

adbusiness

ΤΟ ΠΕΡΙΟΔΙΚΟ ΓΙΑ ΤΟ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ ΚΑΙ ΤΗΝ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ - 18 ΙΟΥΛΙΟΥ 2016 - ΤΕΥΧΟΣ 905

POP STARS
AWARDS 2016

ΤΙΜΟΛΟΓΗΣΗ: Παράταση αγωνίας μέχρι 1/10

Ν. ΣΥΜΠΟΥΡΑΣ: Η μαγεία των Effie Awards

HUMARKETING: Μια «Ανθρώπινη» εσπερίδα

PROGRAMMATIC: Η εικόνα στην Ευρώπη

**SERIAL
WINNER**

iab
mxxx
AWARDS 2016

Tempo | **MP**

ΤΩΡΑ

και στο adbusiness



ΕΚΔΟΤΗΣ - ΔΙΕΥΘΥΝΤΗΣ
Βαγγέλης Παπαλιός

ΑΡΧΙΣΥΝΤΑΞΙΑ
Δημήτρης Τσουκαλάς
(tsoukalas@direction.gr)

ΑΡΧΙΣΥΝΤΑΞΙΑ ΕΙΔΗΣΕΩΝ
Άννα Ανδρεώλα
(andreola@direction.gr)

ΣΥΝΤΑΞΗ - ΣΥΝΕΡΓΑΤΕΣ
Σόνια Χαϊμαντά,
Μαρία Μπαζίγου
(bazigou@direction.gr),
Μάριος Παρλιάρος
(parliaros@direction.gr),
Αθ. Χ. Παπανδρόπουλος

SPECIAL PROJECT MANAGER
Αγάθη Ζορμπά
(zorba@direction.gr)

ΥΠΕΥΘΥΝΟΣ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ
Μάριος Παπαλιός

ΕΤΑΙΡΙΚΗ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ
Λίνα Δέδε
(dede@direction.gr)

ΥΠΟΔΟΧΗ ΔΙΑΦΗΜΙΣΗΣ
Μαρία Τσώνου
(tsounou@direction.gr)

ΥΠΕΥΘΥΝΗ ΣΥΝΔΡΟΜΩΝ
Άννα Μηλιάδη
(miliadi@direction.gr)

ΦΩΤΟΓΡΑΦΙΚΑ ΠΡΑΚΤΟΡΕΙΑ
www.smartmagna.com
www.123fr.com

ΥΠΕΥΘΥΝΟΣ ΠΑΡΑΓΩΓΗΣ
Βασίλης Θυμιανός

ΥΠΕΥΘΥΝΗ ΛΟΓΙΣΤΗΡΙΟΥ
Πηνελόπη Χατζηδημητρίου

ΕΤΗΣΙΑ ΣΥΝΔΡΟΜΗ: 235 ευρώ
(περιλαμβάνεται ΦΠΑ 6%)
Κωδικός: 011618
ISSN: 2408-0128

DIRECTION
BUSINESS NETWORK

Μικράς Ασίας 43 | 152 33 | Χαλάνδρι
T: 210.77.12.400 | F: 210.77.13.343
e-mail: info@direction.gr
www.direction.gr

Κανάλια κολλημένα με τη δαπάνη

«Δεν στέκει, δεν ευσταθεί το επιχείρημα της κυβέρνησης περί μειωμένης διαφημιστικής πίτας στην τηλεόραση για να δικαιολογήσει τη μείωση των αδειών πανελλαδικής εμβέλειας από 8 σε 4», αναφωνούσε την περασμένη Τρίτη μεγαλοδικηγόρος, στο πλαίσιο της διαλογής των φακέλων και της διαδικασίας ελέγχου των ορκωτών λογιστών για την υποβολή ενστάσεων. Η επιχειρηματολογία του νομικού συμβούλου μεγάλου εν ενεργεία καναλιού, την οποία πληροφορηθήκαμε εκ των υστέρων, φάνταζε αρχικά «προφανής, εύλογη, απλή και κατανοητή». Ένας δικηγόρος υπερασπίζεται τα συμφέροντα μιας εταιρείας-πελάτη του που θέλει να παραμείνει εν ζωή και να συνεχίσει να λειτουργεί. Η συνέχεια όμως έχει ενδιαφέρον. Άρχισαν να κατατίθενται απίθανα επιχειρήματα πανταχόθεν. Ένας διευθυντής έτερου καναλιού ανέπτυξε μια επιχειρηματολογία σε παραπλήσια υπερασπιστική γραμμή. «Λένε ότι η διαφημιστική δαπάνη αγγίζει τα 180 εκατ. ευρώ στην τηλεόραση. Ωραία. Άρα θεωρούν στην κυβέρνηση ότι με 50 εκατ. ευρώ έκαστος είναι βιώσιμη η αγορά και το τοπίο καθαρό από παίκτες που ψυχορραγούν. Λογαριάζουν όμως χωρίς τον ξενοδόχο. Δεν απαντούν σε συγκεκριμένες ερωτήσεις, δεν δίνουν λύσεις σε απορίες που είναι διάτρητες σε κριτική».

Και ξεκίνησε καταιγισμός ερωτημάτων επί τούτου. Ανταγωνιστές μεταξύ τους συμφωνούσαν σε όλα και τα ερωτήματα βέβαια χρήζουν απάντησης, ακόμη και αν ο διαγωνισμός ολοκληρώνεται Δεκαπενταύγουστο...

• Ποιος πιστεύει ότι η δαπάνη στα κανάλια θα παραμείνει στα 180 εκατ. ευρώ, αν όντως είναι τόσα;

- Δεν θα υπάρξει ποτέ, δεν θα σημειωθεί ανάκαμψη ποτέ σε αυτή τη χώρα, θα μείνει η κατανάλωση υπό το μηδέν και συνακόλουθα η δαπάνη σε επίπεδα μονοκρατορίας ΕΡΤ το 1988;
- Γιατί τιμωρείται ένας βιώσιμος πιθανός 5ος ή 6ος παίκτης αν μπορεί να επιβιώσει χωρίς διαφήμιση ή χωρίς δανεισμό; Αν ένας επιχειρηματίας έχει άλλους πόρους; Δεν υπάρχουν ζημιογόνες επιχειρήσεις στα ΜΜΕ που ζουν από την καλοσύνη των αδελφών εταιρειών; Δηλαδή δεν υπάρχουν ζημιογόνες εταιρείες στην Ελλάδα που να συνεχίζουν να λειτουργούν π.χ. από τη μητρική ή με ίδια κεφάλαια ή με αύξηση μετοχικού κεφαλαίου; Τουλάχιστον κάποιες χρονιές;
- Ποιος έχει ορίσει ότι οι τέσσερις νικήτριες τηλεοπτικές επιχειρήσεις θα μοιραστούν ισόποσα τη διαφημιστική δαπάνη; Τόσα χρόνια, από το 1989 έως σήμερα, πρωτοστατούσαν στην κατάταξη της Media Services το Mega και ο ANT1, ενώ ακολουθούσαν -αλλάζοντας σειρά στη λίστα- το Star και ο Alpha και μετά όλοι οι υπόλοιποι. Ποιος λέει πόσα χρήματα θα διοχετεύσουν τα media agencies στην τηλεόραση και πόσα θέλει να επενδύσει κάθε διαφημιζόμενος σε κάθε κανάλι; Αστεία πράγματα.

Και συνέχισαν να μιλάνε, με τα ερωτήματά τους να φαντάζουν τόσο λογικά όσο και επιτακτικά. Αν αυξηθεί η δαπάνη και εκτοξευθεί στα 500 εκατ. ευρώ σε ετήσια βάση, δεν θα πρέπει να ωφεληθεί άλλος ένας; Ή η πίτα θα μεγαλώσει χάρη στους συγκεκριμένους, που κάποτε μπήκαν σε ένα διαγωνισμό, έτυχε να διαθέτουν εκέγγυα και προϋποθέσεις και απέκλεισαν οποιονδήποτε άλλον παίκτη διά παντός;



Αναβολή
για 4279/2014

4



Η έννοια
“The big ideaL”

12



Οι στιγμές
με σημασία

18



Τι συμβαίνει
με τις άδειες

22

ΝΕΟΣ
ΣΥΝΕΡΓΑΤΗΣ
ΕΤΩΝ

20

ΜΕ

ΕΤΗ

ΠΡΟΥΠΗΡΕΣΙΑ

*ad*BOOK

EDITION
2016

ΕΤΗΣΙΟΣ ΟΔΗΓΟΣ
ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ
& MARKETING





Έχετε προσέξει ότι... η παράταση αυτήν τη φορά είναι τρίμηνης διάρκειας;

■ Spec...

Brand με μεγάλη ιστορία και καλό μερίδιο στην αγορά είναι «στο ψάξιμο». Στη διαδικασία, αν και ξεκίνησαν τρεις εταιρείες, τελικά θα συμμετάσχουν δύο, με παράδοση σε λογαριασμούς της συγκεκριμένης κατηγορίας... Άρα οι πιθανότητες είναι 50%-50%...

■ EZA...

Pollen, McCann και The Newtons Laboratory συνεχίζουν στο spec της ζυθοποιίας, που όπως ακούγεται, θα ολοκληρωθεί μέχρι το τέλος του μήνα...

■ Εθνική...

Στην τελική ευθεία βρίσκεται το διπλό spec της τράπεζας, αλλά μέχρι στιγμής δεν έχει υπάρξει ενημέρωση για την κατάληξη του. Όπως έγραψε το BusinessToday, όσον αφορά το δημιουργικό, Cream και BBDO φαίνεται πως θα αποτελούν την τελική σχετική shortlist. Από την άλλη, για το λογαριασμό media planning & buying η MEC Hellas δείχνει να είναι το φαβορί...

■ Γκάζια...

Σε μεγάλες ταχύτητες «τρέχει» το spec στην αγορά του αυτοκινήτου... Πολύ απαιτητικό και με πολύ σύντομα χρονικά περιθώρια... Θα είναι αρκετές για τους συμμετέχοντες οι δύο εβδομάδες, για να παρουσιάσουν τη νέα στρατηγική και επανατοποθετήσουν της μάρκας στην ελληνική αγορά:

■ Coca-Cola 3E...

Μέχρι 8 συνολικά εταιρείες φαίνεται πως θα λάβουν μέρος στο review με τα επιμέρους spec για τις τέσσερις κατηγορίες προϊόντων της εταιρείας...

■ 1n Οκτωβρίου...

Τελικά, με τροπολογία (ως συνήθως σε άσχετο νομοσχέδιο) και μόλις για τρεις μήνες ήρθε η παράταση για την απευθείας τιμολόγηση των διαφημιζομένων από τα ΜΜΕ... Καθώς ο Ιούλιος έχει σχεδόν περάσει και ο Αύγουστος είναι παραδοσιακά αφιερωμένος στα «μπάνια του λαού», η αγορά έχει ουσιαστικά μόνο τον Σεπτέμβριο - αφενός για να προετοιμαστεί, αφετέρου για να προσπαθήσει να αλλάξει κάτι...

■ Figures 2015...

Τα οικονομικά στοιχεία των διαφημιστικών θα παρουσιάσει μέσα στην εβδομάδα το BusinessToday. Τα πρώτα στοιχεία που έχουν συγκεντρωθεί από περίπου 30 εταιρείες δείχνουν μικρή άνοδο τζίρου της τάξης του 8%, καθώς και κάμψη περρίπου 3% στα μικρά. Η εικόνα, βέβαια, δεν είναι ακόμη πλήρης, ενώ στην άνοδο του τζίρου έχει συμβάλει και συγκεκριμένη διαφημιστική, που παρουσιάζει μεγάλη αύξηση... Προσεχώς περισσότερα...

■ Ιταλοί...

Παρουσία στην Ελλάδα φαίνεται πως αποκτά η ιταλική εταιρεία επικοινωνίας Pomilio Blumm, καθώς αποτελεί τον βασικό μέτοχο της νεοϊδρυθείσας εταιρείας Pomilio Blumm Aegean στη χώρα μας. Πρόεδρος και Διευθύνων Σύμβουλος της εταιρείας είναι ο Franco Pomilio, πρόεδρος και της ιταλικής επιχείρησης, ενώ το πρώτο Δ.Σ. συμπληρώνουν σαν μέλη οι Ευάγγελος Σταματελάτος και Δημήτριος Παντοτόπουλος. Η Pomilio Blumm είναι μια εταιρεία ολοκληρωμένης επικοινωνίας, που εξειδικεύεται στη σχέση μεταξύ κυβερνήσεων, Δημόσιας Διοίκησης και πολιτών. Το πελατολόγιο περιλαμβάνει αρχές, φορείς και θεσμούς στην Ευρώπη και την ευρύτερη περιοχή της Μεσογείου. Η εταιρεία δραστηριοποιείται έντονα και στο χώρο της διοργάνωσης συνεδρίων...

■ Καπνός...

Από την BAT μας διευκρινίστηκε αρμοδίως πως δεν «τρέχει» spec για το λογαριασμό Δημοσίων Σχέσεων αυτή την περίοδο...

■ Όλα για τις άδειες...

Στους ισολογισμούς του Star και συγκεκριμένα στις παρατηρήσεις του ορκωτού ελεγκτή επικεντρώθηκαν αρκετές ενστάσεις στελεχών στη διαδικασία για την πρώτη διαλογή των φακέλων για τηλεοπτικές άδειες πανελλαδικής εμβέλειας. Επιπλέον ζητήματα τέθηκαν και με τη μετοχική σύνθεση του Epsilon του Φίλιππου Βρυώνη, ενώ δεν έλειψαν και οι αψιμαχίες, με εκπρόσωπο της πλευράς ΣΚΑΙ να έχει αντιπαράθεση με μια εκ των δικηγόρων του ομίλου Μαρινάκη, όταν του ζήτησε να απομακρυνθεί και να μην παρακολουθεί τη διαδικασία στην οποία εκείνη τη στιγμή δεν μετείχε. Πάντως ο πατήρ Αλαφούζος υποστηρίζει 100% τη διαδικασία για τη νέα άδεια και θα συνδράμει όσο χρειαστεί για την επιτυχία έκβασης της υπόθεσης...



HUMARKETING TO MARKETING ΟΠΩΣ ΘΑ ΕΠΡΕΠΕ. ΑΝΘΡΩΠΙΝΟ.

ΔΕΥΤΕΡΑ 26 ΣΕΠΤΕΜΒΡΙΟΥ 2016, PIERCE COLLEGE (AUDITORIUM)

«Συχνά έχουμε την τάση να βλέπουμε τον Πελάτη και να χάνουμε τον Άνθρωπο. Μήπως είναι καιρός να επαναφέρουμε τον Άνθρωπο στο προσκήνιο;». Σε αυτό το ερώτημα θα προσπαθήσει να απαντήσει η εσπερίδα με θέμα «Humarketing. Το Marketing όπως θα έπρεπε να είναι. Ανθρώπινο», που θα λάβει χώρα τη Δευτέρα 26 Σεπτεμβρίου στο Pierce College (Auditorium). Διοργανώνεται από την Direction, σε συνεργασία με ΕΣΒΕΠ και ECR Hellas και με τη στήριξη των σημαντικότερων φορέων της αγοράς. Συγκεκριμένα, για πρώτη φορά τουλάχιστον 15 θεσμικοί φορείς θα υποστηρίξουν μια εκδήλωση που θα πρέπει να τονιστεί πως πραγματοποιείται για έναν ιδιαίτερο και οπωσδήποτε «ανθρώπινο» λόγο. Όλα τα έσοδα της εσπερίδας θα διατεθούν στο Κέντρο Αποθεραπείας και Αποκατάστασης «Φιλοκτήτης» για την κάλυψη των εξόδων θεραπείας ενός ανθρώπου της αγοράς, του Θοδωρή Τσεμπερούλη...

■ Μασούτης...

Νέα καμπάνια ξεκίνησε από την προηγούμενη Παρασκευή η Μασούτης. Σε συνεργασία με τις Soho Square και Green Olive η βορειοελλαδίτικη αλυσίδα παρουσίασε δύο νέα spot, που εστιάζουν στην πλευρά του πελάτη, ενώ κάνουν και ανακοινώσεις...

■ Λυκοφιλίες...

Ο παλιός εκδότης και πρώην καναλάρχης λένε οι κακές γλώσσες ότι αποτελεί τον κρυφό συμπαίκτη στο παιχνίδι των αδειών...

■ Έλλειψη χρημάτων...

Σε αργό θάνατο η Τηλέτυπος που διαχειρίζεται το Mega και η έλλειψη χρημάτων φέρνει... γκρίνια. Την προηγούμενη εβδομάδα ο Δημήτρης Καμπουράκης εξέφρασε δημόσια την άποψη πως οι εργαζόμενοι δεν έχουν πειστεί ότι υπάρχει διάθεση από τους ιδιοκτήτες και τους υποψήφιους επενδυτές να κάνουν προσπάθεια διάσωσης του σταθμού. Από τη μεριά του, ο Μανώλης Καψής, που πάντως δεν έρχεται τελευταία σε επαφή με τους εργαζομένους, αναφέρθηκε σε «σκοτεινό σημείο» στο ρόλο των τραπεζών στην υπόθεση.

αναφερόμενος στο μπλοκάρισμα των λογαριασμών του σταθμού. «Ξέρετε πολλές επιχειρήσεις στην Ελλάδα της κρίσης που πληρώνουν το δάνειό τους κανονικά, πληρώνουν τους φόρους, πληρώνουν τις ασφαλιστικές εισφορές, πληρώνουν τους τόκους και παρ' όλα αυτά τους "κοκκινίζουν" τα δάνεια; Γιατί κοκκίνισαν τα δάνεια οι τράπεζες και μπλόκαραν τους λογαριασμούς;» ανέφερε χαρακτηριστικά στην εκπομπή των Καμπουράκη-Οικονομέα...

■ Λύση Σκαναβή;

Σε συζητήσεις, πάντως, για να αναλάβει το τιμόνι του Mega φαίνεται πως βρίσκεται ο έμπειρος Αλέξης Σκαναβής. Σύμφωνα με πληροφορίες, οι μέτοχοι του καναλιού μάλλον βλέπουν θετικά την κίνηση και οι επαφές αυτών των ημερών αναμένεται να καθορίσουν τις εξελίξεις και την πραγματοποιήση ή όχι της συνεργασίας, που μπορεί να δώσει -αν το επιτρέψει και ο χρόνος- λύση στο μεγάλο πρόβλημα... Μην ξεχνάμε πως ο Αλέξης Σκαναβής ήταν ο άνθρωπος που «έβαλε» την Τηλέτυπος στο Χρηματιστήριο σαν επικεφαλής των οικονομικών υπηρεσιών, γνωρίζει πρόσωπα και πράγματα και έχει μακρά εμπειρία στο χώρο των ΜΜΕ...

POP STARS AWARDS 2016

Έρχονται τα POP Stars Awards!

Τα βραβεία POP Stars Awards 2016 διοργανώνουν για πρώτη φορά στην Ελλάδα η Direction Business Network και το περιοδικό για το λιανεμπόριο και τη βιομηχανία RetailBusiness. Με στόχο την ανάδειξη των καλύτερων συστημάτων POP της χρονιάς που διανύουμε, τα POP Stars Awards απευθύνονται σε επιχειρήσεις του ιδιωτικού αλλά και του δημόσιου τομέα, οι οποίες κατά τη διάρκεια της τρέχουσας χρονιάς έκαναν χρήση συστημάτων POP, είτε σε κλειστούς είτε σε ανοικτούς χώρους, για την προώθηση των προϊόντων και υπηρεσιών τους. Τα κριτήρια βράβευσης σχετίζονται με την εφευρετικότητα, την καινοτομία, το art design και την αποτελεσματικότητα της κατασκευής, καθώς και τη χρήση digital συστημάτων. Τα βραβεία θα πραγματοποιηθούν τον Ιανουάριο του 2017, στο εκθεσιακό κέντρο Metropolitan Expo, την ίδια ημέρα με τα ετήσια βραβεία λιανικού εμπόρου και βιομηχανίας RetailBusiness Awards. Η ακριβής ημερομηνία και οι ώρες διεξαγωγής θα ανακοινωθούν εγκαίρως. Για δηλώσεις συμμετοχής και περαιτέρω πληροφορίες, μπορείτε να επικοινωνήσετε με την κυρία Παναγιώτα Γεωργιάδη στο τηλ. 210-7712400 (εσωτ. 223) και στα e-mails: georgiadi@direction.gr και tzola@direction.gr. Σημειώνεται πως για την περίπτωση του Early Booking (έως 29/7/2016) παρέχεται έκπτωση 10%.

PLEASE SAVE THE DATE!

HUMARKETING\

TO MARKETING
ΟΠΩΣ ΘΑ ΕΠΡΕΠΕ.
ΑΝΘΡΩΠΙΝΟ.

ΔΕΥΤΕΡΑ 26 ΣΕΠΤΕΜΒΡΙΟΥ 2016, PIERCE COLLEGE (AUDITORIUM)

Συχνά έχουμε την τάση να βλέπουμε τον Πελάτη
και να χάνουμε τον Άνθρωπο. Μήπως είναι καιρός
να επαναφέρουμε τον Άνθρωπο στο προσκήνιο;

Τα έσοδα της Εσπερίδας θα διατεθούν στο Κέντρο Αποθεραπείας
και Αποκατάστασης ΦΙΛΟΚΤΗΤΗΣ για την κάλυψη των εξόδων
θεραπείας του Θοδωρή Τσεμπερούλη.

Διοργάνωση



Σε συνεργασία



Με την υποστήριξη

