

NEA KRITHRIA GIA TA BPABEIA

Οι Κάννες στο δρόμο της βιωσιμότητας

Νέα κριτήρια καθορίστηκαν πρόσφατα για τη συμμετοχή έργων στο **Διεθνές Φεστιβάλ Δημιουργικότητας των Καννών** για το 2023, όπως δήλωσε ο διευθύνων σύμβουλος της **Cannes Lions, Simon Cook**, κατά τη διάρκεια του **Masters of Marketing Conference** της **National Advertisers Association** στο Ορλάντο. Τα κριτήρια εστιάζουν στον αντίκτυπο που έχει ο κλάδος της διαφήμισης τόσο στην οικονομία όσο και στο περιβάλλον, ενώ και η διαφορετικότητα τίθεται στο επίκεντρο ως μια σύγχρονη απαίτηση. Η διοργάνωση θα παρακολουθηθεί συνεχώς τις επιτροπές αναφορικά με τη στήριξη της διαφορετικότητας που επιδεικνύουν, ανέφερε ο **Kouk**, υποσχόμενος ότι «τα κριτήρια και η διαδικασία επιλογής των κριτικών επιτροπών θα εξελιχθούν, για να διασφαλίσουμε ότι οι επιτροπές μας αντικατοπτρίζουν πλήρως την κοινωνία και όχι απλά τη βιομηχανία μας». Χωρίς να δώσει περισσότερες πληροφορίες για τη σύνθεση των κριτικών επιτροπών στο εξής ή για τα νέα κριτήρια που αποφασίστηκαν, ο Kouk εξέφρασε τη βεβαιότητα πως οι αλλαγές μπορούν να έχουν θετικό αντίκτυπο. «Είμαστε πλέον σε θέση να μπορούμε να δημιουργήσουμε το πλαίσιο που θα ορίζει την ατζέντα του κλάδου», ανέφερε χαρακτηριστικά. Όλες οι συμμετοχές για τα βραβεία Cannes Lions, ανεξάρτητα από την κατηγορία τους, θα κληθούν να παρουσιάζουν τον αντίκτυπό τους τόσο στην ανάπτυξη του κλάδου όσο και στην επίτευξη στόχων βιωσιμότητας, σχολίασε ο διευθύνων σύμβουλος της Cannes Lions. Όσον αφορά το κομμάτι της βιωσιμότητας, οι συμμετέχοντες θα πρέπει να δίνουν πληροφορίες για τις εκπομπές άνθρακα των παραγωγών τους, χρησιμοποιώντας εργαλεία όπως αυτά που παρέχονται από την πρωτοβουλία **Ad Net Zero**, που παρουσιάστηκε πέρυσι στις Κάννες από τις **AA, ISBA** και **IPA**. Η πρωτοβουλία Ad Net Zero, με τη συμμετοχή άνω των 100 διαφημιστικών εταιρειών, ομίλων MME και επιχειρήσεων παρα-

γωγής, έχει σκοπό τη μηδενική εκπομπή άνθρακα από τον διαφημιστικό κλάδο της Βρετανίας έως το 2030. Οι εταιρείες που συμμετέχουν στην πρωτοβουλία έχουν δεσμευτεί να περιορίσουν ή και να εξαλείψουν τις εκπομπές άνθρακα από τις παραγωγικές τους διαδικασίες, συμβάλλοντας έτσι σε έναν καλύτερο και πιο βιώσιμο πλανήτη. Παράλληλα, η πρωτοβουλία έχει σκοπό να χρησιμοποιήσει τη δύναμη της διαφήμισης προκειμένου να προωθήσει τις δράσεις βιωσιμότητας που θα οδηγήσουν σε ένα καλύτερο αύριο. Με τη διαφορετικότητα και τη συμπερίληψη, όπως σημειώθηκε, στο επίκεντρο, οι συμμετέχοντες θα κληθούν από τους διοργανωτές να παρέχουν ακόμα χρήσιμες πληροφορίες αναφορικά με τη σύνθεση των ομάδων πίσω από την κάμερα, σε μια προσπάθεια να περάσει η διαφορετικότητα από τη θεωρία στην πράξη. Τα θέματα της διαφορετικότητας και της βιωσιμότητας στο marketing και την επικοινωνία, βρίσκονται από το 2019 στην κορυφή της ατζέντας του **ΣΔΕ**. Στο webinar που διοργάνωσε σε συνεργασία με την **Kantar Ελλάδα** στις 31/1/2022 παρουσιάστηκαν μεταξύ άλλων τα αποτελέσματα της πρώτης παγκόσμιας ποσοτικής έρευνας **DEI της Παγκόσμιας Ομοσπονδίας Διαφημιζομένων (WFA)**. Η Ελλάδα συμμετείχε στην έρευνα μέσω του ΣΔΕ και μάλιστα ήταν 6η χώρα σε απόλυτο αριθμό συμμετοχών. Όσον αφορά τη βιωσιμότητα, η πιο πρόσφατη δράση του ΣΔΕ αφορά την πρωτοβουλία **Planet Pledge της Παγκόσμιας Ομοσπονδίας Διαφημιζομένων (WFA)**. Ο ΣΔΕ έχει ενώσει από τον Σεπτέμβριο 2021 τις δυνάμεις του με 29 διεθνή brands και 27 εθνικούς συνδέσμους σε όλον τον κόσμο, στην προσπάθεια να γίνει το marketing κινητήρια δύναμη για την αντιμετώπιση των μεγάλων περιβαλλοντικών θεμάτων που αντιμετωπίζει ο πλανήτη. Το Planet Pledge υποστηρίζουν ήδη επτά εταιρείες στην Ελλάδα.



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.

ΕΠΕΚΤΑΣΗ ΣΤΙΣ ΗΠΑ ΓΙΑ ΤΟ AD NET ZERO

Το **Ad Net Zero USA** αποτελεί πλέον πραγματικότητα, καθώς η πρωτοβουλία που ξεκίνησε από τη διαφημιστική βιομηχανία στην Αγγλία θέλει να αποκτήσει πραγματικά παγκόσμια διάσταση. Επικεφαλής του εγχειρήματος στις ΗΠΑ έχει αναλάβει ο **John Osborn**, πρώην **OMD** και **BBDO US** CEO. Παράλληλα, αυτή την εβδομάδα και συγκεκριμένα στις 9 και 10 Νοεμβρίου, θα πραγματοποιηθεί το δεύτερο Global Summit της πρωτοβουλίας Ad Net Zero. Το Summit θα μεταδοθεί ζωντανά από το Park Village του Λονδίνου σε παγκόσμιο ακροατήριο και αναμένεται να προσφέρει ένα ενδιαφέρον μίγμα thought leadership, εμπνευσμένων case studies και πρακτικής καθοδήγησης, χρήσιμο και απαραίτητο για οποιονδήποτε εργάζεται στη διαφημιστική βιομηχανία, στα MME ή σε εταιρείες τεχνολογίας. Ανάμεσα στους ομιλητές θα βρίσκονται εκπρόσωποι από τις **American Red Cross, Nestlé, Reckitt, Unilever, Woolmark, Meta, Google, Havas, McCann, GroupM, IPG, Kantar, Publicis, Dentsu, WFA, Lions, ASA, EACA, ACT Responsible** κ.ά. Τέλος, στο Summit θα παρουσιαστούν έργα που έχουν επιλεγεί να συμμετάσχουν στα **Campaign Ad Net Zero Awards**, τα οποία συμβάλλουν στην οικοδόμηση μιας οικονομίας απαλλαγμένης από εκπομπές άνθρακα.