ΤΙ ΔΕΙΧΝΕΙ ΕΡΕΥΝΑ ΤΟΥ IPA

Στροφή στα ESG (και) για τα agencies

Ανταγωνιστικό πλεονέκτημα μπορεί να δώσουν στις διαφημιστικές εταιρείες τα κριτήρια **ESG (Environmental, Social and Governance)** όπως αποκαλύπτει πρόσφατη έρευνα του **Institute of Practicioners in Advertising (IPA),** στην οποία συμμετείχαν διευθυντικά στελέχη του χώρου της Επικοινωνίας και του Marketing από διάφορους τομείς. Παρόλο που τα αποτελέσματα της έρευνας δίνουν μια μεικτή εικόνα όσον αφορά τις τάσεις, ωστόσο ξεκάθαρα καταδεικνύουν πως οι διαφημιζόμενοι δίνουν όλο και μεγαλύτερη σημασία στα κριτήρια ESG και παράλληλα θέτουν υψηλά τον πήχη όσον αφορά την κατανόηση -από την πλευρά των agencies- των αξιών που χαρακτηρίζουν τα brands αλλά των δράσεων που υλοποιούν σε επίπεδο ESG. Αν και σύμφωνα με τα αποτελέσματα της έρευνας, η δέσμευση στους παράγοντες ESG μάλλον δεν προσφέρει άμεσα new business σε κάποια διαφημιστική, σίγουρα όμως προσμετράται στα θετικά της στοιχεία και λειτουργεί σαν στοιχείο διαφοροποίησης από τον ανταγωνισμό. Για μεγαλύτερη επιτυχία, η έρευνα συμβουλεύει τις διαφημιστικές να καταβάλλουν κάθε δυνατή προσπάθεια προκειμένου να κατανοήσουν πλήρως τον χαρακτήρα του εκάστοτε brand, να δημιουργήσουν περιεχόμενο προστιθέμενης αξίας αλλά και να τοποθετήσουν τους παράγοντες ESG στο κέντρο της συζήτησης προβάλλοντας την συνάφεια τους με την διαφήμιση και την επικοινωνία.

Από την έρευνα προέκυψε πως:

- Τα διευθυντικά στελέχη του χώρου του marketing και της επικοινωνίας ανέφεραν πως τα κριτήρια ESG είναι και θα γίνουν ακόμη πιο σημαντικά (84%) στις καθημερινές πρακτικές με το 51% να αναφέρει πως η πανδημία έχει επιταχύνει την υιοθέτησή τους.
- Η πλειονότητα των επιχειρήσεων έχει ήδη ενστερνιστεί αυτές τις αξίες και πρακτικές με το 72% αυτών να δηλώνουν πως ήδη απολαμβάνουν τα θετικά αποτελέσματα.
- 84% των στελεχών Marketing και επικοινωνίας δήλωσε πως το agency, με το οποίο συνεργάζονται θα πρέπει να αντικατοπτρίζει τις αξίες της εταιρείας τους ενώ το 65% τόνισε πως οι εταιρείες επικοινωνίας θα πρέπει να κατανοούν τις προτεραιότητες των brands όσον αφορά τα ζητήματα ESG.
- Επίσης από την έρευνα προκύπτει πως, θέματα όπως η μηδενική ανοχή στην παρενόχληση, οι ίσες ευκαιρίες στους υπαλλήλους και οι περιβαλλοντικές πρακτικές, παρόλο που δεν παίζουν κύριο ρόλο στην επιλογή μια διαφημιστικής, φαίνεται πως στο μέλλον θα αποτελέσουν «μαγνήτη» για τα brands.

Σχολιάζοντας τα ευρήματα της έρευνας, ο πρόεδρος της IPA και αντιπρόεδρος του **VCCP, Julian Douglas,** ανέφερε: *«Αυτή η μελέτη υπογραμμίζει την ανάγκη των διαφημιστικών εταιρειών να αποδείξουν την αφοσίωσή τους στις αρχές ESG. Πλέον ξέρουμε πως αυτό όχι μόνο είναι αυτό που πρέπει να κάνουμε αλλά και πως στο μέλλον θα αποτελέσει επιτακτική ανάγκη για την επιχείρηση. Όπως αναφέρουν τα στοιχεία, τα brands αναζητούν σε εμάς αποτελεσματικές και δημιουργικές λύσεις που συνδυάζονται με ισχυρή μεταξύ μας «χημεία» αλλά όλα αυτά θα πρέπει να συνοδεύονται και με αφοσίωση στις αρχές ESG προκειμένου να αποκτήσουμε ανταγωνιστικό πλεονέκτημα».*

BUSINESS GOOD NEWS ΜΕ ΤΗ ΣΥΝΕΡΓΑΣΙΑ ΤΟΥ ΣΔΕ

Η στήλη Business Good News αποτελεί συνεργασία της Direction Business Network με το Σύνδεσμο Διαφημιζομένων Ελλάδος και δημοσιεύεται σε εβδομαδιαία βάση στα newsletters Business Today και Retail Today. Στόχος της πρωτοβουλίας είναι να αναδεικνύονται οι επιχειρηματικές ειδήσεις με θετικό και αισιόδοξο πρόσημο από την εγχώρια και διεθνή πραγματικότητα.

WFA-ΣΔΕ: ΕΩΣ 31/7 Η ΕΡΕΥΝΑ DEI CENSUS

Παράταση δόθηκε στην πρώτη παγκόσμια έρευνα για τη διαφορετικότητα και την ισότιμη ένταξη στον ευρύτερο κλάδο του marketing και της επικοινωνίας από την **WFA (Παγκόσμια Ομοσπονδία Διαφημιζομένων).** Την έρευνα διεξάγει η **Kantar** και για το εγχείρημα η WFA συνεργάζεται με 22 εθνικούς συνδέσμους διαφημιζομένων, μεταξύ των οποίων και ο **ΣΔΕ**. Το ερωτηματολόγιο θα παραμείνει ανοιχτό μέχρι και τις 31 Ιουλίου 2021, καθώς η αθρόα συμμετοχή επιβεβαιώνει τη σημαντικότητα του θέματος. Σχεδόν 6.000 εργαζόμενοι έχουν ήδη συμμετάσχει από όλο τον κόσμο, με την Ελλάδα να βρίσκεται στην 8η θέση σε απόλυτο αριθμό ερωτηματολογίων! Εάν δεν πήρατε ακόμα μέρος, έχετε χρόνο! Η γνώμη όλων όσοι εργαζόμαστε στο marketing και την επικοινωνία, είτε από την πλευρά των διαφημιζομένων, είτε από την πλευρά των agencies (advertising, media, production, digital κ.λπ.) είτε από την πλευρά των Μέσων, ανεξάρτητα από προϋπηρεσία και θέση, είναι πολύ σημαντική για να μπορέσουμε να δούμε πόσο συμπεριληπτικός είναι ο κλάδος στην Ελλάδα και για να φέρουμε τη χώρα μας ακόμα πιο ψηλά στην κατάταξη!