



ΤΗΝ ΑΝΑΓΝΩΡΙΖΟΥΝ ΩΣ ΚΟΡΥΦΑΙΑ ΠΡΟΚΛΗΣΗ

# Προτεραιότητα για τους Ευρωπαίους αποτελεί πλέον η Κλιματική Αλλαγή

Πολύ ψηλά στις προτεραιότητες των Ευρωπαίων είναι η αντιμετώπιση της κλιματικής αλλαγής, σύμφωνα με το ειδικό **Ευρωβαρόμετρο** για το μέλλον της Ευρώπης, που δημοσίευσαν από κοινού το **Ευρωκοινοβούλιο** και η Κομισιόν.

Η κλιματική αλλαγή είναι εδώ και η Ευρώπη επιτέλους την αντιμετωπίζει κατάματα, αναζητώντας τρόπους που θα εμποδίσουν τις κλιματολογικές προκλήσεις. Εν νέα στους 10 νέους Ευρωπαίους συμφωνούν πως πρόκειται για ένα πολύ σοβαρό ζήτημα, που επηρεάζει όχι μόνο την υγεία αλλά και την καθημερινότητά τους.

Το Ευρωβαρόμετρο δείχνει ότι το 91% των ατόμων ηλικίας 15-24 ετών πιστεύουν ότι η αντιμετώπιση της κλιματικής αλλαγής μπορεί να συμβάλει στη βελτίωση της υγείας και της ευημερίας τους, σύμφωνα με το 84% των ατόμων ηλικίας 55 ετών και άνω.

Σχεδόν ένας στους δύο Ευρωπαίους (49%) θεωρεί την κλιματική αλλαγή την κύρια παγκόσμια πρόκληση για το μέλλον της ΕΕ, ενώ υποστηρίζει σχεδόν καθολικά τους περιβαλλοντικούς στόχους της Ευρωπαϊκής Πράσινης Συμφωνίας: το 88% των Ευρωπαίων πιστεύει ότι είναι σημαντικό να αυξήσουμε την ενεργειακή απόδοση και το μερίδιο των Ανανεώσιμων Πηγών Ενέργειας στην οικονομία μας, ενώ το 80% συμφωνεί ότι είναι σημαντικό να καταστεί η Ευρώπη η πρώτη κλιματικά ουδέτερη ήπειρος στον κόσμο έως το 2050 και να προωθηθεί η ανάπτυξη της αγοράς οχημάτων μηδενικών και χαμηλών εκπομπών. Ωστόσο, το 90% των Ευρωπαίων συμφωνούν ότι οι φωνές των πολιτών της ΕΕ θα

πρέπει να λαμβάνονται περισσότερο υπόψη στις αποφάσεις που αφορούν το μέλλον της Ευρώπης. Συνολικά, οι Ευρωπαίοι θεωρούν την κλιματική αλλαγή και το περιβάλλον (44%), την υγεία (40%), καθώς και μια ισχυρότερη οικονομία, κοινωνική δικαιοσύνη και περισσότερες θέσεις εργασίας (40%), βασικά ζητήματα. Για πρώτη φορά ίσως, οι κάτοικοι της Ε.Ε. τονίζουν πως είναι πλέον επιτακτική η ανάγκη για άμεσες και ξεκάθαρες λύσεις.

Η κλιματική αλλαγή όμως δεν απασχολεί μόνο τους Ευρωπαίους πολίτες, αλλά και τα brands παγκοσμίως. Όπως είπε ο **Peter Wright**, Former Chief Marketing Officer, IKEA, «*Το να μιλούν για βιωσιμότητα τα brands είναι το λιγότερο που μπορούν να κάνουν. Στα επόμενα 5 χρόνια, αν δεν έχεις συμπεριλάβει την βιωσιμότητα στην επικοινωνία του, δεν θα είσαι πλέον brand αλλά 'να απλό εμπόρευμα*».

Όπως χαρακτηριστικά ανέφερε ο **Sir David Attenborough** στην ομιλία του κατά τη διάρκεια της **Global Marketer Week 2021**, «*η σωτηρία του πλανήτη μας αποτελεί πλέον μια επικοινωνιακή πρόκληση*». Ο κλάδος του Marketing πρωτοπορεί στην επικοινωνία της βιωσιμότητας, «στρατολογώντας» τα brands στον αγώνα για την σωτηρία του περιβάλλοντος. Marketing & sustainability συνδέονται με πολλούς διαφορετικούς τρόπους και η βιωσιμότητα αποτελεί πλέον διεθνώς βασικό πυλώνα του Better Marketing, για το οποίο εργάζεται ο ΣΔΕ τα τελευταία χρόνια. Διαβάστε περισσότερα για τις πρωτοβουλίες του ΣΔΕ για τη βιωσιμότητα στο <https://www.sde.gr>.

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.

## ΑΝΟΔΟΣ ΔΑΠΑΝΗΣ 9,2% ΠΡΟΒΛΕΠΕΤΑΙ ΓΙΑ ΤΟ 2022

Άνοδο της τάξης του 9,2% προβλέπει για την παγκόσμια διαφημιστική επένδυση φέτος ο **Ομίλος Dentsu**. Σύμφωνα με την τελευταία έκθεση του παγκόσμιου δικτύου, η διαφημιστική δαπάνη σε παγκόσμιο επίπεδο θα αγγίξει φέτος τα 745 δισ. δολάρια, μια ισχυρή άνοδος ύψους 117,2 δισ. δολαρίων ή 18,7% σε σχέση με το 2019, όταν η πανδημία δεν είχε κάνει ακόμη την εμφάνισή της. Βασικός παράγοντας της ανόδου, όπως έχει τονίσει στις αναλύσεις τους και ο **ΣΔΕ** είναι η αύξηση της digital δαπάνης, που η Dentsu υπολογίζει πως το 2022 θα κυμανθεί κοντά στο 14,8%, χάρη σε video, connected TV, programmatic and ecommerce. Θα πρέπει να σημειωθεί πως το 2021 η digital δαπάνη κατέγραψε άνοδο 29,1% με αποτέλεσμα φέτος το digital να αναμένεται να απορροφήσει το 55,5% (408 δισ. δολάρια) της συνολικής παγκόσμιας διαφημιστικής πίας. Οι κορυφαίες 5 αγορές όσον αφορά τη διαφημιστική δαπάνη αναμένεται να είναι και το 2022 οι ΗΠΑ, Κίνα, Ιαπωνία, Μεγάλη Βρετανία και Γερμανία, ενώ τη μεγαλύτερη ανάπτυξη πρόκειται να γνωρίσουν οι Ινδία, ΗΠΑ, Ρωσία και Καναδάς. Στην περιφέρεια EMEA, που ανήκει και η Ελλάδα, εκτιμάται πως θα καταγραφεί αύξηση του adspend κατά 5,9%.