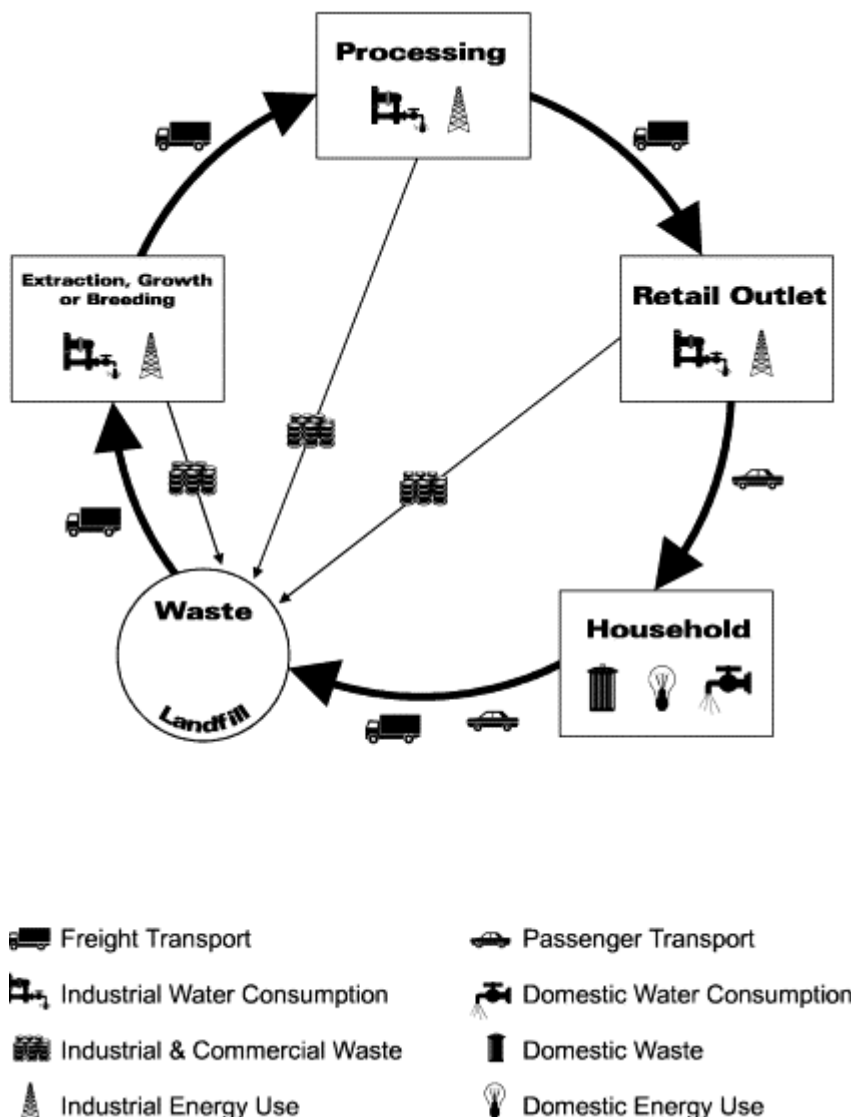


Jak biznes może ograniczyć zużycie zasobów oraz emisje CO2 i stać się społecznie odpowiedzialny?



### Globalne znaczenie biznesu

Międzynarodowe korporacje prowadzące interesy na całym świecie dysponują większymi budżetami niż niejedno państwo. Same tylko amerykańskie korporacje dysponują łącznie rezerwami rzędu **5 bilionów** dolarów, co wynosi więcej niż produkt krajowy brutto Niemiec czyli wartość całej produkcji i handlu niemieckiej gospodarki



Dofinansowano ze środków Narodowego Funduszu  
Ochrony Środowiska i Gospodarki Wodnej

(<http://www.theatlantic.com/business/archive/2012/07/the-5-trillion-stash-us-corporations-money-hoard-is-bigger-than-the-gdp-of-germany/260006/> ). Jest to ogromny kapitał, którego firmy nie inwestują w działalność, odkładając go na procent, choć mogłyby dzięki niemu stworzyć nawet 18 milionów nowych miejsc pracy lub np. zainwestować go w rozwój przyjaznych dla środowiska technologii. Roczne obroty Yahoo (6,32 mld dolarów) są większe niż produkt krajowy brutto Mongolii (6,13 miliardów dolarów, za <http://www.businessinsider.com/25-corporations-bigger-than-countries-2011-6?op=1> ). Nike ma z kolei większe obroty (19,16 mld dolarów) niż 102 największa gospodarka świata jaką jest Paragwaj (18,48 mld \$). McDonalds ze swymi rocznymi obrotami przekraczającymi 24 miliardów \$ przewyższył Łotwę (92 gospodarka świata). Microsoft zanotował obroty rzędu 62,48 mld \$ dzięki czemu wyprzedził Chorwację z PKB 60,59 mld dolarów (66 gospodarka świata). Ford mając 128 mld \$ obrotów plasuje się już powyżej Maroko z PKB 103 mld \$ (60 gospodarka świata). Szokujące może być, że koncern samochodowy General Motors zanotował wyższe obroty (135 mld \$) niż PKB liczącego 152 miliardów mieszkańców Bangladeszu (105 mld \$). Koncern paliwowy Chevron zaś ma większe obroty (196 mld \$) niż PKB Republiki Czeskiej (192 mld \$). Korporacja spożywcza Wal-Mart z 421 miliardami dolarów obrotów wyprzedziła zaś Norwegię, będącą 25 największą gospodarką świata, zbliżając się do PKB Polski, które w 2011 roku szacowano na 531 mld \$.

McDonalds mając swoje bary w 119 krajach cieszy się liczbą ok. 50 milionów klientów dziennie. Ford w jednym roku 2008 wyprodukował 5,5 miliona samochodów, zatrudniając 213 tysięcy pracowników. Wielkość śladu ekologicznego, jaki pozostawiają te firmy trudno sobie wyobrazić, jeśli się weźmie pod uwagę ilości ziemi, wody, emisji CO<sub>2</sub>, potrzebne do produkcji, sprzedaży i transportu 50 milionów hamburgerów dziennie, uwzględniając ilość ściętych drzew konieczną do uzyskania odpowiedniej ilości pastwisk. Podobnie w wypadku Forda potrzeba ogromnej ilości ropy i zasobów nieodnawialnych potrzebnych by wyprodukować ponad 5 milionów aut rocznie. Podsumowując, **sposób w jaki firma, szczególnie duża, gospodaruje zasobami, energią czy emisjami może mieć tak samo duże znaczenie jak się zachowują w tych obszarach mieszkańcy niejednego średniego państwa.** Niestety trudno jest dotrzeć do dokładnych danych raportujących zużycie zasobów i emisje CO<sub>2</sub> w firmach, gdyż większość firm nie tylko nie upublicznia



Dofinansowano ze środków Narodowego Funduszu  
Ochrony Środowiska i Gospodarki Wodnej

**takich danych, ale nawet ich nie mierzy.** W Wielkiej Brytanii dopiero w kwietniu tego roku wejdzie w życie ustawa obligująca 1,100 największych firm notowanych na londyńskiej giełdzie do podawania swych emisji CO<sub>2</sub>. Ustawa ta spotkała się z poparciem 75% mieszkańców tego kraju (<http://ens-newswire.com/2012/08/10/largest-uk-firms-must-disclose-co2-emissions/>). Podobne rozwiązanie w Polsce jest kwestią wzrostu świadomości i wyrażenia silnej woli obywateli. Choćby dlatego warto na lekcjach rozmawiać o wpływie biznesu na środowisko naturalne i możliwych sposobach racjonalizacji gospodarowania zasobami i ograniczania emisji CO<sub>2</sub> przez firmy, a także społecznych wyzwaniach przed jakimi stoją firmy.

### **Ekologiczna i społeczna odpowiedzialność firm a działania wizerunkowe**

Analizując społeczne i ekologiczne działanie firmy rozpatrując jej odpowiedzialność za produkt „od kołyski do pogrzebu” czyli od wydobycia zasobów aż po utylizację odpadów, rozpatrując to czy produkt jest planowany jako długotrwały. Istotne są też społeczne czynniki, warunki pracy zarówno w ich fabrykach i punktach sprzedaży, jak wśród dostawców surowców. Firmy, szczególnie duże korporacje, zatrudniające dziesiątki tysięcy pracowników mogą oddziaływać na zachowania pracowników i ich postawy (np. dając premie pracownikom korzystającym z transportu zbiorowego lub prowadząc program wolontariatu pracowniczego). Jako, że większość firm jest uzależniona od wyników bezpośredniej sprzedaży, firmy mają interes w tym aby dbać o swój wizerunek odpowiedzialnych i przyjaznych dla środowiska. Zawsze warto przyrzeć się krytycznym okiem działalności firmy sprawdzając jej osiągnięcia w różnych obszarach, gdyż niekiedy działania wizerunkowe (reklama, public relations) górują nad faktyczną zmianą. Aktywiści społeczni stwierdzili, iż firmy stosują **dwa rodzaje działań wizerunkowych: greenwash** (gdy firma „pierze swój wizerunek na zielono” czyli w nieuzasadniony sposób podkreśla swe zasługi dla środowiska) i **bluwash** („pranie

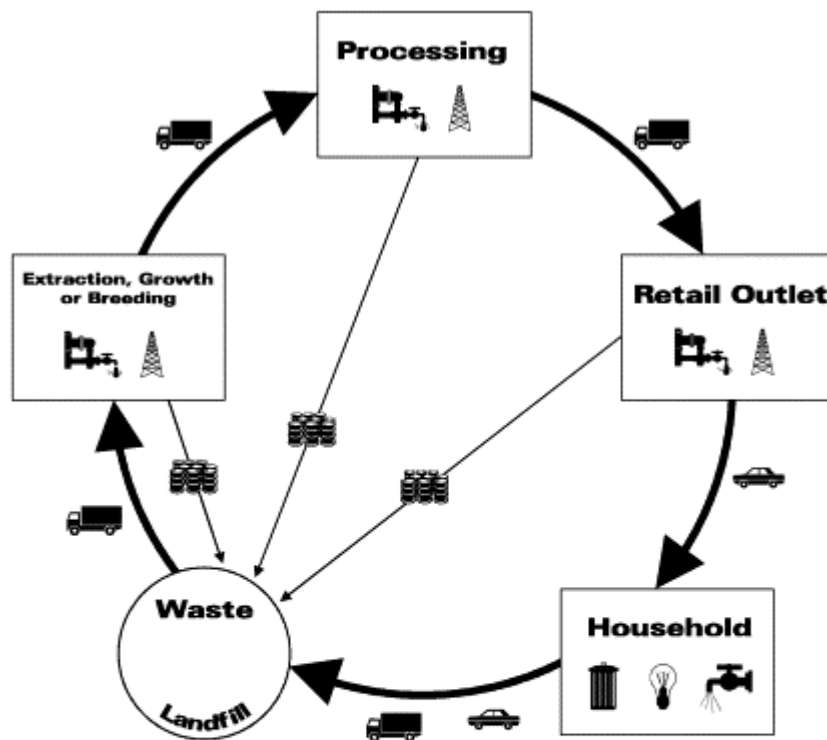


Dofinansowano ze środków Narodowego Funduszu  
Ochrony Środowiska i Gospodarki Wodnej

na niebiesko” czyli podkreślanie zasług w dbałości o ludzi i prawa obywatelskie, np. wspieranie kampanii na rzecz niepełnosprawnych czy rozwoju w krajach Południa). W praktyce warto doceniać starania firm, ale też sprawdzać i pytać, czy np. koncern paliwowy poza wspieraniem ubogich dzieci w Polsce, dba o prawa społeczności mieszkających w Nigerii, gdzie wydobywa ropę? Czasem bowiem wykazanie się dobrymi wynikami w jakimś obszarze niezwiązanym z bezpośrednią działalnością firmy może służyć ukryciu braku działań na rzecz lepszych standardów w kluczowych obszarach działalności firmy. Aby ułatwić zadanie całościowego spojrzenia na działalność firmy, przedstawimy odpowiednie narzędzia w dalszej części tekstu.



Dofinansowano ze środków Narodowego Funduszu  
Ochrony Środowiska i Gospodarki Wodnej




 Freight Transport

 Passenger Transport

 Industrial Water Consumption

 Domestic Water Consumption

 Industrial & Commercial Waste

 Domestic Waste

 Industrial Energy Use

 Domestic Energy Use

Oddziaływanie firmy na środowisko, za:  
<http://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S1066793801001324>

Czym jest społecznie odpowiedzialny biznes?

Komisja Europejska definiuje społeczną odpowiedzialności biznesu (określaną powszechnie angielskim skrótem CSR od *Corporate Social Responsibility*) jako „konceptję, zgodnie z którą przedsiębiorstwa dobrowolnie



Dofinansowano ze środków Narodowego Funduszu  
 Ochrony Środowiska i Gospodarki Wodnej

**uwzględniają społeczne interesy oraz ochronę środowiska we własnej działalności oraz relacji z interesariuszami”**. Społecznie Odpowiedzialny biznes wedle definicji Forum Odpowiedzialnego Biznesu obejmuje 3 zasadnicze obszary, w których firma musi wykazać się odpowiedzialność za swój wpływ na społeczeństwo (<http://odpowiedzialnybiznes.pl/pl/o-nas/o-forum-odpowiedzialnego-biznesu/misja-i-wizja.html> ). Jest to:

1.Strategia zarządzania, która pozwala minimalizować ryzyko i maksymalizować szansę na powodzenie firmy w długim okresie. Chodzi o długofalowe myślenie przy formułowaniu i wdrażaniu strategii tak aby **stawiać długoterminowe korzyści przed zyskami w krótkim okresie**.

2.Umiejętność prowadzenia przedsiębiorstwa w taki sposób, aby **zwiększyć jego pozytywny wkład w społeczeństwo i jednocześnie minimalizować negatywne skutki działalności**

3.**Sposób, w jaki firma na co dzień traktuje swoich interesariuszy** czyli klientów i partnerów biznesowych, pracowników, społeczność lokalną.

Forum Odpowiedzialnego Biznesu pomaga swym 41 partnerom strategicznym w poprawię ich funkcjonowania w tych obszarach. Coraz więcej firm w Polsce realizuje praktyki z zakresu społecznej odpowiedzialności biznesu (CSR), które starają się aby oprócz przynoszenia zysku, realizować pewne wartości społeczne i ekologiczne.

W Polsce ciągle dla konsumentów decydującym czynnikiem przy zakupie produktu lub usługi jest cena, lecz coraz więcej konsumentów staje się świadomymi i chce aby firmy, którym daje zarobić miały pozytywny wpływ na środowisko i ludzi (np. uczciwe traktowanie klientów, szanowanie praw pracowników, dostawców czy społeczności lokalnych gdzie np. prowadzą działalność wydobywczą lub produkcyjną). Z punktu widzenia naszego programu, szczególnie istotne jest, czy firmy wykazują odpowiedzialne podejście do gospodarowania zasobami takimi jak woda czy energia.

Społeczna Odpowiedzialność Biznesu obejmuje wiele obszarów postaramy się tu przybliżyć je w możliwie najprostszy sposób na przykładzie podręcznika



Dofinansowano ze środków Narodowego Funduszu  
Ochrony Środowiska i Gospodarki Wodnej

samooceny przedsiębiorstw wydanego przez Program Rozwoju ONZ (UNDP) i kryteriów jakie stosuje Polska Zielona Sieć oceniając producentów odzieży.

### Całościowe ujęcie społecznej odpowiedzialności firmy - kryteria UNDP

(opracowanie własne na podstawie „Społeczna odpowiedzialność biznesu (CSR). Podręcznik do samooceny dla przedsiębiorstw”, UNDP, 2010)

Obszar	Wybrane wskaźniki
Zarządzanie firmą	<ul style="list-style-type: none"><li>- czy firma zdiagnozowała swój wpływ na społeczeństwo i środowisko?</li> <li>-czy firma posiada własną strategię odpowiedzialnego społecznie biznesu (CSR)?</li> <li>-czy firma wyznaczyła personel wyższego szczebla odpowiedzialny za realizację strategii CSR?</li> <li>-czy firma definiuje kluczowe priorytety CSR i komunikuje je w ramach swojej organizacji?</li></ul>
Środowisko	<ul style="list-style-type: none"><li>-czy firma posiada system monitorowania zużycia zasobów naturalnych i emisji CO<sub>2</sub>?</li> <li>-czy firma ma plan szkolenia i wspierania pracowników w redukcji zużycia zasobów i emisji?</li> <li>- czy firma jest w stanie wykazać mierzalną redukcję emisji CO<sub>2</sub> w</li></ul>



Dofinansowano ze środków Narodowego Funduszu  
Ochrony Środowiska i Gospodarki Wodnej

	<p>porównaniu do ubiegłych lat?</p> <p>-czy firma posiada program utylizacji odpadów?</p>
Stosunki pracy	<p>-czy firma posiada plan dotyczący zatrudnienia, stosunków pracy i warunków pracy, którego realizację regularnie sprawdza?</p> <p>-czy pracownicy w firmie są oficjalnie reprezentowani np. poprzez radę pracowników?</p> <p>-czy firma ma procedury przeciwdziałające problemom związanym z bezpieczeństwem i higieną pracy?</p> <p>-czy firma posiada efektywną procedurę rozpatrywania skarg?</p>
Relacje społeczne	<p>- czy firma posiada program społecznego zaangażowania?</p> <p>-czy firma regularnie komunikuje się z interesariuszami (np., organizacjami pozarządowymi, związkami zawodowymi, lokalnymi społecznościami, w których działa)?</p> <p>-czy firma wspiera za pomocą wolontariackiej pracy jej pracowników lub funduszy jakiegokolwiek inicjatywy lokalnych społeczności?</p>
Środowisko biznesowe	<p>- czy firma ocenia swych dostawców i</p>



Dofinansowano ze środków Narodowego Funduszu  
Ochrony Środowiska i Gospodarki Wodnej



	<p>kontrahentów pod względem ich wpływu na środowisko i warunków pracy?</p> <p>-czy firma dokonuje tzw. zielonych zakupów i zamówień (np. papier i meble z certyfikatem drzewnym FSC, przyjazne dla środowiska środki czystości) ?</p> <p>- czy firma posiada procedury służące do przeciwdziałania korupcji?</p> <p>-czy firma posiada politykę oraz procedury zapewniające przejrzystość lobbingu?</p> <p>-czy firma szkoli pracowników w zakresie etycznego łańcucha dostaw i praktyk antykorupcyjnych?</p>
--	--

Powyższy schemat może pomóc w całościowym spojrzeniu na odpowiedzialność firmy. Pomoże to sprawdzić czy firma ma faktycznie konsekwentną strategię stania się społecznie odpowiedzialną czy wykorzystuje do celów promocyjnych swoje osiągnięcia z jednego czy dwóch obszaru zaniedbując inne?

### **Odpowiedzialna odzież – kluczowe obszary działalności firm**

Przemysł odzieżowy jest jednym z najbardziej „brudzących” ze względu na wysokie emisje CO<sub>2</sub>, zanieczyszczenia wody i spotykane ciągle praktyki pracy dzieci w fabrykach czy na plantacjach bawełny. Ubrania produkowane odpowiedzialnie i ekologicznie trudno jest odróżnić od innych na podstawie wyglądu czy dotyku. Wyszukiwarka tworzona przez ekspertów **Polskiej Zielona Sieć (PZS)** może nam pomóc w dokonaniu wyboru, gdyż oceniają funkcjonujące w Polsce firmy sprzedające ubrania i zajmujące się modą wedle kilku kryteriów, przyznając im w każdej z kilku kategorii premiuje zielone światło, żółte świadczące o przeciętnych osiągnięciach lub negatywne czerwone (brak działań w tym obszarze). Pierwszym



Dofinansowano ze środków Narodowego Funduszu  
Ochrony Środowiska i Gospodarki Wodnej

kryterium jest **wykorzystanie surowców przyjaznych środowisku** zarówno spełniających standardy rolnictwa ekologicznego, jak i niecertyfikowanych, ale naturalnych i mających mniej negatywny wpływ na środowisko (pierwszy etap w łańcuchu produkcji). Przyjazna środowisku produkcja surowców roślinnych to również bezwzględny zakaz stosowania w uprawie pestycydów, insektycydów, GMO oraz nawozów sztucznych. Produkcja z wykorzystaniem wełny czy innych surowców pochodzenia zwierzęcego musi odbywać się z poszanowaniem praw i dobrostanu zwierząt.

Drugim istotnym aspektem jest **produkcja przyjazna środowisku** obejmująca ocenę stosowanych metod produkcji na wszystkich etapach obróbki (w tym przędzenie, tkanie, barwienie, drukowanie, wykańczanie). PZS przyznając zielone światło gwarantuje zakaz stosowania toksycznych substancji, ale bierze też pod uwagę zastosowanie ekologicznego systemu zarządzania, z procedurami minimalizującymi ilość odpadów i zanieczyszczeń, systemu oczyszczania ścieków oraz zrównoważone zarządzanie wodą i energią przez cały cykl życia produktu. Szczególne znaczenie ma **stosowanie recyklingu** czyli powtórnego wykorzystania materiałów. Coraz popularniejszym zjawiskiem jest tzw **up-cykling** czyli proces tworzenia nowych produktów z odpadów lub produktów bezużytecznych i tym samym podnoszenie ich wartości, np. wzbogacanie t-shirtu z second-handu nową grafiką z oryginalnego szablonu.

Jednakże nawet odzież produkowana w energooszczędnych fabrykach z ekologicznej bawełny nie będzie odpowiedzialna, jeśli nie będą przestrzegane **podstawowe etyczne standardy pracy**. W tym kryterium chodzi o potwierdzone przez niezależne instytucje przestrzeganie warunków pracy według standardów Międzynarodowej Organizacji Pracy, np. zakaz dyskryminacji w zakresie pracy i zatrudnienia, zakaz pracy dzieci, płaca wystarczająca na życie, bezpieczeństwa i higieny pracy. Świadomi konsumenci patrzą na ręce koncernom odzieżowym i zwracają uwagę, że **płace pracowników to zaledwie 1-3% całkowitych kosztów większości ubrań**. Cztery znane marki odzieżowe H&M, Levis, GAP i Zara wypracowały w 2011 roku łącznie 4,5 miliarda dolarów dochodu. Te cztery koncerny są jednocześnie największymi zleceniodawcami fabryk odzieżowych w Kambodży. Minimalna pensja w sektorze odzieżowym w Kambodży wynosi 61 dolarów na miesiąc – zaledwie 25% płacy wystarczającej na godziwe życie.



Dofinansowano ze środków Narodowego Funduszu  
Ochrony Środowiska i Gospodarki Wodnej

**Krokiem w kierunku wprowadzenia pensji wystarczającej milionom pracowników fabryk odzieżowych na wydobyć się z ubóstwa byłoby zaakceptowanie przez te korporacje, proponowanej przez kambodżańskie związki zawodowe, podwyżki minimalnej pensji do kwoty 131 dolarów na miesiąc (na stronie <http://livingwage.cleanclothes.org/> można podpisać apel w tej sprawie).**

PZS zwraca także uwagę na **przejrzystość łańcucha dostaw** - każdy etap procesu produkcji musi być znany, upubliczniony i możliwy do prześledzenia przez konsumentów tak aby uniknąć nadużyć (np. ubranie mogłoby być szyte w godnych i higienicznych warunkach, ale bawełna pochodzić z plantacji z Uzbekistanu, gdzie odnotowuje się przypadki pracy dzieci). **Lokalność** z kolei to wartość świadcząca o tym, że łańcuch produkcji i dystrybucji oraz związany z nim obieg pieniądza zamyka się na danym obszarze, wzbogacając lokalną gospodarkę. Odpowiedzialnych konsumentów interesuje nawet czy firma płaci podatki w kraju, a jej zyski nie wpływają za granicę. Firmy działające lokalnie wspierają miejscową gospodarkę i przyczyniają się do redukcji zanieczyszczeń i emisji CO2 związanych z transportem i magazynowaniem towarów.

Planujesz zakup torby lub spodni? Na stronie PZS można skorzystać z wyszukiwarki odpowiedzialnych producentów ubrań, ale również mebli, artykułów papierniczych i zabawek: <http://dobrezakupy.ekonsument.pl>

## **Wybrane osiągnięcia firm w zakresie społecznej odpowiedzialności**

### **Barlinek SA- odpowiedzialne pozyskiwanie drewna**

Firma ta jest jednym z największych na świecie producentów naturalnych podłóg drewnianych, mając fabryki w Polsce, Ukrainie, Rosji i Rumunii. Firma zobowiązała się do pozyskiwania wyłącznie drewna z certyfikatem Dobrej Gospodarki Leśnej (FSC). W procesie produkcji zastosowano zasadę zero odpadów, aby przeciwdziałać marnotrawstwu surowca. Firma prowadzi też od wielu lat program pod nazwą „zasada 1 za 1”, w ramach którego zobowiązuje się posadzić jedno drzewo za każdą sprzedaną paczkę desek. Według podanych przez Program Rozwoju ONZ (UNDP) szacunków, rezultatem akcji jest las liczący łącznie około 6,3 milionów drzew na



Dofinansowano ze środków Narodowego Funduszu  
Ochrony Środowiska i Gospodarki Wodnej

powierzchni 600 ha wytwarzających około 50 tysięcy litrów tlenu dziennie i pochłaniających 75 tys ton CO<sub>2</sub> rocznie. Drzewa te sadzone są w Polsce na terenie kilku województw i na Ukrainie, wedle firmy w ciągu zeszłego roku posadzono ponad milion drzew. Co istotne, drzewa z tego lasu nie są przeznaczone do celów produkcyjnych. Ponadto, w ramach redukcji emisji CO<sub>2</sub> firma zastąpiła w znacznej mierze spalanie węgla dzięki biomasie (głównie drzewnym peletem, który stał się jednym z produktów firmy). Firma dbając o swój ekologiczny wizerunek, prowadzi również **we współpracy Barlinek S.A. z Nadleśnictwem Barlinek oraz Stowarzyszeniem na Rzecz Dzikich Zwierząt "Sokół"** akcją re-introdukcji sokoła wędrownego do barlineckich lasów. Proces niemal całkowitego wyginięcia tego gatunku w Polsce i całej Europie rozpoczął się w latach 60-tych ubiegłego wieku. Przyczyną zniszczenia populacji były stosowane wówczas na szeroką skalę środki ochrony roślin, które odkładały się w organizmach ptaków. Dzięki wspieraniu przez firmę programowi do dzikiego życia w lesie powróciło już 50 sokołów, które wychowały się w warunkach zbliżonych do naturalnych.

### **Procter and Gamble - energooszczędność**

Procter & Gamble w zakresie zrównoważonego rozwoju założył sobie za cel m.in. redukcję zużycia energii o 50 procent w przeliczeniu na jednostkę produkcji (<http://odpowiedzialnybiznes.pl/pl/praktyka-csr/dobre-praktyki/wyszukiwarka-dobrych-praktyk/baza-dobrych-praktyk/zrownowazony-rozwoj-w-p&g---procter&gamble,5993.html> ). Zakończona w sierpniu 2010 roku modernizacja instalacji technologicznych pozwoliła łódzkiej fabryce żyletek należącego do P&G marki Gillette zredukować zużycie energii w skali roku o ok. 3,5 mln kWh. Zakład wprowadził kompleksowe, wydajne rozwiązanie, które zastąpiło istniejący system zarządzania i sterowania agregatami chłodniczymi, także inne rozwiązania podnoszące wydajność, w tym wdrożenie zmiennych przepływów wody lodowej oraz chłodnic wentylatorowych w celu uzyskania optymalnych wyników działania. Fabryka Gillette jest jednym z niewielu zakładów produkcyjnych na świecie, które otrzymały nagrodę „Lider w dziedzinie wydajności energetycznej”. Fabryka ta jest też jednym z



Dofinansowano ze środków Narodowego Funduszu  
Ochrony Środowiska i Gospodarki Wodnej

9 zakładów P&G na świecie niewysyłającym odpadów na wysypiska (zasada „zero odpadów”).

### **Skanska - zielone budownictwo**

Firma deweloperska Skanska Property Poland deklaruje, iż jej misją jest „tworzenie zielonych budynków biurowych i ograniczenie wpływu nieruchomości na środowisko naturalne” (<http://odpowiedzialnybiznes.pl/pl/praktyka-csr/dobre-praktyki/wyszukiwarka-dobrych-praktyk/baza-dobrych-praktyk/zielone-budownictwo-w-ramach-strategii-zrownowazonego-rozwoju-skanska---skanska-property-poland,5964.html>). Firma zwraca uwagę m.in. na wybór terenów wcześniej użytkowanych, pieszy dostęp do środków komunikacji miejskiej, usług tj. banki, szkoły oraz stacje zasilania pojazdów elektrycznych. Stosuje nowoczesne rozwiązania ograniczające zużycie wody i prądu w czasie eksploatacji, np. wodooszczędne krany i toalety, fasady i okna o wysokich parametrach izolacyjności, system odzyskiwania ciepła, system wentylacji oparty na belkach chłodzących. Oprócz tego firma ponownie wykorzystuje wodę szarą i deszczową, redukuje zużycie energii dzięki zastosowaniu montażu systemu daylight, a także instaluje panele fotowoltaiczne.

### **Ikea – osiągnięcia społeczne i ekologiczne a wyzwania**

Firma Ikea deklaruje dbałość o swoje produkty na wszystkich etapach ich produkcji, sprzedaży i utylizacji, jak i również oddziałując na styl życia pracowników. Jej wpływ na środowisko jest ogromny, wystarczy wspomnieć, że co roku sklepy Ikea odwiedza 665 milionów klientów, których firma chce inspirować do zrównoważonego stylu życia. Ikea chce, żeby do 2020 roku całe jej zapotrzebowanie energii elektrycznej było pokrywane ze źródeł odnawialnych i przewidziała na ten cel 1,5 miliarda euro.

Najbardziej krytycznym obszarem działalności firmy jest źródło pozyskiwania drewna, z którego wytwarza meble. Firma deklaruje, iż jej „długofalowym celem” jest wyłącznie nabywanie drewna z lasów z certyfikatem odpowiedzialnego zarządzania Forest Stewardship Council (FSC). Koncern deklaruje współpracę z WWF by



Dofinansowano ze środków Narodowego Funduszu  
Ochrony Środowiska i Gospodarki Wodnej

zwiększać dostępność drewna z certyfikatem FSC oraz wspólną walkę ze zjawiskiem nielegalnej wycinki lasów. Widać świadomość problemu i starania, ale w tym momencie firma nie gwarantuje jeszcze, iż wszelkie drewno jest pozyskiwane w zrównoważony sposób.

Firma zatrudnia globalnie 131 tysięcy pracowników, stąd drugi kluczowy obszar to warunki pracy szczególnie u dostawców koncernu z krajów Południa. Firma deklaruje swój kodeks wartości „IWAY”, w którym wyraża absolutny sprzeciw wobec pracy dzieci i pracy przymusowej. Jednakże o tym, że warunki płacowe i ilość godzin pracy znajdują się poniżej standardów firmy u jej dostawców Ikei w Bangladeszu i Tajlandii doniósł holenderski Centre for Research on Multinational Cooperations, co zostało podane przez niemiecki „Focus”. W kwestii płacy koncern deklaruje proponowanie stawek na poziomie średniej w danym kraju lecz chętnie korzysta z poddostawców i producentów z krajów Południa, co czyni sprawę trudniejszą do zbadania. We Francji z kolei, jak odkryła prasa, firma posługiwała się w niedozwolonych celach danymi osobowymi pracowników i klientów – pokazuje to skalę ilości aspektów o które musi dbać firma chcąc być społecznie i ekologicznie odpowiedzialna.

Jeśli chodzi o dbanie o ograniczanie emisji przy transporcie, koncern ma większe osiągnięcia w innych krajach niż Polsce. Sklepy IKEA w Danii wypożyczają klientom rowery wyposażone w przyczepki, na których mogą przewieźć do 45 kg. Aby promować odpowiedzialne postawy wśród pracowników, w Wielkiej Brytanii sklepy IKEA oferują nieoprocentowane pożyczki i 15% zniżki dla pracowników, którzy dojeżdżają do pracy środkami transportu publicznego. W Polsce firma dostosowała się do mało przyjaznego dla środowiska **sposobu organizowania sprzedaży** poprzez lokowanie wielkich hipermarketów na obrzeżach miast, tymczasem sklepy stawiane przez firmę w Europie Zachodniej są dużo mniejsze. Widać wyraźnie, iż polskie sklepy firmy są nastawione głównie na zmotoryzowanych klientów, podczas gdy w Szwecji bardziej rozwinięta jest sprzedaż przez internet, a mniejsze sklepy są lokalizowane bliżej centrów miast.

Podobnie **wspierając korzystanie z OZE firma ma znacznie większe osiągnięcia w swych zagranicznych oddziałach niż w Polsce**. 10 sklepów IKEA we Francji korzysta z paneli słonecznych, pokrywających od 60 do 80% zapotrzebowania na



Dofinansowano ze środków Narodowego Funduszu  
Ochrony Środowiska i Gospodarki Wodnej

wodę ciepłą. W sklepie firmy w Mediolanie, postawiono na geotermię. Dzięki trzem pompom ciepła, system dostarcza 1600 kW mocy cieplnych i 1400 kW mocy chłodzących, co pozwala na oszczędności 300 ton ropy naftowej rocznie lub 800 ton emisji dwutlenku węgla.

Firma daje wyraz wsparciu OZE oferując wybrane produkty: Lampki SUNNAN wykorzystują ogniwa słoneczne, które przekształcają światło słoneczne w energię elektryczną i nie wymagają zasilania prądem. Wystarczy ładować panel przez 9-12 godzin na słońcu, otrzymując w zamian trzy godziny pełnego światła, które można wykorzystać w dowolnym pomieszczeniu. Firma przekazuje również te lampy charytatywnie do domów dzieci z krajów Południa, które wcześniej korzystały z lamp naftowych. Jeśli chodzi o pakowanie produktów firma propaguje wykorzystywanie tekturowych opakowań, które nadają się do recyklingu i wymagają niewiele surowców. Koncern próbuje projektować krzesła tak aby jak najwięcej ich mieściło się w ciężarówce. Klienci IKEA mogą też oddawać świetlówki energooszczędne do recyklingu w większości sklepów.

Na końcowym etapie produkcji, firma wymaga by wszystkie sklepy sortowały co najmniej pięć typów najczęstszych odpadów. W praktyce oznacza to, że prawie 75% odpadów jest sortowana w sklepach, a ponad 80% jest (pod koniec cyklu życia) poddawana recyklingowi lub wykorzystywana w produkcji energii. W niektórych sklepach w Skandynawii resztki jedzenia są zbierane w centrach firmy i przetwarzane na biogaz dla autobusów.

Niemieccy dziennikarze pism „der Spiegel” i „Focus” zwrócili uwagę na rysę w zielonym i odpowiedzialnym wizerunku firmy. Choć firma pochodzi ze Szwecji to oficjalnie przeniosła się do Szwajcarii, dzięki czemu może uniknąć płacenia około 150 milionów euro rocznie podatków. Choć unikanie płacenia podatków jest powszechną praktyką koncernów międzynarodowych, to jeśli firma pragnie być społecznie odpowiedzialna powinna chętnie płacić podatki, które później sfinansują drogi z których korzysta, świadczenia socjalne czy ochronę środowiska. Niemniej firma chętnie wspiera projekty rozwojowe w krajach Południa, np. program aktywizacji i poprawy sytuacji kobiet w „pasie dywanowym” w stanie Uttar Pradesh.



Dofinansowano ze środków Narodowego Funduszu  
Ochrony Środowiska i Gospodarki Wodnej

Przykład Ikei pokazuje, że firmie udaje się faktycznie w wielu obszarach wytyczać nowe standardy, ale jednocześnie aby być liderem w obszarze odpowiedzialnego biznesu musi dbać o wiele szczegółów.

[http://www.ikea.com/ms/pl\\_PL/the\\_ikea\\_story/people\\_and\\_the\\_environment/the\\_never\\_ending\\_list.html](http://www.ikea.com/ms/pl_PL/the_ikea_story/people_and_the_environment/the_never_ending_list.html)

[http://www.focus.de/finanzen/news/moebel-gigant-in-der-kritik-steuertricks-stasi-spionage-die-dunklen-seiten-des-ikea-imperiums\\_aid\\_878806.html](http://www.focus.de/finanzen/news/moebel-gigant-in-der-kritik-steuertricks-stasi-spionage-die-dunklen-seiten-des-ikea-imperiums_aid_878806.html)

[http://www.focus.de/finanzen/news/schnueffel-skandal-ikea-frankreich-gibt-mitarbeiter-und-kundenbespitzelung-zu\\_aid\\_734008.html](http://www.focus.de/finanzen/news/schnueffel-skandal-ikea-frankreich-gibt-mitarbeiter-und-kundenbespitzelung-zu_aid_734008.html)



Dofinansowano ze środków Narodowego Funduszu  
Ochrony Środowiska i Gospodarki Wodnej