

ZIELONA REWOLUCJA



■ *Odpady plastikowe*
ambitne cele w dziedzinie
opakowań

■ *Flug wobec Ziemi*
postawa wobec naszej planety

■ *Przyszłość naszych dzieci*
świadomość i edukacja
ekologiczna

Mariusz Kałamaga:

„Po nas przyjdą następne pokolenia. Nie możemy zapominać, żeby im również pozostawić świat, w którym będą czuły się bezpiecznie, w którym będą mogły żyć szczęśliwie i otoczone niezanieczyszczonym środowiskiem naturalnym.”

czytaj
online

www.dbajozdrowie.info

Dodatek promocyjny pochodzący i przygotowany przez Mediacal Media Solutions

PARTNERZY STRATEGICZNI

PARTNERZY MERYTORYCZNI

PARTNERZY MEDIALNI



Zespół ekoPOSytywnych. Od lewej: Emil Peplowski, Urszula Rąbkowska, Rafał Lewandowski

EkoPOSytywni

– ekologiczne otoczenie produktów

Jesteśmy ostatnim pokoleniem, które może ocalić planetę, nie powinniśmy więc pozostać wobec tego faktu obojętni. Na ekologię musimy jednak spojrzeć kompleksowo. W biznesie – ważny jest nie tylko sam produkt i jego opakowanie, ale także nośniki reklamowe, sposoby magazynowania, transportu i dystrybucji.

Ekologii w biznesie mówi się coraz więcej – to bardzo dobrze! Problem w tym, że bardzo często do minimalizowania negatywnego wpływu na środowisko podchodzi się wybiórczo. Na przykład – firma wkłada wiele wysiłku w to, by wytworzyć produkt biodegradowalny, ale do jego promocji w sklepach używa materiałów POS (ekspozytorów produktów w punktach sprzedaży) wykonanych z tworzywa sztucznego. Tego typu nośniki będą mogły być wykorzystane tylko w ramach jednej akcji, po czym trafią na śmietnik. Jak to się ma do ekologicznej filozofii firmy?

Ekologiczna wrażliwość oznacza dbałość o naszą planetę w każdym działaniu. Materiały POS można wykonać np. na bazie papieru, a także stosować w nich wymienne elementy, które pozwolą na wykorzystanie (przynajmniej częściowe) tych samych ekspozytorów podczas wielu akcji promocyjnych. Myśląc o ekologii, warto uwzględnić także procesy związane z magazynowaniem czy transportem. Składane materiały POS łatwiej przechowywać i przewozić, ponieważ zajmują mniej miejsca. W praktyce, niestety, wciąż niewiele firm analizuje wpływ swoich działań na ekologię tak kompleksowo.

Aby przyczynić się do zmiany tego typu stanu rzeczy, firma XBS Group, która specjalizuje się w logistyce materiałów POS, zainicjowała akcję EkoPOSytywni. Celem projektu jest zwrócenie uwagi na zarządzanie materiałami reklamowymi w sposób bardziej zrównoważony i odpowiedzialny. Materiały reklamowe odgrywają ważną rolę we wsparciu sprzedaży, ale stanowią też obciążenie dla środowiska, dlatego naszym celem jest ich eko- optymalizacja w całym łańcuchu

dostaw. Chcemy wykorzystać nasze wieloletnie doświadczenie, współpracę z uczelniami oraz innymi uczestnikami procesu, po to aby biznes i nauka wspólnie działały na rzecz środowiska.

Jednym z naszych najnowszych osiągnięć w tym zakresie jest przygotowanie Ekokalkulatora – aplikacji, która już wkrótce pozwoli naszym klientom przeanalizować konkretne materiały POS pod kątem ich wpływu na środowisko naturalne. Aplikacja może być pomocna już w fazie projektowania i planowania materiałów POS. Poza tym firmy, które dbają o środowisko poprzez odpowiedzialne zarządzanie ekspozytorami produktów w sieci sprzedaży, mogą starać się o certyfikat „ekoPOSytywni”. Wydajemy go tylko tym producentom, których nośniki reklamowe umieszczane w sklepach spełnią surowe warunki.

To jednak nie koniec naszych działań. W przyszłym roku planujemy przeprowadzić konkurs dla studentów na projekt ekologicznego ekspozytora produktu. Zgodnie z założeniami, uczestnicy otrzymają cenne nagrody, a zwycięski projekt trafi do produkcji i w końcu – do sklepów. A to oznacza realny wpływ naszych proekologicznych działań na rzeczywistość w punktach sprzedaży.

Bardzo nas cieszy, że akcja ekoPOSytywni spotyka się z gorącym przyjęciem w kręgach biznesowych. W tym roku XBS Group otrzymało nagrodę Sustainability Solution Provider Award w kategorii Transformacja Łańcucha Dostaw. Pozostaje więc nadzieja, że również dzięki naszym działaniom, coraz więcej firm zechce wnikliwie przyjrzeć się wszystkim swoim procesom, traktując ekologię jeszcze bardziej kompleksowo niż dotychczas.



Agnieszka Siarkiewicz

Starsza menedżerka ds. komunikacji i promocji oraz programów organizacji w Forum Odpowiedzialnego Biznesu

Odpowiedzialność biznesu

Biznes i jego przedstawiciele odgrywają bardzo ważną rolę w budowaniu zrównoważonego rozwoju. Międzynarodowe korporacje są wymieniane przez Polaków wśród podmiotów ponoszących największą odpowiedzialność za przyszłość planety i jej mieszkańców (27%).

Jak wynika z badania ARC Rynek i Opinia oraz Forum Odpowiedzialnego Biznesu (wrzesień 2019), wyżej – od wspomnianych międzynarodowych korporacji – plasują się tylko rządy wszystkich państw (68%) oraz społeczeństwo/każdy z nas (45%). Z kolei, członkowie zarządów firm stają się aktywnymi uczestnikami debaty publicznej. Zabierają głos na temat wyzwań społecznych czy środowiskowych. Respondenci corocznego badania Edelman Trust Barometr przyznają, że przede wszystkim od swoich pracodawców oczekują wiarygodności, także jeśli chodzi o zagadnienia społeczne. Z kolei wśród priorytetowych obszarów zaangażowania światowych liderów biznesu dominują aspekty środowiskowe: zmiany klimatyczne (92%), utrata bioróżnorodności (82%), niedobór wody (80%) i jej zanieczyszczenie (78%). Wysoką pozycję zajął też temat zagospodarowania odpadów (74%), w tym plastikowych (77%) (badanie GlobeScan oraz Sustainability „The 2019 Sustainability Leaders”).

Bez wątpienia wzrasta świadomość biznesu w zakresie oddziaływania na środowisko naturalne. Ograniczanie negatywnego wpływu to także efekt presji regulatorów, organizacji otoczenia biznesu czy konsumentów, wymagających od firm takiej właśnie postawy. Inną kwestią są natomiast wyczerpujące się zasoby Ziemi. Ta paląca problematyka skłania również do zajęcia proaktywnej postawy i szybkiego podjęcia przez producentów konkretnych działań. Perspektywa ta już dziś prowadzi do powstawania nowych, przyjaźniejszych dla środowiska modeli biznesowych. Należy do nich m.in. gospodarka współdzielenia (sharing economy), polegająca na tworzeniu platform umożliwiających wymianę, sprzedaż już używanych dóbr czy usług. Coraz ważniejszym rozwiązaniem staje się gospodarka obiegu zamkniętego (GOZ). Zgodnie z tą koncepcją firmy planują cykl życia produktu czy w ogóle procesu produkcji tak, aby wykorzystane surowce mogły powtórnie wrócić do użycia-obiegu. Wiele dobrych praktyk w tym zakresie dostarcza najnowsza publikacja Forum Odpowiedzialnego Biznesu z cyklu „15 polskich przykładów społecznej odpowiedzialności biznesu”, której towarzyszy hasło: „Na drodze do gospodarki o obiegu zamkniętym dla Polski”.

Współpraca

Wyjątkową rolę biznesu potwierdza zaangażowanie sektora prywatnego w opracowywanie Agendy 2030 i w jej ramach 17 Celów Zrównoważonego Rozwoju ONZ. Włączenie różnych grup interesariuszy w tworzenie tego dokumentu dobitnie pokazało, że dopiero międzysektorowe współdziałanie może przynieść pożądane efekty i zmiany. Utożsamia to zresztą ostatni, 17. cel, dotyczący wzmocnienia partnerstw na rzecz realizacji Celów Zrównoważonego Rozwoju.

„Pragniemy świata (...), w którym są zrównoważone modele konsumpcji i produkcji, w którym w zrównoważony sposób korzysta się ze wszystkich naturalnych zasobów – od powietrza do łąd, od rzek, jezior, wód podziemnych do oceanów i mórz.” - piszą autorzy dokumentu „Transforming Our World. The 2030 Agenda for Sustainable Development”. Wezwanie sformułowane przez ONZ obliuguje również firmy do podjęcia działań, poszukiwania rozwiązań ograniczających negatywny wpływ na otoczenie. Agenda 2030 staje się więc ważnym punktem odniesienia w strategicznym działaniu odpowiedzialnego biznesu.

Przejrzystość

Biznes musi mieć więc własną odpowiedź na wyzwania społeczne i środowiskowe. Inną kwestią są rosnące zobowiązania biznesu wynikające z międzynarodowych i krajowych regulacji. Najprostszym przykładem to słynna unijna dyrektywa o ujawnianiu danych niefinansowych, która w Polsce obejmuje około 300 firm oraz jednostek zainteresowania publicznego.

Także w tym kontekście warto odnotować, że coraz częściej spółki decydują się dobrowolnie na publikację raportów zintegrowanych, w których dane niefinansowe zostają zaprezentowane razem z niefinansowymi. To umożliwi lepszą ocenę nie tylko tego, co już firma zrobiła, ale też jej planów rozwojowych, a równocześnie pokazuje istotność wskaźników ESG dla oceny m.in. stabilności, reputacji spółek czy ryzyk inwestycyjnych organizacji.



#TargiCSR
16 kwietnia 2020
 Centrum EXPO XXI,
 ul. Prądzyńskiego 12/14, Warszawa
 godz. 9.00 - 17.00
WSTĘP WOLNY

Środowisko!
 biznesowe i naturalne

8. EDYCJA NAJWIĘKSZEGO W POLSCE
 WYDARZENIA POŚWIĘCONEGO
 SPOŁECZNEJ ODPOWIEDZIALNOŚCI BIZNESU

ORGANIZATOR
 FORUM ODPOWIEDZIALNEGO BIZNESU

CASE STUDY

NASZE WSPÓLNE PLASTIKOWE WYZWANIE

Plastik jest wszędzie i stał się nieodłącznym elementem naszego życia. Szacuje się, że na świecie produkowanych jest obecnie ponad 330 milionów ton plastiku rocznie, z czego 40% stanowią opakowania¹. To w nie pakowane są nowe rzeczy, które kupujemy każdego dnia i nie ma znaczenia, czy mówimy o kosmetykach, zabawkach czy żywności. Każde z tych opakowań trafia do śmieci. Problem jest poważny, bo tylko 14% z nich jest poddawane recyklingowi. Reszta trafia na wysypiska lub wciąż zalega w środowisku, zanieczyszczając morza czy oceany. Większość zostanie tam na długi czas, jako że tworzywa sztuczne rozkładają się od 100 do 1000 lat.

Problem odpadów plastikowych stał się tematem nr 1 globalnej debaty i głównym bohaterem nowej koncepcji gospodarki obiegu zamkniętego (GOZ). Chodzi w niej o to, aby stworzyć technologie i system współdziałania, dzięki którym 100% plastiku raz wpuszczonego w gospodarczy obieg, np. jako opakowania, będzie zbierane, przetwarzane i wykorzystywane ponownie.

Wiele w tej kwestii do zrobienia mają producenci dóbr konsumpcyjnych. Także firma Henkel, producent tak dobrze znanych w Polsce marek jak Persil, Taft czy Ceresit, postawiła sobie nowe, ambitne cele w dziedzinie opakowań. Zadeklarowała, że do 2025 r. 100% opakowań jej produktów ma być w pełni zgodnych z recyklingiem, ponownego użycia lub kompostowania². Henkel obiecał także, że w 2025 r. plastik wykorzystywany do produkcji opakowań na rynku europejskim będzie pochodził w 35% z recyklingu.

KONKRETNE DZIAŁANIA

Dobrym przykładem realizacji nowej strategii opakowań Henkla jest środek piorący Persil Discs 4w1 w kapsułkach, dostępny na rynku od tego roku. Folia kapsułek jest w pełni wodorozpuszczalna, opakowanie zbiorcze w 20% składa się z tworzyw pochodzących z recyklingu, a w 95% jest zgodne z recyklingiem. Z kolei produkty marek Pur, Clin, Silan czy Bref z serii Pro Nature oferowane są w butelkach PET w 100% wykonanych z przetworzonego plastiku.

W kwestii opakowań Henkel nie koncentruje się tylko na plastiku – poszukuje także lepszych rozwiązań dotyczących takich materiałów jak papier czy aluminium. Dzięki temu, że opakowania dezodorantów Fa zawierają 25% aluminium pochodzącego z recyklingu, firmie udało się obniżyć emisję CO₂ towarzyszącą produkcji o 10 tys. ton rocznie. Dodatkowo nowe opakowania z dodatkiem przetworzonego aluminium są bardziej wytrzymałe, co pozwala zmniejszyć grubość ścianek i wagę opakowań, a to skutkuje dalszą redukcją emisji CO₂ na etapie produkcji i logistyki.

Henkel angażuje się także w inicjatywy zmierzające do stopniowego usuwania ze środowiska plastikowych odpadów. W tym celu współpracuje z przedsiębiorstwem społecznym Plastic Bank, które organizuje zbiórki odpadów zanim trafią one do wód, zwłaszcza w miejscach, gdzie nie ma infrastruktury potrzebnej do ich utylizacji. Inicjatywa obecna jest na Haiti, Filipinach, w Indonezji i Egipcie. Mieszkańcy mogą tam wymieniać zebrane przez siebie plastikowe odpady na pieniądze, produkty lub usługi. Odzyskany plastik – tzw. Social Plastic – Henkel wykorzystuje w produkcji swoich opakowań. Do końca 2019 r. około 200 ton odpadów pochodzących z tej społecznej zbiórki ma zostać poddanych recyklingowi i ponownemu wykorzystaniu.

Wyzwania związane z plastikiem dotyczą każdego z nas. I każdy z nas ma tutaj coś do zrobienia. Ta perspektywa pozwala dostrzec, że wspólna odpowiedzialność jest kluczowa, by skutecznie stawić czoła jednemu z największych problemów środowiskowych i tym samym zabezpieczyć przyszłość dla kolejnych pokoleń.

Przed Henklem jest dzisiaj ogrom pracy. Aby realizować postawione przed sobą cele, firma będzie musiała w ciągu najbliższych kilku lat przeprojektować opakowania tysięcy swoich produktów. Będzie także potrzebowała – w szerokiej współpracy z producentami tworzyw sztucznych i producentami opakowań – rozwinąć nowe technologie, dzięki którym tworzywa sztuczne z jej opakowań będą mogły zyskiwać drugie, czwarte czy dziesiąte życie, krążąc w zamkniętym obiegu gospodarki.

INNOWACYJNE ROZWIĄZANIA

Henkel jest gotowy w tej kwestii na eksperymenty. Dążąc do ideału gospodarki obiegu zamkniętego – jakim jest przetwarzanie opakowań z tworzyw sztucznych w stosunku 1:1 – próbuje wykorzystywać w ich produkcji surowce wtórne, pochodzące z nowych, innowacyjnych technologii odzysku. Ostatnio działając we współpracy z firmami BASF oraz Alpla, wprowadził – na razie na rynek niemiecki – nowe opakowania płynu Perwoll, które zostały wytworzone z wykorzystaniem surowca pochodzącego z chemicznego recyklingu. To zaawansowana, nowatorska metoda odzyskiwania surowca z bardzo zmieszanych, kolorowych i zanieczyszczonych tworzyw sztucznych, które do tej pory musiały pozostać odpadem, nie nadając się już do powszechnie stosowanej mechanicznej przeróbki. Wykorzystując w swoich opakowaniach – materiały powstałe w procesie recyklingu chemicznego, Henkel w jeszcze większym stopniu przyczynia się do ograniczania wykorzystywania zasobów naturalnych i wytwarzania odpadów.

Efektom kolejnej innowacji, będącej odpowiedzią na konkretny, nierozwiązany dotąd problem, są nowe opakowania produktów marki Bref. To pierwsze opakowania Henkla w kolorze czarnym, które będą mogły podlegać procesowi sortowania i recyklingu w przemysłowych sortowniach. Stało się to możliwe dzięki nowej metodzie barwienia plastiku bez udziału węgla, który powodował, że maszyny

sortujące, działające na podczerwień, nie były w stanie dotąd identyfikować czarnych opakowań. Rozwiązanie z czasem będzie stosowane również w pozostałych czarnych opakowaniach produktów Henkla.

PARTNERSTWO NA RZECZ ZMIAN

Sukces wielu projektów R&D związanych z kreowaniem nowych, w pełni zrównoważonych opakowań zależy w ogromnej mierze od przedstawicieli jednej profesji – projektantów opakowań. I to z myślą o nich Henkel udostępnił swoje autorskie software'owe narzędzie – program do oceny stopnia przetwarzalności opakowania już na etapie jego projektowania. Program analizuje skład i proporcje wagowe poszczególnych materiałów, wykorzystanych przy produkcji opakowania, i na podstawie zgromadzonych danych podaje wyrażoną w procentach zdolność zaprojektowanego opakowania do recyklingu. Sugeruje także możliwe potencjalne dalsze optymalizacje. Dzięki szerokiemu udostępnieniu tego oprogramowania innym firmom jest szansa na to, że więcej opakowań nadających się w coraz większym stopniu do ponownego przetworzenia będzie trafiało do rynkowego obiegu.



Celem współpracy firmy Henkel z Plastic Bankiem jest usuwanie odpadów ze środowiska

Rozwiązanie problemu plastikowych odpadów wymaga współpracy i działań podejmowanych przez wszystkich rynkowych graczy: producentów tworzyw sztucznych, opakowań i dóbr konsumpcyjnych, detalistów, firmy zajmujące się recyklingiem oraz administrację. Swoją rolę do odegrania – choćby w zakresie konsekwentnej segregacji odpadów – mają także konsumenci.

To dlatego jednym z priorytetów na drodze do wdrażania gospodarki obiegu zamkniętego jest jak najszerza edukacja konsumentów w zakresie odpowiedzialnej konsumpcji. Bo wiele decyzji, od których zależy końcowa skuteczność wszystkich podejmowanych działań wzdłuż całego łańcucha wartości, podejmują właśnie konsumenci. To oni ostatecznie decydują, czy i po które produkty sięgną, w jaki sposób ich użyją, czy i jak posegregują odpady, zostawiając swój mniejszy lub większy środowiskowy ślad.

Henkel od lat prowadzi liczne dedykowane działania edukacyjne, skierowane do określonych grup konsumentów. Do pomocy przy tych działaniach zaprosił także swoich pracowników na całym świecie w ramach globalnego Programu Ambasadorów Zrównoważonego Rozwoju. Ten program działa także w Polsce. Co roku ponad 500 dzieci szkół podstawowych uczestniczy w lekcjach o zrównoważonym rozwoju i odpowiedzialnej konsumpcji, prowadzonych przez wolontariuszy – pracowników Henkel Polska.

Wyzwania związane z plastikiem dotyczą każdego z nas. I każdy z nas ma tutaj coś do zrobienia. Ta perspektywa pozwala dostrzec, że wspólna odpowiedzialność jest kluczowa, by skutecznie stawić czoła jednemu z największych problemów środowiskowych i tym samym zabezpieczyć przyszłość dla kolejnych pokoleń.

¹ Janusz Mizerny, *Zanieczyszczenie plastikiem to globalny problem!*, www.green-projects.pl/zanieczyszczenie-plastikiem-globalny-problem, dostęp: 4.12.2019.

² Z wyjątkiem środków klejących, w przypadku których osad może uniemożliwić recykling.



Katarzyna Wągrowska
Blog ograniczamsie.com

Zaspokajanie potrzeb jest wystarczające, żeby żyć wystarczająco dobrze



Zmiany nie kosztują wiele – wręcz przeciwnie! I często nie wymagają też wielkiego wysiłku



Julia Wizowska
Blog nanowosmieci.pl

Konsumpcjonizm?

Kupujesz w każdym momencie swojego życia. Wstajesz rano, idziesz po mleko i chleb, by zaspokoić swoje potrzeby. Wracasz z pracy, wstępujesz do sklepu po pozostałe zakupy – i wsiąkasz na dodatkowych kilku stoiskach, które mają promocjami. Wywołują u Ciebie pragnienie, które chcesz zaspokoić.

CZŁOWIEK, ISTOTA SPOŁECZNA

Jesteśmy częścią społeczeństwa konsumpcyjnego, czy tego chcemy czy nie. System kapitalistyczny ewoluował w ten sposób od swego początku XIX wieku i dziś już nie tylko musimy zaspokoić swoją potrzebę, ale pragnienie jej zaspokojenia utrzymywać cały czas na wysokim poziomie. Sama „pogoń za króliczkami” wywołuje u nas największe emocje, a gdy go złapiemy, odkładamy na bok i zaczynamy się rozglądać za następnym.

Tak jak Don Juan, przywoływany przez Zygmunta Baumana w „Społeczeństwie w stanie obłąkania”, dla którego esencją życia było uwodzenie kobiet, a ich zdobycie oznaczało spadek emocji i rozpoczęcie nowej pogoni za kolejnym obiektem westchnień, tak współczesny uczestnik życia społecznego goni za coraz to nowymi produktami, po to, by za kilka chwil wymienić je na jeszcze nowsze, bardziej zaawansowane, natychmiast niezbędne.

POTRZEBA CZY PRAGNIENIE

Przez wieki nasz styl życia zmienił się na tyle, że z łatwością przychodzi nam zaspokajanie naszych potrzeb, a najważniejsza czynność „zdobycia pożywienia” nie spędza nam snu z powiek. Nowym elementem, któremu wychodzi naprzeciw rynek, jest uświadomienie nam naszych materialistycznych pragnień po to, by machina produkcji i handlu nieustannie się nakręcała, a my mamy jasny i łatwo osiągalny cel rozdysponowania naszej miesięcznej wypłaty.

Co więcej, samo wyprodukowanie towaru czy usługi nie pochłania tyle środków, ile wykreowanie samej potrzeby ich posiadania. Natomiast sprawienie, żebyśmy tkwili w stanie lekkiego uspienia czy otumanienia naszymi nowymi potrzebami jest jednym z najwyższych i jakże trudnych celów do osiągnięcia przez współczesnych graczy na rynku.

CZEGO PAN SOBIE ŻYCZY?

Życzymy sobie jachtu w turkuskim kolorze? Proszę bardzo, znajdzie się producent, który sprosta naszym zachciankom. Marzysz o samochodzie z jeszcze większym bagażnikiem na swój dobytek? A owszem, producenci aut już o tym pomyśleli.

Koncert życzeń wśród rzeczy, które możemy kupić, jest nieprzebrany i niekiedy zadziwiający. A my omamieni kolorowymi wystawami w galerii handlowej i reklamami lepszego życia idziemy za tłumem będąc składową wielkiej siły nabywczey.

OGŁUPIONY KONSUMENT

Czy aby na pewno jesteśmy tacy głupi, że dajemy się nabrać reklamom? Według Baumana współczesny konsumpcjonizm, tak ulotny i rozhułany, oparty jest na zagłuszaniu zakupami tego, co w życiu ważne, a o czym obawiamy się myśleć.

Śmierć, choroby, problemy w małżeństwie, dziecko, które się „dziwnie zachowuje” – o tym wszystkim wiemy, że jest, ale boimy się zatrzymać na chwilę, by pomyśleć, porozmawiać, przeanalizować. Zagłuszamy poważne sprawy błahymi uciechami i nie czyni nas to ani o krztynę lepszymi ludźmi.

Nie wzywam Was teraz, żebyście codziennie myśleli o swoim końcu. Chcę, żebyście byli świadomymi konsumentami. Zapomnijcie o pożądanym nowym zegarku, przestańcie żyć marzeniami o nowej sukience. Zaspokajanie potrzeb jest wystarczające, żeby żyć wystarczająco dobrze. A pozostały czas i energię przełóżcie na to, co dla Was wartościowe. Oto prawdziwy sens ograniczania się. Po więcej inspiracji odwiedź bloga www.ograniczamsie.com

Zero Waste

Zero waste – to styl życia, który zakłada maksymalne zmniejszenie „produkcji” odpadów. Nie jest to łatwe, ale przecież liczy się każdy, nawet najmniejszy krok. Przed nami świąteczna gorączka zakupowa, pamiętaj więc, że szczególnie podczas tego okresu możesz ograniczyć ilość śmieci i odpadów. Od czego zacząć?

Wiele razy próbowałam przełożyć nazwę z angielskiego na polski. Pytałam znajomych i członków grupy Zero Waste Polska o to, jaki odpowiednik – w ich odczuciu – najlepiej oddawałby sedno sprawy. „Bez śmieci”? „Niemarnowanie”? „Zero odpadów”? Doszliśmy wspólnie do wniosku, że po trochu każdy z nich, bo Zero Waste zakłada ograniczanie śmiecenia na wielu etapach – od zakupów, poprzez użytkowanie (właściwe przechowywanie jedzenia, by zdążyć z konsumpcją zanim się zepsuje; pielęgnacja ubrań i konserwacja sprzętu, by służyły jak najdłużej) aż po zagospodarowywanie resztek (czyli kompostowanie odpadków kuchennych, przerabianie przedmiotów i dawanie im drugiego życia).

Każda rzecz, którą posiadamy, nabywamy lub kupimy prędzej czy później dokona żywota – nawet jeśli to będzie jej drugie, trzecie czy czwarte życie. Możemy jednak sprawiać, że śmieci wokół nas będzie mniej. Choćby praktykując upcykling.

Moim ulubionym jest przykład szafka na obuwie. Potrzebowałam jej, by w końcu zaprowadzić porządek z butami w przedpokoju. Najprostsza byłaby wizyta w sklepie i jej zakup. Ale zamiast tego zrobiłam ją z niepotrzebnych kartonowych pudeł. W ten sposób nie wytworzyłam nowego „śmiecia”, jakim kiedyś musiałaby zostać sklepowa szafka, a i zrobiłam użytek z tektury.

Podobnie można unikać śmiecenia w innych dziedzinach życia. To nie kosztuje wiele – wręcz przeciwnie! I często nie wymaga też wielkiego wysiłku. Zebrałam kilka prostych porad na zero waste podczas świątecznych zakupów.

! WARTO WIEDZIEĆ

Zrezygnuj z foliówek. Cienkich woreczków, w których zwykle są ważone owoce i warzywa, również można unikać. Pojedyncze sztuki waż „na golasa”, a wydruk z ceną naklej bezpośrednio na skórkę. Polecam! Jeśli jednak mówimy o wielu sztukach (albo o bakaliach), których pojedyncze ważenie mogłoby przyprawić o frustrację innych klientów w kolejce do wagi, to zachęcam do noszenia własnych woreczków materiałowych (jak je uszyć z firanki pokazywała Dorota z EkoEksperymenty). Z własnym workiem możesz też odwiedzać nawet piekarnię.

Sięgaj po produkty bez opakowań. Oczywiście może się to wydawać „wyższą szkołą jazdy”, jednak tak naprawdę wymaga jedynie wcześniejszego zaplanowania zakupów i zabrania do sklepu swoich opakowań. Trzeba też pokonać własną barierę psychiczną – bo co sprzedawca powie, jeśli poproszę o spakowanie zakupów do moich pudełek? W wielu sklepach, także wielkopowierzchniowych, jest strefa bazarku, na którym sprzedawane są produkty na wagę – słodycze, bakalie, czasem też kasze i makaron. Zamiast pakować je do foliowego worka, możesz wykorzystać swoje pudełko.

Nie bierz potwierdzenia płatności. Gdy płacisz w sklepie kartą, kasjerzy pytają, czy wydrukować potwierdzenie. Odmawiaj, jeśli nie potrzebujesz. A najczęściej rzeczywiście takiej potrzeby nie ma – wydruk ląduje w koszu tuż po powrocie do domu. Pamiętaj też, że paragon nie jest jedynym dowodem zakupu – w świetle prawa jest nim również obecność świadka i wyciąg z konta (przy płatności kartą).

Po więcej inspiracji odwiedź bloga www.nanowosmieci.pl

OGRA NICZAM SIĘ
od nadmiernej ilości

NA nowo ŚMIECI
blog upcyklingowy



Piotr Krupa
Prezes zarządu KRUK S.A.

Każdy z nas ma dług... dług wobec Ziemi

29 lipca obchodziliśmy Dzień Długu Ekologicznego. Wyczerpaliśmy wtedy roczne naturalne zasoby Ziemi na 2019 rok. Tym samym zaciągnęliśmy ogromny kredyt wobec naszej planety i nie spłacamy go, a więc... mamy dług. Dlaczego o tym piszę? Bo znam się na długach. Od 21 lat zarządzam firmą obsługującą zadłużenia – te finansowe. Wiem więc, co oznacza długotrwały brak spłaty czy próba zapłacenia jednego długu przez zaciągnięcie kolejnego. Takie zachowanie prowadzi do spirali, z której bardzo trudno wyjść.

Każdy, kto zainteresował się ochroną środowiska, miał pewnie – podobnie jak ja – wrażenie, że niemal codziennie otwieramy nową „puszkę Pandory”. Na każdym kroku widać, jak bardzo eksploatujemy Ziemię i jak mało dajemy jej w zamian. Im bardziej drążymy tematy ekologiczne, tym więcej w nas bezsilności, bo okazuje się, że ciągle musimy iść na jakieś kompromisy, wybierać mniejsze zło. Wielu sceptyków powie, że nie pozostaje nic innego, jak się poddać, bo trwałe zmiany nie są możliwe. Ja tak nie umiem – zamiast narzekać, wolę działać.

Temat ochrony środowiska stał mi się szczególnie bliski, gdy zaangażowałem się w produkcję filmu „Kłątwa obfitości” w reżyserii Ewy Ewart. To dokument o niezwykle bioróżnorodnym rezerwacie przyrody w Amazonii, zamieszkiwanym przez dwa plemiona żyjące w dobrowolnej izolacji. Niestety, rezerwat Yasuni zostanie zniszczony, bo na jego terenie odkryto złoża ropy. Najgorsze jednak jest to, że w skali światowego zużycia ropy z tamtego miejsca wystarczy najwyżej na kilka do kilkunastu dni! Kilkanaście dni, a to wspaniałe miejsce po prostu zniknie.

Wiem, że film nie uratuje Yasuni, ale na pewno zmusza do refleksji, wywołuje emocje. Niektórzy mówili mi nawet, że zachęcił ich do zmiany postawy wobec naszej planety. I właśnie o to chodzi! Jeśli wszyscy zrobimy choć jedną małą rzecz dla Ziemi, dostrzeżemy różnicę. Oczywiście, można działać w pojedynkę, chociaż jest to znacznie trudniejsze. Jednak im więcej działań systemowych, wspólnych – tym lepiej. Gdyby każdy z nas, ale absolutnie każdy, zmienił choć jeden szkodliwy dla Ziemi nawyk, to wtedy ta zmiana uruchomiłaby kolejne. Jednak ciężar prawdziwej ekologicznej zmiany nie

leży tylko na barkach konsumentów. Uważam, że za łatwo zrzuca się na nich całą odpowiedzialność.

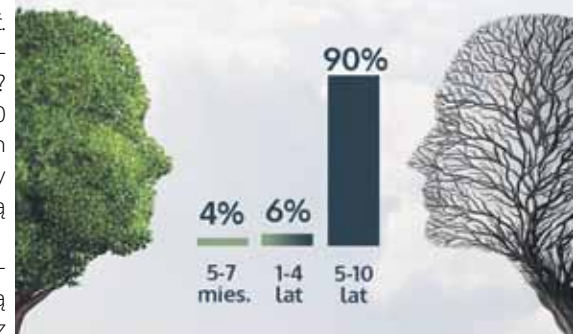
Owszem, jako konsument mogę np. nie korzystać z plastikowych produktów, ale to nie sprawi, że jakaś firma przestanie je wytwarzać. Musiałoby dojść do masowego bojkotu takiego produktu, wprowadzenia regulacji unijnych albo to zarządzający daną firmą musieliby sami chcieć coś zmienić.

Co więc się stanie, gdy nie tylko ja, jako konsument, przestanę np. używać plastikowych sztuczków, ale zrobi to też cała firma, którą zarządzam? Policzyliśmy to i okazuje się, że rocznie zużywaliśmy w KRUKu ponad 800 kilogramów plastikowych sztuczków! Dzięki temu, że wycofamy je z naszych siedzib, co roku nie trafi do śmieci prawie tona plastiku! A przecież jesteśmy jedną z wielu firm na świecie. Gdyby każda organizacja zrobiła choć jedną rzecz dla Ziemi, skala oddziaływania byłaby ogromna.

Pozytywne zmiany już się dzieją. UE zakazuje chociażby używania wspomnianych wcześniej plastikowych sztuczków od 2021 roku. Firmy zaczynają zmieniać swoje procesy produkcyjne, by bardziej dbać o środowisko. Coraz więcej miast chce walczyć ze smogiem, ale też np. działać w duchu zero waste. A to dopiero początek! Może to utopia, ale moim marzeniem jest świat, w którym osoby decyzyjne, np. prezesi dużych firm, powiedzą sobie: chcę rozwijać swój biznes, chcę zarabiać pieniądze, ale chcę też zrobić coś, co poprawi nasze środowisko. Poza biznesem taka postawa przywódców i autorytetów jest również niezwykle potrzebna, bo tylko w ten sposób uda się dotrzeć do szerokiego grona odbiorców i znaleźć naśladowców.

! POTRZEBA ŚWIADOMOŚCI

Na jak długo, wg Polaków, wystarczają nam roczne, odnawialne zasoby Ziemi?



SPŁACMY DŁUG WOBEC ZIEMI

Konsumpcja zwiększa dług ekologiczny - od tego ile i co kupujesz, zależy los naszej planety.

Źródło: Przygotowane na podstawie wyników badania „Konsumentom i świadomości ekologicznej” na panelu Aneta słownego przez Grupę KRUK. Badanie zostało przeprowadzone 30-31 maja 2019 roku na reprezentatywnej próbie Polaków w wieku powyżej 18 lat, liczącej N=1006. Metoda: CAWI. KRUK

FAIRTRADE DLA LUDZI, DLA PLANETY



Brak dostępu do rynku, presja ze strony pośredników, gwałtowne spadki cen towarów na światowym rynku czy skutki zmian klimatu – oto wyzwania, z którymi na co dzień muszą mierzyć się miliony rolników z krajów globalnego Południa. Choć dostarczają jedne z najcenniejszych surowców na świecie, jak kawa, herbata, kakao, banany czy bawełna, wielu żyje w ubóstwie, bez perspektyw na poprawę losu. System Fairtrade powstał po to, aby to zmienić.

Fairtrade obejmuje już 1,7 miliona drobnych rolników i pracowników z 73 krajów globalnego Południa. W produkcję i sprzedaż 35 tysięcy produktów Fairtrade zaangażowanych jest tysiące firm, które chcą działać w sposób odpowiedzialny, oferując konsumentom towary wytworzone zgodnie z zasadami Sprawiedliwego Handlu. Misją Fairtrade jest wzmacnianie pozycji producentów z globalnego Południa, tak by mogli żyć i pracować w godnych warunkach i decydować o swojej przyszłości. Środkiem do tego celu jest certyfikacja. Znak Fairtrade poświadcza, że produkt został wytworzony zgodnie z zasadami Fairtrade. Co to oznacza dla producentów?

Stabilizacja. Dla większości produktów ustalono cenę minimalną Fairtrade, która chroni rolników na wypadek spadków cen na rynku. Jeżeli cena rynkowa jest wyższa, kupcy płacą im cenę rynkową. Długoterminowe kontrakty pozwalają rolnikom lepiej planować wydatki i rozwój działalności.

Rozwój. Spółdzielnie rolników i pracownicy plantacji otrzymują również premię Fairtrade. Są to dodatkowe środki na projekty rozwojowe w takich obszarach jak opieka medyczna, edukacja, modernizacja gospodarstw czy przechodzenie na rolnictwo ekologiczne. W 2018 roku wartość premii Fairtrade wyniosła około 750 mln złotych.

Równość płci. W niektórych krajach kobiety wykonują większość prac polowych, nie mogą jednak posiadać ziemi, a cały zysk trafia do mężczyzn. Fairtrade wzmacnia pozycję kobiet poprzez programy angażujące całe społeczności lokalne. Kobiety mają równe prawo głosu podczas zebrań organizacji i coraz częściej obejmują w nich ważne funkcje.

Prawa człowieka. Standardy Fairtrade zabraniają wszelkich form dyskryminacji, pracy przymusowej i niewolniczej pracy dzieci.

Poszanowanie przyrody. Fairtrade kładzie nacisk na ochronę środowiska lokalnego i bezpieczne warunki pracy. Ponadto wspiera producentów w walce ze skutkami zmian klimatu. Susze, powodzie czy epidemie chorób roślin znacznie obniżają jakość i wydajność produkcji. Rolnicy zrzeszeni w spółdzielniach Fairtrade mają dostęp do wiedzy i programów, dzięki którym skuteczniej dostosowują produkcję do zmian klimatu.

Partnerstwo. Przedstawiciele producentów z krajów globalnego Południa mają 50% głosów na Walnym Zgromadzeniu Fairtrade International. Dzięki temu współdecydują o kierunkach rozwoju systemu Fairtrade.

Wybierając produkty ze znakiem Fairtrade, każdy z nas przyczynia się do realizacji wizji świata, w którym dobro człowieka i przyrody są ważniejsze od zysku.

Opracowanie: Fundacja „Koalicja Sprawiedliwego Handlu” – Fairtrade Polska. Jako wyłączny przedstawiciel Fairtrade International w Polsce Fundacja zajmuje się rozwojem rynku Fairtrade w naszym kraju, działa na rzecz realizacji Celów Zrównoważonego Rozwoju m.in. przez kampanię Społeczności Przyjazne dla Sprawiedliwego Handlu oraz prowadzi działania rzecznicze, np. ws. Zrównoważonych Zamówień Publicznych. Więcej informacji: www.fairtrade.org.pl

**WYBIERAJ PRODUKTY
ZE ZNAKAMI FAIRTRADE**



INSPIRUJĄCA ROZMOWA

DLA PRZYSZŁOŚCI NASZYCH DZIECI

Świadomość i edukacja ekologiczna to zobowiązanie, które powinien podjąć każdy z nas. Współczesne daleko posunięte zmiany klimatyczne nie dają czasu na plany i budowanie strategii, lecz wymuszają konkretne działania. A działać wspólnie powinniśmy wszyscy, zaczynając od prostych kroków w naszych lokalnych społecznościach.



MARIUSZ
KAŁAMAGA

Polski artysta kabaretowy,
prezenter radiowy i telewizyjny

We wrześniu odbył się 11. już Międzygalaktyczny Zlot Superbohaterów, jak to się stało, że aspekt ekologii stał się jego integralną częścią?

Od początku naszym celem było pokazanie, że bycie Superbohaterem, to nie umiejętność latania i zbawiania świata czy strzelające laserem oczy. Bardzo zależało nam by uświadamić, że każdy z nas ma „super moc” do dbania o to co najważniejsze, a więc rodzinę i lokalną społeczność. Szacunek do ludzi i tego co jest wokół nas, dbanie o naturę, o dobrą przyszłość naszych dzieciaków, ochrona środowiska, to jest prawdziwe ratowanie świata.

Zlot dedykowany jest prostym akcjom, uzmysławia nam, że właśnie w najdrobniejszych rzeczach tkwi wielka moc. Warto więc segregować śmieci, nie brać foliówek w sklepie, ograniczyć zużycie plastiku, sprzątać lasy. Te drobnostki wydają się błahe, ale jedna z drugą i kolejna tworzą rzeczy wielkie i dają namacalne efekty.

Rzeczywiście Zlot pomimo dość żartobliwej formy na poważnie zachęca ludzi do myślenia o tym, które zmiany mogą wprowadzić w swoim otoczeniu. Jakie sukcesy macie już na swoim koncie?

W ramach działań i akcji Zlotu staramy się między innymi zbierać elektroodpady. Poprzez warsztaty ekologiczne uświadamiamy społeczeństwa lokalne, na temat różnych metod ponownego wykorzystywania i nadawania nowego życia przedmiotom. Wiele z nich na pierwszy „rzut oka” wydaje się niepotrzebnych, do wyrzucenia, a połączone z ciekawym pomysłem dostają nowe funkcje. Sam zaangażowałem się też w akcję BYTOM TO NIE HA-SIOK, będącą walką z nielegalnymi wysypiskami, szczególnie z niebezpiecznych odpadów. Problem ten dotyczy wielu miast w Polsce, dlatego mówienie o tym głośno jest bardzo ważne.

Przyznajesz, że ciągle uczysz się ekologicznych zachowań i zmieniasz własne nawyki, zdradz proszę czy to trudne i czy wymaga wielu wyrzeczeń?

To nie jest żadna tajemna wiedza ani trudność. Najważniejszy jest pierwszy krok – praca nad wdrożeniem pewnym nawyków w nasze życie codzienne. Później te zachowania przychodzą nam poniekąd automatycznie i nie zastanawiamy się, kiedy je wykonujemy.

Największą trudnością pozostaje zmierzenie się z czymś czego nas nie uczono od małego. Współczesny świat szybko się zmienia, powstają udogodnienia, które zwalniają nas z wielu czynności i ułatwiają życie. Jednak wraz z tym zwiększyła się nasza odpowie-

dzialność za to co po sobie zostawiamy. Mam wrażenie, że kiedyś mieliśmy mniej możliwości, mięso było pakowane w papier a nie plastik, w sklepach nie było dostępnych foliówek, chodziło się wymieniać naboje do gazu do wody mineralnej, robiło się więcej własnych przetworów w słoikach. Niestety „postęp” nas rozleniwiał, chodzimy na skróty, szukamy wygodnych rozwiązań i nie wpajamy sobie nawyków, które kiedyś były codziennością. Sam w swoje życie wprowadziłem proste rutyny, które nie są trudne i nie wymagają wyrzeczeń. Segreguję śmieci, gaszę światło w pomieszczeniach, gdzie nie jest potrzebne. Nie leci telewizor, którego nikt nie ogląda (ups! Zapomniałem, że w sumie nie mam już telewizora). Nauczyłem się zakręcać wodę przy prostym myciu zębów czy przysznica podczas mydlenia się, a odkręcać go dopiero w momencie splukiwania się. Wszystkie te proste kroki są nie tylko ekologiczne, ale i ekonomiczne.

Największą motywacją są dla mnie dzieci. Po nas przyjdą następne pokolenia.

Co najbardziej motywuje Cię do takiego działania?

Obserwacja tego świata zmusza do myślenia. Konsumpcjonizm, nadprodukcja, brak odpowiedniego zarządzania odpadami, wyginające kolejne gatunki zwierząt. Ciągłe dochodzą do nas informacje o następnych efektach globalnego ocieplenia, palą się lasy, borykamy się z zanieczyszczeniem powietrza, a z drugiej strony masowo wycinamy drzewa. Niedawno zdechł ostatni nosorożec sumatrzeński. Nie można przechodzić obojętnie wobec tak namacalnych dowodów, to nie są bajki, którymi mamy być straszeni, ale fakty, które mają zmusić nas wszystkich do szybkiego i konkretnego działania.

Największą motywacją są dla mnie dzieci. Po nas przyjdą następne pokolenia. Jesteśmy w stanie dla własnych pociech zrobić wszystko, dla nich pracujemy, kształcimy je, kochamy, tworzymy dom. Przy tym wszystkim nie możemy jednak zapominać, żeby pozostawić im również świat, w którym będą czuły się bezpiecznie, w którym będą mogły żyć szczęśliwie i otoczone niezanieczyszczonym środowiskiem naturalnym.

Better Land :-)

Zdrowo, mądrze i pomocnie...

www.drogeria-ekologiczna.pl



ponad
8000 PRODUKTÓW
EKOLOGICZNYCH
I ZERO WASTE
W JEDNYM MIEJSCU

www.drogeria-ekologiczna.pl

Dodatek promocyjny. Zawiera wyłącznie materiały przygotowane i pochodzące od Medical Media Solutions.

Ekologiczna skuteczność

Ochrona mórz zaczyna się na lądzie od każdego z nas. Dewizą marki Frosch jest „Reuse – Reduce – Recycle”. A zatem: ograniczaj plastik wszędzie tam, gdzie to możliwe, na przykład używaj środków czyszczących, których opakowanie składa się z recyklatu (starego plastiku) i których składniki są wolne od mikroplastiku. Przy tak świadomej decyzji o zakupie wiele można osiągnąć. Ponadto każdy powinien starannie segregować swoje odpady, bo jest to jedyny sposób na dobre funkcjonowanie systemów recyklingu.

Jak firma Werner & Mertz wdraża koncepcję zrównoważonego rozwoju i społecznej odpowiedzialności biznesu?

Zadajemy sobie pytanie, jak zrównoważony styl życia może zyskać większą popularność. Chcemy pozbyć się domniemanej sprzeczności między ekologią a skutecznością środków do czyszczenia. Dlatego angażujemy się w długofalowe inicjatywy, które często wyznaczają nowe standardy ekologiczne, wykraczające poza nasze marki i asortyment produktów. Na szczególną uwagę zasługuje tu inicjatywa recyklatu oraz inicjatywa lokalnych substancji powierzchniowo czynnych. Jako średniej wielkości przedsiębiorstwo zarządzane przez właścicieli, możemy wdrażać kryteria zrównoważonego rozwoju znacznie bardziej wytrwale i konsekwentnie. Naszym wyzwaniem jako firmy jest również rozwiązywanie globalnych problemów środowiskowych, takich jak zanieczyszczenie mórz plastikiem, o którego redukcję warto walczyć.

Jakie jest zatem Państwa stanowisko w odniesieniu do „palącego” tematu tworzyw sztucznych?

Uważamy, że plastik należy ograniczać, kiedy tylko jest to możliwe – dlatego popieramy m.in. unijny zakaz dotyczący niektórych produktów plastikowych jednorazowego użytku. Z drugiej strony, całkowita rezygnacja z plastiku nie rozwiąże naszych problemów środowiskowych. W rzeczywistości plastik, pod warunkiem, że jest prawidłowo stosowany, to jeden z najbardziej ekologicznych materiałów nadających się do recyklingu. Dlatego też powinniśmy mniej koncentrować się na materiale jako takim, a bardziej na sposobie jego wykorzystania. Oczywiście na działanie jest za późno, gdy plastik dotrze do morza. Rozwiązaniem jest wysokiej jakości recykling po użyciu plastiku i jego ponowne wprowadzenie do obiegu, tak aby nie mógł w ogóle dotrzeć do oceanów, ani nie musiał być spalany ze szkodą dla środowiska. Dotychczas wprowadziliśmy na rynek ponad 300 milionów butelek do środków czyszczących, wykonanych w 100% ze starego plastiku, dowodząc, że jest to możliwe!

Jak wpisuje się w te działania koncepcja „od kołyski do kołyski”?

Koncepcja Cradle to Cradle® („od kołyski do kołyski”) symbolizuje odwrócenie powszechnej linearnej zasady produkcji „od kołyski do grobu” (cradle to grave), w której materiały są często marnotrawione bez względu na trwałą ochronę zasobów. Zasada Cradle to Cradle® polega na projektowaniu produktów z myślą o obiegu biologicznym lub technicznym. Chodzi o tworzenie produktów od samego początku w taki sposób, aby nadawały się do zamkniętych obiegów materiałowych, tzn. by mogły w całości i bezpiecznie powrócić do biosfery lub być ponownie przetworzone z zachowaniem wysokiej jakości.

Kładą Państwo nacisk na innowacyjny recykling plastiku. Na czym on polega?

To, co już dobrze działa w przypadku szkła i papieru, a mianowicie przygotowanie wysokiej jakości produktów do recyklingu, powinno być w przyszłości rzeczą oczywistą w przypadku plastiku. W ramach inicjatywy recyklingowej współpracujemy z partnerami w całym łańcuchu wartości, aby to osiągnąć. W samych Niemczech każdego roku gospodarstwa domowe sortują około 120.000 ton odpadów PET. To dużo cennych surowców, które można ponownie wykorzystać w postaci wysokiej jakości „recyklatu”, nadającego się do wytworzenia nowych produktów. Tzw. upcykling w najlepszym tego słowa znaczeniu.

W ramach Inicjatywy Recyklingu powstała technologia umożliwiająca efektywny recykling odpadów plastikowych pochodzących z gospodarstw domowych oraz stworzenie zrównoważonego obiegu materiałowego. Der Grüne Punkt dostarcza stary plastik sortowany w gospodarstwach domowych i realizu-

je pierwsze etapy recyklingu. Odpady z tworzyw sztucznych są filtrowane według rodzaju za pomocą spektroskopii laserowej, przy użyciu najnowocześniejszych urządzeń sortujących, dzięki czemu mogą być ponownie przetwarzane bez utraty jakości. Jest to prawdziwa gospodarka o obiegu zamkniętym! Butelka po płynie do mycia naczyń może być ponownie zamieniona w butelkę do płynu do mycia naczyń.

Czy skład takiego produktu może być naprawdę przyjazny dla środowiska?

Może i powinien być! We wszystkich istotnych elementach naszego produktu - receptura, opakowanie i warunki produkcji – wyprzedzamy przynajmniej o jedno pokolenie dotychczasowy standard ekologiczny. Jako pionierzy ekologiczni chcemy przyspieszać rozwój rynku, wykorzystując do tego celu w całości zrównoważone i wysokowydajne rozwiązania w zakresie czyszczenia i higieny, które są nieszkodliwe dla ludzi i przyrody. Nasze opakowania wykonane są ze starego plastiku, a nasze preparaty nie zawierają mikroplastiku. W ich recepturze wykorzystujemy środki powierzchniowo czynne pochodzące z upraw europejskich, takich jak rzepak, len czy olej słonecznikowy.

Butelka po płynie do mycia naczyń może być ponownie zamieniona w butelkę do płynu do mycia naczyń

Jak wielkie wyzwanie stanowi wspomniany przez Pana mikroplastik?

Odpady plastikowe pływające w morzu są oczywiście szkodliwe dla środowiska, rybołówstwa i turystyki. Ale pamiętajmy, że nawet najmniejsze cząsteczki plastiku powodują ogromne problemy: unoszą się nie tylko na powierzchni, lecz są także obecne w głębokim morzu. Mikroplastik jest produkowany albo jako małe cząsteczki, tzw. mikroplastik pierwotny, lub powstaje, gdy duże odpady plastikowe rozpadają się tworząc tzw. mikroplastik wtórny. Aby zapobiec gromadzeniu się coraz większych ilości odpadów z tworzyw sztucznych w morzu, warunki na lądzie muszą się zmienić. Mikroplastik pierwotny jest często stosowany w kosmetyce, na przykład w celu uzyskania efektów peelingu lub estetycznego wyglądu. Uważamy to za zbyt szkodliwe, dlatego całkowicie rezygnujemy z mikroplastiku w recepturach produktów do czyszczenia i pielęgnacji marki Frosch! Wtórnego plastiku unikniemy dopiero, gdy zatrzymamy odpady płynące do mórz. Rozwiązaniem jest gospodarka zamkniętego obiegu dla tworzyw sztucznych. Zobowiązujemy się do tego w ramach naszej inicjatywy recyklatu założonej w 2012 roku.

Jak ważne są wspólne działania w zakresie minimalizacji szkód środowiskowych?

Mam ogromną nadzieję, że inne przedsiębiorstwa podążą za naszym przykładem i coraz częściej będą stosować w swoich opakowaniach recyklat składający się w 100% ze starego plastiku. Celowo zaprojektowaliśmy inicjatywę recyklatu jako „otwartą innowację” i cieszy nas każdy kto podąża w tym kierunku. Nieustannie nad tym pracuję, rozmawiam z przedstawicielami firm i informuję o naszej inicjatywie na wydarzeniach i konferencjach. Chcemy również przekonać polityków do promowania recyklingu i nałożenia sankcji za wykorzystywanie ropy naftowej. Wspólne działania w tym zakresie są naszym obowiązkiem.



**100% w butelkach
NIE w oceanach**

**100%
recyc
PET**

www.frosch.eco



Bartłomiej Kozek

Specjalista ds. zrównoważonego rozwoju w Centrum UNEP/GRID-Warszawa

Środowisko – nasza wspólna sprawa

W kwestii tego, jakie działania dla ochrony planety będą najskuteczniejsze trwają niemałe spory. Najślynniejszy z nich, toczony od kilkudziesięciu lat, stawia naprzeciwko siebie indywidualne działania i systemowe zmiany. Tymczasem potrzebujemy jednego i drugiego!

SPORY W (EKO)RODZINIE

Tak jak przy każdej zmianie społecznej, tak i w kwestiach klimatycznych nie brakuje ożywionych dyskusji. Jedną z nich dotyczy tego, czy głównym działaniem powinno być mobilizowanie konsumentów do podejmowania drobnych zobowiązań prośrodowiskowych, czy może jest to odwracanie uwagi od konieczności zmian prawnych, które odgórnie ograniczą skalę zanieczyszczeń (w tym emisji gazów cieplarnianych).

Dyskusja ta zbyt często niestety zakłada złą wolę z tej czy innej strony debaty. Jedną grupę oskarża się o uleganie wielkim koncernom, drugą – o naiwny radykalizm, którego wcielenie w życie cofnęłoby nas do życia w jaskiniach.

Naszym zdaniem, jeśli chcemy ruszyć dalej i w praktyce zrealizować ambitne cele redukcji emisji gazów cieplarnianych (zahamowanie ich wzrostu do roku 2020, ograniczenie o 45% do 2030 i osiągnięcie neutralności klimatycznej do 2050 w celu ograniczenia wzrostu średniej, globalnej temperatury do poziomu 1,5 stopnia Celsjusza w porównaniu do okresu przed rewolucją przemysłową) potrzebujemy bogatej, wielokolorowej mozaiki działań dla planety.

OD WIEDZY DO DZIAŁANIA

Osoby sceptycznie nastawione do działań nakierowanych na konsumentów i ich przyzwyczajają zapominają niekiedy o dwóch kwestiach.

Po pierwsze, zmiana stylu życia to często pierwszy krok na drodze do głębszego przemyślenia swojej relacji ze środowiskiem. Ograniczenie jedzenia mięsa czy rezygnacja z plastikowych słomek pojedynczej osoby nie zmieni być może świata, ale gdy takie zachowania staną się zauważalnym trendem, wówczas firmy będą na niego (lepiej lub gorzej) reagować.

Nie zapominajmy również, że konsumenci to także obywatele. Zmianie nawyków często towarzyszy nabywanie nowej wiedzy o środowisku i jego stanie – a to z kolei daje ludziom informacje, dzięki którym będą mogli domagać się podjęcia konkretnych działań przez decydentów – zarówno rządzących, jak i tych z biznesu.

SERCE I ROZUM

Pojawiają się również głosy, że w obliczu wielkich zagrożeń, takich jak kryzys klimatyczny, kampanie społeczne poruszają czasem tematy, bazujące na emocjach – tak jak w wypadku plastikowych słomek, które trafiają jako śmieci do mórz i oceanów. Kontrowane są np. informacjami o tym, że większa część odpadów morskich z tworzyw sztucznych to sieci-widma, w które wpadają i giną ryby.

Z ręką na sercu jednak – czy jesteśmy w stanie uwierzyć w to, że kampania społeczna o sieciach rybackich pobudziła wyobraźnię konsumentów i wzbudziła medialne zainteresowanie? I że to zainteresowanie byłoby na tyle duże, że wymogłoby

podjęcie działań legislacyjnych dotyczących tworzyw sztucznych przez Komisję Europejską, tak jak to się stało w przypadku słomek?

To, czego potrzebujemy w obliczu bezprecedensowych wyzwań środowiskowych, to działania na wielu frontach i wzajemnego zrozumienia. Każdy i każda z nas zużywa zasoby Ziemi i przyczynia się do generowania gazów cieplarnianych. Powinno nas to mobilizować do poszerzania wiedzy oraz do pozytywnych, różnorodnych działań – od demonstrowania po dyskutowanie i od inteligentnych regulacji po zmiany w naszych domach i życiach.

WSPÓLNYMI SIŁAMI

Do takiego też podejścia mobilizujemy w naszej największej, skierowanej do konsumentów kampanii społecznej – Zielonej wstążce DlaPlanety. W zeszłym roku braliśmy pod lupę plastik, dostarczając wiedzę na temat skali zanieczyszczeń, będących skutkiem nierównoważonego modelu jego produkcji i konsumpcji.

W tegorocznej edycji przybliżyliśmy tematykę zanieczyszczeń powietrza oraz ich związków z kwestiami, takimi jak zdrowie publiczne czy zmiany klimatu. Wśród zaproponowanych konsumentom EKO-postanowień umieściliśmy zarówno rezygnację z prowadzenia samochodu w godzinach szczytu czy palenia odpadów w przydomowym piecu, jak też zainteresowanie się stanem lokalnego powietrza czy refleksję nad tym, co i ile kupujemy.

Poszerzajmy zatem swą eko-wiedzę i działajmy dla planety – pamiętając, że każda podróż zaczyna się od pierwszego kroku!

ZANIM WYRZUCISZ POMYŚL DWA RAZY



DRUGIE ŻYCIE PRZEDMIOTÓW

Według badania przeprowadzonego przez Gumtree Polska, już teraz aż 72% Polaków deklaruje, że zdarza się im kupować używane rzeczy. Kupno i sprzedaż przedmiotów „z drugiej ręki” to świetny pomysł na wprowadzenie w życie zasad „reduce” i „reuse”. W dzisiejszych czasach, najwygodniejszym ku temu narzędziem są portale ogłoszeniowe, na których możemy znaleźć wyjątkowe używane produkty oraz samemu wystawiać tego typu przedmioty na sprzedaż, dając im drugie życie. Wymiar ekologiczny z powodzeniem można więc połączyć z wymiarem ekonomicznym – czyli po prostu z oszczędnościami.

Jednym z najpopularniejszych portali ogłoszeniowych jest Gumtree.pl, na którym znajdziemy wiele produktów w świetnych cenach – od ubrań i akcesoriów modowych, przez książki, filmy i gry, aż po używaną elektronikę. Strony z darmowymi ogłoszeniami, to miejsca nie tylko dla kolekcjonerów, którzy chcą znaleźć wyjątkowy mebel czy obraz. To przede wszystkim świetna alternatywa dla kupowania nowych przedmiotów, których wyprodukowanie jest przecież sporym kosztem nie tylko finansowym, ale również środowiskowym.

Okres świąteczny jest najlepszą okazją, by postawić na zakupy online „z drugiej ręki”. Choć według badania dotyczącego zakupu prezentów świątecznych zrealizowanego przez Gumtree.pl, tylko 6% Polaków regularnie kupuje używane prezenty, a 21% robi to sporadycznie, warto wziąć pod uwagę taką opcję. Plusów może być naprawdę wiele – od niższej ceny i możliwości trafienia na unikatowy przedmiot, którego nie znajdziemy w zwykłym sklepie, aż po kwestię ekologii właśnie.

Zdecydowana większość Polaków deklaruje, że żyje ekologicznie. Niestety, rozumienie pojęcia „ekologia” często ogranicza się tylko do kwestii niemarnowania żywności i oszczędzania wody. Nasze podejście do tematu ochrony środowiska świetnie obrazują wyniki badania przeprowadzonego przez Gumtree Polska. Mimo że niemal 75% ankietowanych twierdzi, że jest eko, tylko 1/3 z nich stara się żyć zgodnie z ideą „zero waste”, rozumiejąc czym ona jest.

5 PROSTYCH ZASAD

Zgodnie z popularnym trendem „zero waste”, bycie eko opiera się na pięciu punktach, do których każdy, komu kwestia ochrony środowiska leży na sercu, powinien się stosować w życiu codziennym. To pochodząca z języka angielskiego zasada „5 R”, czyli „refuse” – odmawiaj (nie bierz niepotrzebnych produktów), „reduce” – ograniczaj (zastanów się, co tak naprawdę jest ci niezbędne), „reuse” – używaj ponownie (nadaj przedmiotom „drugie życie”), „recycle” – segreguj i przetwarzaj oraz „rot” – kompostuj.

Segregacja śmieci i zagospodarowanie bio odpadów, na podstawie niedawno przyjętych zmian w przepisach, już wkrótce będą obowiązkiem w każdej gminie w Polsce. Ale przecież przymus prawny nie powinien być jedynym bodźcem do promowania ekologicznego stylu życia. Najważniejsza jest edukacja i związana z nią samoświadomość – rozumienie, jakie znaczenie dla środowiska ma życie w zgodzie z trendem „zero waste”, oznaczającym „brak marnowania”.

