

Tomasz Makowski

**STANDARDY EKOLOGICZNE  
w sektorze małych i mikroprzedsiębiorstw  
ekologicznych w Krakowie**

**- raport ze spotkań seminaryjnych**

Fundacja Wspierania Inicjatyw Ekologicznych  
Kraków 2009



Fundacja Wspierania Inicjatyw Ekologicznych  
ul. Sławkowska 12 III p.  
31-014 Kraków

tel./fax: +48 12 422 22 64  
tel.: + 48 603 36 37 21

e-mail: zb@eco.pl  
skype: andrzej.zwawa



Tomasz Makowski  
**STANDARDY EKOLOGICZNE**  
**w sektorze małych i mikroprzedsiębiorstw ekologicznych w Krakowie**  
**- raport ze spotkań seminaryjnych**

Wydanie I  
Kraków 2009

Redakcja serii: Andrzej Żwawa

Fundacja Wspierania Inicjatyw Ekologicznych  
Sławkowska 12 III p., 31-014 Kraków  
tel./fax 12 422 22 64, 12 422 21 47, tel. 603 363 721  
zb@eco.pl, zig.eco.pl

Publikacja powstała w ramach projektu:

„Zielona Inicjatywa Gospodarcza. Partnerstwo na rzecz efektywności ekologicznej sektora małych i mikroprzedsiębiorstw w Krakowie” wspartego przez Islandię, Liechtenstein i Norwegię poprzez dofinansowanie ze środków Mechanizmu Finansowego Europejskiego Obszaru Gospodarczego oraz Norweskiego Mechanizmu Finansowego, a także ze środków budżetu Rzeczypospolitej Polskiej w ramach Funduszu dla Organizacji Pozarządowych

**zig.eco.pl**

Wsparcie udzielone przez Islandię, Liechtenstein i Norwegię poprzez dofinansowanie ze środków Mechanizmu Finansowego Europejskiego Obszaru Gospodarczego oraz Norweskiego Mechanizmu Finansowego, a także ze środków budżetu Rzeczypospolitej Polskiej w ramach Funduszu dla Organizacji Pozarządowych.



Spotkania seminaryjne z bloku tematycznego REALIZACJA STANDARDÓW EKOLOGICZNYCH odbywały się w dniach 19 i 26 maja oraz 4 i 16 czerwca 2009 r. w godzinach 15.30-18.30. Miejscem spotkań była sala konferencyjna Polskiego Klubu Ekologicznego przy ul. Sławkowskiej 26a w Krakowie.

Tematami poszczególnych spotkań były:

- Funkcjonowanie firmy
- Finansowanie działań ekologicznych w biznesie
- Wizerunek ekologiczny – firma na zewnątrz
- Odpady.

Spotkanie seminaryjne, które odbyło się **19 maja 2009 r.**, poświęcone było zagadnieniom funkcjonowania małych i mikro firm, z której to grupy rekrutują się uczestnicy Zielonej Inicjatywy Gospodarczej. **Wojciech Łaptaś**, kierownik **Punktu Obsługi Przedsiębiorcy Urzędu Miasta Krakowa** przedstawił zakres funkcjonowania swojej jednostki i opowiedział o ułatwieniach w prowadzeniu działalności gospodarczej, wynikających z ostatnio wprowadzonych zmian prawnych. W Punkcie Obsługi Przedsiębiorcy UMK przedsiębiorcy zarejestrowani w ewidencji działalności gospodarczej mają do dyspozycji w jednym miejscu pracowników Urzędu Miasta Krakowa, Urzędu Statystycznego, Urzędu Skarbowego i Zakładu Ubezpieczeń Społecznych. Na miejscu funkcjonuje również punkt Małopolskiej Agencji Rozwoju Regionalnego, która udziela informacji związanych z możliwością otrzymania wsparcia finansowego, w ramach udzielanych przez Departament Instrumentów Finansowych MARR pożyczek i poręczeń. Obok funkcjonuje również stanowisko Małopolskiego Regionalnego Centrum Informacji Europejskiej, udzielającego informacji o programach unijnych dostępnych dla polskich firm oraz instytucji.

Prelegent przypomniał uczestnikom, że zgodnie z rozporządzeniem Rady Ministrów z dnia 24 grudnia 2007 r. (Dz.U.07.251.1885), od 1 stycznia 2010 r. tracą aktualność zaświadczenia o wpisie do ewidencji działalności gospodarczej z kodami PKD 2004. Wszyscy przedsiębiorcy, którzy uzyskali zaświadczenie o wpisie do ewidencji przed 1 stycznia 2008 r. lub nie dokonywali po tej dacie żadnej zmiany w posiadanym wpisie, muszą do końca 2009 r. zaktualizować swoje zaświadczenia o wpisie do ewidencji działalności gospodarczej, przeklasyfikowując posiadane kody PKD 2004 na kody PKD 2007. Kierownik POP zachęcił obecnych na sali przedsiębiorców, aby nie czekali z dokonywaniem ww. zmian na koniec roku, kiedy to można oczekiwać bardzo dużej liczby osób do załatwienia i wielogodzinnych kolejek do stanowisk Punktu.

Wspomniał również o przepisie art. 43 ust. 3 ustawy o statystyce publicznej, zgodnie z którym podmioty podlegające wpisowi do rejestru Regon w kontaktach urzędowych i związanych z obrotem gospodarczym były obowiązane do posługiwania się zaświadczeniem Regon i podawania tego numeru w pieczęciach firmowych i drukach urzędowych. Z dniem 31 marca 2009 r. przepis ten został uchylony. Numer Regon nie jest już więc niezbędny przedsiębiorcy do funkcjonowania w obrocie gospodarczym czy urzędowym (poza statystyką publiczną) i posiadanie numeru Regon nie jest potrzebne do np. wyrobienia pieczętki firmowej.

Przedsiębiorcy prowadzący małe, działające okresowo firmy – w tym przedsiębiorcy ZIGu, które po sezonie letnim, nie mając zamówień chcieliby „uśpić” przedsiębiorstwa do następnego roku i nie ponosić kosztów ich utrzymywania, mogą zawiesić działalność gospodarczą. Jest to możliwe dzięki dokonany zmianom w

prawie – ustawa z dnia 10 lipca 2008 r. o zmianie ustawy o swobodzie działalności gospodarczej oraz o zmianie niektórych innych ustaw. Wśród warunków zawieszenia działalności gospodarczej znajdują się: niezatrudnianie pracowników, minimalny okres zawieszenia działalności gospodarczej – 1 miesiąc, a maksymalny – 24 miesiące. Zgłoszenie informacji o zawieszeniu wykonywania działalności gospodarczej oraz informacji o wznowieniu wykonywania działalności gospodarczej jest zwolnione z opłat.

Kolejnym prelegentem seminarium była **Magdalena Bednarowska z Koła Naukowego Studentów Socjologii Uniwersytetu Jagiellońskiego**, która przedstawiła wyniki badań na temat świadomości ekologicznej mikro i małych przedsiębiorstw w Krakowie. Baza podmiotów branych pod uwagę do badania zawierała 158 małych i mikroprzedsiębiorstw z Krakowa, które działają w szeroko rozumianej branży ekologicznej. Zgodę na udział w badaniu wyraziło 66 firm, z których najliczniejszą grupę stanowiły sklepy ekologiczne, a w dalszej kolejności: podmioty zajmujące się sprzedażą, naprawą i wynajmowaniem rowerów oraz firmy działające w branży utylizacji i przetwórstwa odpadów. W tej grupie firm badacze starali się zdobyć informacje składające się na obraz stanu efektywności ekologicznej w przedsiębiorstwach – rozumianej jako spełnianie standardów ekologicznych oraz jako udział ekologii w zaopatrzeniu i dystrybucji, a także w działaniach promocyjnych i marketingu. Ankietowani, pytani o przykłady standardów ekologicznych w firmach, wskazywali na systemy zarządzania środowiskowego, stosowanie energooszczędnego sprzętu oraz ogólnie na „zachowania proekologiczne”. Wśród 66 badanych firm system zarządzania środowiskowego miały 4 przedsiębiorstwa. Efektywność ekologiczna to, według ankietowanych, również energooszczędny sprzęt i zachowania proekologiczne, obejmujące:

- energooszczędne żarówki,
- sprzęt wielofunkcyjny,
- sprzęt klasy A+,
- wyłączanie oświetlenia,
- wyłączanie kaloryferów oraz
- oszczędność materiałów biurowych.

Wśród rzadziej wymienianych przykładów standardów ekologicznych znalazły się takie działania, jak: segregacja odpadów, zbieranie makulatury, wyrzucanie baterii do specjalnych pojemników. Przy okazji tych ostatnich zachowań ankietowani skarżyli się na trudną dostępność miejsc zbiórki zużytych baterii. Pytani o elementy ekologiczne w zaopatrzeniu i dystrybucji, badani wymieniali, jako powszechnie dostępne, produkty wegańskie i wegetariańskie oraz produkty z certyfikatem rolnictwa ekologicznego. Jako trudniej osiągalne określali m.in.: produkty FAIRTRADE i towary ze znakiem „wolne od GMO”. Odpowiadając na pytanie, co można poprawić we współpracy z dostawcami, przedstawiciele badanych firm wskazywali na dostęp do produktów z certyfikatami ekologicznymi, zakres oferty hurtowni, zbyt wysokie ceny produktów ekologicznych, sprawność i terminowość dostaw oraz rzetelność i uczciwość hurtowni.

Ankietowane firmy jako główne narzędzie promocji stosują reklamę w internecie. Innymi formami promocji, rzadziej wymienianymi były: reklama w prasie ogólnokrajowej, reklama telewizyjna i bilbordy. Wśród sposobów wykorzystania ekologii w swojej reklamie badani wymieniali podkreślanie ekologicznych walorów oferowanych produktów, projektowanie wnętrza lub znaków firmowych nawiązujących

do ekologii, stworzenie specjalnego działu na stronie www poświęconemu ochronie środowiska oraz eksponowanie wyróżnień uzyskanych w konkursach ekologicznych. Badanie krakowskich małych i mikroprzedsiębiorstw obejmowało również pytania na temat stosunku firm do współpracy z Pozarządowymi Organizacjami Ekologicznymi (POE). Na 66 przepytanych firm 18 zadeklarowało współpracę z tego typu organizacjami, z czego 11 regularną. Nie wszystkim badanym udało się podać poprawne nazwy organizacji, np. Polska Zielona Sieć cytowana było z dodatkowym, niepoprawnym członem „PZS Konsumenta”, a jako organizacje ekologiczne podawane były również organizacje typu: Ofiary Przemocy w Rodzinie, czy Stowarzyszenie Misji Afrykańskich. Pytane o ideę partnerstwa międzysektorowego, ponad 77% badanych firm widziało sens w tworzeniu takiego związku przedsiębiorstw, organizacji pozarządowych i instytucji publicznych, zaś prawie 85% deklaroowało chęć w nim udziału. Poproszeni o wskazanie czym powinno zająć się partnerstwo, badani wymieniali: pomoc w pozyskiwaniu środków na rozwój działalności, promocję firm proekologicznych wśród mieszkańców Krakowa i turystów, lobbing wśród władz na rzecz ułatwień prawnych i podatkowych dla firm proekologicznych i obronę firm przed dużymi sieciami. Natomiast wśród odpowiedzi, czym niekoniecznie powinno zajmować się partnerstwo, znalazły się: stworzenie wspólnej marki firm prowadzących działalność proekologiczną, wykreowanie jednolitego wizerunku przedsiębiorstw, stworzenie wspólnego łańcucha dostaw lub dystrybucji produktów ekologicznych rozumianych jako powielanie praktyk korporacyjnych. Na zakończenie omawiania wyników badań Magdalena Bednarowska podała jako główny wniosek stwierdzenie, że starania pomagające chronić środowisko, podejmowane przez przedsiębiorstwa, mogą stanowić tylko „efekt uboczny” działań podejmowanych z czysto ekonomicznego punktu widzenia.

W ostatniej części spotkania seminaryjnego **Teodozja Susik z Fundacji Partnerstwo dla Środowiska** przedstawiła projekt „**Menedżer Środowiska**”. Jest on realizowany w ramach programu „Czysty Biznes”, który zachęca małe i średnie firmy do działań proekologicznych. Firmy CB skupione są w Klubach Czystego Biznesu i mogą korzystać z tzw. wstępnych przeglądów ekologicznych, podczas których specjaliści – audytorzy dokonują identyfikacji potencjalnych usprawnień i oszczędności w przedsiębiorstwie. Firmy uzyskują również pomoc w tworzeniu swojej polityki środowiskowej i programu działań. Ten ostatni jest podstawą etapu wdrożenia, czyli działań zmierzających do zmniejszenia negatywnego oddziaływania na środowisko oraz usprawnienia działalności firmy. Celem jest uzyskanie efektu ekologicznego, np. ograniczenia zużycia wody, energii, materiałów oraz zmniejszenia ilości wytwarzanych odpadów i emisji – a także efektu ekonomicznego, czyli konkretnych oszczędności finansowych. Czysty Biznes realizuje również tzw. projekty partnerskie z firmami. Projekt „Wizerunek” inicjuje działania na rzecz zmiany fizycznego otoczenia firmy (zieleni, mała architektura, oznakowanie, oświetlenie) przy zaangażowaniu jej pracowników oraz partnerów lokalnych. Program Minimalizacji Odpadów i Strat pomaga firmom w zmniejszeniu ilości produkowanych odpadów, minimalizacji zużycia energii, wody i emisji zanieczyszczeń do powietrza – co prowadzi do poprawy zarządzania, lepszej wydajności oraz zmniejszenia kosztów. Projekt „Zielone Parki Przedsiębiorczości” jest, z kolei, instrumentem podniesienia atrakcyjności inwestycyjnej regionów poprzez ochronę środowiska – zakłada ścisłą współpracę firm działających na terenie obszaru przemysłowego, samorządów i społeczności lokalnej. Firmy, które uważają, że warto pochwalić się swoimi osiągnięciami na polu ekologii mogą wziąć udział w konkursie Ogólnopolskie Nagrody Czystego Biznesu. Jego przedmiotem są przedsięwzięcia służące ochronie

środowiska, a w szczególności nowatorskie, efektywne ekologicznie i ekonomicznie rozwiązania techniczne, technologiczne i organizacyjne.

Ciekawym i dość innowacyjnym instrumentem, które Czysty Biznes oferuje firmom, jest „Menadżer Środowiska” (MS). To narzędzie internetowe ([www.ekospec.pl](http://www.ekospec.pl)), które służy do gromadzenia informacji, dobrych praktyk oraz doświadczeń w rozwiązywaniu problemów ekologicznych małych i średnich przedsiębiorstw. MS umożliwia również monitorowanie wpływu przedsiębiorstwa na środowisko, zapewnia dostęp do informacji i materiałów instruktażowych dotyczących typowych problemów środowiskowych w MŚP, a także świadczy usługi on-line dla zarejestrowanych użytkowników. „Menadżer Środowiska” umożliwia zarządzanie Programem Czysty Biznes, monitoruje działania Klubów CB, wspomaga sprawozdawczość on-line. Przy pomocy „Menadżera Środowiska” firmy mogą ocenić i monitorować swoje oddziaływanie na środowisko naturalne, kontrolując wpływ wynikający z prowadzonej przez nią działalności (funkcje programu/zakładki: Dane zużycia, Analiza firmy, Analiza zbiorcza), a także korzystać z praktycznych doświadczeń innych firm. Do dyspozycji przedsiębiorstw jest tzw. infolinia, polegająca na możliwości bezpośredniego wysyłania zapytania do Centrum Informacji Ekologicznej. Funkcjonuje również opcja wyszukiwania odpowiedzi na kwestie podobne do naszego zapytania. Teodozja Susik wspomniała na koniec o certyfikatach środowiskowych przyznawanych przez Fundację Partnerstwo dla Środowiska. Dokładny ich opis przedstawił na jednym z kolejnych seminariów ZIGu (28 maja 2009 r.) prezes Iso Tech Sp. z o.o. – jednostki Fundacji odpowiedzialnej za przyznawanie ww. certyfikatów.

Tematem seminarium, które odbyło się **26 maja 2009 r.** było „**Finansowanie działań ekologicznych w biznesie**”. W pierwszej jego części **Wojciech Kolawa z KDF Doradztwo** mówił o funduszach unijnych dostępnych dla małych i mikroprzedsiębiorców. Przedstawił drogę pozyskiwania środków rozpoczynając się od powstania pomysłu na projekt (np. inwestycja, szkolenia pracowników), poprzez sprawdzenie jego realności, pisanie wniosku o dotację i kompletowanie załączników po ocenę formalną i merytoryczną aplikacji. Jeżeli ta ostatnia jest pozytywna, następuje realizacja projektu, później rozliczenie inwestycji i wypłata środków (większość programów dotacyjnych refinansuje poniesione koszty realizacji działań w projekcie). Prelegent wskazał na dostępne programy ogólnokrajowe: PO IG – Program Operacyjny Innowacyjna Gospodarka (szereg programów finansujących wdrożenia prac badawczych B+R), PO KL – Program Operacyjny Kapitał Ludzki (szkolenia dla pracowników i kadry zarządczej). Wojciech Kolawa wspomniał też o programie realizowanym w naszym regionie: MRPO – Małopolski Regionalny Program Operacyjny oraz o PROW – Programie Rozwoju Obszarów Wiejskich, o Mechanizmie Finansowym Europejskiego Obszaru Gospodarczego oraz o Norweskim Mechanizmie Finansowym. Mówiąc o kryteriach ewaluacji wniosków zwrócił uwagę na ocenę formalną – wtedy oceniane są parametry beneficjenta i projektu, pełna wymagana dokumentacja wniosku oraz zachowanie formy narzuconej przez instytucję rozliczeniową. Przy ocenie merytorycznej komisja bada z kolei wykonalność projektu, jego efektywność i innowacyjność, a także wpływ na środowisko i kwalifikowalność wydatków. Na koniec prelegent przedstawił czynniki decydujące o powodzeniu projektu – czyli o uzyskaniu dofinansowania. Wśród nich wymienił:

- spełnienie wymogów formalnych
- prostą i łatwą do zrozumienia ideę projektu

- prosty i łatwy do zrozumienia opis projektu
- udowodnienie realności projektu
- możliwości formalne (pozwolenia, licencje itp.)
- możliwości organizacyjne beneficjenta (zasoby personalne, doświadczenie itp.)
- możliwości finansowe beneficjenta (kondycja finansowa, zdolność kredytowa)
- ekonomiczną efektywność projektu
- innowacyjność projektu (udokumentowaną).

Kolejnym prelegentem seminarium był dyr. **Witold Makulski z Inicjatywy Mikro (IM)**, instytucji specjalizującej się w udzielaniu pożyczek dla małych firm. Dyr. Makulski przedstawił misję IM, którą jest wspieranie transformacji polskiego społeczeństwa poprzez stworzenie dostępu do pożyczek dla tych mikroprzedsiębiorstw i małych firm – w tym rozpoczynających działalność gospodarczą – które mają potencjał rozwojowy, oraz wspieranie gospodarczego i społecznego rozwoju Polski. Inicjatywa Mikro jest członkiem Opportunity International, międzynarodowej sieci organizacji mikropożyczkowych, która działa od ponad 30 lat wspierając rozwój drobnej przedsiębiorczości i walcząc z ubóstwem poprzez system pożyczek, szkoleń i doradztwa. Po za tym IM należy do Microfinance Centre for Central and Eastern Europe and the New Independent States (MFC) oraz Polskiego Stowarzyszenia Funduszy Pożyczkowych. Lokalnie Inicjatywa Mikro współpracuje z szeregiem instytucji i organizacji zaangażowanych we wspieranie rozwoju przedsiębiorczości, realizując wspólne projekty, czy przekazując informacje o ich bieżącej ofercie dla małych i średnich przedsiębiorstw. Prelegent podkreślił, że misją Inicjatywy Mikro kierują cztery kluczowe wartości sieci Opportunity International: szacunek, zaangażowanie na rzecz potrzebujących wsparcia, uczciwość i dbałość o powierzone zasoby.

Inicjatywa Mikro udziela pożyczek mikro i małym przedsiębiorcom na rozwój firmy oraz na rozpoczęcie działalności. Pożyczki udzielane są firmom zarejestrowanym, a w przypadku pożyczki na rozpoczęcie działalności, przelanie pożyczki może nastąpić dopiero po dopełnieniu formalności związanych z rejestracją. Pożyczkobiorca nie może mieć zaległych zobowiązań wobec ZUSu ani Urzędu Skarbowego. Zadłużenie pożyczkobiorcy, jego rodziny i / lub firmy z tytułu innych zobowiązań nie może zagrażać terminowej spłacie pożyczki IM. Inicjatywa nie udziela pożyczek lombardom, firmom, których zasadniczym źródłem dochodu jest sprzedaż produktów tytoniowych i alkoholu, sklepom z militariami, kasynom lub firmom oferującym inne formy hazardu oraz przedsiębiorcom, których działalność nie jest zgodna z celami programu. Pożyczki oferowane przez Inicjatywę Mikro mieszczą się w przedziale od 1 000 zł do 120 000 zł i obejmują: pożyczkę inwestycyjną, obrotową, „pożyczkę na start”, na samochód, a dla stałych klientów: pożyczkę pomostową i odnawialną. Pożyczki mogą być przeznaczone na dowolny cel związany z prowadzoną działalnością gospodarczą. Dyrektor Makulski stwierdził na koniec swojej prelekcji, że IM może rozważyć wprowadzenie linii pożyczkowej dla przedsiębiorstw ekologicznych i dla projektów ekologicznych.

Ostatnim z prelegentów był **Marek Zaborowski**, który opowiedział o projekcie „**Sieć aniołów biznesu: Regionalna Sieć Inwestorów Kapitałowych RESIK**”, realizowanym przez **Małopolską Agencję Energii i Środowiska**. Projekt miał za zadanie utworzyć pierwszą w Małopolsce Sieć Aniołów Biznesu, czyli zamożnych osób z doświadczeniem biznesowym (aktywni lub byli przedsiębiorcy), które chciałyby wesprzeć swoimi środkami pomysły biznesowe innych przedsiębiorstw.

Projekty te powinny być innowacyjne i przedstawiane przez przedsiębiorstwa zarówno aktywne, jak i planujące rozpoczęcie działalności oraz poszukujące finansowania dla realizacji innowacyjnych przedsięwzięć gospodarczych, w tym dla projektów komercjalizacji wyników badań naukowych. Projekt RESIK uruchomił stronę internetową [www.resik.pl](http://www.resik.pl), która powstała jako forum współpracy inwestorów i przedsiębiorców. Zamieszczono na niej również bazę danych o inwestorach kapitałowych i o innowacyjnych przedsięwzięciach. W ramach projektu odbyły się sesje warsztatowe i indywidualne sesje robocze dla przedsiębiorców, a cennym efektem RESIKu były powstałe opracowania, w tym „Podręcznik dla przedsiębiorców i naukowców – jak skutecznie pozyskać kapitał na działalność”. Materiały te są dostępne dla wszystkich przedsiębiorców, którzy są zainteresowani pozyskaniem środków na realizację nowych, innowacyjnych przedsięwzięć i mogą z nich korzystać, np. z podręcznika jak tworzyć dobry biznesplan, również teraz, już po zakończeniu głównych działań projektu. Zespół RESIK jest pośrednikiem pomiędzy uczestnikami sieci, a mogą nimi zostać również osoby fizyczne, nie będące przedsiębiorcami, dysponujące ciekawym pomysłem. Marek Zaborowski podzielił się ze słuchaczami seminarium ZIGu doświadczeniami, które wyłoniły się podczas pracy z aniołami biznesu, jak i z poszukującymi środków przedsiębiorcami. Stwierdził, że przedsiębiorcy muszą „odrobić lekcje” – szkolić się, uczyć, rozmawiać z ekspertami od finansów – aby byli w pełni przygotowani do przedstawienia swojego pomysłu inwestorowi. Niekompletne biznesplany nie są w ogóle brane pod uwagę; tylko 1-2% wszystkich biznesplanów przedstawianych aniołom biznesu lub funduszom *venture capital* otrzymuje finansowanie. Pomysły są „tanie” – są ważnym, ale nie jedynym elementem projektu – trzeba wykazać, że naprawdę posiada się zasoby (produkt i ludzi), z którymi można podbić rynek. Aby dotrzeć do aniołów biznesu efektywni przedsiębiorcy korzystają z nieformalnych kontaktów. Podnosi to szansę, że ich biznesplany zostaną zauważone. Posiadacz pomysłu powinien wcześniej zainwestować w niego swoje własne pieniądze – będzie to znak dla inwestorów, że poważnie do niego podchodzi i nie liczy tylko na ich środki. Na koniec Marek Zaborowski stwierdził, że znalezienie inwestora to jak znalezienie współmałżonka – musi „zadziałać chemia”.

Kolejnym spotkaniem w bloku tematycznym „Realizacja standardów ekologicznych” było seminarium zatytułowane „**Wizerunek ekologiczny – firma na zewnątrz**”, które odbyło się **4 czerwca 2009 r.** Pierwszym z poruszonych tematów była Społeczna Odpowiedzialność Biznesu (CSR) i współpraca przedsiębiorstw z organizacjami ekologicznymi, przedstawiony przez **Joannę Mieszkowicz z Fundacji Aeris Futuro**, w prezentacji zatytułowanej „**CSR: odpowiedzialny biznes i wizerunek ekologiczny**”. Fundacja **Aeris Futuro** działa w obszarze określonym swą misją, w której mieszczą się takie zagadnienia, jak: promowanie odpowiedzialnego biznesu, skuteczne przeciwdziałanie globalnym zmianom klimatu, ochrona i zwiększanie różnorodności biologicznej i krajobrazowej oraz wspieranie rozwoju społeczności lokalnych. Prelegentka wyjaśniła pojęcie społecznie odpowiedzialnego biznesu (CSR – Corporate Social Responsibility), definiując je jako strategię zarządzania i rozwoju firmy, budowaną w oparciu o jej wartości, która uwzględniając potrzeby kluczowych interesariuszy (wszystkie strony z bliższego i dalszego otoczenia firmy: pracownicy, dostawcy, klienci, sąsiedzi, organy administracji publicznej, media itd.) i szeroko rozumianego otoczenia firmy, pozwala osiągnąć długofalowe korzyści biznesowe. Wśród argumentów, aby zawrzeć CSR w działaniach swojej firmy, prelegentka podała: powinność moralną, reputację, kulturę organizacyjną oraz zrównoważony rozwój. Ten ostatni argument dotyczy takiego



rozwoju, który zaspokaja potrzeby obecnego pokolenia, bez pozbawiania przyszłych pokoleń możliwości zaspokojenia ich potrzeb i nazywany jest również ekorozwojem. Rozwój zrównoważony zapisany jest w polskiej konstytucji, która w artykule 5. stanowi: „Rzeczpospolita zapewnia wolności i prawa człowieka i obywatela oraz bezpieczeństwo obywateli, strzeże dziedzictwa narodowego oraz zapewnia ochronę środowiska, kierując się zasadą zrównoważonego rozwoju”. Odpowiedzialny biznes traktuje relacje z interesariuszami jako inwestycję.

Narzędzia zaangażowania firmy w CSR można zawrzeć w skrócie „7P”, pochodzącym od angielskich słów: Product (produkt), People (ludzie), Price (cena), Power (siła), Promotion (siła), Premises (pomieszczenia), Purchasing (zakupy). I tak: produkt – to bezpłatne przekazywanie produktów lub usług, ludzie – oznaczają wolontariat pracowniczy, cena – to synonim wsparcia finansowego, siła – wykorzystanie wpływu firmy na otoczenie, promocja – oznacza CRM (system relacji z klientami) i kampanie społeczne, pomieszczenia – udostępnianie biura/lokalu, a zakupy – szczególne docenianie lokalnych dostawców. Opinia publiczna w pełni popiera zaangażowanie społeczne firm – wg raportu Banku Światowego zdecydowana większość (53% zdecydowanie tak, 45% raczej tak) respondentów twierdzi, że firmy powinny zwracać uwagę na potrzeby i problemu lokalnej społeczności. 73% konsumentów oczekuje od firm większego zaangażowania w rozwiązywanie problemów społecznych, a 67% oczekuje (w tym 36% znacznie) więcej informacji na temat zaangażowania firm. Joanna Mieszkowicz podała kilka przykładów projektów, w których Fundacja Aeris Futuro pomagała firmom realizować praktycznie zasady CSR. Projekt „Czas na las” to innowacyjne przedsięwzięcie angażujące firmy, instytucje i osoby indywidualne na rzecz rekompensaty emisji dwutlenku węgla poprzez sadzenie drzew. Dla firmy IKEA Kraków powstał projekt „Posadźmy las” (koncern IKEA sprzedaje bardzo dużo wyrobów z drewna), polegający na akcji zbiórki funduszy na terenie sklepów IKEA, z której to kampanii dochody przeznaczone były na zakup sadzonek drzew. Po zebraniu środków IKEA dodawała drugie tyle od siebie, a każdy klient uczestniczący w akcji dostawał certyfikat i prezent.

Kolejnym prelegentem spotkania seminaryjnego była **Justyna Szambelan** z **Koalicji Sprawiedliwego Handlu** przedstawiając temat „**Sprawiedliwy Handel i system Fairtrade**”. Reprezentowana przez prelegentkę Koalicja ma na celu m.in. stworzenie w Polsce formalnej organizacji działającej na rzecz Sprawiedliwego Handlu i akredytowanie jej w odpowiednich strukturach międzynarodowych. Sprawiedliwy Handel (SH) to zorganizowany ruch społeczny, który poprzez wymianę handlową dąży do wzmocnienia pozycji producentów z krajów Globalnego Południa (Afryki, Ameryki Południowej i Azji) oraz do promowania zrównoważonego rozwoju. Zasadami Sprawiedliwego Handlu są: sprawiedliwe płace i odpowiednie warunki socjalne, dążenie do niezależności, zmniejszanie liczby pośredników, świadomość konsumentów oraz ochrona środowiska. Ważną zasadą SH jest również uczciwa cena, a o tym, jak zazwyczaj niesprawiedliwe są proporcje wynagradzania producentów świadczy podany przez Justynę Szambelan przykład „globalnego banana”, który w sklepie kosztując 1 zł, przynosi jedynie 1,5 gr pracownikom plantacji, którzy go wyprodukowali. Produkty Sprawiedliwego Handlu to przede wszystkim: kawa, herbata, cukier trzcinowy, kakao, owoce tropikalne, przyprawy, orzechy, ryż, róże, wino, bawełna, a także rękodzieło. Prelegentka podkreśliła różnicę pomiędzy terminem Sprawiedliwy Handel (czyli Fair Trade pisane oddzielnie), a Fairtrade. Pierwszy z terminów oznacza cały ruch zaangażowany w zapewnienie godnego życia rolnikom i pracownikom z Południa poprzez

sprawiedliwe warunki handlowe. Może dotyczyć zarówno oznakowanych, jak i nieoznakowanych produktów i działalności różnych organizacji na tym polu. Fairtrade natomiast odnosi się do określonego systemu certyfikacji produktów Sprawiedliwego Handlu, zarządzanego przez Fairtrade Labelling Organisations International.

Certyfikacją produktów SH zajmują się Organizacje Sprawiedliwego Handlu (Fair Trade Organisations, FTO) oraz organizacje certyfikujące. Wśród tych ostatnich funkcjonuje Fairtrade Labelling Organisations International (FLO Int.), która przyznaje od 2002 r. charakterystyczny czarno-zielono-niebieski znak certyfikacyjny Fairtrade. Na świecie istnieje 1900 licencjobiorców znaku Fairtrade, a 50 krajach certyfikowane produkty Fairtrade są dostępne w sklepach. FLO Int. ustala standardy Fairtrade, których przestrzegają: producenci, pośrednicy i przetwórcy. W przypadku pośredników standardy dotyczą ceny minimalnej Fairtrade, tzw. premii Fairtrade, terminowych płatności, dążenia do długoterminowych kontraktów, oferowania producentom przedpłaty lub kredytów. Producenci i wszyscy operatorzy zaangażowani w łańcuch dostaw muszą być certyfikowani.

Ostatnim przykładem certyfikowania produktów, służącym poprawie ich wizerunku, jak również image firmy, była prezentacja **Anety Warszawa z Fundacji Dajesz Pracę.PL**, pt. „**Promocja polskich, dobrych produktów i patriotyzmu zakupowego**”. Fundacja została powołana w celu propagowania patriotyzmu konsumenckiego i prowadziła kampanie „Kupując Polskie Produkty-Dajesz Pracę” oraz „Są powody do dumy”. Ich efektem, według prelegentki, jest wzrost liczby patriotów konsumenckich. Poprzez wspomniane kampanie promocyjne Fundacja wpływa na mentalność Polaków budując pozytywny wizerunek polskich produktów. Ekspozowane są dobre, innowacyjne, wyrafinowane, odnoszące światowe sukcesy polskie produkty i dzięki odpowiedniemu oznakowaniu oraz promowaniu w mediach wspomagana jest ich rozpoznawalność. Kampanie obecne są w telewizji, prasie, reklamie zewnętrznej, internecie oraz w mediach branżowych. Akcje te tworzą też platformę współpracy i wymiany doświadczeń z polskimi przedsiębiorcami. Do kampanii zapraszani są polscy producenci i usługodawcy, spełniający kryteria polegające na funkcjonowaniu w firmie władzy decyzyjnej skupionej w rękach polskich obywateli i ponoszeniu na terenie Polski minimum 51% kosztów wytworzonych produktów/usług. Ponadto zestawienie wyników firmy za ostatni rok obrachunkowy w porównaniu z poprzednim powinno wskazywać na tendencję rozwojową. Spełniając te warunki firma może ubiegać się o logotyp Kupuj Nasze.PL. Koszt licencji uzależniony jest od rocznych obrotów wytworzonych na terenie Polski w danej linii produktowej. Logotyp Kupuj Nasze.PL jest szansą dla polskich firm na zwiększenie przychodów, formą wyróżnienia się, szansą na pozyskanie dodatkowych środków na rozwój, na tworzenie inwestycji i miejsc pracy.

kampanii nie gwarantują w istocie jakości oferowanych dóbr ani ich faktycznej lokalności (poniesienia na terenie Polski 51% kosztów nie oznacza, że kapitał ten pozostanie w kraju) ale też dyskryminacji udziałowców firm, którzy nie posiadają polskiego obywatelstwa. Ostatnim spotkaniem w bloku tematycznym „Realizacja standardów ekologicznych” było seminarium pt. „**Współpraca firm z różnych branż na przykładzie zagospodarowania odpadów**”, które odbyło się **16 czerwca 2009 r.** Pierwszą zabrała głos **Magdalena Noszczyk z Akademii 3R (projekt Polskiej Zielonej Sieci)**, którą gościliśmy już 28 maja 2009 r. na seminarium w bloku tematycznym „Zaopatrzenie i dystrybucja”. Na wstępie przedstawiła Akademię 3R – pilotażowy program edukacyjny dla młodzieży na rzecz kształtowania zrównoważonych wzorców konsumpcji w zakresie ograniczenia odpadów opakowaniowych. Wiedzę i dobre praktyki Akademii 3R można przenieść i

wykorzystać również w MMP. Skrót 3R oznacza angielskie słowa Reduce, Reuse, Recycle, czyli Redukuj, Używaj ponownie oraz Recykluj. „Redukowanie” to unikanie kupowania nadmiernej ilości produktów i unikanie tych, które są nadmiernie opakowane, wybór produktów ekologicznych w opakowaniach nadających się do powtórnego użytkowania. Wezwanie „Używaj ponownie” odnosi się do wykorzystywania produktów uznanych za jednorazowe, proponuje wielokrotne wykorzystywanie towarów – czasem w zupełnie nowym przeznaczeniu. Recykling to natomiast odzyskiwanie surowca – wtedy, gdy nie są możliwe wcześniej wskazane działania, a więc ograniczanie zużycia czy wielokrotne używanie. Stosowanie zasady 3R stymuluje kupujących do zmiany postaw, do przeistoczenia się w odpowiedzialnych konsumentów, generuje pytania dotyczące rozwiązań ekologicznych. Z drugiej strony przyciąga klientów i utwierdza ich co do ekologicznego wizerunku firmy.

Zasady 3R są proste, a jednocześnie ich wdrażanie może mieć duży wpływ na minimalizację obciążeń dla środowiska. Prelegentka pokazała uczestnikom seminarium konkretne ilustracje stosowania ww. zasad, w postaci np. sprzętu biurowego wykonanego z odzyskanych surowców, czy powtórnego wykorzystania opakowań w ekspozycji sklepowej. Przykładami zasady „Redukuj” w przedsiębiorstwie mogą być takie działania, jak: niedrukowanie wiadomości z e-maila, wywieszanie tabliczek lub naklejek „Nie dla reklam”, ekonomiczne gotowanie wody, stosowanie przedmiotów wielorazowego użytku zamiast jednorazowych (np. sztućce), zakup energooszczędnego sprzętu np. komputerowego (z wyłączeniem funkcji stand-by), drukowanie ulotek na papierze ekologicznym, wyłączanie sprzętu po pracy itp. Zastosowanie zasady „Używaj ponownie” może mieć miejsce w formie: drukowania dwustronnego, ponownego używania zadrukowanego papieru do notatek, stosowania wielorazowych naczyń i opakowań, wykorzystywania opakowań z dostaw/hurtowni/innych sklepów, ponownego wykorzystywania własnych produktów i ich opakowań, jak też oddawania ich do użytku innym. Recykling w małym i mikroprzedsiębiorstwie może być realizowany poprzez ustawianie pojemników do selektywnej zbiórki odpadów, sprzedaż produktów w opakowaniach nadających się do recyklingu, odzyskiwanie wody i przetworzonych olejów. Na koniec swojego wystąpienia prelegentka podała przykłady programów, gdzie zainteresowani przedsiębiorcy mogą szukać inspiracji i sposobów działania w tworzeniu sprawnie i oszczędnie działającej placówki, korzystającej z rozwiązań ekologicznych. Wymieniła tutaj m.in. [www.etycznebiuro.pl](http://www.etycznebiuro.pl) oraz projekt „Zielone Biuro”, prowadzony w ramach programu „Czysty Biznes”, którego przedstawiciele omawiali go dokładnie na seminariach ZIGu w dniach 19 maja 2009 r. (blok tematyczny „Realizacja standardów ekologicznych”) i 28 maja 2009 r. (blok tematyczny „Zaopatrzenie i dystrybucja”)

Kolejnym gościem seminarium był **Janusz Kotynia**, prezes Stowarzyszenia **Zielona Strefa Przedsiębiorczości „Business Park Zawila”** (BPZ) w Krakowie, który przedstawił temat **„Jak zachęcić przedsiębiorstwa do współpracy? Selektywna zbiórka odpadów”**. Zielony Park Przedsiębiorczości (Zielona Strefa Przedsiębiorczości – ZSP) powstał na terenach byłego kombinatu budowlanego w południowo-zachodniej części Krakowa dzięki Stowarzyszeniu Zielona Strefa Przedsiębiorczości „Business Park Zawila”, przy udziale Fundacji Partnerstwo dla Środowiska. Celem stowarzyszenia jest promocja i przekształcenie obszaru BPZ, przy ścisłej współpracy z samorządem i Prezydentem Miasta Krakowa tak, aby stał się on atrakcyjnym terenem dla inwestorów i przedsiębiorców oraz wygodnym miejscem zamieszkania i rekreacji. Przedsiębiorcy działający w Stowarzyszeniu

pracują na rzecz rewitalizacji terenu oraz rozwoju przedsiębiorczości i ochrony środowiska, a w szczególności dążą do przebudowy istniejących dróg, powstania nowych ulic lokalnych oraz placu miejskiego. Stowarzyszenie chce rozbudowywać Strefę zgodnie z zasadami zrównoważonego rozwoju, wykorzystując najnowocześniejsze, innowacyjne technologie. Realizacja wspólnych projektów na rzecz ochrony środowiska może przyczynić się do obniżenia negatywnego oddziaływania firm na środowisko naturalne, jednocześnie przyczyniając się do osiągnięcia wymiernych korzyści ekonomicznych. Wśród działań z zakresu ochrony środowiska podejmowanych na terenie BPZ można wymienić proekologiczne technologie produkcji, racjonalną gospodarkę mediami: wodą, energią, ciepłem, materiałami, racjonalną gospodarkę wodno-ściekową, wspólną gospodarkę odpadami w zakresie zgodnym z obowiązującymi przepisami prawnymi. Prezes Janusz Kotynia podkreślił, że działania te podnoszą konkurencyjność firm BPZ (działa tutaj w sumie 100 przedsiębiorstw) poprzez minimalizację negatywnego oddziaływania na środowisko. Wspólnie realizowane projekty na rzecz ochrony środowiska zmniejszają koszty prowadzonej działalności (np. likwidacja opłat), umożliwiają też pozyskiwanie dla tych zadań dodatkowych funduszy pomocowych. Na terenie BPZ podejmuje się również starania na rzecz takiego zagospodarowania terenu, aby zieleń została wkomponowana w istniejące warunki naturalne Parku i otaczających go terenów zielonych. Planuje się, że zieleń spowoduje napływ osób zwiedzających ten obszar, a okoliczna młodzież szkolna znajdzie w ZSP możliwości odpoczynku i zabawy, nauki, odbywania szkoleń i stażów.

Jako jeden z przykładów współpracy firm działających w Parku, prelegent podał współdziałanie w zakresie gospodarki odpadami. Na terenie BPZ uruchomiono centralną segregację odpadów, gdzie wszystkie parkowe przedsiębiorstwa mogły dostarczać swoje odpady. Przez pewien okres zaobserwowano, iż niektórzy pracownicy firm nie przestrzegali zasad selektywnej zbiórki i np. oddawali śmieci nie posortowane. Z problemem tym poradzono sobie montując kamery kontrolujące miejsce zbiórki odpadów – co sprawdziło się w praktyce i podziało dyscyplinująco na dostarczających odpady. Znaczenie gospodarki odpadami wykazała też przeprowadzona przez Stowarzyszenie wśród firm „Ankieta dotycząca zrównoważonego prowadzenia działalności gospodarczej przedsiębiorstw z Zielonej Strefy Przedsiębiorczości”. Wykazała ona, że tygodniowo powstaje w Strefie ponad 12 ton odpadów stałych, powyżej 77% firm deklaruje przekazywanie odpadów do recyklingu, a do stosowania wyrobów jednorazowego użytku przyznaje się ponad 45% przedsiębiorstw. Pytani o różne elementy polityki środowiskowej firmy deklarowały korzystanie z urządzeń energooszczędnych – w tym najczęściej wymieniano termoregulatory oraz żarówki energooszczędne, a na dalszych miejscach: rekuperatory, zmierzchowe wyłączniki oświetlenia zewnętrznego oraz grzejniki energooszczędne. Ilość drzew i krzewów zasadzonych na terenie poszczególnych firm w roku przeprowadzenia ankiety wahała się od zera do ponad 120, a liczba roślin doniczkowych w przeliczeniu na jednego pracownika od 0 do 4. Na koniec prezes Janusz Kotynia podkreślił znaczenie Stowarzyszenia dla firm w nim zrzeszonych – zarówno ze względu na możliwość podejmowania wspólnych działań na terenie Parku, jak też pod kątem funkcjonowania jako silniejszy partner wobec otoczenia, np. w stosunku do władz miasta.

Ostatnim prelegentem omawianego seminarium był **Artur Pietraszewski** z firmy **Biosystem Elektrorecykling**, przedstawiając zagadnienia recyklingu zużytego sprzętu elektrycznego i elektronicznego (ZSEE). Uczestnicy zostali zapoznani z definicjami sprzętu elektrycznego i elektronicznego, grup sprzętu (m.in. wielko- i

małogabarytowe urządzenia gospodarstwa domowego, sprzęt teleinformatyczny i telekomunikacyjny, audiowizualny i oświetleniowy – bez żarówek). Poznali również podmioty biorące udział w systemie recyklingu ZSEE (wprowadzający odpady, organizacja odzysku, zbierający, przetwarzający i recyklerzy). Instytucją nadzorującą system recyklingu ZSEE jest Główny Inspektorat Ochrony Środowiska, który prowadzi na swojej stronie internetowej Rejestr Przedsiębiorców i Organizacji Odzysku Sprzętu Elektrycznego i Elektronicznego. Prelegent opisał najważniejsze obowiązki wynikające z ustawy z dnia 29 lipca 2005 r. o zużytym sprzęcie elektrycznym i elektronicznym. Obowiązki te w odniesieniu do użytkowników sprzętu polegają na oddaniu ZSEE do zbierającego (sklep, serwis, przedsiębiorstwo komunalne, zakład przetwarzania itp.). Sklepy detaliczne i hurtownie mają obowiązek nieodpłatnego przyjęcia zużytego sprzętu przy zakupie nowego sprzętu (tego samego rodzaju, tą samą ilość) oraz umieszczenia w punkcie sprzedaży informacji o punktach zbiórki ZSEE. Punkty zbiórki powinny bezpłatnie przyjmować ZSEE od użytkowników oraz przekazywać sprzęt do zakładu przetwarzania. Przetwarzający zobowiązani są do bezpłatnego przyjmowania sprzętu pochodzącego z gospodarstw domowych, przetworzenia ZSEE w sposób bezpieczny dla środowiska i zdrowia ludzi oraz przekazania odpadów z procesów przetwarzania do recyklera, jak również do wydawania co pół roku zaświadczenia o zużytym sprzęcie. Recyklerzy powinni wydawać zaświadczenia potwierdzające recykling i odzysk. Za nieosiągnięcie poziomów zbierania oraz odzysku i recyklingu obowiązuje opłata produktowa, którą płaci wprowadzający odpady lub organizacja odzysku. Natomiast ten, kto łamie przepisy ustawy podlega karze grzywny.

Pozasystemowe zagospodarowanie ZSEE grozi m.in. emisją do środowiska zanieczyszczeń wpływających na zdrowie i życie. Trzeba pamiętać, że wśród elektroodpadów znajdują się odpady niebezpieczne, do których należą: lodówki, monitory i telewizory oraz świetlówki, Prelegent pokazał w swojej prezentacji zdjęcia obrazujące przetwarzanie tych elektroodpadów. Na koniec Artur Pietraszewski wyjaśnił różnice pomiędzy różnymi stopniami recyklingu ZSEE. Recykling I stopnia to naprawa i regeneracja oraz przekazanie do użytku zgodnego z pierwotnym przeznaczeniem. Recykling II stopnia – to ponowne wykorzystanie elementów bądź części urządzeń; w tym celu dokonuje się weryfikacji czy jest taka możliwość, a następnie kieruje do regeneracji lub naprawy. Recykling III stopnia oznacza właściwy odzysk, czyli podjęcie działań prowadzących do odzyskania substancji, materiałów lub energii. Ma to miejsce przy przekształcaniu znakomitej większości odpadów elektronicznych, czego efektem jest odzyskanie różnych frakcji surowców, od metali, poprzez tworzywa sztuczne, gumę, drewno po szkło i wiele innych.

Spotkanie seminaryjne zakończyło się dyskusją z udziałem prelegentów i uczestników na temat problemów firm związanych z utylizacją odpadów. Poruszono również kwestię możliwości współpracy w branży odpadowej – budowy łańcucha powiązań biznesowych, polegającego na tym, że firmy odbierające odpady zyskują – mając określoną grupę stałych dostawców (np. firm z ZIGu), te ostatnie natomiast mogą legalnie rozwiązać swój problem z odpadami.

**Prezentacje z większości omawianych wystąpień znajdują się na stronie [zig.eco.pl/w30\\_nasze\\_prezentacje.html](http://zig.eco.pl/w30_nasze_prezentacje.html).**