

IPSOS ESG & REPUTATION RESEARCH 2026

Ponuka štúdie

Október 2026

A photograph of a crowd at a protest or rally. In the foreground, a person holds a black sign with white, hand-painted text. The background is filled with other people, some holding signs, and a teal diagonal graphic element is overlaid on the top left of the image.

Be the
Change you
want to see
in this world



Naozaj sa môžeme tváriť, že udržateľnosť už nie je aktuálna téma,

... keď rok 2026 bude pravdepodobne najteplejším rokom v histórii?

... keď umelá inteligencia prenikla do každodenného života a vyvíja sa rýchlejšie, než ju dokážeme riadiť?

... keď pripravenosť spoločnosti na krízy zaostáva, zatiaľ čo geopolitické riziká narastajú?

Očakávania od firiem zostávajú vysoké

77 %

európskej populácie je presvedčených, že firmy by mali zostať verné svojim hodnotám napriek politickým zmenám a tlaku na zmenu svojich iniciatív a záväzkov.

Zdroj: Ipsos Transatlantic Pulse 2025

Spotrebitelia sú vyčerpaní

61 %

spotrebiteľstva na celom svete tvrdí, že je našou povinnosťou voči budúcim generáciám bojovať proti klimatickým zmenám. Toto presvedčenie však naprieč krajinami oslabuje.

Zdroj: Ipsos People and Climate Change Report 2026

Udržateľnosť musí byť dôveryhodná

Firmy musia ukázať svoj prínos a komunikovať ho spôsobom, ktorý je zrozumiteľný, ľudský a relevantný. Udržateľný rast nepríde vďaka tomu, že budeme hovoriť menej, ale vďaka tomu, že budeme dôveryhodnejší, konzistentnejší a viac prepojení s realitou ľudí.

Zdroj: Ipsos People and Climate Change Report 2026

ČO VÁM PONÚKAME



Prínos štúdie

Aké informácie získate?

- Zistíte, ako je vaša značka vnímaná v porovnaní s inými spoločnosťami.
- Zmeriame vám reputáciu.
- Overíte si výkonnosť ESG projektov.
- Získate informácie o postojoch a správaní Sloveniek a Slovákov aj z pohľadu rôznych generácií.
- Vytipujeme rezonujúce témy, v ktorých budete dôveryhodní



Design projektu

- **9. ročník multiklientskej štúdie**
- On-line kvantitatívny zber dát prostredníctvom Ipsos panelu SR.
- Reprezentatívna vzorka všeobecnej populácie.
- Veľkosť vzorky minimálne 1000 respondentov
- Fokus na mladých ľuďoch do 30 rokov



Timing, výstupy a cena

Realizácia výskumu:

- November 2026 – Marec 2027
- Potvrdenie účasti vo výskume do **6. 11. 2026**

Výstupy:

- Finálna správa vo forme PPT v SJ osobná (BA) alebo online prezentácia výstupov

Cena (podľa zvoleného variantu):

2500 / 3 950 / 5 550 € bez DPH



Kontakty

Paula Ivanková

paula.ivankova@ipsos.com

Ipsos: pridaná hodnota

- Mnoho informácií za dobrú cenu vďaka syndikovanému designu štúdie.
- Možnosť čiastočného prispôsobenia si štúdie (sledovanie relevantnej konkurencie, hodnotenie ESG projektov, ad-hoc otázky).
- Možnosť doplnenia ad-hoc projektom, sekciou či cieľovou skupinou podľa vašich potrieb
- Široký kontext – informácie získané v rámci štúdie doplníme o dáta z našich ďalších lokálnych a globálnych štúdií.
- (Nielen) porovnanie výsledkov v čase, ale aj zameranie na aktuálne témy.

PREDSTAVENIE ESG & REPUTATION RESEARCH

Aké témy riešime?

A čo máme v tomto ročníku nové?

Ako to celé prebieha?

A koľko to stojí?

ČO SA V NAŠEJ ŠTÚDII DOZVIETE?

VŠEOBECNÁ ČASŤ – SPOLOČNÁ PRE VŠETKÝCH ZAPOJENÝCH

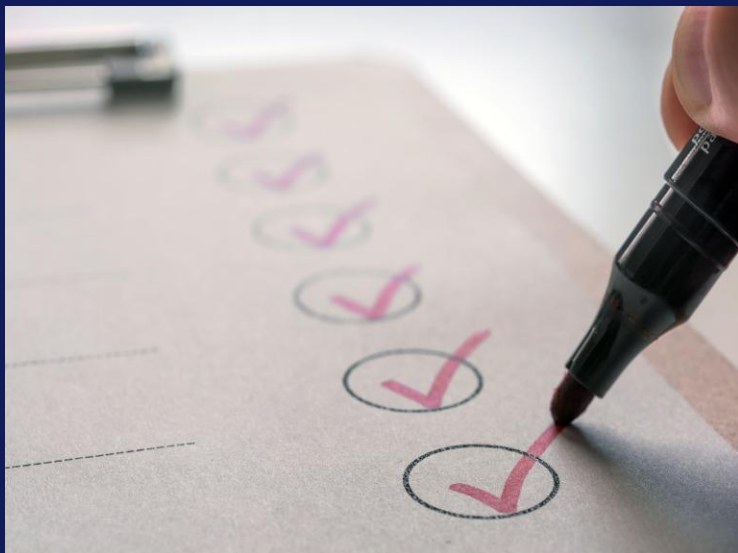
- Aké spoločnosti považuje populácia za zodpovedné? A prečo?
- Aké ESG témy rezonujú medzi Slovákmi a Slovenkami vo všeobecnosti a v kontexte konkrétnych odvetví? Čo oslovuje mladých spotrebiteľov?
- Ako sa mení úloha udržateľnosti a zodpovednosti pri nákupnom rozhodovaní? Sú Slovenky a Slováci ochotní priplatiť si za zodpovedné produkty a služby?
- Aký je osobný postoj populácie k tejto téme? Čo sú ochotní urobiť? Čo robí produkty a služby udržateľnými?
- Aký majú postoj k elektro mobilite, obnoviteľným zdrojom energie a zmene klímy?
- Aký je ich postoj k využívaniu AI, nakladaniu s osobnými údajmi a AI nástrojom v zákazníckom servise firiem?

KLIENTSKA ČASŤ – NA MIERU PRE VÁS

- 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 ESG projekty? Ktoré z nich hodnotia najlepšie? A ako sú hodnotené v porovnaní s projektmi popredných firiem z ostatných sektorov?
- **Na aké oblasti by sa mala vaša firma podľa slovenskej verejnosti zamerať?**
- Zodpovedajú očakávania populácie vašej aktuálnej stratégie?
- Aká téma udržateľnosti rezonuje s Vašou cieľovou skupinou?
- Máte ďalšie otázky? V rámci sekcie si môžete **definovať až 4 ad hoc otázky.**

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

ČO JE NOVÉ V TOMTO ROČNÍKU ?



Základná štruktúra štúdie je daná, ale každý rok do nej zaraďujeme **aktuálne témy** reagujúce na vývoj oblasti ESG tak, aby naše zistenia boli pre klientov*ky vždy **prínosné** a **akcieschopné**.

- 1) Na ktorých ESG témach sa väčšina populácie zhoduje a čo naopak prehĺbuje polarizáciu? A ktoré témy vo vašom odbore adresovať musíte / môžete / ktorým sa radšej vyhnete?
Overte si, či pokrývate „must have“ témy pre váš odbor a kde sa môžete odlišiť.
- 2) Ktoré udržateľné a zodpovedné aktivity môžu najúčinnnejšie podporiť vašu značku a čo naopak verejnosť toľko nezaujíma?
Ktoré z portfólia vašich aktivít komunikovať ako vlajkovú loď vašej značky smerom k zákazníkstvu a verejnosti?
- 3) Ako udržateľné aktivity komunikovať, aby vaše zdieľanie bolo dôveryhodné, rezonovalo a posilňovalo vašu reputáciu?
Otestujte si rôzne varianty vašich claimov, vyladte ich tak, aby rezonovali v súčasnom kontexte.
- 4) Aké udržateľné produkty môžu osloviť širokú verejnosť a čo sú „speciality“, ktoré ocenia len *Udržateľní nadšenci*? Aké potreby zákazníkov a zákazníčok firmy nenapĺňajú?
Odhaľte, kde vo vašom odbore zákazníci a zákazníčky vidia udržateľné príležitosti.

ČO OD NÁS DOSTANETE? VŠEOBECNÁ ČASŤ SPOLOČNÁ PRE VŠETKÝCH

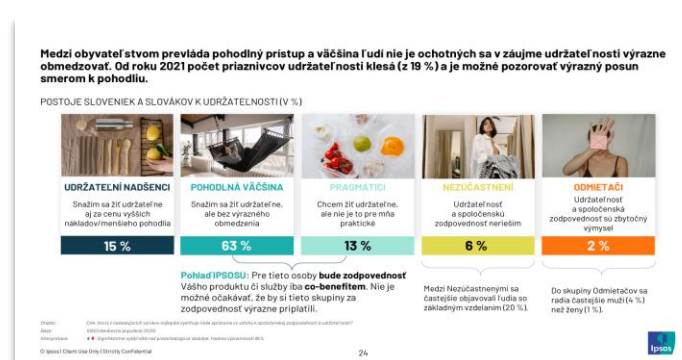
KLÚČOVÉ DIMENZIE



V prvej časti štúdie sa zameriame na to, aké oblasti správania firiem sú pre verejnú **najdôležitejšie** a či sa priority Slovincov a Slovákov medziročne zmenili.

Z minulých ročníkov vieme, že téma ESG nie je v očiach verejnosti pre všetky ekonomické sektory rovnako dôležitá. Ako je hodnotený Váš sektor a na aké konkrétne aktivity v pilieroch E, S a G sa máte zamerať?

POSTOJ POPULÁCIE K ZODPOVEDNOSTI



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* nadšenci*kyne.

Všeobecná časť štúdie bude zdieľaná so všetkými účastníkmi štúdie.

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

AKO UDRŽATEĽNOSŤ OVPLYŇUJE NÁKUPY



Ako konkrétne uchopiť tému udržateľnosti v marketingu vašich produktov a služieb?

Ktoré aspekty spotrebiteľov skutočne oslovujú?

Zameriame sa aj na to, či a kedy sú spotrebitelia ochotní zmeniť svoje návyky, ktoré inovácie im dávajú zmysel a bez čoho si už dnes nedokážu predstaviť svoj život.

ČO OD NÁS DOSTANETE? KLIENTSKA ČASŤ LEN PRE VÁS 1/2

CSR SKÓRE

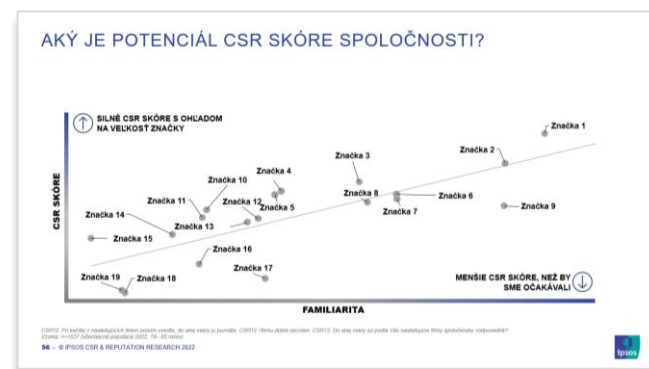


CSR skóre definuje, do akej miery vás verejnosť **vníma ako spoločensky zodpovednú firmu** a aké dôvody za hodnotením stoja.

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

Detailnejšie sa tiež pozrieme aj na hodnotenie spoločnosti v jednotlivých pilieroch E, S a G.

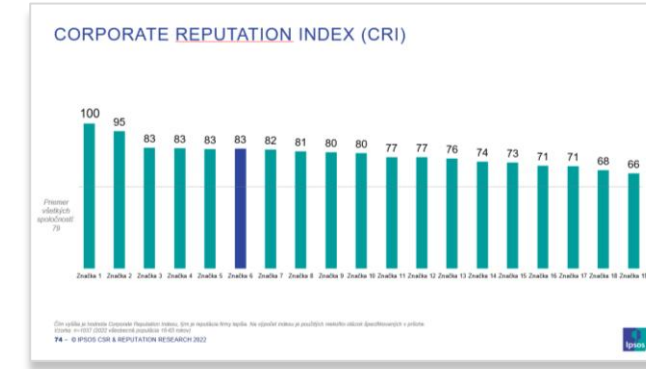
CSR SKÓRE A FAMILIARITA



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.

Táto sekcia bude čiastočne prispôbená vašim potrebám formou definovania 2 vami vybraných spoločností, na ktorých výsledky sa taktiež zameriame.

ČO OD NÁS DOSTANETE? KLIENTSKA ČASŤ LEN PRE VÁS 2/2

HODNOTENIE NOMINOVANÝCH PROJEKTOV



Každý účastník štúdie môže nominovať až **3 svoje zodpovedné projekty/aktivity**.

Okrem hlavných ukazovateľov (znalosť projektu, spojenie so značkou) bude projekt tiež zhodnotený z hľadiska dôveryhodnosti, prínosu, odlišnosti, schopnosti zlepšiť verejnú mienku a vhodnosti k značke.

Vaše projekty zhodnotíme pomocou **Indexu úspešnosti**, ktorý porovná výsledky vašich projektov s databázou všetkých projektov meraných za posledné roky.

Táto sekcia bude čiastočne prispôbená vašim potrebám formou definovania 3 projektov, ktoré budú detailne vyhodnotené. Pre detailnejší pohľad na vašu stratégiu do výskumu zaradíme taktiež 4 ad-hoc otázok podľa vášho prania.

VYTIPOVANIE KĹÚČOVÝCH OBLASTÍ

STRATEGICKÁ ANALÝZA - NEOBSADENÉ OBLASTI, KTORÉ MAJÚ POTENCIÁL POSILNIŤ REPUTÁCIU ZNAČKY



Analýzou, ktorá spája očakávania Sloveniek a Slovákov od vášho sektoru a to, ako vás populácia aktuálne vníma Vám pomôžeme **vytipovať ESG oblasti, ktoré majú najväčší potenciál zlepšiť vaše vnímanie ako zodpovednej firmy** a posilniť tak váš celkový image a firemnú reputáciu.

AKO SI MÔŽETE OBSAH ŠTÚDIE PRISPÔSOBIŤ?



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

- 1) Do merania si môžete definovať **2 spoločnosti**, s ktorými vás v oblasti ESG 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 4 ad hoc otázky, ktoré vás k téme ESG zaujímajú.
- 4) Pre spracovanie si môžete v rámci vzorky **zadefinovať konkrétnu cieľovú skupinu**, na ktorej chcete výsledky sledovať (napr. ľudia do 35 rokov, klienti a klientky vašej spoločnosti a pod.).

Výstupy klientskej sekcie sú **neverejné**, dáta budú dostupné len pre vás.

Pokiaľ si prajete doplniť viac otázok, značiek alebo projektov na testovanie, radi vám pripravíme ponuku na ad-hoc rozšírenie nad rámec základnej ceny.

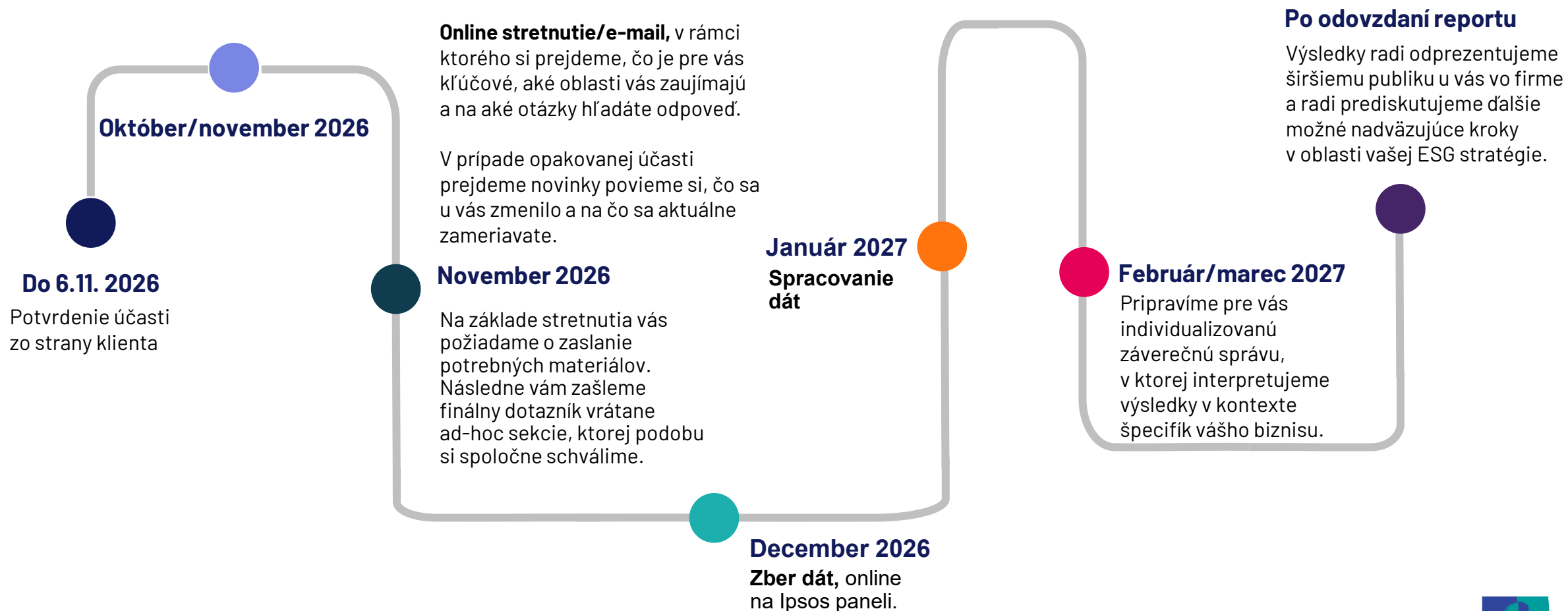
Počas obdobia realizácie tejto štúdie sa medzi účastníkmi vystriedalo mnoho klientov naprieč segmentami na Slovensku a v Čechách. Väčšina z nich sa štúdie zúčastňuje opakovane.

NAŠE REFERENCIE:



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.

AKO CELÝ PROCES PREBIEHA?



Výskum je možné realizovať v troch variantoch. Vyberte si pre Vás ideálny variant a potvrďte nám svoju účasť najneskôr do 6. novembra.

TIMING



Záväzné potvrdenie účasti	Do 6. 11. 2026
Konzultácia a nastavenie výskumu	November 2026
Zber dát	December 2026
Spracovanie dát	Január 2027
Reporting (doručenie záverečnej správy podľa dohody)	Február – marec 2027
Prezentácia výsledkov (online/osobná)	Podľa dohody
Fakturáciu je možné nastaviť podľa vašich potrieb buď ešte v roku 2026, ale až na jar 2027.	

* Prieskum sa bude realizovať v prípade, že si štúdiu zakúpi minimálne 4 až 5 klienti.

** Viac detailov k ekonomickému variantu na nasledujúcom slide.

CENOVÁ PONUKA



A. Kompletný výskum*	
• nominácia 2 konkurentov • meranie 3 projektov • zahrnutie 4 ad hoc otázok	5 500 € bez DPH
B. Ekonomický variant**	
• nominácia 2 konkurentov	3 950 € bez DPH
Anglická verzia reportu	350 € bez DPH
Dodatočné otázky, značky alebo projekty do merania	Ad-hoc podľa rozsahu
C. Len všeobecná časť štúdie	2 500 € bez DPH
• bez možnosti customizácie a merania vlastnej značky	Je možné objednať aj dodatočne po zahájení zberu dát

HĽADÁTE ČO NAJÚSPORNEJŠIE RIEŠENIE?



V rámci ekonomického variantu štúdie vám dodáme kompletnú všeobecnú časť štúdie, klientska sekcia však bude **skrátaná o hodnotenie Vašich ESG 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 ESG v porovnaní s ostatnými spoločnosťami?

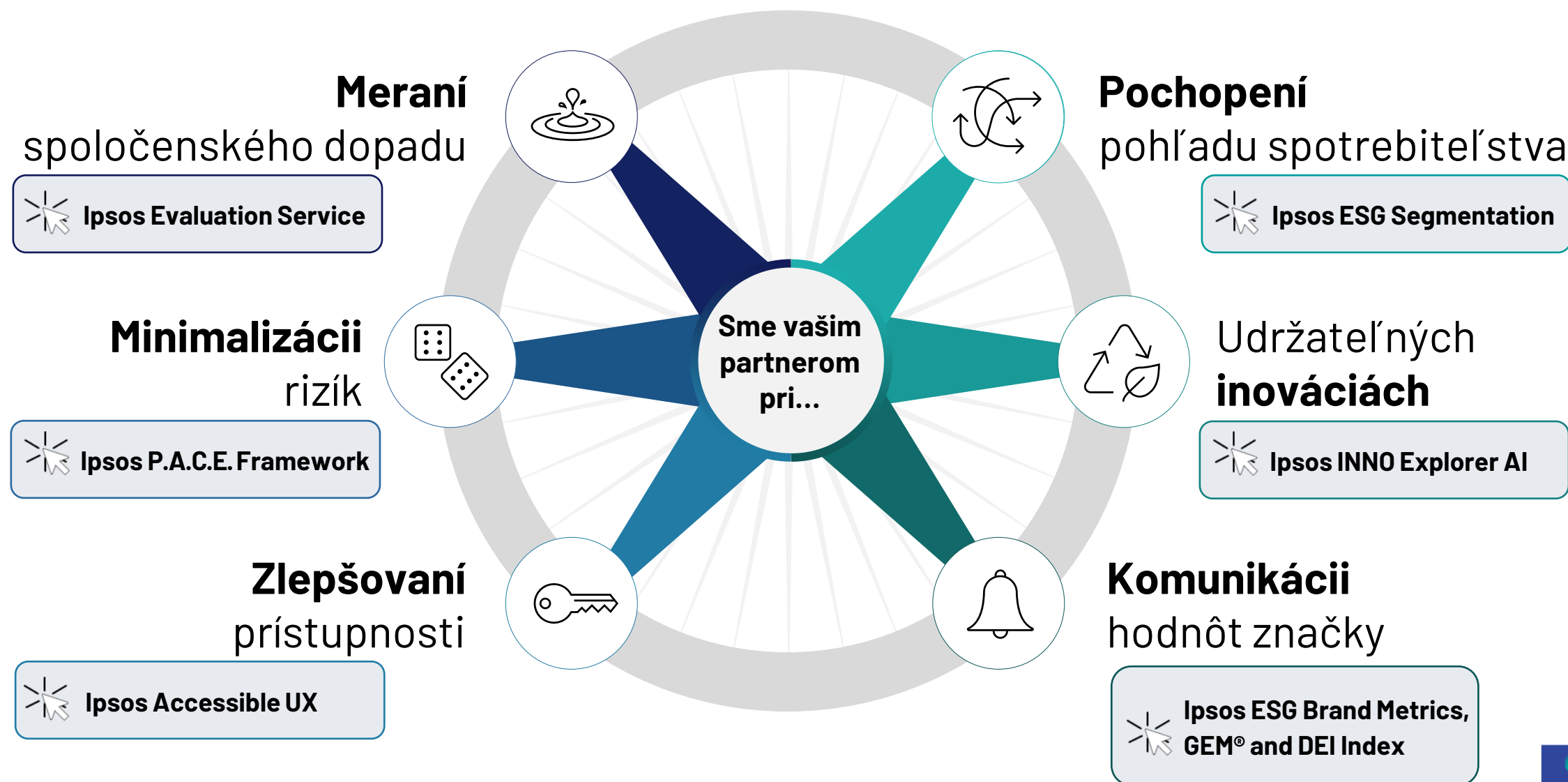
S ČÍM VÁM ĎALEJ DOKÁŽEME POMŮCT?

Na aké biznisové otázky vieme
priniesť odpoveď?

Aké globálne know-how využívame?



POMÁHÁME VÁM VYBALANCOVAŤ POŽIADAVKY ESG A PROFITABILITY



POTREBUJETE SLEDOVAŤ VPLYV ESG NA CELKOVÚ VÝKONNOSŤ VAŠEJ ZNAČKY DLHODOBO A SYSTEMATICKY? HĽADÁTE KOMPLEXNÉ RIEŠENIA, ALEBO LEN JEDNODUCHÉ DOPLNENIE VÁŠHO SÚČASNÉHO TRACKINGU?

ESG TRACKING

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

Aká 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?

E, S a G skóre značky a súhrnné KPI udržateľnosti



NAŠE GLOBÁLNE ZDROJE A KNOW-HOW

Ipsos je globálnym lídrom vo výskume a poradenstve v oblasti ESG. Radi s vami nazdieľame naše najnovšie štúdie.



TEŠÍME SA NA SPOLUPRÁCU

Paula Ivanková

+421 948 078 760

paula.ivankova@ipsos.com

