

CSR w obszarze energia i środowisko

Doświadczenia firm skandynawskich

Partner Strategiczny:



Partner:

SKANSKA

Partner Merytoryczny:



Patronat Honorowy



CSR w obszarze energia i środowisko
Doświadczenia firm skandynawskich

Koordynator projektu:
Sylwia Wojtaszczyk-Ciąćka, Skandynawsko-Polska Izba Gospodarcza

Publikacja:

Skandynawsko-Polska Izba Gospodarcza
ul. Wiśniowa 40 B lok. 9
02-520 Warszawa
www.spcc.pl

PwC Polska
Al. Armii Ludowej 14
00-638 Warszawa

Tłumaczenie: Szkoła Językowa „Centrum Europy”



www.ce.edu.pl

Zdjęcia na okładce:
© adrian2011 - Fotolia.com
© travelwitness - Fotolia.com
© Leonid Ikan - Fotolia.com

Copyright by Skandynawsko-Polska Izba Gospodarcza i PwC Polska, Warszawa, Polska, 2013
Wszelkie prawa zastrzeżone. Wydrukowano w Polsce.

ISBN 978-83-938621-0-8

CSR w obszarze energia i środowisko

Doświadczenia firm skandynawskich

Spis treści

| | |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------|
| Słowo wstępne | 2 |
| I. Mniej znaczy lepiej, czyli jak zyskać na efektywności środowiskowej | 6 |
| II. Dobre praktyki firm skandynawskich | 10 |
| Fortum – Chłód z ciepła | 12 |
| Skanska Property Poland – Atrium 1, definicja odpowiedzialnego podejścia do ochrony środowiska w biurowcu klasy A | 16 |
| Carlsberg Polska – działania w zakresie poszanowania energii i ochrony klimatu | 19 |
| Electrolux – kampania <i>Odkurzacze z morza</i> | 20 |
| H&M – projekt <i>Garment Collecting</i> | 21 |
| IKEA – farmy wiatrowe | 22 |
| Grupa LEGO – inwestycje w energetykę wiatrową jako sposób zrównoważenia potrzeb energetycznych | 23 |
| Radisson Blu – trzy filary Odpowiedzialnego Biznesu | 24 |
| ROCKWOOL – kampania informacyjna <i>Szóste Paliwo</i> | 25 |
| Ruukki – energooszczędne rozwiązania ze stali dla lepszego życia, pracy i przemieszczania się | 26 |
| Stena Recycling – STENA EkoStacja, pierwsza stacja recyklingu dla mieszkańców Warszawy | 27 |
| Tetra Pak – gospodarka leśna i FSC® | 28 |
| TransCargo – działania na rzecz zmniejszenia wpływu na środowisko naturalne i ograniczenia emisji CO ₂ | 29 |
| VELUX – bezpaletowy system pakowania i transportu okien CUBE | 30 |
| Volvo Trucks – <i>The Drivers' Fuel Challenge</i> | 31 |
| III. Informacja o partnerach projektu | 32 |



Carsten Nilsen

Przewodniczący Zarządu
Skandynawsko-Polskiej
Izby Gospodarczej



Agnieszka Kowalcze

Dyrektor
Skandynawsko-Polskiej
Izby Gospodarczej

Z przyjemnością oddajemy w Państwa ręce drugą już publikację poświęconą odpowiedzialnemu biznesowi (CSR), w której prezentujemy przykłady dobrych praktyk firm skandynawskich działających w Polsce - tym razem w obszarze ochrony środowiska i efektywności energetycznej.

Skandynawskie firmy przywiązują szczególną wagę do minimalizowania swojego wpływu na środowisko. Inwestują w bezpieczne dla środowiska technologie, które umożliwiają efektywniejsze zużycie energii i wody w procesach produkcyjnych. Wprowadzają segregacje odpadów oraz powtórne ich wykorzystanie na różnych etapach cyklu produkcyjnego. Ich działania wiążą się nie tylko z przestrzeganiem obowiązujących przepisów lecz często wykraczają poza nie.

Wiele firm w ramach licznych projektów badawczych aktywnie poszukuje rozwiązań przyjaznych dla środowiska, systematycznie zwiększa wykorzystanie energii pochodzącej ze źródeł alternatywnych, co może nawet łączyć się z budową farmy wiatrowej na potrzeby firmy. Przykłady tego typu działań, jak i innych ciekawych projektów realizowanych przez skandynawskie firmy zostały przedstawione w niniejszej publikacji. Mamy nadzieję, że będzie to dla Państwa inspirująca lektura.

Dziękujemy firmie PwC Polska za współpracę i wkład merytoryczny. Dziękujemy firmom Fortum i Skanska za szczególne wsparcie naszego projektu, a także wszystkim firmom zrzeszonym oraz współpracującym z SPCC za podzielenie się swoją wiedzą i realizowanymi praktykami. Dziękujemy również Patronom Honorowym za docenienie naszej inicjatywy.



Irena Pichola

Lider Zespołu ds. Zrównoważonego Rozwoju i Odpowiedzialnego Biznesu w PwC

Jak wynika z globalnego badania opinii prezesów (*PwC CEO Survey 2013*) 52% badanych jest zaniepokojonych rosnącymi kosztami energii i definiuje ten problem jako zagrożenie dla perspektywy rozwoju swoich firm. 48% ankietowanych zamierza zwiększyć wysiłki w celu ograniczenia wpływu ich firmy na środowisko. Wyniki te wyraźnie wskazują kierunek, w jakim będzie podążać biznes, a tym kierunkiem jest efektywność środowiskowa.

Tak silny głos biznesu wspierający ideę zrównoważonego rozwoju w rozwiniętych gospodarkach cieszy i pozwala przypuszczać, że koncentracja na tego typu działaniach niebawem stanie się popularna również w Polsce. Cieszymy się, że przykłady zaprezentowane w niniejszej publikacji stanowią potwierdzenie obserwowanego trendu. Warto zauważyć, że działania w obszarze efektywności środowiskowej towarzyszą także innym przedsięwzięciom, które dają pełniejszy obraz wartości firmy i wartości, którą wnosi ona do społeczeństwa, np. poprzez wspieranie kultury etycznego postępowania lub raportowanie pozafinansowe. Zespół ds. zrównoważonego rozwoju i odpowiedzialnego biznesu PwC wspiera przedsiębiorców w tych działaniach, pomagając w budowaniu planów, strategii i programów rozwoju z uwzględnieniem ochrony środowiska. W ramach tych prac koncentrujemy się na doradztwie w zakresie podnoszenia efektywności energetycznej oraz zarządzania ryzykiem środowiskowym.

Gratuluję Skandynawsko-Polskiej Izby Gospodarczej inspirującej inicjatywy, dzięki której przyczyniamy się do podnoszenia świadomości firm w zakresie zmniejszania ich wpływu na środowisko.



Mikael Lemström

Prezes Zarządu Fortum Power and Heat Polska

Biznes i odpowiedzialność są ze sobą ściśle powiązane. Odpowiedzialny biznes to podejście strategiczne, długofalowe, oparte na zasadach dialogu społecznego i poszukiwaniu rozwiązań korzystnych tak dla przedsiębiorstwa, jak i wszystkich interesariuszy oraz lokalnych społeczności. Z tego powodu Fortum buduje swoją strategię na trzech stabilnych filarach - odpowiedzialności ekonomicznej, ekologicznej oraz społecznej. Pozwala to na prowadzenie działalności pomagającej sprostać globalnym wyzwaniom i realizowanie celów zrównoważonego rozwoju w najbardziej efektywny sposób.

Bycie odpowiedzialnym nie oznacza dla Fortum tylko spełnienia wszystkich wymogów formalnych i prawnych działania firmy, ale przede wszystkim równoznaczne jest z dobrowolnym i aktywnym zaangażowaniem. Aby prowadzić biznes, który odpowiada wymaganiom dzisiejszego rynku, nie wystarczy generować tylko zysków ekonomicznych. Niezbędne jest także zwiększenie inwestycji w zasoby ludzkie, w ochronę środowiska oraz relacje z otoczeniem. Fortum doskonale rozumie tę strukturę naczyń połączonych i prowadzi zaawansowane prace badawczo-rozwojowe. Mają one na celu zarówno poprawę efektywności energetycznej, jak i zmniejszenie wpływu działalności na środowisko naturalne.

Celem Fortum jest wytwarzanie energii poprawiającej jakość życia obecnych i przyszłych pokoleń. Jest to zgodne z naszą wizją systemu energetycznego przyszłości – Gospodarki Solarnej, która oparta jest na odnawialnych, niskoemisyjnych i wyskoeffektywnych źródłach energii. Śledzenie i badanie najnowszych technologii, a także wprowadzanie innowacyjnych rozwiązań, takich jak produkcja chłodu sieciowego, pozwala na stały rozwój i doskonalenie działalności firmy.

Spółeczna Odpowiedzialność Biznesu (CSR - Corporate Social Responsibility) to w Danii temat niezwykle ważny. Od wielu lat CSR jest traktowany priorytetowo przez firmy, forsowany przez rząd oraz pożądanym przez konsumentów. Dziś Dania jest jednym z wiodących krajów, jeśli chodzi o zaangażowanie indywidualnych podmiotów w realizację polityki CSR. Zgodnie z prawem o rachunkowości z 2009 roku, firmy muszą spełniać podstawowe wymagania odnośnie polityki CSR, niemniej większość z nich znacząco rozszerza zakres swoich działań w tym obszarze. Chęć angażowania się firm w CSR wynika z podzielanych wartości, ale także ze względu na wymagania konsumentów.

CSR jest zagadnieniem, któremu Ambasada Danii już od kilku lat poświęca wiele uwagi. CSR obejmuje wiele obszarów, takich jak prawa pracownicze, emisja zanieczyszczeń czy działania antykorupcyjne. Oczywiście to, na której dziedzinie skupia swoje działania, zależy od czynników lokalnych. W Polsce Ambasada angażuje się w szczególności w działania poszerzające świadomość w kwestiach związanych z ochroną klimatu oraz promocję „zielonych” rozwiązań poprzez udział w konferencjach, dialog z partnerami, akcje społeczne oraz media społecznościowe.

Jazda na rowerze jest często podawanym przykładem bardzo widocznego i konkretnego rozwiązania, wychodzącego na przeciw wyzwaniom związanym z klimatem, zanieczyszczeniem powietrza, energią oraz zdrowiem – rozwiązania, w którym każdy z nas może mieć swój udział. Często mówimy „Just do it!” (Po prostu zróbmy to!). By zatem słowa zamienić w czyn i funkcjonować w sposób bardziej zrównoważony, Ambasada zmniejszyła ostatnio liczbę służbowych samochodów i jednocześnie zaopatrzyła się w towary rower.

Jazda na rowerze to oczywiście nie wszystko. Konferencja w sprawie zmian klimatu, która odbędzie się w 2013 roku w Warszawie, będzie wyjątkowo dobrą okazją by odnieść się do zagadnień związanych ze zrównoważonym rozwojem.

Dania nie jest oczywiście jedynym krajem aktywnie działającym w tym obszarze. Współpracujemy z partnerami w Polsce i współpraca ta układa się bardzo dobrze.

CSR nie definiuje finalnego celu, lecz jest procesem ciągłym, wymagającym uwagi i starań o stały postęp.

Steen Hommel

Ambasador Danii w Polsce

Wielu przedsiębiorców obawia się, że firmy dadzą się przekonać do przejęcia odpowiedzialności społecznej, która tradycyjnie była obowiązkiem rządzących i obywateli. Tymczasem wiele fińskich firm stoi na stanowisku, że spójna strategia w zakresie CSR opierająca się na solidnym fundamencie etyki działań, przejrzystości i podstawowych wartości, niesie za sobą wymierne korzyści dla biznesu. Ponadto, CSR wpisuje się w typowe dla fińskiego społeczeństwa myślenie o wspólnej odpowiedzialności oraz gotowość do rezygnacji z osobistych korzyści na rzecz etycznego postępowania w każdej sytuacji.

Według międzynarodowych rankingów, Finlandia jest obecnie jednym z najmniej skorumpowanych i najbardziej konkurencyjnych krajów świata. Trudno się zatem dziwić, że jesteśmy również globalnym liderem w zakresie CSR. Światowej klasy konkurencyjność wymaga przedsiębiorstw na światowym poziomie, a od takich firm wymaga się wdrażania polityki CSR w całej globalnej sieci dostaw. W najbliższych latach będziemy obserwować dążenie do coraz większej przejrzystości, a przez to jej tryumf, a wręcz dyktaturę. W tej rozgrywce Finlandia ma duże szanse na zdobycie pozycji lidera.

Chociaż światowe i fińskie organizacje domagają się coraz większej społecznej odpowiedzialności biznesu, to dążenie nie może być jednostronne. Społecznie odpowiedzialne przedsiębiorstwa zasługują na korporacyjnie odpowiedzialne społeczeństwo. Konkurencyjne podatki, ekonomicznie działający sektor publiczny, elastyczny rynek pracy i wysokiej jakości infrastruktura to elementy, które umożliwią decydom stworzenie lepszych warunków dla funkcjonowania przedsiębiorstw. Dzięki odpowiedzialnej współpracy sektora publicznego i prywatnego możemy zapewnić sobie ekonomicznie, społecznie i ekologicznie zrównoważony rozwój w przyszłości.

Jari Vilén

Ambasador Finlandii w Polsce
Team Finland
Prezes

Kari Vähäkangas

Radca Handlowy
Biuro Promocji i Handlu
Team Finland
Koordynator



Norwegia była jednym z pierwszych krajów na świecie, w którym opracowano (w 2009 r.) kompleksowy dokument tworzący podwaliny dla polityki w zakresie odpowiedzialnego biznesu. Społeczna odpowiedzialność przedsiębiorstw (z ang. CSR – Corporate Social Responsibility) jest obecnie integralną częścią współpracy pomiędzy państwem, organizacjami zrzeszającymi pracodawców i organizacjami handlowymi. Norwegia bierze również czynny udział w międzynarodowym procesie rozwoju globalnych ram dla społecznej odpowiedzialności biznesu.

Przemysł i handel są częścią struktury społecznej. Społeczeństwo uzależnione jest od silnego i dobrze prosperującego biznesu, który odpowiada za zapewnienie wzrostu gospodarczego i dobrobytu, natomiast przedsiębiorstwa potrzebują zdrowego i prawidłowo funkcjonującego społeczeństwa, aby móc się rozwijać. CSR jest w stanie tworzyć wspólnotę interesów, która skupia firmy, pracowników, władze i inne podmioty.

Prowadzenie długoterminowej i wiarygodnej polityki w zakresie CSR może okazać się dla przedsiębiorstw o wiele korzystniejsze niż droga na skróty. Utrzymując odpowiedzialne relacje z pracownikami, konsumentami i społecznościami lokalnymi, szanując prawa człowieka i promując zrównoważony rozwój, firmy są w stanie podnieść swoją długoterminową konkurencyjność i wzmocnić pozycję na rynku.

Wiele dużych i mniejszych norweskich firm prowadzi aktywnie swoje własne polityki w zakresie CSR. CSR jest dla nich ważna nie tylko dlatego, że jest słuszna, ale również dlatego, że zdają sobie sprawę, iż może okazać się opłacalna. Dla większości norweskich firm działających w Polsce, ochrona środowiska i zagadnienia związane z energią, podobnie jak godne warunki pracy i BHPiOŚ stanowią priorytety.

Karsten Klepvik

Ambasador Norwegii w Polsce



Działalność biznesowa stanowi fundament wzrostu i dobrobytu. Może ona być prowadzona na różne sposoby, mniej lub bardziej korzystne dla społeczeństwa i środowiska. To samo z pewnością można powiedzieć o działaniach rządów.

Szwedzkie doświadczenia wskazują, że nie tylko klienci, ale również inwestorzy, organizacje pozarządowe, media i opinia publiczna coraz częściej oczekują od przedsiębiorstw odpowiedzialności. Nadmierna eksploatacja zasobów naturalnych świadczy nie tylko o bezmyślności i krótkowzroczności – oznacza także kiepski interes. Odpowiedzialne firmy umacniają wizerunek Szwecji i jej atrakcyjność, podnosząc tym samym swoją konkurencyjność.

Wartości będące fundamentem koncepcji społecznej odpowiedzialności biznesu (CSR) nie wzięły się znikąd. Zostały dobrze przemyślane i udokumentowane zwłaszcza dzięki ONZ-owskiej inicjatywie Global Compact i wytycznym OECD dla przedsiębiorstw wielonarodowych. CSR obejmuje kwestie o kluczowym znaczeniu, takie jak ochrona środowiska i przeciwdziałanie korupcji oraz poszanowanie standardów pracy i praw człowieka. Wartości te są dobrze ugruntowane w szwedzkim społeczeństwie.

To ważny powód, dla którego działające na całym świecie szwedzkie firmy uznawane są za pionierów i liderów w zakresie CSR. Nie wolno nam zapominać, że wszyscy jesteśmy częścią tego samego społeczeństwa. Zanieczyszczone środowisko i przyspieszające zmiany klimatyczne są zagrożeniem dla nas wszystkich.. Z drugiej strony, nowe, czyste technologie stwarzają możliwości rozwoju korzystne nie tylko dla samych przedsiębiorstw. Przyczyniają się one również do rozwoju gospodarczego całej Europy.

Szwedzki rząd może być katalizatorem tych zmian, zachęcając do wprowadzania w życie międzynarodowych wytycznych związanych z CSR. Niemniej jednak, CSR jest, i powinna pozostać, domeną przedsiębiorstw, i to właśnie obserwuję patrząc na szwedzkie firmy. Wiem, że mają dobre powody, by dbać o reputację, którą udało im się zdobyć.. Mocno wierzę, że szwedzkie firmy będą coraz bardziej dynamicznymi i odpowiedzialnymi podmiotami na globalnym rynku.

Staffan Herrström

Ambasador Szwecji w Polsce

I. Mniej znaczy lepiej, czyli jak zyskać na efektywności środowiskowej



Irena Pichola
Magdalena Dembińska
Monika Walencka

Zespół ds. zrównoważonego rozwoju
i odpowiedzialnego biznesu PwC



W czasach konkurencyjnych gospodarek optymalizacja kosztów stała się dla firm głównym priorytetem. Poszukiwanie niekonwencjonalnych metod redukcji kosztów stanowi dla wielu z nich jedną z metod pozyskiwania przewagi nad konkurentami. Na popularności zyskuje zwiększanie efektywności środowiskowej i zmniejszanie wpływu na środowisko, co przekłada się na rachunek ekonomiczny. Jak wynika z międzynarodowego badania firmy PwC „CEO Survey 2013”, kadra kierownicza planuje w 2014 r. skupić się na celach ekonomicznych i środowiskowych¹. Dyrektorzy finansowi poszukują metod ilościowych do zmierzenia efektów inwestycji na rzecz zrównoważonego rozwoju, a działy zrównoważonego rozwoju szukają szybkich zysków, które pozwolą na sfinansowanie kolejnych inicjatyw. Warto przy tym podkreślić, że działania w zakresie efektywności środowiskowej stanowią przykład przedsięwzięć, które w sposób jednoznaczny pozwalają wykazać korzyści wynikające z wdrożenia koncepcji odpowiedzialnego biznesu i zrównoważonego rozwoju w firmach.

Całościowe zarządzanie wpływem na środowisko naturalne staje się nie tylko trendem, ale i praktycznym narzędziem zarządzania

Rozumiane pod hasłem *zrównoważonego rozwoju* proaktywne zarządzanie wymogami środowiskowymi i społecznymi przynoszącymi zyski firmie, jak i społeczeństwu, stało się imperatywem strategicznym dla wielu organizacji. Biznes zmotywowany nie tylko zyskami, ale także będący pod rosnącą presją ze strony środowisk inwestorskich, klientów, ustawodawców oraz społeczeństwa zwiększa swoje zaangażowanie w ochronę środowiska.

Podczas gdy wiele firm dopiero teraz rozpoczyna wdrażanie działań w zakresie odpowiedzialnego biznesu, skupiając się na zarządzaniu ryzykiem, wiodące globalne firmy idą o krok dalej i stawiają na wydajność operacyjną, co dla wielu stanowi ogromną, choć jeszcze nie do końca dostrzeżoną szansę biznesową. Poprawa wydajności operacyjnej, która w krótkim horyzoncie czasowym przyczynia się do

redukcji kosztów, w dłuższej perspektywie motywuje firmy do podejmowania bardziej strategicznych kroków związanych z innowacjami produktowymi, zwiększaniem zaangażowania klientów czy też radykalnymi zmianami w zakresie marki i wizerunku.

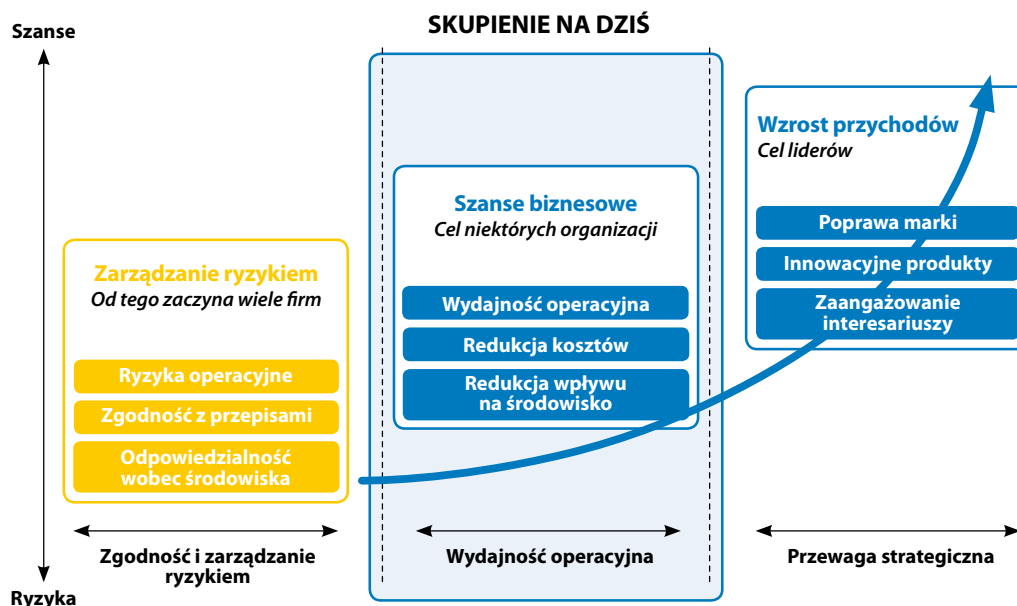
Firmy definiują swoje zaangażowanie w zrównoważony rozwój w trzech obszarach: środowiska, społeczeństwa i ładu korporacyjnego. Całościowe zarządzanie wpływem na środowisko naturalne – eko-efektywność – staje się nie tylko trendem, ale i praktycznym narzędziem zarządzania. Jak wynika z przeprowadzonych przez PwC badań w globalnych firmach², efektywność ekologiczna przyczynia się do realizacji dwóch celów:

- **Ograniczenia kosztów:** 8 na 10 badanych CEO spodziewa się utrzymania niepewnego lub niestabilnego wzrostu, co sprawia, że ograniczanie kosztów jest wysoko na liście priorytetów biznesowych. Globalne zapotrzebowanie na energię może wzrosnąć o ponad jedną trzecią od teraz do 2035. W związku z tym 52%

¹ <http://www.environmentalleader.com/2013/07/11/eco-efficiency-strategies-cut-costs-mitigate-risk/>

² CEO Survey 2013, PwC

Ryc. 1 Krzywa dojrzałości zrównoważonego rozwoju



Źródło: PwC

CEO globalnych firm twierdzi, że są skoncentrowani na wzroście kosztów energii i surowców.

- **Redukcji wpływu na środowisko:** 48% ankietowanych globalnych firm zamierza zwiększyć nacisk na zmniejszenie wpływu na środowisko; 41% planuje zwiększyć nacisk na monitoring i raportowanie zrównoważonego rozwoju oraz wydajności procesów w tym zakresie.

Dwa powyższe priorytety firma może zrealizować wdrażając rozwiązania wspierające eko-efektywność przedsiębiorstwa.

Czym jest eko-efektywność?

Pod terminem eko-efektywności rozumiana jest szeroko pojęta efektywność ekologiczna, środowiskowa oraz ekowydajność. Definicje te stosowane są wymiennie. Wszystkie oznaczają proces, który pozwala na zidentyfikowanie możliwości redukcji kosztów na skutek stosowania działań takich jak: wzrost wydajności zużycia zasobów, czy poprawa efektywności energetycznej firmy.

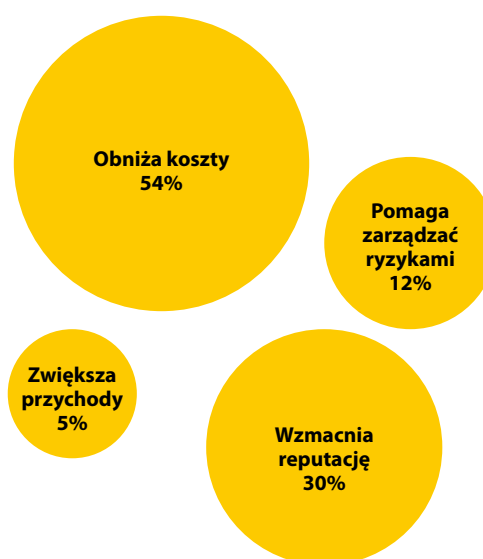
Identyfikacja rozwiązań wydajności operacyjnej poprzez pryzmat zrównoważonego rozwoju lub eko-efektywności odbywa się w odniesieniu do sześciu kluczowych aspektów środowiskowych:

- energii,
- paliw,
- wody,
- odpadów,
- chemikaliów,
- produktów drzewnych.

Efektywność ekologiczna polega na osiągnięciu oszczędności w odniesieniu do wyżej wymienionych aspektów, przy uwzględnieniu specyfiki sektora, w którym dana firma funkcjonuje.

Eko-efektywność wpisuje się w priorytetowe cele biznesowe, tj. obniżenie kosztów, wzmocnienie reputacji, zarządzanie ryzykiem i zwiększenie przychodów. Poprzez inwestycje w tym zakresie firmy dążą do optymalnego wykorzystania zasobów, co pozwala na ograniczenie wpływu na środowisko oraz wypracowanie dodatkowych korzyści w postaci zwiększonej wydajności, redukcji kosztów, czy budowania wizerunku, w tym także wzmocnienia relacji z partnerami biznesowymi.

Ryc. 2 Dwie kluczowe korzyści związane ze strukturyzowaniem podejścia do zarządzania kwestiami środowiska naturalnego – obniżanie kosztów oraz wzmocnienie reputacji



Informacja dodatkowa: Question did not allow for multiple answer. Baza odpowiedzi: 577
Źródło: PwC, Boosting your bottom line through eco-efficiency webcast, June 2013

Ryc. 3 Rozwiązania wydajności operacyjnej w zakresie eko-efektywności

| ENERGIA | PALIWA | WODA | ODPADY | CHEMIKALIA | PRODUKTY DRZEWNE |
|---------------------------|--------------------------------------|-----------------------------------------------|------------------------------------|--------------------------------------------------|------------------------|
| Redukcja elektryczności | Wydajność paliwowa | Zmniejszenie zużycia wody | Programy recyklingowe | Zmniejszenie kosztów zw. z wyciekami chemikaliów | Zmniejszenie opakowań |
| Wydajność energetyczna | Zmniejszenie ilości podróży | Zmniejszenie ilości przecieków, wycieków wody | Zmniejszenie kosztów wywozu śmieci | Zmniejszenie ubezpieczenia | Recykling papieru |
| Ciepło wtórne (recykling) | Technologia niskoemisyjnych silników | Użycie wody w obwodzie zamkniętym | Zmniejszenie produkcji odpadów | „Zielona chemia” | Wtórne użycie opakowań |

Źródło: PwC

Eko-efektywność jako innowacyjny sposób na redukcję kosztów

Poszukiwanie oszczędności dla firmy w kosztach operacyjnych nie jest nową koncepcją. Niemniej w obliczu rosnącej presji ze strony klientów i inwestorów związanej z ochroną środowiska - czego przykładem może być rosnące zainteresowanie zarządzaniem emisjami gazów cieplarnianych - firmy są obecnie zmuszone spojrzeć szerzej na temat oszczędności i efektywności środowiskowej. Z drugiej strony pojawiają się nowe źródła finansowania efektywności środowiskowej, co stanowi dodatkową motywację do działania. Nowa unijna perspektywa finansowa 2014-2020, pomimo nałożenia obowiązków i wymogów na zwiększanie efektywności energetycznej w firmach, oferuje wiele możliwości realizowania tych inwestycji. W tym kontekście firmy mają dzisiaj szansę wdrażać rozwiązania skierowane na obniżenie kosztów oraz zmniejszenie wpływu na środowisko, które pozwalają na:

- zapewnienie usług dla klienta o wyższej jakości i większym stopniu innowacyjności,
- uzyskanie większej produktywności,
- ograniczenie ryzyk dla inwestorów i firm związanych z emisjami gazów cieplarnianych oraz zasobami wodnymi (ryzyka operacyjne, prawne, reputacyjne).

Inwestycje w efektywność środowiskową to nie tylko przedsięwzięcia wysoko kosztochłonne, jak na przykład projekty inwestycyjne związane ze zmianą technologii, czy wprowadzanie nowych systemów i urządzeń. Dużą rolę odgrywają także działania realizowane przy zastosowaniu niższych nakładów finansowych, tj. edukacja pracowników, klientów, inwestorów, czy wdrożenie procedur, systemów zarządzania, monitoring zużycia zasobów.

Poszczególne rozwiązania charakteryzują się różnym poziomem kosztów, jednak generują w zamian oszczędności możliwe do zidentyfikowania w krótkim czasie. Decyzje

dotyczące inwestycji w eko-efektywność w odróżnieniu od typowej analizy finansowej opierają się również na informacji jakościowej, która bierze pod uwagę poza bezpośrednimi oszczędnościami finansowymi, także takie aspekty jak budowanie wizerunku, czy efekty w zakresie ochrony środowiska.

W Polsce również wiele firm podejmuje starania w tym kierunku, ale nadal obserwujemy zbyt niską świadomość korzyści, jakie eko-efektywność może przynieść organizacji. Ponadto, polskie przedsiębiorstwa błędnie zakładają, że działania w tym obszarze zawsze są kapitałochłonne, stąd barierą staje się konieczność pozyskiwania finansowania. Koszty eko-efektywności zależą w dużej mierze od zakresu podejmowanych przedsięwzięć. Zmiany zachowań pracowników i ich świadomości nie będą bardzo kosztochłonne, natomiast duże inwestycje technologiczne będą wiązać się ze znacznymi nakładami. Realizując przedsięwzięcia poprawy efektywności energetycznej i zgłaszając się w przetargu Urzędu Regulacji Energetyki na uzyskanie tzw. białych certyfikatów, firmy mogą czerpać korzyści z ich późniejszej sprzedaży.

Osiągnięcie przewagi konkurencyjnej poprzez zrównoważony rozwój firmy

Uzyskanie wymiernych korzyści z wdrożenia rozwiązań z zakresu eko-efektywności wiąże się z kompleksowym planowaniem kolejnych działań. Wybiórcze przedsięwzięcia w tym zakresie dają relatywnie małe efekty. Odpowiednia integracja działań umożliwi osiągnięcie dodatkowych korzyści, które nie zostałyby zrealizowane w wyniku zastosowania pojedynczych rozwiązań. W podejściu do eko-efektywności najważniejsze jest całościowe patrzenie na problematykę ochrony środowiska, dobra identyfikacja wpływu firmy na środowisko oraz rzetelna ocena potencjału redukcji tego wpływu, a co za tym idzie redukcji kosztów.

Działania te koncentrują się na trzy etapowym podejściu polegającym na zmierzeniu, zarządzaniu i czerpaniu korzyści z rozwiązań eko-efektywnościowych. Proces ma na celu wskazanie możliwości redukcji kosztów o najwyższej stopie zwrotu w zakresie wykorzystania energii, odpadów, paliwa itp. Aby uzyskać wymierne efekty z działań eko-efektywności należy zrozumieć i zmierzyć korzyści, jakie mogą generować one na poziomie firmy, a dopiero w kolejnym kroku przystąpić do wdrażania odpowiednich rozwiązań. W tym celu pierwszym kluczowym etapem jest zmierzenie eko-efektywności. Celem takiego trzy stopniowego podejścia jest zrozumienie kluczowych obszarów eko-efektywności w firmie, identyfikacja realnych działań oszczędnościowych i obliczenie stopy zwrotu z tych inwestycji oraz wdrożenie wcześniej wskazanych możliwości.

Irena Pichola,

Lider Zespołu ds. zrównoważonego rozwoju i odpowiedzialnego biznesu w PwC

Kluczowe aspekty w osiąganiu korzyści z eko-efektywności to:

- konieczność przeprowadzenia dobrej analizy (w tym identyfikacja kluczowych aspektów środowiskowych i ich kosztów – analiza źródłowych danych finansowych/ stanu technologii i infrastruktury/ audyty efektywności energetycznej),
- stworzenie listy rozwiązań możliwych do zastosowania i wybór tych najbardziej adekwatnych przy uwzględnieniu specyfiki branżowej,
- ocena czasu zwrotu z inwestycji oraz zaplanowanie działań i rozwiązań monitorujących efekty wdrożenia i uzyskane korzyści.

Efektom realizacji takiej analizy jest uzyskanie całościowego obrazu wartości dodanej z wdrożenia eko-efektywności. Jest ona sposobem na budowanie przewagi konkurencyjnej firm. To między innymi inwestorzy naciskają na firmy by informowały o działaniach minimalizujących emisje CO₂, firmy natomiast chętnie wykazują się działaniami, które przynoszą konkretne korzyści finansowe. Informacje te są bardzo istotne z punktu widzenia inwestorów, partnerów biznesowych oraz klientów.

Podsumowując, w wyniku kreowania wartości społecznych, środowiskowych i związanych z nimi łańcem korporacyjnym, zrównoważony rozwój firmy zyskuje w końcu „wartość”, a może nawet stanowić „zysk”.

W celu osiągnięcia długoterminowej przewagi konkurencyjnej w obszarze wpływu środowiskowego, firmy powinny identyfikować swoje szanse wokół trzech wymiarów:

1. Zaangażowanie oraz współdziałanie:

Kluczowym czynnikiem sukcesu dla efektywnego wdrożenia polityki zarządzania środowiskowego jest zaangażowanie się poszczególnych właścicieli obszarów tematycznych oraz powiązanie kwestii środowiskowych z elementami strategii biznesowej i społecznej odpowiedzialności.

2. Coraz lepsze wyniki i mniejszy wpływ środowiskowy:

Identyfikowanie i wdrażanie (we współpracy z partnerami biznesowymi) takich rozwiązań w zakresie efektywności oraz ochrony środowiska, które umożliwiają rozwój firmy w kolejnych okresach.

3. Budowanie świadomości i komunikacja:

Ciągła edukacja interesariuszy wewnętrznych (np. pracowników) oraz zewnętrznych (np. klientów) w zakresie ochrony środowiska może wpływać na zmianę postaw na bardziej pro-ekologiczne, co wzmacnia skalę działań oraz buduje pozytywną reputację.

Czynniki te powinny być uwzględnione w systematycznym podejściu firmy do wdrażania rozwiązań w zakresie zrównoważonego rozwoju. W perspektywie osiągnięcia jak najlepszych wyników i szybkich korzyści działania te powinny być ujęte w strategii firmy. Zgodnie z wymogami nowej perspektywy finansowej Unii Europejskiej 2014-2020 tak przygotowane organizacje będą miały większe szanse na uzyskanie finansowania zewnętrznego.

II. Dobre praktyki firm skandynawskich



Zrównoważone wykorzystanie energii i ochrona środowiska jest priorytetem polityki europejskiej. Wpływa ona na działalność przedsiębiorstw, definiując zarówno otoczenie, w którym funkcjonują, jak również na ich modele biznesowe. Minimalizowanie ryzyka negatywnego wpływu na środowisko poprzez działania na rzecz efektywności energetycznej i ochrony klimatu daje wiele możliwości rozwoju i poprawy konkurencyjności. Podejście to w szczególności wdrażają firmy skandynawskie, budując swój potencjał na rozwiązaniach przyjaznych środowisku.

Wśród nadesłanych przez skandynawskie firmy praktyk zdecydowanie wyróżniają się projekty nastawione na efektywność energetyczną poprzez wdrażanie technologii energooszczędnych oraz redukcję emisji CO₂. W swoich działaniach firmy koncentrują się także na zrównoważonym zarządzaniu zasobami, w tym procesach z recyklingu. Skandynawscy inwestorzy realizują liczne inicjatywy edukacyjne i kampanie informacyjne mające na celu

podnoszenie świadomości wśród klientów oraz społeczności lokalnych. Przykłady tego typu działań również znalazły się w niniejszej publikacji.

W każdym z przedstawionych przykładów firmy wskazują na korzyści jakie przynosi im podejmowanie tego typu inicjatyw. Do najważniejszych zaliczyły one:

- podniesienie wydajności operacyjnej,
- oszczędność kosztów,
- relacje z interesariuszami,
- poprawa wizerunku,
- zarządzanie ryzykiem.

Jest to dowód na to, że warto przeanalizować i sprawnie zarządzać wpływem, jaki przedsiębiorstwo wywiera na środowisko naturalne.

Zebrane tematycznie praktyki i doświadczenia firm prezentujemy w poniższym zestawieniu. Zapraszamy do lektury.

| Zakres praktyki | Firma | Strona |
|-------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------|--------|
| I. Energia i klimat: | | |
| ■ Oszczędność energii, wdrażanie energooszczędnych technologii i rozwiązań produktowych | Fortum | 12 |
| | Skanska Property Poland | 16 |
| | Carlsberg Polska | 19 |
| | Radisson Blu | 24 |
| | Ruukki | 26 |
| ■ Inwestycje w energię odnawialną | IKEA | 22 |
| | Grupa LEGO | 23 |
| ■ Zrównoważony transport/logistyka | TransCargo | 29 |
| | VELUX | 30 |
| II. Zrównoważone zarządzanie zasobami | | |
| | Skanska Property Poland | 16 |
| | H&M | 21 |
| | Stena Recycling | 27 |
| | TransCargo | 29 |
| III. Edukacja ekologiczna, podnoszenie świadomości wśród klientów i interesariuszy | | |
| | Electrolux | 20 |
| | ROCKWOOL | 25 |
| | Tetra Pak | 28 |
| | Volvo Trucks | 31 |

Energia i klimat

Budynek Atrium 1 firmy **Skanska**

zużywa **51%** mniej energii w porównaniu ze standardowymi budynkami w Polsce



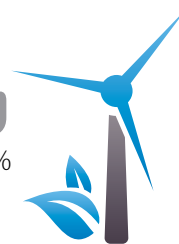
1,5 mld Euro

IKEA planuje zainwestować globalnie w energię odnawialną

CO₂ **40%** obniżono emisję CO₂ w efekcie modernizacji browarów **Carlsberg**

w 2020 roku

Grupa LEGO planuje pozyskiwać 100% energii ze źródeł odnawialnych



25% planowane jest zmniejszenie zużycia energii elektrycznej w hotelach **Radisson Blu** dzięki wprowadzonym certyfikatом ekologicznym

2,5 mln km

zaoszczędzonych rocznie w transporcie dzięki systemowi CUBE wprowadzonym w firmie **VELUX**

65° to temperatura wody używanej przez **Fortum** do uzyskania chłodu



do **35%** można obniżyć koszty ogrzewania dzięki systemowi płyt **Ruukki**

Zasoby

Budynek Atrium 1 firmy **Skanska** zużywa

60%

mniej wody w porównaniu ze standardowymi budynkami w Polsce



6000 l

wody jest oszczędzanych dzięki zebraniu 1 kg ubrań w trakcie akcji

H&M Garment Collecting

ponad 500 ton

surowców wtórnych dostarczono do EkoStacji **Stena Recycling** w Warszawie



30%

mniej papieru jest zużywane dzięki drukowaniu dwustronnym w **TransCargo**

Edukacja i wzrost świadomości



11 mln osób

poinformowano o roli recyklingu i znaczeniu świadomych decyzji dotyczących zakupów podczas akcji *Odkurzacz z morza* prowadzonej przez firmę **Electrolux**

ponad 2000

publikacji ukazało się w mediach na temat efektywności energetycznej i kampanii *Szóste paliwo* firmy **ROCKWOOL**



3200 kierowców

wzięło udział w konkursie

Volvo Trucks

The Drivers' Fuel Challenge



Posadzono około **600 000** drzew na terenach parków narodowych w ramach internetowej akcji *Posadź drzewo dobrym zakupem* prowadzonej przez **TetraPak**

Fortum - Chłód z ciepła

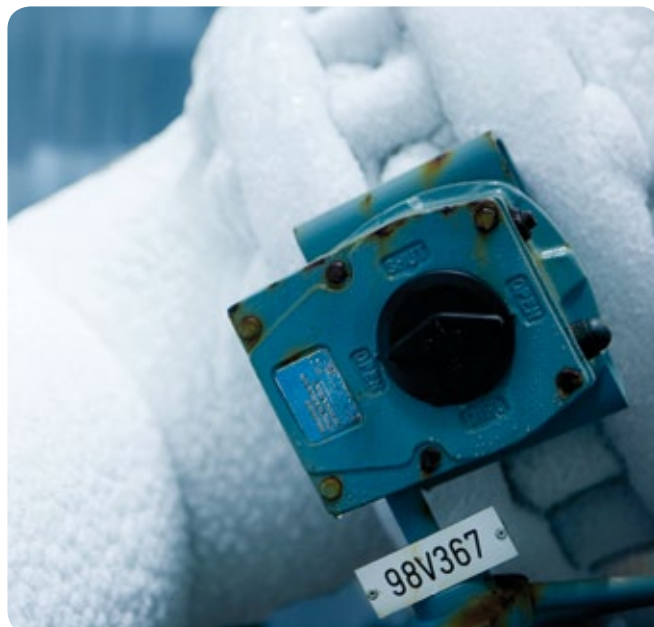


Strategiczne podejście do zrównoważonego rozwoju

Zaangażowanie w zrównoważony rozwój jest filarem strategii Fortum. Jej integralną część stanowi zbalansowane zarządzanie odpowiedzialnością gospodarczą, ekologiczną i społeczną w działalności przedsiębiorstwa. Wartości Fortum – odpowiedzialność, kreatywność, szacunek i uczciwość – stanowią podstawę wszystkich naszych działań. Zgodnie z wizją przyszłego systemu energetycznego, opartego na Gospodarce Solarnej, naszym celem jest stały rozwój istniejącej działalności oraz wzrost w obszarze bezemisyjnej energetyki wodnej i jądrowej, jak również wydajnej energetycznie produkcji energii elektrycznej i ciepła w skojarzeniu (kogeneracja).

CSR, którego celem jest dbanie o środowisko naturalne i społeczności lokalne, zajmuje ważne miejsce w zrównoważonych działaniach Fortum. Równolegle z wysiłkami ukierunkowanymi na poprawę życia obecnych i przyszłych pokoleń, trwają prace nad ciągłą poprawą efektywności produkcji energii. W dzisiejszym systemie energetycz-

Absorpcja jest procesem powszechnym w chłodnictwie polegającym na pochłanianiu par np. amoniaku w objętości cieczy np. wody. Krążący w obiegu zamkniętym amoniak ulega przemianom fazowym (parowanie i skraplanie), gdy odparowuje powstaje przy tym bardzo duży efekt chłodniczy. Jego pary są pochłaniane w wodzie, a powstały roztwór jest regenerowany strumieniem ciepła, w wyniku czego uwalniają się opary amoniaku, które następnie zostają skroplone, dzięki czemu ciekły amoniak ponownie może odparować generując efekt chłodzenia.



nym na znaczeniu zyskują systemy trigeneracji, w których oprócz energii cieplnej i elektrycznej pojawia się trzeci element służący do produkcji chłodu. Są różne sposoby realizacji trigeneracji, ale ogólny zamysł jest taki, żeby wykorzystać ciepło (a w zasadzie jego nadmiar) do produkcji chłodu. Można do tego zastosować jeden z dwóch procesów - absorpcję lub adsorpcję.

Zasada działania chłodniczych urządzeń absorpcyjnych i adsorpcyjnych jest taka sama, czyli dostarczając ciepło generujemy chłód. Różnica polega na tym, że pochłanianie par medium chłodniczego w urządzeniach absorpcyjnych zachodzi w objętości cieczy, natomiast w adsorpcyjnych na powierzchni ciała stałego. Ideowo urządzenia te działają jak tradycyjne lodówki, przy czym efekt zasysania i sprężania medium chłodniczego osiągnięty jest z wykorzystaniem strumienia ciepła. W związku z powyższym urządzenia te zbudowane są nieco inaczej. Nie ma sprężarki, lecz zastosowany jest zasilany ciepłem układ sorpcyjny, na który składają się zbiorniki z roztworami cieczy w przypadku urządzeń absorpcyjnych lub też ze stałymi złożami w przypadku urządzeń adsorpcyjnych. Pozostałe elementy obiegu chłodniczego tj. parownik i skraplacz, pozostają bez zmian.

Adsorpcja efektywna i ekologiczna

Instalacja adsorpcyjna działa jak tradycyjna lodówka, gdzie zamiast sprężarki jest złożo stałe do zasysania i sprężania medium chłodniczego. Produkuje ono wodę lodową, która zasila instalację klimatyzacyjną, schładzając powietrze.

Z uwagi na zastosowanie procesu adsorpcji na złożach stałych, możliwe jest wykorzystanie nośników ciepła o temperaturze niższej niż w przypadku urządzeń absorpcyjnych. Dlatego w urządzeniach adsorpcyjnych możliwe jest wykorzystanie ciepła z sieci, w której latem temperatura wody wynosi około 65/70°C. To powoduje, że tego typu urządzenia mogą być umieszczane bezpośrednio u klienta i nie wymagają budowy osobnej sieci chłodni-

Adsorpcja jest procesem rzadko używanym w chłodnictwie, polegającym na interakcji ciała stałego np. silikażelu, z płynem, np. wodą. Przy odparowaniu wody generowany jest efekt chłodzenia. Powstała para wodna przepływa do zbiornika zwanego adsorberem. We wnętrzu zbiornika na powierzchni silikażelu (złoża) zachodzi pochłanianie pary wodnej. Następnie po dostarczeniu ciepła do złoża, np. z sieci ciepłowniczej, następuje uwolnienie pary wodnej. Po jej skropleniu woda może ponownie odparować powodując efekt chłodzenia.

czej. Takie rozwiązania zwiększają efektywność istniejących elektrociepłowni, zwłaszcza latem. Woda z elektrociepłowni płynie rurami ciepłowniczymi do miejsca, gdzie znajduje się urządzenie adsorpcyjne. W nim przerabiana jest ona na wodę lodową, która zasila urządzenia klimatyzacyjne (centrale fan-coile). W tym procesie woda lodowa ulega ociepleniu, ponownie wraca do obiegu urządzenia adsorpcyjnego i na nowo jest ochładzana. Podstawowa różnica między technologią adsorpcyjną a absorpcyjną polega na tym, że instalacja adsorpcyjna do produkcji chłodu wykorzystuje ciało stałe (silikażel), zaś absorpcyjna – ciecz (roztwór amoniaku lub bromku litu). Urządzenia absorpcyjne wymagają wyższych parametrów ciepła, stąd bardziej wskazane jest lokalizowanie tych agregatów w źródłach ciepła (czyli na przykład w elektrociepłowniach), co wymaga jednak budowy sieci chłodniczych lub wprowadzenia lokalnej trigeneracji obejmującej produkcję energii, ciepła i chłodu u konsumenta.

Chłodzenie adsorpcyjne, w odróżnieniu od tradycyjnych układów sprężarkowych, nie niszczy warstwy ozonowej atmosfery, gdyż w urządzeniach nie używa się czynników takich CFC i HCFCs. Zamiast nich wykorzystuje się wodę.

Badania rozwojowe

Fortum, w ramach dążenia do ciągłej poprawy efektywności produkcji, prowadzi badania rozwojowe, które mają przynieść korzyści odbiorcom końcowym. Specjaliści Fortum



Fot.1 Instalacja testowa w elektrociepłowni Fortum w Częstochowie

65°

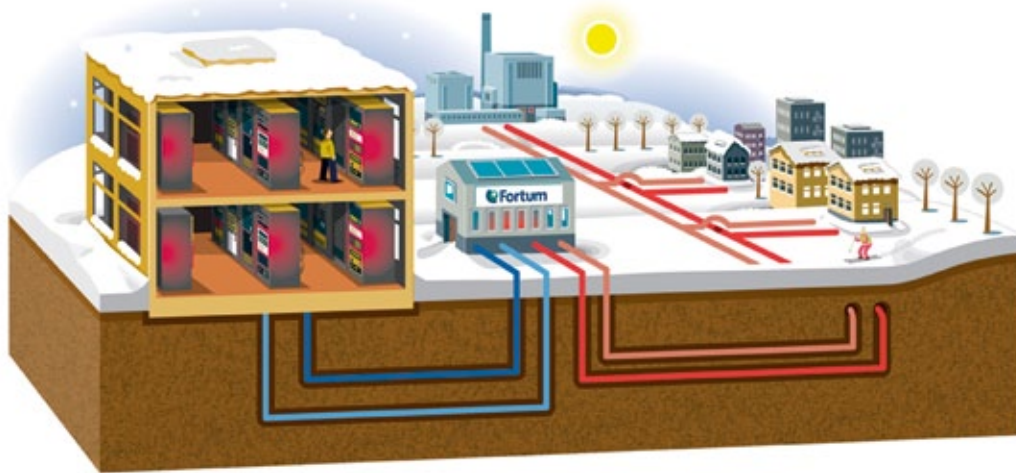
z wody o takiej temperaturze
można uzyskać chłód

opracowali program badań nad produkcją adsorpcyjnego chłodu sieciowego, który obecnie realizowany jest we współpracy z Politechnikami Częstochowską oraz Wrocławską. 25 czerwca bieżącego roku w częstochowskiej elektrociepłowni Fortum została uruchomiona testowa instalacja adsorpcyjna do produkcji chłodu. Jest to jedyne tego rodzaju działające rozwiązanie w zakładach firmy na świecie. Ma ona charakter doświadczalny i będzie obsługiwała wewnętrzne potrzeby zakładu. Obserwacja pracy tej instalacji pozwoli zbadać wydajność urządzenia w różnych warunkach – w zależności od obciążenia chłodniczego, temperatury wody w sieci oraz innych parametrów. Odpowie także na pytanie, czy może być ona konkurencyjna w stosunku do tradycyjnych urządzeń chłodniczych zasilanych energią elektryczną. Efektem pracy badawczej mają być wnioski dotyczące możliwości szerszego zastosowania jej w przyszłości.

Produkcja chłodu sieciowego metodą adsorpcyjną przyczyni się do podwyższenia efektywności elektrociepłowni. Chłód jest potrzebny głównie latem, kiedy zapotrzebowanie na produkcję ciepła jest znacznie niższe niż podczas okresu grzewczego. Do wytworzenia chłodu wykorzystywane jest więc ciepło – również odpadowe - z produkcji energii elektrycznej.

Aby utrzymać wysoki poziom produkcji energii elektrycznej, elektrociepłownia musi produkować też ciepło. W lecie nie znajduje ono zazwyczaj zastosowania, dlatego trzeba zdobyć wtedy dodatkowe zapotrzebowanie na jego odbiór lub „wypuścić” je do atmosfery w chłodniach, tak jak dzieje się to w elektrowniach kondensacyjnych. Tradycyjnie w okresie lata ciepło używane jest do podgrzewania wody użytkowej (tej, której używamy w naszych łazienkach), ale stanowi to zaledwie 10-15% mocy całej produkcji ciepłej. Biorąc to pod uwagę, wykorzystanie ciepła do produkcji chłodu oznacza w zasadzie wykorzystanie odpadu powstającego przy produkcji energii elektrycznej i bezpośrednio zastępuje energię elektryczną, jaka byłaby zużyta w tradycyjnych systemach klimatyzacyjnych zasilanych taką energią. Układ adsorpcyjny zwiększa więc efektywność elektrociepłowni w okresie letnim, czyli poza sezonem grzewczym.

Piotr Górnik,
Dyrektor ds. Produkcji i Dystrybucji Fortum,
Fortum Power and Heat Polska



Ryc. 1 Fortum ma doświadczenie w produkcji chłodu sieciowego w Szwecji. W Sztokholmie do produkcji chłodu wykorzystywana jest zimna woda morska. Nocą wodę pompuje się do podziemnych zbiorników wykutych w skale o łącznej pojemności 50 000 m³. W ciągu dnia zgromadzona woda służy do zasilania sieci chłodniczej, która w Sztokholmie liczy ok. 150 km i jest jedną z najdłuższych na świecie. Mniejsze sieci chłodnicze znajdują się także m.in. w fińskim Espoo.

W przyszłości odbiorcami chłodu mogą być np. duże centrale chłodnicze w biurach, centrale przechowywania danych (serwerownie) oraz centra handlowe, których zapotrzebowanie w tym zakresie wynosi średnio kilka MW. W okresie letnim można zatem utrzymać poziom efektywności z okresu grzewczego (85-90%), jeśli pozyskamy odpowiednią liczbę odbiorców chłodu. Produkowany z użyciem technologii adsorpcyjnej chłód może być wykorzystywany przez cały rok, choć zapotrzebowanie na niego w lecie jest większe niż zimą.

Produkcja chłodu – wraz z ciepłem i energią elektryczną – stanowić będzie kolejny krok do osiągnięcia jeszcze większej efektywności energetycznej, co wpisuje się w ideę zrównoważonego rozwoju, kluczową dla Fortum. Stanie się to przez lepsze wykorzystanie posiadanej infrastruktury i nadmiaru ciepła. Coraz większa efektywność energetyczna przyczynia się z kolei do obniżenia emisji dwutlenku węgla do atmosfery, a co za tym idzie – będzie stanowić czynnik decydujący o czystości środowiska naturalnego.

FORTUM jest fińską firmą energetyczną – jednym z największych producentów i dystrybutorów energii elektrycznej w krajach nordyckich. Jest też czwartym co do wielkości producentem ciepła na świecie. Poza Finlandią, Szwecją i Norwegią, inwestycje spółki ulokowane są także w krajach bałtyckich, Polsce oraz Rosji. Inwestycje Fortum łączą w sobie poprawę efektywności energetycznej oraz ograniczanie emisji szkodliwych substancji. W Polsce Fortum należy do liderów branży elektrociepłowniczej, zatrudniając blisko 700 osób głównie w 7 lokalizacjach na terenie kraju. Należąca do firmy elektrociepłownia w Częstochowie jest jednym z najnowocześniejszych zakładów tego typu w tej części Europy. Poza produkcją energii elektrycznej oraz ciepłej z wysokosprawnych źródeł, Fortum jest również dystrybutorem ciepła. Łączna długość sieci ciepłowniczych należących do firmy w Polsce wynosi ponad 700 kilometrów.



Izabela Van den Bossche

Head of Communication, Fortum Power and Heat Polska

1. Czym jest CSR dla Fortum?

W swoim zrównoważonym podejściu Fortum kieruje się trzema zasadami - działamy odpowiedzialnie pod względem ekonomicznym, społecznym i środowiskowym. CSR wpisuje się we wszystkie te zasady. Chcemy być odpowiedzialni wszędzie tam, gdzie prowadzimy swoją działalność. Zawsze, kiedy planujemy realizację swojej strategii komunikacyjnej CSR jest jednym z tematów, który bierzemy pod

uwagę. Nasze działania w tym obszarze przygotowujemy starannie, przeprowadzając konsultacje merytoryczne z lokalnymi władzami, organizacjami pozarządowymi oraz lokalną społecznością. Działania te są zawsze ukierunkowane na konkretną korzyść mieszkańców, ponieważ zależy nam na realizacji lokalnych, realnych potrzeb.

2. CSR to bardziej działanie emocjonalne czy biznesowa kalkulacja?

Myślę, że CSR to równoległe biznes, emocje oraz budowanie świadomej postawy proekologicznej.

Budowanie świadomości klienta w obszarze efektywnego wykorzystania energii elektrycznej i ciepła to działanie mające wpływ na biznes. Fortum stara się budować świadomość klienta długoterminowo, w perspektywie 30-40 lat. Inwestując dziś w młode pokolenie wierzymy, że ci młodzi ludzie staną się w przyszłości naszymi klientami i wybiorą nasze produkty nie tylko dlatego, że spełniają ich wymagania, ale również dlatego, że jesteśmy odpowiedzialni, że stoi za nami coś więcej niż tylko chęć zysku. Z pewnością działania CSR-owe odwołują się również do emocji. Nie ukrywamy, że zastanawiając się nad tym, jakie pomysły wdrażać w danym roku, myślimy o tym w jaki sposób odbiorca czy uczestnik tych programów postrzeże Fortum.

3. Czy są jakieś grupy na których Fortum szczególnie koncentruje swoje działania społeczne?

Misją Fortum jest produkcja energii dla obecnych i przyszłych pokoleń. Staramy się koncentrować swoje działania na dzieciach i młodzieży. Wierzymy, że budujemy sobie przyszłego świadomego odbiorcę ciepła i energii elektrycznej, którego skojarzenia z Fortum będą się opierały nie tylko na naszych działaniach biznesowych, ale także na prowadzonych przez nas działaniach prospołecznych.

4. Czy projekty CSR, jakie realizujecie to autorskie działania Fortum czy raczej wspieranie już istniejących projektów?

Działania Fortum z zakresu CSR powinny wpisywać się w naszą strategię komunikacyjną. Jesteśmy otwarci na takie propozycje i pomysły, niezależnie od tego czy pochodzą one z zewnątrz czy z wewnątrz firmy. Fortum wspiera zarówno już istniejące inicjatywy, jak również prowadzi akcje, których jest autorem bądź współautorem. Najważniejsze jest to, że wszelkie nasze działania CSR są zawsze prowadzone przy dużym zaangażowaniu grup, do których je kierujemy. Przykładem może być program stypendialny „Fortum dla Śląskich Dzieci”, gdzie zawartość merytoryczna oraz tematyka zajęć jest stale konsultowana z ich uczestnikami.

5. Jakie działania na rzecz społeczności lokalnych podejmuje Fortum?

Na terenie Bytomia i Zabrze realizujemy wspomniany program „Fortum dla Śląskich Dzieci”. Jest to program stypendialny skierowany do dzieci i młodzieży z marginalizowanych środowisk, który Fortum prowadzi we współpracy z Fundacją Ulica. Obecnie realizujemy również akcję charytatywną Honorowy Dawca Energii Fortum, która polega na bieganiu ze specjalnie przygotowaną aplikacją na smartfona. Kilometry są przeliczane na energię, a ta na konkretną pomoc finansową dla potrzebujących dzieci.

W szkołach gimnazjalnych i licealnych Fortum prowadzi Grę Energetyczną, która ma na celu rozwijać wiedzę na temat energii oraz ekologii, a także stymulować dyskusję i poszu-

kiwanie rozwiązań problemów badawczych. Organizujemy także Dni Otwarte w naszych elektrociepłowniach, podczas których można zobaczyć, jak w efektywny sposób produkuje się ciepło i energię elektryczną w skojarzeniu oraz jakie najnowsze technologie wykorzystywane są w energetyce.

6. CSR to także dbanie o pracowników. Jak Fortum realizuje założenia odpowiedzialności społecznej wśród swoich pracowników?

Odpowiedzialność społeczna to odpowiedzialność również za osoby zatrudnione w firmie. Uważamy, że każdy pracownik jest naszym ambasadorem w danej społeczności lokalnej, dlatego tak ważne jest zapewnienie mu odpowiednich warunków pracy i satysfakcji z wykonywanych obowiązków. Odpowiedzialność jest jedną z podstawowych wartości wynikających z zasad Kodeksu Etycznego Fortum. W tym aspekcie bardzo ważne jest dla nas bezpieczeństwo. W naszej firmie dbamy o budowanie jego świadomości zarówno wśród pracowników, jak i podwykonawców oraz dostawców.

7. Czy pracownicy mają świadomość działań związanych ze społeczną odpowiedzialnością biznesu? Czy są w nie zaangażowani?

Obserwuję coraz większe zainteresowanie i zaangażowanie się w działania CSR-owe wśród naszych pracowników. W tym roku biegają w ramach programu Honorowy Dawca Energii Fortum. Z satysfakcją obserwujemy, że pracownicy zachęcają do włączenia się w akcję również swoje rodziny, co jest dla nas dowodem ich aprobaty takiego typu działań. Ponadto, podczas Dni Otwartych w elektrociepłowniach Fortum, pracownicy pełnią rolę przewodników oprowadzających po zakładzie i ekspertów odpowiadających na pytania zwiedzających.

Zainteresowanie pracowników sprawami firmy obserwujemy poprzez Intranet – dostajemy coraz więcej uwag, komentarzy, sugestii dotyczących biznesowych oraz pozabiznesowych działań firmy. Staramy się brać je pod uwagę przy realizacji bieżących projektów oraz przy planowaniu kolejnych.

8. Czy Fortum należy do organizacji, stowarzyszeń związanych z CSR-em?

Fortum od 2012 roku jest partnerem strategicznym Forum Odpowiedzialnego Biznesu, gdzie promuje działania wspierające biznes w sposób odpowiedzialny, czyli biorący pod uwagę wpływ przedsiębiorstwa na środowisko i społeczeństwo. Od kilku lat należymy także do Skandynawsko-Polskiej Izby Gospodarczej, a od zeszłego roku aktywnie włączamy się w cykliczne spotkania i konferencje organizowane przez Izbę, mające na celu dzielenie się dobrymi praktykami z zakresu społecznej odpowiedzialności biznesu.

W 2012 roku Fortum podpisało Deklarację Polskiego Biznesu na Rzecz Zrównoważonego Rozwoju, która potwierdza zaangażowanie polskich przedsiębiorców w działania mające doprowadzić do osiągnięcia celów strategicznych, zapisanych w raporcie *Wizja zrównoważonego rozwoju dla polskiego biznesu 2050*.

Atrium 1 - definicja odpowiedzialnego podejścia do ochrony środowiska w biurowcu klasy A

SKANSKA

Równowaga pomiędzy wyzwaniami a możliwościami

Kiedy proces konstruowania budynku nie jest odpowiednio zarządzany, istnieje prawdopodobieństwo, że będzie on miał negatywny wpływ na środowisko naturalne. Z drugiej strony, odpowiednio przeprowadzony proces budowy pozwala na wzniesienie budynku, którego wpływ na środowisko będzie pozytywny. Biorąc pod uwagę powyższe, Skanska dostrzega w aktywnym zarządzaniu środowiskowym ogromne szanse.

W ogólnym ujęciu, budynki mają bardzo negatywny wpływ na środowisko naturalne. W Europie odpowiadają one za:

- 50% emisji CO₂,
- 45% zużycia energii,
- 40% zużycia surowców,
- 20% odpadów trafiających na wysypiska śmieci,
- 17% zużycia wody pitnej.

Jako deweloper, Skanska znajduje się na wyjątkowej pozycji pozwalającej jej na zminimalizowanie negatywnego wpływu budynków poprzez:

- efektywne wykorzystanie energii, wody i innych zasobów,
- redukcję ilości odpadów, zanieczyszczeń i obniżenie poziomu degradacji środowiska,
- ochronę zdrowia i poprawę wydajności pracowników,
- udział w tworzeniu lepszych społeczności przyszłości i dobrych warunków życia dla przyszłych pokoleń.

Atrium 1

Atrium 1 będzie najbardziej energooszczędnym i przyjaznym dla środowiska budynkiem nie tylko w Warszawie



Fot.1. Biuro Skanska w Pradze

W ramach swojej polityki CSR i zrównoważonego rozwoju, Skanska postawiła sobie ambitny cel konstruowania budynków zeroenergetycznych, co oznacza zerowe zużycie energii ze źródeł kopalnych, zerową produkcję odpadów, zerowe wykorzystanie nietrwałych i niebezpiecznych materiałów, niemal zerowy poziom emisji CO₂ i zużycia wody. Nazywamy to naszą zieloną ścieżką w stronę lepszych budynków, silniejszych wspólnot i dobra przyszłych pokoleń.

Justyna Adamczyk,
Koordynator ds. Zrównoważonego Rozwoju,
Skanska Property Poland

i w Polsce, ale w całej Europie Środkowo-Wschodniej. Projekt odzwierciedla definicję odpowiedzialnego podejścia do ochrony środowiska, ponieważ w całym cyklu życia budynku - od projektu, przez budowę, funkcjonowanie i przyszłe wykorzystanie, wzięto pod uwagę w równej mierze czynniki społeczne, gospodarcze i potrzeby środowiska.

Atrium 1 znajduje się w samym sercu biznesowego centrum Warszawy: przy Al. Jana Pawła II w pobliżu ronda ONZ.

51%

mniej energii zużywa Atrium 1 w porównaniu z innymi standardowymi budynkami w Polsce

Atrium 1 będzie miał niemal zerowy wpływ na środowisko, zapewni użytkownikom najniższe koszty eksploatacji, jednocześnie tworząc doskonałe środowisko pracy i przyczyniając się do poprawy stanu zdrowia, produktywności i dobrego samopoczucia przebywających w nim osób.

Budynek został zaprojektowany i skonstruowany zgodnie z wymogami i wytycznymi amerykańskiego systemu certyfikacji środowiskowej LEED. LEED stworzono w Stanach Zjednoczonych i służy on kontrolowaniu, czy osiągnięto określone normy w zakresie ochrony środowiska. Celem Skanska jest osiągnięcie najwyższego, platynowego poziomu w tym systemie certyfikacji.

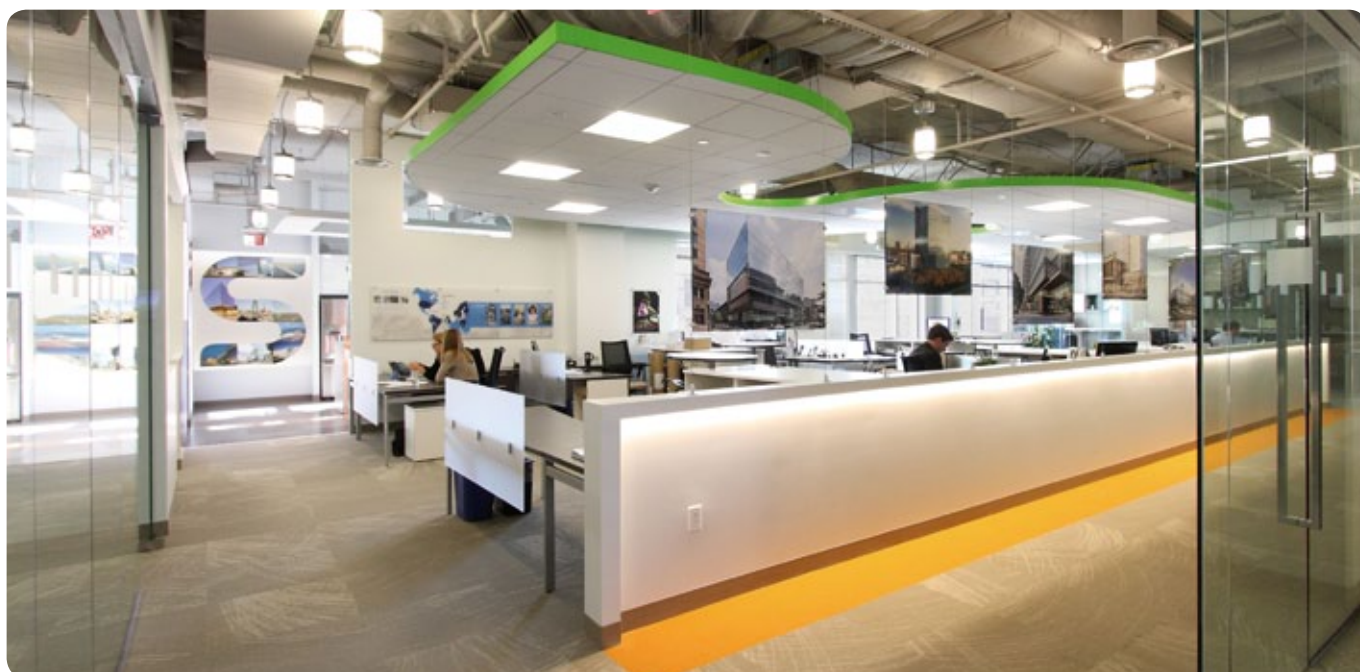
Elewacja i wszystkie instalacje zostały zaprojektowane tak, aby zmaksymalizować wydajność energetyczną budynku, zmniejszyć zużycie energii o 51%, a zużycie wody o 60% w porównaniu ze standardowymi budynkami w Polsce. Do uzyskania tak wysokiej efektywności energetycznej budynku przyczynia się zastosowanie następujących rozwiązań:

- Unikalny geotermalny system ogrzewania i chłodzenia Skanska – latem stanowi źródło chłodnego powietrza do klimatyzacji zainstalowanej w budynku, natomiast zimą jest źródłem ciepła służącego wstępnemu podgrzewaniu powietrza wentylacyjnego; zużywa on znacznie mniej energii niż konwencjonalne systemy ogrzewania i chłodzenia.
- Elewacja jest podłączona do systemu zarządzania budynkiem (BMS) i sterowana za jego pomocą, co pozwala zmniejszyć pobór ciepła, którego źródłem są promienie słoneczne, a tym samym zmniejszyć zapotrzebowanie budynku na energię potrzebną do jego chłodzenia.

- Aktywne panele fotowoltaiczne służące produkcji energii elektrycznej bezpośrednio z promieni słonecznych pozwalają zmniejszyć zużycie szkodliwej dla środowiska energii pochodzącej ze spalania paliw kopalnych.
- Energooszczędny system oświetlenia LED i czujników ruchu wyłącza niepotrzebne światła.
- System kontroli oświetlenia pozwala dostosować poziom sztucznego oświetlenia do ilości światła naturalnego docierającego do budynku.
- System „Freecooling” wykorzystujący chłodne powietrze z zewnątrz do chłodzenia obszarów biurowych w cieplejszych porach roku.

Wszystko to udało się osiągnąć nie tracąc z pola widzenia przyszłych użytkowników budynku. Podjęto środki mające zapewnić najwyższą jakość środowiska wewnątrz pomieszczeń, co ma przyczynić się do maksymalnej produktywności użytkowników, wpływać pozytywnie na ich zdrowie i dobre samopoczucie.

W pomieszczeniach spędzamy średnio aż 90% czasu. Co gorsze, poziom zanieczyszczeń wewnątrz budynków może być od 2 do 5 razy wyższy niż na zewnątrz – trudno zatem oczekiwać, abyśmy czuli się w dobrej formie. Pracownicy biur często narzekają na bóle głowy, zmęczenie, podrażnienie oczu, nosa, gardła i skóry. Aby chronić przyszłych użytkowników budynków Skanska, zwiększyliśmy przepływ powietrza w wentylacji o ponad 30% w stosunku do wymogów polskich norm, zainstalowaliśmy monitory CO₂ kontrolujące jego zawartość w powietrzu, a do budowy wykorzystaliśmy wyłącznie materiały o zerowej lub niskiej toksyczności. Ponadto, budynek został zaprojektowany w taki sposób, by zapewnić maksymalny dostęp do światła dziennego oraz widoków na zewnątrz z pomieszczeń sta-



Fot.2. Biuro Skanska w Waszyngtonie

Zdjęcia: Skanska, materiał własny



Fot.3. Biuro Skanska w Warszawie

nowiących co najmniej 75% całej powierzchni budynku, co dodatkowo przyczynia się do tworzenia najwyższej jakości przestrzeni.

Atrium 1 jest ważnym osiągnięciem na naszej drodze do przyjęcia odpowiedzialności za ochronę środowiska i doskonałym przykładem naszej polityki CSR. Zaangażowanie Skanska w społeczną odpowiedzialność biznesu (CSR) i zrównoważony rozwój pozwala nam osiągać cele, które sami sobie stawiamy, a zarazem dążyć do większego dobra społecznego. Projektujemy budynki w oparciu o najwyższe standardy efektywności energetycznej, z dbałością o zdrowie przyszłych użytkowników, a zarazem tworzymy architektonicznie przełomowe projekty odzwierciedlające misję i wizję firmy Skanska.

Plany biur i wytyczne konstrukcyjne

Sposób zaprojektowania powierzchni biurowych i prowadzone w nich działania znacząco wpływają na charakterystykę energetyczną budynku. Z tego powodu w Skanska opracowano *Wytyczne dla najemców* wyjaśniające, w jaki sposób użytkownicy budynku mogą korzystać z elementów zapewniających wydajność i oszczędność poprzez rekomendowane przez firmę „strategię ekologiczną” oraz w jaki sposób mogą poddać certyfikacji LEED CI zajmowane przez siebie przestrzenie. Zalecane strategie obejmują m.in. rozwiązana mechaniczne, elektryczne, hydrauliczne, rozkład pomieszczeń, oświetlenie i środki operacyjne, które mogą znacząco podnieść wydajność budynku przy minimalnych kosztach inwestycyjnych. Użytkownicy przestrzeni Atrium 1 otrzymują solidny fundament pozwalający im na certyfikację LEED CI własnej powierzchni biurowej.

Skanska planuje wdrożyć program *Zielonego zaangażowania użytkowników*, który ma na celu nie tylko informowanie wszystkich użytkowników biur i odwiedzających o ekologicznych rozwiązaniach zastosowanych w budynku oraz związanych z nimi korzyściach, ale również zachęcenie do postępowania optymalizującego funkcjonowanie systemów energetycznych budynku, co ma pozwolić na osiągnięcie maksymalnych wyników.

Program będzie obejmował również umieszczanie wokół budynku tablic informacyjnych dotyczących poszczególnych rozwiązań na rzecz środowiska naturalnego; zainteresowani będą oprowadzani po budynku, a w recepcji zostanie zainstalowany ekran, na którym wyświetlane będzie wykorzystanie surowców w czasie rzeczywistym.

Prawdziwe korzyści związane z ograniczeniem wpływu na środowisko naturalne

Atrium 1 to rozwiązanie typu win-win dla środowiska i osób zajmujących budynek. Nowoczesne rozwiązania technologiczne zmniejszą zużycie energii o 51%, a wody o 60%, przyczyniając się bezpośrednio do obniżenia comiesięcznych opłat ponoszonych przez najemców (koszty obsługi niższe o około 20% w porównaniu z konkurencyjnymi budynkami).

Wieżowiec zostanie wyposażony w nowoczesny system zarządzania budynkiem (BMS) zapewniający za optymalne zużycie energii; do poszczególnych biur zostaną podłączone liczniki dokonujące pomiarów indywidualnego zużycia energii.

Instalacja indywidualnych liczników zachęci użytkowników do efektywniejszego korzystania z zasobów i oszczędności energii.

Uważamy, że dobry projekt i konstrukcja budynku z wykończonymi przestrzeniami wspólnymi i niewykończonymi powierzchniami biurowymi to zaledwie początek ekologicznego budownictwa.

SKANSKA PROPERTY POLAND jest innowacyjnym deweloperem ekologicznych budynków biurowych, które tworzą przyjazne środowisko dla rozwoju biznesu. Firma działa w Polsce od 1997 roku i jest częścią Grupy Skanska, światowego lidera w dziedzinie architektury i budownictwa. Projekty Skanska Property Poland to najwyższej jakości, prestiżowe powierzchnie biurowe w doskonałych lokalizacjach, zapewniające najemcom sukces w biznesie i satysfakcję. Inwestycje zrealizowane przez firmę to pierwsze budynki biurowe w Polsce, które otrzymały certyfikat UE Green Building: Deloitte House i Marynarska Point w Warszawie oraz Pasaż Grunwaldzki we Wrocławiu. Wszystkie inwestycje Skanska Property Poland zostaną poddane certyfikacji LEED oraz UE Green Building potwierdzającym spełnienie przez nie wymogów ochrony środowiska, optymalne zużycie energii oraz przyjazne środowisko pracy.

Więcej informacji: www.skanska.pl

Carlsberg Polska - działania w zakresie poszanowania energii i ochrony klimatu

Inwestycje w energooszczędność

Carlsberg Polska, korzystając z doświadczeń i wzorców międzynarodowej Grupy Carlsberg, podejmuje od lat wielostronne działania na rzecz poszanowania energii i ochrony klimatu. Koszty dotychczasowych inwestycji wyniosły ponad 20 mln zł, a wskaźniki energetyczne polskich browarów należą do najlepszych w Europie.

Rozwijana od wielu lat polityka ekologiczna jest jednym z najważniejszych filarów działalności Carlsberg Polska i Grupy Carlsberg na świecie. Firma od ostatniej dekady prowadzi intensywne działania w zakresie poszanowania energii i ochrony klimatu, zarówno w sferze inwestycji modernizujących instalacje energetyczne browarów i proces technologiczny produkcji piwa, jak również w obszarze optymalizacji zużycia energii oraz edukacji pracowników. Nie bez znaczenia dla zmniejszenia łącznej emisji gazów cieplarnianych i zużycia energii w całym łańcuchu dostaw w produkcji piwa jest współpraca z dostawcami opakowań w zakresie zmniejszania wagi butelek i puszek, a także działania promujące korzystanie z butelki zwrotnej i recykling opakowań jednorazowych.

Do najważniejszych działań w okresie 2000-2012 można zaliczyć:

- wymianę kotłowni węglowej w Browarze Okocim w roku 2005;
- modernizację maszynowni chłodniczych i sprężonego powietrza we wszystkich browarach;
- modernizację technologii oczyszczania ścieków w Brzesku;
- instalację odzysku ciepła na warzelniach – zintegrowaną z procesami produkcyjnymi;
- projekty doskonalenia produkcji, w tym wymiany najlepszych praktyk w zakresie gospodarki energetycznej między browarami;
- wprowadzenie energooszczędnej technologii beztlenowego oczyszczania ścieków w Bosmanie;
- aktywizację pracowników w projektach poszanowania energii, poprzez prace zespołowe jak również system nagradzania pomysłów usprawnień indywidualnych;
- kampanię „Zielone Biuro”, zmniejszającą zużycie zasobów biurowych i energii elektrycznej.

Łączne nakłady inwestycyjne na obiekty bezpośrednio związane z energetyką przekroczyły ponad 20 mln zł.

Efekty działań

Od 2002 roku do 2012 roku produkcja browarów należących do Carlsberg Polska (Browary Okocim w Brzesku, Bosman w Sierpcu, Kasztelan w Sierpcu) wzrosła ponad dwu-

o 40%

obniżono emisję CO₂ w efekcie modernizacji browarów Carlsberg w Polsce

krotnie, a zużycie energii cieplnej pozostało na tym samym poziomie (czyli wyprodukowano ponad 2 razy więcej piwa, zużywając do tego tyle samo energii cieplnej!), natomiast zużycie energii elektrycznej wzrosło tylko o 50% (tzn. wyprodukowano ponad 2 razy więcej piwa zużywając do tego tylko o połowę więcej energii elektrycznej).

Poprzez wymianę paliwa węglowego i ciężkiego oleju opałowego na gaz ziemny została ograniczona emisja gazów cieplarnianych (emisja CO₂ ze spalania gazu jest o połowę niższa niż ze spalania węgla kamiennego) – łączny efekt modernizacji browarów i zmiany paliwa to obniżenie emisji CO₂ o 40% przy ponad 2-krotnym wzroście produkcji.

Kluczowe czynniki sukcesu

Kluczowe czynniki sukcesu w zakresie transformacji przemysłu na energooszczędny, według doświadczeń Carlsberg Polska:

- Przed modernizacją w latach 90 tych ubiegłego wieku branża piwowarska należała do energochłonnych. W wyniku podjętych wysiłków transformacja technologiczna pozwoliła na kilkakrotny wzrost produkcji przy wykorzystaniu energii na poziomie wyjściowym lub niewiele wyższym.
- Inwestycje były niezbędne, ale równolegle tak samo ważne były działania optymalizujące produkcję, budowanie świadomości i odpowiedzialności za energię wśród kadry kierowniczej i pracowników.
- W przyszłości ważne będą dalsze innowacje technologiczne, zaawansowane systemy energetyczne (współwytworzenie energii, odzysk energii) oraz energetyka ze źródeł odnawialnych.

GRUPA CARLSBERG jest czwartym co do wielkości międzynarodowym producentem piwa. Na podstawie danych z 2008 roku wśród grup piwowarskich zajmuje pierwsze miejsce pod względem niskiego poziomu zużycia energii i wody oraz poszanowania mediów.

Więcej informacji: www.carlsberg.pl

Electrolux – kampania *Odkurzacze z morza*

Zbiórka odpadów plastikowych z oceanów i mórz – zwrócenie uwagi na potrzebę recyklingu w przemyśle i odpowiedzialne zakupy

Kampania *Odkurzacze z morza* to międzynarodowy projekt ekologiczny zainicjowany w czerwcu 2010 roku przez firmę Electrolux. Celem projektu jest zwrócenie uwagi na niedobór przetworzonego plastiku dla potrzeb przemysłu, podczas gdy ogromne ilości odpadów z tworzyw sztucznych są wyrzucane do akwenów wodnych.

Electrolux zetknął się z tym problemem po wprowadzeniu linii ekologicznych odkurzaczy Green Range, które w 70% są zrobione z powtórnie użytych materiałów. Trudności z pozyskaniem plastiku niezbędnego do ich produkcji zainspirowały firmę do działania.

Odkurzacze z morza symbolem wizji firmy

Electrolux, korzystając z pomocy ochotników oraz organizacji ekologicznych, zorganizował zbiórkę plastikowych odpadów z Oceanu Spokojnego, Oceanu Indyjskiego, Morza Śródziemnego, Morza Bałtyckiego i Morza Północnego. Technika zbierania plastiku zależała od lokalizacji – od nurkowania po plastik, po wyławianie odpadów z fal.

Z zebranego plastiku projektanci Electrolux stworzyli 5 unikalnych odkurzaczy reprezentujących poszczególne akweny. Rok później, we współpracy ze Stacją Morską Instytutu Oceanografii Uniwersytetu Gdańskiego, powstał szósty odkurzacz zrobiony z polskich śmieci. Odkurzacze symbolizują wizję Electrolux, by tworzyć urządzenia wykonane w 100% z przetworzonego plastiku. W trakcie projektu firma współpracowała z wolontariuszami i ekspertami, którzy mieszkali w pobliżu lub zajmowali się problemem zanieczyszczenia wód przybrzeżnych na co dzień. Odkurzacze, które powstały w trakcie projektu, zostały zaprezentowane szerokiej publiczności. Powstał też blog *Vac from the Sea*, równoległe trwała akcja na Facebooku. Każda osoba, która polubiła fanpage Electrolux, przyczyniła się do przekazania 1 Euro na konto organizacji ekologicznych Algalita i 5 Gyres, których celem jest ograniczenie zanieczyszczenia mórz i oceanów tworzywami sztucznymi.

Za projekt *Odkurzacze z morza* firma otrzymała nagrodę od Organizacji Narodów Zjednoczonych. Nagroda jest przyznawana przez ONZ we współpracy z organizacją IPRA (Międzynarodowe Stowarzyszenie PR).

11 mln

osób poinformowano o roli recyklingu i znaczeniu świadomych decyzji dotyczących zakupów podczas akcji *Odkurzacze z morza*

Realne korzyści – czystsze morze, większa świadomość

Projekt *Odkurzacze z morza* miał na celu poprawę świadomości na temat sytuacji związanej z plastikowymi odpadami i zwrócenie uwagi na konieczność lepszego zarządzania przetwórstwem surowców wtórnych. Kampania cieszyła się dużą popularnością - poinformowano ponad 11 milionów ludzi o roli recyklingu oraz zwrócono ich uwagę na podejmowanie świadomych decyzji podczas zakupów.

Po kampanii wzrosła popularność i sprzedaż ekologicznych odkurzaczy z serii Green. Zielona linia odkurzaczy Electrolux składa się nawet w 70% z przetworzonego plastiku. Urządzenia te zapewniają najwyższą skuteczność działania, przy tym są ciche i łatwe do manewrowania oraz przechowywania, czyli mają wszystko czego można wymagać od najlepszych odkurzaczy. A do tego są przyjazne dla środowiska. Wszystkie odkurzacze z serii Green mogą być przetwarzane w stopniu nie mniejszym niż 92%. Opakowania odkurzaczy również są wykonane z surowców wtórnych i są w 100% przetwarzalne. Ekologiczne są nawet worki do odkurzaczy wykonane z mąki kukurydzianej.

ELECTROLUX jest największym na świecie producentem urządzeń gospodarstwa domowego i urządzeń profesjonalnych sprzedającym rocznie ponad 40 milionów produktów w ponad 150 krajach. W oparciu o wnikliwe badania konsumenckie, Electrolux tworzy innowacyjne urządzenia o przemyślanym wzornictwie, które zaspakajają potrzeby konsumentów i profesjonalistów. Produkty Electrolux sprzedawane są pod tak znanymi markami, jak: Electrolux, AEG, Zanussi, Eureka i Frigidaire.

Więcej informacji: www.electrolux.pl

H&M – Projekt *Garment Collecting*

6000 l

wody jest oszczędzanych
dzięki zebraniu 1kg używanej odzieży

Wizja zrównoważonego rozwoju w H&M

H&M zawsze stara się mieć najlepszą ofertę dla klientów na każdym rynku. Oznacza to również, że H&M pragnie być bardziej ekologiczną alternatywą dla coraz bardziej świadomych wielbicieli mody na całym świecie.

Praca H&M na rzecz bardziej zrównoważonej przyszłości w modzie realizowana jest pod hasłem *Conscious* (Świadomy). Wizja firmy koncentruje się na tym, aby wszystkie działania H&M były prowadzone w sposób odpowiedzialny pod względem ekonomicznym, społecznym, ekologicznym i środowiskowym.

Oszczędzanie zasobów poprzez recykling zebranej odzieży

Projekt zbierania odzieży H&M (*H&M Garment Collecting*), zainicjowany w sklepach H&M 21 lutego 2013 roku, wpisuje się w inicjatywę *Conscious*.

Co roku tony tekstyliów lądują na wysypiskach śmieci. 95% z nich może być wykorzystane ponownie. Nadal można je nosić, ponownie wykorzystać do innych celów lub poddać recyklingowi.

Celem H&M jest opracowanie rozwiązań technicznych pozwalających na ponowne wykorzystanie i recykling włókien tekstylnych na masową skalę. W dłuższej perspektywie, H&M zamierza stworzyć zamknięty obieg wykorzystania włókien tekstylnych. Firma planuje stworzyć technologię, która pozwoli na przykład wykorzystać włókna z jednego bawełnianego T-shirtu do produkcji nowej koszulki.

H&M jest pierwszą marką, która prowadzi akcję zbiórki odzieży na skalę globalną. W sklepach przyjmowane są wszystkie ubrania każdej marki i w każdym stanie. W zamian za nie klient otrzymuje kupon rabatowy do wykorzystania przy następnym zakupie. Zebrane ubrania są następnie przetwarzane przez partnera logistycznego, firmę *I:Collect*, która przetwarza je i udostępnienia do ponownego wykorzystania. Od stanu każdej sztuki odzieży zależy, co dzieje się z nią dalej. Może być ponownie noszona, przetworzona, poddana recyklingowi czy wykorzystana do produkcji energii.

Dzięki tej inicjatywie, klienci mogą przyczynić się do ochrony zasobów naturalnych i zmniejszenia wpływu na środowisko naturalne poprzez redukcję ilości odpadów tekstylnych.

Zbiórka 1 kg odzieży używanej oznacza następujące oszczędności:

- 3,6 kg emisji CO₂
- 6000 l wody
- 0,3 kg nawozów
- 0,2 kg pestycydów

Wszystkie zyski wypracowane w ramach projektu są przekazywane Fundacji *H&M Conscious*. Jej celem jest opracowanie rozwiązań technicznych pozwalających na stworzenie zamkniętego obiegu włókien tekstylnych. Fundacja wspiera także projekty, których celem jest poprawa jakości życia ludności krajów, w których działa H&M.

Dodatkowo, za każdy 1 kg zebranych ubrań 0,02 euro przekazane jest na cele charytatywne - w Polsce beneficjentem jest UNICEF Polska.

Od 22 lipca 2013 roku inicjatywą objęte są wszystkie sklepy w Polsce.

Korzyści z podjętej akcji

Udziałowcy i klienci H&M wykazują duże zainteresowanie projektem zbiórki odzieży. Firma otrzymuje wiele pytań na ten temat, zarówno w sklepach, jak i za pośrednictwem mediów społecznościowych. Akcja ta była popularyzowana i nagłaśniana przy różnych okazjach, takich jak imprezy handlowe, warsztaty dla klientów czy imprezy dla stylistów i gwiazd. Uczestnicy akcji otrzymali możliwość oddania swoich niechcianych ubrań i nadania im nowego życia. Reakcja na inicjatywę jest zawsze pozytywna i wiele osób chce dowiedzieć się o niej więcej. Jest to dowód na to, że klienci i udziałowcy są coraz bardziej zainteresowani zagadnieniami ochrony środowiska i tym, co H&M jako lider na rynku odzieżowym robi z myślą o potrzebach przyszłych pokoleń. O zainteresowaniu klientów akcją świadczy ilość ubrań, które są przynoszone do sklepów H&M. Do tej pory tylko w polskich sklepach firma zebrała ponad 38 ton ubrań, co stanowi niepodważalny dowód, że organizując akcję zbierania odzieży podjęto właściwą decyzję.

Koncept biznesowy H&M to oferowanie mody i jakości za najlepszą cenę. Od czasu założenia w 1947 roku, H&M stała się jedną z największych firm modowych na świecie. Silny system wartości i działanie zgodnie z ideą zrównoważonego rozwoju to fundamenty działalności firmy. Ponad 104 tysiące pracowników H&M tworzy opartą na designie, twórczą i odpowiedzialną, globalną firmę z pasją do mody i ambicją, aby zawsze przekraczać oczekiwania klientów.

Więcej informacji: www.hm.com

IKEA – farmy wiatrowe

Inwestycje w niezależność energetyczną

Celem IKEA, zgodnie ze strategią zrównoważonego rozwoju *People & Planet Positive* ogłoszoną w 2012 roku, jest wyprodukowanie przynajmniej takiej samej ilości energii ze źródeł odnawialnych, jaką sama zużywa do swojej działalności. Oznacza to wytworzenie ilości wystarczającej do pokrycia zapotrzebowania na energię sklepów i innych obiektów należących do Grupy IKEA, takich jak fabryki czy centra dystrybucji.

Obecnie, IKEA Retail - spółka zarządzająca sklepami IKEA w Polsce, posiada trzy farmy wiatrowe w Polsce. Wszystkie znajdują się w województwie podkarpackim.

Farmy wiatrowe i energia słoneczna sposobem na niezależność energetyczną w IKEA

W 2013 roku oficjalnie otwarto trzecią, najnowszą farmę wiatrową IKEA w Polsce. Dla firmy jest to kolejny ważny krok w stronę realizacji założeń strategii zrównoważonego rozwoju. Inwestując w energię odnawialną, producent i sprzedawca mebli oraz artykułów wyposażenia wnętrz może przyczynić się do zmniejszenia emisji CO₂ powstających w procesie produkcji energii. Ważnym celem dla IKEA jest bowiem konsekwentne zmniejszanie własnego wpływu na środowisko i dbałość o planetę, aby wszystkim żyło się lepiej.

Zrównoważony rozwój jest integralną częścią misji IKEA realizowanej na całym świecie. Kolejną z inicjatyw w celu ograniczania emisji CO₂ jest pozyskiwanie energii ze źródeł odnawialnych już z samych budynków należących do Grupy IKEA. Stąd inwestycje w Polsce również w panele słoneczne. Są one wykorzystywane do podgrzewania wody w sklepach IKEA w Gdańsku, Krakowie i Łodzi. Ponadto, łódzki sklep, największa i najnowsza IKEA we Wrocławiu oraz centrum dystrybucyjne w Jarostach, dzięki pompom ciepła korzystają z energii geotermalnej. Rozwiązanie to pozwala ogrzewać zimą i schładzać latem budynki. Zgodnie z założeniami strategii *People & Planet Positive*, IKEA planuje zainwestować 1,5 mld Euro w odnawialne źródła energii na świecie w najbliższych latach.

Poza inwestycjami w odnawialne źródła energii, IKEA podejmuje szereg działań mających na celu zmniejszenie zużycia energii, zarówno w budynkach firmy, jak i w domach klientów, poprzez promowanie energooszczędnych produktów i rozwiązań. Dzięki temu wszyscy mniej zużywają zasoby środowiska, jednocześnie oszczędzając pieniądze. IKEA jest w trakcie wymiany oświetlenia we własnych budynkach na bardziej przyjazne ekologicznie rozwiązania, głównie diody LED, a do 2016 roku planuje także wymianę wszystkich sprzedawanych w sklepach żarówek i lamp na

1,5 mld Euro

IKEA planuje zainwestować globalnie w energię odnawialną

technologię LED. Już dzisiaj, wszystkie urządzenia gospodarstwa domowego oferowane przez IKEA mają klasę energetyczną A lub wyższą.

Korzyści z inwestycji w energię odnawialną

Farma wiatrowa o mocy 26 MW w Rymanowie składa się z 13 turbin wiatrowych i może generować do 61 GWh energii rocznie. Pozostałe dwie farmy, znajdujące się w pobliżu miejscowości Bukowsko i Łęki Dukielskie, mają łączną moc 28 MW i składają się z 14 turbin wiatrowych. Wszystkie trzy farmy wiatrowe mają łączną moc 54 MW i zdolność generowania do 135 GWh energii rocznie. To prawie jedna trzecia dzisiejszego zapotrzebowania energetycznego wszystkich spółek Grupy IKEA w Polsce (w tym grupy produkcyjnej) i 7% zużycia energii firmy na świecie z ostatniego roku (rok finansowy 2012).

IKEA jest innowatorem i ekspertem w zakresie wyposażenia wnętrz, którego celem jest tworzenie lepszego życia na co dzień dla wielu ludzi. Nazwa IKEA to akronim - skrót składający się z pierwszych liter imienia, nazwiska oraz nazw farmy i parafii, z której pochodzi założyciel IKEA (Ingvar Kamprad Elmtaryd Agunnaryd). IKEA jest godną zaufania, stabilną finansowo i stale rozwijającą się firmą. IKEA w Polsce posiada obecnie osiem sklepów, które w roku finansowym 2012 odwiedziło ponad 19 milionów osób. Ponadto, poprzez Inter IKEA Centre Polska, firma zbudowała i zarządza siedmioma parkami oraz centrami handlowymi. W Jarostach koło Piotrkowa Trybunalskiego zlokalizowane jest Regionalne Centrum Dystrybucyjne, które obsługuje sklepy IKEA w Polsce, Czechach, Słowacji, Rumunii, Bułgarii i na Węgrzech. Biuro Zakupów współpracuje z producentami mebli i artykułów wyposażenia wnętrz w regionie Europy Centralnej, dostarczając meble i artykuły wyposażenia wnętrz do sieci IKEA na całym świecie.

Więcej informacji: www.ikea.com/przyszlosc

Grupa LEGO - inwestycje w energetykę wiatrową jako sposób zrównoważenia potrzeb energetycznych

Planet Promise - pozytywne oddziaływanie na świat

Grupie LEGO na co dzień przyświeca jeden cel: dać dzieciom na całym świecie narzędzie do nauki poprzez zabawę. U podstaw tego podejścia leży założenie, iż inspirując i rozwijając ciekawość dzieci, ich kreatywność i wyobraźnię, tworzymy nową wartość zarówno dla nich samych, jak i dla całego społeczeństwa.

W firmie przyjęto cztery obietnice, które wpisują się w system wartości LEGO i podejmowane są starania, aby innowacyjne działania były ich odzwierciedleniem. Jednym z przyjętych zobowiązań jest *Planet Promise*, będące dążeniem do pozostawienia pozytywnego śladu na świecie. LEGO pragnie minimalizować wpływ swojej działalności i produktów na środowisko naturalne, wierząc, że można wyrzucić rzeczywisty wpływ na świat poprzez przekazywanie dzieciom wiedzy na temat zrównoważonego rozwoju i odpowiedzialności za środowisko, ponieważ to one będą budowniczymi jutra. Podejście to mobilizuje firmę do podejmowania działań w zakresie dostaw energii i inwestycji w energetykę wiatrową. Do 2020 roku Grupa LEGO zamierza zaspokoić 100% swoich potrzeb energetycznych energią z odnawialnych źródeł.

Projekt Borkum Riffgrund 1 – farma wiatrowa

Począwszy od 2012 roku i jeszcze przez najbliższe cztery lata, KIRKBI A/S - spółka macierzysta Grupy LEGO zainwestuje ok. 3 mld duńskich koron (400 mln euro) w budowę nowej farmy wiatrowej nieopodal wybrzeży Niemiec. Po zakończeniu konstrukcji obiektu w 2015 roku, KIRKBI A/S będzie właścicielem jednej trzeciej wyprodukowanej przez farmę energii elektrycznej – wygenerowana energia będzie miała moc ponad 25 turbin wiatrowych.

77-turbinowa farma wiatrowa powstanie jako wspólne przedsięwzięcie trzech duńskich firm: DONG Energy, Oticon Foundation za pośrednictwem William Demant Invest oraz KIRKBI A/S. Będzie to największa inwestycja duńskich firm prywatnych w zakresie produkcji energii wiatrowej.

Celem firmy jest wytwarzanie takiej mocy energii odnawialnej, by do 2020 roku móc w ten sposób zaspokoić 100% potrzeb energetycznych Grupy LEGO. Inwestując w projekt turbin wiatrowych u wybrzeży Niemiec, Grupa LEGO będzie w stanie osiągnąć swój cel, ponieważ szacuje się, że farma wiatrowa będzie produkować więcej energii elektrycznej niż wielkość jej całkowitego zużycia przez firmę do roku 2020 włącznie.

W 2020

Grupa LEGO zamierza zrównoważyć swoje potrzeby energetyczne energią pochodzącą w 100% z odnawialnych źródeł

„Ta ogromna inwestycja w energię wiatrową nie jest jednorazowym przedsięwzięciem, ale integralną częścią naszej misji wywierania pozytywnego wpływu na świat. Jesteśmy w podróży, która nigdy się nie kończy, a inwestycje w odnawialne źródła energii to ogromny krok w dobrym kierunku”, mówi Jørgen Vig Knudstorp, CEO Grupy LEGO.

Oprócz inwestycji w odnawialne źródła energii, Grupa LEGO inwestuje również w podniesienie efektywności energetycznej w produkcji o 2,5% w skali roku. W 2010 roku dzięki przeprogramowaniu termostatów udało się obniżyć o 17% zużycie gazu do ogrzewania pomieszczeń w czeskiej fabryce LEGO. Taką oszczędność kosztów udało się osiągnąć mimo zwiększenia przestrzeni fabryki w tym okresie o dodatkową halę produkcyjną, a także podwojenia powierzchni biurowej.

Są też inne pola, na których Grupa LEGO stara się wywrzeć pozytywny wpływ na środowisko. Celem przyświecającym firmie jest wytwarzanie bezpiecznych zabawek przy zerowym zwrocie produktów, a do 2015 roku firma zamierza być jednym z dziesięciu czołowych przedsiębiorstw na świecie pod względem jakości i bezpieczeństwa środowiska pracy. Ponadto, poprzez działalność Fundacji LEGO, firma aktywnie angażuje się w działalność charytatywną na całym świecie.

GRUPA LEGO została założona w 1932 przez Ole Kirk Kristiansena. Firma przeszła z ojca na syna i jest obecnie własnością Kjelda Kirk Kristiansena, wnuka założyciela. Przez 80 lat swojej działalności firma przeszła długą drogę - od małego warsztatu cieśli do nowoczesnego, międzynarodowego przedsiębiorstwa, które jest obecnie trzecim co do wielkości producentem zabawek na świecie.

Więcej informacji: www.lego.com

Radisson Blu - trzy filary Odpowiedzialnego Biznesu

Trzy filary strategii CSR

W ramach strategii odpowiedzialnego biznesu sieci Radisson, wszystkie hotele sieci Radisson Blu w Polsce w tym również Radisson Blu Hotel Kraków oraz hotele w Warszawie, Gdańsku, Szczecinie i we Wrocławiu biorą pod uwagę ekonomiczne, społeczne, etyczne i środowiskowe aspekty podczas podejmowania decyzji w swojej codziennej pracy.

Przyjęta w tym celu, nowa strategia CSR, została zbudowana na trzech filarach. Są nimi:

- **Think Planet** – zmniejszenie negatywnego wpływu na środowisko naturalne. Jest to segment działań zmierzających do maksymalizacji ochrony środowiska. Według jego założeń do roku 2015 wszystkie hotele będą posiadały certyfikaty ekologiczne, a w latach 2012 – 2016 o 25% zmniejszy się zużycie energii elektrycznej. Ponadto, ilość produkowanych odpadów, śmieci i dwutlenku węgla będzie systematycznie minimalizowana.
- **Think People** – odpowiedzialność za zdrowie i bezpieczeństwo pracowników oraz gości. Jest to segment, którego założeniem jest troska o dobro i bezpieczeństwo pracowników, gości i ludzi w otoczeniu hoteli we wszystkich ponad 70 krajach ich działania. Zakłada między innymi zachowanie satysfakcji pracowników na poziomie powyżej 86% oraz wzrost liczby hoteli oferujących produkty „fair trade” do 50% do roku 2016.
- **Think Together** – szanowanie społecznych i etycznych spraw w firmie i w społeczeństwie. Oznacza otwartość na lokalne problemy, działania pomocowe na rzecz lokalnego społeczeństwa. W jego ramach wrzesień jest we wszystkich hotelach sieci Miesiącem Odpowiedzialnego Biznesu i obejmuje najbardziej intensywne akcje w zakresie CSR.

Za wszystkimi realizowanymi w ramach strategii CSR działaniami stoi świadomość istnienia firmy w określonym środowisku i otoczeniu społecznym, które na co dzień borykają się z różnymi problemami. Jednocześnie goście i firmy coraz częściej kierują się przy wyborze hotelu i partnera biznesowego względami CSR, co w dużej mierze wpływa na ich intensywniejsze działania w tym zakresie.

Korzyści z wdrażania ekologicznych rozwiązań

Zbudowanie strategii CSR na tych trzech istotnych filarach dało możliwość hotelom Radisson Blu budowania wizerun-

o 25%
planowane jest zmniejszenie
zużycia energii elektrycznej dzięki
wprowadzeniu nowej strategii CSR

ku firm odpowiedzialnych społecznie, zaangażowanych w problemy lokalne i minimalizujących negatywny wpływ na środowisko naturalne. Takie podejście wychodzi na przeciw oczekiwaniom gości i partnerów, a także powoduje częstsze wybieranie marki jako miejsca noclegów, organizacji spotkań, konferencji i dostawcy usług. Zaangażowanie w zagadnienia z zakresu CSR wzbudza zainteresowanie mediów – np. Radisson Blu Hotel Kraków został ogłoszony przez magazyn Forbes zwycięzcą pierwszej edycji konkursu *Liderzy Zrównoważonego Rozwoju*.

Stosowanie i stopniowe poszerzanie rozwiązań z zakresu *Think Planet* – tj. systemy zarządzania budynkiem BMS, stosowanie żarówek energooszczędnych, perlatory i ograniczniki przepływu wody, czujniki ruchu na zapleczkach, czujniki zmiernicze na zewnątrz, wyłączanie z użycia piętrowych lub stref na których nie przebywają goście, wyłączniki zasilania na kartę w pokojach, czy minimalizowanie odpadów produkowanych przez kuchnie – długofalowo daje realne oszczędności w zużyciu energii elektrycznej i wody.

W Polsce działa sześć hoteli **RADISSON BLU** – w Krakowie, Wrocławiu, Szczecinie, Gdańsku oraz dwa w Warszawie. Ich liczba przekracza już 270 w ponad 70 krajach świata, a kolejne są w trakcie realizacji. To najszybciej rosnąca sieć hoteli na świecie. Tak wielka liczba nie przeszkadza w identyfikowaniu się pojedynczym hotelom z lokalną społecznością i zaangażowaniu w lokalne problemy. Wręcz przeciwnie – zmusza do świadomego bycia ich częścią.

Więcej informacji: www.radissonblu.com

ROCKWOOL - Kampania informacyjna

Szóste paliwo

Oszczędność energii jako szóste źródło energii

Szóste paliwo jest kampanią informacyjną mającą na celu zwiększenie świadomości społecznej i zrozumienia zagadnień związanych z efektywnością energetyczną budynków. Oprócz pięciu powszechnie znanych źródeł energii (gaz, ropa naftowa, węgiel, źródła odnawialne, energia jądrowa), firma ROCKWOOL zwraca uwagę na szóste: oszczędność energii. Rozwiązanie to jest łatwo dostępne, opłacalne i przyjazne dla środowiska. Celem kampanii jest ocena zrozumienia zagadnień związanych z efektywnością energetyczną i ukazanie potencjału oszczędności energii w budynkach (związanego z ograniczeniem utraty ciepła).

Kampania skierowana jest do opinii publicznej (poprzez raporty i działania PR), decydentów (poprzez seminaria i konferencje) i przyszłych ekspertów w zakresie budownictwa (poprzez współpracę edukacyjną ze szkołami średnimi i wyższymi).

Kampania rozpoczęła się w 2007 roku. Jej głównym celem było uświadomienie społeczeństwu, że budynki odpowiadają za duży odsetek zużywanej energii, i że budownictwo powinno odgrywać istotną rolę w kształtowaniu polityki energetycznej państwa. Raporty przygotowane w trakcie kampanii dowodzą, że przeciętna osoba uważa energię elektryczną (światło) za główne źródło zużycia energii; tymczasem, to ogrzewanie odpowiada za zużycie ponad 70% energii w budynkach. Domy jednorodzinne stanowią najliczniejszą grupę nowych budynków w Polsce, dlatego też kampania koncentruje się na tym obszarze, pokazując związki pomiędzy efektywnością energetyczną budynku a kosztami użytkowania, ponieważ te argumenty przemawiają bardziej do inwestorów i mogą przekonać ich do podjęcia odpowiednich decyzji przed rozpoczęciem procesu budowy. Jednym z głównych celów kampanii jest uświadomienie zużycia energii w budynkach i jego przyczyn (utrata ciepła z powodu słabej izolacji budynków, mało energooszczędne okna/drzwi i nieodpowiednia wentylacja).

Ukazując korzyści ekonomiczne płynące z efektywności energetycznej dla potencjalnych inwestorów, kampania wskazuje również wielowymiarowe korzyści wynikające ze zmian przepisów budowlanych w zakresie efektywności energetycznej. Kampania jest w toku, a jej drugi etap skupia się przede wszystkim na edukacji. Obok szerokiej opinii publicznej, grupą docelową są studenci i uczniowie. Celem podejmowanych działań jest przygotowanie ich na potrzeby rynku, zaznajomienie z nowymi trendami w budownictwie i przepisami.

Zwiększenie świadomości i zmniejszenie zapotrzebowania na energię

Przez pięć lat trwania kampanii udało się zwiększyć świadomość społeczną w zakresie efektywności energetycznej budynków we wszystkich grupach docelowych. Inwestorzy i właściciele domów zaczęli bliżej przyglądać się efektywno-

2000

publikacji ukazało się w mediach na temat kampanii i efektywności energetycznej

ści energetycznej budynków już na etapie projektowania, ponieważ jest to doskonały moment na podejmowanie decyzji służących redukcji zużycia energii, a co za tym idzie również kosztów. Ponadto, pomimo braku zmian w przepisach budowlanych w tym okresie, średnie zapotrzebowanie na energię domu jednorodzinne zmniejszyło się o 10-12%. Nie pozostaje to bez wpływu na rynek budowlany, gdzie obserwuje się zwiększenie popytu na technologie redukujące straty energii i ciepła (izolacje, okna, drzwi). Grubość izolacji ścian zewnętrznych wzrosła w ciągu 4 lat średnio z 10 do 12 cm.

Podczas pierwszego etapu kampanii pojawiło się ponad 2000 publikacji (zarówno prasowych, jak i internetowych) na temat kampanii i efektywności energetycznej związanej z oszczędnością energii. Instytucje rządowe zaczęły dostrzegać potencjał domów jednorodzinnych w procesie redukcji emisji CO₂ (m.in. Narodowy Fundusz Ochrony Środowiska i Gospodarki Wodnej), jak również stworzono system dofinansowania energooszczędnych budynków jednorodzinnych.

Badania potwierdziły, że świadomość w zakresie efektywności energetycznej i jej korzyści rośnie. W sondażu przeprowadzonym w 2013 roku respondenci ocenili, że ogrzewanie jest odpowiedzialne za 20% zużycia energii (w poprzednich badaniach większość respondentów oceniła zużycie energii w procesie ogrzewania poniżej 20%). Jednakże wciąż świadomość ta jest niepełna.

Kampania została nagrodzona *Green Apple Award*, która wyróżnia i promuje najlepsze praktyki środowiskowe na świecie.

ROCKWOOL POLSKA Sp. z o. o., należąca do Grupy ROCKWOOL - światowego lidera wśród producentów wełny skalnej - jest dostawcą produktów, systemów i rozwiązań poprawiających efektywność energetyczną budynków, ich właściwości akustyczne i bezpieczeństwo pożarowe. ROCKWOOL produkuje szeroką gamę wyrobów z wełny mineralnej stosowanych do termicznej, akustycznej i przeciwpożarowej izolacji budynków mieszkalnych i niemieskalnych oraz instalacji technicznych. Wszystkie produkty z wełny skalnej ROCKWOOL zapewniają doskonałą izolację termiczną i poprawiają akustykę budynków, a zarazem są niepalne, co zwiększa odporność ogniową budynków.

Więcej informacji: www.rockwool.pl

Ruukki - energooszczędne rozwiązania ze stali dla lepszego życia, pracy i przemieszczania się

Innowacyjne rozwiązania

Efektywność energetyczna stanowi integralną część produktów i innowacji firmy Ruukki. Wdrażając to podejście firma dopracowuje koncepcje konstrukcji budynków biurowych o niskim lub zerowym zużyciu energii oraz koncepcje nowych technologii budowlanych. Produkty oszczędzają energię lub wykorzystują energię odnawialną. Dla branży budowlanej przeznaczone są zaawansowane rozwiązania ze stali, które zwiększają efektywność obiektów przemysłowych, handlowych, rolniczych lub biurowych w całym okresie eksploatacji. Są to:

- **System płyt Ruukki® energy** - szczelna obudowa składająca się z płyt energooszczędnych, zestawu akcesoriów oraz zintegrowanego systemu okiennego. System płyt Ruukki® energy pozwala zmniejszyć koszty ogrzewania aż do 35% w porównaniu do konstrukcji tradycyjnych. Mniejsze zużycie energii oznacza także mniejsze emisje CO₂. System dostarczany jest wraz z gwarancją szczelności zapewniającą uzyskanie wymaganego poziomu szczelności lub zwrot pieniędzy. Dodatkowo, specjalne symulacje energii umożliwiają ogólną analizę łącznego zużycia energii przez budynek i pomagają w optymalizacji jego efektywności energetycznej, identyfikując kluczowe czynniki wpływające na poziom efektywności. Energooszczędne płyty montowane są przez certyfikowanych partnerów Ruukki.
- **System Ruukki Liberta™ solar** - fasada solarna opracowana przez Ruukki to w pełni zintegrowany system fotowoltaiczny przekształcający promienie słoneczne w energię. System składa się z pokrytych laminatem PV modułów solarnych, które można łatwo łączyć ze sobą. Niewidoczne okablowanie i cienkie, 8-mm łączenia tworzą całkowicie przeszkloną fasadę, nadającą budynkowi nowoczesny wygląd. Ruukki Liberta™ solar to doskonały sposób wykorzystania powierzchni obiektu do produkcji energii, zwłaszcza w ciasnej przestrzeni miejskiej z niewielką ilością dostępnego terenu. Najważniejszy aspekt fasady solarnej stanowi jej zrównoważenie ekologiczne.
- **Panel Ruukki® solar** - kolejnym przykładem reakcji Ruukki na rosące zainteresowanie energią odnawialną jest panel solarny, stanowiący dodatkowy system mocowany na płytach energooszczędnych Ruukki w celu efektywnej kosztowo konwersji światła słonecznego w energię. Panel Ruukki® solar tworzy kompletny pakiet montażowy obejmujący wszystkie niezbędne komponenty, od modułów solarnych po falownik, składający się z 14 modułów z blachy trapezowej pokrytej laminatem PV. Moduły monto-

do 35%

można obniżyć koszty ogrzewania dzięki systemowi płyt Ruukki® energy

wane są bezpośrednio na okładzinach płyt warstwowych Ruukki za pomocą łączników samowierzących.

Efektywność energetyczna podstawą umocnienia pozycji międzynarodowej

W Ruukki efektywność energetyczna postrzegana jest jako szansa pomagająca umocnić pozycję rynkową w krajach skandynawskich i bałtyckich, w Rosji, Europie Środkowo-Wschodniej i pozostałych krajach europejskich. Krótko- i długoterminowe inwestycje budowlane są optymalizowane, a wszystko, co oferuje firma, ma na celu efektywność energetyczną. Ruukki jest zaangażowane w cały proces eksploatacji budynku, od etapu projektowania i budowy aż do ponownego wykorzystania lub recyklingu materiałów ze stali.

Oszczędność energii i kosztów dzięki Ruukki

Rozwiązania oferowane przez Ruukki przynoszą wymierne oszczędności energii i kosztów dzięki zmniejszeniu ilości tradycyjnej energii potrzebnej do ogrzania lub wentylacji obiektu. Zastosowanie zaawansowanych technologii energooszczędnych pomaga w uzyskaniu punktów do certyfikatów LEED i BREEAM, co podnosi wartość nieruchomości. Nacisk na efektywność energetyczną pozwala deweloperom, inwestorom i właścicielom budynków spełnić, a nawet wyprzedzić coraz surowsze wymagania i przepisy energetyczne. Firma Ruukki promuje zrównoważone budownictwo i oferuje rozwiązania pomagające zmniejszyć negatywny wpływ na środowisko.

RUUKKI POLSKA Sp. z o.o. należy do fińskiego koncernu Rautaruukki, specjalizującego się w produkcji stali i stalowych produktów budowlanych. Koncern zatrudnia ok. 9000 pracowników i dysponuje rozległą siecią dystrybucji w blisko 30 krajach, m.in. w Skandynawii, Rosji i pozostałych krajach Europy oraz na rynkach wschodzących takich jak Indie, Chiny i Ameryka Płd. W 2012 r. obroty netto wyniosły 2,8 mld euro. Rautaruukki notowana jest na Helsińskiej Giełdzie Papierów Wartościowych NASDAQ OMX (Rautaruukki Oyj: RTRKS).

Więcej informacji: www.ruukki.pl

STENA EkoStacja - pierwsza stacja recyklingu dla mieszkańców Warszawy

Rola innowacyjnego recyklingu

Stena Recycling jest wiodącą firmą recyklingową, oferującą usługi kompleksowej gospodarki odpadami oraz usługi ochrony środowiska dla przemysłu i biznesu. Jako ekspert w dziedzinie ochrony środowiska i gospodarki odpadami, firma poważnie traktuje swoją rolę w edukacji ekologicznej, mającej na celu realizację wizji polegającej na zmianie sposobu pracy i życia Polaków poprzez innowacyjne rozwiązania w zakresie recyklingu.

Idea Ekostacji

Każdy Warszawiak produkuje przeciętnie 320 kg odpadów rocznie, a co najmniej 80% z nich można poddać recyklingowi! Wraz ze wzrostem świadomości ekologicznej, coraz więcej osób szuka możliwości sortowania odpadów i poddawania ich recyklingowi. Brak odpowiedniej infrastruktury nie zachęca jednak mieszkańców do podejmowania takich starań. Z tego powodu, Stena Recycling postanowiła otworzyć EkoStację - pierwszą stację recyklingu w Warszawie. Inwestycja Stena umożliwiła mieszkańcom Warszawy i okolicznych terenów recykling lub utylizację ponad 40 rodzajów odpadów. Wszystkie surowce (butelki PET, puszki, makulatura), odpady elektroniczne (RTV i AGD, telefony, świetlówki, komputery) oraz wielkogabarytowe (meble, złom, opony), a także odpady niebezpieczne (tonery, baterie, akumulatory, aerozole) mogą być dostarczone do EkoStacji bezpłatnie i zostaną poddane recyklingowi lub przetworzone zgodnie z obowiązującymi normami i zasadami. Niechciana odzież przekazana jest Polskiemu Czerwonemu Krzyżowi.

Inwestycjom w infrastrukturę towarzyszą programy edukacyjne. W specjalnie zaprojektowanym salonie w STENA EkoStacji pojęcie recyklingu jest wyjaśniane zainteresowanym na konkretnych przykładach. We współpracy z IKEA, przedstawiane są również proste pomysły na przyjazne dla środowiska rozwiązania do zastosowania w domu. Celem tych działań jest motywowanie społeczeństwa do bardziej świadomego postępowania na co dzień i odpowiedzialnego zarządzania zasobami, np. poprzez prawidłową segregację odpadów lub wykorzystanie materiałów pochodzących z recyklingu, czy też oszczędności energii dzięki instalacji żarówek LED. Aby zachęcić dzieci do recyklingu i sortowania, Stena opracowała aplikację internetową: grę Recycle Drop dostępną online oraz w trakcie wizyt w STENA EkoStacji.

STENA EkoStacja została zbudowana w oparciu o najlepsze skandynawskie doświadczenia w zakresie organizacji

500 ton
surowców wtórnych dostarczone
do EkoStacji

i prowadzenia punktów zbiórki odpadów. Jest to proste rozwiązanie, mające jednak ogromny wpływ społeczny. Stacja działa pod patronatem Ambadora Szwecji Staffana Herrströma.

Korzyści z wprowadzonych rozwiązań i wzrost świadomości

Warszawiacy udowadniają, że potrafią i chcą dbać o środowisko naturalne. Placówkę otwarto w czerwcu 2012 roku, a w listopadzie 2013 w Stena EkoStacji odnotowano dwudziestotysięczną wizytę. Dynamiczny wzrost liczby odwiedzin obserwowany jest z miesiąca na miesiąc. Rekord padł w sierpniu, kiedy średnio każdego dnia stację odwiedzało 70 klientów! W ciągu ostatnich 10 miesięcy Stena zebrała ponad 500 ton surowców wtórnych dostarczonych do EkoStacji.

STENA RECYCLING działająca w ramach Stena Recycling International jest częścią Stena Metall Group, wiodącej firmy recyklingowej, oferującej usługi kompleksowej gospodarki odpadami oraz usługi ochrony środowiska. Stena gromadzi i przetwarza wszystkie rodzaje odpadów: papier, tworzywa sztuczne, metale żelazne i nieżelazne, złom i odpady niebezpieczne. Jest europejskim liderem w zakresie recyklingu elektroniki. Stena Recycling działa w Polsce od 2001 roku i obecnie posiada 21 biur w całym kraju. Każdego roku przetwarza 700 tysięcy ton odpadów wytwarzanych w działalności gospodarczej i przemyśle. W 2012 roku Stena Recycling otworzyła pierwszą stację recyklingu w Warszawie - STENA EkoStację, która została nagrodzona w Raporcie *Odpowiedzialny Biznes w Polsce*.

Więcej informacji: www.stenarecycling.pl,
www.stenaekostacja.pl

Tetra Pak - gospodarka leśna i FSC®

Współpraca Tetra Pak z FSC® i WWF

Tetra Pak®, jako producent kartonowych opakowań do płynnej żywności, których głównym komponentem jest papier - wybrał certyfikat FSC® (Forest Stewardship Council® - międzynarodowa organizacja promująca odpowiedzialne gospodarowanie zasobami leśnymi świata). Certyfikat FSC gwarantuje, że wykorzystywany przez Tetra Pak surowiec pochodzi z certyfikowanych i właściwie zarządzanych lasów.

Uczestnicząc w projekcie WWF *Climate Savers* firma Tetra Pak postawiła sobie za cel ograniczenie emisji CO₂ w 2010 roku o 10% w porównaniu do 2005 roku przy jednoczesnym zwiększaniu produkcji. Poprzez oszczędność energii oraz zwiększone wykorzystanie źródeł energii odnawialnej, Tetra Pak w latach 2005-2010 ograniczyła całkowitą emisję CO₂ o 12,9%, znacznie przekraczając wyznaczony cel. W tym samym okresie produkcja firmy wzrosła o ponad 23%. Kolejny cel to utrzymanie w 2020 roku emisji na poziomie z 2010 roku, przy jednoczesnym wzroście produkcji na poziomie 5% rocznie.

Akcja Posadź drzewo dobrym zakupem

W 2006 roku Tetra Pak®, pragnąc udokumentować, że chroni to, co dobre, zainicjował akcję sadzenia drzew na terenie polskich parków narodowych. Kolejnym etapem było włączenie w akcję internautów. Mechanizm był prosty: internauci na stronie *Posadź drzewo dobrym zakupem* mogli sadzić swoje wirtualne drzewka i obserwować jak rosną. Tetra Pak za każde wirtualne drzewko zobowiązał się posadzić jedno prawdziwe. W ten sposób posadzono blisko 600 000 drzew na terenie Wielkopolskiego, Kampinoskiego, Bieszczadzkiego i Ojcowskiego Parku Narodowego oraz w Parku Narodowym Gór Stołowych.

Co ważne – drzewa sadzone były według zasady zrównoważonego rozwoju, z uwzględnieniem bieżących potrzeb lokalnych ekosystemów – tam, gdzie jest to niezbędne i zgodne z planami parków narodowych.

Każdej edycji akcji *Posadź drzewo...* towarzyszył też konkurs adresowany do młodzieży szkolnej lub internautów. Młodzi ludzie mieli szansę poznać trudne zagadnienia ekologiczne w atrakcyjny i przystępny sposób.

W czerwcu 2013 roku Tetra Pak wspólnie z FSC oraz Fundacją WWF Polska w ramach portalu *Posadź drzewo dobrym zakupem* przygotował konkurs *Gadżety dla planety*, skierowany dla osób interesujących się ekologią i wzornictwem.

600 000

drzew posadzono na terenach parków
narodowych dzięki kampanii
Posadź drzewo dobrym zakupem

Celem konkursu było promowanie idei FSC oraz popularyzacja wiedzy na temat ochrony lasów poprzez właściwe wybory konsumenckie. Zadanie konkursowe polegało na stworzeniu projektu modnego eko-gadżetu, który wśród ekologicznie świadomych internautów wyznaczy modę na zachowania promujące ideę FSC.

Nowa odsłona serwisu *Posadź drzewo...* to nie tylko konkurs, ale przede wszystkim źródło wiedzy na temat koncepcji i zasad działania FSC, odpowiedzialnego zarządzania lasami i porad, w jaki sposób konsument, poprzez właściwe wybory może chronić to, co w przyrodzie najcenniejsze.

Wyniki kampanii

Od czasu włączenia internautów w akcję sadzenia drzew (marzec 2010) posadzono około 150 000 wirtualnych drzewek. Stronę odwiedziło 1,5 miliona unikalnych użytkowników (ponad 4 miliony wizyt). Dzienny rekord wyniósł 76 940 wizyt, co dla kampanii typu CSR jest imponujące. Średni czas przebywania na stronie to 3,5 minuty i odwiedzin sześcioro podstron. Akcja miała 14 000 fanów na Facebooku.

TETRA PAK to światowy lider w zakresie przetwarzania i pakowania płynnej żywności. W ścisłej współpracy z klientami oraz dostawcami, firma dostarcza bezpieczne, innowacyjne oraz przyjazne środowisku produkty, które każdego dnia zaspokajają potrzeby setek milionów ludzi w ponad 170 krajach na całym świecie. Tetra Pak zatrudnia ponad 23 000 osób w 82 oddziałach i 42 fabrykach. Firma wierzy w odpowiedzialne podejście do roli lidera branży oraz ideę zrównoważonego rozwoju w biznesie. Motto firmy **CHRONI TO, CO DOBRE** odzwierciedla dążenia Tetra Pak do tego, aby żywność była bezpieczna i wszędzie dostępna.

Więcej informacji: www.tetrapak.com

TransCargo – działania na rzecz zmniejszenia wpływu na środowisko naturalne i ograniczenia emisji CO₂

Plan zmniejszenia emisji CO₂ oraz Plan zmniejszenia wpływu na środowisko naturalne

TransCargo to odpowiedzialny członek społeczności lokalnej. Aby stać się nie tylko odpowiedzialnym operatorem logistycznym, ale i etycznym oraz dbającym o środowisko naturalne partnerem w biznesie, firma opracowała *Plan zmniejszenia emisji CO₂* dla swoich czołowych przewoźników oraz *Plan zmniejszenia wpływu na środowisko naturalne*. W ramach opracowanych planów, firma stosuje zasadę małych kroków: poprzez uświadamianie pracownikom znaczenia ochrony środowiska, TransCargo przyczynia się także do wzrostu świadomości ekologicznej lokalnej społeczności. Plany są całościowym podejściem, w ramach którego firma prowadzi kilka działań takich jak:

- Projekt *Elektrośmieci*, polegający na comiesięcznej zbiórce zużytych świetlówek, baterii i zużytych sprzętów elektrycznych i elektronicznych, które są przynoszone z gospodarstw domowych pracowników (w 2014 roku projekt zakłada zbiórkę również od lokalnej społeczności). Dodatkowo firma prowadzi także szkolenia pracowników dotyczące rozwoju świadomości ekologicznej (selektywna zbiórka śmieci, ekologiczne drukowanie, ograniczanie zużycia prądu i wody itp.)
- Weryfikacja podwykonawcy - nowi przewoźnicy są zobowiązani do wypełnienia formularza dotyczącego wielu zagadnień, między innymi ekologii taboru i przedsiębiorstwa. U czołowych podwykonawców raz na 12 miesięcy przeprowadzane są audyty w celu monitorowania postępów i ewentualnych działań naprawczych. Celem audytów jest nie tylko identyfikacja niezgodności, ale i udoskonalanie działań pro-środowiskowych. Kontrahent uznany za potencjalnie wysoce szkodliwego dla środowiska naturalnego, zdrowia lub bezpieczeństwa pracowników nie może być podwykonawcą w firmie.
- Objęcie czołowych przewoźników planem zmniejszenia emisji CO₂ przy wspólnym ustalaniu celów na najbliższe lata, aby zmniejszyć emisję dwutlenku węgla.

30%

mniej papieru jest zużywane dzięki drukowaniu dwustronnym w TransCargo

Korzyści z podejmowanych działań

TransCargo jest postrzegane jako firma dbająca o środowisko naturalne. W wyniku wdrożonego planu zmniejszania emisji czołowi przewoźnicy zużywają mniej paliwa i redukują koszty bezpośrednie. Do wymiernych korzyści wprowadzonego planu zaliczyć można również mniejsze zużycie papieru, energii elektrycznej oraz miejsca przeznaczonego na archiwum. Ze statystyk firmy wynika, że drukując dwustronnie firma zużywa 30% papieru mniej, tym samym redukując koszty biurowe. Efektem prowadzonej polityki są bardziej świadomi ekologicznie pracownicy, którzy poza pro-ekologicznym działaniem w pracy, przenoszą nowe nawyki na życie prywatne.

TRANSCARGO jest duńskim operatorem logistycznym zajmującym się transportem drogowym. W Polsce działa od 1997 roku, zatrudniając ponad 100 specjalistów spedycji. Firma specjalizuje się w transporcie między Skandynawią i Polską (ładunki całopojazdowe, linia drobnicowa, naczepy typu plandeka i chłodnia). Flota TransCargo to 400 naczep i dziesiątki wyselekcjonowanych podwykonawców.

Więcej informacji: www.transcargo.pl

VELUX – bezpaletowy system pakowania i transportu okien CUBE

Ekologicznie, oszczędnie, efektywnie

VELUX od lat prowadzi politykę chroniącą środowisko i inwestuje w rozwiązania ekologiczne. Odpowiedzialność za otoczenie jest głęboko zakorzeniona w systemie wartości firmy VELUX oraz założeniach bycia firmą modelową. System CUBE to jeden z projektów mających na celu wzrost efektywności produkcji i ograniczenie emisji CO₂ w Grupie VELUX, jak również zapewnienie jak najlepszego wykorzystania zasobów pod względem zużywanej energii oraz materiałów.

CUBE to ekologiczny, bezpaletowy system pakowania i transportu okien. Opiera się na prostej koncepcji zmiany sposobu pakowania okien. Zamiast układać je na drewnianych paletach, okna są sklepane po 7 lub 14 sztuk specjalnym środkiem na bazie wody. Taki zestaw jest następnie oklejany folią. Konstrukcja przyjmuje kształt stabilnego sześcianu i stąd też pochodzi jego angielska nazwa CUBE (sześćcian).

Realne korzyści z podejmowanych działań

Głównym miernikiem korzyści wynikających z zastosowania proekologicznego systemu pakowania okien CUBE jest redukcja emisji CO₂ podczas transportu oraz oszczędność paliwa i redukcja liczby przejazdów samochodów transportowych. Pod uwagę brana jest też uzyskana powierzchnia magazynowa w zakładach produkcyjnych VELUX oraz w pojazdach transportujących okna. Mierzony jest również poziom oszczędności drewna potrzebnego do produkcji palet oraz redukcja zasobów koniecznych do zarządzania paletami.

Dzięki CUBE w jednym transporcie przewożonych jest więcej okien niż przy użyciu palet. Potrzebnych jest więc mniej transportów, co przekłada się na oszczędność paliwa, a tym samym na redukcję CO₂. Ma to znaczne konsekwencje dla środowiska, ponieważ w skali roku zmniejsza

2,5 mln km
zaoszczędzonych rocznie w transporcie
dzięki systemowi CUBE

łącznie liczbę przebytych kilometrów o ok. 2,5 miliona. Oszczędność paliwa stanowi równorzędność 800 000 litrów ropy naftowej, którą zużywa się na transport gotowych produktów do odbiorców oraz na powrót z paletami. W skali europejskiej oznacza to ograniczenie emisji CO₂ o 2 000 ton rocznie.

Dodatkową korzyścią jest ograniczenie możliwości uszkodzenia gotowych produktów, które nie muszą być ręcznie pakowane. Poprawie ulegają kwestie BHP ponieważ do przenoszenia sześciaków potrzeba dużo mniej ręcznych wózków.

VELUX jest jedną z najsilniejszych marek na światowym rynku materiałów budowlanych. Oferta firmy obejmuje okna do poddaszy oraz świetliki wraz z rozwiązaniami przeznaczonymi do płaskiego dachu, jak również różnego rodzaju rolety, żaluzje, a także panele solarne. Grupa VELUX posiada swoje fabryki w 11 krajach, a przedstawicielstwa handlowe w blisko 40 krajach. W Polsce, w 3 fabrykach i spółce handlowej zatrudnionych jest ponad 1520 osób.

Więcej informacji: www.velux.pl

Volvo Trucks - *The Drivers' Fuel Challenge*

Zaangażowanie na rzecz ochrony środowiska naturalnego

Volvo Trucks przywiązuje wielką wagę do kwestii ekonomiki paliwowej jako sposobu na zapewnienie znacznych oszczędności, zarówno dla klientów jak i środowiska naturalnego. Dlatego firma prowadzi bezustannie prace nad rozwojem nowych produktów i usług ukierunkowanych na oszczędność paliwa. Pod hasłem *Liczy się każda kropla* firma wciąż poszukuje nowych sposobów na uczynienie swoich samochodów ciężarowych oszczędniejszymi i bardziej przyjaznymi dla środowiska. Jednak zaangażowanie Volvo Trucks na rzecz ochrony środowiska nie ogranicza się jedynie do samochodów ciężarowych. Równie ważnym aspektem w działającej w sposób zrównoważony firmie jest produkcja. Nadrzędnym celem firmy jest osiągnięcie stanu, w którym cały proces produkcji: od fabryk do dealerów, będzie procesem zrównoważonym. Jako pierwsza firma Volvo Trucks zbudowała fabrykę neutralną pod względem emisji CO₂, a lakiernia w Umeå szczyty się najniższą w branży emisją rozpuszczalników do atmosfery. Firma pracuje również nad redukowaniem emisji CO₂ przez swoich dealerów. W ciągu następnych kilku lat działania te zostaną przeniesione na poziom globalny, by objąć nimi jak największy zakres produkcji.

The Drivers' Fuel Challenge – zaangażowanie kierowców w paliwooszczędną jazdę

Bez względu na poziom technologicznego zaawansowania pojazdów, kluczowy wpływ na ekonomikę paliwową ma w dalszym ciągu kierowca – tylko on jest w stanie do maksimum wykorzystać możliwości pojazdu i każdą kroplę paliwa. Nie od dzisiaj wiadomo, że nic tak nie mobilizuje do osiągania dobrych wyników jak rywalizacja. Mając tego świadomość Volvo Trucks organizuje konkurs *The Drivers' Fuel Challenge* - jest to inicjatywa, która powstała w 2011 roku. Pierwsza edycja objęła zasięgiem cały świat. Przez dwa kolejne lata jest kontynuowana w ramach Rynku Europy Centralno – Wschodniej Volvo Trucks. Rywalizacja jest otwarta dla wszystkich kierowców zawodowych bez względu na ich wiek oraz marki pojazdów, jakimi na co dzień jeżdżą.

3200

kierowców wzięło udział w konkursie
The Drivers' Fuel Challenge w 2013 roku

Celem konkursu jest podkreślenie roli kierowcy w kształtowaniu ekonomiki paliwowej w transporcie drogowym. Konkurs polega na maksymalnie ekonomicznym przejechaniu wyznaczonej trasy konkursowej. Wygrywa kierowca, który osiągnie najniższe średnie zużycie paliwa w zadanym czasie. Kierowca, który osiągnie najniższe średnie zużycie paliwa, wygrywa samochód osobowy Volvo V40.

O ogromnym zainteresowaniu z jakim spotkała się inicjatywa Volvo Trucks najlepiej świadczą liczby. Do rywalizacji podczas tegorocznej edycji stanęło 3 200 kierowców z całego Rynku CEE, z czego aż 764 kierowców z Polski. Polacy wyznaczają trendy, także w tej dziedzinie. W roku 2012 zwycięzcą konkursu w ramach Rynku CEE został Polak, Paweł Ozimek z firmy EPO-Trans S.A., osiągając na odcinku finałowym zużycie paliwa 22,2 l/100 km. Tegoroczny polski mistrz ekonomicznej jazdy, Stanisław Mierzejewski, zajął trzecie miejsce w finale CEE.

Koncern **VOLVO TRUCKS** jest częścią Grupy Volvo, jednego z czołowych światowych producentów samochodów ciężarowych, autobusów, maszyn budowlanych oraz morskich i stacjonarnych układów napędowych. Grupa Volvo dostarcza również kompletne rozwiązania finansowe i serwisowe. Kluczowymi wartościami Volvo są jakość, bezpieczeństwo i troska o środowisko naturalne.

Więcej informacji: www.volvotrucks.com

III. Informacja o partnerach projektu



Skandynawsko-Polska Izba Gospodarcza (SPCC) jest jedną z największych izb gospodarczych w Polsce – obecnie zrzesza blisko 350 członków. Jest to stowarzyszenie ludzi biznesu stworzone przez i dla przedsiębiorców związanych ze Skandynawią lub zainteresowanych tym regionem. Główna siedziba SPCC znajduje się w Warszawie, ale organizacja jest aktywna na terenie całego kraju poprzez przedstawicieli regionalnych obecnych w Poznaniu, Trójmieście, Krakowie, Szczecinie i we Wrocławiu. Izba oferuje swoim członkom możliwość udziału w różnorodnych spotkaniach biznesowych takich jak business mixery, seminaria, spotkania tematycznych komitetów branżowych, konferencje oraz śniadania biznesowe, na które zapraszani są czołowi przedstawiciele świata ekonomii oraz polityki. Członkostwo w Izbie to możliwość nawiązywania kontaktów z elitarną grupą osób zarządzających prężnymi firmami skandynawskimi i polskimi, to także źródło inspiracji dla każdego menadżera dążącego do rozwoju swojej firmy. W 2014 roku Izba obchodzi 10 lecie.



PwC jest czołową globalną organizacją świadczącą profesjonalne usługi doradcze oparte na wiedzy ponad 169 tysięcy pracowników w 158 krajach. Budujemy relacje z klientami, świadcząc pełen zakres usług doradztwa podatkowego i prawnego, doradztwa biznesowego oraz usług audytorskich. PwC posiada zarówno zespoły branżowe, jak i specjalizujące się w poszczególnych typach usług. To od potrzeb klienta zależy, jaki będzie ostateczny skład zespołu ekspertów, który zaangażuje się w zarekomendowanie rozwiązań opracowanych specjalnie dla jego firmy. Stworzona w ten sposób interdyscyplinarna grupa podchodzi do zagadnienia wszechstronnie i kompleksowo.

Szczególną częścią oferty PwC jest doradztwo z zakresu zrównoważonego rozwoju i odpowiedzialnego biznesu zapewniane przez sieć 1000 polskich i zagranicznych ekspertów specjalizujących się w tym obszarze od ponad 20 lat.

Innowacyjność to także ważny obszar, w którym PwC wspiera swoich klientów. Nasza firma brała udział w wielu projektach mających na celu opracowanie strategii rozwoju nowych produktów i usług. Niezależnie od branży i zakresu pracy, zawsze cieszy nas biznesowy sukces rozwiązań, które wypracowujemy wspólnie z klientem.



Fortum jest fińską firmą energetyczną – jednym z największych producentów i dystrybutorów energii elektrycznej w krajach nordyckich. Jest też czwartym co do wielkości producentem ciepła na świecie. Poza Finlandią, Szwecją i Norwegią, inwestycje spółki ulokowane są także w krajach bałtyckich, Polsce oraz Rosji. Inwestycje Fortum łączą w sobie poprawę efektywności energetycznej oraz ograniczanie emisji szkodliwych substancji. W Polsce Fortum należy do liderów branży elektrociepłowniczej, zatrudniając blisko 700 osób głównie w 7 lokalizacjach na terenie kraju. Należąca do firmy elektrociepłownia w Częstochowie jest jednym z najnowocześniejszych zakładów tego typu w tej części Europy. Poza produkcją energii elektrycznej oraz ciepłej z wysokosprawnych źródeł, Fortum jest również dystrybutorem ciepła. Łączna długość sieci ciepłowniczych należących do firmy w Polsce wynosi ponad 700 kilometrów.

SKANSKA

Skanska Property Poland jest innowacyjnym deweloperem ekologicznych budynków biurowych, które tworzą przyjazne środowisko dla rozwoju biznesu. Firma działa w Polsce od 1997 roku i jest częścią Grupy Skanska, światowego lidera w dziedzinie architektury i budownictwa. Projekty Skanska Property Poland to najwyższej jakości, prestiżowe powierzchnie biurowe w doskonałych lokalizacjach, zapewniające najemcom sukces w biznesie i satysfakcję. Inwestycje zrealizowane przez firmę to pierwsze budynki biurowe w Polsce, które otrzymały certyfikat UE Green Building: Deloitte House i Marynarska Point w Warszawie oraz Pasaż Grunwaldzki we Wrocławiu. Wszystkie inwestycje Skanska Property Poland zostaną poddane certyfikacji LEED oraz UE Green Building potwierdzającym spełnienie przez nie wymogów ochrony środowiska, optymalne zużycie energii oraz przyjazne środowisko pracy.



SPCC PATRONS:

