ΒΙΩΣΙΜΟΤΗΤΑ ΚΑΙ ΨΗΦΙΑΚΕΣ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΕΣ

Το "Twin Transformation" φέρνει την Ευρώπη σε θέση ισχύος

Σύμφωνα με νέα μελέτη που εκπόνησε η **Accenture** σε συνεργασία με την **BusinessEurope**, οι αυξανόμενες επενδύσεις σε ψηφιακές τεχνολογίες και βιωσιμότητα θα μπορούσαν να προσθέσουν έως και 5,7 εκατομμύρια νέες θέσεις εργασίας σε ολόκληρη την Ευρώπη έως το 2030. Η μελέτη **"Europe's new dawn - Reinventing industry for future competitiveness"** αναφέρει ότι παρόλο που η Ευρώπη συμβάδιζε με άλλες οικονομίες σε επίπεδο ανάπτυξης και μεριδίου αγοράς στην εποχή προ-πανδημίας, είναι σε θέση να αξιοποιήσει μελλοντικές ευκαιρίες ανάπτυξης, στηριζόμενη στη δύναμή της σε βασικούς κλάδους. Αυτή η δύναμη, σε συνδυασμό με επενδύσεις στην ψηφιοποίηση και στη βιωσιμότητα, θα μπορούσε να ενισχύσει την απασχόληση και να δημιουργήσει εκατομμύρια θέσεις εργασίας.

Πιο συγκεκριμένα, η επιταχυνόμενη επένδυση στην ψηφιοποίηση και στη βιωσιμότητα, γνωστή και ως Twin Transformation, θα μπορούσε να συμβάλει στη δημιουργία έως και 5,7 εκατομμυρίων περισσότερων θέσεων εργασίας έως το 2030 σε ολόκληρη την περιοχή, σε σχέση με τον αριθμό των θέσεων που θα δημιουργούνταν εάν οι επενδύσεις ψηφιακών τεχνολογιών και βιωσιμότητας δεν επιταχύνονταν. Οι τομείς στους οποίους θα μπορούσαν να δημιουργηθούν νέες θέσεις εργασίας περιλαμβάνουν τους κλάδους βιομηχανικού εξοπλισμού, υψηλής τεχνολογίας, λογισμικού, υπηρεσιών κοινής ωφελείας, αυτοκινητοβιομηχανίας, βιοεπιστημών, τηλεπικοινωνιών και μέσων.

Για να δημιουργηθούν αυτές οι θέσεις εργασίας, θα πρέπει η Ευρώπη να ενισχύσει την παγκόσμια θέση της στους τομείς που είναι ήδη ηγέτιδα, όπως για παράδειγμα η αυτοκινητοβιομηχανία, τα καταναλωτικά αγαθά, οι υπηρεσίες κοινής ωφέλειας και η χημική βιομηχανία, και να αξιοποιήσει τη δυναμική των κλάδων στις οποίες οι ευρωπαϊκές επιχειρήσεις είναι ήδη εδραιωμένες, όπως η αεροδιαστημική και η άμυνα, οι βιοεπιστήμες, οι τηλεπικοινωνίες και τα Μέσα. Παράλληλα, ευκαιρίες υπάρχουν και σε άλλους κλάδους όπως αυτοί του βιομηχανικού εξοπλισμού, της τεχνολογίας και του λογισμικού, οι οποίοι θα πρέπει να επενδύσουν περαιτέρω στην καινοτομία και να επιταχύνουν το μετασχηματισμό τους, τόσο σε επίπεδο ψηφιακών τεχνολογιών όσο και βιωσιμότητας.

Οι ευρωπαϊκές επιχειρήσεις δείχνουν να έχουν αναγνωρίσει την προϋπόθεση και την ευκαιρία αυτή και επιταχύνουν τις επενδύσεις τους σε τεχνολογία, βιωσιμότητα και εργατικό δυναμικό. Πιο συγκεκριμένα, σύμφωνα με την έρευνα, 88% των ευρωπαϊκών εταιρειών σκοπεύει να αυξήσει τις σχετικές επενδύσεις σε πρωτοβουλίες ψηφιακού μετασχηματισμού και βιωσιμότητας φέτος, ενώ μόλις 58% αύξησε τις αντίστοιχες επενδύσεις το 2020 και ακόμα, 86% των ευρωπαϊκών εταιρειών δηλώνει ότι σκοπεύει να επανεκπαιδεύσει έως και 25% των εργαζομένων τους τα επόμενα τρία χρόνια, για να συμβαδίζουν με τις ανάγκες της εταιρείας. Συνολικά, περίπου 7 εκατομμύρια Ευρωπαίοι εργαζόμενοι θα μπορούσαν να επωφεληθούν από τις σχετικές πρωτοβουλίες αναβάθμισης δεξιοτήτων.

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.

WFA: ΕΝΙΣΧΥΕΤΑΙ ΤΟ «PLANET PLEDGE»

Εταιρείες-κολοσσοί, όπως η **L'Oréal,** η **NatWest** και η **PepsiCo**, συμφώνησαν να συμμετάσχουν στο πρόγραμμα **«Planet Pledge»** της **WFA**. Τα τρία αυτά μέλη προσχωρούν στο σχήμα των δέκα εταιρειών που έχουν ήδη υπογράψει, οι οποίες είναι οι: **Bayer, Danone, Diageo, Dole Packaged Foods, Mastercard, Ørsted, Reckitt, Telefónica, Tesco** και **Unilever**, προκειμένου να επεκτείνουν τη δέσμευσή τους για την καταπολέμηση της κλιματικής αλλαγής που υπογράφηκε από τους διεθνείς CMO's. Το Planet Pledge λανσαρίστηκε φέτος στο πλαίσιο της **Global Marketer Week 2021.** Πρόκειται για ένα framework που επιδιώκει να μετατρέψει το μάρκετινγκ σε κινητήρια δύναμη για το περιβάλλον και να ενθαρρύνει τους CMO'S να ηγηθούν στον αγώνα κατά της κλιματικής αλλαγής, ενισχύοντας την προσπάθεια των brands, ενθαρρύνοντας τις σχετικές προσπάθειες στην ευρύτερη αγορά του marketing και βοηθώντας τους καταναλωτές να λειτουργούν περισσότερο βιώσιμα όταν χρησιμοποιούν τα προϊόντα και τις υπηρεσίες τους.