

RAPORT

TRENDY ESG

2025/26



PARTNERZY:



Oddajemy w Państwa ręce kolejną edycję **RAPORTU TRENDÓW ESG 2025/2026** – przegląd najważniejszych zmian, kierunków i wyzwań, które realnie wpływają dziś na decyzje biznesowe. Ostatnie miesiące to sporo zawirowań wokół regulacji związanych z raportowaniem zrównoważonego rozwoju, dlatego raport otwieramy analizą **aktualnej sytuacji regulacyjnej**. Głos oddajemy ekspertom reprezentującym organizacje biznesowe i doradcze, którzy na co dzień wspierają firmy w interpretacji i wdrażaniu wymogów. Uzupełnieniem tej części jest rozmowa z ekspertem PFR, pokazująca kierunki wsparcia dla transformacji przedsiębiorstw.

W drugiej części koncentrujemy się na **trendach, które przekładają się na konkretne inwestycje i strategie**: gospodarce o obiegu zamkniętym, dekarbonizacji i transformacji energetycznej, zrównoważonym budownictwie oraz rozwoju elektromobilności. To obszary, które najbardziej przybliżają biznes do realizacji celów klimatycznych oraz budowy niskoemisyjnej, nowoczesnej gospodarki.

Trzecia część to **technologie**, które przyspieszają zmianę – od rozwiązań Green-Tech po wykorzystanie AI w zarządzaniu danymi środowiskowymi, optymalizacji procesów i raportowaniu. Pokazujemy nie wizję, lecz narzędzia i kierunki rozwoju, które już dziś wchodzą do praktyki operacyjnej firm.

Nie pomijamy też obszaru, który budzi coraz większe emocje – **komunikacji ESG**. Analizujemy, gdzie kończy się rzetelna informacja, a zaczyna ryzyko greenwashingu, jak budować wiarygodną strategię wizerunkową i jak przygotować organizację na rosnącą kontrolę przekazu.

Raport zamyka część poświęcona **CSR**, rozumianemu jako uzupełnienie działań systemowych – od eko-edukacji i projektów na styku biznesu i kultury, po inicjatywy prozdrowotne i współpracę z lokalnymi społecznościami.

Tegoroczna edycja to przewodnik po tym, co w ESG jest dziś obowiązkiem, co przewagą, a co rosnącym ryzykiem. Bez ogólników – z naciskiem na praktykę, decyzje i konsekwencje dla biznesu.

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

DZIĘKUJEMY!

SPIS TREŚCI

1. REGULACJE – GŁOS EKSPERTÓW

2. TRENDY ESG

- ▶ GOZ
- ▶ OZE
- ▶ GREEN BUILDINGS
- ▶ ELEKTROMOBILNOŚĆ

3. TECHNOLOGIE, KTÓRE PRZYSPIESZAJĄ ZMIANĘ

4. KOMUNIKACJA ESG

5. ODPOWIEDZIALNY BIZNES – CSR



ZRÓWNOWAŻONY ROZWÓJ TO DZIŚ ZNACZNIE WIĘCEJ NIŻ ESG I RAPORTY

Rok 2026 zaczyna się w atmosferze pozornego oddechu. Część firm słyszy dziś: nie musicie raportować, terminy zostały przesunięte, obowiązki dotyczą głównie największych. I faktycznie tak jest w przypadku wielu przedsiębiorstw. Formalne wymogi koncentrują się obecnie na największych podmiotach, zatrudniających ponad 1000 pracowników i osiągniętych powyżej 450 milionów euro obrotu. Nie oznacza to jednak, że pozostałe firmy mogą spokojnie wrócić do starego porządku.

Zrównoważony rozwój to dziś znacznie więcej niż ESG i raporty. To **twarde prawo środowiskowe, społeczne oraz wymagania dotyczące sposobu prowadzenia działalności**. Wyższe opłaty środowiskowe, rosnące koszty emisji, odpady i rozszerzona odpowiedzialność producenta, nowe wymogi dotyczące produktów, energii, wody czy bezpieczeństwa pracy. Te regulacje nie znikają. Przeciwnie: rosną wymagania techniczne, środowiskowe i pracownicze oraz związane z nimi koszty, niezależnie od tego, czy firma publikuje raport, czy nie.

Firmy muszą też brać pod uwagę rynek. Coraz częściej będą poddawane ocenie i weryfikacji pod kątem zgodności nie tylko z przepisami prawa środowiskowego i społecznego, lecz także z zasadami oraz ambicjami swoich największych kontrahentów. W zamówieniach publicznych aspekty środowiskowe i społeczne są coraz częściej premiowane, a w niektórych sektorach, jak budownictwo, parametry środowiskowe wyrobów stają się rynkowym standardem. Banki zaczynają różnicować warunki finansowania w zależności od ryzyk klimatycznych, środowiskowych i pracowniczych. Brak danych, planu lub działań oznacza dziś droższy kredyt, gorsze warunki ubezpieczenia albo utratę kontraktu.

Rok 2026 jest więc **momentem wyboru**. Jedne firmy uznają, że skoro nie mają formalnego obowiązku raportowania, mogą wycofać się z planowanych działań. Inne potraktują ten czas jako moment budowy przewagi rynkowej: opracują strategie i plany działań, uporządkują procesy, ograniczą ryzyka oraz przygotowują się na zmiany w prawie i oczekiwania rynku. To nie są ambicje ESG. To decyzje biznesowe.

Komitet Zrównoważonego Biznesu KIG, którego jestem przedstawicielką, rekomenduje, aby w 2026 roku firmy zadały sobie proste pytanie: co stracę, jeśli nic nie zrobię i co mogę zyskać, jeśli zacznę działać, zamiast czekać na wytyczne i wymogi narzucane przez innych. Zrównoważony rozwój nie jest dziś kwestią obowiązku raportowania, lecz odporności, wia-

rygodności i konkurencyjności. Nie trzeba tego tłumaczyć firmom, które od lat uwzględniają te kwestie w swoich procesach biznesowych.

Rok 2026 pokaże, które przedsiębiorstwa traktują ten kierunek jako koszt, a które jako inwestycję – i **które z nich za kilka lat wciąż będą obecne na rynku**, w zamówieniach, w finansowaniu i w łańcuchach dostaw.



UPROSZCZENIE ZASAD RAPORTOWANIA ZRÓWNOWAŻONEGO ROZWOJU PARADOKSALNIE MOŻE WZMOCNIĆ SKUTECZNOŚĆ DZIAŁAŃ KLIMATYCZNYCH

Rada Ministrów 24 lutego 2026 roku przyjęła projekt ustawy o zmianie ustawy o rachunkowości, przedłożony przez Ministra Finansów i Gospodarki. Dzięki nowym przepisom część firm, które muszą sporządzać tzw. raporty zrównoważonego rozwoju, zostanie zwolniona z tego obowiązku za lata 2025 i 2026.

NAJWAŻNIEJSZE ZMIANY DOTYCZĄCE RAPORTOWANIA ESG

Zgodnie z pakietem upraszczającym przepisy UE, ograniczona ma zostać liczba firm objętych obowiązkiem składania raportów zrównoważonego rozwoju (ESG). Raportować będą musiały tylko największe firmy, czyli takie, które: zatrudniają ponad 1000 pracowników oraz osiągają przychody – ponad 450 mln euro rocznie.

Firmy, które sporządziły raport ESG za 2024 rok, a które według nowych przepisów UE nie będą już objęte tym obowiązkiem, nie będą musiały sporządzać takich raportów za lata 2025 i 2026.

SKORZYSTANIE Z ROZWIĄZANIA BĘDZIE DOBROWOLNE

O decyzji zdecyduje np. zarząd spółki, biorąc pod uwagę m.in. strategię firmy, koszty raportowania oraz korzyści biznesowe. Przyjęte rozwiązanie ma poprawić konkurencyjność przedsiębiorstw, szczególnie w sytuacji rosnącej presji konkurencyjnej ze strony rynków poza Unią Europejską.

W ostatnich latach firmy mierzyły się z bardzo szybkim przyrostem obowiązków sprawozdawczych, które generowały ryzyko utraty elastyczności strategicznej.

Podniesienie progów podmiotowych w zakresie obowiązku raportowania, **ograniczenie efektu „trickle-down”** wobec mniejszych podmiotów czy bardziej **proporcjonalne podejście do due diligence** należy rozumieć jako próbę świadomego zarządzania „trade-offami” – pomiędzy potrzebą transparentności a zdolnością przedsiębiorstw do inwestowania, innowacji i utrzymania globalnej konkurencyjności.

Nadal **raportowanie zrównoważonego rozwoju pozostaje ważnym narzędziem**, ale jego wartość powinna być mierzona przede wszystkim tym, na ile wspiera podejmowanie decyzji biznesowych, zarządzanie ryzykiem i alokację kapitału, przy jednoczesnym poszanowaniu wpływu na środowisko naturalne i społeczeństwo.

Jednocześnie uproszczenia nie oznaczają odejścia od agendy klimatycznej – przeciwnie, jej znaczenie ewoluuje. **Transformacja energetyczna** staje się dziś nie tylko kwestią środowiskową, lecz także **elementem bezpieczeństwa gospodarczego** i suwerenności energetycznej Polski i Europy, szczególnie w kontekście niestabilnego otoczenia geopolitycznego.

Dlatego **zarządzanie zrównoważonym rozwojem powinno przesunąć się z modelu „compliance-driven” w kierunku podejścia strategicznego**, w którym dane, nie tylko finansowe, wspierają realne decyzje inwestycyjne: transfor-

mację energetyki, efektywność zasobową czy budowanie odpornych łańcuchów wartości.

Uproszczenie regulacji może więc paradoksalnie wzmocnić skuteczność działań klimatycznych – pod warunkiem, że raportowanie pozostanie ukierunkowane na to, co tworzy wartość ekonomiczną i społeczną, a nie na samą objętość ujawnianych informacji.



BUDUJMY ZIELONĄ INTELIGENCJĘ, NIE DOPUŚĆMY DO ZIELONEJ CISZY

Firmy stoją dziś przed koniecznością minimalizowania ryzyka greenwashingu i budowania wiarygodnej komunikacji środowiskowej. Presję zwiększają nadchodzące regulacje, w tym wdrożenie dyrektywy wzmacniającej pozycję konsumenta w zielonej transformacji. Równolegle rośnie zagrożenie greenhushingiem, czyli wycofywaniem się firm z komunikacji ESG z obawy przed sankcjami. Odpowiedzią na oba zjawiska powinna być Zielona Inteligencja, nowy trend na 2026 rok.

Z perspektywy ekspertki od antygreenwashingu, jedno jest pewne: „bycie eko” przestaje być domeną marketingowej narracji, a staje się obszarem twardej odpowiedzialności regulacyjnej i kompetencyjnej - po stronie firm, regulatorów i konsumentów.

Rok 2026 przyniesie **zaostrenie nadzoru nad komunikacją środowiskową i wzrost liczby postępowań**. Choć nadal nie-pewny jest los głównej dyrektywy antygreenwashingowej, czyli Green Claims (projekt został jednak zawieszony pod presją części biznesu i polityków), nie znaczy to, że temat znika. W Polsce zacznie za chwilę obowiązywać dyrektywa 2024/825 (Consumer Empowerment for Green Transition), która rozszerza katalog nieuczciwych praktyk rynkowych i wprost uderza w greenwashing. Zakazane będą ogólne, nieudowodnione hasła typu „eko” czy „neutralny klimatycznie”, a także prywatne „eko-znaczniki” bez oparcia w uznanych systemach certyfikacji. Każde oświadczenie środowiskowe będzie musiało być precyzyjne i oparte na danych.

Już dziś za wprowadzanie w błąd grożą kary do 10 proc. rocznego obrotu, UOKiK prowadzi postępowania wobec dużych firm a siedem z nich dostało zarzuty. Po zaostreniu ustaw konsumenckich, **kary za greenwashing sięgną setek milionów złotych - wg. szacunków UOKiK-u 560 mln zł w ciągu pierwszych dziesięciu lat**. Oko regulatora patrzy głównie na duże podmioty, ale regulacje dotyczą też MŚP. UOKiK planuje zatrudnienie dodatkowych specjalistów, którzy zajmować się będą tylko tym tematem.

Wszystkie te działania podejmowane są po to, by zapewnić konsumentom rzetelne, porównywalne i weryfikowalne informacje środowiskowe (i społeczne), bo coraz częściej to one decydują one o wyborach konsumenckich. Ważne, by podkreślić, że celem regulacji NIE JEST ograniczenie możliwości komunikowania cech produktów oraz rezygnacja z „zielonych” informacji.

Jednocześnie jednak dostrzegam ryzyko pojawienia się tego zjawiska, które ma nawet swoją nazwę: greensushing. To świadome wycofywanie się z komunikacji ESG z obawy przed zarzutami greenwashingu i kontrolą regulatorów. Długotrwała, systemowa **„zielona cisza” jest realnym i bardzo dużym ryzykiem**, bo może stać się czynnikiem hamującym transformację.

I tu wchodzi na scenę **silny pozytywny trend**, który powinniśmy wspólnie promować - Zielona Inteligencja. To koncepcja stworzona przez Magdalenę Sułek Domańską, która pojawiła się podczas naszych wspólnych badań nad zieloną komunikacją. Stawia ona silnie na edukację i budowanie wiarygodnej komunikacji marketingowej, opartej na transparentnych kryteriach oraz potwierdzonych certyfikatach. Jej celem jest zwiększenie świadomości konsumentów w zakresie zrównoważonej konsumpcji.

Osobiście angażuję się w tworzenie i promowanie spójnego, szerokiego **systemu Zielonej Inteligencji**. Powinien on opierać się na skutecznie egzekwowanych regulacjach, jasno określonych standardach branżowych i wiarygodnych systemach certyfikacji, a także na odpowiedzialnych praktykach biznesowych.

Równie istotne jest **wzmacnianie zaufania do informacji oraz podnoszenie kompetencji konsumentów** – zarówno w zakresie krytycznej oceny oznaczeń środowiskowych, jak i świadomych wyborów związanych ze zrównoważonym stylem życia.

Nie jest to wyłącznie wyzwanie dla przedsiębiorstw. Administracja publiczna, organizacje pozarządowe, środowisko naukowe i media dysponują dziś narzędziami pozwalającymi na wspólne rozwijanie Zielonej Inteligencji. Zapraszam i zachęcam do takiej wspólnej inicjatywy.



20% FIRM MA STRATEGIĘ ESG. RESZTA MOŻE STRACIĆ FINANSOWANIE

SEKTOR MŚP W POLSCE WCHODZI W FAZĘ, W KTÓREJ ESG PRZESTAJE BYĆ DOBROWOLNYM TRENDZEM WIZERUNKOWYM, A STAJE SIĘ FUNDAMENTEM OPERACYJNYM. W PERSPEKTYWIE NAJBLIŻSZYCH 2 - 3 LAT KLUCZOWE TRENDY BĘDĄ KONCENTROWAĆ SIĘ NA CYFRYZACJI DANYCH NIEFINANSOWYCH ORAZ PRESJI ZE STRONY ŁAŃCUCHÓW DOSTAW – MÓWI **MAGDA GAJOWNIK, DYREKTOR BIURA TRANSFORMACJI AI I CYFRYZACJI, PFR SA.**

PFR niedawno uruchomił Test Gotowości ESG. Co daje to narzędzie?

Znaczenie rzetelnej oceny aktualnego poziomu gotowości organizacji to punkt wyjścia do planowania działań, budowy strategii ESG i przygotowania do obowiązków raportowych. Wdrażanie ESG bez uprzedniej diagnozy jest jak nawigowanie bez mapy. Rzetelna ocena aktualnego stanu organizacji czyli **Test Gotowości ESG** pozwala zrozumieć, gdzie firma już spełnia standardy, a gdzie występują luki regulacyjne czy operacyjne. Taka kolejność zapobiega podejmowaniu chaotycznych działań, które mogą być nieefektywne kosztowo. Dopiero po diagnozie firma może świadomie przejść do edukacji (nabywania kompetencji), układania procesów i wdrożenia konkretnych narzędzi.

Jak PFR wspiera firmy po diagnozie?

Wsparcie Polskiego Funduszu Rozwoju wykracza daleko poza sam etap diagnostyczny, oferując przedsiębiorstwom kompleksową ścieżkę wdrażania standardów zrównoważonego rozwoju. Po wypełnieniu Testu Gotowości ESG, firmy mogą skorzystać z Kompendium wiedzy, które systematyzuje kluczowe pojęcia, regulacje oraz najlepsze praktyki w obszarach środowiskowym i społecznym. Kolejnym filarem są bezpłatne kursy online i warsztaty tematyczne na platformie Strefa Wiedzy PFR, które pozwalają zespołom zrozumieć praktyczne aspekty dyrektywy CSRD, obliczania śladu węglowego czy unikania greenwashingu.

Niezwykle istotnym elementem wsparcia jest Partnerstwo Technologiczne PFR, dzięki któremu organizacje mogą bezkosztowo testować cyfrowe narzędzia do automatyzacji raportowania i monitorowania łańcucha dostaw, co minimalizuje ryzyko błędów i ułatwia zarządzanie strategią. Całość procesu domyka dostęp do aktualizowanych baz źródeł finansowania, wspierających transformację energetyczną i operacyjną firm w kierunku ESG.



Patrząc z perspektywy małych i średnich przedsiębiorstw, które często nie podlegają jeszcze bezpośrednio dyrektywie CSRD – jakie realne korzyści może dziś przynieść wykonanie Testu Gotowości ESG, poza samą świadomością regulacyjną?

Wykonanie Testu Gotowości ESG przynosi małym i średnim przedsiębiorstwom wymierne korzyści biznesowe, które wykraczają poza samą świadomość nadchodzących regulacji. Przede wszystkim narzędzie to pozwala na rzetelną i bezpłatną ocenę stopnia przygotowania organizacji w 10 kluczowych obszarach, takich jak strategia, wpływ na środowisko czy ład organizacyjny. Dzięki temu firma otrzymuje szczegółową analizę swoich mocnych stron oraz obszarów wymagających poprawy, co stanowi gotowy punkt wyjścia do budowy odpowiedzialnego i nowoczesnego biznesu. Ponadto, wynik testu otwiera firmie drogę do dalszych etapów programu, takich jak bezpłatne testowanie narzędzi cyfrowych w ramach Partnerstwa Technologicznego, co pozwala na budowanie przewagi rynkowej bez konieczności ponoszenia wysokich kosztów początkowych.

Załóżmy że wyniki testu pokazują średni poziom gotowości firmy X na poziomie 50%. Jak PFR interpretuje ten wynik? Co rekomenduje takiemu podmiotowi? Od czego radzi zacząć?

Uzyskanie średniego wyniku, na poziomie około 50%, należy interpretować jako sygnał do przejścia z fazy świadomości do fazy pogłębionego działania. PFR rekomenduje takim podmiotom skorzystanie z Kompendium wiedzy, które stanowi centralne źródło informacji o standardach środowiskowych i społecznych, pozwalając na precyzyjne uzupełnienie zdiagnozowanych braków. Kolejnym krokiem powinno być podnoszenie kompetencji zespołów poprzez bezpłatne kursy online dotyczące m.in. obliczania śladu węglowego, taksonomii UE czy rzetelnej komunikacji

bez greenwashingu. Kluczowym czynnikiem sukcesu jest tutaj zaangażowanie nie tylko zarządów, ale i pracowników, ponieważ to ich wiedza operacyjna decyduje o skuteczności wdrożenia strategii.

Z badań wynika, że MŚP w kontekście ESG najczęściej mierzą się takimi wyzwaniami jak: brak wiedzy, zasobów, danych, a często także przekonania o biznesowej wartości ESG. Czy z Państwa obserwacji też to wynika? Z jakimi barierami najczęściej mierzą się MŚP? Której z tych barier jest najtrudniej zaradzić? Wydaje się, że dostęp do wiedzy nie powinien być barierą, właśnie dzięki takim narzędziom jak Wasze – często udostępnianym za darmo.

Największymi barierami dla firm są obecnie brak specjalistycznej wiedzy, ograniczone zasoby oraz trudności w gromadzeniu danych. Odpowiedzią na te wyzwania jest integracja strategii ESG z nowoczesnymi technologiami w ramach Partnerstwa Technologicznego PFR.

Program ten umożliwia firmom bezpłatne testowanie narzędzi do automatycznego generowania raportów oraz monitorowania wpływu na środowisko w czasie rzeczywistym. W najbliższych latach najsilniejszymi trendami wpływającymi na rynek będą cyfrowe paszporty produktów oraz rosnące znaczenie oceny podwójnej istotności, na co Test Gotowości ESG pozwala przygotować się już dzisiaj.

Zapewne firmy z sektora MŚP najczęściej trafiają do Testu jako podmioty z łańcuchów dostaw dużych firm objętych dyrektywami. Jakie konkretne oczekiwania ESG ze strony dużych kontrahentów powinny dziś szczególnie zwrócić uwagę mniejszych firm?

Współczesny rynek ewoluuje w stronę modelu, w którym dane niefinansowe stają się równie istotne jak wyniki sprzedażowe, a mniejsze firmy muszą sprostać precyzyjnym wymaganiom swoich większych

partnerów, aby utrzymać miejsce w łańcuchu dostaw. Duży kontrahenci, zobligowani dyrektywą CSRD, coraz częściej uzależniają współpracę od transparentności w kilku kluczowych obszarach tj. znajomość śladu węglowego organizacji, posiadanie standardów etycznych, czy należyta staranność. Ignorowanie tych sygnałów wiąże się z realnym ryzykiem wykluczenia z przetargów, w których kryteria ESG mogą stanowić już około 20% końcowej oceny oferty. Test Gotowości ESG pozwala mniejszym podmiotom na rzetelną autoocenę w tych 10 obszarach i przygotowanie się na nadchodzące audyty kontrahenckie.

Z różnego rodzaju raportów i badań wynika, że tylko 20% firm posiada strategię ESG, a jednocześnie ponad połowa deklaruje, że planuje ją wdrożyć. Jak Test Gotowości ESG pomaga MŚP przejść od deklaracji do realnych działań i uniknąć „papierowego ESG”?

Uniknięcie „papierowego ESG” jest możliwe dzięki diagnostycznemu charakterowi testu, który po wypełnieniu generuje nie tylko wynik zbiorczy, ale przede wszystkim szczegółową analizę mocnych stron oraz praktyczne wskazówki wdrożeniowe. Taka diagnoza staje się punktem wyjścia do korzystania z dalszych etapów programu, w tym darmowych kursów merytorycznych i Partnerstwa Technologicznego, gdzie firmy mogą testować cyfrowe narzędzia do automatycznego generowania raportów. W ten sposób deklaracje o „planowaniu wdrożenia” zostają zastąpione przez uporządkowaną ścieżkę, która integruje cele środowiskowe i społeczne z realną strategią biznesową organizacji.

Patrząc na dane dotyczące niskiego poziomu szkoleń pracowników w zakresie ESG – czy PFR postrzega kompetencje zespołów jako kluczowy czynnik sukcesu wdrożeń ESG w MŚP, a nie tylko obowiązek zarządów i właścicieli?

Kompetencje całych zespołów są fundamentalnym czynnikiem sukcesu transformacji ESG. Odchodzi się od traktowania tego obszaru wyłącznie jako obowiązku zarządów czy właścicieli. Wdrożenie zrównoważonego rozwoju wymaga zaangażowania pracowników na różnych szczeblach, ponieważ to ich codzienna wiedza operacyjna decyduje o rzetelności raportowania i skuteczności działań prośrodowiskowych. Aby wesprzeć ten proces, platforma Strefa Wiedzy PFR oferuje bezpłatne kursy online skierowane nie tylko do kadry zarządzającej, ale także do specjalistów i osób, które dopiero rozpoczynają swoją drogę w tym obszarze.

Jakie kluczowe trendy w obszarze ESG będą w najbliższych 2 - 3 latach najsilniej wpływać na sektor MŚP w Polsce – i czy Test Gotowości ESG już dziś pozwala firmom przygotować się na te nadchodzące zmiany?

Sektor MŚP w Polsce wchodzi w fazę, w której ESG przestaje być dowolnym trendem wizerunkowym, a staje się fundamentem operacyjnym. W perspektywie najbliższych 2 - 3 lat kluczowe trendy będą koncentrować się na cyfryzacji danych niefinansowych oraz presji ze strony łańcuchów dostaw. Z analiz PFR wynika, że choć ponad 50% firm planuje wdrożenie strategii ESG, obecnie posiada ją tylko 20%. Najbliższe lata przyniosą profesjonalizację tych dokumentów i ich ścisłą integrację z modelem biznesowym. Banki i instytucje finansowe będą coraz silniej uzależniać warunki kredytowe od wyników ESG. Firmy z wysokim poziomem gotowości zyskają dostęp do tańszego kapitału na transformację. Dzięki działaniom PFR w obszarze ESG, MŚP mogą przestać działać reaktywnie i zacząć budować przewagę konkurencyjną w oparciu o realne dane i sprawdzone standardy.



GOZ W DZIAŁANIU – INSPIRUJĄCE INICJATYWY



Gospodarka o obiegu zamkniętym (GOZ) to podejście, w którym surowce i produkty jak najdłużej pozostają w użyciu, a odpady stają się zasobem, a nie problemem. Chodzi o projektowanie, produkcję i logistykę w taki sposób, by **ograniczać straty materiałów, zużycie energii i ilość odpadów** trafiających na składowiska.

Dla firm GOZ to **konkretne decyzje** m.in.: zmiana materiałów, wydłużanie życia produktów, ponowne wykorzystanie komponentów, tworzenie miejsc ułatwiających zbiórkę odpadów czy rozwój modeli opartych na naprawie, wynajmie i recyklingu.

Gospodarka o obiegu zamkniętym nie sprowadza się do samego recyklingu. Choć debata publiczna często koncentruje się właśnie na nim, warto podkreślić, że **recykling jest jedynie końcowym ogniwem całego procesu transformacji gospodarczej**. Obecnie obserwowana stagnacja wskaźnika cyrkularności w UE – który od ponad dekady utrzymuje się na poziomie około 12% – wynika przede wszystkim z tego, że ciągle funkcjonujemy w gospodarce zaprojektowanej liniowo: w modelu „wyprodukuj – użyj – wyrzucić”.

Recykling sam w sobie napotyka poważne bariery ekonomiczne – **materiały wtórne w wielu przypadkach pozostają droższe od surowców** pierwotnych, gdyż rynek nie uwzględnia rzeczywistych kosztów środowiskowych eksploatacji zasobów naturalnych. Do tego dochodzi problem projektowania produktów: złożone materiały, które są trudne do rozdzielania i odzyskania, stanowią dziś normę, a nie wyjątek.

Wierzę, że przyszłość mody może być cyrkularna. Nie chciałabym tego nazywać trendem, bo to coś więcej. Cykularność jest wyzwaniem, które wymaga współpracy wielu podmiotów – nie może ograniczać się do działań jednej firmy. **Ekonomia cyrkularna musi być opłacalna** nie tylko dla biznesu, ale również dla konsumentów.

Natomiast jednym z wyzwań jest różnorodność rynków w Europie – mamy kraje bardziej i mniej zamożne, co widać w zachowaniach konsumentów. Dlatego cyrkularna **moda nie może być elitarna, tylko demokratyczna**. Każdy powinien mieć możliwość zakupu ubrań, które są zgodne z zasadami cyrkularności.

Trzeba zbudować cały ekosystem, który wspiera cyrkularność – również na poziomie legislacyjnym. Regulacje powinny z jednej strony budować popyt, wymagając na przykład użycia materiałów z recyklingu, a z drugiej **wspierać branżę modową finansowo**, podobnie jak to ma miejsce w sektorze elektromobilności, gdzie rozwój technologii jest wspierany grantami i dofinansowaniami.

Podstawą efektywnego wykorzystania materiałów jest także **projektowanie produktów, aby można je było później łatwo rozłożyć i naprawić albo rozebrać na elementy, które nadają się do recyklingu**. Ważne jest także włączanie surowców z recyklingu w nowe procesy produkcyjne oraz tworzenie produktów trwałych, które można wielokrotnie serwisować.

Jednym z ciekawych modeli w ramach gospodarki obiegu zamkniętego jest **zamiana produktu na usługę**. Świetnym przykładem jest wiertarka. Ile razy przeciętny domownik korzysta z niej w ciągu roku? Zazwyczaj zaledwie kilka. Przez resztę czasu leży nieużywana w szafie.

Aby Europa rzeczywiście zaczęła „**zamykać obieg**”, niezbędne są zmiany systemowe, które obecnie zaczynają być wdrażane poprzez regulacje takie jak PPWR (wymogi dotyczące minimalnej zawartości recyklatów w produktach) czy ESPR (projektowanie produktów pod kątem ich dalszego życia). To właśnie te regulacje – jeśli zostaną konsekwentnie wdrożone – **mogą zmienić logikę całego systemu gospodarczego**, przełamując dotychczasowy impas. Ale prawdziwa zmiana nie nastąpi wyłącznie dzięki regulacjom.

Firmy, które chcą pozostać konkurencyjne, będą musiały przestawić swoje strategię na dłuższy cykl życia produktów, projektowanie sprzyjające odzyskowi materiałów oraz efektywne wykorzystanie zasobów. Potrzebna jest również **zmiana po stronie konsumentów**, którzy muszą zacząć wybierać produkty trwalsze, naprawialne i możliwe do ponownego użycia.

Widzimy już pewne postępy w tych działaniach, ale procesy legislacyjne w Unii Europejskiej są bardzo czasochłonne, co bywa frustrujące. Jednak kierunek jest właściwy – **dążymy do zamykania obiegu tekstyliów i przekształcania odpadów w zasoby**.

Ważne jest także to, żeby reguły gry były równe dla wszystkich. Niestety, teraz tak nie jest. Przykładem są platformy spoza Europy, które korzystają ze zwolnienia z opłat celnych dla paczek poniżej 150 euro. To prowadzi do tego, że konsumenci, szukając najniższych cen, korzystają z takich platform, co nie wspiera zrównoważonej mody.

Kluczowe jest więc **wsparcie regulacyjne oraz ograniczenie sytuacji, w których różne firmy działają na nierównych zasadach**. Ważne jest, by ustawodawcy wyznaczyli jasne granice i zadbali o to, by wszystkie podmioty miały te same obowiązki. Bez tego trudno będzie rozwijać cyrkularną modę na poziomie globalnym.

Tymczasem, jeśli zamiast kupować wiertarkę, moglibyśmy ją wypożyczyć – co w Polsce już funkcjonuje – to jedna wiertarka mogłaby obsłużyć wiele gospodarstw domowych. W efekcie zużywalibyśmy znacznie mniej zasobów.

To myślenie w duchu „**nie posiadać, ale korzystać**” świetnie sprawdza się w praktyce. Przykładów mamy sporo: biblioteki czy systemy rowerów miejskich. Pytanie brzmi: na jakie inne obszary życia możemy przenieść ten model? Kluczowe jest także, aby produkty były bardziej trwałe i łatwiejsze do naprawy. Dzięki temu dłużej pozostają w obiegu, co przekłada się na realne oszczędności zasobów.



EWA KUREK

ANALITYK ESG W DEPARTAMENCIE ANALIZ
MAKROEKONOMICZNYCH BANKU PEKAO SA



EWA JANCZUKOWICZ-CICHOSZ

EKSPERTKA DS. ZRÓWNOWAŻONEGO ROZWOJU W LPP



MAŁGORZATA GRESZTA

PARTNERKA ZARZĄDZAJĄCA CSR CONSULTING



PONOWNE WYKORZYSTANIE PLASTIKOWYCH OPAKOWAŃ: BIEDRONKA WYKORZYSTAŁA 6 TYS. TON RECYKLATU.

Plastik, który mógłby trafić na wysypiska, w Biedronce dostał drugie życie. W samym 2024 roku w opakowaniach marek własnych sieci znalazło się niemal 6 tys. ton recyklatu – materiału powstałego z przetworzonych odpadów plastikowych. Recyklat to tworzywo powstające z odpadów plastikowych, które zamiast na wysypisko trafia ponownie na półki sklepowe – w formie nowych opakowań. Stosowanie recyklatu w opakowaniach pozwala ograniczyć zużycie surowców pierwotnych, zmniejszyć emisję CO₂ i zredukować ilość odpadów trafiających do środowiska.



DRUGIE ŻYCIE WIATRaków. BLADE BROTHERS ZMIENIAJĄ ODPADY W INFRASTRUKTURĘ.

Zużyte łopaty turbin wiatrowych to materiał trudny do recyklingu, a jednocześnie powstający w coraz większej skali. Polscy inżynierowie z Blade Brothers znaleźli na to innowacyjną odpowiedź – tworzą z tych elementów infrastrukturę miejską, meble, place zabaw, instalacje artystyczne i obiekty inżynieryjne. Blade Brothers połączyli wiedzę techniczną z kreatywnością i zaczęli tworzyć rozwiązania, które są trwałe, piękne i robią efekt WOW. A przy okazji odpowiadają na poważny problem środowiskowy.



KONIEC Z WYRZUCANIEM UBRAŃ. LPP WPROWADZA SPECJALNIE OZNAKOWANE POJEMNIKI NA NIEPOTRZEBNĄ ODZIEŻ.

Zebrane ubrania trafią do potrzebujących lub będą recyklingowane. W ten sposób spółka stworzyła możliwość zawracania ubrań do ponownego obiegu nie tylko w dużych miastach, ale także w mniejszych miejscowościach. Odzież zebrana w sklepach LPP trafia do Centrum Integracji Społecznej w Gdyni, gdzie jest wstępnie segregowana i dzielona na dwie główne kategorie: nadającą się do ponownego użycia oraz niespełniającą wymagań jakości. Odzież w dobrym stanie jest przekazywana Towarzystwu Pomocy im. św. Brata Alberta, które rozdysponowuje ją wśród osób potrzebujących.



ENERGIA Z ODPADÓW: PREZERO BUDUJE CENTRUM ENERGII WŁOCŁAWEK (CEW)

Instalacja rocznie przetworzy 90 000 ton odpadów komunalnych, nienadających się do recyklingu i będzie produkować około 700 000 GJ ciepła, które w całości trafi do miejskiej sieci i zabezpieczy w 100% tzw. podstawę ciepłowniczą miasta.

IKEA STAWIA NA GOZ I URUCHAMIA PLATFORMĘ SECOND-HAND

To internetowe miejsce typu marketplace w którym klienci mogą sprzedać używane meble. Na Platformie Second-hand IKEA klienci mogą wystawiać na sprzedaż używane produkty IKEA - te dostępne w aktualnej ofercie, jak i meble i akcesoria z niedostępnych już kolekcji.

ALLEGRO ODZYSKAJ - NOWA USŁUGA WSPIERAJĄCA CYRKULARNOŚĆ ELEKTRONIKI

Allegro OdZyskaj pozwala bezpiecznie i wygodnie sprzedać urządzenie: smartfon, tablet, smartwatch, konsolę czy słuchawki. Odnowione urządzenia trafiają do sprzedaży na Allegro w specjalnie oznaczonych kategoriach.

W GALERII PÓŁNOCNEJ W WARSZAWIE URUCHOMIONO PIERWSZĄ W POLSCE STREFĘ RECYKLINGU.

To miejsce umożliwiające zwrot opakowań objętych systemem kaucyjnym, a także selektywną zbiórkę odpadów problemowych, w tym zużytego sprzętu elektrycznego i elektronicznego, drobnego AGD oraz tekstyliów.

ŻABKA Z NOWĄ USŁUGĄ LESS WASTE

Sieć sklepów Żabka rozszerza ofertę usług o poprawki krawieckie realizowane we współpracy z woshwosh. Nowa usługa, dostępna online i w ponad 12 tys. sklepów w całej Polsce, wspiera cyrkularność, less waste i wydłużanie życia tekstyliów. Dzięki tej usłudze ubrania mogą odzyskać drugie życie.

OLEJOMATY - AUTOMATY DO ZBIÓRKI ZUŻYTEGO OLEJU SPOŻYWCZEGO.

Sieć urządzeń, których operatorem jest Grupa EMKA rozrosła się do stu punktów, pomagając mieszkańcom miast zamieniać zużyty olej w cenny surowiec. W grudniu 2025 roku uruchomiono pierwszy Olejomat w stolicy i setny na mapie Polski.



ZIELONA ENERGIA ZASILA BIZNES

ODNAWIALNE ŹRÓDŁA ENERGII (OZE) TO ENERGIA POZYSKIWANA ZE SŁOŃCA, WIATRU, WODY CZY BIOMASY. OZE NAZYWANA RÓWNIEŻ ZIELONĄ ENERGIĄ JEST DZIŚ JEDNYM Z PODSTAWOWYCH SPOSOBÓW OGRANICZANIA ŚLADU WĘGLOWEGO FIRM.

CORAZ WIĘCEJ PRZEDSIĘBIORSTW SIĘGA PO ZIELONĄ ENERGIĘ, BY ZMNIEJSZAĆ EMISJE, ZOPTYMALIZOWAĆ KOSZTY PRODUKCJI I DOSTOSOWAĆ SIĘ DO POLITYK KLIMATYCZNYCH.

LEROY MERLIN POLSKA I BRICOMAN POLSKA

podpisały z grupą energetyczną Polenergia 8-letnią umowę typu cPPA (Corporate Power Purchase Agreement) na dostawę energii odnawialnej. Wartość umowy to ponad 100 mln zł.

Leroy Merlin Polska będzie odbierać 41 GWh zielonej energii rocznie. To kolejny krok transformacji energetycznej Leroy Merlin Polska. Działania dotyczące redukcji emisji własnych, zwłaszcza związanych z zużyciem energii, są w krótkim terminie kluczowe dla realizacji celów klimatycznych Leroy Merlin Polska. Cele te zostały precyzyjnie określone – całkowite emisje (własne i w łańcuchu wartości) mają wynosić w 2035 roku 50% mniej w porównaniu do roku 2021, a osiągnięcie neutralności klimatycznej ma nastąpić nie później niż w 2050 roku. Zielona energia pomoże zmniejszyć emisje CO₂ o ponad 25 tys. ton rocznie.

BAKOMA, GRUPA KĘTY I POLSKIE MŁYNY

zasilane zieloną energią od Taurona. W ramach nowej umowy z Tauronem, Grupę Kęty zasili prawie 200 gigawatogodzin energii rocznie. To kontrakt typu Physical Sleeved PPA, w ramach którego wyselekcjonowana część wolumenu energii pochodzi bezpośrednio z konkretnej farmy wiatrowej. Dzięki podobnej umowie, Tauron zasili bezpośrednio z odnawialnego źródła, zakłady produkcyjne Grupy BZK, znanej m.in. z takich marek jak Bakoma oraz Polskie Młyny.

CARREFOUR STAWIA NA OZE: NOWA UMOWA Z EDP OGRANICZY EMISJE CO₂ O 54 TYS. TON

Czysta energia pochodząca z instalacji słonecznych i wiatrowych EDP pokryje aż 30% zapotrzebowania energetycznego Carrefour w Polsce. Kontrakt jest elementem realizacji globalnego planu "Carrefour 2026", w ramach którego sieć zobowiązała się radykalnie zmniejszyć zużycie energii elektrycznej we wszystkich swoich sklepach oraz zmaksymalizować wykorzystanie energii odnawialnej. Od 2019 roku sieć zmniejszyła zużycie energii elektrycznej w Polsce o ponad 37% i jest jednym z liderów w tym obszarze w Grupie.

Firma zobowiązała się do redukcji jej zużycia o 20% do 2026 r., a także do wykorzystania nieruchomości do produkcji energii fotowoltaicznej i budowy 4,5 mln m² paneli słonecznych do 2026 roku.



MARS MA PIERWSZY KONTRAKT TYPU RENEWABLE ACCELERATION.

Mars podpisał pierwszy kontrakt typu Renewable Acceleration z GoldenPeaks Capital, aby przyspieszyć rozwój odnawialnych źródeł energii w Europie. W ramach umowy w Polsce powstanie ponad 100 instalacji solarnych, z których część zasili bezpośrednio operacje Mars, dostarczając 129 MWac czystej energii. Program Mars Renewables Acceleration ma na celu przyspieszenie przejścia z paliw kopalnych na energię odnawialną – nie tylko w zakładach należących do Mars, ale w całym łańcuchu wartości, poprzez wprowadzenie całości zużycia energii na rynek energii odnawialnej. Mars planuje zawierać kolejne globalne umowy. Dzięki każdej dodatkowej współpracy firma oczekuje, że program Renewables Acceleration przyczyni się do zmniejszenia całkowitego śladu węglowego o 10% do 2030 roku. Program jest częścią strategii Mars mającej na celu osiągnięcie zerowej emisji netto do 2050 roku.



ZIELONA ENERGIA ZASILI ZAMEK KRÓLEWSKI NA WAWELU

Zielona energia z Taurona popłynie w tym roku na Zamek Królewski na Wawelu. W 2026 roku Zamek Królewski na Wawelu zasilą 1 400 megawatogodzin energii elektrycznej pochodzącej ze źródeł odnawialnych Grupy Tauron. W ostatnim czasie Tauron wygrał również inne, duże postępowania przetargowe zorganizowane przez Krakowski Holding Komunalny dla Krakowskiej Grupy Zakupowej. Blisko 580 tysięcy megawatogodzin energii elektrycznej Tauron dostarczy do Krakowa w najbliższych dwóch latach. Spółka zasilą ponad 3600 punktów poboru energii, w tym placówki oświatowe, komunalne, oświetlenie uliczne oraz tak rozpoznawalne instytucje jak Uniwersytet Jagielloński.



JUŻ 95% CAŁEJ SIECI DINO KORZYSTA Z OZE

OZE jest standardowym wsparciem zielonej transformacji sklepów Dino. Instalacje fotowoltaiczne zapewniają firmie czystą energię elektryczną i redukują emisje CO₂. Na koniec III kwartału 2025 roku posiadały je 2774 sklepy, co stanowiło 95% całej sieci Dino. Własne instalacje odnawialnych źródeł energii działają także w pięciu centrach dystrybucyjnych Grupy. Grupa Dino Polska w 2025 roku uzyskała już 92 GWh energii ze słońca. Łączna moc instalacji OZE należących do Grupy wyniosła na koniec III kw. 2025 r. 113 MW.



GREEN BUILDINGS. WARTOŚĆ NIERUCHOMOŚCI POD PRESJĄ ENERGII, EMISJI I REGULACJI



Sektor nieruchomości odpowiada za znaczną część zużycia energii i emisji CO₂, dlatego to właśnie **budynki stały się jednym z kluczowych obszarów działań ESG**. Dziś liczy się nie tylko lokalizacja i stopa zwrotu, ale też efektywność energetyczna, ślad węglowy w całym cyklu życia oraz odporność aktywów na zmiany regulacyjne i klimatyczne.

Rynek wyraźnie się różnicuje: **zyskują obiekty nowoczesne i zmodernizowane**, a starsze, energochłonne budynki wymagają kosztownych dostosowań lub tracą na wartości. ESG w nieruchomościach to jeden z istotnych parametrów decydujących o finansowaniu, atrakcyjności dla najemców i długoterminowej wycenie aktywów.

ESG to element trwale wpisany w sposób myślenia o rynku nieruchomości – obecny w analizach każdego sektora i w praktycznie każdej decyzji podejmowanej przez właścicieli aktywów. Niezależnie od tego, czy mówimy o centrach handlowych, biurach czy innych typach nieruchomości. **Komponent ESG jest dziś integralną częścią strategii zarządzania i rozwoju.**

Z naszej perspektywy ESG nie funkcjonuje już jako odrębny, autonomiczny wątek. To jeden z kluczowych czynników wpływających na kierunek działań, skalę inwestycji czy procesy modernizacyjne.

Jeśli spojrzymy na poszczególne sektory, **największe pole do optymalizacji wciąż widoczne jest w sektorze handlowym.** Wiele obiektów powstawało w czasie, gdy efektywność energetyczna czy redukcja śladu węglowego nie były priorytetem. Centra handlowe są naturalnie energochłonne – zarówno ze względu na skalę, jak i charakter funkcjonowania – dlatego właśnie tam potencjał poprawy w obszarze ESG jest szczególnie duży.

ESG TO DZIŚ STANDARD KAŻDEJ DECYZJI W NIERUCHOMOŚCIACH

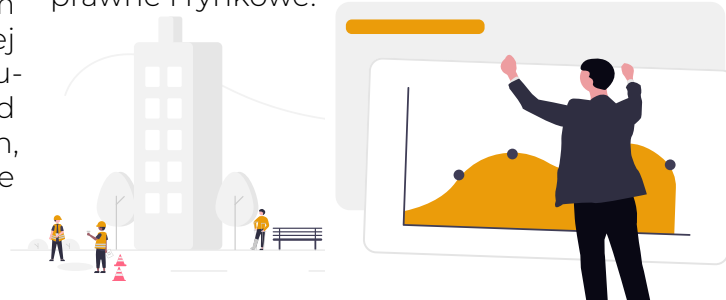


Istotne wyzwania dotyczą także sektora biurowego, zwłaszcza starszych budynków, które wymagają modernizacji pod kątem efektywności energetycznej. Coraz częściej analizowany jest nie tylko bieżący koszt zużycia energii, ale również wbudowany ślad węglowy – zarówno przy modernizacjach, jak i przy decyzjach o wyburzeniu i zmianie

funkcji obiektu. W procesach inwestycyjnych, szczególnie przy transakcjach typu „value-add”, kwestia emisji w całym cyklu życia budynku ma coraz większe znaczenie.

Dziś rynek nie potrzebuje już dodatkowej motywacji do działań w tym obszarze – **uczestnicy widzą konkretne, mierzalne korzyści z wdrażania rozwiązań ESG.** To realne oszczędności operacyjne, większa atrakcyjność dla najemców i inwestorów oraz lepsza płynność przy sprzedaży aktywów, co bezpośrednio przekłada się na wartość nieruchomości i stabilność zwrotów.

ESG wyraźnie przekłada się również na twarde wyniki finansowe – poprzez niższe koszty operacyjne, m.in. zużycia energii i mediów, oraz większą odporność aktywów na przyszłe regulacje. W długim horyzoncie działania w tym obszarze **wspierają także stabilność przychodów i wartość nieruchomości**, ograniczając ryzyka techniczne, prawne i rynkowe.



Widzimy ogromne zainteresowanie długoterminowymi strategiami redukcji energii i emisji, audytami przygotowawczymi do finansowania oraz usługami, które pozwalają zarządom wdrożyć ESG w codziennych procesach, a nie tylko na poziomie prezentacji dla zarządu.

Rok 2025 był, a 2026 będzie w jeszcze większym stopniu okresem przejścia od deklaracji do realnych zmian i skupienia się na ich efektach. Kończy się czas miękkich zobowiązań – inwestorzy, banki i najemcy oczekują twardych danych dotyczących efektywności energetycznej, śladu węglowego oraz adaptacji budynków do zmian klimatycznych. Coraz wyraźniej widać również zmianę narracji: **ESG przestaje być „projektem wizerunkowym”, a staje się fundamentalnym kryterium oceny wartości aktywów.**

Trendem, który szczególnie przyspieszy, moim zdaniem, będzie wprowadzenie zintegrowanych strategii „retrofit first”: modernizacji istniejących obiektów, które odpowiadają za największą część emisji. Dodatkowo w 2026 rosnąć będzie rola danych – nie tych deklaracyjnych, lecz realnych, mierzalnych, audytowalnych i porównywalnych. Inwestorzy nie mają już cierpliwości do ogólników i deklarowania tego, że strony umowy będą „dokładały starań”.

Certyfikaty BREEAM czy systemy energetyczne pozostają wciąż bardzo ważne, ale rynek potrzebu-

RYNEK NIERUCHOMOŚCI KOMERCYJNYCH PRZEZ NAJBLIŻSZE PIĘĆ LAT BĘDZIE CORAZ BARDZIEJ RÓŻNICOWAŁ AKTYWA NA ODPORNE I NIEODPORNE.



je więcej: inwestorzy szukają partnera, który łączy kompetencje techniczne z rozumieniem celów strategicznych. Dlatego rozwijamy doradztwo ESG w kierunku usług holistycznych – od analiz taksonomicznych, przez strategie dekarbonizacji, po długoterminowe plany modernizacji aktywów i zarządzanie ryzykiem regulacyjnym.

BREEAM New Construction v7 zapowiada zmianę jakościową – podnosi poprzeczkę w zakresie

energii, analiz LCA, adaptacji do zmian klimatu i gospodarki o obiegu zamkniętym. To nie będzie „kosmetyczna” aktualizacja; to realne przesunięcie punktu ciężkości w kierunku dekarbonizacji i odporności. Co ważne, systemy wielokryterialne dla istniejących budynków – zwłaszcza BREEAM In-Use – również będą ewoluować.

Rynek musi się przygotować na to, że **certyfikacja przestaje być wyborem, a staje się narzędziem do udokumentowania spełnienia wymogów regulacyjnych i finansowych.** Dla inwestorów oznacza to konieczność wcześniejszego planowania – coraz trudniejsze będzie „gonienie” wymagań na ostatniej prostej.

W centrum uwagi inwestorów działających na rynku nieruchomości komercyjnych znajduje się dziś dostęp do finansowania i utrzymanie wartości aktywów. Inwestorzy coraz częściej analizują, czy ich portfele są odporne na nowe wymogi raportowe, regulacyjne i energetyczne, oraz czy nie grozi im tzw. brown discount. Pytają o to, jakie działania mają realny zwrot – gdzie modernizacja jest koniecznością, gdzie przynosi przewagę konkurencyjną, a gdzie jest jedynie kosztem wizerunkowym.

Widzimy **ogromne zainteresowanie długoterminowymi strategiami redukcji energii i emisji, audytami przygotowawczymi do finansowania** oraz usługami, które pozwalają zarządom wdrożyć ESG w codziennych procesach, a nie tylko na poziomie prezentacji dla zarządu.

ESG czyli działania na rzecz środowiska, społeczeństwa i ładu korporacyjnego coraz częściej znajdują się w centrum uwagi deweloperów, inwestorów i ustawodawców.

Ale czy obowiązujące regulacje faktycznie pomagają w ich wdrażaniu? Czy prawo nadąża za rzeczywistością? A może najskuteczniejsze są nadal działania oddolne i samoregulacja rynku? Z perspektywy BPI Real Estate Poland – firmy, która od lat buduje w Polsce w duchu zrównoważonego rozwoju – **odpowiedź jest jednoznaczna: prawo nie wystarczy. Potrzebni są liderzy.**

Na poziomie krajowym brakuje jednoznacznych przepisów, które wprost nakazywałyby deweloperom wdrażanie zasad ESG lub przewidywały sankcje za ich brak. Owszem, w różnych ustawach – m.in. prawie budowlanym czy ustawie o ochronie środowiska – znajdziemy przepisy, które pośrednio odnoszą się do kwestii zrównoważonego rozwoju. Ale w większości przypadków są one rozproszone, niejasne i, co najważniejsze, w dużej części niewiążące dla sektora nieruchomości mieszkaniowych.

REGULACJE TO ZA MAŁO. BRANŻA NIERUCHOMOŚCI POTRZEBUJE LIDERÓW ESG



Z kolei na poziomie unijnym sytuacja jest bardziej dynamiczna. Taksonomia UE, dyrektywa CSRD czy strategia Zielonego Ładu wprowadzają pewne standardy raportowania i cele klimatyczne. Ale i one są często niedoprecyzowane i wymagają interpretacji – nierzadko z pomocą specjalistycznych kancelarii czy doradców ESG.

Inwestorzy szukają aktywów bezpiecznych, odpornych na zmiany klimatyczne i łatwych do ubezpieczenia. **Banki i fundusze ograniczają finansowanie projektów, które nie spełniają wymagań środowiskowych.** Rynek sam się reguluje. Ale firmy takie jak nasza nie czekają na presję z zewnątrz. Chcemy być pionierami, chcemy edukować, chcemy wyznaczać kierunki. To część naszej strategii, nie tylko misji.

To jednak nie znaczy, że regulacje są zbędne. Przeciwnie – potrzebujemy przemysłowych przepisów, które będą wspierać firmy odpowiedzialne, a eliminować te, które działają krótkowzrocznie. Przepisy powinny być czytelne, egzekwowalne i powiązane z korzyściami ekonomicznymi.

Przykład? Jeśli państwo chce wspierać retencję wody, powinno dawać konkretne ulgi dla projektów, które ją wdrażają. Jeśli chce przyspieszyć transformację energetyczną – powinno wymagać określonego udziału OZE w nowych inwestycjach. Dziś takich obowiązków w Polsce nie ma – a można by je wprowadzić, bez nadmiernego obciążania firm.

ELEKTROMOBILNOŚĆ. INFRASTRUKTURA I ZIELONE FLOTY W STRATEGIACH FIRM

ELEKTROMOBILNOŚĆ WCHODZI DO STRATEGII OPERACYJNYCH FIRM I WŁAŚCICIELI NIERUCHOMOŚCI. PRZY BIUROWCACH, CENTRACH HANDLOWYCH I MAGAZYNACH POWSTAJĄ STACJE ŁADOWANIA, KTÓRE STAJĄ SIĘ STANDARDEM INFRASTRUKTURALNY. DLA ZARZĄDCÓW OBIEKTÓW TO ELEMENT PODNOSZĄCY ATRAKCYJNOŚĆ AKTYWÓW I ODPOWIEDŹ NA WYMAGANIA NAJEMCÓW.

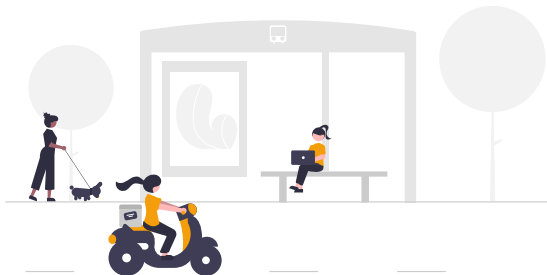
Równolegle firmy modernizują swoje floty, inwestując w samochody elektryczne i hybrydowe oraz systemy zarządzania transportem. To sposób na ograniczenie emisji z zakresu 1 i 3, ale też na optymalizację kosztów paliwa i przygotowanie się na rosnące wymagania regulacyjne. Elektromobilność staje się częścią szerszej polityki zrównoważonego transportu w biznesie.

Elektromobilność zaczyna wpływać na sposób projektowania i zarządzania biurowcami tak samo mocno, jak kilka lat temu zrobiła to cyfryzacja czy hybrydowy model pracy. Najemcy coraz częściej podkreślają, że dostęp do infrastruktury ładowania staje się jednym z kluczowych elementów oceny budynku. To już nie jest dodatek, ale realny czynnik kształtujący decyzje o wyborze lokaliza-

cji. Dlatego w najbliższych latach przewagą konkurencyjną będą biura, które potrafią połączyć komfort użytkowników z dobrze zaplanowaną strategią energetyczną i elastycznym podejściem do potrzeb rosnącej floty EV.



ANNA PIŁKA-SUTKOWSKA
KONSULTANT W DZIALE POWIERZCHNI
BIUROWYCH, AXI IMMO





DECATHLON: INFRASTRUKTURA ŁADOWANIA POWSTANIE W 28 LOKALIZACJACH

Spółki Decathlon Polska i Powerdot zawarły porozumienie dotyczące rozwoju ogólnopolskiej sieci hubów szybkiego ładowania pojazdów elektrycznych przy sklepach sieci Decathlon. W ramach współpracy infrastruktura ładowania powstanie w 28 lokalizacjach, a łączna moc nowych stacji przekroczy 10 MW. Projekt wpisuje się w cele obu firm związane z rozwojem elektromobilności i zrównoważonego transportu. Każdy z planowanych hubów będzie oferował od 6 do 10 miejsc postojowych z dostępem do ładowania. W większych, dziesięciostanowiskowych lokalizacjach kierowcy będą mieli do dyspozycji nawet 8 punktów DC.

STACJE ŁADOWANIA AUT ELEKTRYCZNYCH JUŻ W 15 PARKACH NARODOWYCH

Polska spółka Elocity wyposażyła w stacje ładowania pojazdów elektrycznych 15 z 23 polskich parków narodowych. To, jak podkreślają przedstawiciele spółki, ważna zmiana, bo jeśli infrastruktura ładowania samochodów elektrycznych rozwija się w miejscach, w których priorytetem jest ochrona przyrody, możemy mówić o prawdziwej transformacji. W Polsce mamy 23 parki narodowe. Ich łączna powierzchnia to niewiele ponad 300 hektarów, co stanowi około 1% powierzchni kraju. Co roku odwiedzają je miliony turystów, którzy pragną podziwiać przyrodę w jej najczystszej formie. Dla dyrekcji i pracowników parków narodowych oznacza to duże wyzwanie logistyczne i konieczność wprowadzania rozwiązań, które jednocześnie chronią środowisko i poprawiają komfort zwiedzania.



ZIELONA TRANSFORMACJA TRANSPORTU MIEJSKIEGO

Zmiany legislacyjne, które weszły w życie od stycznia 2026 roku, wyznaczają także nowy kierunek dla transportu publicznego w największych polskich miastach. Zgodnie z nowelizacją ustawy o elektromobilności i paliwach alternatywnych, miasta liczące powyżej 100 tys. mieszkańców są zobowiązane do zakupu wyłącznie autobusów zeroemisyjnych – elektrycznych lub wodorowych. Dla wielu samorządów oznacza to konieczność podejmowania decyzji zakupowych w oparciu nie tylko o cenę. Celem tych regulacji jest zmniejszenie poziomu emisji szkodliwych substancji i poprawa stanu powietrza w polskich miastach, a także stymulowanie rozwoju energetyki odnawialnej oraz rozbudowy infrastruktury ładowania.



SIEĆ ŁADOWANIA POJAZDÓW ELEKTRYCZNYCH PRZY RESTAURACJACH BURGER KING

Rex Concepts CEE, master franczyzobiorca marek Burger King i Popeyes w regionie Europy Środkowo-Wschodniej, nawiązał współpracę z ChargeEuropa. W ramach wspólnego projektu przy restauracjach szybkiej obsługi (QSR) powstaną huby ładowania pojazdów elektrycznych. Sieć Burger King tym samym wspiera rozwój zrównoważonego transportu. W tej strategii restauracje szybkiej obsługi stają się nie tylko miejscem na posiłek, lecz także przestrzenią, w której można naładować samochód elektryczny. To ważny element infrastruktury czystej energii, zapewniający kierowcom wygodne i ekologiczne rozwiązania w podróży.

WSPARCIE EDUKACYJNO-DORADCZE PFR DLA FIRM NA DRODZE DO ZRÓWNOWAŻONEGO ROZWOJU I CYFRYZACJI

Transformacja w kierunku zrównoważonego rozwoju to jedno z największych wyzwań dla polskich przedsiębiorstw. Chcąc wesprzeć firmy w tym procesie stworzyliśmy program ESG Start dla Firm, którego celem jest ułatwienie przystosowania się do nowych regulacji prawnych i wdrożenie zasad ESG. Program oferuje przedsiębiorcom praktyczną wiedzę i narzędzia, które pomagają spełnić wymogi raportowania niefinansowego oraz budować odpowiedzialny biznes. Dzięki temu firmy mogą zwiększyć swoją konkurencyjność i dostosować się do najnowocześniejszych standardów rynkowych biznesu.

Program ESG Start dla firm oferuje praktyczną i uporządkowaną ścieżkę wdrażania ESG, opartą na pięciu kluczowych etapach. Każdy z kroków odpowiada na inny poziom gotowości organizacji i pozwala wdrażać ESG w sposób przemyślany, proporcjonalny do skali działalności oraz zintegrowany z procesami biznesowymi.

5 kroków do sprawozdawczości ESG

PFR
Polski Fundusz Rozwoju

ESG
Start dla Firm

Sieć Firm
Przyszłości



1.
Zrób Test
Gotowości
ESG



2.
Przejrzyj
kompilum
wiedzy



3.
Dołącz do
warsztatów



4.
Skorzystaj
z Partnerstwa
Technologicznego
PFR



5.
Znajdź źródła
finansowania na:

pfr.pl/esg-start

Kompendium wiedzy to centralne źródło informacji o zasadach ESG oraz dostępnych formach wsparcia dla przedsiębiorstw, zgromadzone i zmapowane w jednym miejscu przez ekspertów **Polskiego Funduszu Rozwoju**. Stanowi solidne wsparcie dla firm, które po diagnozie swojej sytuacji (np. poprzez Test Gotowości ESG) chcą **pogłębić wiedzę i zacząć planować konkretne działania** w obszarze zrównoważonego rozwoju.

W ramach kompendium znajdują się między innymi: materiały edukacyjne tłumaczące kluczowe pojęcia i wymagania ESG, przewodniki dotyczące regulacji i najlepszych praktyk w obszarze środowiskowym, społecznym i ładu korporacyjnego, informacje o **bezpłatnych kursach online**, np. o raportowaniu zgodnym z dyrektywą CSRD, komunikacji ESG czy obliczaniu śladu węglowego, zestawienie **warsztatów tematycznych** i możliwości zdobycia praktycznych umiejętności, dostęp do bazy źródeł finansowania i instrumentów wsparcia, z których firmy mogą skorzystać w procesie wdrażania ESG. Ten etap ma na celu **pogłębienie kompetencji organizacji**.

W odpowiedzialnym biznesie wszystko zaczyna się od wiedzy. Na platformie Strefa Wiedzy PFR znajdują się, **bezpłatne kursy online**, które pomagają zrozumieć kluczowe wyzwania i obowiązki związane z ESG – od raportowania i oceny wpływu po rzetelną i etyczną komunikację. To **praktyczne źródło wiedzy dla wszystkich**, którzy chcą działać w zgodzie z zasadami zrównoważonego rozwoju. W dobie dynamicznych zmian regulacyjnych i rosnącego znaczenia odpowiedzialności środowiskowej, społecznej i ładu korporacyjnego (ESG), zdobycie rzetelnej wiedzy staje się kluczowe dla każdej nowoczesnej organizacji. Kursy oferują wsparcie **zarówno dla specjalistów ds. ESG, jak i przedsiębiorców, menedżerów oraz osób, które dopiero rozpoczynają** swoją drogę w tym obszarze.

Przejsie 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

Niezależnie od wielkości firmy czy branży, znajdziesz tu technologie dopasowane do Twoich potrzeb, które możesz najpierw wypróbować w wersji demo lub trial. Skorzystaj z tej możliwości, aby zweryfikować ich funkcjonalność w swoim środowisku, porównać różne opcje i wybrać te, które najlepiej wesprą Twoją strategię zrównoważonego rozwoju. Platforma jest dostępna na

jest częścią Sieci Firm Przyszłości PFR – inicjatywy, która wspiera polskie przedsiębiorstwa w cyfryzacji, innowacjach i transformacji energetycznej. Dzięki temu firmy budują kompetencje, które pozwolą im sprostać wyzwaniom przyszłości.

AI I GREENTECH: TECHNOLOGIE ZMIENIAJĄCE ŚWIAT

ROZWÓJ SZTUCZNEJ INTELIGENCJI I ROZWIĄZAŃ GREEN-TECH TO WAŻNY OBSZAR, KTÓRY ŁĄCZY BIZNES Z POZYTYWNYM WPŁYWEM SPOŁECZNYM I ŚRODOWISKOWYM. CZYM WYRÓŻNIAJĄ SIĘ IMPACT STARTUPY, JAKIE BRANŻE MAJĄ NAJWIĘKSZY POTENCJAŁ ORAZ JAKIE WYZWANIA I MOŻLIWOŚCI STOJĄ PRZED PRZEDSIĘBIORCAMI WDRAŻAJĄCYMI INNOWACJE DLA DOBRA SPOŁECZEŃSTWA I PLANETY, – MÓWI **MARTA PONIEWIERKA, GŁÓWNY SPECJALISTA W WYDZIALE PLANOWANIA, ANALIZ I KONTROLI MINISTERSTWA SPRAWIEDLIWOŚCI I SPECJALISTKA ESG, WSPÓŁAUTORKA RAPORTU O STARTUPACH POZYTYWNEGO WPŁYWU**

Czym jest startup pozytywnego wpływu? Czy istnieją konkretne kryteria ESG, które muszą być spełnione, aby startup znalazł się w tej kategorii?

Startupy pozytywnego wpływu to coś więcej niż ESG. Nie skupiają się one jedynie na minimalizowaniu negatywnego wpływu danej działalności np. na środowisko czy lokalne społeczności. Dążą one do wprowadzenia rozwiązań, które mają przynieść rzeczywistą, istotną zmianę w danym obszarze. Taka zmiana może dotyczyć odbudowy ekosystemów

lub wzrostu poszanowania praw człowieka. Startupy pozytywnego wpływu, owszem działają w celu osiągnięcia zysku (inaczej mielibyśmy do czynienia raczej z organizacją pozarządową) i rozwoju biznesu, ale nie jest to głównym celem działania takiego podmiotu.

Co roku lista startupów pozytywnego wpływu rośnie. Pojawiają się nowe pomysły. Twórcy korzystają ze sztucznej inteligencji i chyba coraz lepiej dopasowują projekty do potrzeb firm.

Myślę, że zwiększa się także nasza świadomość na różne, społecznie istotne, tematy jak np. zmiana klimatu czy kryzys zdrowia psychicznego wśród młodzieży. Poszukując różnych rozwiązań, aby przeciwdziałać pojawiającym się problemom pojawiają się nowe potrzeby, w tym potrzeby konsumenckie. To może mieć wpływ na to, w jaki sposób kształtują się trendy w biznesie. Dynamicznie rozwijający się rynek nowoczesnych technologii również wpływa na to jakie biznesy powstają.

Które branże wyróżniają się największym potencjałem wzrostu pod kątem pozytywnego wpływu społecznego i środowiskowego?

W mojej ocenie największy wpływ społeczny czy środowiskowy będą miały te firmy, których rozwiązania zapewnią największą skalę.



Nawet najbardziej zrównoważony, ekologiczny oraz stworzony z poszanowaniem praw człowieka produkt, który jest skierowany do małego grona odbiorców nie zapewni takiego wpływu jak produkt, który umożliwia większą skalowalność. Jeżeli chodzi o konkretne branże to wymieniałabym tutaj przede wszystkim szeroko pojęte branże spożywczą i odzieżową, gdyż są one w ogromnej mierze odpowiedzialne za zmiany klimatu oraz nadal występują w ich przypadku łamanie praw człowieka w łańcuchach dostaw. Duży wpływ mogą mieć także osoby publiczne, które mają wpływ na nasze wybory konsumenckie, np. influencerzy.

Jakie największe wyzwania stoją dziś przed startupami, które chcą budować pozytywny wpływ, a jednocześnie skalować biznes? Czy ekosystem inwestycyjny w Polsce jest gotowy wspierać startupy oparte na wartościach ESG i impactowych modelach biznesowych?

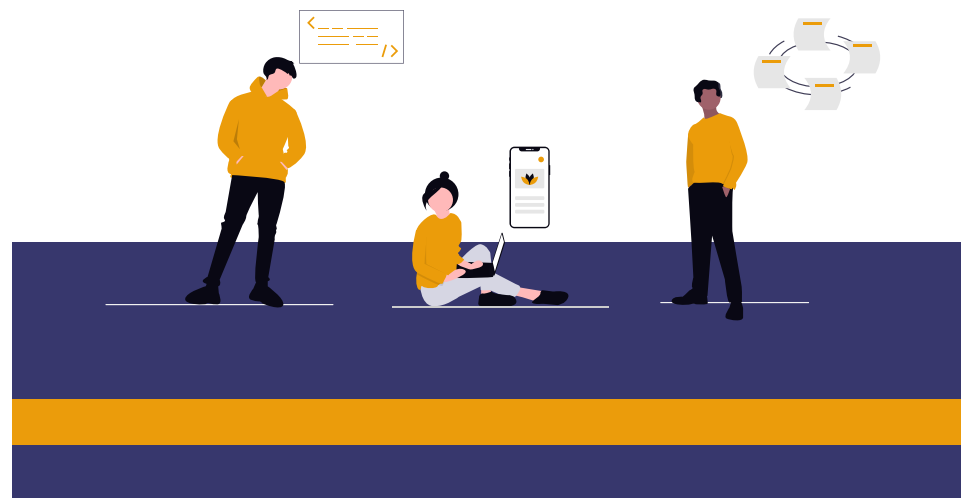
Z rozmów z osobami prowadzącymi takie startupy wynika, że jednym z największych wyzwań jest zdobycie kapitału. Osoba zakładająca taki startup nie ma pewności kiedy firma zacznie zarabiać. W zależności od działalności firmy koszty te mogą być ogromne. Często konieczne jest zatrudnienia dobrych ekspertów z danej branży, którzy sporo kosztują. To jest często też duża przeszkoda przy skalowaniu biznesu.

Na szczęście rozwija się model inwestycyjny skierowany na takie startupy. Tutaj mowa zarówno o funduszach VC, jak i aniołach biznesu. Niestety dojście do momentu, w którym takie podmioty są zainteresowane inwestycją w dany startup wymaga od jego założycieli poniesienia niemałych kosztów z innych źródeł, najczęściej ze środków własnych oraz pewnego poziomu rozwoju biznesu. Tutaj przychodzą z pomocą różnego rodzaju granty czy programy mające na celu pomaganie startupom w rozwoju biznesu w duchu pozytywnego wpływu. Przykładem może być Akade-

mia Pozytywnego Wpływu Danone czy granty z funduszy europejskich.

W jakim kierunku – Pani zdaniem – będzie zmierzał sektor impact startups w Polsce i w Europie w ciągu najbliższych kilku lat?

Trudno jednoznacznie to wskazać, bo sytuacja na rynku zmienia się dynamicznie. Z jednej strony następuje wzrost rozwoju technologii, z drugiej strony mamy niestabilną sytuację geopolityczną na świecie. Gdybym miała typować, to w mojej ocenie głównymi kierunkami będzie transformacja energetyczna oraz rozwiązania zmniejszające wpływ na środowisko i wspierające bioróżnorodność. Są to kwestie najbardziej palące, co odzwierciedla przedstawiona przez Komisję Europejską propozycja nowego celu klimatycznego dla Unii Europejskiej na 2040 rok. Pokazuje to, że kwestiom zmian klimatu poświęcana jest ogromna uwaga, co może pociągać za sobą skierowanie większych funduszy do projektów w tych obszarach.



SIŁA I RYZYKO KOMUNIKOWANIA O ESG

Jak mówić o działaniach środowiskowych i społecznych, by nie narażać firmy na zarzut greenwashingu? Gdzie przebiega **granica między rzetelną informacją** a przekazem, który może zostać uznany za wprowadzający w błąd?

Komunikacja ESG może być zarówno **narzędziem budowania zaufania**, jak i **źródłem poważnych strat** reputacyjnych oraz regulacyjnych.



Skala medialnego zainteresowania zagadnieniami związanymi z ESG jest olbrzymia. W samym 2024 roku w prasie, internecie, radiu i telewizji odnotowaliśmy **86365 publikacji o ESG, które wygenerowały ponad 894 mln potencjalnych kontaktów** z przekazem. ESG staje się istotnym elementem strategii rozwoju firm i wizerunku przedsiębiorstw.

Z jednej strony zainteresowanie jest efektem regulacji (m.in. CSRD), z drugiej potwierdza, że kwestie społeczne, środowiskowe i zarządcze coraz częściej trafiają do biznesowych priorytetów konsumentów, inwestorów i organizacji.

ESG STAJE SIĘ ISTOTNYM ELEMENTEM STRATEGII ROZWOJU FIRM I WIZERUNKU PRZEDSIĘBIORSTW.

Jednocześnie rośnie wrażliwość mediów na nadużycia. Choć negatywne publikacje to nadal margines, to właśnie one najsilniej uderzają w reputację firm, które próbują opowiadać o ESG bez pokrycia. **Greenwashing staje się więc jednym z ważniejszych tematów** towarzyszących debacie o zrównoważonym rozwoju. Organizacje, które nie mają spójnych danych i nie potrafią ich zaprezentować, ryzykują nie tylko wizerunkowo, ale też biznesowo.

Dane Mediaboard z monitoringu prasy, internetu oraz radia i telewizji z 2025 roku to potwierdzają.

OD STYCZNIA DO PAŹDZIERNIKA 2025 ROKU NA TEMAT GREENWASHINGU UKAZAŁO SIĘ 4 607 PUBLIKACJI, KTÓRYCH DOTARCIE WYNIOSŁO PONAD 116 MLN KONTAKTÓW.

Najczęściej piszą o nim media ekonomiczne, branżowe i ogólnoinformacyjne, a temat jest podejmowany zarówno w związku z komunikacją marketingową oraz praktykami biznesowymi.

Najczęstsze **zarzuty dotyczyły prostych schematów: używania terminu „eko” bez danych i potwierdzenia deklaracji**, budowania wrażenia neutralności plastiku na podstawie niepełnych informacji o recyklingu oraz **sugerowania ekologiczności produktów wysokoemisyjnych samą nazwą czy elementami wizualnymi**. Pojawiały się też pozornie ekologiczne akcje marketingowe i komunikaty o „zielonym wpływie”, którego firmy nie potrafiły udowodnić.

Tematy dotyczące ESG są ważnym elementem budowania strategii wizerunkowej. Podnoszenie tematów dotyczących ESG jest ważnym elementem budowania strategii wizerunkowej. Ale tylko wtedy, jeśli słowa będą potwierdzone dowodami, a deklaracje konkretnymi działaniami.

Komunikacja oparta na sloganach, niepotwierdzonych danych szybko zostanie zdemaskowana. Wtedy może być poważnym zagrożeniem dla reputacji organizacji. W komunikowaniu o ESG nie zwycięża dziś najpiękniejsza **narracja**, tylko ta, **którą da się potwierdzić w liczbach**.



OGÓLNE, PUSTE HASŁA EKOLOGICZNE BEZ WYJAŚNIENIA

UOKiK ostrzega przed używaniem określeń takich jak:

- „eko”
- „naturalny”
- „przyjazny dla środowiska”

➤ Jeśli nie są poparte konkretnymi i weryfikowalnymi informacjami (np. skład, procent materiałów, źródło surowców), mogą wprowadzać w błąd.

SUGEROWANIE, ŻE CAŁY PRODUKT JEST „EKO”, GDY DOTYCZY TO TYLKO JEDNEGO ELEMENTU

Wprowadzające w błąd może być komunikowanie ogólnej ekologiczności, gdy:

- proekologiczny jest tylko jeden aspekt (np. opakowanie)
- a inne etapy (np. produkcja, transport) mają negatywny wpływ na środowisko

➤ UOKiK podkreśla, że trzeba jasno wskazywać zakres deklaracji, a nie sugerować „zieloności” całości.

SUGESTYWNA „ZIELONA” GRAFIKA BEZ TREŚCI

Za wprowadzające w błąd mogą zostać uznane przekazy, w których:

- używa się koloru zielonego
- pojawiają się liście, planety, symbole natury

➤ Jeśli nie towarzyszą im konkretne informacje potwierdzające ekologiczny charakter produktu lub usługi.

PORÓWNIANIA EKOLOGICZNE BEZ PUNKTU ODNIESIENIA

UOKiK krytycznie ocenia hasła takie jak:

- „bardziej eko”
- „bardziej przyjazny środowisku”
- „najbardziej ekologiczny wybór”

➤ Jeśli firma nie wyjaśnia jasno:

- w porównaniu do czego
- według jakich kryteriów
- w jakim zakresie



CSR, CZYLI ODPOWIEDZIALNY BIZNES



Choć ESG porządkuje dziś działania firm w obszarze środowiska, ładu i raportowania, **CSR pozostaje przestrzenią, w której organizacje budują relacje z ludźmi** – pracownikami, klientami i społecznościami lokalnymi. To tu widać, czy deklaracje przekładają się na konkretne projekty i długofalowe zaangażowanie.

Dla biznesu CSR to **element strategii marki pracodawcy, zarządzania ryzykiem społecznym i budowania kapitału zaufania**. W tej części raportu porządkujemy działania firm tak, by pokazać, gdzie CSR realnie wspiera cele biznesowe i jak przekłada się na trwałe relacje z otoczeniem.

EDUKACJA I ROZWÓJ KOMPETENCJI

To programy stypendialne, wsparcie szkół i uczelni, klasy patronackie, eko-edukacja czy projekty rozwijające kompetencje cyfrowe i zawodowe. Firmy angażują się w kształcenie młodych ludzi oraz podnoszenie kwalifikacji lokalnych społeczności. Takie działania budują zaplecze przyszłych pracowników, skracają rekrutację, wzmacniają markę pracodawcy i pozwalają dopasować kompetencje rynku do potrzeb firmy.

ZDROWIE I DOBROSTAN

Obejmuje wsparcie placówek medycznych, programy profilaktyczne, działania na rzecz zdrowia psychicznego, kampanie społeczne czy inicjatywy sportowe. Często łączy działania skierowane do pracowników z projektami otwartymi dla społeczności. Wartość biznesowa z tego typu działań, to przede wszystkim mniejsza absencja, większe zaangażowanie zespołów, silniejszy wizerunek odpowiedzialnej organizacji i realny wpływ społeczny.

WSPÓŁPRACA Z LOKALNYMI SPOŁECZNOŚCIAMI

To granty lokalne, konsultacje społeczne, rozwój infrastruktury, wolontariat pracowniczy czy wsparcie inicjatyw mieszkańców. Szczególnie istotne jest przy dużych inwestycjach i projektach infrastrukturalnych. Firma buduje akceptację dla swojej działalności wśród 'lokalsów', ogranicza ryzyka konfliktów społecznych i zapewnia sobie stabilniejsze warunki prowadzenia biznesu.

KULTURA I DZIEDZICTWO

Wsparcie instytucji kultury, wydarzeń artystycznych, projektów historycznych czy lokalnych inicjatyw twórczych. To także długofalowe partnerstwa z muzeami, teatrami czy fundacjami. Działania tego typu mają na celu wzmacnianie rozpoznawalności marki, budowanie relacji z kluczowymi interesariuszami i pozycjonowanie firmy jako mecenas życia społecznego.

ODPOWIEDZIALNY ŁAŃCUCH DOSTAW I WSPARCIE GRUP WRAŻLIWYCH

Działania obejmują współpracę z podmiotami ekonomii społecznej, programy integracji zawodowej, polityki różnorodności oraz standardy etyczne dla dostawców. Firma zyskuje większą stabilność łańcucha dostaw, ogranicza ryzyka prawne i reputacyjne oraz ma lepszy start w przygotowaniu się do wymogów raportowych i oczekiwań partnerów biznesowych.

PROCTER & GAMBLE WSPIERA LOKALNE SPOŁECZNOŚCI POPRZECZ AKTYWNY WOLONTARIAT PRACOWNICZY

W Polsce 5 000 pracowników P&G otrzymuje dwa dodatkowe, płatne dni na udział w akcjach społecznych – od tworzenia Szkolnych Parków Kieszonkowych, przez remonty domów dla rodzin w trudnej sytuacji, po hackathony i zbiórki charytatywne. Inicjatywy te angażują pracowników na różnych poziomach, rozwijają ich kompetencje i poczucie przynależności, a jednocześnie przynoszą realne korzyści lokalnym społecznościom. Takie działania wzmacniają wizerunek firmy jako odpowiedzialnego pracodawcy, zwiększają lojalność zespołu i pokazują, że biznes może tworzyć wartość społeczną równoległą do wyników operacyjnych.

ADAMED WSPIERA ROZWÓJ MŁODYCH TALENTÓW...

w naukach ścisłych i przyrodniczych poprzez program Adamed SmartUP. Inicjatywa umożliwia uczniom szkół ponadpodstawowych zdobycie praktycznego doświadczenia w projektach naukowych, rozwijanie pasji i kompetencji badawczych, a także udział w obozach naukowych z warsztatami, mentoringiem i stypendiami. Program inspirował młodzież do podejmowania ambitnych wyzwań naukowych, wspiera rozwój umiejętności praktycznych, jednocześnie budując pozytywny wizerunek Adamed jako firmy inwestującej w edukację, społeczność i przyszłe pokolenia specjalistów.

NEPI ROCKCASTLE WYKORZYSTUJE CENTRA HANDLOWE JAKO WSPARCIE DLA LOKALNYCH SPOŁECZNOŚCI

Programy takie jak „Młodzież w Centrum” obejmują warsztaty edukacyjne, sportowe i artystyczne, a turnieje e-sportowe angażują tysiące młodych uczestników. Centra organizują też wolontariat i współpracują z organizacjami takimi jak MOPR czy Caritas, wspierając najbardziej potrzebujących. Działania te pozwalają firmie budować trwałe relacje z mieszkańcami oraz wzmacniać wizerunek odpowiedzialnego biznesu. Jednocześnie centra handlowe stają się „hubami” miejskiego życia – integrując społeczności, promując edukację i aktywność oraz wspierając rozwój lokalny.

FORD POLSKA WSPARŁ RODZINY Z DOMÓW DZIECKA...

przekazując na aukcję charytatywną unikalne fotografie Ryszarda Horowitza z kolekcji „Horowitz Ford Vignale”. Cztery zdjęcia wylicytowano za 42 600 zł, a środki trafią do Fundacji Świętego Mikołaja na rehabilitację, zajęcia edukacyjne i wakacje dla dzieci. Inicjatywa łączy promocję kultury i sztuki z odpowiedzialnością społeczną, angażując markę w realne wsparcie lokalnych społeczności. Dzięki takim działaniom firma buduje wizerunek partnera społecznego, dla którego ważne są edukacja, sztuka i dobro dzieci, jednocześnie wzmacniając relacje z klientami i otoczeniem lokalnym.





BIEDRONKA URUCHOMIŁA PROGRAM PROFILAKTYKI I LECZENIA CHOROŃ METABOLICZNYCH...

dla pracowników sklepów, centrów dystrybucyjnych i biur. To 180-dniowe wsparcie obejmuje diagnostykę, konsultacje z lekarzem obesitologiem, dietetykiem i psychologiem, a także dofinansowanie terapii. Program powstał w odpowiedzi na wyniki badań profilaktycznych, które wskazały na rosnące ryzyko cukrzycy i otyłości wśród zatrudnionych. Dla firmy to inwestycja w zdrowie ponad 80-tysięcznego zespołu – ograniczanie absencji, wzmacnianie zaangażowania i budowanie wizerunku pracodawcy, który reaguje na realne potrzeby swoich pracowników.



CTP POLSKA INWESTUJE W KOMFORT I DOBROSTAN PRACOWNIKÓW...

w sektorze przemysłowym i magazynowym, traktując parki logistyczne nie tylko jako hale operacyjne, ale holistyczne środowiska pracy. Badania CTP pokazują, że obok wynagrodzenia dla pracowników kluczowe są warunki codziennej pracy: ergonomiczne stanowiska, odpowiednia temperatura i oświetlenie, dostęp do stołówki oraz transportu dojazdowego. Działania CTP przynoszą wymierne korzyści biznesowe: zwiększają retencję zespołów, ułatwiają rekrutację, podnoszą zaangażowanie i satysfakcję pracowników, a w efekcie wspierają stabilność operacyjną najemców i przewagę konkurencyjną firm. Inwestycje w wellbeing to realna odpowiedź na zmiany w oczekiwaniach pracowników i nowe standardy rynku pracy.



TAURON POLSKA ENERGIA ZOSTAŁ MECENASEM ZAMKU KSIĄŻ...

wspierając rozwój jednej z najważniejszych instytucji kultury i turystyki na Dolnym Śląsku. Partnerstwo obejmuje realizację wydarzeń łączących nowoczesne technologie z dziedzictwem historycznym, m.in. projekt „Tauron Ogrody Światła”, który przyciąga pół miliona odwiedzających i wzmacnia rozpoznawalność regionu. Inicjatywa wpisuje się w strategię CSR Tauron, łącząc wsparcie kultury z edukacją i lokalnym zaangażowaniem. Działania te nie tylko promują dziedzictwo i aktywności kulturalne, ale także budują pozytywny wizerunek firmy jako odpowiedzialnego partnera społecznego i regionalnego, wzmacniając relacje z mieszkańcami i instytucjami.





PROJEKT I SKŁAD RAPORTU:

MARTA POTRZEBOWSKA