



Πώς μπορεί η επιβράδυνση
της κλιματικής αλλαγής να επιταχύνει
τη χρηματοοικονομική απόδοση;

EY Sustainable Value Study Ελλάδα 2023



The better the question.
The better the answer.
The better the world works.



Περιεχόμενα

Σύνοψη	4
1 Οι επιχειρήσεις μειώνουν τις εκπομπές άνθρακα, αλλά πολύ αργά και όχι αρκετά	6
2 Οι πολιτικές βιώσιμης ανάπτυξης που χαράσσονται με γνώμονα τη δημιουργία ευρύτερης αξίας (για τον πλανήτη, την κοινωνία, τους εργαζόμενους, τους πελάτες) αποφέρουν χρηματοοικονομικά οφέλη	14
3 Όσο περισσότερο προχωρούν οι επιχειρήσεις στις δράσεις τους για το κλίμα, τόσο βελτιώνονται οι αποδόσεις τους	18
4 Τα επόμενα βήματα στη διαδρομή για τον μετριασμό της κλιματικής αλλαγής	24
Σχετικά με την έρευνα	30

Εισαγωγικό σημείωμα

Η κλιματική αλλαγή δεν αποτελεί μία απειλή για κάποια αόριστη στιγμή στο μέλλον, αλλά ένα υπαρκτό πρόβλημα του σήμερα, που απαιτεί άμεση κινητοποίηση από όλους μας: ιδιώτες, κυβερνήσεις και επιχειρήσεις. Ειδικότερα, οι επιχειρήσεις καλούνται να διαδραματίσουν έναν κομβικό ρόλο στον μετριασμό της κλιματικής αλλαγής, καθώς επηρεάζουν καθοριστικά την παγκόσμια οικονομία.

Ωστόσο, για ένα μεγάλο διάστημα επικρατούσε η άποψη ότι οι δράσεις των επιχειρήσεων για το κλίμα και οι επενδύσεις στη βιώσιμη ανάπτυξη, έχουν αρνητικό αντίκτυπο στις χρηματοοικονομικές τους επιδόσεις. Η εμπειρία των τελευταίων ετών, έρχεται να διαψεύσει αυτήν την αντίληψη. Οι επιχειρήσεις που υιοθετούν μία ολοκληρωμένη προσέγγιση για το κλίμα και επενδύουν στη βιώσιμη ανάπτυξη, δε συμβάλλουν μόνο στη διάσωση του πλανήτη, αλλά δημιουργούν παράλληλα χρηματοοικονομική αξία για τις ίδιες, και ευρύτερη αξία για τα ενδιαφερόμενα μέρη τους, επιταχύνοντας, ταυτόχρονα, τον επιχειρησιακό τους μετασχηματισμό. Στην ΕΥ, αυτό το ονομάζουμε 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).

Η παρούσα έρευνα, η οποία πραγματοποιήθηκε για πρώτη φορά στην Ελλάδα, και κατέγραψε τις απόψεις 75 στελεχών επιχειρήσεων με αρμοδιότητες σε θέματα βιώσιμης ανάπτυξης - ανάμεσά τους και Chief Sustainability Officers (CSOs) - επιβεβαιώνει εμφατικά αυτήν τη διαπίστωση. 45% των επιχειρήσεων του

δείγματος, διαπίστωσαν ότι οι πρωτοβουλίες τους για το κλίμα οδήγησαν στη δημιουργία μεγαλύτερης χρηματοοικονομικής αξίας σε σχέση με τις προσδοκίες τους. Επιπλέον, οι επιχειρήσεις που ξεκινούν νωρίτερα τη διαδρομή τους προς τη βιώσιμη ανάπτυξη, εξασφαλίζουν ακόμη μεγαλύτερα οφέλη.

Οι ελληνικές επιχειρήσεις έχουν ήδη θέσει φιλόδοξους στόχους για τη μείωση του αποτυπώματος άνθρακα και αυξάνουν τις επενδύσεις τους σε αυτήν την κατεύθυνση. Ωστόσο, όπως και σε παγκόσμιο επίπεδο, οι πρωτοβουλίες που έχουν αναληφθεί μέχρι σήμερα, δεν επαρκούν για να μετριαστούν έγκαιρα οι σοβαρές επιπτώσεις της κλιματικής αλλαγής.

Η έρευνά μας, αποτυπώνει τις δράσεις που αναλαμβάνουν οι επιχειρήσεις για το κλίμα, σε τομείς όπως η διακυβέρνηση, οι μετρήσεις των εκπομπών και η υποβολή εκθέσεων, οι επιχειρησιακές λειτουργίες, αλλά και οι σχέσεις με τους πελάτες και την αλυσίδα εφοδιασμού, καθώς και τα εμπόδια που οι ίδιες συναντούν, και αναδεικνύει τα επόμενα βήματα στη διαδρομή για τον μετριασμό της κλιματικής αλλαγής.

Το τμήμα Υπηρεσιών Κλιματικής Αλλαγής και Βιώσιμης Ανάπτυξης της ΕΥ Ελλάδος, λειτουργεί ήδη από το 2008 και ενισχύεται διαρκώς, αναπτύσσοντας ολιστικές επιχειρηματικές λύσεις αντιμετώπισης της κλιματικής αλλαγής και συνεισφοράς στη βιώσιμη ανάπτυξη, σε συνεργασία και με τα υπόλοιπα τμήματα υπηρεσιών της ΕΥ στη χώρα. Στο ζήτημα της κλιματικής κρίσης, οι επιχειρήσεις οφείλουμε πρώτες να δείξουμε τον δρόμο.



Γεώργιος Παπαδημητρίου
Διευθύνων Σύμβουλος
ΕΥ Ελλάδος



Κιάρρα Κόντη
Εταίρος, Επικεφαλής Υπηρεσιών
Κλιματικής Αλλαγής και Βιώσιμης Ανάπτυξης
ΕΥ Ελλάδος

Σύνοψη

Τα περιβαλλοντικά και κοινωνικά ζητήματα και τα θέματα της εταιρικής διακυβέρνησης (ESG), επηρεάζουν ολοένα και περισσότερο τις διαδικασίες λήψης αποφάσεων των εταιρειών, των επενδυτών και του συνόλου των ενδιαφερόμενων μερών. Το ESG - ως μία ολιστική προσέγγιση για την αξιολόγηση της βιώσιμης ανάπτυξης ενός οργανισμού - εστιάζει τόσο στον ρόλο των επιχειρήσεων ως προς την ευρύτερη επίδρασή τους στην οικονομία, την κοινωνία και το περιβάλλον με σκοπό τη δημιουργία μακροπρόθεσμης αξίας για όλους, όσο και στις χρηματοοικονομικές επιδράσεις που προκύπτουν για τις ίδιες τις επιχειρήσεις από τις περιβαλλοντικές και οικονομικό-κοινωνικές προκλήσεις και ευκαιρίες που αντιμετωπίζουν.

Η έρευνα EY Sustainable Value Study Ελλάδα 2023, πραγματοποιήθηκε φέτος για πρώτη φορά στη χώρα μας, ακολουθώντας την πρώτη παγκόσμια έρευνα της EY, Sustainable Value Study, που δημοσιεύτηκε το 2022. Διεξήχθη παράλληλα με τρεις ακόμη χώρες της Κεντρικής και Νοτιοανατολικής Ευρώπης - την Πολωνία, την Τσεχία και τη Ρουμανία.

Στόχος της έρευνας είναι η κατανόηση των δράσεων και πρωτοβουλιών που λαμβάνουν οι επιχειρήσεις στην Ελλάδα για να αντιμετωπίσουν την κλιματική αλλαγή, η συνειδητοποίηση της αξίας που δημιουργούν οι δράσεις αυτές - σε σχέση και με τις προσδοκίες των επιχειρήσεων - αλλά και η διερεύνηση των εμποδίων που τις αποτρέπουν από το να κάνουν περισσότερα. Η έρευνα διεξήχθη στο διάστημα μεταξύ 2 και 15 Φεβρουαρίου 2023, και κατέγραψε τις απόψεις 75 στελεχών επιχειρήσεων με αρμοδιότητες σε θέματα βιώσιμης ανάπτυξης, περιλαμβανομένων και Προέδρων και CEOs από εισηγμένες και μη εισηγμένες επιχειρήσεις, που δραστηριοποιούνται σε μια σειρά από διαφορετικούς κλάδους της οικονομίας στην Ελλάδα (βλέπε σελ. 30, «Σχετικά με την έρευνα»).

Οι επιχειρήσεις που συμμετείχαν στην έρευνα έχουν ήδη αναλάβει - σε μεγαλύτερο ή μικρότερο βαθμό - δράση για το κλίμα, όπως προκύπτει και από τις απαντήσεις τους, και έχουν φτάσει τουλάχιστον σε ένα βασικό επίπεδο ωριμότητας σχετικά με την αντιμετώπιση της κλιματικής αλλαγής. Συνεπώς, είναι σημαντικό να σημειωθεί ότι τα ευρήματα της έρευνας δεν είναι αντιπροσωπευτικά για το σύνολο των ελληνικών επιχειρήσεων, αλλά αφορούν εκείνες που έχουν ήδη ξεκινήσει το «ταξίδι» τους για την αντιμετώπιση της κλιματικής αλλαγής.

Σύμφωνα με την έρευνα, οι ελληνικές επιχειρήσεις φαίνεται να αισθάνονται λιγότερο εκτεθειμένες στους κινδύνους της κλιματικής αλλαγής σε σχέση με τις επιχειρήσεις παγκοσμίως, με τους φυσικούς κινδύνους να απασχολούν μόνο μία στις δύο (53%), έναντι 83% στον υπόλοιπο κόσμο. Αυτό αποτελεί μια παράδοξη διαπίστωση, δεδομένου του βαθμού έκθεσης της χώρας μας σε χρόνια (π.χ. ξηρασία), αλλά και ακραία καιρικά φαινόμενα, που κάνουν

την εμφάνισή τους ολοένα και πιο συχνά και αισθητά τα τελευταία έτη. Η κλιματική αλλαγή είναι υπόθεση όλων. Ο μετριασμός της εναπόκειται σε μία συστημική προσέγγιση που μας αφορά όλους - τις κυβερνήσεις, την κοινωνία των πολιτών, τον κάθε έναν ξεχωριστά - ωστόσο, ο ιδιωτικός τομέας καλείται να παίξει έναν εξίσου σημαντικό ρόλο. Οι επιχειρήσεις, στη μεγάλη τους πλειοψηφία, έχουν αποδεχτεί αυτό το γεγονός. Η παγκόσμια έρευνα της EY, μεταξύ περισσότερων από 500 επιχειρήσεων, διαπιστώνει ότι εννέα στις δέκα (93%) έχουν αναλάβει δημόσιες δεσμεύσεις για το κλίμα. Παρόλα αυτά, με τον σημερινό ρυθμό προόδου, ο περιορισμός των εκπομπών άνθρακα που απαιτείται δεν πρόκειται να επιτευχθεί.

Οι επιχειρήσεις που αναλαμβάνουν αποφασιστική δράση για το κλίμα, δε δημιουργούν απλώς ευρύτερη αξία για τον πλανήτη και μία ευρεία ομάδα ενδιαφερόμενων μερών - την κοινωνία, τους πελάτες, και τους εργαζόμενους, μεταξύ άλλων - αλλά προσθέτουν, παράλληλα, και χρηματοοικονομική αξία για τις ίδιες, ενισχύοντας τα έσοδα ή τα κέρδη τους. Στην EY, αυτό το ονομάζουμε βιώσιμη ανάπτυξη με γνώμονα τη δημιουργία ευρύτερης αξίας (value-led sustainability). 45% των επιχειρήσεων στην Ελλάδα, και 69% παγκοσμίως, αναφέρουν ότι έχουν αποκομίσει υψηλότερη χρηματοοικονομική αξία από τις πρωτοβουλίες τους για το κλίμα, σε σχέση με τις προσδοκίες τους (βλέπε Κεφάλαιο 2, σελ. 14).

45% των επιχειρήσεων στην Ελλάδα αναφέρουν ότι έχουν αποκομίσει υψηλότερη χρηματοοικονομική αξία από τις πρωτοβουλίες τους για το κλίμα, σε σχέση με τις προσδοκίες τους

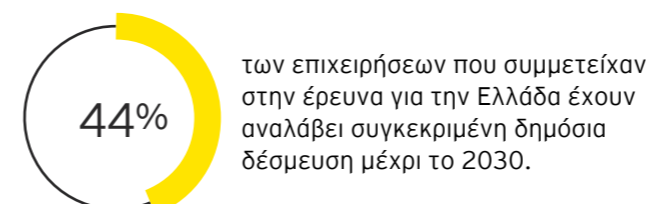
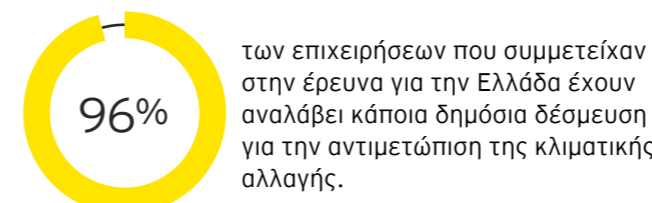
Η διαπίστωση αυτή θέτει υπό αμφισβήτηση την αντίληψη ότι οι θετικές επιπτώσεις των δράσεων για το κλίμα αποτυπώνονται κυρίως στους μη χρηματοοικονομικούς δείκτες. Αντίθετα, για ένα υποσύνολο των επιχειρήσεων που προχωρούν σε πιο τολμηρά βήματα, οι ολοκληρωμένες δράσεις για το κλίμα συνέβαλαν στη δημιουργία αξίας για τους πελάτες (βελτιώνοντας τις αντιλήψεις τους για το brand ή και την αγοραστική συμπεριφορά τους), αλλά και για τους εργαζόμενους (συμβάλλοντας στην προσέλκυση και τη διατήρηση προσωπικού), οδηγώντας, τελικά, στην ενίσχυση της συνολικής χρηματοοικονομικής αξίας. Σε παγκόσμιο επίπεδο, αυτές οι επιχειρήσεις «πρωτοπόροι» (pacesetters) δεν έχουν μόνο επιτύχει μεγαλύτερες μειώσεις εκπομπών άνθρακα σε σχέση με αυτές που υστερούν ως προς τις δράσεις που αναλαμβάνουν, δηλαδή τους «παρατηρητές» (observers), αλλά είναι 2,4 φορές πιο πιθανό να αναφέρουν σημαντικά υψηλότερη από την αναμενόμενη χρηματοοικονομική αξία, ως αποτέλεσμα των πρωτοβουλιών τους για το κλίμα.

Οι επιχειρήσεις προχωρούν σε δράσεις για την κλιματική

αλλαγή, αλλά όχι με τον απαιτούμενο ρυθμό. Αυτές που αναλαμβάνουν περισσότερες δράσεις και πρωτοβουλίες δημιουργούν μεγαλύτερη αξία.

1. Οι επιχειρήσεις μειώνουν τις εκπομπές άνθρακα, αλλά πολύ αργά και όχι αρκετά

- ▶ Το 96% των επιχειρήσεων που συμμετείχαν στην έρευνα για την Ελλάδα έχουν αναλάβει κάποια δημόσια δέσμευση για την αντιμετώπιση της κλιματικής αλλαγής.
- ▶ Μέχρι στιγμής, έχουν επιτύχει μείωση των εκπομπών άνθρακα κατά 18%, σε σχέση με το έτος βάσης. Για να περιοριστεί η αύξηση της θερμοκρασίας του πλανήτη σε σχέση με την προβιομηχανική εποχή κάτω από το όριο των 1,5°C, απαιτείται μείωση των εκπομπών κατά 45% έως το 2030.
- ▶ Ωστόσο, οι δεσμεύσεις των ελληνικών επιχειρήσεων υπολείπονται αυτού του στόχου: μόνο το 44% έχουν αναλάβει συγκεκριμένη δημόσια δέσμευση μέχρι το 2030, ενώ μόλις μία στις τρεις επιχειρήσεις (34%) σχεδιάζει να μειώσει τις εκπομπές κατά 45% ή περισσότερο, σε κάποια χρονική στιγμή στο μέλλον.



2. Οι πολιτικές βιώσιμης ανάπτυξης που χαράσσονται με γνώμονα τη δημιουργία ευρύτερης αξίας (για τον πλανήτη, την κοινωνία, τους εργαζόμενους, τους πελάτες), αποφέρουν χρηματοοικονομικά οφέλη

- ▶ Οι στόχοι της προστασίας του πλανήτη από την κλιματική αλλαγή είναι συμβατοί με τη δημιουργία χρηματοοικονομικής αξίας.
- ▶ Το 45% των ερωτηθέντων έχουν επιτύχει υψηλότερη από την αναμενόμενη χρηματοοικονομική αξία, ως αποτέλεσμα των δράσεών τους για την κλιματική αλλαγή.
- ▶ Μια ολιστική προσέγγιση της βιώσιμης ανάπτυξης που συνυπολογίζει τα χρηματοοικονομικά οφέλη, καθώς και τα οφέλη για τους εργαζόμενους και τους πελάτες, τείνει να προσθέτει περισσότερη αξία για τον πλανήτη.

3. Οι επιχειρήσεις που πρωτοπορούν πετυχαίνουν υψηλότερες αποδόσεις

- ▶ Οι περισσότερες επιχειρήσεις βρίσκονται ακόμη στα πρώτα στάδια της μετάβασης από τις δημόσιες δεσμεύσεις σε συγκεκριμένες δράσεις, με τη μεγαλύτερη πρόοδο να καταγράφεται στα θέματα μετρήσεων των εκπομπών, καθώς και της διακυβέρνησης σχετικά με το κλίμα.
- ▶ Οι εταιρείες που πρωτοπορούν στη δράση που

αναλαμβάνουν σε σχέση με την κλιματική αλλαγή, ακολουθούν μια ευρύτερη προσέγγιση. Είναι πιο πιθανό να έχουν πετύχει μεγαλύτερη μείωση των εκπομπών μέχρι σήμερα, αλλά και να αναφέρουν σημαντικά υψηλότερη δημιουργία χρηματοοικονομικής αξίας, σε σχέση με τις προσδοκίες τους.

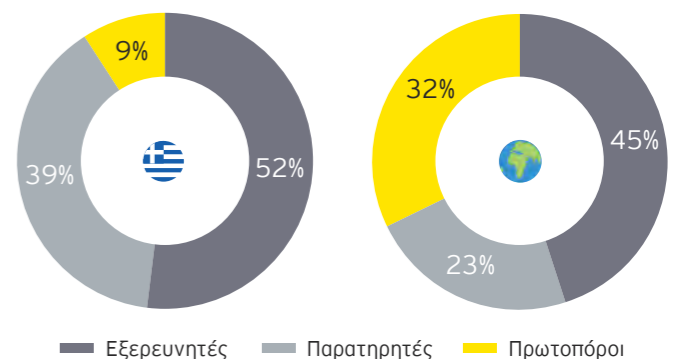
4. Τα επόμενα βήματα στη διαδρομή για τον μετριασμό της κλιματικής αλλαγής

- ▶ Οι επιχειρήσεις που υστερούν ως προς τις δράσεις για το κλίμα αντιμετωπίζουν έντονες δυσκολίες στην υλοποίησή τους.
- ▶ Οι πρωτοπόρες επιχειρήσεις θα πρέπει να βελτιώσουν τον συντονισμό και την εσωτερική συνεργασία.
- ▶ Οι μεγάλες ευκαιρίες για σημαντική πρόοδο στην κλιματική αλλαγή περιλαμβάνουν ευρύτερες συνεργασίες και επενδύσεις στο ανθρώπινο κεφάλαιο.

Σύμφωνα με την πρόοδο σε δράσεις για την κλιματική αλλαγή, οι εταιρείες κατηγοριοποιούνται σε 3 ομάδες:

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 (βλέπε Κεφάλαιο 3, σελ. 18): Οι **πρωτοπόροι** έχουν ολοκληρώσει τις περισσότερες δράσεις για τον μετριασμό της κλιματικής αλλαγής, οι **εξερευνητές** βρίσκονται σε ένα ενδιάμεσο στάδιο ολοκλήρωσης των δράσεων και αποτελούν τη μεγαλύτερη ομάδα πληθυσμιακά, ενώ οι **παρατηρητές** θα πρέπει να εντείνουν τις προσπάθειές τους για να φτάσουν στο επιθυμητό αποτέλεσμα στο μέλλον.

Εάν εξετάσουμε, τις επιδόσεις των επιχειρήσεων που συμμετείχαν στην παγκόσμια έρευνα της EY, σε σχέση με εκείνες του ελληνικού δείγματος, η εικόνα φανερώνει ότι υπάρχουν αρκετά περιθώρια βελτίωσης. Σε διεθνές επίπεδο, λοιπόν, οι πρωτοπόροι ηγούνται δυναμικά των προσπαθειών, αποτελώντας το 32%, σε σχέση με μόλις το 9% των επιχειρήσεων που συμμετείχαν στην έρευνα στην Ελλάδα. Αντίστοιχα, στη χώρα μας ακολουθούν με 52% (45% παγκοσμίως) οι εξερευνητές, με το 39% (23% στο παγκόσμιο δείγμα) να βρίσκονται ακόμη στο στάδιο του παρατηρητή. Τα στοιχεία αυτά υποδηλώνουν ότι πρέπει να δοθεί ιδιαίτερη έμφαση στους εξερευνητές και τους παρατηρητές στη χώρα μας, ώστε να εντείνουν τις προσπάθειές τους και να βελτιώσουν τις επιδόσεις τους στις επιμέρους δράσεις που εξετάζει η έρευνα.



1

Οι επιχειρήσεις μειώνουν τις εκπομπές άνθρακα, αλλά πολύ αργά και όχι αρκετά

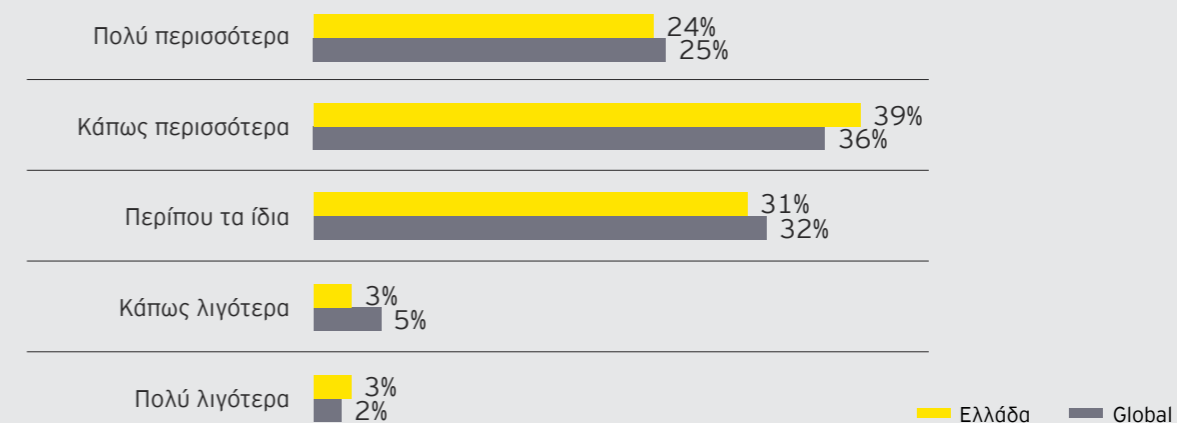


Οι επιχειρήσεις επενδύουν στην αντιμετώπιση της κλιματικής αλλαγής

Έξι στις δέκα επιχειρήσεις (63%) σχεδιάζουν να δαπανήσουν περισσότερα χρήματα τον επόμενο χρόνο για την αντιμετώπιση της κλιματικής αλλαγής σε σύγκριση

με φέτος, με μία στις τέσσερις (24%) να σχεδιάζει να δαπανήσει πολύ περισσότερα, ποσοστά συγκρίσιμα με αυτά του παγκόσμιου δείγματος.

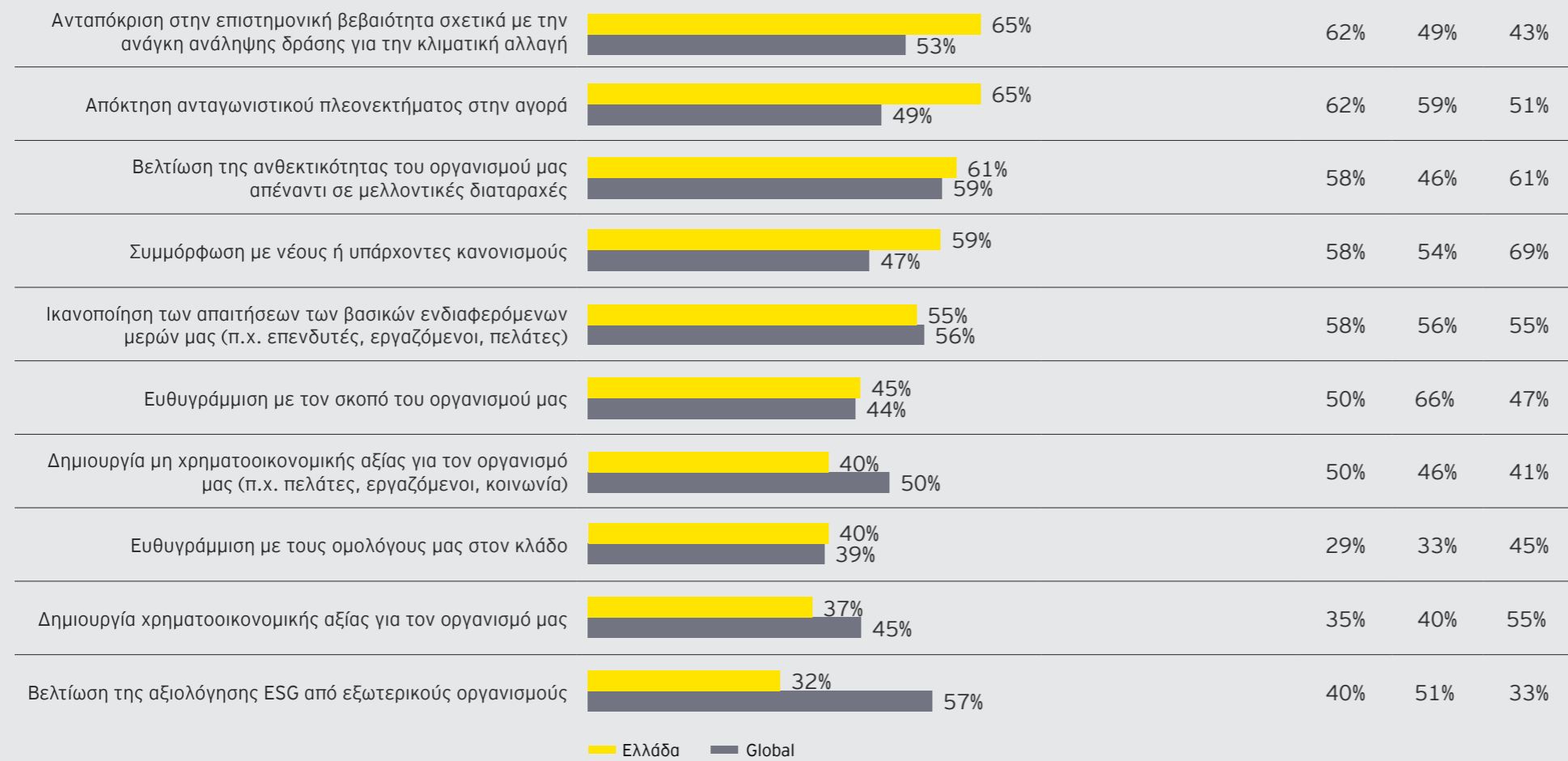
Πόσα χρήματα αναμένετε να δαπανήσει ο οργανισμός σας για την αντιμετώπιση της κλιματικής αλλαγής το επόμενο έτος σε σύγκριση με φέτος;



Οι δύο βασικότεροι παράγοντες που ωθούν τις ελληνικές επιχειρήσεις να επενδύσουν σε πρωτοβουλίες για την κλιματική αλλαγή διαφοροποιούνται σημαντικά έναντι της παγκόσμιας εμπειρίας. Η ανταπόκριση στην επιστημονική βεβαιότητα σχετικά με την ανάγκη ανάληψης δράσης για την κλιματική αλλαγή (65%, έναντι 53% παγκοσμίως, 62% στη Ρουμανία, 49% στην Πολωνία και 43% στην Τσεχία) και η απόκτηση ανταγωνιστικού πλεονεκτήματος στην αγορά (65%, έναντι 49% παγκοσμίως) αποτελούν τα βασικά κίνητρα για δύο στις τρεις επιχειρήσεις στην Ελλάδα. Η βελτίωση της ανθεκτικότητας του οργανισμού απέναντι σε μελλοντικές προκλήσεις λειτουργίας, η συμμόρφωση σε

νέους ή υπάρχοντες κανονισμούς, αλλά και η ικανοποίηση των απαιτήσεων των επενδυτών, των εργαζόμενων και των πελατών παίζουν, επίσης, καθοριστικό ρόλο. Αντίθετα, η βελτίωση της αξιολόγησης από εξωτερικούς οργανισμούς συυπολογίζεται από μόλις μία στις τρεις επιχειρήσεις (32%, έναντι 57% παγκοσμίως, 40% στη Ρουμανία, 51% στην Πολωνία και 33% στην Τσεχία). Συνολικά, η δημιουργία αξίας αποτελεί βασικό στοιχείο, καθώς σχεδόν όλες (99%) οι επιχειρήσεις εξετάζουν περισσότερες από μία μορφές αξίας (αξία για τον πλανήτη, αξία για τους πελάτες, χρηματοοικονομική αξία, κ.λπ.), κατά την αξιολόγηση των σχετικών επενδύσεων.

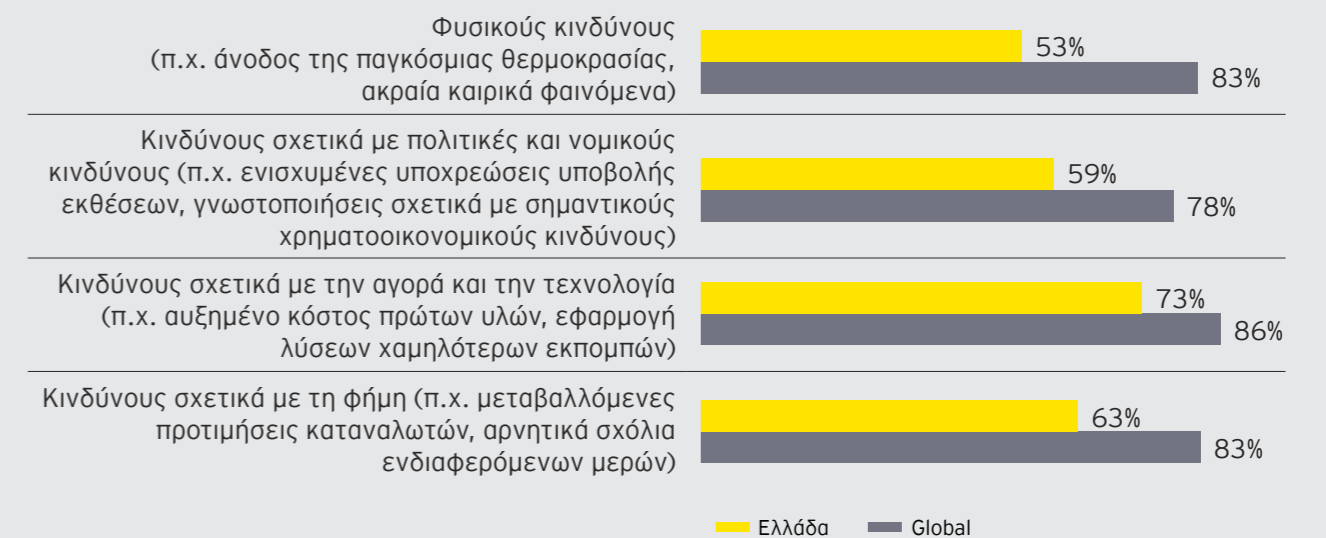
Ποιοι είναι οι σημαντικότεροι παράγοντες που παρακινούν τον οργανισμό σας να επενδύει σε πρωτοβουλίες για την κλιματική αλλαγή;
(Κατατάξετε τους κορυφαίους 5)



Οι ελληνικές επιχειρήσεις φαίνεται να αισθάνονται λιγότερο εκτεθειμένες στους κινδύνους της κλιματικής αλλαγής σε σχέση με τις επιχειρήσεις παγκοσμίως, και να τους αξιολογούν διαφορετικά. Ως σημαντικότερη απειλή, όπως και στον υπόλοιπο κόσμο, εκλαμβάνονται οι κίνδυνοι σχετικά με την αγορά και την τεχνολογία, όπως το αυξημένο κόστος πρώτων υλών και η εφαρμογή λύσεων για χαμηλότερες εκπομπές (73%, έναντι 86% παγκοσμίως).

Αντίθετα, οι φυσικοί κίνδυνοι, όπως η άνοδος της παγκόσμιας θερμοκρασίας και τα ακραία καιρικά φαινόμενα, απασχολούν μόνο μία στις δύο ελληνικές επιχειρήσεις (53%), έναντι 83% στον υπόλοιπο κόσμο, μια παράδοξη διαπίστωση, δεδομένου του βαθμού έκθεσης της χώρας μας στην κλιματική αλλαγή.

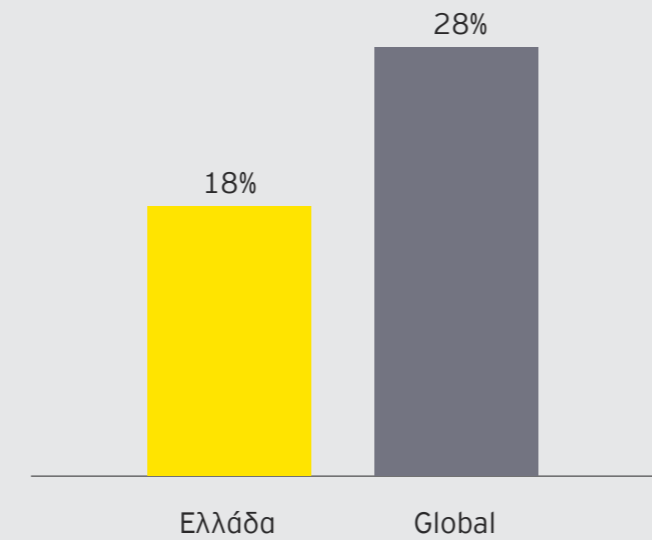
Πόσο εκτεθειμένος είναι ο οργανισμός σας σε καθέναν από τους ακόλουθους κινδύνους που σχετίζονται με το κλίμα;



Η μέχρι σήμερα πρόοδος, οι στόχοι και τα χρονοδιαγράμματα των επιχειρήσεων δεν επαρκούν για την επίτευξη του στόχου του 1,5°C

Σε ολόκληρο τον κόσμο η πρόοδος που έχουν επιτύχει οι επιχειρήσεις ως προς τη μείωση των εκπομπών αερίων του θερμοκηπίου δε δικαιολογεί αισιοδοξία ως προς την επίτευξη του στόχου του 1,5° C. Στην Ελλάδα, η εικόνα είναι ακόμη λιγότερο ενθαρρυντική, καθώς οι ελληνικές επιχειρήσεις έχουν πετύχει, μέχρι σήμερα, μείωση των εκπομπών κατά 18%, ως προς το έτος βάσης, έναντι 28% παγκοσμίως. Στις μειώσεις αυτές δεν περιλαμβάνονται οι αντισταθμίσεις άνθρακα.

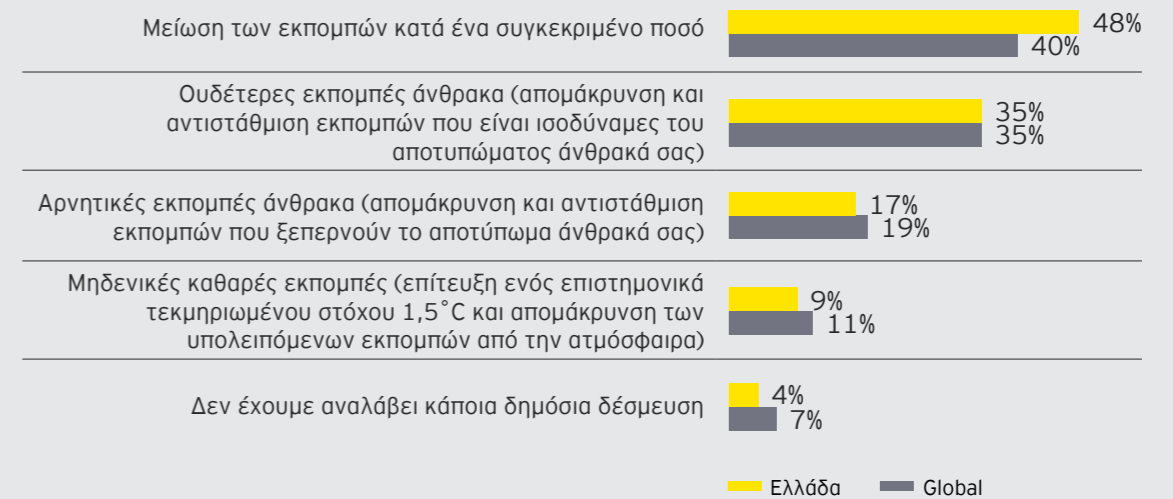
Πόσο έχει μειώσει ήδη ο οργανισμός σας τις απόλυτες εκπομπές αερίων του θερμοκηπίου σε σχέση με το έτος βάσης; Μη συμπεριλάβετε τις αντισταθμίσεις άνθρακα.



Παράλληλα, μόνο 17% των επιχειρήσεων (έναντι 19% παγκοσμίως) έχουν δεσμευτεί να πετύχουν αρνητικές εκπομπές άνθρακα (αφαίρεση και αντιστάθμιση των εκπομπών που ξεπερνούν το συνολικό αποτύπωμα άνθρακα της επιχείρησης), και μόλις 9% (έναντι 11% παγκοσμίως) να πετύχουν τον στόχο του net zero - μηδενικές καθαρές εκπομπές (επίτευξη του επιστημονικά τεκμηριωμένου στόχου 1,5°C και απομάκρυνση των υπολειπόμενων εκπομπών από την ατμόσφαιρα).

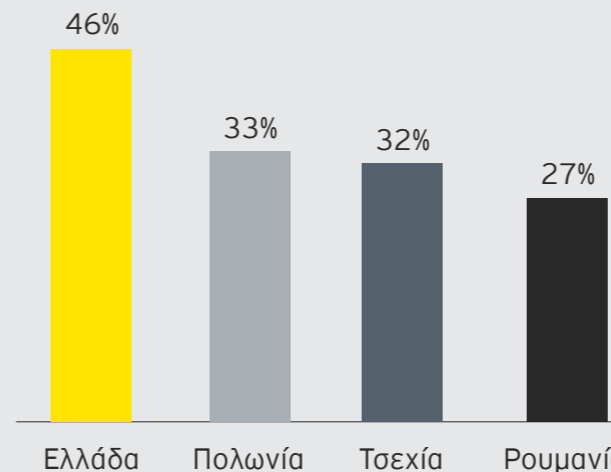
Οι δημόσιες δεσμεύσεις που έχουν αναλάβει οι περισσότερες επιχειρήσεις υπολείπονται του στόχου της μείωσης των εκπομπών κατά 45% έως το 2030, που απαιτείται για να περιοριστεί η αύξηση της θερμοκρασίας του πλανήτη σε σχέση με την προβιομηχανική εποχή, κάτω από το όριο του 1,5°C. Μόνο το 44% έχουν αναλάβει συγκεκριμένη δημόσια δέσμευση μέχρι το 2030, ενώ μόλις μία στις τρεις (34%) σχεδιάζει να μειώσει τις εκπομπές κατά 45% ή περισσότερο, σε κάποια χρονική στιγμή στο μέλλον.

Ποιες από τις ακόλουθες δεσμεύσεις, εάν υπάρχουν, έχει αναλάβει δημοσίως ο οργανισμός σας για την αντιμετώπιση της κλιματικής αλλαγής; (Επιλέξτε όλα όσα ισχύουν)



Σε σύγκριση με τις τρεις άλλες χώρες στις οποίες έτρεξε η έρευνα (Πολωνία, Ρουμανία, Τσεχία), η Ελλάδα έχει τη μεγαλύτερη ανάγκη μείωσης ώστε να επιτύχει μηδενικές εκπομπές άνθρακα (net zero). Για να πετύχουν αυτόν τον στόχο, οι ελληνικές επιχειρήσεις δηλώνουν ότι σκοπεύουν να μειώσουν τις εκπομπές άνθρακα κατά 46%, κατά μέσο όρο, σε σχέση με το έτος βάσης, έναντι 33% στην Πολωνία, 32% στην Τσεχία και 27% στη Ρουμανία.

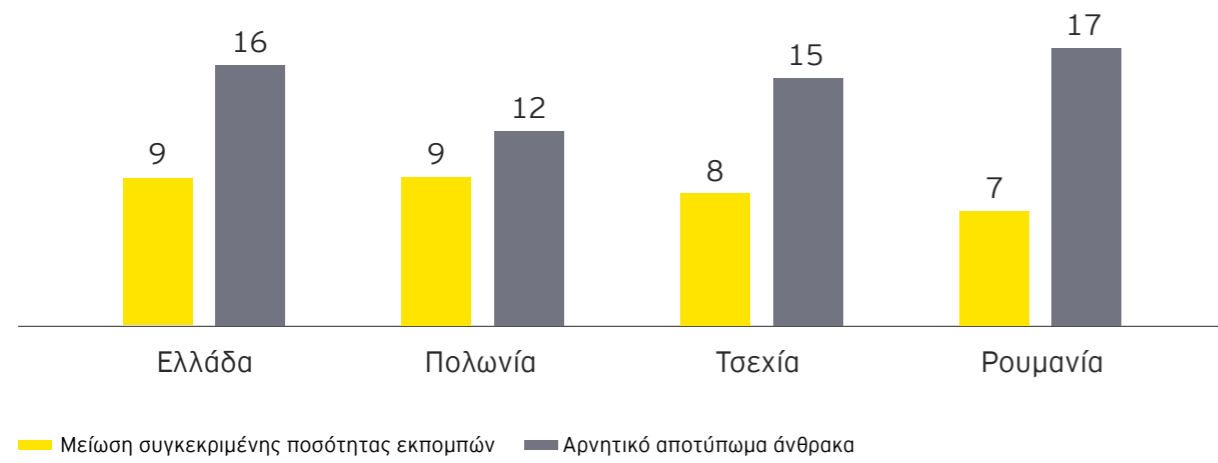
Ποσοστό μείωσης που απαιτείται για την επίτευξη μηδενικών εκπομπών άνθρακα



Μικρότερες είναι οι διαφοροποιήσεις ως προς τα σχετικά χρονοδιαγράμματα. Συγκεκριμένα, ως προς τη μείωση συγκεκριμένης ποσότητας εκπομπών, οι ελληνικές επιχειρήσεις εκτιμούν ότι θα χρειαστούν, κατά μέσο όρο, εννέα χρόνια, όπως και η Πολωνία, έναντι οκτώ ετών της

Τσεχίας και επτά της Ρουμανίας. Αντίστοιχα, αρνητικό αποτύπωμα άνθρακα, οι ελληνικές επιχειρήσεις εκτιμούν ότι θα επιτύχουν σε 16 χρόνια, έναντι 12 της Πολωνίας, 15 της Τσεχίας, και 17 της Ρουμανίας.

Μέσος προβλεπόμενος χρόνος σε έτη για να επιτευχθεί...



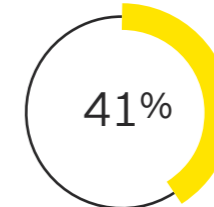
2

Οι πολιτικές βιώσιμης ανάπτυξης που χαράσσονται με γνώμονα τη δημιουργία ευρύτερης αξίας (για τον πλανήτη, την κοινωνία, τους εργαζόμενους, τους πελάτες) αποφέρουν χρηματοοικονομικά οφέλη

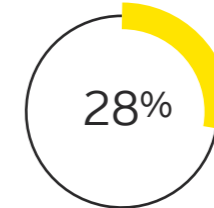


Οι πρωτοβουλίες βιώσιμης ανάπτυξης αποδίδουν σημαντικά μεγαλύτερη αξία από την αναμενόμενη

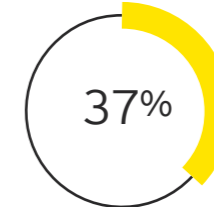
Όπως και στον υπόλοιπο κόσμο, οι επιχειρήσεις ανησυχούν ότι οι πρωτοβουλίες για την κλιματική αλλαγή θα επηρεάσουν αρνητικά τις χρηματοοικονομικές τους επιδόσεις (41%) ή θα μειώσουν την ικανότητά τους να ανταγωνίζονται στην αγορά βραχυπρόθεσμα (28%). Ωστόσο, 37% των ερωτηθέντων, κατά μέσο όρο, εκτιμούν ότι οι πρωτοβουλίες του οργανισμού τους για το κλίμα θα έχουν θετικό χρηματοοικονομικό αντίκτυπο, έναντι 18% όσων αναμένουν αρνητικό αντίκτυπο. Επιπλέον, στην πράξη, οι επενδύσεις των επιχειρήσεων για την αντιμετώπιση της κλιματικής αλλαγής φαίνεται να αποδίδουν μεγαλύτερη αξία σε σχέση με την αναμενόμενη, ως προς μία σειρά από διαφορετικές παραμέτρους, όπως αξία για την κοινωνία (59%), τον πλανήτη (56%), αλλά και χρηματοοικονομική αξία (45%). Ωστόσο, τα ποσοστά αυτά είναι αισθητά χαμηλότερα από αυτά του παγκόσμιου δείγματος, που κυμαίνονται μεταξύ 65% και 71%.



ανησυχούν ότι οι πρωτοβουλίες για την κλιματική αλλαγή θα επηρεάσουν αρνητικά τις χρηματοοικονομικές τους επιδόσεις

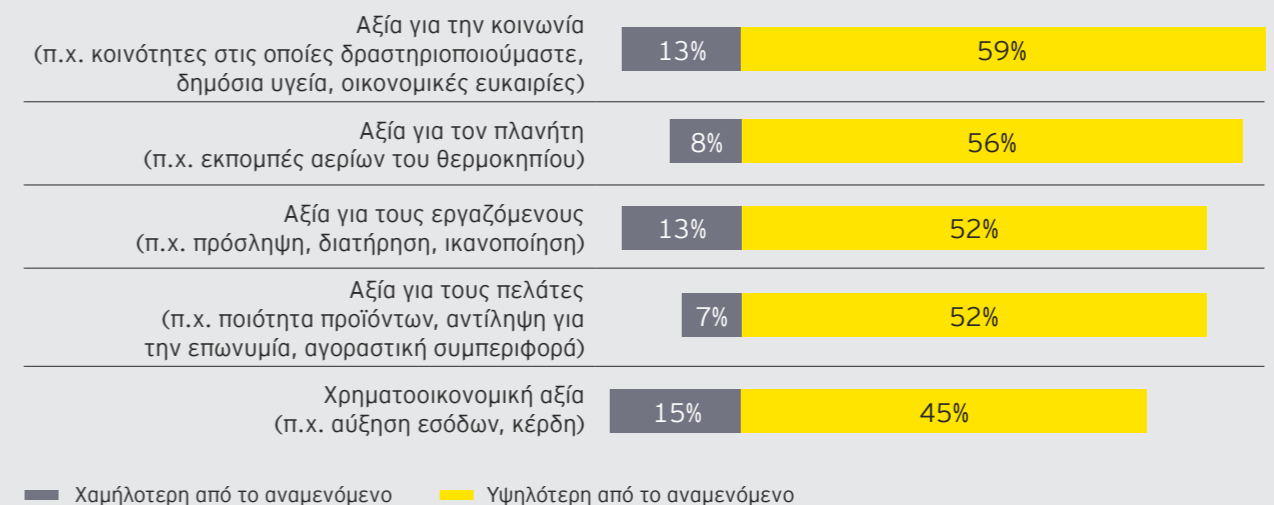


ανησυχούν ότι οι πρωτοβουλίες για την κλιματική αλλαγή θα μειώσουν την ικανότητά τους να ανταγωνίζονται στην αγορά βραχυπρόθεσμα



εκτιμούν ότι οι πρωτοβουλίες του οργανισμού τους για το κλίμα θα έχουν θετικό χρηματοοικονομικό αντίκτυπο

Ποια είναι η αξία που έχει αποκομίσει ο οργανισμός σας από τις πρωτοβουλίες για την κλιματική αλλαγή, σε σύγκριση με τις αρχικές προσδοκίες, στους ακόλουθους τομείς;

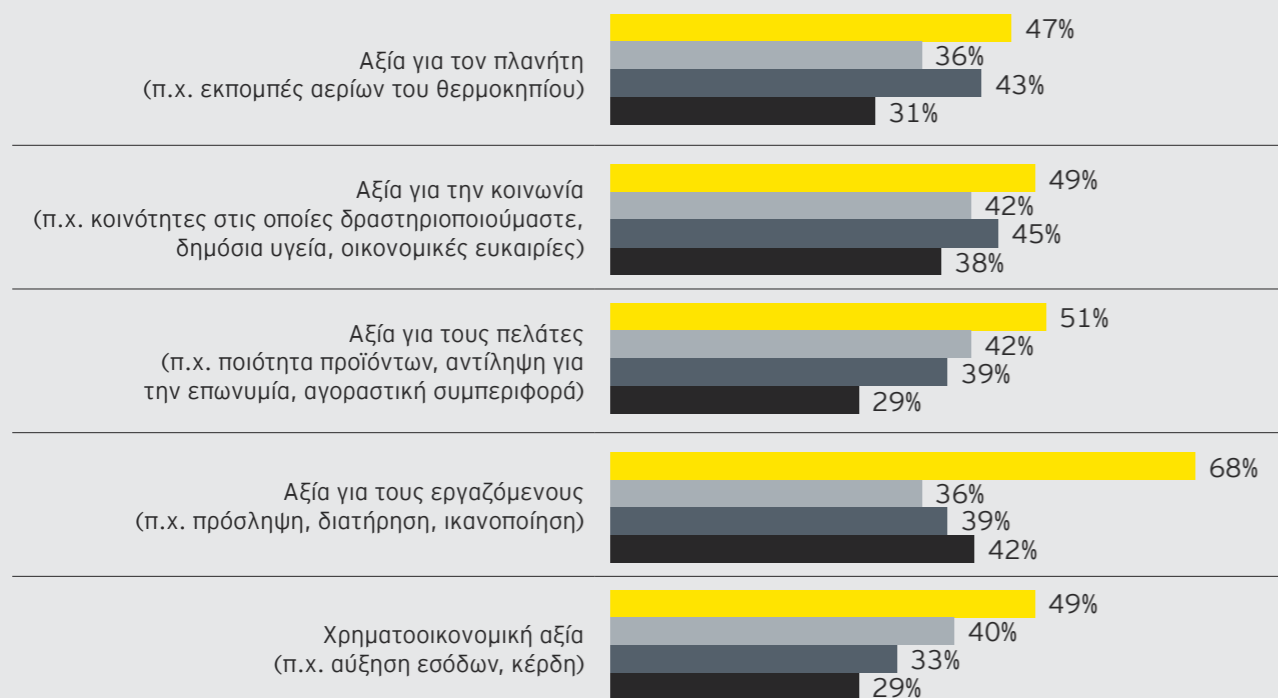




Η απόκλιση αυτή, μεταξύ των ευρημάτων στην Ελλάδα και παγκοσμίως, ενδέχεται, να οφείλεται και στη δυσκολία που αντιμετωπίζουν οι ελληνικές επιχειρήσεις στη μέτρηση της αξίας που δημιουργούν. Σε ερώτηση σχετικά με τον βαθμό δυσκολίας, 49% των ελληνικών επιχειρήσεων, έναντι 65% των επιχειρήσεων παγκοσμίως, αναφέρουν ότι θεωρούν εύκολη ή πολύ εύκολη τη μέτρηση της χρηματοοικονομικής αξίας. Το ίδιο ισχύει για την αξία για τους πελάτες (51%

έναντι 65%), την κοινωνία (49% έναντι 67%) και τον πλανήτη (47% έναντι 65%). Ωστόσο, οι υπό σύγκριση χώρες εμφανίζονται να αντιμετωπίζουν ακόμη μεγαλύτερα προβλήματα στη μέτρηση της αξίας. Η αξία που αποκομίζουν οι επιχειρήσεις θα πρέπει να λειτουργήσει ως κίνητρο για όσες βρίσκονται στα πρώτα βήματα της διαδρομής προς τη βιώσιμη ανάπτυξη, προκειμένου να αυξήσουν τις επενδύσεις τους.

Πόσο εύκολο ή δύσκολο είναι για τον οργανισμό σας να μετρήσει τους ακόλουθους τύπους αξίας, που σχετίζονται με τις πρωτοβουλίες σας για την κλιματική αλλαγή;



■ Ελλάδα ■ Πολωνία ■ Τσεχία ■ Ρουμανία

Η δημιουργία χρηματοοικονομικής αξίας και αξίας για τον πλανήτη δεν αποτελούν ασύμβατους στόχους

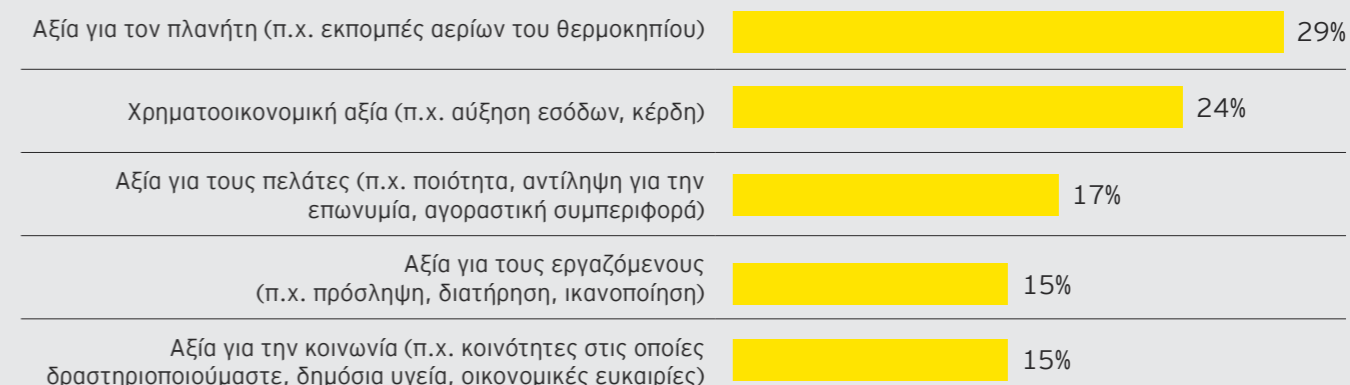
Όπως και στον υπόλοιπο κόσμο, οι ελληνικές επιχειρήσεις φαίνεται να συνεκτιμούν μια σειρά από παράγοντες όταν λαμβάνουν αποφάσεις για επενδύσεις σε δράσεις για την κλιματική αλλαγή. Ωστόσο, αντίθετα με το παγκόσμιο δείγμα, όπου η δημιουργία αξίας για τον πλανήτη κατατάσσεται στην πέμπτη θέση με 15%, οι επιχειρήσεις στην Ελλάδα κατατάσσουν τον παράγοντα αυτόν στην πρώτη θέση (29%), πάνω από τη δημιουργία χρηματοοικονομικής αξίας (24%). Παράγοντες όπως η δημιουργία αξίας για τους πελάτες (17%), τους εργαζόμενους (15%) και την κοινωνία (15%) λαμβάνονται, επίσης, υπόψη.

Οι διαφορετικοί τύποι αξίας συνδέονται στενά μεταξύ τους και λειτουργούν συμπληρωματικά και όχι ανταγωνιστικά. Για παράδειγμα, οι δράσεις για τη βιώσιμη ανάπτυξη

μπορούν να δημιουργήσουν ταυτόχρονα αξία για τους πελάτες και τους εργαζόμενους. Η αξία αυτή, με τη σειρά της, δημιουργεί θετικές αποδόσεις για την επιχείρηση, αλλά και τον πλανήτη.

Συγκεκριμένως τον αντίκτυπο των πρωτοβουλιών για το κλίμα σε διαφορετικές μορφές αξίας, μπορούν να δημιουργηθούν οφέλη για τις επιχειρήσεις, την κοινωνία και τον πλανήτη. Συνειδητοποιώντας τη σύνδεση αυτή μεταξύ χρηματοοικονομικών και άλλων τύπων αξίας, οι εταιρείες θα εξετάσουν, ενδεχομένως, πιο θετικά τον σχεδιασμό ολιστικών, φιλόδοξων στρατηγικών για το κλίμα. Ο μακροπρόθεσμος σχεδιασμός για τη βιώσιμη ανάπτυξη διευκολύνει τις επιχειρήσεις να παραμείνουν στην πορεία που έχουν χαράξει, αλλά και να εντοπίσουν νέες ευκαιρίες για να δημιουργήσουν αξία.

Κατατάξτε κάθε τύπο αξίας από την πιο σημαντική μέχρι τη λιγότερο σημαντική όταν αποφασίζετε αν θα επενδύσετε σε μια πρωτοβουλία για την κλιματική αλλαγή.



3

Όσο περισσότερο προχωρούν οι επιχειρήσεις στις δράσεις τους για το κλίμα, τόσο βελτιώνονται οι αποδόσεις τους



Πρωτοπόροι, εξερευνητές και 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:

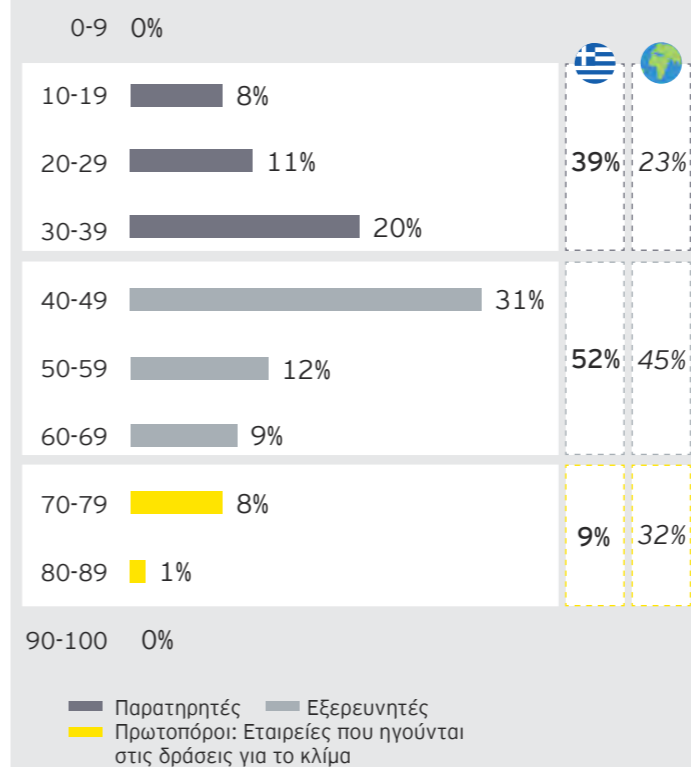
- Μέτρηση και υποβολή εκθέσεων
- Διακυβέρνηση και επίβλεψη
- Επιχειρησιακές λειτουργίες
- Πελάτες και παραγόμενα προϊόντα
- Προμηθευτές και τρίτα μέρη

Κάθε δράση αξιολογήθηκε με βάση τον βαθμό προόδου που έχει επιτευχθεί σε δεκαβάθμια κλίμακα, ως εξής:

- Ολοκληρωμένες δράσεις 10
- Δράσεις σε εξέλιξη 5
- Δράσεις σε φάση σχεδιασμού για τον επόμενο χρόνο 2
- Χωρίς σχέδια 0

Με βάση την αξιολόγηση αυτή, οι επιχειρήσεις έλαβαν βαθμολογία από 0 έως 100. Όσες έλαβαν έως 39 βαθμούς χαρακτηρίστηκαν ως παρατηρητές, όσοι έλαβαν μεταξύ 40 και 69 ως εξερευνητές και όσοι ξεπέρασαν τους 70 βαθμούς ως πρωτοπόροι.

Συνολική βαθμολογία

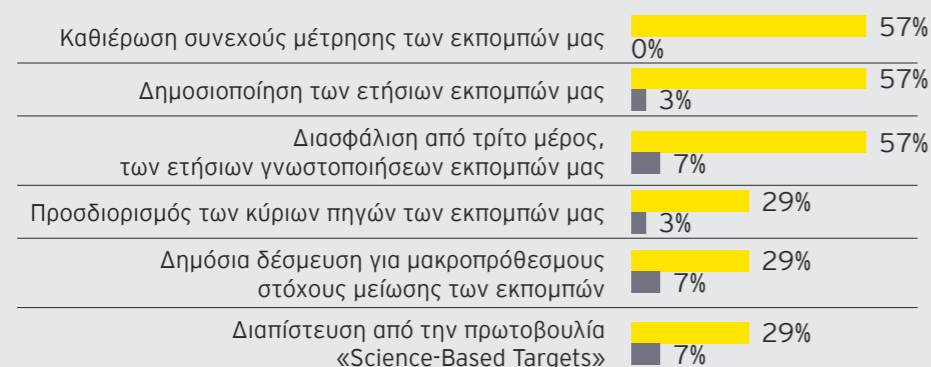


Εάν εξετάσουμε, ωστόσο, τις επιδόσεις των επιχειρήσεων που συμμετείχαν στην παγκόσμια έρευνα της ΕΥ, σε σχέση με εκείνες του ελληνικού δείγματος, η εικόνα φανερώνει ότι υπάρχει ακόμη αρκετός χώρος για βελτίωση. Σε διεθνές επίπεδο, οι πρωτοπόροι ηγούνται δυναμικά των προσπαθειών, έχοντας ολοκληρώσει 18 δράσεις κατά μέσο όρο, αποτελώντας το 32% των επιχειρήσεων που συμμετείχαν στο δείγμα. Ακολουθούν με 45% οι εξερευνητές, με το 23% να βρίσκονται ακόμη στο στάδιο του παρατηρητή.

Στη χώρα μας, αντίστοιχα, μόλις το 9% των επιχειρήσεων είναι πρωτοπόροι, γεγονός που υποδηλώνει ότι τα θέματα βιώσιμης ανάπτυξης βρίσκονται ακόμη σε ένα αρκετά πρώιμο στάδιο, συγκριτικά με το παγκόσμιο δείγμα. Ωστόσο, παρά την απόσταση μεταξύ των πρωτοπόρων του ελληνικού και του παγκόσμιου δείγματος, στην Ελλάδα, οι εξερευνητές συνθέτουν έναν αρκετά δυνατό μεσαίο χώρο καταλαμβάνοντας το 52%, με θετικές προοπτικές για το μέλλον. Παρόλα αυτά, οι παρατηρητές, οι οποίοι αποτελούν ένα σημαντικό 39%, παρουσιάζουν μεγάλα περιθώρια βελτίωσης και θα πρέπει να ενθαρρυνθούν ώστε να εντείνουν τις προσπάθειές τους και να βελτιώσουν τις επιδόσεις τους στις επιμέρους δράσεις που εξετάζει η έρευνα.

Οι συγκριτικές επιδόσεις των πρωτοπόρων και παρατηρητών στις 32 επιμέρους δράσεις

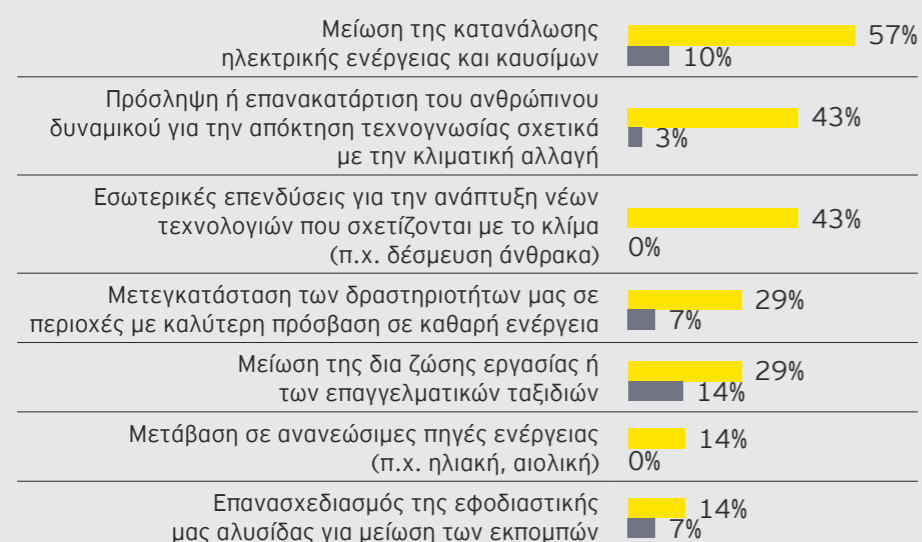
Μέτρηση και υποβολή εκθέσεων



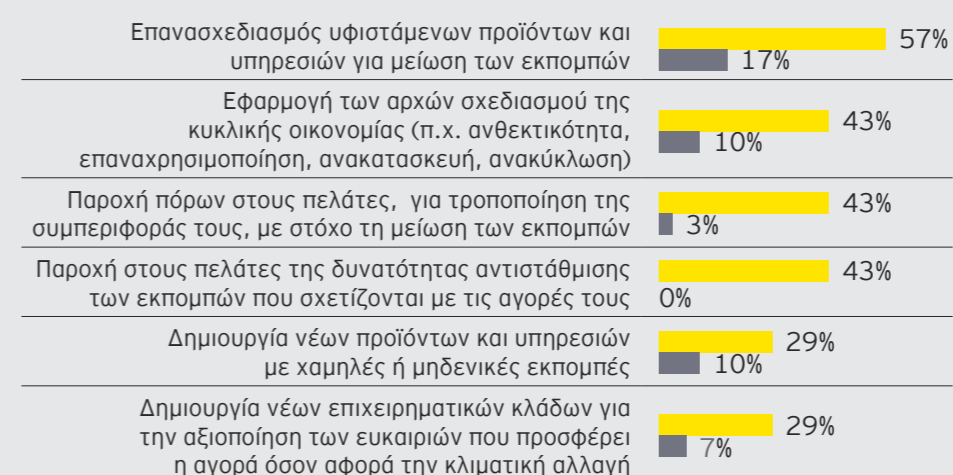
Διακυβέρνηση και επίβλεψη



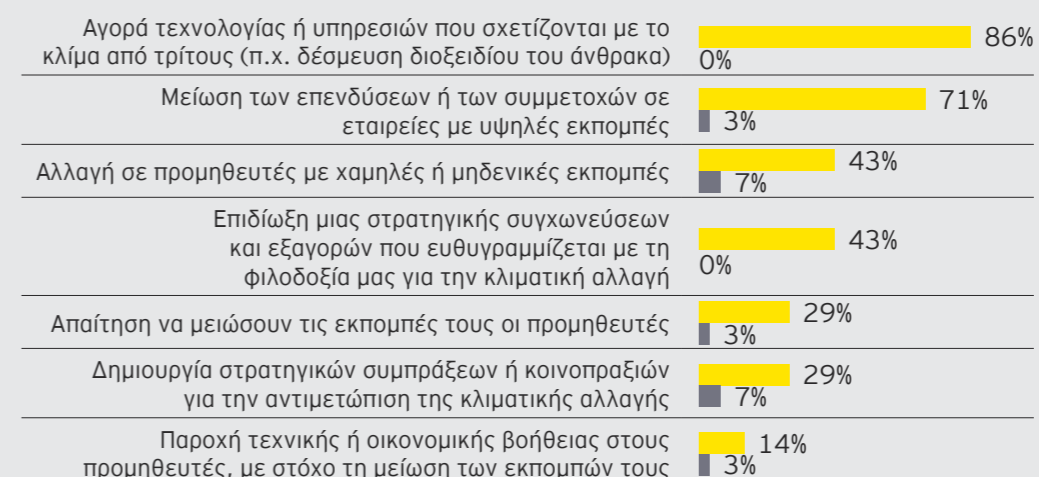
Δράσεις που σχετίζονται με τις επιχειρησιακές λειτουργίες



Πελάτες και παραγόμενα προϊόντα



Προμηθευτές και τρίτα μέρη



■ Πρωτοπόροι ■ Παρατηρητές

Οι περισσότερες επιχειρήσεις βρίσκονται στα πρώτα στάδια της μετατροπής των δεσμεύσεων σε πράξη

Συνολικά, οι επιχειρήσεις του δείγματος έχουν εφαρμόσει/ υιοθετήσει, κατά μέσο όρο, πέντε από τις 32 δράσεις που μετρήθηκαν στην έρευνα. Ωστόσο, οι δράσεις που έχουν εφαρμόσει/υιοθετήσει οι περισσότερες επιχειρήσεις αφορούν, κυρίως, θέματα διακυβέρνησης ή μετρήσεις, δηλαδή αυτές που απαιτούν, συνήθως, μικρότερη οικονομική δαπάνη.

Δράσεις που έχουν πραγματοποιηθεί συχνότερα και λιγότερο συχνά:

Διακυβέρνηση και επίβλεψη

▶ Ανάθεση αρμοδιοτήτων εποπτείας της κλιματικής αλλαγής σε επιτροπή διοικητικού συμβουλίου

▶ Σύνδεση ενός σημαντικού μέρους της αμοιβής των διευθυντικών στελεχών με στόχους μείωσης των εκπομπών του οργανισμού

▶ Διεξαγωγή ετήσιων αναλύσεων κλιματικών σεναρίων, όπως η συμπλήρωση του TCFD (Συστάσεις της ομάδας εργασίας για τις χρηματοοικονομικές γνωστοποιήσεις που σχετίζονται με το κλίμα)

Μέτρηση και υποβολή εκθέσεων

▶ Προσδιορισμός των κύριων πηγών των εκπομπών του οργανισμού

Πελάτες και παραγόμενα προϊόντα

▶ Δημιουργία νέων προϊόντων και υπηρεσιών με χαμηλές ή μηδενικές εκπομπές

▶ Επανασχεδιασμός υφιστάμενων προϊόντων και υπηρεσιών για τη μείωση των εκπομπών

Επιχειρησιακές λειτουργίες

▶ Μείωση της κατανάλωσης ηλεκτρικής ενέργειας και καυσίμων

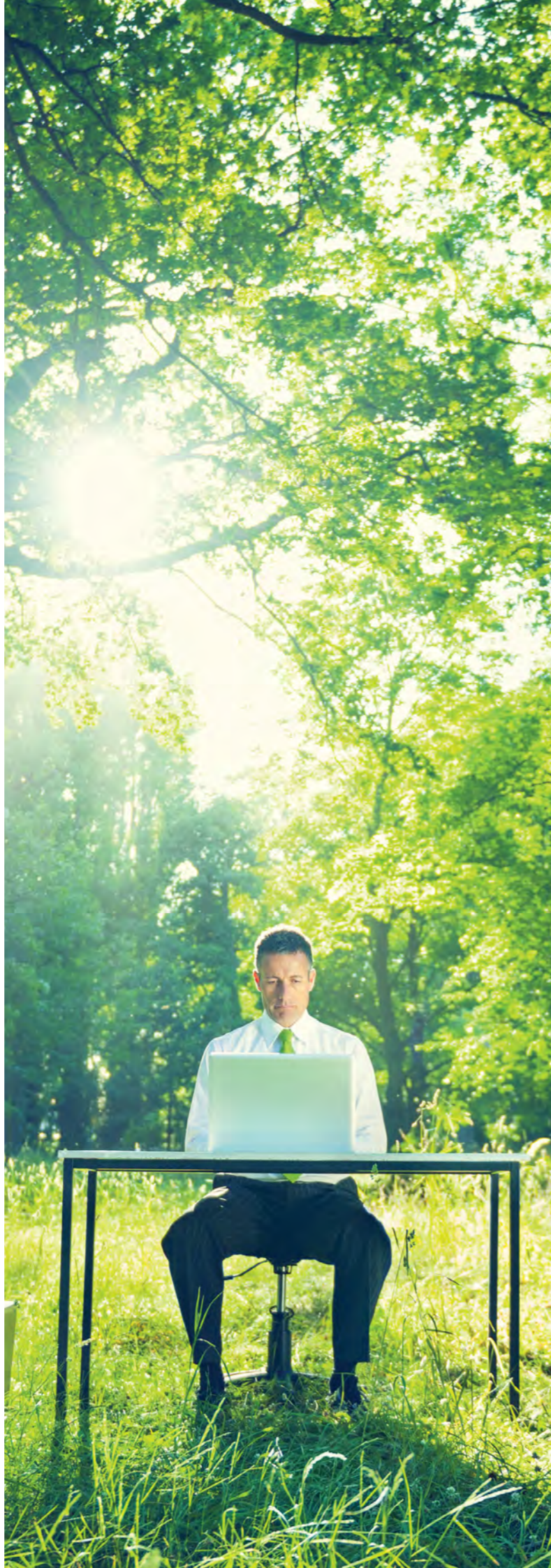
Προμηθευτές και τρίτα μέρη

▶ Δημιουργία στρατηγικών συνεργασιών ή κοινοπραξιών για την αντιμετώπιση της κλιματικής αλλαγής

▶ Παροχή τεχνικής ή οικονομικής βοήθειας σε προμηθευτές, με στόχο τη μείωση των εκπομπών τους

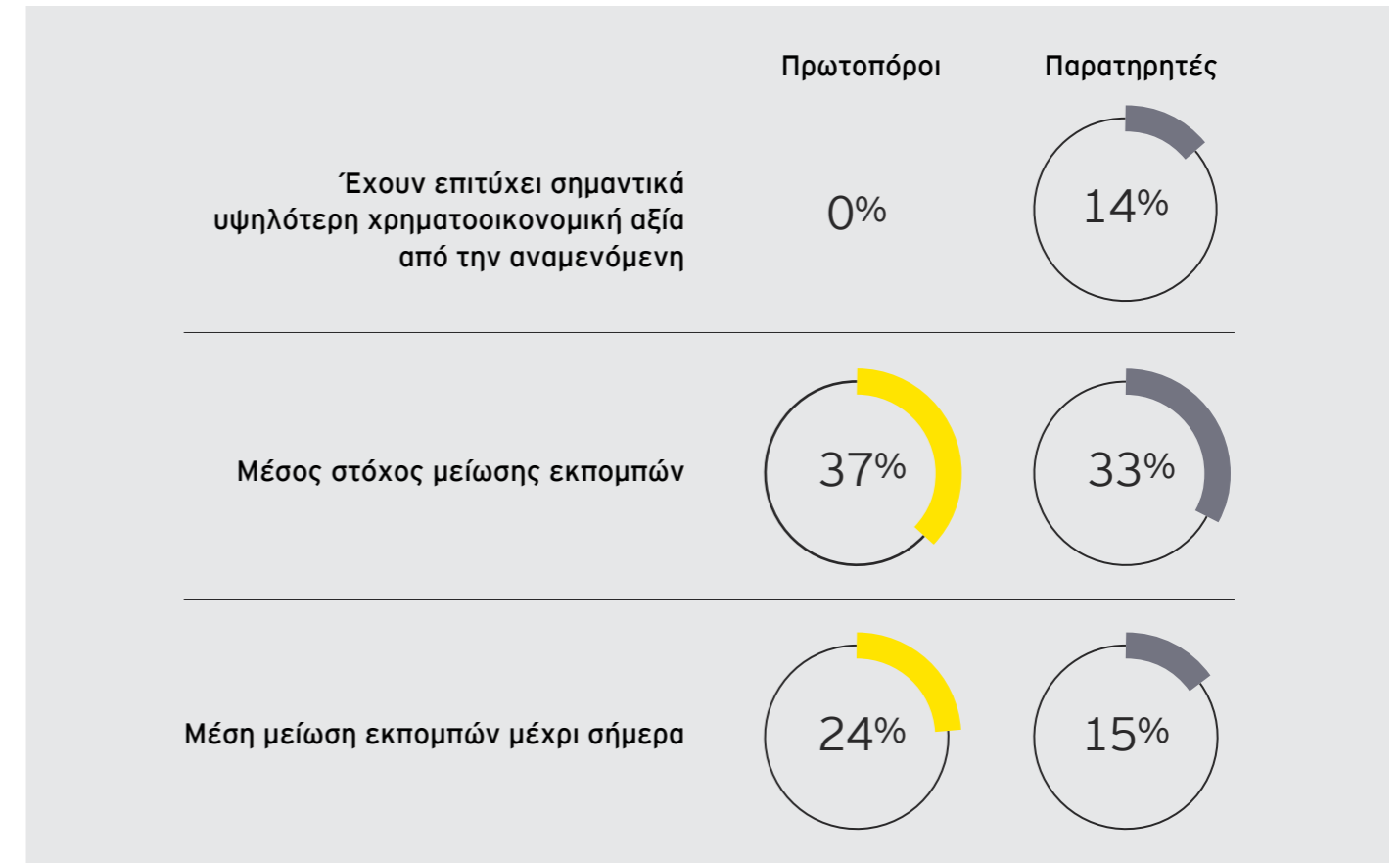
▶ Επιδίωξη μίας στρατηγικής συγχωνεύσεων & εξαγορών, που ευθυγραμμίζονται με τη φιλοδοξία του οργανισμού για την αντιμετώπιση της κλιματικής αλλαγής

■ Δράσεις που ολοκληρώθηκαν συχνότερα
■ Δράσεις που ολοκληρώθηκαν λιγότερο συχνά



Οι επιχειρήσεις που πρωτοπορούν ως προς τις δράσεις δημιουργούν μεγαλύτερη αξία

Οι πρωτοπόροι έχουν ολοκληρώσει κατά μέσο όρο 14 δράσεις, ενώ ακόμη 15 βρίσκονται σε εξέλιξη. Αντίθετα, οι εξερευνητές έχουν ολοκληρώσει κατά μέσο όρο πέντε δράσεις, ενώ οι παρατηρητές δύο.



Οι επιχειρήσεις που πρωτοπορούν, υιοθετούν μία ολιστική προσέγγιση

Οι δράσεις που προωθούν οι πρωτοπόροι καλύπτουν το σύνολο των πέντε κατηγοριών, υποδηλώνοντας μία πιο ολιστική προσέγγιση.



Για να ηγηθούν της ατζέντας της βιώσιμης ανάπτυξης και να δημιουργήσουν μεγαλύτερη αξία για τις ίδιες, την κοινωνία και τον πλανήτη, οι επιχειρήσεις πρέπει να εξετάσουν μία προσέγγιση μετασχηματισμού σε όλο το εύρος του οργανισμού.

4

Τα επόμενα βήματα στη διαδρομή για τον μετριασμό της κλιματικής αλλαγής

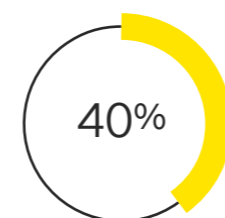
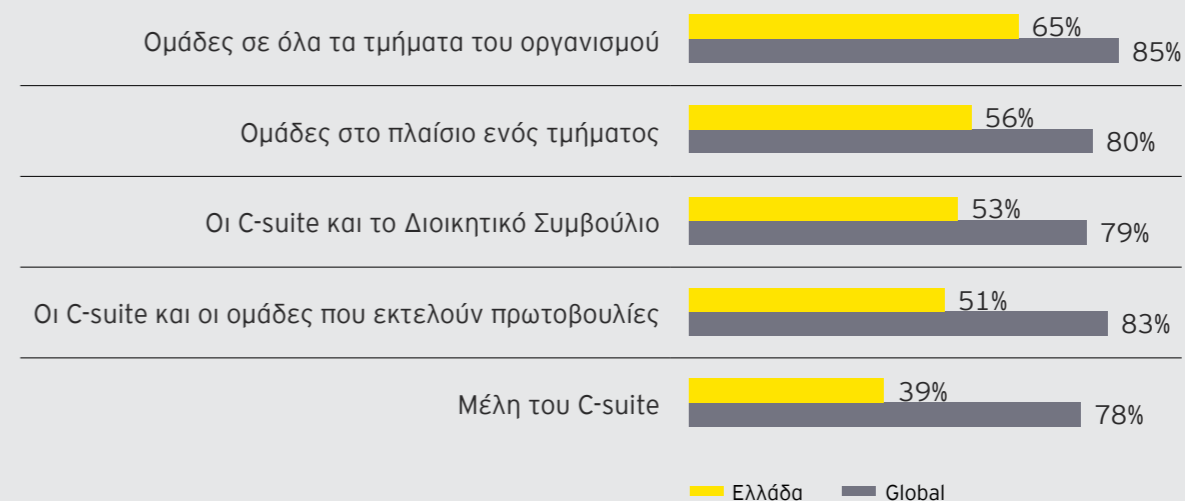


Ζητήματα εσωτερικής συνεργασίας και εξωτερικά εμπόδια δυσχεραίνουν την περαιτέρω δράση

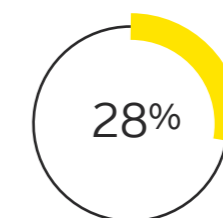
Οι ερωτηθέντες πιστεύουν ότι η έλλειψη συνεργασίας μεταξύ διαφορετικών ομάδων του οργανισμού επηρεάζει αρνητικά την ικανότητα ανάληψης αποτελεσματικής δράσης. Ωστόσο, φαίνεται να θεωρούν την ανάγκη βελτίωσης της συνεργασίας ως λιγότερο επιτακτική, σε σχέση με το παγκόσμιο δείγμα. Συγκεκριμένα, θεωρούν σχετικά ή πολύ σημαντική τη βελτίωση της συνεργασίας

μεταξύ ομάδων σε διαφορετικά τμήματα του οργανισμού (65%, έναντι 85% παγκοσμίως), εντός συγκεκριμένων τμημάτων (56%, έναντι 80%), μεταξύ των C-suite και του Διοικητικού Συμβουλίου (53%, έναντι 79%), αλλά και μεταξύ C-suite και των ομάδων που υλοποιούν τις πρωτοβουλίες (51% έναντι 83%). Ως χαμηλότερη προτεραιότητα αντιμετωπίζεται η καλύτερη συνεργασία μεταξύ των μελών του C-suite (39%, έναντι 78% παγκοσμίως).

Κατά πόσο πρέπει να βελτιωθεί η συνεργασία μεταξύ των ακόλουθων ομάδων για να μπορέσει ο οργανισμός σας να υλοποιήσει αποτελεσματικά την ατζέντα του για το κλίμα;



των ερωτηθέντων αναφέρουν ότι τα μέλη του διοικητικού συμβουλίου και η διοίκηση διαφωνούν σχετικά με το ποια είναι τα πιο σημαντικά κριτήρια κατά την αξιολόγηση των πρωτοβουλιών.



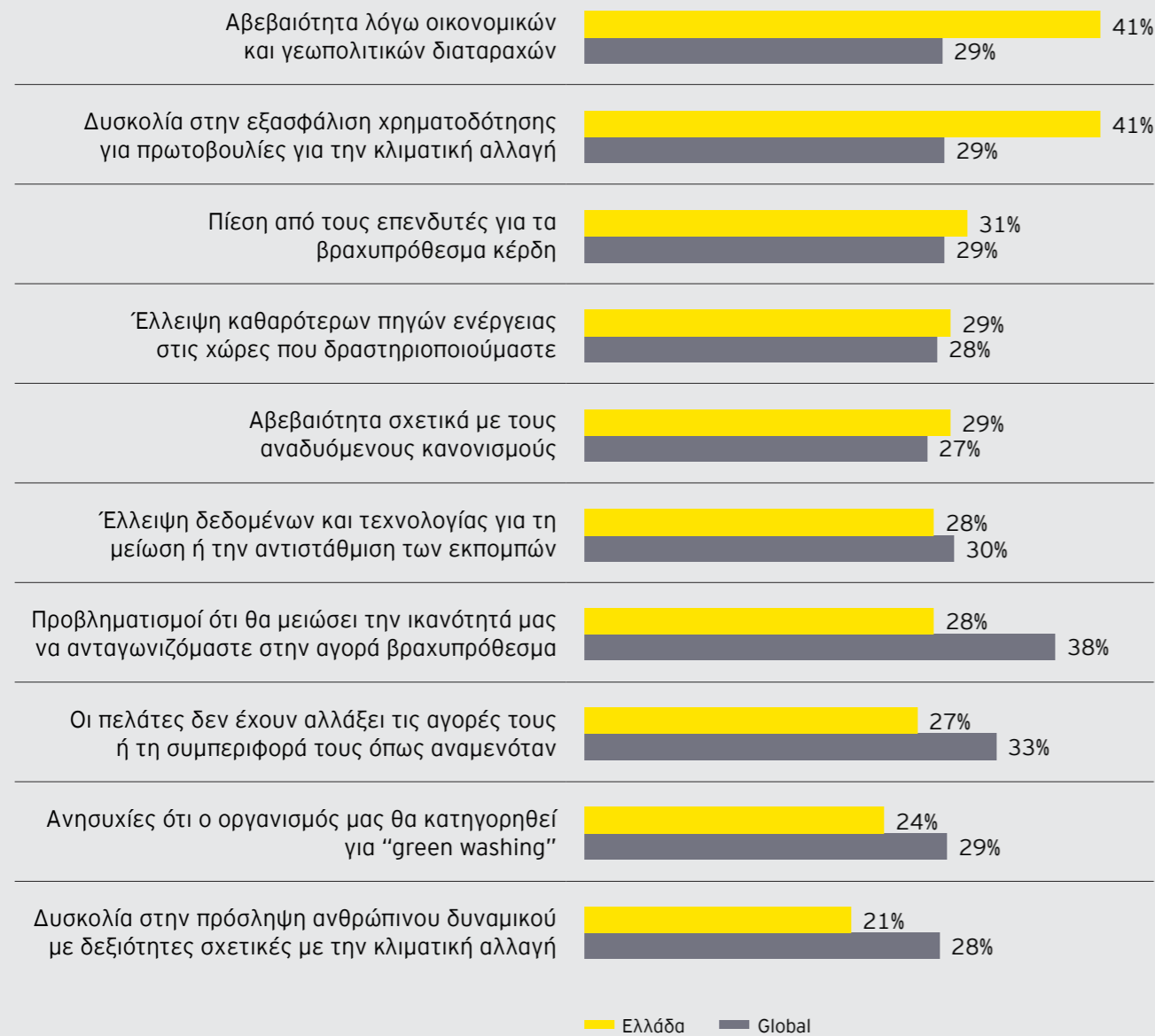
θεωρούν ότι η συμμετοχή πολλών διαφορετικών ομάδων στις δράσεις καθιστά πιο δύσκολη την επίτευξη προόδου.

Οι οργανισμοί βρίσκονται αντιμέτωποι με πολλά εξωτερικά εμπόδια για την υλοποίηση δράσεων για την κλιματική αλλαγή. Οι ελληνικές επιχειρήσεις αναφέρουν ως κυριότερα, την αβεβαιότητα που δημιουργούν οι οικονομικές και γεωπολιτικές διαταραχές (41%, έναντι 29% παγκοσμίως), καθώς και τη δυσκολία εξασφάλισης χρηματοδότησης για τέτοιες πρωτοβουλίες (41%, έναντι 29% παγκοσμίως). Για τις επιχειρήσεις παγκοσμίως, σημαντικά εμπόδια θεωρούνται και οι προβληματισμοί που διατυπώνονται για τις επιπτώσεις των δράσεων στη βραχυπρόθεσμη

ανταγωνιστικότητα της επιχείρησης (38% παγκοσμίως, έναντι 28% στο ελληνικό δείγμα), αλλά και το γεγονός ότι οι πελάτες δεν έχουν αλλάξει τις αγορές ή την αγοραστική τους συμπεριφορά στον βαθμό που αναμενόταν (33% παγκοσμίως, έναντι 27% στην Ελλάδα).

Τα εμπόδια αυτά, ενδέχεται να δημιουργήσουν μία κουλτούρα που θα ενθαρρύνει τις δεσμεύσεις, αλλά όχι και τη δράση για την αντιμετώπιση της κλιματικής αλλαγής.

Ποια είναι τα μεγαλύτερα εμπόδια που αντιμετωπίζει ο οργανισμός σας σε εξωτερικό επίπεδο στο να κάνει περισσότερα για την αντιμετώπιση της κλιματικής αλλαγής; (Επιλέξτε τα κορυφαία 3)

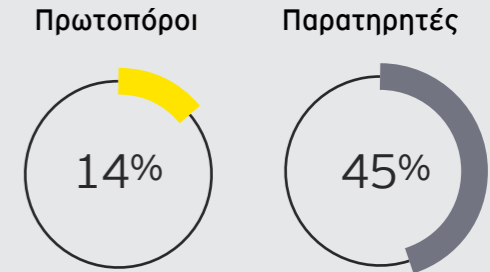


■ Ελλάδα ■ Global

Τα διαφορετικά εμπόδια που αντιμετωπίζουν οι επιχειρήσεις αναδεικνύουν την ύπαρξη μιας καμπύλης μάθησης γύρω από τη βιώσιμη ανάπτυξη

Οι επιχειρήσεις που αναλαμβάνουν λιγότερες δράσεις, δυσκολεύονται να υλοποιήσουν πρωτοβουλίες για το κλίμα.

Δηλώνουν ότι βελτιώσεις στο «πώς υλοποιούνται οι πρωτοβουλίες» θα επιταχύνουν τα σχέδια δράσης της επιχείρησης



Οι πρωτοπόροι αντιμετωπίζουν προκλήσεις ως προς τη συνεργασία και τον συντονισμό των δράσεων.

Συμφωνούν απόλυτα με τη διαπίστωση ότι έχουν πολλαπλές δράσεις για την κλιματική αλλαγή οι οποίες είναι ανταγωνιστικές μεταξύ τους, αντί για μία ενιαία προσέγγιση



Πιστεύουν ότι η συνεργασία εντός ομάδων πρέπει να βελτιωθεί σημαντικά



Οι πρωτοπόροι συμμετέχουν σε ένα ευρύτερο φάσμα στρατηγικών συνεργασιών

Μία στις τρεις πρωτοπόρες επιχειρήσεις (29%, έναντι 7% των παρατηρητών) έχει συνάψει στρατηγικές συνεργασίες ή κοινοπραξίες. Σε σχέση με τους παρατηρητές, είναι πιο πιθανό να έχει ήδη συνάψει συνεργασίες με:

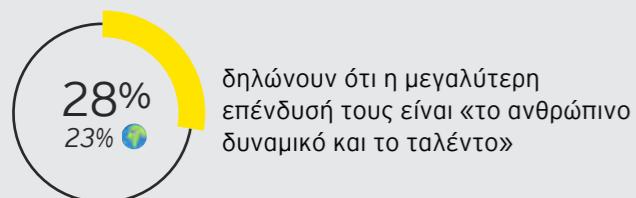
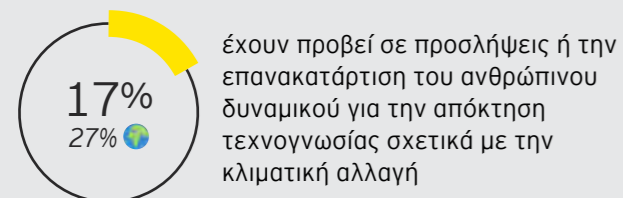
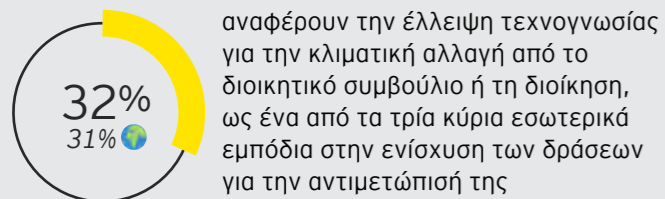
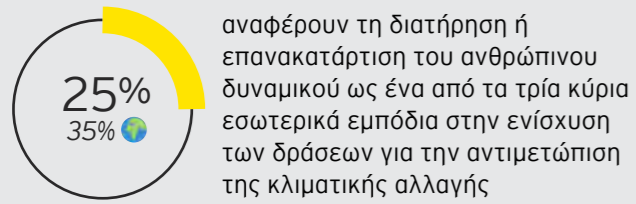
Κατηγορία	Πρωτοπόροι	Παρατηρητές
Άμεσους ανταγωνιστές	14%	16%
Κυβερνήσεις ή φορείς χάραξης πολιτικής	57%	24%
Ακαδημαϊκά ιδρύματα	57%	36%
Προμηθευτές	29%	44%
Μη κυβερνητικούς οργανισμούς	0%	8%
Νεοσύστατες επιχειρήσεις που ασχολούνται κατά κύριο λόγο με την κλιματική αλλαγή	57%	28%

■ Πρωτοπόροι ■ Παρατηρητές



Η συνεργασία σε παγκόσμια κλίμακα μπορεί να συμβάλει καθοριστικά στην επίτευξη του στόχου του 1,5°C, παρέχοντας στις επιχειρήσεις σημαντικά πλεονεκτήματα, αλλά και τη δυνατότητα να επιτύχουν περισσότερα γύρω από τη βιώσιμη ανάπτυξη από ό,τι θα μπορούσαν μόνες τους.

Η επένδυση στο ανθρώπινο κεφάλαιο αποτελεί ευκαιρία για τον μετασχηματισμό των επιχειρήσεων εκ των έσω



Οι επιχειρήσεις θα πρέπει να προχωρήσουν σε πιο τολμηρές επενδύσεις για τη βελτίωση της χρηματοοικονομικής αξίας μέσω της αξίας των εργαζόμενων, που συμβάλλει στη βιώσιμη ανάπτυξη.

Για να μπορέσουν οι επιχειρήσεις να ενσωματώσουν τις πρακτικές βιώσιμης ανάπτυξης σε όλες τις λειτουργίες τους, θα χρειαστούν εκπαίδευση, ανάπτυξη ικανοτήτων και ανταλλαγή γνώσεων, καθώς και μία στοχευμένη στρατηγική για την ανάπτυξη των δεξιοτήτων που χρειάζονται.



Πώς να υιοθετήσετε μία προσέγγιση για τη βιώσιμη ανάπτυξη καθοδηγούμενη από τη δημιουργία ευρύτερης αξίας

Οι πρωτοπόροι έχουν ήδη πραγματοποιήσει μεγάλα βήματα, από τα οποία προκύπτουν σημαντικά παραδείγματα προς μίμηση. Ωστόσο, οι επιδόσεις τόσο αυτών, όσο και των υπολοίπων, έχουν ακόμη μεγάλα περιθώρια βελτίωσης. Ενδεικτικά, κάποιες πρωτοβουλίες που πρέπει να αναλάβουν οι εταιρείες για να δημιουργήσουν ευρύτερη αξία από τα σχέδια δράσης τους για το κλίμα, περιλαμβάνουν, μεταξύ άλλων:

- ▶ **Υψηλότερες φιλοδοξίες.** Ακόμη και οι επιχειρήσεις που έχουν δεσμευτεί να αλλάξουν, δε θέτουν αρκετά φιλόδοξους στόχους για να επιτευχθούν τα ορόσημα που τέθηκαν με τη Συμφωνία των Παρισίων.
- ▶ Αναγνώριση της δυσκολίας και της **πολυπλοκότητας** της επίτευξης ουσιαστικών αποτελεσμάτων στη μείωση των εκπομπών. Καθιέρωση **μετρήσεων** για την παρακολούθηση της πρόόδου και την αξιολόγηση της απόδοσης της επένδυσης (ROI) από το πρώτο βήμα.
- ▶ **Συνεργασία** τόσο μέσα στον κλάδο, όσο και μεταξύ κλάδων. Η πορεία προς τη βιώσιμη ανάπτυξη αποτελεί μία συλλογική πρόκληση και μόνο μέσα από τη συνεργασία θα προκύψουν οι αναγκαίες αλλαγές.
- ▶ Παρέμβαση στην **εφοδιαστική αλυσίδα**. Πολλές επιχειρήσεις έχουν μεγαλύτερες ευκαιρίες να επηρεάσουν τη μείωση των εκπομπών, παρεμβαίνοντας και επηρεάζοντας τη λειτουργία των προμηθευτών και υπεργολάβων τους, από ό,τι μέσω του ίδιου του οργανισμού τους.
- ▶ Επένδυση στο ανθρώπινο **ταλέντο**. Προτεραιότητα στην **προσέλκυση** των απαραίτητων δεξιοτήτων, όπως και στην **αναβάθμιση των δεξιοτήτων** του υπάρχοντος ανθρώπινου δυναμικού σε όλες τις οργανωτικές λειτουργίες.
- ▶ **Ανάπτυξη μίας κουλτούρας συνεργασίας εσωτερικά.** Για να ανταποκριθούν στις αυξανόμενες επιχειρησιακές ανάγκες και τις ρυθμιστικές πιέσεις, αλλά και για να διαχειριστούν επαρκώς την αλλαγή, οι επιχειρήσεις θα πρέπει να προωθήσουν ένα νέο πνεύμα συνεργασίας μεταξύ των διαφόρων μερών του οργανισμού, δημιουργώντας συνέργειες και ενθαρρύνοντας την καινοτομία.
- ▶ **Θέσπιση στόχων.** Η ανάπτυξη ενός συνόλου σαφώς διατυπωμένων και μετρήσιμων στόχων, θα αυξήσει την αποδοτικότητα και θα επιταχύνει τον ρυθμό πρόόδου.

Σχετικά με την έρευνα

Η έρευνα EY Sustainable Value Study Ελλάδα 2023, πραγματοποιήθηκε φέτος για πρώτη φορά, στη χώρα μας, ακολουθώντας την πρώτη παγκόσμια έρευνα της EY του 2022, EY Sustainable Value Study. Διεξήχθη παράλληλα με τρεις ακόμη χώρες της Κεντρικής, Ανατολικής και Νοτιοανατολικής Ευρώπης, την Πολωνία, την Τσεχία και τη Ρουμανία.

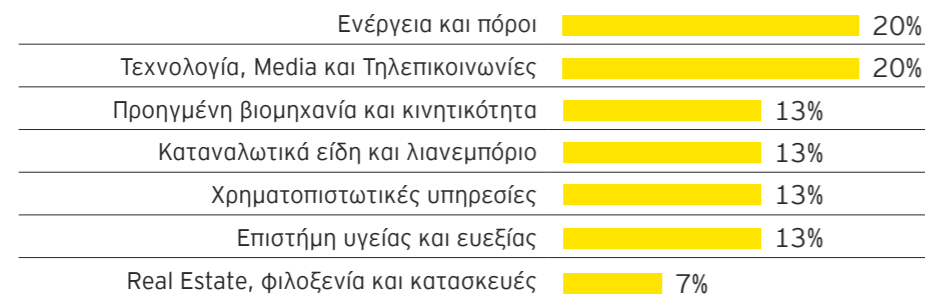
Στόχος της έρευνας είναι η κατανόηση των δράσεων και πρωτοβουλιών που λαμβάνουν οι επιχειρήσεις στην Ελλάδα για να αντιμετωπίσουν την κλιματική αλλαγή, της αξίας που δημιουργούν οι δράσεις αυτές, σε σχέση και με τις προσδοκίες των επιχειρήσεων, αλλά και των εμποδίων που τις αποτρέπουν από το να κάνουν περισσότερα. Η

έρευνα κατέγραψε τις απόψεις 75 στελεχών επιχειρήσεων με αρμοδιότητες σε θέματα βιώσιμης ανάπτυξης, περιλαμβανομένων και Προέδρων και CEOs από εισηγμένες και μη επιχειρήσεις που δραστηριοποιούνται σε μια σειρά από διαφορετικούς κλάδους της οικονομίας στην Ελλάδα.

Οι απαιτήσεις της έρευνας περιλαμβάνουν:

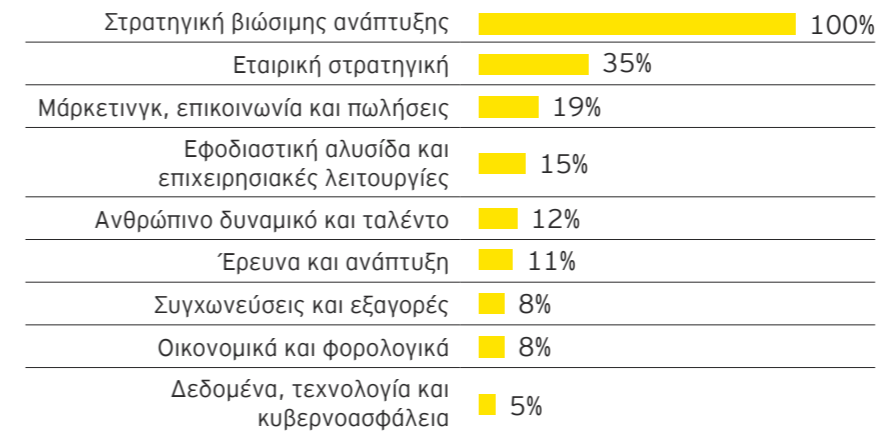
- ▶ Οι ερωτηθέντες είναι υπεύθυνοι για τη στρατηγική βιώσιμης ανάπτυξης στον οργανισμό τους
- ▶ Οι ερωτηθέντες είναι επικεφαλής ή επιβλέπουν το σχέδιο δράσης του οργανισμού τους για την κλιματική αλλαγή ή κάποια σημαντική πρωτοβουλία για το κλίμα.*

Κύριος κλάδος δραστηριότητας

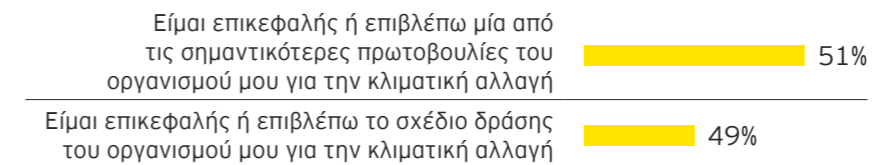


Τομείς ευθύνης

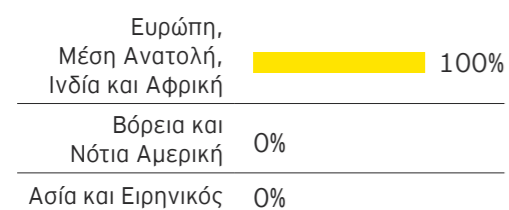
(πολλαπλές επιλογές απαντήσεων)



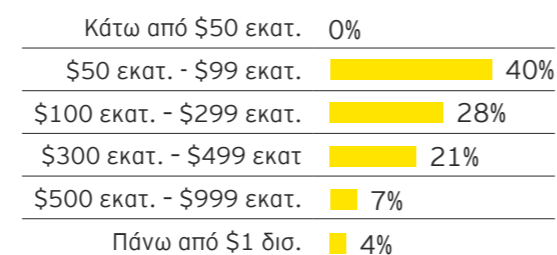
Αρμοδιότητες όσον αφορά την κλιματική αλλαγή



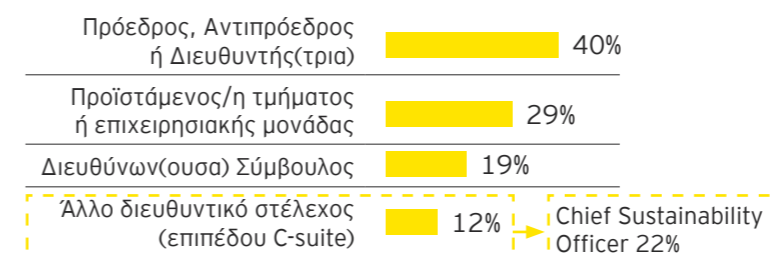
Περιοχές



Έσοδα



Κύριος ρόλος



* Οι οργανισμοί που διαθέτουν αυτούς τους ρόλους βιώσιμης ανάπτυξης έχουν φτάσει τουλάχιστον σε ένα βασικό επίπεδο ωριμότητας σχετικά με την αντιμετώπιση της κλιματικής αλλαγής. Τα αποτελέσματα αυτά δεν είναι αντιπροσωπευτικά όλων των επιχειρήσεων, αλλά επικεντρώνονται σε εκείνες που έχουν ξεκινήσει δράσεις για τον μετριασμό της κλιματικής αλλαγής.

Στην παρούσα έρευνα εργάστηκαν οι:
Γιώργος Αληγιάννης, Ελισάβετ Βανδώρου, Προκόπης Γαβριήλ, Κίρα Κόντη, Ιφιγένεια Κουτίβα, Ευτυχία Λιαροκάπη, Γαβριήλ Μιχαήλ, Σπύρος Μωρισσίας, Ήρα Παππά, Μιλένα Πεκλάρη, Γιάννης Σαράντης, Ευάγγελος Μάξιμος Σκοπελίτης, Ειρήνη Χαρίτου, Phronesis Partners, EY Knowledge team

EY | Building a better working world

Στην EY, σκοπός μας είναι η δημιουργία ενός καλύτερου εργασιακού κόσμου, παράγοντας μακροπρόθεσμη αξία για τους πελάτες μας, τους ανθρώπους μας και την κοινωνία, και οικοδομώντας εμπιστοσύνη στις κεφαλαιαγορές.

Αξιοποιώντας τα δεδομένα και την τεχνολογία, οι πολυσυνθετικές ομάδες μας, σε περισσότερες από 150 χώρες, οικοδομούν την εμπιστοσύνη μέσω της διασφάλισης της καλής λειτουργίας των επιχειρήσεων και βοηθούν τους πελάτες μας να αναπτυχθούν, να μετασχηματιστούν και να λειτουργήσουν αποτελεσματικότερα.

Μέσω των Ελεγκτικών, Συμβουλευτικών, Νομικών και Φορολογικών Υπηρεσιών μας, καθώς και μέσω των Συμβουλευτικών Υπηρεσιών Εταιρικής Στρατηγικής και Συναλλαγών, οι ομάδες της EY θέτουν καλύτερες ερωτήσεις, για να καταλήξουν σε νέες απαντήσεις στα περίπλοκα ζητήματα που αντιμετωπίζει ο κόσμος μας σήμερα.

Ο όρος EY αναφέρεται στον παγκόσμιο οργανισμό, και μπορεί να αναφέρεται σε μία, ή περισσότερες, από τις εταιρείες μέλη της Ernst & Young Global Limited, καθεμία από τις οποίες αποτελεί ξεχωριστή νομική οντότητα. Η Ernst & Young Global Limited, μια βρετανική εταιρεία περιορισμένης ευθύνης δια εγγυήσεως, δεν παρέχει υπηρεσίες σε πελάτες. Πληροφορίες αναφορικά με τον τρόπο που η EY συγκεντρώνει και χρησιμοποιεί τυχόν προσωπικά δεδομένα, καθώς και περιγραφή των δικαιωμάτων των υποκειμένων σύμφωνα με τη νομοθεσία περί προσωπικών δεδομένων, είναι διαθέσιμα στον σύνδεσμο ey.com/privacy. Για περισσότερες πληροφορίες για τον οργανισμό μας, παρακαλούμε επισκεφθείτε το ey.com

© 2023 EY

All Rights Reserved.

ey.com

Για περισσότερες πληροφορίες, παρακαλούμε επικοινωνήστε με:



Κιάρρα Κόντη

Εταίρος, Επικεφαλής Υπηρεσιών
Κλιματικής Αλλαγής και Βιώσιμης Ανάπτυξης
EY Ελλάδα
T +30 210 6171 388
E kiara.konti@gr.ey.com



EY



@EY_Greece



EY Greece



eygreece



EY Greece

EY HELLAS

Επωνυμία: ΕΡΝΣΤ & ΓΙΑΝΓΚ (ΕΛΛΑΣ) Ορκωτοί Ελεγκτές Λογιστές Α.Ε.

Διακριτικός Τίτλος: ERNST & YOUNG

Νομική Μορφή: Ανώνυμη Εταιρεία

Έδρα: Χειμάρρας 8B, Μαρούσι, 15125

Αριθμός ΓΕΜΗ: 000710901000

Το εν λόγω υλικό έχει δημιουργηθεί για σκοπούς γενικής πληροφόρησης και δεν προορίζεται για χρήση ως λογιστική, φορολογική, νομική ή άλλη επαγγελματική συμβουλή. Παρακαλούμε επικοινωνήστε με τους συμβούλους σας, για εξειδικευμένη καθοδήγηση.