



ΑΚΟΛΟΥΘΩΝΤΑΣ ΤΟΥΣ ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΕΣ

Επενδύουν στη βιωσιμότητα οι επιχειρήσεις

Σε μια εποχή ραγδαίων αλλαγών για την παγκόσμια οικονομία, όλο και περισσότερες επιχειρήσεις επενδύουν στη βιωσιμότητα, καθώς πλέον, όπως τεκμηριώνεται από ολοένα περισσότερες έρευνες και μελέτες, αποτελεί κάτι περισσότερο από ηθική υποχρέωση. Ενδεικτικά, από τις ακόλουθες έρευνες προκύπτει πως με στοχευμένες δράσεις που σκοπό έχουν όχι μόνο τη βελτίωση της καθημερινότητας πολλών ανθρώπων, αλλά και τη δημιουργία ενός sustainable προφίλ μιας εταιρείας, το επιχειρείν αποδεικνύει έμπρακτα πως η στροφή προς τη βιωσιμότητα είναι εφικτή, αρκεί να υπάρχει θέληση και προσπάθεια.

Accenture - UN Global Compact: Στον πυρήνα του ρόλου των CEOs η βιωσιμότητα

Η ταχύτητα και η κλίμακα των αλλαγών προβληματίζουν τους CEOs, αναφέρει έρευνα του UN Global Compact και της Accenture, σύμφωνα με την οποία η βιωσιμότητα αποτελεί ασφαλές «καταφύγιο» για τους επικεφαλής των επιχειρήσεων. Με στοιχεία από 2.600 CEOs από 128 χώρες που δραστηριοποιούνται σε 18 κλάδους και με τη διενέργεια 130 συνεντεύξεων, έγινε σαφές πως ενώ οι CEOs προβληματίζονται ολοένα και περισσότερο για τις διαρκείς αναταραχές, σχεδόν όλοι (98%) συμφωνούν ότι η βιωσιμότητα βρίσκεται στον πυρήνα του ρόλου τους, μια διαπίστωση που έχει σημειώσει αύξηση 15 ποσοστιαίων μονάδων τα τελευταία 10 χρόνια της μελέτης. Το 87% αυτών προειδοποιεί ότι οι διαρκείς αναταραχές μπορεί να υποσκάψουν την υλοποίηση των Στόχων Βιώσιμης Ανάπτυξης του ΟΗΕ (SDGs), ενώ κάνουν λόγο για τον αρνητικό αντίκτυπο που έχουν σε επιχειρήσεις και κοινωνία η κοινωνικοοικονομική αστάθεια, οι δυσλειτουργίες στην εφοδιαστική αλυσίδα και οι συνέπειες της κλιματικής αλλαγής. Οι CEOs εντοπίζουν επίσης μια σαφή ανάγκη εστίασης στην τεχνολογία με στόχο την εξεύρεση λύσεων για την αντιμετώπιση των παγκόσμιων προκλήσεων και την επίτευξη ανάπτυξης. Οι

κορυφαίοι διευθύνοντες σύμβουλοι ενσωματώνουν ήδη τη βιωσιμότητα στους οργανισμούς τους, λανσάροντας νέα προϊόντα και υπηρεσίες (63%), ενισχύοντας τη συλλογή δεδομένων σχετικά με τη βιωσιμότητα στις αλυσίδες αξίας τους (55%) και επενδύοντας σε ανανεώσιμες πηγές ενέργειας (49%). Επιπρόσθετα, σχεδόν οι μισοί (49%) μεταβαίνουν σε κυκλικά επιχειρηματικά μοντέλα, ενώ το 40% αυξάνει τη χρηματοδότηση έρευνας και ανάπτυξης για βιώσιμη καινοτομία.

Deloitte: Αύξηση επενδύσεων των επιχειρήσεων στη βιωσιμότητα δηλώνει το 75%

Η κλιματική αλλαγή αποτελεί τη σημαντικότερη προτεραιότητα για τους οργανισμούς τους εν μέσω παγκόσμιας αβεβαιότητας, δήλωσαν στελέχη που συμμετείχαν στην έρευνα CxO 2023 της Deloitte. Όπως τόνισαν, σε ποσοστό 75%, οι επιχειρήσεις τους έχουν αυξήσει τις επενδύσεις στη βιωσιμότητα τον τελευταίο χρόνο, ενώ περίπου 20% ανέφεραν ότι τις έχουν αυξήσει «σημαντικά». Η έρευνα στην οποία συμμετείχαν περισσότεροι από 2.000 CxOs σε 24 χώρες, στόχο έχει να αποτυπώσει τις ανησυχίες και τις δράσεις των επικεφαλής των επιχειρήσεων σχετικά με την κλιματική αλλαγή και τη βιωσιμότητα. Σχεδόν όλοι οι ερωτηθέντες δήλωσαν ότι οι επιπτώσεις της κλιματικής αλλαγής επηρέασαν τις επιχειρήσεις τους τον περασμένο χρόνο, με το 82% των CxOs να δηλώνει μάλιστα πως έχει επηρεαστεί και σε προσωπικό επίπεδο.

P&G: Το 92% των Ελλήνων θέλει να αποκτήσει πιο βιώσιμες συνήθειες

Στη βιωσιμότητα επενδύουν όχι μόνο οι επιχειρήσεις αλλά και οι Έλληνες πολίτες, όπως αποδεικνύει η έρευνα της P&G, στο πλαίσιο του προγράμματος «Το Σπίτι μας. Ο Πλανήτης τους», που πραγματοποιήθηκε το 2022 με τη συμμετοχή δείγματος 1.022 ενηλίκων, όπου φάνηκε πως το 92% των καταναλωτών στην Ελλάδα δηλώνει πρόθυμο να αλλάξει κάποιες από τις καθημερινές του

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 ειδήσεις με θετικό και αισιόδοξο πρόσημο από την εγχώρια και διεθνή πραγματικότητα.

συνήθειες για να υιοθετήσει πιο βιώσιμες επιλογές στην καθημερινότητά του. Παρά το αισιόδοξο, ωστόσο, συμπέρασμα της έρευνας, προέκυψε ακόμα πως οι καταναλωτές αντιμετωπίζουν δυσκολίες στην υιοθέτηση φιλικών προς το περιβάλλον πρακτικών, καθώς μόνο το 25% των ερωτηθέντων κατάφερε να κάνει σημαντικές αλλαγές στις συνήθειές του στη διάρκεια της προηγούμενης χρονιάς. Πιο συγκεκριμένα, οι καταναλωτές θεωρούν πως η αλλαγή των καθημερινών επιλογών, με στόχο την εξοικονόμηση νερού και ενέργειας, καθώς και τη μείωση χρήσης πλαστικού, είναι είτε πολύ δύσκολη (83%), είτε εξαιρετικά κοστοβόρα (89%), είτε σημαντικά χρονοβόρα (73%), είτε απαιτεί συμβιβασμούς ως προς την αποτελεσματικότητα των προϊόντων (58%). Ωστόσο, το 90% των καταναλωτών στην Ελλάδα δηλώνει πως επιθυμεί να αναλάβει περισσότερες πρωτοβουλίες που αφορούν στην υιοθέτηση πιο υπεύθυνης κατανάλωσης, με στόχο να συμβάλει συλλογικά σε μία θετική αλλαγή για τον πλανήτη, ενώ το 95% των ερωτηθέντων αναγνωρίζει ότι θα πρέπει να ενεργοποιηθεί πιο δυναμικά για την προστασία του περιβάλλοντος, με στόχο να εξασφαλίσει ένα καλύτερο μέλλον για τις επόμενες γενιές.

Ο ΣΔΕ, επίσημος partner του Planet Pledge στην Ελλάδα, πραγματοποιεί την Τρίτη 21/2/2023 webinar με θέμα Marketing & Sustainability in a "polycrisis" era. Στο webinar που θα πραγματοποιηθεί σε συνεργασία με την Kantar Greece, θα συζητηθεί το θέμα της βιωσιμότητας και ο ρόλος που καλείται να παίξει το marketing για την αντιμετώπιση της κλιματικής αλλαγής, εν μέσω αυξανόμενων αντιξοοτήτων και πολλαπλών κρίσεων. Το webinar απευθύνεται αποκλειστικά σε διαφημιζόμενους, μέλη και μη-μέλη του ΣΔΕ και η συμμετοχή είναι δωρεάν. Μπορείτε να κάνετε την εγγραφή σας [εδώ](#).