

AD ACCESSIBILITY ALLIANCE HUB

Η διαφήμιση οφείλει να είναι προσβάσιμη

Η **Ad Accessibility Alliance**, που υποστηρίζεται από την **Παγκόσμια Ομοσπονδία Διαφημιζομένων** και πολλούς ακόμα φορείς του κλάδου, συνδέσμους διαφημιζομένων και εταιρείες, δημιούργησε πρόσφατα το **Ad Accessibility Alliance Hub**, έναν διαδικτυακό τόπο που δίνει στα brands πρόσβαση σε εργαλεία, πηγές, video case studies, interviews και πολλά ακόμα, ώστε να δημιουργούν διαφημιστικό περιεχόμενο που είναι συμπεριληπτικό και προσβάσιμο. Το Hub παρέχει:

- Εκπαιδευτικό υλικό για την κατανόηση της σημασίας της προσβασιμότητας στη διαφήμιση.
 - Στρατηγικές και εργαλεία για τη δημιουργία πιο συμπεριληπτικών διαφημιστικών καμπανιών.
 - Case studies και πρακτικά παραδείγματα από εταιρείες που έχουν εφαρμόσει την προσβασιμότητα στις καμπάνιες τους.
 - Κατευθυντήριες γραμμές για τη βελτίωση της εμπειρίας χρήστη μέσα από οπτικοακουστικό περιεχόμενο, σχεδιασμό και μηνύματα.
- Στόχος της πρωτοβουλίας είναι η προώθηση ενός συμπεριληπτικού διαφημιστικού οικοσυστήματος που διασφαλίζει ότι κανείς δεν αποκλείεται από την επικοινωνία λόγω σωματικών ή αισθητηριακών περιορισμών. 8 λόγοι για να δώσετε προτεραιότητα στην προσβασιμότητα:

1. Είναι απλώς το σωστό!

Ως κοινωνία, έχουμε την ευθύνη να δημιουργήσουμε έναν κόσμο στον οποίο όλοι μπορούν να έχουν πρόσβαση και να επωφελούνται από τις ίδιες υπηρεσίες και εμπειρίες, ανεξάρτητα από το αν έχουν αναπηρία.

2. Μεγαλύτερη προσβασιμότητα σημαίνει και μεγαλύτερη εμβέλεια

Η Ευρωπαϊκή Ένωση **Τυφλών** εκτιμά ότι στην Ευρώπη ζουν περίπου 30 εκατομμύρια άτομα με τύφλωση ή χαμηλή όραση, ενώ κατά μέσο όρο 1 στους 30 Ευρωπαίους ζει με κάποια μορφή χαμηλής όρασης. Σύμφωνα με τον **Παγκόσμιο Οργανισμό Υγείας**

(ΠΟΥ), σχεδόν 200 εκατομμύρια άνθρωποι στην Ευρώπη αντιμετωπίζουν κάποιο βαθμό κώφωσης ή απώλειας ακοής. Οι υπηρεσίες πρόσβασης επιτρέπουν στις εταιρείες μέσω ενημέρωσης και στους διαφημιζόμενους να διευρύνουν το κοινό τους, προσεγγίζοντας και εκείνους που παραδοσιακά αποκλείονταν.

3. Τα άτομα με αναπηρία αποτελούν μια σημαντική αγορά

Σύμφωνα με τον ΠΟΥ, τα άτομα με αναπηρία είναι πάνω από 1 δισεκατομμύριο παγκοσμίως, συνεπώς, αποτελούν μια σημαντική αγορά. Μελέτη έδειξε ότι η συνολική αγορά των ατόμων με αναπηρία είναι πάνω από 13 τρισεκατομμύρια δολάρια ΗΠΑ, μια αγορά μεγαλύτερη από την Κίνα.

4. Η προσβασιμότητα αντιμετωπίζεται θετικά από τον γενικό πληθυσμό

Πάνω από 3,3 δισεκατομμύρια άνθρωποι παγκοσμίως έχουν κάποιο φίλο ή μέλος της οικογένειάς τους με αναπηρία. Συνεπώς η παροχή μεγαλύτερης προσβασιμότητας αντιμετωπίζεται θετικά από τον ευρύτερο πληθυσμό. Μελέτη έχει διαπιστώσει ότι οι εταιρείες που έχουν δεσμευτεί για την ένταξη και την προσβασιμότητα, έχουν ένα σαφές πλεονέκτημα στην αγορά.

5. Οι υπηρεσίες πρόσβασης χρησιμοποιούνται και από κοινό χωρίς αναπηρίες

Η **Ofcom** διαπίστωσε ότι το 18% του πληθυσμού του Ηνωμένου Βασιλείου (7,5 εκατομμύρια άνθρωποι) χρησιμοποιεί υπότιτλους, ενώ μόνο 1,5 εκατομμύριο από αυτούς είναι κωφοί ή έχουν απώλεια ακοής. Συνεπώς, το 80% των τηλεθεατών χρησιμοποιούν υπότιτλους για λόγους άλλους.

6. Μεγάλοι διαφημιζόμενοι και βιομηχανικοί φορείς δεσμεύονται για την προσβασιμότητα

Οι μεγάλοι διαφημιζόμενοι παγκοσμίως δεσμεύονται ότι τα μηνύματα των εκστρατειών τους σε όλα τα κανάλια θα είναι πιο προσιτά, ενώ η προσβασιμότητα εξετάζεται όλο και περισσότερο στο πλαίσιο των ευρύτε-



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.

ρων στόχων **DEI**. Η **P&G**, για παράδειγμα, στοχεύει να καταστήσει το 100% της διαφήμισής της προσβάσιμο μέχρι το 2025.

7. Η εξασφάλιση μεγαλύτερης προσβασιμότητας πιθανώς σύντομα θα αποτελέσει απαίτηση

Οργανώσεις όπως η **RNID & RNIB**, που υπερασπίζονται το κοινό με αναπηρίες, διεξάγουν εδώ και χρόνια εκστρατεία για το θέμα αυτό και σύντομα θα θεσπιστεί νομοθεσία που θα συμβάλει στη μεγαλύτερη προσβασιμότητα. Η Ευρωπαϊκή Πράξη για την Προσβασιμότητα (2025) θα εφαρμοστεί σε όλες τις χώρες της Ε.Ε.

8. Η παροχή υπηρεσιών πρόσβασης για τη διαφήμιση είναι εύκολη

Η τεχνική υποδομή που απαιτείται για την παροχή υπηρεσιών πρόσβασης στην τηλεόραση υπάρχει ήδη και χρησιμοποιείται. Για τους ραδιοτηλεοπτικούς φορείς, η επέκταση αυτής της δυνατότητας στα live διαφημιστικά διαλείμματα δεν είναι δύσκολη, ενώ στις ψηφιακές πλατφόρμες υποστηρίζονται ήδη υπηρεσίες πρόσβασης, όπως υπότιτλοι και αλφαβητικό κείμενο.

Ο **ΣΔΕ** ασχολείται από το 2018 με τη διαφορετικότητα και την ισότιμη ένταξη και απεικόνιση στο marketing και την επικοινωνία. Η προσβασιμότητα στη διαφήμιση, δηλαδή η φροντίδα των brands ώστε άτομα με αναπηρίες (ακουστικές, οπτικές κ.λπ.) να μπορούν να αντιληφθούν και να βιώσουν το περιεχόμενο μιας διαφήμισης, είναι **force for good** and **force for growth** και αποτελούν βασικό πυλώνα του **Better Marketing**, για το οποίο ο Σύνδεσμος εργάζεται τα τελευταία χρόνια. Στο πλαίσιο αυτό έχει, μεταξύ άλλων, μοιραστεί με τα μέλη του τον **open-source** Οδηγό **REFRAME**, που προσφέρει στους marketers καθοδήγηση για να κάνουν προσβάσιμες τις διαφημιστικές τους καμπάνιες.