

Zielone biuro



Wywiad: Ekobiuro to lepsze wyniki według Skanska

Felieton: Mieszkania przy parku nie kupię!

Prawo: Urlop dla taty

Inspirujemy przedsiębiorców

- Tworzymy platformę wymiany doświadczeń w zakresie społecznej odpowiedzialności

- Inicjujemy partnerską współpracę firm z organizacjami pozarządowymi

- Oferujemy fachowe wsparcie – szkoleniowe i doradcze przy planowaniu działań CSR

- Organizujemy wolontariat pracowniczy

Stowarzyszenie Centrum Promocji i Rozwoju Inicjatyw Obywatelskich PISOP

ul. Pl. J. Metziga 26/6
64-100 LESZNO
Tel./Fax 65 520 78 86

ul. F. Ratajczaka 26/6/96
61-815 POZNAŃ
Tel./Fax 61 851 91 34

e-mail: pisop@pisop.org.pl


**CENTRUM
PISOP**

Zazielen biuro!



Można przyjąć, że jeden pracownik biura wytwarza na dobę około 3 litrów śmieci. Z prostej kalkulacji wynika więc, że dla 200-osobowego obiektu biurowego dobową ilość nieczystości może wynosić około 0,6 m³. Oprócz odpowiedzialnej gospodarki odpadami, zielone biuro prowadzi mądre zakupy i świadomie wykorzystuje zasoby. Idea, która przynosi zysk nie tylko środowisku, stosowana jest w kolejnych firmach z powodzeniem. O tym, jak skutecznie wdrożyć ekobiuro, piszemy w tym numerze Asa Biznesu.

Każde biuro może być zielone! – przekonuje (**Temat numeru**) Rafał Serafin z Fundacji Partnerstwo dla Środowiska, wskazując trzy możliwe poziomy zaawansowania. Ciekawe, ile przedsiębiorstw może pochwalić się najwyższym ekostandardem? Jak zapewnić trwałe efekty ekobiura uzupełnia w **Wywiadzie** Adam Targowski ze Skanska. Przekonuje, że warto zaangażować do odpowiedzialności za biuro oprócz pracowników także gości i innych użytkowników wspólnej przestrzeni. Praktyczny wymiar zagadnienia pokazujemy na przykładach IKEA oraz Grupy Muszkieterów. Pierwsza **Dobra praktyka** precyzuje listę interesariuszy ekobiura o dostawców i klientów, druga skupia uwagę na roli budynku, w którym mieszczą się biura.

Choć w nieco innym ujęciu o odpowiedzialności ekologicznej piszemy także w **Felietonie** (Mieszkania przy parku nie kupię!) i w **Innym punkcie widzenia** (Poznańskie Giveboxy, czyli sharing-economy w praktyce). Z pewnością wszyscy mamy przekonanie o roli odpowiedzialnego komunikowania, także o ekobiurze. Niestety, trudno ustrzec się błędów! **Warto wiedzieć** więc, jakie są najczęstsze uchybienia i ich unikać. Zachęcam do przeczytania także innych artykułów. Odpowiedzialność to również świadomość i wiedza o tym, co się dzieje wokół, w czym As Biznesu stara się wspierać. Przyjemnej i sprzyjającej refleksji lektury!

Przyjemnej i sprzyjającej refleksji lektury!

Z pewnością wszyscy mamy przekonanie o roli odpowiedzialnego komunikowania, także o ekobiurze. Niestety, trudno ustrzec się błędów! **Warto wiedzieć** więc, jakie są najczęstsze uchybienia i ich unikać.

Zachęcam do przeczytania także innych artykułów. Odpowiedzialność to również świadomość i wiedza o tym, co się dzieje wokół, w czym As Biznesu stara się wspierać.

Przyjemnej i sprzyjającej refleksji lektury!

Ewa Gałka

Redaktor naczelna

Spis treści

- 3 Wstęp
- 4 Puls branży
- 6 **Temat numeru: Każde biuro może być zielone!**
- 10 Badania: **Ekobiuro – wczoraj i dziś**
- 12 Plus/Minus
- 13 Wywiad: **Ekobiuro to lepsze wyniki**
- 16 Dobra praktyka: **Zielone biuro na A+**
- 18 Dobra praktyka: **Okazja czyni zielone biuro**
- 20 Odpowiedzialni: **Pasjonatki dialogu**
- 21 Warto wiedzieć: **Nie tędy droga... Błędy w komunikacji CSR**
- 24 Inny punkt widzenia: **Poznańskie Giveboxy, czyli sharing-economy w praktyce**
- 26 Prawo: **Urlop dla taty**
- 28 Po godzinach: **Zawsze jest dobry moment, aby wrócić do formy**
- 30 Felieton: **Mieszkania przy parku nie kupię!**
- 31 Fotorelacja: **Jarmark Pomysłów**

asbiznesu od 2011 roku

Wydawca: Stowarzyszenie Centrum Promocji i Rozwoju Inicjatyw Obywatelskich PISOP

Adres redakcji Kwartalnika:

ul. Ratajczaka 26/6/96, 61-815 Poznań
tel./faks 61 851 91 34 | e-mail: pisop@pisop.org.pl
NIP: 697-20-53-010 | Regon: 411184520

Redaktor naczelna: Ewa Gałka

Redaktor prowadząca: Agata Robińska, agata.robinska@asbiznesu.pl

Korekta językowa: Maria Gałka

Projekt makiety i skład: ePic, Anna Wardowska

Projekt okładki: ePic, Anna Wardowska

Druk: Zakład Aktywności Zawodowej PROMYK | **Nakład:** 1000 egz.

Magazyn wraz z portalem www.asbiznesu.pl stanowią kompleksowe źródła inspiracji i wiedzy na temat społecznej odpowiedzialności biznesu.

Magazyn As Biznesu w ramach społecznie odpowiedzialnych działań wydawcy drukowany jest w przedsiębiorstwie społecznym – Zakład Aktywności Zawodowej PROMYK w Żerkowie.

Redakcja Kwartalnika zaprasza do przesyłania swoich opinii, refleksji czy informacji prasowych wszystkich, którzy chcą podzielić się społecznie odpowiedzialną wiedzą i doświadczeniem: redakcja@asbiznesu.pl.

Redakcja nie zwraca materiałów niezamówionych, zastrzega sobie prawo redagowania nadesłanych tekstów, nie odpowiada za treść zamieszczanych reklam i ogłoszeń.

Kwartalnik jest częścią projektu LOWES – Leszczyński Ośrodek Wsparcia Ekonomii Społecznej realizowanego przez Centrum PISOP.

Czas Kobiet



Fot. www.kongreskobiet.pl

We wrześniu, po raz pierwszy w Poznaniu, odbył się Międzynarodowy Kongres Kobiet, którego partnerem był As Biznesu. Wydawca Magazynu – Centrum PISOP – zorganizował panel Kobieta zaangażowana w ramach Centrum Samorząd i Polityka. W Kongresie wzięła udział rekordowa liczba uczestników – 4 tysiące kobiet (i mężczyzn) z całej Polski oraz z zagranicy – przedstawicielki i przedstawiciele 12 państw nie tylko z obszaru Unii Europejskiej, Komisji Europejskiej, Parlamentu, lokalnych samorządów oraz osoby ze świata biznesu, nauki, kultury i sztuki. Hasłem wydarzenia był „Alert dla Praw Kobiet”.

Z kolei Sejm RP ustanowił rok 2018 Rokiem Praw Kobiet, aby w ten sposób uczcić 100. rocznicę przyznania Polkom praw wyborczych i oddać hołd pierwszym parlamentarzystkom tj. Gabrieli Balickiej, Jadwidze Dziubińskiej, Irenie Kosmowskiej, Marii Moczydłowskiej oraz orędowniczkom walki o równouprawnienie.

Konkurs: „Człowiek wiedzy i doświadczenia”

Akademia Rozwoju Filantropii w Polsce wraz ze spółką Inwestycje Społeczne postanowiła po raz pierwszy przyznać nagrodę „Człowiek wiedzy i doświadczenia” i tym samym docenić rolę wolontariatu kompetencji w procesie przekazywania wiedzy i promować tę postawę wśród liderki i liderów biznesu. O tytuł mogą starać się osoby, które w ciągu ostatnich dwóch lat aktywnie angażowały się wolontariacko, przekazując swoją

wiedzę i umiejętności innym. Laureatów pierwszej edycji konkursu poznamy 5 grudnia 2017 roku podczas V Konferencji Koalicji Prezesa-wolontariusze. W programie konferencji znajdują się mini wykłady, wspólny dla wszystkich uczestników warsztat oraz debata oxfordzka. Jak co roku wydarzenie zgromadzi członków Koalicji Prezesa-wolontariusze, szerokie grono menadżerów, dyrektorów i konsultantów HR, CSR, przedstawicieli organizacji pozarządowych, ekspertów. As Biznesu objął oba wydarzenia patronatem.

Posadź drzewo!

Coraz częściej przedsiębiorstwa włączają się w akcje nasadzenia drzew. To doskonałe połączenie inicjatywy na rzecz środowiska z integracją. Drzewa nie tylko upiększają teren, stwarzają korytarze ekologiczne, miejsca do gniazdowania dla ptaków oraz chronią przed wiatrami i wzbogacają krajobraz.



Fot. archiwum Aeris Futuro

Partnerem w tego typu projektach może być Fundacja Aeris Futuro, która od lat prowadzi akcje, związane z offsetem emisji CO₂ do atmosfery. Kierując się troską o środowisko, fundacja wspiera także w organizacji wydarzeń według zielonych standardów, a więc – ograniczaniu liczby odpadów, używaniu naczyń biodegradowalnych, przygotowywaniu materiałów na papierze z recyklingu.

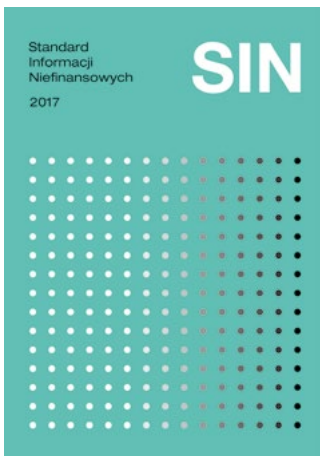
Współpracę z Aeris Futuro podjęła już m.in. Grupa Raben. Tylko w październiku wolontariusze firmy wraz z fundacją i lokalną społecznością w okolicach Murowanej Gośliny pod Poznaniem posadzili 2300 drzew. Sadzonki zneutralizują w ciągu całego cyklu życia ponad 1074 tony dwutlenku węgla. Więcej: www.aerisfuturo.pl

5 grudnia – Międzynarodowy Dzień Wolontariusza

W Twojej firmie są wolontariusze? Sam działasz w ramach wolontariatu? 5 grudnia jest zatem czas na świętowanie! Międzynarodowy Dzień Wolontariusza obchodzony jest na całym świecie od 1986 r. z inicjatywy ONZ. W tym okresie odbywają się inicjatywy mające na celu promowanie wolontariatu oraz wyróżnianie i nagradzanie osób oraz organizacji szczególnie zaangażowanych. Gale, konkursy i konferencje z tego tytułu odbywają się w całej Polsce, jednym z nich jest konkurs Poznański Wolontariusz Roku.



Pobierz SIN bezpłatnie i raportuj



W październiku został oficjalnie opublikowany Standard Informacji Niefinansowych (SIN). Powstał, aby ułatwić polskim spółkom obowiązkowe raportowanie informacji dotyczących zagadnień środowiska naturalnego, społecznych i pracowniczych. Umożliwia on polskim spółkom wypełnienie obowiązków raportowania informacji niefinansowych określonych Dyrektywą 2014/95/UE, implementowaną do polskiego prawa ustawą z dnia 15 grudnia 2016 r. o zmianie ustawy o rachunkowości (Dz. U. z 2017 r., poz. 61).

Standard jest regulacją środowiskową, której opracowanie było koordynowane przez Fundację Standardów Raportowania oraz Stowarzyszenie Emitentów Giełdowych. Jednym z patronów jest Forum Odpowiedzialnego Biznesu. SIN może być stosowany nie tylko przez spółki notowane na giełdzie, ale też przez inne przedsiębiorstwa, instytucje i organizacje. Co ważne, wykorzystywanie standardu jest bezpłatne, można go pobrać ze strony Fundacji Standardów Raportowania www.standardy.org.pl/sin lub ze strony www.seg.org.pl

Pierwsze Targi Zero Waste

Zero waste = życie bez odpadów. Jako Polacy znajdujemy się w czołówce krajów, których mieszkańcy produkują ogromne ilości odpadów, począwszy od największej w Europie liczbie zużytych toreb foliowych, kończąc na ilości wyrzucanego jedzenia.

Dlatego pod koniec listopada w Warszawie (Agora ul. Czerska 8/10) odbyło się pierwsze i na pewno nie ostatnie wydarzenie związane z ideą. Ich organizatorem była Fundacja alter eko i Little Greenfinity, dla których inspiracją była Bea Johnson – fenomen na skalę światową, międzynarodowa guru filozofii bezśmieciowej. W 2008 roku Bea Johnson wyeliminowała śmieci z życia swojego i swoich bliskich: dziś roczne odpady jej czteroosobowej rodziny mieszczą się w 1-litrowym słoiku. Organizatorzy zapewniają, że targi zorganizowane zostały w stylu zielonych wydarzeń, czyli przy minimalnym zużyciu zasobów naturalnych i w sposób jak najbardziej przyjazny środowisku. Celem Targów Zero Waste jest przekonanie nieprzekonanych, że zmiana codziennych nawyków może mieć ogromne znaczenie dla naszej Planety. Więcej o wydarzeniu i idei na stronie www.targi-zero.waste.pl.



Fot. materiały organizatora Targów Zero Waste

Każde biuro może być zielone!

Zielone biuro to ludzie, pieniądze i ekologia – to chęć ograniczania kosztów energii, wody, odpadów oraz usprawnienia innych aspektów technologicznych i organizacyjnych funkcjonowania biura.

Miedzynarodowe korporacje, jak i mniejsze przedsiębiorstwa coraz częściej zwracają uwagę na aspekty środowiskowe w swojej codziennej działalności. Dotyczy to również instytucji publicznych, szkół oraz organizacji społecznych. Dlaczego? Ponieważ coraz więcej pracowników uważa, że firma czy urząd, w którym pracują, powinien być przyjazny nie tylko dla człowieka, ale również dla środowiska

o technologiczne nowinki, ale większą produktywność i konkurencyjność na rynku.

Poziom 1. Punkt wyjścia

Jeśli jesteśmy przekonani i zdeterminowani, by nasze biuro „zazielenić”, to trzeba ocenić punkt wyjścia, określić stan docelowy i sporządzić plan działania, według którego będziemy



Rafał Serafin
Prezes Zarządu
Fundacja Partnerstwo
dla Środowiska
www.ekostandardy.pl

Właściwe oświetlenie, dostęp do światła dziennego oraz przyjemny widok za oknem zwiększają wydajność pracowników aż o 23%!

naturalnego, a aktualny i przyszły stan tego środowiska zależy od codziennych zachowań, decyzji indywidualnych i zbiorowych. Ekologia nie jest już traktowana jako sprawa rządu, organizacji ekologicznej czy też korporacji. To nasza wspólna sprawa!

Ponadto badania World Green Building Council¹ wskazują, że ludzie pracują wydajniej w biurze przyjaznym dla środowiska. Wykazano na przykład, że właściwe oświetlenie, dostęp do światła dziennego oraz przyjemny widok za oknem zwiększają wydajność zatrudnionych aż o 23%! A więc chodzi nie tylko

wdrażać zielone biuro. Należy oczywiście pamiętać, że te małe, codzienne praktyki każdego użytkownika biura czynią je bardziej zielonym. Warto więc zacząć od quizu: Czy moje biuro jest zielone? i spróbować określić sytuację wyjściową.

Poziom 2. Oddziaływanie i działania

Stworzenie biura przyjaznego dla człowieka oraz dla środowiska naturalnego wymaga przede wszystkim zastosowania prostych rozwiązań, które w dużej mierze zależą od codziennych nawyków

ludzi w nim pracujących. Jeśli chcemy to zrobić w sposób systematyczny, który prowadzi do mierzalnych i odczuwalnych korzyści, warto usystematyzować wiedzę i zidentyfikować obszary oddziaływania biura na środowisko naturalne. Można je podzielić na 3 kategorie:

1. Zużycie surowców, energia elektryczna i efekt cieplarniany.
2. Zużycie wody i produkcja ścieków.
3. Gospodarka odpadami, w tym zużycie papieru.

Na pewno warto się skupić na działaniach w zakresie tych obszarów oddziaływania i do nich dostosować rozwiązania.

Pracodawcy mogą pomóc sobie i swojej załodze przede wszystkim poprzez propagowanie rozwiązań w zakresie organizacji i kultury pracy, które motywują do działania indywidualnego i zbiorowego, angażując użytkowników danego biura w tworzeniu czegoś w rodzaju ruchu społecznego na rzecz uczynienia, by biuro, w którym pracują, było bardziej przyjazne dla ludzi i środowiska naturalnego.

QUIZ: Czy moje biuro jest zielone?

1. Docieram do pracy:

- A. Pracuję w domu.
- B. Pieszko, na rowerze.
- C. Transportem publicznym.
- D. Korzystam z "car pooling".
- E. Pojazdem elektrycznym lub hybrydowym.
- F. Samemu samochodem.

2. Wykorzystuję ponownie papier częściowo zapisany:

- A. Nie drukuję z zasady.
- B. Zawsze wykorzystuję ponownie zużyty papier (odwrotną stronę).
- C. Czasami wykorzystuję ponownie zużyty papier (odwrotną stronę).
- D. Rzadko wykorzystuję ponownie zużyty papier (odwrotną stronę).
- E. Nigdy nie wykorzystuję ponownie zużytego papieru (odwrotną stronę).

3. Wyłączam światło, jak wychodzę z pokoju albo idę do domu:

- A. Zawsze.
- B. Zawsze, jak idę do domu.
- C. Czasami, jak wychodzę z pokoju.
- D. Nigdy.

4. Wyłączam komputer oraz inne urządzenia elektroniczne, jak wychodzę z pokoju albo idę do domu:

- A. Zawsze.
- B. Zawsze, jak idę do domu.
- C. Czasami, jak wychodzę z pokoju.
- D. Nigdy.

5. Produkty i usługi biurowe:

- A. Muszą uwzględniać oddziaływanie na środowisko naturalne, gdzie tylko możliwe (firma prowadzi ekologiczną politykę zakupową).
- B. Czasami korzystam z produktów i usług, które uwzględniają oddziaływanie na środowisko (np. produkty posiadające certyfikaty ekologiczne, produkty z materiałów z recyklingu, produkty wytwarzane lokalnie).
- C. Nie zwracam uwagi na ekologiczne aspekty produktów i usług. Liczy się tylko jakość.

6. Największą barierą w zazielenianiu biura jest:

- A. Brak świadomości, że takie działania przynoszą korzyści, budując konkurencyjność organizacji.
- B. Ograniczenia prawne/regulaminy.
- C. Brak środków oraz zaleceń ze strony kierownictwa.
- D. Obawa przed krytyką ze strony organizacji ekologicznych.

Jeśli wybrałem(a)ś co najmniej 4 odpowiedzi „A”, to jesteś na dobrej drodze do Zielonego Biura.

Jeśli wybrałem(a)ś co najmniej 4 odpowiedzi „B”, to niewiele Ci brakuje, by zazielenić swoje biuro.

Jeśli wybrałem(a)ś co najmniej 4 odpowiedzi „C” albo niżej, to zastanów się, dlaczego niepotrzebnie przepłacasz i co warto zrobić, by biuro było bardziej przyjazne dla ludzi i dla środowiska.

**Poziom 3.
Ekostandard**

Jeśli chcemy otrzymać dostęp do praktycznych wzorców oraz rozwiązań i dążyć do tego, aby nasza firma była postrzegana jako innowacyjna, warto pójść o krok dalej i wdrożyć ekostandard. W Polsce

od 2004 roku funkcjonuje ekostandard Zielone Biuro, opracowany przez Fundację Partnerstwo dla Środowiska. Na przestrzeni ostatnich 13 lat standardy Zielonego Biura zostały wdrożone w ponad 1000 biurach. Certyfikat Zielone Biuro potwierdza systematyczne wprowadzanie przez organizacje

proekologiczne rozwiązań w swoim biurze. Głównym założeniem programu jest ograniczenie negatywnego oddziaływania biura na środowisko poprzez oszczędne gospodarowanie papierem, wodą, energią, minimalizację odpadów, jak również promowanie pro-środowiskowych, nowoczesnych

Czy wiesz, że...

Ogrzewanie pomieszczeń nie jest jedynym energochłonnym procesem w biurze. Okazuje się, że obniżenie temperatury w biurze o 1 stopień Celsjusza wymaga znacznie wyższych nakładów energii niż jej podwyższenie o 1 stopień.

Kapiący kran rocznie może spowodować straty wody rzędu 30-40m³, a ciekące spłuczki w toaletach mogą być przyczyną strat wody o wielkości nawet 400 m³/rok. Z kolei prowadząc działania, mające na celu uzyskanie oszczędności wody, możemy nawet do 35% ograniczyć jej zużycie.

Przeciętnie można przyjąć, że jeden pracownik biura może wytworzyć na dobę około 3 l odpadów. Każda tona zebranej makulatury pozwala zaoszczędzić 1476 l ropy, 26 tys. l wody, 7 m³ miejsca na składowisku i...17 pięknych drzew!

Sprzęt pozostawiony w trybie „standby” nie ma szans na schłodzenie, a przez to nagrzewa się jeszcze bardziej i pożera cenny prąd. Nie jest to ani ekonomiczne, ani ekologiczne rozwiązanie. Wg obliczeń Brytyjskiego Energy Savings Institute, koszt pozostawiania sprzętu w pogotowiu to 9-16% rachunku za prąd! Jeśli więc nie będziesz używał laptopa dłużej niż 16 minut, to go wyłącz.



rozwiązań technologicznych i organizacyjnych. Zasadniczym celem programu jest uzyskanie przez firmę wymiernych korzyści tak w aspekcie środowiskowym, jak i również ekonomicznym oraz społecznym. Dla wielu firm Certyfikat Zielone Biuro w tym znaczeniu stał się wyróżnieniem za wieloletnie działania, a przede wszystkim za ciężką pracę polegającą na zmianie świadomości swoich pracowników, dostawców i klientów.

Aby otrzymać certyfikat, organizacja musi wykazać, że spełnia określone kryteria. Pierwszym punktem jest całkowita zgodność z wymogami

(zmieniającego się) prawa polskiego, drugi to wprowadzenie w organizacji rozwiązań prośrodowiskowych. Spełnienie każdego z wymaganych kryteriów musi być dokumentowane i weryfikowalne.

Wydatki Zielonego Biura to koszty audytu certyfikującego oraz opłaty związane z dostosowaniem biura do określonych kryteriów programu czy certyfikatu. Główny koszt i zarazem najtrudniejsze zadanie to jednak zmobilizowanie użytkowników biura do jego „zazielenienia”. Zaangażowanie wszystkich pracowników we wspólną edukację ekologiczną czyni biuro zielonym. Bez

takiego zaangażowania niewiele da się zmienić. Tylko współpraca pozwoli na sukcesywne postępy w oszczędnym gospodarowaniu wodą czy papierem i minimalizację wytwarzanych odpadów.

Edukacja ekologiczna to podstawa

Edukacja ekologiczna pracowników jest o tyle ważna, że bez zaangażowania całego zespołu niewiele da się zmienić. Tylko współpraca pozwoli na sukcesywne postępy w oszczędnym gospodarowaniu wodą, papierem i minimalizację wytwarzanych odpadów. Bez odpowiedniej komunikacji, odnośnie podejmowanych inicjatyw, prawie niemożliwe jest zainteresowanie i zaangażowanie pracowników do włączenia się w podejmowane działania. Warto postawić nacisk na regularność szkoleń i komunikatów, mających na celu zaangażowanie pracowników. Wydawałoby się, że prostszą sprawą będzie wprowadzenie zasad zrównoważonego rozwoju w małych firmach, zatrudniających mniejszą ilość ludzi. Okazuje się jednak, że bardzo dobrze radzą sobie większe firmy i respektowanie zasad polityki środowiskowej przebiega w nich bardzo naturalnie. Należy się zatem uczyć od najlepszych!

Kto w firmie wdraża Zielone Biuro?

Efektywne wdrożenie idei Zielonego Biura wymaga ustanowienia zespołu wdrożeniowego, składającego się z przedstawicieli wszystkich działów firmy. Nie jest to sprawa specjalisty ds. ochrony środowiska czy też działu HR, ale kwestia kultury organizacyjnej całej firmy. Koordynator Zielonego Biura w firmie to przede wszystkim animator i promotor idei – osoba potrafiąca zmotywować wokół siebie innych do działania.

Ekostandard to sposób na dzielenie się z innymi zarządzającymi doświadczeniami, rozwiązaniami i wiedzą w celu poznania i wykorzystania wzorców i pomysłów, które okazały się skuteczne w innych biurach. Motywując się wzajemnie i angażując pracowników, Zielone Biura tworzą kulturę wprowadzania w życie praktycznych rozwiązań proekologicznych, przyczyniając się do przekładania ideologii rozwoju zrównoważonego w codzienną rzeczywistość.

Dla wielu właścicieli firm ekologiczne działania są wciąż jednak zadaniem wielce nowatorskim i drugorzędowym, niemniej jednak analizując dobre praktyki najlepszych firm okazuje się, że wystarczy niewiele do osiągnięcia celu i można z tego czerpać wiele dla siebie. „Zazielenianie” biura polega nie tylko na stosowaniu zasad 3R – reduce, reuse, recycle (po polsku zasady 3U – unikaj kupowania zbędnych rzeczy, użyj powtórnie, utylizuj), ale również zasady „repair” (naprawiaj, gdzie to możliwe) oraz

„rethink” (przemysł na nowo rolę i formułę funkcjonowania biura). Zielone biuro to zdrowe miejsce pracy, które przekłada się na zwiększoną produktywność i zadowolenie pracowników, mniejszy stres i mniej absencji z powodów zdrowotnych. Jest istotnym czynnikiem dla pozytywności i zatrzymywania zmotywowanych pracowników, a także lojalnych dostawców oraz klientów. Każde biuro należy zazielenić, ponieważ każde biuro może funkcjonować oszczędniej i sprawniej. ■

Obszary oddziaływania biura na środowisko naturalne oraz przykłady działań, które warto wdrożyć w swoim biurze:



Zużycie surowców, energia elektryczna i efekt cieplarniany

- Wyłączaj komputery i sprzęt elektroniczny, wyciągaj ładowarki z prądu – jeśli ich nie używasz.
- Kupuj wersje energooszczędne sprzętów.
- Stosuj oświetlenie LED.
- Wykorzystuj światło dzienne, gdzie to tylko możliwe.
- Gaś światło w pustych pomieszczeniach.
- Stosuj czujniki, które będą gasić światło automatycznie.
- Zazieleniaj – rośliny nie tylko wyglądają ładnie, ale wykonują pracę recyklingu powietrza.
- Jedź rowerem do pracy, dziel samochód, korzystaj z komunikacji miejskiej.



Zużycie wody i produkcja ścieków

- Sprawdzaj regularnie instalacje.
- Prowadź monitoring ilości zużytej wody i wytwarzanych ścieków.
- Stosuj perlatory, słuczki dwudzielne oraz nowoczesne rozwiązania oszczędzające wodę.



Odpady, w tym użycie papieru

- Stosuj zasadę 3R: Reduce, Reuse, Recycle, w Polsce 3U – unikaj kupowania zbędnych rzeczy, użyj powtórnie, utylizuj.
- Zamiast półlitrowych plastikowych butelek z wodą mineralną, postaw 20-litrowe dystrybutory wody.
- Naczynia jednorazowe zastępuj szklanymi.
- Korzystaj z papieru z recyklingu, drukuj dwustronnie i jak najmniej. Najlepiej iść w kierunku cyfrowym i wcale nie drukować.
- Wprowadź elektroniczny obieg dokumentów. Duża część operacji związanych z obiegiem dokumentów może być realizowana przy pomocy systemów komputerowych, np. zamówienia sprzedaży, zarządzanie fakturami, obsługa spraw pracowniczych, takich jak np. urlopy.
- Biuletyny i ogólne informacje dla pracowników publikuj drogą elektroniczną.
- Na konferencjach i szkoleniach wykorzystuj elektroniczne nośniki pamięci.
- Kupując materiały biurowe, wybieraj produkty z materiału z recyklingu lub pióra, do których można kupować naboje. Eliminuj produkty bez ekologicznego wtórnika, np. gumki.
- Punkty wymiany – wystarczy zapytać, a może się okazać, że artykuły biurowe niepotrzebne jednemu pracownikowi, chętnie przygarnie inny.
- Na każdym piętrze biurowca wyznacz miejsce do segregacji i postaw odpowiednio oznaczone kolorowe kosze do selektywnej zbiórki (w zakresie papier, tworzywa sztuczne, szkło, odpady niebezpieczne typu świetlówki i baterie), najlepiej z tabliczkami informującymi, gdzie należy wrzucać konkretny rodzaj odpadów.

Ekobiuro – wczoraj i dziś

Zwiększa się świadomość, że ekologiczne postawy i działania firma może podejmować we wszystkich obszarach swojego funkcjonowania, zaś dobrych praktyk przybywa, co wskazują wyniki ankiety wśród 100 organizacji wdrażających Ekobiuro.

**Kamila Neminarz,
Monika Bartkowicz**

AerisFuturo

Dlaczego ekobiuro? Miejscem naszej codziennej pracy jest biuro. To w nim spędzamy przynajmniej 8 godzin dziennie, co w skali roku daje – około 2000 godzin. Przenosimy tam swoje zwyczaje z domu, nawyki oraz inne zachowania. Biurowy świat składa się z wielu czynności, które wiążą się z oddziaływaniem na środowisko – używamy papier, wodę, energię, produkujemy odpady. Większość z nas dojeżdża codziennie do pracy – własnym samochodem, środkami transportu publicznego – to właśnie transport emituje najwięcej gazów cieplarnianych.

Ciągle zbyt rzadko myślimy o tym, jak nasze działania wpływają na otoczenie i środowisko, choć dobrych

praktyk biura przybywa. Jednym z orędowników zielonego biura jest Fundacja Aeris Futuro, która od 7 lat prowadzi program Ekobiuro. Przez ten czas zrealizowano konkursy, w których uczestniczyło około 100 różnych organizacji. W 2017 roku przeprowadzono wśród nich ankietę na temat zmian, które się dokonały

Efekty

Wszystkie organizacje, które wzięły udział w naszym badaniu podkreślają, że dzięki wprowadzeniu zmian – żarówek energooszczęd-

Zdecydowana większość organizacji, które podjęły się działań na rzecz ekobiura, nadal kontynuuje zachowania proekologiczne.

w myśleniu i podejściu do ekobiura w tym okresie. Wyniki są umiarkowanie optymistyczne.

nych, gaszeniu świateł po wyjściu z pomieszczeń, wyłączaniu komputerów, wprowadzeniu wygaszaczy ekranów, nawyków zakręcania kranów oraz ich natychmiastowa reperacja, korzystanie tylko z wody z kranu, zbieraniu i segregacji odpadów – zauważyli oszczędności. Zwracają też uwagę na jeszcze jeden fakt – wdrożenie rozwiązań proekologicznych wyzwoliło nową energię działania. Jedna z firm postanowiła zbierać elektrośmieci – w 2017 roku zgromadziła 30 ton takich odpadów. Pieniądze uzyskane przeznaczyła na hipoterapię dla dzieci z niepełnosprawnością. Inna natomiast – zyski z recyklingu przeznacza na fundację ratującą zwierzęta. Widać więc wyraźnie, że takie działania uruchamiają „dobre praktyki”.



Rzadko udaje się skutecznie zachęcić pracowników do przyjazdu do pracy rowerem.

Są też jednak i inne zyski. Firmy zachęczone oszczędnościami zamierzają inwestować w konkretne rozwiązania ekologiczne. Jedną z placówek oświatowych zmieniła swoje ogrzewanie z węglowego na pelet. Planuje też przebudować cały system grzewczy.

Firmy zachęczone oszczędnościami zamierzają inwestować w konkretne rozwiązania ekologiczne.

Każdy stara się robić to, na co pozwalają finansowe możliwości. Liderem tych zmian są banki uczestniczące w konkursie oraz badaniu. Jeden z nich wprowadził zasady zielonego biura w swoich oddziałach. Obecnie budowane są nowe siedziby banku, zostaną w nich wykorzystane technologie ekologiczne oraz energooszczędne.

Świadomość

Wszystkie organizacje, które uczestniczyły w ankiecie, jednogłośnie zwracały uwagę na fakt, że wprowadzenie oraz realizacja działań proekologicznych zmieniła świadomość pracowników. Nie chodzi tu jedynie o nowe nawyki, ale raczej o trwałą zmianę świadomości oraz poczucia odpowiedzialności. Chętnie więc firmy angażują się w kolejne działania ekologiczne, mogące wesprzeć pracowników.

Jak wynika z badania, jest jednak jedna rzecz, stanowiąca sporą trudność. Chodzi o transport i sposoby dojazdu do pracy. Mimo, że firmy zachęcają swoich pracowników do poruszania się rowerami, rzadko udaje się to wdrożyć. Bo jak mówił Arystoteles – przyzwyczajenie jest drugą naturą człowieka – trudno jest je zmienić, ale warto próbować.

Wnioski z badania

Cenne jest to, że zdecydowana większość organizacji, które podjęły się działań na rzecz ekobiura, nadal kontynuuje zachowania proekologiczne. Zastanawiające jest jednak, że nie wszyscy wprowadzają roz-

także, że ciężko jest przestawić sposób naszego myślenia. Mimo wszystko warto działać, aczkolwiek zmiany stopniowo następują. Zachowania proekologiczne przynoszą efekty oraz ułatwiają życie, kiedy świadomie się je wprowadza. Nie chodzi tu tylko o skutki dla środowiska, ale też o konkretne oszczędności. Potrzebne jest więc stałe budowanie świadomości potrzeby ochrony środowiska wśród organizacji i pracowników. ■



Dzięki wyłączaniu komputerów i wprowadzeniu wygaszaczy ekranów, firmy zauważyły oszczędności.

Zachowania proekologiczne przynoszą efekty oraz ułatwiają życie, kiedy świadomie się je wprowadza.

wiązania innowacyjne, dotyczące na przykład odnawialnych źródeł energii. Organizacje pozarządowe zwracają też uwagę na trudności związane z właścicielami wynajmowanych lokali. Niewielu myśli o tym, aby wprowadzać rozwiązania ekologiczne zarówno w samych budynkach, jak i wynajmowanych lokalach. Z pewnością winne są wysokie koszty takich przeobrażeń. Wyraźnie widać

W ankiecie wzięły udział fundacje, stowarzyszenia, firmy produkcyjne, placówki oświatowe, nadleśnictwa, starostwa oraz spółki miejskie, które uczestniczyły w projekcie Aeris Futuro pn. Ekobiuro. Odpowiedziało na nią 20% organizacji, z czego 96% nadal wdraża ekologiczne zmiany w swoim otoczeniu. Ankieta została przeprowadzona na przełomie października i listopada 2017 r.

**PLUS****MINUS**

Czy ekologiczne dobre praktyki biurowe są dla wszystkich?

Czy w polskich firmach pojęcie ekobiura jest znane? Czy korzyści z jego wdrożenia rekompensują niezbędne nakłady finansowe na zakup ekologicznych materiałów czy procedur? Jak zwykle prawda leży pośrodku.

Wyniki badań opublikowane w październiku tego roku przez KPMG Poland¹ wskazują jednoznacznie – pracownicy biurowi w dużych firmach znają założenia działań proekologicznych i często je stosują. Można przyjąć za pewnik, że ekologia w takich przedsiębiorstwach się opłaca. Tu zielone biura są standardem, a z racji efektu skali możliwe jest osiągnięcie realnych korzyści. Kilkudziesięciu pracowników poprzez ekologiczne zachowania generuje mierzalne i odczuwalne oszczędności w opłatach za wodę czy ogrzewanie. Dla firm, które w swojej działalności biznesowej wdrożyły już założenia CSR „ekobiuro” jest normą, dla pozostałych – bardzo opłacalną dobrą praktyką. Wiele dużych firm przygotowuje dla nowozatrudnionych pracowników szkolenia wprowadzające, gdzie ekologiczne dobre praktyki zajmują poczesne miejsce.

Inaczej kształtuje się sytuacja w sektorze MSP (warto pamiętać, że wg GUS w Polsce zarejestrowanych jest ponad 2 mln podmiotów gospodarczych², z czego 90% to firmy zatrudniające nie więcej niż 9 pracowników).

Kilkudziesięciu pracowników poprzez swoje ekologiczne zachowania generuje bardzo konkretne, mierzalne i odczuwalne oszczędności.

raczej pracownicy szefa do tego nie przekonają. Choć biznesowy partner, duża firma, będąca kontrahentem przekonać już może np. poprzez zawarcie odpowiednich klauzul w umowach biznesowych. Taka współpraca może być kolejnym „ekologicznym krokiem”, partnerstwem, gdzie organizacja posiadająca odpowiednie zasoby osobowe i finansowe może wspierać czy edukować mniejszego kontrahenta.

Niestety w firmach bez ekologicznych certyfikatów czy wdrożonych norm zarządzania, bardzo łatwo o „ekościemę” – odpowiedni tekst o niedrukowaniu w stopce mailowej

dobrze wygląda, ale nie zawsze idą za nim odpowiednie działania. Niewiele mniejszych firm monitoruje poziom kosztów wynikających ze zużycia energii czy materiałów biurowych.

Niezależnie od stopnia ekologicznej świadomości, elementy ekobiura może wdrożyć każdy podmiot. Nawet jeśli początkowo będą to działania od czasu do czasu, to jest szansa, że dla firmy staną się codziennością. ■



Joanna Skatuba

Doradca CSR,
Fundacja CSR Res
Severa

Firmy te, to najczęściej małe zakłady usługowe, doradcze, księgowo, gdzie jeśli ekologiczne zachowania mają miejsce, to wynikają przede wszystkim z wartości uznawanych przez właściciela. Jeśli właściciel nie widzi w takich działaniach bezpośrednich korzyści, to

Niestety w firmach bez ekologicznych certyfikatów czy wdrożonych norm zarządzania środowiskowego bardzo łatwo o „ekościemę”.

¹ <http://odpowiedzialnybiznes.pl/publikacje/zachowania-proekologiczne-poziom-zdigitalizowani-wsrod-pracownikow-biurowych>

² http://www.coig.com.pl/spis-polskich-firm_katalog_polskich_firm.php

Ekobiuro to lepsze wyniki

Dobre warunki pracy w ekologicznym, nowoczesnym biurze poprawiają efektywność zespołu nawet o 15 procent – twierdzi Adam Targowski, menadżer ds. zrównoważonego rozwoju w Skanska.



Adam Targowski, menadżer ds. zrównoważonego rozwoju Skanska Commercial Development Europe

Jak tworzone są ekobiura Skanska?

Nasze biura tworzą nasi pracownicy, goście, wszyscy użytkownicy wspólnej przestrzeni. Przy tworzeniu projektów naszych biur, jak i całych kompleksów biurowych, najważniejszy jest dla nas człowiek, jego samopoczucie i komfort. Jesteśmy jedną z pierwszych firm w branży nieruchomości, która urządza swoje biura w koncepcji ABW (Activity Based Working), badając potrzeby pracowników. W ten sposób zachęcamy również naszych najemców do testowania nowych rozwiązań pracy.

A co to oznacza w praktyce? Jak wyglądają wasze ekobiura?

W naszych biurach stosujemy najbardziej efektywne zielone rozwiązania, które zapewniają zdrowe i komfortowe warunki pracy. Warszawska siedziba firmy w Atrium 1 jako pierwsza otrzymała certyfikat LEED Commercial Interior na najwyższym, platynowym poziomie. Zastosowany system wody szarej redukuje zużycie wody o ponad 70 proc. w stosunku do norm lokalnych, a oszczędność energii o ponad 40 proc. m.in. dzięki systemowi DayLight Control.

Wokół inwestycji dbamy o stworzenie przestrzeni, która będzie służyła użytkownikom budynku oraz sąsiadom. Organizujemy eventy dotyczące ekologicznego trybu życia, promujące aktywność fizyczną i zdrowe odżywianie. Kluczowe jest dla nas tworzenie bliskich relacji z pracownikami i wzajemne inspirowanie się.

Co jest dla państwa priorytetem przy prowadzeniu inwestycji?

Skanska realizuje dwie, uzupełniające się koncepcje: deep human

System wody szarej redukuje zużycie wody o ponad 70 proc. w stosunku do norm lokalnych, a oszczędność energii o ponad 40 proc.

Czy użytkownicy takich biur wiedzą, jak z nich korzystać?

Edukacja przyszłych użytkowników naszych budynków biurowych to dla nas ważna sprawa. W naszych biurach dbamy o dobre nawyki – sortujemy odpady, oszczędzamy papier i energię świetlną, a dla najemców prowadzimy warsztaty z wykorzystania potencjału budynku w celu zapewnienia maksymalnego komfortu i minimalizacji negatywnego wpływu na środowisko.

i deep green. Każda z nich ma dla nas równą wartość. Obecnie stawiamy na odpowiedzialne i dostępne budowanie z korzyścią dla społeczeństwa (deep human). W centrum działań nowoczesnego budownictwa znajduje się człowiek, jego komfort, potrzeby i funkcjonowanie w miejskiej społeczności przy jednoczesnym zastosowaniu zielonych rozwiązań (deep green). Wiele lat temu podjęliśmy decyzję o certyfikacji naszych budynków w systemie LEED potwierdzającym ich

parametry środowiskowe. Obecnie, jako potwierdzenie naszych działań skierowanych na człowieka, wdramy nowopowstały certyfikat WELL.

Co to takiego?

Ten sposób certyfikacji, w odróżnieniu od innych systemów, określa przede wszystkim warunki pracy w budynku z punktu widzenia użytkownika. Audytorzy weryfikują wpływ środowiska wewnętrznego na zdrowie i dobre samopoczucie użytkowników. Na podstawie siedmiu kategorii oceniają jakość powietrza, wody, pożywienia, światła, poczucia komfortu oraz wpływu budynku na ciało i umysł (Air, Water, Nourishment, Light, Fitness, Comfort, Mind). Przedmiotem zainteresowania nie jest tylko samopoczucie w trakcie pracy, ale też długofalowe skutki przebywania w danym budynku. Chodzi m.in. o poczucie komfortu, wydajność pracy, jakość snu czy częstotliwość występowania chorób. Pierwszym budynkiem biurowym na terenie Europy Środkowo-Wschodniej, który otrzyma ten certyfikat, będzie Spark na warszawskiej Woli.

Czy mógłby Pan powiedzieć coś o korzyściach wynikających z organizacji takiego biura? Gdzie profity są najbardziej wyraźne?

Dobre warunki pracy poprawiają efektywność zespołu nawet o 15 proc. Biura w naszych budynkach zapewniają kluczowe elementy wpływające na stworzenie optymalnych i sprzyjających warunków pracy. Na przykład instalacje wentylacji w naszych budynkach wtłaczają do budynku o 30 proc. więcej świeżego powietrza, niż wymagają przepisy. Taka ilość tlenu poprawia efektywność pracy aż o 11 proc. Natomiast optymalny dostęp do światła dziennego może zredukować nieobecność pracowników z powodu chorób o prawie 3 dni. Praca w ekologicznym, nowoczesnym budynku jest przedmiotem zainteresowań młodych ludzi wchodzących na rynek pracy. W związku z tym takie biuro jest doskonałym narzędziem wspierającym proces rekrutacyjny. To najbardziej wyraźny profit, który zauważamy zarówno w naszej organizacji, jak i wśród innych firm.

W jaki sposób można zmobilizować pracowników do ekozachowań?

Organizujemy różnego rodzaju działania w taki sposób, aby były dla pracowników interesujące. Są to między innymi edukacyjne warsztaty towarzyszące większym eventom. Proekologiczne postawy i dobre nawyki dotyczą w równym stopniu

sferę zawodowej i prywatnej naszego życia. Każdy więc uczestnik bierze udział w warsztatach z poczucia własnej korzyści.

Czy koszty najmu a później eksploatacji biura w certyfikowanym biurcu różnią się znacząco od kosztów w budynku niecertyfikowanym?

Stosowane rozwiązania gwarantują oszczędność energii i wody, co przekłada się na niższe opłaty eksploatacyjne. Bardzo istotnym elementem jest sposób wykorzystywania powierzchni, a co z tym związane, kształtowanie dobrych nawyków użytkowników budynku.

A czy można stworzyć efektywne ekobiuro w budynku, który nie spełnia ekologicznych norm?

Można. Dobrym przykładem jest tu biuro Skanska w Empire State Building w Nowym Jorku. Zainwestowaliśmy w certyfikację wnętrza budynku, który ani nie był nowy, ani nie był certyfikowany, stąd koszty były stosunkowo wysokie. Założyliśmy wówczas, że w przypadku 15-letniej umowy koszty inwestycji powinny się zwrócić wraz z jej końcem. Tymczasem okazało się, że dzięki prawie 40-procentowej oszczędności energii, zwróciły się już po czterech latach. Dokonanie tego, wbrew pozorom, nie było trudne – wymagało przede wszystkim konsekwentnego podejścia oraz dokładnego przeanalizowania zasobów i zielonych rozwiązań, które mogliśmy wdrożyć w miejsce istniejących. Zainstalowaliśmy inteligentne systemy oświetlenia i klimatyzacji. W roku 2009 biuro otrzymało certyfikat LEED CI na najwyższym poziomie Platinum. Właściciel Empire State Building zobaczywszy, jak udało nam się zmodernizować jedno piętro, postanowił



Generation Park Warszawa to kompleks biurowy i zielona przestrzeń miejska. Fot. archiwum Skanska

certyfikować cały budynek. Od 2011 roku jest on certyfikowany w systemie LEED Operation and Maintenance: Existing Building na poziomie Gold.

Czy stosowanie w biurze energooszczędnych rozwiązań, które minimalizują wpływ na środowisko naturalne jest już, Pana zdaniem, w Polsce normą? A może to tylko domena największych podmiotów, międzynarodowych koncernów?

Zdecydowanie staje się to coraz powszechniejsze wśród międzynarodowych koncernów. Jednocześnie widoczna jest różnica na rynku budowlanym i real estate pomiędzy inwestycjami w głównych ośrodkach biznesu a mniejszymi, gdzie takich rozwiązań jest mniej.

Nowoczesne ekologiczne biuro jest magnesem na młodych pracowników, wyróżnikiem, który może pomóc w wygraniu walki o talenty oraz wyrazem troski firmy o środowisko.

Czy decyzja o lokalizacji biura w certyfikowanym ekologicznie budynku to – w polskich warunkach – przede wszystkim prestiż, element PR czy wynikają z tego inne korzyści?

Firmy, wybierając nowoczesne ekologiczne biuro, definiują wizytówkę swojej działalności na wiele lat. Z uwagi na wzrost świadomości społeczeństwa w obszarze warunków pracy, młodzi ludzie mają większe wymagania i szukają pracodawcy, który zrozumie te potrzeby. Nowoczesne ekologiczne biuro jest magnesem na młodych pracowników, wyróżnikiem, który może pomóc w wygraniu walki o talenty oraz wyrazem troski firmy o środowisko.



Mural „Zrównoważone miasto” o pow. 800 m² powstał na ścianie kamienicy obok kompleksu Atrium 2 (przy ul. Peca w Warszawie), aby poprawić jakość życia pracowników jak i mieszkańców. Fot. archiwum Skanska

W raporcie przygotowanym we współpracy z ABSL i JLL ogromna większość menadżerów z sektora BPO/SSC postrzega swoje biuro jako potencjalną przewagę w procesie rekrutacji.

mobilną umożliwiającą ich wypoczywanie. Standardem w naszych budynkach jest system daylight control i free cooling, wodooszczędna armatura, energooszczędne oświetlenie LED, czujniki ruchu, nawilżacze powietrza oraz zaawansowany system odzysku ciepła.

Powszechnie stosujemy system belek chłodzących, który zapewnia komfort termalny i gwarantuje niższe zużycie energii. Fasady naszych inwestycji są projektowane w taki sposób, aby zapewnić użytkownikom budynku maksimum światła dziennego oraz minimalizować zapotrzebowanie na chłodzenie i grzanie. Zarówno przy pracach budowlanych, jak i wykończeniowych dbamy o dobór odpowiednich materiałów o znaczenie ograniczonym wpływie na środowisko.

Co – Pana zdaniem – jest w polskich warunkach największym problemem hamującym upowszechnianie ekobiur, jaka jest świadomość w tym zakresie i od czego ona zależy?

Świadomość korzyści z rozwiązań zrównoważonego rozwoju rośnie, aczkolwiek trzeba ją akcentować przy każdej okazji, aby ludzie chcieli je wdrożyć. ■

87 proc. respondentów jest zdania, że nowoczesne biuro zaprojektowane tak, aby sprzyjało efektywności pracy, może przekonać pracownika o wyborze pracodawcy, który oferuje taką przestrzeń.

Jakie są nowe rozwiązania stosowane we współczesnych obiektach biurowych a nakierowane na energooszczędność, ekologię?

W każdej naszej inwestycji znajdują się stanowiska do ładowania aut elektrycznych, a w nowopowstającym kompleksie Generation Park będzie ich tyle, ile miejsc parkingowych. Nowatorskim rozwiązaniem jest udostępnienie najemcom Atrium 2 samochodów elektrycznych, zintegrowanych z aplikacją

Zielone biuro na A+

IKEA ofertuje nie tylko klientom, ale także pracownikom kosze do segregacji odpadów, oświetlenie LED, a nawet meble z recyklingu. W firmie to jednak ludzie odgrywają istotną rolę, a nie wyposażenie biur.

W IKEA koncepcja zielonego biura jest częścią jej globalnej strategii „People & Planet Positive”, zgodnie z którą koncern nieustannie poszukuje ekologicznych rozwiązań, aby jego działania były efektywne i przyjazne dla środowiska, a tym samym tworzyły lepsze warunki życia dla wielu ludzi. Jak to wygląda w praktyce?

Zielone biuro

Głównym założeniem jest ograniczenie negatywnego wpływu na środowisko poprzez oszczędne gospodarowanie energią, papierem i wodą. Jak to zrobić? Na pewno pomoże w tym odpowiednia infrastruktura, tj. wysokiej klasy sprzęty elektryczne i elektroniczne. Zmywarki i mikrofalówki w biurowych kantynach są energooszczędnej klasy A+. W IKEA pracuje się na sprzęcie biurowym klasy energy star. Zastosowano także efektywny system okien i świetlików umożliwiający wykorzystanie światła słonecznego oraz oświetlenie LED. Kosze do segregacji: resztek żywności, butelek PET, tetrapack, szkła oraz odpadów zmieszanych są ustawione w kantinach biurowych. Wszystkie wydruki są natomiast scentralizowane – do odbioru w copy room’ach, ponadto domyślnie ustawiony jest druk dwustronny. Natomiast zużyte i niepotrzebne już arkusze oraz

inne materiały reklamowe zabieramy dla dzieci. Wykorzystują je one do malowania – mówi Magdalena Górecka-Przepolska, specjalistka ds. programu lojalnościowego IKEA FAMILY, IKEA Kraków. Został też częściowo wprowadzony elektroniczny obieg dokumentów, np. wnioski o urlop składane są tylko w wersji elektronicznej.

„Zieloni” dostawcy

Standardy biurowe stosowane wewnętrznie obowiązują także wszystkich dostawców IKEA, którzy muszą spełniać wymagania standardu IWAY – w IKEA stosowany jest papier biurowy wyprodukowany bez użycia chloru.

Ponadto dla koncernu istotne jest produkowanie artykułów przy wykorzystaniu zrównoważonych źródeł. Wspólnie z kilkoma partnerami, w tym WWF, powołała organizację Better Cotton Initiative (BCI). Jej celem jest podejmowanie



Agata Robińska

Redaktor prowadząca

w naszych produktach pochodzi ze zrównoważonych źródeł.

Z kolei standard leśny IWAY określa jasne wymagania dla drewna używanego w IKEA, między innymi wykluczenie drewna pozyskanego nielegalnie, drewna z obszarów konfliktów społecznych czy lasów o dużej wartości przyrodniczej. Wszyscy dostawcy muszą przestrzegać tych zasad, zanim jeszcze zaczniemy z nimi współpracować. Zgodność z naszymi wymogami leśnymi jest sprawdzana podczas audytów. Oprócz drewna od dostawców, spełniających standardy leśne IWAY, wykorzystujemy również drewno pozyskiwane z naszych ulubionych źródeł – z recyklingu oraz lasów certyfikowanych FSC.

Zrównoważony rozwój pozwala wprowadzać innowacje i zmieniać biznes na lepszy.

„Zieloni” klienci

działań, dzięki którym globalna produkcja bawełny będzie lepsza dla ludzi, którzy ją uprawiają i środowiska naturalnego. Od września 2015 roku bawełna wykorzystywana

IKEA chętnie dzieli się pomysłami z innymi, dlatego zaprasza przedsiębiorców do Centrum IKEA dla



W biurach IKEA wykorzystuje się światło dzienne i oświetlenie LED. Fot. archiwum IKEA

firm w Warszawie, gdzie można zobaczyć przyjazne środowisku rozwiązania dla biura, takie jak: tylko i wyłącznie oświetlenie LED, sprzęt energooszczędny, perlatory, kosze do segregacji, a także szereg artykułów wytworzonych z surowców z recyklingu. Niedawno do sprzedaży została wprowadzona kuchnia wykonana z płyty wiórowej z drewna z recyklingu i folii z recyklingowanych butelek z tworzywa PET.

Nawet cała kawa serwowana oraz sprzedawana w sklepach IKEA, jak i dostępna w kantynach pracowniczych posiada certyfikat UTZ CERTIFIED, niezależnej organizacji non-profit zrzeszającej farmerów i firmy zaangażowane w odpowiedzialną uprawę oraz dostawy kawy na całym świecie.

„Zielony” zysk

Właściwe zarządzanie wodą, energią, surowcami i odpadami obniża koszty funkcjonowania firmy, tym samym zwiększając jej konkurencyjność.

A jakie rezultaty osiąga IKEA Polska? W 2016 roku przekazaliśmy

92,45% odpadów do recyklingu materiałowego i energetycznego. Na bieżąco monitorujemy zużycie energii w budynkach i podejmujemy kolejne kroki, aby sukcesywnie je obniżyć – tłumaczy Mariusz Podgórski, Zarządca ds. Energii i Klimatu, IKEA Retail.

Przyjazne dla środowiska biuro to nie tylko infrastruktura, ale przede wszystkim zmiana świadomości, a tym samym nawyków ludzi.

W niektórych sklepach wprowadzane są także dodatkowe rozwiązania energooszczędne, np. w IKEA Łódź wykorzystano geotermalne pompy ciepła. Dzięki tym działaniom i inwestycjom w farmy wiatrowe, IKEA w Polsce produkuje więcej ekologicznej energii niż zużywają jej biura i sklepy.

Sklepy w Polsce wyróżniono także certyfikatem Zielony Sklep przyznanym przez fundację Partnerstwo dla Środowiska. Według IKEA certyfikaty zewnętrzne to wiarygodne

potwierdzenie jakości i zakresu podejmowanych przez firmę działań. To także spojrzenie z zewnątrz na realizację długofalowej strategii na rzecz środowiska „People & Planet Positive 2020”.

„Zieloni” pracownicy

Przyjazne dla środowiska biuro to nie tylko infrastruktura, ale przede wszystkim zmiana świadomości, a tym samym nawyków ludzi i to może być – zdaniem IKEA – najtrudniejszy element we wdrażaniu pro-ekologicznych rozwiązań. Dlatego wszyscy nowi pracownicy przechodzą szkolenie intro, zawierające sekcję „zrównoważony rozwój”, gdzie dowiadują się o tym, że działania CSR pozwalają wprowadzać innowacje i zmieniać biznes na lepszy.

Nieustannie skupiamy się na edukacji naszych pracowników – proste działania, takie jak wyłączanie sprzętów, gaszenie światła czy świadome korzystanie z klimatyzacji w ostatecznym rozrachunku mają istotny wpływ na obniżenie zużycia energii

– tłumaczy Mariusz Podgórski. Pracownicy chętnie organizują własne ekologiczne akcje: zbieranie nakrętek (IKEA Targówek) czy starych telefonów komórkowych (IKEA Bydgoszcz).

Według IKEA ekologiczne biuro można stworzyć niezależnie od wielkości organizacji czy branży, do której należy. Odpowiedzialne podejście do surowców i odpadów to nie jest dodatkowy koszt, a element dobrego zarządzania firmą. Od czego zacząć? Warto zacząć od ludzi. ■

Okazja czyni zielone biuro

Grupa Muszkieterów, w ramach której działają marki Intermarché i Bricomarché, ma na stałe w swoją strategię wpisane działania na rzecz środowiska. Jednak intensyfikacja działań dotyczących zielonego biura nastąpiła w momencie zmiany adresu centrali firmy.

Znaczącym krokiem w realizacji „zielonej” strategii było uruchomienie nowego centrum magazynowo-biurowego w Swadzimiu pod Poznaniem. W magazynach zostały zastosowane proekologiczne rozwiązania, takie jak energooszczędne oświetlenie LED, ogrzewanie gazowe, system segregacji odpadów, nowoczesny system ładowania baterii wózków widłowych, a także informatycznie sterowany system zużycia dwutlenku węgla do dystrybucji mrożonek w kontenerach mroźniczych.

Nowe biuro

W nowym biurowcu Grupy Muszkieterów zastosowano m.in. urządzenia ograniczające zużycie energii elektrycznej, takie jak energooszczędny sprzęt biurowy. Na tym oczywiście

dyrektor Komunikacji i Informatyki Grupy Muszkieterów. Właśnie urządzenia ograniczające zużycie energii elektrycznej zainstalowane w budynku zostały wyróżnione przez audyt Fundacji Partnerstwo dla Środowiska, która przyznała centrali zlokalizowanej w Swadzimiu certyfikat Zielone Biuro.

Lokalizacja to wyzwanie

Okazało się, że nowy lokal to także wyzwania dla pracowników. Biuro umiejscowione jest dalej od centrum niż poprzednia lokalizacja. Stanowi więc utrudnienie dla dojeżdżających codziennie. Znalezione jednak rozwiązanie proekologiczne. Grupa stworzyła internetową platformę do organizowania wspólnych dojazdów do pracy. Powstała w tym samym momencie, kiedy nowa siedziba

Pojemniki na odpady oraz plakaty informacyjne zostały oznaczone atrakcyjną grafiką i konkretnymi przykładami oszczędności, które pracownicy mogą wygenerować.

nie poprzestano. Instalacja grzewcza posiada regulator pogodowy. Dzięki temu temperatura wewnątrz obiektu kontrolowana jest centralnie tak, aby ograniczyć zbędne zużycie energii – podkreśla Eliza Orepiuk-Szymura,

firmy w Swadzimiu pod Poznaniem. Aplikacja jest „szyta na miarę, działa w wewnętrznym systemie intranet. Korzystają z niej zarówno kierowcy, jak i pasażerowie. Często osoby wymieniają się, co w rezultacie

Agata Robińska
Redaktor prowadząca

powoduje integrację zespołu. Dzięki platformie wspólnych dojazdów, poznałam osobę, z którą od ponad 2 lat codziennie docieram do pracy jednym samochodem. Okazało się, że mieszkamy blisko siebie. Platforma umożliwiła nam nawiązanie relacji, a w efekcie pozwoliła na zorganizowanie wspólnych dojazdów – potwierdza Bartłomiej Tarłowski, PR menadżer firmy. Z platformy korzysta około 10 proc. pracowników, co nie tylko przekłada się na



Intermarché zachęca klientów do proekologicznych zachowań, oferując wypożyczalnię wózków transportowych na rower. Fot. archiwum Grupy Muszkieterów



W nowej siedzibie w Swadzimiu zastosowano m.in. urządzenia ograniczające zużycie energii elektrycznej. Fot. archiwum Grupy Muszkietierów

oszczędności w ich portfelach, ale także powoduje mniejszy ruch na drogach i chroni środowisko.

Akcja edukacja

Jak jeszcze Grupa Muszkietierów zachęca pracowników do ekologicznych zachowań? Wszystkie biura i pomieszczenia socjalne wyposażone zostały w pojemniki do segregacji odpadów. Dział jakości, administracji oraz dyrekcja komunikacji i informacji rozpoczęły kampanię edukacyjną, skierowaną do pracowników, związaną z segregacją odpadów w siedzibie firmy. Kampania ma na celu przypomnienie zasad segregacji, które obowiązują wszystkich. Z tej okazji pojawiły się nowe oznaczenia na pojemnikach oraz plakaty informacyjne, które zawierają atrakcyjną grafikę i podają konkretne przykłady oszczędności, które pracownicy mogą wygenerować.

W celu ograniczenia zużycia papieru, wprowadzony został elektroniczny system obiegu dokumentów. Dodatkowo wszystkie urządzenia drukujące zaprogramowano na automatyczny druk dwustronny. Do utrzymania czystości używane są produkty ulegające biodegradacji. Grupa Muszkietierów otrzymała Certyfikat Odpowiedzialnego

Przedsiębiorcy za działanie na rzecz środowiska – utylizację starego i użytego sprzętu elektronicznego. *W pierwszej partii oddaliśmy 78 telefonów i 32 modemy Internetowe. Jednak już wkrótce planujemy zutylizować kolejną część niepotrzebnego sprzętu. Podjęliśmy współpracę z firmą Moby.pl, ponieważ tak jak my dba o środowisko naturalne* – mówi Eliza Orepiuk-Szymura, dyrektorka Komunikacji i Informacji.

Działania podejmowane są także w sklepach. Zarówno sprzęt chłod-

Słupsku oraz Ustce. To specjalna konstrukcja z kosztami zakupowymi na kółkach, wyposażona w dwie izotermiczne torby.

Przedstawiciele Intermarche powołują się na badania „CSR w praktyce – barometr Francusko-Polskiej Izby Gospodarczej”, z których wynika, że blisko 7 na 10 respondentów oczekuje, że firmy ograniczą niekorzystny wpływ na otoczenie, dlatego Grupa Muszkietierów poważnie podchodzi do działań na rzecz lokalnych społeczności oraz środowiska.

Grupa stworzyła internetową platformę do organizowania wspólnych dojazdów do pracy.

niczy, jak i oświetlenie zostały wymienione na energooszczędne. Dodatkowo Grupa Muszkietierów stara się angażować klientów w działania na rzecz środowiska. Sieć supermarketów Intermarché wprowadziła innowacyjną usługę – wypożyczalnię wózków transportowych, które dołącza się do rowerów (kursavélo (od francuskiego „courses à vélo” – „po zakupy na rowerze”). Od czerwca 2016 r. z tego rozwiązania mogą korzystać klienci sklepów w Grajewie, Słubicach,

Jakie są największe wyzwania zielonego biura? Według Grupy Muszkietierów to ciągła optymalizacja działań, reagowanie na bieżąco na nowoczesne systemy i technologie. Generalnie – mierzenie się z ciągłymi zmianami. Sporym wyzwaniem jest przekazanie komunikatu pracownikom w atrakcyjny sposób. Z pewnością jest to zdecydowanie łatwiejsze, kiedy działania są realizowane w zgodzie ze strategią i misją firmy, niezależnie od lokalizacji siedziby. ■

Pasjonatki dialogu

Specjalistki od skutecznej współpracy międzysektorowej. Na co dzień prowadzą dialog z interesariuszami firm, w których pracują. Robią to bardzo skutecznie, i do tego z pasją.



Fot. archiwum prywatne

Maria Kopaszewska – z wykształcenia ekonomistka (kierunek polityka społeczna), z doświadczenia fundraiser i koordynatorka działań społecznych. Pośrednik Dobra to jej oficjalna nazwa stanowiska w Grupie Cermag. Taki tytuł widnieje także na jej firmowej wizytówce. Jej specjalizacją są działania filantropijne i łączenie dwóch pozornie skrajnych światów, realizuje cele społeczne w środowisku nastawionym na zysk ekonomiczny. *Biznes ma zawsze ludzką twarz, ponieważ stoją za nim konkretne osoby, a jeśli spełniają się one nie tylko jako menadżerowie, ale darczyńcy, którzy rozumieją, dlaczego i komu pomagają, to jest to mój ideał działalności społecznej w sektorze biznesu* – podkreśla. Jej największym dotychczasowym osiągnięciem jest koordynacja dwóch edycji ogólnopolskiej kampanii „Kilometry Dobra” w Poznaniu. Są i niepowodzenia, z których wyciąga lekcje. *W takim rozumieniu jest to każda odmowa wsparcia, z jaką się spotykam jako fundraiser, ale w rzeczywistości są to lekcje pokory uodparniające na kolejne „nie” i przygotowujące na większy sukces*. Z czysto CSR-owego punktu widzenia ceni sobie kompleksowy, pełen energii i empatii CSR prowadzony w NIVEA Polska Grupa Beiersdorf przez zespół z poznańskiej siedziby. Plany na przyszłość? Niezmienne od lat – dzielić się dobrem bez znaczenia, czy przybierze to formę pozyskiwania funduszy na cele społeczne, przekazywania wiedzy bądź realizacji kolejnej kampanii społecznej. ■



Fot. archiwum prywatne

Malwina Frydrychowicz – przygodę z CSR zaczęła na studiach od bycia ambasadorką CSR Ligi Odpowiedzialnego Biznesu i współpracy z Forum Odpowiedzialnego Biznesu. Organizowała m.in. 1. edycję ogólnopolskiego konkursu wiedzy „Poznań CSR Contest”. Doświadczenie zawodowe zdobywała zarówno w III sektorze, jaki i po stronie biznesu. W ostatnich latach związana była z branżą szkoleniową, następnie Kompanią Piwowarską, a od dwóch lat piastuje stanowisko menadżerki ds. komunikacji i CSR w Amica SA. Ukończyła kierunki związane z komunikacją i PR na Uniwersytecie Adama Mickiewicza oraz na Uniwersytecie Ekonomicznym w Poznaniu. Obecnie rozwija programy wspierające skuteczną edukację, zachęcające do aktywnego i zdrowego trybu życia mieszkańców Wronek, a zarazem w dużej części pracowników firmy Amica, która jako największy pracodawca w regionie ma bardzo duży wpływ na społeczność lokalną. Pracuje również nad wdrożeniem strategii CSR w całej grupie kapitałowej. W planach są kolejne projekty, tj. wspieranie inicjatyw pracowniczych w ramach wewnętrznego budżetu obywatelskiego. *Firma musi rozwijać się w sposób zrównoważony – jej sukces zależy od rozwoju społecznego, kondycji ekonomicznej otoczenia i odpowiedzialnego gospodarowania zasobami naturalnymi. Bycie dobrym sąsiadem, partnerem biznesowym i pracodawcą to w dzisiejszych czasach obowiązek* – dodaje. Najbardziej jest dumna z działań szkoleniowych i doradczych (często w ramach wolontariatu kompetencji) skierowanych zarówno dla biznesu, jaki i dla organizacji pozarządowych. *Moją najważniejszą lekcją z kilkuletniej działalności w obszarze CSR jest to, że działania na rzecz innych mają sens tylko wtedy, gdy rozmawiamy z naszymi interesariuszami. Jeśli tego nie robimy, to nie oczekujemy pozytywnych rezultatów* – sumuje. ■

Nie tędy droga...

Błędy w komunikacji CSR

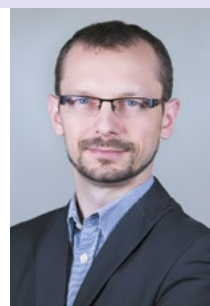
Jakość komunikacji z otoczeniem – w kontekście odpowiedzialnego biznesu – jest bardzo zróżnicowana: niektórzy opanowali tę sztukę i wciąż ją rozwijają, inni dobierają narzędzia przypadkowo i nieskutecznie.

Komunikacji uczymy się przez całe życie – zarówno prywatnie, jak i na kolejnych etapach drogi zawodowej. Nie jest to łatwy proces, o potknięcia jest niezwykle łatwo. Odpowiedzialna komunikacja bywa jeszcze trudniejsza. Pojawiające się w niej błędy mają rozmaity charakter, najczęściej jednak powstają z niedopasowania języka do odbiorców. Są też i takie, które wynikają z próżności.

Po pierwsze

Przykładem użycia zbyt trudnego języka może być komunikat, że firma „implementuje strategię zrównoważonego rozwoju w oparciu o standard ISO 26000”. Czyli... co tak naprawdę robi? Tego typu zdania, nasycone słownictwem oczywistym tylko dla ekspertów, nie wnoszą niczego do komunikacji z otoczeniem, a jedynie rozmywiają sens tego, co firma chce faktycznie przekazać. Im prościej, tym lepiej. Często problemem są również narzędzia komunikacji. Nadal zdarzają się przypadki niewykorzystywania nowoczesnych kanałów komunikacji lub pochopne porzucanie tych tradycyjnych. Z jednej strony ewolucja komunikacji nie nadąża za rewolucją mobilności

i mediów społecznościowych – tych kanałów często nie wykorzystuje się (w ogóle lub efektywnie) w komunikacji CSR. Z drugiej – część firm, w pogoni za nowinkami, przerzuca akcent w całości lub w znacznej części na nowoczesne media. Tymczasem odbiorcy docelowi mogą być w różnej sytuacji, jeśli chodzi o dostęp i umiejętność korzystania z poszczególnych kanałów komunikacji. Wbrew temu, co może się wydawać, kiedy patrzy się na świat z okien warszawskiego



Przemysław Oczyp

Prezes Zarządu
Go Responsible Sp. z o.o.

Tymczasem firma to ludzie, którzy w niej pracują. To oni wykonali całą pracę, a pozostają anonimowi i niedocenieni. W komunikacji, a tym

Notoryczne jest tworzenie informacji, w których firma jest głównym podmiotem: „Nasza firma to..., nasza firma tamto...”. Tymczasem firma to ludzie.

biurowca, nie cała Polska namiętnie korzysta z Facebooka czy aplikacji mobilnych. Warto docierać do odbiorców, wykorzystując możliwie różnorodne kanały.

Po wtóre

Notoryczne jest również tworzenie informacji, w których firma jest głównym podmiotem: „Nasza firma to..., nasza firma tamto...”.

bardziej w komunikacji dotyczącej społecznej odpowiedzialności, często brak opisów historii konkretnych jednostek czy zespołów, które (zwykle pomimo różnych trudności) przyczyniły się do ostatecznego sukcesu. Jeszcze inny błąd to zapomnienie o podstawowej zasadzie, że dobra komunikacja z otoczeniem ma charakter dwustronny. To wymaga wyważenia między mówieniem a słuchaniem, być może nawet

z naciskiem na to drugie – w tym przypadku stworzenia skutecznych kanałów przekazywania informacji zwrotnej to klucz do sukcesu.

To oczywiste, że wszyscy chcieliby mówić o sobie w superlatywach, należy jednak zrównoważyć przekaz. Komunikaty firm w kontekście CSR najczęściej mówią o tym, co się udało. Super! Dobrze jest się chwalić, ale niedobrze przechwalać, tymczasem bardzo często granica między

czy kilka tysięcy pracowników to proces bardzo długi, żmudny i... nie zawsze kończący się triumfem. Może lepiej poczekać na wymierne efekty? Zamiast chwalić się na wyrost, lepiej postawić na autentyczność. Nic tak nie chwyta za serce jak prawdziwa historia; nawet kryzys można wykorzystać jako kanwę opowieści o tym, jak firma uczy się, rozwija, zmienia. Mówienie o rzeczach trudnych i sposobach radzenia sobie z nimi buduje

faktów może spowodować postrzeganie naszej aktywności na rzecz rozwiązania danego problemu społecznego jako pozornej. Czy jeżeli w ciągu ostatnich 10 lat firma zwiększyła nakłady finansowe na dożywianie dzieci w danej lokalnej społeczności, czego efektem był wzrost liczby fundowanych posiłków ze 100 do 1000 miesięcznie, to na pewno jest to powód do radości? Nasuwa się bowiem pytanie, dlaczego liczba głodnych dzieci zwiększyła się dziesięciokrotnie i co tak naprawdę robi firma, aby oddziaływać na źródła problemu, a nie tylko na jego skutki.

To oczywiste, że wszyscy chcieliby mówić o sobie w superlatywach, należy jednak zrównoważyć przekaz.

jednym a drugim w komunikacji firm z otoczeniem zaciera się. Być może niekiedy jest to nieświadome: osoba tworząca komunikat nie sprawdza np. ile firm w danej branży już wykonuje podobne działania (na tle szerszego kontekstu nie są one zatem tak wyjątkowe, jak mogłoby się wydawać). Warto mówić o tym, co się udaje, ale czy przemilczać sytuacje kryzysowe? Co zrobić, jeżeli równolegle w prasie pojawiają się informacje o karach finansowych, konflikcie z klientami, bojkocie, niefortunnej wypowiedzi prezesa itd.? Odbiorcy mogą poczuć silny dysonans, a jawne „zamiatanie pod dywan” wpływa na pogorszenie opinii o firmie i może powodować podejrzenia o nieuczciwość.

Zbyt pochopne chwalenie się może zadziałać gorzej niż wstrzemięźliwość. Weźmy przykład firmy ogłaszającej publicznie, że zaczęła tworzyć strategię CSR. W prasie pojawiają się informacje o tym, jak w pocie czoła pracuje nad „uczynieniem społecznej odpowiedzialności elementem DNA firmy” (to chyba jedno z modniejszych określeń). Pytanie brzmi jednak: czy jest już czym się chwalić? Wdrożenie czegokolwiek w firmie zatrudniającej kilkaset

wiarygodność firmy i zaufanie do niej. To naturalne, że w biznesie, tak jak w życiu, nie zawsze jest cukierkowo i nie wszystko idzie idealnie. Liczy się to, jakie wnioski wyciągamy z podbramkowych sytuacji.

Po trzecie

Jeszcze innym błędem jest niedbanie o spójność przekazu. Firma chwali się przywiązaniem do ideałów ochrony środowiska, tymczasem... jej raport wydrukowano na papierze bynajmniej nie ekologicznym. To jedynie przykład, który przypomina, że forma przekazu również jest

Na koniec

Warto wspomnieć o dwóch kwestiach, które niby są oczywiste, jednak praktyka pokazuje, że nie wszyscy pamiętają o nich w kontekście CSR. Po pierwsze, nie możemy nawet na chwilę zapominać, że większość naszych odbiorców zna naszą firmę i branżę znacznie słabiej od nas. Bodaj najważniejszą zasadą wszelkiej komunikacji jest stawianie się na miejscu tych, do których chcemy dotrzeć z naszym przekazem. Dlatego regularnie zadawajmy sobie pytanie, jakie zagadnienia czy terminy mogą wymagać dodatkowych wyjaśnień, co jest dla naszych interesariuszy szczególnie interesu-

Dobrze jest się chwalić, ale niedobrze przechwalać, tymczasem granica między jednym a drugim zaciera się.

przekazem. Wiele można powiedzieć także o mierzeniu efektów działań społecznych, a raczej o jego braku. Takich informacji powszechnie brakuje w komunikatach CSR. Niewyjaśnienie kontekstu i działań, a jedynie przedstawienie suchych

jące itd. Po drugie, wiele firm jakby nie miało świadomości, jak kluczowe znacznie ma sposób zredagowania treści oraz ich warstwa wizualna. Przykładowo celem nagłówka informacji prasowej czy rozdziału raportu jest danie ogólnego wyobrażenia

o danej sprawie, a nie szczegółowe zreferowanie jednego z jej aspektów. Bardzo procentuje również trzymanie się zasady, że kilka krótkich zdań ma większą wartość komunikacyjną niż jedno wielokrotnie złożone,

je spełniały w przyszłości? Celem komunikacji jest zainteresowanie informacją odbiorcy i jest to coraz trudniejsze zadanie, szczególnie w nieustannie wzrastających ilościach generowanych informacji

w przestrzeń wirtualnej rzeczywistości (VR). Takie rozwiązania zastosowaliśmy już w przypadku raportowania, przedstawiając nie tylko na pozór nudne elementy, jak wprowadzenie czy schemat działalności firmy, ale dzięki temu obrazując skomplikowane procesy, które zawsze niezwykle ciężko było opisać w zrozumiały sposób. Komunikacja z wykorzystaniem nowoczesnych form, jak przytoczona wirtualna rzeczywistość, pozwala nadać większy sens przekazom, w których nie tylko możemy wprowadzić odbiorcę na miejsce wydarzeń np. eventu, nowo otwartego zakładu, ale także na bieżąco zbierać informacje od niego, upewniając się, że przekaz jest zrozumiały. Dzięki temu nie tylko uatrakcyjnimy informację i zachęcimy do zapoznania się z nią, ale przede wszystkim uzyskamy to, co w komunikacji najważniejsze – informację zwrotną. ■

Najważniejszą zasadą wszelkiej komunikacji jest stawianie się na miejscu tych, do których chcemy dotrzeć z naszym przekazem.

a atrakcyjna infografika zdziała więcej niż szereg tabel.

Podsumowując temat błędów popełnianych w komunikacji działań CSR, na które patrzymy już z pewnej perspektywy, możemy zastanawiać się na ile błędy, a także nauka z nich przyda nam się w przyszłości. Czy obecne formy komunikacji są skuteczne i odpowiadają na potrzeby odbiorców, a tym bardziej czy będą

i komunikatów. Kto obecnie przeczyta chociażby list prezesa, który jest wprowadzeniem do raportu CSR? Ten element często się pomija pomimo tego, że może mówić o całej treści i to w dużym skrócie. Dlatego coraz częściej korzystamy z nowych technologii, nie tylko przenosząc przytoczony list prezesa na obraz wideo, ale idąc dalej, przenosząc użytkownika

9 błędów komunikacji według GoResponsible

1

Zbyt pochopne chwalenie się

4

Brak komunikacji dwustronnej

7

Pozorne rozwiązywanie problemu społecznego

2

Rozdmuchiwanie dokonań

5

Zamiatanie pod dywan

8

Odhumanizowanie komunikatu

3

Nowomowa

6

Niespójny przekaz

9

Niewykorzystywanie nowoczesnych kanałów komunikacji lub porzucenie tradycyjnych

Poznańskie Giveboxy, czyli sharing-economy w praktyce

Klasycznie rozumiany dobrobyt wydaje się zmieniać – nie dotyczy już własnego materialnego dostatku, a dobrostanu sąsiadów, osób z trzeciego świata i środowiska.

Sharing-economy, czyli ekonomię Współdzielenia uznaje się za przeciwieństwo typowej ekonomii opartej na ludzkiej potrzebie konkurencji i dążeniu do bogacenia się. Światowy kryzys w 2008 roku podważył zaufanie do instytucji bankowych, gospodarczych, wreszcie do samej gospodarki rynkowej i skierował uwagę ludzi na najbliższe otoczenie. Ten moment stał się punktem wyjścia do myślenia o ekonomii współdzielenia. W przeszłości dobrami dzieliliśmy się z najbliższymi, z rodziną i przyjaciółmi. Dzięki nowym technologiom możemy teraz dzielić się z każdym. Zostawiając na boku liczne definicje, nie jestem bowiem ani ekonomistką, ani urbanistką, chcę opisać ideę, która od ponad roku świetnie rozwija się w Poznaniu. O tyle różni się od opisywanych szeroko przykładów sharing-economy jak serwis Airbnb, gdzie można zarówno wynająć mieszkanie od prywatnych ludzi na całym świecie, jak również zostać gospodarzem i wynajmować swoje lokum turystom, że nie przynosi zysku nikomu i w pełni oparty jest na pracy społecznej. Chodzi o działające szafy do dzielenia, wspólne szafy, czyli Giveboxy. Można powiedzieć, że stolica Wielkopolski jest w tej dziedzinie prekursorem. Ile jest ich w świecie – nie wiadomo. Pewien

rejestr znaleźć można na stronie www.givebox.eu i wynika z niego, że prym wiodą Niemcy. Od niemieckiego przykładu zaczęło się też w Poznaniu.

Poznaniacy, dyskutując o niemieckich przykładach, pomyśleli – dlaczego nie zrobić tego u nas? I w ten sposób pierwszy poznański Givebox stanął w maju 2016 roku na Jeźyczach. Powołała go do życia grupa entuzjastów dzielenia się niepotrzebnymi nam przedmiotami, które mogą posłużyć innym. Poznańskie szafy powstały za pieniądze z grantów miejskich i od sponsorów. Jeżycki Givebox od razu stał się popularny, zatem pół roku później pojawił się kolejny – w Parku Kasprowicza na Łazarzu. Na początku września



Kalina Olejniczak

Dziennikarka,
ekolożka

Mniej kupowania, mniej odpadów

Korzystanie z lokalnych szaf sprzyja bez wątpienia integracji mieszkańców. Twórcy poznańskich Giveboxów policzyli, że dziennie odwiedza je nawet ponad 100 osób. Szafa nie ma służyć wyłącznie ubogim, choć bywa, że ubierają się w niej bezdomni. Bywa też, że niektóre z rzeczy trafiają do wtórnego obiegu (sprze-

Chodzi o to, by nie kupować niepotrzebnego, korzystać z zasobów, które już są wyprodukowane, nie wytwarzać zatem odpadów, a posiadanym niepotrzebnym rzeczom nadać drugie życie.

swoją szafę otworzyło Centrum Kultury i Biblioteka Publiczna w Suchym Lesie. Plan przewiduje szafę w dzielnicy Wilda. Duży market budowlany przekazał już na ten cel materiały.

daży), ale trudno jest temu zapobiec. Jednak przede wszystkim korzystają z Giveboxów osoby, które stać na zakup nowych rzeczy, ale świadomie, z przyczyn świątopoglądowych

z tego rezygnują. To życie według zasad ruchu Zero Waste. Chodzi o to, by nie kupować niepotrzebnego, korzystać z zasobów, które już są wyprodukowane, nie wytwarzać zatem odpadów, a posiadanym niepotrzebnym rzeczom nadać drugie życie. Tego typu upcycling to świadome korzystanie z wytworzonych dóbr, dbanie o pracę rąk ludzkich i nie zanieczyszczanie środowiska generowaniem nowych odpadów – pisze na swoim blogu (www.ograniczamsie.com) Kasia Wągrowska, inicjatorka powstania poznańskich Giveboxów. Jednocześnie pojawiają się problemy – do szafy przynoszone są brudne lub zniszczone ubrania, nie omijają ich wandalę i lokalni miłośnicy trunków. Giveboxy bywają przepelnione, zatem od czasu do czasu ich opiekunowie zawożą nadmiar rzeczy do PCK, a zimą przygotowują paczki do sierocińca.

Moc nowych technologii

Aby miejsca dzielenia się rozwijały, muszą istnieć wokół nich silne lokalne społeczności. Istotne są tu także nowe technologie. Grupy

Ekonomia współdzielenia to świat, w którym konsument staje się prosumentem, czyli nie jedynie odbiorcą usług, a i ich dawcą. Przykłady współdzielenia to Airbnb czy Uber, platformy zbiorowych zakupów (np. Groupon), a także wypożyczalnie skuterów na godziny. Zwraca się uwagę na platformy internetowe i na aplikacje telefoniczne, które pomagają w dostępie do nowych usług i towarów (np. Blablacar). Możemy też z innymi tworzyć nowe idee, współfinansować je, czego przykładem są liczne inicjatywy oparte na crowdfundingu. To także współdzielenie przestrzeni – powstaje bowiem pole do rozwoju nowych koncepcji miast, gdzie różne interesy nie są konkurencyjne (kierowcy kontra rowery), ale współdziałają i tworzą przyjazną, wspólną przestrzeń.

lokalne w świecie wirtualnym wymieniają się nie tylko informacjami o nowościach w szafie, ale też wzywają do działania w realnym świecie, gdy trzeba posprzątać czy naprawić szafę. Wydaje się na tym przykładzie, że wbrew opiniom niektórych polskie społeczeństwo

z nich korzysta. Powstała niejedna sesja modowa w oparciu o ubrania z poznańskich szaf, choć można w nich znaleźć także książki, płyty, naczynia stołowe, foteliki dziecięce itp. Twórcy Giveboxu myślą o kolejnym kroku – otworzeniu we współpracy z miastem centrum

Wbrew opiniom niektórych, polskie społeczeństwo jest gotowe do wspólnego działania.

jest gotowe do wspólnego działania. Oczywiście, jeśli widzi w tym też swój interes – szafy są wspólne, zatem jeśli o nie dbamy, możemy

ekonomii współdzielenia – miejsca, w którym wszystko byłoby za darmo. Takie free-shopy istnieją w wielu miastach świata m.in. w Madrycie i Sztokholmie. W Polsce także – w Rudzie Śląskiej.

W marcu 2017 roku zaczęła działać aplikacja na telefony pod nazwą Givebox (www.givebox.xyz). Można ją pobrać w sklepach z aplikacjami zarówno w wersji dla iPhona, jak i dla systemu Android. Aplikacja pokazuje nam, jakie przedmioty za darmo znajdziemy w naszej okolicy (w promieniu 50 km) i poprzez czat można umówić się na odbiór. W ten sposób łatwiej niż w klasycznej szafie oddać niepotrzebne, a wciąż w dobrym stanie meble czy inne większe przedmioty. Aplikacja Givebox to pomysł zrealizowany przez programistów z Ukrainy i Włoch, aczkolwiek najlepiej rozwija się w Poznaniu. ■

Jak stworzyć Givebox:

- A. Znajdź grupę ludzi, którzy będą opiekować się szafą, samemu nie udźwigniesz tego zadania!
- B. Znajdź miejsce – publiczne, ale nie na odludziu, sprawdzają się miejsca przy klubach, kawiarniach, o ile ich szefowie są chętni do współpracy. Pozyskaj oficjalną zgodę na ustawienie szafy!
- C. Poszukaj pieniędzy z grantów miejskich lub sponsorów na budowę szafy. Możesz też użyć gotowych mebli, szaf, skrzyń, domków ogrodowych – pamiętaj jednak o zabezpieczeniu ich przed deszczem i o estetyce!
- D. Załóż grupę na Facebooku po to, by komunikować się z użytkownikami szafy w sytuacji, gdy potrzebna jest pomoc i by informować się o nowych skarbach w szafie!
- E. Ustal miejsce, gdzie będzie można przewozić nadmiary rzeczy (schroniska dla zwierząt, instytucje pomocy społecznej, Caritas)
- F. Ustaw szafę, przyklej regulamin i działaj!

Urlop dla taty

Jednym ze szczególnie widocznych kierunków zmian w polskim prawie pracy jest rozszerzanie uprawnień pracowników-ojców, zwłaszcza w zakresie przysługujących im urlopów.

Prawodawca uznał, że należy dać ojcom więcej możliwości spędzania czasu z dzieckiem i uczestniczenia w jego wychowywaniu – zwłaszcza w pierwszych latach życia. W 2009 r. wprowadzono nowe kategorie urlopów – „tacierzyński” i ojcowski, które funkcjonują obok dotychczasowych – macierzyńskiego, rodzicielskiego i wychowawczego. W tym artykule podsumujemy, kiedy można skorzystać z danego urlopu (a także kiedy trzeba o niego zawnieioskować).

Urlop „tacierzyński” i ojcowski

Jeżeli matka dziecka po wykorzystaniu po porodzie co najmniej 14 tygodni urlopu macierzyńskiego

jednym porodzie – od 20 tygodni (w przypadku jednego dziecka) do 37 tygodni (w przypadku pięcioraczek). Oznacza to, że w najbardziej typowym przypadku „pojedynczego porodu” ojciec dziecka będzie mógł wykorzystać do 6 tygodni urlopu „tacierzyńskiego”. Aby skorzystać z urlopu „tacierzyńskiego”, pracownik-ojciec musi złożyć wniosek do pracodawcy co najmniej na 14 dni przed rozpoczęciem korzystania z urlopu, a pracownica-matka – wniosek w sprawie rezygnacji z części urlopu macierzyńskiego powinna złożyć do swojego pracodawcy co najmniej na 7 dni przed powrotem do pracy.

Ustawodawca ustanowił także urlop przeznaczony wyłącznie dla ojców – urlop ojcowski w wymiarze dwóch

Po zakończeniu urlopu „tacierzyńskiego”, ojcowskiego, rodzicielskiego lub wychowawczego pracodawca co do zasady musi dopuścić pracownika do pracy na dotychczasowym stanowisku.

zrezygnuje z pozostałej części urlopu i powróci do pracy, pozostałą część urlopu macierzyńskiego może wykorzystać ojciec (potocznie mówi się wówczas o urlopie „tacierzyńskim”). Przypomnijmy, że długość urlopu macierzyńskiego jest uzależniona od liczby dzieci urodzonych przy

tygodni, z którego tata może skorzystać do czasu ukończenia przez dziecko 24. miesiąca życia. Urlop ojcowski może być wykorzystany w jednej lub dwóch częściach, z których żadna nie może być krótsza niż tydzień. Wniosek w sprawie urlopu ojcowskiego pracownik



Piotr Właż

Aplikant adwokacki,
Rosicki Purski
i Wspólnicy EcdF,
Kancelaria Radców
Prawnych sp. k.

powinien złożyć do pracodawcy nie później niż na 7 dni przed rozpoczęciem z korzystania z niego.

Urlop rodzicielski

Co ciekawe, w przeciwieństwie do urlopu macierzyńskiego, regulacje Kodeksu pracy nie wprowadzają różnicy w uprawnieniach ojca i matki w zakresie urlopu rodzicielskiego. Oznacza to, że z urlopu rodzicielskiego może w całości korzystać wyłącznie mama albo wyłącznie tata; rodzice mogą też „podzielić” się urlopem między siebie, albo wykorzystać część lub całość urlopu jednocześnie. Kodeks pracy określa łączny wymiar tego urlopu dla obojga rodziców: co do zasady są to 32 tygodnie.

Urlop rodzicielski może być udzielany jednorazowo albo w częściach, przy czym musi się on rozpoczynać bezpośrednio po wykorzystaniu urlopu macierzyńskiego, a każda z poszczególnych jego części powinna następować po poprzedniej – przy czym dopuszczalne jest przesunięcie części urlopu na później (tak, aby nie następował bezpośrednio po poprzedniej części), jednak ta „przesunięta”

część urlopu rodzicielskiego może mieć wymiar najwyżej 16 tygodni. Maksymalnie mogą być cztery części urlopu, a żadna z nich nie może co do zasady trwać krócej niż 8 tygodni. Urlop rodzicielski może być udzielony nie później niż do zakończenia roku kalendarzowego, w którym dziecko kończy 6. rok życia.

Regulacje Kodeksu pracy nie wprowadzają różnicy w uprawnieniach ojca i matki w zakresie urlopu rodzicielskiego.

Przykład: Mama Antosi rozpoczęła korzystanie z urlopu macierzyńskiego już na tydzień przed porodem i kontynuowała go jeszcze przez 17 tygodni po porodzie (w tym czasie tata Antosi wykorzystał w dwóch częściach swój urlop ojcowski). Z pozostałej części urlopu macierzyńskiego korzystał tata Antosi – przez 2 tygodnie. Po wykorzystaniu całego urlopu macierzyńskiego oboje rodzice Antosi zostali z nią w domu jeszcze przez 8 tygodni, korzystając równocześnie z urlopu rodzicielskiego (łącznie zatem wykorzystali 16 tygodni tego urlopu). Następnie rodzice Antosi wrócili do pracy – postanowili bowiem wykorzystać pozostałą część urlopu w późniejszym okresie. Tak się stało po roku – wówczas z urlopu korzystał już wyłącznie tata Antosi – jeszcze przez 16 tygodni.

W celu korzystania z urlopu rodzicielskiego przez ojca, należy złożyć do pracodawcy – w terminie 21 dni od dnia rozpoczęcia korzystania z tego urlopu – wniosek dotyczący udzielenia urlopu rodzicielskiego w całości albo w części.

Urlop wychowawczy

Z urlopu wychowawczego mogą korzystać pracownicy (zarówno

matki, jak i ojcowie) zatrudnieni co najmniej 6 miesięcy (przy czym do tego okresu wlicza się także poprzednie okresy zatrudnienia). Wymiar urlopu wychowawczego to łącznie 36 miesięcy, przy czym może on być udzielony na okres nie dłuższy niż do zakończenia roku kalendarzowego, w którym dziecko kończy 6-ty

rok życia. 36-miesięczny wymiar urlopu wychowawczego przysługuje łącznie obojgu rodzicom dziecka, przy czym każde z rodziców ma wyłączne prawo do jednego miesiąca urlopu wychowawczego (a więc tata nie może tego miesiąca „przekazać”

Ustawodawca nie tylko poszerzył „katalog” urlopów, ale także wprowadził rozwiązania, zgodnie z którymi z części urlopu może skorzystać tylko pracownik-ojciec.

mamie). Urlop wychowawczy można podzielić na nie więcej niż pięć części. Wniosek w sprawie urlopu wychowawczego należy złożyć do pracodawcy co najmniej na 21 dni przed jego rozpoczęciem.

Ochrona pracownika-ojca

Ustawodawca uznał także, że pracownikom-ojcom należy przyznać podobną ochronę stosunku pracy jak matkom. I tak, po zakończeniu urlopu „tacierzyńskiego”, ojcowskiego, rodzicielskiego lub wychowawczego pracodawca co do zasady musi dopuścić pracownika do pracy

na dotychczasowym stanowisku (a jeżeli nie jest to możliwe, na stanowisku równorzędnym z zajmowanym przed rozpoczęciem urlopu lub na innym stanowisku odpowiadającym jego kwalifikacjom zawodowym i za wynagrodzeniem za pracę, jakie otrzymywałby, gdyby nie korzystał z urlopu). Pracownik nie może zatem obawiać się, że zostanie zdegradowany przez to, że skorzystał z przysługujących mu uprawnień wynikających z ojcostwa. Warto także pamiętać, że pracodawca nie może także wypowiedzieć ani rozwiązać umowy o pracę w czasie urlopu „tacierzyńskiego”, ojcowskiego, rodzicielskiego i wychowawczego (z wyjątkiem upadłości lub likwidacji pracodawcy, albo w przypadku, gdy zachodzą przyczyny uzasadniające rozwiązanie umowy o pracę bez wypowiedzenia z winy pracownika).

Jak widać, ustawodawca nie tylko poszerzył „katalog” urlopów, ale także wprowadził rozwiązania, zgodnie z którymi z części urlopu może skorzystać tylko pracownik-ojciec (np. z urlopu ojcowskiego albo części urlopu wychowawczego). Wydaje się to dobrym rozwiązaniem – warto zachęcać mężczyzn do aktywnego uczestniczenia w wychowywaniu dzieci już w pierwszych latach życia. Po kilku latach od wprowadzenia tych rozwiązań wygląda też na to, że nie pozostają one bez wpływu na stosunek udziału ojców w wychowaniu, co należy ocenić jak najbardziej pozytywnie. ■

Zawsze jest dobry moment, aby wrócić do formy

Praca nad sylwetką to nie tylko zmiana nawyków żywieniowych, to także właściwa aktywność fizyczna. Co zrobić, aby cieszyć się dobrą kondycją i piękną sylwetką? O tym w wywiadzie z trenerem personalnym w hotelu Wellness ProVita – Jakubem Frączakiem.

Zalóżmy, że chcę się pozbyć 5 kg. Ile czasu potrzebuję i co muszę zrobić, aby szybko osiągnąć swój cel?

W pierwszej kolejności należy skonsultować się z dietetykiem w celu ustalenia prawidłowych nawyków żywieniowych. Wspólnie z trenerem personalnym wybrać aktywność fizyczną, która będzie dla nas

angażującym całe ciało. Polecam trening wytrzymałościowy, jak bieganie czy pływanie oraz treningi siłowe – jak kettlebells czy crossfit. Trzeba pamiętać, że „brzuch robimy w kuchni, a nie na siłowni”. Kluczowym natomiast elementem pracy nad niechcianym tłuszczem wokół bioder i na brzuchu jest odżywianie.



Jakub Frączak

Trener Personalny w hotelu Wellness ProVita

Trzeba pamiętać, że „brzuch robimy w kuchni, a nie na siłowni”.

odpowiednia i ustalić długość oraz częstotliwość treningów, a także zwrócić uwagę na prawidłową regenerację ciała.

Czas, jaki trzeba poświęcić na utratę wagi, zależy od indywidualnych predyspozycji. Ogólnie przyjmuje się, że w ciągu miesiąca można się pozbyć od 2 do 4 kilogramów tłuszczu bez uszczerbku na zdrowiu i efektu jo-jo.

Czy jeśli chcę się pozbyć „oponki”, to trenuję mięśnie brzucha częściej niż inne partie ciała?

Robienie setek brzuszków nie przyspieszy redukcji oponki na brzuchu. Powinny to być ćwiczenia z dużym wydatkiem energetycznym,

Jakie ćwiczenia są najlepsze na odchudzanie?

To kwestia indywidualna. Kluczową rolę odgrywa tutaj satysfakcja i przyjemność z wykonywanego treningu.

Bez względu na cel treningów, ich optymalna ilość to 3-4 razy w tygodniu.

Bardzo dobrym wyborem będą ćwiczenia cardio, np. jazda na rowerze czy pływanie. Są one skuteczne, jeśli wykonujemy je rano lub na zakończenie treningu i jeśli trwają 30-60 minut. Można je wykonywać ze stałym lub zmiennym tempem.

Polecam również interwały. Znacznie przyspieszają metabolizm i spalają kalorie skuteczniej nawet po zakończeniu treningu. Ciało nie przyzwyczaja się do tego typu aktywności, ponieważ można zmieniać jej intensywność – 1 minuta aktywności/1 minuta odpoczynku, 1 minuta aktywności/30 sekund odpoczynku itd. Dzięki temu stale napędzasz metabolizm i nie pozwalasz mu zwolnić! Trening jest bardziej męczący, ale trwa krócej: od 15 do 25 minut.

Jak często ćwiczyć? Codziennie czy lepiej 2-3 razy w tygodniu?

Personalizowanie wskazówek treningowych to droga do sukcesu. Trenować można dwa razy w tygodniu, można również codziennie.



Trening może trwać od 10 do 60 minut. Nie ma jednoznacznej odpowiedzi. Bez względu na cel treningów ich optymalna ilość to 3-4 razy

dwa treningi wzmacniające. Zajęcia w formie obwodu będą świetnym rozwiązaniem. Wybierz 5 ćwiczeń (np. deska, martwy ciąg, pompki,

Jeśli mogą ćwiczyć tylko wieczorem – co z kolacją? Jeść przed ćwiczeniami czy po? Co najlepiej jeść?

Jedzmy przed i po. Błędem jest pominięcie posiłku po treningu (dobrze skomponowany stanowi ważny element regeneracji naszego ciała). Skład posiłku zależy od rodzaju treningu, który wykonujemy. Po treningu mówimy o tzw. złotej godzinie, kiedy mamy czas na dostarczenie niezbędnych składników pokarmowych. W ciągu pół godziny należy spożyć produkt węglowodanowy, aby odbudować zapasy energii.

Brak różnorodności ćwiczeń to główny błąd przy planowaniu treningów.

w tygodniu. Zarówno przy treningu aerobowym (polecam rano) jak i siłowym (wskazany po południu). Codziennie trenują zawodowi sportowcy, dlatego też mają zaplanowaną odpowiednią regenerację.

przysiady i scyzoryki), ustaw czas ćwiczeń na 40 sekund, a przerwę na 20 sekund. Wykonaj pięć obwodów bez przerwy.

Jeśli stawiasz tylko na trening siłowy, uzupełnij go dokładnym rozciąganiem

Czego brakuje najczęściej w rutynie treningowej?

Z moich obserwacji wynika, że brak różnorodności ćwiczeń to główny błąd przy planowaniu treningów. Mamy wytrzymałych biegaczy, którym brak siły mięśniowej oraz osoby ćwiczące na siłowni, którym z kolei brak elastyczności. Różnorodność treningów to klucz do dobrej kondycji. Jeśli biegasz, zaplanuj w tygodniu choć jeden lub

niem mięśni po treningu. Również w dniu przerwy od siłowni należy poświęcić 30 minut na rozciąganie całego ciała z uwzględnieniem partii mięśni, która była trenowana dzień wcześniej.

Dobrze skomponowany posiłek przed i po treningu stanowi ważny element regeneracji naszego ciała.

Łatwo przyswajalny jest koktajl owocowy. Drugim posiłkiem może być sałatka (źródło witamin i mikrośladków) z chudym mięsem np. z rybą (zapewni podaż białka w celu regeneracji uszkodzonych mięśni). ■

Mieszkania przy parku nie kupię!

Nic tak nie wkurza, jak demonstracyjne dewastowanie środowiska. Nic tak nie wkurza, jak dewastowanie środowiska przy lekceważeniu problemu przez władze gmin.

Jeśliby ustawić ranking dewastatorów środowiska, to jedno z pierwszych miejsc zajmowałaby grupa deweloperów. Naruszają ład przestrzenny, trwale niszczą krajobraz. Prześcigają się w wymyślaniu haseł zachęcających do zakupu ich mieszkań, jawnie kpiąc z inteligencji tych, którzy się temu przyglądają.

Władze samorządowe wydają pozwolenia na budowę, wykorzystując brak miejscowych planów zagospodarowania przestrzennego.

Jedną wielką kpinią są zachęty do kupna mieszkań w lokalizacjach o niezwykłych walorach krajobrazowych i przyrodniczych. Deweloperzy kuszą wspaniałymi perspektywami: *Na lokalizację osiedla wybraliśmy teren peryferyjnej części P. [...] Mieszkańcy tego zakątka żyją również w sąsiedztwie rezerwatu przyrody. Tereny mają liczne walory krajobrazowe i rekreacyjne. Inne ogłoszenie: Osiedle N. budowane przez firmę J. jest propozycją zamieszkania w atrakcyjnym miejscu. Położone na północ od granic miasta i otoczone terenami o szczególnych walorach przyrodniczych i ekologicznych. Teren ten został objęty programem Natura 2000, gwarantującym ochronę przyrody i kontrolę nad podejmowanymi na tym obszarze inwestycjami [...]. W jego granicach znajdują się dwa rezerwaty przyrody.*

Niestety, to nic innego jak zaproszenie do dewastacji przestrzeni. Deweloperzy to nie romantycy zakochani w krajobrazie, lesie i jeziorach, a nastawieni na zysk przedsiębiorcy, którzy niszczą urokliwe miejsca. Jak inaczej potraktować budowę zwartego kompleksu mieszkaniowego tuż nad jeziorem? Jak inaczej odnieść

się do zabudowywania urokliwych fragmentów polskiego wybrzeża grodzonymi osiedlami i betonowanymi powierzchniami? Oferta lokalizowania domów z „ogrodem przy lesie” oznacza „pochodzenie” zwartej zabudowy na skraj takiego lasu, który dotąd służył całej okolicy, a obecnie – z racji

Deweloperzy to nie romantycy zakochani w krajobrazie, lesie i jeziorach.

bliskości budynków – ten walor traci. „Osiedle przy rezerwacie” to z kolei nic innego jak początek końca rezerwatu. Powstające przy nim nowe osiedla zakłócają naturalne procesy biologiczne, a w konsekwencji rezerwat staje się, w najlepszym przypadku, przysiedlowym parkiem.

Krzysztof Mączkowski
Założyciel Agencji Informacji i Ochrony Środowiska, członek Poznańskiej Rady Działalności Pożytku Publicznego

Wielu deweloperów dokonuje świadomego oszustwa, bo oferując *domy przy rezerwacie z niezwykłym widokiem na morze o nietuzinkowej lokalizacji* wiedzą, że tę samą ofertę (niekiedy tuż obok) proponuje jego konkurencja. Albo – i to też się zdarza – ten sam deweloper planuje postawienie drugiego i kolejnych budynków, nie informując o tym nabywców mieszkań w pierwszym. Jednak nie tylko deweloperzy są winni takiemu procederowi. Tak samo winne, a przy tym bez wyobraźni, są te władze samorządowe, które w imię łatwego zarobku bez opamiętania wydają pozwolenia na budowę w miejscach do tego się nienadających. Wykorzystują powszechny brak miejscowych planów zagospodarowania przestrzennego.

Zdewastowanej rzece można ponownie nadać naturalny bieg, brudne jezioro – oczyścić, nawet wycięty las – odtworzyć, jednak zabudowanej osiedlami przestrzeni nie da się uratować. Takie zniszczenia są trwałe i praktycznie nieodwracalne. Tylko czy ktoś się tym przejmuje? ■

Jarmark Pomysłów

2 września na leszczyńskim Rynku zrobiło się bardzo kolorowo, a to za sprawą Jarmarku Pomysłów – targów ekonomii społecznej. Przez całe popołudnie na mieszkańców Leszna i całego subregionu czekało sporo atrakcji.

Na stoiskach prezentowały się fundacje, stowarzyszenia, a także przedsiębiorstwa społeczne łączące działania ekonomiczne ze społecznymi. Niektóre z nich sprzedawały swoje produkty: rękodzieło, miody, zioła, naturalne produkty itp. Inne promowały się podczas pokazów chemicznych, tanecznych czy kuglarskich. Jeszcze inne prowadziły

warsztaty m.in. plastyczne, druku 3D, bezpiecznego używania dronów, budowy motocykla żuźlowego, tworzenia produktów ziołowych, a także usprawniające pracę mózgu. W sumie podczas targów zaprezentowało się kilkadziesiąt organizacji. Celem Jarmarku Pomysłów było przybliżenie mieszkańcom subregionu leszczyńskiego działań lokalnych podmiotów. Była to także dobra okazja do nawiązania współpracy – lokalni przedsiębiorcy mogli np. znaleźć wśród podmiotów ekonomii społecznej partnera biznesowego. Do zobaczenia na Jarmarku za rok! ■
Fot. Archiwum Centrum PISOP



To była już czwarta edycja leszczyńskiego Jarmarku Pomysłów.



Do udziału w Jarmarku zachęcały happeningi zorganizowane wokół Rynku.



Nie zabrakło atrakcji dla najmłodszych.



W wydarzeniu wzięli udział wolontariusze z całego świata.



Podczas Jarmarku zwiedzający mogli nabyć unikatowe produkty.

PARTNERZY

asBIZNESU

OPINIOTWÓRCZY KWARTALNIK O SPOŁECZNEJ ODPOWIEDZIALNOŚCI



WIELKOPOLSKA IZBA
PRZEMYSŁOWO-HANDLOWA



WORLD TRADE CENTER®
POZNAŃ



POZnań*
convention bureau



BUDUJEMY
PRZEWAŻE
KONKURENCYJNA
NASZYCH
KLIENTÓW

PROVITA
WELLNESS HOTEL

elsa
The European Law Students' Association

CITY PARK
HOTEL & RESIDENCE
★★★★★



UNIWERSYTET EKONOMICZNY
W POZNANIU



NICKELTECHNOLOGY
PARK POZNAŃ



WYŻSZA SZKOŁA BANKOWA
w Poznaniu



WYŻSZA SZKOŁA
LOGISTYKI



rehasport
clinic



POLAND
IAESTE

ILONNHOTEL
POZNAŃ



TRENERZY.ORG.PL
Polskie Towarzystwo
Trenerów Biznesu



inonecar.com



CIENISTA OFFICE

Szukaj inspiracji i dobrych praktyk na
www.asbiznesu.pl

