



Ipsos live beim Cannes Lions Festival 2023

Paris/Hamburg, 15. Juni 2023 – Ipsos nimmt in diesem Jahr erstmals in einer aktiven Rolle beim Cannes Lions Festival of Creativity teil. Vom 19. bis zum 23. Juni 2023 werden vor allem die Werbe- und Kommunikationsforscher von Ipsos sowie Mitglieder des globalen Managements auf verschiedenen Bühnen und Events im Rahmen des Cannes Festivals zu sehen sein.

Gemeinsam mit renommierten Werbefachleuten wie Josy Paul, Chairman und CCO BBDO India, diskutieren Lindsay Franke, Präsidentin von Ipsos US, und Ben Page, CEO von Ipsos Global, beispielsweise mit welchen Strategien Marken die sich ständig verändernde Kommunikationslandschaft erfolgreich navigieren können.

Zusammen mit der Kreativ- und Strategieagentur Contagious veranstaltet Ipsos in Cannes zudem das Citizien Cannes Event, bei dem Gastredner von globalen Unternehmen, wie LVMH, LinkedIn, Coty und Sanofi eingeladen sind. Das interaktive Event ist angelegt, um nachahmbare Einblicke in Markenerfolgsgeschichten geben.

Grundlage für dieses Engagement ist die neue Markenphilosophie von Ipsos, die vor dem Hintergrund der Polykrise auf Basis umfassender Studien entwickelt wurde. Dabei wurden drei Schlüsselfaktoren identifiziert, die in dieser Zeit des Wandels und multipler Spannungen für Marken immer wichtiger werden: Einfühlungsvermögen, die Gestaltung von Erwartungen und die Berücksichtigung des Makro- und Mikrokontexts, um den kreativen, markenbezogenen und globalen Erfolg voranzutreiben.

Außerdem werden in Cannes Erkenntnisse aus der Ipsos Global Trends Studie präsentiert. Auf deren Grundlage lassen sich fundierte Entscheidungen für eine Reihe von möglichen Zukunftsszenarien treffen, auf die sich Unternehmen und Institutionen rechtzeitig vorbereiten sollten, um bestmöglich durch die 'Twitchy Twenties' zu navigieren. Die identifizierten Trends der Studie, die auf 48.000 Interviews in 50 Ländern basiert, betreffen unter anderem die Erwartungen der Menschen an Marken und Unternehmen, die ambivalente Einstellung zu Klima, Technologie und Globalisierung und die private Zuversicht.

Ben Page, Global CEO, betont die Bedeutung der neuen Forschungsergebnisse von Ipsos dazu: "Unsere aktuellen Erkenntnisse zeigen, dass Kreativität und Empathie für Marken immer wichtiger werden, um erfolgreich zu sein. Werbung, die beide Faktoren vereint, erzielt überdurchschnittliche Leistungen und kann den kurzfristigen Verkaufserfolg um 20 Prozent steigern. Wir möchten Marken helfen, diese Erkenntnisse zu nutzen, um fundierte Entscheidungen zu treffen, die ihren Erfolg beeinflussen und ihnen die Möglichkeit bieten, selbstbewusst zu reagieren und eine gewisse Widerstandsfähigkeit aufzubauen. Wo könnten wir das besser machen als hier in Cannes?"



PRESSE-INFORMATION

<https://www.ipsos.com/en/ipsos-at-cannes-lions-2023>

Kontakt

Janet van Rossem
Marketing & Communications
janet.vanrossem@ipsos.com
+49 40 80096 4133

Über Ipsos

Ipsos ist ein führendes globales Marktforschungsunternehmen, das Kunden mit fundierten Einblicken und Lösungen bei der Bewältigung ihrer geschäftlichen Herausforderungen unterstützt. Mit einer Präsenz in über 90 Ländern und einer Erfolgsgeschichte von mehr als 40 Jahren ist Ipsos ein vertrauenswürdiger Partner für Unternehmen auf der ganzen Welt. Durch den Einsatz innovativer

Methoden und Technologien liefert Ipsos umfassende und präzise Informationen über Verbraucher, Märkte und Gesellschaften. Das Unternehmen legt Wert auf Qualität, Integrität und Verantwortungsbewusstsein und steht für exzellenten Service. Weitere Informationen finden Sie unter www.ipsos.com.

Ipsos ist seit dem 1. Juli 1999 an der Euronext in Paris notiert. Das Unternehmen ist Teil des SBF 120 und des Mid-60 Index und hat Anspruch auf den Deferred Settlement Service (SRD).

ISIN code FR0000073298, Reuters ISOS.PA, Bloomberg IPS:FP

www.ipsos.de | www.ipsos.com