

ΚΛΙΜΑΤΙΚΗ ΑΛΛΑΓΗ

Οι ευρωπαϊκές επιχειρήσεις σταθερά «στις επάλξεις»

Οι επιχειρήσεις της Ε.Ε. πρωτοστατούν στην προσπάθεια για την αντιμετώπιση της κλιματικής αλλαγής και επενδύουν ανάλογα, με στόχο την αντιμετώπιση των επιπτώσεων της και τη μείωση των εκπομπών CO₂, αφήνοντας τις επιχειρήσεις των ΗΠΑ να έπονται. Αυτό έδειξε, μεταξύ άλλων, η Έρευνα Επενδύσεων του **Ομίλου ΕΤΕπ (EIBIS)**, που διεξάγεται ετησίως από το 2016 και συλλέγει στοιχεία σχετικά με τα χαρακτηριστικά και τις επιδόσεις των επιχειρήσεων, τις προηγούμενες επενδυτικές τους δραστηριότητες και τα μελλοντικά τους σχέδια, τις πηγές χρηματοδότησης, τα ζητήματα χρηματοδότησης και τις προκλήσεις που αντιμετωπίζουν, όπως η κλιματική αλλαγή και ο ψηφιακός μετασχηματισμός. Στην έρευνα, που δημοσιεύθηκε στην Ετήσια Σύνοδο της **Παγκόσμιας Τράπεζας - ΔΝΤ** στην Ουάσινγκτον, συμμετείχαν 13.000 επιχειρήσεις (από πολύ μικρές έως μεγάλες) από όλα τα κράτη-μέλη της Ε.Ε. και από τις ΗΠΑ.

Οι επιχειρήσεις στην εποχή της κλιματικής αλλαγής

Σύμφωνα με την έρευνα, μόνο μία στις τρεις επιχειρήσεις της Ε.Ε. (34%) θεωρεί τη μετάβαση σε αυστηρότερα κλιματικά πρότυπα και κανονισμούς ως κίνδυνο για τη βιωσιμότητά της την επόμενη πενταετία, ενώ το 27% τη θεωρεί, αντίθετα, ευκαιρία. Στις ΗΠΑ, το ποσοστό των επιχειρήσεων που θεωρεί τη μετάβαση σε μια οικονομία με μηδενικές εκπομπές ως κίνδυνο είναι 42%.

Περίπου το 90% των επιχειρήσεων της Ε.Ε. και των ΗΠΑ έχουν λάβει μέτρα για τη μείωση των εκπομπών αερίων

του θερμοκηπίου. Οι βασικές στρατηγικές που υιοθετούν, περιλαμβάνουν επενδύσεις που σχετίζονται με τη μείωση των αποβλήτων, την ανακύκλωση και την ενεργειακή απόδοση. Η χώρα που επιδεικνύει την πιο ισχυρή δέσμευση για μείωση των εκπομπών αερίων του θερμοκηπίου είναι η Φινλανδία, με σχεδόν όλες τις επιχειρήσεις της να έχουν λάβει μέτρα για μείωση των εκπομπών, σε αντίθεση με την Ελλάδα και τη Λετονία, που σημειώνουν μικρή πρόοδο.

Στην Ε.Ε., περίπου το 66% των επιχειρήσεων αναφέρει ότι έχει επηρεαστεί από τους φυσικούς κινδύνους της κλιματικής αλλαγής, έχοντας αντιμετωπίσει σοβαρές ή λιγότερο σοβαρές επιπτώσεις (60% στις ΗΠΑ). Ωστόσο, το ποσοστό των επιχειρήσεων που λαμβάνουν μέτρα προσαρμογής, παραμένει σχετικά χαμηλό και στις δύο ηπείρους, με λιγότερο από 50% των επιχειρήσεων να επιλέγουν να δράσουν. Βάσει των αποτελεσμάτων, στην Ε.Ε. οι μεγάλες επιχειρήσεις είναι πιο πιθανό να λάβουν μέτρα προσαρμογής σε σύγκριση με τις μικρομεσαίες. Η Ελλάδα και η Μάλτα έχουν τα υψηλότερα ποσοστά επιχειρήσεων που επένδυσαν σε μέτρα για την οικοδόμηση ανθεκτικότητας απέναντι στους φυσικούς κινδύνους, ενώ η Τσεχία είναι η χώρα που υστερεί περισσότερο. Αξίζει να σημειωθεί ότι μόνο το 21% των επιχειρήσεων της Ε.Ε. ήταν ασφαλισμένες κατά των κλιματικών κινδύνων (19% στις ΗΠΑ).

Η Σλοβενία, η Γερμανία, η Λιθουανία, η Γαλλία, η Αυστρία, η Φινλανδία και η Μάλτα παρουσιάζουν τα υψηλότερα ποσοστά επενδύσεων και επενδυτικών



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.

σχεδίων για την αντιμετώπιση των επιπτώσεων της κλιματικής αλλαγής και τη μείωση των εκπομπών CO₂. Αντίθετα, η Κύπρος έχει το χαμηλότερο ποσοστό επιχειρήσεων που έχουν επενδύσει ή σχεδιάζουν να επενδύσουν σε δράσεις για το κλίμα. Όσον αφορά τις επενδύσεις για βελτίωση της ενεργειακής απόδοσης, η έρευνα έδειξε ορισμένες σημαντικές διαφορές μεταξύ των χωρών της Ε.Ε. Στη Φινλανδία, τη Δανία, τις Κάτω Χώρες και τη Σλοβενία, περίπου έξι στις δέκα επιχειρήσεις θα επενδύσουν σε μέτρα βελτίωσης της ενεργειακής απόδοσης, ενώ σε ολόκληρη την Ε.Ε., μόλις 12% των συνολικών επενδύσεων έγινε για τη βελτίωση της ενεργειακής απόδοσης.

Το Marketing στην εποχή της κλιματικής αλλαγής

Η βιωσιμότητα αποτελεί βασικό πυλώνα του **Better Marketing**, για το οποίο ο **ΣΔΕ** εργάζεται τα τελευταία χρόνια. Μεταξύ άλλων πρωτοβουλιών, από το 2021 ο ΣΔΕ στηρίζει το **WFA Planet Pledge**, μια παγκόσμια πρωτοβουλία που στόχο έχει να γίνουν το marketing και η επικοινωνία κινητήρια δύναμη για την αντιμετώπιση των μεγάλων περιβαλλοντικών θεμάτων που αντιμετωπίζει ο πλανήτης. Σήμερα, στην Ελλάδα, οι εταιρείες **Arla, Danone, IKEA, Κωτσόβολος, L'Oréal, Mastercard, Pepsico, Pernod Ricard, Unilever** και **Vodafone** είναι ήδη #partoftheplan. Μάθετε περισσότερα [εδώ](#).