

Executive

3/2024 ISSN 2720-4499
www.executivemagazine.pl

MAGAZINE

SUSTAINABLE ECONOMY SUMMIT

Relacja z X edycji
Konferencji

RAPORTOWANIE ESG ZE WSPARCIEM TECHNOLOGII

TRANSFORMACJA ENERGETYCZNA: PRZEMYSŁ NA NOWYM KURSIE

JACEK CHODKOWSKI

DYREKTOR GENERALNY GRUPY DALKIA POLSKA



SUPPLY CHAIN SOLUTIONS

ROHLIG SUUS Logistics
– łańcuchy dostaw szyte na miarę.
Zaplanujemy i zrealizujemy każdy
proces logistyczny – na miejsce,
na czas i na wszelki wypadek.

Oferujemy kompleksowe usługi spedycji drogowej, lotniczej, morskiej, kolejowej i intermodalnej. Zajmujemy się magazynowaniem, obsługą celną i dystrybucją na ostatniej mili. W transporcie i logistyce możemy wszystko – sprawdź nas!



Drodzy Czytelnicy!

Po wakacyjnej przerwie powracamy z trzecim już w tym roku wydaniem Executive Magazine. Mamy nadzieję, że każdy z Was miał okazję na chwilę oddechu w trakcie ciepłych, letnich miesięcy.

Jesień to jednak powrót do wzmożonej pracy – nowe pomysły, inwestycje, realizacje. Znajduje to odzwierciedlenie także w naszym magazynie. Tematyka artykułów, które dla Państwa zebraliśmy, dotyka takich kwestii, jak raportowanie ESG, automatyzacja przemysłu, a także zielona transformacja – szczególnie w branży produkcyjnej i logistyce.

Okładka aktualnego numeru oraz towarzyszący jej wywiad poświęcone zostały naszej rozmowie z Jackiem Chodkowskim, Dyrektorem Generalnym Grupy Dalkia Polska, z którym dyskutowaliśmy o wyzwaniach związanych z odejściem od węgla, innowacjach napędzających zieloną rewolucję oraz zrównoważonym rozwojem, jak również o obchodzonym w tym roku 10-leciu Grupy Dalkia Polska.

Dział Wywiady pełen jest interesujących dyskusji z przedstawicielami kierownictwa czołowych firm operujących w Polsce, a także ze znakomitymi naukowcami i przedstawicielami administracji publicznej. Rozmawialiśmy m. in. z wiceministrą klimatu i środowiska Anitą Sowińską, która przedstawiła priorytety resortu na froncie walki ze zmianami klimatu, profesorem Hansem-Otto Pörtnerem, klimatologiem zaangażowanym w prace Międzynarodowego Zespołu ds. Zmian Klimatu, oraz Wojciechem Murawskim, członkiem zarządu Autopay, który opowiedział o perspektywach rozwoju lidera rynku płatności.

W naszej stałej sekcji ESG zamieściliśmy artykuły m. in. na temat raportowania ESG i wspomagających ten proces technologii, a także o metodach walki ze zjawiskiem greenwashingu. W dziale Przemysł z kolei, przeczytacie o dekarbonizacji przemysłu i wychwytywaniu CO₂, bieżącym stanie cyfryzacji i wdrażania przemysłu 4.0 w Polsce czy wykorzystaniu IoT dla redukcji zużycia zasobów.

Na koniec zapraszamy do zapoznania się z kompleksową relacją z X jubileuszowej edycji konferencji „Sustainable Economy Summit”. Dwudniowe wydarzenie okazało się ogromnym sukcesem. Blisko 500 uczestników konferencji w ciągu dwóch dni miało okazję wysłuchać sześciu dyskusji panelowych oraz kilkunastu prezentacji. Podczas konferencji poruszone zostały między innymi tematy niskoemisyjnego budownictwa, zielonej energii i cyfryzacji, a także kryteriów ESG i odpowiedzialności w biznesie oraz gospodarki o obiegu zamkniętym.

Życzymy zajmującej lektury,

Beata Radomska
CEO, Executive Club



www.executivemagazine.pl

Executive
MAGAZINE

Wydanie: 3/2024

ISSN 2720-4499

Wydawca

Executive Club sp. z o.o.
ul. Jarosława Dąbrowskiego 67/2
02-561 Warszawa

redakcja@executivemagazine.pl

Redaktorka Prowadząca

Anastazja Lach
anastazja.lach@executivemagazine.pl
tel.: (+48) 509 031 577

Redaktor

Krzysztof Kotlarski
krzysztof.kotlarski@executivemagazine.pl
tel.: (+48) 510 105 479

Grafika

Wojciech Kownacki
studio.graficzne@wojocki.com
tel.: (+48) 605 302 177

Druk

Drukarnia Standruk



Executive Club

Partnerstwo przy wydarzeniach

Mirosław Witkowski
miroslaw.witkowski@executiveclub.pl
tel.: (+48) 510 105 474

Członkostwo w Klubie

Aleksandra Walaszek
aleksandra.walaszek@executiveclub.pl
tel.: (+48) 516 188 118

Temat z okładki

06 TRANSFORMACJA ENERGETYCZNA: PRZEMYSŁ NA NOWYM KURSIE



Wywiad

- 10 Anita Sowińska**
Wiceministra Klimatu i Środowiska
- 13 Roman Przybylski**
Wiceprezes Zarządu, Dyrektor ds. inwestycji i rozwoju Grupy KĘTY S.A.
- 16 Wojciech Murawski**
Członek zarządu Autopay
- 20 Prof. dr hab. Hans-Otto Pörtner**
Fizjolog i biolog morski
- 24 Anna Lewandowska**
Lider obszaru ESG oraz Dyrektor Działu Onkologia Pfizer Polska
- 26 Elwira Jastrzębska**
Założycielka i dyrektor zarządzająca RK Communication
- 28 Eugenia Litreeva**
Dyrektor generalna TENGO DESIGN
- 30 Marta Życińska**
Dyrektorka generalna polskiego oddziału Mastercard Europe
- 34 Piotr Szostak**
Dyrektor zarządzający ds. strategii i rozwoju produktu, Benefit Systems
- 36 Magdalena Tokarczyk-Cyran**
Prezes Zarządu KFA Armatura
- 38 Dariusz Deniziak**
Rozwija projekt Patento w Soonly Finance
- 40 Piotr Maciak**
Prezes Zarządu Nordkalk Sp. z o.o., Członek Zarządu Ovetill Investments Sp. z o.o.

- 41 Mirosław Greber**
Chief Commercial Officer Grupy Impel, Członek Zarządu Impel SA
- 42 Dariusz Pawlukowicz**
Wiceprezes Zarządu Vantage Development S.A. i ROBYG S.A.
- 44 Karolina Szmidt**
Prezesa zarządu, dyrektorka personalna, Henkel Polska
- 45 Tomasz Wiśniewski**
Prezes Pracowni Finansowej
- 46 Mgr inż. Michał Brzozowski**
Prezes Zarządu Metroplan Polska Sp. z o.o.

ESG

- 50** Jakie korzyści może przynieść przedsiębiorstwom analiza podwójnej istotności w ramach wymogów sprawozdawczości zrównoważonego rozwoju?

52 WYCHWYT CO₂ RATUNKIEM DLA PRZEMYSŁU



- 54** Jak przekuć regulacje ESG w strategiczne korzyści za pomocą digitalizacji?

56 RAPORTOWANIE ESG – OBOWIĄZEK CZY SZANSA?



58 STRATEGIA ESG W OBSZARZE SPOŁECZNYM NA PRZYKŁADZIE UNILINK – NAJWIĘKSZEJ MULTIAGENCJI UBEZPIECZENIOWEJ W POLSCE



60 Raportowanie ESG ze wsparciem technologii

62 ZRÓWNOWAŻONY ROZWÓJ W BUDOWNICTWIE PRZEMYSŁOWYM



64 Raportowanie ESG ma znaczenie biznesowe. To nie storytelling

65 Pozostawić toksyczną bombę własnym dzieciom czy może przeprowadzić remediację?

66 Greenwashing – nowe zasady i zwiększona aktywność Prezesa UOKiK

67 Od Compliance do Strategii: Rola ESG w nowoczesnym biznesie

PRZEMYSŁ 

68 Transformacja cyfrowa: spowolnienie czy przełom?

70 Czy dane mogą stanowić antidotum na greenwashing?

72 Dynamiczny pricing. Maksymalizacja zysków dzięki algorytmom

74 IOT: SKUTECZNE ZARZĄDZANIE ENERGIĄ I TEMPERATURĄ DLA BIZNESU



76 DEKARBONIZACJA PRZEMYSŁU W PRAKTYCE – OD GOSPODARKI OBIEGU ZAMKNIĘTEGO PO WYCHWYTYWANIE EMISJI CO₂



78 Innowacje technologiczne wymagają przemysłowych umów i standardów zarządzania prawami własności intelektualnej

Relacja

81 RELACJA Z X EDYCJI KONFERENCJI SUSTAINABLE ECONOMY SUMMIT



TRANSFORMACJA ENERGETYCZNA: PRZEMYSŁ NA NOWYM KURSIE

ROZMOWA Z JACKIEM CHODKOWSKIM,
DYREKTOREM GENERALNYM GRUPY DALKIA POLSKA



JACEK CHODKOWSKI

Dyrektor generalny Grupy Dalkia Polska

Transformacja energetyczna to jedno z największych wyzwań współczesnej gospodarki. Firmy świadczące usługi energetyczne mają w tym procesie do odegrania kluczową rolę. Dalkia Polska, lider dekarbonizacji przemysłu i ciepłownictwa, wyznacza nowe standardy na polskim rynku. W rozmowie z Jackiem Chodkowskim, dyrektorem generalnym Grupy Dalkia Polska, dyskutujemy o wyzwaniach związanych z odejściem od węgla, innowacjach napędzających zieloną rewolucję oraz zrównoważonym rozwojem.

TRANSFORMACJA ENERGETYCZNA TO DZIŚ JEDNO Z WAŻNIEJSZYCH WYZWAŃ DLA GOSPODAREK NA CAŁYM ŚWIECIE. DALKIA POLSKA OD LAT WSPIERA PRZEMYSŁ W M.I.N. DĄŻENIU DO POPRAWY EFEKTYWNOŚCI ENERGETYCZNEJ. JAKIE SĄ WASZE DOŚWIADCZENIA W TYM OBSZARZE?

Nasze doświadczenie pokazuje, że przedsiębiorstwa coraz bardziej doceniają korzyści płynące z działań w zakresie poprawy efektywności energetycznej, zwłaszcza w obliczu dynamicznych zmian cen energii oraz coraz bardziej ambit-

nych celów klimatycznych. W odpowiedzi na te potrzeby, Dalkia oferuje rozwiązania „szyte na miarę”, dostosowane do specyfiki każdego zakładu przemysłowego. Dzięki głębokiej analizie procesów i technologii stosowanych przez naszych klientów, tworzymy indywidualne rozwiązania nakierowane na poprawę efektywności energetycznej, które nie tylko realizują cele środowiskowe, ale również pozwalają na maksymalizację oszczędności. Kluczową rolę odgrywa nasza spółka Dalkia Polska Solutions (DPS), specjalizująca się w projektowaniu i budowie instalacji oraz źródeł energii. DPS oferuje pełne wsparcie w realizacji projektów – od projektowania, przez budowę, aż po wdrożenie nowych rozwiązań, łącznie z usługami O&M (Operation and Maintenance). Dzięki kompleksowemu podejściu – od koncepcji, przez projekt, aż po realizację – pomagamy przedsiębiorcom przemysłowym w osiągnięciu efektywności energetycznej, co przekłada się na realne korzyści biznesowe i ekologiczne.

CZY ZWIĘKSZENIE EFEKTYWNOŚCI ENERGETYCZNEJ W PRZEMYŚLE TO BARDZIEJ POTRZEBA EKONOMICZNA, CZY JUŻ KONIECZNOŚĆ WYNIKAJĄCA Z CORAZ BARDZIEJ RYGORYSTYCZNYCH PRZEPISÓW UNIJNYCH?

Zdecydowanie możemy mówić o obu aspektach. Ostatnie lata pokazały, jak gwałtowne mogą być wahania cen energii, a sektor przemysłowy stanął przed ryzykiem utraty rentowności, zwłaszcza że koszty związane z dostawą i użytkowaniem energii sięgnęły nawet 70% wszystkich stałych opłat. Firmy starają się zatem ograniczać ryzyko związane ze skokami cen i dążą do jak największej niezależności energetycznej. W tym kontekście efektywność energetyczna jest jednym z najsukuczniejszych narzędzi, pozwalających zabezpieczyć się przed niestabilnością rynku. Nasze doświadczenia potwierdzają, że dla większości klientów to właśnie bezpieczeństwo energetyczne jest priorytetem. Zwiększenie efektywności energetycznej to również kluczowy element procesu dekarbonizacji. Przemysł od jakiegoś czasu oswaja się z unijnymi celami, w tym z wymogiem zeroemisyjności gospodarki. Zmiany, m.in. w systemie EU ETS, stawiają przed przemysłem ogromne wyzwania. Stopniowe wycofywanie bezpłatnych uprawnień do emisji, szczególnie w sektorach najbardziej emisyjnych, wymusza jeszcze większy nacisk na inwestycje w niskoemisyjne i efektywne technologie. Co więcej, rosnąca rola ESG oraz świadomość konsumentów, którzy oczekują od firm działań proekologicznych, dodatkowo motywują przedsiębiorstwa do podejmowania kroków na rzecz ochrony środowiska.

ZWIĘKSZENIE EFEKTYWNOŚCI TO JEDEN Z KROKÓW, ALE PEŁNA DEKARBONIZACJA PRZEMYSŁU TO WYZWANIE NA INNĄ SKALĘ. JAK DALKIA WSPIERA SWOICH KLIENTÓW W PROCESIE ODCHODZENIA OD WĘGLA I JAKIE TECHNOLOGIE STOSUJECIE W TYM ZAKRESIE?

Pełna dekarbonizacja przemysłu to rzeczywiście wyzwanie na znacznie większą skalę niż samo zwiększenie efektywności energetycznej. W Dalkii jesteśmy świadomi złożoności tego procesu i oferujemy kompleksowe wsparcie na każdym etapie transformacji. Każde nasze rozwiązanie jest wynikiem szczegółowej analizy.

Przeprowadzamy audyty energetyczne, które pozwalają nam dokładnie ocenić obecne procesy i zidentyfikować obszary do optymalizacji. Na tej podstawie opracowujemy dopasowane koncepcje budowy lub modernizacji źródeł energii. Oferujemy pełne wsparcie w realizacji projektów – od projektowania, przez budowę, aż po wdrożenie nowych rozwiązań. Nasza usługa O&M obejmuje zarządzanie i obsługę nowopowstałych instalacji, zapewniając ich optymalne funkcjonowanie. Dodatkowo, w wielu przypadkach zapewniamy finansowanie projektów, działając zarówno jako inwestor, jak i wykonawca, co odciąża naszych klientów z konieczności anga-



żowania własnych środków finansowych. Stosujemy nowoczesne technologie, np. wysokosprawną kogenerację, rozwiązania oparte o zrównoważoną biomasę, uznawaną za odnawialne źródło energii, oraz kotły elektryczne. Jesteśmy w stanie pracować w oparciu o różne technologie i cały czas analizujemy nowe możliwości, pozwalające na przeprowadzenie skutecznej dekarbonizacji. Wykorzystanie nowoczesnych źródeł energii pozwala nie tylko zmniejszyć emisję, ale także zwiększyć elastyczność i niezależność energetyczną zakładów przemysłowych.

JAKIE ROLE ODGRYWAJĄ GAZ ZIEMNY I OZE W OBECNEJ STRATEGII DEKARBONIZACYJNEJ DLA PRZEMYSŁU?

Polska nie posiada obecnie jednej spójnej strategii dekarbonizacji sektora przemysłowego, a na poziomie poszczególnych zakładów przemysłowych istnieją różne podejścia i preferencje odnośnie miksu źródeł wytwórczych. Nie wszystkie koncepcje dekarbonizacji zakładają, że od razu przejdziemy w 100% na OZE. Przemysł w dalszym ciągu wykorzystuje gaz ziemny jako paliwo przejściowe, które pomaga w stopniowym odchodzeniu od paliw kopalnych, zapewniając elastyczność i stabilność dostaw energii. Wysokosprawną kogeneracją gazową jest szczególnie efektywna w zakładach, które przez cały rok zużywają energię elektryczną oraz ciepło lub energię chłodniczą, np. przedsiębiorstwa z branży spożywczej, chemicznej czy papierniczej. Z kolei OZE, takie jak np. energia słoneczna, geotermalna czy biomasa są kluczowe w dążeniu do pełnej dekarbonizacji przemysłu, ponieważ nie generują emisji CO₂ podczas produkcji energii, stąd wdrażamy te technologie tam, gdzie to możliwe.

Przykładem takich działań jest redukcja emisji CO₂, którą osiągamy we współpracy z naszym klientem z branży spożywczej. Dzięki wybudowaniu i uruchomieniu nowej ciepłowni z kotłami gazowymi o mocy 2 × 3,9 MWt i kotłem elektrycznym o mocy 5 MW osiągamy oszczędność emisji CO₂ na poziomie 9 000 ton rocznie.

PRZEMYSŁ CZĘSTO WSPÓŁPRACUJE Z SEKTOREM CIEPŁOWNICZYM, ZWŁASZCZA W KONTEKŚCIE WYKORZYSTANIA NADWYŻEK CIEPŁA ODPADOWEGO. JAKIE SYNERGIE DOSTRZEGACIE MIĘDZY TYMI SEKTORAMI I JAK WSPÓŁPRACA Z PRZEMYSŁEM MOŻE WSPIERAĆ TRANSFORMACJĘ ENERGETYCZNĄ W POLSCE?

Widzimy ogromny potencjał w wykorzystaniu ciepła odpadowego z procesów

przemysłowych. Przemysł generuje duże ilości ciepła, które w wielu przypadkach jest niewykorzystane. Wykorzystanie tego ciepła w systemach ciepłowniczych pozwala na efektywne zarządzanie zasobami energetycznymi i obniżenie emisji CO₂.

Dodatkowo wspomnę, że przepisy dyrektywy EED wprowadziły nową definicję efektywnego systemu ciepłowniczego i chłodniczego. Kryteria uzyskania tego statusu będą kaskadowo zaostrzane, a konsekwencją ich niespełnienia będzie brak możliwości pozyskania finansowania inwestycji, a w rezultacie utrata odbiorców i brak nowych przyłączy do sieci. W myśl zrewidowanej dyrektywy EED największą rolę w efektywnych energetycznie systemach pełnić będzie ciepło z odnawialnych źródeł oraz ciepło odpadowe.

Obecnie pracujemy nad dwoma projektami, które koncentrują się na odzyskiwaniu ciepła z kopalni węgla kamiennego. To ciepło będzie wykorzystane do zasilania sieci ciepłowniczej oraz do produkcji chłodu.

TRANSFORMACJA CIEPŁOWNICTWA JEST DUŻYM WYZWANIEM. JAKIE DZIAŁANIA PODJĘLIŚCIE, BY ZREDUKOWAĆ EMISJĘ WE WŁASNYCH ELEKTROCIEPŁOWNIACH?

Transformacja ciepłownictwa w Polsce to proces, który ma ogromny potencjał. Jako Dalkia Polska podjęliśmy konkretne kroki, aby go przyspieszyć. Nasze działania koncentrują się na modernizacji elektrociepłowni oraz wprowadzaniu nowoczesnych technologii, które znacznie zmniejszają emisję CO₂. Przykładem tego są inwestycje w elektrociepłowniach w Szopienicach i Mysłowicach, gdzie zainstalowaliśmy nowoczesne kotły gazowe oraz jednostki kogeneracyjne. W Szopienicach nowy kocioł gazowy o mocy cieplnej 10 MW oraz kogeneracja o mocy elektrycznej blisko 1 MWe pozwoliły na redukcję emisji CO₂ o 7 tys. ton rocznie. W Mysłowicach nowy kocioł gazowy o mocy 6 MW oraz dwa silniki gazowe przyczyniły się do zmniejszenia emisji o 12 tys. ton rocznie i zredukowały zużycie węgla o 60%. Co więcej, w naszej elektrociepłowni Wieczorek wykorzystujemy metan pokopalniany, co stanowi kluczowy element w strategii dekarbonizacyjnej naszej spółki Dalkia Polska Energia. Metan, który w przeciwnym razie mógłby trafić do atmosfery, jest wykorzystywany jako paliwo w naszych instalacjach, dzięki czemu unikamy emisji tego niezwykle szkodliwego gazu cieplarnianego. Naszym priorytetem jest całkowite odejście od węgla do 2029 roku.

JESTEŚCIE CZĘŚCIĄ FRANCUSKIEJ GRUPY DALKIA, NA WZÓR KTÓREJ REALIZUJECIE PROGRAM WOMEN'S ENERGY IN TRANSITION. JAKIE ZNACZENIE MA TA INICJATYWA DLA POLSKIEJ ENERGETYKI?

Sektor energetyczny od lat jest zdominowany przez mężczyzn, stąd promowanie kobiecych talentów jest kluczowe nie tylko dla równości, ale także dla wzbogacenia branży o nowe perspektywy i podejścia. Program Women's Energy in Transition – Polish Edition (WEIT) realizuje tę misję, nagradzając studentki i absolwentki za prace dyplomowe na temat transformacji energetycznej i oferując im staże w Grupie Dalkia. WEIT przełamuje stereotypy dotyczące kobiet w zawodach technicznych i pokazuje ich rosnącą rolę w kształtowaniu przyszłości sektora.

TAK JAK PAN WSPOMNIAŁ, TRANSFORMACJA ENERGETYCZNA TO NIE TYLKO TECHNOLOGIE, ALE RÓWNIEŻ WYKWALIFIKOWANE KADRY. JAKIE DZIAŁANIA PODEJMUJECIE W DALKII POLSKA, ABY KSZTAŁCIĆ I ROZWIJAĆ KOMPETENCJE SWOICH PRACOWNIKÓW?

W Dalkii doskonale rozumiemy, że zielona transformacja wymaga nie tylko zaawansowanych technologii, ale przede wszystkim wykwalifikowanych i nowoczesnych kadr. Dlatego z dużą uwagą rozwijamy tzw. *green skills*, kluczowe dla zrównoważonego rozwoju. Nasze podejście koncentruje się na kilku obszarach. Priorytetem jest zapewnienie bezpiecznych warunków pracy i realizacja celu „zero wypadków”. Oprócz tego, inwestujemy w rozwój umiejętności technicznych, zarządczych i miękkich, regularnie organizując szkolenia oraz programy rozwojowe. Ważnym aspektem jest również budowanie wewnętrznej kultury organizacyjnej sprzyjającej innowacyjności i zaangażowaniu. Takie podejście pozwala nam skutecznie sprostać wyzwaniom związanym z zieloną transformacją i utrzymać Dalkię Polska w czołówce branży energetycznej.

DALKIA POLSKA OBCHODZI W TYM ROKU 10-LECIE DZIAŁALNOŚCI. JAK PRZEZ TĘ DEKADĘ ZMIENIŁ SIĘ PROFIL FIRMY I JAKIE SĄ JEJ NAJWAŻNIEJSZE OSIĄGNIĘCIA?

Miniona dekada była dla nas czasem intensywnego rozwoju i przekształceń. W ciągu 10 lat nasz profil przeszedł znaczną ewolucję, zarówno w zakresie oferowanych rozwiązań, jak i skali operacji. Najbardziej widoczną zmianą była ewolucja spółki Dalkia Polska Energia (DPE), która jest jednym z głównych dostawców ciepła systemowego w aglomeracji śląskodąbrow-

skiej. DPE z powodzeniem przekształciła swoje elektrociepłownie i odgrywa kluczową rolę w procesie dekarbonizacji ciepłownictwa.

Z kolei Dalkia Polska Solutions (DPS) wprowadziła nowoczesne rozwiązania w zakresie efektywności energetycznej, wspierając naszych klientów w optymalizacji zużycia energii i zmniejszaniu ich śladu węglowego. Dzięki DPS zrealizowaliśmy liczne projekty, które przyniosły wymierne korzyści zarówno dla środowiska, jak i dla biznesu naszych klientów.

Najważniejsze osiągnięcia? Rozwinęliśmy grupę Dalkia w Polsce na wielu

poziomach, zwiększyliśmy zatrudnienie, a nasze inwestycje przyniosły realne zmiany w redukcji emisji CO₂, jak i podniesieniu efektywności energetycznej w przemyśle i ciepłownictwie. Jesteśmy dumni z naszych osiągnięć, ale patrzymy w przyszłość, z nadzieją na dalszy rozwój i wsparcie zielonej transformacji energetycznej w Polsce.

A JAKIE PLANY MACIE NA KOLEJNĄ DEKADĘ?

Nasze plany na kolejną dekadę są ambitne i koncentrują się na dalszym rozwoju w kluczowych obszarach transformacji energetycznej. Naszym priorytetem pozostaje kontynuacja działań

na rzecz dekarbonizacji w sektorze przemysłowym, jak i ciepłowniczym, jednak to rozwój i ekspansja stanowią fundament naszej strategii na przyszłość. Planujemy dalsze inwestycje w cyfryzację, inteligentne systemy zarządzania energią oraz magazyny energii, co pozwoli na lepszą integrację odnawialnych źródeł w systemach energetycznych. Rozważamy również obecność na nowych rynkach, a także przejęcia i partnerstwa, które przyspieszą realizację naszych celów. Jesteśmy otwarci na współpracę z innymi podmiotami, aby wspólnie realizować projekty dekarbonizacyjne na szeroką skalę.

JACEK CHODKOWSKI

Absolwent wydziału MEiL Politechniki Warszawskiej oraz Szkoły Biznesu Politechniki Warszawskiej (tytuł EMBA). Karierę zawodową rozpoczął w spółce Vattenfall Heat Poland. Zajmował wiele kierowniczych stanowisk w spółkach z sektora energetycznego, m.in. w Elektrociepłowni Siekierki w Warszawie, PGNiG Termika. Od 2018 roku związany z Grupą Dalkia Polska, najpierw jako prezes zarządu spółki Dalkia Polska Energia w Katowicach, a od 2021 prezes zarządu spółki Dalkia Polska sp. z o.o. oraz dyrektor generalny Grupy Dalkia Polska.



ZIELONA TRANSFORMACJA POLSKI

ROZMOWA Z WICEMINISTRĄ KLIMATU I ŚRODOWISKA ANITĄ SOWIŃSKĄ O PLANACH I WYZWANIACH RESORTU



ANITA SOWIŃSKA
Wiceministra Klimatu i Środowiska

NIEDAWNO WZIĘŁA PANI UDZIAŁ W KONFERENCJI „SUSTAINABLE ECONOMY SUMMIT” I PANELU DYSKUSYJNYM „ZIELONA CYFRYZACJA”. JAK PANI OCENIA WARTOŚĆ TEGO TYPU SPOTKAŃ W DYSKUSJI O ZRÓWNOWAŻONEJ GOSPODARCE?

Stanowią one dobrą platformę do wymiany wiedzy eksperckiej i doświadczeń producentów w zakresie wdrażania w swoich zakładach i produktach zielonych rozwiązań. Razem łatwiej jest sprostać wyzwaniom, jakie stawia przed nami konieczność zielonej transformacji. Zmiany klimatu wymuszają taki kierunek rozwoju w wielu sektorach, a za tym idzie konieczność sprostania oczekiwaniom świadomych ekologicznie klientów i potrzeba dostosowania do najnowszych trendów.

JAKIE SĄ OBECNIE NAJWAŻNIEJSZE PRIORYTETY MINISTERSTWA KLIMATU I ŚRODOWISKA W ZAKRESIE WALKI ZE ZMIANAMI KLIMATYCZNYMI? CZY JESTEŚMY NA DOBREJ DRODZE DO WYPEŁNIENIA EUROPEJSKICH REGULACJI?

Podstawą działań na rzecz adaptacji do zmian klimatu w Polsce jest *Strategiczny plan adaptacji dla sektorów i obszarów wrażliwych na zmiany klimatu do roku 2020 z perspektywą do roku 2030 (SPA)*. Plan ten wyznacza kierunki w obszarach takich jak: gospodarka wodna, rolnictwo, leśnictwo i różnorodność biologiczna, odnosi się też do terenów zurbanizowanych. Obecnie pracujemy nad **nową krajową strategią adaptacji do zmian klimatu** oraz Planem działań, który określi podmioty odpowiedzialne za realizację zadań.

Dokument ten będziemy szeroko konsultować z interesariuszami, w tym z samorządami i NGO – również w ramach platformy dialogu, którą uruchomiliśmy 14 marca br. w projekcie Partnerstwo: Środowisko dla rozwoju. Ponadto, MKiŚ pozyskało również wsparcie z Instrumentu Wsparcia Technicznego Komisji Europejskiej i współpracuje z Instytutem Ochrony Środowiska – Państwowym Instytutem Badawczym, który w ramach projektu Klimada przygotował m.in. analizy zjawisk ekstremalnych i ich skutków, ryzyka klimatycznego w ujęciu regionalnym i sektorowym, trendów klimatycznych, scenariusze zmian klimatu oraz metody analizy kosztów i korzyści działań adaptacyjnych.

JAKIE KONKRETNE DZIAŁANIA PODEJMUJE MINISTERSTWO, ABY PROMOWAĆ ZRÓWNOWAŻONY ROZWÓJ W POLSCE? W JAKI SPOSÓB WSPÓŁDZIAŁACIE W TYM ZAKRESIE Z INNYMI RESORTAMI?

Działań jest mnóstwo, począwszy od projektu dofinansowanego z Unii Europejskiej pn. „Partnerstwo: Środowisko dla Rozwoju”, którego celem jest stworzenie platformy współpracy oraz wymiany wiedzy pomiędzy podmiotami, które odpowiadają za zarządzanie ochroną środowiska w Polsce, czy też instytucjami zaangażowanymi we wdrażanie funduszy europejskich na poziomie regionalnym, krajowym i europejskim. Mamy też świetny przykład sieci partnerstwa w postaci Misji 100 miast neutralnych dla klimatu i inteligentnych do roku 2030, których samorządy muszą opracować tak zwane kontrakty klimatyczne, a w związku z tym Plan Działań, Plan Inwestycyjny oraz Deklarację (ang. Climate Neutrality Commitments), podpisywane przez Prezydenta Miasta i różnego typu interesariuszy. MKiŚ pomaga miastom m.in. w pokonaniu barier związanych z pozyskiwaniem środków na prośrodowiskowe inwestycje oraz ułatwia dialog z przedstawicielami innych resortów, w których kompetencjach znajdują się zadania mające wpływ na osiągnięcie neutralności klimatycznej przez te miasta.

W JAKI SPOSÓB MINISTERSTWO WSPIERA TRANSFORMACJĘ ENERGETYCZNĄ W KIERUNKU ODNAWIALNYCH ŹRÓDEŁ ENERGII? JAKIE MOŻLIWOŚCI OFERUJE PRYWATNYM OSOBOM, A JAKIE PRZEDSIĘBIORSTWOM?

Możliwości wsparcia rozwoju OZE oferowane przez rząd to m.in. system auk-

cyjny, system taryf FIT/FIP, ale również programy dotacyjne dla rozwoju energetyki obywatelskiej jak np. program „Mój Prąd” czy „Energia dla Wsi”. MKiŚ podejmuje też działania na rzecz możliwie jak największego dostępu do energii z OZE, wykorzystania potencjału energetyki wiatrowej, projektów morskich farm wiatrowych, zachęcania inwestorów do inwestycji w OZE (np. umowy PPA), ograniczania barier administracyjnych, m.in. poprzez przyspieszenie procedur wydawania zgód (permitting), a także ustalenie obszarów przyspieszonego rozwoju OZE. Potrzebujemy inwestycji w sieci, zarówno w nowe linie, jak i modernizację istniejącej infrastruktury.

JAKIE KROKI SĄ PODEJMOWANE, ABY ZWIĘKSZYĆ ŚWIADOMOŚĆ SPOŁECZEŃSTWA NA TEMAT OCHRONY ŚRODOWISKA I ZMIAN KLIMATYCZNYCH?

Obecnie mamy do czynienia z podwójnym kryzysem: utratą różnorodności biologicznej i zmianami klimatu. W tym kontekście edukacja ma kolosalne znaczenie dla walki z mitami środowiskowymi, które zalewają internet. Kluczem jest tu czerpanie wiedzy ze zweryfikowanych, naukowych źródeł. Tylko w ten sposób możemy walczyć z dezinformacją klimatyczną i przeciwdziałać degradacji środowiska oraz zmianom klimatu. Działania resortu koncentrują się więc na upowszechnianiu (także na swojej stronie) rzetelnej wiedzy, prezentacji dobrych praktyk w zakresie ochrony środowiska i klimatu, uświadamianiu ludzi, że każdy poprzez swoje codzienne wybory i zachowania wpływa na stan klimatu. Współpracujemy też z Ministerstwem Edukacji Narodowej nad zmianą podstawy programowej kształcenia ogólnego i zachęcamy do zaangażowania się w ochronę środowiska i klimatu.

NA ILE ISTOTNE JEST POJAWIAJĄCE SIĘ KAŻDEJ ZIMY ZJAWISKO TZW. NISKIEJ EMISJI, POTOCZNIE ZWANE SMOGIEM? CZY WSPARCIE INSTALACJI POMP CIEPŁA, ŹRÓDEŁ GAZOWYCH LUB TEŻ KONSOLIDACJI CENTRALNYCH SIECI CIEPŁOWNICZYCH OKAZAŁO SIĘ SKUTECZNE?

Problem wysokich stężeń zanieczyszczeń w okresie zimowym dotyczy miast o różnej wielkości i liczbie mieszkańców. Z raportu GIOŚ pt. „Jakość powietrza w Polsce w roku 2022 w świetle wyników pomiarów prowadzonych w ramach Państwowego Monitoringu Środowiska” wynika, że jakość powietrza ulega systema-

tycznej poprawie, a więc prowadzone działania naprawcze przynoszą pozytywne skutki. Programy dotacyjne, w tym Program Priorytetowy Czyste Powietrze (PCP), Ciepłe Mieszkanie, Mój Prąd wspierają wymianę nieefektywnych źródeł ciepła oraz termomodernizację budynków. Obecnie procedowany projekt dyrektywy Parlamentu Europejskiego i Rady w sprawie jakości powietrza i czystszego powietrza dla Europy zakłada ambitny plan dalszego ograniczenia emisji zanieczyszczeń do powietrza w państwach członkowskich UE.

W JAKI SPOSÓB RZĄD PLANUJE WSPIERAĆ ADAPTACJĘ ROLNICTWA DO ZMIAN KLIMATYCZNYCH? CZY MINISTERSTWO KLIMATU I ŚRODOWISKA UCZESTNICZY W TYM PROCESIE?

Nie da się ukryć, że zmiany klimatu są destrukcyjne dla rolnictwa, mocno wpływają na jakość plonów i produkcję żywności. Nie sprzyjają susze i fale upałów, ale też gwałtowne zjawiska atmosferyczne, z którymi zmagamy się coraz częściej i które mają większy zasięg terytorialny. Dlatego ważne jest zrównoważone i solidarne gospodarowanie wodą, przy jednoczesnym zachowaniu bezpieczeństwa żywnościowego, dbałości o utrzymanie i rozwój produkcji rolnej oraz akwakultury. Problematyczna jest też kwestia emisji CO₂, której zredukowanie nie należy do łatwych i na pewno należy poszukać skutecznych i innowacyjnych rozwiązań. Należy też wspierać rolników w transformacji, a wszelkie działania powinny być wsparte systemem zachęt. Priorytetem dla rządu jest utrzymanie: zdolności produkcyjnych, opłacalności produkcji rolnej i bezpieczeństwa żywnościowego, przy jednoczesnych wysiłkach adaptacyjnych.

JAKIE SĄ NAJWAŻNIEJSZE WYZWANIA, PRZED KTÓRYMI STOI POLSKA W KONTEKŚCIE OCHRONY BIORÓZNORODNOŚCI?

Różnorodność biologiczna i kompleksowa wiedza o niej, obok zagadnień dot. klimatu i gospodarki o obiegu zamkniętym, stały się jednym z priorytetowych tematów polityki UE dot. środowiska. Cele stawiane w „Unijnej strategii na rzecz bioróżnorodności 2030” i zobowiązania wynikające z opracowanego na jej kanwie rozporządzenia Parlamentu Europejskiego i Rady w sprawie odbudowy zasobów przyrodniczych (Nature Restoration Law) są niezwykle ambitne i stanowią dla Polski w najbliż-

szym czasie największe wyzwanie. Nie możemy jednak zwlekać, ponieważ już teraz niszczone są ekosystemy, gatunki wymierają bądź dostosowują się do zmian zachodzących w środowisku. W Sudetach już pojawiły się oznaki zamierania świerków. Obserwuje się także skracanie tras wędrówek ptaków i nietoperzy. Łagodniejsze i krótsze zimy wpływają też na skrócenie czasu snu zimowego niedźwiedzi, w skrajnych przypadkach nawet do niego nie dochodzi.

WIELE OSTATNIO MÓWI SIĘ O DOBROSTANIE POLSKICH RZEK. JAKIE DŁUGOTERMINOWE STRATEGIE SĄ PLANOWANE PRZEZ MINISTERSTWO, ABY ZAPEWNIĆ ZRÓWNOWAŻONE ZARZĄDZANIE ZASOBAMI WODNYMI W POLSCE?

Sektor gospodarki wodnej, tak jak wspomniany wcześniej sektor rolnictwa, zostanie uwzględniony w pracach nad nową polską strategią adaptacji do zmian klimatu. MKiŚ koordynuje również prace nad projektem ustawy o zmianie ustawy – Prawo ochrony środowiska oraz

niektórych innych ustaw. Projekt przewiduje obowiązek opracowania miejscowych planów adaptacji do zmian klimatu (MPA), koncepcji zazieleniania i zagospodarowania wód opadowych oraz roztopowych na terenie miasta. Długoterminowe rozwiązania są analizowane również w ramach posiedzeń Międzyresortowego Zespołu ds. Przeciwdziałania Sytuacjom Kryzysowym i Zagrożeniom Środowiskowym na Rzece Odrze, chodzi m.in. o odsalanie wód kopalnianych przez zakłady wydobywcze oraz zwiększanie przez nie możliwości retencyjnych. Instytut Meteorologii i Gospodarki Wodnej – Państwowy Instytut Badawczy (IMGW-PIB) opracował dynamiczny model hydrologiczny, który umożliwia prognozowanie sytuacji na Odrze i przegląd zrzutów przemysłowych. Współpracujemy też ze stroną niemiecką, organizując spotkania co miesiąc w formie wideokonferencji z udziałem ekspertów ze strony polskiej oraz niemieckiej w celu omówienia obecnych wyników badań i zdarzeń na rzece Odrze.

W PAŹDZIERNIKU BIEŻĄCEGO ROKU ODĘDZIE SIĘ KONFERENCJA „GREEN INDUSTRY SUMMIT”, POŚWIĘCONA ZRÓWNOWAŻONYM ROZWIĄZANIOM DLA PRZEMYSŁU. JAKIE PANI ZDANIEM SĄ KLUCZOWE INICJATYWY, KTÓRE WARTO OBECNIE PROMOWAĆ, ABY POLSKI PRZEMYSŁ MOŻNA BYŁO NAZWAĆ „ZIELONYM”?

Zrównoważone rozwiązania dla przemysłu są kluczowe w dekarbonizacji tego sektora, dlatego też promowaniu i finansowemu wsparciu tego rodzaju projektów służyć ma m. in. niedawno powołany Polski Zielony Fundusz. Transformacja przemysłu musi opierać się wskaźnikach – redukcji emisji CO₂ oraz zmniejszeniu zużycia zasobów. Dlatego tak ważne jest inwestowanie w efektywność energetyczną oraz zmiana modeli biznesowych z gospodarki linearnej na cyrkularną. Wartym promowania rozwiązaniem są np. inicjatywy recyklingowe, jak recykling baterii litowojonowych czy katalizatorów ze złomowanych samochodów spalinyowych w Zawierciu.

ANITA SOWIŃSKA

Wiceministra Klimatu i Środowiska. Specjalistka w zakresie zarządzania zmianami w obszarze ekologii, polityczka. Absolwentka Politechniki Łódzkiej na kierunku marketing i zarządzanie (ze specjalizacją w zakresie chemii spożywczej). Z wyróżnieniem ukończyła studia Executive MBA na Akademii Leona Koźmińskiego w Warszawie. W Sejmie IX kadencji członkini Komisji Finansów Publicznych, Komisji Ochrony Środowiska, Zasobów Naturalnych i Leśnictwa oraz Komisji Rolnictwa i Rozwoju Wsi, a także przewodnicząca Zespołu Parlamentarnego ds. Zielonego Ładu dla Polski. Od grudnia 2023 r. podsekretarz stanu w Ministerstwie Klimatu i Środowiska, m.in. koordynujący realizację zadań Ministra Klimatu i Środowiska związanych z gospodarką odpadami i wdrażaniem systemu kaucyjnego. Przewodnicząca 17. Konferencji Stron Konwencji Bazylejskiej jako przedstawicielka regionu krajów Europy Środkowej i Wschodniej.



ALUMINIUM JEST W TRENDZIE

WYWIAD Z ROMANEM PRZYBYLSKIM, WICEPREZESEM ZARZĄDU,
DYREKTOREM DS. INWESTYCJI I ROZWOJU GRUPY KĘTY S.A.



ROMAN PRZYBYLSKI

Wiceprezes Zarządu,
Dyrektor ds. inwestycji i rozwoju Grupy KĘTY S.A.

AMBITNE PLANY EKOLOGICZNE UNII EUROPEJSKIEJ STAWIAJĄ PRZED PRZEMYSŁEM ALUMINIOWYM WIELE WYZWAŃ, ALE OZNACZAJĄ TEŻ CHYBA WIELE SZANS?

Aluminium to materiał, który ma świetlaną przyszłość. Występuje powszechnie w przyrodzie i łatwo się go pozyskuje. Najważniejsze jednak jest to, że aluminium jest w 100% przetwarzalne, a to oznacza, że po poddaniu go recyklingowi zachowuje wszystkie właściwości aluminium pierwotnego i z powodzeniem może być stosowane w dowolnym przemyśle, w tym w budownictwie. To duża przewaga nad alternatywnymi rozwiązaniami, dlatego możemy mówić o aluminium w kontekście materiału przyszłości.

KTÓRE BRANŻE PANA ZDANIEM MOGĄ NAJWIĘCEJ NA TYM ZYSKAĆ?

Śmiało można założyć, że aluminium będzie zyskiwało na popularności w wielu branżach. Wymienić można w tym kontekście na przykład budownictwo, motoryzację i transport, dla których wspomniane przeze mnie atuty aluminium mają ogromne znaczenie. Dla motoryzacji dodatkowym atutem aluminium jest jego niska waga, co przekłada się na oszczędności na zużyciu paliwa i energii, więc i redukcję śladu węglowego. Zatem Grupa KĘTY, która w dużej mierze opiera swoją działalność na aluminium, wpisuje się w megatrend i zgodnie z maksymą „trend is your friend”, chcemy wykorzystać sprzyjające warunki do dalszego rozwoju. Oczywiście kluczowa jest kwestia, jak szybko i w jaki sposób to wszystko będzie postępować.

DUŻYM WALOREM EKOLOGICZNYM ALUMINIUM JEST MOŻLIWOŚĆ JEGO WIELOKROTNEGO PRZETWARZANIA. CZY TEN MATERIAŁ MOŻE BYĆ JESZCZE BARDZIEJ „EKO”?

Na razie pozyskiwanie aluminium z recyklingu jest trudniejsze niż w przypadku aluminium pierwotnego. Brakuje recyklatu na rynku i jest on przez to znacznie droższy. Ważną kwestią pozostaje też energia potrzebna do wytworzenia aluminium i związanego z tym miks energetyczny w Polsce oraz czystości energii w naszym kraju. To ważne aspekty i dzięki nim aluminium może być jeszcze bardziej „zielone”, ale ważne jest tu otoczenie legislacyjne, by nie szkodziło konkurencyjności. Tworzenie sztucznych barier mogłoby spowodować, że postępowe firmy, które realnie przyczyniają się do poprawy strukturalnej i klimatycznej, będą traciły rynek na rzecz produktów aluminiowych spoza Europy. Wypracowanie odpowiednich rozwiązań instytucjonalnych jest tu zatem kluczowe. Przykład branży motoryzacyjnej w kontekście elektromobilności pokazał, że przesadzone regulacje rozregulowują rynek, ekonomicznie go psują, co może de facto wyhamować transformację, zamiast jej pomóc.

Duży odsetek klientów decyduje się obecnie na okna i drzwi aluminiowe, a w obiektach komercyjnych dodatkowo na fasady aluminiowe, powinno więc zatem wszystkim zależeć na tym, by udział tego materiału w budownictwie stale rósł. Gdyby teraz legislacja miała wymusić, by ślusarka aluminiowa była jeszcze bardziej „zielona”, to podniosłoby to znacznie jej cenę, a jej udział w budownictwie spadłby kosztem materiałów z założenia mniej ekologicznych. Najważniejsze jest dla nas, by europejscy producenci grali na Starym Kontynencie na tych samych zasadach, co producenci z innych części świata. Niech mądre przepisy służą wyrównywaniu boiska, by wszyscy mogli grać w tę samą grę na zasadach fair play.



Profile aluminiowe na wybiegu prasy 28 MN, Kęty, Grupa Kęty S.A.

JUŻ KILKA RAZY PADŁO W NASZEJ ROZMOWIE SŁOWO „TREND”. PO CZYM NAJLEPIEJ WIDĄĆ, ŻE GRUPA KĘTY JEST WŁAŚNIE W TRENDZIE?

Największe odzwierciedlenie ma to w kapitalizacji spółki. Jej wartość wzrosła kilkakrotnie w ciągu ostatnich kilku lat. Wynika to nie tylko z pozytywnego postrzegania tego segmentu rynku przez inwestorów, ale również z bardzo satysfakcjonujących wyników, bo spółka konsekwentnie rośnie pod względem przychodów i innych wskaźników finansowych. Najważniejsze z perspektywy inwestorów jest to, że spółka konsekwentnie dzieli się z nimi tymi wzrostami poprzez dywidendę, która wypłacana jest regularnie od lat. Jesteśmy zatem bardzo solidnym podmiotem finansowym, który nie tylko dzieli się zyskami z właścicielami, ale też cały czas inwestuje i się rozwija. To jest siłą naszej grupy i chcemy kroczyć tą ścieżką przez najbliższe lata, kontynuując politykę dywidendową i inwestycyjną.

SKORO O INWESTYCJACH MOWA, OSTATNIO BYŁO GŁOŚNO O ZAKUPIE PRZEZ GRUPĘ KĘTY FIRMY SELT, SPECJALIZUJĄCEJ SIĘ W PRODUKCJI SYSTEMÓW PRZECIWSŁONECZNYCH. JAKIE KORZYŚCI PRZYNIESIE TA TRANSAKCAJA?

Inwestycje są ważnym elementem dla firmy, której zależy na stałym rozwoju. Zależy nam na zachowaniu jego tempa w następnych latach, dlatego chcemy rozwijać działalność na różnych odcinkach. Najlepszym przykładem naszej filozofii jest oczywiście zakup spółki Selt, który został sfinalizowany 2 września 2024 roku. Dzięki tej transakcji Grupa KĘTY powiększa się o zyskowną spółkę, która generuje przychody na poziomie 300 mln zł. Selt doskonale wpisuje się w nasz dotychczasowy biznes - firma działa w dużej mierze w obszarze aluminium, w czym specjalizuje się przecież Grupa KĘTY, a systemy przeciwsłoneczne są

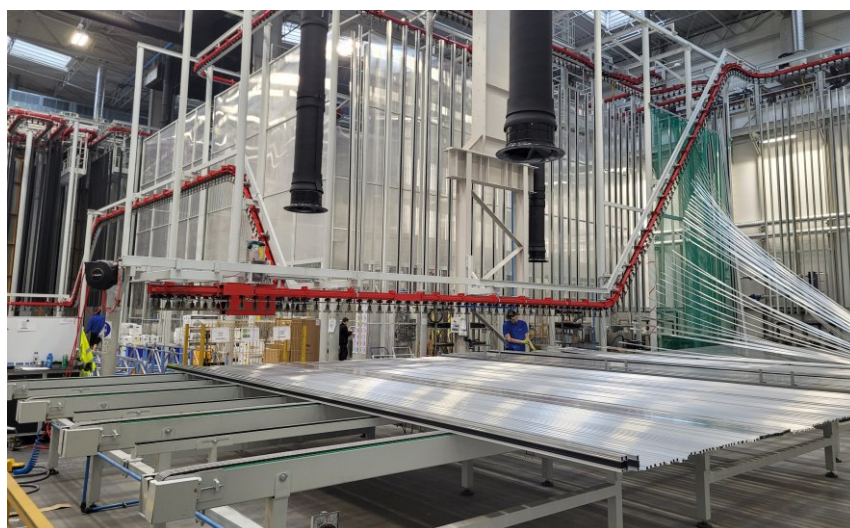
odpowiedzią na zapotrzebowanie transformacji energetycznej i ekologicznej, przed którą stoi Europa, a tak naprawdę cały świat. Należy bowiem pamiętać, że osłony przyczyniają się do zmniejszenia zużycia energii potrzebnej do wychładzania budynków latem i ogrzewania zimą.

Tych synergii jest zresztą znacznie więcej – Selt jest, i może być w jeszcze większym stopniu, odbiorcą profili aluminiowych z naszego Segmentu Wyrobów Wyciskanych, do tego jest dużo potencjalnych przestrzeni wspólnych w kwestiach zakupowych, technologicznych i rynkowych, bo mamy wielu wspólnych klientów pomiędzy Seltem a Aluprofem, którego jednym z obsługiwanych segmentów jest właśnie segment osłon przeciwsłonecznych, w tym rolety, żaluzji i screenów. To oznacza, że klienci otrzymają dostęp do szerszego asortymentu produktów, a dzięki dzieleniu się dobrymi praktykami poziom obsługi jeszcze wzrośnie. Synergia będzie również w prowadzonych działaniach marketingowych, ponieważ docieramy nie tylko do klientów indywidualnych, ale też do wszystkich in-

teresariuszy, biorących udział w procesach decyzyjnych, takich jak firmy budowlane, konsultanci i przede wszystkim architekci. Da nam to bardzo spójny przekaz, który Aluprof już skutecznie realizuje, chociażby globalną kampanią „Panuj nad klimatem, panuj nad kosztami”, której celem jest promocja energooszczędnych rozwiązań firmy – okien, drzwi i osłon przeciwsłonecznych. Poprzez edukację chcemy zwrócić uwagę inwestorów indywidualnych na kwestię efektywności energetycznej budynków i korzyści, jakie się z nią wiążą - zarówno tych finansowych, jak i związanych z ochroną klimatu. Dzięki zmniejszeniu zapotrzebowania obiektów na energię niezbędną do ich chłodzenia latem, jak i ogrzewania zimą, jesteśmy w stanie obniżyć nasze rachunki za ogrzewanie i klimatyzację nawet do 30%. Ma to niebagatelne znaczenie w dobie uwolnienia cen energii, a także rosnącej inflacji. Niższe zapotrzebowanie na energię to nie tylko znaczne oszczędności w rachunkach, ale też niższa emisja CO₂. Dla osiągnięcia maksymalnego efektu kluczowe jest jednak kompleksowe podejście, a więc stosowanie rozwiązań „all in one”, które wzajemnie się uzupełniają – czyli trio: okno, fasada i osłona.

GRUPA KĘTY, JAKO LIDER RYNKU, Z JEDNEJ STRONY MUSI STAWIĄĆ NA INNOWACJE I OKREŚLAĆ BRANŻOWE STANDARDY, A Z DRUGIEJ UWAŻAĆ, BY NIE PRZEINWESTOWAĆ. JAK ZATEM UTRZYMYWAĆ WIODĄCĄ POZYCJĘ, ALE NIE DOSTAĆ ZADYSZKI PODCZAS TEGO NIEKOŃCZĄCEGO SIĘ RYNKOWEGO WYŚCIGU?

To jest odwieczny dylemat biznesowy. Firma będąca liderem łatwo może pójść o krok za daleko. I co z tego, że był to być może ruch słuszny, jeśli był wykonany



Lakiernia pionowa do malowania proszkowego, Bielsko-Biała, Aluprof S.A.

o rok czy dwa za wcześnie, co może skutkować negatywnymi konsekwencjami finansowymi? Grupa KĘTY na coś takiego pozwolić sobie nie chce i nie może, bo stabilność finansowa oraz gwarancja dywidendy to ważna część naszej marki i strategii grupy. Z drugiej strony nie można być jedynie naśladowcą i zostać w tyle, bo traci się przewagę konkurencyjną, wynikającą z postrzegania marki i oferowania innowacyjnych rozwiązań. Istotą jest zbalansowanie tego wszystkiego, co czynimy od lat. Jako Grupa dobrze czytamy trendy rynkowe, jesteśmy blisko klienta i dzięki temu trafnie wchodzimy w innowacje tam, gdzie można uzyskać odpowiednie korzyści. Nie porywamy się jednocześnie na pomysły bardzo szalone lub obciążone dużym ryzykiem. Tu potrzebne jest odpowiednie zbalansowanie pomiędzy innowacyjnością a nieco konserwatywnym podejściem. W realiach europejskich przydaje się nie tylko inteligencja biznesowa w kontekście rynkowym, ale także regulacyjny. Trzeba łączyć kropki i dostrzegać zależności pomiędzy zmianami przepisów, polityką itd.

Bacnie zwracamy uwagę na przestrzenie, w których tej innowacyjności należy szukać. W naszym przypadku będą to takie sfery, w których mamy pewność, że dobrze czujemy zarówno rynek, jak i klienta i gdzie wpisuje się to w naszą strukturę, kulturę, możliwości technologiczne, organizacyjne itd. Możemy być bardzo skutecznymi na rynku, realizując na przykład edukację na temat oszczędności wynikających z zastosowania w budownictwie energooszczędnych rozwiązań, w tym okien, osłon, drzwi i fasad. Tu możemy aspirować do miana lidera innowacyjności.

POWIEDZIAŁ PAN, ŻE ALUMINIUM W KONTEKŚCIE CHOCIAŻBY BUDOWNICTWA I MOTORYZACJI JEST W TRENDZIE. A JAK WYGLĄDA KWESTIA ALUMINIUM W BRANŻY OPAKOWANIOWEJ? ALUPOL PACKAGING TWORZY PRZECIEŻ WAŻNY DLA GRUPY KĘTY SEGMENT OPAKOWAŃ GIĘTKICH.

To oczywiście segment zgoła odmienny od Segmentu Wytrobów Wyciskanych i Segmentu Systemów Aluminiowych. Gdy popatrzymy holistycznie na kwestie

ekologiczne, to okazuje się, że opakowania na bazie aluminium i plastiku mają wiele atutów: kwestie utrzymania świeżości produktów spożywczych, ich przechowywania, transportu... Weźmy na przykład ostatnią z tych kwestii, czyli transport – towary przewożone w takich opakowaniach są znacznie lżejsze niż w przypadku opakowań szklanych lub metalowych, więc generują mniejszy ślad węglowy. Jeżeli potrafimy już przetwarzać plastik, by nadać mu drugie życie, a w dodatku robimy to z użyciem dużego udziału „zielonej” energii, to takie opakowania nie są przecież nieekologiczne. W niektórych rozwiązaniach można zastąpić plastik lub folie papierem, ale w wielu przypadkach technologicznie i ekonomicznie nie będzie to możliwe. Rynek opakowań jest i będzie gigantyczny. Będzie się oczywiście zmieniał, ale jest on nadal przyszłościowy. Mamy zatem obecnie w Grupie KĘTY dwie odnogi – aluminium i opakowania. Obie są ekologiczne i przyszłościowe.

ROMAN PRZYBYLSKI

Wiceprezes Zarządu, Dyrektor ds. inwestycji i rozwoju Grupy KĘTY S.A. Absolwent Akademii Ekonomicznej w Krakowie, kierunek Zarządzanie Międzynarodowe. Ukończył także m.in. programy executive education organizowane przez Cambridge Judge Business School, oraz Stanford University Graduate School of Business. Od 2003 roku zawodowo związany z Grupą Kapitałową Nowy Styl. Od 1 stycznia 2024 roku jest Wiceprezesem Zarządu, Dyrektorem ds. Inwestycji i Rozwoju Grupy KĘTY S.A.



Zakład produkcyjny, Bielsko-Biała, Aluprof S.A.

AUTOPAY CHCE BYĆ CZOŁOWĄ FIRMĄ TECHNOLOGICZNĄ W EUROPIE

WYWIAD Z WOJCIECHEM MURAWSKIM, CZŁONKIEM ZARZĄDU AUTOPAY



WOJCIECH MURAWSKI
Członek zarządu Autopay

W ZESZŁYM ROKU AUTOPAY PRZESZEDŁ REBRANDING, CO DLA KAŻDEJ FIRMY W TAKIEJ SYTUACJI JEST NOWYM OTWARCIEM. W JAKICH OBSZARACH DZIAŁA FIRMA I DO KOGO KIERUJECIE SVOJE USŁUGI?

Autopay jest liderem rynku płatniczego w Polsce. Świadczymy usługi dla sektora finansowego, telekomunikacyjnego i e-commerce w Polsce. Zależy nam na znoszeniu barier i sprawianiu, aby płatności były w zasadzie “niewidoczne”, maksymalnie wygodne. Tworzymy produkty i usługi, które ułatwiają i przyspieszają załatwienie codziennych spraw.

Chodzi między innymi o: płacenie rachunków, doładowania telefonów, wykonywanie ekspresowych przelewów, zakupy przez internet.

Z rozwiązań Autopay korzysta miesięcznie 10 milionów klientek i klientów, a także 50 tysięcy firm. Warto zaznaczyć, że rocznie z systemu płatniczego Autopay zaczyna korzystać nawet 25 tysięcy nowych sprzedawców online.

Dzięki rozwijanej aplikacji Autopay Mobility, firma umożliwia też szybkie i automatyczne opłacanie przejazdów

autostradami. Usługa skierowana jest zarówno do klientów indywidualnych, jak i flotowych. Już teraz umożliwiamy zakup winiet na siedmiu rynkach w Europie: Szwajcarii, Polsce, Czechach, Słowenii, Słowacji, na Węgrzech i w Austrii. Co więcej, w przypadku tego ostatniego kraju, jesteśmy autoryzowanym, koncesjonowanym przez ASFİNAG, sprzedawcą winiet.

To właśnie uruchomienie pięć lat temu aplikacji było swoistym impulsem do dalszych działań i wspomnianego rebrandingu. Wraz z nią pojawiły się nowe pomysły i nowa dynamika. Rebranding przeprowadzaliśmy stopniowo, by przyzwyczaić otoczenie biznesowe i dotychczasowych klientów do nowej marki. To był szeroko zakrojony projekt, jednak dobry i przemyślany plan działań pozwolił nam przeprowadzić go sprawnie i skutecznie. Rebranding został nagrodzony dwiema statuetkami – złotą i srebrną – podczas Transform Awards Europe 2024.

CZY W 2024 ROKU REALIZOWANE BYŁY NOWE WDROŻENIA, O KTÓRYCH MOŻECIE POWIEDZIEĆ?

Tak, oczywiście. Dobrym przykładem są płatności online Autopay, wdrożone w aplikacji i na portalu Znany Lekarz. Dzięki naszej współpracy, pacjenci mogą opłacać wizyty już w trakcie rezerwacji terminu. Efektem są ułatwienia zarówno dla lekarzy, jak i pacjentów. Przyspiesza i usprawnia to proces przyjmowania należności przez przychodnię i specjalistów. Jest to proste, intuicyjne i bezpieczne, a proces wygląda podobnie jak w przypadku finalizowania zakupów przez internet. Warto zwrócić uwagę, że branża medtech ma duży potencjał rozwoju. Według przewidywań Markets and Markets, w 2024 może ona osiągnąć wartość ponad 668 mld dolarów.

Kolejnym wdrożeniem, o którym warto wspomnieć, są płatności jednym klik-

nięciem Mastercard Click to Pay. To globalny standard płatności, który został przygotowany przez Mastercard i Visę we współpracy z Fundacją Polska Bezgotówkowa. Wdrożyliśmy tę usługę jako pierwszy operator płatności w Polsce. Click to Pay umożliwia realizowanie płatności kartą online za pomocą jednego kliknięcia. W tym przypadku nie ma konieczności każdorazowego wpisywania danych z karty płatniczej. Są one bezpiecznie zapisywane i przechowywane w centrach danych. Wpływa to korzystnie nie tylko na wygodę użytkownika, ale też bezpieczeństwo. Wszystko dzięki wykorzystaniu zaszyfrowanego, wirtualnego numeru karty – unikalnego dla każdego użytkownika i użytkownicy.

W tym roku rozwinęliśmy także ofertę związaną z Autopay Mobility i umożliwiliśmy jeszcze wygodniejsze podróżowanie. Chodzi o rozszerzenie oferty o e-winiety na Szwajcarię. Można powiedzieć, że



zareagowaliśmy bardzo szybko, ponieważ Szwajcaria wprowadziła system elektronicznych winiety w połowie zeszłego roku. Dzięki temu, przez Autopay można kupić winiety na przejazdy już w siedmiu krajach. E-winiety nie tylko pozwalają zaoszczędzić czas w trakcie podróży – w końcu nie musimy się zatrzymywać i czekać w kolejce, by je zakupić – ale także pozwalają lepiej zaplanować podróż, ponieważ w aplikacji i na stronie market.autopay.pl można je kupić z wyprzedzeniem.

Z kolei klienci Velo Banku, dzięki współpracy z Autopay, mogą nabywać winiety bezpośrednio w aplikacji mobilnej banku. Już wcześniej mogli korzystać z automatycznych przejazdów na wybranych odcinkach autostrad krajowych, a od kilku miesięcy mogą również kupować e-winiety na podróże poza granicami Polski. To ważne, ponieważ, jak wynika z naszego badania "Podróże Polek i Polaków", osoby podróżujące za granicę samochodem chętnie korzystają z autostrad. Aż 85 proc. z nich przemieszczało się tymi drogami wyjeżdżając za granicę. To wzrost o 9 p.p. w porównaniu z rokiem 2023.

CZY PLANUJECIE SZERSZE DZIAŁANIA NA RYNKACH POZA POLSKĄ?

Zdecydowanie tak i to od dłuższego czasu. Autopay chce stać się czołową europejską firmą technologiczną. Dlatego między innymi zwiększyliśmy wielokrotnie wydajność naszej bramki płatniczej. Już teraz zapewniamy skalowalność na poziomie 300 tysięcy transakcji na godzinę. Dostarczamy rozwiązanie High Availability Payment System. Jest to najbardziej zaawansowane rozwiązanie, jakie znajdziemy na polskim rynku. W ostatnim czasie rozszerzyliśmy też funkcjonalność naszego systemu płatniczego. Uruchomiliśmy również ostatni element łańcucha wartości w płatnościach kartowych, czyli processing.

Poprzez rozszerzenie możliwości naszej bramki chcemy oferować jeszcze lepsze warunki dla zagranicznych partnerów Autopay. Chcemy umożliwić dodawanie bramki Autopay w zagranicznych sklepach internetowych oraz bezpośrednio w aplikacjach mobilnych dostępnych

w sklepach Apple i Google. W 2024 roku umożliwimy naszym partnerom oferowanie zagranicznych metod płatności w swoich sklepach na wiele rynków w Unii Europejskiej. A wszystko w ramach jednej integracji. Naszym celem jest, by na każdym rynku, na którym działają płatności online Autopay, osiągnąć pokrycie na poziomie minimum 70 proc. dostępności metod płatności. To pozwoli klientom wybrać metodę najbardziej dogodną dla nich. Nasze badania pokazują, że jest to niezwykle istotny element procesu zakupowego. Choć to cena jest najistotniejszym czynnikiem decydującym o zakupie produktu, w Polsce trzy na pięć osób badanych zrezygnowało z zakupów, gdy nie miało możliwości wybrania dogodnej dla siebie formy płatności. Jeszcze dwa lata temu było to o 10 p.p. mniej.

Wracając do działań prowadzonych na rynkach zagranicznych, warto wspomnieć o zmieniających się przepisach, a dokładniej o Akcie o rynkach cyfrowych, czyli Digital Markets Act. Obowiązuje on od marca tego roku i daje szereg nowych możliwości firmom w Unii Europejskiej. Celem jest zwiększenie konkurencyjności na rynkach cyfrowych, a także ograniczenie dominacji bigtechów. Nowe przepisy pozwalają między innymi na korzystanie w aplikacjach z innych form płatności niż te od Apple czy Google. To dla nas duża szansa, ponieważ nie tylko dostarczamy wydajną i wygodną bramkę płatniczą, ale również jesteśmy konkurencyjni np. pod kątem rozliczeń ze sprzedawcami.

Co ważne, chcemy, by nasz rozwój przyczynił się do rozkwitu innych polskich firm na zagranicznych rynkach. Chcemy im w tym pomóc udostępniając naszą bramkę płatniczą.

WIELE OSÓB, OCENIAJĄC SPOSÓB DZIAŁANIA FIRM, ZWRACA RÓWNIEŻ UWAGĘ NA INICJATYWY Z ZAKRESU SPOŁECZNEJ ODPOWIEDZIALNOŚCI BIZNESU. JAKIE DZIAŁANIA W TYM ZAKRESIE PAŃSTWO PROWADZICIE?

Społeczna odpowiedzialność biznesu wymaga aktywności w wielu obszarach. Jako Autopay w naszych działaniach uwzględniamy zarówno interesy naszych

pracowników, jak i otoczenia, nie tylko biznesowego.

Dbamy o naszych pracowników i pracowniczkę, dając im możliwość rozwoju kompetencji, ale jednocześnie nie zapominamy o ich dobrostanie. Dlatego w pakiecie benefitów, które Autopay udostępnia, pojawiła się platforma oparta na trzech filarach. Oferuje ona zarówno wsparcie dla pracowników, zestaw narzędzi ułatwiających relaks, a także opiekę psychologów i terapeutów. Jesteśmy też partnerem akcji "HumanBE – Dwie Godziny Dla Rodziny/Człowieka". W okresie wakacyjnym, od czerwca do sierpnia, dajemy pracownikom i pracowniczkom po dwie godziny wolnego w miesiącu – do wykorzystania zgodnie z własnymi potrzebami.

Naszą misją jest usuwanie barier, nie tylko tych związanych ze światem finansów. Dlatego wspólnie z Fundacją Zwolnienie z Teorii oraz ze wsparciem SWPS stworzyliśmy program "UsuwaMY barierę!". Celem było zbudowanie przez uczniów biorących udział w akcji inkluzywnych rozwiązań cyfrowych. Miały one zapewnić seniorom i osobom z niepełnosprawnościami szkolenia technologiczne i wsparcie online. W trakcie realizowania projektów 140 uczennic i uczniów było wspieranych przez mentorów z Autopay i SWPS. Istotną inicjatywą było także zaangażowanie w Econverse FUSE. W ramach wydarzenia osoby młode mogły przeprowadzić symulację tworzenia biznesu.

Do promowania działań odpowiedzialnych społecznie można też wykorzystać technologię. Dobrym przykładem jest "Autostrada do elektromobilności". Wspieramy akcję jako jeden z organizatorów, a dzięki naszej technologii możemy przyczynić się do zmniejszenia liczby papierowych paragonów i promowania rezygnacji z paliw stałych. W tym roku, w ramach przedsięwzięcia, kierowcy samochodów elektrycznych, po spełnieniu warunków, mogą do końca sierpnia bez opłat korzystać z przejazdów autostradą A4 Katowice – Kraków. Organizatorami akcji są: Fundacja EV Klub Polska, Autopay, GreenWay Polska oraz Shell Recharge.

WOJCIECH MURAWSKI

Obecnie członek zarządu Autopay SA, pełni rolę Chief Commercial Officer (CCO) i odpowiada za zarządzanie biznesem. Wspiera i wzmacnia poszczególne jednostki biznesowe. Odpowiada za obszar przychodów i udział firmy w rynku – w szczególności za komercjalizację produktów i usług spółki oraz procesy biznesowe.

Absolwent Politechniki Gdańskiej Wydziału Elektroniki, Telekomunikacji i Informatyki. Pierwsze kroki swojej kariery biznesowej stawiał w korporacjach BIG Bank Gdański (obecnie Bank Millennium) i Polkomtel (operator sieci komórkowej Plus). Od 2007 roku w Grupie Autopay.

NowyStyl

Jesteśmy nr 2

wśród
producentów
mebli dla biur
i przestrzeni
publicznych
w Europie*

*Źródło: JSA League Table
Of European Office
Furniture Companies, 2023



Nowy Styl został nagrodzony Platynowym Medalem EcoVadis za osiągnięcia w obszarach prawa człowieka i prawa pracownicze, środowisko, etyka, zrównoważone zakupy.

PRZESTRZENIE BIUROWE

OPIEKA ZDROWOTNA

EDUKACJA

TERMINALE PASAŻERSKIE

KULTURA

SPORT

Certyfikaty dla wybranych eko-produktów:



Oprócz certyfikatów, niektóre produkty posiadają Karty EPD i Zielone Paszporty.

JAK OSIĄGNAĆ „ROZWÓJ ODPORNY NA ZMIANY KLIMATU”?

PROFESOR HANS-OTTO PÖRTNER O KONSEKWENCJACH GLOBALNEGO OCIEPLENIA



Prof. dr hab. HANS-OTTO PÖRTNER
Fizjolog i biolog morski

PROFESORZE PÖRTNER, CHCIELIBYŚMY PODZIĘKOWAĆ ZA PRZYJĘCIE NASZEGO ZAPROSZENIA NA SUSTAINABLE ECONOMY SUMMIT I WYRAŻENIE ZGODY NA WYWIAD. CZY MÓGŁBY PAN POKRÓTCE OPISAĆ, CZYM ZAJMUJE SIĘ PAN JAKO NAUKOWIEC?

Jestem fizjologiem oraz ekologiem i od ponad 25 lat badam wpływ zmian klimatycznych na życie oceaniczne w Instytucie Badań Polarnych i Morskich Alfreda Wegenera w Bremerhaven, w Niemczech. Moja praca koncentruje się na tym, jak ocieplenie i zakwaszenie oceanów oraz postępujący niedobór tlenu wpływają na procesy biochemiczne życia morskiego. Analizu-

jemy zmiany w genomie, a także zmiany na poziomie gatunków oraz w całych ekosystemach. Nasze badania mają kluczowe znaczenie, jeśli chcemy zrozumieć, w jaki sposób życie morskie adaptuje się w wyniku zmian klimatu.

JAKO EKSPERT W DZIEDZINIE ZMIAN KLIMATU I ICH WPŁYWU NA EKOSYSTEMY MORSKIE, CO UWAŻA PAN ZA KLUCZOWY CZYNNIK WPŁYWAJĄCY NA BIORÓŻNORODNOŚĆ MÓRZ I OCEANÓW?

Zmiana klimatu jest jednym z wielu czynników wpływających na nasze oceany. Łączy się z innymi czynnikami stresogenny-

mi, takimi jak przełowienie, niszczenie siedlisk i zanieczyszczenie. Pięć lat temu eksperci doszli do wniosku, że zmiany klimatu są odpowiedzialne za około 20% spadku różnorodności biologicznej w oceanach. Myślę, że od tego czasu udział ten dramatycznie wzrósł, zwłaszcza z powodu ocieplenia oceanów. Nasz świat właśnie doświadczył rekordowych temperatur powierzchni morza przez ponad 365 dni z rzędu. Dla wielu koralowców żyjących w ciepłych wodach i innych nieruchomych organizmów ciepło to było już zabójcze. Inne organizmy tracą siedliska i migrują, aby pozostać w preferowanych przez siebie zakresach temperatur. Temperatura jest obecnie kluczowym czynnikiem powodującym zmiany w oceanie, a rosnące zakwaszenie i utrata tlenu nasilają wpływ ocieplenia.

CZY ZMIANY ŚRODOWISKOWE WPŁYWAJĄ W TEN SAM SPOSÓB NA DZIKĄ PRZYRODĘ Z RÓŻNYCH STREF KLIMATYCZNYCH?

Każdy gatunek żyje w określonym zakresie temperatur, do którego się przystosował – osobniki rosną i rozmnażają się najlepiej, gdy temperatura otoczenia utrzymuje się w tym oknie termicznym. Rosnące temperatury i ekstremalne zdarzenia, takie jak susze, powódzie i fale upałów, narażają rośliny i zwierzęta na warunki zagrażające życiu. Mówimy tu o warunkach klimatycznych, których nie doświadczyliśmy od co najmniej kilkudziesięciu tysięcy lat. Obserwowany wzrost częstotliwości i intensywności ekstremalnych zjawisk klimatycznych zaczyna przekraczać możliwości adaptacyjne wielu gatunków.

JAKIE SĄ PANA ZDANIEM NAJPILNIEJSZE WYZWANIA ZWIĄZANE ZE ZMIANAMI KLIMATU?

Globalne ocieplenie o 1,15°C już spowodowało niebezpieczne i powszechne zakłócenia w przyrodzie i wpłynęło na życie miliardów ludzi, pomimo wysiłków mających na celu dostosowanie się do zmian klimatu. Około połowa roślin, zwierząt i gatunków morskich badanych na całym świecie przemieszcza się w kierunku biegunów lub, na lądzie, na wyższe tereny, aby znaleźć warunki, w których mogą przetrwać. Nasilające się ekstremalne warunki pogodowe naraziły miliony ludzi na poważne niedobory żywności i wody. Rośnie liczba dni, kiedy ludzie nie mogą pracować na zewnątrz z powodu zabójczego upału i wilgotności, szczególnie w tropikach. Te trzy przykłady pokazują, że zmiany

klimatu stały się egzystencjalnym zagrożeniem. Aby uniknąć narastających strat, konieczne jest podjęcie pilnych działań w celu przystosowania się do zmian klimatu, przy jednoczesnym szybkim i głębokim ograniczeniu emisji gazów cieplarnianych. Perspektywy tego, co nazywamy "rozwojem odpornym na zmiany klimatu", będą jeszcze bardziej ograniczone, jeśli globalne ocieplenie przekroczy 1,5°C. W niektórych regionach nie będzie on w ogóle możliwy, jeśli ocieplenie przekroczy 2°C.

W JEDNYM Z WYWIADÓW WSPOMINA PAN, ŻE KLIMAT, BIORÓZNORODNOŚĆ I SPOŁECZENSTWO LUDZKIE SĄ ZE SOBĄ SPRZĘŻONE. CZY MÓGŁBY PAN SZERZEJ OMÓWIĆ TEN ZWIĄZEK?

Klimat, przyroda i społeczeństwo ludzkie wpływają na siebie nawzajem na różne sposoby. Na przykład działania człowieka skutkują emisją gazów cieplarnianych, które powodują globalne ocieplenie i zmiany klimatu. Jednocześnie zanieczyszczamy, nadmiernie eksploatujemy i niszczymy ogromne obszary ekosystemów. Osłabia to zdolność tych ekosystemów do regulowania klimatu i dostarczania żywności, czystej wody, chłodzenia i innych funkcji, od których zależy ludzkie życie.

Bez zdrowych i funkcjonujących ekosystemów społeczeństwa ludzkie mają mniej możliwości dostosowania się do zmieniającego się klimatu. Ponadto, przyroda znajduje się pod presją i dlatego ma zmniejszoną zdolność do wytrzymywania ekstremalnych warunków pogodowych i klimatycznych, takich jak upały, burze, wzrost poziomu morza lub zakwaszenie i utrata tlenu w oceanie. Degradacja ekosystemów, w tym w wyniku dalszego ocieplenia, może powodować uwalnianie dwutlenku węgla i innych gazów cieplarnianych, a tym samym dalszą eskalację zmian klimatu i ich skutków. Powoduje to błędne koło, które zwiększa obecne i przyszłe zagrożenia dla ludzi i przyrody oraz uniemożliwia nam osiągnięcie celów zrównoważonego rozwoju, takich jak "zero głodu", "zero ubóstwa" lub "zrównoważone miasta i społeczności".

Ale jest też dobra wiadomość: zrozumienie współzależności między klimatem, naturą i ludźmi pozwala nam przerwać błędne koło oraz przywrócić równowagę systemu. Kiedy przestaniemy patrzeć na poszczególne części z osobna i zaczniemy myśleć o całym, będziemy w stanie lepiej ograniczać globalne ocieplenie i zagrożenia klimatyczne oraz poprawiać odporność społeczeństw ludzkich i przyrody.

W JAKI SPOSÓB PRACA NA RZECZ MIĘDZY-RZĄDOWEGO ZESPOŁU DS. ZMIAN KLIMATU (IPCC) WPŁYNEŁA NA PAŃSKIE ZROZUMIENIE WAGI I PILNOŚCI PRZECIWDZIAŁANIA ZMIANOM KLIMATU?

Jestem zaangażowany w oceny IPCC od 2003 roku – najpierw jako główny autor raportu specjalnego na temat wychwytywania i składowania dwutlenku węgla w 4. cyklu oceny, a następnie, w 5. cyklu oceny, jako koordynujący główny autor rozdziału Ocean w raporcie Grupy Roboczej II. W 6. cyklu oceny zostałem wybrany na współprzewodniczącego Grupy Roboczej II, która koncentruje się na wpływie zmian klimatu, adaptacji i podatności na zagrożenia. Z każdą rolą i zadaniem rosła moja wiedza i zrozumienie funkcjonowania systemu Ziemi i zmieniającego się klimatu. Wnioski naukowe są jasne: ryzyko i skutki zmian klimatu będą rosły wykładniczo z każdym dodatkowym stopniem ocieplenia. Kończy nam się czas, aby zapobiec drastycznym zmianom i zapewnić wszystkim zdatną dla życia przyszłość. Zmiany klimatu i utrata różnorodności biologicznej to dwie najbardziej palące kwestie naszych czasów i powinniśmy zainwestować wszystko, co konieczne, aby je powstrzymać i odwrócić.

JAKIE SĄ KLUCZOWE USTALENIA SZÓSTEGO RAPORTU IPCC, DO KTÓREGO POWSTAŁA W DUŻEJ MIERZE SIĘ PAN PRZYCZYNIŁ?

W 6. cyklu oceny nasz zespół z Grupy Roboczej II dołożył wszelkich starań, aby podkreślić wzajemne powiązania między naturą, klimatem i ludźmi w każdym z rozdziałów naszego raportu. Ponadto pokazaliśmy, które opcje adaptacji są wykonalne i przyniosłyby dodatkowe korzyści dla klimatu, ludzi i przyrody. Opisałiśmy również, co jest potrzebne, aby wejść na ścieżkę rozwoju odpornego na zmiany klimatu – zadanie uzależnione od ścisłej współpracy między różnymi dyscyplinami naukowymi.

JAKĄ ROLĘ ODGRYWA EDUKACJA W PRZECIWDZIAŁANIU ZMIANOM KLIMATYCZNYM? CZY UWAŻA PAN, ŻE POZIOM ŚWIADOMOŚCI NA TEMAT ZACHODZĄCYCH W ŚRODOWISKU PRZEMIAN JEST WYSTARCZAJĄCY?

Znajomość przyczyn i skutków zmian klimatycznych ma kluczowe znaczenie, jeśli chcemy skutecznie ograniczyć globalne ocieplenie. W świecie wielu kryzysów każde działanie, każdy wybór i każda decyzja ma znaczenie, ponieważ każde z nich może nas oddalić lub zbliżyć do zrównoważonego świata odpornego na zmiany klimatu. Skuteczne działania na

rzec klimatyczną znajdują się jednak nisko na liście priorytetów wielu decydentów, prawdopodobnie z powodu braku zrozumienia związanych z nimi wyzwań. Egzystencjalne tematy zmian klimatu, utraty różnorodności biologicznej i zanieczyszczenia powinny być traktowane przekrojowo we wszystkich systemach edukacji, aby ludzie lepiej rozumieli, jakie powinny być priorytety. Głównie z powodów ekonomicznych decydenci polityczni zgadzają się na kompromisy, które kosztują cenny czas, jak widzieliśmy podczas COP28 w Dubaju, gdzie rządy nie mogły dojść do porozumienia w sprawie pilnie potrzebnego wycofania paliw kopalnych. Niewygodna prawda jest taka, że nie jesteśmy na dobrej drodze do osiągnięcia odpornego na zmiany klimatu, zrównowa-

żonego świata, który zapewniłby bezpieczną przyszłość dla nas, naszych dzieci i przyszłych pokoleń.

NIEDAWNO OTRZYMAŁ PAN NAGRODĘ PLANETARY HEALTH AWARD W UZNANIU SWOICH OSIĄGNIĘĆ. CZY UWAŻA PAN, ŻE PAŃSKA DZIEDZINA NAUKI CIESZY SIĘ WYSTARCZAJĄCYM UZNANIEM?

Otrzymanie tej nagrody było dla mnie ogromnym zaszczytem. Ale myślę, że wypowiadał się w imieniu wielu badaczy, gdy mówię, że skuteczne, oparte na nauce działania przeciwko zmianom klimatu, utracie różnorodności biologicznej, zanieczyszczeniu i ubóstwu byłyby najlepszym uznanie, o jakie mógłby prosić klimatolog.

WYBIEGAJĄC W PRZYSZŁOŚĆ, JAKIE SĄ PANA NADZIEJE ZWIĄZANE Z NIWELOWANIEM NEGATYWNEGO WPŁYWU ZMIAN KLIMATYCZNYCH?

Zmiany klimatu zachodzą znacznie szybciej niż wcześniej sądziliśmy. Biorąc pod uwagę obecne, utrzymujące się rekordowe temperatury oceanów, wydaje się nawet, że system ziemski już wkracza na nieznane terytorium. Jakikolwiek dalsze opóźnienia we wspólnych globalnych działaniach spowodują, że przegapimy wąskie i szybko zamykające się okno. Musimy ograniczyć globalne ocieplenie do poziomu możliwie najbliższego 1,5 stopnia Celsjusza, ponieważ nie mamy innej możliwości, aby zachować planetę Ziemię jako przestrzeń do życia dla nas wszystkich.

Prof. dr hab. HANS-OTTO PÖRTNER

Biolog morski i współprzewodniczący Grupy Roboczej II IPCC w Szóstym Cyklu Oceny (2015-2023)

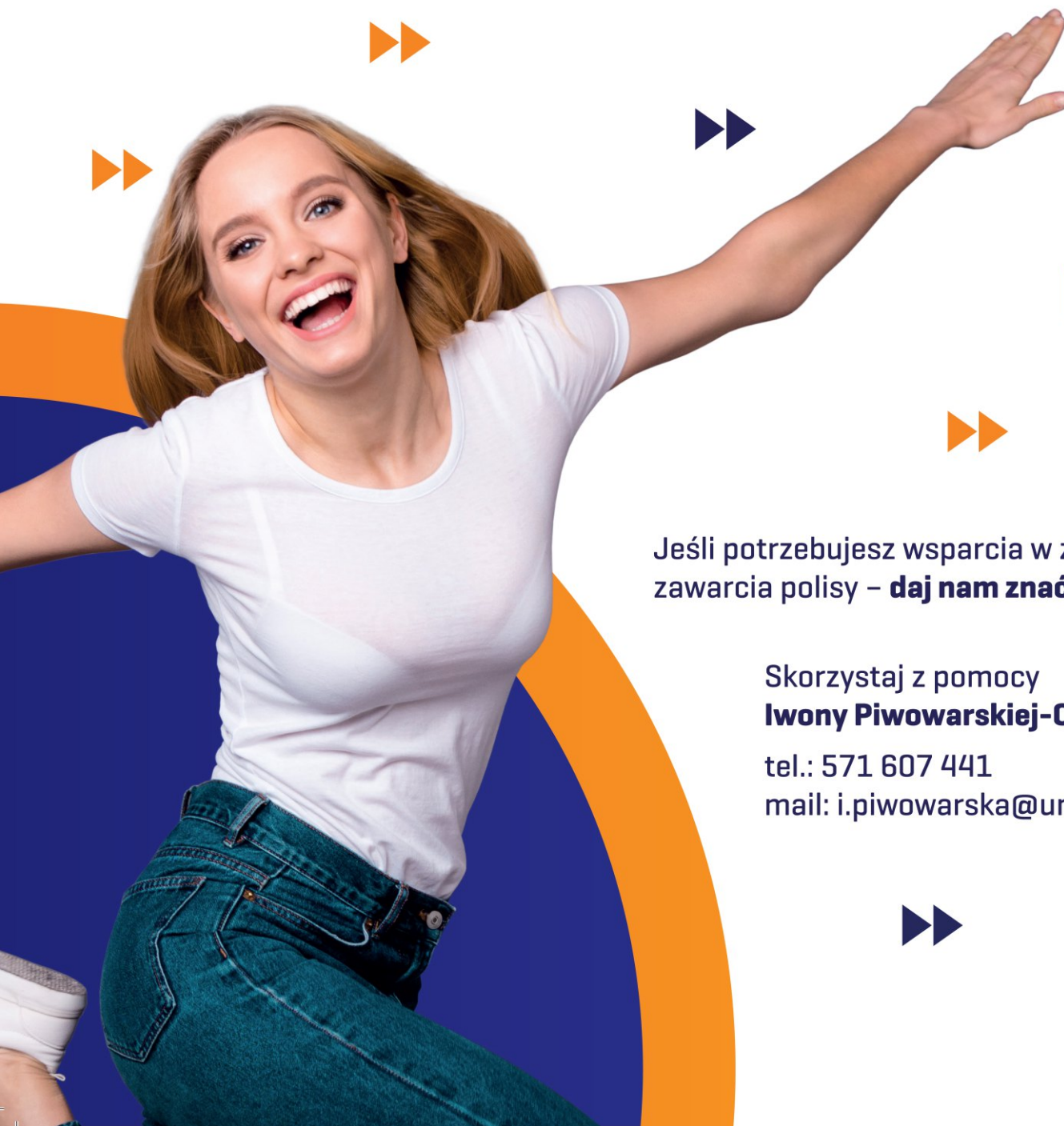
Hans-Otto Pörtner jest fizjologiem i biologiem morskim. Przez ponad 25 lat prowadził badania w Instytucie Alfreda Wegenera w Bremerhaven i jest jednym z najbardziej znanych na świecie ekspertów w dziedzinie wpływu zmian klimatycznych na życie morskie i nie tylko. Jego kariera rozpoczęła się w Münster i Düsseldorfie, gdzie studiował biologię i uzyskał tytuł doktora w 1983 roku. Po pobytach badawczych w Getyndze i Kanadzie, w 1990 r. habilitował się w Düsseldorfie. Od 1995 do 2023 r. kierował grupą badawczą ds. zintegrowanej ekofizjologii w Instytucie Alfreda Wegenera. W swojej karierze badał, w jaki sposób ocieplenie oceanów, zakwaszenie oceanów i niedobór tlenu wpływają na procesy biochemiczne życia morskiego. Jego pionierskie odkrycia, dotyczące wpływu zmian klimatu na organizmy morskie, przyniosły mu uznanie na całym świecie. Jako współprzewodniczący Grupy Roboczej II IPCC wniósł znaczący wkład w 6. raport oceniający IPCC. Hans-Otto Pörtner jest wybranym członkiem Europejskiej Akademii Nauk i został powołany przez rząd niemiecki do Rady Doradczej ds. Zmian Globalnych (WBGU) w 2020 roku.



ZACZNIJ
▶▶ od siebie

Unilink
LIDER UBEZPIECZEŃ

▶▶
▶▶
ZaDBAJ o swoje
życie i zdrowie



▶▶
▶▶
▶▶
▶▶
▶▶
▶▶
▶▶
▶▶
▶▶
▶▶

Jeśli potrzebujesz wsparcia w zakresie
zawarcia polisy – **daj nam znać!**

Skorzystaj z pomocy
Iwony Piwowarskiej-Olbert

tel.: 571 607 441

mail: i.piwowska@unilink.pl

▶▶
▶▶

175 LAT INNOWACJI I ZAANGAŻOWANIA SPOŁECZNEGO

WYWIAD Z ANNĄ LEWANDOWSKĄ, LIDEREM OBSZARU ESG ORAZ DYREKTOREM DZIAŁU ONKOLOGIA W PFIZER POLSKA



ANNA LEWANDOWSKA

Lider obszaru ESG
oraz Dyrektor Działu Onkologia w Pfizer Polska

W JAKI SPOSÓB POTRZEBY SPOŁECZEŃSTWA DEFINIUJĄ RYNEK? ZA CO BIZNES JEST ODPOWIEDZIALNY? CZY TO, CO JEST DOBRE DLA BIZNESU, JEST DOBRE DLA SPOŁECZEŃSTWA?

Potrzeby społeczeństwa, zwłaszcza w dziedzinie zdrowia, są kluczowe dla kształtowania rynku. Pfizer zawsze kierował się misją poprawy jakości życia pacjentów na całym świecie. Nasza 175-letnia historia innowacji, od produkcji penicyliny podczas II wojny światowej, przez rozwój statyn, aż po opracowanie szczepionki mRNA przeciw COVID-19, pokazuje nasze zaangażowanie w służbę pacjentom i walkę z globalnymi wyzwaniami zdrowotnymi. Wierzymy, że to, co jest dobre dla zdrowia społeczeństwa, jest również dobre dla biznesu.

JAK FIRMA MOŻE TWORZYĆ RÓWNOLEGLE WARTOŚĆ EKONOMICZNĄ, SPOŁECZNĄ I ŚRODOWISKOWĄ, CZYLI IDEĘ SHARED VALUE?

Pfizer uosabia ideę shared value, pokazując, że można równocześnie rozwijać wartość ekonomiczną, społeczną i środowi-

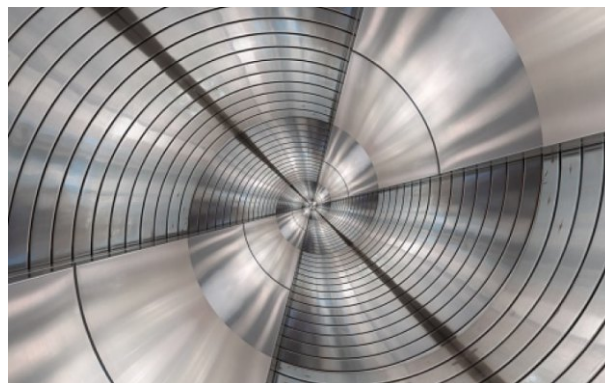
skową. Nasze innowacje, takie jak szczepionka mRNA przeciw COVID-19, przynoszą korzyści pacjentom i wspierają zrównoważony rozwój. Współpracujemy z organizacjami zdrowotnymi, aby przyspieszyć przejście na opiekę opartą na wartościach oraz eliminować niepewności związane z kosztami leczenia.

JAKIE DZIAŁANIA PODEJMUCIE, ABY WSPÓŁTWORZYĆ WARTOŚĆ WSPÓLNĄ Z ZARZĄDEM, PARTNERAMI I INTERESARIUSZAMI ORAZ WŁĄCZAĆ W TO KLIENTÓW I UŻYTKOWNIKÓW?

Nasze podejście do transformacji biznesowej obejmuje zaangażowanie zarządu, pracowników, pacjentów oraz szerokiego kręgu partnerów. Przykładem jest współpraca z organizacjami zdrowotnymi i edukacyjnymi, która przekłada się na poprawę standardów opieki zdrowotnej. Wdrażanie wartości Diversity, Equity & Inclusion (DEI) w naszą działalność pokazuje, że zrównoważony rozwój wymaga głębokiej integracji tych wartości. W Polsce współpracujemy z uniwersytetami i inkubatorami przedsiębiorczości, aby wspierać innowacje i rozwój młodych talentów.

POROZMAWIAJMY TERAZ O WASZYCH STANDARDACH RAPORTOWANIA ESG. JAKIE STANDARDY SĄ OBECNIE STOSOWANE I JAKIE SĄ WYZWANIA Z NIMI ZWIĄZANE?

Pfizer dostosowuje swoje raportowanie do międzynarodowo uznanych standardów ESG, takich jak SASB (Rada Standardów Rachunkowości Zrównoważonego Rozwoju), GRI (Globalna Inicjatywa Raportowania), TCFD (Grupa Robocza ds. Finansowych Ujawnień związanych z Klimatem) oraz SDG (Cele Zrównoważonego Rozwoju ONZ). Te standardy pozwalają na ujednoczenie i porównywalność danych, co jest kluczowe dla przejrzystości i odpowiedzialności.





JAKIE SĄ KLUCZOWE WSKAŹNIKI, KTÓRE PRZEDSIĘBIORSTWA POWINNY UWZGLĘDNIĆ PRZY POMIARZE REALIZACJI CELÓW ESG?

W ramach naszej polityki ESG skupiamy się na monitorowaniu kluczowych wskaźników, takich jak emisja CO₂, zarządzanie zasobami naturalnymi oraz polityka społeczna. Te wskaźniki są odzwierciedleniem naszych działań w zakresie zrównoważonego rozwoju i służą jako punkty kontrolne dla oceny postępów i efektywności wprowadzanych inicjatyw.

CZY INWESTORZY RZECZYWISTIE UWZGLĘDNIĄJĄ CZYNNIKI ESG W SWOICH DECYZJACH INWESTYCYJNYCH? JAKIE SĄ KORZYŚCI FINANSOWE ZWIĄZANE Z WPROWADZANIEM STRATEGII ESG DLA FIRM?

Inwestorzy coraz częściej zwracają uwagę na czynniki ESG przy podejmowaniu decyzji inwestycyjnych. Pfizer uzyskał wysoki poziom oceny w CDP Climate Change

Disclosure, co świadczy o naszym zaangażowaniu w zarządzanie ryzykiem związanym ze zmianami klimatycznymi i może być atrakcyjne dla inwestorów zainteresowanych zrównoważonym rozwojem. Taka przejrzystość podnosi zaufanie inwestorów i przyciąga inwestycje długoterminowe.

CO DLA FIRMY PFIZER OZNACZA OSIĄGNIĘCIE LEADERSHIP LEVEL W CDP CLIMATE CHANGE DISCLOSURE I JAKIE INNE KROKI PODEJMUCIE W ZAKRESIE MONITORINGU I RAPORTOWANIA?

Leadership Level w CDP Climate Change Disclosure podkreśla nasze zaangażowanie w przejrzystość. Pfizer monitoruje i raportuje swoje osiągnięcia w zakresie ESG, wykorzystując jasne wskaźniki i standardy. Obejmuje to redukcję emisji gazów cieplarnianych o 13,9% od 2019 roku, co jest dokumentowane w naszych raportach rocznych. Inwestujemy również w innowacyjne terapie i technologie zrównoważone, które mają mniejszy wpływ na środowisko, jak

nasza współpraca z Seagen Inc. w celu przyspieszenia rozwoju przełomowych terapii onkologicznych.

JAK PRZEJŚĆ Z KLASYCZNYCH MODELBI-BIZNESOWYCH NA MODELE ZRÓWNOWAŻONE? NA CZYM POLEGA POTRZEBA ZMIANY TOŻSAMOŚCI ORGANIZACJI, A NIE TYLKO POPRAWA JEJ WIZERUNKU?

Nasze podejście do transformacji biznesowej akcentuje fundamentalną zmianę zarówno modelu biznesowego, jak i kultury organizacyjnej. Kluczowym elementem jest zaangażowanie kierownictwa i wszystkich pracowników w proces zmiany. Wdrażanie wartości Diversity, Equity & Inclusion (DEI) w każdy aspekt naszej działalności pokazuje, że zrównoważony rozwój wymaga głębokiej integracji tych wartości. Dla Pfizer zmiany tożsamości firmy polega na autentycznym przyjęciu i praktykowaniu wartości DE&I na wszystkich szczeblach organizacji. Nasze zaangażowanie w różnorodność i włączenie jest widoczne w strukturach zarządczych na poziomie globalnym, co jest odzwierciedleniem naszych działań na rzecz równości i reprezentacji na wszystkich poziomach organizacji.

ANNA LEWANDOWSKA

Pełni funkcję Dyrektora Działu Onkologii oraz jest Członkiem Zarządu w Pfizer Polska. Posiada kilkunastoletnie doświadczenie w branży farmaceutycznej w obszarze marketingu, sprzedaży, refundacji i zarządzania projektami biznesowymi.



KRYZYS WIZERUNKOWY W BIZNESIE TO NIC INNEGO, JAK ŹLE ZARZĄDZONA TRUDNA SYTUACJA

WYWIAD Z ELWIRĄ JASTRZĘBSKĄ Z RK COMMUNICATION



ELWIRA JASTRZĘBSKA

Założycielka i dyrektor zarządzająca RK Communication

FIRMY NIE LUBIĄ PRZYGOTOWYWAĆ SIĘ DO KRYZYSÓW. Z DOSTĘPNYCH NA RYNKU BADAŃ PŁYNĄ NIEJEDNOZNACZNE DANÉ, ALE PRAKTYKA RYNKOWA WYRAŹNIE POKAZUJE, ŻE MAŁO KTÓRE PRZEDSIĘBIORSTWO JEST PRZYGOTOWANE DO ZARZĄDZANIA KRYZYSAMI WIZERUNKOWYMI. MA PANI POMYSŁ DLACZEGO?

Kryzys to pojemne słowo, ale w naszym codziennym rozumieniu kojarzy się z czymś dużym, ponadprzeciętnym. W mediach codziennie słyszymy o kryzysie na Bliskim Wschodzie, kryzysie klimatycznym czy finansowym. To nie są błahe rzeczy. Myślimy sobie więc, że kryzysy są zarezerwowane dla wielkich tego świata – najbardziej medialnych, najbardziej rozpoznawalnych, mających największe udziały w rynku, etc. – czyli dla dużych korporacji. Tymczasem kryzysy często dotyczą firmy MŚP, które zwykle myślą, że ich ten temat nie dotyczy. Oczywiście skala działalności zwiększa obszar narażenia na kryzysy, ale przedsiębiorcy w Polsce każdego miesiąca mierzą się z szeregiem trudnych sytuacji, które w taki – komunikacyjnie rozumiany – kryzys mogą się przerodzić. I wtedy okazuje się jednak, że warto mieć na to plan.

TO PRAWDA, PROWADZENIE BIZNESU W POLSCE TO DUŻE WYZWANIE, ZWŁASZCZA PRZY TAK CZĘSTO ZMIENIAJĄCYCH SIĘ REGULACJACH PRAWNYCH, ROSNĄCYCH KOSZTACH PRACY CZY ZAWIROWANIACH EKONOMICZNYCH. JAK WIĘC ZDECYDOWAĆ, CO JEST KRYZYSEM, A CO ZWYKŁĄ TRUDNOŚCIĄ?

To bardzo dobre pytanie. Moim zdaniem, kryzys wizerunkowy, poza czynnikami losowymi, jak pożary, klęski żywiołowe, etc., występuje właśnie wtedy, kiedy źle zarządzamy trudnymi sytuacjami, a informacje o nich wyjdą poza mury organizacji. Wszak cała istota zarządzania kryzysami polega na tym, by do nich nie dopuścić, być do nich dobrze przygotowanym, a kiedy już pojawiają się na horyzoncie – zdusić je w zarodku. Co istotne, większość tych trudnych sytuacji, poza zarządzaniem w płaszczyźnie operacyjnej, wymaga też zarządzania w warstwie komunikacyjnej. I tu u menagerów pojawia się często opór. Mamy tendencje do włączania działów komunikacji do projektów dopiero, gdy sytuacja nabrzmiewa i mamy mało czasu na działanie. Zachęcam, by robić to zdecydowanie wcześniej.

NIE DOCENIAMY ROLI KOMUNIKACJI W BIZNESIE?

Doceniamy. Jeśli chodzi o marketing, wsparcie sprzedaży, budowanie rozpoznawalności – tu nie mamy już wątpliwości. Każda firma, prędzej czy później, widzi taką potrzebę i znajduje na to środki. Kiedy jednak trzeba komunikować się w sytuacjach trudnych, jakoś o tym wątku zapominamy. Zasłaniamy się prawniczymi elaboratami, z których ciężko coś wynioskować, nabieramy wody w usta albo udajemy, że nic się nie stało. Każda z tych strategii jest, jak to mówią moi koledzy z kancelarii, co do zasady zła. Dlatego doceniam bardzo podejście tych prawników i kancelarii prawnych, które obok swoich usług rekomendują klientom jednoczesną współpracę z PR-em. Połączenie tych dwóch dziedzin i perspektyw naprawdę działa.

SKORO JESTEŚMY JUŻ PRZY WĄTKU PRAWNYM – RK COMMUNICATION OD DWÓCH LAT WCHODZI W SKŁAD GRUPY RK LEGAL. WCSZEŚNIEJ RÓWNIĘŻ INTENSYWNIE WSPÓŁPRACOWALI PAŃSTWO Z KANCELARIĄ. PO CO PRAWNIKOM WSPARCIE AGENCJI KOMUNIKACYJNEJ?

Kancelarie, podobnie jak spółki z każdej innej branży, muszą dziś walczyć o klienta. I to na bardzo konkurencyjnym rynku. Coraz częściej mają własne i to nawet kilk osobowe działy marketingu, które dbają o pozycjonowanie ekspertów i zwiększanie rozpoznawalności marki. I właśnie od tego moja współpraca z RK Legal się zaczęła. Niemniej jednak szybko okazało się, że nasz zespół komunikacji może być wsparciem także dla klientów RK Legal. To dlatego, że tematy w których wspieramy naszych klientów, często się przecinają – jest to np. wprowadzanie marek na rynek, zmiany w organizacjach, fuzje, przejęcia i nierzadko właśnie kryzysy. A kiedy prawnicy i specjaliści od komunikacji znają się, umieją ze sobą współpracować i mają do siebie zaufanie – wsparcie klienta jest zdecydowanie lepsze, wszechstronne i po prostu efektywne.

Z JAKIMI TRUDNYMI TEMATAMI ZWRACAJĄ SIĘ WIĘC DO PAŃSTWA FIRMY?

Przekrój takich sytuacji jest bardzo duży. Zwłaszcza że w ostatniej dekadzie obserwujemy znaczący wzrost aktywności konsumentów, ich rosnącej świadomości i poczucia wpływu. To samo dotyczy się pracowników. A teraz, kiedy Polska zaimplementuje wreszcie dyrektywę o sygnalistach, takich oddolnie generowanych, potencjalnie kryzysowych sytuacji będzie prawdopodobnie jeszcze więcej.

Rzeczywiście, najczęściej mamy do czynienia z mikrokryzysami – np. negatywnymi opiniami na portalach społecznościowych. Ich wpływ można zwykle zniwelować szybką i precyzyjną reakcją. Jednak są i takie historie, które rozchodzą się z szybkością błyskawicy – jak przypadek zwolnionej po macierzyńskim pracownicy x-kom, której tik-tokowy materiał stał się wiralem.

A POZA SOCIAL MEDIAMI? CO JEST GŁÓWNYM ŹRÓDŁEM KRYZYSÓW W FIRMI?

Nierzadko wspieramy komunikacyjnie klientów w sytuacji wypadków przy pracy, zmian w harmonogramach inwestycji, kontroli urzędów czy obsługi reklamacji, itp. Ostatnio dużo uwagi poświęcamy też kwestiom związanym z cyberbezpieczeństwem i ochroną danych osobowych – wyciek danych klientów to również duże zagrożenie dla wizerunku. Ale tak naprawdę ten katalog jest otwarty.

WARTO SIĘ PRZYGOTOWYWAĆ DO ZARZĄDZANIA TAKIMI TRUDNYMI TEMATAMI CZY LEPIEJ DZIAŁAĆ WTEDY, GDY JUŻ WYSTĄPIĄ?

Przygotowanie się do kryzysu wizerunkowego jest jak posiadanie ubezpieczenia – może nie będziemy musieli go użyć. Jeśli jednak coś się dzieje, cieszymy się, że je wykupiliśmy. Kryzysy mają to do siebie, że pojawiają się niespodziewanie i bez wcześniejszego ostrzeżenia. Organizacja,

która nie jest przygotowana, ryzykuje nie tylko utratę reputacji, ale także realne straty finansowe, odpływ klientów czy inwestorów. Mając wdrożone procedury, można szybciej i skuteczniej reagować, minimalizując negatywne skutki.

JAKĄ RADĘ DAŁABY PANI FIRMOM, KTÓRE ZASTANAWIAJĄ SIĘ CZY WDRÓŻENIE PROCEDUR KRYZYSOWYCH TO TEMAT DLA NICH?

Firmy często obawiają się, że wdrożenie procedur kryzysowych to czasochłonny i kosztowny proces. Tymczasem, zwłaszcza w MŚP, jest to ćwiczenie, które porządkuje wiele obszarów i pozwala spojrzeć na organizację trochę z zewnątrz. Wbrew pozorom, niewiele mamy okazji, by spotkać się wewnątrz organizacji, otwarcie porozmawiać o ryzykach, zidentyfikować je i zastanowić się nad scenariuszami działań. A to ważne nie tylko z komunikacyjnej, ale i operacyjnej strony. Często na przykład w ramach takich działań odkrywamy, że RODO owszem zaimplementowaliśmy trzy czy cztery lata temu, ale od tamtej pory nigdy nie zrobiliśmy audytu naszych procedur, ani audytu procesów, którym te dane powierzamy.

Najbardziej przemawiające są jednak liczby. Jeśli policzymy, ile kosztuje strata ważnego klienta, kontrahenta, dostawcy czy inwestora, jak wysoka może być pula odszkodowań czy kar od urzędów, to zawsze taka inwestycja się opłaca.

ELWIRA JASTRZĘBSKA

Założycielka i dyrektor zarządzająca RK Communication – agencji PR wchodzącej w skład grupy RK Legal. Agencja pomaga kancelariom prawnym oraz ich klientom m.in. w tworzeniu strategii komunikacyjnych i marketingowych, budowaniu profesjonalnego wizerunku, projektowaniu dokumentów prawnych (legal design) oraz komunikacji kryzysowej.



WRACAJĄ DO BIUR, ABY POROZMAWIAĆ PRZY PIŁKARZYKACH

EUGENIA LITREEVA, DYREKTOR GENERALNA TENGO DESIGN O NAJNOWSZYCH TRENDACH W PROJEKTOWANIU WNĘTRZ



EUGENIA LITREEVA
Dyrektor generalna TENGO DESIGN

CZY MOŻESZ OPISAĆ W KILKU SŁOWACH, CZYM ZAJMUJE SIĘ WASZA FIRMA?

Tengo Design to doświadczona firma, która specjalizuje się w projektowaniu i aranżacji przestrzeni biurowych, restauracyjnych, hotelowych i mieszkalnych. Oferujemy kompleksowe usługi – od dostarczenia wysokiej jakości mebli renomowanych marek, po nadzór nad pracami budowlanymi. Nasze nowe biuro w centrum Warszawy pełni również funkcję showroomu, gdzie można zobaczyć produkty takich marek jak Hay, Framery, Narbutas, Profim, Vzor czy Noti.

JAKIE WYZWANIA NAPOTYKACIE, PROJEKTUJĄC WNĘTRZA BIUROWE W CZASACH, GDY PRACA HYBRYDOWA STAJE SIĘ NORMĄ?

Projektowanie wnętrz w czasach pracy hybrydowej to spore wyzwanie. Biura muszą teraz być bardziej elastyczne, dopasowane do różnych potrzeb i sposobów pracy. Kluczowe jest stworzenie przestrzeni, która sprzyja współpracy i tak zwanym brainstormom, ale jednocześnie zapewnia miejsca do spokojnej, skoncentrowanej pracy. Ważne jest też, by biura były atrakcyjne, tak by zachęcały pracowników do powrotu z pracy zdalnej.

CZYM WYRÓŻNIAJĄ SIĘ PROJEKTY TENGO DESIGN NA TLE INNYCH FIRM ZAJMUJĄCYCH SIĘ ARANŻACJĄ WNĘTRZ KOMERCYJNYCH?

Po pierwsze, zespół Tengo Design pracuje w nowoczesnym programie Revit, który pozwala nam na dokładne i efektywne projektowanie w technologii BIM. To nie tylko oszczędza czas, ale i minimalizuje błędy, co pozwala bardzo dokładnie określić niezbędną ilość materiałów i trzymać budżet pod kontrolą przy dużej realizacji. Nasi klienci mogą też zobaczyć projekt aranżacji wnętrza na fotorealistycznych wizualizacjach.

Po drugie, współpracujemy zarówno z uznanymi międzynarodowymi producentami, jak i miejscowymi wytwórcami. Dzięki temu łączymy globalne trendy z unikalnymi, lokalnymi rozwiązaniami, dbając jednocześnie o zrównoważony rozwój.

JAKIE KORZYŚCI MOGĄ ODNIEŚĆ FIRMY DECYDUJĄCE SIĘ NA WSPÓŁPRACĘ Z TENGO DESIGN PRZY PROJEKTOWANIU PRZESTRZENI BIUROWYCH?

Firmy mogą liczyć na kompleksowe podejście do projektowania, które uwzględni ich unikalne potrzeby i cele. Nasze projekty są dostosowane do specyfiki działalności klienta, co przekłada się na większą efektywność i komfort pracy. Oferujemy także rozwiązania, które wspierają zrównoważony rozwój i zdrowie użytkowników, co może być istotnym atutem dla pracodawców.

CZY JEST JAKIŚ PROJEKT, Z KTÓREGO JESTEŚCIE SZCZEGÓLNIE DUMNI?

Tak, mamy wiele projektów, z których jesteśmy dumni. Projektujemy wnętrza zarówno dla klientów indywidualnych, małych firm, jak i dla branżowych potentatów. Na przykład projekt biura EPAM w Krakowie, o powierzchni 8500 m², mógłby być naszą wizytówką. Tam udało się połączyć funkcjonalność z nowoczesnym designem i elementami sprzyjającymi kreatywnej pracy. Wyróżnia się on nie tylko estetyką, ale także innowacyjnymi rozwiązaniami, które przyczyniły się do lepszej atmosfery w miejscu pracy. W związku z tym projektem zostaliśmy zresztą nominowani do prestiżowej nagrody „Najciekawsze biura tego półrocza: 12 projektów z Polski”.

JAKIE TRENDY W PROJEKTOWANIU WNĘTRZ KOMERCYJNYCH UWAŻACIE ZA NAJWAŻNIEJSZE W NADCHODZĄCYCH LATACH?

W nadchodzących latach kluczowe będą trendy związane ze zrównoważonym rozwojem i tworzeniem przytulnych,



domowych biur, które zwiększają komfort pracy. Ważne będzie też dbanie o zdrowie pracowników, na przykład poprzez elektronicznie regulowane biurka. Warto zapewnić pracownikom rozrywkę – kilka minut przy piłkarzykach czy luźne rozmowy przy kawie mogą zainspirować do kreatywnych pomysłów i poprawić efektywność pracy.

CZYLI MÓWISZ, ŻE PRZY STOLE DO PIŁKARZYKÓW MOGĄ POWSTAĆ PRZEŁOMOWE DLA FIRMY POMYSŁY?

Dokładnie tak! Stoły do piłkarzyków, ping-pong, pokoje relaksu czy nawet huśtawki w biurze mogą sprzyjać kreatywności i integracji zespołu. W luźnej atmosferze rodzą się często najlepsze pomysły. Nawet jeśli brakuje przestrzeni, można ją sprytnie wykorzystać – na przykład przekształcając salę konferencyjną w miejsce spotkań przy planszówkach czy oglądania meczu. Ważne, by myśleć o tym już na etapie projektowania wnętrza, by całość była spójna i estetyczna.

CO DORADZILIBYŚCIE FIRMOM, KTÓRE ZASTANAWIAJĄ SIĘ NAD ZMIANĄ WYSTROJU LUB REMONTEM SWOJEGO BIURA? A MOŻE NAWET PRZEPROWADZKĄ DO NOWEJ LOKALIZACJI?

Jeśli planujecie przeprowadzkę, nie bójcie się poprosić o pomoc projektanta wnętrz. Zadbamy o estetykę, funkcjonalność i akustykę przestrzeni, co jest kluczowe dla komfortu pracy. Zapraszamy do skorzystania z darmowego, wstępnego planowania biura. To analiza możliwości przestrzeni, która ułatwi podjęcie decyzji, pomoże porównać kilka lokalizacji i ocenić potencjał nowego biura. Na tej podstawie możemy również przygotować wstępny budżet na remont i umeblowanie. Po podpisaniu umowy najmu, realizujemy projekt razem z klientem, dbając przy tym o zrównoważony rozwój i ekologiczne materiały.

NO TAK, AKUSTYKA W BIURZE... ZWYKLE JEST TAM DOŚĆ GŁOŚNO, SZCZEGÓLNIIE W DUŻYCH OPEN SPACE'ACH.

Często jest głośno, ale wcale nie musi tak być. Istnieje wiele sposobów na realne zmniejszenie poziomu hałasu. Odpowiednia aranżacja przestrzeni, dobrze dobrane meble i dodatkowe rozwiązania akustyczne mogą znacząco poprawić komfort pracy, pomagając w koncentracji i pozytywnie wpływając na samopoczucie.

W ostatnich latach budki akustyczne zyskują na popularności. To niewielkie, mobilne pomieszczenia, które zapewniają ciszę i komfort w dowolnym miejscu biura. Wystarczy podłączyć je do prądu, by od razu cieszyć się ich zaletami – wentylacją, miejscami do siedzenia i nawet specjalnym oświetleniem, które świetnie sprawdza się podczas wideokonferencji. Framery, lider w tej branży, oferuje budki dla jednej lub kilku osób, dostosowane do różnych potrzeb firm.

Choć Framery to marka premium, dbamy

o komfort nie tylko dużych firm, ale też młodych start-upów. Dlatego uruchomiłmy usługę wynajmu budek akustycznych na okres od trzech miesięcy do roku. Płacisz niewielki abonament i korzystasz z produktu najwyższej jakości.

CZY NAJWIĘKSZYM WYZWANIEM JEST POGODZENIE WSZYSTKICH WYMAGAŃ KLIENTA Z JEDNOCZESNYM ZAPEWNIENIEM KOMFORTU PRACOWNIKOM?

Musimy się też zmieścić w ustalonym budżecie. Tak, naszym zadaniem jest stworzenie biura, które będzie maksymalnie efektywne dla biznesu, aby każdy metr kwadratowy był wykorzystany optymalnie. Dbamy o to, aby pracownicy mieli wygodne warunki do pracy, nadążające za współczesnymi trendami. Nowoczesne biura muszą być elastyczne i dostosowane do pracy stacjonarnej i spotkań online.

Odwiedzenie naszego showroomu, gdzie można przyjść i zobaczyć na żywo przykłady różnych stref oraz przetestować meble, odgrywa dużą rolę w podejmowaniu decyzji przez klientów.

EUGENIA LITREEVA

Dyrektor generalna TENGO DESIGN. W branży budowlanej od 14 lat. Swoje doświadczenie zdobywała przechodząc kolejno przez wszystkie szczeble kariery, dzięki czemu na swoim stanowisku wykorzystuje znajomość wszystkich etapów procesu budowlanego. W swojej pracy kieruje się przekonaniem, że potencjałem firmy projektowej jest stabilny i doświadczony zespół oraz kreatywne podejście do wyzwań projektowych. Współpracuje z kluczowymi klientami oraz koordynuje strategiczne projekty na terenie całego kraju.



RÓWNOŚĆ I PRZEDSIĘBIORCZOŚĆ

MARTA ŻYCIŃSKA, DYREKTORKA GENERALNA POLSKIEGO ODDZIAŁU MASTERCARD EUROPE, O WSPIERANIU KOBIET NA NAJWYŻSZYCH STANOWISKACH



MARTA ŻYCIŃSKA

Dyrektorka generalna polskiego oddziału Mastercard Europe

CO POWODUJE BRAK AWANSÓW WIĘKSZEJ LICZBY KOBIET NA NAJWYŻSZE STANOWISKA?

Udział kobiet na stanowiskach kierowniczych w Polsce przedstawia się dość optymistycznie – wynosi 43%, podczas gdy średnia w Unii Europejskiej to 35% – wynika z danych Polskiego Instytutu Ekonomicznego za 2023 rok. Inaczej jest jednak w przypadku **najwyższych stanowisk w firmach**. Według tego samego źródła, reprezentacja kobiet w zarządach spółek giełdowych oscyluje wokół 24% (średni wskaźnik dla UE to 32%). Dane 30% Club Poland pokazują, że na koniec 2022 r. udział kobiet w zarządach i radach nadzorczych w 140 największych spółkach notowanych na warszawskiej giełdzie wyniósł tylko 17%. Co więcej, tempo zmiany tego wskaźnika jest niepokojąco wolne – wzrost zaledwie 0,6 pp.

względem roku poprzedniego. Możemy upatrywać wiele przyczyn takiej sytuacji, które mają swoją genezę także w czynnikach społeczno-kulturowych i wciąż występującej dyskryminacji kobiet w biznesie i na rynku pracy. W badaniu 30% Club na przykład, 55% respondentów zauważa, że **wymagania stawiane wobec kobiet są wyższe** niż wobec mężczyzn na równorzędnych stanowiskach. Wyniki naszych badań także uwydatniły potrzebę wspierania równości płac i przedsiębiorczości wśród kobiet oraz przeciwdziałania stereotypowemu postrzeganiu roli kobiet w społeczeństwie. Problemem nie jest brak wiedzy czy kompetencji, ale kwestia **norm i oczekiwań społecznych**, jak również brak mechanizmów regulacyjnych, które będą wspierały np. powrót kobiet do pracy po urodzeniu dziecka. Istotną rolę w poprawie sytuacji mogą odegrać miejsca pracy i organizacje

80% Polek czuje się niezależnymi finansowo



Zdaniem **82%** Polek poczucie niezależności finansowej buduje w nich **możliwość zarabiania własnych pieniędzy**



Dla **65%** Polek uzyskanie niezależności finansowej jest **największą aspiracją w życiu**

Ponad połowa Polek twierdzi, że **samodzielność finansową osiągnęła przed 24 rokiem życia (57%)**



Polki, które nie czują się stabilnie finansowo (**20%**), przyznają, że głównym powodem takiej sytuacji są **niewystarczające zarobki, przez co muszą liczyć na wsparcie innych (47%)**



społeczne. Jedną z zmian powinna dotyczyć wzmocnienia u kobiet poczucia pewności zawodowej i stymulowania wśród nich przedsiębiorczości – po to, aby kobiety odważniej konkurowały na rynku pracy i były nastawione na przejmowanie najwyższych stanowisk w firmach.

CZY LUKA PŁACOWA ISTNIEJE, A JEŚLI TAK, TO GDZIE JEST ONA NAJMOCNIEJ WIDOCZNA?

Według danych Eurostatu za 2023 r., luka płacowa między kobietami i mężczyznami w krajach Unii Europejskiej wynosi około **13%** i przez ostatnie dekady zmniejszyła się minimalnie. Polska na tym tle wypadła nieco pozytywniej, z różnicą wynagrodzeń na poziomie **4,5%**, co jednak, według niektórych ekspertów, może nie odzwierciedlać **realnych rozmiarów problemu**. Sytuacja finansowa kobiet może być trudniejsza nie tylko ze względu na dyskryminację płacową, ale także z tego powodu, że kobiety częściej niż mężczyźni pracują w zawodach i branżach słabiej opłacanych, są niedoreprezentowane w grupie stanowisk kierowniczych, a z powodu obowiązków rodzicielskich częściej pracują na część etatu oraz mają dłuższe przerwy w pracy zawodowej, chociażby ze względu na urlopy macierzyńskie i rodzicielskie. To wszystko przekłada się na różnice w wynagrodzeniach, jak również rozwój kariery zawodowej, wreszcie na poczucie niezależności finansowej i osobistej kobiet. W naszym badaniu, **37%** an-

kietowanych Polek przyznało, że **nierówności zarobkowe negatywnie oddziałują na dobrobyt finansowy kobiet**. To jeden z najsłabszych wyników w Europie. Co więcej, odpowiedzi respondentek zwróciły również uwagę na inny problem – zdaniem Polek ani pracodawcy, ani państwo nie robią wystarczająco dużo, aby poprawić tę sytuację. Tylko 29% Polek ma poczucie, że ich miejsca pracy dbają o korzystną politykę wspierającą budowanie niezależności finansowej kobiet – mowa tu np. o równości płac, ułatwianiu dostępu do doradców finansowych czy ustalaniu korzystnych zasad emerytalnych. **W Mastercard luka płacowa nie występuje**. W tym celu corocznie badamy poziom wynagrodzeń, aby wykluczyć ewentualne rozbieżności płacowe. Zachęcamy również inne firmy **do ustalenia konkretnej siatki płac i przejrzystych zasad awansowania**, by minimalizować ryzyko dyskryminacji. Już nie raz udowodniliśmy, że biznes może być inicjatorem wielkich zmian, a małe kroki, które podejmujemy w naszych organizacjach i domach mogą mieć duże przełożenie na społeczeństwo i naszą rzeczywistość.

CZY W POLSCE NADAL PANUJE STEREOTYPY, KONSERWATYWNY PODZIAŁ RÓL ZE WZGLĘDU NA PŁEĆ? JAK PRZEKŁADA SIĘ ON NA KARIERY ZAWODOWE Kobiet?

Badanie Mastercard, które przeprowadziliśmy w 2022 r. pokazało, że **Polki**, w porównaniu z reprezentantkami pozostałych

ankietowanych krajów europejskich, są **bardziej samodzielne, niezależne i nastawione na partnerskie relacje** zarówno w związku, jak i w miejscu pracy. **80%** ankietowanych Polek potwierdziło, że **czuje się niezależna finansowo** – to najczęściej spośród wszystkich 12 krajów europejskich, które wzięły udział w naszym badaniu. Jednocześnie, te same respondenci przyznają, że największymi barierami, które stają Polkom na drodze do niezależności są nierówności zarobkowe oraz wyzwania wynikające z konieczności łączenia ról w życiu zawodowym i prywatnym. To oznacza, że problem dotyka wielu kobiet planujących lub rozwijających swoje kariery zawodowe. Przed nami niestety jeszcze daleka droga, aby krzywdzące obie płci stereotypy odeszły do lamusa. Tym ważniejsze jest, aby jak najczęściej mówić o tym w debacie publicznej i edukować młode pokolenia. Trzy czwarte badanych, którzy wzięli udział w badaniu ThankTank i Bigram sądzi, że aby wesprzeć kobiety w osiąganiu sukcesu, należy przede wszystkim **zwalczyć szkodliwe stereotypy** funkcjonujące w społeczeństwie. Moim zdaniem istotne znaczenie ma również promowanie inicjatyw nastawionych na **równy podział obowiązków domowych**. Pracodawcy powinni również pomagać pracownikom łączyć obowiązki zawodowe z życiem prywatnym, czyli tworzyć taką kulturę w organizacji, która będzie sprzyjać równości w pracy i równości w domu. Jako mama trójki dorastających synów

nie raz przekonałam się o tym, że nasze życie prywatne oddziałuje na sprawy zawodowe i odwrotnie, dlatego warto wychodzić naprzeciw tym potrzebom i wyzwaniom.

JAK PRZEDSTAWIA SIĘ OBECNIE SYTUACJA KOBIET W TWOJEJ BRANŻY? CZY POSIADAJĄ ONE NIEZBĘDNE WSPARCIE, ABY W PRZYSZŁOŚCI OSIĄGNĄĆ SUKCES PODOBNY DO TWOJEGO?

Sektor finansowy pod wieloma względami jest **jednym z liderów różnorodności w biznesie**. Odsetek zatrudnionych w nim kobiet wynosi ponad **60%** wszystkich pracowników. Dla porównania, udział kobiet w rynku pracy, na tle całej populacji, kształtuje się na poziomie około 50%. Udział kobiet w kierownictwie spółek finansowych to niemal 25%. Jednocześnie jest to jedyna branża, w której udział kobiet w radach nadzorczych i zarządach przekroczył jedną piątą¹. Z naszych obserwacji wynika, że coraz więcej organizacji – zwłaszcza dużych – dba o to, aby zapewnić swoim pracownikom i pracowniczkom równe wsparcie na drodze do sukcesu. Powodem jest nie tylko presja społeczna i kwestie wizerunkowe – **różnorodność po prostu opłaca się biznesowo**, a efektywne zarządzanie różnorodnością i równością pozytywnie wpływa na relacje, wzmacnia kulturę organizacji, co finalnie przekłada się na wyniki finansowe, jak potwierdza badanie Harvard Business Review i firmy McKinsey. Na sukces składa się wiele elementów – indywidualnych, czasem nawet niezależnych od nas. Jednak wydaje mi się, że coraz mniej formalnych barier i przeszkód stoi na drodze ku temu, aby kobiety osiągały zawodowy sukces. To, co dla wielu kobiet wciąż stanowi największe wyzwanie, to przeciwstawienie się stereotypowym oczekiwaniom społecznym, ale także równy podział obowiązków w domu.

CZY KOBIETY SĄ OTWARTE NA NOWE TECHNOLOGIE? JAK SOBIE RADZĄ Z PRZYSWAJANIEM I WYKORZYSTYWIANIEM NOWINEK?

Generalnie Polacy są otwarci na nowości technologiczne i wyróżniają się wysokim poziomem wykorzystania innowacji – również w płatnościach, a w naszych

danych nie widzimy różnic wynikających z płci. Warto przy tej okazji natomiast przywołać nasze badanie, które pokazało, że **Polki doceniają znaczenie rozwiązań technologicznych** w zarządzaniu finansami, a technologia odgrywa kluczową rolę w ich codziennych sprawach finansowych. Polki, na tle Europejki, wyróżniają się również **wysokim poziomem wykorzystania usług bankowości internetowej oraz aplikacji bankowych** – zwłaszcza tych wspierających zarządzanie finansami i oszczędzanie. Może to wynikać z faktu, że ponad połowa Polek (51%) samodzielnie zarządza domowym budżetem i potrzebuje do tego celu efektywnych narzędzi cyfrowych². Nasze badanie pokazało również, że Polki pozytywnie oce-

niają swoją wiedzę w wielu aspektach finansowych. Są gotowe również do tego, aby ją poszerzać. Co może niepokoić, to fakt, że **finanse to często temat tabu wśród niektórych kobiet**. 35% ankietowanych Polek przyznało, że w dzieciństwie nikt nigdy nie rozmawiał z nimi o sprawach finansowych. Istotna jest zatem **zmiana percepcji**, nie tylko w temacie finansów, ale również wielu innych obszarach, które stereotypowo omijały kobiety. Wspierajmy zatem otwartą postawę względem finansów i technologii oraz zachęcajmy kobiety, a także dziewczynki od najmłodszych lat, do tego, aby częściej widziały się w tych obszarach.

¹ Dane 30% Club na koniec 2022 r.

² Badanie Mastercard, Kobiety i Finanse, 2023

KOBIECY I FINANSE – JAK POLKI POSTRZEGAJĄ SWOJĄ POZYCJĘ FINANSOWĄ

Tylko 15% Polek przyznaje, że ma całkowitą kontrolę i sprawczość finansową, a 57% osiągnęło ten status „w pewnym stopniu”

-  **43%**
Polek zgłasza brak pewności siebie w podejmowaniu decyzji finansowych
-  **29%**
twierdzi, że ich miejsca pracy dbają o korzystną politykę wspierającą dobrobyt finansowy kobiet, m.in. poprzez równe płace
-  **37%**
respondentek uważa, że nierówności zarobkowe negatywnie oddziałują na pozycję finansową kobiet
-  **28%**
Polek jest zdania, że normy i oczekiwania społeczne kształtują sposób, w jaki kobiety postrzegają finanse
-  **34%**
zauważa, że brakuje rządowych programów wspierających dobrostan finansowy kobiet



O badaniu:
Badanie Mastercard „Kobiety i Finanse 2024” przeprowadzono w styczniu 2024 r. Wśród 12 146 respondentek i respondentów w 12 krajach europejskich w tym w Polsce. Dane na grafice prezentują deklaracje polskich respondentek.



MARTA ŻYCIŃSKA

Dyrektorka generalna polskiego oddziału Mastercard Europe od maja 2023 roku, odpowiada za rozwój biznesu i realizację strategii firmy w kraju. Z Mastercard związana od 8 lat, wcześniej kierowała działem marketingu w Polsce, a następnie została wiceprezeską ds. marketingu i komunikacji na Europę Środkowo-Wschodnią. Wcześniej pracowała w Grupie PZU i Orange. Jest laureatką nagród Effie i Cannes Lions, mentorką w obszarze DEI. Absolwentka Brock University i MBA z Oxford Brookes University. Pasjonuje się językiem angielskim, medycyną i narciarstwem oraz łączy karierę z wychowywaniem trzech synów.



Mostostal
WARSZAWA

BUDUJEMY PRZYSZŁOŚĆ.

Jesteśmy liderem w realizacji inwestycji
w kluczowych segmentach rynku budowlanego.

**Od blisko 80 lat budujemy przyszłość z zaangażowaniem
oraz pasją, w trosce o jakość życia kolejnych pokoleń.**

www.mostostal.waw.pl



DOBROSTAN PRACOWNIKÓW MA ZNACZENIE

WYWIAD Z PIOTREM SZOSTAKIEM, DYREKTOREM ZARZĄDZAJĄCYM
DS. STRATEGII I ROZWOJU PRODUKTU W BENEFIT SYSTEMS



PIOTR SZOSTAK

Dyrektor zarządzający ds. strategii i rozwoju produktu,
Benefit Systems

Firmy coraz więcej uwagi poświęcają dobrostanowi zespołów. To z jednej strony konieczność, podążająca za aktualnymi potrzebami pracowników, a z drugiej przejaw społecznej odpowiedzialności i świadomości firm, a także inwestycja w ich potencjał biznesowy – mówi Piotr Szostak, dyrektor zarządzający ds. strategii i rozwoju produktu w Benefit Systems.

DLACZEGO DOBROSTAN STAJE SIĘ OBECNIE CORAZ WAŻNIEJSZYM TEMATEM WŚRÓD FIRM?

Pandemia COVID-19 zmusiła nas wszystkich – zarówno pracowników, jak i pracodawców – do zredefiniowania prioryte-

tów. Na pierwszy plan wysunęła się troska o kondycję psychiczną oraz utrzymanie równowagi między życiem zawodowym i prywatnym. Starzenie się społeczeństwa, a co za tym idzie także kadry pracowników, sprawia, że coraz ważniejsze staje się utrzymanie sprawności ciała i umysłu dzięki profilaktyce – regularnej aktywności fizycznej, zdrowej diecie, regeneracji i cyklicznym badaniom. Żyjemy coraz dłużej, ale za to w ciągłej presji wywołanej przez polikryzys. Wojny, kryzys gospodarczy, katastrofa klimatyczna, globalizacja czy nieograniczony rozwój technologii wywołują lęk przed tym, co przyniesie jutro i niekorzystnie oddziałują na jakość życia i samopoczucie ludzi. Aby funkcjonować w czasach VUCA – w nieprzewidywalnym, złożonym, niejednoznacznym i niepewnym otoczeniu – musimy budować nowe kompetencje. W obliczu wszystkich wspomnianych wyzwań, jedną z najbardziej istotnych kompetencji przyszłości staje się dbanie o całościowy dobrostan (wellbeing). Jego niewystarczający poziom to dziś rosnący problem społeczny i pracowniczy, który rezonuje w różnych obszarach naszego życia. We wsparciu wellbeingu biznes odgrywa niezwykle istotną rolę, tworząc zarówno produkty i usługi, jak i środowisko pracy, które wpływają na dobrostan ludzi. Coraz więcej organizacji dostrzega tę perspektywę.

W JAKIEJ KONDYCJI JEST ZATEM DOBROSTAN POLAKÓW?

Nienajlepszej. Ponad 60 proc. mieszkańców Polski przyznaje, że ich dobrostan mierzony w sześciu kluczowych obszarach, tj. zdrowie psychiczne i fizyczne, komfort życia, wewnętrzny spokój, relacje międzyludzkie oraz kontakt z naturą, wypada co najwyżej średnio. To dane płynące z tegorocznego raportu „Dobrostan Polek i Polaków”, opracowanego przez infuture.institute na zlecenie Benefit Systems. Najczęściej o niedostatecznym poczuciu dobrostanu mówią osoby w przedziale wiekowym 35-44 lata. Dwadzieścia jeden proc. z nich przyznało, że ich dobrostan jest na bardzo niskim i niskim poziomie. Jest to grupa, która stanowi dziś trzon siły roboczej w Polsce, bo jak wynika z danych GUS, średnia wieku pracowników wynosi obecnie nieco ponad 42 lata. Tym bardziej, temat wellbeingu powinien interesować pracodawców i w wielu przypadkach tak się dzieje.

JAKIE ZNACZENIE DLA ORGANIZACJI MA DOBROSTAN ZESPOŁÓW?

Światowa Organizacja Zdrowia (WHO) oszacowała, że globalne straty wynikające z niedostatecznej dbałości o dobrostan pracowników, manifestujące się w postaci zmniejszonej

efektywności i absencji, osiągają rocznie poziom około 2,5 biliona dolarów. Kompleksowe wsparcie pracowników pozwala więc z jednej strony ograniczyć koszty, a z drugiej jest inwestycją, zwiększającą potencjał biznesowy i konkurencyjność organizacji. Zgodnie z analizami Instytutu Gallupa, pracownicy zatrudnieni w firmach, które wspierają ich ogólny dobrostan przyznają, że są mniej skłonni do zmiany pracy (69 proc.) czy narażeni na wypalenie zawodowe (71 proc.). Jednocześnie pięciokrotnie częściej są w stanie polecać pracę w zatrudniającej ich firmie i wykazują wyższy poziom zaufania do liderów organizacji. Są też trzykrotnie bardziej zaangażowani w rzetelne wykonywanie swojej pracy. Z kolei zespoły, które mają poczucie, że funkcjonują w organizacjach dbających o wellbeing, budują większe zaangażowanie po stronie klientów czy rentowność.

CZY PRACODAWCY WIEDZĄ JAK SKUTECZNIE WSPIERAĆ DOBROSTAN?

W sondażu dziennika Rzeczpospolita, przeprowadzonym wśród polskich pracodawców, połowa wskazała, że w 2024 roku wprowadziła lub zamierza wprowadzić świadczenie wspierające wellbeing pracowników. Tego typu dane wskazują, że pracodawcy poszukują rozwiązań wzmacniających dobrostan. Niemniej wciąż wielu z nich uczy się właściwego podejścia do podejmowania tego tematu w organizacjach. Kluczem do efektywności w tym zakresie nie są punktowe działania, a kompleksowa strategia, która z jednej strony obejmuje inkluzywną i zdrową kulturę organizacyjną, a z drugiej rozwiązania wspierające różne obszary wellbeingu, takie jak zdrowie fizyczne,

psychiczne, rozwój osobisty i zawodowy czy finanse – tu z odpowiedzią przychodzi benefity pozapłacowe. Aby wspierać pracodawców w holistycznej opiece nad dobrostanem stworzyliśmy w Benefit Systems ekosystem produktów, na który składają się program MultiSport, kafeeteria MyBenefit i najnowsza w naszym portfolio platforma MultiLife. MultiLife z jednej strony skupia się na wsparciu zdrowia i budowaniu zdrowych nawyków użytkowników, a z drugiej na rozwoju ich kompetencji osobistych i zawodowych. Oferuje dostęp do konsultacji z ekspertami (m.in. z psychologiem, dietetykiem, trenerem finansowym czy lektorem), możliwość wykonania badań profilaktycznych czy skorzystania z ogromnej bazy szkoleń i kursów. Wszystkie funkcjonalności platformy zostały skatalogowane według celów, jakie stawiać mogą sobie jej użytkownicy. Sama platforma MultiLife staje się dziś asystentem, który pomaga również określić te cele, a następnie efektywnie je realizować i analizować postępy. To zupełnie innowacyjne podejście do tematu wellbeingu, które osiągnęliśmy m.in. dzięki wprowadzeniu wskaźnika Wellbeing Score.

CZYM DOKŁADNIE JEST WELLBEING SCORE I JAK DZIAŁA?

Jest to narzędzie analityczne – badanie, powiązane z platformą MultiLife, które pozwala na zmierzenie dobrostanu w sześciu kluczowych wymiarach – zdrowia fizycznego, psychicznego, komfortu życia, wewnętrznego spokoju, relacji z innymi i kontaktu z naturą. Wskaźnik wykorzystywany jest zarówno na poziomie indywidualnym, gdzie każdy pracownik może zmierzyć osobisty poziom dobrostanu,

jak i na poziomie ogólnofirmowym. Badanie pomaga w rozpoznaniu potrzeb, a tym samym ułatwia celny dobór narzędzi wspierających wellbeing. Wykonywane cyklicznie pozwala obserwować puls dobrostanu w organizacji i umożliwić ocenę zastosowanych rozwiązań.

ANALITYKA I KOMPLEKSOWE PODEJŚCIE DO DOBROSTANU, TO SYGNAŁY, KTÓRE UWIDACZNIĄ DOJRZEWANIE IDEI WELLBEINGU I JEJ CORAZ BARDZIEJ PRAGMATYCZNY CHARAKTER. CZY PODEJŚCIE DO TEGO TEMATU BĘDZIE DALEJ EWOLUOWAĆ?

Mam taką nadzieję. Nie jesteśmy w stanie przewidzieć kolejnych wyzwań, jakie przyniosą nadchodzące miesiące czy lata, ale te trudności z pewnością się pojawią, czy to w postaci kolejnych kryzysów, nowinek technologicznych, czy zmian w sposobie pracy i funkcjonowaniu firm. Stąd, myśląc o wspieraniu wellbeingu, powinniśmy stawiać przede wszystkim na profilaktykę, wyprzedzając wyzwania. Kluczowe jest w tym zakresie nieustanne poszerzanie kompetencji, w tym budowanie rezyliencji, czyli odporności psychicznej i umiejętności radzenia sobie w trudnej i zmiennej rzeczywistości, a także wzmacnianie zdrowego stylu życia. Do głosu dochodzi tu idea lifelong learning i przesłanie Alvina Trofflera, który powiedział, że „Analfabetą XXI w. nie będzie już ten, kto nie potrafi czytać ani pisać. Analfabetą będzie ten, kto nie potrafi się uczyć, potem oduczać, a następnie znowu uczyć”. Wierzę, że tego wymaga od nas efektywne i nowoczesne podejście do dobrostanu, a umiejętności adaptacyjne są niezbędną kompetencją w tak dynamicznie zmieniającym się świecie.

PIOTR SZOSTAK

Dyrektor zarządzający ds. strategii i rozwoju produktu w Benefit Systems. Odpowiada za strategię i rozwój produktów w obszarze Wellbeing, tj. MultiLife i MultiSport w Benefit Systems. Praktyk z ponad 25-letnim doświadczeniem w tworzeniu i zarządzaniu produktami cyfrowymi oraz firmami technologicznymi.



NOWOCZESNOŚĆ CZY TRADYCJA, DESIGN CZY FUNKCJONALNOŚĆ – JAKIE SĄ TAJEMNICE SUKCESU KFA ARMATURA?

WYWIAD Z MAGDALENĄ TOKARCZYK-CYRAN, PREZES ZARZĄDU KFA ARMATURA



MAGDALENA TOKARCZYK-CYRAN
Prezes Zarządu KFA Armatura

MAGDALENO, ZARZĄDZASZ FIRMĄ Z PONAD STULETNIĄ TRADYCIĄ. JAKIE BYŁY TWOIM ZDANIEM NAJWAŻNIEJSZE MOMENTY W JEJ HISTORII, KTÓRE UKSZTAŁTOWAŁY DZISIEJSZY WIZERUNEK MARKI?

Na szczęście nie jestem tak „wiekowa”, aby pamiętać większość z nich osobiście. To oczywiście odpowiedź z przymrużeniem oka... Gdy dwa lata temu świętowaliśmy hucznie nasze stulecie, wydaliśmy kronikę naszej firmy i praca nad nią pokazała mi, jak wiele marka KFA znaczyła przez lata dla bardzo wielu osób, i że jej obecny wizerunek jest efektem pracy pokoleń pracowników – często całych rodzin. Jeśli miałabym wskazać kilka punktów zwrotnych, to z pewnością wskazałabym na przedwojenne inwestycje w innowacje, takie jak zakup patentu na technologię bezpośredniego chromowania od francuskiej firmy „d’Ugine” czy zastosowanie kokil gorących doktora Weissa do odlewania niektórych elementów armaturowych, wykonywanych wcześniej po prostu w formach piaskowych.

Warty podkreślenia jest także heroizm pracowników fabryki okresu wojennego, którzy ukryli sporą część

maszyn i wyposażenia, gdy Niemcy rozpoczęli ich wywożenie do Czechosłowacji w chwili wycofywania wojsk z Krakowa. Podjęte przez nich ryzyko sprawiło, że nasze zakłady wznowiły pracę od razu w 1945 roku. W ogóle pisanie, a potem czytanie kroniki pokazało mi, że tak naprawdę zawsze najbardziej liczą się ludzie i ich zaangażowanie.

A wracając do takich konkretnych momentów, wspomnę jeszcze na pewno o zakupie pierwszego samochodu w firmie w 1955 roku, o szerokim eksporcie już od lat 60-tych do takich krajów, jak na przykład Tunezja czy Islandia, a także o rozpoczęciu produkcji grzejników aluminiowych w 1975 roku. Od dawna troszczyliśmy się także o środowisko, bo pierwszą oczyszczalnię ścieków uruchomiliśmy już w 1971 roku.

Z nieco bliższej historii, przełomowym momentem była współpraca z włoską firmą i wprowadzenie na rynek nietypowego designu baterii w latach 90-tych oraz otrzymanie w roku 2000 Certyfikatu Systemu Jakości ISO.

Z PEWNOŚCIĄ CIĘŻKO JEST WYBRAĆ Z TAK DŁUGIEJ HISTORII TYLKO KILKA WYDARZEŃ... JEDNAK TAK NAPRAWDĘ CHODZI BARDZIEJ O WARTOŚCI, KTÓRE TA HISTORIA ZE SOBĄ NIESIE, PRAWDA?

Dokładnie tak. Dla mnie, ale też dla całego naszego zespołu do tych wartości należy z pewnością odwaga, chęć współpracy i otwartość. Nasza siła tkwi we wspólnym działaniu. Jako firma podejmujemy różnorodne inicjatywy dla pracowników, a ja osobiście cieszę się, że mam tak zaangażowany zespół, w którym są osoby pracujące w naszej firmie prawie 50 lat (!), ale także młodzi, którzy są na początku swojej ścieżki zawodowej.

Wartością, która towarzyszy KFA Armatura od samego początku istnienia jest innowacyjność. Z ciekawostek, pierwsza bateria kuchenna z filtrem pojawiła się w 1973 roku! A przecież to teraz jeden z najpopularniejszych trendów kuchennych.

I oczywiście wspomniana już wcześniej troska o środowisko. Jako firma produkcyjna zdajemy sobie sprawę, że naszym obowiązkiem jest minimalizowanie negatywnego wpływu zmian klimatycznych.

ŚWIETNIE, ŻE WSPOMNIAŁAŚ O PRODUKCJI – JESTEŚCIE SPÓŁKĄ Z POLSKIM KAPITAŁEM I JEDYNYM W POLSCE PRODUCENTEM GRZEJNIKA ALUMINIOWEGO. CO W ZARZĄDZANIU FABRYKĄ JEST DLA CIEBIE NAJWIĘKSZYM WYZWANIEM?

Trudne pytanie. Bycie liderem na rynku to zarówno wielka odpowiedzialność, jak i wyjątkowa szansa. A samo zarządzanie fabryką wiąże się z wieloma wyzwaniem, ale jeśli miałabym wskazać jedno najważniejsze, to chyba byłoby to utrzymanie równowagi między tradycją, a nowoczesnością, oczekiwaniami klientów, a pracowników, trendami, a funkcjonalnością...

Z jednej strony chcemy jak najwięcej czerpać z tradycji, a z drugiej nieustannie adaptujemy się do dynamicznie zmieniających się realiów rynkowych, technolo-

gicznych i ekologicznych. Zbudowaliśmy farmę fotowoltaiczną na terenie naszej fabryki, zarówno w trosce o środowisko, jak i po to, aby zapewnić bezpieczeństwo energetyczne. Zainwestowaliśmy w nowoczesną linię mechaniczną do produkcji, aby zautomatyzować proces i ograniczyć negatywny wpływ na klimat.

Zarządzanie produkcją to nie lada wyzwanie, ale lubię to. Bo każde wyzwanie to też i rozwój.

Z PEWNOŚCIĄ. ROZWÓJ OSOBISTY JEST WAŻNY DLA KAŻDEGO. SPYTAM ZATEM O PLANY ROZWOJOWE, ALE DLA FIRMY. O CZYM MYŚLICIE NA KOLEJNE LATA, ZARÓWNO W ZAKRESIE BIZNESU, JAK I PRODUKTÓW?

Mamy mnóstwo planów, naprawdę. Jestem osobą bardzo ambitną i kreatywną, dlatego wciąż szukamy i wymyślamy nowe rozwiązania. W firmie jest wiele podobnych do mnie charakterem osób, potrafimy pozytywnie się „nakręcać”, więc o przerwie w rozwoju nie ma mowy.

Zacznę może od biznesu. Obecnie skupiamy się na działaniach związanych z ESG. Jak wiele firm przygotowujemy się do nowej formy raportowania zgodnie z Dyrektywą CSRD. To dla nas kolejny krok w tym zakresie, gdyż jako jedyna firma z branży wydajemy raport zrównoważonego rozwoju już od 2021 roku, kiedy to opracowaliśmy dane za lata 2019-2020. Wspomniane powyżej planowane inwestycje w fabryce to kolejny krok do redukcji naszego śladu węglowego, a także dalszej optymalizacji procesów produkcyjnych. Chcemy też prowadzić większą ekspansję na rynkach międzynarodowych i stale szukamy nowych kanałów sprzedaży. Ale nie chciałabym tu odkrywać tajemnic handlowych.

Co do produktów, to w ostatnich latach wprowadziliśmy do oferty wiele kolekcji baterii oszczędnościowych, które pozwalają zmniejszyć zużycie wody nawet o ponad połowę w przypadku baterii umywalkowych, czy też bidetowych. Z pewnością ten trend będziemy kontynuować, bo produkty proekologiczne są obecnie poszukiwane przez użytkowników.

Ja osobiście uwielbiam rzeczy ładne. Choć podobno „o gustach się nie dyskutuje”, to jednak stawiamy też na design, kolory, materiały. Już późną jesienią w naszym portfolio pojawią się całkiem nowe baterie, którymi myślę, że zaskoczymy nieco naszych odbiorców.

A CZYM DLA CIEBIE, MAGDALENY, NIE PANI PREZES JEST WŁAŚNIE DESIGN?

Tak w skrócie to wyraz harmonii między formą i funkcją. Znacznie więcej niż sama estetyka. Kiedy myślę o designie, myślę o tworzeniu rzeczy pięknych, ale jednocześnie funkcjonalnych i trwałych. To także sposób, w jaki produkt oddziałuje na użytkownika i środowisko. Osobiście fascynuje mnie proces projektowania, który łączy sztukę z użytecznością. I mam to szczęście, że Product Managerowie w naszej firmie czują tak samo.

TO NA KONIEC JESZCZE JEDNO, TEŻ TROCHĘ OSOBISTE PYTANIE: DLACZEGO WIERZYSZ (BO NA PEWNO TAK JEST), ŻE MARKA KFA ARMATURA PRZETRWA NA RYNKU KOLEJNE 100 LAT?

Więcej niż wierzę – jestem tego pewna! Z pewnością dziś przewagą naszej marki jest nie tylko jej historia i tradycja, ale też własna fabryka, otwarte podejście do oczekiwań klientów, silne relacje biznesowe z naszymi partnerami. Mogę z pełnym przekonaniem powiedzieć, że trzymając się naszych wartości i przekazując je kolejnym pokoleniom pracowników, firma nie tylko przetrwa, ale będzie się rozwijała. Mam nadzieję, że gdy za 48 lat będą świętowane obchody 150-lecia, zostaną na nie zaproszona jako dziarska staruszka, nadal wierna swojemu kolorowemu stylowi. W tym roku w wieku 102 lat zmarła Ingrid Apfel, ikona stylu, projektantka, która mając 100 lat stworzyła nawet kolekcję dla giganta H&M, a ta wyprzedziła się w mgieniu oka.

CO MOGĘ CI ŻYCZYĆ NA ZAKOŃCZENIE ROZMOWY?

Przede wszystkim zdrowia, bo muszę jako dziarska seniorka dotrzeć do 150-lecia naszej firmy.

MAGDALENA TOKARCZYK-CYRAN

Absolwentka UEK w Krakowie, menedżer z ponad 20-letnim stażem. Posiada doświadczenie w budowaniu strategii firm, kanałów dystrybucji oraz działań marketingowych, PR oraz CSR w kraju i za granicą. Jako prezes firmy ze 100-letnią tradycją, łączy doświadczenie z innowacyjnym podejściem do zarządzania. Jej pasją są podróże w odległe części świata, jazda na nartach i rowerze oraz escape room'y.

NIEPRZEWIDZIANY WYDATEK TUŻ PRZED WYPŁATĄ? SOONLY ZNALAZŁO NA TO PATENT(O)

O PRE-PENSI JAKO NOWYM BENEFICIE DLA PRACOWNIKÓW ROZMAWIAMY Z KIEROWNIKIEM PROJEKTU, DARIUSZEM DENIZIAKIEM



DARIUSZ DENIZIAK

Rozwija projekt Patento w Soonly Finance

Patento to zupełna nowość na polskim rynku finansowym. Zespół Soonly Finance pod kierownictwem Dariusza Deniziaka opracował rewolucyjne rozwiązanie, które umożliwia wcześniejsze wypłacenie części pensji pracownika.

Wszystko zaczęło się od pomysłu, aby zrobić coś, czego jeszcze nie było – innowacyjny benefit pracowniczy, zupełnie inny od obecnie oferowanych. I tu się zaczęła

praca koncepcyjna – badania rynku, pomysł na komunikację, ubranie produktu w treści i szatę graficzną – opowiada Dariusz Deniziak, po czym dodaje: Ale Patento to tak naprawdę dwa produkty – jeden skierowany do odbiorcy indywidualnego, drugi do przedsiębiorcy. Zasada jest jednak ta sama – możliwość bezpiecznego wypłacenia pracownikowi części pensji, przed standardowym terminem przelewu.

PATENTO – SPOSÓB NA NIESPODZIEWANE SYTUACJE OD SOONLY FINANCE

To, co nowe, zawsze budzi wiele pytań. Z naszej strony pojawiło się jedno, zasadnicze pytanie – czy jest na naszym rynku przestrzeń dla takiego rozwiązania? Przeprowadziliśmy kilka niezależnych badań i okazało się, że to może się udać. Pracownicy potrzebują rozwiązań dostosowanych do ich potrzeb, nawet jeśli dotyczą kwestii finansowych, które są tematami osobistymi. Inflacja i wysokie stopy procentowe wydręnowały budżety Polaków i są oni bardziej narażeni na niespodziewane wyzwania finansowe – zauważa Dariusz Deniziak. W rozmowach z pracodawcami, ale też z dostawcami benefitów słyszymy, że pre-pensja jest benefitem na dzisiejsze czasy. Badania przygotowane na nasze zlecenie pokazują, że wśród ponad 70 proc. Polaków zdarza się, że brakuje im pieniędzy z powodu nagłych wydatków (usterki, awarie), wydatków zdrowotnych (wizyty u lekarzy), ale też na wydarzenia rodzinne.

Twórcy Patento zadbałi przede wszystkim o połączenie bezpieczeństwa i łatwości obsługi. Pierwszym krokiem, w przypadku klienta indywidualnego, jest założenie konta w serwisie patento.pl oraz potwierdzenie tożsamości – opisuje Dariusz Deniziak.

Kolejny krok do wypłaty pre-pensji to weryfikacja danych – ta odbywa się przy użyciu znanej i coraz bardziej popularnej technologii otwartej bankowości. Połączenie jest szyfrowane i w pełni bezpieczne, a jego dostawcy nadzorowani przez KNF. Wystarczy zalogować się do banku, aby system pobrał i potwierdził wszystkie niezbędne dane. Proces trwa zazwyczaj kilka minut, a w panelu klienta pojawia się maksymalna kwota, jaką możemy wypłacić – podkreśla Deniziak.

PRE-PENSJA OD PATENTO – TY DECYDUJESZ

W systemie mamy do dyspozycji kilka pakietów, od 200 do 1000 zł. Wszystkie pakiety, prócz najniższego, można dowolnie łączyć, z jednym wszak zastrzeżeniem – maksymalna kwota wypłaty to 30 proc. naszej pensji – opisuje Deniziak. – Wystarczy wybrać interesujące nas pakiety i wysłać zapytanie, a decyzję otrzymamy w ciągu kilku minut. Umowa zawierana jest między pracownikiem a Patento – na żadnym etapie nie kontaktujemy się z pracodawcą.

Najniższą kwotę 200 zł możemy uzyskać bezkosztowo, przy czym nie jest tylko jednorazową zachętą do przetestowania procesu. Jest dostępna permanentnie i można ją wypłacać co miesiąc.

PRE-PENSJA PATENTO NOWYM BENEFITEM PRACOWNICZYM

Wcześniejsza wypłata pensji może także stanowić ciekawy benefit dla pracowników. Wellbeing finansowy jest czymś, co do tej pory było kwestią raczej zapomnianą przez pracodawców i realizowaną głównie z myślą o podwyżkach. Pre-pensja może być rozwiązaniem, które przy okazji zredukuje presję płacową bez podwyżki. Pracodawcy poprzez uelastycznienie wypłaty wynagrodzenia mogą zwiększyć poczucie bezpieczeństwa finansowego – podkreśla Dariusz Deniziak.

Drugi filar naszego projektu to możliwość podpisania umowy z pracodawcą. Udostępniamy prosty system do obsługi pre-pensji i rozliczeń. Wypłaty obsługujemy online i bez żadnych dodatkowych kosztów. Za to pracownicy dostają swoje indywidualne konta, za pośrednictwem których mogą wystawić zlecenie wypłacenia środków z myślą o wypracowanej już pensji – opisuje. Produkt kierowany jest do wszystkich grup – pracowników zatrudnionych na UoP, zlecenie, kontraktorów B2B oraz obcokrajowców. Tak jak w przypadku rozwiązania dla osób prywatnych, wypłata realizowana jest na wniosek pracownika, bez angażowania pracodawcy. Interakcja Patento i pracodawcy zachodzi na etapie podpisania umowy o świadczenie usługi obsługi pre-pensji oraz rozliczenia wypłaconych przez Patento środków. To model znany pracodawcom, ponieważ stosują go również przy innych benefitach pracowniczych.

Dysponujemy rozwiązaniem, które pozwala na wdrożenie do firmy produktu w wersji pilotażowej, zupełnie bez pracy po stronie HR. Pozwala to na weryfikację zainteresowania i wpływu pre-pensji na dobrostan finansowy. Nasze rozwiązania pozwalają na rezygnację z już istniejących procesów zaliczkowych, jak również na wdrożenie usługi tam, gdzie zaliczki były trudne do przeprosowania z powodów operacyjnych. Liczymy na to, że ten system będzie coraz bardziej popularny i spotka się z dużym zainteresowaniem – rozwiązanie pre-pensji Patento jest na rynku dopiero od dwóch miesięcy. Zobaczmy co przyniesie przyszłość, ale jesteśmy optymistami – podsumowuje Dariusz Deniziak.

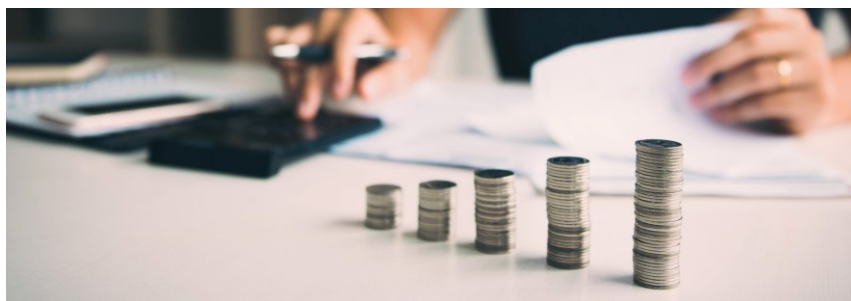
53%

pracowników deklaruje, że ich sytuacja finansowa jest źródłem stresu

79%

badanych pracowników uważa, że pracodawca, który zapewnia możliwość wcześniejszej wypłaty wynagrodzenia zwiększa atrakcyjność warunków zatrudnienia

Badania ARC Rynek i Opinia na zlecenie Soonly, Kwiecień'24



DARIUSZ DENIZIAK

To ekspert rynku finansowego z ponad 15-letnim doświadczeniem w bankowości i fintechu. W swojej karierze współtworzył projekty startupowe i innowacyjne rozwiązania dla dużych instytucji. W Soonly Finance odpowiada za wdrażanie kluczowych inicjatyw, pozyskiwanie strategicznych partnerów i rozwój nowych obszarów biznesu. Obecnie zajmuje się rozwojem marki Patento, oferującej pre-pensję na rynku polskim. Doświadczenie zdobywał w różnych działach, od operacji i finansów, po marketing i sprzedaż. Studiował Ekonomię na Wydziale Ekonomicznym Uniwersytetu Warszawskiego.

PRZEJĘCIE PRZEZ SIGMAROC CZĘŚCI CRH: NOWE MOŻLIWOŚCI ROZWOJU DLA NORDKALK W POLSCE

WYWIAD Z PREZESEM ZARZĄDU NORDKALK W POLSCE, PIOTREM MACIAKIEM



PIOTR MACIAK

Prezes Zarządu Nordkalk Sp. z o.o.,
Członek Zarządu Ovetill Investments Sp. z o.o.

W ostatnich miesiącach rynek wapienniczy w Europie zyskał nową dynamikę za sprawą przejęcia europejskich aktywów wapienniczych przez Grupę SigmaRoc. Transakcja, której wartość szacuje się na około 1,1 miliarda dolarów, obejmuje zakłady produkcji wapna w kilku krajach, w tym Polsce, Niemczech, Czechach, Irlandii oraz Wielkiej Brytanii. W ramach tego przejęcia, SigmaRoc stała się jednym z czołowych graczy na europejskim rynku produktów wapienniczych, zwiększając swoje zasoby do 2,7 miliarda ton oraz rozszerzając działalność na 14 krajów. Aby lepiej zrozumieć, jakie znaczenie ma ta transakcja dla Nordkalk oraz jakie korzyści przyniesie ona klientom i rynkowi, rozmawiamy z Piotrem Maciakem, Prezesem Zarządu Nordkalk Sp. z o.o. oraz członkiem zarządu Ovetill Investments.

PANIE PREZESIE, SIGMAROC OGŁOSIŁO PRZEJĘCIE AKTYWÓW WAPIENNICZYCH CRH W POLSCE. JAKIE ZNACZENIE MA TA TRANSAKCA DLA NORDKALK?

To przejęcie jest ważnym kamieniem milowym dla całej Grupy SigmaRoc, w tym dla Nordkalk. Dzięki tej transakcji stajemy się jednym z wiodących graczy na europejskim rynku produktów wapienniczych. Zasoby mineralne grupy wzrosły do 2,7 miliarda ton, więc znacząco zwiększamy nasze możliwości produkcyjne i udział w rynku. W Polsce przejmujemy zakłady produkcji wapna w Kujawach i Sitkówce. Pozwoli nam to rozszerzyć ofertę produktową i lepiej zaspokajać potrzeby klientów.

JAKIE KONKRETNE KORZYŚCI DLA KLIENTÓW PRZYNIESIE TO PRZEJĘCIE?

Nasi klienci mogą liczyć na poszerzoną ofertę, która będzie bardziej dostosowana do ich indywidualnych potrzeb, z lepszą elastycznością i szybszą reakcją na zmiany rynkowe. Dzięki wdrożeniu nowoczesnych technologii i zwiększeniu mocy produkcyjnych, będziemy oferować bardziej innowacyjne i ekologiczne rozwiązania.

Chcemy, aby nasze produkty spełniały proekologiczne oczekiwania klientów oraz przyczyniały się do redukcji emisji CO₂ w procesach produkcyjnych i logistycznych. W ten sposób będziemy wspierać partnerów biznesowych w realizacji ich celów związanych ze zrównoważonym rozwojem.

JAKIE PERSPEKTYWY RYSUJĄ SIĘ PRZED RYNKIEM WAPIENNICZYM W EUROPIE?

Rynek wapienniczy ma przed sobą duży potencjał wzrostu, zwłaszcza w kontekście rosnącego zapotrzebowania na zrównoważone produkty. Wapno jest niezbędnym surowcem w wielu branżach, m.in. w przemyśle chemicznym, rolnictwie i ochronie środowiska oraz budownictwie. Dzięki przejęciu aktywów CRH, SigmaRoc i Nordkalk będą mogły lepiej sprostać wymaganiom klientów i wzmocnić swoją pozycję na europejskim rynku.

JAKIE WYZWANIA NAPOTYKACIE PODCZAS INTEGRACJI NOWYCH AKTYWÓW I JAK SOBIE Z NIMI RADZICIE?

Każda integracja to duże wyzwanie, zwłaszcza gdy łączymy różne kultury organizacyjne, technologie i procesy. W przypadku tej transakcji proces integracji rozpoczął się z początkiem września br. i postępuje zgodnie z planem. Największym wyzwaniem jest zsynchronizowanie struktur operacyjnych i zarządzania. Zależy nam na tym, aby wszystkie zespoły pracowały według tych samych procedur, a przy tym zachowały elastyczność, by móc szybko reagować na zmieniające się warunki rynkowe. Ważne jest także, aby procesy modernizacji i wdrażania nowych technologii przebiegały płynnie, co z kolei pozwoli nam zachować wysoką jakość i wydajność. Każde wyzwanie postrzegamy jako okazję do dalszego rozwoju i doskonalenia naszych działań.

PIOTR MACIAK

Prezes Zarządu Nordkalk Sp. z o.o., Członek Zarządu Grupy Nordkalk odpowiedzialny za Region Europy Centralnej. Z Nordkalk związany od 14 lat, w tym od 13 lat pełni funkcję Prezesa Zarządu, a od września br. jest również Członkiem Zarządu nowo przejętej spółki Ovetill Investments. Jest absolwentem Wydziału Mechanicznego Energetyki i Lotnictwa Politechniki Warszawskiej.

ZRÓWNOWAŻONE PARTNERSTWO I SPECJALIZACJA KLUCZEM DO SUKCESU

WYWIAD Z MIROSŁAWEM GREBEREM, CHIEF COMMERCIAL OFFICER GRUPY IMPEL



MIROSŁAW GREBER
Chief Commercial Officer Grupy Impel,
Członek Zarządu Impel SA

PRAWIE 35 LAT DZIAŁALNOŚCI NA POLSKIM RYNKU POKAZUJE, ŻE OUTSOURCING USŁUG TO SPRAWDZONY SPOSÓB NA BIZNES. JAKI JEST PRZEPIS NA SUKCES GRUPY IMPEL?

Miarą sukcesu każdej firmy jest zaufanie, jakim obdarzają ją jej klienci oraz wypracowane z nimi partnerskie relacje. To dla nas niezwykle ważne, podobnie jak różnorodność podmiotów, z którymi współpracujemy, bo to one są naszą najlepszą wizytówką. Docieramy z naszymi usługami do wielu sektorów, od klientów przetargowych, takich jak ochrona zdrowia czy administracja publiczna, po firmy rynkowe, reprezentujące branże, takie jak retail, organizacja eventów czy różnorodne gałęzie przemysłu.

W przypadku tak dużej organizacji jaką jest Impel, kluczowa jest elastyczność, specjalizacja i stałe dążenie do poszukiwania nowych i zrównoważonych rozwiązań. Dzięki tym cechom możemy dziś odpowiadać na potrzeby klientów z różnych sektorów rynku, poprzez oferowanie usług prostych, takich jak ochrona, sprzątanie czy serwis techniczny, z których je-

steśmy powszechnie znani, ale też np. bardzo specjalistycznych rozwiązań adresowanych do przemysłu. Impel to także wsparcie procesów biznesowych, czyli outsourcing księgowości, procesów kadrowo-płacowych czy zarządzania dokumentacją.

JAKIE SĄ KLUCZOWE OBSZARY, NA KTÓRYCH OBECNIE SKUPIA SIĘ IMPEL?

Od wielu lat jesteśmy mocno związani z sektorem publicznym, w tym z ochroną zdrowia. Jednocześnie, stale rozwijamy się w zakresie zintegrowanej obsługi nieruchomości czy też kompleksowej obsługi eventów. Obsługujemy także szereg prestiżowych obiektów – od Stadionu Narodowego w Warszawie, po katowicki Spodek i Międzynarodowe Targi Poznańskie. Obecnie rozszerzyliśmy naszą ofertę o kompleksowe usługi organizacji imprez, by wyjść naprzeciw tym klientom, którzy potrzebują zaufanego dostawcy do organizacji firmowej gali, koncertu czy specjalistycznej konferencji.

Wśród przewag Grupy Impel są bez wątpienia ogólnopolski zasięg, przeszkolony personel, ale też stale postępująca cyfryzacja i automatyzacja naszych usług i procesów. To wszystko sprawia, że coraz więcej klientów powierza nam obsługę swoich obiektów.

ROSNĄCA LICZBA PRZEDSIĘBIORCÓW OCZEKUJE OD DOSTAWCÓW USŁUG SPEŁNIENIA KONKRETNICH KRYTERIÓW, NP. W KONTEKŚCIE ZRÓWNOWAŻONEGO ROZWOJU. JAKIE SĄ PĄSTWA DZIAŁANIA W TYM OBSZARZE?

Jako istotny uczestnik łańcucha wartości naszych klientów i zrównoważony dostawca usług, intensywnie działamy w tym zakresie już od wielu lat. Zanim wpisane to zostało w ramy raportowania ESG, podlegaliśmy wielu procesom certyfikacji, audytom czy autoryzacom. Od lat inwestujemy w rozwój kompetencji personelu, ale też w nowe technologie. Nasze działania poddajemy różnej certyfikacji – w szczególności środowiskowej – wdramy także szereg programów dla naszych pracowników oraz angażujemy się w aktywności edukujące rynek. Śledzimy trendy i sami też jesteśmy ich źródłem, jako lider rynku. To tylko przykłady działań, które podejmujemy na drodze do zrównoważonego rozwoju.

MIROSŁAW GREBER

Chief Commercial Officer Grupy Impel, Członek Zarządu Impel SA. Z wykształcenia prawnik, z wieloletnim doświadczeniem na stanowiskach zarządczych. W latach 1997-2011 był prezesem zarządu Wałbrzyskiej Specjalnej Strefy Ekonomicznej i twórcą jej sukcesów. Od 2012 r. związany z Grupą Impel, gdzie jako członek zarządu Impel SA zarządza Pionem Sprzedaży i Marketingu.

BYCIE LIDEREM ZOBOWIĄDUJE. BUDYNKI ZGODNE Z TAKSONOMIĄ UE OD 2028 ROKU – CEL STRATEGII ESG DLA GRUPY VANTAGE/ROBYG

WYWIAD Z DARIUSZEM PAWLUKOWICZEM,
WICEPREZESEM ZARZĄDU VANTAGE DEVELOPMENT S.A. I ROBYG S.A.



DARIUSZ PAWLUKOWICZ

Wiceprezes Zarządu Vantage Development S.A. i ROBYG S.A.

"Świat, jaki stworzyliśmy, jest wynikiem naszego myślenia. I nie można go zmienić bez zmiany naszego myślenia" – słowa A. Einsteina oddają sedno wyzwań, przed którymi stoi dziś branża budowlana. Taksonomia UE i dyrektywa budynkowa (EPBD) zapowiadają przełom w budownictwie – o wyzwaniach i szansach towarzyszących tej transformacji mówi Dariusz Pawlukowicz, Wiceprezes Zarządu Vantage Development S.A. i ROBYG S.A.

CZYM JEST DLA PAŃSTWA ZRÓWNOWAŻONE BUDOWNICTWO?

Zrównoważone budownictwo to dla nas nie tylko budowanie z myślą o obecnym środowisku, ale także o odpowiedzialności wobec przyszłych pokoleń. Od 3 lat dobrowolnie raportujemy nasze działania w ramach ESG, potwierdzając coraz szerszy zakres podejmowanych działań w obszarach środowiskowym, społecznym i zarządczym,

a obecnie wdrażamy Strategię ESG na lata 2024-2028. Stawiamy sobie poprzeczkę coraz wyżej – jednym z założeń Strategii jest, że od 2028 r. wszystkie nowo wybudowane przez ROBYG budynki z mieszkaniami na wynajem Vantage Rent będą zgodne z wymogami Taksonomii UE.

Zgodność z taksonomią i międzynarodowe certyfikaty typu Leed, BREEM są już standardem dla nowych budynków biurowych czy magazynowych, inaczej niż dla rynku mieszkaniowego. Dlatego podejmujemy się tego wyzwania, zaczynając od segmentu najmu instytucjonalnego (PRS).

CO OZNACZA DLA PAŃSTWA ZGODNOŚĆ BUDYNKÓW Z TAKSONOMIĄ UE?

Zgodność budynków z Taksonomią UE to szereg określonych wymogów – od technicznych, po technologiczne, zarządcze, jak i dotyczące naszego łańcucha wartości. Efektywność energetyczna zawsze była naszą mocną stroną, podobnie jak działania na rzecz różnorodności biologicznej czy rozwoju infrastruktury zielono-błękitnej, ale zarządzanie zasobami naturalnymi, odpadami czy zwiększenie wykorzystania energii odnawialnej innej niż elektryczna to elementy, które nie są zależne wyłącznie od nas. Wymuszają nowy sposób myślenia na wszystkich uczestnikach procesu budowlanego – od architektów, przez kierowników budowy, ze szczególnym uwzględnieniem dostawców materiałów, energii, jak i podwykonawców. A to długi i złożony proces, wobec którego opór może pojawić się już na etapie spełnienia minimalnych gwarancji, mających na celu zapewnienie przestrzegania Wytocznych OECD dla przedsiębiorstw wielonarodowych oraz Wytocznych ONZ dotyczących biznesu i praw człowieka.

DLACZEGO WIĘC DECYDUJECIE SIĘ PAŃSTWO NA TEN KROK? CZY DECYZJA O ZGODNOŚCI Z TAKSONOMIĄ UE BYŁA PODYKTOWANA WYŁĄCZNIE REGULACJAMI PRAWNYMI, CZY CZYMŚ JESZCZE?

Regulacje prawne, oczywiście, odegrały istotną rolę w podjęciu tej decyzji. Zgodność z taksonomią to ważny argument dla naszego inwestora i rynku finansowego, dla których waga aspektów ESG ma wpływ na decyzje inwestycyjne. Kolejnym argumentem jest fakt, iż przygotowanie do zgodności z taksonomią i tak wpisuje się w założenia Dyrektywy budynkowej, według której od 2030 r. wszystkie nowe budynki (nie tylko publiczne) mają być bezemisyjne, z obowiązkowym montażem technologii solarnych i infrastrukturą dla rowerów i samochodów elektrycznych. Wejście w życie 18.07.2024 r. rozporządzenia w sprawie ekoprojektu dla zrównoważonych

produktów (ESPR), w tym paszportów cyfrowych dla materiałów i wyrobów budowlanych w całym życiu produktów, dodatkowo potwierdza nieodwracalność zachodzących zmian dla naszych partnerów.

Jednak równie ważnym czynnikiem było nasze zobowiązanie do prowadzenia działalności w sposób odpowiedzialny oraz zrozumienie, że zrównoważone budownictwo wpływa na 40% emisji w UE.

PROCES NIE WYDAJE SIĘ BYĆ ŁATWY. JAKIE GŁÓWNE BARIERY PAN IDENTYFIKUJE?

W Polsce jednym z kluczowych wyzwań jest niedostateczna gotowość oraz niepełna świadomość korzyści płynących ze zrównoważonego budownictwa, w tym otwartość na zmiany. W segmencie mieszkaniowym, w naszej ocenie, wymogi regulacyjne wyprzedzają świadomość konsumentów. A tak długo, jak problem mieszkalności w Polsce nie zostanie rozwiązany (co póki co nie udało się nikomu od czasów powstania II RP), kryterium cenowe będzie dla większości klientów kluczowym przy podejmowaniu decyzji o zakupie mieszkań.

Z drugiej strony, presja regulacyjna i w konsekwencji finansowa, wynikająca z zastosowania droższych wyrobów, rozwiązań i technologii, które nie są jeszcze w pełni gotowe i efektywne, nie tylko ekonomicznie, domykają „błędne koło”.

Nie mniej istotna bariera wynika z aktualnego stanu systemu ciepłownictwa i infrastruktury energetycznej. Pozytywnie oceniamy wzrost inwestycji w projekty dekarbonizacji sieci i zmiany mixu energetycznego w Polsce. Jednak w porównaniu z innymi krajami to znaczące opóźnienie, które wpływa na wyniki i pozycję konkurencyjną przedsiębiorstw z Polski na rynku UE.

JAKIE DZIAŁANIA ZEWNĘTRZNE BYŁYBY WSKAZANE?

Aby proces transformacji przebiegał sprawniej, potrzebne są zdecydowane działania ze strony producentów i dostawców energii, ustawodawców oraz władz miast. Konieczna jest intensyfikacja i upowszechnienie rozwiązań wdrażających inwestycje w innowacje, które pozwolą skutecznie wprowadzać zrównoważone technologie, i spełniać wymogi taksonomiczne.

Warto rozważyć rozwiązania systemowe, wprowadzające elementy zachęt dla kupujących nowe mieszkania w budynkach (czy to w formie bardziej dostępnych kredytów, czy ulg w podatkach od nieruchomości), które będą spełniały najwyższe wymogi regulatora UE, co pozwoli na:

- zwiększenie energooszczędności budynków, a tym samym obniżenie kosztów użytkowania,
- osiąganie celów klimatycznych,
- szybszą transformację w sektorze budownictwa,
- rozwój branży pomp ciepła, magazynów energii i ciepła czy innych rozwiązań i wyrobów niskoemisyjnych.

I nie mniej istotne – działania partnerskie z miastami. Liczymy, że wobec zmiany w przepisach dotyczących miejskich planów adaptacji do zmian klimatu, konkretne inwestycje, wspólne działania i inicjatywy będą dodatkowym katalizatorem na poziomie regionalnym i lokalnym.

KTO JEST DLA PAŃSTWA GŁÓWNYM PARTNEREM ZMIANY?

Partnerstwo jest dla nas kluczowe w tym procesie. Bycie liderem zobowiązuje –

zmianę więc zaczynamy od siebie. Wierzymy jednak, że kluczem do sukcesu jest współpraca i partnerstwo – nie jesteśmy w stanie zrealizować tego celu działając w pojedynkę. Chcemy, aby naszymi partnerami były branża, miasta, partnerzy społeczni, architekci, wykonawcy i dostawcy materiałów. Jestem przekonany, że wspólny dialog i wymiana doświadczeń przyniosą realne efekty.

Zapraszamy do współpracy wszystkie podmioty, które chcą działać na rzecz zrównoważonego budownictwa i wspólnie dążyć do realizacji celów zrównoważonego rozwoju – esg@robyg.com.pl. Szczególną ofertę planujemy skierować do partnerów z branży, dla których już we wrześniu organizujemy wspólnie z PZFD pierwsze bezpłatne warsztaty dot. zmian klimatycznych (Mozaika klimatyczna).



Czesława Niemena 2, jedna z poznańskich lokalizacji Vantage Rent

DARIUSZ PAWLKOWICZ

Wiceprezes Zarządu Vantage Development S.A. i ROBYG S.A. Z Vantage Development związany od 2009 r. W 2022 r. objął stanowisko Wiceprezesa Zarządu Vantage Development S.A. oraz ROBYG S.A. – spółek należących do grupy TAG Immobilien AG. Odpowiedzialny za strategiczny dla akcjonariusza obu firm obszar najmu mieszkań (rozwój portfela nieruchomości, zarządzanie obiektami, pozyskanie oraz obsługa najemców), a także HR i ESG.

HENKEL POLSKA STAWIA NA RÓWNOŚĆ: NOWA PRORODZINNA POLITYKA

WYWIAD Z KAROLINĄ SZMIDT, PREZESKĄ ZARZĄDU, DYREKTORKĄ PERSONALNĄ HENKEL POLSKA



KAROLINA SZMIDT

Prezesa zarządu, dyrektorka personalna, Henkel Polska

Henkel Polska wprowadza zmiany w swojej polityce prorodzinnej, oferując pełnopłatny, ośmiotygodniowy urlop rodzicielski dla każdego pracownika, bez względu na płeć, status prawny czy formę rodzicielstwa. O nowej inicjatywie rozmawiamy z prezeską zarządu, dyrektorką personalną Henkel Polska, Karoliną Szmidt, która podzieliła się szczegółami nowego benefitu oraz jego znaczeniem dla pracowników firmy.

DLACZEGO ZDECYDOWALIŚCIE, ŻE RODZICE POTRZEBUJĄ OŚMIU TYGODNI WOLNEGO, ABY ZAJĄĆ SIĘ DZIECKIEM?

Wierzmy, że wspierając różnorodne formy rodzicielstwa, dajemy wszystkim naszym pracownikom również to, co najcenniejsze – czas na budowanie więzi z dzieckiem i zdrową równowagę między pracą a życiem prywatnym. A jako mama wiem, jak ważne jest spędzanie czasu z dzieckiem i jak wymagająca bywa nauka rodzicielstwa.

CZY TO ROZWIĄZANIE OBEJMUJE RZECZYWİCIE WSZYSTKIE FORMY RODZICIELSTWA?

Tak, z 8 tygodni pełnopłatnego urlopu mogą skorzystać wszyscy rodzice, niezależnie od swojej roli czy statusu związku. Taki urlop może dostać każdy rodzic: niezależnie czy jest biologicznym, adopcyjnym czy zastępczym, niezależnie od płci, a także niezależnie od tego czy wychowuje dziecko samodzielnie, czy z partnerem/ką, jako rodzic społeczny.

JAKIE WARUNKI TRZEBA SPEŁNIĆ, ABY SKORZYSTAĆ Z TEGO BENEFITU?

Pierwszym warunkiem jest prowadzenie wraz z dzieckiem wspólnego gospodarstwa domowego i wspólne zamieszkiwanie przynajmniej przez połowę miesiąca. Drugi, to finansowe utrzymywanie lub bycie głównym wsparciem finansowym dla rodzica, z którym dzieli opiekę nad dzieckiem. W przypadku, gdy oboje rodziców pracuje w Henkle, każde z nich ma prawo do oddzielnych urlopów, które mogą wziąć jednocześnie.

CZY NOWA PRORODZINNA POLITYKA ZOSTAŁA WPROWADZONA TYLKO W POLSCE, CZY JEST TO CZĘŚĆ SZERSZEJ STRATEGII HENKLA?

Henkel wprowadził globalnie nowy standard urlopu rodzicielskiego dla blisko 50 000 pracowników na całym świecie. Co ważne, jesteśmy również pierwszą firmą z niemieckiego indeksu DAX40, która wprowadziła taki standard urlopu rodzicielskiego. Ta inicjatywa jest elementem naszej długoterminowej strategii Diveristy, Equity and Inclusion, której celem jest budowanie zróżnicowanego, równego i inkluzywnego środowiska pracy, w którym wszyscy pracownicy mogą liczyć na równe traktowanie i równe szanse, bez względu na pochodzenie, płeć, wiek, status rodzinny, przynależność narodową i religijną, orientację seksualną, poglądy polityczne, itp. Nasza nowa prorodzinna polityka to przykład z życia realizacji tej strategii i tworzenia równych szans dla wszystkich rodziców.

JAKICH EFEKTÓW SPODZIEWA SIĘ PANI PO TEJ ZMIANIE? KTO NAJBARDZIEJ SKORZYSTA?

Pierwsza, oczywista obserwacja jest taka, że ta polityka zwiększa prawa matek i ojców do pełnopłatnego urlopu rodzicielskiego. Liczymy, że nasi ojcowie chętniej zaczną w praktyce realizować swoje uprawnienia, tym bardziej, że naszego urlopu nie mogą przekazać na współrodzica, nawet jeśli oboje pracują w Henkle. Chcemy w ten sposób zachęcić ojców do aktywnego udziału w życiu dziecka i dzielenia się rodzicielskimi obowiązkami. Wiele badań wskazuje, że równość w domu wspiera równość na rynku pracy. Na naszej nowej prorodzinnej polityce skorzystają też rodzice społeczni, którzy pełnią kluczową rolę w wychowaniu dzieci, choć nie są ich biologicznymi lub prawnymi opiekunami.

KAROLINA SZMIDT

Prezesa zarządu Henkel Polska i dyrektorka HR na region North-East Europe od kwietnia 2020, odpowiada za rozwijanie i wdrażanie strategii HR w Polsce, krajach bałtyckich, Ukrainie i Azji Centralnej. Ma za sobą ponad 20 lat doświadczenia w międzynarodowych organizacjach, z czego większość na stanowiskach kierowniczych, m.in. w firmach SC Johnson, Royal Unibrew Polska i Skanska. Z Henklem związana jest od 2015 r.

POLSKA ZAPŁACI OGROMNĄ CENĘ ZA ZWŁOKĘ W TRANSFORMACJI

WYWIAD Z TOMASZEM WIŚNIEWSKIM, PREZESEM PRACOWNI FINANSOWEJ



TOMASZ WIŚNIEWSKI
Prezes Pracowni Finansowej

Debata na temat energetyki i odnawialnych źródeł energii zaostreza się. Często słyszymy, że Europa zajmując się transformacją energetyki niszczy swój przemysł. Tomasz Wiśniewski, prezes Pracowni Finansowej i ekspert finansowania inwestycji OZE, wyjaśnia, dlaczego takie twierdzenia to popularny mit.

JAK TRANSFORMACJA ENERGETYCZNA WPŁYWA NA GOSPODARKĘ EUROPY I ŚWIATA?

Dekarbonizacja energetyki ma jednoznacznie pozytywny wpływ na gospodarkę. Dlaczego? Energetyka OZE jest najtańsza i najbardziej opłacalna ekonomicznie, a transformacja energetyczna to jedyna realna szansa na rozwój gospodarczy.

JAK UDOWODNIĆ TEN POZYTYWNY WPŁYW?

Standardem branży energetycznej dla oceny kosztu energii jest wskaźnik LCOE (Levelized Cost of Electricity), który wszystkie koszty poniesione na postawienie i eksploatację danego źródła energii dzieli przez wyprodukowaną jej ilość. Najnowsze raporty firmy LAZARD dla lądowej energetyki wiatrowej wskazują koszt od 27\$ do 73\$ (\$/MWh), a dla węgla od 69\$ do 168\$ (\$/MWh). Warto podkreślić, że Lazard skupia się na rynku USA, gdzie przecież nie obowiązuje system

kredytów węglowych ETS. Zadaje to kłam twierdzeniom, że węgiel nie opłaca się wyłącznie przez koszty polityki UE.

CZY TE WYNIKI MOŻNA PRZEŁOŻYĆ NA RYNEK EUROPEJSKI?

Koszt LCOE badają też inne podmioty, a wyniki ich badań także wskazują na to, że właśnie odnawialne źródła energii są najtańsze. Raporty organizacji IRENA (International Renewable Energy Agency), wskazują na koszt energetyki wiatrowej na poziomie 45\$/MWh dla rynku europejskiego. To prawie trzykrotnie taniej niż cena energetyki węglowej w krajach Europy. Na przykład LCOE energetyki węglowej w Niemczech wynosi 128\$/MWh.

I chociaż wielu polskich komentatorów udaje, że wskazane dane nie istnieją, to cały świat uznał je za prawdziwe. Właściwie wszystkie liczące się kraje świata mają strategię dekarbonizacji. W 2022 roku aż 86% nowo dodanej mocy odnawialnych źródeł energii na świecie było tańszych niż koszt dodania tej samej mocy z pomocą paliw kopalnych.

JAKIE MOGĄ BYĆ KONSEKWENCJE BRAKU DZIAŁAŃ W KIERUNKU TRANSFORMACJI ENERGETYCZNEJ DLA POLSKIEJ GOSPODARKI?

Niestety, Polska zapłaci ogromną cenę za zwłokę i nie będzie to winą unijnych urzędników, tylko naszych polityków. Produkcja polskich produktów będzie droższa. Dostęp do dofinansowań dla fabryk o wysokim śladzie węglowym będzie utrudniony. Dodatkowo, nowoczesny konsument, zwłaszcza w Europie Zachodniej, chce kupować produkt o niskim śladzie węglowym. Jeżeli Polska nie będzie bardzo szybko modernizować miksu energetycznego to nasze produkty nie tylko będą przegrywać ceną, ale dodatkowo będą bardzo nieatrakcyjne dla konsumenta patrzącego na ich ekologiczność.

Przyszłość naszej gospodarki leży w odnawialnych źródłach energii, co potwierdza także powiększające się grono inwestorów OZE, których Pracownia Finansowa obsługuje od lat. Dla nas to nie kwestia wiary w zieloną energię, tylko podstawy ekonomii.

TOMASZ WIŚNIEWSKI

Prezes Pracowni Finansowej. Inwestor z 25-letnim doświadczeniem. Ekspert finansowania inwestycji OZE i nieruchomości. Zarządzający relacjami inwestorskimi w grupie kapitałowej.

METROPLAN POLSKA: 25 LAT INNOWACJI I GLOBALNEGO ROZWOJU

ROZMOWA Z PREZESEM ZARZĄDU MICHAŁEM BRZozOWSKIM



Mgr inż. MICHAŁ BRZozOWSKI

Prezes Zarządu Metroplan Polska Sp. z o.o.

METROPLAN W POLSCE OBECNY JEST JUŻ OD 25 LAT. CO UWAŻA PAN ZA NAJWIĘKSZY SUKCES FIRMY W TYM OKRESIE? JAK OCENIA TEN CZAS CENTRALA METROPLAN?

Przez ostatnie 25 lat Metroplan w Polsce zdecydowanie się rozwinął. Gdy w 1999 r. firma została założona przy okazji projektu dla firmy Wabco (obecne ZF), w centrali niemieckiej była traktowana jako niejaki eksperyment. Nikt nie wiedział, czego można oczekiwać po tym rynku oraz jak potoczą się losy tej organizacji. Po latach można powiedzieć, że Metroplan w Polsce jest rozwiniętą, stabilną organizacją, z pulą własnych usług i klientów. Bardzo dużym krokiem milowym było wyjście poza granice Europy i realizacja projektów na innych kontynentach – w Azji i Ameryce Północnej. Jednak, moim zdaniem, największym sukcesem jest to, że udało nam się wpłynąć na zakres usług oferowanych przez całą grupę, mieć wpływ na procesy operacyjne oraz know-how, jakim posługują się obecnie nasi inżynierowie i konsultanci we wszystkich oddziałach grupy.

ZRÓWNOWAŻONE I ZIELONE BUDOWNICTWO TO JUŻ NIE CIEKAWOSTKI I NOWATORSKIE PROJEKTY, ALE CZĘSTO PODSTAWOWY WYMÓG INWESTORÓW. JAK W TYM OBSZARZERA DZI SIĘ METROPLAN POLSKA?

Od początku działalności stawialiśmy bardzo wysokie wymagania środowiskowe w realizowanych przez nas projektach. Zwracamy uwagę nie tylko na stosowane materiały, sposób generacji energii, zmniejszenie zużycia wody czy właściwą utylizację odpadów w procesie budowlanym. Największy pozytywny wpływ na środowisko w naszych projektach wywiera znaczące zmniejszenie powierzchni obiektów, możliwe dzięki zintegrowanemu planowaniu. „Nasze” fabryki zajmują niejednokrotnie o 40-50% mniej powierzchni niż pierwowzory czy typowe obiekty w danej branży. Dzięki głębokiej optymalizacji procesów i sposobów realizacji zadań wytwórczych w zakładzie produkcyjnym lub składowania w magazynie, jesteśmy w stanie znacząco zmniejszać wymagania powierzchniowe, przy zach-

waniu zakładanej wydajności i wolumenu w danym obiekcie. To przynosi realne oszczędności zarówno finansowe, jak i środowiskowe.

METROPLAN POLSKA SIEDZIBĘ MA WE WROCŁAWIU I CHOĆ DZIŚ REALIZUJE PROJEKTY NAWET W AMERYCE PÓŁNOCNEJ CZY W CHINACH, NIE ZAPOMINA O SWOIM DOLNOŚLĄSKIM RODOWODZIE. W JAKI SPOSÓB WSPÓŁPRACUJĄ PAŃSTWO Z LOKALNĄ SPOŁECZNOŚCIĄ?

Nasza firma, a w szczególności zespół, bardzo aktywnie wspiera lokalne społeczności. Współpracujemy z uczelniami wyższymi zarówno we Wrocławiu, jak i Warszawie, gdzie znajduje się nasze drugie biuro w Polsce, w zakresie kształtowania programów studiów i poszerzania wiedzy studentów w obszarze zaawansowanego projektowania i używania nowoczesnych narzędzi, w tym symulacyjnych.

W okresie kryzysu migracyjnego związanego z wojną na Ukrainie bardzo aktywnie włączyliśmy się w pomoc uchodźcom. Ufundowaliśmy wyżywienie dla kilku grup uchodźców oraz pomogliśmy kilkunastu dzieciom w przygotowaniu materiałów do rozpoczęcia nauki w szkole. Dodatkowo, nasi pracownicy bardzo aktywnie wspierają zbiórki odzieży zarówno dla uchodźców, jak i w biedniejszej części naszego społeczeństwa.

METROPLAN OFERUJE KLIENTOM PEŁNE WSPARCIE WE WSZYSTKICH FAZACH REALIZACJI – WYKONUJĄ PROJEKTY ARCHITEKTONICZNE, TECHNOLOGICZNE I LOGISTYCZNE. W JAKI SPOSÓB WASZ ZESPÓŁ RADZI SOBIE Z TAK SZEROKIM SPEKTRUM ZADAŃ?

Jak już wspominałem, na przestrzeni lat wypracowaliśmy zaawansowane know-how i procedury operacyjne, które pozwalają nam świadczyć bardzo szeroki wachlarz na stosunkowo dużym obszarze. Dodatkowo, posiadamy bardzo doświadczony zespół oraz najnowocześniejsze narzędzia softwarowe, pozwalające na utrzymanie najwyższej jakości tych usług.

METROPLAN POLSKA ZOSTAŁ GENERALNYM PROJEKTANTEM I PROJECT MANAGEREM FABRYKI KOREAŃSKIEGO KONCERNU POSCO INTERNATIONAL, KTÓREJ BUDOWA ROZPOCZĘŁA SIĘ W CZERWCU W BRZEGU. PROSZĘ OPowiedzieć NIECO WIĘCEJ O TYM PROJEKCIE.

Powstający w Brzegu zakład produkcyjny będzie szóstym zakładem POSCO produkującym rdzenie do silników elektrycznych i hybrydowych na świecie, i pierwszym w Europie – pozostałe fabryki zlokalizo-



wane są w Korei Południowej, Chinach, Indiach i Meksyku. Projekt ten jest swego rodzaju eksperymentem grupy POSCO Holdings, która działa w 55 krajach na całym świecie, ponieważ będzie to pierwszy projekt w Europie realizowany bez pośrednictwa koreańskiego projektanta i project managera. W praktyce, zespół projektowy Metroplan i POSCO został postawiony przed bardzo odpowiedzialnym zadaniem zaprojektowania pierwszej fabryki tego typu w Europie bez wsparcia doświadczonej firmy zarządzającej projektem, pochodzącej z tego samego kręgu kulturowego, co klient. Świadczy to o olbrzymim zaufaniu klienta w nasz profesjonalizm, jakość usług oraz w naszą znajomość niuansów kulturowych. Jest to tym bardziej istotne ze względu na bardzo ambitny harmonogram projektu oraz wymaganą jakość obiektu. Z ciekawostek, proszę o zwrócenie uwagi na zaproponowany przez naszych architektów ogród, znajdujący się obok sali konferencyjnej na dachu biurowca. Tylko dzięki doświadczeniu i znajomości kultury azjatyckiej nasz zespół był w stanie kilkakrotnie proponować oczekiwane przez klienta rozwiązania.

UKOŃCZYLIŚCIE NIEDAWNO ZAKŁAD PRODUKCJI KOMPONENTÓW DO BATERII LITOWO-JONOWYCH W SKARBIMIERZU. INWESTOREM PONOWNIE JEST KOREAŃSKA SPÓŁKA, A FABRYKA RÓWNIEŻ POWSTAŁA W WOJEWÓDZTWIE OPOLSKIM I ZWIĄZANA JEST Z PRODUKCJĄ KOMPONENTÓW DO AUT ELEKTRYCZNYCH. TO PRZYPADEK CZY EFEKT SPECJALIZACJI METROPLANU?

Metroplan od zawsze skupia się na zaawansowanych technologiach i zakładach produkcyjnych najwyższej klasy. Do tego staramy się, aby każdy nasz projekt mógł być w przyszłości elastycznie rozbudowy-

wany i modyfikowany. Zwracamy na to szczególną uwagę już na etapie koncepcji układu produkcyjnego i ta idea przyświeca nam przez cały proces projektowy. W związku z tym nie jest niczym zaskakującym, że klienci z bardzo szybko rozwijającej się branży baterii elektrycznych oraz innych komponentów do samochodów elektrycznych są zainteresowani naszą ofertą. Branża ta, pomimo swojego zaawansowania, wymaga wprowadzania bardzo szybkich zmian w już funkcjonujących obiektach, a nasze projekty starają się niejako przewidywać przyszłość, przez co stosowane są rozwiązania pozwalające klientowi na dużą swobodę w tym zakresie na przestrzeni kolejnych lat.

DUŻO MÓWILIŚMY O TYM, CO METROPLANOWI UDAŁO SIĘ JUŻ OSIĄGNĄĆ. A JAKIE SĄ PERSPEKTYWY NA PRZYSZŁOŚĆ?

Jak już wspominałem, obecnie rynek przechodzi swoistą transformację. Nie wiemy w jakim kierunku pójdzie przemysł w Europie. Dlatego w Metroplan od 2020 r. przyjęliśmy strategię zakładającą opracowanie kompleksowych rozwiązań wspierających transformację energetyczną.

Mgr inż. MICHAŁ BRZozowski

Prezes Zarządu Metroplan Polska Sp. z o.o., posiada bogate doświadczenie w realizacji międzynarodowych projektów przemysłowych, w tym w planowaniu i projektowaniu infrastruktury produkcyjno-logistycznej, optymalizacji kosztów i zarządzaniu projektami. Zarządzał licznymi projektami w Europie, Ameryce i Azji, zyskując uznanie klientów. Odpowiada za zespół architektów, inżynierów i konsultantów w polskich biurach Metroplan we Wrocławiu i Warszawie. Absolwent logistyki na Politechnice Wrocławskiej.



CHOCOLISSIMO

MOŻLIWOŚCI
PERSONALIZACJI

CZEKOLADA
Z INDYWIDUALNYM
NADRUKEIM



SITODRUK



INDYWIDUALNE
OPAKOWANIE





CHOCOLISSIMO



Święta to wyjątkowy, magiczny czas. Czas, w którym warto dzielić się radością i podziękować ważnym dla nas osobom za wspólną pracę. Czekolada od Chocolissimo sprawdzi się do tego doskonale. Personalizowane upominki powstają specjalnie z myślą o pracownikach, klientach i partnerach biznesowych, którzy mają być nimi obdarowani.

Marcin Mazurek
Prezes Zarządu

Szanowni Państwo,
sprawmy, by te nadchodzące Święta Bożego Narodzenia były wyjątkowe dla każdego. Jeżeli pragniemy wywołać uśmiech na twarzy innej osoby, wystarczy wybrać jedną z naszych słodkich inspiracji. Projekty przygotowujemy indywidualnie, dbając o pełną personalizację upominku.

Zapraszam do kontaktu.

Alicja Kordylasińska

alicja.kordylasinska@chocolissimo.com
tel.: 532395969

Jakie korzyści może przynieść przedsiębiorstwom analiza podwójnej istotności w ramach wymogów sprawozdawczości zrównoważonego rozwoju?



Sprawozdawczość zrównoważonego rozwoju reguluje europejska dyrektywa ws. sprawozdawczości przedsiębiorstw w zakresie zrównoważonego rozwoju, znana pod skrótem CSRD. Przedsiębiorstwa podlegające CSRD będą musiały składać sprawozdania zgodnie z europejskimi standardami raportowania na temat zrównoważonego rozwoju (ESRS). Standardy te wymagają przyjęcia perspektywy „podwójnej istotności” (ang. double materiality), co oznacza, że przedsiębiorstwa są zobowiązane do raportowania zarówno swojego wpływu na ludzi i środowisko, jak i tego, w jaki sposób kwestie społeczne i środowiskowe stwarzają ryzyko i szanse finansowe dla przedsiębiorstwa. W tym roku finansowym, tj. 2024 r., grupa największych przedsiębiorstw objętych wymogiem sprawozdawczości przeprowadza analizę podwójnej istotności po raz pierwszy.

ZAŁOŻENIE ANALIZY PODWÓJNEJ ISTOTNOŚCI

Analiza podwójnej istotności wymaga przeprowadzenia oceny istotności wpływu, lub inaczej oddziaływania na otoczenie, i istotności finansowej w kwestiach zrównoważonego rozwoju, jak również zbadania współzależności między tymi

dwoma wymiarami. W trakcie analizy, zarówno dla działalności własnej przedsiębiorstwa, jak i jego łańcucha wartości, opracowana zostaje lista wpływów, ryzyk i szans (lista IRO) dla poszczególnych kwestii zrównoważonego rozwoju. Ocena wpływów, ryzyk i szans stanowi podstawę do wyodrębnienia istotnych tematów zrównoważonego rozwoju, które wskazują na zakres ujawnień, których przedsiębiorstwo będzie musiało dokonać w ramach sprawozdawczości zrównoważonego rozwoju.

KORZYŚCI PŁYNĄCE Z ANALIZY

Prawidłowe przeprowadzenie analizy podwójnej istotności, poza spełnieniem wymogu regulacyjnego, czyli zapewnieniem zgodności z wymogami dyrektywy CSRD, przynosi wielowymiarowe korzyści dla przedsiębiorstwa:

➤ ZAANGAŻOWANIE I RELACJE Z INTERESARIUSZAMI

Analiza podwójnej istotności wymaga dogłębnego zrozumienia łańcucha wartości przedsiębiorstwa, jak również identyfikacji, nawiązania kontaktu i zaczerpnięcia opinii od

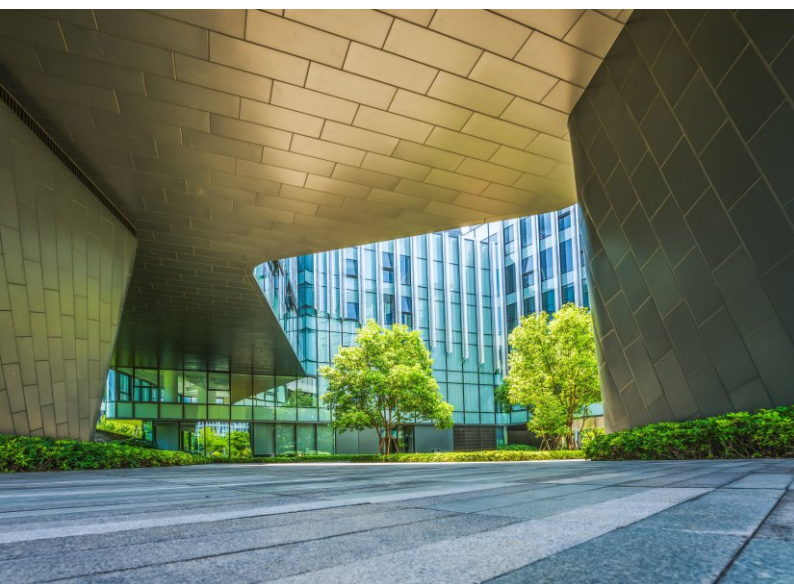
interesariuszy, takich jak dostawcy, klienci, inwestorzy, społeczności lokalne czy reprezentanci środowiska naturalnego. Kontakt z szerokim gronem interesariuszy pozwala na zrozumienie wpływów, jakie wywiera przedsiębiorstwo na otoczenie i zaadresowanie obaw przez nich wskazywanych. Przyczynia się to do polepszenia odbioru przedsiębiorstwa przez interesariuszy, w tym przez szerszą opinię publiczną, czy inwestorów biorących pod uwagę czynniki ESG w procesach inwestycyjnych.

➤ STRATEGIA POSZERZONA O KWESTIE ZRÓWNOWAŻONEGO ROZWOJU

Zrozumienie oddziaływań środowiskowych, społecznych i zarządczych wywieranych przez przedsiębiorstwo i na przedsiębiorstwo, wspiera długoterminowe planowanie strategiczne i integrację zrównoważonego rozwoju do planowania biznesowego¹. Zidentyfikowane w toku analizy podwójnej istotności wpływy, ryzyka i szanse pozwalają na uzupełnienie strategii przedsiębiorstwa o nierozpoznane wcześniej elementy. Jednym z przykładów poszerzenia strategii o kwestie zrównoważonego rozwoju jest uwzględnienie zmian wynikających z polityki klimatycznej i ekstremalnych zjawisk klimatycznych na przedsiębiorstwo.

➤ ZARZĄDZANIE RYZYKIEM

Proces analizy podwójnej istotności zgodny ze standardami ESRS wymaga od przedsiębiorstwa poszerzenia definicji ESG i tym samym rozpoznania ryzyka związanego z różnymi obszarami ESG, jego oddziaływania w krótkim, średnim i długim okresie, jak również analizy prawdopodobieństwa jego wystąpienia. Przedsiębiorstwo ma również obowiązek oceny finansowej ryzyka. W efekcie, analiza podwójnej istotności może prowadzić do identyfikacji i integracji nowych ryzyk do ram zarządzania ryzykiem w przedsiębiorstwie (czy to w ramach Enterprise Risk Management, czy innych kategorii ryzyk zarządzanych przez przedsiębiorstwo).



➤ WYKORZYSTANIE SZANS

Podobnie jak w przypadku ryzyka, analiza podwójnej istotności pozwala na identyfikację, ocenę i integrację szans związanych z kwestiami zrównoważonego rozwoju do modelu biznesowego przedsiębiorstwa. Szanse mogą dotyczyć zarówno działalności własnej przedsiębiorstwa, np. poprzez poprawę oferty produktowej lub zwiększenie zaangażowania pracowników, jak i łańcucha wartości, np. poprzez dywersyfikację dostawców i pozyskanie surowców ze zrównoważonych źródeł.

WNIOSKI

Analiza podwójnej istotności stanowi nie tylko wyzwanie z punktu widzenia sprawozdawczości, ale również może stać się źródłem wielu korzyści, w tym finansowych, dla przedsiębiorstwa. Pogłębienie relacji z interesariuszami, identyfikacja nowych ryzyk i szans, wdrożenie nowych zagadnień ESG do strategii i modelu biznesowego – to niektóre z korzyści płynących z analizy podwójnej istotności. Przeprowadzenie analizy daje możliwość uzyskania informacji niezbędnych do świadomej transformacji przedsiębiorstwa i ukierunkowania go na zrównoważony rozwój.

OBOWIĄZEK SPRAWOZDAWCZOŚCI

Obowiązek sprawozdawczości będzie rozwijał się stopniowo i docelowo będzie obejmował liczną grupę przedsiębiorstw europejskich i niektóre przedsiębiorstwa międzynarodowe operujące na rynku europejskim. W roku finansowym 2024 obowiązek przygotowania raportu dotyczy dużych jednostek zainteresowania publicznego oraz jednostek dominujących w dużych grupach, których liczba pracowników przekracza 500 osób. W roku finansowym 2025 obowiązek ten poszerzy się o pozostałe duże przedsiębiorstwa i pozostałe jednostki dominujące w dużych grupach. W roku finansowym 2026 do obowiązku dołączą małe i średnie jednostki interesu publicznego i niebędące mikro-jednostkami, niektórzy emitenci rozumiani jako małe i niezłożone instytucje, oraz niektórzy emitenci rozumiani jako wewnętrzne zakłady ubezpieczeń i wewnętrzne zakłady reasekuracji. W następnych latach finansowych do obowiązku dołączą niektóre spółki międzynarodowe ze znaczącymi obrotami generowanymi na rynku europejskim. Dokładny zakres sprawozdawczości wraz z kryteriami warunkującymi obowiązek sprawozdawczości w poszczególnych latach finansowych znajduje się w treści dyrektywy CSRD (źródło: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=CELEX:32022L2464>). Kryteria mogą podlegać zmianie, o czym informują dyrektywy delegowane Komisji Europejskiej.

**Autor: Tomasz Piasecki,
Lider działu Sustainability, Forvis Mazars**

¹ Standardy ESRS wymagają ujawnień w obszarze interakcji między strategią i modelem biznesowym przedsiębiorstwa, a jej istotnymi wpływami, ryzykiem i szansami, w tym sposobu, w jaki przedsiębiorstwo odnosi się do kwestii tych wpływów, ryzyka i szans (ESRS, załącznik 1).

Wychwyt CO₂ ratunkiem dla przemysłu



154 mln ton – tyle¹ w 2023 wyniosły emisje CO₂ w Polsce. Za zdecydowaną większość odpowiadają elektrownie i elektrociepłownie, ale zaraz za nimi plasują się dwie wysoce emisyjne branże: rafineryjna (9,8 mln t) i cementowa (9,6 mln t). I choć obie zanotowały w minionym roku spadki (o 6,9% i 14,4%), nadal odpowiadają za 1/8 całkowitych emisji dwutlenku węgla w naszym kraju. Tak duża emisyjność w tych branżach wynika nie tylko z dużego zapotrzebowania energetycznego procesów, ale również ich chemicznej natury.

Przemysł cementowy jest jednym z najbardziej emisyjnych na świecie. Według badań² odpowiada za aż 7% globalnych emisji przemysłowych. Produkcja cementu wiąże się i nadal będzie się wiązać przede wszystkim ze znaczną ilością emitowanego CO₂, głównie za sprawą prowadzenia procesu kalcynacji do obróbki węgla wapnia. W przeciwieństwie do innych energochłonnych branż, emisje spowodowane zużyciem paliwa nie stanowią tutaj większości całkowitych emisji. Dlatego biopaliwa ani zielona energia nie pomogą. Tylko wychwytywanie, utylizacja i składowanie CO₂ (CCUS) może być rozwiązaniem dla cementowni. Pierwsze technologie tego typu są już wdrażane na rynku.

„Redukcja emisji, obok przejścia na gospodarkę obiegu zamkniętego, jest najważniejszym działaniem, jakie może poczynić ogólnie pojęty przemysł w celu spowolnienia zmian klimatycznych. Jednocześnie, nie ma jednego magicznego sposobu w jaki można to zrobić. Dlatego tak ważne jest szukanie różnorodnych rozwiązań, które wspólnie pomogą nam osiągnąć cel, a takim jest m.in. CCUS” – Katarzyna Cieślukowska.

W maju 2023 roku firma BASF ogłosiła, że będzie wdrażać wychwytywanie CO₂ oparte na technologii OASE® blue w nowym zakładzie. Wielkoskalowy proces będzie prowadzony przez spółkę joint venture Capture-to-Use (CAP2U), powołaną przez Linde i Heidelberg Materials. Będzie to pierwsza jednostka CCU (Carbon Capture and Utilization) tego typu na skalę przemysłową na świecie. Planuje się, że w zakładzie tym rocznie wychwytywanych, oczyszczanych i skraplanych będzie około 70 000 ton CO₂. Linde zamierza sprzedawać większość wyprodukowanego ciekłego CO₂ jako surowiec dla przemysłu chemicznego oraz na rynki konsumenckie. Tam będzie używany do produkcji żywności i napojów gazowanych. To ważny krok w praktycznym zagospodarowaniu dwutlenku węgla w modelu gospodarki o obiegu zamkniętym (GOZ).

„Emisje niektórych procesów przemysłowych, ze względu na ich chemiczną naturę, mogą być redukowane głównie na drodze technologii takich jak wychwytywanie CO₂. Dzięki sprawdzonym rozwiązaniom dwutlenek węgla, zamiast trafić do atmosfery, może zostać odzyskany i wykorzystany jako pełnowartościowy surowiec wtórny” – Damian Danielewicz.

Dla większości procesów gazy są tak samo ważnym medium jak woda i energia elektryczna. W pierwszej połowie 2024 roku największy na świecie prywatny producent gazów technicznych i medycznych, Messer, uruchomił w Austrii instalację do odzysku CO₂. Dwutlenek węgla jest tam odseparowywany i zawracany ze spalin przemysłowych również przy użyciu technologii OASE® blue. Messer planuje w kolejnym kroku uzdatnić otrzymany dwutlenek węgla do ponownego wykorzystania w kontakcie z żywnością. Tym samym będzie dostarczał go do Austrii, Włoch, Szwajcarii i Niemiec, gdzie już teraz zaopatruje wielu klientów. CO₂ jest surowcem pożądanym w przemyśle spożywczym, który do tej pory był często pozyskiwany głównie jako produkt uboczny w produkcji amoniaku. Opisane rozwiązanie stanowi zrównoważoną alternatywę.

Dlaczego rynek decyduje się zaufać technologii OASE® blue? Charakteryzuje się ona niskim zużyciem energii, niewielkimi stratami wysokosprawnego rozpusz-

czalnika oraz elastycznym zakresem działania, projektowanym każdorazowo pod indywidualne wymagania użytkownika. Technologia została opracowana w celu radzenia sobie z wyzwaniami, jakie stwarzają zanieczyszczenia w źródłach spalinowych pochodzących m. in. z elektrowni opalanych paliwami kopalnymi, reformatorów parowych, spalarni odpadów czy właśnie przemysłu cementowego.

BASF wprowadza na rynek technologie OASE® – Gas Treating Excellence, które są efektem ponad 50-letniego doświadczenia w obszarach oczyszczania i uzdatniania gazów. Technologie te mogą być stosowane do oczyszczania: spalin, gazu ziemnego, gazu syntezowego, biogazu oraz innych strumieni procesowych. Skuteczność rozwiązań opartych na technologii OASE® potwierdza około 500 zakładów referencyjnych na całym świecie. OASE® to kompleksowe rozwiązania, wysoko selektywne rozpuszczalniki oraz specjalistyczne wsparcie techniczne. Więcej informacji na www.oase.basf.com

Autorzy:
Damian Danielewicz, BASF Polska, Katarzyna Cieślukowska, BASF Polska

¹ Źródło: <https://www.linkedin.com/pulse/bilans-polskich-emisji-w-eu-ets-2023-ligof/?trackingId=7FTABNBXddbnGKXbwGiRA%3D%3D>

² Źródło: <https://www.oxfordenergy.org/publications/the-role-of-ccus-in-decarbonizing-the-cement-industry-a-german-case-study/>



Jak przekuć regulacje ESG w strategiczne korzyści za pomocą digitalizacji?



JAN T. MIZGAJSKI, PhD

ESG Expert and Solutions Leader, Clouds on Mars

Digitalizacja ESG jest niezbędna do zapewnienia zgodności z nowymi wymogami regulacyjnymi, między innymi takimi jak Corporate Sustainability Reporting Directive (CSRD). Sposób, w jaki firmy podchodzą do tej kwestii jest bardzo odmienny. Wielu przedsiębiorstwom brakuje świadomości, jak skutecznie realizować proces digitalizacji ESG i często bagatelizują jego znaczenie. Natomiast zmiana sposobu postrzegania zarządzania danymi ESG z prostego "odhaczania" zgodności regulacyjnej, do wykorzystywania tych procesów jako źródła strategicznych przewag, może pomóc firmom podjąć właściwe decyzje już teraz. Poniższy artykuł jest kompilacją doświadczeń i obserwacji autora ze współpracy z przedsiębiorstwami w zakresie rozwiązań IT dla danych ESG.

KONIECZNOŚĆ DIGITALIZACJI ESG

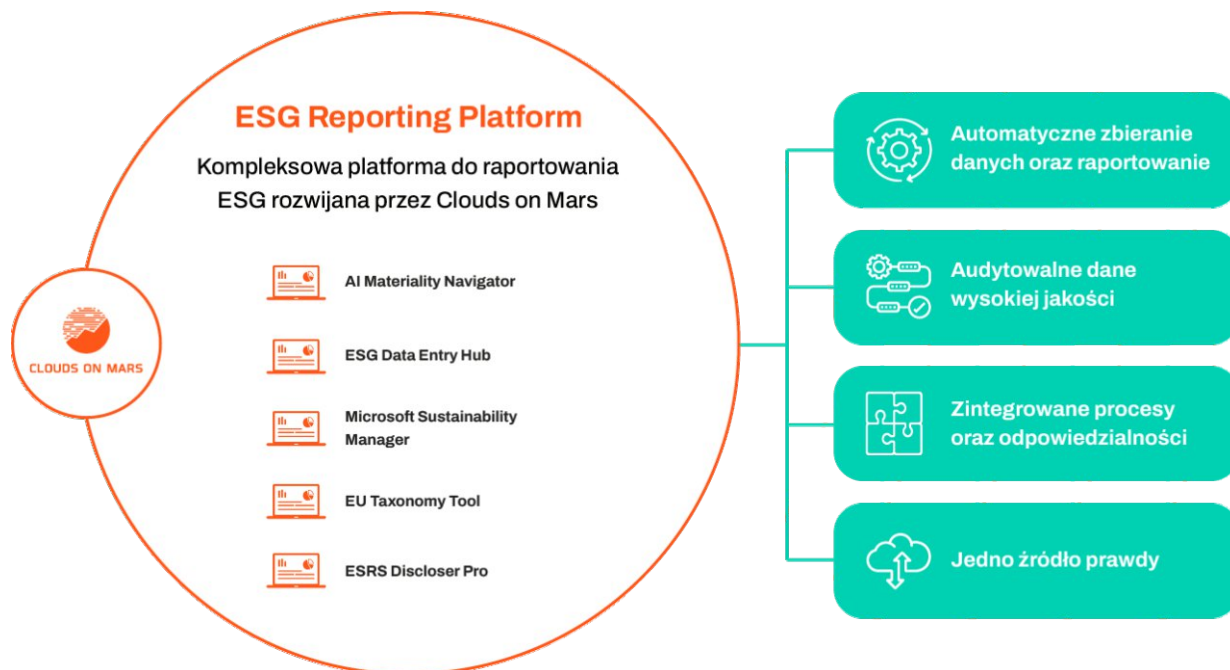
Już dzisiaj konieczne jest dostosowanie firm do złożonego systemu regulacji ESG w UE. Digitalizacja procesów związanych z ESG staje się nieunikniona. Tylko w pierwszym opublikowanym zestawie European Sustainability Reporting Standards (ESRS) uwzględniono 1144 punkty danych, dla których firmy będą zobowiązane przygotować ujawnienia ilościowe i opisowe. Mimo, że nie wszystkie punkty danych będą miały zastosowanie dla każdego raportującego przedsiębiorstwa, to wysiłek związany z ich raportowaniem, będzie za każdym razem znaczny. Szczególnie

wymagającym zadaniem dla firm w kontekście wdrażania standardu ESRS jest raportowanie śladu węglowego. W przeciwieństwie do innych wskaźników, raportowanie emisji dwutlenku węgla wymaga przetworzenia ogromnej ilości danych. Szacuje się, że obliczenie śladu węglowego w zakresie 3 (emisje pośrednie, w tym te znajdujące się w łańcuchu wartości dodanej) dla dużego międzynarodowego koncernu wymaga zebrania i przeliczenia 3 miliardów wierszy danych.

DODATKOWE KORZYŚCI Z DIGITALIZACJI ESG

Przedsiębiorstwa, które efektywnie dostosują się do nowych standardów ESG, mogą oczekiwać konkretnych korzyści. Precyzyjne raportowanie ESG wymagane jest głównie przez zachodnich kontrahentów. Klienci, aby zmniejszać ryzyka ESG w swoich łańcuchach dostaw będą wymagać coraz dokładniejszych danych o nabywanych produktach. Dlatego bardziej cenieni będą dostawcy, którzy są w stanie dostarczać precyzyjnych informacji o swoich wyrobach i usługach. Podobnie inwestorzy, w tym fundusze inwestycyjne oraz banki, zaczynają premiować aktywa o niskich ryzykach ESG.

Ponadto, posiadanie wielu dobrej jakości informacji ESG umożliwia firmom identyfikację obszarów do optymalizacji kosztów, poprzez efektywne zarządzanie zasoba-



mi. Wiarygodne dane ESG pozwalają także przewidywać ryzyka i tendencje rynkowe tak, aby przystosowywać się do nich w sposób proaktywny. To z kolei może przyczynić się do zdobycia przewagi rynkowej.

Podsumowując, zarządzanie danymi ESG za pomocą zaawansowanych narzędzi digitalizacji odpowiada na wyzwania regulacyjne, a ponadto otwiera nowe możliwości rozwoju. Inwestycje w odpowiednie technologie mogą zaowocować wzrostem wartości firmy i jej marki w przyszłości.

WYZWANIA NIESKALOWALNYCH ROZWIĄZAŃ ESG

Aktualnie wiele firm poszukuje narzędzi gwarantujących zgodność z przepisami CSRD. Jednakże, często brakuje im wizji co do docelowej architektury swoich rozwiązań. To może prowadzić do wyboru rozwiązań niedojrzałych, nieskalowalnych i niewspierających głębokiej integracji z istniejącymi systemami informatycznymi w firmie.

Niezintegrowane, fragmentaryczne narzędzia ESG stawiają przed firmami szereg wyzwań, w tym problem niespójnych zestawów danych, niekompatybilność technologiczną oraz trudności w utrzymaniu baz danych. Komplikuje to procesy zarządzania ESG i wyklucza efektywne wykorzystanie najnowszych technologii, w tym bazujących na sztucznej inteligencji.

STRATEGICZNE PODEJŚCIE DO DIGITALIZACJI DANYCH ESG

Strategiczne podejście do digitalizacji ESG zakłada posiadanie dobrze przemyślanej koncepcji systemu zarządzania danymi. Następnie, stopniowe rozwijanie docelowej infrastruktury danych, bazując na solidnej podstawie technologicznej. Takie działanie umożliwia tworzenie spójnych, wszechstronnych i przystosowanych do skalowa-

nia systemów. Dlatego przedsiębiorstwa szukające skutecznych rozwiązań w dziedzinie ESG powinny uważnie analizować dostępne opcje. Głównymi kryteriami oceny powinny być możliwości integracji z systemami IT, elastyczność, łatwość użytkowania oraz zdolność do spełniania obecnych i przyszłych wymagań w zakresie raportowania i audytu.

Platformą technologiczną, która prawdopodobnie najlepiej wpisuje się w te wymagania jest Microsoft Cloud for Sustainability. Pozwala ona na pełną automatyzację obliczeń śladu węglowego i innych wskaźników ESG. Dodatkowo, wspiera użytkowników w zakresie analizy danych za pomocą sztucznej inteligencji i zapewnia pełną audytowalność procesu. W ramach platformy możliwe jest budowanie dedykowanych narzędzi o szczególnej wartości dla firm, np. aplikacji do zbierania danych dostosowanej do procesów biznesowych. Microsoft Cloud for Sustainability to dynamiczne środowisko, które stale się zmienia poprzez dodawanie nowych, użytecznych komponentów, dostosowując się zarówno do potrzeb klientów, jak i zmian regulacyjnych.

Strategiczne podejście do digitalizacji ESG zakłada także nawiązanie współpracy z właściwym partnerem technologicznym. Idealny partner powinien być w stanie wdrożyć zaawansowane narzędzia do raportowania ESG oraz zapewnić wsparcie merytoryczne. Taką gwarancję daje współpraca z firmą Clouds on Mars – oficjalnym partnerem Microsoft. Clouds on Mars oferuje wdrożenia kompleksowego systemu narzędzi – od zbierania danych, przez ich przechowywanie, po raportowanie. Ponadto, wspiera swoich klientów specjalistyczną wiedzą w zakresie śladu węglowego, raportowania ESRS, czy audytu. Dzięki temu, firma Clouds on Mars zdobyła uznanie jako wiodący partner Microsoft w zakresie wdrożeń ESG nie tylko w Polsce, ale i w całym regionie EMEA.

Raportowanie ESG – obowiązek czy szansa?



DR RENATA KONECZNA
Senior Consultant w Greeners



JAN BEDNARZ
Consultant w Greeners

W ostatnich latach obserwujemy znaczący wzrost liczby zmian legislacyjnych dotyczących sprawozdawczości w zakresie zrównoważonego rozwoju przedsiębiorstw. Firmy zobowiązane są już nie tylko informować otoczenie o swoich wynikach finansowych, ale również ujawniać informacje dotyczące aspektów środowiskowych, społecznych i ładu korporacyjnego (ESG) w ich działalności gospodarczej. Dane umieszczane w raportach w zakresie zrównoważonego rozwoju posłużą nie tylko organom państwowym, ale przede wszystkim partnerom biznesowym i odbiorcom końcowym. Mają one istotny wpływ na wartość przedsiębiorstwa, jego konkurencyjność czy dostęp do finansowania. Inwestorzy, którzy otrzymają odpowiednie dane, mogą uwzględnić długoterminowe ryzyko środowiskowe w wycenie przedsiębiorstwa.

Dyrektywa w sprawie ujawniania informacji niefinansowych (NFRD) weszła w życie we wszystkich państwach członkowskich Unii Europejskiej (UE) w 2018 r. i stanowiła ważny, ale niewystarczający krok w kierunku obowiązkowego ujawniania informacji dotyczących zrównoważonego rozwoju. W 2022 r. UE przyjęła dyrektywę w sprawie sprawozdawczości w zakresie zrównoważonego rozwoju (CSRD). CSRD umożliwiła przyjęcie pierwszego zestawu europejskich standardów sprawozdawczości na rzecz zrównoważonego rozwoju (ESRS).

Dyrektywa CSRD prowadzi do wzrostu liczby podmiotów zobowiązanych do ujawniania informacji w zakresie ESG z około 11 700 spółek (w ramach NFRD) do prawie 50 000 spółek w całej UE¹. Obowiązek jest wprowadzany etapami, a pierwsze spółki będą zobowiązane do raportowania zgodnie z ESRS począwszy od 2025 r., za rok obrotowy 2024. Raportować będą podmioty podlegające uprzednio pod NFRD (podmioty interesu publicznego zatrudniające powyżej 500 osób). W kolejnym roku będą to już wszystkie duże przedsiębiorstwa, a następnie także średnie i małe, których papiery wartościowe są notowane. Dyrektywa obejmuje również największe przedsiębiorstwa spoza UE, które generują odpowiednio wysokie obroty na terenie UE.

Dyrektywa CSRD rozszerza zakres NFRD i wprowadza bardziej szczegółowe i ambitne wymogi sprawozdawcze, a także prowadzi do ujednoczenia zakresu ujawnień. Główne elementy raportowania zgodnie z CSRD to:

- Zasada podwójnej istotności** – ocena wpływu kwestii ESG na działalność spółki, a także wpływu jej działalności operacyjnej na społeczeństwo i środowisko.
- Przejrzystość wpływu w łańcuchu wartości** – ocena bezpośredniej działalności operacyjnej, a także istotnych ob-

- szarów wpływu oraz ryzyka i szans w łańcuchu wartości.
3. **Powiązania z modelem biznesowym i strategią** – wyjaśnienie w jaki sposób kwestie ESG wpływają (pozytywnie i negatywnie) na strategię i model biznesowy spółki oraz czy zamierza ona wprowadzić zmiany, aby łagodzić negatywny wpływ związany ze swoją działalnością.
 4. **Stosowanie europejskich standardów sprawozdawczości w zakresie zrównoważonego rozwoju (ESRS)** – przygotowanie obowiązkowych ujawnień.
 5. **Ślad węglowy** – obliczenie śladu węglowego w zakresie 1 i 2, a docelowo również w zakresie 3. Proponowanym standardem do oceny śladu węglowego przez Komisję Europejską (KE) jest GHG Protocol lub ISO.
 6. **Audyt** – raporty będą podlegały obowiązkowi atestacji przez akredytowanych audytorów.

Przedsiębiorstwa w swych raportach powinny odnieść się do 12 standardów. Prezentowane dane powinny obejmować informacje ogólne oraz trzy zestawy zagadnień (społeczne, środowiskowe i ład organizacyjny), a do nich wyliczone muszą zostać odpowiednie wskaźniki, zgodnie z przeprowadzonym badaniem podwójnej istotności. Konieczne jest również omówienie w jaki sposób zagadnienia ESG znajdują odzwierciedlenie w modelu biznesowym, polityce i strategii rozwoju, analizie ryzyka oraz ładzie zarządczym.

Kluczowym elementem raportowania jest zidentyfikowanie źródeł emisji GHG i ich klasyfikacja na trzy zakresy, odróżniając bezpośrednie od pośrednich emisji. Oznacza to, że firmy objęte raportowaniem będą musiały pozyskać od swoich dostawców dane dotyczące śladu węglowego w ich usługach i produktach oraz uwzględnić je w swoich obliczeniach oraz strategii redukcji emisji.

Raporty dotyczące zrównoważonego rozwoju będą dostępne dla opinii publicznej za pośrednictwem rejestrów centralnych, rejestrów spółek państw członkowskich oraz ich stron internetowych. Raporty będą również bardzo przydatne dla inwestorów, konsumentów, organizacji pozarządowych i decydentów politycznych. Możliwość zapoznania się z nimi pozwoli każdemu zainteresowanemu sprawdzić osiągnięte przez spółkę wyniki czy też sposoby rozwiązania przez nią zaistniałych problemów w obszarze społecznym i środowiskowym.

Obowiązek raportowania ESG, zwłaszcza na początku, może sprawiać trudności. Związane jest to przede wszystkim ze złożonością przepisów regulujących sprawozdawczość, gromadzeniem istotnych informacji od podmiotów w całym łańcuchu wartości, w szczególności od dostawców należących do kategorii MŚP oraz z rynków wschodzących gospodarek. To również dodatkowe koszty administracyjne, doradztwa, atestacji, czy kadrowe, które będą szczególnie uciążliwe dla MŚP. Może to doprowadzić do wzrostu ich

kosztów produkcji i cen produktów, a w konsekwencji do spadku konkurencyjności rynkowej.

Z drugiej strony, raportowanie w zakresie zrównoważonego rozwoju powinno przyczynić się do redukcji kosztów działalności w dłuższej perspektywie, optymalizacji inwestycji i wydatków kapitałowych czy pozyskania zielonego finansowania dłużnego lub ze środków UE. Warto wskazać, że w 2025 r. wiele przedsiębiorstw będzie objęte obowiązkiem przeprowadzenia audytu energetycznego przedsiębiorstwa. Audyt ten jest pomocnym instrumentem, który poprzez przeanalizowanie co najmniej 90% konsumpcji wszystkich nośników energii oraz określenie poziomu energochłonności przedsiębiorstwa, pozwala na wskazanie obszarów możliwych do poprawy efektywności energetycznej, a tym samym redukcji śladu węglowego.

ESG to również możliwość wdrożenia innowacyjnych rozwiązań, zbudowania zrównoważonej marki, zaangażowania i utrzymania pracowników.

Przykładowo raporty z zakresu zrównoważonego rozwoju opublikowane przez największe spółki sektora energetycznego, które znajdują się pod rosnącą presją ze strony regulatorów, inwestorów oraz społeczeństwa, wskazują na istotny trend dekarbonizacji. Każda z tych spółek zobowiązała się zdekarbonizować swoją działalność najpóźniej do 2050 r. Najwięcej działań podejmowanych jest w obszarze środowiska. Zrealizowane inwestycje dotyczyły przede wszystkim tych w odnawialne źródła energii (OZE), jak również tych związanych z gospodarką obiegu zamkniętego (GOZ), rekultywacją terenów czy też bioróżnorodnością. W obszarze społecznym przygotowano polityki zarządzania kapitałem ludzkim, polityki wspierające kadrę kierowniczą oraz pracowników w tworzeniu kultury dialogu i rozwoju, procedury należytej staranności i wewnętrzne regulacje. Kluczowym elementem budowania zrównoważonego rozwoju jest także ład organizacyjny, który zwiększa przejrzystość i odpowiedzialność zarządzania. Wiele podmiotów gospodarczych jest na etapie przygotowywania strategii firmy do standardów ESG oraz angażowania całej organizacji w realizację długoterminowych celów.

Należy pamiętać, że podjęcie właściwych kroków przygotowawczych do wdrożenia strategii ESG wymaga kompleksowego podejścia poprzez opracowanie właściwych procedur oraz polityk, a raport stanowi jedynie odzwierciedlenie strategii oraz działań podejmowanych przez przedsiębiorstwa w danym roku obrotowym.

¹ Hummel, K., & Jobst, D. (2024). An Overview of Corporate Sustainability Reporting Legislation in the European Union. *Accounting in Europe*, 0(0), 1–36. <https://doi.org/10.1080/17449480.2024.2312145> (dostęp: 31.08.2024 r.)

Strategia ESG w obszarze społecznym na przykładzie Unilink – największej multiagencji ubezpieczeniowej w Polsce



MONIKA LEJK

Senior Human Resources Manager, Unilink S.A.

Kiedy w 2015 roku Zgromadzenie Ogólne ONZ przyjęło jednogłośnie do realizacji „Agendę na Rzecz Zrównoważonego Rozwoju – 2030”, świat zaczął dynamicznie zmieniać kierunek na odpowiedzialny względem Planety, Ludzi i Środowiska, podejmując wyzwanie, jakim jest realizacja Celów Zrównoważonego Rozwoju.

Od tego czasu, również ze względu na fakt wejścia w życie 5 stycznia 2023 r. Dyrektywy Parlamentu Europejskiego i Rady UE w sprawie sprawozdawczości przedsiębiorstw w zakresie zrównoważonego rozwoju (CSRD), w przestrzeni publicznej trwa dyskusja na temat właściwych standardów oraz wartościowych przykładów inicjatyw godnych zaimplementowania, w kwestii trzech obowiązkowych zakresów raportowania niefinansowego.

Obszary te dotyczą elementów opisanych skrótem ESG, w którego skład wchodzi:

1. Obszar środowiskowy E (Environmental), dotyczący działań podjętych przez firmę w celu ochrony środowiska.
2. Obszar społeczny S (Social), dotyczący działań podjętych przez firmę w celu aktywności społecznych.

3. Obszar ładu korporacyjnego G (Governance), dotyczący działań podjętych przez firmę w celu właściwego zarządzania.

Uwagde korporacji oraz firm z sektora MŚP, które zastanawiają się dziś nad implementacją strategii ESG w obszarze społecznym, Unilink S.A. – największa w Polsce multiagencja ubezpieczeniowa – poleca własny projekt, o nazwie „**Zacznij od siebie – zadbaj o swoje życie i zdrowie**”. To holistyczny i społecznie odpowiedzialny program w trosce o życie i zdrowie człowieka. Sam projekt został zainicjowany z sukcesem w 2024 roku w całej Grupie Unilink, wypełniając założenia promujące zdrowie w miejscu pracy. Firma oferuje też profesjonalne doradztwo w zakresie jego wdrożenia.

Punktem wyjścia w budowaniu konceptu „Zacznij od siebie – zadbaj o swoje życie i zdrowie” były dwa elementy. Pierwszy, to kultura **Accountability** (ang.: Biorę Odpowiedzialność), wyrażona w firmowym hasle **DBAM**, która od lat propagowana jest w Grupie Unilink. Drugi, to misja firmy, którą jest tworzenie trwałej przewagi konkurencyjnej dla Partnerów – Agentów oraz Towarzystw Ubezpieczeniowych – poprzez organizowanie i zarządzanie nowoczesną strukturą sprzedaży ubezpieczeń. Inicjatywa, o której mowa, łączy w sobie pierwotną ideę **DBANIA** o siebie poprzez zdrowy styl życia, profilaktykę i cykliczność badań – czyli Plan A – z Planem B, oferującym odpowiednią ochronę ubezpieczeniową na życie i zdrowie.

Odbiorcami projektu są pracownicy Grupy Unilink. Inicjatywa rozpisana została na 2024 rok, a jej przebieg na kilka etapów, w których wykorzystana została między innymi wiedza ekspertów z zakresu medycyny, wellbeingu oraz ubezpieczeń. Edukacja pracowników w zakresie profilaktyki zdrowotnej oraz ubezpieczeniowej przyjęła nowoczesną formę: webinarów, filmowych wywiadów tematycznych z pracownikami oraz konkursów z nagrodami. W projekcie wykorzystano również aplikację budującą społeczność oraz promującą zdrowy tryb życia i sport na co dzień.

Adresaci projektu mieli również możliwość wzięcia udziału w audycie posiadanych polis, w tym w rozbudowanej analizie potrzeb ubezpieczeniowych z finalną propozycją najlepszych rozwiązań w tym zakresie. Element ten został dodany tworząc unikalny walor, który jest odpowiedzią firmy Unilink na wyniki badań Polskiej Izby Ubezpieczeń i Deloitte z 2021 i 2023 roku o nazwie „Mapa Ryzyka Polaków”. Raporty te wskazały, że Polacy, niezależnie

od wieku, najbardziej obawiają się: braku pieniędzy na leczenie poważnej choroby, śmierci osoby bliskiej oraz jej ciężkiej choroby. Wymienione ryzyka na szczęście można ubezpieczyć w coraz bardziej nowoczesny i dostępny dla wszystkich sposób.

Podsumowując ten etap akcji, Prezeska Unilink, Pani Aleksandra Friedel, podkreśliła, że „Będąc odpowiedzialnymi społecznie pragniemy holistycznie zadbać o dobro człowieka, wspierając jego zdrowie i długowieczność. W tym duchu połączyliśmy dwie niezwykle ważne inicjatywy: Sophii Health, której misją jest promowanie edukacji zdrowotnej i profilaktyki oraz Unilink, wiodącej firmy propagującej świadomość ubezpieczeniową i oferującej najwyższej klasy ubezpieczenia zdrowotne i życiowe. Nasze działania opierają się na dwóch fundamentalnych filarach. Pierwszy z nich, Plan A, to holistyczne podejście do zdrowia, które promuje świadome życie i zapobiega chorobom. Przekazujemy rzetelną wiedzę, obalamy powszechne mity zdrowotne i wskazujemy badania profilaktyczne, które każdy powinien regularnie wykonywać. Plan B to szerzenie świadomości ubezpieczeniowej i zadbanie o dostęp do światowej medycyny i leczenia poprzez odpowiednio dobraną ochronę ubezpieczeniową oferowaną przez Unilink.”

Misja projektu, jego zasięg i formy zaoferowanego wsparcia, spotkały się z bardzo dobrą oceną uczestników. Poniżej przedstawiamy ich przykładowe opinie.

„Projekt »Zacznij od siebie – zadбай o swoje życie i zdrowie« pozwolił mi poznać, jakie działania są korzystne dla mojego zdrowia i życia codziennego. Dzięki zdobytym informacjom jestem teraz bardziej świadomy tego, jak dbać o swoje ciało i samopoczucie. Uczestnictwo w oferowanych warsztatach dało mi narzędzia do lepszego planowania przyszłości pod kątem zdrowotnym, co jest dla mnie niezwykle cenne”. – Prawnik

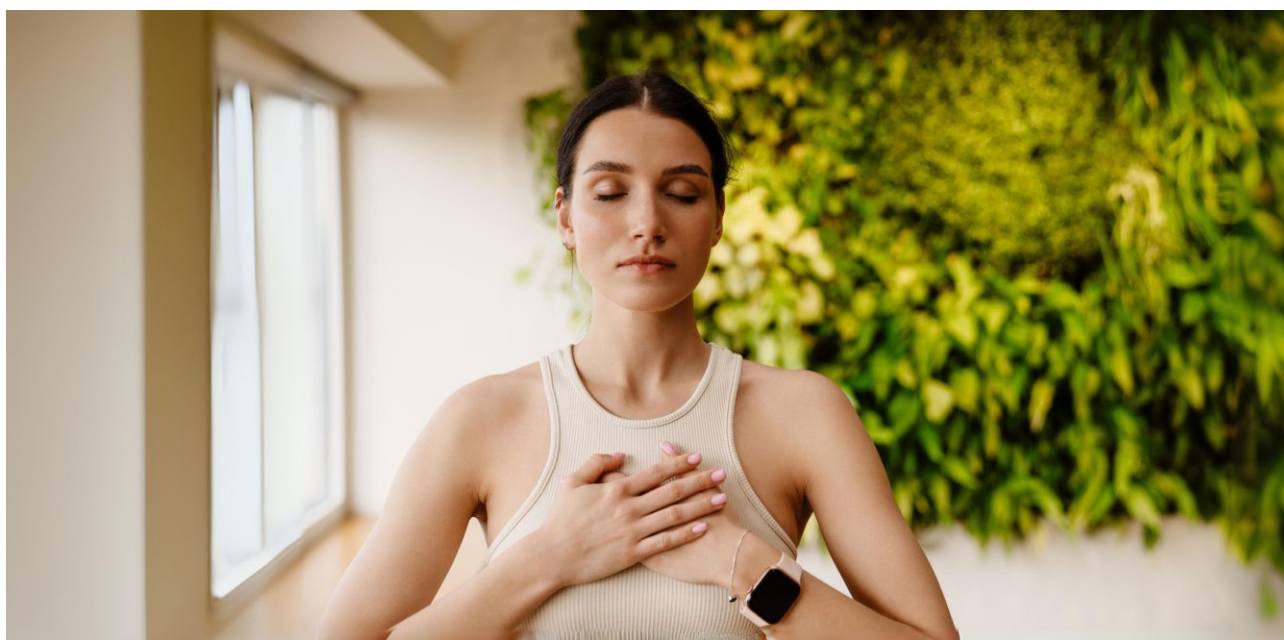
„Cenię bardzo inicjatywy mające na celu budowanie świadomości zdrowotnej. W związku z powyższym, projekt

był dla mnie trafiony w punkt. Przy podejściu holistycznym, dbając o zdrowie fizyczne dbamy też o zdrowie psychiczne, co pozwala znaleźć przepis na szczęśliwe i długie życie. Cieszę się, że projekt »Zacznij od siebie – zadбай o swoje życie i zdrowie« przypomniał mi tę zależność i to, że warto zadbać o źródło naszego samopoczucia”. – Kierownik ds. Programu Partnerskiego UniPartner

„Do czego zainspirowała mnie inicjatywa »Zacznij od siebie – zadбай o swoje życie i zdrowie«? Głęboko zastanowiłam się nad trybem mojego życia oraz moich bliskich. Szczególnie pod kątem dbania o zdrowie i dobrostan psychiczny. Akcja pobudziła mnie do refleksji i zainspirowała do podejmowania bardziej świadomych decyzji w moim codziennym życiu. Myślę, że jest to bardzo cenny cykl, zwłaszcza, że na co dzień jesteśmy bardzo zabiegani. Możemy być dumni z tego, że został on rozpowszechniony w naszej firmie”. – Kierownik Działu Wsparcia Sprzedaży

Jak widać na przykładzie powyższej inicjatywy autorstwa Unilink, w poszukiwaniu optymalnych rozwiązań z zakresu zrównoważonego rozwoju oraz ESG warto dzielić się najlepszymi praktykami oraz zawiązywać wartościowe koalicje i współpracę cross-biznesową. Prosta idea połączenia wspomnianych powyżej Planu A i Planu B może być wykorzystana przez działy HR jako kompleksowy projekt benefitowy dla pracowników oraz gotowe rozwiązanie dla całych firm i organizacji z obszaru ESG w zakresie aktywności społecznych.

Projekty takie jak „Zacznij od siebie – zadбай o swoje życie i zdrowie” potwierdzają fakt, że Dyrektywa Parlamentu Europejskiego i Rady UE w sprawie sprawozdawczości przedsiębiorstw w zakresie zrównoważonego rozwoju (CSRD) jest nie tylko obowiązkiem, ale również szansą dla firm. Dzięki optymalnym praktykom, organizacje mogą zwiększyć swoją wartość, zdobyć zaufanie obecnych i przyszłych pracowników, klientów oraz inwestorów i co równie ważne, mieć sprawczy wpływ na tworzenie lepszego świata.



Raportowanie ESG ze wsparciem technologii



MARCIN WRZOS

Prezes Zarządu w Atmoterm S.A.

Dyrektywa CSRD nakłada na niektóre przedsiębiorstwa obowiązek sporządzania raportów ESG. Do tej pory część dużych przedsiębiorstw była zobowiązana do przygotowywania takich raportów na podstawie dyrektywy NFRD, ale raportowane dane nie były ujednolicone. Wywodzące się z dyrektywy CSRD europejskie standardy raportowania zrównoważonego rozwoju (ESRS) ujednolicają informacje ujawniane w raportach ESG. Jako pierwsze obowiązkiem raportowania ESG zostaną objęte podmioty, które wcześniej podlegały obowiązkowi raportowania według dyrektywy NFRD. W następnych latach będą do nich dołączać kolejne grupy przedsiębiorstw. W ciągu 3 lat ich liczba w Polsce wyniesie około 3,5 tys.

Co ważne – nie tylko podmioty zobowiązane przepisami prawnymi będą musiały gromadzić i raportować dane. Obowiązek ten dotknie pośrednio znacznie większą liczbę podmiotów współpracujących z przedsiębiorstwami objętymi obowiązkiem. Chodzi o nawet kilkanaście tysięcy firm w Polsce.

ATESTACJA RAPORTÓW ESG

Drugą ważną zmianą będzie obowiązkowa atestacja (audyt) raportów ESG – będą one podlegały audytowi tak samo jak sprawozdania finansowe. Dlatego na zarządach firm spocznie dużo większa niż do tej pory, odpowiedzialność za raportowane dane.

RAPORTOWANIE DANYCH ŚRODOWISKOWYCH

Wymóg raportowania danych niefinansowych wprowadzi dodatkowo obowiązek obliczania śladu węglowego organizacji. Jednocześnie, przedsiębiorcy nadal będą musieli

raportować dane, na przykład do celów opłatowych, w ramach polskiego systemu finansowania ochrony środowiska. Od lat przedsiębiorstwa, szczególnie produkcyjne, muszą dostarczać informacje na temat zużycia wody, ilości wytwarzanych ścieków i odpadów, a także emisji związków chemicznych do atmosfery. Dlatego ważnym elementem raportowania ESG będą dane środowiskowe gromadzone przez przedsiębiorców. Z rozmów prowadzonych z naszymi klientami wiemy, że często te dane są zbierane w wersji papierowej – w segregatorach, przetwarzane w różnych, nieujednoliconych plikach, z dostępem tylko w siedzibie firmy. To wydłuża proces ich zbierania, przetwarzania i raportowania. Mówiąc wprost – jest to nieefektywny, ryzykowny i drogi sposób pracy z danymi.

Raportowanie ESG wymusi na przedsiębiorcach ujednolicenie zbieranych danych. Najlepiej, by te dane były jednocześnie wykorzystywane do spełniania bieżących wymogów związanych z ochroną środowiska. Dobrym rozwiązaniem może być system IT gromadzący i przetwarzający dane środowiskowe oraz pomagający w przygotowaniu raportu ESG, jakim jest nowoczesna platforma online stworzona przez Atmoterm.

Wprowadzić dane za rok 2024 raportować muszą największe przedsiębiorstwa, ale w ich łańcuchu wartości są też inne podmioty. Powinny one już teraz zainteresować się jakimi danymi dysponują, jakich danych im brakuje, czy są w ujednoliconej formie i czy można z nich bez większych problemów przygotować raport ESG. Czas biegnie, a nieopodanie tych danych może skutkować wykluczeniem ze współpracy z dużymi podmiotami.

www.atmoterm.pl



LIDER NA RYNKU BUDOWLANYM

GENERALNY WYKONAWCA OBIEKTÓW PRZEMYSŁOWYCH



29+

LAT DOŚWIADCZENIA

3 000 000+

ZBUDOWANYCH MKW POWIERZCHNI

300+

REALIZACJI

WWW.REXBUD.COM.PL

Zrównoważony rozwój w budownictwie przemysłowym



Generalny wykonawca realizacji: REX-BUD Budownictwo

CZYM JEST BREEAM?

BREEAM jest wiodącym pakietem systemów oceny i certyfikacji, dedykowanym dla rynku nieruchomości. Zapewnia spójną weryfikację pod kątem zrównoważonego rozwoju oraz wspiera realizację strategii ESG przez firmy, również przez inwestorów nieruchomości magazynowych. Można uzyskać go dla nowej inwestycji, istniejącej lub przebudowanej.

Działania podejmowane w zakresie certyfikacji BREEAM dotyczą zarówno samej inwestycji, jak i procesu budowlanego. Wpływa na inwestycję przede wszystkim poprzez obniżenie jej kosztu środowiskowego, ale również zwrócenie uwagi na komfort użytkowników. Jest to szczególnie istotne w kontekście obiektów magazynowych. Korzyści jakie przynosi to również zwiększenie konkurencyjności na rynku oraz łatwiejsze pozyskanie najemców.

JAK BREEAM WPŁYWA NA PROCES BUDOWLANY?

Proces certyfikacji w przypadku magazynów nie różni się znacząco od innych rodzajów nieruchomości, natomiast ze względu na często krótki czas trwania zarówno etapu projektowego, jak i wykonawczego, może być bardziej zintensyfikowany. Konieczna jest wtedy doskonała współpraca, taka jak pomiędzy JWA – firmą doradczą w zakresie certyfikacji, dbającą o osiągnięcie zaplanowanego poziomu certyfikacji, a Rex-Bud Budownictwo, który jest generalnym wykonawcą wielu prośrodowiskowych inwestycji w całej Polsce.

Każdy inwestor, bez względu na rodzaj nieruchomości, który będzie certyfikował w BREEAM, musi spełnić szereg wymogów, branych pod uwagę przy ocenie wpływu danego etapu budowy na środowisko. BREEAM wymaga, aby proces budowlany był prowadzony w sposób zrównoważony i odpowiedzialny. Konieczne jest monitorowanie transportów materiałów i odpadów oraz zużycia mediów, a także monitorowanie odpadów generowanych w związku z procesem budowy oraz ich prawidłowa segregacja i utylizacja.

W ramach procesu certyfikacji opracowywane są analizy LCA, LCC, czyli ocena wpływu na środowisko w całym cyklu życia realizowanej budowy, analizy dotyczące wykorzystywania odnawialnych źródeł energii, pozwalające na optymalizację w zakresie zużycia energii, czy wykorzystania materiałów.

Ostateczny dobór rozwiązań materiałowych, urządzeń i systemów w obiekcie leży najczęściej po stronie generalnego wykonawcy, który bierze pod uwagę wytyczne oraz rekomendacje, pozwalające na spełnienie wymagań certyfikacji i osiągnięcie oczekiwanego przez inwestora poziomu BREEAM.

W trakcie prac projektowych projektant i wykonawca muszą wziąć pod uwagę aspekty komfortu użytkowników i rodzaj wykorzystanych materiałów. Odpowiednie decyzje wpływają na zapewnienie komfortu wizualnego użytkownikom poprzez dostęp do światła dziennego w miejscach pracy stałej czy optymalizację akustyki wewnątrz obiektu.

Należy zwrócić uwagę na zrównoważone rozwiązania transportowe, takie jak infrastruktura dla rowerzystów, ładowarki dla samochodów elektrycznych oraz udogodnienia dla użytkowników. Konieczne jest zapewnienie bezpieczeństwa w zakresie organizacji ruchu na terenie inwestycji, a także stosowanie materiałów posiadających certyfikaty EPD (Deklaracja Środowiskowa Wyrobu, ang. Environmental Product Declaration).

BREEAM wymaga optymalizacji i obniżenia zużycia wody oraz energii elektrycznej, a co za tym idzie ograniczenia emisji dwutlenku węgla. Dzięki zaprojektowaniu odpowiednich urządzeń do zarządzania i monitorowania energii, oświetlenia i zużycia wody, a także dzięki zrównoważonym źródłom oświetlenia czy wdrożeniu efektywnych rozwiązań i systemów w zakresie redukcji zużycia wody, np. czujników obecności, perlatorów, białego montażu o zredukowanym zużyciu, możliwe jest spełnienie najbardziej restrykcyjnych norm stawianych przez system certyfikacji oraz wymogów taksonomii.

W przypadku magazynów warto zwrócić uwagę na energooszczędne i wydajne systemy energetyczne i HVAC w obiekcie oraz jakość rozwiązań materiałowych. Kluczowym aspektem komfortu pracy, wpływającym na wynik energetyczny inwestycji przemysłowej lub magazynowej, jest dopasowanie systemu HVAC do kubatury oraz elewacji budynku. Dzięki odpowiednim urządzeniom możliwe jest zwiększenie jakości powietrza wewnętrznego oraz zapewnienie możliwości wentylacji naturalnej. Konieczne jest wykorzystanie źródeł ciepła i wody ciepłej z obniżoną emisją szkodliwych tlenków azotu (NOX) oraz zwrócenie uwagi na wpływ czynnika chłodniczego. W odróżnieniu od certyfikacji istniejących nieruchomości z innych sektorów, jak biura czy galerie handlowe, większym wyzwaniem przy przebudowie obiektu magazynowego jest organizacja ruchu na terenie inwestycji, ze względu na pojazdy dostawcze.

W zakresie otoczenia inwestycji magazynowej BREEAM premiuje budynki, wokół których inwestorzy wraz z wykonawcą zaplanowali odpowiednie gatunki roślin, co wpływa korzystnie na bioróżnorodność.

PRZEŁOM W FOTOWOLTAICE NA DACHACH PRZEMYSŁOWYCH

W dzisiejszych czasach, w obliczu globalnych wyzwań klimatycznych i społecznych, firmy z branży budowlanej stoją przed koniecznością adaptacji do nowych, bardziej rygorystycznych standardów środowiskowych i społecznych. Systemy oceny, takie jak BREEAM, oraz inicjatywy związane z ESG odgrywają kluczową rolę w definiowaniu tych standardów, oferując firmom ścieżki do osiągnięcia zrównoważonego rozwoju przez zastosowanie nowoczesnych technologii, takich jak konstrukcje fotowoltaiczne zgrzewane na dachach.

ZGRZEWANA KONSTRUKCJA FOTOWOLTAICZNA – SZANSY I ZALETY

W odpowiedzi na potrzeby rynku, firmy logistyczne coraz częściej wykorzystują zgrzewane konstrukcje fotowoltaiczne, które pozwalają na instalację dużych ilości paneli słonecznych bez ryzyka przeciążenia dachów i wiążą się z niskim poziomem obciążenia – poniżej 20 kg/m². Te nowoczesne systemy montażowe, które nie wymagają penetracji powierzchni dachu, znacznie obniżają ryzyko uszkodzeń i przecieków, co jest kluczowe dla utrzymania wartości i funkcjonalności dużych obiektów magazynowych. Ponadto, ich instalacja jest znacznie szybsza i mniej inwazyjna w porównaniu z tradycyjnymi metodami, co minimalizuje zakłócenia w bieżącej działalności firmy. W rezultacie, zgrzewane konstrukcje fotowoltaiczne nie tylko przyczyniają się do znaczących oszczędności w zużyciu energii, ale także poprawiają ogólną ocenę budynków w systemie BREEAM, co przekłada się na lepsze wyniki w obszarze ESG.

RBT SOLAR I DOŚWIADCZENIE GRUPY REX-BUD BUDOWNICTWO W BRANŻY

Grupa REX-BUD BUDOWNICTWO, której częścią jest RBT Solar, wykorzystuje swoje niemal 30-letnie doświadczenie w branży budowlanej oraz ponad dekadę specjalizacji w konstrukcjach fotowoltaicznych, aby oferować produkty i usługi, które spełniają najwyższe standardy zarówno techniczne, jak i środowiskowe. Firma RBT Solar, dzięki przynależności do grupy REX-BUD BUDOWNICTWO, dysponuje nie tylko zaawansowanymi technologiami, ale również głębokim zrozumieniem specyficznych wymagań i wyzwań związanych z montażem systemów fotowoltaicznych na różnorodnych typach dachów. Dzięki temu są w stanie zapewnić nie tylko wysoką efektywność energetyczną, ale także bezpieczeństwo i trwałość instalacji, co jest szczególnie ważne w kontekście osiągnięcia celów BREEAM i ESG.



RBT Solar

Raportowanie ESG ma znaczenie biznesowe. To nie storytelling



JOANNA RYŚ-BEDNARCZYK

Doradca podatkowy, partner, lider obszaru ESG w MDDP

Wydawać by się mogło, że o ESG wiemy już wszystko. Nie tylko co oznaczają poszczególne litery magicznego skrótu, czyli E – Environmental (Środowisko), S – Social (Społeczeństwo), G – Governance (ład korporacyjny), ale także jaki jest sens całego „zamieszania” wokół kwestii środowiskowych i dbania o klimat, dobro pracowników i procedury korporacyjne.

CZY WIEDZA O ESG JEST POWSZECHNA?

Napisano setki artykułów, publikacji, przeprowadzono wiele konferencji i rozmów, wprowadzono przepisy prawne – Dyrektywę CSRD, standardy ESRS – i wiele innych wspierających regulacji, stanowiących swoistego rodzaju klucze do raportowania ESG i punkty wyjściowe do opracowania strategii biznesowej firmy w nowej odsłonie. To chyba dużo... Ale czy aby na pewno?

I JAKI JEST TEGO EFEKT?

Jak się okazuje, zarządy wielu firm, które w 2026 r. (za 2025 r.) będą zobowiązane i powinny złożyć raport ESG, jako element sprawozdania finansowego, nie spieszą

się z podjęciem działań w tym obszarze i uważają, że mają jeszcze dużo czasu na zgromadzenie niezbędnych danych. Rodzi się pytanie, czy to ignorancja, czy brak wiedzy i pragmatyzmu. Pewnie w wielu przypadkach okaże się, że to ten pierwszy czynnik jest tym decydującym. Tylko jak w takim razie poradzić sobie z bagatelizowaniem tak kluczowego tematu?

Próba edukowania może nie wystarczyć. Istotnym elementem jest tu jednak rozumienie zagadnienia, jego złożoności, wpływu koniecznych zmian nie tylko na nasze życie, ale przede wszystkim na przyszłe pokolenia, którym my, jako świadomi zagrożeń, możemy dzięki tym działaniom pozostawić lepszy świat.

JAK ZAINTERESOWAĆ NIEZAINTERESOWANYCH?

Może zatem stara zasada kija i marchewki odegra znaczącą rolę w tym procesie? Kalejdoskop kar grożących za niedopełnianie obowiązków w zakresie ESG jest szeroki – **poczynając od kar grzywny i ograniczenia wolności przewidzianych w przepisach ustawy o rachunkowości (art. 79), po straty w postaci braku finansowania bankowego poprzez kredyty (które firma chciałaby zaciągnąć na nowe inwestycje), utraty wizerunku, utraty części klientów czy przewagi konkurencyjnej.**

Brak zrozumienia i chęci wprowadzenia firmy na drogę zrównoważonego rozwoju może wywołać bolesne konsekwencje, tym bardziej, że wiele firm stanowi element łańcucha dostaw, nie tylko w Polsce, ale w połączeniu z klientami z krajów Unii Europejskiej, u których wiele procesów raportowania ESG jest dużo bardziej zaawansowane. Dlatego też, **osoby zarządzające przedsiębiorstwami powinny zobaczyć w tym potencjał do rozwoju firmy, a nie kolejny obowiązek konieczny do spełnienia bez wyraźnego celu.** Cel w tym przypadku jest jasno postawiony – zadbajmy o siebie i przyszłe pokolenia, czyli również o rozwój przedsiębiorstw.



Pozostawić toksyczną bombę własnym dzieciom czy może przeprowadzić remediację?



KATARZYNA STARZEC

Specjalista ds. remediacji / Mikrobiolog

Według danych Głównego Urzędu Statystycznego, w 2022 roku na terenie Polski było 61 755,21 ha gruntów zdewastowanych i zdegradowanych. W przypadku wód statystyki są jeszcze mniej optymistyczne. Zły stan wód dotyczy 91,5% rzek, 88% jezior i prawie 100% wód powierzchniowych przejściowych i przybrzeżnych. Największym problemem pozostają bomby ekologiczne. Generalna Dyrekcja Ochrony Środowiska wskazuje na ponad 1500 miejsc w Polsce, w których nagromadzone są znaczne ilości substancji szkodliwych, stanowiących zagrożenie dla zdrowia ludzi i środowiska naturalnego. Problem ten jest jednak wciąż niechętnie poruszany, a znaczna ilość miejsc nielegalnego składowania odpadów niebezpiecznych nie jest podawana do wiadomości publicznej. Jest to sprawa niecierpiąca zwłoki, biorąc pod uwagę szkodliwy wpływ takich terenów na zdrowie okolicznych mieszkańców.

Rozwiązaniem problemu zanieczyszczonego środowiska może być remediacja. Sztandarowym przykładem, gdzie bomba ekologiczna zmieniła się w miejsce odpoczynku i rekreacji, jest staw Kalina w Świętochłowicach. Wskutek wieloletniej działalności zakładów chemicznych, w tym po-

przemysłowym zbiorniku o powierzchni ponad 5 ha norma dla toksycznych ksenobiotyków przekroczona była ponad 20.000 razy! Duża lotność tych związków powodowała ulatnianie się ich do atmosfery, co prowadziło do nieprzyjemnego zapachu oraz stanowiło zagrożenie. W powietrzu nad stawem Kalina i wokół niego wykryto podwyższone stężenia między innymi takich ksenobiotyków jak ksylen, benzen, naftalen, toluen. W stawie Kalina, ze względu na całkowity brak tlenu i ekstremalną toksyczność substancji, nie występowało życie biologiczne, z wyjątkiem niewielkiej ilości rodzimych bakterii.

Na takim terenie podejście do remediacji musiało być kompleksowe i łączyć metody fizyko-chemiczne z biotechnologicznymi. Podczas początkowych etapów prac rekultywacyjnych zbudowano szczelną barierę wstrzymującą dalszy dopływ zanieczyszczeń z sąsiadującej hałdy do stawu. Następnie, z wykorzystaniem refulera, usunięto osad denny, w którym nagromadzone było najwięcej szkodliwych związków, i oczyszczono go technologią termodesorpcji, a na dnie zbiornika zamontowano systemy napowietrzające. Jako końcowy etap remediacji zastosowano specjalistyczny biopreparat Remea-K1, skonstruowany na bazie ekstremofilnych bakterii rodzimych tego stawu. Złożona strategia remediacji okazała się być wysoce skuteczna. Oczyszczanie za pomocą specjalnie ukierunkowanego i dostosowanego konsorcjum drobnoustrojów pozwoliło na neutralizację większości zanieczyszczeń organicznych w ciągu czterech miesięcy 2022 r. Ogólna zawartość zanieczyszczeń, wyrażona jako parametr chemicznego zapotrzebowania tlenu (ChZT), spadła o 72%, stężenie wielopierścieniowych węglowodorów aromatycznych (WWA) o 97%, podczas gdy zawartość sumy fenoli i innych węglowodorów monoaromatycznych (BTEX) obniżyła się poniżej progów wykrywalności.

Przeprowadzona remediacja pozwoliła na wznowienie życia biologicznego tego akwenu. Staw został zarybiony, a na teren powróciło ptactwo wodne i płazy. W wodzie obserwowano rozwój rozwielitek, które ze względu na swoją wysoką wrażliwość na stresory środowiskowe, są wykorzystywane w badaniach ekotoksykologicznych i świadczą o czystości wód.

Staw Kalina pokazuje, że możliwe jest rozwiązanie problemu. Należy więc zadać sobie pytanie, w jakim otoczeniu chcemy żyć i jaki świat chcemy pozostawić przyszłym pokoleniom.

Greenwashing – nowe zasady i zwiększona aktywność Prezesa UOKiK



WERONIKA NALBERT

Adwokat, senior associate, praktyka prawa ochrony konkurencji i konsumentów oraz ESG i zrównoważonego rozwoju kancelarii Wardyński i Wspólnicy

Wostatnim czasie Prezes Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów prowadzi zintensyfikowane działania, dotyczące weryfikacji praktyk mogących nosić znamiona greenwashingu. Postępowania te prowadzone są w celu ustalenia czy przedsiębiorcy dopuścili się naruszenia uzasadniającego wszczęcie postępowania w sprawie praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów.

Prezes UOKiK weryfikuje m.in. czy w ramach swoich działań marketingowych przedsiębiorcy wykorzystują informacje handlowe, oznaczenia lub deklaracje, w których odwołują się do zagadnień z zakresu ekologii, zrównoważonego rozwoju lub ochrony środowiska, oraz czy przedsiębiorcy są

w stanie wykazać prawdziwość tych twierdzeń. Dotychczas nie zostały jeszcze wydane decyzje administracyjne odnoszące się wprost do praktyki greenwashingu.

Powyższe działania pokazują, że polski organ ochrony konsumentów nie przechodzi obojętnie wobec greenwashingu, a tym samym przedsiębiorcy, w szczególności Ci oferujący swoje produkty lub usługi konsumentom, powinni dokonać przeglądu swojej komunikacji i zastanowić się, czy ich twierdzenia są wystarczająco konkretne i jasne, a przede wszystkim – czy na wypadek kontroli ze strony organu będą w stanie wykazać ich prawdziwość poprzez przekazanie odpowiedniego uzasadnienia lub dokumentów.

Teraz jest dobry moment na powyższe działania, ponieważ w marcu weszła w życie tzw. dyrektywa w sprawie greenwashingu, czyli dyrektywa Parlamentu Europejskiego i Rady (UE) 2024/825 z dnia 28 lutego 2024 r. w sprawie zmiany dyrektyw 2005/29/WE i 2011/83/UE w odniesieniu do wzmocnienia pozycji konsumentów w procesie transformacji ekologicznej poprzez lepszą ochronę przed nieuczciwymi praktykami oraz lepsze informowanie.

Dyrektywa rozszerzyła katalog cech, których dotyczyć może działanie wprowadzające w błąd. Tym samym wyartykułowany został zakaz rozpowszechniania nieprawdziwych informacji oraz rozpowszechniania prawdziwych informacji, ale w sposób mogący wprowadzać w błąd, w zakresie cech środowiskowych i społecznych produktu oraz aspektów związanych z obiegiem zamkniętym – takich jak trwałość, możliwość naprawy lub zdolność do recyklingu.

Polska, jako państwo członkowskie UE, ma obowiązek przyjąć odpowiednie przepisy krajowe implementujące dyrektywę do 27 marca 2026 r. I choć nowe regulacje będą stosowane najpóźniej od dnia 27 września 2026 r., to już teraz przepisy nowej dyrektywy mogą stanowić inspirację dla Prezesa UOKiK w zakresie weryfikacji praktyk noszących znamiona greenwashingu. Bowiern pomimo tego, że wskazane przepisy jeszcze nie zostały zaimplementowane, greenwashing już teraz może stanowić praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów, a kara nałożona na przedsiębiorcę z tego tytułu może wynieść do 10% jego obrotu osiągniętego w roku obrotowym poprzedzającym rok nałożenia kary.

Od Compliance do Strategii: Rola ESG w nowoczesnym biznesie



GRZEGORZ FLORIAŃSKI

Zewnętrzny Dyrektor Finansowy i Lider ESG, Grupa Oryx

Zrównoważony rozwój, szczególnie w oparciu o kryteria ESG (Environmental, Social, Governance), stał się kluczowym zagadnieniem dla firm na całym świecie. Wprowadzenie standardów zrównoważonego rozwoju stawia przed przedsiębiorstwami wyzwania, ale jednocześnie otwiera ogromne możliwości. Dla niektórych to konieczność wynikająca z regulacji, dla innych szansa na budowanie długoterminowej przewagi konkurencyjnej.

ZRÓWNOWAŻONY ROZWÓJ – NOWA NORMA W BIZNESIE

Zrównoważony rozwój to koncepcja oparta na określonych wartościach, wyznaczająca standardy i zasady prowadzenia biznesu z poszanowaniem środowiska i praw człowieka. Choć dla niektórych przedsiębiorców jest to temat kontrowersyjny, szczególnie w kontekście ingerencji w swobodę prowadzenia działalności gospodarczej oraz dodatkowych kosztów, nie można ignorować faktu, że naciski regulacyjne, zwłaszcza ze strony Unii Europejskiej, zmuszają firmy do adaptacji. Warto jednak spojrzeć na zrównoważony rozwój nie tylko przez pryzmat obowiązku, ale także jako na szansę.

COMPLIANCE CZY STRATEGIA? DWA PODEJŚCIA DO ESG

Podejście minimalistyczne do ESG skupia się na spełnianiu wymogów prawnych, co w wielu przypadkach oznacza jedynie powierzchowną adaptację do nowych regulacji. Firmy, które przyjmują taką postawę, traktują ESG jako

kolejne obciążenie administracyjne, unikając zaangażowania się w głębsze zmiany operacyjne.

Jednak bardziej efektywnym i długoterminowo korzystnym podejściem jest włączenie ESG do strategii biznesowej. Zarządzanie ryzykiem, optymalizacja procesów, a także budowanie wartości poprzez zrównoważony rozwój to kroki, które mogą znacząco wpłynąć na przyszłość organizacji.

KORZYŚCI Z RAPORTOWANIA WEDŁUG ESRS

Wdrożenie standardów raportowania ESG, takich jak ESRS (European Sustainability Reporting Standards), przynosi firmom szereg istotnych korzyści. Przede wszystkim, firmy, które transparentnie komunikują swoje działania w zakresie ESG, zyskują na reputacji i budują zaufanie wśród interesariuszy. Raportowanie wymusza również dogłębną analizę operacji pod kątem ESG, co pozwala na lepsze zarządzanie ryzykiem związanym z ochroną środowiska, zmianami klimatycznymi czy kwestiami społecznymi. Ponadto, wdrożenie strategii ESG i zgodne z ESRS raportowanie wyróżnia firmy na tle konkurencji, co otwiera nowe możliwości biznesowe i zwiększa wartość przedsiębiorstwa.

Dzięki procesowi zbierania danych na potrzeby raportowania, firmy mogą zidentyfikować obszary, w których możliwa jest większa efektywność operacyjna, na przykład poprzez zmniejszenie zużycia zasobów czy optymalizację procesów produkcyjnych. Co więcej, praca nad raportami ESG często inspiruje organizacje do wprowadzania innowacji, które przyczyniają się do długoterminowego rozwoju i zrównoważonego funkcjonowania firmy.

Nie można jednak zapominać o wyzwaniach, jakie niesie ze sobą implementacja standardów ESG. Dostosowanie wewnętrznych procesów, inwestycje w technologie zbierania i analizy danych, a także konieczność stałego monitorowania zmieniających się przepisów to tylko niektóre z barier, które firmy muszą pokonać.

Zespół Grupy Oryx



Transformacja cyfrowa: spowolnienie czy przełom?



Najnowszy raport „Stan Przemysłu 4.0 w Polsce – 2024”, przygotowany przez APA Group we współpracy z Polsko-Niemiecką Izbą Przemysłowo-Handlową oraz innymi kluczowymi instytucjami, maluje niejednoznaczny obraz postępu cyfryzacji polskiego sektora przemysłowego. Choć idea Przemysłu 4.0, czyli pełnej cyfryzacji i automatyzacji procesów produkcyjnych, jest coraz lepiej rozumiana, rzeczywistość pokazuje, że wciąż pozostajemy daleko w tyle za oczekiwaniami.

Zgodnie z wynikami raportu, wiele polskich firm, zwłaszcza tych z sektora małych i średnich przedsiębiorstw, nie postrzega wdrażania innowacyjnych technologii jako kluczowego elementu swojej strategii rozwoju. To zaskakujące, biorąc pod uwagę, że globalne trendy jednoznacznie wskazują na konieczność adaptacji do czwartej rewolucji przemysłowej. Można wręcz odnieść wrażenie, że niektóre polskie firmy wciąż nie dostrzegają, iż brak cyfryzacji może znacząco ograniczyć ich konkurencyjność na międzynarodowym rynku.

Jednym z najważniejszych wniosków płynących z raportu jest fakt, że aż 44% ankietowanych firm nie uważa wdrożeń technologii Przemysłu 4.0 za priorytet. Co więcej, wiele z tych firm jest nadal na etapie przygotowywania strategii lub przeprowadza jedynie pilotaże nowych technologii. Warto zauważyć, że brak zdecydowanych działań w kierunku cyfryzacji nie wynika jedynie z ignorancji czy braku wizji, ale z bardzo konkretnych barier. Przede wszystkim są to wysokie koszty wdrożeń oraz niedobór wykwalifikowanej kadry, o czym wspomina ponad połowa respondentów.

Problem braku specjalistów jest szczególnie palący. Już 52% badanych firm sygnalizuje trudności ze znalezieniem pracowników, którzy byłoby w stanie efektywnie wdrażać i obsługiwać technologie Przemysłu 4.0. To zjawisko jest szczególnie niepokojące, ponieważ pokazuje, że mimo

wzrostu świadomości technologicznej, polski przemysł nie jest w pełni gotowy na przyjęcie nowych rozwiązań. Brakuje zarówno specjalistów technicznych, jak i menedżerów z odpowiednią wiedzą.

Nie mniej istotnym problemem są koszty. Wysokie nakłady na technologie, takie jak automatyzacja, sztuczna inteligencja czy robotyzacja, mogą być zaporowe dla wielu firm. Dotyczy to szczególnie mniejszych przedsiębiorstw, które, mimo chęci, nie dysponują odpowiednimi środkami na realizację pełnych wdrożeń. Z tego powodu wiele firm ogranicza się do etapów testowych, nie decydując się na pełną integrację nowych technologii.

W tym kontekście rola państwa i instytucji publicznych staje się kluczowa. Respondenci raportu jednoznacznie wskazują na potrzebę większego wsparcia ze strony rządu, w tym poprzez dotacje, ulgi podatkowe oraz programy szkoleniowe. Tego rodzaju działania mogłyby nie tylko przyspieszyć proces cyfryzacji, ale także pomóc polskim firmom utrzymać konkurencyjność na dynamicznie zmieniającym się rynku globalnym.

Dotatkowo, raport zwraca uwagę na konieczność kontynuowania edukacji w zakresie korzyści płynących z wdrożeń Przemysłu 4.0. Wciąż istnieje spora grupa przedsiębiorstw, które nie do końca rozumieją, jakie korzyści mogą przynieść nowoczesne technologie. Edukacja na temat długoterminowych zysków z cyfryzacji mogłaby przekonać bardziej konserwatywne firmy do zmiany podejścia.

Bez odpowiednich działań ze strony zarówno firm, jak i instytucji państwowych, Polska może stracić szansę na stanięcie w pierwszym szeregu europejskich liderów technologicznych.

Przeczytaj pełną wersję raportu: www.apagroup.pl/raport40



APALETYZATOR

by  **APAGROUP**

Universal palletising station
integrated with Industry 4.0
technologies.

APAletyzator combines mobility, simplicity of use and state-of-the-art technology to become an indispensable part of your production.



www.apagroup.pl/apaletyzator

Czy dane mogą stanowić antidotum na greenwashing?



IRENEUSZ BOROWSKI

Country Manager Poland, Dassault Systèmes

Ekologiczna transformacja staje się dziś niezbędna ze względu na gwałtowny postęp globalnego ocieplenia. Zmiana naszych nawyków w kierunku bardziej zrównoważonych działań jest ważna, ale największa odpowiedzialność spoczywa na biznesie, który odpowiada za emisję ok. 70% światowego zanieczyszczenia.

Mamy dziś dostęp do coraz większej ilości informacji na temat zrównoważonych nawyków konsumenckich. Zwiększa się także świadomość społeczna w tym zakresie. Znajduje to odzwierciedlenie w rosnącej podaży produktów, które pomagają zmniejszyć wpływ jednostki na środowisko. Badanie przeprowadzone przez Futerra wykazało, że większość konsumentów jest skłonna wybrać zrównoważone marki, jeśli ceny są porównywalne, a około jedna trzecia jest skłonna zapłacić więcej za zrównoważone produkty. Ta szansa, związana ze zmianą nawyków konsumenckich, jest w niektórych przypadkach wykorzystywana przez firmy do osiągania zysków w nieetyczny sposób. Przykładem takiego działania jest greenwashing.

CZYM JEST GREENWASHING?

Greenwashing jest definiowany przez Investopia jako „wprowadzające w błąd lub wręcz fałszywe informacje o wpływie produktów i działań firmy na środowisko”. Twierdzenia w ramach tej strategii marketingowej zawierają niewielką część prawdy, która jest mocno wyolbrzymiona lub pomija szkodliwe dla środowiska aspekty produktu.

Termin greenwashing powstał w 1986 roku, kiedy ekolog Jay Westerveld opublikował esej, w którym skrytykował luksusowy hotel za plakaty zachęcające gości do dbania o środowisko poprzez ponowne użycie ręczników podczas pobytu. Owszem, ponowne wykorzystanie ręczników pozwala zmniejszyć zapotrzebowanie na wodę i energię elektryczną, ale w tym przypadku była to strategia kierownictwa hotelu mająca na celu obniżenie kosztów prania. Skąd ta nieuczciwość? Hotel założył, że goście będą bardziej zmotywowani do ochrony środowiska niż do pomocy w obniżeniu kosztów hotelu. Taka jest geneza terminu greenwashing – sytuacja obejmowała ukryte

oszustwo i nawiązywała do nieistniejącego zobowiązania środowiskowego.

Chociaż ta praktyka jest doskonale znana zarówno użytkownikom, jak i organom państwowym, według badania Harris Pol 58% firm przyznaje się do greenwashingu, podejmując ryzyko prawne i finansowe. Wynika to po części z faktu, że firmy te zdają sobie sprawę z rosnącej świadomości użytkowników na temat zrównoważonego rozwoju i jej wpływu na podejmowanie decyzji o zakupie. Co więcej, firmy wolą ponosić mniejsze koszty i inwestować w strategię reklamową, pozwalającą kreować wizerunek zrównoważonych przedsiębiorstw, niż w realne narzędzia zapewniające zrównoważony rozwój.

OD INTENCJI DO DZIAŁANIA

Przejście od intencji ochrony środowiska do działania jest wyzwaniem, które wymaga bezpośredniej znajomości całego cyklu życia produktu. Proces ten musi obejmować zrozumienie wpływu samych operacji, dostawców, transportu materiałów i części, procesu pakowania i wysyłki produktów do sprzedawców detalicznych lub bezpośrednio do konsumentów, aż po użytkowanie produktów oraz odpady, które mogą one generować w przyszłości.

Każda decyzja podjęta przez projektanta, przedstawiciela działu zakupów lub logistyki ma wpływ na zrównoważony rozwój, a każde wprowadzenie produktu na rynek wiąże się z tysiącami decyzji. Na przykład, czy producent OEM powinien kupić część od lokalnego dostawcy, który produkuje ją przy użyciu energii węglowej, ale musi ją wysłać tylko kilka kilometrów, czy też od oddalonego dostawcy, który ma dostęp do energii odnawialnej, ale musi dostarczyć część za pośrednictwem statków i ciężarówek napędzanych olejem napędowym?

Szacuje się, że projekt produktu lub usługi określa 80% jego wpływu na środowisko w całym cyklu życia. Jednak projektanci i inżynierowie dotychczas nie mieli dostępu do danych środowiskowych, które pozwalałyby im dokonywać najbardziej zrównoważonych wyborów. Nawet jeśli mogliby uzyskać takie dane, potrzebowałiby eksperta do ich interpretacji. W efekcie, informacje te są dostępne zbyt późno w procesie projektowania.

LCA – OCENA CYKLU ŻYCIA PRODUKTU

Istnieją jednak rozwiązania, które odpowiadają na to wyzwanie. Przykładem jest ocena cyklu życia (LCA), która pozwala użytkownikom ocenić wpływ produktu na wszystkie aspekty środowiskowe w całym okresie jego istnienia. Rozwiązania te bazują na komercyjnie dostępnych bazach danych, które kwantyfikują wpływ na środowisko praktycznie wszystkich decyzji i działań firmy. Niestety, dotychczas LCA była wykorzystywana głównie do dokumentowania wpływu przeszłych działań, ale nie do proaktywnego identyfikowania sposobów jego zmniejszenia.

Obecnie możliwe jest powiązanie tych baz danych z procesem opracowywania, weryfikacji i przygotowania produktu

do produkcji. Pozwala to wszystkim zaangażowanym podmiotom na obliczanie i raportowanie wpływu ich działań, a także określenie bardziej zrównoważonych możliwości. Mierząc te parametry, możliwe jest rozpoznanie obszarów, które naruszają zasady zrównoważonego rozwoju, a tym samym zaplanowanie strategii ich poprawy.

Dzięki technologii wirtualnych bliźniaków i narzędziom, takim jak rozwiązanie do oceny cyklu życia produktu, dostępnym na platformie 3DEXPERIENCE, Dassault Systèmes oferuje nowe sposoby wczesnego określania wymagań dotyczących zrównoważonego rozwoju i oceny decyzji przed ich wdrożeniem. Pomaga to obniżyć koszty operacyjne i sprostać największym wyzwaniom dotyczącym dekarbonizacji łańcucha wartości, zrównoważonej produkcji, zużycia energii i wody oraz wejścia na ścieżkę gospodarki cyrkularnej, oferującej radykalnie nowe podejście do business-as-usual. W przeciwieństwie do liniowego modelu "take-make-waste", gospodarka cyrkularna reprezentuje nowe podejście systemowe dla firm, opierające się na trzech zasadach: eliminacji odpadów i zanieczyszczeń, utrzymaniu produktów i materiałów w użyciu oraz regeneracji systemów naturalnych.

PRZYSZŁOŚĆ WOLNA OD GREENWASHINGU?

Większość firm korzysta już z oprogramowania projektowego i inżynierskiego do projektowania i wytwarzania swoich produktów. Wybierając oprogramowanie z wbudowanym rozwiązaniem LCA, organizacje mają teraz jasną ścieżkę do przekształcania intencji zrównoważonego rozwoju w działania – i do udostępniania danych, które pomogą ich dostawcom zrobić to samo.

Włączenie LCA do codziennej pracy projektantów, inżynierów, agentów ds. zakupów, ekspertów ds. produkcji i planistów logistycznych dostarcza również firmom twarde dane, które mogą wykorzystać w swoich deklaracjach dotyczących zrównoważonego rozwoju. Firmy, które dysponują rzeczywistymi danymi pozwalającymi na wykazanie postępów w zakresie zrównoważonego rozwoju i produkcji, nie mają pokusy, by uciekać się do "greenwashingu".



Dynamiczny pricing. Maksymalizacja zysków dzięki algorytmom



SEBASTIAN BŁASZKIEWICZ

Członek Rady Izby Gospodarki Elektronicznej,
Ekspert prycingu w Univio – firmy będąca liderem cyfrowej transformacji handlu w Polsce

Skokowy wzrost cen wynajmu apartamentów podczas popularnych wydarzeń artystycznych doskonale pokazuje, jak istotnym obszarem jest pricing. Koncerty międzynarodowych gwiazd, takich jak Taylor Swift i Beyoncé w Warszawie czy Eda Sheerana w Krakowie, przyciągają tłumy fanów i turystów. Podobne zjawisko obserwujemy podczas dużych wydarzeń – na przykład Open'er Festival w Trójmieście. W takich momentach ceny wynajmu apartamentów potrafią drastycznie pójść w górę, często osiągając poziomy nawet o 100% wyższe od standardowych stawek.

Gwałtowne zmiany cen wynikające z intensywnego wzrostu popytu na zakwaterowanie w pobliżu miejsca wydarzenia to efekt zastosowania algorytmów, które dostosowują ceny do bieżącej sytuacji na rynku. To właśnie dynamiczny pricing w akcji! Technologia umożliwia zarządzanie cenami w czasie rzeczywistym i wykorzystanie okresów wzmożonego popytu do maksymalizacji przychodów. Zastosowanie mają tu nowoczesne narzędzia analityczne, które potrafią w ułamku sekundy przetwarzać ogromne ilości danych, by przewidzieć, jaka cena będzie optymalna w danym momencie.

W OBLICZU ROSNĄCYCH KOSZTÓW NALEŻY MAKSYMALIZOWAĆ ZYSKI

Pricing, czyli strategia ustalania cen produktów i usług, odgrywa coraz większą rolę w działalności przedsiębiorstw

w branży przemysłowej, szczególnie w czasach kryzysu lub stagnacji gospodarczej. Optymalizacja prycingu pozwala firmom na uzyskanie dodatkowych marż i zwiększenie efektywności operacyjnej, co jest szczególnie istotne w obecnym kontekście rynkowym.

Dr Maciej Kraus, ekspert prycingu, wykładowca Stanford Business School, wyjaśnia – „Pricing jest jednym z najważniejszych narzędzi strategicznych, które każda firma, niezależnie od branży, powinna mieć opanowane do perfekcji. To nie tylko kwestia ustalenia ceny produktu, ale klucz do zrozumienia wartości, jaką oferujemy klientom. Doskonałym przykładem mogą być firmy technologiczne (Netflix, Google), które elastycznie zmieniają swoje cenniki wraz z rozwojem nowych funkcji produktów. Z drugiej strony, mamy sektor retail, gdzie odpowiednie zarządzanie cenami w zależności od sezonu czy lokalnych preferencji może decydować o sukcesie lub porażce sprzedażowej. Każda firma, która zaniedbuje ten obszar, zostawia na stole potencjalne zyski, a często i swoją konkurencyjność”.

W obliczu rosnących kosztów oraz większej konkurencji na rynku firmy poszukują nowych sposobów na zarządzanie cenami, które pozwolą im lepiej dostosować się do dynamicznie zmieniających się warunków. Dla firm z sektora przemysłowego, które niegdyś polegały wyłącznie na dystrybucji B2B, uruchamianie kanałów sprzedaży bezpośredniej do

klientów końcowych (D2C direct-to-consumer) lub sprzedaż przez popularne marketplace'y, takie jak Amazon czy Allegro, staje się nową rzeczywistością. Integracja różnych kanałów sprzedaży w spójną strukturę – znaną jako omnichannel – otwiera przed tymi podmiotami wiele możliwości, ale stawia także nowe wyzwania. Jednym z nich jest zarządzanie cenami.

/ Przykładowe kanały dystrybucji producentów

Spójna polityka cenowa we wszystkich kanałach i odpowiednie wykorzystanie dostępnych zasobów pozwala zdobyć przewagę konkurencyjną.



Pricing w modelu omnichannel wymaga kompleksowego podejścia i zaawansowanych narzędzi analitycznych, które pozwolą na holistyczne spojrzenie na politykę cenową i optymalizację zysków.

STRATEGICZNE PODEJŚCIE DO PRICINGU

W odpowiedzi na rosnące wyzwania związane z zarządzaniem cenami w różnych kanałach sprzedaży powstała koncepcja **Pricing Omnichannel 360°**. Dzięki temu modelowi przedsiębiorstwa mogą lepiej dostosować politykę cenową do dynamicznie zmieniających się warunków rynkowych, a także maksymalizować zyski w każdym z kanałów sprzedaży.

Pierwszym filarem w tym modelu jest **podejście strategiczne**, czyli opracowanie omnichannelowej polityki cenowej, która jest spójna ze strategią firmy i jej celami biznesowymi. Niezależnie od tego, czy przedsiębiorstwo działa w sektorze produkcyjnym, spożywczym, logistycznym, czy innym – każda decyzja cenowa powinna wspierać ogólną strategię firmy i być dostosowana do specyfiki poszczególnych kanałów sprzedaży.

Drugim kluczowym elementem modelu jest **spójność w różnych kanałach sprzedaży**. Zarządzanie cenami w modelu omnichannel wymaga precyzyjnego monitorowania i harmonizacji cen w różnych kanałach, aby zapewnić spójne doświadczenie zakupowe. Możliwość różnicowania cen w omnichannelowej strukturze pozwala także przedsiębiorstwom realizować marże.

Kolejnym istotnym aspektem modelu Pricing Omnichannel 360° jest wykorzystanie nowoczesnych technologii, w tym zaawansowanych modeli analitycznych i predykcyjnych, które uwzględniają sztuczną inteligencję (AI), w tym algorytmy machine learning (ML). Narzędzia te pozwalają na automatyzację wielu procesów związanych z pricingiem, takich jak analiza rynku, segmentacja klientów, prognozowanie popytu, a także monitoring konkurencji. Dzięki temu firmy mogą szybko reagować na zmiany rynku i dyna-

micznie dostosowywać ceny, co zazwyczaj mocno przekłada się na przychody.

PRICING OMNICHANNEL 360° W PRAKTYCE

Przyjrzyjmy się, jak taki model prcingowy 360° działa w praktyce. Firmy, które zdecydowały się wdrożyć to podejście, korzystają z szeregu narzędzi umożliwiających optymalne zarządzanie cenami w różnych kanałach sprzedaży. Strategia prcingowa wdrażana jest zawsze z uwzględnieniem **specyfiki danego rynku i grupy docelowej**.

Niezwykle ważne jest tu wykorzystanie tzw. **silników cenowych**, które umożliwiają dynamiczne dostosowywanie cen w czasie rzeczywistym na podstawie analizy danych rynkowych, preferencji klientów oraz działań konkurencji. Połączenie różnych systemów, działających w ramach takiego modelu, np. systemu zarządzania informacjami produktowymi (PIM), systemów ERP i CRM, wymaga zastosowania **narzędzia do integracji** (np. Unilinker). Szybkie i elastyczne dostosowywanie cen w punktach sprzedaży fizycznej – niezbędne do utrzymania spójnej polityki cenowej w modelu omnichannel – umożliwiają **rozwiązania typu phygital** (koncepcja bazująca na połączeniu świata fizycznego "physical" i cyfrowego "digital"), takie jak elektroniczne cenówki i cyfrowe półki zintegrowane z silnikami cenowymi.

Jednym z bardziej fascynujących elementów całego modelu jest zastosowanie **zaawansowanej analityki i modeli predykcyjnych**, np. do lepszego prognozowania popytu i planowania produkcji.

Przykłady korzyści z wykorzystania rozwiązań AI w pricingu:



ROLA PRICINGU W PRZEMYSŁE

Strategiczne podejście do zarządzania cenami może przynieść wymierne korzyści, zarówno **maksymalizację zysków** dla przedsiębiorstw, jak i **zadowolenie dla klientów**. Jak podkreśla dr Maciej Kraus – *"Przykłady firm, które z sukcesem wdrożyły model Pricing Omnichannel 360°, pokazują, że spójna strategia cenowa w różnych kanałach sprzedaży nie tylko zwiększa przychody, ale również buduje lojalność klientów. Firmy, które strategicznie podejść do pricingu, mogą zwiększyć swoje marże i lepiej odpowiadać na dynamicznie zmieniające się warunki rynkowe, co w dzisiejszych czasach jest kluczowe dla utrzymania konkurencyjności"*.

IoT: skuteczne zarządzanie energią i temperaturą dla biznesu



ZBIGNIEW BIGAJ

Współzałożyciel i prezes zarządu w Blulog

Wobliczu rosnących cen energii, szczególnie w sezonie letnim, przedsiębiorstwa mierzą się z wyzwaniem optymalizacji kosztów przy jednoczesnym utrzymaniu wydajności. Ekstremalne temperatury zwiększają bowiem ryzyko przechłodzenia lub przegrzania urządzeń i pomieszczeń, co prowadzi do znacznych strat finansowych. Nieefektywne zarządzanie temperaturą skutkuje awariami sprzętu, większym ryzykiem zbyt szybkiego psucia się cennych towarów oraz zwiększonym zużyciem energii elektrycznej. W tej sytuacji technologia Internetu Rzeczy (IoT) jawi się jako skuteczne rozwiązanie, oferujące kompleksową ochronę przed tymi wyzwaniami.

LEPSZA KONTROLA TEMPERATURY I MNIEJSZE ZUŻYCIE ENERGII

Przykładowo, standardowa chłodziarka przemysłowa o mocy 245 W przy optymalnych ustawieniach zużywa więcej

energii, gdy temperatura jest niższa niż rekomendowana. Każdy stopień Celsjusza poniżej rekomendowanej wartości powoduje, że zużycie energii wzrasta o kilka punktów procentowych. Jeśli przedsiębiorstwo ma 500 takich urządzeń, może stracić nawet kilkadziesiąt tysięcy złotych rocznie.

Podobnie w przypadku pomieszczenia o powierzchni około 50 m², każdy dodatkowy stopień Celsjusza ponad normę oznacza wzrost poboru energii o kilka punktów procentowych. Z drugiej strony, obniżenie temperatury o 1-2°C może spowodować zmniejszenie zużycia energii przy równoczesnym zachowaniu komfortu cieplnego użytkowników.

Odpowiedzią na te wyzwania są inteligentne systemy, które pozwalają dynamicznie i precyzyjnie kontrolować temperaturę i szybko reagować na jej zmiany. Konieczne jest przygotowanie całej infrastruktury, która pozwoli w pełni



zapanować nad tym procesem. Najlepiej, gdy są one proste, tanie, skuteczne i umożliwiają zmianę raz zadanych parametrów w intuicyjny dla użytkowników sposób.

Zastosowanie technologii IoT daje takie możliwości. Dzięki zaawansowanym czujnikom i algorytmom, te inteligentne systemy monitorują i regulują temperaturę w czasie rzeczywistym, dostosowując się do dynamicznie zmieniających się warunków. Produkty Blulog, oparte o tę technologię, zapewniają precyzyjną kontrolę temperatury i minimalizują ryzyko strat finansowych związanych z nieoptymalnym zużyciem energii.

SYSTEM PRZYJAZNY UŻYTKOWNIKOWI

Technologia IoT umożliwia również zdalne monitorowanie. Użytkownicy mogą łatwo dostosować ustawienia temperatury za pomocą intuicyjnych interfejsów, a systemy mogą automatycznie dostosowywać się do zmieniających się warunków, minimalizując ryzyko błędów ludzkich. Dzięki temu zarządzanie temperaturą staje się bardziej efektywne i mniej czasochłonne, co jest szczególnie istotne w dużych przedsiębiorstwach z wieloma urządzeniami chłodzącymi.

MONITORING ANOMALII URZĄDZEŃ

Dodatkowo, technologia IoT odgrywa kluczową rolę w identyfikacji i diagnozowaniu problemów z urządzeniami. Inteligentne systemy monitorują je w czasie rzeczywistym, identyfikując i informując użytkowników o drobnych anomaliami. Pozwala to przewidywać potencjalne problemy i podejmować odpowiednie działania zapobiegawcze. Dzięki temu przedsiębiorstwa minimalizują ryzyko poważnych awarii, których naprawa wiąże się z wysokimi kosztami i może skutkować zatrzymaniem produkcji.

PEŁNA OPTIMALIZACJA DZIĘKI ANALIZIE DANYCH

Systemy IoT firmy Blulog nie tylko monitorują i kontrolują temperaturę, ale także gromadzą dane, które mogą być analizowane w celu dalszej optymalizacji procesów. Integracja tych systemów z innymi technologiami IoT oraz platformami analitycznymi pozwala na kompleksowe zarządzanie energią i procesami operacyjnymi, co przynosi korzyści, zarówno w krótkim, jak i długim okresie.

KONKLUZJE

Podsumowując, technologia IoT to skuteczne narzędzie do dynamicznego i precyzyjnego kontrolowania temperatury, które może pomóc zminimalizować zużycie energii, koszty operacyjne, jednocześnie poprawiając komfort pracy i bezpieczeństwo użytkowników.

W obliczu wyzwań związanych z rosnącymi kosztami energii i potrzebą zwiększenia efektywności energetycznej, technologia IoT oferowana przez Blulog stanowi kluczowy element nowoczesnych strategii zarządzania temperaturą i energią. Blulog nieustannie inwestuje w rozwój swoich rozwiązań, dopracowując nowe technologie i prowadząc badania, aby sprostać rosnącym wymaganiom rynku i dostarczać klientom narzędzia niezbędne do osiągnięcia sukcesu w dzisiejszym dynamicznie zmieniającym się środowisku biznesowym.



Dekarbonizacja przemysłu w praktyce – od gospodarki obiegu zamkniętego po wychwytywanie emisji CO₂



Holcim Cementownia Kujawy w Bielawach

Europejski przemysł stoi przed wyzwaniami związanymi z dekarbonizacją łańcuchów wartości, przy jednoczesnym zapewnieniu konkurencyjności. Kluczowym sektorem jest budownictwo, które odpowiada za 38 proc. emisji CO₂ w Unii Europejskiej i stanowi jeden z ośmiu priorytetów Zielonego Ładu. Co może pomóc w jego transformacji?

Inicjatywy w ramach Zielonego Ładu przyspieszają transformację budownictwa, w tym polskiej branży cementowej, która jest trzecim największym producentem cementu w Europie. Rozwój tego sektora może mieć ogromny wkład w realizację celów klimatycznych. Już teraz jest on jednym ze światowych liderów w zastosowaniu recyklingu i technologii niskoemisyjnych.

GOZ W PRAKTYCE

Gospodarka cyrkularna prowadzi do znaczącej dekarbonizacji w zakresie technologii produkcji oraz produktów. Przykładem jest firma Holcim Polska (dawniej Lafarge), która przetwarza rocznie 1,8 mln ton odpadów. Odpady nie poddające się recyklingowi stosuje do produkcji paliw alternatywnych, zastępując tym samym węgiel w ponad 80 proc. Z kolei odpady z innych gałęzi przemysłu, takie jak popioły, żużle czy uboczne produkty spalania, zagospodarowuje jako surowce do produkcji cementu. Pomaga to obniżyć ilość klinkieru w cemencie, którego wypalenie odpowiada za największą część emisji procesowych.

– Istotnym elementem dla Holcim Polska jest zamknięcie obiegu w budownictwie. Obecnie tworzymy centra recyklingu ECOCycle, które pozwolą na ponowne wykorzystanie

materiałów rozbiórkowych. Ma powstać pięć takich platform, gdzie będziemy przetwarzać odpady rozbiórkowe. Dzięki temu damy nowe życie kruszywom, które można będzie wykorzystać do nowej infrastruktury. Do 2030 r. chcemy produkować 1 mln ton kruszyw ECOSource rocznie – mówi Michał Głowacki, Dyrektor Generalny Kruszyw w Holcim Polska.

PIONIERSKIE TECHNOLOGIE

Tylko w Polsce przez 30 lat branża zainwestowała ponad 10 mld złotych w modernizację zakładów, zastąpienie węgla paliwami alternatywnymi, a ostatnio w innowacje w zakresie CCS (wychwytywanie i magazynowanie CO₂). CCS jest jedyną metodą umożliwiającą ograniczenie emisji procesowych, dlatego sektor cementowy stał się pionierem we wdrażaniu tych technologii.

Projekt Holcim Polska – Kujawy Go4ECOPlanet jest pierwszą pełnoskalową inwestycją w wychwytywanie CO₂ w kraju. Zakłada on całkowite wychwycenie dwutlenku węgla z procesów produkcyjnych i produkcję cementu bezemisyjnego. Ponadto, będzie modelowym przykładem dla innych branż, gdyż pozwala na replikację rozwiązania w przemyśle energochłonnym.

Szeroko pojęty sektor budowlany od wielu lat robi wiele, aby ograniczać emisje poprzez długofalowe inwestycje i innowacyjne rozwiązania. Dlatego europejskie przepisy powinny być nie tylko ambitne, ale również uwzględniać wymagania i aktualną sytuację w poszczególnych branżach. Pomoże to utrzymać dekarbonizację w centrum działalności oraz zachować konkurencyjność polskiego przemysłu.



Poznajcie #Agcelerators

Pionierzy rolnictwa kształtują zrównoważoną przyszłość – wspierając zdrowotność roślin, pomagając wykarmić ludzi i dbając o planetę.

Dołącz do ruchu i dowiedz się, jak Syngenta i rolnicy współtworzą i wdrażają bardziej zrównoważone praktyki rolnicze.



Zeskanuj kod, by poznać naszych "Agceleratorów"

Innowacje technologiczne wymagają przemysłanych umów i standardów zarządzania prawami własności intelektualnej



MAŁGORZATA FURMAŃSKA

Szef praktyki spraw spornych i sądowych,
radca prawny, JWP Rzecznicy Patentowi

Rozwój i wdrażanie innowacji technologicznych to nie lada wyzwanie, które wymaga przygotowania na wszystkich płaszczyznach działania organizacji. Analiza potencjalnego ryzyka i zastosowanie odpowiednich rozwiązań w zakresie ochrony praw własności intelektualnej ma w tym procesie fundamentalne znaczenie.

Umowy regulujące prawa własności intelektualnej odgrywają kluczową rolę w zarządzaniu innowacjami, zabezpieczeniu wartości intelektualnych firmy oraz budowaniu trwałych relacji z partnerami biznesowymi. Warto o tym pamiętać już na wczesnym etapie projektu i włączyć w jego realizację wyspecjalizowanych ekspertów.

Postępowania sporne w Sądach własności przemysłowej lub w Urzędzie Patentowym trwają średnio 5-10 lat i pochłaniają znaczne budżety. W przypadku udzielenia zabezpieczenia roszczeń w sporze o naruszenie praw własności

intelektualnej, nakaz sądowy zaniechania sprzedaży może wyeliminować produkt lub całą firmę z rynku na kilka lat, a czasem bezpowrotnie. Takie ryzyka są realne. Dlatego koszty obsługi prawnej w zakresie własności intelektualnej, odpowiednio skrojone na miarę planów biznesowych i możliwości finansowych danej firmy, są niewielkie w stosunku do potencjalnych nakładów na spory bądź utraty przewagi konkurencyjnej.

JAKIE UMOWY WARTO UWZGLĘDNIĆ W PROJEKCIE NA BADANIA I ROZWÓJ

W ramach procesu, który obejmuje badania i rozwój wynalazku, a następnie wdrożenie oraz komercjalizację produktu opartego na tym wynalazku, istnieje kilka kluczowych umów, których zawarcie należy rozważyć, w zależności od kontekstu i etapu projektu.

- **Umowa ramowa:** określa kierunek działań i sposób reagowania na błędy i opóźnienia, wskazuje podmioty wiążące w poszczególnych kwestiach, np. decydujące o strategii ochrony wynalazku i związanych z tym kosztach, zakresie terytorialnym i przyszłych kierunkach działań.
- **Umowa o przeniesienie praw:** reguluje kwestie przeniesienia lub zabezpieczenia przyszłych praw własności intelektualnej na rzecz przedsiębiorcy, gdy wynalazek lub prace badawczo-rozwojowe prowadzące do powstania produktu są wykonywane przez pracowników, kontrahentów lub zewnętrznych współpracowników.
- **Umowa o poufności i zachowaniu tajemnicy (NDA):** zabezpiecza informacje poufne dotyczące wynalazku i produktu z inwestorem lub zewnętrznymi podmiotami biorącymi udział w procesie twórczym.
- **Umowa o nabycie lub korzystanie z cudzych rozwiązań:** określa warunki i zakres korzystania z cudzych praw własności intelektualnej np. gdy firma decyduje się na wykorzystanie do swojej innowacji wynalazku lub produktu należącego do innego podmiotu (choćby partnera w projekcie). Uregulowanie tej kwestii pozwala uniknąć zarzutu naruszenia cudzych praw, gdy finalny nowy produkt zaistnieje na rynku.
- **Umowa współpracy badawczo-rozwojowej:** reguluje warunki współpracy między partnerami w zakresie tworzenia i korzystania z wyników tego procesu w przypadku wieloetapowych projektów badawczo-rozwojowych.
- **Umowa określająca stronę wizualną:** jeśli efektem projektu ma być usługa lub produkt oparty na innowacji, to poza zabezpieczeniem prawnym istoty tego rozwiązania, należy stworzyć i chronić nazwę produktu, znak towarowy, slogan reklamowy, odróżniające się opakowanie produktu, dedykowane materiały marketingowe np.

stronę internetową czy aplikację powiązaną z produktem.

- **Umowa dystrybucyjna lub umowa o współpracy strategicznej:** wyraźnie definiuje warunki dystrybucji, promocji i zarządzania prawami własności przemysłowej w kontekście komercjalizacji przy współpracy z dystrybutorem lub partnerem strategicznym.
- **Rozwój innowacyjnego rozwiązania:** gdy produkt spełni pokładane w nim oczekiwania, należy zabezpieczyć także możliwość jego rozwoju, modyfikacji oraz tworzenia całej serii towarów opartych na danym rozwiązaniu.

Zawarcie odpowiednich umów na poszczególnych etapach projektu jest kluczowe dla zapewnienia pełnego bezpieczeństwa prawnego. Często uzmysławia też stronom, że realna wartość zawieranych umów o współpracy jest znacznie wyższa, bo obejmuje korzystanie z praw własności intelektualnej.

JAKIE SĄ NAJCZĘSTSZE BŁĘDY PRZY ZABEZPIECZANIU PRAW WŁASNOŚCI INTELEKTUALNEJ

Czasem dobra intelektualne, jako zasoby niematerialne, są w firmach pomijane. Kwestia ich prawnej ochrony przybiera na znaczeniu dopiero, gdy zaistnieje spór związany z wykorzystaniem technologii, usług czy produktów odnoszących sukces. Takie zaniedbania mogą okazać się katastrofalne, gdy okaże się, że wynalazki lub znaki towarowe stanowią najcenniejsze składniki majątku firmy.

Innym częstym błędem jest korzystanie z porad czy gotowych wzorów z Internetu. Brak profesjonalnego wsparcia prawnego może skutkować szeregiem problemów: od niewłaściwego określenia przedmiotu umowy, lub braku ważnego prawnie przeniesienia praw, do rozwiązania, aż po całkowitą nieważność podpisanych dokumentów. Zdarza się też, że firmy zapominają odnawiać prawa, w wyniku czego tracą je. Niekiedy przedsiębiorcy nie przeprowadzają badań służących stwierdzeniu czy dany produkt lub technologia nie narusza praw osób trzecich i można ją bezpiecznie wprowadzić na rynek. W efekcie narażają się na



spory, ponosząc koszty wizerunkowe i finansowe. Firmy zapominają też o regularnym monitoringu i weryfikacji czy prawa stanowiące ich własność nie zostały zawłaszczone przez inne podmioty.

JAK EFEKTYWNIER W DROŻYĆ W FIRMIE WŁAŚCIWE STANDARDY

- Potwierdź, jakie prawa własności intelektualnej bądź inne dobra niematerialne posiada firma i jakich wymagają działania – m.in. wiążącego prawnie nabycia lub okresowego odnawiania
- Określ podejście i zasady zarządzania własnością intelektualną w przedsiębiorstwie, kształtując w ten sposób kulturę innowacyjności organizacji
- Zadbaj o świadomość prawną kluczowych pracowników poprzez okresowe szkolenia z prawa własności intelektualnej i tajemnicy przedsiębiorstwa
- Stwórz wzory umów i okresowo je weryfikuj lub nawiąż stałą współpracę ze specjalistami
- Wyznacz osoby odpowiedzialne w firmie za kształtowanie zobowiązań w zakresie własności intelektualnej i monitoruj ich realizację

Zweryfikuj, jaki model realizowania strategii zarządzania dobrami niematerialnymi jest optymalny dla Twojej firmy lub projektu. Punktem wyjścia jest świadomość, że prawa własności intelektualnej stanowią aktywa przedsiębiorstwa i mają bardzo wymierną wartość. I tak jak zakup nieruchomości zabezpieczamy aktem notarialnym czy nabywając samochód określamy jego szczegółowe dane i sprawdzamy poprzednich właścicieli, tak przy zabezpieczeniu rozwiązań technologicznych musimy w odpowiedni sposób skonstruować niezbędne dokumenty. W firmie mamy procedury dotyczące przeglądów technicznych aut i opłacania ubezpieczenia. Podobnie w przypadku portfolio praw własności przemysłowej musimy pamiętać o ich systematycznym odnawianiu, używaniu i monitorowaniu rynku. Dobra niematerialne mogą stanowić większą wartość niż pozostały majątek firmy i być cennym źródłem przychodów. Warto o nie dbać!



Realizujemy obowiązek recyklingu

dla firm wprowadzających na rynek
produkty w opakowaniach

Prowadzimy publiczne
kampanie edukacyjne



Szkolenia indywidualne i grupowe

Segregacja odpadów, prawne aspekty dotyczące
opakowań i odpadów



Doradztwo międzynarodowe

Obowiązki odzysku i recyklingu
eksportującego produkty w opakowaniach



Audyt opakowaniowy

Unikatowa usługa dla Przedsiębiorców
na polskim rynku opakowań



Ekoprojektowanie

Doradztwo jak projektować
recyklingowalne opakowania



RELACJA Z X EDYCJI KONFERENCJI SUSTAINABLE ECONOMY SUMMIT



W dniach 20-21 maja 2024 roku, w hotelu Sheraton Grand Warsaw, odbyła się X jubileuszowa edycja konferencji „Sustainable Economy Summit”. Blisko 500 uczestników konferencji w ciągu dwóch dni miało okazję wysłuchać sześciu dyskusji panelowych oraz kilkunastu prezentacji. Podczas konferencji poruszone zostały między innymi tematy niskoemisyjnego budownictwa, zielonej energii i cyfryzacji, a także kryteriów ESG i odpowiedzialności w biznesie oraz gospodarki o obiegu zamkniętym. Kulminacyjnym punktem wydarzenia była Gala wręczenia nagród, „Diamentów Sustainable Economy”.

Pierwszy dzień „Sustainable Economy Summit” zainaugurowany został wystąpieniem jednego z Gości Specjalnych konferencji, **Prof. dr hab. Witolda Orłowskiego**, który wygłosił prezentację pt. „ESG – konieczność czy marketing?”.

Profesor Orłowski rozpoczął wystąpienie od podkreślenia wagi debat na temat ESG, zwracając jednak uwagę, że nie są one wystarczające, gdyż rzeczywistość jest bardziej skom-

plikowana niż mogą to przewidzieć najgłębsze teoretyczne rozważania. Obecnie przedsiębiorcy są niejako uwięzieni pomiędzy chęcią prowadzenia korzystnych społecznie i środowiskowo działań, a koniecznością generowania zysków, zarówno dla siebie, jak i dla firmy i akcjonariuszy. Profesor uważa jednak, że ta sprzeczność jest pozorna. Zgodność z kryteriami ESG w dłuższej perspektywie ma bowiem także wpływ na zyski finansowe.

Następnie zgromadzeni goście mieli okazję wysłuchać case study, przedstawionego przez **prof. Rafała Ohme**, Firm Mindset i **Toma Pawlikowskiego**, Sustainable Brands. Wystąpienie zatytułowane zostało „Zrównoważona transformacja. A miało być tak pięknie”.

Prelegenci podkreślili, że choć działania w zakresie transformacji są zwykle dobrze przygotowane, to jednak ich efekty często wymagają korekty. Zdaniem mówców spowodowane jest to faktem, iż większe znaczenie od regulacji i analiz ma zmiana nastawienia i świadomości społecznej odnośnie

transformacji. W tym miejscu pojawia się problem „say-do gap”, czyli rozdziewięku pomiędzy deklaracjami, a faktycznymi działaniami. Nie wynika on ze świadomego kłamstwa, a tzw. social masking, czyli nieświadomego dostosowywania swoich słów i przekonań do oczekiwań odbiorcy. Dzięki innowacyjnej metodzie opartej na algorytmach sztucznej inteligencji prelegenci stworzyli aplikację pozwalającą na oszacowanie wielkości „say-do gap”.

Kolejnym punktem programu było drugie tego dnia wystąpienie Gościa Specjalnego, tym razem w formie online. Zgromadzona publiczność wysłuchała prezentacji **Petera McAteera**, SustainLearning LCC. Jej tytuł to „Sustainability and Competitive Advantage”.

Zdaniem prelegenta przewaga konkurencyjna oparta na zrównoważonym rozwoju jest dziś kluczowa dla wszystkich przedsiębiorstw. Dbając wyłącznie o regulacyjne wymogi ESG nie da się zbudować przewagi, a jedynie podstawę konieczną do utrzymania się na rynku. Niezbędne jest poszukiwanie nowych możliwości biznesowych i wyprzedzanie regulacji, które będą się pojawiać. Fundusze dostępne na zrównoważoną transformację na świecie są ogromne i przedsiębiorstwa muszą o nie konkurować.

Po krótkiej przerwie nadszedł czas na pierwszy panel dyskusyjny, pt. „Niskoemisyjne budownictwo i nieruchomości”. Moderatorem debaty został **dr Bartosz Zamara**, Trebbi Polska. Udział w dyskusji wzięli zaś: **Arne Bongenaar**, Acteeum Group, **Anna Duchnowska**, Invesco Real Estate, **Maciej Korbasiewicz**, Bolix, **Dariusz Pawlukowicz**, ROBYG, **Bartosz Tokarski**, EIB.

Prelegenci podkreślili, że inne podejście i standardy należy stosować w odniesieniu do niskoemisyjnego budownictwa mieszkaniowego, a inne do komercyjnego. Proste rozwiązania ograniczające emisje, np. rekuperacja powietrza czy efektywne ogrzewanie, często nie sprawdzają się w mieszkalnictwie, gdyż ich skuteczność zależy od użytkowników budynku. Największym źródłem śladu węglowego budownictwa są właśnie starsze budynki mieszkalne. Jednocześnie stanowią największą szansę na szybkie zmniejszenie ogólnej emisji, poprzez ich modernizację.

Dyskutanci przyznali zgodnie, że inwestowanie w niskoemisyjność wciąż jest procesem kosztownym i obciążonym ryzykiem. Budując niskoenergetyczne budynki deweloperzy nie mogą często liczyć na wyższe czynsze. Najemcy nie ufają bowiem, że wydatki na energię faktycznie będą niższe. Na zakończenie prelegenci zachęcili jednak wszystkich do rozważenia choćby niewielkich inwestycji w energooszczędność i niskoemisyjność, gdyż przy niewielkich kosztach pozwalają one zmniejszyć emisje nawet o 30%.

Po przerwie lunchowej kolejnym punktem programu było case study, zaprezentowane przez **Agnieszka Łyczak-Szymczyk**, BASF Polska. Wystąpienie zatytułowane było „Razem dla Planety – czyli jak firma chemiczna wraz z partnerami działa na rzecz zrównoważonego rozwoju”.

W swojej prezentacji prelegentka przedstawiła pokrótce założenia programu Razem dla Planety, który firma BASF opracowała z myślą o przedsiębiorstwach wdrażających praktyki zrównoważonego rozwoju, w celu odpowiedniego uhonorowania i promocji ich działań. Kategorie, w których firmy są nagradzane, to: Lider Zrównoważonego Rozwoju MŚP, Mistrz Obiegu Zamkniętego, Promotor Net-Zero oraz Innowator Roku.

Następne wystąpienie zaprezentowali wspólnie **Ireneusz Borowski**, Dassault Systèmes oraz **Daniel Kostrzewa**, Unitra. Tytuł prezentacji brzmiał „Zrównoważony eco-design”.

Zdaniem prelegentów zrównoważony design polega na projektowaniu w taki sposób, by od początku brać pod uwagę surowce, wodę i energię konieczną do wytworzenia i eksploatacji produktu w ciągu całego jego życia. Zużycie wspomnianych elementów można znacząco ograniczyć poprzez naprawialność urządzenia, która jest obecnie dla konsumentów niezwykle ważna. Można ją osiągnąć m. in. poprzez modułowość i łatwość demontażu oraz ponownego złożenia.

Po tym wystąpieniu nadszedł czas na panel drugi, zatytułowany „Zielona cyfryzacja”, którego moderatorem był **dr hab. Rafał Mrówka**, SGH. Udział w dyskusji wzięli: **Łukasz Balas**, ASBIS, **Zsolt Fekete**, Algotech Polska, **Michał Grzegorzewski**, Fujitsu Polska, **Bożena Leśniewska**, Orange Polska, **Anita Sowińska**, Ministerstwo Klimatu i Środowiska.

Zdaniem dyskutantów głównym problemem wdrażania zielonej cyfryzacji jest brak wiedzy i zrozumienia. Kolejne to obawa przed kosztownymi inwestycjami oraz zagrożeniem cyberatakami. Niewiele innowacji jest z miejsca ciepło przyjmowane przez większość społeczeństwa. Dlatego tak ważna jest edukacja i budowanie świadomości. Zwykle jednak dopiero twarde dowody w postaci oszczędności finansowych ostatecznie przekonują sceptyków. Zielona cyfryzacja daje rezultat przede wszystkim w dłuższej perspektywie czasowej.

Ekspertcy zwrócili również uwagę, że nowe rozwiązania generują nowe problemy, np. generatywne modele językowe typu ChatGPT mogą generować tyle treści, że ich przechowywanie stanie się niezwykle energochłonne.

Na koniec debatujący podkreślili, że są obszary, w których Polska nie ma się czego wstydzić w kontekście cyfryzacji. Przykładem jest tu choćby sektor bankowy. Wspólne rozwiązanie największych banków, takie jak BLIK, nie funkcjonuje praktycznie nigdzie indziej.

Po krótkiej przerwie publiczność miała okazję zapoznać się z case study przygotowanym przez **dr Maximiliana Piekuta**, Greeners. Tytuł prezentacji to „Jak sprawić, aby dekarbonizacja była korzystna dla firmy?”.

W opinii prelegenta transformacja energetyczna pozostaje dużym wyzwaniem. Podstawowym jest koszt finansowy. Całkowity koszt dla Polski do 2040 roku zgodnie z wytycznymi UE wyniesie 370 mld euro. Trudnością są także warunki zewnętrzne, np. ceny energii, obowiązki regulacyjne, rosnąca świadomość konsumencka czy historyczna struktura energetyczna. Czy więc dylemat pomiędzy optymalizacją ekonomiczną, a troską o dobro społeczne i środowiskowe faktycznie istnieje? Niekoniecznie. Tempo i sposób wdrożenia strategii transformacyjnej ma bowiem ogromny wpływ na konkurencyjność przedsiębiorstwa w dłuższej perspektywie, a co za tym idzie także na prognozę jego zysków.

Ostatni panel pierwszego dnia konferencji odbył się pod hasłem „Zielona Energia”. Moderowania dyskusji podjął się **Prof. dr hab. inż. Waldemar Kamrat**, Politechnika Gdańska. Udział wzięli: **Michał Brzozowski**, Metroplan Polska, **Piotr Kummer**, Polskie Elekrownie Jądrowe, **Katarzyna Pluta**, Armatura Kraków, **dr Maximilian Piekut**, Greeners, **Iwona Sierzęga**, Polenergia.



Zdaniem prelegentów to, że społeczeństwa bardziej rozwinięte zużywają więcej energii wcale nie oznacza, że są bardziej emisyjne. Większość energii w rozwiniętych gospodarkach pochodzi bowiem z zielonych źródeł, a wszelkie potencjalne straty energetyczne czy uboczne produkty procesu ogrzewania lub chłodzenia są ponownie wykorzystywane. Kluczem do niskoemisyjności nie jest więc bezwarunkowe ograniczenie zużycia energii czy materiałów, lecz przede wszystkim mądre z nich korzystanie i dbanie, by pochodziły z ekologicznych źródeł.

W opinii dyskutantów potencjał zielonej energii w Polsce rozwija się w dobrym tempie. OZE stanowi obecnie około 1/4 całego mixu energetycznego Polski i ten udział będzie rósł. Wkrótce dołączy do niego ogromna ilość energii z wiatrowych farm morskich. Problemem jest przede wszystkim kwestia magazynowania nadmiarów energii generowanych w sprzyjających warunkach pogodowych. Na koniec uczestnicy panelu zaznaczyli, że do mixu warto też dodać zielone źródła niezależne od pogody, np. wodór oraz energetykę jądrową.

Drugi dzień „Sustainable Economy Summit” rozpoczął się od inauguracyjnego wystąpienia kolejnego Gościa Specjalnego, **Kamila Wyszkowskiego**, UN Global Compact Network Poland, który wygłosił prezentację pt. „Zmiana klimatu, wielkie wymieranie gatunkowe i dlaczego przed zagładą uratują nas prawnicy, ekonomiści i bankierzy”.

Na wstępie prelegent objaśnił, że tytuł wystąpienia ma nieco prowokacyjny charakter, jako że bezpośrednio świat uratują zapewne przyrodnicy, jednak nie uda im się to bez rozbudowanego i wydajnego systemu finansowego, który będzie ich wspierać. Zdaniem Gościa Specjalnego już teraz mamy do dyspozycji wiele innowacyjnych rozwiązań, które mogą

przechylić szalę w walce ze zmianami klimatu. Musimy jednak przełamać opory przed ich wdrożeniem na najniższych szczeblach.

Po zakończeniu wystąpienia Pana Kamila, na scenie pojawił się kolejny Gość Specjalny, **Eamon Gilmore**, były wicepremier Irlandii. Wygłosił prezentację pod hasłem „**Business and Human Rights, and the new EU legislation on Corporate Sustainability Due Diligence**”.

Gość Specjalny podkreślił w swoim przesłaniu, że podczas gdy zmiany klimatyczne bez wątpienia należą do najważniejszych wyzwań naszych czasów, konieczne jest uświadomienie sobie, że zrównoważony rozwój jest nieuchronnie związany z szerszymi kwestiami pokoju i bezpieczeństwa. Bez zajęcia się podstawowymi przyczynami konfliktów i promowania integracyjnego, opartego na poszanowaniu praw podejścia do budowania pokoju, nasze aspiracje do zrównoważonego rozwoju pozostaną niezrealizowane.

Po krótkiej przerwie zgromadzeni goście mieli okazję wysłuchać case study, przedstawionego przez **Pawła Żuka**, Centrum Medyczo-Diagnostyczne. Wystąpienie zatytułowane zostało „**System opieki senioralnej jako wyzwanie dla zrównoważonego rozwoju społeczeństw**”.

Według przytoczonych przez prelegenta danych odsetek Polaków w wieku powyżej 65 lat przekroczył już 19%. Jedną czwartą z nich żyje samotnie. Tymczasem wciąż istnieją ogromne dysproporcje pomiędzy wydatkami na profilaktykę zachorowań osób starszych w Polsce i UE. Seniorów dotyka wielochorobowość, problemy z koordynacją leczenia, depresja, nieodpowiednie stosowanie leków i izolacja społeczna. Naraził się także na wykluczenie cyfrowe i wykorzystanie.

W podsumowaniu Pan Paweł podkreślił, że kluczowa dla polepszenia stanu opieki senioralnej w Polsce jest większa współpraca pomiędzy opieką społeczną i zdrowotną.

Następnie nadszedł czas na pierwszy panel dyskusyjny, pt. „**Odpowiedzialny biznes – wyższa forma kapitalizmu**”. Moderatorem debaty został **dr hab. Bolesław Rok**, Profesor Akademii Leona Koźmińskiego. Udział w dyskusji wzięli zaś: **Sylwia Bilska**, Edenred Polska, **Anna Ciołak**, Nordkalk, **Jarosław Chwastowicz**, Lyreco Polska, **Robert Moreń**, Mars Wrigley Polska, **Iwona Jacaszek-Pruś**, Kompania Piwowarska, **Aleksandra Robaszekiewicz**, Lidl Polska.

Dyskutanci zgodnie przyznali, że zbliżamy się do momentu, kiedy aspekty społeczne i środowiskowe faktycznie staną się aktywnym elementem gospodarki rynkowej. Kapitał wciąż jest siłą napędową biznesu, ale sam już nie wystarcza. Wciąż jednak rynek oczekuje maksymalizacji zysków firm i często działania ograniczające ten cel są przez akcjonariuszy odbierane negatywnie.

Z drugiej strony, prelegenci zwrócili uwagę na fakt, że przedsiębiorstwa nie mogą po prostu przestać się rozwijać i skupić się na działalności prospołecznej. Konkludując dyskusję, wszyscy uczestnicy panelu podkreślali, że marżowość w biznesie jest konieczna, a zysk i zrównoważony rozwój to nie alternatywa. Biznes musi być prowadzony dwutorowo.

Po przerwie lunchowej kolejnym punktem programu było case study zaprezentowane przez **Marcina Ujejskiego**, BeLeaf. Wystąpienie zatytułowane zostało „**Był las nie było nas, będzie las nie będzie nas**”.

Pan Marcin w swoim wystąpieniu przedstawił założenia projektu, któremu towarzyszy publikacja książkowa o tym samym tytule, co prezentacja. Zdaniem prelegenta świat

mierzy się obecnie z szeregiem wyzwań, o których zbyt mało mówi się publicznie. Rosnąca populacja rodzi szereg problemów, których nie było setki lat temu – zwiększone zapotrzebowanie na surowce, kryzysy epidemiologiczne, podnoszące się poziomy wód, które zagrażają nisko położonym miastom na świecie. Projekt ma na celu mówić o tych wyzwaniach i pokazać przykłady firm, które są ich świadome, żeby inspirować kolejne do działania.

Po wystąpieniu Pana Marcina nadszedł czas na panel drugi, zatytułowany „**ESG w biznesie**”, którego moderatorem była **Ewa Mochocka**, EY Polska. Udział w dyskusji wzięli: **Rhonen Azoulay**, Lufthansa Group, **Ireneusz Borowski**, Dassault Systèmes, **Agnieszka Gutowska**, Nhood Services Poland, **Mario Zamarripa**, ERGO Hestia, **Andrzej Zduńczyk**, BIK.

Podstawową kwestią, na jaką zwrócili uwagę prelegenci, jest fakt, że ESG nie może być ograniczane wyłącznie do raportowania. Do ESG trzeba stosować podejście holistyczne, obejmujące cały cykl życia produktu, możliwości jego naprawy, ponownego wykorzystania i recyklingu. Rolą i odpowiedzialnością producentów jest edukacja w zakresie tego, co właściwie składa się na ślad środowiskowy danego produktu i w jaki sposób konsument może dokonać świadomego wyboru.

Zdaniem uczestników dyskusji ESG nie tylko może się zwrócić, lecz po prostu się opłaca. Ale w biznesie, żeby zarobić, trzeba zainwestować i nie inaczej jest w przypadku ESG. Czynniki klimatyczne i związane z tym ryzyka już wkrótce zaś w polityce kredytowej będą brały pod uwagę wszystkie banki.

Po krótkiej przerwie publiczność miała okazję zapoznać się z wystąpieniem kolejnego Gościa Specjalnego konferencji, **prof. dr Hansa-Otto Pörtnera**, biologa morskiego. Tytuł



prezentacji to **“Sustainable Development in Times of Multiple Crises – Key Findings from the Sixth IPCC Assessment Report”**.

W swojej prezentacji prof. Pörtner skupił się na omówieniu wniosków z szóstego raportu Międzynarodowego Zespołu ds. Zmian Klimatu. Zdaniem mówcy żyjemy obecnie w świecie trzech makrokryzysów i wyzwań: zmian klimatycznych, spadającej bioróżnorodności i zanieczyszczenia środowiska. Wszystkie przenikają się wzajemnie. Jednocześnie są bezpośrednio związane z ludzką działalnością i przetrwaniem. W tym roku przekroczyliśmy psychologiczną barierę średniego wzrostu światowej temperatury o 1,5 stopnia. Podsumowując, Gość Specjalny stwierdził, że musimy zatrzymać ten proces, a następnie zaadaptować się do już występujących zmian. By to osiągnąć, musimy wypracować ścieżki rozwoju odpornego na zmiany klimatu.

Ostatni panel konferencji odbył się pod hasłem **„Gospodarka o Obiegu Zamkniętym”**. Moderowania dyskusji podjął się **prof. dr hab. inż. Krzysztof Pikoń**, Profesor Politechniki Śląskiej. Udział wzięli: **Andrzej Losor**, Górażdże Cement koncern Heidelberg Materials, **Michał Mikołajczyk**, Rekopol

Organizacja Odzysku Opakowań, **Beata Osiecka**, Kinnarps Polska, **prof. dr Hans-Otto Pörtner**, biolog morski, **Grzegorz Skrzypczak**, ElektroEko Organizacja Odzysku Sprzętu Elektrycznego i Elektronicznego, **dr Anna Zalewska**, BASF Polska.

Wśród panelistów panował konsensus co do faktu, że kluczowa dla budowy GOZ jest faktyczna współpraca pomiędzy producentami, a sieciami sprzedaży, konsumentami i organizacjami odzysku. Najzdrowsza dla środowiska jest możliwość długiego użytkowania, naprawiania, przerabiania i recyklingowania produktów. Konieczna jest także zmiana świadomości społecznej. Odpowiedzialne zakupy to bowiem podstawa GOZ.

Podsumowując debatę prelegenci podkreślili, że elementy gospodarki o obiegu zamkniętym muszą być pozytywne środowiskowo. Ponowne wykorzystanie i recykling produktów powinien zawsze prowadzić ostatecznie do zmniejszenia emisyjności i negatywnego bilansu środowiskowego.

Autor: Krzysztof Kotlarski, redaktor Executive Magazine

PARTNERZY KONFERENCJI

ORGANIZATOR:          

PATRON HONOROWY:           

PATRON HONOROWY:           

PARTNER STRATEGICZNY: 

PARTNER GŁÓWNY:  

PARTNERZY ZŁOCI:           

PARTNERZY:           

PARTNERZY:           

PARTNERZY GALI:           

PATRONI SPOŁECZNI:         

PATRONI SPOŁECZNI:         

PATRONI SPOŁECZNI:         

GLÓWNI PATRONI MEDIALNI:     





POZNAJ WYNIKI KONKURSU DIAMENTY SUSTAINABLE ECONOMY 2024!

Kulminacją konferencji „Sustainable Economy Summit” była wieczorna ceremonia wręczenia nagród – „**Diamentów Sustainable Economy**”. Zgromadzonych gości uroczyście powitali: **Beata Radomska** – CEO Executive Club oraz **Prof. dr hab. Michał Kleiber** – Przewodniczący Rady Executive Club. Z przesłaniem do uczestników wystąpił również Gość Specjalny, **Eamon Gilmore**, były wicepremier Irlandii.

Nominowane zostały podmioty, które na co dzień promują etyczne działania, będąc wzorem dla swoich współpracowników, klientów i kontrahentów. Kapituła Konkursu przyznała ostatecznie 11 nagród oraz 3 wyróżnienia, a także jedną nagrodę specjalną. Ceremonię zakończył bankiet połączony z wieczorem networkingowym oraz koncertem w wykonaniu **Katarzyny Zawady i Trio Beethovenowskiego**.

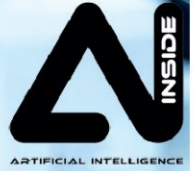


WŚRÓD LAUREATÓW KONKURSU ZNALEŻLI SIĘ:

- **Lider Zrównoważonej Produkcji**
Signify Poland
- **Lider ESG w Nieruchomościach**
Panattoni Development Europe
- **Lider ESG w Budownictwie**
Heidelberg Materials
Wyróżnienie: REMEA
- **Lider Ekologii w Energetyce**
Polenergia
Wyróżnienie: Respect Energy
- **Lider Odpowiedzialnego Recyklingu**
VIVE Textile Recycling
Wyróżnienie: 2loop Tech
- **Lider Neutralności Klimatycznej**
InPost
- **Lider Zrównoważonego Finansowania**
BNP Paribas Bank Polska
- **Lider Społecznej Odpowiedzialności**
Nowy Styl
- **Lider Etyki w Biznesie**
Lyreco Polska
- **Lider Różnorodności**
IKEA Retail
- **Osobowość Zrównoważonego Rozwoju**
Kamil Wyszowski,
Krajowy Przedstawiciel, Dyrektor Wykonawczy United Nations Global Compact Network Poland, Przedstawiciel UNOPS w Polsce
- **Nagroda Specjalna**
ROBYG







REACH YOUR GOALS

Identify problems, reduce processing time and optimize process performance.



Monitor machines, utilities and costs with Nazca 4.0

nazca40.pl





Executive Club

XII EDYCJA

EXECUTIVE INNOVATION FORUM 2024

27-28 LISTÓPADA 2024
THE WESTIN WARSAW