



D5.5 Climate Commitment Booklet - 2025 – Compiled Greek version

Dissemination Level: Public



Tiimiakatemia
by jamk



Amplo Kaya

id Initiative Développement



D5.5 Φυλλάδιο για τη δέσμευση για το κλίμα – Φινλανδία 2025 – Ελληνική έκδοση

Επίπεδο διάδοσης: Δημόσιο



Tiimiakatemia
by jamk



Document information

Issued by	Initiative développement
Issue date	26/06/2025
Authors	Anni Arkimaa, Eveliina Holm, Ada-Ellen Virtanen, Jonna Markkanen - Proofreading by Margaux SINNAEVE
Dissemination level	Public

Document history

Version	Date	Comments and main modifications
01	11/06/2025	Version 1
02	26/06/2025	Version 2 with feedbacks and layout

Funding information and disclaimer

The teamit+ project is funded by the european union (grant agreement nr. 101111560). Views and opinions expressed are however those of the author(s) only and do not necessarily reflect those of the european union or the european education and culture executive agency (eacea). Neither the european union nor eacea can be held responsible for them.



**Co-funded by
the European Union**

Πίνακας περιεχομένων

I. Εισαγωγή: Η εμπειρία και τα κίνητρά μας	4
II. Επιλογή θέματος και έρευνας	4
Το αποτύπωμα άνθρακα στις τοπικές επιχειρήσεις της Φινλανδίας – Γενική επισκόπηση	5
Κανονισμοί και στόχοι	5
Προκλήσεις και προσπάθειες	5
Λύσεις για τις μικρομεσαίες επιχειρήσεις	5
III. 24ωρη πρόκληση καινοτομίας στην Ελλάδα	5
1. Πρώτη ημέρα	5
2. Δεύτερη ημέρα	5
IV. Εισαγωγή στο θέμα	6
V. Εκστρατεία	6
Φυλλάδιο της εκστρατείας	6
VI. Συναντήσεις	7
VII. Συστάσεις προς τους μικρούς φορείς του κλάδου της μόδας για την υποστήριξη της βιώσιμης κατανάλωσης	11
VII. Συμπέρασμα	12
Πηγές	12

I. Εισαγωγή: Η εμπειρία και η κινητοποίησή μας

Η εμπειρία μας από το πρόγραμμα ήταν τόσο ικανοποιητική όσο και απαιτητική. Τα ταξίδια και η διοργάνωση ήταν πολύ καλά οργανωμένα, και η ομάδα μας συνεργάστηκε αποτελεσματικά. Διατηρήσαμε ένα ισχυρό ομαδικό πνεύμα και προσαρμοστήκαμε καλά σε νέες, ακόμη και απαιτητικές καταστάσεις. Καθ' όλη τη διάρκεια της διαδικασίας υποστηρίξαμε ο ένας τον άλλον και αξιοποιήσαμε τα δυνατά μας σημεία σε ένα διεθνές περιβάλλον – ακόμη και όταν ασχολούμασταν με πολύπλοκα θέματα σε μια ξένη γλώσσα.

Ωστόσο, αντιμετωπίσαμε ορισμένα εμπόδια στην πορεία: γλωσσικά εμπόδια, την ασυνεπή δέσμευση ορισμένων συμμετεχόντων, καθώς και δυσκολίες στο χρονοδιάγραμμα και στην οργάνωση. Επιπλέον, τα υπερβολικά ταξίδια, σε συνδυασμό με το ευρύ αρχικό θέμα, επιβράδυναν αρχικά την πρόοδό μας.

Παρά τις προκλήσεις αυτές, αποκτήσαμε πολύτιμες γνώσεις σχετικά με τη διεθνή ομαδική εργασία, την επίδραση των πολιτισμικών διαφορών στην επικοινωνία και τη λήψη αποφάσεων, καθώς και για περιβαλλοντικά ζητήματα σε διάφορες χώρες. Βελτιώσαμε επίσης τις γλωσσικές μας δεξιότητες και αποκτήσαμε περισσότερη αυτοπεποίθηση για να εκφράζουμε τις απόψεις και τις σκέψεις μας σε ένα παγκόσμιο πλαίσιο.

II. Επιλογή θέματος και έρευνας

Πριν από τη συνάντηση στην Ελλάδα, επιλέξαμε το παγκόσμιο θέμα μας μέσω ψηφοφορίας σε ένα κοινό έντυπο. Το θέμα που επιλέχθηκε ήταν: «Το ανθρακικό αποτύπωμα στις τοπικές επιχειρήσεις». Ξεκινήσαμε την έρευνα για το θέμα αυτό στη Φινλανδία πριν από το ταξίδι και συντάξαμε μια σύντομη περίληψη για να τη μοιραστούμε με την ομάδα.

Το ανθρακικό αποτύπωμα των επιχειρήσεων – ιδίως των μικρών και μεσαίων επιχειρήσεων (ΜΜΕ) – αποτελεί κρίσιμο θέμα, καθώς έχει ισχυρή επίδραση στις εκπομπές. Η μείωση του ανθρακικού αποτυπώματος μιας επιχείρησης συμβάλλει όχι μόνο στην καταπολέμηση της κλιματικής αλλαγής, αλλά και στη βελτίωση της συμμόρφωσης με τους κανονισμούς, στηρίζει την αποδοτικότητα των δαπανών και ανταποκρίνεται στην αυξανόμενη ζήτηση των καταναλωτών για βιώσιμες πρακτικές.

Παρακάτω παρουσιάζεται μια λεπτομερέστερη επισκόπηση της τρέχουσας κατάστασης, των προκλήσεων και των ευκαιριών όσον αφορά το αποτύπωμα άνθρακα των φινλανδικών μικρών και μεσαίων επιχειρήσεων (ΜΜΕ):

Το ανθρακικό αποτύπωμα στις τοπικές επιχειρήσεις της Φινλανδίας –

Γενική επισκόπηση

Στη Φινλανδία, το ανθρακικό αποτύπωμα μιας επιχείρησης αποτελείται από άμεσες εκπομπές (κατανάλωση καυσίμων), έμμεσες εκπομπές (ηλεκτρική ενέργεια, θέρμανση, ψύξη) και εκπομπές που σχετίζονται με την αλυσίδα εφοδιασμού (πρώτες ύλες, μεταφορές, κύκλος ζωής του προϊόντος). Οι μικρές και μεσαίες επιχειρήσεις (ΜΜΕ) διαδραματίζουν σημαντικό ρόλο στην οικονομία της Φινλανδίας και αντιμετωπίζουν προκλήσεις όσον αφορά την εξισορρόπηση της εταιρικής ευθύνης και της οικονομικής αποδοτικότητας.

Κανονισμοί και στόχοι

- Οδηγία CSRD: Έως το 2026, οι εισηγμένες στο χρηματιστήριο MME πρέπει να υποβάλλουν εκθέσεις σχετικά με τη βιωσιμότητα, ενώ η μεταβατική περίοδος διαρκεί έως το 2027.
- Στόχος της Φινλανδίας για την ουδετερότητα άνθρακα: Επίτευξη καθαρών μηδενικών εκπομπών έως το 2035.
- Στόχος της ΕΕ για την ουδετερότητα άνθρακα: Επίτευξη μηδενικών καθαρών εκπομπών έως το 2050.
- Νόμος για τα δάση και σήμανση προϊόντων: Διασφάλιση βιώσιμων πρακτικών και διαφανών στοιχείων σχετικά με το αποτύπωμα άνθρακα.

Προκλήσεις και προσπάθειες

- Οι μικρομεσαίες επιχειρήσεις επηρεάζουν σημαντικά τις εκπομπές μέσω της κατανάλωσης ενέργειας, της εφοδιαστικής και των αλυσίδων εφοδιασμού.
- Η υποχρέωση υποβολής εκθέσεων αφορά κυρίως τις μεγάλες επιχειρήσεις, οπότε στις μικρότερες επιχειρήσεις απομένουν οι εθελοντικές προσπάθειες.
- Εταιρείες όπως η Foodini και η Lindström είναι πρωτοπόρες στις βιώσιμες πρακτικές.

Λύσεις για τις MME

- Ενεργειακή μετάβαση: Μετάβαση σε ανανεώσιμες πηγές ενέργειας.
- Φιλική προς το περιβάλλον εφοδιαστική: Βελτιστοποίηση των μεταφορών και χρήση ηλεκτρικών οχημάτων.
- Κρατική στήριξη: Χρειάζονται περισσότερα κίνητρα για τις μικρομεσαίες επιχειρήσεις, ώστε να υλοποιήσουν βιώσιμες πρωτοβουλίες.

Παρόλο που οι μεγάλες επιχειρήσεις συμμορφώνονται με τις απαιτήσεις της βιώσιμης ανάπτυξης, οι τοπικές επιχειρήσεις χρειάζονται συστηματική υποστήριξη και κίνητρα για να μετρήσουν και να μειώσουν αποτελεσματικά το ανθρακικό τους αποτύπωμα.

III. 24ωρη πρόκληση καινοτομίας στην Ελλάδα

Πρώτη μέρα

Ξεκινήσαμε γνωριζόμενοι μεταξύ μας και μοιραζόμενοι όσα είχαμε ερευνήσει στις χώρες μας πριν από το ταξίδι. Μετά την παρουσίαση της προπαρασκευαστικής εργασίας, προσδιορίσαμε ένα κοινό πρόβλημα με βάση την έρευνά μας. Παρουσιάσαμε καθοδηγητικές ερωτήσεις που μας βοήθησαν να κατανοήσουμε προς ποια κατεύθυνση θέλαμε να προχωρήσουμε.

Αυτό οδήγησε στην ιδέα της δημιουργίας μιας παγκόσμιας διαδικτυακής πλατφόρμας, όπου θα παρουσιάζονταν βιώσιμες επιχειρήσεις από κάθε χώρα. Μέσω της ιστοσελίδας, οι χρήστες θα μπορούσαν να βρουν τοπικές επιχειρήσεις φιλικές προς το περιβάλλον και να αξιοποιήσουν χρήσιμους πόρους για την προώθηση της βιώσιμης ανάπτυξης στις περιοχές τους.

Στη συνέχεια, καταρτίσαμε το πρόγραμμα για την επόμενη μέρα και χωριστήκαμε σε θεματικές ομάδες εργασίας.

Δεύτερη μέρα

Σχηματίσαμε μικρές διεθνείς ομάδες εργασίας, σε κάθε μία από τις οποίες συμμετείχαν εκπρόσωποι από διαφορετικές χώρες. Αρχίσαμε να ερευνούμε τις ενεργειακά αποδοτικές επιχειρήσεις των χωρών μας, να μοιραζόμαστε τις παρατηρήσεις μας και να τις συνθέτουμε από κοινού. Αυτές οι επιχειρήσεις προστέθηκαν στον ιστότοπο.

Αργότερα, ετοιμάσαμε μια παρουσίαση για τον ιστότοπο, την οποία παρουσιάσαμε στην εκδήλωση καινοτομίας 24 ωρών που πραγματοποιήθηκε στο Κοζάνη.

IV. Εισαγωγή στο θέμα

Μετά από τη διεθνή εργασία που πραγματοποιήσαμε στην Ελλάδα, αποφασίσαμε να επεξεργαστούμε το θέμα μας ώστε να γίνει πιο συγκεκριμένο και πιο σημαντικό σε τοπικό επίπεδο. Στη Φινλανδία αποφασίσαμε να επικεντρωθούμε στη βιομηχανία κλωστοϋφαντουργίας και ένδυσης.

Μέσα από τη συνεχή έρευνα και συζήτηση, καταλάβαμε ότι η υπερκατανάλωση ενδυμάτων αποτελεί κεντρικό πρόβλημα. Η Φινλανδία, όπως και πολλές άλλες ανεπτυγμένες χώρες, επηρεάζεται από τη γρήγορη μόδα, τον υψηλό ρυθμό κατανάλωσης και τον σύντομο κύκλο ζωής των προϊόντων. Αυτά τα πρότυπα συμπεριφοράς επηρεάζουν σημαντικά τις εκπομπές διοξειδίου του άνθρακα και τη δημιουργία αποβλήτων.

Περιορίζοντας το θέμα μας στην υπερκατανάλωση ενδυμάτων, δημιουργήσαμε ένα πιο στοχευμένο και πιο αναγνωρίσιμο μήνυμα για τους Φινλανδούς καταναλωτές και τις επιχειρήσεις. Μέσω αυτής της εστίασης, μπορούμε να διερευνήσουμε πρακτικές λύσεις – από την παράταση του κύκλου ζωής των ενδυμάτων και την προώθηση της επαναχρησιμοποίησης έως την ανάδειξη τοπικών επιχειρήσεων που έχουν ήδη λάβει βιώσιμα μέτρα.

Στόχος της εκλεπτυσμένης προσέγγισής μας είναι να ενθαρρύνουμε τόσο τις επιχειρήσεις όσο και τα άτομα να υιοθετήσουν βιώσιμες πρακτικές στον τομέα των κλωστοϋφαντουργικών προϊόντων, κάτι που τελικά συμβάλλει στη μείωση του ανθρακικού αποτυπώματος σε τοπικό επίπεδο.

V. Εκστρατεία

Η εκστρατεία μας επικεντρώνεται στη μείωση της υπερκατανάλωσης, ειδικά στη βιομηχανία ενδυμάτων. Πιστεύουμε ότι η μείωση της κατανάλωσης οδηγεί όχι μόνο σε έναν πιο υγιή πλανήτη, αλλά και σε μια πιο απλή και ουσιαστική ζωή. Σε έναν κόσμο όπου μας ενθαρρύνουν συνεχώς να αγοράζουμε περισσότερα, θέλουμε να αμφισβητήσουμε την ιδέα ότι η ευτυχία δεν βρίσκεται στα υλικά αγαθά.

Αντίθετα, ενθαρρύνουμε τους ανθρώπους να επανασυνδεθούν με ό,τι ήδη κατέχουν – ειδικά με τα αγαπημένα τους ρούχα – και να εκτιμήσουν τις ιστορίες, τις αναμνήσεις και τις αξίες που κρύβονται πίσω από αυτά. Καταναλώνοντας λιγότερο και επιλέγοντας πιο συνειδητά, μπορούμε να μειώσουμε τις περιβαλλοντικές επιπτώσεις της μόδας, να υποστηρίξουμε πιο βιώσιμες επιχειρήσεις και να προχωρήσουμε προς έναν τρόπο ζωής όπου η ευημερία έχει προτεραιότητα έναντι της υπερβολικής κατανάλωσης.

Όσο λιγότερο καταναλώνεις, τόσο καλύτερα νιώθεις — για τον εαυτό σου και για τον πλανήτη.

Φυλλάδιο της εκστρατείας



Εικόνα δημιουργημένη με το Canva AI

VI. Συναντήσεις

Κατάλογος των ατόμων και των επιχειρήσεων που θέλαμε να συναντήσουμε

- Γυναίκα, βουλευτής από το 2019, 33 ετών
- Γυναίκα, πρέσβειρα της ΕΕ για τη Συμφωνία για το Κλίμα και Επίτροπος για το Κλίμα της Φινλανδίας για τη Νεολαία (2023–2024), 20 ετών
- Άνδρας, επιχειρηματίας και διευθύνων σύμβουλος startup, 31 ετών, κλάδος κλωστοϋφαντουργίας, 5-20 εργαζόμενοι, ιδρύθηκε το 2016, ειδικεύεται στην υπεύθυνη παραγωγή ενδυμάτων
- Γυναίκα, επιχειρηματίας, 40 ετών, κλάδος κλωστοϋφαντουργίας, 20-30 εργαζόμενοι, ιδρύθηκε το 2015
- Γυναίκα, οικονομολόγος, ερευνήτρια, 33 ετών
- Επιχείρηση, κλάδος κλωστοϋφαντουργίας, 1000-2000 εργαζόμενοι, ιδρύθηκε το 1848
- Επιχείρηση, επεξεργασία και τελική διάθεση αποβλήτων, 40-50 εργαζόμενοι, ιδρύθηκε το 1997
- Επιχείρηση, κλάδος κλωστοϋφαντουργίας, 10-20 εργαζόμενοι, ιδρύθηκε το 2013
- Γυναίκα, ερευνήτρια και ειδική σε θέματα εταιρικής ευθύνης, 43 ετών
- Επιχείρηση, κλάδος κλωστοϋφαντουργίας, 5-10 εργαζόμενοι, ιδρύθηκε το 2003, ειδικεύεται στο φινλανδικό design και στη διαφανή αλυσίδα παραγωγής.
- Γυναίκα, μελετήτρια του μέλλοντος, αναπληρώτρια καθηγήτρια περιβαλλοντικής διαχείρισης επιχειρήσεων, 50 ετών
- Γυναίκα, επιχειρηματίας και συγγραφέας, 45 ετών
- Γυναίκα, ειδική σε θέματα εταιρικής ευθύνης και συγγραφέας, 41 ετών
- Άνδρας, διευθύνων σύμβουλος από το 2023, 40 ετών, επιχείρηση του κλάδου της κλωστοϋφαντουργίας με 60-70 εργαζόμενους, ιδρύθηκε το 2015.
- Γυναίκα, υπεύθυνη σχεδιασμού έργων, τεχνολογία, βιώσιμη ανάπτυξη, 29 ετών
- Άνδρας, ερευνητής κλιματικής πολιτικής, 50 ετών.

- Γυναίκα, ειδική σε θέματα βιωσιμότητας και δημόσιων προμηθειών. Εργάζεται σε επιχείρηση του κλάδου της κλωστοϋφαντουργίας με περίπου 60-70 εργαζόμενους, η οποία ιδρύθηκε το 2006 και ειδικεύεται σε στρατιωτική και υπαίθρια ένδυση.
- Γυναίκα, αναπληρώτρια καθηγήτρια οικονομικής κοινωνιολογίας και λέκτορας πανεπιστημίου, 36 ετών.
- Γυναίκα, ερευνήτρια με υποτροφία, η οποία μελετά την αντι-κατανάλωση και την ευημερία σε σχέση με την κατανάλωση ενδυμάτων, Πανεπιστήμιο του Βάασα, 35 ετών.
- Sripinonagroup, Επιχείρηση, κλάδος κλωστοϋφαντουργίας, η οποία ανέπτυξε πατενταρισμένη τεχνολογία για την παραγωγή υφασμάτων. Χρήση ινών κυτταρίνης για τις ανάγκες της βιομηχανίας ενδυμάτων, ιδρύθηκε το 2009, απασχολεί 60-80 εργαζόμενους.
- Επιχείρηση, κλάδος κλωστοϋφαντουργίας, επιχείρηση του κλάδου κλωστοϋφαντουργίας και ένδυσης, η οποία ιδρύθηκε το 2012, ειδικεύεται στην παραγωγή και πώληση πλεκτών από μαλλί αλπακά, 18 εργαζόμενοι.
- Επιχείρηση, διαχείριση αποβλήτων, εκπροσωπεί τη δημόσια διαχείριση αποβλήτων και 33 δημοτικές εγκαταστάσεις διαχείρισης αποβλήτων, οι οποίες διαχειρίζονται αποτελεσματικά τα απόβλητα 5,3 εκατομμυρίων ανθρώπων, ιδρύθηκε το 2000.
- Εταιρεία, κλάδος κλωστοϋφαντουργίας, οργανισμός εκπροσώπησης των συμφερόντων εταιρειών του κλάδου κλωστοϋφαντουργίας, ένδυσης και μόδας, ο οποίος προσφέρει υπηρεσίες εμπειρογνωμοσύνης, εκπαιδεύσεις και διοργανώνει εκδηλώσεις, με 260 εταιρείες μέλη, ιδρύθηκε το 1978.

1. Κατάλογος των ανθρώπων που συναντήσαμε

- Γυναίκα, πρέσβειρα της ΕΕ για τη Συμφωνία για το Κλίμα και Επίτροπος για το Κλίμα της Φινλανδίας για τη νεολαία (2023–2024), 20 ετών
- Γυναίκα, Φινλανδή επαγγελματίας στον τομέα της βιώσιμης ανάπτυξης και υποψήφια διδάκτορας στο Πανεπιστήμιο LUT, 43 ετών.
- Γυναίκα, υπεύθυνη σχεδιασμού έργων, τεχνολογία, βιώσιμο περιβάλλον, 29 ετών.
- Γυναίκα, αναπληρώτρια καθηγήτρια περιβαλλοντικής διαχείρισης επιχειρήσεων, Σχολή Διοίκησης Επιχειρήσεων του Πανεπιστημίου του Jyväskylä, 50 ετών.
- Άνδρας, επιχειρηματίας και διευθύνων σύμβουλος startup, 31 ετών, κλάδος κλωστοϋφαντουργίας, 5-20 εργαζόμενοι, ιδρύθηκε το 2016, ειδικεύεται στην υπεύθυνη παραγωγή ενδυμάτων
- Γυναίκα, βουλευτής από το 2019, 33 ετών

2. Η υπερ-γρήγορη μόδα και οι προκλήσεις και οι ευκαιρίες της υπεύθυνης μόδας

Στις συναντήσεις με τους πελάτες τονίστηκε η αυξανόμενη επίδραση της «ultra-fast fashion» στον κλάδο της μόδας. Οι ταχέως μεταβαλλόμενες τάσεις και η φθηνή παραγωγή ασκούν συνεχή πίεση τόσο στο περιβάλλον όσο και στις επιχειρήσεις που επιδιώκουν να λειτουργούν με υπεύθυνο τρόπο. Η βιωσιμότητα δεν αποτελεί πλέον ανταγωνιστικό πλεονέκτημα, αλλά έχει γίνει βασική προσδοκία των καταναλωτών. Πολλές φινλανδικές μάρκες ενδυμάτων έχουν οδηγηθεί πρόσφατα σε πτώχευση ή αντιμετωπίζουν οικονομικές δυσκολίες. Οι αιτίες ήταν συχνά η υπερεκτίμηση της ζήτησης, οι μεγάλες

προπαραγγελίες και η εστίαση στην επίσημη ενδυμασία, η ζήτηση για την οποία έχει μειωθεί. Οι εταιρείες δεν κατάφεραν να αντιδράσουν αρκετά γρήγορα στις μεταβαλλόμενες συνθήκες της αγοράς, γεγονός που οδήγησε σε οικονομικά προβλήματα.

Η Toive αναδείχθηκε στις συναντήσεις ως παράδειγμα επιτυχημένης προσαρμογής. Η επιχείρηση έχει χτιστεί πάνω σε βιώσιμες αξίες, αλλά την επιτυχία της έχουν στηρίξει ιδιαίτερα ο ευέλικτος τρόπος λειτουργίας, οι μικρές παρτίδες παραγωγής και η εστίαση στα καθημερινά ρούχα. Στην Toive, η οικονομική ευθύνη θεωρείται εξίσου σημαντική με την περιβαλλοντική ευθύνη – η συνετή λήψη δανείων και ο ρεαλιστικός σχεδιασμός της παραγωγής έχουν αποδειχθεί ουσιαστικοί παράγοντες επιτυχίας. Επιπλέον, η πανδημία και η γενική οικονομική αβεβαιότητα έχουν οδηγήσει τους καταναλωτές να εκτιμούν την καθημερινότητα περισσότερο από ποτέ, γεγονός που έχει ενισχύσει τη θέση της εταιρείας στην αγορά.

Από την άποψη της καταναλωτικής συμπεριφοράς, η βιωσιμότητα παραμένει σημαντική αξία, αλλά η τιμή εξακολουθεί να επηρεάζει έντονα τις αποφάσεις αγοράς. Οι εκπτώσεις και οι προωθητικές ενέργειες προκαλούν επί του παρόντος μεγαλύτερο ενδιαφέρον από τα μηνύματα περί υπευθυνότητας. Στις συναντήσεις εκφράστηκε επίσης η ανησυχία ότι οι εταιρείες ενδέχεται να μεταθέτουν την ευθύνη για τη μείωση των πωλήσεων στους καταναλωτές, παρόλο που οι πραγματικές αιτίες συχνά βρίσκονται στα ίδια τα επιχειρηματικά μοντέλα των εταιρειών και σε λάθη πρόβλεψης.

Ως μελλοντικές τάσεις επισημάνθηκαν ιδίως η ανάπτυξη της μόδας «second hand» καθώς και η έμφαση στην τοπικότητα. Οι καταναλωτές ενδιαφέρονται ιδιαίτερα για τις τοπικές υπηρεσίες ανακύκλωσης, ενώ οι διεθνείς πλατφόρμες πώλησης μεταχειρισμένων ενδυμάτων δεν προκαλούν το ίδιο μεγάλο ενδιαφέρον. Σε πολλές συζητήσεις εξετάστηκε επίσης το ερώτημα αν η κατασκευή καινούργιων ενδυμάτων είναι πλέον απαραίτητη ή δικαιολογημένη από την άποψη της κλιματικής κρίσης. Η πιο ενεργή συμμετοχή των καταναλωτών στις πρακτικές της κυκλικής οικονομίας – για παράδειγμα μέσω της συλλογής υφασμάτων ή της συν-δημιουργίας – θεωρήθηκε μια ενδιαφέρουσα και αναπτυσσόμενη τάση.

Όσον αφορά τη νομοθεσία, στην ΕΕ βρίσκεται ακόμη σε φάση ανάπτυξης η ρύθμιση για την «υπεργρήγορη μόδα» και δεν έχουν ακόμη τεθεί σε εφαρμογή συγκεκριμένα μέτρα. Στις συναντήσεις προτάθηκε η συνεργασία με διάφορους υπεύθυνους φορείς του κλάδου, όπως οι Ommellinen, Alpa, Kaiko και Black Moda/Aarre. Στις συζητήσεις τονίστηκε το ισχυρό αίσθημα κοινότητας μεταξύ των υπεύθυνων φινλανδικών εμπορικών σημάτων, καθώς και η ανάγκη να σχηματιστεί ένα κοινό μέτωπο ενάντια στις μεγάλες εταιρείες της «ultra-fast fashion».

3. Εταιρική ευθύνη, εκπαίδευση των καταναλωτών και πολιτική

υποστήριξη για την προώθηση της βιώσιμης μόδας

Στις συναντήσεις με τους πελάτες αναδείχθηκε επανειλημμένα η κοινή άποψη ότι η ευθύνη για τη διευκόλυνση βιώσιμων επιλογών ανήκει πρωτίστως στις επιχειρήσεις και όχι στους μεμονωμένους καταναλωτές. Η επικοινωνία της εταιρικής ευθύνης θεωρήθηκε πιο αποτελεσματική όταν βασίζεται στη θετικότητα και στην εστίαση στις λύσεις. Αντίθετα, μια προσέγγιση που βασίζεται στην κριτική ή στην ενοχοποίηση δεν επιφέρει μόνιμη ή ουσιαστική αλλαγή στη συμπεριφορά των καταναλωτών. Στις συναντήσεις τονίστηκε επίσης ότι οι καταναλωτές δεν διαθέτουν επαρκείς πληροφορίες σχετικά με τις επιπτώσεις των δικών τους επιλογών, γεγονός που δημιουργεί την ανάγκη να ενισχυθεί η ενημέρωση του κοινού και η κατανόηση, ιδίως όσον αφορά τον κύκλο ζωής των κλωστοϋφαντουργικών προϊόντων και τις αλυσίδες εφοδιασμού.

Πολλές τοπικές επιχειρήσεις έχουν ήδη υιοθετήσει υπεύθυνες πρακτικές, όπως η αγορά προϊόντων μόνο σε μικρές παρτίδες, προκειμένου να αποφεύγουν την υπερβολική αποθήκευση και την ανάγκη για εκπτώσεις. Επίσης, ενθαρρύνουν ενεργά τους πελάτες τους να καταναλώνουν με μεγαλύτερη σύνεση και να επενδύουν σε ποιοτικά, ανθεκτικά ρούχα, κάτι που υποστηρίζει τη μακροπρόθεσμη και υπεύθυνη κατανάλωση.

Η πολιτική καθοδήγηση αναδείχθηκε έντονα σε όλες σχεδόν τις συναντήσεις. Πολλοί ενδιαφερόμενοι τόνισαν ότι οι πολιτικές αποφάσεις μπορούν να διαδραματίσουν κεντρικό ρόλο στη στήριξη της υπεύθυνης επιχειρηματικής δραστηριότητας. Η στήριξη των τοπικών επιχειρήσεων θεωρείται μέσο ενίσχυσης της εθνικής οικονομίας, ενώ όταν γίνονται αγορές από μεγάλες διεθνείς εταιρείες γρήγορης μόδας, τα χρήματα διαρρέουν στο εξωτερικό. Ωστόσο, η τρέχουσα διαδικασία λήψης αποφάσεων θεωρείται αργή και δεν προσφέρει ακόμη επαρκή στήριξη στη βιώσιμη ανάπτυξη. Ως ένα πιθανό μέτρο αναφέρθηκε η προοδευτική φορολογία, η οποία θα μπορούσε να αυξήσει το κόστος των εμπορικών σημάτων γρήγορης μόδας στη Φινλανδία και ταυτόχρονα να περιορίσει την περιττή κατανάλωση.

4. Ιδέες για την ανάπτυξη με στόχο την υποστήριξη της υπεύθυνης λειτουργίας μικρών και τοπικών επιχειρήσεων

Από τις συζητήσεις με τους πελάτες προέκυψαν πολλές συγκεκριμένες ευκαιρίες για τις μικρές και τοπικές επιχειρήσεις να ενισχύσουν τη λειτουργία τους και να προωθήσουν ταυτόχρονα την υπεύθυνη επιχειρηματική δραστηριότητα. Η συνεργασία θεωρήθηκε βασικό μέσο για τη μείωση του κόστους και την αύξηση της αποτελεσματικότητας. Για παράδειγμα, οι κοινές λύσεις παραγωγής και αποθήκευσης μπορούν να συμβάλουν στην ελαχιστοποίηση των επιμέρους επιχειρηματικών κινδύνων και της σπατάλης υλικών. Η συνένωση μικρών παρτίδων σε μεγαλύτερες συνολικές παραγγελίες θα επέτρεπε μια πιο οικονομικά αποδοτική παραγωγή, διατηρώντας παράλληλα μια ευέλικτη διαχείριση αποθεμάτων.

Τονίστηκε έντονα η ανάγκη για ενίσχυση της ενημέρωσης των καταναλωτών. Οι επιχειρήσεις αναζητούν τρόπους να αυξήσουν την κατανόηση των πελατών τους σχετικά με τις υπεύθυνες επιλογές και τις επιπτώσεις τους. Ως απάντηση, προτάθηκαν κοινές εκστρατείες και επικοινωνιακές δράσεις που εστιάζουν σε θετικά και λύση-κεντρικά μηνύματα. Αυτές οι ενέργειες θα μπορούσαν επίσης να συμβάλουν στην ενίσχυση της δέσμευσης των καταναλωτών, για παράδειγμα μέσω συμμετοχικών διαδικασιών σχεδιασμού συλλογών ή διαφανών αλυσίδων παραγωγής, προσφέροντας στους καταναλωτές μια πιο προσωπική και υπεύθυνη καταναλωτική εμπειρία.

Πολλές μικρές επιχειρήσεις λειτουργούν ήδη με υπεύθυνο τρόπο, αγοράζοντας προϊόντα μόνο σε μικρές παρτίδες και αποφεύγοντας την υπερβολική αποθήκευση. Πολλές επίσης ενθαρρύνουν ενεργά τους πελάτες τους να καταναλώνουν λιγότερο και να επιλέγουν υφάσματα υψηλής ποιότητας και μεγάλης διάρκειας ζωής. Αυτά τα επιχειρηματικά μοντέλα θα μπορούσαν να υποστηριχθούν περαιτέρω με συστήματα προπαραγγελίας ή με προσεγγίσεις «κατασκευής κατά παραγγελία», οι οποίες μειώνουν την υπερπαραγωγή και προσαρμόζουν την προσφορά στην πραγματική ζήτηση.

Τα κοινά κανάλια πώλησης – όπως οι κοινόχρηστες πλατφόρμες ηλεκτρονικού εμπορίου, τα pop-up καταστήματα ή οι κινητές αγορές – μπορούν να προσφέρουν προβολή και πλεονεκτήματα κλίμακας, τα οποία οι μεμονωμένες επιχειρήσεις δυσκολεύονται να επιτύχουν μόνες τους. Αυτές οι λύσεις μπορούν

να αποδειχθούν ιδιαίτερα αποτελεσματικές σε συνεργασία με τουριστικές ή πολιτιστικές εκδηλώσεις και να διευρύνουν την προβολή σε νέα τμήματα πελατών.

Επιπλέον, η επικοινωνία σχετικά με τις πρωτοβουλίες εταιρικής ευθύνης θα μπορούσε να γίνει με μεγαλύτερη διαφάνεια, μέσω συγκεκριμένων δεικτών ανά προϊόν, όπως το αποτύπωμα άνθρακα ή το υδατικό αποτύπωμα. Με τη βοήθειά τους, οι επιχειρήσεις μπορούν να καταδείξουν με σαφήνεια και αξιοπιστία τις περιβαλλοντικές επιπτώσεις των προϊόντων τους.

Τέλος, η πολιτική λήψη αποφάσεων αναδείχθηκε σε σημαντικό παράγοντα σε σχεδόν κάθε συνάντηση. Οι επιχειρήσεις εξέφρασαν την επιθυμία για πολιτικές δράσεις που θα υποστήριζαν πιο έντονα την τοπική και υπεύθυνη παραγωγή. Για παράδειγμα, μέσω της φορολογίας ή των κινήτρων στις προμήθειες θα μπορούσαν να εξισορροπηθούν οι συνθήκες λειτουργίας μεταξύ των υπεύθυνων μικρών επιχειρήσεων και των μεγάλων εμπορικών σημάτων της γρήγορης μόδας, των οποίων τα επιχειρηματικά μοντέλα συχνά δεν λαμβάνουν υπόψη την περιβαλλοντική και κοινωνική ευθύνη. Η στήριξη των εγχώριων επιχειρήσεων θα ενίσχυε επίσης την εθνική οικονομία και την απασχόληση, καθώς τα χρήματα που δαπανώνται τοπικά παραμένουν εντός της χώρας.

VII. Συστάσεις προς τους μικρούς φορείς του κλάδου της μόδας για την προώθηση της βιώσιμης κατανάλωσης

Ένα από τα βασικότερα μέσα για την προώθηση μιας πιο βιώσιμης κατανάλωσης μόδας είναι η ενίσχυση της συναισθηματικής σύνδεσης των πελατών με τα ρούχα τους. Όταν οι καταναλωτές θεωρούν τα ρούχα τους σημαντικά, πραγματοποιούν λιγότερο συχνά παρορμητικές αγορές και φροντίζουν τα ρούχα τους με πιο μακροπρόθεσμη προοπτική. Οι μάρκες μπορούν να υποστηρίξουν αυτή την προσέγγιση δημιουργώντας καμπάνιες στις οποίες οι πελάτες μοιράζονται ιστορίες για τα αγαπημένα τους ρούχα – για παράδειγμα, μέσω της ιδέας «Τα αγαπημένα μου ρούχα», η οποία μπορεί να υλοποιηθεί στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης ή στις βιτρίνες των καταστημάτων. Οι εξατομικευμένες υπηρεσίες, όπως η προσαρμογή, η επιδιόρθωση ή οι εξατομικευμένες εκτυπώσεις στα ρούχα, ενισχύουν τη σύνδεση μεταξύ του προϊόντος και του χρήστη. Επιπλέον, στις περιγραφές των προϊόντων αξίζει να τονίζεται η ποιότητα και η συναισθηματική αξία του ρούχου, και όχι μόνο η μοντέρνα εμφάνισή του ή η καινοτομία του.

Η παράταση της διάρκειας ζωής των ενδυμάτων αποτελεί ουσιαστικό μέρος της υπεύθυνης μόδας. Οι μικρές μάρκες μπορούν να προωθήσουν αυτό το στόχο προσφέροντας υπηρεσίες επιδιόρθωσης στα καταστήματά τους ή συνεργαζόμενες με τοπικούς ράφτες. Μπορούν επίσης να καθοδηγήσουν τους πελάτες στη σωστή φροντίδα των ρούχων, μοιράζοντας συμβουλές, για παράδειγμα, σχετικά με το πλύσιμο, τον αερισμό και την αποθήκευση, μέσω των κοινωνικών μέσων, των ενημερωτικών δελτίων ή των εργαστηρίων. Τα προγράμματα επαναπροώθησης ή τα ράφια πώλησης μεταχειρισμένων ρούχων – είτε σε φυσικά καταστήματα είτε σε ηλεκτρονικά καταστήματα – μπορούν, με τη σειρά τους, να δώσουν νέα ζωή στα ρούχα και να μειώσουν τα κλωστοϋφαντουργικά απόβλητα.

Οι Φινλανδοί καταναλωτές εκτιμούν όλο και περισσότερο τη διαφάνεια και την αυθεντικότητα, τόσο στην παραγωγή όσο και στην επικοινωνία. Οι πληροφορίες σχετικά με την αλυσίδα εφοδιασμού, την προέλευση των υλικών και τους ανθρώπους που βρίσκονται πίσω από την παραγωγή χτίζουν εμπιστοσύνη. Ακόμη και αν μια επιχείρηση βρίσκεται μόλις στα πρώτα βήματα της πορείας της προς την εταιρική ευθύνη, η ειλικρινής και ανοιχτή επικοινωνία σχετικά με την τρέχουσα κατάσταση και τους μελλοντικούς στόχους ενισχύει τις μακροχρόνιες σχέσεις με τους πελάτες.

Ο σχεδιασμός προϊόντων που στοχεύει στη μακροβιότητα, αντί για τις τάσεις της μόδας, αποτελεί έναν αποτελεσματικό τρόπο προώθησης της συνειδητής κατανάλωσης. Οι μάρκες θα πρέπει να επενδύουν σε διαχρονικά, πολυχρηστικά και υψηλής ποιότητας προϊόντα, τα οποία αντέχουν στη χρήση για πολλά χρόνια. Η ευαισθητοποίηση του κοινού σχετικά με τις περιβαλλοντικές επιπτώσεις της γρήγορης μόδας μπορεί να ενισχυθεί, για παράδειγμα, μέσω αναρτήσεων σε ιστολόγια, δημοσιεύσεων στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης και ενημερωτικών δελτίων. Η προώθηση της «αργής μόδας» και της ιδέας της « » – καθώς και η ενσωμάτωση των δικών τους προϊόντων σε αυτά τα πλαίσια – συμβάλλει στην καθοδήγηση των καταναλωτών προς μια πιο συνειδητή αγοραστική συμπεριφορά.

Η συνεργασία αποτελεί σημαντικό πλεονέκτημα για τις μικρές μάρκες. Η συνεργασία με τοπικούς παραγωγούς, κατασκευαστές κλωστοϋφαντουργικών προϊόντων και φορείς εφοδιαστικής, με τους οποίους μοιράζονται κοινές αξίες, μπορεί να αποφέρει οφέλη συνέργειας και να ενισχύσει το δίκτυο υπεύθυνης επιχειρηματικής δραστηριότητας. Η συμμετοχή σε δίκτυα του κλάδου, όπως το Eetti ry, το Fashion Revolution Finland ή το Finnish Textile & Fashion, προσφέρει ευκαιρίες για την ανταλλαγή εμπειριών και ιδεών, καθώς και για κοινή δράση με στόχο την ανάπτυξη του κλάδου. Τα κοινά pop-up καταστήματα και οι εκδηλώσεις σε συνεργασία με άλλες μικρές επιχειρήσεις μπορούν επίσης να συμβάλουν στη μείωση των εξόδων μάρκετινγκ και στη διεύρυνση του πελατολογίου.

Οι μικρές μάρκες διαδραματίζουν έναν μοναδικό και σημαντικό ρόλο ως προωθητές της συνειδητής κατανάλωσης. Στην επικοινωνία, συνιστάται να αποφεύγεται η χρήση γλώσσας που ενθαρρύνει την υπερκατανάλωση και, αντ' αυτού, να χρησιμοποιούνται εκφράσεις όπως «κατασκευασμένο με προσοχή σε μικρές παρτίδες» ή «φτιαγμένο για να αντέχει». Οι περιορισμένες ποσότητες παραγωγής μπορούν να αυξήσουν την αξία των προϊόντων και να μειώσουν τον κίνδυνο υπερπαραγωγής. Οι πελάτες μπορούν να ενθαρρυνθούν να υιοθετήσουν πιο βιώσιμες καταναλωτικές συνήθειες, όπως να κάνουν αγορές εποχιακά ή να σχεδιάζουν τη ντουλάπα τους με μακροπρόθεσμη προοπτική. Με αυτόν τον τρόπο μπορεί να οικοδομηθεί μια πιο ισορροπημένη και βιώσιμη σχέση με τη μόδα.

VII. Συμπέρασμα

Η εκστρατεία ευαισθητοποίησής μας υπογραμμίζει την κρίσιμη αλλαγή που χρειάζεται επείγοντως η βιομηχανία της μόδας και των κλωστοϋφαντουργικών προϊόντων – από την υπερκατανάλωση προς συνειδητές και υπεύθυνες επιλογές. Καθ' όλη τη διάρκεια του έργου, ερευνήσαμε το ανθρακικό αποτύπωμα τοπικών επιχειρήσεων, συνεργαστήκαμε σε διεθνές επίπεδο και τελικά αποφασίσαμε να επικεντρωθούμε στην υπερκατανάλωση ενδυμάτων στη Φινλανδία ως ένα συγκεκριμένο, αναγνωρίσιμο και επιδραστικό θέμα.

Μέσα από συναντήσεις με ειδικούς, επιχειρηματίες και υποστηρικτές της βιώσιμης ανάπτυξης, μάθαμε ότι η υπεύθυνη μόδα πρέπει να ξεκινά από τις επιχειρήσεις – αλλά είναι πιο ισχυρή όταν υποστηρίζεται από συνειδητοποιημένους, αφοσιωμένους καταναλωτές και τολμηρές πολιτικές πρωτοβουλίες. Πολλές μικρές και τοπικές επιχειρήσεις αποτελούν ήδη πρωτοπόρους, γεγονός που αποδεικνύει ότι οι βιώσιμες πρακτικές και η οικονομική βιωσιμότητα μπορούν να συμβαδίζουν.

Ενθαρρύνοντας τους ανθρώπους να καταναλώνουν λιγότερο, να εκτιμούν ό,τι ήδη κατέχουν και να υποστηρίζουν υπεύθυνες επιχειρήσεις, επιδιώκουμε να προωθήσουμε μια πιο βιώσιμη και προσεκτική κουλτούρα κατανάλωσης. Η αλλαγή ξεκινά από την ευαισθητοποίηση, αλλά γίνεται πραγματικότητα μέσω της συνεργασίας, των καινοτομιών και της πολιτικής βούλησης. Το μέλλον της μόδας δεν βρίσκεται στις ταχύτερες τάσεις ή στις φθηνότερες τιμές, αλλά σε βαθύτερες αξίες, πιο έξυπνες επιλογές και κοινή ευθύνη. Μαζί μπορούμε να μειώσουμε το ανθρακικό αποτύπωμα της βιομηχανίας ενδυμάτων με τις συνειδητές επιλογές μας.

5. Πηγές

- <https://kierratyskeskus.fi/mista-yrityksen-hiilijalanjalki-syntyy-ja-miten-se-mitataan-ota-haltuun-scopet-1-2-ja-3/>
- <https://ilmastopaneeli.fi/hiilineutraalius-2035-on-perusteltu-ja-saavutettavissa-oleva-tavoite>
- <https://ghgprotocol.org/>
- https://finance.ec.europa.eu/capital-markets-union-and-financial-markets/company-reporting-and-auditing/company-reporting/corporate-sustainability-reporting_en
- <https://wwf.fi/uutiset/2024/06/raportti-suomalainen-luonnonvarojen-kulutus-selvasti-euroopan-maiden-keskiarvoa-korkeampaa/>



D5.5 Φυλλάδιο για τη δέσμευση για το κλίμα – Γαλλία 2025 - ελληνική έκδοση

Επίπεδο διάδοσης: Δημόσιο



Tiimiakatemia
by jamk



Document Information

Issued by	Initiative Développement
Date of Issue	26 June 2025
Authors	Eve DINET, Arthur FRESSE, Margaux THIEBLIN - Relecture par Margaux SINNAEVE
Dissemination level	Public

Document History

Version	Date	Comments and main modifications
01	11/06/2025	Version 1
02	26 June 2025	Version 2 with feedback and layout

Funding information and disclaimer

The TEAMIT+ project is funded by the European Union (Grant Agreement No. 101111560). The views and opinions expressed are, however, those of the author(s) only and do not necessarily reflect those of the European Union or the European Education and Culture Executive Agency (EACEA). Neither the European Union nor EACEA can be held responsible for them.



**Co-funded by
the European Union**

Πίνακας περιεχομένων

I. Εισαγωγή: γιατί συμμετείχαμε στο έργο;	4
II. Πώς καταρτίσαμε την πρότασή μας;	5
III. Η εκστρατεία μας: ένας ιστότοπος.....	6
IV. Κατάλογος των ερωτηθέντων ενδιαφερόμενων μερών	9
V. Γιατί επιλέξαμε αυτό το θέμα;	12
VI. Συμπέρασμα.....	13
Παράρτημα I.....	14
Παράρτημα II.....	15
Παράρτημα III	16

I. Εισαγωγή: Γιατί συμμετείχαμε στο έργο;

Η εμπειρία του Teamit+ ήταν για εμάς κάτι πολύ περισσότερο από ένα απλό έργο· ήταν μια πραγματική περιπέτεια στην υπηρεσία ενός σημαντικού σκοπού. Είχαμε τη μοναδική ευκαιρία να συμμετάσχουμε σε μια πρωτοβουλία με σημαντικό αντίκτυπο στο περιβάλλον και στις κοινότητές μας. Καθ' όλη τη διάρκεια αυτής της πορείας, αποκτήσαμε πολύτιμες δεξιότητες στη διαχείριση έργων και στην οργάνωση μιας αποτελεσματικής εκστρατείας ευαισθητοποίησης. Αξιοποιήσαμε επίσης τις γλωσσικές μας δεξιότητες, εμπλουτίζοντας έτσι τη συλλογική μας εμπειρία.

Η ομάδα των πρεσβευτών μας αποτελείται από ένα ετερογενές σύνολο ατόμων με διαφορετικό υπόβαθρο: η Eve Dinet, 19 ετών, που παρακολουθεί πρόγραμμα σπουδών στη διαχείριση της προστασίας της φύσης· ο Arthur Fresse, 23 ετών, φοιτητής στο δεύτερο έτος του τμήματος Γενικής Μηχανικής Προηγμένων Βιομηχανικών Τεχνικών· και η Margaux Thieblin, 24 ετών, μεταπτυχιακή φοιτήτρια στη διαχείριση έργων διεθνούς αλληλεγγύης.

Όλοι μας επιλέξαμε να αφοσιωθούμε πλήρως σε αυτή την πρωτοβουλία, καθώς είμαστε πεπεισμένοι ότι κάθε πράξη μετράει στον αγώνα για ένα βιώσιμο μέλλον. Μαζί, θελήσαμε να συμβάλουμε και να συμμετάσχουμε ενεργά στην προώθηση μιας κυκλικής οικονομίας που σέβεται το περιβάλλον.

II. Πώς γεννήθηκε η πρότασή μας;

Στις αρχές Δεκεμβρίου του 2024, προσκληθήκαμε σε μια εκδήλωση στην Ελλάδα με τίτλο «24 Hours of Innovation». Η εκδήλωση αυτή συγκεντρώνει επιχειρήσεις και φοιτητές γύρω από μια δημιουργική πρόκληση: να βρουν μια καινοτόμο ιδέα μέσα σε 24 ώρες. Ωστόσο, για εμάς, τα πράγματα θα εξελίσσονταν λίγο διαφορετικά· παρά τον περιορισμένο χρόνο που είχε αρχικά διατεθεί για την αναζήτηση νέων ιδεών στο πλαίσιο αυτής της εντατικής εκδήλωσης, στόχος μας ήταν επίσης να συνεχίσουμε τη δουλειά μας πέρα από αυτές τις 24 ώρες.

Κατά τη διάρκεια αυτών των δύο ημερών που περάσαμε μαζί, αρχίσαμε να διαμορφώνουμε τη λύση μας. Από την αρχή της διαδικασίας, προέκυψαν πολλές ιδέες χάρη στις ερωτήσεις και τις έρευνες που διεξήγαγαν οι πρεσβευτές που εκπροσώπησαν τις τέσσερις παρούσες χώρες: τη Γαλλία, την Ισπανία, τη Φινλανδία και την Ελλάδα.

Αφιερώσαμε την πρώτη μέρα στο να γνωριστούμε και να μοιραστούμε τις εμπειρίες μας, προκειμένου να σχηματίσουμε μια εικόνα των περιβαλλοντικών προκλήσεων σε κάθε μία από τις χώρες μας. Αυτό μας επέτρεψε όχι μόνο να εντοπίσουμε, αλλά και να προσδιορίσουμε με ακρίβεια τα συγκεκριμένα προβλήματα στα οποία έπρεπε να επικεντρώσουμε τις προσπάθειές μας.

Έτσι γεννήθηκε η βασική ιδέα: να δημιουργήσουμε μια διαδικτυακή πλατφόρμα που θα προβάλλει τις βιώσιμες επιχειρήσεις κάθε συμμετέχουσας χώρας, ώστε οι χρήστες να μπορούν εύκολα να βρουν τοπικές πρωτοβουλίες και πόρους αφιερωμένους στη βιώσιμη ανάπτυξη.

Τη δεύτερη μέρα, σχηματίστηκαν οι ομάδες, καθεμία από τις οποίες ανέλαβε να αναζητήσει τις φιλικές προς το περιβάλλον επιχειρήσεις στην αντίστοιχη περιοχή της. Αυτή η προσέγγιση είχε ως στόχο να θέσει γερά θεμέλια για το τελικό πρωτότυπο που έπρεπε να παρουσιάσουμε.

Στη συνέχεια, σε κάθε ομάδα ανατέθηκε ένα θέμα που καθορίστηκε με βάση τα χαρακτηριστικά της περιοχής της:

- Για τη Γαλλία: η γεωργία
- Για την Ισπανία: οι εκπομπές των επιχειρήσεων και τα οικονομικά μοντέλα
- Για τη Φινλανδία: η κατανάλωση κλωστοϋφαντουργικών προϊόντων
- Για την Ελλάδα: η κατανάλωση ενέργειας

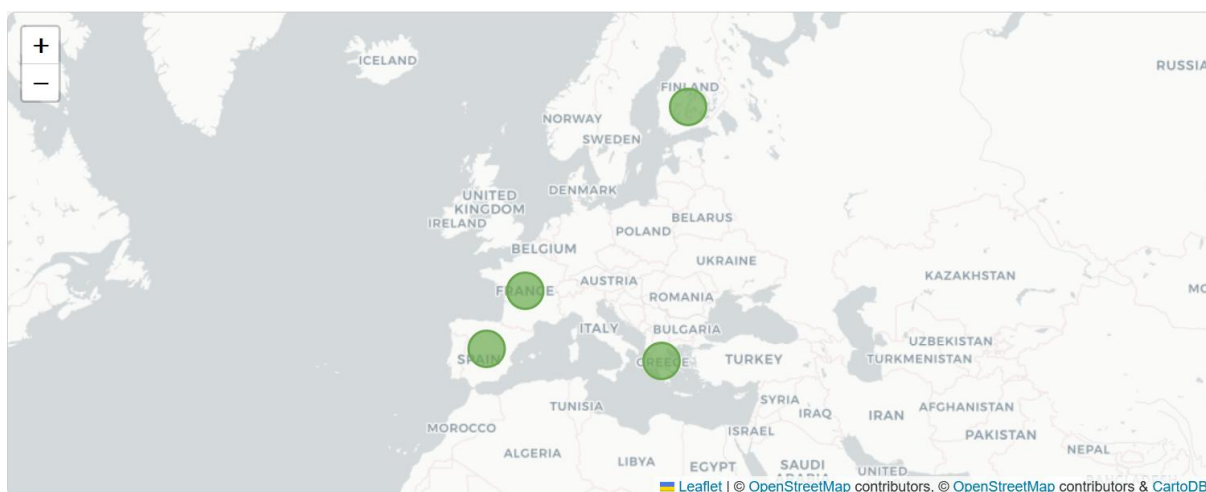
Αυτή η σαφής κατανομή όχι μόνο επέτρεψε μεγαλύτερη εξειδίκευση, αλλά μας έδωσε επίσης τη δυνατότητα να στοχεύσουμε αποτελεσματικά τις μελλοντικές μας εκστρατείες.

Τέλος, μετά από δύο εντατικές ημέρες αφιερωμένες στη διαμόρφωση των προτάσεών μας, είχαμε την ευκαιρία να παρουσιάσουμε το πρόγραμμά μας σε όλους τους συμμετέχοντες και στην κριτική επιτροπή.

III. Η εκστρατεία μας: ένας ιστότοπος

Σε ένα πλαίσιο όπου τα περιβαλλοντικά και οικονομικά ζητήματα συνδέονται όλο και περισσότερο, πιστεύουμε ότι είναι απαραίτητο να επαναπροσδιορίσουμε τους τρόπους παραγωγής, κατανάλωσης και, κυρίως, συνεργασίας μας. Γι' αυτό, για να ανταποκριθούμε σε αυτή την πρόκληση, δημιουργήσαμε έναν ιστότοπο: έναν χώρο ανταλλαγής πληροφοριών και δικτύωσης των διαφόρων φορέων που έχουν δεσμευτεί σε μια βιώσιμη προσέγγιση.

Η ιδέα αυτή γεννήθηκε μετά από συζητήσεις που είχαμε με άλλους πρεσβευτές της TeamIt στην Ελλάδα. Θέλαμε να δημιουργήσουμε μια πρακτική και πραγματικά χρήσιμη πλατφόρμα. Κατά τη διάρκεια της συνεργασίας μας, καταφέραμε να συγκεντρώσουμε όλα τα απαραίτητα στοιχεία για τον ιστότοπό μας, φροντίζοντας ώστε οι ιδέες του καθενός να εκπροσωπούνται σωστά και να υποστηρίζονται από ακριβή δεδομένα. Ο ιστότοπος πήρε μορφή κατά τη διάρκεια αυτών των «24 ωρών καινοτομίας»· στη συνέχεια, τον βελτιώσαμε με βάση τις πληροφορίες που συλλέξαμε, ιδίως μέσω συνεντεύξεων με βασικούς φορείς, προκειμένου να τον κάνουμε πιο ολοκληρωμένο και ακριβή. Σήμερα, ο ιστότοπος προσφέρει έναν διαδραστικό χάρτη που παρουσιάζει τις τέσσερις χώρες που συμμετέχουν στο πρόγραμμα TeamIt+, οι οποίες επισημαίνονται με πράσινα σημεία στα οποία μπορεί κανείς να κάνει κλικ.



Εικόνα 1: Διαδραστικός χάρτης

Περιέχει πληθώρα λεπτομερειών σχετικά με τους διάφορους παρόχους ή μηχανισμούς ενίσχυσης σε τομείς όπως η ενέργεια, οι μεταφορές, η διαχείριση αποβλήτων και πολλοί άλλοι.

Για παράδειγμα, αν επιλέξετε τη Γαλλία, ο ιστότοπος παραθέτει έναν προμηθευτή πράσινης ηλεκτρικής ενέργειας που ονομάζεται IleK στη Γαλλία, αλλά παραπέμπει επίσης στην ADEME.¹

¹ Ο Γαλλικός Οργανισμός Διαχείρισης Περιβάλλοντος και Ενέργειας είναι ένας γαλλικός δημόσιος οργανισμός βιομηχανικού και εμπορικού χαρακτήρα, σκοπός του οποίου είναι η ανάληψη, η διεύθυνση, ο συντονισμός, η διευκόλυνση ή η υλοποίηση δραστηριοτήτων που σχετίζονται με την προστασία του περιβάλλοντος και, ειδικότερα, με τη διαχείριση της ενέργειας.

Πηγή: [Βικιπαίδεια](#)

Information for France

Suppliers	Transporters	Waste Management	Agriculture	HowTo
Ileek Schneider energetics Le prêt Eco-Energie (PEE) ADEME	Alstom	Local Recycling Industrial Composting Organic Waste Solutions	Agreegreen Fertile Circularity	Energy Saving Tips Eco-friendly Living Sustainable Solutions

Εικόνα 2: Πληροφορίες για την επιλεγμένη χώρα (Γαλλία)

Ο ιστότοπος είναι προσβάσιμος στη διεύθυνση: <https://www.farthur.github.io/TeamIt>

Στόχος

Στόχος της εκστρατείας μας ήταν να δημιουργήσουμε έναν ιστότοπο που θα επέτρεπε τη συλλογή και την ανταλλαγή πληροφοριών δωρεάν, μέσω μιας δυναμικής, σαφούς και προσβάσιμης πλατφόρμας. Θέλαμε να προωθήσουμε την κυκλική οικονομία στην Ευρώπη, φέρνοντας σε επαφή μικρές επιχειρήσεις, συνεργάτες και όλους τους φορείς που έχουν δεσμευτεί σε μια βιώσιμη προσέγγιση. Αν αυτή η ιστοσελίδα υπήρχε πραγματικά, η πρόθεσή μας θα ήταν να αναδείξουμε υποδειγματικές πρωτοβουλίες, προκειμένου να βοηθήσουμε τους χρήστες να κάνουν ενημερωμένες επιλογές — για παράδειγμα: γιατί να επιλέξει κανείς έναν προμηθευτή πράσινης ενέργειας αντί για έναν γίγαντα όπως η EDF. Η ιστοσελίδα θα επιδίωκε να συγκεντρώσει πόρους, νέα, έργα και επαφές, με σκοπό την προώθηση της οικολογικής μετάβασης και την ενίσχυση της συλλογικής αποτελεσματικότητας.

Θέλουμε να δημιουργήσουμε ένα αξιόπιστο εμπορικό σήμα, ένα σημείο αναφοράς για όσους επιθυμούν να καταναλώνουν ή να παράγουν με διαφορετικό τρόπο.

Λειτουργία του ιστότοπού μας

Ο απώτερος στόχος του ιστότοπου, αν είχε τεθεί σε λειτουργία, θα ήταν να επικοινωνήσει και να επιλέξει φορείς βάσει αυστηρών κριτηρίων, λαμβάνοντας υπόψη τις απόψεις και τις ανάγκες των δυνητικών χρηστών.

Προς το παρόν, η πλατφόρμα βρίσκεται ακόμη στο στάδιο του πρωτοτύπου. Ενσωματώνει, επομένως, πολλές από τις πτυχές που αναφέρθηκαν παραπάνω και, φυσικά, έχει εμπνευστεί από τις έρευνές μας, τις συνεντεύξεις κ.λπ., προκειμένου να ανταποκριθεί στις απαιτήσεις της εκστρατείας ευαισθητοποίησης.

Αν έπρεπε να δημιουργήσουμε μια τελική έκδοση αυτού του ιστότοπου, θα επικοινωνούσαμε με πολύ μεγαλύτερο αριθμό ενδιαφερομένων μερών προκειμένου να συγκρίνουμε, να ταξινομήσουμε, να επιλέξουμε κ.λπ.

Δεδομένου ότι ο στόχος είναι να δώσουμε μια ιδέα και να απεικονίσουμε τις λεπτομέρειες της σκέψης μας, παρουσιάζουμε αυτή την έκδοση της πλατφόρμας. Καθώς εξακολουθούμε να θεωρούμε το concept ενδιαφέρον, αν το έργο υλοποιηθεί, συνιστούμε να διεξαχθούν χωρίς δισταγμό πιο εμπειρισταωμένες έρευνες και να πραγματοποιηθούν συναντήσεις με άλλους ενδιαφερόμενους.

Αφού συζητήσουμε με ορισμένους αγρότες για να κατανοήσουμε τις συγκεκριμένες προσδοκίες τους, θα μπορούσαμε να μοιραστούμε αυτές τις πληροφορίες με σαφή και διαφανή τρόπο.

Κοινό-στόχος

Η πλατφόρμα αυτή απευθύνεται κυρίως σε μικρές και νεοσύστατες ευρωπαϊκές επιχειρήσεις, σε δημόσιους και ιδιωτικούς εταίρους, σε αγρότες, σε ενεργούς πολίτες, σε μεταφορείς, σε προμηθευτές και σε φορείς του τομέα της ανακύκλωσης. Απευθύνεται σε οποιονδήποτε επιθυμεί να συμμετάσχει στην κυκλική οικονομία. Στόχος μας είναι να έχουμε ευρεία επίδραση!

Πρόσβαση και χρήση

Η πλατφόρμα είναι πλήρως προσβάσιμη διαδικτυακά από οποιαδήποτε συσκευή διαθέτει σύνδεση στο Διαδίκτυο. Το πεδίο εφαρμογής της καλύπτει ολόκληρη την Ευρώπη.

Όταν χρειάζεστε πληροφορίες, επαφές ή πόρους σχετικά με την κυκλική οικονομία! Ο ιστότοπος είναι διαθέσιμος 24 ώρες το 24ωρο, 7 ημέρες την εβδομάδα, χωρίς κανένα περιορισμό πρόσβασης.

Επιλογή μεθόδου

Είμαστε βαθιά πεπεισμένοι ότι τα δεδομένα πρέπει να είναι προσβάσιμα, κατανοητά και αξιόπιστα.

Αυτή η προσέγγιση όχι μόνο βελτιστοποιεί την προβολή, αλλά και διασφαλίζει την προσβασιμότητα και τη συνεργασία μεταξύ όλων των ευρωπαϊκών φορέων που εμπλέκονται στην κυκλική οικονομία.

Η πλατφόρμα αυτή βρίσκεται επί του παρόντος στην πρώτη της έκδοση και αποτελεί πρωτότυπο· μπορούμε λοιπόν να προτείνουμε άξονες προτεραιότητας στους οποίους θα πρέπει να επικεντρωθούμε μόλις το εργαλείο καταστεί πλήρως λειτουργικό. Οι άξονες αυτοί θα είναι οι εξής: να διασφαλιστεί η τακτική ενημέρωση των πληροφοριών και να εγγυηθεί η ασφάλεια των δεδομένων που κοινοποιούνται.

IV. Κατάλογος των εμπλεκόμενων φορέων

Στόχος της πρωτοβουλίας

Προκειμένου να αναπτύξουμε ένα σύνολο εργαλείων σε συνεργασία με άλλους πρεσβευτές, πραγματοποιήσαμε έρευνα και αποφασίσαμε να απευθυνθούμε σε όσους επηρεάζονται άμεσα από το συγκεκριμένο ζήτημα: τους βασικούς φορείς του γεωργικού και διατροφικού τομέα. Είναι ζωτικής σημασίας να διασφαλίσουμε τη συνάφεια των πληροφοριών μας· γι' αυτό και οι απόψεις των δυνητικών χρηστών είναι ουσιαστικής σημασίας.

Σύνοψη των ενδιαφερόμενων μερών με τα οποία ανταλλάξαμε απόψεις

Δραστηριότητα	Επιχείρηση	Τοποθεσία	Παραρτήματα των συνεντεύξεων
Γεωργός (συνταξιούχος)	Βιοκαλλιεργητής ²	Deux-Sèvres, Γαλλία	Παράρτημα 1
Γεωργός (φοιτητής, βοηθός διεύθυνσης)	³ /AB/HVE (EARL) ⁴	Gironde, Γαλλία	Παράρτημα II
Αμπελουργός	Οινοποίηση	Ζιρόντ, Γαλλία	Παράρτημα 3

Ερωτήσεις που τέθηκαν στους ερωτηθέντες

Γενικές ερωτήσεις:

- Παρακαλώ περιγράψτε τον οργανισμό σας και τον ρόλο σας
- Ποιες είναι οι κύριες ανησυχίες σας σε σχέση με το περιβάλλον;
- Έχετε ήδη εφαρμόσει πρακτικές αειφορίας στην επιχείρησή σας; Εάν ναι, ποιες;
- Υπάρχουν διαθέσιμα εργαλεία ή μέτρα που θα σας βοηθήσουν να εφαρμόσετε πιο βιώσιμες πρακτικές ή να μειώσετε το ανθρακικό σας αποτύπωμα;
- Πιστεύετε ότι το επιχειρηματικό σας μοντέλο είναι βιώσιμο; Τι σημαίνει για εσάς η βιωσιμότητα;

Όσον αφορά τις προκλήσεις που αντιμετωπίσατε:

- Ποια εμπόδια αντιμετωπίσατε κατά την εφαρμογή αυτών των μέτρων;
- Πώς αντιλαμβάνεστε τον αντίκτυπο της κλιματικής αλλαγής στην καθημερινή σας εργασία;

Λύσεις και καινοτομίες:

- Ποιες καινοτόμες λύσεις έχετε παρατηρήσει ή εφαρμόσει για τη βελτίωση της βιωσιμότητας στη γεωργία;
- Έχετε να μας κάνετε κάποιες συστάσεις (σε τοπικό, εθνικό ή ευρωπαϊκό επίπεδο κ.λπ.)?

² Βιολογική γεωργία

³ Γεωργική εκμετάλλευση περιορισμένης ευθύνης

⁴ Υψηλή περιβαλλοντική αξία

Υποστήριξη / Συνεργασία:

- Με ποιους τύπους οργανισμών συνεργάζεστε (σχολεία, ΜΚΟ, άλλους αγρότες);
- Πιστεύετε ότι θα ήταν απαραίτητο να ενθαρρυνθούν περισσότεροι αγρότες να υιοθετήσουν αυτές τις γεωργικές πρακτικές και, αν ναι, πώς; Αισθάνεστε ότι έχετε επαρκή υποστήριξη στις προσπάθειές σας (οικονομικά, τεχνικά κ.λπ.);

Προοπτικές / Μέλλον:

- Πώς βλέπετε το μέλλον της βιώσιμης γεωργίας στη Γαλλία τα επόμενα χρόνια; Ποιες αλλαγές ελπίζετε να δείτε να συμβαίνουν;
- Ποιες συμβουλές θα δίνετε στους νέους αγρότες που επιθυμούν να υιοθετήσουν ένα μοντέλο γεωργίας που σέβεται το περιβάλλον;

Υ. Γιατί επιλέξαμε αυτό το θέμα;

Αφού αφιερώσαμε χρόνο για να γνωρίσουμε τις διαδρομές και τις αντίστοιχες πεποιθήσεις μας, συνειδητοποιήσαμε γρήγορα ότι είχαμε έναν κοινό στόχο: να ξεκινήσουμε δράσεις με σκοπό τη μείωση των εκπομπών διοξειδίου του άνθρακα στην Ευρώπη.

Ωστόσο, κατά τη διάρκεια των συζητήσεών μας, διαπιστώσαμε ότι οι τομείς που επηρεάζονται περισσότερο από τις εκπομπές CO₂ διαφέρουν σημαντικά από χώρα σε χώρα. Για τους Έλληνες συμμετέχοντες, η κύρια πρόκληση αφορούσε τον ενεργειακό τομέα· για τους Ισπανούς συμμετέχοντες, αφορούσε τις εκπομπές που συνδέονται με τη δραστηριότητα των επιχειρήσεων και το οικονομικό μοντέλο· για τους Φινλανδούς συμμετέχοντες, η βιομηχανία της γρήγορης μόδας (fast-fashion) αποτελούσε ιδιαίτερο πρόβλημα· και για εμάς, τους Γάλλους πρεσβευτές, φαινόταν απαραίτητο να επικεντρωθούμε στον αγροτικό τομέα.

Χωρίς να θέλουμε να αποκλείσουμε κανέναν από αυτούς τους τομείς, καθώς όλοι είναι σημαντικοί ανάλογα με το εθνικό πλαίσιο, αναζητήσαμε ένα κοινό σημείο εκκίνησης που θα ενέπλεκε όλες αυτές τις διαφορετικές πραγματικότητες. Έτσι, προσδιορίσαμε την κοινωνική και αλληλέγγυα οικονομία (ΚΑΟ) ως έναν διατομεακό και περιεκτικό μοχλό. Η ΚΑΟ αφορά πράγματι πολλούς βασικούς τομείς: την ενέργεια, τις μεταφορές, την οικονομική δραστηριότητα, τη γεωργία και ακόμη και την κατανάλωση ενδυμάτων.

Με αυτή την προοπτική, καταφέραμε να ξεπεράσουμε τις διαφορές μεταξύ των περιφερειών και των τομέων γύρω από έναν κοινό στόχο: να δράσουμε συλλογικά στην Ευρώπη για τη μείωση του ανθρακικού μας αποτυπώματος.

VI. Συμπέρασμα

Καθ' όλη τη διάρκεια αυτής της εργασίας, συνειδητοποιήσαμε ότι η μετάβαση προς τη βιώσιμη ανάπτυξη και την κυκλική οικονομία είναι πολύ πιο περίπλοκη από ό,τι φαίνεται. Πράγματι, απαιτεί πολλούς μοχλούς: τη δέσμευση των φορέων στο πεδίο, τη δημιουργία μιας δυναμικής εργασίας μέσω επιδοτήσεων, συνεργασιών ή χρηματοδοτήσεων, διαβουλεύσεων κ.λπ.

Αυτές οι συζητήσεις, ιδίως με τους αγρότες, μας έπεισαν βαθιά για τη σωστότητα της επιλογής μας να επικεντρωθούμε στην κυκλική οικονομία. Αποτέλεσαν τον σύνδεσμο μεταξύ της εργασίας μας και της πραγματικότητας στο πεδίο, ενόψει των προκλήσεων που αντιμετωπίζουν αυτοί οι επαγγελματίες. Χάρη στις μαρτυρίες, τις ελπίδες και τις συστάσεις τους, κατέστη δυνατό να συγκεντρωθούν τα στοιχεία που εμπλούτισαν το παρόν έγγραφο.

Είμαστε πλέον πεπεισμένοι ότι η συνεργασία μεταξύ διαφορετικών τομέων, η ανταλλαγή γνώσεων και η πρόσβαση σε εργαλεία και πόρους (όπως ο ιστότοπός μας) αποτελούν βασικά πλεονεκτήματα για την εξέλιξη προς ένα πιο βιώσιμο μοντέλο, το οποίο χρησιμοποιεί λιγότερους φυσικούς πόρους, ενισχύοντας παράλληλα τους απαραίτητους κοινωνικούς δεσμούς.

Αυτό το έργο Teamit αποτέλεσε για εμάς ένα βήμα προς αυτή την κατεύθυνση, αλλά δεν είναι παρά μόνο η αρχή. Σε συνέχεια του έργου που πραγματοποιήσαμε μεταξύ μας και με πρεσβευτές από άλλες χώρες, πρέπει να διατηρήσουμε αυτές τις δεσμεύσεις μακροπρόθεσμα και να προσπαθήσουμε να τις διαδώσουμε όσο το δυνατόν ευρύτερα.

Παράρτημα I

Συναντήσαμε έναν συνταξιούχο αγρότη που ασκούσε το επάγγελμά του για περισσότερα από 40 χρόνια. Σήμερα, ο αδελφός του διαχειρίζεται μόνος του το αγρόκτημα. Εκτρέφουν κατσίκες, αγελάδες και χοίρους· όχι σε μεγάλο αριθμό, αλλά αρκετά ώστε να καταναλώνουν όλο το χόρτο και το άχυρο που παράγεται επί τόπου. Η φάρμα βρίσκεται στη δυτική Γαλλία και είναι πιστοποιημένη ως βιολογική εδώ και πάνω από 40 χρόνια. Αυτή η πιστοποίηση μαρτυρά τη δέσμευση των δύο αδελφών για την προστασία της γης τους.

Οι δύο αδελφοί έχουν εφαρμόσει σταδιακά βιώσιμες πρακτικές, όπως η εκτροφή διαφορετικών ειδών ζώων για την κάλυψη ποικίλων αναγκών και τη συμπλήρωση της παραγωγής (τα χοίρια τρέφονται με τα υπολείμματα από την παραγωγή κατσικίσιου τυριού, οι αγελάδες βόσκουν σε λιβάδια με υψηλότερη υγρασία που δεν προτιμούν οι αίγες...). Σήμερα, χρησιμοποιούν διάφορα μέσα για την προώθηση της βιώσιμης γεωργίας, όπως:

- τις εθνικές επιδοτήσεις
- Στο πλαίσιο της Κοινής Αγροτικής Πολιτικής: με οικονομική στήριξη (οικολογικά προγράμματα, αγροπεριβαλλοντικά και κλιματικά μέτρα)
- Εθνικό στρατηγικό σχέδιο: η εκδοχή που ενσωματώνει τους περιβαλλοντικούς στόχους της ΚΑΠ
- Η αγροοικολογία: εναλλαγή καλλιεργειών, φράχτες, διαφοροποίηση...
- η υπεύθυνη χρήση του νερού και των εισροών.

Χάρη σε αυτά τα μέτρα, μπορεί να ειπωθεί ότι η εκμετάλλευση είναι βιώσιμη. Για αυτούς, αυτό σημαίνει ότι μπορούν να παράγουν κατσικίσιο τυρί ή κρέας χωρίς να βλάπτουν το περιβάλλον ούτε να εξαντλούν τους φυσικούς πόρους.

Φυσικά, αυτό δεν ήταν πάντα εύκολο. Όταν ξεκίνησαν πριν από 40 χρόνια, η μετάβαση στη βιολογική γεωργία αντιμετωπιζόταν με επιφύλαξη από τους άλλους αγρότες. Σήμερα, η μεγαλύτερη πρόκληση έγκειται στο γεγονός ότι εξαρτώνται περισσότερο από τη φύση σε σύγκριση με τους συμβατικούς αγρότες, οι οποίοι μπορούν, για παράδειγμα, να περιορίσουν τους κινδύνους χρησιμοποιώντας εισροές.

Ωστόσο, επέλεξαν να συνεχίσουν τη βιολογική γεωργία λόγω της βαθιάς δέσμευσής τους για την προστασία του περιβάλλοντος, τόσο για τη δική μας γενιά όσο και για τις μελλοντικές γενιές.

Σήμερα, διαπιστώνουν ξεκάθαρα τον αντίκτυπο της δουλειάς τους στη ζωή τους, στο περιβάλλον και στην ευημερία των ζώων, και αυτός ο αντίκτυπος είναι μεγαλύτερος από ό,τι στη συμβατική γεωργία. Επιπλέον, γνωρίζουν ότι η δουλειά τους έχει νόημα και δεν καταστρέφει το περιβάλλον.

Ο αγρότης δηλώνει ότι σήμερα απολαμβάνει μεγαλύτερη υποστήριξη από ό,τι στην αρχή, αλλά εξακολουθεί να ανησυχεί κάπως για την κατάσταση του αδελφού του. Εξηγεί ότι οι εθνικές και ευρωπαϊκές επιδοτήσεις μειώνονται συνεχώς. Ελπίζει ότι οι πολιτικοί υπεύθυνοι και οι συνάδελφοί του αγρότες θα συνειδητοποιήσουν ότι η προστασία του περιβάλλοντος αποτελεί τον ισχυρότερο μοχλό για την καταπολέμηση της κλιματικής αλλαγής. Προς τον σκοπό αυτό, προτείνει να εκπαιδεύονται οι αγρότες στις βέλτιστες πρακτικές και να τους προσφέρεται αυξημένη οικονομική στήριξη εάν χρησιμοποιούν μεθόδους που σέβονται το περιβάλλον, κάτι που, κατά τη γνώμη του, θα μπορούσε να τους παρακινήσει.

Θέλοντας να τονίσουν ότι η δουλειά τους έχει νόημα, επιθυμούν να εκφράσουν τη δέσμευσή τους προς το περιβάλλον υποδεχόμενοι επισκέπτες στο αγρόκτημά τους. Πράγματι, μερικές φορές φιλοξενούν επισκέπτες στο αγροτουριστικό κατάλυμά τους για να μοιραστούν τις γνώσεις τους σχετικά με το περιβάλλον· προσφέρουν ξεναγήσεις, δραστηριότητες και, γενικά, πρωτοβουλίες που διερευνούν τον ρόλο της φύσης στη γεωργία. Μερικές φορές φιλοξενούν επίσης σχολικές ομάδες.

Τέλος, ο αγρότης που συνεντεύξαμε μας εκμυστηρεύτηκε ότι έχει ελπίδα για τη γενιά μας. Πιστεύει ότι αν θέλουμε να αποφύγουμε την κλιματική αλλαγή ευαισθητοποιώντας τον πληθυσμό, τροποποιώντας τους νόμους ή βοηθώντας τους αγρότες να προσαρμόσουν τις πρακτικές τους, αυτό είναι απολύτως εφικτό!

Παράρτημα II

Συναντήσαμε έναν ασκούμενο που κατέχει τη θέση του αναπληρωτή γενικού διευθυντή σε μια γεωργική εταιρεία περιορισμένης ευθύνης (EARL). Είναι αφοσιωμένος στη διατήρηση του περιβάλλοντος και δίνει ιδιαίτερη σημασία στην προστασία των επικονιαστών. Το 2019 ξεκίνησε τη μετάβαση προς τη βιολογική γεωργία (BIO) και, το 2020, απέκτησε την πιστοποίηση «Υψηλής Περιβαλλοντικής Αξίας» (HVE 3).

Προκειμένου να μειώσει το ανθρακικό αποτύπωμα της εκμετάλλευσής του, έχει εφαρμόσει διάφορες βιώσιμες πρακτικές. Μεταξύ των μελλοντικών του σχεδίων συγκαταλέγεται η μετάβαση σε ηλεκτρικά τρακτέρ, με στόχο την περαιτέρω βελτίωση της βιωσιμότητας των γεωργικών του δραστηριοτήτων.

Παρά τις προκλήσεις που αντιμετωπίζει, ιδίως τον χρόνο που απαιτείται για τη συμμόρφωση με τις περιβαλλοντικές απαιτήσεις, θεωρεί ότι το μοντέλο του είναι βιώσιμο. Για τον ίδιο, μια βιώσιμη επιχείρηση καταβάλλει κάθε δυνατή προσπάθεια για τη μείωση της ρύπανσης που προκαλεί.

Ομοίως, διαπιστώνει τον αντίκτυπο της κλιματικής αλλαγής στην καθημερινή του εργασία, κάτι που απαιτεί περισσότερο χρόνο στον αμπελώνα και καθιστά ορισμένες εργασίες ρουτίνας πιο δύσκολες. Αν και εξετάζει καινοτόμες λύσεις, όπως τη μετάβαση στη βιολογική γεωργία, επισημαίνει μια γενική έλλειψη πόρων που εμποδίζει άλλες πρωτοβουλίες.

Ο ασκούμενος συνιστά στους αγρότες να μάθουν να αλληλοβοηθούνται και επιμένει στην ανάγκη για μεγαλύτερη στήριξη προκειμένου να προωθηθούν τα βιολογικά προϊόντα. Κατά τη γνώμη του, η κατάσταση δεν είναι ανησυχητική ούτε από οικονομική ούτε από τεχνική άποψη, αλλά η υψηλή τιμή των ηλεκτρικών τρακτέρ παραμένει ένα σημαντικό εμπόδιο για τη γενικευμένη χρήση τους.

Για το μέλλον, φοβάται τη μείωση του αριθμού των αγροτών, αλλά ελπίζει να δει μια συνεχή βελτίωση της ποιότητας των γεωργικών προϊόντων. Τέλος, δίνει την εξής συμβουλή στους νέους αγρότες που επιθυμούν να ασχοληθούν με μια γεωργία που σέβεται το περιβάλλον: «Αφοσιωθείτε πλήρως στη φύση».

Παράρτημα III

Συναντήσαμε έναν οδηγό τρακτέρ που εργάζεται σε αμπελώνα του Μπορντό και είναι αμπελουργός. Τα κύρια περιβαλλοντικά του ενδιαφέροντα αφορούν τη διαχείριση των εκπομπών που προέρχονται από το κελάρι και τον αμπελώνα, καθώς και τη στρατηγική του μηχανικού βοτανισμού. Έχει επίσης αναλάβει την πρωτοβουλία να δημιουργήσει χώρους πρασίνου, όπως δασύλλια, προκειμένου να προωθήσει τη βιοποικιλότητα.

Έχει εφαρμόσει διάφορες βιώσιμες πρακτικές στο κτήμα του. Αυτές περιλαμβάνουν μια πιο φιλική προς το περιβάλλον καλλιέργεια των αμπελώνων, χάρη στη χρήση προϊόντων λιγότερο επιβλαβών για το περιβάλλον, καθώς και τη δημιουργία φρακτών και την εισαγωγή μελισσών.

Κάθε χρόνο αναθέτει την αξιολόγηση του ανθρακικού αποτυπώματος του κτήματός του σε μια εξωτερική εταιρεία που εξετάζει τα δεδομένα του. Αν και οι ακριβείς λεπτομέρειες αυτής της ανάλυσης δεν είναι σαφείς, την θεωρεί ως ένα ουσιαστικό εργαλείο για τη βελτίωση του περιβαλλοντικού του αντίκτυπου.

Για τον ίδιο, η βιωσιμότητα συνίσταται στην ετήσια παραγωγή επαρκούς ποσότητας ποιοτικών σταφυλιών, με παράλληλη διατήρηση της υγείας των αμπελώνων του και του περιβάλλοντος. Ευτυχώς, δεν αντιμετώπισε πολλά εμπόδια στην εφαρμογή αυτών των μέτρων στο κτήμα του· αναγνωρίζει ότι η διάθεση των απαραίτητων οικονομικών πόρων διευκολύνει σημαντικά τα πράγματα.

Όσον αφορά τις επιπτώσεις της κλιματικής αλλαγής στην καθημερινή του εργασία, παρατηρεί όλο και πιο ζεστά καλοκαίρια, σαφώς πιο κρύους χειμώνες και μεγάλη διακύμανση στις βροχοπτώσεις.

Ο αμπελουργός που ερωτήθηκε επιθυμεί να αυξήσει τη βιοποικιλότητα του αμπελώνα του, μια καινοτόμο λύση που σκοπεύει να εφαρμόσει ευρύτερα στο μέλλον. Ωστόσο, όταν ρωτήθηκε αν είχε να διατυπώσει συστάσεις ή αν θα ήταν πρόθυμος να συνεργαστεί με άλλους φορείς, όπως σχολεία ή ΜΚΟ, παραδέχτηκε ότι δεν διαθέτει πολλές πληροφορίες να μοιραστεί.

Όσον αφορά την απαραίτητη υποστήριξη προς τους αγρότες που επιθυμούν να υιοθετήσουν πρακτικές πιο βιώσιμες από περιβαλλοντική άποψη, αν και δεν έχει ακόμη αποφασίσει ποια συγκεκριμένα μέτρα θα λάβει, τονίζει ότι απαιτείται πολύ θάρρος και υπομονή σε αυτόν τον ιδιαίτερα απαιτητικό τομέα. Ολοκληρώνοντας τις σκέψεις του για το μέλλον της βιώσιμης γεωργίας στη Γαλλία, συμβουλεύει τους νέους αγρότες να «βρουν τους κατάλληλους ανθρώπους και να διεξάγουν διεξοδικές δοκιμές στους δικούς τους αμπελώνες».



D5.5 Φυλλάδιο για τη δέσμευση για το κλίμα -Ελλάδα 2025 - Ελληνική έκδοση

Επίπεδο διάδοσης: Δημόσιο



Tiimiakatemia
by jamk



Document information

Published by	Initiative Développement
Publication date	26/06/2025
Authors	Eleftherios KARALEFTHERIS, Veniopoulos ANASTASIOS, Dimitrios CHADIOS, proofread by Margaux Sinnaeve
Distribution level	Public

Document history

Version	Date	Comments
01	11/06/2025	Version 1
02	30/06/2025	Version 2

Funding information and disclaimer

The TEAMIT+ project is funded by the European Union (grant agreement No 101111560). However, the views and opinions expressed are those of the authors alone and do not necessarily reflect those of the European Union or the Education, Audiovisual and Culture Executive Agency (EACEA). Neither the European Union nor the EACEA can be held responsible for them.



**Co-funded by
the European Union**

Πίνακας περιεχομένων

1. Greece Common Part – Εισαγωγή	4
2. Συνδέοντας την Καινοτομία με τη Βιωσιμότητα	4
3. Η Ελλάδα Μπορεί – Πορεία προς ένα Βιώσιμο Μέλλον	5
4. Ενσωμάτωση Ανανεώσιμων Πηγών Ενέργειας: Πρακτικές Στρατηγικές για τις Ελληνικές Επιχειρήσεις	6
5. Εφαρμοσμένες Πρακτικές: Πώς Ελληνικές Μικρομεσαίες Επιχειρήσεις Δείχνουν τον Δρόμο στις Ανανεώσιμες Λύσεις	7
6. Χλιάπας Α.Ε.: Θέρμανση με Πριονίδι– Μια Πρακτική και Ουσιαστική Προσέγγιση	7
7. Πρωτοπόρο Παράδειγμα Βιωσιμότητας στον Αγροδιατροφικό Τομέα.....	8
8. Οινοποιείο Καμκούτης: Όταν η Παράδοση Συναντά την Ανανεώσιμη Καινοτομία... ..	9
9. Πέρα από τις Μικρομεσαίες: Πως οι Μεγάλες Ελληνικές Επιχειρήσεις στράφηκαν στην Ανανεώσιμη Ενέργεια	9
10. ΔΕΗ Ανανεώσιμες	9
11. Εμβληματικά έργα περιλαμβάνουν.....	10
METLEN Energy & Metals	10
Βασικές επενδύσεις:	10
Αθηναϊκή Ζυθοποιία (Όμιλος Heineken)	11
Coca-Cola Τρία Έψιλον.....	11
Lidl Ελλάς.....	11
Lamda Development	11
12. Άλλα Ενδεικτικά Παραδείγματα.....	12
13. Συμπέρασμα: Η Πράσινη Μετάβαση της Ελλάδας – Μαζί στην ανάπτυξη για ένα Βιώσιμο Μέλλον.....	12
14. Πηγές	15

1. Greece Common Part – Εισαγωγή

Η 24ωρη εκδήλωση του TEAMIT+, που φιλοξενήθηκε στην Ελλάδα, αποτέλεσε μια ξεχωριστή ευκαιρία για άτομα από όλη την Ευρώπη να συνεργαστούν σε ένα δυναμικό και πρακτικό πλαίσιο επίλυσης προβλημάτων. Στο πλαίσιο του Δεύτερου Μέρους του προγράμματος TEAMIT+, η εκδήλωση ένωσε συμμετέχοντες με διαφορετικά πολιτισμικά και επαγγελματικά υπόβαθρα, δημιουργώντας ένα καινοτόμο περιβάλλον όπου οι διαφορετικές οπτικές ενώθηκαν για να αντιμετωπίσουν σύνθετες προκλήσεις με δημιουργικό και αποτελεσματικό τρόπο.

Η διεπιστημονική σύνθεση της ομάδας μας επέτρεψε μια ολοκληρωμένη προσέγγιση στην επίλυση προβλημάτων—μια προσέγγιση που δύσκολα θα μπορούσε να επιτευχθεί σε ένα πιο ομοιογενές σύνολο.

Αν και η εμπειρία ήταν εξαιρετικά εποικοδομητική, συνοδεύτηκε από προκλήσεις—ιδιαίτερα όσον αφορά την υπέρβαση των γλωσσικών και επικοινωνιακών εμποδίων. Με μέλη που μιλούσαν διαφορετικές μητρικές γλώσσες και προέρχονταν από ποικίλα πολιτισμικά πλαίσια, η αποτελεσματική συνεργασία απαιτούσε υπομονή, προσαρμοστικότητα και κοινή δέσμευση για σαφή

επικοινωνία. Ωστόσο, τα εμπόδια αυτά ενίσχυσαν τις ομαδικές μας δεξιότητες και μας ώθησαν να βρούμε δημιουργικούς τρόπους να γεφυρώσουμε τα χάσματα και να ενισχύσουμε την κατανόηση μεταξύ μας.

Επιπλέον, οι αυστηροί χρονικοί περιορισμοί αποδείχθηκαν τελικά πλεονέκτημα αντί για περιορισμός. Ενίσχυσαν τη γρήγορη σκέψη, την άμεση δημιουργία πρωτοτύπων και τη λήψη αποφάσεων με ταχύτητα—στοιχεία απαραίτητα για την επίτευξη των στόχων του προγράμματος. Αυτό το περιβάλλον υψηλής πίεσης ενίσχυσε τη σημασία της ευελιξίας και της ομαδικότητας, προσφέροντας πολύτιμες εμπειρίες μάθησης σε όλους τους συμμετέχοντες. Τελικά, η εκδήλωση όχι μόνο ενίσχυσε τις δεξιότητές μας στην επίλυση προβλημάτων, αλλά ανέδειξε και τη σημασία της συνεργασίας σε ένα διεθνές και πολυπολιτισμικό πλαίσιο.

2. Συνδέοντας την Καινοτομία με τη Βιωσιμότητα

Όπως η 24ωρη εκδήλωση του TEAMIT+ ανέδειξε τη δύναμη της συνεργασίας στην επίλυση προβλημάτων, έτσι και η μείωση του ανθρακικού αποτυπώματος στις επιχειρήσεις απαιτεί μια εξίσου καινοτόμα και συλλογική προσέγγιση—ιδιαίτερα στον τομέα της ενέργειας. Σε όλη την Ευρώπη, η κατανάλωση ενέργειας και η βιωσιμότητα αποτελούν επείγουσες προκλήσεις, με κάθε χώρα να καλείται να δώσει λύσεις που ανταποκρίνονται στις δικές της οικονομικές συνθήκες, βιομηχανικές ανάγκες και διαθέσιμους πόρους. Παρότι η Ελλάδα διαθέτει σημαντικές δυνατότητες στις ανανεώσιμες πηγές ενέργειας, άλλες χώρες ίσως χρειάζονται διαφορετικές, προσαρμοσμένες λύσεις. Η επιτυχής αντιμετώπιση αυτών των ζητημάτων προϋποθέτει όχι μόνο τεχνολογική πρόοδο, αλλά και διακρατική συνεργασία, στρατηγικές αποφάσεις και ευελιξία—στοιχεία που αποδείχθηκαν καθοριστικά και στην εμπειρία του TEAMIT+.

3. Η Ελλάδα Μπορεί – Πορεία προς ένα Βιώσιμο Μέλλον

Ο περιβαλλοντικός αντίκτυπος των επιχειρηματικών δραστηριοτήτων αποτελεί πλέον ένα από τα πιο επείγοντα παγκόσμια ζητήματα, με τις εκπομπές άνθρακα να συγκατα-

λέγονται στους βασικούς παράγοντες που συμβάλλουν στην κλιματική αλλαγή και την υποβάθμιση των φυσικών οικοσυστημάτων. Στην Ελλάδα, όπως και σε πολλές άλλες χώρες, οι επιχειρήσεις αρχίζουν να αντιλαμβάνονται ότι οι βιώσιμες πρακτικές δεν είναι μόνο περιβαλλοντικά αναγκαίες, αλλά και καθοριστικές για τη μακροπρόθεσμη οικονομική ανθεκτικότητα. Αυτή τη στιγμή, οι ελληνικές επιχειρήσεις ευθύνονται για περίπου το 28% των συνολικών εκπομπών διοξειδίου του άνθρακα της χώρας. Κλάδοι όπως η βιομηχανία, η ναυτιλία και ο τουρισμός είναι ιδιαίτερα ενεργοβόροι, γεγονός που καθιστά επιτακτική την ενσωμάτωση περιβαλλοντικών παραμέτρων στις επιχειρηματικές στρατηγικές.

Ωστόσο, η Ελλάδα διαθέτει σημαντικά πλεονεκτήματα στην πορεία προς τη βιωσιμότητα. Το ηλιόλουστο μεσογειακό της κλίμα, οι ισχυροί άνεμοι στο Αιγαίο και το υδροηλεκτρικό δυναμικό των ορεινών περιοχών της, προσφέρουν στέρεη βάση για την ανάπτυξη καθαρής ενέργειας. Η πρόοδος είναι ήδη αξιόσημη: μέχρι το 2023, οι ανανεώσιμες πηγές ενέργειας κάλυπταν σχεδόν το 50% της παραγωγής ηλεκτρικής ενέργειας στη χώρα—με την αιολική ενέργεια να αγγίζει το 28% και την ηλιακή το 16%. Αυτή η πορεία δείχνει όχι μόνο τα επιτεύγματα της Ελλάδας αλλά και το μεγάλο ανεκμετάλλετο δυναμικό που διαθέτει.

Η μετάβαση σε μια οικονομία χαμηλών εκπομπών άνθρακα προσφέρει πολλαπλά οφέλη. Πέρα από τη μείωση των ρύπων, συμβάλλει



στη μείωση του κόστους ενέργειας, περιο- ρίζει την εξάρτηση από εισαγόμενα ορυκτά καύσιμα και δημιουργεί νέες θέσεις εργασί- ας σε αναπτυσσόμενους “πράσινους” τομείς όπως οι καθαρές τεχνολογίες, οι ανανεώσι- μες πηγές ενέργειας και οι περιβαλλοντικές υπηρεσίες. Όμως, αυτή η μεταμόρφωση απαι- τεί περισσότερα από φυσικούς πόρους—χρει- άζεται στοχευμένες επενδύσεις, υποστηρι- κτικές πολιτικές και συντονισμένες δράσεις από τον δημόσιο και τον ιδιωτικό τομέα.

Για να υπάρξει ουσιαστική πρόοδος, είναι απαραίτητο να εμπλακούν άμεσα οι επιχειρή- σεις, οι φορείς χάραξης πολιτικής, οι ερευ- νητές και οι τοπικές κοινότητες. Μέσα από την κατανόηση των πραγματικών προκλήσε- ων και ευκαιριών σε κάθε κλάδο, μπορούν να

διαμορφωθούν λύσεις αποτελεσματικές και κατάλληλες για το κάθε πλαίσιο. Με τον σω- στό συνδυασμό καινοτομίας, επενδύσεων και συνεργασίας, η Ελλάδα έχει όλα τα εφόδια για να γίνει πρωτοπόρος στον μετασχηματισμό των επιχειρήσεων προς τη βιωσιμότητα—χα- ράσσοντας τον δρόμο για ένα πιο πράσινο και ανθεκτικό μέλλον.

4. Ενσωμάτωση Ανανεώσιμων Πηγών Ενέργειας: Πρακτικές Στρατηγικές για τις Ελληνικές Επιχειρήσεις

Σε όλη την Ελλάδα, οι επιχειρήσεις κάθε με- γέθους αρχίζουν να αντιλαμβάνονται τις ανα- νεώσιμες πηγές ενέργειας όχι μόνο ως μέσο εξοικονόμησης κόστους, αλλά και ως στρα- τηγικό πλεονέκτημα. Για τις μικρομεσαίες επιχειρήσεις (ΜμΕ)—που αποτελούν τη ραχο- κοκαλιά της ελληνικής οικονομίας—η στρο- φή προς τις ανανεώσιμες πηγές προσφέρει μια μοναδική ευκαιρία: μείωση λειτουργικών εξόδων, προστασία από τις διακυμάνσεις στις τιμές καυσίμων και συμμόρφωση με τα αυστηρότερα περιβαλλοντικά πρότυπα που θέτουν τόσο οι ρυθμιστικές αρχές όσο και οι καταναλωτές.

Ευτυχώς, οι πλούσιοι φυσικοί πόροι της χώ- ρας και το ταχέως αναπτυσσόμενο οικοσύ- στημα καθαρής τεχνολογίας κάνουν αυτή τη μετάβαση πιο εφικτή από ποτέ. Από τη μετα-ποίηση και τον τουρισμό, μέχρι τη γεωργία και τις υπηρεσίες, υπάρχουν πολλαπλές δι- αδρομές για την ενσωμάτωση τεχνολογιών ανανεώσιμης ενέργειας προσαρμοσμένων στις ανάγκες κάθε επιχείρησης.

Ένα προσιτό σημείο εκκίνησης είναι η ηλιακή ενέργεια, και πιο συγκεκριμένα τα φωτοβολ- ταϊκά (PV) συστήματα που εγκαθίστανται σε στέγες, αδόμητα οικόπεδα ή σκίαστρα χώρων στάθμευσης. Τα συστήματα αυτά επιτρέπουν στις επιχειρήσεις να παράγουν το δικό τους ρεύμα, καλύπτοντας συχνά σημαντικό μέρος της καθημερινής τους κατανάλωσης. Μέσω του net metering, η πλεονάζουσα ενέργεια επιστρέφεται στο δίκτυο, δημιουργώντας πιστώσεις που μειώνουν ακόμη περισσότερο το κόστος με την πάροδο του χρόνου. Για κλάδους που απαιτούν μεγάλες ποσότη- τες ζεστού νερού— όπως ξενοδοχεία, πλυ- ντήρια ή μονάδες επεξεργασίας τροφίμων— τα ηλιοθερμικά συστήματα προσφέρουν μια απλή, αποδοτική και μακροχρόνια λύση για θέρμανση με ανανεώσιμες πηγές.

Σε πιο αγροτικά ή βιομηχανικά περιβάλλοντα, η βιομάζα και η βιοενέργεια παρουσιάζουν ιδιαίτερη δυναμική. Μέσω της αξιοποίησης ξυλείας, γεωργικών υπολειμμάτων ή οργανι- κών παραπροϊόντων για παραγωγή θερμότη- τας και ενέργειας, οι επιχειρήσεις μπορούν να αναπτύξουν κυκλικά μοντέλα που περιορί- ζουν τα απόβλητα και μειώνουν την εξάρτη- ση από ορυκτά καύσιμα—ιδιαίτερα σε περιο- χές με άμεση πρόσβαση σε πρώτες ύλες και τις κατάλληλες υποδομές.

Η αιολική ενέργεια αποτελεί επίσης μια ση- μαντική, αν και πιο εξειδικευμένη, επιλο- γή. Επιχειρήσεις με πρόσβαση σε ανοιχτούς χώρους ή εκτεθειμένες παραθαλάσσιες πε- ριοχές μπορούν να επενδύσουν σε μικρές ή μεσαίες κλίμακας ανεμογεννήτριες που προσφέρουν σταθερή παραγωγή

ενέργειας. Σε ορισμένες περιπτώσεις, τα υβριδικά συστήματα—που συνδυάζουν ηλιακή, αιολική και αποθήκευση σε μπαταρίες—προσφέρουν μεγαλύτερη ενεργειακή αυτονομία και αξιοπιστία, ειδικά σε απομακρυσμένες περιοχές ή νησιά με ασταθή σύνδεση στο δίκτυο.

Το πλέον ενθαρρυντικό είναι ότι τα χρηματοδοτικά εργαλεία για τέτοιου είδους επενδύσεις αυξάνονται. Οι επιχειρήσεις μπορούν πλέον να επωφεληθούν από κρατικές επιδοτήσεις, ευρωπαϊκά προγράμματα, «πράσινα» δάνεια και μοντέλα χρηματοδότησης βάσει απόδοσης, όπου η αποπληρωμή συνδέεται με την εξοικονόμηση ενέργειας. Η ελληνική κυβέρνηση έχει επίσης θεσπίσει φορολογικά κίνητρα για την ενίσχυση της ενεργειακής αποδοτικότητας και την υιοθέτηση συστημάτων ΑΠΕ.

Η βασική πρόκληση είναι η επιλογή της καλύτερης λύσης για κάθε επιχείρηση, ανάλογα με το μέγεθος, την τοποθεσία και το προφίλ λειτουργίας της. Όμως, με την αυξανόμενη ενημέρωση, τη διαθέσιμη τεχνική υποστήριξη και τις νέες χρηματοδοτικές δυνατότητες, η ανανεώσιμη ενέργεια καθίσταται ολοένα και πιο ρεαλιστική και αποδοτική επιλογή για τις ελληνικές επιχειρήσεις.

5. Εφαρμοσμένες Πρακτικές: Πώς Ελληνικές Μικρομεσαίες Επιχειρήσεις Δείχνουν τον Δρόμο στις Ανανεώσιμες Λύσεις

Αν και οι εθνικές στρατηγικές και τα μεγάλα έργα υποδομής αποτελούν βασικούς πυλώνες της πράσινης μετάβασης της Ελλάδας, μικρομεσαίες επιχειρήσεις (ΜμΕ) σε όλη τη χώρα αποδεικνύουν καθημερινά ότι η βιωσιμότητα είναι εφικτή και σε τοπικό επίπεδο. Τρία ενδεικτικά παραδείγματα—η Χλιάπας Α.Ε., η Προϊόντα Γης Βοΐου και το Οινοποιείο Καμκούτης—αναδεικνύουν πώς οι ελληνικές επιχειρήσεις ενσωματώνουν τις ανανεώσιμες πηγές ενέργειας και την κυκλική οικονομία στις καθημερινές τους δραστηριότητες. Είτε στον τομέα της μεταποίησης, της αγροτικής παραγωγής ή της οινοποιίας, οι ΜμΕ αυτές προσφέρουν ζωντανά παραδείγματα καινοτομίας, ανθεκτικότητας και περιβαλλοντικής υπευθυνότητας, αναδεικνύοντας τις δυνατότητες της ελληνικής πράσινης οικονομίας «από τη βάση προς τα πάνω».

6. Χλιάπας Α.Ε.: Θέρμανση με Πριονίδι— Μια Πρακτική και Ουσιαστική Προσέγγιση

Η εταιρεία Χλιάπας Α.Ε., που δραστηριοποιείται στον κλάδο της επεξεργασίας ξύλου, προχώρησε σε μια καίρια επιχειρησιακή αλλαγή που ξεκίνησε ως πρακτική λύση και εξελίχθηκε σε στρατηγική βιωσιμότητας: τη θέρμανση των εγκαταστάσεών της, επιφάνειας 500

τ.μ., με πριονίδι αντί για συμβατικά καύσιμα όπως το πετρέλαιο. Λειτουργώντας περίπου 200 ημέρες τον χρόνο κατά τους χειμερινούς μήνες, η εταιρεία καταναλώνει περίπου 300 τόνους πριονιδιού ετησίως—ενεργειακά ισοδύναμους με 30.000 έως 35.000 λίτρα πετρελαίου θέρμανσης, ανάλογα με την απόδοση του καυσίμου.

Η προσέγγιση αυτή προσφέρει σημαντική εξοικονόμηση κόστους, ενώ παράλληλα μειώνει την εξάρτηση της εταιρείας από ορυκτά καύσιμα και την έκθεσή της στις διακυμάνσεις των τιμών του πετρελαίου. Το πιο σημαντικό, όμως, είναι ότι το πριονίδι αποτελεί υποπροϊόν της ίδιας της επεξεργασίας ξύλου που πραγματοποιεί η επιχείρηση—μετατρέποντας ένα εν δυνάμει απόβλητο σε πολύτιμη πηγή ενέργειας. Πρόκειται για μια χαρακτηριστική εφαρμογή των αρχών της κυκλικής οικονομίας: η αξιοποίηση αποβλήτων για την κάλυψη βασικών αναγκών της επιχείρησης με τρόπο

χαμηλού περιβαλλοντικού αποτυ- πώματος.

Η εμπειρία της Χλιάπας Α.Ε. αποδεικνύει ότι ακόμα και οι πιο παραδοσιακοί κλάδοι μπο- ρούν να υιοθετήσουν πράσινες λύσεις με μακροπρόθεσμα οφέλη. Μέσα από τον συν- δυασμό τεχνικών υποδομών και μιας στρατη- γικής νοοτροπίας, η επιχείρηση καταφέρνει να θερμαίνει αποδοτικά τις εγκαταστάσεις της, μειώνοντας σημαντικά το ανθρακικό της αποτύπωμΠροϊόντα Γης Βοΐου:

7. Πρωτοπόρο Παράδειγμα Βιωσιμότητας στον Αγροδιατροφικό Τομέα

Ένα ακόμη εντυπωσιακό παράδειγμα απο- τελεί η εταιρεία Προϊόντα Γης Βοΐου, μια αγροδιατροφική επιχείρηση στη Δυτική Μα- κεδονία που εξειδικεύεται στην παραγωγή παραδοσιακών οσπρίων υψηλής ποιότητας. Βασισμένη σε ισχυρές τοπικές ρίζες και φι- λοσοφία ποιότητας, η εταιρεία έχει εξελι- χθεί σε πρότυπο βιώσιμης καλλιέργειας και ενεργειακής διαχείρισης. Οι δραστηριότητές της ξεχωρίζουν για την ενσωμάτωση ανανε- ώσιμων πηγών ενέργειας, όπως φωτοβολτα- ικά συστήματα, αλλά και για τη συστηματική διαχείριση φυσικών πόρων, όπως το νερό και το έδαφος.

Η Προϊόντα Γης Βοΐου δεν περιορίζεται μόνο στη μείωση του ανθρακικού της αποτυπώ- ματος μέσω της καθαρής ενέργειας, αλλά προωθεί και αγροοικολογικές μεθόδους που συμβάλλουν στην αναγέννηση της γης και στη διατήρηση της βιοποικιλότητας. Η στρα- τηγική της εταιρείας περιλαμβάνει τον περι- ορισμό της χρήσης συνθετικών εισροών, κα- θώς και την υιοθέτηση πρακτικών χαμηλών εκπομπών στις μεταφορές και τη συσκευα- σία. Ενσωματώνοντας τη βιωσιμότητα τόσο στη διαδικασία παραγωγής όσο και στην επι- χειρηματική της ταυτότητα, η εταιρεία ανα- δεικνύει πώς ο παραδοσιακός πρωτογενής τομέας μπορεί να μετατραπεί σε σύγχρονο υπόδειγμα περιβαλλοντικής ανθεκτικότη- τας.



8. Οινοποιείο Καμκούτης: Όταν η Παράδοση Συναντά την Ανανεώσιμη Καινοτομία

Το Οινοποιείο Καμκούτης, που βρίσκεται στο Βελβεντό Κοζάνης, αποτελεί ένα εξαιρετικό

παράδειγμα για το πώς ακόμη και μικρές, οικογενειακές αγροτικές επιχειρήσεις μπορούν να υιοθετήσουν τις ανανεώσιμες πηγές ενέργειας, ενισχύοντας την αποδοτικότητα και τη βιωσιμότητά τους. Η επιχείρηση βρίσκεται στη διαδικασία εγκατάστασης φωτοβολταϊκού συστήματος 9,72 kW μέσω του προγράμματος net metering, το οποίο θα της επιτρέψει να παράγει μόνη της την απαραίτητη ηλεκτρική ενέργεια και να συμψηφίζει την κατανάλωσή της με το εθνικό δίκτυο.

Η πρωτοβουλία αυτή αναμένεται να μειώσει το συνολικό κόστος ηλεκτροδότησης του οινοποιείου κατά περίπου 15%—μια σημαντική εξοικονόμηση για μια μικρή επιχείρηση που δραστηριοποιείται σε έναν ανταγωνιστικό

και ενεργοβόρο τομέα. Μέσω της επένδυσης στην ηλιακή ενέργεια, το Οινοποιείο Καμκούτης όχι μόνο μειώνει τα λειτουργικά του έξοδα, αλλά συμβάλλει και στους εθνικούς στόχους της αποκεντρωμένης παραγωγής καθαρής ενέργειας. Το βήμα αυτό αντανακλά μια ευρύτερη μετατόπιση στις αγροτικές ΜμΕ, οι οποίες πλέον αναγνωρίζουν ότι η περιβαλλοντική ευθύνη και η οικονομική βιωσιμότητα μπορούν να συνυπάρχουν—ακόμη και σε παραδοσιακούς κλάδους όπως η οινοποιία.

9. Πέρα από τις Μικρομεσαίες: Πως οι Μεγάλες Ελληνικές Επιχειρήσεις στράφηκαν στην Ανανεώσιμη Ενέργεια

Καθώς η Ελλάδα επιταχύνει τη μετάβασή της προς τη βιωσιμότητα, αρκετές μεγάλες ελληνικές επιχειρήσεις αναδεικνύονται σε πρωτοπόρους στην ενσωμάτωση των ανανεώσιμων πηγών ενέργειας στις βασικές τους λειτουργίες. Οι επιχειρήσεις αυτές αποδεικνύουν ότι η υιοθέτηση καθαρής ενέργειας δεν είναι μόνο εφικτή σε μεγάλη κλίμακα, αλλά και απαραίτητη για τη διατήρηση του ανταγωνιστικού πλεονεκτήματος και την επίτευξη των εθνικών κλιματικών στόχων. Οι πρωτοβουλίες τους καλύπτουν διαφορετικούς τομείς, αποδεικνύοντας ότι η βιωσιμότητα μπορεί να ενσωματωθεί ουσιαστικά στη στρατηγική μιας επιχείρησης—προωθώντας παράλληλα την οικονομική ανάπτυξη και την περιβαλλοντική υπευθυνότητα.

10. ΔΕΗ Ανανεώσιμες

Η ΔΕΗ Ανανεώσιμες, θυγατρική πράσινης ενέργειας του μεγαλύτερου παρόχου ηλεκτρικής ενέργειας της χώρας, επεκτείνει δυναμικά το χαρτοφυλάκιό της σε ηλιακή και αιολική ενέργεια, με έργα μεγάλης κλίμακας τόσο στην ηπειρωτική Ελλάδα όσο και στα νησιά.

Η εταιρεία έχει δεσμευτεί για τη σταδι-ακή απολιγνιτοποίηση, στοχεύοντας να καταστεί περιφερειακός ηγέτης στην παραγωγή καθαρής ενέργειας στη Νοτιο- ανατολική Ευρώπη. Έως τις αρχές του 2025, η ΔΕΗ Ανανεώσιμες διαχειρίζεται συνολικά 3,0 GW εγκατεστημένης ισχύος (1,6 GW στην Ελλάδα και 1,4 GW διεθνώς) με στόχο τα 11,8 GW έως το 2027.

11. Εμβληματικά έργα περιλαμβάνουν

- Φωτοβολταϊκό Πάρκο Πτολεμαΐδας (550 MW): Ένα από τα μεγαλύτερα της Ευρώπης, προγραμματισμένο να λει- τουργήσει το 2025.
- Έργο Μεγαλόπολης (490 MW): Προσθέ-
• τει κρίσιμη ισχύ στο πράσινο χαρτοφυ- λάκιο της εταιρείας.
- Φωτοβολταϊκό Κοζάνης (204 MW): Ήδη σε λειτουργία και συμβάλλει σημαντικά στην παραγωγή ΑΠΕ της χώρας.
- Αιολικά Πάρκα σε Ροδόπη, Φωκίδα και Αργολίδα (100 MW): Με ετήσια παραγω- γή άνω των 280 GWh και μείωση εκπο- μών CO₂ κατά 142.000+ τόνους.
- Αιολικό Πάρκο Deleni (Ρουμανία, 140 MW): Αναμένεται να παράγει 370 GWh/ έτος έως τα τέλη του 2025.
- Η εταιρεία επενδύει επίσης σε συστήματα αποθήκευσης ενέργειας:
- Melitis 1 (48 MW / 96 MWh) στη Δυτική Μακεδονία.
- Ptolemaida 4 (50 MW / 100 MWh) κοντά στα πρώην λιγνιτωρυχεία.
- Σε διεθνές επίπεδο, συνεργάζεται με την RWE για την ανάπτυξη 567 MW φωτοβολ- ταϊκών στην Κεντρική Μακεδονία. Με την ηγετική της θέση σε καινοτομία και εκσυγχρονισμό του δικτύου, η ΔΕΗ Ανανε- ώσιμες διαδραματίζει καθοριστικό ρόλο στη μετάβαση της Ελλάδας σε ένα βιώσι- μο ενεργειακό μέλλον.

METLEN Energy & Metals

- Ο πολυεθνικός βιομηχανικός όμιλος METLEN δραστηριοποιείται σε ενέργεια, μεταλλουργία και υποδομές, ενσωμα- τώνοντας τις ΑΠΕ μέσω της θυγατρικής METKA EGN, που σχεδιάζει και λειτουργεί φωτοβολταϊκά πάρκα στην Ελλάδα και το εξωτερικό.
- Η εταιρεία έχει θέσει ως στόχο την ουδε-
• τερότητα άνθρακα έως το 2030, επενδύ- οντας δυναμικά στην παραγωγή πράσινου υδρογόνου και σε τεχνολογίες αποθήκευ- σης ενέργειας.



Βασικές επενδύσεις:

- 262 MW φωτοβολταϊκό έργο στη Λά- ρισα, με 210 MW εξασφαλισμένα μέσω σύμβασης αγοράς ενέργειας (PPA).
- 588 MW φωτοβολταϊκό χαρτοφυλάκιο στη Χιλή, με προβλεπόμενη παραγωγή 1,6 TWh/έτος.
- Προγραμματίζει επενδύσεις ύψους €3,3 δισ. στην Ιταλία για ενίσχυση του ευρωπαϊ- κού χαρτοφυλακίου ΑΠΕ.
- Με τη συνύπαρξη βαριάς βιομηχανικής εμπειρίας και καινοτόμων λύσεων καθα- ρής ενέργειας, η METLEN αποδεικνύει ότι ακόμη και οι πιο ενεργοβόροι τομείς μπο- ρούν να μετασχηματιστούν προς τη βιωσι- μότητα.

Αθηναϊκή Ζυθοποιία (Όμιλος Heineken)

- Η Αθηναϊκή Ζυθοποιία αποτελεί σημαντικό παράδειγμα ενσωμάτωσης ανανεώσιμων πηγών ενέργειας στη βιομηχανία τροφίμων και ποτών. Χρησιμοποιεί λέβητες βιομάζας και ηλιακά θερμικά συστήματα στις γραμμές παραγωγής, ενώ προμηθεύεται και πράσινη ενέργεια από πιστοποιημένους παρόχους.
- Οι δράσεις της επεκτείνονται στη διαχείριση νερού, μείωση αποβλήτων και κυκλική συσκευασία, εφαρμόζοντας μια ολοκληρωμένη στρατηγική βιωσιμότητας.

Coca-Cola Τρία Έψιλον

Η εταιρεία έχει ενσωματώσει τη βιωσιμότητα σε κάθε στάδιο της παραγωγής:

- Εγκατάσταση φωτοβολταϊκών στα εργοστάσια.
- Μετάβαση στόλου οχημάτων σε ηλεκτρικά και υβριδικά.
- Επένδυση σε διαχείριση νερού και βιώσιμες προμήθειες.

Η Coca-Cola Τρία Έψιλον δείχνει πώς οι πολυεθνικές μπορούν να εφαρμόζουν παγκόσμιες στρατηγικές βιωσιμότητας προσαρμοσμένες στην ελληνική πραγματικότητα.



Lidl Ελλάς

- Η Lidl Ελλάς ενσωματώνει ΑΠΕ μέσω φωτοβολταϊκών συστημάτων σε καταστήματα και κέντρα διανομής. Παράλληλα, επενδύει σε ενεργειακά αποδοτικά κτίρια, φωτισμό LED και συστήματα έξυπνης διαχείρισης ενέργειας.
- Η στρατηγική της ενισχύει τόσο τη μείωση του περιβαλλοντικού αποτυπώματος όσο και τη βελτίωση της λειτουργικής απόδοσης.

Lamda Development

- Η Lamda Development, ηγέτης στον τομέα ανάπτυξης ακινήτων, ενσωματώνει ΑΠΕ και πρότυπα πράσινης δόμησης σε μεγάλα έργα, όπως η Αθηναϊκή Ριβιέρα. Εφαρμό- ζει:
- Ηλιακή ενέργεια
- Ενεργειακά αποδοτικά συστήματα HVAC
- Βιώσιμα υλικά και έξυπνες τεχνολογίες
- Με τις πρακτικές της, συμβάλλει στην αστική βιωσιμότητα και ενισχύει τη μα- κροχρόνια αξία των επενδύσεών της.

12. Άλλα Ενδεικτικά Παραδείγματα

Όμιλος TITAN: Επενδύει σε εναλλακτικά καύ- σιμα, αποδοτικότητα και χρήση ΑΠΕ στα ερ- γοστάσιά του. Όμιλος Ελλάκτωρ: Επεκτείνει το χαρτοφυλά- κιο αιολικών και φωτοβολταϊκών έργων, με έμφαση σε υποδομές βιωσιμότητας.

TERNA Ενεργειακή: Από τους μεγαλύτερους παραγωγούς ΑΠΕ στην Ελλάδα, με πάνω από 1 GW εγκατεστημένης ισχύος.

Frigoglass: Υιοθετεί φωτοβολταϊκά και ενερ- γειακές αναβαθμίσεις στα εργοστάσιά της, μειώνοντας την κατανάλωση ρεύματος και τις εκπομπές.

Οι εταιρείες αυτές αποδεικνύουν ότι η πε- ριβαλλοντική υπευθυνότητα και η οικονομι- κή επιτυχία δεν είναι αντίθετοι στόχοι αλλά αλληλοενισχυόμενοι. Με τις πρωτοβουλίες τους, στηρίζουν ενεργά τη μετάβαση της Ελ- λάδας προς ένα βιώσιμο, καινοτόμο και αντα- γωνιστικό οικονομικό μοντέλο. Παράλληλα, ανοίγουν τον δρόμο για μικρότερες επιχειρήσεις και νέους τομείς, ενισχύοντας τη βιωσι- μότητα σε ολόκληρη την ελληνική επιχειρη- ματική σκηνή.

13. Συμπέρασμα: Η Πράσινη Μετάβαση της Ελλάδας – Μαζί στην ανάπτυξη για ένα Βιώσιμο Μέλλον

Η Ελλάδα βρίσκεται σε ένα καθοριστικό σταυροδρόμι στην πορεία της προς ένα βιώ- σιμο μέλλον. Η δέσμευση που επιδεικνύουν οι μεγάλες ελληνικές επιχειρήσεις, σε συν-δυασμό με τις καινοτόμες προσεγγίσεις των μικρομεσαίων επιχειρήσεων (ΜμΕ), συνθέτει ένα ισχυρό και ενωμένο μέτωπο που ωθεί τη χώρα προς την πράσινη μετάβαση. Από τη βαριά βιομηχανία και τους ενεργειακούς ομίλους έως τις ευέλικτες τοπικές επιχειρή- σεις, η υιοθέτηση τεχνολογιών ανανεώσιμης ενέργειας αποδεικνύει πως η περιβαλλοντι- κή υπευθυνότητα μπορεί να συνυπάρχει και να ενισχύει την οικονομική επιτυχία.

Οι μεγάλες εταιρείες που παρουσιάστηκαν— ΔΕΗ Ανανεώσιμες, METLEN (Mytilineos), Αθη- ναϊκή Ζυθοποιία, Coca-Cola Τρία Έψιλον, Lidl Ελλάς, Lamda Development και άλλες—απο- τελούν εμπνευσμένα παραδείγματα για το πώς οι τολμηρές επενδύσεις και η στρατη- γική σκέψη μπορούν να αναδιαμορφώσουν ολόκληρους κλάδους. Η ηγετική τους στάση δεν επιταχύνει μόνο την πορεία

της Ελλάδας προς τους στόχους μείωσης εκπομπών, αλλά ενισχύει και τη θέση της ως αναδυόμενο κόμβο καινοτομίας στην καθαρή ενέργεια στη Μεσόγειο.

Παράλληλα, οι ελληνικές ΜμΕ, με την ευελιξία και την τοπική τους γνώση, συμπληρώνουν τις προσπάθειες αυτές μέσα από πρακτικές λύσεις ΑΠΕ προσαρμοσμένες στις δικές τους ανάγκες και περιφερειακά χαρακτηριστικά. Από τη θέρμανση με βιομάζα και τα φωτοβολταϊκά στις στέγες, έως τις ενεργειακές αναβαθμίσεις, οι μικρότερες επιχειρήσεις συμβάλλουν ουσιαστικά στη μείωση του εθνικού ανθρακικού αποτυπώματος και στην ενίσχυση ανθεκτικών τοπικών οικονομιών.



Οι πλούσιοι φυσικοί πόροι της Ελλάδας—ο έντονος ήλιος, οι ισχυροί άνεμοι και το υδροηλεκτρικό δυναμικό—αποτελούν πολύτιμη βάση για τη μετάβαση αυτή. Σε συνδυασμό με υποστηρικτικές πολιτικές, αυξημένη πρόσβαση σε πράσινη χρηματοδότηση και αυξανόμενη περιβαλλοντική συνείδηση, ξεκλειδώνουν τεράστιες δυνατότητες για βιώσιμη ανάπτυξη και ενεργειακή αυτονομία.

Κοιτώντας προς το μέλλον, η συλλογική δέσμευση των επιχειρήσεων κάθε μεγέθους, πλαισιωμένη από μια συνεργατική δημόσια και ιδιωτική υποδομή, θα είναι καθοριστικής σημασίας για την πλήρη αξιοποίηση του δυναμικού των ΑΠΕ στην Ελλάδα. Αυτή η ολι-

στική προσέγγιση υπόσχεται όχι μόνο ένα υγιέστερο περιβάλλον, αλλά και οικονομική ανθεκτικότητα, δημιουργία θέσεων εργασίας και ανταγωνιστικότητα σε μια συνεχώς μεταβαλλόμενη παγκόσμια αγορά.

Με καινοτομία, συνεργασία και ξεκάθαρο όραμα για τη βιωσιμότητα, η Ελλάδα βρίσκεται σε θέση να αποτελέσει πρότυπο—αποδεικνύοντας ότι η στροφή στις ανανεώσιμες πηγές δεν είναι απλώς

περιβαλλοντική ανα- γκαιότητα, αλλά μονοπάτι προς ένα ευημε- ρούν και ανθεκτικό μέλλον για όλους.

14. Πηγές

- European Commission — Greece Country Report on Renewable Energy
- https://ec.europa.eu/energy/data-analysis/energy-statistical-pocketbook_en
- IRENA (International Renewable Energy Agency) — Renewable Energy Statistics: Greece
- <https://www.irena.org/Statistics/View-Data-by-Topic/Capacity-and-Generation>
- Greek Ministry of Environment and Energy — National Energy and Climate Plan (NECP)
- <https://www.ypeka.gr/LinkClick.aspx?fileticket=XXXX&tabid=XXX&language=en-US>
- Hellenic Association of Photovoltaic Companies (HELAPCO)
- <https://helapco.gr/en/>
- World Bank — Greece Energy Sector Analysis
- <https://www.worldbank.org/en/country/greece/publication/greece-energy-sector-review>
- European Environment Agency (EEA) — Renewable Energy in Europe: Country Profiles
- <https://www.eea.europa.eu/themes/energy/renewable-energy-in-europe>
- Greek Renewable Energy Sources Operators (DAPEEP) — Market Data
- <https://www.dapeep.gr/en/>
- National Observatory of Athens — Climate and Renewable Energy Reports
- <https://www.noa.gr/en/>
- European Bank for Reconstruction and Development (EBRD) — Greece Renewable Energy Investments
- <https://www.ebrd.com/greece-renewable-energy.html>
- International Energy Agency (IEA) — Renewables 2023 Report
- <https://www.iea.org/reports/renewables-2023>
- Public Power Corporation (PPC) — Sustainability and Renewable Energy Initiatives
- <https://www.ppc.gr/en/sustainability/renewable-energy>
- METLEN Energy & Metals
- <https://www.metlengroup.com/>
- Athenian Brewery (Heineken Group) — Sustainability and Environmental Responsibility
- <https://www.athenianbrewery.gr/en/sustainability/>
- Coca-Cola Tria Epsilon — Sustainability and Environmental Efforts
- <https://www.coca-colahellenic.gr/sustainability>
- Lidl Hellas — Corporate Responsibility and Energy Efficiency
- <https://lidl-hellas.gr/en/corporate-responsibility/>
- Lamda Development — Sustainability and Green Building Initiatives
- <https://www.lamdadev.com/en/sustainability/>
- Titan Cement Group — Sustainability and Alternative Fuels
- <https://www.titan-cement.com/en/sustainability/>
- Ellaktor Group — Renewable Energy and Sustainability Projects
- <https://www.ellaktor.com/en/sustainability/>
- Terna Energy — Renewable Energy Portfolio
- <https://www.terna-energy.com/en>
- Frigoglass — Sustainability and Energy Efficiency
- <https://www.frigoglass.com/sustainability/>



D5.5 Φυλλάδιο για τη δέσμευση για το κλίμα – Ισπανία 2025 - Ελληνική έκδοση

Επίπεδο διάδοσης: Δημόσιο



Tiimiakatemia
by jamk



Document information

Issued by	Initiative développement
Issue date	26/06/2025
Authors	Luis diego lujan, angel ares y garcia, sara cano - proofreading by margaux sinnaeve
Dissemination level	Public

Document history

Version	Date	Comments and main modifications
01	11/06/2025	Version 1
02	26/06/2025	Version 2 with feedbacks and layout
03		
04		

Funding information and disclaimer

The teamit+ project is funded by the european union (grant agreement nr. 101111560). Views and opinions expressed are however those of the author(s) only and do not necessarily reflect those of the european union or the european education and culture executive agency (eacea). Neither the european union nor eacea can be held responsible for them.



**Co-funded by
the European Union**

Πίνακας περιεχομένων

1. Εισαγωγή στην εκστρατεία προώθησης του έργου TEAMIT+	4
Ενεργειακή απόδοση: το κλειδί για μια δίκαιη και βιώσιμη μετάβαση	4
Γιατί αυτή η εκστρατεία;	4
Ενεργειακή απόδοση: το κομμάτι που λείπει στην ενεργειακή μετάβαση	4
Η δέσμευσή μας	4
2. Η εκστρατεία	6
24 ώρες καινοτομίας (24h of Innovation)στην Κοζάνη, Ελλάδα	6
3. Συζητήσεις με φορείς της περιοχής	7
Ποια είναι η άποψη των ΜΜΕ;	7
4. Συστάσεις	9
Προτεραιότητα σε πιστοποιημένους και υπεύθυνους προμηθευτές	9
Σύναψη συμβολαίων με εταιρείες πώλησης ηλεκτρικής ενέργειας με εγγύηση ανανεώσιμης προέλευσης	9
5. Σύντομα συμπεράσματα	12
6. Παράρτημα 1	13

1.Εισαγωγή στην εκστρατεία προώθησης του έργου TEAMIT+

Ενεργειακή απόδοση: το κλειδί για μια δίκαιη και βιώσιμη μετάβαση

Η ενεργειακή μετάβαση δεν αποτελεί πλέον επιλογή: είναι επείγουσα ανάγκη. Η κλιματική αλλαγή, η ενεργειακή κρίση και η επιχειρηματική ανταγωνιστικότητα απαιτούν ένα πιο αποδοτικό, καθαρό και προσβάσιμο μοντέλο. Στην Ισπανία, οι τομείς των μεταφορών (27%), της γεωργίας (21%) και των οικιστικών και εμπορικών κτιρίων (15%) αντιπροσωπεύουν ένα σημαντικό μέρος των εκπομπών. Ωστόσο, δεν βλέπουμε μόνο ένα πρόβλημα, αλλά και μια ευκαιρία: να προωθήσουμε την ενεργειακή απόδοση για να μειώσουμε το κόστος, να βελτιώσουμε την ανταγωνιστικότητα και να χτίσουμε ένα πιο βιώσιμο μέλλον.

Γιατί αυτή η εκστρατεία;

Έχουμε εστιάσει την εκστρατεία μας στην ενεργειακή απόδοση των ΜΜΕ, καθώς το 99% του επιχειρηματικού ιστού στην Ισπανία αποτελείται από μικρές και μεσαίες επιχειρήσεις. Αν και δεν είναι οι κύριοι εκπομπείς ή παραγωγοί ενέργειας, ο αντίκτυπός τους μέσω της κατανάλωσης ενέργειας, της λειτουργικής αποδοτικότητας και της βελτίωσης των υποδομών είναι σημαντικός.

Δεν πρόκειται απλώς για εξοικονόμηση ενέργειας, αλλά για τη μεταμόρφωση του τρόπου με τον οποίο λειτουργούμε, κάνουμε επιχειρήσεις και προστατεύουμε το περιβάλλον. Η ενεργειακή απόδοση είναι το καταλληλότερο μέτρο για την ενεργειακή μετάβαση στις ΜΜΕ: τους επιτρέπει να μειώσουν το αποτύπωμα άνθρακα τους με πρακτικό και οικονομικά προσιτό τρόπο, χωρίς να χρειάζεται να παράγουν οι ίδιες ανανεώσιμη ενέργεια.

Ενεργειακή απόδοση: το κομμάτι που λείπει στην ενεργειακή μετάβαση

Οι ανανεώσιμες πηγές ενέργειας δεν αρκούν αν συνεχίσουμε να σπαταλάμε πόρους. Η ενεργειακή απόδοση μας επιτρέπει:

- Να μειώσουμε την κατανάλωση χωρίς να θυσιάζουμε την παραγωγικότητα.
- Μείωση των λειτουργικών εξόδων και αύξηση της κερδοφορίας.
- Πρόσβαση σε πράσινη χρηματοδότηση και φορολογικά οφέλη.
- Συμμόρφωση με την περιβαλλοντική νομοθεσία και προσέλκυση πελατών με μεγαλύτερη περιβαλλοντική συνείδηση.
- Να διευκολυνθεί η συμβολή των ΜΜΕ στην ενεργειακή μετάβαση με βάση τις δικές τους δυνατότητες.

Είναι ώρα να δράσουμε. Σε όλη την Ευρώπη, οι επιχειρήσεις πρωτοστατούν στις καινοτομίες στον τομέα της βιώσιμης δόμησης, των ανανεώσιμων πηγών ενέργειας και της έξυπνης διαχείρισης της ενέργειας. Η Ισπανία δεν μπορεί να μείνει πίσω.

Η δέσμευσή μας

Με αυτή την εκστρατεία θέλουμε:

- Να ευαισθητοποιήσουμε σχετικά με το πρόβλημα: η έλλειψη πρόσβασης σε χρηματοδότηση και τεχνικές γνώσεις δεν πρέπει να αποτελεί εμπόδιο.
- Να συνδέσουμε τις ΜΜΕ με λύσεις: από τεχνική κατάρτιση έως οικονομική ενίσχυση και πρακτικές στρατηγικές.
- Να λειτουργήσουμε ως γέφυρα μεταξύ βασικών παραγόντων: κυβερνήσεις, επενδυτές και εμπειρογνώμονες πρέπει να συνεργαστούν ώστε η ενεργειακή μετάβαση να είναι προσβάσιμη.

Η Ισπανία έχει το δυναμικό να ηγηθεί στον τομέα της ενεργειακής απόδοσης. Το ερώτημα είναι: θα αξιοποιήσουμε αυτή την ευκαιρία;

2. Η εκστρατεία

24 ώρες καινοτομίας (24h of Innovation)στην Κοζάνη, Ελλάδα

Στο πλαίσιο της δέσμευσής μας για την ευαισθητοποίηση και την προώθηση της ενεργειακής απόδοσης, συμμετείχαμε στην εκδήλωση 24h of Innovation, που πραγματοποιήθηκε στην Κοζάνη. Η εκδήλωση αυτή, που δημιουργήθηκε από την École Supérieure des Technologies Industrielles Avancées (ESTIA) στη Γαλλία το 2007, αποσκοπεί στην προώθηση της δημιουργικότητας και της καινοτομίας σε ένα εντατικό πρόγραμμα 24 ωρών.

Η συνάντηση συγκέντρωσε συμμετέχοντες από τη Γαλλία, την Ελλάδα, τη Φινλανδία και την Ισπανία για την ανάπτυξη αυτής της εκστρατείας για την ενεργειακή απόδοση και τη βιωσιμότητα. Η συμμετοχή μας μας επέτρεψε να ενσωματώσουμε την ενεργειακή απόδοση στον ευρύτερο διάλογο για την καινοτομία. Σε αυτό το διεθνές και δυναμικό περιβάλλον, διερευνήσαμε νέες μεθοδολογίες και πρακτικές στρατηγικές για τη διευκόλυνση της ενεργειακής μετάβασης των ΜΜΕ.

Η εκδήλωση προσέφερε επίσης την ευκαιρία να παρουσιάσουμε τους στόχους της εκστρατείας μας στο κοινό. Σε μόλις 24 ώρες, δημιουργήθηκαν καινοτόμες ιδέες που αποτελούν σήμερα τους πυλώνες της πρότασής μας. Αυτή η εμπειρία επιβεβαίωσε την πεποίθησή μας ότι η ενεργειακή απόδοση δεν είναι μόνο μια περιβαλλοντική ανάγκη, αλλά και κινητήρια δύναμη για την επιχειρηματική καινοτομία και την ανταγωνιστικότητα.

Για να κάνουμε το έργο μας πιο προσιτό και οπτικά ελκυστικό, δημιουργήσαμε έναν ειδικό ιστότοπο όπου συγκεντρώνονται όλες οι έρευνες, οι πρωτοβουλίες και τα αποτελέσματά μας. Αυτή η πλατφόρμα φιλοδοξεί να γίνει ένα κέντρο αναφοράς για μικρομεσαίες επιχειρήσεις, υπεύθυνους χάραξης πολιτικής και ενδιαφερόμενους φορείς που αναζητούν πόρους, βέλτιστες πρακτικές και εφαρμόσιμες λύσεις. Μέσα από μια διαδραστική και εύχρηστη εμπειρία, θέλουμε να διασφαλίσουμε ότι οι επιχειρήσεις κάθε μεγέθους θα μπορούν να έχουν εύκολη πρόσβαση στις πληροφορίες που χρειάζονται για να συμβάλλουν σε ένα πιο βιώσιμο μέλλον.

3. Συζητήσεις με φορείς της περιοχής

Ποια είναι η άποψη των ΜΜΕ;

Για να απαντήσουμε σε αυτό το ερώτημα, σχεδιάσαμε μια ειδική έρευνα (Παράρτημα 1) που μας επέτρεψε να συγκεντρώσουμε τις κύριες ανησυχίες και αντιλήψεις των επιχειρήσεων σε σχέση με τη βιωσιμότητα και την ενεργειακή μετάβαση, ανάλογα με τη δραστηριότητα της κάθε μίας. Αυτή η φάση είναι θεμελιώδης όχι μόνο για να επικυρώσουμε τη δέσμευσή μας στο έργο, αλλά και για να προσδιορίσουμε τα βασικά ζητήματα που οι επιχειρήσεις θεωρούν προτεραιότητα σε αυτόν τον τομέα.

Όταν τους ζητήθηκε να αξιολογήσουν τη σημασία της ενεργειακής απόδοσης και της βιωσιμότητας σε κλίμακα από 1 έως 5, η πλειονότητα των συμμετεχόντων έδωσε βαθμολογία 4 ή 5, γεγονός που υποδηλώνει ένα γενικά υψηλό επίπεδο ευαισθητοποίησης και δέσμευσης. Ένας από τους ερωτηθέντες συνόψισε τη στάση της επιχείρησής του τονίζοντας την ανάγκη για μεγαλύτερη σαφήνεια: «Έχουμε πολλές αμφιβολίες σχετικά με το πού θα μπορούσαμε να γίνουμε πιο ενεργειακά αποδοτικοί».

Τα κύρια οφέλη που εντοπίστηκαν από τις επιχειρήσεις από τη βελτίωση της ενεργειακής τους απόδοσης ήταν τα εξής:

- Μείωση των λειτουργικών εξόδων.
- Πρόσβαση σε επιδοτήσεις και κίνητρα.
- Βελτίωση του περιβαλλοντικού αντίκτυπου και της εταιρικής εικόνας.
- Συμμόρφωση με την περιβαλλοντική νομοθεσία.

Ωστόσο, παρά αυτή τη θετική αντίληψη, οι ΜΜΕ αντιμετωπίζουν διάφορα εμπόδια στην εφαρμογή μέτρων ενεργειακής απόδοσης:

- Έλλειψη τεχνικών γνώσεων ή εξειδικευμένου προσωπικού.
- Περιορισμένη πρόσβαση σε χρηματοδότηση ή πίστωση.
- Έλλειψη χρόνου ή σαφούς καθοδήγησης.

Για παράδειγμα, ένα άτομο δήλωσε: «Το κύριο πρόβλημα είναι η έλλειψη γνώσεων και το υψηλό κόστος προσαρμογής των συστημάτων μας». Ένα άλλο πρόσθεσε: «Δεν διαθέτουμε τους εσωτερικούς πόρους ούτε την εμπειρία για να αξιολογήσουμε τις επιλογές εξοικονόμησης ενέργειας».

Όταν ρωτήθηκαν ποια μέτρα είχαν ήδη ληφθεί, ορισμένες επιχειρήσεις ανέφεραν ότι είχαν λάβει συγκεκριμένα μέτρα για τη βελτίωση της ενεργειακής τους απόδοσης. Ωστόσο, άλλες βρισκόταν σε αρχικά στάδια, αναφέροντας αβεβαιότητα ή έλλειψη υποστήριξης. Μεταξύ των μέτρων που εφαρμόστηκαν περιλαμβάνονται:

- Αντικατάσταση του συμβατικού φωτισμού με συστήματα LED.
- Χρήση ανανεώσιμων πηγών ενέργειας (ηλιακή, αιολική).
- Προγράμματα εκπαίδευσης και ευαισθητοποίησης του προσωπικού.
- Βελτιστοποιημένη χρήση εξοπλισμού υψηλής ενεργειακής κατανάλωσης.

Όσον αφορά τη χρηματοδότηση, μόνο ένας μικρός αριθμός επιχειρήσεων δήλωσε ότι είχε λάβει κάποιο είδος οικονομικής ενίσχυσης. Πολλές δεν γνώριζαν την ύπαρξη κινήτρων ή δεν ήξεραν αν η επιχείρησή τους είχε υποβάλει αίτηση για κάποιο. Όταν ρωτήθηκαν ποιος τύπος υποστήριξης θα ήταν πιο χρήσιμος, οι πιο συχνές απαντήσεις ήταν:

- Δωρεάν ενεργειακοί έλεγχοι και διαγνώσεις.
- Εξατομικευμένη τεχνική συμβουλευτική.
- Άμεσες επιχορηγήσεις ή φορολογικά κίνητρα για επενδύσεις.

Οι ανοιχτές απαντήσεις αποκάλυψαν ότι οι ανησυχίες των ΜΜΕ υπερβαίνουν τα οικονομικά ζητήματα. Μεταξύ των βασικών θεμάτων ξεχωρίζουν:

- Κόστος και σκοπιμότητα της υιοθέτησης βιώσιμων πρακτικών.
- Γνώση των διαθέσιμων επιλογών και τεχνολογιών.
- Δυσκολίες στη διαχείριση της γραφειοκρατίας και στην πρόσβαση σε αξιόπιστες πληροφορίες.
- Αμφιβολίες σχετικά με τον πραγματικό αντίκτυπο ή την αποτελεσματικότητα ορισμένων μέτρων.

Ένα άτομο επισήμανε ότι η έλλειψη γνώσεων και το υψηλό κόστος των νέων τεχνολογιών αποτελούν σημαντικά εμπόδια, ενώ τα περιβαλλοντικά και ρυθμιστικά ζητήματα θεωρούνται λιγότερο επείγοντα λόγω της περιορισμένης θεσμικής απαίτησης. Σπάνια λαμβάνεται υπόψη το αποτύπωμα άνθρακα σε ολόκληρη την αλυσίδα εφοδιασμού.

Ένα άλλο άτομο ανέφερε ότι η εταιρεία του είναι αφοσιωμένη στην αειφορία για περισσότερα από 16 χρόνια μέσω της ολοκληρωμένης παραγωγής και του υπεύθυνου μάρκετινγκ, αλλά αντιμετωπίζει μια σημαντική πρόκληση: πολλοί πελάτες και οργανισμοί εξακολουθούν να δίνουν προτεραιότητα στις χαμηλές τιμές έναντι της αειφορίας, κάτι που ερμηνεύουν ως ζήτημα εκπαίδευσης και αξιών.

Συνοψίζοντας, από την έρευνα μπορεί να συναχθεί ότι οι ΜΜΕ έχουν όλο και μεγαλύτερη συνειδητοποίηση της σημασίας της βιωσιμότητας και της ενεργειακής απόδοσης, αλλά πολλές αισθάνονται να υπερβαίνονται από τεχνικά, οικονομικά και ενημερωτικά εμπόδια. Αν και ορισμένες έχουν ήδη κάνει τα πρώτα βήματα, πολλές άλλες χρειάζονται ακόμη σαφέστερη καθοδήγηση, προσβάσιμους μηχανισμούς στήριξης και εξατομικευμένη βοήθεια για να προχωρήσουν ουσιαστικά. Ευτυχώς, υπάρχει σαφής προθυμία για αλλαγή, υπό την προϋπόθεση ότι τα εργαλεία, οι γνώσεις και η χρηματοδότηση θα είναι διαθέσιμα.

4. Συστάσεις

Προτεραιότητα σε πιστοποιημένους και υπεύθυνους προμηθευτές

Η επιλογή προμηθευτών με περιβαλλοντικές πιστοποιήσεις ή αποδεδειγμένες πρακτικές βιωσιμότητας συμβάλλει στη δημιουργία αλυσίδων αξίας πιο ανθεκτικών και συνεπών με τις αρχές της οικολογικής μετάβασης. Στη Χώρα των Βάσκων, πλατφόρμες όπως ο Κατάλογος Κυκλικών Επιχειρήσεων του Ihobe και το Δίκτυο Navarra Zirkular επιτρέπουν την εύκολη αναγνώριση αυτών των επιχειρήσεων.

- **Κατάλογος Εταιρειών Κυκλικής Οικονομίας της Χώρας των Βάσκων:** Δημοσιευμένος από την Ihobe (Δημόσια Εταιρεία Περιβαλλοντικής Διαχείρισης της Κυβέρνησης της Χώρας των Βάσκων), ο κατάλογος αυτός περιλαμβάνει εταιρείες της περιοχής που έχουν δεσμευτεί στις αρχές της κυκλικής οικονομίας, προσφέροντας διαφάνεια και κριτήρια για υπεύθυνες αγορές.



- **Navarra Zirkular:** Συντονιζόμενο από την Κυβέρνηση της Ναβάρρα, αυτό το δίκτυο συνδέει τους κύριους παράγοντες της περιφερειακής κυκλικής οικονομίας, προωθώντας συνέργειες μεταξύ επιχειρήσεων και ιδρυμάτων που έχουν δεσμευτεί για τη βιωσιμότητα.



Σύναψη συμβολαίων με εταιρείες πώλησης ηλεκτρικής ενέργειας με εγγύηση ανανεώσιμης προέλευσης

Τοπικοί ενεργειακοί συνεταιρισμοί όπως η **Goiener** και η **Som Energia** προσφέρουν 100% ανανεώσιμη ηλεκτρική ενέργεια πιστοποιημένη από εθνικούς φορείς. Η επιλογή αυτών των προμηθευτών αποτελεί ένα μέτρο χαμηλού κόστους και υψηλού άμεσου αντίκτυπου στη μείωση των εκπομπών.

- **Goiener S. Coop.:** Βασκικός συνεταιρισμός που παρέχει αποκλειστικά ανανεώσιμη ηλεκτρική ενέργεια, επανεπενδύοντας στην τοπική κοινότητα και προωθώντας τη συμμετοχή των πολιτών.



- **Som Energia:** Μη κερδοσκοπικός συνεταιρισμός πράσινης ενέργειας που δραστηριοποιείται στη Ναβάρρα και σε ολόκληρη την Ισπανία, προωθώντας μια συμμετοχική ενεργειακή μετάβαση βασισμένη στις ανανεώσιμες πηγές.



Χρήση περιφερειακών στρατηγικών σχεδίων και οδικών χαρτών για την αποκαρβονιοποίηση

Οι κυβερνήσεις της Χώρας των Βάσκων και της Ναβάρρας έχουν αναπτύξει δομημένα σχέδια και τεχνικούς οδηγούς για να βοηθήσουν τις επιχειρήσεις στη βιώσιμη μετάβασή τους.

- **Στρατηγική Κυκλικής Οικονομίας της Χώρας των Βάσκων 2030:** Καθορίζει τον περιφερειακό χάρτη πορείας για την κυκλική μετάβαση σε όλους τους οικονομικούς τομείς, συμπεριλαμβανομένων στόχων, δεικτών και βασικών μέτρων.



- **Ενεργειακό Σχέδιο της Ναβάρρας. Ορίζοντας 2030:** Καθορίζει πολιτικές κατευθυντήριες γραμμές και γραμμές στήριξης για την αποκαρβονιοποίηση της βιομηχανίας στη Ναβάρρα, με έμφαση στη χρηματοδότηση, την καινοτομία και την τεχνική υποστήριξη.

PLAN ENERGÉTICO DE NAVARRA HORIZONTE 2030

RESUMEN EJECUTIVO



Gobierno de Navarra
Nafarroako Gobernua



5. Σύντομα συμπεράσματα

Η εκστρατεία του έργου TEAMIT+ ανέδειξε μια ελπιδοφόρα αλλά σύνθετη πραγματικότητα: οι μικρές και μεσαίες επιχειρήσεις έχουν όλο και μεγαλύτερη συνειδητοποίηση της σημασίας της βιωσιμότητας και της ενεργειακής απόδοσης. Μέσω της διάγνωσης που πραγματοποιήθηκε και των αποτελεσμάτων της έρευνας, επιβεβαιώνεται μια σαφής τάση προς τη βούληση για αλλαγή, ειδικά εάν το επιτρέπουν οι συνθήκες.

Η ενεργειακή απόδοση δεν θεωρείται μόνο ως οικονομική εξοικονόμηση, αλλά και ως στρατηγικός τρόπος για την αύξηση της ανταγωνιστικότητας, τη συμμόρφωση με τους περιβαλλοντικούς κανονισμούς και την ανταπόκριση στην αυξανόμενη κοινωνική ζήτηση για εταιρική ευθύνη. Ωστόσο, η μετάβαση δεν είναι απασφαλμένη από εμπόδια. Οι ΜΜΕ αντιμετωπίζουν τεχνικές ελλείψεις, οικονομικούς περιορισμούς και μεγάλη δυσκολία στην πρόσβαση σε σαφείς και αξιόπιστες πληροφορίες. Η έλλειψη χρόνου και εξειδικευμένου προσωπικού αποτελεί επίσης ένα επαναλαμβανόμενο εμπόδιο.

Τα στοιχεία αποκαλύπτουν ότι πολλές επιχειρήσεις έχουν ήδη ξεκινήσει τη μετάβασή τους, υιοθετώντας βασικά μέτρα όπως η αντικατάσταση φωτιστικών ή η χρήση ανανεώσιμων πηγών ενέργειας, αλλά εξακολουθεί να υπάρχει μεγάλη ανάγκη για εξατομικευμένη υποστήριξη, πρακτική κατάρτιση και θεσμική καθοδήγηση. Για τον λόγο αυτό, η παρούσα εκστρατεία δεν αποσκοπεί μόνο στην ανάδειξη αυτών των αναγκών, αλλά και στη σύνδεση των ΜΜΕ με λύσεις προσαρμοσμένες στο μέγεθός τους και στην τοπική πραγματικότητα.

Το μέλλον της επιχειρηματικής βιωσιμότητας στις περιφέρειές μας περνά από την ενίσχυση αυτών των συνδέσεων, τη διασφάλιση της πρόσβασης σε πόρους και την προώθηση μιας επιχειρηματικής κουλτούρας που εκτιμά την αποδοτικότητα ως κινητήρια δύναμη της μεταμόρφωσης. Τα εργαλεία υπάρχουν, η βούληση επίσης. Η πρόκληση τώρα είναι να χτίσουμε τις γέφυρες.

6. Παράρτημα 1

Έρευνα για επιχειρήσεις σχετικά με την ενεργειακή απόδοση και τη βιωσιμότητα

Έργο TEAMIT+

Η παρούσα έρευνα αποτελεί μέρος της εκστρατείας ευαισθητοποίησης του έργου TEAMIT+, η οποία επικεντρώνεται στην προώθηση της ενεργειακής απόδοσης και της βιωσιμότητας στις μικρές και μεσαίες επιχειρήσεις (ΜΜΕ). Η συμμετοχή σας θα μας βοηθήσει να κατανοήσουμε τις πραγματικές ανάγκες των επιχειρήσεων και να αναπτύξουμε προσαρμοσμένες λύσεις. Σας ευχαριστούμε για τη συνεργασία σας!

1. Γενικές πληροφορίες για την επιχείρηση

- Τομέας δραστηριότητας (π.χ. μεταποίηση, λιανικό εμπόριο, φιλοξενία, τεχνολογία κ.λπ.)
- Μέγεθος της επιχείρησης:
 - Μικροεπιχείρηση (λιγότεροι από 10 εργαζόμενοι)
 - Μικρή επιχείρηση (10–50 εργαζόμενοι)
 - Μεσαία επιχείρηση (51–250 εργαζόμενοι)
- Κύρια έδρα (Νομός)
- Θέση που κατέχει στην επιχείρηση

2. Αντίληψη σχετικά με τη βιωσιμότητα και την ενεργειακή απόδοση

- Σε κλίμακα από 1 έως 5, ποιο επίπεδο σημασίας αποδίδει η επιχείρησή σας στην ενεργειακή απόδοση και τη βιωσιμότητα;
 - 1 = Καθόλου σημαντικό
 - 5 = Πολύ σημαντικό
- Ποια θεωρείτε ότι είναι τα κύρια οφέλη της βελτίωσης της ενεργειακής απόδοσης στην εταιρεία σας; (Επιλέξτε έως 3 επιλογές)
 - Μείωση των λειτουργικών εξόδων
 - Πρόσβαση σε κίνητρα ή επιδοτήσεις
 - Συμμόρφωση με περιβαλλοντικούς κανονισμούς
 - Βελτίωση της εταιρικής εικόνας και φήμης
 - Αύξηση της ανταγωνιστικότητας
 - Άλλο: _____
- Ποια είναι τα μεγαλύτερα εμπόδια που αντιμετωπίζει η εταιρεία σας για την εφαρμογή μέτρων ενεργειακής απόδοσης; (Επιλέξτε έως 3 επιλογές)
 - Έλλειψη χρηματοδότησης ή πρόσβασης σε πίστωση
 - Έλλειψη πληροφοριών σχετικά με τις διαθέσιμες τεχνολογίες και λύσεις
 - Έλλειψη καταρτισμένου προσωπικού ή τεχνικών γνώσεων
 - Υψηλό αρχικό κόστος
 - Δεν θεωρείται προτεραιότητα
 - Άλλο: _____

3. Τρέχοντα μέτρα και δράσεις

- Έχει εφαρμόσει η εταιρεία σας κάποιο από τα παρακάτω μέτρα ενεργειακής απόδοσης; (Επιλέξτε όλα όσα ισχύουν)
 - Αντικατάσταση του συμβατικού φωτισμού με τεχνολογία LED
 - Βελτιστοποίηση της κατανάλωσης ενέργειας σε εξοπλισμό και μηχανήματα
 - Χρήση ανανεώσιμων πηγών ενέργειας (ηλιακή, αιολική κ.λπ.)
 - Εφαρμογή στρατηγικών μείωσης της κατανάλωσης ενέργειας
 - Ευαισθητοποίηση και εκπαίδευση του προσωπικού σε θέματα βιωσιμότητας

- Ενεργειακός έλεγχος που πραγματοποιήθηκε τα τελευταία 3 χρόνια
- Κανένα από τα παραπάνω
- Έχει λάβει η επιχείρησή σας κάποιο είδος οικονομικής ενίσχυσης ή κινήτρου για τη βελτίωση της ενεργειακής απόδοσης;
 - Ναι
 - Όχι
 - Δεν γνωρίζω

4. Προσδοκίες και ανάγκες

- Ποιος τύπος υποστήριξης θα ήταν πιο χρήσιμος για τη βελτίωση της ενεργειακής απόδοσης της επιχείρησής σας; (Επιλέξτε έως 3 επιλογές)
 - Δωρεάν ενεργειακή διάγνωση και αξιολόγηση
 - Πρόσβαση σε χρηματοδότηση και επιχορηγήσεις
 - Εκπαίδευση και κατάρτιση του προσωπικού
 - Εφαρμογή πιο αποδοτικών τεχνολογιών
 - Υποστήριξη για την προσαρμογή στις περιβαλλοντικές κανονιστικές διατάξεις
 - Άλλο: _____
- Ποιες είναι οι κύριες απορίες ή ανησυχίες σας σχετικά με την ενεργειακή απόδοση στην επιχείρησή σας; (Ανοιχτή απάντηση)