

ΤΕΧΝΗΤΗ ΝΟΗΜΟΣΥΝΗ ΣΕ MARKETING & ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ

Η υπευθυνότητα στο επίκεντρο

Η συζήτηση γύρω από την Τεχνητή Νοημοσύνη στο marketing και την επικοινωνία έχει ωριμάσει. Δεν αφορά πλέον μόνο το «τι μπορεί να κάνει» η **TN**, αλλά το «πώς πρέπει να χρησιμοποιείται». Και αυτό είναι ίσως το πιο θετικό μήνυμα για τον κλάδο: η παγκόσμια βιομηχανία advertising και marketing δεν αφήνει την τεχνολογία να τρέχει χωρίς πλαίσιο. Αντίθετα, επενδύει χρόνο και πόρους στη διαμόρφωση κανόνων, αρχών και πρακτικών για την υπεύθυνη αξιοποίησή της.

Χαρακτηριστικό παράδειγμα αποτελεί ο πρόσφατος Οδηγός Βέλτιστων Πρακτικών για την Υπεύθυνη Χρήση της **Παραγωγικής Τεχνητής Νοημοσύνης του Advertising Association (AA)** στο Ηνωμένο Βασίλειο. Η AA, που ιδρύθηκε το 1926, εκπροσωπεί διαφημιζόμενους, agencies, media owners και τεχνολογικές εταιρείες και λειτουργεί ως γέφυρα με την πολιτεία σε θέματα πολιτικής και ρυθμιστικού πλαισίου.

Ο οδηγός εκπονήθηκε υπό την αιγίδα της **Online Advertising Taskforce**, με τη συμμετοχή κυβέρνησης, βιομηχανίας και της **Advertising Standards Authority (ASA)**. Πρόκειται για έναν εθελοντικό και πρακτικό οδηγό, που παρέχει σαφείς κατευθύνσεις για την αξιοποίηση της GenAI περιορίζοντας παράλληλα τους κινδύνους.

Βασίζεται στις **Αρχές ISBA/IPA (2023)** και εστιάζει σε οκτώ πυλώνες: διαφάνεια, ορθή χρήση δεδομένων, δικαιοσύνη και ίση μεταχείριση, ανθρωπίνη εποπτεία, πρόληψη βλάβης, brand safety, περιβαλλοντικές παράμετροι και συνεχής παρακολούθηση. Αντιμετωπίζει την

TN ως εργαλείο που απαιτεί λογοδοσία και εσωτερική διακυβέρνηση.

Το πλαίσιο συμπληρώνει την ισχύουσα νομοθεσία του Ηνωμένου Βασιλείου (**UK GDPR, Equality Act**) και ευθυγραμμίζεται με τους κώδικες αυτορρύθμισης της **ASA**, ενώ έχει δημιουργηθεί και προσαρμοσμένη εκδοχή για ΜμΕ, με αναλογική και ρεαλιστική εφαρμογή των αρχών.

Σε διεθνές επίπεδο, η AI αποτελεί προτεραιότητα και για την **Παγκόσμια Ομοσπονδία Διαφημιζομένων (WFA)**, η οποία έχει δημιουργήσει εξειδικευμένη AI Task Force που προσφέρει στα μέλη της ένα πολύπλευρο πλαίσιο υποστήριξης των μελών της για τη μετάβαση από πιλοτικές δοκιμές σε ουσιαστική επιχειρησιακή αξιοποίηση. Ιδιαίτερη έμφαση δίνεται στη διαχείριση ρίσκου, ιδίως σε θέματα πνευματικής ιδιοκτησίας και στην αποφυγή προκαταλήψεων μέσω του **Inclusive AI Marketing Framework**. Παράλληλα, έχουν εκδοθεί εθελοντικές κατευθυντήριες γραμμές για συμβάσεις με agencies, με έμφαση στη διαφάνεια, την ορθή χρήση δεδομένων και την κατανομή ευθυνών. Η TN αντιμετωπίζεται έτσι όχι μόνο ως εργαλείο για το marketing, αλλά και ως πεδίο εταιρικής διακυβέρνησης.

Το ενδιαφέρον είναι ότι η συζήτηση αυτή δε μένει εκτός Ελλάδας.

Ο **Σύνδεσμος Διαφημιζομένων Ελλάδος (ΣΔΕ)** ασχολείται με την TN από το 2023, όταν με το λανσάρισμα του **ChatGPT**, εκδημοκρατίστηκε και βρέθηκε στο επίκεντρο του ενδιαφέροντος διαφημιζομένων και agencies. Στο πλαίσιο του



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.

Better Marketing για το οποίο ο ΣΔΕ εργάζεται τα τελευταία χρόνια, στόχος όλων των stakeholders θα πρέπει να είναι η χρήση των εργαλείων TN μέσα σε ένα περιβάλλον ασφαλές για τα brands και την κοινωνία. Σε αυτό το πλαίσιο έχει ήδη μοιραστεί με τα μέλη του σημαντικούς οδηγούς και έρευνες όπως (i) Marketers' approaches to Generative AI", ii) WFA Primer: Opportunities and Challenges in generative AI, iii) Generative AI Contract Best Practice. Σημαντική είναι και η δημιουργία του Οδηγού Καλής Πρακτικής που δημιουργήθηκε σε συνεργασία με την **ΕΔΕΕ** με τις **10 Αρχές για την υιοθέτηση της Τεχνητής Νοημοσύνης** στην Εμπορική Επικοινωνία.

Ο ΣΔΕ, πέρα από τα webinars με θέμα την TN που προσφέρει στα μέλη του σε συνεργασία με την **WFA**, έχει ξεκινήσει μια σειρά εξειδικευμένων Sessions, καθώς η TN αναδιμορφώνει το marketing function. Στις 8/12/2025 πραγματοποιήθηκε το πρώτο Session με θέμα «AI in Marketing», με τη συμμετοχή 65 στελεχών από εταιρείες-μέλη και εξαιρετική αξιολόγηση, ενώ για τον Μάιο προγραμματίζεται το δεύτερο, με θέμα «AI & Creativity».

Σε μια περίοδο έντονου τεχνολογικού μετασχηματισμού, το γεγονός ότι οι θεσμικοί φορείς του κλάδου επενδύουν σε πλαίσια, οδηγούς και διάλογο αποτελεί ίσως την πιο αισιόδοξη ένδειξη. Η TN αλλάζει το παιχνίδι. Το στοίχημα είναι να το κάνει με κανόνες.