



ΤΙ ΑΝΑΦΕΡΟΥΝ ΣΤΟ ΜΑΝΙΦΕΣΤΟ ΤΟΥΣ

Τα ουκρανικά Media Agencies αναλαμβάνουν πρωτοβουλία

Με τον πόλεμο της Ουκρανίας σε εξέλιξη και χωρίς να υπάρχει άμεσα ορατή λύση στο αδιέξοδο, ο κλάδος της επικοινωνίας δήλωσε δυναμικό «παρών» με τα ουκρανικά media agencies να συντάσσουν ένα μανιφέστο με τους τρόπους που μπορούν άλλες χώρες πρακτικά και ουσιαστικά να βοηθήσουν την Ουκρανία. Σε μια προσπάθεια να καταπολεμηθεί η ρωσική προπαγάνδα, αλλά και να στηριχθούν εργαζόμενοι από την Ουκρανία, τα ουκρανικά media agencies καλούν τις άλλες χώρες να υποστηρίξουν ανθρωπιστικές πρωτοβουλίες, αλλά και να παράσχουν ευκαιρίες απασχόλησης σε Ουκρανούς πρόσφυγες στις επιχειρήσεις τους. Ηγέτιδα δύναμη στην πρωτοβουλία αυτή είναι η ουκρανοβρετανική κοινοπραξία **Razom Group**, που περιλαμβάνει τα agencies **Initiative**, **Havas Media Ukraine** και **UM Ukraine**, που άρχισαν να παρέχουν ανθρωπιστική βοήθεια για την υποστήριξη εκκένωσης των πόλεων ως μια ηχηρή απάντηση στην αγριότητα του πολέμου. Ο επικεφαλής στρατηγικής και ψηφιακός υπεύθυνος για τον **Όμιλο Razom**, **Mila Krutchenko**, που ηγήθηκε της προσπάθειας, ανέφερε: «Κατά τη διάρκεια των 3 μηνών του πολέμου, η αγορά των μέσων μας έχει αλλάξει δραματικά. Είμαστε όλοι μια γροθιά απέναντι στον επιτιθέμενο. Η επιθυμία μας να βοηθήσουμε την Ουκρανία είναι μεγάλη. Για τους σκοπούς αυτούς, εστιάσαμε στην αγορά της επικοινωνίας και μέσω αυτού του μανιφέστου που συντάξαμε προσπαθούμε να βοηθήσουμε την Ουκρανία». Η πρωτοβουλία αυτή έχει υποστηριχθεί από μια σειρά μεγάλων εταιρειών, όπως οι **Publicis Ukraine**, **Optimum Media OMD Group** και **Dentsu Ukraine**, η **Google Ukraine** αλλά και η **Rakuten Advertising**, καθώς και από μια ομάδα ανεξάρτητων agencies. Το

μανιφέστο περιλαμβάνει τα ακόλουθα: ευαισθητοποίηση για τον πόλεμο, υποστήριξη ανθρωπιστικών πρωτοβουλιών, δημιουργία viral περιεχομένου, συναλλαγές με ουκρανικές εταιρείες, χρησιμοποίηση ουκρανικών ταλέντων και διακοπή συναλλαγών με τη Ρωσία. «Σε μια κατάσταση κρίσης όπως ο πόλεμος, η εμπλοκή της βιομηχανίας των media είναι εξαιρετικά σημαντική για την επίλυση στρατηγικών προβλημάτων», πρόσθεσε η **Anastasiia Baidachenko**, διευθύνουσα σύμβουλος του **Interactive Advertising Bureau Ukraine**. Η ίδια υποστήριξε πως η πρόσληψη Ουκρανών ειδικών στα media άλλων χωρών και η συνεργασία με ανθρώπους από ουκρανικές επιχειρήσεις, στηρίζουν την οικονομία. «Σώστε την πατρίδα μας, το έθνος μας και τον πολιτισμό μας», αναφέρει το μανιφέστο, που προτείνει απλούς τρόπους για να βοηθήσει κάποιος έμπρακτα την Ουκρανία: • Υποστηρίξτε την Ουκρανία στα ΜΜΕ, διαδώστε την αγριότητα του πολέμου και μπλοκάρτε τα fake news. • Δημιουργήστε στα social media καμπάνιες που υποστηρίζουν ανθρωπιστικούς σκοπούς. • Δημιουργήστε viral περιεχόμενο για τον πόλεμο, ώστε να γνωρίζουν όσο το δυνατόν περισσότεροι τι συμβαίνει στην Ουκρανία. • Συνεργαστείτε με Ουκρανούς προμηθευτές και βοηθήστε να έρθουν περισσότερα έργα στην Ουκρανία. • Προσλάβετε Ουκρανούς ειδικούς στα media, καθώς η χώρα έχει πολλά ταλέντα στον τομέα. • Σταματήστε κάθε συνεργασία με τη ρωσική αγορά, καθώς οι εταιρείες που επενδύουν στη Ρωσία υποστηρίζουν την τρομοκρατία. Μπορεί η εξαίρεση της ρωσικής αγοράς να αποτελεί πλήγμα για τα περισσότερα media, όμως αποτελεί μια ορθή επιλογή.

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.

ΕΥΡΩΠΗ: ΑΝΟΔΟΣ ΓΙΑ ΤΗΝ ΨΗΦΙΑΚΗ ΔΙΑΦΗΜΙΣΗ

Κατά 30,5% αυξήθηκε το 2021 η ψηφιακή διαφήμιση στην Ευρώπη, σύμφωνα με τα στοιχεία του **IAB Europe**, φτάνοντας τα 92 δισ. ευρώ. Η εν λόγω εκθετική ανάπτυξη δείχνει ότι η αγορά ψηφιακής διαφήμισης έχει πραγματικά ανακάμψει από τις προκλήσεις και τον αντίκτυπο της πανδημίας του νέου κορονοϊού. Ωστόσο, τα εν λόγω στοιχεία πρέπει να εξετάζονται με προσοχή, δεδομένου του αυξανόμενου πληθωρισμού στην Ανατολική Ευρώπη και την Τουρκία, χώρα στην οποία ο πληθωρισμός έφτασε το 19,6% το 2021. Όλες οι αγορές παρουσίασαν διψήφια ανάπτυξη όσον αφορά την ψηφιακή διαφήμιση το 2021. Η Τουρκία ήταν η πιο δυναμική αγορά με ανάπτυξη 99,7%. Οι τρεις κορυφαίες αγορές -το Ηνωμένο Βασίλειο, η Γερμανία και η Γαλλία- αντιπροσωπεύουν πάνω από το ήμισυ του συνόλου των ευρωπαϊκών δαπανών για ψηφιακές διαφημίσεις. Το audio αυξήθηκε κατά 50,2% σε όλες τις αγορές, αν και σε απόλυτα μεγέθη παραμένει αρκετά χαμηλά, το βίντεο αυξήθηκε επίσης κατά 46,2%, στα 18,5 δισ. ευρώ και το display advertising κατά 34,5%, στα 45,6 δισ. ευρώ, με τα Social Media να αντιπροσωπεύουν το 50% της διαφημιστικής δαπάνης του display, ενώ το search advertising γνώρισε ανάπτυξη 29,9% στα 39,5 δισ. ευρώ.