ΦΙΛΟΔΟΞΟΙ ΣΤΟΧΟΙ ΓΙΑ ΤΑ ΕΠΟΜΕΝΑ ΧΡΟΝΙΑ

# Brands & agencies στο δρόμο για ένα πιο πράσινο μέλλον

Αν και οι επιπτώσεις της κρίσης της πανδημίας του Covid-19 τείνουν να μονοπωλούν σχεδόν κάθε συζήτηση τον τελευταίο χρόνο, δεν πρέπει να ξεχνάμε πως -δυστυχώς- ταυτόχρονα ο πλανήτης βιώνει και μια σημαντική περιβαλλοντική κρίση, με την κλιματική αλλαγή και τις εκπομπές αερίων του θερμοκηπίου να βρίσκονται στο επίκεντρό της.

Είναι πολύ ευχάριστο, λοιπόν, όταν brands και agencies επιβεβαιώνουν πως -παρά τις προκλήσεις της πανδημίας- δεν έχουν σταματήσει να προσπαθούν για ένα πιο πράσινο μέλλον.

Μόλις την προηγούμενη εβδομάδα, οι θεσμικές ενώσεις του χώρου της επικοινωνίας στη Μεγάλη Βρετανία, **IPA**, **The Advertising Association** και **ISBA** λάνσαραν την πρωτοβουλία **«Ad Net Zero»**.

Σκοπός της πρωτοβουλίας είναι να οδηγήσει τη βρετανική βιομηχανία της διαφήμισης να αναλάβει άμεση και συλλογική δράση, προκειμένου να κατορθώσει μέχρι το τέλος του 2030 να καταγράφει μηδενικό ανθρακικό αποτύπωμα από την ανάπτυξη, παραγωγή και τοποθέτηση των διαφημίσεων στα media.

Επίσης, την προηγούμενη εβδομάδα, η **Unilever**, στο πλαίσιο της πρωτοβουλίας της με τίτλο **«Future Foods»**, ανακοίνωσε τον νέο διεθνή στόχο για πωλήσεις ύψους 1 δισ. ευρώ ετησίως από plant-based προϊόντα και υποκατάστατα γαλακτοκομικών προϊόντων, εντός των επόμενων 5-7 ετών.

Παράλληλα, η εταιρεία δεσμεύτηκε για μείωση κατά 50% της σπατάλης τροφίμων που προκαλείται από τις δραστηριότητές της έως το 2025, προσπαθώντας να αντιμετωπίσει ένα πρόβλημα που όσο και αν δεν είναι προφανές σε όλους, σχετίζεται άμεσα και με το ζήτημα των εκπομπών $CO_2$.

Σε παγκόσμιο επίπεδο, το 8% των συνολικών ανθρωπογενών εκπομπών αερίων θερμοκηπίου οφείλονται στη σπατάλη τροφίμων - και βέβαια το ποσοστό αυτό μόνο αμελητέο δεν είναι.

Φυσικά, οι περιπτώσεις κορυφαίων brands που έχουν δεσμευτεί να συμβάλλουν στην προσπάθεια για ένα καλύτερο και πιο πράσινο μέλλον είναι πάρα πολλές και εύλογα αποτελούν πηγές -έστω συγκρατημένης- αισιοδοξίας για την επόμενη ημέρα.

Χαρακτηριστικό παράδειγμα αποτελεί η **Google**, που στοχεύει μέχρι το 2030 να λειτουργεί όλες τις επιχειρήσεις της με καθαρή ενέργεια, πάντοτε και παντού.

*«Αυτό σημαίνει ότι κάθε email που στέλνετε μέσω* **Gmail**, *κάθε ερώτημα που θέτετε στο* **Google Search**, *κάθε video που βλέπετε στο* **YouTube** *και κάθε διαδρομή που ακολουθείτε μέσα από το* **Google Maps**, *θα τροφοδοτείται από καθαρή ενέργεια, κάθε ώρα της ημέρας και της νύχτας»*, δήλωσε πριν από λίγο καιρό ο **Sundar Pichai**, CEO της Google και της **Alphabet**.

Μπορεί ο κορονοϊός να «πληγώνει» τον πλανήτη, αλλά είναι ευχάριστο να γνωρίζουμε πως δεν έχει σβήσει στο πέρασμά του κάθε προσπάθεια για ένα καλύτερο αύριο...

Η στήλη Business Good News αποτελεί συνεργασία της Direction Business Network με το Σύνδεσμο Διαφημιζομένων Ελλάδος και δημοσιεύεται σε εβδομαδιαία βάση στα newsletters Business Today και Retail Today. Στόχος της πρωτοβουλίας είναι να αναδεικνύονται οι επιχειρηματικές ειδήσεις με θετικό και αισιόδοξο πρόσημο από την εγχώρια και διεθνή πραγματικότητα.

## ΝΕΕΣ ΕΠΕΝΔΥΣΕΙΣ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ

Στη δημιουργία κέντρου κοινών επιχειρησιακών λύσεων στη Θεσσαλονίκη, όπου θα συγκεντρωθούν οι υπηρεσίες εκκαθάρισης και τιμολόγησης για μια σειρά από χώρες στις οποίες δραστηριοποιείται η **Coca-Cola HBC AG**, προχωρεί ο όμιλος.

Με την επένδυση αυτή ο όμιλος θα δημιουργήσει 50 νέες θέσεις εργασίας, ενώ ταυτόχρονα επιχειρεί να ενισχύσει την εικόνα της Θεσσαλονίκης ως πόλης με υψηλά καταρτισμένο ανθρώπινο δυναμικό.

Επίσης, η **ΜΕΓΑ Προϊόντα Ατομικής Υγιεινής Α.Ε.**, η 100% ελληνική βιομηχανία που βρίσκεται πίσω από μάρκες με ηγετικές θέσεις στην αγορά, όπως **Babylino**, **Wet Hankies**, **EveryDay**, **Pom Pon**, **Babycare**, **Sani** κ.ά., ανακοίνωσε πρόσφατα την ολοκλήρωση μίας ακόμα επένδυσης, ύψους 2,5 εκατ. ευρώ, που αφορά τη δημιουργία μιας νέας υπερσύγχρονης γραμμής παραγωγής χειρουργικών μασκών μίας χρήσης, δυναμικότητας 200 εκατ. μασκών ετησίως.