ANTYSMOGOWI

Najlepsze praktyki CSR dotyczące jakości powietrza

LEWIATAN

2023

Autorzy:
Weronika Michalak, Michał Kaźmierczak

Współpraca merytoryczna:
Jan Ruszkowski

Opracowanie graficzne, skład:
Maciej Grabowski

Autorzy oraz zleceniodawca raportu deklarują, że nie czerpią żadnych materialnych ani osobistych korzyści z prezentowania poszczególnych firm lub przykładów działań prezentowanych w publikacji.

Raport powstał na zlecenie Rady ds. Czystego Powietrza Konfederacji Lewiatan, dzięki wsparciu Fundacji Clean Air Fund.

RADA ds. CZYSTEGO POWIETRZA
LEWIATAN

CLEAN AIR FUND

Październik 2023

SPIS TREŚCI

1. Słownik pojęć 5

2. Streszczenie 7

3. Wstęp 9

3.1. Cel i zakres raportu 10

3.2. Słowem wstępu - Konfederacja Lewiatan 10

3.3. Weronika Michalak, ekspertka ds. jakości powietrza, dyrektorka polskiego oddziału organizacji Health and Environment Alliance 11

4. Zanieczyszczenie powietrza a CO_2 – problemy lokalne a globalne 12

4.1. Zanieczyszczenie powietrza a gazy cieplarniane 13

4.2. Wpływ na zdrowie 14

4.3. Główne zanieczyszczenia powietrza 15

4.4. Jakość i źródła zanieczyszczeń powietrza w Polsce 17

5. Unijne przepisy dotyczące jakości powietrza 18

6. Czym jest CSR? 22

6.1. Pojęcie CSR i definicje 23

6.2. CSR, a ESG 24

6.3. CSR oczami konsumentów 25

6.4. Standardy raportowania niefinansowego 26

7. Działania firm na rzecz poprawy jakości powietrza - możliwości i korzyści 30

8. Najlepsze praktyki CSR dotyczące jakości powietrza 34

8.1. Edukacja 38

8.1.1. Kampania: „Lepiej bez smogu" 39

8.1.2. Kampania: „Biznes kontra smog" 40

8.1.3. Pozostałe 42

8.2. Monitoring jakości powietrza 44

8.2.1. Akcja: „Dobra Atmosfera" 44

8.2.2. Akcja: Inteligenta Reklama 46

8.2.3. Kampania: „Wiem, czym oddycham" 48

SPIS TREŚCI

8.3. Promocja zrównoważonego transportu ... 50
8.3.1. Kampania: „Rower na zawsze" i car-sharing ... 54
8.3.2. Kampanie: „Kręć kilometry z Allegro" oraz „Kręć kilometry po technologię" ... 55
8.3.3. Pozostałe ... 57
8.4. Zmiany w ofercie produktów i usług ... 60
8.4.1. Akcja: Zakaz sprzedaży wysokoemisyjnych pieców ... 61
8.4.2. Akcja: Zakaz sprzedaży podkładów kolejowych ... 61
8.4.3. Akcje: Kredyt z dotacją „Czyste powietrze" ... 62
8.5. Profilaktyka zdrowotna ... 63
8.5.1. Kampania: „Zobacz, czym oddychasz" ... 65
8.5.2. Akcja: Współpraca z Polskim Alarmem Smogowym ... 66
8.5.3. Akcja: Partnerstwo strategiczne Światowych Dni Spirometrii w ramach akcji „Wiem, czym oddycham" ... 67
8.6. Tereny zielone ... 68
8.6.1. Kampania: „Od drzewa do miasta" ... 69
8.6.2. Akcja: Zielona ściana budynku Resi4Rent, Błonie, Kraków ... 70
8.7. Działalność pro bono ... 72
8.7.1. Kampania: „Jutro bez smogu" ... 73
8.7.2. Kampania: „Kraków chce oddychać" ... 74
8.8. Zielone biuro i energooszczędność ... 76

9. Przykłady z innych krajów ... 79
9.1.1. Maersk ... 80
9.1.2. Rząd Holandii ... 81

10. Greenwashing ... 82

11. WEF Alliance for Clean Air - sojusz na rzecz czystego powietrza ... 90

12. Przewodnik dotyczący oceny zanieczyszczenia powietrza w przedsiębiorstwach ... 92

1

SŁOWNIK POJĘĆ

1. SŁOWNIK POJĘĆ

- **AAQD** – nowa dyrektywa dotycząca jakości powietrza (ang. Ambient Air Quality Directive), zastępująca m.in. tzw. dotychczasową dyrektywę CAFE (Clean Air For Europe, 2008/50/EC)
- **BaP** – benzo(a)piren, jeden z wielopierścieniowych węglowodorów aromatycznych (WWA)
- **CH_4** – metan
- **CO_2** – dwutlenek węgla (ang. carbon dioxide)
- **CSR** – Społeczna Odpowiedzialność Biznesu (ang. Corporate Social Responsibility)
- **CSRD** – Corporate Sustainability Reporting Directive, Dyrektywa ws. sprawozdawczości przedsiębiorstw w zakresie zrównoważonego rozwoju
- **EBI** – Europejski Bank Inwestycyjny
- **EBOiR** – Europejski Bank Odbudowy i Rozwoju
- **EEA** – Europejska Agencja Środowiska (European Environment Agency)
- **EGD** – Europejski Zielony Ład (ang. European Green Deal)
- **ESG** – E – Środowisko, S – Społeczna odpowiedzialność i G – Ład korporacyjny (ang. environmental, social responsibility, corporate governance)
- **NFRD** – Non-Financial Reporting Directive, Dyrektywa w sprawie sprawozdawczości niefinansowej
- **GHG** – gazy cieplarniane (ang. greenhouse gases)
- **GIOŚ** – Główny Inspektorat Ochrony Środowiska
- **IARC** – Międzynarodowa Agencja Badań nad Rakiem (ang. International Agency for Research on Cancer)
- **IED** – Industrial Emissions Directive, Dyrektywa ws. emisji przemysłowych
- **NH_3** – amoniak
- **NO_2** – dwutlenek azotu
- **NO_x** – tlenek azotu
- **ONZ** – Organizacja Narodów Zjednoczonych (ang. United Nations)
- **PAS** – Polski Alarm Smogowy
- **PM2.5** – pył zawieszony o średnicy nie większej niż 2,5 µm
- **PM10** – pył zawieszony o średnicy nie większej niż 10 µm
- **PMŚ** – Państwowy Monitoring Środowisk
- **SDG** – Cele Zrównoważonego Rozwoju ONZ (ang. Sustainable Development Goals)
- **UE** – Unia Europejska
- **UOKiK** – Urząd Ochrony Konkurencji i Konsumentów
- **WEF** – World Economic Forum
- **WHO** – Światowa Organizacja Zdrowia (World Health Organization)
- **WWA** – wielopierścieniowe węglowodory aromatyczne

2

STRESZCZENIE

2. STRESZCZENIE

Działania na rzecz poprawy jakości powietrza powinny być podejmowane przez wszystkie sektory, od szczebla państwowego, przez samorządy, obywateli, aż po – coraz bardziej odpowiedzialny społecznie i środowiskowo – **sektor prywatny.**

Choć Polska pozostaje jednym z najbardziej zanieczyszczonych pod względem jakości powietrza krajów Unii Europejskiej, działania na rzecz poprawy jakości powietrza rzadko są w sposób kompleksowy i przemyślany uwzględniane w strategiach społecznej odpowiedzialności polskiego biznesu. Częściej realizowane są działania fragmentaryczne, powierzchowne, a czasem wręcz pozorowane i oderwane od rzeczywistej, nieodpowiedzialnej polityki firmy (greenwashing).

Nowelizowane właśnie unijne akty prawne - dyrektywy AAQD, Green Claims i szczególnie CSRD dotycząca raportowania niefinansowego – mają szansę przyczynić się do zwiększenia ambicji w działaniach przedsiębiorstw, również w zakresie redukcji zanieczyszczeń powietrza. **Prezentowane w raporcie przykłady mogą służyć jako inspiracja do ich naśladowania przez kolejne podmioty.**

Raport dotyczy działań związanych z ograniczaniem emisji **zanieczyszczeń powietrza, czyli substancji szkodliwych dla zdrowia**, **nie zaś dwutlenku węgla,** choć emisje te są najczęściej powiązane, a celem znacznie częściej wybieranym przez firmy w ramach strategii CSR jest właśnie redukcja śladu węglowego.

W raporcie wyszczególniono siedem obszarów, w kontekście których zaprezentowano wyróżniające się praktyki CSR prowadzące do poprawy jakości powietrza: **edukacja, monitoring zanieczyszczeń powietrza, zrównoważony transport, zmiana działań firmy, profilaktyka zdrowotna, tereny zielone i działalność pro-bono**. Zwrócono także uwagę na zagrożenia związane ze stosowaniem greenwashingu, także w kontekście aktualizacji przepisów w tym zakresie – m.in. dyrektywy Green Claims.

Analizy i przykłady zaprezentowane w raporcie uzupełniono o komentarze ekspertów z poszczególnych dziedzin. Przywołano także przykłady działań z Holandii i Danii, stosowanych na rzecz poprawy jakości powietrza.

Raport jest otwarciem dyskusji na temat działań CSR w Polsce w zakresie poprawy jakości powietrza. Celem publikacji jest zainspirowanie i pomoc działającym w kraju firmom w planowaniu ambitnych strategii i działań CSR, zainicjowanie debaty o tych działaniach, popularyzacja najlepszych praktyk, a także walka z greenwashingiem. Kolejnym krokiem po publikacji raportu jest – w przyszłości – uzupełnienie treści o nowe dobre praktyki.

3

WSTĘP

3. WSTĘP

3.1. Cel i zakres raportu

Działania CSR są dziś niezbędnym obszarem działalności odpowiedzialnych firm, a wyzwania środowiskowe stanowią poważne zagrożenie dla naszego zdrowia i życia. Dlatego rosną społeczne i instytucjonalne oczekiwania względem sektora biznesu w zakresie jego bardziej efektywnego włączenia się w działania na rzecz ochrony środowiska naturalnego, na który często sam wywiera destrukcyjny wpływ.

Głównym celem raportu jest zaprezentowanie przedsiębiorcom poradnika zbierającego w jednym miejscu zestaw dobrych praktyk i porad ekspertów, który pomoże firmom zbudować lub poprawić ich strategie CSR, a także uniknąć pułapek greenwashingu czy działań nieskutecznych, nieprzemyślanych i – w dłuższej perspektywie - wręcz szkodliwych.

Publikacja ma także na celu podniesienie świadomości przedsiębiorców na temat ESG oraz stopniowo poszerzanego zakresu raportowania niefinansowego. Istotne jest także przypomnienie, że świadomość konsumentów dynamicznie rośnie, oczekują oni od biznesu efektywnych działań oraz będą coraz skuteczniej weryfikować spójność działań CSR z główną działalnością firmy.

3.2. Słowem wstępu – Konfederacja Lewiatan

Planując „zieloną" część strategii CSR – społecznej odpowiedzialności biznesu – już od kilku lat firmy skupiają się w ogromnej mierze na redukcji emisji CO2 – liczeniu i raportowaniu śladu węglowego produktów, usług, budynków. I to dobrze, gdyż w historii naszej cywilizacji nie było większego globalnego wyzwania niż walka ze ***zmianą klimatu****.*

Zapominamy jednak czasem, że spalane przez nas wszystkich – również przez biznes – paliwa kopalne, oprócz zwięk-

Maciej Witucki
prezydent
Konfederacji Lewiatan

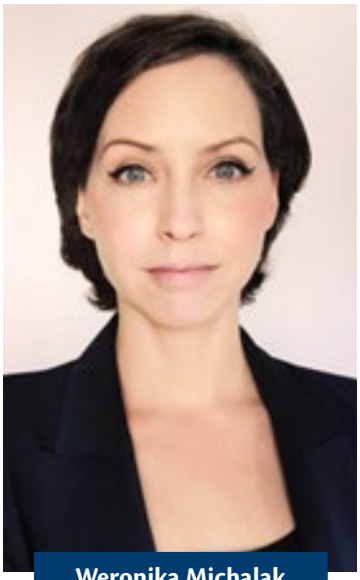
Jan Ruszkowski
koordynator Rady
Czystego Powietrza

*szania problemów **globalnych**, są też przyczyną ogromnych problemów jak najbardziej **lokalnych**, dostrzegalnych i często wręcz wyczuwalnych – **zanieczyszczeń powietrza**. Polska nadal niestety znajduje się w niechlubnej stawce najbardziej zasmogowanych europejskich państw ponoszących w związku z tym największe koszty zdrowotne, społeczne i ekonomiczne.*

*W **Radzie ds. Czystego Powietrza** działającej od 2022 roku w Konfederacji Lewiatan dzięki wsparciu Fundacji Clean Air Fund, zwróciliśmy jednak uwagę, że – paradoksalnie – ogromnej skali tego problemu w Polsce, wcale nie odpowiada większa niż w innych krajach intensywność czy kompleksowość działań adresujących ten problem w działaniach CSR firm działających w kraju. Owszem, potrafimy wskazać przykłady bardzo udanych kampanii (również w firmach członkowskich Lewiatana!), o których można przeczytać w niniejszym raporcie, lecz niestety niepokojąco łatwo znaleźć też można działania fragmentaryczne, nieprzemyślane, szkodliwe lub wręcz zasługujące na miano greenwashingu.*

*Dlatego dla wszystkich działających w Polsce firm planujących stworzenie lub zmianę swoich strategii CSR czy podniesienie poziomu ambicji **i dołączenie tym sposobem do grona tytułowych „Antysmogowych”**, jak również dla tych, którzy po prostu szukają informacji lub inspiracji w tym obszarze – zleciliśmy podsumowanie najlepszych praktyk CSR mających choćby pośredni wpływ na jakość powietrza. Publikację tę niniejszym z przyjemnością oddajemy w Państwa ręce.*

3.3. Weronika Michalak, ekspertka ds. jakości powietrza, dyrektorka polskiego oddziału organizacji Health and Environment Alliance



Weronika Michalak
ekspertka ds. jakości powietrza, dyrektorka polskiego oddziału organizacji Health and Environment Alliance

Wyniki prowadzonych w ostatniej dekadzie badań naukowych podkreślają, że zanieczyszczenie powietrza stanowi większe zagrożenie dla zdrowia, niż przypuszczano jeszcze kilkanaście lat temu. Jedną z najbardziej narażonych na konsekwencje oddychania smogiem grup są dzieci, które nie mają możliwości samodzielnej obrony przed negatywnymi skutkami szkodliwych substancji. Dlatego walka z zanieczyszczeniem powietrza powinna stanowić priorytet podejmowanych - także przez biznes - działań. Jednak wciąż wiele firm nie wie jak wdrażać przedsięwzięcia naprawdę skuteczne, które wymiernie wpływają na poprawę jakości powietrza i tym samym ochronę zdrowia ludzi. Część działań to zwykły - wynikający z niewiedzy lub celowego działania - greenwashing, który jest podwójnie szkodliwy: nie tylko wprowadza opinię publiczną w błąd, ale i marnuje środki i energię do działania, które mogłyby przynieść realną zmianę na lepsze. Prezentacja i analiza dobrych praktyk w tym zakresie ma szansę skłonić przedsiębiorców do ważnej refleksji nad przyszłością oraz kierunkami działań CSR w ich firmach.

4

ZANIECZYSZCZENIE POWIETRZA A CO_2 – PROBLEMY LOKALNE A GLOBALNE

4. ZANIECZYSZCZENIE POWIETRZA A CO_2 – PROBLEMY LOKALNE A GLOBALNE

Pomimo wieloletniej debaty o jakości powietrza oraz konsekwencjach zmiany klimatu zarówno na poziomie ogólnoeuropejskim, jak i w Polsce - jednym z najbardziej zanieczyszczonych pod względem jakości powietrza kraju UE - zarówno wśród społeczeństwa, decydentów, przedstawicieli biznesu, dziennikarzy, a często nawet nauczycieli akademickich wciąż brakuje prawidłowego rozróżnienia pojęć dotyczących emisji zanieczyszczeń powietrza (substancji szkodliwych dla zdrowia) oraz gazów cieplarnianych (GHG).

4.1. Zanieczyszczenie powietrza a gazy cieplarniane

Zanieczyszczenia powietrza to wszystkie substancje w postaci gazów, cieczy lub w postaci stałej (pyły), które nie są naturalnymi składnikami powietrza atmosferycznego[1] lub występują w stężeniu wyższym niż naturalne. W przeszłości do zanieczyszczenia powietrza prowadziły jedynie procesy naturalne, jednak rewolucja przemysłowa, rozwój motoryzacji i przemysłu spowodowały zanieczyszczenie produktami spalania paliw stałych (ropy naftowej, węgla oraz gazu ziemnego). Szkodliwe substancje unoszące się w powietrzu wpływają negatywnie na środowisko przyrodnicze oraz na zdrowie organizmów żywych. Międzynarodowa Organizacja Pracy definiuje je jako „wszelkie skażenie powietrza przez substancje, które są szkodliwe dla zdrowia lub niebezpieczne z innych przyczyn, bez względu na ich postać fizyczną".

Z kolei **gazy cieplarniane (GHG[2])** to substancje naturalnie występujące w atmosferze oraz wprowadzane do niej z zasobów kopalnych w wyniku działalności człowieka - co powoduje ich nadmierną koncentrację w powietrzu. Substancje te mają zdolność przepuszczania większości promieniowania słonecznego (tzw. promieniowania krótkofalowego) docierającego do Ziemi, lecz pochłaniają jednocześnie promieniowanie podczerwone (tzw. promieniowanie długofalowe) odbijane przez powierzchnię Ziemi. Absorbując energię promieniowania podczerwonego, gazy cieplarniane przyczyniają się do powstania tzw. efektu cieplarnianego, a przy ich nadmiernej koncentracji do niebezpiecznego nasilenia tego efektu, powodującego globalne ocieplenie, czyli zmianę klimatu. **O ile zatem efekt cieplarniany jest zjawiskiem pożądanym, który stabilizuje i utrzymuje optymalną dla nas temperaturę atmosfery, o tyle globalne ocieplenie powoduje wiele katastrofalnych skutków dla środowiska naturalnego i życia – w tym ludzkiego – na Ziemi**.

Ze względu na szkodliwy charakter gazów cieplarnianych rozpoczęto ogólnoświatową debatę na temat ich emisji i związanych z tym zagrożeń. W ramach uzgodnienia osiągniętego przy uchwaleniu tzw. Protokołu z Kioto[3] uwzględniono i zdefiniowano sześć gazów cieplarnianych. Są to: dwutlenek węgla (CO_2), metan (CH_4), podtlenek azotu (N_2O), fluorowęglowodory (HFC), perfluorowęglowodory

1 Naturalny skład powietrza atmosferycznego to 78% azotu, 21% tlenu, 0,04% dwutlenku węgla oraz 1% pozostałych gazów

2 Ang. greenhouse gases

3 Osiągnięte w grudniu 1997 roku międzynarodowe porozumienie uzupełniające Ramową konwencję Narodów Zjednoczonych w sprawie zmiany klimatu (United Nations Framework Convention on Climate Change) i jednocześnie mające na celu przeciwdziałania globalnemu ociepleniu.

(PFC) i sześciofluorek siarki (SF_6)[4]. Mająca charakter antropogeniczny emisja GHG oraz ich koncentracja w atmosferze w konsekwencji prowadzi do wzrostu średniej temperatury powierzchni Ziemi, co skutkuje zaburzeniem procesów zachodzących w atmosferze, które objawia się m.in. nasileniem występowania ekstremalnych zjawisk pogodowych, topnieniem naturalnych lądolodów i lodowców, wzrostem poziomu wód w morzach i ocenach, przedłużającymi się suszami, pustynnieniem, niedoborami wody, utratą różnorodności biologicznej, zmianą wzorca pór roku czy zmianą zasięgu występowania gatunków flory i fauny, w tym wektorów chorób zakaźnych.

Chociaż według niektórych klasyfikacji same GHG uznawane są za zanieczyszczenia powietrza, to jednak rozróżnienie pomiędzy rodzajami emitowanych substancji jest kluczowe dla zrozumienia jakie konsekwencje niesie zmiana koncentracji emitowanych związków w powietrzu atmosferycznym[5]. Jednocześnie wiele działań wpływa jednocześnie na redukcję emisji zanieczyszczeń powietrza oraz walkę ze zmianą klimatu, ponieważ procesy są ze sobą silnie powiązane. Widać to głównie w kontekście spalania paliw kopalnych, będącego źródłem zarówno zanieczyszczeń powietrza, jak i GHG[6]. Jak zauważa Bank Światowy „Zanieczyszczenie powietrza i zmiana klimatu to dwie strony tego samego medalu, ale zazwyczaj traktuje się je oddzielnie. Należy zająć się nimi wspólnie, koncentrując się na ochronie zdrowia ludzi – zwłaszcza w krajach o niskich i średnich dochodach – w celu wzmocnienia kapitału ludzkiego i ograniczenia ubóstwa". **Mimo, że zanieczyszczenie powietrza ma charakter bardziej lokalny, a konsekwencje zmiany klimatu – globalne, to problem ten w zdecydowanej większości ma wspólne źródła.** Dlatego walka z zanieczyszczeniem powietrza może przynieść podwójne korzyści: dla zdrowia publicznego wynikającego z redukcji stężeń szkodliwych zanieczyszczeń oraz dla ochrony klimatu.

Niniejszy raport poświęcono analizie działań CSR w obrębie poprawy jakości powietrza. Autorzy zdecydowali się zawęzić tematykę raportu do tego jednego zagadnienia ponieważ zanieczyszczenia powietrza - jak wspomniano powyżej - mają charakter lokalny, podobnie jak większość firm, których największy wpływ na środowisko widoczny jest w ich najbliższym otoczeniu - tam, gdzie prowadzą działalność oraz gdzie mieszkają ich pracownicy. Istotny jest w tym kontekście fakt, że Polska jest jednym z najbardziej zanieczyszczonych krajów Unii Europejskiej, a każdego roku zła jakość powietrza w Polsce przyczynia się do kilkudziesięciu tysięcy przedwczesnych zgonów. Na koniec warto zauważyć, że działania w ramach poprawy jakości powietrza skutkują również pozytywnymi konsekwencjami w innych obszarach, jak redukcja emisji gazów cieplarnianych, niższe obciążenie opieki zdrowotnej czy zmniejszanie nierówności społecznych i w zdrowiu publicznym, jednak kwestie te nie podlegają szczegółowej analizie w niniejszej publikacji.

4.2. Wpływ na zdrowie

Zanieczyszczenie powietrza stanowi jedno z największych środowiskowych zagrożeń dla zdrowia. Jak podaje Światowa Organizacja Zdrowia (WHO) oddychanie zanieczyszczonym powietrzem, powoduje szereg chorób przewlekłych, m.in. chorób serca, nowotworów płuca, ostrych chorób układu oddechowego, chorób układu nerwowego, przyspieszenie procesów neurodegeneracyjnych, zaburza także prawidłowy rozwój dzieci, prowadzi do udarów czy zawałów serca. Zarówno długoterminowe jak i krótkotrwałe narażenie na oddychanie zanieczyszczonym powietrzem

4 Ze względu na to, że gazy cieplarniane mają różny potencjał tworzenia efektu cieplarnianego, ich wpływ na proces globalnego ocieplenia jest zwykle przeliczany na ekwiwalent CO_2.

5 Jednak istnieją również pewne synergie pomiędzy zanieczyszczeniem powietrza a zmiana klimatu – zanieczyszczenie powietrza kształtuje tempo, zasięg i regionalny rozkład skutków zmiany klimatu. Zmniejszenie zanieczyszczenia powietrza mogłoby zapobiec ociepleniu o około 0,6°C do 2050 r., spowolnić tempo ocieplenia Arktyki o dwie trzecie i zmniejszyć liczbę tzw. wysp ciepła.

6 Dodatkowo sadza, metan, ozon czy wodorofluorowęglowodory (HFC) w warstwie przyziemnej nazywane są zanieczyszczeniami klimatycznymi, (tzw. Combating Short-Lived Climate Pollutants – SLCP) i odpowiadają za znaczną część zgonów związanych ze złą jakością powietrza.

powoduje odzwierciedlone w statystykach medycznych skutki dla zdrowia ludzkiego. W 2013 r. Międzynarodowa Agencja Badań nad Rakiem (IARC) zakwalifikowała zanieczyszczenie powietrza atmosferycznego jako rakotwórcze dla ludzi[7]. Niestety w 2019 r. 99% światowej populacji wciąż mieszkało na obszarach, na których nie zostały spełnione aktualne wytyczne WHO dotyczące jakości powietrza[8].

Globalnie, zanieczyszczenie powietrza jest przyczyną ok. 7 milionów przedwczesnych zgonów rocznie. WHO szacuje, że w 2019 r. około 37% przedwczesnych zgonów związanych z zanieczyszczeniem powietrza atmosferycznego było spowodowanych chorobą niedokrwienną serca i udarem, odpowiednio 18% i 23% - przewlekłą obturacyjną chorobą płuc oraz ostrymi infekcjami dolnych dróg oddechowych, a 11% - nowotworami dróg oddechowych. Obecnie szacuje się, że obciążenie chorobami związane z zanieczyszczeniem powietrza jest porównywalne z innymi poważnymi globalnymi zagrożeniami dla zdrowia, takimi jak niezdrowa dieta czy palenie tytoniu. Jest ono także drugim co do wielkości czynnikiem ryzyka chorób niezakaźnych (po paleniu papierosów).

Mimo że naukowcy i reprezentanci służby zdrowia podkreślają, że nie istnieje bezpieczny dla zdrowia poziom zanieczyszczeń powietrza, według Światowej Organizacji Zdrowia, **zmniejszając poziom zanieczyszczenia, można znacząco zredukować liczbę przypadków chorób serca, udarów, nowotworów płuc oraz chorób układu oddechowego[9], w tym astmy[10].** Im niższe wskaźniki zanieczyszczeń powietrza, tym lepszy będzie stan układu sercowo-naczyniowego i oddechowego populacji, zarówno w perspektywie długoterminowej, jak i krótkoterminowej.

Zanieczyszczenie powietrza, oprócz wpływu na zdrowie, jest również **obciążeniem ekonomicznym** gospodarki poszczególnych państw i całego świata, wyrażanym w szacunkach kosztów opieki zdrowotnej, świadczeń, wcześniejszych emerytur, rent, nieobecnościami w pracy, potrzebą opieki nad osobą chorą czy obniżeniem produktywności całego społeczeństwa. Komisja Europejska szacuje roczne koszty zanieczyszczenia powietrza na poziomie 330 mld euro.

4.3. Główne zanieczyszczenia powietrza

Do głównych zanieczyszczeń powietrza zaliczamy **pyły zawieszone** (PM), **tlenki azotu** i **tlenki siarki**, **metale ciężkie**, **ozon**, **zanieczyszczenia organiczne** (w tym WWA[11]) czy **amoniak**. W ramach Państwowego Monitoringu Środowiska (PMŚ)[12] w Polsce mierzone są: dwutlenek siarki, tlenki azotu, benzen, tlenek węgla, ozon, pył zawieszony PM10 i PM2,5 oraz zawartość metali ciężkich (ołów, arsen, kadm, nikiel) i benzo(a)pirenu w pyle PM10. Na wybranych stacjach miejskich prowadzi się również pomiary składu pyłu PM10 pod kątem zawartości 6 wielopierścieniowych węglowodorów aromatycznych (WWA) (oprócz wcześniej wymienionego benzo(a)pirenu). Wyniki badań naukowych wykazują skutki wpływu ekspozycji na pojedyncze substancje, jednak najczęściej wpływ poszczególnych zanieczyszczeń kumuluje się w przypadku występowania wielu związków jednocześnie.

7 Główne typy nowotworów związanych z narażeniem na oddychanie zanieczyszczonym powietrzem to nowotwór płuca i pęcherza moczowego.

8 World Health Organization. (2021). WHO global air quality guidelines: particulate matter (PM2.5 and PM10), ozone, nitrogen dioxide, sulfur dioxide and carbon monoxide. World Health Organization.. License: CC BY-NC-SA 3.0 IGO

9 Zarówno przewlekłych jak i ostrych

10 Gdyby państwa członkowskie UE zredukowały poziomy pyłu zawieszonego PM2,5 do wartości zalecanych przez WHO, to ponad połowy przedwczesnych zgonów z powodu narażenia na PM2,5 można by uniknąć.

11 Wielopierścieniowe węglowodory aromatyczne, w tym benzo(a)piren (BaP)

12 Aktualnie w Polsce pomiary jakości powietrza prowadzone są na 1973 stanowiskach pomiarowych, w tym na 1123 stanowiskach automatycznych, co stanowi 57% wszystkich stanowisk i na 850 stanowiskach manualnych (43% wszystkich stanowisk). Łączna liczba stacji, na których wykonywane są pomiary jakości powietrza w Polsce wynosi 286.

Główne zanieczyszczenia powietrza i ich wpływ na zdrowie człowieka

Pyły zawieszone (PM10, PM2.5)

pochodzące w większości z procesów spalania paliw stałych drobne cząsteczki o frakcji do 10 lub 2.5 mikrometra (µm - jednej tysięcznej milimetra), składające się z elementów organicznych i nieorganicznych - mogą znajdować się w nich inne substancje, jak metale ciężkie, wielopierścieniowe węglowodory aromatyczne (WWA) czy azbest. Najdrobniejsze pyły (PM2.5), ze względu na swoje niewielkie rozmiary, mogą przenikać przez naczynia włosowate, przekraczając barierę krew-mózg i powodować stany patologiczne w wielu narządach i układach ludzkiego ciała, co prowadzi do licznych chorób (w tym nowotworów) i przedwczesnych zgonów.

Tlenki azotu (NOx)

grupa nieorganicznych związków chemicznych zbudowanych z tlenu i azotu. Wśród nich najczęściej występującym elementem smogu jest dwutlenek azotu, pochodzący głównie z emisji z sektora transportowego. Oddychanie powietrzem z wysokimi stężeniami dwutlenku azotu skutkuje zaburzeniami układu oddechowego, podrażnieniem oczu, kaszlem, a w przy narażeniu długotrwałym astmą, alergią czy chorobami przewlekłymi mogącymi prowadzić do przedwczesnych zgonów.

Tlenki siarki (SOx)

grupa gazów obejmująca dwutlenek oraz tritlenek siarki, z których ten pierwszy (SO_2) emitowany jest przez jest spalanie paliw kopalnych przez elektrownie i inne zakłady przemysłowe. Dwutlenek siarki może prowadzić do problemów z oddychaniem, kumulacji tego związku w organach ludzkiego ciała i - w konsekwencji - stanów zapalnych prowadzących do chorób przewlekłych i przedwczesnych zgonów.

Benzo(a)piren (BaP)

benzo(a)piren (BaP): substancja silnie rakotwórcza i mutagenna, jeden z wielopierścieniowych węglowodorów aromatycznych (WWA). Głównym źródłem emisji benzo(α)pirenu w Polsce jest spalanie paliw stałych w domowych piecach, kominkach, i kuchniach węglowych. Mają zdolność do długiego przebywania w środowisku, ponieważ nie ulegają utlenieniu. Podwyższone stężenia BaP prowadzą do rozwoju chorób nowotworowych, upośledzenia płodności czy wad genetycznych u płodu.

Metale ciężkie

jak wspomniano powyżej, pyły zawieszone mają zdolność do łączenia się z innymi zanieczyszczeniami, w tym z metalami ciężkimi, takimi jak rtęć, arsen, kadm czy nikiel. Wdychanie cząsteczek metali ciężkich prowadzi do ich kumulacji w organizmie, może prowadzić do silnych lub przewlekłych zatruć, uszkodzenia układu nerwowego lub nasilenia procesów neurodegeneracyjnych.

Wedle uwzględnionej w Europejskim Zielonym Ładzie zasady „zanieczyszczający płaci" („polluter pays") to podmiot przyczyniający się do emisji zanieczyszczeń do powietrza jest odpowiedzialny skutki zanieczyszczenia i powinien zrekompensować powiązane z tym straty. Należy w pierwszej kolejności zapobiec emisji zanieczyszczenia lub jej zminimalizowaniu, ponieważ nawet w przypadku próby zrekompensowania strat nie można cofnąć ich konsekwencji.

Stężenia zanieczyszczeń mierzonych w ramach PMŚ można na bieżąco sprawdzać na stronie https://powietrze.gios.gov.pl/ oraz w aplikacji GIOŚ „Jakość powietrza w Polsce". Należy przy tym zauważyć, że legenda umieszczona na stronie GIOŚ nie odnosi się do aktualnych rekomendacji WHO ws. poziomów maksymalnych stężeń zanieczyszczeń powietrza.

4.4. Jakość i źródła zanieczyszczeń powietrza w Polsce

Polska pozostaje jednym z najbardziej zanieczyszczonych krajów UE, a stężenia rakotwórczego benzo(a)pirenu przekraczają niekiedy kilkunastokrotnie ustalone normy. Biorąc pod uwagę sezon grzewczy 2022/23 (natężenie tzw. niskiej emisji pochodzącej z sektora komunalno-bytowego) ponad 85% miejscowości objętych monitoringiem pyłów zawieszonych PM10 nie spełniało rekomendacji WHO dotyczącej maksymalnej liczby z przekroczeniami maksymalnych stężeń PM10. **Szacunki EEA (Europejskiej Agencji Środowiska, ang. European Environment Agency) dotyczące liczby przedwczesnych zgonów z powodu oddychania zanieczyszczonym powietrzem mówią o ok. 40 tysięcy osób, które co roku umierają przedwcześnie z powodu złej jakości powietrza w Polsce**.

Głównym źródłem zanieczyszczeń powietrza w Polsce **pyłami zawieszonymi** jest sektor komunalno-bytowy, czyli gospodarstwa domowe (78%[13]), następnie przemysł (13%), transport (4%), rolnictwo i energetyka (po 1%)[14]. Z kolei w przypadku **tlenków azotu** dominującym sektorem emisji jest transport – w wyniku czego najwyższe stężenia NOx notowane są głównie w dużych miastach (następnie przemysł energetyczny i rolnictwo). **Dwutlenek siarki** (SO_2) emitowany jest głównie w sektora energetycznego, natomiast **amoniak** (NH_3) z rolnictwa, a emisje **metali ciężkich** z procesów przemysłowych i energetycznych.

Źródła zanieczyszczeń powietrza

O ile sektorowa analiza źródeł emisji zanieczyszczeń pomaga w podejmowaniu decyzji strategicznych dążących do redukcji emisji (zarówno substancji szkodliwych, jak i gazów cieplarnianych), o ile istotne jest, by – zwłaszcza w kontekście zanieczyszczenia powietrza – zwracać uwagę na **koncentrację** źródeł emisji na danym obszarze. Jest to szczególnie ważne na terenach zurbanizowanych, szczególnie w dużych miastach, ponieważ to tam występuje największe zagęszczenie źródeł - zarówno w formie punktowej (emisje z kominów niskiej i wysokiej emisji) oraz liniowej (emisje z transportu). **Dlatego miasta pozostają najbardziej zanieczyszczonymi obszarami, o najwyższych stężeniach szkodliwych substancji w powietrzu.**

13 Podane dane dla pyłu PM2,5; analogiczna kolejność dla pyłu PM10

14 Pozostałe źródła: 2%

5

UNIJNE PRZEPISY DOTYCZĄCE JAKOŚCI POWIETRZA

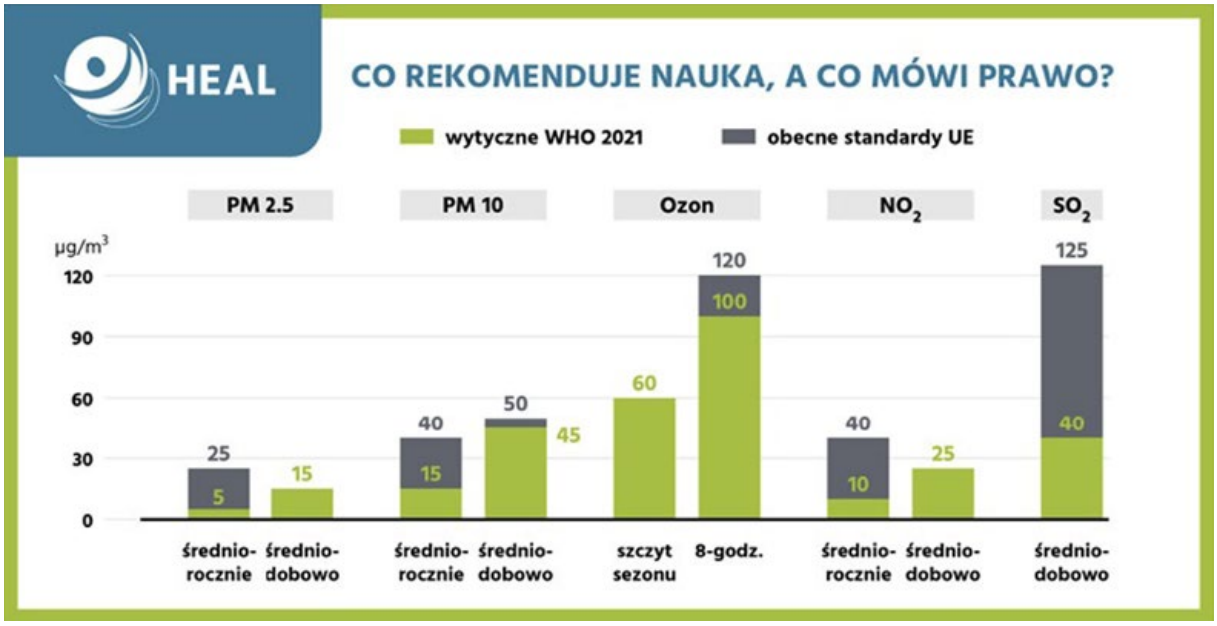
5. UNIJNE PRZEPISY DOTYCZĄCE JAKOŚCI POWIETRZA

Zaktualizowane we wrześniu 2021[15] roku globalne **wytyczne WHO** dotyczące jakości powietrza (AQG) zawierają rekomendacje dotyczące progów i limitów dla kluczowych zanieczyszczeń powietrza zagrażających ludzkiemu zdrowiu. Wytyczne te charakteryzują się wysoką jakością metodologiczną i są opracowywane w ramach przejrzystego, opartego na wynikach badań naukowych procesu decyzyjnego. Oprócz wartości docelowych, globalne wytyczne WHO dotyczące jakości powietrza określają też cele pośrednie na drodze do stopniowego przechodzenia do jakości powietrza, która nie szkodzi zdrowiu. Na podstawie wytycznych WHO oraz zobowiązań wynikających z Europejskiego Zielonego Ładu w październiku 2022 r. Komisja Europejska zaproponowała zmianę przyjętej w 2008 roku dyrektywy[16] w sprawie jakości powietrza, która obejmuje bardziej

15 Po 15 latach WHO dokonała rewizji wytycznych z 2005 roku, ze względu na fakt, iż szereg nowych badań epidemiologicznych udokumentował niekorzystne skutki zdrowotne narażenia na wysoki poziom zanieczyszczenia powietrza na znacznie niższych poziomach niż wcześniej zakładano.

16 Dyrektywa Parlamentu Europejskiego i Rady 2008/50/WE z dnia 21 maja 2008 r. w sprawie jakości powietrza i czystszego powietrza dla Europy, zwana Dyrektywą CAFE (Clean Air for Europe)

Rys. 1. Porównanie obecnie obowiązujących przepisów dyrektywy 2008/50/WE oraz rekomendacji Światowej Organizacji Zdrowia (WHO)



rygorystyczne progi dla zanieczyszczeń (docelowo osiągnięcie spójności z wytycznymi WHO), wzmocnione prawo do oddychania czystym powietrzem – w tym potencjalne przepisy umożliwiające obywatelom ubieganie się o odszkodowanie za szkody na zdrowiu spowodowane zanieczyszczeniem powietrza – a także zaostrzone zasady monitorowania jakości powietrza czy lepsze informowanie społeczeństwa.

We wrześniu 2023 r. Parlament Europejski zagłosował za przyjęciem propozycji dyrektywy zaakceptowanej przez Komisję ENVI oraz pełną implementacją rekomendacji WHO do 2035 roku (z celami przejściowymi do 2030 r.). Dalsze kroki ws. przyjęcia dyrektywy to opinia Rady Europejskiej oraz tzw. trilogi pomiędzy Parlamentem Europejskim, Komisją i Radą Europejską w celu wypracowania ostatecznego kształtu aktualizacji tego przepisu.

Założenia Europejskiego Zielonego Ładu i Dyrektywa AAQD

Jednym z celów Europejskiego Zielonego Ładu jest poprawa jakości powietrza poprzez **dostosowanie unijnych norm jakości powietrza** do zaktualizowanych wytycznych WHO dotyczących maksymalnych dopuszczalnych stężeń zanieczyszczeń. W unijnym planie zredukowania zanieczyszczeń do zera określono wizję na rok 2050, zgodnie z którą emisja zanieczyszczeń do powietrza, wody i gleby ma zostać obniżona do poziomu, który nie będzie już uznawany za szkodliwy dla zdrowia ludzkiego i naturalnych ekosystemów (oraz redukcję o 55% liczby zgonów do 2030 roku).

Kluczowym działaniem w tym obszarze jest aktualizacja Dyrektywy Parlamentu Europejskiego i Rady 2008/50/WE z 2008 r. w sprawie jakości powietrza i czystszego powietrza dla Europy, zwana **Dyrektywą CAFE (Clean Air for Europe)**.

Polityka Unii Europejskiej w zakresie ochrony jakości powietrza

– komentuje **Agnieszka Warso-Buchanan**, radczyni prawna w międzynarodowej organizacji ClientEarth.

Agnieszka Warso-Buchanan
radczyni prawna w międzynarodowej organizacji ClientEarth

Od kilku lat obserwujemy konsekwentną politykę Unii Europejskiej (założenia określone w Europejskim Zielonym Ładzie), której celem jest znaczące obniżenie emisji gazów cieplarnianych, zapewnienie mieszkańcom i mieszkankom UE czystej, przystępnej cenowo i bezpiecznej energii, ochrona bioróżnorodności oraz ***dążenie do zerowego poziomu zanieczyszczeń w celu ochrony zdrowia i środowiska, w tym istotna poprawa jakości powietrza.*** *Już w planie działania UE na rzecz eliminacji zanieczyszczeń z 2021 roku podkreślono m.in. pilną potrzebę dostosowania unijnych norm jakości powietrza do najnowszych zaleceń Światowej Organizacji Zdrowia (WHO) a Komisja Europejska rozpoczęła proces przeglądu regulacji prawnych, w tym Dyrektywy 2008/50/WE w sprawie jakości powietrza i czystszego powietrza dla Europy. Co istotne, określając cel dyrektywy podkreślono konieczność eliminacji zanieczyszczeń powietrza tak, aby jego jakość w UE osiągnęła poziomy, które na podstawie dowodów naukowych nie są już uznawane za szkodliwe dla zdrowia ludzkiego i ekosystemów naturalnych, co ma się przyczynić do powstania nietoksycznego środowiska najpóźniej do 2050 r.*

Projekt nowej dyrektywy ***Ambient Air Quality Directive (AAQD)****, (łączącej dyrektywy 2008/50/WE oraz 2004/107/WE) w wersji uwzględniającej poprawki Parlamentu Europejskiego, przegłosowanie na posiedzeniu we wrześniu 2023, zakłada wprowadzenie nowych, znacząco zaostrzonych norm jakości powietrza (wartości dopuszczalnych), m.in. dla toksycznych* ***pyłów zawieszonych*** *(PM10 i PM2.5) oraz* ***dwutlenku azotu*** *(NO2), zgodnych z najnowszymi wytycznymi WHO, których poziomy w państwach członkowskich winny być osiągnięte do 2035 roku. Dodatkowo przegłosowano wzmocnienie przepisów dotyczących* ***monitorowania, modelowania i planów ochrony powietrza*** *oraz dodano nowe przepisy gwarantujące społeczeństwu* ***dostęp do wymiaru sprawiedliwości*** *w sprawach powietrznych oraz możliwość żądania* ***odszkodowania*** *od odpowiednich władz w związku z wykazanym uszczerbkiem na zdrowiu za naruszenie przepisów dotyczących jakości powietrza.*

Przedmiotowa nowelizacja przepisów w sprawie jakości powietrza będzie miała istotny wpływ na poszczególne sektory gospodarki m.in. ciepłownictwo, budownictwo oraz transport i rozwój elektromobilności.

Ostateczny kształt nowej dyrektywy poznamy po zakończeniu negocjacji między Radą EU, PE oraz Komisją, prawdopodobnie w pierwszej połowie 2024 roku.

6

CZYM JEST CSR?

6. CZYM JEST CSR?

Jednym ze sposobów, w jaki również przedsiębiorcy mogą przyczyniać się do poprawy jakości powietrza w miejscach, w których prowadzą swoją działalność, jest świadome i rozważne planowanie działań realizowanych w ramach CSR, czyli Społecznej Odpowiedzialności Biznesu (Corporate Social Responsibility).

6.1. Pojęcie CSR i definicje

Zgodnie z definicją przyjętą przez Komisję Europejską, CSR to odpowiedzialność przedsiębiorstw za wpływ ich działalności na społeczeństwo i środowisko. Wyrażać się ona powinna w „przejrzystych i etycznych zachowaniach w kluczowych obszarach, jak: w ładzie organizacyjnym, przestrzeganiu prawach człowieka, praktykach z zakresu pracy, środowiska, uczciwych praktyk operacyjnych, zagadnieniach konsumenckich, zaangażowaniu społecznym i rozwoju społeczności lokalnej" (Norma 26000).

Społeczna odpowiedzialność biznesu (CSR) to wszystkie działania firm obejmujące jej zobowiązania społeczne, samoregulacja, która pokazuje, że firma może mieć pozytywny wpływ na środowisko naturalne, konsumentów, pracowników czy społeczności lokalne i sferę publiczną. To pewnego rodzaju „filozofia działania" firm, które nie tylko chcą osiągnąć jak największy przychód, ale także przynosić korzyści społeczeństwu i – przez to również - wzmacniać wizerunek własnej marki. Działania CSR prowadzi zarówno wielki biznes, jak i małe firmy – choć w przypadku tych drugich w oczywisty sposób działania te nie są tak mocno nagłośnione jak wielkich korporacji. Działania takie są coraz bardziej popularne wśród świadomych inwestorów, rozumiejących, że stabilne, zrównoważone prowadzenie biznesu wymaga oprócz osiągania dochodów, również wzięcia części współodpowiedzialności za otoczenie - ludzi i środowisko - w którym ten biznes prowadzą. **Dotyczy to także działań w obszarze poprawy jakości powietrza, którym poświęcony jest ten raport**.

ISO 2600

W 2010 roku Międzynarodowa Organizacja Normalizacyjna (ISO) opublikowała normę ISO 26000 – czyli zestaw wytycznych, które mają pomagać firmom we wdrażaniu CSR. Rekomendacje te kierowane są do wszystkich rodzajów działalności, niezależnie od ich wielkości i charakteru, a ich zadaniem jest pomoc przedsiębiorstwom w przełożeniu założeń Społecznej Odpowiedzialności Biznesu na konkretne działania w ramach realizacji Celów Zrównoważonego Rozwoju ONZ. Norma ISO 26000 została przetłumaczona na 30 języków i transponowana do norm krajowych w ponad 80 krajach, w tym w Indiach i Chinach.

6.2. CSR, a ESG

Przy popularyzacji założeń CSR i podejmowaniu działań w ich zakresie przez kolejne podmioty, z czasem zaczęto szukać możliwości porównania praktyk i rezultatów CSR różnych firm.

Tak właśnie powstało **ESG** (ang. Environmental, Social and Governance – ESG), czyli zestaw narzędzi służących do pomiaru i kwantyfikowania działań w zakresie CSR. ESG skupia się na trzech wymiarach, w których ocenia wpływ danego przedsiębiorstwa na **środowisko** (E – environmental) i **społeczeństwo** (S – social) oraz zasady stosowania **ładu korporacyjnego** (G – governance). Każdy z tych wymiarów obejmuje szereg aspektów, które podlegają ocenie przez inwestorów i pozostałych interesariuszy. Czynniki środowiskowe określają m.in. sposób pozyskiwania energii wpływający m.in. na jakość powietrza, klimat czy bioróżnorodność. Na podstawie **wskaźników** określonych w każdej z tych dziedzin tworzy się rankingi i oceny pozafinansowe.

ESG pozwala spojrzeć na firmę w szerszym zakresie, niż tylko jej wyniki finansowe, uwzględniając to, jak jest zarządzana, jakie korzyści może przynieść społeczeństwu, jakie odciska piętno na środowisku naturalnym oraz jak działania w wymienionych obszarach mogą wpłynąć na wyniki finansowe przedsiębiorstwa. Jest to ważne szczególnie dla rosnącej liczby świadomych konsumentów, którzy gotowi są płacić więcej za produkty zrównoważone, uwzględniające kwestie społeczne i środowiskowe, mając świadomość m.in. jak szkodliwa dla zdrowia jest zła jakość powietrza oraz że firmy dysponują narzędziami do jego poprawy. Dlatego też firmy - oprócz własnej „misji" – szczególnie cenią sobie zasady CSR, by utrzymać i przyciągać nowych klientów.

Niefinansowe kategorie raportowania ESG mogą obejmować bardzo szeroki wpływ, jaki firma wywiera na **środowisko** naturalne poprzez swoją działalność (oraz łańcuchy dostaw) - przede wszystkim w wymiarze wykorzystania i gospodarowania wszelkimi zasobami oraz emisji wszelkich substancji chemicznych do środowiska, przede wszystkim – **gazów cieplarnianych** oraz **substancji szkodliwych**.

W kwestiach **społecznych** mogą obejmować m.in. szeroko pojęte warunki pracy, poszanowanie praw człowieka i praw pracowników, relacje między członkami zespołów, politykę antydyskryminacyjną, szkolenia, odpowiedzialny marketing, bezpieczeństwo produktów oraz ich jakość czy odpowiedzialny marketing.

W zakresie **ładu korporacyjnego** z kolei mieszczą się m.in. systemy regulujące monitorowanie i wdrażanie zasad ustanowionych w danej firmie, np. przeciwdziałanie korupcji, etykę, strukturę i wynagrodzenie zarządu, strategię podatkową czy politykę związaną ESG (w tym minimalizowanie ryzyka wśród partnerów biznesowych i dostawców).

Czynniki uwzględnione w ESG już obecnie brane są pod uwagę przez instytucje finansowe, co w praktyce może oznaczać np. odmowę udzielenia kredytu na inwestycje nadmiernie zanieczyszczające powietrze lub np. dla przedsiębiorstwa, które swojego śladu węglowego nie raportuje, lub robi to nieprawidłowo. Coraz więcej firm posiada również obowiązek monitorowania łańcucha swoich dostawców pod kątem kwestii etycznych (dlatego zaczną się oni domagać raportów ESG od swoich dostawców).

Ważna jest również **wiarygodność społeczna** firmy, powiązana z wiarygodnością finansową - działania społecznie odpowiedzialne wpływają na poprawę atrakcyjności inwestycyjnej firmy i wzrost zaufania aktualnych bądź potencjalnych inwestorów. Wg badania prowadzonego w 2012 roku przez Deutsche Bank („CSR a koszt kapitału"), przedsiębiorstwa o wysokim ratingu CSR oceniane są przez inwestorów jako mniej ryzykowne i pewniejsze do inwestowania. Dodatkowo, dzięki strategiom CSR firmy utrzymują lepsze relacje z lokalnymi władzami, co przekłada się na sprawniejsze i bezkonfliktowe funkcjonowanie. Doceniają to też potencjalni pracownicy, szukający pracy w miejscach sprzyjających rozwojowi zawodowemu oraz utrzymujących wysokie standardy jakości i pozytywnego wpływu na otoczenie (a przede wszystkim nie zatruwających środowiska).

Jak wynika z przeprowadzonego w 2019 roku przez ELF badania aż **71%** respondentów prowadzących w Polsce mikro, małe i średnie firmy nie znało pojęcia CSR. Po jego wytłumaczeniu ankietowanym 67% uznało, że prowadzi działania, które mogą być uznane za CSR, jednak nie są one zaplanowaną strategią (tylko 20% przedsiębiorstw miało przyjęte plany CSR), a działaniem spontanicznym. Dlatego

podnoszenie świadomości w zakresie CSR oraz pokazywanie korzyści dla społeczeństwa, środowiska naturalnego (w opisywanym w niniejszym raporcie przypadku - jakości powietrza), a także samego przedsiębiorstwa jest istotnym elementem rozwoju działań w zakresie Społecznej Odpowiedzialności Biznesu.

6.3. CSR oczami konsumentów

Działania CSR, oprócz wymiaru etycznego i pozytywnego wpływu na środowisko, wpływają na poprawę wizerunku danej firmy, co może bezpośrednio przełożyć się na wzrost liczby klientów. Aż 88% konsumentów chce, by przedsiębiorstwa ułatwiały im wpływ na kwestie środowiskowe. Jeśli firmy nie dostosują swoich polityk do zmniejszenia negatywnego wpływu na środowisko, ryzykują utratą rozpoznawalności i zaufania swoich klientów. Potwierdza to badanie Fundacji Otwarte Klatki, wskazujące, że rośnie grono konsumentów wybierających firmy działające na rzecz ochrony przyrody, praw człowieka i praw zwierząt. Jest to znaczące zwłaszcza w gronie „pokolenia milenialsów" (pokolenia Y), czyli osób w przedziale 20 - 40 r.ż., ponieważ to właśnie pokolenie Y wykazuje wysoki poziom zaufania w stosunku do marek znanych z dobrych praktyk w zakresie społecznej odpowiedzialności biznesu. Badania przeprowadzone przez Fundację wykazało, że 100% ankietowanych pomiędzy 18-29 r.ż. mogłoby płacić wyższą cenę za mięso, jeśli poprawiłoby to warunki życiowe zwierząt. Aż 94% osób z młodszego pokolenia, urodzonych po 1995 r. (pokolenie Z) uważa, że biznes powinien angażować się w rozwiązywanie problemów społecznych.

Z kolei z badania przeprowadzonego przez ING, wynika, że mimo niewystarczającej wiedzy na temat stanu powietrza w Polsce (respondenci nie byli świadomi aż tak złej jakości powietrza i jej konsekwencji), Polki i Polacy są gotowi ponosić niewielkie opłaty przeznaczone na walkę z zanieczyszczeniem powietrza - przeciętnie 18 zł miesięcznie. Oznacza to, że nawet pomimo kiepskiej świadomości konkretnego zagadnienia, **jakość powietrza znajduje się wysoko w priorytetach mieszkańców i mieszkanek Polski**.

Wyniki badania Research Collective, przeprowadzonego w 2021 roku na zlecenie CSR Consulting oraz Banku BNP Paribas świadczą o tym, że Polki i Polacy za największe wyzwanie współczesnego świata uznają zmianę klimatu i ko-

nieczność ochrony środowiska. Ważne jest dla nich zagadnienie odpowiedzialnej produkcji i konsumpcji, przy czym 31% badanych oceniło obecne zaangażowanie biznesu „źle" i „bardzo źle". **40% Polaków oczekuje od biznesu podejmowania konkretnych działań na rzecz realizacji Celów Zrównoważonego Rozwoju.** Ankietowani podkreślali również potrzebę prowadzenia działań edukacyjnych właśnie przez sektor biznesu.

6.4. Standardy raportowania niefinansowego

Raportowanie ESG, jak zaznaczono powyżej, dotyczy wielu różnych obszarów działalności przedsiębiorstwa, w tym kwestii obejmujących warunki pracy, prawa człowieka, bezpieczeństwo produktów, ale także wpływ danej działalności na środowisko, w tym na stan powietrza. ESG już w samej nazwie zakreśla obszar raportowania, jednocześnie wprowadzając dla wielu przedsiębiorstw nie tyle możliwość, co obowiązek raportowania i nie tylko w wybranym zakresie, ale całościowo.

Sam proces raportowania nie powinien być traktowany jako coroczny obowiązek, a jako pewnego rodzaju kompas dla danego przedsiębiorstwa oraz szansa skonstruowania listy kontrolnej jakości działań i ich konsekwencji w poszczególnych obszarach. Ważne jest, by wyznaczać ambitne, lecz realistyczne cele, regularnie gromadzić dane oraz wybierać do raportowania osoby kompetentne, które są w stanie dokonać oceny działań w kategoriach pozafinansowych. Jak zauważa portal gov.pl: „dzielenie się doświadczeniami w zakresie integracji czynników społecznych i środowiskowych w codziennej działalności biznesowej sprzyja budowaniu wiarygodności oraz transparentności polskiego rynku".

By lepiej zmobilizować firmy do wprowadzania efektywnych działań w obszarze środowiskowo-społecznym, a także wesprzeć działania na rzecz zrównoważonej gospodarki i ograniczenia skutków zmiany klimatu, **na poziomie unijnym trwają prace nad uregulowaniem wymagań ws. raportowania ESG**. Od niedawna obowiązują nowe przepisy związane z jawnością informacji na temat zrównoważonego rozwoju w sektorze usług finansowych (na podstawie rozporządzenia w sprawie ujawniania informacji związanych ze zrównoważonym rozwojem w sektorze usług finansowych – SFDR, ang. Sustainable Finance Disclosure Regulation) oraz rozporządzenie dotyczące **taksonomii**, które było podstawą wydania aktów delegowanych, zawierających szczegółowe informacje, jakie działalności gospodarcze mogą być uznane za zrównoważone środowiskowo i jakie warunki muszą spełnić, by tak się stało[17].

Przyjęta styczniu w 2023 roku **Dyrektywa CSRD** (Corporate Sustainability Reporting Directive, Dyrektywa ws. sprawozdawczości przedsiębiorstw w zakresie zrównoważonego rozwoju) to regulacja zastępująca obowiązującą do 2022 r. dyrektywę NFRD oraz nakładająca bardziej restrykcyjne wymogi na szerszą grupę podmiotów gospodarczych – nie tylko na te objęte obowiązkiem raportowania, ale pośrednio również na firmy pragnące pozostać w ich łańcuchach wartości. Dyrektywa ta wprowadza jednolite, obowiązkowe dla wszystkich przedsiębiorstw, standardy raportowania ESG – tzw. **Europejskie Standardy Zrównoważonego Raportowania** w zakresie zrównoważonego rozwoju (ESRS, European Sustainability Reporting Standards). Komisja Europejska przyjęła te standardy 31 lipca 2023 r. Aktualnie kraje członkowskie są w trakcie implementowania dyrektywy CRSD do krajowego porządku prawnego. Zapisy dyrektywy będą wdrażane stopniowo według harmonogramu do 2028 r.

Standardy raportowania o działaniach na rzecz redukcji zanieczyszczeń powietrza: ESRS E2

W pkt. 4 Dyrektywy Parlamentu Europejskiego i Rady (UE) 2022/2464 z 14 grudnia 2022 r. w sprawie zmiany rozporządzenia (UE) nr 537/2014, dyrektywy 2004/109/WE, dyrekty-

17 Taksonomia określa sześć celów środowiskowych (łagodzenie zmian klimatu, adaptacja do zmian klimatu, zrównoważone wykorzystywanie i ochrona zasobów wodnych i morskich, przejście na gospodarkę o obiegu zamkniętym, zapobieganie zanieczyszczeniu i jego kontrola, ochrona i odbudowa bioróżnorodności i ekosystemów).

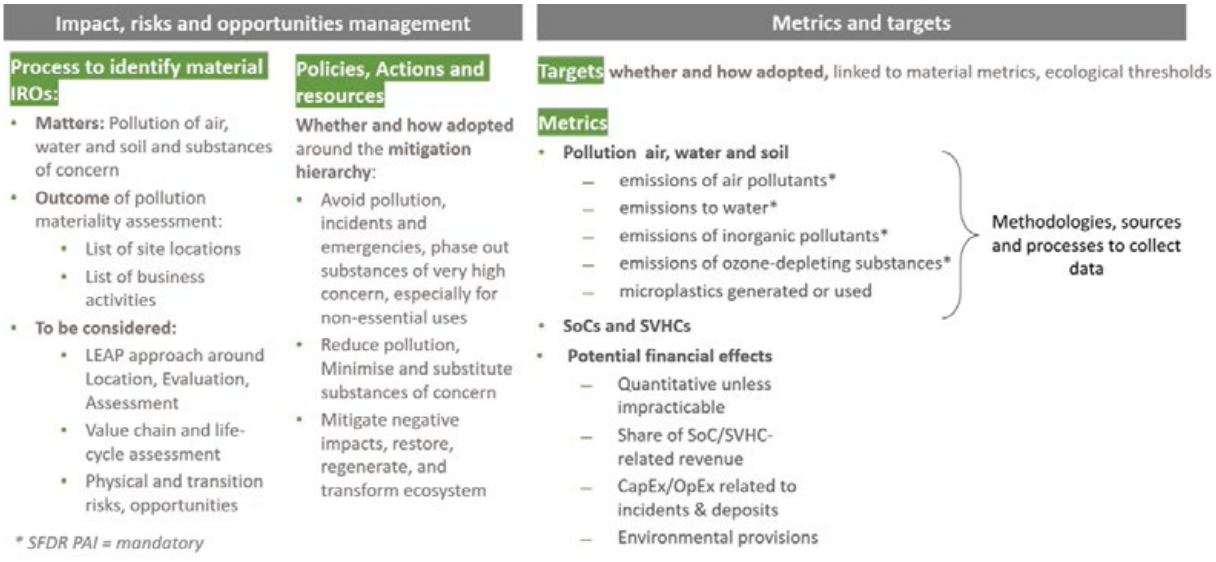
wy 2006/43/WE oraz dyrektywy 2013/34/UE w odniesieniu do sprawozdawczości przedsiębiorstw w zakresie zrównoważonego rozwoju Rada UE podkreśliła znaczenie **„wiarygodnych, porównywalnych i odnośnych informacji na temat ryzyk dla zrównoważoności, możliwości w zakresie zrównoważoności oraz jej skutków, a także wezwała Komisję, by rozważyła opracowanie europejskiego standardu sprawozdawczości niefinansowej".** Najnowsza wersja Dyrektywy znajduje się w tym miejscu.

Raport Monitoring Branżowy Raportowanie, ESG w świetle dyrektywy CSRD przygotowany przez Departament Analiz Ekonomicznych oraz Zespół Analiz Sektorowych PKO BP prezentuje informacje, których ujawnienie jest obowiązkowe dla wszystkich przedsiębiorstw (niezależnie od sektora i istotnych tematów[18]). **Opisano je w tzw. standardzie ESRS 2** (w tzw. general disclosures). W dokumencie wyjaśniono również zasadę czterech obszarów raportowania obejmujących: zarządzanie (Governance – GOV), strategia (Strategy – SBM), ocena wpływu, szans i zagrożeń (Impact,

18 Co do zasady – większość wskaźników należy zaraportować, gdy spółka – po przeprowadzeniu odpowiedniej oceny – uzna jest za istotne (ang. material). Niestety w ostatniej wersji ESRS KE rozszerzyła test istotności, w tym na emisje GHG.

Rys. 2. Schemat standardów ESRS za PKO BP (wersja ang. z projektu Dyrektywy z 31.07.2023)

Rys. 3. Proces raportowania ESRS E2



risk and opportunity management – IRO) oraz mierniki i cele (Metrics and targets – MT).

W ramach standardu ESRS E2 **przedsiębiorca powinien opisać w jaki sposób zapobiega i zarządza powstałymi w ramach swojej działalności zanieczyszczeniami powietrza, wód i gleb** (każdej substancji zanieczyszczającej wymienionej w załączniku II do rozporządzenia (WE) nr 166/2006 Parlamentu Europejskiego i Rady, emitowanych do powietrza, wód i gleb, z wyjątkiem emisji gazów cieplarnianych, które są kategoryzowane zgodnie z ESRS E1 Climate Change – czyli 91 substancji, w tym m.in. metan, tlenek węgla, dwutlenek węgla, fluorowęglowodory, podtlenek azotu, amoniak, niemetanowe lotne związki organiczne, tlenki azotu, perfluorowęglowodory, sześciofluorek siarki, tlenki siarki, wodorochlorofluorowęglowodory, chlorofluorowęglowodory, arsen i jego związki etc.).

Jednym z celów raportowania w ramach ESRS E2 jest wsparcie realizacji planu działania UE na rzecz eliminacji zanieczyszczeń do 2050 (tzw. „zero pollution action plan") – jednej z inicjatyw w ramach Europejskiego Zielonego Ładu. Plan ten stawia cel redukcji liczby przedwczesnych zgonów z powodu zanieczyszczenia powietrza o ponad 55% oraz ograniczenie o 25% powierzchni ekosystemów UE, w których zanieczyszczenie powietrza zagraża różnorodności biologicznej do 2050 roku. W tym kontekście istotne jest w jaki sposób cele i środki planu działania UE oraz przegląd istniejących dyrektyw (np. dyrektywy o emisjach przemysłowych (IED)) wpływają lub mogą wpływać na działania podejmowane przez przedsiębiorcę; w jaki sposób przedsiębiorca zamierza zmniejszyć swoją emisję zanieczyszczeń, aby przyczynić się do osiągnięcia tych celów.

Ponadto **standard wpisuje się w kontekst regulacji unijnych dotyczących zanieczyszczeń i niebezpiecznych substancji** (m.in. systemy EMAS – Ekozarządzania i Audytu oraz REACH czy dyrektywy IED i inne[19]).

Konkretne kroki w raportowaniu ESRS E2, na podstawie rekomendacji Europejskiej Grupy Doradczej ds. Sprawozdawczości Finansowej (European Financial Reporting Advisory Group, EFRAG) pokazuje Rys. 3.

W pierwszej kolejności całego procesu należy **zgromadzić informacje** o tym, jak dany biznes wpływa na emisję zanieczyszczeń powietrza, określić poziom i miejsce emisji zanieczyszczeń oraz ich kumulacji (z uwzględnieniem łańcuchów dostaw i cyklu życia produktów/usług oraz zagrożenia ich dalszej transmisji) oraz zakres odpowiedzialności ciążący na przedsiębiorstwie. Następnie należy przeanalizować możliwości wprowadzenia **działań zapobiegawczych,** w tym np. wycofywanie spalania paliw stałych czy innych substancji. W kolejnym kroku należy zastanowić się jak przywrócić pierwotny stan środowiska naturalnego i zregenerować ekosystem zanieczyszczony działalnością danego przedsiębiorstwa. W całym procesie ważne jest ustalenie konkretnych **celów i wskaźników** redukcji emisji konkretnych zanieczyszczeń, a także **kosztów zanieczyszczenia i korzyści z jego redukcji.**

19 O ile część informacji zbieranych na potrzeby EMAS można wykorzystać przy raportowaniu ESRS, to ESRS są znacznie szersze i sam EMAS nie jest wystarczający.

Ujęcie z filmu firmy Apple „Mother Nature", 2023, nt. raportowania niefinansowego

Znaczenie raportowania ESG

– komentuje **Bartosz Kwiatkowski**, Dyrektor Fundacji Frank Bold

Raportowanie ESG samo w sobie nie zmieni świata. *Dzięki zebraniu i ujawnieniu informacji na temat stosunku przedsiębiorstwa do środowiska i społeczeństwa czy też stosowanego przez nie ładu korporacyjnego nie zlikwidujemy negatywnych skutków trwających zmian klimatu, nie zagwarantujemy poszanowania praw człowieka (zarówno w Europie, jak i w krajach Globalnego Południa, które bardzo często stanowią podstawę łańcucha wartości europejskich przedsiębiorstw) i nie wyeliminujemy przestępczości korupcyjnej. Nie taki jest jednak bezpośredni cel regulacji ESG.*

Bartosz Kwiatkowski
Dyrektor Fundacji Frank Bold

Raportowanie zagadnień w zakresie zrównoważonego rozwoju jest początkiem i końcem powtarzalnego cyklu, w trakcie którego przedsiębiorstwo – przez podejmowanie konkretnych decyzji biznesowych i stosowanie (a nie tylko wprowadzanie i odkładanie na półkę) odpowiednich polityk i procedur – ma redukować swoje emisje gazów cieplarnianych, minimalizować negatywne oddziaływanie na środowisko, stosować procedury należytej staranności, eliminując naruszenia praw człowieka w łańcuchu wartości czy zachowania korupcyjne.

Raport ma przede wszystkim stanowić podsumowanie poprzedniego cyklu i punkt wyjścia dla kolejnego, dzięki czemu interesariusze będą mogli nie tylko zrozumieć, gdzie przedsiębiorstwo jest i dokąd zmierza, ale też na ile efektywnie to robi.

Dzięki ujednoliconym europejskim standardom raportowania interesariusze powinni zyskać łatwiejszy dostęp do informacji na temat emisji do powietrza powodowanych przez przedsiębiorstwa w ramach prowadzonej przez nie działalności. Dotyczy to nie tylko rodzaju i ilości emitowanych bezpośrednio przez przedsiębiorstwo substancji, ale również informacji o stosowanych procesach w celu identyfikacji istotnych wpływów, ryzyk i szans związanych z emisjami (również w zakresie szeroko rozumianego łańcucha wartości), założonych przez przedsiębiorstwo celach poziomów emisji (z uwzględnieniem m.in. zmian w czasie i stosowanej metodyki), a także polityk służących zarządzaniu zidentyfikowanymi zagadnieniami i osiągnięciu założonych celów. Oznacza to, że przedsiębiorstwa nie będą się mogły ograniczać wyłącznie do podawania informacji liczbowych o swoich emisjach, ale będą zobowiązane do ujawniania informacji w jaki sposób nimi zarządzają, jak emisje będą wyglądać w kolejnych latach oraz jakie kroki podejmą w celu ich wyeliminowania lub redukcji. Dzięki temu, że standardy będą stosowane przez wszystkie przedsiębiorstwa objęte obowiązkiem raportowania będzie istniała możliwość porównywania nie tylko tego co i w jakiej ilości dane przedsiębiorstwo emituje, ale także na ile odpowiedzialnie podchodzi na tle swoich konkurentów czy partnerów biznesowych do ograniczania w przyszłości swojego negatywnego oddziaływania na środowisko, w tym jakość powietrza.

Realnej zmiany nie osiągnie się bez aktywności instytucji nadzoru, które powinny wnikliwie analizować realizację obowiązków sprawozdawczych, oraz instytucji finansowych, które powinny kierować kapitał wyłącznie do przedsiębiorstw transparentnie informujących o swojej działalności i skutecznie redukujący swój negatywny wpływ na wszystkie obszary ESG.

7

DZIAŁANIA FIRM NA RZECZ POPRAWY JAKOŚCI POWIETRZA – MOŻLIWOŚCI I KORZYŚCI

7. DZIAŁANIA FIRM NA RZECZ POPRAWY JAKOŚCI POWIETRZA – MOŻLIWOŚCI I KORZYŚCI

Jak wspomniano powyżej, mimo że to **sektor publiczny odpowiedzialny jest za uchwalanie poszczególnych przepisów (polityka energetyczna, polityka klimatyczna, standardy jakości paliw, dopuszczalne stężenia zanieczyszczeń powietrza) oraz wdrażanie narzędzi wsparcia finansowego, przedsiębiorcy mogą w działaniach odegrać znaczną rolę**. W oparciu o swoją unikalną, ekspercką wiedzę, więksi przedsiębiorcy samodzielnie, poprzez stowarzyszenia branżowe lub organizacje pracodawców, niejednokrotnie pomagają instytucjom publicznym w prawidłowym zidentyfikowaniu hierarchii i skali wyzwań, uchwaleniu skutecznych przepisów i efektywnym alokowaniu pomocy finansowej. Wreszcie zaś, każda firma może aktywnie włączyć się w walkę o poprawę jakości powietrza poprzez **dobrze zaplanowane i skutecznie realizowane działania w ramach społecznej odpowiedzialności biznesu**. Praktycznie każda działalność biznesowa wiąże się z emisją zanieczyszczeń. Trudno określić całkowity wkład sektora przedsiębiorstw do łącznej emisji zanieczyszczeń, ponieważ nie istnieje jeszcze kompleksowy zbiór wytycznych, które pozwoliłyby zidentyfikować emisje z każdego ze źródeł wedle każdego łańcucha produkcji lub usług. WHO **podkreśla jednak**

Rys. 4. Wpływ wybranych działań CSR związanych z jakością powietrza na poszczególne obszary

konieczność gromadzenia i analizy danych niezbędnych do opracowania inwentaryzacji emisji kluczowych procesów zanieczyszczających powietrze związanych z działalnością własną przedsiębiorstw, wdrażanie rozwiązań w celu ich minimalizowania oraz podnoszenia świadomości pracowników i zarządu na temat tych zagrożeń.

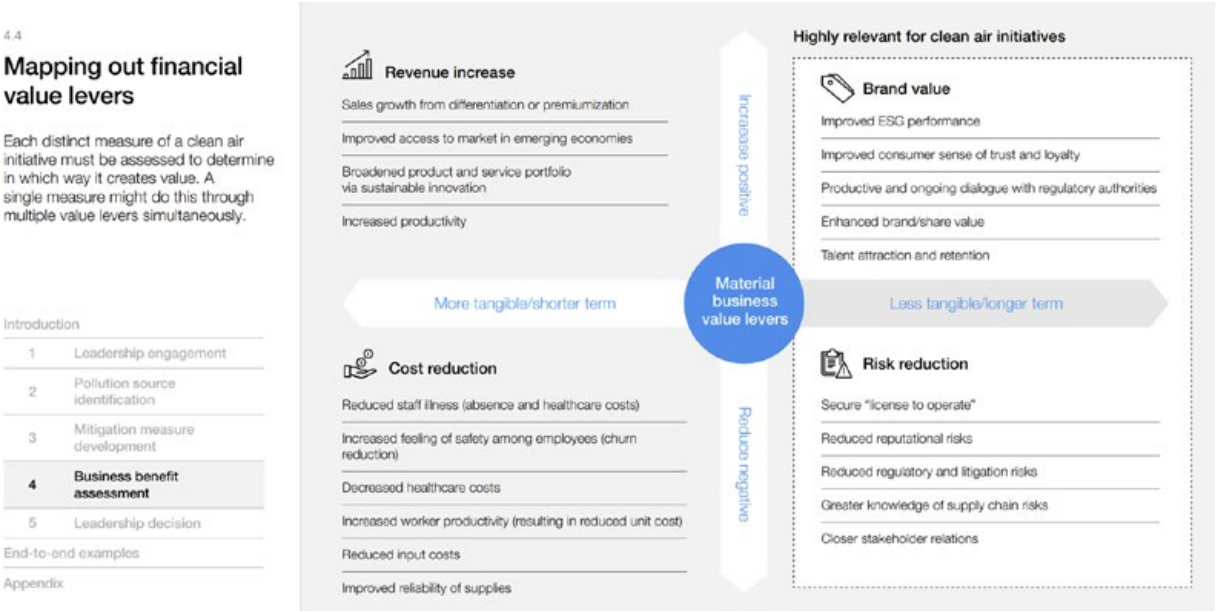
Inicjatywa Światowego Forum Ekonomicznego pn. **WEF Alliance for Clean Air** (patrz: rozdział 11) określa **zestaw potencjalnych inicjatyw**, po które przedsiębiorcy mogą sięgnąć w celu redukcji emisji zanieczyszczeń powietrza. Wśród nich wyróżnia, m.in inwestowanie i korzystanie z odnawialnych źródeł energii, oszczędzanie energii, poprawę efektywności energetycznej, umożliwienie pracownikom pracy zdalnej, ograniczenie liczby podróży służbowych, zmiana floty transportowej na elektryczną, wykorzystanie mniej emisyjnych paliw w firmowej flocie czy dofinansowanie abonamentów na bilety komunikacji miejskiej dla pracowników. Jak pokazano na poniższym wykresie, korzyści każdego z tych rozwiązań można rozpatrywać w poszczególnych kategoriach, takich jak wpływ na **środowisko**, **społeczeństwo**, kwestie związane z **zarządzaniem** oraz w obszarze **finansowym** bądź **niefinansowym**.

Wśród korzyści dla firmy – obok korzyści dla środowiska – należy wymienić potencjalny wzrost przychodów firmy, redukcję kosztów, wzrost wartości marki oraz redukcję ryzyka (np. lepsze rozeznanie w ryzyku związanym z łańcuchem dostaw).

Niektóre działania CSR w obszarze jakości powietrza mogą wpłynąć nie tylko na poprawę stanu środowiska naturalnego, ale także przynieść dodatkowe, często nieoczywiste i obopólne **korzyści zarówno dla pracowników jak i przedsiębiorstw**, np. skutkować oszczędnościami wynikającymi ze zmniejszonego zapotrzebowania na powierzchnię biurową, wydatków na podróże czy lepszego stanu zdrowia pracowników. Badania przeprowadzone przez World Green Building Council wskazują, że lepsza jakość powietrza w pomieszczeniach może prowadzić do poprawy produktywności o 8–11%.

Według badania przeprowadzonego Walking & Cycling: the economic benefits opublikowanego w 2019 roku na zlecenie The Transport for London (TfL), pracownicy aktywni fizycznie, którzy np. **zrezygnowali z dojazdów samochodem** na rzecz roweru, spaceru czy joggingu, rzadziej chorują (27% mniej dni zwolnień chorobowych), poprawia się także ich zdrowie psychiczne. Natomiast osoby dojeżdżające do pracy samochodem są o co najmniej 13% bardziej narażone na ciągłe napięcie lub brak koncentracji niż osoby podejmujące aktywną mobilność. Wedle da-

Rys. 5. Mapowanie poziomów wartości związanych z działaniami CSR w obszarze jakości powietrza



nych Transport for London aż 73% pracowników dojeżdżających do pracy rowerem uważa, że są bardziej wydajni w pracy. Przekształcanie parkingów samochodowych na rowerowe pozwala znacząco zaoszczędzić przestrzeń - na jednym miejscu parkingowym zmieści się od czterech do nawet dwunastu rowerów. Dodatkowo można zaoszczędzić – dane przywoływane przez Transport for London wskazują, że firmy, które korzystały z rowerów w przypadku dostaw lokalnych, mogą zaoszczędzić od 39% do 64% na kosztach dostawy. Ze względu na wdrażanie Stref Czystego Powietrza, poruszanie się wysokoemisyjnymi samochodami nie będzie już dozwolone w niektórych strefach. Ich przekraczanie będzie wiązało się z dodatkowymi opłatami – zatem wymiana floty na niskoemisyjną a najlepiej na elektryczną przyczyni się do uniknięcia dodatkowych kosztów i uzyskania dodatkowych korzyści.

Innym obszarem jest **praca zdalna** - badania przeprowadzone przez Global Action Plan dowodzą, że 100% pracowników deklaruje równowagę między pracą a życiem prywatnym w przypadku elastycznej pracy. Aż 91% osób pracujących w domu uważa, że są bardziej produktywne niż w biurze. Inne badania pokazują, że 92% tzw. pokolenia millenialsów uznaje elastyczność za najwyższy priorytet podczas poszukiwania pracy, a do 2025 r. grupa ta będzie stanowić nawet 75% siły roboczej. Elastyczny czas pracy czyni ją bardziej atrakcyjną, a 30% badanych wolałoby elastyczną pracę zamiast podwyżki.

8

NAJLEPSZE PRAKTYKI CSR DOTYCZĄCE JAKOŚCI POWIETRZA

8. NAJLEPSZE PRAKTYKI CSR DOTYCZĄCE JAKOŚCI POWIETRZA

Społeczna Odpowiedzialność Biznesu to dziedzina stosunkowo (ok 25 lat) młoda i oparta w dużej mierze na wartościach niematerialnych – zaangażowaniu, relacjach, kapitale intelektualnym i społecznym[20]. Jak informuje w swych opracowaniach Komisja Europejska, CSR „to koncepcja, zgodnie z którą przedsiębiorstwa dobrowolnie uwzględniają kwestie społeczne i ekologiczne w swojej działalności operacyjnej oraz w kontaktach z interesariuszami"[21].

Stosowanie zasad CSR przynosi wymierne korzyści dla przedsiębiorstw, pracowników i społeczeństwa. Mają one swój wymiar ilościowy i jakościowy, a potwierdzają to liczne badania. Według raportu przygotowanego w 2009 roku przez spółkę konsultingową McKinsey, największy wpływ działań podejmowanych w ramach CSR można zauważyć w obszarach **poprawy reputacji i wizerunku firmy**. Choć korzyści są wymierne i co do zasady eksperci się zgadzają, że właściwie zarządzany CSR przynosi długofalowe korzyści, bardzo trudno je jednak skwantyfikować i **nie istnieje uniwersalna miara ich skuteczności**.

20 Pomiar społecznej odpowiedzialności biznesu (CSR) w teorii i praktyce organizacji

21 Green Paper Promoting a European Framework for Corporate Social Responsibility, COM 366, Brussels 2001.

10 kroków do czystego powietrza

- komentuje **Mirella Panek-Owsiańska**, Ekspertka CSR

Coraz więcej firm, wychodząc naprzeciw oczekiwaniom interesariuszek i interesariuszy włącza działania na rzecz czystego powietrza do swoich strategii zrównoważonego rozwoju. Warto jednak robić to mądrze, świadomie i strategicznie, co ograniczy także ryzyka oskarżeń o greenwashing.

Oto 10 kluczowych obszarów, które powinny być uwzględnione w takich działaniach:

Mirella Panek-Owsiańska
Ekspertka CSR

1. Świadomość i edukacja: *Rozpocznij działania od zwiększenia świadomości na temat zagadnień związanych z jakością powietrza wśród pracowników, pracowniczek, klientów i partnerów biznesowych. Przeprowadź szkolenia, warsztaty i zapewnij materiały edukacyjne, aby zwiększyć wiedzę na ten temat.*

Przykład: *W „Powietrznej Akademii", projekcie Airly i Veolii skierowanym do uczniów szkół podstawowych przeprowadzono zajęcia przybliżające tematykę smogu w oparciu o doświadczenia z zakresu fizyki i chemii dla ponad 6000 uczniów i uczennic z 60 szkół z całej Polski.*

2. Cele i wskaźniki: *Określ cele związane z poprawą jakości powietrza: np.*

zmniejszenie emisji zanieczyszczeń powietrza lub zwiększenie liczby pracowników korzystających z nieemisyjnych środków transportu. Stwórz wskaźniki pomiaru postępów.

Przykład: *Lyreco od 2022 roku wybiera tylko Samochody EPV (Environment Preferred Vehicles). Obecnie samochody osobowe nisko i zeroemisyjne stanowią 77% floty. Efektywność praktyki mierzona jest corocznym podsumowaniem emisji CO_2, średnią spalania oraz liczbą kierowców przeszkolonych z zasad ecodrivingu (100%).*

3. Zaangażowanie pracowników pracowniczek: *Zachęć pracowników do udziału w inicjatywach mających wpływ na czystość powietrza: carpoolingu, roweru lub komunikacji publicznej. Utwórz gratyfikacje dla pracowników za osiągnięcia związane z ochroną powietrza.*

Przykład: *W ramach carpoolingu, pracownicy firmy Wawel mogą za pomocą platformy organizować wspólne podróże do i z miejsca pracy. Mogą zgłaszać trasy, którymi jeżdżą jako kierowcy lub rezerwować miejsca w samochodzie na odpowiadającej im trasie jako pasażerowie.*

4. Produkty i usługi zrównoważone: *Rozważ dostosowanie produktów lub usług w taki sposób, by wpływały na powietrza. Informuj klientów o takich zmianach i zachęcaj do ich wyboru.*

Przykład: *Allegro i OLX zabraniają oferowania produktów niezgodnych z wymogami, w tym pieców węglowych, które nie spełniają wymogów prawnych.*

5. Monitorowanie emisji: *Inwestuj w technologie monitorowania emisji zanieczyszczeń w procesach produkcyjnych. Udostępniaj te informacje publicznie.*

Przykład: *W ramach kampanii #BezSmogu EURO BANK dofinansowywał zagęszczanie sieci czujników smogu w celu uzupełnienia bazy danych dotyczących jakości powietrza w poszczególnych regionach Polski oraz prowadził kampanię zwiększającą świadomość o zagrożeniach związanych ze smogiem.*

6. Współpraca z organizacjami społecznymi: *Współpracuj w różnych formach z lokalnymi grupami i rzetelnymi organizacjami pozarządowymi, aby razem podejmować działania na rzecz lepszej jakości powietrza.*

Przykład: *„Biznes kontra smog" to program wolontariatu pracowniczego w obszarze edukacji dzieci i młodzieży na temat smogu i czystości powietrza. Dzięki pięcioletniej już współpracy 30 firm z ASPIRE, Krakowskim Alarmem Smogowym oraz Stowarzyszeniem Centrum Wolontariatu prowadzone są warsztaty dla szkół i przedszkoli.*

7. Komunikacja: *Regularnie informuj zarówno wewnętrznie, jak i na zewnątrz firmy o postępach w zakresie monitorowania i ochrony jakości powietrza. Stwórz spójną i transparentną komunikację, która podkreśla zaangażowanie firmy w te kwestie i pokazuje realne działania. Dziel się doświadczeniem.*

Przykład: *Solaris przez ekspercki portal eCity chce dzielić się swoimi kompetencjami i doświadczeniem w obszarze przyjaznych środowisku i mieszkańcom miast pojazdów bezemisyjnych. Strona ma na celu popularyzację ekologicznego transportu publicznego.*

8. Współpraca lokalna: *Współpracuj z lokalnymi władzami, zaangażuj lokalną społeczność. Organizuj otwarte spotkania lub konsultacje z mieszkańcami okolicy, aby poznać ich obawy i pomysły dotyczące ochrony powietrza. Bądź gotowy reagować na ich sugestie.*

Przykład: *Kampania Avivy „Wiem, czym oddycham" objęła szereg działań, które miały uświadomić Polakom, jak bardzo szkodliwy jest smog i jak można się przed nim chronić. Kampania angażowała obywateli do wskazania lokalizacji, w której instalowane były następnie sensory jakości powietrza. Aviva pokrywała koszty czujników i ich utrzymania, a mieszkańcy mogli umieszczać je w swoim najbliższym otoczeniu, aby wpływać na władze.*

9. Zrównoważony rozwój: *Wprowadź zasady zrównoważonego rozwoju do strategii biznesowej firmy. Dąż do minimalizacji negatywnego wpływu działalności na środowisko.*

Przykład: *W 2021 r. banki BNP Paribas i Santander Bank Polska rozpoczęły oferowanie kredytów „Czyste Powietrze" powiązanych z dotacją, celem wsparcia inicjatyw zmierzających do poprawy jakości powietrza i zmniejszenia emisji gazów cieplarnianych.*

10. Raportowanie: *Regularnie raportuj postępy i wyniki działań związanych z kampanią CSR w zakresie ochrony powietrza. Przeprowadzaj oceny skuteczności i dostosowuj strategię w miarę potrzeb. Opieraj się na międzynarodowych standardach raportowania.*

Polskie firmy wdrażają już wiele działań w zakresie ochrony powietrza, jednak brakuje zmian naprawdę strategicznych i systemowych opartych na danych. Żadna z firm nie uczyniła z czystego powietrza priorytetu swoich działań środowiskowych, nie jest to także baza do podejmowania strategicznych decyzji biznesowych. Dlatego potrzebujemy edukacji kadr menedżerskich i wielu działań społecznych pokazujących wagę problemu.

Przykłady działań firm pochodzą z raportów Forum Odpowiedzialnego Biznesu „Odpowiedzialny biznes w Polsce. Dobre praktyki".

METODYKA przeglądu dobrych praktyk

Choć działania CSR dotyczące poprawy jakości powietrza najczęściej zmniejszają również emisję gazów cieplarnianych, dla autorów raportu podstawowym kryterium wyboru działań poddawanych analizie, był ich wpływ na poprawę **jakości powietrza** lub wartości edukacyjne w tym obszarze. Wyzwaniem były tu przykłady zagraniczne (Holandia oraz Dania), gdzie najczęściej nadrzędnym cel działań jest redukcja śladu węglowego organizacji. Wynika to z faktu, że w krajach zachodnioeuropejskich, które nie mają tak zanieczyszczonego powietrza jak Polska, to zmiana klimatu jest znacznie poważniejszym wyzwaniem, a jakość powietrza poprawia się niejako „przy okazji". Dlatego w opisie przypadku przykładów zagranicznych pojawia się kontekst neutralności klimatycznej i redukcji GHG.

Tworząc niniejszy przegląd najlepszych praktyk CSR dotyczących dbałości o jakość powietrza, kierowano się powyższymi wskaźnikami ze szczególnym naciskiem na:

- **mierzalność** – szczególnie w kontekście liczby osób zaangażowanych w realizację projektów (pracownicy, klienci, osoby postronne);
- **rzeczowość** – wszystkie przedstawione projekty miały zwięzły i jasno przedstawiony cel;
- **istotność** – przytoczone projekty dotyczyły działań na rzecz ochrony powietrza, przekazywały istotne informacje lub dawały konkretne korzyści związane z czystością powietrza.

W celu wyłonienia poniższych, wyróżnionych działań CSR adresujących problem jakości naszego powietrza, przeanalizowano w sumie **ponad 500 inicjatyw**. Informacje o nich uzyskano z wielu źródeł m.in. z Raportów Zrównoważonego Rozwoju publikowanych w Internecie, ze szczególnym wskazaniem strony odpowiedzialnybiznes.pl prowadzonej przez Forum Odpowiedzialnego Biznesu oraz dzięki ankietom zebranym przez Konfederację Lewiatan.

Wyróżniające się praktyki CSR przedstawiono poniżej, dzieląc je na siedem kategorii, dotyczących:

- **edukacji** w zakresie walki o czyste powietrze;
- **monitoringu** zanieczyszczeń powietrza;
- promocji **zrównoważonego transportu**;
- zmian w ofercie produktów i usług ;
- promocji **profilaktyki zdrowotnej**;
- **zieleni miejskiej**;
- działań **pro-bono**.

W dodatkowej części przywołano kilka praktyk, będących przykładami na to, jak **nie prowadzić** działań CSR. W sposób celowy lub nieumyślny wprowadzały one w błąd odbiorców lub były przygotowane w sprzeczności z danymi naukowymi.

Autorzy publikacji podkreślają, że dobór firm oraz ich prezentowanych działań był obiektywny i ani oni, ani zleceniodawcy raportu nie czerpią żadnych materialnych ani osobistych korzyści w związku z dokonanym wyborem przykładów.

8.1. Edukacja

Kampanie edukacyjne powinny nie tylko uwrażliwiać na problem, ale też dawać wskazówki, jak z nim walczyć

– komentuje **Piotr Siergiej**, Polski Alarm Smogowy.

Piotr Siergiej
Polski Alarm Smogowy

Kampanie edukacyjne CSR w zakresie ochrony powietrza są potrzebne i powinny być kierowane do jak najszerszych grup społecznych, począwszy od obywateli, przez samorządy, aż po władze na poziomie lokalnym i krajowym. Powinny one uświadamiać, czym jest zanieczyszczenie powietrza i jakie wiążą się z nim konsekwencje. ***Inicjatywy powinny nie tylko uwrażliwiać na problem, ale też dawać wskazówki, jak z nim walczyć.***

W zależności od konstrukcji kampanii CSR, może być ona adresowana do różnych podmiotów np.: samorządów, lokalnych władz, pracowników danej firmy. Najlepiej, jednak gdy trafia do grup społecznych, które powinny być zainteresowane tematem, np. do osób, które posiadają źródła ciepła niespełniające odpowiednich kryteriów w zakresie emisji zanieczyszczeń powietrza. Taka kampania powinna ***tłumaczyć korzyści*** *wynikające z wymiany kotła na nowy, kierować do odpowiednich źródeł finansowania takich przedsięwzięć, zachęcać też np. do termomodernizacji obiektów.*

Ważną grupą społeczną, do której powinny być kierowane kampanie edukacyjne, są ***dzieci****. Odpowiednio przekazana wiedza, nie tylko pozwala zrozumieć im zagrożenia związane ze smogiem, ale sprawia też, że chętnie dzielą się one, nie tylko ze sobą wzajemnie, ale też z rodzinami: rodzicami i dziadkami.*

W każdym z przypadków ważne jest, by osoby, które są zaangażowane w takie działania, były ***dobrze przygotowane*** *do swojej roli. Istnieje wiele mitów na temat zanieczyszczenia powietrza i są one rozpowszechniane zupełnie nieświadomie. Jako Polski Alarm Smogowy szkolimy osoby, które mają brać udział w akcjach CSR mówiących o zanieczyszczeniu powietrza.*

Przykładem dobrze zorganizowanej akcji CSR w zakresie edukacji może być „Biznes kontra smog", przygotowana przez konsorcjum ponad 30 firm, na którego czele stanęła firma PwC. Kampania w kontekście edukacyjnym jest bardzo cenna, bo wolontariusze firm zaangażowanych w przedsięwzięcie edukują dzieci, a za szkolenie płacą pracodawcy. Naszym zadaniem jako PAS jest właśnie szkolenie instruktorów.

8.1.1. Kampania: „Lepiej bez smogu”

Saint-Gobain

Główne założenia:

- **spoty i filmy edukacyjne w telewizji i mediach społecznościowych**
- **zaangażowanie rozpoznawalnych sportowców i dziennikarzy**
- **kalkulator termomodernizacji, poradnik**
- **graffiti w przestrzeni miejskiej**

Czas trwania: 2019 - 2021

Prowadzona od 2019 roku akcja edukacyjna przygotowana przez firmę Saint-Gobain miała na celu przybliżyć Polaków wielowymiarowe korzyści z ocieplania domów przy pomocy nowoczesnych systemów izolacyjnych. Odpowiednie ocieplenie wpływa na mniejszą utratę energii, a co za tym idzie na zmniejszoną konieczność ogrzewania w sezonie zimowym i niższą emisję zanieczyszczeń powietrza pochodzących ze spalania paliw kopalnych.

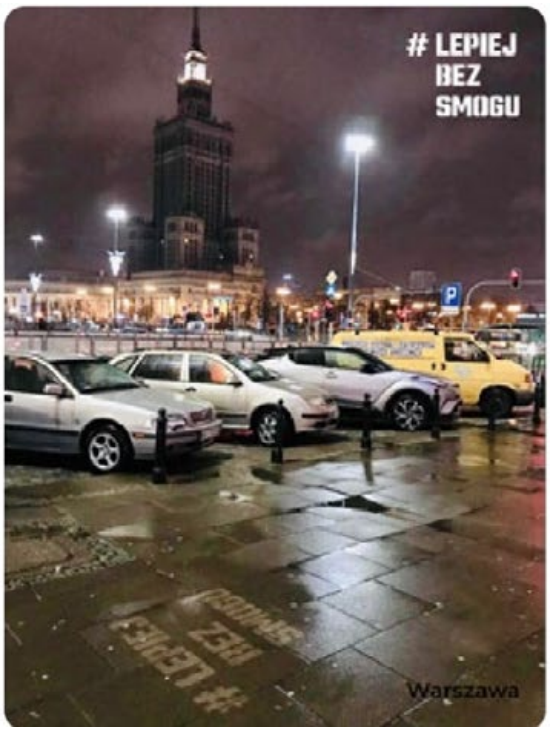
Hasłem promującym akcję był trafiający do wyobraźni zwrot „Ocieplaj dom, a nie klimat”.

Przebieg wydarzenia:

Kampania „Lepiej bez smogu” wystartowała wiosną 2019 roku, a jej ambasadorami zostali rozpoznawalni sportowcy – **Kamil Stoch, Anna Dziedzic** oraz **Antonio Lindback**. W spotach reklamowych publikowanych w telewizji i mediach społecznościowych zwracali oni uwagę na kwestię efektywnej izolacji budynków oraz zachęcali do działania na rzecz poprawy jakości powietrza w Polsce.

Dzięki współpracy ze sportowcami twórcy kampanii chcieli pokazać, że *„walka ze smogiem i poprawa jakości powietrza to nasz wspólny cel i wyzwanie, z którym trzeba się zmierzyć tak jak w rywalizacji sportowej*”.

Rys. 6. Graffiti „Clean Ads” wykonane na chodnikach (materiały prasowe Saint-Gobain)



Do grona ambasadorów akcji dołączyła też **Beata Sadowska** – dziennikarka i prezenterka, która podkreślała znaczenie alertów smogowych oraz zachęcała do realizacji strategii małych kroków w walce o poprawę jakości powietrza.

W ramach akcji uruchomiono stronę internetową lepiejbezsmogu.pl, na której udostępniono m.in.:

- kalkulator termomodernizacji;
- poradnik, wskazujący źródła dofinansowania termomodernizacji;
- interaktywny poradnik, wskazujący różne możliwości docieplenia budynków;
- zestaw pozostałych wskazówek pomagający w walce o czyste powietrze.

W drugiej edycji Kampanii (2020/21) organizatorzy odwiedzili Kraków, Wrocław, Warszawę, Poznań, Łódź i Katowice. Na murach i chodnikach wykonali (w porozumieniu z ich właścicielami) tzw. „Clean Ads" – odwrócone graffiti o treści „Lepiej bez smogu".

By wzmocnić przekaz, przygotowano też serię krótkich filmów, w których lektorką została również Beata Sadowska. Serię udostępniono w kanałach mediów społecznościowych, a później wzbogacono o 4-odcinkową serię filmową, w której Beata Sadowska opisywała problem zanieczyszczonego powietrza i tematykę termoizolacji. Serię tę kontynuowano na przełomie 2022 i 2023 roku. 5 odcinków obejrzało w sumie do ponad 170 tys. internautów.

W trzeciej edycji akcji 2021/22 organizatorzy skupili się na „promocji celu nadrzędnego Saint-Gobain: Making the World a Better Home" (ang. „sprawmy, by Ziemia była naszym lepszym domem").

W ramach akcji:

- zaktualizowano poradnik dotyczący dofinansowania termomodernizacji;
- przygotowano i przeprowadzono kreatywny konkurs dla inwestorów remontujących swoje domy
- zorganizowano akcję edukacyjną dla szkół popularyzującą zagadnienia termomodernizacji, w ramach której na lekcjach przekazywano wiedzę dotyczącą sposobów ochrony powietrza, segregacji odpadów i ocieplania domów
- ufundowano oczyszczacze powietrza dla Szkoły Podstawowej nr 8 w Gliwicach.

Nagrody:

- Kampania została nagrodzona w XVIII edycji konkursu Złote Spinacze (największym konkursie PR w Polsce) – w kategorii „Nieruchomości, budownictwo, dom i wnętrze" w 2020 roku.

8.1.2. Kampania: „Biznes kontra smog"

PwC

Główne założenia:

- **bezpłatne warsztaty w szkołach i przedszkolach**
- **konkurs dla szkół z nagrodami – czujnikami jakości powietrza**

Czas trwania: trwa nadal od 2018

Konsorcjum, składające się początkowo z kilku firm, wraz z PwC zorganizowało kampanię we współpracy z Krakowskim Alarmem Smogowym, Centrum Wolontariatu i Stowarzyszeniem ASPIRE. W 2023 roku w działaniu opartym na wolontariacie pracowniczym i niekomercyjnej, partnerskiej współpracy udział wzięło w sumie **30 organizacji** (27 firm i 3 NGO).

W ramach programu „Biznes kontra smog – Wspieramy klimat" pracownicy-wolontariusze zaangażowanych firm i instytucji prowadzą bezpłatne **warsztaty** w szkołach i przedszkolach. Spotkania prowadzone są w dwóch ścieżkach tematycznych: smog i jakość powietrza oraz zmiana klimatu.

Rys. 7. Baner promujący kampanię „Biznes kontra smog" (źródło, materiały prasowe PwC)

Fot. 1. Baner promujący kampanię „Biznes kontra smog" (źródło, materiały prasowe PwC)

Podczas zajęć na temat smogu wyjaśniamy m.in. czym jest smog, skąd się bierze i jak można przeciwdziałać temu zjawisku. Drugie warsztaty umożliwiają dzieciom i młodzieży poznanie głównych przyczyn powstawania zmian klimatu oraz kształtowanie postaw ekologicznych w życiu codziennym - tłumaczą twórcy Programu.

Inicjatywa jest dostosowana do różnych grup wiekowych. Prowadzone działania są całkowicie bezpłatne, dlatego szkoły nie ponoszą żadnych kosztów związanych z ich organizacją. Dodatkowo w ramach programu organizowany jest konkurs, w którym szkoły mogą wygrać czujniki zanieczyszczeń powietrza.

W kampanii w ciągu 5 lat w Programie:

- uczestniczyło 52 000 dzieci;
- uczestniczyło 1014 wolontariuszy;
- przeprowadzono 2330 warsztatów;
- przeprowadzono działania w 165 miejscowościach

Nagrody

- Program Biznes kontra Smog zdobył tytuł TOP CSR Initiative in Poland podczas Gali CEE Business Services Awards w styczniu 2019 roku. Został także laureatem konkursu „Dobroczyńca Roku 2020" (kategoria: Ekologia).

Rys. 8. Podsumowanie pięciu edycji „Biznes kontra smog" (materiały prasowe PwC)

8.1.3. Pozostałe

Wśród innych kampanii edukacyjnych CSR prowadzonych na polskim rynku w tej kategorii jest wiele mniejszych, które ze względu na pomysłowość i uzyskany zasięg również zasługują na wyróżnienie.

„Antysmog song"

Grupa OLX

- **piosenka antysmogowa na platformie YouTube**

Jednym z ciekawszych pomysłów był teledysk „Antysmog Song", przygotowany w ramach kampanii edukacyjnej na zlecenie portalu ogłoszeniowego OLX, przez zespół „T-Raperzy znad Wisły" – wokalno-satyryczny duet stworzony w latach dziewięćdziesiątych przez Grzegorza Wasowskiego i Sławomira Szczęśniaka

Utwór reklamował na portalu kategorię ogłoszeń „materiały opałowe" i zwracał uwagę na problem emisji zanieczyszczeń powietrza w Polsce. Do września 2023 roku teledysk obejrzało w sumie 1,7 mln osób.

Rys. 9. Antysmog Song zaprezentowano na platformie YouTube. Teledysk obejrzało 1,7 mln osób (fot. YouTube)

Kampania „Powietrzna akademia"

Veolia/Onet/Airly

- **wykłady on-line dla uczniów na temat walki z zanieczyszczeniem powietrza**

Program „Powietrzna Akademia", realizowany w latach 2019 - 2020, przygotowany wspólnie przez Fundację Veolia, Portal Onet oraz Airly w ramach zajęć domowych edukował młodzież szkolną w zakresie ochrony środowiska i walki z zanieczyszczeniem powietrza. W czasie dwóch edycji Programu (które objęły w sumie 25 zajęć) prowadzonych w trybie zdalnym, wykładowcy Akademii Górniczo-Hutniczej wyjaśniali zagadnienia związane z zanieczyszczeniem powietrza, odnawialnymi źródłami energii oraz sposobami jej oszczędzania. Tłumaczono też w jaki sposób można dbać i jakość powietrza w najbliższym otoczeniu. W ciągu dwóch lat trwania projektu udział w nim wzięło 6000 uczniów z 60 szkół w całym kraju. Podczas 25 zajęć przeprowadzono w sumie 150 doświadczeń fizyko-chemicznych, przybliżających omawiane zagadnienia.

8.2. Monitoring jakości powietrza

Monitoringu jakości powietrza nie da się przecenić. To ważny instrument w walce ze smogiem

– komentuje **Piotr Siergiej**, Polski Alarm Smogowy.

Gdy w powietrzu występują znaczne stężenia pyłów zawieszonych oraz substancji szkodliwych, ludzkie zmysły często nie są w stanie tego wychwycić. Bardzo szybko oswajamy się ze smogiem: przestajemy wyczuwać specyficzny zapach, przyzwyczajamy się do mniejszej przejrzystości powietrza, robimy się niewrażliwi na sygnały. Wówczas z pomocą przychodzi monitoring jakości powietrza, który jest nie do przecenienia i pozwala, na wypadek smogu, podjąć odpowiednie działania – w tym najważniejsze z nich – przekazywanie informacji. Jako Polski Alarm Smogowy korzystamy głównie z informacji podawanych przez stacje pomiarowe Głównego Inspektoratu Ochrony Środowiska.

Jednak poza referencyjnymi stacjami pomiarowymi są też stacje i czujniki pomiarowe niskokosztowe, które na rynek dostarczają prywatne przedsiębiorstwa. Ich rola jest również bardzo ważna. Oficjalnych stacji pomiarowych jest zaledwie nieco ponad 300 na prawie 2,5 tysiąca gmin w całym kraju. To bardzo mało, lukę tę wypełniają właśnie czujniki niskokosztowe, których jest już w około 10 tys. sztuk. Spełniają one zapotrzebowanie obywateli na wiedzę o jakości powietrza i są nieocenione również jeśli chodzi o budzenie świadomości społeczności lokalnych w tej sprawie.

Piotr Siergiej
Polski Alarm Smogowy

8.2.1. Akcja: Dobra Atmosfera / Balon widokowy na Bulwarze Wołyńskim w Krakowie

Balon widokowy sp. z.o.o./AGH

Główne założenia:

- **pomiar i prezentacja wyników monitoringu jakości powietrza w Krakowie na balonie widokowym nad Krakowem**
- **analiza profili pionowych zanieczyszczenia powietrza w Krakowie, współpraca międzynarodowa**

Czas trwania: od 2009 r.

Balon działa – z kilkuletnią przerwą - od 2009 roku. Może jednorazowo zabrać na pokład do 30 osób i wznieść się na wysokość do 275 metrów. Zawiadująca inicjatywą spółka Balon Widokowy pobiera opłaty od wszystkich, którzy zdecydują się na lot balonem na uwięzi. Loty odbywają się przez cały rok, przez 7 dni w tygodniu.

Spółka, we współpracy krakowską Akademią Górniczo-Hutniczą, umieściła w balonie system czujników, który bada jakość powietrza na różnych wysokościach w ramach akcji „Dobra Atmosfera".

Dane zbierane są przez system monitorujący jakość powietrza na różnych wysokościach, a następnie przedstawiane za pomocą podświetlenia czaszy balonu w odpowiednim kolorze, między zielenią oznaczającą powietrze

czyste, a czerwienią alarmującą, że zanieczyszczenie jest duże.

Spółka na swojej stronie opisuje unikalność prowadzonych badań, która polega na:

- pionowym profilu pobieranych próbek, co pozwala na analizę pionowego rozkładu stężenia pyłów. Maksymalny pułap balonu – 285 m – to umożliwia np. badanie warstwy inwersyjnej tworzącej się nad Krakowem i utrudniającej przewietrzanie miasta;

- intensywności badań - w czasie każdego lotu widokowo-turystycznego urządzenia zainstalowane w gondoli balonu badają stan powietrza - pozyskano w ten sposób kilka tysięcy unikalnych profili rozkładu stężenia pyłów nad Krakowem.

Wyniki pomiarów są weryfikowane w oparciu o warunki meteorologiczne panujące na wysokościach, na których pobrano próbki - kierunek i siłę wiatru, temperaturę i ciśnienie atmosferyczne, a następnie prezentowane jako podświetlenie czaszy w odpowiednim kolorze.

Z danych korzystają też naukowcy krakowskiej AGH. Naukowcy z Wydziału Fizyki i Informatyki Stosowanej tej uczelni od lat badają, w jaki sposób ruchy powietrza wpływają na stężenie pyłu zawieszonego w Krakowie.

- Kiedy zaczyna się sezon grzewczy, wskaźniki wizualizujące poziom zanieczyszczenia powietrza szkodliwymi dla organizmu pyłami zapalają się w Krakowie na czerwono. Tak jest przez wiele dni w okresie jesienno-zimowym, co przekłada się na częstszą zachorowalność na choroby płuc i układu krążenia. Danych na temat zasmogowania stolicy Małopolski dostarcza aktualnie osiem stacji Wojewódzkiego Inspektoratu Ochrony Środowiska oraz coraz gęstsza sieć prywatnych czujników pomiarowych. Dowiadujemy się dzięki temu, czym oddychamy przy powierzchni ziemi. Nie daje to jednak pełnego obrazu, wpływających na to procesów, które zachodzą w atmosferze. – można przeczytać na stronie projektu.

– Jeśli chcemy ustalić, skąd zanieczyszczenia napływają – czy to my je emitujemy, czy miejscowości okalające – warto też badać je w profilu pionowym. Mamy do czynienia z zupełnie inną sytuacją, kiedy smog utrzymuje się do wysokości 20 metrów, niż kiedy unosi się do 100 metrów – wyjaśnił na tej samej stronie

Rys. 10. Dane zbierane są przez system monitorujący jakość powietrza na różnych wysokościach, a następnie przedstawiane za pomocą podświetlenia czaszy balonu w różnych kolorach, między zielenią, którą oznacza czyste powietrze, a czerwienią, którą wskazuje na duże zanieczyszczenie (fot. balonwidokowy.pl)

zasadę działania systemu dr inż. Jakub Bartyzel z Zespołu Fizyki Środowiska, Wydziału Fizyki i Informatyki Stosowanej.

Fizycy dysponują już bazą analiz kilku tysięcy profili pionowych, a ich badania służą nie tylko podnoszeniu świadomości lokalnej społeczności, ale mogą być też porównywane z podobnymi projektami w Paryżu i Szanghaju w celu zidentyfikowania różnic i podobieństw w rodzaju i koncentracji zanieczyszczenia powietrza w poszczególnych miastach.

Wyniki pracy przeprowadzonej w kooperacji z badaczami Instytutu Meteorologii i Gospodarki Wodnej, Uniwersytetu Jagiellońskiego oraz Instytutu Biogeochemii Maxa Plancka z Niemiec przedstawiono w 2021 roku w publikacji na łamach profilu „Atmospheric Chemistry and Physics". Autorzy przeanalizowali maksymalny pionowy zasięg chmury zanieczyszczeń nad Krakowem. Wskazali, że podczas badanych dni smog utrzymywał się do wysokości 100 metrów nad powierzchnią ziemi.

Balon służy również jako „latające laboratorium", w którym kształcą się studenci AGH.

8.2.2. Kampania: Inteligenta reklama

Decathlon/Airly

Główne założenia:

- **Monitoring jakości powietrza, współpraca z właścicielami siłowni i klubów fitness**
- **Podniesienie świadomości na temat negatywnych skutków podejmowania aktywności fizycznej na zewnątrz w czasie, gdy powietrze jest zanieczyszczone**
- **Udostępnienie mieszkańcom Tarnowa informacji o bieżącym stanie powietrza w punktach pomiarowych Airly**

Czas trwania: od 2020 r.

W ramach kampanii, firma Decathlon zainwestowała w sieć czujników jakości powietrza firmy Airly. Sensory zamontowano w Tarnowie - mieście, w którym zanieczyszczenie powietrza przekracza dozwolone normy średnio przez 8 miesięcy w roku. Czujniki umieszczono blisko miejsc, w których mieszkańcy uprawiają sport, w tym w okolicach szkół. Kilka udostępniono również lokalnym siłowniom i klubom fitness. Dane pochodzące ze wszystkich pomiarów udostępniono następnie właścicielom obiektów sportowych. Gdy dopuszczalne normy zanieczyszczenia powietrza były przekraczane, właściciele obiektów mogli wysyłać do klientów i sms-y z ostrzeżeniami. Mieli też możliwość zaproszenia ich na treningi do znajdujących się w budynkach klubów i siłowni w razie wystąpienia incydentów smogowych.

Akcja była nagłaśniana w mediach społecznościowych zarówno sklepu Decathlon, jak i przez samorząd.

Jak można przeczytać na stronie firmy Airly poświęconej wydarzeniu:

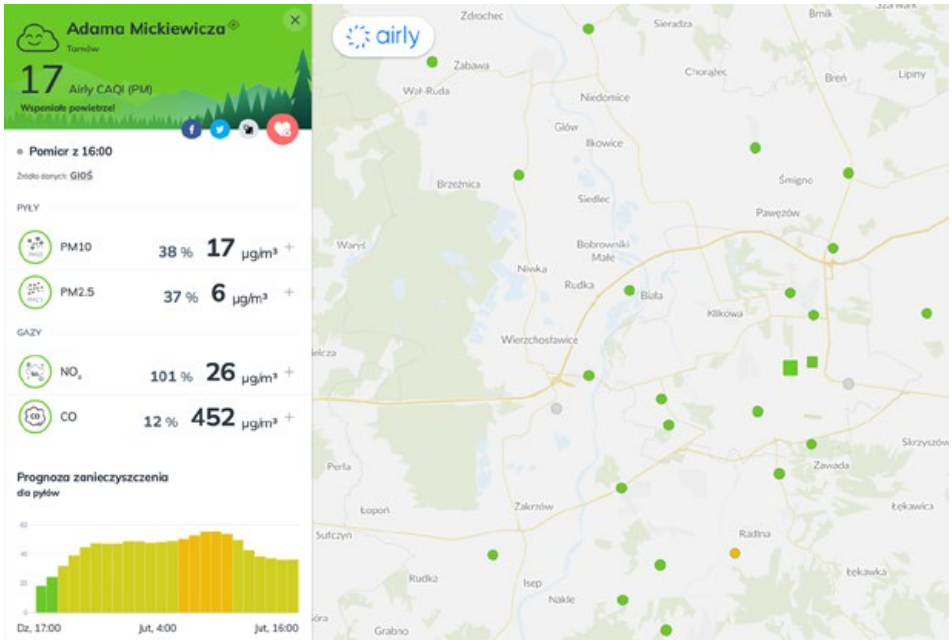
„Decathlon Polska chciał uświadomić i przekonać ludzi do unikania uprawiania sportu na zewnątrz, kiedy zanieczyszczenie powietrza jest wysokie i jednocześnie zaprosić do lokalnych klubów fitness, siłowni i klubów sportowych".

Z czasem do akcji zakupu i montażu czujników włączyły się również Urząd Miasta w Tarnowie oraz Urząd Gminy Tarnów, które na własny koszt kupowały i montowały kolejne czujniki, których odczyty można na bieżąco obserwować za pomocą aplikacji na telefony komórkowe oraz na stronie Airly.

Inicjatywa Decathlonu zacieśniła współpracę pomiędzy lokalnymi przedsiębiorcami, samorządami i mieszkańcami w celu poprawy informacji o stanie powietrza. Zainicjowała też dyskusję na temat uprawiania sportu i organizacji wydarzeń sportowych w okresie przekroczenia dozwolonych progów zanieczyszczenia powietrza, doprowadziła do podneisienia świadomości obywateli na temat wpływu zanieczyszczenia powietrza na zdrowie oraz sprawiła, że znacznie wzrosła dostępność bezpłatnych informacji o stanie powietrza na terenie Tarnowa i gminy Tarnów.

Fot. 2, 3, 4. Czujniki firmy Airly przekazano nieodpłatnie właścicielom klubów fitness – fotografia z prawej i lokalnym instytucjom - na dole ZSO. nr 1 w Tarnowie (fot. Facebook, Decathlon)

Rys. 11. Sieć czujników firmy Airly w okolicy Tarnowa – stan na wrzesień 2023 roku (fot. Airly)



8.2.3 Kampania: „Wiem, czym oddycham"

Aviva/Airly

Główne założenia:

- **internetowy konkurs mający na celu wybór lokalizacji dla nowych czujników Airly (400 czujników w 100 miastach)**
- **pokrycie kosztu funkcjonowania czujników przez 2 lata**
- **organizacja wydarzeń sportowych i edukacyjnych – Air Run**
- **webinary i materiały edukacyjne dla dzieci**
- **partnerstwo strategiczne Światowych Dni Spirometrii 2018**

Czas trwania: 2017-2018

Aby podnieść świadomość społeczną na temat zagrożeń związanych z zanieczyszczeniem powietrza, fundacja Aviva wraz z firmą Airly przygotowały kampanię „Wiem, czym oddycham".

Najważniejszym elementem akcji był konkurs, w którym **internauci z całej Polski mieli wybrać wewnętrzne i zewnętrzne lokalizacje dla montażu nowych czujników jakości powietrza** produkowanych przez Airly. Akcja konkursowa miała dwie odsłony – w 2017 i 2018 roku. W dwóch edycjach oddano w sumie ponad 225 tys. głosów i wskazano ponad 5,4 tys. miejsc, w których zdaniem internautów powinna być monitorowana jakość powietrza. Ostatecznie zainstalowano 400 nowych czujników w 100 polskich miastach, za instalację których zapłaciła Aviva. Firma opłacała też ich utrzymanie przez kolejne 2 lata (do 2020 roku). Szacuje się, że o konkursach dowiedziało się ponad 24 mln Internautów.

W ramach akcji Aviva przygotowała również wydarzenia w ramach wydarzeń sportowych i edukacyjnych - np. pierwszy w Polsce **bieg w maskach antysmogowych** „Air Run" (w 2018 r.) w Krakowie, uważanym wtedy za jedno z najbardziej zanieczyszczonych miast w Polsce. Bieg przygotowano

Fot. 5. W biegu Air Run udziało wzięło tysiąc osób (fot. materiały prasowe/Warszawski Biegacz)

na dwóch trasach o długości 5 i 10 km a udział wzięło w nim tysiąc osób. Udział w biegu był bezpłatny, a każdy z uczestników w pakiecie (poza koszulką i numerem startowym) otrzymywał maskę przeciwsmogową. Udział w wydarzeniu wzięli m.in. Joanna Jóźwik – II mistrzyni Europy i halowa wicemistrzyni Europy w biegu na 800 m, ambasadorka „Air Run 2018", finalistka Igrzysk Olimpijskich 2016 w Rio de Janeiro w biegu na 1500 metrów i wicemistrzyni Europy z 2018 roku na tym dystansie, Angelika Cichocka – mistrzyni Europy w biegu na 1500 m z 2016 roku oraz blogerzy: Katarzyna Gorlo z Runtheworld.pl i Bartosz Olszewski z Warszawskibiegacz.pl.

Innym działaniem w ramach akcji „Wiem, czym oddycham" było przeprowadzenie darmowych webinarów dla dzieci. Prelekcje on-line wyjaśniały, z czego składa się smog i w jaki sposób wpływa na zdrowie. Materiały edukacyjne i poradniki umieszczono na stronie internetowej poświęconej akcji i w mediach społecznościowych (strona nie jest już dostępna). Szacuje się, że w zajęciach udział wzięło około 2,5 tys. dzieci ze szkół podstawowych w całym kraju.

W ramach akcji Aviva została też partnerem Strategicznym **Światowych Dni Spirometrii 2018**. Firma, współpracując z Federacją Stowarzyszeń Chorych na Astmę, Alergię i POChP, sfinansowała badania płuc dla ponad 6,5 tys. Polek i Polaków w całym kraju.

Nagrody

Za realizację kampanii „Wiem, czym oddycham" Aviva otrzymała:

- nagrodę w konkursie „The Heart Open Innovation Awards 2017" w kategorii „Innowacje we współpracy z ekosystemem startupów";
- nagrodę tygodnika „Polityka", „Biały listek CSR 2018";
- brązową statuetkę „Effie Awards 2018" w kategorii „Pozytywna zmiana – CSR".

Aby skutecznie coś naprawić, musimy najpierw to zmierzyć i zrozumieć źródła problemu

– komentuje **Wiktor Warchałowski**, prezes i współzałożyciel Airly.

Skuteczny monitoring jakości powietrza ma kluczowe znaczenie w dwóch podstawowych wymiarach. Po pierwsze, pozwala lokalnym władzom i organizacjom podejmować skuteczne działania na rzecz poprawy jakości powietrza takie jak ograniczenie niskiej emisji, wprowadzenie stref czystego transportu czy działania proedukacyjne. ***Aby skutecznie coś naprawić, musimy przecież najpierw to zmierzyć i zrozumieć tego źródła.***

Na poziomie jednostek - szczególnie najbardziej narażonych – jak ***osoby starsze, dzieci czy astmatycy****, codzienne sprawdzanie jakości powietrza pozwala chronić przed szkodliwymi skutkami smogu. Dzięki aktualnym informacjom o złej jakości powietrza możemy np. ograniczać aktywność na zewnątrz lub też podejmować działania wpływające na poprawę jego jakości np. podróż komunikacją miejską lub zmiana sposobu ogrzewania naszego domu. To bardzo istotne, ponieważ według Światowej Organizacji Zdrowia tylko 3 proc. Polaków oddycha powietrzem spełniającym standardy WHO.*

W kampanii dotyczącej monitoringu powietrza przede wszystkim istotne jest, by przynosiła ona wymierną wartość grupie, do której jest skierowana.

Wiktor Warchałowski
prezes i współzałożyciel Airly

Współpracując w przeszłości z naszymi partnerami takimi jak Aviva, Veolia, Bolt czy Multiserwis, staraliśmy się zawsze, by efektem kampanii była poszerzona wiedza na temat jakości powietrza oraz świadomość w tym zakresie, a także wiarygodne dane o jakości powietrza zebrane dzięki naszemu rozwiązaniu do monitoringu jakości powietrza. Wszystko po to, by móc wspólnymi siłami poprawić sytuację fatalnej jakości powietrza i móc skutecznie walczyć ze smogiem.

Część działań była skierowana do szkół, gdzie codziennie kilka godzin spędzają najmłodsi. To dzięki naszym czujnikom, a także kampaniom edukacyjnym byliśmy w stanie zwiększyć świadomość na temat jakości powietrza i negatywnych skutków smogu.

Zwiększenie świadomości jest pierwszym krokiem w walce o czyste powietrza, a zwiększanie świadomości poprzez edukację dzieci i młodzieży okazało się strzałem w dziesiątkę, bo wpłynęło na rodziców, dziadków i zmieniło postrzeganie problemu smogu.

8.3. Promocja zrównoważonego transportu

Jak podaje Najwyższa Izba Kontroli w raporcie z 2020 roku „Zabójczy smog z samochodowych spalin" każdego roku **powietrze złej jakości przyczynia się do dziesięciokrotnie wyższej liczby zgonów, niż w przypadku wypadków samochodowych**. W dużych miastach to właśnie spaliny mają znaczący wpływ na liczbę przedwczesnych śmierci. Substancje zawarte w spalinach pojazdów rozprzestrzeniają się w bezpośrednim sąsiedztwie ludzi, w wysokich stężeniach oraz na niewielkich wysokościach. Do głównych substancji zanieczyszczających powietrze z transportu należy zaliczyć **pyły zawieszone** i **tlenki azotu** – samo narażenie na dwutlenek azotu przyczyniło się do 40 400 przedwczesnych zgonów w 2019 roku w UE.

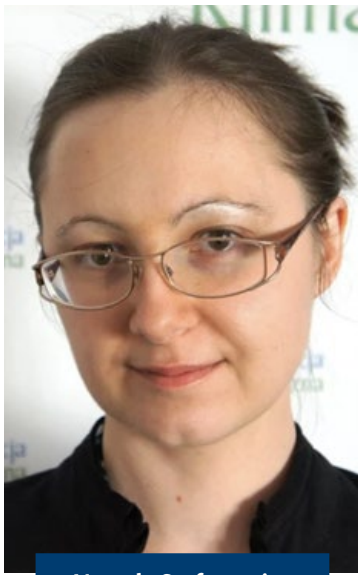
Pisząc o promocji zrównoważonego transportu w kontekście działań CSR trzeba pamiętać, że sama **modernizacja floty pojazdów nie jest wystarczającym rozwiązaniem**. Pojazdy bezemisyjne i niskoemisyjne nadal będą źródłem pyłów pochodzących ze ścierania klocków hamulcowych i opon oraz wpływać będą na emisję CO_2. Konieczne więc jest ograniczenie samego ruchu np. poprzez rozwój i doskonalenie komunikacji publicznej, współdzielenie pojazdów, pracę zdalną czy zachęcanie ludzi do podejmowania aktywności pieszej i rowerowej w miastach, a w przypadku firm – skrócenie łańcuchów dostaw czy korzystanie z kolei.

Do działań CSR w zakresie transportu należy podchodzić kompleksowo

– komentuje **Urszula Stefanowicz** – koordynatorka projektów dotyczących polityki klimatycznej, w tym ograniczania emisji CO_2 i innych zanieczyszczeń powietrza z transportu oraz rozwoju aktywnej mobilności.

W zakresie transportu, działania CSR powinny skoncentrować się na ograniczeniu ruchu pojazdów emitujących zanieczyszczenia oraz promocji transportu bezemisyjnego, w tym aktywnej mobilności - rowerowej i pieszej.

*Warto zacząć od przyjęcia polityki w zakresie podróży służbowych z wykorzystaniem **transportu zbiorowego**, z silnym priorytetem dla kolei i ograniczaniem do minimum lotów, szczególnie na trasach europejskich. Kolejnym punktem powinno być tworzenie **bezemisyjnej floty pojazdów**, z których mogą korzystać pracownicy. Ważne jest przy tym, by dzielili się oni pojazdami firmowymi na zasadzie tzw. carpoolingu lub carsharingu. Kilka pojazdów dostępnych dla wszystkich pracowników, rezerwowanych*



Urszula Stefanowicz
koordynatorka projektów dotyczących polityki klimatycznej

przez prostą aplikację, może z powodzeniem zastąpić znacznie większą liczbę aut użytkowanych indywidualnie. Współdzielone rowery, hulajnogi i skutery elektryczne mogą być częścią tego systemu. Przydatnym jego uzupełnieniem będzie też zachęcanie pracowników do korzystania z transportu publicznego, np. poprzez dofinansowanie biletów okresowych.

W podobnie kompleksowy sposób należy podejść do ***transportu towarów.*** *W tym obszarze także warto dążyć do zmiany typu napędu pojazdów dostawczych i ciężarowych na bezemisyjny. Jednak równolegle trzeba też zmniejszać zapotrzebowanie na usługi transportowe – po pierwsze poprzez skracanie łańcuchów dostaw, po drugie poprzez lepszą logistykę i zmianę polityki opakowaniowej, tak by zmniejszać wagę i objętość opakowań i nie wozić powietrza. Warto również szukać możliwości wykorzystania transportu kolejowego i intermodalnego.*

Innym ważnym obszarem otwartym dla działań CSR jest promocja aktywnej mobilności, a przede wszystkim zwykłych całkowicie bezemisyjnych ***rowerów****. Pomoże tu wprowadzenie dobrej polityki rowerowej, w ramach której firmy budowałyby zadaszone parkingi rowerowe, dawałyby możliwość korzystania z szatni i pryszniców oraz oferowałyby dofinansowania do zakupu rowerów dla pracowników lub klientów. Dobrym rozwiązaniem jest także ułatwianie pracownikom korzystania ze współdzielonych rowerów w ramach systemów miejskich, jeśli firma nie ma własnych jednośladów. Do tego mogą dochodzić działania edukacyjne, takie jak konkursy na przejechane kilometry. Ale warto też zaznaczyć, że sama edukacja, bez pozostałych narzędzi, nie wystarczy.*

CSR oparte na dobrych zasadach może przynosić firmom realne korzyści. Może zachęcać do podjęcia pracy w danej firmie, a także do zaangażowania i budowy więzi, które przekładają się na zadowolenie z pracy, kreatywność i efektywność. Trzeba jednak podkreślić, że pracownicy przywiązują wagę do ***transparentności, autentyczności i szczerych intencji*** *– do tego, by CSR to nie było tylko kampanią budującą wrażenie zrównoważenia firmy, ale niosło za sobą realne korzyści dla społeczności.*

Dążenie do odpowiedzialnego działania jest stałym procesem udoskonalania. Dobrze, żeby firma miała kompleksową ***politykę*** *oraz krótkoterminowe i długofalowe ambitne* ***cele*** *w zakresie CSR obejmujące, co warto ponownie podkreślić, wszystkie aspekty jej funkcjonowania, łącznie z łańcuchami dostaw i współpracą z podwykonawcami. Przydatne jest też prowadzenie monitoringu oraz okresowa ewaluacja i aktualizacja wdrażanej polityki, tak by była zgodna z najnowszą wiedzą i najlepszymi praktykami.*

Jak namówić pracowników do zrezygnowania z indywidualnych dojazdów do pracy na rzecz dojazdów wspólnych, transportu zbiorowego czy dojeżdżania np. rowerem? Zmiana nie będzie skuteczna, ani trwała, jeśli przedsiębiorca sam w sensowność tej zmiany nie wierzy

– komentuje dr **Marzena Cypryańska-Nezlek**, Centrum Działań dla Klimatu i Transformacji Społecznych, USWPS

dr Marzena Cypryańska-Nezlek
Centrum Działań dla Klimatu i Transformacji Społecznych, USWPS

Zmiana nawyków i utrwalonych zachowań wzbudza opór i bywa bardzo trudna, zwłaszcza gdy oznacza rezygnację z czegoś, co jest wygodne i postrzegane jako niezbędne. Dlatego inicjowanie zmian, jeśli ma być skuteczne, wymaga dobrze przemyślanej strategii, która minimalizuje psychologiczne koszty zmiany (np. stres, niepokój, złość, frustrację, zmęczenie, niemoc), niweluje poczucie przymusu, a wzmacnia dobrowolność i identyfikację. Kluczowe czynniki ważne dla osiągnięcia trwałej zmiany można zawrzeć w następujących hasłach: dostępność pożądanych zachowań, zrozumienie DLACZEGO i PO CO, korzyści ze zmiany, współpraca, identyfikacja i normy społeczne.

***Dostępność**: Jednostki muszą mieć realną możliwość zmiany zachowania, z czym wiąże się też minimalizowanie realnych kosztów tej zmiany (koszty finansowe, czas, wysiłek). To zmniejsza frustrację, złość, poczucie bezradności lub przytłoczenia. Ważna więc jest np. obecność odpowiedniej infrastruktury transportowej albo ułatwienia w organizacji transportu zbiorowego.*

***Zrozumienie**: Ludzie chętniej zmieniają zachowania, kiedy rozumieją powody tej zmiany i jej konieczność. Zrozumienie zwiększa szanse, że dążenie do zmiany będzie dobrowolne, a nie wymuszone. Dobrze więc, gdy inicjowanie zmiany poprzedza rzetelna **edukacja** na temat zagrożeń środowiskowych i ich źródeł (z jasnym wskazaniem odpowiedzialności człowieka) oraz konsekwencji dla zdrowia i jakości życia. Mówiąc o konsekwencjach ważne jest, aby przechodzić z poziomu abstrakcyjnego na poziom konkretny, czyli wskazywać nie tylko konsekwencje globalne, ale przede wszystkim skutki dla jednostki i jej najbliższego otoczenia społecznego i fizycznego. To, co dotyczy ludzi bezpośrednio, tu i teraz, bardziej motywuje do działania niż to co oddalone w czasie i przestrzeni. Dobrze przemawiają do wyobraźni konkretne przykłady i liczby dotyczące ważnych dziedzin życia, np. poziomu zanieczyszczenia i jego bezpośredniego wpływu na zdrowie, dobrze działają też proste statystyki, np. liczba zachorowań, ale też przykłady korzyści ze zdrowego stylu życia, z którym ta zmiana się wiąże.*

***Korzyści**: Korzyści uruchamiają motyw „dążenia do". Chodzi więc o to, aby zmiana zachowania oznaczała nie tylko unikanie czegoś negatywnego, ale też była **dążeniem do czegoś pozytywnego** i wiązała się z wymiernymi korzyściami. Na przykład oszczędnościami, korzyściami dla zdrowia, korzyściami dla relacji interpersonalnych, korzyściami dla najbliższego otoczenia. Z tym wiąże się **odpowiednia komunikacja** w kategoriach celów i korzyści ze zmiany zachowania, zamiast kategorii straty i „rezygnacji z". Oczywiście, ważne są też konkretne benefity i różnego rodzaju udogodnienia, które są źródłem natychmiastowej nagrody. Jeśli zmiana jest widziana w szerszym kontekście poprawy jakości życia (aby tak było), to również same benefity mogą służyć temu celowi, np. przedsięwzięcia związane ze zdrowiem, rozwijaniem pasji, wzmacnianiem odporności psychicznej.*

***Współpraca**: Tworzenie skutecznej strategii opartej na wzmocnieniach pozytywnych wymaga często kreatywności i wychodzenia poza standardowe schematy myślenia i działania. To co ułatwia ten proces, to otwarcie na innowacyjne metody działania oraz współpracę z innymi podmiotami. Na przykład zachętą do korzystania z komunikacji miejskiej będzie oferowanie zniżek na przejazdy, które mogą być negocjowane z przewoźnikiem w oparciu o dostępne narzędzia. Inna możliwość to **tworzenie koalicji, która może zwiększać presję na zmiany systemowe**, np. odpowiedni rozwój infrastruktury transportowej. Nagradzające dla przejazdów grupowych jest też np. wprowadzanie uprzywilejowanych pasów ruchu dla samochodów osobowych przewożących więcej niż dwóch/trzech pasażerów. To jest ten typ rozwiązań, który wymaga współpracy z innymi podmiotami, ale ułatwieniem może być to, że zmiana ma ostatecznie służyć bardziej ogólnym celom społecznym i ochronie dobra wspólnego. Idealnie jest, gdy strategie inicjowania i utrwalania zmiany zachowania bazują na wymiernych korzyściach jednostkowych, ale też przyczyniają się do rozwoju orientacji prospołecznej i dbałości o dobro wspólne.*

***Identyfikacja i norma społeczna**: Wspomniane wcześniej warunki skutecznej zmiany – zrozumienie znaczenia i sensu zmiany, dostrzeżenie związanych z nią korzyści oraz współpraca – sprzyjają indywidualnej i grupowej identyfikacji z celami, którym służy zmiana zachowania. Dzięki identyfikacji „muszę" ustępuje „chcę", rozwija się odpowiedzialność i poczucie wewnętrznej obligacji. Gdy grupa jednostek uznaje cele za własne, potrzebne i ważne, wytwarza się spontanicznie norma społeczna, która jest źródłem dodatkowej presji na wprowadzenie zmiany.*

***Zmiana nie będzie skuteczna, ani trwała, jeśli przedsiębiorca sam w sensowność tej zmiany nie wierzy.** U podstaw skutecznego przekonywania do zmiany jest przekonanie o słuszności i konieczności tej zmiany. Zatem zmiana musi być najpierw ważna dla tego, kto proponuje tę zmianę i kto sam czuje wewnętrzną obligację, aby tę zmianę wprowadzić. Inicjowanie zmiany, jedynie w celu poprawy wizerunku firmy, bez poczucia autentycznej odpowiedzialności społecznej, zwykle kończy się na powierzchownych działaniach, a bywa, że przynosi więcej szkody niż korzyści.*

Każdego roku dziesiątki działających w kraju firm przygotowuje akcje, które pomagają walce ze smogiem: od budowy infrastruktury rowerowej dla pracowników i klientów, po wymianę floty pojazdów na elektryczne lub hybrydowe czy montaż ogólnodostępnych stacji ładowania samochodów elektrycznych. Istnieją też rozwiązania kompleksowe, które angażują szerokie grona pracowników i odbiorców. Poniżej opisano dwa najciekawsze z ponad 200 przeanalizowanych działań oraz – krócej – cztery kolejne, również zasługujące na uwagę.

Jak zelektryfikować z głową flotę firmową?

– komentuje **Magdalena Kaca**, Dyrektorka Departamentu Zarządzania Klientem i Produktem, Volkswagen Financial Services

Magdalena Kaca
Dyrektorka Departamentu Zarządzania Klientem i Produktem, Volkswagen Financial Services

W procesie elektryfikacji floty *przedsiębiorstwo osiąga wielowymiarowe korzyści – realizuje cele ESG (ogranicza emisję gazów cieplarnianych i zanieczyszczeń powietrza), obniża koszty eksploatacji, optymalizuje wykorzystanie floty, poprawia wizerunek marki oraz atrakcyjność pracodawcy. Aby jednak przeprowadzić go z głową, ważne jest ustalenie* ***hierarchii celów****, jakie przedsiębiorstwo chce osiągnąć.*

Zacząć należy oczywiście od ***audytu floty****, czyli analizy sposobów użytkowania samochodów przez różne grupy kierowców, zaplanowania infrastruktury ładowania, źródeł energii i analizy kosztów utrzymania floty.* ***Ważnym elementem, o którym managerowie flotowi często jednak zapominają, jest zaplanowanie komunikacji i „oswojenie" pracowników firmy z samochodami elektrycznymi*** *(tzw. BEV). Praktyka biznesowa pokazuje, że początkowo pracownicy często nie są chętni do wymiany samochodu służbowego na BEV.*

W tym celu warto przeprowadzić wśród użytkowników samochodów służbowych ***ankietę*** *nt. ich gotowości do przesiadki na elektryka, dostępu do domowej infrastruktury ładowania, liczby dziennie pokonywanych kilometrów i tego, jak często ich trasa przekracza 300 km. Ankieta taka pozwoli wyłonić grupę* ***ambasadorów elektromobilności*** *– pracowników gotowych w pierwszej kolejności przesiąść się do elektryków i dzielić się swoimi doświadczeniami w firmie.*

Wyniki takiej ankiety, przeprowadzonej niedawno przez naszego klienta, pokazały, że gotowość pracowników do zamiany samochodu na elektryczny (było ich 13%) nie zależy od pokonywanych dystansów czy dostępności infrastruktury ładowania, tylko od ich ***wcześniejszych doświadczeń z użytkowaniem pojazdów elektrycznych****. Problem słabo rozwiniętej infrastruktury ładowania w Polsce był dla nich znacznie mniej ważny niż pozytywne wrażenia z jazdy elektrykiem. Wady wynikające z mniejszego zasięgu lub słabej infrastruktury ładowania można wyeliminować, planując trasę.*

Najczęściej zgłaszanymi zastrzeżeniami wśród zdecydowanych (42%) i umiarkowanych sceptyków (41%) były: potrzeba większego zasięgu lub „zastępczego" pojazdu spalinowego na dłuższe trasy. Cechą wspólną dla tych respondentów był jednak brak dotychczasowego doświadczenia z pojazdami elektrycznymi, poza 1-2 godzinnymi jazdami testowymi.

Chcąc zachęcić użytkowników samochodów służbowych, warto więc:

- ***Dać im możliwość wypróbowania elektryków*** *niech sprawdzą je w codziennym użytkowaniu. Istnieje wiele opcji oferowanych przez firmy leasingowe lub zarządzające flotą samochodową, np. wynajem pojazdu elektrycznego na kilka miesięcy, bez długoterminowego zobowiązania.*
- ***Zaoferować szkolenia*** *jak efektywnie ładować elektryki, jak jeździć, aby zmaksymalizować zasięg, jak zwiększyć skuteczność hamowania rekuperacyjnego.*

Nasze doświadczenia wskazują, że kierowcy, nawet początkowo niechętni do BEV, po dłuższym doświadczeniu z nimi stają się ich zdecydowanymi zwolennikami – „ambasadorami elektromobilności".

8.3.1. Kampania: „Rower na zawsze" i car-sharing

Sopockie Towarzystwo Ubezpieczeń ERGO Hestia

Główne założenia:

- **„Rower na zawsze" - zastąpienie pojazdów udostępnianych na czas naprawy szkód komunikacyjnych rowerami**
- **car-sharing jako alternatywa dla udostępniania pojazdów zastępczych klientom firmy, dopłata do car-sharingu**

Czas trwania: 2017 - 2022

Od 2019 roku Sopockie Towarzystwo Ubezpieczeń ERGO Hestia wraz z polskim producentem rowerów – firmą Kross – postanowili przekonać polskich kierowców do zastąpienia pojazdów udostępnianych klientom na czas naprawy szkód komunikacyjnych - rowerami. Co najważniejsze, klienci, którzy zgodzili się na taką zamianę po naprawie szkody, nie musieli zwracać bicykla - otrzymywali go na zawsze.

Udział w akcji mogli wziąć kierowcy, którzy oddawali swe pojazdy do naprawy w ramach ubezpieczenia na czas nie krótszy niż 8 dni. Gdy zgodzili się na przyjęcie jednośladu, mieli do wyboru rowery marek Kross (MTB) lub Le Grand (miejskie).

Jak informuje ERGO Hestia program był *„następstwem działań wpisujących się w filozofię zrównoważonego rozwoju, podejmowanych przez ERGO Hestię"*.

Rys. 12. Grafika promująca akcję „Rower na zawsze" (materiały prasowe, ERGOHestia)

Z czasem program „Rower na zawsze" zyskiwał na popularności. W pierwszym półroczu 2020 roku, w porównaniu z takim samym okresem w 2019 roku – skorzystało z niego o ponad 200% osób więcej, czyli łącznie ponad 530 klientów – wyjaśniał w 2020 roku Mario Zamarripa, dyrektor ds. zrównoważonego rozwoju Grupy ERGOHestia. Wskazywał przy tym, że do końca 2020 roku firma chce oddać kierowcom czekającym na naprawy swych pojazdów 1000 jednośladów w zamian za wypożyczenie pojazdu zastępczego. W 2021 roku liczba pojazdów była większa o kolejnych 12% w stosunku do roku 2020.

Innym zrealizowanym pomysłem Sopockiego Towarzystwa Ubezpieczeń ERGO Hestia w zakresie zrównoważonego transportu było wykorzystanie tzw. **car-sharingu**[22] jako alternatywy dla udostępniania pojazdów zastępczych klientom firmy. W pilotażowym programie warszawscy kierowcy oczekujący na odbiór naprawianych w ramach ubezpieczenia pojazdów mogli korzystać z floty 300 pojazdów firmy Panek o napędzie hybrydowym, które można było wypożyczać na zasadzie dzielenia pojazdów.

Osoba, która zdecydowała się na takie rozwiązanie, przez pierwszych 5 dni użytkowania pojazdu każdego dnia otrzymywała po 100 zł do wykorzystania na przejazdy rezerwowane za pomocą aplikacji. W kolejnych dniach sumy do wykorzystania naliczane były zgodnie z okresem, w jakim klientom przysługiwał pojazd zastępczy. Kwoty kumulowały się, co oznacza, że klienci, którzy mniej korzystali z pojazdów jednego dnia, mogli korzystać z nich częściej w dniach kolejnych. Klienci w ramach ryczałtu nie musieli martwić się o koszty paliwa i parkowania w obszarze działania systemu. Niewykorzystane środki mogli wykorzystać w ciągu kolejnych 3 miesięcy po naprawie pojazdu.

Oba z przedstawionych pomysłów zostały wykorzystane również przez inne firmy. Od 2023 Powszechny Zakład Ubezpieczeń (PZU) prowadzi kampanię, podczas której oferuje swym klientom **rowery zamiast pojazdów zastępczych**. Z kolei TU Warta przygotowało pod koniec 2017 roku ofertę wykorzystania **car-sharingu zamiast samochodów** zastępczych dla swych klientów.

8.3.2. Kampanie: „Kręć kilometry z Allegro" oraz „Kręć kilometry po technologię"

Grupa Allegro

Główne założenia:

- **konkursy rowerowe z nagrodami (rowery, stojaki na rowery, czujniki jakości powietrza)**
- **pikniki Allegro Tech Days, bezpłatne warsztaty dla dzieci**
- **udostępnienie danych samorządom**
- **współpraca z innymi firmami**

Czas trwania: 2012 - 2019

Akcja, która trwała przez 8 lat, objęła swym zasięgiem całą Polskę, łącząc we wspólnej rywalizacji ponad tysiąc miast i wielotysięczną rzeszę cyklistów. W czasie wszystkich edycji kampania promująca ruch rowerowy adresowana była zarówno do odbiorców indywidualnych, instytucjonalnych i korporacyjnych.

Pierwsza edycja wydarzenia odbyła się w 2012 roku. Udział w niej mógł wziąć każdy, kto zarejestrował z wykorzystaniem danych logowania z Allegro na stronie www.zaparkujklimatycznie.pl. Następnym krokiem było przejechanie dystansu 10 km z animacją online (na stronie www). Pokonując wirtualną trasę, uczestnicy otrzymywali informacje, które obalały mity związane z ruchem rowerowym. Przejechanie dystansu i odpowiedź na pytanie konkursowe dawały uczestnikom szansę na wygranie roweru.

Powyższy dystans 10 km można było przejechać również na prawdziwym rowerze, z wykorzystaniem aplikacji mobilnej

22 Car-sharing to system wspólnego użytkowania samochodów udostępnianych za opłatą przez operatorów floty pojazdów (przedsiębiorstwa, agencje publiczne, spółdzielnie, stowarzyszenia czy grupy osób fizycznych).

wykorzystującej GPS. W tym przypadku pojawił się element **rywalizacji pomiędzy mieszkańcami miast**. Te, w których uczestnicy pokonali największą liczbę kilometrów, wygrywały uliczne stojaki rowerowe. Ich lokalizację w internetowym głosowaniu wybierali sami mieszkańcy.

W pierwszej edycji akcji wszystkim uczestnikom udało się „wykręcić" 80 tys. km.

W 2017 roku akcja zmieniła nazwę na **„Kręć kilometry po technologię".** W tym roku zwycięskie miasta poza stojakami rowerowymi miały stać się gospodarzami pikników Allegro Tech Days, podczas których prezentowano testy nowinek technologicznych, w tym pojazdów elektrycznych, oraz przygotowano bezpłatne warsztaty dla dzieci z programowania i pokazy robotów. Allegro zapowiedziało też, że udostępni dane dotyczące rozwoju infrastruktury rowerowej zebrane podczas wcześniejszych edycji samorządom, co miało pomóc w jej rozbudowie.

Tylko w szóstej edycji akcji uczestnicy pokonali ponad 55 mln km, co dało ogółem ponad 70 mln przejechanych kilometrów we wszystkich edycjach. W tym czasie Allegro pokryło koszt produkcji i montażu ponad tysiąca stojaków rowerowych w całym kraju.

– *Akcja „Kręć kilometry" była skutecznym narzędziem promowania zdrowego trybu życia, która dotarła do wielu tysięcy osób. Nadal korzystamy z niej wewnątrz firmy zachęcając pracownice i pracowników do aktywności i dzię-*

Rys. 13. W ciągu sześciu edycji akcji „Kręć kilometry z Allegro", jej wszyscy uczestnicy przejechali łącznie ponad 70 mln kilometrów (źródło: materiały prasowe Allegro)

ki grywalizacji angażujemy w nią osoby z różnych krajów, w których działamy – mówi Karolina Kanar-Kossobudzka, Group CSR Manager w Allegro.

– Kampania Kręć Kilometry po technologię to fantastyczne narzędzie integracji lokalnych społeczności, nie tylko organizacji rowerowych. To dodatkowa motywacja i identyfikacja ludzi z Ich miejscem zamieszkania i świetna, bo niesamowicie pozytywna, rywalizacja między miastami. Dodatkowym efektem tej rywalizacji będzie zbiór unikatowych danych o aktywnościach rowerzystów z całej Polski – komentowała wówczas Joanna Nowaczyk, zastępczyni dyrektora Biura Związku Miast Polskich.

W roku 2017 udział w akcji wzięło blisko 190 tys. osób.

Akcję kontynuowano w 2018 i 2019 roku. W 2018 roku udział w niej wzięło 220 tys. osób.

W 2019 roku do wyzwania „Kręć kilometry" zaproszono też działające w Polsce przedsiębiorstwa: Bridgestone, Computacenter, Ergo Hestia, Lotos i LPP. Firmy zachęcały swoich pracowników do udziału w kampanii. W tej edycji, poza nagrodami dla indywidualnych uczestników, 50 miast o najlepszym wyniku zostało nagrodzonych zestawami czujników jakości powietrza. W czasie pandemii akcję przerwano.

Wydarzenie doczekało się licznych kontynuacji przygotowanych przez firmy i samorządy. Podobne akcje są prowadzone obecnie m.in. w Gdańsku, Katowicach i Ełku.

Nagrody:

- Akcję nagrodzono w konkursie „Złote Spinacze 2012" jako najciekawszą kampanię w sektorze technologii, IT i telekomunikacji.

8.3.3. Pozostałe

Wśród innych kampanii i działań CSR przeprowadzonych na polskim rynku jest wiele pomniejszych, które ze względu na pomysł i zasięg również zasługują na uwagę. W tej kategorii tematycznej wyróżniono:

Kampania „Our People'23: Save the Planet"

Millennium Bank

- **zbieranie punktów i „kilometrów" w aplikacji, zbiórka na rzecz Fundacji Millennium**

Dwumiesięczną akcję Banku Millennium zorganizowano wiosną i latem 2023. Pracownicy banku poprzez podejmowanie aktywności sportowych zbierali punkty i „kilometry". Te były przeliczane na złotówki, które zasilały konto Fundacji Banku Millennium. W ciągu 55 dni udało się zrealizować cel, którym było zebranie 250 tys. zł.

– Plan zebrania określonej kwoty zrealizowany został w krótszym czasie, niż zakładaliśmy i to bardzo dobra informacja. Udało nam się nie tylko zachęcić pracowników do większej niż na co dzień aktywności fizycznej, ale również zwrócić uwagę na ochronę środowiska naturalnego. Kwestie te dla Banku Millennium są niezwykle istotne. Poświęcamy wiele uwagi zielonym inicjatywom, ograniczaniu emisji własnych i efektywnej gospodarce zasobami. Teraz, dzięki zebranym środkom, przystępujemy do kolejnego wielkiego projektu związanego z eko-wolontariatem – zapowiada Iwona Jarzębska, prezeska Fundacji Banku Millennium na stronie poświęconej akcji.

W akcji wzięło udział ponad **1500 osób**, które wykonały 12,5 tys. sportowych aktywności w oraz pokonały dystans 131 tys. kilometrów na nogach, oraz 180 tys. kilometrów na rowerach.

Akcja „Mobilny serwis rowerowy"

Alstom, Clariant, T-Mobile

- **Mobilny serwis rowerowy**

W trakcie corocznego Tygodnia Zrównoważonej Mobilności spółka Alstom przygotowała mobilne serwisy rowerowe dla pracowników w Chorzowie i Świętochłowicach. Z podstawowego serwisu mogli skorzystać wszyscy, którzy w danym dniu przyjechali rowerem do pracy. W ciągu 7 godzin z usług serwisantów skorzystało ponad 30 pracowników firmy.

Akcję serwisowania rowerów przeprowadziła też łódzka filia firmy Clariant. Latem 2022 roku w ciągu 8 godzin przejrzano ponad 30 jednośladów, wykonując serwis podstawowy i naprawy rozszerzone (wymiany opon i hamulców). W tym przypadku akcja została poszerzona o szkolenie przeprowadzone z policjantami Wydziału Ruchu Drogowego w Łodzi, dotyczące bezpieczeństwa w ruchu rowerowym.

Serwisy rowerowe dla swych pracowników przygotowuje również T-Mobile. Każdej wiosny firma organizuje bezpłatne serwisy jednośladów, zachęcając pracowników do wybierania tego środka transportu. Firma udostępnia im także bezpłatny parking dla rowerów. Przy głównej siedzibie T-Mobile w Warszawie (przy ul. Marynarskiej) dostępna jest także partnerska stacja rowerowa Veturilo.

Akcja Carpoolingu[23]

BNP Paribas Bank Polska S.A, Kaufland

- **przygotowanie aplikacji do carpoolingu**
- **program car-sharingu**
- **wypożyczalnia pojazdów elektrycznych**

W związku z wysokim poziomem zanieczyszczenia powietrza w Krakowie administracja banku BNP Paribas przygotowała dla pracowników z tego miasta aplikację SINGU Carpooling, dzięki której mogą oni wspólnie dojeżdżać do pracy, a osobom korzystającym z carpoolingu przysługuje dodatkowo bezpłatne miejsce parkingowe.

W 2018 r. pracownicy banku zaczęli też korzystać z programu car-sharing, który umożliwia wypożyczenie pojazdów firmowych na godziny, a nawet na minuty.

Usługę carpoolingu i carsharingu swym pracownikom proponuje również firma Kaufland. Od 2022 roku pracownicy mogą korzystać z opcji carpoolingu (dojazd grupowy prywatnymi pojazdami) za pomocą specjalnych formularzy zgłoszeniowych. Dla członków programu przygotowano specjalne miejsca parkingowe.

Od 2017 roku pracownicy centrali firmy mogą korzystać z opcji wypożyczenia pojazdu elektrycznego. Akcja ma promować elektromobilność. Od tego czasu pojazdem przejechano około 90 tys. km.

Kampania Zrównoważony Transport do IKEA Kraków

IKEA Kraków

- **karty podarunkowe za jazdę rowerem**
- **prezentacje dla szkół**
- **darmowy serwis rowerowy, zniżka na usługi transportowe IKEA**
- **prezenty dla rowerzystów**
- **zniżki na usługi komunikacji zbiorowej**

W 2012 roku IKEA Retail przeprowadziła pierwszą akcję promującą zrównoważony transport. Kampanię przygotowano wspólnie Fundacją Partnerstwo dla Środowiska w związku z Europejskim Tygodniem Zrównoważonego Transportu. Wydarzenie było skierowane zarówno do pracowników, klientów, mieszkańców Krakowa jak i miejskich instytucji – w tym szkół. Założono przeprowadzenie co najmniej jednej akcji dziennie w tygodniu ETZT, która miała promować zrównoważone środki i sposoby transportu (w praktyce ograniczono się do roweru). Udział w każdej aktywności był nagradzany:

- Akcja 1 – „rowerem do pracy", nagroda – 50 zł na karcie podarunkowej do jednorazowego wykorzystania w IKEA dla każdego pracownika-rowerzysty;

23 Carpooling polega na zwiększaniu liczby pasażerów w czasie przejazdu samochodem, głównie poprzez kojarzenie osób dojeżdżających do pracy lub nauki na tych samych trasach

Jak zachęcać i powiększać grono osób dojeżdżających do pracy rowerami?

Parking dla rowerów

Najlepiej, by był on zadaszony lub znajdował się wewnątrz budynku. Rekomendowany jest montaż wygodnych stojaków, przy których rower zapina się za ramę, a nie za koło. Ze względu na popularyzację rowerów elektrycznych, warto pomyśleć o zapewnieniu możliwości ich ładowania.

Szatnia, szafki, łazienka

Szczególnie ci, którzy mają do pokonania większe dystanse, docenią możliwość przebrania się i wzięcia szybkiego prysznica.

Zapewnienie zestawów naprawczych

Rowery też miewają awarię, lecz znacznie łatwiej je naprawić samodzielnie niż samochód – samodzielnie, lub z życzliwą pomocą. Przyda się wtedy zestaw awaryjny - pompka, podstawowe narzędzia, trytki, dętki w popularnych rozmiarach.

Bezpłatny serwis rowerowy

Organizacja corocznego przeglądu technicznego rowerów dla pracowników to świetny pomysł na promocję tego środka transportu. Sprawna ekipa serwisowa w ciągu dnia, – w godzinach pracy – jest w stanie wykonać podstawowy przegląd, regulacje i proste naprawy nawet 20-30 rowerów. Akcje najlepiej organizować na początku sezonu rowerowego.

Pakiety ubezpieczeń

Przygotowanie - wspólnie z ubezpieczycielem - pakietów obejmujących kradzieży, usterkę roweru na trasie oraz OC i NNW dla rowerzysty zapewni pracownikom większy spokój w przypadku incydentów tego rodzaju.

Zachęty – grywalizacja

Liczbę dojazdów do pracy rowerem lub liczbę przejechanych kilometrów można liczyć (np. przy pomocy aplikacji) i uczynić z tego element wewnętrznej (g)rywalizacji. Inspiracją mogą być dobre praktyki umieszczone w raporcie (np. w wykonaniu Allegro)

Bike sharing i rower firmowy

Zakup firmowego roweru pozwoli pracownikom dojechać na spotkanie, do miasta, w teren czy na firmowy lunch. Autorzy raportu rekomendują zakup bicykla z napędem elektrycznym.

Ubiór służbowy co dzień

Nie każdy jeździ w kasku, czy obcisłych strojach rowerowych, ale bluzę, kurtkę, czy pelerynę z logiem firmy doceni każdy. Dla panów są specjalne etui, w których można przewieźć wyprasowaną, złożoną koszulę.

Preferencyjna pożyczka pracownicza lub dofinansowanie na zakup roweru

Szczególnie, gdy na popularności zyskują rowery elektryczne, a to większy wydatek.

Stacja rowerów miejskich w pobliżu zakładu pracy

W miastach, w których funkcjonuje system roweru miejskiego, można porozumieć się z operatorem i zostać (odpłatnie) patronem dodatkowej stacji w pobliżu siedziby firmy.

Firmowa integracja rowerzystów firmowych

Pracownicy dojeżdżający do pracy rowerami integrują się sami bez niczyjej pomocy i tworzą tzw. „społeczność praktyków" obejmującą wszystkie szczeble. Z czasem ośmielają też innych, ale jeśli się im pomoże i zacznie komunikować ich aktywność (np. w intranecie), wtedy pracowników, którzy zrezygnują z dojazdów samochodem będzie przybywać szybciej.

- Akcja 2 – rowerem do szkoły, nagroda – prezentacja dla uczniów krakowskich szkół zachęcająca do jazdy rowerem oraz wspólna przejażdżka uczniów i pracowników IKEA;
- Akcja 3 – rowerem na zakupy, nagroda – darmowy serwis rowerowy przed sklepem IKEA, dodatkowo zniżka na usługi transportowe (dowóz towarów zakupionych w IKEA pod wskazany adres) dla każdego rowerzysty;
- Akcja 4 – rowerem po torbę, nagroda – torba rowerowa dla każdego pracownika-rowerzysty, którą można było odebrać w miejscu pracy;
- Akcja 5 – Europejski Dzień bez Samochodu, nagrody – słodycze i zniżka na usługę transportową dla każdego podróżującego rowerem lub komunikacją miejską. Dodatkowo przygotowano konkurs dotyczący zasad ekojazdy samochodem dla klientów.

Podobną akcję powtórzono w 2013 roku.

8.4. Zmiana oferty produktów i usług

Zmiana klimatu i zanieczyszczenie powietrza sprawiły, że świat biznesu zmienia proponowane przez siebie usługi i produkty. Firmy zaczynają promować rozwiązania prośrodowiskowe, również te poprawiające jakość powietrza lub efektywność energetyczną, czasem wprowadzając nowe usługi, a często rezygnując ze sprzedaży produktów, które mogą wpłynąć na pogorszenie jakości powietrza. W niektórych przypadkach wprowadzono także ograniczenia dla samych klientów.

Istnieją działania, które wymagają zmiany w podejściu do oferowanych usług i produktów

– komentuje **Tadeusz Joniewicz**, Sustainability & ESG Expert w Allegro

Tadeusz Joniewicz
Sustainability & ESG Expert w Allegro

Dobra kampania CSR w obszarze zmiany usług czy produktów dostarczanych przez firmę, powinna przede wszystkim dawać realną zmianę. Ważne jest, aby zastanowić się, w jakich obszarach firma realnie wpływa na jakość powietrza i tam podjąć działania. Dobrze jest też ***zaangażować w akcję innych interesariuszy*** *organizacji na przykład poprzez odpowiednią komunikację. Najłatwiejsze jest to w przypadku kampanii edukacyjnych, zwłaszcza gdy są to działania mogące być łatwo wdrażane w innych organizacjach. Wtedy mogą one dołączać do naszych działań i efekty są jeszcze bardziej zauważalne.*

W przypadku działań związanych stricte z działalnością firmy warto zadbać o odpowiednią ***komunikację do klientów.*** *Dobrze, aby wiedzieli, że poprzez swoje wybory mogą wpływać na jakość powietrza w okolicy, gdyż dzięki temu mogą włączyć się w akcję. Może to także prowadzić do osiągnięcia przewagi biznesowej jeżeli klienci w swoich wyborach będą wspierać firmę czy produkty angażujące się w poprawę jakości powietrza.*

Trzeba też dobrze poinformować pracowników, aby zwiększyć ich ***zaangażowanie w akcję****, ale także, aby wiedzieli, jaki komunikat był kierowany do klientów. Dzięki temu mogą zwielokrotniać efekty akcji poprzez udzielanie informacji lub*

zachęcanie do korzystania z produktów zmniejszających zanieczyszczenia.

W Allegro działania w obszarze społecznej odpowiedzialności także w zakresie działań na rzecz dbania o czyste powietrze postrzegamy wielowymiarowo. Z jednej strony są działania, które można realizować ***niezależnie od rodzaju prowadzonej działalności i profilu firmy****. Do takich można zaliczyć kampanie edukacyjne czy współpracę z organizacjami pozarządowymi w budowaniu świadomości. Z drugiej strony są działania, które* ***wymagają zmiany w podejściu do oferowanych usług i produktów****. Przykładem tego drugiego było wycofywanie produktów, takich jak piece „kopciuchy" czy podkłady kolejowe używane do palenia w piecach, które mogły przyczyniać się do zwiększania zanieczyszczenia powietrzem. Ten rodzaj działania, który związany jest bezpośrednio z profilem działalności firmy, wymaga oceny, w jaki sposób można poprawić jakość powietrza, albo zapobiec jego pogorszeniu, realizując bezpośrednio cele biznesowe.*

Wspieranie działań na rzecz czystego powietrza powinno zawierać oba te elementy, gdyż bardzo ważne jest, aby działania miały szeroki zasięg, dużą skuteczność oraz skupiły się na eliminowaniu negatywnego oddziaływania przedsiębiorstwa.

8.4.1. Akcja: zakaz sprzedaży wysokoemisyjnych pieców

Grupa Allegro

Główne założenia:

- **usunięcie ofert sprzedaży pieców węglowych niespełniających wymogów prawnych**
- **zmiana regulaminu na warunkujący sprzedaż kotłów na paliwa stałe**

Czas trwania: od marca 2020 r.

W marcu 2020 r. Grupa Allegro podpisała porozumienie o współpracy z Ministerstwem Rozwoju Gospodarczego, Pracy i Technologii, Polskim Alarmem Smogowym oraz Prezesem Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów (UOKiK). W ramach działania nazwanego „Koalicją Antysmogową" podjęto decyzję o usunięciu z platformy Allegro wszystkich ofert sprzedaży pieców węglowych, które nie spełniają wymogów prawnych. W 2021 roku usunięte zostało 413 ofert z tej kategorii, a w 2022 – 13.

Dodatkowo firma podjęła decyzję o wprowadzeniu do swojego regulaminu zapisu warunkującego sprzedaż kotłów na paliwa stałe. Na strony Allegro mogą trafić tylko te przedmioty, które posiadają stosowny certyfikat (w przypadku kotłów na paliwa stałe) potwierdzający możliwość wprowadzenia go do obrotu na rynek, zgodne z normą europejską EN 303-5:2012. Wymaganym elementem opisu jest dołączenie do treści oferty pliku w formie elektronicznej zawierającego certyfikat lub jego wyraźne zdjęcie.

8.4.2. Akcja: Zakaz sprzedaży podkładów kolejowych

Grupa OLX, Grupa Allegro

Główne założenia:

- **wprowadzenie na obu platformach sprzedażowych zakazu handlu drewnianymi podkładami kolejowymi z przeznaczeniem na opał**

Czas trwania: 2018

Obie firmy zdecydowały o wprowadzeniu zakazu sprzedaży zdemontowanych podczas remontów torowisk drewnianych podkładów kolejowych z przeznaczeniem na opał. Podkłady ze względu na przystępną cenę (były tańsze od drewna opałowego) i dobre właściwości palne były wykorzystywane jako materiał opałowy.

Jak informuje Polski Alarm Smogowy, podkłady kolejowe były „nasączone olejem kreozotowym, który miał zapobiec rozkładowi drewna na torowisku i jego niszczeniu przez czynniki

atmosferyczne. Dzięki niemu w podkładach nie przeżywały grzyby, rośliny, insekty". Olej podczas spalania zaczyna parować w 200 stopniach, nim drewno zacznie się palić. Jego opary są szkodliwe dla zdrowia (jest rakotwórczy) i środowiska.

8.4.3. Akcje: Kredyt z dotacją „Czyste powietrze"

BNP Paribas Polska, Santander Consumer Bank, Alior Bank S.A., BOŚ S.A, Credit Agricole Bank S.A. BPS S.A., SGB-Bank S.A.

Główne założenie:

- **udzielanie kredytów w ramach programu „Czyste powietrze"**

Czas trwania: od 2021 roku do chwili obecnej

Od 2021 roku grupa sześciu polskich banków (**BNP Paribas Polska, Alior Bank S.A., BOŚ S.A, Credit Agricole Bank S.A. BPS S.A., SGB-Bank S.A.)** przystąpiła do programu „Czyste powietrze". W 2022 roku później dołączył do nich **Santander Consumer Bank, który (podobnie jak BNP Paribas) jest członkiem Rady ds. Czystego Powietrza Konfederacji Lewiatan.**

„Obserwujemy rosnące zainteresowanie produktami ekologicznymi ze strony naszych klientów. Chcemy wspierać ich we wdrażaniu takich rozwiązań w ich domach, dlatego (...) jako jeden z pierwszych banków zdecydowaliśmy się na przystąpienie do programu „Czyste Powietrze". Wprowadzenie do naszej oferty produktów z dotacją na ekorozwiązania wpisuje się w naszą strategię w zakresie działań na rzecz ochrony środowiska naturalnego. Chcemy dalej brać czynny udział w zielonej transformacji i planować dalsze, proekologiczne aktywności – poinformował tuż po przystąpieniu do programu Przemysław Kończal, Prezes Zarządu Santander Consumer Banku.

W ramach współpracy instytucje oferują kredyty z dofinansowaniem z programu polskiego rządu. Warto dodać, że zdecydowały się one na włączenie w inicjatywę chroniącą jakość powietrza w kraju, w momencie, gdy flagowy obecnie program polskiego rządu znajdował się jeszcze w powijakach.

Program „Czyste powietrze", ma służyć skutecznej poprawie jakości powietrza oraz zmniejszeniu emisji gazów cieplarnianych. Dofinansowanie na wymianę źródeł ciepła i termomodernizację przewidziano dla właścicieli i współwłaścicieli domów jednorodzinnych lub wydzielonych w budynkach jednorodzinnych lokali mieszkalnych z wyodrębnioną księgą wieczystą. Kredyty banków są objęte bezpłatną gwarancją Banku Gospodarstwa Krajowego.

„Dzięki temu Klienci mogą skorzystać z wyższych maksymalnych kwot kredytów, wydłużonych okresów finansowania i niższego oprocentowania" - informuje Michalina Słupska-Benesz, ekspertka ds. relacji z mediami, BNP Paribas Bank Polska.

Kredyt z dotacją z programu „Czyste Powietrze" powstał we współpracy z Narodowym Funduszem Ochrony Środowi-

ska i Gospodarki Wodnej, 16. Wojewódzkimi Funduszami Ochrony Środowiska i Gospodarki Wodnej oraz Bankiem Gospodarstwa Krajowego.

W przypadku Banku Ochrony Środowiska trzeba zaznaczyć, że przystąpienie tej instytucji do programu mogło też wynikać ze struktury właścicielskiej. Większościowym udziałowcem BOŚ jest NFOŚiGW, który odpowiada za realizację programu „Czyste powietrze".

Warto dodać, że w przypadku BNP Paribas Polska, przystąpienie do programu „Czyste powietrze" to fragment realizowanej od 2020 roku zielonej strategii. Instytucja ma w swej ofercie również kredyt ekologiczny przygotowany we współpracy z BGK i kredyt inwestycyjny z premią BGK. Dzięki pierwszemu przedsiębiorstwa mogą otrzymać finansowanie oraz dofinansowanie na inwestycje podnoszące efektywność energetyczną, drugi z produktów powstał z myślą o wspólnotach mieszkaniowych planujących remont lub modernizację. Wysokość premii termomodernizacyjnej wynosi w nim do 31% kosztów poniesionych na realizację przedsięwzięcia.

BNP Paribas od 2022 roku współpracuje też z Europejskim Bankiem Inwestycyjnym (EBI) w zakresie Programów ELENA (European Local Energy Assistance) wspierających poprawę efektywności energetycznej dla wspólnot mieszkaniowych budynków wielorodzinnych, sektora małych i średnich przedsiębiorstw (MŚP) oraz sektora MidCAP (spółki o średniej kapitalizacji – czyli zatrudniające powyżej 250 osób a poniżej 3 000 osób) – ELENA EEFFCB (Energy Efficiency Finance Facility for Residential Buildings).

- Klient zainteresowany taką usługą, może uzyskać dofinansowanie 90% kosztu brutto usługi w ramach inicjatywy ELENA programu unijnego HORYZONT 2020 – wyjaśnia Michalina Słupska-Benesz. Z Programu skorzystało do tej pory blisko 800 wspólnot mieszkaniowych.

BNP Paribas wspiera też PolREFF - Polski Program Finansowania Efektywności Energetycznej w Budynkach Mieszkalnych, którego celem jest m.in. walka z zanieczyszczeniem powietrza poprzez wsparcie właścicieli mieszkań i domów mieszkalnych w modernizacjach i remontach. Na realizację Banku BNP Paribas otrzymało 150 milionów euro, które zostaną przekazane w formie kredytu gotówkowego na inwestycje mające na celu podniesienie efektywności energetycznej oraz poprawę komfortu życia w budynkach mieszkalnych.

8.5. Profilaktyka zdrowotna

W 2023 roku oficjalnie potwierdzono w Polsce pierwszy oficjalny przypadek zachorowania dziecka wywołanego smogiem. 11-letni Maciek z Warszawy cierpiał z powodu duszności, napadów kaszlu i częstych infekcji. Testy alergiczne wykluczyły jako przyczynę uczulenie. Dr Agnieszka Turlińska, lekarka pediatrii orzekła, że przyczyną nadreaktywności oskrzeli i alergii jest zanieczyszczenie powietrza.

To pierwszy przypadek w Polsce, ale nie pierwszy na świecie. W 2013 roku w Londynie zmarła 9-letnia Ella Adoo-Kissi-Debrah. W akcie zgonu dziewczynki odnotowano, że ważnym czynnikiem w rozwoju astmy, na którą cierpiało dziecko, było „narażenie jej na nadmierne zanieczyszczenie powietrza".

Mimo alarmujących doniesień problem smogu nadal wydaje się marginalizowany.

– „Wróg" jest niewidzialny i wielu kolegów i koleżanek nie zwraca na niego uwagi. Ochrona zdrowia jest na pewno w pełni przygotowana do leczenia pacjentów, którzy cierpią na schorzenia związane z oddychaniem zanieczyszczonym powietrzem, ale nie zawsze wiemy, jak wesprzeć ich w unikaniu zagrożeń związanych ze smogiem" - podsumował w wywiadzie przygotowanym przez HEAL Polska na łamach Medycyny Praktycznej Tomasz Karauda, lekarz Uniwersyteckiego Szpitala Klinicznego im. Barlickiego w Łodzi.

Działania uświadamiające w zakresie profilaktyki zdrowotnej są wyjątkowo istotne. Dużą rolę w podnoszeniu świadomości na temat zagrożeń oddychania zanieczyszczonym powietrzem może odgrywać biznes, poprzez swoje działania CSR podnoszące świadomość Polek i Polaków w zakresie profilaktyki przez smogiem.

Istotnym aspektem działań CSR dotyczących zdrowia jest uświadomienie, jak ważne jest ograniczanie szeroko rozumianych zanieczyszczeń powietrza

– komentuje **Łukasz Niewola**, Dyrektor Departamentu Komunikacji Korporacyjnej i Zrównoważonego Rozwoju, Grupy LUX MED.

Łukasz Niewola
Dyrektor Departamentu Komunikacji Korporacyjnej i Zrównoważonego Rozwoju, Grupy LUX MED

Kluczem do udanej kampanii CSR w zakresie ochrony powietrza jest ***długofalowe zaangażowanie*** *społeczności lokalnych, przedsiębiorstw i samorządów, bo w ten sposób możemy realnie przyczynić się do świadomej i odpowiedzialnej edukacji, która w konsekwencji przyniesie zmiany. To nie tylko zachęcanie do implementacji bardziej zrównoważonych praktyk, ale także inwestowanie w technologie przyjazne środowisku, które pozwalają obniżyć poziom szkodliwych emisji.*

Kampanię CSR w zakresie ochrony powietrza można określić jako dobrą, kiedy widzimy jej pozytywne efekty. W skrócie – jeśli przekaz naszych działań dotarł do grupy osób, do której był skierowany, zwiększył ich świadomość czy podniósł wiedzę na temat znaczenia jakości powietrza i zmotywował do działania np. poprzez wymianę tzw. pieca kopciucha na inną, przyjazną środowisku formę ogrzewania. Ważny jest ***prosty przekaz****, oparty o rzetelne źródła wiedzy oraz przykuwający uwagę obraz, który trafi do emocji odbiorcy i skłoni go do zagłębienia się w temacie. Warto pokazywać* ***koszty****, jakie ponosimy wdychając powietrze pełne zanieczyszczeń. Mowa nie tylko o kosztach zdrowotnych, ale i społecznych oraz ekonomicznych.*

Jak podkreślamy w Indeksie Zdrowych Miast, dostęp do czystego powietrza o odpowiedniej temperaturze jest warunkiem koniecznym istnienia większości form życia na Ziemi. Smog, stanowiący jeden z typów zanieczyszczenia powietrza, jest przyczyną licznych chorób, nie tylko układu oddechowego. Dlatego ważnym aspektem działań CSR dotyczących zdrowia jest uświadomienie, jak ważne jest ograniczanie szeroko rozumianych zanieczyszczeń powietrza.

Fot. 6. Balon Widokowy nad Krakowem. Czerwony kolor czaszy wskazuje poważne zanieczyszczenie powietrza (fot. balonwidokowy.pl)

Bardzo się cieszę, że w tym roku razem z Polskim Alarmem Smogowym organizujemy kampanię na temat wpływu smogu na zdrowie dla naszych lekarzy. W jej ramach zostanie opublikowana książka dotycząca wpływu zanieczyszczeń powietrza na nasze zdrowie, a także zorganizowane zostaną wykłady o tej tematyce. To prawdopodobnie pierwsze tego typu działanie skierowane do kadry medycznej.

Oprócz tego kampanią wartą uwagi jest Balon Widokowy na Bulwarze Wołyńskim w Krakowie, który jest zarówno atrakcją turystyczną, jak i pokazuje stan powietrza w centrum miasta. Na balonie zainstalowano urządzenia pomiarowe analizujące zanieczyszczenie powietrza. Instalacja zmienia kolor w zależności od stanu jakości powietrza (kolor zielony to powietrze z nieprzekroczoną normą zanieczyszczeń, żółty - zanieczyszczone, czerwony powietrze złej jakości).

8.5.1. Kampania: „Zobacz, czym oddychasz"

Grupa LUX-MED, Allegro, PAS

Główne założenia:

- **mobilne instalacje tzw. „sztucznych płuc"**

Czas trwania: 2023 - 2024

W 2023 roku LUX-MED i Allegro stały się partnerami Polskiego Alarmu Smogowego (PAS), organizatora akcji „Zobacz, czym oddychasz". Obie firmy sponsorują tzw. **sztuczne płuca** - mobilne instalacje, które badają jakość powietrza w polskich miastach.

Tegoroczna edycja akcji „Zobacz, czym oddychasz" rozpocznie się na przełomie 2023 i 2024 roku. Będzie to piąta edycja tego wydarzenia, w ramach której na ulice polskich miast wyjedzie 6 mobilnych instalacji. Akcja w każdym miast trwać będzie od kilku do kilkunastu dni. W tym czasie umieszczona na specjalnej platformie instalacja przypominająca ludzkie płuca będzie zasysać powietrze, a znajdujące się w nim zanieczyszczenia będą osiadać na tkaninie filtracyjnej, którą pokryto instalację. Jeśli w danym miejscu zanieczyszczenie będzie się utrzymywać na wysokim poziomie, kolor płuc w ciągu kilku dni zmieni się z białego na grafitowo-czarny. Znajdujący się obok wyświetlacz pokazywać będzie aktualne stężenie pyłów PM2,5 i PM10.

Podczas ostatniej akcji „Zobacz, czym oddychasz", mobilne płuca PAS odwiedziły 63 miasta w Polsce. W zdecydowanej większości z nich zmieniający się kolor tkaniny nasiąkniętej zanieczyszczeniami wpływał na podniesienie świadomości mieszkańców na temat tego, co trafia do ich płuc wraz z zanieczyszczonym powietrzem. W nadchodzącej edycji akcji LUX-MED i Allegro jako partnerzy akcji finansować będą po jednej instalacji, które pojawią się w kilkudziesięciu polskich miastach. Kampania rozpocznie się w sezonie jesienno-zimowym, w którym zanieczyszczenie powietrza - ze względu na tzw. niską emisję jest najwyższe - i potrwa do wczesnej wiosny 2024 roku.

Rys. 14. Podczas ostatniej akcji „Zobacz, czym oddychasz", mobilne płuca PAS odwiedziły 63 miasta w Polsce (materiały prasowe, Polski Alarm Smogowy)

Fot. 7. Instalacja „sztucznych płuc" (źródło)

8.5.2. Akcja: Współpraca z Polskim Alarmem Smogowym

Grupa LUX-MED

Główne założenia:

- **partnerstwo książki „Wpływ zanieczyszczenia powietrza na zdrowie"**
- **Indeks Zdrowych Miast**
- **szkolenia dla lekarzy**
- **publikacje dla pacjentów**

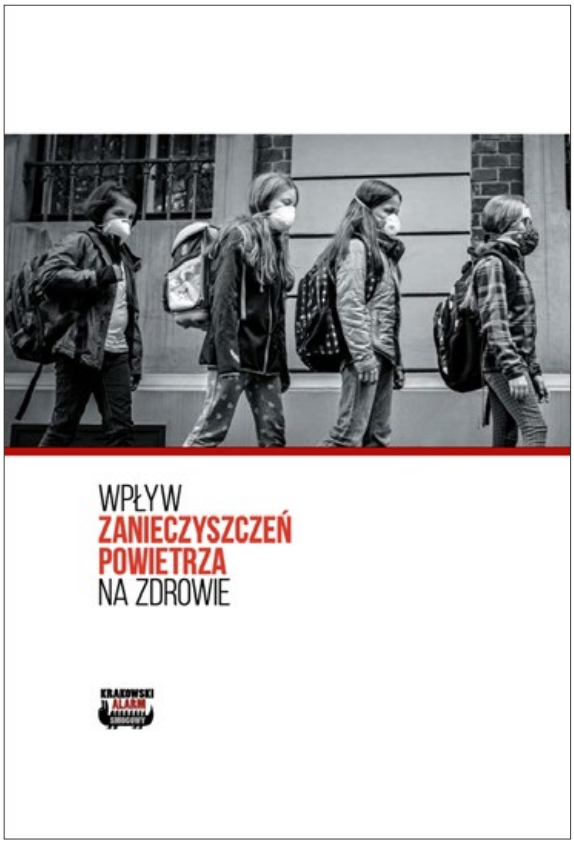
Czas trwania: 2023 r.

Książka „Wpływ zanieczyszczenia powietrza na zdrowie"

W ramach współpracy z Polskim Alarmem Smogowym grupa LUX-MED została partnerem trzeciego wydania książki „Wpływ zanieczyszczenia powietrza na zdrowie". Pozycja

Fot. 8. Trzecie wydanie książki „Wpływ zanieczyszczenia powietrza na zdrowie" się jesienią 2023 roku

(fot. materiały Polskiego Alarmu Smogowego)



została przygotowana przez PAS w 2017 i uzupełniona 2021 roku. Zawiera ona **informacje kierowane do środowiska medycznego**. Publikacja jest podsumowaniem badań prowadzonych na całym świecie i koncentruje się na wpływie zanieczyszczenia powietrza na zdrowie ludzi. Za jej powstanie odpowiedzialny jest zespół specjalistów: dr Jakub Jędrak, prof. UJ dr hab. n. med. Ewa Konduracka, dr hab. inż. Artur Jerzy Badyda i dr med. Piotr Dąbrowiecki. Patronami publikacji wraz z LUX-MED są Polskie Towarzystwo Medycyny Środowiskowej, Wojskowy Instytut Medyczny i Polska Federacja Stowarzyszeń Chorych na Astmę, Alergię i POChP. Książka ukaże się jesienią 2023 roku.

Indeks Zdrowych Miast

Grupa LUX-MED wspólnie z ekspertami Szkoły Głównej Handlowej w Warszawie i Fundacji GAP, przygotowała Indeks Zdrowych Miast, w którym przedstawiono badania dotyczące jakości powietrza, dostępu do terenów zielonych i poziomu zanieczyszczenia wód z **66 polskich miast na prawach powiatu**. W raporcie znalazły się też informacje o ludności i pokoleniach w tych miastach, usługach komunalnych i społecznych, edukacji, mieszkalnictwie i środowisku, infrastrukturze, przestrzeni oraz komentarze władz i mieszkańców. Pełny raport można znaleźć: Indeks Zdrowych Miast.

Akademia Medycyny LUX MED dla lekarzy, publikacje dla pacjentów

Akademia Medycyny LUX MED to cykliczne całodniowe wykłady nt. smogu i wpływu zanieczyszczonego powietrza na zdrowie (2023), które prowadzą dr. hab Michał Krzyżanowski, epidemiolog środowiskowy, konsultant WHO w zakresie wpływu jakości powietrza na zdrowie oraz dr Jakub Jędrak z PAS, współautor książki „Wpływ zanieczyszczeń powietrza na zdrowie".

LUX-MED został także partnerem raportu „Pozytywny wpływ zielonej transformacji na zdrowie" Konfederacji Lewiatan, który przedstawia pozytywne skutki zdrowotne wprowadzenia opracowanych i planowanych inicjatyw oraz strategii dla mieszkańców Unii Europejskiej i środowiska na jej terenie. Firma przygotowała również publikację „Wpływ zanieczyszczenia powietrza na choroby alergiczne", który ukaże się na łamach magazynu dla pacjentów „Blisko Zdrowia" jesienią 2023 roku. (Magazyn dla pacjentów Grupy LUX MED, dostępny w placówkach, nakład 30 tys.).

8.5.3. Akcja: Partnerstwo strategiczne Światowych Dni Spirometrii w ramach akcji „Wiem, czym oddycham"

AVIVA

Główne założenia:

- **sfinansowanie badań spirometrycznych dla 6,5 tys. Polek i Polaków w 236 miejscach w kraju**

Czas trwania: 2018 r.

W ramach akcji „Wiem, czym oddycham" (rozdział 8.2.3) organizowanej przez Aviva została ona również partnerem strategicznym Światowych Dni Spirometrii w 2018 roku – wydarzenia zainicjowanego 14 października 2010 roku (Światowy Roku Płuc) przez siedem światowych organizacji skupiających specjalistów medycyny oddechowej, w tym: Europejskie Towarzystwo Oddechowe (ERS, European Respiratory Society).

Światowy Dzień Spirometrii zwraca uwagę międzynarodowej społeczności na kluczowe **znaczenie badania spirometrycznego** we wczesnej diagnostyce zaburzeń czynności układu oddechowego. Obchodzić go zdecydowało się ponad siedemdziesiąt krajów, w tym także Polska. Za organizację wydarzenia odpowiedzialne były Polskie Towarzystwo Chorób Płuc i Polska Federacja Stowarzyszeń Chorych na Astmę, Alergię i POChP.

Podczas pierwszej edycji wydarzenia udało się przeprowadzić w sumie ponad 5,5 tys. bezpłatnych badań spirometrycznych.

W 2018 roku do akcji w roli partnera strategicznego włączyła się AVIVA. W akcji uczestniczyło w sumie 236 placówek medycznych w kraju. Firma sfinansowała badania płuc dla ponad 6,5 tys. Polek i Polaków.

– Do wykonania spirometrii zachęcamy każdego, bo wszyscy oddychamy powietrzem zanieczyszczonym przez smog, spaliny, dym tytoniowy. ***W Polsce na astmę i przewlekłą obturacyjną chorobę płuc cierpi ponad 6 milionów pacjentów, a tylko połowa wie o swojej chorobie.*** *Badanie spirometryczne pomaga postawić odpowiednie rozpoznanie, zanim wystąpią nieodwracalne powikłania. W przypadku wykrycia zaburzeń przepływu powietrza przez układ oddechowy pacjent otrzyma list do swojego lekarza z prośbą o pogłębienie diagnostyki. Tegoroczne Dni Spirometrii poświęcamy szczególnie wpływowi zanieczyszczeń powietrza na zdrowie. Stąd nasza współpraca z Avivą, która prowadzi ciekawą kampanię edukacyjną na temat szkodliwości smogu ‚Wiem, czym oddycham* – wyjaśniał wówczas dr n. med. Piotr Dąbrowiecki, lider akcji Dni Spirometrii i prezes Polskiej Federacji Stowarzyszeń Chorych na Astmę, Alergię i POChP.

8.6. Tereny zielone

Tereny zielone w tkance miejskiej są niezwykle ważne

– komentuje **Jarema Rabiński**, dendrolog, rzeczoznawca i biegły sądowy, wiceprezes Polskiego Stowarzyszenia „Dachy Zielone", przewodniczący komisji rewizyjnej Federacji Arborystów Polskich.

Tereny zieleni w tkance miejskiej są niezwykle ważne i pełnią różnorakie role, w szczególności: zaopatrują atmosferę w tlen i oczyszczają powietrze w mieście, redukują dwutlenek węgla, czasowo zatrzymują wodę opadową i roztopową, uczestniczą też w przesączaniu się wody się w głąb gruntu ***(infiltracja)****, wreszcie dają cień i niwelują niekorzystny efekt tzw. miejskiej wyspy ciepła. Ponadto wpływają na ruch powietrza likwidując lub zmniejszając tzw. zastój powietrza i rozpraszają smog. Świadomość mieszkańców i lokalnych władz na temat znaczenia terenów zieleni w obszarach zurbanizowanych z roku na rok wzrasta. Pomagają w tym edukacja i liczne inicjatywy społeczne, w tym działania firm w zakresie Społecznej Odpowiedzialności Biznesu. Likwidujemy coraz więcej powierzchni nieprzepuszczalnych prześmiewczo zwanych* ***„betonozą":*** *podwórek, dziedzińców wzdłuż ulic pomiędzy posadzonymi drzewami, rynków małych miast, a nawet reprezentacyjnych placów – jak w przypadku Wrocławia (zazielenienie placu Nowy Targ). Władze decydują się na coraz intensywniejsze* ***zazielenienie terenów antropogenicznych*** *poprzez sadzenie roślin nie tylko w gruncie rodzimym, lecz także na torowiskach, parkingach, wiatach przystanków i nie tylko w centrum miasta. To bardzo dobry trend.*

Jarema Rabiński
dendrolog, rzeczoznawca i biegły sądowy, wiceprezes Polskiego Stowarzyszenia „Dachy Zielone", przewodniczący komisji rewizyjnej Federacji Arborystów Polskich

Jak dobrze przeprowadzić akcję CSR?

Ważne, by zaplanowana akcja miała należyty, a w szczególności najbardziej efektywny skutek. Wiele firm porywa się np. na spektakularne w ich ocenie akcje sadzenia setek młodych drzewek. Oczywiście zadrzewianie jest bardzo dobrym pomysłem, jednak wymaga odpowiedniej wiedzy, zaangażowania i terenu (miejsc na nasadzenia – a tych często brakuje). Jestem zdania, że w przypadku miast, poza omawianym sadzeniem młodych (często niewielkich) drzew, należy zadbać o te już istniejące. Dla przykładu: ***dorodny sędziwy buk wytwarza tyle tlenu, co około od 3 do 10 tys. młodych drzewek. By zrównoważyć wycięcie kilku starszych, starych lub sędziwych drzew, skala nasadzeń powinna być więc ogromna****, tymczasem stosuje się powszechnie przelicznik 1:1. Nowe nasadzenie warto dokonywać w oparciu o fachową wiedzę, którą można znaleźć na stronach Federacji Arborystów Polskich.*

Starsze i sędziwe drzewa, wzięte pod opiekę np. sponsoring przez firmy, to znakomita inicjatywa, którą warto rozpatrzyć. Mój śp. szef wieloletni Wojewódzki Konserwator Przyrody pan

*Czesław Łaszek mawiał, że przed takimi okazami należy „zdjąć czapkę" – **okazywać im szacunek jako dziedzictwu narodowemu**, a my? My ich... „nie zauważamy", pomijamy jako przedmiot naszego zainteresowania, ochrony i... wizerunku!*

*Innym dobrym pomysłem na działania w ramach CSR jest także **tworzenie tzw. zielonych dachów.** Zapobiegają one nagrzewaniu powierzchni dachów (klasycznych „czarnych" nawet do 80 st. C), niwelują, podobnie jak stare drzewa, niekorzystny efekt tzw. miejskiej wyspy ciepła. Zatrzymują przy tym część wody opadowej lub roztopowej, a jej niezmagazynowany nadmiar spływa do kanalizacji dopiero po jej przesączeniu się przez substrat i warstwy techniczne „dachu zielonego", a więc z pewnym opóźnieniem, co zwiększa sprawność kanalizacji przez wydłużenie okresu, w którym jest wykorzystywana po opadzie.*

*Doskonałym pomysłem na działania CSR jest również budowa w miastach tzw. **zielonych elewacji**, w tym ogrodów wertykalnych, nawet gdy są oddalone od siebie nawet o kilkaset metrów. Nagrzewają się one mniej niż inne elewacje, a **różnica temperatur powoduje ruch powietrza tak potrzebnego w przypadku smogu.***

*Omawiane **„zielone dachy" i „żywe" elewacje z roślinami wykonają usługi ekosystemowe** w miejscach, w których brakuje gruntów rodzimych do sadzania roślin, a tym samym powodują jakże potrzebne w miastach zwiększenie powierzchni biologicznie czynnej.*

8.6.1. Kampania „Od drzewa do miasta"

Grupa Veolia, Asplan Viak, UNEP-GRID Warszawa

Główne założenia:

- **zwiększenie świadomości mieszkańców miast na temat korzyści z terenów zielonych w miastach**
- **badania naukowe**
- **poradnik**
- **webinar**
- **tablice edukacyjne**

Czas trwania: 2021 - 2023 r.

Celem akcji rozpoczętej w 2021 przez wyżej wymienione konsorcjum było zwiększenie wśród mieszkańców miast świadomości **korzyści płynących z obecności terenów zielonych**. Jej podstawą były badania naukowe, które przedstawiały wartość drzew znajdujących się w 5 polskich miastach: Lidzbarku Warmińskim, Miasteczku Śląskim, Przasnyszu, Rzeszowie i Szczytnie. Działanie miało na celu pokazanie mieszkańcom oraz urzędnikom straty związane z wycinką drzew, przeliczone na wielkości finansowe.

Wartość terenów zielonych przedstawiono w postaci **korzyści** płynących m.in. z magazynowania węgla, produkcji wody, oczyszczania powietrza, dla których oszacowano wartość finansową.

Jak można przeczytać na poświęconej akcji stronie internetowej Veolii: *„Przykładowo, pomnik przyrody rosnący w Miasteczku Śląskim przy ul. Norwida magazynuje 4,4 ton węgla/rok, oczyszcza powietrze z zanieczyszczeń w ilości 1,5 kg/rok, ogranicza spływ powierzchniowy o 2 m^3/rok, a ponadto istotnie zwiększa wartość pobliskich nieruchomości. Ekonomiści oszacowali wartość tych korzyści na około 17 tys. złotych [rocznie]. Z kolei park im. Inwalidów Wojennych w Rzeszowie to korzyści rzędu aż 562 tys. złotych rocznie (...) Średnia wartość usług dostarczanych przez jedno duże drzewo w polskich miastach to korzyść rzędu aż 15–20 tys. złotych".*

W ciągu 21 miesięcy trwania projektu odbyło się kilkanaście akcji adresowanych do mieszkańców i urzędników odpowiedzialnych za zagospodarowanie przestrzeni w 5 miastach wymienionych powyżej.

W ramach akcji przeprowadzono m.in.:

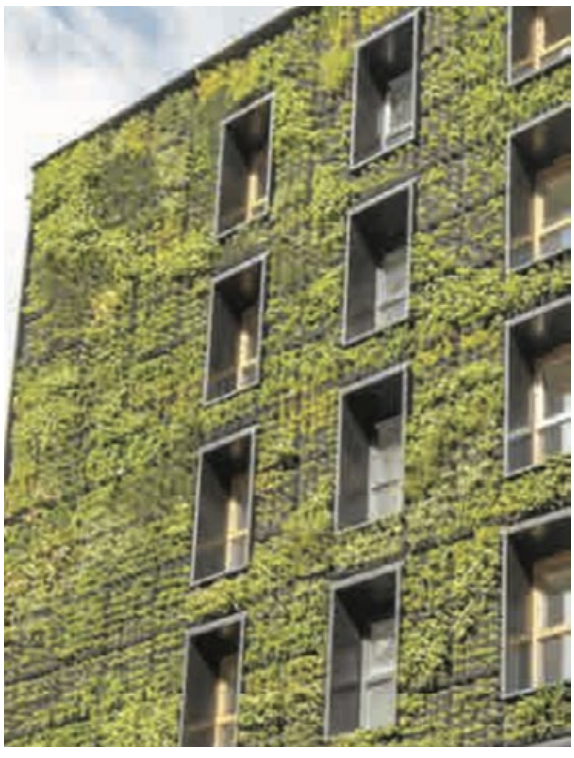
- badania naukowe z wykorzystaniem ekonomicznych narzędzi „wyceny pracy" drzew;
- kampanię medialną promującą wartość drzew, która została przygotowana wspólnie z portalem Onet.pl;
- przygotowanie poradnika o wartości drzew w obszarach miejskich;

Rys 15. Wyliczenia i kalkulacje dotyczące korzyści płynących z obecności terenów zielonych

(źródło: materiały projektu „Od drzewa do miasta")

- webinar o znaczeniu zieleni miejskiej;
- przygotowanie tablic edukacyjnych mówiących o wartości drzew, które stanęły w każdym zaangażowanym w akcję mieście.

Fot. 9. Zielona ściana budynku Resi4Rent, Błonie, Kraków (materiały Echo Investment)



8.6.2. Akcja: Zielona ściana budynku Resi4Rent, Błonie, Kraków

Echo Investment

Główne założenia:

- **utworzenie największej w kraju „zielonej ściany"**

Czas trwania: 2022 r.

W oddanej w 2022 roku inwestycji W 2022 r., w nowym budynku Resi4Rent w Krakowie deweloper stworzył największą

w kraju zieloną ścianę. Budynek, na którym ją utworzono, stanął w pobliżu stadionu miejskiego i Błoń przy al. 3 Maja. Na ścianie o powierzchni blisko 200 metrów kwadratowych posadzono paprocie, bergenie, bodziszki, trzmieliny, dzwonki, funkie, ubiorki, runianki, kosodrzewiny, barwinki, śnieguliczki i irgi.

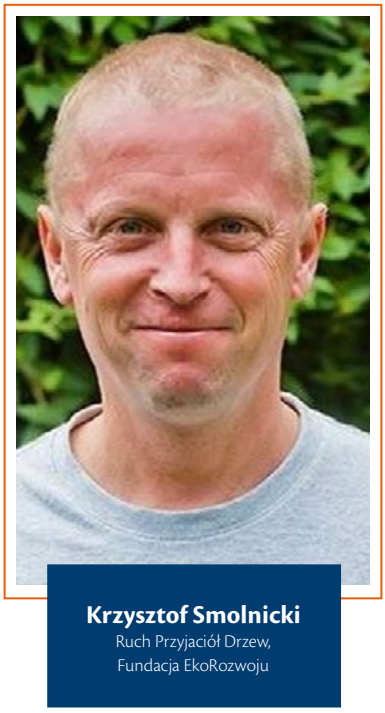
– To żywa ekosfera dla ptaków, oprócz obniżania poziomu hałasu, izolacji przed uciążliwymi upałami czy mrozem, jest również świetnym filtrem wychwytującym zanieczyszczenia powietrza. Zielona ściana wspiera też retencję wody, poprawia efektywność energetyczną, stanowi naturalną barierę dla wiatru, która zatrzymuje ciepło w budynku i chroni strukturę obiektu przed promieniowaniem ultrafioletowym. Uzupełnieniem zewnętrznej zielonej ściany jest jej mniejszy odpowiednik w lobby budynku – wyjaśniła na łamach portalu lovekrakow.pl Weronika Ukleja-Sałak, rzecznik prasowy Echo Investment.

Działanie wpisało się w politykę środowiskową firmy i zostało opisane w Raporcie Zrównoważonego Rozwoju Grupy Echo Investment w 2022 roku.

Zielonym do góry

– komentuje **Krzysztof Smolnicki**, Ruch Przyjaciół Drzew, Fundacja EkoRozwoju

Drzewa sadzić warto. Gdy już urosną będą nam służyć nieustannie: chłodzić w czasie skwaru, nawilżać i oczyszczać powietrze, radować oraz koić nasze zmysły. Drzewa są antidotum na betonozę – stanowią kluczowy element zielonej infrastruktury, który zaspokaja liczne potrzeby społeczne, pomaga w adaptacji do zmian klimatu i ma konkretną mierzalną wartość ekonomiczną. Aby jednak drzewa urosły, musimy sadzić je nie tylko zielonym do góry, ale i z głową – a potem o nie zadbać!



Krzysztof Smolnicki
Ruch Przyjaciół Drzew,
Fundacja EkoRozwoju

1. Gdzie?

*Zacznijmy od **miejsca** – uzgodnionego najpierw z właścicielem lub zarządcą terenu. Wybór powinien być zgodny z lokalnymi wymaganiami siedliskowymi – czyli dostępnością wody, światła, warunkami glebowymi oraz klimatycznymi. Drzewo powinno być posadzone w odpowiedniej odległości od innych drzew, budynków, sieci, ulic i granic działki. Kierujmy się zdrowym rozsądkiem oraz wiedzą o przyszłych wymiarach sadzonych drzew.*

2. Jakie?

*Decydując o wyborze drzewa warto wybierać **gatunki** rodzime, tj. takie, które naturalnie występują w Polsce i przysłużą się występującym u nas zwierzętom. W miastach warto też dobrać drzewa odporne na stres – zwykle będą to drzewa liściaste, a nie iglaste. **Sadzonki** powinny być jak najwyższej jakości, z odpowiednio ukształtowanym pniem i korzeniami (nieuszkodzone, nieprzesuszone, dobrze rozwinięte). Sadzonki z bryła korzeniową zwykle lepiej się przyjmują o ile były właściwie szkółkowane.*

3. Kiedy?

*Najlepszy **czas** na sadzenie drzew to pory spoczynku: jesień po opadnięciu liści lub wczesna wiosną przed pojawieniem się pąków. Sadzone drzewa zawsze winny być w fazie bezlistnej, zaś sadzenia nie należy wykonywać w czasie upałów i ulewnych deszczów. Przy obecnych zmianach klimatu i krótkich oraz suchych wiosnach korzystniejszą porą jest jesień.*

4. Jak?

*Przed **sadzeniem** należy się zaopatrzyć w: łopatę, żyzną ziemię, pojemnik z wodą, korę/zrębki, paliki, materiał (taśma) do wykonania wiązania. Drzewa sadzi się do przygotowanych wcześniej dołów, które powinny być co najmniej dwa razy większe niż bryła korzeniowa sadzonki i wzbogacone kompostem lub ziemią urodzajną. Drzewo powinno zostać posadzone na takiej głębokości, na jakiej rosło w szkółce, ale nieco poniżej poziomu gruntu. Umożliwi to uformowanie misy wokół pnia, która będzie gromadzić wodę opadową i z podlewania. Misę należy wyściółkować korą lub zrębkami w celu ograniczenia parowania i zachwaszczania. Palikowanie służy stabilizacji systemu korzeniowego drzewa podczas silnego wiatru czy wichury. Warto również zabezpieczyć pień przed podkaszaniem i zgryzaniem przez zwierzęta.*

5. Z kim?

*Sadzenie drzew nie jest proste, ale daje efekty i sporo radości – szczególnie, gdy robimy to wspólnie. Jeśli nie wiemy, jak się za to zabrać, poszukajmy **partnerów**. Przy wyborze odpowiedniego miejsca pomóc nam może gmina, która dysponuje terenami (w przestrzeni publicznej, na terenie placówek edukacyjnych, czy na obszarach rewitalizowanych) oraz fachową obsługą. Przy projektowaniu i doborze nasadzeń warto skorzystać z rady dendrologów, architektów krajobrazu i ekspertów z uczelni. Ważną rolę pod względem merytorycznym i społecznym odegrać mogą również organizacje pozarządowe oraz lokalne inicjatywy - znaleźć je można w kraju np. na mapie Przyjaciół Drzew (drzewa.org.pl)*

6. Co potem?

*Po posadzeniu drzewo wymaga **pielęgnacji**. Najważniejsze jest obfite podlewanie (nawet 70–100 litrów) co tydzień lub dwa - w zależności od warunków atmosferycznych. W warunkach miejskich warto pamiętać również o cięciach korygujących i sanitarnych polegających na uformowaniu korony drzewa tak, aby uniknąć w przyszłości drastycznych cięć. Tak zadbane drzewa będą nam służyć latami i dobrze świadczyć o tych, którzy je posadzili!*

8.7. Działalność pro bono

Znaczenie działalności pro-bono na rzecz poprawy jakości powietrza

– komentuje **Jan Ruszkowski**, koordynator Rady ds. Czystego Powietrza, Konfederacja Lewiatan

Działania pro bono mają w sobie coś, czego nie mają żadne inne instrumenty społecznej odpowiedzialności biznesu – są uniwersalne. Ich potencjalny katalog jest niemal nieskończony.

*Może je realizować niemal dowolna firma – niezależnie od branży, rozmiaru czy lokalizacji; każda w takim wymiarze, na jaki ją stać. Czy to kancelaria prawna, czy podatkowa, firma przewozowa, budowlana, energetyczna, gastronomiczna, poligraficzna, agencja reklamowa, media, sieć marketów budowlanych itd. – na tysiące sposobów mogą one **wspierać lokalne społeczności, organizacje, działania i projekty** służące wprost lub pośrednio poprawie jakości powietrza. Wspierać nie wprost finansowo, ale dzieląc się nieodpłatnie swoją wiedzą i usługami – tym, co robią najlepiej i na co dzień.*

Dodatkowo, o ile strategie CSR są najczęściej realizowane przez firmy duże, działania pro bono w mikroskali realizują nawet firmy jednoosobowe – serwis rowerowy, kominiarz czy doradca finansowy, który pomógł szkole w mojej okolicy wypełnić wniosek o dofinansowanie termomodernizacji.

Jan Ruszkowski
koordynator Rady ds. Czystego Powietrza, Konfederacja Lewiatan

Pomysły „leżą na ulicy". Jeśli ktoś nie wie jak zacząć albo prowadzi działalność od niedawna – może zacząć od zapytania organizacji pozarządowych lub od przeglądu niezrealizowanych projektów zgłaszanych przez społeczności lokalne w ramach budżetu obywatelskiego. Niektóre branże, jak prawnicy, mogą po prostu zgłosić się do organizacji, które właśnie takim pośrednictwem się zajmuje np. Centrum Pro Bono.

8.7.1. Kampania: „Jutro bez smogu"

ArcelorMittal

Główne założenia:

- **gratyfikacja finansowa za wymianę pieców węglowych**
- **przetapianie starych pieców na stojaki rowerowe**
- **konkurs na projekt stojaków rowerowych**
- **bezpłatne warsztaty edukacyjne**

Czas trwania: 2018 - 2019 r.

Firma ArcelorMittal Poland przygotowała kampanię, która zachęcała mieszkańców Krakowa do wymiany starych pieców węglowych, które w Polsce nadal są największym źródłem emisji pyłu zawieszonego PM10 do atmosfery. W ramach inicjatywy nazwanej „Jutro bez smogu" za każdy oddany piec otrzymywali oni gratyfikację finansową, a złomowane urządzenia trafiały do przetopienia na stojaki rowerowe.

Akcję rozpoczęło dwudniowe wydarzenie „**Ogród Zimowy ArcelorMittal Poland**". W jego ramach Nowohuckim Centrum Kultury ustawiono szklarnię, w której prezentowano gatunki roślin, które „ponadprzeciętnie" przyczyniają się do oczyszczania powietrza. Dodatkowo przygotowano bezpłatne warsztaty z upcyklingu i tworzenia tzw. ogrodów w szkle. Był też konkurs, w którym udział premiowano sadzonką roślin. W akcji udział wzięło około 6 tys. osób.

Kolejnym etapem kampanii była współpraca z krakowskim magistratem, na mocy której **każda osoba, która zdecydowała się na wymianę pieca z dotacją z miejskiej kasy, dodatkowo otrzymywała 150 zł** gratyfikacji finansowej od ArcelorMittal. Jak informuje na swojej stronie właściciel krakowskiej huty im. Sendzimira, z takiej formy wsparcia tylko w 2018 skorzystało ponad 800 osób. W ten sposób firma **zgromadziła kilkaset pieców, które postanowiono przetopić na stojaki rowerowe, promując przy tym ruch jednośladami** - co było trzecim etapem akcji.

– Przed rozpoczęciem sezonu grzewczego zgromadziliśmy złom z około 600 pieców. Do przetopienia trafiły zarówno stare kotły, jak i żelazne drzwiczki od pieców kaflowych. Ze złomu czyli zdemontowanych kopciuchów wyprodukowaliśmy stal, a z niej stojaki rowerowe. Stal można poddawać recyklingowi w nieskończoność, więc dokonaliśmy metamorfozy zużytych palenisk, zamieniając je w pożyteczne i sprzyjające poprawie jakości powietrza stojaki, zachęcające uczniów do korzystania z rowerów – wyjaśniała na stronie ArcelorMittal Sylwia Winiarek, rzeczniczka prasowa firmy.

W 2018 roku powstało 100 takich stojaków, które ustawiono obok wejść do 20 krakowskich szkół. O tym, jak mają wyglądać podpory dla jednośladów i o tym gdzie mają one stanąć, zdecydowali mieszkańcy miasta.

Przeprowadzono także konkurs na projekt stojaków, na który zgłoszono blisko 200 prac, a w głosowaniu udział wzięło w sumie ponad 20 tys. osób. Wygrał projekt, który kształtem przypominał krakowskie Sukiennice.

– Inicjatywa ArcelorMittal wpisuje się w działania miasta polegające na dotacjach do wymiany starych palenisk węglowych. Dodatkowo poprzez skup i przetapianie tzw. „kopciuchów" miasto otrzymuje w zamian stojaki rowerowe, które, jak widać, cieszą się dużą popularnością. Myślę, że to jeden z lepiej przygotowanych projektów na linii miasto – biznes, którego beneficjentami są krakowianie – podkreślał Paweł Ścigalski, pełnomocnik prezydenta miasta Krakowa ds. jakości powietrza.

Akcję powtórzono również w 2019 roku. W tym roku z gratyfikacji finansowej skorzystało około 700 osób, a zgromadzone piece pozwoliły wytworzyć kolejnych 250 stojaków na jednoślady, które trafiły obok placówek Uniwersytetu

Fot. 10. Stojaki wykonane z przetopionych pieców (źródło: materiały ArcelorMittal Poland)

Jagiellońskiego, Akademii Górniczo-Hutniczej i miejskich placówek kulturalnych.

W ramach akcji przeprowadzono też kampanię informacyjną. Szacuje się, że komunikat trafił w sumie do około 13 mln osób.

Nagrody:

- Złoty Spinacz 2019 w kategorii „Przemysł i Infrastruktura"
- Brązowy Spinacz 2019 w kategorii „Sustainability & CSR Communications"
- Zwycięstwo w międzynarodowym konkursie SABRE Awards 2020 EMEA, w kategorii „Chemia i Przemysł"

8.7.2. Kampania „Kraków chce oddychać"

Schulz Brand Friendly (obecnie Ancymony), PAS

Główne założenia:

- **billboardy**
- **spoty radiowe, spoty w kinach**
- **kampania w komunikacji miejskiej**
- **konkurs plastyczny**

Czas trwania: 2013 r.

Celem kampanii było przekonanie mieszkańców Krakowa do wprowadzenia zakazu palenia węglem na terenie miasta przez wprowadzenie tzw. Uchwały Antysmogowej, o którą zabiegał Krakowski Alarm Smogowy. W czasie trwania kampanii Kraków uznawany był za miasto o najgorszej jakości powietrza w Polsce. Koszty działań outdoorowych prowadzonych w ramach akcji poniosła agencja Schulz Brand Friendly.

Akcja edukacyjna „Kraków chce oddychać" miała skłonić mieszkańców stolicy Małopolski do podpisania petycji w sprawie zakazu palenia węglem na terenie miasta. W tym celu we współpracy z Krakowskim Alarmem Smogowym przygotowano billboardy, spoty radiowe i działania outdoorowe, które wyjaśniały Krakowianom/kom, jakie są źródła zanieczyszczeń powietrza w ich mieście oraz konsekwencje zdrowotne oddychania zanieczyszczonym powietrzem.

Szczególny nacisk podczas akcji położono na możliwość zapobiegania przedwczesnym zgonom mieszkańców w skali roku, prawidłowy rozwój dzieci i zmniejszenie kosztów

związanych z leczeniem chorych, którzy cierpią w wyniku zanieczyszczenia powietrza.

Kampania była kierowana do mieszkańców w każdym wieku z silnym naciskiem na grupę tzw. Nowych Mieszczan – często przyjezdnych, ale zaangażowanych w życie i sprawy miasta.

W pierwszym etapie akcji w lutym i marcu 2013 roku na 52 billboardach w Krakowie umieszczono plakaty przedstawiające zdjęcia dzieci, dorosłych, psa i pluszowego misia w maskach i tlenowych opatrzone hasłem „Nie chcemy oddychać smogiem" oraz zachętą do podpisania petycji.

Przygotowano także konkurs plastyczny pod hasłem „Chcemy oddychać", na który wpłynęło ponad 7 tys. prac. Wybrane prace wraz z komentarzami twórców pokazano 28 maja 2013 roku podczas wystawy ulicznej przy ul. Powiśle 11.

W stacjach radiowych grupy Agora wyemitowano ponad 1500 spotów radiowych, przygotowano kampanię internetową (250 tys. odbiorców) i kampanię informacyjną w komunikacji miejskiej.

W drugim etapie kampanii w listopadzie 2013 roku przygotowano billboardy, które informowały o korzyściach płynących z oddychania czystym powietrzem. Plakaty pojawiły

Rys. 16. Billboardy pojawiły się w 52 punktach Krakowa (materiały Polskiego Alarmu Smogowego)

Rys. 17. Prace wybrane w ramach konkursu plastycznego pod hasłem „Chcemy oddychać" pokazano podczas wystawy ulicznej przy ul. Powiśle 11 (materiały Polskiego Alarmu Smogowego)

się na 49 billboardach. Kina sieci Cinema City bezpłatnie wyświetlały spot informujący w ramach kampanii.

25 listopada sejmik Wojewódzki przyjął uchwałę o zakazie palenia węglem w piecach na terenie Krakowa.

Koszt przeprowadzenia kampanii oszacowano na 30 tys. zł. Ekwiwalent reklamowy działań medialnych oszacowano na około pół miliona złotych.

8.8. Zielone biuro i energooszczędność

Polacy, w wielu przypadkach nie mają decydującego wpływu na jakość powietrza w okolicy. Najczęściej determinują ją miejsce zamieszkania (miasto, wieś, bliskość tzw. niskiej emisji, węzłów transportowych) oraz pora roku (sezon grzewczy). Mogą mieć jednak wpływ na jakość powietrza wewnątrz budynków, w których na co dzień pracują. Autorzy raportu nie zdecydowali się wskazać w raporcie przykładu biura „modelowego", w którym w sposób kompleksowy dbano by o poprawę jakości powietrza. Z czasem na rynku zaczną pojawiać się takie inwestycje i benchmarki godne opisania, z pogranicza CSR i employer brandingu.

Jeśli znacie Państwo przykłady takich budynków, które w Państwa ocenie na takie miano zasługują prosimy o przesłanie informacji na ich temat na adres: powietrze@lewiatan.org. Zostaną z pewnością wykorzystane przy tworzeniu kolejnej edycji raportu.

Coraz więcej firm dostrzega korzyści zrównoważonego projektowania powierzchni biurowej

– komentuje **Alicja Kuczera**, Dyrektorka Zarządzająca Polskiego Stowarzyszenia Budownictwa Ekologicznego

Zmiana klimatu, zmiany pokoleniowe na rynku pracy, rosnąca świadomość w obszarze tzw. life balance wymuszają na pracodawcach dbałość o środowisko i konieczność liczenia się z oczekiwaniami pracowników. Coraz więcej instytucji, organizacji, firm i międzynarodowych korporacji dostrzega społeczne, środowiskowe i finansowe korzyści zrównoważonego projektowania powierzchni biurowej.

Alicja Kuczera
Dyrektorka Zarządzająca Polskiego Stowarzyszenia Budownictwa Ekologicznego

Zielone biuro zmniejsza wpływ działalności człowieka na środowisko. Pracownikom zapewnia większy komfort podczas codziennej pracy, w zamian firmy otrzymują większą motywację swoich pracowników, co skutkuje podniesieniem ich produktywności.

Efektywność energetyczna

Podstawową cechą zrównoważonego budynku, co za tym idzie biura, jest efektywność energetyczna. Minimalizowanie zużycia energii jest zarówno wymogiem warunków technicznych, dobrowolnych certyfikacji dla zrównoważonych budynków, jak i efektem czystej kalkulacji. Szukanie oszczędności jest już standardem, któremu sprzyjają rozwiązania wdrażane już na etapie projektowania:

- *odpowiednia izolacja;*
- *kształt i rozmieszczenie okien;*
- *systemy do zarządzania energią w budynku;*
- *stosowanie oświetlenia LED;*
- *energia z odnawialnych, bezemisyjnych źródeł.*

Warto dodać, że okresie występowania smogu chronimy się w budynkach, które w naszym mniemaniu powinny nas odgrodzić od zanieczyszczonego powietrza. To powszechne przekonanie nie zawsze ma solidne podstawy. Bez odpowiednich rozwiązań powietrze wewnątrz budynków może być nawet pięć razy bardziej zanieczyszczone niż to na zewnątrz, które oczyszczane jest przez deszcz, mgły, wilgoć, rośliny i promieniowanie słoneczne.

Obecnie już ponad 90% nowoczesnej powierzchni biurowej jest certyfikowane w jednym z międzynarodowych systemów – BREEAM, LEED, DGNB czy WELL.

Jakość środowiska wewnętrznego i wentylacja

Jakość wdychanego powietrza jest istotnym czynnikiem wpływającym na zdrowie i samopoczucie.

Wśród najistotniejszych szkodliwych czynników należy wymienić: wysokie stężenie dwutlenku węgla, tlenek węgla, pyły zawieszone PM2.5 i PM10, ozon, ołów, dwutlenek siarki, dwutlenek azotu, a także związki pochodzenia organicznego: lotne związki organiczne (ang. Volatile Organic Compounds – VOC), takie jak np. benzen i formaldehyd oraz bakterie, wirusy i grzyby. Zanieczyszczenia powietrza mogą prowadzić między innymi do: zmęczenia, podrażnień gardła, oczu, nosa, bólu głowy, przejściowych i przewlekłych schorzeń górnych dróg oddechowych, nasilenia objawów alergii i astmy. Potwierdzony naukowo jest już także negatywny wpływ złej jakości powietrza na produktywność pracowników.

Działania mające na celu zapewnienie właściwej jakości powietrza w budynkach obejmują dwa podstawowe podejścia: eliminację źródeł zanieczyszczeń oraz właściwą wentylację.

Jakość powietrza w budynku zależy od jego lokalizacji. Będzie gorsza więc na obszarze przemysłowym o gęstej zabudowie i ruchu samochodowym o dużym natężeniu. W takiej sytuacji ilość zanieczyszczeń może być ograniczana przez:

- *właściwe umiejscowienie czerpni powietrza systemu wentylacji mechanicznej*
- *odpowiednie filtry powietrza zastosowane w centralach wentylacyjnych*
- *stosowanie mat wejściowych, drzwi obrotowych lub drzwi podwójnych z przedsionkiem, które ograniczają dostawanie się pyłów do wnętrza budynku*

W zielonych budynkach musi obowiązywać całkowity zakaz palenia.

System wentylacji musi dostarczać do wnętrza budynku odpowiednią ilość powietrza świeżego zapewniającego tlen dla użytkowników przebywających w pomieszczeniach, musi też skutecznie usuwać gromadzące się w powietrzu wewnętrznym zanieczyszczenia. Spełnienie tych warunków można zagwarantować poprzez zainstalowanie na centralach wentylacyjnych obsługujących budynek urządzeń pomiarowych z możliwością pomiaru minimalnych ilości powietrza zewnętrznego, generujących alarm w przypadku przekroczeń

Komfort termiczny

Odpowiednie warunki termiczne są jednym z kluczowych elementów wpływających na nasze dobre samopoczucie, zdrowie oraz produktywność. Jest to jednocześnie zagadnienie bardzo złożone. Każdy z parametrów wpływających na odczuwanie komfortu termicznego: temperatura powietrza, prędkość powietrza, temperatura przegród, wilgotność, ma ścisły wiązek z pozostałymi. Należy to jednocześnie zestawić z wykorzystywaną odzieżą, indywidualnymi preferencjami oraz aktywnością użytkowników biura.

Dostęp do natury i widoki na zewnątrz

Badania wykazują, że wprowadzenie elementów natury, zarówno autentycznych, jak i imitacji, do miejsca pracy, wpływa pozytywnie na wyniki pracowników i ich samopoczucie. Okna są głównym łącznikiem między wewnętrznym a zewnętrznym środowiskiem.

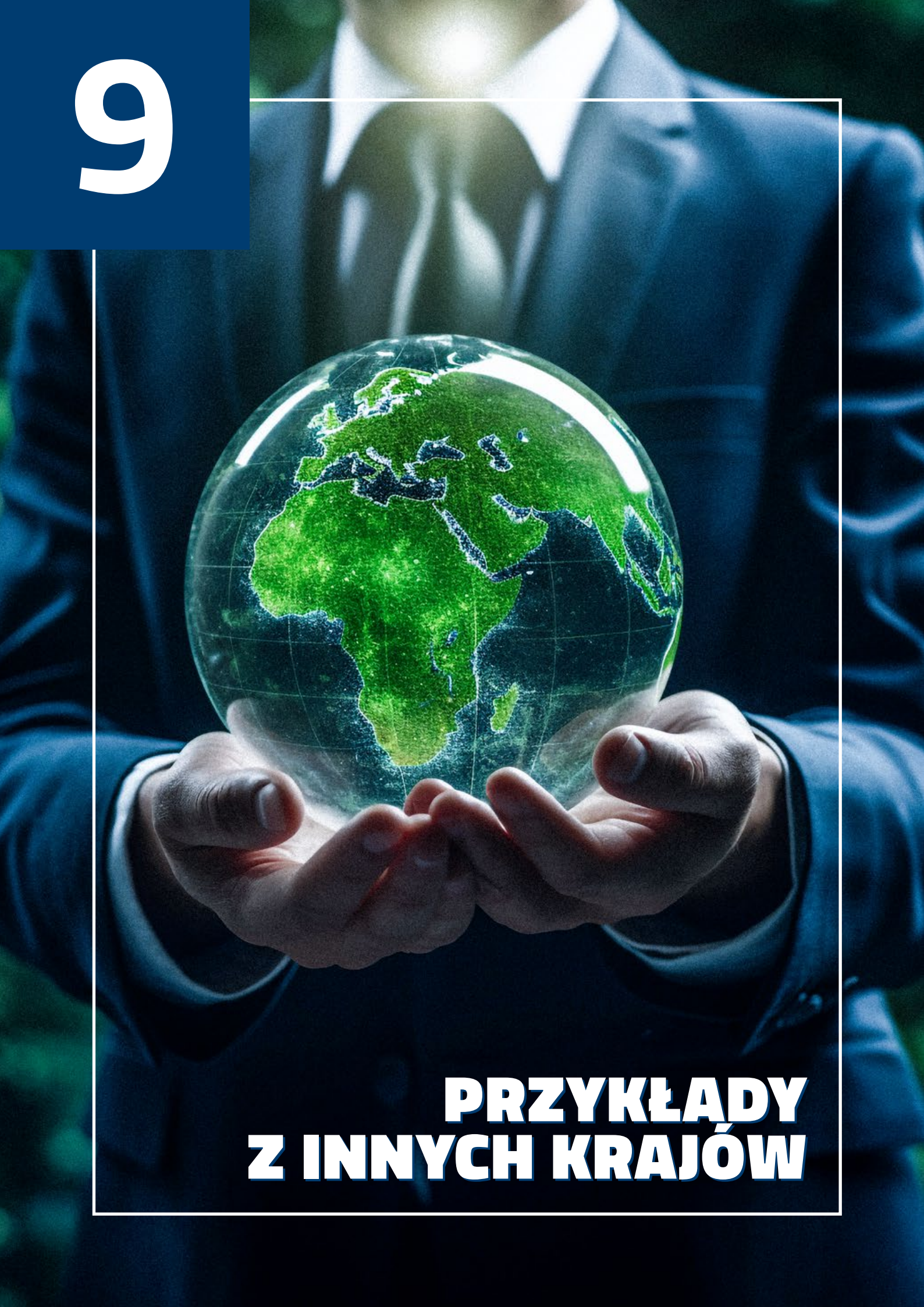
Rozwiązaniem projektowym wewnątrz biura, oprócz naturalnej roślinności są: funkcje wodne np. wodospady, zapewnienie naturalnej wentylacji, wykorzystanie naturalnych materiałów, takich jak drewno i kamień oraz ich imitacja w postaci np. wysoce teksturowanych tkanin.

Less waste

Koncepcja less waste oznacza kompleksowe podejście do projektowania, uwzględniające cały cykl życia stosowanych w projekcie produktów i rozwiązań, w celu ograniczenia wpływu aranżacji na środowisko i odpadów powstających wskutek eksploatacji i demontażu.

Źródło: raport „Zdrowe zielone biura",
Polskie Stowarzyszenie Budownictwa Ekologicznego,
https://zdrowebiuro.plgbc.org.pl/, https://lesswaste.plgbc.org.pl/

9



PRZYKŁADY Z INNYCH KRAJÓW

9. PRZYKŁADY Z INNYCH KRAJÓW

9.1.1. Maersk

Budowa i instalacja morskich stacji ładowania dla statków

Główne założenia:

- **ograniczenie spalania paliwa potrzebnego do zasilania statków podczas przestoju w portach**
- **ograniczenie emisji szkodliwych spalin i CO_2**

Grupa żeglugowa Maersk (MAERSK.CO) planuje budowę i instalację morskich stacji ładowania dla swoich statków w portach na całym świecie. Dzięki nim jednostki podczas oczekiwania będą mogły tam korzystać z zielonej energii pochodzącej z lądu, zamiast używać generatorów wykorzystujących paliwa kopalne (szczególnie paliwo okrętowe).

Rys. 18. Pierwsza boja ładująca jest w fazie testów. Zainstalowano ją na morskiej farmie wiatrowej obsługiwanej przez firmę Ørsted (fot. materiały firmy Ørsted)

Jak szacuje Maersk, każdego dnia wiele statków z jego liczącej 3,5 tys. floty zużywa średnio od 2 do 5 ton paliwa na zasilanie, oczekując na rozładunek w portach na całym świecie. W przypadku dużych jednostek - jak kontenerowce, zużycie może wzrastać nawet do 10 ton ropy każdego dnia przestoju. Spalanie tak znaczących ilości paliwa kopalnego powoduje gigantyczne emisje zanieczyszczeń i CO_2, które powodują problemy zdrowotne mieszkańców w pobliskich obszarach miejskich.

Stillstrom, firma należąca do oddziału usług morskich Maersk, opracowała technologię, która umożliwi statkom korzystanie z energii elektrycznej za pomocą boi połączonej z lądem linią przesyłową. **Pozwoli to na wygaszenie silników w czasie przestoju**.

Grupa chce docelowo zainstalować od 3 do 10 boi w 100 portach na całym świecie do 2028 r., co zmniejszy emisję dwutlenku węgla o 5 milionów ton rocznie oraz zmniejszy emisję pyłów i innych zanieczyszczeń pochodzących ze spalania ropy.

„Naszą ambicją jest, aby statki stojące bezczynnie w portach korzystały z zielonej energii zamiast paliw kopalnych" – powiedział w rozmowie dotyczącej inwestycji agencji Reuters menadżer Stillstrom, Sebastian Klasterer Toft.

Pierwsza boja ładująca jest w fazie testów. Zainstalowano ją na morskiej farmie wiatrowej obsługiwanej przez firmę Ørsted.

Montaż działających komercyjnie boi w od 50 do 100 portów ma nastąpić do 2028 roku. Firma prowadzi już rozmowy z kilkoma z nich.

Dużo wskazuje, że technologia będzie udostępniana komercyjnie. Mimo tego praca nad nią warta jest odnotowania, ze względu na planowane obniżenie emisji zanieczyszczeń powietrza i CO_2.

9.1.2. Rząd Holandii

Promocja zrównoważonego transportu w drodze do pracy

Główne założenia:

- **promocja pracy zdalnej, podróży do pracy poza szczytem i podróży bezemisyjnymi środkami transportu w drodze do pracy**
- **ograniczenie emisji szkodliwych spalin i CO_2**

W 2021 roku, w rok po wybuchu pandemii, rząd holenderski przeprowadził badania w 1100 firmach zatrudniających co najmniej 100 pracowników. Wynikało z niego, że holenderscy pracodawcy - nawet po ustaniu pandemii - chcą nadal zezwalać pracownikom na **pracę zdalną**. Jak wyliczono, powinno się to przełożyć na zmniejszenie ruchu samochodowego w godzinach szczytu o około 5%, co z kolei skutkuje niższymi emisjami spalin i skróceniem czasu postoju w korkach.

Badanie pokazało również, że pracodawcy byli skłonni **dofinansować nieemisyjne źródła transportu dla pracowników**. Jedna trzecia zbadanych pracodawców chciała inwestować w stacje ładowania w pracy i samochody elektryczne, którymi pracownicy będą mogli podróżować służbowo. Ponad jedna czwarta zadeklarowała zaś udział w programie leasingu rowerów.

Holenderskie Ministerstwo Infrastruktury i Zasobów Wodnych wprowadziło dla swych pracowników **elastyczne godziny pracy**, tak by mogli dojeżdżać do niej poza godzinami szczytu. Przygotowano dla nich również program **leasingu rowerów**, co przełożyło się na mniejsze wykorzystanie samochodów oraz zmniejszenie emisji spalin.

Samo Ministerstwo również zachęca do pracy z domu i dojeżdżania rowerem do pracy, także w ramach leasingu rowerów. W urzędzie wprowadzono zakaz organizowania spotkań wymagających obecności osobistej w biurze, przed godziną 10:00 i po godzinie 15:00, by nie zmuszać pracowników do podróży rowerowych w godzinach szczytu.

10

GREENWASHING

10. GREENWASHING

Działania CSR ukazują zaangażowanie biznesu w rozwiązywanie problemów ważnych dla społeczeństwa. Są dzięki temu świetnym instrumentem marketingowym, który można wykorzystać przy promocji marki. Specjaliści do spraw marketingu chętnie więc sięgają po to narzędzie, by przedstawić działania firm jako „zielone", „odpowiedzialne", „zrównoważone", a produkty jako „ekologiczne" lub „organiczne" - co ma zachęcić klientów do ich wyboru.

W niektórych przypadkach jednak „zielone" projekty, produkty i usługi firm mają w rzeczywistością niewiele wspólnego z działaniami zrównoważonymi środowiskowo: są pozorne, nie przynoszą efektu lub świadomie wprowadzają klientów i inwestorów w błąd. Takie działania nazywane są potocznie greenwashingiem.

Terminu tego po raz pierwszy użył w 1986 amerykański przedsiębiorca, ekolog i aktywista Jay Westervelt, na opisanie praktyk sieci hotelowych, które z rzekomej troski o stan środowiska próbowały zachęcać klientów do rzadszej wymiany ręczników. Termin był parafrazą angielskiego wyrazu „whitewashing", który oznacza „wybielanie" i dorobił się polskich synonimów, jak: **„eko ściema" i „ekowybielanie".**

Jednym z najgłośniejszych w ostatnich latach przykładów greenwashingu w zakresie jakości powietrza był skandal nazwany dziś „Dieselgate" lub aferą spalinową lub dieslową.

We wrześniu 2015 roku amerykańska Agencja Ochrony Środowiska (*Environmental Protection Agency – EPA*) zarzuciła jednemu z największych producentów samochodów naruszenie Ustawy o Czystym Powietrzu (*Clean Air Act*). Stało się to po tym, gdy wyszło na jaw, że firma celowo programowała silniki Diesla TDI w taki sposób, by systemy ograniczające emisje zanieczyszczeń aktywowały się jedynie podczas badań diagnostycznych. Takie rozwiązanie sprawiało, że w testach pojazdy producenta spełniały amerykańskie normy dotyczące emisji tlenków azotu. W warunkach drogowych była ona czterdziestokrotnie wyższa.

Informacja o nieuczciwych działaniach zainicjowała wszczęcie dochodzeń w wielu krajach. Okazało się, że nieprawidłowości dotyczyły również danych dotyczących emisji CO_2 w pojazdach produkowanych przez grupę – te wyniki również były zaniżane.

Dochodzenie w sprawie nieuczciwej praktyki przeniosło się również na inne firmy segmentu motoryzacyjnego. Dzięki temu wyszło na jaw, że niektóre z nich stosowały podobne praktyki.

Greenwashing może oznaczać brak wiedzy

– komentuje **Piotr Siergiej** z Polskiego Alarmu Smogowego

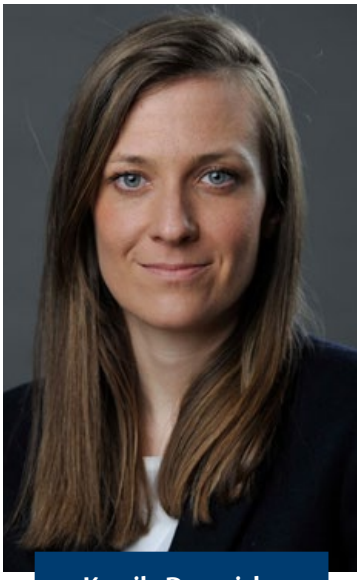
Piotr Siergiej
Polski Alarm Smogowy

*Złe praktyki nazywane greenwashingiem wynikają niekiedy z **braku wiedzy**. W niektórych instytucjach osoby odpowiedzialne za działania na rzecz środowiska i czystego powietrza nie mają odpowiedniego przygotowania. To przekłada się na przygotowywane inicjatywy, które mimo dużych nakładów finansowych, a czasem też dużego szumu medialnego nie przynoszą spodziewanego efektu. Przykładem może być np. stosowanie tzw. betonu antysmogowego lub murali antysmogowych. Rozwiązania te są oparte na fotokatalizie i faktycznie są skuteczne, ale tylko w pewnym stopniu. W skali roku mierzące po kilkadziesiąt metrów kwadratowych powierzchni murale lub betonowe place są w stanie oczyścić powietrze ze spalin pochodzących zaledwie z kilku pojazdów. Jeżeli ktoś więc decyduje się na wylanie betonem antysmogowym dużego placu, niszcząc przy tym zieleń i wycinając drzewa, skutek będzie odwrotny od zamierzonego. Inwestycja na pewno będzie też kosztowna, a nie przyniesie szczególnych efektów.*

Innym przykładem obnażającym brak wiedzy są masowe nasadzenia drzew, prowadzone w różnych regionach Polski w ramach walki z zanieczyszczeniem powietrza. W akcję włączane są lokalne społeczności, np. mieszkańcy lub pracownicy firm, co jest dobrym rozwiązaniem, kłopot w tym, że sadzenie młodych drzew nie poprawi znacząco jakości powietrza. Nakłady finansowe i zaangażowanie w takie działania warto przesunąć w kierunku likwidacji tzw. niskiej emisji, która w głównej mierze odpowiada za zanieczyszczenia powietrza.

Greenwashing to problem wielu branż

– komentuje **Kamila Drzewicka**, prawniczka w zespole zajmującym się odpowiedzialnością biznesu, Fundacja ClientEarth Prawnicy dla Ziemi



Kamila Drzewicka
prawniczka w zespole zajmującym się odpowiedzialnością biznesu, Fundacja ClientEarth Prawnicy dla Ziemi

Greenwashing (inaczej ekościema) to problem wielu branż, a jego przykłady możemy znaleźć tam, gdzie komunikacja marketingowa kierowana jest do konsumentów. Skoro zanieczyszczenie powietrza szkodzi ludziom bez względu na wiek, płeć czy profesję to stanowią oni szeroką i atrakcyjną grupę konsumentów wrażliwych na przekazy związane właśnie z tematem smogu.

*Co do zasady praktyka ta polega na tym, że firma wykorzystuje reklamę i komunikację zewnętrzną, aby **sprawiać wrażenie** bardziej przyjaznej dla środowiska niż jest w rzeczywistości. Jest to również technika stosowana przez niektóre firmy, aby **odwrócić uwagę** konsumentów od faktu, że ich model biznesowy i działania w rzeczywistości powodują wiele szkód środowiskowych. Mylące przekazy można znaleźć np. w reklamach, materiałach sponsorowanych, portalach społecznościowych, jak również na opakowaniach produktów.*

*Szczególną uwagę należy zwrócić na **firmy z tzw. sektorów przemysłowych powodujących silne zanieczyszczenia**, które zgodnie z wytycznymi Komisji Europejskiej do dyrektywy o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym[24], powinny zadbać, aby ich przekazy dotyczące walorów ekologicznych były dokładne, np. „mniej szkodliwe dla środowiska" zamiast „przyjazne środowisku". Dzięki temu przeciętny konsument może lepiej zrozumieć względny wpływ produktu na środowisko. Dyskusyjne jest czy niektóre branże w ogóle powinny się reklamować jako eko. W każdym jednak przypadku przekazy powinny odnosić się do aspektów, które są znaczące z punktu widzenia całkowitego wpływu produktu na środowisko w ciągu jego cyklu życia. Powoływanie się na cechy ekologiczne produktu czy usługi powinno być zawsze uzasadnione przez przedsiębiorcę zgodnie z wymogami staranności zawodowej i nie wprowadzać w błąd, co wynika z Dyrektywy. Niestety, mimo funkcjonującego zakazu stosowania greenwashingu, jest on dość powszechny, a wprowadzani w błąd konsumenci mają utrudnione podejmowanie decyzji zakupowych, co w konsekwencji spowalnia transformację ekologiczną.*

*Jaskrawym przykładem ekościemy, która ma wpływ na jakość powietrza w Polsce jest **węgiel oferowany pod nazwą „eko-groszek"** (węgiel wykorzystywany w ogrzewnictwie indywidualnym). Choć węgiel ten jest szkodliwy z punktu widzenia klimatu, środowiska i zdrowia, branża węglowa od lat przekonuje klientów, że spalanie węgla nie musi zanieczyszczać powietrza, o ile spala się węgiel z przedrostkiem „eko". W świetle przepisów prawa taki przekaz może wprowadzać w błąd, a zatem nie jest dopuszczalny. Fundacja ClientEarth Prawnicy dla Ziemi w 2021 r. złożyła powództwo przeciwko jednemu z producentów węgla za greenwashing, domagając się zaprzestania przekonywania odbiorców, że węgiel jest ekologicznym źródłem ogrzewania i wycofania się z używania nazwy eko-groszek (postępowanie jest w toku).*

Inną branżą, która została przyłapana (nie raz) na greenwashingu jest branża transportowa (emisje z transportu samochodowego to jedna z głównych przyczyn smogu). Ciekawym przykładem w tym obszarze była reklama samochodu osobowego w Wielkiej Brytanii, z której konsumenci dowiadywali się, że „Samochód tak pięknie czysty, że oczyszcza powietrze podczas jazdy". Brytyjski organ The Advertising Standards Authority Ltd. (ASA) uznał tę reklamę jako wprowadzającą w błąd. Uznano, że chociaż samochód nie uwalnia spalin jak tradycyjny silnik spalinowy, nadal uwalnia cząstki stałe w wyniku zużycia hamulców i opon[25], które są znaczącym źródłem zanieczyszczenia powietrza spowodowanego użytkowaniem pojazdów.

Przykładów greenwashingu w obszarach istotnych dla jakości powietrza jest znacznie więcej. Można liczyć jednak na to, że powszechność takich praktyk zacznie spadać w związku z nowymi regulacjami unijnymi na horyzoncie:

- *projekt dyrektywy Parlamentu Europejskiego i Rady zmieniający dyrektywy 2005/29/WE i 2011/83/UE w odniesieniu do wzmocnienia pozycji konsumentów w procesie transformacji ekologicznej poprzez lepsze informowanie i lepszą ochronę przed nieuczciwymi praktykami*
- *projekt dyrektywy Parlamentu Europejskiego i Rady w sprawie uzasadniania wyraźnych oświadczeń środowiskowych informowania o nich (dyrektywa w sprawie oświadczeń środowiskowych).*

24 Zawiadomienie Komisji Wytyczne dotyczące wykładni i stosowania dyrektywy 2005/29/WE Parlamentu Europejskiego i Rady dotyczącej nieuczciwych praktyk handlowych stosowanych przez przedsiębiorstwa wobec konsumentów na rynku wewnętrznym (2021/C 526/01); rozdział 4.1.1.3.

25 Hyundai Motor UK Ltd - ASA | CAP

Greenwashing jak brudne powietrze

– komentuje **Anna Pięta**, aktywistka społeczna i ekologiczna

Greenwashing jest tak samo trudny do wyeliminowania jak brudne powietrze. Stosują go wszyscy, którzy chcą na pozornych działaniach zbić kapitał: firmy i korporacje, politycy i polityczki, a nawet influencerzy i liderzy i liderki opinii.

Anna Pięta
aktywistka społeczna i ekologiczna

Firmy wprowadzają nas w błąd, sugerując własne akcje i działania, które ostatecznie są ruchami pozornymi lub po prostu manipulują. Tak było w przypadku jednego z przedsiębiorstw segmentu fast-fashion, które nazwało jedną z kolekcji „Conscious" (z ang. świadomy) oraz nadużywało określenia „zrównoważony", promując się przy tym jako firma działająca w sposób zrównoważony i przyjazny dla środowiska. Jak poinformował holenderski urząd antymonopolowy Autoriteit Consument en Markt firma ta nie wykazała w żaden sposób jakie konkretnie działania kryją się za tymi określeniami. Przedsiębiorstwo zostało zobligowane do usunięcia określeń promujących markę, do czasu gdy będzie ona w stanie przestrzegać odpowiednich przepisów i regulacji. Firma zdecydowała się dobrowolnie przekazać 400 tys. euro darowizny w ramach rekompensaty za wykorzystanie niejasnych i źle uzasadnionych oświadczeń dotyczących zrównoważonego rozwoju. ***W 2020 roku aż 53% haseł i tekstów o ekologiczności produktów w EU było niejasnych lub po prostu nieprawdziwych****.*

Greenwashing stosują również ***politycy i polityczki****. Wielu z nich, szczególnie w okresie przedwyborczym, stara się zbijać kapitał, głosząc szczytne hasła związane z ekologią, ochroną powietrza i klimatu oraz wykazując nagłe zainteresowanie ochroną lasów i obszarów cennych przyrodniczo. Są to często działania fasadowe, nie mające w rzeczywistości odzwierciedlenia w realnych działaniach, lub żadnego dowodu w dotychczasowej działalności.*

Nadzieją na zmianę jest regulacja EU - Green Claims Directive, która ma wprowadzać przejrzystość w działania z zakresu ESG, co za tym idzie również CSR. Unijny projekt wprowadza ***minimalne wymogi dotyczące oznaczeń środowiskowych****, w tym ich uzasadnienia, publikacji i weryfikacji. Jak informuje PwC, obejmuje on m.in: kryteria dotyczące sposobu, w jaki przedsiębiorstwa powinny wykazać prawdziwość stosowanych przez siebie oświadczeń i oznakowań środowiskowych, sposób oznaczenia oświadczenia środowiskowego na produkcie w formie fizycznej (link lub kod QR) wymóg weryfikacji oświadczeń i oznakowań przez niezależnego i akredytowanego weryfikatora, oraz wymogi dotyczące stosowania systemów oznakowania ekologicznego (ang. eco labels) w celu zapewnienia ich rzetelności, przejrzystości i wiarygodności.*

W przypadku naruszenia przepisów wynikających z dyrektywy, projekt przewiduje ***możliwość wniesienia powództwa przez organizacje reprezentujące konsumentów przeciwko nieuczciwym przedsiębiorcom****. Innym sposobem na walkę z greenwashingiem jest po prostu obywatelskie i dobrze poinformowane społeczeństwo, które wykazuje nieetyczne praktyki i stara się je nagłaśniać. Poczekamy na to jeszcze chwilę - regulacja ma zostać zatwierdzona do końca 2023 roku, a następnie każdy kraj ma 24 m-ce na jej wprowadzenie - ale to doskonały przykład na to, jak po naciskach jednostek system reaguje i reguluje.*

Unia Europejska bierze się za podmioty, którym udowodni się „eko ściemę"

– komentuje **Aleksandra Majda**, Ekspertka ESG, Członkini Zarządu ESG Impact Network

Grzywna, konfiskata dochodów, wykluczenie z zamówień publicznych i finansowania - Unia Europejska bierze się za podmioty, którym udowodni się „eko ściemę".

Aleksandra Majda
Ekspertka ESG, Członkini Zarządu ESG Impact Network

Kiedyś się „wybielaliśmy", od jakiegoś czasu „wyzieleniamy" się. Nie sposób przejść obok półki w drogerii, by nie krzyczały do nas etykiety „eco", organic, „green". Metki dużych marek odzieżowych zapewniają, że ich ubrania są „conscious" i przynoszą „environmental benefits".

Banki oferują firmom zrównoważone kredyty powiązane z celami ESG (SLL - Sustainability Linked Loans). Większość inwestorów z USA i regionu EMA zapewnia, że uwzględnia czynniki ESG w swoich programach fuzji i przejęć (badanie KPMG).

Dlaczego tak się dzieje? Bo ekologia już dawno temu stała się modna. Jak podaje UN Global Compact Network Poland, obroty na rynku produktów ekologicznych już w 2015 roku wynosiły około 850 miliardów dolarów, co stanowi kwotę o 620 miliardów wyższą niż 6 lat wcześniej. Instytut IBRIS w sierpniu tego roku zapytał Polaków czy byliby skłonni zapłacić więcej za produkt, wiedząc, że firma, która go wytworzyła, dba o środowisko naturalne? Tak – odpowiedziało 49 proc. pytanych, a w grupie wiekowej 18-29 lat współczynnik ten wyniósł aż 62 proc.

Zielona regeneracja, po latach trucia i nadużywania planety, jest warta pochwały. Ale pęd w tym kierunku stał się także pożywką dla eko ściemy, czyli greenwashingu i wszystkich jego grzechów: grzechu kłamstwa, ukrytych działań, braku dowodów, braku precyzji, nieistotności czy mniejszego zła. Nawet papierosy zaczęły mniej truć, bo zawierają „ekologiczny tytoń" i biodegradowalne opakowania.

Zgodnie z informacjami na stronie Komisji Europejskiej 53% „green claims", czyli zielonych oświadczeń, zawiera niejasne, wprowadzające w błąd lub bezpodstawne informacje.

Nadchodzą jednak czasy, w których taka beztroska gra w zielone staje się ryzykowna i nieopłacalna. Wypuszczanie w eter niepopartych faktami zielonych twierdzeń już ściąga na firmy kłopoty.

Największy w Niemczech podmiot zarządzający aktywami, zmuszony był odłożyć ponad 20 milionów euro na poczet kary, która grozi mu zawyżanie danych o zielonych aktywach.

W Polsce UOKIK już raz nałożył 120 mln zł kary na koncern motoryzacyjny za wprowadzenie klientów w błąd co do poziomu emisji spalin. Obecnie ten polski organ prowadzi 8 postępowań wyjaśniających wobec firm branży odzieżowej i kosmetycznej sprawdzając, czy w swej komunikacji marketingowej nie nadużywały pojęć związanych ze zrównoważonym rozwojem. Jeśli okaże się, że ich klienci byli wprowadzani w błąd, firmy mogą dostać karę do 10 proc. rocznego obrotu. To z pewnością zaboli. W końcu - swoje własne zielone śledztwa prowadzą w social mediach klienci, demaskując jako eko ściemę np. „ekologiczność" ubrań z recyklingowanego poliestru. Stąd już krok od utraty reputacji i zaufania kupujących.

Unia pracuje teraz nad kilkoma aktami prawnymi wzmacniającymi pozycję konsumentów. Poza CSRD czy wytycznymi do ekoprojektowania, to m.in. projekty zmian dyrektyw o nieuczciwych praktykach biznesowych, prawach konsumentów oraz uzasadnienia i przekazywania wyraźnych oświadczeń dotyczących środowiska (tzw. green claims).

W dużym skrócie, chodzi o to, by kupujący mogli podejmować swe ekologiczne wybory zakupowe na podstawie jasnych i prawdziwych przesłanek. Przedsiębiorstwa będą zobowiązane do przedstawienia niezależnych dowodów (w tym naukowych) potwierdzających ich ekologiczne twierdzenia a te będą poddawane regularnym kontrolom.

O potencjalnych sankcjach będą decydować same państwa członkowskie, ale mogą być one dotkliwe i obejmować wspomniane na wstępie: grzywnę, konfiskatę dochodów czy wykluczenie z zamówień publicznych. Wygranymi będą natomiast ci, którzy jako pierwsi zrozumieją moc uczciwej, etycznej i opartej na faktach komunikacji.

Dyrektywa Green Claims nałoży nowe obowiązki na przedsiębiorców

– komentują **Wojciech Janik**, Senior Managing Associate oraz **Justyna Radziewska**, Managing Associate, Deloitte Legal

Walkę z greenwashingiem podjęła także Komisja Europejska. Istotnym legislacyjnym krokiem w kierunku jego wyeliminowania jest procedowany właśnie projekt dyrektywy ws. oświadczeń środowiskowych (Green Claims Directive).

Celem tej nowej regulacji jest zapewnienie, by dobrowolnie stosowane przez przedsiębiorców oświadczenia dotyczące aspektów środowiskowych były bardziej wiarygodne. Mają być one porównywalne i weryfikowalne na terenie całej Unii Europejskiej. Dyrektywa wymusi określenie minimalnych wymogów, jakie będą musiały spełniać oświadczenia kierowane przez przedsiębiorców do konsumentów. Najważniejszy obowiązek będzie dotyczyć przedstawiania wyczerpującego i przekonującego uzasadniania dla tych oświadczeń, w oparciu o powszechnie uznane dowody naukowe oraz sprawdzalne informacje i dane. Uzasadnienia te będą badane przez niezależnych i akredytowanych weryfikatorów, wydających w rezultacie certyfikaty zgodności. Bez uzyskania takiego certyfikatu stosowanie danego oświadczenia nie będzie dozwolone.

Wojciech Janik
Senior Managing Associate,
Deloitte Legal

Justyna Radziewska
Managing Associate,
Deloitte Legal

Przygotowywane zmiany obejmą wszystkich przedsiębiorców, którzy składają oświadczenia środowiskowe związane ze swoimi produktami lub stosują systemy oznakowania ekologicznego, z wyłączeniem dostawców usług finansowych oraz (w zakresie większości obowiązków) mikroprzedsiębiorców.

Projekt jest obecnie na etapie dyskusji w Radzie UE. Po zakończeniu tej fazy dokument zostanie przekazany do pierwszego czytania w Parlamencie Europejskim. Cały proces legislacyjny związany z uchwaleniem dyrektywy może potrwać do 2 lat. Następnie dyrektywa musi zostać transponowana do porządków prawnych poszczególnych państw członkowskich. Zgodnie z założeniami, przepisy krajowe implementujące dyrektywę powinny zostać uchwalone w ciągu 18 miesięcy od jej ogłoszenia i wejść w życie po kolejnych 6 miesiącach. Z powyższego wynika, że ***nowe wymogi, określone w dyrektywie Green Claims, najprawdopodobniej zaczną obowiązywać za ok. 3-4 lata****.*

Dopóki trwają prace legislacyjne, ostateczny kształt dyrektywy może ulec zmianom. Co ciekawe, projekt oficjalnie opublikowany przez Komisję Europejską w marcu br. przewiduje bardziej elastyczne podejście do metodyki określania wpływu na środowisko niż przewidywała to wersja nieoficjalnie ujawniona 2 miesiące wcześniej. Spotkała się ona wtedy z krytyką, z uwagi na nieadekwatność przyjętych rozwiązań w odniesieniu do niektórych branż i produktów. Pokazuje to, że modyfikacja przygotowywanej regulacji jest wciąż możliwa, choć trudno przewidzieć, w jakim finalnie kierunku pójdą ewentualne zmiany.

Przyjęcie tej dyrektywy powinno istotnie przyczynić się do ***ograniczenia ogólnych, niejasnych, a przede wszystkim nieprawdziwych, „zielonych oświadczeń”****, co jednak nie oznacza, że problem ten całkowicie zniknie. Nowe zasady dotyczą wyraźnych oświadczeń środowiskowych i oznakowań ekologicznych i w tym zakresie można spodziewać się poprawy.* ***Regulacje nie obejmą jednak greenwashingu w postaci graficznej****, np. nadmiernego posługiwania się kolorem zielonym, piktogramami w kształcie liści i innymi podobnymi elementami, które równie efektywnie mogą sugerować ekologiczność produktu lub przedsiębiorcy.*

Wejście w życie dyrektywy Green Claims nałoży na przedsiębiorców nowe obowiązki, w szczególności konieczność uzyskiwania certyfikatów zgodności. Udowodnienie prawdziwości oświadczenia środowiskowego w wielu sytuacjach będzie czasochłonne i kosztowne, dobrym rozwiązaniem jest więc rozpoczęcie już teraz gromadzenia dowodów na potrzeby uzyskania certyfikatu. Zasadnym jest również rozważenie przeglądu jakościowego i ograniczenia liczby oświadczeń środowiskowych, których planuje używać przedsiębiorca, poprzestając na tych, w przypadku których z perspektywy dowodowej istnieją największe szanse powodzenia w procesie ich weryfikacji.

11

WEF ALLIANCE FOR CLEAN AIR – SOJUSZ NA RZECZ CZYSTEGO POWIETRZA

11. WEF ALLIANCE FOR CLEAN AIR – SOJUSZ NA RZECZ CZYSTEGO POWIETRZA

W odpowiedzi na zagrożenia związane z zanieczyszczeniem powietrza i konsekwencjami zmian klimatu oraz mając świadomość roli, jaką biznes ma do odegrania w redukcji emisji zanieczyszczeń, podczas Konferencji Klimatycznej COP26 w Glasgow organizacja Clean Air Fund zainicjowała sojusz na rzecz czystego powietrza – **WEF Alliance for Clean Air**. Wskutek zawiązania Sojuszu, wpływowa grupa 16 liderów biznesowych zobowiązała się do pomiaru i redukcji substancji zanieczyszczających powietrze pochodzących z ich działalności i łańcuchów wartości, a także napędzania innowacji oraz zachęcania swoich partnerów do dostrzegania korzyści wynikających z walki z zanieczyszczeniem powietrza – członkowie sojuszu przyjęli pierwszy w swoim rodzaju przewodnik dla przedsiębiorstw, służący do pomiaru emisji substancji zanieczyszczających powietrze. Dokument został opracowany przez Sztokholmski Instytut Środowiska - Stockholm Environment Institute, Koalicję na rzecz Klimatu i Czystego Powietrza - Climate and Clean Air Coalition oraz Grupę Inter IKEA. Wykorzystanie narzędzi zawartych w przewodniku umożliwiło ocenę wpływu istniejących strategii redukcji zanieczyszczenia powietrza oraz zwiększenie ambicji poprzez wdrażanie konkretnych rozwiązań. Założyciele Sojuszu zauważają, że rozwiązanie problemu zanieczyszczenia powietrza może przynieść również korzyści dla klimatu - a w konsekwencji dla zdrowia publicznego.

Sojusz Alliance for Clean Air rozrósł się i obejmuje obecnie następujące globalne firmy: Accenture, Biogen, Bloomberg, EY, Grupa GEA, Google, GoTo Group, GlaxoSmithKline (GSK), Haleon, IKEA, A.P. Møller-Maersk, Mahindra Group, Moderna, Oracle , Siemensa i Wipro.

„Członkowie Sojuszu pokazali, że ilościowe określenie emisji zanieczyszczeń powietrza w łańcuchu wartości przedsiębiorstwa jest wykonalne. Obecnie istnieje możliwość uwzględnienia zanieczyszczenia powietrza w swoich programach zrównoważonego rozwoju i podjęcia bardzo potrzebnych kroków w celu ograniczenia emisji, które powodują znaczące skutki dla zdrowia" – w ten sposób powstanie inicjatywy komentuje Eleni Michalopoulou ze Sztokholmskiego Instytutu Środowiska.

Firmy uczestniczące w Sojuszu Alliance for Clean Air zobowiązują się do:

- określenia swojego śladu zanieczyszczenia powietrza tlenkami azotu, tlenkami siarki i cząstkami stałymi w ciągu 12 miesięcy;
- wskazania źródła emisji (w celu analizy narażenia ludzi);
- wyznaczenia ambitnego celu ograniczenia emisji zanieczyszczeń do powietrza za pomocą jasnego planu działania;
- wykorzystania swoich zasobów tak, by przyspieszyć redukcję emisji zanieczyszczeń;
- podnoszenia świadomości pracowników, klientów i społeczności na temat wpływu zanieczyszczenia powietrza na ich zdrowie.

Sojusz ma charakter otwarty i dąży do poszerzania swojego członkostwa, a także do popularyzacji zestawu narzędzi do działań biznesowych udostępnionego niedawno we współpracy z Accenture i Funduszem Czystego Powietrza: https://initiatives.weforum.org/alliance-for-clean-air/knowledge

Bliższe informacje na temat zasad członkostwa znajdują się na stronie Światowego Forum Gospodarczego.

12

PRAKTYCZNY PRZEWODNIK DOTYCZĄCY OCENY ZANIECZYSZCZENIA POWIETRZA W PRZEDSIĘBIORSTWACH

12. PRAKTYCZNY PRZEWODNIK DOTYCZĄCY OCENY ZANIECZYSZCZENIA POWIETRZA W PRZEDSIĘBIORSTWACH

Jak wspomniano powyżej, wskutek zawiązania inicjatywy WEF Alliance for Clean Air, Sztokholmski Instytut Środowiska, Koalicja na rzecz Klimatu i Czystego Powietrza oraz Grupa Inter IKEA opracowały pierwszy przewodnik dla przedsiębiorstw służący do pomiaru emisji substancji zanieczyszczających powietrze.

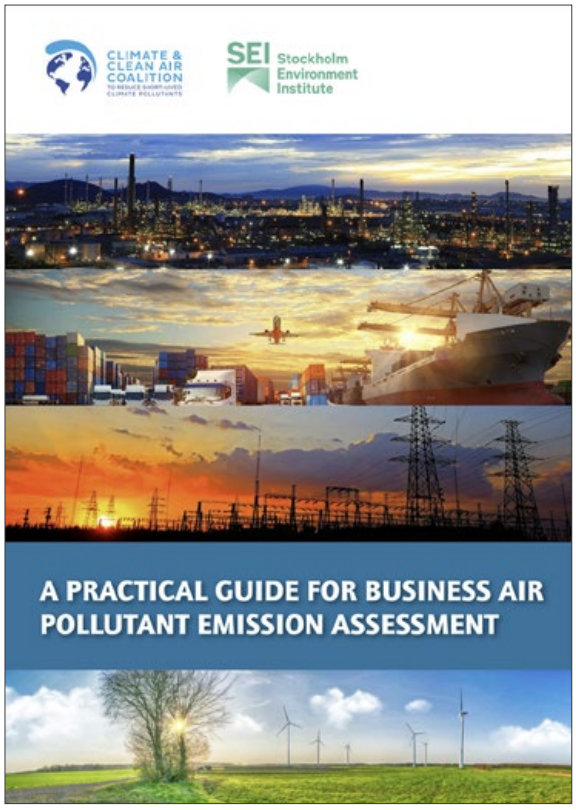
Dokument ten („A practical guide for business air pollutant emission assessment") dostępny na stronach internetowych Climate & Clean Air Coallition.

Autorzy poradnika podkreślili **skutki zdrowotne i środowiskowe** wynikające z narażenia na zanieczyszczenia powietrza, a także związki pomiędzy emisją zanieczyszczeń powietrza oraz gazów cieplarnianych – głównie wskutek spalania paliw kopalnych. Zwrócono uwagę również na **koszty ekonomiczne** tych zagrożeń, istotny udział sektora prywatnego w emisji szkodliwych substancji, a także dotychczasowy brak narzędzi do oceny ilościowej tych konsekwencji.

Spójna podstawa do kwantyfikacji emisji zanieczyszczeń powietrza pozwala w przejrzysty i mierzalny sposób porównać poszczególne przedsiębiorstwa. Dlatego głównym elementem przewodnika jest **metodyka służąca do ilościowego określania emisji zanieczyszczeń powietrza przez przedsiębiorstwa** niezależnie od ich wielkości, branży, oferowanych produktów lub usług. Określono w niej dwie zasady organizacyjne służące do opracowania metody kompleksowego rozliczania emisji z konkretnego przedsiębiorstwa, łańcucha wartości przedsiębiorstwa oraz źródła emisji, które powodują emisje w różnych punktach łańcucha wartości.

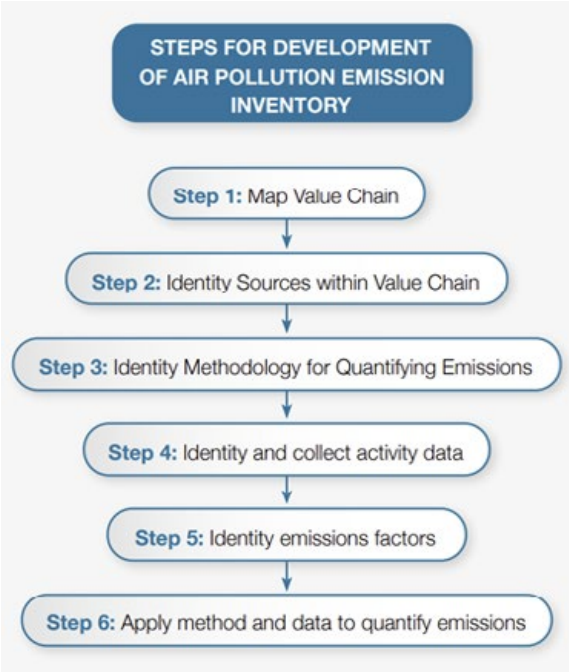
Podejście to składa się z **sześciu podstawowych kroków** w celu inwentaryzacji emisji zanieczyszczeń emitowanych w procesie wytwarzania energii elektrycznej, stacjonarnego spalania paliw, transportu, procesów przemysłowych, rolnictwa i odpadów, czyli: mapowanie łańcucha wartości, identyfikacja kluczowych źródeł zanieczyszczeń, identyfikacja odpowiedniej metodologii ilościowego określania emisji, identyfikacja odpowiednich danych dotyczących działalności, wybór odpowiednich współczynników emisji oraz ilościowe określenie emisji.

Rys. 20. Okładka raportu „A practical guide for business air pollutant emission assessment"



Przewodnik koncentruje się na substancjach uznanych za mające największy wpływ na zdrowie człowieka w klasyfikacji Światowej Organizacji Zdrowia:

- cząstkach stałych (PM2,5, PM10),
- sadzy (BC),
- węglu organicznym (OC),
- dwutlenku siarki (SO2),
- tlenkach azotu (NOx),
- amoniaku (NH3),
- Niemetanowych Lotnych Związkach Organicznych (NMLZO),
- tlenku węgla (CO).

Dokument przedstawia także możliwe podejścia do implementacji **działań mitygujących** skutki szkodliwych emisji oraz sposoby inwentaryzacji emisji wykorzystywane do podejmowania decyzji przez firmy.

Rys. 21. Etapy opracowania inwentaryzacji emisji substancji zanieczyszczających powietrze.