

26/01/2023

ΔΕΛΤΙΟ ΤΥΠΟΥ ΓΙΑ ΤΗΝ ΗΜΕΡΙΔΑ ΤΟΥ ΣΕΔΕΑ «Η ΕΡΕΥΝΑ ΕΙΣΑΙ ΕΣΥ - Η ΣΥΜΜΕΤΟΧΗ ΕΙΝΑΙ ΔΥΝΑΜΗ»

Με κεντρικό θέμα την **σημασία της συμμετοχής των πολιτών στις έρευνες κοινής γνώμης και την αξία της έρευνας**, η Ημερίδα του Συλλόγου Εταιρειών Δημοσκοπήσεων και Έρευνας Αγοράς (ΣΕΔΕΑ) με τίτλο **«Η έρευνα είσαι εσύ – Η συμμετοχή είναι δύναμη»** έδωσε την ευκαιρία σε εκπροσώπους του κλάδου αλλά και stakeholders να αναδείξουν την σημασία της συμμετοχής και την αξία της έρευνας για τους πολίτες- καταναλωτές, για τις εταιρείες-πελάτες της έρευνας αλλά και για την Πολιτεία.

Η κεντρική ομιλήτρια της Ημερίδας **Kathleen Frankovic**, μέλος της Επιτροπής Δεοντολογίας της ESOMAR, πρώην Πρόεδρος της WAPOR, σύμβουλος μεταξύ άλλων του καναλιού CBS και του Πανεπιστημίου Harvard σε θέματα δημοσκοπήσεων και πολυβραβευμένη ειδικός στις έρευνες κοινής γνώμης, επισήμανε πως η **διεθνής τάση σήμερα για να αυξηθεί η συμμετοχή των πολιτών στις έρευνες κοινής γνώμης είναι η μείωση του μεγέθους των ερωτηματολογίων**. Τόνισε επίσης την ανάγκη για **επικοινωνία εκ μέρους του κλάδου, ώστε να γίνει ευρέως κατανοητή από το κοινό η αξία και η χρησιμότητα της έρευνας και να ενισχυθεί η εμπιστοσύνη**. Και έφερε στο προσκήνιο την ευθύνη που έχουν πέρα από τις εταιρείες ερευνών και τα MME για την εκπαίδευση των πολιτών στην σωστή ανάγνωση και κατανόηση των ευρημάτων των δημοσκοπήσεων, σε όλο τους το βάθος αλλά και σε όλη τους την ευρύτητα.

Στην εισαγωγική της ομιλία η **Βαλέρια Τσάμη**, Πρόεδρος ΔΣ ΣΕΔΕΑ και Διευθύνουσα Σύμβουλος της FOCUS BARI, τόνισε πως η **σημασία της έρευνας αγοράς και κοινής γνώμης και η σημασία της συμμετοχής είναι διαχρονικά μηνύματα** που ο ΣΕΔΕΑ και τα μέλη του **υπενθυμίζουν συνεχώς για πάνω από 30 χρόνια**. Δίνοντας έμφαση σε θέματα **ποιότητας, διαφάνειας και αξιοπιστίας** επεσήμανε πως από την ίδρυσή του ο ΣΕΔΕΑ έχει θεσπίσει και συνεχώς ανά τα χρόνια ενισχύει **ένα πλαίσιο που να διασφαλίζει τους πελάτες των μελών του αλλά και όλους τους αποδέκτες των αποτελεσμάτων των ερευνών που διενεργούν τα μέλη του**.

Χαιρετίζοντας ο **Γιώργος Δήμας**, Αντιπρόεδρος ΔΣ της Ένωσης Ιδιοκτητών Ημερήσιων Εφημερίδων Αθηνών (ΕΙΗΕΑ), αναφέρθηκε στη χρησιμότητα των δημοσκοπήσεων και ερευνών κοινής γνώμης για τους πολίτες και τα MME, την πληροφόρηση για τις τάσεις που διαμορφώνονται στο κοινό, τα οφέλη, αλλά και τους κινδύνους αστοχίας. Ακόμα **υποστήριξε την αναγκαιότητα ανάδειξης των βασικών στοιχείων και αποτελεσμάτων των ερευνών με προσοχή, ψυχραιμία και αμεροληψία, χωρίς οποιεσδήποτε στρεβλώσεις, έτσι που στην κομβική χρονιά που διανύουμε να προστατευτεί η αξιοπιστία όλων, δημοσκόπων και Μέσων Ενημέρωσης**. Κατ' αυτό τον τρόπο θα εμπεδωθεί η εμπιστοσύνη και θα αυξηθεί η συμμετοχή στις έρευνες, με συνέπεια την εξαγωγή ασφαλέστερων συμπερασμάτων.

Στην τοποθέτησή του ο **Θοδωρής Γεωργακόπουλος**, Editorial Director της διαNEOσας ανέφερε ότι η διαNEOσας έχει διεξάγει περισσότερες από 20 έρευνες κοινής γνώμης στα επτά χρόνια της δράσης της. Και όπως επεσήμανε, «Σε αυτό το διάστημα **έχουμε διαπιστώσει ότι αποτελούν ένα εξαιρετικά ενδιαφέρον και χρήσιμο εργαλείο**. Σε όλες τις περιπτώσεις, τα αποτελέσματα έχουν αποδειχτεί πολύτιμα. Τα μαθήματα που έχουν να μας δώσουν οι απαντήσεις των ερωτηθέντων σε τέτοιες έρευνες είναι πλούσια και σε πολλές περιπτώσεις αποκαλύπτουν τάσεις που δεν ήταν ορατές, ή καταρρίπτουν μύθους που επικρατούσαν για καιρό. Στο μέλλον η διαNEOσας θα συνεχίσει να χρησιμοποιεί τις έρευνες κοινής γνώμης με τον ίδιο τρόπο, αλλά θα αναζητήσουμε και νέους τρόπους αξιοποίησης αυτών των δεδομένων, για να αποκαλύψουμε και συμπεράσματα που είναι λιγότερο προφανή.»

Ο Αντιπρόεδρος του ΣΕΔΕΑ και Διευθύνων Σύμβουλος της MRB **Δημήτρης Μαύρος** επισήμανε ότι «Το κέντρο βάρους στο οποίο πρέπει να επικεντρωθούν οι προσπάθειες όλων των δρώντων (εταιρίες, πολιτεία, ΜΜΕ, οργανισμοί κλπ) για αύξηση της συμμετοχής στις έρευνες κοινής γνώμης, είναι **η αντιμετώπιση του θέματος της “εμπιστοσύνης”**. Η εμπιστοσύνη εδράζεται σε δύο πυλώνες: προς τις ίδιες τις εταιρίες και στην εικόνα τους (διεθνής όρος Mis-Trust) και στην ενδυνάμωση των κριτηρίων ανάγνωσης/ κατανόησης των δημοσιευόμενων αποτελεσμάτων (Dis-Trust). Για το πρώτο οι Εταιρίες και ο ΣΕΔΕΑ κάνουν τα πάντα ως προς την εφαρμογή των Κωδίκων Δεοντολογίας (ESOMAR/ΣΕΔΕΑ) και όσων προβλέπονται στον Νόμο 3603/2007. Ωστόσο **υπάρχει ιδιαίτερη ανάγκη για επιμελέστερη στήριξη από την Πολιτεία και για δημιουργία λειτουργικών πλαισίων και υποδομών διευκόλυνσης στους τρόπους υλοποίησης των ερευνών**. Αφετέρου **τα ΜΜΕ οφείλουν να χειρίζονται τα στοιχεία με τρόπο που να μην τους αφαιρείται η επιστημονικότητα και να παρέχουν ικανό χώρο-χρόνο στην ανάλυση των στοιχείων** ώστε να τροφοδοτούνται σωστά τα κριτήρια των πολιτών στην ανάγνωση/κατανόηση και αξιοποίηση των ερευνητικών στοιχείων.»

Για τα **οφέλη της κοινωνικής και πολιτικής έρευνας** τόσο για την Πολιτεία, όσο και για τους πολίτες, μίλησε μεταξύ άλλων ο Διευθύνων Σύμβουλος της ALCO **Κώστας Παναγόπουλος**. «Η Πολιτεία έχει τη δυνατότητα να γνωρίζει τα προβλήματα, τις προτεραιότητες, τις επιθυμίες, τους προβληματισμούς της κοινωνίας και έτσι, εάν το επιθυμεί, **να συνυπολογίζει την πολύτιμη αυτή γνώση στη διαδικασία λήψης αποφάσεων**, ώστε να υπηρετεί καλύτερα αυτό στο οποίο είναι ταγμένη. Την επίλυση των πραγματικών προβλημάτων και τη βελτίωση της ποιότητας ζωής της κοινωνίας. Ακόμα πιο σημαντικά είναι τα οφέλη για τους πολίτες. Ο τρόπος που λειτουργεί η δημοκρατία, δίνει τη δυνατότητα στους πολίτες να εκφράζονται συνολικά. Η κοινωνική και πολιτική έρευνα, προσφέρει αυτή τη δυνατότητα. **Δίνει φωνή στους πολίτες, αποτελώντας έναν συνεχή, ανοιχτό δίαυλο επικοινωνίας ανάμεσα σε αυτούς και την εξουσία**. Για αυτό η συμμετοχή στις έρευνες έχει αξία και σημασία. Γιατί δίνει δύναμη στη φωνή των πολιτών».

Ο Γενικός Διευθυντής της Pulse RC, **Γιώργος Αράπογλου**, τόνισε ότι «...**όλοι μπορούν να βοηθήσουν στη σωστή ανάγνωση και παρουσίαση των δημοσκοπήσεων**. Το κύριο βάρος όμως πέφτει στους ερευνητές, στις εταιρείες που τις διενεργούν, στους δημοσιογράφους και ΜΜΕ που τις παρουσιάζουν **αλλά και στον ίδιο τον αναγνώστη/τηλεθεατή**». Υπενθύμισε ότι οι δημοσκοπήσεις δεν είναι όλες το ίδιο: «...υπάρχουν διαφορές σε μεθοδολογίες, τεχνογνωσία, ιστορία...», επαναλαμβάνοντας ότι οι έρευνες των μελών του ΣΕΔΕΑ υπόκεινται στον Ποιοτικό Έλεγχο Συλλογής Στοιχείων (Π.Ε.Σ.Σ.). Τέλος ανέφερε ότι «είναι ήδη ευρεία η αξιοποίηση της τεχνολογίας και της Πληροφορικής στον χώρο των ερευνών και αναμένεται να ενισχυθεί στο άμεσο μέλλον και με τεχνολογίες αιχμής».

Η **Ελλάς Σαλταβαρέα**, Πρόεδρος ΔΣ της Hellenic Research House, αναφέρθηκε στην συμβολή που μπορεί να έχουν οι πελάτες-εταιρείες που αναθέτουν τις έρευνες στην συμμετοχή των πολιτών/ καταναλωτών, κάνοντας θετική την εμπειρία για όσους λαμβάνουν μέρος: «**Οι πελάτες της έρευνας βοηθούν στο χτίσιμο εμπιστοσύνης με το κοινό μέσω μιας θετικής εμπειρίας, εγκρίνοντας σύντομα ερωτηματολόγια που επικεντρώνονται στους ερευνητικούς στόχους και αποφεύγοντας να ζητούν πολλές πρόσθετες παράπλευρες πληροφορίες**. Επίσης, στην περίπτωση που πελάτες είναι τα ΜΜΕ, θα πρέπει όταν δημοσιεύουν έρευνες να αναφέρουν την ταυτότητα της έρευνας και τη μεθοδολογία δειγματοληψίας και εκτιμήσεων αλλά και να διαχωρίζουν τα ερευνητικά αποτελέσματα από οποιαδήποτε πολιτική ή κοινωνική ανάλυση.»

Ο **Κώστας Σιγαλός**, CEO της Global Link, αναφέρθηκε στο όφελος των πολιτών από τις έρευνες αγοράς: «**Ο τελικός ωφελούμενος από την έρευνα είναι ο πολίτης**. Η συμμετοχή στις έρευνες βοηθά τις εταιρείες να δημιουργήσουν νέα προϊόντα και υπηρεσίες που ανταποκρίνονται στις ανάγκες του καταναλωτή, να βελτιώσουν τα υπάρχοντα προϊόντα που θα κάνουν την ζωή του καταναλωτή πιο εύκολη, να εξασφαλίσουν ότι τα προϊόντα είναι διαθέσιμα εκεί που τα θέλει και όταν τα θέλει ο πελάτης και να βελτιώσουν την εξυπηρέτηση αξιολογώντας τις επιθυμίες του πελάτη και εκπαιδεύοντας ανάλογα το προσωπικό. Συνεπώς η συμμετοχή στις έρευνες είναι δύναμη στα χέρια του καταναλωτή.»

Η **Λίνα Μήτσκα**, Account Strategist της εταιρίας QED, τοποθετήθηκε για την αξία της ποιοτικής έρευνας, η οποία μέσα από ανοιχτή συζήτηση με τους πολίτες-καταναλωτές, «μας κρατάει σε επαφή με το τι γίνεται στην κοινωνία, ανιχνεύει τις νέες ανάγκες, που είναι ακόμα υπό διαμόρφωση, γιατί οι ίδιοι οι ερωτώμενοι φέρνουν την ατζέντα, χτίζουν και συν-διαμορφώνουν το επόμενο προϊόν, το επόμενο κοινωνικό ή πολιτικό θέμα, φέρνουν το καινούργιο». Επισήμανε ακόμα «ότι τελικά η ποιοτική είναι ο θεματοφύλακας της ποσοτικής, γιατί βάζει ενεργά τον άνθρωπο στην έρευνα». Τέλος, τόνισε ότι η ποιοτική έρευνα είναι πιο επίκαιρη από ποτέ, γιατί «είμαστε σε μεταβατική εποχή και χρειάζεται να παραμένουμε επίκαιροι, για να είμαστε ενδιαφέροντες στους καταναλωτές και στους πολίτες».

«Οι έννοιες “αξία” και “συμμετοχή” είναι αλληλοεξαρτώμενες. Όσο η κοινωνία κατανοεί την αξία της έρευνας, τόσο περισσότερο θα συμμετέχουν οι πολίτες στις έρευνες. Και όσο αυξάνεται η συμμετοχή, τόσο μεγαλώνει η αξία της έρευνας. Και αυτό δεν ισχύει μόνο για τις έρευνες κοινής γνώμης, αλλά για παράδειγμα και για την συμμετοχή στην απογραφή, στις εκλογές, την συμμετοχή στα κοινά», είπε παρουσιάζοντας την Ημερίδα η Γενική Γραμματέας του ΣΕΔΕΑ και Γενική Διευθύντρια της MARC **Σοφία Τσιλιγιάννη**.

Η Ημερίδα του ΣΕΔΕΑ διοργανώθηκε από την BOUSSIAS στις 18 Ιανουαρίου στο OTEAcademy με την χορηγία της **COSMOTE**, της **IKEA**, της **BBDO**, της **CONEQ** και με την υποστήριξη του **Ινστιτούτου Επικοινωνίας**.

[Φωτογραφίες Ημερίδας](#)