

ΔΕΛΤΙΟ ΤΥΠΟΥ

Έρευνα για το αποτύπωμα της επικοινωνίας στην οικονομία της Ευρωπαϊκής Ένωσης

Έρευνα για τον υπολογισμό της συνεισφοράς της διαφήμισης στην οικονομία της Ευρωπαϊκής Ένωσης πραγματοποιήθηκε πρόσφατα από την Deloitte, για λογαριασμό της Παγκόσμιας Ομοσπονδίας Διαφημιζομένων (WFA).

Η έρευνα κατέδειξε σημαντικά στοιχεία, όπως πόσο από το ΑΕΠ της Ευρωπαϊκής Ένωσης και των σημαντικότερων χωρών-μελών της μπορεί να αποδοθεί στη διαφήμιση. Συμπληρωματικά, υπολόγισε τη συνεισφορά της διαφήμισης στην απασχόληση, είτε άμεσα, είτε έμμεσα. Τέλος, ανέδειξε το πώς χάρη στη διαφήμιση οι πολίτες της ΕΕ μπορούν να έχουν ελεύθερη πρόσβαση σε τηλεοπτικό και ραδιοφωνικό προϊόν και φυσικά στο διαδίκτυο.

Τα τρία κύρια ευρήματα της έρευνας είναι τα ακόλουθα:

- ✓ Κάθε ευρώ που δαπανάται στη διαφήμιση εκτιμάται πως αυξάνει το ΑΕΠ της ΕΕ κατά επτά ευρώ.
- ✓ Η διαφήμιση συντηρεί περίπου 6 εκατομμύρια θέσεις εργασίας, δηλαδή το 2,6% των συνολικών θέσεων εργασίας στις χώρες της Ε.Ε.
- ✓ Η διαφήμιση δημιουργεί προσωπικά και κοινωνικά οφέλη, χρηματοδοτώντας πλήρως ή εν μέρει τη λειτουργία των Μέσων, έτσι ώστε οι πολίτες να μπορούν να τα απολαμβάνουν δωρεάν ή με χαμηλό κόστος.

«Πρόκειται για μια πολύ ενδιαφέρουσα έρευνα της Deloitte, η οποία επιβεβαιώνει –μεταξύ άλλων- ότι και στην Ε.Ε. η επένδυση των επιχειρήσεων στη διαφήμιση δημιουργεί πολλαπλάσια οικονομική δραστηριότητα, ενθαρρύνει την καινοτομία, υποστηρίζει την απασχόληση και συμβάλλει στη χρηματοδότηση υπηρεσιών ζωτικής σημασίας», δήλωσε ο κ. Γρηγόρης Αντωνιάδης, Πρόεδρος ΔΣ του Συνδέσμου Διαφημιζομένων Ελλάδος (ΣΔΕ) και συμπλήρωσε: «Παρόλα αυτά, όσο εντυπωσιακά και αν είναι τα στοιχεία, δεν μας ξαφνιάζουν, καθώς αντίστοιχα ευρήματα είχαμε και στην αντίστοιχη έρευνα που είχε πραγματοποιηθεί το 2015, από την Deloitte, με πρωτοβουλία της Ένωσης Εταιρειών Διαφήμισης-Επικοινωνίας Ελλάδος (ΕΔΕΕ), αποκλειστικά για την Ελλάδα. Αντίθετα, επικυρώνουν τη σημασία του κλάδου, εντοπίζουν το απτό αποτύπωμά του στην οικονομία και καταδεικνύουν, προς πάσα κατεύθυνση, την κρισιμότητα της προάσπισης της εύρυθμης λειτουργίας του».

Στο συνημμένο infographic απεικονίζονται, συνοπτικά τα αποτελέσματα της έρευνας.

Περισσότερες πληροφορίες στο αναλυτικό κείμενο που ακολουθεί και στο

<http://www.sde.gr/enimerotika-deltia/deltia-wfa/%ce%ad%cf%81%ce%b5%cf%85%ce%bd%ce%b1/>



Τα αποτελέσματα της έρευνας για το αποτύπωμα της επικοινωνίας στην οικονομία της Ευρωπαϊκής Ένωσης και οι δηλώσεις του CEO της Παγκόσμιας Ομοσπονδίας Διαφημιζομένων (WFA) κ. Stephan Loerke

Η διαφήμιση αποφέρει σημαντικά οικονομικά οφέλη ανά την ΕΕ

Νέα έκθεση της Deloitte αναδεικνύει ότι κάθε ευρώ που δαπανάται στην διαφήμιση έχει επταπλάσια θετική επίπτωση στο ΑΕΠ, ενισχύει την καινοτομία, στηρίζει την απασχόληση και διευκολύνει τη χρηματοδότηση ζωτικής σημασίας υπηρεσιών ανά την Ευρωπαϊκή Ένωση

Η Ευρωπαϊκή διαφημιστική βιομηχανία ζητά την αναστολή περαιτέρω περιορισμών στη διαφήμιση, προκειμένου να μπορέσουν να εκτιμηθούν πλήρως οι συνέπειες / το κόστος αυτών στην οικονομία

Η πρώτη σε ευρωπαϊκό επίπεδο μελέτη που καταγράφει ξεχωριστά την οικονομική και κοινωνική συνεισφορά της διαφήμισης, αναδεικνύει ότι η τελευταία μπορεί να αποτελέσει κινητήριο δύναμη οικονομικής ανάπτυξης ανά την ΕΕ.

Στην *Αξία της Διαφήμισης (Value of Advertising)*, μια ανεξάρτητη μελέτη της Deloitte, καταγράφονται τα πολλαπλά οφέλη της διαφήμισης συνολικά για την οικονομία, αλλά και για την απασχόληση και την κοινωνία των πολιτών.

Με τη χρήση οικονομετρικών μοντέλων, η μελέτη – η οποία πραγματοποιήθηκε κατόπιν ανάθεσης από την Παγκόσμια Ομοσπονδία Διαφημιζομένων και άλλους εταίρους του κλάδου¹ – έδειξε ότι **η διαφήμιση δημιουργεί σε επίπεδο ΕΕ σχεδόν 6 εκατομμύρια θέσεις απασχόλησης, ενώ η συμβολή της ανέρχεται στο 4,6% του συνολικού ΑΕΠ.**

Η μελέτη εντόπισε τρεις τομείς ζωτικής σημασίας, στους οποίους η διαφήμιση αποφέρει άμεσα ή έμμεσα οφέλη στις Ευρωπαϊκές οικονομίες και στους Ευρωπαίους πολίτες:

Οικονομικά οφέλη: Κάθε ευρώ που δαπανάται στη διαφήμιση εκτιμάται πως αυξάνει το ΑΕΠ κατά επτά ευρώ. Αυτό σημαίνει ότι τα 92 δις ευρώ που δαπανήθηκαν το 2014 στη διαφήμιση σε ευρωπαϊκό επίπεδο συνέβαλαν στο ΑΕΠ κατά 643 δις ευρώ, αντιστοιχώντας στο 4,6% του συνολικού ΑΕΠ της ΕΕ.

Σύμφωνα με τη μελέτη, η διαφήμιση συνεισφέρει στην ευρύτερη οικονομία στηρίζοντας την ανταγωνιστικότητα, παρέχοντας στους καταναλωτές πληροφορίες σχετικά με προϊόντα και υπηρεσίες και πολλαπλασιάζοντας τις επιλογές τους αναφορικά με αγαθά και

¹ Advertising Association UK (AA), Association des Agences-Conseils en Communication (AACC), Association of European Radios (AER), European Association of Communications Agencies (EACA), European Broadcasting Union (EBU), The Association of television and radio sales houses (EGTA), Internet Advertising Bureau EU (IAB EU), Mainostajat Finland, Organisation Werbungtreibende im Markenverband (OWM), Union des Annonceurs (UDA), Union des Entreprises de Conseil et Achat Media (UDECAM)

υπηρεσίες. Κατ' αυτόν τον τρόπο, προωθεί την καινοτομία, ενθαρρύνοντας τις επιχειρήσεις να διαφοροποιήσουν τα προϊόντα και τις υπηρεσίες που παρέχουν και επιτρέποντάς τους να υπερκεράσουν τους ανταγωνιστές τους όχι μόνο στην ΕΕ, αλλά και ανά τον κόσμο.

Οφέλη στην απασχόληση: Η διαφήμιση δημιουργεί σε επίπεδο ΕΕ σχεδόν έξι εκατομμύρια θέσεις εργασίας, που αντιστοιχούν στο 2,6% της συνολικής απασχόλησης. Οι εν λόγω θέσεις εργασίας εντοπίζονται σε τρεις τομείς:

- Καταρχάς, οι άνθρωποι που απασχολούνται απευθείας στην παραγωγή της διαφήμισης. Πρόκειται για θέσεις εργασίας που εκπροσωπούν το 16% των 5,8 εκατομμυρίων συνολικών θέσεων εργασίας που στηρίζονται στη διαφήμιση. Η μελέτη εξαιρεί την απασχόληση που σχετίζεται με την εσωτερική παραγωγή διαφήμισης (in-house), ως εκ τούτου η ως άνω εκτίμηση μπορεί να θεωρηθεί συντηρητική.
- Δεύτερον, οι θέσεις εργασίας που έχουν δημιουργηθεί στα μέσα ενημέρωσης και στις διαδικτυακές επιχειρήσεις και οι οποίες χρηματοδοτούνται από τη διαφήμιση, συμπεριλαμβανομένων των δημοσιογράφων και των παραγωγών περιεχομένου (content producers), καθώς επίσης εκείνων που εργάζονται, για παράδειγμα, στον τομέα της υπαίθριας διαφήμισης (out-of-home) ή στην τηλεόραση. Αυτές οι θέσεις εργασίας αντιστοιχούν στο 10% των 5,8 εκ. θέσεων εργασίας και χαρακτηρίζονται από περισσότερη ασφάλεια και έναν μέσο μισθό που υπερβαίνει τα επίπεδα που καταγράφονται στην υπόλοιπη οικονομία.
- Τέλος, υπάρχουν οι θέσεις εργασίας που έχουν δημιουργηθεί στην ευρύτερη οικονομία ως αποτέλεσμα της διαφημιστικής δραστηριότητας και εκτείνονται από θέσεις πωλήσεων έως εκείνες που υποστηρίζουν τη διαφημιστική βιομηχανία σε κλάδους όπως της φιλοξενίας, ή ακόμη θέσεις που έχουν δημιουργηθεί λόγω της αυξημένης – χάρη στη διαφήμιση – ζήτησης για προϊόντα και υπηρεσίες και αντιπροσωπεύουν το 74% των συνολικών 5,8 εκ. θέσεων εργασίας.

Κοινωνικά οφέλη: Η διαφήμιση παρέχει προσωπικά και κοινωνικά οφέλη, μέσω της χρηματοδότησης ή συγχρηματοδότησης υπηρεσιών μέσων ενημέρωσης. Η διαφήμιση διασφαλίζει ότι οι Ευρωπαίοι πολίτες επωφελοούνται από τις ειδήσεις, την ψυχαγωγία και τα εργαλεία επικοινωνίας σε μειωμένη τιμή, ή ακόμη και δωρεάν. Τα 92 δις ευρώ που το 2014 δαπανήθηκαν στη διαφήμιση χρηματοδότησαν απευθείας ποικίλο περιεχόμενο.

Ταυτόχρονα, οι μηχανές αναζήτησης βοηθούν τους ανθρώπους να μειώσουν τόσο τον χρόνο όσο και το κόστος αναζήτησης νέων πληροφοριών.

Χωρίς τη διαφήμιση, η χρηματοδότηση πάσης φύσεως μέσων ενημέρωσης θα ήταν εξαιρετικά μειωμένη, γεγονός που θα οδηγούσε σε αυξημένα ποσοστά συνδρομητικής τηλεόρασης, μείωση του αριθμού και της ανεξαρτησίας των εφημερίδων και των περιοδικών, ενώ οι ραδιοφωνικοί σταθμοί δεν θα είχαν τη δυνατότητα να μεταδίδουν ειδήσεις και να παρέχουν ψυχαγωγία καθ' όλη τη διάρκεια της ημέρας. Επιπλέον, οι επαγγελματικές αθλητικές διοργανώσεις και οι πολιτιστικές εκδηλώσεις θα έπρεπε να αναζητήσουν άλλες πηγές χρηματοδότησης.



Όσον αφορά το διαδίκτυο, η διαφήμιση χρηματοδοτεί σε μεγάλο βαθμό δωρεάν υπηρεσίες τις οποίες οι Ευρωπαίοι πολίτες απολαμβάνουν σε πολύ χαμηλό ή μηδενικό κόστος. Επί παραδείγματι, σχεδόν το 70% των Ευρωπαίων πολιτών χρησιμοποιεί τακτικά υπηρεσίες ηλεκτρονικού ταχυδρομείου, ενώ εξαιρετικά διαδεδομένη είναι η χρήση των μέσων κοινωνικής δικτύωσης.

«Η διαφήμιση συνιστά μια ζωτικής σημασίας οικονομική κινητήριο δύναμη, η οποία ενθαρρύνει τον ανταγωνισμό, προωθεί την καινοτομία στο επιχειρείν και προσφέρει σημαντικά οφέλη στην κοινωνία, χρηματοδοτώντας ή συγχρηματοδοτώντας υπηρεσίες μέσων ενημέρωσης, που εκτείνονται από τις ειδήσεις έως την ψυχαγωγία. Οι υπεύθυνοι χάραξης πολιτικής θα πρέπει να λάβουν υπόψη τους ότι οι περιορισμοί που επιβάλλονται στη διαφήμιση έχουν σημαντικές οικονομικές, κοινωνικές και πολιτιστικές συνέπειες», δήλωσε ο Stephan Loerke, CEO της Παγκόσμιας Ομοσπονδίας Διαφημιζομένων.

Η Ευρωπαϊκή διαφημιστική βιομηχανία ζητά αναστολή των περαιτέρω περιορισμών στη διαφήμιση, προκειμένου να διασφαλιστεί ότι οι συνολικές – ακόμη και αθέλητες – επιπτώσεις τυχόν νέων κανόνων, θα μπορέσουν να αξιολογηθούν κατάλληλα. Επί του παρόντος, ο κλάδος εκφράζει τις ανησυχίες του ότι η αναθεώρηση της Οδηγίας για τις υπηρεσίες οπτικοακουστικών μέσων επικοινωνίας και της Οδηγίας για την προστασία της ιδιωτικής ζωής στον τομέα των ηλεκτρονικών επικοινωνιών θα επιφέρει επιπλέον περιορισμούς, πλήττοντας την Ευρωπαϊκή ψηφιακή οικονομία και υπονομεύοντας τη δυνατότητα δημιουργίας αρίστων σε τοπικό επίπεδο και πρόσθετων θέσεων εργασίας.

«Η διαφήμιση έχει θετικές επιπτώσεις στην απασχόληση, την καινοτομία, τον πολιτισμό και την ψυχαγωγία, ενώ ταυτόχρονα στηρίζει την πολυφωνία των μέσων ενημέρωσης, που είναι θεμελιώδους σημασίας για τις δημοκρατικές ελευθερίες. Τα οφέλη είναι οριζόντια και αφορούν σε ολόκληρο τον κοινωνικό ιστό», πρόσθεσε ο S. Loerke.

Για περισσότερες πληροφορίες παρακαλούμε επικοινωνήστε: κα Ν. Κομιώτη,
Γενική Διευθύντρια ΣΔΕ, τηλ. 210 6746568.