

why ESG matters?

χτίζοντας την **εταιρική φήμη** και **επηρεάζοντας** την **καταναλωτική συμπεριφορά** σε μια πιο υπεύθυνη εποχή

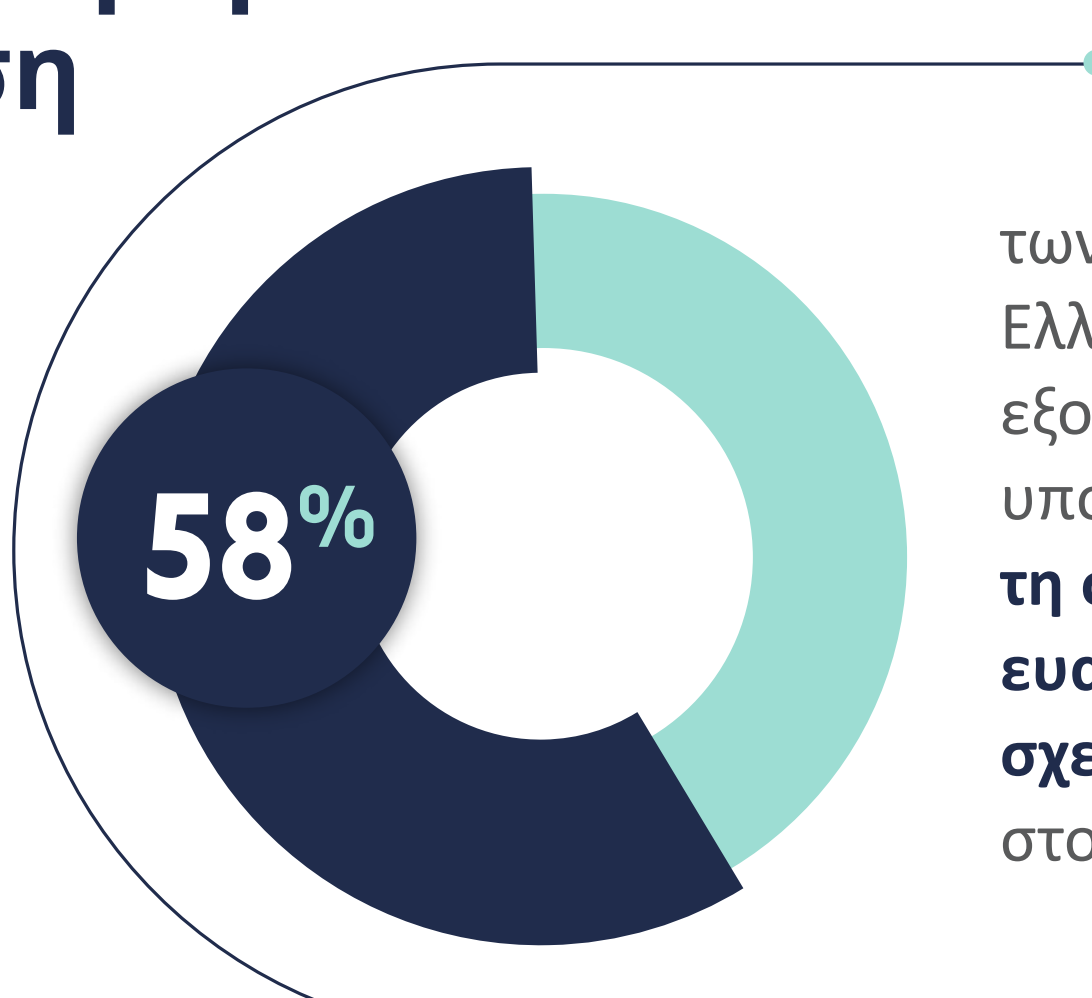
ΕΛΛΑΔΑ

Στον σύγχρονο, ταχέως εξελισσόμενο κόσμο, οι προσδοκίες των καταναλωτών αυξάνονται διαρκώς, ασκώντας πίεση στα brands να κοιτάζουν πέρα από την κερδοφορία και να υιοθετήσουν ενεργά πρακτικές για το Περιβάλλον, την Κοινωνία και την Εταιρική Διακυβέρνηση (ESG). Αλλά πώς επηρεάζει αυτή η αλλαγή τη φήμη του brand, την αφοσίωση και τη συμπεριφορά των καταναλωτών;

Η έρευνα με τίτλο “Why ESG Matters”, που διεξήχθη από την Action Global Communications, εξετάζει την επιρροή του ESG στις αντιλήψεις του κοινού και στις καταναλωτικές τάσεις στην Ελλάδα, αποκαλύπτοντας ότι το ESG δεν είναι απλά μια «ευχάριστη προσθήκη», αλλά μια στρατηγική αναγκαιότητα για τις επιχειρήσεις που επιδιώκουν να παραμείνουν σχετικές, να χτίσουν αφοσίωση και να εξασφαλίσουν μακροπρόθεσμη επιτυχία σε μια ανταγωνιστική αγορά.

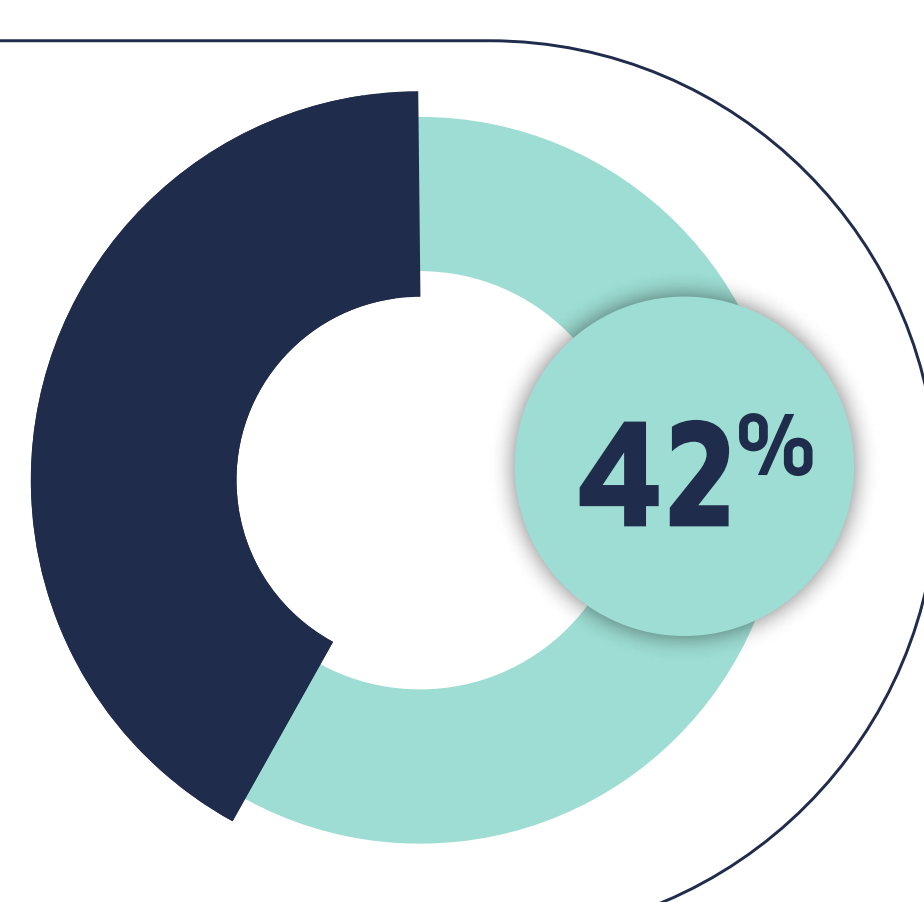
εξερευνώντας το ESG τοπίο

ευαισθητοποίηση & αναγνώριση

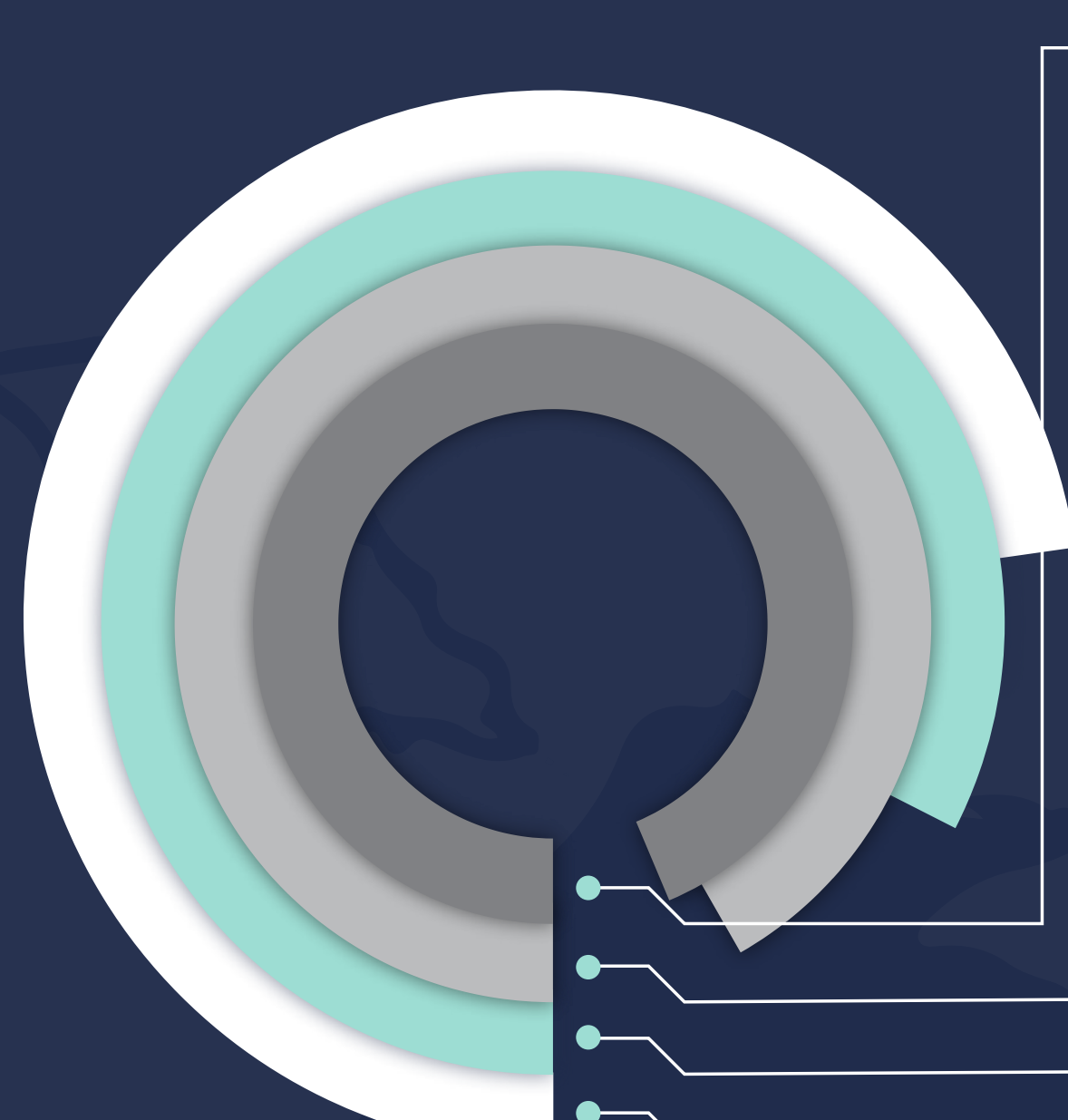


των ερωτηθέντων στην Ελλάδα έχουν κάποιο επίπεδο εξοικείωσης με τον όρο ESG, υποδεικνύοντας τη **συνεχώς αυξανόμενη ευαισθητοποίηση σχετικά με τις αρχές ESG** στον γενικό πληθυσμό

εξακολουθούν να στερούνται ενημέρωσης, τονίζοντας την **ανάγκη μεγαλύτερης πληροφόρησης και αποτελεσματικής επικοινωνίας**



ESG προτεραιότητες



94% πιστεύουν ότι είναι σημαντικό οι εταιρείες να λαμβάνουν υπόψη την περιβαλλοντική βιωσιμότητα, υποδεικνύοντας ότι τα περιβαλλοντικά ζητήματα αποτελούν προτεραιότητα για τους καταναλωτές και θα μπορούσαν να επηρεάσουν την αντίληψη για τα brands

92% αισθάνονται ότι τα brands έχουν ευθύνη να συνεισφέρουν θετικά στην κοινωνία πέραν του κέρδους, τονίζοντας ότι οι προσδοκίες του κοινωνικού συνόλου για τις επιχειρήσεις διαδραματίζουν σημαντικό ρόλο στην ευημερία των πολιτών και τη βιώσιμη ανάπτυξη

83% συμφωνούν ότι η μη υιοθέτηση ESG πρακτικών μπορεί να βλάψει μακροπρόθεσμα τη βιωσιμότητα και τη φήμη ενός brand, αποδεικνύοντας τις ολοένα αυξανόμενες προσδοκίες της κοινωνίας επί των συγκεκριμένων θεμάτων

74% θεωρούν την κοινωνική υπευθυνότητα πολύ σημαντική, με τις δίκαιες εργασιακές πρακτικές και τα ανθρώπινα δικαιώματα να κυριαρχούν, αποτυπώνοντας την ισχυρή απαίτηση του κοινού για ηθική επιχειρηματική συμπεριφορά

κύρια συμπεράσματα



περίπου **8/10**

ερωτηθέντες στην Ελλάδα χαρακτηρίζουν τα εργασιακά δικαιώματα ως **το πιο επιτακτικό κοινωνικό ζήτημα** που πρέπει να αντιμετωπίσουν οι εταιρείες, με τα ανθρώπινα δικαιώματα να ακολουθούν



περίπου **3/10**

θεωρούν τη **διαφορετικότητα και τη συμπεριληψη ως σημαντικά ζητήματα** για τα οποία τα brands πρέπει να επιδείξουν μεγαλύτερη δέσμευση, καθώς παραμένουν χαμηλότερα στην κατάταξη σε σχέση με τις άλλες παραμέτρους ESG

brand perception & καταναλωτική συμπεριφορά

6/10

πιστεύουν ότι η εστίαση σε ζητήματα ESG μπορεί να οδηγήσει σε **βελτίωση της εταιρικής φήμης**, ενώ περίπου ο ίδιος αριθμός **συμφωνεί** ότι συμβάλλει επίσης στην **ενίσχυση της αφοσίωσης**

85%

δηλώνει ότι η μεγαλύτερη ενημέρωση σχετικά με τις ESG πρωτοβουλίες μιας εταιρείας μπορεί να **επηρεάσει, πολύ ή αρκετά τις αγοραστικές τους αποφάσεις**, υπογραμμίζοντας τη σημασία της διαφάνειας στη διαμόρφωση της καταναλωτικής συμπεριφοράς

9/10

συμφωνούν ότι οι εταιρείες θα πρέπει να δημοσιεύουν τις ESG πρακτικές τους και τα σχετικά αποτελέσματα, υποδεικνύοντας ότι η **διαφάνεια και η αποτελεσματική επικοινωνία** μπορούν να **ενισχύσουν την εταιρική αξιοπιστία και πιστότητα**

87%

βλέπει θετικά την ενασχόληση των εταιρειών με τις ESG πρακτικές, τονίζοντας τον σπουδαίο ρόλο που παίζει το ESG στη **διαμόρφωση της αντίληψης της κοινής γνώμης**

Το ESG στην Ελλάδα με μια ματιά

Τα αποτελέσματα της έρευνας “why ESG matters?” στην Ελλάδα αναδεικνύουν την αυξανόμενη σημασία των πρακτικών ESG και την ολοένα μεγαλύτερη ευαισθητοποίηση για το θέμα, ιδιαίτερα μεταξύ των νεότερων ηλικιών και όσων έχουν υψηλότερη εκπαίδευση. Η περιβαλλοντική βιωσιμότητα και η κοινωνική ευθύνη αξιολογούνται ιδιαίτερα ψηλά, και υπάρχουν υψηλές προσδοκίες από τα brands προκειμένου να συμβάλλουν θετικά στην κοινωνία και να επικοινωνούν τις ESG πρωτοβουλίες τους με διαφάνεια.

Παρόλο που ένα αυξανόμενο ποσοστό του γενικού πληθυσμού αναγνωρίζει τη σημασία των αρχών ESG, τα ευρήματα αποκαλύπτουν επίσης την ανάγκη για περαιτέρω εκπαίδευση για τα οφέλη και τις πιθανές επιπτώσεις των πρωτοβουλιών αυτών.

Για να ανταποκριθούν στις προσδοκίες του κοινωνικού συνόλου και να δημιουργήσουν εμπιστοσύνη, τα brands θα χρειαστεί να δηλώσουν τη δέσμευσή τους στις ESG πρακτικές και να επικοινωνούν με σαφήνεια τις πρωτοβουλίες τους.