



BALANCE
green and stable

IO1 : Πράσινες πολιτικές και
Οικονομική Βιωσιμότητα
Ανάλυση Βέλτιστων Πρακτικών

Συμφωνία Επιχορήγησης	2020-1-KA204-079048
Πρόγραμμα	Erasmus+
Βασική Δράση	Cooperation for innovation and the exchange of good practices
Δράση	Strategic Partnerships for adult education
Ακρωνύμιο Έργου	BALANCE
Τίτλος Έργου	BALANCE - Green & Stable - Bringing Sustainability and Environmental Action Together for Better Future
Εναρξη Έργου	01/11/2020
Διάρκεια Έργου	24 months
Λήξη ΈΡΓΟΥ	31/10/2022

01 Έκθεση – Εκτελεστική Περίληψη

Οι μικρομεσαίες επιχειρήσεις (ΜΜΕ) αποτελούν την ραχοκοκαλιά της Ευρωπαϊκής Οικονομίας. Σύμφωνα με την Green Deal Συμφωνία της Ευρωπαϊκής Ένωσης του 2019 οι ΜΜΕ αποτελούν και το κέντρο του πράσινου μετασχηματισμού και της διαχείρισης βιώσιμων πόρων της Ευρώπης.

Η αλλαγή στις ΜΜΕ δεν είναι εύκολη να ενσωματωθεί στις λειτουργίες τους λόγω της έλλειψης γνώσης, βιωσιμότητας και τωρινών οικονομικών ή/και ανθρώπινων πόρων καθώς επλήγησαν από το 2008 από την οικονομική κρίση.

Το Πρόγραμμα Balance είναι ένα έργο ERASMUS+ που όπως ορίζεται από το Πράσινο Σχέδιο Δράσης για τις ΜΜΕ έχει ως βασικό γνώμονα την περιβαλλοντική βιωσιμότητα των ΜΜΕ και στοχεύει να καθοδηγήσει τους υπεύθυνους λήψης αποφάσεων για τις ΜΜΕ και τους διαχειριστές των ΜΜΕ να μετατρέψουν τις δραστηριότητες τους σε πιο πράσινες. Αυτή η δράση δυναμώνεται με την ενίσχυση της περιβαλλοντικής τους ευαισθητοποίησης και με την εξασφάλιση της οικονομικής τους βιωσιμότητας.

Σε αυτό το πλαίσιο η Κοινοπραξία πραγματοποίησε εκτεταμένη βιβλιογραφική έρευνα για την ολοκλήρωση το πρώτο στάδιο των δραστηριοτήτων που προέβλεπε η πρόταση του Έργου. Πιο συγκεκριμένα οι εταίροι του έργου από τις χώρες της Βουλγαρίας, Ισπανίας, Ελλάδας, Κύπρου και Βελγίου ερεύνησαν το εθνικό τους πλαίσιο για την ανάπτυξη των ΜΜΕ, την διαθέσιμη υποστήριξη και τις εφαρμοσμένες πράσινες πρακτικές.

Η Έκθεση παρουσιάζει τις βέλτιστες πρακτικές λεπτομερώς βασισμένες σε τρεις πτυχές

- Τον ουσιαστικό σκοπό της πράσινης πρακτικής
- Τον τρόπο εφαρμογής της πράσινης πρακτικής συμπεριλαμβανομένων και των οικονομικών στοιχείων τους.
- Τον τρόπο επικοινωνίας της πράσινης εφαρμογής τόσο εσωτερικά όσο και εξωτερικά.

Η Έκθεση ακολουθεί την παρακάτω δομή:

1. Περιγράφει το εθνικό πλαίσιο για τις ΜΜΕ ανά χώρα-εταίρο.
2. Εξηγεί τις εθνικές πράσινες πρωτοβουλίες ανά χώρα.
3. Παρουσιάζει συνολικά 31 εφαρμοσμένες πράσινες πρακτικές
4. Ακολουθεί μια ανάλυση σχετικά με τις συλλεγόμενες πρακτικές βάσει:
 - Των **λειτουργικών χαρακτηριστικών** που έδειξαν ότι τα οφέλη και τα πλεονεκτήματα που διαθέτουν οι επιχειρήσεις για να συμμετέχουν ενεργά σε θέματα αειφορίας, περιβάλλοντος και κυκλικής οικονομίας μπορούν να υλοποιηθούν χωρίς την υποβάθμιση της επιρροής των εξωτερικών παραγόντων.
 - Της **πράσινης πρακτικής** που αναλύει ότι οι περισσότερες πρακτικές επικεντρώνονται στην βελτίωση της επιχειρηματικής τους λειτουργίας και στους πόρους τους προκειμένου να επιτύχουν μια παραγωγική και αποτελεσματική διαδικασία.
 - Του **τρόπου διεξαγωγής της πρακτικής**, που δείχνει ότι οι υψηλότερες επιπτώσεις επιτυγχάνονται με σχετικά απλές πρωτοβουλίες, οι οποίες έχουν θετικές επιπτώσεις στην κουλτούρα της επιχείρησης.

5. Τέλος παραθέτει μια εκτεταμένη βιβλιογραφική ανασκόπηση και επιπλέον παρέχει μια αξιολόγηση των ΜΜΕ με μια πιο ολοκληρωμένη προσέγγιση που συγκαταλέγουν τα πλεονεκτήματα που διαθέτουν οι ΜΜΕ ως επιχειρηματικές οντότητες, το περιβάλλον μιας ΜΜΕ καθώς και τις πτυχές του σχεδίου δράσης που ακολουθεί μια ΜΜΕ.

Η προσέγγιση αυτή των τριών διαστάσεων συμβάλλει στην πιο ολιστική κατανόηση διάφορων εθνικών πλαισίων και πρωτοβουλιών για τις ΜΜΕ με τη μορφή τετραγωνιδίων. Συνολικά η IO1 έκθεση μπορεί να αποτελέσει καθοριστικός παράγοντας για την ερμηνεία του μετασχηματισμού των ΜΜΕ σε πιο πράσινες επιχειρήσεις. Επιπλέον μπορεί να χρησιμοποιηθεί και ως οδηγός για την επίλυση προβλημάτων εφαρμογής των πρακτικών.

Εν κατακλείδι η έκθεση αντιπροσωπεύει το πρώτο χειροπιαστό αποτέλεσμα του Έργου Balance που παρουσιάζει πραγματικά παραδείγματα και παρέχει οικονομική ανάλυση σχετικά με τις ήδη εφαρμοσμένες πράσινες πρακτικές στον επιχειρηματικό τομέα. Οι επιχειρήσεις αυτές θεωρούνται ως σημαντικοί διαμορφωτές τάσεων και μπορούν να συμβάλλουν στην επίλυση πραγματικών προβλημάτων.

Τα αποτελέσματα

1. Επικυρώνουν την βασική ιδέα για το χάσμα που υπάρχει μεταξύ των μεγάλων εταιρειών και των ΜΜΕ δείχνοντας τη διαφορά στη διαθεσιμότητα πόρων καθώς οι ΜΜΕ αντιμετωπίζουν αυστηρότερους κανονισμούς ως προς το αποτύπωμα τους.
2. Ενισχύουν την επίγνωση σχετικά με τις περιβαλλοντικές πολιτικές και τα θέματα γύρω από την οικονομική βιωσιμότητα και η έκθεση να χρησιμοποιηθεί ως πολύτιμο εργαλείο για την προώθηση πράσινων πρακτικών.
3. Αυξάνει την ευαισθητοποίηση των υπεύθυνων λήψης αποφάσεων για τις ΜΜΕ σχετικά με την προστασία του περιβάλλοντος και παράλληλα συμβάλλει στη μείωση του περιβαλλοντικού τους αποτυπώματος.
4. Παραθέτει επίσης εξωτερικές και εσωτερικές προκλήσεις που σχετίζονται με την λειτουργία των ΜΜΕ.
5. Επικεντρώνεται στην βελτίωση της επιχειρηματικής τους λειτουργίας καθώς οι ΜΜΕ θεωρούν την εφαρμογή της Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης ως επένδυση.
6. Επικυρώνει ότι οι συνεχείς προσπάθειες των ΜΜΕ έχουν μεγάλο αντίκτυπο καθώς δημιουργούν μια κουλτούρα προς την περιβαλλοντική βιωσιμότητα.