

GLOBAL DEI CENSUS 2023

# Συμπερίληψη και διαφορετικότητα σταθερά στο επίκεντρο για τον κλάδο



Η Παγκόσμια Ομοσπονδία Διαφημιζομένων (WFA) πραγματοποιεί το δεύτερο κύμα της -μοναδικής ως προς την κλίμακά της- παγκόσμιας έρευνας "Global DEI Census", που εξετάζει θέματα διαφορετικότητας και ισότιμης ένταξης των εργαζομένων στον κλάδο του marketing και της επικοινωνίας. Η έρευνα πραγματοποιείται σε 34 αγορές και υποστηρίζεται από σημαντικούς οργανισμούς όπως **Adweek, Advertising Week, Campaign, Cannes Lions, Effie Worldwide, GWI, IAA, Voxcomm** κ.ά., καθώς και από κορυφαία brands, γεγονός που υπογραμμίζει τη σπουδαιότητα του εγχειρήματος. Στην Ελλάδα η έρευνα πραγματοποιείται σε συνεργασία με τον **ΣΔΕ** και με την υποστήριξη μεγάλου αριθμού φορέων και διαφημιζόμενων εταιρειών.

## Η έρευνα

Σκοπός όλων είναι να δημιουργηθεί το μεγαλύτερο και πιο αντιπροσωπευτικό παγκόσμιο δείγμα από τον ευρύτερο κλάδο του marketing και της επικοινωνίας. Στόχος της έρευνας είναι να αποτυπώσει πόσο συμπεριληπτικός είναι σήμερα ο κλάδος του marketing και της επικοινωνίας και να διερευνήσει αν έχει υπάρξει πρόοδος από το 2021, οπότε διεξήχθη με μεγάλη επιτυχία το 1ο κύμα της έρευνας. Ακόμα, να καταγράψει αν οι εργαζόμενοι αισθάνονται ότι «ανήκουν» και αν νιώθουν ότι είναι οργανικό κομμάτι των οργανισμών όπου απασχολούνται. Τέλος, με την ολοκλήρωσή της, θέλει να «φωτίσει» τα υφιστάμενα

ζητήματα **DEI**, τις ευκαιρίες και τους τομείς προτεραιότητας για δράση και αλλαγή νοοτροπίας. Η έρευνα είναι απολύτως ανώνυμη και δίνει τη δυνατότητα να μην απαντήσει κάποιος τις ερωτήσεις που δεν επιθυμεί, καθώς δεν αποσκοπεί στο να στιγματιστούν αγορές, brands, οργανισμοί και κοινωνίες. Δεν είναι ένας άτυπος διαγωνισμός μεταξύ εταιρειών, μαρκών, χωρών, εθνικών συνδέσμων και κανείς δεν θέλει να «κουνήσει το δάχτυλο» σε κανέναν. Στην έρευνα μπορούν να πάρουν μέρος όλ@ @εργάζονται στον ευρύτερο κλάδο του marketing και της επικοινωνίας, σε διαφημιζόμενους, agencies (advertising, media, production, digital, design κ.λπ.), Μέσα (media, tech κ.λπ.), εταιρείες ερευνών, φωτογραφικά στούντιο και στούντιο ήχου κ.ά., αλλά και freelancers, ανεξάρτητα από προϋπηρεσία και θέση. Το ερωτηματολόγιο θα μείνει ανοιχτό μέχρι και τις 15 Απριλίου 2023 και για τη συμπλήρωσή του (στα αγγλικά), απαιτούνται περίπου 20 λεπτά. Τα αποτελέσματα αναμένεται -όπως και στο 1ο κύμα- να αποτελέσουν έναν πολύτιμο οδηγό που θα επιταχύνει τις αλλαγές που απαιτούνται ώστε κάθε εργαζόμενος στον κλάδο του marketing και της επικοινωνίας να νιώθει ισότιμος, χωρίς διακρίσεις, χωρίς αστερίσκους, χωρίς να πρέπει να κρύβει σημάδια, πεποιθήσεις, απόψεις και να παλεύει με βαθιά ριζωμένα στερεότυπα. Στο 1ο κύμα της έρευνας (2021), ένας στους επτά εργαζόμενους και εργαζόμενες διεθνώς είπε ότι θα σκεφτόταν να εγκαταλείψει το χώρο,



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.

λόγω περιορισμένης αποδοχής της διαφορετικότητας και συμπερίληψης. Ο κλάδος αντιμετωπίζει ήδη πρωτοφανή έλλειψη στελεχών.

Η ευρεία συμμετοχή θα βοηθήσει να αναγνωριστούν τα προβλήματα και να δρομολογηθούν οι ενέργειες που απαιτούνται για να γίνει ο κλάδος «a better place to work for everyone». Από την πλευρά του, ο ΣΔΕ θα μοιραστεί με όλη την αγορά τα διεθνή και ελληνικά ευρήματα. «*Σε ό,τι είναι μετρήσιμο, μπορεί να γίνει διαχείριση. Ο κλάδος μας αντιμετωπίζει κρίση ταλέντων. Ο κλάδος του marketing πρέπει να είναι ποικίλομορφος, δίκαιος και χωρίς αποκλεισμούς. Υπάρχουν ηθικά και επιχειρηματικά επιχειρήματα αναφορικά με το γιατί ο κλάδος πρέπει να αντικατοπτρίζει καλύτερα όλους τους ανθρώπους που στοχεύουμε να προσεγγίσουμε. Αυτός είναι και ο λόγος για τον οποίο αυτή η έρευνα είναι τόσο κρίσιμη*», ανέφερε ο **Stephan Loerke**, διευθύνων σύμβουλος της WFA.

Ο ΣΔΕ ασχολείται με τα θέματα της διαφορετικότητας και της ισότιμης ένταξης (DEI) από το 2018, οπότε και άνοιξε τη συζήτηση για τα στερεότυπα στη διαφήμιση. Αγκάλιασε από την πρώτη στιγμή την έρευνα γιατί πιστεύει ότι τα θέματα DEI είναι σοβαρά και πολύπλοκα ζητήματα που δεν εξαντλούνται στην αναλογία γυναικών/ανδρών που εργάζονται στα τμήματα marketing και επικοινωνίας των εταιρειών. Και ότι είναι απαραίτητο το marketing και η επικοινωνία να υπερβούν τη φυλετική και μόνο διάσταση (gender diversity) και να συμπεριλάβουν στη σκέψη και τις δράσεις τους όλες τις μορφές διαφορετικότητας: τη φυλή και την εθνότητα, την ικανότητα των ατόμων με αναπηρία, τη σεξουαλικότητα, την ταυτότητα φύλου, τη θρησκεία, την ηλικία, την ψυχική υγεία κ.λπ. Περισσότερα για τις πρωτοβουλίες και τις δράσεις του ΣΔΕ στα θέματα DEI μπορείτε να μάθετε [εδώ](#). Για να πάρετε μέρος στην έρευνα, ακολουθήστε το [link](#).