



Program Centrum UNEP/GRID-Warszawa  
– Tworzymy społeczność liderów zmian



# Biznes

na rzecz zmiany

2020/2021

Publikacja podsumowuje 2. edycję programu Climate Leadership 2020/2021

**Pomysłodawcy:**

Maria Andrzejewska, Dyrektorka Generalna Centrum UNEP/GRID-Warszawa  
Prof. Bolesław Rok, Akademia Leona Koźmińskiego

**Organizator:**

Centrum UNEP/GRID-Warszawa

**Uczestnicy:**

Allegro.pl  
BASF Polska  
Bank Ochrony Środowiska S.A.  
BNP Paribas Bank Polska S.A.  
Grupa Danone  
ERGO Hestia S.A.  
Fabryki Mebli „FORTE” S.A.  
Mc Donald's Polska Sp. z o.o.  
Netguru  
myhive  
Zakłady Farmaceutyczne „Polpharma” S.A.  
Samsung Electronics Polska  
Tetra Pak

**Partnerzy:**

Akademia Leona Koźmińskiego  
Havas PR

**Partroni medialni:**

300Gospodarka  
MyCompany Polska  
Odpowiedzialnybiznes.pl  
Rzeczpospolita  
Teraz Środowisko

[www.ClimateLeadership.pl](http://www.ClimateLeadership.pl)



Copyright © Centrum UNEP/GRID-Warszawa  
Wszystkie prawa zastrzeżone.  
Warszawa 2021  
ISBN 978-83-956713-7-1

**Opracowanie publikacji:**

Centrum UNEP/GRID-Warszawa

**Koordynatorzy programu:**

Magdalena Jakubowska, Bartłomiej Kozek, Michał Purol, Anna Wrzosek

# Spis treści

## WSTĘP

Biznes nie uniknie głębokich zmian   <b>Maria Andrzejewska, Bolesław Rok</b> .....	3
--	---

## O PROGRAMIE

Climate Leadership – co za nami, co przed nami?   <b>Magdalena Jakubowska</b> .....	5
Neutralność klimatyczna   <b>Michał Purol</b> .....	7

## GLOBALNE TRENDY

Gra o klimat wchodzi w nowy etap   <b>Bartłomiej Kozek</b> .....	10
Długa droga do innowacji na rzecz klimatu   <b>Bolesław Rok</b> .....	13

## ZOBOWIĄZANIA KLIMATYCZNE UCZESTNIKÓW PROGRAMU

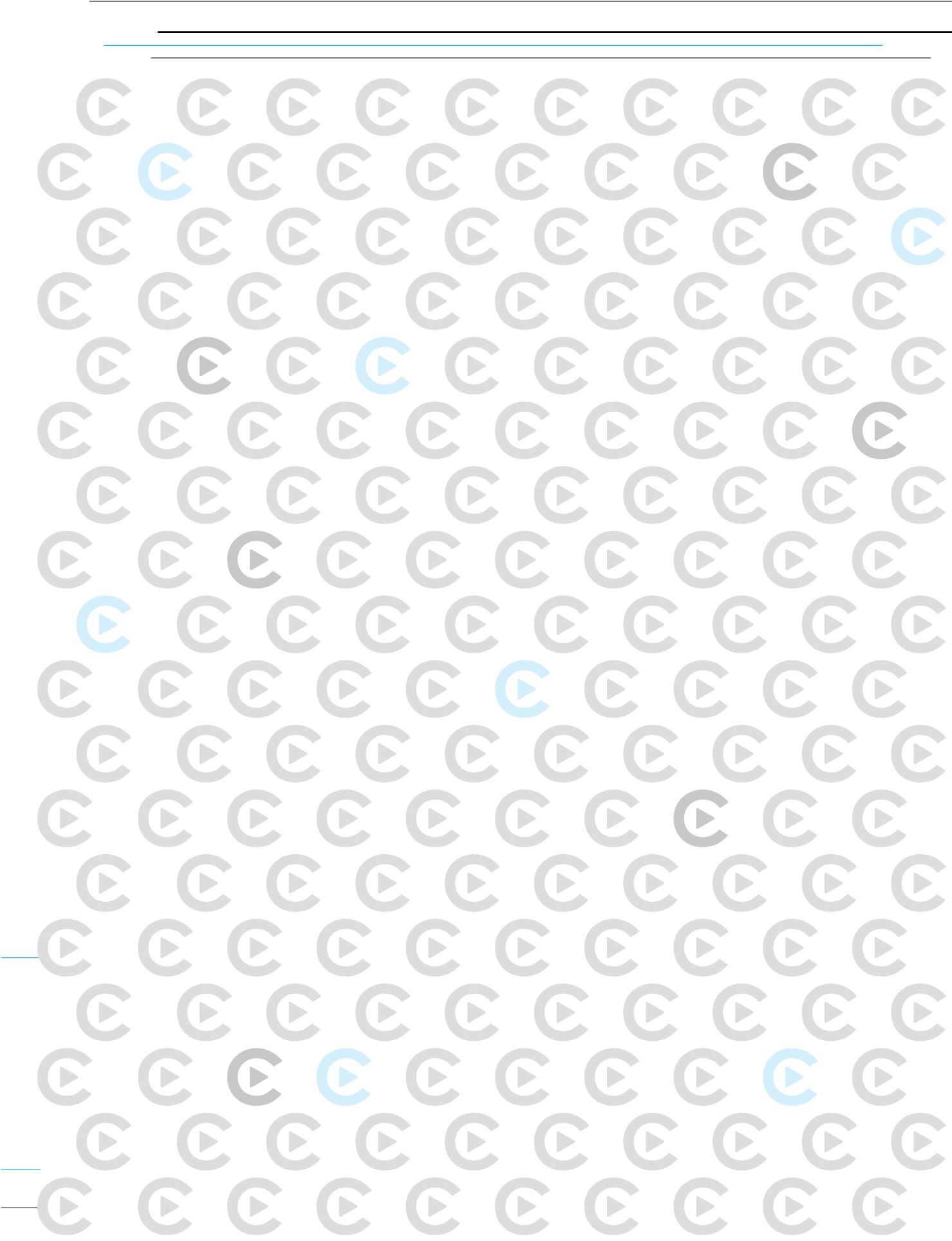
Allegro.pl .....	20
BASF Polska .....	22
Bank Ochrony Środowiska S.A. ....	24
BNP Paribas Bank Polska S.A. ....	26
Grupa Danone .....	28
ERGO Hestia .....	30
Fabryki Mebli „FORTE” S.A. ....	32
Mc Donald’s Polska Sp. Z O.O. ....	34
myhive .....	36
Netguru .....	38
Zakłady Farmaceutyczne „Polpharma” .....	40
Samsung Electronics Polska .....	42
Tetra Pak .....	44

## PROPOZYCJE DLA LIDERÓW – EKSPERCI PROGRAMU CLIMATE LEADERSHIP

ESG napędza dekadę działania   <b>Marta Lesiewska</b> .....	48
Spółeczności energetyczne: zainwestuj, dołącz, twórz   <b>Maciej Wereszczyński</b> .....	51
Inwestorze... czy grasz w zielone?   <b>Dorota Krupa</b> .....	54
Zielone obligacje jako narzędzie finansowania zielonej gospodarki   <b>Justyna Zabawa</b> .....	56
Liczyć swój wpływ – mierzenie śladu węglowego (Małgorzata Wernicka) .....	58
Gospodarka o obiegu zamkniętym jako narzędzie na drodze ku neutralności klimatycznej   <b>Anna Desogus</b> .....	60
Budynki i obieg zamknięty   <b>Wioletta Fabrycka</b> .....	64
Nowe źródła białka na ratunek planecie   <b>Maciej Otrębski</b> .....	68
Zrównoważone innowacje – czego nam brakuje, by je stworzyć?   <b>Zuzanna Mazurek</b> .....	70
Biznes-system naczyń połączonych   <b>Agata Rudnicka</b> .....	72
Codzienne wielkie zmiany   <b>Paulina Górka</b> .....	74
Sprawiedliwa transformacja to dobry biznes   <b>Magdalena Bartecka</b> .....	76
Nowa etyka dla klimatu?   <b>Robert Sroka</b> .....	79

## WIEDZA O KLIMACIE

Relacje z debat Climate Conversations .....	82
Klimatyczna baza wiedzy .....	98
Centrum UNEP/GRID-Warszawa .....	101



# Biznes nie uniknie głębokich zmian

## MARIA ANDRZEJEWSKA

DYREKTOR CENTRUM UNEP/GRID-WARSZAWA,  
WSPÓŁTWÓRCZYNI PROGRAMU CLIMATE LEADERSHIP

## BOLESŁAW ROK

PROFESOR AKADEMII LEONA KOŹMIŃSKIEGO,  
WSPÓŁTWÓRCA PROGRAMU CLIMATE LEADERSHIP

*Nasz dom płonie, a my gasimy go  
polewając benzyną. Ta niezwykle  
trafna przenośnia odzwierciedla  
świat katastrofy klimatycznej.*

**Opublikowany w sierpniu 2021 roku  
raport IPCC - Międzyrządowego  
Zespołu ds. Zmian Klimatu -  
jednoznacznie wskazuje na to, w jak  
tragicznym miejscu się znajdujemy  
i jak niezwykle trudna i wymagająca  
droga do zmiany przed nami.**

My - rządy państw, samorządy, duży i mały biznes, centra naukowo-badawcze, organizacje społeczne, niezależni eksperci, a więc każdy z nas, tak w relacji zawodowej, jak i prywatnej mamy swoją rolę do odegrania. Rolę, w której przede wszystkim chodzi o współpracę, a nie tylko indywidualne działania.

### **Odwracanie biegu zdarzeń**

Kiedy ponad dwa lata temu, w odpowiedzi na rezolucję Zgromadzenia Ogólnego NZ ds. Środowiska (UNEA), podjęliśmy decyzję o wspieraniu największych firm w Polsce w procesie podejmowania zobowiązań klimatycznych i - przede wszystkim - ich realizowania w codziennej działalności operacyjnej, mało kto oczekiwał klimatycznego przywództwa ze strony biznesu.

Dzisiaj podobnych inicjatyw zaczyna być coraz więcej. Szereg organizacji w Polsce podejmuje dziś temat strategii klimatycznych, neutralności emisyjnej czy innowacji na rzecz klimatu. Wspólnymi siłami jesteśmy w stanie zmobilizować duże firmy - zarówno z kapitałem polskim, jak i zagranicznym - do rzeczywistej zmiany na poziomie bardzo konkretnym, a mianowicie produktów, usług, procesów i modeli biznesowych.

Skala potrzebnych zmian w poszczególnych branżach jest olbrzymia - niewyobrażalna z perspektywy jednej organizacji. Czasu na ich dokonywanie mamy coraz mniej.

### **Przekonywanie do zmian**

Trzeba przyznać, że początkowo menedżerowie z różnych firm do których się zwracaliśmy, nie zawsze rozumieli nasze oczekiwania. Wyzwaniem potrafi być wytłumaczenie, że społeczna odpowiedzialność biznesu i dobre praktyki z tego obszaru nie wystarczą.

CSR wcale nie umarł i dalej jest potrzebny. Jesteśmy wdzięczni wielu firmom, które od trzydziestu lat – bo tyle działa już Centrum UNEP/GRID Warszawa – współpracują z nami przy projektach ratujących ekosystemy, edukujących dzieci i dorosłych, dostarczających niezbędnych danych.

W przypadku Climate Leadership nie chodzi nam jednak o znalezienie sponsorów. Oczekujemy radykalnych zmian w sposobie funkcjonowania firm, stosownych do skali kryzysu klimatycznego i innych kryzysów środowiskowych.

Łatwo sobie wyobrazić, że tego typu oczekiwania to nie to, co firmy lubią najbardziej. Szczególnie trudne może to być dla tych z nich, które od lat aktywnie uczestniczą w spotkaniach środowiska CSR, w którym są „głaskane” za swoje projekty z zakresu społecznej odpowiedzialności i przyzwyczały się (a właściwie zostały przez to środowisko przyzwyczajone) do samych pochwał i nagród.

### **Planeta nie daje taryfy ulgowej**

W trakcie debat programu Climate Leadership eksperci, naukowcy, aktywiści oceniali produkty, usługi, ich wpływ na środowisko – czyli celowali w samo serce biznesu. Krytyka budziła emocje, ale też mobilizowała i prowadziła do innowacyjnych rozwiązań w oparciu o wiedzę naszych ekspertów i ekspertów z danej firmy.

Widoczny stawał się też dodatkowy pozytywny efekt tych rozmów – menedżerowie ds. CSR czy zrównoważonego rozwoju musieli wciągać do współpracy „menedżerów biznesowych”. Dzięki temu w firmach uczestniczących w tegorocznej edycji Climate Leadership zaczęły zachodzić istotne zmiany w strukturze organizacyjnej oraz w podejściu „zwykłych” menedżerów do odpowiedzialności środowiskowej.

Dla wielu firm staliśmy się pretekstem - a może motywacją - do zapoczątkowania lub wzmocnienia istotnych zmian w działalności operacyjnej. Czasami zaczynało się to od jednego procesu, np. optymalizacji opakowań. Było jednak widać, słychać i czuć, że ci, którzy łapali „klimatycznego bakcyła” zaczęli inaczej patrzeć na wiele procesów w organizacji. Bo - jak mówią fachowcy - kryzys klimatyczny to też wielka szansa dla rozwoju innego, lepszego biznesu.

### **Klimatyczny maraton**

Uczestnictwo w programie Climate Leadership nie spowodowało, że dana firma stała się od razu klimatycznym liderem. Do tego potrzebne jest wiele różnych elementów w poszczególnych obszarach działalności firmy, przede wszystkim zaś celowa i całościowa strategia, której realizacja uznawana jest przez zarząd jako absolutna konieczność.

Koncentrowaliśmy się często na małych, bardzo konkretnych zmianach - ale dzięki nam ten proces zmiany się rozpoczął. Jesteśmy przekonani, że będzie toczył się coraz szybciej, żyjemy bowiem w takim świecie, w którym ryzyko klimatyczne jest już najpoważniejszym ryzykiem inwestycyjnym, biznesowym i życiowym.

Osiągnięcie neutralności klimatycznej jest niezmiernie ważnym tematem, który niestety nie zawsze znajduje miejsce na pierwszych stronach gazet.

### **A przecież powinien!**

Wspólnymi siłami, tworząc społeczność już niemal setki ekspertek i ekspertów, chcących wspierać biznes na jego drodze do neutralności klimatycznej, mamy nadzieję to zmienić. Stawką jest dziś nie mniej nie więcej, jak nasza przyszłość. Jest o co walczyć.

---

# Climate Leadership

## — co za nami, co przed nami?

### MAGDALENA JAKUBOWSKA

KIEROWNIK PROJEKTU CLIMATE LEADERSHIP,  
CENTRUM UNEP/GRID-WARSZAWA

**Climate Leadership to projekt Centrum UNEP/GRID-Warszawa budujący społeczność liderów realnej zmiany na rzecz neutralności klimatycznej biznesu. To pierwsza taka inicjatywa w Polsce, która jednoczy wiele środowisk eksperckich i biznesowych w realizacji wspólnych celów, nierzadko zmieniając sposób ich myślenia o zrównoważonym rozwoju.**

Nasz program wspiera wymierne działania ograniczające negatywny wpływ na środowisko, które firmy podejmują w ramach realizacji celów i zobowiązań klimatycznych. Umożliwia również sprawny przepływ informacji i partnerską współpracę między przedstawicielami biznesu a ekspertami w dziedzinie ochrony środowiska i kryzysu klimatycznego, którzy do tej pory nie mieli okazji połączyć swojej wiedzy i doświadczeń.

W październiku 2020 roku uruchomiliśmy 2. edycję programu. Od tego momentu przedstawiciele firm współpracowali z ekspertami ze świata biznesu, nauki i organizacji pozarządowych nad rozwojem swoich innowacyjnych projektów. W tegorocznej edycji na udział w programie zdecydowało się 13 liderów biznesu: Allegro, BASF Polska, BNP Paribas, Bank Ochrony Środowiska, ERGO Hestia, Fabryki Mebli „FORTE,,, Grupa spółek DANONE, IMMOFINANZ (myhive), McDonald's, Netguru, Polpharma, Samsung oraz Tetra Pak.

#### **Poszerzanie wiedzy**

W trakcie 2. edycji poświęciliśmy dużo uwagi prezentowaniu eksperckich informacji i analiz skierowanych do szerokiego grona odbiorców biznesowych. Stworzyliśmy bazę wiedzy na stronie internetowej Climate Leadership, w której regularnie zamieszczamy artykuły oraz opracowania najważniejszych raportów poświęconym kwestiom klimatycznym. Zorganizowaliśmy również cztery spotkania w ramach prowadzonego od lat przez Centrum UNEP/GRID-Warszawa cyklu Climate Conversations. Debata z ekspertami programu poświęcone były zbieraniu i wykorzystywaniu danych klimatycznych, transformacji energetycznej, bioróżnorodności w strategiach biznesowych firm oraz aktywizmie klimatycznym dziennikarzy i roli mediów w szerzeniu wiedzy o kryzysie klimatycznym.

Po cyklu debat rozpoczęliśmy indywidualną współpracę z uczestnikami programu, zaczynając od wspólnej analizy oraz wyboru projektu o możliwie największym pozytywnym oddziaływaniu na środowisko naturalne. Konsultowane projekty często wynikały ściśle ze strategii korporacyjnych przyjętych przez firmy na poziomie globalnym i dotyczyły przygotowania rekomendacji w zakresie ich lokalnego wdrożenia.

Przy wyborze projektu istotne było, aby firma przeanalizowała w jakim obszarze potrzebuje wsparcia merytorycznego i/lub konsultacji eksperckich — tak, by zbliżyć się do osiągnięcia neutralności klimatycznej. Ścieżek ku realizacji takiego celu jest wiele i, oprócz działań takich jak przechodzenie na odnawialne źródła energii, dotyczyć mogą np. zwiększania efektywności energetycznej, zamykania obiegu surowców czy tworzenia zrównoważonych łańcuchów dostaw.

### **Kultura współpracy**

Kolejnym etapem współpracy były spotkania indywidualne z ekspertami w formie dobranej do specyfiki konsultowanego projektu. W tym roku udało się nam zorganizować je w bardzo zróżnicowanej formie — od spotkań warsztatowych w ścisłym gronie eksperckim, wykładów dla przedstawicieli firm, debat i dyskusji publicznych, aż po szerokie panele interesariuszy reprezentowanych przez ekspertów programu. Niezależnie jednak od formy spotkań przedstawione przez firmy projekty zostały zaopiniowane, nakreślone też zostały kierunki ich realizacji. Często konsultowano również propozycje rozwiązań, które mogłyby zostać wdrożone jako alternatywa dla początkowego pomysłu, badano możliwości nawiązania współpracy sektorowych, kwestie związane z edukacją konsumentów oraz sposoby komunikacji podejmowanych działań.

Poza merytoryczną pracę z uczestnikami organizatorom zależało również na aspekcie edukacyjnym pracowników firm — tak, aby każdy z nich mógł być włączony we wspólną realizację celów klimatycznych i zobowiązań podejmowanych w trakcie trwania programu. Dla wszystkich uczestników zorganizowane

zostały webinary na tematy związane z przeciwdziałaniem skutkom zmian klimatu, dopasowane do specyfiki danej firmy i potrzeb w zakresie zielonej transformacji jej modelu biznesowego.

Wszystkie spotkania odbywały się online, a zaproponowane przez ekspertów kierunki oraz rozwiązania zostały podsumowane w finalnej rekomendacji, która indywidualnie została przekazana każdemu z uczestników tegorocznej edycji programu po zakończeniu współpracy.

### **Klimatyczna społeczność**

Chcąc wzmocnić i zacieśnić współpracę między rosnącą społecznością Climate Leadership zorganizowaliśmy również spotkania crowdsourcingowe, na które zaprosiliśmy uczestników obu dotychczasowych edycji, a także partnerów, patronów medialnych i ekspertów programu, z którymi rozmawialiśmy na tematy związane z tworzeniem partnerstw na rzecz klimatu, mierzeniem śladu węglowego, ograniczaniem zużycia surowców oraz kompensacjami przyrodniczymi.

Przez cały czas trwania programu prowadzono szeroką komunikację w mediach branżowych i społecznościowych dzięki współpracy z Havas PR oraz patronami medialnymi. Zorganizowaliśmy również dwa spotkania podsumowujące rezultaty i zobowiązania wypracowane przez uczestników tegorocznej edycji, w których wzięli udział przedstawiciele wiodących mediów.

Poprzez prezentowanie dobrych praktyk uczestników Climate Leadership chcemy motywować kolejne firmy do podejmowania konkretnych działań i wyzwań w związku z przeciwdziałaniem skutkom zmian klimatu na wspólnej drodze do osiągnięcia neutralności klimatycznej. Aby osiągnąć ten cel potrzebujemy zaangażowania nas wszystkich!



# Neutralność klimatyczna

## MICHAŁ PUROL

KOORDYNATOR PROGRAMU CLIMATE LEADERSHIP

### Neutralność klimatyczna to stan, w którym dojdzie do radykalnego obniżenia emisji gazów cieplarnianych we wszystkich gałęziach gospodarki.

**Wszelkie pozostałe, wciąż jeszcze generowane przez człowieka emisje, mają z kolei zostać zrekomensowane zwiększonym pochłanianiem dwutlenku węgla i innych gazów cieplarnianych z atmosfery za pomocą rozwiązań naturalnych (odbudowa ekosystemów) i - ewentualnie - również technologicznych (wychwyty i składowanie CO<sub>2</sub>).**

#### Do czego dążymy?

O konieczności osiągnięcia stanu neutralności klimatycznej do roku 2050 wspominają raporty IPCC - Międzypaństwowego Zespołu ds. Zmian Klimatu, a także Programu ONZ ds. Środowiska (UNEP). Do celu tego aspiruje Komisja Europejska, a od niedawna również Japonia, Korea Południowa czy nawet - tyle że póki co w perspektywie roku 2060 - Chiny.

#### W jakim celu?

Jej szybkie osiągnięcie zwiększy szansę na ograniczenie wzrostu średniej, globalnej temperatury do poziomu nieprzekraczającego 2, a najlepiej 1,5 stopnia Celsjusza w stosunku do okresu przed rewolucją przemysłową. Dalszy wzrost emisji CO<sub>2</sub> skutkowałby trwałym zaburzeniem równowagi energetycznej Ziemi i wzrostem globalnej temperatury prowadzącym do destabilizacji systemu klimatycznego oraz pogorszenia warunków do życia.

#### Co oznacza dla firm w praktyce?

Firmy muszą już dziś przyjąć strategię ograniczania do minimum emisji, wynikłych z ich działalności gospodarczej i przyjętego modelu biznesowego. Na dłuższą metę nie mówimy już o cięciach rzędu 10 czy 20%, ale blisko 100% redukcji emisji gazów cieplarnianych.

W niektórych sektorach proces ten będzie prostszy niż w innych. Ze względu na poziom postępu technologicznego i malejące koszty wdrażania, łatwiej będzie o dekarbonizację systemu energetycznego, niż np. rolnictwa. Wyzwaniem pozostaną szczególnie energochłonne, zależne od paliw kopalnych sektory, np. produkcja stali. Firmy z tych branż już dziś muszą inwestować w badania i rozwijać nowe technologie, np. wodorowe, które będą mogły zastąpić paliwa kopalne.

Dla wielu przedsiębiorstw i branż neutralność klimatyczna oznaczać będzie przemysłenie modelu biznesowego i np. odejście od zachęcania do indywidualnego posiadania produktu w stronę promowania wzorców współdzielenia (np. systemy carsharingowe) czy wydłużanie życia produktu poprzez ułatwianie jego naprawiania i późniejsze odzyskiwanie z rynku (np. telefony komórkowe).

#### Obszary działania:

##### - BEZPIECZEŃSTWO ŻYWNOŚCIOWE

Sposób, w jaki gospodarujemy ziemią z jednej strony pokazuje, jakie relacje chcemy mieć ze środowiskiem naturalnym, z drugiej zaś - w jaki sposób chcemy zaspokajać nasze podstawowe potrzeby. Świadomość ta stoi za trendami społecznymi, takimi jak zwracanie uwagi na dobrostan zwierząt gospodarskich, nadużywanie nawozów sztucznych czy przechodzenie na bardziej roślinne diety.

W ostatnich dekadach obserwowaliśmy niekorzystne dla środowiska - w tym również dla klimatu - trendy, takie jak marnotrawienie żywności, wydłużanie łańcuchów dostaw czy wylesianie na obszarach Globalnego Południa. Trendy te muszą

ulec odwróceniu, w czym aktywną rolę odegrać powinien również sam biznes, np. zwiększając ofertę produktów lokalnych, roślinnych czy sezonowych.

#### - EDUKACJA KLIMATYCZNA

Pierwszym krokiem do podjęcia ambitnych działań na rzecz klimatu jest zdobycie wiedzy o kwestiach, takich jak efekt cieplarniany, rola generowanych przez człowieka emisji gazów cieplarnianych w jego nasileniu, powiązania między ekosystemami czy między środowiskowymi, społecznymi i gospodarczymi aspektami Celów Zrównoważonego Rozwoju.

Poza odpowiednim poziomem wiedzy na ten temat niezbędne dla skutecznej komunikacji kwestii klimatycznych jest również dostosowanie komunikatu do grup, do których jest skierowany. Jako że w najbliższych latach przyspieszony kurs wiedzy o klimacie czeka nas od najmłodszych lat aż po jeśień życia odpowiedź na to wyzwanie będzie niezwykle ważna - również dla świadomego biznesu.

#### - EFEKTYWNOŚĆ ENERGETYCZNA I SUROWCOWA

Czas paliw kopalnych musi dobiec w najbliższych dekadach końca. Nie możemy też w nieskończoność zwiększać wydobycia surowców pierwotnych. To ogromne wyzwania, wymagające inwestowania m. in. w poprawę efektywności energetycznej, odnawialne źródła energii, czy wdrażania zasad gospodarki o obiegu zamkniętym - od ekoprojektowania po recykling.

Od tego wyzwania nie uciekną również firmy. Globalni liderzy już dziś tworzą własne moce wytwórcze, instalując panele fotowoltaiczne czy stawiając farmy wiatrowe. Efektywniej gospodarują surowcami i energią, a także wspierają swoich dostawców w procesie zielonego zwrotu energetycznego.

#### - GOSPODARKA O OBIEGU ZAMKNIĘTYM

Model produkcji według schematu „wydobyć surowce - stworzyć produkt - zużyć i wyrzucić do kosza„ jest nie do utrzymania ze względu na jego koszty środowiskowe. Potrzebujemy zamknięcia obiegów, dzięki któremu opanujemy wzrost wydobycia surowców naturalnych i zmniejszymy emisje gazów cieplarnianych.

Pod tym terminem kryje się szereg inspirujących trendów, zwiększających efektywność surowcową i energetyczną, pozwalających na tworzenie nowych nisz rynkowych oraz zwiększanie konkurencyjności. Ekoprojektowanie (np. opakowań), wydłużanie cyklu życia produktu, zwiększanie możliwości napraw czy wymiany, wyższe poziomy wykorzystywania materiałów z recyklingu - możliwości jest tu wiele.

#### - NOWE TECHNOLOGIE I INNOWACJE NA RZECZ KLIMATU

Postęp technologiczny pozwala na myślenie o tym, w jaki sposób rozwijać się bez zwiększania nacisku na środowisko. Umożliwia tworzenie przedmiotów, które zastępują w domu kilkanaście innych, takich jak laptopy czy telefony komórkowe. By jednak w pełni wykorzystać ich potencjał potrzeba myśleć o nich jako o narzędziu, a nie celu samym w sobie. Skojarzenie między technologiami a innowacyjnością jest silne - nie oznacza to jednak, że innowacyjne rozwiązania na nich się kończą. Czasem znacznie bardziej kluczową rolę odgrywają innowacje społeczne czy te w modelach biznesowych, a nawet... powrót do przeszłości. Spółdzielnie energetyczne, start-upy czy ekonomia współdzielenia to tylko niewielki wycinek tej bogatej rzeczywistości.

#### - OCHRONA BIORÓŻNORODNOŚCI

Kryzys klimatyczny wymaga nie tylko tworzenia nowych rozwiązań technologicznych, ale również ochrony tego, co już istnieje - życia na ziemi i jego bogactwa. W przeciwnym wypadku, jak niedawno ogłosili eksperci z zajmującego się różnorodnością biologiczną IPBES, w kolejnych dekadach czekać nas może wyginięcie nawet miliona gatunków organizmów żywych.

Ochrona bioróżnorodności to coś więcej niż tylko sadzenie drzew. To opiekowanie się złożonymi, delikatnymi ekosystemami oraz odbudowa tych, które dziś znajdują się w kiepskiej kondycji. Mokradła, torfowiska, lasy deszczowe czy oceany to naturalne pochłaniacze dwutlenku węgla, dzięki którym nasza szansa na uniknięcie katastrofy klimatycznej znacząco rośnie.

#### - RAPORTOWANIE NIEFINANSOWE

W ostatnich dekadach zauważalne jest kwestionowanie ograniczania sensu działania biznesu do generowania jak największych, krótkofalowych zysków. Rośnie świadomość negatywnych efektów zewnętrznych (społecznych i środowiskowych) takiego podejścia, za którą idą rosnące wątpliwości obywateli-konsumentów wobec marek, kierujących się taką logiką.

Elementem poszerzania świadomości wpływu przedsiębiorstw na ich otoczenie społeczne i środowiskowe jest raportowanie niefinansowe. Dzięki niemu możliwe staje się przeprowadzanie bardziej świadomych, efektywnych zmian, pozwalających na ograniczanie negatywnych efektów zewnętrznych działalności i poszerzanie skali pozytywnego wpływu na świat.

#### - ZMNIEJSZENIE ŚLADU WĘGLOWEGO

Fundamentem przechodzenia na neutralność klimatyczną będzie radykalne obniżanie emisji gazów cieplarnianych we wszystkich gałęziach gospodarki. Zmiany nie ograniczą się wyłącznie do kwestii używania paliw kopalnych czy generowania energii elektrycznej, wpływając na wszystkie elementy wzorców produkcji i konsumpcji.

Biznes - częściowo z powodu regulacji, częściowo zaś w wyniku dobrowolnych zobowiązań - zaczyna zmieniać swoje modele biznesowe, rozumieć swój wpływ na łańcuch wartości czy podkreślać znaczenie pozafinansowych wskaźników swojej działalności. Posunięcia, takie jak wyliczanie swojego śladu węglowego, pozwalają firmom na dokonanie świadomych zmian w sposobie funkcjonowania na rynku.

#### - ZRÓWNOWAŻONE FINANSOWANIE

Transformacja w kierunku neutralności klimatycznej wiązać się dla biznesu będzie z szeregiem inwestycji, np. w linie produkcyjne czy odnawialne źródła energii. Oznaczać to również będzie konieczność dostępu do środków finansowych odpowiednich do skali wyzwania.

W ostatnich latach w sektorze finansowym zaczęła rosnąć świadomość tego, że kryzys klimatyczny w bezpośredni sposób wpływa na ryzyko biznesowe, związane np. z ubezpieczeniami od gwałtownych zjawisk pogodowych. Nie brakowało również deklaracji, dotyczących wycofywania się z finansowania inwestycji w energetykę opartą na paliwach kopalnych. Możemy się spodziewać, że trendy te będą się nasilać.

#### - ZRÓWNOWAŻONY ŁAŃCUCH DOSTAW

Firmy odpowiadają nie tylko za siebie, ale również za całe swoje otoczenie. Od przyjętych przez nie wzorców działania zależy, jaki wpływ na dobrostan społeczny i stan środowiska będzie mieć ich cały łańcuch wartości - od podmiotów odpowiedzialnych za surowce aż po kupujących ich towary i usługi konsumentów.

Wszystkie te podmioty wpływają na siebie nawzajem. Postawy konsumentów w kwestiach, takich jak nawyki transportowe, żywnościowe czy odzieżowe, będą kształtować oferty firm. Biznes będzie mógł z jednej strony odpowiadać na pojawiające się trendy, z drugiej zaś - aktywnie je kształtować, tworząc ekosystem pozytywnych zmian dla klimatu.

## Gra o klimat wchodzi w nowy etap

### BARTŁOMIEJ KOZEK

KIEROWNIK DZIAŁU ZIELONEJ TRANSFORMACJI  
CENTRUM UNEP/GRID-WARSZAWA

**Pandemia koronawirusa postawiła nas na rozdrożu. Możemy próbować kontynuować „biznes jak zwykle” i zderzyć się ze ścianą ograniczeń ekosystemowych — albo postawić na zieloną, przyjazną dla ludzi i środowiska odbudowę. Biznes będzie musiał odpowiedzieć sobie na pytanie o to, po której stronie chce stanąć.**

Od -6 do -7% - o tyle, wedle różnych szacunków, zmniejszy się miały w roku 2020 globalne emisje gazów cieplarnianych. Sęk w tym, że wraz z przemięciem pierwszego szoku, związanego z COVID-19, zaczęliśmy się jako ludzkość dostosowywać do „nowej normalności” — a wraz z tym faktem emisje znów zaczęły rosnać. Chwilowy spadek mógł dać przez chwilę odetchnąć planecie, jednak co najmniej dwa jego aspekty sprawiają, że trudno wyrażać satysfakcję z jego zaistnienia.

Po pierwsze, wiązał się on z dalece posuniętym ograniczeniem działalności gospodarczej, które trudno określić mianem przemysłanej, zaplanowanej transformacji. Trudno mówić o jej sprawiedliwym charakterze, gdy wiązał się on z zachorowaniami i śmiercią, utratą pracy czy - jak w najnowszym raporcie na temat realizacji Celów Zrównoważonego Rozwoju wskazuje ONZ - cofnięciem globalnych postępów w tak ważnych dziedzinach, jak walka z biedą i głodem czy poszerzanie dostępu do edukacji.

Po drugie, nawet tak duży spadek, okupiony wysokimi kosztami społecznymi i gospodarczymi, nie osiągnął poziomu -7,6% rocznie, wskazywanego przez Program ONZ ds. Środowiska (UNEP) jako kluczowy do tego, by udało się ograniczyć wzrost średniej, globalnej temperatury do poziomu 1,5 stopnia Celsjusza w porównaniu do okresu przed rewolucją przemysłową.

Biorąc powyższe kwestie pod uwagę poczucie bezsilności wobec niekorzystnych trendów czy już odczuwanych skutków kryzysu klimatycznego, takich jak wzrost częstotliwości i siły gwałtownych zjawisk pogodowych, może się wydać zrozumiałe. Z drugiej strony jednak wciąż aktualne pozostaje spostrzeżenie, przypomiane przez rodzinę Narodów Zjednoczonych - wciąż trwa kluczowa dla naszej przyszłości dekada, w której musimy zmienić otoczenie regulacyjne, modele biznesowe i style życia, by skończyć wojnę z naturą.

## Zielona zmiana

Z jakich trendów można zatem czerpać nadzieję? Pierwszym z nich jest fakt, iż temat walki z kryzysem klimatycznym nie zniknął z globalnej agendy w trakcie pandemii. Co więcej — możliwość odzwierciedlenia charakteru wirusa SARS-CoV2 przypominała o tym, iż rosnąca presja człowieka na środowisko, skutkująca w rosnącej ilości emisji, zanieczyszczeń czy zużycia surowców, koniec końców przynieść nam może pogorszenie naszej jakości życia. Często w formie, na którą nie jesteśmy przygotowani.

Dyskusji o przyszłości globalnej gospodarki — przynajmniej na poziomie retoryki — nie zostały zdominowane przez zwolenników tezy o konieczności przywrócenia wzrostu gospodarczego za wszelką cenę, włącznie z odracaniem działań na rzecz klimatu. Naczelną zasadą do przyjęcia po pandemii uczyniono hasła build back better oraz zielonej odbudowy, w której działania na rzecz walki z kryzysem klimatycznym (ale również inne działania na rzecz ochrony środowiska, takich jak ochrona różnorodności biologicznej) służą budowie lepszej, przyjaznej dla ludzi i środowiska gospodarki.

Choć - jak wynika ze zleconego przez UNEP badania „Are We Building Back Better?” - zeszłoroczne pakiety ratunkowe i stymulacyjne w najważniejszych, światowych gospodarkach mogłyby być bardziej zielone to nie da się też powiedzieć, że zupełnie pomijają kwestie środowiskowe. Zainteresowanie rządów budzą inwestycje, takie jak rozwój odnawialnych źródeł energii, badania i rozwój technologii wodorowych, rozwijanie elektromobilności i transportu publicznego czy termomodernizacja budynków. Na horyzoncie widać również coraz większą rolę finansowania inwestycji w zielone przestrzenie publiczne i ochronę zasobów wodnych.

## Działania rządów

Globalna pandemia nie oznaczała również wyhamowania tempa nowych deklaracji z zakresu osiągnięcia celu globalnej neutralności klimatycznej. Tego typu zapewnienia usłyszeliśmy w ostatnich miesiącach z ust decydentów m.in. z Korei Południowej i Japonii. Spore emocje wzbudziła analogiczna — historyczna, bo pierwsza — deklaracja Chin, które na dziś chcą

go osiągnąć do roku 2060. Choć istnieje sporo powodów by uważnie obserwować, na ile tego typu deklaracje znajdują odzwierciedlenie w realnie prowadzonej polityce poszczególnych krajów, nie sposób nie zauważyć, że w porównaniu do globalnych negocjacji klimatycznych jeszcze sprzed kilku, kilkunastu lat doszło do olbrzymiego zwrotu, również w polityce krajów spoza grona „Globalnej Północy”.

Oznacza to, że Unię Europejską z jej projektem Europejskiego Zielonego Ładu nie sposób — mając tego typu dane — uważać za odizolowany przypadek klimatycznej nadgorliwości, jak lubią to robić niektórzy sceptycy. Wręcz przeciwnie — Unia swoją ambitną postawą zdaje się pomagać w osiągnięciu jednego z założonych przez siebie celów, a mianowicie zachęcania innych państw i bloków gospodarczych do zmiany kursu i zgodnego z zaleceniami naukowymi dążenia do osiągnięcia stanu globalnej neutralności klimatycznej do roku 2050.

Wspomniany fakt nie oznacza rzecz jasna, że każde zaproponowane działanie na rzecz tego celu ma jednakową wartość. W kontekście niedawno ogłoszonego elementu Europejskiego Zielonego Ładu, pakietu Fit for 55, przedstawiciele ruchu związkowego zwracają np. uwagę na konieczność zapewnienia realnego wsparcia dla grup, które mogłyby dotknąć negatywne skutki włączenia emisji transportowych do europejskiego systemu handlu emisjami (ETS). Skuteczność poszczególnych, proponowanych działań, takich jak graniczna opłata węglowa, stanowi obiekt żywych dyskusji w środowiskach eksperckich i wśród decydentów.

## Biznes dla przyszłości

W tym świecie swoje przywództwo stara się pokazać również biznes. Prężnie rozwijają się sieci partnerstw, skupiające firmy deklarujące własne ambicje klimatyczne. Sieci te coraz śmielej deklarują szeroko zakrojone wizje przyszłości, w których biznes buduje nową gospodarkę pozytywnego wpływu na ludzi i środowisko. O skali tych ambicji świadczy chociażby raport World Business Council on Sustainable Development, „Vision 2050: Time to Transform”.

Zaprezentowana w nim wersja zielonej transformacji modeli biznesowych daleka jest od skupiania się wyłącznie na maksymalizacji zysków. Zapisana w niej wizja skupia się na budowie świata, w którym pilne działania na rzecz dobrostanu ludzi oraz życia w obrębie granic ekosystemowych stawiają przed firmami ambitny cel – zmianę perspektywy prowadzenia działalności gospodarczej i osadzenia jej na bazie nowych wzorców produkcji i konsumpcji, budowania kultury odporności na zmiany w stanie środowiska oraz jego regenerację.

Również zakres tematyczny tak zarysowanej transformacji robi wrażenie. W raporcie mowa nie tylko o sektorze energetycznym, ale również o koniecznych zmianach we wzorcach mobilności, używanych produktach i materiałach, funkcjonowaniu sektora finansowego czy systemów produkcji żywności. Efektem ma być budowa świata, w którym odtwarzane są ekosystemy, poprawia się jakość życia, a przemysł na nowo działalność gospodarcza może toczyć się z większą pewnością, że będzie ona możliwa w bardziej stabilnych warunkach klimatycznych.

Czy operujący w Polsce biznes dostrzeże tę transformację? Odwiedzając nawet niekoniecznie poświęcone ochronie środowiska serwisy internetowe niemal codziennie przeczytać możemy deklaracje firm o zmianie swych modeli biznesowych pod kątem ich wpływu na stan planety. Budzi to pewną nadzieję na zaistnienie „masy krytycznej” która – obok od jak najbardziej potrzebnych zmian regulacyjnych – wymusić będzie na rynku jego zieloną transformację.

### **Wyzwania i szanse**

Ryzyko zlekceważenia tych trendów staje się nie tylko zagrożeniem dla globalnego klimatu, ale też coraz bardziej namacalnym ryzykiem biznesowym. Według najnowszych danych z badania Deloitte, zawartych w Indeksie Obaw Klimatycznych, nawet w trakcie pandemii 81% ankietowanych w Polsce pozostaje zaniepokojonych zmianami klimatycznymi.

Porównując ten wskaźnik z danymi, zawartymi w badaniu Europejskiego Funduszu Leasingowego „Zielona energia w MŚP” spora część rodzimego biznesu

nie czuje potrzeby bycia liderami w zakresie ochrony środowiska. Największe grono – 36%, tworzą w nim EKOseptycy, którzy realizują tylko to, co wymagają od nich przepisy i klienci. Kolejna pod względem liczebnym grupa – 26% — to EKOodporni, dla których działania na rzecz klimatu są stratą czasu i pieniędzy.

Zestawienie danych z tych dwóch raportów stanowić może kubeł zimnej wody. Istnieje realne ryzyko, że w najbliższych latach oczekiwania konsumentów i oferta rynkowa sporej części przedsiębiorstw — będących m.in. dostawcami dla większych firm o bardziej ambitnej polityce klimatycznej — zaczną się rozjeżdżać. Grozi to zarówno napięciami społecznymi, jak i ograniczeniem konkurencyjności polskiej gospodarki, będącej dziś mało efektywną energetycznie i surowcowo.

Dla większych podmiotów to wyzwanie jest jednak również i szansą. Szukając danych i sposobów na ograniczenie niebezpośrednich emisji z zakresu 3 ich działalności mogą wchodzić w szeroko zakrojone partnerstwa biznesowe w swych łańcuchach wartości, dzieląc się wiedzą, doświadczeniami i wsparciem w procesie zielonej transformacji. Tego typu partnerstwa, mogące uwzględniać wsparcie prawne, organizacyjne czy finansowe, mogą stać się prawdziwą wizytówką odpowiedzialności biznesu za ludzi i środowisko. Wizytówką, którą znacznie trudniej niż pojedynczą akcją marketingową posądzić będzie można o greenwashing.

Czy działający w Polsce biznes stanie na wysokości zadania? Będziemy trzymać w tej sprawie rękę na pulsie i wspierać go w tych działaniach w ramach programu Climate Leadership.

---

# Długa droga do innowacji dla klimatu

## BOLESŁAW ROK

AKADEMIA LEONA KOŹMIŃSKIEGO,  
WSPÓŁTWÓRCA PROJEKTU CLIMATE LEADERSHIP

**Innowacjom przypisuje się wielką rolę. To one mają przyczyniać się do wzrostu gospodarczego, społecznego dobrobytu, do powstawania nowych firm, wprowadzania nowych produktów i generalnie – do radykalnych zmian na lepsze na rynku i w społeczeństwie.**

**Zarówno w polityce gospodarczej, jak i w samej działalności biznesowej, innowacyjność jest terminem używanym bardzo często. Utożsamiana jest potocznie z wprowadzeniem nowego wyrobu i jest kojarzona ze specyficznymi procesami produkcyjnymi (zwłaszcza technologicznymi), które do powstania tego produktu doprowadziły. Mówi się też jednak o innowacjach otwartych, popytowych, społecznych, na rzecz zrównoważonego rozwoju czy pozytywnego wpływu.**

## Innowacje i konkurencyjność

Już od czasów Schumpetera, a potem Druckera, podkreśla się w nauce o zarządzaniu rolę innowacji jako czynnika budującego przewagę konkurencyjną i wartość firmy.

To przekonanie oparte jest na solidnych podstawach. Jednocześnie mamy jednak do czynienia z pewnymi ograniczeniami. Dominujące dziś podejście do innowacji koncentruje się na rozwoju i wdrażaniu innowacji technologicznych oraz ewentualnym dopasowywaniu możliwości danego przedsiębiorstwa do oczekiwań rynkowych i istniejących rozwiązań regulacyjnych.

Wyzwania społeczne i wpływ innowacji na przeciwdziałanie różnego rodzaju zagrożeniom - na przykład środowiskowym, demograficznym czy klimatycznym - nie są zwykle przedmiotem analizy w tym kontekście. Wzrost poziomu innowacyjności jest tymczasem nie tylko kluczowym wyzwaniem z punktu widzenia konkurencyjności gospodarki, ale również z punktu widzenia podejmowania największych wyzwań stojących przed społeczeństwem - w tym sformułowanych w postaci 17 Celów Zrównoważonego Rozwoju.

W nauce o zarządzaniu dużo uwagi poświęca się samemu zarządzaniu innowacjami, które uważane jest za kluczowy aspekt funkcjonowania współczesnych firm. W tradycyjnym podejściu innowacyjność postrzegana jest jako zmiana procesów technologicznych zachodząca wewnątrz firm - z bardzo niewielkim udziałem źródeł zewnętrznych. W efekcie bada się i raportuje przede wszystkim nakłady ponoszone w ramach takich komórek organizacyjnych jak działy B+R. W ostatnich latach o procesach zarządzania innowacjami zaczyna się mówić również w kontekście współpracy z innymi podmiotami, wdrażania czy dyfuzji innowacji.

## Otwarte innowacje

Coraz częściej podkreśla się, że procesy innowacyjne nie mogą już koncentrować się jedynie na wiedzy wewnętrznej, generowanej przez działy badawczo-rozwojowe firm. Konieczna jest współpraca z różnymi grupami interesariuszy - od przedstawicieli nauki poczynając, poprzez instytucje publiczne, aż po klientów i użytkowników.

W nowych modelach biznesowych zwraca się uwagę na otwarte innowacje (open innovation), umożliwiające współpracę z otoczeniem na różnych etapach powstawania produktów i usług. Tego typu podejście upowszechniło się wraz z rozwojem mediów społecznościowych i cyfrowych platform współpracy różnych grup interesariuszy. Możliwość korzystania z wiedzy różnorodnych interesariuszy w wielu branżach doprowadza do powolnego zacierania się wcześniejszych granic pomiędzy organizacjami a ich klientami, tworząc nowy świat otwartych innowacji. Otwarta innowacja to praktyka zapraszania szerokiego grona osób takich jak klienci, dostawcy, partnerzy biznesowi i społeczni czy przedstawiciele nauki (a nawet konkurencji), do udziału w rozwiązywaniu konkretnych wyzwań pojawiających się na rynku, generowaniu pomysłów i rozwoju produktów. W pewnym sensie unieważniają one dawne wytyczanie sztywnych granic oddzielających daną organizację od zewnętrznego świata. Pomagają w rozwoju współdzielenia wiedzy, otwieraniu się na nowe źródła innowacyjnych rozwiązań, a także przyczyniają się do wzrostu transparentności w biznesie.

Jedną z ich form są innowacje popytowe (user-driven innovation), powstające we współpracy z zaangażowanymi użytkownikami jako współtwórcami wartości. Wśród praktyków biznesu już wcześniej było oczywiste, że klienci nie są tylko użytkownikami nowych produktów - w niektórych firmach już od paru lat istnieją np. działy ds. zaangażowania klientów (customer engagement). Ci, którzy potrafili w praktyce wykorzystywać know-how płynące od klientów, znacznie bardziej efektywnie wprowadzali innowacyjne - wspólne - rozwiązania na rynek.

Już w latach 80. ubiegłego wieku Alvin Toffler pisał o prosumentach, czyli zaangażowanych konsumentach i użytkownikach jako współ-producentach w procesie tworzenia łańcuchów wartości przedsiębiorstw. Obecny rozwój takich instrumentów - na tyle nowych, że nie stosuje się jeszcze polskich terminów, jak crowdsourcing idei, co-creation design, workplaceinnovation czy network governance - przyczynia się do coraz silniejszego wiązania użytkowników z firmami.

Dla wielu przedsiębiorstw włączanie użytkowników/klientów - nie tylko w konsultowanie innowacyjnych rozwiązań, ale przede wszystkim w sam proces tworzenia odpowiedzialnych produktów lub usług - stało się ważną formą budowania przewagi konkurencyjnej na rynku. Wiemy już, że innowacje popytowe mogą dotyczyć nie tylko nowych produktów i usług, ale także sposobu funkcjonowania całego przedsiębiorstwa i modelu biznesowego, zaś form włączania użytkowników jest bardzo dużo.

W różnych miejscach na świecie zachodzi obecnie proces przemiany biernych konsumentów w zrównoważonych przedsiębiorców. Mówi się czasem, że to „społeczności stają się firmami”. Nie czekają na oficjalne „przyzwolenie” by rozwiązywać problemy społeczne i środowiskowe. Sami chcą być aktywni i zdają sobie sprawę, że biznes może być częścią rozwiązania - dotyczy to zarówno małych, lokalnych przedsiębiorstw, jak i dużych firm działających w coraz większej skali.



## Innowacje społeczne

Patrząc z szerszej perspektywy można powiedzieć, że innowacje wymagają nowych relacji pomiędzy biznesem, społeczeństwem a rozwojem, dlatego w tworzeniu innowacyjnych zmian konieczny jest udział zarówno społeczeństwa, jak i biznesu. Wdrażanie innowacji angażujących interesariuszy, będących odpowiedzią na konkretne potrzeby i problemy społeczne, przyczynić się może do podniesienia jakości kapitału społecznego i zwiększenia zaufania do instytucji życia społecznego, promując praktyczną realizację wartości związanych ze współdziałaniem i realizacją dobra wspólnego.

Innowacje społeczne to – mówiąc najogólniej - rozwój i wdrażanie nowych produktów lub usług w celu spełniania ważnych potrzeb społecznych i tworzenia nowych relacji społecznych, budowania i wzmacniania możliwości współpracy. To taki typ innowacji, który ma charakter społeczny zarówno w warstwie celów, jak i środków.

W literaturze zwraca się uwagę przede wszystkim na najczęściej identyfikowane bariery wprowadzania tego typu innowacji w Polsce. Zbyt wąskie i anachroniczne rozumienie innowacji wyłącznie jako zjawiska technologicznego, przejawiające się na różnych szczeblach polityki wspierania innowacji, zachowawczy i formalny charakter kryteriów przyznawania pomocy publicznej, nadmierna wiara w wolny rynek i konkurencję jako wyłączne źródło innowacji czy brak kultury nastawionej na współpracę- to tylko niektóre z nich.

Innowacje społeczne w biznesie mogą mieć charakter radykalny, prowadząc do zmiany typu budowanej wartości i wymagając całkowicie nowego podejścia do przewag konkurencyjnych. Niewątpliwie mogą mieć wpływ na efektywność działań i rozwój firmy, a także na zmiany w otoczeniu społecznym.

Można przypuszczać, że w dłuższej perspektywie, pełne zaangażowanie i partycypacja pracowników oraz innych interesariuszy w procesach innowacyjnych będą prowadzić do doskonalenia systemów zarządzania coraz lepiej dopasowanych do społecznych priorytetów. W tym procesie istotne staje się analizowanie różnych możliwości mierzenia efektywności innowacji społecznych.

Aby robić to dobrze należy stosować zarówno wskaźniki „produktowe” jak i dotyczące zmiany w relacjach społecznych, związane z kształtowaniem postaw i zachowań budujących podstawy funkcjonowania odpowiedzialnego społeczeństwa obywatelskiego. Nie chodzi tu jedynie o efekty biznesowe, ale również o próbę oceny rzeczywistego wkładu w zmniejszenie danego problemu społecznego - na przykład czy wprowadzona na rynek innowacyjna usługa dla osób wcześniej marginalizowanych zmniejszyła skalę wykluczenia w grupie docelowej.

Tematyka innowacyjności społecznej nadal jest traktowana niemal wyłącznie w kategoriach zadań dla sektora publicznego - ewentualnie jako inna nazwa przedsiębiorczości społecznej. Nie jest tak silnie wiązana z działalnością przedsiębiorstw komercyjnych. Jednak to właśnie w kontekście działalności przedsiębiorstw mamy do czynienia z różnymi formami innowacji społecznych, takimi jak partnerstwa przedsiębiorstw z organizacjami pozarządowymi czy innowacje społeczne w miejscu pracy.

Ocena ich skutków może być dokonywana na trzech poziomach: bezpośredniego wpływu wywieranego poprzez własną działalność, pośrednio, czyli w ramach relacji z partnerami (zarówno kontrahentami jak i organizacjami niekomercyjnymi), a także – w ramach możliwości wywierania nacisku na inne podmioty w zakresie ich wpływu.

### **Innowacje na rzecz zrównoważonego rozwoju**

Innowacyjność społeczna w biznesie przyczyniła się do zapoczątkowania przedsiębiorczości skierowanej na zmiany jakości i stylu życia, wzorców produkcji i konsumpcji, w kierunku realizacji wizji zrównoważonego rozwoju. Takie innowacyjne przedsięwzięcia często umiejscawiają się pomiędzy dwoma światami postrzeganymi przez nas jako rozłączne – świat zysku i dobra społecznego – łącząc je w ramach jednej struktury organizacyjnej.

To z kolei zachęca do poszukiwania takich modeli biznesowych, które umożliwiają innowacje na rzecz zrównoważonego rozwoju (sustainabilityinnovation), na przykład związane z efektywnym, ekonomicznym i etycznym wykorzystywaniem zasobów materialnych oraz niematerialnych. Stosowanie modeli gospodarki o obiegu zamkniętym prowadzi do redukcji kosztów poprzez bardziej efektywne wykorzystywanie surowców oraz do wzrostu przychodów poprzez wprowadzanie na rynek nowych, atrakcyjnych i innowacyjnych produktów lub usług. Wiele firm dostrzega, że gospodarowanie w tym modelu to nie tylko moralna powinność, ale także wielka szansa biznesowa. Marnotrawstwo zasobów staje się coraz bardziej kosztowne i coraz mniej akceptowalne. Jest to zatem poszerzenie perspektywy odpowiedzialności biznesu na produkt i cały cykl życia produktu, dzięki czemu buduje się rynek dla nowej, zrównoważonej gospodarki (sustainableeconomy) i zrównoważonego stylu życia (sustainablelifestyle). Globalni liderzy biznesu i polityki, podpisując Cele Zrównoważonego Rozwoju, deklarują obranie takiego właśnie kierunku.

W literaturze przyjmuje się dość powszechnie definicję zrównoważonych innowacji jako działań, które utrzymują lub zwiększają całościową(ekonomiczną, środowiskową i społeczną) wartość danego przedsiębiorstwa. Innowacje zorientowane na zrównoważony rozwój to przede wszystkim wdrażanie nowych lub znacząco udoskonalonych produktów lub usług, procesów, nowych metod działania na rynku, nowych struktur organizacyjnych lub partnerstw, prowadzące do poprawy efektów ekonomicznych, środowiskowych i społecznych w całym cyklu życia w porównaniu do istniejących rozwiązań na rynku.

### **Innowacje na rzecz pozytywnego wpływu**

W środowisku startupowym pojawiło się w ostatnich latach wielu aktywistów, pasjonatów społecznej odpowiedzialności biznesu i ochrony środowiska, którzy żyjąc swoimi wartościami przedstawiają spójne z nimi innowacyjne propozycje na rzecz wspólnego dobra. Powstają startupy pozytywnego wpływu, które sytuują się pomiędzy przedsiębiorstwem społecznym a organizacją zorientowaną rynkowo. Pasja zmieniania świata łączy się tu z kompetencjami biznesowymi. Czasami takie podejście pojawia się w środowisku społecznym, wśród aktywistów, niekiedy wśród „uciekinierów” z wielkiego biznesu, ale coraz częściej w samym sercu środowiska startupowego.

Liderzy biznesu poszukują innowacji, które pozwolą dostosować się do trudnych wyzwań naszych czasów - tak, by przetrwać na rynku, a może nawet stać się istotnym dostawcą zrównoważonych rozwiązań. Inwestorzy systematycznie przesuwają kapitał finansowy, którym dysponują, w stronę odpowiedzialnych innowacji, aby dopasować się do zmian regulacji na rynku unijnym.

Dla biznesu startupy pozytywnego wpływu właśnie teraz mogą okazać się niezwykle interesujące. Sukces rynkowy innowacyjnych rozwiązań w dużej mierze zdarza się wtedy, kiedy dana organizacja znajdzie się we właściwym miejscu, o właściwym czasie i z właściwym produktem. Dowodem mogą być szybko rozwijające się partnerstwa innowacyjnych startupów pozytywnego wpływu z najbardziej progresywnymi korporacjami.

Celem działania startupów pozytywnego wpływu jest właśnie podnoszenie poziomu jakości życia ludzi, a także poprawa stanu środowiska. Nie chodzi im zatem jedynie o zmniejszanie szkodliwości prowadzonej działalności gospodarczej – co samo w sobie jest oczywiście cenne i pożądane – ale także, a może przede wszystkim, o zwiększanie dobra. Nie musimy jednak oczekiwać od startupu zmieniającego całe światło na lepszy, podnoszenia jakości życia wszystkich ludzi i całego ekosystemu. Z pewnością wielu założycieli takich startupów myśli, szczególnie w kontekście katastrofy klimatycznej, o przełomowych rozwiązaniach, które mogą zmienić bieg świata, ale póki co wskaźniki wpływu powinny być stosowane w tym kręgu, w którym dany startup może mieć rzeczywiste oddziaływanie.

W wielu miejscach na świecie mamy obecnie do czynienia z początkiem istotnej zmiany na rynku - zmiany o charakterze generacyjnym, technologicznym, ale i świadomościowym. Zwiększa się grupa założycieli innowacyjnych przedsiębiorstw, którzy wdrażają modele biznesowe generujące innowacje na rzecz pozytywnego wpływu, czy też regeneracji ekosystemów. Warto wykorzystać ten potencjał, aby zaspokajając rosnący popyt na innowacyjne produkty oraz usługi, tworząc jednocześnie warunki do odbudowy różnorodności biologicznej.

### **Innowacje na rzecz klimatu**

Od niedawna w biznesie pojawiła się wyraźna presja na wdrażanie innowacji dla klimatu, zarówno w kontekście przeciwdziałania zmianom klimatycznym – w takim zakresie, w jakim to jeszcze jest możliwe – ale także w adaptacji do zmian klimatu.

Raporty eksperckie pokazują wprawdzie konieczność wypracowywania całościowych strategii opartych na zobowiązaniach klimatycznych, jednak w dyskusjach praktyków wciąż pojawiają się te same ograniczenia, które wymienia się najczęściej we wszelkich rozmowach o innowacjach: niesprzyjające regulacje, brak gotowości ze strony klientów, brak przekonania wśród menedżerów, ograniczenia technologiczne i finansowe.

Innowacje na rzecz klimatu powinny wykorzystywać skuteczne podejścia wypracowane w ramach procesów budowania i wdrażania innowacji technologicznych. Nie chodzi o przesadny optymizm technologiczny, lecz o sprawdzone od lat na polu „klasycznych” innowacji metody i zachęty. Technologicznym zmianom powinno towarzyszyć podejście oparte na otwartych innowacjach, czyli współpracy na różnych etapach z szerokim gronem użytkowników. Niezbędnym elementem jest poszerzenie perspektywy dotyczącej roli biznesu w podejmowaniu wyzwań społecznych, a więc zastosowanie metod charakterystycznych dla innowacji społecznych.

Sam termin „innowacje klimatyczne”, czy też „innowacje na rzecz klimatu” jest dla biznesu czymś nowym. Przede wszystkim odnosi się do wszelkich innowacji – produktowych, procesowych czy strukturalnych – które przyczyniają się, pośrednio lub bezpośrednio, do zmniejszania poziomu emisji gazów cieplarnianych.

To zdecydowanie słabo zbadany obszar. Na wiele istotnych pytań dotyczących innowacyjności klimatycznej biznesu nie jesteśmy jeszcze w stanie odpowiedzieć. Nie jest wcale jednoznaczne określenie tego, co decyduje o sukcesie w procesie wdrażania tych innowacji – czy ważniejszą rolę odgrywa „pchanie” (push) przez innowatorów, czy „ciągnięcie” (pull) przez społeczeństwo, aktywistów, klientów?

Nie wiemy, czy na poziom tego typu innowacyjności przedsiębiorstw największy wpływ ma wsparcie administracji publicznej (a w polskich warunkach – wykorzystanie funduszy unijnych i „przyjazna” legislacja), czy może prywatne nakłady finansowe, efektywne przywództwo w firmach i partnerstwach, poziom wiedzy i motywacji – szczególnie wśród liderów biznesu, umiejętność współpracy.

Jakie instrumenty zarządcze są niezbędne do tworzenia innowacyjnych klimatycznie modeli biznesowych, pozwalających na wdrażanie rozwiązań ekonomicznie uzasadnionych i pożytecznych dla różnych interesariuszy, umożliwiających rzeczywiste rozwiązywanie ważnych problemów dotyczących poziomu emisji, różnorodności biologicznej, gospodarki wodnej i zarządzania odpadami?

Czy gospodarka obiegu zamkniętego jest tu wystarczającym podejściem? Czy budowanie struktur partnerskich wokół konkretnego wyzwania ekologicznego może doprowadzić w niezbyt odległej perspektywie do radykalnego zmniejszenia ryzyk klimatycznych, jednocześnie rozwiązując najważniejsze problemy społeczne, istotne z punktu widzenia wizji sprawiedliwości klimatycznej?

### **Innowacje dla przyszłości**

Wzrost poziomu i zakresu innowacyjności klimatycznej jest nie tylko kluczowym wyzwaniem z punktu widzenia konkurencyjności gospodarki w perspektywie roku 2030 i późniejszej, ale również z punktu widzenia podejmowania największych wyzwań stojących przed społeczeństwem.

Może przyczyniać się zarówno do wzrostu gospodarczego w skali makro i wzrostu wartości firmy w skali mikro, jak i do budowania trwałej przewagi konkurencyjnej w oparciu o tzw. wspólną wartość ekonomiczno-społeczną (sharedvalue), w tym zmniejszania skali ubóstwa i zapewnienia sprawiedliwej transformacji w kierunku gospodarki i społeczeństwa neutralnego klimatycznie.

Tego typu innowacje tworzą podwaliny inkluzywnej i niskoemisyjnej, cyrkularnej i regeneratywnej gospodarki, inicjując rzeczywistą transformację w duchu Celów Zrównoważonego Rozwoju. Czeka nas jednak długa droga. Miejmy nadzieję, że w najbliższych latach innowacje na rzecz klimatu staną się głównym wyznacznikiem budowania wartości, pozycji konkurencyjnej i społecznej odpowiedzialności każdego przedsiębiorstwa.



# **Zobowiązania klimatyczne uczestników Programu**

# Allegro.pl

## ZOBOWIĄZANIE KLIMATYCZNE

Do 2022 roku **co najmniej 2,5 miliona przesyłek** zamawianych miesięcznie na platformie Allegro będzie wysyłanych w **przyjaznych środowisku opakowaniach**.

**Allegro.pl to najpopularniejsza platforma zakupowa w Polsce i jedna z największych firm e-commerce w Europie. Od ponad 21 lat ułatwia Polakom zakupy w sieci i promuje ideę przedsiębiorczości w jednej z najbardziej innowacyjnych dziedzin gospodarki.**

Allegro to popularne miejsce zakupów oraz platforma, na której prowadzi działalność ponad 128 tysięcy firm - większość z nich to polskie małe i średnie przedsiębiorstwa. Innowacje, które powstają w Allegro, wpływają na życie milionów Polaków, dzięki nim mogą wygodnie kupić wszystko czego potrzebują, oszczędzając jednocześnie pieniądze i czas. Na koniec 2020 r., z platformy e-commerce Grupy korzystało 13 mln aktywnych kupujących. Od 12 października 2020 r. akcje Allegro.eu notowane są na Giełdzie Papierów Wartościowych w Warszawie. W sierpniu 2021 r. firma zaprezentowała swój pierwszy raport ESG stworzony zgodnie ze standardem raportowania GRI (Global Reporting Initiative), w opcji zgodności Core. W raporcie wykorzystano wskaźniki TCFD (Task Force on Climate-related Financial Disclosures), a także SFDR (Sustainable Finance Disclosures Regulation) oraz wskaźniki własne. W skład grupy Allegro wchodzi również takie spółki jak Ceneo.pl oraz eBilet.pl

Allegro to jeden z 10 najpopularniejszych serwisów e-commerce na świecie pod względem miesięcznej liczby odwiedzin wg. Similarweb. Za pośrednictwem Allegro.pl sprzedawcy oferują towary w wielu kategoriach takich jak motoryzacja, dom i ogród, książki, multimedia, kolekcje i sztuka, moda i obuwie, elektronika, produkty dla dzieci, zdrowie i uroda, sport i turystyka oraz supermarket. Są to przede wszystkim nowe produkty oferowane w modelu business-to-consumer B2C, czyli sprzedawane przez działające na platformie firmy handlowe bezpośrednio konsumentom. Na Allegro sprzedawać mogą też osoby prywatne w oparciu o serwis Allegrolokalnie.pl. Są to tzw. transakcje consumer-to-consumer C2C. Na początku 2021 roku ofertę uzupełniła platforma Allegro Biznes, która pozwala na transakcje między firmami, czyli w modelu "B2B,, – business to business.



Duża rozpoznawalność marki niesie za sobą wiele wyzwań i odpowiedzialność zarówno w kontekście społecznym jak i środowiskowym. Dążąc do neutralności klimatycznej i zmniejszenia wpływu na środowisko firma Allegro przystąpiła do programu „Climate Leadership powered by UN Environment”, organizowanej przez Centrum UNEP/GRID-Warszawa. Głównym obszarem prac były innowacje związane z transportem i dostarczaniem paczek, jak również gospodarka w obiegu zamkniętym. Podczas drugiej edycji firma Allegro ruszyła z programem „Opakowanie dobre z natury”, promując oraz wprowadzając na rynek opakowania bardziej przyjazne środowisku. Zgodnie ze zobowiązaniem do 2022 roku co najmniej 2,5 miliona przesyłek zamawianych miesięcznie na platformie Allegro będzie wysyłanych w przyjaznych środowisku opakowaniach.

Firma ponadto w swojej komunikacji podkreśla w jaki sposób przesyłka powinna być pakowana – oprócz wykorzystania kartonu oraz taśmy papierowej zachęca aby stosować wypełnienia z materiałów łatwo poddających się recyklingowi, dbać o jak najmniejsze wolne przestrzenie wewnątrz paczki oraz kompletować zamówienia możliwie w jednym opakowaniu. W ramach programu Climate Leadership przeprowadzono szkolenie w zakresie zrównoważonych rozwiązań oraz przepisów związanych z gospodarką odpadami dla sprzedawców korzystających z platformy Allegro. Firma w dalszych krokach stawia sobie odważne cele zmierzające do innowacyjnych opakowań, które w konsekwencji doprowadzą do zmniejszenia masy odpadów opakowaniowych, jak również zmniejszenia emisji związanych z transportem.

*„W strategii zrównoważonego rozwoju Allegro na lata 2020-2023 znalazło się wiele inicjatyw i tematów, które podejmują kwestie odpowiedzialności wobec środowiska, edukacji klientów i sprzedawców oraz ograniczenia śladu węglowego w ramach dostaw. Cieszymy się, że dzięki współpracy z Climate Leadership powered by UNEP/GRID-Warszawa ekspertki i eksperci w temacie mogli podzielić się swoimi doświadczeniami w ramach naszego projektu ekologicznych opakowań w gospodarce o obiegu zamkniętym. Stawiamy sobie za cel, aby do końca 2022 roku co najmniej 2,5 miliona przesyłek zamawianych miesięcznie na platformie było wysyłanych w przyjaznych środowisku opakowaniach,*”



**Marta Mikliszańska**  
Head of Sustainability  
& Public Affairs

# BASF Polska



## ZOBOWIĄZANIE KLIMATYCZNE

Przejdzie na korzystanie w **100% z energii elektrycznej** ze źródeł odnawialnych w zakładzie produkcji katalizatorów samochodowych BASF w Środzie Śląskiej w celu osiągnięcia neutralności klimatycznej do 2050 roku.

Wyeliminowanie w ciągu roku odpadów z tworzyw sztucznych z **200 ha upraw warzywniczych** w Polsce poprzez rozwój oferty folii biodegradowalnych do ściółkowania.

Portfolio BASF w Polsce obejmuje chemię przemysłową, tworzywa sztuczne, rozwiązania dla rolnictwa, lakiery oraz katalizatory samochodowe. Funkcjonuje tu zakład produkcyjny w Środzie Śląskiej koło Wrocławia (katalizatory). Firma zatrudnia ponad 870 pracowników. Wartość sprzedaży BASF w Polsce za 2020 roku wyniosła 869 mln euro. BASF jest firmą zaangażowaną w realizację Celów Zrównoważonego Rozwoju. Klientom dostarcza innowacyjne produkty i rozwiązania przyczyniające się do skutecznej ochrony klimatu.

Od 2010 roku BASF Polska jest wyłącznym partnerem laboratorium chemicznego dla dzieci i młodzieży w Centrum Nauki Kopernik w Warszawie. Ponadto w zakresie popularyzacji nauki chemii prowadzi projekt edukacyjny „Chemia to my”, oraz realizuje wiele wspólnych działań edukacyjnych z polskimi szkołami i uczelniami wyższymi.

W ramach 2. edycji programu „Climate Leadership powered by UN Environment”, firma BASF Polska podjęła ambitne cele w dwóch obszarach:

**Odnawialne Źródła Energii** – w ramach którego wspólnie z ekspertami omawiano możliwe formy wykorzystywania odnawialnych źródeł jak i innowacyjne rozwiązania na rynku mogące służyć przyszłej zmianie i poprawie efektywności energetycznej. Firma BASF podpisała nową umowę z PGE Obrót S.A. na pozyskanie 100% zapotrzebowania energii elektrycznej dla fabryki w Środzie Śląskiej pochodzącej ze źródeł odnawialnych. Dążąc do neutralności klimatycznej do 2050r. firma podejmuje aktywne działania w celu analizy i redukcji emisji związanych z prowadzeniem działalności na terenie kraju.



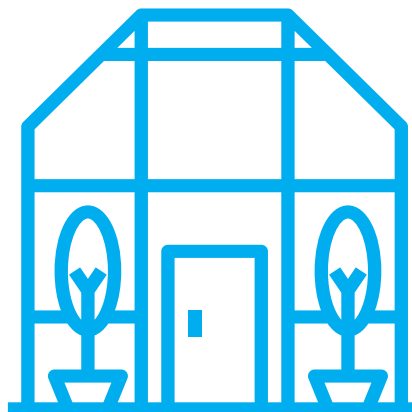
„BASF stawia sobie za cel osiągnięcie neutralności klimatycznej do 2050 r. Jednak, aby tak się stało, nasze globalne cele muszą się przekładać na lokalne działania. Dlatego powołaliśmy wewnętrzny zespół ds. Zielonej Energii, który analizuje ślad węglowy firmy w Polsce i nasze możliwości w zakresie przejścia na OZE. Pierwszym wymiernym działaniem zespołu jest podpisanie nowej umowy z PGE Obrót S.A. na pozyskiwanie energii elektrycznej z odnawialnych źródeł pokrywającej 100% naszego zapotrzebowania w Zakładzie Produkcji Katalizatorów Samochodowych BASF w Środzie Śląskiej,



### Iga Wasilewicz

Public & Government Affairs  
Manager, Koordynatorka  
Zespołu ds. Zielonej Energii

**Folie w rolnictwie** – firma BASF Polska rozpoczęła dialog i podjęła realne działania zmierzające do promocii folii biodegradowalnej w rolnictwie. Folie tradycyjne stanowią często problem dla rolników, którzy nie wiedzą w jaki sposób poddać recyklingowi odpad, zdarza się, że palą folie na polach, a zbyt długo zalegające tworzywo rozpada się w glebie do mikroplastiku, co powoduje obniżenie plonów. Jednocześnie folie ściółkujące są ważnym narzędziem wykorzystywanym w rolnictwie, ponieważ powodują, że zatrzymywana jest wilgoć w glebie, uniemożliwiają rozwój chwastów, dzięki czemu ograniczane jest użycie środków ochrony roślin, a ponadto zabezpieczają przy intensywnych opadach przed wymywaniem gleby i substancji organicznych.



„Wykorzystywanie folii ściółkujących w rolnictwie jest popularną technologią, zwłaszcza w produkcji warzyw. Standardowe produkty tego typu, produkowane z polietylenu, generują ogrom odpadów trudnych w recyklingu, często zalegających w polskich gospodarstwach. Rolnicy mają jednak możliwość stosowania rozwiązań zrównoważonych, jakimi są biodegradowalne i kompostowalne w glebie folie do ściółkowania. Oprócz ogólnie znanych zalet np. oszczędność wody czy zmniejszenie ilości używanych środków ochrony roślin, technologia ta również nie generuje odpadów. Nie trzeba zbierać jej z pól po sezonie, a tylko zaorać z glebą. Mikroorganizmy glebowe zamieniają ją z czasem na wodę, CO<sub>2</sub> i biomasę. W glebie nie powstają w związku z tym mikroplastiki, co jest poświadczone wymaganymi na całym świecie certyfikatami.



### Maciej Wita

Regionalny Doradca  
Agronomiczny, Uprawy  
Warzywnicze, BASF Polska

# Bank Ochrony Środowiska S.A.

## ZOBOWIĄZANIE KLIMATYCZNE

Zwiększenie udziału zielonych aktywów w portfolio banku z obecnych **36% do 50%** do 2023r. poprzez szersze wsparcie klientów w realizacji inwestycji proekologicznych.

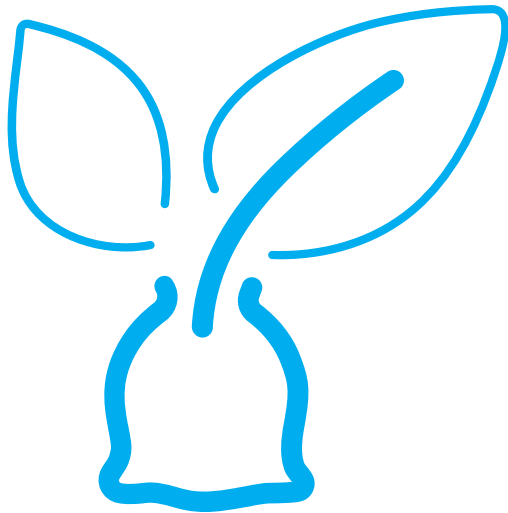
**BOŚ Bank od 30 lat uczy Polaków jak dzięki ekologii wydawać mniej i zarabiać więcej. Dla klientów indywidualnych tworzy innowacyjne produkty bankowe, do których dodaje „zielone korzyści” – z zyskiem dla ich osobistych finansów.**

Oferta produktowa banku regularnie zdobywa nagrody i wyróżnienia niezależnych ekspertów branży finansowej. Klientom detalicznym, małym i średnim przedsiębiorstwom oraz klientom korporacyjnym bank oferuje nowoczesne, efektywne rozwiązania finansowe, dzięki którym mogą skutecznie mierzyć się z wyzwaniami klimatycznymi. W okresie trzech dziesięcioleci Bank Ochrony Środowiska udzielił ponad 86 tys. kredytów na finansowanie przedsięwzięć ekologicznych o łącznej kwocie blisko 25 mld zł.

Finansowanie przedsięwzięć proekologicznych w banku obejmuje wszystkie dziedziny ochrony środowiska i wspiera realizację celów krajowych w zakresie m.in. rozwoju odnawialnych źródeł energii, podnoszenia efektywności energetycznej w przemyśle, gospodarki obiegu zamkniętego, termomodernizacji i poprawy jakości powietrza. Potencjał rozwoju inwestycji proekologicznych można zauważyć m.in. przez pryzmat wyników finansowania ekologii. Blisko 40% kredytów w portfelu banku to kredyty proekologiczne, to jedyny taki bank na rynku. Kwota kredytów proekologicznych na koniec 2020 roku wynosiła 4,7 mld zł i była wyższa o 4,8% niż na koniec 2019 roku. Jednak to inwestycje z zakresu OZE wciąż mają największy udział w portfelu proekologicznym banku. Prawie 20 proc. energii produkowanej z OZE w Polsce pochodzi ze źródeł klientów BOŚ.

Poza bogatą ofertą produktową, Bank Ochrony Środowiska wyróżnia unikalne podejście do społecznej odpowiedzialności biznesu (red. CSR). Fundacja BOŚ została założona w 2009 roku, jest pierwszą i jedyłą w Polsce fundacją korporacyjną powołaną przez bank, która działa na rzecz ochrony środowiska, promocji ekologii oraz zrównoważonego rozwoju. Od ponad 11 lat Fundacja BOŚ jest zaangażowana w realizację ważnych dla Banku projektów proekologicznych, których celem jest edukacja w zakresie ochrony środowiska i zachowań prozdrowotnych – promując zdrowy styl życia, prawidłowe odżywianie i aktywność fizyczną.

W ramach programu rozwoju kompetencji ekologicznych, wszyscy pracownicy banku realizują szkolenia podnoszące i utrwalające wiedzę z zakresu ochrony środowiska, produktów proekologicznych BOŚ i sposobów finansowania przedsięwzięć ekologicznych. Kadra ekologiczna BOŚ chętnie dzieli się wiedzą, dlatego nasi inżynierowie ekologii uczestniczą w targach, seminariach i konferencjach tematycznych.



Publikują artykuły w prasie branżowej i na portalach internetowych. Biorą czynny udział w zespołach opiniotwórczych, pomagają w realizacji przedsięwzięć przyjaznych środowisku, inspirują do podejmowania działań ograniczających wpływ firm na środowisko. Dbają o to, by środki przeznaczone na projekty proekologiczne były wydatkowane zgodnie z przepisami prawa środowiskowego. Pomagają w opracowaniu optymalnego modelu finansowania inwestycji co jest szczególnie cenne tam, gdzie wchodzi w grę preferencyjne warunki finansowania, dotacje z funduszy krajowych i unijnych.

BOŚ Bank po raz kolejny pokazał, jak ważna jest dla niego neutralność klimatyczna, biorąc udział w obu edycjach programu „Climate Leadership powered by UN Environment”. W 1. edycji firma przygotowała specjalną ofertę dla klientów, którzy chcą zastosować rozwiązania, takie jak zbiorniki na deszczówkę, małe oczka wodne, przebudowa powierzchni szczelnych na przepuszczalne i inne, służące pozyskaniu i gromadzeniu wody. W 2. edycji Bank Ochrony Środowiska skupił się na ofercie dla segmentu małych i średnich przedsiębiorstw skierowanej na finansowanie przedsięwzięć proekologicznych takich jak inwestycje w odnawialne źródła energii, poprawa efektywności energetycznej, racjonalne wykorzystanie zasobów, redukcję zanieczyszczeń i emisji CO<sub>2</sub>.

*„Nie ma na rynku drugiego banku, który we współpracy ze swoimi klientami w tak kompleksowy sposób podchodzi do ochrony środowiska. Zgodnie z założeniami naszej strategii, docelowo będziemy oferować jeszcze szersze wsparcie w realizacji inwestycji proekologicznych – od określenia celów na redukcję emisji, przez określenie wstępnych opcji, przeprowadzenie studium wykonalności, po sfinansowanie przedsięwzięcia. Na tym jednak nasza rola się nie kończy, chcemy wspomagać klientów banku na każdym etapie realizacji inwestycji, a na koniec przeprowadzać analizę jej skuteczności środowiskowej. Naszym celem jest wzrost udziału zielonych aktywów w portfolio banku z obecnych 36% do 50% - staniemy się jeszcze bardziej zielonym bankiem. Ukoronowaniem naszych starań będzie uzyskanie ratingu ESG, który potwierdzi nasz pozytywny wpływ na środowisko naturalne, jak i nasze działania na rzecz odpowiedzialności społecznej i ładu korporacyjnego. Nie powiedzieliśmy również ostatniego słowa w ograniczaniu własnego śladu węglowego - dążymy do neutralności klimatycznej.”*



**Anna Żyła**

Dyrektor Biura Polityki Ekologicznej i Taksonomii w Banku Ochrony Środowiska

# BNP Paribas Bank Polska S.A.



# E

# S

# G

## ZOBOWIĄZANIE KLIMATYCZNE

Merytoryczne przygotowanie nowo powołanej **Sustainability Community** do rozwijania i wdrażania strategicznych projektów ESG, wspierających realizację Celów Zrównoważonego Rozwoju.

Bank BNP Paribas notowany od 2011 r. na warszawskiej Giełdzie Papierów Wartościowych jest częścią grupy bankowej BNP Paribas obecnej w 68 krajach. W Polsce jako bank uniwersalny o globalnym zasięgu kieruje usługi do Klientów detalicznych, Wealth Management, a także firm w segmentach mikro, MŚP i bankowości korporacyjnej. BNP Paribas jako Bank Zielonych Zmian wspiera Klientów w przechodzeniu na gospodarkę niskoemisyjną, ogranicza negatywny wpływ działalności operacyjnej na środowisko naturalne oraz inspiruje Klientów do podejmowania trafnych decyzji finansowych. Dzięki finansowaniu Banku, ponad 27 tys. gospodarstw domowych korzysta z paneli fotowoltaicznych. Bank konsekwentnie realizuje również strategię finansowania przedsiębiorstw w Polsce, a także wspierania inwestycji strategicznych z punktu widzenia państwa oraz wywierających pozytywne wpływy: społeczne, ekonomiczne i środowiskowe.

Misją Banku BNP Paribas jest oferowanie w sposób odpowiedzialny nowatorskich rozwiązań finansowych, które pomogą Klientom zmienić ich świat i będą wspierać lokalną gospodarkę. Realizacja misji banku wspierana jest działaniami w zakresie Społecznej Odpowiedzialności Biznesu (CSR) i Zrównoważonego Rozwoju.

Jako fundamenty działalności Grupa BNP Paribas określa: bycie bankiem lokalnym o globalnym zasięgu, kompletność i dostępność oferty, perspektywy na przyszłość i odpowiadanie na wyzwania cywilizacyjne, jak również odpowiedzialne zarządzanie ryzykiem i wpływem na klimat.

Dołączając do grona przedstawicieli biznesu, którzy przystąpili do programu „Climate Leadership powered by UN Environment” organizowanego przez Centrum UNEP/GRID-Warszawa, firma dążyła do jak najlepszego rozwoju wiedzy i kompetencji w zakresie działań na rzecz klimatu oraz realizacji Celów Zrównoważonego Rozwoju wśród pracowników, ze szczególnym uwzględnieniem członków Sustainability Community. W ramach kilkumiesięcznej ścieżki edukacyjnej poruszano m.in. takie aspekty jak ochrona klimatu i rola instytucji, jak i osób indywidualnych w procesie przeciwdziałania zmianom klimatu, strategii zrównoważonego rozwoju i CSR, ESG, gospodarka o obiegu zamkniętym, czy tworzenie zrównoważonych wzorców produkcji i konsumpcji oraz produktów i usług odpowiadających na wyzwania globalne z uwzględnieniem rynku lokalnego.

Skupiając się w działalności na aspektach środowiskowych, społecznych i związanych z ładem zarządczym (ESG, E – environmental, S – social, G – governance) oraz chcąc efektywniej realizować misję zrównoważonego rozwoju, w październiku 2020 r. decyzją Zarządu, Bank BNP Paribas powołał nową funkcję

w organizacji – Chief Sustainability Officer. Rolę CSO objął Jarosław Rot, Dyrektor Zarządzający, odpowiedzialny za obszar Zarządzania Aktywami i Pasywami oraz Skarbu. Jego rolą jest zarządzanie i koordynowanie działań organizacji w zakresie kwestii ESG, zrównoważonego rozwoju i przeciwdziałania zmianom klimatu. Chief Sustainability Officer raportuje bezpośrednio do Prezesa Zarządu, który nadzoruje realizację strategicznego uwzględnienia aspektów ESG w działaniach organizacji. Powołany w październiku 2020 r. Chief Sustainability Officer został odpowiedzialny za sformowanie i powołanie Sustainability Council (Rady ds. Zrównoważonego Rozwoju). Zadaniem powołanej w listopadzie 2020 r. Sustainability Council jest łączenie różnych kompetencji i przedsięwzięć obok już obowiązujących struktur. Rada odpowiada za to, aby cele strategiczne związane z realizacją Agendy 2030 były rozumiane i współdzielone we wszystkich obszarach.

Do głównych obowiązków Sustainability Council należy definiowanie oraz monitorowanie strategii w zakresie aspektów ESG, nadzór nad rozwojem zrównoważonych produktów i usług bankowych oraz łączenie inicjatyw podejmowanych w różnych obszarach działalności. Bardzo ważne jest także to, że Rada składa się z kluczowych dla realizacji celu obszarów, jest interdyscyplinarna i przenikająca całą naszą organizację. W jej skład wchodzi 16 przedstawicieli kluczowych obszarów banku oraz linii biznesowych. Sustainability Council oraz Chief Sustainability Officer raportują kwartalnie do Zarządu banku. Na pierwszym posiedzeniu w grudniu 2020 r. członkowie Sustainability Council postanowili powołać grupę ponad 90 Sustainability Officerów, którzy w poszczególnych obszarach banku koordynują i wdrażają działania z zakresu ESG. W ten sposób powstała Sustainability Community złożona z CSO, Sustainability Council i Sustainability Officerów, odpowiedzialna za aktywną realizację zobowiązań banku w zakresie zrównoważonego rozwoju, w tym w sposób szczególny w przeciwdziałanie zmianom klimatu.

*„Skupiając się w naszej działalności na aspektach ESG oraz chcąc efektywniej realizować misję zrównoważonego rozwoju, w 2020 r. powołaliśmy Radę ds. Zrównoważonego Rozwoju (Sustainability Council), która wraz z Chief Sustainability Officerem (CSO), Sustainability Officerami, Biurem CSR i Zrównoważonego Rozwoju oraz Biurem ds. Programów Zrównoważonego Rozwoju wspólnie tworzy Sustainability Community. Rada odpowiada za to, aby cele strategiczne związane z realizacją Agendy 2030 na rzecz zrównoważonego rozwoju były rozumiane i współdzielone we wszystkich obszarach działalności banku oraz wśród naszych Klientów, również dzięki rozwojowi produktów i usług bankowych. Utworzenie Rady i powołanie Sustainability Officerów ma na celu zacieśnianie współpracy wewnętrznej wokół idei zrównoważonego wzrostu. Ułatwia wymianę wiedzy i podejmowanie decyzji w kluczowych kwestiach. Wierzę, że budowa nowych kompetencji – dzięki współpracy z ekspertami Climate Leadership – pozwoli naszej organizacji na osiągnięcie dodatkowych przewag konkurencyjnych i realizację naszej aspiracji do bycia liderem w obszarze ESG i zrównoważonego wzrostu, a także co ważniejsze pozwoli nam przyczynić się w jeszcze większym stopniu do transformacji, która czeka nasz kraj.”*



**Przemek Gdański**  
Prezes Zarządu  
Banku BNP Paribas

---

---

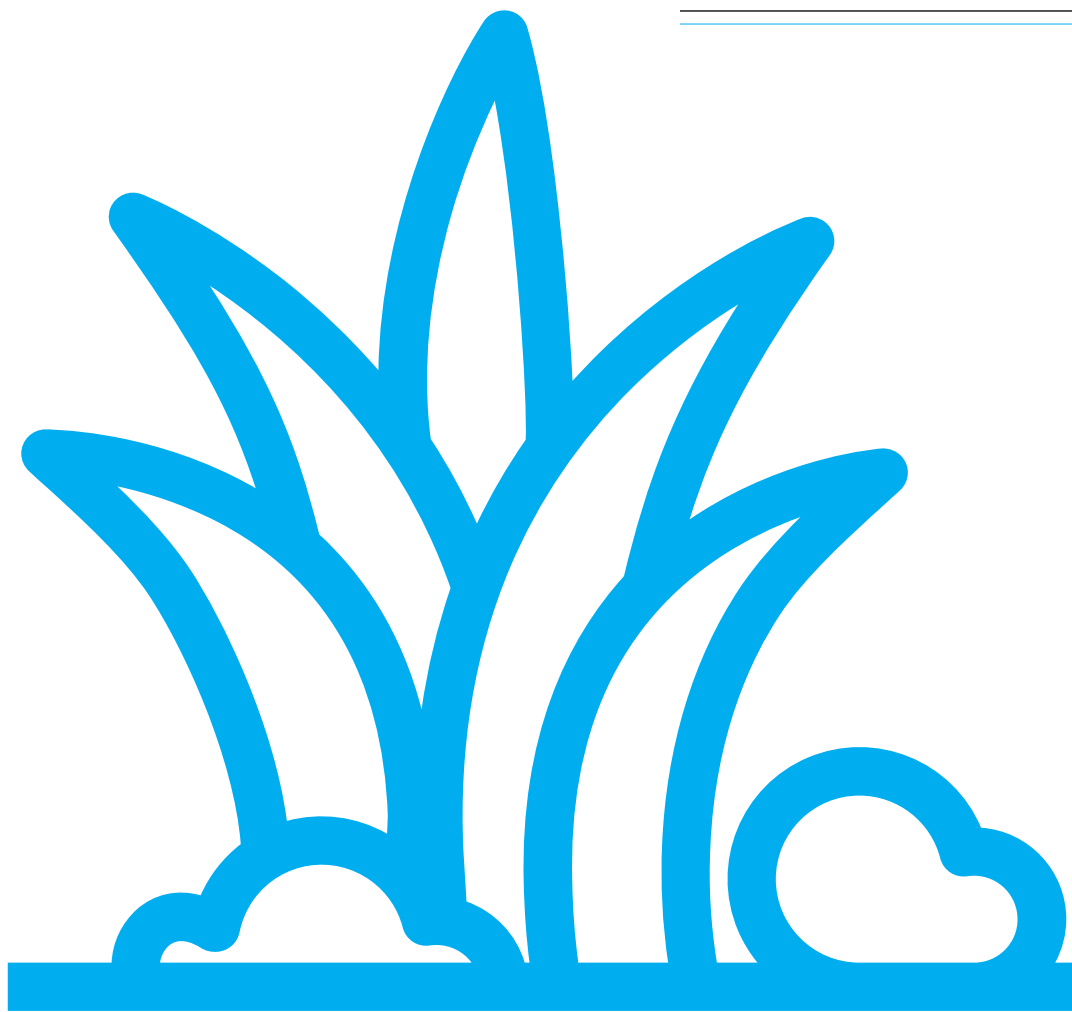
## Grupa DANONE

### ZOBOWIĄZANIE KLIMATYCZNE

Promowanie diety fleksytariańskiej  
wśród konsumentów w kraju  
oraz objęcie do końca 2023 roku  
**100 procent dostawców mleka**  
w Polsce programem weryfikacji  
praktyk rolnictwa regeneratywnego

---

---



Grupa spółek DANONE (Danone, Żywiec Zdrój, Nutricia) to lider w tworzeniu smacznych i wartościowych produktów, oferowanych w kategoriach istotnych dla prawidłowej diety oraz odpowiadających na wyjątkowe potrzeby żywieniowe pacjentów. Należą do nich: produkty mleczne i pochodzenia roślinnego, woda i napoje oraz żywienie specjalistyczne, czyli żywność dla niemowląt i małych dzieci, a także żywienie medyczne dla osób chorych. W myśl wizji „One Planet. One Health”, firma inspiruje konsumentów do dokonywania właściwych wyborów w kontekście zdrowia i środowiska naturalnego.

W ramach Polityki Klimatycznej opracowanej w 2015 r., spółki Danone planują osiągnięcie neutralności klimatycznej netto (Net zero carbon) w 2050 r. Pośrednie cele redukcji emisji dwutlenku węgla na 2030 r. od poziomu bazowego z 2015 r. to: 1) zmniejszenie emisyjności zakresu 1, 2 i 3 o 50%, 2) osiągnięcie 30% bezwzględnej redukcji emisji z zakresu 1 i 2.

Zaangażowanie Danone w obszar klimatu na poziomie globalnym zostało dwukrotnie docenione m.in. przez CDP – międzynarodową organizację non-profit, której system ujawniania informacji i punktacji jest uznawany za złoty standard korporacyjnej przejrzystości w tym obszarze. Spośród ponad 5800 firm ocenianych w 2020 r., DANONE jest jedną z zaledwie 10, które znalazły się na liście A w trzech obszarach: zmiany klimatu, ochrony lasów i bezpieczeństwa wodnego.

Obecnie, grupa spółek w Polsce ubiega się o certyfikację B Corp z ambicją osiągnięcia tego celu do 2025 r. Do 2. edycji programu „Climate Leadership powered by UN Environment”, do spółki Żywiec Zdrój obecnej w programie w roku 2020, dołączyły spółki: Nutricia oraz Danone tak, by wspólnie jako grupa spółek DANONE podjąć działania i rozmowy z gronem ekspertów w zakresie:

- rolnictwa regeneratywnego i zrównoważonej konsumpcji,
- zdrowej diety, która będzie również dobra dla planety.

*W kontekście najnowszego raportu IPCC i tego, że konsekwencje zmian klimatu są odczuwalne na całym świecie i będą one coraz dotkliwsze, musimy działać teraz. Jako, że 57% emisji dwutlenku węgla firmy Danone jest związanych z rolnictwem, praktyki rolnictwa regeneratywnego to dla nas najważniejszy obszar redukcji emisji. W najbliższych latach kluczowa będzie praca z rolnikami, naszymi dostawcami, na rzecz szerokiego wdrożenia takich działań.*



**Marek Sumiła**  
Dyrektor Rynku Polska  
i Kraje Bałtyckie Danone

# ERGO HESTIA

## ZOBOWIĄZANIE KLIMATYCZNE

Wdrożenie nowoczesnej platformy do szkolenia kierowców z **ekojazdy** w celu zmniejszenia średniego zużycia paliwa o 5% na 100km.



ERGO Hestia to pionier najbardziej innowacyjnych rozwiązań w sektorze ubezpieczeń. Od niemal 30 lat pozostaje wiarygodnym i niezawodnym partnerem oferującym najwyższy standard ochrony. Rocznie ubezpieczają ponad 3 miliony klientów indywidualnych i prawie 300 tysięcy firm i przedsiębiorstw. Podpisując Kartę Partnerstwa na rzecz realizacji Celów Zrównoważonego Rozwoju, ERGO Hestia podkreśliła jak ważne jest prowadzenie biznesu zgodnie z celami Agendy 2030. Od lat konsekwentnie realizujemy, a także wspieramy działania zrównoważonego rozwoju, wprowadzając zmiany zarówno wewnątrz organizacji, jak i w otoczeniu.

W pierwszej edycji Programu ERGO Hestia wypracowała zobowiązanie polegające na redukcji emisji dwutlenku węgla w 2020 r. co najmniej o 5% w stosunku do roku 2019. Sopotcki ubezpieczyciel zrealizował zobowiązanie z wyraźnym przekroczeniem minimalnego progu. Ilość wyemitowanego CO<sub>2</sub> w roku 2020 była o ponad 15% mniejsza niż w roku ubiegłym. W styczniu 2021 roku ERGO Hestia otrzymała od Generalnego Dyrektora Ochrony Środowiska certyfikat „System ek zarządzenia i audytu EMAS„ (ang. EcoManagement and AuditScheme), co stanowi potwierdzenie skuteczności działań prośrodowiskowych.



Firma ERGO Hestia przystąpiła po raz drugi do programu „Climate Leadership powered by UN Environment,„ pokazując tym samym swoje zaangażowanie i dążenie do osiągnięcia neutralności klimatycznej firmy. W ramach prac analizowano obecne działania przedsiębiorstwa jak i dyskutowano nad możliwościami budowania przyszłych procesów i strategii z jeszcze większym naciskiem na działania na rzecz klimatu. Przedstawiciele firmy chętnie angażowali się w spotkania w tym m.in. spotkanie Crowdsourcingowe, tworzone dla ekspertów oraz uczestników programu Climate Leadership, w których to rozmawiano m.in. na temat partnerstwa, mierzenia śladu węglowego, ograniczania zużycia surowców jak i bioróżnorodności i kompensacjach przyrodniczych.

Zauważając potrzebę związaną z nadmiernym zużyciem surowców jak i emisjami, dążąc do ich ograniczenia, firma postanowiła stworzyć platformę edukującą i motywującą pracowników oraz klientów korporacyjnych do ekologicznej jazdy i zmniejszenia średniego zużycia paliwa na 100km. Warto zaznaczyć, że to nie pierwsza inicjatywa ERGO Hestii związana z transportem. Firma stworzyła monitorowany parking z zadaniem dla rowerów pod swoimi biurami, a dzięki systemom motywacyjnym i specjalnym nagrodom zachęca swoich pracowników do zmiany środka transportu z samochodu na rower. Ponadto stworzono program Rower na zawsze, w ramach którego klienci i poszkodowani, którym przysługuje pojazd zastępczy na 7 dni lub dłużej mogą zamiast niego wybrać rower, który otrzymują na własność. Mając na uwadze, że nie każdy może skorzystać z takiego zamiennika można również korzystać z przejazdów hybrydowymi taksówkami. Firma prowadzi również regularne analizy dotyczące zużycia paliwa wśród swoich pracowników. Firma zatrudnia ponad 2 700 osób, dzięki czemu takie działania znacznie przyczynią się do redukcji emisji gazów cieplarnianych jak i zużycia paliw, czy elementów użytkowych pojazdów.

*„W wyniku dokładnych analiz, w ERGO Hestii mamy coraz większą świadomość co do tego, w których obszarach możemy zredukować emisję CO<sub>2</sub>. Podczas tegorocznej edycji Climate Leadership skupiamy się w tym kontekście na podróżach służbowych. Wykorzystanie flot samochodowych stanowi wyraźny procent ogólnej emisji CO<sub>2</sub> w naszej firmie. Dzięki edukacji kierowców możemy wpływać nie tylko na ich zachowania proekologiczne w czasie pracy, ale także zmieniać ich nawyki w codziennym życiu.,,*



**Mario Everardo Zamarripa Gonzalez**  
Dyrektora  
odpowiedzialny  
za Zrównoważony Rozwój

# FABRYKI MEBLI „FORTE,, S.A.

## ZOBOWIĄZANIE KLIMATYCZNE

Edukacja klientów w zakresie prawidłowego **segregowania odpadów generowanych** z opakowań naszych wyrobów oraz lepsze wykorzystanie kupowanych surowców.

Do końca 2025 roku:

- ograniczenie o **10%** udziału materiałów opakowaniowych średnio na paczkę we wszystkich wyrobach.
- **100% materiałów opakowaniowych** nadających się do recyklingu.

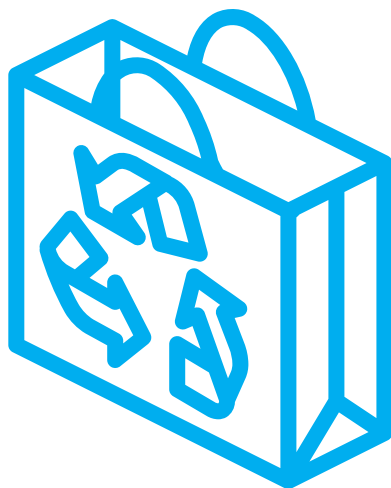
Fabryki Mebli „FORTE,, S.A. to czołowy polski producent i eksporter mebli do samodzielnego montażu. Spółka posiada pięć nowoczesnych zakładów produkcyjnych zlokalizowanych w północno-wschodniej Polsce, w tym własną fabrykę płyty wiórowej w Suwałkach. W 1996 roku FORTE zadebiutowało na Giełdzie Papierów Wartościowych w Warszawie. Spółka stawia na równi najwyższą jakość produktu z troską o środowisko naturalne, kwestiami etycznymi i pracowniczymi, a we wszystkich aspektach swojej działalności kieruje się uniwersalnymi wartościami: odpowiedzialnością, współpracą, wrażliwością i rozwojem.

FORTE nieustannie doskonali swoje działania w obszarze odpowiedzialnego biznesu a jednym z priorytetów firmy jest zrównoważony rozwój. Podejmowanych jest szereg działań zmierzających do optymalizacji zużycia materiałów, paliw, energii i wody w celu ochrony naturalnych zasobów nieodnawialnych, oraz ograniczenia emisji zanieczyszczeń w wyniku produkcji, magazynowania i transportu. FORTE prowadzi również edukację ekologiczną dla swoich pracowników i ich dzieci, a także dostawców i innych kontrahentów.

Spółka FORTE przystąpiła do 2. edycji programu „Climate Leadership powered by UN Environment,,. Zgodnie ze swoim zgłoszeniem firma pracowała nad innowacjami technologicznymi, które prowadziłyby do jeszcze lepszych rozwiązań w zakresie ograniczenia ilości odpadów, zbudowania gospodarki o obiegu zamkniętym oraz zmierzających do efektywnego i zrównoważonego wykorzystania surowców.



# MC DONALD'S POLSKA SP. Z O.O.



## ZOBOWIĄZANIE KLIMATYCZNE

Od 2025 roku wszystkie opakowania będą pochodziły ze źródeł odnawialnych, pochodzących z recyklingu lub certyfikowanych źródeł, a **100% opakowań** z restauracji będzie poddawane recyklingowi.

McDonald's w Polsce to ponad 470 restauracji, z których prawie 90% prowadzonych jest przez lokalnych przedsiębiorców. Tylko w 2019 r. restauracje odwiedziło ponad 300 mln gości. Przy takiej skali działania każda, nawet pozornie niewielka zmiana, ma realny wpływ na otoczenie. Firma podchodzimy do tych zmian kompleksowo uwzględniając cały system.

McDonald's myśli przez pryzmat środowiskowy od lat. Od 2018 r. realizuje globalną strategię, która zakłada działania na rzecz klimatu w wielu obszarach. Głównym celem jest ograniczenie wpływu restauracji na środowisko poprzez zamknięcie obiegu opakowań. Projektowanie i właściwy dobór surowców, z których powstają opakowania, to początek tego procesu. Globalnie do 2025 roku będzie korzystała wyłącznie z opakowań wytworzonych z surowców odnawialnych, pochodzących z recyklingu lub ze źródeł certyfikowanych, a wszystkie opakowania, z których korzystają goście w restauracjach McDonald's będą poddawane recyklingowi. W Polsce już od kilku lat wszystkie opakowania papierowe są produkowane z surowców z certyfikowanych źródeł.

### Wymiana opakowań

Firma redukuje plastikowe opakowania w restauracjach. Obecnie opakowania plastikowe stanowią 5% wszystkich opakowań, a 70% to papier. Od stycznia 2020 r. goście mogą korzystać wyłącznie z papierowych słomek i papierowych opakowań do lodów McFlurry. Tylko w 2020 r., ta zmiana przełożyła się na redukcję plastiku o 90 ton, co stanowi – równowartość 1,5 mln półtoralitrowych plastikowych butelek. W tym roku firma wymieniła kubki do shake'ów i miski do sałatek na ich papierowe odpowiedniki oraz wprowadziła drewniane sztuczki. W sumie te trzy zmiany pozwolą na eliminację kolejnych 835 ton plastiku rocznie.

## Drugie życie opakowań

We wszystkich restauracjach McDonald's w Polsce dostępne są kosze umożliwiającej segregację śmieci przez gości. Dzięki odpowiedniej selekcji odpadów możliwe jest ich rozdzielanie na frakcje i przekazanie do recyklingu. W efekcie odzyskiwane są włókna papierowe z 70% odpadów McDonald's w celu ponownego przetworzenia.

Jak to działa? Na początku 2020 roku McDonald's w Polsce nawiązał współpracę z lokalną firmą Miklan-Ryza, zajmującą się przetwarzaniem odpadów poprzez odzyskiwanie włókien papierniczych z makułatury. Obecnie w ponad 140 restauracjach dostępne są ręczniki papierowe, które powstały z opakowań restauracyjnych poddanych recyklingowi. Do końca tego roku proces zostanie wdrożony w 387 restauracjach. Oznacza to, że zdecydowana większość odpadów McDonald's, będzie poddawana recyklingowi i przetwarzana na produkty, które z powrotem trafią do naszych restauracji.

## Współpraca z Centrum UNEP/GRID-Warszawa

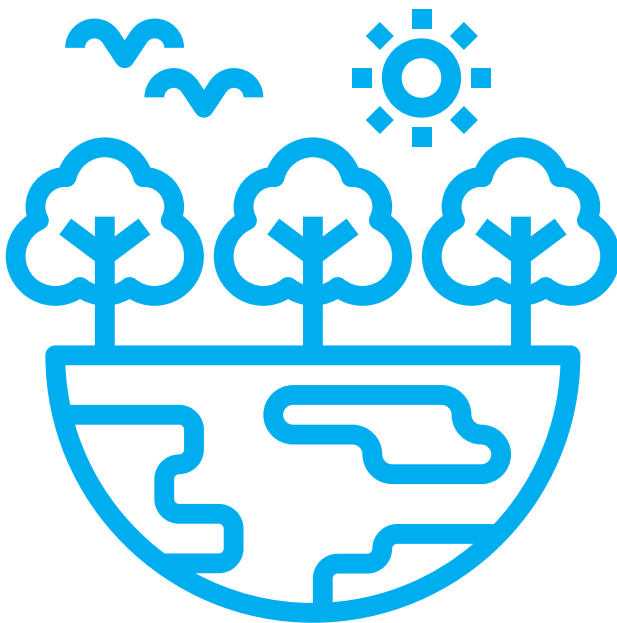
McDonald's Polska jest jedną z firm wspierających kampanię „Zielona Wstążka #DlaPlanety”, inaugurowaną co roku w Światowym Dniu Środowiska, organizowaną przez Centrum UNEP/GRID-Warszawa. W ramach 2. edycji programu „Climate Leadership powered by UN Environment”, firma wypracowywała kolejne mechanizmy w obszarze zarządzania odpadami i gospodarki o obiegu zamkniętym, przy jednoczesnym wsparciu społeczności lokalnych. Centrum UNEP/GRID-Warszawa jest także inicjatorem Partnerstwa SDGs „Razem dla Środowiska”, w którym firma McDonald's Polska współuczestniczy od 2018 roku. Firmy i organizacje w nim zrzeszone pracują na rzecz realizacji Celów Zrównoważonego Rozwoju, ze szczególną troską traktując ich środowiskowy wymiar.

*„Zrównoważony rozwój, troska o klimat i ochrona środowiska to kluczowe elementy strategii McDonald's. W działania na rzecz planety angażujemy cały system – naszych franczyzobiorców, dostawców oraz pracowników. Kilka lat temu podjęliśmy zobowiązania dotyczące ograniczenia emisji gazów cieplarnianych o 36% z biur i restauracji oraz o 31% w całym łańcuchu dostaw do 2030 roku. Podchodzimy do wyzwań środowiskowych całościowo – od projektowania, poprzez zaangażowanie i edukację gości, a skończywszy na segregacji i recyklingu opakowań, które wracają do naszych restauracji w postaci ręczników papierowych. Naszym celem jest zamknięcie obiegu i minimalizacja wpływu na otoczenie, w którym funkcjonują nasze restauracje.”*



**Tomasz Kurpiewski**  
Sustainability  
Senior Manager  
w McDonald's Polska

# myhive



## ZOBOWIĄZANIE KLIMATYCZNE

Wdrożenie **20 projektów ekologicznych** pod hasłem **#myhiveourfuture** związanych z ograniczeniem negatywnego wpływu działalności firmy na środowisko naturalne oraz zwiększenie świadomości ekologicznej wśród najemców, co przełoży się na zmianę ich nawyków w pracy i w życiu prywatnym.

myhive to marka biurowa wdrożona na rynek w 2016 roku przez IMMOFINANZ – jedną z największych firm z sektora nieruchomości komercyjnych na warszawskim rynku biurowym, której działalność skupia się na obiektach handlowych oraz biurowych na siedmiu głównych europejskich rynkach, tj. w Austrii, Niemczech, Czechach, Słowacji, Węgrzech, Rumunii oraz Polsce.

Podstawa działalności firmy obejmuje zarządzanie nieruchomościami oraz część deweloperską. Aktualnie marka myhive jest obecna w sześciu krajach, w Warszawie pod tym brandem funkcjonuje 7 budynków biurowych. Wśród wyróżników marki szczególnie podkreślić należy charakterystyczne lobby oraz community management – nowe pojęcie na rynku nieruchomości biurowych, zainicjowane przez myhive. Przez lata marka ewoluowała i z pojęcia dla budynków biurowych stała się wyznacznikiem dla nowego trendu związanego z elastycznymi rozwiązaniami biurowymi.

Community management oznacza, że społeczność jest zarządzana i budowana poprzez wspólne działanie wolontariuszy i interesariuszy, którzy zachęcają do zatrzymania się i interakcji z innymi najemcami. Zakres oferowanych udogodnień obejmuje szereg usług, w tym nawet chociażby pranie czy pakowanie prezentów, a także stwarza możliwość wzięcia udziału w różnych wydarzeniach, poczynając od imprez towarzyskich, przez sport i edukację. To dążenie do tego, aby każdy czuł się w budynkach myhive świetnie sprawia również, że życie biurowe staje się o wiele wygodniejsze i tworzą się cenne relacje między ludźmi i firmami.

Firma pracuje nad strategią osiągnięcia długoterminowej neutralności klimatycznej i zwiększenia wydajności zasobów wykorzystywanych w swoim portfolio, biorąc pod uwagę sposoby, dzięki którym może najlepiej przyczynić się do celu Unii Europejskiej, jakim jest osiągnięcie neutralności klimatycznej do 2050 roku.

Grupie zależy również na zrównoważonej współpracy z najemcami i zwiększaniem ich świadomości ekologicznej poprzez włączanie we wspólne działania.

Przystępując do 2. edycji programu „Climate Leadership powered by UN Environment”, a tym samym dołączając do grona przedstawicieli biznesu, którzy rozpoczynają proces zmian dla osiągnięcia neutralności klimatycznej, osoby stojące za rozwojem marki myhiveposzukiwali odpowiedzi na aktualne wyzwania w obliczu kryzysu klimatycznego wspólnie z ekspertami patrząc na specyfikę branży, w jakiej firma działa.

W zakresie konsultacji zaprezentowanych celów i działań zorganizowany został szeroki panel interesariuszy reprezentowanych przez ekspertów Programu, gdzie wspólnie rozmawiano o tym, jak biura działające pod marką myhive mogą być bardziej zrównoważone. Oczekiwany efekt współpracy jest opracowanie planu rzeczywistych zmian, które zostaną stopniowo wdrożone na poziomie wszystkich budynków funkcjonujących pod brandemmyhive w Polsce. Ich celem jest:

- Aktywizacja najemców poprzez włączenie ich we wspólne działania na rzecz zrównoważonego rozwoju,
- Zmiana codziennych nawyków na bardziej ekologiczne zarówno w miejscu pracy, jak i w życiu prywatnym.

W ramach współpracy wyodrębniono 20 różnorodnych projektów, które pokazują holistyczne podejście do walki z kryzysem klimatycznym oraz propagowanie ekologicznych wartości i wdrażanie zrównoważonych rozwiązań przez pracowników IMMOFINANZ oraz społeczności najemców myhivepod hasłem #myhiveourfuture. Działania obejmują rozwiązania techniczne związane z oszczędnością zasobów wodnych oraz zużycia energii elektrycznej, ekologiczną certyfikacją budynków biurowych, recykling, gospodarkę cyrkularną, transport oraz segment powierzchni biologicznie czynnych związany z obsadzeniem zielenią przestrzeni wokół budynków myhive. Rezultatem wprowadzenia podjętych projektów będzie zwiększenie świadomości ekologicznej wśród różnych grup interesariuszy oraz zmniejszenie emisji CO<sub>2</sub> firmy.

*„Zdajemy sobie sprawę z tego, że świadome działania jednostek mogą przyczynić się do zapoczątkowania wartościowych zmian na skalę globalną. Dlatego przystępując do programu z naszą marką biurową myhive, skupiliśmy się nie tylko na tym, co dobrego dla naszego klimatu możemy zrobić my, ale także na promowaniu właściwych postaw wśród 17.000 osób pracujących na co dzień w biurach pod tym brandem. Co więcej, będąc pierwszą firmą z sektora nieruchomości, która zaangażowała się w ClimateLeadership, mocno liczymy, że przetarliśmy szlaki dla innych – tych, z którymi na co dzień konkurujemy biznesowo – jednak w obliczu aspektów takich jak nasze środowisko, chcemy się jednoczyć i mówić jednym głosem..”*



**Magdalena Kowalewska**  
Country Manager Operations  
Poland, IMMOFINANZ

# Netguru

## ZOBOWIĄZANIE KLIMATYCZNE

Osiągnięcie **neutralności klimatycznej** do końca 2022 roku.

**Netguru to polska spółka akcyjna oferująca usługi doradztwa, tworzenia oprogramowania oraz projektowania produktów cyfrowych, będąca jedną z najszybciej rozwijających się firm w Europie, wyróżnioną m.in. przez Financial Times, Deloitte i Forbes. Netguru powstało w 2008 r. i obecnie ma na koncie ponad 700 ukończonych projektów. Zespół liczy ponad 800 osób pracujących z całego świata.**

W 2020 r. Netguru dołączyła do grona firm z certyfikatem B Corporation nadawanym organizacjom, których dotychczasowa działalność biznesowa została zweryfikowana pod kątem pozytywnego wpływu na społeczeństwo i środowisko. W 2021 roku zajęła 3. miejsce na liście najbardziej pożądaných pracodawców IT w rankingu portalu IT Bulldogjob, znajdując się na podium razem z Google i Microsoft. W marcu 2021 spółka uzyskała także certyfikat Great Place to Work®.

Netguru współpracuje przede wszystkim z firmami z Wielkiej Brytanii, Niemiec, Szwajcarii, Stanów Zjednoczonych, a także ze Zjednoczonych Emiratów Arabskich. Firma pracuje zarówno z największymi markami na świecie, takimi jak Volkswagen, IKEA, czy Keller

Williams, jak również z wieloma szybko rosnącymi startupami, m.in. w branży finansowej (Solarisbank), edukacyjnej (Babbel), czy nawet z producentami robotów (Temi).

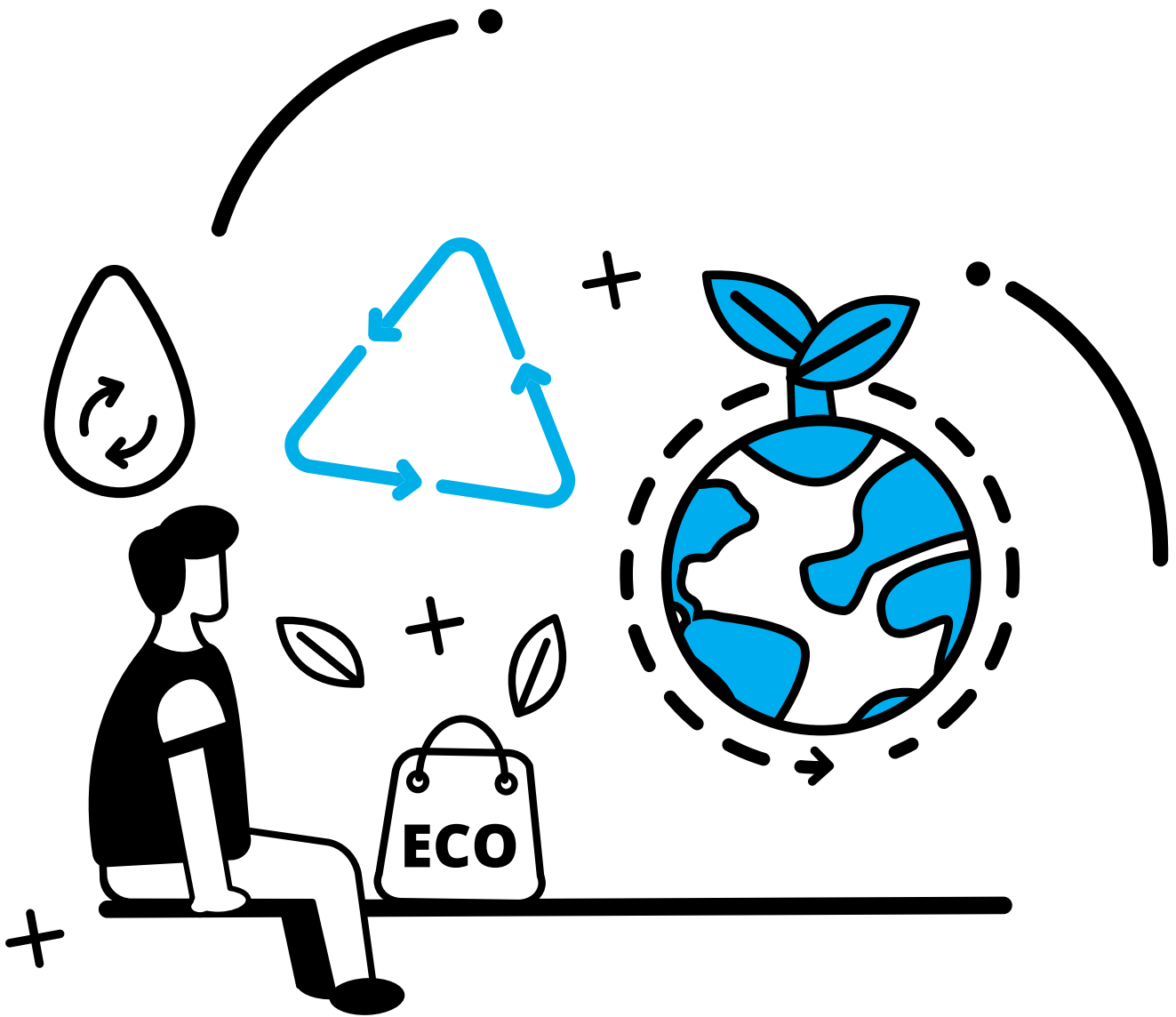
Jako uczestnik 2. edycji programu „Climate Leadership powered by UN Environment”, Netguru zobowiązało się do podjęcia działań zmierzających do osiągnięcia neutralności klimatycznej, zwracając szczególną uwagę na emisje gazów cieplarnianych. Istnieje realna potrzeba, aby takie działania podejmowały nie tylko firmy produkcyjne z dużą liczbą dostawców, ale każda świadoma swoich działań i wpływów organizacja zmierzająca do budowania zrównoważonej strategii. Emisje w branży IT/ICT mogą wynikać m.in. z korzystania z baz danych i serwerów, podróży służbowych, użytkowania przestrzeni biurowych oraz z wykorzystywanej podczas pracy energii i innych zasobów. Dzięki analizie własnego śladu węglowego firmy i organizacje mogą zaplanować kroki zmierzające do jego redukcji, a w konsekwencji osiągnięcia neutralności kluczowej o zahamowanie negatywnych zmian klimatycznych.

*„W Netguru konsekwentnie dążymy do realizacji naszej wizji zrównoważonej cyfrowej przyszłości - jesteśmy firmą z certyfikatem B Corp i zobowiązaliśmy się do pozytywnego oddziaływania na rzecz ludzi i planety. W tym roku, przy wsparciu ekspertek i ekspertów Climate Leadership, policzyliśmy nasz bezpośredni i pośredni ślad węglowy we wszystkich trzech obszarach. Już dziś 98% naszych danych przechowywanych jest na serwerach neutralnych klimatycznie. Chmura to jednak tylko jedno ze źródeł naszych emisji i obecnie pracujemy nad tym, by do końca 2022 osiągnąć neutralność klimatyczną. Mam nadzieję, że więcej firm podejmie się takiego zobowiązania. „*

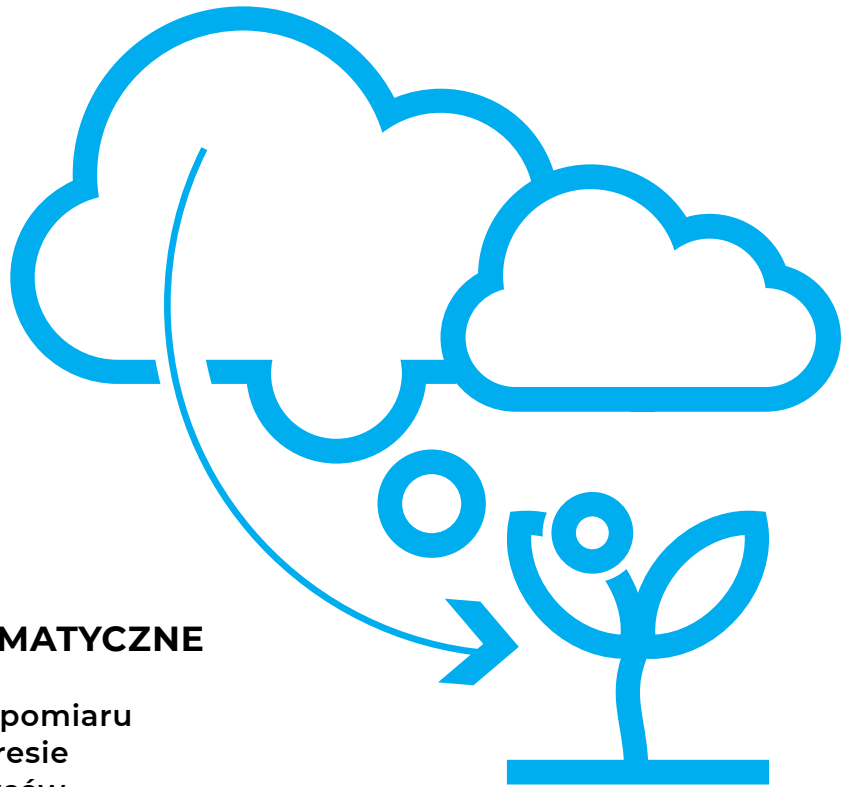


**Marek Talarczyk**  
CEO Netguru





# Zakłady Farmaceutyczne „Polpharma,, S.A.



## ZOBOWIĄZANIE KLIMATYCZNE

Wdrożenie regularnego pomiaru śladu węglowego w zakresie 3 oraz włączenie dostawców i innych interesariuszy w działania ograniczające emisje gazów cieplarnianych w łańcuchu wartości w celu zmniejszenia śladu węglowego w zakresie 3 o **20%** do 2030 roku w odniesieniu do pierwszego roku obliczeniowego.

Polpharma jest największym polskim producentem leków i jedną z wiodących firm farmaceutycznych w Europie Środkowo-Wschodniej. Zakłady firmy opuszcza rocznie ok. 400 mln opakowań produktów, które wspierają profilaktykę i leczenie najczęściej występujących chorób. Polpharma rozwija współpracę z polskimi naukowcami, przyczyniając się do komercjalizacji osiągnięć naukowych. Realizuje strategię odpowiedzialności społecznej opartą na trzech filarach: służba pacjentom i społeczeństwu, etyczne prowadzenie biznesu oraz innowacje i rozwój wiedzy. Firma jest jedynym producentem 42 produktów, w tym leków ratujących życie, dla których nie ma odpowiedników w Polsce. Jako jedyna firma w kraju wytwarza na dużą skalę substancje farmaceutyczne – kluczowe składniki do produkcji leków.

Grupa Polpharma, dzięki szerokiemu portfolio ok. 750 produktów może wspierać pacjentów w terapii i profilaktyce najczęściej występujących chorób. Specjalizuje się w kardiologii, neurologii, okulistyce, pulmonologii, gastroenterologii, dermatologii. Stale inwestuje w nowe produkty oraz zaawansowane technologie, umożliwiając dostęp pacjentom do innowacyjnych rozwiązań, a pracownikom – do nowoczesnej wiedzy i szerokich perspektyw rozwoju. Poprzez Naukową Fundację Polpharmy finansuje realizację projektów naukowych w dziedzinie farmacji i medycyny oraz stypendia dla młodych naukowców. Działa zgodnie z ideą społecznej odpowiedzialności biznesu, realizując swoje cele w poszanowaniu aspektów społecznych, środowiskowych oraz najwyższych standardów etycznych. Wśród najistotniejszych celów środowiskowych firmy można wymienić: ograniczenie emisji gazów cieplarnianych, racjonalną gospodarkę wodno-ściekową oraz wdrażanie idei gospodarki o obiegu zamkniętym.

W każdym z tych obszarów kryje się kilka działań, ale największe wyzwania to: transformacja energetyczna i zwiększenie udziału energii ze źródeł odnawialnych, podniesienie efektywności transportu, oszacowanie, a następnie ograniczenie ilości API, czyli substancji aktywnych w środowisku, zamykanie obiegów wody oraz Eko-projektowanie produktów i procesów.

W 2. Edycji programu „Climate Leadership powered by UN Environment”, firma pracowała nad ukształtowaniem planu redukcji oraz analizą emisji na podstawie wyliczeń śladu węglowego w ramach zakresu 3. Szczegółowa analiza miała na celu wyodrębnić obszary umożliwiających obniżenie emisji oraz odpowiednią komunikację z dostawcami w ramach Zrównoważonego Łańcucha Dostaw. Oprócz działań w zakresie emisji gazów cieplarnianych, firma podjęła inicjatywy mające na celu edukację pracowników w zakresie zmian klimatycznych i przeciwdziałaniu ich rozwojowi. Efektem tych działań będzie ograniczenie negatywnego wpływu działalności firmy na środowisko naturalne w całym łańcuchu wartości oraz wzrost świadomości wśród różnych grup interesariuszy, jak partnerzy biznesowi i dostawcy.

*„Jako największa polska firma farmaceutyczna chcemy pomagać ludziom żyć zdrowo w zdrowym świecie. Jesteśmy świadomi wpływu wyzwań klimatycznych na stabilność ekosystemów oraz kondycję zdrowotną społeczeństw. Od lat podejmujemy działania zwiększające efektywność energetyczną i ograniczające emisje gazów cieplarnianych z naszych procesów produkcyjnych. Aby jednak osiągnąć kompleksową i trwałą zmianę, niezbędne jest włączenie interesariuszy w całym łańcuchu wartości. Już od tego roku rozszerzamy proces monitorowania śladu węglowego o zakres 3, by w następnym etapie jeszcze silniej angażować i inspirować do wspólnych działań na rzecz klimatu naszych dostawców i partnerów.”*



**Magdalena Rzeszotalska**  
Dyrektor ds. Komunikacji  
Korporacyjnej i CSR,  
Polpharma

# Samsung Electronics Polska

## ZOBOWIĄZANIE KLIMATYCZNE

**Wspieranie procesu tworzenia innowacji na rzecz klimatu przy wykorzystaniu nowych technologii oraz zaangażowaniu startupów i młodego pokolenia**

**Samsung to jedna z największych spółek technologicznych na świecie, która inspiruje świat i kształtuje przyszłość poprzez wyjątkowe idee oraz innowacyjne technologie. Firma kreuje i definiuje nowe standardy w świecie telewizorów, smartfonów, tabletów, urządzeń ubieralnych, rozwiązań cyfrowych, systemów sieciowych, pamięci, technologii LSI, półprzewodników oraz rozwiązań LED.**

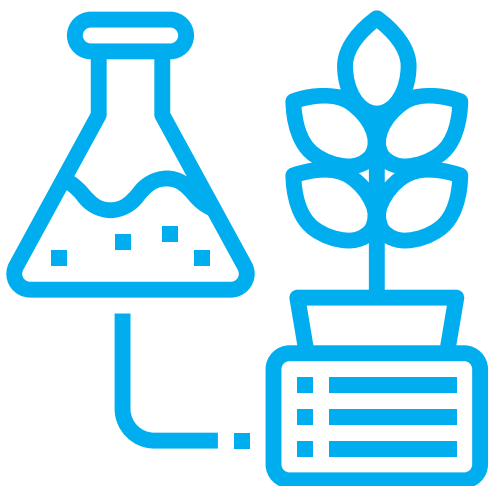
Misją CSR firmy Samsung: „Together for Tomorrow! Enabling People!”, jest edukacja wspierająca pozytywne zmiany w społeczeństwie, umożliwiająca rozwój potencjału przyszłych pokoleń dla wspólnego dobra. Skupiając się na maksymalizacji pozytywnego wpływu na społeczeństwo i środowisko i, Samsung podąża za wyzwaniem określonymi przez Cele Zrównoważonego Rozwoju ONZ.

Firma Samsung uczestniczyła w 2. edycji programu Climate Leadership, podczas którego wraz z partnerem technologicznym Huge Tech, przeprowadzona została specjalna odsłona inkubacji dla start upów o nazwie „Samsung Inkubator Dla Klimatu”. Był to projekt skierowany do młodych innowatorów, którzy pragną tworzyć lub rozwijać nowoczesne rozwiązania na rzecz klimatu. Projekty podejmowały tematykę taką, jak edukacja klimatyczna, ochrona bioróżnorodności, gospodarka o obiegu zamkniętym, zrównoważony łańcuch dostaw, zmniejszenie śladu węglowego, czy efektywność energetyczna i surowcowa. Brano także pod uwagę zastosowanie nowych technologii i innowacji na rzecz neutralności klimatycznej, pokazujące, że postęp technologiczny może i powinien mieć pozytywny wpływ na środowisko naturalne.

Do programu „Samsung Inkubator Dla Klimatu”, zgłosiło się 45 innowacyjnych startupów. Do kolejnego etapu zakwalifikowało się 11 najbardziej oryginalnych projektów, które zaprezentowały się przed specjalnie powołanym jury składającym się z przedstawicieli firmy Samsung, specjalistów Huge Tech i ekspertów Centrum UNEP/GRID-Warszawa reprezentujących program Climate Leadership wspólnie z prof. Bolesławem Rokiem. Jury wyłoniło 5 zespołów, które finalnie wzięły udział w inkubacji, przechodząc bogatą ścieżkę szkoleniową w duchu zrównoważonego rozwoju.

Były to:

- **Plenti** – aplikacja, która pozwala na wygodny dostęp do tysięcy produktów elektronicznych. Za pomocą kilku kliknięć można wypożyczyć dany sprzęt bez kupowania na własność, wychodzenia z domu i zobowiązań. Opłata jest tylko za okres wypożyczenia produktu i w każdej chwili można dokonać zwrotu. Takie rozwiązanie wpisuje się w zasady gospodarki o obiegu zamkniętym i racjonalnego gospodarowania zasobami.



W ramach kilkumiesięcznej inkubacji przedsiębiorcy uczestniczyli w webinarach o charakterze warsztatów prowadzonych przez ekspertów programu Climate Leadership. W ramach spotkań rozmawiano m.in. o tym, co startupy mogą zrobić dla klimatu motywując założycieli do dalszej pracy na rzecz jego ochrony, jak działa ekonomia współdzielenia i gospodarka o obiegu zamkniętym oraz jak powinna przebiegać transformacja energetyczna oraz skuteczny pomiar wpływu na środowisko.

- **IREFILL.PL** – projekt środków czystości i kosmetyków bez plastikowych odpadów – w postaci rozpuszczalnej tabletki, który wspiera ograniczanie wprowadzania na rynek i użytkowania tworzyw sztucznych oraz ich trafiać do środowiska naturalnego.
- **Swapp** – nowy kanał sprzedaży dla produktów FMCG w płynie w ramach gospodarki cyrkularnej oraz zamkniętego obiegu z użyciem opakowań wielokrotnego użytku i Refillomatów.
- **SolHotAir** – powietrzne kolektory grzewcze o efektywności 83%, umożliwiające efektywne wytwarzanie ciepła na drodze konwersji energii słonecznej na energię cieplną oraz przyczyniające się do transformacji energetycznej.
- **Sunmetric** – narzędzie stworzone w celu dokładnej i zautomatyzowanej detekcji budynków, analizy topografii terenu oraz analizy powierzchni dachowych, a wszystko to za pomocą uczenia maszynowego, które również wspiera transformację energetyczną.

*„Fundamentalnym zobowiązaniem firmy Samsung jest kultura działania „PlanetFirst”. Wyraża nasze zaangażowanie w społeczną odpowiedzialność biznesu i zarządzanie zrównoważonym rozwojem. Za nasz cel stawiamy sobie wspieranie działań i projektów na rzecz neutralności klimatycznej, realizowane w oparciu o nowe technologie. Chcemy inspirować nie tylko startupy, ale również młodsze pokolenia jak wziąć odpowiedzialność za swoje otoczenie, jak tworzyć i realizować rozwiązania, które sprawią, że przyszłość naszej planety stanie się bardziej obiecująca..”*



**Jacek Łęgiewicz**

Dyrektor ds. publicznych  
w Samsung Electronics  
Polska

# Tetra Pak



## ZOBOWIĄZANIE KLIMATYCZNE

**Stworzenie opakowania kartonowego, które będzie neutralne środowiskowo, wykonane w całości z materiałów pochodzących ze źródeł odnawialnych bądź z recyklingu. Ponadto, dążenie do osiągnięcia 90% zbiórki kartonów do płynnej żywności oraz osiągnięcia recyklingu na poziomie co najmniej 70% do 2030.**

**Tetra Pak to światowy lider w zakresie przetwarzania i pakowania żywności. Współpracuje ściśle z klientami i dostawcami, zapewniając bezpieczne, innowacyjne i przyjazne środowisku rozwiązania. Każdego dnia spełniają one potrzeby setek milionów ludzi w ponad 160 krajach. Zatrudniając ponad 25 000 pracowników na całym świecie, firma dba o zrównoważone podejście do biznesu. Tetra Pak „CHRONI TO, CO DOBRE„ – hasło to odzwierciedla wizję dobrze zabezpieczonej, dostępnej dla wszystkich żywności.**

Tetra Pak zarejestrował oddział w Polsce 29 marca 1990 roku. Jednak pierwsza linia opakowaniowa Tetra Pak ruszyła rok wcześniej w zakładach Hortexu, w Przysusze. W krótkim czasie Tetra Pak stał się liderem wśród producentów opakowań w Polsce i przyczynił się do rozwoju nowych segmentów rynku produktów spożywczych, takich jak mleko UHT czy 100% soki owocowe. W Polsce działa już ponad 100 linii pakujących wyprodukowanych przez Tetra Pak. Firma dostarcza także bogaty asortyment tzw. kluczowych komponentów dla przemysłu spożywczego, tj. maszyn i urządzeń niewspółpracujących bezpośrednio z maszynami pakującymi (np.: wirówki, homogenizatory, wymienniki ciepła, urządzenia do standaryzacji tłuszczu, linie pasteryzujące, linie UHT, urządzenia serowarskie, moduły filtracyjne, instalacje do produkcji lodów, urządzenia do produkcji deserów, przerobu płynnej masy jajowej, serwatki i inne).

W ofercie firmy znajdują się także usługi świadczone przez Serwis Techniczny w tym umowy serwisowe Tetra PlantCare™ oraz Program Przeglądów Prewencyjnych, poprzez które Tetra Pak wprowadza rozwiązania planowanego serwisu prewencyjnego, usprawniającego procesy technologiczne w zakładach produkujących płynną żywność.

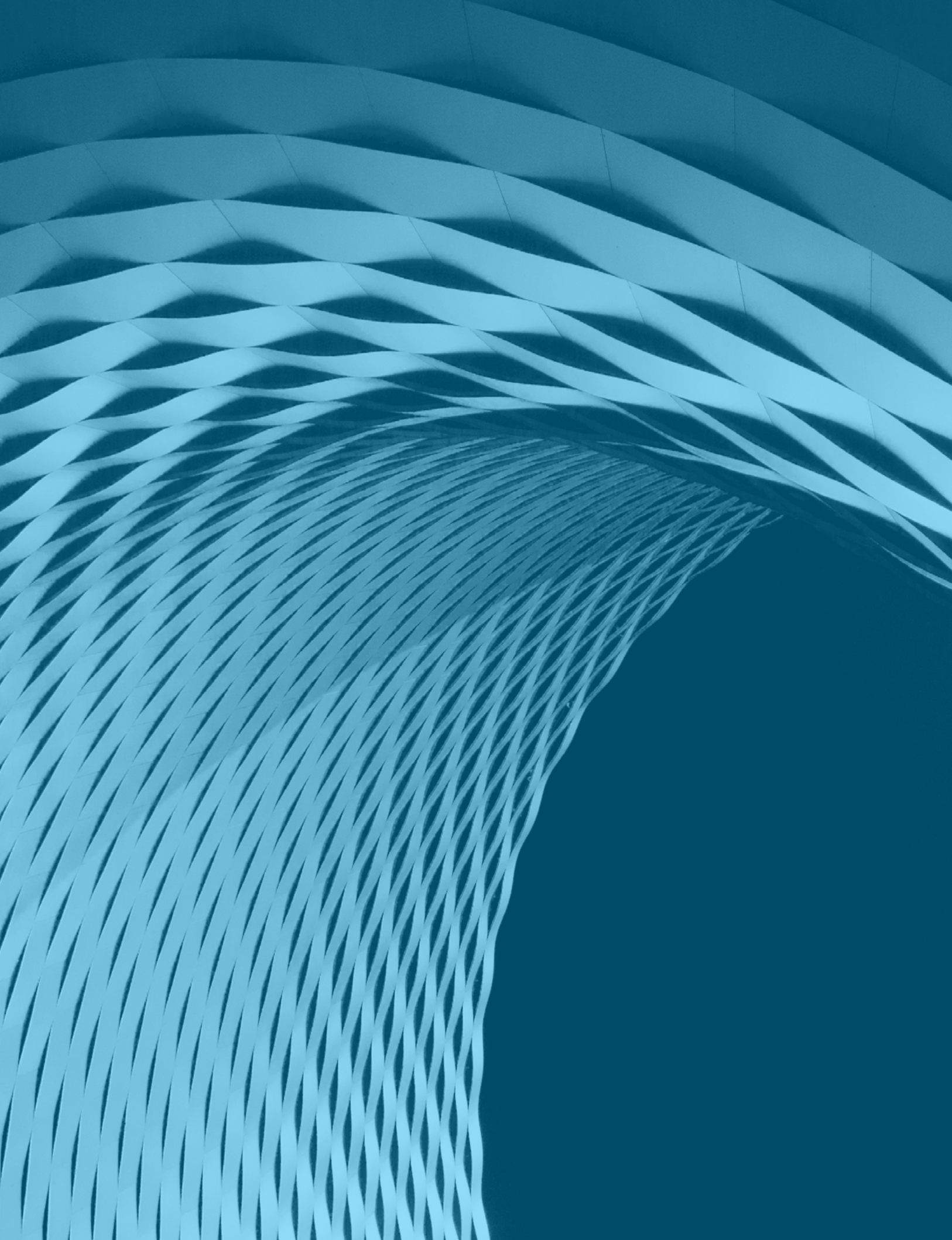
TetraPak jako pierwszy wprowadził w pełni odnawialne opakowanie na napoje Tetra Rex Plant-based, wykonane w całości z surowców pochodzenia naturalnego, plastik jest nie biodegradowalny, czyli nie zakłóca procesów recyklingu i nie wyczerpuje surowców kopalnych. W 2019r. firma otrzymała certyfikat Bonsucro Chain of Custody, który obejmuje cały łańcuch dostaw, oznaczający, że trzcina cukrowa pochodząca z Ameryki Południowej jest pozyskiwana zgodnie z zasadami środowiskowymi, społecznymi i gospodarczymi, z poszanowaniem prawa społeczności lokalnej. Celem firmy jest zerowa emisja netto do 2050r. w całym łańcuchu dostaw, a z własnej produkcji do 2030r. TetraPak jest sygnatariuszem Science Based Targets Initiative i bierze również udział w inicjatywie Carbon Disclosure Project z oceną „A„. Od 2010r. firma uniknęła 12M ton emisji CO2, wszystkie fabryki w UE działają w oparciu o OZE, a w ramach inicjatywy RESTO TetraPak zobowiązał się do zwiększania udziału OZE w produkcji.

Celem uczestnictwa firmy TetraPak w 2. edycji programu „Climate Leadership powered by UN Environment,„ było doprowadzenie do zwiększenia zbiórki kartonów do płynnej żywności, pogłębianie świadomości związanej z gospodarką odpadami oraz rozszerzenie współpracy związanej z projektowaniem zrównoważonego opakowania. W tym celu prowadzono szeroki dialog z interesariuszami w postaci samorządów, recyklerów oraz stowarzyszeń mogących wspólnie z TetraPak planować dalsze działania w kierunku poszerzania świadomości i poprawy zwiększenia wydajności zbiórki i recyklingu. Opakowanie kartonów do płynnej żywności może być w pełni poddane recyklingowi, o czym konsumenci nie zawsze wiedzą. Należy je wrzucać do żółtego pojemnika na odpady. Konieczne jest budowanie świadomości i informowanie o możliwości wydzielenia włókien celulozowych oraz dalszego przetworzenia i wykorzystania poli-aluminium. Kartony do płynnej żywności składają się w 70% z materiału odnawialnego, czysta celuloza może być wykorzystywana przynajmniej 6-7 krotnie, a co więcej umożliwiają one przechowywanie mleka oraz soków bez konieczności wykorzystania systemu chłodzącego zarówno w transporcie jak i w punktach handlowych. Dążąc do osiągnięcia 90% zbiórki kartonów do płynnej żywności oraz osiągnięcia recyklingu na poziomie co najmniej 70% do 2030r. TetraPak aktywnie uczestniczy w szerzeniu informacji związanych z odpowiednią segregacją odpadów. Celem jest stworzenie opakowania, które będzie neutralne środowiskowo, wykonane w całości z materiałów pochodzących ze źródeł odnawialnych bądź z recyklingu.

*„Skupiając się w naszej działalności na aspektach ESG oraz chcąc efektywniej realizować misję zrównoważonego rozwoju, w 2020 r. powołaliśmy Radę ds. Zrównoważonego Rozwoju (SustainabilityCouncil), która wraz z Chief SustainabilityOfficerem (CSO), SustainabilityOfficerami, Biurem CSR i Zrównoważonego Rozwoju oraz Biurem ds. Programów Zrównoważonego Rozwoju wspólnie tworzy SustainabilityCommunity. Rada odpowiada za to, aby cele strategiczne związane z realizacją Agendy 2030 na rzecz zrównoważonego rozwoju były rozumiane i współdzielone we wszystkich obszarach działalności banku oraz wśród naszych Klientów, również dzięki rozwojowi produktów i usług bankowych. Utworzenie Rady i powołanie SustainabilityOfficerów ma na celu zacieśnianie współpracy wewnętrznej wokół idei zrównoważonego wzrostu. Ułatwia wymianę wiedzy i podejmowanie decyzji w kluczowych kwestiach. Wierzę, że budowa nowych kompetencji – dzięki współpracy z ekspertami ClimateLeadership – pozwoli naszej organizacji na osiągnięcie dodatkowych przewag konkurencyjnych i realizację naszej aspiracji do bycia liderem w obszarze ESG i zrównoważonego wzrostu, a także co ważniejsze pozwoli nam przyczynić się w jeszcze większym stopniu do transformacji, która czeka nasz kraj.,,*



**Dragan Rajkovic**  
Regionalny Dyrektor  
ds. Zrównoważonego  
Rozwoju





The background is a deep blue color with a subtle grid pattern. Overlaid on this are several curved, overlapping bands of a lighter blue shade, creating a sense of depth and movement. The lines curve from the bottom left towards the top right.

# **Propozycje dla Liderów**

## ESG napędza dekadę działania

### MARTA LESIEWSKA

ZAŁOŻYCIELKA INSPIRED, EKSPERTKA PROGRAMU  
CLIMATE LEADERSHIP

Jeżeli na rynku finansowym oraz w świecie biznesu odbywałoby się głosowanie na słowo roku, to rok 2020 i 2021 bez wątpienia należą do akronimu ESG. Skrótowiec, utworzony od słów Environmental, Social, Governance (tłum. środowiskowy, społeczny, ład korporacyjny) odnosi się do wskaźników stanowiących podstawę ratingów oraz decyzji podczas procesu inwestycyjnego, pozwalających zmierzyć to, co do niedawna uznawane było za niemierzalne.

Opublikowane na początku 2020 roku przez Institutional Shareholder Services badania o znamienym tytule ESG Matters wyraźnie wskazują na pozytywną korelację pomiędzy wysokimi wynikami w obszarach ESG a wyższymi zyskami i niższą zmiennością ich wartości, jak również wyższymi wycenami, wzrostem i zwrotami z inwestycji w spółki.

Na aspekty środowiskowe składają się kwestie, takie jak przeciwdziałanie kryzysowi klimatycznemu, wdrażanie gospodarki o obiegu zamkniętym, zmniejszanie zużycia wody czy redukcja emisji gazów cieplarnianych. Przez względy społeczne można rozumieć inwestycje podnoszące jakość życia, niwelowanie nierówności związanych z pochodzeniem czy orientacją seksualną oraz priorytetowe nastawienie na satysfakcję klienta. Ostatnią składową jest ład korporacyjny, który obejmuje strukturę danej organizacji oraz zapewnia jej przejrzystość i otwartość. Integracja kwestii ESG z zarządzaniem strategicznym sprzyja stabilności organizacji czy bardziej efektywnemu zarządzaniu ryzykiem — szczególnie wobec wyzwań związanych z zieloną transformacją gospodarki.

O tym jak istotne są to aspekty może świadczyć także fakt, że według raportu Bloomberg z lutego 2021 roku wartość globalnych aktywów powiązanych z ESG w roku 2025 może przekroczyć 53 bilionów dolarów, co stanowi ponad jedną trzecią z 140,5 bilionów dolarów przewidywanej wartości wszystkich zarządzanych aktywów. Trudno więc traktować ESG w kategoriach niszy rynkowej. Przyspieszenie odpowiedzialnych inwestycji na rynkach rozwiniętych oraz rosnąca presja regulatorów (w tym Unii Europejskiej) sprawiają, że ESG staje się nową normą.

W konsekwencji coraz częściej mówi się nie tylko o pozytywnym wpływie odpowiedzialności na wartość firm, ale – w przypadku organizacji, które zatrzymały się w epoce „business as usual” — o erozji ich wartości. ESG przestaje być ćwiczeniem komunikacyjnym, polegającym na odhaczeniu kolejnych punktów w formularzach, a zaczyna być narzędziem podejmowania przemyślanych decyzji inwestycyjnych.

### **Nowa fala ESG**

Inwestowanie odpowiedzialne społecznie (SRI) w krajach rozwiniętych wyłoniło się z ruchów społecznych w latach 70. XX wieku. W latach 80. ruchy te wpłynęły na podniesienie świadomości niedociągnięć biznesu, demaskując firmy wspierające apartheid w RPA. Społeczna odpowiedzialność biznesu (CSR) stała się z czasem skrótem używanym w systemie ONZ, aby zasygnalizować inwestorom instytucjonalnym, że należyta staranność stała się bardziej kompleksowa. Doprowadziło to do popularyzacji idei istotności – dbania o to, co jest naprawdę ważne dla modelu biznesowego danej firmy, a nie tylko łatwe do implementacji. ESG to kolejny etap tych przemian, symbolicznie zapoczątkowany ogłoszeniem przez UN PRI (Principles of Responsible Investment) w 2006 roku.

Pandemia COVID-19 oraz związana z nią odbudowa gospodarek stały się okazją, by tchnąć nowe życie w odpowiedzialne inwestycje. Widać to szczególnie w UE, która tworzy cały pakiet regulacyjny w celu ukrócenia praktyk greenwashingu – systematyzuje się pojęcia działań prośrodowiskowych i odpowiedzialności społecznej, promuje większą przejrzystość oraz strategiczne podejście. Wchodzące w życie rozwiązania kończą erę deklaracji i okrągłych zdań, wprowadzając w to miejsce konkretne cele i wskaźniki.

Taksonomia UE, dyrektywa w sprawie sprawozdawczości dotyczącej zrównoważonego rozwoju przedsiębiorstw (CSRD), rozporządzenie w sprawie ujawniania informacji o zrównoważonych finansach (SFDR), inicjatywa dotycząca zrównoważonego ładu korporacyjnego i należytej staranności oraz dyrektywa w sprawie sprawozdawczości według krajów (CBCR) – to pakiet regulacji zwiększających presję na odpowiedzialność nie tylko w sektorze finansowym, ale na wszystkich obszarach gospodarki.

Institucje finansowe, by wywiązać się ze swoich obowiązków sprawozdawczych, będą musiały pozyskać od firm w które inwestują lub którym udzielają pożyczek szereg informacji dotyczących wpływu środowiskowego, takich jak emisje w Zakresie 1,2,3, udział odnawialnych źródeł energii w miksie energetycznym, efektywność energetyczna, ślad wodny, ochrona sygnalistów, różnorodność oraz informacje dotyczące polityk związanych z ochroną praw człowieka. Podniesie to jakość raportowania, wymagać jednak będzie sporego wysiłku od wielu instytucji – finansowych i niefinansowych – by móc sprostać wymaganiom.

### **Dekada zmian**

Zmiany są już widoczne. Instytucje finansowe przestają patrzeć na siebie tylko i wyłącznie z perspektywy samej organizacji, czyli pod kątem ładu wewnętrznego – deklarując np. własną neutralność klimatyczną — lecz wchodzą na poziom produktów oraz portfela inwestycyjnego, uznając tym samym rolę, jaką pełnią w gospodarce.

Z badania „Zielone finanse po polsku”, opublikowanego w maju 2021 przez PwC wynika, że 80% ankietowanych banków komercyjnych wprowadziło elementy zrównoważonego finansowania do swojej oferty oraz uwzględnia czynniki środowiskowe w procesach kredytowych — na razie dla wybranych branż i sektorów.

W kontekście produktów najczęściej mamy do czynienia z finansowaniem inwestycji w OZE oraz technologie zwiększające efektywność energetyczną dla firm. Przykładowo, w ogłoszonej niedawno strategii Bank Pekao S.A zadeklarował sfinansowanie projektów zrównoważonych, takich jak budownictwo ekologiczne, fotowoltaika, biogazownie czy rozwijanie elektromobilności na poziomie ok. 8 mld złotych do 2024 roku. Rośnie także popularność zielonych obligacji oraz produktów innowacyjnych, takich jak np. kredyt SSL (Sustainability Linked Loan) udzielony przez BNP Paribas firmie logistycznej Raben Group. Marża jest w tym rozwiązaniu uzależniona od osiągnięcia przez spółkę wskaźników efektywności w obszarze środowiskowym, społecznym i ładu korporacyjnego. Rośnie także liczba zielonych produktów dla klientów indywidualnych, jak np. EKO pożyczki w BOŚ Banku na fotowoltaikę, zapobieganie skutkom suszy lub niwelowanie ich.

Drugą stroną medalu jest kwestia analizy i dostosowywania portfela kredytowego przez banki do wymogów regulacji ESG. Według wspomnianego już badania PwC 43% instytucji nadal ich nie przeprowadziło. Badane organizacje wskazują tutaj na bariery, takie jak brak lub ograniczona ilość danych na temat kontrahentów, niska jakość ujawnień i niedostateczna świadomość firm oraz brak przejrzystych regulacji. Pomimo tych problemów aż 86% banków planuje pozyskiwać te informacje od kontrahentów, co najlepiej ilustruje presję, jaka w najbliższym czasie będzie wywierana na firmy z różnych branż.

Mamy również do czynienia z dekarbonizacją portfolio banków, ograniczających zaangażowanie kredytowe w elektrownie węglowe i zwiększających jednocześnie wsparcie dla projektów, których celem jest transformacja energetyczna. Bank ING po 2025 roku nie będzie finansował klientów, których działalność jest zależna od węgla energetycznego w stopniu wyższym niż 5% — chyba, że będą to projekty transformacyjne. Bank ten planuje również nawiązywać nowe relacje z klientami, których działalność jest zależna od węgla energetycznego w stopniu nie wyższym niż 10% oraz posiadają strategię dalszego zmniejszenia tego udziału do poziomu bliskiego zeru do końca 2025 roku.

### **To dopiero początek**

Można odnieść wrażenie, że w ESG obecnie największa uwaga – zarówno po stronie regulatorów, jak i firm – skupia się na literze „E”. Wiele wskazuje na to, że wymogi będą stawały się coraz bardziej konkretne, i to także w obszarach społecznym oraz ładu korporacyjnego. EU Platform on Sustainable Finance rozpoczęła już konsultacje Taksonomii Społecznej, opierającej się o normy takie jak UN Global Compact, a Komisja Europejska do końca 2021 roku podejmie decyzję, czy prace te będą kontynuowane.

Coraz wyraźniej widać, że „Dekada działania” to nie tylko projekt klimatyczny powiązany z redukcją emisji, ale również szersze zdefiniowanie modeli biznesowych w kontekście dbałości o różnorodność biologiczną, ochronę ekosystemów oraz troski o kwestie społeczne.

## Społeczności energetyczne: zainwestuj, dołącz, twórz!

### MACIEJ WERESZCZYŃSKI

KOORDYNATOR PROGRAMU ENERGIA I KLIMAT  
W ZWIĄZKU STOWARZYSZEŃ POLSKA ZIELONA SIEĆ,  
EKSPERT PROGRAMU CLIMATE LEADERSHIP

**Energetyka jest jednym z tych sektorów gospodarki, który generuje najwyższe emisje gazów cieplarnianych. Od ponad stu lat wielkie koncerny energetyczne decydowały o kształcie rynku energii.**

**W Polsce, przy obecnym kształcie sektora energetycznego, transformacja w kierunku energetyki opartej o zero-emisyjne źródła odnawialne wciąż napotyka na wiele przeszkód legislacyjnych. Trwanie w zastępych strukturach scentralizowanej produkcji energii spowoduje tymczasem, że alternatywy nie będą mogły rozwijać się wystarczająco szybko, byśmy mogli uniknąć katastrofy klimatycznej.**

### Zmiana systemu

Zamiast rozrzuconego i nieefektywnego systemu, w którym energia produkowana jest punktowo w dużych elektrowniach, a następnie przesyłana na znaczne odległości, potrzebujemy zupełnie nowego rozwiązania opartego na lokalnej produkcji energii w sposób rozproszony i z wykorzystaniem różnych źródeł odnawialnych (np. słońce, wiatr, biogaz). To nie tylko miks źródeł, ale również producentów i konsumentów rynku energetycznego, a to oznacza zróżnicowanie modeli zapotrzebowania i wykorzystywania energii.

Energetyczny system przyszłości to system, który uwzględnia już nie tylko konsumentów, ale także i prosumentów energii elektrycznej, czyli osoby produkujące prąd z własnej instalacji i na własne potrzeby. Prosumenci indywidualni w Polsce już są — zbiorowi dopiero zaczynają działać. Co ważne, w zbiorowym modelu obywatele mogą współpracować na wiele różnych sposobów. Dla powodzenia oraz szybkiego tempa transformacji energetycznej naszego kraju kluczowe będzie zaangażowanie w budowę nowego systemu jak najszerszej grupy obywateli, w tym także przedstawicieli biznesu.

Zarysowana w poprzednich punktach wizja, zawiera w sobie przekaz powtarzany wielokrotnie przez aktywistów i działaczy organizacji pozarządowych: „wszystkie ręce na pokład”. Wymaga ona jednak autozapewnienia przez państwo stabilnych ram legislacyjnych, które umożliwią wszystkim zainteresowanym obywatelom możliwość niezależnej produkcji, magazynowania oraz sprzedaży (na uczciwych zasadach) nadwyżek wyprodukowanej energii.

### **Pole dla biznesu**

Co ważne, większość indywidualnych prosumentów nie zużywa od razu całości wytwarzanej energii (a własne źródło najbardziej opłaca się wtedy, gdy poziom autokonsumpcji energii jest jak najwyższy). Dlatego też współpraca pomiędzy obywatelami a biznesem może okazać się korzystna. W większości przypadków gospodarstwa domowe zużywają energię nie w czasie jej rzeczywistej produkcji, jako że zwykle zużycie energii jest największe popołudniami i wieczorami po powrocie domowników ze szkoły i pracy.

W takim wypadku najbardziej efektywnym scenariuszem jest ten, w którym produkowana w ciągu dnia energia jest zużywana na bieżąco przez przedsiębiorstwa, a nadwyżki są magazynowane i gotowe do wykorzystania przez użytkowników indywidualnych w godzinach poza szczytem produkcji. Takie rozwiązanie przynosi wymierne korzyści obu stronom, a im więcej użytkowników, tym większa szansa, że ktoś będzie stale potrzebował energii i niczego nie trzeba będzie oddawać do sieci.

Wielu Polkom i Polakom produkowanie własnej energii ze źródeł odnawialnych już dziś przynosi znaczne oszczędności w domowym czy firmowym budżecie. Niestety są też tacy, którzy nie mogą sobie na to pozwolić — czy to ze względów finansowych, czy też z braku dostępu do przestrzeni odpowiedniej pod budowę instalacji OZE (odnawialnych źródeł energii). Dla nich również najlepszym rozwiązaniem jest udział w społecznościach energetycznych. Rozwiązanie to umożliwia współpracę różnych podmiotów (m. in. osób indywidualnych, biznesu, spółdzielni mieszkaniowych czy jednostek samorządowych) w sposób pozwalający na tanią produkcję czystej energii.

Szczególnym modelem organizacyjno-biznesowym społeczności energetycznej jest spółdzielnia energetyczna, w której obywatele wspólnie inicjują, finansują i realizują projekty związane z produkcją, sprzedażą, magazynowaniem i dystrybucją energii elektrycznej. Mogą także angażować się w przedsięwzięcia związane z poprawą efektywności energetycznej lub rozwojem elektromobilności.

### **Spółdzielcze ABC**

Spółdzielcza produkcja energii z OZE przynosi społecznościom lokalnym wiele korzyści o wymiarze społecznym, ekonomicznym i co najważniejsze środowiskowym. Podstawowe zasady, według których funkcjonują spółdzielnie energetyczne to:

- Otwarte i dobrowolne uczestnictwo
- Demokratyczne zarządzanie
- Autonomia i niezależność

Projekty oparte na obywatelskiej produkcji energii mogą przybierać różne formy. Szczególnie interesujący dla biznesu powinien być model oparty na kupnie udziałów w spółdzielni energetycznej. Jest to sposób zarówno na pozyskanie kapitału potrzebnego do realizacji projektów OZE, jak i zaangażowanie członków, którzy nabywając udziały nabywają także prawo do podejmowania decyzji co do sposobów funkcjonowania oraz kierunków rozwoju spółdzielni. Członkowie takiej spółdzielni energetycznej stają się jednocześnie inwestorami, współwłaścicielami oraz użytkownikami instalacji OZE.

---

---

Każda z tych funkcji wiąże się z określonymi obowiązkami i korzyściami:

- Poprzez nabywanie udziałów członkowie stają się współwłaścicielami projektu, a tym samym mogą uczestniczyć w kontroli organizacji.
- Nabywając udziały stają się również inwestorami. W tym zakresie mogą liczyć na zwrot z inwestycji — finansowy, społeczny czy środowiskowy.
- Poprzez relację ekonomiczną stają się użytkownikami spółdzielni i uzyskują prawo do „korzystania” z jej usług.

Świetnym przykładem tego modelu jest przypadek Zeeuwind i Deltawind z Holandii. To dwie lokalne obywatelskie spółdzielnie energetyczne, które z powodzeniem współpracowały przy projekcie wiatrowym „Windpark Krammer” o mocy 102 MW. Dają przykład, że warto rozejrzeć się po swoim regionie lub nawet kraju i sprawdzić, czy są inne spółdzielnie, z którymi można współpracować. Może to bowiem pomóc lokalnym społecznościom w finansowaniu dużych projektów, takich jak farmy wiatrowe.

### **Czas na zmiany prawne**

Choć w innych częściach Europy i w USA spółdzielnie energetyczne funkcjonują od lat, to w Polsce są na razie zjawiskiem niemal nieistniejącym. Polskie przepisy dotyczące spółdzielni energetycznych zupełnie nie zachęcają do ich tworzenia. Na szczęście, Unia Europejska uznała już rolę, jaką obywatele mogą odegrać w transformacji energetycznej starego kontynentu, tworząc dyrektywę RED II. Ma ona zapewnić odpowiednie warunki do szybkiego rozwoju rozproszonej energetyki obywatelskiej. Każde państwo członkowskie zobowiązane jest do wdrożenia jej zapisów do swojego porządku prawnego.

W chwili pisania tego tekstu jest koniec lipca 2021. Mija zatem miesiąc od terminu, w którym dyrektywa RED II powinna być w pełni wprowadzona do polskich przepisów prawa i umożliwić rozkwit społeczności energetycznych w naszym kraju. Pierwsi odważni, chcący sprawdzić opłacalność takiego rozwiązania, już są. Nawet jeśli istniejące w Polsce od 2019 roku przepisy pozostają wciąż zniechęcające.

*Więcej o społecznościach energetycznych i prosumen-  
tach przeczytać można na stronie:*  
[wiecejnizenergia.pl](http://wiecejnizenergia.pl)

## Inwestorze... czy grasz w zielone?

### DOROTA KRUPA

KATEDRA ZARZĄDZANIA FINANSAMI,  
UNIwersytet MIKOŁAJA KOPERNIKA W TORUNIU,  
EKSPERTKA PROGRAMU CLIMATE LEADERSHIP

**Finansowanie inwestycji wiąże się z dwiema grupami uczestników. Z jednej strony występują dawcy kapitału, czyli inwestorzy, a z drugiej biorecy, czyli podmioty realizujące daną inwestycję. Jedni i drudzy oczekują korzyści – najczęściej, choć nie tylko, finansowych**

Korzyści niefinansowe związane są z upowszechnianą od lat ideą społecznie odpowiedzialnego inwestowania (*SRI – Socially Responsible Investing*) opartej o czynniki społeczne, środowiskowe i kwestie ładu korporacyjnego. Kwestie te, określane skrótem ESG (*Environmental, Social, Governance*) powinny być brane pod uwagę przez świadomych inwestorów w procesie analizy potencjalnych inwestycji.

### Pieniądze dla zmiany

Stopień upowszechniania się idei społecznie odpowiedzialnego inwestowania w danym kraju w dużej mierze zależy od stopnia rozwoju rynku finansowego i gotowości instytucji finansowych do tworzenia produktów inwestycyjnych uwzględniających czynniki ESG, takich jak popularne we Francji czy w Wielkiej Brytanii fundusze inwestycyjne typu SRI.

W sytuacji, w której środki publiczne mogą nie być wystarczające do finansowania zrównoważonego rozwoju w obszarze środowiskowym, w tym w szczególności do finansowania transformacji klimatycznej, kluczowa staje się tu rola inwestorów - nie tylko profesjonalnych, ale również detalicznych. To od ich świadomości i otwartości zależy rozwój rynku społecznie odpowiedzialnego inwestowania. To oni muszą patrzeć na daną inwestycję nie tylko przez pryzmat zysku - a nawet plasować zysk na dalszym planie.

Szczególne znaczenia w obszarze zrównoważonego środowiskowo finansowania nabiera możliwość identyfikacji czy dana inwestycja nie jest jedynie kolejnym przejawem greenwashingu, który ma stworzyć w otoczeniu wrażenie bycia „eko”. W tej sytuacji świadomy inwestor budując swój zielony portfel powinien uwzględniać również odległe skutki wpływu danej inwestycji na środowisko - niezależnie od tego czy zainwestuje w akcje, obligacje czy tytuły uczestnictwa w funduszach inwestycyjnych.



## Wsparcie z Brukseli

Identyfikacja zielonych inwestycji jest dla inwestora niemałym wyzwaniem. Z pomocą mogą tu przyjść dwa rozporządzenia Parlamentu Europejskiego i Rady UE.

Jednym z rozwiązań zwiększających transparentność działań uczestników rynku związanym z finansowaniem zrównoważonym środowiskowo jest rozporządzenie SFDR (Sustainable Finance Disclosure Regulation). Większość jego przepisów obowiązuje w krajach UE od marca 2021 roku. Dotyczy ono ujawniania informacji związanych ze zrównoważonym rozwojem w sektorze finansowym, które ma zmniejszyć rozbieżność standardów informacyjnych w poszczególnych państwach członkowskich tak, aby inwestor końcowy był w stanie porównać różne produkty finansowe w odniesieniu do związanych z nimi ryzyk środowiskowych, społecznych oraz ryzyk związanych z zarządzaniem, a także celów zrównoważonego inwestowania.

Drugie rozporządzenie dotyczy tak zwanej taksonomii w kontekście zrównoważonego rozwoju. Zgodnie z nim działalność może zostać określona jako zrównoważona środowiskowo, jeśli przyczynia się do realizacji jednego z sześciu wybranych celów środowiskowych i jednocześnie „nie czyni poważnych szkód” pozostałym celom. Do wspomnianych celów należą łagodzenie zmian klimatu, adaptacja do zmian klimatu, zrównoważone wykorzystywanie i ochrona zasobów wodnych i morskich, przejście na gospodarkę o obiegu zamkniętym, zapobieganie zanieczyszczeniu i jego kontrola oraz ochrona i odbudowa bioróżnorodności i ekosystemów.

Działalność, która przynosi więcej szkód niż korzyści dla środowiska nie będzie mogła zostać uznana za zrównoważoną.

## Od wyzwania do działania

Konieczność wzmocnienia finansowania transformacji klimatycznej środkami innymi niż jedynie publiczne staje się wyzwaniem dla wielu państw - w tym dla Polski. Z jednej strony należy przekonać inwestorów do zaangażowania swoich środków w zielone inwestycje, co stanowi wyzwanie w kontekście świadomości społecznej w zakresie stanu środowiska.

Z drugiej strony ci już świadomi i wyedukowani inwestorzy muszą mieć dostęp do produktów finansowych, które nie tylko deklarują wspieranie realizacji celów środowiskowych, ale faktycznie te cele realizują. Wspomniane rozporządzenia w kolejnych latach powinny zapewnić inwestorom porównywalność produktów finansowych w kontekście środowiskowym oraz przyczynić się do rozwoju rynku.

# Zielone obligacje jako narzędzie finansowania zielonej gospodarki

## JUSTYNA ZABAWA

KATEDRA BANKOWOŚCI UNIwersYTETU  
EKONOMICZNEGO WE WROCŁAWIU (UEW),  
EKSPERTKA PROGRAMU CLIMATE LEADERSHIP

**W finansowaniu projektów zielonej gospodarki znaczącą rolę odgrywają instrumenty dłużne rynku kapitałowego. Wśród tego typu instrumentów można wskazać na kredyty, pożyczki, leasing, obligacje oraz listy zastawne. Obligacja jest instrumentem, w którym jej emitent (strona krótka) jest dłużnikiem posiadacza obligacji, nazywanego obligatariuszem (strona długa). Emitent obligacji zobowiązuje się do jej wykupu, czyli zapłacenia wartości nominalnej obligacji oraz odsetek (w przypadku, gdy występują) [Jajuga 2007].**

Na przestrzeni ostatnich lat szczególnego znaczenia nabierają obligacje wykorzystywane w procesach finansowania projektów ukierunkowanych na przeciwdziałanie zmianom klimatycznym oraz ograniczających emisję gazów cieplarnianych do atmosfery. Instrumenty te zyskują na znaczeniu również w kontekście wyzwań Europejskiego Zielonego Ładu. Ich waga jest coraz częściej dostrzegana zarówno w skali krajowej, jak i międzynarodowej.

### Zasady funkcjonowania

W literaturze przedmiotu oraz praktyce gospodarczej na określenie tego typu instrumentów używana jest nazwa zielone obligacje (green bonds). Instrumenty te umożliwiają pozyskanie kapitału z przeznaczeniem na inwestycje prośrodowiskowe. Dłużny instrument finansowy, aby mógł zostać uznany za zieloną obligację, musi dodatkowo sprostać dedykowanym tego typu papierom wartościowym standardom [Grabowski, Kotecki 2020]. Najbardziej znanym przykładem tego typu standardów są Zasady Zielonych Obligacji (Green Bond Principles, GBP), zostały opracowane przez Międzynarodowe Stowarzyszenie Rynku Kapitałowego (International Capital Market Association, ICMA).

Jako rodzaj obligacji można wskazać na listy zastawne, czyli instrumenty dłużne rynku kapitałowego emitowane przez banki, które np. w Polsce posiadają status banku hipotecznego. Również w tym przypadku można mówić o finansowaniu inwestycji prośrodowiskowych — w ten sposób powstały zielone listy zastawne. Jako przykład można wskazać na emisje PKO Banku Hipotecznego S.A., ING Banku Hipotecznego S.A. oraz mBanku Hipotecznego S.A.

### Zainteresowane podmioty

Wśród podmiotów upoważnionych w Polsce do emisji obligacji można wskazać następujące grupy:

- Skarb Państwa (obligacje skarbowe),
- banki (obligacje banków),
- gminy (obligacje komunalne),
- przedsiębiorstwa (obligacje przedsiębiorstw).

Wspomniane podmioty mają możliwość emisji zielonych obligacji — pod warunkiem, że instrumenty te nakierowane są na finansowanie inwestycji prośrodowiskowych oraz spełniają przyjęte standardy. Dominującą rolę odgrywają podmioty o zasięgu międzynarodowym, zarówno z sektora finansowego, jak i niefinansowego. W przypadku przedsiębiorstw zauważalny jest stosunkowo duży udział podmiotów z branży budowlanej (31% środków z całości emisji zielonych obligacji w roku 2019), energetycznej (30%) oraz transportowej (28%). Również państwa mogą emitować zielone obligacje. Pierwsza polska zielona obligacja została wyemitowana w grudniu 2016 roku.

W procesach finansowania projektów prośrodowiskowych, wpisujących się w Cele Zrównoważonego Rozwoju, wiodącą rolę odgrywa współczesny sektor bankowy. Również w przypadku rynku zielonych obligacji coraz większą rolę odgrywa właśnie ta część sektora finansowego. Bank może występować w trzech rolach: emitenta zielonej obligacji, inwestora na rynku instrumentów dłużnych oraz pośrednika i organizatora emisji zielonych obligacji [Jajuga, Zabawa, Daszyńska-Żygadło 2017].

### Znaczenie dla rynku

W początkowej fazie rozwoju rynek zielonych obligacji ograniczony był głównie do emisji bankowych. Na przestrzeni kolejnych lat ewaluował, co skutkowało zróżnicowaniem rodzajów emitentów oraz walut w których emitowane są zielone obligacje. Doszło również do zwiększenia zasięgu geograficznego występowania kolejnych emisji zielonych obligacji.

Całościowa wartość emisji zielonych obligacji wyniosła blisko 1 bln USD, natomiast w 2019 roku szacuje się ją na poziomie 190 mld USD [Jajuga, Zabawa, Daszyńska-Żygadło 2017]. W ostatnim dziesięcioleciu zauważalny jest wzrost różnorodności emitentów z różnych obszarów geograficznych, tj. przede wszystkim z Europy, następnie z Ameryki Północnej, jak również w ostatnich latach coraz częściej z Azji i Pacyfiku. Największymi emitentami w 2018 roku okazały się takie kraje jak: Stany Zjednoczone (34,2 mld USD), Chiny (31 mld USD) oraz Francja (14,2 mld USD).

### Literatura:

**Jajuga K.**, 2007, *Elementy nauki o finansach. Kategorie i instrumenty finansowe*, Polskie Wydawnictwo Ekonomiczne, Warszawa.

**Grabowski M., Kotecki L.**, 2020, *Zielone obligacje w Polsce. Przewodnim emitenta*, Instytut Odpowiedzialnych Finansów, Centrum Myśli Strategicznych, Warszawa

[https://www.efcongress.com/wp-content/uploads/2020/10/Zielone-obligacje-w-Polsce\\_ebook.pdf](https://www.efcongress.com/wp-content/uploads/2020/10/Zielone-obligacje-w-Polsce_ebook.pdf)

**Jajuga K., Zabawa J., Daszyńska-Żygadło K.**, 2020, *Raport Analityczno-Badawczy Fundacji Warszawski Instytut Bankowości: Finansowanie inwestycji w energetykę odnawialną przez polskie banki*, Program Analityczno-Badawczy Fundacji Warszawski Instytut Bankowości, SYGN. WIB PAB 20/2020, Warszawa, listopad 2020  
[https://www.zbp.pl/getmedia/d25f0d10-c52e-45c6-98de-e-5b1391ff961!/PAB\\_WIB\\_Finansowanie-energetyki-odnawialnej\\_Jajuga](https://www.zbp.pl/getmedia/d25f0d10-c52e-45c6-98de-e-5b1391ff961!/PAB_WIB_Finansowanie-energetyki-odnawialnej_Jajuga)

## Liczyć swój wpływ – mierzenie śladu węglowego

### MAŁGORZATA WERNICKA

CEO CARBON FOOTPRINT CONSULTING,  
EKSPERTKA PROGRAMU CLIMATE LEADERSHIP,

Jak zabrać się do jednego  
z najważniejszych tematów,  
o który pytali się jego uczestnicy.

Zgodnie z projektem Dyrektywy w sprawie Raportowania Zagadnień Zrównoważonego Rozwoju, od roku 2023 państwowe i prywatne spółki zatrudniające powyżej 250 pracowników (powyżej 10 od 2026 roku) zobligowane będą do przygotowania raportu niefinansowego. Aby wesprzeć przedsiębiorców w prawidłowym przygotowaniu takiego dokumentu powstał jednolity Europejski Standard Raportowania ESG (Environmental, Social and Corporate Governance)—materiał obejmujący i określający aspekty środowiskowe, dotyczące odpowiedzialności społecznej i ładu korporacyjnego.

Aby sprostać wymaganiom ujętym w obszarze „Środowisko”, takim jak redukcja zanieczyszczeń, redukcja poziomu emisji dwutlenku węgla i zużycia energii, stosuje się powszechnie znane narzędzie jakim jest ślad węglowy (eng. carbon footprint).

Nie jest to jedyny powód, dla którego należy przeanalizować emisje powstałe w wyniku działalności organizacji. Mogą nimi być także:

- wymagania narzucone przez kontrahentów (pytanie o ślad węglowy w zapytaniu ofertowym),
- chęć bycia pionierem w swojej branży (aspekt wizerunkowy) lub — jeśli konkurencja liczy już ślad węglowy — sprostanie wymaganiom sektora,
- wymóg spółki-matki lub,
- realna chęć zmniejszenia wpływu na kryzys klimatyczny i ochrona przyrody.

Najczęściej stosowanym i uznanym standardem według którego szacowany jest ślad węglowy jest ogólnodostępny dokument GHG Protocol, który w precyzyjny sposób określa w jaki sposób prawidłowo wykonać obliczenia. Powstały także normy, wskazujące sposoby analizy wyników.

## Definicja i zastosowanie

Ślad węglowy jest określeniem całkowitej wielkości emisji gazów cieplarnianych (GHG) wytworzonych w sposób bezpośredni lub pośredni przez organizację, produkt, wydarzenie lub osobę. Możemy więc spotkać się z wymaganiem przeanalizowania śladu węglowego zarówno dla całej organizacji, którą reprezentujemy, jak i dla produktu, który wytwarzamy.

Jego analiza polega na dokładnym zmapowaniu procesów zachodzących w przedsiębiorstwie lub podczas procesu produkcyjnego danego wyrobu (jeśli mówimy o firmie produkcyjnej), określeniu elementów wejściowych i wyjściowych, obliczeniu emisji gazów cieplarnianych z każdego, nawet najmniejszego procesu zachodzącego w firmie i na końcu wskazaniu tych elementów, które w znaczącym lub minimalnym stopniu wpływają na wielkość naszej emisji do atmosfery.

Dzięki określeniu i znalezieniu elementów, które w największym stopniu odpowiadają za wielkość śladu węglowego, można poczynić szereg kroków w celu jego zmniejszenia — przy jednoczesnych korzyściach ekonomicznych. Przykład? Zmiana dostawców na lokalnych, optymalizacja procesów zachodzących podczas procesu produkcyjnego, ulepszenia technologiczne, zmiana surowców na mające niższy ślad węglowy, zmiana nawyków pracowników, rozpoczęcie korzystania z odnawialnych źródeł energii.

## Zakresy odpowiedzialności

W przypadku określania śladu węglowego dla całej organizacji obliczenie wykonuje się w trzech zakresach za konkretny przedział czasowy (najczęściej rok kalendarzowy):

**Zakres I:** Wszystkie emisje bezpośrednie powstałe w wyniku działalności organizacji, takie jak emisja z samochodów, których firma jest właścicielem lub pełni nad nimi kontrolę, zużycie paliwa grzewczego oraz stosowane w firmie czynniki chłodnicze (np. klimatyzatory).

**Zakres II:** Emisje pośrednie powstałe w wyniku zużycia energii elektrycznej oraz zakupionej energii cieplnej. W zakresie tym należy pamiętać o analizie w dwóch wariantach: 'location based' oraz 'market based'. Do obliczenia 'location based' stosujemy średni wskaźnik emisji dla miejsca, w którym odbywa się emisja (np. Polska), natomiast dla 'market based' używa się wskaźnika emisji otrzymanego bezpośrednio od dostawy energii.

**Zakres III:** Emisje pośrednie nieuwjęte w zakresie drugim. Spośród wszystkich zakresów to zakres III jest zdecydowanie najbardziej rozbudowany, pracochłonny. Wymaga współpracy z dostawcami i firmami współpracującymi. Dane, które zobligowani jesteśmy zebrać do analizy zakresu trzeciego, dotyczą wielkości emisji GHG z procesu produkcyjnego zakupionych surowców, sprzętu, półproduktów a następnie sposobu użytkowania przez odbiorców naszego wyrobu czy usługi, ilości powstałych odpadów, postępowania ze sprzętem pod koniec okresu eksploatacji, podróży służbowych (z uwzględnieniem rodzaju środka transportu, przemierzonych kilometrów oraz liczby noclegów w hotelach), dojazdów pracowników do miejsca pracy, transportu oraz dystrybucji (w tym usługi kurierskie), inwestycje, które odbyły się w danym okresie obliczeniowym oraz, jeśli występują, lokale franczyzowe.

Analiza śladu węglowego dla produktu jest odrębnym obliczeniem i należy pamiętać, że metodologia także jest inna. Ślad węglowy dla produktu policzyć można w dwóch zakresach: 'cradle to gate' oraz 'cradle to grave'. Pierwszy jest krótszy — obejmuje proces produkcyjny od momentu wydobycia surowców do chwili transportu wyrobu z zakładu produkcyjnego. Drugi z kolei rozpoczyna się w momencie wydobycia surowców, natomiast obejmuje także transport, użytkowanie oraz utylizację.

## Gospodarka o obiegu zamkniętym jako narzędzie na drodze ku neutralności klimatycznej

### ANNA DESOGUS

FIRMA SZKOLENIOWO-DORADCZA CIRCULAR TOGETHER, ZAJMUJE SIĘ KWESTIAMI INNOWACJI W OPAKOWANIACH W PACKOORANG, EKSPERTKA PROGRAMU CLIMATE LEADERSHIP

Jeżeli chcemy sprostać wyzwaniu, jakie stawia przed nami kryzys klimatyczny, to przejście na odnawialne źródła energii nie wystarczy. By osiągnąć cele Porozumienia Paryskiego i zatrzymać średni wzrost temperatury na Ziemi znacznie poniżej 2°C musimy spojrzeć na całość problemu.

Oprócz odnawialnych źródeł energii potrzebujemy także głębokiej transformacji naszej gospodarki: przejścia na model gospodarki o obiegu zamkniętym czy też cyrkularnym (GOZ). Pomoże nam on zredukować emisje oraz zwiększyć odporność na ryzyka, jakie czekają nas w przyszłości — w tym te, związane z adaptacją do tych zmian, które już zaszły.

Wydobycie surowców napędza rozwój gospodarczy od czasów rewolucji przemysłowej, jednocześnie napędzając też wynikające z działalności człowieka emisje gazów cieplarnianych. W przeciągu minionych pięciu dekad wydobycie surowców w skali globalnej potroiło się, rosnąc wedle danych Międzynarodowego Panelu Surowcowego (IRP) z 26,7 miliardów ton w 1970 roku do 92,1 miliardów w roku 2017.

Obecnie co roku gospodarka światowa zasilana jest przez ponad 100 miliardów ton materiałów, takich jak metale, minerały, paliwa kopalne, materiały organiczne pozyskiwane z roślin i zwierząt. Według Circularity Gap Report z tej ogromnej ilości jedynie 8,6% materiałów zawraca do gospodarki dzięki różnego rodzaju rozwiązaniom cyrkularnym. Reszta, czyli 91,4%, przechodzi w ramach dotychczasowego, liniowego systemu, kierującego się logiką weź-wytwórz-wyrzuć. Zużycie surowców wzrasta, a wraz z nim również emisje gazów cieplarnianych.

### GOZ - z czym to się je?

Większość wysiłków dotyczących kryzysu klimatycznego skupiała się do tej pory na kwestiach energii odnawialnej oraz efektywności energetycznej. Z raportu Completing the picture: How the circular economy tackles climate change dowiedzieć się możemy, że działania tego typu mogą wpłynąć na 55% obecnych emisji CO<sub>2</sub>, związanych z energią,

ogrzewaniem budynków oraz transportem. Pozostałe 45% ma swe źródło w tym jak wytwarzamy i używamy pojazdy, budynki, ubrania, urządzenia elektroniczne, żywność oraz inne produkty. Dążąc do skutecznych działań redukujących emisje musimy zatem oprócz energii myśleć też o surowcach oraz o tym, w jaki sposób uprawiamy rolę.

Gospodarka cyrkularna to holistyczna koncepcja. W Polsce wciąż niestety spotykamy się często z ze sprowadzaniem jej do gospodarki odpadami i zwiększania poziomu recyklingu. To błędne, niepełne rozumienie idei GOZ. Gospodarka cyrkularna to nowy sposób na projektowanie, produkowanie i używanie dóbr. To środek na osiągnięcia celu, jakim jest bezpieczny, sprawiedliwy społecznie świat, w którym nasze działania nie naruszają granic planetarnych, zapewniających stabilne warunki na naszej planecie.

Raport Completing the picture wskazuje, że zastosowanie strategii gospodarki o obiegu zamkniętym w pięciu kluczowych obszarach: cementu, stali, aluminium, tworzywach sztucznych oraz żywności, mogłoby umożliwić eliminację prawie połowy emisji wynikających z wytwarzania dóbr, a konkretnie 9,3 miliardów ton CO<sub>2</sub>e w 2050 roku. To tyle ile zaoszczędzilibyśmy, gdyby zredukować do zera emisje z całego globalnego transportu.

### Jak to osiągnąć?

- W przemyśle m.in. poprzez zwiększenie poziomu wykorzystania istniejących zasobów – budynków i pojazdów – a także ponowne wykorzystanie i recykling materiałów, które zostały wykorzystane do ich produkcji.

Zmniejszyłoby to zapotrzebowanie na materiały pierwotne oraz zredukowałoby emisje wynikające z ich wydobycia i wytworzenia. Przypomnijmy, że wedle danych z raportu Ellen MacArthur Foundation Growth within: a circular economy vision for a competitive Europe średnio w Europie samochód jest zaparkowany przez 92% czasu, zaś biura wykorzystywane są tylko w 35-50%, nawet w godzinach pracy.

- W systemie rolno-żywnościowym – stosowanie praktyk rolnictwa regeneracyjnego oraz eliminacja odpadów w ramach całego łańcucha wartości umożliwiają magazynowanie węgla przez glebę oraz uniknięcie emisji związanych z niejedzoną żywnością czy niewykorzystanymi produktami ubocznymi.

### Jak GOZ umożliwia redukcje emisji?

Oto trzy zasady GOZ-u, poszerzone o kwestie emisji:

- Projektowanie w sposób eliminujący odpady i zanieczyszczenia pozwala zredukować emisje gazów cieplarnianych w łańcuchu wartości.
- Zatrzymanie produktów i materiałów w jak najdłuższym użyciu, zachowując możliwie najwyższą ich wartość, pozwala zachować energię zawartą w produktach i materiałach (tzw. embodied energy). Redukujemy emisje gazów cieplarnianych zarówno na etapie produkcji, jak i składowania czy spalania odpadów.

- Regeneracja systemów w celu magazynowania węgla w glebie i produktach.

### Poprzez jakie działania można realizować je w praktyce?

Oto kilka przykładów:

- Projektowanie z myślą o długim życiu produktu (trwałość).
- Projektowanie z myślą o cyrkularności. Wiele produktów zawiera materiały lub składniki sprawiające, że ich ponowne użycie lub wykorzystanie w nowych obiegach nie jest bezpieczne. Tego typu materiały i składniki powinny zostać wyeliminowane na etapie projektowania.
- By zwiększyć wykorzystanie i cyrkulację produktów oraz ich części składowych i materiałów zasady gospodarki o obiegu zamkniętym muszą zostać zastosowane już na etapie projektowania. Takie podejście oznacza m.in. projektowanie umożliwiające rozkładanie na części, naprawę, modularność, wielofunkcyjność, biodegradowalność, ponowne użycie, fabryczne odświeżenie czy regenerację.
- Eliminacja odpadów na etapie produkcji, pozwalająca na redukcję emisji.
- Zamiana materiałów na odnawialne, niskoemisyjne i wtórne zamiast pierwotnych. Dobrym przykładem może być szybko rosnący, odnawialny materiał jakim jest bambus.

### Jak GOZ buduje odporność gospodarki na skutki zmiany klimatu?

Cyrkularne modele biznesowe mogą jednocześnie umożliwiać redukcję emisji (przyczyniając się do ochrony klimatu), jak i budować odporność gospodarki na te skutki zmiany klimatu, których już nie zatrzymamy. GOZ zakłada jako fundament odnawialne źródła energii, więc także i w tym wymiarze łączy się z działaniami na rzecz klimatu. Popatrzmy na dwa przykłady:

- Zatrzymanie materiałów w użyciu sprawia, że firmy mogą uniezależnić swoją działalność od konsumpcji surowców pierwotnych, których wydobycie (ale i transport czy przetwarzanie) może być dotknięte skutkami kryzysu klimatycznego. W ten sposób firma staje się bardziej odporna i elastyczna.
- Dzięki praktykom rolnictwa regeneracyjnego gleba jest zdrowsza. Zmienia się jej struktura, co umożliwia lepsze wchłanianie i zachowywanie wody. Pomoże to w budowaniu odporności na intensywne opady czy susze.

### Rolnictwo regeneracyjne

Naprawienie gospodarki oraz przejście na gospodarkę o obiegu zamkniętym oznacza również — wspomnianą przed chwilą — regenerację i wzmocnienie naturalnych systemów poprzez zmianę sposobu hodowli zwierząt oraz uprawy roślin, które stają się naszą żywnością i które wykorzystujemy do produkcji tekstyliów. Zmiana ta to przejście na rolnictwo regeneracyjne, mające na celu umożliwienie oddania cennych składników glebie. W ten sposób możemy tworzyć zdrową, bardziej żyzną glebę.



---

---

Do praktyk regeneracyjnych zaliczamy stosowanie nawozów organicznych, upraw osłonowych, płodozmian, redukcję orki czy wsparcie agro-bioróżnorodności poprzez uprawę większej ilości gatunków. To także agroekologia, wypas rotacyjny, agroleśnictwo (celowe wykorzystanie drzew w gospodarstwie rolnym) i permakultura.

### **Czas ucieka**

Ludzkość żyje dziś poza zdolnościami naszej planety do regeneracji. Zużycie surowców szybuje w górę. Pompujemy ogromne ilości gazów cieplarnianych do atmosfery. Planeta się ociepla. Pandemia pomogła nam dostrzec krytyczną potrzebę natychmiastowych i radykalnych działań.

Nawet gdyby wszystkie 194 kraje, które podpisały paryskie porozumienie klimatyczne w roku 2015 zrealizowały swoje obecne deklaracje redukcji emisji, to nie byłoby to wystarczające do zatrzymania ocieplenia poniżej 2°C. Szacunki, zawarte w opublikowanym przez Program ONZ ds. Środowiska (UNEP) Emissions Gap Report 2020 wskazują, że jesteśmy dziś bardziej na ścieżce wzrostu na poziomie 3,2°C.

Zdecydowanie czegoś w obecnych działaniach brakuje. Jednym z tych brakujących elementów jest GOZ. By zredukować wpływ wydobycia i przetwarzania surowców na klimat oraz utratę różnorodności biologicznej kraje powinny wprowadzać wiążące cele redukcji zużycia surowców pierwotnych.

GOZ wymaga systemowej transformacji, połączonej ze zmianą zachowań. Strategie cyrkularne mogą zapewnić inteligentne wykorzystane materiałów, rozwiązanie problemu nadmiernej konsumpcji oraz zmniejszenie emisji gazów cieplarnianych. Ich poziom jest bezpośrednio związany z tym jak wydobywamy surowce, jak produkujemy i jak konsumujemy.

GOZ ma, wedle wyliczeń zawartych w Circularity Gap Report 2020, potencjał redukcji światowych emisji gazów cieplarnianych o 39% oraz zmniejszenia zużycia surowców pierwotnych o 28%. Celem jest gospodarka, która może zaspokoić potrzeby społeczeństwa funkcjonując wedle zasady do more with less – czyli osiągnij więcej, zużywając mniej.

## Budynki i obieg zamknięty

### WIOLETTA FABRYCKA

HEAD OF PM ACADEMY,  
EKSPERTKA CLIMATE LEADERSHIP

**Światowy Dzień Długu Ekologicznego (Earth Overshoot Day) przypadł w tym roku już 29 lipca. Oznacza to, że do tego dnia zużyliśmy zasoby, jakie planeta jest w stanie zregenerować w ciągu 365 dni. Mimo zatrważających apeli o odwrócenie tej tendencji, zapotrzebowanie ludzkości na zasoby środowiska naturalnego nie słabnie, a wśród najbardziej zasobochłonnych sektorów przemysłu znajduje się sektor budowlany.**

W ostatnich latach jesteśmy świadkami jego poważnej transformacji - coraz więcej podmiotów deklaruje chęć podjęcia działań zgodnych z celami zrównoważonego rozwoju oraz gospodarki obiegu zamkniętego lub już je podejmuje, wytyczając trendy i dając innym najlepszy przykład.

Działania prośrodowiskowe wspierane są przez coraz bardziej świadomych inwestorów i deweloperów, instytucje certyfikujące budynki, a także finansujące ich budowę lub modernizację banki. Są one również oczekiwane przez samych użytkowników budynków i mieszkańców miast. Prawo Unii Europejskiej mobilizuje do zmiany strategii biznesowych tych, którzy się dotąd z tym ociągali.

### Europejskie standardy

Modelem gospodarki, który uwzględnia kurczące się zasoby środowiskowe, jest circular economy – gospodarka obiegu zamkniętego (GOZ). W grudniu 2015 r. Komisja Europejska w komunikacie na jej temat zaproponowała wszystkim krajom członkowskim UE przejście z modelu gospodarki liniowej na model gospodarki o obiegu zamkniętym.

Gdy mówimy w tym kontekście o budownictwie, kluczowe są kwestie, takie jak ograniczenie ilości odpadów budowlanych, zastosowanie innowacyjnych materiałów budowlanych, zastosowanie materiałów łatwo poddających się recyclingowi lub nadających się do ponownego użycia.

Ideę tę świetnie oddaje certyfikacja Cradle to Cradle® - zaświadcza ona, że materiały z założenia przygotowane zostały do ponownego wykorzystania, a proces ich produkcji odbywał się z efektywnym zużyciem m.in. wody i prądu, w tym także z wykorzystaniem energii odnawialnej.

Wszyscy producenci, importerzy, dystrybutorzy wyrobów budowlanych przy wprowadzaniu lub udostępnianiu wyrobów budowlanych na rynku UE są zobowiązani stosować wymagania Rozporządzenia CPR Parlamentu Europejskiego i Rady (UE) z marca 2011 ustanawiające zharmonizowane warunki wprowadzania do obrotu wyrobów budowlanych.

Obiekty budowlane powinny być projektowane, konstruowane i budowane z wyrobów spełniających wymagania tego rozporządzenia. Muszą być oznakowane znakiem CE i posiadać obowiązkową Deklarację Właściwości Użytkowych (DoP). Mogą także posiadać dobrowolną Deklarację Środowiskową Produktu (Environmental Product Declaration – EPD). Deklaracje EPD należą do grupy podstawowych narzędzi wdrażania zasad zrównoważonego rozwoju. Odnoszą się do poszczególnych kategorii oddziaływania na środowisko lub cech ekologicznych. Posiadające ją produkty są wykorzystywane podczas budowy obiektów, dla których uzyskiwane są certyfikaty zrównoważonego budownictwa (systemy BREEAM, LEED, DGNB, etc.).

Unia wprowadziła również inny mechanizm związany z polityką środowiskową – Rozszerzoną Odpowiedzialność Producenta (ROP, ang. Extended Producer Responsibility - ERP). Zgodnie z zasadą „zanieczyszczający płaci” zobowiązuje ona producenta do zebrania i zagospodarowania odpadów powstałych z produktów, jakie wprowadza na rynek. Nowelizacje europejskich dyrektyw dotyczących odpadów przewidują podniesienie poziomów recyklingu odpadów komunalnych do 55% w 2025 r., 60% w 2030 r. i 65% w 2035 r.

Odpady budowlane stanowią ogromną część wszystkich generowanych odpadów (zwłaszcza gabarytowych), ogromnego więc znaczenia nabiera trwałość obiektów budowlanych i ich komponentów. Parametrem ją określającym jest okres użytkowania oraz czynniki, takie jak lokalizacja budynku, warunki gruntowo-wodne, rozwiązania projektowe, jakość i właściwości materiałów budowlanych, jakość wykonania i sposób użytkowania.

### **Cykl życia budynku**

Przyjmuje się, że elementem obiektów, którego żywotność jest najkrótsza, jest ich wyposażenie wewnętrzne (do 5 lat) oraz wewnętrzny podział przestrzeni (do 10 lat). Zaraz potem ze swą żywotnością plasują się instalacje techniczne (20-30 lat), a najtrwalsza jest sama konstrukcja – od 60 do 100 lat.

W zasadach certyfikacji pojawia się akronim LCA - Life Cycle Assessment. Budynek jest rozpatrywany w kontekście ich całego cyklu życia, który obejmuje wymienione już etapy: projektowanie, budowę, eksploatację i rozbiórkę. Założenia LCA można też stosować dla surowców, z których wytworzony jest dany produkt czy materiał budowlany.

Producent w fazie projektowania i produkcji powinien użyć surowców i technologii oraz wprowadzić takie rozwiązania konstrukcyjne i użytkowe, które pozwolą na zebranie odpadów oraz na poddanie jak największej ich części recyklingowi i odzyskowi.

Każdy z elementów budynku powinien zostać zaprojektowany tak, by zapewnić jak najlepsze parametry użytkowe, wykluczyć negatywne oddziaływanie na użytkowników i na środowisko, ale również tak, ażeby w wymierny sposób wydłużyć okres użytkowania produktów. Wydłużenie cyklu życia materiałów budowlanych może znacząco odciążać sektor produkcyjny i przyczynić się do obniżenia kosztów nowych inwestycji.

Wyliczenie kosztu budynku w całym cyklu życia jest skomplikowane. Odniesienia do niego znajdują się w zasadach certyfikacji „zielonych” budynków, tych najbardziej popularnych, jak angielski BREEAM czy amerykański LEED, ale też i mniej stosowanych jak niemiecki DGNB, czy zupełnie jeszcze w Polsce nieznanego EDGE.

### **Materiały w pętli**

W Polsce obowiązek stworzenia planu zagospodarowania odpadów na budowie inwestorzy cedują na generalnych wykonawców robót budowlanych. W przypadku budów obiektów certyfikowanych w systemie BREEAM, LEED czy innych, proces ten dodatkowo jest wspierany / kontrolowany przez asesorów.

Brak jest pełnej przejrzystości, co dzieje się z odpadami budowlanymi i rozbiórkowymi (ich wolumen stanowi w Polsce niemal 3% wszystkich odpadów przemysłowych), gdyż firmy skupiają się na prowadzeniu ich ewidencji oraz ich przekazaniu do odpowiedniej firmy, ale nie są przepisami prawnymi obligowane do śledzenia, co się z nimi dzieje po przekazaniu.

Jedynymi odpadami realnie śledzonymi są odpady posiadające wartość finansową (a więc odsprzedawane), takie jak np. stal, metale, gruz, drewno, kartony, folia. Tymczasem wiele materiałów można albo odzyskać i wykorzystać zgodnie z pierwotnym zastosowaniem (np. kruszywo wykorzystywane do podbudowy fundamentów i podbudowy dróg / drewno dlakompozytów WPC - tworzywo polimerowych o wyglądzie naturalnego drewna itp.), albo poddać je recyklingowi - przetworzyć i ponownie zagospodarować w innych obszarach budownictwa.

Zmiany dotyczące segregowania a zwłaszcza odzysku odpadów zachodzą dość wolno w wielu krajach, w tym w Polsce. Tym częściej mówi się o konieczności zapobiegania powstawaniu odpadów oraz o ich ponownych wykorzystaniu, zgodnie z zasadami GOZ.

### **Kluczowe trendy**

W sektorze budowlanym istnieją już sprawdzone sposoby na wykorzystanie tzw. UPS – Ubocznych Produktów Spalania. Spalanie surowców energetycznych powoduje powstawanie dużych ilości żużli, popiołów, i produktów odsiarczania spalin.

O ich zagospodarowaniu mówi m.in. polska Mapa Drogowa GOZ ogłoszona przez Radę Ministrów we wrześniu 2019 roku: „UPS w większym stopniu mogłyby być wykorzystywane w sektorze budowlanym, m.in. jako składniki nasypów, betonu lub innych warstw konstrukcyjnych, a także jako źródłosurowców kluczowych dla polskiej gospodarki.”

W budownictwie obserwujemy też powrót do wytwarzania przyjaznych dla środowiska naturalnego materiałów, których używanie było niegdyś zaniechane, a dziś powracają do łask. Największy renesans przeżywa drewno, co stanowić może istotny wkład w działania służące poprawie klimatu. Oczywiście mowa wyłącznie o drewnie pochodzącym z odpowiedzialnie zarządzanych lasów, zgodnie z certyfikatami FSC i PEFC.

Wśród innych trendów zapobiegających nadmieremu zużyciu surowców naturalnych wymienić należy dbałość o racjonalne zarządzanie zasobami wodnymi oraz energią w procesach technologicznych. Wspomniana wyżej Mapa Drogowa zawiera też m.in. zachętę do wykorzystania biomasy jako surowca dla produkcji materiałów budowlanych.

Inne technologie, zyskujące na popularności w sektorze budowlanym i wspomagające zarazem oszczędną gospodarkę surowcami naturalnymi, to prefabrykacja oraz modelowanie BIM (Building Information Modelling) dla dokładnego obliczenia ilości materiałów potrzebnych do budowy.

Odnosnie już samych placów budów (i rozbiórek), kwestią nadrzędną jest identyfikacja metod zarządzania odpadami dla każdej możliwej frakcji odpadów, w tym odniesienie do zgodnej z zasadami GOZ hierarchii działań: ograniczenie odpadów, ponowne użycie innych niż niebezpieczne odpadów budowlanych, recykling.

### **Kolejne kroki**

Całkowicie nowym konceptem, o którym pisze się coraz więcej, jest obliczanie tzw. śladu węglowego wbudowanego w materiały budowlane. Stanowi on ok. 11% globalnych emisji CO<sub>2</sub> i ocenia się, że będzie wzrastać, by osiągnąć do 2050 r pułap zbliżony do śladu węglowego fazy użytkowania budynków (ok. 48%). Dodajmy, że cały sektor budowlany odpowiada, według różnych szacunków, za 28-40% globalnej emisji CO<sub>2</sub> rocznie.

W kolejnych latach sektor będzie coraz mocniej korzystał z technologii informacyjno-komunikacyjnych w celu zapewnienia efektywnego funkcjonowania budynków. Dane zbierane w budynkach będą mogły być zintegrowane z informacjami z dodatkowych źródeł zewnętrznych, na przykład dotyczącymi pogody albo zanieczyszczenia powietrza.

Zważywszy na kurczące się zasoby naturalne Ziemi i skutki kryzysu klimatycznego powinniśmy tworzyć bardziej zrównoważone gospodarki i społeczeństwa, co oznacza m.in. budowę odpornych (resilient), inteligentnych, niskoemisyjnych i efektywnych energetycznie budynków i całych miast. Jednym z narzędzi do osiągnięcia tego celu ma być planowana, unijna fala renowacji budynków.

Europa aspiruje do miana pierwszego kontynentu neutralnego klimatycznie, o gospodarce o obiegu zamkniętym, w której wzrost gospodarczy nie jest uzależniony od wzrostu konsumpcji zasobów. Zwiększająca się innowacyjność sektora budowlanego wpisuje się w ogólnoświatowy trend Przemysłu 4.0. Miejmy nadzieję, że Polska będzie aktywnym graczem na tym polu.

## Nowe źródła białka na ratunek planecie

### MACIEJ OTRĘBSKI

STRATEGIC PARTNERSHIPS MANAGER W KAMPANII  
ROŚLINNIEMY, EKSPERT CLIMATE LEADERSHIP

Ostatnie sto lat diametralnie zmieniło sposób w jaki produkujemy żywność. Niemal do granic możliwości zoptymalizowaliśmy jej masowe wytwarzanie, ignorując jednocześnie tworzące się dysproporcje i nie zważając na koszty, których nikt nie chciał uwzględnić w rachunku ekonomicznym – środowiskowe, społeczne, a w końcu także te etyczne.

Międzynarodowe organizacje – Międzyrządowy Zespół ds. Zmian Klimatu (IPCC) czy Organizacja Narodów Zjednoczonych do spraw Wyżywienia i Rolnictwa (FAO) wskazują jasno: kluczowym problemem jest sposób, w jaki wytwarzamy białko. Obecnie opieramy jego produkcję o intensywną hodowlę zwierząt. To najlepszy (i być może ostatni) moment, by zredefiniować system produkcji żywności – kluczową w tym procesie rolę, obok zmian na poziomie instytucjonalnym, ma do odegrania biznes.

Sporo mówi się o emisji gazów cieplarnianych, mniej zaś o tym, że produkcja białka pochodzenia zwierzęcego jest mało efektywną strategią – w 2021 roku około 80% żywności produkowanej globalnie to pasze dla zwierząt hodowlanych. Żywność pochodzenia zwierzęcego stanowi jednocześnie jedynie 15% globalnej podaży jedzenia. Mamy zatem problem.

Ciężar odpowiedzialności za środowisko nie może być przerzucany na konsumentów. Każdy z nas swoimi codziennymi wyborami może oczywiście wskazywać kierunek zmian. To jednak biznes (w tym przypadku producenci żywności) musi je wprowadzać w życie — zwłaszcza mając na uwadze zdecydowanie mniej dynamiczne mechanizmy instytucjonalne. Już dziś potrzeba nam odważnych innowatorów, którzy są gotowi wziąć ciężar zmian na swoje barki.

### Rozwiązania na stole

Mamy rozwiązania, które już teraz z powodzeniem odgrywają ważną rolę w transformacji systemu żywnościowego – już nie tylko jako sygnał czy migawka z przyszłości, ale, co warto podkreślić, jako przedsięwzięcia o realnym potencjale biznesowym.

Koncepcja oddzielenia mięsa i nabiału od produkcji zwierzęcej może wydawać się dziś radykalna nie tylko w oczach najbardziej zatwardziałych zwolenników status quo. Większości z nas trudno wyobrazić sobie mięso hodowane w bioreaktorach czy sery wytwarzane przy wykorzystaniu zaawansowanych procesów fermentacji bez użycia mleka. Jeśli pomyślimy jednak o tym, jak dynamicznie następowały zmiany np. w demokratyzacji dostępu do samochodów czy telefonów komórkowych to może się okazać, że jesteśmy w przededniu kolejnej rewolucji przemysłowej – za kilkanaście, a może kilkadziesiąt lat możemy dziwić się, jak mogliśmy do produkcji żywności wykorzystywać zwierzęta.

Konsumenci na całym świecie coraz chętniej kupują roślinne mięso czy nabiał – celowo unikam tu terminu zamienniki czy alternatywy. Spektakularne debiuty giełdowe marek takich jak Beyond Meat (amerykański start-up produkujący burgery na bazie białka grochu) czy Oatly (szwedzki pionier mleka na bazie owsa) przekonują nawet najbardziej sceptycznych – obok misji zrewolucjonizowania systemu produkcji żywności ich wartość jest wyceniana w miliardach dolarów. Priorytet na roślinne źródła białka to kluczowy kierunek pozytywnych zmian w stronę sprawiedliwego systemu produkcji żywności.

Na całym świecie — w tym także chociażby w sąsiedniej Słowacji — powstają start-upy takie jak BeneMeat, które rozwijają technologię mięsa hodowanego komórkowo. W Singapurze mięso z kurczaka wytworzonego właśnie w ten sposób można zamówić w restauracji, a Francja czy Izrael wspierają rozwój takich projektów środkami publicznymi. Globalny gigant – Nestlé – ogłosił niedawno współpracę z Future Meat Technologies nad produktami wykorzystującymi mięso hodowane komórkowo. Swoją rolę w transformacji systemu żywnościowego mogą odegrać też projekty wykorzystujące procesy precyzyjnej fermentacji, takie jak amerykański start-up Perfect Day, którego technologowie opracowali technologię produkcji serwatki i kazeiny (tożsamą z tą pochodzenia zwierzęcego) przy wykorzystaniu fermentacji drożdży.

### Czas zmian

Co te wszystkie koncepcje, technologie, a w końcu zmiany w preferencjach konsumentów oznaczają dla sektora rolnictwa? Przede wszystkim — ogromną szansę. Zmieniać się będzie cały ekosystem produkcji żywności. Łańcuchy dostaw będą prawdopodobnie dostosowywać się do nowego paradygmatu. Dopasowanie hodowli roślin do zmieniających się warunków klimatycznych, uprawa gatunków bogatych w białko czy produkcja maszyn dopasowanych do produkcji nowego, roślinnego czy hodowanego komórkowo mięsa to tylko niektóre z obszarów, które już dzisiaj mają solidny potencjał biznesowy.

W przytaczanym często eseju 50 years hence Winston Churchill wspomina o tym, że pewnego dnia odejdziemy od absurdu hodowania całego kurczaka tylko po to, by zjeść pierś czy skrzydełko, a technologia rozwinie się na tyle, by móc hodować tylko to, co rzeczywiście trafia na stoły. W roku 2021, w obliczu możliwej katastrofy klimatycznej, to biznes — a w szczególności branża rolno-spożywcza — musi być motorem transformacji systemu żywnościowego. Wsparcie akademickie, instytucjonalne czy zainteresowanie konsumentów może dodatkowo napędzać i przyspieszać tę ewolucję, jednak to innowacyjni przedsiębiorcy i przedsiębiorczynie będą mieć szansę stanąć na jej czele.

## Zrównoważone innowacje – czego nam brakuje, by je tworzyć?

**ZUZANNA MAZUREK**

AUTORKA BLOGA WWW.MISJAZERO.PL,  
EKSPERTKA CLIMATE LEADERSHIP

**Przez lata czerpaliśmy korzyści ze spalania paliw kopalnych. Nie myśląc o konsekwencjach, przekroczyliśmy już granice wytrzymałości Ziemi. Technologie, które odmieniły życie człowieka, jednocześnie przyczyniły się do kryzysu klimatycznego.**

Nie możemy sobie pozwolić na kolejny postęp technologiczny kosztem środowiska naturalnego. Potrzebujemy radykalnej zmiany w sposobie myślenia i projektowania innowacji. Trudno będzie nam rozwiązać problemy związane z kryzysem klimatycznym, stosując te same metody, które nas do niego doprowadziły.

### **Dotychczasowe działania nie są wystarczające**

Jednym z głównych celów na najbliższe lata jest zmniejszenie emisji CO<sub>2</sub>. Obecne zobowiązania klimatyczne 1200 największych firm na świecie to dopiero 25% redukcji, która jest od nich oczekiwana w ramach Porozumienia Paryskiego (Raport State of the Green Business 2020). Również działania rządów wydają się niewystarczające. Europejski Zielony Ład jest mocno krytykowany za to, że zawarte w nim plany są zbyt mało ambitne.

Drugim obszarem wymagającym natychmiastowego działania jest zmniejszenie ilości produkowanego plastiku. Choć wiele firm szuka innowacyjnych sposobów na pakowanie swoich produktów, często widzimy, że testowane rozwiązania są trudno skalowalne, nieoptymalne lub przyjazne dla środowiska jedynie w teorii. Wygląda na to, że jesteśmy w sytuacji, w której nie ma nadziei na ratunek. Czego nam brakuje, by poradzić sobie z tym wyzwaniem?

### **Brakujące kompetencje i wartości**

Dzisiejszym środowiskiem biznesowym rządzą eksperci od błyskawicznego skalowania, natychmiastowych sukcesów i kwartalnego rozliczania celów. Ciągłe nastawienie na wzrost jest przyczyną naszej krótkowzroczności. W korporacyjnych modelach zarządzania innowacjami rzadko pojawia się kryterium zrównoważonego rozwoju. Pomysły są oceniane przez pryzmat potencjalnych zysków i tego jak szybko zwróci się inwestycja.

Przez ostatnie lata z niepokojem obserwuję jak korporacje wykorzystują współpracę ze zrównoważonymi start-upami w celach PR-owych. Pilotażowe projekty są okraszone drogimi kampaniami reklamowymi, ale rzadko są skalowane. To sprawia, że finalnie naprawdę dobre rozwiązania, które mogłyby odmienić losy ludzkości, nie są komercjalizowane.

Kadrom kierowniczym przyświecają nadal wartości, które doprowadziły nas do kryzysu klimatycznego. Brakuje szeroko dostępnej wiedzy i edukacji w zakresie zrównoważonego zarządzania. Uczelnie wyższe dopiero teraz wprowadzają kierunki kształcące ekspertów od zrównoważonych modeli biznesowych, CSR i zielonych technologii. Kiedy absolwenci tych kierunków wejdą na rynek pracy, może być już za późno.



## Wszyscy powinniśmy wziąć sprawy w swoje ręce

Wielu z nas ma wpływ na to, jakie innowacje i technologie są wdrażane w firmach. Jak powinniśmy pracować, żeby nie popełnić błędów z przeszłości?

- 1. Stosuj Myślenie Systemowe w rozwiązywaniu problemów.** Często skupiamy się na rozwiązywaniu powierzchownych problemów, lub nawet tych, które tak naprawdę nie istnieją. Za każdym zjawiskiem, które widać gołym okiem kryją się utarte schematy, wzorce i modele mentalne. W Myśleniu Systemowym analizuje się każde zjawisko jako część większego systemu. Jednym z mało popularnych, a bardzo prostych w zastosowaniu narzędzi jest metoda „5 razy dlaczego”. Polega ona na kilkukrotnym zadaniu pytania „Dlaczego” w celu pogłębienia wiedzy. Prowadzi ona do zrozumienia jaka jest prawdziwa przyczyna powierzchownego problemu. Na przykład, rozmawiając o zachowaniach ludzi w stosunku do zmiany klimatu często słyszymy o tym, że przecież jednostkowe działania nie mają sensu. Zatem „dlaczego” wierzymy, że jednostkowe działania nie mają sensu?
- 2. Nie kopiuj.** To kontekst decyduje o tym, czy dane rozwiązanie jest zrównoważone. Kopiowanie rozwiązań z jednego państwa do drugiego, z branży do branży lub wdrażanie w życie teoretycznie opracowanych pomysłów sprawia, że mamy dzisiaj kryzys klimatyczny. To kontekst wyjaśnia dlaczego teoretycznie możliwe do recyklingu produkty lądują na składowiskach odpadów i dlaczego tylko milion Polaków nie je mięsa. Musimy nauczyć się analizować otoczenie i dopasowywać do niego rozwiązania, tak żeby ich przyjazność dla środowiska nie była tylko teoretyczna. Niestety, w ostatnich latach widzimy ogrom bezmyślnego kopiowania przez biznes ekologicznych innowacji, które sprawdzić się miały u konkurencji.
- 3. Myśl długoterminowo.** Do tej pory często sięgaliśmy po jednorazowe rozwiązania, które nie brały pod uwagę losu przyszłych pokoleń. Wiele sukcesów opierało się o zasadę take-make-waste. Dziś potrzebujemy rozwiązań cyrkularnych, które pozwolą na ponowne użycie materiałów. Każda

technologia może być zastosowana w dobrym i złym celu — na przykład, zastosowanie robotów w rolnictwie. Wyobraźmy sobie, że każdy rolnik może wykorzystać do pomocy niewielkiego robota, który pomoże w ekologicznej uprawie. W ten sposób moglibyśmy zadbać o różnorodność biologiczną i zapewnić zdrowe pożywienie wielu osobom, które dzisiaj nie mają do niego dostępu. W innym scenariuszu, roboty mogą być wykorzystane na wielkich monokulturowych uprawach i pogorszyć dzisiejszy stan środowiska, ale przynieść natychmiastowe korzyści branży FMCG. Te dwa scenariusze pokazują, że ta sama technologia może mieć różne oblicza w zależności od tego, w jakim celu ją wykorzystamy.

- 4. Wspieraj liderów ekologicznej zmiany.** Nie każdy z nas chce się angażować w projekty na rzecz środowiska. Jeśli jesteś na wyższym stanowisku, daj szansę na realizowanie ekologicznych projektów swoim pracownikom. Jeśli możesz, promuj takie działania na spotkaniach. Buduj kulturę organizacji, w której aspekt zrównoważonego rozwoju jest nieodłącznym elementem, a nie dodatkiem do działań marketingowych.
- 5. Nie walcz samodzielnie.** Obserwuję wiele podmiotów, które łączą siły, aby razem tworzyć innowacje na rzecz zrównoważonego rozwoju. To dzięki takiej współpracy łatwiej jest myśleć systemowo, analizować kontekst, pozyskać potrzebnych ekspertów. Dla przykładu, program Climate Leadership łączy wielu ekspertów i firmy w jednym celu. Wymieniamy się pomysłami, czerpiemy inspiracje i wzajemnie się wspieramy. Firmy biorące udział w programie opowiadają o swoich działaniach i są otwarte na zdanie ekspertów. Dzięki temu programowi z całą pewnością powstanie wiele wartościowych inicjatyw, które już na etapie projektowania miały szansę na dokładną analizę i uniknięcie podstawowych błędów.

Jesteśmy ostatnim pokoleniem, które może podjąć działania, by zapobiec najgorszym skutkom kryzysu klimatycznego - nie zmarnujmy tej szansy.

## Biznes

### — system naczyń połączonych

#### AGATA RUDNICKA

WYDZIAŁ ZARZĄDZANIA UNIWERSYTETU ŁÓDZKIEGO,  
EKSPERTKA ZEWNĘTRZNA FORUM ODPOWIEDZIALNEGO  
BIZNESU, PROJEKT CHAPTER ZERO POLAND,  
EKSPERTKA CLIMATE LEADERSHIP

**Zmiana klimatu coraz bardziej wpływa na funkcjonowanie współczesnych gospodarek. Prognozy na przyszłość nie są optymistyczne. W złożonym systemie społeczno-gospodarczym każdy sektor ma do odegrania ważną rolę w przeciwdziałaniu kryzysowi klimatycznemu.**

Biznes jako aktor mający szczególnie dużo możliwości — ale i odpowiedzialności ze względu na skalę oddziaływania — sam wymaga nowego otwarcia i spojrzenia na procesy z perspektywy innej niż krótkookresowe pomnażanie zysków. W teorii wydaje się to oczywiste. Praktyka wciąż pozostawia wiele do życzenia.

#### **Biznes to sieć relacji i powiązań**

O ile sektor biznesowy zrozumiał już znaczenie relacji z interesariuszami, takimi jak klienci czy pracownicy, to perspektywa dostawców nadal stanowi duże wyzwanie. Budowanie relacji z dostawcami nie jest łatwym zadaniem. Od obu stron wymaga ono dużej otwartości i gotowości do ponoszenia ryzyka. Punktem wyjścia w zmianie myślenia biznesu powinna być perspektywa produktu czy szerzej — przepływy w łańcuchu wartości. Jeśli myślenie o ograniczaniu emisji gazów cieplarnianych zawężymy tylko do pojedynczego podmiotu tracimy z oczu wiele powiązań i procesów, które niewłaściwie realizowane mogą spowodować, że nasze wysiłki w drodze do neutralności klimatycznej pójdą na marne.

Szerokie spojrzenie na produkt polega na analizie każdego etapu jego cyklu życia: od wydobycia surowców naturalnych, poprzez przetwarzanie i użytkowanie, aż do momentu, kiedy produkt staje się potencjalnym odpadem i należy podjąć decyzję co do jego dalszego losu. W każdym z tych etapów dzieje się wiele procesów w różnych zaangażowanych podmiotach. Wiele jest też zatem obszarów, gdzie można popracować nad ograniczeniem negatywnego oddziaływania na środowisko. To dobry punkt wyjścia do tworzenia celów i strategii klimatycznej. W biznesie każde działanie ma swoje konsekwencje. Im głębiej i szerzej spojrzymy na sieć relacji i powiązań, tym bardziej skuteczne i adekwatne zadania możemy zaplanować.

## **Przejrzystość procesów biznesowych to konieczność**

Zrozumienie rzeczywistości, w jakich realizowane są procesy biznesowe to jedno z wyzwań dla podmiotów gospodarczych. Im bardziej złożony produkt tym więcej wzajemnych relacji oraz powiązań i wyższe ryzyko, że łańcuch dostaw nie będzie w odpowiedni sposób zarządzany. Wspomniana otwartość obu stron relacji oznacza konieczność tworzenia transparentnych ram działania.

Przejrzyste procesy to korzyść dla wszystkich stron. Odbiorca otrzymuje informacje, w jakich warunkach wyprodukowano potrzebne mu komponenty, skąd pochodzą surowce i jaka technologia była wykorzystywana. Dzięki temu ma on możliwość interwencji w przypadku, gdy działania dostawcy nie wpisują się w jego zasady postępowania. Mając na uwadze wartość wzajemnych relacji odbiorca może wesprzeć dostawcę w doskonaleniu swoich procesów — tak by były one bardziej przyjazne dla klimatu czy szerzej zrównoważonego rozwoju.

Dla dostawcy, który współpracuje ze świadomym odbiorcą takie wsparcie to ważny krok w drodze do transformacji. Kupujący daną rzecz klient podejmuje swoje decyzje w warunkach pewności co do standardów społecznych oraz środowiskowych i może zdecydować, które z przedsięwzięć włożyło należyty wysiłek w ograniczanie negatywnego wpływu na środowisko oferowanych przez siebie produktów.

## **Odkurczmy znane podejścia i stosujmy je w praktyce**

Myśląc o dążeniu do neutralności klimatycznej i mając świadomość konieczności podejmowania konkretnych działań w celu ograniczania negatywnych wpływów na środowisko warto wrócić do podejść, które wydają się czasem niedoceniane. Jednym z nich jest ekoprojektowanie — termin znany już kilkanaście lat temu, w którym zwraca się uwagę na sposób projektowania wyrobu w sposób ograniczający negatywne oddziaływania na środowisko w całym cyklu życia produktu. Dzięki temu trafiające na rynek produkty są bardziej przyjazne dla środowiska. Drugim jest ekoefektywność, która z założenia ma przynosić redukcję zużycia zasobów, emisji i zanieczyszczeń oraz odpadów. Zastosowanie wspomnianych podejść również wymaga szerszego spojrzenia na procesy biznesowe i analizy różnych scenariuszy w zależności od podjętych decyzji co do surowców, sposobu produkcji itp.

Biznes to system naczyń połączonych. Musimy mieć świadomość, że decyzje podjęte na jednym etapie mają swoje konsekwencje na kolejnych, niosąc ze sobą określone ryzyka, korzyści i koszty dla wszystkich uczestników systemu społeczno-gospodarczego. Zmiana klimatu wymaga holistycznego spojrzenia i kompleksowych rozwiązań. Bez tego trudne będzie osiągnięcie pożądanego efektu synergii.

## Codzienne wielkie zmiany

### PAULINA GÓRSKA

EKOEDUKATORKA, INFLUENCERKA, AUTORKA BLOGA  
O TEMATYCE EKOLOGICZNEJ WWW.PAULINAGORSKA.COM,  
EKSPERTKA CLIMATE LEADERSHIP

**„Zysk to nie wszystko”. Niedawno branżę mody (i pewnie nie tylko) zelektryzowała deklaracja CEO Patagonii, że firma nie chce już rosnać. Marka nie chce się już rozwijać, od początku działalności walczy ze wzrostem. Jak to możliwe? Patagonia jest od lat jak rodzinny w świecie biznesu — jedyny w swoim rodzaju, wyznacza trendy w zrównoważonym rozwoju.**

Czy pójdą za nią kolejni? Niezaprzeczalnie — potrzebujemy świadomych prezesów, prezesek i zarządów firm. Jesteśmy jednak na początku tej drogi. Biznes zaczyna dostrzegać temat zrównoważonego rozwoju, część firm zmienia swoje strategie, uczy się na błędach, bada nowe ścieżki. Nie ma innego wyboru — nie tylko z powodu kryzysu klimatycznego, ale i coraz bardziej wyedukowanego konsumenta, który zadaje pytania, podważa i mówi „sprawdzam”.

### Nowe podejście

Zanim jednak przejdziemy do wyedukowanego konsumenta, porozmawiajmy o trendach w ekologicznym stylu życia. Powrót do natury (określany jako rewilding), autentyczność, otwartość na dzielenie się technologią, wegańskie jedzenie (roślinne „mięso” to nuda, dzisiaj mówi się o „mleku” z ziemniaka, roślinnym tuńczyku czy jajkach) i zamienniki skóry (skóra z mango czy ananasa), miejskie farmy i uprawy wertykalne jako odpowiedzi na postępującą urbanizację i rosnącą liczbę ludności...

To tylko część gorących tematów w świecie zrównoważonego rozwoju, które przekładają się na startupy, produkty i innowacje. Dostrzegamy też ogromną popularność idei gospodarki o obiegu zamkniętym (GOZ) — w modzie, projektowaniu wnętrza czy opakowaniach. To również rodzący się biznes wirtualnych dóbr. Zauważalna jest wreszcie sama idea „zrównoważonego” biznesu, widocznego już nie tylko w branży mody czy żywności, ale i w finansach czy nawet produkcji filmowej.

Poza tymi trendami można również zaobserwować skokowy wzrost liczby osób zainteresowanych stanem środowiska, zdrową żywnością czy drugim obiegiem. Potwierdzają to badania. 75% polskich konsumentów (dane z badania Vogue Polska i BCG „Consumers’ Adaptation to Sustainability in Fashion” z roku 2021) twierdzi, że zrównoważony rozwój jest dla nich istotnym aspektem, którym kierują się w codziennym życiu — także przy podejmowaniu decyzji zakupowych.

Jesteśmy świadkami realnej zmiany. Takiej, która nie jest powierzchowna. Nie sprowadza się do rezygnacji z jednorazowych słomek i korzystania z wielorazowych woreczków (choć i to jest oczywiście wartościowe). Spora część z nas zaczynała często od ograniczenia plastiku i próby funkcjonowania na zasadach #lesswaste (mniej śmieci). Dzisiaj to już jednak nie wystarcza.

Od firm chcemy czegoś więcej — zobowiązań, deklaracji, konkretnego planu, rozliczania się z celów, zmiany w całościowym podejściu do biznesu. Drobne kroki to często powód do uznania, ale szacunek zdobywa się dzisiaj odpowiedzialnym marketingiem i ambitną strategią. To świetnie, że sieć restauracji wprowadza segregację śmieci, ale dzisiejszy wyedukowany konsument zapyta o to, jaki udział w ofercie mają produkty wegetariańskie i wegańskie. Dlaczego? Bo wie, że ograniczanie mięsa to dzisiaj jeden z najbardziej efektywnych sposobów na zmniejszenie negatywnego wpływu na emisję gazów cieplarnianych.

### Otwarta komunikacja

Media społecznościowe również zmieniają dzisiaj miejsce narracji, dyskusji i kontaktu z odbiorcą, konsumentem. Zastępują one z powodzeniem media tradycyjne, które tracą przez minimalną interakcję z odbiorcami. 61% osób poniżej 35 roku życia używa aplikacji Instagram i Tik Tok jako źródła informacji. Tego typu wirtualne przestrzenie stają się również miejscem edukacji. Edukują zarówno marki, jak i (a może w szczególności) twórcy działający w social mediach.

Dzisiaj mówimy już nie tylko o „influencerach”, ale o changemakerach, ambasadorach, edukatorach, fact-checking influencerach, którzy gotują wegańsko i namawiają do ograniczania mięsa, edukują o seksie, cyrkularnej modzie, odpowiedzialnym podróżowaniu, rodzicielstwie i bliskości. Lajki liczą się mniej niż zaangażowanie, dyskusja i edukacja odbiorców. Warto wspomnieć, że w Finlandii, podczas pandemii, rząd wraz z organizacjami partnerskimi zatrudnił 1500 influencerów do walki z dezinformacją i promocji zasad bezpieczeństwa.

Biznes — również ten, który stara się być społecznie odpowiedzialny lub jest w procesie zmiany — zaczyna powoli dostrzegać siłę social mediów. Sieciowce nie wystarczy powiedzieć o sobie, że stara się być „zrównoważona”, bo produkuje ubrania z recyklingu. Dzisiaj konsumenci powiedzą „sprawdzam”, zapytają o łańcuch dostaw, o sposób produkcji, materiały, wynagrodzenia dla szwaczek w krajach Globalnego Południa. Oznaczą w social mediach, wywołają do tablicy. A na koniec jeszcze oskarżą o greenwashing.

W komunikacji, co widać na przykładzie mody, duże marki odzieżowe przegrywają z małymi, niszowymi markami odzieżowymi (jak Wielorazówka, Skrojone, Koko World czy Z Kopytem), często kilkuosobowymi, które nie boją się pokazywać produkcji odzieży od kulis, otwarcie mówią o składowych marży, mają pokazaną ofertę produktów wykonanych zgodnie z zasadami GOZ. Mają to, czego brakuje dużym. Są transparentne.

Warto w tym miejscu podjąć wspomniany przed chwilą temat greenwashingu. Jest on o tyle ciekawy, że konsumenci korzystają z tego terminu bardzo chętnie. Często nawet najmniejsze działanie prośrodowiskowe większej firmy jest dzisiaj oceniane jako greenwashing. Ocena ta potrafi czasem mieć podstawy, ale powiedziałabym, że zwykle to brak umiejętnej komunikacji zmiany strategii organizacji, czasem zaś brak edukacji działu marketingu.

Potrzebujemy autentycznych działań, a nie sprzedawania wody w kartonie jako „ekologicznego produktu”. Potrzebujemy przede wszystkim transparentności, która w kolejnych latach ma dużą szansę stać się słowem kluczem w zrównoważonym rozwoju w biznesie.

# Sprawiedliwa transformacja to dobry biznes

## MAGDALENA BARTECKA

KOORDYNATORA PROGRAMU KLIMAT I ENERGIA  
W POLSKIEJ ZIELONEJ SIECI,  
EKSPERTKA CLIMATE LEADERSHIP

**Czy firmy mogą wspierać regiony węglowe w procesie sprawiedliwej transformacji? I jak biznes może wykorzystać zieloną transformację, żeby rozkwitnąć?**

**Unia Europejska oficjalnie ustanowiła nowy cel swojej polityki klimatycznej, który będzie realizowany przez flagową strategię Europejskiego Zielonego Ładu. W ciągu najbliższych 10 lat czeka nas transformacja we wszystkich sektorach gospodarki. Jej celem jest redukcja emisji CO<sub>2</sub>o 55% do 2030 (w stosunku do bazowego roku 1990). W roku 2050 w całej UE osiągnięta ma zostać neutralność klimatyczna.**

### Ramy pojęciowe

Biznes powinien być zainteresowany sprawiedliwą transformacją, gdyż obejmuje ona obszar dużo szerszy niż tylko transformację sektora energetycznego. Jest gruntowną przebudową najbardziej wysokoemisyjnych i energochłonnych sektorów, od transportu i budownictwa po rolnictwo i przemysł tradycyjny. Każdy z tych sektorów musi zazielenić się w bardzo szybkim tempie. Jednocześnie sprawiedliwa transformacja daje biznesowi szansę na pozyskanie finansowania swoich projektów. Musi on zacząć testować proklimatyczne rozwiązania i wdrażać zielone innowacje. Staną się one impulsem dla rozwoju lokalnej gospodarki oraz szansą na tworzenie nowych miejsc pracy.

Czym sprawiedliwa transformacja jest? To proces przejścia z gospodarki wysoko- na zeroemisyjną, odbywający się ze szczególnym uwzględnieniem dobrostanu lokalnej społeczności, czyli z zapewnieniem ciągłości zatrudnienia i czystego środowiska do życia. Polega na stworzeniu alternatywnych gałęzi gospodarki i miejsc pracy — szczególnie dla osób, które stracą zatrudnienie w wyniku zamykania przedsiębiorstw, takich jak kopalnie czy elektrownie, oraz firm związanych z energetyką i górnictwem. Aby transformacja była sprawiedliwa i skuteczna musi być zaplanowana tak, by uwzględniać potrzeby lokalnej społeczności. Jej koniecznym warunkiem jest aktywny udział osób, których ona dotyczy.

Kluczowe w tym procesie jest najbliższe 10 lat. Czy dekada to długo? Z perspektywy biznesu mogłoby się wydawać, że tak, bo każdy inwestor chce widzieć zyski znacznie szybciej. Dla polityków z kolei to za długo, bo dla nich liczy się perspektywa najbliższych wyborów i krótkoterminowych zysków politycznych. Ale jeśli polskie firmy nie chcą zostać z tyłu i chcą konkurować na rynku, którego warunki i ramy określa polityka klimatyczna muszą zacząć się zazielenić — już teraz.

## Regiony węglowe

W Polsce mamy sześć regionów, w których wydobywany i spalany jest węgiel kamienny i brunatny. Każdy z nich będzie przechodził nie tylko głęboką transformację energetyczną, ale również społeczną i ekonomiczną. One również mogą okazać się sprawiedliwe lub niesprawiedliwe, skuteczne lub nieskuteczne.

Takie regiony jak region bełchatowski, Wielkopolska Wschodnia (subregion koniński), Górny Śląsk, Polesie Lubelskie, Małopolska Zachodnia i Dolny Śląsk (subregion Turowa oraz Wałbrzycha) będą musiały wymyślić siebie na nowo. Mogą to zrobić wykorzystując swoje bogate przemysłowe tradycje. Sytuacja nie wygląda tam różowo.

Zdegradowane tereny z zalegającymi hałdami pokopalnianymi, głębokie wyrobiska, wyjąłowiona gleba i zaburzone stosunki wodne, niedoinwestowana infrastruktura komunikacyjna, często opłakany stan budynków mieszkalnych i zanieczyszczone powietrze. To tylko niektóre problemy, z którymi muszą radzić sobie regiony węglowe w transformacji. Dochodzą do tego jeszcze problemy demograficzne, wynikające z ich wyludniania się oraz problemy z bezrobociem będące efektem nieuchronnej likwidacji elektrowni i kopalń.

## Konkretne działania

Od strategii trzeba przejść do konkretnych działań — do taktyki. Przedsiębiorcy powinni przeanalizować, jak w ramach swojej działalności gospodarczej mogą tworzyć projekty adresujące zagadnienia zawarte w Europejskim Zielonym Ładzie, m.in. czystą i bezpieczną energię, gospodarkę o obiegu zamkniętym, efektywność energetyczną budynków, zrównoważoną mobilność, ochronę bioróżnorodności, przystosowanie się do zmiany klimatu czy zrównoważony system żywnościowy.

Przy realizacji tych projektów powstaną nowe miejsca pracy. Jeśli organizacje branżowe i reprezentujące pracodawców oraz firmy chcą mieć wpływ na decyzje dotyczące transformacji, powinny także dołączać do grup roboczych – ciał konsultujących przebieg sprawiedliwej transformacji, powołanych przez władze regionalne. Przedsiębiorcy mogą tam zdobyć niezbędną wiedzę o tym, jak zaangażować się w budowanie zie-

lonej gospodarki oraz mogą zapoznać się z punktami widzenia pozostałych aktorów tego procesu.

Biznes może skorzystać z pożyczek i dotacji unijnych, by tworzyć nowe miejsca pracy w branżach niezwiązanych z paliwami kopalnymi. Możliwe będzie np. pozyskanie pożyczek z programu InvestEU, który jest częścią Mechanizmu Sprawiedliwej Transformacji. Chodzi o to, aby różnej wielkości firmy mogły zarabiać pieniądze i wzmacniać atrakcyjność transformowanych regionów, uczestniczyć w ich modernizacji i naciśkać na samorządy, aby inwestowały w infrastrukturę. Tak, by obecni i potencjalni mieszkańcy chcieli na tym terenie mieszkać, gospodarować, zakładać rodziny oraz płacić podatki.

## Zielone miejsca pracy

Ważne jest, aby tworzone miejsca pracy były dobrej jakości: zapewniały stabilność i umożliwiały partycypację pracowników. Istotne są zachęty do aktywnego uczestniczenia i współdecydowania o losach firmy – a nie tylko do biernego wykonania swoich obowiązków przez zatrudnione w nich osoby. Zielona i sprawiedliwa transformacja jest szansą na tworzenie dobrych relacji w zakładach pracy; budowania po odchodzącym „czarnym”, – „zielonego etosu”, i wysokiej kultury pracy.

Pokaźnym impulsem rozwojowym dla procesu transformacji będzie czekająca Polskę fala renowacji budynków prywatnych i publicznych. Dekarbonizacja budynków, według najnowszego raportu Polskiego Stowarzyszenia Budownictwa Ekologicznego i Europejskiego Banku Odbudowy i Rozwoju, to jeden z najbardziej opłacalnych sposobów łagodzenia skutków kryzysu klimatycznego.

Audyty energetyczne, wymiana źródeł ciepła na ekologiczne oraz ocieplanie to usługi cieszące się największym zainteresowaniem. Działalność gospodarcza, która ma na celu oszczędzanie energii w firmach i efektywne wykorzystanie energii w procesach produkcyjnych, to biznesowy strzał w dziesiątkę. Rozwój społeczności energetycznych i korzystających z odnawialnych źródeł energii (OZE) prosumentów będzie generował popyt na pracę dla instalatorów i serwisantów.

### **Od OZE po cyfryzację**

Pracodawcy w okresie pandemii COVID-19 zauważyli, że mogą inaczej zorganizować swoją pracę — i że może to przynieść wymierne oszczędności dla firm. Upowszechnienie pracy zdalnej może sprzyjać rozwojowi niektórych branż, bo przy dostępie do stabilnego i szybkiego łącza internetowego pracę można wykonywać z każdego niemal miejsca w Polsce. Według raportu Pracodawców RP „Praca zdalna 2.0.„ nowe perspektywy otwierają się przed sektorem e-commerce, telekomunikacją czy branżą IT (usługi chmurowe, cyberbezpieczeństwo, budowa i rozwój oprogramowania, produkcja gier komputerowych). Mogą rozwinąć się także stosunkowo niszowe do tej pory dziedziny, takie jak e-sport.

W tym kontekście cyfryzacja wszystkich regionów Polski, w tym regionów węglowych, jawi się jako pilnie zadanie. Każdy obywatel powinien mieć dostęp do szybkiego internetu. W ramach Funduszu Odbudowy (program i strategia dla państw UE, określające jak rozwijać państwa, by stały się odporne na takie zjawiska jak pandemia COVID-19) powstał polski Krajowy Plan Odbudowy, który zakłada, że do 2026 nie będzie tzw. białych plam na mapie Polski, czyli miejsc gdzie nie ma dostępu do szybkiego Internetu. Budowa i utrzymanie sieci światłowodowych poszerza potencjał dla rozwoju biznesu.

Niektóre przechodzące transformację regiony węglowe mogą stać się atrakcyjne dla osób, które zdecydowały się opuścić duże, drogie miasta — zwłaszcza, jeśli przebywali w nich do tej pory tylko z powodu pracy stacjonarnej. Po wyprowadzce z drogich metropolii siła nabywcza zarobionych przez nich (w ramach pracy zdalnej) pieniędzy będzie kilkakrotnie większa, jako że w mniejszych miastach koszty mieszkań, edukacji i usług są po prostu niższe.

Aby skorzystać z oferty przeprowadzki potrzebna jest dobra infrastruktura komunikacyjna i okolice, które są w miarę atrakcyjne przyrodniczo. Z tym regiony węglowe mogą mieć problem, jeśli nie przeprowadzą skutecznej rekultywacji, rewitalizacji i zagospodarowania terenów pokopalnianych.

### **Jak nie zostać w tyle**

Przedsiębiorcy będą zainteresowani inwestowaniem w nowe miejsca pracy oraz nowe, zielone technologie na terenach węglowych, gdy prowadzenie biznesu będzie łatwiejsze i tańsze niż w innych regionach. Ważne jest więc zapewnienie odpowiedniej infrastruktury teletechnicznej, energetycznej, komunikacyjnej i cyfrowej oraz odpowiednio przeszkolonej kadry.

Już na etapie definiowania projektów na rzecz sprawiedliwej transformacji trzeba zaprosić potencjalnych inwestorów do wspólnego opracowania fiszek projektowych. Wspólna praca nad pomysłami będzie szansą na stworzenie listy ciekawych i potrzebnych regionom projektów. Przedsiębiorcy uzyskają szczegółową wiedzę o dostępnych funduszach i możliwym zakresie wsparcia. Wszyscy interesariusze powinni ze sobą współpracować i z zaangażowaniem tworzyć nowe projekty.

Sprawiedliwa transformacja to duże wyzwanie — i ogromna szansa. Jeśli wyzwanie nie zostanie szybko i rzetelnie podjęte, to szansa zostanie zmarnowana i proces okaże się porażką. Straci na tym, oprócz społeczności, przede wszystkim polski biznes, który będzie o dekady do tyłu w stosunku do konkurencji, a zwłaszcza naszych zachodnich sąsiadów.



## Nowa etyka dla klimatu?

### DR ROBERT SROKA

DYREKTOR DS. ODPOWIEDZIALNEGO INWESTOWANIA  
NA EUROPE ŚRODKOWĄ W ABRIS CAPITAL PARTNERS,  
EKSPERT CLIMATE LEADERSHIP

**Kryzys klimatyczny to zagadnienie na wskroś etyczne. Mierzymy się z nim po to, aby móc realizować fundamentalne wartości, jakimi są życie i zdrowie ludzi. Dlatego społeczność międzynarodowa postawiła sobie za cel dokonanie poważnych zmian w bardzo krótkim czasie. Zmiany te mają być realizowane w etyczny sposób pod hasłem sprawiedliwej transformacji.**

Powstaje jednak pytanie, czy decyzje polityczne i odpowiednie finansowanie wystarczą do realizacji tego celu. Wydaje się, że tak duże przedsięwzięcie wymaga głębokich zmian postaw każdego człowieka. Powinniśmy uznać, że jesteśmy winni zmianom klimatu — również w wymiarze osobistym — zmienić styl życia i codzienne nawyki. Jeśli nie uznamy naszej odpowiedzialności, wówczas nie podejmiemy działań prowadzących do zażegnania kryzysowi klimatycznemu.

### Niewygodne pytania

Czy jednak rzeczywiście osobiście czujemy się odpowiedzialni za zmiany klimatu? Czy zarządzający firmami są w stanie przyznać, że działania organizacji, którymi kierują, negatywnie wpływają na klimat — i związku z tym podejmowane przez nich decyzje są niemoralne? Czy możemy powiedzieć, że rolnik, właściciel cementowni, pracownik kopalni, często podróżujący samolotem przedstawiciel handlowy postępują nieetycznie, gdyż negatywnie wpływają na klimat? Krótko mówiąc, czy obecny system etyczny wystarczy, żeby zmienić paradygmat naszego myślenia i poradzić sobie z kryzysem klimatycznym? Czy może od nowa powinniśmy tworzyć kod etyczny oraz definiować znaczenia takich kategorii jak wina, odpowiedzialność, sprawiedliwość, uczciwość czy skromność?

Coraz więcej etyków uważa, że obecny system wartości jest nieadekwatny do poradzenia sobie z tą sytuacją. Rozwijał się w innych warunkach społecznych, środowiskowych i geopolitycznych. Cierpienie, które było głównym wyznacznikiem tego, czy dany czyn jest moralnie naganny czy nie, analizowano w modelu łatwej identyfikacji przyczyny i skutku, sprawcy i pokrzywdzonego.

W kontekście zmian klimatu zarówno skutek jak i przyczyna są rozproszone — w szczególności z perspektywy jednostki. Jeśli nie dostrzegam bezpośredniego negatywnego skutku palenia w piecu węglem, to nie oceniam swojego działania jako niemoralnego. Jeśli nie czuję się odpowiedzialny za kryzys klimatyczny — nie mam motywacji do działania a ci, którzy chcą mnie zmotywować, nie mają wystarczająco mocnych argumentów.

Zmiana w systemie moralności polegałaby zatem na definiowaniu winy bez konieczności wskazywania konkretnej odpowiedzialności i konkretnego sprawcy. Mówimy tu oczywiście o poziomie rozważań moralnych, a nie rozwiązań prawnych.

### **Wizja dobrej przyszłości**

Wydaje się, że potrzebujemy zatem nowej wersji etyki. Jeśli etykę rozumieć za francuskim filozofem Paulem Ricoeur jako wizję dobrego życia z innymi i dla innych w sprawiedliwych instytucjach społecznych, to taką wizją jest właśnie życie bez zagrożenia ze strony skutków kryzysu klimatycznego. Już sama idea walki z nim jest tym samym etyczna i przez jej pryzmat będziemy oceniać nasze działania w przestrzeni indywidualnej i społecznej.

Jest jeszcze jedna pułapka moralna, której należy być świadomym. Ostatnie dwa i pół wieku było zdominowane (również w biznesie) przez etykę utylitarystyczną. Moralne było to, co prowadziło do maksymalizacji szczęścia lub minimalizacji cierpienia dla jak największej liczby osób. W efekcie od ponad 200 lat kalkulujemy co nam się bardziej opłaca. Kalkulowaliśmy tak długo, że aż doszliśmy do momentu kryzysu klimatycznego.

Należałoby zatem przestać liczyć, kiedy nasz negatywny wpływ na środowisko przestanie się nam opłacać i zacząć traktować otaczający nas świat jako dobro samo w sobie. Takie myślenie jest odejściem od utylitarystyki, w którym o tym, co jest etyczne, a co nie, decydują wyniki kalkulatora. Zwrot ten mógłby nastąpić w formie zmiany etyki wartości, w której doceniany byłby umiar, samoograniczenie, pokora i współpraca.

Wzrost świadomości wpływu człowieka na środowisko przyniósł już pewną pozytywną zmianę również na poziomie etycznym. Rozwinęła się etyka środowiskowa, która stara się określać moralny charakter relacji człowieka z przyrodą. Przyroda stała się przedmiotem badań etyków, którzy rozwijają teorię odpowiedzialności ludzi za przyrodę. Dzięki temu możemy mówić o etyce ekologicznej która zakłada, że prawa moralne posiadają nie tylko ludzie. Możemy przyznać (co w przeszłości nie było oczywiste), że wyrządzenie szkody bytom pozaludzkim również podlega ocenie moralnej.

## Sprawiedliwa transformacja

Uznanie, że nie tylko człowiek, ale również inne byty odczuwające ból (jak i te, które go nie odczuwają) posiadają swoje prawa moralne pozwala na rozwijanie koncepcji sprawiedliwej transformacji. Oznacza to takie przeprowadzenie zmiany z gospodarki wysoko- do zeroemisyjnej, która uwzględnia dobro osób, których ta zmiana negatywnie dotknie, chociażby poprzez likwidację ich miejsc pracy. Oznacza to, że planowanie i przeprowadzanie zmian uwzględnia koszty społeczne i im zapobiega.

W Unii Europejskiej proces sprawiedliwej transformacji ściśle wiąże się z koncepcją Europejskiego Zielonego Ładu, a także celu neutralności klimatycznej, przyjętych na szczycie Rady Europejskiej w 2019 roku. Sprawiedliwa transformacja przybiera konkretne formy wsparcia w postaci planu powołania w Mechanizmie Sprawiedliwej Transformacji, który będzie zapobiegał negatywnym skutkom społecznym i sprzyjał osiągnięciu celu budowy gospodarki zeroemisyjnej.

Sprawiedliwa transformacja nie może jednak sprowadzać się do inżynierii społecznej, technologicznej i finansowej. Transformacja związana z kryzysem klimatycznym będzie dla Polski porównywalna do tej sprzed 30 lat. Żeby była skuteczna wymaga zmiany postaw i sposobu myślenia. Zwłaszcza w Polsce warto wyciągnąć wnioski z poprzedniej transformacji gospodarczej, aby później nie musieć powtarzać za profesorem Marcinem Królem, że „byliśmy głupi”. Tak, jak troską obejmujemy przyrodę, tak powinniśmy objąć nią każdego człowieka. Nie będzie to łatwe w społeczeństwie, w którym dominuje myślenie o jednostce jako oddzielnym indywiduum odpowiedzialnym za swój los, a nie jako o członku wspólnoty.

Czy zatem współczesny pomysł na transformację nie jest swoistą pułapką półśrodków? Iluzją, którą wszyscy się oszukujemy? Warto zastanowić się nad tym, czy nie przyszedł już czas, żeby na zmiany klimatu zareagować jak na pandemię koronawirusa? Czy nie stoimy w obliczu zamykania niektórych sektorów gospodarki i ograniczania działania innych w zamian za tarcze finansowe i społeczne? W dyskusji na ten temat musimy apelować o moralną postawę troski i odpowiedzialności za życie swoje i innych, sprawiedliwie rozkładając korzyści i koszty wspomnianych zmian.

The background is a solid light blue color. Overlaid on this are several thick, curved, dark blue lines that sweep across the frame from the top right towards the bottom left, creating a sense of movement and depth.

**Relacje z debat Climate  
Conversations  
w programie Climate  
Leadership**



## Relacje z debat Climate Conversations w programie Climate Leadership

### 1. DANE DLA KLIMATU

Pierwszy, wspólny webinar cyklu Climate Conversations oraz projektu, wspierającego firmy na drodze do neutralności klimatycznej, poświęcony był roli danych w tworzeniu strategii i podejmowaniu działań, wspierających zmniejszanie negatywnego wpływu biznesu na środowisko.

Pozyskiwanie i analiza danych to niezbędne elementy skutecznych działań na rzecz ochrony środowiska. Niezależnie od tego, o jakim podmiocie mowa - państwie, samorządzie, instytucji publicznej czy prywatnej firmie - trudno myśleć o zmniejszaniu emisji gazów cieplarnianych gdy nie zna się ich najważniejszych źródeł.

Wraz z postępującym procesem oddzielania znanych marek od bezpośredniej produkcji pojawia się dodatkowe wyzwanie - wzięcie odpowiedzialności za sytuację w całym łańcuchu dostaw, co wymaga od firmy podejmującej to wyzwanie wiedzy i determinacji do zmiany zarówno siebie, jak i swojego otoczenia biznesowego.

#### Od danych do działania

Jeśli tej determinacji zabraknie, mogą do tego zostać przymuszone przez zmieniające się otoczenie regulacyjne i domagających się skutecznych, proklimatycznych działań konsumentów. Goście zorganizowanej 14 grudnia debaty „Dane dla klimatu - cyfrowa rewolucja w świecie Porozumienia Paryskiego”, prowadzonej przez współtwórcę projektu Climate Leadership - prof. Bolesława Roka - wskazywali na szanse i zagrożenia biznesowe, związane z tak zarysowanym krajobrazem zmian.

Ekspert programu Climate Leadership z Centrum UNEP/GRID-Warszawa, Bartłomiej Kozek, przybliżył dane na temat globalnego klimatu, zawarte w najnowszej edycji Emissions Gap Report,, - corocznego

opracowania, przygotowanego przez Program ONZ ds. Środowiska (UNEP). Zauważa on, że mimo szacowanego spadku globalnych emisji o 7% w roku 2020, wynikłego w dużej mierze ze skutków pandemii koronawirusa wciąż nie udało się nam osiągnąć poziomu spadku o 7,6%, który umożliwiłby ludzkości utrzymanie wzrostu średniej, globalnej temperatury na poziomie 1,5 stopnia Celsjusza.

Innymi, ważnymi danymi zawartymi w raporcie jest analiza pakietów stymulacyjnych, które rządy państw na całym świecie realizują lub planują, by stymulować odbudowę gospodarczą. Analiza ta z jednej strony wskazuje na to, że dotychczasowe pakiety nie wykorzystują w pełni szans związanych z inwestowaniem w budowę zeroemisyjnych gospodarek - z drugiej zaś na to, że tak nakierowany zwrot inwestycyjny przyczyniłby się do zasypania 1/4 luki emisyjnej między obecnymi trendami a redukcjami niezbędnymi do osiągnięcia celu 1,5 stopnia Celsjusza.

#### Ryzyka biznesowe

W jaki sposób tego typu dane wpływają na biznes? Kozek wskazał na to, że nawet techniczne materiały, takie jak raporty IPCC, mogą - ze względu na zawartą w nich wiedzę - mobilizować do działania, czego przykładem w ostatnich latach były m. in. młodzieżowe strajki klimatyczne i ich olbrzymia (również w Polsce) skala. Aktywiści klimatyczni i coraz bardziej świadomi konsumenci mogą jego zdaniem naciskać nie tylko na zmianę polityk publicznych, ale również modeli biznesowych firm.

Wątek ten kontynuował Andrzej Kassenberg, współzałożyciel Instytutu na rzecz Ekorozwoju (InE) oraz zdobywca nagrody Zielonego Orła dziennika „Rzeczpospolita”. Jego zdaniem dane o wpływie na środowisko mogą pomagać firmom w pielęgnowaniu swojego „zielonego”, wizerunku oraz uniknięcie posądzenia o greenwashing, np. poprzez inwestowanie

w działania na rzecz bioróżnorodności przy jednoczesnym kurczowym trzymaniu się paliw kopalnych.

Ryzyka nie mają jednak - jak zauważył Kassenberg - wyłącznie charakteru wizerunkowego. Zlokalizowanie inwestycji nad brzegiem oceanu może przynieść konieczność kosztownej przeprowadzki czy inwestycji w ochronę przeciwpowodziową, jeśli w wyniku kryzysu klimatycznego nastąpi silny wzrost poziomów mórz. Kwestie te będą silnie wpływać na zmiany modeli biznesowych, np. na przechodzenie od oferowania towarów na proponowanie usług.

Współzałożyciel Fundacji Efektywności Energetycznej Polski zwrócił również uwagę na rolę zmian systemowych oraz oporu, jaki w kwestii niezbędnych zmian pojawia się wśród myślących w starych koleinach segmentów biznesu, opierających się do tej pory na wydobywaniu czy wysokoemisyjnej produkcji. Niektóre firmy decydują się wręcz na manipulację danymi, by zatuszować swój negatywny wpływ na środowisko, jak było to w wypadku niektórych graczy na rynku samochodowym.

### **Mierzenie śladu**

Małgorzata Wernicka, specjalistka ds. śladu węglowego i jego wyliczania, założycielka firmy Green Carbon, odpowiadała na pytania związane z bezpośrednim przełożeniem danych na działalność biznesową. Jej zdaniem spora część firm zbiera tylko wymagane prawem dane. Tymczasem coraz wyraźniej widać, że działalność gospodarcza jest bez nich coraz trudniejsza, a brak danych i wyników z nich analiz staje się ryzykiem w obliczu np. rosnących ambicji Unii Europejskiej, zawartych w Europejskim Zielonym Ładzie.

Problemy z danymi i ich wykorzystywaniem do wyliczania śladu węglowego potrafią mieć jednak

znacznie bardziej fundamentalny charakter. Wernicka zauważyła, że prawidłowe wykonanie takiej analizy wymaga transparentności, której przedsiębiorcy nierzadko się boją. Oznacza to bowiem, że muszą się przed ekspertami odstąpić w zakresie np. ich procesów produkcyjnych. Na niekorzyść biznesu w tym zakresie wpływa również skład polskiego miksu energetycznego, stawiającego go w niekorzystnym świetle w porównaniu do konkurencji z innych krajów.

### **Wiarygodność przede wszystkim**

Nie były to jedyne wątki, które pojawiły się w trakcie dyskusji internetowej.

Andrzej Kassenberg podkreślił wagę istnienia narzędzi czy instytucji, które w niezależny sposób analizować będą wiarygodność przekładanych im przez biznes danych o ich wpływie środowiskowym. Konieczne jest jego zdaniem postawienie na efektywność energetyczną i surowcową, które pozwoli mieć nadzieje na zaspokajanie rosnących potrzeb ludzkości. Potrzebne nam będzie mniej pozorowanych działań, więcej zaś - gospodarki umiaru.

Bartłomiej Kozek podkreślił rolę liderów rynkowych w zakresie ochrony klimatu. Ich spójna postawa będzie wymuszać na konkurentach przemysłenie swoich wzorców produkcji i konsumpcji. Liderzy ci proaktywnie zbierają i analizują dane, co umożliwia im zmiany w ofercie rynkowej oraz konsekwentne tworzenie wiarygodnego dla klientów wizerunku firmy przyjaznej dla środowiska.

Małgorzata Wernicka podkreśliła, że myślenie o tematach, takich jak klimat czy gospodarka o obiegu zamkniętym, pojawia się coraz częściej - w tym w mniejszych podmiotach, współpracujących z większymi kontrahentami. Zauważyła też, że przy odpowiednim, merytorycznym wsparciu wyliczenie śladu

węglowego nie jest bardzo trudne. Większym wyzwaniem jest zmapowanie wszystkich źródeł, a także odpowiednich wskaźników emisji, które pozostają dziś rozproszone w różnych bazach.

### Zielona przyszłość biznesu

Wiedza o wpływie na środowisko pozwala na spójne, przyjazne dla klimatu działania. Optymalizacja procesów produkcyjnych, efektywność energetyczna, skracanie łańcuchów dostaw - to tylko część z obszernego zestawu działań, które służyć mogą również samym firmom i ich wynikom finansowym. Służyć również mogą poprawie kondycji polskiej gospodarki, mniej efektywnej energetycznie i surowcowo niż średnia dla Unii Europejskiej.

Zwiększenie świadomości znaczenia takich działań, opierających się na wiarygodnych danych, stanowi pierwszy krok na drodze do neutralności klimatycznej. Program Climate Leadership, oferując firmom szereg webinarów przed startem kolejnej edycji, stawia sobie za cel poszerzenie tej świadomości.

**Nagranie dostępne pod adresem:** <https://www.climateleadership.pl/artukul/dane-dla-klimatu-ekspercka-dyskusja-projektu-climate-leadership>

## 2. ENERGIA DLA FIRM

**W skierowanym do przedstawicieli biznesu webinarze, eksperci dzielą się wiedzą, dotyczącą trendów z zakresu inwestycji w oszczędzanie energii, zwiększanie efektywności jej wykorzystania oraz pozyskiwanie ze źródeł odnawialnych.**

Kwestie kryzysu klimatycznego często omawia się w kontekście energetycznym. Nie bez powodu - bez energii, pozyskiwanej dziś wciąż głównie z paliw kopalnych, niemożliwe byłoby podtrzymanie aktualnych wzorców produkcji i konsumpcji. Nowe podejście do energii - jej oszczędzania, efektywnego wykorzystania i stawiania na odnawialne źródła (OZE) jest zatem niezbędnym elementem osiągnięcia celu neutralności klimatycznej. Dlatego tematyka energetyczna pojawia się w deklaracjach klimatycznych firm - szczególnie wśród uczestników obu edycji projektu Climate Leadership.

Wychodząc naprzeciw deklarowanej przez kadrę kierowniczą w biznesie potrzebie poszerzenia wiedzy na ten temat, zorganizowana została dyskusja „Energia dla firm - ile i jaka?„, prowadzona przez dyrektor Centrum UNEP/GRID-Warszawa, Marię Andrzejewską. Zaproszeni eksperci dzielili się podczas tego wydarzenia swoją wiedzą z zakresu aktualnych trendów polityki i inwestycji energetyczno-klimatycznych.

### Wiedza dla biznesu

Ekspert Centrum, Bartłomiej Kozek, przypomniał o globalnym kontekście klimatycznym, prezentowanym przez instytucje takie jak Międzyrządowy Zespół ds. Zmian Klimatu (IPCC) czy Program ONZ ds. Środowiska (UNEP). Jak zauważył, UNEP-owskie raporty z cyklu „Emissions Gap Report„, ale również materiały innych think-tanków i inicjatyw, wyraźnie wskazują na kluczową rolę efektywności energetycznej i OZE (np. lądowej i morskiej energetyki wiatrowej czy fotowoltaiki) w osiągnięciu celu neutralności klimatycznej.



Lata inwestycji w OZE, realizowane ze wsparciem funduszy publicznych, przyczyniły się do znaczącego spadku kosztów pozyskiwania energii ze źródeł odnawialnych. Popyt na ich rozwój generują również sojusze miast i firm, deklarujących swoje szeroko zakrojone ambicje klimatyczne. Coraz więcej ważnych graczy rynkowych deklaruje cel zaspokajania 100% swojego zapotrzebowania na energię ze źródeł odnawialnych, w tym w swoich łańcuchach dostaw.

Chętny do działania biznes do dyspozycji ma dziś szereg narzędzi, umożliwiających zazielenianie używanego przez siebie miks energetyczny. Wśród nich Kozek wymienił m.in.: Inwestowanie w rozbudowę źródeł odnawialnych na nieruchomościach przedsiębiorstw (w tym wykorzystywanie przestrzeni, takich jak parkingi); Kontrakty typu PPA (ang. Power Purchase Agreement) z firmami oferującymi inwestycje w OZE; Wykorzystanie formuły ESCO (ang. Energy Saving Company), w której specjalistyczna firma oferuje kompleksową poprawę efektywności energetycznej, np. oświetlenia firmowego, w zamian za udział w zyskach z oszczędności na zmniejszonym zużyciu energii.

### **Od nauki do prawa**

Politykę energetyczną firm kształtują nie tylko indywidualne działania firm, ale również otoczenie regulacyjne czy finansowe. Świadomość kształtu tego otoczenia oraz kierunku, w którym ono zmierza, jest niezbędnym elementem zagwarantowania firmie długofalowego rozwoju.

Analityczka od lat specjalizującej się w kwestiach energetyczno-klimatycznych fundacji WiseEuropa, Zofia Wetmańska, wskazywała na fakt, iż zawarte np. w raportach IPCC dane naukowe dotyczące kryzysu klimatycznego nie pozostają w próżni, ale wyraźnie wpływają na strategię państw i bloków gospodarczych oraz na wyniki z nich zmiany prawne. Jej zdaniem można wręcz mówić o związku przyczynowo-

-skutkowym między nimi a globalnymi działaniami, takimi jak Protokół z Kioto czy Paryskie Porozumienie Klimatyczne.

Ten ostatni dokument, w którym państwa całego świata zadeklarowały działania na rzecz ograniczenia wzrostu średniej, globalnej temperatury o 2, a najlepiej 1,5 stopnia Celsjusza w porównaniu do okresu przemysłowego, bezpośrednio wpłynął na powstanie Europejskiego Zielonego Ładu. Zdaniem Wetmańskiej to pierwsza strategia na tym szczeblu, stawiająca klimat w centrum wizji rozwoju Unii Europejskiej. Zawarty w niej cel osiągnięcia przez UE neutralności klimatycznej do roku 2050 wpływa z kolei na kształt długofalowych strategii sektorowych - również w Polsce.

Jak zauważyła, polski biznes jako jedno z największych wyzwań wskazuje na konieczność zapewnienia stabilnego otoczenia regulacyjno-finansowego, dającego mu pewność sensowności podejmowanych przez siebie inwestycji. Innym jest przekierowanie źródeł finansowania na projekty wspierające neutralność klimatyczną, której osiągnięcie wymagać będzie szeroko zakrojonych inwestycji. Proces ten wspierać ma m.in. unijna taksonomia, wskazująca na to, które spośród możliwych inwestycji będą mogły pomóc w osiągnięciu klimatycznych ambicji UE, polityka Europejskiego Banku Inwestycyjnego czy czytelnym nakazy i zakazy.

### **Pieniądze dla klimatu**

Członkini zarządu Fundacji InStrat, Katarzyna Szwarz, miała dla osób biorących udział w wydarzeniu dobrą wiadomość - na transformację energetyczną są dostępne środki finansowe. Wyzwaniem nie powinien być brak kapitału, ale zaprezentowanie odpowiedniej jakości projektów. W najbliższych latach spodziewać się możemy znaczącego wzrostu inwestycji publicznych, wynikłych m.in. z działań dekarbonizacyjnych Unii Europejskiej, których Polska może być jednym

z czołowych beneficjentów. Istotną rolę odgrywać będą również środki, kierowane na odbudowę gospodarczą po pandemii koronawirusa.

Kolejnym filarem finansowania będą różnego rodzaju programy instytucji rozwojowych, takich jak Bank Światowy, Europejski Bank Inwestycyjny czy polski Bank Gospodarstwa Krajowego. Coraz mocniej angażują się one w finansowanie przedsięwzięć, które dla inwestorów prywatnych obarczone są zbyt wysokim poziomem ryzyka - w tym z zakresu zazieleniania energetyki.

Podmioty prywatne również zaczynają śmiało korzystać z instrumentów, takich jak np. zielone obligacje. Klimatyczni liderzy mają szansę wspierać szerszą zmianę w swoim otoczeniu - jako przykład podała emisja tego typu obligacji skarbowych przez Irlandię i Belgię, po której doszło do upowszechnienia się stosowania tego narzędzia przez biznes i samorzady. Jak jednak zauważyła badaczka, w Polsce wciąż z tego typu pomysłów firmy czy samorzady korzystają nieśmiało, chociaż mamy już pozytywne doświadczenia nie tylko w zakresie zielonych obligacji. Wspomniała przy tym o Rybniku i Warszawie, korzystających z hybrydowego wsparcia inwestycji dekarbonizacyjnych we współpracy z Europejskim Bankiem Odbudowy i Rozwoju.

### **Nie zapomnieć o ludziach**

Na społeczny wymiar transformacji energetycznej zwrócił uwagę przewodniczący rady programowej Zielonego Instytutu, Dariusz Szwed. Wyzwanie to ma być jego zdaniem związane m.in. z koniecznością spojrzenia na debatę o energetyce z perspektywy równości płci czy grup wykluczonych społecznie. Odpowiedzią może być budowa lokalnych społeczności energetycznych (na poziomie np. dzielnicy, gminy czy otoczenia firmy), nastawionych na maksymalizację korzyści z transformacji energetycznej w jej obrębie.

Zwiększanie efektywności energetycznej, będące jednym z fundamentów globalnej polityki klimatycznej, wymagać powinno w okresie 2010-2030 wydania ok. 650 miliardów dolarów. Unia Europejska chce z kolei podniesienia efektywności energetycznej o 32,5% do roku 2030. Zdaniem eksperta, tego typu działania mogą przynieść szereg korzyści - szczególnie, jeśli realizowane będą w duchu partnerskiej współpracy, np. korzystając z doświadczeń warszawskiego Partnerstwa dla Klimatu, będącego platformą dialogu na styku samorządu i biznesu.

Jako przykład przyjaznego dla ludzi i środowiska działania energetycznego wskazał inwestycję w jedną z placówek Towarzystwa im. Św. Brata Alberta w Słupsku, która - dzięki wsparciu koncepcyjnemu - mogła w ciągu kilku lat przejść od zależności od paliw kopalnych do niezależności energetycznej dzięki oszczędzaniu energii oraz przejściu na źródła odnawialne. Działanie to było możliwe dzięki sfinansowaniu tego procesu z osiągniętych oszczędności na rachunkach za energię. Istotną rolę odegrał w nim również biznes - wymianę oświelenia wsparła bowiem IKEA, uczestnik 1. edycji projektu Climate Leadership.

### **Współpraca zamiast konfliktu**

Kontynuując ten wątek, Bartłomiej Kozek wskazał na fakt, iż wyzwaniem staje się dziś już nie tylko przekonanie do takich inwestycji, ale wpisywanie ich w szerszą zmianę modelu biznesowego. Odejście od przekonania, że jedynym celem istnienia firm jest maksymalizacja zysku w stronę uwzględniania społecznego i środowiskowego aspektu ich działania wymagać będzie nowego, holistycznego podejścia do ich działalności.

Zdaniem Kozka nie jest to abstrakcyjny problem - zarówno dla firm, jak i dla społeczeństwa jest szansą na sprawną realizację transformacji energetycznej. Skupianie się wyłącznie na minimalizacji negatywnego

wpływu na klimat może prowadzić do nieprzemysłanych posunięć, takich jak stawianie paneli fotowoltaicznych czy farm wiatrowych na obszarach cennych przyrodniczo.

Realizacja tego typu inwestycji bez dialogu z lokalną społecznością grozi konfliktami społecznymi, które mogą spowolnić proces dochodzenia do neutralności klimatycznej. Liczne protesty przeciwko inwestycjom w lądową energetykę wiatrową doprowadziły np. do zaostrzenia prawa i faktycznego zamrożenia rozwoju tej branży w Polsce. To powinna być przestroga dla biznesu, który chce minimalizować swój negatywny wpływ na środowisko.

### Liderzy jutra

By uniknąć powtórzenia tego scenariusza, konieczne jest partnerskie podejście i dzielenie się korzyściami z transformacji energetycznej ze społecznościami lokalnymi. W przeciwnym wypadku - jak zauważył Szwed - zamiast tworzenia i realizowania spójnych strategii rozwojowych, z których korzystają wszyscy interesariusze, inwestycje przyjazne dla środowiska budzić będą opór społeczny.

Jak na koniec spotkania podkreśliła Maria Andrzejewska, wszelkie zmiany będą osiągać zakładane cele, gdy realizowane będą w duchu współpracy. Konieczność wzmocnienia pracowników, partnerów czy społeczności lokalnej - to wszystko działania, które charakteryzują prawdziwych, biznesowych liderów. Liderów, których w świecie kryzysu klimatycznego bardzo potrzebujemy.

### Nagranie dostępne pod adresem:

<https://www.climateleadership.pl/arttykul/transformacja-energetyczna-kolejnym-tematem-climate-leadership-climate-conversations>

### 3. CZY WARTO SADZIĆ DRZEWA?

#### BIORÓŻNORODNOŚĆ W STRATEGIACH BIZNESOWYCH FIRMY

**Kolejna, wspólna debata cyklu Climate Conversations i programu Climate Leadership pt. „Czy warto sadzić drzewa? Bioróżnorodność w strategiach biznesowych firm„, skupiła się na kwestiach, związanych z różnorodnością biologiczną i jej ochroną.**

Kryzys różnorodności biologicznej wymieniany jest jako jedno z największych wyzwań cywilizacyjnych, przed którymi stoi ludzkość. Znalazł się on m. in. w pierwszej piątce zagrożeń, wskazanych w najnowszej edycji raportu Światowego Forum Ekonomicznego „Global Risks Report 2021„, przez ankietowanych ekspertów i liderów opinii - i to zarówno w kategorii prawdopodobieństwa jego zaistnienia, jak i skali (negatywnych) skutków.

W raporcie, wydanym w roku 2019 przez IPBES – Międzyrządową Platformę Naukowo-Polityczną ds. Różnorodności Biologicznej i Usług Ekosystemowych (Intergovernmental Science-Policy Platform on Biodiversity and Ecosystem Services) — pojawiła się niepokojąca wiadomość. Jeśli nie powstrzymamy kryzysu klimatycznego i nie zmienimy dominujących wzorców produkcji i konsumpcji w kolejnych dekadach czekać nas może wyginięcie nawet miliona gatunków żywych istot.

Jak wskazuje poświęcony różnorodności biologicznej Raport Dasgupty, opracowany w tym roku na zlecenie rządu Wielkiej Brytanii, potrzebujemy nowego paradygmatu ekonomicznego, w którym inaczej mierzyć będziemy sukces gospodarczy. By do takiej zmiany doszło, uwzględnić musimy wartość kapitału przyrodniczego. To zadanie, które doskonale wpisuje się w ONZ-owską Dekadę Odtwarzania Ekosystemów, przypadającą na lata 2021-2030.

O tym ważnym dla funkcjonowaniu biznesu kontekście przypominała na początku debaty „Czy warto sadzić drzewa? Bioróżnorodność w strategiach biznesowych firm,„ dyrektor Centrum UNEP/GRID-Warszawa, Maria Andrzejewska. W jaki sposób przekłada się on na modele biznesowe, z którymi mamy obecnie do czynienia? O tym mówili w jej trakcie zaproszeni do dyskusji paneliści.

### **Ekosystem pod presją**

Ekspert ProVeg Polska, Marcin Tischner, zwrócił uwagę na negatywny wpływ obecnego modelu produkcji żywności na środowisko. Jego istotnym elementem są jego zdaniem niekorzystne dla przyrody - ale także naszego zdrowia - sygnały cenowe, takie jak relatywnie niska cena mięsa w stosunku do jego roślinnych alternatyw. Hodowla zwierząt, np. bydła, zajmuje znaczącą część powierzchni gruntów, przeznaczonych na produkcję żywności, w tym nawet 70% powierzchni, wyciętych na obszarze amazońskich lasów deszczowych.

Skupianie się na pozyskiwaniu białka zwierzęcego sprawiło, że jedynie 6% całkowitej biomasy wszystkich ssaków zamieszkujących Ziemię stanowią dziś osobniki z gatunków dzikich. W przypadku ptaków aż ok. 70% ich ogólnej masy stanowią małe drób hodowlany. W połączeniu z praktykami rolniczymi prowadzącymi do nadmiernego nawożenia i związanej z nim eutrofizacji („przeżyźnienia,„) wód powierzchniowych tworzy to szkodliwą dla środowiska mieszaninę.

Urszula Wiszowata, wykładowczyni Uczelni Łazarskiego i założycielka fashionbiznes.pl, zauważyła, że nawet w trakcie pandemii warszawski PSZOK - Punkt Selektywnej Zbiórki Odpadów Komunalnych - zebrał w roku 2020 niemal 50 ton tekstyliów. To aż 150% więcej niż rok wcześniej. W wypadku czteroosobowej rodziny na Zachodzie ilość wyrzucanej przez nią odzieży sięga nawet 30 kilogramów rocznie. Jej zdaniem pokazuje to nasz stosunek do odzieży i mody jako takiej.

Osobom obserwującym debatę przypomniała o odpowiedzialności sektora za środowisko - a także o potencjalnych kosztach, wynikłych z trzymania się modelu „biznesu takiego jak zwykle,„. Sektor odzieżowy co roku zużywa 1,5 trylionu litrów wody, będąc istotnym źródłem jej zanieczyszczeń. Problemy z dostępem do tego surowca mogą stać się istotnym ograniczeniem np. przy produkcji bawełny. Produkcja niektórych materiałów, takich jak kaszmir, już dziś miewa problemy z nadążeniem za rosnącym popytem. Wyzwaniem pozostaje fakt, iż najwięcej wygenerowanych przez sektor mody zanieczyszczeń pojawia się tam, gdzie odbywa się produkcja - przede wszystkim więc w Azji, z daleka od wzroku europejskich konsumentów.

Sławomir Brzózek, działacz i edukator ekologiczny oraz niezależny ekspert, podkreślił z kolei fakt, iż biznes musi obecnie zrozumieć sieć współzależności między ekosystemami, jak również znaczenie i konsekwencje ich postępującej degradacji. Konieczna jego zdaniem staje się integracja kwestii różnorodności biologicznej w praktyce biznesowej. Nie można przy tym wpadać w pułapkę prostych rozwiązań. W biznesie widoczny jest jego zdaniem lęk przed całościowymi działaniami. Przedstawiciele firm wolą nie dostrzegać tej złożoności, bo pokazałoby to, że przyczyniają się do degradacji ekosystemów, niezależnie od branży, w której działają.

Popularne nasadzenia drzew potrafią być jego zdaniem pułapką - biznes uważa, że to łatwe do wyliczenia działanie, dostarcza ono ładnych relacji dla mediów, a obserwujący je ludzie mają poczucie, że firma działa dla środowiska. Sadzenie drzew jest tymczasem - paradoksalnie - trudne, bo w Polsce zaczyna brakować miejsc na takie działania. Na dodatek błędnie ono wobec decyzji administracyjnych, takich jak betonowanie rynków miejskich czy wsadzanie drzew do donic. - Zanim zaczniemy sadzić drzewa zadbajmy o te już istniejące - apelował.

Jakie działania biznesu mogą jednak napawać nadzieją? Na jakie kwestie powinien zwracać szczególną uwagę? Eksperti mieli na szczęście kilka odpowiedzi.

### Zmiana modelu

Marcin Tischner jako pozytywny trend wskazał wzrost świadomości społecznej, zauważalny szczególnie (choć nie tylko) w krajach Europy Zachodniej. Coraz bardziej świadomi konsumenci zaczynają zmieniać swoje nawyki żywieniowe, zmniejszając lub zupełnie rezygnując ze spożywania produktów pochodzenia zwierzęcego. Przejawami tego staje się rosnące znaczenie fleksytarianizmu, wegetarianizmu czy weganizmu.

Firmy odpowiadają na ten trend rosnącą ofertą rynkową udowadniającą, że zaspokojenie potrzeb żywieniowych nie musi być realizowane za pomocą mięsa czy nabiału. Nawet firmy mięsne zaczynają wprowadzać na rynek roślinne zamienniki, mające niższy ślad węglowy i wodny, do wyprodukowania których potrzebna jest mniejsza powierzchnia gruntowa. Coraz głośniej też o eksperymentach z przygotowywanym w laboratorium mięsem komórkowym.

Urszula Wiszowata zauważyła, że wedle badań opinii 78% Polaków jest ciekawa tematu wpływu branży modowej na środowisko. Choć póki co na palcach jednej ręki można policzyć w Polsce firmy odzieżowe, realizujące zasady zrównoważonego rozwoju, to i tu zauważalne są zmiany. Nadzieją napawają chociażby start-upy, skupiające się na ponownym wykorzystaniu tkanin i ubrań czy eksperymentowaniu z nowymi surowcami, np. obierkami z jabłek.

Momentem przełomowym była w branży tragedia Rana Plaza - zawalenie się fabryki w Bangladeszu, w wyniku którego zginęło przeszło tysiąc osób. Wymusiła ona na firmach zainteresowanie się swoimi łańcuchami dostaw, mającymi do tej pory często bardzo

nieprzejrzysty charakter. Wyzwaniem będzie w najbliższych latach przejście od audytowania do zmiany modelu biznesowego, który będzie opłacalny dla firm i jednocześnie wspierać będzie rynek ubrań z drugiej ręki, eko-tekstanin czy materiałów z recyklingu.

Sławomir Brzózek zauważył z kolei, że podstawowym - obok energii - używanym przez firmy zasobem jest woda, którą zużywa się w ogromnych ilościach. Potrzebny jest zatem biznesowy rachunek sumienia co do tego, jakie w ich wypadku są najważniejsze elementy wpływu na środowisko.

Jego zdaniem biznes musi pamiętać, że dopóki nie zmieni się narracja dotycząca ochrony środowiska, zawsze istnieć będzie pułapka wpadnięcia w oskarżenia o greenwashing. Pamiętać musimy o tym, że mamy dziś innych, dużo bardziej świadomych środowiskowo i wymagających konsumentów. Szansą może być tu taksonomia UE dotycząca jednolitej klasyfikacji działań na rzecz zrównoważonego rozwoju, umożliwiająca przemyślane działania na rzecz ochrony i odtwarzania bioróżnorodności.

Na podstawie jakich danych i faktów biznes powinien zmieniać swoje podejście do środowiska? O czym powinien pamiętać, gdy decyduje się na zmianę swojego podejścia? To wątki, które pojawiły się w wypowiedzi specjalisty Centrum UNEP/GRID-Warszawa ds. biologii i ochrony środowiska, Piotra Mikołajczyka.

### Działania? Spójne, przemyślane, wspólne

W trakcie dyskusji przypomniał o szerszym, wręcz filozoficznym kontekście relacji człowieka z przyrodą. Jego zdaniem człowiek uzurpuje sobie prawo zwierzchności nad innymi gatunkami, pokłada wiarę w technologię jako narzędzie rozwiązywania wszelkich problemów. Wychodzimy z założenia, że „im więcej, tym lepiej”, i przekładamy je na myślenie o różnorodności biologicznej.

Nie chodzi tymczasem tylko o to, by gatunków i osobników było wszędzie, zawsze i za wszelką cenę jak najwięcej, lecz aby było ich tyle, ile jest właściwe dla danego typu ekosystemu, tworzyły sieć stabilnych, harmonijnych powiązań i – co zwłaszcza istotne w przypadku ekosystemów naturalnych – mogły funkcjonować w sposób jak najmniej zakłócony przez człowieka. To jego wpływ i ingerencja wytrąca przyrodę z równowagi i przyczynia się do szeregu negatywnych zmian, dodatkowo i w sposób trudny nieraz do przewidzenia napędzanych systemem sprzężeń zwrotnych. - Nie mamy Planety B - nie funkcjonujemy w izolacji od natury, tylko jesteśmy jej częścią i podlegamy jej prawom - przypomniat znane hasło ekologiczne.

Odnosił również najważniejsze wyzwania ochrony bioróżnorodności w Polsce. Unowocześnianie rolnictwa ma u nas efekty uboczne w postaci eutrofizacji, kiepsko mają się również ekosystemy podmokłe - Polska jest jednym z większych emitentów gazów cieplarnianych pochodzących ze zdegradowanych mokradel w skali Europy, a nawet świata. Wciąż kusi nas regulowanie i betonowanie rzek, zmagamy się z problemami, wynikającymi z ułomnego planowania przestrzennego, rozproszonej zabudowy, chaotycznego rozwoju infrastruktury.

Dr Mikołajczyk przypomniał dwa podejścia do ochrony przyrody - aktywne i pasywne. Jako że nasz kraj znajduje się w strefie lasów liściastych i mieszanych strefy umiarkowanej, to jeśli chcemy odrastającego lasu, czasem wystarczy zostawić dany teren w spokoju i las na niego z czasem powróci. „Akcyjność”, ma natomiast znaczenie w środowisku miejskim. Niekoszony trawniki, tereny nadrzeczne - to już cenne działania na rzecz ochrony różnorodności biologicznej. Kluczowe, by zostawiać przyrodzie odpowiednio duży teren oraz pamiętać o korytarzach ekologicznych, zapobiegających fragmentacji siedlisk i zapewniających niezbędną gatunkom łączność ekologiczną.

W odpowiedzi na pytanie z publiczności wspomniat również o roli biomasy i jej ewentualnego usuwania („zabierania przyrodzie,,). Martwe osobniki są niezbędnym elementem ekosystemach o dużym stopniu naturalności i niskim wpływie człowieka – pozyskiwanie biomasy przez człowieka ma zatem wybitnie niepożądany charakter. Przykładem jest tu np. usuwanie martwych drzew z lasu naturalnego czy osuszanie i eksploatacja torfowiska. W wypadku ekosystemów półnaturalnych, powstałych i istniejących dzięki obecności człowieka i ekstensywnym użytkowaniu ziemi (np. łąki i pastwiska powstałe po wyrębie lasów), umiejętnie dawkowana ingerencja jest z kolei potrzebna aby siedliska te mogły trwać w dobrej kondycji.

Złożony charakter ekosystemów i powiązań między ich poszczególnymi elementami wymaga solidnej dawki wiedzy, umożliwiającej podejmowanie adekwatnych do wyzwań działań - również przez biznes. W odpowiedzi na tę potrzebę dyrektor Centrum UNEP/GRID-Warszawa, Maria Andrzejewska, zainauguowała w trakcie debaty projekt „Biznes dla różnorodności,,.

Inicjatywa ta dedykowana jest działaniom na rzecz ochrony i wzmocnienia bioróżnorodności na poziomie gatunkowym i ekosystemowym. Program odwołuje się do ogłoszonej przez ONZ na lata 2021-2030 Dekady Odtwarzania Ekosystemów (Decade on Ecosystem Restoration) i zakłada szeroką współpracę różnych podmiotów - w tym przede wszystkim partnerów społecznych, zarządzających obszarami chronionymi oraz włączających się we wspólne działania przedstawicieli biznesu.

**Nagranie dostępne pod adresem:** <https://www.climateleadership.pl/arttykul/odbudowa-zamiast-wymierania-biznes-dla-bioroznorodnosci>

#### 4. MEDIA A KLIMAT

**Kolejna, wspólna debata cyklu Climate Conversations i programu Climate Leadership poświęcona była mediom — ich odpowiedzialności za stan środowiska oraz możliwości stymulacji dyskusji i działań na rzecz jego ochrony.**

Funkcjonujące dziś środki komunikacji masowej muszą mierzyć się z szeregiem wyzwań. Konieczność zapewniania odpowiedniego poziomu przychodów generować potrafi napięcia między potrzebą pozyskiwania reklamodawców, niezależnością redakcyjną oraz oczekiwaniami odbiorców. Do problemów tych dorzucić można również napięcia między mediami tradycyjnymi a nowymi (internetowymi, społecznościowymi) oraz istnienie głośnych grup odbiorców, kwestionujących dotychczasowe źródła informacji i wiedzy — włącznie z konsensem naukowym.

Ta ostatnia kwestia dotyka również kwestii środowiskowych — w tym tych, związanych z kryzysem klimatycznym i sposobami na jego opanowanie. Wobec mediów, między innymi ze strony ruchów klimatycznych, coraz częściej wysuwane są oczekiwania dotyczące większej obecności tematyki klimatycznej na ich łamach. Z drugiej strony mierzyć się one muszą z nadsyłanymi komunikatami o odpowiedzialności środowiskowej kolejnych podmiotów i ocenianiem, na ile odzwierciedlają one rzeczywistość, a na ile są greenwashingiem, zwanym również eko-ściemą.

#### Nadawcy i odbiorcy

Podczas debaty „Czas na aktywizm klimatyczny dziennikarzy. Media a klimat,, która odbyła się 22 lutego, wspomnianych wątków nie zabrakło. Prowadzący ją współtwórca projektu Climate Leadership, prof. Bolesław Rok, zauważył w jej trakcie, iż bez mediów nie uda się zmienić przepisów prawnych, podejścia biznesu, konsumentów, polityków czy norm społecznych. Ich działania wpisują się w szerszy kontekst zmian, takich jak zielone finansowanie czy zielona transformacja gospodarki. Z tego też względu nadszedł czas na zamianę ról i na odpytanie dziennikarzy z ich odpowiedzialności za klimat.

Czy zaproszeni do udziału w dyskusji paneliści czują się jednak aktywistkami/aktywistami klimatycznymi? W trakcie wspólnej rozmowy okazało się, że zdania są podzielone.

Za aktywistkę uznaje się Paulina Górską, angażująca się w promowanie tematyki środowiskowej w Internecie, m.in. na instagramowym profilu obserwowanym przez niemal 55 tysięcy osób. W swojej wypowiedzi zwróciła szczególną uwagę na dostosowywanie przekazu do specyfiki medium, za pośrednictwem którego jest on odbierany.

Wyzwaniem staje się dziś nie tylko poszerzanie obecności tematu kryzysu klimatycznego np. na portalach internetowych, ale również docieranie z nim do nasto-, dwudziesto- czy trzydziestolatków, dla których bardziej naturalnym środowiskiem jest Instagram czy TikTok. Zgromadzonej tam społeczności należy w przystępny sposób tłumaczyć kluczowe terminy, jak chociażby znaczenie zwrotu „antropogeniczność zmian klimatycznych,,. — W sieci wyzwaniem jest dziś odpowiedni język. Nie możemy komunikować się w mediach społecznościowych językiem stricte biznesowym — podkreśliła.

Za aktywistę nie uważa się inny dziennikarz internetowy, redaktor serwisu „Piątki dla klimatu”, portalu gazeta.pl, Patryk Strzałkowski. Zauważył jednak wspólnotę celów przy wyborze innych środków działania. — Nie jest mi obojętne to, o czym piszę. Mam nadzieję, że to, co robią media, przyczynia się do uniknięcia negatywnych skutków kryzysu środowiskowego — wytłumaczył.

Jako kluczowe, stojące przed mediami wyzwanie wymienił rzetelne drążenie tematu i sprawdzanie faktów. Najważniejszym punktem odniesienia dla analizy działań, podejmowanych m.in. przez biznes, są jego zdaniem dane naukowe. To zresztą również i one stoją za ożywieniem społecznym wokół kwestii klimatycznych, którego przejawem są chociażby młodzieżowe strajki klimatyczne czy nowe ruchy w rodzaju Extinction Rebellion.

### Wiatr zmian

Michał Niewiadomski, komentator dziennika „Rzeczpospolita”, i twórcy serwisu EnergiaNews przyznał, że jeśli mówienie np. o konieczności zwiększania udziału odnawialnych źródeł energii w polskim miksie energetycznym określić można mianem aktywizmu, to można go określić jako aktywistę. Dziś bardziej niż informowaniem zajmuje się komentowaniem rzeczywistości z pozycji publicystycznych (na przykład planów rozwoju polskiej energetyki), starając się zarazem dopuszczać wielość w poruszanych tematach.

W swojej wypowiedzi odnotował szereg zmian, mających wpływ na coraz większą obecność tematyki klimatycznej — czy szerzej, środowiskowej — w mediach. — Kilkanaście lat temu trudno było zainteresować lokalne media tematem spalarni odpadów, a dziś o odchodzeniu od węgla dyskutują największe spółki energetyczne — odnotował. Bezpośrednie doświadczenie negatywnych skutków zanieczyszczeń

powietrza, pandemia jako wydarzenie, uzmysławiające nam naszą własną śmiertelność, poruszające filmy dokumentalne Davida Attenborough — to wszystko zjawiska, wpływające na rosnące zainteresowanie tematem.

Za aktywistkę nie uważa się z kolei Magdalena Krukowska, pisząca m.in. dla magazynu Forbes oraz wykładająca na Akademii Leona Koźmińskiego. Za-uważała, że jeszcze kilka lat temu pisanie chociażby o społecznej odpowiedzialności biznesu nie cieszyło się popularnością w redakcjach. Dziś, jej zdaniem, jest do tego znacznie więcej przestrzeni — brakowało ma za to dobrych autorów, potrafiących przekazać ekspercką wiedzę o trendach i technologiach w przystępny sposób.

Za aktywistkę nie uważa się z kolei Magdalena Krukowska, pisząca m.in. dla magazynu Forbes oraz wykładająca na Akademii Leona Koźmińskiego. Za-uważała, że jeszcze kilka lat temu pisanie chociażby o społecznej odpowiedzialności biznesu nie cieszyło się popularnością w redakcjach. Dziś, jej zdaniem, jest do tego znacznie więcej przestrzeni — brakowało ma za to dobrych autorów, potrafiących przekazać ekspercką wiedzę o trendach i technologiach w przystępny sposób.



## Rola biznesu

Jak z kolei zarysować można odpowiedzialność mediów za promowanie pozytywnej dla klimatu zmiany w biznesie? Krukowska zauważyła, że firmy nie przepadają za mówieniem o tym, że są zmuszone do zmian ze względów prawnych — zamiast tego wolą przyjmować rolę wytyczających trendy liderów rynku. Jej zdaniem biznes wie, co ma robić. Niestety, ze względu na przekształcenia na rynku mediów, zbyt często brakuje za to w redakcjach fachowców, umiających wskazać swym odbiorcom realne źródła działań, takich jak ograniczanie zużycia tworzyw sztucznych.

Na konieczność sprawdzania rzetelności podejmowanych przez biznes działań zwracał uwagę Patryk Strzałkowski. Zauważył, że np. jeden z globalnych koncernów paliwowych zadeklarował niedawno dążenie do osiągnięcia celu neutralności klimatycznej, które miałyby zostać zrealizowane poprzez wykorzystanie niesprawdzonego na większą skalę modelu pochłaniania dwutlenku węgla czy nasadzenie lasu o powierzchni równej... terytorium Brazylii. Media są potrzebne także do tego, by sprawdzać trafiające do biznesu przekazy jego liderów i oceniać ich wiarygodność.

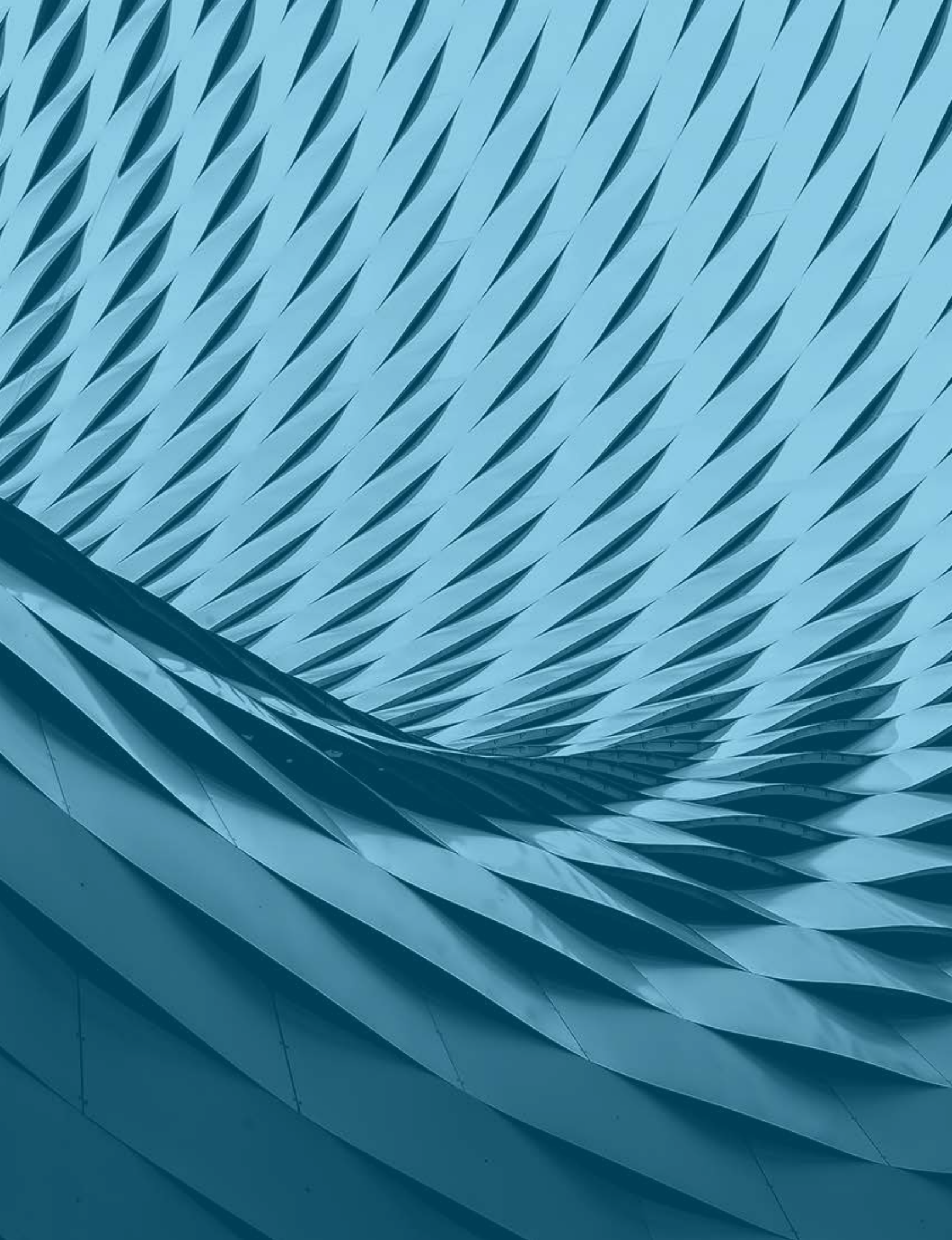
Michał Niewiadomski podkreślił, że zachodni biznes wciąż jest w kwestiach zrównoważonego rozwoju znacznie dalej niż ten, operujący w Polsce. Na szczęście, również nad Wisłą dostrzec można zmiany - od zaprzeczania odpowiedzialności za stan środowiska, w stronę stawiania go w samym środku strategii biznesowych firm. Niezaprzeczalna jest tu również rola przyjmowanych na europejskim szczeblu regulacji, uzmysławiających wpływ koncepcji, takich jak gospodarka o obiegu zamkniętym, na realizowane w praktyce modele biznesowe firm.

O kwestiach prawnych mówiła również Paulina Górka. Zauważyła, że na jednostki zrzuca się dziś zbyt wielką odpowiedzialność, przez co ludzie mają niezrędko wrażenie, że ponoszą odpowiedzialność np. za cały plastik tego świata. Niezbędna staje się zatem rzetelnie pojmowana edukacja, wskazująca na kwestie, takie jak unijne regulacje czy odpowiedzialność producentów. Edukacja pomoć ma jej zdaniem również w wiarygodnym komunikowaniu zmian, które zachodzą w biznesie.

## Patroni liderów

Odpowiedzią na tak zarysowaną potrzebę edukacji może być informowanie i patronowanie przez media cyklicznie, takim jak Climate Leadership. Do dnia debaty swój patronat nad drugą edycją programu potwierdził dziennik „Rzeczpospolita”, magazyn My Company Polska oraz serwisy internetowe: odpowiedzialnybiznes.pl, 300Gospodarka i Teraz Środowisko

**Nagranie dostępne pod adresem:** <https://www.climateleadership.pl/arttykul/klimatyczna-czwarta-wladza>



The background is a monochromatic blue gradient with a complex, layered, and wavy texture. It resembles a series of overlapping, curved planes or a topographical map, creating a sense of depth and movement. The colors range from a light, airy blue to a deep, dark navy blue.

**Klimatyczna  
baza wiedzy**

## Klimatyczna baza wiedzy

**Pozyskiwanie wiedzy o kryzysie klimatycznym i sposobach dojścia do stanu neutralności klimatycznej wymaga korzystania z wiarygodnych źródeł. Przedstawiamy najciekawsze raporty na temat wpływu biznesu na środowisko, które ukazały się w ostatnich miesiącach.**

### ADAPT TO SURVIVE: BUSINESS TRANSFORMATION IN A TIME OF UNCERTAINTY

Raport przypomina o najważniejszych kwestiach, związanych z globalnymi wyzwaniami środowiskowymi - negatywnych efektach kryzysu klimatycznego, takich jak susze, powodzie czy pożary, przyczyniające się do utraty bioróżnorodności wzorce produkcji żywności, rosnącej ilości generowanych przez człowieka odpadów czy niezwykle aktualnym w kontekście pandemii koronawirusa temacie chorób odzwierzęcych.

Z wyzwaniami tymi wiąże się szereg celów, które powinniśmy postawić sobie jako ludzkość, by przejść na drogę zrównoważonego, przynoszącego korzyści ludziom i środowisku rozwoju - ścięcie globalnych emisji gazów cieplarnianych o połowę do roku 2030, osiągnięcie neutralności klimatycznej do roku 2050, zwiększenie do połowy wieku produkcji żywności o 50% przy zmniejszeniu skali jej nacisku na środowisko o 2/3, gwałtowne zmniejszenie strumieni odpadów czy wdrożenie polityki pełnego, produktywnego zatrudnienia do roku 2030, uwzględniającej kwestie równości płci, włączania osób młodych oraz z niepełnosprawnościami na rynek pracy.

*Czytaj więcej:* <https://bit.ly/3zsRy1n>

### ADAPTATION GAP REPORT 2020

Osiągnięcie celu paryskiego porozumienia klimatycznego pozwoli ograniczyć, ale nie zupełnie wyeliminować negatywne skutki zmiany klimatu. Świat musi zatem planować, finansować i wdrażać środki adaptacji, adekwatne dla oczekiwanego zakresu wzrostu średniej globalnej temperatury. W przeciwnym razie ludzkość będzie musiała stawić czoła dotkliwym stratom i wysokim kosztom tego kryzysu.

Konieczne jest zatem podjęcie działań budujących odporność oraz zwiększających zdolność do pochłaniania gazów cieplarnianych przez wszystkie kraje świata. Adaptacja do zmian klimatu jest również kluczowym filarem porozumienia paryskiego, które wymaga od państw-sygnatariuszy zaplanowania i wdrożenia działań poprzez krajowe plany adaptacyjne, badania, monitorowanie skutków zmiany klimatu oraz inwestycje w zieloną przyszłość.

*Czytaj więcej:* <https://bit.ly/2UF983w>

### THE ECONOMICS OF BIODIVERSITY: THE DASGUPTA REVIEW

Bioróżnorodność zmniejsza się w bezprecedensowym tempie. Obecny poziom wymierania gatunków jest od 100 do 1000 razy wyższy niż naturalny poziom bazy i cały czas rośnie. Wpływa to na spadającą produktywność ekosystemów naturalnych, ich zdolność do samoodtwarzania się oraz adaptacji, oraz stwarza rosnące zagrożenie dla naszej ekonomii oraz utrzymania dobrych warunków życia w dłuższym okresie.

Ochrona i odtwarzanie naszych zasobów naturalnych spowoduje, że będziemy mogli sięgać do nich również w przyszłości. Koszt ich ochrony jest dużo niższy od kosztów regeneracji już zdegradowanych ekosystemów. Poprawa zarządzania terenami chronionymi oraz zmiany we wzorcach produkcji rolnej powinny doprowadzić do stworzenia wielofunkcyjnych przestrzeni, będących zarówno źródłem żywności, jak i stabilnymi ekosystemami. Inwestycje w rozwiązania oparte na środowisku (Nature-based Solutions) pozwolą nam odbudować już utracone ekosystemy, wpłynąć na ograniczenie wymuszonych sytuacją migracji klimatycznych oraz powstawanie nowych miejsc pracy.

*Czytaj więcej:* <https://bit.ly/3y25QFR>

## EMISSIONS GAP REPORT 2020

W najbliższych miesiącach i latach istotnym wyzwaniem stanie się odbudowa globalnej gospodarki po pandemii koronawirusa. „Emissions Gap Report 2020„ wskazuje, że pakiety stymulacyjne - jeśli zdecydują się postawić na inwestycje w przyjazne dla ludzi i środowiska rozwiązania - mają szansę zbliżyć nas do scenariusza dwustopniowego wzrostu temperatur. Niestety, jak wskazują analizy dotychczasowych pakietów pomocowych, strumień pieniędzy wciąż jeszcze trafia do wysoko emisyjnych sektorów gospodarki, opóźniając ich niezbędną transformację.

Pozytywnym trendem, wskazanym w publikacji, są kolejne deklaracje, dotyczące osiągnięcia celu neutralności klimatycznej przez kolejne państwa. Mowa już nie tylko o Unii Europejskiej, która stawia sobie taką ambicję w ramach Europejskiego Zielonego Ładu, ale również o Japonii, Korei Południowej czy RPA. Kraje te, podobnie jak UE, myślą o jego osiągnięciu do roku 2050, podczas gdy Chiny - do 2060.

Czytaj więcej: <https://bit.ly/3xZlfHa>

## STRENGTHENING SYNERGIES: HOW ACTION TO ACHIEVE POST-2020 GLOBAL BIODIVERSITY CONSERVATION TARGETS CAN CONTRIBUTE TO MITIGATING CLIMATE CHANGE

Dokument podkreśla, że koordynacja priorytetów w dziedzinie ochrony bioróżnorodności i unikania niszczenia naturalnych magazynów węgla jest kluczem do osiągnięcia ambitnych celów dotyczących zarówno przyrody, jak i klimatu. W materiale wskazano obszary, w przypadku których globalne działania ochronne mogą przynieść największą korzyść, pozwalając na osiągnięcie celów dotyczących różnorodności biologicznej i ochrony klimatu.

Autorzy podkreślili wzajemne powiązanie tych tematów oraz zwrócili uwagę, że do ich rozwiązania potrzebne są bardziej zintegrowane działania. Działania, które wykorzystują naturalne rozwiązania i opierają się na włączającym modelu podejmowania decyzji, uznającym prawa do ziemi ludów tubylczych i społeczności lokalnych.

Czytaj więcej: <https://bit.ly/36RRsUS>

## GLOBAL RISKS REPORT 2021

Autorzy raportu wskazują na wysokie ryzyko utraty miejsc pracy, powiększającą się skalę nierówności cyfrowych, narastające problemy w interakcjach społecznych oraz utracone szanse na poprawę poziomu i jakości życia dla dużej części globalnej populacji. Wywołane lub spotęgowane pandemią COVID-19 niepokoje społeczne, rozdrobnienie polityczne i napięcia geopolityczne będą negatywnie wpływać na skuteczność reakcji wobec kluczowych zagrożeń następczej dekady: cyberataków, broni masowego rażenia i, co najważniejsze, narastającego kryzysu klimatycznego.

W 2020 roku ryzyko globalnej pandemii stało się rzeczywistością. Rządy, przedsiębiorstwa i społeczeństwa na całym świecie dokonują przeglądu szkód wyrządzonych w ciągu ostatniego roku, podejmując decyzje dotyczące odbudowy po kryzysie wywołanym rozprzestrzenianiami się wirusa. Wzmocnienie prognozowania strategicznego wydaje się być teraz ważniejsze niż kiedykolwiek. Stwarza to możliwość zwrócenia uwagi i znalezienia skuteczniejszych sposobów identyfikowania i komunikowania ryzyka decydentom.

Czytaj więcej: <https://bit.ly/3iChvox>

### MAKING PEACE WITH NATURE

Tylko zmiana systemowa zapewni nam powszechny dobrobyt, uwzględniający zdolności planety do utrzymania życia i dostarczania nam surowców. Zmiana ta oznacza fundamentalny przełom w gospodarce i wykorzystaniu technologii, a także w rozumieniu świata, normach, wartościach oraz systemach zarządzania. Ambicje życia w dobrobycie nie będą już koncentrowały się na wysokim poziomie konsumpcji, ale na bogatych relacjach z innymi ludźmi i z naturą.

Sprawiedliwa transformacja będzie możliwa do osiągnięcia dzięki przesunięciu inwestycji, zmianom regulacyjnym i przejrzystym procesom podejmowania decyzji. Błyskawiczne transformacje są nam dziś potrzebne w sektorze energetycznym, rolniczym, ochrony lasów, rozwoju obszarów miejskich, infrastruktury, a także w dominujących stylach życia. Rządy powinny zaprzestać dotowania szkodliwych działań i przekierować inwestycje na przyjazne dla środowiska rozwiązania, a także zacząć uwewnętrznić środowiskowe i społeczne koszty działalności gospodarczej.

*Czytaj więcej:* <https://bit.ly/3eQHhKO>

### RESOURCE EFFICIENCY AND CLIMATE CHANGE: MATERIAL EFFICIENCY STRATEGIES FOR A LOW-CARBON FUTURE

Wysiłki na rzecz walki z kryzysem klimatycznym w większości koncentrują się na poprawie efektywności energetycznej i przyspieszeniu przejścia na odnawialne źródła energii. Działania te pozostają niezmiernie ważne, ale raport „Resource Efficiency and Climate Change: Material Efficiency Strategies for a Low-Carbon Future”, pokazuje, że sporo korzyści przynieść również może podnoszenie efektywności surowcowej.

Publikacja analizuje wpływ bardziej efektywnego wykorzystywania materiałów (metali, drewna, minerałów budowlanych czy tworzyw sztucznych) na redukcję emisji gazów cieplarnianych. Przedstawiono w niej potencjał ograniczania emisji poprzez wprowadzenie odpowiednich strategii w budownictwie mieszkalnym czy w lekkich pojazdach użytkowych. Zwiększenie wydajności materiałowej, jak wyczytać możemy w raporcie, daje nam szansę na realizację celów Porozumienia Paryskiego.

*Czytaj więcej:* <https://bit.ly/3eP8Nlx>

**Więcej omówień publikacji znaleźć można w bazie wiedzy projekty Climate Leadership:**

<https://bit.ly/3zqTNCj>

# Centrum UNEP/GRID-Warszawa



**Centrum UNEP/GRID-Warszawa** jest jednym z pięciu ośrodków światowej sieci GRID (Global Resource Information Database), działającym w ramach Programu Narodów Zjednoczonych ds. Środowiska (UNEP). Zostało powołane do życia 17 września 1991 roku na mocy porozumienia zawartego pomiędzy UNEP, a Rządem Polski. Centrum realizuje w Polsce misję UNEP poprzez inspirowanie, informowanie i dostarczanie aktualnych i wiarygodnych informacji o środowisku, tym samym wspierając na poziomie regionalnym i krajowym działania na rzecz poprawy stanu środowiska naturalnego.

W 30-letnim dorobku Centrum UNEP/GRID-Warszawa, znajdują się liczne projekty oraz inicjatywy na rzecz zwiększenia świadomości społecznej wokół kryzysu klimatycznego, zanikania różnorodności biologicznej, wprowadzania zasad zrównoważonego rozwoju, jak i ochrony zasobów Ziemi. Centrum odpowiada na pojawiające się wyzwania zmieniającego się świata, nawiązując współpracę z podmiotami z różnych sektorów gospodarki i przedstawicielami życia społecznego. Specjalizuje się we wspieraniu biznesu w realizacji działań na rzecz środowiska naturalnego i wdrażania polityki odpowiedzialnego biznesu.

Od lat upowszechnia zastosowanie nowoczesnych technologii informacyjnych, w tym systemów informacji geograficznej (GIS) i technologii satelitarnych w przepływie danych o środowisku. Doświadczenie i kompetencje Centrum pozwalają na realizację licznych projektów badawczych w konsorcjach europejskich, a także rozwijanie pionierskich i wieloletnich projektów, takich jak: kampania społeczna Zielona wstążka #dlaPlanety, program Climate Leadership, Partnerstwo SDGs „Razem dla Środowiska”, Karpaty Łączą, inicjatywa Re:Generacja.

**Centrum UNEP/GRID-Warszawa**  
**- łączy potencjały, by zachować świat natury.**

DOWIEDZ SIĘ O NAS WIĘCEJ: [www.gridw.pl](http://www.gridw.pl)

## PARTNERSTWO SDGS „RAZEM DLA ŚRODOWISKA”

Koordynowana przez centrum inicjatywa jest odpowiedzią na potrzebę budowy w Polsce przyjaznego klimatu oraz możliwie najlepszych warunków dla realizacji przyjętych w 2015 roku przez ONZ Celów Zrównoważonego Rozwoju – szczególnie tych, które odnoszą się do kwestii środowiskowych.

Jako organizacja pozarządowa, posiadająca wieloletnie doświadczenie w realizacji projektów na rzecz środowiska, pragniemy być aktywnym partnerem mogącym w sposób kompetentny wskazać aktualne problemy i potrzeby środowiska, a także zaproponować konkretne działania, których wspólna realizacja służyłaby zarówno realizacji SDGs, jak też rozwojowi organizacji i instytucji pozostających w Partnerstwie.

## RE:GENERACJA

Program, będący odpowiedzią na ogłoszoną przez ONZ Dekadę Odtwarzania Ekosystemów, w ramach którego zapraszamy do współpracy przedstawicieli służb ochrony przyrody, samorządowców oraz lokalne organizacje pozarządowe, stawiający sobie za cel zmapowanie wymagających interwencji ekosystemów w całej Polsce.

Do wsparcia działań na rzecz odbudowy ekosystemów zachęcamy w nim przedstawicieli świata biznesu, świadomych swej odpowiedzialności za stan środowiska naturalnego i konieczności zmniejszenia presji działalności gospodarczej na przyrodę. Dzięki współpracy w ramach programu mogą wziąć pod swoje skrzydła ekosystemy, o które będą mogli zadbać. Wesprą również proces edukacji i zaangażowania lokalnej społeczności, która dzięki niemu będzie mogła wziąć sprawy we własne ręce.

WIĘCEJ: [www.re.generacja.org](http://www.re.generacja.org)



## BIZNES DLA BIORÓŻNORODNOŚCI

Cykl spotkań w gronie menedżerów firm, instytucji publicznych oraz organizacji otoczenia biznesu, poświęcony zagadnieniom związanym z ochroną różnorodności biologicznej i obecnością tej tematyki w strategiach biznesowych firm.

W ramach warsztatów dzielimy się wiedzą ekspercką i dobrymi praktykami. Analizujemy wyzwania i rekomendujemy możliwe rozwiązania w zakresie aktywnego włączenia się firm w ochronę ekosystemów w środowisku, w którym funkcjonują i na które wywierają wpływ.

Jak odbudowywać równowagę ekosystemów, nadwątłą działalnością gospodarczą człowieka? W jaki sposób przeciwdziałać niszczeniu przyrody w przyszłości? Dlaczego biznes musi być aktywnym aktorem na scenie działań chroniących bioróżnorodność? W jaki sposób działania te wpisują się w jego strategię? To tylko niektóre z pytań na jakie wspólnie szukamy odpowiedzi i inspiracji podczas warsztatów z cyklu „Biznes dla bioróżnorodności”.

**WIĘCEJ:** <https://biznesdlabioroznorodnosc.gridw.pl>

## CIRCULAR ECONOMY - ZAMYKAMY OBIEG

Celem cyklu jest integrowanie środowiska biznesowego oraz instytucji otoczenia biznesu wokół tematu gospodarki o obiegu zamkniętym. Warsztaty skupiają się na dzieleniu wiedzy, doświadczeń i praktyk oraz na wspólnym wypracowaniu wniosków i działań możliwych do realizacji w warunkach współdziałania wielu stron. W spotkaniach biorą udział przedstawiciele biznesu, reprezentanci instytucji naukowo-badawczych, organizacji pozarządowych i administracji publicznej.

Ważnym kontekstem cyklu są kwestie środowiskowe, stanowiące punkt wyjścia do przemian gospodarki w kierunku GOZ. Zgodnie ze swoją misją, Centrum UNEP/GRID-Warszawa przybliży uczestnikom te zagadnienia i wskazuje na aktualne wyzwania środowiskowych w skali globalnej, europejskiej i krajowej tak, aby rzetelna wiedza była jednym z czynników kształtowania polityk zrównoważonego rozwoju.

**WIĘCEJ:** [www.gridw.pl/zamykamy-obieg](http://www.gridw.pl/zamykamy-obieg)

---

---

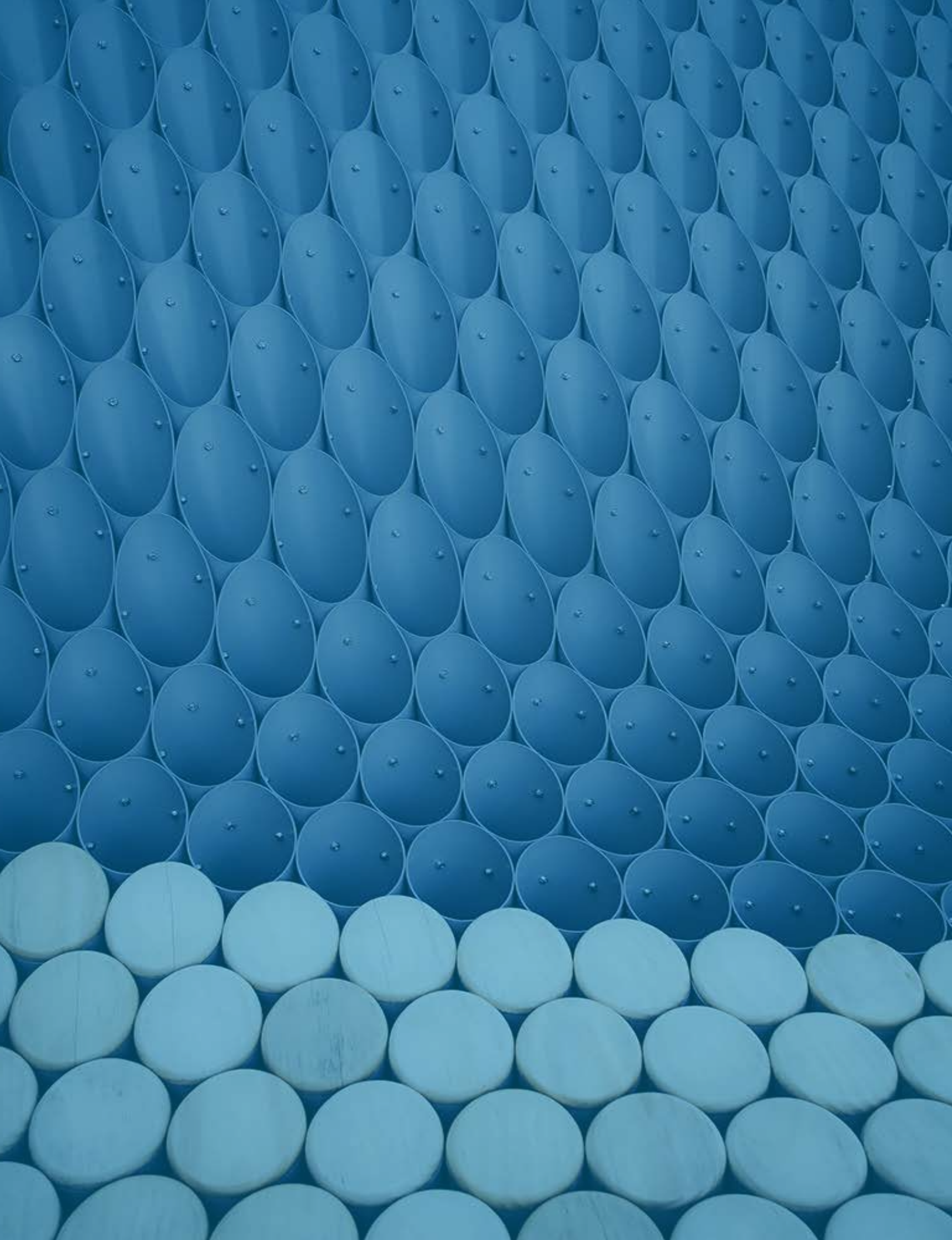
## PRZYBORNIAK MENEDŻERA

Cykl spotkań w gronie menedżerów firm i instytucji publicznych, które koncentrują się wokół najnowszych danych o środowisku i gospodarce, prezentowanych w raportach UNEP i rodziny ONZ. Są okazją do praktycznej analizy regulacji prawnych odnoszących się do relacji na styku gospodarki i środowiska naturalnego.

To praktyczne narzędzie pozwalające menedżerom aktywnie wykorzystywać wiedzę z krajowych i globalnych raportów, a w swoich planach i decyzjach uwzględniać megatrendy, które przekładają się na funkcjonowanie gospodarki.

W trakcie spotkań dane z globalnych raportów, prezentowane przez ekspertów, konfrontowane są m.in. ze strategiami uczestniczących w wydarzeniu firm, raportami współpracujących w ramach cyklu instytucji oraz informacjami na temat otoczenia regulacyjnego wpływającego na działalność biznesową, wzorce produkcji i konsumpcji oraz realizację Celów Zrównoważonego Rozwoju.

**WIĘCEJ:** [www.gridw.pl/przybornik-menedzera](http://www.gridw.pl/przybornik-menedzera)



**GRID** | In partnership with  
WARSAWA | UN Environment  
Programme

Centrum UNEP/GRID-Warszawa  
ul. Sobieszyńska 8  
00-764 Warszawa



ISBN 978-83-956713-5-7

[www.gridw.pl](http://www.gridw.pl)