

**ΟΜΟΣΠΟΝΔΙΑ ΕΠΑΓΓΕΛΜΑΤΙΩΝ - ΒΙΟΤΕΧΝΩΝ & ΕΜΠΟΡΩΝ Ν. ΧΑΝΙΩΝ
ΠΑΓΚΡΗΤΙΑ ΔΙΗΜΕΡΙΔΑ 5 & 6 ΔΕΚΕΜΒΡΙΟΥ 2009
ΓΙΑ ΤΙΣ ΜΙΚΡΕΣ & ΠΟΛΥ ΜΙΚΡΕΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ**

ΕΙΣΗΓΗΣΗ



**“ΠΡΑΣΙΝΟ ΕΠΙΧΕΙΡΕΙΝ”
για Μικρές & Πολύ Μικρές Επιχειρήσεις**

Γιώργος ΑΓΟΡΑΣΤΑΚΗΣ



...το γενικότερο ΠΛΑΙΣΙΟ

GREEN ECONOMY DEVELOPMENT
ΠΡΑΣΙΝΗ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑ
GREEN ECONOMY
GREEN COMPANIES
ΠΡΑΣΙΝΗ ΑΝΑΠΤΥΞΗ
GO GREEN \$AVE GREEN
πράσινο επιχειρείν
GREEN BUSINESS
ΠΡΑΣΙΝΕΣ ΔΟΥΛΕΙΕΣ
GREEN JOBS GREEN SHOPS
GREENING ECONOMY
ΠΡΑΣΙΝΕΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ
GREEN ENTERPRISES

...ένα θέμα ορισμών

ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗ

ΛΕΙΦΟΡΟΣ

ΒΙΩΣΙΜΗ

ΠΡΑΣΙΝΗ

ΑΝΑΠΤΥΞΗ

ΠΡΑΣΙΝΗ ΑΝΑΠΤΥΞΗ
...μήπως όμως πρόκειται για:

πράσιν' άλογα

*Όπου ακούς
πολλά κεράσια,
κράτα μικρό καλάθι...*



Στην Ευρωπαϊκή Ένωση,
οι απασχολούμενοι
σε περιβαλλοντικά θέματα
είναι 3,5 εκατομμύρια
και αντιστοιχούν στο 0,7%
της συνολικής απασχόλησης.

& πράσσειν' άλογα

«ΠΡΑΣΙΝΗ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑ»
Απάντηση
στην οικονομική κρίση;



Μικρές και ΜΕΓΑΛΕΣ «ΠΡΑΣΙΝΕΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ»



Τι είναι «πράσινη επιχειρηματικότητα»

«Πράσινη επιχειρηματικότητα» είναι εκείνη η μορφή οικονομικής δραστηριότητας η οποία θέτει την προστασία του περιβάλλοντος και της φύσης γενικότερα στο επίκεντρο της στρατηγικής της.

- * Η «**πράσινη επιχειρηματικότητα**» συνίσταται στη θετική στάση της επιχείρησης απέναντι στην περιβαλλοντική προστασία, τόσο με τα προϊόντα ή τις υπηρεσίες που παράγει, όσο και με τις διαδικασίες παραγωγής.
- * Η «**πράσινη επιχείρηση**» κρατάει θετική στάση απέναντι στην προστασία του περιβάλλοντος στο σύνολο των δραστηριοτήτων της. Η επιχείρηση δε βλέπει το περιβάλλον ως περιοριστικό παράγοντα στη δημιουργία προστιθέμενης αξίας.
- * Η «**πράσινη επιχείρηση**» εξ ορισμού παρέχει ποιοτικές υπηρεσίες που κάνουν τη ζωή των ανθρώπων καλύτερη και υγιέστερη.
- * Η δραστηριότητά της συνδέεται άρρηκτα με την ποιότητα, την πιστοποίηση και την διαφάνεια.



Μια επιχείρηση δεν είναι «πράσινη»:

- * αν ανακαనిζόμενη, βάψει μόνο πράσινη την πρόσοψη της...
- * αν απλώς τηρεί την περιβαλλοντική νομοθεσία.
Η τήρηση της νομοθεσίας πρέπει να θεωρείται δεδομένη από όλες τις επιχειρήσεις. Η «πράσινη επιχείρηση» συχνά υπερκαλύπτει τις απαιτήσεις του νόμου θέτοντας νέα πρότυπα.
- * αν απλώς αναλύσκει σε δημόσιες σχέσεις. Το πρασίνισμα μιας επιχείρησης ή ενός προϊόντος αφορά τις πραγματικές επιπτώσεις της παραγωγής του και όχι κάποιο επικοινωνιακό τέχνασμα. Η επικοινωνιακή προσέγγιση χωρίς αντίστοιχο περιεχόμενο υποτιμά τη νοημοσύνη του καταναλωτή και τελικά αποβαίνει σε βάρος της επιχείρησης.
- * αν λαμβάνει περιβαλλοντικά μέτρα περιστασιακά ή αποσπασματικά στα πλαίσια της «εταιρικής κοινωνικής ευθύνης».





Πεδία «πράσινης επιχειρηματική δράσης»,

είναι όλοι οι τομείς που σχετίζονται με το περιβάλλον.

- * σε τομείς παροχής κάθε είδους περιβαλλοντικών υπηρεσιών,
- * στην παραγωγή και εμπορία περιβαλλοντικών αγαθών
- * στη δημιουργία περιβαλλοντικών υποδομών και εγκαταστάσεων
- * στην ανάπτυξη, εμπορεία, και χρήση τεχνολογιών, υλικών και υπηρεσιών μέτρησης, πρόληψης, αντιμετώπισης περιβαλλοντικών επιπτώσεων

Κύριοι τομείς «πράσινης επιχειρηματικότητας»:

- * Βιολογικά προϊόντα πρωτογενή τομέα,
 - * Διαχείριση της φύσης και των φυσικών πόρων
 - * Καθαρές τεχνολογίες, αντιρύπανσης, απορρύπανσης και ανακύκλωσης αποβλήτων.
 - * Αξιοποίηση ανανεώσιμων πηγών ενέργειας (ΑΠΕ), κατασκευή, εμπορία, μελέτη, τοποθέτηση, συντήρηση ΑΠΕ,
 - * Ορθολογική χρήση και εξοικονόμηση ενέργειας στα κτίρια.
 - * Πράσινος τουρισμός...
- και διαφοροποίηση των προϊόντων μαζικού τουρισμού.
Νέες επιχειρηματικές δραστηριότητες στην σύνδεση με την φύση



Ο «**πράσινος επιχειρηματίας**» για να έχει πειστικότητα και αποτελεσματικότητα πρέπει:

- * να πιστεύει αληθινά και δυνατά σ' αυτό που κάνει
- * να κατέχει τις ειδικές γνώσεις που απαιτούνται
- * να παρακολουθεί και να ενημερώνεται για τις αλλαγές πολιτικής και νομοθεσίας και να προσαρμόζει τις δραστηριότητές του.
- * να συνδέεται και να επικοινωνεί με τους πελάτες του, και να χρησιμοποιεί τα σύγχρονα ηλεκτρονικά μέσα.

Πράσινα προϊόντα και υπηρεσίες

*** Ευκαιρίες που ανιχνεύονται από τη νομοθεσία**

Η νομοθεσία εξελίσσεται γρήγορα και δημιουργεί στις επιχειρήσεις νέες υποχρεώσεις αλλά και δίνει νέες δυνατότητες.

*** Ευκαιρίες που δίνονται από τα χρηματοδοτικά προγράμματα.**

Το πρασίνισμα του ΕΣΠΑ μπορεί να δώσει κάποιες υποστηρίξεις στις ΜΜΕ.

*** Ευκαιρίες που ανιχνεύονται από το καταναλωτικό κοινό.**

Ραγδαίες μεταβολές παρατηρούνται στις καταναλωτικές αντιλήψεις, συμπεριφορές και συνήθειες που ανακλώνται στις επιχειρήσεις

Η «πράσινη επιχείρηση» οφείλει να τις αντιλαμβάνεται και να προσαρμόζεται γρήγορα.