

ΤΙ ΠΡΟΚΥΠΥΠΤΕΙ ΑΠΟ ΕΡΕΥΝΑ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ

Η επένδυση στη βιωσιμότητα προσφέρει χρηματοοικονομική αξία

Οι πρόσφατες πυρκαγιές που ταλνίζουν τη χώρα μας, αποτελούν μία ακόμα τρανταχτή απόδειξη πως η στροφή στη βιωσιμότητα από καταναλωτές, οργανισμούς, επιχειρήσεις και κράτη είναι το μοναδικό ανάχωμα στην κλιματική αλλαγή. Ειδικότερα όμως για τις επιχειρήσεις, φαίνεται πως η στροφή σε «πράσινες» δράσεις έχει, εκτός των άλλων, και χρηματοοικονομική αξία. Του λόγου το αφαλές επιβεβαιώνει η μελέτη **Sustainable Value Study Ελλάδα 2023** της **EY Ελλάδος**, που αποκαλύπτει πως το 45% των επιχειρήσεων στην Ελλάδα έχουν αποκομίσει υψηλότερη χρηματοοικονομική αξία από τις πρωτοβουλίες τους για το κλίμα, σε σχέση με τις προσδοκίες τους. Η έρευνα πραγματοποιήθηκε μεταξύ 2 και 15 Φεβρουαρίου 2023 και κατέγραψε τις απόψεις 75 στελεχών επιχειρήσεων με αρμοδιότητες σε θέματα βιώσιμης ανάπτυξης, περιλαμβανομένων προέδρων και CEOs από εισηγμένες και μη επιχειρήσεις, που δραστηριοποιούνται σε μια σειρά από διαφορετικούς κλάδους της οικονομίας στην Ελλάδα. Στόχος της έρευνας ήταν η κατανόηση των δράσεων και πρωτοβουλιών που αναλαμβάνουν οι επιχειρήσεις στη χώρα μας για να αντιμετωπίσουν την κλιματική αλλαγή, της ευρύτερης αξίας που δημιουργούν οι δράσεις αυτές σε σχέση και με τις προσδοκίες των επιχειρήσεων, αλλά και των εμποδίων που τις αποτρέπουν από το να κάνουν περισσότερα.

Οι πρωτοπόροι, οι εξερευνητές και οι παρατηρητές...

Η έρευνα κατέγραψε τις επιδόσεις των επιχειρήσεων του δείγματος ως προς τις δράσεις για την κλιματική αλλαγή και, με βάση τις επιδόσεις αυτές, κατέταξε τις επιχειρήσεις σε τρεις ομάδες: πρωτοπόρους, εξερευνητές και παρατηρητές. Για τη δημιουργία της κατάταξης, η έρευνα έλαβε υπόψη 32 διαφορετικές δράσεις για την αντιμετώπιση της

κλιματικής αλλαγής, σε πέντε τομείς: (α) μέτρηση και υποβολή εκθέσεων, (β) διακυβέρνηση και επίβλεψη, (γ) επιχειρησιακές λειτουργίες, (δ) πελάτες και παραγόμενα προϊόντα, και (ε) προμηθευτές και τρίτα μέρη. Με βάση τα κριτήρια αυτά, 9% των επιχειρήσεων που εξετάζει η ελληνική έρευνα χαρακτηρίστηκαν ως «πρωτοπόροι», 52% ως «εξερευνητές» και 39% ως «παρατηρητές», έναντι αντίστοιχων ποσοστών 32%, 45% και 23% του παγκόσμιου δείγματος. Το εύρημα αυτό επιβεβαιώνει ότι οι προσπάθειες για το μετριασμό της κλιματικής αλλαγής βρίσκονται ακόμη σε πρώιμο στάδιο στη χώρα μας και αναδεικνύει τα σημαντικά περιθώρια βελτίωσης των επιδόσεων. Η Sustainable Value Study Ελλάδα 2023 επιβεβαιώνει ότι οι επιχειρήσεις που αναλαμβάνουν αποφασιστική δράση για το κλίμα, δεν δημιουργούν απλώς μεγαλύτερη αξία για τον πλανήτη και μια ευρεία προσθέτουν παράλληλα χρηματοοικονομική αξία για τις ίδιες, ενισχύοντας τα έσοδα ή τα κέρδη τους. Η EY περιγράφει το μηχανισμό αυτό ως *value-led sustainability*, δηλαδή βιώσιμη ανάπτυξη που προκύπτει από πολιτικές που χαράσσονται με γνώμονα τη δημιουργία ευρύτερης αξίας (για τον πλανήτη, την κοινωνία, τους εργαζόμενους, τους πελάτες). Το 45% των επιχειρήσεων στην Ελλάδα (και 69% παγκοσμίως) που αναφέρουν ότι έχουν αποκομίσει υψηλότερη χρηματοοικονομική αξία από τις πρωτοβουλίες τους για το κλίμα, σε σχέση με τις προσδοκίες τους, έρχεται να διαψεύσει την επικρατούσα αντίληψη ότι οι δράσεις των επιχειρήσεων για το κλίμα και οι επενδύσεις στη βιώσιμη ανάπτυξη έχουν αρνητικό αντίκτυπο στις χρηματοοικονομικές τους επιδόσεις. Σε παγκόσμιο επίπεδο, αυτές οι επιχειρήσεις «πρωτοπόροι» δεν έχουν μόνο επιτύχει μεγαλύτερες μειώσεις εκπομπών άνθρακα σε σχέση με τους οργανισμούς που υστερούν ως προς



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.

τις δράσεις που αναλαμβάνουν -δηλαδή, τις επιχειρήσεις «παρατηρητές»- αλλά είναι 2,4 φορές πιο πιθανό να αναφέρουν σημαντικά υψηλότερη από την αναμενόμενη χρηματοοικονομική αξία, ως αποτέλεσμα των πρωτοβουλιών τους για το κλίμα. Υπενθυμίζεται πως ο **ΣΔΕ** έχει αναλάβει δράση για τη βιωσιμότητα από το 2019, ενώ από το 2021 είναι επίσημος υποστηρικτής της πρωτοβουλίας **Planet Pledge** της **Παγκόσμιας Ομοσπονδίας Διαφημιζομένων (WFA)**, που στόχο να γίνει το marketing κινητήρια δύναμη για την αντιμετώπιση των μεγάλων περιβαλλοντικών θεμάτων που αντιμετωπίζει ο πλανήτη. *«To Planet Pledge είναι μια οργανωμένη προσπάθεια να "χρησιμοποιήσουμε" τη δύναμη του marketing για το καλό του πλανήτη και της κοινωνίας. Η, για να το πω ακόμα πιο καθαρά, η βιώσιμη ανάπτυξη πρέπει να γίνει από σήμερα κιόλας Νο 1 προτεραιότητα για επιχειρήσεις και brands. Γιατί, πολύ απλά, δε θα έχουν λόγο ύπαρξης επιχειρήσεις και marketing σε έναν νεκρό πλανήτη. Είμαστε υπερήφανοι που ήδη 8 σημαντικές εταιρείες στηρίζουν την πρωτοβουλία στην Ελλάδα και ελπίζουμε σύντομα να υποδεχθούμε όλες όσες δρουν ή επιθυμούν να δεσμευτούν προς την κατεύθυνση αυτή»*, δήλωσε η **Νερίνα Κομιώτη**, γενική διευθύντρια του ΣΔΕ. Μέρος του Planet Pledge αποτελεί ο **Οδηγός Global Guidance on Environmental Claims** που σχεδιάστηκε για να βοηθήσει τις εταιρείες, ώστε οι περιβαλλοντικοί ισχυρισμοί στην επικοινωνία τους να είναι αξιόπιστοι, τόσο για τους καταναλωτές, όσο και για τις ρυθμιστικές αρχές. Ο Οδηγός περιλαμβάνει 6 βασικές αρχές αποφυγής του greenwashing και case studies από καμπάνιες του εξωτερικού και είναι διαθέσιμος για κάθε ενδιαφερόμενη εταιρεία.