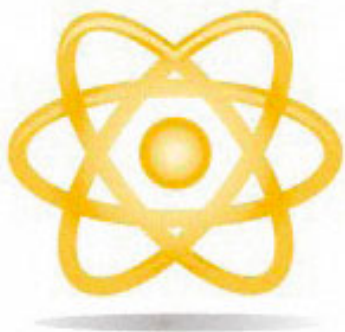


asBIZNESU

OPINIOTWÓRCZY KWARTALNIK O SPOŁECZNEJ ODPOWIEDZIALNOŚCI



Wartość EKO-zaangażowania



TEMAT NUMERU: **Biznes odpowiedzialny ekologicznie**

WYWIAD: **Daniel Ribeiro o ochronie środowiska w Mozambiku**

WARTO WIEDZIEĆ: **Mirella Panek-Owsiańska o menedżerze CSR**



- Jeśli chcesz wiedzieć, czym jest społeczna odpowiedzialność biznesu...
- Jeśli interesują Cię wydarzenia związane ze społeczną odpowiedzialnością biznesu w Wielkopolsce...
- Jeśli chcesz się dowiedzieć, gdzie spotykają się przedsiębiorcy i praktycy CSR z Wielkopolski...

wejdź na stronę www.asbiznesu.pl

- Strona www.asbiznesu.pl to wszechstronne źródło informacji o społecznej odpowiedzialności biznesu w Wielkopolsce.

Strona jest częścią projektu pn. **As Biznesu – promowanie społecznej odpowiedzialności biznesu w Wielkopolsce.**

Projekt współfinansowany przez Unię Europejską w ramach Europejskiego Funduszu Społecznego



KAPITAŁ LUDZKI
NARODOWA STRATEGIA SPÓJNOŚCI

UNIA EUROPEJSKA
EUROPEJSKI
FUNDUSZ SPOŁECZNY



Człowiek - najlepsza inwestycja

Spis treści:

- 4 | Puls branży
- 5 | **Temat numeru:**
Biznes odpowiedzialny ekologicznie
- 9 | + Plus – minus
- 10 | Wywiad:
Jeden świat – wspólna troska o środowisko
- 12 | Dobre praktyki:
Strategia może być eko – dobre praktyki firmy Schattdecor
- 14 | Dobre praktyki:
Grupa Raben na drodze do zrównoważonego rozwoju
- 16 | Warto wiedzieć:
Społecznik, ekolożka czy strażnik wartości?
- 18 | Felieton:
Oczyrna konsumentki
- 19 | Interpretacje

Kwartalnik jest częścią projektu realizowanego przez:

Związek
Pracodawców
WIPH



Projekt odbywa się pod patronatem honorowym Marszałka Województwa Wielkopolskiego Marka Woźniaka

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: Karolina Kaczmarek,
karolina.kaczmarek@pisop.org.pl

Specjalistka ds. CSR, Centrum PISOP:

Justyna Schaefer-Kurkowiak,
justyna.schaefer@pisop.org.pl

Sekretariat redakcji: Joanna Ludwiczak,
joanna.ludwiczak@pisop.org.pl

Korekta: Maria Gałka

Skład: Sarius GIM

Druk: Zakład Aktywności Zawodowej PROMYK

Nakład: 4000 egz.

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

Eko-odpowiedzialna odpowiedzialność



Ewa Gałka

Redaktor
naczelna

Nieodłączną cechą społecznej odpowiedzialności organizacji jest osiąganie korzyści. Korzyści te zaś – jak przystało na temat mało wymierny – weryfikowane mogą być poprzez specjalne metody socjologiczne i statystyczne, jednym słowem poprzez ewaluację. Inaczej jest z ekologicznym zaangażowaniem przedsiębiorstwa. Tu korzyści, można powiedzieć – to czy sta sprawa. Okazuje się bowiem, że na byciu odpowiedzialnym za środowisko na poziomie polityki,

praktyki i komunikowania w firmie (Temat numeru – Biznes odpowiedzialny ekologicznie) nie tylko można oszczędzać, ale nawet zarabiać. W Szwecji, jak się okazuje, firmy czerpią zyski z kupowania śmieci, które wykorzystują jako paliwo. Korzyści osiągają wszyscy interesariusze: otoczenie, bo spalane odpady są łatwiejsze do opanowania i kontroli niż wysypiska, nie zatrują wód gruntowych, nie wydzielają metanu podgrzewającego atmosferę, a firma buduje swój wizerunek, jednocześnie korzystając z bezpłatnej energii a nawet ją sprzedając... W Polsce do takich standardów prawdopodobnie za jakiś czas dojdziemy, choć już teraz eko-zaangażowanie może przynosić korzyści. Warto zacząć od małych kroków, przed postawieniem pierwszego zachęcam do zapoznania się z plusami i minusami aktywności pro-środowiskowej firmy (Plus/Minus). Dwie firmy: produkcyjna (Schattdecor Sp. z o.o.) i usługowa (Grupa Raben) to przykłady aktywności eko-odpowiedzialnej w Wielkopolsce, opisane w Numerze, które wskazują, że małe kroki i nieduże często zaangażowanie przekładają się na wartość, może jeszcze nie skandynawski czysty zysk, ale odczuwalny dla różnych grup interesariuszy.

Na koniec życzę Państwu wielu inspiracji przy lekturze całego Kwartalnika na eko-zaangażowanie Waszych organizacji. ■

Projekt współfinansowany przez Unię Europejską w ramach Europejskiego Funduszu Społecznego



KAPITAŁ LUDZKI
NARODOWA STRATEGIA SPÓJNOŚCI

UNIA EUROPEJSKA
EUROPEJSKI
FUNDUSZ SPOŁECZNY



Europejski Tydzień Zrównoważonego Transportu

W dniach od 16 do 22 września w tysiącach europejskich miast obchodzony jest Tydzień Zrównoważonego Transportu.

Zostań eko-jeźdźcem! Oszczędź na paliwie 1000 zł

rocznie! – to hasło tegorocznej kampanii, podczas której organizatorzy udowadniają kierowcom, że stosując zasady eko-jazdy można zaoszczędzić nawet 1000 zł rocznie.

Głównym celem kampanii jest kształtowanie pro-ekologicznych wzorców zachowań oraz popularyzacja transportu miejskiego, przyjaznego środowisku. Ponadto kampania przyczynia się do zmniejszenia zanieczyszczeń powietrza oraz hałasu, przez co wpływa na polepszenie jakości życia w mieście. ■

Kolejne spotkania Klubu Asa Biznesu już jesienią!

W e wrześniu rusza trzecia już tura spotkań Klubu Asa Biznesu.

Podczas pierwszego spotkania planowanego na 12 września w Poznaniu, uczestnicy dyskutować będą na temat koordynowania działań społecznie odpowiedzialnych w firmach. O tym kto, dlaczego i jak powinien to robić, opowiedzą praktycy CSR z całej Polski. W pozostałych subregionach Wielkopolski, tj. Kaliszu (20.09.), Lesznie (21.09.), Pile



Kwietniowe spotkanie Klubu Asa Biznesu w Koninie.

(2.10.) oraz Koninie (3.10.) eksperci oraz przedstawiciele firm zaprezentują dobre praktyki działań pro-ekologicznych w biznesie. Spotkania organizowane będą w formie śniadań biznesowych, w godzinach 8.30 – 12.30. Dzięki dofinansowaniu ze środków Europejskiego Funduszu Społecznego udział w nich jest bezpłatny. Szczegółowe programy spotkań można znaleźć na stronie www.asbiznesu.pl. Serdecznie zapraszamy do udziału! ■

Szwajcaria wspiera polski CSR

W maju br. w ramach Szwajcarsko-Polskiego Programu Współpracy przeprowadzona została seria spotkań informacyjnych, upowszechniających ideę CSR wśród

przedstawicieli MŚP, Urzędów Marszałkowskich oraz Centrów Obsługi Inwestora i Eksportera (COIE). Podczas spotkań omawiano wdrażanie strategii CSR i odpowiedzialnych standardów.

Realizatorem spotkań była Polska Agencja Rozwoju Przedsiębiorczości (PARP) w ramach projektu „Zwiększenie konkurencyjności regionów poprzez społeczną odpowiedzialność biznesu (CSR)”. W Wielkopolsce partnerem PARP w organizacji spotkań był Urząd Marszałkowski w Poznaniu. ■

CSR tworzy więcej nowych produktów – badanie

W edług ostatnich badań, przeprowadzonych przez Xueminga Luo – profesora z University of Texas w Arlington (przyczoonych w Harvard Business Review Polska z VI 2012 r.), istnieje silna korelacja pomiędzy zaangażowaniem w realizację projektów z zakresu CSR a liczbą urynkwionionych nowych produktów.

Badanie przeprowadzone zostało wśród 128 firm prze-

mysłowych. Te z nich, które prężnie działały pod względem aktywności na polu społecznej odpowiedzialności, wypuszczały na rynek średnio 47 nowych produktów, natomiast firmy, którym filozofia CSR jest obca – zaledwie 12 nowych produktów.

Przyczyną takich różnic jest dysproporcja: w zasobie wiedzy, nakładach na działalność badawczo-rozwojową jak również w relacjach z otoczeniem. ■

Konkurs na eko-biuro

F undacja Aeria Futuro, już po raz trzeci, organizuje konkurs na eko-biuro. Konkurs skierowany jest do firm, instytucji publicznych i organizacji pozarządowych, chcących wdrażać zasady ekologii w swoich biurach.

Zainteresowani powinni do 30 września przesłać deklarację udziału w konkursie. Następnie do 15 listopada zorganizować w swoim biurze akcję ekologiczną oraz przesłać jej relację organizatorom. Co to będzie za akcja? Jaki będzie miała charakter? To wszystko zależy od inwencji i pomysłowości zgłaszających.

Dla zwycięzców przewidziane są atrakcyjne nagrody. Więcej informacji o konkursie na stronie: <http://zielonewydarzenia.pl>. ■

Biznes odpowiedzialny ekologicznie

Podstawą działania biznesu jest kapitał ludzki, finansowy i materialny. Ten ostatni bazuje na korzystaniu z zasobów środowiska naturalnego, dostarczając biznesowi usług ekosystemu. W artykule opisujemy, co biznes XXI wieku w Polsce robi i robić powinien, by mógł nosić miano odpowiedzialnego ekologicznie.

Tekst:

Joanna Mieszkowicz

Fundacja Aeris Futuro

Przedsiębiorcy coraz częściej podejmują działania, mające na celu ochronę środowiska naturalnego. Z pewnością motywują ich do tego wymierne korzyści, które mogą osiągnąć w stosunkowo krótkim czasie. Wdrażanie ekologicznej odpowiedzialności biznesu (eko-odpowiedzialności) w firmie powinno być jednak prowadzone w sposób przemyślany i uwzględniać 3 elementy:

- zgodność z prawodawstwem w zakresie środowiska naturalnego,
- politykę firmy, zgodną z zasadami zrównoważonego rozwoju (realizowaną na wszystkich szczeblach struktury firmy),
- działalność edukacyjną (komunikacja realizowanych celów i działań w tym zakresie poprzez projekty edukacyjno-informacyjne, skierowane do pracowników, partnerów biznesowych oraz klientów).

Zgodność z prawodawstwem

Zrównoważony Rozwój (ZR) wg ustawy Prawo ochrony środowiska „to taki rozwój społeczno-gospodarczy, w którym następuje proces integrowania działań politycznych, gospodarczych



i społecznych z zachowaniem równowagi przyrodniczej oraz trwałości podstawowych procesów przyrodniczych w celu zagwarantowania możliwości zaspokajania podstawowych potrzeb poszczególnych społeczności lub obywateli zarówno współczesnego pokolenia, jak i przyszłych pokoleń (art. 3 pkt 50 ustawy z dn. 27.04.2001 r. Prawo ochrony środowiska).

Z ustaw obowiązujących przedsiębiorców na szczególną uwagę zasługuje także ustawa o odpadach, regulująca gospodarowanie i postępowanie z odpadami. Trudno bowiem znaleźć firmę, w której nie powstawałyby odpady. Ponadto warto zwrócić uwagę, że niektóre regulacje zawarte są nie tylko w ustawach, ale także w wydawanych do nich rozporządzeniach, z których wiele jest autorstwa Ministra Środowiska, jak np. rozporządzenie w sprawie standardów emisyjnych z instalacji.

Prawo polskie zmienia się i dostosowuje do norm Unii Europejskiej, stąd na bieżąco przedsiębiorca powinien monitorować zakres swoich obowiązków, wynikających z prawa. W tym celu warto korzystać ze szkoleń specjalistycznych, portali bran-

żowych (np. ekoportal.gov.pl) oraz bezpośrednio czytać akty prawne. Eko-odpowiedzialność bazująca tylko na polskim prawie – to zaledwie fundament. Odpowiedzialność przedsiębiorstwa za środowisko w pełnym zakresie zaczyna się wraz z wdrożeniem etycznej polityki pro-środowiskowej, angażującej zarząd/właścicieli, pracowników a także pozostałych interesariuszy.

Polityka i zarządzanie środowiskowe

Prawodawstwo reguluje działalność firm w zakresie wpływu ich funkcjonowania na środowisko naturalne, ale tak naprawdę najważniejsze jest to, czy firma, jej Zarząd, pracownicy chcą i umieją prowadzić działania, mające na celu troskę o środowisko. Jednym z przejawów takich działań jest sporządzenie własnego, wewnętrznego dokumentu firmy, gdzie zawarta jest deklaracja, że misją firmy jest prowadzenie działalności w oparciu o zasadę odpowiedzialności, zarówno wobec społeczeństwa, jak i środowiska naturalnego. Każda taka polityka powinna zawierać w sobie cele strategiczne i operacyjne, dostosowane do ich osiągnięcia oraz wskaźniki. Jedną z popularnych metod określania wskaźników jest stosowanie kalkulatora

emisji gazów cieplarnianych, w którym różne działalności możemy sprowadzić do wspólnego mianownika, określając ślad klimatyczny firmy, tzw. carbon footprint. Warto także zadbać o to, by wdrożenie polityki pro-środowiskowej nie było odbierane przez konsumentów jako jedynie pusta deklaracja. Firma może postarać się o przyznanie certyfikatu, poświadczającego działanie przedsiębiorstwa w zgodzie z określonymi normami. Przykładem może być tu wprowadzenie systemu zarządzania środowiskowego (SZŚ), zgodnego z normą ISO. Norma ISO 14001 (2004) dotyczy systemu zarządzania środowiskowego (wymagania i wytyczne stosowania), natomiast ISO 14020 dotyczy eko-etykiet i deklaracji środowiskowych (ogólne zasady). Europejskim odpowiednikiem tych regulacji jest Wspólnotowy System Eko-zarządzania i Audytu EMAS (Eco-Management and Audit Scheme).

Działanie każdego z tych systemów sprowadza się do trzech płaszczyzn. Po pierwsze – nakłada na organizację obowiązek wykazywania ciągłej poprawy działalności pro-środowiskowej, potwierdzanej przez niezależnego weryfikatora środowiska; po drugie – wymaga deklaracji wykazywania pełnej zgodności z unijnymi i krajowymi przepisami prawa ochrony środowiska, weryfikowanej przez organy administracji egzekwujące te prawa; po trzecie – nakłada obowiązek informowania (za pomocą deklaracji środowiskowej) opinii publicznej i zainteresowanych stron (klientów,

społeczności lokalnej) o wpływie na środowisko organizacji, jej produktów/usług oraz o działaniach podejmowanych przez nią w celu minimalizowania negatywnego wpływu na środowisko.

Od czego zacząć wdrażanie eko-odpowiedzialności?

Początki zwykle bywają trudne, nie inaczej jest w zakresie wdrażania eko-odpowiedzialności w firmie. Warto wtedy uporządkować pracę, stosując np. tzw. zasadę 3R (z ang. *reduce* – redukcja, *reuse* – ponowne użycie, *recycle* – recykling). Można ją rozpatrywać jako tę, związaną z produkcją oraz ekologicznym biurem, tzw. eko-biurem. Jak zasadę 3R wykorzystać w praktyce firmy? Pierwszym etapem jest ograniczenie negatywnego wpływu na środowisko poprzez mądre zakupy (np. w dużych opakowaniach), efektywną logistykę i promocję, np. rezygnacja ze zbędnych wydruków na rzecz komunikacji elektronicznej,

przejazdy grupowe zamiast samodzielnych, szkolenia z ekologicznego stylu jazdy samochodem. Dzięki temu można także ograniczyć wydatki. Zaoszczędzone środki finansowe warto wykorzystać na zamówienia produktów ekologicznych, które są nieco droższe. Po drugie – używanie wielokrotnie – choćby zużyte jednostronnie kartki papieru na notatki z drugiej strony, zakupy sprzętu dobrej jakości, trwałego oraz z gwarancją serwisu w razie usterki, produkcja uniwersalnych materiałów promocyjnych tak, by móc je użyć w roku następnym. I po trzecie – recykling – wybór takich produktów, które nadają się do ponownego przetworzenia czy system do sortowania odpadów.

Działalność pro-ekologiczna firm

Państwowa Agencja Rozwoju Przedsiębiorczości (PARP) w 2011r.¹ przeprowadzała badania wśród polskich firm, dotyczące stosowania zasad odpowiedzialności społecznej i ekologicznej. W zakresie dobrych praktyk pro-środowiskowych firmy najczęściej wskazywały takie działania, jak: wprowadzanie ekologicznych rozwiązań w biurze (50%), prowadzenie edukacji ekologicznej pracowników (38%), wprowadzanie ekologicznych metod produkcji (24%), promowanie odpowiedzialności ekologicznej wśród klientów (23%), dostawców, społeczności lokalnej oraz uwzględnianie aspektów środowiskowych w rozwoju produktów i usług (22%, dane nie sumują się do 100%, ponieważ jedna firma mogła zaznaczyć więcej niż 1 odpowiedź). Wyniki badania wskazały na dość duże zróżnicowanie między małymi i dużymi firmami w zakresie wprowadzania poszczególnych rozwiązań. Jak łatwo się domyślić, takie rozwiązania, jak wprowadzenie eko-produkcji czy uwzględnianie aspektów środowiskowych w rozwoju firmy częściej wprowadzają duże

EKO-TEST: Sprawdź swoją wiedzę

- | | | |
|--|--|--|
| 1. Jak długo rozkłada się w ziemi butelka plastikowa rzucona w lesie?
a) 200 lat
b) 500 lat
c) 650 lat | a) 12 litrów wody
b) 26 litrów wody
c) 36 litrów wody | 8. Butelki, torebki śniadaniowe bądź torby na zakupy stanowią około:
a) 31% masy wszystkich śmieci
b) 19% masy wszystkich śmieci
c) 7% masy wszystkich śmieci |
| 2. Ile hektarów lasu jest potrzebne, aby wyprodukować odpowiednią ilość tlenu niezbędną do zaspokojenia dobowego zapotrzebowania dla około 2,5 tys. ludzi?
a) 1 hektar
b) 3 hektary
c) 5 hektarów | 5. Ile drzew trzeba ściąć, aby wyprodukować 1 tonę papieru?
a) 7 drzew
b) 17 drzew
c) 27 drzew | 9. Energooszczędne żarówki zużywają:
a) 35-55% mniej energii niż konwencjonalne
b) 55-75% mniej energii niż konwencjonalne
c) 75-80% mniej energii niż konwencjonalne |
| 3. Ile procent energii produkują w Polsce elektrownie wiatrowe?
a) 1%
b) 3%
c) 5% | 6. Ile zużytych puszek jest potrzebnych, aby uzyskać oszczędność równą spaleniemu jednego litra paliwa?
a) 24 puszki
b) 14 puszek
c) 6 puszek | 10. Średnie gospodarstwo domowe, pozostawiając sprzęt w stanie czuwania (stand-up), zużywa w ten sposób rocznie:
a) 72 kWh
b) 98 kWh
c) 114 kWh |
| 4. Lekko kapiący kran powoduje, że w ciągu doby wycieką około:
a) 1 godzinę
b) 3 godziny
c) 4 godziny | 7. Każda szklana butelka ponownie wprowadzona do obiegu pozwala zaoszczędzić energię potrzebną do świecenia 100-watowej żarówki przez:
a) 1 godzinę
b) 3 godziny
c) 4 godziny | |

Prawidłowe odpowiedzi na stronie 8.

i średnie firmy, jako że mogą to być stosunkowo kosztowne działania lub wymagające istnienia odpowiedniej struktury organizacyjnej czy zasobów organizacyjnych firmy (np. zaplecza logistycznego). Może jednak dziwić, że np. edukacja ekologiczna pracowników czy promowanie odpowiedzialności ekologicznej wśród interesariuszy jest rzadko wprowadzana w małych firmach (odpowiednio 35% i 22%). Najmniejsza różnica, wynikająca z wielkości przedsiębiorstwa, dotyczy wprowadzania ekologicznego myślenia do biur, ponieważ zarówno małe jak i duże firmy stosują to rozwiązanie względnie najczęściej z pozostałych form odpowiedzialności za środowisko (wśród dużych było ok. 60% firm, wśród małych ok. 50%).

Podstawą aktywności firm jest edukacja ekologiczna – zarówno ta wewnętrzna (pracowników), jak i zewnętrzna (interesariuszy), jako że bez zrozumienia wartości dbania o środowisko wszystkie działania w tym zakresie będą jedynie pobieżne i krótkotrwałe.

Edukacja ekologiczna wewnętrzna

Zagadnienia najczęściej uwzględniane w zakresie edukacji pracowników to oszczędzanie energii, np. poprzez wyłączenie światła, diod w trybie czuwania (stand'by) czy paliw poprzez zastępowanie wyjazdów coraz popularniejszymi telekonferencjami. Kolejny aspekt to ograniczanie i segregacja odpadów – oszczędzanie papieru, redukcja opakowań jednorazowych oraz wprowadzenie pojemników do recyklingu to standardowe praktyki eko-biura. Edukacja to także promowanie odpowiedzialnych zachowań w zakresie podróżowania, czyli wspólne dojazdy do pracy (tzw. carpooling) oraz zasady ekonomicznej i ekologicznej jazdy, zwane eco-driving.

Często bodźcem do podjęcia takich działań są różnego rodzaju konkursy (np. na pro-



Źródło: Fundacja Anny Dymnej „Mimo Wszystko”, laureat Konkursu EKOBIURO 2011.

-ekologiczne biuro, ekologiczne rozwiązania produkcyjne). W jednym z nich wzięła udział firma Diversey Polska, która zorganizowała szereg działań, mających na celu zarówno edukację pracowników, jak i aktywne działania pro-ekologiczne. Pracownicy zadeklarowali chęć wprowadzenia dwustronnego drukowania oraz oczyścili swoje biurka ze zbędnych papierów. Ze sprzedaży zebranej makulatury zostały zakupione sadzonki drzew do zazielenienia terenu szkoły, będącej pod opieką firmy Diversey. Zorganizowano „kącik ekologiczny”, gdzie pracownicy mogą segregować odpady oraz oddawać zużyte baterie (specjalnie w tym celu zaangażowano organizację odzysku Reba). Powstał również pomysł, aby w porozumieniu z administratorem budynku wprowadzić w biurze automatyczne wyłączanie światła po zamknięciu. „Wszystkie te działania sprawiły, że świadomie kontrolujemy wpływ naszej firmy na przyrodę i przynajmniej w małym stopniu mamy swój udział w ratowaniu środowiska” – mówią pracownicy.

Innym przykładem są programy szkoleniowe dla pracowników, takie jak ten zorganizowany w firmie Jeppesen Poland

Sp. z o.o., która w 2011r. ułożyła plan edukacji ekologicznej na cały tydzień dla swoich pracowników – każdego dnia omawiany był inny temat (m.in. racjonalne zużycie energii, wody, transport czy odpowiedzialna konsumpcja i zdrowy styl życia).

Edukacja ekologiczna zewnętrzna

Jedynie 40% dużych firm deklaruje promowanie ekologicznej odpowiedzialności wśród klientów, dostawców czy społeczności lokalnej, co wydaje się być stosunkowo niewielkim odsetkiem, zważywszy na możliwości dużych firm, np. w zakresie oddziaływania na swoich kontrahentów. Co więcej – jest to działanie, pozwalające firmie na uzyskanie przewagi konkurencyjnej na rynku m.in. poprzez pozyskanie nowej grupy klientów o pro-ekologicznych poglądach.

Bardzo dobrym tutaj przykładem jest firma Barlinek S.A., produkująca naturalne podłogi. Firma ta stosuje bowiem kompleksowe podejście do ochrony środowiska. Pozyskując surowiec do swej produkcji, stara się odpowiedzialnie nim zarządzać. Po pierwsze – drewno do produkcji sprowadzane jest tylko z lasów spełniających Zasady Dobrej Gospodarki Leśnej, po drugie – surowiec jest w pełni wykorzystywany (odpady są również wykorzystywane m.in. do produktów pobocznych, takich jak biopaliwa drzewne), po trzecie – zasoby, które firma pozyskuje, stara się „uzupełniać” poprzez nasadzenia drzewek. W tym celu stosowany jest tzw. marketing zaangażowany społecznie – za każdą sprzedaną paczkę deski barlineckiej oznaczoną logo akcji, współfinansowane jest sadzenie jednego drzewka. „Las Klientów” Barlinka liczy już blisko 8 mln drzew. Działania te prowadzą do realnego ograniczenia negatywnego wpływu działalności firmy na środowisko (brak produkcji

EKO-TEST: Prawidłowe odpowiedzi

1. Rzucona w lesie butelka plastikowa rozłoży się w ziemi po 500 latach, guma do żucia po 5 latach, a niedopałki papierosów po 2 latach.
2. Jeden hektar lasu liściastego może wyprodukować ok. 700 kg tlenu, co stanowi dobowe zapotrzebowanie ponad 2,5 tys. ludzi.
3. W Polsce pracuje dziś 290 profesjonalnych elektrowni wiatrowych o łącznej mocy 10 MW, podłączonych do sieci i sprzedających energię zakładom energetycznym. Razem produkują zaledwie 3% energii elektrycznej.
4. Jeden nieszczelny, lekko kapiący kran powoduje, że w ciągu doby wycieka około 36 litrów wody. Nieszczelna spłuczka w WC powoduje wyciek w ciągu dnia około 720 litrów wody, a rocznie – 260 m sześciennych wody. Gdyby wszyscy Europejczycy gotowali tyle wody, ile naprawdę potrzebują, czyli średnio o 1 litr wody dziennie mniej, zaoszczędzona energia mogłaby zasilić jedną trzecią oświetlenia ulicznego w Europie!
5. Aby wyprodukować 1 tonę papieru trzeba ścinać średnio 17 drzew.
6. W Polsce rocznie zużywa się 400 milionów aluminiowych puszek, które można powtórnie przetworzyć oraz wykorzystać i to nieskończenie wiele razy. Sześć puszek ze złomu to oszczędność energii równiej spaleniu jednego litra paliwa.
7. Każda szklana butelka ponownie wprowadzona do obiegu pozwala zaoszczędzić energię potrzebną do świecenia 100 watomowej żarówki przez 4 godziny.
8. Butelki, torebki śniadaniowe bądź torby na zakupy stanowią ok. 7% masy wszystkich śmieci, ale zajmują dużo miejsca, niemal 30% wszystkich odpadów.
9. Energooszczędne żarówki zużywają 75-80% mniej energii niż konwencjonalne, a ich żywotność jest 10-krotnie większa niż tradycyjnych. Kupując energooszczędną świetlówkę o mocy 21W zamiast zwykłej żarówki o mocy 100W oszczędzamy nawet 200 złotych w okresie jej użytkowania. Zastąpienie pięciu zwykłych żarówek w domu przez ok. 5 godzin dziennie żarówkami energooszczędnymi zmniejsza emisję CO₂ o ok. 250 kg rocznie.
10. Przycisk stand-by jest najbardziej podstępny pożeraczem prądu. Czerwona dioda, sygnalizująca stan czuwania urządzenia, świadczy o tym, że cały czas z sieci pobierany jest prąd. Zazwyczaj mamy w mieszkaniu po kilka urządzeń, które posiadają funkcję stand-by. Średnie gospodarstwo domowe zużywa w ten sposób 114 kWh rocznie, co daje koszt 40,4 zł i 140 kg CO₂ wyemitowanego do atmosfery!

Źródło: naszaekologia.pl

odpadów, zalesianie), co przekłada się na pozytywny wizerunek firmy. Jest to niezwykle ważny element w budowaniu przewagi konkurencyjnej firmy na rynkach zewnętrznych (np. skandynawskich).³

Także małe i średnie firmy z powodzeniem prowadzą działania ekologiczne. Ciekawe dobre praktyki dotyczą sektora przedsiębiorstw, świadczących usługi w zakresie e-biznesu. Poprzez swoje produkty – specjalne aplikacje – pozwalają choć w niewielkim stopniu ograniczyć negatywny wpływ na środowisko. Takie aplikacje, to np. systemy elektronicznych faktur czy też systemy do elektronicznych rozliczeń podatkowych. Tutaj warto wspomnieć o praktyce firmy e-file z Poznania, która wprowadzając w 2010 roku swój nowy produkt na rynek – program e-pity do rozliczeń podatkowych postawiła na komunikację ekologiczną (green PR) – informowała o zaletach programu, dzięki któremu można ograniczyć wydruki, a tym samym wycinkę drzew, a dodatkowo za każdy pobrany przez użytkownika program przekazywała (w latach 2010-2011) symboliczny 1 grosz na sadzenie drzewek. Na dedykowanej stronie (www.e-las.pl) można zobaczyć, ile wirtualnych drzewek przybyło, dzięki klientom firmy.

Przykładem zewnętrznej edukacji ekologicznej (z elementami wewnętrznej – dwa w jednym) jest wolontariat pracowniczy. Inspiracji dostarcza m.in. firma DB Schenker, dostawca zintegrowanych usług logistycznych. W okresie wiosenno-letnim realizują oni projekty ekologiczne pod nazwą Zielony Czas Pomagania. Ich celem jest neutralizowanie negatywnego wpływu na środowisko naturalne, a także edukacja ekologiczna i promowanie postaw pro-ekologicznych wśród pracowników i społeczności lokalnej. Do tej pory zostały zrealizowane takie projekty, jak:

Fundacja Aeris Futuro wspiera biznes w zakresie zrównoważonego rozwoju – starając się ograniczać carbon footprint, czyli emisję CO₂ poprzez projekty sadzenia drzew, edukacji ekologicznej – szkolenia, programy wolontariatu pracowniczego oraz promocję pro-ekologicznych produktów i usług. Współpracuje z wieloma firmami, m.in. Tauron, Yves Rocher. Rozwijają w Polsce standard Zielonego Wydarzenia, wspierając organizatorów różnorodnych spotkań i festiwali. Więcej na www.aerisfuturo.pl.

sprzątanie dna jeziora przez pletwonurków, oczyszczanie linii brzegowej rzek i jezior, sadzenie drzew i kwiatów, przygotowywanie kącików zieleni w ogrodach domów dziecka oraz organizacja eko-festynów.⁵

Podsumowanie

Niewątpliwie odpowiedzialność za środowisko powinna być wpisana w strategię każdej firmy, nie tylko dużej. Należy jednak pamiętać, że o tym, czy przedsiębiorcy skorzystają czy stracą na wdrażaniu zasad zrównoważonego rozwoju, decyduje przede wszystkim podejście do tematu ich samych. Jeśli przedsiębiorcy traktować będą ekologię jako obowiązek i przymusowe podporządkowanie się przepisom oraz jako barierę prowadzonej działalności, w dłuższej perspektywie odczują negatywne konsekwencje swoich decyzji. Jeżeli jednak poprzez wdrażanie systemów zarządzania ochroną środowiska i realizację niezbędnych działań dostrzegą oni szansę na wygranie z konkurencją, to wdrażanie eko-odpowiedzialności z pewnością przyniesie im korzyści i przewagę konkurencyjną na rynku. ■

Artykuł powstał we współpracy z Iwoną Boguszyńską z Fundacji Aeris Futuro i z Mirosławem Bachorzem.

³ Badanie wykonane w 2011 roku, próba ogólnopolska N=870. W tym mikro (4-9 pracowników) N=208, małe (10-49 pracowników) N=254, średnie (50-249 pracowników) N=312, duże (250 lub więcej pracowników) N=96.

Bibliografia:
Ocena stanu wdrażania standardów społecznej odpowiedzialności biznesu. Raport 2011, Polska Agencja Rozwoju Przedsiębiorczości (PARP), Warszawa.
www.aerisfuturo.pl.
www.barlinek.com.pl/ekologia.html.
www.dbschenker-csr.pl/spoleczenstwo/wolontariat-pracowniczy.
www.ekoportal.gov.pl.
Internetowy System Aktów Prawnych (ISAP) prowadzony na stronach Sejmu RP <http://isap.sejm.gov.pl>.
Wajenbergier A., 2010, Zachęty prawne i ekonomiczne rozwoju konkurencyjnej gospodarki w Unii Europejskiej, w tym w Polsce. Materiały z Konferencji „równoważone wydarzenie szansą konkurencyjności regionów”, Kraków 3.12.2010.

Ekologiczna świadomość przynosi wymierne korzyści



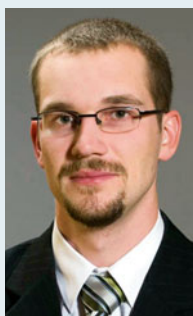
Krzysztof Czeboćko

Dyrektor Fabryki Sanitec Koło w Kole

Dbałość o ekologię i szacunek dla środowiska naturalnego stają się w ostatnich latach niezwykle ważne dla biznesu. Wzrasta bowiem świadomość społeczna i ekologiczna konsumentów, którzy coraz częściej zwracają uwagę nie tylko na to, co firma produkuje i sprzedaje, ale również w jaki sposób to robi i czy nie szkodzi przy tym naturze. Wybierając produkty, klienci uważnie analizują, czy korzystanie z nich pomoże w oszczędzaniu energii i zasobów naturalnych.

Coraz więcej firm wprowadza znaczące modyfikacje w procesie produkcji, co sukcesywnie ogranicza emisję zanieczyszczeń w skali roku. Ekologiczny trend przejawia się także na etapie projektowania wyrobów, które dzięki zastosowanym rozwiązaniom technicznym i technologicznym ułatwiają oszczędzanie wody, prądu, co oznacza osiągnięcie wymiernych korzyści przez osoby, które w swoich domach zainstalują oszczędne urządzenia. Świadomość ekologiczna firmy jest doceniana przez klientów i pomaga budować ich lojalność. Konsumenci w swoich wyborach kierują się bowiem zaufaniem do marki i jej wizerunkiem, na które dbałość o środowisko ma niezwykle pozytywny wpływ. Samej firmie działalność w zgodzie ze środowiskiem naturalnym przynosi także oszczędności w wyniku ograniczonego zużycia surowców naturalnych. Pomaga też podnosić poziom kultury organizacyjnej, jednocząc pracowników wokół szczytnej idei. Zielony kierunek rozwoju wyznaczają firmie nie tylko przepisy prawa, ale także preferencje konsumentów, których uważnie słuchać powinna każda odpowiedzialna marka. ■

Płytką ekologia



Jacek Zatoński

Wiceprezes Centrum Promocji Ekorozwoju

Nastała moda na ekologię. Wszystko jest eko; papier toaletowy, pralnie chemiczne, samochody a nawet pieluchy... Niestety niektóre produkty i firmy z eko w nazwie nie mają nic wspólnego z ekologią, a używanie tego słowa służy im tylko do promocji swojej marki – jest to tzw. greenwashing. Termin ten pierwszy raz zastosowano do przemysłu hotelarskiego, zachęca on bowiem swoich klientów do tego, aby wielokrotnie używali swoich ręczników, nie oddawali ich codziennie do prania, dzięki czemu ograniczą zanieczyszczenie środowiska. Większość hoteli oprócz zachęty same nie są pro-ekologiczne. Obecnie greenwashing występuje niestety we wszystkich branżach.

Użycie zielonego logo i napisu z dodatkiem eko jest banalnie proste, nawet zwiększenie efektywności przez ograniczenie zużycia energii, surowców i wytwarzania odpadów przychodzi relatywnie łatwo, ponieważ przekłada się na oszczędności finansowe. Przekroczenie następnych granic jest już trudniejsze, ponieważ rozwiązania ekologiczne często wymagają większych nakładów pracy i środków finansowych. Może to być budowa ekologicznej fabryki czy zakup nowoczesnych środków transportu. Tego typu tzw. koszty zewnętrzne zawyżają wartość produktu wytworzonego w sposób etyczny i ekologiczny. Dają jednak firmie dłuższą perspektywę funkcjonowania. Warto, by świadoma zrównoważonego rozwoju firma myślała długofalowo i jednocześnie edukowała swoich klientów. ■

Jeden świat – wspólna troska o środowisko

Okazuje się, że nawet w odległym Mozambiku działania organizacji ekologicznych mogą skutecznie wpływać na zachowanie rządu oraz przedsiębiorców.

Jakie narzędzia wpływu na firmy stosują te organizacje? Co udało im się już osiągnąć? Między innymi na te pytania odpowiada Daniel Ribeiro, działacz organizacji Justica Ambiental (JA!) z Mozambiku.

Rozmawia:

Joanna Ludwiczak

Sekretarz redakcji, Centrum PISOP

S kąd pomysł, by zaangażować się w działania na rzecz ochrony środowiska?

Daniel Ribeiro: Mieszkałem na przemysłowych przedmieściach Maputo (stolica Mozambiku) niedaleko firmy, która spalała toksyczne odpady. Zanieczyszczone dymy miały na nas, na nasze dzieci i otoczenie katastrofalne skutki. Zebrał się, by wspólnie temu przeciwdziałać. Podjęliśmy inicjatywę ustawodawczą, celem której była ochrona mieszkańców przed negatywnymi skutkami nieetycznych działań. Nasza aktywność została sformalizowana w postaci organizacji – Justical Ambiental.

Jak wygląda ochrona środowiska w Mozambiku? Czy jest ona postrzegana jako istotna kwestia przez rząd, społeczności lokalne, firmy, organizacje pozarządowe?

Rząd Mozambiku postrzega ochronę środowiska jako jedno z międzynarodowych wymagań, które należy spełnić. Istotne jest to, że rząd zdaje

sobie sprawę, że w niektórych przypadkach warto chronić środowisko: chodzi tu np. o ochronę zasobów leśnych. Wycinanie lasów postrzegane jest bowiem jako zagrożenie. Także turystyka jest gałęzią, która może przynieść zyski. To tworzy wartość środowiska.

A w jaki sposób postrzegają środowisko ludzie, społeczności lokalne?

Ludzie nie postrzegają ochrony środowiska naturalnego w tradycyjny sposób jak w Europie, traktują bowiem środowisko jako głównego „pracodawcę”, coś co jest im potrzebne do życia, bo daje zatrudnienie i pozwala się utrzymać.

Wiem, że w Mozambiku coraz aktywniej działają organizacje pozarządowe, na przykład ta, którą Pan reprezentuje... Jaki jest stosunek organizacji pozarządowych do ochrony środowiska?

Jest wiele międzynarodowych organizacji, zajmujących się tą kwestią, m.in. Międzynarodowa Unia Ochrony Przyrody (IUCN), ale spoglądają one na problemy ochrony środowiska w tradycyjny sposób. Jeśli chodzi natomiast o lokalne organizacje, to większość z nich zajmuje się tylko problemami społecznymi. Nasza organizacja jest jedną z niewielu, która działa w obu obszarach i je łączy. Wynika to z faktu, że zgodnie z prawem w Mozambiku środowisko nie jest chronione przed ludzką działalnością żadnym prawem, a ludzie mają nieograniczone możliwości do korzystania ze środowiska. Próbuje zmienić to podejście, np. w Ameryce Południowej jest o wiele więcej praw i przepisów chroniących naturę. Staramy się

także wpływać na ustawodawstwo. Niestety w Mozambiku nie ma Ministerstwa Środowiska, zamiast tego jest Ministerstwo Koordynujące Kwestie Środowiska Naturalnego, a jego wpływ jest znacznie mniejszy niż w przypadku wyodrębnionego Ministerstwa Środowiska.

Brak resortu, koordynującego kwestie środowiskowe powoduje także gospodarcze konsekwencje...

Tak. Chociaż w wielu projektach ustanawiane są konkretne wymagania, dotyczące ochrony środowiska, to widoczny jest w Mozambiku pewien problem. Takie kraje, jak nasz – rozwijające się – potrzebują kapitału inwestycyjnego. Aby jednak mogły z niego skorzystać, inwestycje muszą być prowadzone w sposób zrównoważony ze szczególnym uwzględnieniem kwestii środowiska naturalnego. Niestety korporacje działające w Mozambiku czy innych krajach rozwijających się mają dużo większą swobodę działania niż np. w Europie i nie przestrzegają zasad ochrony środowiska naturalnego.

Mozambik to jeden z najbiedniejszych krajów świata. Zamieszkuje go 22 mln osób, a PKB tego kraju wynosi tylko ok.1000 \$ per capita – wg danych ONZ kraj zajmuje 184. miejsce w świecie pod względem rozwoju.

Czy może Pan opowiedzieć o przykładach firm, działających w Mozambiku, które określa Pan jako „złe praktyki”?

Takim przykładem jest z pewnością Brazylijska firma Vale – największy na świecie producent rudy żelaza. Mimo prowadzonej pod auspicjami ONZ inicjatywy z zakresu biznesu i praw człowieka – Global Compact, w 2012 r. internauci z całego świata uznali Vale w plebiscywie Public Eye Awards za najgorszą firmę na świecie. Zarzuty, jakie pojawiają się najczęściej pod adresem Vale, to łamanie praw człowieka oraz szkodliwe działania na rzecz środowiska. Przykładem antyekologicznego działania jest zbudowanie tamy w Brazylii na obszarach puszczy tropikalnej czy wydobywanie 11 milionów ton węgla przez kopalnię węgla w Moatize, której budowa związana była z nadużyciami. Łamanie praw człowieka wiąże się natomiast z przesiedleniami osób zamieszkujących tereny przeznaczone na inwestycje (ponad 40 tys. osób wysiedlonych z Brazylii oraz 1 300 rodzin z Moatize), którym nie zapewniono godziwych warunków życia w nowym miejscu.

Kolejna firma to Mozal – drugi największy w Afryce producent aluminium. Także ona prowadzi działania szkodliwe dla środowiska naturalnego – np. w 2010 r. wyłączono filtry w fabryce na potrzeby napraw i renowacji. Efektem tego była emisja dużej ilości szkodliwych substancji i zatrucie środowiska.

Czy widzi Pan w takim razie pozytywne przypadki działań pro-ekologicznych firm?

Zdajemy sobie z tego sprawę, że pieniądze są istotne. Każda firma chce maksymalizować swoje zyski. Decydując się na działania społecznie odpowiedzialne, oczekuje także pewnych korzyści. Dobrym przykładem jest firma Puma, która



Daniel Ribeiro działa w organizacji Justica Ambiental (JA!) z Mozambiku zajmującej się ochroną środowiska i praw lokalnych społeczności. Justica Ambiental inicjuje działania obywatelskie związane z ochroną środowiska naturalnego. Angażuje się w akcje promujące dostęp do czystej wody i odnawialnych źródeł energii. Monitoruje przestrzeganie praw środowiskowych. Dla organizacji JA! zapewnienie sprawiedliwości środowiskowej może przełożyć się na zapewnienie sprawiedliwości i równości w społeczeństwie w Mozambiku jak i na całym świecie.

produkuje sportowe ubrania. Na wszystkich produktach łączy informację o kraju ich pochodzenia. Stosuje także bardziej wytrzymałe materiały do produkcji. Inne firmy tego nie robią. My wspieramy właśnie takie akcje.

Co Pana zdaniem może wpływać na większą odpowiedzialność firm za kwestie środowiskowe? Może inicjatywy takich organizacji jak Pańska albo wdrażanie międzynarodowych standardów?

Firmy, które wchodzą na nasz rynek tak nieetycznie postępują, bo właśnie takie są standardy. Tylko niektóre działają w inny sposób, bardziej odpowiedzialny. Nie dlatego, że je poprosiliśmy, ale dlatego, że mają swoje własne standardy. Ponadto uważam, że lepsze są małe firmy niż wielkie korporacje, które muszą być konkurencyjne i przez to działają nie do końca w zgodzie ze standardami CSR.

Zgodnie z prawem w Mozambiku środowisko nie jest chronione przed ludzką działalnością żadnym prawem, a ludzie mają nieograniczone możliwości do korzystania ze środowiska.

Kto wspiera was w realizacji celów? Są to organizacje, zajmujące się ochroną środowiska czy raczej instytucje rządowe?

Nastawiamy się na współpracę z ekspertami, którzy udzielają nam wsparcia przede wszystkim merytorycznego. Korzystamy także z pomocy prawników z Uniwersytetu Kapsztadzkiego, socjologów oraz innych osób sympatyzujących z naszą organizacją. Najważniejszą grupą, z którą współpracujemy, są jednak lokalni partnerzy, np. Stowarzyszenie Rolników.

Ma Pan pomysł, co można zrobić, by ograniczyć negatywne działania tych firm?

Z jednej strony można starać się, aby społeczeństwo zaczęło protestować przeciw działaniom takich firm, z drugiej zaś strony realizować projekty uruchomione przez międzynarodowe organizacje, takie jak np. Bank Światowy. Niestety nawet jego działania nie są spójne – strategia energetyczna Banku Światowego prezentuje obszary, w które Bank będzie inwestował – i są to inwestycje w wydobywanie węgla! Alternatywne źródła energii to wciąż mały procent wszystkich rodzajów pozyskiwania energii, a przecież w Afryce mamy wiele takich alternatyw. Musimy zacząć od zwrócenia uwagi na problem ochrony środowiska, a także na to, kogo wybieramy do reprezentowania i kto będzie podejmował w naszym imieniu decyzje! ■

Wywiad opracowany został przy pomocy Przemysława Krzywego.

Warto dodać, że działalność JA! przyniosła już efekty. Sytuację w Mozambiku udało się zainteresować niektórymi inwestorów. Europejski Bank Inwestycyjny wysłał tam zespół, który ma przeanalizować wpływ projektu Mozal na lokalne społeczności i wydać na ten temat niezależny raport. Niektóre z postulatów organizacji zostały też uznane przez korporacje m.in. Vale, która pod presją opinii publicznej musiała uznać swoją winę i poprawić niedoinwestowane domki, zbudowane dla rodzin przymusowo przesiedlonych w związku z powiększeniem ich kopalni (przypis redakcji). ■

Strategia może być eko – dobre praktyki firmy Schattdecor

Każde przedsiębiorstwo oddziałuje na środowisko naturalne, a odpowiedzialność za nie stała się koniecznością. Czy działania w obszarze ekologii muszą się wiązać jedynie z przymusem przestrzegania określonych regulacji? Międzynarodowa grupa Schattdecor, realizując działania ekologiczne, nie kieruje się wyłącznie poczuciem obowiązku. Od lat wdraża z przekonaniem dobrze przemyślaną i spójną strategię.

Tekst: **Agata Robińska**
Absolwentka Akademii Menedżerów CSR

Schattdecor w procesie produkcyjnym wykorzystuje surowce przyjazne dla środowiska, np. farby wodne na bazie organicznych, wolnych od metali ciężkich pigmentów. W zakładzie w Głuchołazach używane są wyłącznie lakiery wodne, zawierające minimalne ilości rozpuszczalników organicznych, które nie powodują ponadnormatywnego oddziaływania na środowisko. Pracownicy na wszystkich stanowiskach, zarówno administracyjnych jak i produkcyjnych, uwzględniają aspekty środowiskowe. Można powiedzieć, że od początku istnienia Firmy, lidera branży zadrukowanych papierów dekoracyjnych i folii finish, ekologia wpisana jest w jej strategię oraz filozofię. *Już sam produkt jest ekologiczny. Zadrukowany papier, który jest reprodukcją drewna czy kamienia, postrzega się powoli nie jako produkt imitujący oryginał, ale jako nowy produkt,*



nowy oryginał. Stosowanie dekorów powoduje ochronę cennego surowca, jakim jest drewno – przekonuje Danuta Pawlik, menedżer ds. marketingu Schattdecor Sp. z o.o.

EKO otoczenie

Staramy się zakorzenić w społeczności lokalnej i pozyskać przychylność mieszkańców. Jednym z ważnych czynników, pozwalających osiągnąć ten cel jest prowadzenie zrównoważonej polityki pro-ekologicznej, która jest częścią naszej strategii CSR – mówi Roland Auer, prezes Schattdecor

Sp. z o.o. Spółka osiąga sukcesy na polu systematycznego ograniczania ilości odpadów oraz ich ponownego wykorzystania poprzez stosowanie surowców, które podlegają późniejszemu recyklingowi. Firma corocznie zmniejsza ilość wytwarzanych odpadów oraz świadomie segreguje surowce wtórne (papier, tworzywa sztuczne, szkło, metale). W zakładzie w Głuchołazach średnia ilość odpadów, przypadająca na 1 mln m² w roku 2006 wynosiła 9,952 Mg odpadów, a w roku 2010 osiągnęła wartość 3,827 Mg odpadów/mln m². Zakłady posiadają również własne oczyszczalnie ścieków. Dopiero



Segregacja odpadów jest podstawą eko-odpowiedzialności.

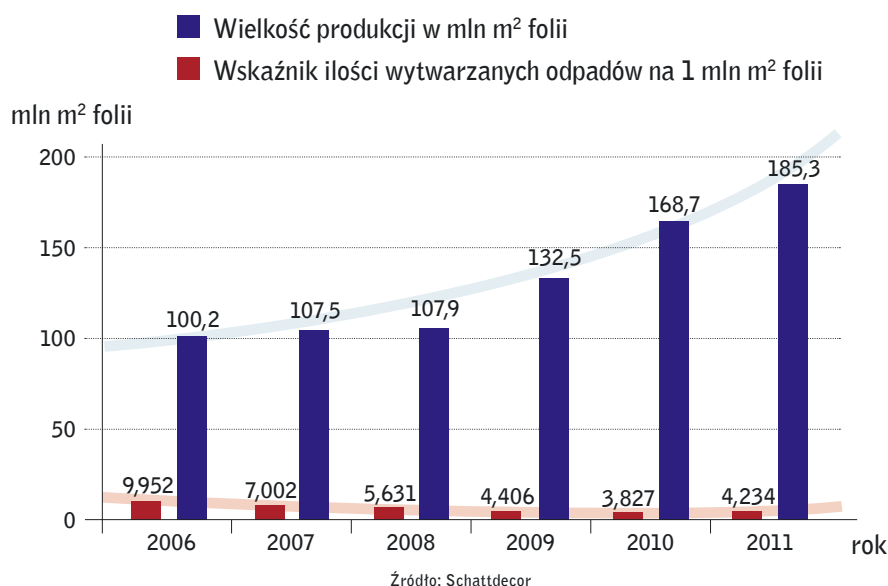
oczyszczone ścieki o odpowiednich parametrach odprowadzane są do kanalizacji miejskiej. Mając na uwadze stan wód powierzchniowych, do których odprowadzane są wody opadowe i roztopowe z terenów przemysłowych, zainstalowano separatory, które oddzielają ewentualne substancje olejowe od wód opadowych wprowadzanych do rzek.

We wszystkich obszarach działalności firmy stosuje się rozwiązania minimalizujące oddziaływanie, wykorzystując naturalne możliwości wyeliminowania uciążliwych emisji poprzez: zamknięte układy chłodzenia, w których czynnik chłodniczy nie ma kontaktu z wykorzystywaną z ujęć podskórną wodą chłodzącą; lokalizację źródeł hałasu w miejscach osłoniętych bez konieczności zmiany krajobrazu i budowania barier akustycznych; racjonalną gospodarkę surowcami i odpadami oraz rozwiązaniami technologicznymi, zmniejszającymi ilość gazów wprowadzanych do atmosfery.

EKO miejsce pracy

Istotnym elementem działań pro-ekologicznych jest edukacja pracowników na tematy związane z ochroną środowiska nie tylko podczas procesu produkcyjnego, ale również przy wykonywaniu innych czynności w pracy. Dzięki temu wnoszą oni swój wkład w ochronę środowiska poprzez segregację odpadów oraz świadome obchodzenie się z surowcami i materiałami biurowymi – twierdzi Danuta Pawlik. Standardem jest oszczędność zużycia papieru m.in. poprzez dwustronne drukowanie dokumentów czy ograniczenie wyjazdów służbowych poprzez organizację videokonferencji. Wprowadzono także program eco-driving, który dotyczy korzystania z floty samochodowej oraz eko-Schattdecor dotyczący oszczędności energii.

SPADEK ILOŚCI ODPADÓW PRZY WZROŚCIE PRODUKCJI W GRUPIE SCHATTDECOR W LATACH 2006-2011



Od początku istnienia Schattdecor ekologia wpisana jest w strategię oraz filozofię firmy. We wszystkich obszarach działalności firmy stosuje się rozwiązania minimalizujące oddziaływanie na środowisko.

Jak tłumaczy to podejście Danuta Pawlik: *Świadomość ekologiczna przedsiębiorstwa w Schattdecor nie polega jedynie na wdrażaniu określonych norm i standardów, ale także na promowaniu pro-ekologicznych postaw wśród interesariuszy; w tym pracowników, dostawców oraz konsumentów.* Dlatego też firma podejmuje także świadome decyzje dotyczące wyboru surowców, pakowania czy dystrybucji. Z jednym z dostawców papieru bazowego Schattdecor prowadzi od 1995 roku system, dotyczący ponownego wykorzystania odpadów po zadrukowanym papierze bazowym. Wspiera także wytyczne organizacji Forest Stewardship Council (FSC), międzynarodowej organizacji promującej odpowiedzialne gospodarowanie zasobami leśnymi świata. Od lutego 2011 firma jest certyfikowana przez FSC. Ponadto w firmie istnieje duże poparcie dla projektów związanych z ochroną środowiska, czego dowodem są, np. audyty dotyczące ochrony środowiska oraz ciągły dialog z fachowcami z tej dziedziny. Grupa

sporządza roczne bilanse dotyczące ochrony środowiska i zużycia energii. Przegląd i serwisy prowadzone są ze stałą częstotliwością kwartalną, półroczną i roczną, np. przeglądy i serwisy: maszyn i urządzeń – co pół roku; sieci wodnych, kanalizacyjnych i separatorów – co kwartał; pozostałych instalacji – co rok.

Czy to się opłaca?

Polityka pro-ekologiczna Schattdecor jest spójna ze strategią i działalnością biznesową, a ochrona środowiska jest dla firmy jedną z ważniejszych inwestycji dotyczących przyszłości. Czy działania w obszarze ekologii narażają firmę na znaczące koszty? *Na realizację działań ekologicznych przeznaczamy spore sumy, zdając sobie sprawę z wagi tematu i mając pełną świadomość, że chronimy w ten sposób całe nasze otoczenie i nas samych* – mówi Danuta Pawlik. Zapewne interesariusze, w tym pracownicy i lokalni mieszkańcy doceniają te działania, a klienci darzą markę większym zaufaniem. Tak realizowana polityka może być gwarantem dalszych sukcesów grupy Schattdecor – zarówno na rynku lokalnym, jak i międzynarodowym. ■

Grupa Raben na drodze do zrównoważonego rozwoju

Nowoczesna firma powinna mieć świadomość wpływu, jaki wywiera na otoczenie. Dzięki swojej strategii CSR, w ramach której prowadzony jest szereg zróżnicowanych działań pro-ekologicznych, Grupa Raben jest zdecydowanym liderem w swojej branży i wypełnia swoją CSR-ową misję „wyznaczania w branży trendów przynoszących dodatkowe korzyści otoczeniu poprzez zrównoważony rozwój”.

Tekst:

Katarzyna Starczewska

Absolwentka Akademii Menedżerów CSR

Pijąc poranną kawę, delektując się jej wspaniałym smakiem i aromatem zazwyczaj nie zastanawiamy się, jak to się stało, że ten kolumbijski czy włoski produkt znalazł się w naszej kuchni. Raczej rzadko zastanawiamy się, czy i jaki wpływ na środowisko naturalne ma fakt, że zanim znajdą się w naszym sklepie tego rodzaju produkty, pokonują tysiące kilometrów. Tymczasem w Polsce największą rolę w zakresie transportu odgrywa transport drogowy, ponieważ aż ponad 85% ładunków przewożonych jest ciężarówkami. Dodatkowo przez nasz kraj przejeżdża duża ilość pojazdów w ruchu tranzytowym między Europą zachodnią, wschodnią i południową. Oznacza to ogromną ilość zużytego paliwa, emitowanych spalin i innych zanieczyszczeń. We współczesnym świecie nie jesteśmy jednak w stanie funkcjonować bez transportu, dzięki niemu bowiem istnieje handel i wolny rynek, możemy też nie



wychodząc z domu robić zakupy przez internet czy wysłać komuś prezent. Każdy z nas wie, że transport jest potrzebny. Co jednak zrobić, aby zminimalizować jego negatywny wpływ na środowisko naturalne?

Strategia równowagi

Przed odpowiedzią na tak zadane pytanie stoją wszystkie odpowiedzialne firmy, zajmujące się logistyką i transportem, a wśród nich jedna z najbardziej znanych nie tylko w Wielkopolsce, ale i w całej Europie – Grupa Raben. Jako lider w dziedzinie logistyki działa na terenie 10 państw: Czech, Estonii, Holandii, Niemiec, Litwy, Łotwy, Polski, Słowacji, Ukrainy i Węgier. W Polsce swoją działalność prowadzi od 1991 r. i oferuje usługi z zakresu logistyki kontraktowej, magazynowania, międzynarodowego transportu drogowego, dystrybucji krajowej i obsługi sklepów internetowych. Zatrudnienie w firmach grupy wynosi ok. 8.000 osób, firmy te dysponują ok. 5.500 środkami transportu. Skala prowadzonych działań skłoniła grupę do wypracowania długo-

falowych celów w zakresie społecznej odpowiedzialności.

„Ograniczanie negatywnego wpływu na środowisko naturalne stało się jednym z podstawowych celów stworzonej w 2010 r. strategii CSR w Grupie Raben. Działania, związane z obszarem pro-ekologicznym prowadzone są na kilku obszarach. Dotyczą zarówno floty samochodowej, sposobu funkcjonowania biur i magazynów, a także są związane z budowaniem świadomości ekologicznej wśród pracowników i interesariuszy” – wyjaśnia Jan Loubal, Lider CSR w Grupie Raben.

Eko-odpowiedzialność na co dzień

Podstawowe działania, mające na celu pozytywne oddziaływanie na otoczenie w związku z rodzajem prowadzonej działalności, to m.in. monitorowanie ilości paliwa spalane przez całą flotę, ograniczanie emisji spalin poprzez eko-driving, wymiana floty na nowoczesną, która spełnia normę EURO5, zapewnianie optymalnego wykorzystania środków transportu. To właśnie troska o środowisko

naturalne stała się jedną z podstaw decyzji o rozpoczęciu w 2012 roku programu wymiany floty samochodów ciężarowych. Wymianie zostanie poddanych ponad 300 pojazdów a w efekcie średni wiek pojazdu będzie niższy niż 3 lata. Oznacza to, że cały tabor będzie emitować znacznie mniej zanieczyszczeń.

Kolejnym istotnym działaniem w tym zakresie są szkolenia z zakresu eko-drivingu, dedykowane kierowcom samochodów ciężarowych. „Ponad 300 kierowców zatrudnionych w Raben Transport ma możliwość skorzystania z informacji, jak prowadzić pojazdy w sposób bardziej efektywny, co pozwala na zmniejszenie zarówno zużycia paliwa, jaki i części oraz ogumienia. Dzięki tym szkoleniom udało się obniżyć średnie zużycie paliwa w pierwszej połowie 2012 roku w stosunku do tego samego okresu w roku 2011 z 31,2 do 30,76 litrów na kilometr” – prezentuje Jan Loubal.

Trzeba jednak pamiętać, że nie tylko samochody, wykorzystywane w transporcie mają negatywny wpływ na środowisko naturalne. Podobny wpływ mają również budynki, mieszczące biura i magazyny. Mając tego świadomość, właściciel firmy podjął decyzję o dużej inwestycji związanej z budową nowocze-

Działania pro-ekologiczne w Raben Group dotyczą floty samochodowej, sposobu funkcjonowania biur i magazynów, a także świadomości ekologicznej pracowników i interesariuszy.

snego biurowca w Gądkach koło Poznania – Tulip House. W nowym budynku, którego budowa zostanie zakończona w grudniu 2012 r., będzie mieściło się główne biuro zarządu całej Grupy. Budynek ten został zakwalifikowany przez Komisję Europejską do Europejskiego Programu „Green Building”. Otrzymanie certyfikatu wiąże się z surowymi wymaganiami – m.in. oszczędność energii musi być o 25% większa niż zakładają normy danego kraju. Jak wykazał audyt energetyczny, zużycie energii w Tulip House będzie o 31,1% niższe niż stawiane wymagania.

Nowe trendy

Pro-ekologiczne inwestycje nie ograniczają się tylko i wyłącznie do jednego, głównego budynku firmy. Większość nowych inwestycji w Grupie Raben jest podejmowana z myślą o ograniczeniu negatywnego wpływu na środowisko. „Przykładem może być pierwszy profesjonalny cross-dock (magazyn, w którym dostarczany towar jest przeładowywany i tego samego dnia wysyłany do następnego odbiorcy) otwarty 2 lata temu w Kijowie. W dachu budynku zainstalowane jest wielkie okno, dzięki któremu nie ma konieczności używania sztucznego światła” – wyjaśnia Jan Loubal. Rozwiązanie to pozwala nie tylko na znaczne ograniczenie zużywanej energii, ale także zapewnia przyjazne środowisko pracy osobom tam zatrudnionym. Inne stosowane rozwiązania inwestycyjne, podejmowane w już użytkowanych lokalizacjach, a które mają znaczny wpływ

na ograniczanie zużycia zasobów naturalnych, to np. automatyzacja włączania światła i uruchamiania wody w pomieszczeniach kuchennych i toaletach czy wymiana oświetlenia na bardziej energooszczędne. Zastosowanie oświetlenia typu LED w magazynach pozwoliło na zmniejszenie zużycia energii elektrycznej w firmie z grupy – Fresh Logistic o 16%.

Warto wspomnieć także o innych inicjatywach, wykraczających poza standardy ekoodpowiedzialności. Przykładem może być konkurs Greenovations, który miał na celu zwrócenie uwagi studentów na koncepcje CSR oraz zaangażowanie ich w działania ekologiczne, podejmowane w Grupie Raben. Nagroda w postaci rocznego stypendium została wręczona studentowi poznańskiej Wyższej Szkoły Logistyki i Magazynowania za metodę ograniczania zużycia zasobów naturalnych i korzystania z energii odnawialnych w przedsiębiorstwach logistycznych.

Firma z powodzeniem wdraża także popularny standard eko-biura. Wprowadzenie, np. domyślnego ustawienia dwustronnego wydruku dokumentów spowodowało zmniejszenie zużycia papieru w Raben Transport Polska o 8.03 kg na osobę w 2010 roku; do 2 kg w 2011 r. Zarząd firmy dostrzega wiele korzyści z eko-zaangażowania. Ważnym elementem tych działań jest przede wszystkim budowanie świadomości, że każdy z nas codziennie ma możliwość pozytywnego wpływania na otaczający nas świat, co dodatkowo nie wymaga szczególnego wysiłku, a jedynie zmiany dotychczasowych przyzwyczajeń. ■



Podstawowym działaniem pro-ekologicznym Grupy Raben było unowocześnienie floty, poprzez zakup 130 nowych samochodów ciężarowych.

Spółecznik, ekolożka czy strażnik wartości?

Wraz z rozwojem idei społecznej odpowiedzialności biznesu coraz więcej firm decyduje się na wyodrębnienie w swojej strukturze osoby odpowiedzialnej za działania CSR. Nie jest to nic zaskakującego zważywszy na korzyści, jakie może przynieść przedsiębiorcy przemysłana działalność społeczna.

Tekst:

Mirella Panek-Owsiańska

Prezeska Forum Odpowiedzialnego Biznesu

Do zadań menedżera ds. CSR najczęściej zalicza się: koordynowanie działań CSR wewnątrz firmy – współpracę z różnymi działami i osobami, pozyskiwanie informacji, inicjowanie, koordynowanie i ewaluowanie projektów oraz komunikację z interesariuszami.

Zakres obowiązków menedżera ds. CSR może być bardzo szeroki, zależy często od branży, stopnia CSR-owego zaawansowania przedsiębiorstwa oraz strategii jej rozwoju. W firmach, w których kontakty z lokalną społecznością mają kluczowe znaczenie w strategii oraz tych znanych ze swoich działań społecznych – menedżer CSR to przede wszystkim osoba, której zadaniem będzie zarządzanie zaangażowaniem społecznym, a więc współpraca z organizacjami pozarządowymi, nadzór nad programami grantowymi, przygotowywanie kampanii edukacyjnych lub społecznych. Najbardziej pożądaną cechą osoby na tym stanowisku będzie znajomość specyfiki lokalnej, sektora pozarządowego, duża empatia i doświadczenia społeczne. Zdarza się, że z czasem tego typu zadania przejmuje fundacja korporacyjna powołana przez firmę, a menedżer CSR staje się po prostu pracownikiem/szefem takiej fundacji. Możliwa jest też sytuacja odwrotna, kiedy to w fundacji zostają projekty



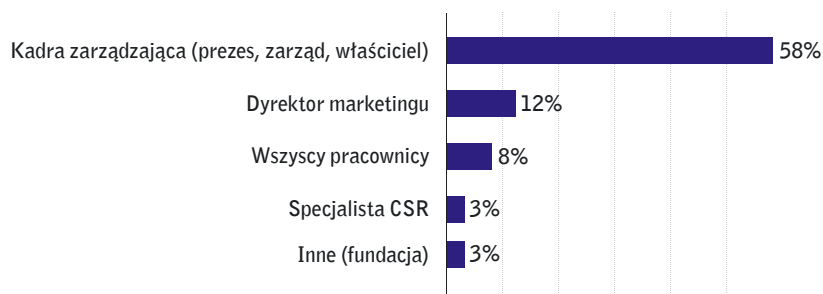
zaangażowania społeczne- go, a jedna z osób przechodzi do firmy, aby koordynować działania CSR, skierowane do klientów czy dostawców.

W przypadku przedsiębiorstw, dla których aspekty środowiskowe odgrywają kluczową rolę, menedżer CSR powinien być ekspertem od zarządzania środowiskiem. Przydatna bywa wiedza zarówno z zakresu zrównoważonego rozwoju, jak i bioróżnorodności, gospodarki odpadami, zielonego budownictwa czy też zagadnień dotyczących energii odnawialnych. Mocne sprofilowanie środowiskowe może

oznaczать także umiejętność dialogu z organizacjami ekologicznymi, często nastawionymi krytycznie w stosunku do działań firmy.

Jeszcze innych umiejętności od menedżera CSR będzie oczekiwała firma, która chce skupiać się na aspektach pracowniczych. Tutaj często pożądane będą kompetencje z zakresu psychologii. Taka osoba może być odpowiedzialna za przygotowanie i wdrożenie programu wolontariatu pracowniczego, współpracę ze związkami zawodowymi, programy „firmy przyjaznej rodzinie” czy politykę zarządzania

KTO W FIRMIE ODPOWIADA ZA PROWADZENIE DZIAŁAŃ SPOŁECZNYCH?



Źródło: Raport z diagnozy przeprowadzonej w ramach projektu „CSR – społeczna wizytówka nowoczesnego przedsiębiorstwa – promowanie społecznej odpowiedzialności biznesu w Wielkopolsce”. Centrum PISOP, WKK, PIGIEiK, kwiecień 2009.

różnorodnością. Do jej zadań będzie należała przede wszystkim współpraca z interesariuszami wewnętrznymi, monitoring procedur dotyczących zapobiegania dyskryminacji lub mobbingowi.

Niektóre przedsiębiorstwa na stanowisko menedżera CSR zatrudniają osobę z wykształceniem prawniczym. Główny nacisk położony jest wtedy na kwestie formalne, zgodność z procedurami i zasadami. Menedżer w tym dziale może zajmować się przygotowaniem i wdrażaniem kodeksu etycznego, tworzeniem całej infrastruktury etycznej firmy, procedur antykorupcyjnych itd. Nie do przecenienia wydają się być wysokie kwalifikacje moralne kandydata lub kandydatki.

Nie da się stworzyć wzorcowego zakresu obowiązków menedżera ds. CSR. Bez względu jednak na branżę, stopień zaangażowania przedsiębiorstwa w działania CSR, kluczowe dla tej funkcji wydają się być otwartość, empatia i umiejętność współpracy z różnorodnymi grupami osób. Niezbędne są umiejętności zarządzania projektami, podstawowa wiedza z zakresu zarządzania oraz wiedza specjalistyczna w zależności od branży i specyfiki CSR w danej firmie.

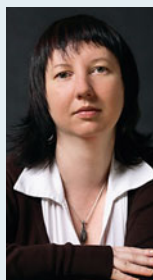
Badania przeprowadzone wśród 500 największych firm w Polsce „Menedżerowie 500” z 2010 r., pokazały, że w 34% z nich wyznaczona jest osoba, która oprócz swoich obowiązków zajmuje się CSR.

Taka rola nabiera największego znaczenia w momencie, kiedy firma zdecyduje się na przygotowanie raportu społecznego. Pozyskanie informacji o wskaźnikach potrzebnych do raportu pozwala często na ulepszenie całościowego procesu zarządzania firmą. To także najlepszy moment na przegląd zakresu odpowiedzialności firmy oraz

zidentyfikowanie jej kluczowych interesariuszy. Pożądaną kompetencją menedżera CSR będzie znajomość procesu raportowania, wskaźników GRI (Global Reporting Initiative) i innych standardów światowych. ■

Dlaczego warto mieć menedżera CSR?

Violetta Józefczyk od ponad dziesięciu lat jest pracownicą spółki INEA, od 2011r. odpowiada za obszar CSR. Z wykształcenia socjolog, obecnie doktorantka Wydziału Zarządzania Uniwersytetu Ekonomicznego w Poznaniu.



Które z zadań menedżera CSR jest kluczowe?

Kluczowym zadaniem menedżera jest propagowanie idei CSR w organizacji. Skuteczność społecznej odpowiedzialności w przedsiębiorstwie jest większa, jeśli idea ma wsparcie najwyższego kierownictwa, a w rozpowszechnianie idei angażują się pracownicy. To natomiast wymaga budowania świadomości społecznej, która powstaje w efekcie prowadzonych działań edukacyjnych. ■

Rozmawiała: Karolina Kaczmarek

Dlaczego warto, aby w firmie zostało powołane stanowisko menedżera ds. CSR?

Rolą menedżera ds. CSR jest systematyzacja działań CSR, np. poprzez opracowanie strategii CSR, ich monitoring oraz raportowanie. Dzięki temu efektywność działań jest dużo wyższa.

Beata Rożek od ponad dwóch lat kształtuje i zmienia oblicze firmy Tesco na stanowisku Menedżer ds. Społecznej Odpowiedzialności Biznesu. Studiowała dziennikarstwo i komunikację społeczną na Uniwersytecie Jagiellońskim. Od kwietnia 2012 r. jest Prezeską Zarządu Fundacji Tesco Dzieciom.



Czy potrzebna jest w firmie osoba odpowiedzialna za CSR?

Jeśli firma chce w sposób profesjonalny rozwijać sprzedaż, powołuje stanowisko menedżera ds. sprzedaży. Gdy chce osiągać jak najlepsze efekty działań w obszarze społecznej odpowiedzialności biznesu, naturalnym jest, że powinna mieć na pokładzie eksperta w tej dziedzinie, osobę, która będzie wiedziała, co i jak robić, by osiągać założone cele w zakresie CSR.

Co powinno się znaleźć w zakresie zadań menedżera ds. CSR?

Społeczna odpowiedzialność biznesu to filozofia, która przejawia się właściwie we wszystkich obszarach biznesowych, obowiązki i pożą-

dane kompetencje menedżera CSR są więc bardzo szerokie. Wśród kluczowych zadań na tym stanowisku wymieniałabym strategiczne zarządzanie różnorodnymi działaniami i procesami, toczącymi się w firmie tak, by były w zgodzie z jej podejściem do społecznej odpowiedzialności. To także monitorowanie i mierzenie efektywności tych działań zarówno w perspektywie długofalowej jak i krótkofalowej. Kolejne zadanie to obserwowanie trendów i proponowanie kierunków rozwoju najważniejszych z punktu widzenia danego biznesu programów/działań/inicjatyw CSR tak, by były spójne i wspierały cele biznesowe. Ostatnim, ale nie mniej ważnym elementem jest dbanie o właściwą i efektywną komunikację działań CSR, dopasowaną do każdej z grup interesariuszy. ■

Rozmawiała: Karolina Kaczmarek

Oczyrna konsumentki

Pod względem świadomości ekologicznej nie różnię się od statystycznego Polaka. Wiem, że o środowisko naturalne trzeba dbać. Z drugiej jednak strony w codziennym życiu niezbyt często zastanawiam się, w jaki sposób moje zachowanie wpływa na stan zasobów naturalnych.

Pisze:

**Justyna
Schaefer-Kurkowiak**

Specjalistka ds. CSR,
Centrum PISOP

Moda na bycie EKO atakuje mnie z każdej strony. W sklepach kusi mnie oferta z ekologicznym jedzeniem, w programach telewizyjnych projektanci zachwalają ubrania, wykonane z biodegradowalnych materiałów, zaś deweloperzy przekonują do kupna mieszkania, zaprojektowanego w sposób, który pozwala ograniczyć zużycie energii... Generalnie nic w tym złego. Może... oprócz pojawiających się wątpliwości, czy to wszystko jest tylko kwestią ładnego opakowania czy faktycznie wynika z chęci dbania o środowisko naturalne?

Z pokorą muszę też zdradzić, że brakuje mi pełnej wiedzy, jak dbać o środowisko naturalne. Segreguję śmieci, ale wciąż nie mam pewności, czy karton po soku to jeszcze makulatura czy już plastik. Mam też wątpliwości, czy moje, z takim trudem posegregowane śmieci w takim samym stanie dojeżdżają na wysypisko. Jak to możliwe... skoro wszystko trafia do jednej śmieciarki?

Na swoje usprawiedliwienie mam to, że jako represen-



tantkę pokolenia trzydziestolatków ominęła mnie porządna edukacja ekologiczna. W szkole rzadko się mówiło o praktycznych zachowaniach, pomagających chronić środowisko, takich jak segregowanie

śmieci czy oszczędność energii. Może to właśnie rzetelna edukacja byłaby szansą dla takich statystycznych Polaków, jak ja?

Obserwując większość kampanii, jakie były prowadzone na temat ekologii w ostatnim czasie, mam ogromną obawę, że jednak nic się nie zmieni. Ograniczanie się do haseł w stylu „Dbajmy o środowisko dla naszych pokoleń” ani mnie, ani – jak mi się wydaje – innego statystycznego Polaka nie przekonają. Może to przejaw skrajnego egoizmu, ale nie jestem żywo zainteresowana, co stanie się z Planetą Ziemią za 500, a nawet 200 lat. Czy w związku z tym nie ma dla mnie już żadnego ratunku? Pewnie jest...

Tak naprawdę ratunek znalazłam w wypowiedzi sympatycznego, małego chłopca, którego słowom nie potrafiłam się oprzeć: „Pani w przedszkolu mówiła, że powinniśmy mieć w domu super żarówki (czytaj energooszczędne)”. Od tej pory faktycznie używam w domu super żarówek, bez zbędnych dyskusji segreguję śmieci (dokładnie czytając na opakowaniu do jakiego kosza mogę je wrzucić), a w trakcie mycia zębów zakręcam wodę. Kładąc się spać jestem przekonana, że przyszłe pokolenia już inaczej do ekologii będą podchodzić. ■

CZY WIESZ, ŻE...

- 91%** Polaków uważa, że ochrona przyrody powinna być priorytetowym działaniem człowieka wobec środowiska naturalnego.
- 84%** respondentów sądzi, że człowiek ma wpływ poprzez swoje indywidualne działania na stan zasobów naturalnych.
- 56%** badanych w codziennym życiu nie zastanawia się nad tym, czy to, co robi, ma wpływ na środowisko.
- 80%** zdaje sobie sprawę z istnienia zmian klimatu, jednak przejawy i konsekwencje tego procesu są przez respondentów już gorzej rozpoznane. Brak jest znajomości ekologicznych terminów (np. różnorodność biologiczna). Brak jest też świadomości tego, że w Polsce istnieją problemy z zasobami wody.

Źródło: „Badanie świadomości i zachowań ekologicznych mieszkańców Polski”, Ministerstwo Środowiska, 2011 r.

5 praktyków 5 interpretacji

Pytamy osoby zaangażowane społecznie o to, jak rozumieją pojęcia związane z ekologią.

”

ZIELONE BIURO (EKO-BIURO) Jest to miejsce pracy przyjazne pracownikom i środowisku. Takie biuro przede wszystkim musi spełniać wymogi prawne odnośnie wentylacji, klimatyzacji i oświetlenia (najlepiej LED). Na biurkach znajduje się energooszczędny sprzęt. W całym biurze obowiązuje elektroniczny obieg dokumentów, wiadomości przekazywane są pracownikom za pomocą elektronicznego newslettera lub intranetu. Drukuje się tylko niezbędne dokumenty przy wykorzystaniu opcji druku dwustronnego na ekologicznym papierze. A pracownicy dojeżdżają do biura komunikacją miejską lub (lepiej!) rowerem. ■

Aleksandra PacuŃt, Specjalistka ds. Certyfikacji Środowiskowej z Fundacji Partnerstwo dla Środowiska

”

”

NORMA ISO 14001 Certyfikat normy ISO 14001:2004 jest potwierdzeniem, że firma spełnia wszystkie środowiskowe wymagania prawne i jest organizacją, która w swojej działalności dąży do minimalizacji negatywnego wpływu na środowisko. Norma dotyczy zarówno niewielkich firm jak również międzynarodowych korporacji. Ogromną zaletą jest fakt, że wiele z firmowych przyzwyczajajeń przenosi się także na życie osobiste pracowników. ■

Mateusz Figaszewski, Zastępca Dyrektora ds. PR, Solaris Bus & Coach SA

”

”

ECO-DRIVING Ekonomiczny i ekologiczny sposób prowadzenia pojazdu. Proces eko-jazdy powinien mieć swój początek w planowaniu trasy poprzez płynność jazdy, ograniczone używanie klimatyzacji, jeżdżenie na najwyższym możliwym biegu, kończąc na systematycznym serwisowaniu samochodu. W czasie galopujących cen paliw umiejętność ekonomicznej jazdy samochodem zyskuje na znaczeniu. ■

Dominika Bońkowska, Właścicielka firmy Toyota Bońkowscy

”

”

ZIELONE WYDARZENIE Jest to rodzaj wydarzenia, które na każdym etapie przygotowań i realizacji zapewnia działania, redukujące negatywny wpływ danej imprezy na środowisko poprzez odpowiedzialny wybór lokalizacji, transport, catering, ekologiczne materiały czy segregację odpadów. Organizacja przemysłanych „zielonych wydarzeń” przynosi korzyści wszystkim i jest bardzo skuteczną formą przekazu. ■

Monika Przybylak, Ekspertka ds. badań społecznych, Fundacja NIWA Edukacji i Rozwoju

”

”

GREENWASHING Coraz więcej firm reklamuje się jako przyjazne środowisku, bo wiedzą, że w ten sposób wychodzą naprzeciw oczekiwaniom konsumentów. Niestety bardzo często okazuje się, że „ekologiczne” działanie sprowadza się jedynie do przemalowania strony internetowej czy opakowań produktu na zielono. Jednak w dzisiejszych czasach konsument jest coraz bardziej świadomy – i co za tym idzie, podejrzliwy. Greenwashing to oszukańcza pułapka, w którą może wpaść nie tylko naiwny kupujący, ale i producent, ponieważ jeśli prawda wyjdzie na jaw, taka manipulacja może zakończyć się skandalem. ■

Agata Golec, ChrońmyKlimat.pl

”



WIELKOPOLSKA IZBA PRZEMYSŁOWO-HANDLOWA

***Wielkopolska Izba Przemysłowo-Handlowa
jest partnerem w projekcie pn. „As Odpowiedzialnego Biznesu (...)”***

Wielkopolska Izba Przemysłowo-Handlowa świadczy usługi takie jak:

- Działalność proinnowacyjna
- Szkolenia i doradztwo
- Działalność proeksportowa
- Obsługa inicjatyw europejskich
- Legalizacja dokumentów w obrocie zagranicznym
- Wywiadownia gospodarcza
- Sąd Arbitrażowy Izby i Organizacji Gospodarczych Wielkopolski
- Organizacja prestiżowych wydarzeń biznesowych
 - Forum Gospodarcze Aglomeracji Poznańskiej
 - Wielkopolskie Forum Finansowe
 - Biesiady Intelktualne
 - Bal Wielkopolan
- Organizacja prestiżowych wydarzeń biznesowych

ISO 9001



ZETOM-CERT

Certyfikowana jakość
PN-EN ISO 9001:2009

**Zaufany partner w biznesie od ponad 20 lat
dbający o interesy gospodarcze przedsiębiorców**

***Wielkopolska Izba Przemysłowo-Handlowa, ul. Głogowska 26, 60-734 Poznań, tel.: 61 869 01 00
fax.: 61 869 01 01, e-mail: wiph@wiph.pl, www.wiph.pl***

Projekt współfinansowany przez Unię Europejską w ramach Europejskiego Funduszu Społecznego



KAPITAŁ LUDZKI
NARODOWA STRATEGIA SPÓJNOŚCI

UNIA EUROPEJSKA
EUROPEJSKI
FUNDUSZ SPOŁECZNY



Człowiek - najlepsza inwestycja