε εθνικό γραφείο διπλωμάτων ευρεσιτεχνίας αποφασίζει τελικά εάν θα χορηγήσει ή όχι το δίπλωμα ευρεσιτεχνίας, ανάλογα με το δικό του σύστημα εξέτασης.

Δικαίωμα προτεραιότητας: Στην αίτηση αναγράφεται το όνομα του εφευρέτη και του καταθέτη/δικαιούχου (ο εφευρέτης μπορεί να είναι το ίδιο πρόσωπο με τον δικαιούχο/καταθέτη, ή διαφορετικό, οπότε και ο εφευρέτης θα πρέπει να έχει μεταβιβάσει στον καταθέτη/δικαιούχο το δικαίωμά του επί της ευρεσιτεχνίας ή να έχει εκχωρήσει άδεια εκμετάλλευσης σ' αυτόν). Είναι δυνατό, μέσω της Διεθνούς Σύμβασης των Παρισίων (Paris Convention), στην οποία έχουν προσχωρήσει μέχρι σήμερα 179 κράτη, ο δικαιούχος που έχει ήδη καταθέσει αίτηση για απονομή διπλώματος ευρεσιτεχνίας σε μία χώρα (για παράδειγμα στην Ελλάδα) να καταθέσει εντός 12μήνου αίτηση για την προστασία της εφεύρεσής του σε άλλη χώρα, που έχει επίσης κυρώσει την ίδια Σύμβαση, ζητώντας προτεραιότητα. Μπορεί, δηλαδή, να ζητήσει η αίτησή του να λάβει ως ημερομηνία κατάθεσης και άρα προστασίας της εφεύρεσης, την ημερομηνία κατάθεσης της πρώτης αίτησης (έτσι, εάν η πρώτη κατάθεση έγινε στην Ελλάδα την 1/1/2016 και κατόπιν ο δικαιούχος καταθέσει αίτηση στις 31/12/2016 σε χώρα-μέλος του Paris Convention, μπορεί να ζητήσει προτεραιότητα ώστε να προστατευτεί από την 1/1/2016, δηλαδή την ημερομηνία πρώτης κατάθεσης).

4.4 ΔΥΝΑΤΟΤΗΤΑ ΚΑΤΑΘΕΣΗΣ ΑΙΤΗΣΗΣ ΓΙΑ PROVISIONAL PATENT ΣΤΟ ΑΜΕΡΙΚΑΝΙΚΟ ΓΡΑΦΕΙΟ (USPTO)

Μια προσωρινή αίτηση για χορήγηση διπλώματος ευρεσιτεχνίας (provisional patent) είναι μια εθνική (των ΗΠΑ) αίτηση που κατατίθεται ενώπιον του Γραφείου Διπλωμάτων Ευρεσιτεχνίας και Εμπορικών

Σημάτων των ΗΠΑ (USPTO) σύμφωνα με το άρθρο 35 U.S.C. §111(β). Μία provisional patent δεν απαιτείται να περιλαμβάνει επίσημες αξιώσεις (claims) για δίπλωμα ευρεσιτεχνίας. Επίσης, δεν χρειάζεται να περιλαμβάνεται αποκάλυψη πληροφοριών σχετικά με την προηγούμενη στάθμη της τεχνικής, καθώς οι συγκεκριμένες αιτήσεις δεν εξετάζονται. Η provisional patent παρέχει τη δυνατότητα καθορισμού μιας πρότερης ημερομηνίας κατάθεσης που θα τεθεί σε ισχύ σε μια μεταγενέστερη μη προσωρινή αίτηση διπλώματος ευρεσιτεχνίας (non provisional patent application) που κατατίθεται σύμφωνα με το άρθρο 35 U.S.C. §111(α), υπό την προϋπόθεση ότι η δεύτερη μη προσωρινή αίτηση θα κατατεθεί εντός 12 μηνών από την κατάθεση της provisional patent. Η κατάθεση της provisional patent επιτρέπει επίσης την εφαρμογή του όρου "Δίπλωμα ευρεσιτεχνίας σε εκκρεμότητα" σε σχέση με την περιγραφή της εφεύρεσης.

4.5 ΚΟΣΤΟΣ ΓΙΑ ΤΗ ΧΟΡΗΓΗΣΗ ΔΙΠΛΩΜΑΤΩΝ ΕΥΡΕΣΙΤΕΧΝΙΑΣ

Το κόστος από την αίτηση ως τη χορήγηση του διπλώματος ευρεσιτεχνίας δεν μπορεί να υπολογιστεί με απόλυτη ακρίβεια, διότι το τελικό ποσό εξαρτάται από διάφορες παραμέτρους.

Για εθνικό δίπλωμα ευρεσιτεχνίας το τέλος κατάθεσης αίτησης για χορήγηση Διπλώματος ανέρχεται στα 50€ (ωστόσο, αν οι αξιώσεις είναι περισσότερες των δέκα, καταβάλλεται τέλος 30€ για κάθε μία). Το διοικητικό τέλος για τη σύνταξη της έκθεσης έρευνας ανέρχεται στα 300€ και φτάνει τα 640€ εάν ο καταθέτης επιθυμεί



έκθεση έρευνας με αιτιολογημένη γνώμη.
<http://www.obi.gr/obi/?tabid=136>

Για ευρωπαϊκό δίπλωμα ευρεσιτεχνίας, το μέσο διοικητικό κόστος ανέρχεται στα 5.655€.

Για την κατάθεση διεθνούς αιτήσεως (PCT) το διοικητικό τέλος υπολογίζεται βάσει των τριών τύπων εξόδων:

- διεθνές τέλος κατάθεσης - περίπου 1.217€
- κόστος διαβίβασης - το ύψος του εξαρτάται από το γραφείο παραλαβής, για την Ελλάδα είναι 515€
- τέλος ελέγχου - περίπου 1.800€ <https://www.wipo.int/export/sites/www/pct/en/fees.pdf>

Σημειώνεται ότι, ειδικά για την Ελλάδα, το διοικητικό τέλος για την υποβολή PCT ανέρχεται σε 2.007,60€ για φυσικά πρόσωπα, που έχουν την ελληνική υπηκοότητα και κατοικούν στην Ελλάδα και σε 3.066€ για νομικά πρόσωπα και όλους τους υπόλοιπους, που δεν εμπίπτουν στην προηγούμενη κατηγορία (οι τιμές ισχύουν από 01.01.2018). Σε κάθε περίπτωση επειδή οι ως άνω τιμές ενδέχεται να τροποποιηθούν, θα πρέπει να προβείτε σε επιβεβαίωσή τους, όταν θα αποφασίσετε να καταθέσετε PCT (<http://www.obi.gr/obi/?tabid=140>).

Ως προς τη διεθνή αίτηση (PTC), πρέπει να σημειωθούν τα εξής: από τη στιγμή που θα ολοκληρωθεί η εξέταση της εφεύρεσης από το διεθνές γραφείο, ο αιτών μπορεί να καταθέσει την αίτησή του στο εκάστοτε εθνικό ή περιφερειακό γραφείο που επιθυμεί, προκειμένου να εισάγει

και εκεί την εφεύρεσή του (συνήθως εκεί που πρόκειται να εμπορευματοποιηθεί/εκμεταλλευτεί την εφεύρεση). Ουσιαστικά, η κατάθεση της αιτήσεως στο διεθνές γραφείο θα έχει ως αποτέλεσμα την έκδοση μίας έρευνας, η οποία θα ορίζει εάν η εφεύρεση πληροί ή όχι τις προϋποθέσεις προκειμένου να της απονεμηθεί δίπλωμα ευρεσιτεχνίας. Η έκθεση αυτή δεν είναι δεσμευτική για τα εθνικά γραφεία. Το εκάστοτε εθνικό γραφείο θα αποφασίσει αν τελικά θα απονεμίσει ή όχι το δίπλωμα, ανάλογα με το δικό του σύστημα. Είναι γεγονός ότι η εθνική φάση της PCT αποτελεί σημαντικό κόστος που πρέπει να προβλεφθεί από τον καταθέτη.

Η PCT έχει το πλεονέκτημα ότι επιτρέπει την κατάθεση αίτησης για απονομή διπλώματος ευρεσιτεχνίας στα εθνικά γραφεία (εισαγωγή στην εθνική φάση) εντός 30 μηνών από την αρχική κατάθεση στον WIPO (σε κάποιες χώρες η διάρκεια είναι 31 μήνες), επιτρέποντας στον εφευρέτη ή τον δικαιούχο στο ενδιάμεσο να αναζητήσει επενδυτή, ο οποίος θα συνδράμει οικονομικά στην προστασία της εφεύρεσης στις χώρες στις οποίες πρόκειται να εμπορευματοποιηθεί η εφεύρεση.

Το μειονέκτημα της PCT είναι ότι ανεβάζει το κόστος: είναι προτιμότερο να κατατεθούν οι αιτήσεις μεμονωμένα στα εθνικά γραφεία και όχι μέσω της κατάθεσης διεθνούς αιτήσεως στον WIPO, όταν η αίτηση πρόκειται να κατατεθεί σε περισσότερες από 7 χώρες.

4.6 ΤΟ ΣΥΣΤΗΜΑ ΤΟΥ ΕΝΙΑΙΟΥ ΔΙΠΛΩΜΑΤΟΣ ΕΥΡΕΣΙΤΕΧΝΙΑΣ (UNITARY PATENT)

Το σύστημα του Ενιαίου Διπλώματος Ευρεσιτεχνίας (Unitary Patent) αποτελεί ένα νέο σύστημα χορήγησης διπλωμάτων ευρεσιτεχνίας που τέθηκε σε ισχύ την 1η Ιουνίου 2023 και θα καταστήσει δυνατή την απόκτηση ενιαίας προστασίας διπλωμάτων ευρεσιτεχνίας σε έως και 25 κράτη μέλη της ΕΕ με την υποβολή ενός μόνο αιτήματος στο Ευρωπαϊκό Γραφείο (EPO). Απαραίτητη προϋπόθεση για τη χορήγηση του Unitary Patent είναι η προηγούμενη χορήγηση Ευρωπαϊκού Διπλώματος Ευρεσιτεχνίας. Ως εκ τούτου, τα Διπλώματα Unitary Patents βασίζονται σε ευρωπαϊκά διπλώματα ευρεσιτεχνίας που χορηγούνται από τον EPO σύμφωνα με τους κανόνες της Ευρωπαϊκής Σύμβασης για τα Διπλώματα Ευρεσιτεχνίας (EPC). Κατ’ αποτέλεσμα δεν επέρχεται κάποια αλλαγή στο στάδιο πριν τη χορήγηση του διπλώματος και θα εξακολουθούν να ισχύουν τα ίδια υψηλά πρότυπα ποιοτικής αναζήτησης και εξέτασης που παρέχει ο EPO.

Μετά τη χορήγηση ενός ευρωπαϊκού διπλώματος ευρεσιτεχνίας, ο κάτοχος του διπλώματος ευρεσιτεχνίας θα μπορεί να αιτηθεί ενιαία ισχύ του διπλώματός του, λαμβάνοντας έτσι ένα Ενιαίο δίπλωμα ευρεσιτεχνίας που θα παρέχει ενιαία προστασία διπλώματος ευρεσιτεχνίας σε έως και 25 κράτη μέλη της ΕΕ. Επί του παρόντος, 17 από τα 25 κράτη μέλη που συμμετέχουν στο Ενιαίο Σύστημα Διπλωμάτων Ευρεσιτεχνίας έχουν ήδη επικυρώσει τις σχετικές συμφωνίες και εκκρεμεί η επικύρωση από τα υπόλοιπα 8 κράτη, συμπεριλαμβανομένης της Ελλάδας,

Σε αντίθεση με το ενιαίο δίπλωμα, ο κάτοχος απλού Ευρωπαϊκού Διπλώματος καταλήγει μετά από εισαγωγή της πατέντας του σε κάθε χώρα που επιθυμεί την προστασία, να κατέχει μία δέσμη εθνικών διπλωμάτων ευρεσιτεχνίας. Επιπλέον, την 1η Ιουνίου 2023 ξεκίνησε τη λειτουργία του και το Ενιαίο Δικαστήριο Διπλωμάτων Ευρεσιτεχνίας, το οποίο σταδιακά (μετά τη μεταβατική περίοδο) θα έχει αποκλειστική δικαιοδοσία για όλα τα Ενιαία Διπλώματα Ευρεσιτεχνίας και τα «κλασικά» ευρωπαϊκά διπλώματα ευρεσιτεχνίας. Δια αυτού του τρόπου επιλύεται το μεγάλο πρόβλημα, οι νομικές διαφορές σχετικά με την παραβίαση διπλωμάτων ευρεσιτεχνίας να οδηγούνται σε παράλληλες υποθέσεις σε δικαστήρια όλων των εθνικών επικρατειών όπου έλαβε χώρα η προσβολή με σημαντικό κίνδυνο έκδοσης αντικρουόμενων αποφάσεων.

Διοικητικό κόστος ενιαίου διπλώματος ευρεσιτεχνίας:

Μέχρι τώρα, τα διπλώματα ευρεσιτεχνίας απονέμονται μεν από το Ευρωπαϊκό Γραφείο, απαιτούν όμως στη συνέχεια επικύρωση (μέσω κατάθεσης μεταφράσεων, κλπ.) σε κάθε χώρα όπου ο καταθέτης επιλέγει ως χώρα προστασίας, αυξάνοντας κατ’ αυτό τον τρόπο το διοικητικό κόστος. Στην περίπτωση του Ενιαίου Διπλώματος Ευρεσιτεχνίας, μετά τη χορήγηση ευρωπαϊκού διπλώματος ευρεσιτεχνίας, θα οφείλονται μόνο τέλη ανανέωσης. Όσον αφορά τα τέλη ανανέωσης, ενώ, για τα συμβατικά ευρωπαϊκά διπλώματα ευρεσιτεχνίας, πρέπει να καταβληθούν πολλά τέλη ανανέωσης, τα οποία δύνανται να διαφοροποιούνται ως προς το ποσό σε



διαφορετικά εθνικά γραφεία διπλωμάτων ευρεσιτεχνίας που εφαρμόζουν διαφορετικές νομικές απαιτήσεις, ιδίως όσον αφορά τις προθεσμίες τους, ο δικαιούχος του Ενιαίου Διπλώματος Ευρεσιτεχνίας καταβάλλει απευθείας ένα μόνο τέλος ανανέωσης στον ΕΡΟ, σε ένα νόμισμα και υπό ενιαίο νομικό καθεστώς ως προς τις προθεσμίες και τα αποδεκτά μέσα πληρωμής. Αυτό απλοποιεί πολύ τα πράγματα για τους καταθέτες Ενιαίου Διπλώματος Ευρεσιτεχνίας.

4.7 ΠΡΟΣΤΑΣΙΑ ΛΟΓΙΣΜΙΚΟΥ ΜΕ ΔΙΠΛΩΜΑ ΕΥΡΕΣΙΤΕΧΝΙΑΣ

Κατά κανόνα το λογισμικό δεν αποτελεί αντικείμενο διπλώματος ευρεσιτεχνίας (άρθρο 5 παρ. 2γ Ν.1733/1987 και άρθρο 52 παρ. 2γ και 3 ΕΡC), αλλά προστατεύεται ως πνευματικό έργο από τις διατάξεις περί πνευματικής ιδιοκτησίας (άρθρο 2 παρ. 3 Ν. 2121/1993) από τη στιγμή της δημιουργίας του, χωρίς να απαιτείται οιαδήποτε τυπική καταχώριση.

Ο βασικός κανόνας, λοιπόν, είναι ότι το λογισμικό δεν δύναται να κατοχυρωθεί ως τέτοιο με δίπλωμα ευρεσιτεχνίας.

Ωστόσο, κατά την ενωσιακή νομολογία, το λογισμικό δεν πρέπει να αποκλείεται σε όλες τις περιπτώσεις από τη δυνατότητα κατοχύρωσης με δίπλωμα ευρεσιτεχνίας. Η χάραξη της διαχωριστικής γραμμής μεταξύ κατοχυρώσιμου και μη κατοχυρώσιμου λογισμικού είναι ένα ιδιαίτερος δύσκολο έργο και η νομολογία (στην ΕΕ καθώς και στις ΗΠΑ) έχει δώσει διαφορετικές απαντήσεις σχετικά με το εάν το λογισμικό μπορεί να κατοχυρωθεί με δίπλωμα ευρεσιτεχνίας.

Η μη κατοχύρωση του λογισμικού ως τέτοιου βασίζεται στον «μη τεχνικό» χαρακτήρα των εφαρμογών λογισμικού. Προφανώς, το λογισμικό είναι "τεχνικό" από μόνο του, ωστόσο, εδώ, το "μη τεχνικό" θα πρέπει να ερμηνεύεται ως αυστηρά νομική έννοια.

Σύμφωνα με τις κατευθυντήριες γραμμές του ΕΡΟ το λογισμικό εξαιρείται από τη δυνατότητα κατοχύρωσης με δίπλωμα ευρεσιτεχνίας σύμφωνα με το άρθρο 52(2) (γ) και (3) ΕΡC, εάν αξιωθεί η προστασία του ως έχει. Ωστόσο, ακολουθώντας τα γενικά ισχύοντα κριτήρια για το ως άνω άρθρο, η εξαίρεση δεν ισχύει για το λογισμικό που έχει τεχνικό χαρακτήρα.

Προκειμένου να έχει τεχνικό χαρακτήρα, και επομένως να μην αποκλείεται από τη δυνατότητα κατοχύρωσης με δίπλωμα ευρεσιτεχνίας, το λογισμικό πρέπει να παράγει "περαιτέρω τεχνικό αποτέλεσμα" όταν εκτελείται σε υπολογιστή.

"Περαιτέρω τεχνικό αποτέλεσμα" είναι ένα τεχνικό αποτέλεσμα που υπερβαίνει τις "συνήθεις" φυσικές αλληλεπιδράσεις μεταξύ του λογισμικού και του υλισμικού/ υπολογιστή στον οποίο εκτελείται. Τα φυσικά αποτελέσματα της εκτέλεσης ενός προγράμματος, π.χ. η κυκλοφορία ηλεκτρικού ρεύματος στον υπολογιστή, δεν αρκούν από μόνα τους για να προσδώσουν τεχνικό χαρακτήρα στο λογισμικό (Τ 1173/97 και G 3/08).

Παραδείγματα περαιτέρω τεχνικών αποτελεσμάτων που προσδίδουν τεχνικό χαρακτήρα στο λογισμικό είναι ο έλεγχος μιας τεχνικής διαδικασίας ή της εσωτερικής λειτουργίας του ίδιου του υπολογιστή.

Ωστόσο, πρέπει να σημειωθεί ότι η ικανοποίηση του κριτηρίου του «τεχνικού αποτελέσματος» δεν οδηγεί στη δυνατότητα κατοχύρωσης με δίπλωμα ευρεσιτεχνίας μιας «εφεύρεσης λογισμικού». Είναι απλώς το πρώτο βήμα για τον προσδιορισμό της δυνατότητας μιας τέτοιας εφεύρεσης να κατοχυρωθεί με δίπλωμα ευρεσιτεχνίας. Ως εκ τούτου, αφού ικανοποιηθεί το κριτήριο του «τεχνικού αποτελέσματος», η κατοχύρωση με δίπλωμα ευρεσιτεχνίας θα εξακολουθεί να επιβεβαιώνεται κατά την περαιτέρω εξέταση του «νέου» και του «εφευρετικού βήματος».

4.8 ΠΡΟΣΤΑΣΙΑ ΑΙ ΜΕ ΔΙΠΛΩΜΑ ΕΥΡΕΣΙΤΕΧΝΙΑΣ

Κατ’ αρχήν οι AI και Machine Learning αλγόριθμοι δεν μπορούν να κατοχυρωθούν με δίπλωμα ευρεσιτεχνίας, γιατί αποτελούν μαθηματικές μεθόδους οι οποίες δεν θεωρούνται εξ ορισμού εφευρέσεις που μπορούν να κατοχυρωθούν με δίπλωμα ευρεσιτεχνίας (άρθρο 5 παρ.2 εδ. α Ν. 1733/1987).

Εφευρέσεις που χρησιμοποιούν AI μπορεί να κατοχυρωθούν με δίπλωμα ευρεσιτεχνίας, υπό την προϋπόθεση ότι έχουν τεχνικό χαρακτήρα, δηλαδή επιλύουν ένα τεχνικό πρόβλημα, με νέο και μη προφανή τρόπο σε σχέση με την υφιστάμενη στάθμη της τεχνικής. Έτσι, θα μπορούσαν να κατοχυρωθούν με δίπλωμα ευρεσιτεχνίας εφευρέσεις που χρησιμοποιούν AI που έχουν τεχνικό σκοπό, ήτοι έχουν εφαρμογή σε τομείς της τεχνολογίας, όπως οι ιατρικές συσκευές, η αυτοκινητοβιομηχανία, η αεροδιαστημική,

ο βιομηχανικός έλεγχος, ο κατασκευαστικός τομέας, οι τηλεπικοινωνίες και τεχνολογίες μέσων (π.χ. αναγνώριση φωνής, συμπίεση βίντεο, κ.ά.), οι επεξεργαστές και τα δίκτυα υπολογιστών.

Π.χ. η χρήση ενός νευρωνικού δικτύου σε μία συσκευή παρακολούθησης της καρδιάς για τον σκοπό εντοπισμού ακανόνιστων καρδιακών παλμών επιλύει ένα τεχνικό πρόβλημα και θα μπορούσε να κατοχυρωθεί με δίπλωμα ευρεσιτεχνίας, εάν πληρούνται και οι προϋποθέσεις του νέου και του εφευρετικού ύψους (EPO Guidelines for Examination, Chapter 3.3.1).

Προσοχή: θα πρέπει να εξετάζεται αν η εφαρμογή της Τεχνητής Νοημοσύνης έχει όντως τεχνικό χαρακτήρα. Π.χ. η χρήση AI σε τομείς όπως οι επιχειρήσεις, finance, διοίκηση ή η γλωσσολογία μπορεί να μην θεωρείται ότι έχει «τεχνικό» χαρακτήρα, καθώς οι μέθοδοι για την άσκηση οικονομικών δραστηριοτήτων δεν θεωρούνται εφευρέσεις που μπορούν να προστατευθούν με δίπλωμα ευρεσιτεχνίας (άρθρο 5 παρ. 2 εδ. γ Ν. 1733/1987).

4.9 ΠΡΑΚΤΙΚΕΣ ΣΥΜΒΟΥΛΕΣ ΓΙΑ ΤΗΝ ΑΠΟΝΟΜΗ ΤΩΝ ΔΙΠΛΩΜΑΤΩΝ ΕΥΡΕΣΙΤΕΧΝΙΑΣ

- Το ελληνικό σύστημα θεωρείται τυπικό σύστημα διότι (παρότι προχωράει σε εξέταση των προϋποθέσεων και στη σύνταξη σχετικής εκθέσεως), ουσιαστικά για να δεχτεί ή να απορρίψει την αίτηση εξετάζει μόνο τις τυπικές προϋποθέσεις της αιτήσεως (σωστή κατάθεση αίτησης, σωστά νομιμοποιητικά έγγραφα, πληρωμή παραβόλου, κλπ.) Εάν αυτές οι τυπικές



προϋποθέσεις πληρούνται, απονέμεται το δίπλωμα ευρεσιτεχνίας. Το δίπλωμα δεν χορηγείται εάν η εφεύρεση ανήκει στην κατηγορία εκείνων για τις οποίες ο νόμος αποκλείει τη χορήγηση διπλώματος ευρεσιτεχνίας, δηλαδή αποτελεί ανακάλυψη, επιστημονική θεωρία ή μαθηματική μέθοδο, αισθητική δημιουργία, σχέδιο, κανόνα και μέθοδο για πνευματική δραστηριότητα, για παιχνίδια ή για οικονομική δραστηριότητα, πρόγραμμα Η/Υ, παρουσίαση πληροφοριών. Το δίπλωμα ευρεσιτεχνίας μπορεί να ακυρωθεί, εάν κατατεθεί στα πολιτικά δικαστήρια αγωγή ακύρωσης του διπλώματος ευρεσιτεχνίας ή προταθεί η ακυρότητα αυτού ως ένσταση σε δίκη προσβολής των δικαιωμάτων επί του διπλώματος από τον τρίτο που κάνει χρήση χωρίς άδεια της πατέντας. Η κακή έκθεση θα αποτελέσει τη βάση αυτής της αγωγής που θα οδηγήσει ενδεχομένως και στην ευδοκίμησή της. Συμβαίνει συχνά μία εταιρεία να αναζητεί τρόπους κατοχύρωσης με δίπλωμα ευρεσιτεχνίας για εφευρέσεις οι οποίες δεν είναι βέβαιο ότι πληρούν τις προϋποθέσεις για να κατοχυρωθούν. Το πρώτο ερώτημα που πρέπει να θέσει μία εταιρεία είναι εάν η εφεύρεση επιλύει ένα τεχνικό πρόβλημα, εάν πληροί τις προϋποθέσεις του νέου και του εφευρετικού βήματος (κατά τα ανωτέρω οριζόμενα) και σε κάθε περίπτωση εάν μπορεί να εφαρμοστεί βιομηχανικά. Πρέπει επίσης να γίνεται αντιληπτό ότι κάθε γραφείο αντιμετωπίζει διαφορετικά την κάθε περίπτωση και μία εφεύρεση ενδέχεται

να λαμβάνει το δίπλωμα ευρεσιτεχνίας ευκολότερα σε ένα γραφείο από ό,τι σε ένα άλλο.

- Η κατάθεση αίτησης δημιουργεί μόνο δικαίωμα προσδοκίας. Αν δεν πληρούνται οι τρεις προϋποθέσεις (νέο, εφευρετικό βήμα, βιομηχανική εφαρμογή) η αίτηση θα απορριφθεί, ιδίως από τα Γραφεία που ακολουθούν το Ουσιαστικό Σύστημα. Το δίπλωμα ευρεσιτεχνίας μπορεί να αποδοθεί από Γραφεία που ακολουθούν το Τυπικό Σύστημα (π.χ. ΟΒΙ Ελλάδα, ΑΡΙΠΟ, Νότια Αφρική).
- Είναι σημαντικό να τονισθεί ότι δεν πρέπει να δημοσιεύετε ποτέ την εφεύρεσή σας πριν να την καταθέσετε, διότι υπάρχει ο κίνδυνος με αυτόν τον τρόπο να μην πληρούνται οι προϋποθέσεις που θέτει ο νόμος! Εάν για παράδειγμα γίνει δημοσίευση σε επιστημονικό περιοδικό της εφευρέσεως, η αίτηση ενδέχεται να απορριφθεί γιατί ελλείπει το στοιχείο του νέου. Και, εάν έχει αποκαλυφθεί μέρος της εφεύρεσης και θελήσετε να κατοχυρώσετε το υπόλοιπο, ενδέχεται να θεωρηθεί ότι ελλείπει το στοιχείο του εφευρετικού βήματος!
- Η διαδικασία ελέγχου από τους εξεταστές για την απονομή διπλώματος ευρεσιτεχνίας (κυρίως εκτός Ελλάδος) είναι ιδιαίτερα χρονοβόρα, ενώ και τα έξοδα της διαδικασίας είναι σημαντικά. Για το λόγο αυτό είναι ιδιαίτερα σημαντικό, πριν από την κατάθεση της αίτησης, να γίνεται έλεγχος προκειμένου να διαπιστωθεί αν η εφεύρεση πληροί τις

προϋποθέσεις (νέο, εφευρετικό βήμα, βιομηχανική εφαρμογή) προκειμένου να της απονεμηθεί δίπλωμα ευρεσιτεχνίας. Στον έλεγχο αυτό είναι ορθότερο να συνδράμει ένας τεχνικός με ειδίκευση στο συγκεκριμένο αντικείμενο.

- Προσοχή στις προθεσμίες που θέτει το εκάστοτε γραφείο (εθνικό, ευρωπαϊκό, αμερικανικό, κλπ.) Δεδομένου ότι κάθε γραφείο θέτει διαφορετικούς χρόνους (για παράδειγμα ως προς την προθεσμία εντός της οποίας πρέπει ο αιτών να ζητήσει την ουσιαστική εξέταση της εφεύρεσης) σε κάθε φάση της διαδικασίας πρέπει να τηρούνται οι αντίστοιχες προθεσμίες, διαφορετικά υπάρχει κίνδυνος να μην μπορεί να συνεχίσει η διαδικασία και να χαθεί ό,τι έχει επενδυθεί για την απονομή του διπλώματος ευρεσιτεχνίας στο συγκεκριμένο γραφείο.

4.10 ΧΡΗΣΙΜΕΣ ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΕΣ ΩΣ ΠΡΟΣ ΤΑ OPEN SOURCE ΕΡΓΑΛΕΙΑ

Αναφορικά με τα προγράμματα υπολογιστή, οι εταιρίες που βασίζουν την επιχειρηματικότητά τους σε προγράμματα Η/Υ (π.χ. εφαρμογές- applications) συχνά δομούν την τεχνολογία των προγραμμάτων τους βασιζόμενοι σε εργαλεία open source.

Οι κώδικες open source διέπονται από διαφορετικές άδειες, Copyleft (GPL) ή permissive (επιτρεπτικές όπως BSD, MIT, Apache). Κάθε άδεια επιβάλλει στους δημιουργούς και τους χρήστες περιορισμούς που πρέπει να τηρούνται. Ειδικότερα η χρήση Copyleft αδειών είναι πιο προβληματική και περίπλοκη σε σχέση με τις επιτρεπτικές άδειες, καθώς επιβάλλουν ως προαπαιτούμενο να «ανοιχτεί» το παράγωγο λογισμικό που αναπτύχθηκε (εφόσον αναφέρονται στην ίδια λειτουργία με το open source), στερώντας από την εταιρεία την ιδιοκτησία επί του προγράμματος που ανέπτυξαν.

Εφόσον είναι εφικτό, προτείνεται οι κώδικες open source να αντικατασταθούν από προγράμματα Η/Υ ιδιοκτησιακού χαρακτήρα που δικαιούχος είναι η εταιρεία.

Είναι πολύ πιθανό ο μελλοντικός επενδυτής να διερευνήσει τη χρήση open source εργαλείων στην ανάπτυξη των πληροφοριακών συστημάτων μίας επιχείρησης και η εύρεση χρήσης πολλών τέτοιων εργαλείων (μη ιδιοκτησιακό software) μπορεί να οδηγήσει στη ματαίωση της επένδυσης ή στη μείωση του τιμήματος.



5. ΒΙΟΜΗΧΑΝΙΚΟ ΣΧΕΔΙΟ ΚΑΙ ΥΠΟΔΕΙΓΜΑ (ΠΔ 259/1997)

5.1 Τα σχέδια και υποδείγματα προστατεύονται όσον αφορά στην εξωτερικά ορατή εικόνα του συνόλου ή μέρους του προϊόντος για τη δυνατότητα εμπορικής αξιοποίησής τους, μέσω εθνικής, ενωσιακής ή διεθνούς καταχώρισης. Για την προστασία τους απαιτείται να διαθέτουν νέο και εξατομικευμένο χαρακτήρα. Η διάρκεια προστασίας τους είναι 5 έτη, με δυνατότητα ανανέωσης έως 25 έτη. Ένα σχέδιο/υπόδειγμα μπορεί να προστατευθεί και μέσω διατάξεων περί Αθεμίτου Ανταγωνισμού, χωρίς να αποκλείεται η προστασία του και με τις διατάξεις της πνευματικής ιδιοκτησίας ως έργο εφαρμοσμένων τεχνών, εφόσον διαθέτει πρωτοτυπία υπό την έννοια της στατιστικής μοναδικότητας καθώς και αισθητική αξία του υπερβαίνει τον χαρακτηρισμό του, ως απλού χρηστικού αντικειμένου. Η προστασία που παρέχει το σχέδιο επεκτείνεται στη γραμμή, το περίγραμμα, το χρώμα, το σχήμα ή/και την υφή του προϊόντος στο οποίο εφαρμόζεται ή ενσωματώνεται το σχέδιο ή υπόδειγμα.

Δεν προστατεύεται ως βιομηχανικό σχέδιο ή υπόδειγμα

- οποιοδήποτε δεν είναι βιομηχανικό αντικείμενο ή χειροτεχνία
- οτιδήποτε ανήκει στη φύση
- οποιοδήποτε αντικείμενο κρίνεται ανήθικο ή αντίκειται στη δημόσια τάξη

Η αίτηση γίνεται δεκτή χωρίς ουσιαστικό έλεγχο των προϋποθέσεων προστασίας (νέο και ατομικός χαρακτήρας). Μάλιστα εδώ η «τυπικότητα του συστήματος» αφορά όλα τα γραφεία καθώς τυπικό

είναι τόσο το ελληνικό σύστημα όσο και το ευρωπαϊκό και το διεθνές. Δηλαδή το εκάστοτε γραφείο δεν θα εξετάσει εάν πληρούνται οι προϋποθέσεις του νέου και του ατομικού χαρακτήρα και θα χορηγήσει το πιστοποιητικό καταχώρισης.

Όπως το σήμα και οι εφευρέσεις, έτσι και ένα σχέδιο μπορεί να προστατευθεί σε εθνικό (OBI), ευρωπαϊκό (EUIPO) και διεθνές επίπεδο (WIPO). Δίνεται η δυνατότητα κατάθεσης είτε με απλή αίτηση είτε με πολλαπλή (κατάθεση που περιλαμβάνει περισσότερα από ένα σχέδια ή υποδείγματα), οπότε το κόστος ανεβαίνει ανάλογα με τον αριθμό των έγχρωμων σχεδίων. Το διοικητικό τέλος εξαρτάται από διάφορους παράγοντες:

- Αν πρόκειται για εθνική κατάθεση, μπορείτε να βρείτε το διοικητικό τέλος εδώ: <http://www.obl.gr/obi/?tabid=138>
- Αν πρόκειται για ευρωπαϊκή, εδώ: <https://euipo.europa.eu/ohimportal/el/rcd-fees-and-payments>
- Αν πρόκειται για διεθνή κατάθεση, εδώ: <http://www.wipo.int/hague/en/fees/calculator.jsp>

Επισημαίνεται ότι, λόγω πιθανής τροποποίησης του ύψους των διοικητικών τελών, θα πρέπει να γίνεται έλεγχος των τελών στους ως άνω αναφερόμενους συνδέσμους.

Ο έλεγχος διαθεσιμότητας στα βιομηχανικά σχέδια και υποδείγματα μπορεί να διεξαχθεί από το DesignView <https://www.tmdn.org/tmdsview-web/welcome> και Hague Express <http://www.wipo.int/designdb/hague/en/> Η καταχώριση ενός σχεδίου στο μητρώο επιτρέπει την αποκλειστική χρήση του,

αποκλείοντας οποιονδήποτε τρίτο εντός της περιοχής στην οποία προστατεύεται. Η προστασία αφορά τόσο την αντιγραφή του σχεδίου ή υποδείγματος, όσο και την ανάπτυξη παρεμφερούς σχεδίου. Τα δικαιώματα περιλαμβάνουν την κατασκευή, την παραγωγή, την προσφορά, το μάρκετινγκ, την εισαγωγή, την εξαγωγή ή τη χρήση του προϊόντος στο οποίο έχει ενσωματωθεί ή εφαρμοστεί το σχέδιο ή ακόμη και την αποθήκευση του προϊόντος για τους σκοπούς αυτούς. Σε περίπτωση προσβολής, εκτός από την άρση της προσβολής και την παράλειψή της στο μέλλον, μπορείτε να ζητήσετε και την καταβολή αποζημίωσης.

5.2 ΠΡΑΚΤΙΚΕΣ ΣΥΜΒΟΥΛΕΣ ΓΙΑ ΤΗΝ ΠΡΟΣΤΑΣΙΑ ΤΩΝ ΒΙΟΜΗΧΑΝΙΚΩΝ ΣΧΕΔΙΩΝ/ΥΠΟΔΕΙΓΜΑΤΩΝ

- Προσοχή στην ημερομηνία κατάθεσης! Η κατάθεση της αίτησης πρέπει να γίνει πριν από την αποκάλυψη του σχεδίου/υποδείγματος στο κοινό. Η προϋπόθεση του νέου από την πλήρωση της οποίας εξαρτάται η προστασία χάνεται όταν αποκαλυφθεί το σχέδιο. Τα περισσότερα συστήματα αναγνωρίζουν περίοδο χάριτος και επιτρέπουν την κατάθεση της αίτησης μέσα σε 12 μήνες από τη στιγμή που το προϊόν διατέθηκε στην αγορά. Το πλεονέκτημα που παρέχει η περίοδος χάριτος είναι ότι, κατά τη διάρκειά της, δεν θεωρείται ότι ακυρώνεται το στοιχείο του νεωτερισμού του σχεδίου ή του υποδείγματός σας, λόγω της διάθεσής του στην αγορά.
- Μετά την καταχώριση, η αίτηση δημοσιεύεται στο σύνολό της. Δίνεται

ωστόσο η δυνατότητα στον αιτούντα να υποβάλει αίτημα αναστολής της δημοσίευσης για διάστημα έως και 30 μηνών από την ημερομηνία κατάθεσης της αίτησης καταχώρισης. Το χρονικό διάστημα κατά το οποίο το σχέδιο ή το υπόδειγμα παραμένει απόρρητο παρέχει στον αιτούντα τη δυνατότητα να αναπτύξει περαιτέρω τη στρατηγική του σε θέματα μάρκετινγκ ή να ολοκληρώσει τις διαδικασίες για την παραγωγή, κρατώντας κρυφό το σχέδιο ή το υπόδειγμά του από τους ανταγωνιστές του. Αυτό είναι ιδιαίτερα σημαντικό για κλάδους όπως η μόδα, τα προϊόντα πολυτελείας και η αυτοκινητοβιομηχανία, στους οποίους κρίνεται απαραίτητη η προστασία σχεδίων ή υποδειγμάτων (εξωτερική ορατή μορφή των προϊόντων) από τους ανταγωνιστές κατά τις προετοιμασίες για την παραγωγή, ήτοι τη μετουσίωση του σχεδίου ή υποδείγματος σε τελικό προϊόν. Η αναστολή της δημοσίευσης μπορεί να ακυρωθεί οποτεδήποτε, ύστερα από αίτημα του δικαιούχου στο αρμόδιο γραφείο κατάθεσης.

- Υπό το φως ότι το σύστημα κατοχύρωσης των βιομηχανικών σχεδίων είναι τυπικό, δηλαδή χωρίς να εξετάζονται οι ουσιαστικές προϋποθέσεις (νέο και ατομικός χαρακτήρας) προστασίας των βιομηχανικών σχεδίων/υποδειγμάτων, οποιοσδήποτε τρίτος μπορεί να ζητήσει την ακύρωση των βιομηχανικών σχεδίων και υποδειγμάτων είτε αυτοτελώς με αγωγή ακυρότητας ή κατ’ένσταση κατά τη διαδικασία αγωγής του δικαιούχου των δικαιωμάτων επί των βιομηχανικών σχεδίων/υποδειγμάτων για προσβολή των δικαιωμάτων του.



6. ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟ ΑΠΟΡΡΗΤΟ (TRADE SECRET)

Επιχειρηματικό (εμπορικό) απόρρητο συνιστούν πληροφορίες που:

- δεν είναι ευρέως γνωστές ή εύκολο να ανακαλυφθούν/αναπτυχθούν
- έχουν επιχειρηματική, εμπορική ή οικονομική αξία (πραγματική ή δυνητική) ακριβώς επειδή η πληροφορία δεν είναι ευρέως γνωστή
- καταβάλλεται μία σχετική προσπάθεια να παραμείνουν κρυφές

Παραδείγματα των παραπάνω αποτελούν μεταξύ άλλων η λίστα πελατών, η διαφημιστική καμπάνια, η μέθοδος παρασκευής προϊόντος, κ.α., τα οποία και προστατεύονται για απεριόριστο χρόνο, αρκεί η πληροφορία να μην καταστεί γνωστή στο κοινό.

ΤΡΟΠΟΙ ΠΡΟΣΤΑΣΙΑΣ

Πρακτικά:

- Περιορισμένη πρόσβαση στην πληροφορία: «Need to know» (περιορισμός πρόσβασης –μόνο εκείνοι που πρέπει οπωσδήποτε να γνωρίζουν).
- Access control σε ηλεκτρονικά αρχεία, φυσικά αρχεία και εγκαταστάσεις.
- Κατάρτιση πολιτικής προκαθορισμένων ρόλων και εξουσιών πρόσβασης σε δεδομένα που συνιστούν επιχειρηματικά απόρρητα. Περιορισμός προσώπων που διαθέτουν εξουσία πρόσβασης στην πληροφορία στο σύνολό της.
- Training προσωπικού ως προς τον

χειρισμό επιχειρηματικών απορρήτων.

- Monitoring ηλεκτρονικών επικοινωνιών (κατά τρόπο συμβατό με τη νομοθεσία περί προστασίας προσωπικών δεδομένων).
- Λήψη υπόψη ανάγκης προστασίας επιχειρηματικών απορρήτων κατά την κατάρτιση ευρύτερων πολιτικών της εταιρείας (π.χ. πολιτική αποχώρησης εργαζομένου-παράδοση αρχείων που βρίσκονται στην κατοχή αποχωρούντος εργαζομένου, bring your own device policies).

Συμβατικά:

- Confidentiality & Non-disclosure agreements (συμφωνητικά μη αποκάλυψης της πληροφορίας έναντι του προσωπικού, ανεξαρτήτων συνεργατών, πελατών, υποψηφίων πελατών ή/και έναντι κάθε τρίτου ο οποίος δύναται να λαμβάνει γνώση δεδομένων που αντιμετωπίζονται ως «επιχειρηματικά απόρρητα» της εταιρείας)
- Περιοριστικές ρήτρες στις συμβάσεις εργασίας – non solicitation (μη προσέλκυσης πελατών, προμηθευτών, προσωπικού) & non competition (μη ανταγωνισμού) όρων.

7. ΝΟΜΙΚΟΣ ΕΛΕΓΧΟΣ ΔΙΚΑΙΩΜΑΤΩΝ ΔΙΑΝΟΗΤΙΚΗΣ ΙΔΙΟΚΤΗΣΙΑΣ ΑΠΟ ΤΗΝ ΙΔΙΑ ΤΗΝ ΕΤΑΙΡΕΙΑ

7.1 Βασικά ερωτήματα που πρέπει να τίθενται από μία εταιρεία η οποία επιθυμεί να προστατεύσει τα δικαιώματα διανοητικής ιδιοκτησίας της:

- Χρησιμοποιεί η εταιρεία δικαιώματα διανοητικής ιδιοκτησίας;
- Ποιος είναι ο κύριος/δικαιούχος των δικαιωμάτων αυτών;
- Είναι προστατευμένα τα δικαιώματα διανοητικής ιδιοκτησίας της εταιρείας;
- Φέρει ευθύνη η εταιρεία για παραβίαση δικαιωμάτων διανοητικής ιδιοκτησίας τρίτων (Freedom to operate);
- Εκμεταλλεύεται πλήρως η εταιρεία τα δικαιώματα διανοητικής ιδιοκτησίας των οποίων είναι δικαιούχος;
- Εκτίμηση της αξίας των δικαιωμάτων – αν αυτό είναι εφικτό

7.2 Βήματα για τη διασφάλιση των δικαιωμάτων διανοητικής ιδιοκτησίας μίας Εταιρείας

- Καταγραφή των στοιχείων που προστατεύονται με διατάξεις διανοητικής ιδιοκτησίας (π.χ. σήματα, domain names, βιομηχανικά σχέδια/υποδείγματα, εφευρέσεις, προγράμματα Η/Υ, άλλες κατηγορίες πνευματικών έργων, κλπ.) Καταρχάς, η εταιρεία πρέπει να γνωρίζει αν διαθέτει στοιχεία που προστατεύονται και ποια είναι αυτά. Επιπλέον, θα πρέπει να ελέγξει εάν έχουν κατατεθεί

προς κατοχύρωση και να χαράξει τη στρατηγική όσον αφορά την κατοχύρωσή τους και την περαιτέρω αξιοποίησή τους.

- Αλυσίδα διαδοχής των δικαιωμάτων διανοητικής ιδιοκτησίας. Η εταιρεία οφείλει να διασφαλίσει ότι τα δικαιώματα διανοητικής ιδιοκτησίας επί των προστατευόμενων αντικειμένων έχουν μεταβιβαστεί σε αυτή κι ότι δεν υπάρχει κάποιο κενό στη διαδοχή των δικαιωμάτων από το φυσικό (ένα ή περισσότερα) πρόσωπο δημιουργό τους προς το νομικό πρόσωπο.
- Περιεχόμενο των συμβάσεων. Η εταιρεία πρέπει να μεριμνά ώστε να της μεταβιβάζονται εγγράφως όλα τα δικαιώματα διανοητικής ιδιοκτησίας κάθε εργαζομένου ή/και συνεργάτη της (με σύμβαση ανεξαρτήτων υπηρεσιών ή έργου), για όλες τις χώρες του κόσμου (χωρίς γεωγραφικό περιορισμό), για όλο το χρόνο εκμετάλλευσης των δικαιωμάτων διανοητικής ιδιοκτησίας (όπως η διάρκεια προστασίας προβλέπεται στην κάθε κατηγορία δικαιώματος) και για όλους τους τρόπους και τα μέσα εκμετάλλευσης.
- Κατοχύρωση των δικαιωμάτων διανοητικής ιδιοκτησίας. Έχοντας διασφαλίσει ότι είναι δικαιούχος των δικαιωμάτων επί των προστατευόμενων αντικειμένων η Εταιρεία πρέπει να προχωρήσει στην κατοχύρωση των δικαιωμάτων που έχει εξακριβώσει ότι δεν έχουν κατοχυρωθεί, όπου είναι αυτό εφικτό,



και να προστατεύσει με τεχνολογικά μέτρα όσα δεν κατοχυρώνονται (όπως για παράδειγμα, έλεγχος πρόσβασης στις εμπιστευτικές πληροφορίες της εταιρείας, διαβαθμισμένη πρόσβαση).

8. ΚΙΝΔΥΝΟΙ ΣΕ ΠΕΡΙΠΤΩΣΗ ΜΗ ΟΡΘΟΥ Η ΜΗ ΟΛΟΚΛΗΡΩΜΕΝΟΥ ΕΛΕΓΧΟΥ ΤΩΝ ΔΙΚΑΙΩΜΑΤΩΝ ΔΙΑΝΟΗΤΙΚΗΣ ΙΔΙΟΚΤΗΣΙΑΣ

- Η αξία της συμφωνίας (deal) με πιθανό επενδυτή μπορεί να μειωθεί.
- Η συμφωνία μπορεί να καθυστερήσει ή/και να ακυρωθεί, αν δεν είναι εφικτό να θεραπευτούν/καλυφθούν άμεσα οι ελλείψεις. Μεγάλη πιθανότητα απώλειας επιχειρηματικής ευκαιρίας.
- Είναι πιθανώς αναγκαία η επαναδιαπραγμάτευση με τρίτους που είχαν δημιουργική συμβολή στην ανάπτυξη έργων/εφευρέσεων που προστατεύονται από το δικαίο της διανοητικής ιδιοκτησίας (π.χ. έναν φοιτητή, που είχε στο παρελθόν συμβολή στην ανάπτυξη του προγράμματος Η/Υ ή της εφεύρεσης, κλπ.)
- Η εταιρεία θα φέρει ευθύνη για τη μη αδειοδοτημένη χρήση των δικαιωμάτων διανοητικής ιδιοκτησίας τρίτων, σε περίπτωση που ο τρίτος δικαιούχος των δικαιωμάτων στραφεί κατά της εταιρείας αιτούμενος άρση της προσβολής και παράλειψη της στο μέλλον καθώς και αποζημίωση για την μέχρι εκείνη τη στιγμή μη αδειοδοτημένη χρήση.

9. ΠΡΑΚΤΙΚΕΣ ΣΥΜΒΟΥΛΕΣ

- Η εταιρεία πρέπει να διασφαλίσει ότι είναι ο τελικός δικαιούχος των δικαιωμάτων επί των προστατευόμενων αντικειμένων από το δικαίο της διανοητικής ιδιοκτησίας (έργα, που έχουν δημιουργήσει οι εργαζόμενοι ή συνεργάτες με σύμβαση ανεξαρτήτων υπηρεσιών, έργου, κλπ). Οι συμβάσεις της εταιρείας με τους εργαζόμενους ή συνεργάτες της - οι οποίες πρέπει να καταρτίζονται εγγράφως - εκτός από τη μεταβίβαση ή αποκλειστική άδεια ή σύμβαση εκμετάλλευσης των δικαιωμάτων χωρίς χρονικό και τοπικό περιορισμό - για όλους τους τρόπους και τα μέσα εκμετάλλευσης, πρέπει να εμπεριέχουν:
 - (α) ρήτρα εμπιστευτικότητας (Confidentiality Clause)
 - (β) ρήτρα απαγόρευσης ανταγωνισμού για 12 μήνες (Non Competition Clause)
 - (γ) ρήτρα απαγόρευσης προσέλκυσης εργαζομένων ή/και πελατών της εταιρείας (Non Solicitation Clause)
- Η περιγραφή των καθηκόντων των εργαζομένων/συνεργατών στις οικείες συμβάσεις πρέπει να αναφέρει ρητά τη δημιουργική/εφευρετική δραστηριότητα αυτών.
- Θα μπορούσατε, αντί να προχωρήσετε σε καταχώρηση των δικαιωμάτων (όπου υφίσταται), να διασφαλίσετε τη μυστικότητα των πληροφοριών αυτών, εγχείρημα που απαιτεί μία αυστηρή οργάνωση της εταιρείας. Ωστόσο, η κατοχύρωση των δικαιωμάτων

διανοητικής ιδιοκτησίας με τίτλους (σήμα, δίπλωμα ευρεσιτεχνίας, βιομηχανικό σχέδιο, κλπ.) σας επιτρέπει να διαπραγματεύεστε καλύτερα. Οι τίτλοι αυτοί μπορούν, άλλωστε, να παραχωρηθούν μέσω αποκλειστικών ή μη αποκλειστικών αδειών εκμετάλλευσης ή να μεταβιβαστούν σε τρίτους με οικονομικό αντάλλαγμα.

- Η προστασία των δικαιωμάτων της εταιρείας είναι η μία πλευρά του νομίσματος. Η εταιρεία οφείλει να ερευνήσει εάν η ίδια προσβάλλει δικαιώματα διανοητικής ιδιοκτησίας τρίτων (για παράδειγμα χρησιμοποιεί τεχνολογία που έχει δίπλωμα ευρεσιτεχνίας, χρησιμοποιεί στην ιστοσελίδα της κείμενα ή φωτογραφίες για τα οποία δεν έχει λάβει άδεια, χρησιμοποιεί προγράμματα Η/Υ μη νομίμως αδειοδοτημένα, κ.ο.κ).





Στρατηγική
Επικοινωνία
Story, Perception,
Reputation,
Leadership Brand,
& Digital Comm

ΑΛΕΞΑΝΔΡΟΣ ΚΩΣΤΟΠΟΥΛΟΣ

FOUNDER & CEO,
FORESIGHT STRATEGY & COMMUNICATIONS

SECRETARY GENERAL
AMERICAN HELLENIC
CHAMBER OF COMMERCE

Μολονότι το 2024 δεν είναι ακριβώς όπως το έδειχναν οι ταινίες της δεκαετίας του 90', είναι γεγονός ότι ο κόσμος μας έχει αλλάξει δραματικά. Επιπλέον, έχει αλλάξει ο τρόπος με τον οποίο σκεφτόμαστε, κρίνουμε, επιλέγουμε και επικοινωνούμε.

Όταν τη δεκαετία του 90' άρχισε να διαφαίνεται ο πολυδιάστατος ρόλος της επικοινωνίας, ήταν μια σχετικά προβλέψιμη διαδικασία. Σταθερές στρατηγικές και εργαλεία, όπως γνωριμίες με τον Τύπο, εμπορικές εκθέσεις, δελτία τύπου και παρουσιάσεις, αποτύπωναν το μεγαλύτερο μέρος της ιστορίας μιας επιχείρησης-προϊόντος-υπηρεσίας-ιδέας. Στη συνέχεια όμως, οι ραγδαίες τεχνολογικές εξελίξεις και κοινωνικές ανακατατάξεις, μαζί με την εμφάνιση των μέσων κοινωνικής δικτύωσης, άλλαξαν τον τρόπο με τον οποίο οι ιστορίες δημιουργούνται, παρουσιάζονται και διακινούνται.

Όσο όμως κι αν αλλάζουν τα εργαλεία και το περιβάλλον, αυτό που εξακολουθεί να κινητοποιεί το κοινό-στόχο κάθε επιχείρησης να εκτιμήσει, υποστηρίξει και επιλέξει ένα προϊόν, υπηρεσία ή όραμα, είναι η εμπιστοσύνη που εμπνέει. Η καρδιά της κάθε ιστορίας παραμένει το περιεχόμενό της, η ουσία της, το «γιατί», η αλήθεια που αντανακλά. Και εκεί πλέον εδράζεται η μεγαλύτερη πρόκληση. Πώς σε έναν κόσμο, που κάθε στιγμή βομβαρδίζεται από εκατομμύρια μηνύματα, μέσα από χιλιάδες κανάλια, μπορεί μια εταιρεία να ξεχωρίσει.

Σε αυτό το περιβάλλον η επικοινωνία αναδεικνύεται ως ένα εξαιρετικά ισχυρό, σημαντικό και πολυδιάστατο εργαλείο που απαιτεί εξειδικευμένους χειρισμούς. Ίσως πια είναι πιο εύκολο να πει κάποιος τι δεν είναι η επικοινωνία, αφού κάθε μέρα αποκτά και πιο διευρυμένο ρόλο σε κάθε πεδίο δραστηριοποίησης. Δεν είναι λοιπόν, ένα ωραίο λογότυπο, ένα άρθρο, ένα website, μία φωτογραφία δίπλα σε celebrities ή επισήμους.

Η επικοινωνία σήμερα είναι η ανάπτυξη και διαχείριση ιστοριών που χτίζουν σχέσεις, διαμορφώνουν αποφάσεις και συνθέτουν αντιλήψεις. Στη FORESIGHT λέμε συχνά ότι κάθε project αποτελεί μία πολιτική καμπάνια – είτε πρόκειται για ένα start-up που αναζητά στήριξη, μία οικογενειακή μικρή επιχείρηση ή έναν κολοσσό του Fortune 100. Απαιτεί γνώσεις, ευρεία ματιά, διπλωματία, insights/διορατικότητα, στρατηγική σκέψη/τοποθέτηση, σχέσεις, συμμαχίες και διαρκή διαμόρφωση μηνυμάτων, ώστε τα όποια κοινά (εργαζόμενοι, ανταγωνιστές, διαμορφωτές αποφάσεων, media, κέντρα εξουσίας) να είναι στο σημείο που πρέπει τη στιγμή που θα απαιτηθεί.

Η επικοινωνία οφείλει, πλέον, να είναι ένας διαρκής THINK-TO-ACT μηχανισμός που δουλεύει με τον κατάλληλο τρόπο, στον κατάλληλο χρόνο, προς το κατάλληλο πάντα κοινό.



Η ΙΣΤΟΡΙΑ ΜΑΣ

Πλέον κάθε μήνυμά μας είναι μέρος μίας ολοκληρωμένης ιστορίας που απαιτεί όλα εκείνα τα στοιχεία που θα εμπνεύσουν, θα συγκινήσουν/προσελκύσουν, θα προκαλέσουν και θα κερδίσουν το όποιο κοινό. Μία ιστορία που απαιτεί εξίσου άριστη αφηγηματική ικανότητα, σκηνοθεσία, λόγο και εικόνα.

Πώς γεννήθηκε η ιδέα, πόσο παθιασμένοι είμαστε μαζί της, ποιο είναι το όραμα της εταιρείας μας, πώς το προϊόν ή η υπηρεσία ζωντανεύουν αυτό το όραμα, ποιες αξίες αντανακλούν, ποια είναι η μοναδικότητα της πρότασης, πώς θα βελτιώσει τη ζωή των πελατών, των συνεργατών αλλά και του μικρού ή μεγαλύτερου κόσμου μας είναι μόνο μερικά από τα στοιχεία που οφείλει να έχει η ιστορία μας.

Όσο βαρετό κι αν ακούγεται σε μία εποχή ψηφιακής ταχύτητας, το πιο σημαντικό βήμα στο ξεκίνημα είναι να γράψουμε σε ένα χαρτί αυτές τις σκέψεις. Είναι αυτές οι σκέψεις – η δική μας αλήθεια – που θα βρίσκονται στην καρδιά της επιχείρησής μας και που θα εμπνεύσουν τον όποιο επενδυτή, συνεργάτη, εργαζόμενο, διαμορφωτή της κοινής γνώμης και τελικά πελάτη.

BRAND

Τα τελευταία ιδίως χρόνια η λέξη branding πρωταγωνιστεί σε κάθε συζήτηση περί εθνικής ή εταιρικής ανάπτυξης. Το branding αντανακλά τις αξίες της εταιρείας και των ανθρώπων της, το ποιοι είμαστε, ποιοι θέλουμε να γίνουμε και πώς θέλουμε οι

άλλοι να μας βλέπουν. Είναι αυτό που διαφοροποιεί μία εταιρεία από μία άλλη, η αντίληψη που έχει το κοινό-στόχος μας για την ιδέα μας, ποιες εικόνες έρχονται στο μυαλό του, ποιους συνειρμούς και ποιες σκέψεις κάνει όταν ακούει για το προϊόν ή την υπηρεσία που επικοινωνούμε. Το branding κάνει τους ανθρώπους να συνδέονται με την εταιρεία μας και με αυτό που προσφέρουμε, χτίζει τη σχέση μας μαζί τους και κυρίως την εμπιστοσύνη τους. Αξίζει να σημειώσουμε ότι το branding δεν είναι το website μας, το λογότυπο ή το όποιο έντυπο ή ψηφιακό υλικό – εργαλείο έκφρασης και προώθησης της άυλης ταυτότητας μιας εταιρείας.

Ως εκ τούτου σε μία εποχή όπου οι άνθρωποι δεν θέλουν περισσότερες πληροφορίες, προϊόντα ή υπηρεσίες, αλλά εμπιστοσύνη και συναισθηματική διασύνδεση, όπου αναζητούν να πιστέψουν σε κάτι νέο, στους δικούς σας στόχους, στη δική σας ιστορία και τελικά στη δική σας επιτυχία, το branding αποτελεί τον θεμέλιο λίθο της όποιας επικοινωνιακής στρατηγικής.

LEADERSHIP BRAND

Από το 1970 οι εταιρείες έχουν αναγνωρίσει τη δύναμη που έχει η ηγεσία και η ηγετική φήμη που αποπνέει ένας οργανισμός, σε τέτοιο βαθμό όπου αναδεικνύεται ως ξεχωριστό brand – ταυτότητα που αντανακλά τα ιδιαίτερα εκείνα ποιοτικά χαρακτηριστικά και τις αξίες των ηγετών κάθε οργανισμού στη διαρκή προσπάθειά τους να υλοποιήσουν την στρατηγική τους, να αξιοποιήσουν προοπτικές και να

αντιμετωπίσουν πολύπλευρες προκλήσεις. Το leadership brand, όπως είναι γνωστό, έχει αποκτήσει ακόμα μεγαλύτερη αξία στο σημερινό, άκρως ανταγωνιστικό επιχειρηματικό τοπίο και σε εξαιρετικά δύσκολους καιρούς για την οικονομία, με διαρκείς κρίσεις.

Ένα ισχυρό leadership brand αποτελεί πλέον κρίσιμο εταιρικό περιουσιακό στοιχείο, το οποίο -αν και άυλο- επηρεάζει σε σημαντικό βαθμό το ευρύτερο οικοσύστημα των στρατηγικών εταίρων (critical stakeholders) της εταιρείας όπως, μεταξύ άλλων, τους συνεργάτες, επενδυτές και υποψήφιους υπαλλήλους. Συμβάλλει στην αξία, τη φήμη και την επιρροή μιας εταιρείας και όπως σε κάθε περιουσιακό στοιχείο, η αξία αυτή μπορεί να αυξηθεί ως αποτέλεσμα προσεκτικής επένδυσης ή να μειωθεί ως αποτέλεσμα αδιαφορίας και παραμέλησης.

Κάθε εταιρεία θα βρεθεί απέναντι σε διαφορετικές, πολλές φορές, χαρτογράφητες προκλήσεις που δεν αντιμετωπίζονται μόνο με στρατηγικές, ευφάνταστες ιδέες που εμπνέουν, και επιχειρηματικά σχέδια, αλλά απαιτούν ηγέτες που έχουν τις δεξιότητες, τα ταλέντα και τις αξίες εκείνες ώστε να αντιμετωπίσουν άμεσα και αποτελεσματικά κάθε πρόκληση που θα εμφανιστεί, να εργαστούν με αποτελεσματικότητα, συνέπεια και ευελιξία πέρα από τα όποια προσωπικά τους «χαρίσματα» .

Ιδιαίτερα για τις νεοφυείς επιχειρήσεις το leadership brand διαδραματίζει ξεχωριστό ρόλο. Το leadership brand που αντανακλά ένα startup αποτελεί πολύτιμο πλεονέκτημα που συμβάλλει δυναμικά στην προσέλκυση, στη διατήρηση ή άντληση κεφαλαίων, στη δημιουργία κρίσιμων συνεργασιών

ή συμμαχιών με άλλες εταιρείες, στη διαμόρφωση σχέσεων με τους πελάτες και τέλος στην προσέγγιση και διατήρηση των αναγκαίων ταλέντων. Μια νεοφυής επιχείρηση που διαθέτει ισχυρό leadership brand εμπνέει εμπιστοσύνη όταν πολλές φορές υπάρχουν περιορισμένα στοιχεία για να «πείσουν» τον όποιο συνομιλητή.

ΜΕΣΑ ΕΝΗΜΕΡΩΣΗΣ

Ένα από τα βασικά αποτελέσματα της κατάρρευσης του πολιτικό-οικονομικού κατεστημένου σε διεθνές επίπεδο ήταν και η συγκλονιστική απαξίωση των ΜΜΕ αλλά και των επαγγελματιών του χώρου. Όταν σε όλο τον κόσμο τα ΜΜΕ αλλάζουν για να ακολουθήσουν τα νέα κανάλια ενημέρωσης και τις πρακτικές επικοινωνίας, στην Ελλάδα προσπαθούν να διατηρήσουν ένα προφίλ, το οποίο σήμερα απλά δεν υπάρχει.

Αυτό δεν σημαίνει ότι τα παραδοσιακά μέσα -από την Καθημερινή μέχρι μία τοπική εφημερίδα ή ένα κλαδικό περιοδικό- δεν είναι χρήσιμα, αλλά σίγουρα έχει αλλάξει ο βαθμός διεξόδου τους σε ειδικά κοινά αλλά και στην ευρύτερη κοινωνία μας. Με άλλα λόγια ένα δημοσίευμα, που μπορεί να πέρναγε ένα μήνυμα πριν από δέκα χρόνια, σήμερα λέει εξαιρετικά λιγότερα σε εξαιρετικά λιγότερους.

Τα μέσα πλέον οφείλουν να αξιοποιούνται με οξυδέρκεια και όχι πυροσβεστικά, να αποτελούν πλατφόρμα ανάπτυξης των θέσεών μας ή των συνθηκών που επιθυμούμε και όχι απλά μία απάντηση σε κάτι που ήδη θα έχει γίνει.

Την ίδια στιγμή, την εμφάνισή της έχει



κάνει μία νέα σχέση με τα μέσα ενημέρωσης γνωστή και ως SYNDICATED. Πρόκειται πλέον για μία εξαιρετικά διαδεδομένη και στην Ελλάδα σχέση με επιλεγμένα μέσα ενημέρωσης, όπου οι επιχειρήσεις ή οι επιχειρηματίες έχουν καλλιεργήσει ειδικές σχέσεις συνεργασίας (πρωτίστως διαδικτυακές), οι οποίες παρέχουν ειδικό υλικό για τους όποιους αναγνώστες, που είτε αναδεικνύουν το ρόλο και την αξία της επιχείρησης, είτε το κύρος και την επιρροή του επιχειρηματία. Το υλικό αυτό τις περισσότερες φορές αφορά έρευνες και αναλύσεις που αφορούν το ευρύτερο οικοσύστημα της Χ επιχείρησης, δίνοντας έτσι και στο μέσο επικοινωνίας χρήσιμο και ενδιαφέρον έγκριτο υλικό για τους αναγνώστες / ακροατές / θεατές του.

Αναμφίβολα οι νέες τεχνολογίες, οι έξυπνες συσκευές με τις χιλιάδες εφαρμογές τους, τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης και οι νέες πλατφόρμες περιεχομένου έχουν διαμορφώσει ήδη ένα γεμάτο προκλήσεις μέλλον για την επικοινωνία και τις δημοσιές σχέσεις.

Σε αυτό το αύριο πρωταγωνιστικό ρόλο θα έχει το «ιδιωτικό» υλικό μέσα από «ιδιωτικά» κανάλια επικοινωνίας τα οποία είναι προσαρμοσμένα απόλυτα στο δικό μας κοινό και αντανακλούν καλύτερα την κουλτούρα μας προκαλώντας μεγαλύτερη συναισθηματική διεύδυση. Είτε πρόκειται για ένα blog, podcast ή video, η συγκεκριμένη τάση θα συνεχίσει να αναπτύσσεται μιας και επιτρέπει την απευθείας επικοινωνία και διάλογο με το κοινό μας.

ΛΟΓΟΣ ΚΑΙ ΕΙΚΟΝΑ

Κάθε ιστορία είναι τόσο καλή όσο ο αφηγητής της. Ειδικότερα στην ανάδειξη, προβολή και προώθηση μίας ιδέας, ενός οράματος, ενός ταξιδιού, ο αφηγητής-επιχειρηματίας καλείται να εκφράσει όλα αυτά που η επιχείρησή του εκφράζει ή θέλει να εκφράσει.

Η ικανότητά του να παίζει σωστά αυτό το ρόλο και να αντιληφθεί τους εξαιρετικά αυστηρούς κανόνες αυτού του παιχνιδιού, μπορεί να επηρεάσει καταλυτικά το αύριο της προσπάθειάς του. Σοβαρότητα και αυτοσυγκράτηση, αυθεντικότητα και συνέπεια, ευελιξία στην κουλτούρα κάθε συνομιλητή, σωστές δόσεις χιούμορ και πάνω από όλα, γνώσεις για κάθε λεπτομέρεια αυτού που «πουλάμε», είναι μόνο μερικά από τα ελάχιστα που πρέπει να έχουμε.

Η προώθηση ενός μηνύματος – πόσο μάλλον της ιστορίας – όταν έχει στόχο να κερδίσει το ενδιαφέρον, τη στήριξη ή τη χρηματοδότηση, οφείλει να αντανακλά τον καλύτερο εαυτό μας, μια σκληρή προετοιμασία και ειλικρινή προσπάθεια. Η αντίληψη που θα δημιουργήσουμε στον όποιο συνομιλητή μας είναι η αντίληψη που θα έχει για την πρόταση-ιδέα-εταιρεία μας.

ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΩΝΤΑΣ

Καθημερινά περισσότερα από 205 δισεκατομμύρια email ανταλλάσσονται, 1,66 δισεκατομμύρια άνθρωποι συνδέονται στο Facebook, μαζί με 330 εκατομμύρια στο Twitter, 500 άρθρα δημοσιεύονται μόνο στη Washington Post, ενώ 2.7 εκατομμύρια blogs posts ανεβαίνουν στο WordPress.

Εάν αυτά τα νούμερα φαντάζουν τεράστια, ας αναλογιστούμε ότι κάθε μέρα, ένα νέο μέσο ενημέρωσης - κοινωνικό δίκτυο - app - έξυπνη τεχνολογία, εμφανίζεται ενισχύοντας ακόμα περισσότερο τον καθημερινό θόρυβο μέσα στον οποίο, το μήνυμά μας πρέπει να φτάσει στο κοινό-στόχο μας.

Σε αυτόν τον πρωτόγνωρο επικοινωνιακό λαβύρινθο τα ακόλουθα 9 σημεία είναι τα ελάχιστα που οφείλουμε να θυμόμαστε και ιδανικά να ακολουθούμε είτε αποτελούμε start-up, είτε εδραιωμένη μικρή ή μεγάλη επιχείρηση:

1. ΞΕΚΙΝΗΣΤΕ ΕΧΟΝΤΑΣ ΤΟ ΚΟΙΝΟ-ΣΤΟΧΟ ΣΤΟ ΜΥΑΛΟ ΣΑΣ

Σημασία δεν έχει μόνο αυτό που θέλετε να πείτε εσείς με τη δική σας αισθητική, αλλά το πώς αυτό θα ταιριάζει με αυτά που αναζητά το κοινό σας, με τη δική του κουλτούρα και αισθητική λαμβάνοντας υπόψη το ευρύτερο περιβάλλον και φυσικά τον ανταγωνισμό σας.

2. ΒΡΕΙΤΕ ΤΟ ΣΩΣΤΟ ΜΕΣΟ ΓΙΑ ΤΟ ΚΑΘΕ ΜΗΝΥΜΑ ΚΑΙ ΙΔΙΩΣ ΓΙΑ ΤΟΝ ΚΑΘΕ ΣΥΝΟΜΙΛΗΤΗ ΣΑΣ

Καλώς ή κακώς κάθε συνομιλητής μας είναι εκτεθειμένος σε εκατομμύρια μηνύματα, λογότυπα, εικόνες που διεγείρουν την αισθητική του, την κουλτούρα και ταυτόχρονα τις προκαταλήψεις του. Η σωστή ανάλυση του κοινού μας, ώστε να βρούμε το κατάλληλο μείγμα επικοινωνιακών εργαλείων, τόνου και αισθητικής, είναι εξαιρετικά σημαντική, ώστε να κερδηθεί η πρώτη εντύπωση, το ενδιαφέρον και να καλλιεργηθεί η όποια επιθυμητή αντίληψη.

3. ΠΕΙΤΕ ΜΙΑ ΣΥΝΑΡΠΑΣΤΙΚΗ ΙΣΤΟΡΙΑ

Η εποχή των spreadsheets και των pie charts έχει τελειώσει. Το start-up σας, η νέα υπηρεσία ή το νέο προϊόν σας αντανακλούν μοναδικές, δυναμικές προσωπικότητες, ταλέντα και δεξιότητες ανθρώπων που είναι έτοιμοι να παλέψουν με κάθε εμπόδιο για να χτίσουν το όνειρο τους μέσα από ένα γοητευτικό ταξίδι, ώστε να αλλάξουν κάτι στη ζωή κάποιων. Σε αυτό το συναρπαστικό ταξίδι θέλουμε να μας ακολουθήσει ο συνομιλητής μας.

4. ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΤΕ ΚΑΙ ΜΕΤΡΗΣΤΕ ΚΑΘΕ ΒΗΜΑ

Καθετί που κάνουμε και καθετί που λέμε, προκαλεί μία αντίδραση, την οποία και οφείλουμε να αξιολογούμε άμεσα, ώστε αντίστοιχα άμεσα, να χτίζουμε πάνω σε καθετί θετικό ή να αντιμετωπίζουμε καθετί αμφιλεγόμενο. Οι ευκαιρίες είναι ελάχιστες, ο ανταγωνισμός είναι πάντα έτοιμος να



εκμεταλλευτεί τη στραβοτιμονιά μας και το εύρος προσοχής του ακροατή μας είναι εξαιρετικά περιορισμένο.

5. ΑΝΤΙΛΗΦΘΕΙΤΕ ΤΗ ΔΥΝΑΜΗ ΤΟΥ ΚΥΡΟΥΣ ΚΑΙ ΤΗΣ ΦΗΜΗΣ

Κάθε εργοδότης ή εργαζόμενος, επενδυτής ή πελάτης, συνεργάτης ή προμηθευτής αναζητά πλέον πολύ περισσότερα από ένα προϊόν, υπηρεσία, μέρισμα ή αμοιβή. Η εικόνα και η αντίληψη που προβάλλουμε για τη φήμη, το κύρος, τη δυναμική, τις προοπτικές και την επιρροή μας, συνθέτουν μία εικόνα που έχει ο καθένας μας και που οφείλουμε να θωρακίζουμε και να ενδυναμώνουμε σε κάθε βήμα μας.

6. Η ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ ΜΑΣ ΑΦΟΡΑ ΟΛΟΥΣ

Ένα προικισμένο επικοινωνιακά στέλεχος μίας start-up δεν είναι αρκετό να καλύψει τις ανάγκες που έχει μία επιχείρηση, υπηρεσία ή προϊόν. Κάθε μέλος της ομάδας είναι ένα εξίσου σημαντικό μέρος της επικοινωνιακής στρατηγικής, την οποία και μπορεί να ενδυναμώσει ή να καταστρέψει.

7. ΑΝΑΓΝΩΡΙΣΤΕ ΤΗ ΔΥΝΑΜΗ ΤΗΣ ΚΟΥΛΤΟΥΡΑΣ

Η πολυπολιτισμική εποχή μας με τις αναρίθμητες νέες τεχνολογίες και κοινωνικές τάσεις, έχει συνθλίψει παραδοσιακά σιλό, την ίδια στιγμή που υψώνονται νέα ακόμα ισχυρότερα. Η διαρκής σύγκρουση ιδεών, αξιών και πολλών από αυτά που θεωρούσαμε βασικές δομές της κοινωνίας μας με νέες τάσεις, ιδέες και πρακτικές, συνθέτουν

ένα εξαιρετικά πολυδιάστατο περιβάλλον, στο οποίο ο κάθε συνομιλητής μας έχει όλο και λιγότερα κοινά με τον επόμενο. Σε αυτό το περιβάλλον είναι αναγκαία μία διαφορετική αντίληψη για την επικοινωνία και τη σύνθεση του κάθε μηνύματος, το οποίο μεταμορφώνεται από ένα μονολιθικό «σφυρί» σε ένα πολυδιάστατης τεχνολογίας χειρουργικής ακρίβειας εργαλείο.

8. ΣΥΝΕΡΓΑΣΤΕΙΤΕ

Μπορεί πλέον μέσα από το NETFLIX και το GOOGLE όλοι να μπορούμε να είμαστε σούπερ διαφημιστές, δικηγόροι, χειρουργοί, μυστικοί πράκτορες ή ότι άλλο, όμως η αλήθεια είναι ότι η επιχειρηματικότητα δεν είναι παιχνίδι και σίγουρα δεν χτίζεται από ανθρώπους που νομίζουν ότι τα ξέρουν όλα. Στην καρδιά της επιχειρηματικότητας κρύβεται η ικανότητά μας να συνεργαζόμαστε, να ακούμε αυτούς που ξέρουν τον τρόπο για να μας βοηθήσουν και να συνθέτουμε.

9. ΑΝΑΠΝΕΕΤΕ ΑΕΡΑ, ΜΗΝ ΤΟΝ ΠΟΥΛΑΤΕ

Στην εποχή μας περισσεύουν τα μηνύματα και οι ιστορίες που αντανακλούν αυτό που έλεγαν πολύ σοφά οι παλιότεροι «αέρα κοπανιστό». Τα αναρίθμητα, νέα μέσα, οι εξίσου αναρίθμητοι influencers, η ικανότητα όλων μας με ένα smartphone και μερικά app να μπορούμε να δημιουργούμε περιεχόμενο και πάνω από όλα, ο συνδυασμός της βιασύνης όλων μας με ένδεια κριτικής σκέψης και αντίληψης, έχουν δημιουργήσει ένα περιβάλλον που η αλήθεια – παρ' όλες τις δυσκολίες να ξεχωρίσει – οδηγεί στην επίτευξη των όποιων στόχων μας.

PITCHING [SELLING] YOUR IDEA

ΜΕΛΕΤΗΣΤΕ ΤΟ ΚΟΙΝΟ ΣΑΣ

Το ύφος και το περιεχόμενο της προσέγγισής σας πρέπει να ταιριάζει με το κοινό στο οποίο απευθύνεστε. Ο ομιλητής καλείται να έρθει κοντά στους ακροατές, ώστε να νιώσουν ότι το περιεχόμενο της ομιλίας τους αφορά, να κερδίσει και να κρατήσει το ενδιαφέρον, αλλά και την εμπιστοσύνη τους.

ΔΙΑΤΗΡΗΣΤΕ ΤΗΝ ΑΥΘΕΝΤΙΚΟΤΗΤΑ ΣΑΣ

Όλες οι συμβουλές του κόσμου δεν βοηθούν, αν δεν μιλάτε από καρδιάς. Μοιραστείτε με ειλικρίνεια, σεβασμό, θάρρος και πάθος την ιδέα σας και κερδίστε το ακροατήριό σας.

ΑΠΟΔΕΧΘΕΙΤΕ ΤΟ ΑΠΡΟΣΜΕΝΟ

Προετοιμαστείτε πρακτικά και ψυχολογικά, ώστε εάν κάτι συμβεί, να σας επηρεάσει το λιγότερο δυνατό. Αντιμετωπίστε το με ειλικρίνεια και φυσικότητα και το κοινό θα σας λατρεύει.

ΞΕΚΑΘΑΡΗ ΔΟΜΗ

Κάθε πετυχημένη ομιλία – από ένα sales pitch ως το πιο inspirational TED talk, έχει ένα περίγραμμα με αρχή, μέση και τέλος, ώστε το κοινό να μπορεί να παραμένει συγκεντρωμένο και να παρακολουθεί το συλλογισμό σας με ευκολία.

ΔΥΝΑΤΗ ΕΙΣΑΓΩΓΗ ΚΑΙ ΕΠΙΛΟΓΟΣ

Ξεκινήστε έντονα, ώστε να αιχμαλωτίσετε τον ακροατή από την πρώτη στιγμή, αναγνωρίζοντας ότι η προσέγγιση ενός επενδυτή απαιτεί σοβαρότητα και ουσία. Ολοκληρώστε με έναν επίλογο που εμπνέει δείχνοντας, την ίδια στιγμή, ότι έχετε επίγνωση της πραγματικότητας και των προκλήσεων που σας περιμένουν. Η αρχή και το τέλος μιας ομιλίας είναι τα δυο μέρη που κυρίως θυμάται το κοινό.

ΧΡΗΣΙΜΟΠΟΙΕΙΣΤΕ ΑΠΛΑ ΛΟΓΙΑ

Ο απλός λόγος εξασφαλίζει την κατανόηση ακόμα και της πιο πολύπλοκης ιδέας. Εμπλουτίστε την ομιλία σας με λεκτικούς τρόπους, όπως μεταφορές, παραδείγματα και ιστορίες για να εξηγήσετε την ιδέα σας, χωρίς ποτέ να λησμονείτε τη δύναμη των αριθμών.

ΧΡΗΣΙΜΟΠΟΙΕΙΣΤΕ ΤΗ ΓΛΩΣΣΑ ΤΟΥ ΣΩΜΑΤΟΣ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΙΚΑ

Η μη-λεκτική μας συμπεριφορά μεταφέρει περισσότερη πληροφορία απ’ ό,τι ο λόγος σας. Η φυσική κίνηση, οι χειρονομίες, οι εκφράσεις του προσώπου και οι φωνητικές διαβαθμίσεις παίζουν καθοριστικό ρόλο στην επιτυχία σας.

ΟΠΤΙΚΟ-ΑΚΟΥΣΤΙΚΟ ΥΛΙΚΟ ΜΕ ΜΕΤΡΟ

Δώστε προσοχή στην επιλογή και τη χρήση φωτογραφιών, βίντεο, σχεδιαγραμμάτων. Σκοπός είναι να υποστηρίξουν και να αναδεικνύουν όσα εσείς λέτε, χωρίς να κλέβουν την προσοχή από το μήνυμά σας, να προκαλούν ή να κουράζουν.

ΑΠΕΥΘΥΝΘΕΙΤΕ ΣΤΟ ΑΤΟΜΟ

Όταν απευθύνεστε σε μεγάλα ακροατήρια, κάντε τους να νιώσουν σαν να μιλάτε στον καθένα ξεχωριστά. Αυτό εδραιώνει την αξιοπιστία και την εμπιστοσύνη στον ομιλητή. Διαλέξτε προσεκτικά κάθε «παρτενέρ», ώστε να χτίσετε συμμαχούς.

ΠΡΟΒΑ, ΠΡΟΒΑ ΚΑΙ ΞΑΝΑ ΠΡΟΒΑ

Προβάρετε ξανά και ξανά την παρουσίαση, μέχρι να γίνει κτήμα σας. Με την εξάσκηση, θα αισθανθείτε την ομιλία σας, θα επεξεργαστείτε τις όποιες ασυνέπειες και θα μείνετε μέσα στο χρόνο σας. Έτσι, θα πραγματοποιήσετε την ομιλία σας με τον καλύτερο δυνατό τρόπο, ανεξάρτητα από τις μεταβλητές.



DIGITAL MARKETING

Στη σημερινή εποχή με τη ραγδαία εξέλιξη της τεχνολογίας να μετασχηματίζει καθετί γύρω μας, έχει αλλάξει και η εργαλειοθήκη του Marketing – έχουμε πλέον νέα εργαλεία στη διάθεση μας, που αυξάνουν την αποδοτικότητα κάθε προσπάθειας. Το Marketing, ως η συντονισμένη και οργανωμένη προσπάθεια μιας επιχείρησης να ικανοποιήσει τις ανάγκες των καταναλωτών προωθώντας τα αγαθά ή τις υπηρεσίες της, επιτυγχάνει την προσέλκυση καινούριων πελατών, τη δημιουργία «δυνατών» σχέσεων και την καθιέρωση πιστών καταναλωτών. Όσο καλό κι αν είναι το προϊόν ή η υπηρεσία μιας επιχείρησης, χωρίς ξεκάθαρο πλάνο Marketing δεν θα καταφέρει εύκολα να προσελκύσει πελάτες και να εξελιχθεί.

Τα τελευταία χρόνια έχει αποκτήσει πρωταγωνιστικό ρόλο το Digital Marketing ως ένας κρίσιμος παράγοντας για την επιτυχή προώθηση των επιχειρήσεων. Για πολλούς, η κορυφαία στρατηγική μάρκετινγκ του 21ου αιώνα, το Digital Marketing ορίζεται ως η συντονισμένη και οργανωμένη προσπάθεια μιας επιχείρησης να ικανοποιήσει τις ανάγκες των καταναλωτών προωθώντας τα αγαθά ή τις υπηρεσίες της με τη χρήση ηλεκτρονικών μέσων, κυρίως με online διαφήμιση και ενέργειες δημοσίων σχέσεων σε ψηφιακά κανάλια όπως, για παράδειγμα, social media, websites, email, κ.ά.

Ιδιαίτερα για τις νεοφυείς επιχειρήσεις, το ψηφιακό περιβάλλον προσφέρει τη δυνατότητα δυναμικής - και θεωρητικά πιο οικονομικής - πρόσβασης σε ευρύ κοινό με ποικίλα χαρακτηριστικά, ενώ

παράλληλα επιτρέπει την ανάπτυξη άμεσης και αμφίδρομης σχέσης μεταξύ του brand και του κοινού-στόχου, καθώς το κοινό έχει τη δυνατότητα να αλληλεπιδράσει με το brand, προσφέροντας γνώση και καλύτερη αντίληψη της αγοράς στα πρώτα δύσκολα και συχνά αχαρτογράφητα βήματα. Σ' αυτό το πλαίσιο το Digital Marketing αποκτά ζωτική σημασία για μία νέα επιχείρηση ανεξάρτητα από μέγεθος ή πεδίο δράσης και η επένδυση σε αποτελεσματικές και στρατηγικά στοχευμένες εκστρατείες ψηφιακού μάρκετινγκ αποτελούν βασική επένδυση της επιχείρησης κι όχι περιττό έξοδο.

DIGITAL MARKETING TOOLS

Social Media Marketing

Το Social Media Marketing (SMM) αφορά στην αξιοποίηση των κοινωνικών δικτύων (Facebook, Instagram, LinkedIn, TikTok, κλπ.) για την επίτευξη συγκεκριμένων στόχων. Τα περισσότερα social media προσφέρουν διάφορες δυνατότητες και εργαλεία. Ωστόσο, συνήθως χωρίζονται σε δύο μεγάλες κατηγορίες: στις διαφημιστικές ενέργειες (Advertising) και το περιεχόμενο (Content Marketing).

Content Marketing

Το περιεχόμενο αποτελεί ένα από τα πιο σημαντικά και βασικά εργαλεία, καθώς είναι το ιδανικό εργαλείο για να περάσουμε το μήνυμά που θέλουμε, να διαμορφώσουμε αντιλήψεις και να χτίσουμε σχέσεις. Είτε το μήνυμά αφορά σε μία προωθητική

ενέργεια που τρέχουμε αυτό το διάστημα, είτε αφορά στο λανσάρισμα ενός νέου προϊόντος, το Content Marketing μπορεί να μας βοηθήσει να το επικοινωνήσουμε αποτελεσματικά και αποδοτικά στο καταναλωτικό κοινό που στοχεύουμε, παίρνοντας πολλές μορφές (άρθρα, εικόνες, βίντεο, infographics, κλπ.), μέσα από διαφορετικά μέσα ενημέρωσης και προβολής (π.χ. εταιρικό blog, social media, newsletter, κλπ.).

Online Advertising

Στο πλαίσιο της online διαφήμισης, υπάρχουν αμέτρητα εργαλεία και μορφές διαφήμισης που μπορούμε να αναφέρουμε. Το Online Advertising αφορά σε όλες τις πληρωμένες ενέργειες που κάνει μία επιχείρηση online, προκειμένου να φτάσει το μήνυμά της στο κοινό που στοχεύει. Εργαλεία και διαφημιστικές πλατφόρμες υπάρχουν πολλές, ενδεικτικά αναφέρουμε το Social Media Advertising (Facebook/Instagram) και τα Google Ads δύο πλατφόρμες που προσφέρουν πάρα πολλές διαφημιστικές επιλογές καθώς και πληθώρα μεθόδων, προκειμένου να στοχεύσουν δημογραφικά και γεωγραφικά στο κοινό που επιθυμούμε, αλλά και με αξιοποίηση στοιχείων και χαρακτηριστικών συμπεριφοράς.

Search Engine Marketing & Optimization

Οι μηχανές αναζήτησης αποτελούν τη βασική πύλη εισόδου των καταναλωτών στην εταιρική σελίδα ή στο ηλεκτρονικό κατάστημα (e-shop). Μία εταιρεία, ιδίως

start-up, που επιθυμεί να αυξήσει τις επισκέψεις της μέσα από τα αποτελέσματα των αναζητήσεων, έχει δύο σημαντικές επιλογές. Αρχικά, να βελτιστοποιήσει την ιστοσελίδα της ως προς το SEO, ώστε να εμφανίζεται σε υψηλότερη θέση στις σχετικές αναζητήσεις, και να χτίσει διαφημιστικές καμπάνιες, στοχεύοντας σε συγκεκριμένες αναζητήσεις και λέξεις-κλειδιά. Μ' αυτό τον τρόπο, εξασφαλίζει αποτελεσματικά ότι θα εμφανίζεται στους χρήστες με το μεγαλύτερο ενδιαφέρον για την εταιρεία ή τα προϊόντα της.

Email Marketing

Το Email Marketing αποτελεί μία από τις πιο αποδοτικές μορφές του Digital Marketing. Το email πλέον έχει φτάσει σε κάθε σπίτι και σχεδόν όλοι οι καταναλωτές έχουν μία ή και περισσότερες ηλεκτρονικές διευθύνσεις, που ελέγχουν αρκετές φορές μέσα στην ημέρα. Συνεπώς, αποτελεί ένα άμεσο και καθοριστικό εργαλείο marketing το οποίο μπορεί να μεταφέρει το μήνυμα της εταιρίας, αναφορικά με νέα προϊόντα, προσφορές, κλπ. Τα newsletter εξακολουθούν, επίσης, να έχουν εξαιρετική αποτελεσματικότητα και σχετικά χαμηλό κόστος.

Mobile Marketing & Push Notifications

Τα κινητά τηλέφωνα αποτελούν πλέον μέρος της καθημερινότητάς μας, έχουν μπει σε κάθε σπίτι και κάθε τσέπη. Αυτή η συνήθεια μπορεί να αξιοποιηθεί από μία εταιρεία μέσω της δημιουργίας και χρήσης εφαρμογών για κινητά τηλέφωνα (mobile



apps), ώστε να «περάσει» το μήνυμα που θέλει και να προσφέρει πρόσθετες λειτουργικότητες στην καθημερινότητα των καταναλωτών. Μ' αυτόν τον τρόπο, υπάρχει καθημερινή διάδραση του χρήστη με το brand, συνδέοντάς τον παράλληλα με χρήσιμες λειτουργίες ή υπηρεσίες. Επιπλέον μια άλλη σημαντική μέθοδος είναι η ενεργοποίηση των Push Notifications, μέσω των οποίων δίνεται η δυνατότητα σε μια επιχείρηση να στέλνει άμεσα μηνύματα στους ακολούθους της. Έχει αποδειχθεί ότι η αποδοτικότητα των ειδοποιήσεων αυτών μπορεί να είναι θεαματική.

BENEFITS OF DIGITAL MARKETING

ΠΑΓΚΟΣΜΙΑ ΑΠΗΧΗΣΗ

Το μεγαλύτερο πλεονέκτημα του digital marketing είναι η παγκόσμια απήχηση. Με την εξέλιξη της τεχνολογίας το Διαδίκτυο έχει γίνει πλέον το πιο πολυσύχναστο μέσο και, καθώς το ψηφιακό μάρκετινγκ συμβαίνει στο Διαδίκτυο, αυτό σημαίνει ότι η εμβέλεια που μπορεί να επιτύχει οποιαδήποτε επιχείρηση με αυτό, είναι τεράστια. Αξιοσημείωτο είναι το γεγονός ότι ακόμη κι ένας ιδιοκτήτης μικρής τοπικής επιχείρησης έχει τη δυνατότητα να προσεγγίσει διεθνές κοινό με ένα ηλεκτρονικό κατάστημα, κάτι ακατόρθωτο με το παραδοσιακό μάρκετινγκ. Η διαδικτυακή προσβασιμότητα και ο συνδυασμός παγκόσμιας εμβέλειας και προβολής είναι μια εξαιρετική αναπτυξιακή ευκαιρία για κάθε επιχείρηση.

ΤΟΠΙΚΗ ΠΡΟΣΕΓΓΙΣΗ

Το digital marketing, βελτιώνει, επίσης, την τοπική ορατότητα και διεισδυτικότητα, στοιχείο ιδιαίτερα σημαντικό αν η επιχείρηση βασίζεται σε κοντινούς-τοπικούς πελάτες. Το τοπικό SEO και οι στοχευμένες διαφημίσεις ωφελούν τις εταιρείες που προσπαθούν να φέρουν περισσότερους πελάτες στη πόρτα τους.

COST-EFFECTIVE

Ακόμη ένα πλεονέκτημα του ψηφιακού μάρκετινγκ είναι η σχέση κόστους-αποτελεσματικότητας. Αν επιθυμείτε να προωθήσετε την επιχείρησή σας είτε σε τοπικό, είτε σε διεθνές επίπεδο, το digital marketing παρέχει οικονομικά αποδοτικές λύσεις. Επιτρέπει ακόμη και στις μικρότερες εταιρείες να ανταγωνίζονται πολύ μεγαλύτερες χρησιμοποιώντας εξαιρετικά στοχευμένες στρατηγικές. Κάθε επιχείρηση μπορεί να βρει τις κατάλληλες λύσεις και μεθόδους με βάση τους στόχους που θέτει το δικό της marketing.

BRAND AWARENESS

Το digital marketing δίνει τη δυνατότητα στις επιχειρήσεις να αποκτήσουν αναγνωρισιμότητα, να έχουν μεγαλύτερη απήχηση και αναγνώριση επωνυμίας, να χτίσουν το brand τους και, την ίδια στιγμή, να οικοδομήσουν σχέσεις με τα κοινά στόχους τους. Αυτό είναι σημαντικό τόσο για τις νεοφυείς επιχειρήσεις, όσο και για εκείνες που θέλουν να προσελκύσουν νέους πελάτες και να αναπτυχθούν.

CAMPAIGN RETURN OF INVESTMENT

Η απόδοση της επένδυσης αποτελεί μια ακόμη σημαντική πτυχή του digital marketing, ιδίως για τις start-up επιχειρήσεις. Οι νεοσύστατες επιχειρήσεις μπορούν εύκολα να καθορίσουν την απόδοση της επένδυσής τους μέσα από διάφορες καμπάνιες μάρκετινγκ. Δίνεται η δυνατότητα σε μια επιχείρηση να προσδιορίσει επακριβώς ποιες στρατηγικές και καμπάνιες λειτουργούν καλύτερα γι’ αυτήν και να αποφασίσει σε ποια καμπάνια μάρκετινγκ θα επενδύσει περαιτέρω, ώστε να βελτιστοποιήσει το ποσοστό μετατροπής και, συνεπώς, να αυξήσει τις πωλήσεις και τα έσοδά της. Η C/ROI είναι εξαιρετικά χρήσιμη για τις επιχειρήσεις, ιδίως τις νεοφυείς, καθώς τις βοηθά να αποφασίσουν σε ποια καμπάνια πρέπει να επενδύσουν, ποια να σταματήσουν και πώς να δημιουργήσουν αποτελεσματικές στρατηγικές. Μ’ αυτόν τον τρόπο, προστατεύουν το κεφάλαιό τους, επιτυγχάνοντας παράλληλα τεράστια αποτελέσματα.

ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΙΚΗ ΑΝΑΛΥΣΗ ΣΤΟΧΕΥΣΗΣ

Ακόμη και αν δεν έχετε ξεκάθαρη ιδέα για το κοινό-στόχο της επιχείρησής σας, το digital marketing σας δίνει τη δυνατότητα να εξάγετε δεδομένα, για να δείτε ποια είδη κοινού θα λειτουργήσουν καλύτερα για εσάς και να βελτιστοποιήσετε την καμπάνια σας γύρω από αυτά. Ο τεράστιος αριθμός στοιχείων στόχευσης, που έχουν στη διάθεσή τους οι επιχειρήσεις, διασφαλίζει ότι κάθε καμπάνια προσεγγίζει το σωστό κοινό. Βοηθά, επίσης, να αναλυθούν οι μεταβαλλόμενες συμπεριφορές των

πελατών, ώστε να τροποποιηθούν οι καμπάνιες με βάση αυτές τις αλλαγές. Η ικανότητα να κατανοούμε γρήγορα τις μεταβαλλόμενες ανάγκες των πελατών, μπορεί να εξασφαλίσει την επιτυχία για κάθε εταιρεία.

ΠΟΛΛΑΠΛΕΣ ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΕΣ

Υπάρχουν διαφορετικές στρατηγικές digital marketing οι οποίες μπορούν να χρησιμοποιηθούν από διαφορετικούς τύπους επιχειρήσεων. Ορισμένες εταιρείες αποκομίζουν ευκολότερα οφέλη από το content marketing και το SEO, ενώ άλλες από τις διαφημιστικές καμπάνιες που βασίζονται σε μετατροπές. Το κλειδί για την επιτυχία δεν είναι η στασιμότητα, αλλά η διαρκής ανάλυση των αποτελεσμάτων και η ανάπτυξη κατάλληλων τακτικών και μεθόδων. Μια καλά εκτελεσμένη στρατηγική ψηφιακού μάρκετινγκ αλλάζει και προσαρμόζεται γρήγορα, καθώς μεταβάλλονται οι ανάγκες της επιχείρησης.





INDUSTRY IN FOCUS

Σύγχρονες τάσεις στην Υγεία και την Αγροδιατροφή

ΘΑΝΑΣΗΣ ΚΩΤΣΑΝΗΣ

MEDICAL DIRECTOR BAYER ΕΛΛΑΣ - SOUTHERN
MEDITERRANEAN & BLACK SEA (SMBS) CLUSTER
MEDICAL DIRECTOR
BAYER ΕΛΛΑΣ

ΣΟΝΙΑ ΜΟΥΣΑΒΕΡΕ

HEAD OF COMMUNICATIONS & PUBLIC AFFAIRS
BAYER ΕΛΛΑΣ

ΜΑΝΩΛΗΣ ΠΑΝΑΓΙΩΤΟΠΟΥΛΟΣ

COUNTRY COMMERCIAL LEAD GREECE & CYPRUS,
CROP SCIENCE
BAYER ΕΛΛΑΣ

Πώς μπορούμε να παράγουμε περισσότερη τροφή, χωρίς να εξαντλούμε τους φυσικούς πόρους, αλλά αναγεννώντας τους; Πώς μπορούμε να επιβραδύνουμε την κλιματική αλλαγή; Πώς μπορούμε να διασφαλίσουμε τη σωστή θεραπεία για κάθε ασθενή, όταν και όπου την χρειάζεται;

Η σύγχρονη έρευνα αποσκοπεί να δώσει απαντήσεις σ’ αυτά τα ερωτήματα και να συμβάλει στην αντιμετώπιση των σημαντικών προκλήσεων. Ακαδημαϊκή κοινότητα, επιχειρήσεις ανεξαρτήτως μεγέθους, ερευνητικά ιδρύματα και ινστιτούτα πειραματίζονται, συνεργάζονται και καινοτομούν, ώστε να φέρουν την αλλαγή που διασφαλίζει την ευημερία της ανθρωπότητας και του πλανήτη.

Η έρευνα και ανάπτυξη επιστημονικών επιτευγμάτων και επιχειρηματικών λύσεων στην Υγεία και την Αγροδιατροφή, προσανατολίζεται κατά προτεραιότητα σε συγκεκριμένους τομείς, οι οποίοι αναφέρονται στη συνέχεια. Οι ίδιοι τομείς βρίσκονται στο επίκεντρο του ενδιαφέροντος και για την Bayer, τόσο μέσα από την έρευνα των ειδικών της εταιρείας, όσο και μέσα από την ανάπτυξη συνεργασιών με όλα τα μέρη του οικοσυστήματος καινοτομίας, περιλαμβανομένων των νεοφυών επιχειρήσεων που εδρεύουν στην Ελλάδα.

ΥΓΕΙΑ: Από την πρόληψη και την έγκυρη διάγνωση, στην αντιμετώπιση των συμπτωμάτων και τη θεραπεία

Κάθε άνθρωπος είναι μοναδικός, έχει μοναδικές ανάγκες όσον αφορά στην υγεία του και γι’ αυτό χρειάζεται εξατομικευμένες λύσεις για την πρόληψη νοσημάτων, την ενίσχυση της ικανότητάς του να φροντίζει ο ίδιος την υγεία του, την έγκαιρη και έγκυρη διάγνωση ασθενειών, τη βέλτιστη διαχείριση νοσημάτων και τη ριζική θεραπεία. Μία ολοκληρωμένη προσέγγιση στην υγειονομική περίθαλψη, συμβάλλει στην ενίσχυση των καλύτερων δυνατών αποτελεσμάτων για όλο το οικοσύστημα υγείας—καταναλωτές, ασθενείς, παρόχους και εθνικά συστήματα υγείας—ώστε να μπορούμε όλοι να οικοδομήσουμε ένα περισσότερο υγιές μέλλον.

ΤΕΧΝΗΤΗ ΝΟΗΜΟΣΥΝΗ

Για τη φαρμακευτική βιομηχανία, τα μεγάλα δεδομένα (big data), οι προηγμένες αναλύσεις, και η είσοδος της Τεχνητής Νοημοσύνης, έχουν προκαλέσει θεμελιώδη αλλαγή στα πρότυπα της καινοτομίας. Η Τεχνητή Νοημοσύνη έχει τη δυνατότητα να οδηγήσει σε άνευ προηγουμένου βελτιώσεις από πλευράς παραγωγικότητας και καλύτερα αποτελέσματα σε όλη την αλυσίδα αξίας, ξεκινώντας από την πρόβλεψη και πρόληψη ασθενειών, περνώντας στη φροντίδα των ασθενών και φτάνοντας ως τη βέλτιστη δυνατή διαχείριση και θεραπεία της νόσου.



Βρισκόμαστε στα πρώτα στάδια της 4ης Βιομηχανικής Επανάστασης. Αυτή η εποχή θα οριστεί από τις νέες τεχνολογίες που προέρχονται από τη διάχυση και ανάμειξη του ψηφιακού, του φυσικού και του βιολογικού κόσμου, δημιουργώντας εξαιρετικές ευκαιρίες για ταχύτερη και πιο αποτελεσματική ανάπτυξη πρωτοποριακών λύσεων υγειονομικής περίθαλψης.

Παρατηρείται εκρηκτική αύξηση των δεδομένων στο χώρο της Υγείας, αφού υπολογίζεται ότι παράγονται περισσότερα από 750.000 terabytes κάθε μέρα, από διάφορες πηγές, όπως ηλεκτρονικοί φάκελοι ασθενών, αρχεία ασφαλιστικών φορέων, γονιδιωματικά δεδομένα και δεδομένα από εφαρμογές Υγείας, φορητές συσκευές και άλλες βιομετρικές συσκευές. Για να αξιοποιήσουμε πλήρως αυτά τα ανυπολόγιστης αξίας δεδομένα, που συλλέγονται στην καθημερινότητά μας (Real World Data), πρέπει να αξιοποιήσουμε την Τεχνητή Νοημοσύνη και τη Μηχανική Μάθηση (Machine Learning).

ΒΛΑΣΤΟΚΥΤΤΑΡΑ - Η ΝΕΑ ΕΠΟΧΗ ΤΗΣ ΙΑΤΡΙΚΗΣ ΕΡΕΥΝΑΣ

Νέες, συνδυασμένες μέθοδοι που χρησιμοποιούν επαγόμενα πολυδύναμα βλαστοκύτταρα (iPSC) έχουν τη δυνατότητα να θεραπεύσουν ασθένειες όπως ο καρκίνος, η νόσος του Πάρκινσον ή οι καρδιαγγειακές παθήσεις - πιο στοχευμένα και μακροπρόθεσμα, ακόμη και να αποτρέψουν την ανάπτυξη αυτών των ασθενειών.

Τα βλαστοκύτταρα είναι το βασικό στοιχείο του οργανισμού μας. Από αυτά σχηματίζονται όλα τα είδη ιστών, καθιστώντας τα ιδιαίτερα πολύτιμα. Σήμερα, έχουμε την τεχνογνωσία και δυνατότητα να επαναπρογραμματίσουμε ενήλικα βλαστοκύτταρα στην κατάσταση πολυδύναμων βλαστοκυττάρων (επαγόμενα πολυδύναμα βλαστοκύτταρα). Αυτά, με τη σειρά τους, μπορούν θεωρητικά να διαφοροποιηθούν σε οποιοδήποτε τύπο κυττάρου και, επομένως, σε οποιονδήποτε τύπο ιστού.

Τα iPSC χρησιμοποιούνται για τη δημιουργία κυττάρων οργάνων - νευρικών κυττάρων, μυοκαρδιακών ή ηπατικών κυττάρων - που νοσούν, δίνοντας έτσι τη δυνατότητα σε ασθένειες - από το Πάρκινσον ως τις καρδιαγγειακές παθήσεις, ακόμη και τον καρκίνο - να μπορούν να προσομοιωθούν στο εργαστήριο. Έτσι, στη συνέχεια, δίνεται η δυνατότητα στους ερευνητές να δοκιμάσουν νέες θεραπευτικές προσεγγίσεις και τις πιθανές επιπτώσεις τους στα iPSC νοσούντα κύτταρα.

Επιπλέον, οι προσεγγίσεις που βασίζονται σε βλαστοκύτταρα είναι πολλά υποσχόμενες στον τομέα της αναγεννητικής ιατρικής. Για παράδειγμα, τα iPSC θα μπορούσαν να διαφοροποιηθούν και να προσομοιάσουν τα φυσιολογικά κύτταρα σε ιστούς που παρουσιάζουν μη φυσιολογική λειτουργία (π.χ. ντοπαμινεργικοί νευρώνες στην περίπτωση της νόσου του Πάρκινσον). Αυτά τα κύτταρα μπορούν να μεταμοσχευθούν στον ασθενή και να βοηθήσουν στην αναχαίτιση της εξέλιξης της νόσου ή ακόμη και να οδηγήσουν σε θεραπεία.

ΙΑΤΡΙΚΗ ΑΚΡΙΒΕΙΑΣ

Η ιατρική ακριβείας λαμβάνει υπόψη τις διαφορές μεταξύ μεμονωμένων ασθενών και τις αξιοποιεί με στόχο να βρει το σωστό φάρμακο, τη σωστή στιγμή, για τον κατάλληλο ασθενή. Η εξέλιξη μίας νόσου διαφέρει από άτομο σε άτομο, όπως και η ανταπόκριση στις χορηγούμενες θεραπείες. Διαφορές μεταξύ των ανθρώπων – όπως τα γονίδια ή η ηλικία – επηρεάζουν όχι μόνο την εμφάνιση ασθενειών, αλλά και τον τρόπο με τον οποίο τα φάρμακα απορροφώνται και μεταβολίζονται στον οργανισμό.

Οι ερευνητές ελπίζουν ότι οι εξατομικευμένες θεραπείες θα είναι σε θέση να βελτιώσουν το ποσοστό ανταπόκρισης του ασθενούς σε μια επιλεγμένη θεραπεία, να μειώσουν τις παρενέργειες και (υπό ορισμένες συνθήκες) να συντομεύσουν την περίοδο θεραπείας – ανάλογα με τον τύπο της νόσου που εμπλέκεται.

ΦΑΡΜΑΚΟΓΕΝΕΤΙΚΗ

Η φαρμακογενετική είναι η επιστήμη που μελετά τη σχέση μεταξύ των γενετικών προδιαθέσεων ενός ατόμου και της ατομικής ανταπόκρισης του οργανισμού σε ένα φάρμακο. Θεωρείται εξαιρετικά σημαντικός τομέας για τη βελτίωση της φαρμακευτικής θεραπείας, καθώς λαμβάνει υπόψη τις γενετικές διαφορές στην απόκριση στα φάρμακα. Η γενετική προδιάθεση ενός ασθενούς παίζει ιδιαίτερο ρόλο στο πλαίσιο των βιοδεικτών. Οι ατομικές διαφορές στο γενετικό προφίλ ενός ανθρώπου μπορούν να επηρεάσουν πόσο αποτελεσματικό ή ανεκτό είναι ένα φάρμακο.

ΒΙΟΔΕΙΚΤΕΣ

Η αναζήτηση κατάλληλων βιοδεικτών είναι σημαντικός παράγοντας στην ανάπτυξη φαρμάκων, καθώς αυτοί οι δείκτες επιτρέπουν τον εντοπισμό και την ταξινόμηση παθολογικών διεργασιών και την παρακολούθηση της πορείας της θεραπείας.

Προκειμένου να καταστεί δυνατή η μέτρηση των υγιών και παθολογικών διεργασιών στο σώμα, οι επιστήμονες χρησιμοποιούν τους «βιοδείκτες» ως σημεία αναφοράς. Αυτές είναι μετρήσιμες παράμετροι που ανιχνεύονται είτε με φυσικές μεθόδους (π.χ. με μέτρηση της αρτηριακής πίεσης), είτε με τη χρήση μεθόδων βιοχημείας ή μοριακής βιολογίας (π.χ. για τη μέτρηση υδατανθράκων, ενζύμων ή μορίων υποδοχέα στο αίμα ή στον ιστό). Η μέτρηση βιοδεικτών παρέχει πολύτιμες πληροφορίες για ορισμένες μεταβολικές διεργασίες: όσο πιο συγκεκριμένα συνδέεται ένας βιοδείκτης με μια διαδικασία, τόσο πιο ακριβείς είναι οι πληροφορίες που μπορούν να εξαχθούν.

Οι βιοδείκτες βοηθούν στην παροχή πρώιμων ενδείξεων σχετικά με το πόσο πιθανό είναι να υπάρξουν ανεπιθύμητες ενέργειες ή πόσο υψηλός είναι ο κίνδυνος περαιτέρω εξέλιξης μιας νόσου σε μεμονωμένους ασθενείς. Επιπλέον, οι βιοδείκτες ανοίγουν την πόρτα στην εξατομικευμένη ιατρική ή ιατρική ακριβείας. Η ανίχνευση και η παρακολούθηση ενός ή περισσότερων βιοδεικτών επιτρέπει την εξατομικευμένη αξιολόγηση των προοπτικών επιτυχίας μιας θεραπείας για ένα συγκεκριμένο ασθενή.



ΑΓΡΟΔΙΑΤΡΟΦΗ: Διαμορφώνοντας το μέλλον της γεωργίας

Τα συστήματα τροφίμων σε όλο τον πλανήτη βρίσκονται - κατά κοινή ομολογία - υπό αυξανόμενη πίεση. Θα χρειαστούν περισσότερα τρόφιμα προκειμένου να τραφεί ένας αυξανόμενος πληθυσμός, καθώς ήδη σήμερα η πρόσβαση σε ασφαλή και θρεπτική τροφή παραμένει άνιση στον πλανήτη μας. Με την κλιματική αλλαγή να έχει σημαντική αρνητική επίδραση και στους παραγωγούς, τα εισοδήματα και η επιβίωσή τους κινδυνεύουν, επηρεάζοντας σημαντικά και την παγκόσμια αλυσίδα εφοδιασμού τροφίμων. Όλοι μαζί, αντιμετωπίζουμε την επείγουσα πρόκληση να δημιουργήσουμε γεωργικά συστήματα ανθεκτικά στις επιπτώσεις της κλιματικής αλλαγής ώστε οι παραγωγοί να διευθύνουν μια εμπορικά βιώσιμη επιχείρηση, προστατεύοντας και ανανεώνοντας τα φυσικά οικοσυστήματα του πλανήτη.

Κοιτώντας προς το μέλλον, είναι πειστική η ανάγκη να μετασχηματίσουμε ριζικά τα σημερινά γεωργικά συστήματα, εντάσσοντας πρακτικές οι οποίες θα συμπληρώσουν και θα διευρύνουν την ως τώρα προσέγγιση της αειφόρου γεωργίας, με στόχο πλέον να «παράγουμε περισσότερα με λιγότερα, ενώ αποκαθιστούμε περισσότερα».

Προχωράμε λοιπόν προς μία υπεύθυνη γεωργία που όχι μόνο θα διαχειρισθεί με περισσότερο ορθολογικό τρόπο τους διαθέσιμους σήμερα πόρους, αλλά θα αναγεννήσει και θα προσφέρει περισσότερους και καλύτερους πόρους στις επόμενες γενιές παραγωγών.

Παρακάτω, αναφέρονται τα πεδία, όπου η καινοτομία μπορεί να συμβάλει σημαντικά στη διαμόρφωση της γεωργίας του μέλλοντος.

ΨΗΦΙΑΚΗ ΓΕΩΡΓΙΑ - ΧΡΗΣΗ ΔΕΔΟΜΕΝΩΝ ΓΙΑ ΤΗΝ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΙΚΟΤΕΡΗ ΛΗΨΗ ΑΠΟΦΑΣΕΩΝ

Η επιστήμη των δεδομένων και τα καινοτόμα ψηφιακά εργαλεία ενδυναμώνουν τους αγρότες μέσω πρακτικών πληροφοριών.

Όλο τον χρόνο, κάθε εποχή, σε κάθε χώρα, σε όλο τον κόσμο, οι αγρότες συλλέγουν πλέον και αξιολογούν μεγάλες ποσότητες δεδομένων. Από τις ποικιλίες σπόρων που φυτεύτηκαν και τις εισροές, ως την επιτυχία των επιχειρησιακών πρακτικών, οι αγρότες βασίζονται όλο και περισσότερο στην επιστήμη των δεδομένων και την ψηφιακή τεχνολογία, ώστε να βελτιώσουν τον τρόπο που λειτουργούν, να ενισχύσουν την αποτελεσματικότητα της παραγωγής τους, αυξάνοντας την παραγωγικότητα και μειώνοντας το κόστος, και να μειώσουν τον αντίκτυπο της γεωργίας στο περιβάλλον.

Η ψηφιακή γεωργία δεν είναι το μέλλον της σύγχρονης γεωργίας, είναι το παρόν. Η επεξεργασία μεγάλου όγκου δεδομένων, μπορεί να οδηγήσει στην εφαρμογή των κατάλληλων φυτοπροστατευτικών προϊόντων, που θα εφαρμόζονται τη σωστή χρονική στιγμή και με το σωστό τρόπο, για την προώθηση της βιωσιμότητας και τη βελτιστοποίηση της παραγωγικότητας των χωραφιών.

Οι πλατφόρμες ψηφιακής γεωργίας επιτρέπουν στους παραγωγούς να αντλούν πληροφορίες για τις δραστηριότητές τους, συνδυάζοντας δεδομένα από τις φάρμες τους, με δεδομένα από δορυφόρους και άλλες πηγές. Από τις καιρικές συνθήκες και το περιβάλλον ως την ‘υγεία’ του εδάφους και των καλλιεργειών, αυτές οι πλατφόρμες προσφέρουν μια πλήρη εικόνα του τι ακριβώς συμβαίνει, ώστε οι αγρότες να μπορούν να αξιοποιούν με τον καλύτερο τρόπο τους πόρους τους.

Τα drones οδηγούν τη γεωργία σε «νέα ύψη», παρέχοντας στους παραγωγούς πολύτιμες νέες προοπτικές στις δραστηριότητές τους. Για μεγαλύτερη αποτελεσματικότητα, τα drones πρέπει να είναι εξοπλισμένα με ειδική τεχνολογία απεικόνισης που μπορεί να παρέχει ζωτικής σημασίας πληροφορίες για την ‘υγεία’ της καλλιέργειας. Οι πολυφασματικές κάμερες μπορούν να αποκαλύψουν πότε οι καλλιέργειες υφίστανται στρες, π.χ. από παράσιτα, ασθένειες ή ξηρασία, πριν να είναι ορατό το φαινόμενο με γυμνό μάτι, δίνοντας στους παραγωγούς το χρόνο να αντιδράσουν.

Το υγιές έδαφος είναι το θεμέλιο για εύρωστα φυτά. Γι’ αυτό οι αισθητήρες εδάφους είναι ένα ολοένα σημαντικότερο εργαλείο στο χωράφι. Η συγκεκριμένη τεχνολογία επιτρέπει στους παραγωγούς να παρακολουθούν με κάθε λεπτομέρεια τις συνθήκες του εδάφους, όπως είναι τα επίπεδα υγρασίας και θρεπτικών συστατικών, σε πραγματικό χρόνο. Έτσι, μπορούν να εξοικονομούν περισσότερο νερό και άλλους πόρους, γνωρίζοντας πού ακριβώς να εφαρμόσουν συγκεκριμένες εισροές.

Τα ψηφιακά εργαλεία, όπως τα Data Analytics & η Τεχνητή Νοημοσύνη, προάγουν τη γεωργία πέρα από τα χωράφια των αγροτών. Οι ανακαλύψεις στην Τεχνητή Νοημοσύνη επιταχύνουν το ρυθμό και την επιτυχία καινοτόμων μεθόδων στην αναπαραγωγή των φυτών, προβλέποντας με ακρίβεια τα γενετικά αποτελέσματα κατά τη διάρκεια των δοκιμών. Σε συνδυασμό με άλλες καινοτομίες, η Τεχνητή Νοημοσύνη μας βοηθά να προσφέρουμε ταχύτερα πιο βιώσιμες λύσεις. Ομοίως, ισχυρές πλατφόρμες ανάλυσης δεδομένων μεταμορφώνουν ολόκληρη την αλυσίδα αξίας στην παραγωγή τροφίμων.

ΣΠΟΡΟΙ & ΧΑΡΑΚΤΗΡΙΣΤΙΚΑ - ΔΙΝΟΝΤΑΣ ΤΗ ΔΥΝΑΤΟΤΗΤΑ ΣΤΟΥΣ ΑΓΡΟΤΕΣ ΝΑ ΠΑΡΑΓΟΥΝ ΠΕΡΙΣΣΟΤΕΡΑ ΜΕ ΛΙΓΟΤΕΡΟΥΣ ΠΟΡΟΥΣ

Οι σπόροι αποτελούν τα θεμέλια της γεωργίας και είναι η αρχή της παραγωγής των τροφίμων, των καυσίμων και των φυτικών ινών που απαιτούνται για τη συντήρηση του διαρκώς αυξανόμενου παγκόσμιου πληθυσμού. Μέσα από καινοτόμες μεθόδους βελτίωσης των φυτών, δημιουργούνται περισσότερες επιλογές για τους καταναλωτές, ενώ ταυτόχρονα προσφέρονται στους παραγωγούς τρόποι αντιμετώπισης των προκλήσεων που αντιμετωπίζουν καθημερινά στον αγρό.

Η βελτίωση των φυτών είναι η διαδικασία διασταύρωσης δύο φυτών για την παραγωγή νέων που συνδυάζουν τα καλύτερα χαρακτηριστικά των αρχικών.



Έτσι, μπορεί να βελτιωθεί μια ποικιλία σημαντικών χαρακτηριστικών, από ιδιότητες που απευθύνονται περισσότερο στον καταναλωτή, όπως το μέγεθος, η γεύση ή το χρώμα, έως χαρακτηριστικά που σχετίζονται με την απόδοση της καλλιέργειας, όπως η αντοχή στην ξηρασία και άλλα καιρικά φαινόμενα και η μειωμένη ανάγκη φυτοπροστασίας. Αξιοποιώντας τη γενετική ποικιλότητα, που υπάρχει φυσικά σε κάθε οικογένεια καλλιεργειών, οι επιστήμονες μπορούν να προσδιορίσουν ποια φυτά φέρουν τα χαρακτηριστικά που αναζητούν και να σχεδιάσουν νέες ποικιλίες οι οποίες θα τα ενσωματώνουν.

ΦΥΤΟΠΡΟΣΤΑΣΙΑ – ΔΙΑΣΦΑΛΙΣΗ ΥΨΗΛΗΣ ΑΠΟΔΟΣΗΣ ΜΕ ΤΑΥΤΟΧΡΟΝΗ ΠΡΟΣΤΑΣΙΑ ΤΟΥ ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝΤΟΣ

Τα ζιζάνια στερούν από τις καλλιέργειες το νερό, το ηλιακό φως και τα θρεπτικά συστατικά, ενώ τα επιβλαβή έντομα και οι ασθένειες μπορούν να τις καταστρέψουν, απειλώντας την παραγωγή τροφίμων.

Οι παραγωγοί βασίζονταν πάντα σε μια σειρά από εργαλεία, για να καταπολεμήσουν αυτές τις απειλές που αντιπροσωπεύουν ως και το 30% της παγκόσμιας ετήσιας απώλειας καλλιεργειών. Χωρίς τη χρήση αξιόπιστων λύσεων φυτοπροστασίας, αυτές οι απώλειες θα μπορούσαν να ήταν πολύ μεγαλύτερες, απειλώντας τη σταθερότητα του παγκόσμιου συστήματος εφοδιασμού με τρόφιμα.

Δεν υπάρχει μια και μοναδική προσέγγιση για τη φυτοπροστασία. Οι αγρότες χρησιμοποιούν σήμερα μια ποικιλία εργαλείων για να προστατεύουν τις

καλλιέργειές τους, περιλαμβανομένων προϊόντων αιχμής που βασίζονται στη Χημεία, αλλά και βιολογικών προϊόντων, προηγμένους σπόρους και χαρακτηριστικά, ανάλυση δεδομένων και τεχνολογίες εφαρμογής ακριβείας. Αν και αυτά τα εργαλεία είναι ισχυρά από μόνα τους, ενισχύονται ακόμα περισσότερο όταν συνδυάζονται με τρόπους που ανταποκρίνονται στις ειδικές ανάγκες και περιστάσεις των παραγωγών. Αυτή η προσέγγιση των προσαρμοσμένων λύσεων μπορεί να βελτιώσει την παραγωγικότητα και, παράλληλα, να ελαχιστοποιήσει τις περιβαλλοντικές επιπτώσεις της γεωργίας.

Τα χημικά φυτοπροστατευτικά – ζιζανιοκτόνα, μυκητοκτόνα και εντομοκτόνα – έχουν βασικό ρόλο σε αυτήν την προσέγγιση και καλύπτουν τη μεγάλη ανάγκη των αγροτών για αποτελεσματικά εργαλεία, τα οποία θα τους βοηθήσουν να καταπολεμήσουν τις απειλές στις καλλιέργειές τους και να μεγιστοποιήσουν την παραγωγικότητα, μειώνοντας ταυτόχρονα το περιβαλλοντικό τους αποτύπωμα.

Μία νεότερη τάση είναι η ανάπτυξη φυτοπροστατευτικών προϊόντων βιολογικής προέλευσης. Αυτό περιλαμβάνει νέα είδη λύσεων βιοπροστασίας και βιοδιεγερτικών που προέρχονται από τη φύση, όπως προϊόντα φερομόνης, φυτικά εκχυλίσματα, και μικροοργανισμοί. Αυτά τα προϊόντα προσφέρουν νέες λύσεις, όπως η χρήση μικροοργανισμών που δεσμεύουν το άζωτο στο καλαμπόκι, το σιτάρι ή το ρύζι – καλλιέργειες επισιτιστικής ασφάλειας που, επί του παρόντος δεν δεσμεύουν άζωτο από τον αέρα, αλλά μια μέρα θα μπορούσαν.

ΠΡΩΘΩΣΗ ΤΗΣ ΓΕΩΡΓΙΑΣ ΓΙΑ ΤΗΝ ΑΝΤΙΜΕΤΩΠΙΣΗ ΤΗΣ ΚΛΙΜΑΤΙΚΗΣ ΑΛΛΑΓΗΣ

Η κλιματική αλλαγή είναι μια μεγάλη πρόκληση, αλλά επίσης και μια ευκαιρία να ξανασκεφτούμε τι μπορούμε να επιτύχουμε μέσω της γεωργίας. Εκτός από την ανάπτυξη νέων λύσεων, για τη μείωση των επιπτώσεων της γεωργίας στο περιβάλλον, πρέπει να διερευνήσουμε επίσης πώς αυτή μπορεί να γίνει μέρος της λύσης.

Με πρωτοποριακές λύσεις, που βοηθούν στη μείωση του αποτυπώματος άνθρακα από τη γεωργία, οι εκμεταλλεύσεις σε όλο τον κόσμο έχουν τεράστιο θετικό αντίκτυπο στην καταπολέμηση της κλιματικής αλλαγής.

Ενώ η κλιματική αλλαγή μας επηρεάζει όλους, οι αγρότες βιώνουν περισσότερο τον αντίκτυπο των ολοένα και πιο ακραίων καιρικών συνθηκών, όπως η ξηρασία, η έντονη ζέστη, οι πλημμύρες ή άλλες μεταβαλλόμενες κλιματικές τάσεις. Όλες μαζί, οι διάφορες προκλήσεις καθιστούν δυσκολότερο για τους αγρότες να καλλιεργήσουν τις καλλιέργειές τους, να εξασφαλίσουν τα προς το ζην και να υποστηρίξουν το παγκόσμιο σύστημα τροφίμων, στο οποίο όλοι βασιζόμαστε.

Είναι επιτακτική, λοιπόν, η ανάγκη να αναπτυχθούν ολοκληρωμένες λύσεις για τη γεωργία, οι οποίες:

- Μειώνουν σημαντικά την ποσότητα αερίων του θερμοκηπίου που εκπέμπουν οι δραστηριότητές τους, ενώ παράλληλα απομακρύνουν τον άνθρακα από την ατμόσφαιρα.

- Βελτιώνουν τη φυσική ικανότητα του εδάφους να αποθηκεύει άνθρακα, θρεπτικά συστατικά και νερό, για βελτιωμένη απόδοση των καλλιεργειών.
- Προσφέρουν επάρκεια τροφής με τη χρήση λιγότερης γης, προσφέροντας τη δυνατότητα μείωσης του αριθμού των στρεμμάτων που απαιτούνται για τη διατροφή ενός αυξανόμενου πληθυσμού, μειώνοντας την αποψίλωση των δασών ή την αποξήρανση υγροτόπων, γεγονός που μειώνει την ικανότητα του φυσικού οικοσυστήματος να απορροφά και να αποθηκεύει άνθρακα.
- Μειώνουν ριζικά την ανάγκη για τεχνητά λιπάσματα, εξέλιξη που αποτελεί σημαντικό βήμα προς ένα μέλλον με καθαρές μηδενικές εκπομπές άνθρακα στη γεωργία.
- Διασφαλίζουν υψηλή απόδοση σε καλλιέργειες μεγάλης σημασίας, όπως το ρύζι και τα σιτηρά, ανεξάρτητα από ακραίες καιρικές συνθήκες, όπως πλημμύρες ή ξηρασία.

Στη Bayer, έχοντας αναλύσει αυτές τις τάσεις, στοχεύουμε στη θεμελίωση ενός οικοσυστήματος, όπου η Πολιτεία, οι πανεπιστημιακοί, οι ερευνητές, οι νεοφυείς επιχειρήσεις, καθώς και οι ώριμες εταιρείες της βιομηχανίας εργάζονται από κοινού, με στόχο τη δημιουργία λύσεων οι οποίες διασφαλίζουν την «υγεία» της κοινωνίας, της οικονομίας και του πλανήτη.





PRACTICES THAT INSPIRE

ΜΙΧΑΛΗΣ ΛΕΜΠΙΔΑΚΗΣ

ΔΙΕΥΘΥΝΩΝ ΣΥΜΒΟΥΛΟΣ
ΠΛΑΣΤΙΚΑ ΚΡΗΤΗΣ ΑΒΕΕ



ΑΝΔΡΕΑΣ ΜΠΕΚΙΟΣ

ΔΙΕΥΘΥΝΩΝ ΣΥΜΒΟΥΛΟΣ
MEMORANDUM



ΑΛΕΞΑΝΔΡΟΣ ΤΣΟΥΚΑΛΗΣ

MANAGING DIRECTOR AND CTO
MICREL MEDICAL DEVICES

Μιχάλης Λεμπιδάκης

ΔΙΕΥΘΥΝΩΝ ΣΥΜΒΟΥΛΟΣ
ΠΛΑΣΤΙΚΑ ΚΡΗΤΗΣ ΑΒΕΕ

Για να μπορέσει μια επιχείρηση να επιτύχει σε μια παγκοσμιοποιημένη οικονομία, κλειδί είναι να εξασφαλίσει ανταγωνιστικό πλεονέκτημα - είτε μέσω χαμηλότερου κόστους από τους διεθνείς ανταγωνιστές είτε μέσα από διαφοροποίηση.

Σε μια χώρα όπως η Ελλάδα, που το μέγεθός της δε μπορεί εύκολα να εξασφαλίσει οικονομίες κλίμακας, που δεν έχει φθηνές πρώτες ύλες, που έχει υψηλό μεταφορικό κόστος προς τις μεγάλες αγορές, η ΚΑΙΝΟΤΟΜΙΑ, δηλ. η ανάπτυξη και παραγωγή εξειδικευμένων προϊόντων και υπηρεσιών που προσφέρουν πλεονεκτήματα στους πελάτες είναι ΜΟΝΟΔΡΟΜΟΣ για την επιτυχία.

Παρόλο που θα ήταν ευχής έργον να υπάρχουν πολλές start-ups, πολλές καλές ιδέες από νέους επιχειρηματίες, η αλήθεια είναι πως οι πόροι που απαιτούνται για να μετατραπεί μια ιδέα σε διεθνώς εμπορεύσιμο προϊόν είναι συνήθως τόσο πολλοί, που είναι δύσκολο να βρεθούν από μικρές επιχειρήσεις. Γι' αυτό και, κατά τη γνώμη μου, το μεγαλύτερο βάρος αν θέλουμε να έχουμε ταχεία ανάπτυξη, πέφτει στις μεγάλες ελληνικές επιχειρήσεις να δώσουν έμφαση στην έρευνα και να δημιουργήσουν εσωτερικά το περιβάλλον που θα τους επιτρέπει να παράγουν καινοτόμα προϊόντα και υπηρεσίες.

Αλλά από που πρέπει να προέρχονται οι καινούργιες ιδέες που οδηγούν στην καινοτομία; Από την έρευνα της αγοράς και τη διερεύνηση των αναγκών του καταναλωτή; Ή, όπως λέει ο Steve Jobs, οι μεγάλες καινοτομίες δεν μπορεί να προέλθουν από τη γνώση των επιθυμιών του πελάτη, γιατί πραγματική καινοτομία είναι κάτι που ο πελάτης δε μπορεί ούτε να φανταστεί κι επομένως πρέπει εσύ σαν παράγωγος να το οραματισθείς, να το υλοποιήσεις και να δημιουργήσεις στον πελάτη την ανάγκη γι' αυτό;

Η αλήθεια, νομίζω πως είναι κάπου στη μέση: Ένας οργανισμός για να καινοτομεί, να πρωτοπορεί, να αλλάζει τα δεδομένα στην αγορά, πρέπει και να μπορεί να παίρνει τα μηνύματα της αγοράς προβλέποντας τις μελλοντικές απαιτήσεις των πελατών, αλλά και εσωτερικά, να έχει τους ανθρώπους και τον τρόπο να σκέφτεται Out Of The Box ώστε να δημιουργεί χρήσιμες λύσεις που ακόμα και οι ίδιοι οι πελάτες δεν μπορούν να φανταστούν.

Στις πιο πολλές επιχειρήσεις στην Ελλάδα η καινοτομία προέρχεται βασικά από ιδέες του ίδιου του επιχειρηματία. Σε κάποιες πιο οργανωμένες πηγάζει και μέσα από το τμήμα Έρευνας-Ανάπτυξης. Αυτό δεν είναι αρκετό. Φυσικά, δε μπορεί σε μια εταιρεία να είναι όλοι εφευρέτες. Όμως η μεγάλη επιτυχία είναι να στήσει κάποιος έναν οργανισμό που οι ιδέες και η καινοτομία να προέρχονται από όλα τα επίπεδα και να διαχέονται σε όλα τα επίπεδα.



Είναι άλλωστε σπάνιο να συγκεντρώνει ο ίδιος άνθρωπος το ελεύθερο πνεύμα, τη φαντασία και δημιουργικότητα που χρειάζεται η παραγωγή ιδεών και ταυτόχρονα την οργανωτικότητα και συστηματικότητα να τα μετατρέψει σε προϊόν. Μια επιτυχημένη ομάδα πρέπει να έχει και τους μεν και τους δε - αλλά κι ένα μοντέλο management που θα τους επιτρέπει να συνεργάζονται στενά κι αποτελεσματικά για την επίτευξη του στόχου.

Όλα ξεκινάνε από την κουλτούρα μέσα στην επιχείρηση. Πρέπει να είναι όλος ο οργανισμός προσανατολισμένος στο να δέχεται, να υιοθετεί, να υποστηρίζει καινούργια πράγματα, να πειραματίζεται, να αποδέχεται τις αναπόφευκτες αποτυχίες μαθαίνοντας από αυτές, να επιζητά τη συνεχή βελτίωση, να μη μένει ποτέ αδρανής. Να μη μένει ποτέ αδρανής γιατί ένα χαρακτηριστικό της εποχής μας είναι η γρήγορη διάδοση της γνώσης, η γρήγορη αντιγραφή, οπότε ο οργανισμός πρέπει να είναι σε συνεχή εγρήγορση κι επαγρύπνηση - και να είναι σε θέση συνέχεια να βελτιώνει αυτό που προσφέρει, συνέχεια να αναζητά το επόμενο βήμα.

Να έχει τους μηχανισμούς η κάθε νέα ανάπτυξη να τεστάρεται γρήγορα και να έρχεται γρήγορα στην αγορά. Ναι, η καινοτομία έχει τα ρίσκα της. Συχνά βρισκόμαστε στο δίλημμα: Έχουμε την ιδέα, έχουμε μια πρώτη έκδοση του προϊόντος αλλά δεν είμαστε 100% σίγουροι. Το βάζουμε στην αγορά ή περιμένουμε την πλήρη επιβεβαίωση μέσα από πολύχρονα πειράματα σε ελεγχόμενες συνθήκες; Η εμπειρία μου δείχνει ότι πολλές φορές, αν δεν υπάρχουν θέματα υγιεινής και ασφάλειας, πρέπει να πάρουμε το ρίσκο - έστω σε περιορισμένη κλίμακα, έστω σε 1

μόνο αγορά που θα επιλέξουμε - να μπούμε γρήγορα και να δοκιμαστεί το προϊόν στην πράξη, έστω με το ρίσκο της αποτυχίας και τη συνεπακόλουθη ζημιά, την οποία όμως πρέπει να έχουμε μετρήσει και να είμαστε σε θέση οικονομικά κι εμπορικά να την αντέξουμε.

Η ταχύτητα που θα μπούμε στην αγορά, για να είμαστε πρώτοι και να κερδίσουμε το σχετικό πλεονέκτημα, είναι πολύ σημαντικός παράγοντας επιτυχίας. Και μετά η ταχύτητα με την οποία θα φέρουμε την ακόμα πιο βελτιωμένη έκδοση και πάει λέγοντας. Ο δρόμος αυτός είναι όμορφος, έχει συνεχείς προκλήσεις και δεν έχει τέλος.

Η διαφοροποίηση απαιτεί γνώση και η γνώση αυτή υπάρχει στα πανεπιστήμια και τα ερευνητικά ιδρύματα. Υπάρχουν εργαλεία που παρέχουν κίνητρα για συνεργασίες βιομηχανίας-πανεπιστημίων και είναι στο χέρι μας να τα αξιοποιήσουμε. Αυτό που σαν βιομηχανία ζητάμε από τους πανεπιστημιακούς ερευνητές είναι να έχουν το ίδιο πάθος με εμάς στο να βγει τελικά ένα διεθνώς ανταγωνιστικό προϊόν.

Μεγάλο πλεονέκτημα της χώρας μας είναι η ύπαρξη πολλών νέων με υψηλή μόρφωση που συνδυάζεται με εφευρετικότητα, κάτι που δύσκολα βρίσκεις σε άλλες χώρες. Πού πάσχουμε; Στην ικανότητα ομαδικής εργασίας και στην αποτελεσματικότητα, δηλ. να τελειώσουμε κάτι που ξεκινάμε στη βάση ενός προγράμματος.

Εκεί είναι το μυστικό. Σαν επιχειρηματίες, σαν management, να δώσουμε στην ομάδα ένα όραμα και να εξασφαλίσουμε την κατάλληλη οργάνωση και καθοδήγηση.

Πολλοί από τους νέους μας έχουν φύγει στο εξωτερικό. Πρέπει να βρούμε τρόπους να τους προσελκύσουμε πίσω στη δική μας βιομηχανία. Μα πώς να γίνει αυτό όταν ο ικανός νέος επιστήμονας στις ΗΠΑ αμείβεται με πάνω από 100 χιλ. \$ το χρόνο, στη δυτική Ευρώπη με 40-50 χιλ. € κι εδώ ίσως 20-25 χιλ. από τα οποία μεγάλο μέρος είναι φόροι και εισφορές;

Χρειαζόμαστε νέα μοντέλα αμοιβής που να μας επιτρέπουν να κρατάμε τα ταλέντα δίδοντάς τους συνεχώς νέες προκλήσεις και ευκαιρίες μέσα στον οργανισμό μας και να προσελκύσουμε πίσω όσους έφυγαν στο εξωτερικό και μπορούν να γυρίσουν με εμπειρίες και όρεξη για να μεταλαμπαδεύσουν φρέσκες γνώσεις και ιδέες. Αυτό που προτείνω είναι να επιτραπεί στις επιχειρήσεις να μοιράζουν στους εργαζόμενους και ιδιαίτερα τους επιστήμονες και τα στελέχη που παράγουν την προστιθέμενη αξία ένα ποσοστό επί των κερδών τους και αυτό το επιπλέον ποσό να φορολογείται με τον ίδιο τρόπο όπως τα μερίσματα στους μετόχους και να απαλλάσσεται από ασφαλιστικές εισφορές. Να μας δοθεί η ευκαιρία να επιστρέψουμε μέρος από τα κέρδη στους ικανούς εργαζόμενους χωρίς να φεύγει το 70% σε φόρους και εισφορές.

Με τον τρόπο αυτό θα σπάσουμε τον κύκλο της μιζέριας, δημιουργώντας έναν κύκλο αξίας, όπου ικανά στελέχη παράγουν αξία για τον πελάτη, φέρνοντας κέρδος στην επιχείρηση και μέρος του κέρδους αυτού επιστρέφει κι ανταμείβει τον εργαζόμενο δίδοντάς του κίνητρο για συνεχή βελτίωση.

Ένα περαιτέρω εμπόδιο στο να δίδουν τα στελέχη και όλοι οι εργαζόμενοι αυτό που μπορούν για την ανάπτυξη των επιχειρήσεων και του τόπου, προάγοντας

ταυτόχρονα τη δική τους εξέλιξη, είναι οι ανελαστικές κι αναχρονιστικές ρυθμίσεις στα εργασιακά. Αν νομίζουμε ότι με το 8ωρο και 30 υπερωρίες που επιτρέπονται το 6μηνο μπορεί να είναι αποδοτικό ένα στέλεχος, ένας επιστήμονας, είμαστε γελασμένοι.

Αν κάποιος θέλει, με τη δική του ελεύθερη βούληση, να δουλέψει 50 ή 60 ώρες την εβδομάδα για να επιτύχει ένα στόχο, δε μπορεί να παρεμποδίζεται για να μην υποπέσει η επιχείρηση σε εργατικό παράπτωμα. Άλλωστε, οι νόμοι θα πρέπει να εξασφαλίζουν πρώτα απ’ όλα το δικαίωμα στην εργασία και όχι να το αποστερούν.

Στα Πλαστικά Κρήτης η Καινοτομία είναι η καρδιά της ύπαρξής μας. Ενθαρρύνεται σε όλες τις εκφάνσεις της δραστηριότητάς μας, με στόχο να δημιουργούμε αξία για τους πελάτες μας. Δίδεται μεγάλη έμφαση όχι μόνο στην Έρευνα & Ανάπτυξη προϊόντων αλλά και στην ανάπτυξη πρωτότυπων τεχνολογιών από το τμήμα Engineering. Από το 2017 δημιουργήσαμε ένα τμήμα που το λέμε DR, Disruptive Research, με επιστήμονες που χωρίς άγχος για την καθημερινότητα ασχολούνται με αναπτύξεις που με ορίζοντα 3-5 χρόνων μπορούν να ανατρέψουν τα δεδομένα στην αγορά που στοχεύουμε. Έχοντας συμπληρώσει 50 χρόνια, γνωρίζουμε πως η καινοτομία και η διαφοροποίηση είναι ο μόνος δρόμος για να συνεχίσουμε να υπάρχουμε.



Ανδρέας Μπέκιος

ΔΙΕΥΘΥΝΩΝ ΣΥΜΒΟΥΛΟΣ
MEMORANDUM

Η Memorandum αποτελεί ίσως ένα από τα πιο χαρακτηριστικά παραδείγματα του κινήματος της νεοφυούς επιχειρηματικότητας στην Ελλάδα, αντανακλώντας τις προοπτικές που κρύβει το ελληνικό επιχειρείν. Ξεκίνησε ως μία startup τεχνολογίας και μέσα σε λίγους μήνες αναδείχθηκε ως ένας εκ των κορυφαίων διαμορφωτών και παρόχων καινοτόμων λύσεων ασφάλειας στον κυβερνοχώρο εξαιρετικά στοχευμένων και προσωποποιημένων σε κάθε πελάτη-πρόκληση ξεχωριστά.

Η Memorandum είναι μια εταιρεία που σχεδιάζει, δημιουργεί και αναπτύσσει προηγμένες λύσεις τεχνολογίας γύρω από την Κυβερνοασφάλεια και την τεχνητή νοημοσύνη (AI). Η υψηλή εξειδίκευση, το ταλέντο και η εμπειρία της ομάδας μας αποτελεί κινητήριο δύναμη για να παρέχουμε κορυφαίες υπηρεσίες στους πελάτες μας σε κάθε κλάδο δραστηριοποίησης, συμβάλλοντας στην επιτυχία τους με μετρήσιμα αποτελέσματα, ανεξάρτητα από την πολυπλοκότητα ή την απλότητα κάθε έργου.

Μέσα από τη δημιουργία και την ανάπτυξη προηγμένων λογισμικών, ικανών να προσαρμόζονται απόλυτα στις ανάγκες και τους στόχους κάθε πελάτη, εστιάζουμε στη διαρκή εξέλιξη και ενίσχυση των προϊόντων-υπηρεσιών μας ώστε να αξιοποιούμε πλήρως τα νέα δεδομένα που φέρνουν με ραγδαίο τρόπο οι αναδυόμενες τεχνολογίες στο πεδίο της τεχνητής

νοημοσύνης και της κυβερνοασφάλειας ενόψει ενός πολυσύνθετου πλέγματος προκλήσεων, κρίσεων και ευκαιριών.

Μία από τις πιο προηγμένες υπηρεσίες που παρέχει η εταιρεία μας είναι το Adversary Simulation, η πιο ολοκληρωμένη λύση για την ασφάλεια των συστημάτων μιας επιχείρησης, καθώς η ομάδα μας έχει τη δυνατότητα να χρησιμοποιήσει όλες εκείνες τις μεθόδους που θα χρησιμοποιούσε ένας κακόβουλος χάκερ, για να αναγνωρίσει και να αξιοποιήσει όλα τα πιθανά τρωτά σημεία στην υποδομή του πελάτη. Μία κατοχυρωμένη ευρεσιτεχνία πιστοποιημένη ως καινοτόμος από το Elevate Greece είναι το DARK ANGEL, ένα πολύ ισχυρό εργαλείο προστασίας που δημιουργήθηκε για τη συλλογή, την ανάλυση και την αξιολόγηση δεδομένων από πολλαπλές πηγές του Dark Web. Τέλος το Incident Response (IR), η υπηρεσία που στοχεύει στην άμεση διαχείριση έκτακτων περιστατικών κακόβουλων επιθέσεων, έχει σχεδιαστεί για να προσαρμόζεται στο διαρκώς μεταβαλλόμενο τοπίο στον κυβερνοχώρο, έτσι ώστε επιχειρήσεις και οργανισμοί να μπορούν να ανταποκρίνονται άμεσα και αποτελεσματικά σε οποιασδήποτε απρόβλεπτη κυβερνο-απειλή.

Η εταιρεία ιδρύθηκε το Σεπτέμβριο του 2020, σε μια ομολογουμένως δύσκολη αλλά γεμάτη προοπτικές για την ελληνική οικονομία περίοδο έχοντας να αντιμετωπίσει τις συνέπειες της πολυετούς οικονομικής κρίσης και της παγκόσμιας πανδημίας, αλλά και προσβλέποντας με τόλμη και δημιουργικότητα στο νέο πρόσωπο της ελληνικής οικονομίας και στον ευρύτερο μετασχηματισμό του αναπτυξιακού μας μοντέλου.

Ωστόσο, η Memorandum ακολούθησε με προσήλωση όλα εκείνα τα απαιτούμενα βήματα που χρειαζόταν προκειμένου να πιστοποιηθεί και να εξελιχθεί. Στις 16 Οκτωβρίου 2021 εγγράφηκε στο Elevate Greece, τον οργανισμό που θωρακίζει και αναδεικνύει ένα ισχυρό οικοσύστημα καινοτομίας, από όπου και έλαβε την επίσημη πιστοποίηση από την αρμόδια αρχή του Υπουργείου Ανάπτυξης και Επενδύσεων και τη Γενική Γραμματεία Έρευνας και Καινοτομίας (ΓΓΕΚ). Μέσα σε ένα πολύ μικρό χρονικό διάστημα και επενδύοντας ουσιαστικά σε κάτι εξαιρετικά καινοτόμο όπως είναι η τεχνητή νοημοσύνη και η κυβερνοασφάλεια, η εταιρεία μας κατάφερε να κάνει μεγάλα άλματα στον επιχειρηματικό χώρο, κερδίζοντας την εμπιστοσύνη κορυφαίων δημόσιων και ιδιωτικών οργανισμών από διάφορους κλάδους με σύνθετες ανάγκες και μηδενικό περιθώριο αστοχίας.

Ξεκινώντας ως μια νεοφυής επιχείρηση καθαρά προσηλωμένη στο κομμάτι του Cybersecurity είχαμε την ευκαιρία να σχεδιάσουμε καινοτόμες λύσεις-υπηρεσίες για επιχειρήσεις, βιομηχανίες, εκπαιδευτικά ιδρύματα και παρόχους υπηρεσιών υγείας. Ωστόσο, ένα από τα σημαντικότερα επιτεύγματα της Memorandum αποτελεί μέχρι σήμερα η συνεργασία με σημαντικούς φορείς της Ελληνικής Κυβέρνησης και της Δημόσιας Διοίκησης αναφορικά με την ασφάλειά τους στον κυβερνοχώρο.

Σήμερα, όπου ο σκληρός ανταγωνισμός, οι διαρκώς αναδυόμενες νέες πολυεπίπεδες προκλήσεις και η περιορισμένη χρηματοδότηση καθιστά το επιχειρηματικό εγχείρημα ένα ταξίδι σε αχαρτογράφητα και εξαιρετικά τρικυμώδη νερά, είναι απίστευτα δύσκολο για μια νεοφυή εταιρεία να βρει ανοιχτό το δρόμο για να κινηθεί με

γρήγορους ρυθμούς και ανταγωνιστικότητα ανάμεσα σε εκατοντάδες εμπόδια, παθογένειες και παρωχημένες αντιλήψεις.

Επενδύοντας στη σκληρή δουλειά, την ευελιξία και την εμπιστοσύνη σε νέα μυαλά, δεξιότητες και τρόπους σκέψης και δράσης, στη Memorandum καταφέραμε μέσα σε τρία χρόνια, να κερδίσουμε την εμπιστοσύνη της αγοράς και να ανοίξουμε με επιτυχία τα φτερά μας σε διεθνείς αγορές στην Ευρώπη και την Λατινική Αμερική, σχεδιάζοντας και προσφέροντάς καινοτόμες λύσεις που θωρακίζουν και απελευθερώνουν το αναπτυξιακό δυναμικό των πελατών μας. Κοιτώντας όμως πίσω σε αυτά τα τρία χρόνια, θεωρούμε ότι η μεγαλύτερη επιτυχία μας είναι ο ρυθμός αύξησης του προσωπικού μας και ο ακόμα μεγαλύτερος αριθμός νέων που θέλουν να ενταχθούν στην ομάδα μας.

Το σύγχρονο επιχειρηματικό περιβάλλον παρατηρείται ότι διαφέρει ριζικά από εκείνο του παρελθόντος, καθιστώντας την καινοτομία πιο σημαντική από ποτέ. Με τη ραγδαία εξέλιξη της τεχνολογίας η καινοτομία αποτελεί απαραίτητο στοιχείο της επιχειρηματικότητας οδηγώντας σε ανταγωνιστικές επιχειρηματικές πρωτοβουλίες όχι μόνο από νεοφυείς, αλλά και από υφιστάμενες επιχειρήσεις που αποφασίζουν να εκσυγχρονιστούν αξιοποιώντας τις νέες τεχνολογίες, αλλά και κάθε είδους διαθέσιμη γνώση και εμπειρία.



Αλέξανδρος Τσουκαλής

MANAGING DIRECTOR AND CTO
MICREL MEDICAL DEVICES

Η εταιρεία Micrel Ιατρικά Μηχανήματα είναι μια μεσαία βιοτεχνική επιχείρηση που σχεδιάζει και κατασκευάζει στην Ελλάδα φορητές αντλίες εγχύσεως φαρμάκων που χρησιμοποιούνται από τους ασθενείς στο Νοσοκομείο αλλά και στο σπίτι για καταπολέμηση του πόνου μετεγχειρητικά ή σε καρκίνους, παρεντερική –ενδοφλέβια διατροφή (προβλήματα στο πεπτικό σύστημα), Μεσογειακή Αναιμία, κ.α. Η εταιρεία είναι κυρίως εξαγωγική και ανταγωνίζεται πολυεθνικές με επιτυχία και είναι Νο 1 σε πωλήσεις στην Γαλλία και Νο 2 στην Αγγλία.

Η εταιρεία για να διακριθεί στο πολύ ανταγωνιστικό περιβάλλον των μεγάλων αγορών της Δύσης έχει αναπτύξει σειρά από καινοτομίες τις οποίες κατοχυρώνει με Ευρωπαϊκές και Αμερικανικές ευρεσιτεχνίες. Η αγορά ρυθμίζεται από πολύ αυστηρές προδιαγραφές λόγω του ότι ένα σφάλμα λειτουργίας μπορεί να προκαλέσει ακόμη και θάνατο και προστατεύεται με ευρεσιτεχνίες από τις πολυεθνικές της αγοράς. Είναι δύσκολο να βρεις ανοιχτό χώρο να κινηθείς εμπορικά ανάμεσα σε εκατοντάδες ευρεσιτεχνίες και επιτυχώς να ανταγωνιστείς.

Το 2001 η Micrel κατέθεσε την πρώτη Παγκοσμίως ευρεσιτεχνία για Internet of Things στην Ιατρική, όπου οι αντλίες της συνδεόντουσαν στο Cloud και είχαν SIM κάρτα για να παρακολουθούνται εξ αποστάσεως από το Ιατρικό προσωπικό.

Το 2003 εμφανίστηκε στην αγορά η μεταφορά ψηφιακών δεδομένων πάνω σε GSM δηλαδή το GPRS και τον Νοέμβριο η εταιρεία παρουσίασε το σύστημα αντλία-server σε λειτουργία σε μεγάλη έκθεση Ιατρικών στη Γερμανία. Με άλλες δύο ευρεσιτεχνίες η εταιρεία προστάτευσε την αναφορά προβλημάτων θεραπείας μέσω ερωτήσεων/απαντήσεων των ασθενών για προβλήματα που δεν μπορούν να μετρηθούν με συσκευές όπως διάρροια, εμετός, επίπεδο πόνου, κλπ.

Κερδίσαμε μεγάλη αγορά στην Αγγλία γιατί στο Πανεπιστήμιο του Κέμπριτζ βρήκαν ότι με τις αντλίες μας μπορούσαν να δουν ότι εμφυτευμένος καθετήρας κόντευε να βουλώσει και αποφύγανε το χειρουργείο, κατοχυρωμένο με ευρεσιτεχνία μας για αλγόριθμο επεξεργασίας δεδομένων πίεσης στη γραμμή έγχυσης.

Λόγω των καινοτομιών μας οι πελάτες είναι πολύ ικανοποιημένοι και αυτό το γνωρίζουν οι οργανώσεις των ασθενών. Πουλάμε αρκετά ακριβότερα από κάθε άλλον ανταγωνιστή και μια εταιρεία κατ' οίκον νοσηλείας στην Αγγλία προσπάθησε να αλλάξει τις αντλίες μας με άλλες φθηνότερες που της αφήναν μεγαλύτερο περιθώριο κέρδους. Οι οργανώσεις πήγαν στο Υπουργείο το οποίο απέτρεψε την αλλαγή και κράτησε ευχαριστημένους τους ασθενείς μας. Είναι ωραίο να βλέπεις μεγάλες εταιρείες να προσπαθούν να σε ανταγωνιστούν με χαμηλή τιμή, αυτό είναι το πλεονέκτημα της καινοτομίας που κατοχυρώνεται και δεν αντιγράφεται. Επειδή η αγορά μας των φορητών αντλιών είναι σχετικά μικρή, προσπαθούμε να μπούμε στην κλασσική μεγάλη αγορά των Νοσοκομειακών αντλιών.

Σχεδιάσαμε γι' αυτό ένα μηχανισμό έγχυσης που σε δύο ευρεσιτεχνίες αλλάζει τα πάντα στον περιστροφικό περισταλτικό μηχανισμό (είδος αντλίας) που είναι τεχνολογία 2 αιώνων που δεν ήταν κατάλληλος για ιατρικές αντλίες. Με αυτόν καταφέρνουμε να κάνουμε μια πολύ μικρή αντλία με τεράστια αυτονομία και καλύτερες προδιαγραφές και ακρίβεια έγχυσης από τις αντλίες του ανταγωνισμού. Οι αντλίες αυτές βρίσκονται σε στάδιο ανάπτυξης και η έρευνα αγοράς που κάναμε με επαγγελματίες του χώρου έδειξε ότι θα είναι πολύ επιτυχής παρότι δεν θα μοιάζει με καμία άλλη αντλία της αγοράς.

Μετά το κατόρθωμα αυτό δε μείναμε με σταυρωμένα χέρια, αλλά κατοχυρώσαμε τον πρώτο στον κόσμο τρόπο να μην γίνονται ανθρώπινα λάθη στην έγχυση φαρμάκων, λάθη που στοιχίζουν την ζωή χιλιάδων ατόμων στον κόσμο κάθε χρόνο. Το προστατεύσαμε με 3 ευρεσιτεχνίες. Οι Key Opinion Leaders του advisory board της εταιρείας μας διαβεβαίωσαν ότι πραγματικά αλλάζουμε τον κόσμο με αυτές τις καινοτομίες και θα έχουμε μεγάλη επιτυχία.

Η καινοτομία χρειάζεται μεγάλη επαφή με την αγορά και τα προβλήματά της και πολύ, πάρα πολύ δουλειά στη χαρτογράφηση των προβλημάτων και των πιθανών λύσεων, στοιχίζει 10 φορές περισσότερο σε χρόνο (από κοινές με too λύσεις) και λιγότερο σε χρήμα, αν ο χρόνος είναι διαθέσιμος, γιατί η σκέψη δεν στοιχίζει αν γίνεται από τον ιδιοκτήτη ή την startup ομάδα. Τις περισσότερες φορές θα δείτε ότι η λύση ήταν μπροστά στη μύτη σας και δεν τη βλέπατε γιατί η αισθητική σας είναι επηρεασμένη από τον ανταγωνισμό και δεν είστε ελεύθεροι να στοχαστείτε έξω από το γνωστό χώρο.

Η καινοτομία θέλει τη βοήθεια δύο Γάλλων. Στην πρώτη φάση του André Breton που ανακάλυψε τον σουρεαλισμό, δηλαδή την ελεύθερη από κάθε προκατάληψη σκέψη με λύσεις μέσα στο όνειρο, και σε δεύτερη φάση του René Descartes (Discours de la méthode) του πατέρα της Καρτεσιανικής, δηλαδή, ορθολογιστικής σκέψης για ξεσκαρταριστούν οι λύσεις σε εφικτές και ρεαλιστικές. Εκεί θα χρειαστείτε και αντικειμενική τρίτη γνώμη κατά προτίμηση επαγγελματική για να μην αποτύχετε κυνηγώντας λύσεις που δεν θα συγκινήσουν κανέναν άλλο εκτός από εσάς.



IN A NUTSHELL



**ΧΡΙΣΤΙΝΑ
ΘΕΟΦΙΛΙΔΗ**

Για εμάς, λοιπόν, η καινοτομία είναι το σήμερα. Έχει επίκεντρο πάντα τον άνθρωπο. Φέρνει προστιθέμενη αξία. Και απαιτεί συνεργασία. Συνεργασία που στηρίζουμε και καλλιεργούμε, με συνέπεια, εδώ και πάνω από 14 έτη, μέσω του προγράμματος στήριξης νεοφυούς επιχειρηματικότητας NBG Business Seeds.



**ANA
VEGA**

Η καινοτομία είναι το «όχημα» που θα μας οδηγήσει στην αποτελεσματική αντιμετώπιση των αυξανόμενων και ταχέως μεταβαλλόμενων προκλήσεων και θα μας βοηθήσει να συμβάλλουμε στην ευημερία της ανθρωπότητας και του πλανήτη.



**ΒΑΡΒΑΡΑ
ΜΕΡΓΟΥ**

Μακροπρόθεσμα η σωστή οργάνωση και υποδομή από νωρίς δίνουν προστιθέμενη αξία στην επιχείρηση. Δίνεται η ευκαιρία η επιχείρηση να είναι έτοιμη και να κινηθεί γρήγορα αν χρειαστεί, να μπορεί να συνάπτει συμφωνίες, να δημιουργήσει ένα brand. Παράλληλα, μπορεί να αποφύγει λάθη που θα κοστίσουν σε χρήμα και σε χρόνο και θα μπορούσαν ακόμα να οδηγήσουν στην απώλεια επιχειρηματικής ευκαιρίας.



**ΑΡΧΟΝΤΟΥΛΑ
ΠΑΠΑΠΑΝΑΓΙΩΤΟΥ**

Οι δημιουργίες του ανθρώπινου νου (πνευματικά έργα, σήματα, διπλώματα ευρεσιτεχνίας, βιομηχανικά σχέδια, κ.λπ.) προστατεύονται με το δίκαιο της διανοητικής ιδιοκτησίας και αποτελούν σημαντικό περιουσιακό στοιχείο μίας εταιρείας. Τα άλλα αυτά δικαιώματα είναι μονοπωλιακά και αποκλείουν τρίτους από τη χρήση και εκμετάλλευσή τους, προσδίδουν οικονομικό πλεονέκτημα στην εταιρεία, ενισχύοντας την επιχειρηματική της αξία, την ανταγωνιστικότητα και εν γένει τη θέση της στην αγορά.



**ΑΛΕΞΑΝΔΡΟΣ
ΚΩΣΤΟΠΟΥΛΟΣ**

Η επικοινωνία σήμερα είναι η ανάπτυξη και διαχείριση ιστοριών που χτίζουν σχέσεις, διαμορφώνουν αποφάσεις και συνθέτουν αντιλήψεις. Απαιτεί, γνώσεις, ευρεία ματιά, διπλωματία, διορατικότητα, στρατηγική σκέψη, σχέσεις, συμμαχίες και διαρκή διαμόρφωση μηνυμάτων, ώστε τα όποια κοινά (εργαζόμενοι, ανταγωνιστές, media, διαμορφωτές αποφάσεων, κέντρα εξουσίας) να είναι στο σημείο που πρέπει, τη στιγμή που θα απαιτηθεί.



**ΣΠΥΡΟΣ
ΑΡΣΕΝΗΣ**

Οι επενδυτές αναζητούν: δυνατές, συμπληρωματικές και αφοσιωμένες ομάδες, με πολύ καλή επιχειρηματική ιδέα με ανταγωνιστικό πλεονέκτημα και διεθνή αναπτυξιακή δυναμική. Ξεκάθαρη στρατηγική που επικοινωνείται απλά. Νομική μορφή σωστά δομημένη και προστασία πνευματικής ιδιοκτησίας.

IN A NUTSHELL



**ΣΟΝΙΑ
ΜΟΥΣΑΒΕΡΕ**

Στην Bayer έχοντας αναλύσει τις τάσεις, στοχεύουμε στη θεμελίωση ενός οικοσυστήματος, όπου η πολιτεία, οι ακαδημαϊκοί, οι ερευνητές, οι νεοφυείς επιχειρήσεις καθώς και οι ώριμες, εταιρείες της βιομηχανίας εργάζονται μαζί, με κοινό στόχο τη δημιουργία λύσεων που διασφαλίζουν την «υγεία» της κοινωνίας, της οικονομίας και του πλανήτη.



**ΛΙΤΣΑ
ΠΑΝΑΓΙΩΤΟΠΟΥΛΟΥ**

Το ανανεωμένο Toolkit Επιχειρηματικότητας είναι προσαρμοσμένο στις τελευταίες τεχνολογικές εξελίξεις και τις σύγχρονες απαιτήσεις της αγοράς. Ξεφεύγει από το πλαίσιο των τυπικών αρχών και συμβουλών για την εκκίνηση μιας επιχείρησης και ενσωματώνει έναν πλούτο προσεγγίσεων για τους σύγχρονους επιχειρηματίες.




**ΑΛΕΞΑΝΔΡΟΣ
ΤΣΟΥΚΑΛΗΣ**

Η καινοτομία θέλει τη βοήθεια δύο Γάλλων. Στην πρώτη φάση του André Breton που ανακάλυψε τον σουρεαλισμό, δηλαδή την ελεύθερη από κάθε προκατάληψη σκέψη με λύσεις μέσα στο όνειρο, και σε δεύτερη φάση του René Descartes (Discours de la méthode) του πατέρα της Καρτεσιανικής, δηλαδή, ορθολογιστικής σκέψης για ξεσκαρταριστούν οι λύσεις σε εφικτές και ρεαλιστικές.

... and
start

AMCHAM

Το Ελληνο-Αμερικανικό Εμπορικό Επιμελητήριο, μέλος του U.S. Chamber of Commerce και της Ένωσης των Αμερικανικών Επιμελητηρίων στην Ευρώπη, αποτελεί τον ισχυρότερο θεσμικό οργανισμό στην Ελλάδα, στον τομέα των εμπορικών και οικονομικών σχέσεων με τις ΗΠΑ. Από το 1932 πρωτοστατεί με πρωτοβουλίες και προγράμματα που αναπτύσσει και με θεσμοθετημένες εκδηλώσεις που διοργανώνει με την πολυδιάστατη συμμετοχή ανώτατων κυβερνητικών και θεσμικών προσωπικοτήτων από την Ελλάδα, την Ευρώπη και τις Ηνωμένες Πολιτείες. Παράλληλα, το Επιμελητήριο αποτελεί σημείο αναφοράς για το επιχειρηματικό και πολιτικό γίνεσθαι της χώρας, καθώς, μέσω καινοτόμων δράσεων και στοχευμένων παρεμβάσεων διαμορφώνει προοπτικές και πολιτικές, ενώ παράλληλα ενισχύει την εξωστρέφεια και διευκολύνει την προσέλκυση άμεσων επενδύσεων.



Οι σύγχρονοι επιχειρηματίες έχουν πλέον να διαπλεύσουν έναν ωκεανό συνεχών ανατροπών και προκλήσεων. Η επιτυχία δεν εξαρτάται πλέον απλώς από την εφαρμογή των παραδοσιακών αρχών, αλλά απαιτεί καινοτομία, αυξημένη ευελιξία και τη διαρκή προσαρμογή στις ραγδαίες τεχνολογικές εξελίξεις και στο ολοένα και πολυπλοκότερο τοπίο του επιχειρείν.

ΛΙΤΣΑ ΠΑΝΑΓΙΩΤΟΠΟΥΛΟΥ

ΠΡΟΕΔΡΟΣ ΕΠΙΤΡΟΠΗΣ ΕΚΠΑΙΔΕΥΣΗΣ-ΚΑΙΝΟΤΟΜΙΑΣ-
ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑΣ, ΕΛΛΗΝΟ-ΑΜΕΡΙΚΑΝΙΚΟ ΕΜΠΟΡΙΚΟ
ΕΠΙΜΕΛΗΤΗΡΙΟ





ΧΟΡΗΓΟΙ ΕΚΔΟΣΗΣ



**AMERICAN-HELLENIC
CHAMBER OF COMMERCE**

twitter.com/amchamgr
linkedin.com/amchamgr
facebook.com/amcham.daily

HEAD OFFICE:

109-111 Messoghion Ave., Politia Business Center, GR 115 26 Athens, GREECE
PHONE: +30 210 699 3559 FAX: +30 210 698 5686
Email: info@amcham.gr | www.amcham.gr

BRANCH OFFICE:

123 Tsimiski Str., GR 546 21 Thessaloniki, GREECE
PHONE: +30 2310 286 453 FAX: +30 2310 225162

*Member of the U.S. Chamber of Commerce in Washington D.C.
Member of the European Council of American Chambers of Commerce*