

Σκεπτικισμός καταναλωτών και «greenwashing»

Κωνσταντίνος Ν. Λεωνίδου, Ph.D.

Καθηγητής Μάρκετινγκ και Διοίκησης Επιχειρήσεων

Ακαδημαϊκός Υπεύθυνος – ΠΠΣ Διοίκηση Επιχειρήσεων και ΜΠΣ Το Ανοικτό MBA



Γραφείο
Επιτρόπου
Περιβάλλοντος



Πραγματική Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη – Λεμεσός, Κύπρος, 14 Νοεμβρίου 2023



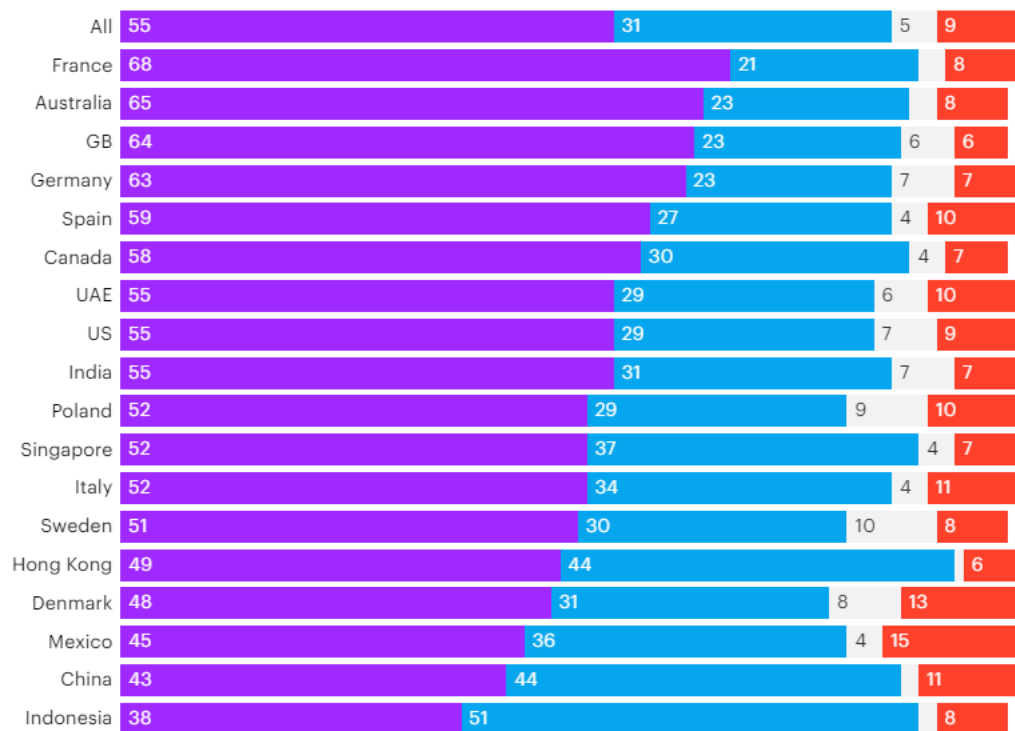
Doubts are more cruel than the worst of truths. Molière

Οι αμφιβολίες είναι πιο σκληρές και από τις χειρότερες αλήθειες. Μολιέρος

More than half of global consumers are skeptical of the sustainability claims of most brands

To what extent do you agree or disagree with the following statements - I am skeptical of the sustainability claims of most brands

■ Net: Agree
 ■ Neither agree nor disagree
 ■ Don't know
 ■ Net: Disagree



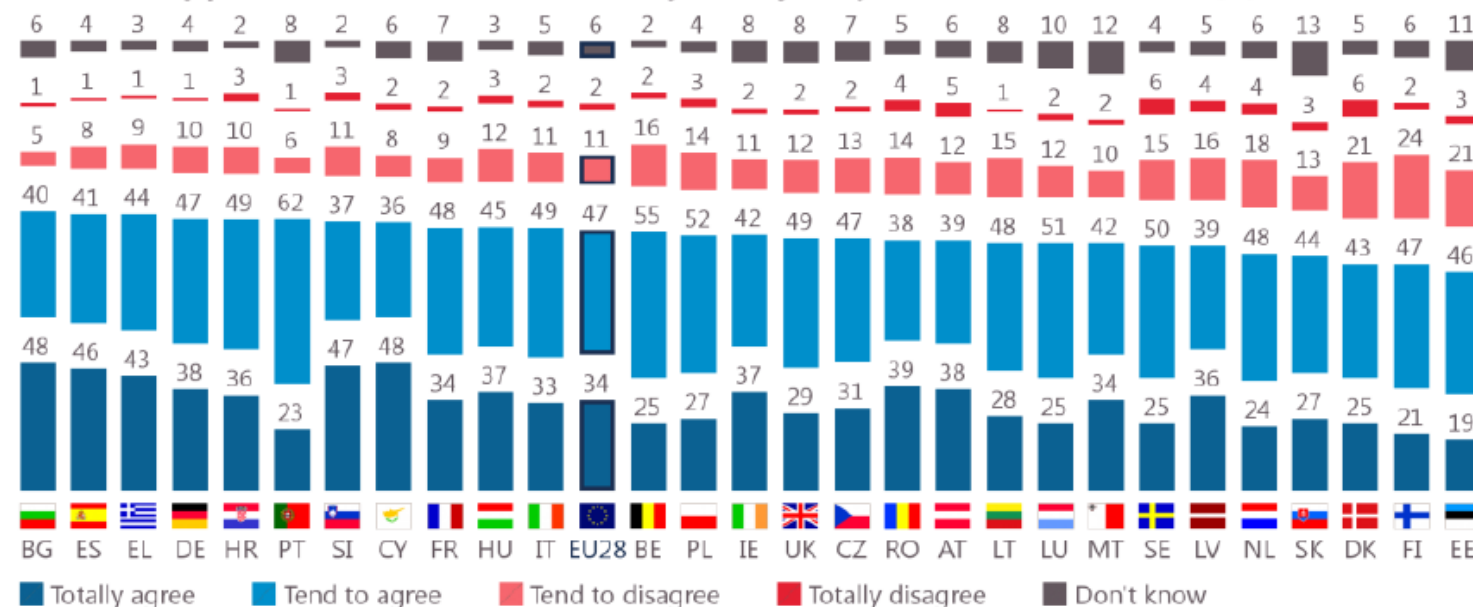
YouGov

March 2023

Πηγή: <https://business.yougov.com/content/46714-more-than-half-of-global-consumers-are-skeptical-of-a-brands-sustainability-claims>

QA14.2 Please tell me to what extent you agree or disagree with each of the following statements related to environmental problems and working conditions linked to clothing.

Many products claim to be environmentally-friendly, but you do not trust this is true (%)



Base: all respondents (n= 27,498)

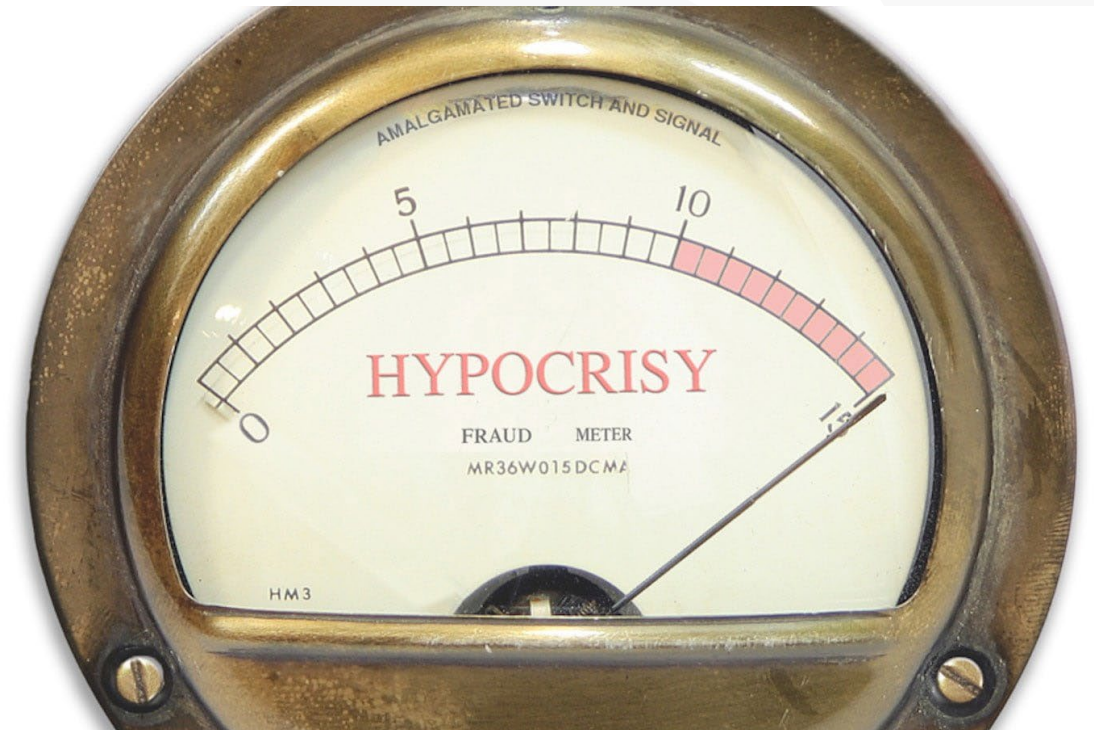
Countries sorted on Total 'Agree'

Average EU27:

Totally agree: 35% | Tend to agree: 47% | Tend to disagree: 11% | Totally disagree: 2% | Don't know: 5%

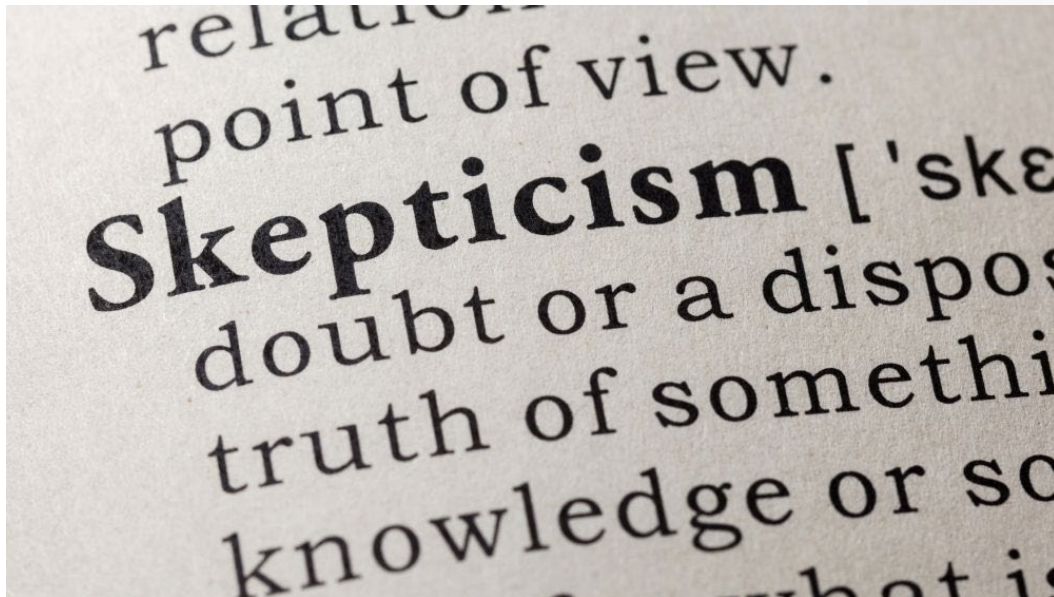
1. Τι ΔΕΝ είναι σκεπτικισμός;

- **Κυνισμός** – σχετίζεται αλλά είναι ποιοτικά διαφορετικός
 - Αντίληψη ότι οι άνθρωποι ενεργούν αποκλειστικά με βάση τα εγωιστικά τους κίνητρα
 - Αποτελεί μια προσωπικότητα που παραμένει σταθερή σε διάφορα περιβάλλοντα και με την πάροδο του χρόνου
- **Υποψία** – η πεποίθηση ότι η συμπεριφορά ενός ατόμου αντανακλά ένα κίνητρο που το άτομο θέλει να κρύψει από τον στόχο της συμπεριφοράς του
- **Υποκρισία** – αυτός που υποκρίνεται, που προσποιείται ανύπαρκτα συναισθήματα ή συμπεριφέρεται με τρόπο που δεν ανταποκρίνεται στις πραγματικές διαθέσεις του



Πηγή: <https://blog.adw.org/2019/08/beware-the-hypocrisy-of-the-spiritual-but-not-religious/>

2. Τι είναι ο σκεπτικισμός;

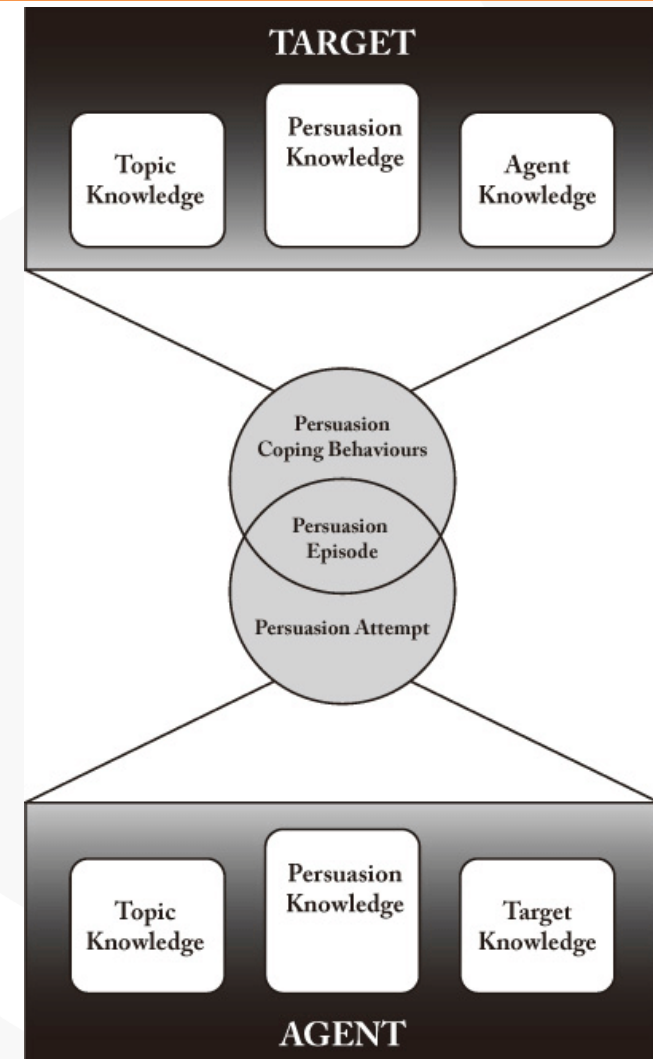


Πηγή: <https://namas.co/the-importance-of-skepticism/>

- Προέρχεται από την ελληνική λέξη «σκέπτομαι»
- Η τάση ενός ατόμου να **αμφισβητεί, αμφιταλαντεύεται** και **ερωτά**
- Σκεπτικισμός ως φιλοσοφική στάση (dispositional skepticism) – **Γενική** αμφιβολία, Προσωπική ιδιότητα
- Σκεπτικισμός που σχετίζεται με καταστάσεις (situational skepticism) – μια **προσωρινή κατάσταση** του καταναλωτή, προκαλείται ανεξάρτητα από τα προσωπικά χαρακτηριστικά του και ποικίλλει ανάλογα με το **πλαίσιο** και την **κατάσταση**
- Ένα χαρακτηριστικό τους είναι ότι μπορούν να αλλάξουν γνώμη όταν τους παρουσιαστούν **επαρκείς αποδείξεις**

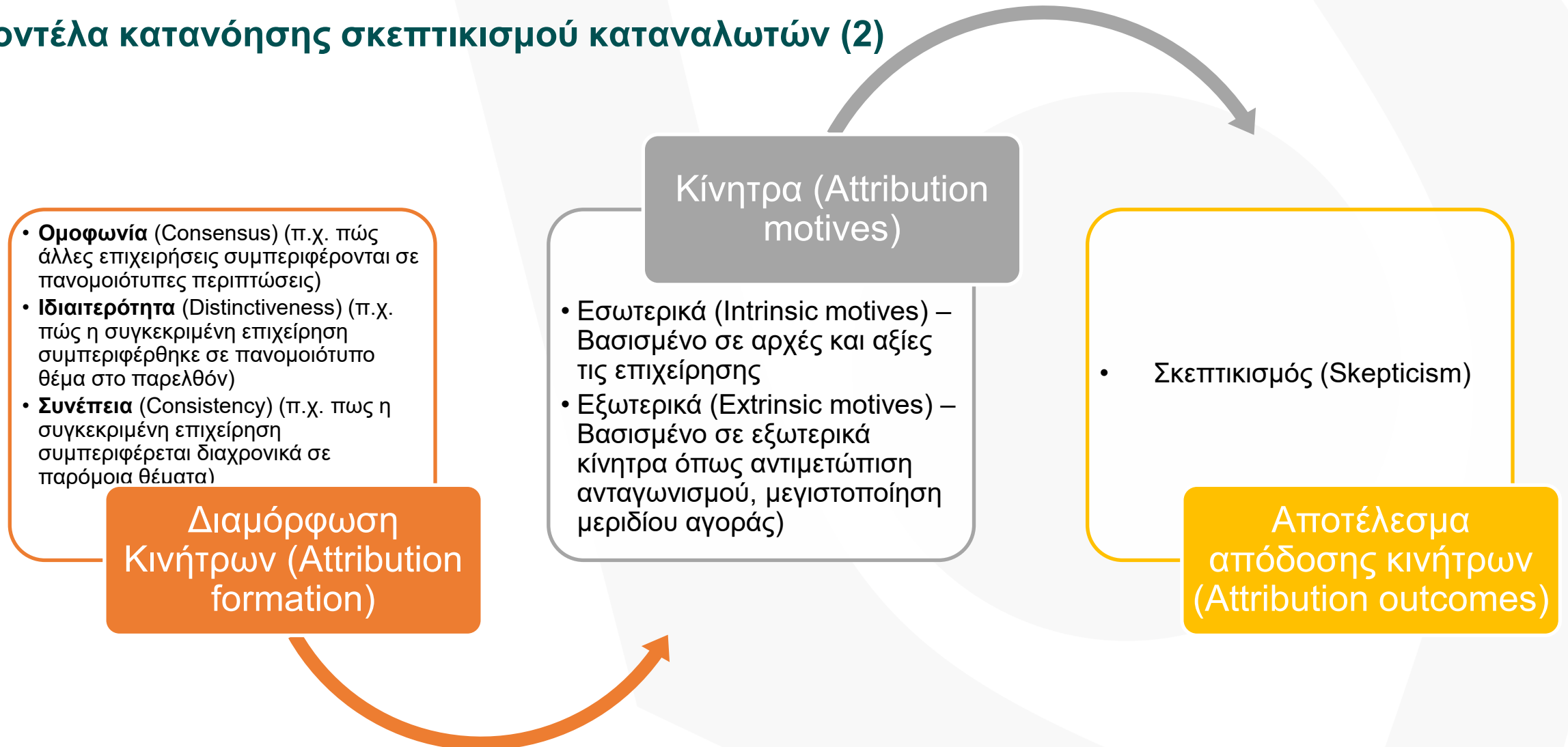
3. Μοντέλα κατανόησης σκεπτικισμού καταναλωτών (1)

- Μοντέλο γνώσης της πειθούς (Persuasion Knowledge Model) (Friestad & Wright, 1994)
 - Οι καταναλωτές μαθαίνουν να ερμηνεύουν και να αξιολογούν τους στόχους και τακτικές των ανθρώπων που προσπαθούν να τους πείσουν και χρησιμοποιούν αυτή τη γνώση για να τις αντιμετωπίσουν
- Κατανόηση κινήτρων (Attribution Theory) (Kelley & Michela, 1980)
 - Ένας τρόπος με τον οποίο οι καταναλωτές αναπτύσσουν γνώση πειθούς για να βοηθήσουν τον εαυτό τους να κατανοήσουν και να αντιμετωπίσουν συγκεκριμένα γεγονότα
 - Συνεπώς, οι καταναλωτές αποδίδουν κίνητρα στις ενέργειες των εταιρειών, και αυτά επηρεάζουν την αντίδρασή τους σε ενέργειες μιας επιχείρησης



Πηγή: https://www.researchgate.net/figure/The-persuasion-knowledge-model-adapted-from-Friestad-and-Wright-1994-The-target-of_fig3_312173585

3. Μοντέλα κατανόησης σκεπτικισμού καταναλωτών (2)



4. Γιατί ο σκεπτικισμός καταναλωτών είναι πρόκληση;



- Μειώνει την εταιρική αξία
- Αρνητικό αντίκτυπο στην πρόθεση αγοράς
- Δημιουργεί αρνητικό word of mouth
- Μειώνει την αντίσταση σε αρνητικά σχόλια και πληροφορίες
- Αναζήτηση πληροφοριών που μπορεί να καθυστερήσει, αναβάλει, ακόμα και να ακυρώσει την αγορά
- Επιλογή από επιχειρήσεις που παραμένουν σιωπηλές (Green muting)

Πηγή: Skarmeas & Leonidou (2013, JBR) – Leonidou & Skarmeas (2017, JBE)

5. Παράγοντες με επίδραση στο σκεπτικισμό καταναλωτών (1)



5. Παράγοντες με επίδραση στο σκεπτικισμό καταναλωτών (2)

Διαφορετικές έννοιες το όρου greenwashing

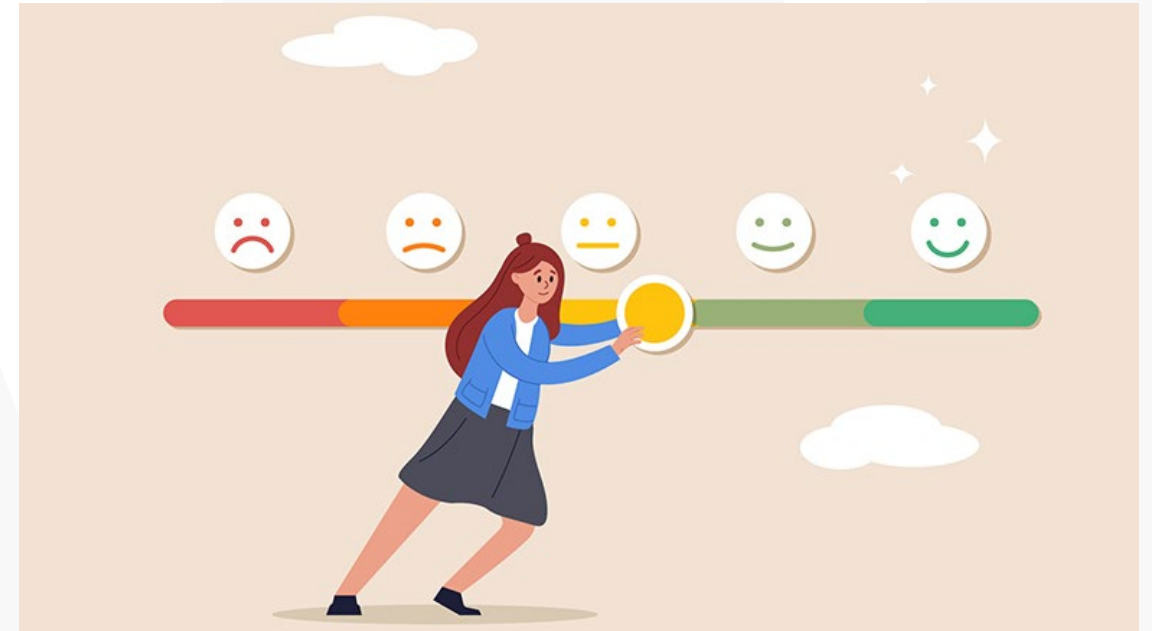
- Greenwashing στην επικοινωνία (Greenwashing in communication)
 - Επικοινωνία που είτε παραπλανάει τους καταναλωτές σχετικά με τα περιβαλλοντικά χαρακτηριστικά ενός προϊόντος ή υπηρεσίας
 - Επικοινωνία που παραπλανάει τους καταναλωτές σχετικά με την περιβαλλοντική απόδοση ενός οργανισμού συνολικά
- Εταιρικό greenwashing (Corporate greenwashing)
 - Παραπλανητικές οικονομικές καταστάσεις
 - Ενέργειες που παραπλανούν κρατικούς φορείς και υπηρεσίες
 - Εταιρική υποκρισία – Χάσμα μεταξύ πολιτικών και ενεργειών



Πηγή: <https://www.greenbiz.com/article/six-sins-greenwashing>

6. Πώς μειώνουμε το σκεπτικισμό για πράσινες πρακτικές/προϊόντα/υπηρεσίες;

- Αυθεντικότητα, αξίες, και ρεαλισμός
- Ενημέρωση και εκπαίδευση
- Επαρκείς αποδείξεις και διαφάνεια
- Επαλήθευση από ανεξάρτητους φορείς και συνεργασίες
- Υπευθυνότητα και συνέπεια
- Ξεκάθαρα μηνύματα με αποφυγή υπερβολής
- Μέτρηση αποτελεσμάτων
- Συνεχής βελτίωση



Πηγή: <https://www.ccdaily.com/2023/08/three-ways-to-combat-skepticism-of-higher-eds-value/>

THANK

YOU!



Καθηγητής Κωνσταντίνος Λεωνίδου
Καθηγητής Μάρκετινγκ και Διοίκησης Επιχειρήσεων



+357 22 41 1929



[@CNLeonidou](https://twitter.com/CNLeonidou)



C.Leonidou@ouc.ac.cy



[@CNLeonidou](https://www.linkedin.com/company/CNLeonidou)



Διεύθυνση

Ανοικτό Πανεπιστήμιο Κύπρου
Σχολή Οικονομικών Επιστημών και Διοίκησης
Πρώτος όροφος, Γραφείο 113, 33 Γιάννου Κρανιδιώτη
Λατσιά, Λευκωσία, 2220, Κύπρος

Ώρες Γραφείου

Δευτέρα 13:00-18:00
<https://calendly.com/cleonidou/ach>

Αντίληψη πολιτών για διαφθορά σε Ευρωπαϊκές χώρες

EU  **70%** (+2 pts
since 2022)

EL  **97**
HR  **96**
PT  **93**
CY  **92**
MT  **92**
ES  **89**
HU  **88**

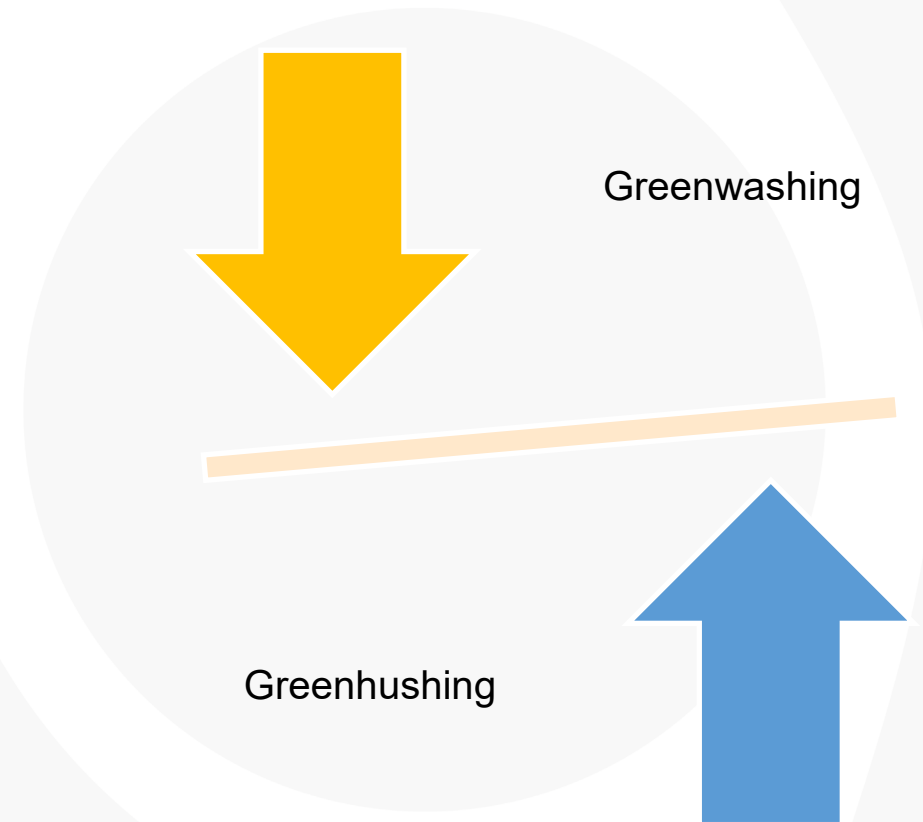
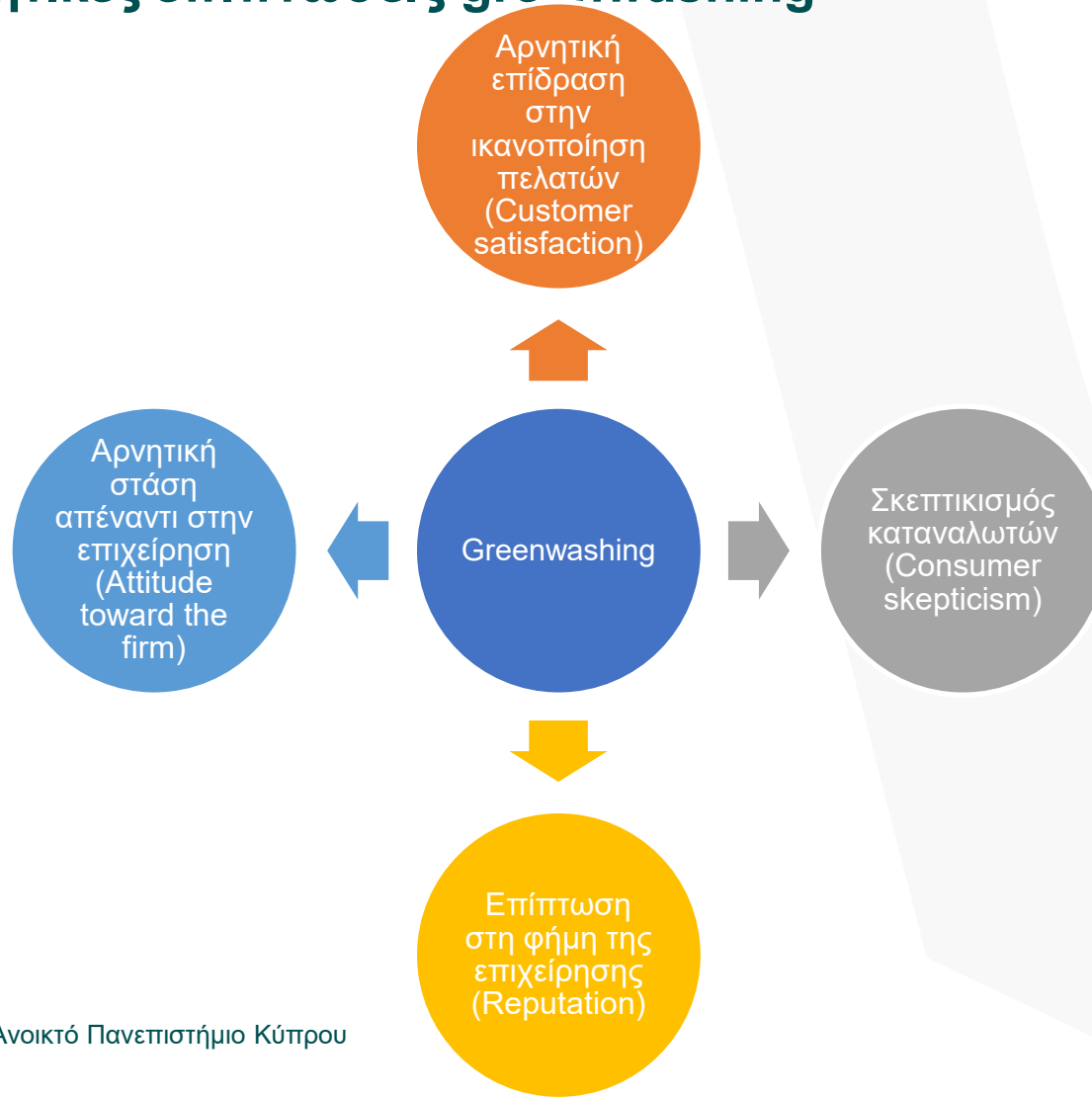
IT  **85**
LT  **83**
SI  **83**
SK  **82**
BG  **81**
RO  **79**
CZ  **76**

LV  **74**
FR  **69**
BE  **62**
PL  **61**
AT  **60**
IE  **59**
DE  **57**

EE  **48**
NL  **47**
LU  **40**
SE  **36**
DK  **21**
FI  **13**

Πηγή: Citizens' attitudes towards corruption in the EU in 2023 - Eurobarometer

Αρνητικές επιπτώσεις greenwashing



Παράδειγμα Greenwashing 1



Shell's claim:
"We use our waste CO₂
to grow flowers"

... it was actually
shown that only 0.325% of
their emissions were used to
grow flowers

Πηγή:
<https://www.theguardian.com/media/2007/nov/07/asa.advertising>

Παράδειγμα Greenwashing 2



HSBC ruling, October 2022 We ruled this ad was **misleading** as it failed to acknowledge HSBC's own contribution to emissions through its investments in industries that emit high levels of greenhouse gases. In December 2022, HSBC announced it will be accelerating its plans to dis-invest from high carbon-intensity business financing.

Advertising Standards Authority
(2022)

Πηγή: <https://www.asa.org.uk/static/794c34b2-8a15-45cd-ad224541b6463703/Annual-Report-ASA-CAP-2022-Full-Version.pdf>

Παράδειγμα Greenwashing 3

OVER THE
TOP
images



OBVIOUS
LIES!

No data,
specifics
or certified
labels

fluffy
language

Nothing to
do with the
product!

Πηγή: <https://www.wearefuterra.com/thinks/the-greenwash-guide>