

ΤΟ ΠΑΡΑΔΕΙΓΜΑ ΤΗΣ ΜΕΓΑΛΗΣ ΒΡΕΤΑΝΙΑΣ

## Ο χώρος της διαφήμισης στηρίζει τη διαφορετικότητα

Τα agencies της Μεγάλης Βρετανίας δείχνουν το δρόμο προς τη διαφορετικότητα, την ισότητα και τη συμπεριληψη, κάνοντας πραγματικά βήματα προόδου σε θέματα **DEI** μετά την πανδημία και το κίνημα **Black Lives Matter**. Το δρόμο φαίνεται πως ανοίγουν τα agencies της Αγγλίας, όπως αναφέρει το **Agency Census** του **Institute of Practitioners in Advertising (IPA)** για το 2022.

### Η στρατηγική προσλήψεων στη Μεγάλη Βρετανία αλλάζει

Με 12% περισσότερες γυναίκες και 58% περισσότερα άτομα από πέρυσι που δεν ανήκουν σε λευκή φυλή σε κορυφαίες εταιρικές θέσεις, η έρευνα του IPA δείχνει σαφή επιτάχυνση των αλλαγών στον κλάδο της διαφήμισης με σκοπό την ενίσχυση της διαφορετικότητας. Το 2016, το IPA καθόρισε ένα σύνολο στόχων ποικιλομορφίας, πάνω στους οποίους θα πρέπει να βαδίσει το σύνολο του κλάδου. Σύμφωνα με αυτό, θα πρέπει:

- Οι γυναίκες να κατέχουν το 40% των ανώτερων θέσεων.
  - Τουλάχιστον το 15% των ατόμων σε ηγετικές θέσεις να προέρχονται από μη λευκή φυλή.
  - Τουλάχιστον το 25% των νέων προσλήψεων να είναι μαύροι, Ασιάτες και άτομα εθνοτικών μειονοτήτων.
- Ωστόσο, παρόλο που εταιρείες και οργανισμοί δεν έχουν ακόμη επιτύχει το σύνολο αυτών των στόχων, το IPA αναφέρει πως ένας αριθμός επιχειρήσεων πλησιάζει στην επίτευξη ενός ή και περισσότερων από αυτούς.

### Τι αποκάλυψε το Agency Census του IPA

Μια σειρά από ενδιαφέροντα ευρήματα αποκάλυψε η έρευνα του IPA, σχετικά με τη διαφορετικότητα στο marketing και τη διαφήμιση.

#### Πιο συγκεκριμένα:

- Ο συνολικός αριθμός εργαζομένων στους οργανισμούς-μέλη του IPA ανήλθε σε 26.290 (από την 1η Σεπτεμβρίου 2022), αυξημένος κατά 19,2% σε σχέση με το προηγούμενο

έτος, καθώς ο κλάδος ανέκαμψε από τον κορονοϊό.

- Ο αριθμός των γυναικών εργαζόμενων αυξήθηκε κατά 24,1% και έφτασε τις 14.411, αντιπροσωπεύοντας το 55% της συνολικής βάσης απασχολούμενων. Ο αριθμός των ανδρών εργαζόμενων αυξήθηκε κατά 13,2%.
- Οι γυναίκες κατέλαβαν μερίδιο 37,5% των θέσεων ευθύνης, μια αύξηση 12% από το 33,5% που καταγράφηκε το 2021.
- Το ποσοστό εργαζομένων μη λευκής φυλής υπολογίζεται σε 23,6% έναντι μόλις 18,3% το 2021.
- Στα μέσα ενημέρωσης, σε επίπεδο entry και junior level, το 36,7% των υπαλλήλων προέρχονται από μη λευκή φυλή, από 30,2% το 2021. Αντίστοιχα, το ποσοστό σε δημιουργικούς ή άλλους κλάδους των μέσων ενημέρωσης ανέρχεται σε 27,8% από 23,6% το 2021.
- Όσον αφορά τα χρόνια παραμονής ενός στελέχους στην ίδια εταιρεία, τα άτομα με μη λευκή καταγωγή αντιπροσωπεύουν το 11,2% των εργαζομένων σε κορυφαίες, διοικητικές θέσεις, ποσοστό αυξημένο κατά 58% από το 7,1% του 2021.
- Η έρευνα αποκάλυψε σημαντική μισθολογική διαφορά με 17,4% υπέρ των ανδρών, αν και αυτό είναι ποσοστό χαμηλότερο από το 23,3% που καταγράφηκε το 2021.
- Αλλά πέρα από μισθολογικό χάσμα μεταξύ φύλων, υπάρχει και χάσμα αμοιβών ανάμεσα στις εθνικότητες. Έτσι, ποσοστό 21,1% λευκών υπαλλήλων αμείβονταν καλύτερα, ποσοστό αμετάβλητο από το 2021.
- Αμετάβλητο παραμένει και το ηλικιακό προφίλ των εργαζομένων. Η μέση ηλικία είναι 34,4 ετών και μόνο το 6,5% του συνόλου είναι ηλικίας άνω των 50 ετών.

### Ο ΣΔΕ για τη διαφορετικότητα

Ο ΣΔΕ έθεσε το 2020 στην κορυφή της ατζέντας του τα θέματα διαφορετικότητας και ισότιμης ένταξης στο marketing και την επικοινωνία. Ήταν το επόμενο βήμα μιας διαδρομής που είχε ξεκινήσει ήδη από το 2018, με την προσπάθεια κατάργησης των στερεοτύπων στη διαφήμιση.



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.

Θεωρώντας πως ο κλάδος της επικοινωνίας είναι από τους πλέον επιδραστικούς, αναγνώρισε και ανέλαβε την ευθύνη που έχει απέναντι στους καταναλωτές και την κοινωνία. Ως θεσμικός φορέας, μέσω μιας σειράς στοχευμένων δράσεων, προωθεί στην Ελλάδα τη συζήτηση όχι μόνο στις εταιρείες-μέλη του και στα στελέχη τους αλλά και στην ευρύτερη αγορά. Στο πλαίσιο αυτό, το 2021, προώθησε στην Ελλάδα την 1η παγκόσμια έρευνα **DEI (Diversity - Equity - Inclusion) της Παγκόσμιας Ομοσπονδίας Διαφημιζομένων (WFA)** για τη διαφορετικότητα και την ισότιμη ένταξη στον ευρύτερο κλάδο του marketing και της επικοινωνίας, μία μοναδική ως προς την κλίμακά της έρευνα: πάνω από 160 οργανισμοί ένωσαν τις δυνάμεις τους παγκοσμίως και προώθησαν με πάθος την πρωτοβουλία που χαρακτηρίστηκε ως η μεγαλύτερη σύμπραξη που έχει δει ποτέ ο κλάδος. Η έρευνα συγκέντρωσε πάνω από 10.000 συμμετοχές και έφερε την Ελλάδα, με 486 ερωτηματολόγια, 6η σε απόλυτο αριθμό συμμετοχών, μεταξύ 27 χωρών! Στις 15 Μαρτίου 2023, θα ξεκινήσει και στην Ελλάδα το 2ο κύμα της έρευνας, (ζανά με την υποστήριξη και της **Direction**) με σκοπό να διερευνηθεί αν έχει σημειωθεί πρόοδος και εάν υπάρχουν σημαντικές εξελίξεις/αλλαγές σε σχέση με τα ευρήματα του 2021, όσον αφορά το πόσο συμπεριληπτικός είναι ο κλάδος του marketing και της επικοινωνίας σήμερα και κατά πόσο οι εργαζόμενοι βιώνουν το αίσθημα ενσωμάτωσης χωρίς διακρίσεις. Ο ΣΔΕ καλεί κάθε εργαζόμενο στον κλάδο του marketing και της επικοινωνίας, διαφημιζόμενους, agencies (advertising, media, production, digital, design κ.λπ.), Μέσα (media, tech κ.λπ.), εταιρείες ερευνών, freelancers κ.λπ.) ανεξάρτητα από προϋπηρεσία και θέση, να συμμετάσχουν στην έρευνα, με στόχο -γιατί όχι- τις 1.000 απαντήσεις από την Ελλάδα.