



Μηχανισμός Υποστήριξης  
Επιχειρήσεων

στον Δήμο Αθηναίων

# Περιβαλλοντικό Mentoring: Δράσεις ενίσχυσης δεξιοτήτων των επιχειρήσεων

Δρ Νίκος Κανέλλος

Διδάκτωρ ΕΜΠ

Μεταδιδακτορικός Ερευνητής ΕΒΕΟ



Ευρωπαϊκή Ένωση  
Ευρωπαϊκό Κοινωνικό Ταμείο



Αθήνα



ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΚΟ  
ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΙΑΚΟ  
ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ  
ΑΤΤΙΚΗΣ



ΕΣΠΑ  
2014-2020  
ανάπτυξη - εργασία - αλληλεγγύη

Με τη συγχρηματοδότηση της Ελλάδας και της Ευρωπαϊκής Ένωσης

# Οι επιχειρήσεις αγαπούν το περιβάλλον;

- Η στάση των επιχειρήσεων απέναντι στο περιβάλλον μπορεί να **διαφέρει** ανάλογα με τον κλάδο, την περιοχή, την πολιτική της εταιρείας και άλλους παράγοντες.
- Υπάρχουν όμως πολλές επιχειρήσεις που **αναγνωρίζουν** τη σημασία της βιωσιμότητας και υιοθετούν πρακτικές που σέβονται το περιβάλλον.

# Και γιατί οι επιχειρήσεις ενδιαφέρονται για το περιβάλλον;

## 1. Επιχειρηματικά Οφέλη:

- Η χρήση βιώσιμων πρακτικών μπορεί να οδηγήσει σε μείωση των λειτουργικών και ενεργειακών δαπανών, καθώς και σε αυξημένη αποδοτικότητα.

## 2. Κοινωνική Υπευθυνότητα:

- Οι επιχειρήσεις αναζητούν να ενσωματώσουν πρακτικές που σέβονται την κοινότητα και το περιβάλλον, προκειμένου να ενισχύσουν την κοινωνική τους εικόνα.

## 3. Νομική Ρύθμιση:

- Οι νομικοί κανονισμοί περί περιβαλλοντικής προστασίας και βιωσιμότητας υποχρεώνουν πολλές επιχειρήσεις να υιοθετήσουν περιβαλλοντικά φιλικές πρακτικές.

## 4. Καταναλωτική Συμπεριφορά:

- Οι καταναλωτές συχνά δίνουν προτεραιότητα σε προϊόντα και υπηρεσίες που προέρχονται από επιχειρήσεις με περιβαλλοντική ευαισθησία.

## 5. Πρόσβαση σε Πόρους:

- Η ανεξαρτησία από περιορισμένους φυσικούς πόρους μπορεί να είναι κρίσιμη για τη συνέχιση της λειτουργίας της επιχείρησης σε μεσοπρόθεσμο και μακροπρόθεσμο ορίζοντα.

# Εταιρείες που έχουν ξεχωρίσει για την περιβαλλοντική τους πολιτική



Εφαρμόζει πρόγραμμα ανακύκλωσης από το 2015 σε 15 κτίρια σε όλη την Ελλάδα καλύπτοντας 7.900 περίπου εργαζόμενους. Μέχρι σήμερα έχουν εγκατασταθεί 178 σταθμοί ανακύκλωσης υλικών συσκευασίας και 2.910 κάδοι ανακύκλωσης χαρτιού.



Κατάργηση των πλαστικών μιας χρήσης από τα καταστήματα και τα εστιατόριά της, την προσφορά και χρήση αποκλειστικά λαμπτήρων LED, την ενθάρρυνση για μείωση σπατάλης τροφίμων στο σπίτι, ενώ, προχώρησε στην κατάργηση του έντυπου καταλόγου που αποτελούσε το βασικό προωθητικό υλικό για περισσότερα από 70 χρόνια, και προσφέρει αποκλειστικά επαναφορτιζόμενες μπαταρίες.

# Καταναλωτές με οικολογική συνείδηση

- Σύμφωνα με έρευνα του ινστιτούτου GfK μεταξύ 61.000 καταναλωτών σε δέκα ευρωπαϊκές χώρες, **το 42% των Ευρωπαίων καταναλωτών** δηλώνει ότι τα περιβαλλοντικά προβλήματα τους επηρεάζουν προσωπικά, ενώ συγκρίσεις με προηγούμενες έρευνες δείχνουν **μεταστροφή στις καταναλωτικές συνήθειες**.
- **1 στα 3 νοικοκυριά** δηλώνει ότι **σταμάτησε να προμηθεύεται** συγκεκριμένα προϊόντα ή υπηρεσίες εξαιτίας του περιβαλλοντικού κόστους τους.
- **Η περιβαλλοντική ευαισθησία ενισχύθηκε το 2020**, καθώς η βίαιη έξοδος από την κανονικότητα υποχρέωσε σε διαφορετική ιεράρχηση αξιών.

## Καταναλωτές με οικολογική συνείδηση (2)

- Οι καταναλωτές θεωρούν **βασικούς υπευθύνους** για το περιβαλλοντικό αποτύπωμα των προϊόντων τους κατασκευαστές (**40%**), ενώ μόνο το **20%** θεωρεί ότι βασικοί υπεύθυνοι είναι οι ίδιοι οι καταναλωτές με τις επιλογές τους.
- Σημαντικό μερίδιο ευθύνης (**35%**) αποδίδουν και στις **ρυθμιστικές αρχές**, από τις οποίες ζητούν ενσωμάτωση των περιβαλλοντικών προτύπων στις προδιαγραφές των προϊόντων.
- Μεταξύ των χωρών των οποίων οι καταναλωτές έχουν την πλέον **ανεπτυγμένη οικολογική συνείδηση** είναι η **Γερμανία**, ενώ σημαντική πρόοδος στον τομέα αυτό καταγράφηκε στην **Ισπανία** και τη **Γαλλία**.

## Καταναλωτές με οικολογική συνείδηση (3)

- **3 στους 10 καταναλωτές** αποφεύγουν πλέον ενεργά τις **πλαστικές συσκευασίες**, αν και ο μέσος όρος υποκρύπτει διαφορετική εικόνα από χώρα σε χώρα.
- Το ποσοστό καταναλωτών που αποφεύγει ενεργά το πλαστικό στις συσκευασίες διαφέρει από χώρα σε χώρα, αλλά είναι σαφές ότι **καταναλωτές με οικολογική συνείδηση υπάρχουν παντού** και ότι σε κάποιες χώρες, τα ποσοστά αύξησής τους είναι διψήφια».

# Δράσεις





# Ο αντίκτυπος



VS



# Το μεγάλο πρόβλημα: η σύνδεση





**Σε ό,τι κι αν κάνετε, εστιάστε στην καινοτομία...**