

# IPSOS ESG&REPUTATION RESEARCH 2024

## Ponuka štúdie

Ipsos Slovensko

November 2023

# ZHRNUTIE PONUKY V KOCKE



## Prínos štúdie

Aké informácie získate?

- Zistíte, ako je Vaša značka vnímaná v porovnaní s inými spoločnosťami
- Zmeriame Vám reputáciu
- Overíme si znalosť CSR projektov
- Získate informácie o postojoch a správaní Slovincov a Slovákov
- Vytipujeme vhodné kanály, ktorými máte Vaše aktivity komunikovať a mnoho ďalšieho



## Dizajn projektu

- **7. ročník multiklientskej štúdie**
- On-line kvantitatívny zber dát prostredníctvom Ipsos panelu SR
- Reprezentatívna vzorka všeobecnej populácie. Veľkosť vzorky závisí od počtu zúčastnených spoločností (garancia minimálne n=500 pri hodnotení Vašej spoločnosti)
- On-line kvalitatívne individuálne rozhovory so CSR expertmi a expertkami



## Timing, výstupy & cena

Realizácia výskumu:

- December 2023 – marec 2024
- Potvrdenie účasti vo výskume do **30.11. 2023**

Výstupy:

- Finálna správa v ppt v SJ
- Online alebo osobná prezentácia výstupov

Cena (podľa zvoleného variantu):

**3950 – 5 250 €** bez DPH



## Kontakty

**Paula Ivanková**

[paula.ivankova@ipsos.com](mailto:paula.ivankova@ipsos.com)

**Barbora Ostrožovičová**

[barbora.ostrozovicova@ipsos.com](mailto:barbora.ostrozovicova@ipsos.com)

**Roman Pudmarčík**

[roman.pudmarcik@ipsos.com](mailto:roman.pudmarcik@ipsos.com)

## Pridaná hodnota Ipsos



- Pohľad slovenskej verejnosti doplníme o názory expertov a expertiek v oblasti trendov a komunikácie ESG aktivít smerom k ďalším stakeholderom
- Množstvo informácií za dobrú cenu vďaka syndikovanému dizajnu štúdie
- Možnosť čiastočného prispôbenia si štúdie (sledovanie relevantnej konkurencie, hodnotenie vlastných ESG projektov, ad-hoc otázky)
- Možnosť realizácie v ďalších krajinách či doplnenie ad-hoc projektom podľa vašich potrieb
- Široký kontext – informácie získané v rámci štúdie doplníme o dáta z našich ďalších štúdií
- Porovnanie výsledkov v čase so zameraním sa na aktuálne témy (napr. ESG v kontexte inflácie)

5

[#1 Obsah, novinky a proces projektu](#)

20

[#3 Timing a cena projektu](#)

14

[#2 ESG výskumy na mieru,  
naše globálne zdroje](#)

23

[Kontakty](#)

# OBSAH, NOVINKY A PROCES PROJEKTU



**Z akých častí sa výskum skladá?**

**Aké výstupy od nás získate?**

**Aké sú novinky v aktuálnom ročníku?**

**Ako bude celý proces projektu prebiehať?**

# HLAVNÉ OBLASTI VÝSKUMU

Klientska časť sa zameriava najmä na Vašu pozíciu z hľadiska vnímanej zodpovednosti a reputácie, pomôže zhodnotiť zodpovedné projekty a odpovedať na kľúčové otázky. Vo všeobecnej časti štúdie Vám prinesieme pohľad na udržateľnosť očami populácie. Rozhovory s expertmi/kami doplnia pohľad na komunikáciu ESG aktivít smerom k iným skupinám stakeholderov.

1.

## VŠEOBECNÁ ČASŤ



- Je zodpovednosť firiem pre ľudí pri nakupovaní dôležitá? A ako sa postoj v čase menia?
- Sú ochotní si za zodpovedné produkty priplatiť aj v období ekonomickej stagnácie?
- Na aké oblasti sa majú firmy v rámci svojej CSR stratégie zamerať? Líšia sa požiadavky ľudí v závislosti od sektoru, v ktorom firma podniká?
- Aké spoločnosti považujú za zodpovedné?
- Ako CSR aktivity a stratégiu komunikovať smerom k verejnosti? Aké kanály sú dôveryhodné? Ako relevantne komunikovať?
- Aký je osobný postoj populácie k tejto téme? Čo sú sami ochotní v tejto oblasti robiť?

2.

## KLIENTSKÁ ČASŤ



- Do akej miery je Vaša spoločnosť spájaná so spoločenskou zodpovednosťou?
- Aký vplyv má ESG na reputáciu Vašej firmy?
- Aké výsledky z hľadiska zodpovednosti a reputácie dosahujú Vaši kľúčoví konkurenti?
- Poznajú Slovenky a Slováci Vaše CSR projekty? Ako ich hodnotia? A v porovnaní s projektami popredných firiem z ostatných sektorov? Na aké oblasti by sa mala Vaša firma podľa slovenskej verejnosti zamerať?
- Zodpovedajú očakávania populácie Vašej aktuálnej stratégie?
- Máte ďalšie otázky? V rámci sekcie si môžete definovať až **3 ad hoc otázky**.

**Táto časť je neverejná, dáta budú dostupné len pre konkrétneho klienta.**

3.

## EXPERTNÉ ROZHOVORY



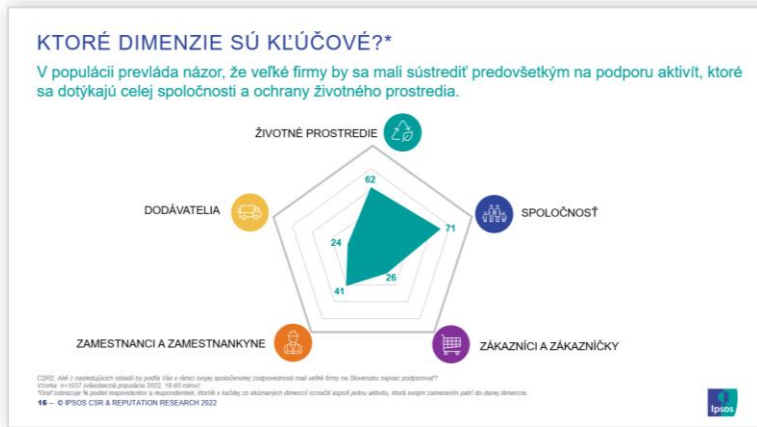
- Hĺbkové individuálne rozhovory s odborníkmi a odborníčkami na ESG a udržateľnosť doplnia pohľad verejnosti o expertný názor.
- Rozhovory s expertmi a expertkami z veľkých firiem, neziskových organizácií, médií, komunikačných a PR agentúr, zväzov, asociácií, inštitúcií či z akademickej pôdy.
- V tomto ročníku sa budeme venovať predovšetkým novým trendom a komunikácii ESG aktivít smerom k ďalším stakeholderom firiem, či už k zamestnancom a zamestnankyniam, komunitám, verejnému sektoru či investorom.

# UKÁŽKA VÝSTUPOV: VŠEOBECNÁ ČASŤ

Všeobecná časť obsahuje mnohé zaujímavé informácie, tento slide ukazuje len časť jej výstupov. V prípade záujmu Vám všeobecnú časť radi predstavíme detailne.

Všeobecná časť odhalí oblasti, na ktoré by sa firmy podľa verejnosti mali zameriavať. Detailne sa tiež pozrieme, akým spôsobom vnímaná zodpovednosť ovplyvňuje nákupné správanie. Nemalá časť bude venovaná komunikácii, aby zodpovedné aktivity boli prezentované relevantnými kanálmi a vhodným spôsobom. A mnoho ďalších prínosných informácií!

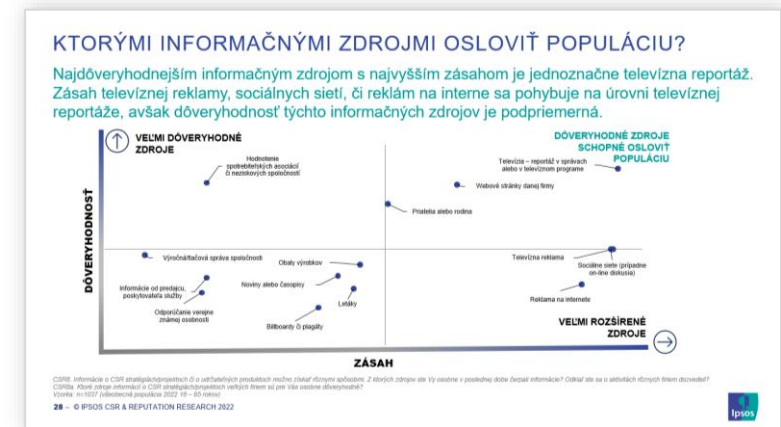
## KLÚČOVÉ DIMENZIE



## POSTOJ POPULÁCIE K ZODPOVEDNOSTI



## KOMUNIKÁCIA ESG STRATÉGIE



V prvej časti štúdie sa zameriame na to, aké oblasti správania firiem sú pre verejnosť **najdôležitejšie** a či sa priority Slovieniek a Slovákov medziročne zmenili. Oblasti, na ktoré by sa mali veľké firmy zameriavať, však nie sú pre všetkých hráčov na trhu rovnaké. Analýza prioritných oblastí v kontexte sektoru podnikania pomôže odhaliť, **aké oblasti sú podľa populácie kľúčové práve pre Váš odbor.**

Existuje rôzna miera, do akej sú ľudia ochotní investovať svoje peňažné prostriedky alebo obmedziť svoje pohodlie v záujme udržateľného správania.

Segmentácia **odhalí postoje všeobecnej populácie a Vašej cieľovej skupiny.** Ukáže, ktoré udržateľné kroky sú pre väčšinu populácie akceptovateľné a kde je tá hranica, za ktorú idú len naozajstní/é nadšenci/kyne.

Cieľom komunikačnej sekcie je najmä odpovedať na otázku **Ako komunikovať ESG aktivity relevantným spôsobom a vyhnúť sa greenwashingu?** Kapitola ďalej odhalí, do akej miery je populácia aktívna v hľadaní informácií o ESG, dôveryhodnosť jednotlivých komunikačných kanálov a ich schopnosť zasiahnuť široké spektrum populácie a **pomôže vytípať vhodné komunikačné kanály.**



# NOVINKY V AKTUÁLNOM ROČNÍKU

Aj v tomto roku sme pre Vás pripravili nové otázky, ktoré nám pomôžu lepšie odhaliť, či Vás slovenská verejnosť vníma skôr ako riešiteľa problému alebo ich pôvodcu, ako vás Slovenky a Slováci vnímajú na úrovni jednotlivých pilierov ESG a ako si Vaše projekty vedú v porovnaní s projektami iných firiem v našej databáze projektov.



**1) Problém vs. riešenie** – otázky, ktoré pomôžu odhaliť, či je Vaša firma (prípadne iné firmy v odvetví) vnímaná ako pôvodca problému (napr.. plytvanie potravinami, záťaž z dopravy, nadbytočné množstvo obalov) alebo ako súčasť jeho riešenia.

**2) Hodnotenie firiem na pilieroch E, S, G** – mimo CSR skóre sa v tomto ročníku pozrieme na hodnotenie Vašej firmy a nominovaných spoločností na pilieroch E,S,G a overíme, v ktorej oblasti sa podľa verejnosti najviac profilujete.

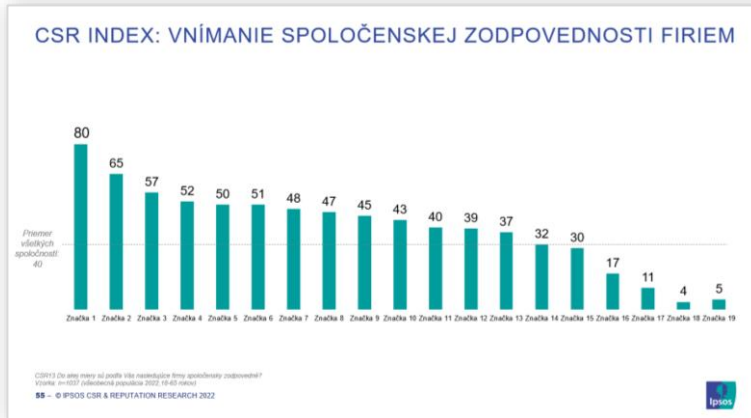
*Súčasťou tejto multiklientskej štúdie je základný prehľad a porovnanie Vašej značky s 2 spoločnosťami. Pokiaľ by Vás zaujímala hlbšia analýza Vášho sektoru, ponúkame možnosť realizácie ad-hoc modulu k tejto štúdii.*

**3) Index úspešnosti projektu** – nový index vyhodnotí Váš projekt(y) v kľúčových oblastiach v porovnaní s ostatnými meranými projektmi veľkých firiem za posledné roky. Určí, či Váš projekt skóruje nad/pod/priemerne a poradí, ako jeho komunikáciu vyladiť.

# UKÁŽKA VÝSTUPOV: KLIENSKA ČASŤ 1/2

V klientskej časti sa detailne pozrieme na hodnotenie nielen z hľadiska vnímanej zodpovednosti, ale tiež z hľadiska celkovej reputácie Vašej firmy. Zameriame sa aj na dve Vami definované spoločnosti, s ktorými Vás porovnáme a do úvahy vezmeme aj veľkosť značiek.

## CSR SKÓRE

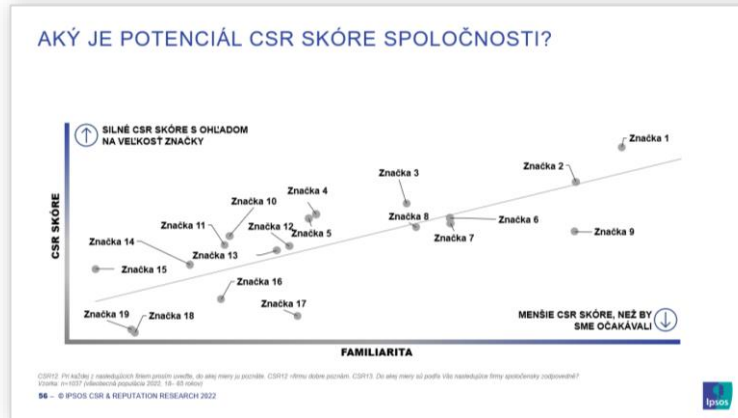


CSR skóre definuje, do akej miery Vás verejnosť vníma ako **spoločensky zodpovednú firmu** a aké dôvody za hodnotením stoja.

Vaše výsledky porovnáme s priemerom všetkých meraných spoločností ako aj **s výsledkami 2 spoločností, ktoré nominujete.**

**Najnovšie** sa tiež pozrieme detailne na hodnotenie spoločnosti **oddelene na jednotlivých pilieroch E, S a G.**

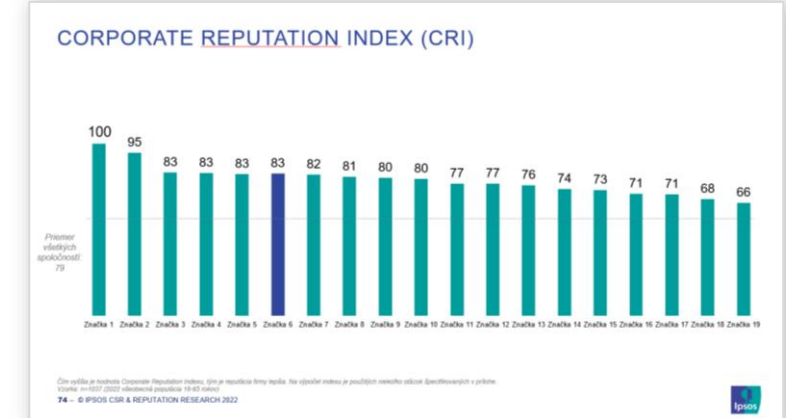
## CSR SKÓRE A FAMILIARITA



Väčšie spoločnosti majú automaticky silnejší imidžový profil, veľkosť môže taktiež ovplyvňovať hodnotenie zodpovednosti.

CSR skóre preto dáme do pomeru s **familiaritou Vašej spoločnosti a konkurencie**, aby sme zaistili porovnateľnosť výsledkov väčších spoločností s tými menšími.

## REPUTAČNÝ INDEX



Reputácia je širší pojem, ktorý v sebe zahŕňa niekoľko aspektov. Z našich skúseností vieme, že **vnímanie zodpovednosti má pozitívny vplyv na celkovú reputáciu firmy.**

Podobne ako v prípade CSR skóre, Vaše výsledky porovnáme s výsledkami ďalších spoločností s ohľadom na ich veľkosť.

Tato sekcia bude čiastočne prispôbená Vaším potrebám formou definovania 2 Vami vybraných spoločností, na ktorých výsledky sa taktiež zameriame.





# MOŽNOSŤ PRISPÔSOBENIA SI ŠTÚDIE VAŠIM POTREBÁM

**Klientsku časť štúdie čiastočne prispôbíme Vaším potrebám! Výstupy klientskej sekcie sú neverejné, dáta budú dostupné len pre Vás.**

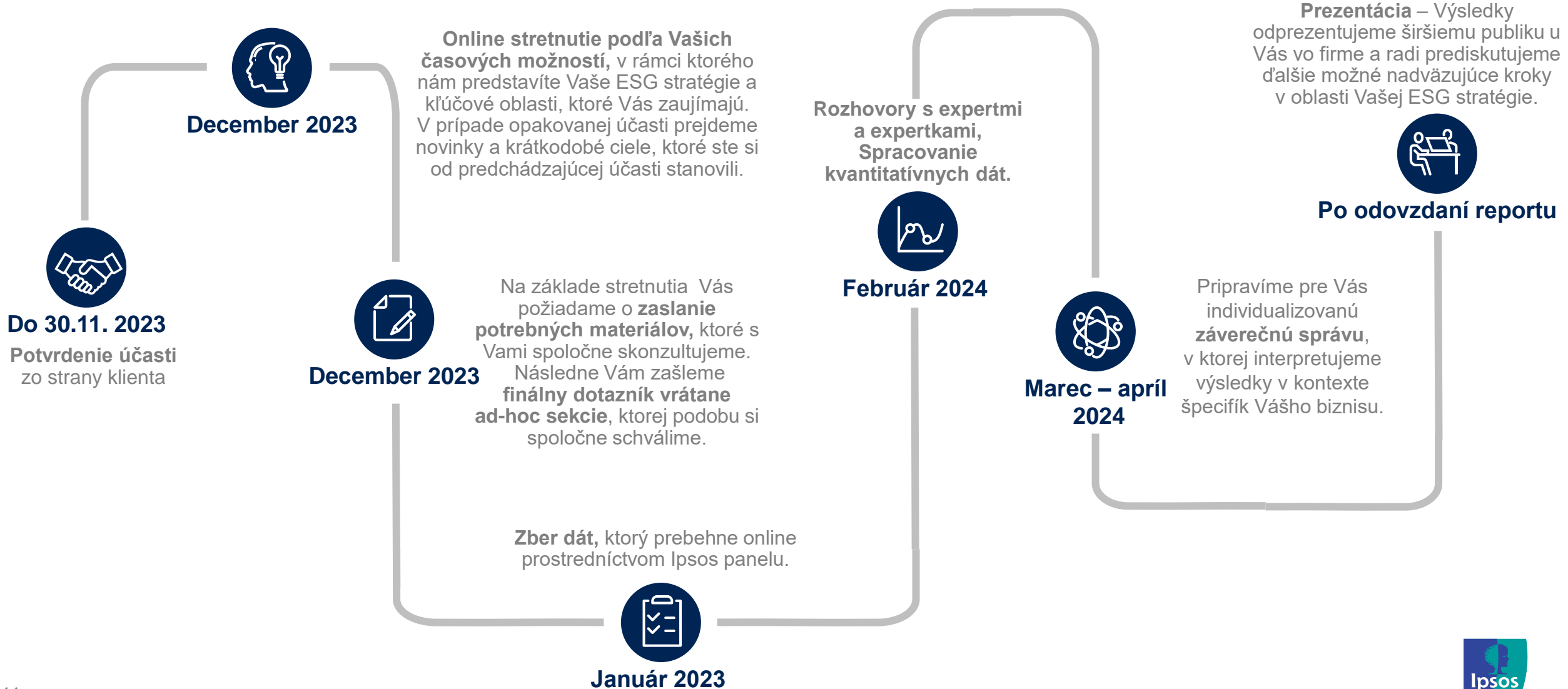


**Klientska časť štúdie je zdieľaná z hľadiska hlavnej štruktúry dotazníka a zberu dát, avšak je vždy prispôbená potrebám každého klienta:**

- 1) Do merania si môžete definovať **2 spoločnosti**, s ktorými Vás v oblasti CSR porovnáme.
- 2) Do merania môžete nominovať **3 projekty**, u ktorých si chcete overiť, ako sú očami verejnosti vnímané, alebo si môžete overiť definovanie Vašej ESG stratégie.
- 3) Do dotazníka môžete doplniť **3 ad hoc** otázky, ktoré Vás k téme ESG zaujímajú.
- 4) Pre spracovanie si môžete v rámci vzorky **zdefinovať konkrétnu cieľovú skupinu**, na ktorej chcete výsledky sledovať (napr. ľudia do 35 rokov, klienti a klientky Vašej spoločnosti apod.).

# PROCES PROJEKTU

Základná štruktúra dotazníka je vopred daná. S každým klientom však vždy individuálne nastavíme voliteľné sekcie dotazníka tak, aby zo štúdie vyťažili čo najviac konkrétnych informácií pre svoje firemné rozhodovanie.



# NAŠE REFERENCIE

Počas obdobia realizácie tejto štúdie sa medzi účastníkmi vystriedalo mnoho klientov naprieč segmentami na Slovensku a v Čechách. Väčšina z nich sa štúdie zúčastňuje opakovane.



# ESG VÝZKUMY NA MIERU, NAŠE GLOBÁLNE ZDROJE

# 2

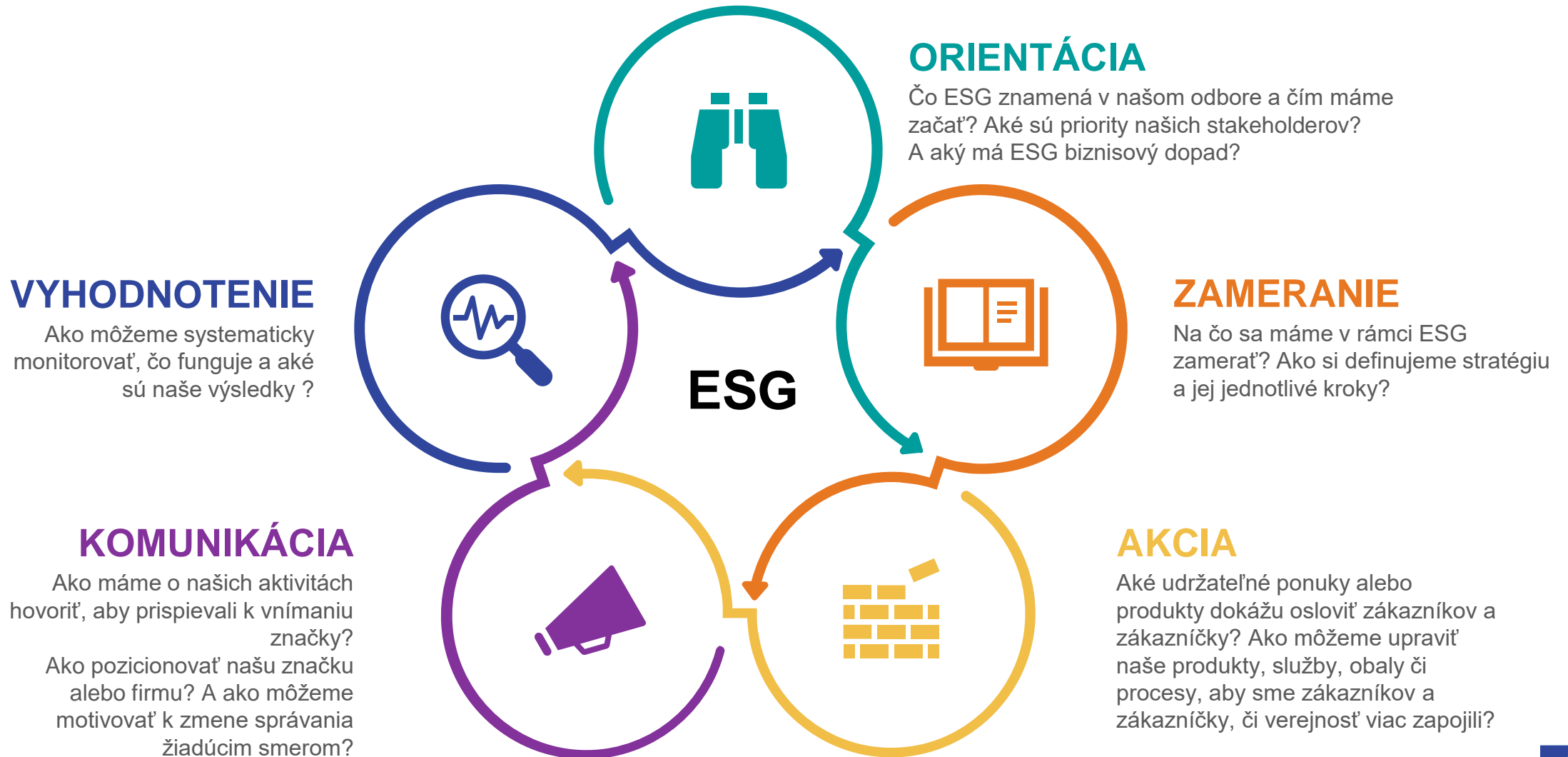
Potrebujete výskum na mieru?

S čím ďalším v oblasti ESG Vám dokážeme pomôcť?

Z akých znalostí a zdrojov čerpáme?

# POMÁHAME KLIENTOM V KAŽDOM KROKU CESTY K UDRŽATEĽNOSTI

ESG so sebou prináša mnohé biznisové otázky, na ktoré Vám pomôžeme odpovedať.



# ESG TRACKING ZNAČKY

Potrebujete sledovať vplyv ESG na celkovú výkonnosť Vašej značky dlhodobu a systematicky? Hľadáte komplexné riešenia, alebo len jednoduché doplnenie Vášho súčasného trackingu? Vyberte si z našich variantov.

Ako ESG prispieva k celkovej ekvite značky?  
Akú rolu hrá komunikácia ESG aktivít?

Aké je sila značiek v oblasti ESG?  
Sú jednotlivé značky vnímané ako súčasť konkrétnych problémov alebo ich riešení?

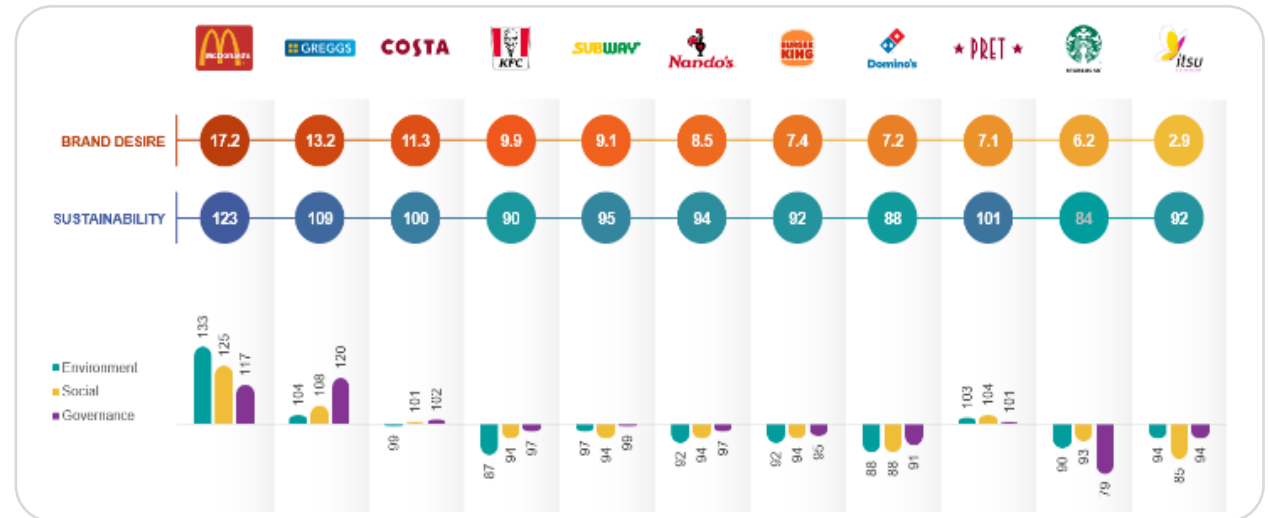
Aká je rola ESG v rozhodovaní spotrebiteľov a spotrebiteľiek?

Dôležitosť ESG v kategórii



Výkonnosť značiek na pilieroch E, S a G

## E, S a G skóre značky a Súhrnné KPI Udržateľnosti



# ĎALŠIE VÝSKUMNÉ RIEŠENIA V OBLASTI ESG

S našimi klientmi riešime takisto ďalšie čiastkové otázky, ktoré sa dotýkajú témy ESG z rôznych strán.

## HĽADANIE INŠPIRÁCIE



Potrebujete nájsť originálne témy, ktorým sa v rámci svojej ESG stratégie venovať, alebo potrebujete získať inšpiráciu, ako už k vybranej téme pristúpiť? Nájdem pre Vás **inšpiratívne príklady** zodpovedných aktivít firiem, alebo pre Vás zmapujeme, akým oblastiam sa venuje Vaša konkurencia v SR i vo svete.

## PRIORITIZÁCIA ESG TÉM



Venujete sa v rámci ESG mnohým aktivitám, ale neviete, ktoré z nich komunikovať? Pomôžeme Vám vybrať tie, ktorá najlepšie rezonujú vo Vašej cieľovej skupine a pomôžu Vám budovať značku a posilňovať vzťah s Vašimi zákazníkmi a zákazníkmi.

## PRE-TEST ZODPOVEDNEJ KOMUNIKÁCIE



Komunikácia zodpovedných tém je kľúčová. Zodpovedné reklamy však majú často problém s nižším rozpoznaním a spojením so značkou. Pomôžeme Vám vaše **nové nápady otestovať** pomocou nástroja Creative Spark. Modul Facial Codingu odhalí, aké scény pútajú pozornosť a aké naopak príliš nerezonujú.

## STAKEHOLDER DIALÓG



Potrebujete formulovať dlhodobé vízie rozvoja ESG a nastaviť relevantnú a široko akceptovanú stratégiu? Pomôžeme Vám zrealizovať **stakeholder dialóg** s významnými internými i externými stakeholdermi. Identifikujeme prioritné témy a pomôžeme ich implementovať do stratégie firmy.

## ANGAŽOVANOSŤ ZAMESTNANCOV A ZAMESTNANKÝŇ



Zamestnanci predstavujú dôležitých stakeholderov Vašej spoločnosti. V rámci štúdie **angažovanosti zamestnancov** pre Vás overíme, ako Vás a kľúčových konkurentov vnímajú Vaši súčasní i potenciálni zamestnanci v oblasti ESG, akú sú ich očakávania a postoje.



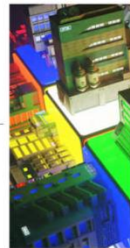
# NAŠE GLOBÁLNE ZDROJE KNOW-HOW

Ipsos je globálnym lídrom vo výskume a poradenstve v oblasti ESG. Disponujeme štúdiami a insighty na rôzne témy, naše dáta boli prezentované na konferenciách COP 26 a COP 27.



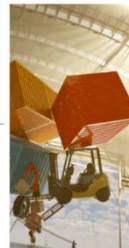
6

Chief Value Creator?:  
The changing role of  
the Chief Sustainability  
Officer (CSO)



16

What is driving change?:  
The role of stakeholder  
management



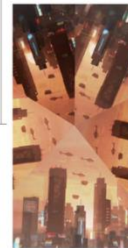
24

Building an integrated  
ESG strategy



32

Doing well by doing good:  
resilience, risk and the  
reputation value of ESG



42

The future of ESG?



**Ipsos ESG Council** združuje výnimočnú skupinu vrcholových ESG manažérov popredných globálnych firiem. Hlavným poslaním skupiny je vytvoriť fórum, v ktorom je možné ESG komplexne posúdiť ako činitele pozitívnej zmeny a zvýšiť pochopenie kľúčových problémov v oblasti ESG a riadenia udržateľnosti v podnikovom prostredí. **Pokiaľ Vás tieto unikátne štúdie zaujali, napíšte nám. Radi ich s Vami zdarma nazdieľame.**



# TIMING A CENA

# 3

Kedy môžete očakávať finálnu správu?  
Aké varianty výskumu ponúkame?  
Za akú cenu?

## Orientačný timing

Závazné potvrdenie účasti	Do 30. 11. 2023
Konzultácia a nastavenie výskumu	December 2023
Zber dát	Január 2024
Spracovanie dát	Február 2024
Reporting (doručenie záverečnej správy podľa dohody)	Marec – apríl 2024
Prezentácia výsledkov (online/osobná)	Podľa dohody

## Cena

### A. Kompletný výskum\*

(vrátane nominácie 2 spoločností,  
3 projektov, 3 ad hoc otázok)

5 250 € + DPH

\* Prieskum sa bude realizovať v prípade, že si štúdiu zakúpi minimálne 5 klienti.

### B. Ekonomický variant\*\*

(možnosť nominovať 2 spoločnosti,  
avšak bez merania projektov a ad  
hoc otázok)

3950 € + DPH

\*\* Viac detailov k ekonomickému variantu na nasledujúcom slide

### Extra doplnky:

Boost mladých ľudí vo  
veku 15 – 17 rokov (n=55)

950 € + DPH

Anglická verzia reportu

990 € + DPH

# PRE KOHO JE VHODNÝ EKONOMICKÝ VARIANT ŠTÚDIE

V aktuálnej vlnе opäť ponúkame možnosť zúčastniť sa štúdie v redukovanej forme. Ako spoznáte, že je pre Vašu spoločnosť ekonomický variant vhodným riešením? Aké výstupy od nás získate?



V rámci ekonomického variantu štúdie Vám dodáme **kompletnú všeobecnú časť štúdie**, klientska sekcia však **bude skrátená o hodnotenie Vašich CSR projektov a ad-hoc otázky**. Aj naďalej však budete môcť **nominovať dve konkurenčné značky**, s ktorými budeme Vaše výsledky porovnávať

Pre koho je ekonomický variant **vhodným riešením?**

- Ste spoločnosť, ktorá ESG stratégiu ešte len formuluje a nemá zatiaľ žiadne projekty, ktoré by chcela zmerať?
- Vo Vašej ESG stratégii sa dlhé obdobie nič zásadné nezmenilo a chcete si len overiť, či sa Vaša pozícia oproti predchádzajúcim ročníkom nezmenila?
- Zaujíma Vás predovšetkým Vaše postavenie v oblasti CSR v porovnaní s ostatnými spoločnosťami ?

V prípade otázok nás neváhajte kontaktovať. Radi Vám štúdiu predstavíme a preberieme spoločne všetky detaily.



Exekúcia  
projektu

**Paula IVANKOVÁ**

**Account Manager**  
**Public Affairs & Customer Experience**

paula.ivankova@ipsos.com  
GSM: +421 948 078 760



CX  
Leader

**Roman PUDMARČÍK**

**Account Director**  
**Public Affairs & Customer Experience**

roman.pudmarcik@ipsos.com  
GSM: +421 903 740 786



PR a  
komunikácia

**Barbora OSTROŽOVIČOVÁ**

**PR Manager**  
**MKG Marketing & Communication**

barbora.ostrozovicova@ipsos.com  
GSM: +421 948 078 760

**SIMAR**

**ESOMAR**  
WORLD RESEARCH

**MSPA** MYSTERY SHOPPING  
PROFESSIONALS ASSOCIATION

**ISO**  
ISO/IEC  
27001:2013  
Certified

FINANCIAL  
TIMES  
**CLIMATE**  
LEADERS  
2022  
statista

Heydukova 12, 811 08, Bratislava

[www.ipsos.sk](http://www.ipsos.sk)

[www.ipsos.com](http://www.ipsos.com)

