

Σκέψου παχκόβμια
δράβε τοπικά!



Σκέψου παχκόβμια δράβε τοπικά!

Μάθε τον τρόπο.

Κάποιες εταιρίες αποφασίζουν να υιοθετήσουν ένα οικολογικό πλαίσιο λειτουργίας για να εξοικονομήσουν χρήματα. Κάποιες το κάνουν για να ενθαρρύνουν τους πελάτες τους ή γιατί οι πελάτες τους διευρύνουν την εταιρική τους ευθύνη έτσι ώστε να συμπεριλάβει ολόκληρη την αλυσίδα εφοδιασμού – μαζί και τους συμβούλους μάρκετινγκ. Κάποιες το αποφασίζουν επειδή δεν έχουν άλλη επιλογή – επιμένει το προσωπικό τους. Και κάποιες το κάνουν απλώς επειδή το θεωρούν σωστό. Όποια κι αν είναι τα κίνητρα, πολλές εταιρίες του ιδιωτικού και ένας αυξανόμενος αριθμός εταιριών του δημόσιου τομέα θέτουν σήμερα περιβαλλοντικές, κοινοτικές και ηθικές προτεραιότητες στις στρατηγικές και τις λειτουργίες τους.

Λοιπόν, πώς αρχίζουμε;

Το πρώτο και πιο σημαντικό είναι να αντιμετωπίσετε αυτό τον τομέα με τον ίδιο επαγγελματισμό όπως και κάθε άλλον τομέα της επιχείρησής σας. Θέστε έγκαιρα τις προτεραιότητές σας και χρησιμοποιήστε ικανά άτομα για να διασφαλίσετε ότι τα «ωραία λόγια» θα μετατραπούν σε αποδοτική και αποτελεσματική δράση. Μπαίνοντας στην τελική ευθεία, ενημερώστε το κοινό – και τους πελάτες σας – για όσα κάνετε.

Υπάρχει μια ολοένα αυξανόμενη σχετική βιβλιογραφία, για όσους όμως θέλουν απλώς να ξεκινήσουν τη δράση τους, συνοψίζουμε όλα τα θέματα σε **9 βασικά σημεία**, τα οποία θα βοηθήσουν ακόμα και την πιο αποστασιοποιημένη εταιρία να διαμορφώσει την ατζέντα δράσης της.

Ας αρχίσουμε με ένα ερώτημα που σίγουρα θα τεθεί πρώτο.

1. Γιατί να ασχοληθούμε;

Ο χρόνος είναι χρήμα. Γιατί λοιπόν να τον δαπανήσουμε – ή να τον επενδύσουμε – σ' αυτό τον τομέα και όχι σε άλλους; Κάθε εταιρία αναπτύσσει με διαφορετικό τρόπο τη δική της στρατηγική ως προς την εταιρική κοινωνική ευθύνη, αλλά οι βασικές αρχές που αναφέρονται συχνότερα αφορούν: τη συμμόρφωση με το νόμο, τη βελτίωση της διαχείρισης ελέγχου, τη διαχείριση των κινδύνων, τη μείωση των δαπανών, τη στρατολόγηση εργαζομένων, το ομαδικό πνεύμα και τη διατήρηση του προσωπικού. Το πλεονέκτημα αυτής της δράσης είναι διπλό: ανταγωνιστικό πλεονέκτημα βραχυπρόθεσμα και χαμηλότερο κόστος μακροπρόθεσμα.

2. Πώς φαίνεται αυτό σε μορφή διαγράμματος;

Η πολυπλοκότητα μπερδεύει και προκαλεί σύγχυση. Πώς μπορούν να απλοποιηθούν τα πράγματα; Μήπως καθώς προσπαθείτε να αποτυπώσετε σχεδιαστικά τις εισροές και τις εκροές, τις εκπομπές και τα απόβλητα, αυτό που δημιουργείτε μοιάζει με το παρακάτω γράφημα;



3. Από πού αρχίζουμε;

Το πρώτο μάθημα δίνεται από εκείνους που το έχουν ήδη διδαχθεί: ξεκινήστε με την επεξεργασία των προτεραιοτήτων σας. Οι παρακάτω παράγοντες είναι κρίσιμης σημασίας για την επιτυχία:

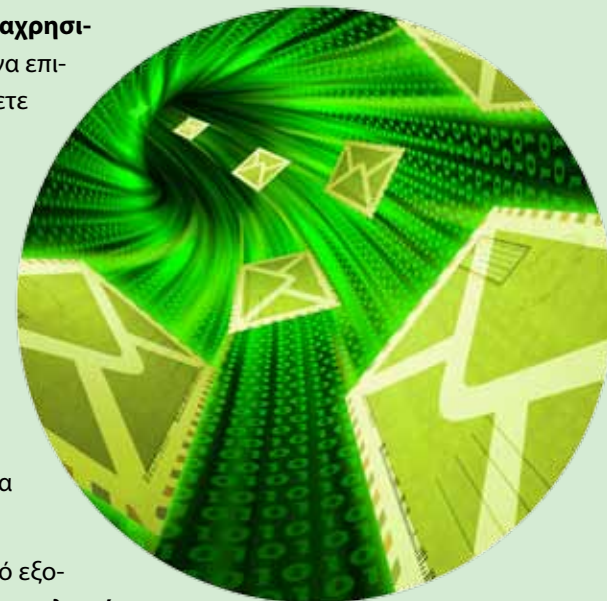
1. Αναζητήστε έγκαιρα υψηλού επιπέδου υποστήριξη.
2. Συστήστε μια μικρή ομάδα εργασίας που θα διαχειριστεί τη διαδικασία, επιλέγοντας ανθρώπους που μπορούν να φέρουν αποτελέσματα – είτε προσωπικά είτε μέσω των δικτύων τους. Συμπεριλάβετε στην ομάδα άτομα από διάφορους τομείς, όπως η διαχείριση εγκαταστάσεων γραφείου, οι προμήθειες και το προσωπικό.
3. Δώστε στην ομάδα ένα καθορισμένο χρονοδιάγραμμα, η πορεία του οποίου μακροπρόθεσμα πρέπει να εξαρτάται από την πραγματική πρόοδο.
4. Διαμορφώστε μια ιδέα σχετικά με τις επείγουσες ενέργειες που χρειάζεται να γίνουν μέσα από έρευνες προσωπικού και διαδικασίες όπως οι έλεγχοι ενέργειας και αποβλήτων.
5. Βάλτε στο στόχαστρό σας τους τομείς με τη μεγαλύτερη επίδραση, θετική ή αρνητική.
6. Προσδιορίστε τους τομείς που είναι δυνατόν να βελτιωθούν, μαζί με το πιθανό κόστος και ένα χρονοδιάγραμμα δράσης.
7. Εμπλέξτε στη διαδικασία όλα τα μέλη της ομάδας, διασφαλίζοντας ότι οι ιδέες τους για δράση και βελτίωση λαμβάνονται σοβαρά υπόψη.
8. Αναπτύξτε ένα σχέδιο δράσης, ορίζοντας προτεραιότητες, καταληκτικές ημερομηνίες και χρονικά ορόσημα επίτευξης στόχων.
9. Για να ενδυναμώσετε τη δράση σας, ξεκινήστε από ενέργειες που είναι εφικτές. Μπορεί να αφορούν ανέξοδες δραστηριότητες ή ενέργειες χαμηλού κόστους, που όμως έχουν άμεσα οφέλη και αποτελέσματα.
10. Αργότερα, όταν η δράση σας θα έχει ενισχυθεί, συνεχίστε με πιο εντατικές ενέργειες, ειδικά αυτές που εξελίσσονται σε ευρύτερο χρονικό πλαίσιο.



4. Τι είναι η «πράσινη οικονομία»;

Δεν ακούγεται και πολύ συναρπαστικό, σωστά; Για πολλές εταιρίες όμως αυτό είναι το κλειδί για να κερδίσουν την προσοχή των υπαλλήλων τους. Και με την ανακύκλωση του 70% και πλέον των απορριμμάτων του γραφείου σας, έχετε τη σοβαρή δυνατότητα να μειώσετε το περιβαλλοντικό αποτύπωμά σας. Η εμπειρία υπαγορεύει τα ακόλουθα:

- Υιοθετήστε την προσέγγιση της «μείωσης, επαναχρησιμοποίησης, ανακύκλωσης». Για παράδειγμα, αντί να επικεντρώνεστε στην ανακύκλωση χαρτιού, ενθαρρύνετε τη μεγαλύτερη χρήση **ηλεκτρονικών μηνυμάτων**.
- Ένας από τους στόχους σας πρέπει να είναι η μείωση **του προβλήματος των υλικών** ή η επαναχρησιμοποίησή τους πριν καταφύγετε στην ανακύκλωση.
- Καθιερώστε **καθεστώς ανακύκλωσης** χαρτιού, γυαλιού και αλουμινίου.
- Ανακυκλώστε ή πετάξτε με τον κατάλληλο τρόπο πιθανά τοξικά προϊόντα, όπως οι μπαταρίες και τα δοχεία γραφίτη.
- Όταν παραγγείτε νέο φωτοτυπικό ή εκτυπωτικό εξοπλισμό, βεβαιωθείτε ότι μπορεί να χρησιμοποιεί **ανακυκλωμένο χαρτί** και ότι προσφέρει επιλογή εκτύπωσης και από τις δύο πλευρές.
- Ορίστε τη **διπλή όψη** ως προεπιλεγμένη επιλογή κάθε εκτυπωτικού εξοπλισμού.
- Σκεφτείτε να **χρησιμοποιήσετε υφασμάτινες** αντί για χάρτινες πετσέτες στις κουζίνες και τα μπάνια.
- Επαναχρησιμοποιήστε και **ανακαινίστε τα έπιπλα**, όπου αυτό είναι δυνατόν.
- Διαθέστε ένα κεντρικό σημείο όπου οι εργαζόμενοι θα μπορούν να φέρουν **εξοπλισμό γραφείου τον οποίο δεν χρειάζονται, προκειμένου αυτός να επαναχρησιμοποιηθεί** από συναδέλφους τους.



5. Τι είναι η «πράσινη αγορά υλικών»;

Συχνά, οι εταιρίες και οι επιχειρήσεις μπορούν να ασκήσουν τη μεγαλύτερη επιρροή τους μέσω της αλυσίδας εφοδιασμού τους. Αυτό, με απλά λόγια, σημαίνει την επιλογή των προμηθευτών σύμφωνα με την περιβαλλοντική ή την ευρύτερη εκπλήρωση της εταιρικής κοινωνικής ευθύνης της επιχείρησης. Σημαίνει επίσης τη σοβαρή εξέταση της περιβαλλοντικής απόδοσης του εξοπλισμού γραφείου, όπως είναι οι υπολογιστές και οι οθόνες. Δεδομένου ότι η ενέργεια που καταναλώνουν αυτά τα μηχανήματα κυμαίνεται από 20% έως 70% της συνολικής κατανάλωσης ενέργειας του γραφείου, η δυνατότητα για εξοικονόμηση ενέργειας και κόστους είναι σημαντική.

Τα σημαντικότερα βήματα για να έχετε καλύτερη απόδοση:

- Καθορίστε περιβαλλοντικά κριτήρια στα έντυπα προσφοράς και συμβάσεων.
- Ζητήστε πληροφορίες από τους προμηθευτές για προϊόντα με καλύτερη περιβαλλοντική απόδοση και, όπου είναι δυνατόν, εξειδικεύστε τις απαιτήσεις σας.
- Ενημερώστε το προσωπικό προμηθειών για τις προτεραιότητες που έχει θέσει η ομάδα έργου.
- Εξετάστε προϊόντα που καλύπτονται από συστήματα πιστοποίησης, όπως το EU Eco-Label

Programme.

- Επιλέξτε εξοπλισμό γραφείου που προσφέρει αποδοτικότητα ενέργειας και άλλες οικολογικές επιλογές.
- Ενθαρρύνετε τους προμηθευτές να ελαχιστοποιήσουν τις συσκευασίες ή να τις παίρνουν πίσω και να τις χρησιμοποιούν εκ νέου.
- Όπου είναι εφικτό, αγοράζετε προϊόντα στη μεγαλύτερη δυνατή συσκευασία, μεταξύ των οποίων καφέ, τσάι, ζάχαρη και άλλα αναλώσιμα.
- Εφόσον είναι δυνατόν, κάνετε τις αγορές σας από συνειδητοποιημένους προμηθευτές.



6. Τι γίνεται με τα κτήρια;



Πρόκειται για τομέα ζωτικής σημασίας, που είναι όμως δύσκολος ως προς τη διαχείρισή του, ειδικά όταν η εταιρία ενοικιάζει ή μισθώνει με leasing τις κτηριακές της εγκαταστάσεις. Κάποια σχετικά εύκολα πρώτα βήματα είναι τα παρακάτω:

- Μειώστε την κατανάλωση ρεύματος για φωτισμό με τη χρήση χρονοδιακοπών ή φωτοκυττάρων κίνησης, και αναδείξτε τη σημαντικότητα της μείωσης χρήσης φωτισμού με σημάνσεις που θα υπενθυμίζουν στους ανθρώπους να σβήνουν τα φώτα και να κλείνουν τις ηλεκτρικές εγκαταστάσεις στο τέλος της ημέρας.
- Ελέγξτε ότι η θέρμανση και ο κλιματισμός λειτουργούν μόνο όταν είναι απαραίτητο και ρυθμίστε τα στη σωστή θερμοκρασία.
- Μειώστε τη χρήση νερού στα μπάνια αναβαθμίζοντας τον εξοπλισμό με νέες τουαλέτες και βρύσες εξοικονόμησης νερού.
- Εκμεταλλευτείτε την ευκαιρία κάθε ανανέωσης εξοπλισμού ή ανακαίνισης των γραφείων, έτσι ώστε να συγκεκριμενοποιήσετε και να ενσωματώσετε μέτρα εξοικονόμησης ενέργειας.
- Επιλέξτε μη τοξικά και διαλυτά χρώματα.
- Αναζητήστε έπιπλα και χαλιά από φυσικά προϊόντα και ανακυκλωμένα συστατικά, καθώς και εξοπλισμό που μπορεί να ανακυκλωθεί μετά τη χρήση του.

7. Τι γίνεται με τις μετακινήσεις;

Οι μετακινήσεις είναι ένας σημαντικός τομέας με μεγάλο αντίκτυπο όχι μόνο στο περιβάλλον, αλλά και στην εργασιακή απόδοση. Στο Ηνωμένο Βασίλειο, για παράδειγμα, τα διευθυντικά στελέχη περνούν σχεδόν 11 ώρες την εβδομάδα οδηγώντας προκειμένου να συμμετάσχουν σε έξι συναντήσεις κατά μέσο όρο. Δύο από αυτές τις σπαταλούν μέσα στην κυκλοφοριακή συμφόρηση. Πολλές εταιρίες έχουν την εντύπωση ότι δεν μπορούν να κάνουν και πολλά για τη μείωση των μετακινήσεων. Αυτό όμως δεν ισχύει. Ιδού μερικά από τα βήματα που έχουν ακολουθήσει κάποιες μεγάλες εταιρίες:

- Ξεκινήστε με τις εκπομπές άνθρακα από όλα τα ταξίδια συνδεδεμένοι με οργανισμούς όπως είναι η Climate Care (www.co2.org) ή το Future Forests (www.futureforests.com).

- Χρησιμοποιήστε την **τηλεδιάσκεψη**, όπου είναι δυνατόν, για να περιορίσετε τα ταξίδια, ειδικά τα αεροπορικά.

- Δώστε κίνητρα για τη **χρήση μέσων μαζικής μεταφοράς**, την από κοινού χρήση αυτοκινήτου και τη χρήση ποδηλάτου.

- Προωθήστε την **από κοινού χρήση του αυτοκινήτου** και την **ποδηλασία**.

- Προσφέρετε εναλλακτικές λύσεις προς τη χρήση του αυτο-

κινήτου, μεταξύ των οποίων είναι οι κάρτες για τα μέσα μαζικής μεταφοράς, καθώς και η δυνατότητα χρήσης ταξί για έκτακτες ανάγκες.

- Εφόσον χρησιμοποιείτε αυτοκίνητα, επιλέξτε **αποδοτικά μοντέλα από πλευράς καυσίμων και χαμηλών εκπομπών καυσαερίου**.

8. Κάτι άλλο;

Από τη στιγμή που ξεκινήσετε, θα δείτε ότι είναι πολλά αυτά που μπορούν να γίνουν. Για παράδειγμα:

- **Εκδηλώσεις.** Ακολουθήστε τις υποδείξεις της ενότητας 7, αναδείξτε τις περιβαλλοντικές δράσεις που έγιναν σε events δημοσιότητας, μοιράστε κάρτες ονομάτων σε επαναχρησιμοποιούμενες πλαστικές θήκες (και βεβαιωθείτε ότι θα σας επιστραφούν για να τις ξαναχρησιμοποιήσετε) και ορίστε εγκαταστάσεις ανακύκλωσης με σαφή σήμανση.

- **Ανταλλαγή γνώσεων.** Δημιουργήστε ευκαιρίες και συστήματα για να προωθήσετε την ανταλλαγή γνώσεων και οργανωτικών αρχών. Μια καλή αφετηρία είναι τα κείμενα υποβολής προτάσεων, αλλά οι καλύτερες εταιρίες κάνουν πολύ περισσότερα. Απευθυνθείτε σε κορυφαίους συμβούλους και ανθρώπους που μπορούν να διαμορφώσουν την ατζέντα δράσης σας και ζητήστε τους να ενημερώσουν την ομάδα σας. Καλέστε τα βασικά στελέχη των εταιριών πελατών σας να κάνουν το ίδιο – καθώς και τους προμηθευτές ή τους πελάτες με τους οποίους θέλετε να συνεργαστείτε.

- **Κίνητρα.** Κινητοποιήστε το προσωπικό παρέχοντάς τους σαφή και έγκαιρη επαναπληροφόρηση



για την πρόοδο. Υπογραμμίστε τους τομείς στους οποίους υπάρχουν αδυναμίες και βεβαιωθείτε ότι αντιμετωπίζονται. Αρχίστε να συνδέετε τους στόχους και την πρόοδο που έχει επιτευχθεί με αναφορές απόδοσης και ανταμοιβές.

- **Εθελοντισμός.** Ενθαρρύνετε τους υπαλλήλους να προσφέρουν εθελοντική εργασία στις τοπικές κοινότητες ή να στηρίξουν άλλα κοινοτικά έργα. Βεβαιωθείτε ότι τα έργα αυτά συμβαδίζουν με τις αξίες της εταιρίας σας – και κάντε τακτικά αναφορές για την επένδυση που γίνεται σε χρήμα και χρόνο, και για την πρόοδο που έχει συντελεστεί.

- **Pro-bono.** Εθελοντικός χρόνος και πηγές για την ανάπτυξη εκστρατειών που προάγουν τους σκοπούς στους οποίους πιστεύει η εταιρία.

Πιο λεπτομερείς πληροφορίες για τον τρόπο ανάπτυξης δράσης υπάρχουν στο έργο *The Green Office Manual: A Guide to Responsible Practice*, εκδόσεις Earthscan, Ηνωμένο Βασίλειο (www.earthscan.co.uk).



9. Είναι αναγκαία η αναφορά προόδου;

Λένε ότι οι πράξεις είναι πιο ισχυρές από τα λόγια. Μην παραμείνετε στις αναφορές και αποκλείσετε άλλες δράσεις. Από την άλλη, σημειώστε πως πολλές εταιρίες διαπίστωσαν ότι η σύνταξη μιας ετήσιας αναφοράς προόδου μπορεί να τις βοηθήσει να κατευθύνουν ορθότερα τις εσωτερικές τους διεργασίες.

Η αναφορά προόδου, όταν γίνεται σωστά, βοηθά να εντοπιστούν οι τομείς στους οποίους τα συστήματα διαχείρισης είναι αδύναμα ή ανύπαρκτα, ή στους οποίους χρειάζεται να γίνει κατανομή νέων αρμοδιοτήτων. Αυτό όμως που κινητοποιεί κυρίως τη δράση είναι η γνώση ότι η πρόοδος –ή η έλλειψή της– θα μπει στην αναφορά στο τέλος του χρόνου.

Από τη στιγμή που οι περισσότερες εταιρίες σ' αυτό τον κλάδο είναι πολύ μικρότερες από τους πελάτες τους, μπορούν να επωφεληθούν βλέποντας τις διαδικασίες απολογισμού που έχουν αναπτυχθεί για μικρές και μεσαίες εταιρίες (SMEs).

Τέτοια παραδείγματα είναι:

Η Παγκόσμια Πρωτοβουλία Αναφοράς [The Global Reporting Initiative (GRI)]. Εμφανίστηκε για πρώτη φορά το 1997. Τώρα, στον δεύτερο επίσημο κύκλο ανάπτυξης κατευθυντήριων αρχών, η GRI έχει δημοσιεύσει μια σειρά δεικτών που χρησιμοποιούν οι εταιρίες κατά τον απολογισμό και την κοινοποίηση της προόδου τους ως προς τους στόχους της εταιρικής κοινωνικής ευθύνης τους. Παρόλο που είναι πιο χρήσιμοι στις μεγάλες κατασκευαστικές εταιρίες, οι δείκτες παρέχουν στις μικρές και μεσαίες εταιρίες τα εργαλεία και πλαίσια που χρειάζονται για να διαμορφώσουν μια ισχυρή διαδικασία απολογισμού εταιρικής κοινωνικής ευθύνης. Ενώ οι 97 διαφορετικοί δείκτες είναι επιβαρυντικοί για τις αναφορές των μικρομεσαίων εταιριών, η σύνοψη των 50 δεικτών μπορεί να ικανοποιήσει επαρκώς τις φιλοδοξίες μιας εταιρίας επικοινωνίας που θέλει να ξεκινήσει τέτοιες αναφορές προόδου (www.globalreporting.org).

Μια λιγότερο αποθαρρυντική επιλογή είναι ο Συνασπισμός για Περιβαλλοντικά Υπεύθυνες Οικονομίες [Coalition for Environmentally Responsible Economies (CERES)], που

αναπτύσσει μια σειρά κατευθυντήριων αρχών αναφοράς ειδικά για μικρομεσαίες εταιρίες: το λεγόμενο CERES Προϋποθέσεις Απολογισμού για μικρές εταιρίες και μη κερδοσκοπικούς οργανισμούς. Για τις μικρομεσαίες εταιρίες που θέλουν να ασχοληθούν με τις επιδράσεις του γραφείου και των λειτουργιών τους, αυτός ο οδηγός παρέχει μια «εύπεπτη» εκδοχή της GRI, και θέτει ένα ισχυρό πλαίσιο το οποίο μπορεί μελλοντικά να επεκταθεί σε εκθέσεις τύπου GRI. Οι κατευθυντήριες αρχές δείχνουν σαφώς ότι τα περιβαλλοντικά, κοινωνικά και οικονομικά θέματα που αντιμετωπίζει μια μικρή επιχείρηση είναι συχνά πολύ διαφορετικά από εκείνα που αντιμετωπίζει μια μεγάλη εταιρία. Παρά το γεγονός ότι προτείνει ένα μικρότερο σύνολο δεικτών, ο οδηγός βασίζεται στη GRI, γι' αυτό και αντιπροσωπεύει ένα ισχυρό πλαίσιο εργασίας για μια μικρομεσαία εταιρία που ξεκινά τον απολογισμό της (www.ceres.org).

Ενημερωθείτε για την καμπάνια «Δρω γιατί αντιδρώ» του Ινστιτούτου Επικοινωνίας.

Το Ινστιτούτο Επικοινωνίας σχεδίασε και υλοποιεί από το 2008 τη μεγάλη αυτή καμπάνια συστράτευσης των Ελλήνων για το Περιβάλλον. Κύριος στόχος είναι η ευαισθητοποίηση όλων μας. Ο καθένας μας μπορεί να συμβάλει με μικρές καθημερινές ενέργειες ώστε να ζήσουμε σε ένα καλύτερο περιβάλλον.

Η εκστρατεία με κεντρικό μήνυμα το: «**Δρω γιατί αντιδρώ**» έχει ως εικαστικό θέμα το δακτυλικό αποτύπωμα του καθενός μας, που σε σύνολο φτιάχνουν μια καλύτερη εικόνα του Περιβάλλοντος γύρω μας. Επειδή ο πολίτης έχει ακούσει πολλά για το Περιβάλλον τελευταία, δεν θέλουμε να του διδάξουμε νέα, τεχνικά θέματα. Θέλουμε να του δείξουμε πως η μικρή καθημερινότητα του καθενός μας έχει ουσιαστικό ρόλο στην επιβάρυνση του Περιβάλλοντος. Θέλουμε να καταλάβει τη δύναμη του «εγώ» όταν γίνεται «εμείς». Θέλουμε να τον παρακινήσουμε έτσι ώστε:

- Να μην επιβαρύνει το περιβάλλον με τα σκουπίδια του
- Να συμβάλει στην εξοικονόμηση ενέργειας
- Να συμβάλει στην οικονομία για το νερό
- Να συμβάλει στα «πράσινα σπίτια»

(<http://www.ioc.gr/dro/>)



Μια πρωτοβουλία της EACA European Association of Communications Agencies



Υπό την αιγίδα του
Υπουργείου Περιβάλλοντος, Ενέργειας και
Κλιματικής Αλλαγής



Με τη συνεργασία του
Ινστιτούτου Επικοινωνίας



ΕΝΩΣΗ ΕΤΑΙΡΙΩΝ
ΔΙΑΦΗΜΙΣΗΣ & ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ ΕΛΛΑΔΟΣ

Υπερείδου 7, 105 58 Αθήνα
Τηλ.: 210-3246.215-7
e-mail: edee@edee.gr
URL: www.edee.gr