

EKOLOGICZNA FIRMA 2020



Ekologia w firmach – moda czy konieczność?

W ostatnich latach znacząco wzrosła świadomość ekologiczna, która widoczna jest w naszych działaniach zarówno jako konsumentów, jak i przedsiębiorców. Coraz głośniejszy mówi się o konieczności dbania o planetę i środowisko, dlatego ogromny postęp cywilizacyjny, technologiczny i przemysłowy wymusza na nas pewien kompromis pomiędzy skutkami szybkiego rozwoju a funkcjonowaniem w zgodzie z naturą.



Kamila Prałat

menedżer ds. sprzedaży i marketingu, SOLGAZ

Można powiedzieć, że dbanie o środowisko i wybieranie ekologicznych rozwiązań, takich jak ograniczanie zużycia wody w codziennym życiu, segregacja śmieci czy minimalizacja zużycia plastiku, są nie tylko wyznacznikiem modnych w ostatnich latach proekologicznych trendów, ale przede wszystkim koniecznością, do której powinniśmy wszyscy dążyć. Bycie eko to trend w słusznej

sprawie, który w perspektywie lat przyniesie tylko pozytywne skutki naszych działań.

Trend w słusznej sprawie

Każdego dnia małymi krokami możemy przyczynić się do tego, aby minimalizować szkodliwe oddziaływanie na otoczenie. Dotyczy to zarówno osób prywatnych, jak i przedsiębiorców. Nie musimy od razu rezygnować ze wszystkiego czy wyrwać życia do góry nogami. Wdrażając proekologiczne rozwiązania do codziennego funkcjonowania oraz oferując energooszczędne produkty firma tworzy warunki nie tylko do bezpiecznej i efektywnej pracy, ale również znacząco ogranicza swój negatywny wpływ na środowisko. W branży AGD zaoferowanie użytkownikowi energooszczędnych rozwiązań ma dwojaki aspekt: z jed-

nej strony przyczynia się do dbania o środowisko, a z drugiej – wpływa na zmniejszenie naszych rachunków. Jest to sytuacja win-win, w której każda ze stron jest zadowolona.

Najwyższa klasa energetyczna

Producenci AGD priorytetowo patrzą dziś na aspekt oszczędzania energii. Nowoczesne sprzęty gospodarstwa domowego realnie przyczyniają się do efektywnego i ekologicznego zużycia energii. Wiele firm w swojej ofercie posiada rozwiązania, które gwarantują użytkownikom komfort i funkcjonalność, zmniejszając przy tym zużycie energii. Jednym z czynników oszczędności, na który należy zwracać uwagę, jest klasa energetyczna sprzętu. Jest to bardzo ważny aspekt, ponieważ sprzęty domowe nierzadko używane są przez nas po kilka godzin dziennie, a przykładem urządzenia włączonego przez całą dobę są lodówki. Istotne jest więc, aby miały one najwyższą klasę energetyczną. Pralki natomiast powinny pobierać ilość wody adekwatną do konkretnego wsadu. Również w przypadku kuchenek możemy zauważyć spory progres ekologiczny. Na szczególną uwagę zasługują płyty

gazowe bez płomieni, które zużywają nawet do 50 proc. mniej gazu niż tradycyjny sprzęt. Jest to możliwe dzięki zastosowaniu innowacyjnej technologii, w której gaz spalany jest katalitycznie w temperaturze 800 stopni, a palniki pracują cyklicznie – wyłączają się w momencie uzyskania pożądanej temperatury i włączają w momencie potrzeby jej zwiększenia. Warto zwrócić uwagę także na ich wygląd – znaczna ich część to gładka tafla ceramiki bez wystających palników. Jaki związek mają one z ekologią? Łatwe czyszczenie, bez żadnych zakamarków i trudno dostępnych miejsc, powoduje mniejsze zużycie środków chemicznych. Jest to niestety nieistotny element, na który nieliczni zwracają uwagę w aspekcie ekologii, a bardziej designu, ale w połączeniu z mniejszym zużyciem paliwa może stać się kolejnym działaniem skierowanym w stronę dbania o środowisko. Małymi krokami naprawdę możemy wiele zdziałać, a takie działania to zarówno oszczędność energii, jak i zawartości naszych portfeli.

Nie ma miejsca na bylejakość

Nowoczesne sprzęty AGD są bardzo precyzyjne i nie ma mowy

o działaniu tych urządzeń na wzrost. Niemal każdy nowoczesny sprzęt możemy ustawić „pod siebie” – określić czas pracy oraz dobrać właściwy program dostosowany do naszych potrzeb. W płytach gazowych gaz-pod-szkłem dostępne są także pola darmowe, czyli takie, które nagrzewają się nie pobierając dodatkowego paliwa. Nie bez znaczenia są też materiały, z których urządzenia są wykonane, a pamiętajmy, że piekarnik czy pralka składają się z wielu podzespołów i każdy jego „ekoelement” ma znaczenie.

Firmy z naszej branży, zarówno te mniejsze, jak i światowi giganci, nie mogą sobie dzisiaj pozwolić na bylejakość, która działa wbrew środowisku. Ekologia nie może być tylko modą, która w swojej definicji przemija. To bardzo poważne zagadnienie, do którego trzeba podejść odpowiedzialnie. Pozytywnym wynikiem ekotrendu jest to, że coraz więcej firm i konsumentów ma świadomość konieczności życia w zgodzie z naturą, a przy zakupie sprzętów AGD nie kierujemy się już tylko i wyłącznie ceną, ale bierzemy pod uwagę również aspekty ekologiczne.

JAK PRZEZ OSTATNIĄ DEKADĘ ZMIENIŁA SIĘ ŚWIADOMOŚĆ EKOLOGICZNA POLAKÓW?

Alicja **Cybulska**

Chief Strategy Officer,
Havas Media Group

Badanie Climate Change przeprowadzone po 11 latach przez Havas Media Group pokazuje, że w porównaniu do 2009 r. więcej Polaków uważa nie tylko lokalne, ale i globalne skutki zmian klimatu, większe jest także zrozumienie konieczności wprowadzenia systemowych zmian w prawie i codziennym postępowaniu każdego obywatela, aby powstrzymać rozwój niekorzystnych zjawisk klimatycznych.

Aż 76 proc. Polaków interesuje się problemami dotyczącymi zmian klimatu, a nieco ponad połowa ocenia swoją wiedzę na temat problemów klimatycznych jako co najmniej dobrą. Wciąż najważniejszą motywacją do działań proekologicznych jest dla nas nasze własne zdrowie (89 proc. Polaków się o nie martwi). Obserwujemy niepokojące zjawiska mające miejsce coraz częściej w naszym bezpośrednim otoczeniu takie jak susze czy zanieczyszczenia wód i obawiamy się o zagrożenia dla nas i naszych bliskich. Badanie pokazuje, że po dekadzie zwiększyło się zrozumienie globalnych przyczyn zmian klimatu. Znacznie bardziej niż w 2009 r., Polacy martwią się nadmiernym wzrostem ludności na świecie (56 proc.), zwiększaniem się powierzchni oceanów (67 proc.) oraz zagładą niektórych gatunków zwierząt i roślin (76 proc.).

Podobnie jak dekadę temu za zmiany klimatyczne obwiniamy rozwój gospodarczy, a co za tym idzie tych, którzy na nim najwięcej zyskali – kraje rozwinięte (78 proc.) i duże korporacje (78 proc.). Ośmiu na dziesięciu Polaków w 2009 r. obwinięło o negatywny wpływ na klimat kilka branż – chemiczną, paliwową, energetyczną. W drugiej fali badania wciąż są to branże postrzegane jako najbardziej szkodliwe, ale wskazuje na nie już tylko co drugi Polak. Zdecydowanie wzrósł odsetek wskazań na branżę odzieżową (43 proc. w 2020 vs 28 proc. w 2009 r.) i sektor finansowy (odpowiednio 35 proc. vs 20 proc.), rolnictwo (42 proc. vs 34 proc.) i wreszcie branżę żywnościową (44 proc. vs 38 proc.). Rośnie zrozumienie szkodliwości naszego współczesnego stylu życia i codziennych nawyków na kwestie klimatyczne. Już 52 proc. Polaków zgadza się ze stwierdzeniem, że w tym kraju trzeba by całkowicie zmienić sposób życia, aby rozwiązać problem globalnego ocieplenia, 78 proc. sądzi, że to rząd naszego kraju powinien robić więcej w tej kwestii, a 44 proc. uważa, że każdy z nas może wnieść znaczący wpływ w rozwiązanie problemu globalnego ocieplenia. Najbardziej powszechnymi aktywnościami Polaków na rzecz środowiska jest używanie energooszczędnych żarówek oraz segregowanie śmieci (68 proc.). Częściej badani rozmawiają o kwestiach związanych z ekologią z rodziną i znajomymi (42 proc.) oraz nie kupują produktów szkodliwych dla środowiska (32 proc.). Ponad połowa Polaków deklaruje obecnie wolę kupowania od firm zaangażowanych ekologicznie, a ponad jedna trzecia deklaruje chęć zapłacenia za nie więcej.

Podsumowując w postawach Polaków wobec środowiska nastąpiła ewolucja. Konsumenci oczekują jednak rewolucji w działaniach firm, szczególnie w zakresie innowacyjności procesu produkcji. Największym uznaniem cieszą się innowacje produktowe takie jak:

ograniczenie emisji zanieczyszczeń w trakcie produkcji (79 proc.), projektowanie bardziej ekologicznych opakowań (79 proc.), projektowanie produktów bez niepotrzebnych opakowań (np. dodatkowe kartony, folie etc.)

(79 proc.). Dla 74 proc. Polaków marki powinny wpływać na ustawodawcę tak, aby ustanowione prawo było korzystne dla środowiska, a dla 77 proc. z nich – wprowadzać na rynek produkty, które pomogą nam żyć bar-

dziej ekologicznie. O akcjach społecznych lub ekologicznych firm Polacy chcieliby być informowani blisko miejsca zakupu - poprzez etykiety na produktach (68 proc.) oraz informację w sklepach (63 proc.).

REKLAMA

ODPOWIEDZIALNOŚĆ

Zaangażowanie w działania ESG jeszcze nigdy nie było dla Prologis tak istotne jak obecnie, w tych trudnych dla wszystkich czasach.

Niezależnie czy bierzemy pod uwagę działania na rzecz środowiska, ład korporacyjny czy wsparcie dla naszych społeczności, wszystko co wyjątkowe jest...

MADE IN PROLOGIS



EKOLOGICZNA FIRMA 2020

Szanowni Państwo,

o ekologii powiedziano już niemal wszystko, ale to i tak wciąż za mało. Mając świadomość negatywnego wpływu, jaki nasza codzienna działalność wywiera na środowisko, musimy poszerzać swoją wiedzę i dostosowywać aktywność do rzeczywistych potrzeb otoczenia. Dotyczy to tak naszych indywidualnych działań, jak i funkcjonowania przedsiębiorstw. Dlatego zapraszamy Państwa po raz kolejny do analizy zestawienia, w którym prezentujemy proekologiczne postawy firm i ich pracowników. Co robią? W jaki sposób starają się zniwelować swoją ingerującą w środowisko obecność? Co o ich postawach i działaniach sądzą zaproszeni na nasze łamy eksperci? Zapraszamy do lektury.

CZNA

Nazwa firmy	Nazwa projektu/ inicjatywy	Strategia ekologiczna
AmRest	Harvest	Marnowanie żywności jest obecnie jednym z największych etycznych i społecznych problemów na świecie. Co więcej, negatywnie wpływa na środowisko naturalne. AmRest, jako wiodący europejski operator marek restauracyjnych, wykorzystuje swoją skalę, by nie tylko dbać o żywność w swoich lokalach, ale również szerzyć dobre praktyki wśród klientów i w całej branży. Od 2017 r. spółka wdraża rozwiązania umożliwiające odpowiedzialne zarządzanie produktami – jednym z nich jest program Harvest. Projekt polega na przekazywaniu nadwyżek żywności organizacjom społecznym. Gotowe produkty, które nie zostały sprzedane danego dnia, są odpowiednio pakowane oraz mrożone, a następnie odbierane z restauracji przez lokalne organizacje. Od początku trwania programu AmRest przekazał już ok. 650 ton jedzenia w kilku krajach, czyli niemal 2 mln posiłków. Zaangażowanie AmRest w walkę z marnowaniem jedzenia ma wymiar społeczny, edukacyjny oraz pozytywnie wpływa na środowisko naturalne.
Canon 4CE	To MY tworzymy świat	Projekt „To MY tworzymy Świat” odbywa się od 2015 r. Łącznie w warsztatach wzięło udział ponad 500 uczestników. Projekt jest adresowany do młodych kreatywnych obserwatorów rzeczywistości, do ludzi, którzy chcą budować poczucie odpowiedzialności za ten świat, do odważnych, którzy chcą za pomocą obrazu pokazać swój punkt widzenia i zainspirować innych do działania. Co roku młodzież z różnych miast w wieku 13-18 lat spotyka się, aby pod okiem znanych fotografów uczyć się technik przygotowywania reportażu fotograficznego oraz krótkiego filmu. Motywem przewodnim warsztatów są zagadnienia zrównoważonego rozwoju ujęte w agendzie 2030, tzw. 17 Celów Zrównoważonego Rozwoju. Prelegentami warsztatów są: Marcin Jamkowski – dziennikarz m.in. „Gazety Wyborczej”, fotograf, filmowiec, w latach 2005-2007 redaktor naczelny „National Geographic” w Polsce; Piotr Małecki, fotograf, dziennikarz, współpracownik m.in. „The New York Times”, „Financial Times”; Katarzyna Gubrynowicz – od 2020 r.: fotograf przyrody, artysta grafik po warszawskiej Akademii Sztuk Pięknych, członek Związku Polskich Artystów Plastyków oraz Związku Polskich Fotografów Przyrody (prezes stowarzyszenia w latach: 2013-2016). Projekt nagrodzony Srebrną Tarczą na Festiwalu Filmów Odpowiedzialnych w 2018 r.
Europejski Fundusz Leasingowy	Oferta leasingu na fotowoltaikę	Panele fotowoltaiczne to efektywne źródło zielonej energii, którą można wykorzystywać do otrzymywania ciepła lub wytwarzania energii elektrycznej. EFL oferuje wsparcie w finansowaniu paneli fotowoltaicznych, kolektorów słonecznych, inwerterów i kompletnych instalacji fotowoltaicznych, prowadzi również kampanię edukacyjną w kanałach social mediowych firmy.
Fortum	Elektrociepłownia wielopaliwowa w Zabrze	Elektrociepłownia w Zabrze, którą Fortum uruchomiło we wrześniu 2018 r., zastąpiła stare, wysłużone instalacje, działające do tej pory w Zabrze i Bytomiu. Elektrociepłownia może być zasilana trzema różnymi paliwami – węglem, paliwem z odpadów, a także biomasą. Fakt, że elektrociepłownia – jako jedyna w Polsce – wykorzystuje paliwo z odpadów sprawia, że jest ona przykładem wdrożenia koncepcji gospodarki obiegu zamkniętego w praktyce. Z odpadów, które w innym wypadku musiałyby trafić na wysypisko, elektrociepłownia wytwarza ciepło i prąd dla ponad 70 tys. gospodarstw domowych z Zabrze i Bytomia. Jeśli chodzi o emisję, to porównując ich poziom z roku 2019 do 2010 r., kiedy funkcjonowała jeszcze stara elektrociepłownia, widać wyraźną poprawę wskaźników. To przede wszystkim dlatego, że udało się znacznie zredukować emisję własne elektrociepłowni – zawartość tlenków azotu (NOx) w spalinach zmalała prawie o połowę (47 proc.), tlenków siarki o 76 proc., a pyłów o 86 proc.
FOTON Technik	FOTON Technik dla środowiska	FOTON Technik stawia na ekologiczne rozwiązania, dlatego wprowadza proekologiczne praktyki do swojej codziennej pracy: Paperless office – wszystkie umowy można zawrzeć online, używając elektronicznego podpisu za pomocą bezpiecznej platformy Autenti; hybrydowa flota – firma sukcesywnie wymienia flotę aut swoich pracowników na samochody hybrydowe, aby ograniczyć emisję CO ₂ do atmosfery; wszystkie elementy modułów fotowoltaicznych podlegają recyklingowi, ich utylizacją zajmuje się w imieniu firmy Organizacja Odzysku. Ta współpraca gwarantuje klientowi darmowy demontaż zużytych instalacji bez obaw o ich późniejszą utylizację. Firma zainstalowała już ponad 295 tys. modułów fotowoltaicznych dla ponad 15,5 tys. klientów, co przekłada się na ponad 5 megawatów mocy instalowanej co miesiąc. Zainstalowana przez firmę fotowoltaika pozwala na zaoszczędzenie ponad 70 ton mniej CO ₂ rocznie. W ramach działań proekologicznych dla sektora MŚP Foton Technik świadczył także kompleksowe usługi doradcze dla firm zainteresowanych pozyskaniem dotacji unijnych w ramach Regionalnych Programów Operacyjnych na projekty związane z budową instalacji fotowoltaicznych i zwiększeniem efektywności energetycznej swoich przedsiębiorstw. Dzięki profesjonalnej obsłudze doradczej, firma pozyskała dotacje dla 120 przedsiębiorców z województw: zachodniopomorskiego, lubelskiego, podkarpackiego, świętokrzyskiego małopolskiego oraz podlaskiego na budowę instalacji fotowoltaicznych o łącznej mocy 7,7 MW. Realizacja tych projektów przyczyniła się do obniżenia kosztów zużycia energii elektrycznej, a także zwiększyła świadomość roli OZE w codziennej działalności biznesowej przedsiębiorstw klientów.
GP Battery Polska	Nowa linia akumulatorów GP ReCyko	GP Battery, jako firma odpowiedzialna społecznie, wrowadza na rynek nową linię akumulatorów – GP ReCyko doskonale wpisującą się w trend EKO 2.0, czyli jednoczesnego oszczędzania środowiska i pieniędzy. Ponad 94 proc. całego zestawu wraz z opakowaniem podlega odzyskowi. Ponadto przy ich produkcji w ponad 10 proc. wykorzystywane są materiały pochodzące z recyklingu, co znacząco obniża poziom zużycia surowców naturalnych. Tym, co je wyróżnia na tle kategorii, jest nie tylko sposób, w jaki są wytwarzane, ale również ich ekologiczne opakowanie, wykonane w całości z certyfikowanego papieru. GP ReCyko są również doskonałą alternatywą dla baterii. W perspektywie lat (średni okres ich żywotności liczymy w latach) zużylibyśmy tysiące baterii alkalicznych, by uzyskać tę samą ilość energii, co w przypadku akumulatorów. Dzięki temu znacząco redukujemy nie tylko nasze wydatki, ale również liczbę generowanych odpadów. GP Battery współpracuje również od lat z firmą Reba Organizacja Odzysku, która rozwinięła w Polsce największy opakowaniowy system zbiórki baterii i akumulatorów.
Grupa Raben	e-faktura=wyższa kultura	Jako największa firma TSL w Polsce jesteśmy świadomi wpływu transportu na jakość środowiska. Ekologia ma dla nas duże znaczenie, zależy nam na tym, aby przyszłe pokolenia miały dostęp do tych samych zasobów, co my dziś. Oszczędzając surowce naturalne, mierząc, raportując i obniżając emisję gazów cieplarnianych działamy na rzecz wspólnego dobra – przyszłości. W trosce o środowisko naturalne sukcesywnie eliminujemy papier z procesów poprzez takie projekty jak Order-2-Cash czy paperless, co roku sadzimy tysiące drzew. Podpisaliśmy także pierwsze kontrakty na dostawę zielonej energii w 2021 r. Szacunkowo spowoduje to redukcję emisji CO ₂ w stosunku do roku ubiegłego o ok. 80 proc. w zakresie 2, uwzględniając wszystkie obiekty, w których prowadzimy swoją działalność. W ekologiczne inicjatywy włącza także pracowników, dostawców i klientów. Wspiera społeczności lokalne w zakresie ekologii. Grupa inwestuje w nowoczesne środki transportu, jak również szkoli kierowców z jazdy defensywnej. Ekologiczne rozwiązania są stosowane w nowo powstających magazynach oraz biurach. Raben neutralizuje wpływ swojej działalności na środowisko przez coroczne akcje nasadzenia drzew, organizowane od 2014 r. w ramach akcji „e-faktura=wyższa kultura”. Firma zachęca swoich klientów do ekologicznych zachowań, dając im możliwość korzystania z e-faktur. Za każdą zgodę na otrzymywanie faktur w formie elektronicznej Raben sadi drzewo w imieniu klienta. Akcja organizowana jest we współpracy z fundacją AERIS FUTURO. Do tej pory posadzono już prawie 16 tys. drzew = ok. 12 tys. ton CO ₂ , jakie zneutralizują w całym swoim cyklu życia.
ING Bank Śląski	Akcja edukacyjna „Hulaj z głową. Bezpiecznie”	W ramach akcji „Hulaj z głową. Bezpiecznie” ING Bank Śląski zachęcał do mądrego korzystania z elektrycznych hulajnóg. W krótkich formach wideo elektryczna hulajnoga z humorem i dystansem opowiada o tym, jak źle jest traktowana przez swoich użytkowników, jak często jest porzucana, niszczone, zmuszana do niebezpiecznej jazdy. Bank adresuje w swojej komunikacji najczęstsze problemy, jakie obserwujemy w otoczeniu i jakie są społecznie dyskutowane. Akcja miała na celu promowanie odpowiedzialnego korzystania z hulajnóg i skuterów elektrycznych poprzez: 1) ekoolturę jazdy, czyli kodeks dobrych praktyk transportu współdzielonego stworzony przez ING we współpracy z Urzędem Miasta Katowice, TAURON, blinkee.city oraz innogy 2) akcja ING Banku Śląskiego „Hulaj z głową. Bezpiecznie”, która zachęca do mądrego korzystania z elektrycznych hulajnóg oraz towarzysząca jej promocja 30 minut darmowej jazdy od ING na elektryczne hulajnogi i skutery.
ING Lease (Polska)	Program ING EKO	ING Lease podejmuje szereg inicjatyw ekologicznych, które wspierają klientów w odpowiedzialnym korzystaniu z zasobów środowiska naturalnego. W swojej ofercie posiada program ING EKO obejmujący leasing elektrycznych i hybrydowych samochodów osobowych, dostawczych o DMC do 3,5 t., elektrycznych motocykli i skuterów. Program ten opiera się na maksymalnie uproszczonych procedurach – bez dokumentów finansowych i szybkiej decyzji kredytowej. Dostępny również dla firm, które rozpoczęły działalność gospodarczą. Finansowanie można rozłożyć nawet do 72 miesięcy, aż do kwoty 700 tys. zł. Minimalny udział własny klienta zaczyna się już od 0 proc. Program ING EKO, to również dodatkowe korzyści, w postaci 0 proc. prowizji i darmowej rejestracji pojazdu. W tym programie dostępne jest również finansowanie paneli fotowoltaicznych na atrakcyjnych warunkach, o wartości finansowania do kwoty 250 tys. zł, z niskim udziałem własnym zaczynającym się już od 5 proc. i okresem finansowania aż do 72 miesięcy. Istotnym elementem programu ING EKO jest jego kompleksowość, w tym również atrakcyjne warunki ubezpieczenia przedmiotu leasingu.
MPWiK w m. st. Warszawie	Warszawska kranówka	MPWiK w m.st. Warszawie od lat promuje picie wody z kranu, co w dłuższej perspektywie zmierza do ograniczenia korzystania przez konsumentów z uciążliwych dla środowiska opakowań plastikowych. Spółka prowadzi kampanie informujące o wysokiej jakości wody uzdatnionej, nadającej się do picia prosto z kranu. Od 2015 r. prowadzony jest także program montażu źródełek wody w szkołach, dzięki któremu dzieci i młodzież, mając nieograniczony dostęp do świeżej wody, wyrabiają w sobie nawyk sięgania po zdrową, łatwo dostępną wodę zamiast po słodkie napoje. Program ma na celu promowanie i kształtowanie świadomości i postaw proekologicznych. Jednocześnie MPWiK prowadzi kampanie edukacyjne, jak niedawna kampania pod hasłem „Kocham, lubię, szanuję, wody nie marnuję”, zachęcająca do rozsądnego korzystania z wody w codziennych czynnościach w łazience, kuchni czy ogrodzie tak, by nie marnować ograniczonych przecież zasobów słodkiej wody.
Murapol	Pakiet antysmogowy	W odpowiedzi na problem złej jakości powietrza w znaczącej części polskich miastach Grupa Murapol wdraża we wszystkich obecnie realizowanych inwestycjach mieszkaniowych pakiet antysmogowy. To innowacyjne rozwiązanie wykorzystujące filtry z nanowłókien instalowane w nawiewnikach okien, które zatrzymują nie tylko najmniejsze nawet cząsteczki pyłu, ale także kurz, alergie, bakterie i grzyby. Technologia zapewnia jednocześnie doskonałą przepuszczalność czystego powietrza do pomieszczeń, co gwarantuje komfort i bezpieczeństwo lokatorom.
Pekabex BET	System Pekabex – Budynki Mieszkalne	System Pekabex – Budynki Mieszkalne został wprowadzony wraz z publikacją „Katalogów Technicznych” – instrukcji dla architektów i wykonawców w maju 2020 r. To odpowiedź na poszukiwanie przez rynek efektywnej, a jednocześnie gwarantującej jakość metody budowania mieszkań. Pekabex, polska firma działająca od 1972 r., od lat buduje na dużą skalę osiedla mieszkaniowe w Skandynawii. Utworzone w 2017 r. Centrum Badań i Rozwoju Pekabex przyczyniło się do rozwoju innowacyjnych produktów – m.in. ścian wyposażonych w instalację elektryczną, a także gotową elewację i zamontowane okna i parapety. Elementy produkowane w warunkach fabrycznych pozwalają na ciągłą kontrolę jakości, jak również całoroczną realizację na placu budowy. Szczelne ściany zapewniają niższe koszty ogrzewania, krótki czas budowy z kolei zmniejsza negatywny wpływ na środowisko. Gotowy system oznacza nie tylko zupełnie nowe otwarcie w branży budowlanej, lecz także zwrócenie uwagi na aspekt ekologiczny, w tym prace nad zmniejszaniem śladu węglowego w budownictwie. Do produkcji ścian używane są betony niskoemisyjne, a całokształt inwestycji został starannie zaplanowany, aby wpisywać się w założenia Gospodarki Obiegu Zamkniętego i dążyć do zero waste.

EKOLOGICZNA FIRMA 2020

Prologis	Projekty ekologiczne w ramach działań ESG (environment, social, governance)	1. Firma inwestuje w odnawialne źródła energii – obecnie w ramach jej portfolio na całym świecie dysponuje 212 MW łącznej mocy energii słonecznej; wyznaczyła nowy cel: 400 MW do 2025 r; w Europie ponad 100 jej klientów korzysta z systemów fotowoltaicznych, które zainstalowała i za konserwację których odpowiada; dla swoich klientów w Parkach Prologis na terenie całej Polski zamówiła na rok 2021 certyfikowaną energię od Tauron. 2. Ogranicza emisję gazów cieplarnianych, zmniejsza zużycie zasobów naturalnych i energii w swoich nieruchomościach: 88 proc. jej globalnego portfolio wyposażone jest w energooszczędne, inteligentne oświetlenie LED, a 46 proc. wyposażone jest w tzw. chłodne lub odbijające światło dachy; wszystkie budynki firmy w Europie Centralnej wyposażone są w system smart meteringu, który pozwala na zdalną kontrolę zużycia mediów; do 2025 r. 100 proc. budynków będzie oświetlonych LED; budynki firmy powstają zgodnie z zasadami zrównoważonego budownictwa: ma 456 certyfikowanych budynków w 18 krajach, w tym neutralny emisyjnie budynek w Muggensturm w Niemczech. 3. Prowadzi działania edukacyjne, a efekty realizowania strategii są analizowane i ewaluowane corocznie w raporcie ESG; w ramach programu Parklife pomaga upowszechniać i promuje niskoemisyjny transport; współpracuje w całej Europie z organizacją Cool Earth – dotychczas w ramach współpracy pomogła ochronić aż 50 km ² lasów deszczowych; na terenie parków dba o zachowanie bioróżnorodności i projektuje specjalne zielone strefy; opublikowała 14 raportów, które zgodnie z wytycznymi Global Reporting Initiative (GRI) wskazują postęp w realizacji celów środowiskowych.
Stena Recycling	Konkurs Stena Circular Economy Award – Lider Gospodarki Obiegu Zamkniętego	Stena Recycling od 2016 r. organizuje konkurs Stena Circular Economy Award, którego celem jest promowanie przedsiębiorstw wdrażających rozwiązania z obszaru gospodarki obiegu zamkniętego oraz aktywizacja innych firm i jednostek naukowych do stosowania dobrych praktyk w tym zakresie. Konkurs ma trzy kategorie. Pierwsza jest przeznaczona dla przedsiębiorstw, które już wdrożyły działania gospodarki obiegu zamkniętego. Druga jest skierowana do tych firm, które promują idee GOZ wśród pracowników. Trzecia jest dedykowana studentom, którzy zaproponują wdrożenie GOZ przydatne dla biznesu lub akcję społeczną promującą ideę GOZ. Konkurs spotyka się z dużym zainteresowaniem przedsiębiorstw wszystkich kategorii, od start-upów po korporacje znane na całym świecie. W zeszłorocznej edycji wzięło udział 25 podmiotów, studenci zgłosili 11 projektów. Z roku na rok informacje o tym wydarzeniu trafiają do większej liczby odbiorców.
Vastint Poland	Business Garden Warszawa	Firma nawiązała współpracę z szwedzką firmą Mestro, która dostarczyła platformę do monitorowania i analizowania godzinowego zużycia mediów: energii elektrycznej, wody i ciepła technologicznego w poszczególnych biurach i na poziomie instalacji budynkowych. Dzięki systemowi najemcy powierzchni biurowych mogą śledzić i redukować zużycie mediów, jakie generuje biuro podczas ich nieobecności i z większą świadomością dostosowują swoje urządzenia do działania w trybie oszczędzania. Po wdrożeniu platformy zauważalnie obniżono poziom zużycia energii elektrycznej i ciepła technologicznego, co było podstawowym celem programu.
Volkswagen	Way To Zero	Jako pierwszy koncern motoryzacyjny Grupa Volkswagen zobowiązała się do realizacji celów zawartych w paryskim porozumieniu klimatycznym i zamierza do 2050 r. stać się przedsiębiorstwem neutralnym pod względem emisji dwutlenku węgla. Zgodnie ze strategią „go to zero” marka Volkswagen konsekwentnie zmniejsza emisję CO ₂ , stopniowo przechodzi na wykorzystanie energii ze źródeł odnawialnych i równowagi emisję CO ₂ , której nie da się uniknąć. Manifestacją tych starań są ID.3 i ID.4, pierwsze modele marki produkowane w sposób neutralny pod względem emisji CO ₂ w fabryce w niemieckim Zwickau, dostosowanej w 100 proc. do produkcji samochodów elektrycznych.
Żabka Polska	Zielony rebranding i remodeling sklepów Żabka	Pandemia nie zatrzymała Żabki na drodze do dalszego, dynamicznego rozwoju – w tym roku sieć sfinalizowała rozpoczęty w 2016 r. proces zielonego rebrandingu i remodelingu sklepów. Blisko 6800 placówek w sieci funkcjonuje już w nowym formacie i oznaczonych jest zielonym „uśmiechniętym” logo. Remodeling nie polegał tylko na zmianie logotypu czy odświeżeniu sklepu, lecz wiązał się z gruntowną zmianą wyposażenia. W ramach dokonanych proekologicznych usprawnień zadbano o ekologiczne czynniki chłodnicze w lodówkach i zamrażarkach posiadające niższy potencjał tworzenia efektu cieplarnianego oraz mniej szkodliwe dla warstwy ozonowej. Dodatkowo zmieniono oświetlenie na energooszczędne żarówki LED oraz zamontowano inteligentne czujniki. To pozwoliło łącznie na oszczędność emisji CO ₂ o 120 tys ton, czyli tyle, ile pochłaniają drzewa w Wielkopolskim Parku Narodowym przez 4 lata. Dzięki zainstalowanym 20 tys. perlatorów ograniczono zużycie wody o 50 proc. Wprowadzone zmiany przyczyniły się do poprawy doświadczenia zakupowego klientów i satysfakcji współpracujących z Żabką franczyzobiorców oraz miały pozytywny wpływ na środowisko. Transformacja należąca do sieci sklepów do obecnego, otwartego na zmiany formatu to największy rebranding w Europie i zarazem największa inwestycja wśród sieci handlowych.

Żabka – zielona z natury

W tym roku Żabka zakończyła proces największego w Europie remodelingu, dzięki któremu stała się jeszcze bardziej przyjazna środowisku. Jednocześnie nadal pracuje nad kolejnymi rozwiązaniami mającymi pozytywny wpływ na środowisko naturalne. W listopadzie uruchomiła w Warszawie pierwszy sklep zasilany w 100 proc. zieloną energią, a już wkrótce wystartuje z projektem dotyczącym EKOMatów.

Żabka w swoich działaniach prośrodowiskowych kieruje się zasadą małych kroków. Ma świadomość, że życie ludzi w przyszłości zależy od każdej małej decyzji podjętej tu i teraz. Dlatego firma stara się nie tylko zmieniać siebie i swoje sklepy, ale także włączać do zmiany swoich interesariuszy. Ekologia jest elementem DNA firmy, a realizowane inicjatywy koncentrują się wokół kluczowych obszarów, którymi są m.in. zielona energia, drugie życie butelek czy zielony transport.

Nowy, bardziej przyjazny środowisku format

W ramach zakończonego we wrześniu br. remodelingu, w sklepach Żabka zmienione zostały czynniki chłodnicze w lodówkach i zamrażarkach na posiadające niższy potencjał tworzenia efektu cieplarnianego oraz mniej szkodliwe dla warstwy ozonowej. Dodatkowo zmieniono oświetlenie na energooszczędne żarówki LED oraz zamontowano inteligentne czujniki. To pozwoliło łącznie na oszczędność emisji CO₂ na poziomie 120 tys. ton ekwiwalentu CO₂. Czy to dużo? Bardzo! To tyle,

ile pochłaniają drzewa w Wielkopolskim Parku Narodowym przez 4 lata! Z kolei dzięki wymianie urządzeń chłodniczych i oświetlenia na bardziej energooszczędne oraz edukacji personelu sklepów możliwe było zmniejszenie zużycia prądu o 6 proc, a dzięki zainstalowanym we wszystkich ponad 6700 sklepach, 7 centrach logistycznych i centrali firmy 20 tys. perlatorów ograniczono zużycie wody o 50 proc. Sieć we współpracy z franczyzobiorcami zbiera także tekturę i folię plastikową.

Tylko w 2019 r. przekazano do recyklingu blisko 8 tys. ton surowców wtórnych, dając im tym samym drugie życie.

Wielka siła małych kroków

Wyzwaniem dla całego społeczeństwa jest zmiana myślenia o wykorzystywaniu zasobów naturalnych oraz funkcjonowaniu gospodarki. Żabka, mając świa-

domość, że zasoby naturalne się kurczą, a ilość wytwarzanych odpadów rośnie, wdraża rozwiązania z zakresu gospodarki cyrkularnej. Za najważniejszy cel stawia sobie budowanie proekologicznych nawyków wśród swoich pracowników, franczyzobiorców oraz klientów. Dlatego na opakowaniach produktów marek własnych sieć umieszcza proste i intuicyjne

branego w sklepach plastiku powstają nowe opakowania. W ten sposób nowe życie otrzymuje codziennie ponad 100 butelek.

Zielona przyszłość handlu

Czy osiedlowy sklep może być zasilany energią, która pochodzi w 100 proc. z odnawialnych źródeł? W listopadzie przy ul. Lewandów w Warszawie Żabka uruchomiła sklep, który będzie pełnił rolę laboratorium, w którym sieć zamierza testować przyjazne środowisku rozwiązania, pokazując, w jakim kierunku będzie rozwijać się przyszłość handlu. W sklepie i w jego otoczeniu zainstalowano ok. 20 różnorodnych rozwiązań sprzyjających środowisku. Są to m.in. pionierskie rozwiązania, takie jak podłoga kinetyczna i szyby z kropkami kwantowymi pozyskujące energię z promieni słonecznych czy kostka antysmogowa uzupełniona zieloną ścianą roślin pochłaniającą kurz i smog. Nie zabrakło także rozwiązań, z których mogą skorzystać sami klienci, takich jak EKOMat, stacja ładowania aut elektrycznych, stacja napraw rowerów czy ławka solarna, dzięki której można naładować swój telefon. Co ważne, klienci na specjalnym ekranie mogą na żywo śledzić, jaki pozytywny efekt ekologiczny daje sklep. Żabka nie spoczywa na laurach i już planuje kolejne zielone rozwiązania.



oznaczenia, wskazujące jak prawidłowo segregować odpady. Jako pierwsza w Polsce wprowadziła także innowacyjne butelki stworzone w 100 proc. z materiału pochodzącego z recyklingu dla napojów marek własnych Foodini, Wycisk, S! i wody OD NOWA. Dla tej ostatniej testowo wdraża rozwiązania zgodne z założeniami gospodarki o obiegu zamkniętym (GOZ), zachęcając swoich franczyzobiorców oraz klientów do zbiórki plastikowych butelek. Ze-

EKOLOGICZNA FIRMA 2020

Gospodarka o obiegu zamkniętym,
czyli circular economy

Kiedyś było bardziej eko?

Wiele osób pamięta, że w niedalekiej przeszłości, czyli ponad trzydzieści lat temu, większość opakowań na napoje typu oranżada, mleko czy woda była dostępna w opakowaniach szklanych. Opakowania innych produktów wytwarzano z prostych, wyblakłych materiałów, które ściśle przylegały do danego artykułu. Wydawać by się mogło, że takie działania wynikały z troski o środowisko. W rzeczywistości był to efekt ogólnych niedoborów technologicznych i surowcowych.



Dominik Szelağ

Sustainability Manager,
Canon Polska

duktu, bo według badań potrzeb konsumentów niekiedy nawet bardziej od treści liczy się forma. Zwiększa to jednostkowy koszt produkcji, ale w ostatecznym rozrachunku wyższe koszty produkcji zwracają się wraz z wypracowanym zyskiem. Szybko jednak zorientowano się, że dostępne do produkcji zasoby oraz przestrzeń na magazynowanie odpadów nie jest nieograniczona.

Obieg zamknięty

Od początku XXI w. na świecie prężnie rozwija się więc ruch w stronę tzw. gospodarki o obiegu zamkniętym (GOZ, ang. Circular Economy), gdzie w całym cyklu życia produktu próbuje się minimalizować ilość wytwarzanych odpadów. Model ten jest podejściem kompleksowym i nie polega tylko na samym recyklingu. Jest to taka produkcja i konsumpcja, w ramach której produkty i towary są pożyczane, ponownie używane, naprawiane, odnawiane oraz poddawane przetwarzaniu tak długo, jak to tylko możliwe. Czyli ograniczanie odpadów do minimum i stosowanie produktów trwałych i o wysokiej jakości.

Koncepcja GOZ nabrała wyjątkowego znaczenia w 2018 r. wraz z zamknięciem przez Chiny swojego rynku na europejskie odpady. Pałacym (i to dosłownie) problemem stało się to, że Polska i inne kraje Unii nie posiadają wystarczającej ilości instalacji do recyklingu odpadów. Stąd też znany casus płonących wysypisk śmieci. Przez lata przesuwano problem z Europy do Chin bez jego rozwiązania, a finalnie i tak bardzo często odpady trafiały do oceanu bez żadnego przetworzenia.

Produkt i opakowanie

Gospodarka o obiegu zamkniętym zaczyna się na etapie projektu. Towary powinny być wytwarzane z materiałów, które można poddawać recyklingowi oraz w opakowaniach o gabarytach ograniczonych do minimum. Mniejsze opakowanie oraz mniejszy produkt to korzyści dla wszystkich zaangażowanych stron: niższe koszty wytworzenia, magazynowania i transportu, niższa emisja CO₂ w procesie produkcyjnym, niższa cena, niższe koszty zużycia energii oraz finalnie mniej odpadów do zagospodarowania. Przykładem takich działań



Gospodarka o obiegu zamkniętym to temat, który pojawia się przede wszystkim w kontekście biznesu i administracji. Jednak z powodzeniem jest stosowany w odniesieniu do gospodarstw domowych czy biur.

w stronę gospodarki cyrkularnej może być zminimalizowanie wewnętrznych układów mechanicznych w niektórych drukarkach Canon. Wprowadzenie na rynek modelu o 44 proc. mniejszego pod względem objętości i 29 proc. lżejszego niż wcześniejsze modele może potencjalnie obniżyć emisję CO₂ związaną z procesem technologicznym i surowcami o ponad 20 proc.

3R

Jeśli mowa o opakowaniach i produktach, to istotna jest również kwestia zmniejszenia ilości wytwarzanych odpadów i ich zagospodarowania oraz minimalizowanie marnotrawienia surowców. W tym zakresie coraz popularniejszy staje się europejski program

remanufacturingu, czyli regeneracja z przywróceniem urządzenia do stanu pierwotnego. Koszt wytworzenia urządzenia w tym procesie jest o 40-65 proc. niższy niż tradycyjna produkcja nowego. W ramach tradycyjnego recyklingu ważną jest zbiórka zużytych przez producenta urządzeń i wykorzystanie ich materiałów do ponownej produkcji towarów.

Czy to się opłaca, czyli jak to wszystko zorganizować?

Aby założenia gospodarki o obiegu zamkniętym stały się rzeczywistością, wymagany jest sprawny system, który umożliwi zbieranie, transport, sortowanie i przetwarzanie odpadów. Są to działania kosztowne, ale kompleksowe. Stąd koncepcja tzw. rozszerzonej odpowiedzialności producenta. Wytwórca ma być obciążony niejaką podatkami za zorganizowanie systemu odbioru zużytych produktów, które sprzedał. Czyli odpowiedzialność finansowa za produkt w całym jego cyklu życia.

Dodatkowo w krajach Unii Europejskiej i Polsce firmy, w tym Canon, już teraz ponoszą swego rodzaju opłatę podatkową za wprowadzone na rynek opakowania i niektóre produkty. Aby system zaczął przynosić realne korzyści, wymaga najpierw zainwestowania nakładów finansowych na styku organizacji publicznych i biznesu.

Z punktu widzenia samej ochrony środowiska, GOZ to oczywista korzyść. Mniej opakowań, półproduktów i produktów, to mniej emisji CO₂. To także mniej odpadów po zakończeniu cyklu ich życia. Korzyścią jest także zwiększenie efektyw-

ności procesów biznesowych, które przekładają się na realne oszczędności. Jednak ograniczenia negatywnego wpływu na środowisko, według aktualnych badań rynkowych, oczekują przede wszystkim sami klienci, a stąd już tylko krok do zbudowania silniejszej więzi i, pośrednio, zwiększenia sprzedaży. Zyskuje firma, zyskuje klient, a przede wszystkim zyskuje środowisko.

Myśl globalnie, działaj lokalnie

Gospodarka o obiegu zamkniętym to temat, który pojawia się przede wszystkim w kontekście biznesu i administracji. Jednak z powodzeniem jest stosowany w odniesieniu do gospodarstw domowych czy biur. Dotyczy to wielokrotnego wykorzystywania dóbr codziennego użytku takich jak np. ubrania. Modne również hasło zero waste czy tzw. produkty premium w ekologicznych, zredukowanych opakowaniach to symptomy nie tylko dbałości o środowisko, ale i trendu.

Jednak w codziennym życiu najbardziej praktyczne zastosowanie mają małe usprawnienia prowadzące do oszczędności surowców i materiałów, np.: używanie mydła w kostkach zamiast w plastikowych pojemnikach, używanie herbaty sypanej (z zapażką) zamiast w torebkach, pakowanie jedzenia w papier zamiast w folię czy np. wykorzystywanie pozostałości po kawie z ekspresu jako kompost do domowych roślin. Zresztą ta ostatnia praktyka jest z powodzeniem stosowana w naszym biurze, wszystko w duchu naszej korporacyjnej filozofii kyosei: życie i praca dla wspólnej dobra.

Ekologia w branży spożywczej – abstrakcyjny wymysł czy odpowiedzialna inwestycja w przyszłość?

Ekologia jeszcze kilka lat temu była materią niemalże abstrakcyjną. Na szczęście Polacy z roku na rok są coraz bardziej świadomi tego, że warto dbać o planetę, która jest naszym wspólnym dobrem. Świadomi tego powinni być również przedsiębiorcy z branży spożywczej, którzy bezpośrednio mogą wpłynąć na kondycję środowiska naturalnego, wprowadzając odpowiednie, a zarazem odpowiedzialne rozwiązania produkcyjne.



Tomasz Sienkiewicz
współzałożyciel Manufaktury
Czekolady Chocolate Story

trzecim miejscu. Wskazało na niego 26,4 proc. Polaków, co w porównaniu z wynikiem 22,2 proc. w roku ubiegłym wskazuje na wyraźną tendencję wzrostową². Xattem, rzeczywistość pokazuje, że liczy się nie tylko jakość i cena. Trendy dla naszej planety są obiecujące, a świadome sytuacje przedsiębiorstwa powinny to wykorzystać.

Wszystko zaczyna się od uprawy
Pierwszą fazą produkcji wielu artykułów spożywczych jest oczywiście uprawa i już na tym etapie każda firma powinna stosować rozwiązania pozostające w zgodzie z naturą. Ekologiczna uprawa charakteryzuje się przede wszystkim wyeliminowaniem substancji chemicznych, w tym np. pestycydów rozpylanych często na masową skalę przez jednostki latające. W zamian warto stosować organiczne nawozy, takie jak kompost, obornik czy biohumus. Innym ważnym wątkiem związanym z uprawą jest odpowiedni model współpracy pomiędzy producentem a plantatorem. Ciekawym rozwiązaniem, stosowanym najczęściej przez przedsiębiorstwa produkujące kawę, herbatę czy czekoladę jest tzw. direct trade, skupiający się na budowaniu uczciwych relacji

bezpośrednio z właścicielem danej uprawy. Pozwala to przede wszystkim na wybór najlepszych surowców do produkcji danego artykułu spożywczego.

„Wege”, znaczy „eko”

Kolejną ciekawą drogą dla firm produkujących żywność jest wykorzystanie trendu wege, który stanowi wyraźną korzyść dla naszego środowiska, przede wszystkim redukując emisję gazów cieplarnianych. Najlepiej obrazuje to wynik raportu „Długi cień bydła”, przygotowanego przez Organizację Narodów Zjednoczonych. Okazuje się, że za 18 proc. światowej emisji gazów cieplarnianych odpowiada właśnie hodowla bydła. Jest to ilość większa niż ta, za którą odpowiadają wszystkie jeżdżące na świecie samochody osobowe, ciężarówki, samoloty i inne środki transportu na Ziemi³. To powinno dawać do myślenia również przedsiębiorcom.

Inną ważną kwestią, do której przyczynia się trend wege, jest oszczędność wody. W tym przypadku również warto odwołać się do danych przygotowanych przez ONZ, które mówią, że hodowla zwierząt prawdopodobnie w największym stopniu odpowiada za zanieczyszczenie wód na całym świecie. Co ciekawe, ograniczając spożycie mięsa jesteśmy w stanie zaoszczędzić więcej wody niż zakręcając kran podczas mycia zębów czy rezygnując z kąpieli na rzecz prysznicy⁴.

Co ważne, weganizm idealnie wpisuje się w jeszcze niewykorzystaną niszę na naszym rynku. Jak pokazuje raport

Roślinniejemy, już około 1 mln dorosłych Polaków to wegetarianie i weganie, zaś 43 proc. przyznaje, że nie rezygnując ze spożycia mięsa całkowicie, mocno je ogranicza. Ponadto niemal 12 proc. Polaków nie pije mleka i nie je produktów mlecznych, a niemal tyle samo nie je jaj i produktów jajecznych. Ciekawe wnioski w tej materii prezentuje również sondaż CBOS sprzed 20 lat, zgodnie z którym w 2000 r. zaledwie 1 proc. dorosłych Polaków deklarowało niejedzenie mięsa. To w porównaniu z dzisiejszym 1 mln osób, dającym w przybliżeniu 3,2 proc., wskazuje na zdecydowaną tendencję wzrostową. Zatem sytuacja wpływa również na rosnące zapotrzebowanie na żywność dedykowaną osobom wykluczającym ze swojej diety mięso lub wszelkie produkty odzwierzęce. Stanowi to dużą szansę dla wszystkich przedsiębiorców, którzy decydują się wprowadzać na rynek produkty wegetariańskie i wegańskie.

Pakujmy ekologicznie

Dziś produkty spożywcze powinny być nie tylko odpowiednio wyprodukowane, ale również zapakowane. Rzeczywistość pokazuje jednak, że w tej materii działania przedsiębiorstw pozostawiają jeszcze wiele do życzenia. Z danych Polskiej Izby Opakowań wynika, że w sposobach pakowania żywności dominują przede wszystkim tworzywa sztuczne (42 proc.)⁵. Rzeczywistość jednak pokazuje, że nie należy bać się ekologicznych rozwiązań w tym zakresie. Okazuje się, że folia wykonana z plastiku może zostać zastąpiona

ekologicznym, papierowym opakowaniem, które podlega kompostowaniu w warunkach domowych. Kompostowalność opakowań w warunkach domowych ma niebagatelną wartość dla naszej planety. Najlepiej świadczy o tym liczba. Okazuje się, że rozkład tego typu opakowań, w odpowiednio przygotowanym kompostowniku, może potrwać około roku. Nawet jeśli nie zadamy o miejsce rozłożenia, możemy mówić o perspektywie zaledwie kilku lat. To w porównaniu z plastikiem, którego średni czas rozkładu wynosi 400 lat, robi ogromną, wręcz ciężką do wyobrażenia i opisaną różnicę⁶.

Świadomość ekologiczna konsumentów znacząco się poprawiła – i to bardzo cieszy! Polacy coraz częściej decydują się na jakościowe produkty, a co za tym idzie wytworzone w rzemieślniczy i ekologiczny sposób. Przedsiębiorstwa w branży spożywczej nie mogą przegapić tego trendu. Warto postawić na produkcję pozostającą w zgodzie z naturą, pamiętając nie tylko o wartości etycznej, ale również potencjale ekonomicznym.

1. <https://kig.pl/wyniki-badan-fundacji-tenaz-polska/>
2. <https://www.money.pl/gielda/tenaz-polska-dla-74-konsumentow-kluczowa-w-zakupach-jest-jakosc-dla-69-cena-6426214337881729-a.html>
3. <https://www.polityka.pl/tygodnikpolityka/nauka/1673840,1,krowy-maja-wiekszy-uplyw-na-klimat-niz-samochody-z-dwoch-powodow-read>
4. <https://vegnews.com/2016/2/5-ways-being-vegan-saves-the-planet>
5. <https://foodfakty.pl/opakowania-dla-branzy-spozywczej>
6. <https://noweko.pl/czas-rozkladu-tworzyw-sztucznych-wybralismy-te-najczesciej-uzywane/>

Z każdym kolejnym rokiem zmieniają się zachowania konsumenckie Polaków. Zgodnie z badaniem przeprowadzonym przez ASM – Centrum Badań i Analiz Rynku, jeszcze kilka lat temu Polacy robiąc zakupy sugerowali się przede wszystkim ceną, a dopiero w drugiej kolejności jakością. Sytuacja zmieniła się jednak w 2017 r., gdzie zaobserwowano zmianę na pierwszym miejscu. I tak w najnowszym badaniu aż 82 proc. Polaków dokonując decyzji zakupowych bierze pod uwagę przede wszystkim jakość produktu. Cena uplasowała się na drugim miejscu, a wskazało na nią 77,3 proc. respondentów¹.

Co ważne jednak, coraz więcej Polaków robiąc zakupy ceni sobie walor ekologiczny, który w tegorocznym raporcie uplasował się na

REKLAMA

EFL
GRUPA CRÉDIT AGRICOLE

Zasil swój biznes dobrą energią!

Postaw na ekologię!
Sfinansuj instalację fotowoltaiczną z EFL

To się uda!

LEASING POŻYCZKA FACTORING UBEZPIECZENIA WYNAJEM POJAZDÓW

Nasz doradca zaproponuje Ci najlepsze warunki finansowania paneli fotowoltaicznych!

- okres finansowania do **84 miesięcy**
- decyzja od ręki nawet do **500 tys. zł netto**
- wystarczy oświadczenie o wynikach finansowych

Pamiętaj, że możesz odliczyć VAT z tytułu leasingu.

Materiał jest kierowany wyłącznie do przedsiębiorców prowadzących działalność gospodarczą, ma charakter informacyjny i nie stanowi oferty w rozumieniu art. 66 k.c. Ostateczne warunki zależą od oceny sytuacji finansowo-prawnej leasingobiorcy i zostaną uregulowane w umowie leasingu.

EKOLOGICZNA FIRMA 2020

Edukacja ekologiczna potrzebuje wsparcia biznesu

Z dniem 1 września 2020 r. Ministerstwo Edukacji Narodowej wprowadziło obowiązek omawiania kwestii zmian klimatycznych i ochrony przyrody podczas godzin wychowawczych. Szkoły jednak nie do końca są na to przygotowane – często brakuje im zarówno programu nauczania, jak i narzędzi do przeprowadzenia zajęć. Mogą być jednak wspierane przez biznes, a zwłaszcza firmy zajmujące się nowymi technologiami.



Paulina Moneta

Creative Director, Funtronic

Dzieci wiele nawyków wnoszą z domu, jednak – jak wykazało badanie Playdo, mające na celu sprawdzenie poziomu świadomości ekologicznej wśród najmłodszych – dla aż 22 proc. przedszkolaków najważniejszym źródłem informacji na ten temat są opiekunowie przedszkolni¹. Dorosli, choć w większości są świadomi konsekwencji zanieczyszczenia środowiska, nie zawsze podejmują działania dążące do tego, aby ograniczyć negatywny wpływ na swoje otoczenie.

Świadomość ekologiczna Polaków
Świadomość ekologiczną Polaków każdego roku bada Ministerstwo Środowiska. W 2019 r. respondentów w wieku powyżej 15 lat zapytano m.in. o to, czy starają się zredukować ilość wytwarzanych odpadów. Wśród osób, które odpowiedziały przecząco, aż 33,3 proc. osób jako przyczynę wskazało to, że nie wie, w jaki sposób to zmienić. Jednocześnie aż 27,7 proc. Polaków nie uważa, że jest

to dla nich istotna kwestia. Struktura wyników pokazuje również, że młodsze grupy badanych mają lepszą świadomość ekologiczną². Świadomość przedszkolaków sprawdzono we wspomnianym programie badawczym Playdo, przeprowadzonym w przedszkolach w całej Polsce. Wykazano, że aż 99 proc. dzieci wie, jak dbać o środowisko, a 95 proc. potrafi wskazać działania, które mu szkoda. Blisko 10 proc. przedszkolaków ma jednak na ten temat wiedzę wyłącznie teoretyczną, której nie potrafi połączyć z praktycznymi działaniami. Nie wszystkie też rozumieją ich cel – aż jedna piąta nie wie, dlaczego segregujemy śmieci³, dlatego też istotne jest to, by zajęcia dla najmłodszych były jak najbardziej interesujące i jasno obrazowały, w jaki sposób można przełożyć wiedzę teoretyczną na praktyczne działania.

Edukacja ekologiczna na świecie
Warto zobaczyć, w jaki sposób radzą sobie z edukacją ekologiczną inne państwa. Jednym z ciekawych przykładów jest Nowa Zelandia, która jest obecnie liderem w tej dziedzinie. Wszystkie tamtejsze szkoły otrzymały materiały edukacyjne opracowane przez zespoły ekspertów. Ich uczniowie na nieobowiązkowych zajęciach uczą się nie tylko o kryzysie klimatycznym, ale także o zagadnieniu tzw. lęku ekologicznego. Dzięki temu dzieci wiedzą, jak radzić sobie ze swo-

imi obawami i mogą przejść do skutecznego działania. Pomimo tego, że na zajęciach nie jest wymagana obecność, frekwencja nie jest mała. Co więcej, lekcje pojawiły się w szkołach na wniosek samych uczniów.

Jak uczyć o ochronie środowiska?
W Polsce obowiązek wyróżnienia ekologii jako osobnego tematu zajęć pojawił się dopiero w tym roku, dlatego też nauczycielom może brakować narzędzi do prowadzenia takich lekcji. Te dostępne na rynku mogą być wystarczające jako uzupełnienie innych treści, ale niekoniecznie sprawdzą się przy prowadzeniu oddzielnych zajęć wyłącznie o zmianach klimatycznych. Według badań przeprowadzanych przez Ogólnopolskie Towarzystwo Ochrony Ptaków, w których wzięło udział 300 pedagogów, dla dzieci najatrakcyjniejsze są zajęcia praktyczne, odbywające się na łonie natury⁴. Ich przeprowadzenie nie zawsze jest możliwe ze względu na aurę, poziom zanieczyszczenia powietrza czy obostrzenia sanitarne. Pomysłem na lekcję ekologii może być wtedy pogadanka połączona z wypełnianiem kart pracy, oglądanie krótkich filmów, zajęcia z wykorzystaniem rekwizytów (np. zabawa w segregowanie śmieci). Są także rozwiązania, które przekazywanie wiedzy łączą z aktywnością fizyczną, a naukę dbania o środowisko przenoszą do świata wirtualnego.

Nowoczesna edukacja ekologiczna po polsku
Najlepszą edukacją ekologiczną jest ta, która umożliwia bezpośredni kontakt z przyrodą. Kiedy jednak trzeba pozostać w przedszkolnej sali, można wykorzystać wirtualny odpowiednik spaceru.

Branża EdTech dynamicznie odpowiada na nowe potrzeby szkół, więc na rynku zaczęły więc pojawiać się rozwiązania przeznaczone do nauczania o zmianach klimatycznych. Przykładem może być pakiet Ratuśmy Planetę, przeznaczony na interaktywną podłogę – urządzenie, które łączy funkcje projektora multimedialnego, komputera i czujników ruchu. Pakiet składa się z gier oraz materiałów metodycznych, takich jak scenariusze zajęć czy karty pracy. Wyświetlane na podłodze interaktywne aplikacje w obrazowy

i angażujący sposób uświadamiają wpływ zanieczyszczeń na środowisko. Przed dziećmi są stawiane zadania takie jak zbieranie śmieci na plaży, ich ponowne wykorzystanie lub uwalnianie zwierząt od plastikowych odpadów. Mogą także znaleźć się na tratwie i stoczyć z niej bitwę ze śmieciami w obronie mieszkańców morskich głębin. Wiedza o ochronie środowiska podana w formie multimedialnych, interaktywnych gier i quizów jest dla dziecka dużo bardziej atrakcyjna. Taka forma nauki pobudza też do aktywności fizycznej – aplikacje obsługiwane są przy pomocy ruchów rąk, nóg i całego ciała. Poszczególne działania można wypełniać drużynowo, co dodatkowo rozwija w przedszkolakach umiejętność współpracy. Edukacja ekologiczna w szkołach i przedszkolach wymaga od nauczycieli kreatywności oraz otwartości na nowe metody pracy. Przedsiębiorcy mogą ich wesprzeć poprzez przygotowanie nowoczesnych narzędzi, dzięki którym zajęcia będą bardziej atrakcyjne dla dzieci, a co za tym idzie – skuteczniejsze. Trzeba pamiętać o tym, że wszyscy jesteśmy odpowiedzialni za środowisko, w którym żyjemy.

1. Raport Playdo, http://www.playdo.pl/raport_playdo.pdf [dostęp: 20.11.2020].
2. Jednotematyczne badania świadomości i zachowań ekologicznych mieszkańców Polski. Gospodarka odpadami, listopad 2019, <https://www.gov.pl/attachment/a38c9609-32d7-4fae-8fd4-9b0518fbbadd> [dostęp: 20.11.2020].
3. Raport Playdo, http://www.playdo.pl/raport_playdo.pdf [dostęp: 20.11.2020].
4. Ogólnopolskie Towarzystwo Ochrony Ptaków, Żyjemy w zgodzie z naturą. Program edukacyjny dla nauczycieli wychowania przedszkolnego i edukacji wczesnoszkolnej, 2016, <https://otop.org.pl/2016/12/dzieci-chca-isc-na-spacer/> [dostęp: 20.11.2020].



Według badań przeprowadzanych przez Ogólnopolskie Towarzystwo Ochrony Ptaków, w których wzięło udział 300 pedagogów, dla dzieci najatrakcyjniejsze są zajęcia praktyczne, odbywające się na łonie natury. Ich przeprowadzenie nie zawsze jest możliwe ze względu na aurę, poziom zanieczyszczenia powietrza czy obostrzenia sanitarne. Pomysłem na lekcję

Finansowanie inwestycji ekologicznych

Małe i średnie polskie przedsiębiorstwa niejednokrotnie pokazały, że są motorem polskiej gospodarki, twardo stąpają po ziemi i kierują się czystym pragmatyzmem. Z przygotowanego na zlecenie EFL raportu „Zielona energia w MŚP. Pod lupą” wynika, że tak samo podchodzą do ekologii.



Radosław Woźniak

prezes zarządu, EFL

Wskazywać ekonomiczne rozwiązania umożliwiające korzystanie z energii pochodzącej z OZE

Na fotowoltaikę wskazuje 98 proc. zapytanych, energię wodną – 95 proc., a wiatraki – 92 proc. Gorzej wygląda temat wdrożeń. Zdecydowana większość polskich przedsiębiorstw w ogóle nie korzysta z energii odnawialnej, a tylko 4 proc. MŚP inwestuje w fotowoltaikę.

W moim przekonaniu firmy z sektora MŚP oddziałują na środowisko w mniejszym stopniu, niż by mogły. Przede wszystkim dlatego, że najczęściej nie mają na to funduszy oraz brakuje

im też fundamentalnej wiedzy. Wyraźnie potrzebują wsparcia – prawnego i finansowego. EFL jako EKOodpowiedzialna firma edukuje przedsiębiorców w obszarze CSR oraz wskazuje ekonomiczne rozwiązania umożliwiające korzystanie z energii pochodzącej z OZE. Jesteśmy jedną z pierwszych firm leasingowych w Polsce, które udzielają finansowania na zakup instalacji fotowoltaicznych. Z ostatniej analizy Forum Energii wynika, że w 2030 r. w Polsce 43 proc. energii elektrycznej może pochodzić z OZE, podczas gdy na koniec 2019 r. ich udział wyniósł nieco ponad 15 proc. Dużą częścią tego tortu będą właśnie instalacje fotowoltaiczne. Dla nas jest to nowy ciekawy segment rynku, a nasza oferta jest odpowiedzią na potrzeby klientów biznesowych.

Wyjść naprzeciw klientom
Oferujemy finansowanie w formie leasingu lub pożyczki. Staramy się wyjść naprzeciw klientom i nie wymagamy skomplikowanej dokumentacji finansowej. Istnieje możliwość sfinansowania instalacji przy zerowej wpłacie własnej i rozłożenia spłaty na siedem lat. Drugim ważnym obszarem inwestycji finansowanych przez firmy z naszej branży są samochody elektryczne, ale tu też barierą są wysokie koszty. Z raportu EFL wynika, że we flotach firmowych wciąż królują silniki benzynowe – 66 proc., hybrydy to tylko 6 proc. aut, a napędy elektryczne jeszcze muszą poczekać na swoje „pięć minut”. MŚP ciągle jeżdżą pod prąd, co najpewniej wynika z faktu, że firmy z małymi flotami boją się eksperymentów z autami elektrycznymi, bo jest to narzędzie pracy, które nie może zawieść. Szefowie MŚP oczekują też większych

dopłat i benefitów, bo ich decyzje zakupowe determinują pragmatyzm i rachunek ekonomiczny.

Przyszłość – zielony kierunek

Do 2050 r. Europa, w tym także Polska, ma osiągnąć neutralność klimatyczną. Unia Europejska dba o to, aby zapewnić odpowiednie finansowanie zielonych projektów. W perspektywie 2021-2027 30 proc. środków budżetowych i programów pomocowych nakierowanych na gospodarczą odbudowę po koronawirusie przeznaczonych ma zostać właśnie na ochronę klimatu. W przypadku Polski 1 na 4 euro z przyszłej perspektywy budżetowej zostanie przekazane na ochronę środowiska. To ogromna kwota, której wydatkowanie oznaczać będzie silny impuls dla naszej krajowej gospodarki i perspektywy rozwoju dla firm finansujących „zielone” inwestycje.

Świadomość źródeł odnawialnej energii wśród polskich przedsiębiorców z segmentu MŚP jest bardzo wysoka. Spontaniczna znajomość odnawialnych źródeł energii nie przysparza naszym firmom żadnych problemów.

Oszczędzać energię i surowce, czyli jak być ekologicznym?

W ostatnich latach ekologia stała się jednym z głównych tematów poruszanych przez światowe rządy, organizacje, przedsiębiorstwa, ale także przez samych konsumentów. Życie w zgodzie z naturą, czyli zmiana nawyków i stylu życia, może w perspektywie czasu zahamować wiele zmian klimatycznych i wpłynąć na codzienne życie. Tendencje proekologiczne widoczne są także w branży budowlanej, gdzie coraz częściej można spotkać się z rozwiązaniami energooszczędnymi, które mają nierozwalne połączenie z ekologią.



Rafał Buczek

menedżer sprzedaży, Awilux

Ogólnoświatowe rozważania na temat ekologii mają realny wpływ na naszą codzienność. Przepisy budowlane dostosowują się do zmian społeczno-gospodarczych i narzucają wymagania dotyczące ekologicznego, energooszczędnego budownictwa. Dyrektywa Parlamentu Europejskiego i Rady 2010/31/UE z dnia 19 maja 2010 r. w sprawie charakterystyki energetycznej budynków zobowiązuje państwa członkowskie do wprowadzenia w 2021 r. do tego, by wszystkie nowo powstające budynki charakteryzowały się bardzo niskim, niemal zerowym zużyciem energii. Jednak rosnąca świadomość w kwestii ekologii zmieniła się na przestrzeni ostatnich lat i dlatego coraz więcej osób budujących lub remontujących swoje domy już teraz decyduje się na wykorzystanie energooszczędnych, a jednocześnie ekologicznych rozwiązań.

Energooszczędny, czyli jaki?

Pierwszym elementem, jaki należy rozważyć, chcąc przysłużyć się planecie, będzie dostosowanie lub zmiana swojego miejsca zamieszkania na takie, które będzie charakteryzowało dużo mniejsze zużycie energii. Co tak naprawdę oznacza termin „dom energooszczędny”? Jest to dom dobrze ocieplony, szczelny, a zarazem z odpowiednim systemem wentylacyjnym oraz nowoczesnymi urządzeniami grzewczymi. W branży stolarki okiennej i drzwiowej im lepszy parametr termoizolacyjny produktu, tym mniej energii użytkownik zużyje, by ogrzać swój dom zimą i ochłodzić latem. Inwestycja w energooszczędne rozwiązania staje się tym samym nie tylko krokiem ku dbaniu o środowisko, ale także ma realny wpływ na zmniejszenie rachunków za energię elektryczną czy opał. Kolejnym plusem wynikającym z minimalizacji tych dwóch czynników jest zmniejszenie emisji szkodliwych związków do atmosfery.

Budynek, który może nosić miano obiektu energooszczędnego, musi posiadać podwyższony standard energetyczny, który można uzyskać poprzez odpowiednią konstrukcję, dobór właściwych materiałów oraz wzmocnioną izolację. Wszystkie elementy budynku muszą chronić przed ucieczką ciepła, dlatego w takich domach ściany zewnętrzne,

podłogi, stropy, dachy i fundamenty są dokładnie izolowane. W domach bez właściwie wykonanej izolacji ucieczka ciepła, na przykład przez okna, może osiągać nawet 40 proc.

Długoterminowa inwestycja

Ekologiczny dom to długoterminowa inwestycja, która nie tylko wpłynie na jakość naszego życia, ale także pozwoli na zminimalizowanie emisji szkodliwych związków do atmosfery oraz zużycia zasobów planety. Realizując projekt domu ekologicznego warto zdecydować się na stolarkę okienną, której współczynnik przenikania ciepła U nie jest większy niż 0,9 W/m². Uzyskanie dobrego parametru izolacyjności termicznej okna jest możliwe tylko przy odpowiednim doborze szyby i profilu oraz przy jednoczesnym ograniczeniu mostka cieplnego na styku szyby z ramą – zarówno w przypadku okien PVC, jak i ALU. Na etapie projektowym warto również rozważyć możliwość wykorzystania energii słonecznej. Można dokonać tego na dwa sposoby. Pierwszym z nich jest odpowiednie umiejscowienie okien w bryle budynku. Najkorzystniejsze jest umieszczanie okien od strony południowej, tak by słońce przez jak najdłuższy czas oświetlało oraz ogrzewało pomieszczenia. Pozwoli to na oszczędność energii cieplnej i elektrycznej. Warto również zminimalizować ilość okien od strony północnej, co zmniejszy ewentualne straty ciepła. Drugą, równie ważną kwestią będzie montaż paneli słonecznych, które stają się coraz bardziej opłacalne ze względu na wzrost liczby dni słonecznych.

Odpowiedzialni za środowisko

Jednak dbanie o środowisko to nie tylko dostarczanie energooszczędnych rozwiązań. Na przedsiębiorcach spoczywa ogromna odpowiedzialność za to, jak wygląda produkcja takich urządzeń czy innych elementów budowlanych. W przypadku produkcji okien PVC wykorzystuje się tworzywo sztuczne, co oznacza, że wymagany jest recykling wszelkiego rodzaju odpadów. Ich zmniejszenie oraz ponowne wykorzystanie pozostałych w procesie produkcji materiałów stanowi podstawę ekologicznego gospodarowania. Większość profili podlega recyklingowi, dlatego spora ilość odpadów, jak również wymieniana stolarka może otrzymać nowe życie w postaci np. nowych okien. Podobnie jest z szybami, które zostaną stłuczone i przerobione m.in. na butelki czy inne szklane opakowania. W Polsce funkcjonuje wiele Punktów Selektywnego Zbierania Odpadów Komunalnych, do których można oddać stare okna. Wiele firm montujących nową stolarkę zabiera od właścicieli wcześniejsze okna i je utylizuje lub podaje recyklingowi.

REKLAMA

NOWOŚĆ

GP ReCyko
RECHARGEABLE



Masz moc,
żeby zmieniać
świat
i oszczędzać

Sięgnij po akumulatory GP ReCyko. Odkryj możliwość wielokrotnego ładowania, dzięki której robiąc to, co kochasz, oszczędzasz środowisko i domowy budżet.



AKUMULATORY GP
W PONAD 94% PODLEGAJĄ
RECYKLINGOWI

eko | logiczne
nomiczne