«ΟΡΙΖΩΝ ΕΥΡΩΠΗ» ΜΕ ΕΠΕΝΔΥΣΕΙΣ 14,7 ΔΙΣ. ΕΥΡΩ

Η Ευρώπη έτοιμη να γίνει πιο πράσινη και πιο ψηφιακή

Οι θετικές ειδήσεις για το επιχειρείν έρχονται από την Ευρώπη και συγκεκριμένα από την Κομισιόν, που θα επενδύσει 14,7 δισ. ευρώ μέσω του προγράμματος **«Ορίζων Ευρώπη»** για μια πιο υγιή, πιο πράσινη και πιο ψηφιακή Ευρώπη. Το κύριο πρόγραμμα εργασίας του «Ορίζων Ευρώπη» για την περίοδο 2021-2022, το οποίο περιγράφει τους στόχους και τους ειδικούς θεματικούς τομείς που θα λάβουν χρηματοδότηση συνολικού ύψους 14,7 δισ. ευρώ, εγκρίθηκε από την Επιτροπή, σηματοδοτώντας την αρχή μιας σειράς αισιόδοξων ειδήσεων για το επιχειρείν.

Οι εν λόγω επενδύσεις θα επιταχύνουν την πράσινη και την ψηφιακή μετάβαση και θα συμβάλουν στη βιώσιμη ανάκαμψη από την πανδημία του κορονοϊού, καθώς και στην ενίσχυση της ανθεκτικότητας της Ε.Ε. έναντι μελλοντικών κρίσεων. Επίσης, θα στηρίξουν τους Ευρωπαίους ερευνητές μέσω υποτροφιών, κατάρτισης και ανταλλαγών, θα οικοδομήσουν πιο συνδεδεμένα και αποδοτικά ευρωπαϊκά οικοσυστήματα καινοτομίας και θα δημιουργήσουν ερευνητικές υποδομές παγκοσμίου κύρους.

Περισσότερα από τέσσερα στα δέκα ευρώ -περίπου 5,8 δισ. ευρώ συνολικά- θα επενδυθούν στην έρευνα και την καινοτομία για τη στήριξη της Ευρωπαϊκής Πράσινης Συμφωνίας και της δέσμευσης της Ένωσης να καταστήσει την Ε.Ε. την πρώτη ουδέτερη για το κλίμα ήπειρο στον κόσμο έως το 2050. Με τα κονδύλια που θα διατεθούν, θα στηριχθούν έργα που προάγουν την επιστημονική έρευνα σχετικά με την κλιματική αλλαγή και αναπτύσσουν λύσεις για τη μείωση των εκπομπών αερίων του θερμοκηπίου και την προσαρμογή στην κλιματική αλλαγή. Το να καταστεί η δεκαετία αυτή η ψηφιακή δεκαετία της Ευρώπης και να αναπτυχθούν οι ψηφιακές επιχειρήσεις στο μέλλον, αποτελούν επίσης βασικούς στόχους του προγράμματος. Η ανάπτυξη των βασικών ψηφιακών τεχνολογιών θα ενισχυθεί με περίπου 4 δισ. ευρώ για την περίοδο 2021-2022. Τέλος, το πρόγραμμα εργασίας θα κατευθύνει επενδύσεις συνολικού ύψους περίπου 1,9 δισ. ευρώ στην αποκατάσταση των άμεσων οικονομικών και κοινωνικών ζημιών που προκάλεσε η πανδημία του κορονοϊού. Σε συμφωνία με το μέσο **NextGenerationEU**, η χρηματοδότηση θα συμβάλει στην ανασυγκρότηση της Ευρώπης στη μετά - Covid-19 εποχή, βοηθώντας την να καταστεί όχι μόνο πιο πράσινη και πιο ψηφιακή, αλλά και πιο ανθεκτική και καλύτερα προετοιμασμένη για τις τρέχουσες και τις μελλοντικές προκλήσεις.

Η **Μαργκρέιτε Βέστεϊγιερ,** εκτελεστική αντιπρόεδρος για μια Ευρώπη Έτοιμη για την Ψηφιακή Εποχή, δήλωσε σχετικά: *«Το παρόν πρόγραμμα εργασίας του "Ορίζων Ευρώπη" θα στηρίξει τους Ευρωπαίους ερευνητές, ώστε να επιτύχουν άριστες επιδόσεις στον τομέα της έρευνας και της καινοτομίας, προς όφελος όλων μας. Καλύπτοντας όλα τα στάδια του κύκλου έρευνας και καινοτομίας, από το εργαστήριο έως την αγορά, θα φέρει πιο κοντά ερευνητές και φορείς καινοτομίας από όλο τον κόσμο».*

BUSINESS GOOD NEWS ΜΕ ΤΗ ΣΥΝΕΡΓΑΣΙΑ ΤΟΥ ΣΔΕ

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.

ΣΔΕ-WFA: ΣΕ ΕΞΕΛΙΞΗ Η ΕΡΕΥΝΑ ΓΙΑ ΤΗ ΔΙΑΦΟΡΕΤΙΚΟΤΗΤΑ

«Τρέχει» ήδη η πρώτη παγκόσμια έρευνα για τη διαφορετικότητα και την ισότιμη ένταξη στον ευρύτερο κλάδο του marketing και της επικοινωνίας, που διοργανώθηκε από την **WFA (Παγκόσμια Ομοσπονδία Διαφημιζομένων).** Την έρευνα διεξάγει η **Kantar** και για το εγχείρημα η WFA συνεργάζεται με 22 εθνικούς συνδέσμους διαφημιζομένων, μεταξύ των οποίων και ο **ΣΔΕ**. Την πρωτοβουλία υποστηρίζουν διεθνώς η **VoxComm**, η **EACA**,οι εκδόσεις **Campaign & Advertising Week,** οι διοργανώσεις **Cannes Lions** και **Effie**, το **IAB Europe,** η **Unstereotype Alliance** και πολλοί ακόμα φορείς, οργανώσεις, Μέσα και διαφημιζόμενες εταιρείες. Στην Ελλάδα, πολύ μεγάλος αριθμός κλαδικών φορέων, διαφημιζόμενων εταιρειών, agencies και στελεχών έχει ήδη ανταποκριθεί θετικά στην πρόσκληση του ΣΔΕ για συμμετοχή και διάδοση της έρευνας. Το ερωτηματολόγιο θα παραμείνει ανοιχτό μέχρι και τις 2 Ιουλίου 2021 και καλούνται να το συμπληρώσουν όλοι όσοι εργάζονται στο marketing και την επικοινωνία είτε από την πλευρά των διαφημιζομένων, είτε από την πλευρά των agencies (advertising, media, production, digital κ.λπ.) είτε από την πλευρά των Μέσων, ανεξάρτητα από προϋπηρεσία και θέση. Η συμμετοχή και από την ελληνική αγορά στην έρευνα είναι πολύ σημαντική, προκειμένου να υπάρξει αναλυτικό report για τη χώρα μας, που θα καταγράφει ανώνυμα αλλά ρεαλιστικά την κατάσταση.