

# BACK TO THE FUTURE

HELLENISM VISION BEYOND 2050

[www.moneyshow.org](http://www.moneyshow.org)



**BALKANS MONEY SHOW  
HOTEL HYATT REGENCY  
THESSALONIKI  
MARCH 14-16 2025**

**20.000 VISITORS**  
**1.000 SPEAKERS**  
**100 INSTITUTIONS**  
**150 CONFERENCES**  
**50 SPONSORS**  
**5.000 B2B**  
**CENTRAL BIZ GALA**  
**POLITICAL SYSTEM**  
**THOUGHT LEADERS,**  
**SOCIETY.**

# PRIMARY TARGET MARKETS:

**A.I.**

**MONEY & CRYPTOS**

**ENTREPRENEURSHIP**

**INNOVATION**

**10X TECHNOLOGIES**

**FINTECH**

**DECENTRALISED SYSTEMS**

**DAO**

**DEMOCRACY**

**ETHICS**

# 25 BRANCH SUB-FORA:

1. ΓΕΩΠΟΛΙΤΙΚΗΣ, ΓΕΩΟΙΚΟΝΟΜΙΑΣ,
2. PUBLIC LEADERSHIP,
3. REGIONAL & LOCAL DEVELOPMENT,
4. DISRUPT & FUTURISM INNOVATION,
5. BANK,
6. INSURANCE,
7. REAL ESTATE,
8. INVESTMENT,
9. BUSINESS,
10. TRADEMEN,
11. MARITIME,
12. BUSINEES CONSULTING,
13. ENERGY,
14. HEALTH & MEDICAL,
15. TOURISM,
16. 16. ART & CULTURE,
17. 17. EDU & CAREER,
18. 18. TRADING,
19. 19. O.E.E.,
20. 20. ΟΣΕΚΑ,
21. INVESTMENT PROVIDERS,
22. FRANCHISE,
23. FLOW & GROWTH MINDSET,
24. EXAE-XAK- NASDAQ, NYSE,
25. HELLENISM DEFENSE INDUSTRY-SPACE TECH

HELENISM VISION 2050  
WE INVITE YOU TO  
*Money Show*  
AND  
**PROBINEX.COM**  
**THESSALONIKI 25/1/2025**  
**ONE2ONE MEETINGS AT HYATT**

**Stavros Hadjikyriacou**  
Ο Σταύρος είναι Διευθύνων Σύμβουλος της Probinex IKE και ως Chartered Management Consultant, ηγείται των εργασιών της Probinex στην Ελλάδα και επιβλέπει την παγκόσμια συμμόρφωση, τη ρύθμιση και την αδειοδότηση για ολόκληρο το οικοσύστημα της Probinex.

On the verge of  
**CRYPTO REGULATION**  
PROBINEX

HELENISM VISION 2050  
WE INVITE YOU TO  
*Money Show*  
AND  
**Probinex.com**

OFFICIAL EVENT PRESENTATION

25/1/2025, 22/2/2025 ΠΡΟΕΚΔΗΛΩΣΕΙΣ  
BALKANS MONEY SHOW AT HYATT REGENCY  
ONE2ONE INVESTMENT PBR CRYPTO MEETINGS

LUNCH BUFFET & DRINKS  
ARE INCLUDED

**"PROBINEX EARNIO CRYPTO &  
FINTECH A 10X INVESTMENT"**

see you!

# **ΠΡΟΣΚΛΗΣΗ ΣΥΜΜΕΤΟΧΗΣ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΚΩΝ ΦΟΡΕΩΝ/ ΕΤΑΙΡΕΙΩΝ/CLUSTERS:**

**DIGITAL TRANSFORMATION, E  
COMMERCE, DIGITAL MARKETING,  
DIGITAL AGENCIES, A.I. , IOT,  
BLOCKCHAIN, STARTUPS, ELEDATE  
GREECE, SEKEE, IAB, HETIA,  
FINTECH, WEB DEVELOPERS,  
WEB3, E MARKETPLACES, SEPE,  
SERBE, SESMA, ATHENA RC,  
CORALLIA, HASDIG, EBIDITE,  
ΣΕΚΠΥ, ΕΚΕΤΑ, ΙΕΛ, ΙΝΒΙΣ, ΙΠΣΥ,  
ΜΟΔΙΑΠ, ΡΑΛ, ΠΕΔΙΤΕ,  
ΑΡΧΙΜΗΔΗΣ, STARTHUB, GI-  
CLUSTER, ΜΙ CLUSTER, SI  
CLUSTER, ΦΑΡΜΑΚΟΠΛΗΡΟΦΟΡΙΚΗΣ,  
ΑΕΙΦΟΡΟΥ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ, IT/AI/BIZ  
MENTORES, INVESTORS,...**



**Start by doing what's necessary;  
then do what's possible; and  
suddenly you are doing the impossible.**

*Francis of Assisi*

**YOUR CUSTOMERS ARE THE  
JUDGE, JURY, AND  
EXECUTIONER OF YOUR VALUE  
PROPOSITION. THEY WILL BE  
MERCILESS IF YOU DON'T FIND  
FIT!**

*Value Proposition Design: How to Create Products and  
Services Customers Want (Strategyzer)*

**by Alexander Osterwalder, Yves Pigneur,** 

# Money Show 2025

by Organotecnica Group URL:www.moneyshow.org

## ΠΙΝΑΚΑΣ ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΩΝ

<b>1. ANTIKEIMENO THΣ ΔIOPIANΩΣHΣ</b> .....	<b>2</b>
1.1. Διοργάνωση του Money Show.....	2
1.2. Αντικείμενο της Έκθεσης B2B .....	2
1.3. Αντικείμενο και βασικός λόγος ύπαρξης.....	3
<b>2. ΣΚΟΠΙΜΟΤΗΤΑ THΣ ΔIOPIANΩΣHΣ</b> .....	<b>3</b>
2.1. Η Κοινωνία. Οικονομία & Αγορά στην σημερινή Ελλάδα.....	3
2.2. Σκοπιμότητα.....	3
2.3. Σκοπιμότητα της έκθεσης B2B .....	4
<b>3. OPIANΩΣH</b> .....	<b>4</b>
3.1. Χώρος πραγματοποίησης.....	4
3.2. Εσωτερική οργάνωση και διαμόρφωση χώρου .....	5
3.3. Ομιλητές .....	5
3.4. Σύεδροι .....	5
3.5. Συμμετέχοντες ως υπο-διοργανωτές εκδηλώσεων, χωρητικότητες ανά δώρη παραχώρηση της αίθουσας .....	6
<b>4. ΚΕΝΤΡΙΚΟΙ ΣΥΝΤΕΛΕΣΤΕΣ MONEY SHOW</b> .....	<b>6</b>
4.1. Κεντρική Αιγίδα.....	6
4.2. Συνδιοργάνωση.....	6
4.3. Ιδρυτικοί Συμμέτοχοι.....	6
4.4. Χορηγοί.....	6
<b>6. ΕΚΘΕΤΕΣ B2B</b> .....	<b>9</b>
6.1. Ταυτότητα εκθετών .....	9
6.2. Προσέλκυση εκθετών B2B .....	9
6.3. Παροχές προς τους εκθέτες B2B .....	9
6.4. Κατηγορίες περιπτέρων .....	9
<b>7. ΕΠΙΣΚΕΠΤΕΣ</b> .....	<b>10</b>
7.1. Ταυτότητα επισκεπτών.....	10
7.2. Προσέλκυση επισκεπτών.....	10
<b>8. ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΕΣ MONEY SHOW</b> .....	<b>10</b>
<b>ΦΟΡΜΑ ΕΚΔΗΛΩΣΗΣ ΕΝΔΙΑΦΕΡΟΝΤΟΣ ΓΙΑ ΧΟΡΗΓΟΥΣ, ΥΠΟΣΤΗΡΙΚΤΕΣ, ΕΚΘΕΤΕΣ και ΔΙΟΡΓΑΝΩΤΩΝ ΣΥΝΕΔΡΙΑΚΩΝ ΕΚΔΗΛΩΣΕΩΝ-ΕΤΑΙΡΙΚΩΝ ΠΑΡΟΥΣΙΑΣΕΩΝ.</b> ....	<b>11</b>

## 1. ΑΝΤΙΚΕΙΜΕΝΟ ΤΗΣ ΔΙΟΡΓΑΝΩΣΗΣ

### 1.1. Διοργάνωση του Money Show.

Το μεγαλύτερο επενδυτικό και αναπτυξιακό πολύ-συνέδριο στην Ευρώπη, το **Money Show**, έχει μια πορεία 32 ετών με επιτυχημένες διοργανώσεις σε όλη την Ελλάδα και το εξωτερικό φέτος διοργανώνεται για 33 χρονιά στη Θεσσαλονίκη στο Ξενοδοχείο **Hyatt Regency**.

Το **Money Show** περιλαμβάνει :

- πρόγραμμα από συνεδριακές εκδηλώσεις με θεματολογίες που καλύπτουν ένα ευρύ φάσμα των διαθέσιμων προϊόντων (Βιομηχανία, Εμπόριο), υπηρεσιών, στον ιδιωτικό, δημόσιο και κοινωνικό τομέα. Κεντρική η Χρηματοοικονομική και Επενδυτική θεματική, ενώ θεματικά φόρα καλύπτουν την ΔΗΜΟΣΙΑ ΗΓΕΣΙΑ, την ΤΟΠΙΚΗ ΑΥΤΟΔΙΟΙΚΗΣΗ, την ΕΘΝΙΚΗ ΑΜΥΝΑ και ΔΙΠΛΩΜΑΤΙΑ, την ΚΑΙΝΟΤΟΜΙΑ, τις ΝΕΟΦΥΕΙΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ, τον ΕΘΕΛΟΝΤΙΣΜΟ, την ΤΕΧΝΗ, τον ΠΟΛΙΤΙΣΜΟ, την ΕΠΙΣΤΗΜΗ/ΕΡΕΥΝΑ, την ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΑ, την ΑΥΤΟΒΕΛΤΙΩΣΗ/ΑΥΤΟΠΡΑΓΜΑΤΩΣΗ, την ΥΓΕΙΑ, τις ΝΕΕΣ ΙΔΕΕΣ.

καθώς και

- έκθεση B2B με περίπτερα για προβολή των διαθέσιμων προϊόντων και υπηρεσιών.

Στη διάρκεια του **Forum** ;Ελληνες κυρίως και ξένοι ειδικοί του χώρου, θα παρουσιάσουν θέματα σχετικά με την ελληνική αγορά και πολιτικοκοινωνική πραγματικότητα και όραμα 2030.

### 1.2. Αντικείμενο της Έκθεσης B2B

Το πρόγραμμα των παρουσιάσεων του **Money Show** πλαισιώνεται και συμπληρώνεται από την έκθεση των συμμετεχόντων με περίπτερα (stands) ή τραπέζια γραφεία με banners αντί δομής, η οποία έχει ως βασικό αντικείμενο την προβολή των υπηρεσιών και των προϊόντων που προσφέρονται στην Ελληνική αγορά. Οι εταιρείες ή οργανισμοί που θα προβληθούν είναι:

- Κυβερνητικοί, Κρατικοί ή Αυτοδιοικητικοί φορείς
- Θεσμικοί, συντεχνιακοί και επιστημονικοί φορείς
- Εταιρείες που δραστηριοποιούνται στην Ελλάδα
- Κεφαλαιουχικοί φορείς με επενδυτικό ενδιαφέρον για την Ελληνική αγορά.
- Πανεπιστήμια/Εκπαίδευση και Τεχνολογικά εκπαιδευτικά ιδρύματα.
- Φορείς που αναζητούν χρηματοδότες
- Εταιρείες συμβούλων



- Κλαδικός ηλεκτρονικός τύπος, τοπικός τύπος οικονομικές εφημερίδες και περιοδικά

Η προβολή των ανωτέρω προϊόντων και υπηρεσιών, έχει δύο όψεις αλληλοσυμπληρούμενες :

A. Την παροχή προς τους εκθέτες B2B της δυνατότητας παρουσίασης κάθε ξεχωριστού 'προϊόντος' τους στους επισκέπτες της έκθεσης, σε περιβάλλον απόλυτα προσαρμοσμένο στο κύρος και το επίπεδο αυτού του τομέα, μέσω :

- της διοργάνωσης της "έκθεσης" σε χώρο προσήκοντα στο αναμενόμενο επίπεδο επαφών
- της εξασφάλισης των απαραίτητων διευκολύνσεων για την απρόσκοπτη διεξαγωγή των συζητήσεων εκθετών με επισκέπτες και την προσέλευση και κίνηση των ενδιαφερομένων στο χώρο της έκθεσης.

B. Την παροχή στους "εκθέτες" B2B της δυνατότητας ομαδικής παρουσίασης των προϊόντων και υπηρεσιών, με στόχο την προώθηση ολοκληρωμένων προϊόντων ή υπηρεσιών καθώς και μια πιο ολοκληρωμένη ενημέρωση του κοινού.

Γ. Την παροχή προς κάθε ενδιαφερόμενο πλήρους και σφαιρικής ενημέρωσης για τις σημερινές τάσεις και προσφερόμενες υπηρεσίες και προϊόντα, εν' όψει μάλιστα των ραγδαίων εξελίξεων που επέρχονται στις διεθνείς αγορές.

### ***1.3. Αντικείμενο και βασικός λόγος ύπαρξης.***

1. Η συνεργασία και συνάφεια των τριών τομέων της Ελληνικής οικονομίας και κοινωνίας
2. Ο σοβαρός δημόσιος διάλογος για τα μεγάλα εθνικά θέματα
3. Η προβολή σημαντικών κοινωνικών πρωτοβουλιών
4. Η αποτύπωση του δυναμισμού της Εθνικής ζωής και δημιουργικότητας
5. Η εμπορική προώθηση προϊόντων, υπηρεσιών ή καινοτόμων ιδεών

## **2. ΣΚΟΠΙΜΟΤΗΤΑ ΤΗΣ ΔΙΟΡΓΑΝΩΣΗΣ**

### ***2.1. Η Κοινωνία. Οικονομία & Αγορά στην σημερινή Ελλάδα***

Η τωρινή κρίση στην Ελλάδα αποτελεί κατα την εκτίμηση των διοργανωτών μοναδική ευκαιρία για την ΕΠΑΝΕΚΚΙΝΗΣΗ ΚΑΙ ΒΙΩΣΙΜΗ ΑΝΑΣΥΓΚΡΟΤΗΣΗ..

Τώρα είναι η κατάλληλη στιγμή να αναδειχτεί η Εθνική προσπάθεια ΜΕΤΑΡΡΥΘΜΙΣΗΣ

### ***2.2. Σκοπιμότητα***

Με βάση τα παραπάνω, η διοργάνωση αποβλέπει στους εξής στόχους:

- Να αποτελέσει ένα σημαντικό μέσο ανταλλαγής απόψεων και ενημέρωσης.
- Να παράσχει την δυνατότητα προς κάθε ενδιαφερόμενο να ενημερωθεί ευρύτερα, μέσω ομιλιών που θα γίνουν από ειδικούς στα πλαίσια του forum και της παράλληλης έκθεσης B2B.
- Να παράσχει την δυνατότητα να γνωρίσει ο κάθε ενδιαφερόμενος από κοντά φορείς, στελέχη και αναλυτές της αγοράς να συνομιλήσει μαζί τους και να επιλύσει απορίες ή να εκφράσει τη γνώμη και τους προβληματισμούς του.
- Να παράσχει την δυνατότητα σε φορείς και εταιρείες που δραστηριοποιούνται στην Ελλάδα να παρουσιάσουν υπηρεσίες, νέα προϊόντα αλλά και να προδιαγράψουν την πορεία και τα μελλοντικά σχέδια και επιλογές για τους ενδιαφερόμενους.
- Να παράσχει την δυνατότητα σε εταιρείες της αγοράς να προβληθούν με έναν ολοκληρωμένο και πολυμορφικό τρόπο.

Η προβολή και η προώθηση των προϊόντων θα δώσουν ώθηση για την καλύτερη κατανόηση της λειτουργίας της Ελληνικής Αγοράς και την ενημέρωση των ενασχολουμένων με αυτήν.

### **2.3. Σκοπιμότητα της έκθεσης B2B**

Η έκθεση η οποία θα συμπληρώνει το forum, καλύπτοντας και ανάγκες του θα έχει στόχο :

- Να παράσχει την δυνατότητα προβολής προϊόντων/υπηρεσιών με target group το καταναλωτικό και επενδυτικό κοινό, τους Έλληνες ενεργούς πολίτες, τις εταιρείες του χώρου αλλά και τα στελέχη της αγοράς αλλά και κεφαλαίου και χρήματος συνολικά της Ελλάδας.
- Να παράσχει την δυνατότητα παρουσίασης προϊόντων και υπηρεσιών σε κατάλληλο περιβάλλον.
- Να παράσχει την δυνατότητα στους συμμετέχοντες εκθέτες B2B να γνωρίσουν τους ανταγωνιστές τους και να βελτιώσουν τις υπηρεσίες τους ή να συνεργαστούν σε διάφορα επίπεδα.
- Να παράσχει την δυνατότητα σε όλες τις εταιρείες ή οργανισμούς με κοινό target group να προβάλλονται δυναμικά.

## **3. ΟΡΓΑΝΩΣΗ**

### **3.1. Χώρος πραγματοποίησης**

Ο κεντρικός χώρος πραγματοποίησης των παρουσιάσεων είναι τα επίπεδα των Lobbies 1, II.. Στον ίδιο χώρο θα είναι οι χώροι ενημέρωσης προς πελάτες ή δυνητικούς πελάτες. Απέναντι απο τις εισόδους των αιθουσών θα είναι τα περίπτερα με δομή ή με banners.

Στην γενική γραμματεία της διοργάνωσης στην είσοδο της διοργάνωσης θα γίνεται γενική ενημέρωση. Παρέχεται όμως η δυνατότητα για εκθεσιακή B2B συμμετοχή και σε άλλες εκθεσιακές ζώνες με βάση την τιμή συμμετοχής.

### **3.2. Εσωτερική οργάνωση και διαμόρφωση χώρου**

Η εσωτερική διαρρύθμιση του χώρου πραγματοποίησης περιλαμβάνει τα εξής :

#### **A. Χώρος υποδοχής επισκεπτών**

Ο χώρος αυτός κατάλληλα διαρρυθμισμένος θα βρίσκεται στην είσοδο της έκθεσης και θα λειτουργεί ως :

- χώρος παροχής πληροφοριών,
- χώρος ελέγχου της διοργάνωσης και του κάθε εισερχόμενου.

Ο χώρος αυτός θα είναι κατάλληλα πλαισιωμένος από ειδικευμένο προσωπικό.

#### **B. Χώροι έκθεσης B2B (ΔΕΝ ΕΙΜΑΣΤΕ ΜΙΑ ΚΛΑΣΣΙΚΗ ΕΚΘΕΣΗ ΑΛΛΑ ΣΥΝΕΔΡΙΟ)**

Οι χώροι της έκθεσης B2B θα καλύπτει μέρος του χώρου της όλης διοργάνωσης τον οποίο θα πλαισιώνουν τα περίπτερα ή γραφεία των εκθετών B2B. Θα υπάρχουν διακριτές ενδείξεις της αρχής και του τέλους της έκθεσης με αντίστοιχες σημάνσεις που θα εξασφαλίζουν την κυκλοφορία των επισκεπτών παρέχοντας κατ' αυτόν τον τρόπο την δυνατότητα επίσκεψης όλων των περιπτέρων (ανά επίπεδο). Κάθε περίπτερο, για την κατασκευή του οποίου είναι υπεύθυνος ο εκθέτης (για περίπτερα χωρίς δομή ή κατασκευές) θα φέρει ταυτότητα ένδειξης του εκθέτη και όλες οι σημάνσεις θα σέβονται τον χώρο και το υψηλό επίπεδο της διοργάνωσης.

### **3.3. Ομιλητές**

Η επιλογή των ομιλητών των υπο-διοργανωτών των εκδηλώσεων καθώς και η κατανομή του διατιθέμενου χώρου και χρόνου του γίνεται από την οργανωτική επιτροπή του, με βάση τις εξής προτεραιότητες :

- την εξασφάλιση της όσο το δυνατόν σφαιρικότερης κάλυψης των διαφόρων θεματικών ενοτήτων,
- την εξασφάλιση της παρουσίας ομιλητών κύρους από την Ελλάδα και το εξωτερικό,
- την εγκυρότητα και πρακτικότητα των εισηγήσεων για το εξειδικευμένο αλλά και το ευρύ κοινό.

### **3.4. Σύνεδροι**

Με βάση τα όσα έχουν αναφερθεί για την σκοπιμότητα του forum και της έκθεσης προκύπτει ότι η πλήρη κάλυψη του αντικειμένου και η επίτευξη των στόχων τους εξασφαλίζονται με την παρουσία συνέδρων οι οποίοι θα παρουσιάσουν τις θέσεις, τις υπηρεσίες και ότι

εκπροσωπούν. Οι σύνεδροι θα επιλεγούν μεταξύ των σημαντικότερων εκπρόσωπων των παρακάτω χώρων :

- Κυβερνητικοί, Κρατικοί, Αυτοδιοικητικοί φορείς
- Ιδρύματα
- Αρχές αρμόδιες για την Ελληνική αγορά.
- Αρμόδιοι θεσμικοί, παραγωγικοί και συντεχνιακοί φορείς
- Εκπαιδευτικοί, επιστημονικοί, ερευνητικοί κ.ά. φορείς
- Επενδυτές και όσοι ενδιαφέρονται ως δυνητικοί πελάτες να μάθουν για προϊόντα
- Στελέχη ταιρειών με προϊόντα και υπηρεσίες που στοχεύουν στο επιχειρηματικό κοινό.

### **3.5. Συμμετέχοντες ως υπο-διοργανωτές εκδηλώσεων, χωρητικότητες ανά δώρη παραχώρηση της αίθουσας**

Οι συμμετέχοντες στις δραστηριότητες του forum διακρίνονται σε ομάδες χωρητικότητας με πετάρισμα αιθουσών σε θεατρική διάταξη: 500, 250, 150,100, 70,50,39, 20.

## **4. ΚΕΝΤΡΙΚΟΙ ΣΥΝΤΕΛΕΣΤΕΣ MONEY SHOW**

### **4.1. Κεντρική Αιγίδα**

ΥΠΟΥΡΓΕΙΑ

### **4.2. Συνδιοργάνωση**

Κεντρικός συνδιοργανωτής .....ΕΛΛΗΝΟΙΤΑΛΙΚΟ ΕΙΜΕΛΗΤΗΡΙΟ, ΕΒΕΘ

Οι **κλαδικοί συνδιοργανωτές** είναι όλοι όσοι φορείς συνεργάζονται στις παράλληλες εκδηλώσεις και οργανώνουν σειρά παραλλήλων εκδηλώσεων

### **4.3. Ιδρυτικοί Συμμέτοχοι**

Οι συνδιοργανωτές, προσκαλούν τους σημαντικότερους θεσμικούς φορείς, παρέχοντας προς τους ίδιους και τα μέλη τους μια σειρά προνομιακών παροχών, ώστε, να συμμετάσχουν και να προσδιορίσουν καθοριστικά το επίπεδο, την εμβέλεια και το περιεχόμενο του **Forum**.

### **4.4. Χορηγοί**

**A. Χορηγία Τίτλου 30.000 συν ΦΠΑ 24%.**

1. **Διαφήμιση στο χώρο του Forum με λογότυπο χορηγού ως πρώτο συνθετικό.** Εμφάνιση στα διαφημιστικά ταμπλό της διοργάνωσης, στους χώρους της έκθεσης και των παράλληλων εκδηλώσεων του λογότυπου του χορηγού ως πρώτο συνθετικό του τίτλου **Money Show**.

2. **Προβολή λογοτύπου στις επίσημες προσκλήσεις και προγράμματα.** Εμφάνιση του λογοτύπου του χορηγού στις επίσημες προσκλήσεις και προγράμματα της εκδήλωσης.<sup>1</sup>
3. **Προβολή λογοτύπου χορηγού στο επίσημο διαφημιστικό πρόγραμμα.** Εμφάνιση του λογοτύπου του χορηγού στο επίσημο διαφημιστικό πρόγραμμα της διοργάνωσης.

Το επίσημο διαφημιστικό συμψηφιστικό πρόγραμμα<sup>2</sup> περιλαμβάνει :

- I. Ολοσέλιδες καταχωρήσεις σε ηλεκτρονικά μέσα
- II. Έμμεση προβολή με άρθρα και δελτία τύπου
- III. Αφίσες και διαφημιστικά προγράμματα της διοργάνωσης

4. **Δυνατότητα διανομής εντύπων στην έκθεση.** Δυνατότητα για την διανομή εντύπων του χορηγού στους επισκέπτες της έκθεσης.
5. **Δυνατότητα διανομής εντύπων στο forum.** Δυνατότητα για την διανομή εντύπων του χορηγού στο σύνολο των παράλληλων εκδηλώσεων του forum.
6. **Δυνατότητα εταιρικής παρουσίας.** Δυνατότητα διοργάνωσης ωριαίας παρουσίασης της εταιρείας, των υπηρεσιών και των προϊόντων της στο πλαίσιο του πολυ-συνεδρίου.
7. **Δυνατότητα παροχής χώρου για περίπτερο.** Παραχώρηση χώρου 15 τ.μ. (3 χ 5) για την κατασκευή περιπτέρου σε ειδικά εμφανή θέση στον χώρο της έκθεσης.
8. **Δυνατότητα συμμετοχής σε panel θεματικής ενότητας.** Δυνατότητα συμμετοχής σε ένα από τα panel των θεματικών ενοτήτων που θα καλυφθούν κατά την διάρκεια του πολυσυνεδρίου.

## **B. Χορηγία Υποδοχής 20.000 ευρώ συν ΦΠΑ 24%.**

Παροχές προς τον χορηγό υποδοχής της διοργάνωσης :

1. **Διαφήμιση στο χώρο του forum με το λογότυπο του χορηγού.** Σημάνσεις με το λογότυπο του χορηγού στο διαθέσιμο χώρο της διοργάνωσης.
2. **Προβολή λογοτύπου χορηγού στο επίσημο διαφημιστικό πρόγραμμα.** Εμφάνιση του λογοτύπου του χορηγού με την ένδειξη < Ο/Η ..... ΣΑΣ ΠΡΟΣΚΑΛΕΙ .... > στο επίσημο διαφημιστικό πρόγραμμα των διοργανωτών.
3. **Προβολή λογοτύπου στις επίσημες προσκλήσεις και προγράμματα.** Εμφάνιση του λογοτύπου του χορηγού ως χορηγός υποδοχής στα επίσημα έντυπα προγράμματα και προσκλήσεις που θα διανεμηθούν από τους διοργανωτές.
4. **Παραχώρηση χώρου για Stand 9τμ στην είσοδο.** Παραχώρηση χώρου για stand του χορηγού στην είσοδο της διοργάνωσης για διανομή ενημερωτικών και διαφημιστικών εντύπων.
5. **Δυνατότητα εταιρικής παρουσίας.** Δυνατότητα διοργάνωσης ωριαίας παρουσίασης της εταιρείας, των υπηρεσιών και των προϊόντων της στο πλαίσιο του πολυσυνεδρίου.

<sup>1</sup> Σημειώνεται ότι σε περίπτωση όπου άλλοι χορηγοί, υποστηρικτές ή εκθέτες εκδώσουν ξεχωριστές, δικές τους προσκλήσεις στα πλαίσια της παρουσίασης τους στο συνέδριο, δεν έχουν υποχρέωση να εμφανίσουν τα λογότυπα των χορηγών στη δική τους πρόσκληση.

<sup>2</sup> Σημειώνεται ότι σε περίπτωση όπου άλλοι χορηγοί, υποστηρικτές ή εκθέτες προχωρήσουν σε ξεχωριστές, δικές τους διαφημίσεις στα πλαίσια της παρουσίασης τους στο συνέδριο, δεν έχουν υποχρέωση να εμφανίσουν τα λογότυπα των χορηγών στο δικό τους διαφημιστικό πρόγραμμα.

6. **Δυνατότητα συμμετοχής σε panel θεματικής ενότητας.** Δυνατότητα συμμετοχής σε ένα από τα panel των θεματικών ενότητων που θα καλυφθούν κατά την διάρκεια του πολυσυνεδρίου.
7. **Δυνατότητα διανομής εντύπων σε θεματική εκδήλωση.** Δυνατότητα διανομής εντύπων στους συμμετέχοντες στην θεματική ενότητα στην οποία ο χορηγός υποδοχής κάνει παρουσίαση.

### **Γ. Κεντρικοί Θεματικοί Χορηγοί 10.000 ευρώ συν ΦΠΑ 24%.**

Υπάρχει η δυνατότητα για περισσότερους του ενός κεντρικών χορηγών ανά θεματική ενότητα της εκδήλωσης. Οι παροχές προς τους κεντρικούς χορηγούς της διοργάνωσης είναι οι εξής :

1. **Διαφήμιση στο χώρο του forum με το λογότυπο του χορηγού.** Σημάνσεις με το λογότυπο του χορηγού στον διαθέσιμο χώρο της διοργάνωσης.
2. **Λογότυπο χορηγού στο επίσημο διαφημιστικό πρόγραμμα.** Εμφάνιση του λογοτύπου του χορηγού με τον τίτλο < ΚΕΝΤΡΙΚΟΣ ΘΕΜΑΤΙΚΟΣ ΧΟΡΗΓΟΣ > στο επίσημο διαφημιστικό πρόγραμμα της διοργάνωσης.
3. **Προβολή λογοτύπου στις επίσημες προσκλήσεις και προγράμματα.** Εμφάνιση του λογοτύπου του χορηγού ως κεντρικός θεματικός χορηγός στα επίσημα έντυπα προγράμματα και προσκλήσεις που θα διανεμηθούν από τους διοργανωτές.
4. **Δυνατότητα εταιρικής παρουσίασης.** Δυνατότητα διοργάνωσης ωριαίας παρουσίασης της εταιρείας, των υπηρεσιών και των προϊόντων της στο πλαίσιο του πολυσυνεδρίου.
5. **Δυνατότητα διανομής εντύπων στην έκθεση.** Δυνατότητα για την διανομή εντύπων του χορηγού στους επισκέπτες της έκθεσης.
6. **Δυνατότητα συμμετοχής σε panel θεματικής ενότητας.** Δυνατότητα συμμετοχής σε ένα από τα panel των θεματικών ενότητων που θα καλυφθούν κατά την διάρκεια του πολυσυνεδρίου.
7. **Δυνατότητα διανομής εντύπων σε θεματική εκδήλωση.** Δυνατότητα διανομής εντύπων στους συμμετέχοντες στην θεματική ενότητα στην οποία ο κεντρικός χορηγός κάνει παρουσίαση.

### **Δ. Υποστηρικτές 5.000 ευρώ συν ΦΠΑ 24%.**

Παροχές προς τους υποστηρικτές της διοργάνωσης :

1. **Εμφάνιση επωνυμίας στο επίσημο διαφημιστικό πρόγραμμα.** Εμφάνιση της επωνυμίας του υποστηρικτή στο επίσημο διαφημιστικό πρόγραμμα της διοργάνωσης.
2. **Εμφάνιση της επωνυμίας στις επίσημες προσκλήσεις και προγράμματα.** Εμφάνιση της επωνυμίας του υποστηρικτή στα επίσημα έντυπα προγράμματα και προσκλήσεις που θα διανεμηθούν από τους διοργανωτές.
3. **Δυνατότητα συμμετοχής σε panel θεματικής ενότητας.** Δυνατότητα συμμετοχής σε ένα από τα panel των θεματικών ενότητων που θα καλυφθούν κατά την διάρκεια του πολυσυνεδρίου.
4. **Δυνατότητα διανομής εντύπων σε θεματική εκδήλωση.** Δυνατότητα διανομής εντύπων στους συμμετέχοντες στην θεματική ενότητα στην οποία ο υποστηρικτής κάνει παρουσίαση.

## **6. ΕΚΘΕΤΕΣ B2B**

### **6.1. Ταυτότητα εκθετών**

Με βάση όλων όσων έχουν αναφερθεί για τους στόχους και την σκοπιμότητα της έκθεσης, προκύπτουν οι δυνητικοί συμμετέχοντες ως εκθέτες B2B:

•

### **6.2. Προσέλκυση εκθετών B2B**

Με βάση τα όσα έχουν ήδη αναφερθεί η προσέλκυση εκθετών μέσω και μόνο της σκοπιμότητας της έκθεσης και του forum προβλέπεται να είναι σημαντική και καθοριστική. Εντοπίζουμε τα βασικότερα σημεία προσέλκυσης εκθετών όπως αυτά προκύπτουν από τη μέχρι τώρα ανάλυση της διοργάνωσης, τα οποία είναι :

1. Το ουσιαστικό αντικείμενο και η σκοπιμότητα της όλης διοργάνωσης.
2. Η δυνατότητα παρουσίασης των προϊόντων και υπηρεσιών σε εξειδικευμένο καταναλωτικό και επενδυτικό κοινό.
3. Οι παρεχόμενες υπηρεσίες από τους οργανωτές της διοργάνωσης

### **6.3. Παροχές προς τους εκθέτες B2B**

Οι παροχές της διοργάνωσης προς τους εκθέτες είναι οι εξής :

- Δυνατότητα παρουσίας στον εκθεσιακό χώρο με stand κατασκευής του εκθέτη.
- Δυνατότητα διανομής εντύπων του εκθέτη στους συνέδρους και τους επισκέπτες της έκθεσης από το stand του.
- Δυνατότητα διεξαγωγής εταιρικής παρουσίασης του εκθέτη.

### **6.4. Κατηγορίες περιπτέρων**

Τα περίπτερα διακρίνονται σε κατηγορίες ανάλογα το μέγεθος και τη θέση την οποία καλύπτουν.

**A. Απλά με δομή πάνελς ή τραπέζι με banners στο LOBBY 1. ημιόροφο**

2 χ 1 με 500 ευρώ, 3 χ 1 με 600 ευρώ, 4 χ 1 με 800 ευρώ. Οι τιμές επιβαρύνονται με ΦΠΑ 24% .  
Καλύπτουν εμφανείς θέσεις και καίρια σημεία της έκθεσης B2B στο Lobby 1.

**B . Προνομιούχα με δομή. 300 ευρώ ανα τ.μ στο LOBBY 2 στον -1 όροφο\_Καλύπτουν 2-4 τμ (400-1.000 ευρώ συν ΦΠΑ 24%) τ.μ σε εμφανείς θέσεις και καίρια σημεία της έκθεσης.**

**C . Εξαιρετικά προνομιούχα με δομή. 500 ευρώ ανα τ.μ στο Main Lobby**

Καλύπτουν 20-100 τ.μ σε εμφανείς θέσεις και καίρια σημεία στην είσοδο της έκθεσης.

**7. ΕΠΙΣΚΕΠΤΕΣ****7.1. Ταυτότητα επισκεπτών**

Οι επισκέπτες διακρίνονται σε δύο γενικές κατηγορίες :

- το ευρύ κοινωνικό ή καταναλωτικό ή επενδυτικό κοινό που θα παρακολουθεί τις συνεδριακές εκδηλώσεις και θα αποτελεί το μεγαλύτερο μέρος των επισκεπτών της έκθεσης και έχει συγκεκριμένες απαιτήσεις ενημέρωσης και πληροφόρησης
- τα στελέχη επιχειρήσεων, τους επαγγελματίες της αγοράς, τους εκθέτες, τους ακαδημαϊκούς και τους φοιτητές οι οποίοι και θα έχουν αυξημένες απαιτήσεις από το forum.

**7.2. Προσέλκυση επισκεπτών**

Η σκοπιμότητα και το αντικείμενο της διοργάνωσης αποτελούν και το κίνητρο για την επίσκεψη του κοινού. Η παράλληλη ενημέρωση για θέματα και πρακτικές εφαρμογές κάθε αντικειμένου, οι επαγγελματικές επαφές, η έκθεση B2B και η δυνατότητα συνεύρεσης με τους επαγγελματίες του ασφαλιστικού χώρου είναι τα βασικά κίνητρα για να επισκεφθεί κάποιος το **FORUM** .

Τα παραπάνω σε συνδυασμό με την χρήση των συστημάτων επιλογής και προσδιορισμού των επισκεπτών που αποσκοπούν στην εξασφάλιση αθρόας συμμετοχής κάθε ενδιαφερόμενου για την Ελληνική Αγορά και κοινωνία.

**8. ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΕΣ MONEY SHOW**

*Για οποιαδήποτε πληροφορία μπορείτε να επικοινωνείτε με τον κ Ηλία Φαραγγιτάκη, τηλ, 6976 435232, e-mail [imoneyshow@icloud.com](mailto:imoneyshow@icloud.com)*



**ΦΟΡΜΑ ΕΚΔΗΛΩΣΗΣ ΕΝΔΙΑΦΕΡΟΝΤΟΣ ΓΙΑ  
ΧΟΡΗΓΟΥΣ, ΥΠΟΣΤΗΡΙΚΤΕΣ, ΕΚΘΕΤΕΣ και  
ΔΙΟΡΓΑΝΩΤΩΝ ΣΥΝΕΔΡΙΑΚΩΝ ΕΚΔΗΛΩΣΕΩΝ-  
ΕΤΑΙΡΙΚΩΝ ΠΑΡΟΥΣΙΑΣΕΩΝ.**

Επωνυμία εταιρίας

Διεύθυνση

τηλ

fax

e-mail

website

Υπεύθυνος επικοινωνίας

Όνομα

Επίθετο

Τίτλος θέσης στην εταιρία

Τηλέφωνο

τηλ

fax

e-mail

Σημειώστε ό,τι από τα παρακάτω περιγράφει καλύτερα τις δραστηριότητες σας :

A.  Εταιρεία

B.  Φορέας

Γ.  Επιστημονικός φορέας

Δ.  Εκπαίδευση

E.  Εταιρία συνδεδεμένη με την ΕΚΕ

ΣΤ.  Παροχή Πληροφόρησης

Z.  Διαμεσολαβητής

H.  ΜΜΕ / Επικοινωνία

Θ.  Διαφημιστική εταιρία

I.  Άλλο, παρακαλούμε περιγράψτε:

Σημειώστε την υπηρεσία που ενδιαφέρεστε να αναλάβετε :

A.  Χορηγία τίτλου

B.  Χορηγία υποδοχής  
Επικοινωνίας

Γ.  Κεντρικός Θεματικός Χορηγός

Δ.  Υποστηρικτής

E.  Εθνικός Χορηγός Επικοινωνίας

ΣΤ.  Θεματικός Χορηγός

Z.  Εκθέτης Προνομιούχος

H.  Εκθέτης Απλός

# Organotecnica

## SINCE 1960...

When back in 1960, a small firm under the name "Spyros Zevgaridis and Associates, Management and Marketing Consultants" was founded in Athens, only few people were talking of management in Greece, and just a handful were familiar with the term "marketing". Today, the descendants of the original core, 22 offices in Greece and 3 in other countries, constitute the proof of success and a unique presence in the field of business consulting services.

In the early 1970s the firm was reorganised to become "**Organotecnica Ltd**". Within a few years, a number of specialised companies stemmed from it (the Organotecnica Group) to deal with a spectrum of entrepreneurial and development problems.

## ...WE PROVIDE EXTENDED SERVICES TO THE PRIVATE AND THE PUBLIC SECTORS

The Organotecnica Group provides its consultancy and studies services to both the private and the public sectors in Greece and abroad.

Our extended services provide clients with advice in organisation, productivity, innovation, informatics, auditing control, mergers and acquisitions, applied office automation and procedure rationalization, industrial design, marketing research, personnel training, public relations, and business publications.

At the Organotecnica Group we recognise that to serve clients well, we need a broad range of specialist skills. We have thus deliberately developed an organisation of specialists in many different fields.

Above all, we are management consultants committed to results. This commitment frequently calls for skillful blending of specialties to ensure that the most appropriate techniques are applied to each client's benefit.

For every specific project a "work team" is formed by our experienced associates. Most of them are university graduates, many of a postgraduate level, several of a PhD level.



## HOW WE COOPERATE WITH OUR CLIENTS

### 1. SITUATION IDENTIFICATION

- A client contacts our Group and describes in general terms a perceived problem or challenge and perhaps an initial opinion as to the nature of a project that might help.
- One or more senior Group professionals meet with the client and develop a thorough understanding of his/her needs and priorities. Our goal at this point is to define the objective and possible scope of the consulting work required.
- During those meetings we seek to arrive at a mutual agreement on the terms and the manner in which the program should be conducted.

### 2. PROPOSAL DEVELOPMENT

- Drawing on the advice of technical specialists where appropriate, our Group's experts discuss in complete confidence among themselves the nature of the situation and the type of project or program that would be most suited to assisting the client.
- Our specialist's team returns to the client and submits a formal proposal. It outlines in detail our understanding of the background which has led to the need for consulting assistance, the scope and objectives of the proposed project, the methodology and work program, proposed project organization and division of responsibilities, suggested staffing and qualifications, the nature of the project output or "deliverables" and estimated timetable and cost.
- At this point the prospective client may wish to review our firm's past performance on similar work. We are happy to provide names of specific organizations for which we have worked. We encourage our new clients to contact them in confidence and discuss our performance with them.
- To this point there is no financial or other obligation on the part of the client. No fee will be required except under special circumstances where the client has previously agreed to reimburse the consultants for their exploratory time and costs.

### 3. START-UP PROJECT

○ The client and the consultants discuss the proposed approach making adjustments where appropriate to ensure that the program is indeed the client's program and will lead to the desired results. Start-up consists of three activities to be directed by our professionals in cooperation with the client: detailed preplanning, committing resources and communicating the project.

○ Detailed preplanning, includes the definition of specific activities, scheduling them and developing individual work assignments for members of the project team (both Organotecnica Group and the client staff). Each work assignment has a specified purpose and planned results. The project reporting schedule is defined at this time as well.

○ Both our Group and the client define their resource commitments to the project. The participants and their planned time on the project is agreed upon and the availability of the best blend of experience, knowledge and technology is thereby ensured.

○ We assist the client in communicating the general nature of the project within his organization. This avoids unnecessary concerns and possibly disruptive rumours and misinformation. Further, it alerts client personnel to the possible needs for information as the project progresses.

### 4. EFFECTIVE COMPLETION

○ The project proceeds with frequent formal and informal discussion and liaison with key client personnel to ensure all benefits can be achieved at the earliest possible time. Further, the process insures that the client maintains control over the execution of the project.

○ The client always retains the option of redirecting or terminating the relationship with the Group. The client's only responsibility is for charges (fees and expenses) incurred to the termination date, unless otherwise agreed.

○ The assignment is typically concluded with a final presentation and, where appropriate, a complete report with thorough documentation of all findings, action plans, and sources of information.





ASK FOR A DETAILED EXPLANATION OF UNICORN 2041, BEYOND 2035, VISION 2030, SCALE UP 2025, ORGANOTECNICA GROUP 2023 PLAN

# BACK TO THE FUTURE

**Contact (from Greece, Cyprus, European Union)**

**For information on partnership proposals, you can contact us:**

**tel: (+30) 210 89 74 671 - mobile: (+30) 6976 435 232**

**e-mail: [organotecnica@icloud.com](mailto:organotecnica@icloud.com)**

**Contact ( from USA/CANADA, ASIA, AUSTRALIA, ASEAN, AFRICA -SWITZERLAND)**

**32-75 Steinway Street, Suite 207 Astoria New York 11102**

**e-mail: [org\\_usa@icloud.com](mailto:org_usa@icloud.com), [moneyshowfounder@outlook.com](mailto:moneyshowfounder@outlook.com)**