

RAPORT TRENDY ESG 2024/2025



PARTNERZY



SPIIS TREŚCI

O ESG – dlaczego to już nie tylko trend, ale konieczność	02	Gospodarka współdzielenia i model PaaS. Nowe modele biznesowe oparte na użytkowaniu zamiast posiadania i ich związek z ESG	19
Nowe regulacje i wsparcie dla firm		Idea DEI – Diversity, Equity, Inclusion Jak różnorodność i inkluzywność wzmacniają organizacje i przyczyniają się do ich sukcesu	23
CSRD – Corporate Sustainability Reporting Directive	03	Biznes i bioróżnorodność – czy to się może udać? Jak firmy mogą wspierać ekosystemy, jednocześnie budując trwałą wartość	29
Wsparcie PFR dla firm na drodze do zrównoważonego rozwoju i cyfryzacji	06	Certyfikacje ESG – jakie mają znaczenie? Kluczowe standardy i ich rola w budowaniu wiarygodności i transparentności firm	32
ESG w strategiach przedsiębiorstw – wybierz 3 obszary i działaj!	08	Współpraca biznesu z fundacjami i lokalnymi społecznościami	36
Kluczowe trendy ESG		Sztuczna inteligencja (AI) wspierająca ESG. Jak nowoczesne technologie pomagają firmom w osiągnięciu celów zrównoważonego rozwoju	41
Gospodarka Obiegu Zamkniętego (GOZ). Jak minimalizować odpady i maksymalnie wykorzystywać surowce tworząc bardziej efektywną firmę	09	ESG przyszłością biznesu. Co nas czeka?	43
Odnawialne Źródła Energii (OZE) – Transformacja energetyczna jako klucz do redukcji emisji	14		
Licz ślad węglowy. Dlaczego monitorowanie emisji CO ₂ to pierwszy krok do ich redukcji i zrównoważonego biznesu	17		



O ESG - dlaczego to już nie tylko trend, ale konieczność

ESG - czyli Environmental, Social, Governance - przestało być jedynie modnym hasłem, a stało się strategicznym fundamentem dla firm, które pragną sprostać wyzwaniom współczesności i zbudować przewagę konkurencyjną na przyszłość. Nasz raport „Trendy ESG 2024/2025” stanowi odpowiedź na te zmiany, oferując przegląd najważniejszych kierunków rozwoju w obszarze zrównoważonego biznesu.

ESG w 2024 roku to nie tylko obowiązek, wynikający z takich regulacji jak dyrektywa CSRD, ale także okazja do tworzenia wartości dla inwestorów, klientów i całego społeczeństwa. Firmy stają przed koniecznością dokładniejszego raportowania, większej przejrzystości oraz uwzględniania kryteriów środowiskowych i społecznych w swojej strategii.

Raport „Trendy ESG” przybliży te obowiązki, ale także podkreśla potencjał, jaki niesie zrównoważony rozwój w kontekście innowacji, konkurencyjności i budowy długoterminowej wartości. Naszym celem jest wskazanie praktycznych działań, które przedsiębiorstwa mogą podjąć, aby w pełni wykorzystać możliwości wynikające z trendów ESG.



Wśród analizowanych zagadnień znalazły się m.in. Gospodarka Obiegu Zamkniętego (GOZ), rozwój Odnawialnych Źródeł Energii (OZE) oraz znaczenie liczenia śladu węglowego. To właśnie te tematy wyznaczają kierunki przyszłości. Jednak ESG to nie tylko środowisko – to także ludzie. Dlatego w raporcie podkreślamy kluczowe aspekty związane z różnorodnością, równością i inkluzywnością (DEI), które wspierają pozytywną kulturę organizacyjną, przyciągają talenty i zwiększają zaangażowanie pracowników. Zwracamy również uwagę na współpracę z lokalnymi społecznościami i fundacjami, które stanowią istotny element odpowiedzialnego podejścia do biznesu.

Zapraszamy do lektury raportu, który stanowi zarówno mapę drogową dla firm w procesie wdrażania zrównoważonych praktyk, jak i inspirację do podejmowania działań, które przyniosą korzyści przedsiębiorstwom, ale także całemu społeczeństwu i planecie.



CSRD (Corporate Sustainability Reporting Directive) – unijna dyrektywa regulująca obowiązki przedsiębiorstw w zakresie zrównoważonego rozwoju

Wprowadzenie Dyrektywy CSRD znacząco wpłynie na przedsiębiorstwa w Europie, nakładając na nie obowiązek poprawy jakości raportowania w zakresie ESG. Oznacza to konieczność zmian w sposobach gromadzenia i analizy danych oraz wdrażania strategii zrównoważonego rozwoju. Szczególnym wyzwaniem nowe regulacje mogą okazać się dla małych i średnich przedsiębiorstw, które będą musiały dostosować swoje procedury raportowania do bardziej szczegółowych wymogów.

Choć nowe przepisy wiążą się z dodatkowymi obowiązkami, przynoszą również wymierne korzyści. Przede wszystkim mogą zwiększyć zaufanie inwestorów i klientów, poprawiając wizerunek przedsiębiorstwa na rynku. Dodatkowo wymagania dyrektywy pomogą firmom identyfikować obszary ryzyka związanego ze zrównoważonym rozwojem oraz opracowywać działania naprawcze.

Firmy powinny już teraz podjąć kroki w celu dostosowania się do wymogów CSRD. Zapewnienie pełnych i wiarygodnych informacji o ich wpływie na środowisko i społeczność stanie się kluczowym czynnikiem konkurencyjności.

Raportowanie zrównoważonego rozwoju

2 października 2024 r. – Rada Ministrów przyjęła projekt ustawy wdrażającej Dyrektywę CSRD (Corporate Sustainability Reporting Directive) w Polsce.

13 grudnia 2024 r. – Prezydent RP podpisał nowelizację ustawy o rachunkowości oraz innych ustaw, finalizując implementację Dyrektywy CSRD w Polsce.

To kluczowe kroki w kierunku obowiązkowego raportowania ESG przez przedsiębiorstwa. Do 2027 roku obowiązek raportowania zgodnie z dyrektywą CSRD obejmie bezpośrednio około 3,5 tys. firm w Polsce, a pośrednio znacznie więcej.

„Raportowanie zgodne z dyrektywą CSRD przestaje być przyszłością, a staje się teraźniejszością

Głos eksperta

Raportowanie ESG zgodnie z dyrektywą CSRD (Corporate Sustainability Reporting Directive) wchodzi w decydującą fazę. Po pierwsze, po długim procesie legislacyjnym, nowelizacja ustawy o rachunkowości i innych aktów prawnych związanych z raportowaniem ESG została oficjalnie przyjęta do polskiego porządku prawnego.

Po drugie, na początku roku opublikowane zostaną pierwsze sprawozdania zarządu obowiązkowo spełniające wymogi dyrektywy (zgodnie z wymogami dla pierwszej grupy podmiotów).

Wreszcie, do raportowania za 2025 r. zobowiązane będą duże jednostki (niezależnie od tego, czy są notowane na giełdzie, czy nie) oraz jednostki dominujące dużych grup kapitałowych, co znacznie poszerzy grupę podmiotów objętych sprawozdawczością zrównoważonego rozwoju.

Raportowanie ESG nie jest zatem już trendem, ale nową rzeczywistością biznesową, która jednak (i całe szczęście) wymusi dyskusję wokół podejścia firm do zarządzania aspektami ESG. Wraz z odszyfrowywaniem unijnych standardów sprawozdawczości

(ESRS), będą pojawiać się kolejne przykre wnioski: „tego nie mamy”, „tym nie zarządzamy”, „nie prowadzimy działań w tym obszarze”.

Zgodnie z ideą, że raport nie jest celem, a efektem odpowiedzialnego zarządzania zrównoważonym rozwojem, obowiązek pośrednio wymusi konieczność zarządzania istotnymi tematami środowiskowymi i społecznymi.

I w tym kierunku z pewnością zaobserwujemy kilka istotnych zmian, a dla niektórych podmiotów odkryć:



Odkrycie 1:
Zrównoważony rozwój to wpływy, ryzyka i szanse

Rozwój technologii i procesów umożliwiających zwracanie odpadów do cyklu produkcyjnego (upcykling lub recykling).



Odkrycie 2:
Zrównoważony rozwój na agendzie Zarządów i Rad Nadzorczych

W sprawozdaniu organizacja

musi ujawnić obowiązki oraz kompetencje Zarządu i Rady Nadzorczej w kontekście zrównoważonego rozwoju, sposób, w jaki odpowiedzialność jest odzwierciedlona w zadaniach



Aleksandra Stanek-Kowalczyk, Partnerka EY Polska, Consulting Sustainability Leader

Raportowanie ESG nie jest już trendem, ale nową rzeczywistością biznesową, która jednak (i całe szczęście) wymusi dyskusję wokół podejścia firm do zarządzania aspektami ESG.



W ESRS sformułowanie „wpływy, ryzyka i szanse” pojawia się prawie 600 razy na 282 stronach. Dzięki temu organizacje zaczną rozumieć, że za ideą zrównoważonego rozwoju stoją istotne wpływy, ryzyka, ale też SZANSE.



Magdalena Obłóza,
Menedżerka EY Polska

i politykach oraz to, jak nadzoruje i monitoruje cele związane z istotnymi wpływami, ryzykami i szansami. Zrównoważony rozwój WRESZCIE pojawi się w rozmowach członków Zarządów i Rad Nadzorczych.



Odkrycie 3:
Zrównoważony rozwój dotyczy całego łańcucha wartości

Informacje przedstawione w sprawozdaniu muszą być poszerzone o informacje dotyczące istotnych wpływów, ryzyk i szans wynikających z jej bezpośrednich i pośrednich relacji biznesowych w CAŁYM łańcuchu wartości.

To wymusza dyskusje o zakresie odpowiedzialności znacznie szerszym niż granice własnych operacji, a to z kolei...



Odkrycie 4:
Zrównoważony rozwój wymaga wdrożenia procesów należytej staranności

...pokieruje organizację do

wdrożenia procesu należytej staranności w zakresie zrównoważonego rozwoju. Na ten moment od kilku lat czekały „Wytyczne ONZ dotyczące biznesu i praw człowieka” oraz „Wytyczne OECD dla przedsiębiorstw wielonarodowych”.



Odkrycie 5:
Zrównoważony rozwój to szereg danych ilościowych i jakościowych

Oświadczenie zrównoważonego rozwoju będzie już stałą częścią sprawozdania zarządu, dlatego do monitorowania danych ESG organizacje muszą podejść systemowo i kompleksowo.

W tym zakresie pomocne będą rozwiązania technologiczne, które uporządkują informacje, zwiększą przejrzystość i dokładność danych ESG.



Wsparcie PFR dla firm na drodze do zrównoważonego rozwoju i cyfryzacji

Dynamicznie zmieniające się otoczenie biznesowe wymaga od firm nie tylko dostosowania się do nowych regulacji prawnych, takich jak te związane z ESG, ale także wdrażania innowacyjnych narzędzi cyfrowych i podejścia opartego na zrównoważonym rozwoju. Polski Fundusz Rozwoju (PFR) oferuje kompleksowe wsparcie dla przedsiębiorstw, które chcą sprostać wymienionym wyzwaniom. Dzięki szerokiej gamie kursów, warsztatów oraz inicjatyw technologicznych, firmy mogą rozwijać się w oparciu o zrównoważony rozwój.

Od edukacji do praktyki

Edukacja to fundament transformacji. Zespół PFR stworzył szereg bezpłatnych kursów online, skierowanych do przedsiębiorców i ich zespołów, które pozwalają na zdobycie podstawowych kompetencji z zakresu zrównoważonego rozwoju.

Dla przykładu w ofercie znajdują się następujące pozycje kursów on-line:

-  **Raportowanie ESG w praktyce**
-  **Ślad węglowy organizacji**
-  **Transformacja energetyczna firm**
-  **Gospodarka obiegu zamkniętego w praktyce**

Uzupełnieniem oferty kursowej jest oferta warsztatowa. Pozwala ona płynnie przejść z poziomu teorii do praktyki, gdzie uczestnicy spotkań nabywają umiejętności takich, jak przygotowanie raportu ESG czy też obliczanie śladu węglowego organizacji.

Ćwiczenia odbywają się na przykładach prawdziwych firm, a uczestnicy wychodzą z koncepcją rozwiązań w swojej firmie. Tematyka warsztatów obejmuje m.in.:

-  **Strategia raportowania ESG dla MŚP**
-  **Raportowanie ESG. Warsztaty z obliczania śladu węglowego dla firm w zakresie 1 i 2 | Strefa Wiedzy PFR**
-  **Raportowanie ESG - warsztaty z obliczania śladu węglowego w zakresie 3 | Strefa Wiedzy PFR**





Głos eksperta

Znaczenie cyfryzacji dla strategii ESG

Przejsście na zrównoważony rozwój wymaga od firm nie tylko dostosowania się do nowych regulacji, takich jak dyrektywa CSRD, ale również zmiany podejścia do zarządzania procesami biznesowymi. Firmy, które zdecydują się na integrację strategii ESG z nowoczesnymi technologiami, nie tylko ograniczą swój wpływ na środowisko, pozwolą sprawniej zarządzać strategią ESG, poprawią wyniki finansowe, ale również zbudują przewagę konkurencyjną na rynku. W tym aspekcie firmy mogą skorzystać z bezpłatnej inicjatywy Partnerstwo technologiczne PFR, która oferuje możliwość darmowego testowania wybranych narzędzi technologicznych, co pozwala na ich skuteczne wdrożenie bez konieczności ponoszenia początkowych kosztów.

Zaawansowane narzędzia cyfrowe prezentowane w ramach Partnerstwa Technologicznego umożliwiają m.in.:

-  Automatyczne generowanie raportów ESG, co zmniejsza ryzyko błędów i oszczędza czas.
-  Monitorowanie śladu węglowego na każdym etapie łańcucha dostaw.
-  Analizę danych w czasie rzeczywistym, co pozwala na szybsze podejmowanie decyzji.

ESG przyszłością

Firmy zdają sobie sprawę, że standardy ESG nie są już tylko krótkotrwałym trendem, ale obligują do zmian biznesowych. Im szybciej dana organizacja zacznie podejmować kroki ku zrównoważonemu rozwojowi i traktować jako je stały element działań biznesowych, tym odniesie większe korzyści w przyszłości.



Magda Gajownik de Vries jest menadżerką w Departamencie Rozwoju Innowacji Polskiego Funduszu Rozwoju, gdzie od 2018 roku odpowiada za opracowywanie oferty doradczo-szkoleniowej skierowanej do dużych przedsiębiorstw w obszarze innowacji, transformacji cyfrowej oraz energetycznej. W swojej roli aktywnie wspiera rozwój polskich firm, tworząc mosty między przedsiębiorcami, start-upami, inwestorami i agencjami działającymi w ramach Grupy PFR.

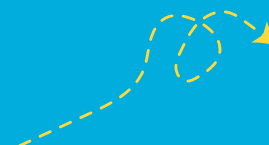
Wybierz 3 obszary i działaj

Wdrażanie ESG nie musi od razu obejmować wszystkich aspektów. Wybierz trzy obszary, które najbardziej odpowiadają specyfice Twojej firmy i zacznij od nich. Małe kroki często oznaczają największe zmiany, zwłaszcza gdy podejmowane są tam, gdzie mają największy wpływ.

Dlaczego trzy?

To wystarczająco dużo, by poczuć różnicę, ale na tyle mało, by się nie pogubić. Zamiast planować nierealne rewolucje, postaw na konkretne działania, które możesz wdrożyć tu i teraz.

Na kolejnych stronach przyjrzymy się kluczowym obszarom, które mogą stać się punktem wyjścia do Twojej strategii ESG. Zrównoważony rozwój zaczyna się od decyzji, a każda decyzja to krok w stronę lepszego jutra – dla Twojej firmy i świata.



Działaj tam, gdzie możesz. Zmiana zaczyna się od prostych, ale świadomych wyborów.

Czym jest gospodarka obiegu zamkniętego (GOZ)?

Gospodarka obiegu zamkniętego (GOZ), z angielskiego Circular Economy, to model gospodarczy, który dąży do maksymalizacji efektywności wykorzystania zasobów, minimalizacji odpadów oraz ograniczenia negatywnego wpływu na środowisko.

W odróżnieniu od tradycyjnego, liniowego podejścia do produkcji i konsumpcji (wydobywanie – produkcja – użycie – wyrzucenie), GOZ skupia się na zamykaniu cyklu życia produktów, materiałów i surowców tak, aby utrzymać je w obiegu jak najdłużej. W praktyce oznacza to, że odpady są postrzegane jako wartościowe zasoby, które mogą być przekształcone i ponownie wykorzystane.

GOZ obejmuje także minimalizowanie zużycia pierwotnych zasobów naturalnych oraz dążenie do dekarbonizacji procesów produkcyjnych.

Skąd wziął się termin GOZ?

Koncepcja gospodarki obiegu zamkniętego zaczęła zyskiwać popularność w drugiej połowie XX wieku, gdy wzrost świadomości ekologicznej oraz postępujące zmiany klimatyczne uwydatniły konieczność zmiany podejścia do zarządzania zasobami. Termin Circular Economy stał się kluczowy w dokumentach politycznych Unii Europejskiej, takich jak unijny plan działania na rzecz gospodarki obiegu zamkniętego, a także w agendach międzynarodowych, np. celach zrównoważonego rozwoju ONZ. GOZ jest częścią większej strategii „Europejskiego Zielonego Ładu”.

Jak firmy mogą wprowadzać zasady GOZ?

Przejęcie na model GOZ wymaga od firm zmiany podejścia do projektowania, produkcji, konsumpcji i zarządzania odpadami.

Istnieje wiele praktycznych kroków, które przedsiębiorstwa mogą podjąć:

Projektowanie produktów z myślą o pełnym cyklu życia

Tworzenie produktów, które są łatwe do naprawy, modernizacji, ponownego użycia i recyklingu. Kluczowe są tu modułowość oraz wykorzystanie surowców wtórnych.

Zamknięcie obiegu materiałów

Rozwój technologii i procesów umożliwiających zwracanie odpadów do cyklu produkcyjnego (upcykling lub recykling).

Wprowadzenie innowacyjnych modeli biznesowych

Product as a Service – sprzedaż funkcjonalności zamiast samego produktu (np. leasing sprzętu). Platformy współdzielenia – umożliwianie użytkownikom dzielenia się produktami, co zmniejsza ich nadprodukcję.

Redukcja odpadów i zrównoważone opakowania

Wykorzystywanie materiałów biodegradowalnych, opakowań wielokrotnego użytku oraz systemów refillingowych (ponownego napełniania opakowań).

Współpraca w łańcuchu dostaw

Współpraca z dostawcami oraz partnerami, by zwiększyć użycie zrównoważonych materiałów oraz zoptymalizować procesy produkcyjne.

Edukacja i budowanie świadomości

Kluczowe jest inwestowanie w szkolenia dla pracowników i klientów, aby zrozumieli, jak ich wybory mogą wpływać na środowisko.

Recykling & Upcykling

Nie każdy odpad musi trafić na wysypisko. Recykling i upcykling to dwa podejścia, które pozwalają zmniejszyć ilość śmieci i nadać im nowe znaczenie. Choć oba procesy mają wspólny cel, różnią się metodą i efektem końcowym.

Czym jest recykling?

Recykling to proces przemysłowy, w którym odpady są przekształcane w surowce wtórne, by ponownie stały się częścią produkcji. Przykładem jest przetopienie plastiku na nowe butelki lub makulatura zamieniana w papier. Celem recyklingu jest ograniczenie odpadów i zmniejszenie eksploatacji surowców naturalnych.



Czym jest upcykling?

Upcykling to bardziej kreatywne podejście – odpady lub stare materiały są przerabiane na nowe produkty o wyższej wartości, często bez konieczności ich ponownego przetwarzania. Przykładem może być wykonanie mebli ze starych palet lub torebek z banerów reklamowych. Upcykling stawia na design i unikalność, dając produktom drugie życie w nowej formie.

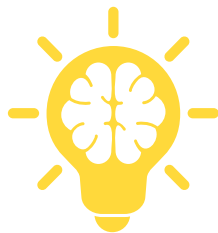


Recykling i upcykling – różne drogi do ponownego wykorzystania

	Recykling	Upcykling
Cel	Przetworzenie odpadów na surowce wtórne	Przekształcenie odpadów w produkty wyższej wartości
Proces	Mechaniczny, chemiczny lub biologiczny	Kreatywny, często manualny
Koszty i zasoby	Może wymagać dużych nakładów energetycznych	Zazwyczaj mniej energochłonny
Efekt końcowy	Surowiec wtórny do ponownego wykorzystania	Gotowy produkt o nowym przeznaczeniu
Przykład	Przetopienie plastikowych butelek na granulát	Stworzenie torby z banera reklamowego

” Tematyka GOZ na topie

Coraz więcej przedsiębiorstw zaczyna interesować się zasadami gospodarki cyrkularnej.



Głos eksperta

– Obserwujemy coraz większe zainteresowanie firm tematyką GOZ. Działania w tym obszarze są wspierane przez regulacje, takie jak Dyrektywa CSRD i ESRS w tym ESRS E5 dotyczący bezpośrednio gospodarki obiegu zamkniętego, czy unijna taksonomia dotycząca zrównoważonego finansowania – wyjaśnia Agata Frankiewicz, ekspertka w dziedzinie gospodarki obiegu zamkniętego (GOZ) i założycielka firmy Deko Eko.

Zauważa również, że innowacyjne modele biznesowe, takie jak „product as a service”, leasing, abonament czy współdzielenie produktów, zyskują na popularności dzięki swojej zdolności do efektywnego wykorzystania zasobów i ograniczania odpadów.

Jednym z istotnych kierunków działań przedsiębiorstw staje się recykling i upcykling czyli tzw. zawracanie odpadów do obiegu.

– Zawrócenie odpadów to termin, który odnosi się do wprowadzenia ich ponownie do cyklu produkcyjnego.

Może to obejmować nie tylko surowce wtórne, ale również gotowe produkty, które mogą być ponownie wykorzystane lub przetworzone na coś innego. Kluczowe jest tutaj myślenie o produkcji od samego początku jego projektowania, aby umożliwić jego ponowne użycie, modułowość lub przekształcenie w nowy produkt. To podejście zmienia spojrzenie na odpady – zamiast problemu, stają się one wartościowym zasobem – podkreśla ekspertka.

Mimo rosnącego zainteresowania zasadami GOZ, wiele firm, szczególnie małych i średnich, wciąż zmagają się z wyzwaniami.

– Niestety, wśród mniejszych i średnich firm poziom przygotowania nadal pozostawia wiele do życzenia. Globalne korporacje często dysponują zasobami i wiedzą, która pozwala im łatwiej adaptować zasady GOZ.

Jednak mniejsze przedsiębiorstwa mają trudności, zwłaszcza w zrozumieniu potencjału swoich odpadów, czy wdrażania bardziej innowacyjnych strategii cyrkularnych – zauważa Frankiewicz.



Agata Frankiewicz,
ekspertka w dziedzinie
gospodarki obiegu
zamkniętego (GOZ)
i założycielka firmy Deko Eko

Jednym z rozwiązań dla firm, które chcą rozpocząć swoją przygodę z gospodarką cyrkularną, jest analiza polityki zarządzania odpadami i wprowadzanie innowacyjnych modeli biznesowych.



– Mniejsze firmy mogą też skupić się na wprowadzeniu innowacyjnych modeli biznesowych, takich jak sprzedaż w formie usługi czy współdzielenie produktów. Na przykład, produkty takie jak lodówki, pralki czy opakowania mogą być oferowane na zasadzie leasingu, gdzie producent pozostaje odpowiedzialny za ich serwis, naprawę i recykling. Taki model zmniejsza ryzyko odpadów i zachęca do bardziej efektywnego projektowania produktów – doradza ekspertka.

Frankiewicz wskazuje również na przykłady pozytywnych działań w obszarze gospodarki cyrkularnej. Dobrym przykładem są produkty w opakowaniach wielokrotnego użytku, oferowane przez znane marki, takie jak Haagen-Dazs czy L'Oreal.

– Po zużyciu zawartości opakowanie jest zwracane do producenta, sterylizowane i ponownie używane. To model, który wprowadziła platforma

Loop i pozwala znacząco ograniczyć odpady – dodaje.

Wyzwania i bariery we wdrażaniu gospodarki cyrkularnej w Polsce

Wyzwania związane z wdrażaniem zasad GOZ w Polsce obejmują zarówno niedostatek infrastruktury, jak i niski poziom świadomości wśród przedsiębiorstw.

– Jednym z największych wyzwań jest brak odpowiedniej infrastruktury wspierającej procesy GOZ, zwłaszcza w mniejszych miejscowościach. Często firmy muszą samodzielnie inwestować w technologie do segregacji, recyklingu czy przetwarzania odpadów, co dla wielu jest dużym obciążeniem finansowym – zauważa ekspertka.

Podkreśla również, że potrzebne są programy edukacyjne, wsparcie technologiczne oraz ulgi podatkowe, które zachęcałyby przedsiębiorstwa do bardziej zrównoważonych działań.



Recykling w działaniu - inspirujące inicjatywy

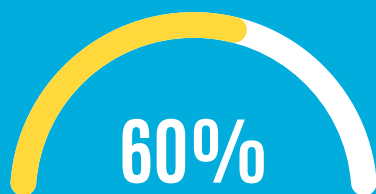
Opony z drugiego obiegu



Continental postawił sobie za cel, aby do 2030 roku wykorzystywać w produkcji opon ponad 40% materiałów odnawialnych i pochodzących z recyklingu. Firma podpisała długoterminową umowę z Pyrum Innovations, specjalistą w technologii termolizy, na odzyskiwanie sadzy z opon wycofanych z eksploatacji. W przyszłości, Continental planuje stosować odzyskaną sadzę w seryjnej produkcji opon, przyczyniając się do zmniejszenia emisji CO₂ i zwiększenia efektywności wykorzystania surowców.

BMW Group wprowadza nowy standard w recyklingu akumulatorów: BMW Group przygotowuje się do wdrożenia procesu określanego jako „bezpośredni recykling”.

Ta innowacyjna procedura umożliwia mechaniczny recykling akumulatorów, co ma na celu zwiększenie efektywności odzyskiwania surowców i zmniejszenie wpływu na środowisko.



ubrań marki **PRIMARK** jest produkowanych z materiałów pochodzących z recyklingu



T-Mobile, we współpracy ze Szlachetną Paczką, prowadzi kampanię pod hasłem „Stare telefony działają cuda”. Inicjatywa zachęca do oddawania starych, nieużywanych telefonów, które są następnie poddawane recyklingowi, a uzyskane środki wspierają działania społeczne.

Czołowi producenci napojów zawiązali spółkę akcyjną **Kaucja.pl** - Krajowy System Kaucyjny. Głównym zadaniem spółki jest stworzenie efektywnego systemu kaucyjnego, który ma na celu zwiększenie poziomu recyklingu opakowań po napojach w Polsce. Koalicję akcjonariuszy **Kaucja.pl** tworzy 11 spółek: Coca-Cola HBC Polska, Colian, Grupa Maspex, Nałęczów Zdrój, Nestle Polska, Oshee Polska, PepsiCo Polska, Red Bull, Van Pur, Zbyszko Company oraz Żywiec Zdrój.



Co dzieje się z plecakami dostawczymi **Glovo** po zakończeniu ich podstawowej misji? Dostają drugą szansę i służą zwierzętom w schroniskach w całej Polsce.

Zużyte plecaki zyskują nowe zastosowanie dzięki współpracy z platformą Ubrania Do Oddania oraz Fundacją Splot Społeczny. Z jednego plecaka zazwyczaj powstają dwie maty, a nieużyteczne elementy są przerabiane na paliwo alternatywne wykorzystywane w cementowniach. Do tej pory powstało już ponad 500 mat, zapewniających zwierzętom ciepło i komfort, szczególnie zimą.



Kręci nas recykling

Projekt, tworzony przez **Oponeo** we współpracy ze stowarzyszeniem „Czysta Polska”, promuje odpowiedzialne pozbywanie się zużytych opon i ich recykling. W październiku 2024 podsumowano trzecią już edycję tej ogólnopolskiej kampanii – łącznie zebrano 18 956 sztuk opon.



OZE - Odnawialne Źródła Energii

Odnawialne Źródła Energii jako kluczowy trend ESG

OZE obejmują technologie pozyskiwania energii z naturalnych, odnawialnych zasobów, takich jak słońce, wiatr, woda czy biomasa. Ich główną zaletą jest minimalizowanie emisji gazów cieplarnianych, co przekłada się na redukcję śladu węglowego.

OZE odgrywają kluczową rolę w strategiach zrównoważonego rozwoju firm na całym świecie. W obliczu rosnących wymagań regulacyjnych, oczekiwań inwestorów oraz presji społecznej na przeciwdziałanie zmianom klimatycznym, OZE stają się jednym z najważniejszych filarów transformacji energetycznej i ekologicznej.

Rządy wielu krajów, w tym Polski, intensyfikują działania wspierające rozwój OZE, m.in. poprzez systemy wsparcia, ulgi podatkowe czy fundusze unijne. Transformacja energetyczna jest nieodzownym elementem realizacji celów Porozumienia Paryskiego oraz unijnej strategii Europejskiego Zielonego Ładu, w której neutralność klimatyczna do 2050 roku stanowi nadrzędny cel.

OZE a strategia biznesowa

Coraz więcej firm włącza OZE do swoich strategii ESG, uznając je za skuteczne narzędzie zarządzania ryzykiem klimatycznym i operacyjnym. Instalacje fotowoltaiczne na dachach fabryk, zakup zielonej energii w ramach długoterminowych umów PPA

(Power Purchase Agreement) czy inwestycje w farmy wiatrowe to tylko niektóre z działań, które świadczą o odpowiedzialnym podejściu do zarządzania energią.

Przedsiębiorstwa korzystające z OZE mogą też liczyć na większe zainteresowanie inwestorów

Wyzwania i przyszłość

Mimo licznych korzyści, rozwój OZE wiąże się z wyzwaniami, takimi jak potrzeba modernizacji sieci energetycznych, zapewnienia stabilności dostaw czy rozwiązania problemów związanych z magazynowaniem energii. Jednak postęp technologiczny i innowacyjne rozwiązania, takie jak inteligentne sieci energetyczne (smart grids) czy rozwój technologii wodorowych,

dają nadzieję na przezwycięzenie tych barier.

Rola OZE w kształtowaniu strategii ESG będzie tylko rosła.

Wdrożenie zrównoważonych rozwiązań energetycznych staje się wyrazem odpowiedzialności za planetę i warunkiem konkurencyjności na globalnym rynku.



„ Rynek OZE chce się rozwijać, nawet jeśli prawo jeszcze nie nadąży

Głos eksperta



Polski rynek odnawialnych źródeł energii stoi na rozdrożu. Brak kluczowych zmian legislacyjnych i przeciążenie sieci przesyłowych hamują rozwój, choć potencjał technologiczny i inwestycyjny pozostaje ogromny.

Paweł Przybylski, Prezes Zarządu Onde SA wskazuje, że każde niedostosowanie przepisów do realiów rynku opóźnia osiągnięcie ambitnych celów OZE.

Rok 2024 to czas zarówno wielkich nadziei, jak i bolesnych rozczarowań dla sektora odnawialnych źródeł energii.

Kluczową przeszkodą pozostawał brak długo oczekiwanej nowelizacji ustawy odległościowej. Potencjalna zmiana z 700 na 500 metrów mogła przyspieszyć budowę lądowych farm wiatrowych i zwiększyć ich moc o około 10 GW do 2030 roku, podczas gdy obecne przepisy pozwalają na maksymalnie 4 GW. Te liczby pokazują jasno: każdy metr bliżej to krok naprzód w stronę zielonej przyszłości. Niestety, pozostaliśmy na rozdrożu między ambitnymi celami a rzeczywistością legislacyjną.

Nowy trend: Rozwój projektów cable pooling

Problemem, który rzucił cień na rozwój sektora, był także impas w przyłączaniu nowych mocy do sieci. Rozwiązaniem tymczasowym stał się rozwój projektów cable

pooling, czyli współdzielenia infrastruktury przesyłowej przez różne źródła energii. W naszym portfelu projektów własnych OZE, które są na etapie developmentu dzięki hybrydyzacji pojawiło się około 400 MW nowej mocy, jednak bez modernizacji sieci przesyłowych to jak próba rozbudowy miasta bez poszerzania ulic.

Co gorsza, stagnacja w rozwoju OZE oznaczała dalszą zależność Polski od paliw kopalnych. To nie tylko kosztowne, ale również ryzykowne, w sytuacji, gdy stabilność dostaw jest coraz mniej pewna.

Rośnie zainteresowanie zieloną energią ze strony dużych inwestorów i funduszy. Z pozytywów warto wymienić rosnące zainteresowanie zieloną energią ze strony dużych inwestorów i funduszy. Liczne umowy PPA, które wspierają projekty farm wiatrowych i fotowoltaicznych, pokazują, że rynek chce się rozwijać, nawet jeśli prawo jeszcze nie nadąży.

Trendy w OZE na 2025 rok

Rok 2025 to będzie czas poszukiwania stabilności na dynamicznym rynku. Magazyny energii, kluczowe dla stabilizacji systemu elektroenergetycznego, będą odgrywać coraz większą rolę. Choć technologia rozwija się szybko, jej wdrożenie wymaga wsparcia zarówno regulacyjnego, jak i finansowego. Onde SA również analizuje możliwości implementacji magazynów w swoich projektach, widząc w tym przyszłość bardziej zrównoważonej i niezależnej energetyki. Kolejnym kierunkiem będą rozwiązania hybrydowe, łączące różne źródła energii, oraz zaawansowane systemy zarządzania energią. Branża zaczyna widzieć, że „połączenie” to nie tylko hasło, ale konieczność.



Paweł Przybylski, Prezes Zarządu Onde SA

Przykłady inwestycji w zieloną energię

Dzięki umowie z EDP Energia Polska na dachach 20 sklepów **Stokrotka** zainstalowano ponad 2 tys. paneli słonecznych. Każda instalacja zapewnia od 26 do 50 kWp mocy. Łącznie instalacje będą generować moc na poziomie niemal 1000 kWp, co odpowiada potrzebom blisko 190 domów jednorodzinnych w skali roku. Dzięki nowej, odnawialnej energii sklepy zredukują swoje emisje CO₂ o ponad 600 ton rocznie. Dla porównania do pochłonięcia takiej ilości dwutlenku węgla przez okres jednego roku potrzebne jest ponad 110 tysięcy dorosłych drzew.



Majaland jest pierwszym parkiem rozrywki w Polsce zasilanym energią słoneczną. Każdy z trzech parków (w Warszawie, Gdańsku i Kownatach), zajmujący powierzchnię zadaszoną 10 tys. mkw. wykorzystuje zieloną energię. Zainstalowane na obiektach Majaland panele fotowoltaiczne, docelowo pokryją nawet 75-90 proc. zapotrzebowania parków na energię elektryczną. Potencjalny nadmiar energii zostanie oddany do sieci, aby mogli z niego skorzystać inni lokalni konsumenci.

Sieć kawiarni **Green Caffè Nero** i **Colliers Energy Advisory** w 2024 roku zawarły umowę PPA na dostawę 1 GWh energii odnawialnej do 34 lokalizacji w całej Polsce. Energia będzie pochodzić z farmy fotowoltaicznej w Chęcinach.

PepsiCo buduje swoją największą farmę fotowoltaiczną w Polsce o mocy 3,5 MWp w miejscowości Święte na Dolnym Śląsku. To część inwestycji o wartości 22 mln złotych w rozwój własnych odnawialnych źródeł energii. Inwestycja zasili produkcję kultowych marek, takich jak Lay's i Doritos, stanowiąc kolejny istotny krok w działaniach PepsiCo na rzecz zmniejszenia wpływu na środowisko w całej działalności operacyjnej. Całość energii wytwarzanej przez farmę fotowoltaiczną zostanie skierowana na potrzeby zakładu.



InPost w 2024 roku podpisał umowę z Grupą Polenergia, która zapewni zieloną energię dla wszystkich, blisko 24 tys. maszyn Paczkomat® InPost w Polsce. Ta umowa to dla InPost kolejny etap w dążeniu do korzystania w 100 proc. z zeroemisyjnej energii elektrycznej. Zakontraktowany wolumen pozwoli na zazielenienie energii zużywanej we wszystkich urządzeniach Paczkomat® w Polsce oraz zazielenienie znacznego udziału energii elektrycznej wykorzystywanej przez samochody elektryczne, oddziały i sortownie, co łącznie przyczyni się do redukcji emisji CO₂e o prawie 125 000 ton.



Już 93 proc. sklepów **Dino** ma instalację fotowoltaiczną. Standardowym elementem wyposażenia wszystkich nowo otwieranych marketów Dino są instalacje fotowoltaiczne, które zapewniają firmie czystą energię elektryczną. Na koniec III kw. 2024 r. posiadało je 2386 sklepów, co stanowiło 93 proc. całej sieci Dino.



Licz ślad węglowy

Kalkulatory śladu węglowego to narzędzia, które pozwalają obliczyć emisje dwutlenku węgla (CO₂) związane z działalnością jednostki, organizacji, produktu lub usługi.

Obliczenie śladu węglowego jest kluczowym krokiem w zrozumieniu wpływu naszych działań na środowisko naturalne i pozwala podejmować świadome decyzje mające na celu zmniejszenie emisji gazów cieplarnianych. Kalkulatory te uwzględniają różnorodne źródła emisji, takie jak zużycie energii, transport, produkcja czy procesy związane z danym produktem.

Dzięki nim zarówno osoby prywatne, jak i firmy mogą monitorować i zmniejszać swój wpływ na zmiany klimatyczne, wdrażając strategie bardziej przyjazne dla planety, takie jak zmniejszenie zużycia energii, korzystanie

odnawialnych źródeł energii czy optymalizacja procesów produkcyjnych.

Kalkulatory śladu węglowego stają się coraz bardziej zaawansowane i nowoczesne, oferując użytkownikom szereg funkcji, które umożliwiają dokładne obliczenie emisji gazów cieplarnianych związanych z ich działalnością. Dzięki integracji z różnorodnymi źródłami danych oraz zastosowaniu zaawansowanych algorytmów, te narzędzia pozwalają na precyzyjne monitorowanie i analizowanie emisji w różnych obszarach działalności, takich jak zużycie energii, transport czy procesy produkcyjne.

Nowoczesne kalkulatory śladu węglowego oferują funkcje takie jak automatyczne zbieranie danych, możliwość współdzielenia procesu raportowania między różne osoby w firmie oraz dostosowanie narzędzia do struktury organizacyjnej przedsiębiorstwa. Dzięki tym udogodnieniom, przedsiębiorstwa mogą skutecznie zarządzać swoimi emisjami, identyfikować obszary do redukcji oraz podejmować świadome decyzje w zakresie zrównoważonego rozwoju.

Wybór odpowiedniego kalkulatora śladu węglowego jest kluczowy dla efektywnego zarządzania emisjami. Należy zwrócić uwagę na takie aspekty jak zakres funkcjonalności, zgodność z międzynarodowymi standardami (np. GHG Protocol), łatwość obsługi oraz bezpieczeństwo

danych. Dobrej jakości narzędzia nie tylko umożliwiają dokładne obliczenie emisji, ale także wspierają przedsiębiorstwa w opracowywaniu strategii redukcji śladu węglowego, co może prowadzić do oszczędności kosztów oraz poprawy wizerunku firmy w oczach klientów i partnerów biznesowych.

— Redigo Carbon

Ten polski startup postawił sobie za cel stworzenie kompleksowego ekosystemu wspierającego biznes w pomiarze oraz redukcji śladu węglowego. Platforma wykorzystuje zaawansowane rozwiązania data science do analizy danych dotyczących przeszłych i bieżących emisji. Co ważne, nie kończy się tylko na kalkulacji śladu węglowego, ale tworzy następnie plany dekarbonizacyjne, proponując firmom konkretne i realne do wdrożenia rozwiązania.

– Firmy nie potrzebują jedynie mierzyć, ale przede wszystkim zredukować ślad węglowy. Dlatego stale rozwijamy nowe narzędzia, które tworzą pełny ekosystem wspierający dekarbonizację. Dzięki naszej Net Zero Roadmap przedsiębiorstwa mogą łatwo zaplanować swoją drogę do osiągnięcia zerowej emisji netto, a także oszacować koszty i korzyści związane z tym procesem – mówi Magdalena Stelmach, CEO Redigo Carbon.

FoCA

Bezpłatna platforma edukacyjno-obliczeniowa opracowana przez Polskie Stowarzyszenie Budownictwa Ekologicznego PLGBC, we współpracy z Instytutem Techniki Budowlanej i Politechniką Wrocławską. Narzędzie umożliwia szacowanie śladu węglowego budynku w zakresie A1-A3 cyklu życia budynków, dodawanie i porównywanie materiałów oraz analizę

środowiskową budynków.

– Platforma edukacyjno-obliczeniowa FoCA jest jedynym w swoim rodzaju i długo wyczekiwanym narzędziem dostarczającym informacji na temat śladu węglowego materiałów budowlanych w Polsce. Dla uczestników procesu budowlanego chcących je między sobą porównywać lub przeprowadzić analizę śladu węglowego budynku stało się to wreszcie możliwe, dzięki opracowaniu generycznych danych, do tej pory niedostępnych, dla ponad 100 najpopularniejszych materiałów bądź produktów budowlanych produkowanych w Polsce. Bardzo wartościowym dodatkiem jest też część edukacyjna, która w przystępny, ale też wyczerpujący sposób omawia, na podstawie udostępnionych źródeł, podstawowe elementy teorii LCA, deklaracji EPD, systemów certyfikacji, a także polityki dekarbonizacyjnej na poziomie ONZ, Unii Europejskiej oraz Polski.

Polecam na każdym etapie praktyki zawodowej oraz edukacji – mówi dr inż. arch. Kajetan Sadowski, Wydział Architektury Politechniki Wrocławskiej, współautor platformy edukacyjno-obliczeniowej FoCA.

OVHcloud

Globalny gracz na rynku chmury obliczeniowej, udostępnił kalkulator śladu węglowego dla branży IT. – Narzędzie to może pomóc klientom w podejmowaniu bardziej świadomych decyzji dotyczących korzystania z chmury obliczeniowej – mówi Robert Paszkiewicz, VP na region Europy Środkowo-Wschodniej w OVHcloud.

OVHcloud udostępnia narzędzie, które uwzględnia lokalne uwarunkowania energetyczne regionu w którym znajdują się zasoby chmurowe. Dostępny bezpłatnie dla klientów Infrastructure as a Service (IaaS) kalkulator dostarcza comiesięczne raporty

dotyczące emisji CO2 wynikających z użytkowania chmury obliczeniowej. Wyróżnia go metodologia uwzględniająca wszystkie etapy cyklu życia infrastruktury – od produkcji komponentów, przez transport i eksploatację, po gospodarkę odpadami.

– Kluczową funkcją kalkulatora jest możliwość uwzględniania lokalnych uwarunkowań energetycznych. Miesięczna emisja danej firmy zależy m.in. od lokalizacji klienta i miks energetycznego regionu, w którym znajdują się zasoby chmurowe. Przykładowo, serwer pracujący w kraju o niskim udziale paliw kopalnych w miksie energetycznym generuje znacznie niższy ślad węglowy niż ten sam serwer w regionie o mniej zrównoważonym miksie – komentuje Robert Paszkiewicz, VP na region Europy Środkowo-Wschodniej w OVHcloud.

Oblicz ślad węglowy z kalkulatorem

Redigo Carbon:



Model PaaS (ang. Product as a Service)

Definicja: W modelu Product as a Service, klienci nie kupują produktów na własność, lecz korzystają z nich na zasadzie subskrypcji, wynajmu lub opłat za użytkowanie. Produkt fizyczny staje się usługą, a jego dostawca ponosi odpowiedzialność za utrzymanie, konserwację i ostateczne zarządzanie cyklem życia.

Cechy charakterystyczne:



DOSTĘP ZAMIAST POSIADANIA

Konsument płaci za czas użytkowania produktu (np. godziny, dni) lub za efekty (np. liczbę przejechanych kilometrów).



ZRÓWNOWAŻONY ROZWÓJ

Model sprzyja gospodarce cyrkularnej, ponieważ producenci są motywowani do tworzenia trwałych produktów i efektywnego zarządzania ich cyklem życia.



ELASTYCZNOŚĆ

Klienci mogą łatwo dostosować swoje użytkowanie do potrzeb, np. wynajmując rower czy narzędzie na określony czas.

Przykłady zastosowania:



Transport

- Car-sharing (np. amerykański Zipcar czy Panek CarSharing): Użytkownicy płacą za korzystanie z pojazdu, zamiast go kupować.
- Rowery i hulajnogi elektryczne (np. Lime, Bird): Opłata za czas użytkowania.



Wynajem sprzętu

- Electrolux oferuje możliwość wynajmu pralki, gdzie klient płaci za liczbę wykonanych prań.
- Xerox: Wynajem drukarek, gdzie klient płaci za liczbę wydrukowanych stron.
- Wynajem nart, desek surfingowych czy rowerów górskich na czas wycieczki (np. Decathlon i programy Decathlon 2nd Life, Decathlon Rent).
- Wynajem komputerów, sprzętu fotograficznego czy urządzeń VR.

Korzyści:

Dla konsumentów	Dla firm	Dla środowiska
Brak konieczności dużych inwestycji początkowych.	Stąły strumień przychodów w formie subskrypcji lub opłat za użycie.	Zmniejszenie ilości odpadów przez przedłużenie cyklu życia produktów.
Dostęp do nowoczesnych produktów bez ponoszenia kosztów utrzymania i napraw.	Motywacja do tworzenia bardziej trwałych i wydajnych produktów, co redukuje koszty ich utrzymania.	Promowanie gospodarki cyrkularnej i optymalizacja wykorzystania zasobów.
Elastyczność w wyborze usług.	Możliwość budowania długoterminowej relacji z klientami.	

” PaaS

Model biznesowy, który sprzyja zrównoważonemu rozwojowi

Głos eksperta



W ciągu ostatnich kilku lat model biznesowy „Product as a Service” (PaaS) zyskuje coraz większą popularność wśród przedsiębiorców, którzy dążą do realizacji celów zrównoważonego rozwoju. Jak wskazuje Joanna Krombholz-Zabielska, ekspertka z zakresu gospodarki obiegu zamkniętego i zrównoważonego rozwoju, PaaS to podejście, które może odmienić sposób, w jaki firmy dostarczają wartość swoim klientom, odpowiadając na ich potrzeby w kontekście efektywności materiałowej i minimalizacji wpływu na środowisko.

Produkt jako usługa: zrozumienie schematu

W tradycyjnym modelu biznesowym, producenci sprzedają swoje produkty, takie jak urządzenia czy produkty, a następnie oferują serwis oraz części zamienne. Jednak model PaaS zakłada, że to nie produkt, ale usługa jest tym, za co klient płaci. Oznacza to, że firma zamiast sprzedawać urządzenie, zapewnia jego użytkowanie na określonych warunkach.

- W modelu Product as a Service (PaaS) producent pozostaje właścicielem urządzenia, a klient płaci wyłącznie za efekt lub funkcjonalność, jaką produkt

dostarcza – mówi Krombholz-Zabielska.

Korzyści dla producentów i konsumentów

Model PaaS zmienia relację między producentem a klientem. Zamiast jednorazowej transakcji, firmy przechodzą na długoterminowe partnerstwo, w którym dostawca jest odpowiedzialny za utrzymanie i optymalizację produktu przez cały okres jego użytkowania. Dla producentów to szansa na budowanie trwałych relacji z klientami oraz generowanie długoterminowych przychodów. Dla konsumentów korzyścią jest komfort – nie muszą się martwić o konserwację czy naprawy urządzeń.

- PaaS zmienia relację z klientem z jednorazowej transakcji na ciągłe partnerstwo w oparciu o świadczone usługi, które dostawca musi zrealizować niezależnie od lokalizacji czy sytuacji – zauważa Krombholz-Zabielska.

dostawca musi zrealizować niezależnie od lokalizacji czy sytuacji – zauważa Krombholz-Zabielska.

Zrównoważony rozwój i dekarbonizacja: Jak PaaS wspiera cele ESG?

Model PaaS ma istotne znaczenie w kontekście realizacji celów zrównoważonego rozwoju, zwłaszcza w obszarze efektywności energetycznej i zmniejszania emisji CO₂.



Joanna Krombholz-Zabielska,
Circular Consultant,
Ekspertka Climate
Leadership UNEP/GRID-
Warszawa, współautorka
raportu „Business model
innovation for sustainable
impact in Europe” wydanego
przez PACCT Product as a
Service to Accelerate
Cooperation and Circular
Transformation.

Zamiast produkować coraz więcej urządzeń, producent w modelu PaaS dąży do jak najdłuższego użytkowania już istniejących produktów, co ogranicza zużycie surowców i energii.

W tradycyjnym modelu firma generuje zysk poprzez sprzedaż jak największej liczby produktów. W modelu PaaS to wydajność urządzenia i jego trwałość mają kluczowe znaczenie.

- W tym modelu kluczowe staje się ekoprojektowanie. Producent projektuje urządzenia tak, by były trwałe, łatwe do naprawy, modularne, a po okresie użytkowania u pierwotnego klienta pozostawała możliwość dania im drugiego życia lub ponownego wykorzystania surowców i materiałów, z których powstały, poprzez recycling. Odpowiedzialność producenta za cały czas życia produktu może tu rozkwitnąć w całej krasie – wyjaśnia ekspertka.

Badania pokazują, że przy odpowiednim zaprojektowaniu produktu i operacjonalizacji usług, PaaS jest w stanie zmniejszyć emisje nawet do 80 proc. w stosunku do modeli liniowych.

Ekoprojektowanie i odpowiedzialność producentów

W modelu PaaS, odpowiedzialność producenta za produkt nie kończy się po sprzedaży. Musi on zadbać o to, by urządzenie było łatwe do naprawy, wydajne i trwałe. Kluczowe w tym podejściu jest ekoprojektowanie, czyli projektowanie produktów, które można łatwo naprawiać lub poddać recyklingowi. Takie podejście nie tylko zmniejsza wpływ na środowisko, ale także pozwala firmom na długoterminowe utrzymanie rentowności.

- Producenci, jako właściciele urządzeń, mają pełną kontrolę nad ich użytkowaniem i mogą efektywnie monitorować stan urządzenia. Dzięki temu łatwiej

optymalizować zużycie energii i materiałów – dodaje Krombholz-Zabielska.

PaaS w Polsce i na świecie: Gotowość rynku

Chociaż model PaaS zyskuje na popularności w Europie Zachodniej i Stanach Zjednoczonych, w Polsce dopiero zaczyna być dostrzegany. Wciąż jest to rozwiązanie niszowe, ale przedsiębiorcy zaczynają dostrzegać jego potencjał. Firmy takie jak Trilux czy Signify (Philips) oferują usługi, takie jak

„światło jako usługa”, gdzie klienci płacą za jasność w pomieszczeniu, zamiast kupować żarówki.

- W Polsce temat PaaS jest wciąż mało znany, ale zainteresowanie tym modelem rośnie. W Europie Zachodniej i Skandynawii mamy już przykłady firm, które skutecznie wdrażają PaaS w swojej działalności. Szacuje się, że światowy rynek PaaS będzie rosnąć do 2030 roku średnio 9-12 proc. rocznie – zauważa Krombholz-Zabielska.



Wyzwania związane z transformacją do PaaS

Przejsie na model PaaS wiąże się także z wyzwaniami, zarówno dla producentów, jak i dla klientów. Firmy muszą zmienić sposób myślenia o swojej działalności, z tradycyjnej sprzedaży na długoterminowe świadczenie usług. Wymaga to nie tylko zmiany kultury organizacyjnej, ale także nowych kompetencji operacyjnych i adaptacji do zmieniających się warunków rynkowych.

- Przejsie na model Product-as-a-Service pociąga konieczność zmiany kultury organizacyjnej firmy. Firmy muszą zacząć myśleć inaczej o swojej działalności. Zamiast tradycyjnej transakcyjnej sprzedaży, muszą nawiązywać długofalowe relacje z klientami w oparciu o usługi. Kluczowe w tej zmianie będzie zrozumienie ich rzeczywistych potrzeb i problemów, aby na tej podstawie zdefiniować wartość usług, którą dostarczą – podkreśla Krombholz-Zabielska.



PaaS jako motor transformacji gospodarki cyrkularnej

PaaS to model biznesowy, który odpowiada na potrzeby konsumentów oraz ma ogromny potencjał w kontekście zrównoważonego rozwoju. Dzięki wydłużeniu cyklu życia produktów,

optymalizacji użytkowania i recyklingowi, firmy mogą przyczynić się do dekarbonizacji i zmniejszenia emisji CO₂. Choć w Polsce model PaaS dopiero zaczyna zyskiwać na znaczeniu, to już teraz jest uważany za kluczowy element transformacji gospodarki cyrkularnej.

– Taki model może przynieść sukces zarówno pod względem biznesowym, jak i zrównoważonego rozwoju – zyskując podwójny, pozytywny wpływ. – podsumowuje ekspertka.



Koncentracja na aspektach społecznych - wzrost znaczenia inicjatyw DEI

Strategia DEI (Diversity, Equity, Inclusion) to kluczowy element współczesnego zarządzania organizacją, który ma na celu promowanie różnorodności, równości i inkluzywności w miejscu pracy.

W kontekście zrównoważonego rozwoju i odpowiedzialności społecznej, DEI jest strategicznym podejściem do tworzenia bardziej efektywnych i innowacyjnych zespołów oraz rozwijania zasobów ludzkich.

Idea Diversity Equity Inclusion odnosi się do podstawowych praw człowieka, które opisuje Powszechna Deklaracja Praw Człowieka uchwalona

przez ONZ w 1948 roku. Dokument ten zawiera i porządkuje osiągnięcia i postulaty w zakresie wolności i godności każdego człowieka. Dążenie do różnorodności, równości i integracji (DEI) to budowanie sprawiedliwych zasad, które powinny być priorytetem dla organizacji na całym świecie.

Różnorodność odnosi się do obecności różnych grup ludzi o odmiennych cechach demograficznych, równość skupia się na zapewnieniu sprawiedliwego traktowania i równych szans, a inkluzywność dotyczy stworzenia środowiska pracy, w którym każda osoba czuje się szanowana i doceniana.

Różnorodność (Diversity)

Różnorodność w miejscu pracy oznacza obecność osób z różnych środowisk, kultur, płci, wieku, orientacji seksualnej czy innych cech demograficznych. Zarządzanie różnorodnością buduje zespoły, które mają różne perspektywy i szereg doświadczeń. To z kolei może prowadzić do podejmowania lepszych decyzji. Różnorodność sprzyja kreatywności oraz rozwojowi firmy i innowacyjności. Zespoły zróżnicowane są bardziej kreatywne i potrafią lepiej rozwiązywać problemy, co jest nieocenione w dynamicznie zmieniającym się świecie biznesu.

Równość (Equity)

Różnorodność, równość w miejscu pracy oznacza wprowadzenie sprawiedliwych zasad i zapewnienie, że wszystkie osoby mają równe szanse na rozwój i sukces.

Równość uwzględnia także indywidualne potrzeby i różnice, dostosowując zasoby i wsparcie w sposób, który wyrównuje szanse. W praktyce oznacza to, że firmy w swojej strategii powinny eliminować bariery i tworzyć warunki, które uwzględniają potrzeby każdego pracownika i umożliwiają wszystkim pracownikom osiągnięcie swojego pełnego potencjału.

Inkluzywność (Inclusion)

Inkluzywność (włączanie) to tworzenie środowiska, w którym każda osoba czuje się akceptowana, szanowana i doceniana. W inkluzywnej organizacji wszyscy pracownicy mają możliwość aktywnego uczestnictwa w życiu firmy, co prowadzi do większego zaangażowania i lojalności. Inkluzywność wymaga od liderów i menedżerów podejmowania świadomych działań w celu budowania kultury otwartości i wsparcia.



Wdrażanie strategii DEI - jak przebiega?

Zasady i metody wdrażania wartości DEI w strukturę i kulturę organizacji są w firmach coraz częściej wpisane w cele zrównoważonego rozwoju. Wdrożenie strategii DEI wymaga zaangażowania na wszystkich poziomach organizacji, od zarządu po pracowników liniowych. Proces ten jest wieloetapowy i wymaga systematycznego podejścia oraz ciągłego monitorowania kluczowych obszarów i dostosowywania odpowiednich działań.

01 REKRUTACJA

Pierwszym krokiem jest zapewnienie, że procesy rekrutacyjne są wolne od uprzedzeń i promują różnorodność. Oznacza to m.in. tworzenie ogłoszeń o pracę, które przyciągają szerokie spektrum potencjalnych pracowników. Niezbędne staje się zatem szkolenie rekruterów w zakresie DEI.

02 SZKOLENIA I ROZWÓJ ZAWODOWY

Szkolenia są kluczowe dla osiągnięcia sukcesów i podnoszenia kompetencji pracowników. Programy rozwoju zawodowego i inwestycje w edukację pracowników powinny uwzględniać różnorodne perspektywy i ścieżki kariery oraz oferować wsparcie dla wszystkich grup pracowników.

03 KULTURA ORGANIZACYJNA

Budowanie kultury organizacyjnej opartej na wartościach DEI wymaga konsekwentnych działań, takich jak wprowadzenie polityk antydyskryminacyjnych, promowanie otwartej komunikacji i stworzenie przestrzeni do wyrażania opinii. Celem innowacyjnych organizacji jest zaangażowanie pracowników w ten proces.

Strategia DEI w biznesie to etyczny obowiązek, ale także narzędzie zwiększające konkurencyjność i zapewniające sprawne działanie i innowacyjność firmy. Organizacje, które skutecznie wdrażają DEI oprócz większego zaangażowania pracowników, zyskują pozytywny wizerunek, przyciągają talenty, gdyż pracownicy czują się doceniani, a także zwiększają lojalność klientów. W efekcie osiągają lepsze wyniki finansowe.

Jakie korzyści niesie implementacja strategii DEI?

Implementacja strategii DEI przynosi wiele korzyści, zarówno na poziomie indywidualnym, jak i organizacyjnym. Zwiększa innowacyjność i efektywność zespołów, poprawia wyniki finansowe i retencję pracowników, a także buduje pozytywny wizerunek firmy.

Innowacyjność

Różnorodne zespoły są bardziej kreatywne i lepiej przygotowane do rozwiązywania problemów, co prowadzi do większej innowacyjności.

Większa efektywność teamów

Zespoły prowadzone w oparciu o zasady DEI są bardziej zaangażowane i efektywne, co sprzyja rozwiązywaniu problemów i przekłada się na lepsze wyniki i realizację celów biznesowych.

Poprawa wyników finansowych

Firmy, które inwestują w DEI, często osiągają lepsze wyniki finansowe dzięki większej innowacyjności, lojalności klientów i zaangażowaniu pracowników.

Lepsza retencja zatrudnionych osób

Inkluzywne środowisko pracy przyciąga talenty i zwiększa retencję pracowników, co jest kluczowe w obliczu rosnącej konkurencji na rynku pracy.

Budowanie inkluzywnego środowiska pracy

Tworzenie inkluzywnego środowiska pracy jest fundamentem strategii DEI i kluczem do sukcesu organizacji w dłuższej perspektywie.



Inicjatywy wspierające idee DEI



Karta Różnorodności

Karta Różnorodności jest inicjatywą Komisji Europejskiej, mającą na celu tworzenie inkluzywnych miejsc pracy, w których wszyscy pracownicy są traktowani równo, bez względu na płeć, wiek, pochodzenie etniczne, orientację seksualną, religię, czy niepełnosprawność. Organizacje, które podpisują Kartę, zobowiązują się do aktywnego przeciwdziałania wszelkim formom dyskryminacji. W Polsce Karta Różnorodności została wprowadzona w 2012 roku. Inicjatywa ta jest koordynowana przez Forum Odpowiedzialnego Biznesu, które wspiera firmy w procesie wdrażania zasad różnorodności.

Great Place To Work

Great Place To Work jest światowym autorytetem w dziedzinie kultury miejsca pracy, doświadczeń pracowników i zachowań przywódczych. Certyfikat Great Place To Work przyznawany jest firmom na podstawie wyników badań opinii pracujących dla nich ludzi. Chcąc go uzyskać, firma musi być wśród nich ceniona za panującą wewnątrz atmosferę, poczucie sprawczości, możliwości rozwoju i zdobywania osiągnięć.

B Corp

B Corp to jeden z najbardziej wymagających certyfikatów na świecie, przyznawany firmom, które spełniają rygorystyczne kryteria społecznej i środowiskowej odpowiedzialności. W trakcie procesu weryfikacji B Impact Assessment™, firma poddaje ocenie swój wpływ w pięciu kluczowych obszarach: zarządzanie, środowisko, pracownicy, społeczność i klienci.





Równość stawiamy pośrodku

Głos eksperta



Lidl to w większości kobiety - na ponad 27 tys. pracowników sieć zatrudnia 21 tys. kobiet. Jak podkreśla Marta Florczak, członkini zarządu ds. personalnych Lidl Polska, ważna jest kwestia równego traktowania i jawności wynagrodzeń, a firma, która stawia na sprawiedliwość w traktowaniu pracowników, zyskuje przewagę konkurencyjną i przyciąga młodych, utalentowanych kandydatów.



Marta Florczak
członkini zarządu ds.
personalnych Lidl Polska

Kobieca strona Lidla

– „Kobieca Strona Lidla” to inicjatywa, która ma na celu wspieranie różnorodności w miejscu pracy, co ma duże znaczenie w kontekście współczesnego rynku pracy. Lidl to w większości kobiety – na ponad 27 tys. pracowników pracuje u nas 21 tys. kobiet. W ramach projektu poruszamy tematy związane z rodzicielstwem, powrotami do pracy po urlopach macierzyńskich i tacierzyńskich, a także opieką nad dziećmi i osobami starszymi, które są niezwykle aktualne i istotne w kontekście społecznym. Rozmawiamy o stereotypach, które mogą wpływać na naszą pracę, są często głęboko zakorzenione w społeczeństwie i ich przełamywanie wymaga świadomego działania i dialogu. W mniejszych miastach i miasteczkach, gdzie ta świadomość może być mniejsza, działania promujące różnorodność są szczególnie ważne. Małe kroki, które podejmujemy, mogą z czasem przynieść duże zmiany. Kontynuowanie tych wysiłków i inspirowanie innych do działania przyczynia się do tworzenia bardziej otwartej i inkluzywnej społeczności, w której każdy będzie czuł się akceptowany i szanowany – zauważa Marta Florczak, członkini zarządu ds. personalnych Lidl Polska

Dobre praktyki

Dla **Procter & Gamble** różnorodność i inkluzywność to nie pusty korporacyjny slogan, tylko strategia działania, która jest motorem innowacji i rozwoju - zarówno dla organizacji, jak i dla pracowników i społeczności.

Procter & Gamble, do którego należą takie marki jak Ariel, Pampers, Oral-B czy Gillette, ostrzega potencjał i unikalne zdolności osób neuroróżnorodnych, firma stara się zapewnić tej grupie pracowników równe szanse na rozwój.

Zatrudnianie osób neuroróżnorodnych to w Procter & Gamble przemysłany, holistyczny proces. Począwszy od specjalnie dostosowanych programów rekrutacji, poprzez dostosowanie środowiska pracy, szkolenia dla menedżerów, aż do wdrożenia w obowiązki. Firma dba o to, by pracownicy neuroróżnorodni mieli zapewnione warunki, które najlepiej odpowiadają ich potrzebom, korzystając ze wsparcia wyspecjalizowanych partnerów zewnętrznych, takich jak Fundacja AsperIT.



Biedronka stawia na inkluzywność: Już ponad tysiąc pracowników z niepełnosprawnościami



Sieć **Biedronka** w ramach strategii społecznej odpowiedzialności biznesu i zrównoważonego rozwoju zwiększa liczbę pracowników posiadających orzeczenie o niepełnosprawności, tworząc przyjazne i sprawiedliwe miejsce pracy, w którym każdy otrzymuje równe szanse rozwijania swoich talentów i potencjału. Wspiera tym samym budowanie różnorodnego oraz włączającego środowiska pracy i życia.

Biedronka jest największym pracodawcą w Polsce. Zatrudnia ponad 81 tysięcy pracowników, w tym ponad 1000 osób z niepełnosprawnościami. W 2024 roku sieć wprowadziła nowe stanowisko w sklepach – asystenta kas samoobsługowych, na którym pracuje obecnie kilkaset osób z niepełnosprawnością. Zostało ono zaprojektowane z myślą o ich szczególnych potrzebach i jest do nich najbardziej dostosowane spośród wszystkich stanowisk w sklepach Biedronka.

Samsung stworzył DEI Forum

Forum powstało w celu wymiany informacji pomiędzy pracownikami nt. różnorodności, równości i włączenia oraz w oparciu o dialog i zbadanie wewnętrznych potrzeb pracowniczych. Projekt jest efektem przyjętych przez firmę globalnie Human Rights Principles i odpowiedzią na potrzeby pracowników w Polsce. W ramach Forum odbyły się 3 spotkania gdzie wypracowano zapisy lokalnej polityki różnorodności oraz wyłoniono ambasadorów promujących DEI.

Czym jest bioróżnorodność i jak firmy mogą ją wspierać?

Bioróżnorodność, czyli różnorodność form życia na Ziemi, obejmuje wszystkie organizmy – od mikroorganizmów, przez rośliny, aż po zwierzęta – oraz ich interakcje w ekosystemach. To fundament funkcjonowania naszej planety, który zapewnia nam dostęp do czystej wody, powietrza, żywności oraz surowców naturalnych. Niestety, działalność człowieka, w tym intensywna eksploatacja zasobów i zmiany klimatyczne, przyczynia się do utraty tej różnorodności. Firmy, które świadomie zarządzają swoim wpływem na środowisko, mogą

odegrać kluczową rolę w jej ochronie i odbudowie.

Dlaczego bioróżnorodność ma znaczenie dla biznesu?

Ochrona bioróżnorodności to obowiązek moralny, ale także sposób na zrównoważony rozwój i długoterminową stabilność działalności gospodarczej. Zdrowe ekosystemy wspierają produkcję rolno-spożywczą, stabilizują klimat i redukują ryzyko katastrof naturalnych. Z perspektywy biznesu, inwestowanie w ochronę przyrody może przynosić korzyści w postaci innowacji, nowych rynków oraz wzrostu wartości marki w oczach świadomych konsumentów.



Unijne regulacje, takie jak standardy raportowania ESRS i dyrektywa CSRD, zobowiązują firmy do uwzględniania bioróżnorodności w raportach zrównoważonego rozwoju, co obejmuje ochronę gatunków i ekosystemów zgodnie ze standardem ESRS E4 oraz zasadą DNSH (Do No Significant Harm). Dodatkowo, rozporządzenie dotyczące taksonomii UE wymaga, aby działalność firm wspierała przynajmniej jeden z sześciu celów środowiskowych, w tym ochronę i odbudowę bioróżnorodności, nie powodując szkód w pozostałych obszarach.

Jak firmy mogą wspierać bioróżnorodność?



Zrównoważone zarządzanie zasobami

Firmy powinny dążyć do minimalizacji swojego wpływu na środowisko poprzez efektywne wykorzystanie surowców, redukcję odpadów i ograniczenie emisji gazów cieplarnianych. W sektorze rolniczym i leśnym kluczowe jest wdrażanie praktyk, które chronią gleby, wodę i siedliska przyrodnicze.



Tworzenie przestrzeni przyjaznych przyrodzie

Przedsiębiorstwa mogą inicjować działania na rzecz odbudowy lokalnych ekosystemów, np. zakładać łąki kwietne wokół swoich siedzib, instalować budki lęgowe dla ptaków i owadów czy wprowadzać elementy zielonej infrastruktury w miastach. Warto jednak pamiętać, że aby skutecznie chronić przyrodę, musimy rozróżniać działania

faktycznie wspierające środowisko od tych, które jedynie stwarzają pozory ekologicznego zaangażowania. Kluczowe jest zrozumienie różnicy między naturalnymi ekosystemami a ich sztucznymi, antropogenicznymi odpowiednikami oraz unikanie uproszczonych rozwiązań, które mogą prowadzić do nieodwracalnych strat.



Współpraca z partnerami i lokalnymi społecznościami

Wspieranie projektów z zakresu ochrony przyrody i edukacji ekologicznej, a także partnerstwo z organizacjami pozarządowymi, to ważne kroki ku zwiększeniu świadomości ekologicznej i skuteczniejszej ochronie bioróżnorodności.



Zrównoważony łańcuch dostaw

Firmy mogą promować produkty i surowce pozyskiwane w sposób odpowiedzialny oraz współpracować z dostawcami, którzy przestrzegają zasad ochrony środowiska. Certyfikaty takie jak FSC, MSC czy Fair Trade pomagają w wyborze odpowiedzialnych źródeł.



”

Jak biznes może skutecznie zaangażować się w ochronę bioróżnorodności?

Głos eksperta



Pierwszym krokiem firmy w działaniach na rzecz ochrony przyrody powinna być dokładna diagnoza. Musimy zbadać, z jakim terenem mamy do czynienia: co go wyróżnia przyrodniczo, w jakim jest stanie i jakie zmiany są potrzebne, by osiągnąć pożądany stan.

Należy zacząć od przeglądu swojej działalności, czyli przeprowadzenia audytu, który pomoże zidentyfikować, w jaki sposób działalność firmy wpływa na ekosystemy i gatunki. W oparciu o ten audyt, firma już może np.

podejmować świadome decyzje dotyczące lokalizacji inwestycji oraz zarządzania jej wpływem na przyrodę.

Ważne jest unikanie negatywnego oddziaływania – czyli zasada „nie szkodzić”. Jeśli istnieje alternatywa dla np. lokalizacji nowej inwestycji, firma powinna wybierać miejsca o mniejszej wartości przyrodniczej. Aby to zrobić, niezbędna jest współpraca ze specjalistami, którzy ocenią wartość ekologiczną terenów, na których firma zamierza działać.

Kolejnym krokiem jest minimalizacja wpływu – jeżeli oddziaływanie firmy na środowisko jest nieuniknione, należy dążyć do zminimalizowania

swojego wpływu na ekosystemy. Ważne jest, aby takie decyzje były dobrze przemyślane i jak najmniej ingerujące w środowisko naturalne.

Ostatnim krokiem jest, jeśli to konieczne, podjęcie działań naprawczych, takich jak regeneracja ekosystemów. Przykładem może być finansowanie projektów ekologicznych, które mogą obejmować działania takie jak ochrona torfowisk, odbudowa półnaturalnych łąk, czy zasypywanie rowów w celu poprawy stosunków wodnych w obszarach przyrodniczo cennych.

Firmy mogą angażować się w takie projekty, współpracując z ekspertami i organizacjami ekologicznymi, co gwarantuje, że ich działania będą skuteczne, a środki finansowe wykorzystywane w sposób odpowiedzialny. Dzięki takim inicjatywom firmy nie tylko minimalizują swoje negatywne oddziaływanie na środowisko, ale także przyczyniają się do



Dr Piotr Mikołajczyk, Główny Specjalista – środowisko, bioróżnorodność, Centrum UNEP/GRID-Warszawa

jego odbudowy. Bardzo cieszy coraz większe zrozumienie roli i funkcji przyrody wśród przedsiębiorców oraz ich zaangażowanie i wsparcie przeróżnych inicjatyw na rzecz zachowania lub odtwarzania cennych ekosystemów. Nasi partnerzy biznesowi realizują z nami takie projekty, współpracując choćby w ramach Programu Re:Generacja, prowadzonego przez nas w całej Polsce i wpisującego się w Dekadę Odtwarzania Ekosystemów proklamowaną przez ONZ.



Bioróżnorodność w działaniu - inspirujące inicjatywy

ING przeznacza 1,5 mln zł na ochronę bioróżnorodności

ING przekazał darowiznę w wysokości 1,5 mln zł na działania związane z ochroną i odbudową siedlisk rzadkich polskich ptaków na przyrodniczo cennym terenie Natura 2000 Błota Rakutowskie. Celem tego projektu jest podniesienie świadomości na temat środowiskowej roli mokradeł. Projekt będzie realizowany przez Fundację WWF Polska oraz partnera lokalnego (Towarzystwo Przyrodnicze ALAUDA) w oparciu o Taksonomię UE i techniczne kryteria kwalifikacji dla celu bioróżnorodność. W roli niezależnej jednostki certyfikującej występuje UNEP/GRID-Warszawa.



Lidl Polska, chcąc chronić populację ważnych dla ekosystemu owadów, tworzy przy swoich sklepach łąki kwietne. Sieć ma w planach także stworzenie łąk o powierzchni 40 tys. mkw. w projektowanych centrach dystrybucyjnych. Poszanowanie bioróżnorodności to jeden z filarów strategii CSR w Lidl Polska.

Łączna powierzchnia zasadzonych przez Lidl Polska łąk odpowiada wielkości prawie 800 boisk siatkarskich

Tydzień Lasów to coroczna, globalna kampania realizowana przez FSC, organizację wyznaczającą standardy dla odpowiedzialnej gospodarki leśnej. Celem kampanii jest zwiększanie świadomości na temat odpowiedzialnego zarządzania lasami oraz wpływu tych akcji na przeciwdziałanie zmianie klimatu i spadkowi bioróżnorodności. Wśród uczestników mogą znaleźć się przedsiębiorstwa związane z pozyskiwaniem i przetwarzaniem drewna, takie jak tartaki, firmy meblarskie oraz producenci papieru i opakowań. Inicjatywa przyciąga także wydawnictwa, sieci handlowe, markety budowlane czy producentów zabawek.



Pustułki w zakładach Cemex Polska

Projekt ochrony pustułek Cemex rozpoczął w 2011 roku. Nadzór nad skrzyniami lęgowymi - m.in.w Cementowni Chełm pełnił dr Bartosz Janic z Katedry Ekologii i Zoologii Kręgowców Uniwersytetu Łódzkiego, zapewniając wsparcie merytoryczne i opiekę naukową w ramach prowadzonego projektu. Obecnie w zakładach Cemex znajduje się łącznie 14 skrzyń lęgowych, a kolejnych 30 firma sfinansowała, aby wspierać pustułki w innych częściach kraju.

Czym są zielone certyfikaty?

Zielone certyfikaty to oficjalne oznaczenia przyznawane produktom, usługom, budynkom i firmom, które spełniają określone standardy ekologiczne oraz zrównoważonego rozwoju. Mają na celu promowanie praktyk przyjaznych środowisku oraz pomagają konsumentom identyfikować produkty i usługi, które są zgodne z wartościami ekologicznymi.



Przykłady znanych zielonych certyfikatów



****LEED
(Leadership in Energy
and Environmental
Design)****

Certyfikat przyznawany budynkom, które spełniają wysokie standardy efektywności energetycznej i zrównoważonego projektowania.



****BREEAM
(Building Research
Establishment
Environmental
Assessment
Method)****

Jeden z najstarszych i najbardziej uznanych certyfikatów dla budynków zrównoważonych, oceniający ich wpływ na środowisko.



****Energy Star****

Certyfikat przyznawany produktom elektronicznym i urządzeniom, które są energooszczędne.



****Fair Trade****

Oznaczenie dla produktów wytwarzanych zgodnie z zasadami sprawiedliwego handlu, zapewniających uczciwe warunki pracy i zrównoważone praktyki rolnicze.



****Forest Stewardship
Council (FSC)****

Certyfikat dla produktów drewnianych i papierowych, które pochodzą

z odpowiedzialnie zarządzanych lasów.



****EU Ecolabel****

Oznaczenie przyznawane produktom i usługom w Unii Europejskiej, które mają mniejszy wpływ na środowisko w całym cyklu życia.



****Cradle to Cradle****

Certyfikat oceniający produkty pod kątem ich przyjazności dla środowiska, w tym recyklingu i zrównoważonego projektowania.



Jakie korzyści przynoszą zielone certyfikaty?



Wzrost zaufania konsumentów

Zielone certyfikaty pomagają budować zaufanie klientów, którzy chcą kupować produkty i usługi zgodne z ich wartościami ekologicznymi.



Zwiększona konkurencyjność

Firmy posiadające zielone certyfikaty mogą wyróżnić się na rynku i przyciągnąć klientów zainteresowanych zrównoważonym rozwojem.



Oszczędności

Produkty i budynki certyfikowane jako zielone często cechują się wyższą efektywnością energetyczną, co może prowadzić do oszczędności kosztów.



Zgodność z regulacjami

Posiadanie zielonych certyfikatów może pomóc firmom w spełnianiu coraz bardziej rygorystycznych wymagań prawnych dotyczących ochrony środowiska.

Jak uzyskać zielone certyfikaty?

Proces uzyskiwania zielonych certyfikatów różni się w zależności od rodzaju certyfikatu, ale zazwyczaj obejmuje następujące kroki:

Ocena

Przeprowadzenie oceny produktów, usług lub budynków pod kątem spełnienia określonych standardów.

Aplikacja

Złożenie wniosku o certyfikację do odpowiedniej organizacji.

Audyt

Przeprowadzenie audytu przez niezależnego eksperta w celu weryfikacji zgodności z wymaganiami.

Certyfikacja

Przyznanie certyfikatu po pomyślnej ocenie i audycie.



Zielone certyfikaty na rynku nieruchomości

Głos eksperta



Pierwsze certyfikaty w Polsce pojawiły się ponad 10 lat temu i dość szybko przestały być jedynie elementem marketingowym. Stały się składową budowania przewagi konkurencyjnej, dzięki czemu wykształcił się nowy standard nieruchomości.

Co ważne, dzięki certyfikatom, zaczęliśmy mieć do czynienia z jednolitymi kryteriami ekologicznymi, które można było stosować

w różnych typach budynków. Wcześniej brakowało spójnych wytycznych, co powodowało dezorientację, który budynek spełnia założenia zrównoważonego rozwoju. Ponadto certyfikaty odegrały kluczową rolę w analizie i optymalizacji zużycia energii oraz wody w budynkach, co pozwalało na redukcję kosztów operacyjnych, i zostało docenione przez gros właścicieli nieruchomości.

Ważny element przy finansowaniu lub refinansowaniu inwestycji

Zielone certyfikaty nie mają dziś wyłącznie wizerunkowego

znaczenia. Dla inwestorów, którzy zarządzają portfelem nieruchomości, są nie tylko potwierdzeniem standardów budynku, ale też stanowią ważny element przy finansowaniu lub refinansowaniu inwestycji. Banki bowiem coraz uważniej przyglądają się ekologicznym aspektom nieruchomości. Także w procesach sprzedaży coraz częściej analizuje się te kwestie. Oczywiście istnieją pewne różnice sektorowe.

Certyfikacje oceniają, czy budynki są dostosowane do lokalnych warunków, takich jak zmiany klimatu, ryzyko powodzi i inne czynniki związane z bezpieczeństwem. Dla inwestorów to istotna kwestia, bo certyfikacja nie tylko obniża wspomniane ryzyka, ale również zwiększa pewność, że budynek został zaprojektowany i zbudowany zgodnie z odpowiednimi standardami.



**Andrzej Gutowski,
dyrektor generalny ESG
w regionie CEE, Colliers**

Certyfikaty stają się także coraz ważniejsze dla najemców, którzy oczekują wysokiej jakości i bezpieczeństwa środowiska, w którym działają.



Jak wygląda procedura pozyskania “zielonego certyfikatu”? Od czego należy zacząć?

Każdy proces zaczyna się od wstępnej oceny budynku, czy to w przypadku nowego projektu, gdzie analizujemy założenia i lokalizację, czy też budynku już istniejącego.

W tym drugim przypadku stosujemy standard certyfikacji do konkretnego obiektu, oceniając jego potencjał. Wskazujemy, które wymagania budynek może spełnić od razu, a co wymaga dodatkowych zmian lub dokumentacji.

Kolejnym kluczowym krokiem jest dyskusja z uczestnikami procesu: projektantami, generalnym wykonawcą, a także właścicielem czy inwestorem, szczególnie w przypadku nowo projektowanych budynków. Wypracowujemy wtedy strategię certyfikacji, w ramach której dobieramy odpowiednie punkty z systemu certyfikacji. Na tym etapie warto zadać

pytanie, co jest najważniejsze dla inwestora i dla rynku? Czy kluczowe są kwestie ekologiczne, efektywność wodna, czy może jedynie uzyskanie określonego poziomu certyfikacji dla celów marketingowych? Odpowiedzi stanowią wytyczne dla strategii certyfikacji, ponieważ każdy właściciel może mieć nieco inne oczekiwania dotyczące tego certyfikatu.

Podsumowując, najpierw strategia, później kwestia wdrożenia, a następnie walidacja. W końcowym etapie właściciel budynku musi udokumentować, że to, co zadeklarowano w strategii certyfikacji, zostało zrealizowane. Na końcu następuje potwierdzenie przez niezależną jednostkę, która weryfikuje przedstawioną dokumentację i decyduje o przyznaniu certyfikatu oraz jego poziomu.



Współpraca biznesu z fundacjami i lokalnymi społecznościami

Corporate Social Responsibility (CSR), czyli społeczna odpowiedzialność biznesu, to podejście, w którym firmy dobrowolnie uwzględniają potrzeby społeczne, środowiskowe i etyczne w swojej działalności. W praktyce oznacza to m.in. inwestowanie w lokalne społeczności, działania na rzecz edukacji, wspieranie zdrowia publicznego czy dbanie o środowisko naturalne. CSR to z jednej strony narzędzie budowania pozytywnego wizerunku, ale także realny wkład w poprawę jakości życia ludzi.

Obecnie CSR nabiera nowego wymiaru. Współczesna społeczna odpowiedzialność biznesu ewoluuje, dostosowując się do zmieniających się oczekiwań społeczeństwa, konsumentów, pracowników i inwestorów. CSR coraz częściej jest ściśle powiązany z podstawową działalnością firmy. Zamiast traktować CSR jako odrębny obszar, przedsiębiorstwa projektują produkty, usługi i procesy w sposób sprzyjający środowisku i społeczeństwu. Przykładem są firmy modowe wdrażające zasady gospodarki cyrkularnej czy producenci elektroniki promujący naprawę urządzeń zamiast ich wymiany.

Przykłady najczęściej realizowanych działań z zakresu CSR



Wsparcie lokalnych społeczności

Organizowanie programów edukacyjnych, szkoleń czy inicjatyw poprawiających jakość życia w regionie, gdzie działa firma.



Dotacje

Wsparcie finansowe organizacji charytatywnych, fundacji czy instytucji kultury.



Wolontariat pracowniczy

Pracownicy firmy angażują się w działania społeczne, np. sprzątanie przestrzeni publicznych, pomoc seniorom czy opieka nad zwierzętami.



Proekologiczne kampanie

Edukowanie konsumentów na temat zrównoważonego stylu życia.



Programy prozdrowotne

Organizowanie badań profilaktycznych, warsztatów o zdrowym stylu życia czy zapewnianie benefitów zdrowotnych.



Inwestycje w edukację i rozwój

Stypendia i granty. Finansowanie programów edukacyjnych dla młodzieży i studentów.



Partnerstwa z uczelniami:

Organizowanie staży, warsztatów i programów mentorskich dla młodych talentów.



Szkolenia pracownicze

Inwestowanie w rozwój kompetencji pracowników

Jak to robi biznes

„Co łączy lidera rynku dostaw z warszawskim Bankiem Żywności?”

Głos eksperta



Glovo jest zaangażowane we wspólny projekt społeczny z Bankiem Żywności SOS w Warszawie.

Centrum Dostaw Społecznych (Punkt pod Parasolem), który Glovo prowadzi wspólnie z Bankiem Żywności SOS w Warszawie, to mały magazyn na Woli, gdzie jest przechowywana uratowana nadwyżka jedzenia. Wolontariusze oraz zespół Punktu segregują i pakują zebraną żywność, która następnie, między innymi

za pomocą logistyki Glovo, jest dystrybuowana do potrzebujących.

Tym sposobem Glovo i BŻ SOS wspierają regularnie już ponad 1000 osób dystrybuując prawie 6000 kg żywności miesięcznie – jedzenie można odebrać osobiście lub otrzymać dostawę za pośrednictwem Glovo, co szczególnie wspiera osoby z ograniczoną mobilnością czy niepełnosprawnościami.

– To część naszego globalnego projektu Social Delivery Center, czyli Centrum Dostaw Społecznych. Pierwsze takie punkty otworzyliśmy w Hiszpanii – w Barcelonie i Madrycie – co nie jest przypadkiem, bo to właśnie z Hiszpanii pochodzi Glovo. W założeniu są to magazyny ulokowane bliżej centrum miast, aby skrócić dystans do sklepów i osób potrzebujących, w przeciwieństwie do tradycyjnych banków żywności, które mają magazyny na obrzeżach. Naszym celem jest magazynowanie żywności zagrożonej zmarnowaniem, pakowanie jej w paczki i szybkie dostarczanie potrzebującym. Projekt pozwala nam również skalować działania za pomocą platformy Glovo Access, która wspiera organizacje pozarządowe, umożliwiając im darmowe dostawy. Polska była dla nas naturalnym wyborem przy rozwijaniu tego projektu – nawiązaliśmy współpracę z Bankiem Żywności SOS w Warszawie, co okazało się



Małgorzata Żurowska,
Impact & Sustainability
Lead w Glovo

idealnym połączeniem naszych możliwości logistycznych i ich doświadczenia – mówi Małgorzata Żurowska, Impact & Sustainability Lead w Glovo.

Glovo za ten projekt zostało, kolejny rok z rzędu, laureatem nagrody Innovator Roku ESG w kategorii społecznej.

– To dla nas szczególna nagroda, bo od początku stawiamy na długoterminowe, mierzalne efekty. Zależy nam na rozwoju projektów społecznych i ekologicznych, które wpisują się w naszą strategię długofalowego działania. W Glovo mamy



**Agnieszka Deja,
Wiceprezesa Zarządu
Banku Żywności SOS
w Warszawie.**

zasadę, że część przychodu z każdego zamówienia w aplikacji jest przeznaczana na fundusz finansujący nasze inicjatywy społeczne i ekologiczne. Dzięki temu tworzymy stabilne podstawy dla tych działań i możemy lepiej planować ich rozwój. Chcemy być inspiracją dla innych firm, pokazując, że nawet młode przedsiębiorstwa mogą podejmować odpowiedzialne społecznie działania. Łączymy nasz podstawowy model biznesowy z inicjatywami wpływającymi

na dobro społeczne i środowisko. Naszym celem jest rozwijanie współpracy z organizacjami pozarządowymi i tworzenie długoterminowych, mierzalnych projektów, które mogą być replikowane na innych rynkach – dodaje Małgorzata Żurowska.

Bank Żywności SOS w Warszawie to organizacja pozarządowa, która od 30 lat pozyskuje żywność od producentów i sieci handlowych i za pośrednictwem organizacji partnerskich dostarcza je do osób potrzebujących. Glovo jest jednym z głównych partnerów wspierających tę inicjatywę.



– Jesteśmy największym Bankiem Żywności w Polsce, a takich banków jest łącznie 31. Rocznie pozyskujemy ponad 2 miliony kilogramów żywności. Trafia ona do naszego magazynu w Regułach, a stamtąd do 103 organizacji działających w Warszawie i okolicach. Glovo to przykład wspaniałej współpracy – wspiera finansowo naszą działalność misyjną, ale także flotą, logistyką i całym know how. Dzięki nim uczymy się mierzyć te działania i nasze oddziaływanie społeczne.

Ratowanie żywności to nie tylko pomoc potrzebującym, ale też ochrona środowiska. Z jednej strony wspieramy ludzi, a z drugiej zmniejszamy ilość odpadów, które trafiają na wysypiska. To dla nas ogromna wartość i motywacja do dalszej pracy. Wciąż jest co robić i okazuje się, że Glovo także to dostrzega – komentuje Agnieszka Deja, Wiceprezesa Zarządu Banku Żywności SOS w Warszawie.

Glovo to pionierska aplikacja delivery, łącząca klientów z restauracjami, aptekami, sklepami spożywczymi i punktami partnerskimi. Założona w 2015 roku w Barcelonie firma Glovo jest pierwszą firmą technologiczną, zorientowaną na wpływ, działającą na 23 rynkach w Europie Południowej, Azji Środkowej i Afryce. Więcej informacji: [Glovo](https://glovo.com).

Glovo!

Bank Żywności SOS
w Warszawie



Jak to robi biznes

NEPI Rockcastle wspiera Kampanię Dzieciństwo bez Przemocy

Kampania Dzieciństwo bez Przemocy ma na celu przeciwdziałanie przemocy wobec dzieci w Polsce. 14 centrów handlowych **NEPI Rockcastle** włącza się w promocję kampanii, udostępniając przestrzeń na działania edukacyjne lokalnych partnerów kampanii, a także media społecznościowe, aby uwrażliwić odbiorców na problem krzywdzenia dzieci. Kampania Dzieciństwo bez Przemocy jest organizowana przez Fundację Dajemy Dzieciom Siłę oraz Krajową Koalicję na rzecz Ochrony Dzieci. Głównym partnerem kampanii jest Rzeczniczka Praw Dziecka.



„Dni Zdrowia” w Carrefour

W ramach globalnej strategii transformacji żywieniowej i zaangażowania w poprawę jakości życia społeczności lokalnych, **Galerie Handlowe Carrefour** podjęły inicjatywę zorganizowania tzw. „Dni Zdrowia”. Wydarzenia te, odbyły się na terenie czterech galerii handlowych należących do sieci. W projekcie wzięli udział eksperci z różnych dziedzin zdrowia i medycyny, a celem akcji było podniesienie świadomości na temat zdrowego stylu życia i profilaktyki zdrowotnej, a także ułatwienie dostępu do bezpłatnych usług medycznych. W ramach „Dni Zdrowia” zorganizowanych przez Galerie Handlowe Carrefour uczestnicy mieli dostęp do szerokiego wachlarza bezpłatnych badań, konsultacji i zabiegów, które były zaprojektowane tak, aby sprostać różnorodnym potrzebom zdrowotnym.



Jak to robi biznes



Wolontariat pracowniczy Procter&Gamble

Filozofia Procter & Gamble w odniesieniu do wolontariatu pracowniczego opiera się na prostych zasadach. Koncern, który na terenie Polski posiada biuro główne, centra usług oraz trzy zakłady produkcyjne, wspiera działania i akcje charytatywne zarówno w sąsiedztwie swoich biur i fabryk, jak i w całym kraju. Dzięki temu pracownicy mają szansę wywierać realny wpływ na społeczności, w których sami na co dzień żyją i pracują. Każdy pracownik ma rocznie do dyspozycji dwa w pełni płatne dni, które może poświęcić na udział w dowolnej inicjatywie charytatywnej, zgodnie ze swoimi potrzebami i wartościami. Działania wolontaryjne odbywają się w zgodzie z wartościami firmy. Przykładem takiego projektu są Szkolne Parki Kieszonkowe. W ramach tej inicjatywy P&G we współpracy z organizacją Dotlenieni.org stworzyła zielone przestrzenie przy szkołach na warszawskim Targówku, w sąsiedztwie należącej do koncernu fabryki Pampers. W tworzeniu parków kieszonkowych udział wzięli pracownicy fabryki.

65 tys. paczek z fabryki Kraft Heinz w Pudliszkach dla potrzebujących

Packathonu to inicjatywa firmy **Kraft Heinz** prowadzona we współpracy z organizacją Rise Against Hunger. Wypełnione jedzeniem i witaminami paczki trafiają z Pudliszek do potrzebujących w Zimbabwe. To część zobowiązania Kraft Heinz, którego celem jest dostarczenie 1,5 miliarda posiłków dla osób potrzebujących z 48 krajów do 2025 roku. Do inicjatywy przyłączyło się 200 osób, w tym pracownicy Kraft Heinz oraz mieszkańcy Pudliszek i okolicznych miejscowości, a także przedstawiciele lokalnych władz i mediów. Każda z przygotowanych paczek zawiera podstawowe produkty spożywcze, takie jak: ryż, soja i soczewica oraz witaminy i mikroelementy, które są niezbędnym składnikiem codziennej diety i pomogą wesprzeć walkę z głodem w jednym z najbardziej potrzebujących regionów świata.



Sztuczna inteligencja (AI) wspiera ESG

Sztuczna inteligencja coraz częściej znajduje zastosowanie w realizacji strategii ESG, pomagając firmom mierzyć, analizować i osiągać cele zrównoważonego rozwoju.

Dzięki zaawansowanym algorytmom i analizie danych, AI może zapewnić efektywniejsze monitorowanie śladu węglowego, prognozowanie ryzyk klimatycznych czy optymalizację procesów produkcyjnych w kierunku zmniejszenia zużycia zasobów naturalnych.

W obszarze społecznym AI wspiera transparentność i różnorodność, analizując dane rekrutacyjne, identyfikując luki w równouprawnieniu i eliminując potencjalne uprzedzenia. W zakresie zarządzania pomaga w identyfikacji ryzyk finansowych, przewidywaniu skutków regulacji i tworzeniu bardziej przejrzystych raportów ESG.

Technologie oparte na sztucznej inteligencji zmieniają sposób, w jaki firmy podchodzą do wyzwań ESG, pozwalając na szybsze reagowanie na problemy oraz na bardziej świadome planowanie działań. W miarę rozwoju AI możemy spodziewać się jeszcze bardziej precyzyjnych i innowacyjnych rozwiązań wspierających odpowiedzialny biznes i globalne cele zrównoważonego rozwoju.

Wykorzystanie AI w raportowaniu ESG

Na bazie doświadczeń ekspertów firmy SAIO SA, roboty biznesowe mogą pomóc w gromadzeniu danych i tworzeniu raportów ESG poprzez takie działania, jak:

Weryfikacja i zbieranie dokumentacji

Dzięki technologii robotics i AI można wdrażać roboty wspierające weryfikację i zbieranie dokumentacji (np. emisji CO₂) z baz danych rządowych.

Wsparcie w wywiadach i zbieraniu danych

Roboty mogą wspomagać weryfikację wdrożonych polityk ESG i realizowanych działań oraz wskaźników ESG przez dostawców bądź odbiorców w łańcuchach dostaw.

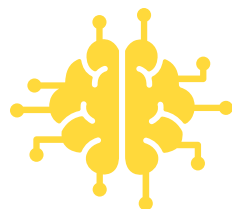
Dostarczanie wskaźników ESG

Jako rozszerzenie powyższego rozwiązania, roboty mogą dostarczać, wyliczać i monitorować bądź porównywać wskaźniki ESG na bazie zgromadzonych danych.

Zespół MORAI (polskiej firmy specjalizującej się w badaniach i rozwoju w obszarze sztucznej inteligencji) w skład którego wchodzi matematycy, programiści i przedsiębiorcy, stworzył platformę do eksperymentów sztucznej inteligencji. **Laketool** to narzędzie umożliwiające szybką weryfikację pomysłów biznesowych i przetwarzanie ich na modele predykcyjne AI, które znajdują szerokie zastosowanie w obszarze ESG. W kontekście środowiskowym, AI może przewidywać zużycie zasobów naturalnych, emisję gazów cieplarnianych, a także monitorować ślad węglowy przedsiębiorstw. W zakresie społecznym, modele predykcyjne pomagają ocenić wpływ decyzji biznesowych na lokalne społeczności oraz przewidzieć skutki wdrażania polityk równościowych. W obszarze ładu korporacyjnego, AI może analizować zgodność z regulacjami prawnymi i standardami branżowymi, a także przewidywać ryzyka związane z łańcuchem organizacyjnym, umożliwiając bardziej świadome zarządzanie firmą zgodne z wymogami ESG.

” i wyzwania ESG - jak firmy mogą odpowiedzialnie korzystać ze sztucznej inteligencji?

Głos eksperta



W ciągu ostatnich dwóch lat sztuczna inteligencja stała się jednym z głównych tematów także w biznesie. Mówi się o niej zarówno w kontekście optymalizacji procesów produkcyjnych, jak i innowacji w e-biznesie. Jednak coraz częściej zauważa się zjawisko tzw. AI-washing'u – czyli promowania się przez firmy jako innowacyjne organizacje wykorzystujące AI, podczas gdy jej

faktyczne zastosowanie bywa marginalne.

Częstym problemem jest brak odpowiedniego szkolenia pracowników w zakresie korzystania z narzędzi AI. Firmy chętnie podkreślają swoją innowacyjność w komunikacji zewnętrznej, ale wewnątrz organizacji te technologie bywają używane sporadycznie i nie zawsze efektywnie. To tworzy pewien dysonans i może być odbierane negatywnie – zarówno przez klientów, jak i społeczeństwo.

Sztuczna inteligencja to jednak także poważne wyzwania środowiskowe i społeczne. Narzędzia AI są niezwykle energochłonne, co wiąże się z wysokimi emisjami gazów cieplarnianych. Jednocześnie rozwój infrastruktury, takiej jak

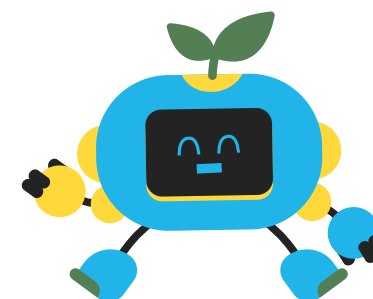


Monika Michalska, Ekspert ds. ESG w Nationale-Nederlanden Polska i Climate Leadership

serwerownie, wymaga metali rzadkich, których wydobycie bywa nieetyczne i wiąże się z naruszeniami praw człowieka. Problemem jest również brak przejrzystości – wiele firm nie ujawnia, w jaki sposób pozyskuje te surowce. Można się spodziewać, że cyfrowy ślad węglowy,

generowany właśnie przez innowacyjne rozwiązania AI, również będzie ujawniany – warto zatem przemyśleć rozwiązania, które mogą wpłynąć na brak możliwości strategii ESG.

Należy pamiętać, że sztuczna inteligencja – choć sama w sobie może przynosić korzyści – niesie za sobą istotne ryzyka ESG. Firmy, które decydują się na korzystanie z AI, powinny mieć świadomość jej wpływu środowiskowego i społecznego, bo te kwestie będą coraz bardziej podnoszone w dialogu publicznym i biznesowym. Ważne, aby organizacje nie tylko wdrażały AI, ale robiły to w sposób odpowiedzialny i transparentny.



ESG przyszłością biznesu. Co nas czeka?

Raport Trendy ESG 2024/2025 przedstawia kluczowe trendy i wyzwania w obszarze zrównoważonego rozwoju, koncentrując się na aspektach środowiskowych, społecznych i zarządczych. Podkreślono rosnące znaczenie dyrektywy CSRD, która wprowadza obowiązek transparentnego raportowania działań ESG przez przedsiębiorstwa, zwiększając ich odpowiedzialność oraz konkurencyjność na rynku.

W raporcie zwrócono szczególną uwagę na gospodarkę obiegu zamkniętego (GOZ), odnawialne źródła energii (OZE) oraz ślad węglowy jako kluczowe obszary działań w zakresie ESG. Wskazano również na rosnącą rolę różnorodności, równości i inkluzyjności (DEI) w budowaniu zrównoważonej kultury organizacyjnej oraz na współpracę firm z lokalnymi społecznościami i fundacjami.

Jednym z istotnych tematów poruszanych w raporcie jest wykorzystanie nowych technologii, takich jak sztuczna inteligencja, która wspiera raportowanie ESG, oraz modele biznesowe oparte na gospodarce współdzielenia i modelu „Product as a Service” (PaaS). Te innowacyjne rozwiązania pozwalają na bardziej efektywne zarządzanie zasobami oraz minimalizację negatywnego wpływu na środowisko.

Raport ESG 2024/2025 pokazuje, że zrównoważony rozwój nie jest już opcją, lecz koniecznością dla firm dążących do długoterminowego sukcesu. Wdrożenie strategii ESG to odpowiedź na regulacje prawne i realna szansa na zwiększenie konkurencyjności, optymalizację kosztów i budowanie zaufania interesariuszy.

Firmy, które już teraz podejmą działania w zakresie ESG, będą lepiej przygotowane na przyszłe wyzwania rynkowe i regulacyjne. Kluczowe jest przyjęcie strategii opartej na transparentności, innowacjach i współpracy, aby efektywnie zarządzać ryzykami oraz wykorzystywać szanse płynące ze zrównoważonego rozwoju.

W obliczu globalnych zmian gospodarczych i środowiskowych ESG staje się fundamentem odpowiedzialnego biznesu, który przyczynia się nie tylko do wzrostu wartości przedsiębiorstwa, ale także do budowy lepszej przyszłości dla społeczeństwa i planety.

Raport nie powstałby bez zaangażowania ekspertów i partnerów, którzy swoją wiedzą i doświadczeniem przyczynili się do stworzenia kompleksowego opracowania, wspierając działania na rzecz zrównoważonego rozwoju.

Dziękujemy!

