

A close-up photograph of several vibrant green leaves, likely from a plant like a lemon balm, covered in numerous clear water droplets. The background is dark and out of focus, making the leaves and droplets stand out prominently.

RAPORT

EKOLOGIA I ZERO WASTE W FIRMACH

SPIS TREŚCI

- 3** O raporcie
- 4** Kilka słów od założycielki Grywit
- 5** Grywalizacja ratunkiem dla planety i Twoich pracowników?
- 7** Czy gadżety dla pracowników mogą być zero waste?
- 9** Warsztaty Zero Waste DIY dla pracowników – moda czy konieczność?
- 11** Raport - opracowanie wyników
- 31** Podsumowanie

O RAPORCIE

Jako firma odpowiedzialna ekologicznie od lat bardzo troszczymy się o stan naszej planety. Od początku istnienia firmy Grywit angażujemy się w działania proekologiczne. W 2017 roku stworzyliśmy **program Zero Waste Challenge dla firm** poprzez który promujemy **proekologiczne zachowania oraz styl życia w duchu Zero Waste**.

Głównym **celem programu jest wdrożenie w życie pracowników i funkcjonowania firmy ekologicznych nawyków oraz zrównoważonego stylu życia**. Na uczestników naszego programu czeka ponad 500 wyzwań i quizów pełnych wiedzy i wspierających w podejmowaniu działań mających na celu zadbanie o środowisko naturalne w duchu zasad 5R i idei Zero Waste. To kompleksowe podejście do ekologicznej odpowiedzialności biznesu, zarówno w kontekście pracowników jak i pracodawcy. Kilka lat temu mieliśmy przyjemność uczestniczyć w akcji Greenpeace #BezPlastiku prowadzoną w Gdańsku przez Ambasadę Czystej Planety. Opracowaliśmy audyt Zero Waste dla pracowników i organizacji, a nasz program Zero Waste Challenge został opisany w National Geographic. Prowadziliśmy projekty mające na celu zmniejszenie liczby odpadów w 5 krajach afrykańskich, a na co dzień cały zespół stara się żyć w zrównoważony sposób, oszczędzać energię i działać na rzecz przeciwdziałania zmianom klimatu.

Badanie miało na celu sprawdzenie obecnego zaangażowania firm w działania proekologiczne i Zero Waste. Chcieliśmy sprawdzić jak wyglądają zarówno **działania na poziomie biur (energooszczędne biuro), zarządzania organizacją (audyty energetyczne, zielony marketing), edukacji i komunikacji proekologicznej, a także działań (HR i EB) realizowanych w kierunku pracowników**. Aby lepiej poznać obecną sytuację i podejście pracowników oraz firm do tego typu działań stworzyliśmy badanie, na podstawie którego opracowaliśmy krótki raport.

Oczekiwania pracowników wobec miejsca pracy zmieniają się wraz z kolejnymi generacjami wchodzącymi na rynek. **Definicja komfortowych warunków pracy coraz ściślej wiąże się ze stylem życia, jaki preferują pracownicy oraz z wyznawanymi przez nich wartościami**. Coraz częściej wśród tych wartości pojawiają się **kwestie dotyczące świadomego, zrównoważonego życia, ochrony środowiska i walki z kryzysem klimatycznym**.

KILKA SŁÓW OD ZAŁOŻYCIELKI GRYWIT

Jeszcze nie tak dawno miałam bardziej luźne podejście do ekologii i Zero Waste – owszem nie używałam siatek jednorazowych i ograniczałam plastik, ale nie było dla mnie problemem dać dziecku plastikową słomkę, jeśli mnie o to poprosiło, myśląc wówczas co taka 1 słomka może zmienić? Wszystko zmieniło się kilka lat temu. Będąc na wakacjach, pływałam z żółwiami – niesamowite przeżycie. Wtedy nasz lokalny przewodnik pokazał mi film z żółwiem, który umierał, ponieważ plastikowa słomka weszła mu w nozdrza. Wtedy uświadomiłam sobie, że znaczenie ma każda pojedyncza słomka, a oddziaływanie człowieka na planetę ma gigantyczny wpływ i rodzi negatywne konsekwencje. Już nigdy więcej nie dałam słomki moim dzieciom. Od tego czasu w mojej rodzinie żyjemy w duchu less waste. Takie samo podejście postanowiłam wprowadzić w biznes, dlatego od 2017 roku wdrażam w firmach aplikacje, które pomagają zmieniać nawyki pracowników na bardziej ekologiczne. Co najważniejsze aż 80% naszych użytkowników potwierdza, że tak właśnie jest. To motywuje mnie do działania i napawa optymizmem, że zmiana jest możliwa, a ludzkość poradzi sobie z kryzysem klimatycznym.

"oddziaływanie człowieka na planetę ma gigantyczny wpływ i rodzi negatywne konsekwencje"



GRYWALIZACJA RATUNKIEM DLA PLANETY I TWOICH PRACOWNIKÓW?

Ludzkość od zarania dziejów gra w gry, najstarszą grą na świecie jest gra w kości będąca ulubioną grą Rzymian. Gra na tzw. dwudziestu kwadratach – to królewska gra planszowa z Ur, która była popularna prawie 5000 lat temu w Mezopotamii. Najstarszy komplet tej gry został odnaleziony w grobowcach królewskich pochodzących z około 2600 roku p.n.e.. Grywalizacja wykorzystuje schematy i mechanizmy znane z gier poza samym kontekstem gier w celu zwiększenia zaangażowania osób wykonujących określone zadania. Jest to metoda, dzięki której można m.in. efektywnie angażować ludzi, motywować do działania czy osiągać pożądane zachowania i przede wszystkim mierzalne cele.

Psychologiczna strona grywalizacji

Z psychologicznego punktu widzenia, grywalizacja zaspokaja podstawowe potrzeby człowieka. Dzięki niej jesteśmy w stanie spełnić m.in. potrzebę uznania, nagrody, współzawodnictwa czy wyrażania siebie, które motywują do integracji ze społeczeństwem, osiągania wyższych wyników w pracy czy dążenia do poznawania coraz to nowych obszarów.

Tablica wyników, czyli jeden z ważniejszych elementów gamifikacji pozwala podjąć się koleżeńskej rywalizacji o trofea, punkty czy odznaki. Dzięki temu można stworzyć pielęgnującą, wspierającą się społeczność, która dąży do wspólnie założonego celu. Konkurencja zwiększa aktywność przedniej części kory zakrętu obręczy, co powoduje, że automatycznie zwiększa się wysiłek jednostki.

Grywalizacja działa również dlatego, że wyzwala prawdziwe, ludzkie emocje. Bez emocji nie ma mowy o motywacji czy zainteresowaniu. Stąd tak ważne jest pobudzenie ludzkich emocji. Gdy mózg uczestnika „bawi się” to łatwiej przetwarza informacje, podejmuje wyzwania czy wprowadza zmiany, a tym samym szybciej je zapamiętuje i kojarzy z czymś miłym - w efekcie czego chętniej wprowadza je w życie. Użytkownik otrzymuje szansę odkrywania. Uczucie, że może spotkać coś nowego podsyca ciekawość i podekscytowanie, co sprawia, że chętniej podejmuje coraz to nowe wyzwania i łatwiej wiązuje się z organizacją.

Każdy chciałby być częścią czegoś większego, ponieważ ludzie są istotami społecznymi. Gamifikacja daje nam sposobność do wspólnego pokonywania wyzwań i dążenia do wyznaczonych celów.

GRYWALIZACJA RATUNKIEM DLA PLANETY I TWOICH PRACOWNIKÓW?

Czy grywalizacja może uratować planetę?

Być może tak, ale to wymagałoby wprowadzenia globalnej grywalizacji dla większości ludzi na Ziemi. Jednak powinniśmy sobie zdawać sprawę, że jako pracodawcy mamy znaczący wpływ na zmianę zachowań swoich pracowników, a co za tym idzie jak ważne jest szerzenie świadomości ekologicznej wśród pracowników.

Pomyślmy, gdyby każda duża firma w Polsce (wg. PARP jest obecnie 3,6 tys.) zaangażowała się w szerzenie świadomości ekologicznej wśród swoich pracowników, czyli średnio licząc duża firma ma ok. 300 osób czyli ponad 1 mln osób. Zazwyczaj do naszych programów dołącza około 83% osób zaproszonych czyli byłoby to około 830 tyś osób, które w mniejszym lub większym stopniu dowiedziały się czegoś nowego w zakresie ekologii i mogłyby przekazać tę wiedzę dalej swoim rodzinom i znajomym.

A na czym w ogóle polega taki program? Zero Waste Challenge to projekt oparty o aplikację mobilną, którego głównym celem jest wdrożenie w życie pracowników ekologicznych nawyków oraz zrównoważonego stylu życia. Na uczestników programu czeka mnóstwo wyzwań ekologicznych i quizów sprawdzających wiedzę. Każde zadanie jest punktowane, uczestnicy dostają eko odznaki i mogą porównywać swoje wyniki w rankingu indywidualnym oraz zespołowym. Program wspiera w podejmowaniu działań mających na celu zadbanie o środowisko naturalne w duchu zasad 5R i idei Zero Waste. Statystyki z naszych ankiet utwierdzają nas w przekonaniu, że grywalizacja działa - 84% uczestników zadeklarowało, że aplikacja zwiększyła ich zaangażowanie w obszarze Zero Waste, a 80%, że wiedza na temat Zero Waste wzrosła dzięki udziałowi w projekcie.

Istnieje wiele powodów, dla których warto zainwestować i wprowadzić grywalizację w strukturę firmy - przede wszystkim moc zmiany nawyków, fast learning, instant feedback i mierzalne wyniki, a także... ratowanie planety. Myślisz, że sprawdziłaby się również w Twojej organizacji? Jak mówi stare przysłowie, "jak nie spróbujesz, nigdy się nie dowiesz".



Paulina Kinicka,
project manager Grywit

CZY GADŻETY DLA PRACOWNIKÓW MOGĄ BYĆ ZERO WASTE?

Zwyczaj obdarowywania pracowników upominkami z firmowym logo, choć bardzo miły dla samych zainteresowanych – często dla planety już tak przyjazny nie jest. Oczywiście, osoby odpowiedzialne za organizację tego typu gadżetów z reguły mają dobre intencje. Zdarza się jednak, że najzwyczajniej nie posiadają odpowiedniej wiedzy w zakresie dokonywania proekologicznych wyborów. Na szczęście, za sprawą mediów, artykułów, influencerów promujących ideę zero waste oraz edukacji płynącej z wielu innych stron, świadomość ekologiczna przeciętnego „Kowalskiego” rośnie, a tym samym coraz więcej firm dokłada starań, aby podarunki dla pracowników nie zagrażały środowisku.

Czy ten gadżet na pewno jest „zero waste”?

Wyobraź sobie, że jesteś osobą, której szefowa oddelegowała zadanie przygotowania gadżetów z logo dla pracowników ponieważ zbliżają się urodziny firmy. Wspomniała też, że dobrze by było, gdyby te upominki były „eko”. Co robisz? Rzecz jasna, pytasz Wujka Google. Wpisując w wyszukiwarkę hasło „eko prezent z logo” otrzymujesz mnóstwo ciekawych propozycji np. notatnik z szarą okładką i drewnianym długopisem, bambusowy pendrive, zestaw wielorazowych słomek do napojów, lniane worki, torby na zakupy, termosy, bidony, lunchboxy i wiele innych produktów. Wszystkie z miejscem na logo. Ale czy one rzeczywiście – zgodnie z opisem dostępnym na stronie są „eko” i „zero waste”?

Na co warto zwrócić uwagę?

Przede wszystkim idea zero waste zakłada, aby kupowanie nowych rzeczy ograniczyć do zbędnego minimum. Jeśli kupować, to warto aby było by to coś bardzo praktycznego i wykonanego z wysokiej jakości materiałów - tak, aby ten prezent po miesiącu użytkowania nie trafił do kosza.

Weźmy także pod lupę informację, gdzie i w jaki sposób ten gadżet został wyprodukowany. Tutaj należy zastanowić się czy bambusowy pendrive made in China, rzeczywiście ma coś wspólnego z ekologią skoro przemierzył ponad 6 tysięcy kilometrów pozostawiając za sobą olbrzymi ślad węglowy? Dodatkowo, jego podejrzanie niska cena prawdopodobnie wskazuje na to, że został wyprodukowany przez azjatyckiego pracownika, który od świtu do nocy haruje w fabryce produkującej te „eko” gadżety otrzymując wynagrodzenie w wysokości zaledwie kilku dolarów.

CZY GADŻETY DLA PRACOWNIKÓW MOGĄ BYĆ ZERO WASTE?

Dobłą alternatywą jest wybór lokalnych produktów. Chociaż nie mogą konkurować ceną z tymi, które napływają do nas z Azji, warto wspierać mniejsze przedsiębiorstwa czy rękodzielników. Na mapie naszego kraju jak grzyby po deszczu pojawiają się małe rodzinne manufaktury produkujące naprawdę ciekawe i użyteczne gadżety w duchu zero waste, m.in. woreczki wielorazowe na warzywa, owoce i pieczywo, woskowijki, czyli owijki na żywność wielokrotnego użytku, rzemieślnicze mydła i kosmetyki naturalne, lokalne rękodzieło, np. ceramika, makrama, rzeźby, świece sojowe i wiele innych małych dzieł sztuki, ręcznie wytwarzane produkty z recyklingu, np. biżuteria czy elementy wystroju domu.

Prezent wcale nie musi być rzeczą

Podarunkiem w myśl idei zero waste będą także „przeżycia”. Zamiast zamawiać kolejne gadżety z sieci, można także zorganizować wspólne wyjście do filharmonii lub zaprosić pracowników na inspirujący warsztat lepienia z gliny, przy okazji integrując firmową społeczność. Prezent nie musi być materialny! Pamiętajmy, że im mniej kupujemy, tym mniejsze zużycie zasobów naturalnych. Nasza Ziemia będzie nam wdzięczna za ograniczenie konsumpcji.

Za każdym razem, kiedy wręczasz prezent, czy to pracownikom, czy też swoim bliskim, drobnym podarunkiem możesz przyczynić się do zmiany codziennych nawyków tych ludzi! Tylko pomyśl, ile jednorazowych foliówek mniej trafi na wysypiska, jeśli wręczysz choćby dziesięciu osobom wielorazowe worki na zakupy!? Wykorzystaj tę okazję, aby kogoś zainspirować! W ten sposób możesz zrobić dobry uczynek dla naszej planety.



Ania Zakrzewska, właścicielka sklepu internetowego ekolajfstajl.pl. Zaangażowana w wiele projektów edukacyjnych oraz eventów promujących ekologiczny styl życia. Prywatnie mama dwójki kochanych rozrabiaków, miłośniczka natury, kuchni roślinnej i (jak mawiają znajomi) „ekoświruska” z głową pełną pomysłów.

Jesteś zainteresowany eko gadżetami? Sprawdź nasz sklep na: <https://firmazerowaste.pl/>

WARSZTATY ZERO WASTE DIY DLA PRACOWNIKÓW - MODA CZY KONIECZNOŚĆ?

Od jakiegoś już czasu zauważamy silny trend społeczny dotyczący ekologii, zero waste i zrównoważonego rozwoju. Firmy coraz chętniej wybierają warsztaty, webinary czy prelekcje dla swoich pracowników i pracownic właśnie w tym zakresie.

Warsztaty integracyjne prowadzimy od 2012 roku, w ostatnich latach ich tematyka w przeważającej części oscyluje wokół ekologii. Oczywiście ma to związek z naszą misją, by inspirować do zmiany świata przez pokazywanie, że eko nie znaczy wcale trudno i nudno. Jednak dostrzegamy stały znaczący wzrost zapytań dotyczących Zero Waste.

W początkowej fazie były to warsztaty i prelekcje, na których zapotrzebowanie oddolnie zgłaszały osoby pracujące w firmach. Nieformalne grupy biurowe próbujące wprowadzać małe zmiany w swoim miejscu pracy. W dobie pandemii firmy chętnie decydowały się, i nadal decydują, na webinary ekologiczne. Cieszą się one sporym zainteresowaniem i bierze w nich udział coraz więcej pracowników i pracownic.

Coraz więcej firm decyduje się na wprowadzanie elementów zrównoważonego rozwoju do polityki firmy i kultury pracy organizacji. Jest to część społecznej odpowiedzialności, która mieści się w szerszej pojmowanym zrównoważonym rozwoju firmy.

Co mogą dać warsztaty Zero Waste firmie?

- rośnie świadomość społeczna dotycząca zagrożeń środowiskowych i zdrowotnych. Zero Waste jest modne. Decydując się na takie warsztaty firma pokazuje, że jest świadoma oraz nadąża za trendami.
- zmienia się prawo np. Dyrektywa plastikowa UE. Podejmując działania już teraz, edukując pracowników i pracownice, firma lepiej i łatwiej przystosuje się do koniecznych zmian.
- według raportu CSR Study-Cone Communications, podejmując działania pro środowiskowe firma zyskuje w oczach 92% konsumentów i konsumentek.

Jak mogą wyglądać warsztaty Zero Waste w firmie?

WARSZTATY ZERO WASTE DIY DLA PRACOWNIKÓW - MODA CZY KONIECZNOŚĆ?

W zależności od potrzeb można opracować i przygotować przeróżne warsztaty! Włączyć w działania marketingowe np. dni otwarte oraz integrację osób pracujących w firmie. Nasi klienci tworzą także specjalne dni tematyczne typu „Zielony dzień”, „Zero Waste Day” itp.

Największym powodzeniem cieszą się warsztaty DIY, podczas których osoby w nich uczestniczące tworzą coś samodzielnie. To sposób na edukację podczas miłego spędzania czasu i fajnej zabawy. Ręcznie przygotowane rzeczy zabierane są do domów, darowane w formie prezentów dla bliskich lub przekazywane organizacjom pozarządowym i placówkom opiekuńczym.

Nasze warsztaty ekologiczne, to:

- wSPAniałe: tworzenie naturalnych kosmetyków
- Ekoczyściła: bezpiecznych środków czystości
- Upcykling: dawanie rzeczom drugiego życia
- Zapachniny: piękne naturalne zapachy i świece sojowe
- Roślinne: lasy w szkle, doniczki, makramowe kwietniki
- Pakuję do swojego: wielorazowe woreczki na zakupy, woskowijki

Jak widać wybór jest duży, wiele firm oferuje już tego typu warsztaty. Dlatego przygotowanie eko warsztatów dla pracowników i pracownic firmy nie jest dużym wyzwaniem, a może w znaczący sposób podnieść zadowolenie z pracy, wydajność i poprawić wizerunek pracodawcy.



SIOSTRY ŻARKIEWICZ
Pracownia MAMYWENE
www.mamywene.pl

Jesteś zainteresowany warsztatami DIY? Sprawdź naszą ofertę na: <https://firmazerowaste.pl/>

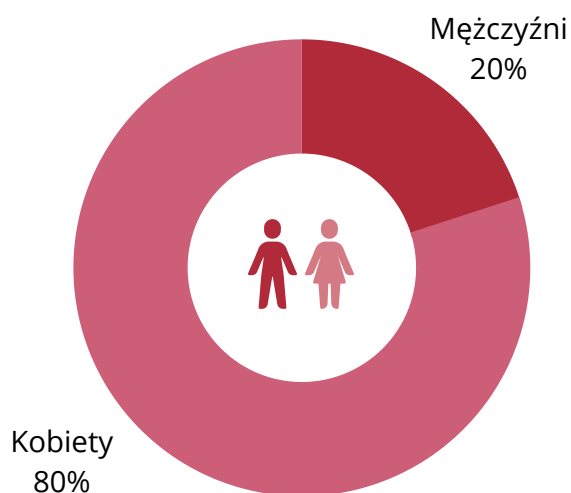
RAPORT - OPRACOWANIE WYNIKÓW

2021

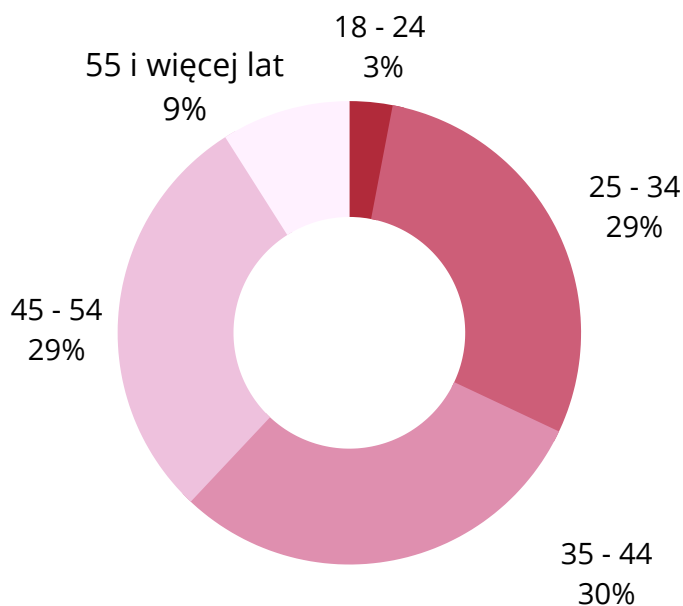


Dane demograficzne

Płeć

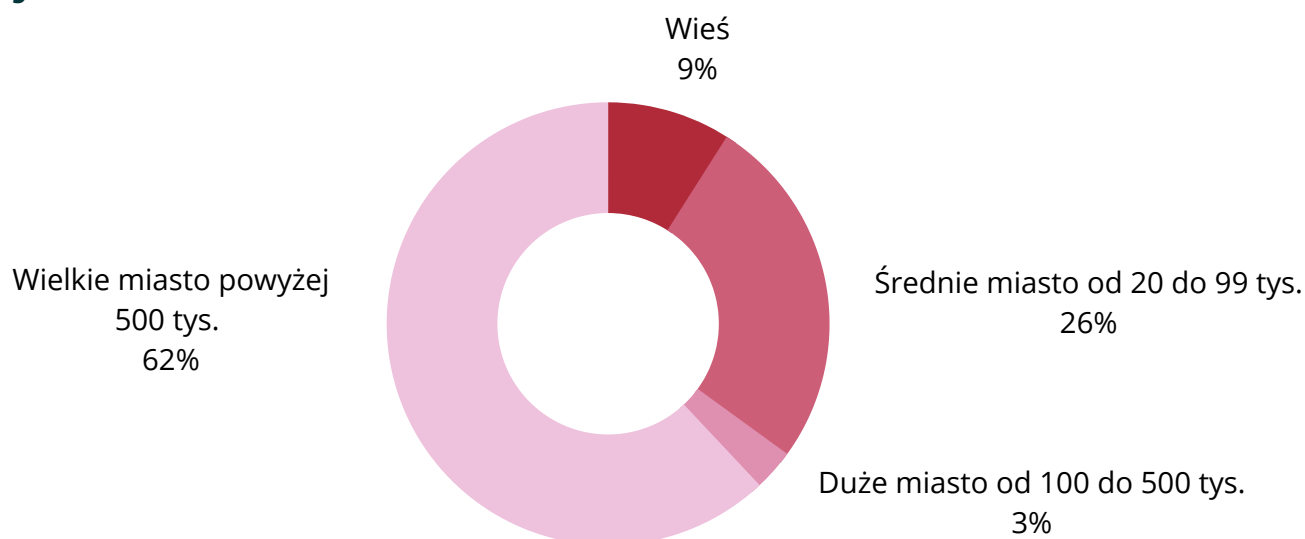


Wiek



W grupie badanych osób przeważającą większość stanowią kobiety (80%). Wiek jest bardzo zróżnicowany. Najmniejszą grupą osób stanowią osoby w wieku od 18 do 24 lat, natomiast największą osoby w przedziale 35 - 44 lata.

Miejsce zamieszkania

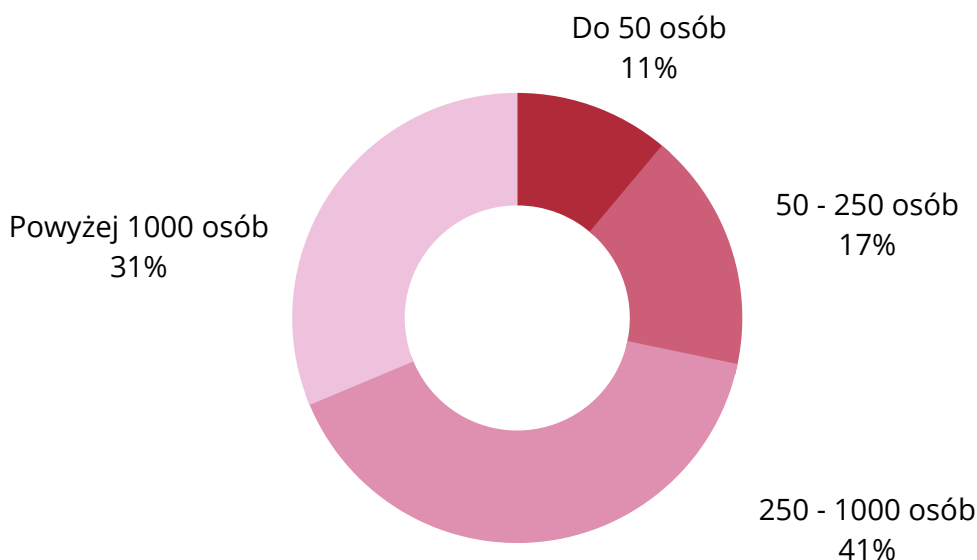


Większość osób badanych (63%) zamieszkuje wielkie miasto powyżej 500 tys. mieszkańców. Najmniejszą grupę stanowią osoby ze wsi (9%) oraz z dużego miasta od 100 do 500 tys. mieszkańców.

Badania zostały przeprowadzone na grupie 35 osób czynnych zawodowo na terenie całej Polski w formie kwestionariusza online.

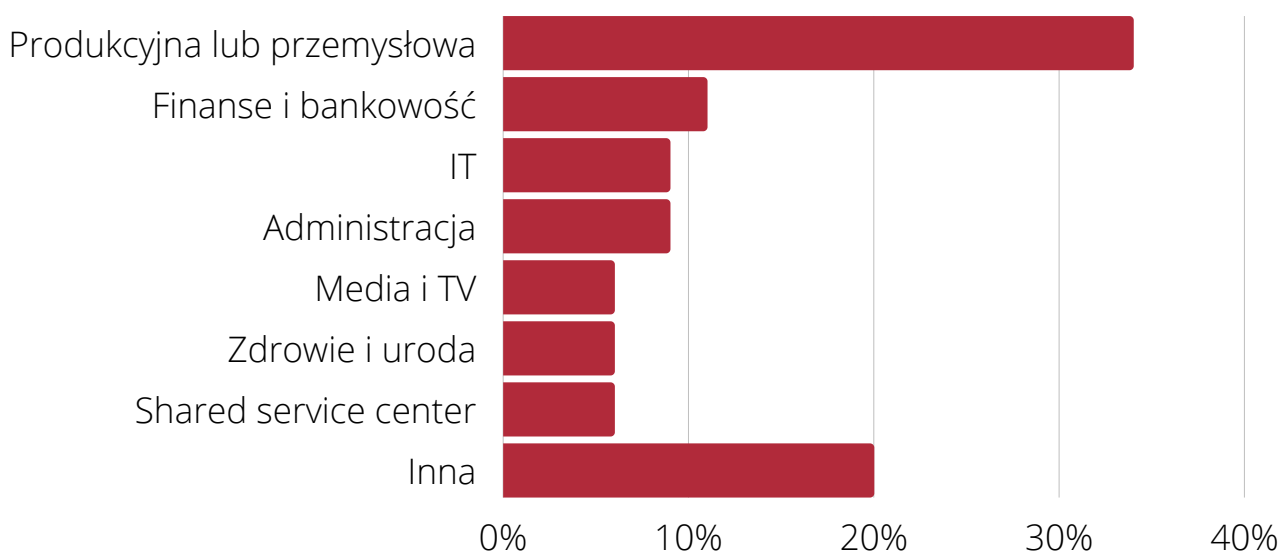
Wielkość firmy oraz branża

Wielkość firmy, w której Pan/Pani pracuje



Rozkład próby osób badanych pod względem wielkości firmy w której pracuje jest zróżnicowany, jednak większość osób pracuje w dużej firmie (250-1000 osób) lub korporacji (powyżej 1000 osób).

Branża firmy, w której Pan/Pani pracuje

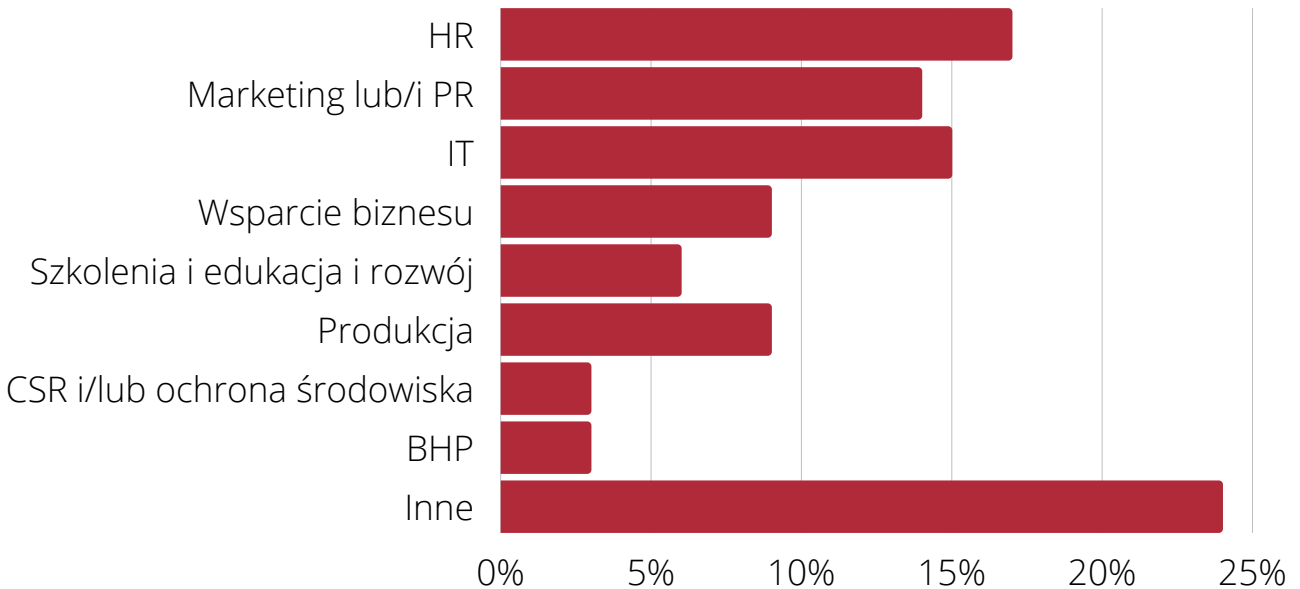


Zdecydowana większość badanych pracuje w branży produkcyjnej lub przemysłowej - jest to aż 34%. Aż 20% badanych zadeklarowało pracę w innych branżach takich jak: szkolenia, logistyka czy też hotelarstwo. Finanse i bankowość to branża 11% osób badanych.

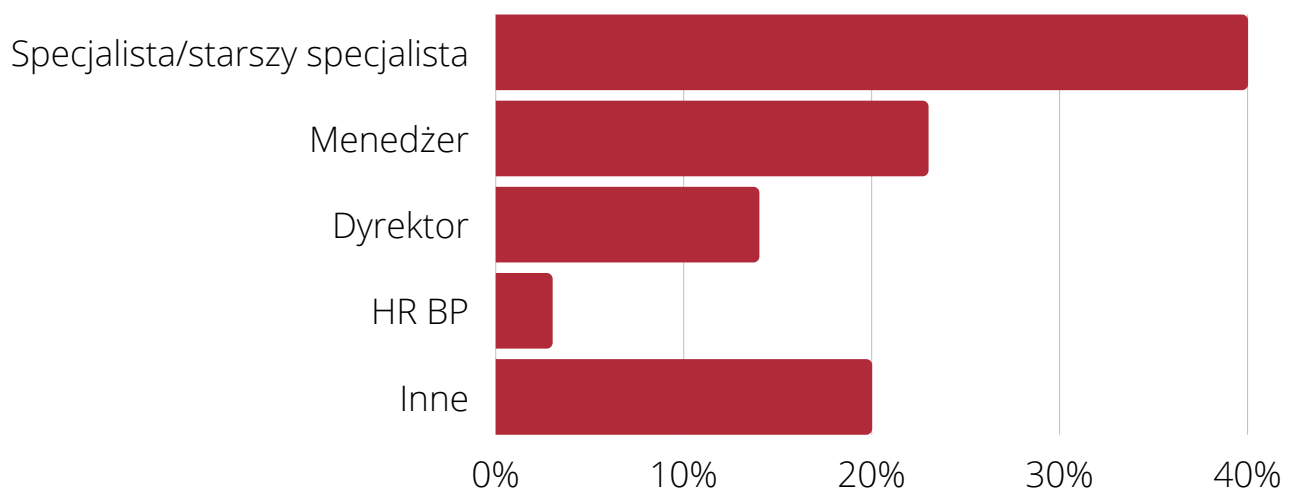
Dane firm

Obszar pracy w firmie oraz wykonywany poziom stanowisko

Obszar pracy w firmie, w której Pan/Pani pracuje



Na jakim stanowisku Pan/Pani pracuje?



Większość z badanych osób deklaruje się jako specjalista bądź starszy specjalista jeśli chodzi o stanowisko w przedsiębiorstwie. Posadę menedżera zajmuje aż 23% ankietowanych, a dyrektora 14%.

PERSPEKTYWA EKOLOGICZNA

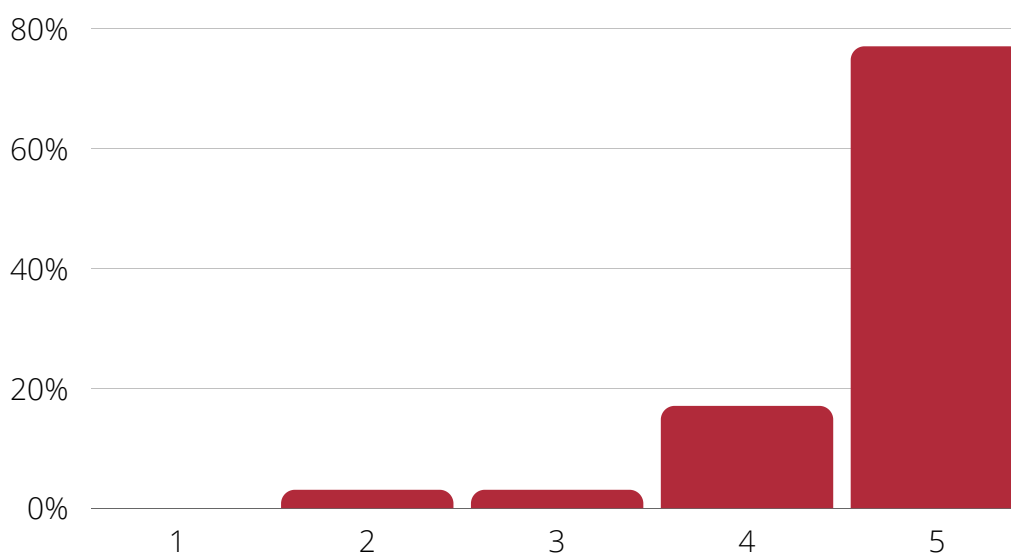
Jak oceniasz obecną kondycję świata pod kątem ekologicznym?



Według badanych ekologiczna kondycja świata nie jest w najlepszym stanie. Aż 85% badanych stwierdziło, że jest źle i muszą działać jak najszybciej, aby uratować naszą planetę i nas samych.

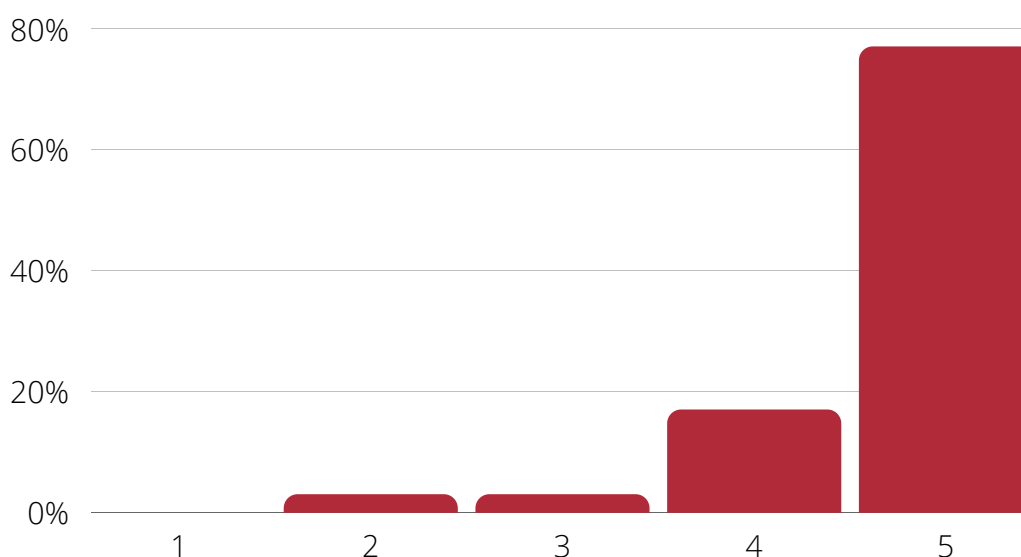
Istota ochrony środowiska i poszerzania wiedzy wśród pracowników

W skali od 1 do 5 jak ważny jest dla Ciebie temat ochrony klimatu i środowiska naturalnego?



Dla zdecydowanej większości ankietowanych - aż 77 % - temat ochrony klimatu i środowiska naturalnego jest bardzo ważny.

W skali od 1 do 5 oceń jak ważne jest dla Ciebie szerzenie wiedzy na temat życia w stylu Zero Waste i ekologii wśród pracowników Twojej firmy?



Szerzenie wiedzy na temat życia w stylu Zero Waste i ekologii wśród pracowników firm jest również bardzo ważne i stanowi aż dla 77% ankietowanych.

Praktykowanie stylu życia Zero Waste

Czy starasz się na co dzień stosować styl życia Zero Waste?

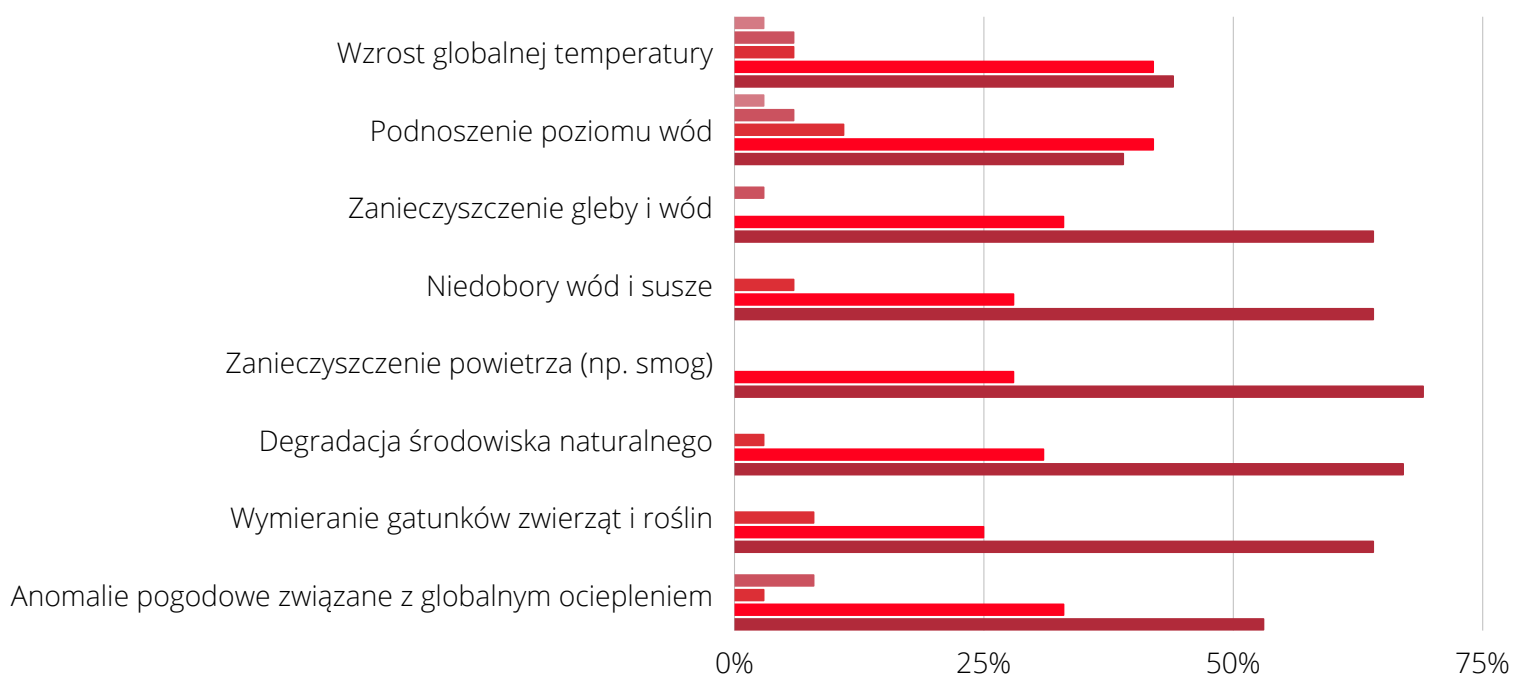


Jedynie 3% ankietowanych nie stara się stosować na co dzień stylu życia Zero Waste. Mają oni natomiast taki zamiar. Aż 77% ankietowanych było na tak, a 20% zdecydowanie stara się ten styl życia prowadzić.



Niepokojące zjawiska na świecie

Czy poniższe zjawiska Cię niepokoją?



Zdecydowanie tak



Nie mam zdania



Nie



Tak

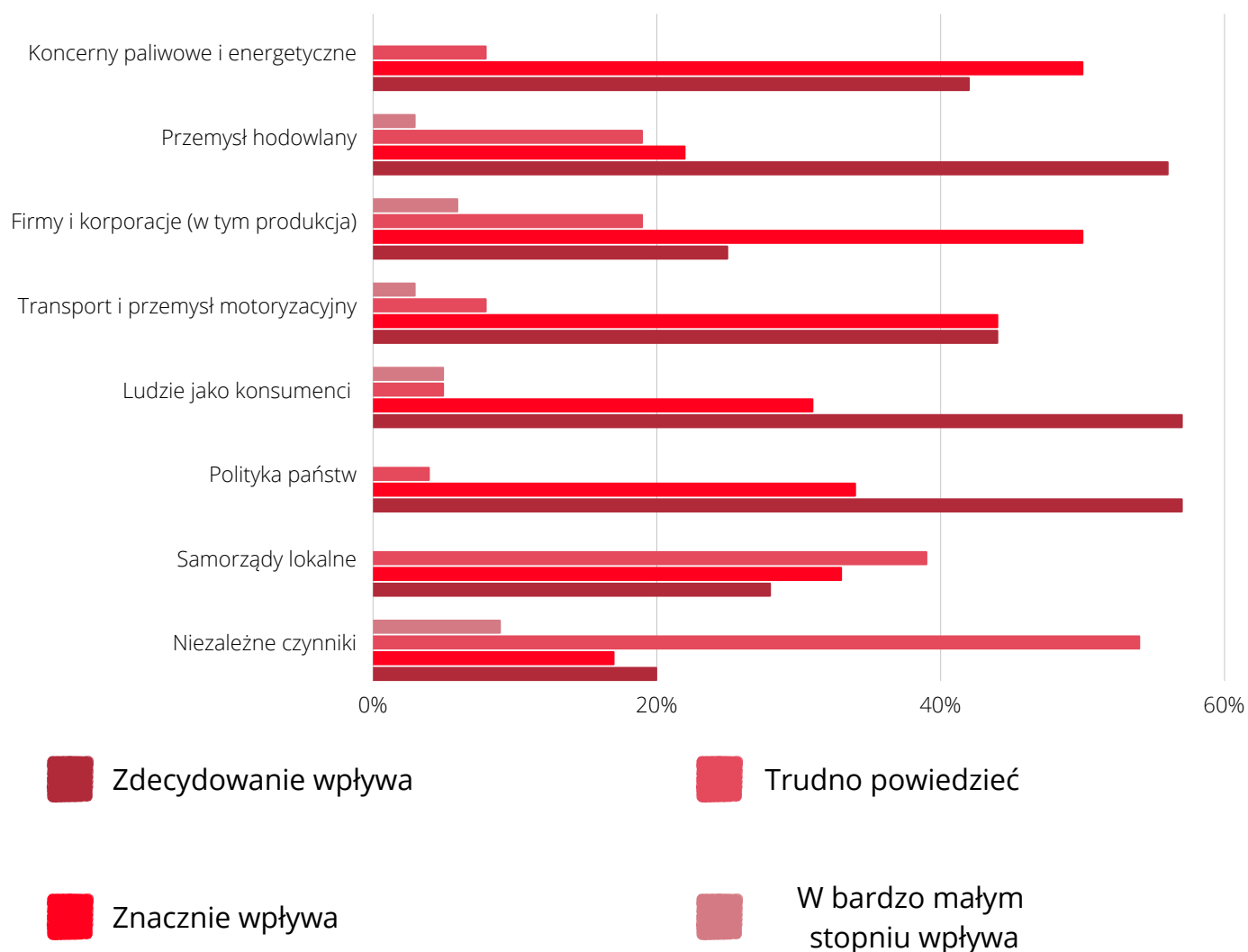


Zdecydowanie nie

Zdecydowanie najbardziej niepokojące ze wszystkich zjawisk według ankietowanych są zanieczyszczenie powietrza (69%), degradacja środowiska (67%), zanieczyszczenie gleby i wód (64%), niedobory wód i susze (64%) oraz wymieranie gatunków zwierząt i roślin (64%). Podnoszenie poziomu wód oraz wzrost globalnej temperatury badani oceniają jako mniej niepokojące.

Czynniki wpływające na sytuację ekologiczną na świecie.

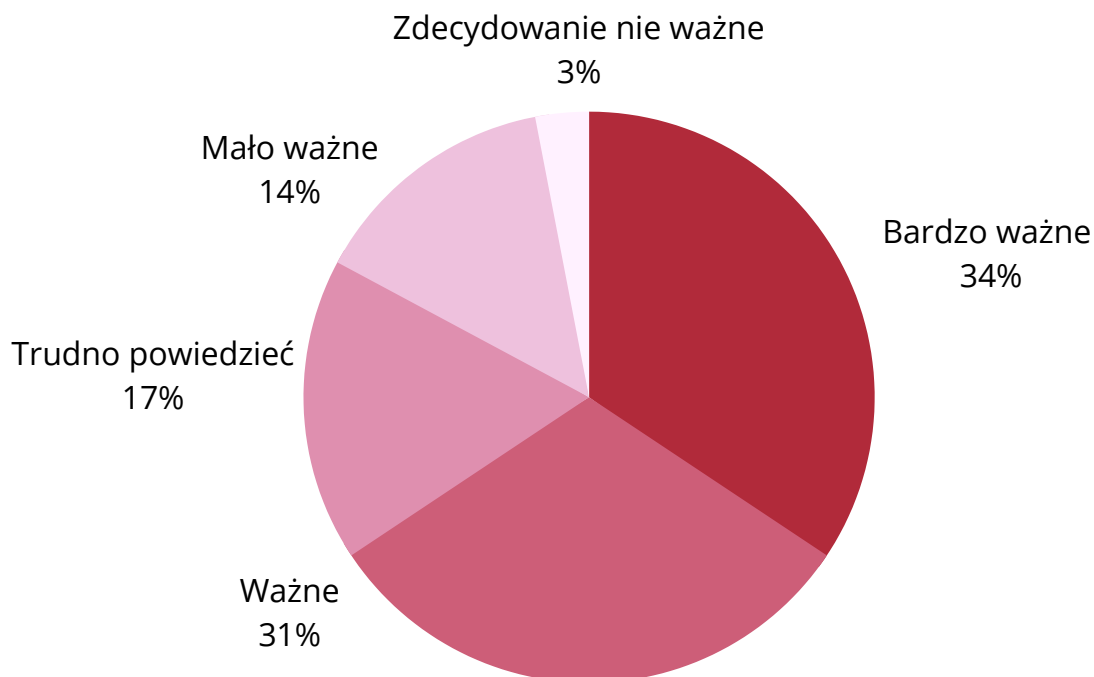
W jakim stopniu według Ciebie poniższe czynniki wpływają na pogarszającą się sytuację ekologiczną na świecie?



Według ankietowanych na pogarszającą się sytuację ekologiczną na świecie wpływają na równi polityka państw (57%), ludzie jako konsumenci (57%) oraz przemysł hodowlany (56%). Samorządy lokalne, firmy i korporacyjne (w tym produkcje) również znacznie wpływają, a niezależne czynniki oraz samorządy lokalne według badanych są najmniej istotne lub trudno powiedzieć o ich wpływie.

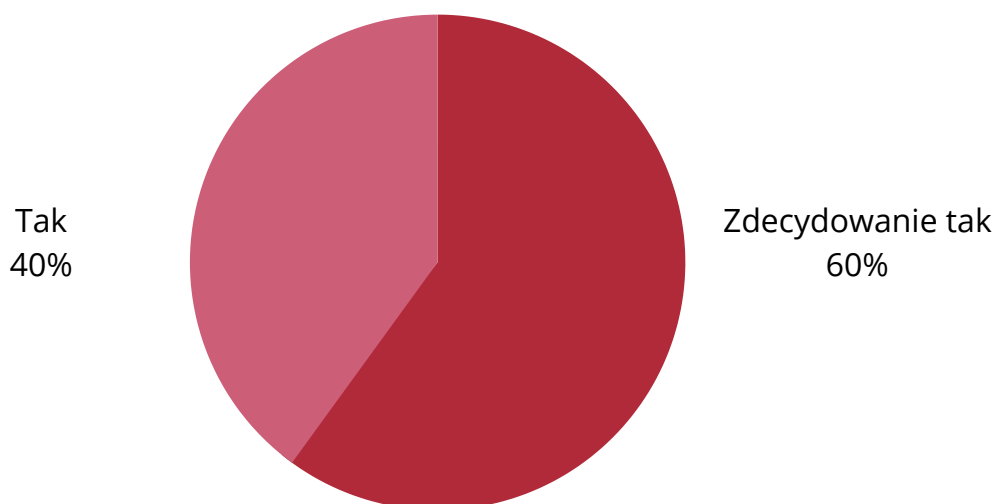
Istotność podnoszenia świadomości ekologicznej wśród pracowników

Jak ważne jest w Twojej firmie podnoszenie świadomości ekologicznej wśród pracowników?



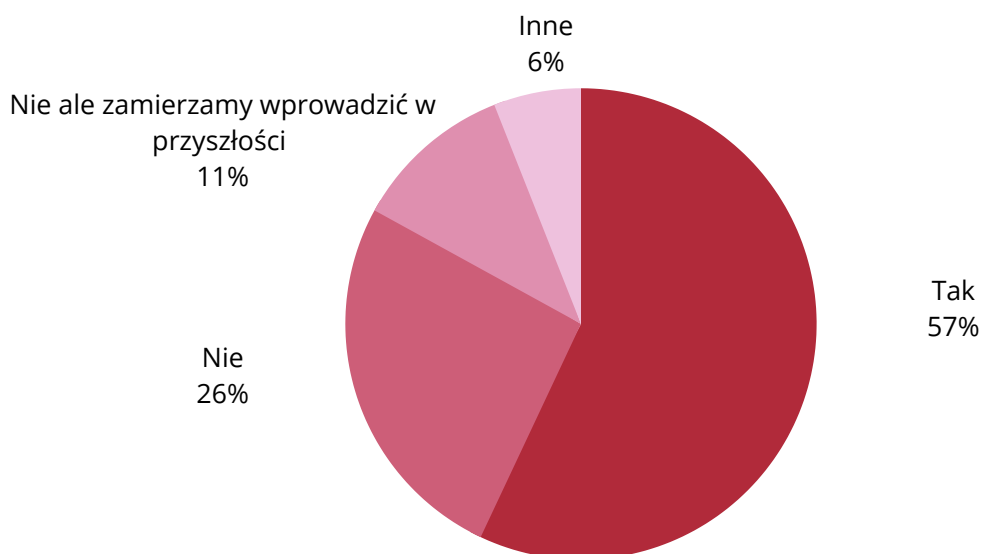
Dla 34% ankietowanych podnoszenie świadomości ekologicznej wśród pracowników jest bardzo ważne. 31% badanych uważa, że taki zabieg jest ważny w przedsiębiorstwie. Jedynie według 3% jest to zdecydowanie nie ważne.

Czy Twoim zdaniem firmy (pracodawcy) powinni wdrażać programy ekologiczne wspierające pracowników we wdrażaniu ekologicznych rozwiązań na co dzień i w pracy?



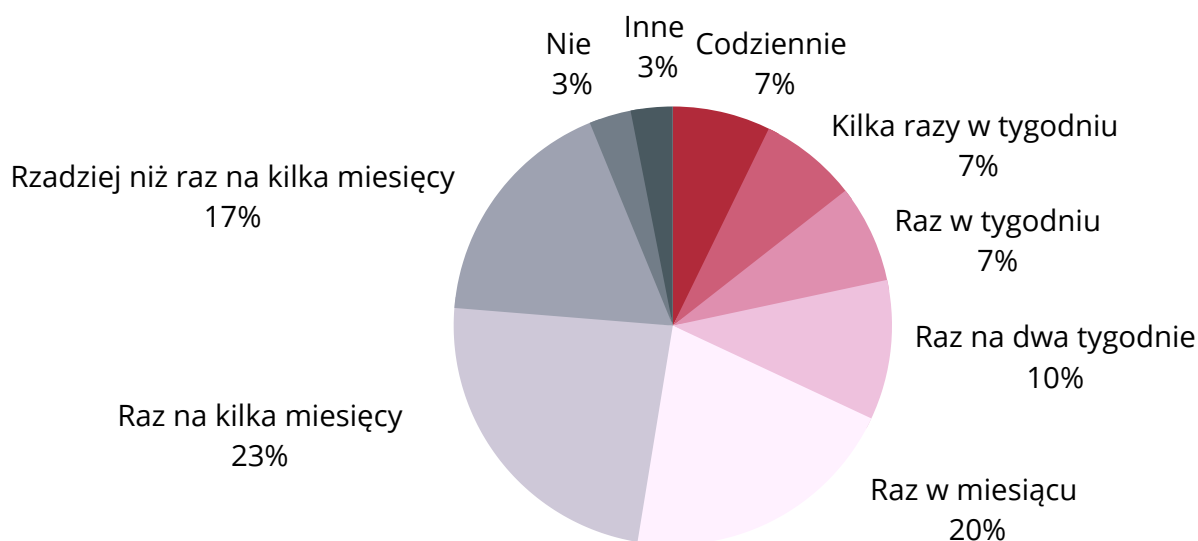
Komunikacja wewnętrzna – budowanie świadomości ekologicznej.

Czy w Twojej firmie została wprowadzona komunikacja dotycząca działań mających na celu budowanie świadomości ekologicznej i ochrony klimatu (np. styl życia Zero Waste, aktualne wyzwania ekologiczne)?



Komunikacja na temat ekologii i ochrony klimatu została wprowadzona w przedsiębiorstwach aż u 57% ankietowanych. Natomiast 26% badanych zadeklarowało, że w ich firmie taka komunikacja nie ma miejsca.

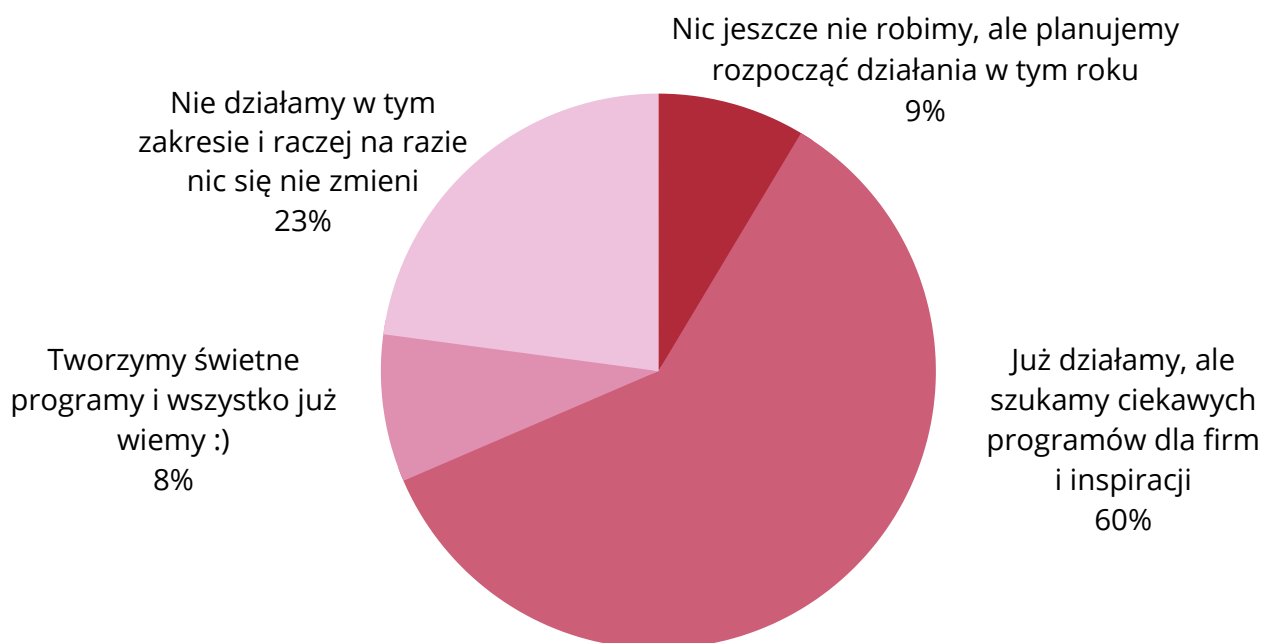
Jeśli prowadzicie tego typu komunikację, to jak często pojawia się w komunikacji wewnętrznej firmy?



Taka komunikacja pojawia się u 23% ankietowanych raz na kilka miesięcy. Raz w miesiącu taką komunikację prowadzi 20% badanych. Natomiast codziennie, raz w tygodniu i kilka razy w tygodniu już tylko 7%.

Proekologiczna działania wewnątrz firmy.

Jak wyglądają obecnie działania na rzecz ochrony środowiska i działań proekologicznych w Twojej firmie?



Aż 60% badanych pracowników już działa w zakresie ochrony środowiska i działań proekologicznych. Z kolei 23% ankietowanych nie działa w żaden sposób na rzecz ochrony środowiska i nie ma na razie takiego zamiaru.

PYTANIE OTWARTE

Jakie działania mające na celu poszerzenie świadomości/edukacji ekologicznej podjęła dotychczas Twoja firma w kierunku pracowników?

Badani najczęściej wymieniali działania w zakresie **proekologicznej komunikacji wewnętrznej** (artykuły, newslettery, Intranet, plakaty) oraz wdrożenie segregacji odpadów. Wśród opowieści pojawiły się również wdrożenia grywalizacji oraz szkoleń dla pracowników. Kilka osób wspomniało o takich inicjatywach jak akcja sadzenia drzew, spotkania online z ekspertami (webinary) czy też wdrożenia mające na celu zmniejszenie zużycia plastiku (np. usunięcie plastikowych naczyń, zmiana wody z baniaków plastikowych na maszyny z filtrem wody), papieru (digitalizacja danych, procesów) wewnątrz firmy oraz energii elektrycznej (np. panele słoneczne). Jedna z osób badanych wspomniała o organizacji kiermaszy zero waste w firmie (wymiana ubraniami, zabawkami, itp.).



Najciekawszy projekt proekologiczny

PYTANIE OTWARTE

Jaki był najciekawszy projekt proekologiczny dla pracowników w Twojej firmie?

Badani najczęściej wskazali grywalizację i challenge jako najciekawsze projekty zrealizowane w firmie (30%). Odpowiedzi były bardzo zróżnicowane, ankietowani często wymieniali również segregację śmieci (26%). Pojawiły się też takie ciekawe inicjatywy jak: "organizujemy Naszą Godzinę Dla Ziemi, biorąc w niej udział wg zasad ogólnoświatowej akcji", "W tym roku oprócz gaszenia światła w pracy i w domach pracowników, zrobiliśmy kolaż z fotografii pracowników znad morza i umieściliśmy go w naszych mediach społecznościowych oraz na stronie wwf.polska :)", "wszyscy pracownicy uczestniczą w akcji zbierania nakrętek plastikowych, które są oddawane do pojemnika SERCE w urzędzie Gminy związane z celami charytatywnymi", "Wykład edukacyjny na temat środowiska, ekologii i tego ile ton śmieci wytwarzamy, uświadczenie pracowników jaka jest rzeczywistość oraz co nas czeka jeżeli nie zaczniemy działać", "własna podoczyszczalnia".

Planowane działania mające na celu poszerzenie świadomości ekologicznej

Czy planujecie wprowadzić jakieś działania (mające na celu poszerzenie świadomości/edukacji ekologicznej)? Jeśli tak to jakie?

Większość (**56%**) osób badanych planuje wdrożenie działań mające na celu poszerzenie świadomości ekologicznej w firmie. Pozostała część osób (**44%**) badanych nie planuje lub nic nie wie na temat planowanych wdrożeń działań proekologicznych. Poniżej prezentujemy najciekawsze odpowiedzi osób badanych:



"W tym roku planujemy zdigitalizować pozostałe procesy związane z dokumentacją (w chwili obecnej digitalizacja dokumentów to około 70%). Planujemy również rozmawiać z naszymi klientami, aby przekonywać ich do działań ekologicznych, a że pracujemy w branży reklamowej możemy dzięki temu mieć realny wpływ na zachowania konsumentów i samych producentów"

"Planujemy szereg działań m.in. z miejscową ludnością, np. sprzątanie świata, sadzenie drzewek, eko wyprawy rowerowe... - instalacja ładowarki pojazdów elektrycznych - rezygnacja z plastikowych naczyń jednorazowych, sztućców, słomek do napojów, napojów w plastikowych butelkach, opakowań cateringowych plastikowych...itd"

"W planie mamy powołanie zespołu zero waste i zaproszenie do dialogu pracowników, rezygnacja z plastikowych butelek, korzystanie z ekologicznej chemii nie testowanej na zwierzętach, angażowanie się w ekologiczne inicjatywy typu "operacja rzeka"."

"Planujemy wdrożenie serwisu informacyjnego w zakresie ekologii w tworzenie którego będą zaangażowani pracownicy."

Przeszkody we wdrożeniu programów proekologicznych w firmie

Czy widzisz jakieś przeszkody we wdrożeniu programów proekologicznych dla pracowników w Twojej firmie?

Mniejsza część badanych (**26%**) nie widzi żadnych przeszkód we wdrożeniu tego typu programu. Jednak znaczna większość osób (**74%**) wskazała różnego rodzaju przeszkody. Poniżej prezentujemy część odpowiedzi osób badanych:



"Treści muszą być ciekawe i nowe bo pracownicy mają już sporą wiedzę w tym zakresie. Zatem nie może być nudno aby się nie zniechęcili do aktywności."

"Brak wystarczającej zachęty do podejmowania działań w duchu zero waste."

"Brak świadomości, egocentryzm, jako placówka publiczna nie możemy generować zbyt wielu wydatków, mogą się pojawić zarzuty dot. niewłaściwego gospodarowania środków."

"Ograniczenia finansowe." "Opór pracowników."

"Tak bariera językowa osób najniższego szczebla (pracownicy produkcji), którzy nie mówią po polsku."

"Ilość pracowników. Nie do każdego może dotrzeć taka informacja."

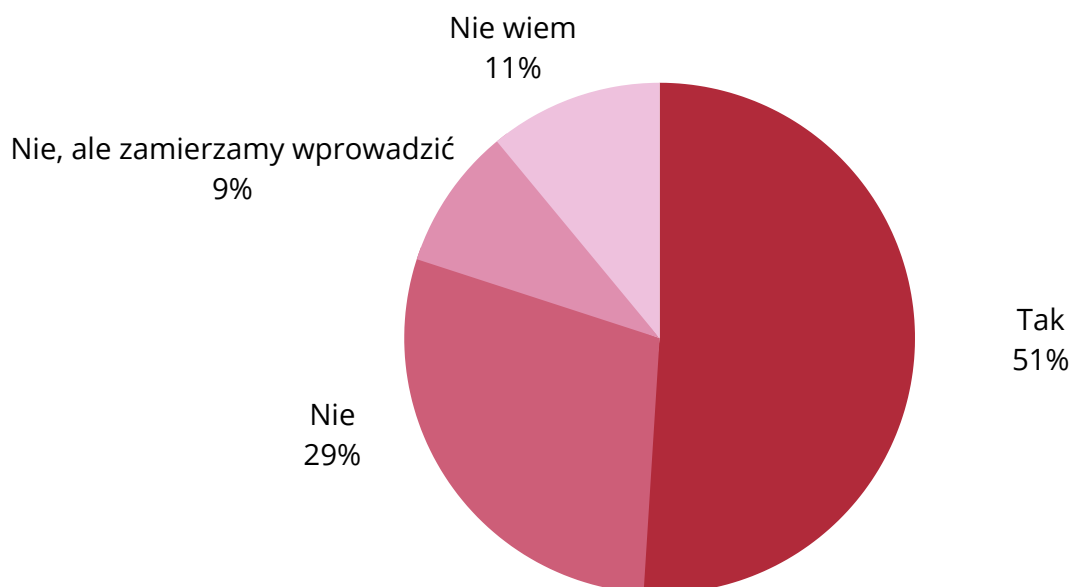
"Mała świadomość wśród pracowników oraz brak motywacji do wdrażania takich działań."

"Ludzie starej daty, którzy nie chcą nic zmieniać, nie widzą problemu."

"Niechęć pracowników, bierność, brak budżetu na takie akcje."

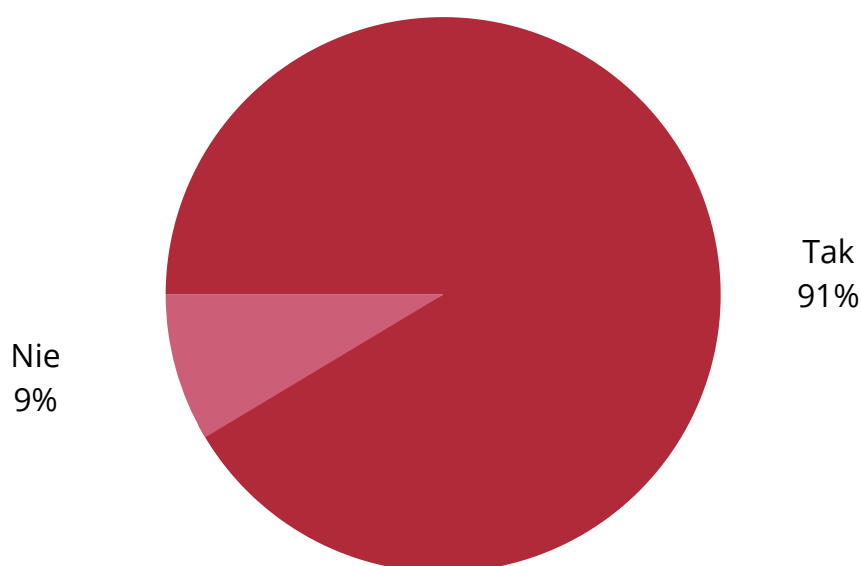
Polityka zrównoważonego rozwoju i segregacja śmieci

Czy firma wdrożyła politykę zrównoważonego rozwoju?



W większości przypadków, bo aż w 51% firma wdrożyła politykę zrównoważonego rozwoju. Reszta (49%) ankietowanych zadeklarowała, że firma albo nie wdrożyła takiej polityki albo zamierza ją wdrożyć albo nic im o tym nie wiadomo.

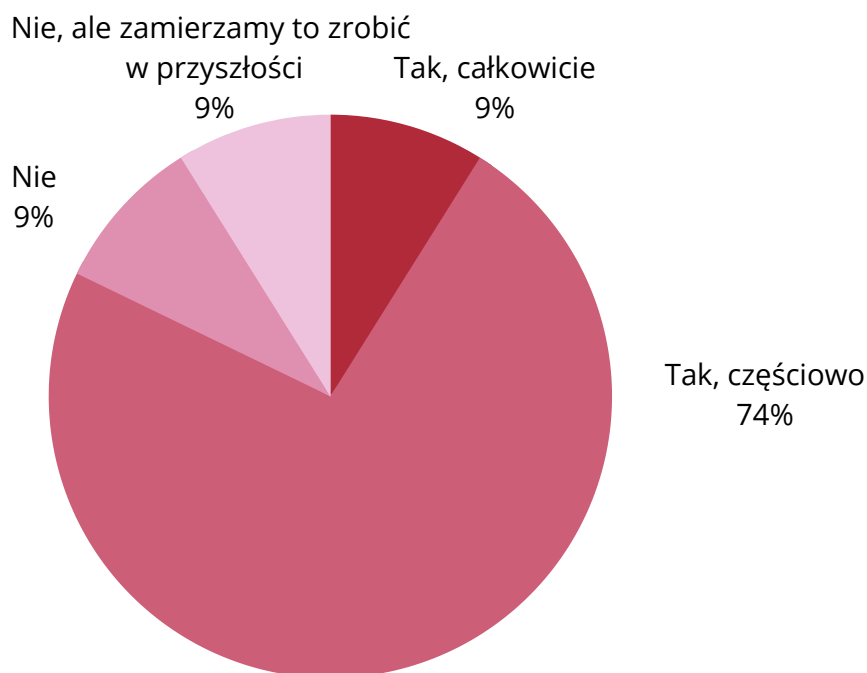
Czy w firmie jest wprowadzona segregacja śmieci?



W zdecydowanej większości firm badanych bo aż w 91% wprowadzona jest segregacja śmieci. Tylko 9% ankietowanych zadeklarowało, że w ich firmach nie segreguje się śmieci.

Digitalizacja procesów i audyt energetyczny

Czy firma przeniosła procesy biznesowe, aplikacje i dane do chmury (digitalizacja)?



Digitalizacja została wprowadzona częściowo w przypadku aż 74% przedsiębiorstw. Natomiast całkowicie tylko do 9% firm.

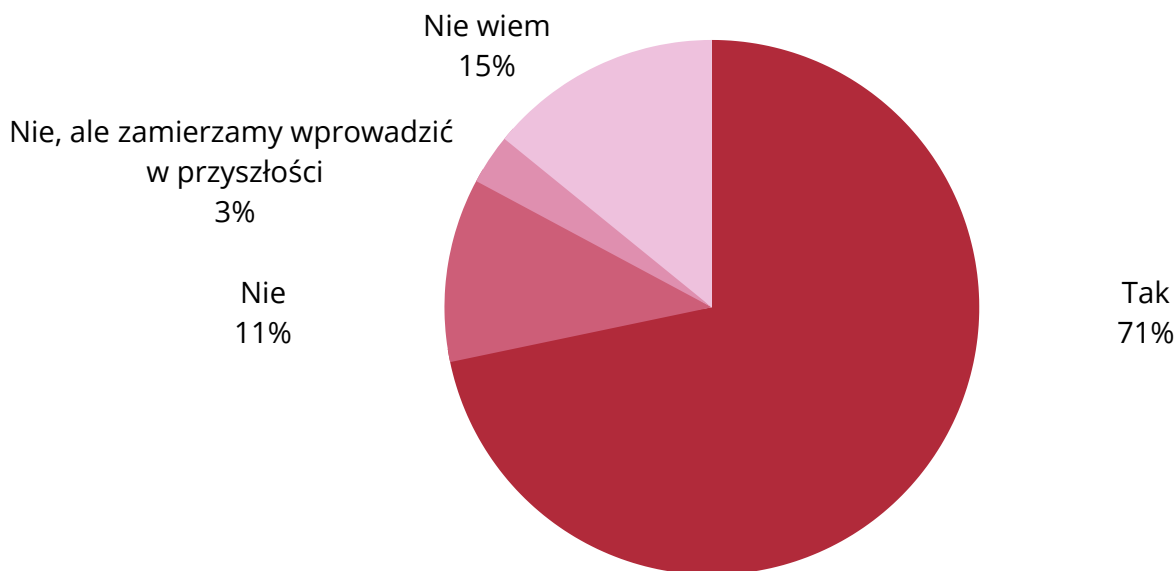
Czy firma przeprowadzała lub przeprowadza regularnie audyt energetyczny?



U zdecydowanej większości ankietowanych (aż 51%) w firmach przeprowadzało się bądź nadal przeprowadza się audyt energetyczny. W 26% firm tego nie praktykują.

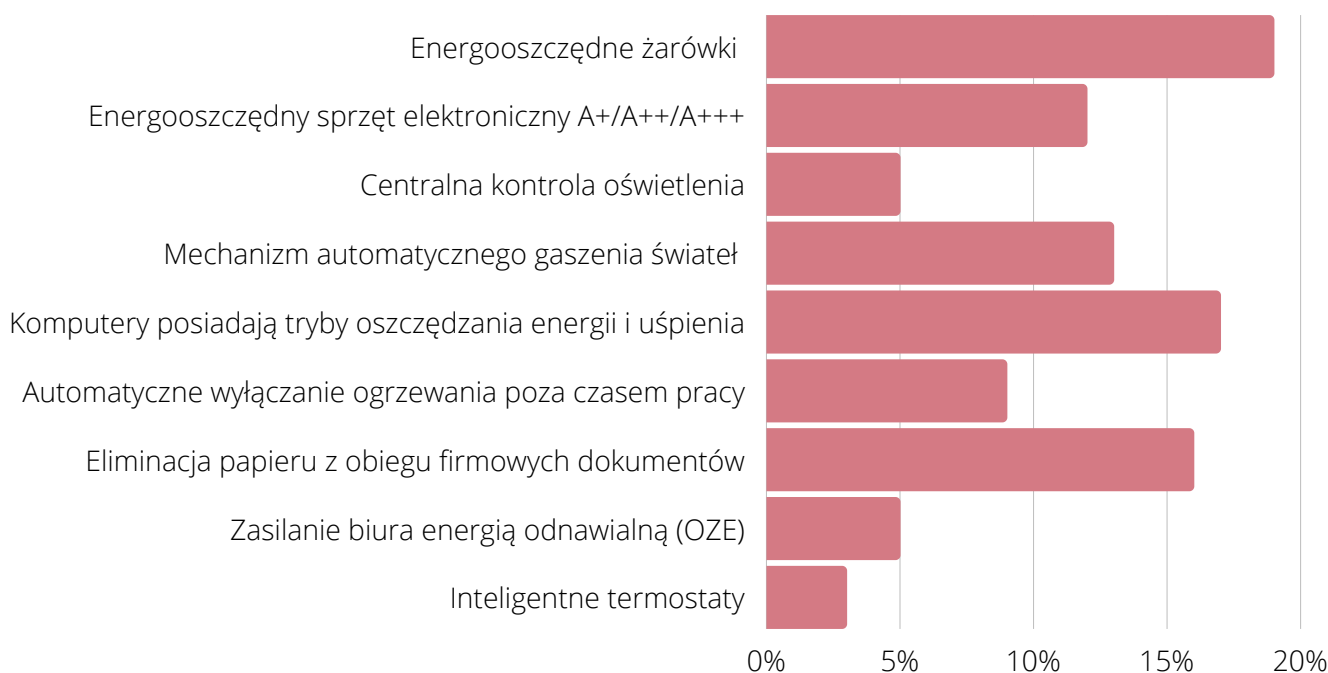
Ekologiczne rozwiązania wewnątrz firmy

Czy Twoja firma wprowadziła ekologiczne rozwiązania w biurze (np. związane z efektywnością energetyczną, oszczędzaniem energii)?



U 71% ankietowanych firma wprowadziła rozwiązania takie jak energooszczędne sprzęty czy też digitalizację. 11% badanych zadeklarowało, że u nich w przedsiębiorstwie takich działań nie podjęto.

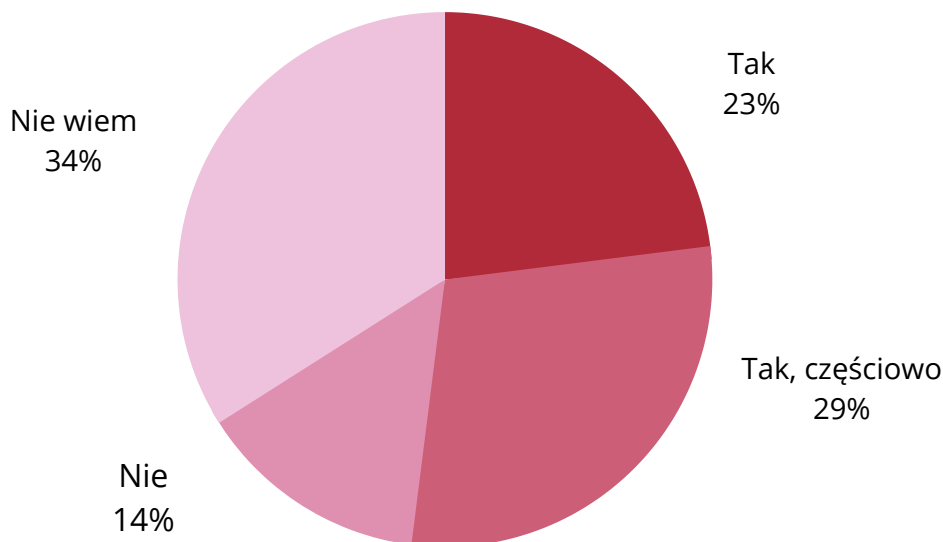
Jeśli tak, to proszę zaznaczyć jakie działania zostały już wdrożone:



Najczęściej wybierane rozwiązania to: energooszczędne żarówki (19%), komputery z trybami oszczędzania energii i uśpienia (17%) oraz eliminacja papieru z obiegu firmowych dokumentów (16%). Najrzadziej używane są inteligentne termostaty (zaledwie 3% odpowiedzi).

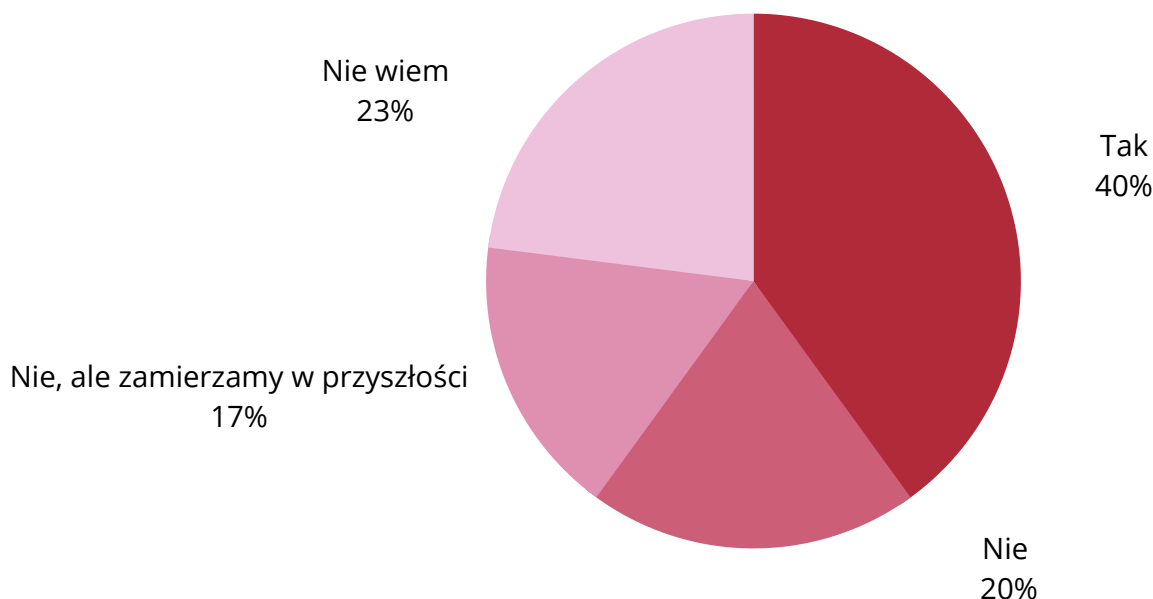
Wybór produktów biurowych i działania CSR

Czy przy wyborze produktów, materiałów, sprzętu biurowego firma uwzględnia aspekt ekologiczny?



W 23% przypadków firma uwzględnia aspekt ekologiczny wybierając przedmioty eko. 14% firm wybiera zwykłe produkty oraz sprzęty biurowe.

Czy Twoja firma prowadzi działania z zakresu CSR mające na celu ochronę środowiska/klimatu lub/i wspierania bioróżnorodności?



Aż w 40% przypadków firma prowadzi działania z zakresu CSR - społecznej odpowiedzialności biznesu. Reszta albo nie prowadzi ich wcale i nie ma takiego zamiaru (20%) albo nie prowadzi ich jeszcze ale zamierza za jakiś czas (17%).

NAJCIEKAWSZE WYNIKI RAPORTU

77%

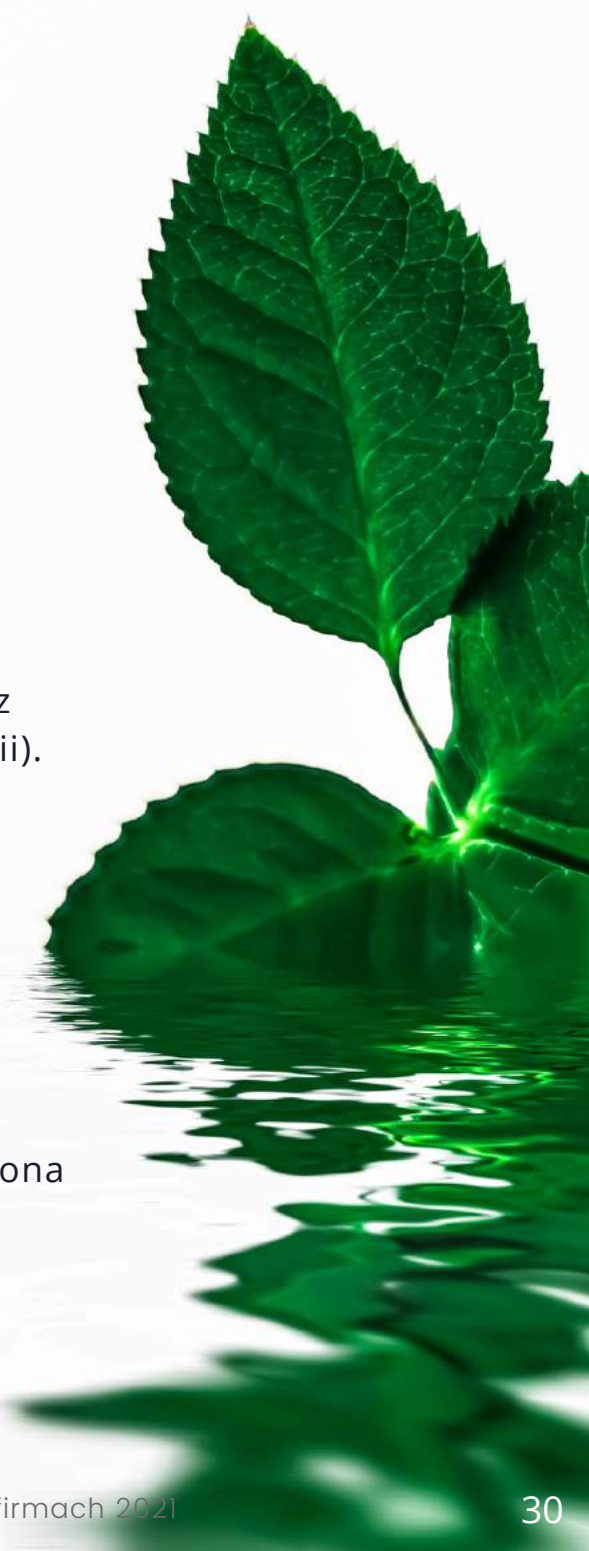
Badanych wskazało, że **szerzenie wiedzy** na temat życia w stylu Zero Waste i ekologii wśród pracowników Twojej firmy jest bardzo ważne. (s.16)

71%

Badanych zadeklarowała, że firma wprowadziła **ekologiczne rozwiązania w biurze** (np. związane z efektywnością energetyczną, oszczędzaniem energii). (s.28)

57%

Badanych deklaruje, że w firmie została wprowadzona **komunikacja wewnętrzna** dotycząca działań mających na celu budowanie świadomości ekologicznej i ochrony klimatu (np. styl życia Zero Waste, aktualne wyzwania ekologiczne). (s.21)



PODSUMOWANIE

Z naszych badań wynika, że świadomość ekologiczna osób badanych jest na wysokim poziomie. Wdrożenie działań mających na celu zwiększanie świadomości ekologicznej wśród pracowników wdrożyła lub planuje ponad połowa firm. Jedynie 23% firm nie wdrożyło do tej pory żadnych działań i nie planuje w przyszłości.

85% **Uważa, że kondycja świata pod kątem ekologicznym jest zła i, że musimy działać bardzo szybko, aby uchronić naszą planetę i nas samych**

1

Większość osób badanych dostrzega problem globalnego ocieplenia i zagrożeń z tym związanych.

2

Prawie 3/4 firm wprowadziło ekologiczne rozwiązania w biurach

3

Badani deklarują chęć podjęcia działań mających zwiększać świadomość ekologiczną wśród pracowników

4

Połowa firm przeprowadza w firmie regularny audyt energetyczny



PODZIĘKOWANIA

Za pracę oraz wkład w powstanie Raportu szczególnie dziękujemy:

- Paulinie Kinickiej, za skonstruowanie kwestionariusza do badań, przeprowadzenie badań oraz zaprojektowanie, stworzenie raportu oraz opracowanie wyników
- Ani Zakrzewskiej za napisanie artykułu
- Mamy Wene za napisanie artykułu
- Martynie Janiszewskiej za korektę oraz pomoc w opracowaniu wyników
- Wszystkim osobom, które wzięły udział w naszym badaniu

Anna Jankowiak, właścicielka Grywit

Cieszymy się, że coraz więcej osób wdraża lub ma w planach wdrażanie działań mających na celu podnoszenie świadomości ekologicznej wśród pracowników.

Dane kontaktowe



Grywit Anna Jankowiak
ul. Sopocka 7,
80-299 Gdańsk
tel: 602 775 961

www.grywit.pl
info@grywit.pl

www.firmazerowaste.pl
[#zerowastechallenge](#) [#grywit](#)