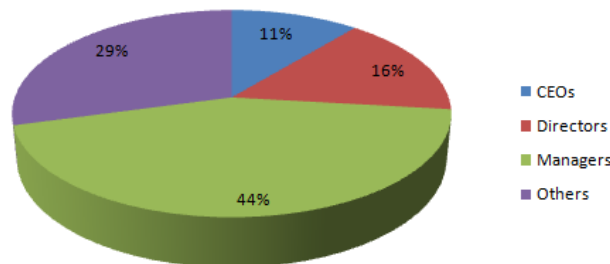


Δελτίο Τύπου

SOLUTIONS 9: 30+ logistics benchmarks for leading Supply Chains

Η αγορά (ανα)μέτρησε τα logistics σε ένα διήμερο διαδικτυακό συνέδριο !

Η εφοδιαστική αλυσίδα ψήφισε και καθόρισε τα benchmarks μετρώντας κόστη και παραγωγικότητα τόσο εντός των αποθηκευτικών δομών όσο και κατά τη διάρκεια του ταξιδιού του προϊόντος από την παραγωγή του μέχρι τον τελικό καταναλωτή. Όλα αυτά στο 2ήμερο διαδικτυακό λόγω πανδημίας συνέδριο **SOLUTIONS 9: 30+ logistics benchmarks for leading Supply Chains**. Το συνέδριο που διοργάνωσε το Supply Chain Institute με την επιστημονική υποστήριξη της **Planning** ήταν θεματικά καινοτόμο, ιδιαίτερα ενδιαφέρον και άκρως διαδραστικό καθώς περισσότεροι από 160 συμμετέχοντες ψήφιζαν live καθ' όλη τη διάρκειά του καθορίζοντας με την ψήφο τους την επικρατούσα κατάσταση στα logistics εν μέσω πανδημίας. Περισσότεροι από 50 δείκτες προέκυψαν κατά τη διάρκεια του live voting, οι οποίοι θα βοηθήσουν τα στελέχη της εφοδιαστικής αλυσίδας να λάβουν τις σωστές αποφάσεις για τις μελλοντικές στρατηγικές τους, θα αξιολογήσουν που βρίσκονται οι ίδιες με βαρόμετρο την αγορά και θα διοικήσουν την ομάδα τους με Management By Objectives. Στο συνέδριο συμμετείχαν **22** κορυφαίοι **ομιλητές** και πανελίστες από τις μεγαλύτερες εμπορικές, βιομηχανικές, 3PL επιχειρήσεις. Συνολικά και τις 2 ημέρες παρακολούθησαν **280 στελέχη** Εφοδιαστικής Αλυσίδας και Logistics από διάφορους κλάδους. Αναλυτικότερα, συμμετείχε πλήθος από στελέχη εταιρειών 3PL, βιομηχανικών και εμπορικών επιχειρήσεων με χαμηλό, μέσο και υψηλό lead time, retailers και στελέχη e-commerce. Το μείγμα ήταν αξιόπιστο και αντιπροσωπευτικό της ελληνικής αγοράς. Έξυπνες λύσεις και σύγχρονα Solutions tips παρουσιάστηκαν από logistics providers στις ανάλογες θεματικές ενότητες.



Το benchmarking (η συγκριτική αξιολόγηση) αναφέρεται σε μια μέθοδο, η οποία χρησιμοποιείται στο management επιχειρήσεων, για την αξιολόγηση των διαφόρων πτυχών λειτουργίας τους, με μέτρο σύγκρισης την "καλύτερη πρακτική" (*best practice*) στον τομέα τους ή την επικρατούσα «τιμή» στην πλειοψηφία των επιχειρήσεων. Εν συνεχεία, με αφετηρία το τι ισχύει στην αγορά, οι επιχειρήσεις μπορούν να αναπτύξουν σχέδια στοχεύοντας στην αύξηση κάποιων «τιμών» της απόδοσής τους. Μετρώντας έχουμε τη δυνατότητα να εντοπίσουμε τους τομείς που χρίζουν βελτίωσης, να στοχοθετήσουμε ορθολογικά, να ελέγχουμε διαρκώς την απόδοση και να επεμβαίνουμε με διορθωτικές ενέργειες, να αξιολογούμε, να επιβραβεύουμε. Όπως χαρακτηριστικά είπε ο κ. Ανδριανόπουλος, «benchmarking

σημαίνει πατάμε γερά στα πόδια μας», εφόσον ο όρος οφείλει την ύπαρξή του στους τσαγκάρηδες που σημείωναν στους πάγκους τις διαστάσεις των ποδιών, προκειμένου να φτιάξουν καλαπόδια και εν συνεχεία παπούτσια.



Η πρώτη μέρα ήταν αφιερωμένη στις αποθηκευτικές δομές και κάθε είδους μέτρηση κόστους και παραγωγικότητας εντός της αποθήκης. Στο σύνολο της ημέρας, παρουσιάστηκαν μέθοδοι μείωσης του κόστους και αύξησης της παραγωγικότητας.

Στο πρώτο μέρος μελετήθηκε το κόστος κάθε διαδικασίας και λειτουργίας της αποθήκης. Τα αποτελέσματα σχολίαζε ταυτόχρονα ένα discussion panel κορυφαίων στελεχών. Το πανελ καθώς και όλη την 1^η ημέρα συντόνιζε ο κ. **Σταμάτης Ανδριανόπουλος, Executive Consultant της Planning**. Όπως φάνηκε από την ψηφοφορία, στην ελληνική αγορά έχουμε καλά «γυρίσματα»

προϊόντων και υψηλή κυκλοφοριακή ταχύτητα αποθεμάτων. Το ποσοστό του dead stock είναι μικρό, ενώ τώρα στην κρίση της πανδημίας παρατηρείται ανάγκη για αύξηση των αποθεμάτων. Την αναγκαιότητα αυτής της στρατηγικής απόφασης τόνισε ο κ. **Θεόδωρος Γεωργόπουλος, Logistics Manager της εταιρείας Καυκάς**. Ο κ. **Γιάννης Στάμος, Supply Chain & Logistics Manager της BIC για Ελλάδα, Κύπρο και Μάλτα**, είπε πως στην εταιρεία τους διατηρούν διαφορετικές αποθήκες για έτοιμα προϊόντα και διαφορετικές για πρώτες ύλες. Αντίστοιχα μεταβάλλεται και το απόθεμα, ενισχύοντας τα αποθέματα των πρώτων υλών και διατηρώντας χαμηλότερα επίπεδα στα έτοιμα. «Ο Covid δημιούργησε ένα χάσμα ανάλογα με τον τύπο των επιχειρήσεων καθώς κάποια προϊόντα έπρεπε να κινηθούν πιο αργά και κάποια πιο γρήγορα» είπε ο κ. **Άκης Ζαΐμης Business Analyst της Mantis**. Αυθημερόν ή το αργότερο την επόμενη μέρα εκτελούνται οι περισσότερες παραγγελίες από τη στιγμή που έρχονται στην εταιρεία και ασφαλώς η ψηφιοποίηση και η τεχνολογία έχουν συνδράμει ώστε να φτάσουμε σε αυτό το επίπεδο. Η ταχύτητα στην εκτέλεση και την παράδοση των παραγγελιών θα πρέπει να πληρώνεται ως μία πολυτελής παροχή υπηρεσιών είτε ο **Warehouse Manager της AB Βασιλόπουλος κ. Μιχάλης Σωτηρίου**. Η πρώτη μέρα ανέδειξε επίσης το χαμηλό logistics cost, το ότι τα κόστη στη χώρα είναι σε χαμηλά επίπεδα σε σχέση με benchmarks άλλων χωρών και πως έχουν μειωθεί στο ελάχιστο οι λανθασμένες παραγγελίες που οφείλονται στην αποθήκη. Χαρακτηριστική η **πτώση του logistics cost εντός αποθήκης όπου στο 35% των επιχειρήσεων είναι μεταξύ 1-2%**, ενώ το 2011 είχε μετρηθεί από 3-4% στο 24% των επιχειρήσεων. «Να σημειωθεί ότι οι Αμερικάνοι για ποσοστό κάτω από 2% το θεωρούν Best In Class!» είπε ο κ. Ανδριανόπουλος, ενώ το **28% δηλώνει ότι το picking cost κυμαίνεται από 5 μέχρι 10 cents!**

Την ίδια ημέρα, η **δεύτερη ενότητα αξιολόγησε την παραγωγικότητα εντός των αποθηκών**. Το συνέδριο ανέδειξε πως το outsourcing προσωπικό (μισθωμένο) εντός των αποθηκών αυξάνεται διαρκώς ιδίως αν κάνουμε τη σύγκριση με τα στοιχεία του 2011. Εξετάζοντας την παραγωγικότητα των pickers, το **37% απάντησε πως σήμερα ο picker βγάζει 50-75 γραμμές/ώρα στην περίπτωση του τεμαχιακού picking**, ενώ το 2011 50-75 γραμμές/ώρα έβγαζε το 33%. Τα νούμερα αλλάζουν όταν αναφερόμαστε σε κιβωτιακό picking πόσο μάλλον για παλέτες. Τα νούμερα δεν απομακρύνονται από

την πεπατημένη και παρατηρήθηκε μία στασιμότητα στα επίπεδα παραγωγικότητας. Ο κ. **Δημήτρης Καραγιάννης, Chief Operating Officer της Sarmed**, σχολιάζοντας είπε: «Το outsource προσωπικό καλώς ή κακώς δεν είναι ιδιαίτερα παραγωγικό. Οι μισθωμένοι υπάλληλοι ενώ θα έπρεπε να εξυπηρετούν συγκεκριμένες ανάγκες όπως η εποχικότητα, έχουν φτάσει να είναι κομμάτι και μέρος της λειτουργίας κάθε εταιρίας. Λείπει ξεκάθαρα ο αυτοματισμός και οι παραγωγικότητες είναι εκεί και λιμνάζουν.» Ενδιαφέρουσα και σαφής η τοποθέτηση της κ. **Ιφιγένειας Φιερού, Logistics Manager της Argosy Trading Ltd**, που είπε πως για να αυξηθεί η παραγωγικότητα απαιτείται ένα μείγμα παραμέτρων όπου εκτός της τεχνολογίας απαιτούνται σωστές διαδικασίες, η αποθήκη πρέπει να είναι λειτουργική με ροές και χρειάζεται διαρκής εκπαίδευση του προσωπικού. Ο κ. **Γιάννης Μελετιλίδης, Business Development Manager της Mantis**, σχολιάζοντας τα οφέλη της τεχνολογίας είπε πως δεν χρειάζεται μεγάλη εξειδίκευση στο προσωπικό καθώς με την τεχνολογία μπορούν να έχουν ένα τερματικό να τους καθοδηγεί. Πίσω από το μειωμένο ποσοστό λαθών αναμφίβολα βρίσκεται η τεχνολογία με συστήματα όπως pick-to-light, ρομποτική κ.α. Η παραγωγικότητα στο κιβωτιακό picking ανέβηκε με τα περονοφόρα να φτάνουν τις 30 κινήσεις την ώρα, που είναι ένα πολύ καλό νούμερο. Για να το αυξήσουμε θα πρέπει να πάμε σε driverless συστήματα είπε ο κ. **Δημήτρης Σιαπάτης, Logistics Systems Director της Jungheinrich**. Αξίζει να σημειωθεί ότι η ψηφοφορία έβγαλε πως **το ποσοστό των λανθασμένων γραμμών επί του συνόλου των γραμμών 1-5 γραμμές στις 1.000 είναι στο 43% των επιχειρήσεων** και κάτω από 1 γραμμή στις 1.000 στο 29% των επιχειρήσεων.

Από την ψηφοφορία προέκυψε ότι το **43% διαθέτει σύγχρονες** (χτισμένες μετά το 2000), **μεγάλες** (άνω των 5.000μ²) **και υψηλές αποθήκες** (πάνω από 7μ ύψος). Σχετικά με τα ενοίκια, οι φθηνότερες αποθήκες είναι στα 2-3 ευρώ/τ.μ. ενώ οι ακριβότερες 4-4,5 ευρώ/τ.μ.

Την πρώτη ημέρα παρουσίασαν οι χορηγοί 3 καινοτόμες λύσεις. Ο κ. **Λεωνίδας Παρόδος, Logistics Expert και επιστημονικός συνεργάτης του IMET** παρουσίασε το ερευνητικό πρόγραμμα WareM&O. Πρόκειται για μία πλατφόρμα on-demand υπηρεσιών αποθήκευσης που προσφέρει ευελιξία στις εταιρίες. Ακολούθησε η λύση της Myrmex την οποία παρουσίασε ο κ. **Ιωάννης Κανέλλος, Founder & Chief Marketing Officer της Myrmex Inc.**, που δραστηριοποιείται σε on-line retail logistics ρομποτικών συστημάτων, ραφιέρες και ειδικά συστήματα που στο σύνολό τους συνθέτουν το πατενταρισμένο Curbside Pickup System. Το τελευταίο solution tip ανέπτυξε ο κ. **Νίκος Βογιατζόγλου, Πρόεδρος και Διευθύνων Σύμβουλος του ομίλου Βογιατζόγλου Systems**, αναφερόμενος στο κρυφό κόστος της αδράνειας το οποίο εύκολα υπερβαίνει το κόστος ενός έργου εκσυγχρονισμού, δημιουργώντας σημαντικές δυσλειτουργίες σε ένα κέντρο διανομής.

Η δεύτερη ημέρα ήταν αφιερωμένη στο ταξίδι του προϊόντος, δηλαδή στη μεταφορά, τη διανομή και το last mile. Εξετάστηκαν αναλυτικά όλες οι μετρήσιμες παράμετροι σε 2 επίπεδα: τη B2B μεταφορά στο πρώτο μέρος και τη B2C μεταφορά στο δεύτερο. Την δεύτερη ημέρα και τα 2 discussion panels συντόνισε ο κ. **Παναγιώτης Ανδριανόπουλος Πρόεδρος & Διευθύνων Σύμβουλος της Planning**.

Η **πληρότητα των φορτηγών εθνικής μεταφοράς** είναι πάνω από 70%, δήλωσαν οι συμμετέχοντες, ενώ σύμφωνα με στοιχεία της E.E. του 2018 στην Ελλάδα η πληρότητα για την εθνική μεταφορά εμφανιζόταν στο 40%. Το ίδιο πάνω-κάτω ισχύει και για τα φορτηγά που κάνουν διανομή εντός Αθηνών. Σε ότι αφορά την **ηλικία των φορτηγών**, βλέπουμε ότι δεν έχει αλλάξει κάτι τα τελευταία 10 χρόνια. Ο στόλος διανομής εντός Αττικής γέρασε και από 15ετίας είναι

σήμερα 20+ ετών. Μόνο 9% των συμμετεχόντων είπε ότι έχουν νέο στόλο. Σε αντίθεση, ο στόλος φορτηγών εθνικής μεταφοράς είναι νεότερος 10-15 ετών. Ενδιαφέρουσα ήταν η σύγκριση που έγινε με στοιχεία της Ευρωπαϊκής Ένωσης αναλυτικά ανά χώρα. Η Γερμανία έχει οχήματα μεταφοράς κάτω των 2 ετών! Ο κ. **Θανάσης Καμενίδης, Logistics Manager της VIANOX SVOLOS**, τόνισε ότι για την πληρότητα συνήθως μετράμε το one way δρομολόγιο, ενώ αν υπολογίζαμε και το γεγονός ότι συνήθως τα φορτηγά επιστρέφουν άδεια, τα νούμερα θα άλλαζαν. Τόνισε πως είναι μεγάλο ατού για τις επιχειρήσεις να μπορούν να επενδύσουν σε σύγχρονα προγράμματα δρομολόγησης και τηλεματικής για να μειωθεί το κόστος διανομών. Χρειάζονται κίνητρα και από την πολιτεία. Ο κ. **Θεόδωρος Σκαμάγκος, Σύμβουλος σε θέματα εφοδιαστικής της EKOL Logistics**, αιτιολογεί τα αποτελέσματα από το γεγονός ότι δεν υπάρχει μία πλατφόρμα όπου εμφανίζεται η ζήτηση ώστε να μπορούν να γεμίζουν τα φορτηγά όπως συμβαίνει σε άλλες χώρες και επίσης ότι η ιδιοκτησία των μεταφορικών είναι 1,5 φορτηγό που σημαίνει πολύ μικρές επιχειρήσεις- ατομικές. Ο εκσυγχρονισμός και η πράσινη κίνηση θα έπρεπε να επιδοτηθούν. Τη σημασία της ασφάλισης στη μεταφορά σχολίασε ο κ. **Γιάννης Σαμολαδάς, Business Insurance Architect της Truck & Cargo Insurance**. “ Το ταξίδι του προϊόντος είναι καλύτερα όταν είναι ασφαλισμένο και δεν πρέπει να βλέπουμε την ασφάλιση κοντόφθαλμα εφόσον μεταφέρεται ο κίνδυνος με πολύ χαμηλό κόστος. Ο ασφαλισμένος στόλος συμβάλλει στην βελτίωση της οδικής ασφάλειας και στην μείωση των ατυχημάτων. ” είπε. Αναμφίβολα ο γερασμένος στόλος φέρνει ζημιές.

Στη συνέχεια εξετάστηκε η «ποιότητα» της διανομής σε B2B επίπεδο. Εντυπωσιακό είναι πως μόνο 6% έχει συνεχή online πρόσβαση για την παρακολούθηση του φορτίου, ενώ ένα 11% στον αντίποδα έχει ελλιπή πληροφόρηση. Σε επίπεδο POD και ιχνηλάτησης, δεν φάνηκε να έχει αλλάξει κάτι από το 2011. Οι συμμετέχοντες ψήφισαν ότι στην Αττική πιάνουμε 20-30 σημεία ανά δρομολόγιο, ενώ ο μέσος χρόνος παράδοσης στην επαρχία είναι 1 με 2 ημέρες. Το discussion panel στο σχολιασμό αυτών των αποτελεσμάτων είπε ότι **οι τεχνολογίες βοηθάνε, αναπτύσσονται συνεχώς και ζητούνται από τους πελάτες διότι από αυτό αξιολογείται και η ποιότητα των υπηρεσιών των 3PL**.

Οι επόμενες ερωτήσεις διερεύνησαν τα κόστη της μεταφοράς και της διανομής. Αντιπαραβάλλοντας τον τύπο της επιχείρησης με το κόστος διανομής iso κιβωτίου στην Αττική, φάνηκε πως οι μεγάλες 3PL χρεώνουν έως 2,75 το σημείο στην Αττική. Αντίστοιχα εντοπίστηκε το κόστος διανομής και σε άλλες περιοχές της χώρας.

Η τελευταία ενότητα του συνεδρίου εστίασε στη διανομή B2C και στο last mile. Τα βασικότερα συμπεράσματα της ενότητας είναι ότι **σε 3 χρόνια από τώρα θα δούμε νέα συνεργατικά σχήματα ελεύθερης διανομής τύπου crowd sourcing στο τελικό μίλι**. Ενδιαφέρον είχε το ότι το customer pick up στη χώρα μας είναι 3 έως 5%. Σε διεθνές επίπεδο τα περισσότερα pick up points τα έχει η Γαλλία είπε ο κ. Παναγιώτης Ανδριανόπουλος παρουσιάζοντας την κατάσταση διεθνώς. Σχολιάζοντας τις απαντήσεις ο κ. **Γιώργος Κατινιώτης, Managing Partner της Amaze**, είπε ότι το ποσοστό στις αντικαταβολές είναι μεγαλύτερο από 60-70% καθώς είναι μικρή η εμπιστοσύνη του κοινού, πως η τάση για το last mile είναι στην παράδοση με ηλεκτροκίνητα αυτοκίνητα, και όσον αφορά τα pick up points είναι κάτι που αποτελεί διεθνή τάση και παρόλο που η Ελλάδα παραμένει πίσω σε σχέση με άλλες χώρες θα δούμε το ποσοστό να ανεβαίνει στο μέλλον. Στη συνέχεια ο κ. **Νίκος Βαρβαδούκας, Chief Omnichannel της Cosmossport**, με μεγάλη εμπειρία στο omnichannel, είπε πως στην Cosmossport το click&collect (από κατάσταση της εταιρείας) είναι πάνω από το 1/3, που έχει να κάνει και με τον κλάδο, από την άλλη όμως η αποστολή μέσω courier που είναι αρχική επιλογή του πελάτη, πάνω από το 30% επιλέγει να παραλάβει από το σημείο του courier. Αθροίζοντάς τα 2 νούμερα, το customer pick up ανέρχεται σε πάνω από 65%. Το Μάιο η εταιρεία έφτιαξε ένα drive in point στο Ηράκλειο όπου μπορεί ο πελάτης να παραλάβει

χωρίς να βγει από το αυτοκίνητό του και η ανταπόκριση του κόσμου ήταν πολύ θερμή στην post Covid εποχή. Ο πελάτης προτιμάει το pick-up και για την ευκολία και την ευελιξία αλλά σαφώς και για να αποφύγει τα μεταφορικά κόστη. Στο 3^ο μέρος του πάνελ ο κ. **Θεμιστοκλής Παπαϊωάννου, Manager S&OP & Project Mgt GR/CY/MT της Papastratos CMC**, με μεγάλη εμπειρία στο e-commerce του IQOS, είπε ότι έχει κλονιστεί η εμπιστοσύνη στους couriers κυρίως μετά το lockdown. Η εταιρεία θέλει να δώσει μία premium εικόνα στο προϊόν και αυτό πρέπει να υποστηρίζεται και από την επαφή του καταναλωτή με τον courier. Ο καταναλωτής έχει γίνει καχύποπτος από μικρά e-commerce και γι' αυτό οδηγείται στην αντικαταβολή. Είναι όμως σε μία ανάστροφη πορεία και θα ισορροπήσει. Στην τελευταία ενότητα η τηλεψηφοφορία έδειξε ότι ο μέσος χρόνος παράδοσης στην Αττική είναι σε 1 ημέρα, ενώ τα κόστη courier για ένα μικρό δέμα εντός πόλης είναι περίπου στα 1,5 με 2 €.

Τη δεύτερη ημέρα παρουσίασαν οι χορηγοί 3 καινοτόμες λύσεις. Ο κ. **Κωνσταντίνος Χανιώτης, Πρόεδρος & Διευθύνων Σύμβουλος της Telenavis** παρουσίασε τα εργαλεία που χρησιμοποιεί το σύστημα τηλεματικής της Telenavis για τη βέλτιστη δρομολόγηση, την εκτέλεση του ταξιδιού, το POD και data από τα οποία προκύπτουν οι δείκτες για ένα σύστημα αυτοβελτιούμενο στο μέλλον. Από την εταιρεία **iLink ο κ. Παναγιώτης Ζήκος, Co-Founder** παρουσίασε μέσω case study, πως η τηλεματική είναι απαραίτητος συνοδοιπόρος με τα logistics και τόνισε πως κάποιες φορές το κόστος συντήρησης ενός παλιού οχήματος μπορεί να υπερβαίνει μακροπρόθεσμα την αξία αντικατάστασής του από ένα νέο ή νεότερο. Από τον κλάδο των logistics providers, το Solution Tip έδωσε ο κ. **Λυκούργος Μανωλιάδης, Αναπληρωτής Γενικός Διευθυντής της ΔΙΑΚΙΝΗΣΙΣ**. Τοποθετήθηκε σε 3 διαστάσεις: 1. Στη ΔΙΑΚΙΝΗΣΙΣ δίνουμε αξία στο να παρακολουθούμε όλη τη διαδρομή του προϊόντος και όχι μόνο το τελευταίο μίλι. 2. Για να είμαστε αποτελεσματικοί θα πρέπει να εκμεταλλευτούμε όλα τα τεχνολογικά εργαλεία. Έτσι, θα είμαστε σε θέση να βοηθήσουμε τα 2 εμπλεκόμενα τμήματα που είναι το Customer Service και η δρομολόγηση. 3. Όταν λαμβάνονται έγκαιρα οι αποκλίσεις (π.χ. στάσεων-κίνησης, θερμοκρασιών κ.α.) μπορούμε να επέμβουμε τόσο διορθωτικά όσο και βελτιωτικά με τις κατάλληλες ενέργειες. Αυτό ακολουθούμε στη ΔΙΑΚΙΝΗΣΙΣ και είναι αποτελεσματικό κυρίως όταν το φορτίο είναι υψηλής αξίας όπως τα καπνικά ή απαιτεί ιδιαίτερες συνθήκες όπως τα φάρμακα. Τέλος, ο κ. **Γιώργος Κατινιώτης, Managing Partner της εταιρείας Amaze**, παρουσίασε την προηγμένη πλατφόρμα της Bringg που επιτυγχάνει end-to-end optimization βοηθώντας στη μεγιστοποίηση του customer experience μέσω ενός control tower που ελέγχει τα δέματα real time σε ένα μόνιτορ.

Το διήμερο συνέδριο έκλεισε με την ομιλία του κ. **Παναγιώτη Ανδριανόπουλου** για το πως αξιοποιούμε τα data από το benchmarking και τα μετασχηματίζουμε σε ένα εργαλείο διοίκησης εφαρμόζοντας τη μεθοδολογία του management by objectives (MBO). Είναι βέβαιο πως ο κλάδος αναζητά στοιχεία, ανταλλαγή απόψεων και κινείται προς την κατεύθυνση της γνώσης με στοχευμένες ενέργειες.

Το διήμερο διαδικτυακό συνέδριο σήριξαν οι:

Μέγας Χορηγός: Mantis, Event Sponsor 2020: ΠΑΕΓΑΕ, Χρυσοί Χορηγοί: Jungheinrich, Vianox, Diakinisis, Telenavis, IMET, WareM&O, Ekol, Bringg, Myrmex, Βογιατζόγλου Systems, iLink, Cargo & Truck Insurance, IRM.

Χορηγοί: Toyota, Erganet, Pebro.

Οι παρουσιάσεις της κάθε ημέρας έχουν αναρτηθεί στο www.scisce.eu