

Ας κάνουμε περισσότερα με λιγότερα:

Οι επιχειρήσεις επενδύουν στην αξία του πράσινου

Μπέττυ Τσακαρέστου

ΤΟ
ΠΡΑΣΙΝΟ
ΤΕΥΧΟΣ

Οι κρίσεις μάς ξαφνιάζουν στο ξέσπασμά τους και μας τρομάζουν στο αποκορύφωμά τους. Δεν είναι όμως πάντα απρόβλεπτες. Συχνά, επωάζονται για καιρό, μας προειδοποιούν με σποραδικά, ανησυχητικά συμβάντα, και εναπόκειται σε μας, να τα συνδέσουμε και να τα αξιολογήσουμε. Το Περιβάλλον είναι μια, τέτοια, προαναγγελθείσα κρίση. Πλέον, οι περισσότεροι είμαστε εξοικειωμένοι με τις «άβολες αλήθειες». Το φαινόμενο του θερμοκηπίου συνέβαλε στο λιώσιμο των πάγων, την ξηρασία και την ερημοποίηση περιοχών του πλανήτη. Οι πλημμύρες και η άνοδος της στάθμης του νερού και ταυτόχρονα η ανεπάρκεια σε καθαρό πόσιμο νερό, η ανάγκη –οικολογική αλλά και πολιτική– για στροφή στην καθαρή ενέργεια (με στόχο τη σταδιακή απεξάρτηση της Δύσης από τα ορυκτά καύσιμα της Μέσης Ανατολής αλλά και το αέριο της Ρωσίας) δεν είναι θέματα που ανακύπτουν σήμερα. Οι αιτίες της κλιματικής αλλαγής –ανθρωπογενής, με κύριο όχημα το μοντέλο της βιομηχανικής ανάπτυξης χωρίς κανόνες και όρια– αλλά και οι συνέπειές της, που σταδιακά εντοπίστηκαν και τεκμηριώθηκαν από την επιστημονική κοινότητα, έγιναν σημαία για τα οικολογικά κινήματα. Απέδωσαν όμως πολύ αργά καρπούς. Είδαμε την παγκόσμια συνείδηση να αφυπνίζεται όταν πλέον οι κίνδυνοι έγιναν ορατοί, απτοί, άμεσοι, για τον καθένα από εμάς.

Το περιβάλλον και το αίτημα για στροφή προς τη βιώσιμη ή αειφόρο ανάπτυξη αναδύθηκαν ως κύρια ζητήματα στην πολιτική και επιχειρηματική σκηνή μέσα από γεω-πολιτικές και οικονομικές συγκρούσεις, αμφισβητήσεις των επιστημονικών τεκμηρίων, σθεναρό και αποτελεσματικό lobbying ενάντια στην αναγνώριση του ζητήματος και στην ανάληψη παγκόσμιων μέτρων για τη μείωση των ρύπων, για να οδηγηθούμε σήμερα σε μια μάλλον γενική συναίνεση. Το γενικό μότο της είναι ότι πρέπει να συνεργαστούμε όλοι για να «καθαρίσουμε» και να σώσουμε τον πλανήτη: κυβερνήσεις, επιχειρήσεις, επιστημονική κοινότητα, μη-κυβερνητικές οργανώσεις και διεθνείς οργανισμοί, πολίτες.

Συμπληρώνονται 36 χρόνια από τη Σύνοδο του ΟΗΕ για το Περιβάλλον στη Στοκχόλμη το 1972. Μεσολάβησαν 20 χρόνια για να διοργανωθεί η Σύνοδος της Γης στο Ρίο

το 1992. Δέκα χρόνια αργότερα, ακολούθησε η Σύνοδος για το Περιβάλλον και την Αειφόρο Ανάπτυξη στο Γιοχάνεσμπουργκ. Στα τέλη του 2007 διοργανώθηκε η Σύνοδος για το Κλίμα στο Μπαλί. Ενδιάμεσοι σημαίνοντες σταθμοί για την ανάδειξη του περιβάλλοντος σε μείζον παγκόσμιο πρόβλημα, είναι η σύσταση της Διακυβερνητικής Επιτροπής για την Κλιματική Αλλαγή υπό την αιγίδα του ΟΗΕ (IPCC) το 1989, και η επικύρωση του Πρωτοκόλλου του Κιότο το 1995 (το οποίο είχε υιοθετηθεί το 1997 από 39 χώρες) χωρίς τη συμμετοχή όμως των χωρών που ευθύνονται για τις μεγαλύτερες εκπομπές του CO₂.



«RDV» του Fabrice Fouillet

Το Περιβάλλον ως ζήτημα και διακύβευμα για τη διεθνή πολιτική, την παγκόσμια κοινωνία αλλά και τις δημοκρατικές αξίες διένυσε –με επιτυχία θα λέγαμε σήμερα– μια μεγάλη διαδρομή. Διαμόρφωσε ένα νέο λεξιλόγιο και νέες πρακτικές που εφαρμόζονται ευρέως σε διεθνές, κρατικό και επιχειρηματικό επίπεδο – αειφορία, βιώσιμη κερδοφορία, ευθύνη, λογοδοσία, διαφάνεια, πράσινη συνείδηση, υπεύθυνη/βιώσιμη κατανάλωση, διάλογος και διαβούλευση με τους κοινωνικούς μετόχους (stakeholders), κοινωνική καινοτομία, κοινωνική και περιβαλλοντική επιχειρηματικότητα. Τα αναδυόμενα ζητήματα ωριμάζουν αργά σε μια εποχή υψηλής αβεβαιότητας και ρευστότητας, όπου όμως καλούμαστε να λάβουμε γρήγορες και σύνθετες αποφάσεις. Είμαστε έτοιμοι να αναλάβουμε την ευθύνη και το ρίσκο που συνεπάγονται οι αποφάσεις μας; Χρειαζόμαστε νέο τρόπο σκέψης, αναθεώρηση αξιών και κουλτούρας. Μιλώντας ο επιχειρηματικός κόσμος όλο και περισσότερο για διαχείριση της αλλαγής, για επένδυση στην καινοτομία (πράσινες, καθαρές τεχνολογίες) και στρατηγικές ρήξεις με τα καθιερωμένα, ουσιαστικά καλείται να αναθεωρήσει το υφιστάμενο επιχειρηματικό μοντέλο.

Μια σειρά από περιβαλλοντικές αντιπαραθέσεις και καταστροφές ενέπλεξαν μεγάλες επιχειρήσεις όπως η Shell στη υπόθεση «Brent Spar» (αφορούσε την καμπάνια της Greenpeace εναντίον της βύθισης μιας πλατφόρμας εξόρυξης πετρελαίου στη Βόρεια

Θάλασσα) ή τη μόλυνση που προκάλεσε το πετρελαιοφόρο Exxon Valdez με πετρέλαιο, στη διαμάχη για τη βιώσιμη διαχείριση του φυσικού περιβάλλοντος και ανέδειξαν εταιρίες ως μέρος του προβλήματος, αντιστεκόμενες στην αλλαγή πολιτικών και προτεραιοτήτων στα θέματα της ανάπτυξης της παγκόσμιας οικονομίας. Ο επιχειρηματικός κόσμος αντιμετωπίζει τη δυσπιστία των πολιτών και των καταναλωτών όσο η οικονομική του δύναμη και η πολιτική του επιρροή αυξάνουν. Η κρίση νομιμοποίησης των επιχειρήσεων στη συνείδηση των πολιτών-καταναλωτών, μακροπρόθεσμα απειλεί τη βιωσιμότητα και την κερδοφορία

Σήμερα οι επιχειρήσεις μετέχουν στις διεθνείς διασκέψεις για το κλίμα. Επιδιώκουν να γίνουν «μέρος της λύσης» αναζητώντας παράλληλα την κερδοφορία μέσα από τις σοβαρές επενδύσεις σε έρευνα για ανάπτυξη πράσινων τεχνολογιών. Τα κίνητρα είναι πολλαπλά.

τους. Οι ηγέτες των επιχειρήσεων αντιλαμβάνονται ότι χωρίς αποδοχή (κοινωνική άδεια – license to operate) –θετική εταιρική φήμη και εικόνα ως προς την ευρύτερη συμβολή τους στην κοινωνία και οικονομία– τα κέρδη και η τιμή της μετοχής τους θα επηρεάζονται αρνητικά από την συρρικνούμενη εμπιστοσύνη

καταναλωτών και επενδυτών.

Το περιβάλλον ως ένα κρίσιμο ζήτημα αντιπαράθεσης και σύγκρουσης για δεκαετίες, έδωσε τη μεγαλύτερη ώθηση στην ανάπτυξη της έννοιας αλλά και του κινήματος της Εταιρικής Ευθύνης σε Ευρώπη και ΗΠΑ. Η επιχειρηματική ευθύνη στον τομέα του περιβάλλοντος όπως και σε άλλους αλληλένδετους κοινωνικούς τομείς (με στόχο την κοινωνική συνοχή στην Ευρώπη, τη στρατηγική φιλανθρωπία και την κοινωνική καινοτομία στις ΗΠΑ αλλά και τη Βρετανία) δίνει το έναυσμα για ενσωμάτωση της έννοιας της υπευθυνότητας ως συστατικό του οράματος, των αξιών και της στρατηγικής των επιχειρήσεων, όπως αυτές (οφείλουν να) αντανακλώνται σε όλα τα πεδία και επίπεδα λήψης αποφάσεων: από την παραγωγή, διάθεση και επικοινωνία των προϊόντων τους μέχρι τη διαφύλαξη των ανθρώπινων και εργασιακών δικαιωμάτων σε όσες χώρες δραστηριοποιούνται, λογοδοτώντας επίσης και για την επιλογή συνεργατών και προμηθευτών.

Στη δεκαετία του 1980 ο επιχειρηματικός κόσμος είχε μια συγκεκριμένη αντίληψη για τα θέματα του περιβάλλοντος τα οποία απο-περιθωριοποιούνται και έρχονται στο προσκήνιο της πολιτικής και της κοινωνίας. Σήμερα οι επιχειρήσεις μετέχουν στις διεθνείς διασκέψεις για το κλίμα. Επιδιώκουν να γίνουν «μέρος της λύσης» αναζητώντας παράλληλα την κερδοφορία μέσα από τις σοβαρές επενδύσεις σε έρευνα για ανάπτυξη πράσινων τεχνολογιών. Η πίεση και τα κίνητρα είναι πολλαπλά: Πρώτα υπάρχει η κοινωνική και ηθική πίεση που δέχονται από τους πολίτες και τις κοινωνίες που συχνά υφίστανται τις συνέπειες της κλιματικής αλλαγής (οι τυφώνες, οι μεγάλες δασικές φωτιές, η έλλειψη νερού, το κύμα των οικο-μεταναστών που έχουν πληγεί από φυσικές καταστροφές, αλλά και η περιβαλλοντική ανευθυνότητα αρκετών επιχειρήσεων (ας θυμηθούμε εδώ την υπόθεση του Ασωπού) ωθούν τους πολίτες να εκφράζουν τη δυσπιστία τους προς το σύνολο του επιχειρηματικού κόσμου, όπως τουλάχιστον καταγράφεται σε Ελληνικές και διεθνείς έρευνες κοινής γνώμης. Οι κυβερνήσεις επίσης προωθούν το σκεπτικό της εταιρικής ευθύνης μετά την επικράτηση

του φιλελεύθερου μοντέλου διακυβέρνησης, επιβάλλοντας περιβαλλοντικούς φόρους και δίνοντας κίνητρα για επενδύσεις σε ανανεώσιμες πηγές ενέργειας ή συμμετέχοντας στο σύστημα εμπορίου των ρύπων που εφαρμόζεται στην Ευρώπη (βέβαια, δεν είναι λίγα τα κράτη που συγκαταλέγονται στους μεγάλους ρυπαντές του πλανήτη – η χώρα μας υπολείπεται σημαντικά στην εφαρμογή των περιβαλλοντικών δεσμεύσεών της στην Ευρώπη). Σημαντικό είναι και το κίνητρο της διαφοροποίησης μέσω της καινοτομίας, ανοίγοντας νέες κερδοφόρες αγορές για πράσινα προϊόντα. Ένας συνδυασμός κοινωνικής πίεσης για την αντιμετώπιση των ορατών συλλογικών κινδύνων που εγκυμονεί η αλλαγή στο κλίμα του πλανήτη, σε συνδυασμό με την κρατική υποστήριξη και συνέργεια, αλλά και η ίδια η λογική της επιχειρηματικότητας που ζητά να δημιουργήσει νέες αξίες και σταθερό κέρδος, ωθούν παράλληλα το πείραμα της εταιρικής (περιβαλλοντικής) ευθύνης. Έντονη δραστηριοποίηση έχουν οι τράπεζες, οι επιχειρήσεις λιανικής –η Coca-Cola εστιάζοντας στο θέμα της διαχείρισης του νερού, η PepsiCo με περιβαλλοντικές δράσεις, ακόμα και η Wall-Mart– αλλά και εταιρίες ενέργειας και πετρελαιοειδών όπως η Shell και η BP που γνώρισαν σε προηγούμενα χρόνια περιβαλλοντικές κρίσεις και καταναλωτικά μπούκοτάζ υπό την πίεση Μη-Κυβερνητικών Οργανώσεων. Δραστηριοποιούνται έντονα και οι αυτοκινητοβιομηχανίες – η Toyota με το υβριδικό μοντέλο Prius αλλά και την πολυτελή Lexus. Η General Electric θεωρείται ηγέτης της πράσινης επιχειρηματικότητας με το επενδυτικό πρόγραμμα στην ηλιακή ενέργεια eco-magination.com. Διακρίνονται επίσης η Alstom, η Siemens και η Dupont. Πειραματίζονται και επενδύουν σε ανανεώσιμες πηγές ενέργειας, μετέχουν στο εμπόριο των ρύπων, επανασχεδιάζουν παραγωγικές διαδικασίες, καινοτομούν. Εντυπωσιακή είναι η κατεύθυνση που ακολουθεί η νορβηγική κρατική εταιρία πετρελαίου Statoil η οποία άρχισε να «φυλακίζει» και να αποθηκεύει το CO₂ μετά την επιβολή φόρου από τη νορβηγική κυβέρνηση στις εκπομπές του αερίου του θερμοκηπίου (βλέπε σχετικό άρθρο στο αφιέρωμα του *Economist* για το περιβάλλον με τίτλο «Cleaning Up», 2 Ιουνίου 2007).

Οι γνώμες και η στάση όμως των επιχειρήσεων –όπως είναι αναμενόμενο– δεν είναι ενιαία. Στην άλλη όχθη, είναι μια μεγάλη μερίδα επιχειρήσεων που αρχικά συνασπίστηκαν το 2002 υπό την Παγκόσμια Συμμαχία για το Κλίμα (Global Climate Coalition) με στόχο να αμφισβητήσουν την ορθότητα της επιστημονικής τεκμηρίωσης της ευθύνης των ανθρώπων και άρα και των επιχειρήσεων για την κλιματική αλλαγή, και κυρίως να αντιταχθούν στη λήψη μέτρων για τη μείωση των ρύπων. Η Exxon Mobil συγκαταλεγόταν ανάμεσα σε αυτές (σήμερα τροποποιεί τη στάση της). Η ευθύνη έχει κόστος. Άλλες επιχειρήσεις θεώρησαν ότι μπορούν να συνεχίσουν τις συνήθεις δραστηριότητές τους (business as usual) αγνοώντας τις πολλαπλές πιέσεις από όλο το φάσμα της κοινωνίας και της οικονομίας. Άλλες, ακολουθούν διστακτικά το πράσινο ρεύμα, υιοθετώντας κυρίως περιβαλλοντικά προγράμματα και δράσεις με κύριο στόχο να υπερασπιστούν τη φήμη τους, να διαχειριστούν το ρίσκο και τις κρίσεις, παρά να έχουν μια ουσιαστική συμβολή στην αντιμετώπιση των περιβαλλοντικών ζητημάτων.

Πόσο μεγάλο ρίσκο παίρνουν, λοιπόν, οι επιχειρήσεις επενδύοντας στην καθαρή ενέργεια, σε καινοτομικά «πράσινα» προϊόντα και υπηρεσίες, φροντίζοντας παράλληλα να μετρούν και να μειώνουν τους ρύπους τους σταδιακά; Είναι προς το συμφέρον τους να δείξουν περιβαλλοντική εγρήγορση και ευθύνη; Οι ισχυρισμοί τους στα προϊόντα με πράσινες ταμπέλες είναι αληθινοί ή είναι κυρίως ένα πράσινο φρεσκάρισμα στην

κουρασμένη ή απειλούμενη με κρίσεις και μπουκόταζ εικόνα τους, όπως ισχυρίζονται οι επικριτές τους; Οι καταναλωτές έχουν δίκιο να δυσπιστούν; Η πράσινη κατανάλωση και το πράσινο lifestyle κερδίζει έδαφος. Είναι όμως ικανά να δώσουν ισχυρό κίνητρο στις επιχειρήσεις; Τα αποτελέσματα πολυάριθμων σχετικών ερευνών δεν συμφωνούν μεταξύ τους. Έχουμε σοβαρές ενδείξεις και για την αύξηση του ποσοστού των υπεύθυνων και πράσινων καταναλωτών, αλλά έχουμε επίσης ενδείξεις για απουσία ισχυρού κινήτρου να προχωρήσουν σε πράσινες καταναλωτικές επιλογές, όταν η ποιότητα και η τιμή των οικολογικών προϊόντων δεν τους ικανοποιεί.

Ο πολίτης-καταναλωτής ως σημαντικός κρίκος της αλυσίδας της περιβαλλοντικής ευθύνης μπορεί με τις επιλογές του να δώσει πιο ξεκάθαρο και σταθερό μήνυμα για τις περιβαλλοντικές του προσδοκίες σε κυβερνήσεις και επιχειρήσεις. Ο συνδυασμός ευθύνης, αποτελεσματικότητας και απόλαυσης στο πεδίο της κατανάλωσης, φαίνεται ότι διαμορφώνει σταδιακά ένα νέο καταναλωτικό ήθος και δίνει ώθηση σε πολιτικούς και επιχειρηματίες να αναζητήσουν νέες περιβαλλοντικά βιώσιμες λύσεις.

Η Εταιρική Ευθύνη έχει αποκτήσει μεγάλη δυναμική στις μέρες μας. Ο μέχρι σήμερα απολογισμός μας μετρά ενδιαφέρουσες αλλά περιορισμένες πολιτικές στην αντιμετώπιση της κλιματικής αλλαγής από πλευράς κρατών, Ευρωπαϊκής Ένωσης και διεθνών οργανισμών. Λίγες ηγετικές επιχειρήσεις διακρίνονται για τις σοβαρές περιβαλλοντικές επενδύσεις τους. Αρκετές επιχειρήσεις δραστηριοποιούνται σε μικρής κλίμακας περιβαλλοντικά προγράμματα και δράσεις, ως ασπίδα για τη φήμη τους. Και ακόμα περισσότερες είναι οι επιχειρήσεις που διστακτικά ακολουθούν ή και απέχουν από τη γενική περιβαλλοντική κινητοποίηση.

Η περιβαλλοντική κρίση μάς έδωσε τη δυνατότητα να διαπιστώσουμε από «πρώτο χέρι» πόσο αλληλένδετα και παγκόσμια, αλλά και πόσο απτά για τον καθένα μας μπορούν να γίνουν (στις συνέπειες και τα οφέλη τους) τα οικονομικά, κοινωνικά, περιβαλλοντικά αλλά και γεωπολιτικά ζητήματα.

Η καινοτόμος περιβαλλοντική επιχειρηματικότητα θέτει τις επιχειρήσεις στο πεδίο της δημόσιας σφαίρας με τρόπο διαφορετικό από ό,τι ισχύει μέχρι σήμερα, είτε αφορά νόμιμες είτε αδιαφανείς πρακτικές (lobbying, πολιτικό χρήμα) επιρροής του δημόσιου βίου από τον επιχειρηματικό κόσμο. Το διαφοροποιό στοιχείο είναι η δημόσια λογοδοσία μέσω της διαμόρφωσης νέων θεσμών συνεργασίας αλλά και ελέγχου (θεσμική καινοτομία) μεταξύ του κρατικού –δημόσιου, του κοινωνικού (ΜΚΟ) και του ιδιωτικού– εταιρικού τομέα, σε χρόνια και αναδυόμενα ζητήματα που άπτονται της διαχείρισης των κοινών μας πόρων αλλά και του μέλλοντός μας, ως ανθρώπινες κοινωνίες και πολιτικές δημοκρατίες. Η οικονομική, η τεχνολογική ή ηθική διάσταση της κλιματικής αλλαγής συναντώνται ή συγκρούονται στο πλέγμα των αξιών που υιοθετούμε ή θα υιοθετήσουμε ως οδηγό για τα επόμενα βήματά μας.

Η φιλοδοξία διαχείρισης σύνθετων προβλημάτων που εμπλέκουν αντικρουόμενα συμφέροντα, αξίες και οράματα προϋποθέτουν την ενδυνάμωση μιας ανοιχτής κουλτούρας διαβούλευσης, δημιουργικότητας και καινοτομίας που ενισχύει την εμπιστοσύνη και τη συνεργασία σε ένα ανταγωνιστικό περιβάλλον υψηλών κινδύνων αλλά και νέων ευκαιριών. (δε)