

EKOLOGICZNA FIRMA



Nowe technologie dla klimatu

Przeciwdziałanie zmianom klimatu oraz ochrona środowiska to, obok wskaźników ekonomicznych, kluczowe obecnie mierniki efektywności procesów biznesowych.



Dominik Szelać

Sustainability Manager, Canon

Branża producentów urządzeń do druku oraz obrazowania również nie pozostaje w tyle tego globalnego nurtu. Wynika to nie tylko z dostosowania działalności do wymogów prawnych oraz preferencji konsumentów, ale też przede wszystkim z włączenia się do światowych działań na rzecz ograniczania degradacji środowiska i klimatu. Wdrażane cyrkularne modele biznesowe oraz technologie i innowacje stosowane na każdym etapie cyklu życia produktów, to efekt przyjętych długofalowych strategii i systematycznej, proekologicznej aktywności. Aby zredukować ślad węglowy i masę wytwarzanych odpadów, jako liderzy rynku optymalizujemy procesy produkcyjne. Kompleksowe spojrzenie na naszą działalność zapewnia stosowanie metodyki LCA – środowiskowa ocena cyklu życia (ang. *Life – Cycle Assessment*). Od projektowania i konstrukcji produktów, poprzez transport, okres

użytkowania i serwisowania, aż do recyklingu i utylizacji.

Eko design

Ograniczanie śladu węglowego rozpoczyna się od etapu koncepcyjnego. Kluczem jest takie podejście, które sprawi, że produkty będą lżejsze i o mniejszej objętości. Powinny wykorzystywać ograniczone do minimum wydajne elementy mechaniczne, które będą nadawały się do ponownego wykorzystania. Pozwala to obniżyć emisję CO₂ nawet o 20 proc. Kolejnym ważnym wskaźnikiem jest efektywność energetyczna, czyli zużycie energii przez produkty oraz wykorzystanie nowoczesnych technologii ograniczających ilość materiałów eksploatacyjnych, a także częstotliwość ich serwisowania. Ostatecznie w chwili, gdy mniejszy, lżejszy, gotowy produkt opuszcza linię produkcyjną, masa i liczba opakowań powinna być zredukowana do niezbędnego minimum. Przekłada się to nie tylko na niższe koszty, zużycie energii i zasobów w czasie produkcji, magazynowania i transportu, ale i na ograniczoną emisję CO₂. Po zakończeniu użytkowania to także mniejsza ilość odpadów do zagospodarowania.

Technologia jest dla klienta

W branży dokładamy starań, by urządzenia trafiające do drukarni, biur czy domów konsumentów po-

biały jak najmniej energii. Ma to szczególne znaczenie np. w segmencie druku produkcyjnego, gdzie maszyny często działają nawet 24 godziny na dobę przez większość dni tygodnia. Doskonale sprawdzają się tam, np. energooszczędne rozwiązania utrwalania wydruku z wykorzystaniem technologii UV-LED. W tym przypadku redukcja zużycia energii przekłada się również na znaczne oszczędności finansowe.

W segmencie urządzeń produkcyjnych zastosowanie znajdują również technologie nastawione na oszczędność papieru i innych materiałów eksploatacyjnych. Np. w pracy ploterów ogromną rolę odgrywa automatyzacja procesu kontroli jakości – właściwe oprogramowanie, sterowniki i elementy konstrukcyjne oceniają, czy ustawienia produkcyjne przyniosą pożądaną efektywność przed przystąpieniem do realizacji zadania. Pozwala to eliminować błędy druku i w efekcie prowadzi do znacznego zmniejszenia zużycia papieru i atramentu. Urządzenia trafiające do klientów indywidualnych również wyposażone są w rozwiązania technologiczne pozwalające na druk dwustronny, a zatem 50-procentową oszczędność papieru. Do ich dyspozycji pozostaje oczywiście możliwość druku w trybie oszczędzania tonera.

Drugie życie urządzeń

Jako przedstawiciele biznesu związanego z drukiem i obrazowaniem

zdamy sobie również sprawę, że troska o środowisko – choć u podstaw wyrasta z odpowiedzialnego zarządzania przedsiębiorstwem lub z obowiązków wynikających z przepisów prawa – stanowi dobrą inwestycję ze względu na preferencje konsumentów. Badania opinii publicznej Eurobarometr wskazują, że coraz częściej w swoich wyborach kierują się oni wpływem nabywanych produktów i usług na klimat i środowisko. Konsumenty zwracają również uwagę na trwałość i to czy produkt będzie służył im przez wiele lat. Stąd też ogromne znaczenie rozwiązań technologicznych i konstrukcyjnych, które pozwalają na recykling urządzeń lub przywrócenie ich do stanu używalności w zgodzie z założeniami gospodarki o obiegu zamkniętym. Dzisiejsze zaawansowane metody produkcyjne pozwalają na wykorzystanie nawet 80 proc. maszyny przy produkcji nowej jednostki w przypadku urządzeń wielofunkcyjnych. W ten sposób zdołaliśmy od 2008 r. ponownie wykorzystać ponad 30 tys. ton produktów i części oraz przejąć 37 tys. ton tworzyw sztucznych do ponownego przetworzenia ich na surowce.

Strategie i standardy

Aktywność na rzecz klimatu i środowiska to także wspomniany wcześniej obowiązek regulowany prawnie. Przyjęte w czerwcu bieżącego roku europejskie prawo klimatyczne określa i porządkuje ramy na potrzeby osiągnięcia neutralności klimatycznej. Prawo kli-

matyczne wymusza również na sektorze prywatnym szybszą transformację cyfrową i współpracę z firmami skupionymi wokół sektorów innowacji. Takie podejście pomoże przedsiębiorstwom kontynuować działalność gospodarczą w zmieniającym się otoczeniu. Choć regulacje dyktują pewne wymogi, to dobrą rynkową praktyką w naszej branży nie jest tylko reagowanie na nakładane obowiązki, lecz samodzielna modyfikacja modeli biznesowych w kontekście dbałości o środowisko. Przygotowywanie precyzyjnych, długofalowych strategii ograniczania emisji – wykraczając poza obowiązki wynikające z litery prawa – i wdrażanie idei zrównoważonego rozwoju oraz prowadzenie biznesu w zgodzie np. z normami ISO. Paradoksalnie, konieczność spełnienia norm napędza rozwój innowacji i technologii. Aby utrzymać swoją konkurencyjność na rynku, sprostać oczekiwaniom klientów i obowiązkowi regulacyjnemu oraz działać w sposób odpowiedzialny, konieczne jest opracowanie nowatorskich rozwiązań i technologii oraz modyfikacja modeli biznesowych. To właśnie innowacje pozwalają biznesowi wspierać działania na rzecz ochrony środowiska przy zachowaniu wydajności przedsiębiorstwa i jakości oferowanych produktów. Z pożytkiem dla biznesu, konsumentów i przede wszystkim środowiska branża skutecznie identyfikuje okazję do optymalizacji procesów pod kątem troski o planetę i jej klimat.

Zrównoważony rozwój wysoko na liście priorytetów przedsiębiorców

Zmiany klimatyczne już 10 lat temu zostały określone jako czynniki, które są zagrożeniem dla przedsiębiorstw – ich działania, strategii oraz pracowników. Większość firm z sektora MŚP, bo aż 71 proc. z nich, zobowiązuje się do prowadzenia zrównoważonego i ekologicznego biznesu oraz odpowiedzialnego zarządzania przedsiębiorstwem.

Katarzyna Idzkiewicz

Senior Marketing Coordinator,
Brother Polska

Świadczy o tym również fakt, że w biznesplanie firmy chcą uwzględnić działania społecznej odpowiedzialności biznesu (CSR). Niestety wiele z tych zobowiązań pozostaje wyłącznie piękną ideą, a w praktyce swoje zastosowanie znajdują tylko nieliczne działania na rzecz środowiska.

Zarządzać ekologicznym rozwojem firmy

Aż 68 proc. przedsiębiorców z sektora MŚP uważa, że ich przyszły sukces będzie zależał od odpowiedzialnego ekologicznie zarządzania rozwojem firmy. Aby to osiągnąć,

niezbędna jest zmiana zachowań i nawyków, która wymaga wysiłku ze strony zarówno zarządu, pracowników, jak i dostawców. Według raportu „Cyfrowa Rewolucja”, opracowanego na zlecenie Brother blisko ¾ firm (76 proc.) z sektora małych i średnich przedsiębiorstw kieruje się w organizacji polityką zrównoważonego rozwoju, a ich działania skupione są głównie wokół recyklingu oraz zaopatrzenia.

Jak się okazuje, to nie śmieci czy zużycie prądu i wody są największymi problemami, jeśli mowa o prowadzeniu ekobiznesu. Wyzwaniem jest eksploatacja sprzętu biurowego. Dobrym początkiem w oszczędzaniu zużycia urządzeń, takich jak drukarki, jest zweryfikowanie możliwości digitalizacji części dokumentów papierowych za pomocą skanowa-

nia ich lub pracy na elektronicznych odpowiednikach. Dzięki temu jesteśmy w stanie ograniczyć liczbę dziennych wydruków, co przyczyni się nie tylko do oszczędności papieru, ale również zmniejszenia eksploatacji urządzenia.

Często popełniany błąd

Często popełnianym błędem w firmach jest zastępowanie używanego sprzętu nowym. Oczywiście, czasem jest to wręcz niezbędne, ale w większości przypadków nie do końca uzasadnione. Idealnym przykładem jest twierdzenie aż 82 proc. przedsiębiorców, że ważny jest dla nich recykling, natomiast tylko połowa z nich (43 proc.) rzeczywiście poddało swój sprzęt temu procesowi. Gdy drukarka przestanie pracować poprawnie, należy odnaleźć źródło problemu i w miarę możliwości, zająć się usunięciem awarii, zamiast pozbywać się sprzętu, który nadal nadaje się do użytku. Bardzo ważnym elementem zrównoważonego biznesu, jest analiza pełnego cyklu życia wykorzystywanych urządzeń, z czym zgadza się aż 9 na 10 firm z sektora MŚP.

Aktywne monitorowanie

Obecnie, większość przedsiębiorstw stara się aktywnie monitorować oraz sumiennie poprawiać wyniki w obszarze odpowiedzialnego zarządzania biznesem. Jak się okazuje, kluczem do sukcesu jest wprowadzenie zmian, polegających na dokładnej analizie każdego etapu cyklu życia urządzenia zaczynając już w momencie planowania zakupu – tak, aby wybrać drukarkę wyprodukowaną w sposób ekologiczny oraz wykonaną z materiałów nadających się do recyklingu. Serwisowanie i usuwanie usterek to podstawowe sposoby na wydłużenie żywotności sprzętów drukujących. Są one także dużym ukłonem w stronę ochrony środowiska oraz zmniejszenia kosztów prowadzenia firmy. Aż 85 proc. przedsiębiorstw z sektora MŚP uważa, że możliwość naprawy lub wymiany części jest jednym z ważniejszych kryteriów odpowiedzialnego rozwoju firmy.

Odpowiedzialność i satysfakcja

Zmniejszenie wydatków to jedno, ale prowadzenie zrównoważonego biznesu niesie ze sobą o wiele więcej

odpowiedzialności i satysfakcji z inicjowanych działań. Jednym z tych elementów jest świadomość, że nie przyczyniamy się do pogarszania stanu planety. Przemysłane zakupy sprzętów wyprodukowanych w sposób ekologiczny i z materiałów nadających się do ponownego wykorzystania są miłym krokiem w stronę ekologii. Pomimo wielu możliwości wdrażania ekologicznych rozwiązań do biznesu, nie wszyscy przedsiębiorcy deklarujący wprowadzanie zrównoważonego rozwoju wywiązują się z deklaracji podjęcia odpowiednich działań. Pomimo tego, że blisko trzy czwarte firm z sektora MŚP zgadza się z twierdzeniem, że drukarki po skończeniu cyklu żywotności powinny być poddane procesowi recyklingu, istnieje ogromna przepaść pomiędzy tymi, którzy uważają to za istotne, a tymi, którzy finalnie podejmują kroki w tym kierunku. Dlatego tak ważna jest edukacja przedsiębiorców przez producentów i sprzedawców urządzeń, ponieważ nawet pozornie najmniejsze decyzje mogą mieć ogromny wpływ na kondycję środowiska naturalnego.

Ułatwiamy przedsiębiorcom włączanie się w proces odbudowy środowiska

Aktywny udział w tworzeniu zrównoważonego rozwoju i zmniejszeniu globalnego śladu węglowego stanowią najwyższy priorytet dla firm na całym świecie. Lenovo, chcąc ułatwić im proces dołączenia do inicjatywy, bezpośrednio nawiązało współpracę z głównymi certyfikowanymi dostawcami usług CO₂ Offset Services. Dzięki temu rozwiązaniu przedsiębiorcy w prosty sposób mogą włączyć się w proces odbudowy środowiska, wybierając modele sprzętu, które ograniczają niekorzystny wpływ na otaczającą przyrodę.



Adam Dyszkiewicz

Business Development Manager &
Solution Evangelist, Lenovo

Kluczowe korzyści

W ramach usługi CO₂ offset services klient otrzymuje gwarancję kompensacji emisji CO₂ opartej na realistycznej emisji dwutlenku węgla produktu do atmosfery. Usługa aktywowana jest już na etapie wysyłki, w której trakcie produkt zyskuje lżejsze opakowanie, zmniejszające o 6,7 proc. spalanie paliwa w transporcie, i działa przez cały okres typowego, trwającego średnio pięć lat cyklu użytkowania.

Jak dołączyć do inicjatywy?

W trakcie zamawiania sprzętu klient wybiera opcję równoważenia emisji CO₂ (zintegrowaną z numerem seryjnym) spośród kwalifikujących się do tego rozwiązania urządzeń.

Po wysłaniu produktów firma Lenovo zgłasza je do oficjalnego programu CO₂ Offset Partner. Offset Partner finalizuje transakcję i wydaje unikatowy certyfikat z określonymi numerami seryjnymi sprzętu, który później Lenovo dostarcza klientowi.

Gospodarka o obiegu zamkniętym

Lenovo dba również o maksymalizację wartości produktów w ich całym cyklu życia i tym samym zapobiega wyrzuceniu wycofanych z użytku urządzeń na wysypiska. Działania Lenovo związane z gospodarką o obiegu zamkniętym koncentrują się na minimalizacji wykorzystania surowców, wydłużeniu przydatności naszych produktów i części, a także planowaniu odpowiedzialnej utylizacji.

Urządzenie jako usługa (DaaS)

Pomagamy klientom w optymalizacji ich aktywów sprzętowych. Dzięki temu mogą efektywniej zarządzać swoimi urządzeniami, a w niektórych przypadkach także zmniejszyć liczbę urządzeń przypadają-

cych na każdego pracownika, co z kolei przekłada się na mniejszy negatywny wpływ na środowisko.

Cele na najbliższe lata

Do 2025 r. stworzymy warunki do recyklingu powtórnego wykorzystywania ponad 3600 ton produktów wycofanych z eksploatacji. 76 proc. części komputerowych zwróconych do centrum obsługi będzie przeznaczonych do wykorzystania w przyszłości. Nasze programy zbiórki zużytych produktów ułatwiają wielu klientom na całym świecie recykling starych urządzeń, baterii i opakowań. Pomagamy klientom w optymalizacji ich aktywów sprzętowych. Nasze cele redukcji emisji zostały zatwierdzone przez inicjatywę Science Based Targets (SBTi). Oznacza to, że ich zgodność z globalnymi celami naukowymi w zakresie redukcji globalnego ocieplenia została potwierdzona przez niezależny podmiot zewnętrzny. Cel pierwszej generacji dotyczący redukcji emisji udało nam się przekroczyć — emisje gazów cieplarnianych przez nasze obiekty na całym świecie

zmniejszyliśmy o 92 proc. Dążymy do tego, aby do 2025 r. 90 proc. energii elektrycznej dla naszych obiektów na całym świecie pochodziła ze źródeł odnawialnych.

Z myślą o środowisku

W Lenovo tworzymy inteligentniejsze technologie z myślą o lepszej przyszłości, zrównoważonym rozwoju dla naszych klientów, pracowników, społeczności oraz całej planety. Stawiamy na inteligentne rozwiązania, a także działania w sferach ochrony środowiska, społecznych i ładu korporacyjnego (ESG). Światowej klasy rozwiązania technologiczne tworzone są w sposób odpowiedzialny ekologicznie, zapewniają użytkownikom niezawodność, trwałą wartość i przybliżają nas do tworzenia gospodarki o obiegu zamkniętym. Lenovo zostało uznane za jedną z najbardziej zrównoważonych korporacji w światowym indeksie World Global 100 Index by Corporate Knights i jest firmą ocenioną jako AA w ramach 2019 Hang Seng Corporate Sustainability Index.

EKOLOGICZNA FIRMA 2021

Zielona era morskiej energetyki wiatrowej

Energia wiatrowa odgrywa obecnie kluczową rolę w energetycznym miksie. Jest czysta, niewyczerpa na, stabilna, powtarzalna, a przede wszystkim – wydajna. Dostarcza więcej energii niż fotowoltaika, wymaga mniej konserwacji, a instalacja farm wiatrowych jest stosunkowo prosta. W ciągu ostatnich 40 lat technologia w tym sektorze rozwinęła się w sposób spektakularny, znacznie bardziej niż inne źródła odnawialne.



Marek Janiak

członek zarządu, DOMINION Polska

Te elementy sprawiają, że sektor energetyki wiatrowej jest teraźniejszością i przyszłością całego sektora energetycznego, z bardzo dobrymi perspektywami wzrostu na całym świecie.

Największy potencjał rozwoju

Produkując czystą energię, wykorzystujemy dwa rodzaje technologii farm wiatrowych: lądowe i morskie (*offshore*). Te ostatnie instalowane są na morzu, z turbinami dwójakiego rodzaju: stałymi, przymocowanymi do dna morskiego na głębokości do 40-

50 metrów, lub pływającymi, z konstrukcjami zakotwiczonymi do dna morskiego na większych głębokościach. To właśnie ten aspekt rynku produkcji zielonej energii z wiatru ma największy potencjał rozwoju.

Dziś najbardziej rozpowszechnioną technologią są lądowe farmy wiatrowe, pokrywające na przykład ponad 20 proc. całkowitej zużywanej energii w Hiszpanii, i jest to drugie co do ważności źródło wytwarzania energii elektrycznej w tym kraju. Hiszpania jest także drugim po Niemczech krajem europejskim pod względem mocy zainstalowanej i piątym na świecie, za Chinami, USA i Indiami.

Obecnie połowa lądowych farm wiatrowych w Hiszpanii i Niemczech zbliża się do końca swojego okresu eksploatacji. Stwarza to okazję do odnowienia turbin i „repoweringu” farm wiatrowych, czyli zastąpienia istniejących turbin innymi, o wyższej mocy

znamionowej. Co ważne, okres eksploatacji tych starych maszyn może zostać przedłużony, ale wiąże się to z możliwymi problemami związanymi z wydajnością, które zagrażają ich efektywności.

Motor ekologicznego ożywienia gospodarczego

Natomiast pandemia pokazała, że morska energetyka wiatrowa ma szansę stać się motorem ekologicznego ożywienia gospodarczego. Globalny rynek *offshore* rośnie średnio

o 24 proc. każdego roku od 2013 r. Na świecie do 2030 roku moc zainstalowana w morskiej energetyce wiatrowej wzrośnie do ponad 234 GW, czyli prawie ośmiokrotnie w porównaniu do 29,1 GW, które były na świecie na koniec 2019 r.

Według prognoz Europa pozostanie liderem w tej dziedzinie dzięki ambitnym celom produkcji 450 GW energii z wiatru do 2050 r. Ich realizację mają zapewnić inwestycje planowane w Wielkiej Brytanii, Holandii, Francji. Jednak według

prognoz także polski rynek znajdzie się wkrótce pośród liderów europejskich morskiej energetyki wiatrowej, pomimo jego opóźnienia w inwestowaniu w ten sektor.

Zwiększona aktywność

W Polsce realnym wsparciem w tym zakresie ma być między innymi przyjęta w tym roku Ustawa o promowaniu wytwarzania energii elektrycznej w morskich farmach wiatrowych czy też Polityka Energetyczna Polski do 2040 r. Widać zwiększoną aktywność wielu graczy na polskim rynku, takich jak, PGE, Tauron, Enea, Orlen, Lotos czy Polenergia, którzy wchodzić w strategiczne kooperacje z wiodącymi na świecie podmiotami z zakresu *offshore*, co pozwala mieć nadzieję, że rzeczywiście uda nam się w najbliższych latach stać jednym z głównych producentów energii z morskiego wiatru w naszym regionie oraz całej Europie. Zdecydowanie warto, gdyż oprócz zielonej energii, która popłynie do polskich domów, rozwój *offshore* pozwoli też dynamicznie się rozwijać wielu gałęziom polskiej gospodarki, w tym licznym rodzimym firmom, które wezmą udział w budowaniu i bieżącej eksploatacji morskich farm wiatrowych na Bałtyku.



Logistyka i budownictwo mogą być niskoemisyjne

Mamy kolejne lato i kolejną falę upałów w Polsce, do tego przeplataną gwałtownymi ulewami i burzami. Nasi zachodni sąsiedzi ponownie walczą z powodzią. Efekty ocieplenia klimatu przestały dotyczyć tylko pokrywy lodowej tysiące kilometrów od Polski. Dotykają nas wszystkich. Już nie chodzi wyłącznie o zapewnienie dobrej przyszłości kolejnym pokoleniom – negatywne zmiany trzeba opanować jak najszybciej.



Paweł Sapek

Regional Head CE & Country Manager, Prologis

Dlatego światowym celem jest ograniczenie wzrostu średniej globalnej temperatury do bezpiecznego progu. Aby tego dokonać, musimy przestać emitować dwutlenek węgla do atmosfery.

Odpowiedzialna droga do neutralności emisyjnej

Wraz z przyjęciem europejskiego prawa o klimacie Unia Europejska zobowiązała się do osiągnięcia neutralności pod względem emisji dwutlenku węgla do 2050 r. Dla ilustracji – emisje pochodzące z sektora budowlanego generują niemal 40 proc. światowego CO₂ – jako dewelo-

per powierzchni magazynowych jesteśmy częścią tej branży. Jednocześnie budujemy centra, które są bardzo ważnym ogniwem dla logistyki – a to kolejna gałąź gospodarki, która ze względu na transport odpowiada za emisje gazów cieplarnianych do atmosfery. Dlatego od wielu lat budujemy i zarządzamy naszymi nieruchomościami tak, żeby miały jak najmniejszy wpływ na środowisko. Pomagamy w tym też klientom – najemcom powierzchni logistycznych. Jak wygląda nasza droga do neutralności emisyjnej? Wszystko zaczyna się już na etapie wyboru lokalizacji centrum logistycznego. Wybieramy tereny, które są położone blisko dużych aglomeracji, dzięki temu transport do miejsc docelowych – sklepów czy pod drzwi konsumentów końcowych jest krótszy i można w ten sposób znacznie ograniczyć emisję spalin. Parki budujemy też na terenach poprzemysłowych – przykładem jest Prologis Park

Ruda Śląska, który powstał na obszarze pokopalnianym. Dzięki temu nie wykorzystaliśmy powierzchni biologicznie czynnej, która jest sprzymierzeńcem w pochłanianiu dwutlenku węgla, a przy tym daliśmy nowe życie zdewastowanemu terenowi.

Energooszczędne budynki

Kolejny etap, na którym możemy znacznie wpłynąć na ograniczenie emisji CO₂ to projekt i budowa centrów logistycznych. Powierzchnia naszych magazynów w Polsce to dwa miliony metrów kwadratowych, a ich cykl życia może obejmować kilkadziesiąt lat. Dlatego im mniej energii będą potrzebowały do zasilania i działania, tym lepiej dla otoczenia. Wykorzystujemy więc materiały, dzięki którym powstaje energooszczędny obiekt ze świetną termoizolacją, a to oznacza dla naszych klientów niższe rachunki za ogrzewanie i chłodzenie. A dla nas wszystkich mniej CO₂ w atmosferze. Stawiamy na technologie, które pomagają w tworzeniu nieruchomości w obiegu zamkniętym oraz praktycznie samowystarczalnych. Najnowszym przykładem jest nasz budynek w Eindhoven w Holandii, w którym działają specjalne pompy ciepła, dzięki którym ogrzewanie, wentylacja i klimatyzacja

magazynu zupełnie nie wymaga użycia paliw kopalnych.

Zasilanie zieloną energią

W generowaniu emisji, ale i w kosztach eksploatacji magazynów, znaczny udział ma energia elektryczna. Każdy nasz budynek to tysiące metrów kwadratowych powierzchni, którą trzeba dobrze oświetlić, ogrzać, zapewnić prąd do urządzeń. Dlatego magazyny wyposażamy w systemy oświetlenia LED z czujnikami reagującymi na ruch, bo takie dają aż do 80 procent oszczędności w zużywanej energii w porównaniu do zwykłych lamp. Żeby jeszcze bardziej pomóc klientom w ekologicznej transformacji, nasze od razu przygotowujemy konstrukcyjnie pod fotowoltaikę. Solary to dziś łatwa do wdrożenia inwestycja, a do tego zwraca się już w kilka lat, zależy nam, żeby nasi najemcy mogli z niej korzystać. Niezależnie od rosnących cen, własne źródło zielonej energii – to sytuacja typu win-win dla trzech stron – dla nas jako właściciela obiektu, dla najemców i dla natury. Poza energią z paneli słonecznych, magazyny zasilamy zieloną, certyfikowaną energią, którą kupujemy od Tauron. W niskoemisyjnym podejściu liczą się też szczegóły, ponieważ przy naszej skali działania nawet

drobne elementy robią różnicę. Tak działamy w Prologis Park Janki. To centrum, które powstało dla właściciela marki RTV Euro AGD i jest obecnie naszym oczkiem w głowie, jeśli chodzi o ekologiczne rozwiązania. Testujemy w nim m.in. kostkę pochłaniającą CO₂ z powietrza.

Ekologiczna nieruchomości to więcej niż magazyn

Dlatego pomagamy osobom pracującym w naszych parkach przesiąść się do niskoemisyjnych środków transportu. Organizujemy przystanki komunikacji miejskiej jak najbliższej magazynów, instalujemy stacje ładowania pojazdów elektrycznych i zapewniamy wiaty rowerowe. Sadzimy drzewa, które są naturalnym pochłaniaczem CO₂ i projektujemy bioparki, aby wspierać naturalny ekosystem. Nasze centra magazynowe są dowodem na to, że i logistyka i budownictwo mogą być niskoemisyjne. Ponieważ wraz z rosnącym sektorem e-commerce rosną nowe magazyny, mamy już nowy cel na horyzoncie. Nie marnując czasu danego przez unijne przepisy, chcemy już w 2025 roku osiągnąć neutralność pod względem emisji CO₂, która jest wbudowana w proces powstawania magazynów.

ZRÓWNOWAŻONY ŚLĄD CYFROWY, CZYLI O ODPOWIEDZIALNOŚCI PRZYSZŁOŚCI

Czym jest zrównoważony ślad cyfrowy? Na co zwrócić uwagę, aby odpowiedzialnie i skutecznie nim zarządzać? Szereg odpowiedzi na ważne dla firm pytania przynosi najnowsza publikacja Forum Odpowiedzialnego Biznesu i Szkoły Głównej Handlowej w Warszawie.

Cyfryzacja, stosowanie sztucznej inteligencji czy wykorzystywanie nowych technologii, wymagają od każdej firmy analizy wpływu wywieranego na środowisko, społeczeństwo i gospodarkę. Z uwagi na rosnące znaczenie tych kwestii także w kontekście CSR i zrównoważonego rozwoju, Forum Odpowiedzialnego Biznesu, we współpracy z SGH w Warszawie oraz partnerami – Santander Bank Polska i firmą Orange – postanowiło wypełnić istniejącą lukę poprzez przedstawienie definicji oraz sposobu mierzenia i zarządzania zrównoważonym śladem cyfrowym organizacji.

– Technologie cyfrowe redefiniują kształt współczesnej gospodarki i relacji społecznych. Niosą ze sobą szereg korzyści, ale i wyzwań w kontekście środowiskowo-klimatycznym czy budowania włączających miejsc pracy. Strategiczne i oparte na zasadach zrównoważonego rozwoju podejście do identyfikacji różnych aspektów

wpływu technologii na rzeczywistość i mierzenie śladu cyfrowego jest konieczne dla odpowiedzialnego zarządzania organizacjami, z korzyścią dla nich samych, ale i dla całego otoczenia społeczno-ekonomicznego i środowiska naturalnego – komentuje Marzena Strzelczak, prezeska, dyrektorka generalna Forum Odpowiedzialnego Biznesu.

Na czym polega zrównoważony ślad cyfrowy?

Pierwszym z celów przyświecających projektowi była konceptualizacja pojęcia zrównoważony ślad cyfrowy. Według zaproponowanej w publikacji definicji jest to suma pozytywnych i negatywnych wpływów społecznych, środowiskowych i gospodarczych związanych z wykorzystaniem nowych technologii w ramach działalności organizacji, w całym łańcuchu wartości. Definicję wypracowano we współpracy z ekspertami i eks-

pertami ze środowisk naukowych i organizacji pozarządowych, a także z przedstawicielami firm. – Dotychczasowe wskaźniki i znane nam pojęcia są niewystarczające do tego, by określić wpływ transformacji cyfrowej firm na środowisko naturalne, kształt społeczeństw czy stan gospodarki. Dopiero dokładna parametryzacja pojęcia pozwoli je zbadać, przeanalizować, a dzięki temu poznać wpływ działań technologicznych firm na ich otoczenie i planetę. Dlatego konieczne jest zdefiniowanie pojęcia „zrównoważony ślad cyfrowy” i określenia wskaźników śladu cyfrowego, które należałoby objąć badaniem – dr hab. Piotr Wachowiak, prof. SGH, rektor Szkoły Głównej Handlowej w Warszawie.

Obszary wpływu zrównoważonego śladu cyfrowego

Eksperti podzielili strefy oddziaływania śladu cyfrowego na trzy obszary: środowiskowy (np. ślad węglowy), społeczny (np. zatrudnienie) i gospodarczy (np. bezpieczeństwo i dostęp do danych). Kluczowe jest także zdefiniowanie wskaźników, które pozwolą go mierzyć. Ze względu na złożoność zagadnienia, niezbędne są wskaźniki dla

każdego z trzech obszarów wpływu, w czterech kategoriach:

- wskaźniki zarządcze,
- wskaźniki opisowe,
- wskaźniki ilościowe,
- wskaźniki obecności (tak/nie),

– Choć technologie wydają nam się neutralne, to ich użycie już takie nie jest – w rękach człowieka mogą służyć różnym celom. Aby świadomie je projektować, zarządzać nimi i ich wpływem na ludzi i otoczenie musimy po pierwsze mieć świadomość ich oddziaływania, po drugie – zacząć w jakiś sposób to mierzyć. Ślad cyfrowy to właśnie próba ujęcia tego zagadnienia w pewne ramy metodologiczne. Naszym celem jest znalezienie narzędzi do tego, aby maksymalizować pozytywny wpływ cyfrowy, a niwelować ten negatywny. Dla firmy, która, jak my, udostępnia nowe technologie, jest to niezwykle ważne wyzwanie – podsumowuje Konrad Ciesiołkiewicz, dyrektor komunikacji korporacyjnej i CSR, Orange Polska.

Jak zarządzać śladem cyfrowym w sposób zrównoważony?

Celem zarządzania zrównoważonym śladem cyfrowym jest tworzenie

wartości dla interesariuszy i kontrybucja do zrównoważonego rozwoju, dzięki efektywnemu wykorzystywaniu nowych technologii w codziennej działalności biznesowej.

– Zrównoważony rozwój, odpowiedzialność za naszą planetę i panujący na niej klimat to kluczowy kierunek rozwoju działalności Santander Bank Polska. Od kilku lat jednym z filarów naszej strategii biznesowej i operacyjnej jest digitalizacja procesów. Dlatego projekt dotyczący próby zdefiniowania i zmierzenia zrównoważonego śladu cyfrowego jest dla nas szczególnie ważny. Mamy nadzieję, że pomoże nam przeprowadzić nasz wewnętrzny, intensywny proces transformacji i wdrożenia wypracowanego wspólnie paradygmatu – zrównoważonego śladu cyfrowego, w sposób odpowiedzialny, z poszanowaniem i dbałością o bezpieczeństwo cyfrowe i technologiczne, przy szczególnym uwzględnieniu wymiarów wpływu: społecznego, środowiskowego i gospodarczego – komentuje Anna Placzyńska, menedżer Zespołu Kontroli Zabezpieczeń Kredytowych, Santander Bank Polska.

Epson: druk „heat free” w służbie ekologii i... oszczędności

Japoński Epson, to jeden z największych producentów drukarek, skanerów, projektorów i robotów. Firma od lat jest na liście 100 światowych liderów technologii (ranking Thomson Reuters) oraz w gronie 100 najbardziej innowacyjnych firm świata (Clarivate Analytics), przedsiębiorstwo uhonorowano również za wysiłki na rzecz zrównoważonego rozwoju platynową nagrodą EcoVadis. I choć działa w branży IT, producent wspiera także badania naukowe klimatu dalekiej północy.

Nowoczesna technologia – zielona wizja

Genezą osiągnięcia obecnej pozycji Epson były (i są!) wieloletnie inwestycje w badania i rozwój – dzienne nakłady na R&D w roku 2021 to średnio 1,2 miliona dolarów... dziennie! To dlatego firma ta rejestruje do 5 tysięcy patentów rocznie, co przekłada się na opracowywanie ok. 14 innowacji dziennie. Wśród nich przeważają te, które od lat zapewniają Epsonowi pierwsze miejsce w rankingu wynalazków związanych z drukiem i projekcją. Co ważne powstają one nie tylko z myślą o użyteczności i niezawodności sprzętu, ale w równym stopniu przy projektowaniu uwzględniany jest ich wpływ na środowisko w całym cyklu życia, łącznie z recyklingiem. Wspólny mianownik wszystkich produktów i innowacji Epsona to właśnie „zielone”, długofalowe podejście ekologiczne. Do autorskich rozwiązań Epsona spełniających zasady zrównowa-

żonej gospodarki zaliczyć można m.in. projektory w technologii 3LCD, drukarki biznesowe RIPS i Enterprise (drukujące do 86 tys. stron na jednym komplecie tuszów) czy rewolucyjną rodzinę EcoTank z systemem stałego zasilania w atrament. Wisienką na torcie jest PaperLab – niemal magiczne urządzenie przetwarzające, praktycznie bez użycia wody

makulaturę na nowy papier bezpośrednio w biurach.

Działania firmy wychodzą poza obszar produktów – równoległe z przyjęciem strategii zmniejszającej do 2050 r. emisji CO₂ o 90 proc. oraz planując dołączenie w 2023 roku do klubu RE100 – elity firm stosujących w swej działalności w 100 proc. energii pochodzącej z odnawialnych źródeł – Epson wspiera badania groźnych zjawisk klimatycznych i buduje ekologiczną świadomość społeczną.

Zielonym szlakiem z Japonii do Arktyki

Świetnym przykładem jest tu patronat Epsona objęty nad działaniami dr. Katey Anthony



z National Geographic w ramach kampanii: „Obniż temperaturę”. Jej badania pomogły ustalić, że Arktyka ociepla się dwa razy szybciej niż reszta świata, a arktyczne jeziora emitują nawet pięć razy więcej metanu, niż wcześniej sądzono. Przewiduje się, że emisje z tych zasobów osiągną swój szczyt do 2050 roku. „Arktyka dosłownie topnieje na naszych oczach. Szacujemy, że nawet 10 proc. przewidywanego globalnego ocieplenia w tym stuleciu może pochodzić z rozmarzającej wiecznej zmarzliny, a to ma wpływ na całą Ziemię. Nasze decyzje w pracy i w życiu naprawdę mają znaczenie. Jeśli przedsiębiorstwa i zwykli ludzie będą podejmować mądre decyzje dotyczące stosowanych technologii, wpłynie to pozytywnie również na nasze środowisko” – mówi dr Anthony.

Sama badaczka pracując w odludnej, arktycznej stacji badawczej, z czystym sumieniem drukuje mapy i wyniki badań korzystając z drukarek piezoelektrycznych Epson WorkForce. Urządzeń z charakterystycznym niebieskim logo „Heat-Free”.

Chłodniej, znaczy oszczędniej

Choć drukarki na pierwszy rzut oka nie kojarzą nam się tak zło- wrogo jak dymiące kominy fabryk, to w globalnej skali ich

praca (szczególnie tych starszych, działających w technologii laserowej) także wiąże się z olbrzymią emisją CO₂ do atmosfery i istotnym śladem węglowym pracy biurowej. Z odcieplą przychodzi tu opracowana przez Epson technologię drukowania „na chłodno” eliminująca z procesu ciepło, używane do nagrzewania czy utrwalania tonera, co przekłada się na znacznie mniejsze zużycie (nawet o 83 proc.) energii elektrycznej. Dodatkowo to rozwiązanie zmniejsza awaryjność urządzeń i zapotrzebowanie na części zamienne, dzięki czemu ogranicza się ilości śmieci. „Laserówki” wymagają okresowej wymiany podzespołów takich jak bęben, pasy transferowe czy moduł utrwalania. W technologii atramentowej Epson tych elementów... po prostu nie ma, a jej użytkowanie generuje nawet 95 procent mniej materiałów eksploatacyjnych. Co ważne, poza korzyściami środowiskowymi oznacza to także bardzo wymierne oszczędności finansowe!

Więcej informacji na temat działań, jakie można podjąć w celu oszczędności energii oraz usprawnienia działania firmy znaleźć można tu: www.epson.pl/heat-free-technology/

EKOLOGICZNA FIRMA 2021

Szanowni Państwo,

O ekologii mówi się w ostatnich latach dużo w różnych kontekstach. Dziś każda firma chce być eko. Co to jednak w rzeczywistości oznacza? Jakie działania podejmują przedsiębiorstwa, by zmniejszyć swój negatywny wpływ na środowisko? W jaki sposób edukują swoich pracowników i społeczeństwo? Zapytaliśmy o to w naszej ankiecie, a efekty prezentujemy Państwu w zestawieniu najciekawszych w naszej ocenie inicjatyw proekologicznych. Nie od dziś przyglądamy się uważnie aktywności firm związanej z ekologicznością i to, co widzimy przede wszystkim, to coraz większa świadomość potrzeb w tej materii. Podejmowane przez przedsiębiorców działania są coraz bardziej przemyślane, wpisują się w rzeczywiste potrzeby społeczności lokalnych i otoczenia. Mamy nadzieję, że takich konkretnych i rzeczowych działań będzie z dnia na dzień przybywać.



Redakcja

nazwa firmy	nazwa pojektu/inicjatywy	Strategia ekologiczna
Bank Ochrony Środowiska S.A.	Kredyt z rządową dotacją z programu „Czyste Powietrze”	Bank Ochrony Środowiska uruchomił możliwość składania wniosków o rządową dotację w ramach programu „Czyste Powietrze” i powiązany z nią Kredyt Czyste Powietrze. Preferencyjna oferta skierowana jest do właścicieli domów jednorodzinnych zainteresowanych m.in. wymianą pieca, zakupem pompy ciepła, stolarki okiennej i drzwiowej, instalacji paneli fotowoltaicznych czy ogrzaniem budynku. Sam proces ubiegania się o kredyt i dotację został uproszczony do niezbędnego minimum. Wnioski można złożyć w dowolnym oddziale BOŚ. Jego pracownicy pomagają w ich wypełnieniu, a wnioszek o dotację wysyłają w imieniu Klienta do właściwego terytorialnie Wojewódzkiego Funduszu Ochrony Środowiska i Gospodarki Wodnej (WFOŚiGW). BOŚ jest jednym z dwóch banków, które jako pierwsze udostępniły tę ofertę swoim klientom.
BNP Paribas Bank Polska	Bank Zielonych Zmian	W 2019 r. Bank BNP Paribas zainaugurował Program Bank Zielonych Zmian, który agreguje wszystkie dotychczasowe działania organizacji na rzecz środowiska naturalnego. Program składa się z trzech głównych elementów: Rozwój oferty zielonych, proekologicznych produktów i usług, wspierających transformację energetyczną Klientów; wśród nich m.in. kredyty na finansowanie OZE, termomodernizacje, czy nieodpłatny kalkulator dla rolników pozwalający szacować emisję CO2 z ich działalności; Ograniczanie negatywnego wpływu funkcjonowania organizacji (tzw. ekousprawnienia) – m.in. ograniczenie zużycia papieru dzięki inicjatywom paperless i współpracy z Autenti, 100 proc. energii elektrycznej zakupionej przez bank pochodzącej z OZE, ponad 70 proc. aut hybrydowych w sieci; Kampania edukacyjna kierowana do pracowników wszystkich obszarów banku oraz interesariuszy zewnętrznych; w 2021 r. wystartowała już 3. edycja kampanii edukacyjnej, w ramach której odbywają się wirtualne spotkania z ekoekspertami, a także warsztaty i quizy, w ramach których uczestnicy mogą zdobyć ekogadżety dla siebie i bliskich.
Credit Agricole Bank Polska	Kampania edukacyjna #MniejPlastiku	W 2020 r. firma rozpoczęła kampanię #MniejPlastiku, w ramach której edukuje o szkodliwości jednorazowych przedmiotów z plastiku. Na potrzeby kampanii uruchomiła stronę mniejplastiku.pl i podcast #MniejPlastiku. Przeprowadziła też akcję Bałtycka Odyseja – marsz wzdłuż Wybrzeża połączony z jego sprzątaniem. Akcji towarzyszyła wystawa edukacyjna. Pod patronatem firmy odbył się też m.in. I Międzynarodowy Spływ Kajakowy Wrocław-Berlin, którego misją była ochrona rzek i mórz przed zanieczyszczaniem. Patronowała też ona trasie koncertowej Dawida Podsiadło „Leśna Muzyka”, podczas której prezentowano edukacyjną instalację. Credit Agricole Bank Polska jest sponsorem projektu Plastic Odyssey, który ma pomagać w rozwiązaniu problemu odpadów plastikowych na świecie. Od początku 2021 r. realizuje akcję Górską Odyseję. Wolontariusze wspólnie z ekologiem i podróżnikiem Dominikiem Dobrowolskim przejdą 700-kilometrową trasę i posprzątają szlaki. W kwietniu firma wydała też kartę debetową z ekotorzywa.
Cushman & Wakefield	Eko-rozwiązania w biurze Cushman & Wakefield	Działania podejmowane w biurze Cushman & Wakefield obejmują: systemy, które automatycznie wyłączają światło i klimatyzację, ograniczenie drukowania dokumentów (do tych, które są niezbędne używamy ekologicznego papieru), filtry do wody, segregację śmieci oraz naczynia wielorazowego użytku. W biurze jest mnóstwo roślin produkujących tlen. Flota samochodowa została zmieniona na bardziej ekologiczną, a pracownicy korzystają z ekologicznych taksówek. Inicjatywy wychodzą również poza biuro. Wśród pracowników przeprowadzono zbiórki używanej odzieży oraz butów. Dołączyliśmy również do akcji #trashchallenge i posprzątałismy Las Bemowski oraz plażę nad Wisłą w Kadynach. Dla pracowników zostały zorganizowane warsztaty promujące ideę zero waste.
EPSON EUROPE B.V. Oddział w Polsce	OBNIŻ TEMPERATURĘ – współpraca z National Geographic na rzecz walki ze zmianami klimatycznymi	Celem kampanii „Obniż temperaturę” prowadzonej przez Epson i National Geographic jest walka z globalnym ociepleniem z uwzględnieniem ochrony wiecznej zmarzliny w regionach polarnych. Akcja odpowiada na przewidywania naukowców mówiących o jej całkowitym stopnieniu do 2100 r., co spowoduje drastyczne zmiany w ekosystemach, podniesienie poziomu wód oraz uwolnienie ponad 950 mld ton metanu. Epson zwiększa wśród przedsiębiorców i użytkowników końcowych świadomość, jakie są ich możliwości ograniczenia szkodliwego wpływu na ekosystem Ziemi. Kampania przedstawia pięć kroków, które warto wykonać jako realne ekologiczne działania. Są to: obniżenie temperatury poprzez wybór nowych technologii, wkład w gospodarkę o obiegu zamkniętym, stawianie na odnawialne źródła energii, zrównoważony rozwój w całym łańcuchu dostaw, wdrażanie kompleksowych planów. Tworząc kampanię „Obniż temperaturę” jest dr Katey Walter Anthony – badaczka National Geographic, która od lat monitoruje długofalowy wpływ zmian klimatycznych. Jej pionierskie badania są tematem serii filmów, infografik i artykułów przygotowanych we współpracy z firmą Epson i National Geographic.
Goodvalley	Zerowy ślad węglowy netto	Goodvalley jest przykładem, że można zarówno produkować mięso i zachowywać neutralność klimatyczną – jest bowiem firmą mięsną, która posiada od 2013 r. certyfikat TUV potwierdzający zerowy ślad węglowy netto. Jako przedsiębiorstwo odpowiedzialne klimatycznie stosuje szereg rozwiązań, które mają na celu osiągnięcie i utrzymanie neutralności emisyjnej CO2. Modelem wyróżniającym firmę jest wytwarzanie „od pola do stołu”, które charakteryzuje się samowystarczalnością w zakresie produkcji, co pozwala na dokładną kontrolę każdego etapu działalności. Wszystkie etapy produkcji uzupełniają się, a cała aktywność przedsiębiorstwa koncentruje się na uzyskaniu jak największego stopnia zrównoważenia produkcji, w czym bardzo ważną rolę odgrywają biogazownie produkujące „zieloną” energię. Biogazownie rolnicze Goodvalley funkcjonują w pełnej symbiozie z polami, fermami trzody chlewnej i zakładami mięsnymi. Wszelkiego rodzaju kiszonki, np. z lucerny, sianokiszonki i produkty uboczne z produkcji roślinnej (np. słoma) są swoistym „paliwem” dla tego rodzaju instalacji. Na koniec procesu produkcyjnego cała masa pofermentacyjna jest wykorzystywana jako w pełni naturalny i ekologiczny nawóz. W ten sposób powstaje zamknięty krąg, w którym nie ma miejsca na marnotrawienie żadnych zasobów.
Grupa L’Oréal	L’Oréal for the Future	Trzy filary strategii: TRANSFORMACJA PROCESÓW WEWNĘTRZNYCH I RESPEKTOWANIE OGRANICZEŃ PLANETY. Firma wdraża nowy wewnętrzny program transformacji z wymiernymi celami, który pozwoli ograniczyć wpływ firmy na klimat, zasoby wodne, bioróżnorodność i zasoby naturalne. WSPÓŁPRACA Z OTOCZENIEM BIZNESOWYM I KONSUMENTAMI. Firma chce włączyć w proces zmian swoich klientów, dostawców i konsumentów. Kluczowym elementem jej zobowiązań do realizacji do roku 2030 r. jest inspirowanie społeczności do dokonywania ekologicznych wyborów. Chce umożliwić konsumentom podejmowanie świadomych decyzji, dlatego uruchamia system znakowania produktów informujący o ich wpływie na środowisko i społeczeństwo. UDZIAŁ W ROZWIĄZYWANIU GLOBALNYCH PROBLEMÓW SPOŁECZNYCH I ŚRODOWISKOWYCH. Wspiera społeczeństwo i pokazuje, że firmy mogą być inicjatorem rozwiązań. Przeznacza 100 mln euro na inwestycje związane z regeneracją ekosystemów i rozwojem gospodarki obiegu zamkniętego oraz 50 mln euro na fundusz charytatywny dla potrzebujących kobiet.
Grupa MLEKOVITA	Projekty ekologiczne w ramach zrównoważonego rozwoju	Grupa MLEKOVITA podejmuje szereg działań, które pozytywnie wpływają na środowisko naturalne. Prowadzi racjonalną gospodarkę surowcami, optymalizuje zużycie wody i energii. Modernizuje swoje zakłady, by uczynić je jak najbardziej przyjaznymi środowisku. Wśród największych inwestycji prośrodowiskowych ostatnich lat są m.in. budowa kotłowni gazowej i elektrociepłowni w zakładzie w Trzebowniku na Podkarpaciu, elektrociepłowni w zakładzie w Lubawie oraz nowej kotłowni gazowej w zakładzie w Morągu. MLEKOVITA rozwija także asortyment w kategorii produktów ekologicznych. Obecnie liczy on kilkanaście produktów oznaczonych unijnym logo Rolnictwa Ekologicznego. Proekologiczne podejście firmy dotyczy również pakowania produktów, systemu obrotu paletami oraz selektywnej zbiórki odpadów. W 2020 roku zredukowała ona ilość tworzyw sztucznych aż o 100 tys. kg, a w bieżącym – o kolejne 50 tys. kg. Swoje działania MLEKOVITA realizuje na podstawie Systemu Zarządzania Środowiskowego 14 001.
Grupa Raben	Kredyt powiązany ze zrównoważonym rozwojem, (Sustainability Linked Loan – SLL)	Firma jest świadoma wpływu transportu na jakość środowiska. Ekologia ma dla niej duże znaczenie. Oszczędzając surowce naturalne, mierząc, raportując i obniżając emisję gazów cieplarnianych, działa na rzecz wspólnego dobra – przyszłości. W trosce o środowisko naturalne sukcesywnie eliminuje papier ze swoich procesów poprzez takie projekty jak Order-2-Cash czy paperless. Zakupiła energię na 2021 i 2022 z gwarancją pochodzenia ze źródeł odnawialnych, co umożliwi jej redukcję emisji o ok. 30 proc. w zakresie emisji i pozwoli w 100 proc. zasilać jej własne obiekty zieloną energią elektryczną. W lipcu firma podpisała umowę na pięcioletni kredyt powiązany ze zrównoważonym rozwojem, (Sustainability Linked Loan – SLL) koordynowany przez siedem banków. Marża kredytu SLL zależna jest od spełnienia przez Raben warunków określanych przez pięć kluczowych wskaźników efektywności (KPI) w obszarach środowiska, społeczeństwa i ładu korporacyjnego (ESG) dla sektora transportu drogowego i logistyki. Cele stanowią innowacyjne połączenie wewnętrznych KPI i oceny wskaźników ESG przez podmiot zewnętrzny. Zestaw wskaźników obejmuje emisję gazów cieplarnianych, różnorodność pod względem płci i praktyki dotyczące ładu korporacyjnego. Wskaźniki KPI mające zastosowanie do kredytu SLL pokrywają się z częścią celów ECO2WAY 2025 Grupy Raben, zdefiniowanych w Raporcie Zrównoważonego Rozwoju za 2020 r.
ING Bank Śląski	Deklaracja ekologiczna 2021	Nowa Deklaracja Ekologiczna 2021 Grupy kapitałowej ING Banku Śląskiego zakłada aktywny udział w przeciwdziałaniu zmianom klimatycznym. Bank chce promować rozwiązania związane ze zrównoważonym rozwojem, tworzyć i oferować produkty wspierające działania proekologiczne i odpowiedzialnie zarządzać ryzykiem środowiskowym. Swoimi działaniami będzie zmieniał nawyki, podejście biznesowe, rozwijał technologię i innowacje na rzecz środowiska. Wierzy, że tylko wspólnymi siłami można dokonać znaczącej poprawy jakości życia i środowiska naturalnego. Zgodnie z nową Deklaracją Ekologiczną Bank przeznaczy 5,3 mld zł na sfinansowanie Odnawialnych Źródeł Energii i projektów proekologicznych oraz utworzy program grantowy dla startupów i młodych naukowców na realizację projektów w obszarze zrównoważonego rozwoju z rocznym budżetem 2 mln zł. Bank zobowiązuje się, że osiągnie neutralność klimatyczną do 2030 r.
ING Lease (Polska)	EKOleasing w ING	Prowadząc biznes, klienci chcą realizować misję ekologicznego i odpowiedzialnego korzystania z zasobów, a jednocześnie szukają korzyści i oszczędności. EKOleasing w ING jest niejako odpowiedzią na te oczekiwania. W programie ING EKO można sfinansować leasingiem nowe i używane pojazdy elektryczne i hybrydowe samochody osobowe, dostawcze, motocykle i skutery. Minimum formalności, niski udział własny już od 0 proc., a do tego 0 zł za rejestrację pojazdu i 0 proc. prowizji. Oferta dostępna także dla przedsiębiorców, którzy dopiero rozpoczęli działalność gospodarczą. Co więcej, ING Lease oferuje finansowanie paneli fotowoltaicznych na atrakcyjnych warunkach. Można wyleasingować instalacje naziemne lub dachowe o mocy do 50 KW, w kwocie do 250 tys. zł na okres nawet do 84 miesięcy.

EKOLOGICZNA FIRMA 2021

nazwa firmy	nazwa pojektu/inicjatywy	Strategia ekologiczna
JLL	Building a Better Tomorrow	JLL podejmuje szereg starań, aby wartości z obszaru zrównoważonego rozwoju były elementem wszystkich aktywności firmy i projektów przez nią realizowanych. Przykładowo, JLL zadeklarował osiągnięcie zerowej emisji dwutlenku węgla netto we wszystkich zajmowanych przez firmę budynkach do 2030 r., a do 2040 r. w budynkach, którymi zarządza na rzecz klientów. Firma rekomenduje i wspiera przyjęcie tego podejścia wśród swoich klientów i dostawców. JLL ma doświadczenie w projektowaniu i wdrażaniu rozwiązań z obszaru zrównoważonego rozwoju i opracowaniu długofalowych strategii ESG. Do tej pory eksperci JLL współpracowali w tym zakresie z ponad 500 klientami, między innymi zmniejszając emisyjność 90 tys. nieruchomości w 50 krajach, ale też pomagając lepiej wpisać projektowane rozwiązania w szersze potrzeby wielu grup interesariuszy.
Lenovo	Co2 offset service	Lenovo, jako lider w dziedzinie zrównoważonego rozwoju, oferuje przedsiębiorstwom możliwość kompensacji wpływu działalności na środowisko poprzez wykorzystanie usług CO ₂ Offset. Klienci mogą zakupić sprzęt wyposażony w funkcję kompensacji emisji dwutlenku węgla przez cały cykl jego eksploatacji. Opakowania do sprzętu Lenovo tworzone są też z materiałów biologicznych, m.in. bambusa czy miąższu trzciny cukrowej. W ten sposób nie tylko zmniejszają całkowity rozmiar opakowania, co poprawia wydajność w zakresie emisji CO ₂ , ale też zmniejsza emisję w ramach transportu o 6,7 proc. Firma planuje stworzyć warunki do recyklingu i powtórnego wykorzystania ponad 360 tys. ton produktów wycofanych z eksploatacji, a 76 proc. części komputerowych zwróconych do centrum obsługi będzie naprawianych w celu powtórnego wykorzystania w przyszłości. CO2 Offset Service obsługuje kilka różnych inicjatyw, które obejmują między innymi nowe lub rozbudowane istniejące projekty, wiatraki, ogniwa słoneczne i energię z biomasy.
NIBE-BIAWAR	Zielona Eskadra	ZIELONA ESKADRA jest inicjatywą firmy Nibe-Biawar należącej do szwedzkiego koncernu NIBE, producenta energooszczędnych urządzeń grzewczych wykorzystujących ODNAWIALNE ŹRÓDŁA ENERGII. Marka od ponad 65 lat działa w zgodzie z ideą ZRÓWNOWAŻONEGO ROZWOJU, promując ekologiczne rozwiązania techniczne, a także prośrodowiskowe postawy wśród odbiorców swoich produktów. Kluczowym elementem, pozwalającym na zrozumienie tego przesłania, jest LAGOM (szwedzki styl życia), czyli skromność, równowaga, postawa proekologiczna, cieszenie się codziennością. Produkty sygnowane logo NIBE doskonale wpisują się w ten sposób myślenia, ponieważ są energooszczędne i całkowicie przyjazne środowisku. ZIELONA ESKADRA jest manifestacją postawy NIBE względem współczesnych problemów środowiskowych. Członkowie ESKADRY w życiu zawodowym i prywatnym, podczas pracy, zakupów, odpoczynku czy rekreacji dbają o siebie, swoje otoczenie i środowisko. Kształtują codzienność i przyszłość na podstawie zdrowego i aktywnego trybu życia.
Prologis	Liczne projekty ekologiczne	Strategia ekologiczna jest jednym z filarów globalnej strategii ESG firmy, obejmującej działania z zakresu ochrony środowiska, odpowiedzialności społecznej i ładu korporacyjnego. Jako deweloper powierzchni magazynowych firma stawia na maksymalne ograniczenie emisji gazów cieplarnianych w naszych nieruchomościach. Chce, aby budynki miały jak najmniejszy wpływ na środowisko. W tym celu inwestuje w odnawialne źródła energii, aby ograniczyć potrzebę korzystania z paliw kopalnych. Obecnie na całym świecie dysponuje 252 MW łącznej mocy instalacji solarnych, którymi zasila swoje budynki. W najbliższych pięciu latach chce ten wynik podwoić do 400 MW. W Europie już ponad 100 klientów czerpie energię z jej systemów fotowoltaicznych, a klienci na terenie całej Polski korzystają z zielonej, certyfikowanej energii od Tauron. Aby zmniejszyć zużycie zasobów naturalnych w nieruchomościach, inwestuje w technologie, które sprawiają, że budynki są energooszczędne. Wyposaża magazyny w oświetlenie LED, które ogranicza zużycia energii nawet o 80 proc. w stosunku do zwykłych lamp. Dlatego do 2025 r. chce oświetlić LED 100 proc. swoich parków na całym świecie. Do tego celu firma powołała specjalny program Prologis Essentials LED. Aby jej budynki były ekologiczne, projektuje je w duchu cyrkularnym oraz na podstawie najnowszych technologii jak magazynowanie energii cieplnej w odwiertach i elektryczne pompy ciepła, dzięki którym może je ogrzewać bez użycia gazu i węgla. Ekologia dla firmy to więcej niż zielone budownictwo. Dlatego w ramach programu Park Life pomaga upowszechniać i promuje niskoemisyjny transport, a na terenie swoich centrów logistycznych dba o zachowanie bioróżnorodności. Współpracuje też z organizacją Cool Earth – w ten sposób tylko w ciągu roku w regionie CE pomogła ochronić już ponad 50 km ² kwadratowych lasów deszczowych. W działania na rzecz środowiska angażuje również swoich pracowników – w tym roku dołączyli do inicjatywy Plastic Free July, aby wspólnie ograniczyć zużycie plastiku w codziennym życiu – w biurze i w domu. Prowadzi jednocześnie wiele działań ekologicznych, dlatego co roku raportujemy ich efekty zgodnie z wytycznymi Global Reporting Initiative (GRI), dzięki temu klienci firmy i inwestorzy mają wiedzę o jej postępach w realizacji celów środowiskowych.
Żabka Polska	Wycofanie ze sklepów zbędnych jednorazowych materiałów z plastiku	Statystyczny Polak używa rocznie średnio ok. 490 toreb z tworzywa sztucznego. Żabka wyeliminowała więc ze sklepów zbędne, jednorazowe materiały z plastiku. Torby na zakupy, zrywki oraz plastikowe wieczka do kubków na kawę zastąpiły biodegradowalne, papierowe odpowiedniki. W ten sposób Żabka wraz z klientami zredukuje zużycie plastiku aż o 1000 ton rocznie. Żabka chce budować pozytywne nawyki proekologiczne, promując odpowiedzialne zakupy. Materiały papierowe nie zaśmiecają otoczenia, są całkowicie biodegradowalne, ich rozkład trwa kilka tygodni, a nie ok. 400 lat, jak w przypadku tworzywa sztucznego. Papier użyty do produkcji dostępnych w sieci toreb pochodzi z odnawialnych źródeł i jest oznaczony certyfikatem FSC, który jest gwarancją odpowiedzialnej gospodarki leśnej. Eliminacja ze sklepów zbędnych materiałów z plastiku to kolejny krok Żabki w celu wsparcia środowiska i rozwijania koncepcji małych wielkich kroków, mających wpływ na otoczenie.

Mlekovita na rzecz ochrony środowiska

Jako lider polskiej branży mleczarskiej Grupa Mlekovita dąży do równoważenia celów we wszystkich aspektach swojej działalności, w tym również w obszarze ochrony środowiska. Istotnym elementem jej strategii są zasady społecznej odpowiedzialności biznesu, uwzględniające m.in. kryteria ekologiczne. Firma dba o to, aby wytwarzane przez nią produkty były nie tylko smaczne i najwyższej jakości, ale również by powstawały z poszanowaniem środowiska naturalnego.

Mlekovita od lat stawia na zrównoważony rozwój, obejmujący wszystkie aspekty jej działalności i podejmuje wiele działań mających pozytywny wpływ na środowisko naturalne. Realizuje je w oparciu o System Zarządzania Środowiskowego 14 001, którego ciągłe doskonalenie oraz integrowanie z międzynarodowym Standardem Bezpieczeństwa Żywności FSSC 22 000 służy stworzeniu jednego efektywnego systemu, który ma gwarantować ciągłe doskonalenie – również w aspekcie środowiskowym.

Zrównoważona produkcja i łańcuch dostaw
Firma doskonale zdaje sobie sprawę z tego, że jakość jej produktów zaczyna się już na etapie pozyskiwania surowca. Dlatego swoją produkcję opiera na wieloletnich partnerstwach z 15 tysiącami polskich rolników – producentów najwyższej jakości mleka, spełniających najwyższe standardy

dostarczanego surowca. Współpracuje również z najlepszymi dostawcami systemów i rozwiązań do produkcji żywności, w tym m.in. opakowań oraz maszyn o najwyższych standardach prośrodowiskowych, aby dostarczać konsumentom produkty mleczne w bezpieczny, efektywny oraz przyjazny zdrowiu i środowisku sposób.
– Prowadzimy racjonalną gospodarkę surowcami, optymalizuje zużycie wody i energii. Modernizujemy nasze zakłady, by uczynić je jak najbardziej przyjaznymi środowisku. Wśród największych przeprowadzonych inwestycji firmy ostatnich lat znalazły się m.in. budowa kotłowni gazowej i elektrociepłowni w zakładzie w Trzebowniku na Podkarpaciu, elektrociepłowni w zakładzie w Lubawie oraz nowej kotłowni gazowej w zakładzie w Morągu. Ponadto, we wszystkich zakładach Mlekovity działa system selektywnej zbiórki odpadów, które następnie przekazywane są uprawnionym odbiorcom



– mówi Prezes Zarządu Grupy Mlekovita Dariusz Sapiński. O efektywności energetycznej Mlekovity, w tym uzyskanych oszczędnościach energii w różnego rodzaju inwestycjach, świadczą pozytywne wyniki audytów, potwierdzone certyfikatami, wydanymi m.in. przez największe firmy certyfikujące na świecie, takich jak np. TÜV SÜD. W czerwcu br. firma otrzymała również certyfikat poświadczający, że poprzez wprowadzony system obrotu paletami, aktywne przyczynia się do ochrony środowiska i budowania zrów-

nowanego łańcucha dostaw. Dzięki temu zredukowano zużycie drewna o 65 300 dm³, co oznacza uratowanie 63 drzew; emisję dwutlenku węgla o niemal 110 000 kg (3 okrążenia kuli ziemskiej mniej), a także produkcję odpadów o 12 648 kg (czyli 3 pełne śmieciarki mniej).

Ekologiczne produkty i przyjazne środowisku opakowania
W ramach działań prośrodowiskowych Mlekovita rozwija także swój asortyment w kategorii produktów ekologicznych.

W portfolio firmy jest kilkanaście produktów (m.in. mleko świeże i UHT, masło, jogurt naturalny, kefir oraz sery), oznaczonych unijnym logo Rolnictwa Ekologicznego. Surowcem do ich produkcji jest mleko ekologiczne z certyfikowanych gospodarstw ekologicznych położonych, które stosują tradycyjne metody uprawy roślin i hodowli bydła.

Proekologiczne podejście dotyczy również pakowania produktów. Polega ono na ograniczaniu ilości tworzyw sztucznych w opakowaniach, m.in. poprzez zmniejszenie grubości folii w opakowaniach sera w plastrach czy wprowadzenie kubków do jogurtów z bezpośrednim nadrukiem. Pozwoliło to firmie zredukować ilość tworzyw sztucznych aż o 100 tys. kg w 2020 roku, a w bieżącym – o kolejne 50 tys. kg.



EKOLOGICZNA FIRMA 2021

Zielony dach – wyższy wymiar świadomości ekologicznej

Obszary zielone w miastach to najwięksi poszkodowani postępującej urbanizacji. Problem zauważyli już architekci, deweloperzy, a także władze miast, toteż rośnie popularność inwestycji w zielone dachy. Coraz częściej możemy spotkać je na zadaszeniu przystanku tramwajowego, obiektach użyteczności publicznej, ale też w biurach, kompleksach handlowych czy na firmowych parkingach. Zwłaszcza, że poprawnie zamontowany dach pokryty roślinnością to nie tylko korzyści dla środowiska, ale też szereg benefitów ekonomicznych oraz dobry wpływ na ekologiczny wizerunek firmy.



Piotr Pytel

doradca techniczny,
Dorken Delta

Pokrywanie dachów mchem to pomysł rodem ze Skandynawii. Od kilkudziesięciu lat zyskuje on na popularności zwłaszcza w Europie Zachodniej i Ameryce Północnej. Współczesna inżynieria sprawia, że pokrycia dachowe zdobią krzewy, a nawet drzewa, zaś otulina z mchu powstaje nie tylko na dachu, ale i na pionowych ścianach. Budynek z dachem pełnym roślin posiada oczywisty walor dekoracyjny, lecz coraz większe grono świadomych przedsiębiorców dostrzega w nim realne oszczędności, jak również swój własny, wkład w rozwiązywanie problemu zmian klimatycznych.

Realne oszczędności

Proekologiczne trendy od lat goszczą w branży budowlanej. Energooszczędność i pasywność budynków stały się wyróżnikami dla projektów realizowanych przez architektów i inżynierów. Rozwiązania tego typu powoli zaczynają wymuszać także obowiązujące przepisy prawa. Zgodnie z tą dewizą budynek nie powinien nadmiernie marnować energii i przepuszczać ciepła na zewnątrz. Zła izolacja powoduje konieczność dogrzewania pomieszczeń, a tym samym zużycie dodatkowej energii i poniesienia z tego względu niepotrzebnych kosztów. W tym celu stosuje się odpowiednie materiały budowlane, a nawet montuje zielone dachy, których konstrukcja zapobiega utracie ciepła. Z tego powodu na energooszczędność stawiają m.in. duże galerie handlowe i obiekty wielkopowierzchniowe. Pozwala im to zaoszczędzić na rachunkach, jak również umożliwia wykreowanie wizerunku miejsca przyjaznego środowisku.

Pomysł zielonego dachu to także doskonałe rozwiązanie dla samorządowców, którzy w ten sposób mogą

odciążyć sieć kanalizacyjną w mieście i zredukować tym samym opłaty związane z odprowadzaniem ścieków nawet o 50 proc. Konstrukcja oparta na zastosowaniu membrany, ziemi i roślinności pozwala bowiem na uzyskanie wysokiego wskaźnika retencji wody. To rozwiązanie szczególnie istotne, w kontekście coraz częściej występujących anomalii pogodowych. Obecnie mamy do czynienia zarówno z suszą, jak i ulewnymi deszczami. Zielone dachy są sposobem na wykorzystanie wody z nawalnic w trakcie suszy i tym samym ochronę zieleni w każdej sytuacji pogodowej. Ekologiczne dachy umożliwiają zatrzymanie nawet do 80 proc. rocznej ilości opadów. W trakcie deszczu woda nie spływa bezpośrednio do kanalizacji, ale jest akumulowana w membranie zielonego dachu, a następnie stopniowo uwalniana.

Zielone dachy to także, o czym wielu nie zdaje sobie sprawy, dłuższa żywotność dachu, a w konsekwencji oszczędności z tytułu napraw i remontu. Roślinne pokrycie znacznie słabiej się nagrzewa, a dobowa różnica temperatur wynosi nie więcej niż 35°C. W przypadku dachów bez pokrycia szata roślinną wahania temperatur dochodzą nawet do 60°C, będąc podstawowym czynnikiem degeneracyjnym dla materiałów budowlanych. Badania Instytutu im. Fraunhofera potwierdzają, że profesjonalnie wykonane dachy zielone mają trwałość co najmniej 40 lat, w przeciwieństwie do powierzchni dachowych bez żadnego dodatkowego pokrycia, których okres eksploatacji wynosi maksymalnie 15-25 lat.

Ponadto, ze względu na wysokie walory estetyczne, zielony dach wpływa na wartość pokrytego nim obiektu. Boom na nieruchomości sprawił, iż aspekt ten dostrzegli deweloperzy, którzy w ten sposób podnoszą wartość sprzedawanych lokali. W przypadku obiektów takich jak galerie handlowe, zielony dach to z jednej strony przestrzeń rekreacyjna, z drugiej – dodatkowa powierzchnia do zagospodarowania komercyjnego. Korzyści płynące z ułożenia zielonych dachów jest na tyle dużo, że każdy zarządca obiektu wielkopowierzchniowego powinien rozważyć założenie ich na swojej nieruchomości.

**Czynnik prozdrowotny**

Świadomość społeczeństwa dotycząca aspektów ekologicznych stale rośnie. Dziś, nawet małe dziecko wie, jak wielkim problemem jest smog. Stanowi on wielkie wyzwanie społeczne i środowiskowe, a inwestycja w roślinność miejską to jedna z głównych metod, jakimi zarządy miast walczą z tym zjawiskiem. Zielone dachy filtrują powietrze ze szkodliwych substancji i mikropylu nawet do 0,2 kg na mkw. rocznie i tym samym częściowo redukują to niezwykle niebezpieczne zagrożenie. W wielkich aglomeracjach miejskich bardziej niż gdziekolwiek indziej odczuwalne są zmiany klimatu. Dzieje się tak, gdyż wszelkie betonowe konstrukcje, jak chodniki, budynki i drogi absorbują ciepło, przez co zwiększają temperaturę powietrza wokół. W ten oto sposób powstają tak zwane „wyspy ciepła”. Metodą na obniżenie temperatur w przestrzeni miejskiej jest zatem również systematyczne zazielenianie miast.

Miasta czerpią co najmniej kilka korzyści z istnienia zielonych dachów. Poza wspomnianymi korzyściami ekonomicznymi i ekologicznymi warto wspomnieć o walorach estetycznych i rekreacyjnych tego rozwiązania. Budynki z odpowiednio dużą powierzchnią zieloną mogą stać się prawdziwą oazą dla okolicznych mieszkańców i zaspokajać ich potrzebę codziennego kontaktu z naturą. Dachy pokryte

roślinnością to świetne miejsce na wypoczynek. To odpowiedź na potrzeby osób, które nie mają czasu lub możliwości by udać się poza miasto.

Jakie rośliny na dach?

Specjaliści kategorizują zielone dachy na ekstensywne oraz intensywne. Pierwsze charakteryzuje roślinność niska, bazująca na gatunkach mchów, ziół i rozchodników. Są one szczególnie popularne w przypadku obiektów wielkopowierzchniowych, ale też np. podziemnych parkingów, których zwieńczenie może mieć formę zielonego dachu. Drugi rodzaj dopuszcza sadzenie krzewów i drzew, co częściej uświadczy w galeriach handlowych.

Niezależnie od tego, który rodzaj dachu wybierzemy, aranżacja nawierzchni pod glebę wymaga zastosowania odpowiedniego materiału i technik montażowych, w tym dobrania odpowiedniej maty akumulacyjno-drenażowej. Produkt tego typu musi posiadać odpowiednią odporność na ścisnienie. Ponadto nie może podlegać procesom gnilnym, a także szkodzić wodzie pitnej. W ten sposób wykonany dach z pewnością przetrwa wiele lat, przynosząc szereg korzyści nie tylko właścicielowi obiektu, ale też miejskiemu społeczeństwu, mogącemu odpocząć wśród zieleni i pooddychać lepszym, czystszy



Proekologiczne trendy od lat goszczą w branży budowlanej. Energooszczędność i pasywność budynków stały się wyróżnikiem dla projektów realizowanych przez architektów i inżynierów. Rozwiązania tego typu powoli zaczynają wymuszać także obowiązujące przepisy prawa.



JEDZMY MNIEJ MIĘSA, ALE ZA TO DOBRE.

W Goodvalley od 27 lat prowadzimy zrównoważone rolnictwo. Od 2013 roku jesteśmy certyfikowani jako firma neutralna klimatycznie udowadniając, że można produkować mięso w sposób odpowiedzialny.

Mamy ogromną satysfakcję z tego co do tej pory osiągnęliśmy i jednocześnie doszliśmy do wniosku, że czas na wypełnienie dodatkowych elementów, które mamy w swojej misji, czyli poszerzanie wiedzy wśród konsumentów na temat właściwych wyborów produktów żywnościowych. Bo to konsumenci zdecydują o przyszłości. Dlatego zgodnie z naszą misją namawiamy ich, aby jedli mniej mięsa, ale wybierali świadomie. Obecnie średnia konsumpcja mięsa w Europie to 80 kg na osobę rocznie. To po pierwsze dwa razy więcej niż zaleca WHO, a po drugie takiego modelu konsumpcji niewątpliwie długo Ziemia nie wytrzyma.

Na szczęście natura wspiera nas w idei „mniej ale lepsze”, ponieważ mięso wytworzone w zrównoważonym modelu od pola do stołu ma jednocześnie wybitnie wysokie walory kulinarne.

Naszym zdaniem fleksitarianizm to nie tylko świadome ograniczenie spożycia mięsa, ale również pełna satysfakcja z tego, które pozostaje w naszej diecie. Może się ona brać np. z wyboru mięsa przyjaznego klimatowi, ale naszym zdaniem nie mniej istotne jest to, że daje satysfakcję

kulinarną. Stąd, kiedy przygotowujemy wędliny z naszego mięsa, to robimy to w 100 % z mięsa i oczywiście nie dodajemy konserwantów ani innych „ulepszaczy”. Dobre mięso potrzebuje tylko podstawowych przypraw. Zgodnie z tą zasadą została przygotowana nasza nowość winerki.

**Naszym zdaniem
to doskonale podkreślenie idei
„Jedz mniej, ale za to dobre”.**



EKOLOGICZNA FIRMA 2021

Pakowanie less waste ważnym krokiem przedsiębiorców w stronę ekologicznego prowadzenia biznesu

Wraz z coraz bardziej dynamicznym rozwojem rynku e-commerce, wzrasta także liczba wysyłanych zamówień. Może to negatywnie wpływać na środowisko, ale nie musi – gdy zastosuje się odpowiednie surowce i ich odpowiednie przetwórstwo. Szkodliwe są szczególnie plastik i niebiodegradowalne opakowania, które można zastąpić papierowymi odpowiednikami. Powodem do zmian dla każdego przedsiębiorcy powinna być troska o naszą planetę, jednak gdy to nie wystarcza, motywują konsumenci. Coraz bardziej świadome osoby są gotowe zmienić miejsce zakupów, aby ich zamówienie zostało spakowane w sposób bardziej ekologiczny.



Łukasz Kierus
prezes zarządu, Glosel

więcej, 10 proc. respondentów planuje zwiększyć budżet na zakupy internetowe².

Jak pakować z poszanowaniem środowiska naturalnego?

Do stale rosnącej ilości odpadów przyczynia się także rozwijający się rynek e-commerce i wzrastająca liczba przesyłek. Dlatego niezwykle ważne jest, aby zarówno światowi giganci, jak i małe, lokalne firmy jak najszybciej wdrożyły zmiany w pakowaniu zamówień. W ich implementacji liczy się każdy, nawet najmniejszy krok. Drobne reformy wprowadzone możliwie jak najszybciej potrafią zrobić zdecydowanie więcej dobrego niż długoterminowe planowanie kompleksowych zmian. Przykładowo, w Glosel regularnie wdrażamy kolejne etapy zastępowania plastikowych materiałów do pakowania paczek ich ekologicznymi odpowiednikami z papieru. Dotychczas, wysyłając 200 tys. przesyłek miesięcznie, w ciągu roku zużywaliśmy 40 ton folii. Obecnie generujemy 20 ton odpadu kartonowego, ale jedną połowę z tego przerabiamy na wypełniacz do naszych przesyłek, a drugą połowę skupują od nas firmy produkujące

opakowania. Niezwykle ważna zatem jest nie tylko zamiana materiału na bardziej przyjazny środowisku, ale także odzyskiwanie i przetwarzanie surowców z odpadów.

Coraz więcej świadomych przedsiębiorców

Ogromnie cieszy fakt, że rośnie liczba świadomych ekologicznie przedsiębiorców, którzy nie tylko prywatnie zmieniają nawyki w trosce o naszą planetę, ale chcą także odpowiedzialnie prowadzić swój biznes. Badanie „CSR w praktyce – barometr Francusko-Polskiej Izby Gospodarczej” pokazuje, że przedsiębiorcy (83 proc.) podejmują działania społecznie odpowiedzialne głównie ze względu na wzmocnienie wizerunku swojej firmy. Co jednak niezwykle istotne – już co drugie przedsiębiorstwo deklaruje, że an-

gażuje się w działania CSR z poczucia obowiązku prowadzenia biznesu w zrównoważony sposób, z troską o środowisko i społeczeństwo. Niezwykle pozytywnym aspektem jest także to, że aż 78 proc. firm deklaruje, że planuje w przyszłości prowadzić działania, dzięki którym będzie przeciwdziałać degradacji środowiska naturalnego.

Poza społeczną odpowiedzialnością biznesu, dla każdego przedsiębiorcy powinno być istotne to, jak zmiany klimatyczne wpłyną na firmę. Raport „Climate check: Business' views on environmental sustainability”, przedstawiony przez organ doradczy Deloitte, pokazuje, że ponad trzy czwarte badanych członków kadr kierowniczych przyznało, że zarządy ich firm martwi wpływ zmian klimatycznych na prowadzone przez nich przedsiębiorstwo.

Cieszy fakt, że decydenci czy osoby na wyższych szczeblach zdają sobie sprawę z realnego zagrożenia, jakie niesie postępująca degradacja środowiska naturalnego zarówno dla społeczeństwa, jak i gospodarczo. To właśnie oni mają zwykle ostatnie słowo w kwestii podejmowania decyzji o zmianach w firmie.

Konsumenci motywują do zmian proekologicznych

Nie tylko wzmocnienie swojego wizerunku poprzez proekologiczne działania CSR motywuje przedsiębiorców do zmian. Ogromnie ważnym czynnikiem są trendy, wybory i oczekiwania konsumentów. Jak wynika z badania z 2020 r., przeprowadzonego przez Ipsos MORI (we współpracy z DS Smith), aż 85 proc. respondentów oczekuje, aby produkty, które zakupili online, były zapakowane w minimalną ilość materiałów do tego potrzebną. Są nawet gotowi (64 proc. badanych) na zmianę sprzedawcy na takiego, który pakuje przesyłki z poszanowaniem środowiska.

Postępujące zmiany klimatyczne coraz rzadziej są poddawane wątpliwości i na szczęście wzrasta świadomość społeczeństwa w tej kwestii. Podstawowe proekologiczne nawyki, takie jak segregacja śmieci, weszły w krew, a świadome osoby podejmują kolejne kroki, robiąc odpowiedzialne zakupy czy nawet ograniczając konsumpcyjność.

Cieszy fakt, że przyszli decydenci zakupowi, czyli dzieci, także widzą potrzebę wprowadzania zmian, aby ratować naszą planetę. Cartoon Network przeprowadził badanie wśród najmłodszych (w wieku 6-12 lat) z 13 krajów rejonu EMEA, które pokazuje, że aż 91 proc. ankietowanych martwi zmiany klimatyczne, a 83 proc. z nich chce podjąć więcej działań, mających na celu poprawę sytuacji środowiskowej. Co więcej, aż 78 proc. dzieci chce się edukować w dziedzinie ekologii. To niezwykle budujące, że tak duża liczba najmłodszych ma nie tylko świadomość zagrożenia klimatycznego, ale także podejmuje realne działania, mające na celu zahamowanie negatywnych zmian. Z drugiej jednak strony, to niepokojące, że dzieci są często bardziej świadome niż ich rodzice, którzy powinni być przykładem.

Dla przedsiębiorców niezwykle istotne powinno być to, aby znać oczekiwania i trendy zarówno wśród obecnych kupujących, jak i preferencje przyszłych decydentów zakupowych. Dzięki temu można długoterminowo zaplanować działania, uwzględniając zmieniające się potrzeby klientów.

1. interaktywni.com, Raport „E-commerce 2021”

2. Raport PwC i Digital Experts Club „Strategie, które wygrywają. Liderzy e-commerce o rozwoju handlu internetowego”

Postępujące zmiany klimatyczne coraz rzadziej są poddawane wątpliwości i na szczęście wzrasta świadomość społeczeństwa w tej kwestii. Podstawowe proekologiczne nawyki, takie jak segregacja śmieci, weszły w krew, a świadome osoby podejmują kolejne kroki, robiąc odpowiedzialne zakupy, czy nawet ograniczając konsumpcyjność. Cieszy fakt, że przyszli decydenci zakupowi, czyli dzieci, także widzą potrzebę wprowadzania zmian, aby ratować naszą planetę.



Pandemia koronawirusa sprawiła, że rozwój rynku e-commerce dynamicznie przyspieszył. Zamknięcie wielu sklepów stacjonarnych, a później ograniczenie w nich ruchu, przyczyniły się do tego, że coraz więcej konsumentów zaczęło korzystać z zakupów online. Jak pokazuje raport „E-commerce 2021”, przygotowany przez interaktywni.com, Polska jest jednym z najszybciej rozwijających się rynków sprzedaży internetowej na świecie. Jego wartość może być większa niż 100 mld zł na koniec tego roku¹. Wynika to właśnie z coraz większej liczby zakupów online oraz deklaracji konsumentów (prawie 85 proc. badanych), że po zakończeniu pandemii nie będzie rzadziej kupować online niż aktualnie. Co

Nowoczesne technologie wspomagają dekarbonizację przemysłu, czyli jak zadbać o optymalizację procesów

Zmiany klimatyczne, przed którymi stoją dziś państwa europejskie, powodują konieczność wprowadzenia nowoczesnych i przemysłowych rozwiązań, opartych na zdobycach automatyki i analizy danych. Coraz głośniej mówi się o dążeniu do neutralności węglowej, co jest przecież głównym przesłaniem Europejskiego Zielonego Ładu. Kolejnym wielkim krokiem na drodze do osiągnięcia tego celu jest dekarbonizacja przemysłu.



Ireneusz Martyniuk

wiceprezes Pionu Przemysłu
na klaster Europy Środkowo-
Wschodniej, Schneider Electric

Opracowany przez Unię Europejską proekologiczny pakiet legislacyjny „Fit for 55” ma do 2030 r. doprowadzić do redukcji emisji dwutlenku węgla o 55 proc. w stosunku do poziomu z roku 1990. Z jednej strony szykowany przez UE pakiet stawia naszą gospodarkę przed dużym wyzwaniem. Z drugiej jest ogromną szansą na „zielony” skok technologiczny dla tysięcy przedsiębiorstw. Na przepis na sukces składa się kilka znaczących kroków ku niskoemisyjnej przyszłości. Z pomocą przychodzą nowoczesne technologie.

Jak przygotować się na zielony rozwój

W 2014 r. przemysł odpowiadał za prawie 28 proc. globalnej emisji gazów cieplarnianych. Jest więc jasne, że dekarbonizacja w skali całego świata nie może zostać osiągnięta bez uwzględnienia wpływu dekarbonizacji przemysłowej. Dzięki nowoczesnym technologiom, wiedzy i doświadczeniu firm, które zajmują się dekarbonizacją, modernizacja przemysłu w celu obniżenia emisji CO₂ może zostać przeprowadzona możliwie szybko i niezwykle skutecznie. Aby jednak to się udało, niezbędne są solidne i zintegrowane platformy. Usługi doradcze w zakresie zapobiegania zmianom klimatycznym, które oferuje m.in. Schneider Electric, pomagają organizacjom w stawianiu czoła wyzwaniom związanym z dekarbonizacją oraz osiąganiu celów neutralności węglowej. Jest to możliwe dzięki unikalnemu połączeniu działalności strategicznej, analitycznej oraz zaangażowania dostawców. Warto dodać także konsekwentne wdrażanie zmian poprzez zamówienia na energię odnawialną, offset węglowy czy dekarbonizację łańcucha dostaw.

Spojrzenie z szerszej perspektywy

Dekarbonizacja łańcucha dostaw jest kluczowa dla osiągnięcia ambitnych celów klimatycznych. Stanowi zarazem doskonały przykład skoordynowanych wysiłków przedsiębiorstw. Schneider Electric aktywnie uczestniczy w tym procesie, oferując rozwiązania z zakresu automatyzacji i cyfrowej dekarbonizacji. Jedną z inicjatyw jest globalna usługa niwelowania śladu węglowego w łańcuchu dostaw. Jej cel to pomoc organiza-



cjom w rozwiązaniu problemu i ograniczeniu emisji CO₂ na każdym etapie działalności. Schneider Electric na całym świecie angażuje się w wiele inicjatyw na rzecz dekarbonizacji. Przykładowo w ramach projektu Zero Carbon współpracuje z blisko 1 tys. dostawców, aby do 2030 r. ograniczyć emisję dwutlenku węgla w łańcuchu dostaw o połowę.

Warto podkreślić – aby dekarbonizacja przemysłu stała się faktem, branże muszą podjąć wyzwanie transformacji i skorzystać z dobrodziejstw digitalizacji, np. implementując rozwiązania oparte na danych z Internetu rzeczy czy sztucznej inteligencji.

Kluczowa jest stała współpraca i skoordynowanie wysiłków wielu różnych podmiotów. Szacowane jest, że dzięki zastosowaniu najnowocześniejszych technologii w przemyśle, digitalizacji i uproszczeniu systemów dystrybucji energii elektrycznej możliwe jest ograniczenie śladu węglowego nawet o 20 proc. przy podobnej wielkości oszczędności energii i kosztów utrzymania. Technologie te pozwalają m.in. na monitoring zużycia energii elektrycznej w ramach kompleksowych systemów BMS (ang. *Building Management Systems*), a dane służą podejmowaniu najlepszych decyzji z punktu widzenia wydajności i ekologii.

Monitorowanie mocy generuje duże ilości danych. Dane te mogą być przetwarzane w celu ujawnienia ukrytych trendów, które nie są widoczne w zwykłych raportach. Analiza wymaga oczywiście wsparcia specjalistów o szczególnych kompetencjach w zakresie jakości zasilania, instalacji elektrycznej i sprzętu. Ekspertów, którzy są w stanie skorelować zakłócenia jakości zasilania z uszkodzeniem sprzętu, awarią lub przestojami instalacji elektrycznej. Zarządzanie jakością zasilania pozwala zatem nie tylko zminimalizować ewentualne awarie lub przestoje. Umożliwia również śledzenie obciążeń, wskazując na przyczyny nadmiernej eksploatacji energii. Powody mogą być rozmaite – nieprawidłowe zaprogramowanie urządzeń, błędne umiejscowienie sprzętu, nadmierne zużycie części. Co niezwykle istotne, wszystkie te parametry można kontrolować z poziomu aplikacji osadzonej w chmurze.

Teraz jest ten właściwy moment

Europejska Agencja Ochrony Środowiska wskazuje wprost – energetyka, prze-

mysł i transport to trzy strategiczne branże pod kątem stopniowego ograniczania emisji CO₂. Chcąc osiągnąć efektywną transformację w tych sektorach, konieczne wydaje się podjęcie skoordynowanych wysiłków w ramach całej gospodarki.

Unijna strategia Zielonego Ładu zakłada rozszerzenie zestawu instrumentów na rzecz



Szacowane jest, że dzięki zastosowaniu najnowocześniejszych technologii w przemyśle, digitalizacji i uproszczeniu systemów dystrybucji energii elektrycznej możliwe jest ograniczenie śladu węglowego nawet o 20 proc. przy podobnej wielkości oszczędności energii i kosztów utrzymania.

zrównoważonego finansowania transformacji energetycznej. Ze środków tych będą mogły korzystać także małe i średnie przedsiębiorstwa. Od efektywnego spożytkowania funduszy zależeć będzie to, czy polska gospodarka dokona wielkiego skoku w zakresie innowacyjności i ekologii. Skoku, z którego zyski czerpać będą przyszłe pokolenia.

Wszyscy jesteśmy odpowiedzialni za czystość naszej planety

- Alternatywy nie ma. Albo zrozumiemy, że nadmierny konsumpcjonizm prowadzi nas do zagłady i zaczniemy się ograniczać, albo wyginieją jak dinozaury – ostrzega Przemysław Przybylski, rzecznik banku Credit Agricole, laureata tytułu „Ekologiczna firma 2021”.

W społecznej odpowiedzialności chodzi o szacunek. Zarówno o szacunek ludzi względem siebie nawzajem, jak i szacunek dla środowiska. Wszyscy jesteśmy ludźmi żyjącymi na tej planecie i odczuwamy globalne skutki zmian klimatu i zanieczyszczenia. Dlatego to jest nasza naturalna potrzeba, żeby troszczyć się o otoczenie w którym żyjemy. I z tego właśnie powodu bank Credit Agricole traktuje tę działalność bardzo serio.

Stale pracujemy nad zmniejszaniem naszego śladu węglowego. Pod koniec 2019 r. przenieśliśmy centralę banku do nowej, ekologicznej siedziby i to od razu pozwoliło zmniejszyć emisję CO₂ o 15 proc. W czerwcu 2020 r. podpisaliśmy umowę, na podstawie której energia elektryczna



dostarczana do wszystkich naszych własnych placówek pochodzi wyłącznie z elektrowni wodnych i wiatrowych.

Bardzo mocno rozwijamy ofertę produktową. Jesteśmy jednym z liderów pod względem finansowania montażu instalacji fotowoltaicznych. Mamy szeroką ofertę produktów inwestycyjnych, pozwalających wspierać rozwój tzw. zielonej gospodarki. Bardzo dobrze przyjęty przez rynek został także nasz kredyt hipoteczny „Zielony DOM”.

Do tego wszystkiego realizujemy szereg inicjatyw społecznych na rzecz ochrony środowiska. Od blisko dwóch lat organizujemy wydarzenia edukacyjne w ramach kampanii #mniejplastiku. Najbardziej znana inicjatywa tej kampanii to „Górska Odyseja”, czyli marsz wzdłuż południowej granicy Polski, który ma na celu zwracanie uwagi na problem zaśmiecania plastikowymi odpadami leśnych i górskich szlaków.

Dlaczego to wszystko robimy? Ze strachu. W sytuacji katastrofy klimatycznej, w jakiej de facto się znaleźliśmy, nie ma już czasu na myślenie. To jest czas na działanie. Albo zrozumiemy, że nasze beztroskie życie prowadzi do zagłady naszej cywilizacji i zaczniemy się ograniczać, albo wyginieją jak dinozaury. Zachęcam do dołączania do naszych akcji i wspólnego działania – więcej informacji na stronie www.mniejplastiku.pl.

EKOLOGICZNA FIRMA 2021

Ekologiczna, czyli jaka? O narzędziach i mechanizmach, które prowadzą firmy do ekologiczności

Bycie ekologicznym to temat bardzo złożony, wielowymiarowy i jednocześnie niemający jednego, określonego konsensusu w kwestii „poprawnego” działania.



Ewa Kula-Pankau

kierownik ofertowania i PR-u, ILF Consulting Engineers Polska

Dlatego według mnie firma ekologiczna to przede wszystkim firma, która w swoje funkcjonowanie ma wpisana chęć ciągłego doskonalenia. Potrafi krytycznie, refleksyjnie patrzeć na podejmowanie działania, zastanawiając się, czy znane schematy mają nadal sens. Poszukuje i wdraża udoskonalenia działań, które można zrobić inaczej – w sposób bardziej przyjazny środowisku.

Sednem działań ekologicznych jest spojrzenie na cały proces wytwarzanych przez siebie produktów czy świadczonych usług – i to tam szukanie rozwiązań ekologicznych. Niewątpliwie każde działania z myślą o środowisku, jak np. zmiana wody butelkowanej na kranówkę czy zainwestowanie w fotowoltaikę, ograniczają negatywny wpływ na środowisko. Jednak to w kompleksowym spojrzeniu na całe swoje działanie, dostrzegam największy (i unikalny dla każdej firmy) potencjał poszukiwania możliwości redukcji wpływu na środowisko.

Świetnym przykładem takiego podejścia jest tzw. Fairphone, czyli firma, która oferuje telefony zgodne z ideą Sprawiedliwego Handlu (fair trade). Producent bierze odpowiedzialność za cały łańcuch produkcji, zapewnia łatwość naprawy i dostępu do części zamiennych (co jest ewenementem na rynku), dzięki czemu jego produkty powinny być długowieczne, a także wykorzystuje materiały przyjazne środowisku.

W przypadku takiej firmy jak nasza – inżynierskiego biura projektowego – kluczowe są odpowiednie rozwiązania projektowe, które zapewnią minimalizację negatywnego wpływu na środowisko oraz trwałość i niezawodność obiektów.

Jeśli chodzi o mechanizmy i narzędzia, to jest to sprawa bardzo indywidualna i zależna od charakteru organizacji. Firmy powinny przede wszystkim rzetelnie określić swój cel, co konkretnie chcą osiągnąć

i jakie mają możliwości, a dopiero wtedy projektować konkretne mechanizmy wspierające działania ekologiczne. Według mnie kluczem do sukcesu jest szczerze poparcie dla takiej działalności na najwyższym szczeblu organizacji oraz szczegółowe przeanalizowanie możliwości. Dopiero wtedy można podjąć realne i skuteczne działania.

W jaki sposób państwo może wspierać dążenie do ekologiczności firm?

Naturalnie podstawowym narzędziem jest prawodawstwo, które odzwierciedla proekologiczne dążenia państwa. Prawo ma bezpośrednie przełożenie na naszą codzienną pracę – każdy projekt bazuje na obowiązujących regulacjach (np. prawie budowlanym, czy w zakresie oceny oddziaływania na środowisko), jak i normach oraz standardach projektowych.

Niewątpliwie kształtowane przez państwo czy Unię Europejską cele i polityki – takie jak polityka energetyczna czy polityka ekologiczna – oraz przeznaczanie środków finansowych na inwestycje bardziej przyjazne środowisku ukierunkowują działania przedsiębiorstw.

Co więcej, upraszczanie procedur administracyjnych na każdym etapie inwestycji, ograniczanie liczby wymaganych kopii papierowych czy nawet przechodzenie na wersję elektroniczną – stanowią ogromną ulgę dla środowiska, zarówno związaną z samym wydrukiem, jak i transportem takiej dokumentacji w odległe tereny. W przeszłości miałam okazję osobiście transportować samolotem do Botswany (południe Afryki) około 40 kg dokumentacji przetargowej. Przykład ten obrazuje, jak ogromna może być to skala.

W drodze do zeroemisyjności, czyli o globalnym dążeniu do ekologiczności.

Polska przechodzi obecnie transformację energetyczną. Zgodnie z założeniami, do 2050 roku mamy stać się krajem neutralnym klimatycznie. Planowane są inwestycje m.in. w morskie farmy wiatrowe, energetykę jądrową, a także rozproszone źródła odnawialne, głównie fotowoltaikę. Działania te są skutkiem obranego kierunku przez Unię Europejską, która należy do grona światowych liderów transformacji energetycznej. UE aktywnie działa na rzecz ochrony klimatu, realizuje ambitne plany redukcji emisji gazów cieplarnianych oraz wzrostu udziału odnawialnych źródeł energii w wytwarzaniu energii elektrycznej.

Mysząc o dążeniu do zeroemisyjności, pamiętajmy także o sektorach



Sednem działań ekologicznych jest spojrzenie na cały proces wytwarzanych przez siebie produktów czy świadczonych usług – i to tam szukanie rozwiązań ekologicznych.

takich jak transport, budownictwo, rolnictwo, sektor komunalno-bytowy czy gospodarka odpadami, z których emisja, według polityki ekologicznej Polski, stanowi ponad połowę całkowitej wielkości emisji gazów cieplarnianych zarówno w Polsce, jak i w UE.

Nowoczesne technologie wspomagają działania proekologiczne, czyli o optymalizacji procesów

Jednym z czynników mających negatywny wpływ na środowisko jest nieefektywne gospodarowanie posiadanymi zasobami, przez co wiele z nich się marnuje.

Według nowego raportu ONZ rocznie marnowane jest niemal miliard ton żywności na całym świecie. Średnio na każdą osobę przypada 74 kg

wyrzucanych produktów spożywczych rocznie.

W naszej pracy jednym z rozwiązań, które mogą się przyczynić do minimalizacji marnotrawstwa, jest korzystanie z inteligentnych modeli 3D, pozwalających na uniknięcie błędów oraz redukcję naddatków materiałowych.

W minimalizowaniu wpływu na środowisko pomocne są również wszystkie rozwiązania technologiczne, które pozwalają ograniczyć konieczność przemieszczania się, jeśli nie ma takiej potrzeby – jak np. telekonferencje zamiast spotkań wymagających częstych bądź odległych podróży czy korzystanie z dokumentacji cyfrowej zamiast drukowanej. Przy czym trzeba też pamiętać, co może nie być oczywiste, że przechowywanie dokumentacji cyfrowej nie jest obojętne dla środowiska – dokumentacja jest przechowywana na serwerach, które do swojego funkcjonowania również wymagają prądu. Problemem są tony niepotrzebnych/zapomnianych plików, które są utrzymywane przez długi czas w wirtualnym świecie.

Zaangażowani pracownicy...

... i rosnąca świadomość w istotny sposób mogą wspomagać proekologiczność firm. Niewątpliwie największy wpływ na środowisko mają korporacje, co często prowadzi do wniosku, że jednostkowe działania ekologiczne nie mają sensu. Jednak dzięki rosnącej społecznej świadomości, zmianie postaw i oczekiwań konsumentów czy pracowników wywierana jest presja na przedsiębiorstwa, a po-

mysły proekologiczne spotykają się z większym zrozumieniem i poparciem zarówno decydentów, jak i odbiorców.

Integracja ze społecznościami lokalnymi szansą na zwiększenie ekologicznej wydajności firm

Jednym z kluczowych czynników powodzenia wielkich programów inwestycyjnych jest poparcie społeczne dla ich realizacji. Przykładowo – spodziewane inwestycje wpisujące się w plany osiągnięcia neutralności klimatycznej, jak np. budowa elektrowni atomowych, czy rezygnacja z węgla, budzą ogromne emocje społeczne – czemu trudno się dziwić, ponieważ za tymi obawami stoją realne sytuacje życiowe. Każdy z nas chce mieć prąd w domu, ale większość nie chce, żeby planowana inwestycja, np. wyprowadzenia mocy z morskiej farmy wiatrowej, przebiegała przez jego działkę, w szczególności, gdyby wiązało się to z koniecznością zmiany miejsca zamieszkania. Chcemy mieć lepsze powietrze, ale nikt nie chciałby z tego powodu pogorszyć swojego statusu życia.

Dlatego tak ważna jest odpowiednia edukacja, ale także mądrze prowadzona komunikacja. Żyjemy w ogromnie spolaryzowanym społeczeństwie, gdzie umiejętność prowadzenia dialogu zanika. Rozmawiamy z ludźmi nie po to, aby ich wysłuchać i się porozumieć, ale po to, żeby przekonać do swoich racji. Firmy powinny nauczyć się realnie słuchać społeczności i prowadzić z nią rzeczowy dialog.

Zielona rewolucja w przemyśle spożywczym

Z opakowań wielomateriałowych, takich jak powszechnie stosowane kartony po płynnej żywności czy torby termoizolacyjne, odzyskuje się przeważnie wyłącznie papier. Odzyskanie pozostałych surowców, czyli aluminium i polietylenu z laminatu, który pozostaje po odseparowaniu papieru, jest znacznie trudniejsze. Projekt polskiej firmy pozwala na pełny recykling takich opakowań. W instalacji wykorzystuje technologię mikrofalową i umożliwia recykling 100 proc. aluminium w formie nieutlenionej.

Coraz częściej w przemyśle spożywczym stosuje się opakowania wielomateriałowe lub wielowarstwowe, takie jak papierowy pojemnik na żywność na wynos wyłożony plastikiem. To zaś utrudnia, a często praktycznie uniemożliwia, prawidłowy recykling. Przykładem może być wspomniany pojemnik czy inne opakowania wielomateriałowe, jak np. kartony po płynnej żywności czy torby termoizolacyjne. Te składają się z trzech różnych materiałów: kartonu, polietylenu i aluminium, a najczęściej do ponownego wykorzystania odzyskuje się wyłącznie papier. Znacznie trudniej wygląda odzyskanie aluminium. Polska firma opracowała projekt, który rozwiązuje ten problem. – Projekt Maluch polega na wykorzystaniu technologii mikrofalowych w przemyśle do recyklingu aluminium z opakowań wielomate-

riałowych – wskazuje w rozmowie z agencją informacyjną Newseria Innowacje Monika Świerc z Usagi. Projekt Maluch umożliwia recykling opakowań wielomateriałowych, wykorzystując technologię mikrofalową. Frakcja powstała po oddzieleniu celulozy z opakowań wielomateriałowych zawiera 80 proc. plastiku i 20 proc. aluminium. Instalacja umożliwia recykling wykorzystywanego w opakowaniach aluminium w formie nieutlenionej. W wyniku procesu powstaje energetyczny gaz, składający się głównie z wodoru i metanu, z którego odzyskiwane jest ciepło. Instalacja jest elektryczna, bezemisyjna. Przy tym nie zużywa wody i nie generuje ścieków, umożliwia więc przeprowadzenie procesu w sposób efektywny energetycznie. Proces kontrolowany jest w czasie rzeczywistym z dokładnością do 0,01 s, co



dla konwencjonalnych rozwiązań, czyli palników gazowo-olejowych, jest nieosiągalne.

– Kluczowa innowacja polega na tym, że udało się przeskalować technologię mikrofalową, żeby mogła być zastosowana w przemyśle ciężkim – przekazuje Monika Świerc.

Aluminium po przetworzeniu za pomocą mikrofal może zostać przetopione, w ten sposób rozwiązanie wpisuje się w misję gospodarki obiegu zamkniętego. Jak wskazuje firma Usagi, piroliza mikrofalowa, w przeciwieństwie do konwencjonalnej, zapewnia precyzję kontroli

procesu i równomierne grzanie w całej objętości. W dotychczas stosowanej technologii występuje grzanie przeponowe, a efektywność dostarczanej do procesu energii wynosi ok. 15 proc. W przypadku grzania mikrofalowego efektywność szacuje się na blisko 70 proc. W ten sposób rozwiązanie polskiej firmy może zredukować poziom recyklingu opakowań wielomateriałowych, których odzyskiwanie do ponownego wykorzystania było dotychczas możliwe w niewielkim stopniu.

– Podstawowym wyzwaniem rynku odpadów wielomateriałowych, te-

trapaków*, kartonów po mleku jest to, że nie ma z nimi co robić. Czyli w momencie, kiedy wyrzucamy kartonik do żółtego pojemnika na tworzywa, to niewiele więcej się z nim dzieje, te odpady się wciąż składowe. Tworzą się nielegalne składowiska, bomby ekologiczne. Jest to materiał, którego spalarnie nie chcą przyjmować z uwagi na obecność aluminium, nie ma z nim co zrobić – przypomina partner zarządzający Usagi.

Projekt Maluch zdobył nagrodę specjalną w konkursie Polski Produkt Przyszłości.

Żabka w drodze do neutralności plastikowej

Od pół wieku ludzkość żyje na „kredyt ekologiczny” – szacują eksperci. Ziemia ma ograniczoną zdolność do odnawiania zasobów, co oznacza, że model ten nie może funkcjonować w nieskończoność. Żabka, mając ponad 7300 sklepów i obsługując dziennie ok. 2,5 mln klientów, jest świadoma roli, jaką może odegrać wobec ograniczania plastiku i zachęcania klientów do dokonywania pozytywnych dla planety wyborów. Jej celem jest cyrkularność, czyli zamknięcie obiegu surowców. Poprzez różne inicjatywy sieć zachęca klientów, pracowników i franczyzobiorców do włączania się w proces budowania obiegu zamkniętego, promując ideę „zero waste”. Efektem podjętych działań jest osiągnięcie przez Żabkę neutralności plastikowej. Oznacza to, że w 2020 roku Żabka – wraz z klientami i partnerami biznesowymi – zebrała tyle plastiku, ile wprowadziła do obiegu w markach własnych i materiałach w sklepach.

Świadomość ekologiczna konsumentów rośnie. Jak pokazuje Raport „Ziemia atakuje”, aż 78 proc. Polaków jest zdania, że stan, w jakim znalazła się Ziemia, jest poważny i wymaga natychmiastowych działań. Za największe wyzwanie środowiskowe biorący udział w badaniu uważają zanieczyszczenie środowiska odpadami, w tym plastikiem (40 proc. wskazań); niedobory wody, susze (38 proc.); przekształcenie środowiska naturalnego pod działalność człowieka, np. wycinkę lasów (33 proc.); smog (32 proc.) oraz zanieczyszczenie mórz i oceanów (32 proc.). Konsumenty coraz częściej dokonują więc świadomych wyborów, a Żabka odpowiada na te oczekiwania.

Ekoprojektowanie przede wszystkim

Sieć rozpoczęła od wdrożenia zasad ekoprojektowania. Pierwszym efektem było wyko-

zystanie w produktach marek własnych butelek pochodzących w 100 proc. z recyklingu. W efekcie butelki marek Foodini, Wycisk, OD NOWA oraz SI! mają o 33 proc. niższy ślad węglowy niż butelki wykonane z tworzyw sztucznych ze źródeł pierwotnych.

Jednocześnie Żabka w innowacyjny sposób odpowiada na wyzwanie, jakim jest zbiórka plastikowych butelek i darowanie im drugiego życia. Jako pierwsza firma w Polsce, wspólnie z partnerami, wdrożyła rozwiązanie zgodne z założeniami gospodarki o obiegu zamkniętym (GOZ) dla marki wody OD NOWA oraz prowadzi testy EKOMatów, czyli automatów do zbiórki plastikowych opakowań po napojach i aluminiowych puszek. Dzięki obu akcjom dziennie ze sklepów Żabka odbieranych jest i otrzymuje drugie życie ponad 1000 butelek.

Troska o ochronę środowiska naturalnego to temat bliski fran-

czyzobiorcom Żabki. Sieć wraz z nimi zbiera m.in. folię z opakowań zbiorczych i transportowych, a następnie dostarcza ją do punktów recyklingu. W ten

sposób w 2020 r. drugie życie otrzymało 1,6 tys. ton tworzyw sztucznych, czyli o 50 proc. więcej niż rok wcześniej.

Koniec ze zrywkami

Według danych WWF produkcja 1 torby foliowej trwa zaledwie 1 sekundę. Średnio używamy jej przez 25 minut i wyrzucamy do śmieci. Tymczasem rozkłada się ona nawet 400 lat! Dlatego Żabka konsekwentnie eliminuje ze sklepów zbędne, jednorazowe materiały z plastiku. W ponad 7300 sklepach sieci torby na zakupy, w tym tzw. zrywki, oraz plasti-

kowe wieczka do kawy zastąpiły biodegradowalne, papierowe odpowiedniki. W ten sposób Żabka zredukuje zużycie plastiku aż o 1000 ton rocznie, jednocześnie budując wśród klientów pozytywne nawyki proekologiczne. Co więcej, papier użyty do produkcji dostępnych w sieci toreb pochodzi z odnawialnych źródeł i jest oznaczony certyfikatem FSC, który jest gwarancją odpowiedzialnej gospodarki leśnej. Obecnie Żabka realizuje kolejny etap tego procesu – prowadzi przegląd asortymentu w celu eliminacji zbędnego, jednorazowego plastiku z oferty produktowej sklepów. Toczą się też prace nad wprowadzeniem zamienników, które będą bardziej przyjazne środowisku.

Żabka jest świadoma tego, że chcąc ograniczać niepotrzebny plastik i pracować nad gospodarką obiegu zamkniętego, powinna – poza edukacją klientów i współpracą z partnerami biznesowymi – podejmować także współpracę z organizacjami działającymi na rzecz ochrony środowiska. Sieć przystąpiła, więc do Polskiego Paktu Plastikowego, by – dzieląc się doświadczeniami i dobrymi praktykami – jeszcze skuteczniej pracować nad zamknięciem obiegu plastiku.

