



IMPERIAL
BRANDS
Hellas



Αθήνα, 12 Σεπτεμβρίου 2026

ΔΕΛΤΙΟ ΤΥΠΟΥ

90^η ΔΕΘ: Εργασία, Νέα Γενιά και Υπεύθυνη Επιχειρηματικότητα στο επίκεντρο της Imperial Brands Hellas

-Παύλος Χρηστίδης (ΠΑΣΟΚ - ΚΙΝΑΛ) : Δικαιολογημένα η Gen Z ζητά καλύτερες συνθήκες – Χρειάζεται νέο κοινωνικό συμβόλαιο για την εργασία

-Αλεξάνδρα Παρλαμά (IMPERIAL BRANDS HELLAS): Καμία γενιά δεν έχει μόνη της τη γνώση - Η εξέλιξη έρχεται μέσα από τη σύνθεση

Με επίκεντρο τις προκλήσεις του σύγχρονου εργασιακού περιβάλλοντος, τη διαγενεακή συνεργασία και την κοινωνική υπευθυνότητα συνεχίστηκε το πρόγραμμα συζητήσεων στο περίπτερο της Imperial Brands Hellas στη 90ή Διεθνή Έκθεση Θεσσαλονίκης.

Την Παρασκευή 11 Σεπτεμβρίου, έχοντας τη συνεργασία ως όχημα για τη διαμόρφωση ενός συμπεριληπτικού εργασιακού μέλλοντος, το ενδιαφέρον εστιάστηκε στο 5ο πάνελ με τίτλο «Διαγενεακή συνύπαρξη: Πρόκληση και ευκαιρία», όπου αναδείχθηκε το ζήτημα της παράλληλης παρουσίας τεσσάρων διαφορετικών γενεών στον ίδιο εργασιακό χώρο.

Στη συζήτηση συμμετείχαν η Διευθύντρια Digital & Consumer Marketing Προϊόντων Νέας Γενιάς (SEE Cluster) της Imperial Brands Hellas, Αλεξάνδρα Παρλαμά, και ο Βουλευτής και Κοινοβουλευτικός Εκπρόσωπος του ΠΑΣΟΚ-Κινήματος Αλλαγής, Παύλος Χρηστίδης, υπό τον συντονισμό του δημοσιογράφου Γιάννη Παπαδημητρίου.

Η κ. Παρλαμά μετέφερε την εμπειρία ενός οργανισμού με 45 χρόνια παρουσίας στην Ελλάδα, σημειώνοντας ότι η συνύπαρξη διαφορετικών ηλικιακών ομάδων αποτελεί συγκριτικό πλεονέκτημα όταν συνοδεύεται από εργαλεία όπως το mentoring, τη συνεχή κατάρτιση και την καλλιέργεια κουλτούρας εμπιστοσύνης.



IMPERIAL
BRANDS
Hellas



Από την πλευρά του, ο κ. Χρηστίδης τοποθετήθηκε για τις προκλήσεις της νέας γενιάς στην αγορά εργασίας, εστιάζοντας στην ανάγκη για ουσιαστική κατάρτιση, ενίσχυση του πραγματικού εισοδήματος και πολιτικές που επιτρέπουν στους νέους να χτίζουν τη ζωή τους στη χώρα.

«Στα 45 χρόνια πορείας της εταιρείας μας στην Ελλάδα, έχουμε μάθει ότι καμία γενιά δεν κατέχει μόνη της την αλήθεια. Η εμπειρία των παλαιότερων στελεχών και η εξοικείωση των νεότερων με τα νέα ψηφιακά εργαλεία συντίθενται καθημερινά στις ομάδες μας, μετατρέποντας τη διαγενεακή συνύπαρξη από πρόκληση σε κινητήρια δύναμη εξέλιξης», επεσήμανε η Αλεξάνδρα Παρλαμά. Αναφερόμενη στη «συνάντηση γενεών» τόνισε ότι η Imperial Brands Hellas προσφέρει ένα περιβάλλον στο οποίο οι νεότεροι μαθαίνουν από τους παλαιότερους, αλλά και το αντίστροφο.

«Η γενιά μας πέρασε από τα χρόνια της κρίσης και του brain drain, και σήμερα καλείται να λειτουργήσει ως συνδετικός κρίκος ανάμεσα στο παρελθόν και το μέλλον της εργασίας. Το ζητούμενο για την πολιτεία είναι να διαμορφώσει συνθήκες εργασιακής αυτονομίας για τους νέους και να μετατρέψει την κατάρτιση σε πραγματικό κοινωνικό συμβόλαιο», σημείωσε ο Παύλος Χρηστίδης.

«Ανήκω στη γενιά των 40άρηδων και η γενιά μου πρέπει να ανοίξει τον δρόμο προς την ευημερία για τους νεότερους που τώρα βγαίνουν στην αγορά εργασίας», πρόσθεσε και κατέληξε πως η Gen Z δικαιολογημένα ζητά περισσότερα απ' όσα της προσφέρονται.

Η προστασία των ανηλίκων στο επίκεντρο της συνεργασίας Αγοράς και Αυτοδιοίκησης

Μία ημέρα νωρίτερα, την Πέμπτη 10 Σεπτεμβρίου, με όχημα την υπευθυνότητα απέναντι στην κοινωνία και τη νέα γενιά, πραγματοποιήθηκε το 4ο πάνελ του περιπτέρου με τίτλο «Στο αύριο είμαστε μαζί, σήμερα», το οποίο ήταν αφιερωμένο στην προστασία των ανηλίκων και την εφαρμογή των κανόνων στην πράξη.

Στο πάνελ τοποθετήθηκαν ο Διευθυντής Εμπειρίας, Εξυπηρέτησης Καταναλωτών & E-Commerce της Imperial Brands Hellas, Πάνος Βραχνός, και η Αντιπεριφερειάρχης Δημόσιας Υγείας & Κοινωνικής Αλληλεγγύης της Περιφέρειας Κεντρικής Μακεδονίας, Μαρία (Μελίνα) Δερμεντζοπούλου, υπό τον συντονισμό της δημοσιογράφου Έφης Αλεβίζου.



IMPERIAL
BRANDS
Hellas



Ο κ. Βραχνός παρουσίασε τα δεδομένα της πανελλαδικής πρωτοβουλίας «Στην Προστασία των Ανηλίκων Είμαστε Μαζί», η οποία μετά τον πρώτο κύκλο ενημέρωσης σε 20.000 σημεία λιανικής, ολοκλήρωσε πανελλαδική έρευνα πεδίου σε 7.500+ επαγγελματίες της λιανικής για την αξιολόγηση της εφαρμογής των μέτρων επιβεβαίωσης ηλικίας. Σύμφωνα με τα επίσημα ευρήματα, περισσότεροι από τους μισούς επαγγελματίες (52%) χρησιμοποιούν ήδη τα ψηφιακά εργαλεία επιβεβαίωσης ηλικίας, σχεδόν τρεις στους τέσσερις (73%) τα θεωρούν χρήσιμα, ενώ το 84% έλαβε ουσιαστική ενημέρωση και υποστήριξη. Η κ. Δερμεντζοπούλου υπογράμμισε τη σημασία της πρόληψης, της ενημέρωσης στην οικογένεια και το σχολείο, καθώς και τη θεσμική αξιοποίηση της γνώσης που καταθέτει η αγορά για την προστασία της δημόσιας υγείας.

«Η προστασία των ανηλίκων αποτελεί απαραίτητη αρχή για την Imperial Brands Hellas. Δεν μένουμε στις διακηρύξεις, αλλά στηρίζουμε στην πράξη το δίκτυο της μικρής λιανικής σε κάθε γωνιά της Ελλάδας με ενημέρωση και εργαλεία, ώστε η επιβεβαίωση ηλικίας στο ταμείο να αποτελεί καθημερινό κανόνα ευθύνης», τόνισε ο Πάνος Βραχνός.

«Η προστασία των παιδιών απαιτεί τη συστράτευση όλων. Η Πολιτεία θεσπίζει τους κανόνες, η αυτοδιοίκηση επενδύει στην πρόληψη και την ενημέρωση της τοπικής κοινωνίας, και η αγορά οφείλει να εφαρμόζει το πλαίσιο με απόλυτη αυστηρότητα. Όταν υπάρχουν δεδομένα πεδίου, ο σχεδιασμός για τη δημόσια υγεία γίνεται αποτελεσματικός», ανέφερε η Μαρία (Μελίνα) Δερμεντζοπούλου.