

EKOLOGICZNA FIRMA



Nowoczesne budownictwo a ekologia

Zwrócenie się w kierunku ekologicznych postaw widoczne jest na wielu poziomach życia. Jako konsumenci staramy się ograniczyć zużycie plastiku, segregujemy śmieci, decydujemy się na produkty wielokrotnego użytku.



Karolina Król
koordynator w firmie
Thermaflex

Jako inwestorzy poszukujemy rozwiązań, które pozwolą nam ograniczyć koszty zużycia energii oraz zmniejszyć emisję dwutlenku węgla do atmosfery. Rosnąca troska o środowisko sprawia, że coraz częściej inwestujemy w nieruchomości, które powstały w zgodzie z zasadami zielonego budownictwa. Jest to inwestycja długoterminowa, która nie tylko pozwoli na ograni-

czenie kosztów utrzymania obiektu, ale też wydłuży czas, w którym nieruchomość będzie spełniała rygorystyczne wymagania i nie będzie wymagała kosztowej modernizacji.

Z roku na rok w Polsce przybywa zielonych budynków

Budownictwo przez lata traktowane było jako najbardziej energochłonny sektor, który nie sprzyjał środowisku. Rozwiązaniem wielu problemów – zarówno na etapie projektowania, budowy, jak i użytkowania obiektów – było wprowadzenie zasad zrównoważonego budownictwa. Skupia się ono między innymi na zmniejszeniu zużycia energii, wykorzystaniu bezpiecznych dla ludzi surowców – często z recyklingu – a także tworzeniu zielonych przestrzeni i dostarczaniu dużej ilości naturalnego światła.

Z roku na rok w Polsce przybywa zielonych budynków – na chwilę obecną jest ich kilkaset. By obiekt mógł nosić taką nazwę, musi pozytywnie przejść proces certyfikacji. Dwa najpopularniejsze systemy certyfikacji energetycznej to LEED oraz BREEAM. Przyznawane są tylko tym obiektom, do których stworzenia wykorzystano najwyższej jakości, energooszczędne rozwiązania. Certyfikaty te mogą zostać przyznawane nowym budynkom, ale także już istniejącym, w których przeprowadzono stosowne modernizacje. To zdecydowanie zwiększa szanse na tworzenie ekologicznych obiektów. W procesie certyfikacji BREEAM pod uwagę branych jest aż 10 kategorii – między innymi są dane dotyczące zastosowanych materiałów, efektywności energetycznej czy gospodarki wodnej, sposobu zarządzania odpadami, rozwiązań ograniczających emisję zanieczyszczeń czy ogólnej innowacyjności inwestycji. LEED uwzględnia na przykład lokalizację nieruchomości, użycie ekologicznych materiałów kon-

strukcyjnych, kwestie oszczędności wody i energii, a także efektywne wykorzystanie zasobów oraz jakość środowiska wewnętrznego.

W odpowiedzi na nowe przepisy

Jednym z ważnych kroków na drodze do tworzenia ekologicznych obiektów, było wprowadzenie nowych przepisów unijnych. Od 1 stycznia 2021 r. wszystkie nowopowstałe obiekty mają spełniać wymogi, które sprawiają, że na terenie Unii Europejskiej powstawać będą budynki pasywne oraz zeroenergetyczne, czyli będą funkcjonować jako nieruchomości samowystarczalne lub takie, które nie wymagają dużego poboru energii. Dzięki nowym przepisom wszystkie nowe obiekty, a co za tym idzie, produkty muszą spełniać rygorystyczne wymogi, co zaowocuje wieloma pozytywnymi zmianami, ponieważ każda budowa czy modernizacja będzie prowadziła do powstania ekologicznej inwestycji. Producenci rozwiązań budowlanych mieli czas na dostosowa-

nie swoich produktów do nowych wymogów prawnych. Dla wielu przedsiębiorców był to okres intensywnego poszukiwania sposobu na poprawę parametrów swoich wyrobów lub stworzenia ich od początku. Na rynku istnieje jednak wielu dostawców wyprzedzających trendy i zmiany, które nastąpiły w branży budowlanej, i dostarczających już wcześniej wyroby powstające z dbałością o środowisko i z możliwością ich recyklingu. Są to często rozwiązania zaprojektowane zgodnie z zasadami zrównoważonego rozwoju oraz z certyfikatami takimi jak EPD czy „Cradle to Cradle”. Stosowanie ekologicznych rozwiązań budowlanych oraz projektowanie w zgodzie z ekologią przynosi wymierne korzyści. Zielone budynki są bardziej przyjazne mieszkańcom i użytkownikom, generują duże oszczędności związane z kosztami użytkowania, a wykorzystanie przez dewelopera ekologicznych rozwiązań nierzadko wpływa na wartość całej nieruchomości.

Odpowiedzialne podejście

Jako globalny lider sektora IT zdajemy sobie sprawę, że codzienny rozwój naszej organizacji musi również iść w zgodzie z innowacjami związanymi z odpowiedzialną strategią zrównoważonego rozwoju firmy.

Od początku działalności Lenovo podejmowaliśmy wiele aktywności, które za każdym razem na nowo definiowały nasze podejście do spraw związanych z wykorzystaniem surowców naturalnych czy jeszcze lepszej optymalizacji procesów produkcji naszych sprzętów pod właśnie tym kątem. Podjęte ostatnio inicjatywy potwierdzają, że jesteśmy nie tylko partnerem dostarczającym rozwiązania IT na najwyższym poziomie, ale również ułatwiamy naszym klientom włączyć się w proces odbudowy środowiska naszej planety. Zdajemy sobie sprawę, że nasze działania musimy prowadzić tak, by tego typu inicjatywy mogły być wprowadzane niezauważalnie dla klienta końcowego.

Faktyczne wsparcie zrównoważonego rozwoju

Pierwszym elementem całej strategii są opakowania na sprzęt. Znaczna część naszych produktów już w tym momencie dostępna jest w nowej formie opakowań. Wykonujemy je z naturalnych surowców, które produkowane są z odnawialnych tworzyw naturalnych. Bardzo ważna była dla nas również optymalizacja zużycia energii, którą udało się znacznie zminimalizować. Realizujemy również strategię „Gospodarki o obiegu zamkniętym” – Lenovo dba o maksymalizację wartości produktów w ich całym cyklu życia i tym samym zapobiega wyrzucaniu wycofanych z użytku urządzeń na wysypiska, a z drugiej strony skupia się na minimalizacji wykorzystania surowców, wydłużeniu czasu użytkowania sprzętów, jak i części z nich pozostałych. W procesie również optymalizowany jest proces utylizacji, tak aby był on neutralny dla środowiska. Do 2025 r. naszym głównym celem jest stworzenie warunków do powtórnego recyklingu 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.

Codzienna współpraca z partnerami kluczem do sukcesu

Jednym z kluczowych czynników naszego codziennego biznesu wbrew pozorom nie jest liczba sprzedanych urządzeń, a zgodnie z nowo przyjętą strategią everything-as-a-service holistyczne podejście do zagadnienia. To podejście odpowiada również na potrzeby otaczającego nas środowiska. Dzięki temu nasi klienci mogą efektywniej zarządzać swoimi urządzeniami, a w niektórych przypadkach także zmniejszyć liczbę urządzeń przypadających na każdego pracownika, co z kolei przekłada się na mniejszy negatywny wpływ na środowisko. W ramach usługi CO₂ offset services klient czy partner biznesowy otrzymuje gwarancję kompensacji emisji CO₂ opartej na realistycznej

emisji dwutlenku węgla produktu do atmosfery. Aby aktywować usługę, wystarczy jedynie zaznaczyć opcję CO₂ offset podczas zamawiania sprzętu, a urządzenie już otrzymuje pełen pakiet wsparcia – lżejsze opakowanie, które, zgodnie z naszymi wynikami badań, ogranicza spalanie paliwa w transporcie, a tym samym zmniejsza o 6,7 proc. emitowanie szkodliwych substancji do powietrza. Usługa działa przez cały okres typowego, trwającego średnio pięć lat cyklu użytkowania. Ponadto firma Lenovo zgłasza urządzenia do oficjalnego programu CO₂ Offset Partner. Offset Partner finalizuje transakcję

i wydaje unikatowy certyfikat z określonymi numerami seryjnymi sprzętu, który później Lenovo dostarcza klientowi.

Każdy projekt, nad którym pracujemy tworzy nową zrównoważoną przyszłość W Lenovo tworzymy inteligentniejsze technologie z myślą o lepszej przyszłości, zrównoważonym rozwoju 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, zapewniając użytkownikom niezawodność, trwałą wartość i przybliżając nas do tworzenia wspomnianej 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. Niedawno również firma została wyróżniona w rankingu Gartnera Top 25 Global Supply Chain. Grono organizacji, które znalazło się w tym zestawieniu, wyróżnia się najwydajniejszymi globalnymi łańcuchami dostaw.



Smarter technology for all
Lenovo

Inteligentniej ku przyszłości

Budujemy lepszą przyszłość dla naszych klientów, społeczności i planety

W Lenovo tworzymy inteligentniejsze technologie z myślą o lepszej przyszłości i zrównoważonym rozwoju dla naszych klientów, pracowników, społeczności oraz całej planety.

Chcemy przyczynić się do zrównoważonego rozwoju, dlatego stawiamy na inteligentne rozwiązania, a także działania w sferach ochrony środowiska, społecznych i ładu korporacyjnego (ESG).

Rozwiązania technologiczne światowej klasy tworzone w sposób odpowiedzialny ekologicznie, zapewniające użytkownikom niezawodność i trwałą wartość, a także przybliżające nas do gospodarki o obiegu zamkniętym przynoszą korzyści wszystkim.

„Uważamy, że innowacyjność musi ulepszać życie ludzkości — tak, by było bardziej otwarte na różnorodność i przyjazne środowisku oraz nieustannie się zmieniało na rzecz dobra”.

Yang Yuanqing
Prezes i Dyrektor Generalny
Lenovo

www.lenovo.com

EKOLOGICZNA FIRMA

Szanowni Państwo,
Ekologiczna firma, czyli jaka? Na to pytanie staramy się odpowiedzieć za każdym razem, kiedy przygotowujemy dla Państwa raport poruszający kwestie eko w biznesie i kiedy decydujemy się na zestawienie najbardziej w naszej ocenie ekologicznych rozwiązań wdrożonych w firmach. To, co znamienne dla tej edycji, to duża różnorodność. Zgłoszenia nadesłali do nas przedstawiciele różnych branż i zaprezentowali bardzo różne podejście do tematu ekologii. To ciekawa lektura, która otwiera oczy na perspektywę, z jakiej temat postrzegają przedsiębiorcy. Zapraszamy do lektury i analizy wyników naszego plebiscytu.

Redakcja



Zestawienie ekologicznych firm

Firma	projekt	opis projektu
Canon 4CE	To MY tworzymy świat	Projekt „To MY tworzymy Świat” odbywa się od 2015 r. Łącznie w warsztatach wzięło udział ponad 500 uczestników. Projekt jest adresowany do młodych kreatywnych obserwatorów rzeczywistości, do ludzi, którzy chcą budować poczucie odpowiedzialności za ten świat i za pomocą obrazu pokazać swój punkt widzenia i zainspirować innych do działania. Co roku młodzież z różnych miast w wieku 13 – 18 lat spotyka się, aby pod okiem znanych fotografów uczyć się technik przygotowywania reportażu fotograficznego oraz krótkiego filmu. Motywem przewodnim warsztatów są zagadnienia zrównoważonego rozwoju ujęte w agendzie 2030, tzw. 17 Celów Zrównoważonego Rozwoju. Prelegentami warsztatów są: Marcin Jamkowski – dziennikarz m.in. „Gazety Wyborczej”, fotograf, filmowiec, w latach 2005 – 2007 redaktor naczelny National Geographic w Polsce; Piotr Małecki, fotograf, dziennikarz, współpracownik m.in. „The New York Times”, „Financial Times”; Katarzyna Gubrynowicz – od 2020 r.: fotograf przyrody, artysta grafik po warszawskiej Akademii Sztuk Pięknych, członek Związku Polskich Artystów Plastyków oraz Związku Polskich Fotografów Przyrody (prezes stowarzyszenia w latach 2013-2016). Projekt nagrodzony Srebrną Tarczą na Festiwalu Filmów Odpowiedzialnych w 2018 r. Za ten projekt w 2020 r. Canon otrzymał nagrodę prezydenta miasta Opole za mecenat nad rozwojem kultury i ochroną jej dóbr.
Columbus Energy	Ekologiczne biuro	Działalność Columbus koncentruje się na technologii przyjaznej środowisku - fotowoltaice, jako odnawialnym i czystym źródle energii. Poza tym firma dysponuje inne ekologiczne rozwiązania dla domów, jak pompy ciepła, magazyny energii, ładowarki do samochodów elektrycznych. W biurach Columbusa, pracownicy każdego dnia zwracają uwagę na aktywności, które minimalizują negatywny wpływ człowieka na środowisko - segregują odpady w specjalnie do tego przystosowanych koszach, używają papieru pozyskanego z recyklingu, korzystają z elektronicznego systemu podpisywania umów tzw. „Green Print”. W celu ograniczenia zużycia plastiku wykorzystują dystrybutory wody oraz szklane naczynia. Regularnie prowadzone są także zbiórki nakrętek plastikowych i zużytych baterii.
GLP	GLP Design Standard - ekologiczne magazyny	W ramach globalnej strategii ESG polski oddział GLP dąży do trwałego ograniczenia emisji CO ₂ na etapie budowy i użytkowania centrów logistycznych – w tym celu stosuje szereg rozwiązań proekologicznych. Zwiększenie liczby świetlików w sufitach pozwala oszczędzać energię zużywaną do sztucznego oświetlenia hal. Zastosowanie opraw LED, systemu DALI oraz czujek ruchu i obecności, przynosi nawet kilkadziesiąt procent oszczędności energii zużywanej do oświetlenia budynku. Wśród rozwiązań w ramach GLP Design Standard jest też wzmocnienie dachów magazynów pod montaż paneli fotowoltaicznych, dzięki czemu najemcy mogą łatwo wykorzystać własną instalację do czerpania zielonej energii. Z kolei izolacja termiczna sprawdzana jest przy pomocy kamer termowizyjnych, co wyklucza niekontrolowane straty ciepła. W magazynach GLP standardem jest też smart metering – zdalna, indywidualna kontrola zużycia energii, wody i gazu, a także ładowarki do pojazdów elektrycznych i duża dbałość o bioróżnorodność.
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 r. zredukowała ona ilość tworzyw sztucznych aż o 100 tys. kg, a w bieżącym – o kolejne 50 tys. kg. Swoje działania MLEKOVITA realizuje w oparciu o System Zarządzania Środowiskowego 14001.
ING Bank Śląski	EKO mural	Mural oczyszczający powietrze, o powierzchni 568 m ² , powstał na ścianie budynku centrali ING w Katowicach przy ulicy Sokolskiej 34. Został namalowany specjalnymi farbami, które mają właściwości pochłaniania CO ₂ . Oznacza to, że mural w ciągu godziny będzie filtrował powietrze podobnie jak 568 drzew. Do stworzenia muralu została wykorzystana farba fotokatalityczna, która ma właściwości antybakteryjne. Dzięki temu zanieczyszczenia i toksyny, w tym np. składniki spalin samochodowych, które stykają się z pomalowaną nią powierzchnią, są przez nią wychwytywane i rozkładane na produkty neutralne dla środowiska. Ekologiczny mural ma nie tylko tworzyć przyjazne i atrakcyjne miejsce dla pracowników i mieszkańców Katowic, ale przede wszystkim ma skłonić do refleksji na temat dbania o środowisko naturalne. Mamy nadzieję, że wpłynie na postawy ludzi i uświadomi im, że przed nimi stoi problem, przed którym teraz stoimy. Wierzymy, że każde nawet najmniejsze EKO działanie ma sens, dlatego poprzez małe i duże inicjatywy chcemy dbać o nasze wspólne dobro – środowisko naturalne.
Lenovo Polska	CO2 OFFSET SERVICES	Aktywny udział w tworzeniu zrównoważonego rozwoju i zmniejszeniu globalnego śladu węglowego stanowią najwyższy priorytet dla firm na całym świecie. Lenovo, chcąc ułatwić proces dołączenia do inicjatywy, bezpośrednio nawiązało współpracę z głównymi certyfikowanymi dostawcami usług CO ₂ 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. W ramach usługi CO ₂ offset services klient otrzymuje gwarancję kompensacji emisji CO ₂ 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.
Prologis	Neutralność emisyjna do 2025 r.	Dzięki długofalowej strategii środowiskowej tylko w ciągu ostatnich 4 lat Prologis zredukował w swoich parkach emisję gazów cieplarnianych o 37 proc. – to efekt, jaki dałoby usunięcie z ulic pół miliona samochodów osobowych. Do 2025 r. Prologis planuje osiągnąć neutralność pod względem emisji CO ₂ wbudowanej w proces powstawania magazynów. W tym celu intensywnie inwestuje w energię odnawialną na terenie swoich parków i dostarcza niskoemisyjne magazyny z certyfikatami środowiskowymi. Emisje, których nie da się uniknąć, kompensuje dedykowanymi narzędziami, m.in. współpracując z organizacją Cool Earth – przekazując fundusze po zakończeniu każdej nowej inwestycji, dzięki czemu pomaga ochronić obszar lasów deszczowych o powierzchni ponad trzydziestokrotnie większej niż każdy nowo budowany obiekt Prologis.
RONSON Development	Ursus Centralny	Ursus Centralny jest wieloetapową inwestycją, zaprojektowaną na 1600 mieszkań, realizowaną przez RONSON Development w stołecznym Ursusie. Podobnie jak inne inwestycje dewelopera, Ursus Centralny został zaprojektowany z myślą o harmonijnym połączeniu potrzeb ludzi, z koniecznością ochrony środowiska. W inwestycji zostanie zrealizowany cały katalog rozwiązań ekologicznych. Na elewacji budynków powstają zielone ściany – pnącza na elewacji, które znacząco obniżają poziom CO ₂ w powietrzu. Zaplanowane zostały systemy wody szarej do podlewania zieleni, a w częściach wspólnych inwestycji jest wykorzystywane oświetlenie LED. Celem wsparcia idei elektromobilności powstaną zewnętrzne miejsca parkingowe do ładowania aut elektrycznych oraz stojaki na rowery. Dużą rolę w projekcie Ursus Centralny odgrywa zieleni. Rośliny są nasadzone w częściach wspólnych, wzdłuż wyróżniającego tę inwestycję bulwaru z atrakcjami dla mieszkańców, ale też w miejscach mniej oczywistych, jak choćby na rampach przy wjazdach do garażu.
Vastint	Woda morska w systemie chłodzenia	Budynki pierwszego etapu Waterfront w Gdyni, którego deweloperem jest Vastint Poland, wyróżniają się ciekawym, jak na polskie warunki, rozwiązaniem. Z uwagi na lokalizację oraz specyficzne rozwiązania instalacji wewnątrz budynków Gdynia Waterfront, inwestor zdecydował się wyposażyć budynki w instalację chłodzenia wodą morską (tzw. Sea Cooling). Tego typu rozwiązanie jest możliwe jedynie w przypadku budynków zlokalizowanych w bezpośrednim sąsiedztwie morza lub dużych i głębokich zbiorników wody oraz jeżeli jest realizowane przez inwestorów gotowych podjąć się finansowania instalacji, której zwrot z inwestycji to ok. 7-9 lat. Woda morska jako medium chłodzące jest pompowana do wnętrza budynku, gdzie poprzez system tytanowych wymienników ciepła (titanowych z uwagi na agresywność wody morskiej) następuje schłodzenie obiegu wody lodowej w budynku oraz oddanie ciepła z instalacji do morza.
Wiener TU	Pierwsze na rynku produkty ubezpieczeniowe dla sektora energii odnawialnej	Wiener (wcześniej jako Gothaer) jako jedna z pierwszych w Polsce firm posiada specjalistyczne ubezpieczenie OZE, w tym farm fotowoltaicznych czy elektrowni wiatrowych. Są to specjalistyczne ubezpieczenia kierowane do firm zajmujących się produkcją zielonej energii. Polisa w obu przypadkach obejmuje ochroną od uszkodzenia, zniszczenia lub kradzieży urządzenia, wchodzące w jej skład, a także finansowe skutki przerwy w pracy elektrowni, spowodowane szkodą. Wiener w swojej ofercie ma także ubezpieczenie przygotowane specjalnie na konsumentów chcących pozyskiwać energię z OZE. W ramach tej oferty możliwe jest ubezpieczenie paneli fotowoltaicznych, kolektorów słonecznych i pomp ciepła do wartości 250 tys. zł. W ten sposób Wiener wspiera rozwój dużej energetyki OZE, a także zabezpiecza prosumentów, chcących korzystać z ekologicznych rozwiązań.
Żabka Polska	Program „Naturalnie razem”	Żabka zachęca do ekologicznych postaw oraz wspiera franczyzobiorców sklepów w segregacji odpadów. Będący wyrazem troski o drugie życie opakowań, dobrowolny program „Naturalnie razem” zaangażowała się zdecydowana większość sklepów i wszystkie centra logistyczne sieci. W 2020 r. do odzysku trafiło w ten sposób ponad 10,6 tys. ton papieru i kartonów oraz ponad 1,6 tys. ton tworzyw sztucznych, co stanowi wzrost o ponad 50 proc. względem 2019 r. Zebrane surowce opakowaniowe w postaci folii i makulatury przekazywane są do recyklingu. W ramach programu, dzięki cyklicznej komunikacji w firmowym miesięczniku „Razem”, materiałom marketingowym oraz komunikacji mailowej, Żabka uświadamia franczyzobiorców i ich pracowników w zakresie prawidłowej segregacji odpadów, co korzystnie wpływa na realizację założeń programu, a tym samym na środowisko. Program „Naturalnie razem” w istotny sposób przyczynił się do osiągnięcia w 2020 r. neutralności plastikowej w stosunku do wprowadzonych do obrotu przez Żabkę materiałów i opakowań produktów marek własnych.
Żywiec Zdrój/ grupa spółek DANONE	Zobowiązanie środowiskowe zbiórki i recyklingu 100% wprowadzonego na rynek plastiku w 2020 r.	W 2018 r. podczas szczytu klimatycznego COP24 w Katowicach Żywiec Zdrój zobowiązał się, że w 2020 r. zbierze i podda recyklingowi taką samą ilość plastiku, jaką wprowadzi na rynek. Mimo, że rok 2020 zweryfikował wiele planów biznesowych, Żywiec Zdrój osiągnął zakładany efekt - tworzywa sztuczne zostały przekazane do recyklingu, ponownie przetworzone i zamknięły obieg. Żywiec Zdrój zdecydował się podjąć to bezprecedensowe w skali kraju zadanie w nadziei, że będzie to impuls dla innych, by wdrożyć w Polsce powszechny i obowiązkowy system depozytowy na opakowania. Jest to miły krok w stworzeniu gospodarki obiegu zamkniętego (GOZ), w myśl której ten sam zasób może być przetwarzany i ponownie wykorzystany do produkcji nowych opakowań. Pozwala to ograniczyć produkcję pierwotnego plastiku i zużycie zasobów naturalnych (takich jak ropa naftowa, energia czy woda), a także emisję gazów cieplarnianych. W tym roku Żywiec Zdrój realizuje zobowiązanie ponownie.

Ekologia w branży AGD

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



Kamila Prałat

menedżer ds. sprzedaży i marketingu, SOLGAZ

Można powiedzieć, że dbanie o środowisko i wybieranie ekologicznych rozwiązań, ograniczanie zużycia wody w codziennym życiu, segregacja śmieci czy minimalizacja zużycia plastiku są nie tylko wyznacznikiem modnych w ostat-

nich latach proekologicznych trendów, ale przede wszystkim koniecznością, do której powinniśmy wszyscy dążyć. Bycie eko to trend w słusznej sprawie, który w perspektywie lat przyniesie tylko pozytywne skutki naszych działań.

Zagwarantować użytkownikom komfort

Producenci AGD priorytetowo patrzą dziś na aspekt oszczędzania energii. Nowoczesne sprzęty gospodarstwa domowego realnie przyczyniają się do efektywności i ekologicznego zużycia energii. Wiele firm w swojej ofercie posiada rozwiązania, które gwarantują użytkownikom komfort i funkcjo-

nalność, zmniejszając przy tym zużycie energii. Jednym z czynników oszczędności, na który należy zwracać uwagę, jest klasa energetyczna sprzętu. Jest to bardzo ważny aspekt, ponieważ sprzęty domowe nierzadko używane są przez nas po kilka godzin dziennie, a przykładem urządzenia włączonego przez całą dobę są lodówki. Istotne jest więc, aby miały one najwyższą klasę energetyczną. Pralki natomiast powinny pobierać ilość wody adekwatną do konkretnego wsadu. Również w przypadku kucharek możemy zauważyć spory progres ekologiczny. Na szczególną uwagę zasługują płyty gazowe bez płomieni, które zużywają nawet do 50 proc. mniej gazu niż tradycyjny sprzęt. Jest to możliwe dzięki zastosowaniu innowacyjnej technologii, w której gaz spalany jest katalitycznie w temperaturze 800 stopni, a palniki pracują cyklicznie – wyłączają się w momencie uzyskania pożądanej temperatury i włączają w momencie potrzeby jej zwięks-

zenia. Warto zwrócić uwagę także na ich wygląd – znaczna ich część to gładka tafla ceramiki bez wystających palników. Jaki związek mają one z ekologią? Łatwe czyszczenie – bez żadnych zakamarków i trudno dostępnych miejsc – powoduje mniejsze zużycie środków chemicznych. Jest to pozornie nieistotny element, na który nieliczni zwracają uwagę w aspekcie ekologii, a bardziej designu, ale w połączeniu z mniejszym zużyciem paliwa może stać się kolejnym działaniem skierowanym w stronę dbania o środowisko. Małymi krokami naprawdę możemy wiele zdziałać, a takie działania to oszczędność, zarówno energii, jak i zawartości naszych portfeli.

Ekologia nie może być tylko modą

Nowoczesne sprzęty AGD są bardzo precyzyjne i nie ma mowy o działaniu tych urządzeń na wyrost. Niemal każdy nowoczesny sprzęt możemy ustawić „pod siebie” – określić czas pracy oraz dobrać właściwy pro-

gram dostosowany do naszych potrzeb. W płytach gazowych gazopodszkłem dostępne są także pola darmowe, czyli takie, które nagrzewają się, nie pobierając dodatkowego paliwa. Nie bez znaczenia są też materiały, z których urządzenia są wykonane, a pamiętajmy, że piekarnik czy pralka składają się z wielu podzespołów i każdy jego „ekoelement” ma znaczenie.

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

Ekologia w sercu miasta – RONSON inicjuje zieloną zmianę

Postępujące zmiany klimatu postawiły ekologię na agendzie wielu gremiów światowych. Efektem tego są kolejne publikacje, wytyczne i zobowiązania na rzecz zmniejszenia emisji gazów cieplarnianych i zbliżenia się do neutralności klimatycznej w 2050 r.

Jednym z najbardziej znanych dotychczas dokumentów jest podpisana na szczycie w Nowym Jorku we wrześniu 2015 r. „Agenda na Rzecz Zrównoważonego Rozwoju – 2030”, w której przywódcy krajów członkowskich ONZ zobowiązali się podjąć wyzwanie na rzecz przyszłych pokoleń, planety, dobrobytu i pokoju, a efektem było wypracowanie 17 Celów Zrówno-

ważonego Rozwoju, które mają być osiągnięte przez rządy państw, organizacje międzynarodowe, organizacje pozarządowe, ale też sektor nauki i biznesu.

RONSON Development realizuje strategię odpowiedzialności biznesu m.in. poprzez uwzględnianie w projektowanych inwestycjach najnowszych trendów w budownictwie. Te z kolei są efektem rosnącej świadomości społecznej w zakresie konieczności troski o klimat, ale także odpowiedzią na zmieniające się regulacje prawne w obszarze ochrony środowiska. W każdej z projektowanych inwestycji dewelopera tworzony jest zróżnicowany pakiet rozwiązań ekologicznych. Ich dobór jest uzależniony od możliwości wpisania w koncepcję architektoniczną i urbanistyczną, łatwości i bezpieczeństwa ich obsługi oraz – przede wszystkim – od potrzeb przyszłych mieszkańców.

Ursus Centralny – inwestycja na miarę czasów

Ursus Centralny jest jedną z największych, a jednocześnie najpopularniejszych, inwestycji realizowanych przez RONSON Development. Całe osiedle zostało zaprojektowane na 1600 mieszkań i zostanie zrealizowane w kilku etapach. Etapy I oraz II zo-



Ursus Centralny

stały już zakończone. Blisko 600 mieszkań w tym projekcie zostało już sprzedanych.

Ursus Centralny – podobnie jak inne inwestycje dewelopera – został zaprojektowany z myślą o harmonijnym połączeniu potrzeb ludzi, z koniecznością ochrony środowiska. W inwestycji zostanie zrealizowany cały katalog rozwiązań ekologicznych. Na elewacji budynków powstają zielone ściany – pnącza na elewacji, które znacząco obniżają poziom CO₂ w powietrzu. Zaplanowane zostały systemy wykorzystania wody opadowej do podlewania zieleni, a w częściach wspólnych inwestycji jest wykorzystywane oświetlenie LED. Celem wsparcia idei elektromobilności powstaną zewnętrzne miejsca parkingowe do ładowania aut elektrycznych oraz stojaki na rowery. Dużą rolę w projekcie Ursus Centralny odgrywa zielen. Rośliny są nasadzone w częściach wspólnych,

wzdłuż wyróżniającego tę inwestycję bulwaru z atrakcjami dla mieszkańców, ale też w miejscach mniej oczywistych, jak choćby na rampach przy wjazdach do garażu.

Deweloper angażuje się w akcje ekologiczne. W inwestycjach RONSON Development – także w Ursusie Centralnym, stanęły domki dla „pożytecznych owadów”, takich jak trzmiele, dzikie pszczoły, osy czy skorki, które znane są z naturalnego zapylania wielu roślin, a dzięki tępieniu szkodników, ochrony naszego ekosystemu. Dzięki udziałowi w tej akcji RONSON stał się częścią rekordowego projektu Polskiego Związku Firm Deweloperskich na zbudowanie największego domku dla owadów na świecie.

Siła miasta, moc natury

Ursus Centralny jest inwestycją, w której przyszli mieszkańcy

doceniają samowystarczalny charakter osiedla, gdzie równolegle do kolejnych budynków powstaje szeroka baza infrastrukturalna, jego lokalizację i dobre skomunikowanie z centrum miasta, ale także wdrażane rozwiązania proekologiczne. Wyniki badania Barometr Providenta pokazują, że rośnie świadomość ekologiczna Polaków, a 47 proc. z nich deklaruje, że zmieniłoby styl życia na bardziej ekologiczny, nawet jeśli wiązałoby się to z wyrzeczeniami i mniejszą wygodą. – Takie badania pokazują, że oczekiwana zmiana musi nastąpić i jesteśmy dumni, że możemy być częścią tego procesu – mówi Karolina Bronszewska, dyrektor marketingu i innowacji, w RONSON odpowiedzialna za wprowadzanie rozwiązań ekologicznych i innowacyjnych w projektach firmy.



Ursus Centralny – domek dla owadów

EKOLOGICZNA FIRMA

Kawa odpowiedzialna społecznie i środowiskowo



Kawa to jeden z najpopularniejszych napojów na świecie, a większość z nas nie wyobraża sobie, by rozpocząć bez niej dzień. To również olbrzymi biznes, za którym stoi potężny przemysł wytwórczy i miliony zatrudnionych osób. Często można spotkać się z opinią, że kawa – zaraz po ropie naftowej – jest drugim najpopularniejszym przedmiotem obrotu handlowego. Wartość światowego eksportu tego produktu ulega wahaniom, ale najczęściej szacuje się ją na 31-36 mld dolarów¹.

Tomasz Weczer

prezes Zarządu Columbus Polska,
współtwórca marki Qethereal

Plantacje kawy zajmują szeroki pas po obu stronach równika, a od jej sprzedaży zależy wiele gospodarek krajów rozwijających się. Kawowy biznes silną rzeczą wywiera więc olbrzymi wpływ na nasze życie. Świadome firmy zajmujące się produkcją i handlem kawą dbają o to, by wpływ ten był możliwie jak najmniej negatywny.

Globalny rynek kawy jest tak rozbudowany i ważny dla światowej ekonomii, że podobnie jak rynek ropy naftowej doczekał się własnej międzynarodowej organizacji. Tyle że większej. OPEC zrzesza kraje eksportujące ropę naftową, a jego członkami jest 13 państw. Powstała w 1963 roku Międzynarodowa Organizacja Kawy (ICO) zrzesza 42 kraje eksportujące oraz 7 importerów tego produktu (jako 1 liczona jest cała Unia Europejska). Łącznie odpowiadają oni za 97 proc. światowej produkcji kawy oraz 67 proc. światowej konsumpcji². Głównym celem funkcjonowania ICO jest wzmocnienie globalnego sektora kawy i promowanie jego trwałej ekspansji w środowisku rynkowym.

Bogata północ, biedne południe

Jednym z największych wyzwań, jakie stoją przed rynkiem kawy na świecie, jest jego wpływ na gospodarkę krajów rozwijających się. Wiele z nich jest mocno uzależnionych od

tego surowca, a wszelkie wahania produkcji i cen odbijają się na ich lokalnych gospodarkach. Za skupioną w tzw. coffee belt produkcję odpowiadają przede wszystkim kraje leżące w międzyzwrotnikowej strefie Ameryki Południowej, Afryki oraz południowej i południowo-wschodniej Azji. Trzema największymi eksporterami są: Brazylia, Wietnam i Kolumbia. Przemysł wytwórczy jest jednak bardzo rozdrobiony, a uprawy opierają się na stosunkowo niewielkich plantacjach. Organizacja Narodów Zjednoczonych do spraw Wżywienia i Rolnictwa podaje, że za 80 proc. światowej produkcji kawy odpowiada niecałe 25 mln farm³. Popyt generowany jest przede wszystkim przez wysoko uprzemysłowane kraje północy, takie jak USA, Niemcy czy Włochy, które znajdują się w czołówce importerów. Tam też najczęściej odbywa się proces przetwarzania kawy, czyli jej palenie, paczkowanie i sprzedaż detaliczna, ale też reeksport, które generują największe dochody. Pomijając okresowe wahania, popyt nieustannie rośnie. Według danych Międzynarodowej Organizacji Kawy, w latach 2020-2021 konsumpcja tego napoju na całym świecie wyniosła prawie 10 mln ton⁴. Odpowiadają za nią jednak nie tylko najbogatsze kraje. Duży udział w konsumpcji kawy przypada na regiony, w których jest ona produkowana.

Rynek promuje dobre praktyki

Uprawa, przetwarzanie oraz handel kawą, z racji skali, na jaką się odby-

wają, generują szereg wyzwań, z którymi musi mierzyć się globalny rynek. Jednym z nich są kwestie związane z ekonomiczną nierównością między przetwórcami a producentami kawy. Największe dochody czerpią ci pierwsi. Do producentów trafia niewielki procent zysku ze sprzedaży, co dla drobnych rolników niejednokrotnie nie wystarcza do przeżycia. Innym zagadnieniem są kwestie ekologii i wpływu na środowisko. Nielegalne plantacje często zajmują tereny lasów deszczowych i naturalne siedliska dzikich zwierząt, z kolei przetwarzanie i konsumpcja kawy generuje dodatkowe odpady. Rynek stara się jednak reagować na te zagrożenia. Wśród celów, jakie stawia sobie ICO, jest m.in. zachęcanie członków do opracowywania i realizacji strategii na rzecz zapewnienia wspólnotom lokalnym i małym gospodarstwom rolnym większych korzyści z produkcji kawy, co w zamierzeniu ma się przyczynić do zmniejszenia ubóstwa. Jedną z ważniejszych praktyk, które służą realizacji tego celu, jest handel certyfikowanymi ziarnami kawy. Przede wszystkim mowa tu o systemie Fairtrade, którego idea zakłada propagowanie standardów sprawiedliwego handlu oraz wspieranie drobnych wy-

twórców, zwłaszcza z krajów biedniejszego południa. Organizacja powstała po to, by drobni rolnicy mogli liczyć na godziwe i stabilne dochody umożliwiające pokrycie kosztów zrównoważonej produkcji kawy⁵. Warto zauważyć, że w 1989 roku to właśnie kawa stała się pierwszym produktem z certyfikatem Fairtrade, który został wprowadzony do sprzedaży. Innym, ważnym w przypadku handlu kawą oznaczeniem jest Bio Organic. Stoją za nim zasady takie jak: ekologiczna uprawa roślin, eliminacja chemicznych nawozów, stosowanie wyłącznie środków organicznych czy lokalizacja upraw na określonej odległości od dróg i zakładów produkcyjnych. Zasady sprawiedliwego handlu oraz produkcji organicznej są ważne również dla nas, dlatego Qethereal od początku posiada w swojej ofercie kawy certyfikowane.

Kawowy less waste

Powszechnie przyjmowaną na świecie jednostką kawowej miary jest 60-kilogramowy worek. Jak podaje Międzynarodowa Organizacja Kawy, roczna produkcja jej ziaren wynosi ponad 175 mln takich worków, czyli ok. 10,5 mln ton⁶. Znane, choćby z telewizyjnych re-

klam worki wykonane są najczęściej z juty, która jako włókno organiczne podlega stosunkowo łatwemu przetworzeniu i rozkładowi. Inaczej jest w przypadku plastiku stosowanego w handlu detalicznym. Są to zarówno foliowe opakowania, jak również chociażby kapsułki do ekspresu z odmierzoną porcją kawy. Świadomość producentów dotycząca nadprodukcji plastiku z każdym rokiem rośnie, dlatego coraz więcej z nich promuje recykling powstałych przy parzeniu odpadów. Także w Qethereal będziemy sukcesywnie podążać ścieżką zrównoważonego rozwoju. Chcemy, aby nasze produkty były neutralne pod względem zagrożeń dla środowiska, dlatego stawiamy na materiały biodegradowalne, ale także recykling kawowych fusów.

Pomysłów na ich ponowne wykorzystanie pojawiło się już wiele. Nie tak dawno głośny w Polsce stał się przykład Zarządu Zieleni Miejskiej w Krakowie, którego pracownicy wykorzystali fusy po kawie do posypywania zimą chodników. Innym pomysłem jest zastosowanie ich w kosmetyce jako składnika peelingów do ciała. Różne poradniki podpowiadają, że odpad ten może być także dobrą odżywką dla roślin, pochłaniaczem nieprzyjemnych zapachów lub środkiem odstraszającym insekty. Do bardziej zaawansowanych pomysłów można zaliczyć przetwarzanie zużytych fusów na filizanki do kawy, ekologiczny brykiet do grilla i kominka, a nawet designerskie klosze do lamp czy materiał na ubrania.

Kawowy biznes bez wątpienia wywiera ogromny wpływ na naszą pracę, warunki życia i środowisko naturalne. Rosnąca świadomość firm sprawia, że wszelkiego rodzaju negatywne efekty są sukcesywnie minimalizowane. Wiele zależy jednak również od samych konsumentów. Wystarczy, by w swoich wyborach częściej zwracali uwagę na takie elementy jak jakość kawy i pewne źródło jej pochodzenia.

”
Uprawa, przetwarzanie oraz handel kawą, z racji skali, na jaką się odbywają, generują szereg wyzwań, z którymi musi mierzyć się globalny rynek. Jednym z nich są kwestie ekologii i wpływu na środowisko. Nielegalne plantacje często zajmują tereny lasów deszczowych i naturalne siedliska dzikich zwierząt, z kolei przetwarzanie i konsumpcja kawy generuje dodatkowe odpady. Rynek stara się jednak reagować na te zagrożenia.

Rola okien w ekologicznym budownictwie

Wpływ na zmiany w podejściu do budowania ma nie tylko zmiana świadomości i rosnąca liczba dostępnych na rynku ekologicznych materiałów, ale również rygorystyczne prawo budowlane, które weszło w życie 1 stycznia 2021 roku. Jest ono odpowiedzią na dyrektywę Parlamentu Europejskiego z 2010 r. Określa charakterystykę energetyczną dla nowych budynków powstałych na terenie państw członkowskich.

Rafał Buczek

menedżer sprzedaży Polska,
AWILUX

Głównym założeniem było doprowadzenie do sytuacji, w której wszystkie nowo powstałe obiekty będą zaliczane do budynków pasywnych lub zeroemisyjnych, czyli takich, które są samowystarczalne i nie wymagają dużego poboru energii. Zgodnie z obowiązującymi od 2021 roku przepisami okna fasadowe muszą wykazywać współczynnik U na poziomie 0,9 W/m² K, natomiast okna dachowe 1,1 W/m² K.

Energooszczędnie

Budynki ekologiczne są z założenia obiektami energooszczędnymi, które powstają przy użyciu najwyż-

szej jakości materiałów spełniających szczegółowe wymagania w zakresie ich produkcji, parametrów, czy też możliwości utylizacji. Ten rodzaj budynków wyróżnia się podwyższonym standardem energetycznym, co oznacza, że wszystkie elementy budynku muszą chronić przed ucieczką ciepła. Ważnym etapem planowania zielonej inwestycji jest wybór stolarki okiennej, którą cechują największe straty energii.

Uzyskanie dobrego parametru izolacyjności termicznej okna możliwe jest przy odpowiednim doborze szyby i profilu, przy jednoczesnym ograniczeniu mostka cieplnego na styku szyby z ramą. Jeśli projekt budynku uwzględni duże przeszklenia, można ograniczyć straty ciepła poprzez montaż okien o współczynniku U wynoszącym mniej niż 0,8 W/m² K. Tego typu okna posiadają

na przykład szybę z trzech tafli oraz ramy wykonane z profili wielokomorowych z wkładkami termoizolacyjnymi. Niezależnie od tego, czy zdecydujemy się na stolarkę wykonaną w technologii ALU czy PVC, możliwe jest stworzenie ekologicznego domu energooszczędnego, a nawet pasywnego.

Dobrze dobrane

Warto wiedzieć, że źle dobrane okna odpowiadają za utratę nawet 40 proc. ciepła z wnętrza. Właśnie dlatego odgrywają ważną rolę w przypadku planowania domu ekologicznego. W pierwszej kolejności należy zastanowić się, jaka technologia wykonania okien spełni nasze oczekiwania. Okna PVC wyróżnia duża trwałość i odporność na ewentualne odkształcenia czy wygięcia. Posiadają także dobre parametry w zakresie termoizolacyjności, dźwiękochłonności i bezpieczeństwa. Podczas wyboru tego typu okien najważniejsze jest zachowanie optymalnej liczby komór dla danej grubości profilu. Natomiast okna aluminiowe wyróżnia wysoka stabilność i możliwość tworzenia naprawdę dużych konstrukcji o niezmiennych parametrach termo-

izolacyjnych. Technologia ALU daje również szerokie możliwości w zakresie designu, dzięki czemu okna nie tylko będą trzymać ciepło, ale także wpiszą się w każdy projekt.

Właściwie zaplanowany projekt zielonego domu to klucz do sukcesu. W budynkach o dużym metrażu warto zdecydować się na montaż stałych przeszkleń bez możliwości otwierania. Są to okna typu fix, które gwarantują wyjątkową szczelność, jak również dodatkowe doświetlenie. Wybór szyb także ma niemałe znaczenie. Nowoczesne pakiety szybowe

wyróżniają doskonale parametry termoizolacyjne, a także możliwość dodatkowego dogrzania wnętrza.

Budowa domu oraz jego użytkowanie każdego dnia mają wpływ na środowisko. W branży stolarki okiennej im cieplejszy jest zamontowany produkt, tym potrzebujemy mniej energii, by ogrzać swój dom zimą i ochłodzić latem. Tym samym, inwestycja w energooszczędne rozwiązania wpływa na zmniejszenie zużycia energii elektrycznej czy opału, a co za tym idzie – zmniejszenie emisji szkodliwych związków do atmosfery.



Uzyskanie dobrego parametru izolacyjności termicznej okna możliwe jest przy odpowiednim doborze szyby i profilu, przy jednoczesnym ograniczeniu mostka cieplnego na styku szyby z ramą.

REKLAMA



Ubezpieczenia odnawialnych źródeł energii

W Wiener ubezpieczamy farmy wiatrowe i panele fotowoltaiczne, a wyróżnia nas:

- spersonalizowane wsparcie w doborze zakresu ochrony i decyzjach inwestycyjnych
- nowatorska, specjalistyczna oferta dostępna dla inwestorów korporacyjnych i indywidualnych
- ochrona ubezpieczeniowa instalacji od szkód materialnych oraz finansowych skutków przerwy w działalności
- bezpośredni kontakt z likwidatorami w razie zajścia zdarzenia losowego

EKOLOGICZNA FIRMA

EKOLOGICZNA FIRMA, CZYLI JAKA? O DZIAŁANIACH PODEJMOWANYCH PRZEZ FIRMY

Ekologia to pojęcie skrywające mnogość zarówno płaszczyzn, jak i działań czy możliwości. Choć drobne ekologiczne inicjatywy podejmowane są ze szlachetnych pobudek, to nie można mówić o przejściu na zieloną stronę mocy po podjęciu jednorazowego działania.



Anna Golka

dyrektor Departamentu Zarządzania Nieruchomościami i Obsługi Banku w ING Banku Śląskim

Dla przykładu, jeśli nasz sąsiad zamienił samochód na rower, jednak w dalszym ciągu nie wymienił starego pieca, w którym zdarza mu się także spalać śmieci, trudno nazwać jego działania proekologicznymi. Na podobnej zasadzie można spojrzeć na firmy. Często spotykamy się w ich kontekście z pojęciem greenwashingu, kiedy to małe eko inicjatywy mają za zadanie maskowanie dewastacyjnego wpływu firmy na środowisko. I choć ujawnienie tego typu praktyk, jest dla danej marki czarnym uderzeniem pr-owym, prawdziwe zagrożenie, jakie w nich widzę, leży gdzie indziej. Myślę, że najbardziej negatywną konsekwencją jest wypaczenie idei wszelkich działań proekologicznych i zniechęcenie tym samym do nich osób indywidualnych. Jeśli bowiem wielki gracz traktuje ekologię jak mydlaną bańkę, w jaki sposób jednostka ma uwierzyć, że jej wysiłki mają realny wpływ na otaczający ją świat. Jak zatem powinna działać ekologiczna firma?

Właściwy kierunek

W ING zdajemy sobie sprawę z powagi sytuacji, a także ciężaru olbrzymiej odpowiedzialności, która na nas spoczywa. Zatrudniamy ok. 8 tys. osób, którym na co dzień wskazujemy kierunek i które zarażamy zielonym myśleniem. Podejmujemy działania mające na celu pomoc w zielonej transformacji zarówno małych przedsiębiorców, jak i tych z sektora średnich, dużych lub nawet bardzo dużych firm. Od 2017 r. działamy zgodnie z polityką zakładającą rezygnację z finansowania aktywów węglowych. W tej chwili pozostało jedynie 1,1 proc. naszych klientów, którzy swoje źródło działalności opierają na węglu w więcej niż 5 proc. swojej aktywności. Do 2025 r. wyeliminujemy także ten ostatni procent. Oczywiście nie jest to działanie nagłe, nie zaskakujemy nim naszych klientów. Jak już wspominałam, wspieramy ich i pomagamy przejść na zieloną stronę mocy. Czy jest to działanie mające realnie wpływ na polskie środowisko? Wierzymy, że tak!

Zawsze krok do przodu

W 2015 r. we Francji odbył się szczyt klimatyczny, na którym Polska została wskazana jako jeden z największych emitentów CO₂ w Europie. Ten mało zaszczytny tytuł uświadomił nam, że jeśli nie poświęcimy ekologii należytej uwagi, nasz świat zmieni się nieodwracalnie. Jako Grupa ING podpisaliśmy wtedy zobowiązania, które wytyczały nam początek naszego zielonego szlaku. W miarę podążania nim i po-

znawania tematu, zarażania naszych pracowników eko pasją, z pełnym radości zdumieniem odkryliśmy, że nasze zmiany nie zamykają się jedynie w tym, do czego się zobowiązaliśmy. Zaangażowanie ludzi, nowe, świeże pomysły i innowacyjne rozwiązania rodzące się w naszych głowach utwierdziły nas w przekonaniu o wyborze jedynej słusznej drogi, którą chcemy wspólnie podążać. To dlatego w ING jesteśmy zawsze krok do przodu. Nie chodzi bowiem jedynie o wypełnienie zobowiązań, a o odkrywanie, przecieranie szlaków i inspirowanie innych. Dowód? Niech przemówią fakty. W porównaniu do 2014 roku (dane na moment sporządzania pierwszej deklaracji ekologicznej) nasz ślad węglowy został zredukowany o 93 proc. Choć wynik jest isticie imponujący, już zdążyliśmy sami podnieść sobie poprzeczkę. ING zobowiązało się bowiem do zaangażowania w finansowanie OZE na poziomie 4,5 mld zł i do 2030 r. planujemy osiągnąć wskaźniki dewastacyjne na poziomie „0 net”. Jak chcemy to osiągnąć? Działamy wielotorowo i wieloaspektowo, pamiętając, że dokładnie takiej strategii potrzebuje nasze środowisko, aby złapać oddech potrzebny do naturalnej regeneracji i odbudowy. Równoległe prowadzimy dziesiątki dużych eko projektów, ale także wdramy w życie niewielkie zmiany, którymi budujemy właściwie nawyki. Przykładem niech będzie równoczesne zrealizowanie szeregu inwestycji PV (hybrydowe oświetlenie oraz instalacje zarówno off jak i on-grid) i wymiana floty samochodowej na pojazdy hybrydowe lub elektryczne. Już samo to pozwala na znaczącą redukcję emisyjności, a tym samym zmniejszenie śladu węglowego. Działania szeroko zakrojone dla naszych klientów – np. sfinanso-

wanie farmy wiatrowej w Szymankowie, która zwiększyła zasoby firmy Pol-Energia o 15 proc., łączymy z wdrażaniem miękkich projektów w banku, takich jak KLUTURA OF-F'owa, której podstawą jest edukacja oszczędzania zużycia mediów. Inwestujemy również w duże projekty modernizacji klimatyzacji i wentylacji, które dają nam oszczędność energii na poziomie 50 proc. Warto dodać, że prawdziwie odpowiedzialna firma stawia na eko energię.

Prężni i zdeterminowani do działania

ING od kilku lat uczestniczy w systemie gwarancji sprzedaży energii elektrycznej, która pochodzi z całości z ekologicznych źródeł odnawialnych. Jesteśmy dumni z tego, że 100 proc. energii zużywanej w Banku pochodzi z zielonych źródeł. Ważnym i angażującym na wielu płaszczyznach

ruchem instytucji, którą reprezentuje było utworzenie programu grantowego dla startupów i naukowców. 2 mln złotych powędrują do kreatywnych ludzi, wspierając ich eko inicjatywy. Pierwsza odsłona programu nastąpi w I połowie przyszłego roku. Ruszymy pod hasłem „Poprawa efektywności energetycznej”. W tym samym czasie w naszej katowickiej siedzibie powstały: eko mural, którego 1m² oczyszcza powietrze porównywalnie do małego drzewa, zbiornik retencyjny o objętości 15 tys. litrów, mikro pasieka, hotel dla owadów, miejskie stacje rowerowe i ławeczki solarne. We współpracy z Fundacją Łąki rozpoczęliśmy także plan wysiewania łąk w przestrzeni miejskiej – pierwsza ma już swoje podwaliny wykonane rękami naszych, zawsze gotowych do pomocy, pracowników. Nie zapominamy o lasach! Do 2030 r. zadamy o drzewostan nowy lub istniejący na 100 hektarach obszaru w całej Polsce. Podsumowując, jaka moim zdaniem powinna być ekologiczna firma? Prężna i zdeterminowana do działania. Kreatywna, empatyczna, wsłuchująca się w pomysły płynące do niej od pracowników, kontrahentów, czy wprost z samej natury. Pierwszym krokiem do ustawienia swojego myślenia na zielone tory, jest uświadomienie sobie własnego negatywnego wpływu na środowisko. Jest to doświadczenie niezwykle bolesne, jednak nie możemy zamykać na nie oczu i sztucznie się odcinać. Jedynie mądrze przyjęta prawda zagwarantuje nam bowiem głęboką refleksję, która z kolei poprzedza każde celne działanie. Za każdym eko działaniem marki ING stoi przekonanie, że zaczynając od siebie, jesteśmy w stanie realnie wpłynąć na kondycję naszego środowiska.



W porównaniu do 2014 roku (dane na moment sporządzania pierwszej deklaracji ekologicznej) nasz ślad węglowy został zredukowany o 93 proc. Choć wynik jest isticie imponujący, już zdążyliśmy sami podnieść sobie poprzeczkę

Czy nasze płatności mogą być ekologiczne?

Świadome dokonywanie zakupów oraz dbałość o kwestie środowiskowe to aspekty, które stale zyskują na znaczeniu wśród konsumentów, także w Polsce. Z naszych badań wynika, że dla 62 proc. klientów etyka sprzedawcy (np. przyczynianie się do rozwoju społeczności lub dbałość o środowisko naturalne) jest obecnie o wiele ważniejsza niż miało to miejsce przed pandemią. W każdej działalności można znaleźć miejsce na pro-ekologiczne rozwiązania, jednak sektor handlu ma do tego nie tylko wyjątkowe warunki, ale i bazę klientów – użytkowników o jednym z wyższych poziomów świadomości.



Jakub Czerwiński

VP CEE w Adyen

By odpowiedzieć na ich oczekiwania, przedsiębiorstwa powinny zainteresować się wdrożeniem rozwiązań, które np. umożliwią konsumentom zmniejszenie śladu węglowego za ich zakupy poprzez możliwość rekompensaty za zakup na końcowym etapie płatności. Taka deklaracja zazwyczaj przyjmuje formę okienka opatrzonego

tekstem „chcę zrównoważyć swój ślad węglowy za te zakupy (+xx zł)”. W Adyen, dzięki współpracy z South Pole, stworzyliśmy bazę danych, która oblicza dokładną ilość emisji gazów cieplarnianych zużytych do produkcji oraz dostawy kupowanych towarów i końcowo zwraca je poprzez łatwą do wdrożenia integrację. W ten sposób przedsiębiorstwa zyskują wsparcie w zakresie zrównoważonego rozwoju i mogą wybrać rodzaj projektu, który chcieliby wspomóc. „Wkłady” klientów zamieniane są na kredyty węglowe, a środki przekazywane bezpośrednio do wybranego projektu, bez dodatkowych kosztów księgowania i uzgadniania.

Rosnący trend proekologiczny

Z drugiej strony, w rosnący trend proekologiczny wpisuje się także

ekonomia obiegu zamkniętego, wspierająca drugie życie przedmiotów – jest to jeden z powodów, przez które marketplace'y z używanymi rzeczami cieszą się obecnie tak dużym zainteresowaniem konsumentów. Przedsiębiorstwa z tego sektora mogą umożliwić swoim społecznościom wspieranie ważnych dla nich aspektów życia. To ważne, ponieważ aż 60 proc. Polaków woli robić zakupy u odpowiedzialnych sprzedawców, którzy jeszcze w czasie pandemii wykazali się wrażliwością społeczną lub podjęli inicjatywy charytatywne – a większość osób w tej grupie ma od 18 do 34 lat.

Dołożyć cegiełkę na rzecz zrównoważonej planety

Za pomocą płatności zarówno przedsiębiorstwa, jak i ich klienci mogą wspierać organizacje chary-

tatywne, np. poprzez umożliwienie przekazania kwoty na wybrany cel w końcowej fazie transakcji online lub w sklepie. Są to zarówno organizacje międzynarodowe, jak i specjalne kampanie, takie jak walka z COVID-19, czy inne lokalne inicjatywy, które wpisują się w agendę Celów Zrównoważonego Rozwoju ONZ. Nie łączą się z tym żadne dodatkowe koszty, ponieważ darowizny przetwarzane są przez operatora płatności w oddzielnej transakcji i przekazywane są bezpośrednio do wybranej organizacji. Odpowiednie i innowacyjne rozwiązania w płatnościach umożliwiają przedsiębiorstwom odpowiedź na rosnące oczekiwania klientów i są jednocześnie sposobem na dołożenie cegiełki na rzecz zrównoważonej planety – i to na ogromną skalę.

Biznes włącza się do walki o środowisko i bierze odpowiedzialność za swój rozwój

W obliczu postępujących zmian klimatycznych i degradacji środowiska naturalnego oczy świata przez ostatnie tygodnie zwrócone były na obrady szczytu klimatycznego COP 26 w Glasgow. Ścisła czołówka światowych przywódców zebrała się, aby rozmawiać o zapewnieniu globalnej neutralności w odniesieniu do emisji dwutlenku węgla oraz zatrzymaniu wzrostu ocieplenia na poziomie 1,5°C w porównaniu z poziomem sprzed epoki przemysłowej. Jest nad czym pracować – wg tegorocznego raportu Programu Środowiskowego ONZ Emission Gap Report 2021, obecnie wdrożone rozwiązania spowodują wzrost temperatury o 2,7°C do końca stulecia.

Dominik Szela
Sustainability Manager,
Canon Polska

To znacznie powyżej celów paryskiego porozumienia klimatycznego z 2015 r. Może to doprowadzić do katastrofalnych zmian w klimacie Ziemi, których wpływ jest coraz bardziej dostrzegalny. Aby utrzymać globalne ocieplenie poniżej 1,5°C – zgodnie z porozumieniem paryskim – świat musi zmniejszyć o połowę roczne emisje gazów cieplarnianych w ciągu najbliższych ośmiu lat.

Dyskusja na temat przyszłości środowiska i realizacji celów emisyjnych niejednokrotnie skupiona jest wokół deklaracji liderów politycznych. Wiele mówi się w niej również o indywidualnych wyborach, które na rzecz środowiska może podjąć każdy z nas jako konsument. Nie zapominajmy, że w rozgrywce o wspólne dobro, jakim jest środowisko naturalne, jest jeszcze jeden gracz – biznes. Czy firmy współ-

nie budujące światową gospodarkę dostrzegają jednak wpływ swojej działalności na nasze otoczenie i rozważają własną rolę w ochronie środowiska? Według ubiegłorocznego raportu KPMG The Time Has Come (badanie odnosi się do ogólnosiwiatowej próby 5200 firm, obejmującej 100 największych firm pod względem przychodów), nawet 80 proc. firm publikujących roczne raporty swojej działalności uwzględniła w nich kwestie środowiskowe. Ponadto sami klienci oczekują od biznesu zdecydowanych działań w zakresie zrównoważonego rozwoju. Wg. najnowszego badania The Economist (relative popularity score) w okresie pomiędzy 2016 a 2020 r. trzykrotnie wzrosło wyszukiwanie tzw. produktów zrównoważonych w wyszukiwarce Google. Oczekiwać należy jednak, że za świadomością przedsiębiorstw podążać będą także skuteczne działania na rzecz ograniczenia ich wpływu na środowisko. Tak też się dzieje.

Od planów do czynów

Z punktu widzenia łącznych emisji na przestrzeni całego cyklu życia dowolnego urządzenia istotną składową stanowi produkcja niezbędnej energii pobieranej przez nie w trakcie użytkowania. W branży związanej z drukowaniem, w segmencie druku produkcyjnego, gdzie maszyny często działają nawet 24 godziny na dobę przez większość dni tygodnia ma to duże znaczenie. 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.

Mówiąc o samym produkcie, warto wspomnieć o tzw. etykietach energetycznych. Od 1 marca 2021 r. zmieniony został sposób identyfikowania efektywności energetycznej sprzętu. Docelowo ma to pomóc konsumentom w dokonywaniu bardziej świadomych decyzji zakupowych oraz wpływać na producentów, aby projektowali oni innowacyjne urządzenia, które zużywają mniej energii.

By minimalizować ślad węglowy i produkcję odpadów, wśród odpowiedzialnych środowiskowo przedsiębiorstw upowszechnił się trend produkcji urządzeń lżejszych, o oszczędnej konstrukcji, ale również pakowania ich z użyciem mniejszej ilości tworzyw sztucznych, lub zupełnego odejścia od ich wykorzystania. Dzisiejsze zaawansowane metody produkcyjne pozwalają na wykorzy-

stanie nawet 80 proc. maszyny przy produkcji nowej jednostki w przypadku urządzeń wielofunkcyjnych. W ten sposób w Canon globalnie od 2008 r. udało się ponownie wykorzystać ponad 30 tys. ton produktów i części oraz przejąć 37 tys. ton tworzyw sztucznych do ponownego przetworzenia ich na surowce.

Przedsiębiorstwa działające w branży produkcji urządzeń służących szeroko pojętemu zagadnieniu obrazowania, w celu redukcji ilości odpadów powstających podczas obsługi ich sprzętu, pracują nad zaawansowanymi technologiami z zakresu automatyzacji procesów i detekcji błędów. Rozwiązania takie stosowane w urządzeniach przeznaczonych do druku pozwalają uniknąć błędnych wydruków, na które zmarnowany zostałby papier i inne materiały eksploatacyjne jeszcze przed rozpoczęciem pracy.

Mówiąc z kolei o materiałach eksploatacyjnych, warto zaznaczyć, że firmy mogą ograniczać procesy degradacji środowiska m.in. wdrażając koncepcję tzw. zielonej chemii i np. pracując nad ograniczeniem zawartych w nich szkodliwych składników. Rosnącym trendem stało się w końcu pozyskiwanie surowców do produkcji z poszanowaniem dla środowiska. Za przykład posłużyć może produkcja papieru z materiałów pochodzących z odpowiedzialnie zarządzanych lasów, z dbałością o siedliska naturalne i bioróżnorodność. Konsumentom coraz częściej poszukującym na etykietach produktów np. symboli potwierdzających spełnianie standardów FSC

i PEFC, a biznes odpowiada na te oczekiwania.

Warto mierzyć wysoko

Zgodnie z raportem „Climate Check 2021: Business views on environmental sustainability” wykonanym przez firmę Deloitte obawy odnośnie zmian klimatu podziela 82 proc. członków kadry kierowniczej przedsiębiorstw. Przejawem ambicji biznesu w zakresie redukcji ich wpływu na środowisko jest więc coraz powszechniejsza praktyka tworzenia przemyślanych i ustrukturyzowanych planów o konkretnych celach. Doraźne, punktowe i reakcyjne przedsięwzięcia, choć cenne, zastępowane są wdrażaniem kompleksowych strategii o jasnych celach, które obejmują całą działalność firm. Ponadto warto podkreślić, że przyjęte 24 czerwca 2021 r. przez Unię Europejską Prawo klimatyczne wymusza na sektorze prywatnym szybszą transformację cyfrową, wdrażanie rozwiązań IT oraz współpracę z firmami skupionymi wokół innowacji.

Biznes coraz lepiej rozumie swój wpływ na nasze wspólne otoczenie. W koniecznej dziś walce z postępującymi zmianami klimatu i degradacją środowiska czeka nas jeszcze wiele pracy – oczekiwania są wygórowane, a cele ambitne. W tej ciężkiej pracy odpowiedzialność spoczywa dosłownie na wszystkich – zarówno na konsumentach, jak i biznesie i administracji. Nie przestawajmy więc oczekiwać od siebie nawzajem wiele, bo stawka nigdy nie była większa.

Rynek herbaty odpowiada na trend eko

Marcin Jakubowski
twórca marki Kielle Shaia

Konsumentom są coraz bardziej świadomi tak swoich potrzeb, jak i możliwości, jakie stwarza im rynek. Szukają coraz lepszych produktów, zwracają uwagę na to, jaki jest ich skład i pochodzenie. Dotyczy to także rynku herbaty – klientom nie wystarcza już tylko ładne opakowanie i dobra reklama, a przy okazji sensowny smak. Szukają wyjątkowych aromatów i wartości dodanej w postaci przeżytych. Oczekują też produktu, który będzie się wpisywał w ich styl życia – np. będzie ekologiczny.

Droga herbaty do naszych filiżanek zaczyna się już na etapie plantacji. Dlatego niezwykle istotne jest, aby współpracować z odpowiedzialnymi i świadomymi wymogów i współczesnych trendów dostawcami.

Świadomi plantatorzy

My korzystamy z usług plantatorów, którzy do herbaty podchodzą z szacunkiem – ich uprawy są natu-

ralne, nie używają pestycydów, chemikaliów. Stosują jedynie niewielkie ilości środków do ochrony, przygotowane z naturalnych składników. Dbają o rozwój roślin na każdym etapie, wkładają w ich uprawę całe serce. Świadczy o tym choćby proces zbierania herbaty – wszystkie listki zbierane są ręcznie, żeby nie uszkodzić szczytów. Do zbiorów zatrudniane są przede wszystkim kobiety, ponieważ mają delikatne dłonie, dzięki czemu jest mniejsze prawdopodobieństwo naruszenia krzewów.

Nasz produkt pochodzi ze Sri Lanki, gdzie są jedne z najlepszych warunków do takich właśnie upraw. Gwarancją naturalności zbiorów jest między innymi to, że ukształtowanie terenu Sri Lanki nie pozwala na używanie maszyn tak przy uprawie, jak i właśnie zbiorach. Wystarczy zaparzyć naszą herbatę, żeby przekonać się, jak zbierana była roślina – po zalaniu gorącą wodą rozwijają się całe liście.

O ile nasze herbaty nie mają certyfikatu BIO, o tyle certyfikat Lwa Cejlońskiego, którym się szczycimy, to gwarancja jakości i oryginalności po-

chodzenia. Żeby nasi konsumenci mieli pewność, że dostarczamy im w 100 proc. cejloński produkt, cały proces, od zbioru, przez produkcję, po pakowanie herbaty, odbywa się na Sri Lance.

Naturalne opakowanie

Jak wynika z badania przeprowadzonego przez Centrum Badawczo-Rozwojowe BioStat, 80 proc. Polaków pije herbatę codziennie. 90 proc. ankietowanych zadeklarowało, że sięga głównie po produkty w formie jednorazowych torebek. Konsumentom najczęściej wybierają herbaty ekspresowe czarne, zielone i owocowe. Najczęściej zaś wybieramy herbaty sypkie

czarne, owocowe, zielone i białe. Przy tak dużej konsumpcji niezwykle istotne jest, jak te herbaty ekspresowe są pakowane – z jakich tworzyw korzystają producenci. Nasze torebki wykonane są z niebielonych włókien naturalnych, bez zsywek i kleju – torebki są wiązane przy pomocy organicznej bawełny. Tak przygotowane saszetki pakowane są w papierowe pudełka lub puszkę. Oczywiście są wymagania dotyczące pakowania produktów spożywczych, które nie pozwalają na korzystanie w 100 proc. z materiałów biodegradowalnych, ale trend na rynku, słuszny zresztą, jest taki, żeby było ich jak najwięcej. Ze wspomnianego raportu wynika także,

że rośnie w Polsce zainteresowanie herbatami bogatymi w przeciwutleniające oraz działające przeciwpalnie, odprężająco czy pobudzająco, co wytłumaczyć z pewnością można powszechną modą na zdrowy styl życia. Coraz częściej pijemy również herbaty owocowe. Ten trend potwierdza Maria Uspenski z The Tea Spot w artykule dla portalu beveragedaily.com. Zwraca ona uwagę, że szczególnie popularne staje się dodawanie do herbacianych mieszanek adaptogenów, czyli świeżych roślin lub ziół wspierających układ odpornościowy, nerwowy i mózg. W swoim asortymencie mamy linię wellness, która odpowiada na to zapotrzebowanie. Odpowiada nie tylko na wyzwania prozdrowotne, ale też te dotyczące ekoopakowań. Ze względu na to, że nasze mieszanki wellness to w 100 proc. zioła, muszą być zapakowane w większe torebki. W tym wypadku używamy tzw. piramidki wykonanych z japońskiego jedwabiu biodegradowalnego, co daje możliwość wyrzucenia całości do odpadów bio. To nasz ukłon w stronę troski o środowisko.

