



Αθήνα, 31 Μαΐου 2011

ΔΕΛΤΙΟ ΤΥΠΟΥ (#07211)

**Τα ευρήματα της 7^{ης} πανελλαδικής Έρευνας CSR 2011
για την «Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη και την Υπεύθυνη Κατανάλωση»
από το Ινστιτούτο Επικοινωνίας.**

Οι Έλληνες πολίτες/καταναλωτές αλλάζουν συμπεριφορά.

Πλειοψηφία οι ενεργοί πολίτες.

Ολοκληρώθηκε η παρουσίαση της νέας αντιπροσωπευτικής ποσοτικής έρευνας CSR 2011 για την «Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη και την Υπεύθυνη Κατανάλωση», που διοργανώθηκε για 7^η χρονιά από το Ινστιτούτο Επικοινωνίας.

Η διαχρονική έρευνα του **Ινστιτούτου Επικοινωνίας** από το 2003 μέχρι σήμερα, σε συνεργασία με τον διεθνή οργανισμό **GlobeScan** και το **Πάντειο Πανεπιστήμιο**, σκιαγραφεί ανάγλυφα όχι μόνο το θέμα της ΕΚΕ αλλά και την όσωση του φαινομένου με την Ελληνική Κοινωνία. Στη φετινή μέτρηση διερευνήθηκε για δεύτερη χρονιά και η σχέση της Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης με τα social media.

Τα Κύρια ευρήματα της έρευνας:

- Οι έλληνες πολίτες-καταναλωτές αλλάζουν συμπεριφορά. **Πλειοψηφία είναι πλέον οι ενεργοί πολίτες.**
- Η **επιβράβευση από τους καταναλωτές (56,6%)** αποτελεί σήμερα την κυρίαρχη έκφραση του καταναλωτισμού στην Ελλάδα και διεθνώς.
- Στο κοινό των ενεργών πολιτών/καταναλωτών **αύξηση καταγράφεται στους συνειδητοποιημένους πολίτες/καταναλωτές (24,1%)** (όσοι έχουν τιμωρήσει και επιβραβεύσει μια εταιρεία)
- Οι πολίτες/καταναλωτές επιμένουν να ζητούν να παράγουν οι εταιρείες **ασφαλή και υγιεινά προϊόντα (87,8%), που δεν βλάπτουν το Περιβάλλον (84,8%),** προϊόντα **με Κοινωνικό και Περιβαλλοντικά υπεύθυνο τρόπο (77,6%).**
- Αυξητική τάση καταγράφεται στην αναγκαιότητα παροχής στον καταναλωτή προϊόντων **καλής ποιότητας στην χαμηλότερη δυνατή τιμή (77,2%)** αλλά και στην εφαρμογή της επιχείρησης **των ίδιων υψηλών προτύπων σε όποια χώρα και αν δραστηριοποιείται (72%).**
- Το **56%** των Ελλήνων καταναλωτών (αυθόρμητα) **δεν μπορεί να αναφέρει** ούτε μία εταιρεία που ανταποκρίνεται στις υποχρεώσεις της απέναντι στην κοινωνία.
- **Συνεπής** στις κοινωνικές του υποχρεώσεις θεωρείται **ο κλάδος των εταιρειών υψηλής τεχνολογίας.**
- Το **82,2%** αναφέρει ότι τακτικά επιλέγει **να πληρώσει περισσότερα για προϊόντα** και υπηρεσίες που είναι **κοινωνικά και περιβαλλοντικά υπεύθυνα** και το **75,6%** των καταναλωτών πιστεύει ότι ως καταναλωτής **μπορεί να επηρεάσει στο πόσο υπεύθυνα συμπεριφέρεται μια εταιρεία.**
- Πρέπει να δοθεί μεγάλη βαρύτητα από τις επιχειρήσεις στην **ενημέρωση του κοινού.** (72,7%) έχει ακούσει λίγα ή τίποτα για εταιρικές προσπάθειες βελτίωσης.
- Το **«word of mouth»** και το **internet είναι πηγές ενημέρωσης** που φέτος φαίνεται να έχουν πολύ σημαντική αύξηση, ενώ παραμένουν ψηλά η ενημέρωση μέσω των **ειδήσεων (77,7%)** και της **διαφήμισης (69,9%).**
- Η πλειοψηφία (56,6%) **αναγνωρίζει «ρόλο» των social media στη λειτουργία των επιχειρήσεων.**



- Τα social media θεωρούνται **κανάλια Επικοινωνίας με το καταναλωτικό κοινό** (32%) και πιστεύεται ότι **προάγουν τη Διαφάνεια** σε ενέργειες και διαδικασίες των επιχειρήσεων (31%).
- **Χαρακτήρα καινοτομίας** καρπώνονται οι εταιρείες που δραστηριοποιούνται στα social media (24%).
- **Άμεση σχέση μεταξύ ΕΚΕ και social media** αναγνωρίζει το 13% του κοινού.

Η παρουσίαση των αποτελεσμάτων πραγματοποιήθηκε την Τρίτη 31 Μαΐου 2011, στο THE HUB EVENTS, παρουσία εκπροσώπων του ευρύτερου ακαδημαϊκού χώρου, της Πολιτείας, υψηλόβαθμων στελεχών επιχειρήσεων του χώρου της επικοινωνίας και μεγάλων πολυεθνικών εταιρειών και μελών του Ινστιτούτου Επικοινωνίας.

Την έναρξη της εκδήλωσης έκανε ο **Πρόεδρος του Ινστιτούτου Επικοινωνίας κ. Δημήτρης Γ. Μαύρος**, ο οποίος τοποθετήθηκε, επισημαίνοντας ότι διαπιστώνεται συνεχώς αυξανόμενο ενδιαφέρον από τους πολίτες για τη σημασία του CSR και το σημαντικό ρόλο του στη δημιουργία υψηλών επιπέδων εμπιστοσύνης για τις επιχειρήσεις. Από την άλλη μεριά βλέπουμε και μεγαλύτερη συμμετοχή των επιχειρήσεων και οργανισμών στην εκπόνηση στρατηγικής και δημιουργία προγραμμάτων CSR ως εργαλείο διοίκησης που συμβάλλει στην αειφορία και τη βιωσιμότητα της.

Η παρουσίαση και ο σχολιασμός των αποτελεσμάτων πραγματοποιήθηκε από τον κ. **Δημήτρη Α. Μαύρο, Διευθύνοντα Σύμβουλο της MRB HELLAS** και την **Δρ. Μπέττυ Τσακαρέστου, Επίκουρη Καθηγήτρια του Παντείου Πανεπιστημίου**.

Η έρευνα στο ευρύ κοινό, η οποία πραγματοποιείται σε 29 χώρες, διεξήχθη στην Ελλάδα τον Ιανουάριο 2011, σε δείγμα 1000 πολιτών. Διενεργείται από μεγάλους φορείς επικοινωνίας και έρευνας αγοράς σε κάθε χώρα, με την άδεια της канаδικής εταιρείας δημοσκοπήσεων GlobeScan Inc. ειδικής σε θέματα διερεύνησης της ΕΚΕ σε παγκόσμιο επίπεδο.

Το Ινστιτούτο Επικοινωνίας ευχαριστεί για τη συνεργασία και την υποστήριξή τους το Πάντειο Πανεπιστήμιο και την MRB Hellas, υπεύθυνη και φέτος για το τεχνικό μέρος της έρευνας.

Το Ινστιτούτο Επικοινωνίας ευχαριστεί θερμά τους Χορηγούς της Έρευνας:

[ALPHA BANK](#) και [ΣΚΑΪ](#) καθώς και

τους Χορηγούς Επικοινωνίας:

[Advocate/Burson-Marsteller](#), [BusinessToday](#), [CSR Review](#), [Marketing Week](#).

Για περισσότερες πληροφορίες: Ινστιτούτο Επικοινωνίας, Τ. 210 3318065-7, email: info@ioc.gr

www.ioc.gr