



LIVEMEDIA

## Το μέλλον είναι... υβριδικό

Ο CEO του Ομίλου Inventics S.A και δημιουργός του Livemedia, Στάθης Παρχαρίδης, μιλά στο Fortune Greece για την εξέλιξη της εταιρείας, την αναπτυξιακή της πορεία, αλλά και την προετοιμασία της για τα επόμενα 25 χρόνια. ΑΠΟ ΤΟΝ ΒΑΣΙΛΗ ΖΩΓΡΑΦΟ

(Η ΣΥΝΕΤΕΥΞΗ ΠΡΑΓΜΑΤΟΠΟΙΗΘΗΚΕ ΣΤΟ ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΟ NEWEL ACROPOLIS)

▶ **Η ΚΑΙΝΟΤΟΜΙΑ** και η πρωτοπορία είναι συχνά έννοιες παρεξηγήσιμες, μιας και ενίοτε χρησιμοποιούνται αυθαίρετα για να «βαφτίσουν» διάφορα εγχειρήματα. Αυτό σίγουρα δεν ισχύει στην περίπτωση του Στάθης Παρχαρίδη, ο οποίος εδώ και 25 χρόνια τολμά, εξελίσσεται και δημιουργεί νέες συνθήκες στην οργάνωση και μετάδοση εκδηλώσεων σε μια σύγχρονη, υψηλών προδιαγραφών, online ψηφιακή εποχή, μέσω της εταιρείας Inventics, που ίδρυσε ο ίδιος το 2000 και ειδικά μέσω του καινοτόμου τμήματός της, Livemedia.

Το Fortune Greece συνάντησε τον Στάθης Παρχαρίδη, ο οποίος μας μίλησε για τους παράγοντες που τον ώθησαν να ασχοληθεί με τον συγκεκριμένο τομέα, για τη μακρόχρονη πορεία της εταιρείας του, αλλά και τις σημαντικές αποφάσεις, που κλήθηκε να λάβει κατά καιρούς. Παράλληλα, ο CEO της Inventics αναφέρεται στο «υβριδικό», όπως χαρακτηρίζει ο ίδιος, μέλλον και τον ρόλο που θα παίξει η τεχνητή νοημοσύνη στη νέα εποχή, κατά τη διάρκεια της οποίας η απόσπαση προσοχής και η έλλειψη χρόνου θα οδηγήσουν στη δημιουργία νέων εργαλείων, όπως αυτά που θα προσφέρει το Livemedia, διασφαλίζοντας την επιτυχία της εταιρείας και για τα επόμενα 25 χρόνια.

**Ξεκινήσατε ως Μηχανολόγος Μηχανικός και σας «κέρδισε» ο ψηφιακός κόσμος... Τι ήταν αυτό που σας οδήγησε στη μετάβαση;**

Ήθελα να φτιάξω κάτι ξεχωριστό, διότι στην Ελλάδα ο τομέας της παραγωγής δεν πρόσφερε πολλές επιλογές για έναν Μηχανολόγο Μηχανικό. Με συνεπήρε η δυνατότητα παγκόσμιας επικοινωνίας μέσω web και αποφάσισα να δημιουργήσω το Livemedia. Είναι χαρακτηριστικό ότι όταν εμείς ξεκινήσαμε το 2002, δεν υπήρχε καν το YouTube, το οποίο δημιουργήθηκε μετά από τρία χρόνια. Θυμάμαι ότι κατά τη

διάρκεια του μεταπτυχιακού μου, το 1996-1997, το διαδίκτυο περιείχε μόνο φωτογραφίες και κείμενα. Λίγο αργότερα άρχισα να πειραματίζομαι με το πώς ακριβώς θα γίνει το βήμα παραπέρα. Το 2002 κάναμε το πρώτο streaming εκδήλωσης, όταν ίσως μόνο τα Πανεπιστήμια τολμούσαν κάτι τέτοιο και για συγκεκριμένους λόγους, ενώ το YouTube «ανέβασε» το πρώτο βίντεο το 2005. Τότε, σε αντίθεση με σήμερα, δεν υπήρχε αφορμή να παρακολουθήσει κάποιος το streaming μίας εκδήλωσης. Θα έλεγα, μάλιστα, ότι μοιάζαμε σαν τους αντίστοιχους «πειρατές των FM».

Άλλωστε, ανέκαθεν με ενθουσίαζε η ουσία της «επικοινωνίας». Δυστυχώς, δεν πρόλαβα την «χρυσή» εποχή του ραδιοφώνου, είδα όμως τις τεράστιες επικοινωνιακές προοπτικές του διαδικτύου, καθώς αποτελούσε ένα μέσο, το οποίο συνδύαζε ήχο, εικόνα και βίντεο, φέρνοντας τους ανθρώπους ακόμα πιο κοντά. Έβλεπα ότι έρχονταν πολλές ανθρώπινες δράσεις, τις οποίες ο κόσμος ήθελε να τις παρακολουθήσει. Υπήρχε, βέβαια, εκείνη την εποχή και η τηλεόραση, όμως το διαδίκτυο προσέφερε μια μοναδική ευκαιρία για πιο προσίτες παραγωγές για τον καθημερινό χρήστη, ή σε σύγκριση με τις αντίστοιχες τηλεοπτικές με πολύ μεγαλύτερη διάχυση. Κάτι το οποίο γνωρίζουμε πολύ καλά, ότι σήμερα μπορεί

**«ΟΤΑΝ ΞΕΚΙΝΗΣΑΜΕ ΤΟ 2002, ΔΕΝ ΥΠΗΡΧΕ ΚΑΝ ΤΟ YOUTUBE, ΤΟ ΟΠΟΙΟ ΔΗΜΙΟΥΡΓΗΘΗΚΕ ΜΕΤΑ ΑΠΟ ΤΡΙΑ ΧΡΟΝΙΑ»**

να κάνει ο καθένας μόνος του μέσω των social media, όπως για παράδειγμα το TikTok.

**Πώς εξελίχθηκε το εγχείρημά σας;**

Ξεκινήσαμε με πιο συμβουλευτικά χαρακτηριστικά και από το 2002 δραστηριοποιούμαστε στις ζωντανές μεταδόσεις εκδηλώσεων και συνεδρίων. Αυτό που πρέπει να τονιστεί είναι ότι ο μεγαλύτερος όγκος αφορά σε εκδηλώσεις στις οποίες κάνουμε εμείς παραγωγή. Σήμερα, 25 χρόνια μετά, θέλουμε να ρίξουμε το βάρος στο νέο εγχείρημα του Livemedia, γι' αυτό και δημιουργήθηκε πρόσφατα και η Live Media Platforms ΑΕ, η οποία επενδύει στην πλατφόρμα και προσφέρει σε πολύ περισσότερο κόσμο τη δυνατότητα να πραγματοποιήσει εκδηλώσεις. Οι υπηρεσίες μας ξεκινούν, πλέον, από τη διαδικασία της αρχικής εγγραφής και φτάνουν ως και την παραγωγή μονταρισμένων βίντεο κάθε εκδήλωσης. Με αυτόν τον τρόπο, καθηγητές πανεπιστημίων, οργανωτές συνεδρίων, και διάφοροι φορείς έχουν τη δυνατότητα να ανεβάσουν μόνοι τους βίντεο και να αναμεταδώσουν διαδικτυακά με εύκολο και άμεσο τρόπο την εκδήλωσή τους.

Η διαδικασία για όλα

### LIVEMEDIA IN NUMBERS

Οι αριθμοί δεν λένε ποτέ ψέματα και στην προκειμένη περίπτωση επιβεβαιώνουν την επιτυχία της εταιρείας.

8.471  
events

6.955  
lives

175.314.586  
event views

406.861  
videos

260.007  
users

2.397  
Customers

3.874.000  
Revenue

96.007  
followers στο fb

αυτά είναι πολύ απλή. Ο θεατής εισέρχεται στην πλατφόρμα, αφού προηγουμένως έχει κάνει registration, παρακολουθεί το live, έχει στη διάθεσή του φωτογραφίες και βίντεο σχεδόν σε πραγματικό χρόνο, ενώ μετά την ολοκλήρωση της προβολής είναι διαθέσιμα τα video highlights αλλά και μια σύνοψη της εκδήλωσης η οποία πραγματοποιείται με τη χρήση τεχνολογιών τεχνητής νοημοσύνης. Άρα, έχει κάτι πλήρες και ολοκληρωμένο.

**Το Livemedia όμως έχει ξεπεράσει και τα σύνορα της χώρας.**

Έχουμε το «αδερφάκι» της εγχώριας εταιρείας (Inventics LTD) στο Ηνωμένο Βασίλειο και την Livemedia.com Inc στις ΗΠΑ. Το Η.Β. ήταν πολύ σημαντικό στον τομέα της εκπαίδευσης, με σχετικά συνέδρια. Είναι πλέον ανακινώσιμο το ότι συνάψαμε συμφωνία για digital events με την Καρδιολογική Εταιρεία της Μεγάλης Βρετανίας. Αρχίζει πλέον το Η.Β. να κάνει πράγματα (παρόλο που είναι παραδοσιακό και «απέφευγε» τα digital). Αντίστοιχα έχουμε συνέδρια στις ΗΠΑ, όπου αρχικός στόχος είναι να κάνουμε global sales σε registration για events.

**Πόσο σας επηρέασε η περίοδος της πανδημίας**

### και πώς άλλαξε το επιχειρηματικό σας μοντέλο;

Σοκαρίστηκα όταν ξεκίνησε, παρόλο που οι φίλοι μας θεώρησαν ότι δημιουργείται μία συνθήκη μέσα στην οποία θα μπορούσαμε να «δι-απρέψουμε». Ωστόσο, εμείς μέχρι τότε καλύπταμε συνέδρια, τα οποία πια δεν υπήρχαν. Εκείνο ήταν το κομβικό σημείο, στο οποίο είπα ότι είτε στρίβουμε το καράβι, ή βουλιάζουμε. Τότε πήρα το «καράβι»

Είδαμε να ανεβαίνει ξανά η οργάνωση των συνεδρίων μας και παράλληλα, τα έσοδά μας, αλλά ταυτόχρονα παρατηρήσαμε το Livemedia να «πέφτει» γιατί βγήκαμε σε έναν κανονικό κόσμο. Εδώ, όμως, προέκυψε μία νέα ευκαιρία, η οποία είχε να κάνει με τη διαχείριση του χρόνου. Μετά τη δύσκολη

## «Η ΠΑΝΔΗΜΙΑ ΗΤΑΝ ΤΟ ΚΟΜΒΙΚΟ ΣΗΜΕΙΟ, ΣΤΟ ΟΠΟΙΟ ΕΙΠΑ ΟΤΙ ΤΟ ΚΑΡΑΒΙ Η ΤΟ... ΣΤΡΙΒΟΥΜΕ, Η ΒΟΥΛΙΑΖΟΥΜΕ».

Inventics και το «έστριψα» σαν να είναι windsurfing! «Συνεπιβάτες» ήταν όλοι οι συνεργάτες, που δέχθηκαν να μεταπηδήσουν από την οργάνωση συνεδρίων, στα digital events. Ευτυχώς, μας επέλεξαν και μας αγάπησαν σημαντικοί φορείς όπως το Αμερικανικό Επιμελητήριο, η Τράπεζα Πειραιώς, το Οικονομικό Επιμελητήριο κ.α. Μαθεύτηκε άμεσα ότι είμαστε οι καλύτεροι. Όσοι είχαν προγραμματισμένες εκδηλώσεις, είχαν δύο επιλογές: ή να μην τις κάνουν καθόλου -με ό,τι κόστος μπορεί να επιφέρει μια τέτοια απόφαση, ή να τις πραγματοποιήσουν διαδικτυακά. Οι περισσότεροι επέλεξαν το δεύτερο και σε αυτό το πλαίσιο ήθελαν να συνεργαστούν με τους καλύτερους, προκειμένου να μην αποτύχουν. Αυτό βέβαια μας στρέσαρε φοβερά, αλλά ανταπεξήλθαμε και με το παραπάνω.

**Κατά τη λεγόμενη επιστροφή στην κανονικότητα, «αξημέρωσε» μία νέα ημέρα για τον κλάδο, με την τεχνητή νοημοσύνη να βρίσκεται στο προσκήνιο. Πώς προετοιμάζεστε εσείς για αυτή τη νέα εποχή;**

Με το πέρας της πανδημίας βρεθήκαμε αντιμέτωποι με μία αντίφαση:

περίοδο της κοινωνικής απομόνωσης, όλοι χαιρόνται πλέον με τη φυσική παρουσία. Συναντήσαμε, μάλιστα, και περιπτώσεις στις οποίες οι διοργανωτές ενός συνεδρίου δεν ένιωθαν καν την ανάγκη να το καταγράψουν. Παράλληλα, βλέπουμε και μια εντελώς διαφορετική αντιμετώπιση από τους θεατές, τους οποίους παρατηρούμε πια να μοιράζουν τον χρόνο τους μεταξύ της φυσικής παρουσίας σε ένα συνέδριο και της παρακολούθησης άλλων, παρόμοιων εκδηλώσεων αποκλειστικά μέσω διαδικτύου. Πρόκειται για το φαινόμενο της «έλλειψης χρόνου», η οποία με ωθεί στο να εμφανιστώ σε κάποια συνέδρια, αλλά ταυτόχρονα έχω την ανάγκη να μάθω και τι έγινε σε όσα δεν μπόρεσα να παρευρεθώ. Αυτό είναι ένα νέο μοντέλο, μια νέα υπόθεση και εμείς κάνουμε

τα βήματα για να ανταποκριθούμε εισάγοντας την τεχνητή νοημοσύνη.

Κατά τη διάρκεια της πανδημίας ξεκινήσαμε μια πολύ σημαντική συνεργασία με το Ινστιτούτο Πληροφορικής και Τηλεματικής (ΙΠΤΗΛ) του ΕΚΕΤΑ. Πρόκειται για την απόλυτη διασύνδεση έρευνας και υλοποίησης στην πράξη. Ξεκινήσαμε, έτσι, από το 2019 το LM++, την υπηρεσία τεχνητής νοημοσύνης του Livemedia,

που βρίσκει τα σημαντικά σημεία μεγάλων συνεδρίων. Η συγκεκριμένη υπηρεσία έχει τη δυνατότητα να προσαρμόζεται στα ενδιαφέροντα του καθενός και να δημιουργεί τα αντίστοιχα highlights, τα οποία προσφέρουν μια ολοκληρωμένη περίληψη της εκδήλωσης που θέλει να παρακολουθήσει.

**Επομένως, τι ρόλο θα παίξει αυτό το υβριδικό μοντέλο στο μέλλον;**

Αρχικά, λοιπόν, εμείς ανα-

### INFO

Η πλατφόρμα Livemedia μεταδίδει από το 2002 ζωντανά μέσω web και αποθηκεύει video και φωτογραφίες. Καλύπτει ζωντανά συνέδρια, εκδηλώσεις και δράσεις τρίτων, παράγει ρεπορτάζ, ενημερωτικές εκπομπές και ντοκιμαντέρ επιλεγμένων θεμάτων. Παράλληλα, χρησιμοποιεί καινοτόμες τεχνολογίες και τεχνητή νοημοσύνη για την μεταφορά γνώσης στους απομακρυσμένους χρήστες μέσω διαδικτύου.

λαμβάνουμε το streaming και την οργάνωση events. Περνάμε στην οργάνωση digital εκδηλώσεων κατά την πανδημία και πλέον βγαίνουμε σε μια νέα πραγματικότητα, όπου αναλαμβάνουμε την οργάνωση εκδηλώσεων και συγχρόνως τη διεξαγωγή υβριδικών συνεδρίων και εκδηλώσεων (με φυσική και digital παρουσία). Όπως για παράδειγμα κάναμε πρόσφατα για την Τράπεζα Πειραιώς, με την



Ο CEO του Ομίλου Inventics S.A Στάθης Παρχαρίδης

Δέσποινα Χατζηκωστή, η οποία είναι υπεύθυνη αυτών των έργων και «τρέχει» μαζί μας τέτοια events. Εμείς ως Livemedia λέμε ότι είτε έρθεις εκεί, είτε παρακολουθήσεις την εκδήλωση μέσω διαδικτύου, σου μετράμε την παρουσία, τον χρόνο και τη συμμετοχή. Άλλωστε πριν ακόμη ξεσπάσει η πανδημία, εμείς επενδύαμε για αυτόν ακριβώς τον υβριδικό κόσμο. Έτσι, ήταν πολύ πιο εύκολο για εμάς να προσαρμοστούμε στα νέα δεδομένα, χρησιμοποιώντας παράλληλα και τα οφέλη, που προσφέρει η τεχνητή νοημοσύνη, πριν καν γίνει της... μόδας. Έτσι, και για να απαντήσω στην ερώτησή σας, μοιραία καταλήγουμε στο συμπέρασμα ότι το μέλλον είναι όντως υβριδικό. Η πληροφορία εκεί έξω είναι τόσο μεγάλη, που αν δεν δημιουργήσουμε ένα εργαλείο τύπου... «Minority Report», δεν θα έχετε το υλικό που επιθυμείτε. Αυτό προσπαθεί να κάνει το Livemedia ενόψει της επόμενης 25ετίας. Όλο αυτό που χτίζεται δεν υπάρχει μέχρι στιγμής στην αγορά και είναι εξ ορισμού υβριδικών συνεδρίων και εκδηλώσεων (με φυσική και digital παρουσία). Όπως για παράδειγμα κάναμε πρόσφατα για την Τράπεζα Πειραιώς, με την Livemedia. 📺

