



Biznes na rzecz zmiany

2022



Publikacja podsumowująca 3. edycję programu Climate Leadership 2022

Organizator:
UNEP/GRID-Warszawa

Pomysłodawcy Programu:
Maria Andrzejewska, dyrektor generalna UNEP/GRID-Warszawa
Prof. Bolesław Rok, Akademia Leona Koźmińskiego

Koordynator Programu:
Michał Puroł, UNEP/GRID-Warszawa

Uczestnicy:
CARREFOUR POLSKA SP. Z O.O. | CREDIT AGRICOLE BANK POLSKA S.A. | BANK OCHRONY ŚRODOWISKA S.A.
BASF POLSKA Sp. Z O.O. | BNP PARIBAS BANK POLSKA S.A. | HUTCHINSON POLAND SP. Z O.O.
MC DONALD'S POLSKA | ØRSTED POLSKA | POWSZECHNY ZAKŁAD UBEZPIECZEŃ S.A. | SAMSUNG ELECTRONICS
POLSKA SP. Z O.O. | SANTANDER BANK POLSKA S.A. | SIGNIFY Sp. Z O.O.
STENA RECYCLING SP. Z O.O. | SOPOCKIE TOWARZYSTWO UBEZPIECZEŃ ERGO HESTIA S.A.
ZAKŁADY FARMACEUTYCZNE POLPHARMA S.A.

Partnerzy:
Akademia Leona Koźmińskiego | WP Law Kancelaria Prawna Woźniccy & Partners Sp. J.
Chapter Zero Poland

Patroni medialni:
Rzeczpospolita | 300 Gospodarka | 300 Klimat Tygodnik Klimatyczny | EkoGuru | Świat OZE
Teraz Środowisko | Foodfakty | Architectue Snob | Architektura Murator | Hotel Management
NNO (nienieodpowiedzialni.pl) | Ecoekonomia.pl | Biznes i ekologia | Ekonatura

www.climateleadership.pl

Copyright UNEP/GRID-Warszawa
Wszelkie prawa zastrzeżone
Warszawa 2022

ISBN 978-83-963693-1-4

Opracowanie publikacji: UNEP/GRID-Warszawa

Biznes na rzecz zmiany

2022

Spis Treści

Executive summary	6
O PROGRAMIE CLIMATE LEADERSHIP	9
Wstęp	10
Climate Leadership – historia i przyszłość	14
Rada programu Climate Leadership	17
KLUCZOWE TRENDY	19
Zielona transformacja – sprawiedliwa albo żadna – Michał Puroł	20
Klimat, wojna, geopolityka. Biznes w trudnych czasach – Bartłomiej Kozek	24
Zanieczyszczenie plastikiem – dlaczego jest to ważny temat? – Marta Grzywaczyk	28
PROPOZYCJE DLA LIDERÓW	33
Polskie firmy muszą dostrzec kolor zielony – Szymon Bujalski	34
Znaczenie mokradeł w adaptacji do zmian klimatu – Ilona Biedroń	39
Kiedy „eko” nie jest „eko”... – Izabella Woźnicka	42
Bezpieczeństwo żywnościowe, zrównoważone rolnictwo i ochrona klimatu – dr Paulina Sobiesiak-Penszko	46
ESG, czyli na prawdę czas – Piotr Kowalik	50
Jak biznes może chronić bioróżnorodność? – Katarzyna Udrycka	56
Dostawy ostatniej mili mogą być zrównoważone – Urszula Stefanowicz	60
Jeśli nie plastik, to co? Wyzwania w ekoprojektowaniu – Marta Krawczyk	64
Neutralność węglowa przedsiębiorstw lub produktów z wykorzystaniem offsetów węglowych – Justyna Wysocka-Golec	70
Co badać? Jak komunikować oraz czym zachęcać klientów, pracowników, społeczeństwo do zmian nawyków na bardziej proklimatyczne – Katarzyna Król	74
Bardziej roślinna oferta produktowa jako odpowiedź na kryzys żywnościowy – Marcin Tischner	78

Ciekawy przypadek upcyklingu. Od kreatywnego projektowania do modelu biznesowego przyszłości – Monika Surowiec	82
Po co nam ta cała elektromobilność? – dr inż. Anna Skarbek-Żabkin	86
ZOBOWIĄZANIA UCZESTNIKÓW	91
BANK OCHRONY ŚRODOWISKA	92
BASF POLSKA	96
BNP PARIBAS BANK POLSKA S.A.	100
CARREFOUR POLSKA	104
CREDIT AGRICOLE BANK POLSKA	108
HUTCHINSON POLAND SP. Z O.O.	112
MC DONALD’S POLSKA	116
ØRSTED	120
POWSZECHNY ZAKŁAD UBEZPIECZEŃ S. A.	124
SAMSUNG ELECTRONICSPOLSKA SP. Z O.O.	130
SANTANDER BANK POLSKA	134
SIGNIFY SP. Z O.O.	138
STENA RECYCLING SP. Z O.O.	142
SOPOCKIE TOWARZYSTWO UBEZPIECZEŃ ERGO HESTIA S.A.	146
ZAKŁADY FARMACEUTYCZNE POLPHARMA S.A.	150
DZIAŁANIA DLA KLIMATU	153
UNEP/GRID-Warszawa	154
Sustainable Leaders’ Hub – klimatyczne wyzwania wymagają współdziałania	156
Climate Conversations 2022	159
Kwadrans z Klimatem	160
Inne projekty UNEP/GRID-Warszawa	162

Climate Leadership report 2022

Executive summary

The material you are reading is the result of work done during the third edition of the Climate Leadership – a project of UNEP/GRID-Warsaw, an NGO which (since its foundation in 1991) focuses on promoting the work of UN Environment Programme in Poland. As climate issues form an important pillar of UNEP activities – and business is seen as one of key players on the road towards climate neutrality.

The project, created by Maria Andrzejewska and professor Bolesław Rok aims at stimulating climate ambitions of companies operating in Poland. It connects the knowledge and experiences of the UN system and its initiatives, such as the UN Science-Policy-Business Forum (UN SPBF), with extensive knowledge of companies operating in Poland, their needs with regard to sustainability and challenges they face.

ANSWER TO A GLOBAL CHALLENGE

Since the launch of Climate Leadership one of the key components of the programme was a report showcasing positive outcomes of its current edition. With the third edition coming to an end the time has come to sum up climate commitments of the participants, as well as to showcase most relevant trends on the intersection of climate and business models. The following report is the third one, created within Climate Leadership – and the first one which includes an English summary, showcasing its most relevant aspects.

The following summary is also an effect of the expanding scope of Climate Leadership. As mentioned on the following pages it is now a living community, connecting over 130 experts from different fields of sustainable development with companies (15 in the 3rd edition) that embark on a road towards climate neutrality. It's recent expansion involved the creation of Climate Leadership Council – a body of distinguished leaders of climate science as well as representatives of the UN system, media, business sector and embassies.

As mentioned, Climate Leadership forms a robust set of climate projects created and coordinated by UNEP/GRID-Warsaw. Climate Conversations debates or the „15 Minutes with the Climate” podcast form other elements of the work that aims to enhance knowledge of key stakeholders and the wider public opinion with regards to climate science and its implications on ways our societies and economies need to change in the face of the climate crisis.

The Sustainable Leaders' Hub, financially supported in its first edition by the US Embassy in Warsaw, is another project described in the report due to the ways in which it helps in raising climate awareness in corporate value chains. Such target group and the need to strengthen its knowledge in this sphere is becoming an emerging issue both in the Polish economic context dominated by small and medium enterprises and companies largely

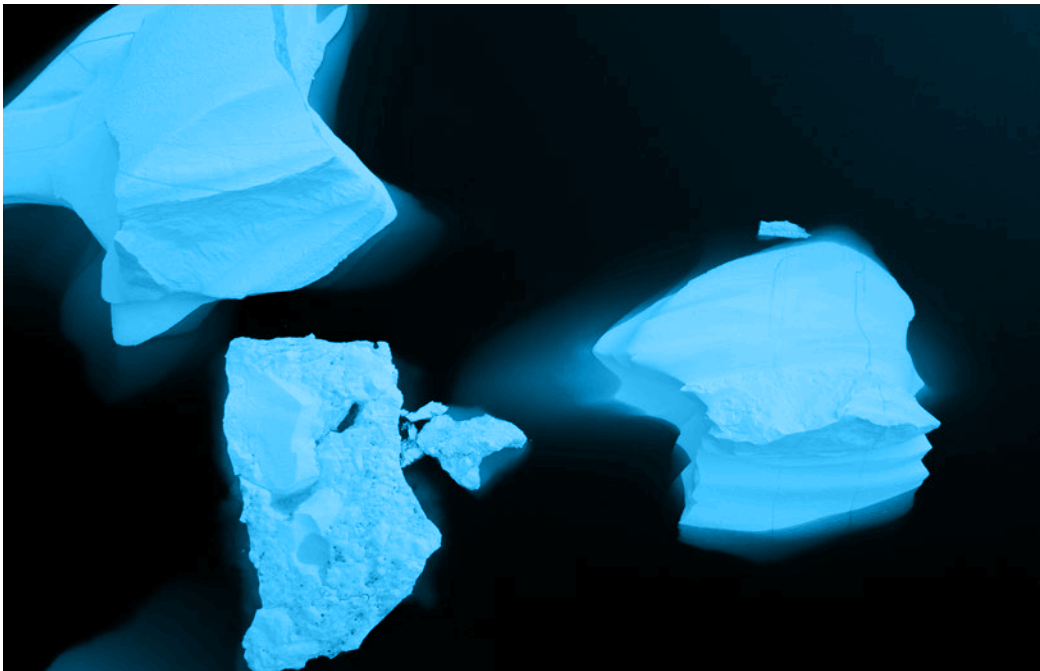
dependent on global value chains, as well as on the global level as companies looking forward to becoming climate neutral need to stop up their support in order to limit the carbon footprint in Scope 3 of their emission.

BUSINESS ACTION

Participants of each of the Climate Leadership editions declare climate pledges and work with the CL expert community on ways they can become reality. In each of the editions their scope is very wide – from changes in internal corporate structure supporting implementing sustainability practices to measuring and limiting their climate footprint. Creating new, more people- and climate-friendly products, as well as implementing circular economy or energy efficiency practices are other examples of actions that are pushed forward by Climate Leadership participants.

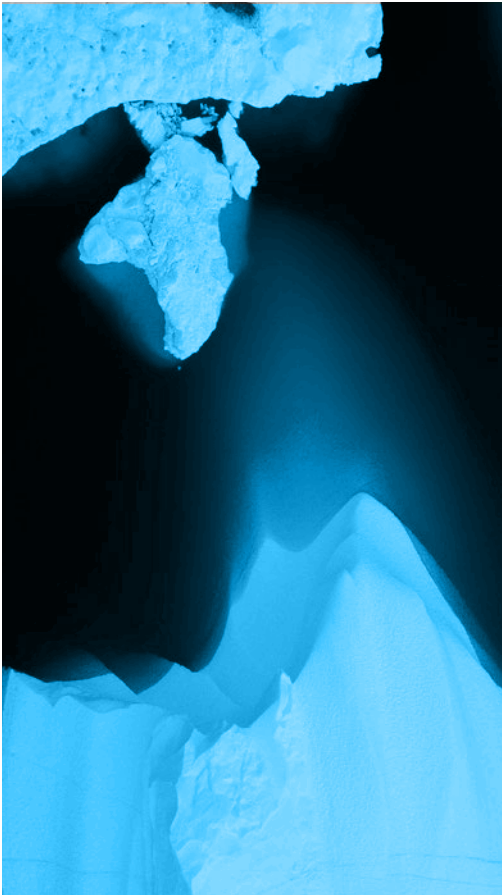
The experiences of the three editions of the project show a very large interest in promoting sustainability practices e.g. within the financial sector. Having that in mind UNEP/GRID-Warsaw reached out to UNEP FI – the Finance Initiative supporting raising environmental ambitions within sector by better understanding the role its investments may play in getting us closer to reaching the goals of the Paris Climate agreement.

The current edition also showcases a rising interest in promoting sustainable agricultural practices. Biodegradable mulch films, counting of carbon footprint of animal farming or promoting local and regional products in the retail sector are examples of corporate action that aims to go beyond the narrow interpretation of climate action as predominantly focusing just on energy issues.



EXPERT ADVICE

The report is supplemented by expert comments on climate policies and practices, showcasing expertise of the Climate Leadership community. The selection of texts presented in publication on the one hand points the interest of the business community towards issues of rising environmental and climate concerns (such as the need for water resource protection, the role of well-functioning wetlands or the need for more plant-based diets), while also trying to address the need of the corporate sector with regards to changing consumer trends and legal requirements.



Examples of legislation with regards to avoiding greenwashing or the European Union taxonomy are showcased in the report, allowing companies interested in climate action to better understand the context in which they operate and the challenges they need to take into account in fields such as mobility or protecting biodiversity.

Current affairs and the effects they may have on climate ambitions and sustainable production and consumption patterns are also showcased in the report. Rising energy prices, inflation, effects of the COVID-19 pandemic and Russian aggression on Ukraine create circumstances that pose significant challenges to promoting sustainability. Rising costs of living, as well as unstable conditions for economic activity, create a risk of turning back the tide on progress made in embedding climate and environmental considerations in business models.

Experts from the community argue that this would not be a prudent move. On the contrary - trends point out that, despite challenges, the shift towards sustainability seems to be a constant trend, strengthened by moves such as the European Green Deal or rising prominence of ESG considerations. Scientific consensus starts to influence market and legislative action, but - as comments from the report suggest - discussing and implementing a just transition towards a green, climate neutral economy should form an integral part of the climate project.

O programie Climate Leadership

Wstęp

Program Climate Leadership powstał, aby wspierać największe firmy w procesie zmian. Zgodnie z podręcznikowym ujęciem potrzeba zmian jest najbardziej oczywista właśnie w świecie biznesu. Szybko zmienia się kontekst funkcjonowania firm, zarówno rynkowy, jak i polityczny, społeczny, technologiczny czy legislacyjny. Dlatego każda firma na bieżąco analizuje trendy, reaguje na wyzwania i zmienia strategię, procesy, produkty, no i kadrę zarządzającą, jeżeli trzeba. A jednak pomimo wielkich i dobrze udokumentowanych wyzwań klimatycznych oraz środowiskowych biznes – nie tylko w Polsce – zmienia się zdecydowanie zbyt powoli, jakby niechętnie i nie do końca z przekonaniem, że to naprawdę konieczne.

Aby dotrzeć do biznesu w Polsce, idea Climate Leadership od samego początku była bardzo prosta. Budujemy społeczność wiedzy, bazując na najlepszych praktykach i konkretnych rozwiązaniach istniejących w różnych branżach oraz doświadczeniu zaangażowanej kadry menedżerskiej, a także pracowników różnych szczebli, wybitnych przedstawicieli świata nauki i technologii, organizacji eksperckich, polskich oraz globalnych, innowacyjnych start-upów. Korzystamy oczywiście z globalnego wsparcia Agendy ONZ ds. Środowiska (UN Environment Programme, UNEP). W trakcie tych trzech edycji włączyliśmy w różnorodne aktywności przynajmniej tysiąc osób – zarówno pracowników z uczestniczących firm i ich partnerów, jak i ze środowiska specjalnie powołanej przez nas licznej grupy ekspertów zewnętrznych.

Wspólnie wypracowaliśmy wiele rozwiązań, część z nich już jest w pełni wdrożona, inne czekają jeszcze na swoją kolej. Zapewne w niektórych firmach wywołaliśmy trochę większe zapotrzebowanie na wprowadzanie kolejnych proklamacyjnych zmian na różnych poziomach, być może dałoby się już zaobserwować, jak uruchomił się proces transformacji, obejmujący systematycznie coraz więcej funkcji biznesowych. To jednak zbyt mało, żeby ogłosić sukces. To dopiero pierwsza kropla w oceanie potrzeb. I chociaż podobnych programów jest na świecie coraz więcej i coraz częściej możemy dowiedzieć się o ważnych i skutecznych rozwiązaniach na rzecz klimatu wprowadzanych przez biznes, to przecież analizując globalne konsekwencje dla klimatu, nadal obawiamy się, czy zrobiliśmy wystarczająco dużo.

Potrzebujemy pełnej dekarbonizacji gospodarki. Potrzebujemy całkowitej transformacji sektora energetycznego w kierunku energetyki odnawialnej. Potrzebujemy regeneratywnego rolnictwa i zdrowej żywności. Potrzebujemy maksymalnego zamknięcia obiegu surowców, aby zredukować dług ekologiczny i wyeliminować odpady. Potrzebujemy świadomego ograniczenia nadmiernej konsumpcji. Potrzebujemy nowego, zrównoważonego ładu korporacyjnego. Potrzebujemy modeli biznesowych z wbudowanymi „bezpiecznikami”, np. z koncepcji ekonomii obywatelskiej lub postwzrostu. Potrzebujemy jednoznacznych kryteriów inwestycyjnych, które w pełni

przekierują strumień finansów w stronę projektów mitygacyjnych i adaptacyjnych. Potrzebujemy sprawiedliwości klimatycznej. Niestety, daleka droga do spełnienia tych oczekiwań.

Czy to oznacza, że programy typu Climate Leadership niewiele dają?

Cofnijmy się w myślach o pięć lat. Jak ważne wtedy były tematy klimatyczne w działających w Polsce dużych firmach? Czy ktokolwiek – poza grupką ekspertów – wiedział, czym jest ślad węglowy, już nawet nie wspominając o mierzeniu trzech zakresów? Czy na rynku były dostępne produkty finansowe ukierunkowane na wsparcie projektów podejmujących wyzwania klimatyczne? Czy w mediach były serwisy klimatyczne dla biznesu? Czy ktoś wtedy znał Szymona Malinowskiego albo Marcina Popkiewicza, czy słyszał o Grecie Thunberg? Czy klimatyczni influencerzy – i influencerki – mieli setki tysięcy followersów na Instagramie? Czy pracownicy oczekiwali zaangażowania ekologicznego od swoich pracodawców?

Możemy tu wymienić większość globalnych inicjatyw dla biznesu w kontekście transformacji klimatycznej, zarówno tych wynikających z istniejących już przepisów prawa, jak i tych całkowicie dobrowolnych – w ciągu ostatnich pięciu lat nastąpiła olbrzymia zmiana w świadomości kadry zarządzającej w największych firmach, wśród doradców pracujących dla biznesu, instytucji biznesowego otoczenia, a także klientów. Tego procesu nie da się już zatrzymać, nawet jeżeli tu i ówdzie pojawiają się politycy, a czasem też ekonomiści albo liderzy biznesu, którzy zostali daleko w tyle, w tym pociągu, który stoi gdzieś na bocznicy.

Warto sobie uzmysłowić, że zmiany następują przede wszystkim w wyniku współpracy różnych podmiotów, lokalnych i globalnych. Jedna organizacja lub inicjatywa, pojedyncza firma, nawet największa, nie doprowadzi do oczekiwanych zmian. Jedną z zalet współpracy jest możliwość wzajemnego inspirowania się. To buduje motywację. Wiedza jest niezbędna, ale bez współpracującej społeczności nie zostanie ona wykorzystana do wprowadzania realnych zmian.

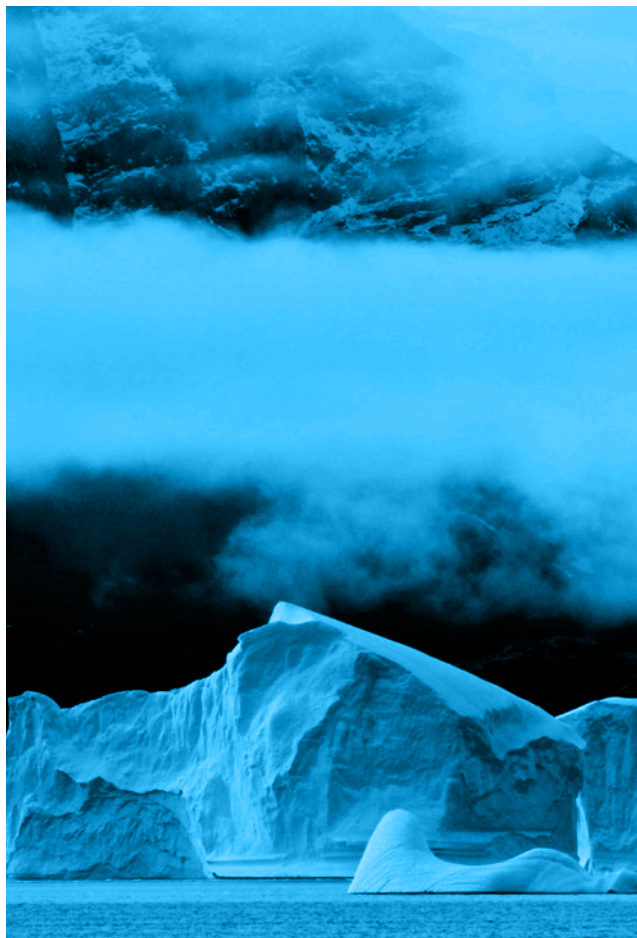
Dlatego Climate Leadership to budowanie społeczności wiedzy. Mamy świadomość, że jesteśmy tylko częścią większej całości, może jednym przedziałem w pociągu transformacji. Ale w ramach tej społeczności chcemy coraz lepiej służyć biznesowi, żeby biznes mógł naprawdę służyć wszystkim interesariuszom, mając wyłącznie pozytywny wpływ na klimat i środowisko naturalne. Dlatego potrzebujemy więcej partnerów. Dlatego apelujemy: **przyłączcie się do nas**, warto wsiąść póki czas do pociągu – nie byle jakiego, ale tego właśnie. Jak napisaliśmy ostatnio w „Manifeście w obronie naszej jedynej Planety”: „W wyniku działań podejmowanych przez UNEP we współpracy z licznymi organizacjami obserwujemy dzisiaj coraz powszechniejsze dążenia do uniezależnienia dalszego rozwoju społecznego od wykorzystywania paliw kopalnych i do zwiększenia wszelkich możliwych wysiłków na rzecz zeroemisyjnej gospodarki globalnej”.

Często w ostatnich miesiącach słyszymy od liderów i liderek biznesu o motywacji do wdrażania zmian proklimatycznych w ich firmach. To nie jest motywacja finansowa ani rynkowa – jak chcieliby to widzieć niektórzy – chociaż coraz więcej osób przyjmuje za oczywiste, że wdrażanie stra-

tegiej klimatycznych zwiększa wartość firmy. Nic dziwnego, że mówi się dziś o konkurencyjności klimatycznej danego przedsiębiorstwa. Motywacja liderów i liderek biznesu – a szczególnie tych określanych jako empatyczni – do zmian proklimatycznych ma przede wszystkim charakter moralny. Myślą bowiem nie tylko o rentowności swojej firmy, ale także o tym, co szykują dla dzieci i wnuków, w jakim świecie będą żyć, jak ważna jest bioróżnorodność i jak trudna będzie adaptacja do zmian klimatycznych w kolejnych dziesięcioleciach, a może nawet wcześniej. Zdają sobie sprawę z tego, że przyszłość świata zależy przede wszystkim od tego, w jaki sposób będzie funkcjonował biznes, czy wystarczająco szybko w biznesie nastąpią te potrzebne zmiany.

To proces zmiany, który w dużym stopniu jest podobny do przemiany konsumentów w obywateli; przestajemy rywalizować w pokazywaniu, kto ma więcej, i kierować się w wyborach konsumencjki tylko ceną, a zaczyna się liczyć dobro wspólne, troska o przyszłość nas i kolejnych pokoleń. To bardzo ważna zmiana, o której coraz częściej zaczyna się dyskutować w globalnej przestrzeni publicznej. Ale to sprawia, że kadra kierownicza coraz mocniej odczuwa nie tylko potrzebę troski o najbliższych, ale także presję ze strony konsumentów i partnerów społecznych. Powinność moralna pojawia się zwykle na sprzyjającym gruncie. Jeżeli nie byłoby dobrych i opłacalnych rozwiązań rynkowych, jeżeli klienci by nie oczekiwali takich zmian, jeżeli przepisy prawa nie zaczęłyby zmuszać do ich wprowadzania, to być może motywacja moralna raczej została by w sferze prywatnej.

Nie znaczy to wcale, że biznes już jest gotów do wdrażania radykalnych zmian. Mówimy w przypadku polskiego rynku o nielicznych firmach, o najbardziej progresywnych, zaangażowanych liderach i liderkach. W dodatku wiemy, że obciążenia finansowe związane z wdrażaniem strategii klimatycznych będą systematycznie rosły, niezależnie od tego, czy doradcy będą nas przekonywać, że to nie koszty, a tylko inwestycje. A presja legislacyjna spowoduje, że koszt zaniechania działań może być jeszcze większym obciążeniem dla firmy.



Powinność moralna dotycząca klimatycznej transformacji znajduje jednak także inne uzasadnienie. Kilka lat temu prof. J. Śleszyński pisał o klimatycznym zakładzie Pascala, wykorzystując znaną z filozofii „logikę Pascala” do wątpliwości dotyczących ponoszenia kosztów transformacji. Bo choć te koszty mogą wydawać się wysokie, to „prawdopodobnie nie będą one tak wysokie, jak koszty związane ze stratami i katastrofami w razie zaniechania prób zahamowania zmian klimatu powodowanych przez działalność człowieka”. A zatem na wszelki

wypadek lepiej zachowywać się przyzwoicie, żeby nie przyczynić się do pogłębiania niekorzystnych zmian w środowisku.

Można rozwinąć to podejście, wykorzystując nadal logikę zakładu Pascala. Nawet jeżeli nie jesteśmy przekonani, że ponoszone koszty przyczynią się do zatrzymania katastrofy klimatycznej, to i tak warto je ponosić. Jeżeli bowiem włączy się w ten proces wiele firm, to istnieje duża szansa, że unikniemy tej katastrofy. A jeżeli jednak ponoszone koszty nie wystarczą i będzie nas czekać w przyszłości klimatyczna apokalipsa, to dzięki tym kosztom uda się przynajmniej na kilka najbliższych dziesięcioleci podnieść jakość życia ludzi na planecie, naszych pracowników, partnerów i klientów, a także naszych bliskich w kolejnych generacjach. A zatem warto poważnie podejść do transformacji klimatycznej w biznesie. Warto przyłączyć się do społeczności wiedzy w ramach programu Climate Leadership i działać wspólnie, zachęcając też wszystkich swoich partnerów, pracowników i klientów.



Maria Andrzejewska

dyrektor generalna UNEP/GRID-Warszawa,
współzałożycielka programu Climate Leadership

Bolesław Rok

Profesor Akademii Leona Koźmińskiego,
współzałożyciel programu Climate Leadership

Climate Leadership – historia i przyszłość

POCZĄTKI PROGRAMU

Program Climate Leadership powstał z inicjatywy Bolesława Roka, profesora Akademii Leona Koźmińskiego oraz Marii Andrzejewskiej, dyrektor generalnej UNEP/GRID-Warszawa, w roku 2019. To flagowy program klimatyczny UNEP/GRID-Warszawa, a zarazem największy w Polsce program na rzecz ochrony klimatu, mający na celu redukcję negatywnego wpływu przedsiębiorstw na klimat i środowisko poprzez wsparcie merytoryczne oraz budowanie społeczności eksperckiej, naukowej oraz biznesowej, działającej wspólnie dla dobra naszej planety.

CO NOWEGO W CLIMATE LEADERSHIP?

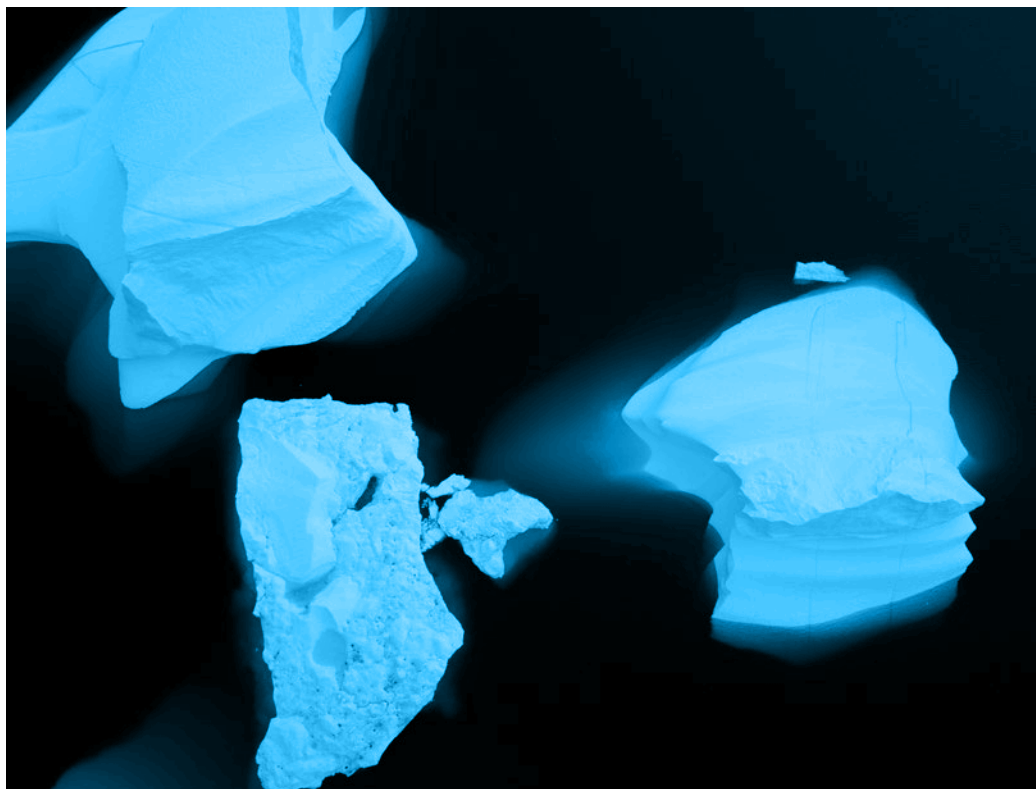
Sieć organizacji jak i ekspertów biorących udział w programie stale rośnie. W 3. edycji to już ponad 130 ekspertów i ekspertek z różnych dziedzin, 16 uczestników CL oraz wiele organizacji wspierających i angażujących się w podejmowane działania.

Grono eksperckie poszerzyło się o specjalistów w obszarach, takich jak zrównoważona moda, zagospodarowanie odpadów poprocesowych, efektywność energetyczna, gospodarka wodna, budowanie spółdzielni, elektromobilność, gospodarka wodorowa, meteorologia, ecoprojektowanie, prawo i zmiany legislacyjne czy dobrostan zwierząt i promowanie diety dobrej dla planety.

Wśród 16 firm, które postanowiły w 3. edycji podjąć działania na rzecz klimatu, znajdują się przedstawiciele różnorodnych branż: finansów, ubezpieczeń, technologii, motoryzacyjnej, chemicznej, farmaceutycznej, HoReCa, handlowej, odnawialnych źródeł energii czy odzysku surowców. Uczestnicy – zdając sobie sprawę z konieczności aktywnego działania na rzecz klimatu i środowiska – w trakcie pracy w programie dążą do jak najlepszego opracowania postawionych sobie celów. Tak, by były one jak najbardziej efektywne, zgodne z obowiązującymi przepisami oraz wiedzą naukową.

31 marca 2022 roku oficjalnie powołana została Rada Programowa Climate Leadership (Climate Leadership Council), która wspiera i opiniuje dalsze kierunki rozwoju programu, jak również doradza w strategicznych decyzjach i analizach dotyczących uczestników programu.

Współpraca między społecznością ekspercką i biznesem ma krytyczne znaczenie dla klimatu naszej planety. Rada programowa umożliwi bardziej efektywną realizację założeń programu i zbuduje trwałe relacje pomiędzy środowiskiem naukowym, eksperckim oraz biznesowym.



NA JAKIE WYZWANIA BIZNES CHCIAŁ ODPOWIEDZIEĆ W TRZECIEJ EDYCJI?

Bardzo popularnym obszarem prac pozostaje kalkulacja oraz redukcja śladu węglowego. Widzimy, że firmy zaczynają analizować zakres 3 emisji, za które odpowiadają, angażując przy tym swoje łańcuchy wartości i kładąc przy tym nacisk na poszerzanie wiedzy i zdobywanie odpowiednich wskaźników, umożliwiających rzetelne opracowanie pozyskanych danych. Po przeanalizowaniu i opracowaniu planów redukcyjnych, firmy zainteresowane są możliwością kompensacji śladu węglowego – szczególnie w oparciu o nawadnianie mokradł czy sadzenie drzew.

Rolnictwo budziło w tej edycji największe zainteresowanie banków, co może wiązać się z założeniami Europejskiego Zielonego Ładu, w tym strategiami „od pola do stołu” oraz nakierowanymi na ochronę różnorodności biologicznej. Zmiany, takie jak zmniejszenie poziomów stosowania środków chemicznych czy wzrost odsetka gruntów zajmowanych przez obszary ekologiczne, wiążą się będą z koniecznością adaptacji do nich, a co za tym idzie poszukiwania odpowiednich rozwiązań finansowych i edukacji rolników.

Bardzo ważnym aspektem staje się współpraca z całym łańcuchem wartości. Biznes, zdając sobie sprawę z konieczności tej transformacji, stawia na edukację i podnoszenie świadomości

również mniejszych firm. Odpowiedzią UNEP/GRID-Warszawa na to zapotrzebowanie był program Sustainable Leaders' Hub, w ramach którego około 50 firm miało możliwość poznania podstaw transformacji biznesu z perspektywy zarówno polskiej, jak i globalnej. Jest to kierunek, który będzie silnie wspierany w kolejnych edycjach programu Climate Leadership.

Dwa kolejne istotne aspekty zrównoważonego rozwoju biznesu to edukacja oraz współpraca międzysektorowa, m.in. z samorządami czy uczelniami wyższymi. Dynamika i rozwój zagadnień z zakresu ESG (środowiskowych, społecznych i zarządczych aspektów funkcjonowania przedsiębiorstwa), a także zmiany w obowiązujących przepisach powodują, że konieczne jest regularne poszerzanie wiedzy. Przedsiębiorstwa coraz częściej zdają sobie sprawę z tego, że zmiana nie będzie możliwa, jeśli pracownicy oraz otoczenie biznesowe nie będzie zdawało sobie sprawy z potrzeby zmiany i powodów tych działań. W praktyce oznacza to konieczność m.in. edukacji pracowników, członków zarządu, współpracujących firm i dystrybutorów.

Trzecia edycja przyniosła również inne ciekawe projekty z zakresu zielonej transformacji biznesu, takie jak zmniejszenie zużycia energii w zakładach i podnoszenie efektywności energetycznej procesów produkcyjnych, wykorzystanie odpadów poprocesowych, budowanie przemyślanych polityk zakupowych czy komunikacji zachęcającej odbiorców do wyboru produktów pod kątem ich wpływu na środowisko, np. posiadania certyfikatu bądź powstałych z wykorzystaniem zasad gospodarki o obiegu zamkniętym.

PRZED BIZNESEM NADAL STOI WIELE WYZWAŃ

Dużą uwagę poświęca on dziś swemu śladowi węglowemu, co może powodować zapomnienie o innych obszarach śladu środowiskowego. To kluczowe, by zarówno krajowy, jak i międzynarodowy biznes, pamiętał również o innego rodzaju emisjach czy zanieczyszczeniach, ochronie różnorodności biologicznej, konieczności ograniczenia zużycia surowców, skali generowanych odpadów i ich ponownym wykorzystaniu. Ważne stają się również innowacje społeczne – wspieranie spółdzielczości czy budowanie partnerstw.

Bardzo trudną, acz niezbędną zmianą będzie też spowolnienie konsumpcjonizmu i odejście od gospodarki linearnej na rzecz cyrkularnej. Jej filarami będzie umożliwienie naprawy produktów, promowanie ponownego ich wykorzystania, poprawa trwałości czy świadczenie usług w miejscu sprzedaży produktów. Tego typu działania wymagają jednak zaangażowania całej firmy, zmian w systemach motywacyjnych/prowizyjnych i dojrzałej transformacji.

Wiemy jak wiele wyzwań stoi przed każdym z nas. Mamy nadzieję, że kolejne lata prac programu Climate Leadership przyniosą kolejne istotne zmiany – zarówno wśród dużych korporacji jak i małych i średnich przedsiębiorstw.

To najwyższy czas na zmianę. Zachęcamy do współpracy!

Rada programu Climate Leadership



Maria Andrzejewska
współzałożycielka programu
Climate Leadership



Bolesław Rok
współzałożyciel programu
Climate Leadership



Edwin Bendyk
Prezes zarządu
Fundacji imienia
Stefana Batorego



Daniel Bouzas
Koordynator UNEP
Finance Initiative
(UNEP FI) na Europe



Bogusław Chrabota
redaktor naczelny
Rzeczpospolita



Anna Clunes
Ambasadorka
Wielkiej Brytanii
w Polsce



dr Paloma Cuchi
Dyrektor World
Health Organization
Polska



Fabrice Filliez
Ambasador
Szwajcarii w Polsce



Maria Florczuk
Członkini Zarządu
Fabryki Mebli
"FORTE" S.A.



Stefan Gullgren
Ambasador Szwecji
w Polsce



Dorota Jarosińska
Regionalne Biuro
WHO Europa



dr hab. Zbigniew Karaczun
Profesor w Katedrze Ochrony
Środowiska i Dendrologii
SGGW w Warszawie



Michał Kurtyka
Minister Klimatu
i Środowiska
w latach 2019–21



Jacek Łęgowicz
Dyrektor ds. publicznych
w Samsung Electronics
Polska



**dr Joanna
Maćkowiak-Pandera**
Prezesa Zarządu
Forum Energii



**prof dr hab.
Szymon Malinowski**
Profesor Uniwersytetu
Warszawskiego



prof. Maciej Nowicki
Minister Środowiska
w latach 2007–2010



**prof. Aleksandra
Przegalińska**
Prorektor Akademii
Leona Koźmińskiego



Jarek Rot
Chief Sustainability
Officer BNP Paribas
Bank Polska



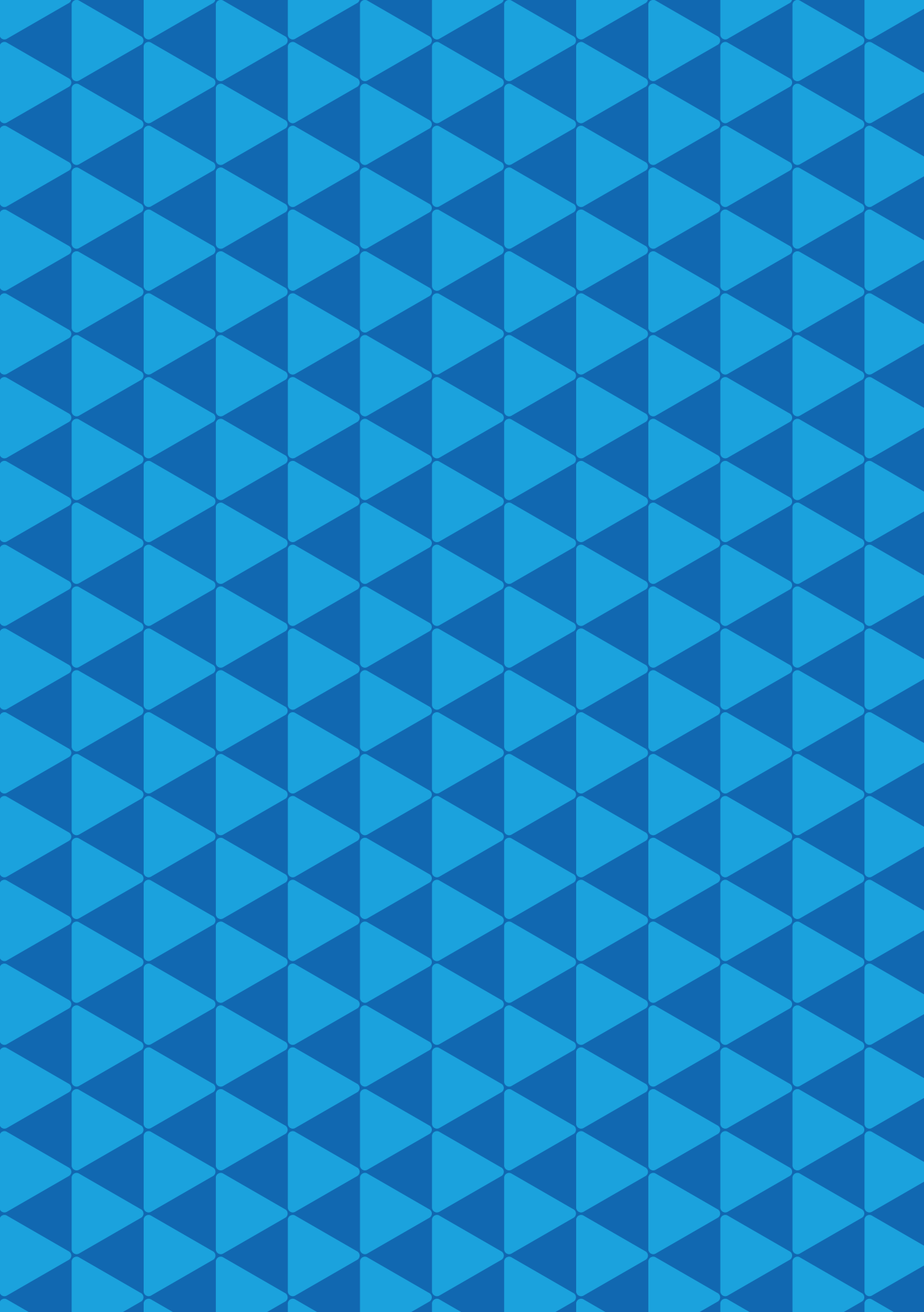
**dr hab. Piotr
Wachowiak**
Rektor Szkoły
Głównej Handlowej
w Warszawie



Mario Zamarripa
Dyrektor
odpowiedzialny za
zrównoważony rozwój
ERGO Hestia



Shereen Zorba
Dyrektor UN Science
Policy Business Forum
on the Environment



Kluczowe trendy

Zielona transformacja – sprawiedliwa albo żadna

Zmiany klimatyczne dotyczą nas wszystkich. Globalna Północ historycznie wyemitowała (i wciąż emituje) najwięcej gazów cieplarnianych, zużywa największe ilości surowców i produkuje najwięcej odpadów.

Południowa część globu z kolei najmocniej odczuwa zmianę warunków życia, do których się przyzwyczailiśmy. Co tak naprawdę kryje się pod hasłem sprawiedliwości klimatycznej? Czy rozpatrywana powinna być wyłącznie w kontekście globalnym, czy może również lokalnym?

LOKALNA PERSPEKTYWA SPRAWIEDLIWOŚCI KLIMATYCZNEJ

Żyjąc w mieście, łatwo nie zauważyć istniejących w społeczeństwie dysproporcji. Mówimy o silnej polaryzacji społecznej w kontekście politycznym, wykluczeniu edukacyjnym czy komunikacyjnym. Jak zatem wygląda to w kontekście sprawiedliwości klimatycznej i wizji sprawiedliwej transformacji?

Jako pierwsza w polskich realiach przychodzi na myśl transformacja w stronę odejścia od spalania węgla. Mówimy o niej w kontekście energetycznym – warto jednak pamiętać, że koks powstały w procesie spalania węgla kamiennego jest stosowany jako wsad w hutnictwie żelaza i metali kolorowych, odlewnictwie oraz przemysłach: sodowym, grafitowym, wapienniczym, materiałów izolacyjnych, rolniczym i wielu innych. Zielona transformacja wymaga nie tylko zapewnienia godziwego życia i alternatywnych miejsc pracy górnikom, ale również przemysłanej transformacji pozostałych przemysłów oraz całych łańcuchów wartości spółek węglowych: od lokalnego transportu, przez gastronomię, aż po firmy świadczące usługi napraw i renowacji. Wspominam o tym nieprzypadkowo. Sprawiedliwość klimatyczna sięga bardzo szerokiego zakresu problemów, wymagając przemysłanej analizy i rozsądnego planowania działań.

Kolejnym aspektem sprawiedliwości klimatycznej jest dostęp do zasobów takich jak woda, żywność, jak również energia. Ciężko mówić o wprowadzaniu zmian i przejściu na odnawialne źródła energii, racjonalne gospodarowanie wodą czy innych rozwiązaniach w momencie, gdy nie wszyscy mają dostęp do danego surowca, a obecna infrastruktura uniemożliwia zmianę zachowań, np. upowszechnienie się prosumenckiego modelu energetycznego. Konieczne stają się odpowiednie zachęty i sposoby finansowania bardziej przyjaznych dla środowiska rozwiązań – po to, aby nie wykluczać osób, które nie posiadają środków na tego typu inwestycje i tym samym zmniejszać np. ryzyko ich ubóstwa energetycznego. Sprawiedliwość może być tu rozumiana jako równość szans i dostępu, ale też wyrównywanie rosnących dysproporcji, chociażby między wsią a miastem.

Lokalna sprawiedliwość to również zauważanie lokalnych społeczności, mniejszości i różnic kulturowych. Stanowi to kluczowy aspekt przy planowaniu licznych inwestycji, mogących np. zanieczyszczyć wody gruntowe, glebę, wprowadzać warunki zagrażające zdrowiu i życiu jak działalność wydobywcza czy hodowla zwierząt w bliskim sąsiedztwie domów.

PATRZĄC GLOBALNIE...

Odnosząc się do poprzedzającego akapitu, warto nawiązać do przesiedleń i międzynarodowych inwestycji, w których obliczu stają mieszkańcy innych państw. Wiemy, że w związku z przeludnieniem, ale także zagrożeniem wynikającym z podnoszącego się poziomu oceanów rozważa się przenosiny w inne miejsca stolic Filipin czy Indonezji. Taka zmiana wiąże się z koniecznością wysiedlenia wieloletnich mieszkańców danego obszaru,

odebrania ziem uprawnych, wylesieniem oraz ogromnym zużyciem surowców. Zauważalna w tym przypadku staje się niesprawiedliwość na tle rasowym, kulturowym, jak również kontrast między pozycją inwestora a tą lokalnej ludności. Choć zmiany dotyczą ją w największym stopniu, sami niewiele mogą zmienić w swej pozycji.

Podczas gdy w Europie mówi się o uciekaniu od emisji, ochronie bioróżnorodności czy perspektywie równości, na świecie prowadzone są przez Chiny, Rosję, USA, jak i kraje europejskie liczne inwestycje, które przyczyniają się nie tylko do ogromnych emisji, ale również do zanieczyszczenia środowiska i wysiedlenia lokalnej społeczności. Przykładem może być EACOP (East African Crude Oil Pipe Line) Project – realizowana przez spółkę francusko-chińską inwestycja, zakładająca budowę wschodnioafrykańskiego rurociągu naftowego. Ma on przesyłać ropę naftową z okolic Jeziora Alberta w zachodniej Ugandzie do portu w mieście Tanga w Tanzanii. Ocenia się, że inwestycja ta wpłynie negatywnie na ponad 2 tys. km² cennych przyrodniczo przestrzeni, powodując zagrożenie nie tylko dla lokalnej bioróżnorodności (w tym zagrożonych gatunków), ale również doprowadzi do wysiedlenia i utraty ziem około 100 tys. ludzi, jak i wpłynie negatywnie na źródła wody i sytuację ekonomiczną milionów mieszkańców obu krajów. Według szacunków po zakończeniu inwestycji rurociąg ma być źródłem corocznych emisji na poziomie 34 mln ton CO₂.

Tego typu działania pokazują skalę dysproporcji między bogatymi a biednymi. Pod pretekstem inwestycji i polepszenia warunków ekonomicznych przeprowadza się rozwiązania mogące mieć katastrofalne skutki społeczne, ekonomiczne i ekolo-

giczne nie tylko w regionie inwestycji, ale również na skalę globalną. Najbogatszy 1% ludzi na ziemi emituje ok. 48 ton CO₂ rocznie na głowę, podczas gdy najbiedniejsze 50% tylko 0,6 tony. Mówimy tu nie tylko o decyzjach inwestycyjnych, ale również konsumpcjonizmie i nieracjonalnych wydatkach, prowadzących do takich wskaźników. Głośnym echem rozniósł się np. trwające po kilkanaście minut loty celebrytów, odbywające się na trasach, które bez obaw można pokonać samochodem – nie mówiąc już o innych, bardziej przyjaznych dla środowiska środkach komunikacji..

DYLEMATY SPRAWIEDLIWOŚCI KLIMATYCZNEJ

Podczas organizowanego w ramach programu Climate Leadership spotkania crowdsourcingowego poświęconego temu tematowi uczestniczące w nim osoby zwróciły uwagę na powstanie pewnego dylematu i trudności w ocenie tego, jak zdefiniować sprawiedliwość klimatyczną.

Jako przykład podane zostały inwestycje w odnawialne źródła energii (OZE). Z jednej strony to ważny i przyjazny dla środowiska kierunek, z drugiej – inwestycja, która może wpływać na cenne przyrodniczo tereny oraz lokalnych mieszkańców. Jako przestrzeń do inwestycji są wykorzystywane cenne tereny na obrzeżach parków narodowych czy w bliskim sąsiedztwie obiektów mieszkalnych. Turbiny wiatrowe z jednej strony generowały protesty lokalnych społeczności, mających poczucie bycia pominiętymi w procesach decyzyjnych, a z drugiej – po ograniczeniach powstały protesty inwestorów i osób popierających rozwój OZE.

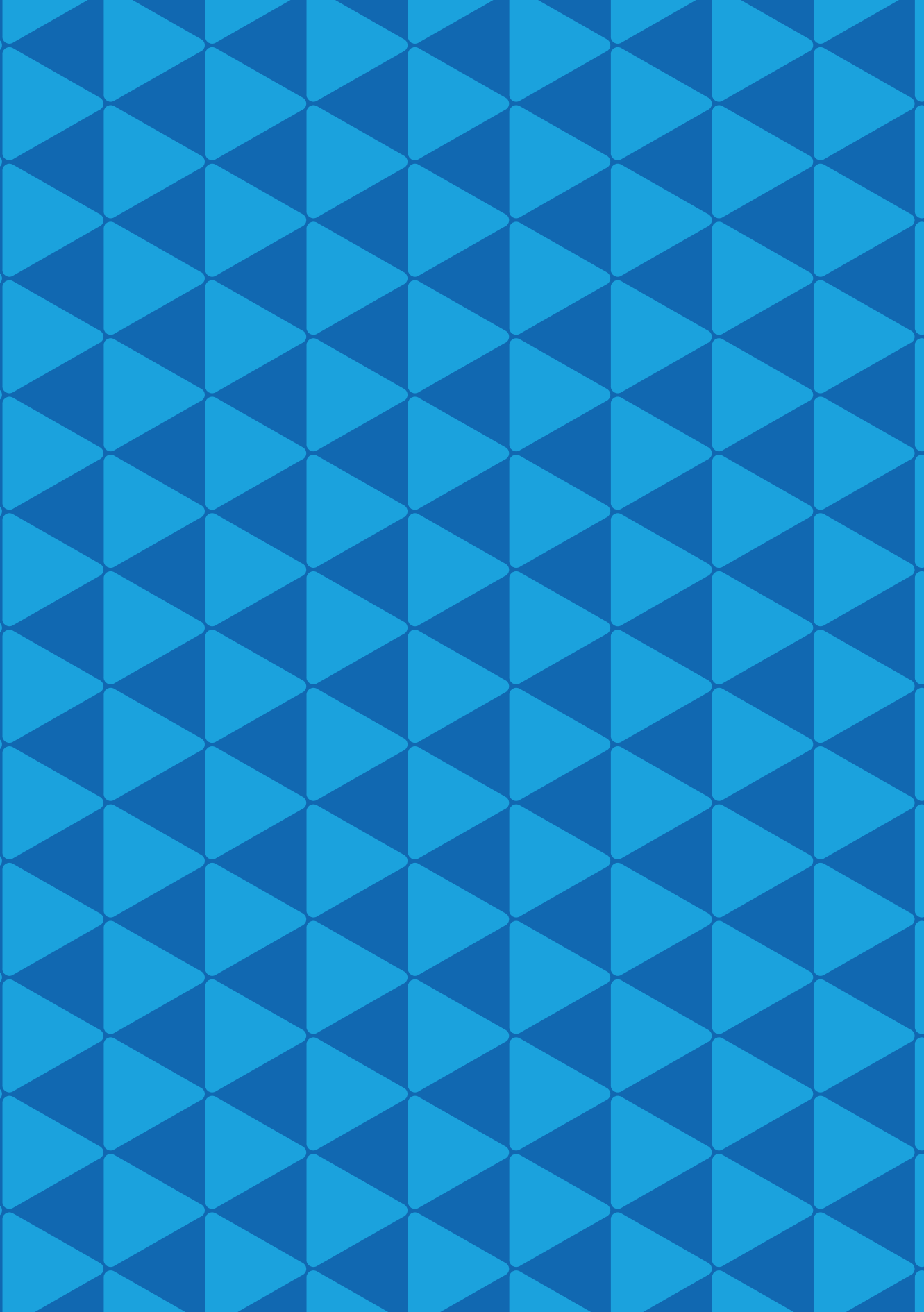
Czy w takiej sytuacji powinniśmy mówić o wynikających z poniesionych strat odszkodowaniach? Jak w tej sytuacji je wycenić? Czy możliwe jest uniknięcie – albo chociaż minimalizacja – negatywnych efektów ubocznych pożądaných inwestycji?

W kontekście transformacji mówimy o różnego rodzaju wskaźnikach – jak jednak ocenić sprawiedliwość inwestycji pod kątem ich wpływu na lokalne społeczności czy różnorodność biologiczną, która jest największym, niemyym i najbardziej cierpiącym aktorem naszych decyzji? W obliczu tego typu pytań i wątpliwości ważne jest, by poczucie niesprawiedliwości i bezsilności nie zmieniło się w klimatyczny katastrofizm. Obyśmy w coraz większym gronie aktywnie przeciwstawiali się negatywnym działaniom i dążyli do redukcji naszego negatywnego wpływu na środowisko, klimat i społeczeństwo.

Wysłuchajmy się w okrzyki, padające w trakcie protestów klimatycznych, i kierujmy się nimi w naszej działalności dla planety: What do we want? Climate justice. When do we want that? Now!

Michał Purol

Koordynator programu Climate Leadership w UNEP/GRID-Warszawa



Klimat, wojna, geopolityka. Biznes w trudnych czasach

Rok 2022 miał wyglądać inaczej. Mieliśmy mniej myśleć o pandemicznych obostrzeniach, bardziej zaś o zielonej odbudowie gospodarki oraz wakacyjnym odpoczynku. Zamiast tego zmuszeni jesteśmy obserwować zbrojną napaść na naszego sąsiada oraz niespotykane od kilkunastu lat wskaźniki wzrostu cen. Nawet zagraniczne wojaże – z innych niż do tej pory względów – przestały być taką prostą sprawą.

Powiedzieć, że globalny ład jest rozchwyany, wydaje się dziś łagodnym ujęciem sprawy. O ile jeszcze do niedawna można było żywić nadzieję (lub złudzenie – w zależności od poglądów pytanej osoby) na powrót do jakiejś formy status quo, o tyle w świecie wojny, inflacji oraz wciąż aktualnych, długofalowych trendów i wyzwań (takich jak urbanizacja, postęp technologiczny czy nierówności społeczne) sztuką będzie złapać nowy balans – możliwie szybko i z jak najmniejszymi negatywnymi skutkami transformacji w jego kierunku.

Nie jest to proces prosty – choćby dlatego, że wciąż nie brakuje aktorów życia społecznego i politycznego dowodzących, że budowę bardziej przyjaznego dla ludzi i środowiska świata należy odłożyć do szuflady i skupić się na bardziej pilnych, przyziemnych sprawach, takich jak wzrost gospodarczy. Trudno inaczej odczytywać nawoływania do odchodzenia od ambitnych polityk klimatycznych czy roztaczanie wizji budowy bezpieczeństwa energetycznego na bazie paliw kopalnych.

Podminowanie współpracy międzynarodowej w wyniku rosyjskiej agresji na Ukrainę siłą rzeczy sprawia, że globalna zielona transformacja będzie realizowana w mniej optymalny z punktu widzenia wiedzy o kryzysie klimatycznym sposób. Już dziś widzimy chociażby punktowe inwestycje w infrastrukturę paliw kopalnych (takie jak terminale na ciekły gaz ziemny), które byłyby znacznie mniej potrzebne, gdyby nie przeszłe

zaniedbania inwestycyjnych w zakresie efektywności energetycznej, odnawialnych źródeł energii czy zmian w sektorach innych niż energetyka.

Inwestycji, co do których będzie istnieć pokusa czerpania jak największych korzyści ekonomicznych również wtedy, gdy miną zagrożenia geopolityczne, a zamiast tego same będą stanowić coraz większe zagrożenie dla klimatu.

ODNALEŹ SIĘ W BURZY

Zmiany modeli biznesowych w tak zarysowanym otoczeniu z jednej strony mogą przebiegać jeszcze bardziej chaotycznie, z drugiej zaś ich przeprowadzenie będzie wymuszać coraz więcej czynników. Czynników, które łatwiej będzie dostrzec, gdy odejdzie się od wizji chronienia środowiska jako czegoś „ekstra” – wartości postmaterialnej, o którą możemy się zatroszczyć wówczas, gdy stać nas będzie na zaspokojenie innych, uznawanych za bardziej „bazowe” potrzeb.

Nasza planeta coraz wyraźniej pokazuje, że nie jest czymś zewnętrznym, od czego możemy się w prosty sposób odseparować za pomocą dystansu przestrzennego i postępu technologicznego.

Każda kolejna fala upałów, gwałtowna burza czy ulewa, pomimo której media informują o niskich stanach rzek czy kolejnych samorządach, zachęcających mieszkańców do ograniczania zużycia wody, przypominają o wnioskach z niedawnego, kolejnego cyklu raportów IPCC – Międzypaństwowego Panelu ds. Zmiany Klimatu. Na ich łamach coraz mocniej dyskutowany jest związek między wzrostem średniej, globalnej temperatury a rosnącą siłą i częstotliwością gwałtownych zjawisk pogodowych.

Zjawiska te coraz mocniej oddziałują nie tylko na naszą jakość życia, ale również na biznes. Trudno mówić o bezpieczeństwie żywnościowym – temacie, który z powodu wojny w Ukrainie zaczął być traktowany z powagą, na jaką zasługuje – gdy Polska od lat, z różnym natężeniem, zmaga się z suszą rolniczą. Coraz trudniej nie zauważać kosztów szkód związanych z podtopieniami czy energią, którą zmuszeni jesteśmy konsumować, gdy decydujemy się np. na inwestycję w klimatyzację, bez której coraz ciężiej nam żyć i pracować latem.

To już – jak widać – nie tylko wyzwania legislacyjne, z powodu których firmy ociągające się z zieloną transformacją są przymuszane do dokonywania zmian w swych modelach biznesowych. Dodając do tej wyliczanki koszty niestabilnych (aktualnie raczej wysokich) cen na stacjach benzynowych czy wciąż naderwane globalne łańcuchy dostaw, trudno bronić przekonania, że powrót do status quo jest na dłuższą metę możliwy. Nawet gdy na bok odłożymy dyskusję o tym, czy naprawdę takiego powrotu do przeszłości chcemy.

MYŚLEĆ SZERZEJ

Co w takiej sytuacji może pomóc w znalezieniu swojej niszy rynkowej?

Po pierwsze, otwartość na strategiczne myślenie. Nie chodzi o wymyślenie jednej wizji przyszłości i kurczowe trzymanie się jej przy podejmowaniu decyzji biznesowych, lecz o wyłapywanie w szumie informacyjnym długofalowych trendów (gospodarczych, społecznych, środowiskowych, a nawet kulturowych), które mogą wpływać na prowadzenie działalności gospodarczej. Równie istotna jest świadomość potencjalnych ryzyk i umiejętność

przygotowania się na nie poprzez budowanie odporności (resilience) organizacji na przyszłe wyzwania.

Doskonałym tego przykładem jest zauważanie zmieniającego się charakteru tendencji globalizacyjnych – obserwowanie, że ograniczanie analizy łańcucha dostaw wyłącznie do kwestii bezpośrednich kosztów finansowych niesie ze sobą całkiem realne ryzyko w sytuacji napięć handlowych, pandemii czy zmieniającego się otoczenia politycznego. Gdy uwzględni się te kwestie w analizie, może okazać się, że bezpieczniej jest, nawet jeśli nie podejmie się decyzji o relokalizacji produkcji, starać się skracać łańcuchy dostaw czy bardziej efektywnie, w duchu gospodarki o obiegu zamkniętym, gospodarować ograniczonymi surowcami.

Po drugie, nie dać się skusić na zawrócenie z drogi. Argumentów na rzecz tego rozwiązania w przestrzeni publicznej nie zabraknie. Część znamy od dawna, jak te twierdzące, że działania proklimatyczne realizuje tylko Unia Europejska i że nic one nie zmienia. Część wiąże się z silosowym, znanym z dotychczas dominującego modelu gospodarczego spojrzeniem na drogę do neutralności klimatycznej – tu pojawiać się z kolei będą argumenty o tym, że panele fotowoltaiczne czy samochody elektryczne wygenerują jedynie więcej odpadów.

Tak jak w wielu innych dziedzinach życia, tak i tu wiedza o trendach może pomóc w odpieraniu tego typu argumentów. Nie chodzi o udawanie, że zazielenianie gospodarki będzie prostym procesem, w którym nigdy nie popełnimy żadnego błędu. To, że na globalną skalę brakuje nam jeszcze sporo do osiągnięcia celów paryskiego porozu-

mienia klimatycznego nie oznacza jednak, że nic się nie dzieje.

Deklaracje o neutralności klimatycznej przyjmują kraje takie jak: Chiny, Indie czy Nigeria. W odnawialne źródła energii inwestują kraje Bliskiego Wschodu, do tej pory słynące raczej z wydobycia ropy. Upowszechniają się działania na rzecz ponownego wykorzystywania paneli fotowoltaicznych czy części składowych aut elektrycznych (tym bardziej, że często znajdziemy w nich cenne minerały ziem rzadkich) po zakończeniu ich użytkowania. Nie mówiąc już o tym, że wcale nie musimy myśleć o przyszłym świecie jako o prostej (tyle że „zielonej”) kalce tego, co widzimy dziś za oknem. Wizje piętnastominutowych miast czy wdrożony tego lata w Niemczech pomysł na obowiązujący w transporcie miejskim i kolejach regionalnych „bilet za 9 euro” pokazują, że możemy żyć w inny, bardziej przyjazny dla ludzi i środowiska sposób.

Po trzecie, ruszyć w tę podróż wspólnie. Szanse na sukces drogi całych gospodarek do neutralności klimatycznej będą tylko tak duże, jak szanse skorzystania z ich korzyści najstarszych grup społecznych czy graczy rynkowych. Tam, gdzie klimatyczne przywództwo rozumiane będzie jako odgórne zarządzanie celów, wprowadzanie nowych regulacji czy zasad bez analizy alternatyw czy tłumaczenia ich sensu i celu (niezależnie od tego, czy mówimy tu o poziomie legislatora czy firmy), tam ryzyko oporu przed taką formą działania będzie jedynie narastać.

Ryzyko to może przejawiać się na najróżniejsze sposoby, spośród których jedynie część musi przyjmować tradycyjnie rozumiane zaprzeczanie kryzysowi klimatycznemu bądź temu, by był on

skutkiem działalności człowieka. Czasem może oznaczać składanie długofalowych deklaracji bez konkretnych, szybkich działań, czasem sprzeciwu wobec konkretnej inwestycji czy prawa. Bez zrozumienia źródeł tego oporu i odpowiedzeniu na nie w przejrzysty sposób grozić nam będzie wyhamowanie procesu zielonej transformacji. Wyhamowanie, na które nie możemy sobie pozwolić.

Charakter niezbędnego dla uniknięcia tego ryzyka dialogu jest dobrze rozpoznany. Poza sprawną, demokratyczną debatą publiczną potrzebny jest nam realny dialog w łańcuchu wartości, rozmowy z lokalnymi społecznościami na obszarach, na których planowane są inwestycje, a także partnerska współpraca między biznesem, środowiskami naukowymi oraz organizacjami pozarządowymi, umożliwiająca wymianę wiedzy, doświadczeń oraz wspólną analizę tego, jak odpowiadać na długofalowe trendy i zakłócające globalną równowagę wydarzenia.

DOBRE JUŻ BYŁO? TO ZALEŻY OD NAS

Kiedy Program ONZ ds. Środowiska (UNEP) w swoich raportach z cyklu „Emissions Gap Report” zauważał kilka lat temu, że obecna dekada będzie kluczowym dla działań na rzecz ochrony klimatu okresem, mało kto spodziewał się zapewne, jak wiele tragicznych wydarzeń zagrażać będzie stabilności ładu międzynarodowego – i jak szybko zaczną zachodzić. Mają one bezpośredni wpływ na szanse sukcesu wysiłków na rzecz radykalnej obniżki emisji gazów cieplarnianych i odbudowy ekosystemów. Dziś nie dość, że z powodu dawnych zaniedbań marsz zmieni się w sprint, to na dodatek na torze do roku 2050 widać coraz więcej przeszkód.

Nie będzie wiele przesady w stwierdzeniu, że odpowiedzialność biznesu w tak zarysowanym otoczeniu pozostaje istotna. Nawet jeśli międzynarodowi komentatorzy zaczynają mówić o powrocie dominacji kwestii politycznych nad gospodarczymi, to wciąż całkiem sporo zależy od tego, czy deklarujące chęć budowy bardziej przyjaznego dla środowiska świata firmy będą realizować działania o skali adekwatnej do rangi stojących przed nami wyzwań.

Pod lupę – zarówno przez regulatorów, jak i opinię publiczną – brane będą deklaracje i ich przetłóczenie na konkretne działania. Rozminięcie się marketingowych wizji z rzeczywistością będzie przyczyniać się do erozji zaufania społecznego. Nie tylko do pojedynczej firmy, ale wręcz całego systemu społeczno-gospodarczego, w którego obrębie w ten sposób jest realizowana zielona transformacja.

O zagrożeniach, wynikłych z nałożenia się kryzysu zaufania społecznego na kryzysy środowiskowe, społeczne i gospodarcze, nikogo nie powinno być trzeba przekonywać. Rozpowszechnienie się różnego rodzaju teorii spiskowych, kwestionujących konsensus naukowy w trakcie pandemii koronawirusa niosło ze sobą realne, ludzkie cierpienie. Działanie wszelkiego rodzaju instytucji – w tym biznesowych – powinno służyć temu, by tego cierpienia w kolejnych latach raczej ubywało, niż przybywało.

Bartłomiej Kozek

Kierownik Działu Zielonej Transformacji
w UNEP/GRID-Warszawa

Zanieczyszczenie plastikiem – dlaczego jest to ważny temat?

Tworzywa sztuczne, potocznie nazywane plastikiem, są palącym tematem, kiedy rozmawiamy o zmianach klimatu. Nie bez powodu, gdyż wytwarzane są z paliw kopalnych, co sprawia, że nie tylko przyczyniają się do generowania emisji gazów cieplarnianych podczas procesu produkcji, ale również ulegają powolnej degradacji, co skutkuje ogromną ilością pozostałych po nich odpadów.

Plastik wpływa na środowisko podczas całego cyklu życia – od produkcji, poprzez użytkowanie oraz jako odpad. Wyniki badań OECD z tegorocznego raportu „Krajobraz światowego plastiku: Scenariusze Polityki do 2060” nie napawają optymizmem. Jeśli nie wprowadzimy zmian w swoim podejściu i szybko nie zaczniemy przeciwdziałać rozprzestrzenianiu tworzyw sztucznych, to ich użycie do 2060 r. wzrośnie trzykrotnie, generując odpowiednio ogromne ilości odpadów.

Już dzisiaj UNEP alarmuje, że co minutę do oceanów trafia ciężarówka plastiku. Efektem jest niszczenie tego ekosystemu, włącznie z obumieraniem raf koralowych i wymieraniem kolejnych gatunków ryb. Kryzys dotyczy nie tylko odległych oceanów – do samego Morza Bałtyckiego wpada 27 tysięcy ton plastiku rocznie. Problem nie kończy się na ekosystemie wodnym – szereg badań wskazuje, że mikroplastik (cząsteczki plastiku o średnicy mniejszej niż 5 mm) znajdziemy również w powietrzu, w wodzie pitnej, w żywności i... w naszych płucach, a nawet w jelitach noworodków. Ostatnimi czasy coraz więcej mówi się również o nanoplastiku, czyli jeszcze mniejszych cząsteczkach plastiku (<100 nm), których jest naturalnie więcej. Wiemy już, że mogą one przenikać przez skórę i odkładać się w naszych organizmach, ale badań jest jeszcze za mało, żebyśmy znali ich dokładny wpływ na zdrowie. Brzmi nieprzyjemnie i nieprzyjemnym jest.

KAŻDY KIJ MA DWA KOŃCE – PLASTIK JEST NAM POTRZEBNY

Dla obiektywnej oceny nie możemy zapominać o drugiej stronie medalu, a mianowicie o fakcie, że plastik jest przydatnym i pożytecznym tworzywem. Dzięki niemu nasza żywność może być dłużej zdana do spożycia, stosujemy lekkie i wygodne protezy, a artykuły medyczne są sterylne i łatwe do dystrybucji. Używamy plastiku również do produkcji urządzeń służących do pozyskiwania odnawialnych źródeł energii, jak na przykład paneli fotowoltaicznych.

Problem w tym, że wysoka użyteczność i stosunkowo niska cena sprawiły, że plastik stał się tworzywem używanym nie tylko wtedy, gdy jest niezbędny, ale również wykorzystywanym do krótkotrwałych, często jednorazowych zastosowań. Wpadliśmy w ten sposób w pułapkę paradoksu Jevonsa – nauczyliśmy się być bardziej wydajni, aby dobrze gospodarować zasobami, a zamiast tego wykorzystaliśmy tę wiedzę do nadmiernej eksploatacji. Ponieważ nie posiadamy efektywnych narzędzi recyklingu, plastik podzielił los pozostałych surowców – stał się nie tylko zabójcą środowiska, ale również kosztownym materiałem.

Reasumując, możemy pokusić się o tezę, że plastik nie jest zły, plastik jest tylko źle zarządzany.

W JAKI SPOSÓB TO ODWRÓCIĆ?

Naszcześnie sprawa jest przegrana. O ile skupimy się na dwóch filarach drogi do oczyszczenia świata z plastiku, mamy szansę na odwrócenie biegu zdarzeń. Po pierwsze, musimy ograniczyć produkcję, a tym samym konsumpcję tworzyw sztucznych do niezbędnego minimum. Po drugie, w przypadku faktycznej konieczności wykorzystania plastiku, powinniśmy używać go efektywnie i zgod-

nie z zasadami gospodarki cyrkularnej. Posiadamy już wiele rozwiązań, które się do tych reguł stosują – CCU (Carbon Capture and Use), czyli wychwytywanie i wykorzystywanie węgla z powietrza czy wprowadzanie regulacji dotyczących selektywnej zbiórki odpadów. Lista na tym się nie kończy, natomiast nadal nie jest wystarczająco długa i wyczerpana, aby skutecznie rozwiązać problem szeroko pojętego zanieczyszczenia plastikiem.

Podchodząc do tematu holistycznie, potrzebujemy rozwiązań uwzględniających różne branże i całą drogę cyklu życia plastiku – od produkcji, poprzez konsumpcję, aż po jego odzyskiwanie – aby na dobre odejść od gospodarki linearnej. Z analizy UNEP wynika, że samo przejście na gospodarkę cyrkularną może do 2040 r. zmniejszyć ilość tworzyw sztucznych trafiających do oceanów o ponad 80%, zredukować produkcję pierwotnego plastiku o 55% oraz zmniejszyć emisje gazów cieplarnianych o 25%. Taka perspektywa utwierdza, że gra jest warta świeczki.

CYKL ŻYCIA PLASTIKU – WYZWANIA PRODUKCJA

Jednym z największych wyzwań związanych z plastikiem jest wysoka emisja gazów cieplarnianych w momencie jego produkcji. Najoczywistszym rozwiązaniem problemu wydaje się być ograniczenie produkcji do niezbędnego minimum, czyli kontynuacja produkcji tylko niezbędnych materiałów jak wyroby medyczne oraz znaczna redukcja produkcji np. plastikowych opakowań do żywności, które mogłyby być zastąpione innymi, na przykład wytwarzanymi z tworzyw biodegradowalnych. Ważnym krokiem jest również eliminacja produkcji, która nie jest niezbędna, jak wytwarzanie nadwyżek odzieży przy wprowadzaniu kolejnych kolekcji w branży modowej.

Kluczowym aspektem w podejściu do produkcji plastiku jest ekoprojektowanie, czyli uwzględnienie wpływu na środowisko już przy procesie wymyślenia produktu. Należy rozpatrzyć, czy nasz produkt będzie mógł być ponownie wykorzystany lub łatwo przetworzony, czy możemy wydłużyć jego żywotność oraz ułatwić naprawialność i czy możemy użyć do jego produkcji recyklatu lub rzeczonych tworzyw biodegradowalnych (recyklaty to surowce pozyskane w zakładzie recyklingu odpadów, które stanowią bazę do wytwarzania nowych produktów). Ważne jest również upraszczanie konstrukcji produktu, aby nie składał się z różnych materiałów, które ciężko oddzielić do segregacji lub do których spojenia należy użyć dodatkowych materiałów typu klej czy śruby. Dobrze przemyślany projekt ma znaczny wpływ na cały cykl życia produktu i jest to kluczowy, często jedyny moment, pozwalający uniknąć możliwych negatywnych skutków w przyszłości.

KONSUMPCJA

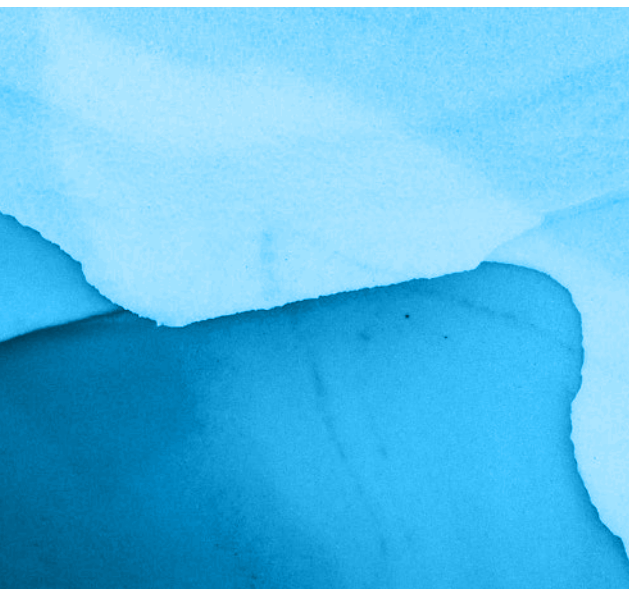
Niewiele mówi się o tym, że codzienne użytkowanie plastiku również generuje zanieczyszczenia. Podczas każdego prania odzieży syntetycznej (np. bluzy polarowej) mikroplastik uwalnia się do cieków wodnych. Takie samo zjawisko zachodzi przy używaniu kosmetyków z mikroplastikiem (np. balsamu z drobinkami peelingującymi), który przy kąpieli, razem z wodą, spływa do kanalizacji. Dodatkowe filtry i ochronne torby na ubrania to niektóre z dostępnych już rozwiązań pomagających wyłapać mikroplastik podczas prania, natomiast w przypadku balsamu rozwiązaniem jest używanie produktów z drobinkami z naturalnych składników.



Kolejnym wyzwaniem przy okazji konsumpcji jest recykling. Z raportów *Plastics Europe* możemy się dowiedzieć, że recykling odpadów z tworzyw sztucznych zbieranych selektywnie osiąga trzynastą część wyższy poziom niż w przypadku braku selektywności. Jako konsumenci, mimo dobrych intencji, nie wiemy, w jaki sposób segregować. Bardzo pomogłoby już samo znakowanie produktów z informacją, w jakiej formie (np. butelkę po wodzie należy odkręcić, opróżnić, zgnieść, zakręcić i wyrzucić) i do jakich kontenerów (np. karton po mleku wrzucamy do plastiku). Warto też nabrać dobrych nawyków jak noszenie butelki wielokrotnego użytku, którą można napęlić pitną wodą z kranu, zamiast kupowania wody butelkowanej.

ODZYSKIWANIE

Obecnie, w krajach europejskich jesteśmy w stanie wyprodukować 5,5 miliona ton recyklatów z 10 milionów ton tworzyw sztucznych poddanych recyklingowi. Jednocześnie tylko 35% z selektywnie



zebranego plastiku w Polsce jest faktycznie recyklingowane. Potrzebujemy innowacji, które pozwolą wytwarzać więcej jakościowych recyklatów i przetwarzać jeszcze większe ilości odebranego surowca. Wdrażanie tych rozwiązań powinno iść równolegle z inwestycjami w instalacje przetwarzania odpadów, aby uzupełnić niedobory odpowiedniej infrastruktury, która mogłaby zapewnić zagospodarowanie wszystkich frakcji odpadów.

Istotnym elementem w zarządzaniu odpadami będzie implementacja Dyrektywy Parlamentu Europejskiego i Rady (UE) 2019/904 w sprawie zmniejszenia wpływu niektórych produktów z tworzyw sztucznych na środowisko. Dyrektywa ma na celu wprowadzenie szeregu rozwiązań do zarządzania plastikiem, między innymi systemu kaucyjnego, rozszerzonej odpowiedzialności producenta (ROP) czy ograniczenie użycia plastikowych produktów jednorazowego użytku. W kwestii odzyskiwania surowców kluczowe będzie nałożenie na przedsiębiorców obowiązku gospodarowania odpadami

oraz opłaty produktowej – w Polsce Ministerstwo Klimatu i Środowiska pracuje nad ustawą, której nowy projekt został opublikowany w lipcu bieżącego roku.

ONZ – REZOLUCJA 5/14 PODJĘTA PODCZAS ZGROMADZENIA ONZ DS. ŚRODOWISKA (UNEA-5)

W marcu tego roku, podczas Zgromadzenia ONZ ds. Środowiska, 175 krajów przyjęło rezolucję UNEA 5/14 pod tytułem „Koniec z Zanieczyszczeniem Tworzywami Sztucznymi: w kierunku prawnie wiążącego instrumentu międzynarodowego”. Wzywa ona do zakończenia zanieczyszczania świata plastikiem, zobowiązując kraje do zawarcia międzynarodowego, prawnie wiążącego porozumienia do końca 2024 r. Wysłała jasny sygnał, że problem plastiku jest nie tylko ważny, ale i pilny, biorąc pod uwagę, że dwa lata na takie przedsięwzięcie to ogromne wyzwanie.

W odpowiedzi na Rezolucję, pod koniec sierpnia 2022, rządy Norwegii i Rwandy powołały koalicję „The High Ambition Coalition to End Plastic Pollution”. Koalicja ma na celu wypracowanie rzeczowego instrumentu międzynarodowego, skupiając się na regulacjach i zachętach dla przedsiębiorców, koronnych w drodze do realnych zmian. Do tej pory, do koalicji dołączyło 21 rządów, m.in. Kanady, Niemiec czy Wielkiej Brytanii. Rozsądnym ruchem byłoby dołączenie do grupy silnie zainteresowanej tematem Polski, m.in. z uwagi na fakt, że plasuje się ona na 4. miejscu pod względem zapotrzebowania na tworzywa sztuczne w Europie, zaraz po Niemczech, Włoszech i Francji.

UNEP/GRID-WARSZAWA INAUGURUJE INICJATYWĘ #ENDPLASTICPOLLUTION

Poczuwając się do odpowiedzialności, UNEP/GRID-Warszawa rozpoczyna inicjatywę #EndPlasticPollution na rzecz walki z zanieczyszczeniem plastikiem, w której zaadresujemy tematy zarządzania całym cyklem jego życia (LCA) i przedstawimy rozwiązania problemu rosnącej ilości zanieczyszczeń pochodzących z plastiku. Łącząc przedstawicieli nauki i biznesu, rząd, samorządy, ekspertów oraz pozarządowe organizacje, **połączymy siły** w działaniach przeciw zanieczyszczeniu plastikiem. Nasz cel to **wypracowanie rekomendacji** dla Międzynarodowego Komitetu Negocyjacyjnego (INC), bazujących na wiedzy stron zaangażowanych w produkcję, przetwarzanie, dystrybucję, konsumpcję tworzyw sztucznych, a także na pracy legislacyjnej oraz innowacjach technologicznych. Do zdefiniowanych wyzwań proponujemy **skuteczne rozwiązania**, odnoszące się do całego pakietu działań w zakresie 1) optymalizacji produkcji, 2) zamykania obiegu, 3) zagospodarowania odpadów w ekosystemach oraz 4) edukacji.

Posiadając doświadczenie, ogromną bazę informacji oraz zaufany krąg ekspertów, stworzymy **platformę do dyskusji** angażującą wszystkich interesariuszy, dzięki której zbierzemy **dobrze i złe praktyki w poszczególnych branżach** i odpowiemy na nie odpowiednimi **rekomendacjami**. Następnie, skupimy się na wsparciu implementacji prawa międzynarodowego w naszym regionie.

CZY TO FAKTYCZNIE AŻ TAK WAŻNE?

Dane dotyczące niebezpiecznej i wszechobecnej obecności plastiku nie pozostawiają innego wyboru – musimy działać jak najszybciej, jak najmocniej i na każdym froncie. Potrzebujemy redefinicji dobrobytu i zamiast produkować szybciej oraz konsumować więcej, warto rozpatrzyć swoje działania i ich wpływ na życie nasze oraz kolejnych pokoleń w perspektywie długoterminowej, skupiając się na rozwoju, zamiast na wzroście gospodarczym. Satish Kumar od lat tłumaczy: „Jesteśmy zależni od darów natury, ale te dary muszą być przyjmowane z wdzięcznością, nie eksploatowane czy wykorzystywane”. Tracąc piękne krajobrazy, własne zdrowie i naturalne zasoby, płacimy za to, że nie przyjeśliśmy do wiadomości tych słów.

Przewodniczący Zgromadzenia UNEA-5, Espen Barth Eide podsumował podjętą Rezolucję 5/14 słowami: „Zanieczyszczenia z tworzyw sztucznych urosły do rozmiarów epidemii. Dzięki dzisiejszej rezolucji jesteśmy oficjalnie na dobrej drodze do jej opanowania”. Porównanie epidemii przywołuje na myśl dane WHO, która wskazuje, że pandemia COVID-19 zabrała przez niespełna trzy lata około siedmiu milionów istnień – to tyle samo, ile osób umiera rocznie z powodu zanieczyszczeń powietrza. Produkcja i utylizacja plastiku są ich znaczną częścią, generując emisje gazów cieplarnianych zbliżające się do miliarda ton CO₂ rocznie. Najwyższy czas, żebyśmy zaczęli słuchać nauki, która udowadnia, że jest o co walczyć.

Marta Grzywaczyk
Managerka ds. ESG – UNEP/GRID-Warszawa

Propozycje dla liderów

TEKSTY EKSPERTÓW/EK PROGRAMU

Polskie firmy muszą dostrzec kolor zielony

Choć Unia Europejska wciąż nie weszła na ścieżkę wytyczoną przez naukowców, trudno znaleźć na rynku innego dużego gracza, który robi więcej, by odejść od paliw kopalnych. A to oznacza jedno: polskie firmy albo wsiądą do zielonego pociągu, albo będą miały problem.

Świat nauki wskazuje jasno. Aby zachować cień szansy na ograniczenie globalnego ocieplenia na względnie bezpiecznym poziomie 1,5°C, emisje gazów cieplarnianych muszą do końca tej dekady spaść o połowę. Do połowy wieku niezbędna jest zaś neutralność klimatyczna. Trudno znaleźć rozwiniętą gospodarkę, która zmierzałaby w tym kierunku. Żadna nie zmienia się jednak tak szybko, jak gospodarka Unii Europejskiej.

Przykładem może być chociażby planowany zakaz sprzedaży samochodów spalinowych, który ma wejść w życie w 2035 r. Albo przygotowana reforma unijnego systemu handlu emisjami, która ma objąć również sektor budynków i transportu. Z jednej strony przed biznesem stoi więc wiele wyzwań. Z drugiej pojawia się wiele szans.

ZIELONE MIEJSCA PRACY TO TU I TERAZ

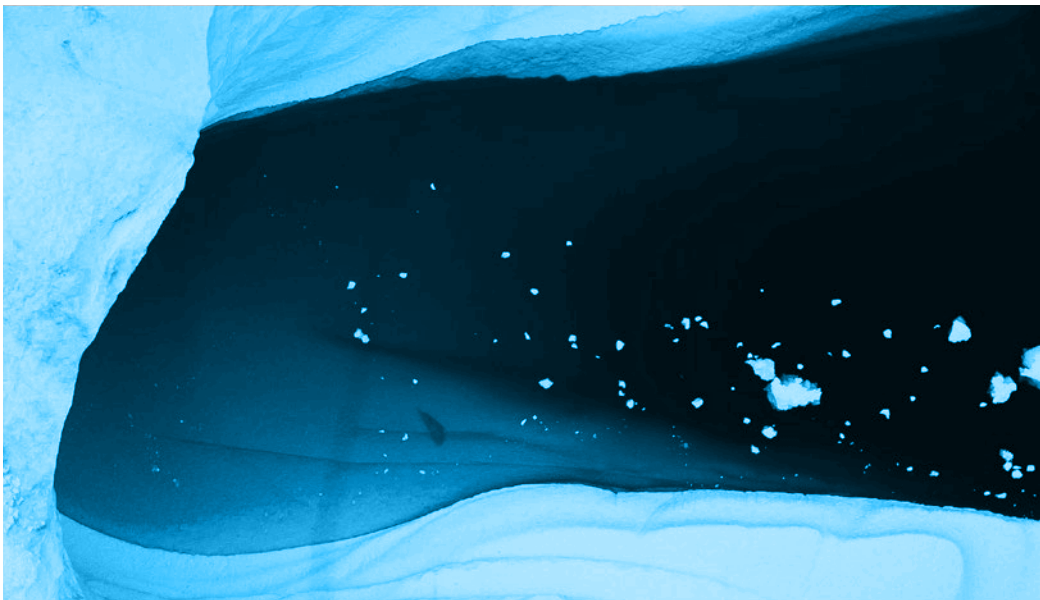
Polska już dzisiaj jest ważnym państwem na mapie elektromobilności. W 2021 r. prawie 3% wartości całego naszego eksportu (6,6 mld euro) stanowiły akumulatory litowo-jonowe. To największy produkt eksportowy branży motoryzacyjnej – polska gospodarka już dziś zarabia na tym więcej niż na eksporcie samochodów spalinowych. Jesteśmy też liderem w budowie szybkich tadowarek i autobusów elektrycznych oraz jednym z liderów na rynku produkcji rowerów (także tych elektrycznych).

Wielki boom w sektorze przydomowych instalacji fotowoltaicznych sprawił, że w 2020 r. Polska stała się największym w całej Unii pracodawcą w sektorze energetyki słonecznej. I choć po zmianie przepisów w kwietniu 2022 r. branża złapała zadyszkę, wciąż jesteśmy europejskim potentatem. Kwestią czasu pozostaje, gdy rozkręci się także energetyka wiatrowa.

Wojna w Ukrainie, odwrót od gazu ziemnego i rosnące ceny „tradycyjnych” surowców energetycznych przyniosły zaś inną rewolucję w gospodarstwach domowych. W ciągu kilku miesięcy zainteresowanie pompami ciepła znacząco wzrosło i w połowie roku stanowiły one już ponad połowę wniosków składanych w ramach programu „Czyste Powietrze”. Pompy ciepła były do tej pory towarem sprowadzanym, ale do 2024 r. w Ksawerowie pod Łodzią powstanie fabryka zatrudniająca przynajmniej tysiąc osób (do 2030 r. ma zatrudniać już 3 tys. ludzi).

Coraz większe znaczenie będzie odgrywać też efektywność energetyczna. Dziś ogromne ilości ciepła są tracone, bo miliony budynków jest starych, nieocieplonych (lub niedocieplonych) i zniszczonych. Zwłaszcza w świetle kryzysu energetycznego i wojny w Ukrainie to coś, co po prostu musi się zmienić.

Co to wszystko oznacza? Że zielone miejsca pracy nie są już miejscami pracy z odległej przyszłości. To miejsca pracy, które są obecne już tu i teraz. I potrzebujemy ich coraz więcej. Natychmiast. W ciągu ostatnich lat ceny za fotowoltaikę, wiatraki czy baterie litowo-jonowo znacząco spadły. Jednym z powodów, który może je podnosić, jest brak wykwalifikowanej kadry. Rozwój sektora elektromobilności czy OZE był imponujący, ale w kontekście potrzeb związanych z ochroną klimatu i unijną polityką wciąż jesteśmy na początku drogi. Im więcej przedsiębiorstw i pracowników na nią wejdzie, tym lepiej dla polskiej gospodarki



i tym lepiej dla transformacji energetycznej. To samo dotyczy docieplania budynków czy instalacji pomp ciepła, gdzie jednym z „wąskich gardeł” już dziś są właśnie braki kadrowe.

Pompy ciepła, wiatraki, panele słoneczne, elektromobilność, efektywność energetyczna czy też magazyny energii i ciepła to sektory tak terazniejszości, jak i w jeszcze większym stopniu przyszłości. Kto zaśpi, ten straci.

ZACHOWAĆ KONKURENCYJNOŚĆ

Łukasz Dobrowolski, od wielu lat związany z biznesem, jest głównym autorem opublikowanego w styczniu 2022 r. raportu „Lepiej późno niż później”. W jednym z wywiadów przy okazji jego premiery opowiadał o polskiej firmie, do której holenderski kontrahent cztery razy zgłaszał się z prośbą o dane dotyczące emisji dwutlenku węgla. Firma to ignorowała, bo uznawała sprawę za niepoważną. Aż kontrahent poinformował, że bez tych informacji nie przedłuży współpracy. I nagle w bardzo krótkim czasie trzeba było znaleźć kogoś, kto pomoże w profesjonalny sposób obliczyć ślad węglowy.

Wniosek z tej anegdoty i samego raportu jest prosty: także i w tym przypadku kto zaśpi, ten straci. A jeżeli polskie firmy nie zaczną działać na rzecz ochrony klimatu, eksport padnie. Choć mówi się o tym bardzo mało, to naprawdę kluczowa sprawa, bo aż 50% polskiego PKB opiera się na eksporcie (w 2001 r. było to tylko 20%), a 75% tego eksportu trafia do krajów Unii Europejskiej, z czego 29% do samych Niemiec. Tymczasem bardziej „brudną” gospodarkę w przeliczeniu na jednostkę PKB ma w Unii Europejskiej jedynie Estonia.

Zachodnie przedsiębiorstwa coraz mocniej zaczynają myśleć nie tylko o swoich emisjach, ale i całym łańcuchu dostaw. Firmy działające dzięki paliwom kopalnym (bo np. używają energii elektrycznej ze spalania węgla) będą więc coraz bardziej wytykane palcami. I coraz mniej kontrahentów będzie chciało coś od nich kupować. Dotyczy to także polskich firm, których towary będą miały duży ślad węglowy. I będą płaciły za to coraz więcej.

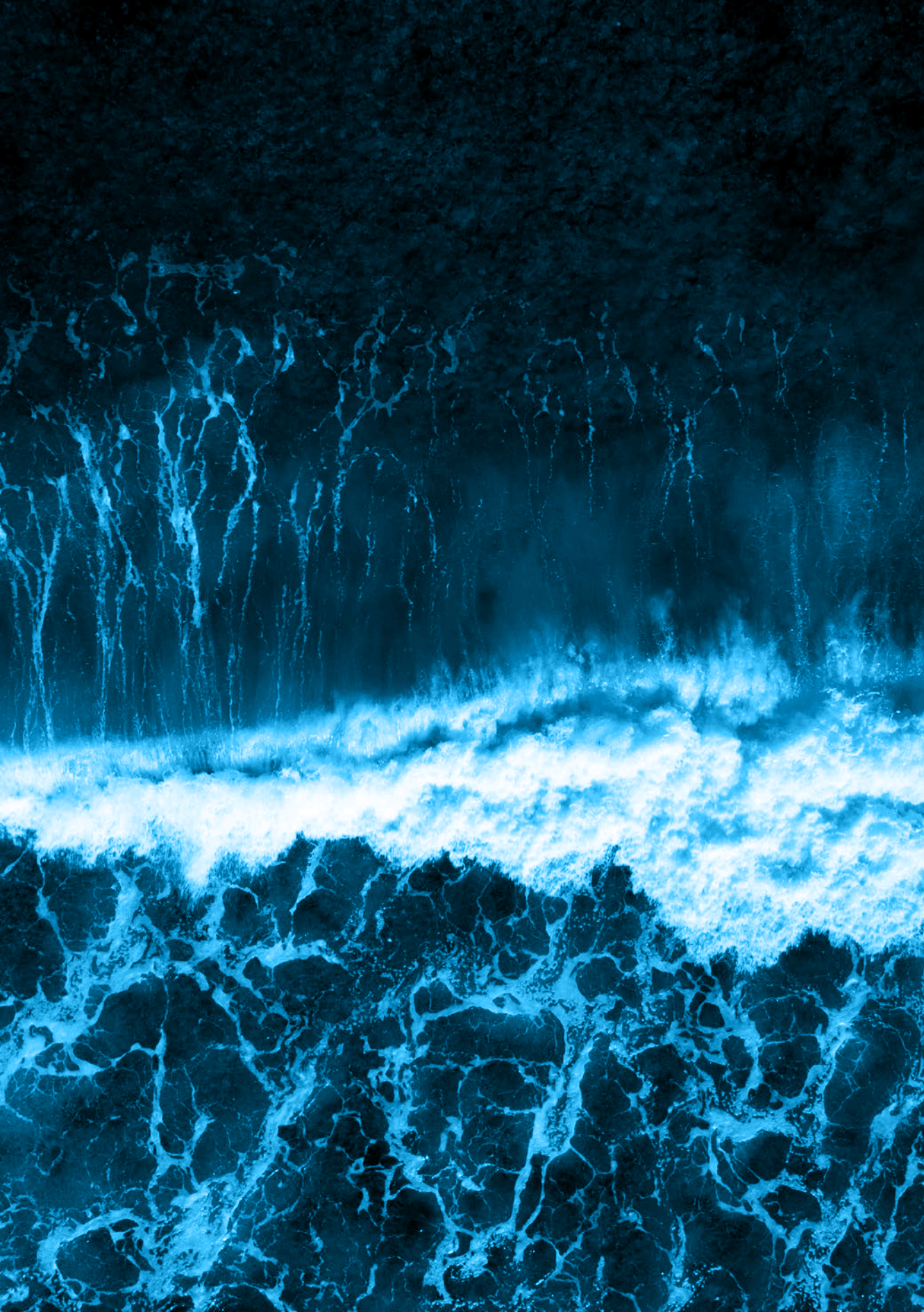
Dlatego redukcja śladu węglowego powinna być priorytetem dla polskich firm i całej gospodarki. Ale nie jest. Tylko nieliczne polskie firmy mierzą ślad węglowy. Na koniec 2019 r. celu klimatycznego bazującego na nauce lub Porozumieniu Paryskim nie miała żadna z nich, a jakkolwiek cel klimatyczny przyjęło zaledwie 3% przedsiębiorstw. W Niemczech i Francji odsetek ten wynosi ponad 50%.

Z wielu powodów polskie firmy, jak nigdy dotąd, muszą więc dostrzec ten jeden kolor: zielony. I przestać wykorzystywać go, by uprawiać greenwashing.

Szymon Bujalski

„Dziennikarz dla klimatu”.

Ekspert programu Climate Leadership



Znaczenie mokradeł w adaptacji do zmian klimatu

Mokradła – ich rola zarówno w przyrodzie, jak i w życiu człowieka jest niestety niedoceniana. Mokradła pozytywnie regulują stosunki wodne i klimat, świadczą nam szereg usług (usługi ekosystemowe), z których korzystamy każdego dnia. Mokradła stanowią również element kulturowy, wpływając na naszą kondycję psychiczną, rozwój duchowy, naukę czy rekreację. Przekształcając naturalne mokradła, ograniczamy te usługi, doświadczając większych problemów ze skutkami suszy, powodzi czy ociepleniem klimatu.

CZYM SĄ MOKRADŁA I JAKA JEST ICH ROLA W PRZYRODZIE?

Bagna, torfowiska, tereny zalewowe rzek, rzeki, jeziora, przybrzeżne wody morskie, ale też kanały, rowy i sztuczne zbiorniki wodne – to główne rodzaje mokradeł wpisujące się w definicję obszarów wodno-błotnych Konwencji Ramsarskiej.

Mokradła mają kluczowe znaczenie dla różnorodności biologicznej, w tym jako siedliska wielu gatunków roślin i zwierząt. Utrzymują procesy ekologiczne, które zapewniają kluczowe funkcje ekosystemu. Ich główne role to: magazynowanie wody i zasilanie warstw wodonośnych, regulacja jakości wody poprzez redukcję zanieczyszczeń i nadmiaru składników odżywczych, akumulacja nadmiaru osadów, wychwytywanie i długoterminowe magazynowanie węgla, a także przeciwdziałanie niedoborom wody i łagodzenie skutków suszy, ochrona społeczności nadrzecznych i przybrzeżnych przed powodzią, falami sztormowymi i podnoszeniem się poziomu morza.

STAN MOKRADEŁ W POLSCE

Niemal 1/5 powierzchni Polski to mokradła lądowe. Około 30% tych obszarów zajmują torfowiska, 60% mokradła lądowe nietorfowe a 10% stanowią wody powierzchniowe. Szacuje się, że aż 85% torfowisk jest przesuszonych. Skala przekształceń rzek i powiązanych z nimi obszarów zalewowych w dolinach rzecznych jest na porównywalnym poziomie – 91%. Znacząca liczba

jezior w Polsce (40%) również wymaga działań naprawczych.

Skala przekształceń mokradeł oznacza, że ok. 15% torfowisk zachowało charakter bagienny i potencjalne zdolności akumulacji torfu, a niecałe 10% zlewni polskich rzek cechuje się naturalnymi procesami hydro-morfologicznymi, które sprzyjają bioróżnorodności i nie stymulują zwiększenia skutków powodzi i suszy.

Powyższe uzasadnia opinie wielu specjalistów, że stan większości mokradeł w Polsce jest zły i bardzo zły.

PRZYCZYNA PRZEKSZTAŁCEŃ MOKRADEŁ

Główną przyczyną osuszania bagien w naszym kraju była prowadzona od dziesięcioleci odwodnieniowa gospodarka rolna i leśna. Powszechnie uważano, że dla ułatwienia gospodarki i rozwoju miast, w tym dla ochrony przed powodzią, trzeba uregulować rzeki i sprawić, by szybko odprowadzały wodę w czasie powodzi oraz nie występowały ze swoich koryt. Działania w Polsce były zbliżone do działań reszty krajów europejskich. Redukowane przez wieloletnia powierzchnie mokradeł, w tym przekształcenia całych systemów rzecznych, od źródeł po ujścia, przyczyniły się do przekształcenia 87% europejskich mokradeł.

SKUTKI PRZEKSZTAŁCEŃ MOKRADEŁ

W Polsce odwodnienie torfowisk (osuszenie bagien) doprowadziło m.in. do zniszczenia ekosystemów bagiennych, istotnego zmniejszenia liczebności tych gatunków roślin i zwierząt, utraty ponad 5 mld m³ wody rocznie, czy zwiększenia emisji gazów cieplarnianych o ponad 33 Mt eq CO₂ każdego roku.

Utrzymywanie w uproszczonej formie koryt rzek, które równie skutecznie odprowadzają nadmiar wody z gruntów w czasie intensywnych opadów, jak i w warunkach suszy, powoduje szybkie pojawianie się bardzo niskich stanów wód w rzekach (niżówki) czy nawet wysychanie małych cieków. Wyprostowanie koryt rzecznych i ich obwałowanie skutecznie ograniczyło możliwości retencyjne cieków i ich dolin. Szybciej spływająca woda spowodowała obniżenie dna koryt rzecznych, a tym samym przyrzecznych zwierciadeł wód podziemnych. Przepływ wody w rzece jest też pochodną sytuacji w zlewni (obszaru, z którego woda zasilą rzekę) i stanu ilościowego wód podziemnych. Urbanizacja zlewni rzecznych – skutkująca uszczelnieniem znaczącej części ich powierzchni – sprzyja szybszemu spływowi powierzchniowemu i ograniczeniu naturalnej retencji. To sprawia, że w takich zlewniach powodzie są gwałtowniejsze, a niżówki dotkliwsze.

Na działania człowieka nakładają się zmiany klimatu, które w Polsce zwiększyły nierównomierność opadów, sprawiając, że częstsze stały się lokalne, nawalne deszcze oraz wydłużyły się okresy bezopadowe.

JAK POPRAWIĆ STAN MOKRADEŁ?

Działania wspomagające odtworzenie stanu ekosystemu lub procesów przyrodniczych zachodzących w ekosystemie, który został zdegradowany, uszkodzony lub zniszczony, nazywamy renaturyzacją.

Do głównych i znaczących działań renaturyzacyjnych w przywracaniu mokradeł do ich pierwotnego stanu i funkcji zalicza się ponowne nawodnienia torfowisk (poprzez zasypianie rowów odwadniających

cych lub zablokowanie przepływu w tych rowach systemem zastawek) czy oddanie rzekom ich przestrzeni, tak by rzeka mogła być rzeką swobodnie płynącą, pozbawianą zabudowy hydrotechnicznej, mającą kontakt z doliną zalewową, wodami podziemnymi i cechującą się naturalną zmiennością przepływu w czasie.

WSPÓLNE DZIAŁANIA NA RZECZ RENATURYZACJI MOKRADEŁ

Wprowadzenie działań renaturyzacyjnych służących odzyskaniu utraconych funkcji zdegradowanych mokradeł nie jest łatwe. Wymaga to zmiany dotychczasowego sposobu wykorzystania mokradeł i zarządzania nimi. Oznacza to konieczność zwiększenia powszechnej świadomości znaczenia mokradeł, a także szukania kompromisów i współpracy z przedstawicielami całego społeczeństwa. Sprzyjać tym zmianom powinny projektowane dokumenty: Krajowy program renaturyzacji wód powierzchniowych czy Strategia ochrony mokradeł w Polsce na lata 2022-2032. Dokumenty te wpisują się w potrzeby zmieniającego się świata i cele stawiane przez m.in. Konwencję Ramsarską, Strategię Bioróżnorodności, Ramową Dyrektywę Wodną czy Dyrektywę Powodziową, sprzyjając realizacji polityki Europejskiego Zielonego Ładu.

ROLA BIZNESU

Przedsiębiorcy, w tym topowe marki biznesowe dbające o swój wizerunek, podejmujące działania na rzecz zrównoważonego rozwoju i osiągnięcia neutralności klimatycznej, stanowią grupę znaczących interesariuszy. Przemysł i rolnictwo są kluczowymi użytkownikami wód, które wiąże się często z negatywnymi oddziaływaniami na środowisko. Renaturyzacja mokradeł może stanowić działania kompensujące negatywne zmiany wy-

kające z korzystania ze środowiska, a w perspektywie długofalowej ułatwić prowadzenie działalności gospodarczej. Ponowne nawadnianie torfowisk może także stanowić element działalności offsetowej na rzecz osiągnięcia neutralności klimatycznej.

Jednakże głównymi działaniami służącymi ochronie mokradeł powinny być działania prewencyjne, takie jak:

- świadome wybieranie lokalizacji działalności gospodarczej, możliwie poza obszarami mokradłowymi (zarówno tymi w dobrym stanie, jak i tymi przekształconymi, aby nie utrudniać ich renaturyzacji);
- rozumienie i akceptacja procesów hydrologicznych zachodzących w przyrodzie, w tym dostosowanie działalności do naturalnych cech danego miejsca, np. poprzez dostosowanie profilu działalności rolniczej na rolnictwo bagienne (paludikulura);
- wspieranie renaturyzacji mokradeł jako działań typu Nature-based Solution, służących adaptacji do zmian klimatu i łagodzenia zjawisk ekstremalnych, w tym wpływanie na kształtowanie świadomości społeczeństwa i polskiej polityki zarządzania wodami i pozostałymi obszarami mokradłowymi.

Ilona Biedroń

Wiceprezeska Fundacji Hektary Dla Natury, ekspertka ds. gospodarki wodnej i ochrony środowiska programu Climate Leadership.



Kiedy „eko” nie jest „eko” ...

Ekologiczna żywność i produkty od kilku lat podbijają polski rynek. Konsumenci coraz bardziej świadomie podchodzą do tego, z jakich upraw i produkcji pochodzą kupowane przez nich dobra, zwracając uwagę, czy proces wytworzenia i dostarczenia produktu odbywa się w myśl poszanowania zasad zrównoważonego rozwoju. Także ustawodawca wprowadza coraz bardziej restrykcyjne normy, które mają zapewnić, że „eko” jest „eko”.

Pierwsze europejskie rozporządzenie Rady Europejskiej nr 834/2007 regulujące zasady produkcji ekologicznej dotyczące ekologicznego rolnictwa oraz przepisy dotyczące produkcji ekologicznej, związanej z tym certyfikacji oraz stosowania przy znakowaniu i w materiałach reklamowych oznaczeń odnoszących się do produkcji ekologicznej, a także przepisy dotyczące dodatkowych kontroli wprowadzono już w 2007 r. W 2018 r. zostało one zmienione Rozporządzeniem Parlamentu Europejskiego i Rady (UE) 2018 /848 z dnia 30 maja 2018 r. Teraz czas na polskiego ustawodawcę, który w dniu 24 czerwca 2022 r. skierował do podpisu Prezydenta RP ustawę z dnia 23 czerwca 2022 r. o rolnictwie ekologicznym i produkcji (dalej: „ustawa”), wdrażającą postanowienia wspomnianego Rozporządzenia.

O EKOLOGICZNEJ PRODUKCJI ROLNEJ W NOWEJ USTAWIE

Projekt ustawy wprowadza szereg specjalistycznych definicji, rozliczne obowiązki oraz formułuje szeroki katalog kar administracyjnych, co implikuje konieczność zapoznania się z nowymi uregulowaniami w zakresie ekologicznej produkcji rolnej przez podmioty produkujące, wprowadzające, przechowujące i dystrybuujące produkty „ekologiczne”. Ustawodawca poprzez rozliczenie obowiązki zamierza wypowiedzieć walkę tzw. greenwashingowi, czyli ekościemie.

Ekologiczne rolnictwo oraz ekologiczna produkcja winny hołdować zasadzie zrównoważonego zarządzania produkcją rolną, której głównym celem jest przyczynienie się do ochrony środowiska i klimatu, utrzymanie wysokiego poziomu różnorodności biologicznej i nietoksycznego środowiska. Stąd też podmioty, które budują lub zamierzają budować swój ekologiczny wizerunek, będą musiały przechodzić gruntowne badanie. Do tej pory wielu producentów lub usługodawców postęgiwało się określeniem „eko” lub „bio”, mimo że przedmiot ich oferty nie powstał w warunkach zgodnych z naturą, ekologią czy – najogólniej rzecz ujmując – zgodnie z zasadami zrównoważonego rozwoju.

„EKO”, CZYLI JAKIE?

Nadrzędne zasady zrównoważonej produkcji to:

- poszanowanie naturalnych systemów i cykli, utrzymywanie i polepszanie stanu gleby, wody i powietrza, zdrowia roślin i zwierząt oraz równowagi pomiędzy nimi;
- ochrona elementów naturalnego krajobrazu, takich jak miejsca dziedzictwa przyrodniczego;
- korzystanie w odpowiedzialny sposób z energii i zasobów naturalnych, takich jak woda, gleba, materia organiczna i powietrze;
- produkcja szerokiej gamy wysokiej jakości żywności i innych produktów rolnych, przy wykorzystaniu procesów niestanowiących zagrożenia dla środowiska, zdrowia ludzi, zdrowia roślin ani dla zdrowia i dobrostanu zwierząt;

- wykluczenie stosowania GMO, produktów wytworzonych z GMO i produktów wytworzonych przy użyciu GMO, innych niż lecznicze produkty weterynaryjne;
- wykluczenie z całego ekologicznego łańcucha żywnościowego klonowania zwierząt, chowu sztucznie wyhodowanych zwierząt poliploidalnych oraz promieniowania jonizującego.

Płody rolne oraz produkty wytworzone wg powyższych zasad mogą postęgiwać się wydanym przez właściwy organ oznaczeniem „ekologiczne” (lub pochodnymi tego określenia), „eko” lub „bio”. Znakowanie produktu może być umieszczane w materiałach reklamowych, dokumentach handlowych, informacjach na produktach oraz na ich opakowaniach. Każdy podmiot, który produkuje, wprowadza, przechowuje i dystrybuuje produkt oznaczony terminami ekologicznymi, musi przejść rygorystyczną procedurę określoną ustawą oraz kontrolę przygotowania produktu do wprowadzenia na rynek. Dopiero po wnikliwej weryfikacji właściwego organu inspekcyjnego ds. jakości handlowej artykułów rolno-spożywczych podmiot może ubiegać się w jednostce certyfikującej o znak poświadczający „ekologiczność” rolnictwa lub produkcji.

Oznaczenia „ekologiczne” mają trafiać wyłącznie do podmiotów, które swoją postawą są rzeczywiście co najmniej neutralnie względem środowiska, a najlepiej jeśli pozytywnie na nie wpływają, dlatego też weryfikacja musi być bardzo dokładna. Konsument ma bowiem prawo do wiedzy o tym, w jakich warunkach powstał wybierany przez niego produkt lub w jaki sposób świadczona będzie usługa. W konsekwencji ma prawo

dokonać świadomego wyboru produktu lub usługi. Stąd też ustawodawca podejmuje walkę z „ekościami” i wprowadza kary dla podmiotów, które się jej dopuszczają.

SANKCJE DLA „EKOŚCIEMNIACZY”

Ustawodawca wprowadza szeroki katalog sankcji wobec podmiotów produkujących, wprowadzających, przechowujących i dystrybuujących żywność oraz produkty, ubiegających się o certyfikat „eko”, jak też jednostek certyfikujących, w przypadku stwierdzenia uchybień obowiązkom wynikającym z ustawy. Kary za uchybienia są karami finansowymi oznaczonymi jako wielokrotności przeciętnego miesięcznego wynagrodzenia za rok poprzedzający rok wszczęcia postępowania w sprawie nałożenia kary (od dwukrotności do czterdziestokrotności i zależą od podmiotu oraz obowiązku naruszanego); albo według procenta korzyści majątkowej, którą podmiot uzyskał lub mógł uzyskać, wprowadzając do obrotu produkty wbrew ustawowym zakazom. Ustalając wysokość kary, organ jej udzielający bierze pod uwagę stopień społecznej szkodliwości czynu, zakres naruszenia, dotychczasowe działalności podmiotu dokonującego naruszenia i wielkości korzyści majątkowej, którą podmiot ten uzyskał lub którą mógłby uzyskać w związku z naruszeniem. Stwierdzając niski stopień społecznej szkodliwości czynu czy też nieznaczne naruszenie zakazu lub brak istotnych uchybień obowiązkom, organ kontrolny może od wymierzenia kary odstąpić. Kara nakładana jest w formie decyzji administracyjnej, na zapłatę kary naruszający ma 30 dni od dnia wydania decyzji. Oczywiście można się od niej odwołać do właściwego organu drugiej instancji.

Coraz większa świadomość konsekwencji produkcji i troska o środowisko „od producenta do konsumenta”, uzupełniona o widmo dotkliwych kar finansowych za uchybienia przepisom ustawy o rolnictwie ekologicznym i produkcji ekologicznej, daje nadzieję, że produkty oznaczone napisem „ekologiczny” lub pochodną tego określenia czy terminami „eko” lub „bio” faktycznie będą EKO.

UWAGA:

Powyższy tekst nie wyczerpuje tematu i zawiera jedynie najważniejsze informacje odnośnie do zasad postępowania się określeniem „ekologiczny” lub pochodną tego określenia, czy terminami „eko” lub „bio”.

Izabella Woźnicka

Advokat, współnik WP Law Kancelaria Prawna Woźniccy & Partners sp. j. Ekspertka programu Climate Leadership.



Bezpieczeństwo żywnościowe, zrównoważone rolnictwo i ochrona klimatu

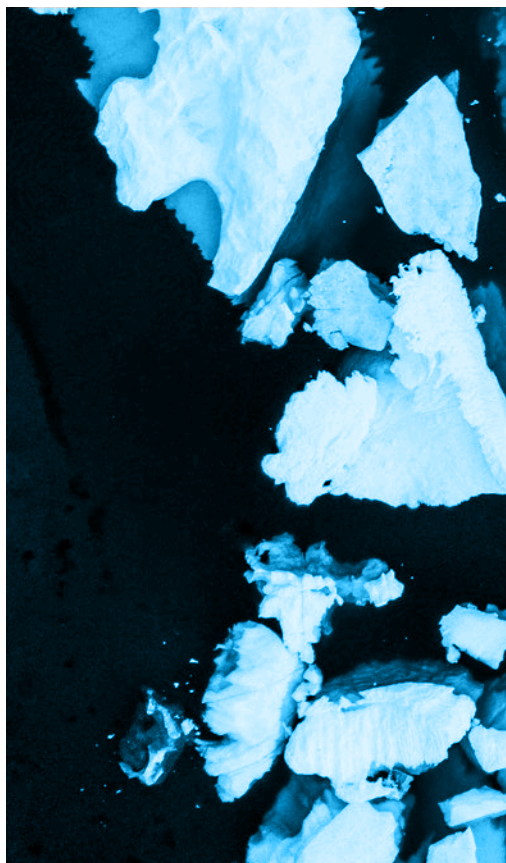
Przez ostatnie dekady temat rolnictwa i produkcji żywności pozostawał na marginesie debaty publicznej. O wyzwaniach rolnictwa mówiło się niewiele, a negatywny stereotyp uprzywilejowanego rolnika, który bogaci się dzięki środkom z Unii Europejskiej, utrwał się w oczach opinii społecznej.

Dziś w kontekście kryzysu klimatycznego i żywnościowego, wywołanego m.in. wojną w Ukrainie, inflacją i wysokimi cenami energii, powoli uświadamiamy sobie wagę bezpieczeństwa żywnościowego. Potraktujmy to jako szansę do poważnej refleksji nad przyszłością rolnictwa i rolą, jaką może w jej kształtowaniu odegrać biznes.

WYZWANIA, JAKIE STOJĄ PRZED ROLNICTWEM

Ostatnie dekady to czas wielu zmian w rolnictwie. Wejście Polski do Unii Europejskiej otworzyło dostęp do rynków krajów członkowskich. Dzięki transferom ze wspólnej polityki rolnej zwiększyły się dochody rolnictwa, a wieś zmodernizowała się i unowocześniła. Jednocześnie mimo tych pozytywnych procesów wciąż wiele problemów pozostaje nierozwiązane. Pojawiają się też nowe. Rolnictwo od lat boryka się z niestabilnością, potęgowaną przez coraz mocniej odczuwany przez ten sektor kryzys klimatyczny, którego przejawem są m.in. susze, wahania okresu wegetacyjnego czy ekstremalne zjawiska pogodowe. Wiele gospodarstw nie osiąga wystarczających dochodów (tylko 3% rolników ma dochody z działalności rolniczej równe bądź wyższe od przeciętnego rocznego wynagrodzenia w gospodarce narodowej). Rosną koszty produkcji rolniczej i utrzymuje się słaba pozycja rolników w łańcuchu wartości

(m.in. w stosunku do przetwórstwa i handlu), co prowadzi do zanikania mniejszych gospodarstw, wyludniania się wsi i jej starzenia. Postępuje intensyfikacja i uprzemysłowienie rolnictwa oraz degradacja zasobów przyrodniczych – wyjąłowanie gleb, spadek bioróżnorodności i zanieczyszczenie wód. Sektor rolno-żywnościowy charakteryzuje się też niskim poziomem innowacyjności i wykorzystania nowoczesnych technologii, w tym wspierających ochronę środowiska i klimatu. Wszystko to nie sprzyja bezpieczeństwu żywnościowemu, które jest warunkowane zarówno stanem środowiska, stabilnymi warunkami klimatycznymi, jak i ekonomiczną sytuacją producentów rolnych.



TRANSFORMACJA ROLNICTWA

Wychodząc naprzeciw tym wyzwaniom, coraz większy nacisk kładzie się na konieczność transformacji rolnictwa w kierunku bardziej zrównoważonym – łączącym wydajność i jakość produkcji z odpowiedzialnym wykorzystaniem zasobów naturalnych i troską o klimat, ale także dbałością o sytuację rolników i dochodowość gospodarstw rolnych. Kluczową rolę w tym procesie mają w Europie odegrać rozwiązania nowej wspólnej polityki rolnej (na lata 2023–2027) oraz przyjęta w 2020 r. strategia „od pola do stołu”. Jednak także biznes ma duże znaczenie dla transformacji rolnictwa, szczególnie poprzez różne formy bezpośredniej współpracy z rolnikami jako producentami podstawowymi dla całego łańcucha żywności.

ROLA BIZNESU

Modernizacja i dostosowanie gospodarstw rolnych do zmieniających się wymagań rodzą konieczność podnoszenia wiedzy i umiejętności rolników, ale także zapewnienia im bieżącego wsparcia doradczego (ma to szczególne znaczenie m.in. w kontekście słabości centrów doradztwa rolniczego). Istotnym aspektem jest rozwijanie know-how producentów rolnych w obszarze zarządzania gospodarstwem i jego finansami (np. tworzenie biznesplanów, zarządzanie ryzykiem, umiejętności biznesowe), a także budowanie ich dostarczenie rolnikom wiedzy na temat sposobów i technik ochrony środowiska oraz klimatu, w tym ograniczania emisyjności w rolnictwie, stosowania metod produkcji poprawiających jakość gleb i wód czy budowania samowystarczalności i efektywności energetycznej. Wsparcie procesów dostosowawczych rolnictwa to także dostarczanie mu nowych rozwiązań i technologii związanych m.in. z rozwijaniem przyjaznych dla środowiska

metod gospodarowania czy rozwiązań cyfrowych przydatnych do monitorowania jego stanu. Ważne jest też zapewnienie rolnikom dostępu do kapitału i instrumentów, które umożliwią wdrożenie potrzebnych inwestycji.

Nie należy jednak przy tym pomijać znaczenia biznesu w kontekście tworzenia warunków sprzyjających stabilności finansowej gospodarstw i dbałości o sytuację rolników. Znaczenie ma tu tworzenie atrakcyjnych warunków dla rolników przedstawiających się na produkcję zrównoważoną. Jak pokazują badania, sposób wytwarzania żywności i jej jakość są coraz ważniejsze dla konsumentów. Są oni też skłonni coraz więcej zapłacić za produkt wysokiej jakości, co otwiera nowe możliwości i szanse dla branży spożywczej. Musi to jednak znaleźć odzwierciedlenie w godziwym, sprawiedliwym i przejrzystym wynagrodzeniu rolników zarówno za dostarczane przez nich surowce wysokiej jakości, jak i stosowanie przyjaznych dla klimatu rozwiązań, takich jak płodozmian, uprawa bezorkowa czy precyzyjne stosowanie nawozów. Z punktu widzenia ograniczania ryzyk związanych z prowadzeniem działalności przez producentów rolnych i lepszego planowania inwestycji ważną rolę odgrywa także podpisywanie długoterminowych kontraktów między producentami rolnymi i odbiorcami ich produktów, uzgadnianie gwarantowanej ceny czy ustalanie korzystnych warunków płatności. Takie rozwiązania przynoszą korzyści obu stronom – zapewniają regularne dostawy zgodnie z zapotrzebowaniem, co ma niebagatelne znaczenie np. w związku z zaburzeniami w globalnym przepływie towarów.

DECYDUJĄCE DEKADY

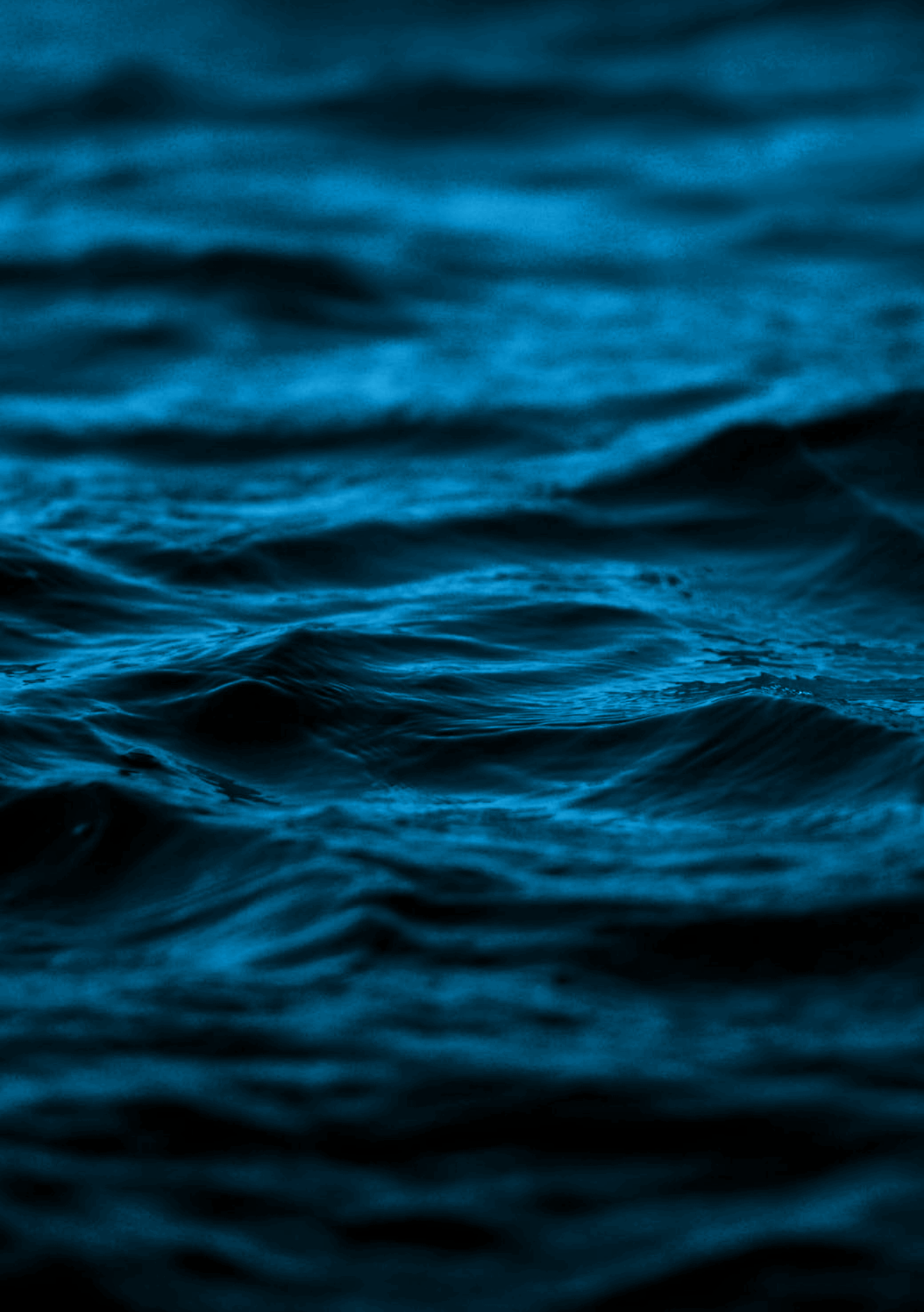
Najbliższe dekady będą kluczowe zarówno z punktu widzenia zwiększania odporności systemów żywnościowych na przyszłe kryzysy, jak i skutecznej ich dekarbonizacji. Dlatego tak istotne jest, by biznes od początku był w te procesy zaangażowany. Tylko współpraca na poziomie całego łańcucha żywności, w tym z kluczowymi producentami, jakimi są rolnicy, pozwoli zmieniać system żywnościowy w taki sposób, by był on korzystny zarówno dla rolników, jak i środowiska, biznesu oraz konsumentów.

dr Paulina Sobiesiak-Penszko

Starsza analityczka

w Instytucie Spraw Publicznych.

Ekspertka programu Climate Leadership.



ESG, czyli na prawdę czas

W roku 2021 niemiecki prawnik i pisarz, Ferdinand von Schirach, w ramach europetycji „Każdy człowiek” zaproponował uzupełnienie Karty praw podstawowych Unii Europejskiej o sześć dodatkowych praw. Przekornie nie wspomnę o otwierającym listę prawie do życia w zdrowym i chronionym środowisku. Chciałbym za to zwrócić uwagę na czwartą propozycję – prawo do prawdy. Mimo że odnosi się ono tylko do wypowiedzi osób zajmujących stanowiska publiczne, o postulacie prawdy warto wspomnieć także w kontekście zmiany, jaką jest przejście od CSR do ESG.

Rewolucja w szeroko pojętym obszarze zrównoważonego rozwoju, jaką możemy obserwować w Unii Europejskiej i nie tylko tu, polega na porzuceniu dobrowolnych standardów i inicjatyw oraz czasami wybiórczo adresowych negatywnych skutków oddziaływania biznesu na rzecz definiowanych przez prawo wymogów. Szczególnie w kontekście europejskim można zauważyć powódź legislacyjną, pod której postacią objawia się nam Europejski Zielony Ład. W zalewie różnych celów, strategii i planów redukcyjnych możemy dostrzec przede wszystkim potrzebę uchwycenia i nazwania tego, co zielone czy zrównoważone jest, naprawdę.

Precyzji i faktów oczekują różni interesariusze – zarówno konsumentki i konsumenci, społeczność deklarująca chęć kupowania produktów zrównoważonych (Deloitte „Climate Sentiment Index”, EY „Future Consumer Index”), a także instytucje finansowe, które przystąpiły do Glasgow Financial Alliance for Net Zero, i państwa oraz organizacje międzynarodowe, które jak np. ONZ stworzyła grupę ekspercką do spraw weryfikacji deklaracji Net Zero.

Wobec rosnącego znaczenia danych o aspektach ESG i postępującego systemowego uwikłania tych informacji w różne wymogi zwiększa się związana z tym odpowiedzialność za ich jakość i prawdziwość oraz ryzyko wszelakich nadużyć. Stąd z jednej strony dostajemy pakiet nowych propozycji legislacyjnych dotyczących właściwości produktów w obrocie handlowym. Z kolei z drugiej strony

mamy już prawie gotową sieć regulacji dotyczących definiowania zrównoważonych inwestycji.

ZWIĘKSZONE PRAWA SPOŁECZNOŚCI KONSUMENCKIEJ

Jednym z kluczowych elementów układanki w ramach pierwszego wątku będzie z pewnością zaproponowany 30 marca 2022 r. projekt dyrektywy dotyczącej wzmocnienia pozycji konsumentów w procesie transformacji ekologicznej poprzez lepsze informowanie i lepszą ochronę przed nieuczciwymi praktykami. Głównym tematem tej regulacji jest walka z mylącymi przekazami marketingowymi, które wykorzystują wzrost znaczenia zrównoważonego rozwoju w preferencjach konsumentów.

W projekcie wydłuża się listę sytuacji, które uznawane są za nieuczciwe praktyki rynkowe. W polskich warunkach wywoływać one będą interwencje UOKiK, ale także organizacje konsumenckich. Do tej listy dołączą nieprawdziwe lub wprowadzające w błąd informacje o skutkach środowiskowych lub społecznych produktów czy formułowanie określonych twierdzeń dotyczących ekologiczności. W tym drugim przypadku chodzi o sytuacje, w których stwierdza się lub sugeruje, że:

- produkt lub przedsiębiorstwo ma pozytywny wpływ na środowisko lub nie ma na nie żadnego wpływu,
- produkt lub przedsiębiorstwo jest mniej szkodliwy dla środowiska niż inne produkty lub przedsiębiorcy,
- oddziaływanie produktu lub przedsiębiorstwa poprawiło się z czasem.

Pod tym względem będą oceniane oznakowania, nazwy handlowe, nazwy przedsiębiorstw lub nazwy produktów, czy to w formie tekstu, ilustracji czy oznaczeń graficznych lub symbolicznych. W praktyce może to oznaczać koniec nadużywania określeń „ekologiczny”, „eko”, „zielony”, „zrównoważony”, „naturalny” czy „odpowiedzialny” zarówno w odniesieniu do produktów, jak i firm.

Z proponowanych przepisów wynikają również następujące, przykładowe zakazy dotyczące:

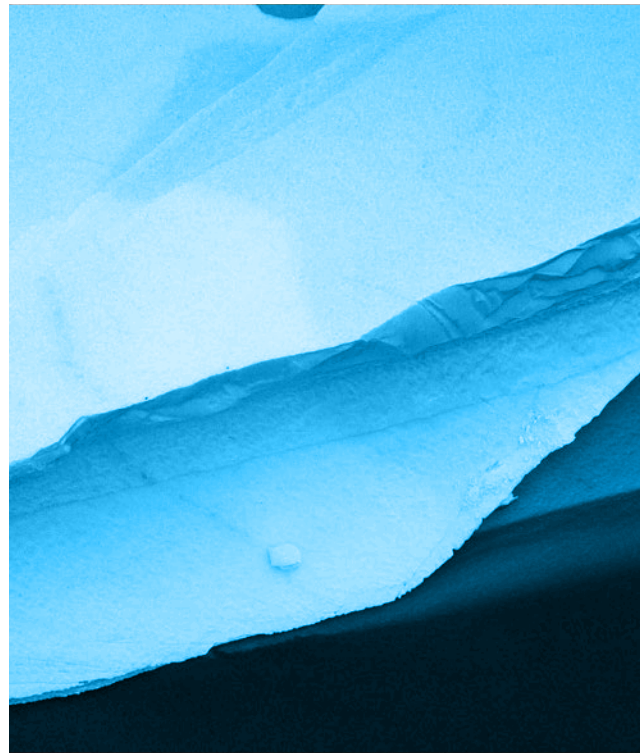
- umieszczania oznakowań lub certyfikatów dotyczących zrównoważonego charakteru, które nie są oparte na rzetelnym systemie certyfikacji ani nie mają charakteru urzędowego;
- formułowania ogólnych twierdzeń dotyczących ekologiczności (innych niż oznakowania czy certyfikaty), dla którego nie można wykazać istotnej dla tego twierdzenia efektywności środowiskowej na poziomie EU Ecolabel;
- formułowania twierdzeń dotyczących ekologiczności w odniesieniu do całego produktu, jeśli dotyczą one tylko jednego aspektu produktu.

Dodatkowo w projekcie przewidziano obowiązki z obszaru cyrkularności, takie jak informowanie o ograniczeniu trwałości produktów czy o pogarszaniu działania urządzeń po aktualizacjach oprogramowania. Całość regulacji ma zmierzać do ograniczenia wielu irytujących zjawisk, które utrudniają konsumentkom/konsumentom podejmowanie bardziej odpowiedzialnych decyzji zakupowych.

Może się nam wydawać, że to jedynie kolejna regulacja, której moc odstrasżająca będzie zależała od skuteczności UOKiK. Powinniśmy jednak pamiętać o nowym elemencie przemyślanej układanki, jaką są przepisy unijne dotyczące Europejskiego Zielonego Ładu. Otóż od 25 czerwca 2023 r. we wszystkich krajach członkowskich UE będą stosowane przepisy wdrażające dyrektywę 2020/1828 w sprawie powództw przedstawicielskich wytaczanych w celu ochrony zbiorowych interesów konsumentów.

W skrócie, dyrektywa wprowadza rodzaj pozwów zbiorowych, które będą mogły wytaczać organizacje pozarządowe lub podmioty publiczne dbające o interesy konsumentek/konsumentów przeciwko przedsiębiorstwom za naruszenie (rzeczywiste lub potencjalne) tychże interesów. Organizacje będą mogły występować o zastosowanie środków nakazujących zaprzestanie szkodliwych praktyk oraz o środki naprawcze (np. odszkodowanie, naprawa, wymiana, obniżenie ceny, rozwiązanie umowy lub zwrot zapłaty). Pokrzywdzeni – konsumentki oraz konsumenci – będą mogli po rozpoczęciu sprawy wyrazić wolę dołączenia do pozwu.

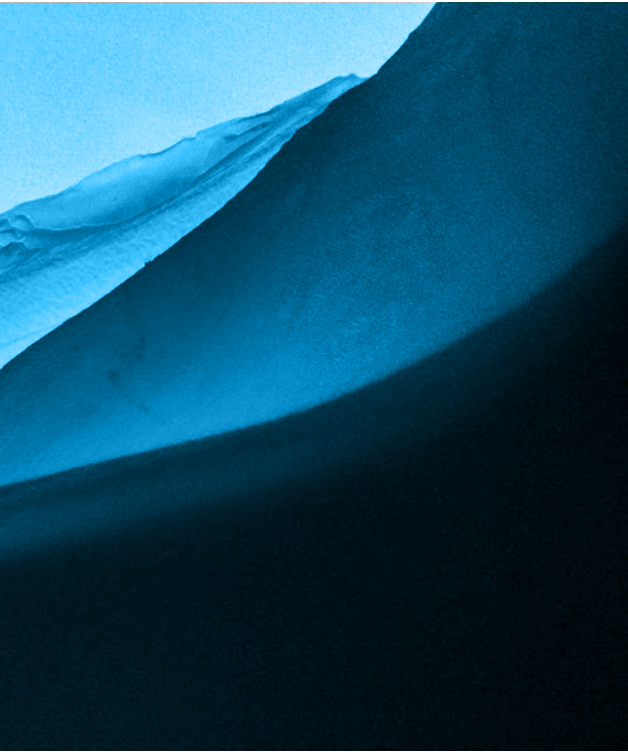
Obie wspomniane regulacje łącznie idealnie będą się nadawać do walki z greenwashingiem. Można się spodziewać, że w trzecim sektorze pojawią się organizacje prawnicze (i nie tylko), które w imieniu konsumentek/konsumentów zawalczą o rzetelne informacje o produktach i doprowadzą do wyeliminowania naciąganych komunikatów. Dla przedsiębiorstw oznacza to z kolei konieczność gruntownego przemyślenia strategii marketingowych i przeprowadzenia porządnej certyfikacji produktów, które rzeczywiście wykazują walory ekologiczne.



ZWIĘKSZONE POTRZEBY W OBSZARZE ZIELONYCH INWESTYCJI

Podobny cel mają, przyjęte w ostatnich latach, regulacje dotyczące sektora finansowego. W celu uniknięcia „ekościemy” przy kierowaniu środków pieniężnych na tak potrzebne inwestycje zrównoważone środowiskowo czy społecznie powstały przepisy, które na różnego typu inwestorów instytucjonalnych (towarzystwa funduszy inwestycyjnych, towarzystwa funduszy emerytalnych, zakłady ubezpieczeń itd.) nakładają obowiązki ujawniania informacji o skutkach środowiskowych czy społecznych swoich inwestycji.

To właśnie SFDR (Rozporządzenie 2019/2088 w sprawie ujawniania informacji związanych ze zrównoważonym rozwojem w sektorze usług



będzie mógł zaproponować produktu z niższym wskaźnikiem. Biorąc pod uwagę, że konsumentki i konsumenci (inwestorki i inwestorzy indywidualni) to grupa coraz bardziej doceniająca znaczenie zrównoważonego rozwoju, można się spodziewać zwiększonego popytu na zielone produkty finansowe.

Zwiększenia ciekawości takimi obszarami można też spodziewać się ze strony banków, które obecnie przygotowują się do wszechstronnego raportowania zagadnień związanych z ryzykiem klimatycznym czy aspektami działalności na rzecz zrównoważonego rozwoju. Pojawiające się coraz częściej w deklaracjach europejskich nadzorców bankowych zapowiedzi powiązania wymogów kapitałowych z aspektami ESG oznaczają, że kredytowanie niezielonych inwestycji będzie po prostu droższe lub w niektórych przypadkach w ogóle niemożliwe.

finansowych) i powiązane akty wykonawcze powodują, że obecnie inwestorzy instytucjonalni przeglądają swoje portfele inwestycyjne w poszukiwaniu inwestycji jasno- i ciemnozielonych lub szukają takich możliwości inwestycyjnych na rynku.

W lutym 2022 r. firma analityczna Morningstar opublikowała dane, wskazujące na znaczny napływ środków prywatnych na zielone inwestycje w UE. Ten trend ma szansę się wzmocnić po tym, jak w sierpniu 2022 r. zostały zaimplementowane przepisy, które sprzedawcom produktów finansowych nakazują badanie preferencji klientów w zakresie inwestycji zrównoważonych. Co do zasady klientka będzie mogła wskazać, jakie są jej oczekiwania co do poziomu zrównoważonych inwestycji w danym produkcie a sprzedawca nie

W konsekwencji inwestorzy instytucjonalni i banki będą poszukiwali coraz więcej okazji do zielonych inwestycji, których na krajowym rynku brakuje (tak w wypowiedziach dla aleBank.pl w 2021 r. konstatowali Prezes BOŚ, Wojciech Hann, oraz Wiceprezes PKO BP, Rafał Antczak). Z pomocą przyjdzie taksonomia środowiskowa (Rozporządzenie 2020/852 w sprawie ustanowienia ram ułatwiających zrównoważone inwestycje wraz z aktami delegowanymi), czyli system kryteriów, jakie różne rodzaje działalności gospodarczej muszą spełnić, żeby być uważane za zrównoważone środowiskowo. Już nie tylko OZE, ale także zielone budownictwo czy zazielenione gałęzie przemysłu wytwórczego będą spotykały się z większym zaangażowaniem inwestorów. Niedługo przyjdzie też czas na projekty zrównoważone społecznie.

W KTÓRĄ STRONĘ IŚĆ? WSKAZÓWKI DLA PRZEDSIĘBIORCÓW

Jakie wnioski biznes może wyciągnąć z tych nowych zainteresowań sektora finansowego? Warto przyjrzeć się swojej działalności i jak najszybciej określić plan zmian, mając na względzie różne aspekty oddziaływania środowiskowego (emisje gazów cieplarnianych, gospodarkę wodną, zużycie zasobów i gospodarowanie odpadami itd.). Do wszelkich planowanych inwestycji warto zastosować kryteria taksonomiczne, co z pewnością wywoła większe zainteresowanie banków czy inwestorów i w konsekwencji może przelożyć się na bardziej atrakcyjne warunki finansowania. Na potrzeby analizy działalności można wykorzystać opublikowane projekty europejskich standardów raportowania w zakresie zrównoważonego rozwoju (ESRS), które będą podstawą sporządzania corocznych raportów dużych przedsiębiorców zgodnie z projektem CSRD (dyrektywa dot. sprawozdawczości przedsiębiorstw w zakresie zrównoważonego rozwoju).

Można powiedzieć, że CSRD będzie ostatecznym testem prawdy o ESG. W 2026 r. wszystkie duże przedsiębiorstwa w UE (trzeba spełnić dwa z trzech kryteriów: 85 mln zł sumy aktywów bilansu, 170 mln zł przychodów netto ze sprzedaży towarów i produktów, 250 osób średniorocznego zatrudnienia w przeliczeniu na pełne etaty) opublikują raporty za 2025 r., w sposób wszechstronny pokazując oddziaływanie na środowisko, społeczność, prawa pracy i prawa człowieka, także w łańcuchach wartości. (Przedsiębiorstwa, które już raportują informacje niefinansowe, swój debiut CSRD zaliczą rok wcześniej). Przygotowania warto rozpocząć z dużym wyprzedzeniem, bo ilość danych do zebrania i obszarów wpływów do

przeanalizowania zaskoczy wiele osób. W Polsce, według szacunków Ministerstwa Finansów, ponad 3 tys. spółek zmierzy się z tym trudnym wyzwaniem. Dodatkowy walor raportom nadadzą obowiązkowe opinie z badania przez biegłych rewidentów, początkowo w ograniczonym zakresie, po kilku latach w pełnym.

Pierwsze raporty pod CSRD będą oznaczały wejście w okres dorostłości tematu zrównoważonego rozwoju. Nadejdzie czas prawdy, czasami niewygodnej, czasami zaskakującej, dodatkowo weryfikowanej przez banki, inwestorów, organizacje pozarządowe i społeczność konsumencką. W sieci wzajemnie powiązanych regulacji unijnych zatajanie faktów czy podawanie nieprawdziwych informacji o aspektach ESG produktu czy firmy będzie coraz bardziej ryzykowne. Natomiast rzetelność przedsiębiorców znacznie wzmocni działania na rzecz zrównoważonego rozwoju, poprzez ukazanie prawdziwej skali problemów i zakomunikowanie skutecznych sposobów radzenia sobie z nimi. Może i prawda nas nie wyzwoli, ale przybliży do osiągnięcia Celów Zrównoważonego Rozwoju.

Piotr Kowalik

Prawnik specjalizujący się w rynkach kapitałowych, regulacjach sektora finansowego oraz ESG. Ekspert programu Climate Leadership.



Jak biznes może chronić bioróżnorodność?

Przedsiębiorcy coraz chętniej podejmują działania na rzecz bioróżnorodności. Niestety często bez głębszej analizy problemu. Efektem są ule na dachach, domki dla motyli i nieprzemyślane sadzenie lasów. Te inicjatywy nie tylko nie przynoszą korzyści, ale często szkodzą przyrodzie, a w dodatku ocierają się o greenwashing. A może zamiast ingerować w naturę, pomyślimy, jak jej nie szkodzić?

Bioróżnorodność to żywa tkanka naszej planety. Gatunki żyjące w określonym środowisku, powiązane z sobą złożonymi interakcjami tworzą ekosystemy. Ekosystemy oczyszczają wodę i powietrze, regenerują gleby, warunkują wzrost roślin, chronią nas przed powodzią i suszą itp. Wartości usług ekosystemowych nie sposób oszacować. Zwraca na to uwagę francuski inżynier Jean-Marc Jancovici na przykładzie Międzynarodowej Stacji Kosmicznej. Za 100 mld dolarów stworzono tam podstawy życia dla sześciu astronautów. Co mianowicie? „Kilkadziesiąt m³ powietrza do oddychania, kilkadziesiąt m² powierzchni mieszkalnej, prosty obieg wody, nieco energii słonecznej, sprzyjającą temperaturę i prawo do połączenia się z Houston, żeby powiedzieć, jaka piękna jest nasza planeta widziana z góry!” Raczej niewiele.

NAKREŚLMY KONTEKST

Bioróżnorodność zanika. Naukowcy alarmują, że tracimy gatunki od 100 do 1000 razy szybciej niż kiedykolwiek wcześniej. Populacje dzikich zwierząt na świecie skurczyły się o 60% tylko w ciągu ostatnich 40 lat. Dziś 60% biomasy ssaków stanowią gatunki hodowlane, 36% to ludzie, a tylko 4% to ssaki dzikie. Z gatunkami tracimy ekosystemy. Aż 75% łądów zostało znacznie przekształconych przez człowieka, który doprowadził do zaniku aż 85% powierzchni obszarów podmokłych.

NIE CHROŹMY „PLANETY” – CHROŹMY SIEBIE!

W toku cywilizacji zaczęliśmy postrzegać nas samych w oderwaniu od przyrody. A przecież jesteśmy z nią nierozdzielnie związani. Weźmy florę bakteryjną. Noworodek rodzi się bez niej. Przez pierwsze lata życia pobiera odpowiednią kompozycję mikroorganizmów z otoczenia. Bioróżnorodność otoczenia jest dla niego kluczowa. Zaburzenie ekosystemów, w jakich żyjemy, skutkuje chorobami cywilizacyjnymi, np. alergiami czy zaburzeniami hormonalnymi.

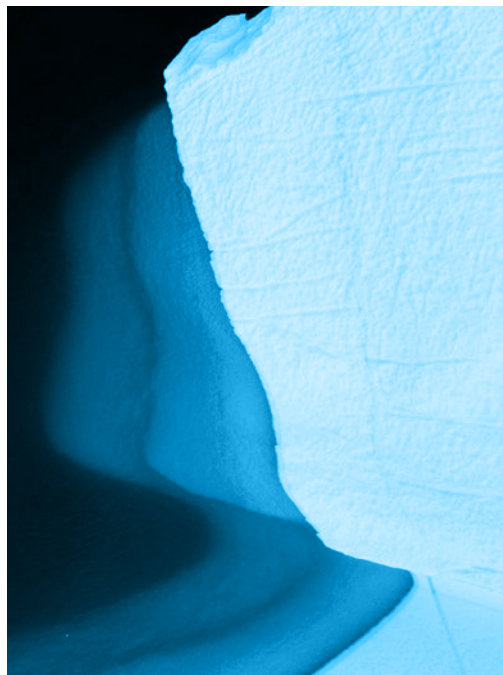
Różnorodność biologiczna stanowi naturalną szczepionkę, która chroni nas przed chorobami. Podejście „Jedno zdrowie” (ang. One Health), promowane m.in. przez WHO, opiera się na założeniu, że dobrostan ludzi, dzikich zwierząt i naturalnych ekosystemów są ściśle powiązane. Bogate genetycznie i gatunkowo ekosystemy, zdolne do odparcia różnych typów patogenów, to tarcze chroniące nas przed pandemiemi. Większa bioróżnorodność w naszym otoczeniu to też mniejsze ryzyko, że wirusy skupią się na nas.

ZATEM, CO ROBIĆ? PRZEDE WSZYSTKIM MNIEJ SZKODZIĆ

Międzynarodowy Zespół ds. Bioróżnorodności i Usług Ekosystemowych przy ONZ (IPBES), światowy autorytet naukowy w tej dziedzinie, opublikował listę pięciu przyczyn degradacji bioróżnorodności. Na pierwszym miejscu wymienia niszczenie siedlisk żywych organizmów, spowodowane głównie rozrostem miast i ekspansją rolnictwa (zwłaszcza hodowli). W Europie aż 70% gruntów rolnych wykorzystywanych jest do hodowli zwierząt. Czy twoja firma promuje dietę bezmięsną, a przynajmniej wolną od wo-

winy i baraniny, która daje potencjał do redukcji areatu ziem rolnych o na świecie 50%? Czy możecie zrezygnować z produktów, które wiążą się z wylesianiem w innych częściach świata (jak pasza sojowa, którą w Polsce karmimy masowo zwierzęta hodowlane czy biopaliwa)? Czy możecie skrócić łańcuchy dostaw? Czy ograniczacie betonizację? A może obejmiecie ochroną istniejącą ostoję przyrody?

Drugie miejsce zajmuje nadmierna eksploatacja zasobów naturalnych, której sztandarowym przykładem jest przełowienie. Część ryb używa się do produkcji pasz. Do zasobów naturalnych zaliczamy też wodę, której uzdatnianie zawdzięczamy roślinom i mikroorganizmom. Przeanalizujmy nasz biznes przy założeniu, że zasoby pozyskiwane ze środowiska są ograniczone, a ich odtworzenie wymaga czasu, miejsca i innych zasobów.



Po trzecie bioróżnorodności zagrażają zmiany klimatu.

Na czwartym miejscu IPBES wymienia chemiczne oraz fizyczne zanieczyszczenia środowiska, a także zanieczyszczenie światłem i hałasem. Zapomnijmy na chwilę o (bardzo ułomnym) recyklingu. Odpady to też surowce, które tracimy, często bezpowrotnie. Czy twoja firma może zmniejszyć ilość materiałów wprowadzanych do środowiska (opakowań, ubrań ze sztucznych włókien, które są uwalniane w praniu, sztucznych dodatków, farb)? Czy może promować dietę roślinną? Czy może zrezygnować z nocnego oświetlenia witryn i zakładów? Czy zabezpieczyła szyby przed kolizjami ptaków? Czy nie trwoni sprzętu IT i innych urządzeń, które napędzają ultratoksyczny przemysł wydobywczy...?

Piątą przyczyną zaniku bioróżnorodności są obce gatunki inwazyjne, które rozprzestrzeniają się wskutek globalnej turystyki i handlu oraz zagrażają lokalnym ekosystemom. Czy twoja firma stosuje krótkie łańcuchy dostaw? W Polsce plagą jest też porzucanie ryb i płazów przez hobbystów i puszczanie samopas kotów domowych, które pustoszą dziką faunę. Może twoja firma chce zaangażować się w edukację na ten temat?

Model gospodarczy bazujący na ciągłym wzroście jest niemożliwy do utrzymania. Francuski inżynier Philippe Bihouix obliczył, że jeśli co roku będziemy zużywać o 2% energii więcej, to za 1550 lat będziemy potrzebować energii o mocy Słońca! A nawet gdybyśmy dysponowali czystymi źródłami energii, nie przeżyjemy bez bioróżnorodności, która daje nam tlen, wodę, pożywienie, florę bakteryjną, ochronę biologiczną. Nie ma biznesu na martwej planecie.

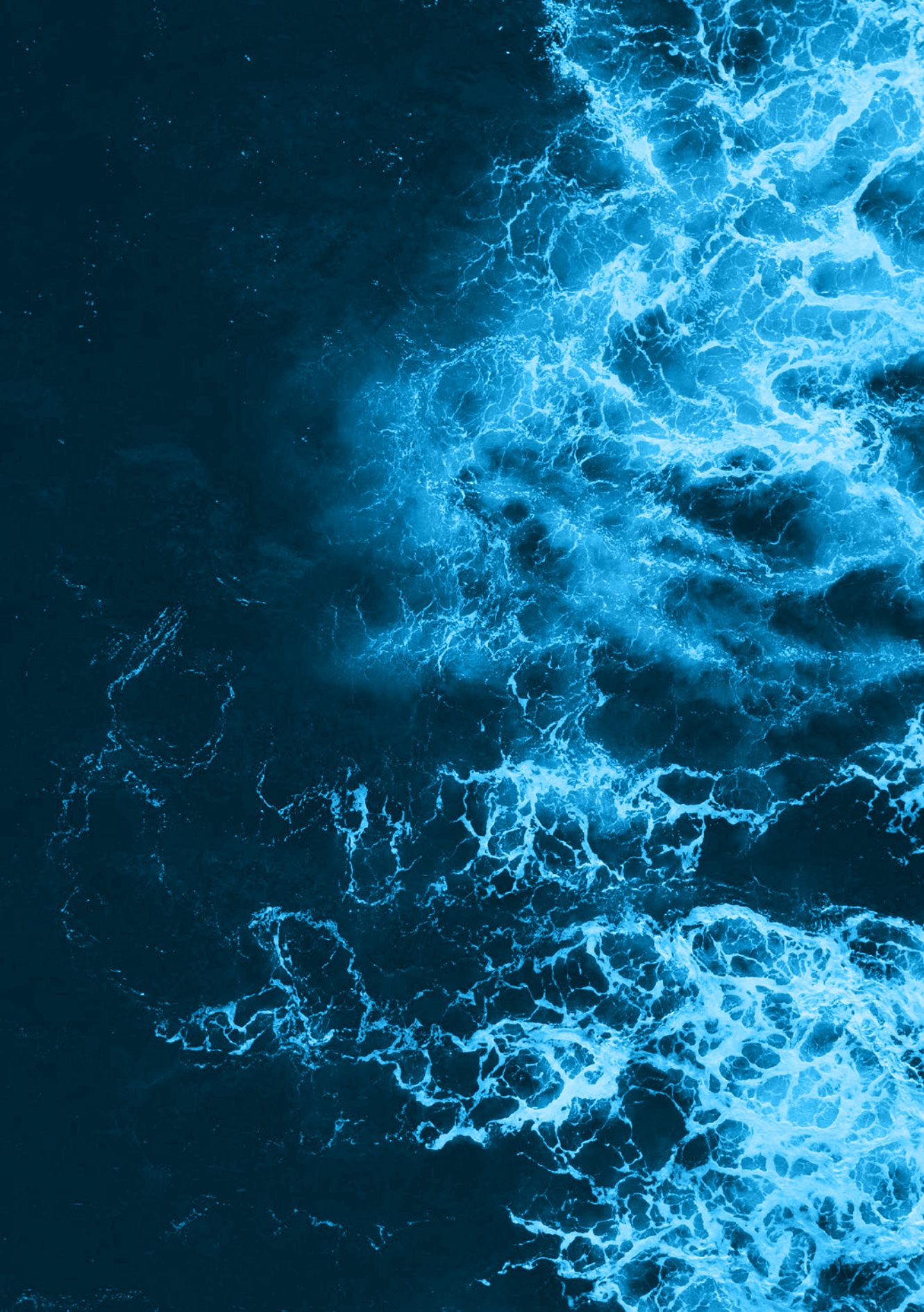
A CO Z KOMUNIKACJĄ?

Firmy chcą mówić o swoich działaniach dla przyrody. Ważne, aby wzięty pod uwagę, że świadomość ekologiczna polskich konsumentów rośnie. W latach 2006–2020 do Komisji Etyki Rady Reklamy trafiła garstka skarg; w 2021 r. było ich 60. Co ludzie zarzucają firmom? Nierzetelność w podejmowaniu ekologicznych wyzwań. Konsumenty oczekują zmian, a nie działań zastępczych. I z tego będą rozliczać firmy. Może warto zmienić podejście? „Wiemy, że nasze działania nie są wystarczające. Ale podchodzimy do tematu poważnie”. Zerowy wpływ na bioróżnorodność to mit, podobnie jak zerowy ślad węglowy. Liczy się nie spektakularny efekt w postaci liczby zasadzonych drzew, ale odpowiedzialna postawa i realne wysiłki w kierunku ograniczenia niszczycielskiego wpływu na przyrodę.

Katarzyna Udrycka

Edukatorka w dziedzinie zmian klimatu i bioróżnorodności.

Ekspertka programu Climate Leadership.



Dostawy ostatniej mili mogą być zrównoważone

Transport w miastach kojarzy się przede wszystkim z mobilnością ludzi i wykorzystywanymi do niej autobusami, samochodami czy rowerami. Jednak obejmuje on także przewóz towarów, dostawy do sklepów, restauracji, punktów usługowych i bezpośrednio do mieszkańców. Ta część miejskiego transportu również powoduje emisje gazów cieplarnianych i innych zanieczyszczeń powietrza, zwiększa korki i poziom hałasu. Ten negatywny wpływ na środowisko i zdrowie mieszkańców też powinniśmy ograniczać.

Tak zwana ostatnia mila, to końcowy etap łańcucha dostaw, najbliżej nas, najbardziej widoczny. Zwykle najkrótszy, od kilku do kilkunastu kilometrów, ale złożone warunki miejskie czynią go trudniejszym. Jest najbardziej czasochłonny, najmniej efektywny i najdroższy – odpowiada za ponad połowę kosztów dostaw i generuje nieproporcjonalną ilość zanieczyszczeń.

ROZWÓJ E-COMMERCE

W ostatnich latach, w związku z dynamicznym rozwojem sprzedaży internetowej, do którego przyczyniła się także pandemia, rośnie udział dostaw bezpośrednio od klienta, który sięgnął już 20%. Według Światowego Forum Ekonomicznego przy utrzymaniu się obecnych trendów do 2030 roku globalne zapotrzebowanie na miejskie usługi logistyczne na ostatniej mili dla e-commerce może wzrosnąć nawet o 78%.

Przez ostatnie 30 lat budowaliśmy centra handlowe na obrzeżach miast i godziliśmy się z koniecznością pokonania sporej odległości w celu zrobienia zakupów. Teraz rośnie liczba ludzi, którzy chcą mieć wszystko bliżej, a najlepiej dostarczone prosto do domu. Biznes odpowiada na to przez rozwój e-commerce. Cieszymy się ułatwieniami w zakupach, nie myśląc o tym, jak wpływają one na zwiększenie zapotrzebowania na transport i zużycie paliw.

Tymczasem ani model, w którym klient jedzie po zakupy samochodem na drugi koniec miasta, ani taki, w którym pojedyncze towary ktoś odwozi mu pod próg, nie są zrównoważone. Optymalne rozwiązanie to zakupy w lokalnych sklepach, do których można dotrzeć pieszo lub na rowerze, a towary dostarczane są do nich rowerami cargo lub bezemisyjnymi pojazdami. W przypadku zakupów online emisje związane z dostawą można znacząco obniżyć, wybierając opcję dostawy do pobliskiego punktu lub paczkomatu. Różnica wydaje się niewielka – dla kupującego może to być kilkadziesiąt metrów, ale dla kuriera, który może do jednego miejsca dostarczyć 20 czy 30 paczek zamiast każdą dowozić gdzie indziej, jest to już duża oszczędność czasu i paliwa oraz znaczne ograniczenie emisji. Firmy powinny zachęcać klientów do wyboru jednej z tych opcji.

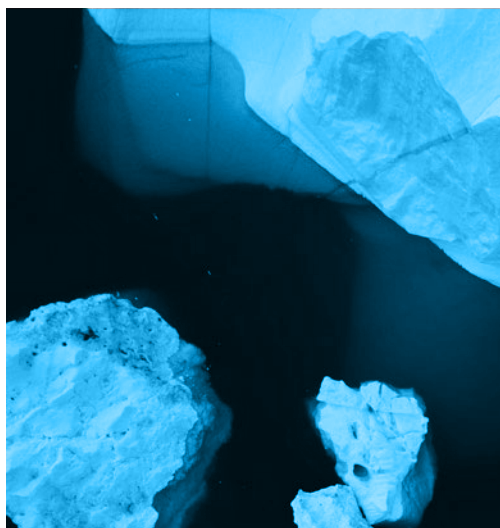
KLUCZOWY JEST DIALOG

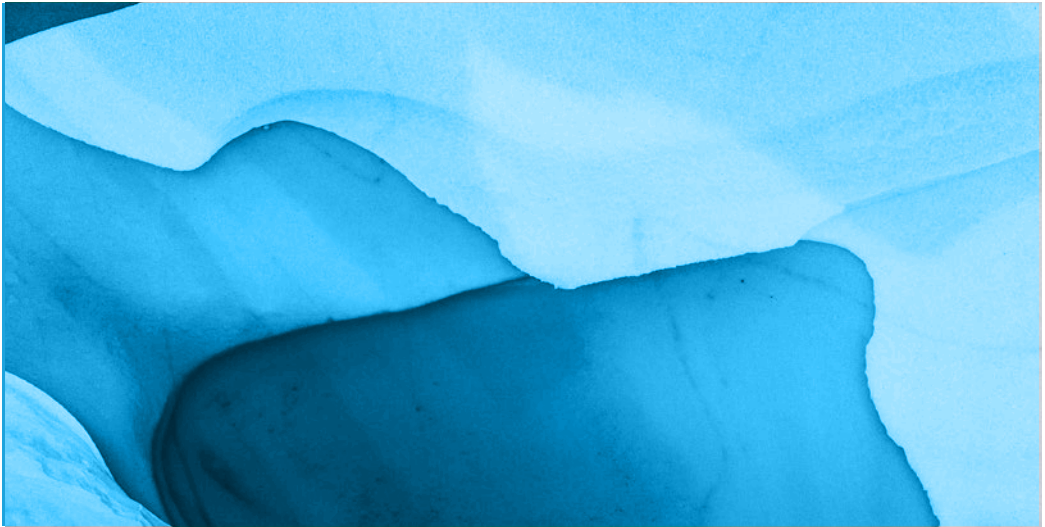
Odbiorcy towarów to tylko jedna z grup, których decyzje mają znaczenie dla minimalizacji negatywnych efektów związanych z dostawami ostatniej mili. Potrzebny jest dialog między wszystkimi zainteresowanymi stronami – urzędnikami, zrzeszeniami lokalnych biznesów, dużymi sieciami handlowymi i firmami działającymi na rynku e-commerce, organizacjami pozarządowymi i mieszkańcami. Przy dużym zróżnicowaniu struktury zarówno dostawców, jak i odbiorców – wielkości podmiotów, potencjału inwestycyjnego itd. – konsultacje to jedyny sposób na pogodzenie ich różnych potrzeb i możliwości.

Koordinacja tego dialogu jest odpowiedzialnością urzędów, przy czym najlepszy jest dialog usystematyzowany, jak np. okrągły stół ds. logistyki miejskiej w Berlinie. Strona biznesowa może jednak

taki dialog inicjować i nawiązywać współpracę z urzędami na różnych etapach porządkowania miejskiej logistyki, zaczynając od przygotowania Planów Zrównoważonej Logistyki Miejskiej (ang. Sustainable Urban Logistics Plan, SULP), które powinny stanowić integralną część lub uzupełnienie do Planów Zrównoważonej Mobilności Miejskiej (SUMP). Jak dotąd jedynym polskim miastem, które SULP przygotowało jest Poznań, ale nad równoważeniem logistyki pracują też np. Gdańsk czy Gdynia. Można założyć, że za nimi pójdą inne miasta.

Urzędy mogą wprowadzać wagowe i czasowe ograniczenia ruchu pojazdów, np. wyznaczyć strefy z dostępem dla pojazdów tylko do określonej wagi, tak jak zrobiła to Gdynia, czy strefy, gdzie pojazdy dostawcze mają dostęp tylko rano, jak w Gdańsku. Miasta mogą też tworzyć strefy ograniczonego ruchu i strefy czystego transportu, czy wprowadzać opłaty za wjazd ciężkimi pojazdami. Firmy realizujące dostawy muszą być na to gotowe.





NARZĘDZIA WSPARCIA

Z drugiej strony urzędy mogą też ułatwiać firmom usprawnianie dostaw i ograniczanie ich wpływu na środowisko, np. poprzez wprowadzanie dedykowanych miejsc dostaw z limitem czasu postoju i chronienie ich przed zajmowaniem przez auta osobowe. Mogą wspierać tworzenie centrów konsolidacji, gdzie towary są przeladowane, by zmniejszyć liczbę pojazdów jadących do odbiorców końcowych. Operatorom takich centrów urzędy mogą zaoferować preferencyjne stawki najmu powierzchni. Takie wsparcie może być uzupełnione przez tworzenie możliwości wynajmowania rowerów cargo lub oferty dofinansowania do ich zakupu. Urzędy mogą też wpływać na lokalizację paczkomatów i warunki przetargów. By wybrać optymalne rozwiązania, urzędy muszą najpierw poznać rzeczywistą strukturę przewozów ładunków na terenie ich miast. Wskazana jest współpraca między środowiskiem biznesowym a samorządami w jej badaniu i analizie.

WYZWANIA DLA BIZNESU

Branże i firmy mają różne systemy realizacji dostaw, muszą godzić kwestie środowiskowe i oczekiwania klientów z możliwościami inwestycyjnymi i celami ekonomicznymi, ale mają też wiele możliwości działania. Największe firmy kurierskie już w tej chwili prezentują strategie dochodzenia do neutralności klimatycznej i robią pierwsze kroki na drodze wymiany floty pojazdów na elektryczne. Kupują pierwsze rowery cargo i inwestują w odnawialne źródła energii oraz punkty ładowania w oddziałach i centrach logistycznych. Jednak zmiana źródła napędu pojazdów przez przewoźników to tylko jeden element. Tam, gdzie to możliwe, potrzebna jest zmiana środków transportu, zwiększanie udziału kolei oraz transportu intermodalnego i multimodalnego z udziałem kolei. Do tego powinno dochodzić skracanie łańcuchów dostaw, kupowanie towarów bardziej lokalnie. Producenci mogą zmniejszać objętość i wagę opakowań produktów i tak zmieniać metody pakowania, by efektywnie wykorzystywać przestrzeń ładunkową pojazdów.

Ostatnią milę biznes można optymalizować, m.in. rozmawiając z miastami o infrastrukturze do ładowania pojazdów dostawczych w przestrzeni publicznej, o tworzeniu czytelnie oznakowanych stref dostarczania chronionych przed zastawianiem przez inne auta czy mikrohubów blisko centrów miast, o rozwijaniu infrastruktury rowerowej dostosowanej do potrzeb rowerów cargo, czy wreszcie o współpracy przy wypracowywaniu SULPów.

Niezbędna jest też współpraca wewnątrz środowiska biznesowego, między firmami. Mimo wyrażanych przez branżę wątpliwości co do możliwości konsolidacji dostaw w warunkach rynkowej konkurencji, to najlepszy sposób, by obniżyć koszty, podnieść efektywność i zmniejszyć emisje, szczególnie na rynku przesyłek kurierskich. Paczkomaty przyczyniałyby się do redukcji emisji w znacznie większym stopniu, gdyby każdy operator nie rozwijał osobnej sieci i gdyby nie było takich sytuacji, gdzie na przestrzeni 50 metrów stoi pięć maszyn różnych operatorów, do których paczki są dostarczane oddzielnie przez pięciu różnych kurierów. Urzędy miast mogą zachęcać firmy do współpracy, np. organizując przetargi na centra paczkomatowe z warunkiem dostępności dla różnych dostawców.

PRZYSZŁOŚĆ, CZYLI WSPÓLDZIELENIE

Przyszłością branży jest lepsze planowanie i logistyka współdzielona (shared logistics). Współdzielić można magazyny, przestrzeń załadowniczą, pojazdy, paczkomaty itd. Przykładem korzystnego rozwiązania jest austriacki MYFLEXBOX, sieć paczkomatów, z których mogą korzystać różne firmy. Do zapewnienia efektywności ekonomicznej oraz ograniczenia negatywnego wpływu na środowi-

sko i lokalne społeczności konieczne są optymalizacja i wdrażanie współdzielenia wzdłuż łańcuchów logistycznych. Komisja Europejska widzi potencjał w wykorzystaniu fizycznego internetu (ang. *Physical Internet*) i automatyzacji przewozów, w ramach której na pewnych etapach dostaw decyzje podejmowałby algorytm.

Zbieranie danych od podmiotów publicznych i prywatnych tak, by były dostępne dla jednych i drugich, by umożliwiło to głęboką koordynację, jest w tym obszarze tak samo potrzebne, jak przy łączeniu usług transportu zbiorowego ze współdzieleniem rowerów, skuterów i innych pojazdów. Konieczne będą europejskie regulacje, by poradzić sobie z tym wyzwaniem. Radzimy sobie jednak z koordynacją różnych systemów i platform IT w przypadku sieci ładowania pojazdów elektrycznych czy w przypadku sieci komórkowych, dlatego są podstawy do założenia, że jest to możliwe.

Urszula Stefanowicz

Koordynatorka projektów dotyczących polityki klimatycznej. Ekspertka Climate Leadership.

Jeśli nie plastik, to co? Wyzwania w ekoprojektowaniu

Klimat, bioróżnorodność i odpady. To nasze obecnie największe wyzwania w zakresie środowiska i gospodarki. Na te wyzwania pracowaliśmy wiele lat, żeby doprowadzić niektóre do stanu krytycznego. Tematy znane od dziesięcioleci, ale sygnalistom brakowało współpracy nauki, biznesu, społeczeństwa i administracji (połączonej z polityką). Obecnie się to zmieniło, czujemy większą synergję, pojawiają się przepisy prawne, wymagania, akcje społeczne i strategie biznesowe, które są szansą na znaczącą poprawę sytuacji. A jest co poprawiać, szczególnie w dziedzinie odpadów, gdzie szybkie zmiany dają szybkie efekty. Jednym z narzędzi, które nas doprowadzi do zmian, jest właśnie ekoprojektowanie.

CZAS WCISNAĆ HAMULEC

Środowiska, którym bliskie są idee zrównoważonego rozwoju, postulują za wdrażaniem rynkowych ograniczeń w sferze produkowania i zbywania dóbr. Obserwowane zjawiska wolności gospodarczej w tym obszarze powodują nie tylko stany depresyjne u konsumentów, ale też wywołują depresje terenowe w świecie przyrodniczym, od wielu lat skutkujące narastającym kryzysem surowcowym. Jak pisze Edwin Bendyk w książce *W Polsce, czyli wszędzie*. Rzecz o upadku i przyszłości świata funkcjonujemy w kapitalizmie skopiecznym – siłą napędzającą porywy konsumenckie są atakujące nas zewsząd, wywołujące emocje obrazy, a człowiek jest bardzo żądny wrażeń. Wiele środowisk postuluje zatem przymusowe ograniczenia, narzucone na producentów normy, aby rynek konsumencki uspokoić, wygładzić, ukierunkować „za konsumenta”.

W kontekście opakowań pomysły, jakie są realizowane w różnych krajach, to standaryzacja opakowań, zakaz wprowadzania danego towaru na rynek, nakaz uiszczania dodatkowych opłat, kaucje, obowiązkowe oznakowywanie, ekstra podatki. Publicznie głoszonymi motywacjami tych mechanizmów jest zapobieganie zaśmiecaniu. Brakuje jednak pogłębionego spojrzenia, że za zakrętem kryje się nieco gorszy przeciwnik – kryzys surowcowy.

RYNEK SUROWCÓW NA ZAKRĘCIE

Do wytwarzania produktów i ich opakowań używamy czterech kluczowych grup materiałowych, takich jak:

- drewno do papieru,
- piasek do szkła,
- rudy metali do stali, stopów metali, aluminium,
- ropa naftowa do plastiku

oraz surowce odnawialne, jednak marginalne w tej branży, jak bawełna, juta, korek, len, bambus i wiele innych.

O tym, że zabraknie nam ropy naftowej, słyszymy od dawna. Nadal jest ona wydobywana z powodzeniem, wręcz część jej frakcji (gaz) jest w niektórych krajach marnotrawiona. Z ropy produkujemy plastik (2% rocznego, globalnego wydobycia jest przeznaczana na ten cel) i to w jego stronę są zwrócone oczy. Jednakże w świecie transformacji cyfrowej i energetycznej to metale stają się krytycznie cennym surowcem. Tylko 1% metali ziem rzadkich jest poddawanych w Europie recyklingowi! Z tych pierwiastków nie robi się wprawdzie opakowań, ale są one kluczowe dla całych procesów produkcyjnych oraz dla elektronicznych dóbr konsumencyjnych (występują jako składowa wielu części, systemów sterowania czy automatyzacji). Czekamy zatem na przepisy prawne, które będą obligowały do znaczącego podwyższenia rotacji metali ziem rzadkich i wszystkich urządzeń, które je zawierają wraz z pozostałymi składnikami konstrukcyjnymi. Co ciekawe, nawet w przypadku pospolitego szkła z powodu boomu budowlanego stanęliśmy

przed globalnym wyzwaniem braku zasobów surowca do produkcji. O materiały permanentne (szkło i metale) stosowane w opakownictwie powinniśmy szczególnie dbać, gdyż tutaj najwięcej można osiągnąć z ich rotacji – zarówno poprzez ponowne użycie, jak i recykling. W przeciwieństwie do tworzyw sztucznych i papieru – nie degradują, mają też niepowtarzalne właściwości barierowe.

Mamy połowę roku 2022, a sytuacja po stronie surowców jest bardzo dynamiczna. Z jednej strony z powodu pandemii i wojny cały czas ceny rosną, a dostępność surowców była ograniczona ze względu na piki zapotrzebowania w różnych częściach świata czy ograniczenia w logistyce. Potem inflacja, zmiana koniunktury, oraz zmiany w cenie prądu nie ułatwiają producentom szacowania budżetów na przyszłość, prognoz spokojnego rozwoju i możliwości przewidzenia czegokolwiek. Z drugiej strony ciekawy rynek, skoki i spadki zapotrzebowania na regranulaty i surowce z recyklingu do produkcji nowych opakowań powodują wahania cen surowca na bramie wyjazdowej z sortowni. Mechanizmy te mają duży wpływ na to, co w danym momencie gospodarczym poddaje się recyklingowi, a co nie. Działalność recyklerów i zwracanie surowców jest ściśle powiązana z całą gospodarką, nie tylko życzeniowością, co byśmy chcieli poddawać recyklingowi. Takie są ograniczenia cyrkularności (nie jedyne oczywiście) – i zawsze nam się tu będzie kłaniać hierarchia postępowania z odpadami, która znajduje się w dokumentach strategicznych UE oraz w polskim Planie Gospodarki Odpadami – i jej pierwszy krok: podejmowanie działań, które zapobiegają powstawaniu odpadów. Możemy to osiągnąć także przez ekoprojektowanie.

DOBRE STRONY PLASTIKU

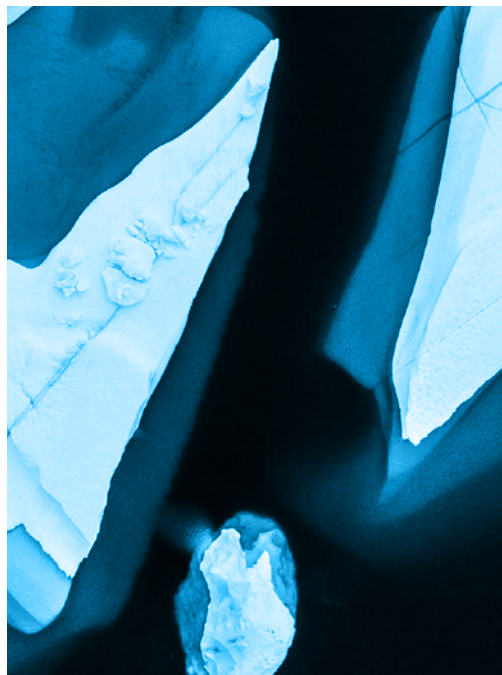
W Polsce na rynek wprowadza się rocznie ponad 6 mln ton opakowań, z czego tworzyw jest ok. 1 mln ton, a opakowania jednostkowe B2C stanowią ok. 12% wszystkich wprowadzonych. Tonażowo jest to niewiele, ale skupiona jest tu duża uwaga, dlatego że opakowania te stosuje się powszechnie do towarów szybko zbywalnych, czasem niestety porzucanych przez konsumentów, zaśmiecających krajobraz i nierozkładających się za życia jednego pokolenia. Nagłośnione globalne problemy z plastikiem – Pacyficzna Wielka Plama Odpadów, brak zagospodarowania tworzyw w biedniejszych krajach i na wyspach, pozbywanie się tych odpadów z nurtem rzeki jako codzienna praktyka lokalnych społeczności w niektórych krajach, np. Azji – przyniosły tworzywom sztucznym bardzo czarny PR. Do tego dochodzi negatywna presja na bioróżnorodność. Plastik nie jest materiałem permanentnym, degradowa – czasem za szybko, kiedy go przetwarzamy, a czasem za wolno, kiedy porzucony leży i nic się z nim nie dzieje. Jednakże trudno sobie wyobrazić bez niego codzienne funkcjonowanie.

Popatrzmy na jego dobre strony: przedłuża przydatność do spożycia żywności, zarówno warzyw i owoców, nabiału, mięsa, ryb, krytycznie wpływając na zmniejszenie strat tej żywności szybko psującej się oraz redukcję zatruć pokarmowych. Ułatwia logistykę, porcjowanie, korzystanie z produktów. Jest nośnikiem informacji, pozwala na zachowanie aseptyczności – niektóre opakowania umożliwiają procesy pasteryzacji.

Plastikiem można dobrze zarządzać – odpowiednio projektować opakowania, przekazywać do recyklingu, a po zakończonych obiegach

poddawać unieszkodliwianiu energetycznemu (mają wysoką wartość kaloryczną).

Niektóre grupy konsumenckie świadomie odchodzą od korzystania z opakowań z tworzyw sztucznych – producenci w to miejsce szukają zamienników. Papier ma wiele ograniczeń – głównie skupionych wokół marnej barierowości. Szkło się tłucze, jest ciężkie i ma wysoki ślad węglowy, a metale pozyskuje się poprzez szkodliwe dla środowiska wydobycie, przetwarzanie, są drogie i zwyczajnie nie nadają się do wszystkich aplikacji. Nawet puszka stalowa ma polimerowe warstwy barierowe, co do ich bezpieczeństwa też trzeba mieć sporą wiedzę, zarówno od strony technologicznej, jak i użytkownika (nigdy nie używaj uszkodzonych zakrętek stalowych do słoików; specjaliści od bezpieczeństwa żywienia zalecają przy robieniu weków wymianę zakrętek na nowe).



Jednakże do niektórych aplikacji puszki świetnie się nadają (napoje, konserwy), szczególnie, jeśli liczy się barierowość, trwałość, zarówno jako data ważności, jak i możliwość eksportu na drugi koniec świata. Puszka jest lekka i co najważniejsze – dobrze się separuje przy etapie sortowania odpadów, a potem dobrze się ją przetwarza w procesach recyklingu.

ZASADY ZIELONEGO PROJEKTOWANIA

Zrównoważone opakowania pozwalają na redukcje użycia surowców pierwotnych, użycia wody i energii w procesach wydobycia, produkcji i transportu, oraz są cyrkularne. Nie ma jednak materiałów idealnych, które będą tanie, trwałe do czasu przekazania towaru konsumentowi, a potem nagle „znikną”. Wprowadzając produkt na rynek, musimy zaprojektować dla niego logistykę, bezpieczeństwo użytkownika, trwałość i atrakcyjność dla konsumenta. Aby opakowania były zrównoważone, zwróćmy uwagę na następujące aspekty i możliwości ekoprojektowania:

- zaoferowanie wersji produktu bez opakowań (alternatywne formułacje, łańcuchy dostaw),
- zastosowanie opakowań zwrotnych, z możliwością ponownego napełniania,
- wprowadzenie opakowań zawierających materiał z recyklingu,
- zapewnienie pełnej przydatności opakowania do recyklingu materiałowego lub organicznego (dla niektórych zastosowań).

Ekoprojektowanie (ang. *ecodesign*) to włączenie aspektów środowiskowych do projektowania i rozwoju wyrobu. Ekoprojektowanie opakowań dotyczy całego cyklu życia opakowania, tj. wydobycia surowców, produkcji, dystrybucji, użytkowania, zbierania i recyklingu.

Dla opakowań nie ma jeszcze dedykowanej dyrektywy w zakresie ekoprojektowania. Jednakże niektóre wymagania są zawarte w różnych dokumentach, jak wymagania zasadnicze w dyrektywie opakowaniowej czy obowiązki dotyczące dodawania regranulatów do butelek na napoje PET do 3 litrów (25% do 2025 r.) i do wszystkich butelek na napoje z tworzywa sztucznego do 3 litrów (30% do 2030 r.) w nowej dyrektywie SUP (Single-Use-Plastics). Inne wymaganie tej dyrektywy to konieczność (od połowy 2024 r.) trwałego przymocowywania nakrętek do butelek na napoje z tworzywa sztucznego (dzięki czemu nie będą się „gubiły” w procesach przetwórczych i transporcie).

EKOPROJEKTOWANIE OPAKOWAŃ Z TWORZYW SZTUCZNYCH

W przypadku tworzyw sztucznych Europa ma jasny cel – do 2030 r. wszystkie opakowania, 100%, powinny być przydatne do recyklingu. Dlatego tak kluczowe jest przestrzeganie zasad ekoprojektowania opakowań z tworzyw sztucznych, czyli:

- stosowanie regranulatów z recyklingu do produkcji nowych opakowań,
- unikanie opakowań barierowych i wielomateriałowych, laminatów wielopolimerowych i metalizacji (tam gdzie to możliwe),

- unikanie wszelkich etykiet termokurczliwych na całej powierzchni opakowania (wyjątkiem są etykiety z tego samego polimeru co korpus), obowiązkowe stosowanie perforacji (maksymalna powierzchnia etykiety to 70%),
- zachowanie ostrożności przy minimalizacji, ponieważ im mniejsze opakowanie, tym może być trudniej je wychwycić w procesach sortowania (szczególnie te poniżej 6–8 centymetrów),
- optymalizowanie kształtu opakowań, umożliwiających pełne opróżnianie z zawartości,
- stosowanie klejów do etykiet, możliwych do rozdzielenia na etapie procesów recyklingu,
- wybieranie jasnych kolorów opakowań,
- stosowanie kompatybilnych tworzyw (np. unikanie połączeń PET+PVC).

Dziś w procesach recyklingu powszechnie przetwarza się materiał PET (butelka ponapojowa bezbarwna, zielona, niebieska), ale z tego samego materiału nie poddaje się recyklingowi tacek czy folii, jak i butelek nietransparentnych. Chętnie przez recyklerów kupowane są opakowania po chemii gospodarczej z HDPE i PP (nie z PET) czy niezadrukowane giętkie LDPE. Z foliami jest więcej problemów – im mniejsza i bardziej zadrukowana, tym gorzej z ich przetwórstwem. W mniejszej skali, ale też można przetworzyć tworzywa PS, EPS, PC.

EKOPROJEKTOWANIE OPAKOWAŃ Z PAPIERU I TEKSTURY

Najważniejsze zasady ekoprojektowania opakowań z papieru i tekstury to:

- unikanie stosowania papierów bitumizowanych, parafinowanych, natłuszczanych, powlekanych np. folią PE,
- unikanie barwienia w masie,
- unikanie klejenia w masie, np. żywicami,
- stosowanie wodorozpuszczalnych klejów i nadruków, które nie zaburzają procesów recyklingu, (w tym unikanie farb na bazie olejów mineralnych, druku UV),
- stosowanie kompatybilnych etykiet.

Dodatkowo, należy unikać kłopotliwych dla recyklerów elementów opakowań, takich jak: brokat, metalizowane elementy opakowania, przyklejonych elementów z innych materiałów, jak wstążki, kokardki, cekiny i inne elementy ozdobne.

EKOPROJEKTOWANIE OPAKOWAŃ ZE SZKŁA

Najważniejsze zasady ekoprojektowania opakowań ze szkła to:

- stosowanie stłuczki szklanej do produkcji nowych opakowań,
- unikanie szkła czarnego, niebieskiego, mlecznobiałego,

- unikanie etykiet i zamknięć, które nie oddzielają się od szkła na etapie recyklingu (np. ze stali niemagnetycznej),
- wyeliminowanie stosowania ceramiki w opakowaniach,
- stosowanie kompatybilnych zamknięć,
- stosowanie niewielkich nadruków bezpośrednich (jednak nie na całej powierzchni),
- stosowanie opakowań wielokrotnego użytku.

CELE RECYKLINGU – WYZWANIE DLA PRZEDSIĘBIORCÓW

Konieczność ekoprojektowania opakowań nadających się do recyklingu powinniśmy postrzegać, oprócz celów środowiskowych, przez pryzmat realizacji celów recyklingu opakowań wprowadzanych na rynek. Fakt ich osiągnięcia w poprzednich latach nie przekłada się na „pewność” ich realizacji w przyszłości. Główne powody są dwa. Od 2022 r. cele recyklingu znacząco rosną – najszybciej w tworzywach sztucznych (z 23,5% w 2021 r. do 55% w 2030 r.). Konstrukcja przyszłego systemu rozszerzonej odpowiedzialności producenta (ROP) oraz sposobu wdrożenia wymagań z SUP (obowiązek zbiórki butelek na napoje PET – 90% do 2029 r.) będą miały diametralne znaczenie dla możliwości osiągnięcia celów, a także dla efektywności systemu (czy będzie wystarczająca ilość surowca w pojemnikach do selektywnej zbiórki) i odpowiedzialności finansowej przedsiębiorców za ich niezrealizowanie. Drugi aspekt dotyczy nowych punktów pomiarowych recyklingu i faktu, że do 1 stycznia 2022 r. były to ilości liczone „na bramie” do recyklera, a obecnie są to ilości liczone mniej

więcej w połowie procesu przetwarzania, co na logikę oznacza mocne cięcie ilości ze sprawozdań (obcinamy tzw. zanieczyszczenia).

Jeżeli odpad opakowaniowy technicznie nie nadaje się do recyklingu – lukę musimy „pokryć” realizacją recyklingu innych odpadów opakowaniowych w tym samym materiale, które do recyklingu świetnie się nadają. Jedne opakowania „pracują” wtedy na drugie – czyli recyklowalne na niercyklowalne. Tak możemy postępować tylko do pewnego momentu, potem cele będą po prostu niezrealizowane, a konsekwencje mogą okazać się dotkliwie. Od strony środowiskowej pamiętajmy – etap projektowania determinuje 80% wpływu na środowisko, także w pozostałych aspektach.

Marta Krawczyk

Ekspertka od ecodesignu opakowańi przydatności do recyklingu. Ekspertka Climate Leadership.

Neutralność węglowa przedsiębiorstw lub produktów z wykorzystaniem offsetów węglowych

Offset węglowy to termin pojawiający się w obszarze komunikacji przedsiębiorstw związanej z dekarbonizacją, neutralnością klimatyczną i celami net-zero. W obliczu presji interesariuszy, inwestorów, a także coraz częściej klientów, coraz więcej firm decyduje się na wykorzystanie kredytów węglowych w ramach swoich działań związanych z kryzysem klimatycznym.

CZYM JEST OFFSET WĘGLOWY?

Nie istnieje jedna definicja offsetu węglowego, jednak najprościej mówiąc, jest to kompensacja emisji dwutlenku węgla, czyli każda działalność, która kompensuje emisję dwutlenku węgla (CO₂) lub innych gazów cieplarnianych (mierzoną w ekwiwalentach dwutlenku węgla [CO₂e]) poprzez zapewnienie redukcji emisji lub zwiększenie pochłaniania w innym miejscu. Gazy cieplarniane są szeroko rozpowszechnione w ziemskiej atmosferze, więc klimat czerpie korzyści z redukcji emisji niezależnie od tego, gdzie takie redukcje występują. Jeśli redukcje emisji dwutlenku węgla są równoważne z całkowitym śladem węglowym danej działalności, mówi się, że aktywność ta jest „neutralna pod względem emisji dwutlenku węgla”. Kompensację emisji dwutlenku węgla można kupować, sprzedawać lub handlować w ramach rynku emisji.

UMIAR W UŻYCIU

Offsety węglowe zyskały złą reputację między innymi z powodu używania ich do „kupowania sobie neutralności klimatycznej”. Ze względu na dobrowolny charakter działań, skompensowanie emisji gazów cieplarnianych z bieżącej działalności, bez podejmowania równocześnie jakichkolwiek działań ograniczających emisje, nie było

dotychczas piętnowane. Jednak niewystarczające tempo działań w ramach porozumień międzynarodowych wraz z przyspieszającym tempem zmian klimatycznych, powoduje, że oczekiwania wobec dobrowolnych działań również rosną.

Dlatego też, np. w ramach inicjatyw, takich jak np. Science-based Targets (SBTi), oczekuje się działań zgodnie z zasadą „mierz, redukuj, offsetuj”. Oznacza to, że przede wszystkim należy zredukować emisje w ramach własnego łańcucha wartości, a jedynie emisje trudne do uniknięcia z powodu ograniczeń technicznych lub ekonomicznych, kompensować z wykorzystaniem offsetów. Kompensacja emisji dwutlenku węgla pozostaje jednym z niezbędnych środków do osiągnięcia globalnych zerowych emisji netto, jednak to przede wszystkim wewnętrzne działania redukcyjne powinny być podstawą zachowań proklimatycznych, aby była realnym i skutecznym środkiem osiągnięcia globalnych zerowych emisji netto.

Zauważam trend w poszerzaniu definicji offsetowania wychodzącej poza transakcję zakupu i umorzenia jednostek. Coraz częściej mówi się o tzw. kontrybucji klimatycznej, definiowanej jako mechanizm wspierania zrównoważonych projektów o pozytywnym wpływie na środowisko, który pozwala jednostkom i organizacjom przyczyniać się do globalnej neutralności węglowej.

„CUDOWNE” ROZMNOŻENIE JEDNOSTEK

W przeciwieństwie do uregulowanych prawnie i dokładnie zdefiniowanych mechanizmów, dobrowolność to bardzo pojemne pojęcie. Z jednej strony daje dużą elastyczność w działaniach, jednak niesie ze sobą również zagrożenia w postaci „białych plam” w metodykach projektowych.

Szereg ujawnionych kilka lat temu kontrowersyjnych przypadków sprawiło, że projekty offsetowe dorobiły się, jeśli nawet nie złej sławy, to co najmniej podchodzenia do nich z dużą dozą sceptycyzmu wśród bardziej świadomych interesariuszy.

Zdarzały się przypadki, kiedy jeden projekt był rejestrowany w kilku systemach dobrowolnych równocześnie, jednostki z projektów ulegały rozmnożeniu w rejestrach. Projekty zapobiegające wylesianiu, były rejestrowane w lokalizacjach niezagrażonych wylesianiem, a tereny przeznaczone do zalesienia i generujące z tego tytułu jednostki offsetowe, okazywały się wykarczowanymi w środku lasu tropikalnego, polami uprawnymi.

DEKALOG WYSOKIEJ JAKOŚCI OFFSETU WĘGLOWEGO

Aby zapobiec powyższym praktykom, powstało szereg inicjatyw mających na celu zwiększenie wiarygodności tego mechanizmu. W większości przypadków, odnoszą się do tych samych, uniwersalnych zasad, które powinny być przestrzegane, jeśli chcemy mówić o wysokiej jakości offsetach.

- **Dodatkowość (additionality)**

Najbardziej kluczowa koncepcja offsetów. Projekty muszą być „dodatkowe”, to znaczy, że generowane przez nie jednostki nie powstałyby w trakcie tzw. scenariusza business as usual, a są wynikiem dedykowanych działań powodujących redukcję lub pochłanianie CO₂.

- **Unikanie podwójnego liczenia (double counting)**

Jednostki z takich projektów nie mogą być rozliczane do celów stwierdzenia neutralności klimatycznej więcej niż jeden raz.

- **Trwałość (permanence)**
Raportowane redukcje emisji muszą być trwałe, a ryzyko uwolnienia się do atmosfery pochłoniętych emisji, musi być zminimalizowane (np. pożar na zalesionym terenie, spowoduje uwolnienie się do atmosfery całego pochłoniętego CO₂).
- **Przejrzystość (transparency)**
Program, w ramach którego realizowane są projekty offsetowe, powinien charakteryzować się prostymi, transparentnymi zasadami oraz dbać o jakość przekazywanych informacji i działań.
- **Dokładność (accuracy)**
Osiągane redukcje emisji powinny być dokładnie wyliczane w ramach tzw. granic oddziaływania projektu, zarówno redukcje emisji, jak również wszystkie źródła emisji powinny zostać uwzględnione, a poziom redukcji powinien być wyliczony netto (odniesiony do scenariusza bazowego).
- **Rozliczalność i jasna identyfikacja**
Jednostki powinny pochodzić z systemu, który umożliwia rejestrację i możliwość jednoznacznego prześledzenia cyklu życia każdej jednostki offsetowej (od momentu jej powstania, aż do chwili jej umorzenia).
- **Niezależna walidacja i weryfikacja**
Każda jednostka offsetowa powinna przejść proces weryfikacji przez niezależną, trzecią stronę.
- **Zgodność z Celami Zrównoważonego Rozwoju**
Działania w projektach offsetowych powinny obejmować również tzw. korzyści dodatkowe,

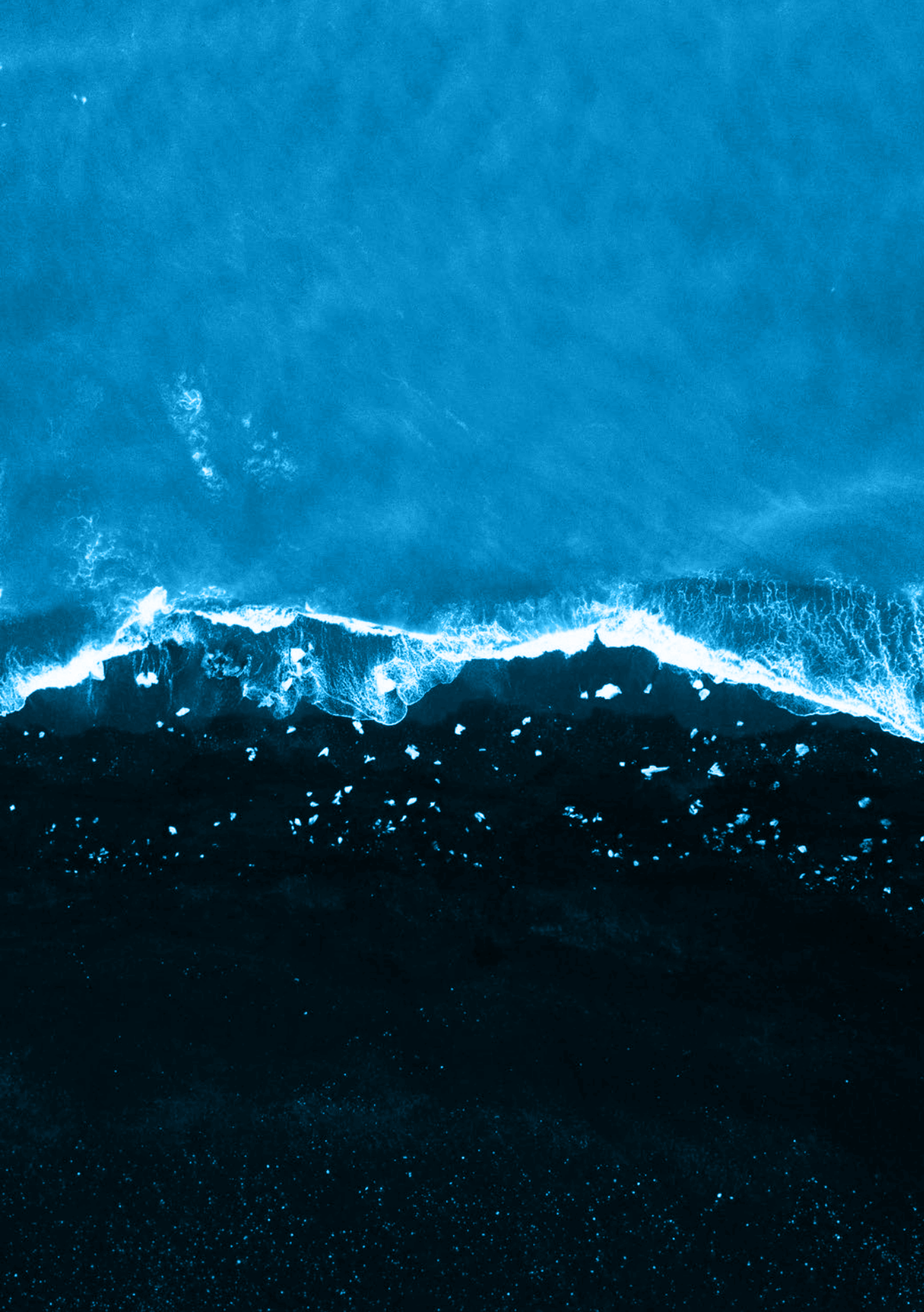
np. wpisywać się w co najmniej kilka Celów Zrównoważonego Rozwoju ONZ.

- **Integralność środowiskowa i społeczna**
Projekty nie mogą prowadzić do powstawania szkód środowiskowych, zarówno bezpośrednio w miejscu ich działania, jak również pośrednio, w innych lokalizacjach (tzw. leakage). Projekty muszą być również realizowane z poszanowaniem lokalnej społeczności.
- **Zgodność z kierunkami transformacji w kierunku zero-emisyjnej gospodarki**
Realizacja projektu generującego offsety węglowe nie może prowadzić do sytuacji, w której utrwalają technologie lub praktyki emisyjne nie do pogodzenia z możliwością osiągnięcia zero-wych emisji netto do połowy tego stulecia.

Jednostki kompensacji emisji to dobre narzędzie w arsenale redukcji śladu węglowego przedsiębiorstwa lub produktu, jednak często bywa nadużywane, a brak wiedzy i jednoznacznego standardu związanego z ich tworzeniem i użyciem, powoduje, że łatwo narazić się na zarzuty green-washing-u. Upewnienie się, że kupowane przez nas offsety węglowe spełniają przytoczone przeze mnie kluczowe zasady, z pewnością pozwoli na zminimalizowanie ryzyka nietrafionej inwestycji, jak również na realne przyczynienie się do działań związanych ze skutkami kryzysu klimatycznego, którego w coraz większym stopniu doświadczamy.

Justyna Wysocka-Golec

Ekspertka ds Zmian Klimatu, śladu węglowego, systemów offsetowych i dekarbonizacji. Ekspertka programu Climate Leadership.



Co badać? Jak komunikować oraz czym zachęcać klientów, pracowników, społeczeństwo do zmian nawyków na bardziej proklimatyczne

Strach przed zmianami klimatycznymi jest coraz powszechniejszy, a chęci przeciwdziałania im coraz wyraźniejsze. Pomimo to, jak pokazuje raport „Skromniej i mniej, czyli życie polskiego konsumenta” (Strategy&, 2022), mamy do czynienia z niepokojącym trendem – w stosunku do 2020 r. nastąpił bardzo duży spadek znaczenia ekologiczności produktu oraz sposobu jego produkcji jako czynników wyboru marki produktu.

CZEGO POLACY BOJĄ SIĘ DZISIAJ NAJBARDZIEJ?

Codziennie wybory zakupowe Polaków, są obecnie silniej zorientowane na cenę niż na kwestie prośrodowiskowe. Obecnie obawiamy się najbardziej czynników takich jak: inflacja i drożyzna, bezpieczeństwo – związane z wojną – oraz zdrowie w związku z pandemią.

Co jeszcze warto wiedzieć o naszych odbiorcach – klientach, pracownikach i obywatelach – w kontekście oferty i przekazów prośrodowiskowych, by skutecznie do nich docierać?

Z pewnością istotny jest rozkład postaw pod kątem świadomości ekologicznej w naszym społeczeństwie, gdzie co piąty Polak zachowuje się wzorowo, jeśli chodzi o dbanie o środowisko i globalne myślenie o ekologii. Pozostali w kontekście ekologii prezentują najczęściej postawę umiarkowanych oraz praktyków. Co dziesiąty z nas jest całkiem obojętny i bierny w kwestii ekologii, a kolejne 14% to osoby, których zachowania można określić jako: minimum wysiłku i nakładów. Pokazuje to badanie „Świadomość ekologiczna Polaków” (Open Research, 2022).

Dla języka komunikacji oznacza to tyle, że do każdego segmentu powinniśmy docierać z innego rodzaju narracją i korzyściami wynikającymi z wyborów prośrodowiskowych, tak by informacje były perswazyjne i zachęcające do działania. Przykłady narracji mogą być mniej lub bardziej uniwersalne dla wskazanych grup, np. zysk finansowy, zdrowie, czas dla siebie, przynależność, sprawstwo i wpływ, wspieranie regionu, spryt, przyszłość dzieci, więcej miejsc pracy, niezależność. Warto, żeby narracje odpowiadały na wspomniane wyżej społeczne lęki.

DANE A PERCEPCJA. SILVER GREEN TSUNAMI. STARSZE POKOLENIE TO PRAWDZIWI MOTOR ZMIAN

Pomimo powszechnego postrzegania, że to najmłodszy Polki i Polacy są twarzą walki o klimat, to właśnie ci najstarsi są skłonni do prawdziwych poświęceń i zmian nawyków, by żyć bardziej prośrodowiskowo i w paradygmacie dewzrostu. To również starsi posiadają kapitał i zasób finansowy, by w swoich wyborach konsumenckich wpływać na zmianę realnie. Są zatem bardzo ważni. Powstaje pytanie, czy właściciele marek/usług zwracają się obecnie do generacji silver w dostateczny sposób w swoich propozycjach i przekazach. A także, czy istnieje opiniotwórczy lider (bądź liderka) mówiący o zrównoważonym rozwoju lub kryzysie klimatycznym, z którym to pokolenie mogłoby się zidentyfikować i podążyć za nim.

Przedstawiciele starszego pokolenia wykazali się większą subiektywną oceną łatwości wprowadzenia zmian konsumpcyjnych i większą akceptacją dla zmian regulacyjnych. Badanie PIE – dowodzi, że jeżeli jest w Polsce jakaś green generation, to bardziej należałoby jej szukać wśród pokolenia silver.

Raport „Gospodarka umiaru, czyli opinie Polaków o postulatach dewzrostu” (PIE, 2021).

JAK TWORZYĆ I BADAĆ KOMUNIKACJĘ MARKETINGOWĄ ZRÓWNOWAŻONEGO PRODUKTU LUB USŁUGI BY BYŁA SKUTECZNA?

• Zadbaj o wiarygodny brand purpose

Komunikat mówiący o zrównoważonych założeniach marki musi być spójny z dotychczasowym jej działaniem i wartościami. Dużo lepiej działają reklamy, które mają komunikat z obszaru sustainability pasujący do marki, niż te, w których ten komunikat jest oderwany od jej wartości.

• Pokaż rozwiązanie

Widz pod wpływem reklamy powinien się dowiedzieć, jak może konstruktywnie zadziałać wraz z marką czy usługą, aby wpłynąć na poprawę jakości życia czy klimatu.

• Uruchom pozytywne emocje

Reklamy dotyczące kwestii kryzysu klimatycznego potrafią wywoływać silne negatywne emocje (też te przeszłości do prania czy karty bankowej). Strach, niechęć, żal, smutek. Skuteczna reklama, o której będą pamiętać odbiorcy, to taka, która pozostawi ich z nadzieją i w poczuciu optymizmu. O TAK!, wraz z marką mogą pozytywnie zadziałać. Reklamy, które odnoszą się do poczucia winy, straszenia, wywoływania lęku są mniej perswazyjne – bo nie chcemy ich pamiętać.

- **Prostota języka.**
Tłumacz pojęcia i zjawiska. Nie zakładaj, że np. cele zrównoważonego rozwoju to wiedza powszechna.
- **Humor** w reklamie poruszającej wątek zrównoważonego rozwoju jest dobrym zabiegiem. Pomaga złagodzić przejście od problemu do rozwiązania.
- **Zrozum segmenty.**
Odbiór komunikacji jest inny w zależności od tego, do kogo mówimy. Ekoentuzjaści stanowią 19%, Umiarkowani 30%, Praktyczni 14%, Bierni 9% odbiorców (Open Research, 2022). Warto o tym pamiętać, dobierając próbę badawczą czy analizując wyniki testów komunikacji.

ANGAŻOWANIE PRACOWNIKÓW W DZIAŁANIA NA RZECZ KLIMATU. PRACODAWCA I PRACOWNICY – ZADBAĆ O PLANETĘ, FIRMĘ, PRACOWNIKÓW

Jeśli jest się pracodawcą, warto sprawdzić, jak wskazane wyżej segmenty rozkładają się w zarządzanej organizacji. Dane te dadzą wiedzę, który segment dominuje, jak najskuteczniej komunikować się z pracownikami wewnątrz, jak wprowadzać i zarządzać redukcją śladu węglowego przy optymalnym zaangażowaniu ludzi. Jest to szczególnie ważne dla młodych pracujących. Z badania „Obawy o klimat z perspektywy konsumentów, pracowników i wyborców” (Deloitte, 2021) wiemy, że aż 35% pracowników rozważa zmianę pracy, jeśli firma, w której pracuje, nie wprowadzi zrównoważonych praktyk biznesowych.

Ciekawe są konkretne narzędzia dla pracowników, które pomagają zmniejszać ślad węglowy osoby i całej firmy. To na przykład aplikacje, które edukują, motywują i obliczają ślad węglowy. Często zawierają w sobie angażujący element grywalizacji, nagradzają dodatkowymi korzyściami. Z perspektywy pracodawcy pomagają redukcować CO₂e, utrzymać zespół i minimalizować koszty prowadzenia biznesu.

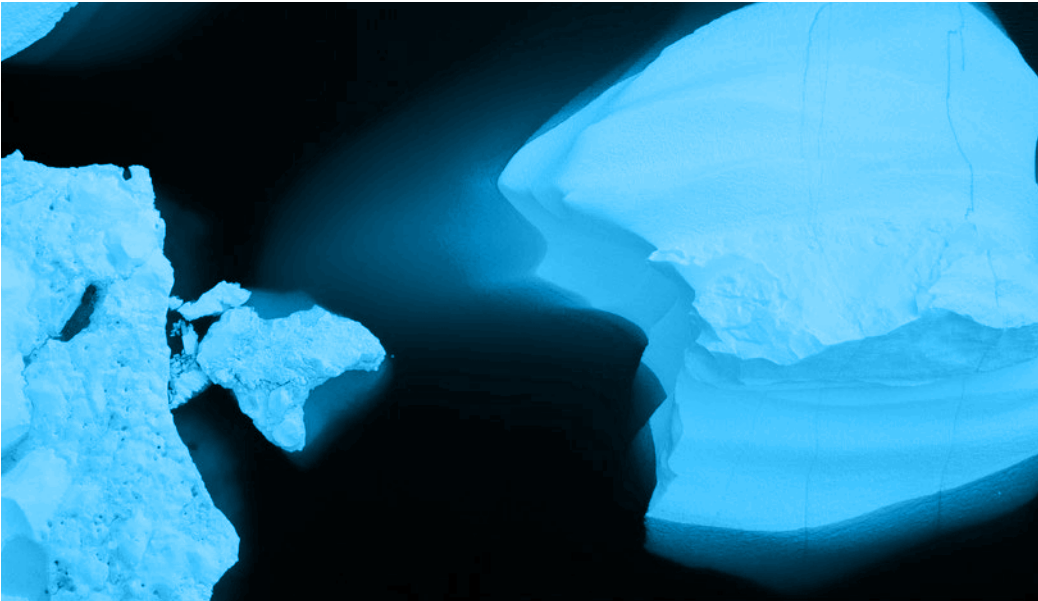
W Wielkiej Brytanii rynek tego typu aplikacji szybko się rozwija, zapotrzebowanie rośnie, a narzędzia są wdrażane przez coraz większą liczbę pracodawców. Przykłady aplikacji z tamtego rynku to Pawprint, Lumina, Plants + Perks. W Polsce jest to np. TERbit

BUDUJMY OPTYMISTYCZNE „PLEMIĘ SUSTA”

Badania pokazują również, jak ważne i skuteczne biznesowo jest istnienie i wspieranie agentów zmiany/CSO (Chief Sustainability Officers) w firmach, instytucjach, studiach projektowych, na spotkaniach, w przestrzeni publicznej. Wyraźnie mówią o tym publikacje „Empowered Chief Sustainability Officers” (Strategy&, 2022) i „Postrzeganie osób zajmujących się zrównoważonym rozwojem” (Król, 2022).

A PRZECIEŻ UMIEMY SZYBKO ZMIENIĆ NAWYKI I ZACHOWANIA

Upań i jego konsekwencje czujemy jako społeczeństwo demokratycznie – wszyscy. W związku z temperaturą zmieniamy swoje zachowania szybko i konsekwentnie, jesteśmy w tym spójni – to, czego pragniemy, robimy, a nie tylko o tym mówimy. Rozdźwięk między deklaracją a faktycznym działaniem badanych to tzw. value-action



gap. Zjawisko jest typowe dla badań okotoklimatycznych czy ESG i dobrze mieć jego świadomość, robiąc analizy bazujące jedynie na deklaracjach respondentów.

Zmieniamy nawyki zakupowe, dostosowujemy mieszkania do nowych warunków, nieco inaczej planujemy dzień, podróż, aktywność fizyczną czy pracę. Przytoczę kilka przykładów z własnego badania jakościowego (lipiec 2022).

Jak tegoroczny upał wpłynął na Twoje codzienne zachowania i nawyki?

Mniej jem ciepłych posiłków; kupuję koszule z lnu; kupiłam klimatyzację do domu i nigdy jej nie wyłączam w samochodzie; zmieniłem zastony; czekam na inny tramwaj, nie wsiadam do starej „piętnastki”; wstaję o 5:00, żeby biegać; zmieniliśmy kolejność zwiedzania; wcześniej zaczynam dzień, by wyjść do pracy przed upałem; więcej pracuje zdalnie; używam roweru stacjonarnego w domu,

zamiast jeździć na świeżym powietrzu; jem mniej mięsa i ogólnie mniej jem; jestem wolniejszy; szukam zadrzewionych tras; w budżetach obywatelskich wygrywają projekty zazielenienia betonu.

Zmieniamy nawyki bez reklam, bez zachęty, bez dopłat – nieważne, jakie postawy względem kwestii klimatycznych reprezentujemy. Warto wykorzystać ten potencjał i podpiąć się pod otwartość na zmianę w celu zapobiegania zmianom klimatycznym, a nie tylko jego skutkom. Działajmy!

Katarzyna Król

Specjalistka badań rynku obecnie w Zymetria. Od kilkunastu lat zaangażowana w badanie i tworzenie marek i usług. Ekspertka programu Climate Leadership.

Bardziej roślinna oferta produktowa jako odpowiedź na kryzys żywnościowy

Adaptacja do zmian klimatycznych oraz zapewnienie bezpieczeństwa żywnościowego dla rosnącej populacji światowej to dwa główne wyzwania, przed którymi staje obecnie globalny system żywnościowy.

ROSNĄCE CENY PSZENICY OBNAŻAJĄ SŁABOŚCI GLOBALNEGO SYSTEMU ŻYWNOŚCIOWEGO

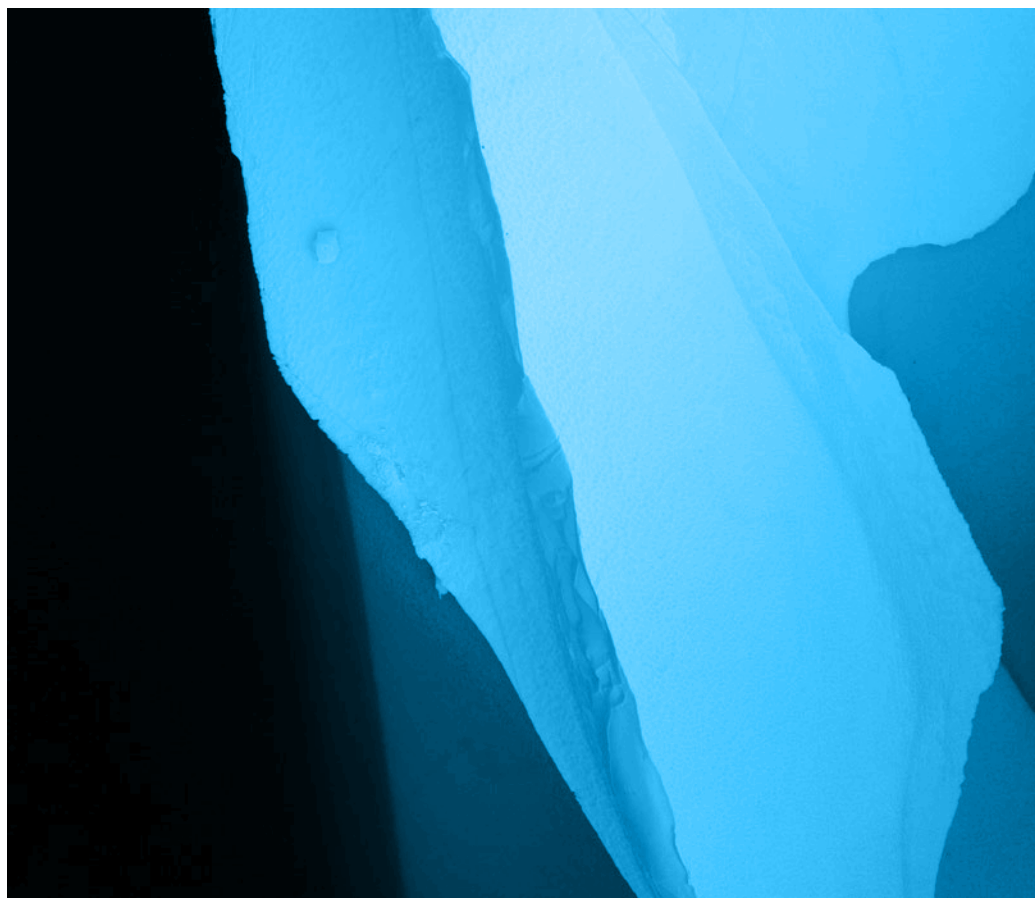
Ceny pszenicy odnotowały dramatyczny wzrost o 53% od początku 2022 r., głównie z powodu inwazji na Ukrainę. Rosja i Ukraina są kluczowymi dostawcami globalnie handlowanych zbóż i nasion, dostarczając prawie 28% światowej pszenicy, 29% jęczmienia, 15% kukurydzy i 75% słonecznika. Wojna nie tylko spowodowała ogromne straty w ludziach oraz infrastrukturze społecznej i materialnej, ale także poważnie zakłóciła eksport zbóż, a tym samym spowodowała wzrost cen. Drastyczny spadek produkcji i eksportu pszenicy sprawił, że więcej osób znalazło się na skraju głodu i ubóstwa. Sekretarz Generalny ONZ António Guterres ostrzega, że niedobory ziarna i nawozów spowodowane wojną, ociepleniem temperatur i problemami z zaopatrzeniem wywołanymi pandemią mogą doprowadzić do „niedożywienia, masowego głodu i klęski głodu, w kryzysie, który może trwać latami”.

Ekstremalne fale upałów nawiedziły również Indie i to miesiąc wcześniej niż zwykle, z temperaturami sięgającymi nawet 50°C. Według brytyjskich służb meteorologicznych spowodowane przez człowieka zmiany klimatyczne sprawiły, że fale upałów stały się 100 razy bardziej prawdopo-

dobne w Indiach, które są drugim co do wielkości producentem pszenicy na świecie. Aby zapewnić wystarczającą ilość żywności dla lokalnej ludności, kraj ten zawiesił w maju eksport pszenicy. Co gorsza, Chiny, największy producent pszenicy na świecie, odnotowały w tym roku najgorsze zbiory w historii, ponieważ ulewne deszcze opóźniły wysiew.

Kryzys w produkcji pszenicy podkreśla dylemat, przed jakim stoi sektor rolniczy w kontekście ekstremalnych i częstych zjawisk pogodowych spowodowanych zmianami klimatycznymi, szcze-

gólnie w przypadku kraju takiego jak Indie, którego sektory rolnictwa, leśnictwa i rybołówstwa przynoszą 20,19% PKB kraju i zatrudniają połowę siły roboczej. Fale upałów zwiększają również ryzyko wystąpienia dzikich pożarów, które często niszczą ziemię uprawną i mogą potencjalnie zlikwidować 3 mln pełnoetatowych miejsc pracy w indyjskim sektorze rolnym do 2030 r. Wszystko to oznacza, że dla gospodarek, które są w dużym stopniu uzależnione od produkcji rolnej, konieczne jest wdrożenie środków adaptacyjnych w celu ochrony produkcji roślinnej przed ekstremalnymi warunkami pogodowymi.



ROŚLINNA TRANSFORMACJA JAKO ODPOWIEDŹ NA ZAPEWNIENIE BEZPIECZEŃSTWA ŻYWNOŚCIOWEGO

Oprócz adaptacji do kryzysu klimatycznego system żywnościowy wymaga pilnej przebudowy w celu zapewnienia bezpieczeństwa żywnościowego dla rosnącej populacji światowej, która według prognoz osiągnie prawie 10 mld do 2050 r. Na przykład duża część światowego zboża jest wykorzystywana jako pasza dla zwierząt zamiast do spożycia przez ludzi – Chiny w 2021 r. zaimportowały 28 mln ton kukurydzy do karmienia świń, czyli więcej niż cały roczny eksport Ukrainy.

Z kolei Veerle Vrindts oraz Rutger Bregman komentują tę sprawę w następujący sposób: „ONZ szacuje, że eksport ukraińskiego zboża spadnie nawet o połowę. Konkretnie oznacza to, że na eksport trafi o 13 mln ton pszenicy mniej. Dla porównania, w UE do karmienia świń i innych zwierząt wykorzystuje się 162,5 mln ton zbóż, z czego 38,2 mln ton stanowi pszenica. Choć zboża różnią się między sobą, można je do pewnego stopnia stosować zamiennie. Oznacza to, że aby zrekompensować straty ziarna na Ukrainie, UE prawdopodobnie będzie musiała zużyć o 8% mniej zboża dla zwierząt, zapewniając tym samym bezpieczeństwo żywnościowe najbardziej zagrożonych krajów świata”.

Z perspektywy globalnej, około jedna trzecia wszystkich zbóż i dwie trzecie kukurydzy i jęczmienia oraz trzy czwarte soi są przeznaczane na paszę dla zwierząt. Przeznaczając te plony do bezpośredniej konsumpcji ludzkiej, zamiast na paszę dla zwierząt, jesteśmy w stanie osiągnąć dwa bardzo istotne cele:

• Wyżywić o wiele więcej osób

Gdyby wszystkie uprawy były wykorzystywane wyłącznie do bezpośredniego spożycia przez ludzi, zwiększyłoby to liczbę kalorii dostępną z żywności o 70%, co oznaczałoby, że można by wyżywić dodatkowe 4 mld ludzi.

• Zmniejszyć wpływ sektora spożywczego na środowisko

Badanie przeprowadzone przez naukowców z Uniwersytetu Oksfordzkiego Josepha Poore’a i Thomasa Nemeceka ujawnia, że mięso i nabiał dostarczają 18% kalorii spożywanych na świecie, podczas gdy wykorzystują 83% globalnych gruntów rolnych i przyczyniają się do 60% emisji gazów cieplarnianych przez rolnictwo.

CO MOGĄ ZROBIĆ FIRMY Z BRANŻY SPOŻYWCZEJ?

W tym trudnym czasie wszyscy – rolnicy, hodowcy zwierząt, producenci żywności i sieci handlowe – powinni zwrócić jeszcze większą uwagę na to, aby wytwarzana żywność była jak najmniej „zaso-bochłonna”. Oznaczałoby to m.in. jeszcze większą lokalność i sezonowość oferowanych produktów, mniej strat żywności oraz bazowanie w większym stopniu na produkcji roślinnej – warzywach, strączkach, owocach, ziarnach i orzechach. W ten sposób możemy zmniejszyć nasze zapotrzebowanie na import pasz z zagranicy, w tym plonów, które mogą służyć jako żywność bezpośrednio dla ludzi w krajach najbardziej dotkniętych obecnym kryzysem żywnościowym.

Marcin Tischner

Sustainability Specialist w ProVeg Polska.

Ekspert programu Climate Leadership.



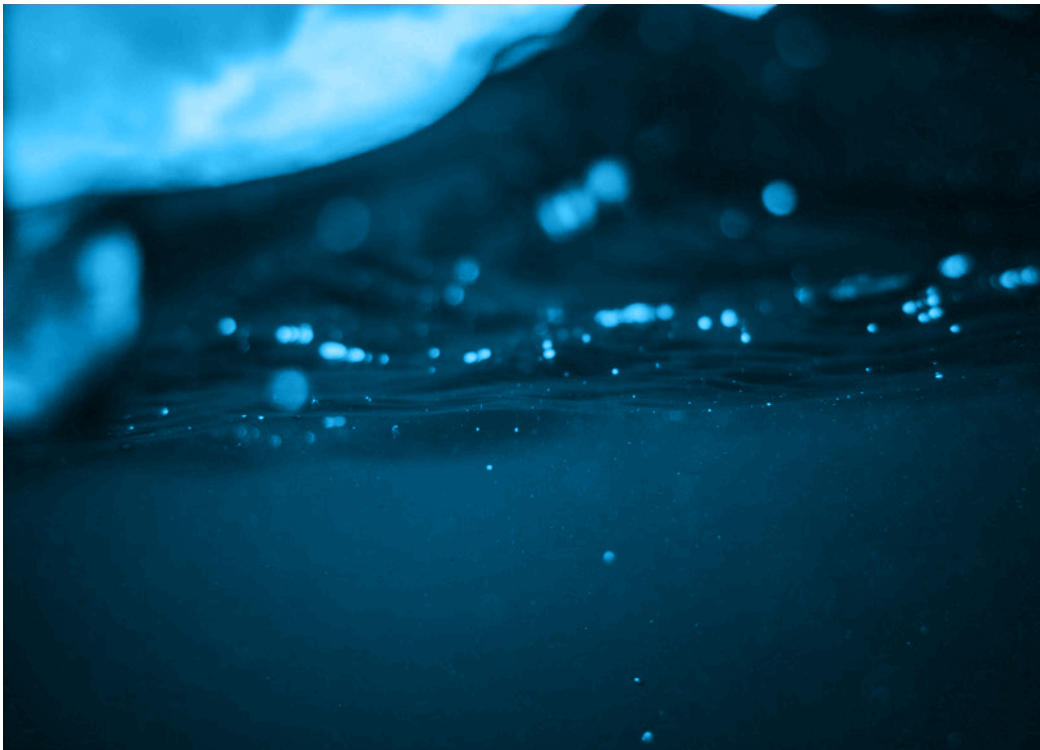
Ciekawy przypadek upcyklingu. Od kreatywnego projektowania do modelu biznesowego przyszłości.

Zmiany klimatyczno-ekologiczne wynikają w dużej mierze z liniowego modelu gospodarczego, który wciąż przeważa w przemyśle odzieżowym i tekstylnym. Z tego względu, tak ważne jest przejście na gospodarkę obiegu zamkniętego, co oznacza też konieczność wprowadzenia biznesowych modeli cyrkularnych, angażujących od nowa procesy na całym łańcuchu dostaw i wartości mody.

Produktów modowych jest coraz więcej, a są one coraz krócej przydatne, m.in. ze względu na niską jakość wykonania i trwałość. Model lineary cechuje nadprodukcja, niskie wskaźniki wykorzystania surowców wtórnych, iteracji produktów, ich naprawy i recyklingu czy znaczne generowanie odpadów i gazów cieplarnianych. Zupełnie inną charakterystykę mają modele cyrkularne.

MODOWY UPCYKLING

Jednym z takich modeli jest upcykling – który wciąż traktowany jest jako kreatywny sposób na adaptację przedmiotów czy opadów tekstylnych w procesie projektowania i to w mikroskali. Tymczasem z powodzeniem mógłby być postrzegany jako „poważny biznes” – cyrkularny model biznesowy, który można wprowadzić w makroskali w przemyśle odzieżowym i włókienniczym. Ten model o obiegu zamkniętym bazuje, w uproszczeniu, na trzech zasadach: ograniczeniu produkcji, ponownym użyciu i recyklingu tekstyliów. Wymaga zaprojektowania m.in. dedykowanych systemów produkcji, a tym samym oznacza nowe możliwości dla biznesu. Nowe zawody, powrót do tych z przeszłości, miejsca pracy. Naprawianie, ekoczysz-



czenie czy banki tekstyliów to jedne z wielu przykładów. Dziś pomocna w przyjęciu i adaptacji cyrkularnych modeli biznesowych może okazać się strategia UE na rzecz zrównoważonych wyrobów włókienniczych w obiegu zamkniętym w ramach Europejskiego Zielonego Ładu.

Raporty i statystyki podają, że rynek produktów modowych drugiego obiegu w 2030 r. będzie dwukrotnie większy od branży fast fashion. Dziś unijny konsument wyrzuca ok. 11 kg tekstyliów rocznie, a z odzieży w procesie recyklingu odzyskiwanych jest jedynie 1% tekstyliów. System upcyklingu, który angażuje wyprodukowane już przedmioty, może mieć znaczny wpływ na zminimalizowanie odpadów czy emisji CO₂. Sam proces projektowania i produkcji emituje ok. 70% śladu

węglowego. Czy to oznacza, że ten model biznesowy oprócz zauważalnych zysków dla planety może generować etyczny zysk?

UBRANIA Z ODZYSKU

Projektantka Gabriela Hearst, a dziś również dyrektor kreatywna marki Chloe, która z powodzeniem wprowadza produkty z materiałów z recyklingu oraz upcyklingowe, zrealizowała pod swoim nazwiskiem w 2017 r. kolekcję, składającą się z ok. 60% upcyklingowych ubrań, wykonanych z niesprzedanych kolekcji. W tamtym czasie jej działanie spotkało się z brakiem akceptacji ze strony świata wielkiej mody. Upcykling postrzegany był jako metoda projektowania używana przez niszowe marki.

Sytuacja zmieniła się w czasie pandemii. Domy mody borykały się z niesprzedanym towarem – w samej Europie wartość nadmiaru produkcji z kolekcji wiosna/lato 2020 wynosiła od 140 do 160 mld euro – lub z brakiem możliwości zaprojektowania nowych wzorów tekstyliów do nadchodzących kolekcji. Te czynniki oraz podpowiedź rynku o zrównoważonych trendach skłoniły wiodące marki do szukania oszczędności i reorientacji na projektowanie metodą upcyklingu, a tym samym zwrócenia się do deadstock tekstylnych w magazynach oraz niesprzedanych modeli z kolekcji. Co ciekawe, w poprzednich latach niektóre z tych luksusowych marek wyrzucały lub paliły niesprzedane towary aby zachować prestiż i wartość brandu. Ta niechlubna praktyka dzięki regulacjom prawnym, presji konsumenckiej i aktywistów, szukaniu oszczędności przez same marki ma szansę zostać wyeliminowana, czyniąc przemysł mody bardziej zrównoważonym. Dziś prestiż marki buduje się przede wszystkim na jej odpowiedzialnej relacji z konsumentem i ze środowiskiem.

A CO Z KONSUMENTEM?

Zaspokajanie społecznych potrzeb z wykorzystaniem upcyklingu i recyklingu niejednokrotnie spotyka się ze społecznym oporem. Używane jeszcze kojarzy się z niehigienicznym, nie-nowym. Dlatego w ramach wprowadzania cyrkularnych modeli biznesowych ważna jest edukacja przyszłych użytkowników produktów upcyklingowych.

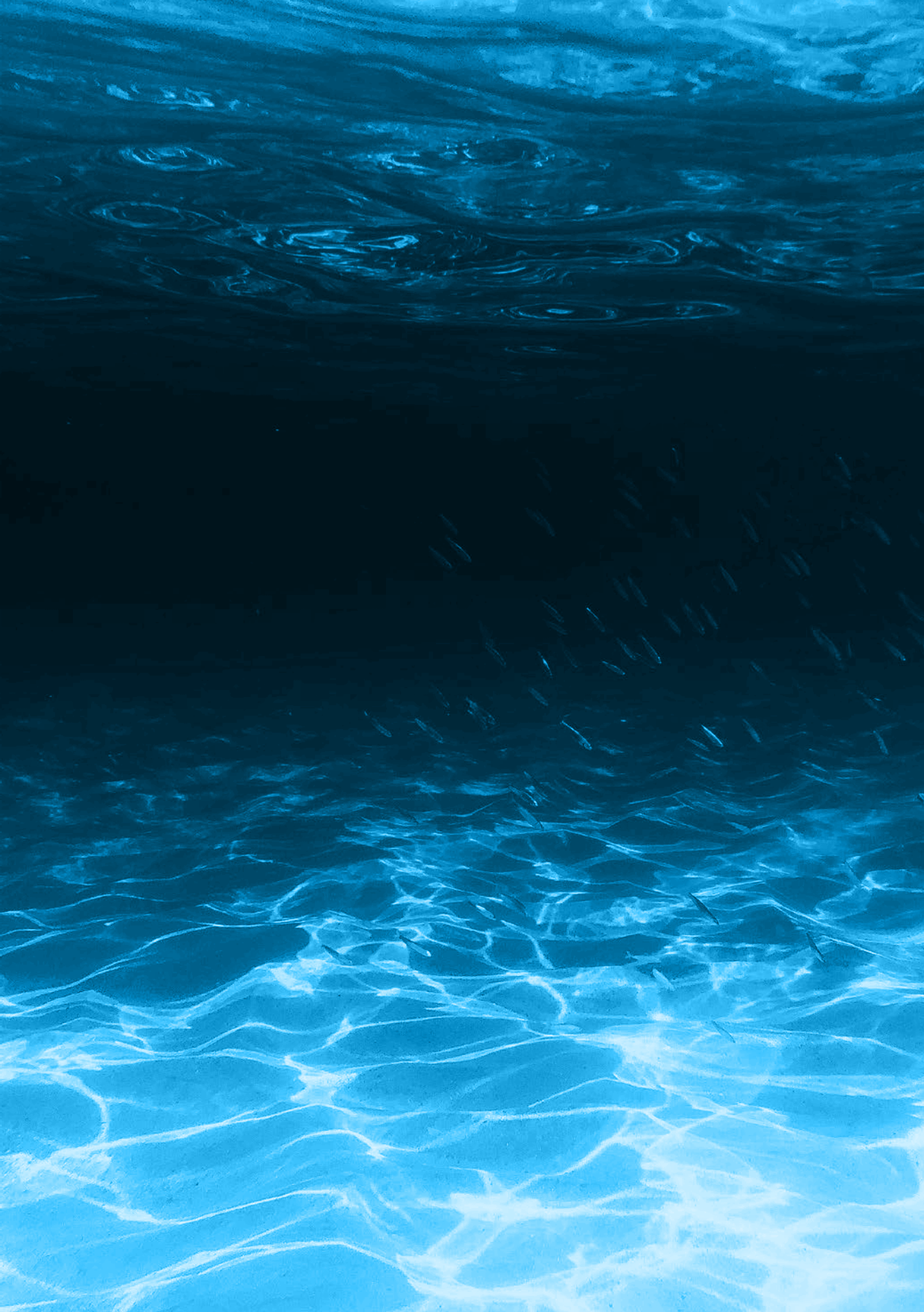
I tu przypomnę manifest praw konsumenckich, napisany kilkadziesiąt lat temu przez Victora Papanka, w którym jednym z praw, jest prawo do edukacji konsumenckiej wliczonej w cenę produktu. Dzisiejszy konsument to wciąż taki, który wymienia nowe ubrania na nowsze, wspie-

rając tym samym fast fashion. Ekoedukacja jest jednym z najważniejszych punktów w cyrkularnych modelach biznesowych.

Odpady generowane przez konsumentów i firmy mają nie tylko charakter materialny. Innymi, które w skali globalnej są szczególnie zauważane, to odpady cyfrowe. Te, zużywając m.in. energię przeznaczoną na ich magazynowanie, zostawiają znaczny ślad węglowy. W strategii upcyklingowej, projektowanie i produkowanie powinno dotyczyć zarówno odpadów i produktów tekstylnych fizycznych, jak i tych cyfrowych. W związku z tym, kolejną innowacją, o której zacznie się niedługo mówić głośno, jest upcykling cyfrowy, polegający na użyciu niewykorzystanych danych cyfrowych. W tym roku, w ramach Digital Upcycling Project Tilda, powstała pierwsza kolekcja hybryda, będąca połączeniem odpadów cyfrowych i fizycznych odpadów tekstylnych. Świat rzeczywisty i metawersum będą ze sobą ściśle powiązane również biznesowo. Warto przyjrzeć się innowacji, jaką jest upcykling cyfrowy, który w ramach mody cyfrowej sygnalizuje kolejne zmiany w zrównoważonym rozwoju, przenosząc go na nowy poziom, a jako model biznesowy może współtworzyć etyczny biznes przyszłości.

Monika Surowiec

Edukatorka, badaczka mody
cyrkularnej i metodologii upcyklingu.
Projektantka i założycielka firmy Saint Warsaw.
Ekspertka programu Climate Leadership.



Po co nam ta cała elektromobilność?

O elektromobilności od kilku lat mówi się dużo. Choć mimo, iż mówi się dużo to nadal wiele kwestii pozostaje niewyjaśnionych oraz funkcjonuje wiele mitów i kontrowersji na jej temat. Na elektromobilność należy patrzeć wielowątkowo bo sam temat jest wielowątkowy. Filarami elektromobilności są kwestie techniczne, prawne i społeczne. Jednak wspólnym mianownikiem dla wspomnianych kwestii jest aspekt środowiskowy. To właśnie w kontekście ochrony środowiska i dążenia do neutralności klimatycznej najczęściej pojawia się e-mobilność, która nie jest nowością, a jedynie po dekadach spalinowej motoryzacji wracamy do niej patrząc z nadzieją na rozwój technologiczny jaki niesie.

Rozwój elektromobilności staje się coraz bardziej dynamiczny. Z roku na rok kolejni producenci samochodów włączają do swojej oferty pojazdy zasilane prądem, a w społeczeństwie samochody tego typu budzą coraz większe zainteresowanie. Elektromobilność to bez wątpienia przyszłość motoryzacji i odpowiedź na wyzwania ochrony środowiska. Pozytywny wpływ elektromobilności będzie widoczny głównie w miastach i dużych aglomeracjach, gdyż spowoduje obniżenie poziomu zanieczyszczeń i hałasu co bezpośrednio przełoży się na poprawę zdrowia i jakości życia mieszkańców.

Warto również zaznaczyć, że elektromobilność, to nie tylko moda w motoryzacji, ale przede wszystkim duża zmiana technologiczna. Wyzwania w tym względzie dotyczą nie tylko producentów pojazdów, ale także jednostki wytwarzające energię elektryczną, dystrybutorów prądu, producentów ładowarek i wiele innych podmiotów. Powstają nowe wyzwania dla diagnostów samochodowych, rzeczoznawców oraz dla pracowników serwisów.

W samych samochodach także można zauważyć duże zmiany. Największy punkt zainteresowań przenosi się z napędu pojazdu na magazynowanie energii. Dotychczas, w samochodach spalinowych, najtrudniejszym wyzwaniem było dopracowanie napędu, aby zapewnić pojazdowi dobre właściwości użytkowe, dynamikę ruchu, ograniczyć zużycie paliwa i utrzymać się w wyznaczonych normach

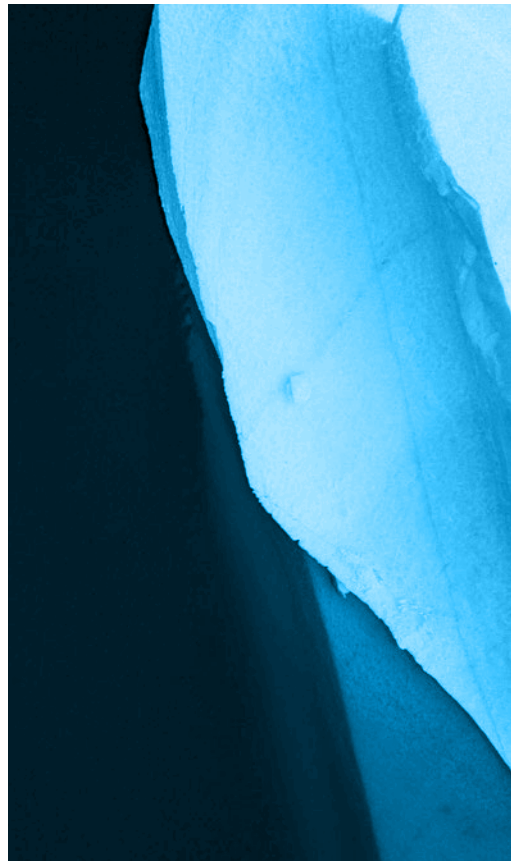
emisji spalin. Magazynowanie energii w postaci chemicznej, jako paliwa, było w tym przypadku prostym zagadnieniem. Tymczasem w pojazdach elektrycznych sam napęd daje większe możliwości i nie stanowi problemu tak złożonego i pełnego sprzecznych wymagań.

Zmiana w wyzwaniach technologicznych wiąże się ze zmianą w procesach badawczych. Każda nowa technologia wymaga bowiem zachowania specyficznych środków bezpieczeństwa, przestrzegania warunków eksploatacji sprzyjających bezawaryjnej i wydajnej pracy urządzeń, a także wyznaczania norm zapewniających odpowiednią jakość konstrukcji. Istotne jest więc opracowywanie nowych metod badawczych, dedykowanych szybko rozwijającym się technologiom stosowanym w samochodach elektrycznych.

STABILIZACJA SIECI ELEKTROENERGETYCZNEJ

W samochodach spalinowych magazynowanie energii w postaci chemicznej jako paliwa nie jest skomplikowane. Uwagę głównie skupia silnik i jego dopracowanie oraz dopracowanie napędu tak aby zapewnić dobre właściwości użytkowe, dynamikę ruchu i ograniczenie zużycia paliwa. W samochodzie elektrycznym napęd daje większe możliwości. Silnik elektryczny choć jest ważnym elementem nie stanowi większych problemów natomiast trudności występują przy konstruowaniu wydajnych akumulatorów, zarówno pod względem ich pojemności elektrycznej, masy, prądu ładowania i rozładowania, trwałości, ceny i oczywiście właściwości ekologicznych w całym cyklu istnienia. Parametry użytkowe akumulatorów są w tej chwili największym ograniczeniem w samochodach elektrycznych.

Pojazdy elektryczne mogą być wykorzystywane jako element stabilizujący pracę sieci elektroenergetycznej. Można je wykorzystywać jako magazyny energii połączone do sieci w momencie największego wykorzystania energii elektrycznej. Warto podkreślić również możliwość rozwoju technologii Vehicle To Grid (V2G). Technologia ta zakłada wykorzystanie pojazdów elektrycznych jako mobilnych magazynów energii. Dzięki tej technologii możliwe jest bilansowanie systemu elektroenergetycznego. Jednak zanim ta technologia będzie możliwa do wdrożenia potrzeba, aby park pojazdów elektrycznych był zdecydowanie większy.



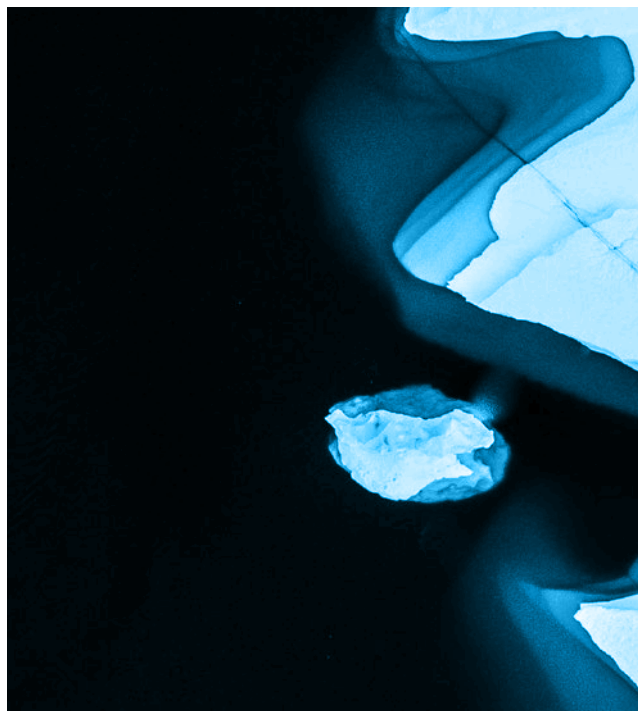
EFEKTYWNOŚĆ

Powszechnie wiadomo, że efektywność energetyczna silników elektrycznych jest bardzo wysoka. W przypadku aut zasilanych z akumulatorów dotyczy to też całego łańcucha przetwarzania energii.

Najbardziej efektywnym, dziś znanym typem napędu jest auto zasilane akumulatorami. Ze 100% energii pozyskanej z Słońca przy wykorzystaniu paneli fotowoltaicznych, na pracę wykonaną przez auto elektryczne zostaje ponad 70% energii pierwotnej. Zapytać można co z pozostałymi 30%. Energia odnawialna nie musi być w żaden sposób przetwarzana by trafić do akumulatorów, zatem nie ma tu strat w procesie pozyskania. Natomiast straty powstają na przesyłce. Co więcej efektywność akumulatorów również nie jest 100 procentowa i w procesie gromadzenia przez nie energii również dochodzi do strat. Kolejne straty to proces zamiany prądu stałego w prąd zmienny. W efekcie na koła auta elektrycznego trafia blisko 80% energii otrzymanej ze źródeł odnawialnych. Przy dzisiejszej technologii jest to nieosiągalne przy wykorzystaniu konwencjonalnych metod zasilania aut.

WYPROWADZENIE ZANIECZYSZCZEŃ Z MIAST

Unijne wymogi dotyczące poprawy jakości powietrza oraz światowe statystyki tempa przyrostu pojazdów elektrycznych jednoznacznie wskazują, w którą stronę będzie rozwijać się motoryzacja. Dynamika wzrostu sprzedaży samochodów elektrycznych w Unii Europejskiej wskazuje, że proekologiczny trend jest wspólny dla większości krajów Unii. To co odróżnia poszczególne rynki to dostęp do infrastruktury ładowania i możliwości finansowe społeczeństw. Ponadto z roku na rok



rośnie społeczna świadomość w temacie ochrony zdrowia i środowiska. Wszyscy są zgodni, że jednym z najbardziej palących problemów w Polsce jest smog, który co prawda w największym stopniu spowodowany jest przez stare domowe kotły grzewcze i lokalne kottownie węglowe jednak również w dużym stopniu spowodowany jest emisjami szkodliwych substancji przez pojazdy spalinowe zwłaszcza, gdy mówimy o koncentracji zanieczyszczeń w mieście i tworzenia się zjawiska tzw. „niskiej emisji” czyli zjawiska emisji pyłów i szkodliwych gazów na wysokości do 40 m. Transport drogowy jest źródłem zanieczyszczeń pyłem zawieszonym PM_{10} i $PM_{2,5}$, tlenkami azotu, tlenkiem węgla i lotnymi związkami organicznymi.

Z roku na rok emisje z każdego nowego wprowadzanego samochodu zarówno elektrycznego i spali-



nowego ulegają zmniejszeniu. W odniesieniu do pojazdów elektrycznych redukcje wynikać będą ze zmian sposobu wytwarzania energii i wykorzystania odnawialnych źródeł energii. Natomiast redukcje emisji z silników spalinowych są wynikiem zaostrzania europejskich norm emisji spalin. Z analizy dostępnych danych literaturowych wynika, że nawet przy realizacji scenariusza węglowego pojazdy elektryczne emitują w cyklu życia o 30% zanieczyszczeń mniej.

Jak wiadomo, negatywny wpływ motoryzacji na środowisko nie ogranicza się do emisji substancji niepożądanych. Istotnymi czynnikami są również: emisja hałasu, składowanie odpadów, ingerencja w ukształtowanie terenu, wyczerpywanie złóż naturalnych i wiele innych. Kompleksowa analiza wpływu na środowisko powinna obejmować nie

tylko zagadnienia związane z eksploatacją i produkcją samochodów. Musiałyby uwzględniać także zjawiska związane między innymi z budową fabryk do wytwarzania pojazdów, wydobywaniem surowców potrzebnych do budowy dróg i innych elementów infrastruktury. Tak szeroka analiza graniczy z niemożliwością, ponieważ wpływ motoryzacji sięga do wielu dziedzin gospodarki i życia społecznego. Dlatego opracowania naukowe dotyczące tego problemu bazują zazwyczaj na wybranych wskaźnikach wpływu na środowisko. Wskaźniki te z założenia nie obejmują wszystkich zagadnień, ale pozwalają na porównywanie ze sobą wybranych technologii. Popularnym wskaźnikiem jest w tym przypadku emisja wybranych substancji niepożądanych. W ten sposób można na przykład porównać wpływ na środowisko samochodów z silnikiem spalinowym i z silnikiem elektrycznym.

PODSUMOWANIE

Największą zaletą wprowadzania pojazdów elektrycznych jest poprawa jakości powietrza, a co za tym idzie poprawa stanu zdrowia Polaków. Dzięki pojazdom elektrycznym mamy też szansę poprawić nasze bezpieczeństwo energetyczne ponieważ w lepszy sposób będziemy bilansować sieci elektroenergetyczne. I co równie ważne rozwój elektromobilności pociąga za sobą budowanie potencjału naukowego i rozwój inwestycji w nowe obszary przemysłu.

dr inż. Anna Skarbak-Żabkin

Ekspertka ds. elektromobilności
i zrównoważonego rozwoju.

Forum Elektromobilności.

Ekspertka Programu Climate Leadership.



Zobowiązania uczestników

Bank Ochrony Środowiska



ZOBOWIĄZANIE:

Do końca 2023 r. zmniejszenie śladu węglowego o 20% względem 2020 r.

WSPIERAMY ZIELONĄ TRANSFORMACJĘ

Ochrona środowiska jest dla nas priorytetem, zarówno w odniesieniu do działalności biznesowej, jak również pod względem transformacji organizacji własnej działalności operacyjnej w kierunku minimalizacji negatywnego wpływu na środowisko.

Jednym z istotnych elementów nadających kierunek działań środowiskowych było wprowadzenie Polityki Środowiskowej Banku Ochrony Środowiska już w 2011 r. Określiliśmy w niej wytyczne, które są spójne z naszymi celami oraz wspierają naszą misję. Polityka zawiera osiem wytycznych, kompleksowo adresujących kwestie związane z ochroną środowiska oraz świadomością środowiskową. Polityka Środowiskowa zobowiązuje nas do respektowania obowiązującego prawa w zakresie ochrony środowiska oraz uwzględniania jego wymogów w przepisach wewnętrznych. W 2021 r. zaktualizowaliśmy obecną Politykę Środowiskową, aby dokładnie zaadresować obecnie analizowane ryzyka i działania na rzecz ochrony środowiska i klimatu.

Zgodnie z kierunkowymi założeniami Polityki dążymy do ograniczania wykorzystania surowców i zasobów naturalnych, prowadzenia racjonalnej gospodarki odpadami oraz zmniejszania wpływu na środowisko. Istotne jest dla nas również popularyzowanie wśród naszych pracowników wiedzy w zakresie proekologicznych zachowań, upowszechnianie idei ochrony środowiska oraz promowanie zasad zrównoważonego rozwoju wśród klientów i partnerów, jak również współpra-

ca z instytucjami oraz organizacjami zajmującymi się ochroną środowiska.

Wdrożona w 2021 r. strategia ESG kompleksowo reguluje nasze podejście do zrównoważonego rozwoju. Przedstawia ona zestaw działań podejmowanych z punktu widzenia naszego wpływu na ochronę środowiska, troskę o społeczeństwo oraz najwyższe standardy ładu korporacyjnego. Cele strategii – mierzalne i umożliwiające monitorowanie postępów wraz z upływem czasu – są zgodne z kryteriami ESG. Wpisują się także w założenia Agendy 2030 na rzecz zrównoważonego rozwoju, przygotowanej przez Organizację Narodów Zjednoczonych, której bank jest jednym z sygnatariuszy poprzez udział w Partnerstwie na rzecz realizacji SDGs w Polsce.

U progu zielonej transformacji jako bank specjalistyczny dążymy do realizacji naszej ambicji, aby stać się w tym obszarze wzorem do naśladowania dla szerokiego rynku, kształtującym normy i dobre praktyki. Zależy nam również, aby było to wyraźnie odzwierciedlone w ofercie produktowej BOŚ.

Nasze działania koncentrujemy na zapewnieniu środków finansowych przeznaczonych na realizację przedsięwzięć proekologicznych. W centrum naszej działalności jest ochrona klimatu, którą wspieramy, finansując inwestycje związane z zieloną transformacją. Jesteśmy przekonani, że są one konieczne do osiągnięcia długofalowej zmiany w zakresie zrównoważonego rozwoju i dążenia do minimalizowania negatywnego wpływu na środowisko. Finansowane projekty są dopasowane do potrzeb danego klienta i pokazują, że można osiągnąć synergię w łączeniu działalności biznesowej z troską o środowisko naturalne. Dzielimy

się naszą wiedzą i doświadczeniem, wspierając klientów na każdym etapie realizacji projektów inwestycyjnych. Opracowując ofertę i komunikację produktów proekologicznych, przywiązujemy dużą wagę do budowania wiedzy klientów w zakresie ochrony środowiska. Posiadamy wyspecjalizowane zespoły ekspertów w zakresie ekologii, taksonomii, finansowania i komercjalizacji projektów ekologicznych.

Jesteśmy otwarci na współpracę z sektorem pozarządowym, dlatego we wrześniu 2019 r. dołączyliśmy do I edycji Programu Climate Leadership. Chcieliśmy w ten sposób pokazać, że jesteśmy świadomym partnerem walki na rzecz przeciwdziałania negatywnym konsekwencjom zmian klimatu poprzez wdrażanie konkretnych rozwiązań. Wspólnie z ekspertami programu, opracowaliśmy w 2020 r. produkt – EKOpozyczkę „Nasza woda”, skierowaną do klientów indywidualnych, poszukujących środków finansowych na działania mające przeciwdziałać suszy i niwelować jej negatywne skutki, np. poprzez budowę instalacji do odzyskiwania wody deszczowej czy innych rozwiązań służących tzw. małej retencji. Zgodnie z ideą Programu wdrożyliśmy produkt bankowy oraz podjęliśmy działania edukacyjne i promujące wykorzystywanie wód opadowych, budowanie infrastruktury wspomagającej retencję wód i inne działania wpływające na poprawę stosunków wodnych. Kolejnym etapem nawiązanej współpracy było podpisanie w październiku 2020 r. deklaracji klimatycznej, stanowiącej zobowiązanie do kontynuowania naszych działań zgodnie z najwyższymi proekologicznymi standardami oraz udziału w transformacji gospodarki w kierunku neutralności klimatycznej poprzez szersze wsparcie klientów w realizacji inwestycji proekologicznych.



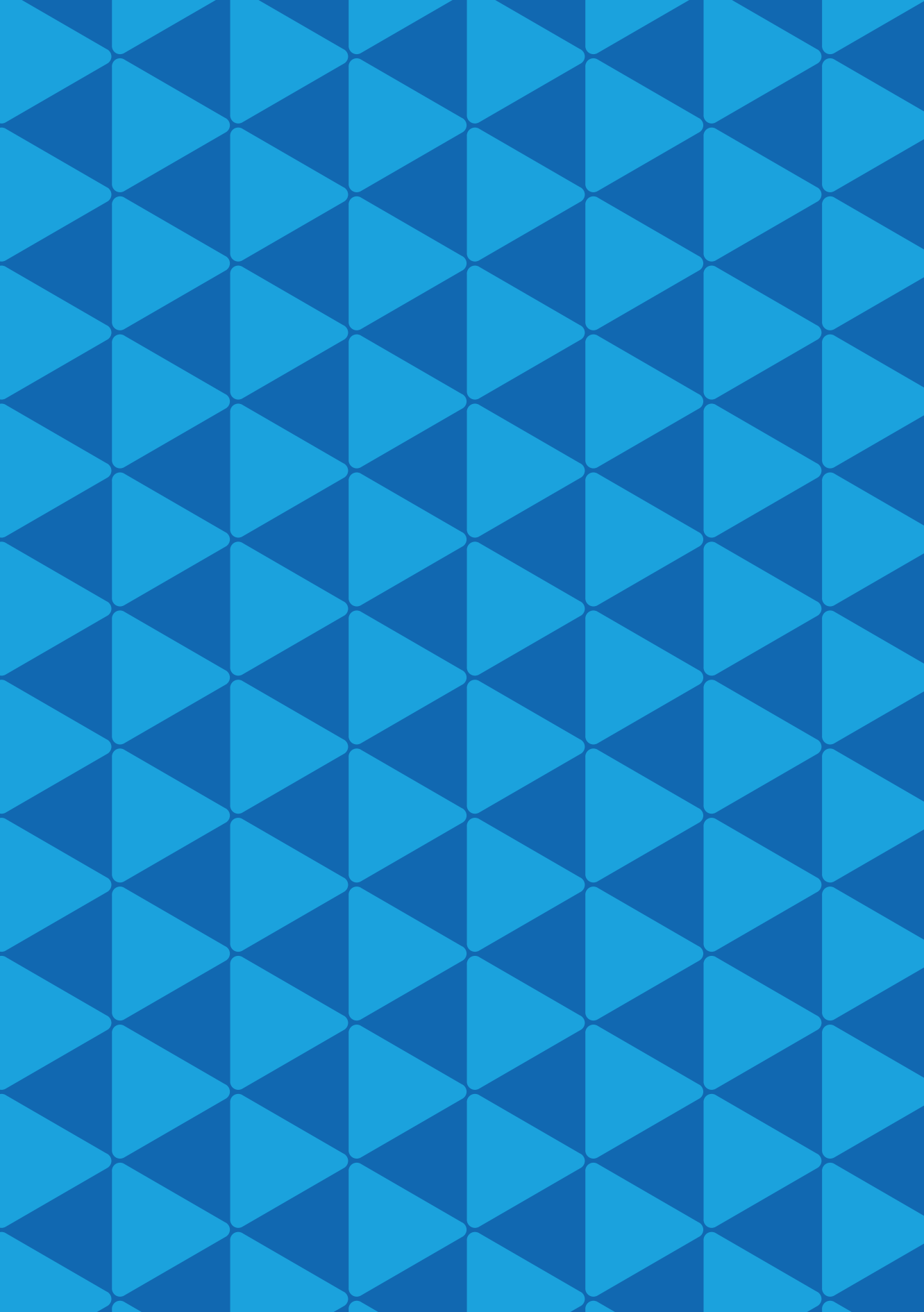
Konsekwentnie dążymy do realizacji naszego zobowiązania klimatycznego i zwiększamy udział zielonych aktywów w portfolio banku. Jesteśmy przekonani, że nasze ambicje przyczynią się do jeszcze większego wsparcia naszych klientów w realizacji inwestycji proekologicznych. Dlatego też dbamy, aby nasza oferta była dostosowana do najbardziej wymagających potrzeb EKOświadomych klientów banku, co odzwierciedlają liczne nagrody i wyróżnienia niezależnych ekspertów branży finansowej.

Anna Burza, menedżer zespołu w Departamencie Polityki Ekologicznej, ESG i Taksonomii



Od ponad 30 lat wspieramy projekty przyjazne środowisku. Jest to idea stojąca za powstaniem BOŚ, zawarta w jego nazwie i wyznaczająca główną misję banku. Inspirowujemy, edukujemy i finansujemy polskie samorządy i przedsiębiorstwa w transformacji w kierunku ekologicznej, zrównoważonej gospodarki. Zgodnie z zasadą, że zielone zmiany zaczynamy od siebie, równolegle dążymy do ograniczania naszego wpływu na środowisko naturalne. Zobowiązaliśmy się do zmniejszenia śladu węglowego o 20% do końca 2023 r. (względem 2020 r.). A przypomnę, że już w 2020 r. emisja CO₂ związana z działalnością operacyjną BOŚ została znacząco zmniejszona w porównaniu z rokiem wcześniejszym. W znacznym stopniu osiągnęliśmy to dzięki przejściu banku na energię elektryczną pochodzącą z odnawialnych źródeł.

Wojciech Hann,
prezes zarządu Banku Ochrony Środowiska



BASF POLSKA Sp. z o.o.



ZOBOWIĄZANIE:

W 2022r. wprowadzenie na rynek 4,5 mln sztuk kompostowalnych worków na bioodpady wykonanych z tworzywa ecovio®.

TWORZYMY CHEMIĘ DLA ZRÓWNOWAŻONEJ PRZYSZŁOŚCI

Ochrona klimatu to nasz bilet do przyszłości, a rosnące znaczenie zrównoważonego rozwoju to globalny trend, którego nic już nie zatrzyma.

Dla BASF to priorytet, który widać w strategii i działaniach – nie tylko na poziomie zarządu, ale na każdym szczeblu organizacji.

Naszym głównym celem jest osiągnięcie neutralności klimatycznej do 2050 r. Aby to osiągnąć wyznacziliśmy sobie cele krótkoterminowe i tak do 2030 r. chcemy zredukować emisję CO₂ o 25% w stosunku do poziomów z roku 2018.

Te bardzo ambitne plany mogą zostać zrealizowane poprzez włączenie zrównoważonego rozwoju w cały proces inwestycyjny w BASF. Oznacza to m.in. inwestycje w odnawialne źródła energii (np. w farmy wiatrowe).

By móc coś zredukować, najpierw trzeba to zmierzyć. I tak opracowaliśmy narzędzie do liczenia śladu węglowego produktu (SCOTT). Rozwiązanie to stosujemy w BASF (sprawdziliśmy jego działanie na ponad 45 tys. naszych produktów), ale też oferujemy innym dużym firmom, by ujednolicić metodologię wyliczeń i wspólnie pracować nad ograniczeniem emisji.

Skupienie się na rozwoju produktów zrównoważonych naszego portfolio, czyli tzw. akceleratorów, i wyznaczenie konkretnych celów sprzedażowych z nimi związanych to kolejny element naszych działań. Chcemy, by ich sprzedaż przekroczyła 22 mld euro w 2025 r.

Ważnym elementem dążenia do zeroemisyjności są projekty w ramach gospodarki obiegu zamkniętego. Tu naszą sztandarową inicjatywą jest recycling chemiczny, czyli Chemcycling™. W procesach termochemicznych odpady plastikowe są rozkładane na oleje lub produkty gazowe, które wykorzystuje się następnie jako surowce w przemyśle chemicznym. Mogą one zastąpić surowce kopalne w ramach koncepcji Verbund i posłużyć do wytwarzania nowych produktów, szczególnie tworzyw sztucznych. Dzięki zewnętrznie certyfikowanemu systemowi możemy do każdego produktu dodawać część surowca pochodzącego z odzysku. Procesowi recyklingu chemicznego są poddawane szczególnie trudne lub niemożliwe do recyklingu mechanicznego tworzywa, np. zużyte opony.

To doskonała okazja do pokazania całej palety innowacyjnych produktów i rozwiązań, w myśl działania dla zrównoważonej przyszłości. Firma nieustannie inwestuje w badania i rozwój. Bez tego nie ma postępu i przyszłości. W samym tylko 2020 r. przeznaczyła na ten cel ponad 2 mld euro, opatentowując jednocześnie niemal 1000 nowych rozwiązań.

Kolejnym istotnym przykładem zamykania obiegu jest technologia ecovio® – kompostowalne tworzywo na bazie surowców odnawialnych. ecovio® to uniwersalne biotworzywo o wysokiej jakości, również opracowane przez BASF. Posiada certy-

fikat biodegradowalności i kompostowalności, produkowane jest także z surowców odnawialnych.

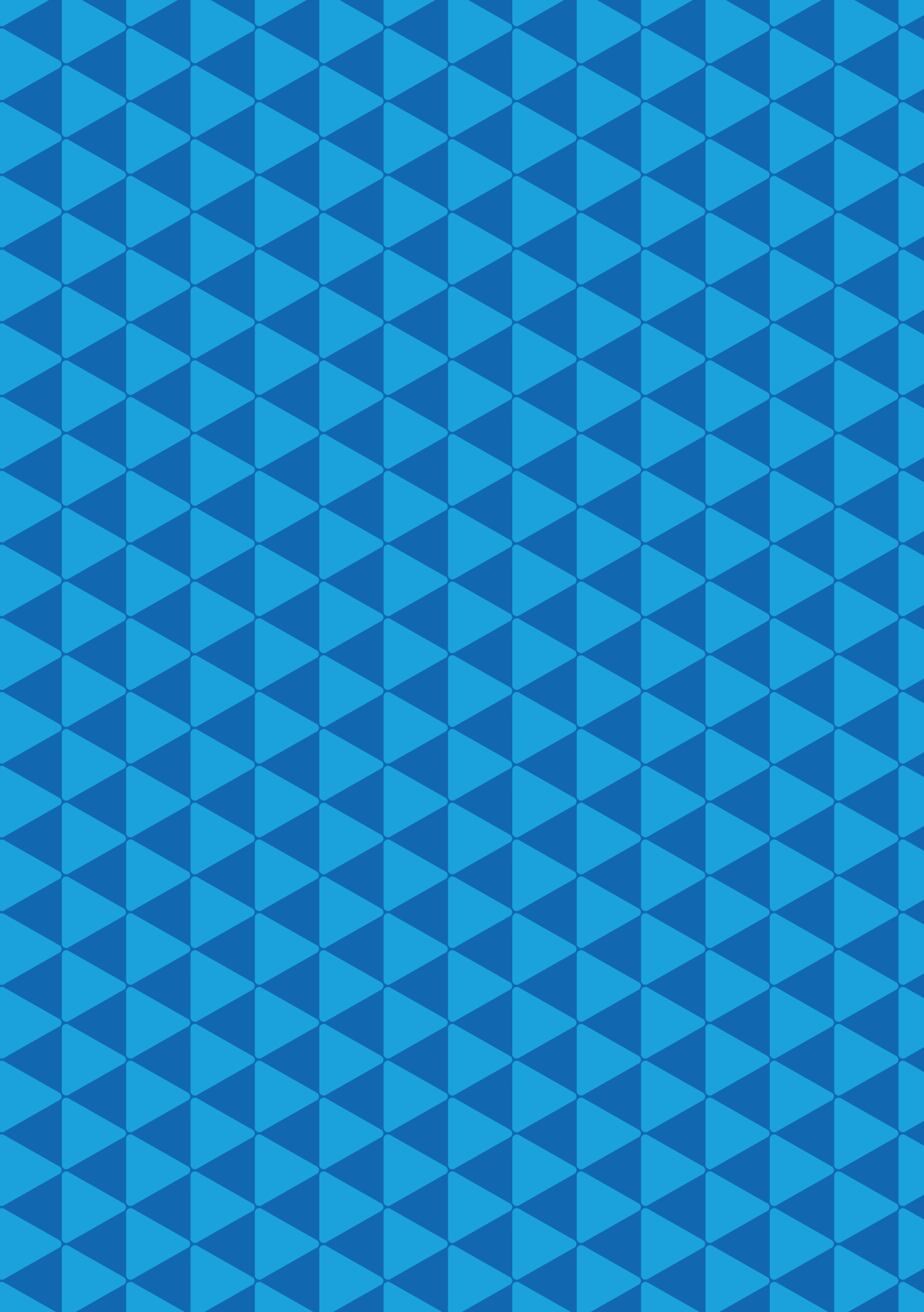
ecovio® znajduje zastosowanie w takich obszarach, jak: worki na bioodpady, torebki na owoce i warzywa, foliowe torby o podwójnym użyciu (na zakupy, a następnie jako worek na bioodpady) oraz folie do ściółkowania w rolnictwie. Doskonałym rozwiązaniem dla branży opakowaniowej jest aplikacja powlekania papieru, jak również folii termokurczliwych, spożywczych, opakowań z pianki cząsteczkowej oraz produktów formowanych wtryskowo bądź metodą termoformowania.

Rozwiązaniem wartym szczególnej uwagi są worki na bioodpady. Obecnie w Polsce zgodnie z ustawą o utrzymaniu czystości i porządku w gminach selektywna zbiórka odpadów komunalnych obejmuje często pięć frakcji, w tym odpady biodegradowalne. Praktykowanym przez samorządy rozwiązaniem jest zbiórka bioodpadów w brązowych, polietylenowych workach, które nie są biodegradowalne, zatem stanowią zanieczyszczenie tej frakcji. Rozwiązaniem tego problemu są kompostowalne worki na bioodpady. Wykorzystanie w systemie zbiórki takiego rozwiązania eliminuje konieczność oczyszczania frakcji bio z worków polietylenowych, a tym samym kompostowalne worki stworzone np. na bazie technologii ecovio® również przekształcają się w wartościowy kompost. Jest to prośrodowiskowe rozwiązanie dające nierzadko oszczędności wobec kosztów związanych z koniecznością usuwania tradycyjnych plastikowych worków ze strumienia bioodpadów.



BASF jest mocno zaangażowany w projekty gospodarki obiegu zamkniętego. Wierzymy, że to jedyny sposób na ponowne wykorzystanie odpadów, które inaczej zanieczyszczą środowisko. Odpady biodegradowalne, które wciąż dziś w dużych ilościach trafiają do frakcji odpadów zmieszanych, mogą stać się kompostem, czyli naturalnym nawozem dla gleby. Dlatego, przede wszystkim, w ramach naszych działań zachęcamy do jeszcze lepszej segregacji odpadów. Jednocześnie, aby segregacja bioodpadów była łatwiejsza, proponujemy stosowanie worków wykonanych z tworzyw kompostowalnych, które nie będą musiały być oddzielane mechanicznie, a pod wpływem odpowiednich warunków wraz z odpadami biodegradowalnymi staną się kompostem.

Agnieszka Łyczak-Szymczyk, Sustainability Manager BASF Polska



BNP PARIBAS BANK POLSKA S.A.



BNP PARIBAS

ZOBOWIĄZANIE:

Rozszerzenie funkcjonalności pierwszego na rynku polskim kalkulatora do szacowania emisji gazów cieplarnianych z produkcji rolniczej AgroEmisja dla produkcji zwierzęcych (wołowiny, wieprzowiny oraz drobiu) na bazie wiarygodnego, naukowo potwierdzonego modelu przy aktywnym udziale ekspertów zajmujących się tą tematyką. Dołączenie tego rozwiązania zapewni kompleksowy zakres funkcjonalności kalkulatora emisyjności dla głównych sektorów produkcji rolniczej.

Bank BNP Paribas od wielu lat wspiera rozwój polskiego rolnictwa i sektora spożywczego. Wszelkie działania ukierunkowane na obsługę rolników i przetwórców skupione są pod marką BNP Paribas Food & Agro. Z globalnym wsparciem Grupy BNP Paribas, lidera usług finansowych dla sektora rolno-spożywczego, bank prowadzi działania na rzecz popularyzacji odpowiedzialnego podejścia do wytwarzania żywności i pomaga wdrażać odpowiednie do tego narzędzia. Oprócz finansowania rozwoju łańcucha produkcji żywności w Polsce bank postawił sobie za cel dostarczenie na rynek najlepszego branżowego know-how, aby rolnicy, przetwórcy i najwięksi producenci żywności mogli łatwiej prowadzić i w sposób zrównoważony rozwijać swój biznes.

Jednym z przykładów wsparcia Klientów w zrównoważonym rozwoju jest autorska platforma Banku BNP Paribas – **Agronomist.pl**. To dostępny bez opłat, pierwszy w Polsce tak kompleksowy portal internetowy z profesjonalną wiedzą oraz innowacyjnymi narzędziami dla producentów rolnych i przetwórców żywności. Zgodnie z hasłem „Biznes z natury” platforma Agronomist.pl koncentruje się na zagadnieniach związanych z zieloną transformacją sektora produkcji żywności. Jest to unikatowe rozwiązanie, które w jednym miejscu gromadzi wiedzę sektorową, dostarcza informacje dotyczące bieżącej sytuacji w sektorze rolno-spożywczym i umożliwia dostęp do szerokiego zestawu profesjonalnych narzędzi IT przy-

datnych w prowadzeniu biznesu.

W 2021 r. na portalu udostępnione zostały nowe, unikatowe na polskim rynku, narzędzia i funkcjonalności, w tym kalkulator **AgroEmisja** – pierwsze rozwiązanie do szacowania emisji gazów cieplarnianych przeznaczone dla produkcji rolniczej. Jest to jedyny na rynku kalkulator dostępny w języku polskim, umożliwiający wyliczenie ekwiwalentu emisji gazów cieplarnianych w gospodarstwie prowadzącym produkcję roślinną i mleczną. AgroEmisja działa na bazie wiarygodnego modelu obliczeniowego dostarczanego przez naukowców z uniwersytetów w Wageningen, Cambridge, Oxfordzie i Edynburgu, współpracujących w ramach konsorcjum naukowo-biznesowego Cool Farm Alliance. Raport prezentowany jest zarówno w formie liczbowej, jak i graficznej dla całości produkcji oraz dla poszczególnych jej obszarów. Dzięki temu możliwa jest interwencja w obszary o największej emisyjności. Jednocześnie AgroEmisja ma intuicyjny, bardzo wygodny interfejs, także w wersji mobilnej. Nową funkcjonalnością AgroEmisji jest kalkulator śladu wodnego z produkcji rolniczej, prezentujący ilość wody niezbędną do wyprodukowania 1 kg surowca rolniczego. Bank jest pierwszą instytucją finansową, która realizując Cele Zrównoważonego Rozwoju ONZ, bezpłatnie udostępnia narzędzie wspierające rolników i producentów rolnych w transformacji w kierunku zrównoważonej produkcji.

Poza AgroEmisją portal sukcesywnie rozszerzany jest o nowe, unikatowe na rynku funkcjonalności. **RegAgri Explorer** to pierwsze w Europie narzędzie prezentujące potencjał do sekwestracji węgla przez glebę użytkowaną rolniczo, z wykorzysta-

niem różnych praktyk rolnictwa regeneracyjnego w perspektywie do 2050 r. Narzędzie prezentuje również potencjalny przychód ze sprzedaży generowanych kredytów węglowych z produkcji rolniczej. **Kredytomat** to łatwe do nawigowania, narzędzie uwzględniające potrzeby związane z prowadzeniem gospodarstwa rolnego, pozwalające dopasować ofertę bankową obejmującą kredyty, ubezpieczenia oraz produkty uzupełniające. Na platformie można również znaleźć takie informacje, jak: sekcja „Rola prawnika” wyjaśniająca przystępnym językiem zawilości przepisów prawa związanych z prowadzeniem działalności w sektorze rolno-spożywczym; cykl materiałów video Food&Agro Sonar, w którym analitycy BNP Paribas Food & Agri Hub oraz zaproszeni goście, komentują bieżącą sytuację na rynkach rolnych; materiały edukacyjne dotyczące transformacji w kierunku zrównoważonej produkcji oraz możliwości wykorzystania potencjału konkurencyjnego związanego z wymogami i celami Europejskiego Zielonego Ładu.

Bank BNP Paribas po raz trzeci dołączył do inicjatywy Climate Leadership, wierząc, że ekspercka współpraca pozwoli na zintensyfikowanie działań na rzecz wdrażania, zwiększania skali i powielania zrównoważonych praktyk biznesowych. W tegorocznej edycji bank postawił sobie za cel rozszerzenie funkcjonalności kalkulatora do szacowania emisji gazów cieplarnianych z produkcji rolniczej AgroEmisja dla produkcji zwierzęcych (wołowiny, wieprzowiny oraz drobiu) na bazie wiarygodnego, naukowo potwierdzonego modelu przy aktywnym udziale ekspertów zajmujących się tą tematyką. Dołączenie tego rozwiązania zapewni kompleksowy zakres funkcjonalności kalkulatora emisyjności dla głównych sektorów produkcji rolniczej.

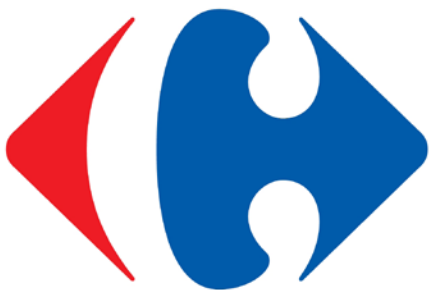


Jesteśmy bankiem zmieniającego się świata i instytucją finansową o globalnym zasięgu, dlatego mamy świadomość znaczącego wpływu naszej działalności na otoczenie. Naszym kluczowym zobowiązaniem jest wspieranie Klientów w transformacji w kierunku zrównoważonego rozwoju. Nieustannie rozwijamy naszą ofertę produktów i usług, które pomagają Klientom w przechodzeniu na gospodarkę niskoemisyjną oraz w rozwoju ich zrównoważonych i ekologicznych inwestycji.

Jarek Rot, Dyrektor Wykonawczy Obszaru Zrównoważonego Rozwoju,
Chief Sustainability Officer BNP Paribas Bank Polska S.A.



Carrefour Polska



ZOBOWIĄZANIE:
Systematyczne zwiększanie udziału produktów pochodzących ze zrównoważonego rolnictwa w kategorii produktów świeżych i podnoszenie poziomu edukacji klientów na temat odpowiedzialnych wyborów konsumenckich. Do 2025 roku 100% produktów marki własnej „Jakość z Natury” będzie pochodzić ze zrównoważonego rolnictwa.

Carrefour od lat angażuje się w działania w ramach transformacji żywieniowej, mające na celu poszerzenie oferty żywności najwyższej jakości, pochodzącej od lokalnych rolników, pozyskanej w sposób etyczny, charakteryzującej się doskonałym smakiem i wysokimi wartościami odżywczymi. Idea ta realizowana jest poprzez m.in.:

- wdrożenie planu rolnictwa ekologicznego,
- upowszechnianie żywności ekologicznej,
- promocję produktów lokalnych i regionalnych,
- długofalowe wsparcie dla rolników zainteresowanych przekształceniem upraw w ekologiczne.

Powyższe hasła znajdują przełożenie na bardzo konkretne działania:

WSPÓŁPRACA Z POLSKIMI ROLNIKAMI:

Projekt „Kupujemy Lokalnie” – Carrefour skraca łańcuch dostaw i rozwija bezpośrednią współpracę z lokalnymi rolnikami. Konsekwentnie realizując przyjętą strategię transformacji żywieniowej, Carrefour podejmuje szereg działań, aby zapewnić klientom stały dostęp do lokalnych produktów pochodzących od zaufanych polskich dostawców. „Kupujemy Lokalnie” to projekt Carrefour wspierający rozwój małych gospodarstw rolnych poprzez bezpośrednią współpracę z siecią, bez udziału pośredników. „Kupujemy Lokalnie” jest przykładem skracania łańcucha dostaw logistycznych,

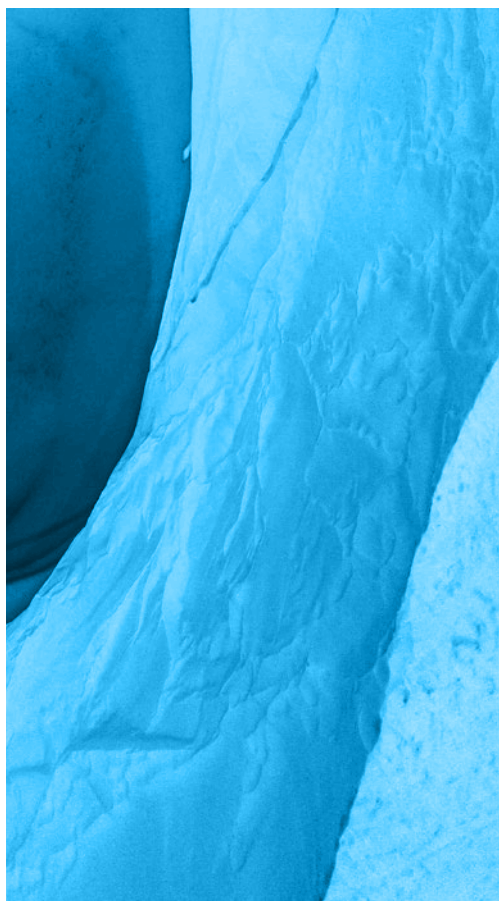
ponieważ oferta lokalnego producenta zastępuje asortyment zamawiany do tej pory z magazynu centralnego sieci. To również wsparcie rozwoju małych gospodarstw rolnych, dzięki któremu zyskują one gwarancję odbioru zakontraktowanych dostaw i stabilne podstawy rozwoju produkcji.

Marka « Jakość z Natury » tworzona we współpracy z lokalnymi rolnikami i producentami

Carrefour Polska zgodnie z przyjętą strategią transformacji żywieniowej rozwija marki własne. Jedną z nich jest gama „Jakość z Natury”, która wyróżnia się niepowtarzalnym smakiem, pełną identyfikowalnością produktów od pola do talerza, produkcją z poszanowaniem środowiska naturalnego i dobrostanu zwierząt oraz długotrwałym partnerstwem z dostawcami. Produkty z logo Jakość z Natury to owoc ponad dwudziestoletniej współpracy Carrefour Polska z lokalnymi rolnikami i producentami. Opiera się ona na wzajemnym zaufaniu oraz dostosowaniu wymagań Carrefour do możliwości i potrzeb partnerów, dzięki czemu mogą oni z sukcesem rozwijać swoją produkcję i zachowywać stabilne warunki biznesowe w wieloletniej perspektywie. Zarówno proces powstawania produktów, jak również takich parametrów jak gleba czy woda, jest ściśle kontrolowany na każdym etapie, dlatego jakość oferty, która trafia do klientów utrzymana jest na bardzo wysokim poziomie. Istotnym elementem DNA marki jest także poszanowanie środowiska naturalnego oraz dobrostanu zwierząt. W ramach marki „Jakość z Natury”, Carrefour, jako pierwszy w Polsce, zastosował technologię blockchain, która umożliwia klientom momentalny dostęp do najważniejszych informacji o produkcie, takich jak odmiana, miejsce uprawy, data zbioru z pola oraz kiedy przeprowadzono audyt u dostawcy.

WSPARCIE POLSKICH ROLNIKÓW

Chcąc promować rozwój rolnictwa, w tym rolnictwa ekologicznego w Polsce, Carrefour zapewnia długotrwałe wsparcie finansowe od Fundacji Carrefour dla polskich rolników w zakresie przekształceń gospodarstw konwencjonalnych na ekologiczne. W tym celu sieć wdrożyła na polskim rynku nowy projekt - granty dla rolników zainteresowanych ekoroślinnictwem. Wsparcie to jest możliwe dzięki projektom grantowym realizowanym przez działające w Polsce organizacje pozarządowe ze środków przekazanych im przez Fundację Carrefour.



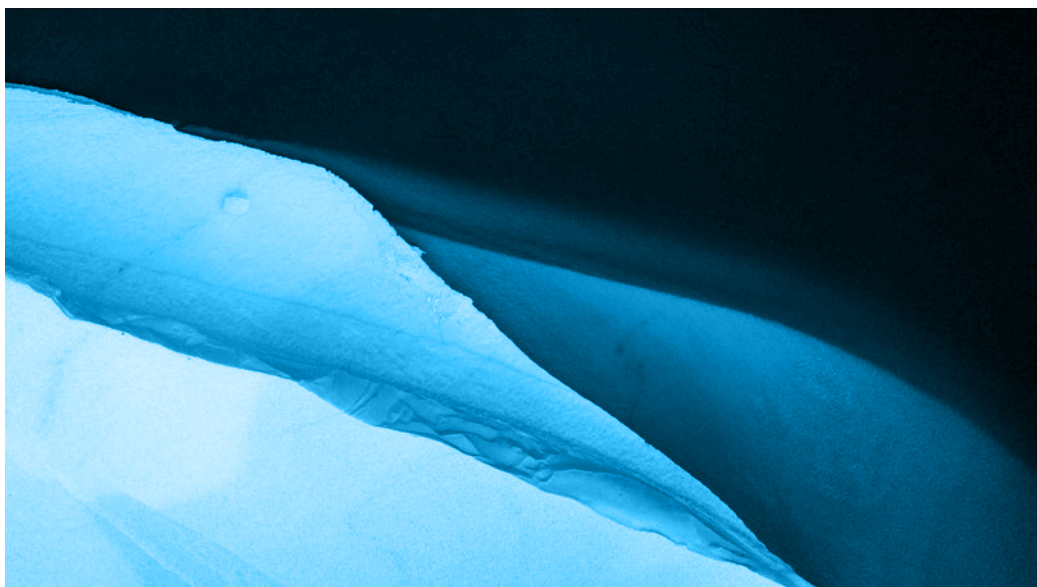
4 programy grantowe: Demokratyzacja BIO (zwiększenie ilości i różnorodności ekologicznych warzyw na krajowym rynku poprzez zapewnienie gospodarstwom rodzinnym wsparcia, niezbędnego do rozwoju i dywersyfikacji produkcji warzyw bio), **Go Agri Bio** (wsparcie przejścia na rolnictwo ekologiczne w 5 wybranych gospodarstwach), **Spichlerz Zdrowia** (pobudzenie hodowli bydła ekologicznego w Polsce południowo-wschodniej) i **BIO dla Mamy i Dziecka**.

Ponad pół miliona euro – łączna wartość grantów.

Z projektów grantowych skorzystało już ponad 40 rolników i gospodarstw.

Chcemy kontynuować działania w zakresie wspierania zrównoważonego rolnictwa i agroekologii, jako szalenie istotnych elementów naszego strategicznego celu, czyli transformacji żywnościowej.

Jej założeniem jest pomoc konsumentom w zmianie nawyków żywieniowych, edukacja oraz zapewnienie szerokiego dostępu do informacji o sprzedawanych produktach. Ambicją Carrefour jest stać się światowym liderem w zakresie transformacji żywnościowej dla wszystkich, poprzez oferowanie klientom - każdego dnia i w każdym miejscu - żywności zdrowej, wysokiej jakości i w rozsądnej cenie. Firma pragnie zagwarantować swoim klientom stały dostęp do świeżych warzyw i owoców od zaufanych i lokalnych dostawców, a także certyfikowanych bio produktów w przystępnych cenach. Poprzez uczestnictwo w programie Climate Leadership i współpracę z ekspertami chcielibyśmy wypracować m.in. system audytowania i certyfikacji naszych dostawców, gwarantujący zachowanie najwyższych standardów.





Kwestie związane z troską o planetę i klimat są dla Carrefour priorytetowe. Rolnictwo jest jedną z gałęzi przemysłu, która ma duży wpływ na zmiany klimatyczne, dlatego chcemy wdrażać działania w tym obszarze, które z jednej strony przełożą się na najwyższą jakość produktów oferowanych naszym klientom, a z drugiej będą miały na celu zmniejszenie wpływu na środowisko naturalne, m.in. poprzez rezygnację z pestycydów czy też pasz, zawierających soję, pochodzącą z obszarów zagrożonych deforestacją.

Barbara Kowalska, Dyrektor działu CSR Carrefour Polska

Credit Agricole Bank Polska



ZOBOWIĄZANIE:

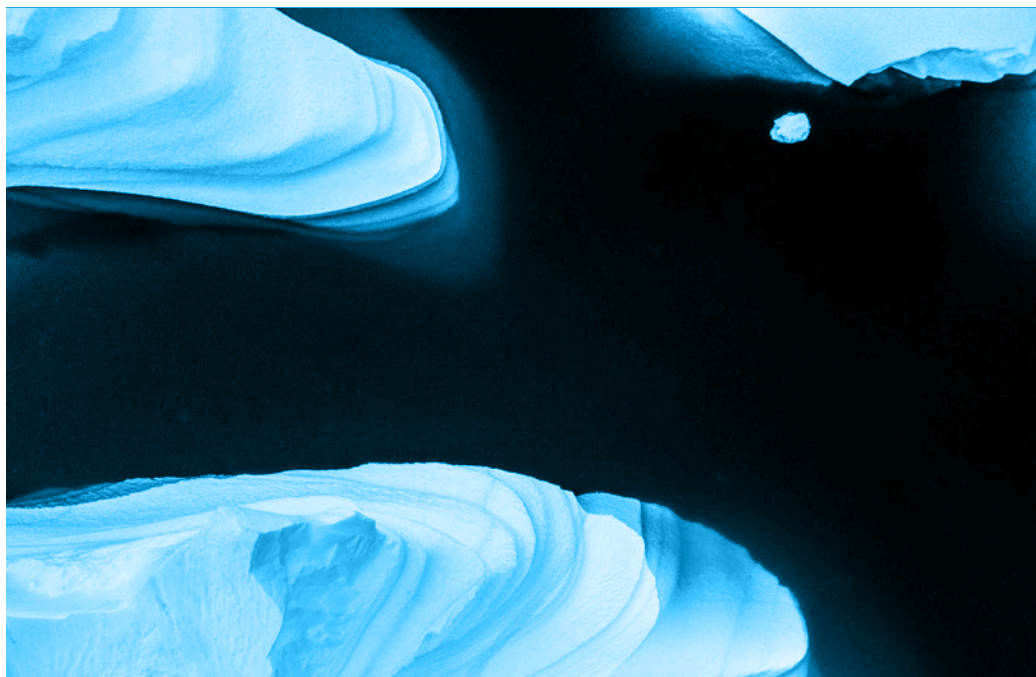
*Osiągnięcie neutralności
klimatycznej w zakresie emisji
CO₂ z działalności banku
i z portfela klientów do 2050 r.*

CREDIT AGRICOLE NA RZECZ ŚRODOWISKA

Bank Credit Agricole wzorem swojego akcjonariusza przywiązuje dużą wagę do ochrony środowiska i przeciwdziałania zmianom klimatycznym. Cele z tym związane wpisał do swojej strategii. Podejmuje także wiele inicjatyw przyjaznych środowisku, w które angażuje swoich pracowników i klientów.

Zobowiązania Credit Agricole związane z ochroną środowiska i przeciwdziałaniem zmianom klimatycznym są opisane w Polityce środowiskowej banku. Dotyczą one m.in. ograniczania zużycia surowców naturalnych, produkcji odpadów i emisji CO₂, promocji zrównoważonego transportu, rozwijania kultury organizacyjnej, która za priorytet uznaje troskę o środowisko, oraz wdrażania działań służących zachowaniu różnorodności biologicznej.

W 2021 r. Grupa Crédit Agricole dołączyła do programu Net-Zero Banking Alliance. Jednym ze zobowiązań, które z tego wynika, jest osiągnięcie do 2050 r. neutralności klimatycznej przez każdą ze spółek Grupy, w tym przez bank Credit Agricole. Aby monitorować swój wpływ na środowisko, od 2018 r. bank mierzy swój ślad węglowy zgodnie ze standardem GHG Protocol i według metodologii Science Based Targets. W 2021 r. wyniósł on 3 333 tony CO₂ i jest o 66% mniejszy niż w 2019 r.



Kwestie ochrony środowiska są elementem strategii biznesowej banku. Główne cele to rozwijanie zielonej bankowości poprzez ekoedycje produktów dla klientów indywidualnych oraz rozwój green financing we wszystkich liniach biznesowych, a także ograniczanie negatywnego wpływu na środowisko poprzez zmniejszanie emisji CO₂ oraz zużycia papieru i zaangażowanie w akcje przyjazne środowisku oraz rozwijające ekoświadomość.

Obecnie bank pracuje nad kolejną strategią, w której dużo uwagi chce poświęcić finansowaniu działań prośrodowiskowych i zgodności z Taksonomią. W kolejnych latach zamierza pracować nad mierzeniem i obniżaniem emisyjności portfela swoich klientów. Jednocześnie chce współpracować nad tym z klientami, poszerzać ich świadomość w tym zakresie, podwyższać jakość

swoich danych o klientach ze wszystkich linii biznesowych oraz bardziej szczegółowo analizować pozyskane od nich dane pod kątem ich działalności i inwestycji, które będzie finansować.

ROZWIJANIE ZIELONEJ BANKOWOŚCI

Credit Agricole rozwija ofertę zielonych produktów i green financing we wszystkich liniach biznesowych. Dzięki oferowaniu produktów, które zachęcają klientów do wyboru energii odnawialnej, czystego transportu, zielonych nieruchomości i mniejszego zużycia energii, a w efekcie do przejścia na gospodarkę niskoemisyjną, wspiera ich w korzystaniu ze środowiska świadomie i odpowiedzialnie. W 2021 r. dynamika wzrostu całego salda zielonych produktów dla klienta detalicznego wyniosła ponad 65% w porównaniu do 2020 r. W 2022 r. bank zamierza dalej rozwijać ofertę zielonych produktów.

Credit Agricole zamierza odgrywać aktywną rolę w dążeniu do przejścia na gospodarkę niskoemisyjną głównie poprzez finansowanie projektów przyjaznych środowisku. Aby poszerzać swoje kompetencje związane z kwestiami środowiskowymi i klimatycznymi, bank dołączył też do programu Climate Positive, Programu Partnerstwa Forum Odpowiedzialnego Biznesu oraz do programu Climate Leadership prowadzonego przez UNEP/GRID-Warszawa. W ramach współpracy bank pracuje nad edukacją ESG i obniżaniem emisji CO₂ ze swojej działalności.

OGRANICZANIE NEGATYWNEGO WPLYWU NA ŚRODOWISKO

Negatywny wpływ na środowisko naturalne Credit Agricole ogranicza dzięki zmniejszeniu emisji CO₂ i zużycia papieru oraz zaangażowaniu w akcje przyjazne środowisku. Od 2009 r. promuje korzystanie ze zrównoważonych środków transportu oraz wprowadził do floty 44 samochody hybrydowe i 8 elektrycznych. Ciągle dąży też do zmniejszenia zużycia papieru.

Ograniczenie zużycia energii jest dla Credit Agricole bardzo ważne, dlatego bank wprowadza energooszczędne rozwiązania oraz edukuje pracowników w tym zakresie. W budynkach centrali i w 95% placówek wykorzystuje jedynie energię elektryczną z odnawialnych źródeł. Te działania pomogły zwiększyć udział OZE w całym banku o ponad 45% i znacząco zmniejszyć zużycie energii.

ZAANGAŻOWANIE W AKCJE PRZYJAZNE ŚRODOWISKU

Credit Agricole realizuje też wiele kampanii edukacyjnych. Kontynuuje kampanię #MniejPlastiku, w której edukuje na temat szkodliwości plasti-

kowych odpadów. Uruchomił m.in. stronę WWW, podcast i newsletter oraz partnerował filmowi Jarosława Kuźniara *Mam wpływ* i akcji „Stop Plastik” Fundacji EKORozwoju. Wraz z ekologiem Dominikiem Dobrowolskim bank zorganizował akcję „Górska Odyseja” – marsz góorskimi szlakami wzdłuż południowej granicy Polski połączony ze zbieraniem śmieci. W 2022 r. podobną akcję organizuje wzdłuż wybrzeża Wisły. Temat zanieczyszczenia środowiska tworzywami sztucznymi porusza też w swoich kampaniach marketingowych. Razem z Dawidem Podsiadło zorganizował też akcję charytatywną „Trzecie życie plastiku”. Wystawił na licytację 14 płyt gramofonowych z recyklingu z muzyką artysty. Zebrane w ten sposób pieniądze bank przekazał Polskiemu Stowarzyszeniu Zero Waste.

Do innych akcji środowiskowych, które realizuje Credit Agricole należą m.in. obchody Europejskiego Tygodnia Zrównoważonego Transportu czy zakupienie inspektów do ogrodu permakulturowego prowadzonego przez Szkołę Francuską w Warszawie. Bank był też partnerem Zielonego Rekordu Polski i wydania książki PWN Poradnik młodych ratowników Ziemi.



Od 2019 r. kwestie ESG i zrównoważonego rozwoju są jednym z trzech kluczowych filarów strategii biznesowej Credit Agricole. Od tego samego roku liczymy też nasz ślad węglowy według najbardziej znanego standardu GHG Protocol i realizujemy różne inicjatywy, które go zmniejszają. Mamy świadomość, że wpływ naszej działalności na środowisko to zaledwie mały procent tego, jaki jest nasz wpływ pośredni, generowany przede wszystkim przez naszych klientów. Nie zapominamy też, jak kluczowa jest rola sektora finansowego w ogólnej transformacji. Dlatego razem z całą Grupą Crédit Agricole dołączyliśmy do programu Net-Zero Banking Alliance, powołanego przez Inicjatywę Finansową Programu Narodów Zjednoczonych ds. Środowiska (UNEP FI), i zobowiązaliśmy się do osiągnięcia neutralności klimatycznej do 2050 r. To ambitny plan, na którego realizacji będziemy się skupiać przez najbliższe lata.

Jędrzej Marciniak, wiceprezes Zarządu banku Credit Agricole

HUTCHINSON POLAND SP. Z O.O.



ZOBOWIĄZANIE:

Wprowadzenie certyfikatów ISO 50001 we wszystkich lokalizacjach firmy do 2025 r., a w nowych produktach 25% materiałów pochodzących z recyklingu. Redukcja emisji dwutlenku węgla dla Zakresów 1 i 2 do roku 2030, a w roku 2050 całkowita neutralność węglowa netto dla wszystkich Zakresów.

Wartości naszej firmy od 160 lat pozostają niezienne. Od samego początku firmę tworzą ludzie, którzy działają wspólnie tworząc spójną grupę a szacunek, integracja i odpowiedzialność to cechy którym zawdzięczamy światowy sukces. Razem dążymy do sukcesu, a przez głębokie zaangażowanie w innowacje wiemy, że jest on na wyciągnięcie ręki. Dlatego działania naszej firmy określamy mottem „we make it possible”. Jesteśmy świadomi, że droga do sukcesu prowadzi przez życie w harmonii nie tylko z postępem, ale również z naturą. Ze względu na to wprowadzamy rozwiązania, które pozwolą na należyte zadbanie o naszą planetę i klimat.

Zdajemy sobie sprawę, że wprowadzając zmiany, warto zacząć od siebie. Dlatego w naszych zakładach wdrażamy plan działań zmierzających do oszczędności energii. Według działań zaplanowanych na przyszłe lata w odniesieniu do Polityki Klimatycznej naszej firmy, w 2025 r. wszystkie lokalizacje naszej firmy będą posiadać certyfikat ISO 50001, a w naszych nowych produktach będzie znajdować się 25% materiałów pochodzących z recyklingu. W roku 2030 emisja dwutlenku węgla dla Zakresów 1 i 2 w porównaniu do roku 2019 zostanie zredukowana o 50%. Natomiast według planów naszych działań, firma w 2050 r. osiągnie całkowitą neutralność węglową netto dla wszystkich Zakresów.

Przykładamy wagę do szczegółów i np. zamiast czarnego dachu wybieramy biały, a w oknach wieszamy rolety. Tam, gdzie jest to możliwe, staramy się czerpać z zasobów naturalnych (m.in. poprzez instalację paneli słonecznych). Nasza firma również nie zapomina o sadzeniu drzew.

Staramy się wykorzystywać zdobywaną przez lata wiedzę w różnych gałęziach przemysłu, łącząc różnego typu technologie. Wolimy naprawiać i konserwować poszczególne elementy, zamiast za każdym razem sięgać po nowe. Stawiamy na odzysk i wykorzystanie nie tylko odpadów, ale i wody.

HUTCHINSON POLAND W CLIMATE LEADERSHIP

Chcąc przeciwdziałać zmianom klimatycznym, spółka Hutchinson Poland przystąpiła do trzeciej edycji programu Climate Leadership, którego organizatorem jest UNEP/GRID-Warszawa. W tym przypadku stawiamy na trzy kluczowe kwestie.

Po pierwsze dążymy do odzysku ciepła ze sprężarki powietrza. O tym, jak ważny jest to proces, świadczy fakt, że do produkcji ciepła zużywa się do 80% energii elektrycznej. Jeśli zmodyfikujemy system wentylacji odbierającej ciepło w taki sposób, żeby doprowadzić ciepłe powietrze na przykład do hali produkcyjnej, to możemy ją w ten sposób ogrzać. Natomiast jeśli w sprężarkach zamontujemy dodatkowe wymienniki ciepła, to podgrzana w nich woda zasili cały system grzewczy. Aktualnie takie rozwiązania zamierzamy wdrożyć w pięciu zakładach. Planujemy tego dokonać do końca 2023 r. Dzięki temu w skali jednego roku emisja CO₂ zmniejszy się o 1000 ton, a zużycie energii spadnie o 3 GWh.

W ramach programu Climate Leadership naszym celem jest również zredukowanie nieszczelności w instalacjach sprężonego powietrza o 90%. W wykryciu takich wycieków pomaga kamera ultradźwiękowa. Warto jej użyć, bo tego typu usterki mogą powodować straty rzędu nawet 30% energii. Nasz projekt zakłada wprowadzenie systemu okresowych audytów, nastawionych na wykrycie wycieków sprężonego powietrza, a także realizację działań naprawczych. Istotne jest też ciągłe doskonalenie elementów sprężonego powietrza oraz ich połączeń. Projekt ten zamierzamy wdrożyć we wszystkich jednostkach do końca 2022 r. Przyniesie to zmniejszenie emisji CO₂ o 1500 ton i zużycia energii o 1,85 GWh rocznie.

Ponadto podejmujemy się wdrożenia systemu oczyszczania i ponownego wykorzystania wody z procesu wulkanizacji w autoklawach. Średnio, w skali miesiąca, zużywa się w ten sposób 1500 m³ wody, co generuje 1125 m³ ścieków przemysłowych. Te zaś trzeba przetransportować cysternami do pobliskiej oczyszczalni. Żeby zmniejszyć ich ilość, planujemy wykonać instalację, służącą do oczyszczania i ponownego wykorzystania takiej wody. Chcemy tego dokonać w zakładzie nr 2 w Żywcu do końca 2023 r., dążąc do redukcji emisji CO₂ o 100 ton rocznie.



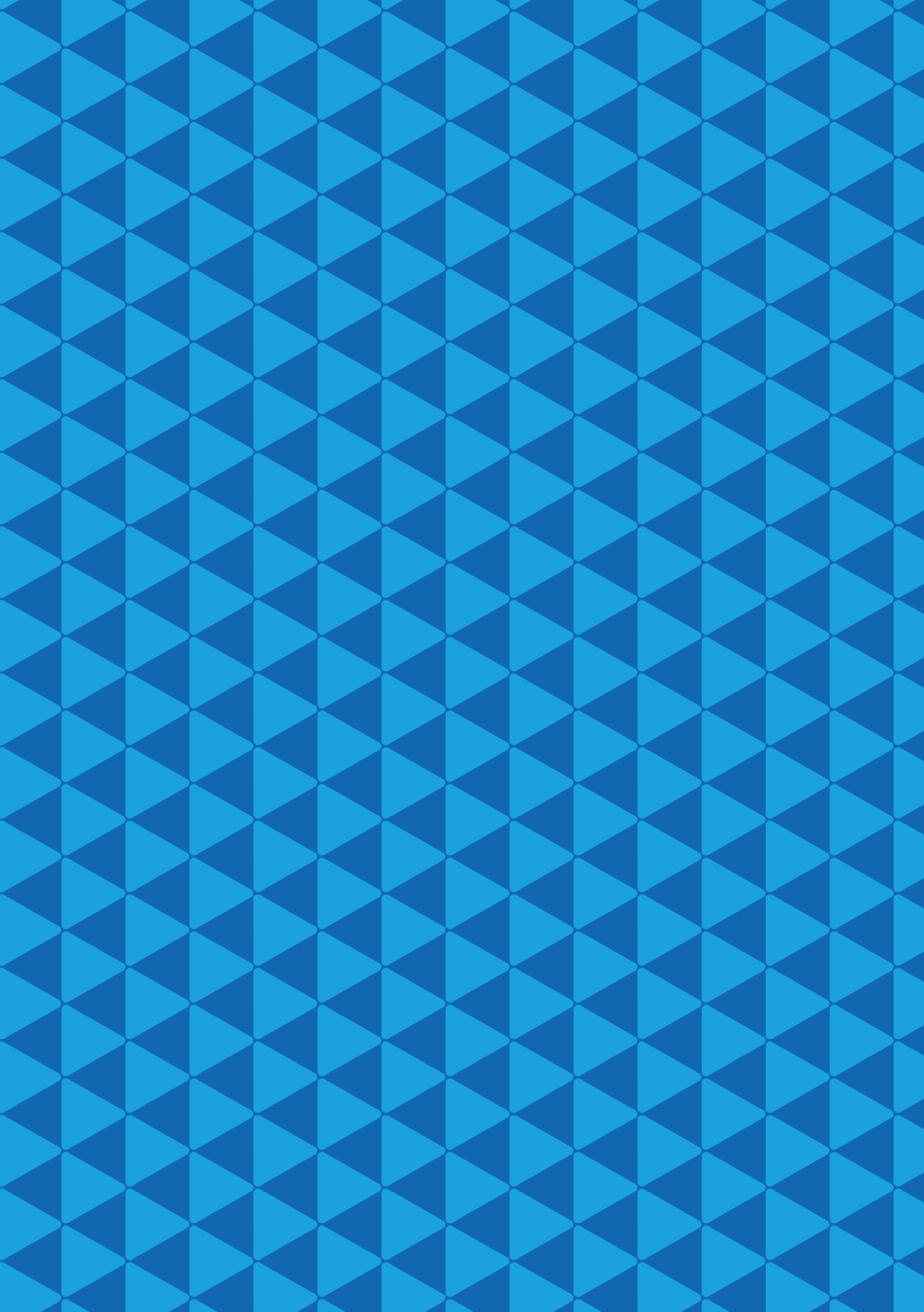
Naszym celem jest wsparcie ekspertów programu Climate Leadership na różnych płaszczyznach. Chodzi przede wszystkim o wdrożenie rozwiązań technicznych, zmierzających do optymalnego wykorzystania odzyskanego ciepła, ograniczenia wycieków sprężonego powietrza oraz oczyszczania ścieków przemysłowych. Warto jednak zauważyć, że staramy się działać kompleksowo – wszystkie nasze rozwiązania wspieramy już od momentu projektowania materiałów aż po integrację poszczególnych rozwiązań. Próbujemy przy tym sprostać wyzwaniom związanym ze zmianami klimatu i wykorzystać możliwości dotyczące zrównoważonego rozwoju. Dążymy m.in. do neutralności emisji dwutlenku węgla netto.

Ewelina Timofijewicz-Waśniowska,
Vice President Hutchinson Poland



Mobilność na lądzie, morzu i w powietrzu to nasze główne pola działania. Dysponujemy technologią, możliwościami i globalnym zasięgiem, aby sprostać wyzwaniom i wykorzystać możliwości dotyczące elektryfikacji pojazdów i zrównoważonego rozwoju.

Helene Moreau-Leroy,
Prezes i Dyrektor Generalny firmy Hutchinson



MC DONALD'S POLSKA



ZOBOWIĄZANIE:

Globalnie do 2025 r. Mc Donald's będzie korzystać wyłącznie z opakowań wytworzonych z surowców odnawialnych, pochodzących z recyklingu lub ze źródeł certyfikowanych, a wszystkie opakowania, z których korzystają goście w restauracjach McDonald's będą poddawane recyklingowi.

Zamknięty obieg opakowań w McDonald's już działa. Zużyte papierowe kubki wracają do restauracji w postaci papierowych ręczników. A jest to możliwe dzięki autorskiej, innowacyjnej technologii pozwalającej przetwarzać papierowe opakowania z niewielką domieszką polimeru i zabrudzone żywnością.

Gospodarka obiegu zamkniętego to koncepcja pozwalająca zmniejszyć negatywne skutki zmian klimatu. W modelu tym odpady stają się cennymi surowcami wykorzystywanymi wielokrotnie przez biznes i konsumentów. Wdrożenie rozwiązań GOZ wymaga jednak zaangażowania wielu stron – projektantów opakowań, biznesu oraz konsumentów.

Od 2018 r. McDonald's realizuje globalną strategię zrównoważonego rozwoju, której ważnym elementem jest ograniczenie wpływu na środowisko poprzez zamknięcie obiegu opakowań w restauracjach.

„Cieszę się, że innowacyjne rozwiązania pozwalają coraz lepiej odpowiadać na wyzwania środowiskowe. Dzięki opracowanej wspólnie z polskim recyklerem technologii jesteśmy dziś w stanie przetworzyć w bezpieczny sposób opakowania papierowe z domieszką polimeru, nawet jeśli były zabrudzone po posiłku. Dlatego w naszych restauracjach tak ważne jest wrzucanie zużytych opakowań do odpowiednich frakcji. Umożliwia nam to

dawanie odpadom drugiego życia. Dziękujemy wszystkim, którzy się do tego przyczyniają. Jutro zależy od nas, nas jako firmy, ale również nas jako społeczeństwa” – mówi Anna Borys, dyrektorka ds. relacji korporacyjnych McDonald’s Polska.

OBIEG ZAMKNIĘTY OPAKOWAŃ MCDONALD’S W PRAKTYCE

Już na etapie projektowania opakowań sieć dba o właściwy dobór surowców nadających się do recyklingu, skupiając się przede wszystkim na redukcji plastiku. Dziś 70% surowców, z których powstają opakowania to papier, tylko 5% opakowań stanowi plastik. Osiągnięcie tych proporcji możliwe było dzięki konsekwentnie wprowadzonym zmianom, np. wycofaniu plastikowych stomek na rzecz ich papierowych odpowiedników, wprowadzeniu papierowych opakowań do lodów McFlurry oraz drewnianych sztućców. To pozwoliło na łączną redukcję 925 ton plastiku rocznie.

Kolejnym etapem procesu zamykania obiegu opakowań jest wyposażenie niemal wszystkich restauracji sieci (poza tymi zlokalizowanymi w centrach handlowych) w kosze do segregacji odpadów. Dzięki odpowiedniej segregacji odpady stają się cennymi surowcami, które można ponownie wykorzystać, chroniąc zasoby naturalne.

Zużyte papierowe opakowania trafiają do polskiej papierni, firmy Miklan-Ryza, z którą McDonald’s nawiązał współpracę na początku 2020 r. Dzięki innowacyjnej technologii wyposażonej w moduły czyszczące i odkażające, odzyskane surowce w postaci włókien papierowych mogą być wykorzystane jako materiał do produkcji ręczników papierowych i papieru toaletowego. Produkty te trafiają z powrotem do restauracji sieci. Nieba-

wem z włókien papierowych z recyklingu będą powstawać również tacki do napojów.

Opracowana wspólnie z recyklerem technologia pozwala przywracać do systemu także te „trudniejsze” odpady, w tym słomki, papierowe kubki po napojach zawierające 4–6% plastiku, a nawet zabrudzone papierowe opakowania po burgerach. Pozyskane w ten sposób produkty są najwyższej jakości i posiadają stosowne atesty. Dlatego tak ważne jest, żeby wspomniane opakowania trafiły do frakcji papierowej.

BOHATEROWIE NA RZECZ PLANETY

McDonald’s bierze odpowiedzialność za wszystkie opakowania, w których sprzedaje produkty – również te, które po zużyciu nie trafiają do koszy. Dlatego pod koniec 2021 r. sieć stworzyła projekt EcoHeroes. Pracownicy restauracji oraz wszyscy zainteresowani udziałem w tej inicjatywie regularnie organizują zbiórki odpadów w przestrzeni publicznej. Zebrane w ramach akcji zużyte opakowania stają się surowcami wtórnymi i są poddawane recyklingowi, a wspólna przestrzeń pozostaje czysta i przyjazna. Do tej pory zorganizowano 768 zbiórek na terenie całej Polski, w których zebrano 4780 sześćdziesięciolitrowych worków odpadów.

Więcej informacji nt. gospodarki obiegu zamkniętego opakowań w restauracjach McDonald’s znajduje się na stronie:
<https://mcdonalds.pl/jutro-zalezy-od-nas/>



Zrównoważony rozwój, w tym troska o klimat, to ważny element strategii McDonald's. W działania na rzecz planety angażujemy cały system – naszych franczyzobiorców, dostawców, pracowników oraz społeczności lokalne. Działamy kompleksowo, tworząc spójny system zarządzania środowiskowego certyfikowany normą ISO 14001.

Zdajemy sobie sprawę, że przy skali działania naszej firmy – liczbie klientów i restauracji – mała zmiana w systemie tworzy wielką różnicę dla planety. Dlatego nie zaniedbujemy żadnej okazji, aby wspólnie z ekspertami wypracowywać najlepsze, ekologiczne standardy.

Anna Borys, dyrektorka ds. relacji korporacyjnych McDonald's Polska



ØRSTED



ZOBOWIĄZANIE:

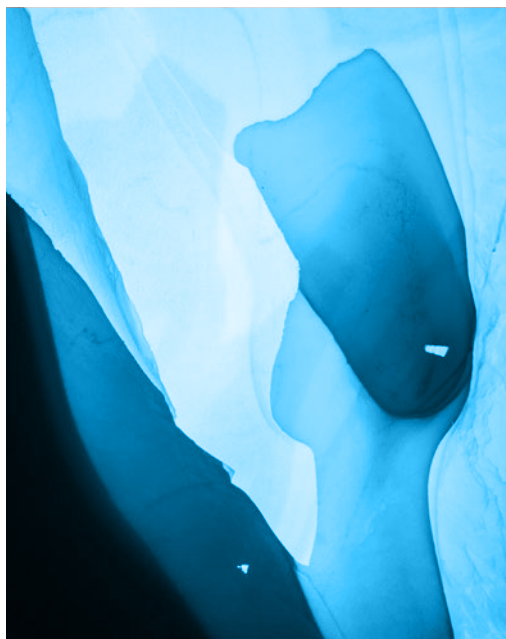
Do 2025 r. osiągnięcie neutralności dla klimatu w ramach działalności gospodarczej, a do 2040 r. w ramach całego łańcucha wartości. Ørsted przyjął także ambicję osiągnięcia pozytywnego wpływu netto na różnorodność biologiczną na obszarach, na których budowane będą morskie farmy wiatrowe Ørsted po 2030 r.

Ørsted, wcześniej znany jako DONG Energy, w ciągu ostatniej dekady przeszedł zieloną transformację. Jeszcze do niedawna Ørsted był jedną z firm energetycznych w Europie, które w największym stopniu korzystały z węgla. Podjęliśmy jednak strategiczną decyzję o przekształceniu się w firmę zajmującą się zieloną energią i opracowaliśmy model biznesowy, który jest zrównoważony zarówno pod względem ekologicznym, jak i finansowym. Obecnie jesteśmy najbardziej zrównoważoną firmą energetyczną na świecie i globalnym liderem w przechodzeniu na zieloną energię. Jak dotąd jesteśmy jedynym przedsiębiorstwem energetycznym na świecie, które przeprowadziło pełną zieloną transformację.

W ramach strategicznej zmiany zrezygnowaliśmy z działalności związanej z paliwami kopalnymi, rozwijając jednocześnie portfolio energii odnawialnej. Naszym głównym osiągnięciem jest wynalezienie i komercjalizacja innowacyjnej technologii produkcji czystej energii – morskiej energii wiatrowej. W 1991 r. firma Ørsted zbudowała pierwszą morską farmę wiatrową Vindeby, a w 2021 r. rozpoczęła budowę największej na świecie farmy Hornsea One. W ciągu tych 30 lat staliśmy się globalnym liderem w dziedzinie morskiej energetyki wiatrowej. Transformację Ørsted jest również widoczna w kluczowych wskaźnikach. W latach 2007–2020 nasza emisja dwutlenku węgla zmniejszyła się o 86%. W tym samym czasie nasz zysk operacyjny wzrósł prawie dwukrot-

nie, a jego udział w zysku pochodzącym ze źródeł odnawialnych wzrósł do 98%. Jako jedna z niewielu firm na świecie Ørsted zdołał oddzielić swój wzrost gospodarczy od śladu klimatycznego, a do 2025 r. nasza działalność będzie neutralna dla klimatu.

Teraz chcemy zachęcać innych do wprowadzania istotnych zmian i wspólnie budować świat całkowicie oparty na zielonej energii. W Polsce, która jest strategicznie ważnym rynkiem dla Ørsted, połączyliśmy siły z PGE Baltica, finalizując w 2021 r. umowę joint venture na rozwój, budowę i eksploatację największej obecnie morskiej farmy wiatrowej na Bałtyku – Baltica (2,5 GW). W 2022 r. zrobiliśmy kolejny odważny krok na polskim rynku, nawiązując współpracę z ZE PAK, jednym z liderów transformacji energetycznej w Polsce. Partnerzy podpisali porozumienie o wspólnym ubieganiu się o pozwolenia lokalizacyjne w polskiej strefie Morza Bałtyckiego.



ZIELONA ENERGIA DLA CZTERECH MILIONÓW POLSKICH DOMÓW

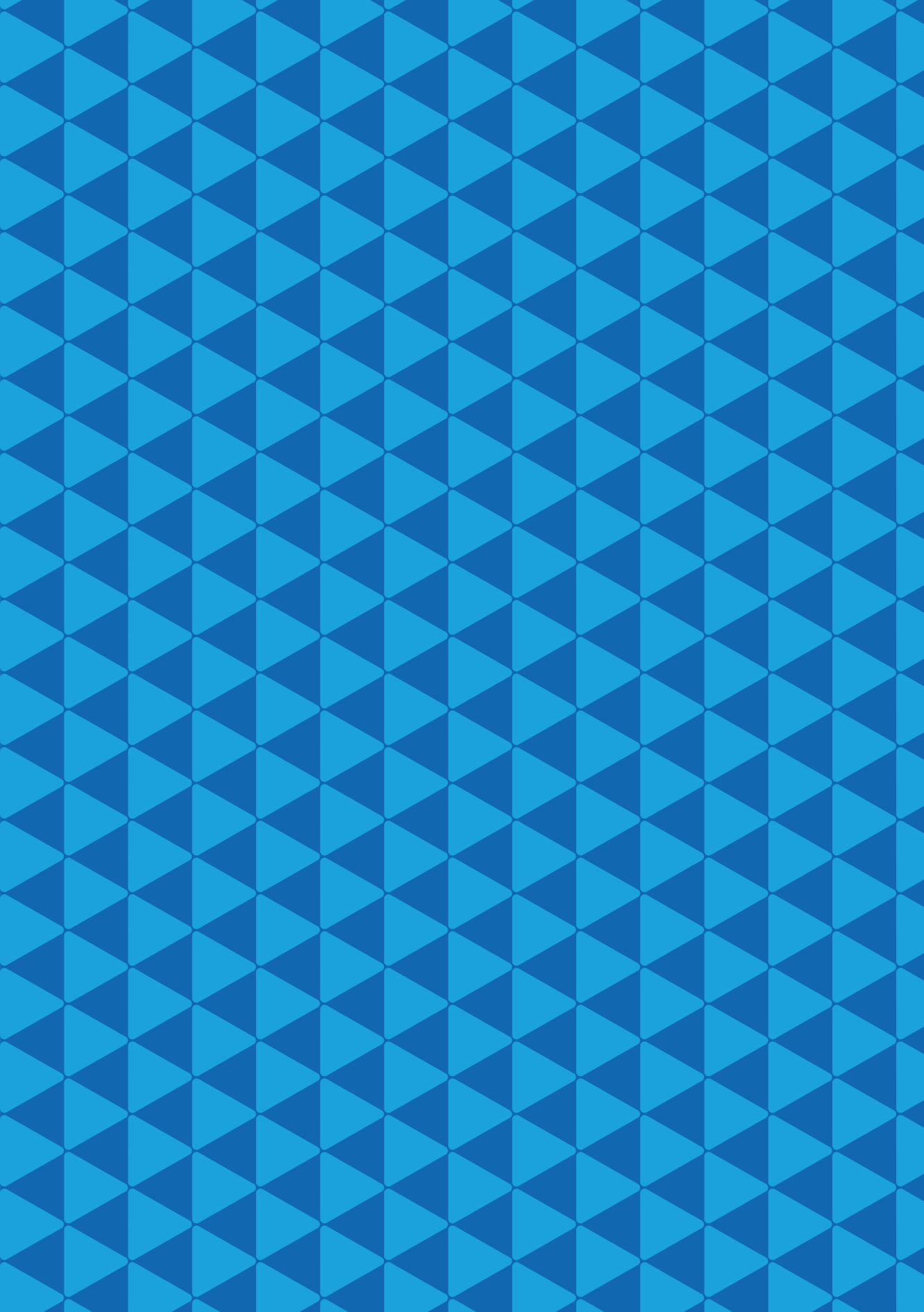
Wspólne przedsięwzięcia z PGE Baltica, czyli rozwój Morskiej Farmy Wiatrowej Baltica (2,5 GW) oraz partnerstwo z ZE PAK w zakresie budowy kolejnych morskich farm wiatrowych w Polsce znacząco poprawią bezpieczeństwo energetyczne Polski, przyczynią się do niskoemisyjnej transformacji kraju, przyspieszą rozwój lokalnego łańcucha dostaw oraz pobudzą aktywność gospodarczą na wiele lat. Morska Farma Wiatrowa Baltica będzie największym w Polsce i jednym z pierwszych w kraju projektów z zakresu energii wiatrowej na morzu. Projekt ten osiągnie łączną moc 2,5 GW i zostanie oddany do użytku w dwóch etapach, odpowiednio w 2026 i 2027 r. Łącznie MFW Baltica będzie wytwarzać energię elektryczną ze źródeł odnawialnych w ilości wystarczającej do pokrycia rocznego zużycia energii przez prawie 4 mln polskich domów.

Co więcej, umowa joint venture ZE PAK – Ørsted, w przypadku powodzenia drugiego etapu rozwoju polskiej morskiej energetyki wiatrowej, zapewni kolejnym milionom polskich domów i firm przystępną cenowo i czystą energię wiatrową w duchu sprawiedliwej transformacji. W ramach swoich zobowiązań, w przypadku powodzenia w postępowaniu administracyjnym, partnerzy utworzą regionalny Fundusz na rzecz Sprawiedliwej Transformacji Wielkopolski Wschodniej z budżetem w wysokości prawie 50 mln złotych (10 mln euro), aby zagwarantować bezpieczeństwo społeczne w regionie szczególnie narażonym na ekonomiczne i społeczne skutki wycofywania węgla.



Ørsted przyspiesza inwestycje w OZE, ograniczając emisję dwutlenku węgla o 3,5 tony z każdym zainstalowanym gigawatem w morskiej energetyce wiatrowej, która jest jednym z kluczowych narzędzi do walki z katastrofalną w skutkach zmianą klimatu. Jednocześnie chcemy, by nasze inwestycje stawały się coraz bardziej przyjazne dla środowiska i społeczeństwa. Powołaliśmy już kilka funduszy na rzecz zrównoważonego rozwoju społeczności na obszarach, na których działamy, w tym jeden w Polsce w Gminie Choczewo. Dbamy także o ochronę środowiska, a nasi eksperci testują obecnie innowacyjne rozwiązania ograniczające oddziaływanie inwestycji na ekosystemy morskie. Jednym z nich są sztuczne rafy na farmie Borssele 1 i 2 w Holandii, stanowiące schronienie i miejsce żerowania dla odradzającej się populacji dorsza.

Joanna Wis-Bielewicz, Head of Market Development, Ørsted



POWSZECHNY ZAKŁAD UBEZPIECZEŃ SA



ZOBOWIĄZANIE:

Opracowanie metodyki i przygotowanie organizacji do spełnienia wymogów CSRD w raportowaniu zakresu 3 emisji gazów cieplarnianych dla PZU SA i Grupy PZU.

PZU UCZESTNIKIEM PROGRAMU CLIMATE LEADERSHIP

W PZU mamy świadomość postępujących zmian klimatycznych. Zdajemy sobie sprawę z tego, jaki jest nasz wpływ na środowisko. Wiemy, jak ważne w zmieniającym się świecie jest odpowiedzialne i zrównoważone prowadzenie działalności biznesowej. Jeśli globalne ocieplenie będzie nadal postępowało w obecnym tempie, prawdopodobnie osiągnie 1,5°C między 2030 a 2052 r. Jest to granica, po przekroczeniu której zapewne nie da się uniknąć katastrofalnych skutków globalnego ocieplenia dla biosfery i ludzkości.

Wiemy, jak istotna w walce z globalnym ociepleniem jest rola biznesu. Została ona uwzględniona w Europejskim Zielonym Ładzie – projekcie reform polityki klimatycznej Unii Europejskiej. Reforma ta obejmuje zestaw nowych i bardzo złożonych regulacji prawnych, które będą służyć transformacji unijnej gospodarki w kierunku osiągnięcia neutralności klimatycznej przez UE w 2050 r. Nowe regulacje obejmują przede wszystkim instytucje finansowe, w tym ubezpieczeniowe, jak PZU. Mają one istotny wpływ na przekierowywanie kapitału w kierunku zrównoważonych środowiskowo inwestycji. Celem tych regulacji jest przede wszystkim redukcja emisji gazów cieplarnianych nie tylko bezpośrednich, lecz także pośrednich. Możliwe jest to między innymi dzięki wsparciu ekologicznych działalności gospodarczych (Taksonomia UE).

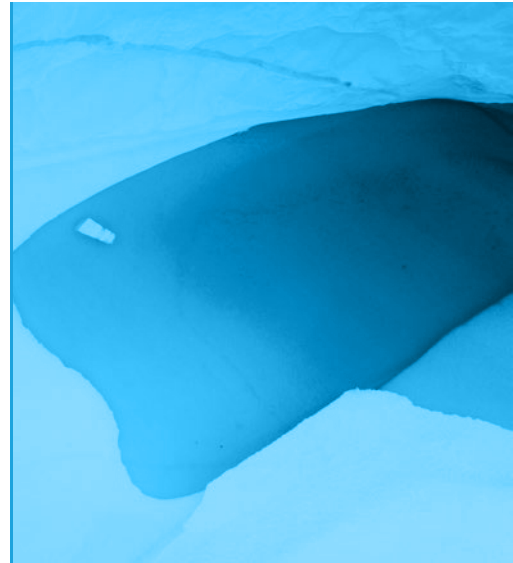
W PZU chcemy realizować ten cel, dlatego bierzemy udział w programie Climate Leadership dla liderów klimatycznych, prowadzonym przez UNEP/GRID-Warszawa. Podjęliśmy zobowiązanie, że przygotowujemy naszą organizację do sprawozdawczości zakresu trzeciego emisji, a następnie przejdziemy ten proces. Pozwoli to nam postawić sobie kolejne cele redukcyjne i być dobrym przykładem dla innych przedsiębiorstw.

JAKIE DZIAŁANIA WDRAŻAMY W PZU

DZIAŁANIA STRATEGICZNE I NOWY ZIELONY BUDYNEK PZU

Jesteśmy liderem w branży ubezpieczeniowej i chcemy aktywnie uczestniczyć w zielonej transformacji energetycznej. Dlatego zrównoważony rozwój stał się istotną częścią naszej strategii biznesowej. W Strategii Grupy PZU na lata 2021–2024 #PZU Potencjał i wzrost i Strategii ESG na lata 2021–2024 dla PZU SA i PZU Życie SA uwzględniliśmy Cele Zrównoważonego Rozwoju ONZ:

Środowisko: wspieramy rozwój niskoemisyjnej gospodarki, dbając o zrównoważoną transformację #zaufanypartnerzielonejtransformacji.



Spółeczeństwo: zachęcamy społeczeństwo do zrównoważonego stylu życia #lepszajakośćżycia.



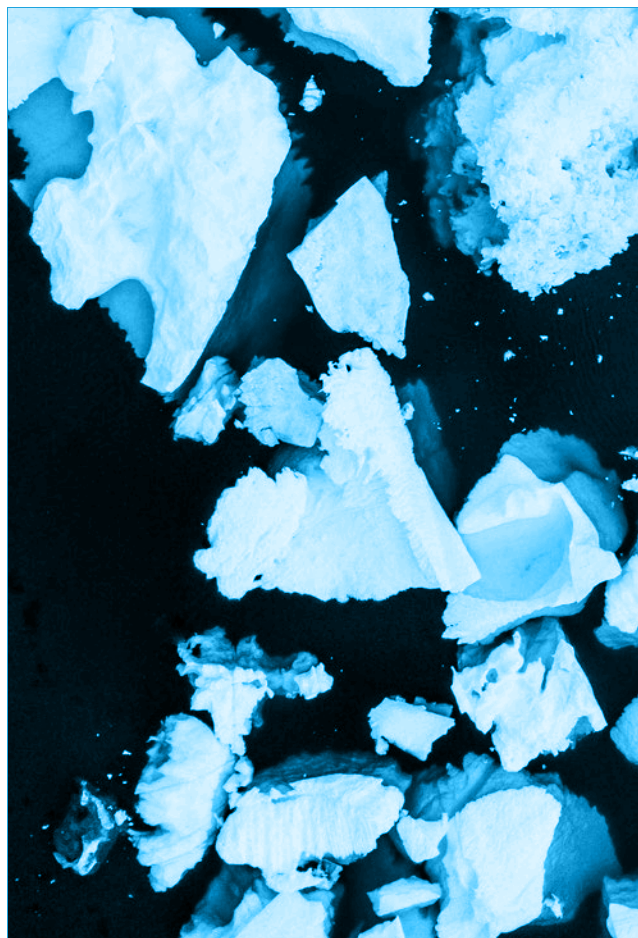
Ład korporacyjny: tworzymy nowoczesną organizację zarządzaną w odpowiedzialny sposób #odpowiedzialnaorganizacja.



W PZU realizujemy także 17. Cel Zrównoważonego Rozwoju ONZ, czyli Partnerstwa na rzecz celów zrównoważonego rozwoju. Jesteśmy członkiem UNEP Finance Initiative (United Nations Environment Programme Finance Initiative) – globalnego partnerstwa między Programem Środowiska ONZ a sektorem finansowym służącym mobilizacji sektora finansowego i ubezpieczeniowego na rzecz zrównoważonego rozwoju. Z kolei w 2021 i 2022 roku:

- zostaliśmy członkiem UN Global Compact, które jest największą na świecie inicjatywą jednoczącą zrównoważony biznes, powołaną w 2000 r. przez Sekretarza Generalnego ONZ,
- przystąpiliśmy do Partnerstwa Ministerstwa Rozwoju i Technologii na rzecz realizacji celów zrównoważonego rozwoju w Polsce,
- przystąpiliśmy do Partnerstwa Ministerstwa Klimatu i Środowiska – Porozumienie sektorowe na rzecz rozwoju morskiej energetyki wiatrowej w Polsce,
- przystąpiliśmy do Partnerstwa Ministerstwa Klimatu i Środowiska – Porozumienie sektorowe na rzecz rozwoju gospodarki wodorowej,
- przystąpiliśmy do Partnerstwa „Razem dla środowiska” UNEP/GRID-Warszawa i bierzemy udział w programie Climate Leadership dla liderów klimatycznych.

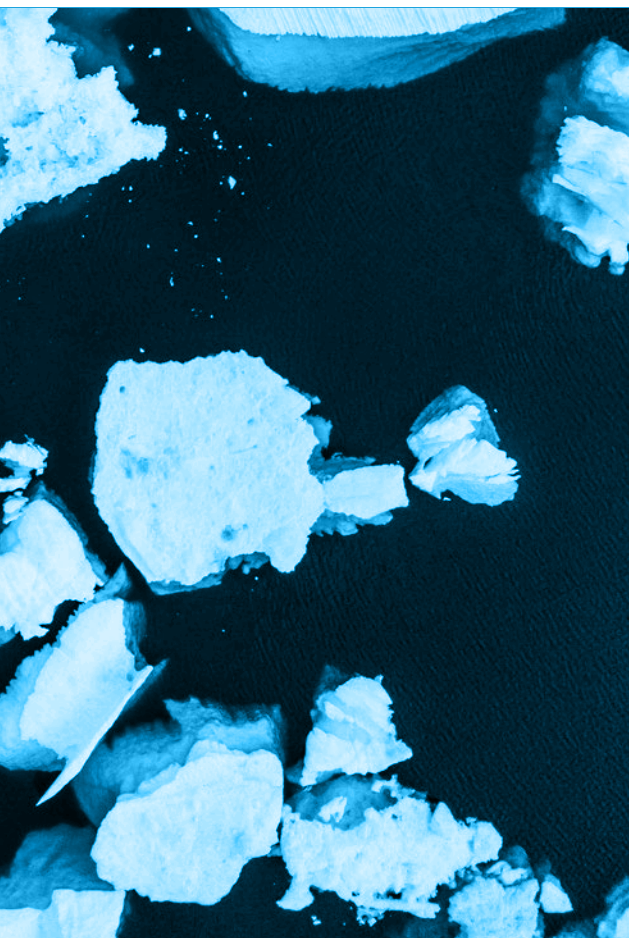
Coraz więcej naszych kluczowych decyzji podejmujemy z myślą o czynnikach ESG. Jedną z nich



jest chociażby wybór nowego biurowca, do którego przenosi się właśnie centrala naszej firmy. To najbardziej zielony budynek w Warszawie. Zastosowano w nim mnóstwo innowacyjnych rozwiązań, które pozwolą m.in. znacznie zredukować zużycie wody i energii elektrycznej.

DZIAŁANIA WYNIKAJĄCE Z REGULACJI PRAWNYCH I RANKINGI ESG

Na naszą działalność wpływają nowe regulacje prawne, które Unia Europejska kieruje do instytucji finansowych w ramach Europejskiego Zielone-



go ładu. To przede wszystkim SFDR i Taksonomia, ale także zmiany związane ze zrównoważonym rozwojem, które obejmują m.in. IDD i Solvency II.

Jesteśmy coraz lepiej oceniani też w międzynarodowych rankingach ESG prowadzonych m.in. przez Sustainalytics, S&P Global czy Moody's ESG Solutions. Oceny te są niezwykle ważne dla wszystkich interesariuszy, a przede wszystkim inwestorów, którzy coraz częściej zwracają uwagę nie tylko na finansowe, lecz także pozafinansowe wyniki przedsiębiorstw.

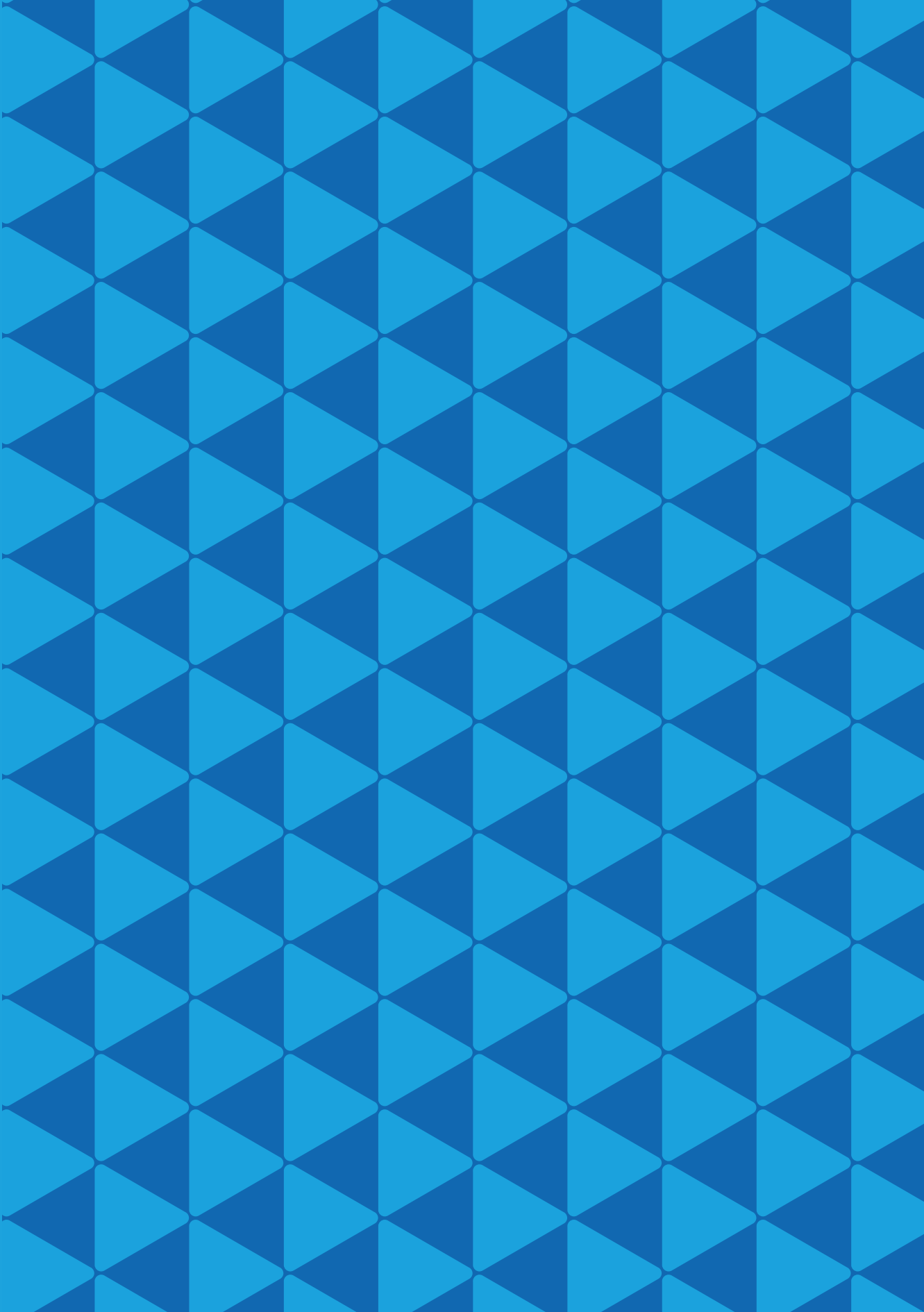
PODSUMOWANIE I PLANY NA PRZYSZŁOŚĆ

Świadomość własnego wpływu na środowisko jest obecnie istotnym elementem biznesu. Firmy coraz częściej podejmują strategiczne i inwestycyjne decyzje, bazując na aspektach środowiskowych. Przedsiębiorstwa, które teraz nie zajmą się sprawami klimatycznymi i nie będą redukować swojego negatywnego wpływu na środowisko, w przyszłości będą mniej konkurencyjne. Aby wiedzieć, jakie działania należy podjąć i jaki będzie ich koszt, należy w szczególności przeanalizować i policzyć generowanie emisje gazów cieplarnianych we wszystkich trzech zakresach. Pomoże nam w tym udział w programie Climate Leadership, prowadzonym przez UNEP/GRID-Warszawa. Dzięki wsparciu ekspertów z Climate Leadership opracujemy metodyki i przygotujemy organizację do spełnienia wymogów CSRD w raportowaniu zakresu trzech emisji gazów cieplarnianych dla PZU SA i Grupy PZU. Zdajemy sobie sprawę, że to zadanie będzie kluczowe, ale nietatwe – zarówno z punktu widzenia regulacyjnego, jak i budowania świadomości w zakresie zrównoważonego rozwoju w całej naszej organizacji, a także w całym naszym otoczeniu biznesowym. Liczenie trzeciego zakresu emisji CO₂, do którego potrzebne są informacje o śladzie węglowym wytworzonym przez naszych kontrahentów i klientów, to jednoczesna edukacja i wywieranie wpływu na ich działania proklimatyczne. To wspólne budowanie świadomości, że każdy z nas jest elementem jednego, wielkiego, globalnego organizmu, o który wspólnie musimy dbać.



Udział PZU w programie Climate Leadership to kolejny krok na drodze do realizacji celów zrównoważonego rozwoju, na których oparliśmy naszą Strategię ESG. Wiemy, jak istotne jest prowadzenie działalności biznesowej na podstawie zasad zrównoważonego rozwoju. Szczególnie ważne jest minimalizowanie jej negatywnego wpływu na środowisko naturalne m.in. przez redukcję emisji gazów cieplarnianych. Aspekt ten jest niezmiernie ważny zarówno dla biznesu, jak i szerokiej grupy interesariuszy, w szczególności inwestorów. Coraz częściej, gdy podejmujemy strategiczne i inwestycyjne decyzje, bierzemy pod uwagę czynniki środowiskowe. To także element szerzenia świadomości klimatycznej w organizacji.

Joanna Gorczyca, Dyrektor Biura Zrównoważonego Rozwoju PZU



SAMSUNG ELECTRONICS POLSKA SP. Z O.O.

SAMSUNG

ZOBOWIĄZANIE:

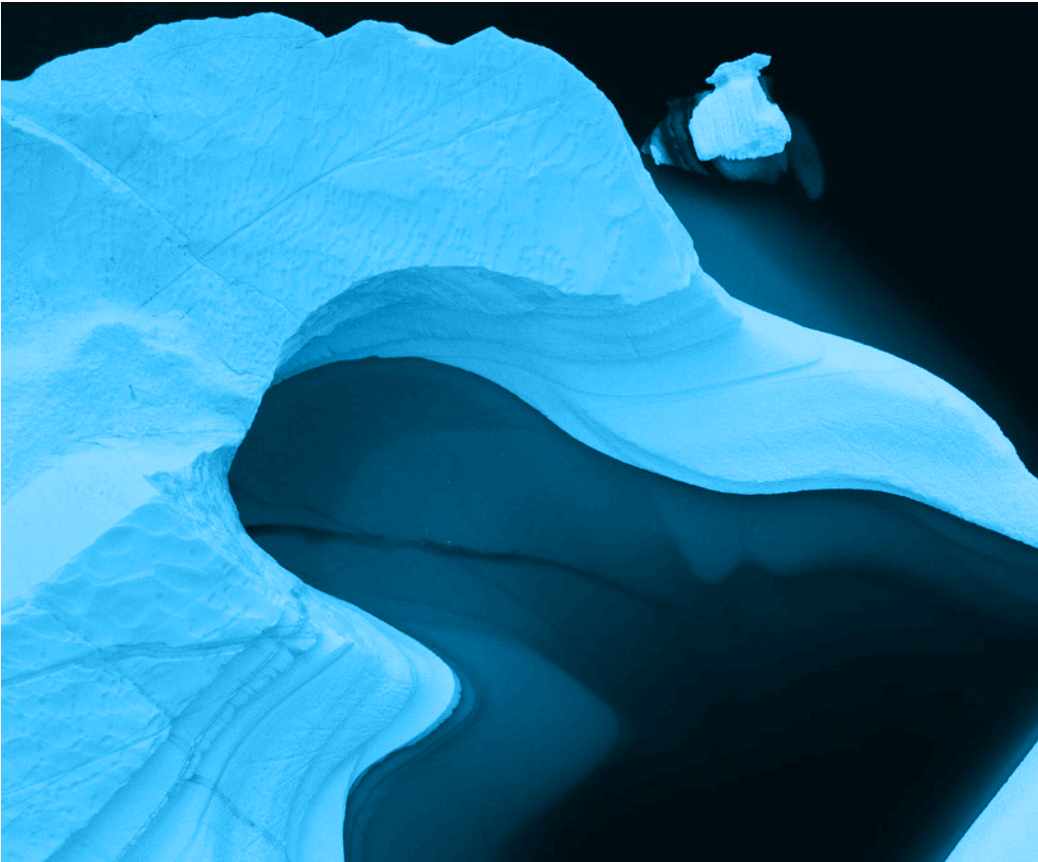
Wspieranie edukacji na rzecz klimatu poprzez włączenie polskich szkół podstawowych i ponadpodstawowych do programu Solve for Tomorrow, który pokazuje, jak dzięki myśleniu projektowemu i nowym technologiom tworzyć rozwiązania chroniące planetę.

Samsung to jedna z największych spółek technologicznych na świecie. Firma inspiruje świat i kształtuje przyszłość poprzez wyjątkowe idee oraz innowacyjne technologie. Wyznacza trendy i wprowadza nowoczesne rozwiązania z zakresu urządzeń mobilnych, RTV, AGD i IT.

Misją CSR firmy Samsung jest działanie pod hasłem: „Together for Tommorrow! Enabling People!” („Wspólnie dla przyszłości. Uaktywnij swój potencjał!”). Oznacza to umożliwienie przyszłym pokoleniom osiągnięcia pozytywnych zmian w społeczeństwie, również w Polsce. Firma opiera swoje działania na rzecz zrównoważonego rozwoju na zdecydowanych zasadach ochrony środowiska. W ramach swoich programów edukacyjnych stara się wspierać potencjał młodych ludzi, którzy chcą realnie pomóc naszej planecie.

Przykładem takiego działania jest uruchomiony w zeszłym roku Solve for Tomorrow. To program, który zachęca młodych ludzi do tworzenia i wdrażania innowacyjnych rozwiązań dla lokalnych wyzwań i problemów. Celem SFT jest wzmocnienie kompetencji przyszłości u młodych ludzi, zachęcanie ich do aktywności, twórczej odwagi, realizacji pomysłów i budowania poczucia sprawczości.

Co ważne, jest to program długofalowy, realizowany w kilku etapach. Działania nad zgłoszonym projektem przebiegają zgodnie z kolejnymi krokami metodologii nowoczesnego procesu myśle-



nia projektowego, czyli design thinking. Proces ten składa się z następujących po sobie etapów: empatyzacji, diagnozowania problemu, generowania pomysłów, prototypowania i testowania. Ta metodologia jest mało znana i rzadko wykorzystywana w polskiej edukacji. Design Thinking pozwala kształtować umiejętności współpracy, komunikacji, krytycznego myślenia i rozwijania kreatywności, a co za tym idzie zdobywanie kwalifikacji niezbędnych na rynku pracy czy w biznesie. Podczas realizacji projektów młodzi ludzie poznają również metodę STEAM, niezwykle popularną w zachodnich systemach edukacyjnych, zakładającą podejmowanie aktywności, w ramach

których wykorzystywane będą przynajmniej dwie z pięciu dziedzin nauki (S – Science, T – Technology, E – Engineering, A – Arts, M – Maths).

Jednym z wyzwań XXI wieku, z którym mogą mierzyć się młodzi ludzie w ramach programu Solve for Tomorrow, jest klimat. To właśnie młode pokolenia okazują się najbardziej aktywne i chętne do poszerzania wiedzy oraz podejmowania działań w tym zakresie. Problemy związane ze zmianami klimatu są dużym wyzwaniem, za które czują się odpowiedzialni, mając świadomość, że wprowadzanie zmian jest potrzebne dzisiaj, tu i teraz. Tylko dzięki temu możliwe będzie zmniejszenie

skali klimatycznej katastrofy. Zgłaszane projekty udowodniły, że młodzież chce mieć wpływ na stan środowiska w pobliżu swojego miejsca zamieszkania czy na kondycję naszej planety. Do I edycji programu wpłynęło 45 pomysłów związanych z klimatem. Dotyczyły m.in. wyzwań związanych z marnowaniem jedzenia, zanieczyszczeniem powietrza czy zbyt dużym zużyciem prądu w gospodarstwie domowym.

Program Solve for Tomorrow edukuje młodych na wielu obszarach. Podpowiada im, jak zaproponowane przez nich pomysły realizować z wykorzystaniem nowych technologii. Ponadto rozszerza także wiedzę młodych o Cele Zrównoważonego Rozwoju ONZ, którym to w polskich szkołach nie poświęca się zbyt dużo czasu. Dzięki współpracy z UNEP-GRID/Warszawa i serii webinarów uczestnicy programu wraz z nauczycielami mogli pogłębiać swoją wiedzę na temat klimatu. Ponadto projekty finałowe oceniało wykwalifikowane jury, które pomogło oceniać projekty pod względem ich faktycznego wpływu na klimat.

Ostatecznie w finale pierwszej edycji programu Solve for Tomorrow znalazło się 9 zespołów, z czego aż 4 realizowały projekty związane z klimatem:

- **InnOcean**

Licealiści z Warszawy zaprezentowali rozwiązanie wykorzystujące technologie AI, dzięki któremu możliwe będzie założenie plantacji wodorostów w domowym akwarium. Wodorosty będą nie tylko pochłaniać CO₂, przyczyniając się do poprawy jakości powietrza, ale stworzą bazę dla ekologicznego włókna do druku 3D.

- **Compocut**

Zespół z Gryfina przedstawił urządzenie przyspieszające proces kompostowania, dzięki któremu roślinne odpady biodegradowalne będą szybciej przetwarzane w nawóz. Maszyna będzie wyposażona w pojemnik przechowujący powstały produkt, jednocześnie zajmując mniej miejsca niż tradycyjne kompostowniki.

- **G-Can. Zmieniaj świat, spacerując po osiedlu**

Licealiści z Wrocławia skoncentrowali się w swoim projekcie na problemie ogromnego zaśmiecenia swojego miasta oraz konsekwencjach tej sytuacji dla środowiska. Pomysł zakłada stworzenie platformy online, która zachęci lokalną społeczność do dbania o przestrzeń miasta – zebrane śmieci będzie można wymieniać na nagrody, np. wejściówki do kina.

- **Dronosiewność**

Uczniowie z Rybnika zauważyli duży problem związany z hałdami, które stanowią zagrożenie dla środowiska naturalnego. W związku z tym wpadli na pomysł rozwiązania, umożliwiającego rozsiewanie roślinności na hałdach, przy wykorzystaniu drona. Zazielenie hałd pozwoli na poprawienie jakości powietrza, rekultywację tych ziem oraz stworzenie tam nowych terenów rekreacji.

We wrześniu 2022 r. startuje druga edycja programu Solve for Tomorrow, w ramach której młodzi ludzie ze szkół podstawowych i ponadpodstawowych będą mogli ponownie zmierzyć się wyzwaniami związanymi z kryzysem klimatycznym.



Zdajemy sobie sprawę, że kwestie związane z przeciwdziałaniem zmianom klimatycznym są szczególnie ważne dla młodego pokolenia, ale też kluczowe z punktu widzenia przyszłości nas wszystkich. Młodzież w Polsce chce mieć realny wpływ na otaczający świat i nie boi się podejmować trudnych tematów. Z myślą o nich program Solve for Tomorrow oferuje odpowiednie narzędzia, zasoby oraz wsparcie mentorów i ekspertów w tworzeniu innowacyjnych urządzeń czy aplikacji na rzecz ochrony naszej planety. Celem programu jest wzmacnianie kompetencji przyszłości młodych ludzi, zachęcenie ich do aktywizmu, twórczej odwagi i budowania poczucia sprawczości w obliczu zagrożenia dla klimatu. W ramach Solve for Tomorrow mogą przekuć swoje kreatywne pomysły w innowacyjne projekty, które stanowią odpowiedź na największe wyzwania XXI wieku. Działanie to wpisuje się w misję firmy Samsung pod hasłem „Together for Tomorrow! Enabling People!”. Naszym fundamentalnym zobowiązaniem jest nowoczesna edukacja, która umożliwi przyszłym pokoleniom osiągnięcie pozytywnych zmian dla dobra planety.

Jacek Łęgiewicz, Dyrektor ds. publicznych w Samsung Electronics Polska

SANTANDER BANK POLSKA S.A.



ZOBOWIĄZANIA:

1. W 2022 r. wdrożenie nowej ankiety ESG w procesie wyboru dostawców. W kolejnym etapie opracowanie materiałów edukacyjnych z zakresu ESG dla oferentów i dostawców.

2. Wsparcie i edukacja klientów z sektora Agro w zakresie szans i korzyści wynikających z Europejskiego Zielonego Ładu.

Santander Bank Polska, jako jeden z największych banków w Polsce, jest świadomy swojej roli w transformacji polskiej gospodarki i znaczenia, jakie dla tego procesu będą mieć podejmowane działania, realizowane polityki i udzielane finansowanie. Ogłoszona w 2021 r. przez Grupę Santander globalna strategia Net Zero jest tego potwierdzeniem – Grupa stawia sobie za cel osiągnięcie neutralności klimatycznej do 2050 r. Globalnie Grupa Santander jest również członkiem-założycielem Net Zero Banking Alliance, inicjatywy ONZ kierowanej przez sektor bankowy, która wytycza kierunek naszych działań dotyczących analiz jakościowych portfela inwestycyjnego. Dzięki tym działaniom bank chce przyczynić się do zatrzymania wzrostu średniej globalnej temperatury.

Grupa Santander wyznaczyła następujące cele klimatyczne, a w ich realizację zaangażowane są jednostki ze wszystkich krajów, w których działa Grupa:

- Pozyskanie i udostępnienie 120 mld euro zielonego finansowania do roku 2025.
- Wykorzystywanie 100% energii z odnawialnych źródeł do roku 2025.
- Osiągnięcie zeroemisyjności CO₂ do roku 2050.

- Osiągnięcie neutralności węglowej we własnej działalności w 2020 r. (zerowe emisje netto CO₂ – cel zrealizowany z zastosowaniem mechanizmu kompensacji).
- Całkowite wyeliminowanie zbędnego plastiku jednorazowego w budynkach centrali i oddziałach w roku 2021 (cel zrealizowany – jednorazowe butelki plastikowe na wodę zostały wycofane całkowicie z użytku w 2020 r. i zastąpione filtrami do wody).

Przeciwdziałanie skutkom zmian klimatycznych to nadrzędny cel „zielonej bankowości” – filaru strategii Odpowiedzialnej Bankowości Santander Bank Polska. Swoją strategię klimatyczną bank opiera na czterech podstawowych filarach:

- Dostosowanie portfela do celów Porozumienia Paryskiego pod kątem zapewnienia, że przewidywane emisje dwutlenku węgla będą zgodne z celem ograniczenia globalnego wzrostu temperatury do 1,5 stopnia.
- Wspieranie klientów w ich ekologicznej transformacji – pomoc klientom w przechodzeniu na gospodarkę niskoemisyjną nie tylko poprzez odpowiednią ofertę, ale także edukację i promocję wiedzy.
- Ograniczanie wpływu na środowisko – osiągnięcie neutralności węglowej i pozyskiwanie energii elektrycznej z odnawialnych źródeł do 2025 roku.
- Uwzględnienie klimatu w zarządzaniu ryzykiem – zapewnienie zgodności z oczekiwaniami regulacyjnymi/nadzorczymi oraz uwzględnienie

kwestii klimatycznych w zarządzaniu ryzykiem.

Santander Bank Polska S.A. wspiera klientów w realizacji długoterminowych strategii transformacji ich biznesów na nisko- lub zeroemisyjne. Bank bierze udział w ekozmianach polskiego sektora energetycznego i w najbliższych latach będzie nadal finansować przejście z energetyki węglowej na OZE (odnawialne źródła energii).

W Santander Bank Polska S.A. kwestie środowiskowe są jednym z kryteriów w podejmowaniu decyzji biznesowych. Według wytycznych ESG (environmental, social, governance) prowadzona jest ocena aktywów, które finansuje bank.

Santander Bank Polska zarządza ryzykiem środowiskowym wynikającym z działalności własnej oraz prowadzonej przez klientów. W 2021 r. wdrożył Politykę zarządzania ryzykiem społecznym, środowiskowym i zmian klimatycznych, która określa ryzyka dla poszczególnych segmentów klientów. W ostatnim czasie bank przeprowadził analizę, która pozwala na szczegółowe zidentyfikowanie ryzyk i szans klimatycznych na podstawie dwóch scenariuszy klimatycznych, obejmujących trzy ramy czasowe: krótki (2025), średni (2030) i długi termin (2050). Analiza objęła cały łańcuch wartości i wszystkie rynki, w których działa bank.



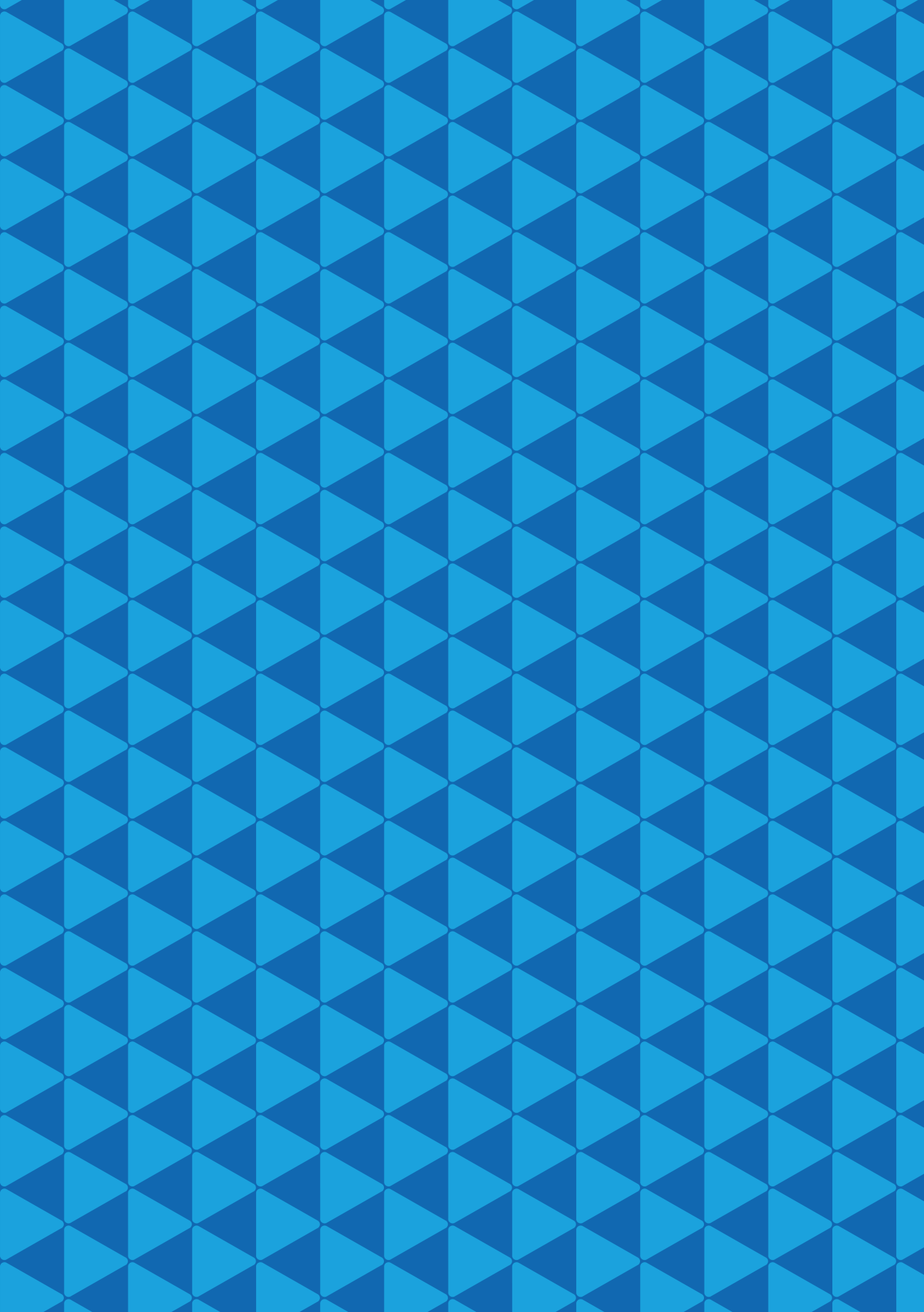
Ankieta CSR jest obowiązkowym elementem każdego procesu zakupowego w Santander Bank Polska. W ten sposób oceniamy poziom odpowiedzialności społecznej dostawców, który może być rozstrzygający przy ocenie ofert i wyborze dostawcy. W roku 2022 wdrożymy nową ankietę ESG dla dostawców. Ma ona odzwierciedlać nasze aktualne podejście do tematyki zrównoważonego rozwoju, a w szczególności odpowiadać wskaźnikom ESG. Nowa wersja ankiety będzie bardziej zrozumiała i przyjazna dla użytkowników. Ważny dla nas jest także aspekt edukacyjny. Dlatego zamierzamy opracować odpowiednie materiały na temat zagadnień ESG. Będą one adresowane do dostawców, którzy chcą rozwijać się w obszarze zrównoważonego rozwoju.

Paweł Czajka, Dyrektor Departamentu Zarządzania Kontraktami i Zakupami,
Santander Bank Polska



Santander Bank Polska chce być nie tylko dostawcą finansowania i produktów bankowych, ale także edukować klientów i dzielić się doświadczeniami. W roku 2022 przeprowadzimy badania klientów z sektora agro w celu lepszego poznania ich potrzeb i problemów. Następnie przygotujemy analizę wpływu Europejskiego Zielonego Ładu na technologie produkcji i wyniki gospodarstw rolnych. Tą wiedzę podzielimy się z naszymi klientami. Dodatkowo stale będziemy rozwijać ofertę zachęcającą do zielonych inwestycji we współpracy z dostawcami maszyn i urządzeń.

Tomasz Jąder, Dyrektor segmentu SME,
Santander Bank Polska



SIGNIFY SP. Z O.O.



ZOBOWIĄZANIA:

1. Wycofanie wszystkich tworzyw sztucznych z opakowań na produkty konsumenckie, aby do końca 2022 r. były wolne od plastiku.

2. Podwojenie do 32% przychodów związanych z oferowanymi produktami, systemami i usługami jakie projektowane są zgodnie z koncepcją gospodarki o obiegu zamkniętym w ramach programu zrównoważonego rozwoju „Jaśniejsze Życie, Lepszy Świat 2025”.

DLA OCHRONY KLIMATU I BEZPIECZEŃSTWA ENERGETYCZNEGO

Rok 2022 okazał się dla nas wszystkich czasem wyzwania. W związku z wybuchem wojny w Ukrainie i idącymi za nią sankcjami wobec Rosji – czołowego dostawcy węgłowodórów – Europa została zmuszona gwałtownie zmniejszyć popyt na energię. W Signify staramy się udowodnić, że proces ten może przebiegać względnie łagodnie, dzięki energooszczędnym technologiom takim jak zaawansowane systemy oświetleniowe LED. Jednocześnie nie wstrzymujemy działań na rzecz klimatu. Nasze działania opublikowaliśmy w naszym tegorocznym raporcie o działaniach na rzecz klimatu (Climate Action Report).

ZEROWY ŚLAD WĘGLOWY OD 2020 ROKU

Dzięki temu, że w Signify korzystamy wyłącznie z odnawialnych źródeł energii oraz szeregu technologii redukujących jej zużycie już w 2020 roku udało nam się osiągnąć neutralność węglową. Mimo to nie zwalniamy tempa, wyznaczając sobie kolejne, równie ambitne cele, spośród których warto wymienić:

- Podwojenie tempa realizacji założeń Porozumienia Paryskiego, a więc ograniczenie globalnego ocieplenia o 1,5°C i zwiększenie przychodów z obiegu zamkniętego do 32% przed 2025 rokiem.
- Dalsza minimalizacja i kompensacja emisji resztkowych.

ZWIĘKSZENIE PRZYCHODÓW Z OBIEGU ZAMKNIĘTEGO

Chcemy, aby Signify było firmą w 100% neutralną dla klimatu, dlatego modernizujemy nasze metody produkcji w kierunku druku 3D. Co ważne niemal każdy komponent oprawy wydrukowanej na drukarce 3D można ponownie przetworzyć, zamykając w ten sposób cykl życia produktu.

Do końca 2022 roku zrezygnujemy również całkowicie ze stosowania plastiku w opakowaniach produktów konsumenckich. Nasze nowe opakowania zawierają średnio 80% papieru z recyklingu i są znacznie lżejsze, dzięki czemu nie tylko nie produkujemy szkodliwych dla środowiska odpadów, ale także ograniczamy ślad węglowy związany z transportem naszych produktów.

DZIAŁANIA NA RZECZ KOMPENSACJI EMISJI RESZTKOWYCH

Jak wiadomo, na ślad węglowy organizacji składają się nie tylko emisje generowane przez nią samą, ale także emisje wynikające z całego łańcucha wartości – są to tzw. emisje resztkowe.

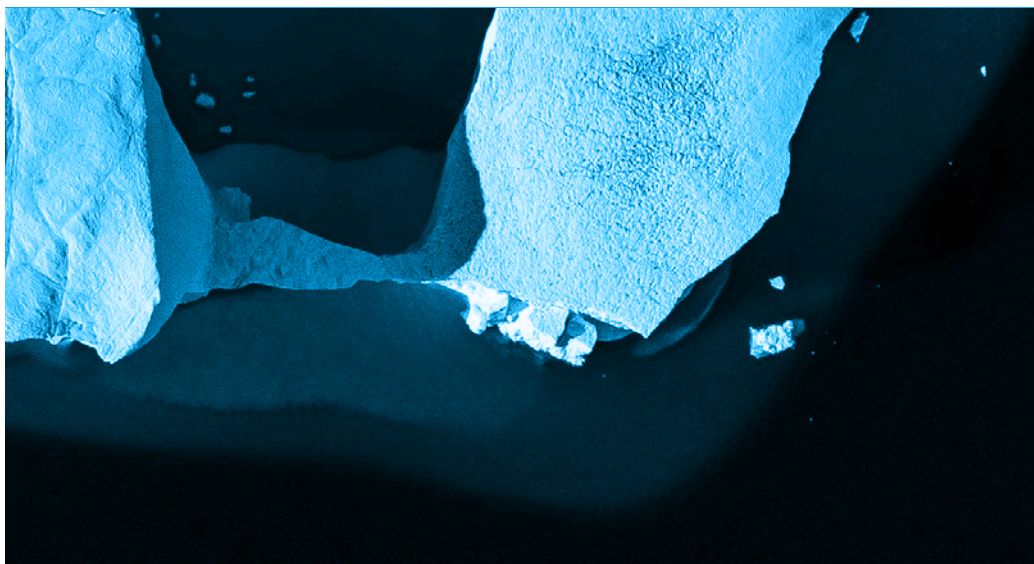
Bardzo uważnie wybieramy dostawców, stawiając przede wszystkim na tych, którym podobnie jak nam leży na sercu dobro planety. Jedną z takich firm jest Maersk – operator kontenerowy, którego statki wykorzystują paliwa niskoemisyjne. Ponadto uczestniczymy w programie CDP Supply Chain. Ma on za zadanie motywować dostawców do realizacji celów ekologicznych poprzez oferowanie im korzystniejszych warunków współpracy w zamian za redukcję emisji. Inwestujemy także w panele fotowoltaiczne w Indiach, wspieramy elektryfikację wiejskich obszarów w Senegalu oraz sadzimy lasy w Urugwaju i Zimbabwie.

POBUDZENIE RYNKU ENERGOOSZCZĘDNYCH PRODUKTÓW

Działania wewnątrz firmy to zaledwie ułamek inicjatyw podejmowanych przez Signify. Naszą główną misją jest dostarczanie firmom, samorządom i indywidualnym konsumentom najwyższej jakości, energooszczędnego oświetlenia wspieranego przez technologie takie jak druk 3D czy IoT.

W tym celu nie tylko rozszerzamy portfolio o nowe rozwiązania, ale także doskonalimy produkty, które już się w nim znajdują. Na początku 2022 roku jako pierwsza firma oświetleniowa wprowadziliśmy na rynek ultra energooszczędne żarówki i tuby LED w klasie energetycznej A. Oznacza to skuteczność świetlną na poziomie min. 210 lm/W. Czyli takie źródło światła może świecić nieprzerwanie przez 50 000 h (żarówka LED) lub nawet 100 000 h (tuba LED), a więc może być użytkowane przez dekady bez potrzeby wymiany.

Zastąpienie konwencjonalnego oświetlenia przez technologię LED i systemy to najprostszy sposób na zmniejszenie emisji i oszczędności energii. W Signify robimy co w naszej mocy, aby dotrzeć z tym przekazem zarówno do konsumentów, jak i biznesów oraz samorządów. W 2021 roku dokonaliśmy analizy potencjału rynku oświetleniowego w Polsce, w której pokazaliśmy, jak wiele można zyskać dzięki mądrzejszemu wykorzystaniu energii, którą już dysponujemy. Przeznaczenie 10 mld zł na nowoczesne oświetlenie w zaledwie 3 sektorach (oświetlenie uliczne, służba zdrowia, edukacja) przełożyłoby się na 2,5 mld zł oszczędności i tym samym zwróciło się w niecałe 4 lata. Co ciekawe, jeszcze rok temu z kalkulacji tej wynikało, że maksimum oszczędności, jakie można w ten sposób uzyskać to 1,6 mld złotych. Koszty energii



rosną jednak w tak drastycznym tempie, że w zaledwie rok suma ta się podwoiła. Nie trzeba szklanej kuli, aby przewidzieć, że w kolejnym roku różnice te mogą być jeszcze większe. Czy tego chcemy, czy nie energia pozyskiwana z węglowodorów będzie stawać się coraz droższa.

Oczywiście zdajemy sobie sprawę, że zarówno firmy, jak i samorządy mierzą się obecnie z niemałymi trudnościami finansowymi i zwyczajnie może być ich nie stać na inwestycję w nowoczesny system oświetlenia. Z tego powodu już jakiś czas temu uruchomiliśmy możliwość finansowania naszych rozwiązań w modelu usługowym LaaS (Light as a Service). W tym scenariuszu inwestor nie musi dysponować żadnym kapitałem początkowym. Zamiast tego cyklicznie opłaca usługę z oszczędności wygenerowanych przez nowoczesne oświetlenie, a te jak wiemy są niemałe.

Inny sposób na pozyskanie finansowania na przejście w kierunku zintegrowanego oświetlenia to

różnego rodzaju programy działające w ramach Europejskiego Zielonego Ładu. Rozwiązania Signify wpisują się w pięć głównych priorytetów tej inicjatywy. Opracowaliśmy również program Green Switch, który oferuje wiele sposobów szybkiego i wygodnego dołączenia do działań na rzecz klimatu. Oświetlenie LED i zintegrowane systemy oświetleniowe oferują jeden z najprostszyc i najczęściej zaniebywanych sposobów ograniczania emisji gazów cieplarnianych. Oświetlenie LED nie tylko oszczędza energię, wspomaga renowację budynków i wspiera gospodarkę o obiegu zamkniętym i wspiera bioróżnorodność (mowa o oświetleniu do produkcji żywności). Zdecydowanie powinniśmy więc przestać traktować oświetlenie wyłącznie jako rozwiązanie zapewniające lepszą widoczność po zmroku – obecnie ma ono znacznie więcej możliwości i jest naszym wielkim sojusznikiem w walce o klimat.



W 2022 r. świat nadal ociepla się w zastraszającym tempie. Istnieje powszechne poczucie niepokoju, które wzywa do działania, a nie słów, aby zminimalizować i zapobiec szkodom, jakie ludzie wyrządzili planecie. Dla Signify oznacza to, że musimy zintensyfikować nasze wysiłki, nie tylko w naszej działalności, ale w całym łańcuchu wartości, i pomóc naszym interesariuszom odgrywać ich rolę w minimalizowaniu skutków zmian klimatycznych. We wrześniu 2020 roku staliśmy się neutralni pod względem emisji dwutlenku węgla, a w swojej działalności wykorzystujemy w 100% odnawialną energię elektryczną.

Dołączyliśmy do programu „Climate Leadership”, aby podkreślić, że jesteśmy gotowi wnieść swój wkład w znaczące działania i trwałe zmiany. W tym dążeniu jesteśmy odpowiedzialni za dzielenie się wiedzą, którą rozwijamy podczas naszej podróży klimatycznej w naszych operacjach, łańcuchu dostaw i użytkowaniu produktów z konsumentami, dostawcami, innymi firmami i innymi interesariuszami.

Bogdan Ślęć, Public & Government Affairs Director CEE Signify

STENA RECYCLING SP. Z O.O.



ZOBOWIĄZANIE:

Redukcja emisji gazów cieplarnianych poprzez wzrost efektywności energetycznej przedsiębiorstwa m.in w oparciu o obniżenie zużycia energii o 15% w przeciągu 5 lat oraz wzrost wykorzystania energii pochodzącej ze źródeł odnawialnych.

Dziś jednym z priorytetów przedsiębiorstw jest zmniejszenie negatywnego wpływu na środowisko naturalne, w tym również transformacja w kierunku cyrkularnym. Dla naszych klientów, firm z różnych branż, świadczymy kompleksowe usługi gospodarowania odpadami, pomagając im w realizacji celów środowiskowych. Oznacza to, że zabezpieczamy cały proces – od projektowania systemów gospodarki odpadowej, przez odbiór, transport i recykling, po monitoring, raportowanie i doradztwo w tym zakresie. Każdego roku, w całej Polsce, przetwarzamy około 800 tysięcy ton odpadów, odzyskując z nich cenne surowce służące następnie firmom do wytwarzania nowych produktów. Naszym celem jest zwiększenie ilości odpadów poddawanych recyklingowi oraz zmniejszenie ilości odpadów kierowanych na składowisko. Pełnimy istotną rolę w transformacji gospodarki w kierunku cyrkularnym. Gospodarka o obiegu zamkniętym (GOZ, gospodarka cyrkularna) to taka koncepcja gospodarcza, w której produkty, materiały oraz surowce powinny pozostawać w obiegu tak długo, jak to możliwe, a ilość wytwarzanych odpadów jest minimalna.

Wspierając ponad 2000 przedsiębiorstw działających w Polsce w realizacji ich celów środowiskowych związanych ze wzrostem poziomu recyklingu, przenoszeniem odpadów wyżej w hierarchii sposobów postępowania i pośrednim wpływem na redukcję emisji, jednocześnie jako firma stawiamy sobie ambitne cele w prowadzeniu

własnego biznesu. Realizujemy działania związane z optymalizacją procesów logistyczno-produkcyjnych, w tym procesów przetwarzania przy jednoczesnym ograniczaniu wpływu na środowisko poprzez zastosowanie najnowocześniejszych technologii w naszych kluczowych zakładach jak Centrum Recyklingu Elektroniki, Instalacja do Recyklingu Foli LDPE, Zakład Strzępienia Żłomu czy Instalacja do recyklingu kabli miedzianych i aluminiowych.

Na początku 2021 r. uruchomiliśmy program Energia do zmiany, który stał się częścią III edycji programu Climate Leadership. W programie skoncentrowaliśmy się na dwóch aspektach: redukcji zużycia energii oraz redukcji emisji CO₂. Powołany zespół projektowy pracuje nad pięcioma obszarami, którymi są: działania zakupowe, własne źródła energii, działania w zakresie centralnego utrzymania ruchu, lokalny projekt ciągłego doskonalenia oraz sformułowanie celów środowiskowych w ramach nowej strategii zrównoważonego rozwoju.

Nieodłącznym i istotnym elementem programu Energia do zmiany jest zaangażowanie lokalnych zespołów ciągłego doskonalenia w oddziałach do tworzenia rozwiązań wspierających cele projektu związane z ograniczeniem zużycia energii, a konsekwentnie również emisji CO₂. W ramach programu prowadzimy, we wszystkich naszych 16 lokalizacjach, warsztaty, podczas których zespoły zapoznają się z obecnym stanem wskaźników kluczowych dla projektu oraz wynikami audytu energetycznego, a następnie definiują potencjalne przyczyny i obszary, w których dziś zużywamy zbyt dużo energii. W wyniku warsztatów zaplanowano wdrożenie konkretnych działań mających

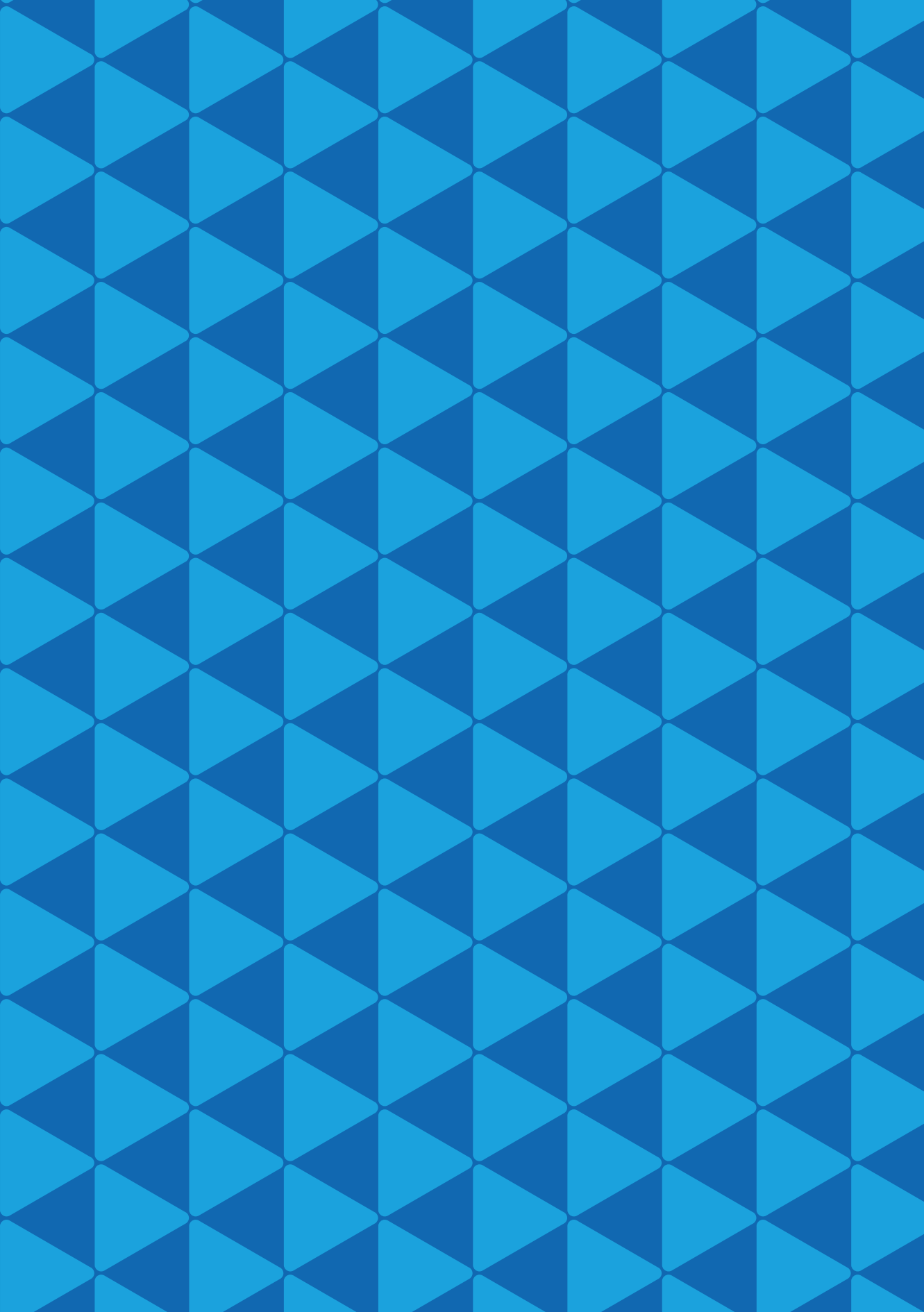
na celu poprawę bilansu energetycznego, takich jak: instalacje paneli fotowoltaicznych, instalacje kompensatorów mocy biernej, wymiana oświetlenia na LED, instalacja czujników ruchu, kontrola poziomu ocieplenia budynków, wymiana ogrzewania, opomiarowanie zużycia energii kluczowych maszyn czy modernizacja wybranych obszarów produkcji, tj. sortowni, drobne modernizacje linii produkcyjnych. Pierwszym zakładem, w którym zrealizowano założenia projektu, zostało Centrum Recyklingu Elektroniki we Wschowie, gdzie zainstalowano pierwsze panele fotowoltaiczne o mocy 49,5 kWp. Panele zajmują powierzchnię 243 m². Wytworzona przez instalację energia jest wykorzystywana do codziennego funkcjonowania zakładu.

W tym samym czasie, przystępując do inicjatywy Science Based Targets, podejmujemy kolejny krok w kierunku zmniejszenia wpływu na klimat. Wyznaczając cele oparte na wiedzy naukowej, wszystkie spółki Stena Recycling, dążą do redukcji śladu klimatycznego, zgodnie z zaleceniami Paryskiego Porozumienia Klimatycznego. Pierwszą częścią tego procesu jest przeprowadzenie dokładnej analizy emisji gazów cieplarnianych, jakie powstają w łańcuchu dostaw (zakres 1, 2 i 3). Przedstawienie celów do zatwierdzenia inicjatywie Science Based Targets planujemy wiosną 2023 r.



Każdego dnia dostarczamy naszym klientom najlepsze rozwiązania w zakresie gospodarki obiegu zamkniętego i wspieramy ich w realizacji celów środowiskowych i biznesowych. Przystępując do lokalnych i międzynarodowych inicjatyw, podejmujemy również wyraźne zobowiązanie do zmniejszenia naszego śladu klimatycznego, wzięcia odpowiedzialności za to, co możemy zrobić, aby prowadzić naszą działalność, ograniczając emisję dwutlenku węgla. Uczestnictwo w programie Climate Leadership stwarza dla Stena Recycling możliwość podejmowania kolejnych działań w obszarze zrównoważonego rozwoju i implementacji innowacyjnych zmian. Pomoże również wyznaczyć nowe cele środowiskowe, a dzięki konsultacji z ekspertami, przygotować najbardziej efektywny plan osiągnięcia tych założeń.

Anna Wójcik-Przybył, Dyrektor ds. Ochrony Środowiska w Stena Recycling



SOPOCKIE TOWARZYSTWO UBEZPIECZEŃ ERGO HESTIA S.A.

ERGO
HESTIA®

ZOBOWIĄZANIE:

*Zainicjowanie projektu
grupowego wdrażania
systemu zarządzania
środowiskowego
EMAS i/lub ISO 14001.*

Działająca na rynku ubezpieczeń od ponad 30 lat ERGO Hestia prowadzi wiele zróżnicowanych akcji ukierunkowanych na ekologię i ochronę klimatu zgodnych z wartościami ONZ. ERGO Hestia prowadzi także kampanie edukacyjne i aktywizujące różne grupy interesariuszy — od lokalnej społeczności po partnerów biznesowych. Od początku jego istnienia jest również uczestnikiem programu Climate Leadership co rok podejmując się nowych zobowiązań w obszarze ochrony środowiska. W tym roku firma już po raz trzeci pracuje z ekspertami Programu, wypracowując plan konkretnych zmian, które w mierzalny sposób będą spełniać założenie wdrożenia rzeczywistych transformacji przeciwdziałających kryzysowi klimatycznemu.

ERGO HESTIA W PROGRAMIE CLIMATE LEADERSHIP

ERGO Hestia po raz pierwszy dołączyła do Climate Leadership w 2019 roku. Jako zobowiązanie podjęła się redukcji emisji dwutlenku węgla w 2020 r. co najmniej o 5% w stosunku do roku 2019. Firma zrealizowała podjęte zobowiązanie z wyraźnym przekroczeniem minimalnego progu. Ilość wyemitowanego CO₂ w roku 2020 była o ponad 15% mniejsza niż w roku ubiegłym.

W drugiej edycji Programu ERGO Hestia wypracowała zobowiązanie polegające na wdrożeniu nowoczesnej platformy do szkolenia kierowców z ekojazdy w celu zmniejszenia średniego zużycia paliwa o 5% na 100 km.

W trzeciej edycji Programu ERGO Hestia określiła zobowiązanie polegające na dzieleniu się wiedzą o zarządzaniu środowiskowym. Firma chce zachęcać inne organizacje do wdrażania systemu zarządzania środowiskowego EMAS i/lub ISO 14001. W tym celu zaprosi grupę klientów i dostawców ERGO Hestii do udziału w programie szkoleniowym przygotowującym firmy do otrzymania odpowiednich certyfikacji.

SYSTEM ZARZĄDZANIA ŚRODOWISKOWEGO EMAS

Udział w programie Climate Leadership to jeden z wielu elementów proekologicznej działalności ERGO Hestii. Sopotcki ubezpieczyciel dobrowolnie tworzy i korzysta z praktycznych narzędzi do zarządzania obowiązkami w zakresie ochrony środowiska. Dowodem na to są nie tylko podejmowane co roku inicjatywy proekologiczne i długofalowe projekty, ale także uchwalone dokumenty prawne (np. Polityka Środowiskowa) czy regularnie publikowane statystyki i raporty. W 2021 roku ERGO Hestia wprowadziła system zarządzania środowiskowego zgodnie z wymogami ISO 14001:2015. Potwierdzeniem wyjątkowego zaangażowania ERGO Hestii w sprawy związane z ochroną środowiska jest otrzymanie jako pierwsza organizacja w polskim sektorze finansowym certyfikatu **EMAS (EcoManagement and Audit Scheme)**, który firma otrzymała w 2021 roku.

PROEKOLOGICZNE DZIAŁANIA

Równocześnie ERGO Hestia angażuje się w zróżnicowane programy proekologiczne. Wśród nich warto wymienić m.in. stworzenie Parku Hestii. W parku znajduje się 150 drzew i 95 tys. krzewów, bylin, traw i kwiatów, z których korzysta 900 tysięcy pszczoł mieszkających w 8 ulach ustawionych na dachu jednego z budynków ubezpieczyciela.

Firma, wraz ze Stowarzyszeniem Gmin Uzdrawiskowych RP, jest również organizatorem konkursu **EKO Hestia SPA** na najciekawsze proekologiczne inicjatywy w polskich uzdrowiskach. Ubezpieczyciel funduje nagrodę w wysokości 100 tysięcy złotych przeznaczoną na dalsze działania proekologiczne w wyróżnionej gminie.

Wyróżniającą się inicjatywą jest także Program „**Rower na zawsze**”. To wspólne przedsięwzięcie ERGO Hestii oraz firmy KROSS. Umożliwia on klientowi lub poszkodowanemu, którego auto wymaga naprawy, dokonać wyboru pomiędzy samochodem zastępczym udostępnionym na czas naprawy, a rowerem przekazanym na zawsze.

ERGO Hestia wyposaża wszystkich swoich rzeczoznawców mobilnych w auta z napędem hybrydowym, aby jeszcze bardziej obniżyć poziom spalin emitowanych do atmosfery. Nowoczesna i przyjazna środowisku **flota hybrydowa** jest pierwszą taką flotą w Polsce. Likwidatorzy pokonują rocznie blisko 6 milionów kilometrów, co można porównać do okrążenia kuli ziemskiej 150 razy.

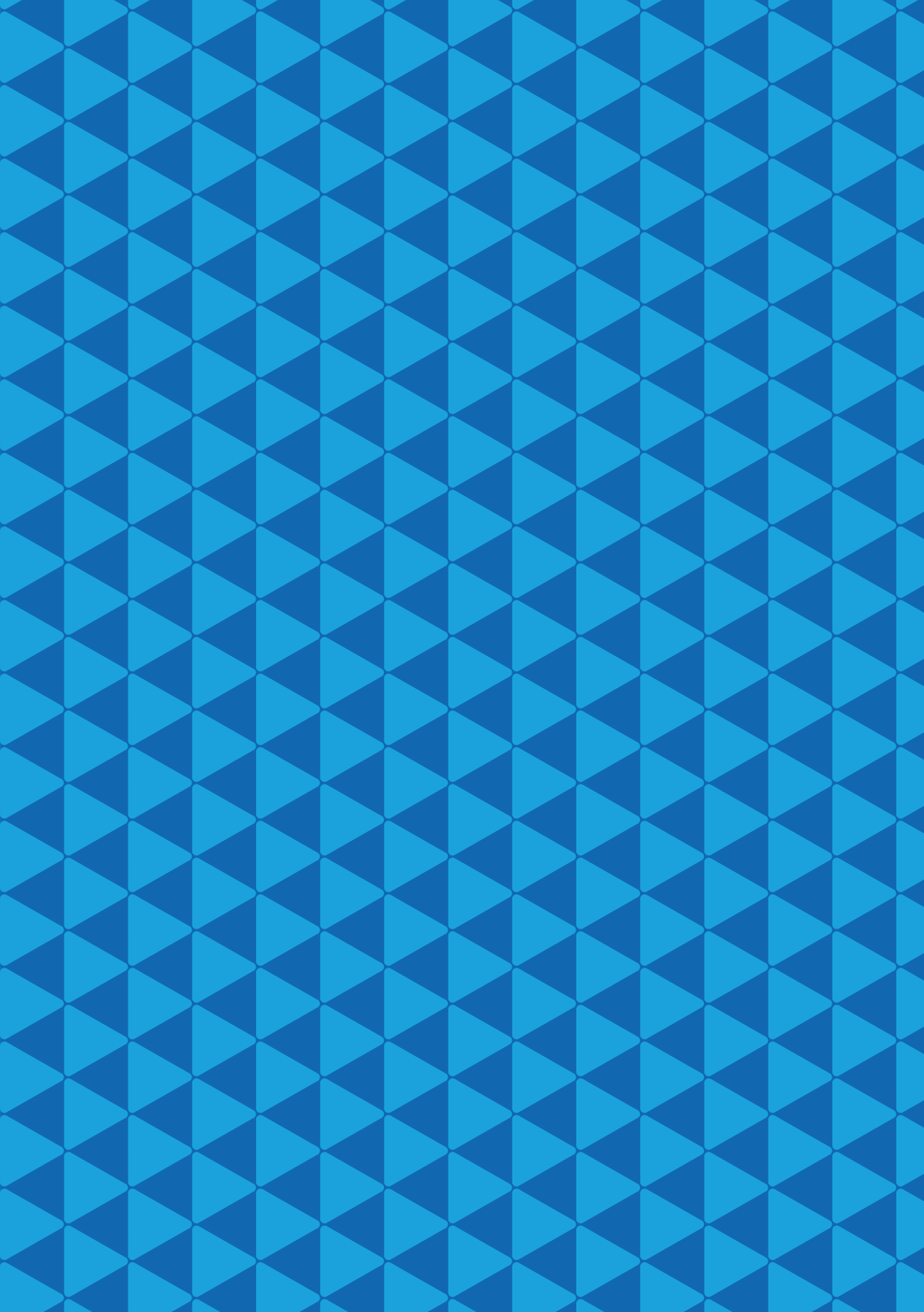
Wśród najważniejszych proekologicznych inicjatyw produktowych firmy można wymienić **Klauzulę Zielonej Odbudowy**, dzięki której przedsiębiorcy w przypadku szkody całkowitej (np. pożaru budynku) mogą liczyć na dodatkowe środki na odbudowę, jeśli wykorzystają rozwiązania przyjazne środowisku.

ERGO Hestia jest ponadto sygnatariuszem **Karty Różnorodności, stosuje się do Deklaracji Praw Człowieka, 10 zasad UN Global Compact, a także Agendy na rzecz Zrównoważonego Rozwoju**.



ERGO Hestia aktywnie angażuje się we wspieranie i realizację celów ESG zarówno na poziomie lokalnym, jak i krajowym. Inicjatywy i działania w tym zakresie, takie jak Climate Leadership, stanowią bardzo ważną część naszej strategii, nie tylko w obszarze zrównoważonego rozwoju, ale też szerzej rozumianego rozwoju biznesu.

Mario Zamarripa, Dyrektor ds. Zrównoważonego Rozwoju w ERGO Hestii



ZAKŁADY FARMACEUTYCZNE POLPHARMA S.A.



ZOBOWIĄZANIE:

Poprzez wdrożenie Deklaracji Świadomych Wyborów Zakupowych podniesienie świadomości pracowników na temat kwestii zrównoważonego rozwoju przy podejmowaniu decyzji zakupowych oraz zwiększenie udział produktów i usług spełniających zapisy deklaracji w ramach realizowanych zakupów.

Polpharma jest największą polską firmą farmaceutyczną, która posiada pięć zakładów produkcyjnych oraz trzy centra badań i rozwoju. Jej działalność operacyjna wymaga rozbudowanego łańcucha dostaw, zwłaszcza w dziedzinie surowców do produkcji leków, opakowań czy też maszyn i urządzeń. Z kolei działalność komercyjna Polpharmy, będącej liderem rynku pod względem sprzedaży, wiąże się z wieloma aktywnościami marketingowymi, co oznacza zakupy produktów i usług o charakterze reklamowym, eventowym czy cateringowym.

W roku 2021 wartość zakupów dokonanych przez polskie spółki Grupy Polpharma wyniosła ponad 1,7 mld zł, z czego prawie 60% stanowiły zakupy od dostawców krajowych. Natomiast ślad węglowy zakupionych surowców i usług wyniósł ponad 45 tys. t CO₂e, co stanowi ok. 27% łącznego śladu węglowego Polpharmy w zakresach 1,2 i 3.

Od 2015 r. Polpharma prowadzi program Zrównoważony Łańcuch Dostaw, którego celem jest budowa standardów odpowiedzialnego biznesu wśród dostawców. Muszą oni spełnić określone wymagania w zakresie etyki, praw człowieka, środowiska czy bezpieczeństwa pracy. Firma posiada Kodeks Postępowania Dostawców, stosownie zapisy w umowach handlowych, kieruje również do dostawców wiele działań edukacyjnych. Cały system zakupowy Polpharmy jest zgodny z wytycznymi normy ISO 20400 Zrównoważone Zakupy, co potwierdziła niezależna weryfikacja.

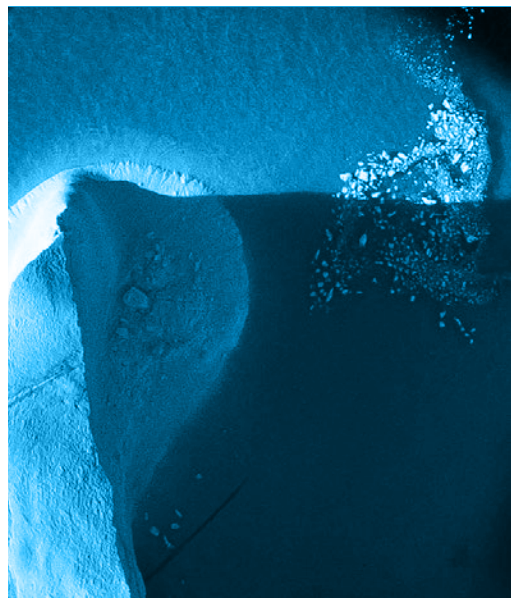
Dla Polpharmy istotne jest zarówno to, od jakich dostawców kupuje, jak też – co kupuje, czyli czy wybierane przez firmę towary i usługi są przyjazne środowisku. Aby zwrócić uwagę na konieczność dokonywania świadomych decyzji zakupowych przez pracowników dysponujących firmowymi budżetami oraz kupców prowadzących procesy zakupowe, wspólnie z ekspertami programu Climate Leadership firma podjęła prace nad stworzeniem Deklaracji Świadomych Wyborów Zakupowych.

Deklaracja ma określić priorytety w zakresie dokonywania odpowiedzialnych zakupów w różnych kategoriach zakupowych, przy jednoczesnym zachowaniu efektywności kosztowej. Poprzez świadomy wybór zakupu Polpharma chce minimalizować niepożądany wpływ środowiskowy, ograniczać ślad węglowy, wspierać ideę gospodarki o obiegu zamkniętym oraz kreować społeczną wartość dodaną, angażując tam, gdzie jest to możliwe, lokalnych dostawców.

W swoich wyborach zakupowych Polpharma zamierza kierować się zasadą EKO: Eliminacja – Klasyfikacja – Oddziaływanie. Początkiem zawsze powinna być refleksja, czy dany zakup na pewno jest potrzebny, czy też poprzez optymalizację procesów możemy zmniejszyć zapotrzebowanie na dany towar, co w praktyce oznacza mniej zużytych surowców oraz wyemitowanych gazów cieplarnianych w czasie jego produkcji i transportu, mniej potencjalnych odpadów oraz mniejsze koszty. Po procesie eliminacji następuje klasyfikacja produktów i usług, która uwzględnia m.in. analizę certyfikatów potwierdzających przestrzeganie norm środowiskowych. Z kolei w ramach trzeciego elementu, czyli monitorowania oddziaływania produktu lub

usługi na środowisko, firma chce wybierać rozwiązania o jak najmniejszym wpływie środowiskowym, zwracając uwagę m.in. na odległości wymagane do transportu zamówienia oraz na jakość i trwałość zamawianych produktów.

Deklaracja Świadomych Wyborów Zakupowych obejmuje m.in. takie kategorie zakupów, jak surowce i materiały produkcyjne, opakowania, energia, flota samochodowa, zakupy inżynierskie, sprzęt telekomunikacyjny, elektryczny i elektroniczny, druk materiałów, gadżety i upominki, konferencje i podróże, żywność i usługi cateringowe. W każdej z tych kategorii firma skoncentruje się na aspektach wpływu środowiskowego charakterystycznych dla znajdujących się w nich produktów i usług. Do końca roku 2022 Polpharma planuje finalizację prac nad kształtem deklaracji, a kolejny rok będzie służył intensywnej edukacji organizacji i praktycznemu wdrożeniu.





Jako największa polska firma farmaceutyczna chcemy pomagać ludziom żyć zdrowo w zdrowym świecie, a troska o klimat i środowisko jest integralnym elementem tej misji. Pracujemy w tej chwili nad zdefiniowaniem długoterminowych celów Polpharmy, m.in. w zakresie transformacji energetycznej, redukcji emisji czy ekoprojektowania procesów i produktów. Udział w dwóch edycjach Climate Leadership i możliwość pracy z ekspertami Programu, były dla nas cenną inspiracją oraz istotnym wsparciem przy formułowaniu założeń ważnych inicjatyw zmniejszających nasz wpływ środowiskowy.

Magdalena Rzeszotalska, Szefowa Działu Komunikacji Korporacyjnej i CSR/ESG, Polpharma S. A.

Działania dla klimatu

UNEP/GRID-Warszawa

Jesteśmy ośrodkiem afiliowanym przy United Nations Environment Programme, UNEP (Program Organizacji Narodów Zjednoczonych [ONZ] ds. Środowiska). Od 1991 roku realizujemy w Polsce misję UNEP, wspierając i inspirując partnerów w działaniach na drodze do zrównoważonego rozwoju.

Jako jedyna organizacja w Polsce wspieramy Inicjatywę Finansową ONZ (UNEP FI), której celem jest zachęcanie sektora finansowego do podążania za celami neutralności klimatycznej i stymulowania zielonej transformacji gospodarczej w naszym kraju. Jesteśmy częścią Science Policy Business Forum – najszybciej rozwijającej się platformy ONZ, poświęconej międzysektorowej współpracy na rzecz środowiska i realizacji Celów Zrównoważonego Rozwoju (ang. Sustainable Development Goals, SDGs). Zainicjowaliśmy także krajowe Partnerstwo „Razem dla Środowiska”, które jest platformą wymiany myśli, idei, doświadczeń, dobrych praktyk oraz szerokiej współpracy na rzecz środowiskowych SDGs.

Potrójny kryzys planetarny – zmiana klimatu, utrata bioróżnorodności oraz rosnące zanieczyszczenie środowiska – wyznacza kierunek naszych działań podejmowanych wspólnie z biznesem, instytucjami nauki, przedstawicielami administracji, samorządami lokalnymi, szkołami oraz szeregami instytucji i ekspertów wspierających.

- Propagujemy postawę odpowiedzialności za środowisko w społeczeństwie i w biznesie.
- Inicjujemy międzysektorową współpracę na rzecz neutralności klimatycznej.
- Animujemy partnerstwa oraz transfer wiedzy, wspierając samorządy, jednostki oświatowe czy organizacje wdrażające politykę społeczną odpowiedzialności biznesu.
- Edukujemy i aktywizujemy do działania dzieci, młodzież oraz dorosłych.



- Wspieramy właściwe zarządzanie środowiskiem i ochronę różnorodności biologicznej.
- Działamy na rzecz ochrony dziedzictwa przyrodniczego oraz kulturowego najcenniejszych obszarów w Polsce, m.in. Karpat.
- Specjalizujemy się w pozyskiwaniu, przetwarzaniu i udostępnianiu informacji o stanie środowiska, m.in. z wykorzystaniem nowoczesnych technologii informacyjnych, w tym systemów informacji geograficznej (GIS) i technologii satelitarnych.

W naszym ponad 30-letnim dorobku znajduje się kilkaset projektów oraz inicjatyw na rzecz zwiększenia świadomości społecznej wokół kryzysu klimatycznego, zanikania różnorodności biologicznej, wprowadzania zasad zrównoważonego rozwoju, jak i ochrony zasobów Ziemi. Doświadczenie i kompetencje zespołu UNEP/GRID-Warszawa pozwalają na realizację licznych projektów badawczych w konsorcjach europejskich, a także rozwijanie pionierskich i wieloletnich programów, takich jak: kampania społeczna Zielona wstążka #dlaPlanety czy inicjatywy Climate Leadership oraz Re:Generacja, w których eksperci wspierają firmy i instytucje, rozumiejące swoją rolę w globalnym procesie ograniczenia emisji gazów cieplarnianych, we wdrożeniu gospodarki cyrkularnej oraz rozwiązań bazujących na siłach natury.

UNEP/GRID-Warszawa zostało powołane do życia 17 września 1991 roku na mocy porozumienia zawartego pomiędzy Programem ONZ ds. Środowiska (UNEP) a Rządem Polskim, reprezentowanym przez Ministerstwo Środowiska. Działamy jako jeden z kilku ośrodków globalnej sieci GRID (Global Resource Information Database). Mamy status organizacji pozarządowej i funkcjonujemy w strukturze Narodowej Fundacji Ochrony Środowiska.

**UNEP/GRID-Warszawa – łączymy potencjały,
by zachować świat natury.**

WIĘCEJ: www.gridw.pl



Sustainable Leaders' Hub – klimatyczne wyzwania wymagają współdziałania

Wraz z rosnącymi wymogami legislacyjnymi z zakresu odpowiedzialności firm za klimat i środowisko rośnie również potrzeba wsparcia przedsiębiorstw w zmianie ich modeli biznesowych. Na polskim rynku pojawiają się inicjatywy, dostarczające biznesowi wiedzy i wspierające w jego dążeniach do neutralności klimatycznej.

Przypadające w tym roku 50-lecie powstania agendy ONZ ds. środowiska – Programu Narodów Zjednoczonych ds. Środowiska (United Nations Environment Programme), UNEP - przypomina o długiej drodze, jaką społeczność międzynarodowa przeżyła w zakresie wzrostu świadomości o wpływie człowieka na środowisko. Powołany do życia w roku 1988 przez UNEP oraz WMO - Światową Organizację Meteorologiczną - Międzyrządowy Panel ds. Zmian Klimatu (IPCC) regularnie dostarcza wiedzy o kryzysie klimatycznym i jego prognozowanej skali.

Te globalne trendy mają przełożenie na konkretne działania państw, firm czy samorządów. Ich przykładami mogą być deklaracje, padające na kolejnych szczytach klimatycznych, pracujących nad realizacją celu paryskiego porozumienia klimatycznego z roku 2015 - ograniczenia wzrostu średniej, globalnej temperatury do 2, a najlepiej 1,5 stopnia Celsjusza w porównaniu do epoki przedprzemysłowej. Cel ten stoi również za Europejskim Zielonym Ładem, chcącym uczynić Unię Europejską blokiem neutralnym klimatycznie do roku 2050.

Nie są to jedyne czynniki, które będą mieć wpływ na rosnące oczekiwania wobec biznesu - w tym również operującego w Polsce. Deklaracje neutralności klimatycznej ogłaszają kolejne, duże przedsiębiorstwa, co nie pozostanie bez wpływu na ich

łańcuch dostaw. Rosną oczekiwania konsumentów, pobudzone przez żywotny, globalny ruch na rzecz ochrony klimatu i środowiska. Tam, gdzie nacisk kupujących nie będzie tak widoczny, odczuwalne staną się wymagania regulatorów. Firmy staną zatem przed dylematem - być klimatycznymi liderami zmian czy odkładać decyzje, narażając się na ryzyka finansowe i reputacyjne.

Skala wyzwania potrafi przytłoczyć. Na jaką pomoc można tu liczyć?

W POSZUKIWANIU KLIMATYCZNYCH LIDERÓW

UNEP/GRID-Warszawa od momentu swojego powstania w roku 1991 realizuje misję Programu ONZ ds. Środowiska w Polsce (UNEP). Ważnym punktem odniesienia są dla niego przyjęte w roku 2015 przez ONZ Cele Zrównoważonego Rozwoju, mające kierować globalnymi wysiłkami na rzecz budowy przyjaznego dla ludzi i środowiska świata do roku 2030. Jednym z nich są Partnerstwa na rzecz Celów, które mają wspierać międzysektorową wymianę wiedzy i doświadczeń.

Kwestie klimatyczne stanowią jeden z filarów działań tej organizacji. Realizowane są za pośrednictwem szerokiego wachlarza działań, takich jak udział w debatach, przygotowywanie materiałów edukacyjnych czy webinarów. Cykl „Climate Conversations” poszerza wiedzę szerokiego grona instytucji o kryzysie klimatycznym, jego źródłach i dostępnych sposobach na jego rozwiązanie - podobnie jak obecna na wszystkich, najważniejszych platformach podcastowych audycja „Kwadran z klimatem”.

Poszerzanie wiedzy to jednak dopiero pierwszy krok. Wraz z dyskusjami wśród partnerów - w tym sektora biznesowego - stawało się coraz bardziej jasne, że edukacji klimatycznej towarzyszyć powinno konkretne wsparcie w zmianie modeli biznesowych. Niezależnie od tego, czy mówimy o modyfikacji kultury wewnątrzorganizacyjnej, przejściu na odnawialne źródła energii, zmianach w stosowanych opakowaniach czy innych zmianach.

Odpowiedzią na tę potrzebę jest program „Climate Leadership”, który łączy ze sobą liczącą już przeszło 130 osób społeczność ekspercką z firmami, które chcą wejść na ścieżkę, prowadzącą je w stronę neutralności klimatycznej. Wspólna praca nad wyszukiwaniem najbardziej adekwatnych w danym kontekście rozwiązań problemów środowiskowych trwa już trzecią edycję. Jej efektem są konkretne zmiany w modelach biznesowych - od oferowania sprzedaży odnowionych telefonów komórkowych, których ślad węglowy jest niższy niż produkcja nowych, po decyzje o zakupach energii ze źródeł odnawialnych.

WIEDZA DLA ZMIANY

Wraz z rozwojem Programu coraz częściej w toczonych dyskusjach pojawia się wątek potrzeby wsparcia łańcucha dostaw dużych firm. Ma to istotne znaczenie zarówno z powodu struktury polskiej gospodarki, zdominowanej przez małe i średnie przedsiębiorstwa, jak i rosnących oczekiwań dotyczących mierzenia i redukcji emisji gazów cieplarnianych w tzw. zakresie 3 - pośrednich emisji, wygenerowanych w całym łańcuchu wartości firm. Dla tych przedsiębiorstw, które zadeklarowały swoje cele neutralności klimatycznej, zakres ten, nad którym nie sprawują bezpośredniej kontroli, potrafi przyprawić o niemały ból głowy.

Biorąc ten fakt uwagę UNEP/GRID-Warszawa - dzięki wsparciu finansowemu ze strony Ambasady USA w Polsce - zdecydowało się na uruchomienie kolejnego, dedykowanego tej grupie projektu: Sustainable Leaders' Hub. Opracowany w jego ramach cykl szkoleniowy postawił zarówno na dostarczenie pigułki wiedzy o stanie klimatu i środowiska, jak i na wskazanie wpływu kwestii ekologicznych na modele biznesowe i niezbędne zmiany w ich obszarze.

Istotnym jego elementem było pokazywanie zarówno teorii - wiedzy o trendach, takich jak zmiany regulacyjne czy oczekiwania konsumencie - jak i konkretnych przykładów na zmiany wzorców produkcji i konsumpcji w przedsiębiorstwie. Nie zabrakło międzynarodowego spojrzenia dzięki prezentacjom przedstawicieli NASA, UNEP, Inicjatywy Finansowej UNEP (UNEP FI) czy Grupy Banku Światowego, a także perspektywy liderów rynkowych, takich jak BNP Paribas, Microsoft, Orsted czy Żabka. Uczestniczące w Hubie osoby i firmy w dedykowanej im Strefie Uczestnika otrzymały dostęp do nagrań spotkań, przedstawianych w ich trakcie prezentacji oraz odnośników, umożliwiających dalsze poszerzanie wiedzy.

KLIMATYCZNY NIEZBĘDNIK DLA BIZNESU

Oprócz ambitnych przykładów na zmiany w otoczeniu biznesowym w trakcie cyklu stało się jasne, że dla zielonej transformacji łańcuchów wartości niezbędne staje się dostarczenie nie tylko eksperckiej wiedzy, ale również podstawowych informacji o klimacie, wpływie biznesu na środowisko czy stosowanej terminologii. Eksperckie dyskusje z użyciem skrótów i terminów, takich jak ESG, TCFD czy unijna taksonomia mogą brzmieć hermetycznie dla kogoś, kto nie porusza się w tej tematyce na co dzień.

Biorąc pod uwagę fakt, iż tego typu materiały wprowadzające częściej odnoszą się do perspektywy konsumenckiej czy aktywistycznej niż do biznesowej zespół UNEP/GRID-Warszawa postanowił wyjść naprzeciw temu wyzwaniu. Na bazie Hubu przygotował krótką, napisaną przystępnym językiem publikację „Pierwsze kroki z klimatem. Poradnik na drodze do neutralności klimatycznej”.

Prezentuje on podstawy wiedzy o kryzysie klimatycznym oraz jego wpływie na biznes. Wskazuje na sposoby, w jakie dotychczasowe wzorce produkcji i konsumpcji wpływają na środowisko i oferuje podpowiedzi co do tego, na jakie kwestie należy zwrócić uwagę przy redukowaniu śladu węglowego i środowiskowego firmy. Tłumaczy również znaczenie najważniejszych, przewijających się w dyskusjach o klimacie i biznesie terminach - takich jak wspomniany przed chwilą ślad węglowy i środowiskowy.

Publikacja - wraz z omówieniami spotkań w ramach pierwszej edycji Sustainable Leaders' Hub - dostępna do darmowego pobrania na stronie ClimateLeadership.pl/sustainableLeadersHub

Artykuł opublikowany we współpracy z Business Insider: [LINK](#)

Climate Conversations

Poszerzanie wiedzy o kryzysie klimatycznym i sposobach na jego przezwyciężenie realizowane może być za pośrednictwem różnorodnych formatów, dostosowanych do widowni i jej zainteresowań.

Taką elastyczną formułą ma cykl Climate Conversations, realizowany przez UNEP/GRID-Warszawa od 2019 roku. Jego głównym celem jest prezentowanie rzetelnej, naukowej wiedzy o klimacie oraz zestawianie jej z wyzwaniami dla różnorodnych podmiotów, takich jak firmy czy instytucje publiczne.

Zainicjowany wspólnym warsztatem z Ambasadą Norwegii cykl prezentuje wiedzę, zawartą w publikowanych przez system ONZ (w tym Program ONZ ds. Środowiska - UNEP) raportach, wiążąc kwestie klimatyczne z innymi, stojącymi przed biznesem czy samorządami wyzwaniami.

Elastyczność formatu oznacza, że poszczególne spotkania mogą odbywać się zarówno w formule internetowej, jak i stacjonarnej. Również ich elastyczna długość umożliwia dopasowanie poziomu i głębokości przekazywanej wiedzy do potrzeb osób uczestniczących w wydarzeniu.

Wśród poruszanych w ostatnich latach tematów sporo miejsca zajęły kwestie, mające istotne znaczenie dla biznesu, takie jak budowanie strategii zrównoważonego rozwoju firm, perspektywy budowy zielonej gospodarki, analizy scenariuszowe i ryzyka związane z klimatem. Oprócz nich omawiane były kwestie zrównoważonego rozwoju regionalnego, efektywnego energetycznie budownictwa czy konsumenckiej perspektywy na klimat i zrównoważony rozwój.

Wraz z powstaniem programu Climate Leadership część otwartych spotkań realizowanych jest wspólnymi siłami, co pozwala skorzystać zarówno z wiedzy społeczności eksperckiej CL, jak i doświadczeń uczestniczących w tym projekcie firm. Współpraca ta zaowocowała ożywionymi dyskusjami wokół wątków, takich jak aktywizm klimatyczny w mediach, odpowiedzialność sektora finansowego czy benchmarki klimatyczne.

Wśród instytucji, które skorzystały z możliwości poszerzenia swej wiedzy o klimacie, znalazł się m.in. urząd marszałkowski województwa małopolskiego, Santander Bank Polska oraz firma doradcza GoResponsible.

Więcej na temat cyklu: <https://bit.ly/3aTmyRG>

Kwadrans z klimatem

O klimacie można rozmawiać godzinami – co jednak, gdy mamy na to tylko około 15 minut?

Umiejętność przystępnego wyjaśniania skomplikowanych zjawisk i powiązań staje się coraz ważniejsza w świecie, w którym mierzyć się musimy z dezinformacją – nie tylko zresztą klimatyczną.

Niezdolność do tłumaczenia eksperckiej wiedzy na konkretne, przekonujące ludzi do działania przykłady może w kolejnych latach stać się źródłem napięć społecznych oraz decyzji politycznych, przyczyniających się do spowolnienia tempa niezbędnej z punktu widzenia kryzysu klimatycznego transformacji naszych wzorców produkcji i konsumpcji.

Jedną z odpowiedzi UNEP/GRID-Warszawa na to wyzwanie jest „Kwadrans z klimatem”. Podcast, który – jak w każdym jego odcinku przypomina jego prowadzący, Bartłomiej Kozek – bierze pod lupę największe, stojące przed ludzkością wyzwania i sprawdza jego oblicza. Realizuje to motto, odwołując się do formatu krótkiej, merytorycznej rozmowy z zaproszoną do niej osobą, wśród których nie zabrakło reprezentantów społeczności eksperckiej Climate Leadership.

Celem audycji, dostępnej w najpopularniejszych serwisach podcastowych, jest dostarczenie pigułki wiedzy o wpływie człowieka na klimat oraz sposobach na to, by relacja człowieka z otaczającym go środowiskiem uległa trwałej poprawie.

Krótkie odcinki możliwe są do odsłuchu w drodze do pracy czy przed snem, a dla osób chcących poszerzyć swą wiedzę oferowane są wydania specjalne, będące nagraniami z dłuższych spotkań poświęconych kwestiom klimatycznym, takich jak rozmowy w ramach cyklu Climate Conversations.

Zainaugurowany w marcu 2021 roku podcast doczekał się dwóch sezonów, w trakcie których gościł m.in. Marcina Popkiewicza, Edwina Bendyka, Andrzeja Kassenberga czy Bolesława Roka.

GRID | In partnership with
UN Environment
Programme
WARSZAWA





Ustyszeliśmy w nim eksperckie opinie i komentarze osób, reprezentujących uznane instytucje, takie jak WHO, Fundacja InStrat, UNICEF, Instytut Spraw Publicznych czy Polska Zielona Sieć.

Znalazło się w nim również miejsce na omówienie najważniejszych projektów, realizowanych przez UNEP/GRID-Warszawa, a także sposobów, w jaki odpowiadają one na wyzwania w zakresie zrównoważonego rozwoju - w tym związane z klimatem.

W dotychczas opublikowanych audycjach znalazło się miejsce na rozmowę między innymi o Europejskim Zielonym Ładzie, sprawiedliwej transformacji czy mierzeniu śladu węglowego. Dyskutowane

były powiązania między kryzysem klimatycznym a utratą różnorodności biologicznej, budową przyjaznych dla ludzi i środowiska miast czy oddziaływaniem na modele biznesowe firm. Nie zabrakło również wątków, takich jak rola efektywności energetycznej i odnawialnych źródeł energii czy budowa gospodarki o obiegu zamkniętym.

Zapraszamy do odsłuchu!

Strona audycji w serwisie Anchor:
<https://bit.ly/3csyyKk>

Inne projekty UNEP/GRID-Warszawa

PARTNERSTWO

„RAZEM DLA ŚRODOWISKA”

Celem zainicjowanego w 2016 roku Partnerstwa jest dążenie do zrównoważonego rozwoju w warunkach współpracy wielu stron, w oparciu o zasadę odpowiedzialności za środowisko. Partnerstwo inicjuje i realizuje projekty w zgodzie z Celami Zrównoważonego Rozwoju, zwłaszcza ich środowiskowymi aspektami. Jest platformą wymiany myśli, idei, doświadczeń, dobrych praktyk oraz szerokiej współpracy na rzecz SDGs.

Inicjatywa zrzesza: firmy, zrzeszenia firm i izby gospodarcze; instytucje naukowe i badawczo-rozwojowe; jednostki administracji publicznej, centralne i samorządowe oraz organizacje pozarządowe. Działania w ramach Partnerstwa są ukierunkowane przede wszystkim na edukację i budowanie świadomości.



• **Wspólne projekty na rzecz środowiska**

Włączanie się Partnerów w programy UNEP/GRID-Warszawa. Inicjowanie nowych projektów na rzecz środowiska. Realizacja działań powiązanych ze wskaźnikami realizacji SDGs i miernikami wpływu na środowisko.

• **Spotkania: wiedza, dyskusja i networking**

Międzynarodowe i krajowe konferencje, warsztaty czy nieformalne spotkania w kameralnym gronie, których celem jest wzmocnienie wiedzy Partnerów na temat powiązań biznesu i potrzeb środowiska. Są inspiracją do działań na rzecz zrównoważonego rozwijania biznesu i okazją do nawiązywania nowych relacji biznesowych.

• **Raporty tematyczne**

Opracowania promujące wiedzę i dorobek projektowy Partnerstwa oraz poszczególnych Partnerów. Wzmocnienie i upowszechnienie wiedzy na temat środowiskowych kontekstów zrównoważonego rozwoju. Prezentacja dobrych praktyk środowiskowych Partnerów. Wnioski z dyskusji dotyczących zrównoważonego rozwijania biznesu.

WIĘCEJ: www.gridw.pl/partnerstwo

STORY MAPS

Story mapy to nowoczesne narzędzie wizualizacyjne, które pozwala na unikatowe połączenie tekstów, obrazów i treści multimedialnych z interaktywnymi mapami i wykresami. Dzięki bazowaniu na informacji wizualnej, która jest znacznie lepiej przyswajana niż tekst czytany, ułatwia dotarcie z przekazem do szerokiej grupy odbiorców, porównywanie zmian zachodzących w czasie i przestrzeni oraz prezentację trendów i prognoz. Story mapy to ważny element prowadzonej przez UNEP platformy World Environment Situation Room, której zadaniem jest prezentacja kompleksowej informacji o stanie naszej planety.



UNEP/GRID-Warszawa działa jako jeden z kilku ośrodków globalnej sieci GRID (Global Resource Information Database), funkcjonującej pod parasolem UNEP-u. Jesteśmy prekursorem w zastosowaniu story map jako narzędzia wspierającego działania biznesu oraz nowoczesne raportowanie m.in. w obszarze ESG.



PROGRAM UNEP/GRID-WARSZAWA
Re:Generacja
DEKADA ODTWARZANIA EKOSYSTEMÓW

RE:GENERACJA

Program stanowi bezpośrednią odpowiedź na ogłoszoną przez ONZ Dekadę Odnowy Ekosystemów 2021–2030. To propozycja włączenia się w globalne działania poprzez wspieranie lokalnych ekosystemów. Zachęcamy instytucje publiczne, organizacje pozarządowe, firmy oraz obywateli do zaangażowania się w ochronę wyselekcjonowanych obszarów, których piękno i zasoby chcemy zachować dla przyszłych pokoleń.

Przy współpracy przedstawicieli służb ochrony przyrody, samorządowców oraz lokalnych organizacji pozarządowych mapujemy wymagające interwencji ekosystemy w całej Polsce. Natomiast przedstawiciele świata biznesu, świadomych swej odpowiedzialności za stan środowiska naturalnego i konieczności zmniejszenia presji działalności gospodarczej na przyrodę, zapraszamy do wzięcia pod swoje skrzydła ekosystemów, o które będą mogli zadbać. Wspieramy również proces edukacji i zaangażowania lokalnej społeczności, która dzięki pogłębieniu swojej wiedzy i świadomości środowiskowej będzie mogła wziąć sprawy we własne ręce.

WIĘCEJ: www.re.generacja.org

ECO-MIASTO

Eco-Miasto to ogólnopolski projekt zainicjowany przez Ambasadę Francji w Polsce, a prowadzony wspólnie z UNEP/GRID-Warszawa. Jego celem jest popularyzowanie idei zrównoważonego rozwoju miast poprzez m.in. organizację ogólnopolskiego konkursu dla samorządów lokalnych.

W ramach konkursu, każdego roku nagradzamy najbardziej zaangażowane środowisko miasta w Polsce. Pierwsza edycja konkursu Eco-Miasto odbyła się w 2013 roku, kiedy to spośród kilkunastu nadesłanych formularzy grono ekspertów wyłoniło sześć gmin, wyróżnionych w dwóch kategoriach: zrównoważona mobilność oraz budownictwo ekologiczne. Odtąd konkurs organizowany jest co roku, a w ostatnich latach nagrody wyłoniliśmy zwycięzców w aż pięciu kategoriach: gospodarka wodna, zielen miejska, gospodarka odpadami, zrównoważona mobilność oraz efektywność energetyczna.

Tradycją projektu Eco-Miasto jest konferencja wieńcząca konkurs, podczas której spotykają się eksperci oraz przedstawiciele organizacji działających w dziedzinie ochrony środowiska i innowacyjnych technologii z reprezentantami polskich miast. Wydarzenie stanowi platformę wymiany doświadczeń, które mogą uczynić miasta bardziej przyjaznym miejscem do życia i ograniczać ich negatywny wpływ na środowisko naturalne. Podczas konferencji odbywa się także uroczyste ogłoszenie zwycięzców konkursu oraz wręczenie nagród.

WIĘCEJ: www.eco-miasto.pl



ŚWIATOWY DZIEŃ ŚRODOWISKA WORLD ENVIRONMENT DAY (WED)

Co roku 5 czerwca celebруем Światowy Dzień Środowiska, który ma szczególnie mocno zwrócić uwagę na pogarszający się stan środowiska oraz związane z tym wyzwania. Po raz pierwszy był obchodzony w roku 1974 pod globalnym hasłem „Only One Earth”. Od tego czasu stało się tradycją, by w tym dniu w przestrzeni publicznej poruszać aktualne zagadnienia, takie jak np. jakość wody, pustynnienie, ochrona klimatu, tworzenie zielonych miast czy przyjazne dla ludzi i środowiska wzorce rozwoju. Obchody święta są koordynowane przez Program ONZ ds. Środowiska (UNEP).

Temat Światowego Dnia Środowiska buduje co roku w Polsce kontekst dla działań w całorocznej kampanii społecznej Zielona Wstążka #DlaPlanety. Przypomina ona, jak ważne są działania, dzięki którym pewnego dnia będziemy mogli żyć na Ziemi, w zgodzie z naturą i sobą nawzajem.

WIĘCEJ: www.dlaplanety.pl

4 ŻYWIÓŁY – JEDNA ZIEMIA

Program „4 żywioty – jedna Ziemia” to inicjatywa ekspertów UNEP/GRID-Warszawa. Łączy ona odpowiedź na potrzebę wzmocnienia edukacji klimatycznej oraz podnoszenia świadomości dotyczącej kryzysu bioróżnorodnościowego ze wsparciem działań wolontariatu pracowniczego firm oraz współpracy firm ze społecznościami lokalnymi w integracji osób uchodźczych przebywających na terytorium naszego kraju. Wpisuje się w obchody Światowego Dnia Środowiska 2022 i 50-lecia UNEP (Program ds. Środowiska ONZ, UN Environment Programme) obchodzone pod hasłem #OnlyOneEarth.

Udział w programie może stać się **ważnym elementem działań firm** na rzecz zrównoważonego rozwoju, w tym **przeciwdziałania zmianie klimatu, utracie bioróżnorodności oraz zanieczyszczeniom środowiska**, wspierając projekty z **zakresu wolontariatu pracowniczego, edukacji pracowników czy współpracy z interesariuszami zewnętrznymi**.

Celem inicjatywy jest zagospodarowanie czasu wolnego młodych ludzi* w przyjemny, a jednocześnie mądry i praktyczny sposób:

- nastawiony na aktywizację w ramach różnego rodzaju zajęć pozaszkolnych, także w trakcie weekendów, wakacji czy ferii zimowych, spotkań prowadzonych przez organizacje, instytucje czy wolontariuszy firm (projekt może być **efektywnym sposobem realizacji WOLONTARIATU PRACOWNICZEGO**);
- pozwalający poznać otaczającą przyrodę i procesy nią rządzące;

- dający możliwość spędzenia czasu z rówieśnikami, integracji osób uchodźczych w lokalnym środowisku, pracy w zespole i nabycia wiedzy oraz umiejętności „badacza i obserwatora przyrody”.

Model działania:

- szkolimy edukatorów, którymi mogą być wolontariusze firm, organizacji i instytucji, np. kultury, nauczyciele, inni zainteresowani prowadzeniem zajęć z edukacji ekologicznej (projekt może być sposobem **efektywnego wsparcia przez firmę swoich INTERESARIUSZY**: społeczności lokalnych czy samorządów);
- udostępniamy materiały edukacyjne (w tym gotowe scenariusze zajęć);
- zapewniamy mentoring ekspertów UNEP/GRID-Warszawa.

* Projekt realizowany w dwóch wersjach językowych – polskiej i ukraińskiej, aby możliwe było **włączenie młodych osób uchodźczych przebywających na terenie naszego kraju**. Dzięki temu będą one miały większą szansę na integrację i poznanie otoczenia (przyrodniczego), w jakim obecnie zamieszkują. **Możliwe jest także przygotowanie innych wersji językowych programu.**

