



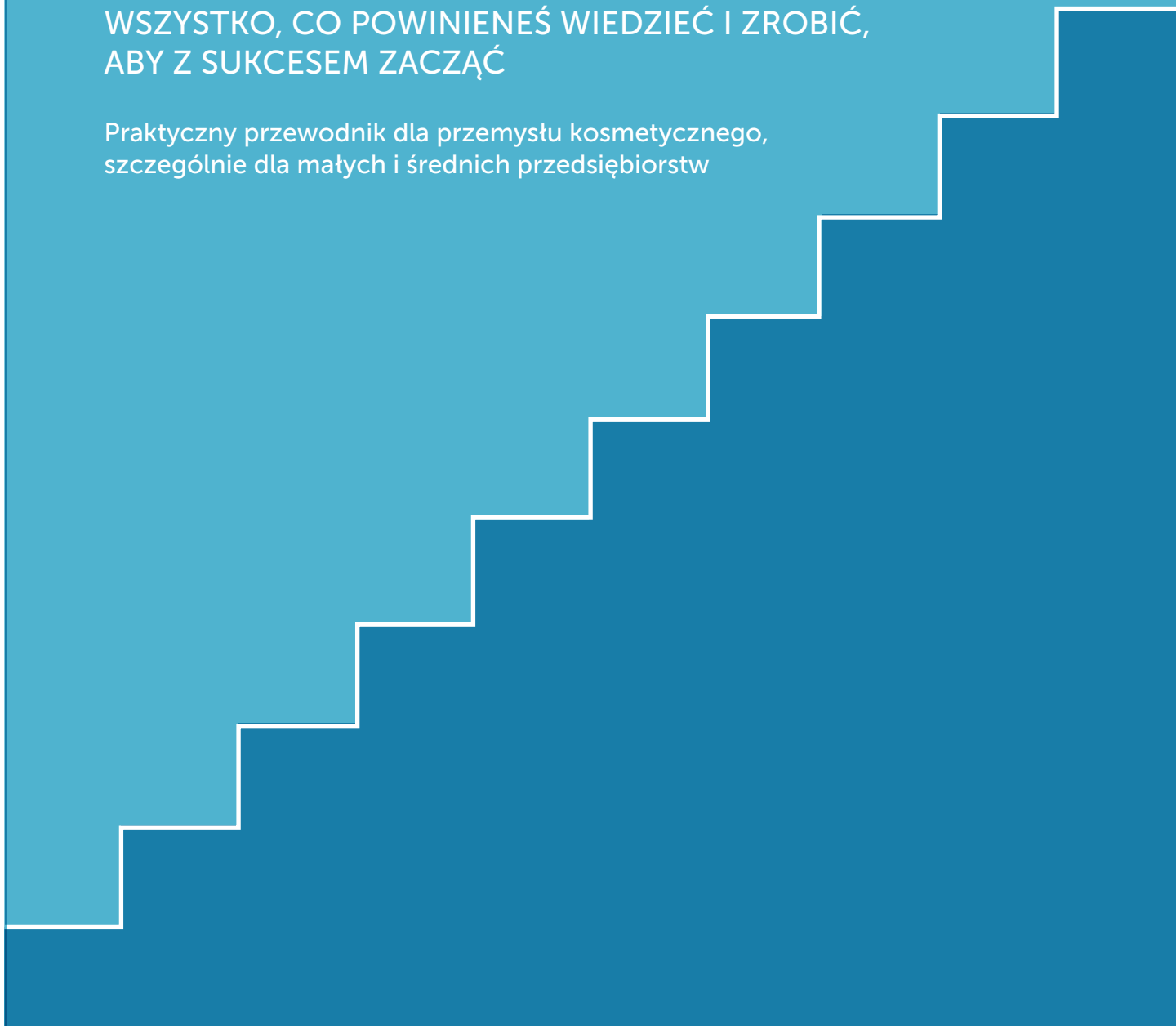
Wersja polska przygotowana przez



DZIESIĘĆ KROKÓW DO ZRÓWNOWAŻONEGO ROZWOJU

WSZYSTKO, CO POWINIENES WIEDZIEĆ I ZROBIĆ,
ABY Z SUKCESEM ZACZAĆ

Praktyczny przewodnik dla przemysłu kosmetycznego,
szczególnie dla małych i średnich przedsiębiorstw



Spis treści

	Streszczenie	3
	Wstęp	4
	Dziesięć Kroków do Zrównoważonego Rozwoju	5
Krok 1	Dowiedz się, co oznacza zrównoważony rozwój	6
Krok 2	Zrozum, dlaczego zrównoważony rozwój jest dobry dla Twojej firmy	7
Krok 3	Wyznacz w firmie koordynatora zrównoważonego rozwoju	8
Krok 4	Sprawdź, kto może Ci pomóc	9
Krok 5	Oceń pozytywny i negatywny wpływ Twojej firmy (w wymiarze środowiskowym, społecznym i ekonomicznym)	10
Krok 6	Zidentyfikuj obszary, w których możesz działać	11
Krok 7	Opracuj własną, krótko- i średnioterminową strategię zrównoważonego rozwoju	12
Krok 8	Zbuduj kompleksowy harmonogram działań i plan działań	13
Krok 9	Rozpocznij Waszą własną podróż w kierunku zrównoważonego rozwoju	14
Krok 10	Regularnie monitoruj postępy i komunikuj działania	15
	Załączniki	
I.	Praktyczne pomysły, sugestie i przykłady	17
II.	Przykład Polityki Zrównoważenia	25
III.	Przykłady Harmonogramu i Planu Działania	26
IV.	Wskazówki projektowe dla minimalizacji opakowań	29
V.	Użyteczne linki	32

“Zrównoważony rozwój” to wymóg, który przedsiębiorstwa prędej czy później muszą spełnić, aby w dłuższej perspektywie sprostać wymaganiom rynku, a nawet przetrwać. Aktualnie podejście to nie jest obowiązkowe, ale stanowi dla przedsiębiorstw szansę. Podjęcie działań w celu poprawy zrównoważonego rozwoju Państwa firmy nie musi wymagać dużych inwestycji i może przynieść wiele korzyści, takich jak oszczędności finansowe, pozyskanie nowych klientów, zwiększenie sprzedaży i wzmocnienie wizerunku firmy.

Niniejszy dokument został przygotowany po to, aby pomóc branży kosmetycznej, w szczególności małym i średnim przedsiębiorstwom (MŚP) w rozpoczęciu działań związanych z wdrażaniem zasad zrównoważonego rozwoju. Skierowany jest do właścicieli / dyrektorów zarządzających przedsiębiorstwami i ma na celu podanie w prosty, jasny i konkretny sposób praktycznych wskazówek do stopniowego wdrażania.

“Tworzenie silnego przedsiębiorstwa i budowanie lepszego świata to nie są sprzeczne cele – obydwa są podstawowymi elementami długoterminowego sukcesu”

William Clay Ford Jr. Prezes Wykonawczy Ford Motor Company

Zrównoważony rozwój jest niezwykle istotny zarówno dla dużych, jak i małych przedsiębiorstw. Obecnie, zużycie surowców naturalnych przewyższa ich zasoby niezbędne do przeżycia 9 miliardowej populacji ludzi.

Jednocześnie występuje zmniejszenie różnorodności biologicznej oraz degradacja ziemi. Nie jesteśmy w stanie wyprodukować dość jedzenia dla nas samych. Ponadto zmniejsza się wydobycie ropy i potrzebujemy nowych źródeł wytwarzania energii elektrycznej. Zrównoważony rozwój nie jest najnowszą modą, ale długookresowym trendem, który w przyszłości będzie wpływał na nasze życie zarówno w sferze prywatnej, jak i zawodowej. Przedsiębiorstwa, które zaakceptują te realia i dostosują się do nich, zwiększają swój potencjał do osiągnięcia sukcesu zyskają w perspektywie długotrwałego istnienia na rynku.

Poza oczywistymi korzyściami dla środowiska, społeczeństwa i gospodarki, zrównoważenie przynosi też wiele korzyści firmom, gdyż pomaga:

- > redukować koszty;
- > stymulować innowacyjność produktów ;
- > utrzymywać / zwiększać sprzedaż;
- > utrzymywać konkurencyjność w dłuższej perspektywie;
- > rekrutować, motywować i dbać o personel;
- > skutecznie zarządzać reputacją i wzmacniać wizerunek firmy i jej pozycję w lokalnej społeczności;
- > umacniać relacje z detalistami;
- > poprawiać relacje z partnerami finansowymi i podczas poszukiwania nowych źródeł finansowania;

Aby rozpocząć podróż ku zrównoważeniu, małe i średnie przedsiębiorstwa nie muszą wydawać dużych sum lub wprowadzać wielkich zmian w swoich zakładach. Możliwe jest stworzenie i wdrożenie uproszczonego planu zrównoważonego rozwoju właściwego dla mniejszych przedsiębiorstw, który przynosi rzeczywiste korzyści i oszczędności. Nawet nie wydając pieniędzy można uzyskać szybkie efekty (np. wysoki zwrot z inwestycji!). Prosty plan jest zawsze lepszy niż brak planu.

Niniejszy poradnik daje praktyczne wskazówki, jak wprowadzić plan zrównoważonego rozwoju w małym lub średnim przedsiębiorstwie. Jego celem jest pomóc firmom w drodze do zrównoważonego rozwoju.

Niniejszy dokument nie jest normatywny; każda firma, która postanowi wprowadzić plan zrównoważonego rozwoju, może zdecydować się na realizację tych kroków w takim tempie i w taki sposób, jakie są zgodne z jej możliwościami i sytuacją.

Aby wdrożyć trwale zrównoważony rozwój w dowolnej firmie, należy zacząć od czterech elementów:

- > Zaangażować kierownictwo najwyższego szczebla lub właścicieli firmy;
- > Zakomunikować to wszystkim pracownikom firmy, a w stosownych przypadkach także na zewnątrz, aby wzmocnić wizerunek firmy;
- > Uczynić zrównoważony rozwój częścią pracy każdej osoby;
- > Planować działania i monitorować postępy.

1

DOWIEDZ SIĘ,
CO OZNACZA
ZRÓWNOWAŻONY
ROZWÓJ

2

ZROZUM, DLACZEGO
ZRÓWNOWAŻONY
ROZWÓJ JEST DOBRY
DLA TWOJEJ FIRMY

3

WYZNACZ
W FIRMIE
KOORDYNATORA
ZRÓWNOWAŻONEGO
ROZWOJU

4

SPRAWDŹ,
KTO MOŻE CI POMÓC

5

OCEŃ POZYTYWNY
I NEGATYWNY WPŁYW
TWOJEJ FIRMY
środowiskowy,
społeczny
i ekonomiczny

6

ZIDENTYFIKUJ
OBSZARY, W KTÓRYCH
MOŻESZ DZIAŁAĆ

7

OPRACUJ KRÓTKO-
I ŚREDNIOTERMINOWĄ
STRATEGIĘ
ZRÓWNOWAŻONEGO
ROZWOJU

8

ZBUDUJ
KOMPLEKSOWY
HARMONOGRAM
DZIAŁAŃ I PLAN
DZIAŁAŃ

9

ROZPOCZNIJ WASZĄ
WŁASNĄ PODRÓŻ
W KIERUNKU
ZRÓWNOWAŻONEGO
ROZWOJU

10

REGULARNIE
MONITORUJ POSTĘPY
I KOMUNIKUJ
DZIAŁANIA

Zrównoważony rozwój jest definiowany jako:

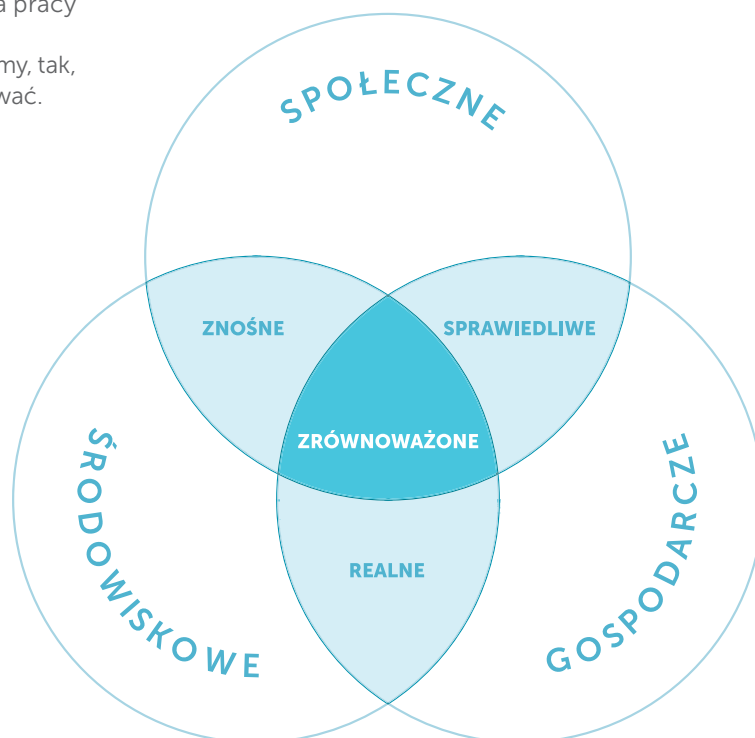
“Rozwój, który zaspokaja terażniejsze potrzeby bez uszczerbku dla zdolności przyszłych pokoleń do zaspokajania ich własnych potrzeb¹.”

Zrównoważony rozwój integruje środowiskowe, gospodarcze i społeczne aspekty działalności firmy, aby odnosiła sukcesy teraz i w przyszłości.

Firma może osiągnąć zrównoważony rozwój:

- › rozwijając swoją działalność i uzyskując przychody (jeśli firma tego nie zrobi, nie ma prawdziwej przyszłości);
- › wykorzystując własne zasoby (pieniędzy, ludzi, materiałów) w efektywny sposób;
- › redukując wpływ na środowisko;
- › pozostając odnoszącą sukcesy częścią społeczności, w której działa, zapewniając miejsca pracy i płacąc podatki
- › zarządzając, szkoląc i rozwijając personel firmy, tak, aby przyciągać ludzi i aby chcieli tam pracować.

Firmy już teraz realizują wiele z tych założeń, może bez zdawania sobie sprawy, że są już na drodze do zrównowazenia. Jednak, gdy wszystkie elementy zostaną świadomie zintegrowane z planem działań zrównoważonego rozwoju – może mieć miejsce dalszy postęp, który można zakomunikować partnerom biznesowym, społeczności i konsumentom.



1. Światowa Komisja ONZ ds. Środowiska i Rozwoju, Nasza Wspólna Przyszłość (tzw. Raport Brundtland), 1987

Zrównoważony rozwój przynosi firmom wiele korzyści, ponieważ pomaga:

- › zredukować koszty (również poprzez zrozumienie w jaki sposób firma marnuje zasoby).
- › stymulować innowacyjność produktów.
- › utrzymywać / zwiększać sprzedaż.
- › poprawić konkurencyjność; utrzymywać konkurencyjność w dłuższej perspektywie.
- › rekrutować, zatrzymywać i motywować personel; motywowanie personelu łączy się z wyższą wydajnością, lepszą atmosferą w przedsiębiorstwie i przyjaznym środowiskiem pracy (mniejsze zagrożenia środowiskowe, zdrowotne i w zakresie bezpieczeństwa).
- › wzmacniać wizerunek firmy (co pomaga przyciągać, zatrzymywać i motywować personel) i jej pozycję w lokalnej społeczności.
- › umacniać relacje z dostawcami i detalistami.
- › poprawiać relacje z partnerami finansowymi i podczas poszukiwania nowych źródeł finansowania.

Zalecamy Państwu stworzenie małego zespołu w celu rozpoznania wszystkich istotnych kwestii, wypracowania metody zajęcia się nimi, zaproponowania strategii i planu działania, przedyskutowania ich z kierownictwem i uzyskania zgody i poparcia. Zespół ten będzie potem zarządzać uzgodnionymi działaniami, kontaktować się z zewnętrznymi partnerami, śledzić i raportować postępy oraz komunikować program.

Należy wyznaczyć osobę odpowiedzialną za zrównoważony rozwój w firmie kogoś, kto poprowadzi program, na przykład lidera projektu lub koordynatora programu zrównoważonego rozwoju.

Osoba ta będzie nadzorować wyznaczony zespół i kierować jego działaniami w kierunku osiągnięcia założonych celów. Firma powinna zapewnić, by koordynator zrównoważonego rozwoju otrzymał zasoby i uprawnienia niezbędne do stymulowania programu kierowania programem zrównoważonego rozwoju.

Patrząc w przyszłość, należy myśleć, jak można nagrodzić Państwa personel za prowadzenie z sukcesem projektu zrównoważonego rozwoju. Starania i osiągnięcia powinny być nagradzane, najlepiej w zbiorowy sposób. Na przykład, pieniądze zaoszczędzone w wyniku działań związanych ze zrównoważonym rozwojem można rozdzielać między wszystkich pracowników lub organizować zbiorowe zajęcia, projektów, itp. Nie muszą one być drogie; wieczorny grill lub gra w kręgle mogą być bardzo skuteczne i lepsze od skomplikowanych planów. W małych organizacjach ten rodzaj uznania jest bardzo doceniany i wzmacnia ducha współpracy zespołowej.

Firma powinna zapewnić, by koordynator zrównoważonego rozwoju otrzymał zasoby i uprawnienia niezbędne do wdrożenia programu zrównoważonego rozwoju

Każda firma jest inna i potrzebuje innych działań w zakresie zrównoważonego rozwoju.

Nawet jeśli nie ma w firmie zespołu doświadczonego w kwestiach zrównoważonego rozwoju, nie jesteście sami! Pomoc (np. szkolenia, dzielenie się najlepszymi praktykami, porady, finansowanie ze środków publicznych, sieć kontaktów) jest dostępna z wielu źródeł, takich, jak krajowe związki branżowe, organy publiczne, konsultanci.

Zdecydujcie, czy do rozpoczęcia programu potrzebujecie pomocy z zewnątrz. Stwórzcie listę organizacji, od których możecie uzyskać pomoc i sprawdźcie, czy są z tym związane jakiegokolwiek koszty.

Samorządy lokalne i regionalne lub rząd Twojego kraju mogą dysponować programami pomocy matym przedsiębiorstwom. Lokalne izby gospodarcze mogą także oferować wsparcie. W dłuższej perspektywie możecie zapracować na wsparcie / dobrą wolę lokalnej społeczności poprzez wykazywanie „społecznej odpowiedzialności firmy” i “obywatelskiej postawy”.

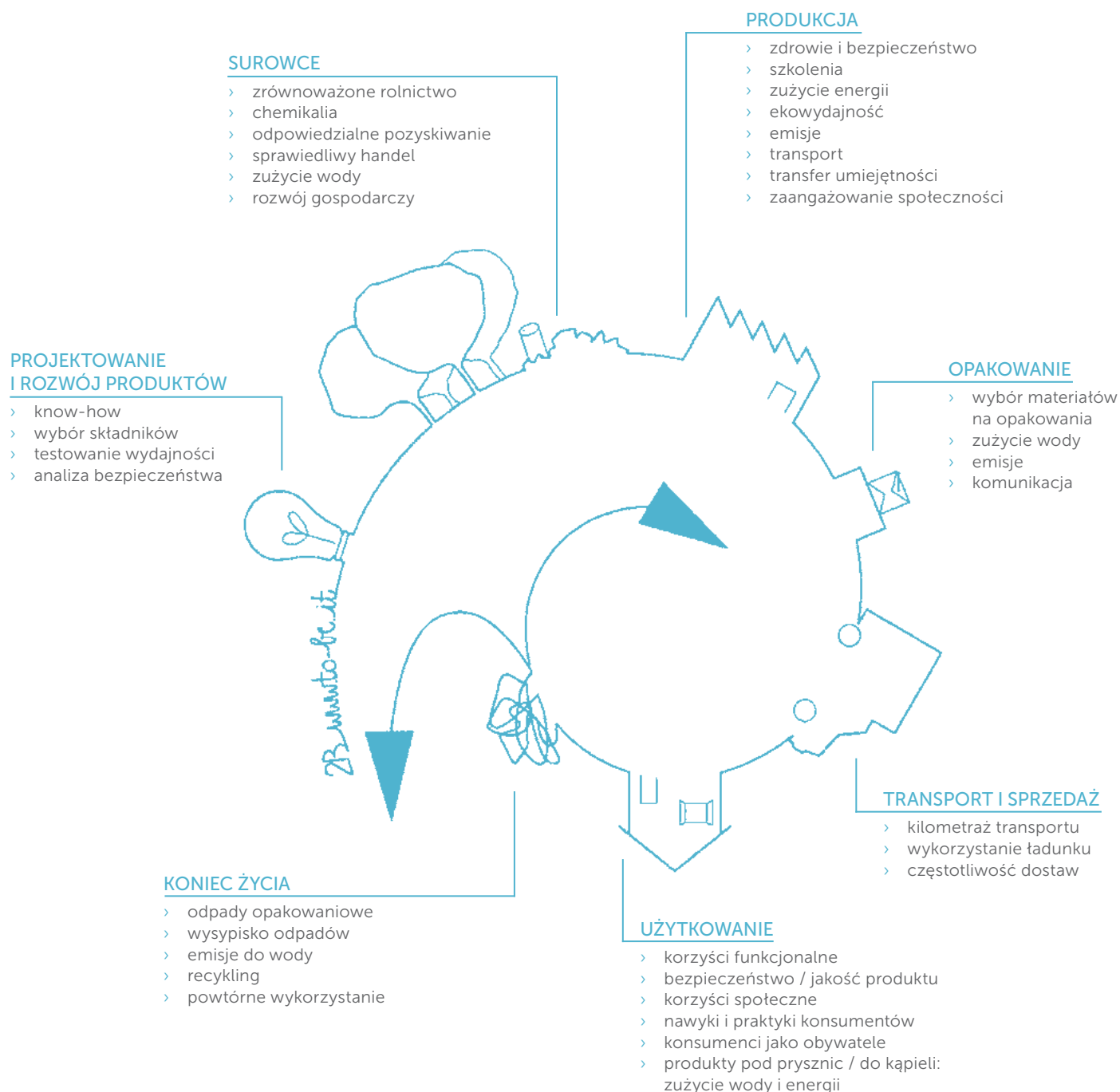
Nie należy jednak popełniać błędu i opierać się na tym etapie wyłącznie na pomocy z zewnątrz. Sukces będzie ostatecznie zależeć przede wszystkim od zaangażowania i działań pracowników firmy, a nie od kogokolwiek z zewnątrz.

Sukces będzie ostatecznie zależeć przede wszystkim od zaangażowania i działań pracowników firmy, a nie od kogokolwiek z zewnątrz

Oceń pozytywny i negatywny wpływ Twojej firmy (w wymiarze środowiskowym, społecznym i ekonomicznym)

Korzystając ze swojego własnego doświadczenia oraz pracy w zakresie ochrony środowiska i zrównoważenia wykonanej przez Państwa dostawców, zanalizujcie swoją działalność gospodarczą, aby zidentyfikować oddziaływania społeczne, gospodarcze i środowiskowe firmy na każdym etapie łańcucha wartości (patrz wykres poniżej²).

Podejście „od kołyski do kołyski”, włącznie z recyklingiem i powtórным wykorzystaniem, jest lepsze od podejścia „od kołyski do grobu”, które kończy się na generowaniu i utylizacji odpadów.



Wymienione niżej obszary są przykładowe; mogą one być różne dla różnych firm. Sprawdźcie, w jakim stopniu (całkowicie, częściowo, trochę lub wcale) macie kontrolę nad kluczowymi, wymienionymi niżej obszarami:

- > Polityka i praktyka BHP w miejscu pracy;
- > Strategia rozwoju / określanie receptur produktów;
- > Praktyka zatrudnienia, szkolenia i pracy;
- > Polityka etyczna;
- > Polityka i praktyka finansowa i księgową;
- > Pozyskiwanie składników i dostaw;
- > Polityka i praktyka sprzedaży i marketingu;
- > Relacje z konsumentami;
- > Pozyskiwanie energii;
- > Projektowanie produktów i rozwój procesów;
- > Projekt i układ fabryki, wybór i zakup wyposażenia;
- > Odpady i utylizacja odpadów;
- > Zarządzanie finansami i długami;
- > Profil klientów;
- > Relacje z klientami;
- > Niezawodność w łańcuchu dostaw;
- > Ceny energii;
- > Polityka podatkowa rządu

Kluczowym krokiem w rozwijaniu Państwa planu działania jest zrozumienie, co można kontrolować i na co można mieć wpływ w dłuższej perspektywie.

Opracuj własną, krótko- i średnioterminową strategię zrównoważonego rozwoju

1. Oceńcie realistycznie jaka jest obecna sytuacja firmy we wszystkich obszarach zrównoważonego rozwoju, na które firma ma wpływ. Gdzie działacie skutecznie? Które obszary są ignorowane?
2. Zidentyfikujcie możliwe działania aby zredukować oddziaływania negatywne i zwiększyć oddziaływania pozytywne.
3. Ustalcie priorytety na przykładach biznesowych.
 - › potencjalne oszczędności przy produkcji i w łańcuchu dostaw,
 - › innowacje produktowe,
 - › rozwój rynku,
 - › zarządzanie relacjami z klientami, itp., oraz
 - › ocena ryzyka (prawnego, finansowego, dotyczącego wizerunku firmy, itp.).

Jeśli firma chce dążyć do zrównoważonego rozwoju, powinna robić to w sposób praktyczny i najodpowiedniejszy dla jej zasobów, lokalizacji, struktury, kultury oraz charakteru jej działań i usług. Wybrane podejście powinno być tym, które najbardziej zwiększa wartość firmy.

Podejście oparte na prostym systemie zarządzania, choć nie jest to niezbędne, może okazać się pomocne w dążeniu do zrównoważenia. Obejmuje ono sekwencyjny proces planowania, wdrażania planu, raportowania i oceny wyników, dostosowywania podejścia oraz okresowego powtarzania tych kroków w celu ciągłego doskonalenia.

Pamiętajcie, że aby starania w zakresie zrównoważonego rozwoju były uwieńczone powodzeniem, muszą one być integralną częścią działań biznesowych. Oznacza to, że muszą one uzupełniać i wpasowywać się w krótko- i długoterminowe plany biznesowe. Zrównoważenie nie jest siłą napędową działalności firmy, ale jest niezbędnym składnikiem jej długoterminowego sukcesu.

Gdy już zidentyfikowaliście obszary, nad którymi będziecie pracować, oraz wyznaczyliście cele, które macie nadzieję osiągnąć w średnio- lub długoterminowej perspektywie, należy je wpisać w kompleksowy harmonogram działań (plan lub przewodnik), przedstawiający ogólny zarys celów. Każdy etap tego harmonogramu można przedstawić w formie planu działania. Praktyczne przykłady zostały podane w Załączniku III. Elementem planowania będzie zanalizowanie możliwości personelu, ocena potrzeb jego szkolenia oraz w jaki sposób zaangażować odpowiednich ludzi w opracowanie realistycznych planów działania.

Określcie w harmonogramie priorytet prac jako wysoki, średni lub niski. Na początek skoncentrujcie się na działaniach, którym przypisano wysoki priorytet, a potem określcie realny czas jaki potrzebujecie, aby je zrealizować. Należy pamiętać, że plany krótkoterminowe mogą czasami nie mieć nic wspólnego z obrazem całości i mogą demotywo- wać personel.

Działania o średnim i niskim priorytecie zostaną rozłożone na dłuższy okres, który może rozciągać się na wiele lat. Nie próbujcie robić wszystkiego od razu!

Realizacja planu działań może wymagać pewnych nakładów. Państwa plan powinien odzwierciedlać możliwości finansowe i to, kiedy możecie pozwolić sobie na zainwestowanie w ludzi, fabrykę i sprzęt.

Harmonogram działań i plany działań są żywymi narzędziami, które powinny być regularnie sprawdzane i aktualizowane, aby monitorować ich postęp i ustalać kolejne kroki. Harmonogram i plan działania powinny zawierać Kamienie Milowe³ i Główne Wskaźniki Efektywności⁴ (Key Performance Indicators – KPI).

Harmonogram i plan działania powinny być dostosowane do potrzeb firmy. Będą one ewoluować wraz z postępami firmy na drodze do zrównoważonego rozwoju.

Na początek skoncentrujcie się na działaniach, którym przypisano wysoki priorytet, a potem określcie realny czas jaki potrzebujecie, aby je zrealizować

3. Kamień milowy to znaczące wydarzenie w projekcie lub planie działania, zwykle zakończenie ważnego zadania lub części zadania. Na przykład, plan działania może mieć na celu redukcję odpadów fabrycznych. Częścią tego planu może być szkolenie całej załogi w zakresie działania programu na szeregu seminariów lub spotkań. Kamieniem milowym byłoby zakończenie szkolenia całego personelu.

4. Główny Wskaźnik Efektywności (Key Performance Indicator – KPI) to termin używany do określenia pewnego typu Miary Efektywności. KPI są powszechnie używane przez organizację do oceny jej sukcesu lub sukcesu pewnego działania, którym się zajmuje. Czasami sukces definiowany jest w terminach dokonania postępów w osiągnięciu celów strategicznych, ale często sukces to po prostu powtarzalne osiągnięcie jakiegoś poziomu celu operacyjnego (zero usterek, procent dostaw wykonanych na czas, poziom dłużników, itp.).

Spróbujcie osiągnąć z sukcesem jakieś krótkoterminowe cele lub osiągnąć tzw. „łatwe wygrane”, które szybko pokażą wszystkim dokonanie postępu.

Nie koncentrujcie się na początku na wielkich, efektywnych i drogich projektach. Może się okazać, że turbiny wiatrowe lub ogniwa fotowoltaiczne do produkcji energii elektrycznej, albo maty trzcinowe do oczyszczania wody odpadowej, powinny przynieść duże oszczędności, jednak należy pamiętać, że projekty te wymagają uważnej analizy, aby stwierdzić, czy są one wykonalne.

Jest wiele innych, prostszych zadań i programów, które należy wdrożyć w pierwszej kolejności:

- › Finalizujcie swoje plany i komunikujcie je; projekty planów łatwo jest ignorować.
- › Monitorujcie postępy i komunikujcie przedsiębiorstwu i pracownikom ich wyniki. Jest to najlepszy sposób na podtrzymywanie zainteresowania zmianami i zaangażowania w nie.
- › Nie zapominajcie, że na późniejszym etapie będziecie chcieli przekazać informacje o swoich działaniach szerszemu gronu odbiorców, takich, jak konsumenci, detaliści, lokalne społeczności i być może potencjalni inwestorzy.
- › Pamiętajcie, że zmiany są często źródłem stresu w miejscu pracy. Wyzwania motywują ludzi tylko wtedy, gdy czują, że są one osiągalne i warte zachodu.
- › Pracownicy mają intuicję potrzebną do sprawnego wprowadzenia zmian, więc zaangażujcie ich. Jeśli da się im szansę, pracownicy są najlepszym źródłem efektywnego wykorzystania zasobów i oszczędności kosztów – ich wkład jest niezbędny.

Jednym z głównych czynników przyczyniających się do pozytywnej zmiany w dowolnej działalności firmy jest ocena obecnej sytuacji firmy, ustanowienie celów poprawy, a następnie raportowanie postępów. Potrzebne będą regularne przeglądy i raportowanie wyników, oraz podkreślanie sukcesów i porażek. Raporty te wcale nie muszą być skomplikowane. Proste opisy wyjaśniające, jaką pracę się wykonuje, pomogą pokazać, że firma jest zaangażowana w zrównoważony rozwój.

Nie bójcie się pokazywać sukcesów i porażek zarówno wewnątrz, jak i na zewnątrz firmy. Przedstawcie jasno, dlaczego nie wszystko poszło zgodnie z planem i co w związku z tym zrobicie. Najważniejszy jest obrany kierunek.

Duży budżet nie jest niezbędny do skutecznej komunikacji. Można dobrze wykorzystać pieniądze, które macie do dyspozycji, poprzez prawidłowe planowanie i w razie potrzeby wchodzenie w partnerstwo z innymi organizacjami.

Komunikacja wewnętrzna

Stosujcie wewnątrz organizacji jasną i konsekwentną komunikację. Wówczas droga do zrównoważonego rozwoju staje się nieodłączną częścią kultury firmy – którą pracownicy mogą zrozumieć i być z niej dumni. Zwiększy to ich satysfakcję z pracy i zaangażowanie. Nie zapominajcie, że pracownicy są nie tylko majątkiem firmy, ale i częścią społeczności, a więc partnerami. Mogą być skutecznymi emisariuszami, jeśli poświęćcie trochę wysiłków na ich informowanie i angażowanie w sprawę.

Jak? Najlepszy sposób to taki, który jest zgodny z Waszą organizacją, jej kulturą wewnętrzną i historią. Oto parę przykładów wziętych z małych przedsiębiorstw:

- › Regularne, krótkie spotkania w celu szkolenia pracowników dotyczącego zrównoważonego rozwoju, aby stworzyć wspólne rozumienie wewnętrznych projektów zrównoważonego rozwoju i tego, jak wpisuje się on w ogólne cele organizacji.
- › Stwórzcie „Tablicę Ogłoszeń o Zrównoważonym Rozwoju” lub „Kącik Zrównoważonego Rozwoju”. Wszystkie projekty zrównoważenia będą podsumowywane i grupowane razem w jednym miejscu, dostępne zarówno dla personelu, jak i dla gości. Wszystkie oferty od dostawców zrównoważonych usług (jak drukowanie, wysyłanie listów lub samochody firmowe) i zasobów (jak surowce) powinny być przechowywane w wyznaczonym miejscu, do momentu, gdy będą potrzebne.
- › Jeśli firma posiada system intranetowy, pracownicy mogą tam zamieszczać zaktualizowane informacje na temat planu działania i istotnych osiągnięć. Można też korzystać z biuletynów lub magazynów.

Komunikacja zewnętrzna

Wykorzystujcie komunikację zewnętrzną skierowaną do wybranych partnerów (partnerzy biznesowi, dostawcy, dostawcy usług, klienci, społeczność, itp.). Ustalcie oczekiwania co do sposobu prowadzenia interesów przez firmę. Może to wpływać na praktyki zarówno partnerów firmy, jak i szerszej społeczności. Pokazuje to także, że podzielacie zaangażowanie swoich partnerów w zrównoważony rozwój. Inwestorzy, sprzedawcy i konsumenci mają coraz większe oczekiwania co do zrównoważonych praktyk biznesowych firm, u których kupują lub w które inwestują.

Jest wiele sposobów zewnętrznej komunikacji, ale najlepsze z nich to te, które odpowiadają specyficznym potrzebom i kulturze organizacji. Przykłady to publicznie dostępne raporty korporacyjne, strona internetowa firmy, a nawet portale społecznościowe wykorzystywane w celu zaangażowania klientów i informowania ich o programie zrównoważonego rozwoju. Biuletyny firmowe, odwiedziny placówek lub dni otwarte, spotkania biznesowe – wszystko to jest okazją do promowania Państwa pracy w zakresie zrównoważonego rozwoju – podobnie jak komunikaty marketingowe i materiały reklamowe.

ZAŁĄCZNIKI

A. NIEZBĘDNE ELEMENTY SUKCESU

Aby wprowadzenie polityki zrównoważonego rozwoju zakończyło się sukcesem, niezbędne są cztery elementy:

- › Zaangażowanie kierownictwa najwyższego szczebla lub właścicieli firmy,
- › Komunikowanie działań pracownikom firmy,
- › Uczynienie zrównoważenia częścią pracy każdej osoby,
- › Planowanie i monitorowanie.

Zaangażowanie

Czy nazywa się to wizją, czy filozofią, czy też po prostu stanowiskiem firmy w kwestii zrównoważonego rozwoju, ważne jest, by wszyscy pracownicy firmy rozumieli, że jej kierownictwo i właściciele są oddani sprawie i traktują zrównoważony rozwój jako długofalową politykę firmy. Wprowadzenie zasad zrównoważonego rozwoju nie może nastąpić z dnia na dzień – wymaga czasu i wysiłku, ale powinno ostatecznie przynieść korzyści dla środowiska, firmy, jej pracowników i społeczności, w której firma ta działa.

Komunikacja

Aby odnieść sukces, każdy w firmie musi wiedzieć, na czym polega jego udział w budowaniu długofalowej polityki zrównoważonego rozwoju. Wszyscy powinni wiedzieć, co oznacza zrównoważony rozwój. Pierwszym krokiem będzie edukacja pracowników. Niezbędne będą regularne raporty z postępów oraz podkreślanie sukcesów i porażek. Nie muszą one być skomplikowane; proste opisy wyjaśniające, jakie działania są podejmowane, pomo-

gą wykazać, że firma jest zaangażowana w zrównoważony rozwój. Nie bójcie się komunikowania sukcesów i porażek zarówno wewnątrz, jak i na zewnątrz firmy. Najważniejszy jest obrany kierunek.

Zrównoważenie jest zadaniem dla wszystkich

Sukces ma największe szanse wówczas, gdy każdy czuje się odpowiedzialny za zrównoważony rozwój. Nie każdy może wnieść wiele – ale wiele drobnych codziennych wkładów szybko się sumuje. Poświęćcie uwagi szczegółom i dokonywanie właściwych wyborów, np. przy zakupie wyposażenia do biura, bardziej efektywnym kierowaniu liniami produkcyjnymi lub redukcji odpadów – wszystko to jest częścią zrównoważonego rozwoju.

Planowanie i monitorowanie

Planowanie jest kluczowym składnikiem dowolnego długoterminowego programu, również takiego, jak zrównoważenie. Kiedy już wystartujecie, istotne znaczenie będzie miała dynamika. Korzystajcie ze schematu „planuj, realizuj, sprawdzaj, działaj”.

- › Planuj: Ustalcie, co musi być zrobione i w jaki sposób,
- › Realizuj: Wprowadźcie plan w życie,
- › Sprawdzaj: Upewnijcie się, że Wasz plan daje wyniki, których oczekujecie,
- › Działaj: podejmijcie dowolne wymagane działania naprawcze i dopilnujcie, by dobra praktyka została wdrożona na stałe.

Regularnie rewidujcie i powtarzajcie cykl Planuj-Realizuj-Sprawdzaj-Działaj.

B. OCENA ODDZIAŁYWAŃ WASZEJ FIRMY

Aby zdecydować, nad którymi obszarami lub projektami pracować, potrzebujecie informacji, na których oprzecie swoją decyzję. Zadajcie sobie określone pytania i zobaczcie, czy jesteście w stanie zebrać informacje, które Wam pomogą. Na przykład:

Środowisko

Zużycie wody; ścieki i ich jakość.

Wodę można mierzyć – gdzie ją zużywacie, jak ją zużywacie, ile jej zużywacie i ile to kosztuje.

Czy Wasza gmina lub przedsiębiorstwo kanalizacyjne pobiera od Was wyższe opłaty za ścieki niskiej jakości, jak również za objętość odprowadzanych ścieków? Kiedy już będziecie mieli te informacje, możecie zbadać sposoby zmniejszenia kosztów, jak również poprawienia profilu środowiskowego.

Woda zużywana w składnikach.

Zwiększa się zainteresowanie wodą zużywaną

5. Wszystkie odwołania do treści zewnętrznych (publikacji, stron internetowych, firm) są podane jako przykłady. Cosmetics Europe nie popiera i nie rekomenduje żadnej z tych treści w sposób szczególny.

w gorze łańcucha dostaw, na przykład, ile wody zużywa się na uprawę naturalnych składników i do przetwarzania ich w składniki kosmetyczne. Problemem tym trudno się zająć małych firmom.

Częścią wytycznych Cosmetics Europe dla MŚP jest zestaw dokumentów na temat określania cyklu życia dla konkretnych kategorii produktów. W skład ich wchodzi uproszczony profil analizy cyklu życia. Jeśli jeden z tych profili – na przykład kremów do skóry – pokazuje, że woda potrzebna do produkcji składników lub opakowań ma znaczący wpływ na środowisko, właściwe jest podjęcie określonego działania.

Można tego dokonać poprzez zapytanie dostawców, czy posiadają jakiegokolwiek dane i czy mają swoje własne plany zrównoważenia, które obejmują redukcję zużycia wody. Patrz także punkt 1.3.3 Kupowanie Składników.

Zużycie energii i równowaga pomiędzy gazem, elektrycznością i ropą.

Należy mierzyć zużycie energii. Najprostsza do pomiaru jest energia elektryczna, natomiast pomiar energii gazu lub paliwa należy przeliczyć na wspólne jednostki, zwykle kWh (kilowatogodziny). Następnie należy odpowiedzieć na postawione poniżej pytania:

Gdzie i w jaki sposób zuzywacie tę energię? Ile energii jest zużywanej podczas produkcji, a ile w biurach i magazynach? Czy zużycie energii w firmie jest bezpośrednio związane z wielkością produkcji, czy też z pogodą? (Jeśli z pogodą, to oczywiście zwiększone zużycie musi wynikać z potrzeb ogrzewania).

Po zebraniu tych danych możecie zbadać bardziej szczegółowo, na co zuzywacie najwięcej energii i zdecydować, gdzie istnieją możliwości redukcji zużycia energii. Patrz także Załącznik 1.3.2 Energia

Odpady: jak dużo odpadów trafia na wysypisko? Ile poddajecie recyklingowi? Czy można skierować materiały odpadowe do recyklingu? Czy można zapobiec powstawaniu odpadów? Więcej pomysłów na temat odpadów znajdziecie w Załączniku 1.3.6.

Organizacja transportu: Jak dostarczane są i przewożone towary? Jak często? Czy furgonetki i ciężarówki, z których korzystacie, są wypetnione

w całości, czy tylko w połowie? Czy i na ile korzystacie z lokalnych źródeł składników i opakowań? Czy podczas podejmowania decyzji dotyczących źródeł dostaw bierzecie pod uwagę koszty dostawy? Więcej pomysłów na temat transportu znajdziecie w Załączniku 1.3.3.

Gospodarka

Podobny proces należy zastosować dla praktyk finansowych i zarządzania. Jeśli nie zadacie właściwych pytań i nie poszukacie alternatywnych rozwiązań, będziecie skłonni do korzystania wyłącznie z praktyk stosowanych do tej pory. Nie bójcie się zadawać pytań dotyczących swojego przedsiębiorstwa. Jeśli odpowiedzi pokazują, że korzystacie z najlepszych technik, jest dobrze. Jednak żadne przedsiębiorstwo nie jest doskonałe, a więc na pewno zidentyfikujecie jakieś obszary, które można poprawić. Na początek, przyjrzyjcie się poniższym kwestiom: *zarządzanie wizerunkiem; praktyki płacnicze; źródła finansowania; bazowanie na kilku dużych klientach; planowanie i zarządzanie dłużnikami; ryzyka walutowe; kontrola wewnętrzna i zgodność; planowanie podatków; przewidywanie przepływów pieniężnych.*

Pamiętajcie, zbierajcie zarówno twarde, jak i miękkie dane, aby na podstawie dostępnych informacji podjąć właściwe decyzje. Na przykład, co myślą o firmie klienci, a co dostawcy? To są miękkie dane. Twarde dane to ile czasu zajmuje Wam zaptacenie rachunków, a ile otrzymanie płatności za sprzedane towary. Niektóre z tych informacji można zbierać rutynowo i wykorzystywać jako podstawę do poprawy.

Spółeczeństwo

Macie prawie całkowitą kontrolę nad społecznymi aspektami zrównoważenia. Możecie na przykład zapisywać ilość wypadków przy pracy i sprawdzić, czy istnieją punkty odniesienia dla Waszego sektora lub firm podobnej wielkości, które można wykorzystać do porównania wyników firmy. Elastyczne godziny pracy mogą być korzystne dla pewnych obszarów działalności firmy; mogą one być również atrakcyjne dla części personelu pracującego w tych obszarach. Czy praca fabryki irytuje Waszych sąsiadów? Obszary do zbadania to, m. in.: *BHP; edukacja i szkolenia; hałas i emisje fabryki; elastyczne godziny pracy i równowaga pomiędzy życiem prywatnym a pracą; polityka etyczna, działania charytatywne, działania społeczne w ramach wolontariatu.*

Przykładowa lista kontrolna obejmująca pięć głównych celów omówionych w Kroku 1 jest podana poniżej:

PYTANIE	ODPOWIEDŹ TAK/NIE	PRIORYTET
Rozwijanie przedsiębiorstwa i osiągnięcie zysków		
Czy wyznaczyliście już pracownika, który ma być odpowiedzialny za wdrażanie polityki zrównoważonego rozwoju / ma być kierownikiem zespołu zrównoważonego rozwoju?		
Czy należy przyjrzeć się bliżej polityce zarządzania finansami w firmie?		
Czy posiadacie dobrą politykę planowania i zarządzania dłużnikami?		
Czy przestrzegacie ściśle określonej polityki w zakresie praktyk płatności?		
Czy prognozujecie swoje przepływy pieniężne na przyszły rok?		
Czy klienci, personel i dostawcy zostali poinformowani o celach i działaniach firmy w zakresie zrównoważenia (broszury, strona internetowa, szkolenie personelu....)?		
Jak skutecznie zatrzymujecie swoich obecnych klientów?		
Czy monitorujecie średnią liczbę powtórnych lub nowych zamówień od obecnych klientów?		
Jaka jest proporcja pomiędzy nowymi a obecnymi klientami?		
Czy mierzycie i monitorujecie te dane?		
Efektywne wykorzystanie zasobów		
Czy posiadacie wdrożoną strategię kupowania towarów / surowców / opakowań pozyskiwanych w zrównoważony / etyczny sposób?		
Czy jesteście w stanie określić ilości energii (według typów) zużywanej w Państwa organizacji?		
Czy posiadacie politykę maksymalizowania korzystania z energii z odnawialnych źródeł?		
Czy posiadacie politykę redukcji zużycia energii / korzystania z energooszczędnych maszyn, oświetlenia, itp.?		
Czy posiadacie wdrożony plan gospodarki wodą i czy mierzycie zużycie wody przez organizację?		
Czy posiadacie wdrożony plan dokonywania przeglądu praktyk czyszczenia w celu redukcji zużycia wody (np. urządzenia wysokociśnieniowe i środki myjące o niskim zużyciu wody)?		
Czy korzystacie z instalacji wodooszczędnych? (toalety z małym/podwójnym sprzętowaniem, kranie o małym przepływie, ...)		
Czy Wasze pomieszczenia i budynki są odpowiednio izolowane?		
Zmniejszenie wpływu na środowisko		
Czy promujecie publiczny / wspólny transport wśród swojego personelu i klientów?		
Czy używacie ponownie wodę z popłuczyn (tzw. szarą wodę) lub uzdatnione ścieki?		
Czy zbieracie, przechowujecie i/lub używacie ponownie wody deszczowej?		
Czy Wasza działalność obejmuje minimalne irygacyjne kształtowanie terenu?		
Czy posiadacie wdrożone strategie minimalizowania, powtórnego wykorzystywania i recyklingu odpadów?		
Czy Wasza organizacja posiada wdrożoną strategię redukcji odpadów opakowaniowych lub używania bardziej zrównoważonych materiałów opakowaniowych?		
Czy recykling odpadów Waszej organizacji jest udokumentowany?		
Czy odpady trwałe są kierowane do znanego, zrównoważonego wysypiska?		
Czy firma zobowiązała się do redukcji emisji gazów cieplarnianych?		
Czy obliczacie emisję CO ₂ do atmosfery z działalności firmy?		
Czy Wasza firma kompensuje emisję CO ₂ ?		
Czy dokonaliście analizy cyklu życia któregośkolwiek ze swoich produktów?		
Świadomość społeczności		
Czy na bieżąco współpracujecie z lokalną społecznością?		
Czy staracie się korzystać z lokalnych wykonawców i lokalnych towarów tam, gdzie jest to możliwe?		
Czy staracie się zatrudniać lokalny personel tam, gdzie jest to możliwe?		
Zarządzanie, szkolenie i rozwój personelu		
Czy Wasza organizacja jest aktywnym członkiem krajowego stowarzyszenia branżowego?		
Czy Wasza organizacja posiada aktualną politykę BHP?		
Czy Wasza organizacja aktywnie promuje dobre warunki pracy zarówno dla mężczyzn, jak i kobiet, oraz zapewnia infrastrukturę dla niepełnosprawnego personelu?		

C. PRZYKŁADY PRAKTYCZNE

1. Nakłady inwestycyjne

Podczas renowacji lub projektowania od nowa, bierzcie pod uwagę koszty eksploatacji. Koszty eksploatacji oraz konserwacji powinny stanowić ważny element każdej decyzji dotyczącej nakładów inwestycyjnych. Najniższe koszty kapitałowe nie muszą być wcale odpowiednim wyborem dla wszystkich założonych zmian.

2. Energia

Energia będzie prawdopodobnie bardzo kosztowna i istotna dla wszystkich firm. Największe zużycie energii dotyczyć będzie prawdopodobnie ogrzewania biur, budynków fabrycznych i magazynów, oraz ogrzewania i chłodzenia procesowego. Cena energii z elektryczności i ropy będzie prawdopodobnie w dalszym ciągu rostać. Gaz ziemny lub propan będzie prawdopodobnie znacznie stabilniejszy cenowo. Jakakolwiek stała redukcja lub wydajniejsze wykorzystanie energii pozwoli zaoszczędzić pieniądze w przyszłości.

Sprawdźcie ofertę dotychczasowych dostawców energii: czy oferują energię ze źródeł odnawialnych – na przykład elektryczność generowana przez turbiny wiatrowe, gaz z biomasy lub olej ze źródeł roślinnych. Firma może również zbadać możliwość generowania swojej własnej energii ze źródeł odnawialnych. Na przykład, tężyczne wytwarzanie elektryczności i pary lub gorącej wody jest praktyczną alternatywą w przypadku działalności na mniejszą skalę.

2.1. Ogrzewanie i klimatyzacja biur

Założenie klimatyzacji i ogrzewania w biurach wymaga nakładów inwestycyjnych, jednak w dłuższej perspektywie przynosi oszczędności dzięki zmniejszeniu zużycia energii. Wyznaczony cel można uzyskać poprzez:

- › Posiadanie działających termostatów do kontroli temperatury,
- › Posiadanie wielu różnych stref ogrzewania, nadzorowanych przez ich własne termostaty,
- › Określenie godzin, podczas których włączone jest ogrzewanie.

Ponadto, biura będą prawdopodobnie przegrzewane światłem słonecznym (zysk słoneczny), zatem osłony przeciwsłoneczne umieszczone na zewnątrz budynku mogą zapobiegać bezpośredniemu przenikaniu światła słonecznego przez

okna. Umieszczone nad oknami skierowanymi na południe i zachód, mogą znacząco zredukować wymagania co do klimatyzacji lub chłodzenia. Umieszczenie wewnętrznych żaluzji lub zaston nie zapobiega przenikaniu ciepła do wnętrza budynku.

Podczas renowacji lub projektowania budynku od podstaw, weźcie pod uwagę pompy ciepła do ogrzewania i chłodzenia biur i budynków fabrycznych. Elektryczne pompy ciepła typu powietrznego generują od 3 do 5 razy więcej energii niż ilość dostarczonej energii elektrycznej. Ziemiczne pompy ciepła mogą być trochę wydajniejsze, ale mają wyższe koszty inwestycyjne. Trochę droższe systemy mogą również zapewnić chłodzenie. Pompy ciepła to wypróbowana i sprawdzona technologia.

Uwaga techniczna: Pompy ciepła przenoszą ciepło z jednego ośrodka, takiego, jak powietrze na zewnątrz budynku czy woda gruntowa, do innego ośrodka, takiego, jak woda. Zasilane elektrycznością są najbardziej wydajne, gdy temperatura wyjściowa jest stosunkowo niska (np. 30°C lub 40°C). W związku z tym są najlepsze do stosowania na przykład jako ogrzewanie podłogowe. Mniej wydajne są zaś przy wyższych temperaturach wyjściowych. Z tego też powodu należy przeprowadzić uważną analizę kosztów inwestycyjnych i potencjalnych oszczędności dla konkretnego projektu.

2.2 Budynki fabryczne

Bezpośrednie ogrzewanie gazowe przy użyciu gazu ziemnego lub propanu będzie prawdopodobnie wymagało najniższych nakładów inwestycyjnych dla ogrzewania dużych przestrzeni, oraz niskich kosztów eksploatacji i konserwacji. Istnieją jednak pewne ograniczenia technologiczne odnośnie miejsc, gdzie można je wykorzystywać. Nie zapomnijcie wziąć pod uwagę również pomp ciepła. Jeśli ludzie pracują tylko w części obszaru, ustawcie niższą temperaturę i korzystajcie z grzejników promiennikowych w obszarach, gdzie ludzie ci pracują.

Dla budynków z wysokimi sufitami, takich, jak magazyny, zainstalujcie wolno obracające się wentylatory sufitowe z dużymi łopatami, aby spowodować cyrkulację ciepłego powietrza, które unosi się do przestrzeni sufitowej lub dachowej. Poza redukcją kosztów energii, to tanie rozwiązanie poprawi warunki przechowywania zarówno składników, jak i gotowych produktów. Utrzymujcie też temperaturę na niższym poziomie; kilka stopni pozwoli

zaoszczędzi wiele pieniędzy. Często mówi się, że przykręcenie termostatu o 2 stopnie poniżej „normalnej” temperatury może zaoszczędzić 15% kosztów energii.

2.3. Aparatura procesowa

Zbiorniki procesowe z płaszczem parowym są nieskuteczne i powolne przy podgrzewaniu zawartości. Jeśli podgrzewacie dużą ilość wody do procesu lub do czyszczenia naczyń, weźcie pod uwagę dedykowany podgrzewacz wody na żądanie. Zredukujecie czas procesów. Aby zaoszczędzić energię i zredukować ilość ścieków, weźcie pod uwagę system oczyszczający na miejscu, który wykorzystuje do czyszczenia zbiorników strumienie wody pod wysokim ciśnieniem wystrzelwane z dysz. Ponieważ taki system czyści wydajniej, zużywa on mniej wody i mniej energii, gdyż mniej wody jest ogrzewane.

Można również ograniczyć czyszczenie zbiorników poprzez odpowiednie zaplanowanie produkcji, np. seryjna produkcja różnych typów kremów lub szamponów, bez czyszczenia pomiędzy poszczególnymi partiami.

Zbadajcie technologię emulgacji na zimno. Dostępnych jest coraz więcej składników, które umożliwiają wywarzenie stabilnych emulsji bez żadnego ogrzewania. Jednak nie wszystkie produkty można wytwarzać w ten sposób.

3. Zarządzanie przedsiębiorstwem

Nie są Państwo w stanie bezpośrednio wpłynąć na wszystkie decyzje zachodzące w firmie. Będziecie kupować wiele towarów i usług, od gazu i elektryczności po elementy opakowań i składniki, dlatego jest wiele okazji do poprawienia zrównowazenia firmy, jak i zredukowania kosztów.

3.1. Zakup składników

Zrozumcie, że nie możecie robić wszystkiego sami. Trudno jest w pełni zastosować podejście w kategoriach cyklu życia do wszystkich składników, których używacie, aby wybrać składniki o najmniejszym oddziaływaniu na środowisko. Możecie jednak wykorzystać pracę w zakresie ochrony środowiska i zrównowazenia wykonaną przez dostawców.

Dostawcy mogą być wartościowym źródłem informacji i doświadczenia na temat oddziaływania składników na środowisko i ich profilu w zakresie zrównoważonego rozwoju. Istotne kwestie, na temat których możecie szukać dodatkowych informacji, to:

- › Czy dostawca (lub jego producent) ma swój własny program zrównowazenia?
- › Czy dostawca korzysta z zasad zielonej chemii?
- › Czy dostawca ma politykę etycznego pozyskiwania?
- › Czy dostawca bierze pod uwagę wpływ na bioróżnorodność lub inne lokalne oddziaływania środowiskowe przy pozyskiwaniu surowców?
- › Czy składniki łatwo ulegają biodegradacji?

3.2. Użycie składników

Jedną z uwag krytycznych na temat pewnych produktów kosmetycznych jest to, że użyto w nich zbyt wiele składników. Czy każdy z nich pełni użyteczną funkcję? Nawet chemicy do spraw rozwoju nie zawsze są tego pewni. Używanie zbyt wielu składników lub zbyt wysokie stężenie niektórych z nich jest drogie i skomplikowane. Często zdarza się, że w różnych liniach produktów są stosowane różne składniki, które pełnią podobne funkcje, a firma nie jest tego świadoma.

Weźcie pod uwagę projekt mający na celu racjonalizowanie ilości i typów składników, których używacie. Pomyślcie, czy używacie efektywnych stężeń poszczególnych składników i spróbujcie wyeliminować określone składniki z linii produktów.

3.2.1. Minimalistyczna receptura

Podstawowa filozofia to:

- › Im mniej składników w niższych stężeniach, tym lepiej, ale skuteczność produktu nie może ulec pogorszeniu,
- › Bądźcie zawsze świadomi, dlaczego dodajecie dany składnik. Nowa receptura może często być oparta na starej, sprawdzonej i niezawodnej recepturze, ale nie zawsze musi być jasne, dlaczego użyto pewnych składników. Co się stanie, jeśli usunie się całkowicie dany składnik?
- › Gdy macie już recepturę, która jest skuteczna, obniżajcie stężenie kolejnych składników, sprawdzając, czy wpływa to na skuteczność produktu,
- › Zawsze stosujcie ślepą próbę w badaniach swoich produktów i bądźcie obiektywni w kwestii wyników,
- › Zawsze porównujcie „nową” recepturę ze „standardem”, czy to jednym z waszych odnoszących sukcesy produktów, czy też marką wiodącą na rynku.

Więcej informacji o minimalistycznych recepturach znajdziecie na stronie: <http://chemistscorner.com/cosmetic-formulation-philosophy/>

3.3. Koszty dostawy

Opłaty za dostawę są często kosztami „ukrytymi”, które nie zawsze są brane pod uwagę przy podejmowaniu decyzji o zakupie towarów, składników i materiałów opakowaniowych. Częste dostawy małych ilości materiałów mogą znacznie zwiększyć koszty.

Weźcie pod uwagę kupowanie większych ilości składników lub materiałów opakowaniowych z mniejszą liczbą dostaw. Zbilansujcie zwiększone wymagania kapitałowe i opłaty z tytułu odsetek z wszelkimi oszczędnościami, włączając w to upusty hurtowe.

Niektórzy dostawcy materiałów opakowaniowych mogą oferować lepszą cenę przy większych zamówieniach. Inni, jeśli jest to potrzebne, przechowują towar do odwołania. Możecie uzyskać lepszą cenę przy większych zamówieniach towaru, ponieważ producent może wytwarzać bardziej wydajnie przy dłuższych seriach produkcyjnych.

3.4. Sprzedaż i marketing

Często firmy budują bardzo dobre relacje z jednym lub dwoma dużymi klientami, którzy stanowią główną część dochodów przedsiębiorstwa. Choć wydaje się to oznaką sukcesu, jest to także potencjalna słabość. Wielu detalistów buduje długoterminowe relacje z dostawcami; niektórzy tego nie robią, lub okoliczności ulegają zmianie. Utrata dominującego klienta może mieć katastrofalne skutki dla sprzedaży, dochodów, przepływu pieniędzy i zatrudnienia w małym przedsiębiorstwie.

Aby być zrównoważoną firmą, należy zróżnicować bazę klientów i zredukować dominację dużych kontrahentów. W ten sposób zerwanie umowy z głównym klientem lub utrata kanału sprzedaży stanie się łatwiejsza do opanowania.

Jeśli Wasza firma znajdzie się w takiej sytuacji, postawcie ambitny cel, np. zaplanujcie poszerzenie sieci punktów sprzedaży:

- › żaden pojedynczy klient nie może stanowić więcej niż X % waszej sprzedaży przez 5 lat.

4. Zarządzanie biurem i nowe sposoby pracy: polityka biura bez papieru

Wiele już napisano o redukcji zużycia papieru w środowisku biurowym. Przemysł kserograficzny zbudował swój sukces na tym, że firmom nie

udało się zredukować zużycia papieru. Obecne, łatwo dostępne elektroniczne sposoby komunikacji powinny zahamować rosnące zużycie papieru. Jednak w praktyce zminimalizowanie ilości papieru nie nastąpi automatycznie, bez Państwa zaangażowania.

Umożliwienie personelowi jak najlepszego korzystania z programów komputerowych używanych w firmie może wymagać szkoleń. Mogą być potrzebne pewne badania, np. jakie aplikacje komputerowe umożliwiające integrację niektórych zadań, jak składanie zamówień i wystawianie rachunków, pomiędzy firmą, jej klientami i dostawcami są wymagane.

Na przykład:

- › nauka i stosowanie zaawansowanych funkcji programu Outlook takich, jak współdzielone plany i zadania,
- › korzystanie z konferencji wideo lub za pośrednictwem internetu,
- › zewnątrz, udostępnianie programów opracowanych w firmie klientom: wprowadzanie zamówień bezpośrednio do systemu IT,
- › rozwój i korzystanie wewnątrz z współdzielonych dysków twardych, takich jak NAS (Network Attached Storage – pamięć podłączona sieciowo) lub serwerów, na których umieszcza się dokumenty zamiast ich drukowania i późniejszego rozprowadzania,
- › wdrażanie najnowszych zmian prawnych pozwalających na korzystanie z faktur elektronicznych zamiast papierowych,
- › założenie ścisłej współpracy w dziedzinie IT ze wszystkimi partnerami zewnętrznymi (klienci, dostawcy, banki, administracja, służby ubezpieczeń społecznych) w celu czerpania korzyści z wszystkich nowości w tym obszarze,
- › komunikacja: i korzystanie z portali społecznościowych zamiast tradycyjnych środków, jak przesyłki pocztowe, ulotki, broszury lub magazyny.

5. Praktyki zatrudnienia

Napisanie polityki w zakresie zatrudnienia, równości szans i szkolenia wymaga tylko trochę czasu i wysiłku. Prosta polityka zakomunikowana wszystkim pracownikom stworzy pozytywny obraz firmy jako pracodawcy i wywrze dobre wrażenie na każdym, kto będzie chciał pracować w Państwa firmie.

6. Transport osobowy

6.1. Wspólne przejazdy (car pooling)

Mimo stosowania systemu już w wielu państwach, pozostają nadal mało popularną metodą poruszania się. Koordynator zrównoważonego rozwoju w każdej firmie powinien zbadać możliwość zorganizowania wspólnych przejazdów i nie pozostawiać tego zadania pracownikom. Organizacja wspólnego i powszechnego transportu wymaga co prawda pewnego wysiłku, ale ma też pewne korzyści.

Czy istnieje lepszy sposób na rozpoczęcie dnia niż rozmowa z kolegami w drodze do pracy? – to może być niezwykle produktywne!

6.2. Zakup samochodów służbowych

Samochody służbowe również powinny być brane pod uwagę w realizacji planu zrównoważonego rozwoju. Być może nawet nie wiedzieliście, że posiadany przez Państwa samochód spełnia jego aspekty. Przez pracowników samochód służbowy jest traktowany jako rodzaj wynagrodzenia. Zignorowanie tego aspektu prowadzi automatycznie do porażki. Temat ten jest bardziej psychologiczny niż techniczny i jeśli ma mieć jakąkolwiek szansę na sukces, to przykład powinien zawsze wychodzić od kierownictwa najwyższego szczebla. W MŚP nie jest niczym niezwykłym, że „szef” nagradza samego siebie czymś specjalnym, do czego nie każdy w firmie ma dostęp: np. ładnym samochodem. Osiągi są tu ulubionym kryterium, więc liczba litrów spalanych na 100 km jest rzadko brana pod uwagę. Sukces zrównoważonego podejścia będzie czasem zależeł od szczegółów.

Nowe technologie mechanizmów napędowych dla samochodów będą dostępne na rynku za około 2 lata. Wybór nowego samochodu powinien być więc oparty na wydajności paliwowej, adekwatności funkcjonalnej i potrzebie używania w celach służbowych. Poprzednie kryteria, takie jak pozycja w schemacie organizacyjnym firmy, symbol statusu i pakiet wynagrodzenia, powinny ustąpić miejsca wydajności i prawdziwemu uzasadnieniu używania samochodu. To rewolucja – którą trzeba zaplanować z wyprzedzeniem.

6.3. Alternatywne metody transportu

Korzystanie z alternatywnych metod transportu będzie się znacznie różniło w różnych państwach. Korzystanie z rowerów w państwach północnych, gdzie ścieżki rowerowe są dobrze rozwinięte i utrzymane, będzie prostsze do wypromowania niż w krajach górzystych, w których nie ma takiej infrastruktury. W obszarach przemysłowych, gdzie komunikacja publiczna nie zawsze jest dostępna, lepsza i bliższa współpraca pomiędzy firmami z tego samego obszaru może pomóc znaleźć rozwiązania, które byłyby niemożliwe lub nieekonomiczne do zastosowania przez jedną firmę.

Tu także koordynator zrównoważonego rozwoju prawdopodobnie powinien zaangażować się w określone działania. Może to oznaczać podjęcie rozmów z sąsiadującą firmą, aby ustanowić wspólne projekty. Jest to zwykle dobrze przyjmowana i mile widziana inicjatywa!

7. Odpady

7.1. Odpady ogólne

Odpady⁶ są obszarem, który może przynieść oszczędności w każdym przedsiębiorstwie:

- › najbardziej zielona kilowatogodzina to ta, której nie zużycie;
- › najbardziej zielony litr paliwa, oleju napędowego i oleju grzewczego lub najbardziej zielony m³ gazu to ten, którego nie spalacie;
- › najbardziej zielony kontener na odpady to taki, którego nigdy nie wypetnicie.

A więc jak należy rozumieć definicję odpadów? Odpady to wszelkie mierzalne koszty, które składają się na produkt, ale nie dodają żadnej wartości dla klienta.

Oznacza to nie tylko produkty odrzucone na linii produkcyjnej lub uszkodzone opakowania, ale też wszystko, co nie zostało zrobione poprawnie za pierwszym razem. Może to być źle skierowana dostawa; niewłaściwa faktura; niedotrzymana data dostawy lub dowolny inny element, w którym popełniono błąd.

6. Przykład zaadaptowany z: Confessions of a Radical Industrialist: How Interface proved that you can build a successful business without destroying the planet (Zeznania radykalnego przemysłowca: Jak Interface dowiodło, że można zbudować przedsiębiorstwo odnoszące sukcesy bez zniszczenia planety) autorstwa Raya Andersona (Random House, luty 2011)

Wywóz śmieci na wysypisko widziany jest zarówno przez ekspertów, jak i rząd oraz polityków, jako najgorsza opcja dla środowiska. Dyrektywy UE ustanawiają cele w tym zakresie i kary za odpady wywożone na wysypisko w każdym z państw UE. W wyniku tego, korzystanie z tej formy utylizacji odpadów staje się coraz trudniejsze, a koszty ciągle rosną. Oczywiście, istnieją też koszty wcześniejszego zakupu składników i opakowań, koszty produkcji, magazynowania, transportu i roboczogodzin zużytych na zarządzanie odpadami. Te koszty są często „ukryte” i nieprzejrzyste.

Bez wątplenia, lepiej jest w ogóle nie produkować odpadów, ale łatwo jest to powiedzieć. Jednak skoordynowany wysiłek w celu eliminacji, redukcji lub przekierowania odpadów (na przykład do recyklingu) może mieć duży wpływ i jest dobrze widziany przez cały personel. Każdy powinien rozumieć, że odpady to nie tylko pieniądze, ale również problem środowiskowy. Zmaganie się z tym problemem jest oznaką, że firma poważnie do tego podchodzi.

Wyznaczcie cele redukcji odpadów, takie jak:

- › eliminacja wszelkich odpadów kierowanych na wysypisko przez 10 lat;

7.2. Odpady opakowaniowe kierowane na wysypisko w ciągu 10 lat

Odpady opakowaniowe są takie same, jak wszelkie inne odpady; muszą być one kontrolowane i redukowane. Kiedy zsumujecie koszty wcześniejszego zakupu nowych opakowań, koszty manipulowania nimi i produkcji, koszty mas kosmetycznych, oraz koszty sortowania i utylizacji, mogą się one okazać zaskakująco wysokie.

W UE istnieje też jednak prawny obowiązek minimalizowania opakowań. Dodatkowo, nawet jeśli kwestia ta nie znajduje się na wysokiej pozycji w analizie oddziaływań na środowisko dla Waszej firmy, jest ona ważna dla klientów, a więc także dla detalistów. Spróbujcie więc wprowadzić jako minimum prostą procedurę analityczną, z prowadzeniem ewidencji, abyście mogli jednocześnie zminimalizować opakowania i przedstawić klientom, co w tej kwestii robicie.

Dostępnych jest wiele porad na temat tego, jak zminimalizować opakowania – ale dla uzyskania orientacji w tym zakresie przejrzyjcie nasze skrócone wytyczne w Załączniku IV. Jak mówi nasz poradnik, cała sprawa zaczyna się na etapie projektowania i dotyczy podejmowania decyzji odnośnie wielu aspektów procesu produkcji opakowań, jak również sposobu, w jaki Wasza firma wykorzystuje opakowania.

8. Wasza polityka zrównoważenia

Jest to zaangażowanie firmy w działania, zgodnie z regułami zrównoważenia (finansowymi, społecznymi i środowiskowymi), które są dla firmy najważniejsze i najistotniejsze.

8.1. Elementy

Typowa polityka zrównoważenia nie powinna być dłuższa niż jedna strona kartki papieru w formacie A4 i powinna zawierać następujące elementy:

- › wstęp,
- › odpowiedzialność za wdrożenie polityki,
- › intencje polityki,
- › zadania i cele, poprzez które powyższe intencje zostaną zrealizowane,
- › monitorowanie i kontrolę,
- › komunikowanie polityki partnerom, np. klientom, udziałowcom lub akcjonariuszom, pracownikom, organom regulacyjnym i sąsiadom.

8.2. Przydatne wskazówki

- › Polityka ma być zwięzła, prosta i przejrzysta,
- › Upewnijcie się, że pasuje ona do tego, co rzeczywiście robicie,
- › Upewnijcie się, że obejmuje ona problemy zrównoważenia najważniejsze dla Waszej firmy,
- › Wyznaczcie realistyczne cele i zadania,
- › Zdobądźcie poparcie dyrektora zarządzającego lub właściciela firmy,
- › Opatrzcie politykę datą,
- › Zakomunikujcie ją wszystkim pracownikom,
- › Udostępnijcie ją publicznie i włączajcie ją do materiałów marketingowych, ofert, itp.,
- › Zadeklarujcie, że będziecie co roku poddawać politykę przeglądowi, aby upewnić się, że jest ona nadal aktualna.

Uznaje się powszechnie, że przedsiębiorstwa i społeczeństwo muszą działać w sposób, który nie zagraża możliwości zaspokajania potrzeb przyszłych pokoleń.

Firma XYZ jest oddana sprawie prowadzenia zrównoważonej działalności gospodarczej uwzględniającej środowiskowe, społeczne i finansowe aspekty zrównoważenia.

Naszym celem jest:

- › Kontrolowanie naszych oddziaływań na środowisko poprzez uwzględnianie pozyskiwania materiałów, zużycia wody i energii, oraz odpadów.
- › Bycie częścią osiągnącej sukcesy lokalnej społeczności i dobrym pracodawcą. Będziemy korzystać z lokalnych dostawców i zatrudniać lokalną siłę roboczą wszędzie tam, gdzie jest to możliwe.
- › Zachowanie bezpieczeństwa finansowego, działanie w odpowiedzialny i etyczny sposób.

Będziemy poddawać naszą działalność przeglądom w celu identyfikacji głównych oddziaływań naszego przedsiębiorstwa i podejmować działania w celu redukcji tych oddziaływań.

Będziemy publikować nasze plany zrównoważenia i postępy w realizacji tych planów.

Cały nasz personel musi odegrać swoją rolę, jeśli nasze przedsiębiorstwo ma być naprawdę zrównoważone. Będziemy angażować nasz personel w opracowywanie naszych planów zrównoważenia oraz w ich wdrażanie.

Za nasz program zrównoważenia odpowiedzialny jest Jan Kowalski, Dyrektor Zarządzający.

Podpis

Jan Kowalski
Firma XYZ

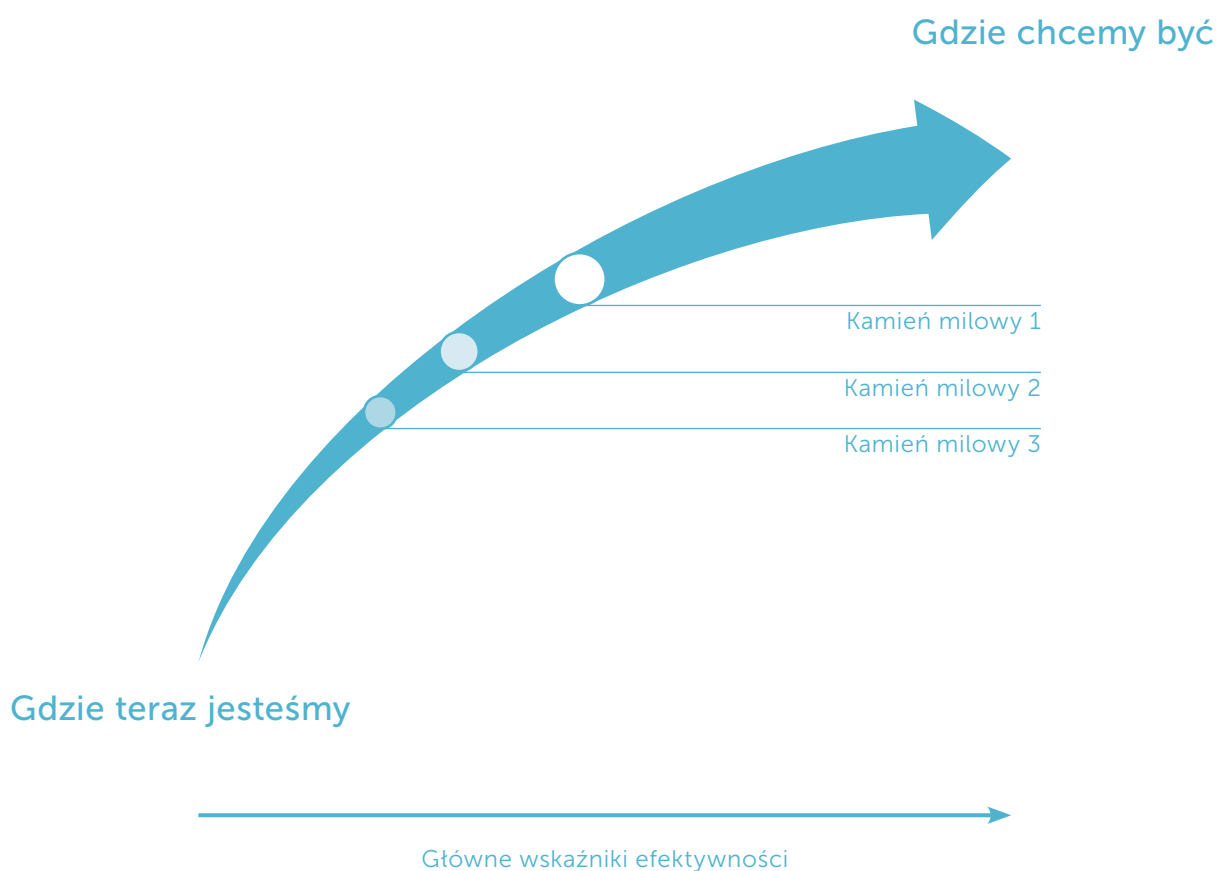
Istnieje wiele możliwych postaci harmonogramów i planów działania. Mogą one być prostymi dokumentami tekstowymi, tabelami, wykresami lub diagramami blokowymi z działaniami zdefiniowanymi jako bloki czasowe. Użyjcie formatu, który jest dla was wygodny, albo takiego, który jest preferowany w firmie.

Pamiętajcie, że narzędzia te mają pomóc firmie zaplanować i wykonać projekty.

Taki wygląd może pomóc w zakomunikowaniu planu, jednak nie zawsze jest to praktyczne, gdy plan zawiera wiele szczegółów lub gdy chcecie wykorzystać go do monitorowania postępów.

Harmonogramy i plany działania to dokumenty, które mają pomóc Wam przejść z obecnej pozycji do lepszej.

Ilustracja harmonogramu



Przykład harmonogramu, który każda firma może dostosować do swoich własnych warunków:

	Skala czasowa	Osoba odpowiedzialna
Rozwijanie działalności i osiągnięcie zysku		
Wprowadźcie zespół zarządzania zrównoważonym rozwojem i wewnętrzną komunikację.		
Dokonajcie przeglądu oczekiwań i wymagań zewnętrznych partnerów i ich potencjalnego wpływu na działalność.		
Dokonajcie przeglądu trendów na rynku pod kątem marketingu i sprzedaży oraz ich potencjalnego wpływu na aktualne i przyszłe produkty i zdolności produkcyjne.		
Dokonajcie przeglądu zarządzania finansami, szczególnie mechanizmów kontrolnych dla kredytów i zabezpieczeń transakcji walutowych.		
Efektywne korzystanie z zasobów		
Przeprowadźcie audyt zużycia paliwa, wody, gazu i elektryczności. Zidentyfikujcie programy i projekty ukierunkowane na redukcję ich zużycia. Zarekomendujcie cel i skalę czasową redukcji.		
Projekt racjonalizacji składników. Dokonajcie przeglądu ich zastosowań, zidentyfikujcie przeszkody na drodze do redukcji liczby używanych składników. Zarekomendujcie cel i skalę czasową redukcji.		
Ustanówcie program do mierzenia, monitorowania i raportowania wszelkich istotnych materiałów wejściowych, oraz mierzenia odpadów tam, gdzie jest to możliwe, np. składniki, opakowania, woda.		
Redukcja oddziaływania na środowisko		
Monitorujcie ilości odpadów każdego typu. Zbadajcie projekty i procedury, aby wyeliminować odpady procesowe, odpady produkcyjne i odpady kierowane na wysypisko. Zbadajcie możliwości rozwijania recyklingu i wykorzystania materiałów z recyklingu (np. opakowania). Zarekomendujcie cele.		
Włączcie kryteria zrównoważonego rozwoju do wszystkich decyzji zakupu.		
Projekt materiałów opakowaniowych: przyjrzyjcie się nowym materiałom opakowaniowym i dokonajcie przeglądu stosowanych systemów w celu zminimalizowania opakowań.		
Zbadajcie możliwości wprowadzenia wspólnych przejazdów.		
Zbadajcie potencjalne źródła energii odnawialnej, włącznie z instalacją paneli słonecznych/fotowoltaicznych		
Świadomość społeczności		
Zatrudnijcie lokalny personel i korzystajcie z lokalnych wykonawców tam, gdzie jest to możliwe		
BHP: dokonajcie przeglądu polityk, procedur, szkolenia i świadczenia pierwszej pomocy. Porównajcie statystyki wypadków i wyniki ze wzorcami dla branży i najlepszymi praktykami.		
Zorganizujcie wieczór kręgli na koniec roku, aby nagrodzić zbiorowe starania w zakresie zrównoważonego rozwoju		
Zarządzanie, rozwój i szkolenie personelu		
Wprowadźcie plan zarządzania i szkolenia technicznego		
Opracujcie program imprez towarzyskich. Zastanówcie się, jak nagrodzić wszystkich pracowników za pozytywne osiągnięcia w programie zrównoważonego rozwoju.		

Przykład Planu Działania dla pierwszego kroku w pierwszym punkcie powyższego przykładu Harmonogramu

Działanie	Cel	Skala czasowa	KPI i kamienie milowe	Osoba odpowiedzialna / kontaktowa	Stan
Wprowadźcie zespół zarządzania zrównoważonym rozwojem i wewnętrzną komunikacją. Uzyskajcie zaangażowanie Zarządu i Zespołu Zarządzającego	Jednomyślne poparcie	4 kwartał 2012	Uzyskano zaangażowanie Zarządu i Zespołu Zarządzającego	XXX	Wykonano
Wyznaczcie koordynatora zrównoważonego rozwoju	1	1 kwartał 2013	Wyznaczono koordynatora zrównoważonego rozwoju	XXX	Wykonano
Utwórzcie zespół zrównoważonego rozwoju	1	1 kwartał 2013	Utworzono Zespół Zrównowazenia	XXX	Wykonano
Poinstruujcie zespół na temat nowego projektu zrównoważonego rozwoju i wstępnych pomysłów na działania równoważące; organizujcie regularnie spotkania kontynuacyjne	1/miesiąc	2 kwartał 2013	Przeprowadzono wstępne spotkanie; Zorganizowano comiesięczne spotkania	XXX	Wykonano; W toku
Opracujcie strategię komunikacji w celu rozpropagowania informacji o nowym zobowiązaniu i szerszej perspektywy w całym zakładzie	Przegląd kwartalny	4 kwartał 2013	Opracowano strategię komunikacji; Wprowadzono plan wewnętrznej komunikacji	YYY	W toku
Rozestać komunikaty w całej firmie	Przegląd kwartalny	2 kwartał 2014	Wprowadzono plan wewnętrznej komunikacji	YYY	W toku

PROJEKTUJCIE OPAKOWANIA TAK, BY ZMINIMALIZOWAĆ ODPADY

Projektowanie opakowań tak, by zminimalizować odpady, jest najbardziej opłacalne i najlepsze dla środowiska. Można to zrobić na kilka sposobów.

Techniki **redukcji strat produkcyjnych** obejmują:

- › wybór kształtu opakowania, który minimalizuje materiał odpadowy,
- › zasięgnięcie informacji, czy dostawcy korzystają z systemów projektowania i produkcji wspomaganych komputerowo, aby zaplanować bardziej wydajne opakowania lub ich układy.

Techniki **eliminacji opakowań** obejmują:

- › redukcję opakowania do zera
- › eliminację niepotrzebnych warstw opakowania
- › redukcję lub eliminację użycia klejów i taśm
- › korzystanie z wytłaczania lub bezpośredniego drukowania w formie, aby uniknąć stosowania etykiet.

Techniki **redukcji wypełniaczy pustych przestrzeni** obejmują:

- › redukcję niepotrzebnych pustych przestrzeni w pojemnikach, np. w przypadku, gdy wewnętrzne plastikowe opakowanie umieszczone jest w opakowaniu kartonowym,
- › unikanie korzystania z wypełniaczy – takich, jak bloki styropianu lub folia bąbelkowa,
- › rozważenie korzystania z powietrza jako środka opakowaniowego, aby ochronić delikatne produkty.

Techniki **zmniejszania wagi i rozmiaru** obejmują:

- › eliminację jednej lub większej liczby warstw, aby zredukować całkowitą wagę opakowania,
- › wymianę opakowań typu blister na kartoniki,
- › nie używanie okienek z folii
- › używanie dwuwarstwowej zamiast trójwarstwowej tektury falistej do cięższych produktów, gdy potrzebna jest wytrzymałość opakowania,
- › wzmocnienie poszczególnych materiałów, aby umożliwić redukcję ogólnego zużycia,
- › redukcję grubości opakowań wszędzie tam, gdzie jest to możliwe,
- › zasięgnięcie informacji, czy dostawcy korzystają ze wspomaganych komputerowo systemów projektowania/produkcji i pokrewnych narzędzi,

- › unikanie wzmocnienia dodatkowego opakowania transportowego, jeśli nie jest to konieczne.

Techniki **redukcji zużycia energii** obejmują:

- › używanie klejów o niskiej temperaturze topnienia,
- › stosowanie alternatywnych tuszy, klejów lub powłok,
- › redukcję temperatury zgrzewania folii.

Techniki **poprawy wydajności transportu** obejmują:

- › wybór kształtów opakowań maksymalizujących wykorzystanie skrzyń i palet oraz wydajność transportu,
- › rozważenie korzystania z wymiarów opakowań dystrybucyjnych, które maksymalizują wykorzystanie palet i wydajność transportu,
- › dostosowanie opakowań tak, aby nie były zbyt luźno ułożone na palecie i nie zajmowały dużo miejsca.

REDUKCJA UŻYCIA SZKODLIWYCH SUBSTANCJI W OPAKOWANIACH

Podczas projektowania opakowań, wasza firma powinna mieć na uwadze cztery kluczowe kategorie substancji szkodliwych:

- › metale ciężkie – takie jak ołów, kadm, chrom sześciowartościowy i rtęć. Zgodnie z przepisami, ich zawartość musi wynosić poniżej 100ppm,
- › rozpuszczalniki przemysłowe w tuszach
- › powłoki i kleje,
- › chemikalia do wybielania papieru.

Szkodliwe substancje mogą występować w opakowaniach z materiałów pochodzących z recyklingu. Wasi dostawcy opakowań powinni o tym wiedzieć i podejmować kroki zapobiegające wprowadzaniu tych szkodliwych materiałów do ich produktów.

Możecie zaprojektować swoje opakowania tak, aby zminimalizować wykorzystanie szkodliwych substancji, poprzez:

- › korzystanie z kartonu niewybielonego lub wybielonego całkowicie bez użycia chloru bądź bez użycia chloru pierwiastkowego,

- › korzystanie z tuszy o niskim oddziaływaniu na środowisko – takich, jak tusze wodorozcieńczalne, utwardzane ultrafioletem i litograficzne – zamiast tuszy na bazie rozpuszczalników,
- › rozważenie użycia klejów wodnych zamiast produktów na bazie rozpuszczalników,
- › korzystanie z kart charakterystyki materiałów, których muszą dostarczać dostawcy.

Projektujcie opakowania, które łatwo dystrybuować

Projekt opakowania powinien uwzględnić sposób, w jaki produkty końcowe będą transportowane do miejsca przeznaczenia. Ponieważ możliwe jest użycie kilku rodzajów transportu, powinniście upewnić się, że opakowanie jest zaprojektowane wydajnie, i jest też dość mocne, aby w razie potrzeby przetrwać kilka podróży.

Dystrybucja

Podczas projektowania nowego opakowania do celów dystrybucji powinniście uwzględnić pewną liczbę czynników, m. in.:

- › czy opakowanie będzie zawierało i chroniło zawartość,
- › czy opakowanie wytrzyma nacisk przy ustawianiu jedno na drugim,
- › jak opakowanie zareaguje na zmiany klimatu, wibracje i uderzenia,
- › łatwość użytkowania,
- › możliwość przenoszenia informacji – takich jak znaczniki radiowe (Radio-Frequency Identification - RFID) i kody paskowe,
- › sposób efektywnego wykorzystania przestrzeni podczas magazynowania, transportu i załadunku, oraz w miejscu sprzedaży u detalistów,
- › uwzględnienie wymagań klientów dotyczących opakowań.

Transport

Projekt opakowania może mieć także znaczący wpływ na transport towarów. Ważne jest zaprojektowanie opakowania w taki sposób, aby:

- › jego waga była jak najmniejsza,
- › pasowało ono do stosowanych rodzajów transportu,
- › zapewniało dobre wykorzystanie palet
- › mogło przetrwać transport drogą morską, gdzie możliwość uszkodzenia towarów jest większa.

Projektujcie opakowania do recyklingu

Odpowiednio zaprojektowane opakowanie użytkownik końcowy sam może poddać recyklingowi po zużyciu produktu. Możecie zapewnić kompatybilność opakowania z systemami zbiórki i recyklingu odpadów poprzez:

- › unikanie niestandardowych materiałów, które mogą stwarzać problemy podczas recyklingu,
- › zapewnienie kompatybilności opakowania z przyjętymi procesami recyklingu,
- › zaprojektowanie opakowania ograniczającego wszelkie pozostałości produktów,
- › zapewnienie łatwego demontażu opakowania.

Pojedyncze materiały i kompatybilne polimery

Możecie zwiększyć procent recyklingu poprzez:

- › korzystanie z samej tektury falistej zamiast kartonu, który został wcześniej połączony ze styropianem lub plastikiem,
- › eliminacja opakowań typu listkowego tam, gdzie jest to możliwe,
- › projektowanie opakowań z jednego rodzaju polimeru, tam gdzie jest to możliwe,
- › wskazywanie, jakie polimery wykorzystano do produkcji określonego opakowania.

Minimalizacja zanieczyszczeń

Możecie zwiększyć procent recyklingu poprzez:

- › unikanie korzystania z barwników w opakowaniach plastikowych tam, gdzie jest to możliwe,
- › ograniczenie korzystania z tuszy, klejów i innych powłok,
- › ograniczenie ilości etykiet,
- › używanie na opakowaniach transportowych łatwych do usunięcia zszywek zamiast taśmy,
- › unikanie korzystania z klejów wrażliwych na nacisk i klejów utwardzanych na zimno na opakowaniach z papieru i kartonu,
- › unikanie używania plastików, folii laminowanych i lakierów utrwalanych promieniowaniem UV na opakowaniach papierowych – np. kartonach – jeśli są zbędne.

Uczynienie zanieczyszczeń łatwiejszymi do usunięcia

Możecie zwiększyć procent recyklingu poprzez:

- › korzystanie z klejów przyjaznych recyklingowi stosowanych do opakowań papierowych,
- › używanie do wykończenia tektury, emulsji na bazie wody/akrylu i powłok na bazie skrobi zamiast polietylenu i laminatów woskowych,

- › korzystanie z nieorganicznych powłok dla skraplania par, które można również łatwo poddawać recyklingowi – np. opartych na ditlenku krzemu lub tlenku glinu,

Zaprojektujcie opakowanie tak, by odzyskać energię

W przypadku niektórych typów opakowań najlepszą opcją dla środowiska może być zaprojektowanie opakowania w sposób umożliwiający odzyskanie energii z materiałów odpadowych. Aby firma mogła deklarować „odzysk energii”, opakowanie musi generować więcej energii, niż potrzeba do realizacji procesu spalania. Dla zapewnienia tego „zysku kalorycznego”, wartość kaloryczna opakowania netto musi wynosić co najmniej 5 megadżuli na kilogram.

Następujące typy opakowań są uznawane za opakowania z odzyskiem energii:

- › opakowanie składające się w ponad 50 procentach wagowo z materiałów organicznych – takich, jak drewno, karton, papier lub inne włókna organiczne, skrobia i plastiki,
- › cienka folia aluminiowa – do 50 mikrometrów grubości.

Opakowania składające się w ponad 50 procentach wagowo z materiałów nieorganicznych – takich, jak ceramika, szkło, glina lub metale – można uznać za opakowania z odzyskiem energii, jeśli można wykazać istnienie w ich przypadku zysku kalorycznego.

Jedynym założeniem projektowym jest zapewnienie, że wszelkie szkodliwe lub niebezpieczne składniki opakowania muszą mieć minimalne oddziaływanie na środowisko podczas przetwarzania opakowania w celu odzyskania energii. Łączne zanieczyszczenie ołowiem, kadmem, rtęcią i chromem sześciowartościowym nie może przekraczać 100 części na milion.

Cosmetics Europe, Stowarzyszenie Przemysłu Kosmetycznego:

www.cosmeticseurope.eu

Strona Cosmetics Europe na temat zrównowazenia:

<http://www.cosmeticseurope.eu/safety-and-science-cosmetics-europe/sustainabilityforasuccessfulfuture.html>

Dobre Praktyki Zrównoważonego Rozwoju dla Przemysłu Kosmetycznego, Colipa, 2010:

<http://www.cosmeticseurope.eu/safety-and-science-cosmetics-europe/sustainabilityforasuccessfulfuture.html>

Krajowe organizacje branżowe, członkowie Cosmetics Europe:

Członkowie aktywni:

Austria: www.fcio.at

Belgia: www.detic.be

Bułgaria: www.bnaeopc.com

Czechy: www.cszv.cz

Dania: www.spt.dk

Estonia: www.keemia.ee

Finlandia: www.teknokem.fi

Francja: www.febea.fr

Niemcy: www.ikw.org

Grecja: www.psvak.gr

Węgry: www.kozmos.hu

Irlandia: www.icda.ie

Włochy: www.unipro.org

Łotwa: www.lakifa.lv

Litwa: www.likochema.lt

Norwegia: www.klf.no

Polska: www.kosmetyczni.pl
www.czystepiekno.pl

Portugalia: www.fiovde.pt

Rumunia: www.rucodem.ro

Słowacja: www.szzv.sk

Słowenia: nie dostępne

Hiszpania: www.stanpa.com

Szwecja: www.ktf.se

Szwajcaria: www.skw-cds.ch

Holandia: www.ncv-cosmetica.nl

Wielka Brytania: . . . www.ctpa.org.uk

Członkowie wspierający:

Rosja: www.apcohm.org
www.pcar.ru

Serbia: www.kozmodet.rs

Turcja: www.ktsd.org.tr

NORMAPME

(Europejskie Zrzeszenie Rzemiosła, Handlu oraz Małych i Średnich Przedsiębiorstw dla Normalizacji):

<http://www.normapme.eu/en/page/45/corporate-social-responsibility>

