

Αλλαγή ή Μεταμόρφωση;

Γιατί η βιωσιμότητα δεν είναι στρατηγική. Είναι απόφαση ταυτότητας.

Θα είμαι ειλικρινής. Ζούμε σε μια εποχή όπου όλοι μιλούν για βιωσιμότητα. Τη βλέπουμε σε panels, σε εταιρικά decks, σε reports, σε LinkedIn posts. Κι όμως, όσο περισσότερο την ακούω, τόσο περισσότερο νιώθω ότι κάτι δεν πάει καλά. Όχι επειδή δεν υπάρχουν πρωτοβουλίες ή κανονισμοί. Όχι επειδή λείπουν τα δεδομένα. Αλλά επειδή βαθιά μέσα μας εξακολουθούμε να τη βλέπουμε σαν project. Σαν κάτι που «πρέπει να κάνουμε». Όχι σαν κάτι που «είμαστε».

Και εκεί βρίσκεται όλο το πρόβλημα.

Οι περισσότερες επιχειρήσεις αλλάζουν. Βελτιώνουν διαδικασίες, προσθέτουν πράσινες λέξεις σε παρουσιάσεις, προσαρμόζονται σε νέες οδηγίες. Αυτό λέγεται αλλαγή. Η μεταμόρφωση όμως είναι κάτι άλλο. Η αλλαγή αφορά τη συμπεριφορά. **Η μεταμόρφωση αφορά το DNA.** Η αλλαγή λέει «να κάνουμε λίγο καλύτερα αυτό που ήδη κάνουμε». Η μεταμόρφωση ρωτά «είναι αυτό που κάνουμε συμβατό με το ποιοι θέλουμε να είμαστε;». Η αλλαγή είναι άνετη. Η μεταμόρφωση σε ξεβολουεί, γιατί σε αναγκάζει να κοιταχτείς στον καθρέφτη.

Κι εδώ έρχεται η πιο ειλικρινής ερώτηση: αφού ξέρουμε τι πρέπει να γίνει, γιατί δεν το κάνουμε; Οι λύσεις είναι γνωστές, οι κατευθύνσεις ξεκάθαρες, η επιστήμη δεν αφήνει περιθώρια παρερμηνειών. Κι όμως, συνεχίζουμε σχεδόν όλοι με μικρά βήματα, προσεκτικές κινήσεις, μισές αποφάσεις. Γιατί; Γιατί **ο ανθρώπινος εγκέφαλος δεν είναι φτιαγμένος για μεταμόρφωση.** Είναι φτιαγμένος για ασφάλεια. Προτιμά το γνώριμο, ακόμα κι αν είναι ξεπερασμένο, από το άγνωστο που εμπεριέχει ρίσκο. Γι' αυτό και οι οργανισμοί επιλέγουν συχνά τη συμμόρφωση αντί της ηγεσίας, την προσαρμογή αντί της ρήξης, τη διαχείριση αντί της επανεκκίνησης.

Όμως η βιωσιμότητα δεν είναι τεχνικό ζήτημα. Είναι πολιτισμική μετατόπιση. Και η κουλτούρα δεν αλλάζει με στρατηγικά έγγραφα. Αλλάζει με συμπεριφορές, με παραδείγματα, με ηγεσία.

Κοιτώντας πίσω, μπορώ να πω ότι το 2025 δεν ήταν απλώς μια παραγωγική χρονιά. Ήταν μεταβατική. Όχι μόνο σε επίπεδο δράσεων, αλλά σε επίπεδο συνείδησης. Δεν μετρήσαμε απλώς συμμετοχές, συνέδρια και παρεμβάσεις. Μετρήσαμε ευθύνη. Αρχίσαμε να μιλάμε διαφορετικά, να σκεφτόμαστε διαφορετικά, να αντιμετωπίζουμε τη βιωσιμότητα όχι ως υποχρέωση αλλά ως πυρήνα ταυτότητας. Και αυτό δεν είναι καθόλου αυτονόητο.

Για χρόνια πιστεύαμε ότι το ανταγωνιστικό πλεονέκτημα χτίζεται με κόστος, ποιότητα και καινοτομία. Σήμερα όλα αυτά παραμένουν απαραίτητα, αλλά δεν είναι αρκετά. **Ο καταναλωτής επιλέγει εταιρείες που εμπιστεύεται. Ο επενδυτής αξιολογεί ανθεκτικότητα. Ο εργαζόμενος αναζητά νόημα.** Η βιωσιμότητα έχει γίνει το νέο φίλτρο αξιοπιστίας. Όχι γιατί είναι μόδα, αλλά γιατί ζούμε σε εποχή έλλειψης εμπιστοσύνης. Και η εμπιστοσύνη δεν αγοράζεται. Χτίζεται.

Ειδικά σε έναν κλάδο, όπως οι οικιακές ηλεκτρικές συσκευές, που βρίσκεται στον πυρήνα της ενεργειακής μετάβασης, το στοίχημα είναι ξεκάθαρο. Δεν πουλάμε απλώς προϊόντα. **Συμμετέχουμε στο αποτύπωμα ζωής εκατομμυρίων νοικοκυριών. Αυτό δεν είναι marketing. Είναι ευθύνη.**

Γι' αυτό και πιστεύω ότι τα συνέδρια δεν υπάρχουν για να μοιράζουν εύκολες απαντήσεις. Υπάρχουν για να θέτουν σωστά ερωτήματα. Στο φετινό μας συνέδριο, την Δευτέρα 16 Φεβρουαρίου στο Ωδείο Αθηνών, θα ζητήσαμε και ζητήσαμε από το ίδιο το κοινό να τοποθετηθεί: αν η βιωσιμότητα είναι στρατηγική επιλογή ή κανονιστική υποχρέωση, τι μας μπλοκάρει περισσότερο, κόστος, κουλτούρα ή αβεβαιότητα και ποια λέξη έρχεται πρώτη στο μυαλό όταν ακούμε «βιωσιμότητα». Γιατί οι λέξεις προδίδουν το υποσυνείδητο. Αν η πρώτη λέξη είναι **«κόστος», έχουμε δρόμο.** Αν είναι **«ευκαιρία», έχουμε κατεύθυνση.** Αν είναι **«ευθύνη», έχουμε ωριμότητα.**

Το συνέδριο του APPLiA Hellas δεν είναι απλά μια ακόμη σκηνή. Είναι ο καθρέφτης της αγοράς. Μαζί μας στη σκηνή βρίσκονταν καταξιωμένοι επαγγελματίες όπως η Ξένια Κούρτογλου ιδρύτρια Focus Bari και ειδική στην ψυχική ανθεκτικότητα, ο Πάκης Παπαδημητρίου Chair Corporate Responsibility Committee στο Ελληνοαμερικάνικο επιμελητήριο και η Βαλεντίνα Κόρδη Οργανωσιακή Σύμβουλος Νοσοτροπίας Υψηλής Απόδοσης.

Έχω καταλήξει σε κάτι απλό: όσο λειτουργούμε από υποχρέωση, θα κινούμαστε αμυντικά. Όταν λειτουργήσουμε από πεποίθηση, θα κινηθούμε δημιουργικά. Η βιωσιμότητα δεν μπορεί να είναι ένα τμήμα μέσα στην εταιρεία. Πρέπει να είναι η οριζόντια γραμμή που ενώνει σχεδιασμό, παραγωγή, εφοδιαστική αλυσίδα, επικοινωνία και ανθρώπους. **Όχι ως σύνθημα, αλλά ως ταυτότητα.** Η μεταμόρφωση είναι η στιγμή που το «πρέπει» γίνεται «πιστεύω».

Ο κόσμος αλλάζει είτε το θέλουμε είτε όχι. Το ερώτημα δεν είναι αν θα αλλάξουμε. Το ερώτημα είναι αν θα ακολουθήσουμε ή αν θα ηγηθούμε. Αν θα περιοριστούμε σε διορθώσεις ή αν θα τολμήσουμε επανεκκίνηση. Γιατί η αλλαγή διατηρεί. Η μεταμόρφωση εξελίσσει.

Και σε μια εποχή όπου η εμπιστοσύνη είναι το πιο σπάνιο κεφάλαιο, η βιωσιμότητα δεν είναι επικοινωνιακή επιλογή. Είναι νέα ταυτότητα. Και τελικά, είναι προσωπική ευθύνη ηγεσίας.

Το ερώτημα μένει ανοιχτό: εσύ, η επιχείρησή σου, ο οργανισμός σου, θα αρκεστείτε στην αλλαγή; Ή θα επιλέξετε τη μεταμόρφωση;