

# EKOLOGICZNA FIRMA 2018



## Ekologiczność się opłaca

**Wydaje się, że każdy z nas już wie, że ekologia to oszczędzanie. A jak oszczędzamy, to w efekcie powinniśmy mieć więcej, co może potwierdzać tezę, że ekologia się opłaca, zarówno jednostkom, jak i firmom czy organizacjom. Jednak ma to miejsce tylko wówczas, gdy nie opieramy swoich działań jedynie na budowaniu wizerunku marki przyjaznej środowisku, ale faktycznie prowadzimy biznes z uwzględnieniem ograniczeń naszej planety i tak zarządzamy procesami, aby te oszczędności były widoczne.**



**Justyna Bartman**

Sustainability Manager, manager ds. zrównoważonego rozwoju w Canon Polska

Firmy „postrzegane jako ekologiczne”, które nie są wystarczająco uczciwe i transparentne, nie będą z sukcesem funkcjonować na globalnym rynku. Świadomość konsumentów, również ta ekologiczna, rośnie bowiem z roku na rok. A pod lupą są nie tylko oferowane produkty czy usługi, ale też działalność firmy w szerszym aspekcie. Świadomy klient coraz częściej pyta dziś: Gdzie urządzenie zostało wyprodukowane? Z jakich materiałów? Czy surowiec pochodzi z legalnych źródeł? Jaka ilość odpadów poddawana jest recyklingowi? Konsument nie wierzy już w utarte slogany typu: „nasz produkt jest EKO”, bo co to tak

właściwie oznacza? W języku branżowym mówi się na to „green washing” czyli zielone mydlenie oczu. Co prawda większość Polaków twierdzi, że są gotowi zapłacić więcej za produkty ekologiczne, ale same etykiety na produktach nie wystarczą. Świadomy konsument mówi dziś: „sprawdzam”! Czyta składy produktów, chce zobaczyć faktyczne zużycie energii, poziom hałasu, wielkość emisji szkodliwych substancji itp.

### Odpowiedzialność producenta i konsumenta

Pamiętajmy tu o tak zwanym cyklu życia produktu. Za wpływ wyrobu na środowisko naturalne w znaczącej części odpowiada producent (od etapu projektowania, poprzez proces pozyskiwania surowców, kończąc na produkcji i dystrybucji towaru), ale nie tylko. To od konsumentów w dużej mierze zależy jego żywotność. Oczywiście jakość towaru ma tu ogromne znaczenie, ale równie ważne będzie jego prawidłowe użytkowanie, naprawy i w końcu gdzie finalnie, po upływie okresu żywotności, trafi on jako odpad. W przypadku sprzętów elektrycznych/elektronicz-

nych ma to niebagatelne znaczenie, gdyż wydzielające się w nich substancje niebezpieczne zanieczyszczają gleby i wody podziemne. Z kolei oddając odpad do zakładu przetwarzania możemy mieć pewność, że część materiałów zostanie ponownie użyta czy poddana recyklingowi, a te niebezpieczne zutylizowane.

### Ratunek dla planety

I tu warto wspomnieć o pojawiającym się nowym modelu gospodarki. Obecnie konsumujemy na zasadzie: kupiłem, użyłem, wyrzuciłem (Linear Economy). Ratunkiem dla naszej planety jest cykl zamknięty, gdzie odpady z jednych procesów są wykorzystywane jako surowce dla innych. Komisja Europejska przyjęła nowy ambitny pakiet dotyczący Gospodarki o Obiegu Zamkniętym (Circular Economy) czyli taki model gospodarki, który opiera się na założeniu, że wartość produktów, materiałów i zasobów ma być utrzymywana tak długo, jak to możliwe, by w efekcie ograniczyć wytwarzanie odpadów do minimum. Kierując się zasadami zrównoważonego rozwoju wiele przedsiębiorstw decyduje się iść o krok dalej w planowaniu swojej strategii CSR. Coraz częściej sprzedawane są usługi, zamiast produktów. Dlaczego? Dlatego, że producent ma szansę dłużej utrzymać produkt na rynku, stosując profesjonalny w swojej branży serwis, a w ostateczności wykorzystać część materiałów zużytego towaru przy produkcji nowych urządzeń. Ma to też znaczenie dla naszego portfela. Czy rzeczywiście opłacalny

jest zakup samochodu i utrzymywanie go przez lata, kiedy używany jest weekendowo? To w końcu nie tylko cena auta, ale i przeglądy, ubezpieczenia, naprawy czy opłata za miejsce parkingowe. W dużych miastach branża wynajmu samochodów czy rowerów na minuty kwitnie. Zamiast płacić za płyty DVD kupujemy dostęp do filmów na dowolnym urządzeniu, w dowolnym czasie. Zamiast kupować drukarki, kupujemy usługę druku. Zmniejszenie ilości niepotrzebnych wydruków, oszczędność papieru, tonerów i energii elektrycznej to tylko niektóre benefity usług zarządzania drukiem, które oferuje na przykład firma Canon. Analizując nawyki związane z drukowaniem w danej firmie, można tak zoptymalizować procesy, aby zmniejszyć flotę urządzeń drukujących o 25-40 proc., a koszty druku o 10-30 proc. (przeciętna firma wydaje 1-3 proc. swoich przychodów na druk dokumentów). Kolejny przykład – największe lotnisko w Holandii, Schiphol w Amsterdamie, pozbyło się problemu zaopatrzenia swoich terminali w oświetlenie poprzez nowatorską współpracę z firmą Philips, polegającą na wykupieniu usługi światła. Światło jako usługa oznacza, że lotnisko płaci za użyte światło, podczas gdy Philips pozostaje właścicielem wszystkich urządzeń i instalacji.

### Plastik na świeczniku

Obecnie na świeczniku jest plastik, ponieważ media szokują faktami. A te są zastraszające. 70 proc. wszystkich śmieci występujących w morzu

to plastik. Analitycy zauważają, że jeśli recykling tworzyw sztucznych nie będzie oznaczał jednoczesnego zmniejszenia skali produkcji – to nie pomoże on rozwiązać problemu wyrzucania plastików, a jedynie odwlec go w czasie. To nasze zachowania wymuszają na producentach zmiany, które mają przynieść wymierne korzyści ekologiczne dla nas wszystkich. Konsument sami odmawiają słomek do napojów w kawiarniach, przychodzą z własnym kubkiem, rezygnują z wody butelkowej, a na piknik zamiast jednorazowych naczyń wybierają te wielokrotnego użytku. Ale jednocześnie zgodnie twierdzą, że to na wytwórcach dóbr spoczywa obowiązek ograniczania ilości opakowań. Dlaczego mały krem pod oczy jest zapakowany w duże pudełko wypełnione powietrzem i zafoliowane? Kupując od firm prowadzących działalność w sposób zrównoważony czujemy, że swoimi pieniędzmi wspieramy szerszą wizję świata i biznesu.

Już w grudniu w Katowicach odbędzie się szczyt klimatyczny COP24 – najważniejsza międzynarodowa konferencja poświęcona światowej polityce klimatycznej. Sesji COP towarzyszy mnóstwo wydarzeń o charakterze naukowym, społecznym, ale i komercyjnym, będących forum prezentacji i wymiany pomysłów i rozwiązań. Być może tam zaczerpnijemy inspiracji i zobaczymy przykłady firm, które hołdując zasadzie „what’s good for people, it’s good for business” dowodzą, że ekologia się opłaca.



## EKOLOGICZNA FIRMA 2018

# Dbając o środowisko, budujemy wizerunek firmy

Dbanie o środowisko to aktualnie faktycznie jeden z elementów, za pomocą których można budować pozytywny wizerunek firmy. Swoją drogą to fantastyczne, że tak ważna rzecz jak ekologia może decydować o tym, jak postrzegamy danego przedsiębiorcę. Dzisiaj ważne jest dla nas nie tylko to, czy ktoś prowadzi biznes i jakich klientów obsługuje, ale jak go prowadzi, jakimi wartościami kieruje się w swojej pracy. Dbłość o środowisko to właśnie jedna z takich wartości i cieszę się, że jest coraz częściej traktowana jako wyznacznik, czy podejmiemy współpracę z jakąś firmą.



Aleksandra Węglarz

specjalista ds. marketingu Higma Service

Warto tutaj pamiętać, że nadrzędnym celem proekologicznych działań jest oczywiście ochrona środowiska. Jak się jednak okazuje, działania te są korzystne także dla samej firmy pod względami wizerunkowym i ekonomicznym. Chronimy środowisko, ale możemy też w ten sposób budować to, jak postrzegają się naszą firmę.

### Wizerunek to coś więcej niż logo

Musimy bowiem pamiętać, że wizerunek danej firmy to coś więcej niż logo i zjawiskowe materiały graficzne. To określone działania, które sprawiają, że w głowach naszych klientów, partnerów biznesowych i pracowników kształtuje się konkretna opinia na temat naszego przedsiębiorstwa, a ta z kolei przekłada się na nasz sukces. Na pozytywny wizerunek firmy wpływają na przykład wszystkie działania prowadzone w ramach społecznej odpowiedzialności biznesu (CSR), uwzględniają one między innymi troskę o pracowników i klientów czy ochronę środowiska. Coraz więcej firm ma dokładnie opisaną strategię CSR i podejmuje konkretne działania, co pokazuje, że są świadome swojego wpływu na otoczenie. Jeśli nie mamy takiej strategii, warto ją stworzyć, ale zastanówmy się najpierw, co chcemy osiągnąć – jaki jest nasz wizerunek i czy chcemy go utrzymać czy zmienić, jakie działania powinniśmy podjąć. Istotne jest także poznanie opinii naszych klientów i pracowników. Musimy się wciąż dowiadywać, co jest dla nich ważne, poznawać ich zdanie, by odpowiednio projektować nasze działania. Podobnie powinniśmy podejść do zagadnienia ekologicznej firmy. Zanim rozpoczniemy działania, zastanówmy się, co chcemy osiągnąć w dziedzinie ochrony środowiska. Jaki wpływ wywiera nasza firma na środowisko? Jak wygląda proces produkcji naszych towarów i usług? Jak zaszczerpić w naszym zespole proekologiczne zachowania? Gdy poznamy odpowiedzi, zyskamy pewność, że wybierzemy najbardziej dopasowane rozwiązania, które sprawią, że nasz wizerunek będzie wiarygodny.

### Na początek – drobne działania

Bycie firmą ekologiczną możemy zacząć już od drobnych działań – choć mogą się one wydawać niewielkie, w perspektywie czasu przekładają się na ogromne korzyści dla natury, ale także dla samej firmy. Co możemy zrobić? Dążyć do redukcji ilości odpadów, wprowadzić ich segregację, korzystać z ekologicznych środków przy

produkcji towarów i świadczeniu usług, optymalizować zużycie energii i zasobów, korzystać z materiałów biodegradowalnych, utylizować odpady biurowe, takie jak tonery, wyłączać urządzenia, których nie używamy, gasić światło w pomieszczeniach, w których nie przebywamy, ograniczać drukowanie lub drukować dwustronnie, zużywać tylko dwa listki papieru do osuszania rąk, promować dojeżdżanie do pracy komunikacją miejską lub rowerem. Wpływ tych działań na środowisko jest oczywisty, ale warto zauważyć, że firma może w ten sposób również ograniczyć swoje koszty.

### Dekalog proekologicznych zachowań

W naszej firmie stworzyliśmy dekalog proekologicznych zachowań, w których określiliśmy, jakie działania są przyjazne dla środowiska i jak bezpośrednio się na nie przekładają. Dekalogi rozwiesiliśmy w miejscach, z których najczęściej korzystają nasi pracownicy. Przygotowaliśmy także naklejki namawiające na przykład do zgniatania i segregacji odpadów, zakręcania kranu, gdy nie używamy wody, używania jednej dozy mydła. Są zawieszane w miejscach, z których korzystamy na co dzień i przypominają nam, jak możemy być ekologiczni każdego dnia. Te pozornie drobne ukłony w stronę środowiska mogą być wykorzystywane z powodzeniem również w innych firmach.

### Wzmocnić wizerunek marki

Warto także przyjrzeć się swoim produktom – czy proces ich tworzenia jest ekologiczny, czy nasze opakowania są wykonane z materiałów, które możemy poddać recyklingowi. Nasze społeczeństwo jest coraz bardziej świadome i wielu konsumentów jest skłonnych sięgać po produkty przyjazne dla środowiska – nawet jeśli okażą się one droższe. Tyczy się to jednak nie tylko produktów, ale ogólnie stylu, w jakim zarządzana jest firma. Jeśli dba ona o środowisko naturalne, jest lepiej postrzegana przez konsumentów, a to z kolei sprawia, że klienci chętniej skorzystają z jej usług. Bycie ekologicznym ma znaczenie dla konsumentów, partnerów biznesowych oraz naszych pracowników. Dbłość o naturę może zaowocować nawiązaniem nowych relacji biznesowych, skłonieniem nowych klientów do skorzystania z naszych usług i przyciągnięciem do firmy pracowników, którzy wyznają podobne wartości. Dzięki ekologicznej działalności wzmocnimy wizerunek naszej marki i siebie jako pracodawcy – jesteśmy lepiej widziani przez kontrahentów i potencjalnych pracowników. Proekologiczne działania przynoszą firmie także korzyści ekonomiczne. Zmniejszanie ilości odpadów, obniżanie zużycia energii elektrycznej, ograniczanie ilości drukowanych kartek – nawet te drobne czynności przekładają się na obniżenie rachunków firmy. Takie zachowania służą nie tylko ochronie środowiska, ale przekładają się na stan naszych finansów. Bycie ekologicznym jest dla wielu firm atrakcyjne także z tego powodu.

# Rosnąca świadomość

Wśród polskich przedsiębiorców utrzymuje się tendencja angażowania w działania proekologiczne. To się bardzo chwali, pamiętajmy jednak, że proekologiczna polityka firmy powinna mieć swoje odzwierciedlenie we wszystkich obszarach jej funkcjonowania. Wprowadzenie określonych standardów i wymagania ich spełniania od pracowników to podstawa do dalszego rozwoju. Działając w branży gospodarowania odpadami stwierdzam, że rośnie świadomość nie tylko przedsiębiorców i konsumentów, lecz także władz, które odpowiadają za regulowanie przepisów w zakresie gospodarki odpadami.



Wiktor Mokrzycki

wiceprezes zarządu Mo-BRUK

Zdecydowana większość przedsiębiorstw w reprezentowanej przeze mnie branży to firmy funkcjonujące zgodnie z prawem. Pomimo tego ciągle pozostaje do rozwiązania istotne zagadnienie nadużyć na rynku odpadów. Firmy, które dopuszczają się nieprawnych działań, czerpiąc dochody z nielegalnych źródeł i naruszając porządek prawny, popełniają przestępstwa przeciwko środowisku. Świadomi konsumenci i klienci wymagają jednak od firm większej wrażliwości na kwestię środowiska. Po wprowadzonych przez

Ministra Środowiska zmianach i zdemaskowaniu wielu nielegalnych firm w branży gospodarowania odpadami, zauważamy pozytywny trend – klienci poszukują usług ekologicznych świadczonych z najwyższym poszanowaniem prawa. Szansę na osiągnięcie sukcesu mają tylko te firmy, które będą potrafiły sprostać wszystkim stawianym przed nimi wymaganiom. Te, które rozumieją, że ekologia ma strategiczne znaczenie dla zrównoważonego rozwoju i że ich klienci dostrzegają i cenią proekologiczne działania w prowadzeniu przedsiębiorstwa. Mając na uwadze fakt, że rynek gospodarowania odpadami w Polsce jest w fazie intensywnego rozwoju i jest bardzo perspektywiczny, opłaca się być firmą postrzeganą jako ekologiczna. Firmy segregujące odpady komunalne lub posiadacze odpadów są zainteresowani współpracą z uczciwymi, poważnymi i innowacyjnymi przedsiębiorstwami, ponieważ daje im to pewność dalszego zagospodarowania odpadów z zachowaniem najwyższych standardów.

REKLAMA



A może Twoja firma też chce coś zrobić dla środowiska?  
Skorzystaj z leasingu na samochód elektryczny lub hybrydowy w Programie ING EKO.

Już teraz:  
0% prowizji  
0 zł za rejestrację pojazdu

ING EKO jest produktem ING Lease (Polska) Sp. z o.o. Więcej szczegółów na [inglease.pl/ingeko](http://inglease.pl/ingeko)



## EKOLOGICZNA FIRMA 2018

## Najciekawsze inicjatywy ekologiczne



Ekologia od lat jest sztandarowym hasłem dużych przedsiębiorstw – wszyscy chcą być proekologiczni, chcą dbać o środowisko i niwelować szkodliwy wpływ własnej działalności. W naszym zestawieniu przedstawiamy Państwu te firmy, których propozycje ekologicznych inicjatyw wydają nam się najciekawsze ze

wszystkich nadesłanych do redakcji. Tradycyjnie też zaprosiliśmy do komentowania tematów okołоекologicznych ekspertów – przybliżą Państwu trendy panujące na rynku i, mamy nadzieję, opowiedzą o tym, w jakim kierunku działania proekologiczne firm będą się rozwijały.

Firma	Projekt	Strategia ekologiczna
Canon Polska	EQ80	Seria produktów EQ80 obejmuje najlepiej sprzedające się modele kopiarek z ostatnich lat z serii ImageRUNNER ADVANCE, które zostały przeprojektowane w celu uzyskania atrakcyjnych cenowo, wysokiej jakości drukarek wielofunkcyjnych przy znacznym zmniejszeniu negatywnego wpływu na środowisko. Ponieważ każdy produkt z serii EQ80 wyprodukowano, wykorzystując co najmniej 80 proc. istniejących już części i komponentów, możliwe było zmniejszenie emisji CO2 związanej z produkcją o 80 proc. EQ80 to nie odświeżona stara maszyna. To jakość nowego urządzenia, ponieważ wszystkie kluczowe części, niezależnie od ich stanu, są zastępowane nowymi. Każda maszyna otrzymuje nowy numer seryjny i nowy licznik. Urządzenie otrzymuje gwarancję jak nowa maszyna od oryginalnego producenta. Asortyment EQ80 ma na celu promowanie gospodarki o obiegu zamkniętym poprzez maksymalizację wykorzystania zasobów naturalnych.
Higma Service	EKOlogiczni w biznesie	Higma Service stworzyła autorski program EKologiczni w biznesie, w którym zachęca firmy do prowadzenia swojej działalności w sposób ekologiczny. Taka postawa nie tylko pozytywnie wpływa na środowisko, lecz także niesie ze sobą wiele korzystnych aspektów dla firm (m.in. budowanie pozytywnego wizerunku przedsiębiorstwa i oszczędności). Chętnym Higma Service wysyła tablice ekologiczne oraz naklejki przedstawiające interesariuszom, jak mogą być bardziej ekologiczni w swoich codziennych działaniach (np. używaj tylko jednej dozy mydła, zakręcaj kran, gdy nie używasz wody, drukuj dwustronnie, zginiataj odpady). Materiałów tych Higma Service używa także we własnej działalności.
ING Lease Polska	Program ING EKO	Klienci coraz częściej obok oczekiwań związanych z biznesem mają również oczekiwania społeczne, skierowane na realizowanie misji ekologicznej, prozdrowotnego i odpowiedzialnego korzystania z zasobów. ING Lease wspiera swoich klientów także w tym zakresie. W efekcie do swojej oferty wprowadził Program ING EKO, w ramach którego można połączyć te dwa aspekty i sfinansować leasingiem, nowe i używane, elektryczne i hybrydowe samochody osobowe, dostawcze o DMC do 3,5 t, a nawet elektryczne motocykle i skutery. Dodatkowym atutem jest brak prowizji oraz opłaty za rejestrację pojazdu. Warto również podkreślić swobodę, jaką zyskują klienci korzystający z programu ING EKO. Górny limit finansowania wynosi aż 700 tysięcy złotych netto. Z oferty mogą skorzystać również firmy rozpoczynające działalność gospodarczą.
Selena FM	Rozwój produktów dla zrównoważonego środowiska	W trosce o środowisko, Selena dąży do ciągłego rozwoju produktów dla zrównoważonego budownictwa, m.in. poprzez takie działania jak przejście włoskiej firmy Uniflex – producenta uszczelnaczy akrylowych, które charakteryzują się najwyższą jakością i wykorzystaniem ekologicznych surowców, zgodnie z certyfikacją EC1 i Blue Angel – co wpisuje się w działania Seleny jako proekologicznego producenta. W skali globalnej Selena dąży do rozwoju ekologicznych rozwiązań, m.in. poprzez aktywny udział w takich programach jak Horyzont 2020, w następujących projektach: EENSUALTE – jego celem jest opracowanie rozwiązań o właściwościach izolacyjnych, pozwalających na redukcję zużycia energii w budynku o 15 proc.; BIOMOTIVE, w którym Selena odgrywa wiodącą rolę. Zakłada on rozwój tzw. Bio-based Chemistry w sektorze budowlanym, dzięki opracowaniu wysoko wydajnych materiałów polimerowych, które pozwalają na zmniejszenie śladu węglowego. Selena opracowuje także receptury swoich produktów z wykorzystaniem wyłącznie certyfikowanych i sprawdzonych surowców, a w swoich zakładach produkcyjnych wdrożyła programy oszczędzania energii i redukcji emisji CO2. Spółka posiada również politykę redukcji odpadów pochodzących z procesów technologicznych. Działania te znalazły swoje odzwierciedlenie w wielu rozwiązaniach wprowadzonych przez spółkę, takich jak: system okien ProEnergy, wysokorefleksyjna powłoka dekarcka COOL-R, umożliwiająca właścicielom budynków poprawę efektywności energetycznej, innowacyjny pianoklej do murowania (z certyfikatem potwierdzającym możliwość zastosowania w rejonach aktywnych sejsmicznie), klej do styropianu z linii pianoklejów, który zapewnia eliminację mostków termicznych oraz nowa generacja pian poliuretanowych Tytan O2 i Energy 2020, które podczas aplikacji nie emitują szkodliwych oparów MDI (izocyanianu), co zostało potwierdzone przez szwedzki instytut SP Proving Forskning.
Zakłady Farmaceutyczne Polpharma w Starogardzie Gdańskim	Nagroda Zielonego Procesu	Minimalizowanie negatywnego wpływu firmy farmaceutycznej na środowisko to jedno z głównych założeń Strategii Odpowiedzialności Społecznej Polpharmy w ramach filaru etyczne prowadzenie biznesu. Chcąc zaangażować pracowników w tego typu działania, Polpharma stworzyła Nagrodę Zielonego Procesu. Poprzez inicjatywę realizowane są założenia Polityki Zrównoważonego Rozwoju Środowiskowego i Deklaracji Zasad Zielonego Procesu. Jej celem jest motywowanie, zachęcanie, wyróżnianie i docenianie prośrodowiskowych inicjatyw pracowników, którzy są kluczowymi interesariuszami firmy. Nagroda jest platformą efektywnej wymiany doświadczeń i dialogu pomiędzy pracownikami. Od początku działania programu zgłoszono 129 inicjatyw. Intencją firmy jest dalszy, intensywny rozwój projektu, wdrażanie kolejnych ekologicznych inicjatyw zgłoszonych przez pracowników oraz podnoszenie świadomości ekologicznej wśród pracowników Grupy Polpharma.

## Branża budowlana coraz bardziej innowacyjna

Polski sektor budowlany ma dużo do nadrobienia pod względem innowacyjności na tle świata. Jednak zdalne sterowanie budynkiem za pomocą aplikacji, zielona infrastruktura, samowystarczalność energetyczna budynków, druk 3D czy projektowanie za pomocą wirtualnej rzeczywistości – to trendy, które pojawiają się już także w Polsce i zdaniem ekspertów ich upowszechnienie się to kwestia niedalekiej przyszłości. Innowacyjne technologie i ekologia to jedne z czynników, które w najbliższej dekadzie będą kształtować branżę budowlaną – wynika z raportu „Budownictwo przyszłości. Pod lupą” opracowanego na zlecenie EFL.

– Konserwatywna i tradycyjna branża budowlana oraz bardzo innowacyjna branża deweloperska, która jest napędzana przez oczekiwania najemców, pracowników biurowców czy nabywców mieszkań, łączą siły, tworząc coś fantastycznego. W mojej opinii branża budowlana będzie się musiała stawać coraz bardziej innowacyjna przez wyzwania, które mamy dzisiaj na rynku pracy – podkreśla w rozmowie

z agencją informacyjną Newseria Biznes Arkadiusz Rudzki, dyrektor zarządzający spółki biurowej Skanska.

#### Będziemy skłonni płacić więcej za rzeczy lepszej jakości

81 proc. średnich i małych firm budowlanych ocenia, że rozwój technologii to jeden z czynników, który będzie kształtować branżę budowlaną w nadchodzącej dekadzie – wynika

z raportu „Budownictwo przyszłości. Pod lupą” opracowanego na zlecenie EFL. Na świecie sektor ten jest dużo bardziej innowacyjny niż w Polsce.

– Mówimy o druku 3D, wdrażaniu nowych technologii, autonomicznych pojazdach lub obsługiwanych za pomocą tabletu. Zastanawiamy się, w jaki sposób można budować szybciej, ale na koniec wszystko sprowadza się do ceny. Jako deweloperzy musimy pracować wspólnie z branżą budowlaną i końcowymi użytkownikami, bo element ceny jest kluczowy. Myślę jednak, że dzięki dobrej sytuacji gospodarczej społeczeństwo dojdzie do takiego poziomu, w którym będzie nas stać na więcej i dzięki temu będziemy skłonni płacić więcej za rzeczy lepszej jakości – mówi Arkadiusz Rudzki.

Jak podkreśla, kierunek rozwoju branży budowlanej determinują dziś przede wszystkim oczekiwania

partnerów biznesowych i klientów, zwłaszcza młodszych pokoleń, którzy mają inne priorytety. Potwierdza to raport EFL, z którego wynika, że inwestycje w nowe rozwiązania powodowane są głównie potrzebą dostosowania oferty do oczekiwań klientów i zlecających (92 proc.) oraz dążeniem do wzrostu sprzedaży (90 proc.) i minimalizacji kosztów (89 proc.). Dla 71 proc. firm budowlanych źródłem inspiracji do tworzenia nowych produktów, projektów lub usług są potrzeby klientów czy zlecających. Dla 66 proc. firm taką inspiracją jest wiedza o nowych technologiach, a dla 58 proc. badanych – potrzeby społeczeństwa.

#### Coraz większa rola ekologii

Z raportu EFL wynika, że przeszło 8 na 10 firm słyszało o takim projektowaniu budynków, aby było możliwe zdalne sterowanie nimi za

pomocą odpowiednich aplikacji. 77 proc. firm wie o trendzie, jakim jest wykorzystywanie w budynkach rozwiązań bazujących na tzw. zielonej infrastrukturze (zielone tarasy, dachy, fasady). Z ideą budynków w pełni autonomicznych pod względem zapotrzebowania na energię zetknęło się 52 proc. badanych firm. Autorzy raportu podkreślają, że upowszechnienie się tych trendów m.in. na polskim rynku nie jest wcale odległą perspektywą.

Zdaniem ekspertów obok nowych technologii to zrównoważone budownictwo i ekologia będą odgrywać coraz większą rolę. Z raportu EFL wynika, że 93 proc. badanych firm stawia na poprawę efektywności energetycznej budynków, a 89 proc. respondentów wierzy, że w najbliższych 10 latach powszechne stanie się wykorzystywanie odnawialnych źródeł energii.