

ΕΡΕΥΝΑ ΤΗΣ KPMG

Στροφή σε ψηφιακό μετασχηματισμό και ESG από τους CEOs της παγκόσμιας μεταποίησης

Απάντηση στην Covid-19 και στη γεωπολιτική αβεβαιότητα δίνουν οι **CEOs** της παγκόσμιας μεταποίησης, εστιάζοντας στις εφοδιαστικές αλυσίδες και τον ψηφιακό μετασχηματισμό. Αναλυτικότερα, η πανδημία, η κλιματική αλλαγή και τα γεωπολιτικά γεγονότα οδηγούν τα στελέχη του μεταποιητικού κλάδου παγκοσμίως να επικεντρώνονται περισσότερο από ποτέ σε έναν διπλό μετασχηματισμό: στην έξυπνη ψηφιοποίηση και στους στόχους που αφορούν σε **Περιβάλλον, Κοινωνία και Διακυβέρνηση (ESG)**, σύμφωνα με έρευνα της **KPMG**. Τα ευρήματα βασίζονται στην παγκόσμια έρευνα **"Global Manufacturing Prospects 2022"** της **KPMG International**, στην οποία συμμετείχαν 150 CEOs εταιρειών μεταποίησης από 11 χώρες στην Ευρώπη, τη Βόρεια Αμερική και την περιοχή Ασίας - Ειρηνικού. Τα τρία τέταρτα από αυτούς προέρχονται από εταιρείες με ετήσια έσοδα 1 δισ. δολαρίων ή περισσότερο. Ο συνδυασμός της πανδημίας και της κλιματικής αλλαγής επιταχύνει τον ψηφιακό μετασχηματισμό, καθώς οι εταιρείες αναζητούν εργαλεία για τον περιορισμό των νέων κινδύνων και τη μεγιστοποίηση των νέων ευκαιριών. Η έρευνα δείχνει ότι οι CEOs δεν είχαν ακόμα το χρόνο για να αξιολογήσουν πλήρως τη σχέση μεταξύ του ψηφιακού μετασχηματισμού και των ESG. «Οι επιχειρήσεις μεταποίησης θα πρέπει πλέον να εστιάσουν σε έναν διπλό μετασχηματισμό: την έξυπνη ψηφιοποίηση και τους φιλόδοξους στόχους σε σχέση με τα ESG. Εφόσον υλοποιηθούν αποτελεσματικά, οι δύο αυτοί μετασχηματισμοί είναι πιθανόν να αλληλοενισχύονται για τη δημιουργία μιας πιο ανταγωνιστικής επιχείρησης και ενός βιωσιμότερου πλανήτη», υποστηρίζει ο **Stéphane Souchet**, Global Head of Industrial Manufacturing

της **KPMG International**. Σύμφωνα με τα ευρήματα της έρευνας και σχετικά με τα ζητήματα περιβάλλοντος, κοινωνίας και διακυβέρνησης, οι CEOs εστιάζουν περισσότερο στον δεύτερο παράγοντα όσον αφορά την πανδημία. Δεν αγνοούν ωστόσο και τους περιβαλλοντικούς στόχους: το 71% αντιμετωπίζει τις «παγκόσμιες προκλήσεις» όπως η εισοδηματική ισότητα και η κλιματική αλλαγή ως τις μεγαλύτερες απειλές για τη μακροπρόθεσμη ανάπτυξη. Οι CEOs πλέον γνωρίζουν πως η βασική λειτουργική προτεραιότητα για την επίτευξη των στόχων ανάπτυξης τα επόμενα τρία χρόνια είναι η επένδυση στην ψηφιοποίηση και τη διασυνδεσιμότητα όλων των λειτουργικών τομέων. Οι στόχοι ESG ωστόσο δεν αντιμετωπίζονται ως το κύριο εργαλείο ανάπτυξης από τους CEOs που ερωτήθηκαν. Ναι μεν μία αξιολογούμενη μειονότητα (31%) αναφέρει ότι η προσήλωση στα ESG βελτιώνει τις οικονομικές επιδόσεις, αλλά ένα σημαντικό 54% υποστηρίζει ότι έχει ουδέτερη επίδραση. Πρωτίστως, το 92% πιστεύει ότι μια καμπάνια που θα εστιάζει στον κοινωνικό σκοπό της εταιρίας θα έχει τη μεγαλύτερη επίδραση στις σχέσεις με τους πελάτες. Ο ψηφιακός μετασχηματισμός και η στροφή των CEOs σε κριτήρια ESG είναι πλέον γεγονός στο σύγχρονο επιχειρείν, αν και δεν υιοθετείται με την απαιτούμενη ταχύτητα από όλες τις εταιρείες. Ωστόσο, καταλήγοντας η έρευνα αναφέρει πως οι επιχειρήσεις θα πρέπει να αντιληφθούν πως η νέα αυτή πραγματικότητα αναδεικνύει το υγιές πρόσωπο μιας εταιρείας αλλά παράλληλα αυξάνει τα οικονομικά της μεγέθη, καλλιεργεί ένα σύγχρονο προφίλ και την θωρακίζει απέναντι σε αστάθμητους παράγοντες, όπως η πρόσφατη πανδημία, που προκάλεσε τριγμούς στην παγκόσμια οικονομία.



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 ειδήσεις με θετικό και αισιόδοξο πρόσημο από την εγχώρια και διεθνή πραγματικότητα.

ΜΕΓΑΛΩΝΟΥΝ ΣΤΑΘΕΡΑ ΟΙ ΟΜΑΔΕΣ MARKETING

Οι ομάδες marketing μεγαλώνουν σε παγκόσμιο επίπεδο και η τάση αυτή άγγιξε ένα νέο ρεκόρ τον Ιανουάριο του 2022, σύμφωνα με τα τελευταία στοιχεία του **Global Marketing Index (GMI)**, του μηνιαίου δείκτη του **WARC** που αποτυπώνει την κατάσταση στην παγκόσμια αγορά marketing. Συγκεκριμένα, τα επίπεδα στελέχωσης στο χώρο του marketing διεθνώς κατέγραψαν την υψηλότερη ανάπτυξη που έχει παρατηρηθεί τα τελευταία δέκα χρόνια. Όπως φαίνεται, η πανδημία έχει αλλάξει τις εργασιακές συνήθειες, ενώ οι νέες ψηφιακές συμπεριφορές απαιτούν από τις ομάδες marketing να προσαρμοστούν. Χαρακτηριστικό παράδειγμα είναι πως το 62% των marketers δηλώνουν πως αναδιοργανώνουν την ομάδα τους, προκειμένου να ανταποκριθούν στις δυνατότητες που προσφέρονται σήμερα για brand building, στο πλαίσιο της ανάπτυξης του e-commerce. Η μεγαλύτερη ανάπτυξη είναι ορατή στην Αμερική, αν και το κίνημα της «Μεγάλης Παραίτησης» (The Great Resignation) επηρεάζει και τις ομάδες marketing. Θυμίζουμε ότι κορυφαίοι εκπρόσωποι της παγκόσμιας αγοράς marketing θα βρεθούν στην Αθήνα στις 7 Απριλίου, στο **Global Marketer Conference 2022**, που διοργανώνουν για πρώτη φορά στην Ελλάδα ο **ΣΔΕ** και η **Παγκόσμια Ομοσπονδία Διαφημιζομένων**. Εσείς, θα είστε εκεί; Εισιτήρια στο <https://gmc.sde.gr/registration>.