ΠΡΟΣΑΡΜΟΓΗ ΣΤΗΝ ΚΛΙΜΑΤΙΚΗ ΑΛΛΑΓΗ

Εθνική προτεραιότητα για τους Έλληνες

Θετική εξέλιξη αποτελεί το γεγονός ότι σχεδόν εννιά στους δέκα Έλληνες αναγνωρίζουν την ανάγκη να αλλάξουν και να προσαρμόσουν τον τρόπο ζωής τους στις επιπτώσεις της κλιματικής αλλαγής, σύμφωνα με την ετήσια έρευνα για το κλίμα που διενεργήθηκε από την **Ευρωπαϊκή Τράπεζα Επενδύσεων (ΕΤΕπ).** Πιο συγκεκριμένα, η έρευνα έδειξε ότι οι Έλληνες ερωτηθέντες θεωρούν την κλιματική αλλαγή (μαζί με την ανεργία) τη δεύτερη μεγαλύτερη πρόκληση που αντιμετωπίζει η χώρα, μετά το αυξανόμενο κόστος ζωής. Το 98% των συμμετεχόντων αναγνωρίζει την ανάγκη προσαρμογής στην κλιματική αλλαγή (σε σύγκριση με τον μέσο όρο 94% της Ε.Ε.), ενώ το 60% (50% στην Ε.Ε.) θεωρεί ότι η προσαρμογή στην κλιματική αλλαγή αποτελεί προτεραιότητα στην Ελλάδα για τα επόμενα χρόνια. Η προσαρμογή στην κλιματική αλλαγή αντιμετωπίζεται, επίσης, ως οικονομική ευκαιρία και μακροπρόθεσμη επένδυση για τη χώρα. Το 92% δηλώνει ότι οι επενδύσεις για την προσαρμογή μπορούν να συμβάλουν στη δημιουργία θέσεων εργασίας και στην τόνωση της τοπικής οικονομίας (σε σύγκριση με το 86% στην Ε.Ε.). Το 90% (85% στην Ε.Ε.) πιστεύει ότι για την προσαρμογή στην κλιματική αλλαγή απαιτούνται επενδύσεις σήμερα, ώστε να αποφευχθεί το υψηλότερο κόστος στο μέλλον. Επιπλέον, το 72% (κοντά στον μέσο όρο 71% της Ε.Ε.) δηλώνει ότι γνωρίζει τα μέτρα που μπορεί να λάβει για να προσαρμόσει αποτελεσματικά την κατοικία και τον τρόπο ζωής τους, ενώ περισσότεροι από τα δύο τρίτα (68%, σε σύγκριση με τον μέσο όρο 40% της Ε.Ε.) είναι ενήμεροι για τις δημόσιες επιδοτήσεις ή τα οικονομικά κίνητρα για τη στήριξη αυτών των προσπαθειών.

Οι Έλληνες ερωτηθέντες προσδιόρισαν, ακόμα, τις βασικές προτεραιότητες για την προσαρμογή στην κλιματική αλλαγή σε τοπικό επίπεδο, οι οποίες περιλαμβάνουν τη βελτίωση των υποδομών, όπως π.χ. καλύτερα συστήματα αποχέτευσης, αντιπλημμυρικά φράγματα, καταφύγια σε περίπτωση καταιγίδας (50% έναντι 39% στην Ε.Ε.), το δροσισμό των πόλεων (45%), την εκπαίδευση του πληθυσμού ώστε να υιοθετεί συμπεριφορές για την πρόληψη και την αντιμετώπιση ακραίων καιρικών φαινομένων (40%). Στο ερώτημα σχετικά με το ποιος θα πρέπει να αναλάβει τη δαπάνη για την προσαρμογή στην κλιματική αλλαγή, το 42% πιστεύει ότι οι εταιρείες και οι βιομηχανίες που συμβάλλουν περισσότερο στην κλιματική αλλαγή, θα πρέπει να επιβαρυνθούν με το κόστος (35% στην Ε.Ε.). Το 25% πιστεύει ότι όλοι θα πρέπει να πληρώσουν εξίσου (32% στην Ε.Ε.), ενώ το 18% δηλώνει ότι οι πιο εύποροι θα πρέπει να επωμιστούν το κόστος μέσω υψηλότερης φορολογίας.

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.

Επίσης, αναφοράς χρήζει το γεγονός πως σχεδόν τα τρία τέταρτα των Ελλήνων (73% vs 57% της Ε.Ε.) αναγνωρίζουν την ανάγκη στήριξης των παγκόσμιων προσπαθειών προσαρμογής και πιστεύουν ότι η χώρα τους θα πρέπει να κάνει περισσότερα για να βοηθήσει τις πιο ευάλωτες αναπτυσσόμενες χώρες να προσαρμοστούν στις αυξανόμενες επιπτώσεις της κλιματικής αλλαγής.

Ο **ΣΔΕ** έχει πραγματοποιήσει από το 2019 μεγάλο αριθμό δράσεων για θέματα βιωσιμότητας, μεταξύ των οποίων και η διοργάνωση του **Global Marketer Conference** το 2022 και του **1ου Better Marketing Conference** το 2024 με μηδενικό waste τροφίμων και ανακυκλώσιμων υλικών. Από τον Σεπτέμβριο 2021 προωθεί στη χώρα μας τη σημαντική πρωτοβουλία Planet Pledge της **Παγκόσμιας Ομοσπονδίας Διαφημιζομένων,** μια πρωτοβουλία που έχει στόχο να γίνει το marketing κινητήρια δύναμη για την αντιμετώπιση των μεγάλων περιβαλλοντικών θεμάτων που αντιμετωπίζει ο πλανήτης. Σήμερα, 10 εταιρείες στην Ελλάδα είναι #partoftheplan: **Arla, Danone, IKEA, Κωτσόβολος, L'Oréal, Mastercard, Pepsico, Pernod Ricard, Unilever** και **Vodafone**.