



«ΤΡΟΠΟΣ ΖΩΗΣ» Η ΒΙΩΣΙΜΟΤΗΤΑ

Στο Planet Pledge της WFA επίσημα ο ΣΔΕ

«Η Ισχύς εν τη ενώσει» πρεσβεύει ο **Σύνδεσμος Διαφημιζομένων Ελλάδος (ΣΔΕ)**, για να αναχαιτιστεί η κλιματική κρίση και να περιοριστούν οι συνέπειές της για το περιβάλλον. Και το κάνει πράξη, ενώνοντας τις δυνάμεις του με 17 μεγάλα brands και 22 εθνικούς Συνδέσμους σε όλο τον κόσμο, που στηρίζουν το **WFA Planet Pledge**.

Λίγα λόγια για το Planet Pledge

Η πρωτοβουλία αυτή της **Παγκόσμιας Ομοσπονδίας Διαφημιζομένων (WFA)** γεννήθηκε μέσα από την Παγκόσμια Έρευνα "**Sustainability and Marketing**" και έχει στόχο να γίνει το marketing κινητήρια δύναμη για την αντιμετώπιση των μεγάλων περιβαλλοντικών θεμάτων που αντιμετωπίζει ο πλανήτης. Οι εταιρείες που στηρίζουν το Pledge (signatories) αξιοποιούν τη δύναμη του marketing για να φέρουν αλλαγή, τόσο εσωτερικά όσο και στους καταναλωτές. Οι εθνικοί σύνδεσμοι από την πλευρά τους (partners), θα προωθήσουν το πλάνο στις εγχώριες επιχειρήσεις και θα μοιραστούν την παγκόσμια γνώση με τους marketers που επιθυμούν να οδηγήσουν τις εξελίξεις σε θέματα βιωσιμότητας.

Οι πρόσφατες πυρκαγιές και ο ρόλος των επιχειρήσεων

Ένα πρόσφατο παράδειγμα της άμεσης συνάρτησης του επιχειρείν με την περιβαλλοντική πρωτοβουλία, ήταν οι καταστροφικές πυρκαγιές που έπληξαν τον Αύγουστο, όχι μόνο την Εύβοια αλλά πολλές ακόμα περιοχές της χώρας μας. Οι προφανείς επιπτώσεις της κλιματικής κρίσης, τα ολοένα συχνότερα ακραία καιρικά φαινόμενα που πλήττουν ολόκληρο τον πλανήτη και, δυστυχώς, και την Ελλάδα, υπογράμμισαν για μία ακόμα φορά την ανάγκη για δράση, όχι μόνο σε ατομικό επίπεδο αλλά και στο επιχειρείν. Οι επιχειρήσεις, επιδεικνύοντας άμεσα τα κοινωνικά αντανακλαστικά τους, έσπευσαν να βοηθήσουν με όλα τα μέσα που διαθέτουν, όχι μόνο κατά τη διάρκεια της κατάσβεσης των καταστροφικών πυρκαγιών αλλά και στη συνέχεια, ανακουφίζοντας στο μέτρο του δυνατού τους πληγέντες, δεσμευόμενες να στηρίξουν την αποκατάσταση και την πρόληψη. Η κινητοποίηση και η βοήθεια που προσέφεραν και προσφέρουν ήταν άμεση, συγκινητική και τεράστια.

Πώς εντάσσει ο ΣΔΕ τη βιωσιμότητα στο επιχειρείν

Στον ΣΔΕ, είναι ακράδαντη η πεποίθηση πως η βιωσιμότητα είναι ζωτικής σημασίας για τους ανθρώπους αλλά και για τα brands. Προκειμένου να ενταχθεί με τον καλύτερο δυνατό τρόπο η βιωσιμότητα στο εγχώριο επιχειρείν και να γίνει το marketing κινητήρια δύναμη για την αλλαγή που απαιτείται, ο ΣΔΕ, μέσα από τη συμμετοχή του στο Planet Pledge, έχει σκοπό να ενθαρρύνει και να στηρίξει τους CMOs σε τέσσερις σημαντικούς τομείς:

- Να δεσμευτούν στην παγκόσμια καμπάνια Race to Zero.
- Να ενισχύσουν την ικανότητα των τμημάτων marketing να ηγηθούν της προσπάθειας αντιμετώπισης της κλιματικής αλλαγής, προσφέροντας εργαλεία και καθοδήγηση και στις ομάδες τους και στα συνεργαζόμενα agencies
- Να αξιοποιήσουν τη δύναμη της επικοινωνίας και του marketing, προκειμένου να συμβάλλουν στην ανάπτυξη πιο βιώσιμης συμπεριφοράς από τους καταναλωτές
- Να ενισχύσουν τη δημιουργία ενός αξιόπιστου marketing & communication environment, όπου οι ισχυρισμοί περί βιωσιμότητας θα είναι τεκμηριωμένοι.

Οι δράσεις του ΣΔΕ για τη βιωσιμότητα

Ο ΣΔΕ, ήδη από το 2019, έχει επιδείξει πλούσια δράση όσον αφορά τα ζητήματα της Βιώσιμης Ανάπτυξης, της Αειφορίας και του Better Marketing. Πιο συγκεκριμένα:

1. Τον Οκτώβριο του 2019, στο πλαίσιο της διοργάνωσης των **Αρισטיών Εταιρικής Υπευθυνότητας** του ΣΔΕ, διοργάνωσε round table discussion γύρω από το θέμα του περιβάλλοντος με τίτλο «Εταιρική υπευθυνότητα: περιβάλλον ώρα μηδέν», στη διάρκεια του οποίου άνθρωποι από διαφορετικά πεδία μοιράστηκαν το όραμα και τους προβληματισμούς τους για το περιβάλλον και την κλιματική αλλαγή.
2. Τον Ιανουάριο 2021, μοιράστηκε με τα μέλη του τον οδηγό **WFA "Marketing and Sustainability-How marketers can reconcile the consumption conundrum"**, με σκοπό να καταδείξει ότι το marketing, που παραδοσιακά θεωρείται ότι ενισχύει την κατανάλωση και «υπονομεύει» τους στόχους 13,

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.

14 και 15 που σχετίζονται με το κλίμα και τη ζωή στο νερό και στη στεριά, αντίστοιχα, μπορεί και πρέπει να γίνει καταλύτης για πιο βιώσιμες στρατηγικές και συμπεριφορές.

3. Την ίδια περίοδο, προσέφερε στα μέλη του το εξειδικευμένο webinar που σχεδίασε η Παγκόσμια Ομοσπονδία Διαφημιζομένων με θέμα "**Spotlight on sustainability around the world**", όπου παρουσιάστηκαν insights για το τι σημαίνει βιωσιμότητα σε διαφορετικά μέρη του κόσμου και δόθηκαν πρακτικές συμβουλές για το πώς οι επικεφαλής των μαρκών μπορούν να προωθήσουν τη βιωσιμότητα και τους στόχους βιώσιμης ανάπτυξης (SDG's) των Ηνωμένων Εθνών μέσα από marketing και την επικοινωνία.
4. Τον Φεβρουάριο και το Μάρτιο 2021 ο ΣΔΕ πήρε μέρος στην Παγκόσμια Έρευνα της WFA "**Sustainability and Marketing**". Χάρη στη συμμετοχή των Ελλήνων marketers, πέτυχε να είναι η Ελλάδα μέσα στο μετρήσιμο δείγμα και να λάβει ξεχωριστό report για την ελληνική αγορά!

Με το 97% των Ελλήνων marketers να συμφωνούν ότι οι μάρκες έχουν την ευθύνη να αλλάξουν τη συμπεριφορά των καταναλωτών, ο ΣΔΕ πιστεύει πως είναι ανάγκη να γίνει η βιωσιμότητα τρόπος σκέψης και αναπόσπαστο κομμάτι της λειτουργίας του marketing. Είναι προφανές ότι κάθε δράση υποστήριξης της κοινωνίας σε περίοδο κρίσης είναι απαραίτητη, πολύτιμη και αξίζει αναγνώρισης και επαίνου. Δεν πρέπει όμως να είναι αποσπασματική. Η λύση για τον πλανήτη και για τα brands είναι να αποτελέσει η βιωσιμότητα, με τη βοήθεια ειδικών και την ενίσχυση συνεργασιών και συνεργειών, στρατηγική επιλογή και δέσμευση, κάνοντας το marketing Better Marketing.