

Executive

2/2023 ISSN 2720-4499
www.executiveclub.pl

MAGAZINE

INFRASTRUKTURA POLSKA I BUDOWNICTWO

Relacja z XIV edycji
Konferencji

ESG ZRÓBMY TO RAZEM

BUDUJEMY I MYŚLIMY ODPOWIEDZIALNIE I EKOLOGICZNIE

NAJWAŻNIEJSZE JEST STRATEGICZNE PLANOWANIE

WOJCIECH HOMIK

CEO LAYHER SP. Z O.O.

#BeLeafMe



Przyroda
jest naszym domem,
bądźmy **dobrymi lokatorami**



www.beleafsa.pl



Drodzy Czytelnicy

Z wielką przyjemnością przedstawiamy kolejne wydanie Executive Magazine. Tematyką przewodnią tego numeru są neutralność klimatyczna, zrównoważony rozwój oraz społeczna odpowiedzialność biznesu.

Na pierwszych stronach znajduje się wywiad z Wojciechem Homikiem - CEO Layher Sp. z o.o., który opowiada o 25-letniej historii działalności firmy, jej niezawodności oraz koncepcji rozwoju opartej na wyznawanych wartościach. W rozmowie poruszane są także kwestie dotyczące roli planowania strategicznego oraz zaangażowania firmy w dostarczanie bezpiecznych i wysokiej jakości rozwiązań, które jednocześnie są ekonomicznie efektywne.

Serdecznie polecamy również lekturę pozostałych wywiadów oraz działu Sustainable Economy z wieloma artykułami od liderów z różnych branż. Poruszamy tam m.in. temat głównych wyzwań dla polskiego sektora bankowego w obszarze ESG w 2023 roku. Zachęcamy również do przeczytania artykułu dotyczącego sposobów przyspieszenia zmian i sprawienia, że sektor rolny sprosta globalnym celom w zakresie klimatu i zrównoważonego rozwoju.

Przygotowaliśmy również relację z XIV edycji konferencji „Infrastruktura Polska i Budownictwo”, na której gościliśmy liczne instytucje odpowiedzialne za projekty infrastrukturalne oraz czołowych reprezentantów sektora budowlanego.

Pozdrawiamy i życzymy miłej lektury!



Beata Radomska
CEO, Executive Club



Dear Readers

It is with great pleasure that we present the next issue of Executive Magazine. The topics in this issue are as follows: climate neutrality, sustainable development and corporate social responsibility.

The first pages feature an interview with Wojciech Homik - CEO of Layher Sp. z o.o., who talks about the company's 25-year history, its reliability and its concept of growth based on its values. The conversation also touches on the role of strategic planning and the company's commitment to providing safe, high-quality solutions that are also cost-effective.

We also highly recommend reading the other interviews and the Sustainable Economy section with many articles from leaders in various industries. There, we touch, among other things, on the main challenges for the Polish banking sector in the field of ESG in 2023. We also encourage you to read an article on how to accelerate change and make the agricultural sector meet global climate and sustainability goals.

We also prepared a report on the 14th edition of the "Polish Infrastructure and Construction" conference, which hosted numerous institutions responsible for infrastructure projects and leading representatives of the construction sector.

Best regards and pleasant reading!



Beata Radomska
CEO, Executive Club



Temat z okładki / Cover subject

- 06** Najważniejsze jest **strategiczne planowanie**
Strategic planning is the most important thing

Wywiad / Interview

- 10** **Jarosław Oniszczyk**
Członek Zarządu PKP Intercity
Member of the Board Polish State Railways
- 14** **Anna Kułach**
Prezes Zarządu E.ON Foton Sp. z o.o.
CEO at E.ON Foton
- 18** **Łukasz Blichewicz**
Prezes Grupy Assay
CEO, Assay Group
- 22** **Agnieszka Łyczak-Szymczyk**
Sustainability Manager BASF Polska
- 26** **Emil Ślęzak**
Wiceprezes Zarządu BOŚ
Vice President of the Management Board BOŚ
- 30** **Andrzej Bułka**
Prezes Zarządu Fracht FWO Polska
CEO of Fracht FWO Poland
- 36** **Paweł Jaguś**
Prezes Zarządu spółki Maat4
CEO of Maat4

SUSTAINABLE ECONOMY

- 40** Przyszłość branży rolnej: Przyspieszony kurs w kierunku **rolnictwa regeneratywnego**
Future farming: accelerating the **regenerative revolution**
- 44** Budujemy i myślimy - **odpowiedzialnie i ekologicznie**
We build and think - **responsibly and ecologically**

- 48** **FIT FOR 55 W TRANSPORTCIE? TAK – DZIĘKI TRANSPORTOWI INTERMODALNEMU**
FIT FOR 55 IN TRANSPORT? YES - THANKS TO INTERMODAL TRANSPORT



- 53** **ESG – zróbmy to razem**
ESG – we can do it together

- 56** Jak warzyć piwo **odpowiedzialnie?**
How to brew beer **responsibly?**

- 60** W WYMAGAJĄCYCH CZASACH POTRZEBUJEMY **SKUTECZNYCH DZIAŁAŃ**
URGENT TIMES CALL FOR **EFFECTIVE MEASURES**



- 64** **Zrównoważony rozwój miast przyspiesza** - infrastruktura i budynki z materiałów z recyklingu
Sustainable urban development accelerates - infrastructure and buildings made of recycled materials

- 68** **Zrównoważony rozwój i dbałość o środowisko są sercem wszystkich działań marki Nespresso oraz Lyreco** – Wyłącznego Dystrybutora Nespresso Professional dla biur i miejsc pracy
Sustainable development and care for the environment are at the heart of all the activities of the Nespresso brand and Lyreco – The Exclusive Distributor of Nespresso Professional solutions for offices and workplaces

Executive
MAGAZINE

Wydanie: 2/2023
Issue: 2/2023

ISSN 2720-4499

Executive Club sp. z o.o.
ul. Jarosława Dąbrowskiego 67/2, 02-561 Warszawa
e-mail: biuro@executiveclub.pl

Druk / Print
Drukarnia Standruk

Dyrektor Kreatywny / Creative Director

Janusz Gil
janusz.gil@executiveclub.pl
tel: (+48) 570 105 464

Redaktorka Prowadząca / Editor-in-Chief

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

Partnerstwo / Partnership

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

Członkostwo w Klubie / Membership

Monika Czub
monika.czub@executiveclub.pl
tel: (+48) 509 031 577

Grafika / Layout

Wojciech Kownacki
wojciech.kownacki@executiveclub.pl
tel: (+48) 605 302 177

- 72** Główne wyzwania dla polskiego sektora bankowego w obszarze ESG w 2023 roku
Main Challenges for the Polish Banking Sector in the ESG Area in 2023

Leader's Insight

- 74** JAKIE WYZWANIA STOJĄ NA DRODZE ZRÓWNOWAŻONEGO ROZWOJU?
WHAT CHALLENGES LIE AHEAD FOR SUSTAINABLE DEVELOPMENT?



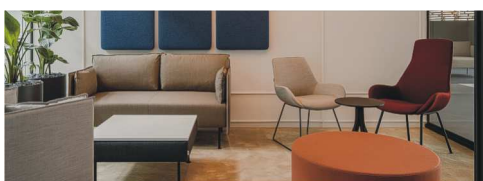
- 81** Wellbeing - trendy i potrzeby zdrowej organizacji
Wellbeing – trends and needs of health organization's

CSR

- 84** JAK DBAMY O BEZPIECZEŃSTWO, ZDROWIE I ŚRODOWISKO W ASTRAZENECA
HOW WE TAKE CARE OF SAFETY, HEALTH AND THE ENVIRONMENT AT ASTRAZENECA



- 90** W TRUDNYCH CZASACH, BĄDŹMY JESZCZE BARDZIEJ ODPOWIEDZIALNI
WHEN TIMES ARE TOUGH, WE SHOULD BE EVEN MORE RESPONSIBLE



- 94** Papier jest cierpliwy, czyli ubezpieczenia w kontraktach budowlano-montażowych
Paper does not blush, or insurance in construction and installation contracts

- 98** CSR w działaniach zarządcy nieruchomości handlowych
CSR in the activities of shopping centers manager

- 102** Straty żywności to problem uniwersalny
Food losses are a common problem around the world

- 106** PROJEKTY HUAWEI PO RAZ TRZECI Z RZĘDU ZNAŁAZŁY SIĘ W RAPORCIE FORUM ODPOWIEDZIALNEGO BIZNESU
HUAWEI PROJECTS FEATURED IN RESPONSIBLE BUSINESS FORUM REPORT FOR THIRD CONSECUTIVE YEAR



- 112** Inspiruj(SI)ę w Dzień bez Śmiecenia!
Get inspired on the No Waste Day!

Relacja / Report

- 114** Relacja z MIPIM 2023
największego wydarzenia w sektorze nieruchomości!
Report from MIPIM 2023
the biggest event in the real estate sector!

- 116** RELACJA Z XIV EDYCJI KONFERENCJI INFRASTRUKTURA POLSKA I BUDOWNICTWO!
REPORT FROM THE 14TH EDITION OF THE POLISH INFRASTRUCTURE AND CONSTRUCTION CONFERENCE!



NAJWAŻNIEJSZE JEST STRATEGICZNE PLANOWANIE

WYWIAD Z WOJCIECHEM HOMIKIEM, DYREKTOREM GENERALNYM, CZŁONKIEM ZARZĄDU LAYHER SP. Z O.O.

LAYHER SP. Z O.O. TO DOSTAWCA ZAAWANSOWANYCH I INNOWACYJNYCH SYSTEMÓW RUSZTOWANIOWYCH DLA WSZYSTKICH SEKTORÓW BUDOWNICTWA I PRZEMYSŁU Z POWODZENIEM WYKORZYSTYWANYCH M.IN. W SEKTORZE LOTNICZYM, STOCZNIOWYM, ENERGETYCE, BUDOWNICTWIE KUBATUROWYM, INŻYNIERYJNYM I DROGOWYM ORAZ W BRANŻY EVENTOWEJ. W TYM ROKU POLSKI ODDZIAŁ KONCERNU LAYHER OBCHODZI 25 ROCZNICĘ DZIAŁALNOŚCI W NASZYM KRAJU. A OD OSTATNICH 5, BARDZO NIESPOKOJNYCH I PEŁNYCH NIESPODZIANEK LAT, SPÓŁKĄ ZARZĄDZA WOJCIECH HOMIK, Z KTÓRYM ROZMAWIAMY O ROLI WARTOŚCI W BUDOWANIU SUKCESU RYNKOWEGO NA PEŁNYM WYZWAŃ, KONKURENCYJNYM RYNKU.



WOJCIECH HOMIK

Dyrektor Generalny, Członek Zarządu
Layher Sp. z o.o.

W 2023 ROKU POLSKI ODDZIAŁ LAYHER OBCHODZI SVOJE 25-LECIE. FIRMA ROZWIJA SIĘ, UCZESTNICZY W REALIZACJI SPEKTAKULARNYCH PROJEKTÓW, PODEJMUJE KOLEJNE WYZWANIA. SERDECZNIE GRATULUJEMY! PROSZĘ NAM JEDNAK ZDRADZIĆ, CO JEST DLA PANA KLUCZEM DO SUKCESU FIRMY?

Odpowiedź jest prosta w teorii i skomplikowana w praktyce. Dla mnie kluczem jest strategiczne planowanie. Trudno wyobrazić sobie sprawnie działające przedsiębiorstwo bez dobrze opracowanej strategii. W dynamicznie zmieniającym się świecie nie wszystko działa doskonale, ale dzięki strategii łatwiej można się dopasować do zmian. Strategiczne planowanie musi być nastawione na realizację określonych efektów, a sama strategia motywująca dla pracowników i elastyczna dla otoczenia. Zarządzanie firmą to wielopłaszczyznowa odpowiedzialność – za stabilność i rozwój firmy, za finanse i za ludzi.

DOBRY WIZERUNEK PRACODAWCY PRZYCIĄGA WARTOŚCIOWYCH PRACOWNIKÓW...

W Layher bardzo mocno opieramy naszą politykę rozwoju na wyznawanych wartościach. Naszym największym kapitałem są ludzie – doświadczeni inżynierowie, projektanci, doradcy, którzy z pasją podchodzą do swojej pracy i otwartymi umysłami wsłuchują się w płynące z rynku sygnały. Oddziałujemy na siebie, wspólnie się rozwijamy, inspirujemy i tworzymy. Nasz zespół powoli, ale konsekwentnie się powiększa. Pracownicy identyfikują się z firmą i wyznawanymi wartościami. Mogę ufać mojemu zespołowi. Wielu managerów może marzyć o takim teamie, a ja go po prostu mam. To ogromny kapitał zaufania, wiedzy i doświadczenia.

...A WARTOŚCIOWI PRACOWNICY TO KLUCZ DO ROZWOJU W NOWYCH OBSZARACH. JAK TO W PRAKTYCE DZIAŁA W LAYHER POLSKA?

Umiejętność znalezienia najlepszych rozwiązań na potrzeby rynku to nasz drugi czynnik sukcesu. Optymalizacja kosztów działalności przy zachowaniu wysokiej jakości i bezpieczeństwa konstrukcji to codzienność każdego przedsiębiorcy. W Layher doskonale to rozumiemy, dlatego dostarczamy rozwiązania, które pozwalają ich użytkownikom spełnić najwyższe standardy, zapewnić bezpieczne środowisko pracy oraz zachować efektywność ekonomiczną.

Rozwiązania systemowe Layher są ze sobą całkowicie kompatybilne. Ich konfiguracja i dokładne planowanie są możliwe dzięki naszemu oprogramowaniu Layplan. Korzystając z rozwiązań systemowych Layher, inwestor ma gwarancję, że wszystkie zaprojektowane oraz wybudowane rusztowania spełniają surowe wymogi techniczne i są zgodne z obowiązującymi przepisami prawa budowlanego. To pozwala nam spełnić naszą, zawartą w firmowym motto obietnicę „Więcej możliwości”.

Z JAKIMI KLIENTAMI FIRMA NAJCZĘŚCIEJ WSPÓŁPRACUJE?

Współpracujemy z pełnym przekrojem firm obecnych na rynku. Wśród naszych klientów jest wielu inwestorów i inwestorów zastępczych, są deweloperzy, generalni wykonawcy, firmy montujące rusztowania, firmy remontowe, ale też cały sektor firm eventowych. Usługi, po które najczęściej się do nas zwracają to wsparcie w procesie projektowania, wsparcie techniczne, szkolenia ekip i nadzór nad prawidłową realizacją projektu. Nasze usługi są zawsze szyte na miarę. Nigdy nie ograniczamy się do tylko do sprzedaży rusztowań. My współpracujemy z naszymi klientami na każdym etapie projektowania inwestycji, pomagamy wybrać rozwiązania czy technologie, możemy doradzać także w zakresie mate-

riałów. Nasi klienci mają dzięki temu świadomość, że są w dobrych rękach.

CZY JEST COŚ CO CHCIAŁABY PAN ZMIENIĆ W NADCHODZĄCYCH LATACH? W JAKIM KIERUNKU PROWADZIĆ FIRMĘ?

Dążymy do rozbudowy portfolio naszych klientów i wykonywanych inwestycji oraz ekspansji w regionach. Nie zamierzamy osiadać na laurach. Jest wiele do zrobienia i projektów, i w ramach promocji kluczowych w naszej ocenie wartości. Zależy nam na pozyskiwaniu coraz większej liczby ciekawych projektów, przy których my i nasi klienci będziemy się rozwijać. Ambitne realizacje pozwalają nam w pełni pokazać i wykorzystywać potencjał naszych pracowników.

ALE SYTUACJA GOSPODARCZA I POLITYCZNA NIE JEST SPRZYJAJĄCA, A EKSPERCI WIESZCZĄ NADCHODZĄCE KRYZYSY. TRUDNE CZASY WYMAGAJĄ LIDERÓW, KTÓRZY POTRAFIĄ PODEJMOWAĆ TRUDNE DECYZJE. JAK PAN SIĘ ODNAJDUJE W DZISIEJSZEJ RZECZYWISTOŚCI?

Choć sytuacja gospodarcza jest obecnie dość niestabilna działamy zdecydowanie i z optymizmem, zawsze mając w zanadrzu plan B. Zajmowana przez Layher i przez

nas jako zespół pozycja jest owocem ciężkiej pracy. Klienci przychodzą do nas z nowymi wyzwaniami. Trzeba zachować uwagę i słuchać. Na rynku nie ma miejsca ani czasu na odprężenie.

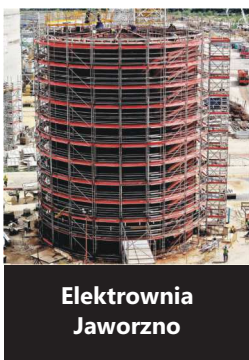
Działamy zachowując spójność oraz konsekwencję. Rynek to docenia. Dowodem są choćby nagrody i wyróżnienia, które uzyskujemy. To ukoronowanie zrealizowanych na przestrzeni ostatnich, niełatwych lat starań, projektów i działań. Zaufanie, jakim obdarzają nas nasi Partnerzy i klienci zobowiązuje, dlatego ze strony Layher Polska zapewniam, że nasz zespół zawsze jest gotów do współdziałania i szukania najlepszych rozwiązań na wszystkie pojawiające się wyzwania.

A CO JEST PANA NAJWIĘKSZYM BIZNESOWYM MARZENIEM?

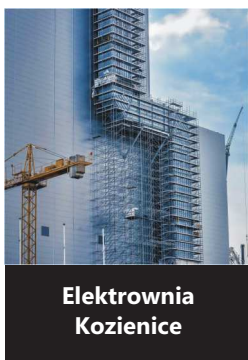
Nie ma wątpliwości co do tego, nasza firma jest jednym z głównych graczy w sektorze rusztowań. Stanowimy punkt odniesienia i podejmujemy się realizacji trudnych projektów. rośniemy z roku na rok. Dumą i entuzjazmem napędzają mnie fakt, że uczestniczę w tym procesie i mam aktywny wpływ na jego kształtowanie. Strategiczne planowanie to klucz do sukcesu, a ja chciałbym zawsze mieć ten entuzjazm i frajdę, że moje pomysły zdają egzamin.



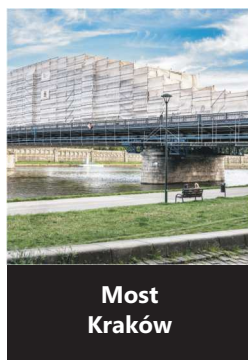
**Biurowiec
Warszawa**



**Elektrownia
Jaworzno**



**Elektrownia
Kozienice**



**Most
Kraków**



**Zakłady Azotowe
Puławy**

Wojciech Homik, Dyrektor Generalny, Członek Zarządu Layher Sp. z o.o. od 2018 r. kieruje polskim oddziałem koncernu Layher. Zastępca Przewodniczącego Prezydium Komitetu Maszyn i Urządzeń Budowlanych przy Polskim Związku Pracodawców Budownictwa. Absolwent Politechniki Rzeszowskiej ze specjalizacją konstrukcje budowlane i inżynierskie oraz absolwent Szkoły Zarządzania Sprzedażą w Warszawie. Praktykę zawodową rozpoczął już podczas studiów, uczestnicząc w programie praktyk letnich Skanska. Następnie przez kilka lat odpowiadał za prace projektowe oraz kierował robotami budowlanymi, pracując w rodzinnej firmie. W 2011 roku rozpoczął współpracę z firmą DOKA, gdzie jako Project Manager odpowiadał m.in. za koordynację i kompleksową obsługę kontraktu A4 na odcinku Dębica – Rzeszów, a także rozwój południowo-wschodniego regionu. Szeroki pogląd na branżę budowlaną zyskał dzięki współpracy z firmami DOKA oraz Ulma. Podczas swojej kariery zawodowej odpowiadał za zarządzanie sprzedażą, pozyskiwanie i realizację kontraktów, a wśród nich m.in. pylon mostu w Rzeszowie czy budynek Varso Tower w Warszawie. Prywatnie wielki fan motoryzacji i sportów motorowych.

STRATEGIC PLANNING IS THE MOST IMPORTANT THING

AN INTERVIEW WITH WOJCIECH HOMIK, GENERAL MANAGER, MEMBER OF THE MANAGEMENT BOARD OF LAYHER SP. Z O.O.

LAYHER SP. Z O.O. IS A SUPPLIER OF ADVANCED AND INNOVATIVE SCAFFOLDING SYSTEMS FOR ALL SECTORS OF CONSTRUCTION AND INDUSTRY SUCCESSFULLY USED, AMONG OTHERS, IN CONSTRUCTION, ENGINEERING, AVIATION, SHIPBUILDING, ENERGY, AS WELL AS IN THE EVENT INDUSTRY. IN 2023, THE POLISH BRANCH OF LAYHER COMPANY IS CELEBRATING THE 25TH ANNIVERSARY OF ITS OPERATION IN OUR COUNTRY. FOR THE LAST 5 YEARS, THE COMPANY HAS BEEN MANAGED BY WOJCIECH HOMIK, WITH WHOM WE TALK ABOUT THE ROLE OF VALUE IN A CHALLENGING AND COMPETITIVE BUILDING MARKET.



Layher Team

IN 2023, THE POLISH BRANCH OF LAYHER IS CELEBRATING ITS 25TH ANNIVERSARY. THE COMPANY CONSTANTLY DEVELOPS, TAKES PART IN SPECTACULAR PROJECTS, AND TAKES ON FURTHER CHALLENGES. CONGRATULATIONS! HOWEVER, PLEASE TELL US: WHAT IS THE KEY TO SUCCESS?

The answer is simple in theory and complicated in practice. In my opinion, strategic planning is the key. It is difficult to imagine a well-functioning company without a well-developed strategy. In a dynamically changing world, not

everything works perfectly, but thanks to the strategy it is easier to adapt to changes. Strategic planning needs to be focused on achieving specific effects, motivating employees, and flexibility for the circumstances. Company management is a multi-faceted responsibility – for the stability and development of the company, for finances, and for people.

A VALUABLE IMAGE OF THE EMPLOYER ATTRACTS VALUABLE EMPLOYEES...

At Layher, development policy is based strongly on our values.

People are our greatest resources - experienced engineers, designers, and advisors who passionately approach their work and have open minds to listen to the signals coming from the market. We interact, develop, inspire, and create together. Our team is slowly but steadily growing. Employees identify with the company and their values. I trust my team. Many managers can dream of such a team, and I just have it. It is a huge capital of trust, knowledge, and experience.

...VALUABLE EMPLOYEES ARE THE KEY TO DEVELOPMENT IN NEW AREAS. HOW DOES IT WORK IN PRACTICE IN LAYHER POLAND?

The ability to find the best solutions for the market is our second success factor. Optimization of operating costs while maintaining high quality and safety of construction is the everyday life of every entrepreneur. At Layher, we know it very well, so we provide solutions that allow their users to meet the highest standards, ensure a safe working environment and maintain economic efficiency. Layher system solutions are completely compatible with each other. Configuration and planning with our Layplan software are as precise as never before. Using Layher system solutions, the investor is guaranteed that all designed and built scaffolding meet strict technical requirements and complies with the applicable building law. This allows us to fulfill our promise: "more possibilities", which is included in Layher's motto.

WHICH CUSTOMERS DO THE COMPANY MOST OFTEN COOPERATE WITH?

We cooperate with the full cross-section of companies present on the market. Among our clients are investors and replacement investors, such as developers, general contractors, scaffolding companies, renovation companies, construction companies, but also the whole sector of event companies. The services customers most often ask us are support in the design process, technical support, training of teams and supervision of proper project implementation. Our services are always tailor-made to the client's needs. We not only sell scaffolds. We cooperate and support our clients at every stage of the project, we help to choose solutions and technologies, and we advise on materials. As a result, our clients know that they are always in good hands.

IS THERE ANYTHING YOU WOULD LIKE TO CHANGE IN THE COMING YEARS? WHAT DIRECTION DO YOU RUN A BUSINESS?

We are committed to expanding our client's portfolio and investments and expansion in the regions. We do not intend to settle. There is a lot to do - projects and the promotion of our key value. We want to acquire an increasing number of interesting projects, where we and our clients will develop. With ambitious projects, we can fully show and exploit the potential of our employees.

BUT THE ECONOMIC AND POLITICAL SITUATION IS UNFAVORABLE, AND EXPERTS ARE HERALDING THE UPCOMING CRISES. DIFFICULT TIMES

REQUIRE LEADERS WHO CAN MAKE DIFFICULT DECISIONS. HOW DO YOU FIND YOURSELF IN NOWADAYS REALITY?

Although the economic situation is quite unstable, we act decisively and with optimism, always having some plan B. Held by Layher and by us - as a team - position is the result of hard work. Customers come to us with new challenges. We just need to keep the attention and listen. There is no place or time to relax.

We operate with consistency. The market appreciates this. The proof is the awards and distinctions we achieve. This is the achievement of the efforts, projects, and activities carried out over the last, difficult years. Our Partners and Clients trust us and our team is always ready to cooperate and seek the best solutions for all the challenges that arise.

WHAT IS YOUR BIGGEST BUSINESS DREAM?

There is no doubt, our company is one of the main players in the scaffolding sector. We are a reference point and we undertake the implementation of difficult projects.

We grow year by year. I am proud and enthusiastic about the fact I participate in this process and have a real impact on it. Strategic planning is the key to success, and I dream I will always have this enthusiasm and fun that my ideas pass the exam.

Wojciech Homik, General Manager, Member of the Management Board of Layher Sp. z o.o. since 2018 he has been managing the Polish branch of Layher. Deputy Chairman of the Bureau of the Construction Machinery and Equipment Committee at the Polish Association of Construction Employers. A graduate of the Rzeszów University of Technology with a specialization in construction and engineering and a graduate of the School of Sales Management in Warsaw. He has already started his professional practice during his studies, participating in the Skanska Summer internship program. Then, for several years, he was responsible for design work and led construction works, working in a family company. In 2011, he started cooperation with DOKA, whereas as a Project Manager, he was responsible, among others, for the coordination and comprehensive service of the A4 contract on the Dębica - Rzeszów section, as well as the development of the south-eastern region. He gained a broad view of the construction industry thanks to cooperation with DOKA and Ulma. During his professional career, he was responsible for sales management, acquisition, and execution of contracts, including the pylon bridge in Rzeszów and the Varso Tower building in Warsaw. Privately, a great fan of motorization and motorsports.

PKP INTERCITY: ROZWIJAMY SIĘ ODPOWIEDZIALNIE

WYWIAD Z JAROSŁAWEM ONISZCZUKIEM,
CZŁONKIEM ZARZĄDU PKP INTERCITY



JAROSŁAW ONISZCZUK
Członek Zarządu
PKP Intercity

KAPITUŁA KONKURSOWA "DIAMENTY INFRASTRUKTURY I BUDOWNICTWA" PRZYZNAŁA PKP INTERCITY TYTUŁ LAUREATA W KATEGORII: FIRMA ODPOWIEDZIALNA SPOŁĘCZNIE ZA DZIAŁANIA PODJĘTE W 2022 ROKU NA RZECZ OBYWATELI UKRAINY. JAKIE SĄ NAJWAŻNIEJSZE WYNIKI DZIAŁAŃ PKP INTERCITY W ZWIĄZKU Z UCHODźCAMI Z UKRAINY?

Polska kolej od samego początku wojny aktywnie zaangażowała się w pomoc uchodźcom. Dworce kolejowe były jednymi z pierwszych miejsc, do których trafiali obywatele Ukrainy. Ich głównym środkiem transportu były pociągi PKP Intercity, którymi docierali do różnych zakątków naszego kraju, a także Europy. Z tej pomocy i bez-

płatnych przejazdów krajowych do końca czerwca ubiegłego roku skorzystało ponad 2,3 mln osób.

Zorganizowaliśmy także pomoc rzeczową dla ukraińskich kolejarzy oraz pociąg sanitarny we współpracy z Rządem RP. Byliśmy także odpowiedzialni za koordynację pomocy realizowanej przez innych przewoźników, którzy udostępnili swoje składki. Już kilka dni po rozpoczęciu wojny w Ukrainie uruchomiliśmy specjalną infolinię w języku ukraińskim dla obywateli Ukrainy.

Pomoc Ukraincom wiązała się z ogromnym wysiłkiem organizacyjnym. Z miejscowości przy granicy z Ukrainą odprawiono w sumie 3016 pociągów, w tym 2373 wzmocnione pociągi stałego kursowania, 270 dodatkowych pociągów uruchamianych taborem PKP Intercity i 373 pociągi uruchamiane taborem przewoźników regionalnych. 3830 pociągów stałego kursowania na terenie kraju zostało wzmocnione łącznie 9941 wagonami.

CZY WPROWADZENIE BEZPŁATNYCH PRZEJAZDÓW DLA OBYWATELI UKRAINY WPŁYNĘŁO NA DZIAŁALNOŚĆ PKP INTERCITY?

Niewątpliwie był to czas wytężonej pracy naszych pracowników. To właśnie ten czas pokazał, że kolej jest środkiem transportu, na którym można polegać nie tylko na co dzień, lecz także w czasie kryzysu. Warto podkreślić, że mimo naszego zaangażowania w pomoc uchodźcom, realizowaliśmy swoją pierwotną misję, jaką jest świadczenie usług przewozowych dla milionów Polaków. Mogę powiedzieć z dumą, że stanęliśmy na wysokości zadania.

PKP INTERCITY W 2022 ROKU PRZEWIOŻŁO REKORDOWĄ LICZBĘ PASAŻERÓW – BLISKO 59 MLN. CO PRZYSZYŁO SIĘ DO TEGO SUKCESU?

Znaczny wzrost zainteresowania usługami PKP Intercity był spowodowany między innymi rozszerzeniem na początku maja 2022 r. oferty Promo na wszystkie kategorie pociągów. Dzięki ofercie opartej na dynamicznym systemie zarządzania ceną możliwe stały się podróże w cenach niższych niż do tej pory. W czasie rosnącej inflacji i rosnących cen paliw hitem okazała się również oferta Taniej z Bliskimi, z której skorzystało w ubiegłym roku ponad 4,1 mln pasażerów. Jesień zaś była czasem ogromnej promocji – udostępniliśmy pulę 1,2 mln biletów w atrakcyjnych cenach.

Jesteśmy świadkami powracającej mody na kolej. Służy temu nie tylko nowoczesny tabor, lecz także dostosowana do preferencji odbiorców oferta oraz rozwój kanałów zdalnych sprzedaży. Wszystko po to, aby moda na podróżowanie koleją stała się oczywistością i naturalnym wyborem dla kolejnych podróżnych.

PANDEMIA COVID-19 WYMUSIŁA ZMIANY W PLANACH INWESTYCYJNYCH PKP INTERCITY? JAKIE SĄ PROGNOZY NA PRZYSZŁOŚĆ?

Pandemia odcisnęła piętno na każdej gałęzi gospodarki, nie omijając branży kolejowej. Nie tylko czasowo wstrzymała dynamiczny wzrost popularności usług PKP Intercity, lecz także spowodowała duże problemy z terminowością dostaw zamówionego taboru. Przeciwdziałaliśmy takim ryzykom poprzez odpowiednie zapisy kontraktowe w poszczególnych postępowaniach, ale nie zrezygnowaliśmy z naszych inwestycji, mając na względzie utrzymanie rozwoju gospodarki i łańcuchów dostaw.

Z całej sytuacji wyszliśmy o wiele silniejsi. Świadczy o tym rozszerzenie naszej strategii inwestycyjnej na początku 2022 r. W jej ramach zwiększyliśmy z 19 do 27 mld zł środki, jakie zainwestujemy do końca obecnej dekady. To duży krok w kierunku stworzenia w Polsce nowoczesnej i innowacyjnej kolei.

W perspektywie 2030 roku planujemy zapewnić pasażerom przejrzysty, powtarzalny rozkład jazdy, który zapewni stabilną i przewidywalną ofertę. Optymalna siatka połączeń stworzy spójną sieć trans-

portową, dostosowaną do potrzeb pasażerów oraz rytmu dobowej aktywności społeczeństwa.

JAK PKP INTERCITY BĘDZIE ROZWIJAĆ SWOJĄ OFERTĘ W ZAKRESIE POCIĄGÓW DALEKOBIEŻNYCH I MIĘDZYNARODOWYCH, ABY SPROSTAĆ ROSNĄCEJ KONKURENCJI NA RYNKU TRANSPORTOWYM?

Za wielkim budżetem podążają ogromne inwestycje. Dzięki nim na najpopularniejszych trasach pociągi będą jeździć co godzinę lub częściej. Standardem staną się podróże z prędkością 160-250 km/h, co pozwoli skrócić czasy przejazdów.

Konsekwentnie dodawać będziemy kolejne relacje. W planach mamy rozszerzenie oferty podróży międzynarodowych. Każda z tych decyzji istotnie wpływa na wzmocnienie naszej pozycji na rynku transportowym. Pragniemy stworzyć warunki do tego, by Polacy mogli komfortowo, szybko i tanio podróżować między krajami, nie emitując jednocześnie zanieczyszczeń do środowiska.

W JAKIM KIERUNKU ZMIERZA ROZWÓJ KANAŁÓW SPRZEDAŻY BILETÓW?

Dążymy do tego, aby zakup biletów na połączenia PKP Intercity był jak najłatwiejszy dla podróżnych, dlatego sukcesywnie rozwijamy naszą sieć sprzedaży. W 2021 roku otworzyliśmy się na współpracę z partnerami zewnętrznymi i wprowadziliśmy nowy model sprzedaży agencyjnej. Dzięki niemu bilety PKP Intercity można dzisiaj kupić na popu-

larnych platformach mPay, e-podroznik.pl, KOLEO oraz SkyCash. Sukces polityki ujednoliconych warunków handlowych skłonił nas do rozszerzenia sieci sprzedaży o punkty stacyjne. Mając na uwadze dobro pasażerów, którzy z różnych powodów nie decydują się na zdalny zakup biletów, w najbliższym czasie chcemy wprowadzić możliwość kupienia biletów na nasze pociągi do kiosków, hoteli, sklepów spożywczych czy na stacje benzynowe. Dzięki takiej strategii brak kasy biletowej PKP w najbliższej miejscowości nie będzie stanowić problemu. Nie można też zapomnieć o nowej aplikacji PKP Intercity, którą sukcesywnie rozwijamy o nowe możliwości.

JAKIE PLANY MA PKP INTERCITY NA PRZYSZŁOŚĆ W ZAKRESIE USŁUG PRZEWOZOWYCH, I CZY PRZEWIDUJE WPROWADZENIE NOWYCH OFERT I PROMOCJI?

W 2022 r. z naszych ofert promocyjnych i ulg ustawowych skorzystało 25,4 mln pasażerów. Na podstawie tych danych widzimy jak ważne jest rozwijanie nie tylko siatki połączeń, lecz także oferty i kanałów sprzedaży. Zadaniem proponowanych przez nas promocji jest zaoferowanie pasażerom realnej korzyści, która zachęci ich do wyboru pociągu zamiast innego środka transportu. W tym przypadku to podróż w jak najlepszej cenie. Dążymy do tego, by oferować pasażerom wysoki oraz powtarzalny standard podróży i nadal chcemy intensywnie rozwijać ofertę dla pasażerów, by kolej stała się środkiem transportu pierwszego wyboru.

Jarosław Oniszczyk, Członek Zarządu

W Polskich Kolejach Państwowych pracuje od 29 lat, a z PKP Intercity związany jest zawodowo od 2001 r. Jest kolejarzem z wykształcenia, cenionym ekspertem w dziedzinie eksploatacji i utrzymania taboru kolejowego. Od marca 2016 roku pełni funkcję Członka Zarządu PKP Intercity.



PKP INTERCITY: WE ARE GROWING RESPONSIBLY

AN INTERVIEW WITH JAROSŁAW ONISZCZUK,
MEMBER OF THE BOARD POLISH STATE RAILWAYS

THE JURY OF THE DIAMONDS OF INFRASTRUCTURE AND CONSTRUCTION COMPETITION HAS AWARDED PKP INTERCITY THE TITLE OF LAUREATE IN THE SOCIALLY RESPONSIBLE COMPANY CATEGORY FOR ITS EFFORTS TO ASSIST UKRAINIAN CITIZENS IN 2022. WHAT ARE THE KEY OUTCOMES OF PKP INTERCITY'S INITIATIVE TO HELP REFUGEES FROM UKRAINE?

Polish railways have been actively involved in helping refugees from the very beginning of the war. Railway stations have been among the first destinations for Ukrainian citizens. They have mainly travelled on PKP Intercity trains reaching even the most remote destinations in the country and beyond. More than 2.3 million people had used the assistance and free domestic travel by the end of last June.

We have also provided in-kind assistance for Ukrainian railway workers and a sanitary train in collaboration with the Government of Poland. Furthermore, we have co-ordinated relief efforts by other carriers who offered their depots as shelter. Just a few days after the start of the war in Ukraine, we launched a hotline in Ukrainian for Ukrainian citizens.

The relief to Ukrainians was a huge logistic effort. A total of 3,016 trains were dispatched from towns near the Ukrainian border travelling into more central destinations in the country, including 2,373 extended regular services trains, 270 additional trains based on PKP Intercity rolling stock and 373 trains based on regional carriers' rolling stock. 3,830 regular service trains across the country were extended with a total of additional 9,941 carriages.

DID THE POLICY OF FREE TRAVEL FOR UKRAINIAN CITIZENS AFFECT PKP INTERCITY'S OPERATIONS?

Undoubtedly, it was a time of hard work for our employees. It demonstrated that rail transport was a dependable mode of transport not only on a daily basis but also in times of crisis. It is worth emphasising that in addition to our commitment to helping refugees, we pursued our core mission of providing transport services to millions of regular passengers. I can say with pride that we rose to the challenge.

PKP INTERCITY CARRIED A RECORD NUMBER OF PASSENGERS, NEARLY 59 MILLION IN 2022. WHAT CONTRIBUTED TO THIS SUCCESS?

The significant increase in the demand for PKP Intercity services was caused, among other things, by the extension of our Promo offer to all train categories early last May. The dynamic price management system in our product supported travel at lower prices than before. The Taniej z Bliskimi (Cheaper with Relatives) product was also a hit, too, at a time of rising inflation and rising fuel prices, with more than 4.1 million passengers in 2022. The huge autumn promotions offered a pool of 1.2 million tickets at attractive prices.

We are witnessing a comeback of rail travel. Modern rolling stock, deals tailored to customers preferences and the development of remote sales channels drive the trend. The ultimate goal is to make rail travel an obvious and natural choice for more travellers.

THE COVID-19 PANDEMIC HAS FORCED PKP INTERCITY TO MODIFY ITS INVESTMENT PLANS? WHAT ARE YOUR PROJECTIONS RIGHT NOW?

The pandemic has left its mark on every sector of the economy and it has not spared the rail industry, either. Not only did it temporarily halt the rapid growth in PKP Intercity passenger numbers, but it also caused major logistic issues preventing the timely delivery of ordered rolling stock. We counteracted such risks using appropriate contractual provisions for each order and we did not freeze our purchasing programme to ensure that the economy continued to grow and supply chains remained robust.

We have come out much stronger. Our investment strategy was expanded in early 2022, we increased our CAPEX projections from PLN 19 billion to PLN 27 billion the end of this decade. This is a major step forward towards creating a modern and innovative railway network in Poland.

By 2030, we plan to provide passengers with a transparent, repeatable timetable that will ensure a stable and predictable service. An optimal route plan will create a coherent transport network that meets passengers needs and supports the daily rhythm of the public in Poland.

HOW WILL PKP INTERCITY DEVELOP ITS LONG-DISTANCE AND INTERNATIONAL SERVICES TO MEET THE GROWING COMPETITION IN THE TRANSPORT MARKET?

The huge budget supports huge projects. This will ensure that trains will run every hour or more frequently on the most popular routes. Travelling at speeds of 160-250 km/h will become the standard, thus reducing traveling times. We will consistently add new routes. We are planning to expand our international services. Each of these decisions will significantly strengthen our position in the transport market. We want to provide opportunities for the public in Poland to travel between countries comfortably, quickly and cheaply, and without polluting the environment.

WHAT IS THE TREND IN TICKET SALES CHANNELS?

We aim to make purchasing tickets for PKP Intercity connections as easy as

possible for travellers, which is why we are gradually expanding our sales network. In 2021, we launched partnerships with external providers and introduced a new agency sales model. Today, PKP Intercity tickets can be purchased on popular platforms such as mPay, e-podroznik.pl, KOLEO and SkyCash. The success of the policy to standardise commercial terms and conditions has prompted us to expand our physical point of sale network to cater for the needs of passengers who choose not to purchase tickets online. Tickets will soon be available at kiosks, hotels, grocery shops or petrol stations. With this strategy, the lack of a PKP ticket office in the nearest town will no longer be an issue. Then there is the new PKP Intercity application that we keep improving while adding new features.

WHAT ARE PKP INTERCITY'S PLANS FOR TRANSPORT SERVICES AND IS IT PLANNING TO OFFER NEW PRODUCTS OR PROMOTIONS?

Some 25.4 million passengers used our promotional offers and statutory discounts in 2022. These figures demonstrate the importance of not only developing your service network but also your offers and sales channels. Our promotions are designed to offer passengers real benefits to encourage them to choose trains over other modes of transport. In this case, the bargain is the travelling at the best possible price. We are committed to offering passengers consistently excellent quality of travel and to continuously improve our services to make rail the mode of transport of choice.

Jarosław Oniszczyk, Member of the Board

Railway engineer by background, he has worked in the Polish State Railways for 29 years. He moved to PKP Intercity in 2001. He is a valued expert in the field of rolling stock operation and maintenance. He joined PKP Intercity S.A. as Member of the Management Board in March 2016.



ENERGIA SŁONECZNA DLA BIZNESU OSZCZĘDNOŚĆ, NIEZALEŻNOŚĆ I POZYTYWNY WIZERUNEK PRZEDSIĘBIORSTWA

WYWIAD Z ANNA KULACH - PREZES ZARZĄDU E.ON FOTON SP. Z O.O.



ANNA KULACH

Prezes Zarządu E.ON Foton Sp. z o.o.
CEO at E.ON Foton

JAKIE ROZWIĄZANIA OZE OFERUJE E.ON FOTON DLA KLIENTA BIZNESOWEGO?

E.ON Foton od 8 lat zachęca klientów do inwestycji w rozwiązania opierające się na energii ze słońca. W naszym portfolio bazą produktów jest fotowoltaika, oferujemy również magazyny energii, stacje do ładowania aut elektrycznych oraz pompy ciepła. Stale poszerzamy ofertę, zwracając uwagę na najwyższą jakość montowanych przez nas urządzeń. Odpowiadając na potrzeby klientów biznesowych, dla których istotne są rozwiązania zapewniające energię i ciepło w większych obiektach wprowadziliśmy do oferty między innymi modele pomp ciepła renomowanej firmy Daikin, doskonale znane i doceniane przez właścicieli domów jednorodzinnych. Producent ten oferuje pompy ciepła, które można łączyć również kaskadowo, w ten sposób zapewniając ciepło w większych budynkach (dodam, że w E.ON Foton, sprawdzamy, czy w przypadku konkretnego obiektu łączenie kaskadowe będzie możliwym i optymalnym rozwiązaniem).

Przedsiębiorcy mierzą się obecnie z wieloma wyzwaniami jak wymogi regulacyjne (obniżenie poziomu emisji gazów cieplarnianych), uniezależnienia od importu rosyjskich paliw, wysoki poziom inflacji i utrudniony dostęp do finansowania zewnętrznego. Staramy się pomóc w każdym z tych obszarów i przekonujemy osoby zarządzające przedsiębiorstwami, że inwestycje we własne, ekologiczne źródła energii czy ciepła, przynoszą korzyści finansowe i niefinansowe. Aspekty niefinansowe, to kwestie wizerunkowe, potwierdzające nowoczesność przedsiębiorstwa, społeczna odpowiedzialność i świadomość konieczności redukcji negatywnego wpływu działalności firm na środowisko. Korzyści finansowe wynikają z produkcji własnej, taniej energii, której koszty przy obecnych i przewidywanych cenach nieustannie rosną. Rośnie również zapotrzebowanie na energię przedsiębiorstw a samowystarczalność w tym obszarze wpływa na konkurencyjność działania, poprzez niższe koszty wytworzenia produktów jak również bardziej pozytywne, postrzeganie przedsiębiorców z punktu widzenia ich działań prospołecznych. Instalacja fotowoltaiczna to inwestycja opłacalna, podnosząca wartość przedsiębiorstwa, mimo że zwrot inwestycji następuje dopiero po kilku latach i zależy od wielu czynników niezależnych od przedsiębiorcy. W celu prawidłowego skalkulowania okresu zwrotu z inwestycji kluczowa jest autokonsumpcja energii. Idealny model to taki, w którym wyprodukowana przez instalację fotowoltaiczną energia jest w 100% przeznaczana na potrzeby przedsiębiorstwa. Nie jest to trudne w przypadku przedsiębiorstw prowadzących swoją główną działalność w ciągu dnia. Ważny jest dobór mocy instalacji fotowoltaicznej, która powinna być zbilansowana z faktycznym zużyciem energii.

W ofercie dla biznesu, staramy się nie tylko wskazywać benefity instalacji, optymalnie dobierać jej moc i komponenty niezbędne do jej wybudowania, ale szukać możliwości wspierających przedsiębiorstwa w dążeniu do osiągnięcia efektywności energetycznej. Przykładem jest kompensacja mocy biernej. Energia bierna nie jest zużywana, a „krąży” pomiędzy siecią i odbiornikami, powodując dodatkowe obciążenie linii przesyłowych oraz dodatkowe koszty. Mogą stanowić one nawet do 20% wartości miesięcznej faktury za energię. Kompensacja mocy biernej to wprowadzenie do sieci odpowiedniej porcji energii kompensującej niepożądany rodzaj energii. Jest to kolejna szansa dla przedsiębiorstw na poprawienie swojej efektywności energetycznej i optymalizację kosztów.

BIORĄC POD UWAGĘ WZROST ZAINTERESOWANIA INWESTOWANIEM W INSTALACJE FOTOWOLTAICZNE ZE STRONY PRZEDSIĘBIORCÓW, NA CO POWINNI ONI ZWRACAĆ UWAGĘ, ABY OSIĄGNĄĆ MAKSYMALNE KORZYŚCI Z TEGO ROZWIĄZANIA I W JAKI SPOSÓB E.ON FOTON MOŻE WESPRZEĆ ICH W WYBORZE ODPOWIEDNIEJ INSTALACJI?

Na każdym etapie inwestycji, od momentu analizy korzyści z rozwiązania, poprzez projekt i budowę instalacji, aż do jej późniejszego maksymalnego wykorzystania istotnym jest wsparcie zaufanego i doświadczanego partnera, który dobierze rozwiązania tak by sprostaały one potrzebom przedsiębiorstwa. Dzięki ciągłemu wsparciu i profesjonalnemu doradztwu inwestor może mieć pewność, że instalacja będzie dopasowana do jego konkretnych potrzeb. Sprzęt i komponenty zapewnią maksymalne wykorzystanie zasobów, a profesjonalny montaż, wykonany przez ekipy posiadające duże doświadczenie realizacyjne zapewni wieloletnie, bezusterkowe funkcjonowanie instalacji. Właśnie na te aspekty w E.ON Foton zwracamy szczególną uwagę. Zapewniamy naszym klientom wsparcie merytoryczne na każdym etapie procesu inwestycyjnego. Do każdego projektu podchodzimy indywidualnie, a każde zadanie realizowane na potrzeby biznesowe poprzedzone jest audytem przedmontażowym – co zapewnia najwyższą jakość obsługi, a nie jest nadal standardem rynkowym.

FIRMA E.ON FOTON AKTYWNIIE DZIAŁA NA RYNKU ENERGII ODNAWIALNEJ, REALIZUJĄC RÓŻNORODNE KONCEPCJE ZWIĄZANE Z ZIELONĄ ENERGIĄ, JAKIE SĄ NAJWAŻNIEJSZE PROJEKTY, KTÓRE AKTUALNIE REALIZUJECIE LUB PLANUJECIE W NAJBLIŻSZYM CZASIE?

Od grudnia 2021 roku nasza firma jest częścią międzynarodowej grupy kapitałowej, lidera branży energetycznej - E.ON. Dostęp do Grupowego know-how daje większe możliwości rozwoju i pozwala na identyfikację i wdrażanie przewag konkurencyjnych, które inne spółki wdrożyły z powodzeniem w innych krajach Europy. W Grupie ważnym produktem dla klientów prowadzących przedsiębiorstwa są farmy fotowoltaiczne. Farma fotowolta-

iczna to instalacja budowana w celu wytwarzania energii słonecznej na dużą skalę, zaopatrująca np.: przedsiębiorstwa przemysłowe. Obniżenie kosztów energii, niezależność od podwyżek jej cen, możliwość uzyskania dodatkowych dochodów, wynikających z odsprzedaży wytworzonej energii do sieci - to silne argumenty dla inwestora biznesowego, mającego możliwość realizacji tego typu inwestycji. Grupa E.ON ma na swoim koncie imponujące realizacje, warto wspomnieć o farmie 12 MW w Maastricht, zasilającej 3,5 tysiąca domów, pływającej elektrowni słonecznej o mocy 6,1 MW wybudowanej dla koncernu RWE w Niemczech. W E.ON Foton również w tym obszarze mamy swoje osiągnięcia i oferujemy naszym klientom kompleksową obsługę w całym procesie.

W celu „uzieleniania” naszych miast i miejsc, gdzie mieszkamy proponujemy spółdzielniom i wspólnotom mieszkaniowym usługi pokazujące im jakie instalacje mogą montować na dachach budynków wielorodzinnych i jakie korzyści niosą takie instalacje. Zwracamy uwagę na zaostrzające się przepisy unijne dotyczące tego typu budynków w kolejnych latach. W ostatnich miesiącach nasi doradcy, projektanci i audytorzy zaprojektowali kilkadziesiąt rozwiązań dla tego typu klientów.

Poszukujemy również partnera, z którym będziemy mogli oferować na rynku rozwiązania pozyskania ciepła poprzez wprowadzenie do oferty gruntowych pomp ciepła.

Jako firma działająca w branży odnawialnych źródeł energii, nie tylko oferujemy zielone rozwiązania, ale staramy się dawać przykłady ekologicznych zachowań. Zgodnie z założeniami misji „eongoesgreen” nasi pracownicy jeżdżą flotą hybrydową, auta mają zaszytą sztuczną inteligencję, co pozwala optymalizować trasy przejazdu i minimalizować ślad węglowy, dążymy do pracy bazującej na rozwiązaniach typu paperless.

Nasze wieloletnie doświadczenie a także najwyższy poziom świadczonych usług i dostarczanego sprzętu, zaowocowały zaufaniem ponad 27.000 klientów, z których aż 61 proc. pochodzi z rekomendacji. Te dane są dla nas motywacją do ciągłego podnoszenia jakości naszych usług i procesów. Ukoronowaniem naszych codziennych starań są nagrody i wyróżnienia jak Grand Prix programu Konsumentki Lider Jakości 2023 w kategorii Instalacje Fotowoltaiczne czy wyróżnienie Diament Sustainable Economy w kategorii Lider Ekologii w Energetyce przyznane przez Executive Club.



Zdjęcie instalacji wykonanej przez E.ON Foton

Anna Kułach - Prezes Zarządu E.ON Foton Sp. z o.o. Posiada ponad 20-letnie doświadczenie zawodowe i szeroką wiedzę w obszarze finansów oraz funkcjonowania i zarządzania przedsiębiorstwem. Jest absolwentką Uniwersytetu Ekonomicznego w Krakowie, w 2008 r. uzyskała tytuł biegłego rewidenta (nr 11347), od 2011 r. posiada kwalifikacje ACCA. Od kilku lat pełni funkcje niezależnego członka Rad Nadzorczych w spółkach z sektora publicznego i prywatnego.

SOLAR ENERGY IN BUSINESS - FRUGALITY, INDEPENDENCE AND A POSITIVE IMAGE OF THE ENTERPRISE

AN INTERVIEW WITH ANNA KUŁACH - CEO AT E.ON FOTON

WHAT RENEWABLE ENERGY SOLUTIONS DOES E.ON FOTON OFFER FOR THE BUSINESS CUSTOMER?

E.ON Foton has been encouraging customers to invest in solar energy-based solutions for 8 years. While photovoltaics is the base of our product portfolio, we also offer energy storage, electric vehicle charging station and heat pumps. We are constantly expanding our offer, focusing on the highest quality of the equipment we install. In response to the needs of business customers to whom solutions that provide energy and heat in larger facilities are important, we launched heat pump models from the renowned Daikin company, well known and appreciated by households. This manufacturer offers heat pumps that can also be cascaded together, thus providing heat in larger buildings (I will add that at E.ON Foton, we check whether cascade bonding will be possible and optimal for a particular facility).

Entrepreneurs are currently facing many challenges such as regulatory requirements (lowering gas emissions), becoming independent from Russian fuel imports, high levels of inflation and difficult access to external financing. We strive to assist in each of these areas and convince business managers that investing in their own green energy or heat sources brings both financial and non-financial benefits. Non-financial aspects, include image-related issues, affirming the modernity of the business, social accountability, and awareness of the need to reduce the negative impact of companies' operations on the environment. The financial benefits arise from producing one's own low-cost energy, the cost of which continues to rise given current and predicted prices. The demand for energy for businesses is also growing, and being self-sufficient in this area influences the competitiveness of operations, through lower costs of manufacturing as well as a more favourable perception of entrepreneurs in terms of their pro-social activities. A PV installation is a profitable investment, enhancing the value of the business, even though the investment payback comes only after several years and depends on many factors beyond the entrepreneur's control. Energy auto-consumption is a key to correctly calculate the payback period. The ideal paradigm is one in which the energy produced by the photovoltaic installation is 100% used by the needs of the business. That's not a difficulty for those who conduct their main business during a day. The selection of the power of the PV installation is important and should be balanced with the actual energy consumption.

In our offer for businesses, we strive not only to point out the benefits of the installation and optimize the power and components needed to build it but to seek opportunities to support businesses in their pursuit of energy efficiency. Passive power compensation is an example. Passive energy is not consumed, but "circulates" between the network and consumers, causing additional load on transmission lines and leading to additional costs. These can constitute up to 20% of the value of the monthly energy invoice. Passive power compensation is the introduction of an appropriate portion of energy into the network to compensate for the unwanted energy type. This is yet another opportunity for businesses to improve their energy efficiency and optimize costs.

CONSIDERING THE GROWING INTEREST IN INVESTING IN PHOTOVOLTAIC INSTALLATIONS, WHAT SHOULD BUSINESSES PAY ATTENTION TO IN ORDER TO GET THE MAXIMUM BENEFIT FROM THIS SOLUTION, AND HOW CAN E.ON FOTON SUPPORT THEM IN CHOOSING THE RIGHT INSTALLATION?

In every stage of the investment, starting from the verification of the benefits of the solution, through the design and construction of the installation, to its later maximum use, it is essential to support a trusted and experienced partner who will choose solutions that meet



the needs of the business. Through continuous support and professional advice, the investor can be assured that the installation will be tailored to their specific needs. The equipment and components will ensure maximum use of resources, while professional installation, carried out by teams with considerable experience, will ensure many years of trouble-free operation of the installation. These are the aspects that we at E.ON Foton pay special attention to. We ensure that our clients receive substantive support at every stage of the investment process. We approach each project individually, and each task carried out to meet business needs is preceded by a preassembly audit - ensuring the highest quality of service, which is still not a standard in our market.

E.ON FOTON IS ACTIVE IN THE RENEWABLE ENERGY MARKET, IMPLEMENTING VARIOUS CONCEPTS RELATED TO GREEN ENERGY. WHAT ARE THE MOST IMPORTANT PROJECTS THAT YOU ARE CURRENTLY PURSUING OR PLANNING IN THE NEAREST FUTURE?

Since December 2021, our company has been part of an international capital group, the leader of the energy industry - E.ON. Having access to Group know-how provides more opportunities for growth and allows us to identify and imple-

ment competitive advantages that other companies have successfully implemented in other European countries. Within the Group, PV farms are an important product for business customers. A photovoltaic farm is an installation built to generate solar energy on a large scale, supplying, for example, industrial businesses. Lowering the cost of energy, independence from energy price increases and the possibility of additional income resulting from the resale of generated energy to the network - these are strong arguments for a business investor with the opportunity to implement this type of investment. The E.ON Group has an impressive track record of projects in this area. Worth mentioning is a 12 MW farm in Maastricht, powering 3,500 homes and a 6.1 MW floating solar power plant built for RWE in Germany. E.ON Foton also has a track record in photovoltaic farms, and we offer our customers comprehensive support throughout the whole process.

In order to make our cities and places where we live "greener", we offer services to housing cooperatives and communities to show them what installations they can incorporate on roofs of multi-family buildings and what benefits such installations bring. We would like to point out the stricter EU regulations for this type of building in the coming years.

In recent months, our consultants, designers and auditors have developed dozens of solutions for such customers.

We are also seeking a partner with whom we can offer heat sourcing solutions to the market by introducing ground heat pumps.

As a company operating in the renewable energy industry, we not only offer green solutions but strive to set examples of environmentally friendly behaviour. In accordance with the "eongoesgreen" mission, our employees drive hybrid fleets, the cars are equipped with artificial intelligence to optimize travel routes and minimize carbon footprint, and we aim to work using paperless solutions.

Our years of experience, as well as the highest level of service and equipment supplied, have earned us the trust of more than 27,000 customers, with as many as 61% coming from recommendations. This data motivates us to continuously improve the quality of our services and processes. Our daily efforts are awarded with prizes such as the Grand Prix of the Konsumenten Lider Jakości 2023 program in the PV Installations category or the Sustainable Economy Diamond award in the Ecology Leader in Energy category awarded by the Executive Club.



Zdjęcie instalacji wykonanej przez E.ON Foton

Anna Kułach - CEO at E.ON Foton. She has over 20 years of professional experience and extensive knowledge in finance; company operation and business management. She is a graduate of the University of Economics in Krakow, in 2008 was awarded the title of certified external auditor (no. 11347), and since 2011 has been ACCA qualified. For the past few years, she has served as an independent member of the Supervisory Boards in public and private sector companies.

IMPACT INVESTING – CZY POZWOLI URATOWAĆ ŚWIAT?

ROZMOWA Z ŁUKASZEM Bliczewiczem, Prezesem Grupy Assay



ŁUKASZ Bliczewicz
Prezes Grupy Assay

NIE OD DZIŚ WIADOMO, ŻE JEŚLI BĘDZIEMY ZWLEKAĆ Z PODEJMOWANIEM PILNYCH DZIAŁAŃ W KWESTIACH ŚRODOWISKOWYCH, PLANETĘ I LUDZI CZEKA RACZEJ SMUTNA PRZYSZŁOŚĆ.

To prawda, dlatego aby tego uniknąć, ludzkość musi zmienić nastawienie i zacząć wdrażać zrównoważone projekty, które pozwolą zapobiec trwałym zmianom klimatu i środowiska. Raport o zagrożeniach dla świata – The Global Risks Report 2023 – który powstał w związku z tegorocznym szczytem ekonomicznym w Davos wskazuje, że w okresie kolejnych 10 lat największe zagrożenia dla świata to zagrożenia środowiskowe – objęły aż 6 z 10 pozycji. Wyraźnie zatem widać, że w kolejnej dekadzie nasz wysiłek powinien koncentrować się na tym obszarze i chyba nie bez powodu pierwszą literką w skrócie ESG jest słowo *Environmental*.

TE TRZY LITERY ESG, CZYLI ENVIRONMENTAL, SOCIAL, GOVERNANCE I ZWIĄZANE Z NIMI POJĘCIA, ODMIENIAJĄ SIĘ TERAZ NA WSZELKIE MOŻLIWE SPOSOBY. DLACZEGO?

Wiemy, że w celu wdrożenia trwałych zmian konieczne są działania w tych trzech obszarach. Oprócz środowiska, istotne są projekty uwzględniające aspekty społeczne pracy i życia, a także uregulowania, zarówno na poziomie państw, jak i wewnętrzne przepisy korporacji. W związku z rosnącą świadomością społeczną, sami konsumenci coraz bardziej interesują się etycznymi praktykami biznesowymi i na bazie własnych przekonań częściej wybierają firmy, które w swojej działalności uwzględniają wpływ na środowisko i społeczeństwo.

A CZY MŁODE PRZEDSIĘBIORSTWA – STARTUPY – STARAJĄ SIĘ PODAŻAĆ DROGĄ ZRÓWNOWAŻONYCH ZMIAN?

Zdecydowanie tak. Pamiętajmy, że jesteśmy częścią społeczności, żyjemy tu i teraz oraz obserwujemy, jak wygląda świat i dokąd zmierza, a wielu z nas chce zrobić coś dobrego dla planety. Coraz więcej osób decyduje się założyć firmę, która ma pozytywny wpływ. To one stanowią obecnie siłę napędową zmian, jednocześnie odpowiadając na oczekiwania coraz większej grupy konsumentów.

CO MOŻE POMÓC TYM POZYTYWNYM PROJEKTOM STAĆ SIĘ WIDOCZNIJSZYMI NA RYNKU?

Jest wiele różnych programów dla młodych, szybko rozwijających się startupów. Polski rynek jest jednak silnie nasycony i wysoce konkurencyjny, dlatego przebicie się z nowym pomysłem, nawet najbardziej zrównoważonym, może okazać się ogromnym wyzwaniem. Mamy tego świadomość i dlatego jako organizacja postanowiliśmy pomóc innowacyjnym przedsięwzięciom w zaprezentowaniu swoich rozwiązań dla ludzi i planety. Na początku tego roku zorganizowaliśmy konkurs Assay SUPERHERO dla startupów pozytywnego wpływu, a pod koniec kwietnia odbył się jego finał podczas konferencji Assay SmartUp Day.

DLACZEGO UZNALIŚCIE, ŻE TAKI KONKURS I WYDARZENIE SĄ POTRZEBNE?

Miedzy innymi dlatego, że takiej platformy w naszym kraju jeszcze nie było. Zależy nam, aby docenić innowacyjne

rozwiązania, które torują drogę do zmian w kwestiach środowiskowych i społecznych. Stworzyliśmy konkurs *Assay SUPER-HERO*, a słowo to rozumiemy jako *Start Up Positive Effects Recognition to Help Earth Regain Ownership*. Ta definicja stanowiła też punkt wyjścia do oceny zgłoszonych startupów – prawdziwych superbohaterów w drodze do lepszej przyszłości. Obok potencjału biznesowego jury pod uwagę brało też zaangażowanie społeczne, troskę o środowisko naturalne, etyczność oraz transparentność działania. Konkurs wpisuje się w 17 celów zrównoważonego rozwoju ONZ i odbywa się w Miesiącu Ziemi.

SKĄD POMYSŁ NA NAZWĘ ASSAY SMARTUP DAY I CO TO ZA KONFERENCJA?

To dość ciekawa gra słów, ponieważ w naturze startupu jest myślenie i podchodzenie do pracy w zgodzie z zasadą *smart*, która uwzględnia koncentrację na rozwoju, podejmowanie działania, a także umiejętność dostosowania postępowania do zmieniających się zdarzeń i sytuacji. Każdy startup, opracowując swój pomysł, a następnie wdrażając go w życie, powinien potrafić elastycznie odpowiadać na zachodzące zmiany, czyli być *smart*.

Oprócz finału konkursu, który rozegrał się podczas konferencji, do debat i wykładów zaprosiliśmy znane w branży osoby promujące zrównoważone podejście do biznesu. Byli wśród nich przedstawiciele takich organizacji jak ImpactAngels.pl, Akademii Leona Koźmińskiego, Deloitte, B Corp, Huge Thing, Polskiego Stowarzyszenia Inwestorów Kapitałowych, WWF, EIT Climate-KIC, startupów pozytywnego wpływu, a nawet autorka książek o kobiecych startuperkach z Polski, które swoimi pomysłami zawojowały różne części świata. Na miejscu pojawili się przedstawiciele funduszy, inkubatorów, akceleratorów, startupów, inwestorzy, aniołowie biznesu, przedsiębiorcy oraz innowatorzy. Recenzje prze-

kazane nam przez partnerów i uczestników potwierdzają potrzebę tego rodzaju wydarzenia na rynku.

CZY INWESTORZY VENTURE CAPITAL MOGĄ POZYTYWIE WPŁYWAĆ NA KORZYSTNE DLA ŚWIATA ZMIANY?

Mogą, a nawet powinni, ale... Istnieją raporty¹, które potwierdzają potencjał uzyskiwania lepszych wyników finansowych przez firmy wdrażające zasady ESG – zbadani inwestorzy potwierdzili, że byliby skłonni zapłacić średnio o 10% więcej za przejęcie firmy z pozytywnymi wynikami w zakresie ESG. Tyle jeśli chodzi o deklaracje. Musimy mieć jednak świadomość, że na kompleksowe dowody ilościowe będziemy potrzebowali jeszcze poczekać. Dlatego wdrażanie praktyk ESG w przypadku kapitału podwyższonego ryzyka wymaga od uczestników tego sektora eksperymentowania. Potrzebna jest odwaga do inwestowania w technologie, które obecnie mogą być mało opłacalne komercyjnie, ale mogą zmienić świat. Sami inwestorzy z sektora prywatnego mogą sobie jednak nie poradzić – konieczne jest wsparcie instytucjonalne.

O JAKIM WSPARCIU MOWA I O JAKIE SEKTORY CHODZI?

Mam na myśli choćby unijną ustawę o przemyśle neutralnym klimatycznie (Net-Zero Industry Act), która zakłada, że na terenie Wspólnoty do roku 2030 powstawać powinno min. 40% rozwiązań green-techowych. Ich celem jest realizacja celów klimatycznych i energetycznych UE w postaci zerowej emisji CO₂ netto do roku 2050; podobne wsparcie zapewnia też rząd USA oraz Chin. Parlament Europejski przyjął właśnie kluczowe dyrektywy i rozporządzenia z pakietu „Fit for 55”, które są konkretnymi aktami prawnymi dla ograniczenia emisji gazów cieplarnianych o co najmniej 55 proc. do roku 2030 i osiągnięcia neutralności klimatycznej do roku 2050.

Inwestycje w czystą energię mają się całkiem dobrze – na całym świecie w 2022 roku wartość projektów przekroczyła 16 mld USD w ramach prawie 600 transakcji². W Polsce w minionym roku przede wszystkim poszukiwano alternatyw dla paliw kopalnych, dostrzeżono potencjał biogazu i odnotowano wzrosty w branży energii słonecznej. Kluczowymi obszarami z pewnością pozostaną technologie fotowoltaiczne, elektrownie wiatrowe lądowe i morskie, akumulatory, energia geotermalna, wódz odnawialny, biometan oraz energia jądrowa. Warto na nie zwrócić baczniejszą uwagę – nie tylko jako atrakcyjne inwestycje, ale dobre propozycje dla świata.

CZY TE INWESTYCJE POMOGĄ URATOWAĆ ŚWIAT?

Zmiana klimatu, która obecnie stanowi najpilniejszy problem do rozwiązania, jest na tyle dużym wyzwaniem, że wymaga wspólnego działania wielu stron, w tym firm, funduszy, organizacji pozarządowych, a także regulatorów. Konieczne jest przyspieszenie zaangażowania kapitału w odpowiednie projekty, partnerska współpraca w ekosystemie i szybsze skalowanie innowacyjnych rozwiązań. Niebawem okaże się, czy jako ludzkość poradzimy sobie z wyzwaniami środowiskowymi i społecznymi.

¹ <https://www.mckinsey.com/capabilities/sustainability/our-insights/the-esg-premium-new-perspectives-on-value-and-performance>
² <https://pitchbook.com/news/reports/q4-2022-clean-energy-report>



Łukasz Blichewicz — założyciel i prezes Grupy Assay, funduszu inwestycyjnego wspierającego rozwój polskich startupów. Ekspert w zakresie rozwoju i finansowania spółek technologicznych. Odpowiedzialny za projekty związane z doradztwem gospodarczym, audytami i badaniami rynku. Doświadczenie korporacyjne zdobywał m.in. w Nestle, gdzie pełnił rozmaite funkcje kierownicze i uczestniczył w projektach optymalizacji kosztów i procesów. Absolwent studiów z zakresu zarządzania, z dwoma specjalizacjami — finanse i marketing strategiczny.

WILL IMPACT INVESTING SAVE THE WORLD?

INTERVIEW WITH ŁUKASZ Bliczewicz, CEO of Assay Group

IT IS A WELL-KNOWN FACT THAT IF WE DELAY TAKING URGENT ACTION ON ENVIRONMENTAL ISSUES, THE FUTURE COULD TURN OUT TO BE RATHER SAD FOR THE PLANET AND ITS PEOPLE.

This is true, and to avoid this humans must change their attitudes and start driving sustainable projects to prevent permanent climate and environmental changes. A report on the threats to the world – The Global Risks Report 2023 – developed in connection with this year's economic summit in Davos shows that over the next 10 years the greatest threats to the world are environmental – making up as many as 6 items out of 10. It is therefore clear that in the next decade our efforts must focus on this area, and it is probably not without reason that the first letter of the ESG acronym reads *Environmental*.

THESE THREE LETTERS ESG, I.E., ENVIRONMENTAL, SOCIAL, GOVERNANCE ARE NOW WIDELY USED ACROSS ALL SECTORS AND SPHERES. WHY?

We know that to be able to contribute to lasting changes, urgent action is required in these three areas. In addition to the environment, of key importance are projects that take into account the social aspects of work and life, but also national and internal corporate regulations. As social awareness grows, consumers are increasingly interested in ethical business practices and, based on their own beliefs, are more inclined to choose the offerings of companies that place environmental and social issues high on their agendas.

AND WHAT ABOUT YOUNG VENTURES, OR STARTUPS – DO THEY WANT TO FOLLOW THE SUSTAINABLE PATH?

Absolutely. Let's not forget we are all part of a community, we live our lives here and now, and we see what is happening in the world and where this is all going; many of us feel they need to do something good for the planet. More and more people decide to start businesses that have a positive impact. I would say they are now the driving force of the change, and at the same time respond to the expectations of a growing group of consumers.

HOW CAN THESE POSITIVE PROJECTS BECOME MORE VISIBLE IN THE MARKET?

There is quite a plethora of different programs to support fast-growing startups, but the Polish market is highly

saturated and competitive, and showcasing a major sustainable idea, however disruptive, may prove a considerable challenge. We understand this and that is why we have decided to help startups present their innovative solutions for people and the planet. Earlier this year we announced the Assay SUPERHERO competition for impact-driven startups, with the final held in late April during the Assay SmartUp Day conference.

WHY DID YOU FEEL THIS WAS NECESSARY?

First of all, because we had not been aware of a similar platform in Poland. We wish to identify and appreciate innovative solutions that pave the way for environmental and social change. We developed the Assay SUPERHERO competition, with the acronym reading *Start Up Positive Effects Recognition to Help Earth Regain Ownership*. This definition was also the basis for evaluating the startups which submitted their applications – the actual superheroes fighting for a better future. In addition to business potential, the judges also looked at social commitment, care for the natural environment, ethics, as well as transparent operations. The competition complies with the 17 UN Sustainable Development Goals, and the final took place during Earth Month.

WHERE DID THE IDEA FOR ASSAY SMARTUP DAY COME FROM AND WHAT IS IT ABOUT?

This is quite an interesting play on words, because startups tend to think and work smart, with a strong focus on growth, taking action, and adapting behaviour to changing events and situations. When developing an idea and later implementing one, startups should be able to respond to changes in a flexible manner, i.e., act smart.

In addition to the final of the Assay SUPERHERO competition, which was part of the conference, we decided to invite experts recognized in the industry for their activity in the area of promoting sustainable approaches. Among our guests were representatives of organizations such as ImpactAngels.pl, the Kozminski University, Deloitte, B Corp, Huge Thing, the Polish Association of Capital Investors, WWF, EIT Climate-KIC, impact-driven startups, and even the author of books about Polish female startup founders developing their ventures around the world. Also present were representatives of investment funds, incubators, accelerators, startups, investors, business angels, entrepreneurs, and innovators. Some of the reviews shared with us by

partners and attendees have confirmed this type of event is very much a valuable project.

CAN VENTURE CAPITALISTS INFLUENCE CHANGES TO POSITIVELY AFFECT THE WORLD?

Sure, they can, and even should, but... Reports¹ have confirmed the potential for better financial performance by companies implementing the principles of ESG and investors indicated they would be willing to pay 10% more on average for companies with a positive ESG impact. So much for the declarations, but we need to know that comprehensive quantitative evidence in that area will take more time. As such, the implementation of ESG practices by venture capital firms requires experimentation. Courage is needed to invest in technologies that may not be commercially viable at present but can ultimately change the world. On the other hand, private investors may not be able to do this alone and institutional support will be necessary.

WHAT KIND OF SUPPORT ARE WE TALKING ABOUT, AND WHAT SECTORS DO YOU HAVE IN MIND?

Let's take EU's Net-Zero Industry Act, for example, which provides that a minimum of 40% of green-tech solutions should be developed in the EU market by 2030. The goal is to meet EU's goal of becoming climate neutral by 2050; similar governmental support is offered in the USA and China. The European Parliament has just adopted the "Fit for 55" Directives and Regulations, intended to cut greenhouse gas emissions by at least 55% by 2030 and achieve climate neutrality by 2050.

Clean energy investments are doing quite well – the total 2022 value worldwide exceeded \$16 billion across 600 transactions². In Poland over the past year the main focus was the search for fossil fuel alternatives, the uncovering of biogas potential, with significant increases recorded in the solar energy industry. PV technologies, onshore and offshore

wind farms, batteries, geothermal energy, renewable hydrogen, biomethane and nuclear energy will certainly remain the key areas. It is worth paying more attention to these, not only because they are attractive investments, but also because they are good for the world.

WILL THESE INVESTMENTS HELP SAVE THE WORLD?

Climate change, currently the most urgent problem to solve, is a major challenge which requires joint action by many stakeholders, including companies, funds, NGOs, as well as regulators. It is necessary to accelerate the commitment of funds to relevant projects, facilitate partnerships in the ecosystem, and enable faster scaling of innovative solutions. It remains to be seen whether, as humanity, we will be able to cope with the environmental and social challenges.

¹ <https://www.mckinsey.com/capabilities/sustainability/our-insights/the-esg-premium-new-perspectives-on-value-and-performance>

² <https://pitchbook.com/news/reports/q4-2022-clean-energy-report>

Lukasz Blichewicz – founder and CEO of Assay Group, an investment fund supporting the development of Polish start-ups. Expert in the field of financing technological companies, supporting their growth through economic consulting, audits, and market research. Has relevant corporate experience, e.g., at Nestle, where he held a various managerial functions and participated in cost and process optimization projects. A business administration graduate with two specializations – finance and strategic marketing.



KOLEJNY KROK W STRONĘ OCHRONY KLIMATU, CZYLI **BASF I KLIENCI** W PROGRAMIE RAZEM DLA PLANETY

WYWIAD Z AGNIESZKĄ ŁYCZAK-SZYMCHYK, SUSTAINABILITY MANAGER BASF POLSKA



AGNIESZKA ŁYCZAK-SZYMCHYK
Sustainability Manager BASF Polska

W OSTATNIM CZASIE FIRMA BASF OGŁOSIŁA POWSTANIE PROGRAMU "RAZEM DLA PLANETY". PROGRAM POZWOLI KLIENTOM BASF ZGŁASZAĆ SVOJE ZRÓWNOWAŻONE PRAKTYKI. SKĄD WZIĄŁ SIĘ POMYSŁ NA STWORZENIE TEGO PROJEKTU I JAKIE BYŁY CELE, KTÓRE CHCIELIŚCIE OSIĄGNĄĆ WZGLĘDEM NINIEJSZEJ INICJATYWY?

W BASF tworzymy chemię dla zrównoważonej przyszłości. Mamy w tym swój, nie zawsze widoczny, wkład będąc na początku łańcucha wartości. Dalej są nasi klienci. Zatem jeśli chcemy, by nasza przyszłość była naprawdę zrównoważona, byśmy nie tylko my, ale nasze dzieci i wnuki mogły korzystać z zasobów naturalnych, z których korzystamy my, musimy angażować kolejne ogniwa łańcucha wartości.

Stąd pomysł na stworzenie programu, który ma na celu zachęcenie naszych klientów do działań na rzecz ochrony klimatu i co więcej – pochwalenie się nimi w szerszym gronie. Udział w projekcie to także szansa na wymianę doświadczeń i dobrych praktyk w gronie odpowiedzialnych firm, którym zależy właśnie na zrównoważonej przyszłości.

Dla BASF to też okazja dla pokazania swoich celów, działań i rozwiązań w tym obszarze. I w końcu „Razem dla Planety” to także doskonała okazja do zacieśniania relacji z naszymi klientami i dialogu nie tylko na poziomie produktu, ale też kompleksowych działań na rzecz ochrony klimatu.

W JAKICH KATEGORIACH KLIENCI MOGĄ ZGŁASZAĆ ZRÓWNOWAŻONE PRAKTYKI W RAMACH TEGO PROGRAMU?

Zapraszamy do udziału wszystkich naszych klientów, bez względu na wielkość firmy czy jej profil. Dlatego proponujemy 4 kategorie – tak by każdy potencjalny uczestnik mógł znaleźć coś dla siebie i zaprezentować swoją firmę.

Dla małych i średnich firm mamy „Lidera zrównoważonego rozwoju MŚP”. Będziemy tu oceniać całość działań i projektów danego przedsiębiorstwa.

Rozwiązania cyrkularne można zgłosić w kategorii „Mistrz Obiegu Zamkniętego”. Przewidzieliśmy też kategorię produktową – Innowator Roku – tu czekamy na zgłoszenia zró-

wnoważonych, nowatorskich rozwiązań, które jednocześnie zawierają w sobie produkt od BASF. Ostatnia możliwość to Promotor Net-Zero – kategoria dla firm, które pracują nad obniżaniem swoich emisji, korzystają z odnawialnych źródeł energii lub zastępują surowce kopalne tymi bardziej zrównoważonymi.

WEDŁUG JAKICH KRYTERIÓW PRZEBIEGA PROCES WERYFIKACJI ZGŁASZANYCH PRAKTYK W OBRĘBIE PROGRAMU "RAZEM DLA PLANETY" I W JAKI SPOSÓB JURY JEST ZAANGAŻOWANE W CAŁĄ PROCEDURĘ?

Zgłoszenia odbywają się w formule online poprzez wypełnienie formularza na stronie programu: www.razemdlaplanety.eu

Wszystkie aplikacje będą ocenione przez specjalnie powołaną Kapitułę Programu. W jej skład wchodzi przedstawiciele świata nauki w osobach prof. dr hab. Joanny Kulczyckiej z AGH – ekspertki z zakresu gospodarki obiegu zamkniętego oraz prof. dr hab. Bolesława Roka z Akademii im. L. Koźmińskiego, przedstawiciele organizacji pozarządowych działających na rzecz ochrony klimatu: Maria Andrzejewska reprezentująca UNEP GRID oraz Kamil Wyszowski z UNGC. W skład kapituły wchodzi także Tomasz Zieliński – Prezes Polskiej Izby Przemysłu Chemicznego, Małgorzata Greszta - Partnerka Zarządzająca CSR Consulting, specjalistka w zakresie zrównoważonego rozwoju i Agendy 2030, Katarzyna Byczkowska – Dyrektor Zarządzająca BASF Polska oraz ja. Tak różnorodne grono ekspertów zapewni nam obiektywną ocenę ale też różne perspektywy podejścia do danego projektu.

CZY MOŻE PANI NAM POWIEDZIEĆ, JAKIE KONKRETNE NAGRODY I KORZYŚCI MOGĄ OTRZYMAĆ UCZESTNICY PROGRAMU "RAZEM DLA PLANETY" ZA ZGŁASZANIE ZRÓWNOWAŻONYCH PRAKTYK I ZDOBYWANIE TYTUŁÓW LIDERÓW ZRÓWNOWAŻONEGO ROZWOJU BASF POLSKA?

Wszyscy uczestnicy programu zostaną zaproszeni na uroczystą Galę Finałową podsumowującą nasz program pod koniec tego roku. Będzie to doskonała okazja do spotkania w gronie firm – liderów działań na rzecz ochrony klimatu branży chemicznej. Mogą także liczyć na promocję w mediach nam partnerujących oraz naszych kanałach społecznościowych.

Zwycięzcy poszczególnych kategorii zostaną zaproszeni na specjalnie zorganizowane warsztaty do naszej centrali w Ludwigshafen, gdzie wraz z ekspertami BASF będziemy mogli wspólnie popracować nad projektami w obszarze zrównoważonego rozwoju.

Laureatom drugiego i trzeciego miejsca oferujemy spotkania z ekspertami z obszaru ochrony klimatu oraz warsztaty poświęcone 17 Celom Zrównoważonego Rozwoju.

Chcę podkreślić, że w programie „Razem dla Planety” nie ma nagród finansowych, a możliwość zdobycia wiedzy i doświadczenia w osiągnięciu celów klimatycznych.

JAKIE SĄ DŁUGOTERMINOWE CELE ZWIĄZANE Z ZRÓWNOWAŻONYM ROZWOJEM, JAKIE BASF POLSKA CHCIAŁABY OSIĄGNĄĆ DZIĘKI TEMU PROGRAMOWI?

„Razem dla Planety” to program, który właśnie wystartował, ale bardzo chcemy by miał swoje kolejne edycje, do których zaprosimy nie tylko naszych klientów – bo ta pierwsza odsłona jest wyjątkowa i przeznaczona tylko dla nich, ale już kolejną planujemy rozszerzyć o naszych dostawców i partnerów biznesowych. Jestem przekonana, że promowanie dobrych praktyk i rozwiązań, które przyczyniają się do domykania obiegu, które wykorzystują odnawialne źródła energii, są innowacyjne, które wspierają społeczność lokalną czy rozwój pracowników to nie tylko idee, ale to droga, którą biznes w Polsce powinien iść. I co ważniejsze – powinniśmy wzajemnie się inspirować, wspierać i chwalić – i temu właśnie ma służyć nasz program. Dlatego zapraszam serdecznie do udziału wszystkich klientów BASF Polska. Szczegóły programu na dedykowanej stronie internetowej: www.razemdlaplanety.eu

Kategorie





Lider
zrównoważonego
rozwoju (MŚP)



Mistrz Obiegu
Zamkniętego



Innowator Roku



Promotor Net-Zero



Agnieszka Łyczak-Szymczyk, Sustainability Manager BASF Polska

Absolwentka stosunków międzynarodowych na Uniwersytecie Marie Curie-Skłodowskiej w Lublinie, Cambridge Marketing College oraz Cambridge Institute for Sustainability Leadership. Wykładowczyni Międzyuczelnianej Akademii Klimatu. Od kilkunastu lat związana z branżą chemiczną. Posiada bogate doświadczenie w obszarze rozwoju biznesu, marketingu, komunikacji i zrównoważonego rozwoju. W swojej pracy stawia na równowagę w spełnianiu potrzeb klientów, realizacji celów biznesowych i pogodzeniu ich z celami zrównoważonego rozwoju.

NEXT STEP TOWARDS CLIMATE PROTECTION BASF & CUSTOMERS IN THE PROGRAMME “TOGETHER FOR THE PLANET”

AN INTERVIEW WITH AGNIESZKA ŁYCZAK-SZYM CZYK,
SUSTAINABILITY MANAGER BASF POLAND



AGNIESZKA ŁYCZAK-SZYM CZYK
Sustainability Manager BASF Polska

BASF RECENTLY ANNOUNCED THE LAUNCH OF THE ‘TOGETHER FOR THE PLANET’ PROGRAMME. THE PROGRAMME WILL ENABLE BASF CUSTOMERS TO SUBMIT THEIR SUSTAINABLE PRACTICES. WHERE DID THE IDEA FOR THIS PROJECT COME FROM AND WHAT WERE THE OBJECTIVES YOU WANTED TO ACHIEVE THROUGH THIS INITIATIVE?

At BASF, we create chemistry for a sustainable future. By being at the beginning of the value chain, we have a contribution to make, which is not always visible. Our customers are the next link. So, if we want our future to be truly sustainable, so that not only we, but also our children and grandchildren can benefit from the natural resources we use, we need to involve the next links in the value chain. That is why we came up with the idea of creating a programme to encourage our customers to take action on climate protection and, on top of that, enable these activities to be known to a wider community. Participation in the project is also an opportunity to share experiences and good practices among responsible companies that care deeply about a sustainable future.

For BASF, it is also an opportunity to showcase its goals, activities and solutions in this area. And last but not least, ‘Together for the Planet’ is also an excellent chance to strengthen relationships with our customers and engage in a dialogue, not only at a product level, but also in terms of comprehensive climate protection measures.

IN WHICH CATEGORIES CAN CUSTOMERS SUBMIT SUSTAINABLE PRACTICES AS PART OF THIS PROGRAMME?

All our customers are welcome to participate, regardless of the size or profile of their companies. That is why we have proposed four categories – so that all potential participants can find something for themselves and can showcase their companies.

For small and medium-sized companies, we have the ‘SME Sustainability Leader’ category. Here, we will be assessing the overall activities and projects of the company in question.

Circular solutions can be submitted in the 'Closed Circuit Champion' category. We have also included a product category called 'Innovator of the Year' – here we expect submissions for sustainable and innovative solutions that also incorporate a BASF product. The last option is the 'Net-Zero Promoter' category, which is for companies that are working to reduce their emissions, use renewable energy sources or are replacing fossil raw materials with more sustainable alternatives.

WHAT ARE THE CRITERIA FOR VERIFYING THE SUBMITTED PRACTICES AS PART OF THE 'TOGETHER FOR THE PLANET' PROGRAMME AND HOW IS THE JURY INVOLVED IN THE WHOLE PROCEDURE?

Participants can submit applications online by filling in the form on the programme website: www.razemdlaplanety.eu

All applications will be assessed by a specially appointed Programme Jury. It comprises representatives from the academic community, including Prof. Joanna Kulczycka, PhD from AGH University of Science and Technology – an expert in the field of the circular economy, and Prof. Bolesław Rok, PhD from Kozminski University, representatives of climate protection NGOs: Maria Andrzejewska, representing UNEP GRID, and Kamil Wyszowski from UNGC. Other members of the jury include Tomasz Zieliński – President of the Polish Chamber of Chemical Industry, Małgorzata Greszta – Managing Partner at CSR Consulting, specialist in sustainable development and Agenda 2030, Katarzyna Byczkowska – Managing Director at BASF Polska, and myself. Such a diverse group of experts will not only deliver an objective assessment, but will also present different perspectives on how to approach a given project.

CAN YOU PROVIDE SOME DETAILS ON THE AWARDS AND BENEFITS THAT AWAIT PARTICIPANTS IN THE 'TOGETHER

FOR THE PLANET' PROGRAMME FOR REPORTING SUSTAINABLE PRACTICES AND BECOMING BASF POLSKA SUSTAINABILITY LEADERS?

All participants in the programme will be invited to the Final Gala ceremony to conclude our programme at the end of this year. This will be an excellent meeting opportunity for companies – leaders in climate protection efforts in the chemical industry. They can also count on promotion in our partner media and on our social media channels.

The winners in each category will be invited to a special workshop organised at our headquarters in Ludwigshafen, where they will be able to work on sustainability projects together with BASF experts.

The second and third place winners are offered meetings with experts in the field of climate protection and a workshop devoted to the 17 Sustainable Development Goals.

I would like to emphasise that winners of the 'Together for the Planet' programme receive no financial awards; instead, they are granted an opportunity to gain

knowledge and experience in achieving climate goals.

WHAT ARE THE LONG-TERM SUSTAINABILITY GOALS THAT BASF POLSKA WOULD LIKE TO ACHIEVE THROUGH THIS PROGRAMME?

"Together for the Planet" is a programme that has just been launched, but we would love to see it continued in future editions, to which we will not only invite our customers (the first edition is unique, as it is targeted specifically at them), but we are already planning to add our suppliers and business partners to the next edition. I am convinced that promoting good practices and solutions that contribute to closing the loop, that use renewable energy sources, that are innovative, that support the local community or staff development, are not just ideas, but the path that businesses in Poland should follow. And, more importantly, we should inspire, support and praise one another – and this is what we want to achieve with our programme. Therefore, all BASF Polska customers are cordially invited to participate. The programme details can be found on the dedicated website:

www.razemdlaplanety.eu



Agnieszka Łyczak-Szymczyk, Sustainability Manager BASF Polska

A graduate in International Relations from Maria Curie-Skłodowska University in Lublin, Cambridge Marketing College and Cambridge Institute for Sustainability Leadership.

A lecturer at the Interuniversity Climate Academy, she has been working in the chemical industry for several years and has extensive experience in the area of business development, marketing, communications and sustainable development. In her work, she tries to strike a balance between meeting customer needs, achieving business goals and reconciling them with sustainability targets.

ROLĄ SEKTORA FINANSOWEGO JEST KSZTAŁTOWANIE I PROMOWANIE DOBRYCH PRAKTYK W ZAKRESIE **RAPORTOWANIA ZRÓWNOWAŻONEGO ROZWOJU**

ROZMOWA Z EMILEM ŚLĄZAKIEM,
WICEPREZESEM ZARZĄDU KIERUJĄCYM PRACAMI ZARZĄDU BOŚ



EMIL ŚLĄZAK
Wiceprezes Zarządu
BOŚ

RAPORTOWANIE POZAFINANSOWE STAŁO SIĘ JEDNYM Z GŁÓWNYCH TEMATÓW, KTÓRYMI W OSTATNICH LATACH ŻYJĄ ŚRODOWISKA BIZNESOWE. CZEMU UNIA EUROPEJSKA CHCE DOCIĄŻAĆ FIRMY NOWYMI REGULACJAMI?

Nowe regulacje są przede wszystkim odzwierciedleniem zmieniającego się już od jakiegoś czasu paradygmatu rozwoju gospodarczego, gdzie osiągane wyniki finansowe nie są jedynym, czy nawet nie najważniejszym parametrem oceny działalności danego podmiotu. To także element polityki klimatycznej Unii Europejskiej (i nie tylko), której cele bez aktywnej roli i wysiłków sektora prywatnego byłyby niemożliwe do osiągnięcia. Warto przy tym zwrócić uwagę, że konieczność dostosowania firm do nowych regulacji stanowi dla nich często ogromne wyzwanie. Wdrażając swoją politykę klimatyczną, UE nie bierze pod uwagę różnego poziomu rozwoju gospodarczego krajów członkowskich, co powoduje, że realizacja określonych celów dla części z nich

jest bardziej skomplikowana oraz stanowi większy wysiłek i koszt finansowy.

Odnosnie regulacji z obszaru ESG, należy również pamiętać o rosnących w tym względzie oczekiwaniach społecznych. Konsumenci w coraz większym stopniu chcą wiedzieć, jak poszczególne firmy podchodzą do kwestii środowiskowych czy społecznych. W oczach klientów zdecydowanie zyskują te marki, które w tych obszarach są aktywne i wykazują się odpowiedzialnym podejściem.

A JAKĄ WARTOŚĆ DANE POZAFINANSOWE MAJĄ DLA INWESTORÓW? CZY TA GRUPA NIE KONCENTRUJE SIĘ JEDNAK PRZEDÉ WSZYSTKIM NA WYNIKACH FINANSOWYCH PRZEDSIĘBIORSTW?

Inwestorzy zdają sobie sprawę, że wyniki finansowe nie dostarczają pełnych informacji na temat kondycji danej spółki i jej perspektyw. Choć przy podejmowaniu decyzji inwestycyjnych, wyniki są decydujące, to dane z obszaru ESG mogą stanowić dla nich wartościowe uzupełnienie. Raportowanie informacji pozafinansowych może chociażby realnie wesprzeć inwestorów przy ocenie ryzyk związanych z tym, jaki wpływ dane przedsiębiorstwo wywiera na środowisko, pracowników, społeczności lokalne czy klientów, oraz z tym, jaki wpływ ów otoczenie może mieć na działalność i perspektywy rozwoju przedsiębiorstwa. Dzięki temu inwestor ma dostęp do pełniejszego obrazu sytuacji danej spółki.

CZY PODOBNE PODEJŚCIE REPREZENTUJĄ BANKI, KTÓRE FINANSUJĄ DZIAŁALNOŚĆ FIRM I REALIZOWANYCH PRZEZ NIE INWESTYCJI?

W związku z rosnącą presją oraz rozbudową regulacji z obszaru raportowania zrównoważonego rozwoju, w Polsce nie ma już chyba instytucji finansowej, która nie przykładałaby dużej wagi do czynników środowiskowych, czy szerzej – ESG. Co więcej, w zakresie raportowania zrównoważonego rozwoju sektor finansowy odgrywa dodatkową rolę. Z jednej strony, banki same są przedmiotem zmieniających się regulacji w obszarze raportowania. Z drugiej strony – są akceleratorem zmian. Dzieje się tak, ponieważ instytucje finansowe, chcąc zredukować swój negatywny wpływ na środowisko, zaczęły ograniczać finansowanie projektów stojących w sprzeczności z tym celem. Oznacza to, że w perspektywie kilku lat

przedsięwzięcia o szkodliwym wpływie na środowisko będą miały ogromną trudność w uzyskaniu finansowania zewnętrznego, czy wręcz będzie to niemożliwe. Samo w sobie stanowi to silny bodziec dla przedsiębiorstw z pozostałych segmentów gospodarki, by również ograniczać swój negatywny wpływ na otoczenie. Inaczej ich dalszy rozwój może stać pod dużym znakiem zapytania.

Fakt, że banki należą do grona podmiotów, które w pierwszej kolejności wdrażają regulacje z zakresu raportowania zrównoważonego, sprawia, że rolą sektora finansowego jest jednocześnie kształtowanie i promowanie dobrych praktyk w tym obszarze.

Warto również zwrócić uwagę na to, że banki są jedną z najliczniejszych grup, które dążą do uzyskania ratingów ESG i ich systematycznej poprawy.

CZY RATINGI ESG MAJĄ BYĆ ODPOWIEDNIKIEM KLASYCZNYCH RATINGÓW BĘDĄCYCH MIARĄ RYZYKA ZWIĄZANEGO Z INWESTYCJĄ W PAPIERY WARTOŚCIOWE DANEGO PODMIOTU?

W pewnym sensie tak. Rating ESG stanowi przede wszystkim potwierdzenie prowadzenia biznesu zgodnie z zasadami zrównoważonego rozwoju i efektywnego zarządzania ryzykami ESG. Jest to jednocześnie odpowiedź na rosnące oczekiwania inwestorów instytucjonalnych, indywidualnych oraz innych interesariuszy. Według szacunków Deloitte, 65% inwestorów instytucjonalnych przy podejmowaniu decyzji korzysta z ocen ESG regularnie, przynajmniej raz w tygodniu.

W JAKI SPOSÓB WE WDRAŻANIE DOBRYCH PRAKTYK Z ZAKRESU RAPORTOWANIA NIEFINANSOWEGO ORAZ ICH PROMOCJI ANGAŻUJE SIĘ BANK OCHRONY ŚRODOWISKA?

BOŚ realizuje swoją proekologiczną misję już od ponad 30 lat, będąc pionierem w promowaniu i wspieraniu inwestycji przyjaznych środowisku. Już około dwadzieścia lat temu, jeszcze przed wprowadzeniem pierwszych unijnych regulacji w tym zakresie, BOŚ zaczął publikować raporty ekologiczne, w których podsumowywał własną działalność w obszarze szeroko pojętej ekologii. Co więcej, BOŚ już wtedy – jako pierwsza instytucja finansowa w Polsce – policzył wielkość emisji gazów cieplarnianych związanych ze swoją działalnością oraz wdrożył plan kompensacji wytworzonego śladu węglowego, który w kolejnych latach konsekwentnie realizował.

Bank Ochrony Środowiska jest również w rynkowej czołówce, jeśli chodzi o rating ESG. W 2021 roku agencja ratingowa Morningstar Sustainability przyznała BOŚ ogólną ocenę ESG Risk na poziomie 19,9, co oznaczało niewielkie ryzyko istotnego negatywnego wpływu czynników ESG („Low Risk”). Z kolei w 2022 roku BOŚ zdołał znacznie poprawić tę ocenę i zejść do poziomu 14,2. Ten wynik plasuje BOŚ w gronie 9% najlepiej ocenionych banków w wymiarze globalnym (na ponad 1 tysiąc przebadanych instytucji finansowych) i łącznie w czołowych 8% spośród ponad 15,5 tysięcy wszystkich firm na całym świecie poddanych badaniu przez Morningstar Sustainability. Jednocześnie mamy świadomość, że nie możemy spocząć na laurach, jest jeszcze sporo do zrobienia,

a dbanie o dobrą ocenę ESG wymaga codziennej pracy i stawiania czoła kolejnym wyzwaniom.

CZY MOŻEMY ZATEM PODSUMOWAĆ, ŻE POLSKI SEKTOR FINANSOWY WZORCOWO REALIZUJE UNIJNE ZAŁOŻENIA W OBSZARZE RAPORTOWANIA ZRÓWNOWAŻONEGO ROZWOJU?

Konsekwentnie jako sektor do tego dążymy, choć jeszcze za wcześnie na taką ocenę, również regulacje dotyczące obowiązków raportowych nadal ewoluują. Badanie PwC „Zielone finanse po polsku”, przeprowadzone w 2022 roku, wskazuje, że tylko połowa ankietowanych przedstawicieli instytucji finansowych uznała, że „ich instytucja jest na bieżąco ze wszystkimi wymogami zrównoważonego finansowania”. Wynik ten zarazem pokazuje znaczącą poprawę w porównaniu do rezultatów badania z 2021 roku – wtedy jedynie 21% przebadanych banków deklarowało bycie na bieżąco z obowiązującymi regulacjami. Ten pozytywny trend powinien się utrzymać i to właśnie wśród instytucji bankowych można oczekiwać wykształcenia najlepszych praktyk w tym zakresie.

To już zresztą się dzieje – banki przecierają ścieżki raportowania pozafinansowego i z tych doświadczeń będą mogły korzystać także inne przedsiębiorstwa. A grono firm raportujących kwestie zrównoważonego rozwoju będzie systematycznie się powiększać, co będzie wynikać zarówno z nowych obowiązków informacyjnych obejmujących coraz więcej przedsiębiorstw, jak i z obserwowanego trendu uwzględniania kwestii ESG w strategiach rozwoju przez coraz większą liczbę firm.

Dr hab. Emil Stanisław Ślęzak, prof. SGH

Wiceprezes Zarządu kierujący pracami Zarządu Banku Ochrony Środowiska, pełniący nadzór nad obszarem zarządzczym.

Absolwent Szkoły Głównej Handlowej w Warszawie (SGH), gdzie w latach 2000-2003 odbył również studia doktoranckie. W roku 2003 został adiunktem, a w 2017 – profesorem SGH i kierownikiem Zakładu Bankowości Detalicznej i Korporacyjnej w Instytucie Bankowości. Od roku 2019 przedstawiciel Rady Naukowej dyscypliny ekonomia i finanse w Szkole Głównej Handlowej w Warszawie. W pracy naukowo-badawczej specjalizuje się w analizie rozwoju innowacji finansowych oraz modeli transformacji pośrednictwa finansowego banków. Członek wielu organizacji naukowych i branżowych, w tym Polskiego Związku Finansów i Bankowości (Polska), Alumni Global Village Program Lehigh University (USA), Fachkommission Wirtschafts- und Sozialwissenschaften im J.G. Herder-Forschungsrat (Niemcy) i European Money and Finance Forum SUERF (Austria).

THE ROLE OF THE FINANCIAL SECTOR IS TO SHAPE AND PROMOTE GOOD PRACTICE IN SUSTAINABILITY REPORTING

INTERVIEW WITH EMIL ŚLĄZAK,
VICE PRESIDENT OF THE MANAGEMENT BOARD IN CHARGE OF THE
ORGANISATION'S MANAGEMENT OPERATIONS

NON-FINANCIAL REPORTING HAS INDEED GAINED PROMINENCE WITHIN THE BUSINESS COMMUNITY IN RECENT YEARS. WHY DOES THE EUROPEAN UNION WANT TO BURDEN COMPANIES WITH NEW REGULATIONS?

The implementation of new regulations primarily reflects a paradigm shift in economic development that has been underway for some time, where financial performance is no longer the sole, or even the most crucial, parameter for assessing an entity's performance. Moreover, it serves as a component of the European Union's (and beyond) climate policy, which would be unattainable without the active participation and efforts of the private sector. However, it is essential to recognize that the necessity for companies to adapt to these new regulations often presents a significant challenge. In executing its climate policy, the EU does not consider the varying levels of economic development among its member states, resulting in more complex implementation of specific targets for some countries and necessitating greater effort and financial expenditure.

In the context of ESG regulation, it is crucial to consider the rising public expectations in this area. Consumers are increasingly interested in understanding how individual companies address environmental and social issues. Brands that proactively engage in these areas and exhibit a responsible approach undoubtedly gain a competitive advantage in the eyes of customers.

AND WHAT VALUE DOES NON-FINANCIAL DATA HAVE FOR INVESTORS? ARE THEY NOT PRIMARILY FOCUSED ON THE FINANCIAL PERFORMANCE OF COMPANIES?

Non-financial data holds significant value for investors, as they recognise that financial results alone do not offer a comprehensive understanding of a company's health and prospects. Although financial performance remains a decisive factor in investment decisions, ESG data serves as a valuable complement. Non-financial reporting can assist investors in evaluating the risks associated with a company's impact on the environment, employees, local communities, and customers, as well as how these factors may influence the company's operations and growth potential. Consequently, investors gain a more holistic view of the company's situation.

IS THERE A SIMILAR APPROACH TAKEN BY THE BANKS THAT FINANCE THE ACTIVITIES OF COMPANIES AND THE INVESTMENTS THEY MAKE?

With the mounting pressure and expansion of regulations in the realm of sustainability reporting, it is likely that no financial institution in Poland can afford to overlook environmental or, more broadly, ESG factors. Furthermore, the financial sector assumes an additional role when it comes to sustainability reporting. Banks are not only subject to evolving regulations in the reporting domain but also serve as catalysts for change. Eager to diminish their adverse impact on the environment, financial institutions have begun to curtail funding for projects that contradict this objective. Consequently, within a few years, projects with detrimental environmental consequences will find it exceedingly challenging, if not impossible, to secure external financing. This situation alone offers a potent incentive for companies across other economic sectors to reduce their negative environmental impact. Otherwise, their continued growth may be called into question.

The fact that banks are among the first to implement sustainability reporting regulations makes it the role of the financial sector to both shape and promote good practice in this area.

It is also worth noting that banks are one of the most numerous groups pursuing ESG ratings and their systematic improvement.

ARE ESG RATINGS INTENDED TO BE THE EQUIVALENT OF CLASSICAL RATINGS THAT ARE A MEASURE OF THE RISK ASSOCIATED WITH AN INVESTMENT IN THE SECURITIES OF AN ENTITY?

In a way, yes. The ESG rating primarily serves as a confirmation of sustainable business practices and effective management of ESG risks. Simultaneously, it addresses the increasing expectations of institutional investors, individual investors, and other stakeholders. According to Deloitte's estimates, 65% of institutional investors regularly utilize ESG ratings—at least once a week—when making decisions.

HOW IS BOŚ INVOLVED IN THE IMPLEMENTATION OF GOOD NON-FINANCIAL REPORTING PRACTICES AND THEIR PROMOTION?

BOŚ has been committed to its pro-environmental mission for over 30 years, acting as a pioneer in promoting and supporting eco-friendly investments. Approximately two decades ago, prior to the introduction of the first EU regulations in this area, BOŚ began publishing environmental reports summarizing its activities in the realm of ecology. Notably, BOŚ was the first financial institution in Poland to measure the volume of greenhouse gas emissions associated with its operations and implement a carbon footprint compensation plan, which it has consistently executed in subsequent years.

BoŚ also leads the market in terms of its ESG rating. In 2021, Morningstar Sustainalytics awarded BOŚ an overall ESG Risk rating of 19.9, indicating a low

risk of material negative impact from ESG factors ("Low Risk"). BOŚ then significantly improved this rating to 14.2 in 2022. This score positions BOŚ among the top 9% of the highest-rated banks globally (out of more than 1,000 financial institutions assessed) and within the top 8% of the over 15,500 total companies worldwide surveyed by Morningstar Sustainalytics. Nevertheless, we recognize that we cannot rest on our laurels; much work remains to be done, and maintaining a strong ESG rating demands ongoing efforts and tackling further challenges.

CAN WE CONCLUDE, THEREFORE, THAT THE POLISH FINANCIAL SECTOR FOLLOWS THE EU'S SUSTAINABILITY REPORTING GUIDELINES IN AN EXEMPLARY MANNER?

As a sector, we are consistently striving for excellence, although it is still premature to draw definitive conclusions, given the

ongoing evolution of reporting regulations. The 2022 PwC survey "Green Finance in Poland" reveals that only half of the surveyed financial professionals felt that "their institution is up to date with all sustainable finance requirements." However, this result indicates a significant improvement compared to the 2021 survey, where only 21% of the surveyed banks reported being current with regulations. This positive trend should persist, and the banking sector is expected to develop best practices in this regard.

Banks are already paving the way in non-financial reporting, allowing other companies to benefit from their experience. The number of companies reporting on sustainability issues is anticipated to grow steadily as a result of new disclosure requirements affecting an increasing number of companies and the trend toward incorporating ESG considerations into corporate growth strategies.

Dr. habil. Emil Stanisław Ślęzak, Prof. SGH

Vice President of the Management Board at Bank Ochrony Środowiska, where he oversees the organisation's management operations.

A graduate of the Warsaw School of Economics (SGH), Dr. Ślęzak pursued doctoral studies from 2000 to 2003 and has been a part of the institution ever since. In 2003, he assumed the role of assistant professor, and in 2017, he earned the rank of full professor at SGH, where he currently serves as the head of the Retail and Corporate Banking Department at the Institute of Banking. Additionally, since 2019, he has been a member of the Scientific Council for economics and finance at SGH.

His research is focused on analysing the development of financial innovations and transformation models of bank financial intermediation. He is a member of several scientific and industry organizations, including the Polish Financial and Banking Association, Alumni Global Village Program Lehigh University (USA), Fachkommission Wirtschaft - und Sozialwissenschaften im J.G. Herder-Forschungsrat (Germany), and European Money and Finance Forum SUERF (Austria).



SUKCESY I WYZWANIA W BRANŻY LOGISTYCZNEJ

WYWIAD Z ANDRZEJEM BUŁKĄ, PREZESEM ZARZĄDU
FRACHT FWO POLSKA



ANDRZEJ BUŁKA
Prezes Zarządu Fracht FWO Polska

JAK OCENIA PAN KONDYCJĘ BRANŻY LOGISTYCZNEJ W POLSCE W KONTEKŚCIE TRWAJĄCEJ WOJNY W UKRAINIE? CZY FRACHT FWO POLSKA JEST GOTOWY DO WSPÓŁPRACY Z WOJSKIEM W TYM TRUDNYM CZASIE?

Każda firma logistyczna, każdy operator i przewoźnik odczuwają to, co dzieje się na świecie. Wojna spowodowała, że transport stał się nieoczywisty i wszyscy w branży TSL, także duże koncerny, podjęli kroki w kierunku nowych rozwiązań biznesowych.

Jako spedytorzy niewątpliwie zyskaliśmy na tej przykłej sytuacji. Broń na Ukrainę dostarczana jest przez kilkanaście państw. Fakt, że Polska stała się hubem logistycznym i odbywa się przez nią transport ładunków militarnych sprawia, że staliśmy się jego uczestnikami. Fakty mówią same za siebie – zarabiamy na wojnie. Z całą pewnością wojna w Ukrainie przypomniała, jak istotną rolę w łańcuchu dostaw odgrywa logistyka. Sytuacja jest wyjątkowa, ale muszę to podkreślić, branża logistyczna jest stabilna.

FRACHT FWO POLSKA JEST ZNANY JAKO DOSTAWCA USŁUG LOGISTYCZNYCH W SEKTORZE ENERGETYKI. CZY JESTEŚCIE GOTOWI DO WSPÓŁPRACY PRZY PROJEKTACH ZWIĄZANYCH Z BUDOWĄ ELEKTROWNI ATOMOWEJ W POLSCE?

Oczywiście. Jesteśmy gotowi na każdy projekt związany z energetyką, bez znaczenia czy będzie to blok węglowy, gazowy czy budowa elektrowni atomowej. Każda realizacja tego typu niesie za sobą podobne wyzwania. Natomiast wiele zależy od tego jakie lokalizacje zostaną wskazane przez inwestorów. Czujemy się absolutnie gotowi na współpracę z sektorem energetycznym. Pomijając aspekt dokumentacji technicznej, specyficznej dla biznesu atomowego to mimo wszystko mechanizmy działania operacyjnego i logistycznego, nie różnią się od innych realizowanych przez Fracht FWO projektów. Organizacja transportu, uzyskanie zezwoleń środowiskowych, transportowych, ingerencja w środowisko naturalne to etapy działań dla dostaw z jakimi się mierzymy. Nigdy nie przewidujemy łatwej ścieżki, raczej wysokie schody, przez które klienci z nami przechodzili i będą przechodzić. Dla nas najważniejsze zaraz po satysfakcji klientów są jednak wyzwania transportowe, a z tym radzimy sobie

świetnie i jesteśmy w czołówce firm na świecie. W ramach Grupy Fracht zorganizowaliśmy dostawy na tego typu inwestycje, między innymi do Hinkley Point w Anglii.

JAKIE INNOWACJE LUB NOWE ROZWIĄZANIA LOGISTYCZNE FRACHT FWO POLSKA PLANUJE WDROŻYĆ W KONTEKŚCIE BUDOWY ELEKTROWNI ATOMOWEJ W POLSCE, ABY SPROSTAĆ WYZWANIOM ZWIĄZANYM Z TAKIM DUŻYM PROJEKTEM INFRASTRUKTURALNYM?

Jeżeli chodzi o innowacje, nie chcielibyśmy odkrywać wszystkich kart. Choć w Polsce nie było do tej pory takich projektów, dysponujemy odpowiednim know-how do kompleksowego zaopiekowania się tematem logistyki w tym zakresie. Innowacje z pewnością będą dotyczyć przygotowania infrastruktury transportowej, czyli dostaw na ostatniej mili, gdzie potrzebna jest wiedza inżynierska z zakresu projektowania i robót hydrotechnicznych niezbędnych do poprawy infrastruktury dostępowej. Mamy w Grupie Fracht duże doświadczenie w tym temacie.

PROJEKT DOLNA ODRĄ BYŁ JEDNYM Z WAŻNYCH PRZEDSIĘWZIĘĆ FRACHT

FWO POLSKA. CZY MOŻECIE PODSUMOWAĆ TEN PROJEKT I JEGO WPŁYW NA ROZWÓJ FIRMY?

Projekt Dolna Odra był jednym z najbardziej wymagających projektów z jakimi mieliśmy do czynienia w Polsce, po doświadczeniach zebranych przy dostawach na budowę nowych bloków węglowych w Opolu czy Jaworznie oraz podczas setek różnych innych dostaw przemysłowych zrealizowanych przez zespół Fracht FWO. Zakończył się sukcesem z kilku powodów. Po pierwsze mieliśmy doskonale zorganizowaną współpracę z dostawcami, wysmienity zespół projekt managerów, jak również doświadczyliśmy wsparcia ze strony naszych kolegów z międzynarodowego zespołu Grupy Fracht. Dostawy realizowane były drogą morską, transportem śródlądowym, również transportem drogowym. Nie uniknęliśmy także drobnych problemów, ale każdy komu bliskie są projekty infrastrukturalne wie, że bez nich nie często udaje się zrealizować projekt. Oczywiście wyszliśmy z każdego wyzwania na prostą. Bardzo istotną rolę w projekcie odegrała żegluga śródlądowa, np. dostawa turbin czy innych elementów, które transportowane były drogami rzeczynymi w Polsce i Europie.



Spektakularnym wydarzeniem był transport satorów z wrocławskiej fabryki GE, bardzo nietypową drogą, ponieważ odbyło się to transportem kolejowym do portów trójmiasta, następnie pontonem morskim z przeładunkiem na barkę w Szczecinie do specjalnie zbudowanego nabrzeża tuż przy elektrowni. Tego typu transporty zazwyczaj odbywają się w relacji bezpośredniej fabryka – miejsce posadowienia. Tym razem ze względu na różne uwarunkowania transport odbył się w tak nietypowy sposób. Dostarczaliśmy ładunki z Chin, Francji, Turcji, a stopień skomplikowania projektu był na najwyższym poziomie i nie dotyczyło to bynajmniej transportów dalekomorskich, ale transportu generatorów z Wrocławia, które standardowo dostarczane są drogą kolejową. Projekt Dolna Odra to kilkanaście tysięcy ton frachtowych różnego rodzaju ładunków. Bardzo duża rozbieżność geograficzna; moduły z Azji, turbiny z Francji, transformatory z Turcji, generatory z Polski. Był zdecydowanie najbardziej wymagający projekt z jakim mieliśmy do tej pory do czynienia w Polsce.

JAK OCENIA PAN SYTUACJĘ GOSPODARCZĄ W POLSCE I NA ŚWIECIE W KONTEKŚCIE KONDYCJI BRANŻY LOGISTYCZNEJ? JAKIE WYZWANIA I MOŻLIWOŚCI WIDZI PAN NA HORYZONCIE?

W światowej logistyce następuje konsolidacja, co nie jest dobrą informacją dla klientów. Najwięksi operatorzy logistyczni to firmy korzystające ze skali i często z przywilejów, które daje struktura właścicielska. Wiele z nich ma dziś wśród udziałowców podmioty państwowe, jak chociażby w Niemczech czy we Francji. Powiązanie z kolejami państwowymi czy pocztą daje szereg korzyści, choćby w postaci łatwiejszego dostępu do ładunków. Powstają

konglomeraty, które łączą nie tylko usługę operatora logistycznego, ale i armatora morskiego czy linii lotniczych. Dużą częścią globalnego rynku obsługuje dziś zaledwie kilka firm, które dokonują coraz to nowych akwizycji. Bariera wejścia na rynek spedycji morskiej jest wysoka, ale nadal możliwa do przeskoczenia dla pewnych podmiotów działających lokalnie. Natomiast we frachcie lotniczym jest to właściwie niemożliwe, nawet dla tak dużej firmy jak nasza, posiadającej ponad 100 oddziałów na całym świecie. Jeżeli chodzi o transport drogowy, rządzi się on swoimi prawami i duży wpływ na to jak działa mają podmioty regulacyjne. W chwili obecnej obserwujemy spadek wolumenu transportów u klientów korporacyjnych. Problemem mogą okazać się terminy płatności i w tym miejscu spodziewam się pogorszenia sytuacji. Mniejsze firmy przewozowe nastawione na współpracę z operatorami logistycznymi przejdą trudny okres nieco łagodniej, jednak podmioty, które mają bezpośrednie kontrakty na długich terminach płatności, i które zainwestowały znaczne sumy w nowoczesną flotę czy rozwiązania tematyczne mogą zderzyć się z problemem rentowności.

CSR JEST WAŻNYM ELEMENTEM DZIAŁAŃ FRACHT FWO POLSKA, ZWŁASZCZA W OBSZARZE SPORTU. CZY MOŻECIE OPowiedzieć O ROLI DOROTY BOROWSKIEJ JAKO AMBASADORKI SPORTOWEJ FRACHT FWO POLSKA?

CSR jest ważnym filarem w polityce Grupy Fracht. My w Polsce stawiamy na sport, wspieranie rozwoju zawodowego pracowników oraz zdrowy tryb życia. Rozwój spółki można chronologicznie porównać do rozwoju sportowego olimpijki Doroty Borowskiej – naszej sportowej ambasadorki. Naszą współpracę z Dorotą rozpoczęliśmy, kiedy była 10 lat młodsza,

a i Fracht FWO Polska zaczynała dopiero rozwijać skrzydła. Teraz Dorota to dojrzała zawodniczka i my jako zespół także wyszliśmy z wieku juniorskiego walcząc aktualnie o największe projekty w kraju. Ciężka praca popłaca i to co robimy w życiu należy traktować długoterminowo. Z Dorotą łączą nas podobne cele i wartości, które czynią naszą współpracę cenną i wartościową obustronnie.

JAKIE DZIAŁANIA ESG PODEJMUJE GRUPA FRACHT, ZWŁASZCZA W KONTEKŚCIE DZIAŁAŃ ZWIĄZANYCH Z OCHRONĄ ŚRODOWISKA, SPOŁECZNĄ ODPOWIEDZIALNOŚCIĄ I ZRÓWNOWAŻONYM ZARZĄDZANIEM?

Aktualnie organizacja na całym świecie rozwija się w sposób odpowiedzialny i zrównoważony. To nie tylko efekt presji ze strony regulatorów, inwestorów, klientów, ale także samych pracowników i pozostałych interesariuszy. W Grupie Fracht nastąpiła także zmiana kursu w kierunku jeszcze bardziej odpowiedzialnego biznesu właśnie poprzez wprowadzane standardy ESG. Fracht FWO Polska należy do pochodzącej z Bazylei Grupy Fracht, a Szwajcarzy jako społeczeństwo przykładają bardzo dużą uwagę do kwestii ochrony środowiska i relacji międzyludzkich, w tym odpowiedzialności społecznej. W Grupie Fracht od lat podejmowanych jest szereg działań, np. sprzątanie parków, lasów, akcje społeczne, angażowanie się w działania władz lokalnych, samorządów. Jesteśmy bardzo otwarci na inicjatywy naszych pracowników. Angażujemy się zupełnie bezinteresownie i z potrzeby serca w pomoc ofiarom wojen, trzęsień ziemi czy innych sytuacji losowych. Mamy sporo przykładów aktywności zarówno w skali globalnej, jak i lokalnie poprzez współpracę z NGO's, programy aktywizujące sportowy rozwój młodzieży, itp.

Andrzej Bułka, Prezes Zarządu Fracht FWO Polska Sp. z o.o. Z branżą TSL związany od 25 lat. W roku 2010 stanął na czele spółki Fracht FWO Polska jako jej dyrektor zarządzający, a od roku 2019 jest Prezesem zarządu firmy. Doświadczenie zawodowe zdobywał jako oficer marynarki handlowej, a następnie rozwijał karierę zawodową w międzynarodowych firmach logistycznych. Absolwent Wydziału Nawigacyjnego Wyższej Szkoły Morskiej w Szczecinie. Ukończył podyplomowe studia z psychologii przywództwa w Szkole Biznesu Politechniki Warszawskiej oraz Advanced Management Programme na IESE w Barcelonie. Ekspert ds. logistyki międzynarodowej, panelista i prelegent podczas konferencji i wydarzeń gospodarczych w kraju i zagranicą.

SUCCESSSES AND CHALLENGES IN THE LOGISTICS INDUSTRY

AN INTERVIEW WITH ANDRZEJ BULKA, CEO OF FRACHT FWO POLSKA

HOW DO YOU SEE THE CONDITION OF THE LOGISTICS INDUSTRY IN POLAND IN THE CONTEXT OF THE ONGOING WAR IN UKRAINE? IS FRACHT FWO POLSKA READY TO COOPERATE WITH THE MILITARY – POLISH ARMED FORCES DURING THIS DIFFICULT TIME?

Every logistics company, operator and carrier is feeling what is happening in the world. The war has made transportation a non-issue, and everyone in the logistics industry, including large corporations, has taken steps toward new business solutions. As freight forwarders, we have undoubtedly gained from this unpleasant situation. Weapons and special goods to Ukraine are supplied by more than a dozen countries. The fact that Poland has become a logistics hub and military cargo is transported through it makes us a participant. The facts speak for themselves - we make money from the war. Certainly, the war in Ukraine has reminded us how important a role logistics plays in the

supply chain. The situation is unique, but I must emphasize this, the logistics industry is stable.

FRACHT FWO POLSKA IS GOOD KNOWN AS A PROVIDER OF LOGISTICS SERVICES IN THE ENERGY SECTOR. ARE YOU READY TO COOPERATE ON PROJECTS RELATED TO THE CONSTRUCTION OF A NUCLEAR POWER PLANT IN POLAND?

Of course. We are ready for any project related to energy, no matter whether it is a coal block, a gas block or the construction of a nuclear power plant. Each realization of this type carries similar challenges. On the other hand, a lot depends on what locations are indicated by investors. We feel absolutely ready to cooperate with the energy sector. Leaving aside the aspect of technical documentation, which is specific to the nuclear business, the mechanisms of operational and logistical operation are nevertheless no different from other



projects carried out by Fracht FWO. Organization of transportation, obtaining environmental and transportation permits, environmental interference are the stages of operations for deliveries we face. We never foresee an easy path, rather a high staircase, which customers have been going through with us and will continue to go through. For us, however, the most important thing right after customer satisfaction are the transportation challenges, and with this we are doing very well and are among the top companies in the world. As part of the Fracht Group, we have arranged deliveries for such projects, including to Hinkley Point in England.

WHAT KIND OF INNOVATIONS OR NEW LOGISTICS SOLUTIONS DOES FRACHT TWO POLAND PLANS TO IMPLEMENT IN THE CONTEXT OF THE CONSTRUCTION OF A NUCLEAR POWER PLANT IN POLAND TO MEET THE CHALLENGES OF SUCH A LARGE INFRASTRUCTURE PROJECT?

Regarding innovation, we would not like to reveal all the cards. Although there have been no such projects in Poland to date, we have the know-how to take care of the logistics topic comprehensively in this regard. Innovations will certainly be in the preparation of transport infrastructure, i.e., last-mile deliveries, where engineering expertise is needed in the design and hydraulic works necessary to improve access infrastructure. We at the Fracht Group have a lot of experience in this issue.

THE DOLNA ODRA PROJECT WAS ONE OF THE IMPORTANT UNDERTAKINGS OF FRACHT FWO POLSKA. COULD YOU SUMMARIZE THIS PROJECT AND ITS IMPACT ON THE COMPANY'S DEVELOPMENT?

The Dolna Odra project was one of the most demanding projects we've faced in Poland, following experience gained on deliveries for the construction of new coal-fired units in Opole or Jaworzno,

and during hundreds of various other industrial deliveries made by the Fracht FWO team.

It ended successfully for several reasons. First, we had perfectly organized cooperation with suppliers, an excellent team of project managers, as well as experienced support from our colleagues in the international team of the Fracht Group. Deliveries were carried out by sea, by inland waterway, also by road. We also did not avoid minor problems, but anyone who is close to infrastructure projects knows that a project is not often successful without them. Of course we came out of each challenge on top. Inland shipping played a very important role in the project, such as the delivery of turbines or other components, which were transported by river roads in Poland and Europe. A spectacular event was the transport of stators from the GE plant in Wrocław by a very unusual route because it took place by rail transport to the ports



of the Tricity, then by sea pontoon with transshipment on a barge in Szczecin to a specially built wharf right next to the power plant. These types of transports usually take place in direct relation factory - foundation site. This time, due to different conditions, the transport took place in such an unusual way. We delivered cargo from China, France, Turkey, and the complexity of the project was at the highest level, and this by no means involved deep-sea transports, but the transport of generators from Wrocław, which are normally delivered by rail. The Dolna Odra project is several thousand freight tons of various types of cargo. Very large geographic disparity; modules from Asia, turbines from France, transformers from Turkey, generators from Poland. It was by far the most demanding project we have ever experienced in Poland.

HOW DO YOU ASSESS THE ECONOMIC SITUATION IN POLAND AND THE WORLD IN TERMS OF THE CONDITION OF THE LOGISTICS INDUSTRY? WHAT CHALLENGES AND OPPORTUNITIES DO YOU FIND ON THE HORIZON?

Consolidation is taking place in global logistics, which is not good news for customers. The largest logistics operators are companies that benefit from scale and often from the advantages afforded by their ownership structure. Many of them today have state-owned entities among their shareholders, such as in Germany or France. Affiliation with state-owned railroads or the postal service offers a number of advantages, such as easier access to cargo. Conglomerates are being formed that combine not only the service of a logistics operator, but also a shipping company or airline. A large part of the global market is handled today by

just a few companies, which are making more and more acquisitions. The barrier to entry in the ocean freight forwarding market is high, but still leapable for certain players operating locally. In air freight, on the other hand, it is virtually impossible, even for a company as large as ours, with more than 100 branches around the world. As for road transport, it is governed by its own rules and regulatory players have a big influence on how it works. At the moment, we are seeing a decline in transport volumes from corporate customers. Payment terms may prove to be a problem, and this is where I expect the situation to worsen. Smaller trucking companies oriented towards cooperation with logistics operators will go through the difficult period a bit more smoothly, but entities that have direct contracts with long payment terms and that have invested significant sums in modern fleet or telematics solutions may collide with the problem of profitability.

CSR IS AN IMPORTANT PART OF FRACHT FWO POLAND'S ACTIVITIES, ESPECIALLY IN THE FIELD OF SPORTS. CAN YOU TALK ABOUT DOROTA BOROWSKA'S ROLE AS FRACHT FWO POLSKA'S SPORTS AMBASSADOR?

CSR is an important pillar in the Fracht Group's policy. We in Poland focus on sports, supporting the professional development of employees and a healthy lifestyle. The company's development can be chronologically compared to the sporting development of Olympian Dorota Borowska - our sports ambassador. We started our cooperation with Dorota when she was 10 years younger, and also Fracht FWO Poland was just beginning to spread its wings. Now Dorota is a mature athlete and we as a team have

also come out of junior age currently fighting for the biggest projects in the country. Hard work does reward and what we do in life should be treated long-term. With Dorota we share similar goals and values, which make our cooperation valuable and mutually worthwhile.

WHAT KINDS OF ESG ACTIVITIES DOES THE FREIGHT GROUP UNDERTAKE, ESPECIALLY IN THE CONTEXT OF ENVIRONMENTAL, SOCIAL RESPONSIBILITY AND SUSTAINABLE MANAGEMENT ACTIVITIES?

At present, the organization worldwide is developing in a responsible and sustainable way. This is not only the result of pressure from regulators, investors, customers, but also from employees themselves and other stakeholders.

The Fracht Group has also seen a change of course towards even more responsible business precisely through the ESG standards being introduced. Fracht FWO Poland is part of the Basel-based Fracht Group, and the Swiss as a society pay very close attention to environmental protection and human relations, including social responsibility. In the Fracht Group, a number of activities have been conducted for years, such as cleaning up parks, forests, social actions, involvement in local authorities, local governments. We are very open to the initiatives of our employees. We engage completely selflessly and out of the need of the heart in helping victims of wars, earthquakes or other emergencies. We have quite a few examples of activity both globally and locally through cooperation with NGO's, programs to activate sports growth of youth, etc.

Andrzej Bułka, President of the Management Board of Fracht FWO Polska Sp. z o. o. He has been associated with the transport and logistics industry for over 25 years. In 2010, he headed Fracht FWO Polska as its managing director, and since 2019 he has been the President of the company's management board. He gained his professional experience as a merchant navy officer, and then developed his professional career in international logistics companies. A graduate of the Navigation Faculty of the Maritime University of Szczecin. He completed postgraduate studies in leadership psychology at the Business School of the Warsaw University of Technology and Advanced Management Program at IESE in Barcelona. International logistics expert, panellist and speaker at conferences and economy events in Poland and abroad.

JESTEŚMY GOTOWI NA NADCHODZĄCE ZMIANY

ROZMOWA Z PAWŁEM JAGUSIEM,
PREZESEM ZARZĄDU SPÓŁKI MAAT4



PAWEŁ JAGUŚ
Prezes Zarządu spółki Maat4

CHYBA NIE MA NA RYNKU FIRMY, DLA KTÓREJ UBIEGŁY ROK NIE BYŁBY TRUDNY. PAŃSTWA SPÓŁKA NATOMIAST PRZESZŁA W ZASADZIE BEZ WIĘKSZYCH ZAWIROWAŃ PRZESZŁ TEN BURZLIWY OKRES. Z CZEGO TO WYNIKA?

Każda firma odczuła kumulację negatywnych zjawisk biznesowych, nasza także. Owszem, udało nam się zakończyć rok z dodatnim wynikiem finansowym, ale to jest efekt nie tylko ciężkiej pracy i umiejętności przewidywania, co przede wszystkim zrozumienia naszych klientów i partnerów. Oni przecież również znaleźli się w zupełnie nowej rzeczywistości, wcześniej niespotykanej. Covid odcisnął mocne piętno na naszym zdrowiu fizycznym i psychicznym. Wojna pokazała jak trudny jest i będzie biznes w podzielonym na pół, wrogim sobie świecie. No i oczywiście inflacja, której skutki odczuwać będziemy niestety jeszcze przez wiele lat.

CO DAŁO PAŃSTWU WEJŚCIE W ODNAWIALNE ŹRÓDŁA ENERGII (OZE)? MACIE CO TO TEGO OBSZARU BARDZIEJ DŁUGOFALOWE PLANY?

Tak, zdecydowanie. Dziś OZE w Maat4 to głównie fotowoltaika dla przemysłu. Przed nami analiza i zdobywanie wiedzy z zakresu magazynowania energii. Energetyka w Polsce to obszar, który w najbliższych latach będzie bardzo się rozwijał. Chcemy być częścią tych zmian i brać aktywny udział we wdrażaniu nowoczesnych technologii. Myślę, że jesteśmy na to gotowi.

WRÓĆMY DO PAŃSTWA PODSTAWOWEJ DZIAŁALNOŚCI. PATRZĄC NA PROJEKTY INŻYNIERYJNE JAKIE REALIZOWALIŚCIE W OSTATNICH LATACH, MOŻNA ŚMIAŁO POWIEDZIEĆ, ŻE ODNIEŚLIŚCIE PAŃSTWO DUŻY SUKCES.

Tak, też tak sędzę. Jako Maat4 jesteśmy na rynku zaledwie kilka lat, a dzięki naszym inżynierom, projektantom i zaufaniu klientów zrealizowaliśmy wiele dużych i ciekawych projektów. Przykładem są choćby Fabryka Norblina dla Capital Parku, obiekty medyczne takie jak: szpital w Prokocimiu, poznańskie WCZD, czy kilka budynków dla WUM-u. Większość to skomplikowane projekty o specyficznych wymaganiach. Często obiekty te wyposażone są w niezwykle ważne systemy sterowania. Wymagania wobec Maat4 były więc bardzo wysokie, ale zawsze stawaliśmy na wysokości zadania.



GDZIE WIDZI PAN FIRMĘ MAAT 4 W PERSPEKTYWIE KOLEJNYCH 3-5 LAT?

Jeden rok, ba, nawet jeden miesiąc potrafią przewrócić świat do góry nogami. A co dopiero 5 lat? Widzimy gołym okiem jak to dziś wszystko się zmienia, jakiej nabrało niebywałej dynamiki. Musimy więc mocno nadążyć za rozwojem rynku i technologiami. Taki jest właśnie nasz plan. Jeśli chcemy być liderem w branży, to musimy cały czas ciężko pracować i chłonąć wiedzę na temat nowoczesnych rozwiązań, aby potrafić ją w pełni wykorzystywać. Chcemy skierować te nasze umiejętności w stronę obiektów przemysłowych. One są bardzo wymagające, ale już dziś jesteśmy na to gotowi. Chcemy także mocniej zaangażować się we wspomniane wcześniej OZE i wszystko co dotyczy zapewnienia dostaw energii. Obojętnie z jakiego źródła ona pochodzi. Planów mamy zatem bardzo wiele. Kluczowe jest jednak mocne osadzenie w biznesowej codzienności i umiejętne dostosowywanie się do zmieniających się realiów.

JEST PAN BARDZO DOŚWIADCZONYM MANAGEREM Z WIELOLETNIYM STAŻEM. DOSTRZEGA PAN RÓŻNICĘ MIĘDZY OBECNYM POKOLENIEM, KTÓRE WCHODZI NA RYNEK PRACY, A TYM POWIEDZMY SPRZED 10-15 LAT?

Różnica pokoleniowa jest ogromna. Każda generacja ma swoje odmienne zachowania, kulturę pracy i zwyczaje. Trzeba jednak chcieć i umieć je zrozumieć. Nie można odwracać się do siebie. Należy szukać sposobu na wykorzystanie tych różnic, co w konsekwencji potrafi przecież dać niebywałą synergię w myśleniu, w działaniu, we wszystkim w zasadzie. Sądzę, że w Maat4 potrafimy to robić.

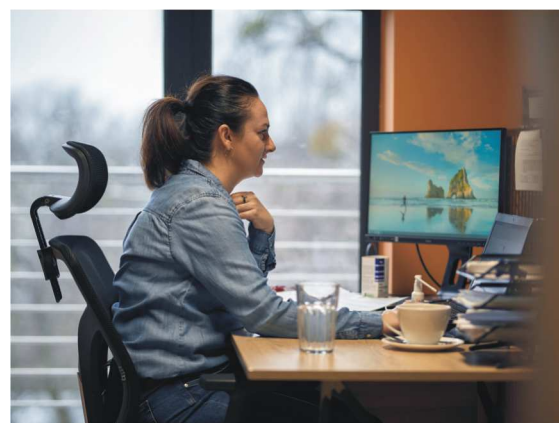
JAKICH SPECJALISTÓW, O JAKICH KOMPETENCJACH SZUKA DZIŚ RYNEK I TAKA FIRMA JAK MAAT4?

Szukamy dziś specjalistów o przekrojowej wiedzy. Takich, którzy znają się na systemach bezpieczeństwa, potrafią programować, budować koncepcje nowych roz-

wizań. Szukamy ludzi, którzy mają szeroko otwarte oczy i kreatywne umysły. To chyba nic oryginalnego, ale właśnie takich osób potrzebujemy.

JEŚLI MIELIBYŚMY JEDNYM ZDANIEM OPISAĆ CZYM JEST DZIŚ MAAT4, TO JAK BY ONO BRZMIAŁO?

Dobre miejsce do pracy.



Paweł Jaguś, Prezes Zarządu spółki Maat4 działającej w obszarze wdrażania rozwiązań inżynierskich (m.in. automatyka, bezpieczeństwo, IT i in.) w nowych oraz rewitalizowanych budynkach. Współtwórca i wieloletni prezes notowanej na GPW grupy kapitałowej Qumak-Sekom SA. Za jego kadencji spółka ta siedmiokrotnie zwiększyła obroty i uzyskała pozycję lidera wśród firm realizujących kompleksowe wdrożenia z zakresu Data Center. Prywatnie miłośnik rowerów, tenisa i gotowania przy dobrym winie. Wolne chwile najchętniej spędza na Mazurach.

WE ARE READY FOR THE UPCOMING CHANGES

INTERVIEW WITH PAWEŁ JAGUŚ, CEO OF MAAT4

I THINK THERE ISN'T A COMPANY ON THE MARKET THAT DIDN'T FIND LAST YEAR DIFFICULT. HOWEVER, YOUR COMPANY SEEMS TO HAVE WEATHERED THAT STORM. WHY IS THAT?

Every company felt the adverse business ramifications, so did ours. Yes, we did manage to close the year in the black, but this is not only due to our hard work and foresight, but also to our clients' and partners' accommodating approach. They too found themselves in an entirely new, unprecedented reality. COVID took its toll on our physical and mental

wellbeing. The war has been showing us how difficult it is and will be to do business in a divided, mutually hostile world. And, obviously, on top of that there's inflation, which - unfortunately - will be sending ripples for many years to come.

HOW HAVE YOU BENEFITTED FROM VENTURING INTO RENEWABLE ENERGY SOURCES (RES)? HAVE YOU MADE ANY LONG-TERM PLANS IN THAT REGARD?

Yes, definitely. As regards RES, Maat4's primary focus these days is industrial photovoltaics. We have yet to research and



study energy storage. The Polish energy sector will be developing robustly in the coming years. We want to be a part of that and to actively participate in implementing cutting-edge technologies. I think we're ready for that.

LET'S GET BACK TO YOUR CORE BUSINESS, SHALL WE. LOOKING AT THE ENGINEERING PROJECTS YOU HAVE RECENTLY COMPLETED, I THINK IT'S SAFE TO SAY THAT YOU'VE BEEN VERY SUCCESSFUL.

I think so too. Maat4 has only been on the market for several years, but thanks to our engineers, designers and clients' confidence, we have completed a host of interesting large-scale projects. To name a few: Fabryka Norblina for Capital Park, some medical facilities, for instance a hospital in Prokocim, WCZD in Poznań, several building for the Medical University of Warsaw. Most of these are complex projects with specific requirements. Such facilities are often equipped with critical control systems. Therefore, the requirements were high, but Maat4 always lived up to the task and brought its A-game.

WHERE DO YOU SEE MAAT4 IN THE NEXT 3-5 YEARS?

One year, one month, even, can turn the world upside down. Let alone 5 years. We can see with the naked eye how everything is changing these days, how unbelievably dynamically events are unfolding. This is why we need to push hard to keep up with the market and the technologies. This is our plan. If we want to be industry leaders, we must continue to work hard and learn voraciously about modern solutions, so that we can fully apply them. We want to turn our skills and attention toward industrial facilities.

They are highly demanding, but we're already prepared for that. We would also like to increase our involvement in the above mentioned RES and everything else related to securing energy supplies. No matter the source. So we've got many plans in the pipeline. However, the key to all that is to have a firm foothold in day-to-day business setting and to skillfully manage changing realities.

YOU'RE A SEASONED MANAGER WITH MANY YEARS' EXPERIENCE. HAVE YOU NOTICED ANY DIFFERENCES BETWEEN THE GENERATION ENTERING THE EMPLOYMENT MARKET NOW AND, SAY, 10-15 YEARS AGO?

The generation gap is huge. Each has its own behaviour patterns, work ethics and customs that set it apart. You have to be willing and able to understand them. You must not turn your back on them. You have to look for ways to make the most of these differences, which can - in consequence - give an incredible synergy of thought, action and everything else, essentially. I think we at Maat4 know how to achieve this.

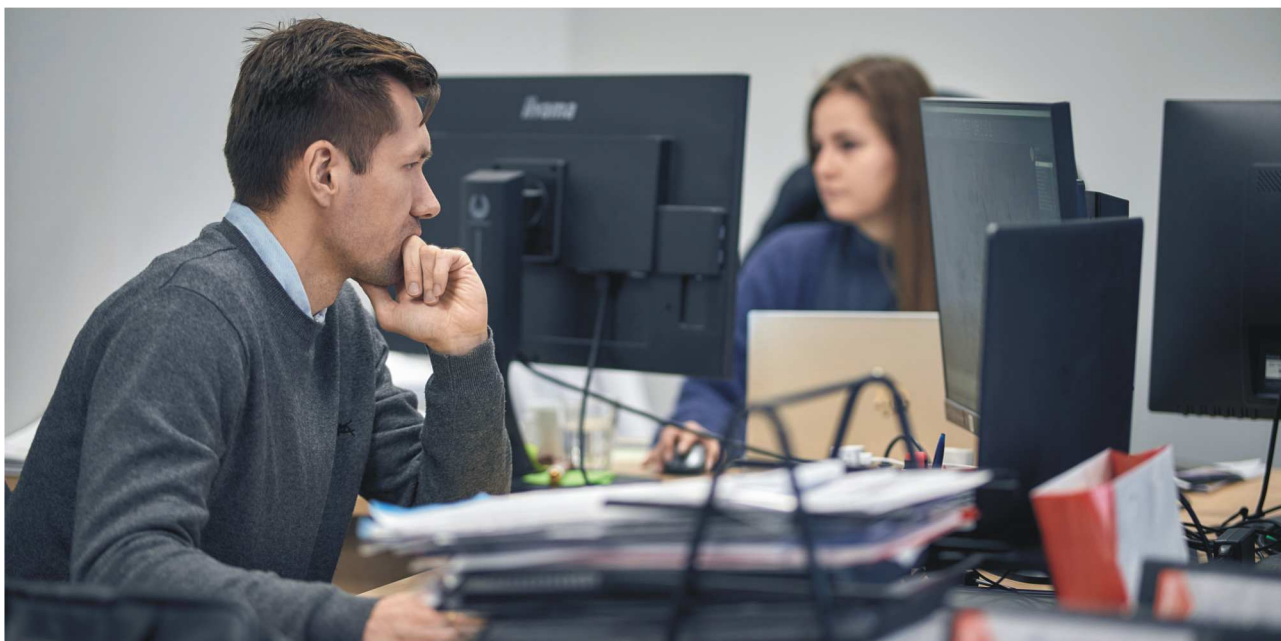
WHAT KINDS OF SPECIALISTS AND SKILL SETS IS THE JOB MARKET, AND MAAT4 IN PARTICULAR, LOOKING FOR THESE DAYS?

We're interested in specialists with cross-section knowledge. Ones who know their way around security systems, programming and conceptualizing new solutions. We're looking for wide-open eyes and creative minds. This is hardly original, but that's who we need.

IF WE WERE TO DESCRIBE WHAT MAAT4 IS TODAY IN ONE SENTENCE, WHAT WOULD IT BE?

It's a good place to be.

Paweł Jaguś, CEO Maat4, a company deploying engineering solutions (i.a. automation, security, IT, etc.) at new and revitalized buildings. Co-creator and long-term CEO of GPW-listed Qumak-Sekom S.A. During his tenure as CEO, the company grew seven-fold in terms of turnover and became a leading comprehensive Data Center deployment company. Privately, an avid biker, tennis player, amateur chef and wine connoisseur. When not working, he will most likely be found in Mazury.



Przyszłość branży rolnej: Przyspieszony kurs w kierunku rolnictwa regeneratywnego



**DARIUSZ
SIP**

Prezes Zarządu Syngenta Polska Sp. z o.o.
Managing Director of Syngenta Polska Sp. z o.o.



System produkcji żywności znacząco przyczynia się do zmian klimatycznych, odpowiadając za prawie jedną trzecią globalnych emisji gazów cieplarnianych. Jest także główną przyczyną utraty różnorodności biologicznej, niedoboru wody i degradacji gleby. Zewsząd słychać wezwania do pilnej i radykalnej transformacji rolnictwa. Jak przyspieszyć zmiany i sprawić, że sektor rolny sprost globalnym celom w zakresie klimatu i zrównoważonego rozwoju?

Dzięki nowoczesnemu rolnictwu i postępowi technologicznemu jesteśmy w stanie bezpiecznie wyżywić 8 miliardów ludzi. Jednocześnie te same technologie stały się zagrożeniem dla ekosystemów, od których zależą wszystkie żywe istoty na ziemi. Nie ma wątpliwości, że musimy zacząć inaczej produkować żywność. W Syngencie jesteśmy zdania, że jednym z najbardziej obiecujących sposobów na transformację branży rolnej jest rolnictwo regeneratywne.

INNOWACJE VERSUS TRADYCJA

Rolnictwo regeneratywne opiera się na rozwiązaniach, które zwiększają wydajność upraw, jednocześnie naprawiając szkody wyrządzone przez intensywne praktyki rolnicze. Łączy w sobie to, co najlepsze z tradycji i zrównoważonych innowacji, dbając o regenerację gleby i ekosystemów. Rolnictwo regeneracyjne obejmuje praktyki takie jak uprawa bezorkowa, stosowanie płodozmianu i roślin okrywowych oraz starannie zarządzany wypas zwierząt gospodarskich. Jego ważnym elementem jest także "rolnictwo precyzyjne", czyli wykorzystanie technologii i analityki danych, by zoptymalizować plony i ograniczyć nakłady chemiczne.

FINANSOWE I POLITYCZNE WSPARCIE DLA ROLNICTWA REGENERATYWNEGO

Finansowanie to jedna z głównych barier we wdrażaniu systemów rolniczych opartych na rolnictwie regeneratywnym. Problem ten dotyczy zwłaszcza małych gospodarstw, które odpowiadają za większość dostępnej żywności. Rolnicy są otwarci na nowe rozwiązania, jednak brakuje im wsparcia finansowego ze strony rządów lub wiedzy, jak zaimplementować nowości. Rządy powinny tak kształtować politykę rolną, by rolnictwo regeneratywne opłacało się rolnikom. Dopłaty muszą zachęcać producentów do wycofywania się z praktyk szkodliwych dla środowiska na rzecz metod, które budują zdrową, żyzną glebę i ograniczają emisję dwutlenku węgla do atmosfery.

ROLA SEKTORA PRYWATNEGO

Dużą rolę w transformacji rolnictwa może odegrać także sektor prywatny. Firmy rolnicze przejmują inicjatywę i wprowadzają nowe rozwiązania, które umożliwiają rolnikom wdrażanie praktyk rolnictwa regeneratywnego na szeroką skalę. W firmie Syngenta dodatkowo badamy najlepsze sposoby stosowania tych praktyk na polu. Opracowujemy środki ochrony roślin, które wymagają mniejszych dawek, są bardziej skuteczne, a przez to bardziej przyjazne dla środowiska. Produkujemy również wysoko plonujące nasiona, dostosowane do zmieniającego się klimatu i bardziej odporne na szkodniki i choroby. Rozwijamy nasze portfolio produktów biologicznych, które oferują szereg korzyści, takich jak poprawa zdrowia gleby, zmniejszenie ryzyka rozwoju odporności na pestycydy czy niższe poziomy pozostałości środków ochrony roślin w uprawach i środowisku. Wreszcie, oferujemy kompleksowe rozwiązania cyfrowe pozwalające na zwiększenie plonów i rentowności gospodarstw poprzez precyzyjną ochronę upraw i zalecenia dotyczące siewu.

Szacuje się, że do 2050 roku świat będzie zamieszkiwać 10 miliardów ludzi. Oznacza to, że rolnictwo musi stać się jeszcze bardziej wydajne. Dając rolnikom wsparcie finansowe i technologie do wdrażania najlepszych praktyk rolnictwa regeneratywnego mamy szansę wyprodukować odpowiednio dużo żywności i nie zniszczyć przy tym naszej planety.

Pamiętajmy też, że każdy z nas może przyczynić się do łagodzenia zmian klimatu. Wszystkie nasze działania pozostawiają ślad węglowy. W świecie zamieszkiwanym przez 8 miliardów ludzi proste rzeczy, takie jak korzystanie z transportu publicznego, oszczędzanie wody i energii czy planowanie posiłków, by nie marnować żywności wyprodukowanej niemałym wysiłkiem przez rolników, mogą mieć ogromne znaczenie.



Future farming: accelerating the regenerative revolution

The global food system has been identified as a significant contributor to greenhouse gas (GHG) emissions, accounting for almost one-third of all global GHGs. It is also a leading cause of biodiversity loss, water scarcity and soil degradation. This has led to calls for a radical transformation of the farming sector. What is needed to accelerate this transition, so that agriculture can meet global climate and sustainability goals?

Modern agriculture has provided food security for 8 billion people through large-scale technological advances. However, the same farming practices are now threatening the ecosystems that all living things depend on. It has become clear that we must all move quickly to transform the way our food is grown. At Syngenta, we believe that one of the most promising ways of transforming farming is regenerative agriculture.

WHERE INNOVATION MEETS TRADITION

Regenerative agriculture involves solutions that improve crop productivity while repairing damage from intensive farming. It combines the best of tradition with sustainable innovation, focusing on regeneration of the soil and of the planet's ecosystems. Regenerative agriculture practices include no-till farming, continuous crop rotation, cover crops and carefully managed livestock grazing. Another important component is "precision agriculture" – the use of technology and data analytics to optimize yields and minimize the need for chemicals.

SUPPORTING REGENERATIVE AGRICULTURE THROUGH POLICY AND FINANCE

Financing is one major barrier to adopting regenerative agriculture farming systems, particularly for smallholder

farmers who produce the majority of the world's crops. Farmers are keen to adopt new technologies but lack the financial support from governments or the knowledge to adopt them. Governments need to support farmers by rethinking existing farming policies to make regenerative agriculture economically attractive. Subsidies should incentivize farmers to phase out soil-degrading practices in favor of approaches that build healthy, fertile soil while sequestering carbon.

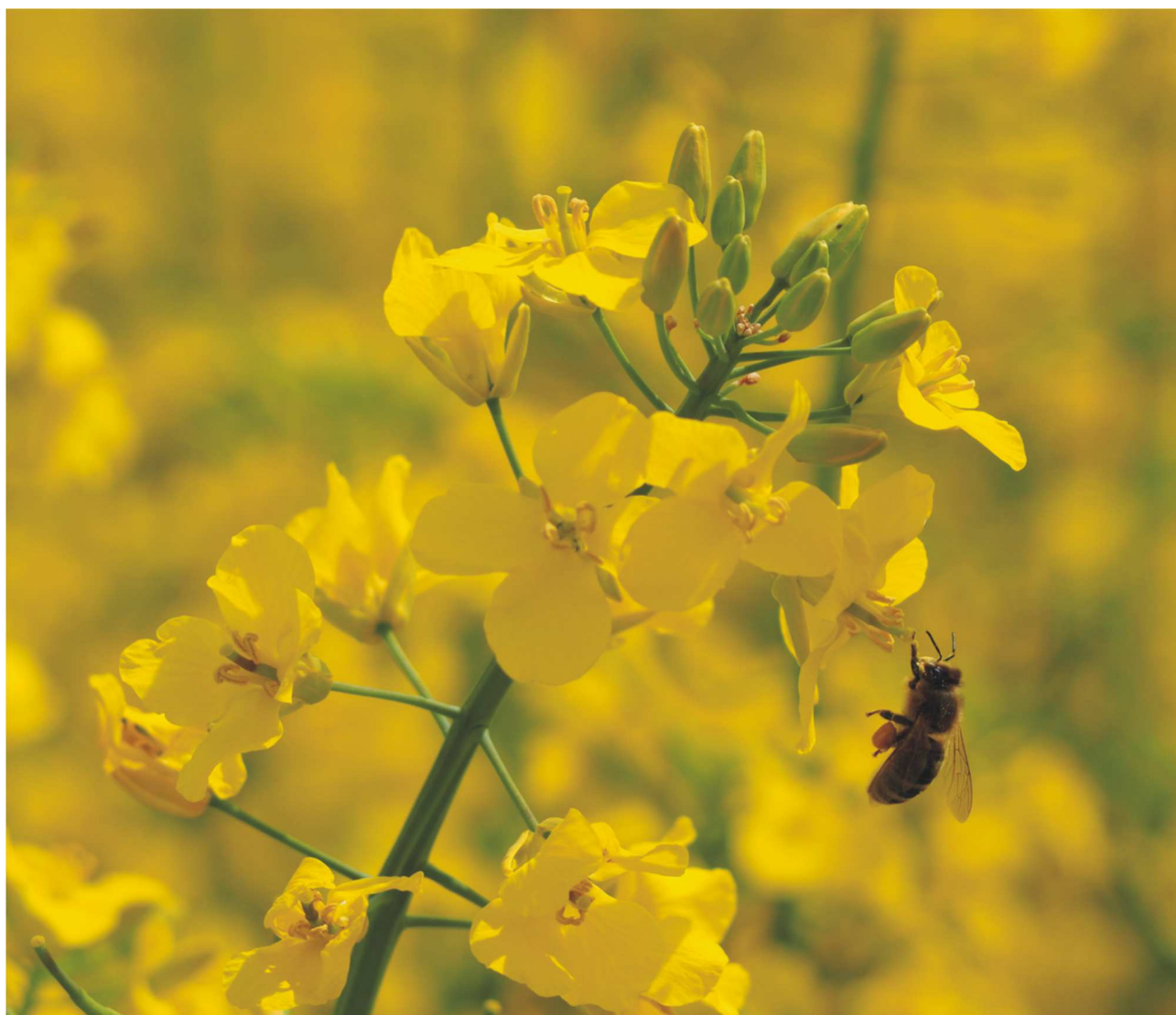
THE ROLE OF THE PRIVATE SECTOR

The private sector also has an important role to play. Agricultural companies take a lead by driving innovation that enables farmers to adopt regenerative practices at scale. At Syngenta, we develop technology that can help farmers apply regenerative practices, and research the best ways of applying regenerative agriculture in the field. We develop crop protection products that require smaller amounts of product, are more effective, and thus more environmentally friendly. We also produce more productive seeds, adapted to the changing climate and more resistant to pests and

diseases. We are also growing our portfolio of biological products, which offer benefits such as improved soil health, decreased risk of pesticide resistance development, and lower residue levels in crops and the environment. Finally, we offer comprehensive digital solutions to improve yields and profitability through precise crop protection and seeding prescriptions.

By 2050 the world population is expected to reach 10 billion. This means that agriculture will need to be even more productive. By giving farmers the financial and technical tools to profitably implement best regenerative agriculture practices, we have a chance to both feed and preserve the world.

Also, let's not forget that each of us has a role to play in mitigating climate change. Every action leaves a carbon footprint. In a world with 8 billion people, simple things like using public transport, conserving water and energy, or planning meals to avoid wasting food grown by our farmers, can make a huge difference.



Ty masz ścieki My mamy pomysł

Nie wiesz jak zagospodarować produkty uboczne swojej produkcji?
Wytworzymy z nich biogaz, nawozy i odzyskamy wodę. Koszty zamienimy w zyski!

Zaufaj profesjonalistom z wieloletnim doświadczeniem, popartym realizacją ponad 3000 instalacji referencyjnych na całym świecie!

Jesteśmy liderem w projektowaniu i budowie instalacji „pod klucz”, opartych o najnowocześniejsze, technologicznie zaawansowane procesy beztlenowe (biogaz), tlenowe, membranowe i fizyko-chemiczne.

- możliwość zastosowania w strefach zamieszkałych – całkowicie hermetyczne linie procesowe, brak emisji odorów,
- rozwiązania „szyte na miarę”, proste w obsłudze i bazujące na sprawdzonych technologiach z ponad 25-letnim doświadczeniem w eksploatacji,
- wdrażamy technologie zasilane ściekami i/lub osadami i odpadami dla mleczarni, browarów, gorzelni, producentów mięsa, przetwórców owoców i warzyw, przetwórców rolno-spożywczych oraz sektorów przemysłowych (papierniczy, chemiczny i inne).



oferujemy najwydajniejsze metody
oczyszczania ścieków przemysłowych
z jednoczesną produkcją biogazu.



budujemy instalacje „szyte na miarę”,
dopasowane do wymagań klientów.



pomagamy zredukować ślad węglowy
i wodny oraz odzyskiwać cenne zasoby.



nadzorujemy każdy etap procesu
inwestycyjnego: od koncepcji i pozwoleń
administracyjnych poprzez projektowanie,
dostawę, budowę i rozruch.



posiadamy własne zespoły rozruchowe
i serwisowe, gwarantujemy opiekę
w okresie gwarancji i po jej zakończeniu.



pomagamy w eksploatacji zakładu

Zobacz nasze realizacje na www.seentechnologie.pl

Kontakt:
SEEN Technologie sp. z o.o.
✉ seen@seen.pl

Budujemy i myślimy - odpowiedzialnie i ekologicznie

budimex

Udział ponownego wykorzystania odpadów w Grupie Budimex znajduje się na poziomie powyżej 50 proc. Celem spółki na najbliższe 5 lat jest posiadanie ok. 500 MW mocy energii ze źródeł odnawialnych na wszystkie potrzeby własne. W ciągu najbliższych dwóch lat Budimex posadzi niezależnie od nasadzeń kompensacyjnych ponad 3 000 drzew. Działania zgodne z zasadami ESG stanowią w dzisiejszych czasach niezbędny element strategii rozwoju przedsiębiorstw. Poszanowanie środowiska oraz efektywne korzystanie z naturalnych zasobów, a także proekologiczne, innowacyjne rozwiązania dla budownictwa są jednym z głównych kierunków i celów, realizowanych przez lidera polskiej branży budowlanej, firmę Budimex.

Generalny wykonawca inwestuje m.in. w farmy wiatrowe i fotowoltaikę, aktywnie rozwija się również w obszarze elektromobilności. Ponadto, przy realizacji poszczególnych kontraktów, Budimex prowadzi działania lokalne związane z ochroną środowiska. Priorytetem spółki jest także ograniczanie generowanych odpadów, zużycia wody i energii oraz zmniejszenie emisji gazów cieplarnianych. Budimex sukcesywnie zwiększa udział energii pochodzącej ze źródeł odnawialnych oraz ciągle wdraża i promuje technologie niskoemisyjne.

– W 2022 roku zanotowano wzrost w ilości wytwarzanej w Grupie Budimex energii z OZE na poziomie 215,1% w stosunku do roku minionego. Ilość energii z OZE będzie w kolejnych latach sukcesywnie wzrastała wraz z inwestycjami w nowe projekty związane z wytwarzaniem zielonej energii – mówi Anna Karyś Sosińska, Członek Zarządu Budimex SA. Spółka na wiele sposobów stara się minimalizować negatywny wpływ swojej działalności na środowisko naturalne. Obecnie udział ponownego wykorzystania odpadów w Grupie Budimex znajduje się na poziomie 50 proc. – dodaje Anna Karyś Sosińska.

ZIELONA ENERGIA NA BUDOWACH I W MIASTACH

Grupa Budimex aktywnie rozwija się w obszarze odnawialnych źródeł energii. Do 2026 roku firma planuje być samowystarczalna energetycznie. W tym celu m.in. została powołana spółka BXF Energia, której zadaniem ma być pozyskiwanie i rozwój wielkoskalowych projektów fotowoltaicznych. Celem spółki na najbliższe 5 lat jest



posiadanie w fazie budowy i eksploatacji ok. 500 MW mocy. Przy obecnych cenach energii szacowany obrót roczny spółki to około 300 mln zł.

Jako Inwestor Budimex posiada także spółkę Magnolia Energy i Fotowoltaika, które realizują budowę farmy wiatrowej i fotowoltaicznej o łącznej mocy ponad 20 MW. W 2022 roku generalny wykonawca zrealizował również farmę wiatrową w Drachowie. Ponadto, w biurze Budimex w Chwaszczynie zainstalowana została mikroinstalacja PV o mocy 31,6 kW. Łącznie na dachu budynku znalazło się aż 80 sztuk ogniw fotowoltaicznych. W tej lokalizacji zrealizowano także montaż magazynów energii GTX3000-H4 o łącznej mocy 30 kW. Oznacza to, że ponad 75% zapotrzebowania obiektu pochodzi z energii słonecznej. To korzyść nie tylko dla firmy, ale i dla klimatu – mikroinstalacja pozwoli zaoszczędzić nawet do ponad 0,5 tysiąca ton węgla na wszystkich budowach generalnego wykonawcy.

Budimex od niedawna inwestuje również w stacje do ładowania pojazdów elektrycznych - powołał w tym celu spółkę Budimex Mobility, której celem jest utworzenie sieci ogólnodostępnych stacji ładowania pojazdów elektrycznych

zlokalizowanych na terenie całego kraju. – *Aby zapewnić swoim partnerom odpowiedni poziom obsługi, Budimex Mobility rozpoczął współpracę z Elocity, jedną z najbardziej zaawansowanych platform EV w Polsce. W lutym br. spółka podpisała umowę kupna 109 stacji ładowania samochodów elektrycznych od firmy Enea Operator. Proces przejęcia rozpoczął się w czterech miastach: Szczecinie, Poznaniu, Bydgoszczy i Gorzowie Wielkopolskim. Budimex Mobility rozwija także sieci stacji ładowania pojazdów elektrycznych w sposób organiczny prowadząc kompleksowy proces deweloperski wspólnie z samorządami i zarządcami powierzchni* – mówi Jakub Długoszek, Dyrektor Budownictwa Infrastrukturalnego Budimex SA.

Budimex zdecydował się również na wdrożenie kolejnego europejskiego standardu ek zarządzania i audytu – systemu EMAS. To instrument Unii Europejskiej stworzony dla przedsiębiorców i organizacji, które dobrowolnie zobowiązują się do oceny swojego wpływu na środowisko oraz doskonalenia swojej działalności przyjaznej środowisku. Jest to obecnie najbardziej wiarygodny system zarządzania środowiskowego.

ŚWIADOMOŚĆ SPOŁECZNA I ZIELONE INICJATYWY

W ostatnim czasie największy polski generalny wykonawca rozpoczął wewnętrzną kampanię informacyjną –

edukacyjną pod hasłem „Zielony kwiecień w Grupie Budimex”, skierowaną do pracowników organizacji. W jej ramach spółka organizuje szereg wydarzeń promujących ekologię i troskę o środowisko. Impulsem do powstania kampanii był Dzień Ziemi, który przypada 22 kwietnia. Jako firma świadoma zachodzących zmian klimatycznych i kondycji, w jakiej znajduje się środowisko, Budimex chce rozszerzać społeczną świadomość ekologiczną.

Jednym z obecnie realizowanych przez Budimex działań jest akcja „Przystanek Zieleń” związana z nasadzeniami kompensacyjnymi w ramach inwestycji Tramwaj do Wila nowa. Generalny wykonawca posadził do tej pory 140 nowych drzew, w sumie zapowiedziano posadzenie ponad 1000 sztuk do 2024 r., z czego czterysta to okazy dodatkowe, z inicjatywy własnej wykonawcy. Oprócz tego, Budimex zainicjował akcję nasadzeń 2000 drzew w Nadleśnictwie Celestynów k. Otwocka.

Zaangażowanie Budimeksu nie ogranicza się tylko do inicjatyw związanych ze środowiskiem. Firma prężnie działa także w zakresie społecznej odpowiedzialności biznesu poprzez długofalowe projekty takie jak m.in. Hello ICE czy Strefa Rodzica.

We build and think - responsibly and ecologically

budimex

The share of waste reuse in the Budimex Group is at the level of more than 50%. The company's goal for the next 5 years is to have about 500 MW of renewable energy capacity for all its own needs. In the next two years, Budimex will plant more than 3,000 trees regardless of replacement plantings. Nowadays, activities compliant with the ESG principles are an indispensable element of business development strategies. Respect for the environment and effective use of natural resources, as well as ecological, innovative solutions for the construction industry are one of the major directions and goals pursued by the leader of the Polish construction industry, Budimex.

The general contractor invests, among others, in wind farms and photovoltaics, and also develops actively in the

area of electromobility. Moreover, when implementing individual contracts, Budimex conducts local activities related to environmental protection. The company's priority is also to reduce generated waste, water, and energy consumption and to reduce greenhouse gas emissions. Budimex gradually increases the share of energy from renewable sources and constantly implements and promotes low-emission technologies.

"In 2022, we recorded an increase in the amount of RES energy generated in the Budimex Group at the level of 215.1% when compared to the previous year. The amount of RES energy will gradually increase in the coming years along with investments in new projects related to green energy generation" says Anna Karyś Sosińska, Member of the Management Board of Budimex SA. *"In many ways, the*

company attempts to minimise the negative impact of its activity on the natural environment. Currently, the share of waste reuse in the Budimex Group is at the level of 50%” adds Anna Karyś Sosińska.

GREEN ENERGY ON CONSTRUCTION SITES AND IN CITIES

The Budimex Group develops actively in the area of renewable energy sources. By 2026, the company plans to be self-sufficient in terms of energy. For that purpose, BXF Energia has been established, whose task is, among others, to acquire and develop large-scale photovoltaic projects. The company's goal for the next 5 years is to have about 500 MW of capacity in the construction and operation phases. At the current energy prices, the estimated annual turnover of the company is about PLN 300 million.

As an Investor, Budimex also owns Magnolia Energy and Fotowoltaika, which construct a wind and photovoltaic farm with a total capacity of more than 20 MW. In 2022, the general contractor also completed a wind farm in Drachowo. In addition, a PV microinstallation with a capacity of 31.6 kW has been installed in the Budimex office in Chwaszczyno. In total, as many as 80 photovoltaic cells have been installed on the roof of the building. Also, GTX3000-H4 energy storage facilities with a total capacity of 30 kW have also been installed at this location. This means that more than 75% of the facility's demand come from solar energy. This is a benefit not only for the company, but also for the climate – the microinstallation will allow to save up to more than 0.5 thousand tonnes of coal on all construction sites of the general contractor.

Recently, Budimex has also invested in electric vehicle charging stations – for this purpose, it established Budimex Mobility, whose objective is to create a network of publicly available electric vehicle charging stations located across the country. *“In order to provide its partners with an appropriate level of service, Budimex Mobility started cooperation with Elocity, one of the most advanced EV platforms in Poland. This February, the company signed a purchase agreement for 109 electric vehicle charging stations from Enea Operator. The takeover process has started in four cities: Szczecin, Poznań, Bydgoszcz and Gorzów Wielkopolski. Budimex Mobility also develops networks of electric vehicle charging stations in an organic manner, by conducting a comprehensive*



development process together with local governments and area managers” says Jakub Długoszek, Director of Infrastructure Construction at Budimex SA.

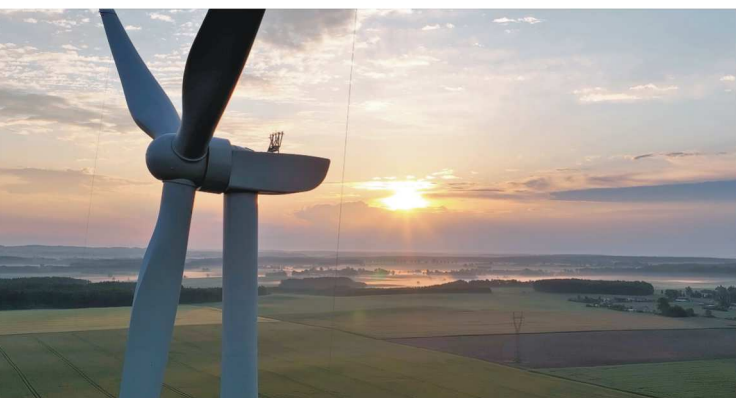
Budimex also decided to implement another European eco-management and audit standard – the EMAS scheme. It is an instrument of the European Union created for entrepreneurs and organisations which voluntarily undertake to assess their environmental impact and improve their environment-friendly activities. Currently, it is the most reliable environmental management system.

SOCIAL AWARENESS AND GREEN INITIATIVES

Recently, the largest Polish general contractor has launched an internal information and educational campaign under the slogan ‘Green April in the Budimex Group,’ addressed to the employees of the organisation. As part of it, the company organises a number of events promoting ecology and care for the environment. The campaign has been inspired by the Earth Day, which falls on 22 April. As a company aware of climate change taking place and the condition of the environment, Budimex wants to expand social environmental awareness.

One of the activities currently implemented by Budimex is the ‘Przystanek Zieleń (Green Stop)’ campaign related to replacement plantings as part of the Tram to Wilanów investment project. So far, the general contractor has planted 140 new trees, in total it has been announced that more than 1,000 trees would be planted by 2024, of which four hundred are additional ones, on the contractor's own initiative. Besides, Budimex initiated a campaign of planting of 2,000 trees in the Celestynów Forest District near Otwock.

Budimex's involvement is not limited to environment-related initiatives only. The company is also dynamically operating in the field of social responsibility in business through long-term projects such as, among others, Hello ICE or Parent Zone.



Jesteśmy
innovacyjną firmą
biofarmaceutyczną,
której celem i misją
jest dostarczanie
przełomowych terapii
przyczyniających się
do poprawy zdrowia
i ratowania życia
milionów osób.

Dla nas pacjent to przede wszystkim człowiek, który wymaga odpowiedniej opieki oraz dostępu do skutecznej i bezpiecznej terapii. Zrozumienie oraz zaspokojenie tych potrzeb to dla nas priorytet determinujący codzienne działania.

W Polsce koncentrujemy się na tym, aby zapewnić jak najszerszy dostęp do przełomowych rozwiązań terapeutycznych w takich obszarach jak **szczepienia, onkologia, kardiologia, choroby rzadkie, immunologia, choroby zakaźne.**

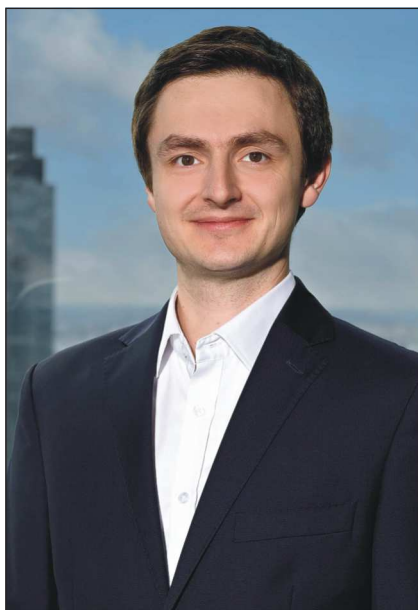
Pfizer Polska Sp. z o.o.
02-092 Warszawa
ul. Żwirki i Wigury 16B
PP-UNP-POL-0049



Przełomowe odkrycia, które zmieniają życie pacjentów

Fit for 55 w transporcie?

Tak – dzięki transportowi intermodalnemu



**WIKTOR
MROZOWSKI**

Senior Consultant,
EY



**KRZYSZTOF
PRZYBYLSKI**

Senior Consultant,
EY



**MACIEJ
ZIOMEK**

Associate Partner,
EY

Sektor transportu będzie mierzyć się z coraz większą presją oczekiwań społecznych i regulacji środowiskowych, które istotnie wpłyną na jego kształt oraz funkcjonowanie w długim terminie. Realizowane przez Komisję Europejską strategie dekarbonizacji, w tym w szczególności inicjatywa Fit for 55, która została wprowadzona w ramach Europejskiego Zielonego Ładu, mają na celu dostosowanie całej unijnej gospodarki do wyzwań związanych z ochroną klimatu oraz redukcją wytwarzanego śladu węglowego. Zgodnie z założeniami, celem UE jest osiągnięcie neutralności klimatycznej do 2050 r. oraz zmniejszenie poziomu emisji netto o co najmniej 55% do 2030 r. (w porównaniu z 1990 r.). Polska, określana przez niektórych „hubem logistycznym Europy”, staje przed wyzwaniem o kluczowym znaczeniu dla konkurencyjności jej sektora transportowego w unijnej gospodarce wolnorynkowej: jaki model uniezależnienia się od paliw kopalnych będzie najbardziej efektywny?

Nie jest tajemnicą, że obecnie największy udział w *modal split* transportu towarowego w Polsce ma sektor drogowy, który wg Eurostat w 2021 r. odpowiadał za 78% translokacji ładunków. Emisyjność transportu w Polsce w przeliczeniu na liczbę mieszkańców lub liczbę pojazdów jest nieznacznie poniżej średniej unijnej. Za to transport drogowy w Polsce z uwzględnieniem przewozów pasażerskich to 16,4% krajowej emisji z gospodarki ogółem.

Z kolei odnosząc emisję polskiego sektora transportu drogowego do PKB widać wyraźnie wyższą wartość niż dla innych krajów UE. W Polsce na każdy nominalny 1 USD produktu krajowego brutto przypada ponad 90 ton ekwiwalentu CO₂. To o 84% więcej niż średnia dla EU-27, 50% niż dla Czech, 47 niż dla Rumunii, 36% niż dla Hiszpanii i 150% więcej niż dla Niemiec. Żadna z podobnej wielkości gospodarek europejskich nie uzyskuje tak wysokiego stosunku emisji z transportu drogowego do PKB jak Polska.

Oznacza to, że wraz z rozwojem gospodarki i wynikającym z tego wzrostem pracy przewozowej będziemy doświadczyć ponad proporcjonalnego wzrostu emisji gazów cieplarnianych. Tym bardziej zwiększa to konieczność podejmowania działań w zakresie dekarbonizacji transportu w Polsce.

Nowe regulacje unijne wymuszają na przedsiębiorstwach transportowych dostosowanie się do m. in. nowych norm emisji CO₂ dla samochodów spalinowych oraz zmniejszenia średnich emisji CO₂ nowych pojazdów ciężarowych. Ponadto planowane jest objęcie sektora transportu systemem EU ETS, który istotnie zwiększy koszty eksploatacji pojazdów spalinowych. Nie bez znaczenia są również kwestie ESG, coraz częściej weryfikowane przez rynek, w tym szczególnie przez inwestorów kapitałowych i instytucje finansowe. Powyższe czynniki w sposób znaczący wpłyną na kształt prowadzonej działalności, wymuszając na przedsiębiorstwach transportowych podjęcie zdecydowanych i trudnych działań zmierzających do dostosowania się do nowych realiów rynkowych.

Zmiany w środowisku regulacyjnym wymagają również zdecydowanych działań systemowych podejmowanych przez administrację publiczną. Obserwując rynek budownictwa infrastrukturalnego można wywnioskować, że przez ostatnią dekadę w sposób szczególnie dynamiczny jest rozwijana infrastruktura drogowa, która obejmuje budowę nowych dróg ekspresowych i autostrad, nowych obwodnic oraz modernizację istniejących dróg krajowych w całej Polsce. Stabilne i długoterminowe finansowanie rozwoju sieci zapewnia m. in. Programu Budowy Dróg Krajowych i Autostrad.

Inaczej sytuacja przedstawia się na kolei, która realizuje inwestycje w sposób szczególnie zależny od okresów programowania funduszy unijnych. Jednakże realizowane na magistralnej sieci kolejowej liczne modernizacje istotnie wpływają na przejściowe zmniejszenie prędkości handlowej, generują duży odsetek opóźnień, a także ograniczają zdolność do prowadzenia efektywnego transportu kolejowego. Przekłada to się w dzisiejszych warunkach na znaczącą przewagę konkurencyjną transportu drogowego nad transportem kolejowym, pomimo że to transport kolejowy jest w dzisiejszych warunkach znacznie bardziej ekologiczny i mniej uciążliwy dla środowiska. Odpowiada on zaledwie za 0,4% emisji z transportu, czyli marginalny udział w porównaniu z blisko 95-procentowym z transportu drogowego.

Kluczowe z perspektywy gospodarki i społeczeństwa jest zatem dalsze rozwijanie i zwiększanie efektywności transportu kolejowego w Polsce w kierunku, w którym towarowi przewoźnicy kolejowi będą w stanie skutecznie konkurować z przewoźnikami drogowymi. Jednym z rozwiązań, które może skutecznie wpłynąć na wzrost atrakcyjności przewozów

kolejowych jest dalszy rozwój transportu intermodalnego oraz jego dostępności na terenie kraju. Transport intermodalny łączy korzyści wynikające z obu rodzajów transportu – drogowego w związku z efektywnością obsługi ładunków door-to-door na ostatniej mili oraz kolejowego wykorzystującego korzyści skali w związku z możliwością transportu ładunków na długich dystansach. Wykorzystanie ich synergii może skutecznie wpłynąć na redukcję śladu węglowego sektora transportowego, zwiększając efektywność ekonomiczną całego łańcucha wartości usług logistycznych.

Aczkolwiek rynek transportu intermodalnego jest warunkowany przez wiele czynników – rynkowych i systemowych. Oprócz dalszej modernizacji polskiej kolei i zwiększania przepustowości magistrali kolejowych, niezbędny jest dalszy rozwój infrastruktury terminalowej, a także taboru kolejowego zdolnego do obsługi jednostek kontenerowych. Niemniej ważne są działania systemowe, które będą wspierać rozwój sektora m. in. przez publiczne wsparcie finansowe, które ułatwi skalowanie oraz przyspieszy rozwój tego rodzaju transportu w średnim i długim terminie.

Z analiz EY wynika, że w przypadku wzrostu efektywności transportu intermodalnego oraz eliminacji barier jego rozwoju, to rynek zweryfikuje oraz dostosuje się do nowej opcji spedycji ładunków – mając na uwadze również korzyści wynikające z konieczności dostosowania się do nowych regulacji środowiskowych. Od lat na rynku obserwowany jest wzrost zainteresowania transportem intermodalnym, co potwierdzają dane statystyczne cyklicznie prezentowane przez Urząd Transportu Kolejowego. Badani przez EY czołowi interesariusze rynku intermodalnego dostrzegają wielką szansę w rozwoju swojej działalności w tym obszarze, szczególnie w sytuacji wyeliminowania kluczowych barier, co potwierdza odnotowane duże zainteresowanie rynku oraz gestorów ładunków.

Częściową odpowiedzią na wyzwania związane z **Fit for 55** jest program FEniKS na lata 2021-2027, w którym przewidziano znaczną alokację na wsparcie transportu intermodalnego. Czy wystarczającą? Doświadczenia EY pokazują, że oczekiwania i chłonność rynku jest głęboka, ale wsparcie finansowe to nie wszystko. Wyzwania klimatyczne, ale i geopolityczne zmuszają nas do spojrzenia na rynek intermodalny kompleksowo i adekwatnie do jego specyficznych potrzeb. Nie są one bowiem tożsame z klasycznym transportem kolejowym, przewożącym ładunki masowe. Polski intermodal nie musi być masowy, ale na pewno jest wartościowy. Powinien być szybki i mieć szczególny priorytet – tylko wtedy będzie w pełni służył rozwojowi gospodarki i przeciwdziałaniu zmianom klimatycznym wywoływanym przez sektor transportu.

Fit for 55 in transport?

Yes - thanks to intermodal transport



The transport sector will face increasing pressure of social expectations and environmental regulations, which will significantly affect its shape and functioning in the long term. The decarbonisation strategies implemented by the European Commission, including in particular the Fit for 55 initiative, which was introduced as part of the European Green Deal, are aimed at adapting the entire EU economy to the challenges of climate protection and reducing the carbon footprint. According to the assumptions, the EU's goal is to achieve climate neutrality by 2050 and to reduce net emissions by at least 55% by 2030 (compared to 1990). Poland, described by some as 'the logistics hub of Europe', is facing a challenge of key importance for the competitiveness of its transport sector in the EU's free market economy: what model of independence from fossil fuels will be the most effective?

It is no secret that the road sector currently has the largest share in the modal split of freight transport in Poland, which, according to Eurostat, was responsible for 78% of cargo translocations in 2021. The emissivity of transport in Poland per number of inhabitants or number of vehicles is slightly below the EU average. On the other hand, transport in Poland, including passenger transport, accounts for 16.4% of the national emission from the total economy.

On the other hand, comparing the emissions of the Polish road transport sector to GDP, a clearly higher value is visible than for other EU countries. In Poland, for every nominal USD 1 of gross domestic product, there is over 90 tonnes of CO₂ equivalent. This is 84% more than the EU-27 average, 50% more than the Czech Republic, 47% more than Romania, 36% more than Spain and 150% more than Germany. No European economy of similar size achieves such a high ratio of road transport emissions to GDP as Poland. This means that with the development of the economy and the resulting increase in transport performance, we will experience an over-proportional increase in greenhouse gas emissions. This all the more increases the need to take action in the field of decarbonisation of transport in Poland.

New EU regulations force transport companies to adapt to e.g. new CO₂ emission standards for combustion cars

and a reduction in the average CO₂ emissions of new heavy goods vehicles. In addition, it is planned to cover the transport sector with the EU ETS system, which will significantly increase the operating costs of combustion vehicles. ESG issues are also important, increasingly being verified by the market, especially by capital investors and financial institutions. The above factors will significantly affect the shape of the conducted activity, forcing transport companies to take decisive and difficult actions aimed at adapting to the new market realities.

Changes in the regulatory environment also require decisive systemic actions taken by the public administration. Observing the infrastructural construction market, it can be concluded that the road infrastructure has been developing particularly dynamically over the last decade, including the construction of new expressways and motorways, new bypasses and the modernization of existing national roads throughout Poland. Stable and long-term financing for network development is ensured, among others, by National Roads and Motorways Construction Program.

The situation is different on the railway, which implements investments in a way that is particularly dependent on the programming periods of EU funds. However, numerous modernizations carried out on the main railway network significantly affect the temporary reduction in commercial speed, generate a large percentage of delays, and limit the ability to conduct effective rail transport. In today's conditions, this translates into a significant competitive advantage of road transport over rail transport, despite the fact that rail transport is much more ecological and less harmful to the environment. It is responsible for only 0.4% of emissions from transport, which is a marginal share compared to nearly 95% from road transport.

Therefore, from the perspective of the economy and society, it is crucial to further develop and increase the efficiency of rail transport in Poland in the direction in which rail freight carriers will be able to effectively compete with road carriers. One of the solutions that can effectively increase the attractiveness of rail transport is the further development of intermodal transport and its availability in the country. Intermodal transport combines

the benefits of both types of transport - road, due to the efficiency of handling door-to-door loads on the last mile, and rail, which uses economies of scale due to the possibility of transporting loads over long distances. The use of their synergy can effectively reduce the carbon footprint of the transport sector, increasing the economic efficiency of the entire value chain of logistics services.

However, the intermodal transport market is conditioned by many factors - both market and system factors. In addition to further modernization of the Polish railways and increasing the capacity of main railways, it is necessary to further develop the terminal infrastructure, as well as dedicated rolling stock capable of handling container units. Systemic activities that will support the development of the sector are equally important, e.g. through public financial support, which will facilitate the scaling and accelerate the development of this type of transport in the medium and long term.

EY's analyzes show that if the efficiency of intermodal transport increases and barriers to its development are eliminated, the market will verify and adapt to the new cargo forwarding option - also taking into account the

benefits of the need to adapt to new environmental regulations. For years, the market has seen an increase in interest in intermodal transport, which is confirmed by statistical data regularly presented by the Office of Rail Transport. The leading stakeholders of the intermodal market surveyed by EY see a great opportunity in the development of their activities in this area, especially in the situation of eliminating key barriers, which is confirmed by the great interest of the market and cargo operators.

A partial response to the challenges related to Fit for 55 is the FENiKS program for 2021-2027, which provides for a significant allocation to support intermodal transport. Is it enough? EY's experience shows that the market's expectations and absorptivity are deep, but financial support is not everything. Climate and geopolitical challenges will force us to look at the intermodal market comprehensively and adequately to its specific needs. They are not identical to the classic rail transport, carrying bulk cargo. Polish intermodal does not have to be massive, but it is certainly valuable. It should be fast and have a special priority - only then it will fully serve the development of the economy and counteracting climate change caused by the transport sector.



Korzyści z obliczenia i redukcji śladu węglowego



Zwiększ sprzedaż i przychody

Klienci oczekują zrównoważonych produktów i usług



Wyróżnij się na tle innych

Twoja marka jest innowacyjna i wyróżnia się na tle innych



Wizerunek Twojej marki

Zyskaj w oczach Twoich klientów

Jakie są konsekwencje ignorowania śladu węglowego?

- 1 Zwiększone koszty działalności
- 2 Niedostosowanie do nadchodzących przepisów
- 3 Negatywny wizerunek firmy



Skorzystaj z Bezpłatnej konsultacji!

Napisz na biuro@beleafsa.pl lub zadzwoń tel. +48 662 201 695, +48 533 255 510

ESG – zróbmy to razem



**ANDRZEJ
ZDUŃCZYK**

Dyrektor Rynku Instytucji Finansowych, BIK S.A.
Director of the Financial Institutions Market, BIK S.A.

Przedsiębiorcy, banki i firmy z sektora finansowego stoją w obliczu istotnego wyzwania jakim jest spełnienie wymogów raportowych, które nakładają regulacje z obszaru ESG. Nie bez kozery, w pierwszej kolejności, obowiązkiem raportowania ESG, zostały objęte największe firmy i banki, bo to właśnie one mają nadać tempo zmianom w gospodarce, jakie niesie ze sobą zrównoważony rozwój. Banki udzielając finansowania będą teraz zwracać uwagę czy i w jakim stopniu, finansowane przedsięwzięcia spełniają kryteria środowiskowe, społeczne i zarządcze. Raportowanie tego obszaru wymaga wysiłków w zakresie pełnej przejrzystości od organizacji działających na rzecz zrównoważonego rozwoju. Jednak jak sprawić, by sektor bankowy miał łatwy dostęp do wystandaryzowanych i wiarygodnych informacji w tym zakresie?

Potrzeba raportowania danych związanych z ESG (środowisko naturalne, społeczeństwo i ład korporacyjny) obejmuje różnych uczestników rynku finansowego w Polsce, w tym banki. Wiąże się to z obowiązkami wynikającymi z przepisów Unii Europejskiej, normujących obszar raportowania wskaźników niefinansowych w ramach prowadzonych działalności przez poszczególne podmioty.

Biuro Informacji Kredytowej pragnie wnieść swój wkład w działania transformacji gospodarki pod kątem zrównoważonego rozwoju, wspierając tym samym aktywnie sektor bankowy. Jako firma z ponad 25 letnim doświadczeniem w zarządzaniu olbrzymimi zbiorami danych oraz ich stan-



daryzacją, ma najwyższe kompetencje, by opracować dedykowany system wspierający wyżej wspomniane obowiązki raportowe.

JEDNOLITY STANDARD NA POLSKIM RYNKU

BIK we współpracy z podmiotem zewnętrznym, udostępnił bankom pilotażowo rozwiązanie, wspierające banki w ustrukturyzowanym zbieraniu danych ESG od podmiotów gospodarczych będących klientami banku.

Scentralizowane, wydajne i spełniające wymogi bezpieczeństwa rozwiązanie sektorowe BIK umożliwi bankom pozyskiwanie danych o finansowanych podmiotach, które są niezbędne do naliczenia GAR (Green Asset Ratio) lub innych wskaźników zgodnie z wymaganiami Taksonomii. - *To odpowiedź na wyzwania sektora bankowego, w kontekście ESG, zidentyfikowane w procesie konsultacji bankami* – mówi Andrzej Zduńczyk, Dyrektor Rynku Instytucji Finansowych w BIK.

- *Rozwiązaniem sektorowym zainteresowało się już 9 banków, w tym 5 banków z pierwszej dziesiątki. Wzięły one udział w pilotażu prototypu rozwiązania. Potencjał do wykorzystania Platformy ESG BIK będą mogły również wykorzystać firmy leasingowe* – dodaje.

Reasumując, BIK podjął pierwszy krok, by dostarczyć odpowiednie narzędzie bankom i przedsiębiorcom, które ułatwi spełnienie wymogów raportowania w zakresie ESG. Kluczem do sukcesu będzie dalsze współdziałanie i sukcesywna integracja podmiotów w ramach jednolitej bazy danych związanych z raportowaniem wskaźników ESG.

Andrzej Zduńczyk, dyrektor Rynku Instytucji Finansowych, BIK S.A.

Odpowiedzialny za ofertę produktową i współpracę BIK z bankami oraz firmami leasingowymi i faktoringowymi. Posiada ponad 10 letnie doświadczenie zawodowe w bankowości hipotecznej w obszarze analiz kredytowych i zarządzania ryzykiem, zdobyte m.in. w banku PKO BP oraz w duńskim banku Nykredit RealKredit A/S.

Entuzjasta nowych technologii, innowacyjnych rozwiązań oraz sportu. W BIK zajmuje się identyfikacją szans biznesowych oraz lideruje innowacyjnym projektem. Aktualnie kieruje m.in. pracami rozwojowymi w zakresie rozwiązań BIK wspierających sektor bankowy w obszarze ESG.

ESG – we can do it together

Entrepreneurs, banks and institutions from the financial sector face a significant challenge of meeting the reporting requirements imposed by ESG regulations. Not without reason, in the first place, the largest companies and banks were covered by the ESG reporting obligation, because it is they who are to set the pace of changes in the economy brought about by sustainable development. When granting financing, banks will now pay attention to whether and to what extent the financed projects meet environmental, social and management criteria. Reporting in this area requires full transparency efforts from organizations working for sustainable development. However, how to ensure that the banking sector has easy access to standardized and reliable information in this regard?

The need to report data related to ESG (Environmental, Social and Corporate Governance) covers various participants of the financial market in Poland, including banks. This is related to the obligations resulting from the provisions of the European Union, which regulate the area of reporting non-financial indicators as part of the activities conducted by individual entities.

Biuro Informacji Kredytowej wants to contribute to the transformation of the economy in terms of sustainable development, thus actively supporting the banking sector. As a company with over 25 years of experience in managing wide data range and its standardization, has the highest competence to develop a dedicated system supporting the above-mentioned reporting obligations.



UNIFIED STANDARD ON THE POLISH MARKET

BIK, in cooperation with an external entity, provided banks with a pilot solution supporting banks in the structured collection of ESG data from business entities that are customers of the bank.

A centralized, sectoral-efficient and security-compliant BIK solution will enable banks to obtain data on financed entities that are necessary to calculate GAR (Green Asset Ratio) or other indicators in accordance with the requirements of the Taxonomy. - *This is a response to the challenges of the banking sector, in the context of ESG, identified in the process of consulting banks* - says Andrzej Zduńczyk, Director of the Financial Institutions Market at BIK.

- *Nine banks have already shown interest in the sectoral solution, including five banks from the top ten. They took part in the pilot version of the prototype of the solution. Leasing companies will also be able to use the potential of the ESG BIK Platform* - he adds.

To sum up, BIK has taken the first step to provide banks and entrepreneurs with an appropriate tool that will facilitate meeting the ESG reporting requirements. The key to success will be further cooperation and successive integration of entities within a single, centralized database related to reporting ESG indicators.

Andrzej Zduńczyk, Director of the Financial Institutions Market, BIK S.A.

Responsible for the product offer and cooperation of BIK with banks, leasing and factoring companies. He has over 10 years of professional experience in mortgage banking in the area of credit analysis and risk management, gained, among others, at in the PKO BP bank and in the Danish bank Nykredit RealKredit A/S.

Enthusiast of new technologies, innovative solutions and sport. At BIK, he identifies business opportunities and leads innovative projects. Currently, he manages development work in the field of BIK solutions supporting the banking sector in the ESG area.



PROGRAM TERMO

GRANT OZE

DLA KOGO?

Dla właścicieli lub zarządców budynków wielorodzinnych

Mogą się o niego starać m.in. wspólnoty i spółdzielnie mieszkaniowe, jednostki samorządu terytorialnego, towarzystwa budownictwa społecznego, społeczne inicjatywy mieszkaniowe, spółki prawa handlowego oraz osoby fizyczne.

NA CO?

Przedsięwzięcia OZE polegające na zakupie, montażu, budowie lub modernizacji instalacji odnawialnego źródła energii, która będzie wytwarzała energię na potrzeby własne budynku. Grant OZE przeznaczony jest na refinansowanie kosztów inwestycji.

ILE?

Wysokość grantu OZE wynosi 50 % kosztów netto przedsięwzięcia OZE.

WIĘCEJ INFORMACJI: www.bgk.pl/krajowy-plan-odbudowy/grant-oze

POZNAJ POZOSTAŁE PREMIE I GRANTY W PROGRAMIE TERMO

www.bgk.pl/programy-i-fundusze/programy/program-termo

Opracowanie ma charakter informacyjny i nie stanowi oferty w rozumieniu ustawy z dnia 23 kwietnia 1964 r. - Kodeks cywilny

Jak warzyć piwo odpowiedzialnie?



ESG to obecnie bez wątpienia jedno z najbardziej istotnych zagadnień wpływających na realizację strategii biznesowych oraz funkcjonowanie przedsiębiorstw. Każda branża ma swoją specyfikę, przez co konkretne rozwiązania związane np. z redukcją śladu węglowego, mogą wyglądać nieco inaczej. O tym, jak do osiągnięcia neutralności klimatycznej dąży jeden z trzech największych graczy na polskim rynku piwa opowiada Teresa Aldea - Kierownik ds. zrównoważonego rozwoju w grupie Carlsberg Polska.

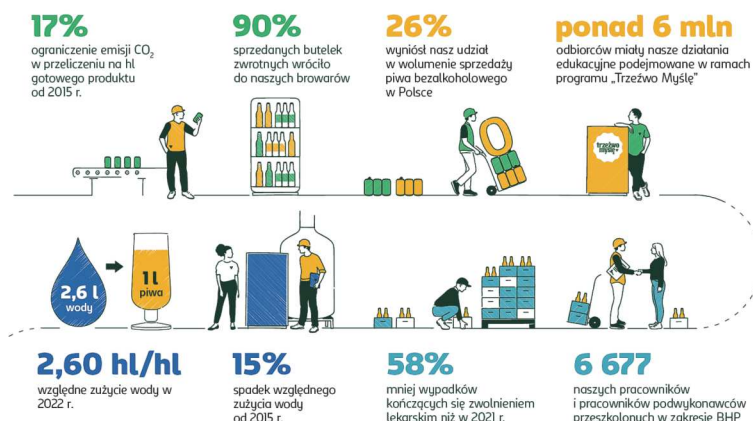
Od roku 2025 obowiązkiem raportowania pozafinansowego zostanie objęte jeszcze szersze niż dotychczas grono firm. Te największe składają swoje raporty ESG już od wielu lat, a zaczęły to robić nawet, gdy nie było takiego obowiązku. Przykładem może być Carlsberg Polska, który posiada w naszym kraju trzy duże browary (Okocim, Kasztelan, Bosman), zatrudnia ponad 1300 osób, a w roku 2023 już po raz siódmy opublikował swój raport ESG. Raportowanie poza-finansowe odgrywa coraz większą rolę w branży piwnej, a dla działających w niej firm jest ważnym elementem komunikacji z kluczowymi partnerami, w tym klientami i dostawcami oraz pozwala lepiej przygotować się na wyzwania legislacyjne, które są na horyzoncie.

STRATEGIA NA PEŁNĄ NEUTRALNOŚĆ KLIMATYCZNĄ

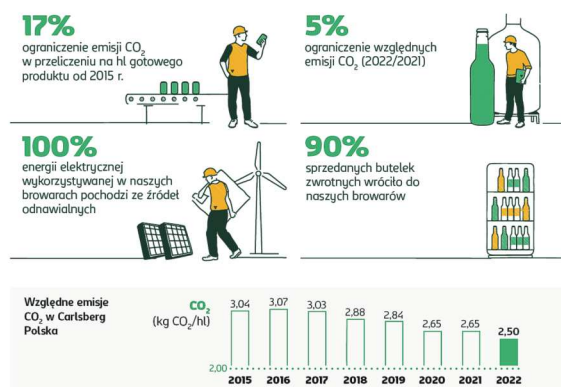
Choć najważniejsze w podejściu ESG są konkretne aktywności, zrealizowane projekty i policzalne efekty działań na rzecz zrównoważonego rozwoju, to ich podstawą zawsze powinna być dobrze przemyślana strategia. W Carlsberg Polska jest nią program Together Towards Zero and Beyond (TTZAB). Dokument ten jest wyra-

zem ambicji i celów dotyczących kwestii środowiskowych, społecznych i ładu korporacyjnego, a zarazem integralną częścią strategii biznesowej SAIL'27. Tak solidne umocowanie kwestii ESG w strukturach firmy wpływa na poprawę wyników biznesowych, wzmacnia kulturę organizacyjną i ogranicza ryzyka.

Program Together Towards Zero and Beyond kontynuuje działania dotychczasowej strategii i rozwija je o kolejne obszary. Do punktów takich jak: ZERO śladu węglowego, ZERO marnowania wody, ZERO nieodpowiedzialnej konsumpcji alkoholu i ZERO wypadków, dołączyły: ZERO śladu rolniczego i ZERO odpadów opakowania-



WYNIKI CARLSBERG POLSKA W 2022 R.



Do 2030:

- » **ZERO** emisji dwutlenku węgla w naszych browarach
- » **30%** redukcji śladu węglowego w łańcuchu wartości
- » **100%** energii elektrycznej pochodzącej ze źródeł odnawialnych

Do 2040:

- » **ZERO** emisji dwutlenku węgla netto w całym łańcuchu wartości



wych. Carlsberg Polska stawia sobie za cel, by poprzez transformację przemysłową w kierunku bardziej zrównoważonych praktyk biznesowych, do roku 2040 osiągnąć pełną neutralność klimatyczną. Strategia firmy jest odpowiedzią na globalne wyzwania takie jak: nierówności społeczne, kryzys klimatyczny i niedostatki wody, ale także rosnące zainteresowanie społeczeństwa wokół tematów związanych z dobrostanem pracowników.

JAK ODPAD ZAMIEŃC NA ENERGIE?

Efektywność energetyczna to cel, do którego zmierza wiele przedsiębiorstw. Carlsberg Polska dążąc do osiągnięcia zeroemisyjności działa kompleksowo i kreatywnie. Z jednej strony firma ogranicza emisje, na które ma bezpośredni wpływ, czyli głównie te pochodzące z browarów, z drugiej – we współpracy z partnerami i dostawcami stara się ograniczać emisję w całym łańcuchu wartości. Firma prowadzi w swoich browarach dokładny monitoring zużycia energii, dzięki czemu na bieżąco wyłapuje wszelkie wzrosty, a jednocześnie inwestuje w technologie i urządzenia, które to zużycie ograniczają.

Energię wytwarza się tu nawet z odpadów! Przykładem może być inwestycja w pętlę energetyczną zastosowaną w Browarze Kasztelan w Sierpcu. Instalacja ta pozwala odbierać ciepło z gorącego młota (czyli odpadu pochodzącego ze słodu, z którego uwarzono piwo), a następnie wykorzystywać je do podgrzewania wody produkcyjnej i do pasteryzacji. Kolejnym cennym odpadem jest biogaz. Ten powstający w oczyszczalni ścieków przy Browarze Okocim w Brzesku, dzięki projektowi kogeneracji, jest przekształcany w energię cieplną, a wkrótce będzie zamieniany także na energię elektryczną.

ZERO MARNOWANIA WODY

W Carlsbergu nie marnujemy wody. Woda w browarze jest nie tylko podstawowym składnikiem piwa, ale służy do różnych procesów technologicznych np. do czyszczenia instalacji. Dlatego we wszystkich trzech polskich browarach Carlsberg Polska sukcesywnie i konsekwentnie ogranicza się zużycie wody. Wyniki w tym zakresie wyróżniają się w skali, i polskiej, i światowej. W 2009 ro-

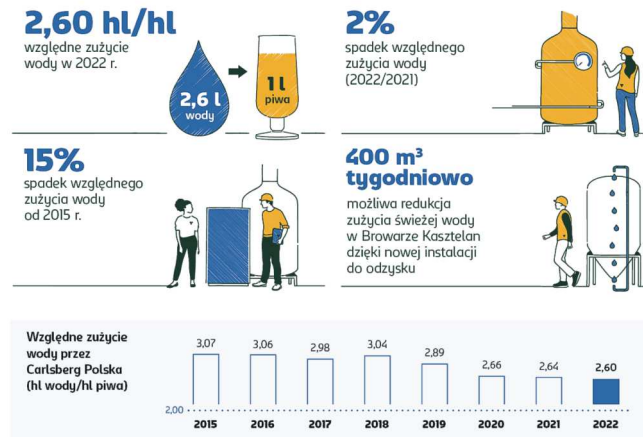
ku na uwarzenie jednego hektolitra piwa zużywaliśmy ponad 4 hl wody, dziś ten wskaźnik wynosi 2.6 hl wody na 1 hl piwa.

Firma realizuje duże inwestycje, ale też podejmuje setki mniejszych działań, które wspólnie przekładają się na to, że woda wykorzystywana jest tu maksymalnie efektywnie i może być stosowana wielokrotnie na różnych etapach produkcji. Wyjątkowym projektem służącym ograni-

czeniu marnowania wody jest system do jej odzysku zainstalowany w Browarze Kasztelan w Sierpcu. Jest to autorskie rozwiązanie samego browaru, które powstało na bazie własnych analiz, licznych prób i błędów, dzięki którym projekt zrealizowano z pełnym sukcesem. Żadne inne rozwiązanie w Carlsberg Polska nie generuje tak dużych oszczędności wody – a chodzi o tę najcenniejszą, czyli o wodę czystą.



WYNIKI CARLSBERG POLSKA W 2022 R.



Do 2030:

- Efektywność zużycia wody **2,0 hl/hl** globalnie i **1,7 hl/hl** w browarach na obszarach o wysokim ryzyku
- **100%** kompensacji zużytej wody w browarach na obszarach wysokiego ryzyka



WYNIKI CARLSBERG POLSKA W 2022 R.



Do 2030:

- **100%** opakowań nadaje się do recyklingu, ponownego użycia lub jest z materiałów odnawialnych
- **90%** naszych butelek i puszek jest poddawanych recyklingowi
- **50%** redukcji zużycia pierwotnych tworzyw sztucznych z paliw kopalnych
- **50%** zawartości materiałów z recyklingu w naszych butelkach i puszkach



SUKCES OSIĄGA SIĘ RAZEM

Realizacja agendy ESG, by była skuteczna musi mieć nie tylko solidne umocowanie w strategii biznesowej firmy, ale też angażować jej pracowników i partnerów. Tylko w ten sposób kwestie zrównoważonego rozwoju stają się obecne w całym łańcuchu wartości. Sukces w tym obszarze jest wtedy, gdy w konkretne projekty i działania angażowane są wszystkie działy firmy i ich pracownicy, gdy działa się razem z klientami i dostawcami, ale również razem z konsu-

mentami i lokalnymi społecznościami. Realizowany przez Carlsberg Polska program Together Towards Zero and Beyond mocno stawia także na te obszary. Rozpisane w nim kompleksowe aktywności dotyczą zarówno kwestii pracowniczych, programów stawiających na rozwój i aktywizację zawodową, jak też działań na rzecz lokalnych społeczności w gminach, w których znajdują się browary. Działając w sposób odpowiedzialny firma sukcesywnie organizuje także kampanie promujące odpowiedzialną konsumpcję alkoholu.

Z DZIAŁAŃ TRZEBA SIĘ ROZLICZYĆ

Realizacja strategii ESG musi być rzetelnie rozliczona, dlatego raporty publikowane przez Carlsberg Polska są opracowywane zgodnie z międzynarodowymi standardami Global Reporting Initiative. Od przyszłego roku dodatkowo będą odpowiadać założeniom unijnej dyrektywy CSRD, która harmonizuje kwestie raportowania pozafinansowego.

How to brew beer responsibly?



ESG is undoubtedly one of the most important issues affecting the implementation of business strategies and the operation of companies today. Each industry has its own specifics, making specific solutions related to, for example, reducing carbon footprint looks different. Teresa Aldea - Sustainability Manager at Carlsberg Poland - tells us how one of the three largest players in the Polish beer market strives to achieve climate neutrality.

Starting in 2025, the non-financial reporting obligation will be extended to an even wider range of companies than before. The largest ones have been submitting their ESG reports for many years, and started doing so even when there was no obligation to do so. One example is Carlsberg Poland, which has three large breweries in our country (Okocim, Kasztelan, Bosman), employs more than 1,300 people, and published its ESG report for the seventh time in 2023. Non-financial reporting is playing an increasingly important role in the beer industry, and for companies operating in it, it is an important element of communication with key partners, including customers and suppliers, and allows them to better prepare for legislative challenges that are on the horizon.

STRATEGY FOR FULL CLIMATE NEUTRALITY

While the most important things in the ESG approach are specific activities, implemented projects and quantifiable results of sustainability efforts, their basis



should always be a well thought-through strategy. At Carlsberg Poland, this is the Together Towards Zero and Beyond (TTZAB) program. This document is an expression of ambitions and goals regarding environmental, social and corporate governance issues, and at the same time an integral part of SAIL'27's business strategy. Such a solid anchoring of ESG issues in the company's structures improves business performance, strengthens organizational culture and reduces risks.

The Together Towards ZERO and Beyond program continues the activities of the existing strategy and expands

them with additional areas. Points such as ZERO carbon footprint, ZERO water waste, ZERO irresponsible drinking and ZERO accidents have been joined by: ZERO farming footprint and ZERO packaging waste. Carlsberg Poland aims to achieve full climate neutrality by 2040 through industrial transformation to more sustainable business practices. The company's strategy is a response to global challenges such as social inequality, the climate crisis and water scarcity, but also to growing public interest around topics related to employee welfare.

HOW DO YOU TURN WASTE INTO ENERGY?

Energy efficiency is a goal that many companies are pursuing. Carlsberg Poland, striving to achieve zero-emissions, is acting comprehensively and creatively. On the one hand, the company is reducing emissions that it has a direct impact on, i.e. mainly those from its breweries, while on the other hand, in cooperation with its partners and suppliers, it is trying to reduce emissions along the entire value chain. The company carefully monitors energy consumption at its breweries, so it catches any increases in real time, while investing in technologies and equipment that reduce this consumption.

Energy is even generated here from waste! An example is the investment in the energy loop used at the Kasztelan Brewery in Sierpc. This installation makes it possible to collect heat from hot malt grist (i.e. waste from the malt used to brew beer) and then use it to heat production water and for pasteurization. Another valuable waste is biogas. This one, which is generated at the sewage treatment plant at Okocim Brewery in Brzesko, is being converted into heat energy thanks to a cogeneration project, and will soon be converted into electricity as well.

ZERO WASTE OF WATER

At Carlsberg, we do not waste water. Water in the brewery is not only a basic ingredient of beer, but is used for various technological processes such as cleaning installations. That's why water consumption is being successively and consistently reduced at all three Polish Carlsberg Polska breweries. The results in this regard stand out on a scale, both Polish and global. In 2009, we used more than 4 hl of water to brew one hectoliter of beer, today this ratio is 2.6 hl of water per 1 hl of beer.

The company makes large investments, but also undertakes hundreds of smaller measures, which together translate into the fact that water is used here as efficiently as possible and can be reused at different stages of production. A unique project to reduce water waste is the water recovery system installed at the Kasztelan Brewery in Sierpc. It is the brewery's own proprietary solution, which was developed on the basis of its own analysis, numerous trials and errors, thanks to which the project was implemented with complete success. No other solution at Carlsberg Poland generates such large water savings - and it's all about the most precious one, pure water.



SUCCESS IS ACHIEVED TOGETHER

Implementation of the ESG agenda, to be effective, must not only be firmly anchored in the company's business strategy, but also involve its employees and partners. Only in this way do sustainability issues become present throughout the value chain. Success in this area is when all the company's departments and their employees are involved in specific projects and activities, when one acts together with customers and suppliers, but also together with consumers and local communities.

The Together Towards Zero and Beyond program implemented by Carlsberg Poland strongly focuses on these areas as well. The comprehensive activities outlined in the program include employee issues, programs focused on development and professional activation, as well as activities for the benefit of local communities in the municipalities where the breweries are located. Acting responsibly, the company also successively organizes campaigns promoting responsible alcohol consumption.

ACTIVITIES MUST BE ACCOUNTED FOR

Implementation of the ESG strategy must be reliably accounted for, which is why the reports published by Carlsberg Poland are prepared in accordance with the international standards of the Global Reporting Initiative. Starting next year, they will additionally comply with the assumptions of the EU CSRD directive, which harmonizes non-financial reporting issues.

W wymagających czasach potrzebujemy skutecznych działań



**IRENEUSZ
BOROWSKI**

Country Manager Poland, Dassault Systèmes

Zgodnie z Celami Zrównoważonego Rozwoju ONZ, mamy mniej niż 10 lat aby powstrzymać degradację środowiska naturalnego i zmniejszyć emisję gazów cieplarnianych. Wymaga to od nas radykalnej zmiany zarówno w obszarze produkcji, jak i modelu korzystania z rozwiązań.

Wiele słyszymy o roli, jaką odegra technologia w przyspieszeniu transformacji ku zrównoważonemu rozwojowi. Doświadczenie wirtualnych bliźniaków będzie miało niebagatelne znaczenie w tym procesie.

Te zaawansowane, oparte na danych modele komputerowe i symulacje pozwalają firmom zaprojektować, przetestować i wyprodukować nowe materiały, produkty i usługi z myślą o zrównoważonej gospodarce. Wirtualne bliźniaki są wykorzystywane od prawie dwóch dekad w projektowaniu i produkcji samochodów, samolotów, dóbr konsumpcyjnych, elektroniki, urządzeń medycznych, leków, statków, satelitów, ubrań - niemal wszystkiego, co można sobie wyobrazić. Dzięki nim firmy zaoszczędziły ogromne ilości czasu i nakładów finansowych, wzmocniły innowacyjność i poprawiły jakość produktów.

WARTOŚĆ WIRTUALNYCH BLIŹNIAKÓW DLA ZRÓWNOWAŻONEGO ROZWOJU

Aby określić rzeczywisty potencjał wirtualnych bliźniaków, poprosiliśmy firmę Accenture o zbadanie korzyści płynących z zastosowania tej technologii w działaniach na rzecz zrównoważonego rozwoju. Raport „Kluczowa rola wirtualnych bliźniaków w przyspieszeniu zrównoważonego rozwoju”¹, przygotowany przez Dassault Systèmes oraz Accenture wskazuje, że aby osiągnąć zgodność z Celami Zrównoważonego Rozwoju ONZ 2030 potrzebna będzie całkowita transformacja sposobów zarządzania produktami i usługami w całym cyklu życia produktu - od projektu, poprzez użytkowanie, aż po wycofanie z eksploatacji. Aby to osiągnąć, musimy znaleźć nowe sposoby współpracy w celu wzmacniania konkurencyjności, możliwości odpowiedzialnego wzrostu oraz wspólnego zagwarantowania, że rewolucje technologiczne spełnią swoją obietnicę i zapewnią zrównoważony rozwój.

Accenture i Dassault Systèmes wskazują na potencjał technologii wirtualnych bliźniaków, której globalny rynek w 2020 roku osiągnął wartość szacunkową 5,4 mld USD, a prognozowany wzrost to 36% CAGR w ciągu kolejnych pięciu lat. Technologia wirtualnych bliźniaków pomaga w transformacji ku gospodarce o obiegu zamkniętym – pozwala firmom zmniejszyć koszty, zużycie zasobów i ograniczyć ślad wodny, równocześnie wspierając innowacyjność. Biorąc pod uwagę prognozowany wzrost zastosowania wirtualnych bliźniaków w ciągu kolejnych lat, można się spodziewać, że technologia ta odegra znaczącą rolę w transformacji przemysłu ku zrównoważonemu rozwojowi.

Jak to działa w praktyce? Oto dwa przykłady z branż CPGR oraz Home&Lifestyle:

W styczniu 2022 roku Dassault Systèmes, Ardagh Group i EXXERGY rozpoczęły pierwsze w branży wirtualne testy na należącej do Diageo – słynnym modelu butelki whisky Johnnie Walker. Celem jest opracowanie specjalnej powłoki, która pozwoli zmniejszyć wagę butelki bez ingerencji w jej strukturę i kształt. Testy te są wstępem do, opartych na naukowych podstawach, zrównoważonych innowacji mających na celu skrócenie czasu oraz obniżenie kosztów testowania produktów szklanych, a także ograniczenie ilości surowców i zapotrzebowania na energię w procesie wytapiania szkła.

Inny przykład pochodzi z branży fashion: AMF, dostawca akcesoriów, wykorzystuje platformę 3DEXPERIENCE, aby zapewnić przejrzystość w całym cyklu życia produktu i ułatwić bliższą współpracę między projektantami i inżynierami. Dzięki zastąpieniu etapów procesu produkcyjnego generujących największą ilość zanieczyszczeń alternatywami o charakterze cyrkularnym, AMF może ponownie wykorzystać ponad 97% wody w ramach systemu o obiegu zamkniętym.

JAK OCENIĆ WPŁYW PRODUKTÓW NA ŚRODOWISKO?

Wraz z rosnącymi obawami o środowisko i wymaganiami dotyczącymi zrównoważonego rozwoju, postęp w kierunku zerowej emisji netto jest w toku – ale można zrobić znacznie więcej i co ważne – w krótszym czasie. Aby przyspieszyć zrównoważone innowacje, firmy mogą zacząć od wdrożenia zasad eko-projektowania.

Projekt produktu lub usługi określa 80% jego wpływu na środowisko w całym cyklu życia. Kiedy firmy włączają eko-projektowanie do rozwoju swoich produktów, mogą

uwzględnić zrównoważony rozwój w ramach całej sieci wartości.

Zaawansowane rozwiązania, takie jak ocena cyklu życia produktu lub zakładu produkcyjnego (LCA – Lifecycle Assessment), pozwalają użytkownikom ocenić wpływ produktu na wszystkie aspekty środowiskowe w całym okresie jego istnienia. Rozwiązania te bazują na zewnętrznych bazach danych, opracowywanych przez niezależne organizacje, jak na przykład baza ecoinvent, które kwantyfikują wpływ na środowisko praktycznie wszystkich decyzji i działań firmy. Obecnie możliwe jest powiązanie tych baz danych z procesem opracowywania, walidacji i przygotowania do wytworzenia produktu, który to proces integruje obliczenia oceny cyklu życia na platformie 3DEXPERIENCE od Dassault Systèmes. Platforma 3DEXPERIENCE zarządza zaś wszystkimi danymi oraz integruje obszary projektowania, symulacji przygotowania produkcji oraz samej produkcji. Rozwiązania te umożliwiają wszystkim zaangażowanym podmiotom obliczanie i raportowanie wpływu ich działań, co pozwala na określenie optymalnych środowiskowo alternatyw. Mierzac te parametry, możliwa jest błyskawiczna identyfikacja obszarów, które naruszają zasady zrównoważonego rozwoju, a tym samym zaplanowanie strategii ich poprawy.

Łącząc dane LCA z technologią wirtualnych bliźniaków, "Sustainable Innovation Intelligence" umożliwi specjalistom LCA, projektantom przemysłowym, inżynierom produktu i produkcji tworzenie cykli życia o obiegu zamkniętym. Będzie to możliwe dzięki wczesnemu określaniu wymagań w zakresie zrównoważonego rozwoju i ich pełnej widoczności na wszystkich etapach projektowania, rozwoju produktu i inżynierii produkcji. Rozwiązanie integruje dostawy materiałów, projektowanie, produkcję, logistykę, sprzedaż, marketing i zarządzanie wycofaniem z eksploatacji, zapewniając wgląd w te procesy w czasie rzeczywistym, co pozwala zespołom na identyfikację problemów lub wdrażanie usprawnień na wczesnym etapie, jeszcze przed podjęciem fizycznych działań.

Obserwując te przełomowe możliwości uważam, że związek między doświadczeniami wirtualnych bliźniaków a zrównoważonym rozwojem powinien być oczywisty od samego początku. Dotychczas jednak projektanci produktów i eksperci z dziedziny sustainability rzadko wymieniali się najlepszymi praktykami. Nadszedł czas, aby dostrzec synergię ich doświadczeń i wykorzystać ją z myślą o naszej przyszłości.

¹ <https://www.3ds.com/sites/default/files/2021-01/dassault-systemes-and-accenture-virtual-twin-and-sustainability.pdf>

Urgent times call for effective measures

To preserve life as we know it, we have less than 10 years to dramatically reduce our greenhouse gas emissions, requiring that we radically change the way we consume and produce just about everything.

We hear a lot about the role technology will play in accelerating the sustainability transformation. I believe that virtual twin experiences, in particular, will play a central role.

These powerful, sophisticated, science-based computer models and simulations allow companies to imagine, design, test and manufacture radically new materials, products and services for tomorrow's sustainable economy. Virtual twins have been used for nearly two decades to create our cars, airplanes, consumer goods, electronics, medical devices, pharmaceuticals, ships, satellites, clothes – almost anything one can think of. They have saved companies massive amounts of time and money, facilitated innovation and raised quality.

VIRTUAL TWINS' SUSTAINABILITY VALUE

To quantify the potential, we asked Accenture to investigate the benefits of applying virtual twin technology to sustainability efforts. The report "The critical role of virtual twins in accelerating sustainability", prepared by Dassault Systèmes and Accenture, indicates that in order to achieve compliance with the UN 2030 Sustainable Development Goals, a complete transformation of the ways in which products and services are managed throughout the product lifecycle - from design to use to end-of-life - will be required. To do this, we must find new ways of working together to create circular economies, drive competitiveness and responsible growth opportunities and collectively ensure that technological revolutions deliver on their promise of enhanced sustainability.

The report points to the potential of virtual twin technology, with the global market reaching an estimated US\$5.4 billion in 2020 and projected to grow at a 36% CAGR over the next five years. Virtual twin technology is helping to drive the transformation towards a circular

economy - enabling companies to reduce costs, resource consumption and water footprint, while fostering innovation. Given the projected growth in the use of virtual twins over the next few years, the technology can be expected to play a significant role in the industry's transformation towards sustainability.

How does it work in practice? Here're just two examples from CPGR and H&L industries:

In January 2022 Dassault Systèmes, Ardagh Group and EXXERGY began 'virtual twin' trials on Diageo's iconic Johnnie Walker bottle. The aim is to research and develop a coating that will enable the glass bottle to be lightweighted without compromising its strength and shape. The virtual trial will pioneer science-based sustainable innovations to reduce the time and cost needed to test glass products, whilst also reducing the raw materials and energy used in the process.

Another example comes from a fashion industry: AMF, accessories supplier, uses the 3DEXPERIENCE platform to deliver transparency across the product lifecycle, and facilitate closer collaboration between designers and engineers. By replacing the most polluted steps in its production processes with circular alternatives, AMF could reuse more than 97% of water in its closed-circuit system.

HOW TO ASSESS PRODUCTS' ENVIRONMENTAL IMPACT?

With growing environmental concerns and sustainability requirements, progress towards net-zero is underway – but more can be done, faster. To accelerate sustainable innovation, companies can start by implementing eco-design principles.

A product or service's design determines 80% of its environmental impact throughout the lifecycle. When companies integrate eco-design into their product and service development, they can weave sustainability into the entire value network and drive a circular economy.

Advanced solutions, such as Lifecycle Assessment (LCA), allow users to assess the impact of a product on all environmental aspects throughout its life cycle. These solutions are based on external databases, developed by independent organisations such as the ecoinvent database, which quantify the environmental impact of virtually all company decisions and activities. It is now possible to link these databases to the process of product development, validation and preparation for manufacturing, a process that integrates life cycle assessment calculations on the 3DEXPERIENCE platform from Dassault Systèmes. The 3DEXPERIENCE platform manages all the data and integrates the areas of design, simulation, production preparation and production itself. These solutions enable all actors involved to calculate and report on the impact of their activities, allowing the identification of environmentally optimal alternatives. By measuring these parameters, it is possible to instantly identify areas that violate sustainability principles and thus plan strategies to improve them.

Embedding LCA within the virtual twin — as Dassault Systèmes' Sustainable Innovation Intelligence solution does — introduces a host of new possibilities for a net-zero economy. LCA as part of virtual twin technology makes environmental assessments available from as early as the ideation stage, and then to every member of the innovation process downstream. The solution integrates material supply, design, manufacturing, logistics, sales, marketing and end-of-life management, providing real-time visibility into these processes, allowing teams to identify issues or implement improvements at an early stage, even before physical action is taken.

With breakthroughs like these, the link between virtual twin experiences and sustainability should have been clear all along. However, in the past, product designers and sustainability experts have rarely exchanged best practices on a regular basis. So it was about time that someone recognized the synergies of their experience to make use of it in the future.



Zrównoważony rozwój miast przyśpiesza - infrastruktura i budynki z materiałów z recyklingu



**HUBERT
KRYSIAK**

Kierownik Recyklingu Materiałów Budowlanych, Lafarge w Polsce
Construction Materials Recycling Manager, Lafarge in Poland

Sektor budownictwa odpowiada za 38 procent emisji CO₂ w Unii Europejskiej. Dlatego został on wpisany jako jeden z ośmiu priorytetów strategii Zielonego Ładu. To pokazuje jak dużą wagę musimy przykładąć do procesu budowlanego oraz materiałów, z których powstają nasze miasta.

Dynamiczny rozwój miast z powodu zachodzących zmian klimatycznych i społeczno-ekonomicznych jest obecnie nie do zatrzymania. Następstwem tego jest wzrost migracji ludzi, co wymusza dalsze nakłady na rozwój infrastruktury oraz mieszkaniectwa. Już teraz wiemy, że deficyt na rynku mieszkaniowym szacuje się na ok. 1,5-2 mln lokali mieszkalnych z tendencją do wzrostu w perspektywie kolejnych lat. Stąd kluczowe jest odpowiednie rozbudowanie miast.



**MACIEJ
SYPEK**

Dyrektor Generalny Sprzedaży i Logistyki Cementu, Lafarge w Polsce
General Director of Cement Sales and Logistics, Lafarge in Poland

GOZ WAŻNYM CZYNNIKIEM ZIELONEJ TRANSFORMACJI

Zrównoważony rozwój miast zależy od zrównoważonego rozwoju branży budowlanej, która coraz częściej wprowadza model gospodarki obiegu zamkniętego (GOZ). Znaczące postępy w zielonym podejściu ma branża cementowa, która przez ostatnie lata mocno rozwinęła wykorzystanie odpadów w procesie produkcji materiałów budowlanych. Szczególne postępy poczynił Lafarge w Polsce należący do szwajcarskiej Grupy Holcim. Lafarge w Polsce przetwarza 1,8 mln ton różnego rodzaju odpadów, wykorzystując je w produkcji cementu, z czego 0,4 mln ton to odpady nie poddające się recyklingowi pochodzące m.in. z odpadów komunalnych. Produkowane jest z nich paliwo alternatywne wykorzystywane do wytworzenia ciepła w piecu cementowym. Przy tym

te odpady bezpowrotnie, i co ważne, bezemisyjnie kończą swój żywot, nie zalegając na wysypiskach. To działanie pozwala dziś w 80 proc. zastąpić węgiel w procesach produkcyjnych firmy. Pozostałe 1,2 mln ton to odpady z innych gałęzi przemysłu jak popioły, żużle, uboczne produkty spalania, które Lafarge wykorzystuje jako surowce do produkcji cementu, obniżając w cemencie ilość klinkieru, który pochodzi z wypału węgla kamiennego. W konsekwencji przekłada się to na przyspieszenie procesów dekarbonizacji.

– *W zeszłym roku jako Lafarge wprowadziliśmy na rynek cement pod marką ECOPlanet, który może mieć do 50 proc. niższy ślad węglowy od tradycyjnych cementów, właśnie dzięki zastosowaniu surowców alternatywnych, które są jednocześnie zdekarbonizowane. Na jego bazie tworzony jest zrównoważony beton ECOPact, odpowiedni do budynków i infrastruktury powstałej w ekokoncepcji* – mówi Maciej Sypek, Dyrektor Generalny Sprzedaży i Logistyki Cementu, Lafarge w Polsce.

Z myślą o kompleksowym zarządzaniu surowcami mineralnymi Lafarge w Polsce tworzy specjalną platformę ARM przy Cementowni Kujawy. Zadaniem platformy będzie odpowiednie przygotowanie surowców i odpadów przemysłowych do produkcji klinkieru. Będą to m.in., popioły i żużle, odpady wapienne z dekarbonizacji wody, odpady wapienne z produkcji celulozy. Materiały, które dla wielu gałęzi przemysłu są odpadem, dostaną drugie życie w produkcji cementu. Platforma przyjmie formę oddzielnej instalacji, na której będzie przygotowywany surowiec do produkcji na terenie cementowni.

BUDOWAĆ LEPIEJ ŻUŻYWAJĄC MNIEJ

Recykling materiałów budowlanych, który Lafarge również stosuje, wpisuje się w trend *urban mining*. Zakłada on, że nieużytkowane obszary miejskie postrzegane są jako składowiska surowców, które można ponownie użyć do wytworzenia materiałów budowlanych. Z tych surowców powstają kruszywa z recyklingu, które są produkowane blisko miejsca nowopowstających konstrukcji. Daje to przewagę logistyczną kruszywom z recyklingu w porównaniu do kruszyw naturalnych, wydobywanych w określonych lokalizacjach. Jednocześnie wiąże się z minimalizowaniem wpływu na środowisko oraz ograniczeniem korzystania z naturalnych skał, skąd kruszywo pierwotnie jest wydobywane.

W myśl zasady „budować lepiej zużywając mniej” Lafarge planuje zmniejszyć wykorzystanie wydobytego kruszywa na rzecz wyselekcjonowanego kruszywa z rozbiórek. Do 2030 roku firma chce wprowadzić na rynek ponad 1 mln ton kruszyw z recyklingu. Takie podejście jest odpowiedzią na współczesne wyzwania związane z dostępem do surowców naturalnych, jak i ograniczeniem ich użycia, gdyż kruszywo z recyklingu znajduje ponowne zastosowanie w infrastrukturze lub jako dodatek do betonu.

Jednym z przykładów *urban mining* jest rozbiórka starej Cementowni Kraków Nowa Huta. Lafarge przerobił gruz na

pełnowartościowe kruszywo, dzięki procesowi polegającemu na ścisłej kontroli, selekcji oraz oczyszczeniu od innych materiałów. Ponadto, kruszywo z recyklingu jest lżejsze o ponad 20 proc. niż kruszywo naturalne przy takich samych parametrach. Na przykładzie realizacji w Krakowie specjaliści z Lafarge obliczyli, że dostawa tego kruszywa zredukowała o 66 proc. emisję CO₂ w transporcie i aż o 74 proc. emisję na każdy m³ wykonywanych robót w stosunku do kruszyw z pobliskich kopalń.

– *Lafarge, dążąc do cyrkularności, poszukuje źródeł materiałów w różnych miejscach. Pozyskanie materiałów w sposób ekologiczny wymaga wsparcia i ekspertyzy z zewnątrz. Dlatego pracujemy nad projektem kompleksowego rozwiązania problemu odpadów budowlanych na terenie największych polskich aglomeracji. Idea jest taka, by nadać materiałom po rozbiórce drugie życie* – wyjaśnia Hubert Krysiak, Kierownik Recyklingu Materiałów Budowlanych, Lafarge w Polsce. Lafarge podejmuje dalsze kroki w obniżeniu swoich emisji CO₂ oraz wprowadzaniu zrównoważonych rozwiązań dedykowanych budownictwu ekologicznemu. Gospodarka obiegu zamkniętego jest w centrum naszej działalności biznesowej i z każdym rokiem robimy więcej, aby zużywać mniej!

O LAFARGE W POLSCE

Lafarge jest światowym liderem w zakresie innowacyjnych i zrównoważonych rozwiązań budowlanych.

Tworzymy przyjazne dla środowiska produkty i rozwiązania, takie jak: ECOPact - beton o prawie 50% mniejszym śladzie węglowym niż standardowy beton towarowy, zielone cementy o 30-50% mniejszym śladzie węglowym niż czysty cement portlandzki CEM I i wiele innych. Do ich produkcji wykorzystujemy materiały i surowce z recyklingu.

Lafarge w Polsce jest częścią Grupy Holcim – zatrudniającej ok. 70 tys. osób w 60 krajach w czterech segmentach: Cement, Beton, Kruszywa oraz Rozwiązania i Produkty. Holcim wspiera tworzenie bardziej zrównoważonych i ekologicznych miast, powstanie inteligentnej infrastruktury i poprawę standardów życia na całym świecie.

Więcej informacji na stronie:
www.lafarge.pl; www.holcim.com



Sustainable urban development accelerates - infrastructure and buildings made of recycled materials



The construction sector accounts for 38 percent of CO₂ emissions in the European Union. That is why it has been included as one of the eight priorities of the Green Deal strategy. This shows how much importance we must place on the construction process and the materials used to build our cities.

The dynamic growth of cities due to ongoing climate and socioeconomic changes is now unstoppable. The consequence of this is an increase in human migration, which forces further investment in infrastructure development and housing. We already know that the deficit in the housing market is estimated at 1.5-2 million housing units, with a tendency to increase in the coming years. Hence, cities must expand accordingly.

CIRCULAR ECONOMY AS AN IMPORTANT FACTOR IN GREEN TRANSFORMATION

Sustainable urban development depends on the sustainability of the construction industry, which is increasingly adopting a circular economy model. Significant progress in the green approach has been made by the cement industry, which in recent years has strongly developed the use of waste in the production of building materials. Lafarge in Poland, which is part of the Swiss Holcim Group, has made a great progress. Lafarge in Poland processes 1.8 million tons of various types of waste, using it in cement production. Of these, 0.4 million tons is non-recyclable waste from, among other things, municipal waste. They are used to produce alternative fuel used to generate heat in the cement clinker. At the same time, this waste ends its life in an irrevocable, and importantly, emission-free way, instead of lying in landfills. This action allows today to replace 80 percent of coal in the company's production processes. The remaining 1.2 million tons are waste from other industries such as ash, slag and by-products of combustion, which Lafarge uses as raw materials for cement production, reducing the amount of clinker in cement that comes from firing hard coal. Consequently, this translates into accelerated decarbonization processes.

– Last year, as Lafarge, we launched cement under the ECOPlanet brand, which can have up to a 50 percent lower

carbon footprint than traditional cement, precisely due to the use of alternative raw materials that are also decarbonized. On its basis, ECOPact sustainable concrete is created, suitable for buildings and infrastructure created in the eco-concept - said Maciej Sypek, General Director of Cement Sales and Logistics, Lafarge in Poland.

With a view to the comprehensive management of mineral raw materials, Lafarge in Poland is creating a special ARM platform at the Kujawy Cement Plant. The platform's task will be to properly prepare raw materials and industrial waste for clinker production. These will include, among others, ash and slag, lime waste from water decarbonization, and lime waste from cellulose production. Materials that are waste for many industries will get a second life in cement production. The platform will take the form of a separate installation where raw materials will be prepared for production at the cement plant.

BUILDING BETTER WITH LESS

The recycling of building materials, which Lafarge also uses, is part of the urban mining trend. It assumes that unused urban areas are seen as repositories for raw materials that can be reused to make building materials. These raw materials are used to create recycled aggregates that are produced close to the site of newly constructed buildings. This gives recycled aggregates a logistical advantage over natural aggregates mined at specific locations. At the same time, it involves minimizing environmental impact and reducing the use of natural rock from where the aggregate is originally mined.

Following the principle of "build better with less", Lafarge plans to reduce the use of mined aggregate in favor of selected aggregate from demolition. By 2030, the company wants to bring more than 1 million tons of recycled aggregates to the market. This approach addresses today's challenges of both accessing and reducing the use of natural resources, as recycled aggregate finds reuse in infrastructure or as an additive to concrete.

One example of urban mining is the demolition of the old Krakow Nowa Huta Cement Plant. Lafarge converted the

rubble into full-grade aggregate through a process involving strict inspection, selection, and cleaning from other materials. In addition, the recycled aggregate is more than 20 percent lighter than natural aggregate at the same parameters. Using the example of the realization in Krakow, Lafarge specialists calculated that the supply of this aggregate reduced CO₂ emissions in transport by 66 percent and by as much as 74 percent in emissions per m³ of work performed compared to aggregate from nearby mines.

*- In pursuit of circularity, Lafarge seeks sources of materials in various places. Sourcing materials in an environmentally friendly way requires outside support and expertise. That's why we are working on a project for a comprehensive solution to the problem of construction waste in the largest Polish agglomerations. The idea is to give demolition materials a second life – explained **Hubert Krysiak, Construction Materials Recycling Manager, Lafarge in Poland.** Lafarge is taking further steps in lowering its CO₂ emissions and introducing sustainable solutions dedicated to green building. The circular economy is at the heart of our business operations, and every year we do more to use less!*

ABOUT LAFARGE IN POLAND

Lafarge is the world leader in innovative and sustainable building solutions.

We create environmentally friendly products and solutions such as ECOPact – the concrete with almost 50% less carbon footprint than standard ready-mix concrete; green cements with 30-50% less carbon footprint than pure Portland cement CEM I; and many others. We use recycled resources and recycled raw materials in our production processes.

Lafarge in Poland is part of the global Holcim Group which employs around 70,000 people in 70 countries in four segments: Cement; Concrete; Aggregates; Solutions and Products. Holcim supports the creation of more sustainable and greener cities, and helps to develop smart infrastructure and improve living standards around the world.

For more information please visit:
www.lafarge.pl; www.holcim.com



Zrównoważony rozwój i dbałość o środowisko są sercem wszystkich działań marki Nespresso oraz Lyreco – Wyłącznego Dystrybutora Nespresso Professional dla biur i miejsc pracy



**MAGDALENA
TRYC**

Marketing Manager Nespresso Professional w Lyreco Polska
Marketing Manager Nespresso Professional at Lyreco Polska



Dlatego tak niezwykle cieszy nas fakt, że każda filiżanka kawy Nespresso, zarówno parzona biurze, jak w kawiarni czy w zaciszu własnego domu jest neutralna pod względem emisji dwutlenku węgla. Zgodnie z Porozumieniem paryskim z 2015 roku, marka Nespresso zobowiązuje się także do przeciwdziałania zmianom klimatycznym i osiągnięcia zerowej emisji netto najpóźniej do 2050 roku.

Czym jest ślad węglowy i dlaczego dotyczy on także kawy?

Mogłoby się wydawać, że kawa, jako roślina a później napój, nie ma nic wspólnego z emisją dwutlenku węgla i zwiększaniem efektu globalnego ocieplenia. Faktycznie udział kawy w tym zjawisku nie jest tak duży, jak np. przemysłu ciężkiego, jednak nie da się zanegować jego obecności.

Czym jest ślad węglowy? To suma dwutlenku węgla i wszystkich gazów cieplarnianych, które są emitowane do atmosfery w procesie produkcji kawy. Gazy cieplarniane to te, które w dużym stężeniu powodują spotęgowanie efektu cieplarnianego, czyli wzrost temperatury na Ziemi.

Każdy etap produkcji kawy związany jest z określoną wielkością śladu węglowego. Co ciekawe, największe wartości generują dwa etapy: uprawa i parzenie. Porcjowana kawa Nespresso gwarantuje precyzyjną konsumpcję – do przygotowania jednej filiżanki kawy zużywana jest dokładnie odmierzona ilość wody, mielonej kawy i energii.

Jakie działania podejmuje marka Nespresso, aby osiągnąć postawiony sobie cel?

Sadzenie drzew na plantacjach kawy pozwala na ograniczenie śladu węglowego oraz zapobieganiu erozji gleby.

Kawa **Nespresso** pochodzi z różnych zakątków Ziemi między innymi z Brazylii, Kostaryki, Gwatemali czy Kolumbii. Miejscowi plantatorzy codziennie opiekują się uprawami kawy, starając się uzyskać jak najwyższej jakości plony.

Marka **Nespresso**, dbając o farmerów i jednocześnie dążąc do neutralizacji śladu węglowego każdej filiżanki kawy, zdecydowała o nasadzeniach drzew owocowych na plantacjach kawy i w ich otoczeniu. Ten pozornie prosty ruch przyniósł bardzo wiele pozytywnych efektów:

- **drzewa owocowe pozwalają plantatorom na uzyskanie dodatkowego dochodu**, co wyraźnie podnosi jakość ich życia;
- **kawa dojrzewa częściowo w cieniu**, co przynosi efekty w postaci lepszej jakości kawy oraz większej ilości zbiorów
- **obecność korzeni w glebie działa stabilizująco – zapobiega erozji i powstawaniu osuwisk**, ułatwia regenerację pól uprawnych i wykorzystanie ich w kolejnych latach, dzięki czemu można liczyć na obfite zbiory rok do roku;
- drzewa owocowe, jak wszystkie inne, **pochłaniają dwutlenek węgla**, co ma niebagatelne znaczenie dla redukcji śladu węglowego każdej filiżanki kawy.

Inwestycje w projekty kompensacyjne

Marka **Nespresso** inwestuje w projekty wspierające ochronę i odtwarzanie lasów, a także wdrażające rozwiązania w zakresie czystej energii w społecznościach rolniczych.

Ponadto wspierane są działania edukacyjne plantatorów, które pozwalają im na uzyskiwanie ziaren coraz lepszej jakości. Nie tylko przekłada się to na redukcję śladu węglowego, ale i na wynagrodzenie, a więc standard życia osób pracujących przy uprawach.

Obieg zamknięty produktów i opakowań - Lyreco Polska świadczy bezpłatną usługę odbioru i recyklingu kapsułek po kawie **Nespresso**.

Firmy, które zdecydują się na rozwiązanie Nespresso i współpracę z Lyreco Polska mogą liczyć na bezpłatny recykling zużytych kapsułek. Umowa obejmuje nie tylko odbiór, ale też zapewnienie bezpłatnych worków na kapsułki. To bardzo wygodne rozwiązanie i trudno sobie wyobrazić, by klienci nie chcieli z niego korzystać. Dzięki przystąpieniu do programu nie tylko nie ponoszą kosztu recyklingu bądź utylizacji kapsułek, ale też przyczyniają się do ochrony środowiska. Takie proekologiczne działania pozytywnie wpływają na wizerunek firmy i znacząco podnoszą jej prestiż.

A co się dzieje ze zużytymi kapsułkami?

Fusy zostają oddzielone od kapsułki i poddane przetworzeniu np. na biogaz. Sama kapsułka natomiast podlega dalszemu recyklingowi. Odzyskane dzięki temu aluminium może być wykorzystywane na szereg sposobów: do produkcji ostrzałek, noży, części rowerowych i innych. Z odzyskanego aluminium można wytworzyć też nowe kapsułki na kawę.

Dbłość o planetę każdego dnia

Każdego dnia marka **Nespresso** pozytywnie wpływa na życie plantatorów, na relacje biznesowe, konsumentów i na naszą planetę. Dzięki temu możemy oferować naszym kontrahentom i ich pracownikom wyjątkowej jakości kawę, a co najważniejsze neutralną pod względem emisji dwutlenku węgla.

Zródło: 1, 2020 Swiss B2B LCA conducted by Quantis and based on a 40ml cup of espresso using the Nespresso Professional system in Switzerland.



Sustainable development and care for the environment are at the heart of all the activities of the Nespresso brand and Lyreco – The Exclusive Distributor of Nespresso Professional solutions for offices and workplaces



That is why we are so pleased that every cup of Nespresso coffee, whether brewed in the office, in a cafe or in of your own home, is carbon neutral. In accordance with the Paris Agreement of 2015, the Nespresso brand is also committed to counteract a climate change by achieving net-zero emissions by 2050 at the latest.

What is a carbon footprint and why does it also apply to coffee?

It might seem that coffee, as a plant and a drink made from its seeds, has nothing to do with greenhouse gases emissions increasing the effect of global warming. In fact, the share of coffee production process in emission of carbon dioxide in this is not as large as, for example, in heavy industry, but its presence cannot be negated.

What is a carbon footprint? Carbon footprint is a sum of carbon dioxide and all greenhouse gases that are emitted into the atmosphere during the process. Greenhouse gases in high concentrations increase the greenhouse effect, which directly impacts on the increase the temperature on Earth.

Each stage of coffee production is associated with a specific size of the carbon footprint. Interestingly, the highest values drive from two stages: cultivation and brewing. Therefore, the Nespresso system relying on sealed portioned capsules is a great solution decreasing coffee waste as each time to brew the perfect dose of drink you use exactly the same, ideal amount of coffee - it's an efficient and consistent process using perfect amount of water, ground coffee and energy.

What additional actions does the Nespresso brand take to achieve its goal?

Planting trees on their coffee plantations reduces the carbon footprint and prevents soil erosion.

Nespresso coffee comes from various places on the Earth, including Brazil, Costa Rica, Guatemala and Colombia.

Local growers take care of coffee crops every day, trying to obtain the highest quality beans.

The Nespresso brand, taking care of farmers and at the same time focusing to neutralize the carbon footprint of each cup of coffee, decided to plant fruit trees on coffee plantations and in their surroundings. This seemingly simple move brought many positive effects:

- **fruit trees allow growers to obtain additional income**, which significantly improves their quality of life.
- **coffee grows and matures partially in the shade**, which results in better coffee quality and more harvest
- **the presence of roots in the soil not only has a stabilizing effect** but also prevents erosion and landslides, facilitates the regeneration of agricultural fields and their use in the following years, thanks to which you can count on abundant harvests year after year.
- fruit trees, like all other plants, **absorb carbon dioxide**, which has a significant impact on reducing the carbon footprint of each cup of coffee.

Investments in compensation projects

The Nespresso brand invests in projects that support the protection and restoration of forests, as well as implementing clean energy solutions in farming communities.

In addition, educational activities and trainings for growers are provided, which allow them to produce beans of increasingly better quality. This not only translates into a reduction in the carbon footprint, but also into their profits and thus the standard of living of people working on plantations.

Closed circulation of products and packaging - Lyreco Polska provides a free service of collection and recycling of Nespresso coffee capsules.

Companies that decide to use the Nespresso solution and cooperate with Lyreco Polska can count on completely free recycling of used capsules.

The contract includes not only collection, but also distribution of free recycling bags. It is a very convenient solution, and it is hard to imagine that customers would not want to use it. By using **Nespresso** Professional solutions, they not only do not participate the cost of recycling or disposing of the capsules, but also contribute to environmental protection. Such pro-ecological activities have a positive impact on the company's image and significantly increase its prestige.

What happens to used capsules?

The coffee grounds are being separated from the capsule and processed, e.g., into biogas. The capsule itself is recyclable. The aluminum recovered in this way can be

used in a number of ways like the production of sharpeners, knives, bicycle parts and others. Recycled aluminum can also be used to make new coffee capsules.

Taking care of the planet every day

Nespresso brand positively affects several social fields like lives of our growers, business relationships of our partners, wellbeing of our consumers, but also our planet. Thanks to this, we can offer our contractors and their employees' coffee of exceptional quality, and most importantly, neutral in terms of carbon dioxide emissions.

Sources: 1, 2020 Swiss B2B LCA conducted by Quantis and based on a 40ml cup of espresso using the Nespresso Professional system in Switzerland.



Główne wyzwania dla polskiego sektora bankowego w obszarze ESG w 2023 roku



**ANNA
BURZA**

p.o. dyrektora Departamentu Polityki Ekologicznej, ESG i Taksonomii
Acting Director of the Department of Environmental Policy, ESG, and Taxonomy

Ostatnie lata stoją pod znakiem znacznego przyspieszenia tempa wdrażania regulacji w obszarze raportowania pozafinansowego i ESG. Rok 2023 to przede wszystkim kolejny rok ujawnień dotyczących taksonomii UE, czyli informacji obejmujących udział w aktywach działalności klasyfikowanej jako zrównoważona środowiskowo. Po okresie przejściowym banki szykują się do pełnej sprawozdawczości, która będzie obowiązkowa od przyszłego roku i obejmie ocenę zgodności z kryteriami systematyki w odniesieniu do wszystkich sześciu celów środowiskowych określonych w rozporządzeniu UE. Banki, a także inne duże firmy, będą musiały określić, czy ich działalność wnosi istotny wkład w realizację danego celu (substantial contribution) oraz czy nie wyrządza poważnych szkód pozostałym celom (do no significant harm). Wraz z wdrożeniem wymogów dyrektywy CSRD, począwszy od 2025 roku (za rok 2024 i kolejne), raportowane dane niefinansowe, w tym dotyczące taksonomii, mają też podlegać obowiązkowo audytowi.

W 2023 roku wielu kredytodawców po raz pierwszy zostało zobligowanych do przedstawienia informacji dotyczących zarządzania ryzykami ESG. Chodzi przykładowo o konieczność ujawnienia charakterystyki portfela kredyto-

wanych nieruchomości pod kątem ich efektywności energetycznej według standardów EPC (certyfikat efektywności energetycznej). Docelowo banki będą zobowiązane do publikowania informacji w dziesięciu obszarach (obejmujących m.in. ryzyka ESG, udział zielonych aktywów w portfelu oraz działania na rzecz ograniczania śladu węglowego przez klientów), z czego większość już w raportach za bieżący rok.

Kolejne obowiązki informacyjne wynikają dla wybranych podmiotów sektora finansowego z unijnego rozporządzeniem SFDR. Dotychczas brakowało jednolitego standardu oraz rynkowej praktyki przy egzekucji określonych przez rozporządzenie obowiązków. Dlatego opracowano standardy techniczne (tzw. RTS), doprecyzowujące sposób i metodologię prezentowania informacji i wskaźników w obszarze zrównoważonego rozwoju, inwestycji oraz produktów promujących aspekt środowiskowy. Pierwsze oświadczenia obejmujące PAI (ang. principal adverse impacts - główne niekorzystne skutki dla zrównoważonego rozwoju) i wskaźniki zrównoważonego rozwoju publikowane mają być w terminie do 30 czerwca 2023 r., obejmując pierwszy okres referencyjny od 1 stycznia 2022 r. do 31 grudnia 2022 r. Powinny one wyjaśnić inwestorowi – zarówno detalicznemu, jak i instytucjonalnemu – jakie potencjalnie niekorzystne skutki bank bierze pod uwagę przy podejmowaniu decyzji inwestycyjnych oraz jakie działania podejmuje w odniesieniu do tych skutków. Dotyczą one między innymi wpływu na środowisko naturalne, kwestii społecznych i pracowniczych, praw człowieka czy przeciwdziałania korupcji.

To obrazuje, z jakim wyzwaniem pod względem zbierania, analizowania i przetwarzania danych pozafinansowych mierzą się instytucje finansowe. Obowiązki raportowe nakładane na instytucje finansowe przekładają się na konieczność pozyskiwania dodatkowych informacji od klientów, co także może rodzić pewne trudności.

Z badania PwC „Zielone finanse po polsku (edycja 2022)” wynika, że – pomimo deklarowanej poprawy – polski sektor finansowy ma jeszcze przed sobą wiele pracy, aby być na bieżąco z wymogami z zakresu zrównoważonego finansowania. Obecny i przyszły rok będą istotnym okresem nie tylko pod względem kształtowania się praktyki w obszarze raportowania ESG, ale również będą stanowić swoisty test dla krajowego sektora bankowego pod kątem nadrobienia zaległości w tym obszarze. To doświadczenie z kolei powinno w nadchodzących latach zostać wykorzystane do wsparcia klientów banków, którzy w dużej mierze docelowo także będą podlegać podobnym regulacjom.

Main Challenges for the Polish Banking Sector in the ESG Area in 2023



In recent years, there has been a marked acceleration in the implementation of non-financial and ESG reporting regulations. The Polish banking sector will primarily concentrate on EU taxonomy disclosures in 2023, which involve the categorization of environmentally sustainable assets. As the transitional period draws to a close, banks are preparing for compulsory comprehensive reporting from the following year, encompassing an evaluation of compliance with the taxonomy criteria for all six environmental objectives outlined in the EU regulation. Banks and other large corporations must ascertain whether their activities substantially contribute to the attainment of a specific objective without causing significant harm to the remaining objectives. As the CSRD directive requirements take effect in 2025 (for the year 2024 and subsequent years), non-financial data, including information related to taxonomy, will become subject to mandatory auditing.

In 2023, many lenders are required, for the first time, to disclose information pertaining to ESG risk management. This includes, for example, the obligation to unveil the energy efficiency attributes of financed property portfolios in accordance with EPC standards (energy performance certificate). Ultimately, banks will be expected to publish information across ten domains (encompassing ESG risks, the share of green assets within the portfolio, and initiatives to diminish customers' carbon footprint), the majority of which will be incorporated into reports for the current year.

Further disclosure obligations emerge for selected financial sector entities as a result of the EU SFDR regulation. Owing to the absence of a consistent standard or market practice in

enforcing the regulation's obligations, technical standards (RTS) have been devised to delineate the presentation approach and methodology for information and indicators concerning sustainable development, investment, and environmentally-oriented products. The inaugural statements addressing principal adverse impacts (PAIs) and sustainable development indicators are to be published by June 30th 2023, encompassing the reference period from January 1st 2022 to December 31st 2022. These statements should apprise investors—both retail and institutional—of the potential adverse effects contemplated by the bank when making investment decisions, as well as the measures undertaken in response to these effects. The statements ought to encompass aspects such as the natural environment, social and labour issues, human rights, and anti-corruption.

This highlights the challenge financial institutions face in collecting, analysing, and processing non-financial data. Reporting obligations imposed on financial institutions necessitate obtaining additional information from clients, which can also present a challenge.

According to PwC's "Green Finance in Poland (2022 edition)" survey, despite declared improvements, the Polish financial sector still has much work to do to meet sustainable financing requirements. The current and upcoming year will be crucial not only in shaping ESG reporting practices but also as a test for the domestic banking sector to catch up in this area. This experience should be leveraged in the coming years to support bank customers, who will also be subject to similar regulations to a large extent.



JAKIE WYZWANIA STOJĄ NA DRODZE ZRÓWNOWAŻONEGO ROZWOJU?

ROZMOWA Z ROBERTEM GREY, WYDAWCĄ MAGAZYNU „BIZNES & EKOLOGIA”



ROBERT GREY

Wydawca magazynu „biznes & EKOLOGIA”
Publisher of the magazine "biznes & EKOLOGIA”

W ostatnich latach coraz większą wagę przywiązuje się do roli zrównoważonego rozwoju w dużym biznesie, poprzez wprowadzenie wskaźników ESG (Environmental, Social Responsibility, Corporate Governance), czyli Środowisko, Społeczna odpowiedzialność, Ład korporacyjny. Coś, na co czekaliśmy tak długo staje się nareszcie faktem, bo wielkie korporacje zostały zobowiązane do raportowania swojej działalności według tego modelu, na podstawie dyrektywy Unii Europejskiej z kwietnia 2021 roku. W rezultacie tego, otrzymujemy namacalny obraz wpływu działalności firm na środowisko naturalne i społeczeństwa, a także poznajemy sposób zarządzania tymi przedsiębiorstwami. Z jednej strony ESG może wpływać na ograniczenia rozwoju firm zarządzanych według starych modeli, nie zawsze korzystnych dla otoczenia, jednak z drugiej, może pomóc im w budowaniu bardziej pozytywnego wizerunku i zaufania klientów czy inwestorów.

CZY CHODZI TU TYLKO O CZYNNIKI WIZERUNKOWE, CZY O COŚ WIĘCEJ?

Oprócz oczywistych korzyści wizerunkowych, aspekty ESG są również istotne z punktu widzenia ryzyka. Firmy, które nie biorą pod uwagę aspektów środowiskowych i społecznych w swojej działalności, narażają się na ryzyko konfliktów z klientami i społeczeństwem, a także na kontrole regulacyjne. Z kolei, brak odpowiedniego zarządzania, podejmowania decyzji etycznych i transparentnego raportowania, może prowadzić do negatywnych skutków finansowych dla tych firm. Obserwujemy więc pozytywne zjawisko, gdzie coraz więcej przedsiębiorstw zaczyna uwzględniać aspekty ESG w swoich strategiach biznesowych i operacyjnych, nie tylko z obowiązku, ale również z dojrzałości. Firmy, które skutecznie integrują aspekty ESG w swojej działalności, mogą lepiej przyciągnąć inwestorów, którzy szukają przedsiębiorstw zrównoważonych, a tym samym zwiększyć swoją wartość rynkową.

CZYLI JEST TO SZANSA, A JAKIE KRYJĄ SIĘ TU WYZWANIA?

Na pewno ESG wymaga fundamentalnej zmiany sposobu, w jaki firmy działają, myślą i podejmują decyzje, jednak aby wdrożyć ESG w sposób efektywny, muszą osadzić go w swojej kulturze korporacyjnej i zintegrować ze wszystkimi aspektami swojej działalności. To oznacza, że powinny mieć zintegrowany system zarządzania, który pozwoli na bieżąco monitorować kwestie związane z ESG. Taki system powinien uwzględniać wszystkie obszary działalności firmy, a więc łańcuchy dostaw, procesy produkcyjne, inwestycje, zatrudnienie oraz relacje z interesariuszami.

CZY FIRMY SĄ GOTOWE NA WPROWADZENIE TAKICH ZMIAN DO SWOJEJ WEWNĘTRZNEJ KULTURY?

Osadzenie ESG w kulturze korporacyjnej oznacza, że kwestie związane z ekologią, społeczeństwem i dobrymi praktykami zarządzania powinny być częścią DNA firmy, stanowić jej wartości, być jej misją. Wdrażanie ESG w praktyce, oznacza również wspieranie inicjatyw związanych z ochroną środowiska i społeczności tam zamieszkujących, a także podejmowanie

działań, które pomogą w osiągnięciu celów zrównoważonego rozwoju. Wewnętrzna kultura korporacyjna nie ma wyjścia, musi się o te aspekty po prostu wzbogacić.

CZY SĄ TO PROCESY OPŁACALNE?

Dzisiaj dobrze zintegrowane ESG, pozwala firmom na osiągnięcie przewagi konkurencyjnej na rynku. Firmy, które wdrażają zrównoważone praktyki, cieszą się większą reputacją i zaufaniem wśród swoich interesariuszy, a także są bardziej odporne na kryzysy. Pokazała to Pandemia COVID-19, która uwydatniła znaczenie ESG i wywarła ogromny wpływ na sposób, w jaki firmy prowadzą swoją działalność. Kryzys potwierdził, że trzeba poświęcać więcej uwagi zdrowiu i bezpieczeństwu swoich pracowników, wspierać swoje lokalne społeczności oraz wdrażać zrównoważone praktyki. Firmy, które wcześniej nie przywiązywały wagi do tych zagadnień musiały szybko zmienić swoje podejście. Te, które wykazały się odpornością i „zwinnością” biznesową, dostarczały niezbędne produkty i usługi jednocześnie dbając o bezpieczeństwo swoich pracowników, zostały uznane za przykłady i wyszły z kryzysu w lepszej kondycji niż ich konkurenci. W efekcie firmy te są bardziej atrakcyjne

dla inwestorów, którzy coraz częściej szukają okazji inwestycyjnych przynoszących nie tylko zysk finansowy, ale również przyczyniają się do rozwoju społecznego i ochrony środowiska.

JAK DO TEGO ZAGADNIENIA POWINNI PODEJŚĆ MNIEJSI GRACZE?

ESG to coraz popularniejszy „temat” w świecie biznesu, a wdrożenie zrównoważonych praktyk stało się kluczowe dla firm, które planują osiągnąć sukces w dłuższym okresie czasu. Warto jednak zauważyć, że ESG to nie tylko obowiązek dużych korporacji. MŚP (Małe i Średnie Przedsiębiorstwa), na pewno odegrają w przyszłości kluczową rolę w promowaniu ESG. Właśnie te firmy są bardziej dynamiczne i mogą szybciej wprowadzać zmiany.

CZY MOTYWY ETYCZNE SĄ WYSTARCZAJĄCYM ARGUMENTEM?

Wdrażanie zrównoważonych praktyk biznesowych, to nie tylko kwestia moralności, ale przede wszystkim ekonomicznej racjonalności. Firmy, które wdrażają ESG w swojej strategii biznesowej, często osiągają lepsze wyniki finansowe, a ich wartość rynkowa ciągle rośnie. Badania wykazują,



że inwestorzy coraz częściej biorą pod uwagę czynniki zrównoważonego rozwoju przy podejmowaniu decyzji inwestycyjnych. Wpływ na to ma m.in. zwiększająca się świadomość społeczna i rosnące oczekiwania dotyczące odpowiedzialności biznesowej. Dlatego też MŚP, które podejmują kroki w celu wdrożenia zrównoważonych praktyk, mogą zyskać przewagę konkurencyjną i pozyskać nowych klientów. Takim przykładem może być dzisiaj branża turystyczna, w której coraz większa liczba klientów poszukuje ofert zrównoważonych i ekologicznych. Firmy, które wdrażają takie rozwiązania, przyciągają coraz to nowych klientów i zyskują bardziej pozytywną opinię w branży.

WIZERUNEK JEST WAŻNY, ALE POZOSTAJE JESZCZE KWESTIA KOSZTÓW.

Wielu inwestorów i wiele instytucji finansowych preferuje lokowanie kapitału w firmy, które prowadzą działalność zgodnie z zasadami zrównoważonego rozwoju. Ponadto, wiele funduszy i programów wsparcia skierowanych jest specjalnie do MŚP, które wdrażają innowacyjne rozwiązania związane z ochroną środowiska i promocją odpowiedzialności społecznej. Wnioski płynące z powyższych rozważań są jednoznaczne: Firmy, które chcą osiągnąć długoterminowy sukces, muszą wdrożyć ESG w swojej kulturze biznesowej i zintegrować je z całą swoją działalnością. Oznacza to, że decyzje biznesowe powinny być podejmowane w sposób zgodny z wartościami i misją firmy, a każdy aspekt działalności powinien być monitorowany pod kątem zrównoważonego rozwoju. Wdrożenie ESG wymaga więc czasu i wysiłku, ale wartości jakie niesie ze sobą ta koncepcja, przewyższają z pewnością te koszty.

JAK ESG JEST POSTRZEGANY W INNYCH SEKTORACH, NP. W SEKTORZE SZKOLNICTWA WYŻSZEGO, KTÓRY ZNASZ RÓWNIE DOBRZE?

Polskie uczelnie wyższe odgrywają ważną rolę w przekazywaniu wiedzy na temat ESG, kładą duży nacisk na społeczną odpowiedzialność oraz zrównoważony rozwój, włączając te wartości do swojej działalności edukacyjnej i społecznej. Wykładowcy zapewniają profesjonalną edukację, w tym klimatyczną, która staje się coraz bardziej nieodzowna dla przyszłych pokoleń. W przeszłości, korporacje traktowały CSR (Corporate Social Responsibility) czyli Spo-

łeczną Odpowiedzialność Biznesu, jako element marketingowy lub nieistotny szczegół zaangażowania społecznego, ale dzisiaj ESG stało się kluczowym elementem prowadzenia biznesu i angażowania się w życie społeczne. ESG jest bardzo szerokim zagadnieniem, które ściśle wiąże się z walką ze zmianami klimatu i budowaniem nowoczesnej, niskoemisyjnej i wydajnej gospodarki. Jest to więc trend o zasięgu globalnym, który nabiera coraz większego znaczenia, a transformacja energetyczna, innowacyjność i wprowadzenie ładu korporacyjnego stanowią wyzwanie, ale także ogromną szansę dla polskich firm, aby w sposób uporządkowany i zaplanowany przystosować się do zmiennych warunków rynkowych. Uczelnie wyższe mają zadanie nie tylko nas do tego przygotować, ale również mieć w tym własny udział.

CO MASZ NA MYŚLI?

Tak jak w zarządzie każdego innego sektora, liderzy uczelni wyższych, chcą działać zgodnie z zasadami ESG, gdyż postępowanie takie, nie tylko stanowi część wspólnego dobra, ale także jest postrzegane przez środowisko akademickie, jako nieodzowny element strategicznego rozwoju, który pozwoli odnieść długoterminowy sukces. Uczelnie własnym postępowaniem muszą pokazywać kierunek działań pod względem strategii środowiskowej, społecznej i zarządzania, co jest równie istotne pod względem atrakcyjności dla studentów, wykładowców i pracowników. Każdy

z nas chce być częścią organizacji, która funkcjonuje właściwie w ramach transparentnych działań ukierunkowanych społecznie w strategii ESG.

CO MOŻESZ POWIEDZIEĆ O WASZEJ DZIAŁALNOŚCI WYDAWNICZO-EDUKACYJNEJ JAKĄ PROWADZI MAGAZYN „BIZNES & EKOLOGIA”?

Redakcja „biznes & EKOLOGIA” jest od dawna świadoma omawianych kwestii, śledziła te wyzwania na bieżąco i od początku swojej 26 letniej działalności, poruszała te tematy w kolejnych publikacjach. Na łamach Magazynu dawaliśmy możliwość wypowiedzi osobom z różnych branż i dziedzin, szerząc w ten sposób wiedzę i poglądy na temat zrównoważonego rozwoju, prezentowane poprzez różnicowane stanowiska i opinie. Drukowany Magazyn oraz portal informacyjny o tej samej nazwie, przekazują na bieżąco wskazówki dotyczące nie tylko profesjonalnego zarządzania firmami, ale również ostrzega przed wyzwaniami związanymi z transformacją biznesu w kierunku standardów ESG.

Magazyn „biznes & EKOLOGIA” jest Patronem Medialnym licznych Targów, Konferencji i Sympozjów Naukowych w kraju i zagranicą, gdzie wątek zrównoważonego rozwoju przewija się niezmennie w każdej dziedzinie naszej gospodarki, działalności biznesowej, w tym samorządowej i politycznej.



Robert Grey jest byłym wiceministrem spraw zagranicznych, ekspertem ds. stosunków międzynarodowych i dyplomacją ekonomiczną oraz budowy partnerstw publiczno-prywatnych. Jako wydawca magazynu „biznes & EKOLOGIA” wzmacnia dialog zależnych obszarów biznesu i środowiska. Obecnie pełni funkcję kanclerza Uniwersytetu Warszawskiego.

WHAT CHALLENGES LIE AHEAD FOR SUSTAINABLE DEVELOPMENT?

INTERVIEW WITH ROBERT GREY, PUBLISHER OF THE MAGAZINE „BIZNES & EKOLOGIA”

In recent years, more and more importance has been paid to the role of sustainable development in big business, through the introduction of ESG indicators, which cover the Environment, Social Responsibility, and Corporate Governance. Something we have been waiting for so long is finally becoming a fact, as large corporations have been obligated to report their activities according to this model, based on the European Union directive from April 2021. As a result, we get a tangible depiction of the impact of companies' activities on the natural environment and society, as well as, learn about the way these companies are managed. On the one hand, ESG may limit the development of companies managed according to old models, which are not always advantageous to the environment. On the other hand, it can help them build a more positive image and gain the trust of customers or investors.

IS IT JUST ABOUT IMAGE FACTORS, OR IS THERE SOMETHING MORE?

In addition to obvious image benefits, ESG aspects are also important from a risk perspective. Companies that do not take into account environmental and social aspects in their operations expose themselves to the risk of conflicts with customers and society, as well as, regulatory controls. In turn, the lack of proper management, ethical decision-making, and transparent reporting may lead to negative financial consequences for these companies. We are therefore witnessing a positive phenomenon, where more and more companies are starting to take into account ESG aspects in their business and operational strategies, not only out of obligation, but also out of maturity. Companies that effectively integrate ESG aspects into their activities are better able to attract investors who are looking for sustainable companies, thereby increasing their market value.

SO, IT IS AN OPPORTUNITY, BUT WHAT CHALLENGES ARE INVOLVED?

Certainly, ESG requires a fundamental change in the way companies act, think, and make decisions. However, in order to implement ESG effectively, they must embed it in their corporate culture and integrate it with all aspects of their processes and measures. This means that they should have an integrated management system that allows them to

monitor ESG related issues on an ongoing basis. Such a system should take into account all areas of the company's activity, i.e. supply chains, production processes, investments, employment, and stakeholders relations.

ARE COMPANIES READY TO INTRODUCE SUCH CHANGES TO THEIR INTERNAL CULTURE?

Embedding ESG in corporate culture means that issues related to ecology, society, and good management practices should be part of the company's DNA, constitute its values, and be its mission. Implementing ESG in practice also means supporting initiatives related to environmental protection and the communities living there, as well as, taking actions that will help achieve sustainable development goals. Frankly, the internal corporate culture has no choice but to enrich itself with these aspects.

ARE THESE PROCESSES PROFITABLE?

Today, well-integrated ESG allows companies to gain a competitive advantage in the market. Companies that implement sustainable practices enjoy a better reputation and trust among their stakeholders, and are more resilient to crises. This was demonstrated by the COVID-19 pandemic, which highlighted the importance of ESG and had a vast impact on the way companies conduct their business. The crisis confirmed the need to pay more attention to the health and safety of employees, support local communities, and implementing sustainable practices. Companies that previously did not pay attention to these issues had to rapidly change their approach. Those that demonstrated business resilience and agility, and provided the essential products and services while tending for the safety of their employees, were recognized as exemplary models that emerged from the crisis in better condition than their competitors. As a result, these companies are more attractive to investors who are increasingly looking for investment opportunities that not only bring financial gain, but also contribute to social development and environmental protection.

HOW SHOULD SMALLER PLAYERS APPROACH THIS ISSUE?

ESG is becoming an increasingly popular "topic" in the business world, and implementing sustainable practices has become crucial for companies that plan to achieve success



in the long term. However, it is worth noting that ESG is not only the obligation of large corporations. SMEs (Small and Medium Enterprises) will certainly play a key role in promoting ESG in the future. These companies are more dynamic and can introduce changes faster.

THAT IS A GOOD START, BUT WHAT'S NEXT?

The next, very essential step should be to implement only ethical business practices, which in the case of SMEs can be the key to attracting an increasing number of customers looking for "local physicality" from suppliers or producers today. Another step should be to cooperate with local organizations and entities, which can help SMEs build positive relationships with local communities and contribute to increasing interest in their products or services. Moreover, SMEs

can also contribute to promoting social responsibility by organizing charitable activities and other forms of socially engaged activities.

ARE ETHICAL MOTIVES A SUFFICIENT ARGUMENT?

Implementing sustainable business practices is not only a matter of morality, but above all of economic rationality. Companies that implement ESG in their business strategy often achieve better financial results, and their market value continues to grow. Research shows that investors are increasingly taking sustainability factors into account when making investment decisions. This is influenced, among other things, by increasing social awareness and growing expectations regarding corporate responsibility. Therefore, SMEs that take steps to implement sustainable practices can gain

a competitive advantage and attract new customers and partners. An example of this can be seen in the tourism industry today, where an increasing number of customers are looking for sustainable and ecological offers. Companies that implement such solutions attract more and more new customers and gain a more positive reputation in the industry.

IMAGE IS IMPORTANT, BUT THERE IS STILL THE ISSUE OF COSTS.

Many investors and financial institutions prefer to invest in companies that conduct their business in accordance with the principles of sustainable development. In addition, many funds and support programs are targeted specifically at SMEs that implement innovative solutions related to environmental protection and the promotion of social responsibility. The conclusions drawn from the above

considerations are clear: Companies that want to achieve long-term success must implement ESG in their business culture and integrate it into all of their operations and activities. This means that business decisions should be made in a manner consistent with the company's values and mission, and every aspect of the business should be monitored for sustainable development. Consequently, implementing ESG requires time and effort, but the value of this concept will certainly outweigh these costs.

HOW IS ESG PERCEIVED IN OTHER SECTORS, SUCH AS HIGHER EDUCATION, WHICH YOU ALSO KNOW WELL?

Polish universities play an important role in disseminating knowledge about ESG, placing great emphasis on social responsibility and sustainable development, incorporating these values into their educational and social activities. Lecturers provide professional education, including climate education, which is becoming increasingly indispensable for future generations. In the past, corporations treated CSR (Corporate Social Responsibility) as a marketing element or an irrelevant detail of social engagement, but today ESG has become a key element of conducting business and engaging in social life. ESG is a very broad issue that is closely related

to the fight against climate change and the building of a modern, low-emission and efficient economy. Accordingly, it is a global trend that is becoming increasingly important, and the energy transformation, innovation, and introduction of corporate governance represent a challenge, but also a tremendous opportunity for Polish companies to adapt to changing market conditions in an orderly and planned manner. Higher education institutions have the task not only to prepare us for this, but also to have their own part in it.

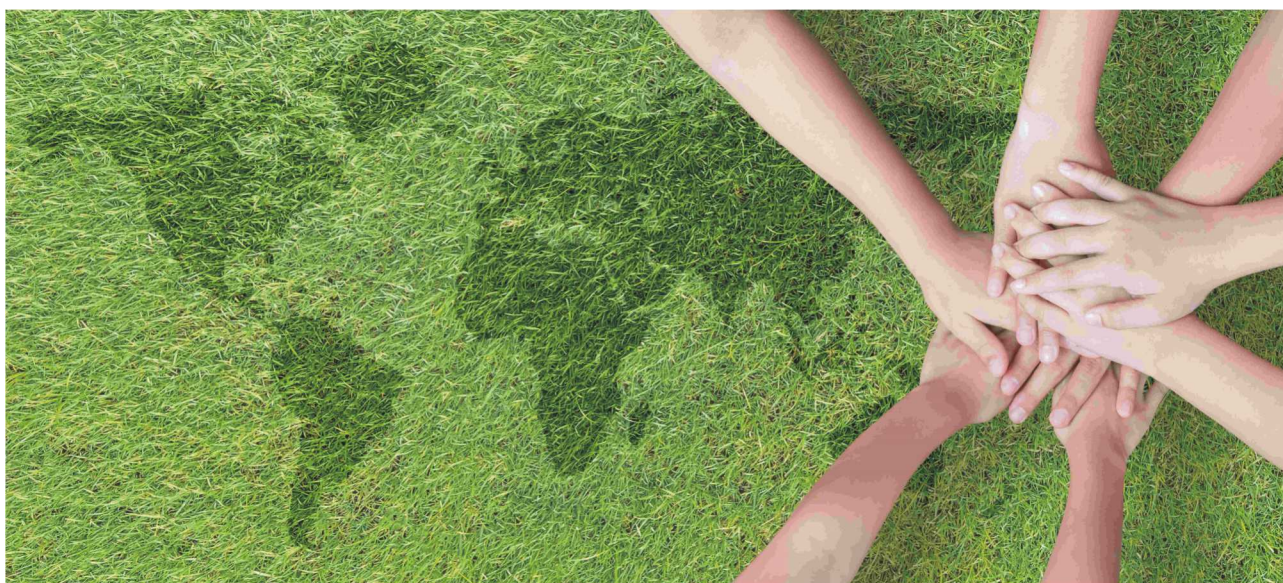
WHAT DO YOU MEAN?

As in the management of any other sector, higher education leaders want to act in accordance with the principles of ESG, as such behavior not only constitutes a part of the common good, but is also perceived by the academic community as an indispensable element of strategic development that will provide to long-term success. Universities by their own conduct must demonstrate the direction of their actions in terms of environmental, social and management strategies, which is equally important in terms of attractiveness for students, lecturers, and employees. Every one of us wants to be part of an organization that functions properly within transparent, socially oriented ESG strategy.

WHAT CAN YOU SAY ABOUT THE PUBLISHING AND EDUCATIONAL ACTIVITY CARRIED OUT BY THE "BIZNES & EKOLOGIA" MAGAZINE?

The editors of the "biznes & EKOLOGIA" magazine have been aware of the issues discussed for a long time, they have been following these challenges on an ongoing basis from the beginning of their 26 years of operations, and have been addressing these topics in successive publications. Within the pages of the magazine, we have given experts from various industries and fields the opportunity to convey their knowledge and opinions on sustainable development, presented through diverse positions and views. The printed magazine and the information portal of the same name provide ongoing guidance not only on professional business management but also caution against the challenges related to the transformation of business towards ESG standards. The "biznes & EKOLOGIA" magazine is a Media Patron of numerous Forums, Conferences and Scientific Symposiums in Poland and abroad, where the topic of sustainable development invariably recurs in every area of our economy, business activities, including local government and politics.

Robert Grey is a former Undersecretary of State at the Ministry Foreign Affairs, an expert in international relations and economic diplomacy, as well as, in building public-private partnerships. As the publisher of the "biznes & EKOLOGIA" magazine, he aims to bridge the dialogue between correlated areas of business and the environment. Currently, he serves as the Chancellor of the University of Warsaw.



Podkarpackie Centrum
Nauki „Łukasiewicz”

Rzucamy światło na nowoczesne budownictwo



WELLBEING - TRENDY I POTRZEBY ZDROWEJ ORGANIZACJI



ROZMOWA Z WERONIKĄ LAURĄ ŁAWNICZAK – CEO I POMYSŁODAWCZYNI INSTYTUTU ZDROWIA I URODY HOLISPACE W WARSZAWIE ORAZ AKADEMII - ZDROWA ORGANIZACJA



WERONIKA LAURA ŁAWNICZAK
CEO Holispace

Jako przedsiębiorczyni, praktyk i wieloletnia managerka, podkreślam istotę działań w obszarze holizmu w biznesie. To wielowymiarowe i innowacyjne podejście łączące **naukę, ekonomię, wellbeing - w jeden spójny eko-system oparty na wartościach.**

Zdrowa organizacja odnajduje w niej źródło efektywności i rozwoju w świetle zmieniającego się otoczenia. To nowy wymiar holistyki i perspektywy biznesowej – siła, innowacja, odporność na zmiany. Obok transformacji cyfrowej i rozwoju technologii, ogromnej ilości danych i informacji, zwiększa się poziom stresu i jego skutków w postaci wypalenia zawodowego.

Nadrzędną kwestią jest zdrowie pracowników i ich odporność psycho-fizyczna. Wellbeing to ogólny stan dobrej jakości życia i odnosi się zarówno do jednostki jak i organizacji. Uwzględnia zarówno aspekty fizyczne, jak i psychiczne, zadowolenie, poczucie szczęścia, celu i sensu, a także ocenę kontroli nad swoimi emocjami. Wellbeing prowadzi to do wzrostu skuteczności i poczucia wpływu, jednak wymaga całościowego podejścia by nie ograniczył się w firmie, tylko do kilku webinarów i dni zdrowia.

Holistyczne podejście do biznesu zakłada zatem, że firma nie może być postrzegana przez pryzmat wyników finansowych, ale musi uwzględniać również takie aspekty jak: relacje z klientami i pracownikami, wpływ na środowisko naturalne, wartości oraz jej kulturę organizacyjną. **Holizm w biznesie** uwzględnia także długofalowe cele firmy oraz potrzeby interesariuszy, gotowość na zmianę, redefiniowanie celów w wielu obszarach jednocześnie. Nie bez znaczenia staje się gotowość na różnorodność i inkluzywność. Biznesowy holizm to proces, który wraz ze rozwojem firmy przygotowuje ją na przyjęcie nowego pokolenia do pracy.

Weronika Laura Ławniczak

CEO i pomysłodawczyni Instytutu Zdrowia i Urody Holispace w Warszawie oraz Akademii - Zdrowa Organizacja.

Od ponad 25 lat związana jest z biznesem - infrastruktura i budownictwo, Porty Lotnicze, obecnie własna firma. Mentor i terapeuta osób w zmianie. Wspiera liderów w kształtowaniu zdrowego wzorca przywódcy opartego na inteligencji emocjonalnej, poczuciu sensu i istoty uważności.

W 2019 roku powołała pierwszy w Polsce holistyczny Instytut zdrowia. Ukończyła studia na Akademii Leona Koźmińskiego – „Dobrostan i zdrowie w organizacji”. Opracowała własną metodykę mentoringową pn. „Self Immersion Method” oraz przewodnik „5 kroków do witalności”. Łączy dobrostan i biznes, włączając koncepcję i strategię wellbeingowe w organizacjach.

Wyróżniona nagrodami gospodarczymi za innowacyjne podejście do biznesu i „holizm w biznesie - 2022”. Zaangażowana w misję społeczne na rzecz zdrowia psychicznego i zdrowego stylu życia.

WELLBEING – TRENDS AND NEEDS OF HEALTH ORGANIZATION'S

INTERVIEW WITH WERONIKA LAURA ŁAWNICZAK - CEO AND FOUNDER OF THE HOLISPACE HEALTH AND BEAUTY INSTITUTE IN WARSAW AND THE ACADEMY - HEALTHY ORGANIZATION



WERONIKA LAURA ŁAWNICZAK
CEO Holispace

As an entrepreneur, practitioner, and long-time manager, I emphasize the importance of holistic actions in business. It is a multidimensional and innovative approach that combines science, economics, wellbeing - into one coherent ecosystem based on values. A healthy organization finds its source of efficiency and development in it in the face of a

changing environment. This is a new dimension of holism and business perspective - strength, innovation, resilience to change. Alongside digital transformation and technological development, the level of stress and its consequences, such as burnout, is increasing due to the huge amount of data and information.

The overriding issue is the health of employees and their psycho-physical resilience. Wellbeing is a general state of good quality of life and refers to both the individual and the organization. It includes both physical and psychological aspects, satisfaction, a sense of happiness, purpose and meaning, as well as the assessment of control over one's emotions. Wellbeing leads to increased effectiveness and a sense of influence, but requires a comprehensive approach so as not to be limited to just a few webinars and health days in organization.

Therefore, a holistic approach to business assumes that a company cannot be perceived solely in terms of financial results but must also take into account such aspects as: relationships with customers and employees, impact on the natural environment, values, and organizational culture. Business holism also takes into account the company's long-term goals and stakeholder needs, readiness for change, redefining goals in many areas simultaneously. The willingness to embrace diversity and inclusiveness also becomes important. Business holism is a process that, along with the company's development, prepares it to accept a new generation into the workforce.

Weronika Laura Ławniczak

CEO and founder of the Holispace Health and Beauty Institute in Warsaw and the Academy - Healthy Organization.

She has been involved in business for more than 25 years - infrastructure and construction, Airports, currently her own company. A mentor and therapist for people undergoing change. She supports leaders in shaping a healthy leadership model based on emotional intelligence, a sense of purpose, and mindfulness.

In 2019, she established the first holistic Health Institute in Poland. She graduated from the Leon Koźmiński Academy - "Well-being and health in the organization." She developed her own mentoring methodology called "Self Immersion Method" and a guide "5 Steps to Vitality". She combines well-being and business, incorporating well-being concepts and strategies into organizations.

She has been recognized with business awards for innovative approaches to business and "holism in business - 2022". Engaged in social missions for mental health and a healthy lifestyle.

Nordkalk

Budujemy lepszą przyszłość



Drogownictwo



Budownictwo



Rolnictwo



Hutnictwo



Szklarstwo



Cukrownictwo



Oczyszczanie gazów
spalinowych

Jak dbamy o bezpieczeństwo, zdrowie i środowisko w AstraZeneca



**EDYTA
WOJTKIEWICZ**

CFO AstraZeneca Pharma Poland Sp. z o.o.
Head of GFS EMEA AstraZeneca

„Nasza siła bierze się z różnorodności. Rozumiemy ją szerzej niż rozróżnienie ze względu na płeć, wyznanie czy pochodzenie. Dlatego bezpieczeństwo psychologiczne pracowników jest naszą kluczową wartością.

Jeszcze przed pandemią podejmowaliśmy działania, których celem było zapewnienie bezpieczeństwa psychologicznego naszym pracownikom. A przecież ciągle pojawiają się nowe kryzysy. Nieustannie proponujemy zatem nowe, wellbeingowe rozwiązania, skierowane do wszystkich naszych pracowników. Mamy świadomość, że każdy z nas zmagą się z różnymi wyzwaniami, niezależnie od zajmowanego stanowiska i charakteru pracy. Wszyscy jesteśmy ludźmi.

Siła nowoczesnej firmy bierze się z innowacyjności i różnorodności. Staramy się tworzyć miejsce pracy, w którym każdy może być sobą. Chcemy być liderami, a rola lidera polega na tym, by zachęcać do wyrażania swojej opinii, dostrzegać tego typu głosy i zastanawiać się, jak przekuć nowe, unikatowe punkty widzenia na pozytywne działanie.”



**KATARZYNA
OCHMAN**

Director, Safety, Health & Environment
AstraZeneca Pharma Poland Sp. z o.o.

W AstraZeneca wierzymy, działamy i realizujemy ambitne cele w obszarze SHE – Safety, Health, Environment. Dbamy o bezpieczeństwo, zdrowie stawiamy na pierwszym miejscu, a w kwestii dbania o środowisko nie mamy sobie równych. Można wręcz powiedzieć, że te trzy wartości – bezpieczeństwo, zdrowie i środowisko – to filary naszej codziennej działalności i jej wszystkich aspektów – nieważne, czy mowa o rozwoju i badaniach, produkcji leków, czy choćby pracy biurowej.

SAFETY

Być może to truizm, ale wszyscy wiemy, że lepiej jest zapobiegać niż leczyć. Paradoksalnie, chociaż jesteśmy firmą opracowującą i produkującą innowacyjne leki, to w środowisku pracy stawiamy największy nacisk właśnie na profilaktykę i obserwujemy, że jest to słuszne podejście.

Mamy za sobą ponad trzy dekady dynamicznego rozwoju, podczas których nasza organizacja bardzo się zmieniła.

Wciąż tworzymy nowe działy, powiększamy nasze zespoły. Oprócz Warszawy, mamy również biuro w Krakowie. W 2011 roku w Warszawie powstało Globalne Centrum R&D, w którym obecnie zatrudnionych jest już ponad 1500 osób. W Polsce działa także komercyjna część spółki, dzięki której leki AstraZeneca trafiają do polskich pacjentów. Tak szybki wzrost zatrudnienia – aż sześciokrotny w ciągu ostatnich 10 lat – stawia przed nami nie lada wyzwania. Dokładamy starań, aby nasi pracownicy, których jest już obecnie ponad 3000, pracowali w środowisku bezpiecznym. Ale tak dynamiczny rozwój firmy stawia przed nami oczywiste wyzwania w obszarze bezpieczeństwa miejsca pracy.

Stosując profilaktykę w obszarze bezpieczeństwa działamy systemowo. Każdy pracownik ma dostęp do platformy online z bardzo szerokim wachlarzem szkoleń, zaczynając od rozwijania umiejętności miękkich, poprzez twarde, aż po ściśle merytoryczne umiejętności związane ze specyfiką konkretnych stanowisk. Wśród tych szkoleń znajdują się także dodatkowe warsztaty dotyczące bezpieczeństwa, które wychodzą poza i tak już rozbudowany wachlarz wiedzy, który przekazujemy nowym pracownikom podczas procesu onboardingu i szkoleń.

Nie boimy się w środowisku pracy trudnych pytań i reagowania na nowe problemy – zespół zajmujący się naszym warszawskim biurem to niesamowita ekipa aktywnych i pomocnych ludzi, którzy wsłuchują się w głos biurowej społeczności. Nasi oficerowie BHP również są nastawieni na stały kontakt z pracownikami i działanie zarówno pro- jak i reaktywne. Bazujemy na HOP (human and organizational performance). Dzięki temu nasze środowisko pracy jest komfortowe dla użytkowników, przy zachowaniu standardów jakościowych bezpieczeństwa.

Przykłady praktycznych działań na rzecz bezpieczeństwa i zdrowia można mnożyć. Dla wygody i z uwzględnieniem różnorodności naszych pracowników wymieniliśmy biurka na takie, które można dostosować do odpowiedniej wysokości, a nawet pracować przy nich na stojąco. Są nawet biurka z bieżniami czy rowerkami stacjonarnymi, które pozwalają na pracę „spacerową”. A kiedy pracownicy wstają od biurka i poruszają się po korytarzach, nadal są bezpieczni – bo zadbaliliśmy nawet o takie detale jak krawędzie ekranów i telewizorów wiszących na korytarzach.

Rozumienie bezpieczeństwa ma obecnie więcej wymiarów niż jeszcze kilka lat temu, dlatego zwracamy także uwagę na potrzeby kobiet, wyposażając je w służbowych łazienkach we wszystkie niezbędne artykuły higieniczne dostępne w ramach „różowych skrzyneczek”. Bo bezpieczeństwo to w tym przypadku także poczucie bezpieczeństwa i spokoju ducha.

Mamy nieustannie powiększający się zespół First Aiderów, składający się z pasjonatów pierwszej pomocy. Szkolenia prowadzone w sposób nieoceniaczący i włączający, to dla naszych ludzi nowa norma. Mamy różne rodzaje pomocy dydaktycznych, gdyż praktyka w tego typu ćwiczeniach sprawia, że utrwała się nawyk.

HEALTH

Byłoby naiwnością dbać o pracowników tylko w czasie, gdy pozostają do dyspozycji pracodawcy. Dlatego patrzymy na nich jak na ludzi rozumiejąc, że powinniśmy wspierać ich dobrostan fizyczny, psychiczny i społeczny również poza godzinami pracy. Człowiek, który umiejętnie integruje życie prywatne z zawodowym, jest pracownikiem wydajnym, szczęśliwym i pozytywnie nastawionym do pracy. Dzięki działaniom wspierającym wellbeing, zatrudnieni w AstraZeneca traktują swój wkład w działalność firmy jako element własnej twórczości i część składową swojego samorozwoju.

Wspieramy kulturę Speak Up – wierzymy, że każdy głos, uwaga czy spostrzeżenie są istotne. Tworzymy środowisko pracy zróżnicowane wiekowo, płciowo i generacyjnie. Działamy na rzecz włączania do pracy osób z niepełnosprawnością i neuroatypowych. Zarówno szkolenia, jak i podstawowe zasady naszej codziennej współpracy, są nastawione na tolerancję.

Nasze biuro to połączenie rozwiązań klasycznych i nowoczesnych, w którym typowo korporacyjny open space jest zmodyfikowany na podstawie najnowszych wskazań dotyczących wellbeingu pracowników. Przestrzenie są dzielone, mamy dużo roślinności, a biurka i miejsca pracy zorganizowane są tak, że każdy może usiąść w miejscu, które odpowiada własnym preferencjom. Najnowsze, pierwsze piętro naszego biura, powstało we współpracy z siecią pracowniczą TH!NK, która pomogła zaprojektować je tak, żeby było jak najbardziej przyjazne osobom neuroatypowym.

Do dyspozycji pracowników w biurze znajdują się strefy pracy w ciszy, siłownia, masaż, prysznice, biblioteka, creativity zone, Agora (przestrzeń spotkań i wydarzeń wewnętrznych), kącik muzyczny, kącik gier, kącik szachowy oraz niezliczone, tematyczne stołówki, kantyny i kitchenetki. Regularnie organizujemy wyzwania sportowe budujące dobre nawyki, pracujemy z trenerami aby nasi ludzie mogli otrzymać szyte na miarę porady z zakresu ich zdrowia fizycznego. Nie będzie przesadą, jeżeli powiem, że w naszym Warsaw Site człowiek może czasami zapomnieć, że jest w pracy!

ENVIRONMENT

W Polsce nie ma obecnie zakładów produkujących leki AstraZeneca. Dysponujemy za to rozbudowaną, warszawską placówką biurową, która stanowi najważniejszy w regionie hub firmy i obsługuje liczne operacje AstraZeneca na całym świecie. Dlatego to właśnie w naszym Warsaw Site ze szczególną uwagą dbamy o to, żeby troszczyć się o środowisko naturalne. Promujemy i wdrażamy rozwiązania, które pozwalają je chronić na wiele sposobów.

Gospodarujemy odpadami w biurze, segregując je zgodnie z miejskimi normami, także z uwzględnieniem odpadów bio. We wszystkich koszach znajdują się kompostowalne worki na śmieci, co przekłada się na redukcję zużycia plastikowych worków w naszej organizacji o 5 tys. szt./mc.

Jesteśmy też dumni z faktu, że nasze biuro od 2017 jest wolne od single-use-plastics. Mamy także specjalnie oznaczone pojemniki na zużyte baterie, a pracownicy mogą w miejscu pracy oddawać do utylizacji elektrośmieci podczas cyklicznie prowadzonych akcji zbiórek. W 2020 roku w naszym biurze zebrano 4 000 kilogramów tego typu odpadów.

Wszystkie używane przez nas ręczniki papierowe i papier toaletowy posiadają certyfikat Forest Stewardship Council FSE (potwierdzający, że określone obszary leśne, z których pozyskuje się pulpę przeznaczoną do ich produkcji, zarządzane są zgodnie z regulacjami). Ponadto aktualnie wprowadzamy obieg zamknięty ręczników papierowych.

Nasza flota samochodowa złożona jest z aut hybrydowych i elektrycznych. Spółka podejmuje szereg pionierskich działań również w obszarze infrastruktury, aby od 2025 roku całą

flotę stanowiły pojazdy wyłącznie elektryczne. Za swoje spójne i długofalowe działania w obszarze elektromobilności, w 2022 r. trzeci rok z rzędu, AstraZeneca dostała nagrodę „Eko Flota”, przyznaną przez Polski Związek Wynajmu i Leasingu Pojazdów.

Na podkreślenie zasługuje fakt, że od 2021 roku mierzymy nasz ślad węglowy. Dzięki temu realnie możemy analizować nasze działania względem osiągniętych efektów dla środowiska.

Nasze warszawskie biuro jest zasilane energią pochodzącą wyłącznie z odnawialnych źródeł, a w toku jest inicjatywa AZ Forest, w ramach której zasadzimy na całym świecie 50 milionów drzew. To dowód na to, że na naszej planecie nie chcemy być po prostu kolejnym, korporacyjnym pasażerem – chcemy prowadzić kulturę organizacyjną firm w stronę zielonej przyszłości.

The AstraZeneca logo is displayed in a dark, metallic font with a glowing green outline. To the right of the text is the company's stylized logo, which consists of two interlocking triangles forming a larger, abstract shape. The entire graphic is set against a background of a dense, vibrant green moss or lichen texture.

How we take care of safety, health and the environment at AstraZeneca

EDYTA WOJTKIEWICZ, CFO AstraZeneca Pharma Poland Sp. z o.o., Head of GFS EMEA AstraZeneca

„Diversity is the source of our strength. To us, diversity is more than simply differences in terms of gender, religion or origin. This is why the psychological safety of our employees is our key value.

Even before the pandemic, we were taking action to ensure the psychological safety of our employees. And yet new crises are constantly emerging. Therefore, we are constantly proposing new wellbeing solutions for all our employees. We are aware that each of us faces a variety of challenges, regardless of our role and the nature of our work. We are all human.

The strength of a modern company stems from innovation and diversity. We try to create a workplace where everyone can be themselves. We want to be leaders – the role of a leader is to encourage people to express their opinions, to notice these types of voices and to think about how to translate new and unique points of view into positive actions.”

At AstraZeneca, we believe in, pursue and achieve ambitious goals in the area of SHE – Safety, Health, Environment. We care about safety, we put health first, and we are unrivalled when it comes to taking care of the environment. It can be said that these three values – safety, health and the environment – are the pillars of our daily activities and all the aspects of our operations, whether in terms of development and research, production of medicines or even office work.

SAFETY

We all know that prevention is better than cure. Paradoxically, although as company we develop and manufacture innovative medicines, in the work environment we put the greatest emphasis on prevention and we can see that this approach makes sense.

We have more than three decades of dynamic development behind us. In this time there have been significant changes in our organisation. We constantly create new departments and grow our teams. In addition to Warsaw, we also have an office in Krakow. The Global R&D Centre was established in Warsaw in 2011. Currently it employs over 1500 people. The commercial division of the company is also based in Poland, ensuring that the AstraZeneca medicines reach Polish patients. Such rapid employment growth – and the fact that it has increased six-fold in the last 10 years – presents us with some challenges. We are committed to ensuring that our employees – currently over 3000 people – can work in a safe environment. Such dynamic company development presents us with obvious challenges in terms of workplace safety.

We operate systemically by applying preventive safety measures. Each employee has access to an online platform offering a very wide range of trainings, from soft skills development through hard skills, to very specialised competencies related to specific roles. These trainings include additional safety workshops that go beyond the already extensive range of knowledge that we pass on to new employees during the onboarding process and targeted trainings.

We are not afraid of difficult questions and of reacting to new problems in the work environment – the team in our Warsaw Site is an amazing group of active and helpful people attuned to the voice of the office community. Our health and safety officers are focused on being constantly in touch with employees and taking pro- and reactive actions. We rely on HOP (human and organizational performance). As a result, our working environment is comfortable for its users, while maintaining quality safety standards.

Examples of practical measures for health and safety are endless. For convenience, and with regard to the diversity of our employees, we have replaced their desks with models that can be adapted to the appropriate height, and even allow work when standing up. There are even desks with treadmills or stationary bikes, allowing employees to work actively. And when employees get up from their desks and move around the hallways, they are still safe – because we have even taken care of such details as foam-protected edges of screens and TVs in the hallways.



The understanding of safety is now more multidimensional than a few years ago, which is why we also pay attention to the needs of women, providing the so-called “pink boxes” with all the necessary hygienic items in business bathrooms. Because safety in this case is also about the sense of security and peace of mind.

We have a First Aider team that is passionate about first aid and is constantly growing. Trainings conducted in a non-judgmental and inclusive manner are the new normal for our people. We have different types of teaching aids – because practicing helps reinforce new habits.

HEALTH

It would be naive to only take care of employees while they remain at the employer's disposal. That is why we look at them as people and we understand that we need to support their physical, mental and social wellbeing outside working hours too. The ability to integrate private and professional life results in efficient and happy employees with a positive attitude to work. The wellbeing-supporting initiatives help ensure that AstraZeneca's employees treat their contribution to the company's activities as part of their own achievement and growth.

We support the Speak Up culture – we believe that every voice, comment, or insight matters. We create a working

environment diverse in terms of age, gender and generation. We strive to include people with disabilities and neuroatypical persons. Both our trainings and the basic principles of our daily cooperation are geared towards tolerance.

Our office is a combination of classic and modern solutions: a typically corporate open space is modified on the basis of the latest indications regarding employee wellbeing. Spaces are shared; we have a large number of plants; desks and workplaces are organised so that everyone can sit in a place that suits their own preferences. The latest, first floor of our office was created in cooperation with the TH!NK employee network which helped design the space in such a way that it would be as friendly as possible for neuroatypical people.

Office employees have access to quiet work zones, gym, massage, showers, library, creativity zone, Agora (space for meetings and internal events), music corner, games corner, chess corner and variously themed canteens and kitchenettes. We regularly organise sports challenges to build good habits; we work with coaches so that our people can receive tailored advice on their physical health. It will not be an exaggeration when I say that at our Warsaw Site you can sometimes forget that you are at work!

ENVIRONMENT

There are currently no AstraZeneca drug manufacturing sites in Poland. Instead, we have an extensive Warsaw office area, which is the company's most important hub in the region and handles AstraZeneca's numerous operations around the world. That is why at our Warsaw Site we are particularly mindful of looking after natural environment. We promote and implement solutions that help protect the planet in many ways.

We manage office waste by segregating it in accordance with municipal standards, including bio waste. In all bins there are compostable bags, which helps reduce the use of plastic in our organization by 5 thousand pieces per month. We are proud of the fact that our office has been free from single-use-plastics since 2017. We also have specially marked containers for used batteries. Furthermore, employees can dispose electro waste in the workplace during regular collection campaigns. 4,000 kilograms of this type of waste were collected in our office in 2020.

All our paper towels and toilet paper are certified by the Forest Stewardship Council FSC (confirming that

certain forest areas, where pulp for their production is sourced, are managed in accordance with regulations). In addition, we are currently introducing a closed loop system of paper towels.

Our car fleet is composed of hybrid and electric vehicles. The company undertakes a number of pioneering initiatives in the field of infrastructure to ensure that from 2025 the entire fleet will be fully electric. In recognition of its consistent and long-term electromobility activities, in 2022 AstraZeneca received the "Eco Fleet" Award from the Polish Vehicles Rental and Leasing Association, for the third year in a row.

It is worth emphasizing that we have been measuring our carbon footprint since 2021. As a result we can realistically analyse our actions in terms of our environmental impact.

Our Warsaw office is powered solely by renewable energy. Furthermore, the AZ Forest initiative is currently underway – its aim is to plant 50 million trees worldwide. This proves that we do not want to be just another corporate passenger on our planet – we want to lead the organizational culture of companies towards a green future.



W trudnych czasach, bądźmy jeszcze bardziej odpowiedzialni

Żyjemy w czasach pełnych niepewności. Pandemia COVID-19, wojna w Ukrainie, kryzys gospodarczy przypomniły nam, że nie zawsze mamy wpływ na rzeczywistość. W trudnych latach, tym bardziej powinniśmy zadbać o to, co jest od nas zależne i umacniać odpowiedzialną postawę. W Nowym Stylu zdajemy sobie sprawę z naszego wpływu: na środowisko, na pracowników, na lokalną społeczność i na klientów.

Wiosną 2022 roku świat z niepokojem śledził rozwój wydarzeń w Ukrainie. Wojna zagroziła zdrowiu i życiu wielu ludzi, ale także wywołała potężne zawirowania w gospodarce. Dotknęły one szczególnie rynki europejskie, które są głównym obszarem działalności Nowego Stylu. Podjęliśmy decyzję o wycofaniu się z rynku rosyjskiego, bo jesteśmy przeciwni nieuzasadnionej niczym agresji i aktom przemocy, które mają miejsce w Ukrainie.

Nie zapominamy też o pandemii COVID-19, która rozpoczęła czas niepewności i wpłynęła na obecną gospodarkę, ale i codzienne życie milionów ludzi. Jej skutki postawiły przed nami szereg wyzwań związanych z dostosowaniem oferty do nowej rzeczywistości, nowych potrzeb i oczekiwań klientów. Ekspertką wiedzę na ten temat zebraliśmy w publikacji „Reunion: nowa rzeczywistość w biurze”. Jej bazą jest koncept biura jako miejsca spotkań, integracji i odbudowy relacji w zespołach. Wdrażamy produkty, które mają wspierać ten koncept oraz tryb pracy w stylu Agile.

DZIAŁAMY ODPOWIEDZIALNIE

Światowe kryzysy wymusiły na przedsiębiorstwach konieczność sprawnych zmian. Przypomniły nam też, jak wiele z nich jest od nas niezależnych i że jeszcze bardziej powinniśmy zadbać o to, na co wpływamy. W obliczu kryzysu klimatycznego i ambitnych zobowiązań Unii Europejskiej w obszarze zrównoważonego rozwoju, kwestie CSR/ESG nabrały priorytetowego znaczenia w biznesie.

Zrównoważony rozwój ma ogromne znaczenie dla naszej organizacji. Nowy Styl jest przedsiębiorstwem produkcyjnym o zasięgu globalnym, dlatego świadomie obserwujemy



wpływ naszej działalności na środowisko oraz lokalne społeczności i staramy się ograniczać lub neutralizować jego skutki. Każdego dnia dokładamy starań, by pozostać firmą przyjazną środowisku, która pomaga zachować zdrową, piękną planetę dla przyszłych pokoleń.

Stawiamy na nowe, ambitne działania. Realizujemy 8 celów Zrównoważonego Rozwoju ONZ na 2030 rok. Regularnie poddajemy się ocenie niezależnych ekspertów, dzięki czemu możemy cały czas rozwijać i ulepszać naszą politykę odpowiedzialnego biznesu. W 2023 roku zdobyliśmy Platynowy Medal EcoVadis za nasze praktyki CSR w obszarach środowiska, społecznego, etycznego i łańcucha dostaw. Takie wyróżnienie otrzymuje 1% najwyżej ocenianych firm. To potwierdzenie, że sprawnie zarządzamy procesami i możemy zagwarantować bezpieczeństwo współpracy.

TROSZCZYMY SIĘ O ŚRODOWISKO

Podjęliśmy wiele działań, by zneutralizować nasz wpływ na środowisko, m.in. w ciągu ostatnich 4 lat zmniejszyliśmy emisję CO₂ o 36%. Pracujemy zgodnie z certyfikowanym Zintegrowanym systemem zarządzania jakością, środowiskiem i BHP.



Posiadamy produkty, których elementy nawet w 96% nadają się do ponownego użycia. Dążymy do tego, aby stopniowo zmieniać nasz model biznesowy z gospodarki liniowej na gospodarkę obiegu zamkniętego (cyrkularną). W ramach projektu prowadzonego w Niderlandach naprawiamy krzesła, w tym modele dostarczone nawet 15 lat temu. Ich plastikowe elementy, które nie nadają się do dalszego użytkowania, przerabiamy na regranulat, zamykając obieg gospodarki cyrkularnej.

Dla naszych najważniejszych produktów przygotowujemy karty EPD (Deklaracje Środowiskowe Produktu). Używamy materiałów certyfikowanych wg standardów EU Ecolabel, Oeko-Tex® i FSC® (FSC-C120977). 100% naszych dostawców weryfikujemy pod kątem środowiskowym i społecznym.

DAJEMY IMPULS DO LOKALNEGO ROZWOJU

Edukacja dzieci i młodzieży, wsparcie kultury, oraz popularyzacja sportu – to główne obszary naszego zaangażowania w pomoc lokalnym społecznościom, w których funkcjonują nasze biura i fabryki. Od 2001 roku wspieramy uzdolnione dzieci z Podkarpacia w założonej przez Adama i Jerzego Krzanowskich Fundacji im. Janusza Korczaka. Głównym narzędziem jej działalności są indywidualne stypendia, z których co roku korzysta kilkudziesięciu uczniów.

Od lat organizujemy Bale Charytatywne Nowego Stylu. Każdego roku w noworocznej imprezie bierze udział około

1000 dzieci i niepełnosprawnych z podkarpackich ośrodków szkolno-wychowawczych i rodzinnych domów dziecka. Zgodnie z motywem przewodnim – unikalnym dla każdego z ponad dwudziestu dotychczasowych balów – organizujemy zabawę i naukę "na wesoło", pomagając odkrywać talenty i pasje. Naszym gościom wręczamy prezenty mikołajkowe – zgodnie z życzeniami placówek są to sprzęty RTV/AGD, sprzęt turystyczny i sportowy czy środki na wyjazdy i kursy dla dzieci.

Wierzymy, że sport pomaga zadbać o zdrowie oraz kształtuje charakter. Dlatego pomagamy lokalnym klubom i drużynom sportowym z województwa podkarpackiego oraz małopolskiego. Regularnie nasza reprezentacja bierze także udział w biegu charytatywnym Kraków Business Run.

„MAKE YOUR SPACE RESPONSIBLE”

W obrębie najważniejszych dla nas obszarów wyznaczamy sobie cele, z których co dwa lata szczegółowo rozliczamy się na kartach Raportu Zrównoważonego Rozwoju.

Ostatnia edycja raportu „Make your space responsible” za lata 2020-2021 prezentuje realizację zobowiązań, podczas wyjątkowo trudnego okresu pandemii COVID-19. Nowy Styl mimo globalnego kryzysu zrealizował ponad 90% celów związanych ze zrównoważonym rozwojem i społeczną odpowiedzialnością biznesu, wyznaczonych w poprzednich latach. Raport przeczytać można na stronie www.nowystyl.com w zakładce „Odpowiedzialność”.



O NOWYM STYLU

Nowy Styl to europejski lider rozwiązań meblowych dla biur i przestrzeni publicznych. Misją firmy jest sprawianie, by bez względu na to gdzie jesteś, Twoja praca, podróż czy rozrywka stały się doświadczeniem bardziej zdrowym i przyjemnym. Nowy Styl posiada biura w 12 krajach na terenie Europy i Bliskiego Wschodu. Firma prezentuje swoje rozwiązania i know-how związane z aranżacją biur w Office Inspiration Centre w Krakowie, a także w 29 showroomach w takich lokalizacjach jak m.in. Londyn, Paryż, Warszawa, Monachium, Praga i Budapeszt.

When times are tough, we should be even more responsible

We are living in times of uncertainty. The COVID-19 pandemic, war in Ukraine, and economic crisis have reminded us that we do not always control the world around us. When times get tough, we should do our best to focus on the aspects we can control, and become more and more responsible. At Nowy Styl we acknowledge our areas of influence: we recognise our impact on the environment, on our employees, on the local community, and our customers.

In spring 2022 the world was anxiously following the situation unfolding in Ukraine. The war was a threat to life and health, but it also caused considerable turmoil in the economy. It was particularly painful for European markets, which are the main area of our business. We decided to withdraw from the Russian market because we oppose unfounded aggression and violence, which are now observed in Ukraine.

And we still remember the COVID-19 pandemic, which started the times of uncertainty, and affected the current economy and the lives of millions around the world. The consequences of the pandemic left us with a series of challenges since we had to adjust our product portfolio to the new reality, new requirements, and new customer expectations. We have summarised our expert knowledge on the subject in a publication titled „Reunion: a new office reality.“ The entire paper is based on the concept of an office as a meeting place, designed for integration and rebuilding relationships within a team. We implement products envisaged to support this concept and endorse the Agile working style.

RESPONSIBILITY IS THE KEY

A series of world crises forced businesses to embrace change. These difficulties also reminded us that we do not always control the world around us, therefore we should focus more on our area of influence. In the face of the climate crisis and the sustainability commitment of the European Union, CSR, and ESG have become a priority for business.

Sustainable development is crucial for our organisation. Nowy Styl is a production company whose operations have a global range. That's why we consciously observe our impact on the environment and local communities, and we try to minimise or compensate for any adverse effects. Every day are doing our best to be an environment-friendly business, which preserves and protects the planet for future generations.



We focus on new, ambitious action plans. We pursue the 8 UN Sustainable Development Goals for 2030. We regularly undergo a third-party independent audit, to grow and improve our policy for responsible business. In 2023 we were awarded the Platinum EcoVadis Medal for our CSR practices related to the environment, social and ethical aspects, and supply chain. Only 1% of top-ranking businesses receive this distinction. This is proof that we can manage our processes effectively enough to guarantee hassle-free collaboration.

RESPONSIBLE SPACES

We take steps to neutralise our environmental impact - e.g. over the past 4 years we have reduced our CO₂ emissions by 36%. We follow a certified Integrated Quality, Environment, and Workplace Safety Management System.

Our portfolio includes products whose elements are 96% reusable. We strive to shift our business model from a linear to a circular economy. A good example of such efforts is a project implemented in the Netherlands and focused on repairing chairs, some of which were delivered 15 years ago. Those plastic elements that are unfit for use, are recycled into reggranulate - this is the final step of the circular economy.

We prepare EPD sheets (Environmental Product Declarations) for the key products in our portfolio. The materials we use have certificates that prove their compliance with EU Ecolabel, Oeko-Tex®, and FSC® (FSC-C120977) standards. 100% of our suppliers are verified for their environmental and social impact.

IMPULSE FOR LOCAL DEVELOPMENT

Educating children and youth, supporting culture, and popularising sports – these are our main efforts to help local communities in the areas where our facilities are located. Since 2001 we have supported talented children from the Podkarpacie region through the Janusz Korczak Foundation started by Adam and Jerzy Krzanowski. The foundation grants individual scholarships to a few dozen pupils each year.

Nowy Styl also organises the annual Charity Ball after New Year's Day. The event is attended by about 1000 children and disabled people from local educational and care centres as well as orphanages. Each time the charity ball has a unique leading motif and a motto, which is visible in the educational games and fun organised to help the youth discover their talents and passion.

Our guests also receive Christmas gifts: childcare facilities usually ask for household and electronic equipment, sports and tourist equipment, or funds to organise trips and courses for the kids.

We believe sport is essential for good health and a strong personality. That's why we support local sports clubs and teams from the Podkarpacie and Małopolska regions. Our company team regularly participates in the charity Kraków Business Run.

"MAKE YOUR SPACE RESPONSIBLE"

We define specific goals within our key areas of interest and every two years we follow up on them in the Sustainable Development Report.

The latest edition of the „Make your space responsible” report for 2020-2021 presents the accomplishment of commitments during a difficult period of the Covid-19 pandemic. Despite the global crisis, Nowy Styl has achieved more than 90% of its predefined sustainable development and corporate social responsibility goals. You can read the report on www.nowystyl.com in the tab titled „Sustainability.”

ABOUT NOWYSTYL

Nowy Styl is a European leader in comprehensive furniture solutions for offices and public spaces. It delivers a comprehensive interior arrangement service based on the analysis of specific needs: work organisation, desired effectiveness as well as ergonomic and acoustic aspects. It has offices in 12 countries across the Europe and Middle East. The brand presents its solutions and know-how related to office arrangement in the Office Inspiration Centre in Kraków as well as in 29 showrooms in locations such as London, Paris, Warsaw, Munich, Prague and Budapest.



Papier jest cierpliwy, czyli ubezpieczenia w kontraktach budowlano-montażowych

PATRYK WEŁNICKI, Lider Praktyki Technicznej EIB SA

Regulacje dotyczące ubezpieczeń są stałym elementem każdego kontraktu budowlano-montażowego. Znajdujemy je nie tylko w dużych kontraktach aranżowanych przez inwestorów „systemowych” (drogi, koleje, infrastruktura przesyłu gazu i energii), czy wielki przemysł. Wprowadzają je również samorządy, szpitale oraz inwestorzy prywatni. Najczęściej dotyczą ubezpieczenia odpowiedzialności cywilnej (także zawodowego) oraz wszystkich ryzyk budowy i montażu. W związku z tym chyba nikt nie ma wątpliwości co do tego, że obszar ten powinien być odpowiednio opisany w każdej umowie i leży to w interesie wszystkich stron.

Rzeczywistość pozostawia jednak wiele do życzenia, a treść niektórych zapisów często wprawia w osłupienie nawet najbardziej doświadczonych.

Jak powinien wyglądać rozdział umowy dotyczący ubezpieczeń? Moim zdaniem powinien przede wszystkim:

1. jasno i precyzyjnie formułować oczekiwany zakres ochrony,
2. uwzględniać praktykę oraz uwarunkowania rynkowe (możliwość pozyskania ubezpieczeń o danych parametrach na rozsądnych cenowo warunkach),
3. odpowiadać przedmiotowi i wartości umowy,
4. respektować równość stron umowy w tym aspekcie.

Te z pozoru oczywiste zasady nie są jednak standardem.

Najwięcej emocji oraz kontrowersji budzą wymogi, których spełnienie przez wykonawcę jest albo niemożliwe, albo wiąże się z koniecznością poniesienia niewspółmiernych kosztów. Królują pośród nich wymogi dotyczące wysokości fransyz lub ich braku: „Wykonawca zobowiązany jest posiadać ubezpieczenie ryzyk budowlanych oraz od odpowiedzialności cywilnej z zerową fransyzą [tak!] redukcijną.” Jeśli uważacie Państwo, że obszernie wyjaśnienia poparte stanowiskami poszczególnych ubezpieczycieli o braku możliwości wystawienia takich polis wpłynęły na zmianę stanowiska inwestora, to jesteście w błędzie. Niestety nie korzystał on podczas tworzenia tych wymogów z usług profesjonalisty w zakresie ubezpieczeń, powierzając ten obszar regulacji podmiotowi niemającemu wiedzy na temat realiów ubezpieczeniowych.

Problem określania dopuszczalnych fransyz jest jednak znacznie głębszy i bardziej skomplikowany. O ile brak możliwości wprowadzenia fransyzy należy określić jako skrajny przypadek, to jej nieadekwatność do wielkości kontraktu lub jego przedmiotu również bardzo często spędza nam sen z powiek. Dlaczego w umowach dotyczących drogownictwa, o wartości miliarda złotych inwestor określa maksymalny akceptowalny poziom fransyzy na 20 000 PLN? Problem dotyczy przede wszystkim szkód spowodowanych deszczem nawalnym i polegających na rozmyciu prac ziemnych. Od lat żaden ubezpieczyciel tego nie oferuje, od lat wszyscy wykonawcy piszą wnioski o zmianę warunków kontraktowych w tym obszarze i od lat przedstawiają polisy z wyższymi fransyzami, które następnie inwestor i tak musi zaakceptować. Być może czas najwyższy na to, aby inwestorzy zaakceptowali rzeczywistość? Kolejnym punktem spornym jest też zbyt szczegółowe, wręcz kazuistyczne określenie wymaganych poziomów fransyz dla poszczególnych ryzyk, czy klauzul. Istotnie utrudnia to wykonawcy kontraktowanie umowy ubezpieczenia, często zawężając krąg oferentów lub zmuszając do wyboru oferty, która w innym – jednak nie regulowanym kontraktowo - zakresie jest mniej korzystna lub droższa.

Podobnie rzecz ma się z wymaganiami dotyczącymi odpowiedzialności ubezpieczyciela w okresie gwarancji, a konkretniej długości obowiązywania klauzuli konserwacji rozszerzonej 004. Standard rynkowy to 36, maksymalnie 48 miesięcy. Niektórzy zamawiający oczekują jednak okresu znacznie dłuższego – do 60 miesięcy lub nawet przez cały okres udzielanej gwarancji. W naprawdę wyjątkowych przypadkach udaje się pozyskać taką ofertę od ubezpieczyciela, ale za naprawdę wysoką cenę!

Nagminną praktyką jest też wymaganie od wykonawcy zawarcia polisy CAR/EAR z okresem ubezpieczenia rozpoczynającym się w dniu zawarcia umowy – pomimo faktu, że prace jeszcze się nie rozpoczęły i nie został przekazany plac budowy. Jest to szczególnie niezrozumiałe w przypadku kontraktów zawieranych w formule zaprojektuj i wybuduj, gdzie faza projektowania trwa nawet kilka miesięcy. Po co inwestorowi polisa CAR, która i tak nie zadziała, gdyż nie ma jeszcze przedmiotu ubezpieczenia? Sztuka dla sztuki? Ubezpieczyciele w drodze wyjątku wystawiają takie polisy, podkreślając, że ich odpowiedzialność rozpoczyna się i tak zgodnie z OWU, jednak czasami zamawiający idą o krok

dalej, wymagając, aby „początek odpowiedzialności ubezpieczyciela był tożsamy z początkiem okresu ubezpieczenia, który nie może przypadać później niż dzień zawarcia umowy.” Podkreślam, że w tym przypadku od podpisania umowy do przekazania placu budowy mijał co najmniej miesiąc. Mimo tego odpowiedzialność ma być i kropka.

Są też przypadki, zdawałoby się, lżejszego kalibru, gdzie liczymy, iż wyjaśnienia dotyczące zakresu ubezpieczenia wystarczą do rozwiązania sprawy. I tak w jednym z kontraktów zobowiązano wykonawcę do przedłożenia kopii „polisy ubezpieczeniowej robót z klauzulą rozszerzającą ubezpieczenie robót od następstw deszczy nawaalnych, zalań, powodzi, obsunięć.” Doradca prawny inwestora zwrócił uwagę na brak takiej klauzuli. Jako broker wykonawcy wyjaśniłem, że ubezpieczenie CAR ma charakter „allriskowy”, że tego typu szkody nie są z ochrony wyłączone, a odpowiedzialność ubezpieczyciela nie jest niczym limitowana. Byłem przekonany, że to wystarczy... Tyle lat w branży, a taka naiwność! Zresztą podobnie było w innym kontrakcie, gdzie wpisano wymóg zawarcia przez wykonawcę polisy OC projektanta. Nadmieniam, że projekt budowlany autorstwa zewnętrznej firmy projektowej dostarczał inwestor. Wykonawca miał nie tylko zawrzeć polisę, ale również objąć nią projektanta. Co ciekawe w umowie zamawiającego z projektantem nie było żadnych wymogów dotyczących ubezpieczenia...

Spotkałem się również z regulacjami umownymi, które moim zdaniem naruszają równość stron umowy, dając

inwestorowi nieograniczone wręcz uprawnienia odnośnie oczekiwań co do zakresu ubezpieczeń zawieranych przez wykonawcę. Mimo szczegółowego sparametryzowania wymogów ubezpieczeniowych na wszelki wypadek wpisano jeszcze do umowy, że „zastosowanie wyłączeń lub ograniczeń odpowiedzialności ubezpieczyciela jest możliwe, o ile zamawiający uprzednio wyrazi na to zgodę”. Ta regulacja to swoista broń masowego rażenia. Na jej podstawie inwestor może oczekiwać zmiany każdego parametru umowy ubezpieczenia. Innym rodzajem regulacji, które naruszają zasadę równości stron są takie, które w zakresie polis zawieranych przez zamawiającego są bardzo lakoniczne i nie dają wykonawcy żadnych gwarancji w zakresie minimalnego zakresu ochrony polisy, której będzie beneficjentem (CAR/EAR). Wykonawca może się jedynie dowiedzieć, że zakres ubezpieczenia będzie zgodny z aktualnym standardem rynkowym, będzie uwzględniał charakter i rozmiar ryzyka związanego z realizacją kontraktu oraz zwyczajowo stosowane klauzule, wyłączenia i limity odpowiedzialności. Tylko tyle o ubezpieczeniu prac o wartości ponad 2 mld PLN. Oczywiście oczekiwania inwestora w stosunku do polis wykonawcy są już bardzo konkretnie opisane (rozszerzenia, limity, fransyzy, itd.).

Zastanówmy się więc, czy to nie najwyższy czas na wprowadzenie jakichś dobrych praktyk w tym obszarze. Nie mam wątpliwości, że kontrakty budowlano-montażowe powinny zawierać wymogi ubezpieczeniowe, jednak musimy mieć świadomość, że czasami ich treść może stronom przysporzyć więcej kłopotów, niż ich zupełny brak.



Paper does not blush, or insurance in construction and installation contracts

PATRYK WEŁNICKI, Technical Practice Leader EIB SA

Insurance regulations are a regular feature of every construction and installation contract. We find them not only in large contracts arranged by 'system' investors (roads, railways, gas and energy transmission infrastructure) or the large-scale industry. They are also introduced by local governments, hospitals and private investors. They are most often concerned with liability insurance (including professional liability) and all construction and installation risks. Therefore, there is probably no doubt that this area should be adequately covered in any contract and that it is in the interest of all parties.

The reality, however, still has much room for improvement with the content of some contractual provisions causing amazement even among the most experienced parties.

What should the insurance section of a contract look like? In my opinion, it should, first and foremost:

1. clearly and precisely define the expected scope of coverage,
2. take into account the market practice and conditions (possibility to obtain insurance with given parameters at reasonable prices),
3. correspond to the subject matter and value of the contract,
4. respect the equality of the contracting parties in this respect.

However, these seemingly obvious rules are not followed as a standard.

The requirements which are either impossible for the contractors to meet or involve disproportionate costs on their part are among those which cause most concern and controversy. These are primarily the requirements imposing specific amount of deductible or ruling the same out altogether: "The contractor shall be required to hold construction risks and liability insurance with a zero deductible [yes!]." If you think that the extensive explanations supported by the positions of individual insurers clarifying that it is impossible to issue such policies have changed the investor's mind in this respect, than think again. Unfortunately, when drafting the provisions the investor did not use the services of an insurance professional and instead relied on an entity with no knowledge in the area of insurance.

However, the problem of determining the acceptable amounts of deductible is considerably deeper and more complicated. While the impossibility of introducing a deductible should be described as an extreme case, its inadequacy in relation to the size of the contract or its subject matter also very often causes much uneasiness. Why does the investor specify a maximum acceptable deductible level of PLN 20,000 in billion-dollar road contracts? The problem relates primarily to damage caused by torrential rain and involving the washing away of earthworks. For years, no insurer has been offering this, for years all contractors have been writing requests to change contractual provisions in this area and for years they have been presenting policies with higher excess amounts, which the investor then has to accept anyway. Perhaps it is high time for investors to accept reality? Another point of contention is also the overly detailed, even casuistic definition of the required deductible amounts for individual risks or clauses. This makes it significantly more difficult for the contractor to execute an insurance contract, often narrowing the range of available offers or forcing him to choose an offer that is less favourable or more expensive in another - but not contractually regulated - scope.

The same is true with regard to the requirements for the insurer's liability during the warranty period and, more specifically, the length of the Endorsement 004 Extended Maintenance Cover. The market standard is 36, maximum 48 months. Some clients, however, expect a much longer period - up to 60 months or even for the entire warranty period. In really exceptional cases, it is possible to obtain such an offer from the insurer, but at a really high price!

It is also common practice to require the contractor to take out a CAR/EAR policy with the period of coverage commencing on the date the contract is concluded - despite the fact that work has not yet started and the site has not been handed over. This is particularly incomprehensible in the case of design-build contracts, where the design phase takes up to several months. Why would the investor need a CAR policy that will not work anyway, as there is no insured object yet? Art for art's sake? Insurers exceptionally issue such policies, emphasising that their liability will anyway commence in accordance with the General Terms and Conditions of Insurance, but sometimes clients go a step further, requiring that "the commencement of the insurer's

liability shall be the same as the beginning of the period of coverage, which shall not be later than the date of conclusion of the contract." Let me stress that again that in this case at least a month passed between the signing of the contract and the handover of the construction site. All this notwithstanding, I just want this liability in the contract.

There are also cases, seemingly lighter, where one hopes that an explanation with regard to insurance coverage will be sufficient to resolve the matter. So, in one contract it was required that the Contractor submits a copy of a "works insurance policy with an endorsement extending the works insurance to cover torrential rain, flooding, floods, landslides." The investor's legal advisor pointed out that no such endorsement was included. As the contractor's broker, I explained that CAR insurance is "all-risk" in nature, that this type of damage is not excluded from coverage and that the insurer's liability is in no way limited. I was convinced that this was enough... So many years in the industry and still so naive! In fact, the same was true in another contract where it was stipulated that the contractor should take out a designer's liability policy. I need to mention that the construction design drawn up by an external design company was provided by the investor. The contractor was not only supposed to take out a policy, but also to include the designer in its coverage. Interestingly, there were no insurance requirements in the client's contract with the designer...

I have also encountered contractual regulations which, in my opinion, violate the equality of the parties to the contract

by giving the investor almost unlimited powers with regard to expectations as to the scope of insurance taken out by the contractor. Despite the detailed parameterisation of the insurance requirements, as a precautionary measure it was still stipulated in the contract that "the application of exclusions or limitations of the insurer's liability is possible only with the client's prior consent". This regulation is a kind of weapon of mass destruction. Based on it, the investor can expect a change in each parameter of the insurance contract. Another type of regulations that violate the principle of equality of parties are those that, in terms of the policies taken out by the client, are very laconic and do not give the contractor any guarantees in terms of the minimum coverage of the policy of which it will be the beneficiary (CAR/EAR). The Contractor can only find out that the insurance coverage will be in line with the current market standard and that it will take into account the nature and extent of the risks involved in the performance of the contract plus customary endorsements, exclusions and limitations of liability. Only so much about insuring work worth more than PLN 2 billion. On the other hand, the investor's expectations with regard to the contractor's policies are, needless to say, very specific (extensions, limitations, excesses, etc.).

So, let us consider whether the situation is not ripe enough to introduce some good practices in this area. There is no doubt in my mind that construction and installation contracts should stipulated insurance requirements, but we need to be aware that sometimes the content of these provisions can cause more trouble for the parties and in the end they would be better off if these were not included in the contract at all.



CSR w działaniach zarządcy nieruchomości handlowych



**MAGDALENA
BŁĄDEK**

Business Development Director,
ESG Officer Apsys Polska

Społeczna odpowiedzialność jest nieodłącznym elementem strategii Apsys Polska – dewelopera i zarządcy nieruchomości – od początku funkcjonowania firmy. Jest ona wyrazem potrzeby zdefiniowania pozafinansowego celu istnienia organizacji oraz wieloletnim zobowiązaniem wobec miast, na które Apsys ze względu na swoją działalność ma duży wpływ oraz wobec ich mieszkańców. Apsys Polska idee „odpowiedzialności”, „troski” i „zrównoważonego rozwoju” stawia w centrum swoich działań, co znajduje odzwierciedlenie zarówno w autorskich programach opracowanych przez firmę, wdrażanych w zarządzanych obiektach handlowych, jak i inicjatywach odpowiadających na konkretne potrzeby lokalnych społeczności.

BIZNES BUDOWANY NA ODPOWIEDZIALNOŚCI

Odpowiedzialność – to słowo najtrafniej opisuje strategię działania Apsys Polska. Świadomość wpływu decyzji oraz działań firmy na społeczeństwo i środowisko sprawia, że Apsys od początku swojego funkcjonowania skupia się na

tworzeniu miejsc zrównoważonych, minimalizując ich negatywny wpływ na środowisko naturalne, odpowiadających na potrzeby miast i ich mieszkańców. Aktywności o charakterze CSR to domena wszystkich obiektów handlowych zarządzanych przez Apsys Polska – nie tylko dużych, o zasięgu regionalnym, ale również mniejszych, zlokalizowanych „po sąsiedztwu”. Doskonale znają one potrzeby swoich klientów i wiedzą jak na nie odpowiedzieć, tworząc nie tylko przyjazną przestrzeń zakupów, ale również inicjując lub wspierając działania ważne dla lokalnych społeczności. W kooperacji z instytucjami miejskimi i lokalnymi fundacjami obiekty handlowe udostępniają powierzchnię na centra obsługi mieszkańców, filie miejskich bibliotek oraz miejsca aktywności lokalnej, w których między innymi promują twórczość artystów amatorów i rzemieślników. Organizują zajęcia dla rodziców z dziećmi, inicjują działania dla seniorów, finansując miasteczka zdrowia oferujące pakiety bezpłatnych badań lekarskich oraz regularnie wspierają lokalne stacje krwiodawstwa, organizując zbiórki krwi. Angażują się w działania na rzecz lokalnych schronisk dla bezdomnych zwierząt, organizując zbiórki karmy oraz akcesoriów oraz wspierając świadomą adopcję czworonogów.

PO PIERWSZE DOSTĘPNOŚĆ

Wyrazem odpowiedzialności zarządcy nieruchomości jest przede wszystkim działanie na rzecz ich dostępności dla jak największej liczby osób – bez względu na wiek czy stan zdrowia. Apsys Polska dostępność galerii handlowych rozpatruje bardzo szeroko – jako adaptację przestrzeni dla osób z różnego typu niepełnosprawnościami, również sprzężonymi, ale także seniorów, kobiet w ciąży czy rodziców i opiekunów małych dzieci. Każda z tych grup inaczej odbiera środowisko zewnętrzne, w związku z tym potrzebuje innych rozwiązań. Apsys wykorzystuje możliwości techniczne, aby każdy miał swobodny dostęp do dóbr i usług oraz wydarzeń kulturalno-rozrywkowych organizowanych na terenie galerii. Standardem są m.in. komfortowe toalety wyposażone w udogodnienia, ułatwiające korzystanie i wezwanie pomocy w nagłych wypadkach, jak i pokoje do opieki nad dziećmi, przewijaki, dodatkowe miejsca parkingowe czy przestronne windy. Reprezentatywnym przykładem realizowania idei dostępności jest należąca do Apsys Polska Posnania, wiodący obiekt handlowy w Wielkopolsce, który w 2018 r. otrzymała tytuł Lidera Dostępności przyznawany przez Prezydenta RP za dostosowanie budynku do wymagań osób o specjalnych potrzebach. Posnania, podobnie jak inne centra handlowe zarządzane przez Apsys Polska, jest wyposażona w szereg udogodnień technicznych takich jak lady, klamki i uchwyty na poziomie dostosowa-

nym do potrzeb różnych grup, informacje w formie audio po zeskanowaniu kodu QR, przyciski w windach opisane alfabetem Braille'a lub wypukłymi cyframi, nakładki na poręczach informujące, dokąd kierują ruchome schody, terminal informacyjny uwzględniający potrzeby i możliwości osób z dysfunkcją wzroku, powierzchnie antypoślizgowe, etykiety i tabliczki ułatwiające rozpoznanie miejsc i przedmiotów. Centrum zostało również przystosowane do obecności psów przewodników.

Z kolei zrealizowany pilotażowo w Galerii Katowickiej program „Spektrum Zrozumienia” to pierwsza inicjatywa w Polsce, która wprowadziła wieloaspektowy system udogodnień dla osób ze spektrum autyzmu. Program, którego elementy systematycznie wdrażane są w zarządzanych przez Apsys obiektach, obejmuje szereg konkretnych rozwiązań, poprawiających komfort przebywania w centrum handlowym osobom ze spektrum autyzmu oraz ich opiekunom. Są to między innymi ciche godziny, czyli czas, w którym w obiekcie wyłączana jest muzyka oraz ekrany multimedialne, co redukuje liczbę bodźców akustycznych i wizualnych oraz pokój wyciszenia – specjalna przestrzeń, z której skorzystać mogą klienci potrzebujący chwilowego odreagowania napięcia, wyciszenia, odseparowania się od różnorodnych bodźców. Bardzo ważnym elementem programu są szkolenia, przeprowadzane przez ekspertów z fundacji działających na rzecz osób ze spektrum autyzmu. Obejmują one zarówno pracowników serwisów – ochrony czy sprzątającego, jak i pracowników poszczególnych sklepów oraz administrację obiektu. Pomagają one zrozumieć potrzeby osób ze spektrum autyzmu i ich opiekunów oraz odpowiednio na nie odpowiadać.

TROSKA O ŚRODOWISKO W CENTRUM

Bardzo ważnym elementem działań o charakterze CSR, podejmowanych przez centra handlowe zarządzane przez Apsys Polska, są inicjatywy na rzecz poprawy stanu środowiska naturalnego. Pod szyldem autorskiego programu Think Green obiekty handlowe z portfolio Apsys od lat inwestują w poprawę jakości miejskich przestrzeni: wysiewają łąki kwietne, dbają o bioróżnorodność, aranżują pasieki na dachach budynków, sadzą drzewa tlenowe, instalują budki lęgowe dla ptaków, organizują miejskie farmy. Dążąc do ograniczenia emisji CO₂, promują alternatywne środki transportu i wspierają rozwój niezbędnej do ich sprawnego funkcjonowania infrastruktury, takiej jak zadaszone wiaty na rowery, stacje napraw jednośladów, stacje rowerów miejskich czy ładowarki do samochodów elektrycznych oraz hulajnóg. Program Think Green to także szereg działań o charakterze edukacyjnym. Na warsztatach i spotkaniach z ekspertami ich uczestnicy poznają między innymi sposoby na oszczędzanie energii elektrycznej i wody, a także zyskują wiedzę na temat znaczenia segregacji odpadów. W ramach programu Apsys informuje także o konkretnych rozwiązaniach i technologiach wdrożonych w centrach handlowych oraz wyjaśnia, w jaki sposób przyczyniły się one do redukcji śladu węglowego i zmniejszenia zużycia mediów.

Troska o środowisko przejawia się również w działaniach, mających na celu upowszechnianie świadomej konsumpcji i promowanie gospodarki obiegu zamkniętego. W wielu obiektach zarządzanych przez Apsys wraz z fundacją Ubrania do Oddania organizowane są regularne zbiórki używanej odzieży, z których zyski przekazywane są na cele charytatywne. W Poznaniu, galerii należącej do Apsys Polska, działa Butik Cyrkularny, prowadzony przez fundację Ubrania Do Oddania. Można w nim kupić wyselekcjonowane i odświeżone ubrania z drugiej ręki, a także oddać niepotrzebną odzież. W butiku organizowane są warsztaty, panele dyskusyjne oraz eventy specjalne, promujące idee zamkniętego obiegu.

Posnania to jeden z liderów promocji eko stylu życia na polskim rynku centrów handlowych. W obiekcie zaaranżowany został eko przedsiwzięcie, w którym znajdują się dwie maszyny do recyklingu: butelkomat i punkt elektroodpadów, do którego można przynosić zużyte baterie, tonery, płyty CD, telefony, ładowarki oraz żarówki. Galeria z powodzeniem wpisuje ekologię w kalendarz działań marketingowych, również tych o charakterze rozrywkowym – ogranicza wykorzystanie elementów plastikowych do budowy oprawy scenograficznej organizowanych wydarzeń, rezygnuje z drukowanych materiałów promocyjnych, a jeśli decyduje się na nie, to korzysta z papieru z certyfikatem FSC, gwarantującego, że drewno użyte do jego produkcji pochodziło ze zrównoważonych upraw.

OD CSR DO ESG

Działania i inicjatywy z zakresu społecznej odpowiedzialności biznesu stały się w ostatnich latach częścią realizowanej przez Apsys polityki ESG - regulowanej normami i rozporządzeniami polityki biznesowej, obejmującej obszary związane z ochroną środowiska naturalnego, odpowiedzialnością społeczną i ładem korporacyjnym. Apsys Polska przyjął politykę zrównoważonego rozwoju i włącza się w niej w realizację 4 ze wskazanych w Agendzie ONZ obszarów: wzrost gospodarczy i godna praca, zrównoważone miasta i społeczności, odpowiedzialna konsumpcja i produkcja oraz działania w zakresie ochrony klimatu. Firma wyznaczyła długofalowe cele zrównoważonego rozwoju, których realizacja jest stale monitorowana m.in. poprzez pomiary zużycia mediów i emisji CO₂. Od 2020 r. Apsys publikuje coroczny raport podsumowujący osiągnięcia w zakresie środowiskowym, społecznym i ładu korporacyjnego. Polityka zrównoważonego rozwoju stała się także istotną składową szerszej transformacji Apsys, którą definiuje cel strategiczny organizacji (fr. *raison d'être*), rozumiany jako pozafinansowy cel istnienia, odnoszący się do tego co Apsys może zrobić dla planety zarówno w zakresie środowiska, jak i społeczności. Znalazł on odzwierciedlenie w hasle: **„Zmieniamy miasta na lepsze, tworząc wyjątkowe miejsca, dzięki którym życie wszystkich staje się piękniejsze”**. To długoterminowe zobowiązanie, które Apsys wypełnia każdego dnia, jako zarządca obiektów handlowych działając na rzecz miast i lokalnych społeczności.

CSR in the activities of shopping centers manager

Social responsibility has been an integral part of the strategy of Apsys Polska, a real estate developer and manager, since the company's inception. It is an expression of the need to define the non-financial purpose of the company's existence and a long-term commitment to cities and their residents on which Apsys has a large impact due to its activities. Apsys Polska puts the ideas of "responsibility", "care" and "sustainable development" at the center of its activities, which is reflected both in authorial programs developed by the company and implemented in managed shopping centers, as well as initiatives responding to the specific needs of local communities.

BUSINESS BUILD ON RESPONSIBILITY

Responsibility - this word describes the strategy of Apsys Polska perfectly. Being aware of the impact of the company's decisions and activities on community and the environment, Apsys has focused on creating sustainable places from the beginning of its activities, minimizing their negative impact on the natural environment and responding to the needs of cities and their residents. CSR performance are the domain of all shopping centers managed by Apsys Polska - not only large, regional ones, but also smaller, located "next door". They perfectly know the needs of their customers and know how to respond to them, creating not only a friendly shopping space, but also initiating or supporting activities important for local communities. In cooperation with municipal institutions and local foundations, commercial facilities provide space for service centers for residents, branches of municipal libraries and places of local activity, where, among others, they promote the work of amateur artists and craftsmen. They organize classes for parents with children, initiate activities for seniors by financing health centers offering free medical examination packages, and regularly support local blood donation stations by organizing blood collections. They are involved in activities for local shelters for homeless animals, organizing collections of food and accessories and supporting the conscious adoption of pets.

ACCESSIBILITY FIRST

The responsibility of the property manager is, above all, to adjust their accessibility to as many people as possible - regardless of age or health. Apsys Polska considers the availability of shopping centers very broadly - as an adaptation of space for people with various types of disabilities, including multiple disabilities, but also seniors,

pregnant women or parents and carers of small children. Each of these groups perceives the external environment differently, and therefore needs different solutions. Apsys uses technical possibilities to ensure that everyone has free access to goods and services as well as cultural and entertainment events organized in the shopping center. The standard includes comfortable toilets equipped with amenities facilitating use and calling for help in an emergency, as well as babysitting rooms, changing tables, additional parking spaces and spacious elevators. A representative example of implementing the idea of accessibility is Posnania, owned by Apsys Polska, a leading shopping center in Wielkopolska, which in 2018 received the title of Accessibility Leader awarded by the President of the Republic of Poland for adapting the building to the requirements of people with special needs. Posnania, like other shopping centers managed by Apsys Polska, is equipped with a number of technical amenities such as counters, door handles and holders at a level adapted to the needs of different groups, information in audio form after scanning the QR code, buttons in elevators described in Braille or raised numbers, overlays on the handrails informing where the escalator leads, an information terminal that takes into account the needs and capabilities of people with visual disabilities, non-slip surfaces, labels and plates to help identify places and objects. The center has also been adapted to the presence of guide dogs.

Furthermore, the pilot program "Spectrum of Understanding" implemented in Galeria Katowicka is the first initiative in Poland that has introduced a multi-faceted system of facilities for people with autism spectrum. The elements of program are systematically implemented in the shopping centers managed by Apsys, includes a number of specific solutions that improve the comfort of staying in the building for people with autism spectrum disorders and their carers. These include, among others, quiet hours, i.e. the time when the music and multimedia screens are turned off in the building, which reduces the number of acoustic and visual stimuli, and the quiet room - a special space that can be used by customers who need a temporary release of tension, calm down, separation from various stimuli. One of the most important element of the program are trainings conducted by experts from foundations working for people with autism spectrum. They include both service employees - security or cleaning, as well as, employees of individual stores and the administration of the shopping center. They help to understand the needs of people on the autism spectrum and their carers and to respond to them appropriately.

TAKING CARE OF AN ENVIRONMENT AT THE SHOPPING CENTER

A very important element of CSR activities undertaken by shopping centers managed by Apsys Polska are initiatives to improve the condition of the natural environment. In program called Think Green, Apsys' shopping centers have been investing in improving the quality of urban spaces for years: they sow flower meadows, care for biodiversity, arrange apiaries on the roofs of buildings, plant oxygen trees, install bird nesting boxes, and organize urban farms. Striving to reduce CO₂ emissions, they promote alternative means of transport, supporting the development of infrastructure necessary for their efficient functioning, such as roofed bicycle shelters, two-wheeler repair stations, city bike stations or chargers for electric cars and scooters. The Think Green program also includes a number of educational activities. During workshops and meetings with experts, their participants will learn, among other things, ways to save electricity and water, as well as gain knowledge about the importance of waste segregation. As part of the Apsys program, it also informs about specific solutions and technologies implemented in shopping centers and explains how they contributed to reducing the carbon footprint and reducing media consumption.

Care for the environment is also manifested in activities aimed at promoting conscious consumption and promoting the circular economy. In many centers managed by Apsys together with the foundation Ubrania do Oddania regular collections of used clothing are organized, the profits from

which are donated to charity. In Posnania, there is a Circular Boutique run by the Ubrania do Oddania foundation where selected and refreshed second-hand clothes can be buy, as well as give away unnecessary. The boutique organizes workshops, discussion panels and special events promoting the ideas of closed circulation.

Posnania is one of the leaders in promoting an eco lifestyle on the Polish shopping center market. An eco-vestibule has been arranged in the building with two recycling machines: a bottle machine and an electrical waste point where used batteries, toners, CDs, telephones, chargers and light bulbs can be brought. Posnania successfully includes ecology in the calendar of marketing activities, including those of an entertainment nature - it limits the use of plastic elements to build the stage design of organized events, resigns from printed promotional materials, and if it decides to use them, it is made from FSC-certified paper, which guarantees that the wood used in its production came from sustainable farming.

FROM CSR TO ESG

In recent years, activities and initiatives in the field of corporate social responsibility have become part of the ESG policy implemented by Apsys - a business policy regulated by standards and regulations, covering areas related to environmental protection, social responsibility and corporate governance. Apsys Polska has adopted a sustainable development policy and is involved in the implementation of 4 of the areas indicated in the UN Agenda: economic growth and decent work, sustainable cities and communities, responsible consumption and production, and climate protection activities. The company has set long-term sustainable development goals, the implementation of which is constantly monitored, e.g. by measuring media consumption and CO₂ emissions. Since 2020, Apsys publishes an annual report summarizing its environmental, social and governance achievements. Sustainable development policy has also become an important component of Apsys' wider transformation, which is defined by the organization's strategic purpose (fr. *raison d'être*), understood as a non-financial purpose of existence, referring to what Apsys can do for the planet, both in terms of the environment and the community. It was reflected in the slogan: **„Enhance the city by developing unique places that make everyone's life more beautiful”**. This is a long-term commitment that Apsys fulfils every day as a manager of commercial facilities, acting for the benefit of cities and local communities.



Straty żywności to problem uniwersalny



**ZBIGNIEW
BIGAJ**

Współzałożyciel i Szef działu R&D, Blulog
Co-founder & Head of R&D, Blulog

Według informacji podanych przez autorów raportu UNEP Food Waste Index z 2021, straty żywności to "wszystkie artykuły żywnościowe usuwane z łańcucha dostaw w sektorach: retail, usługi spożywcze, gospodarstwa domowe". Według zebranych danych dla raportu, każdego roku marnowanych jest ok. 930 milionów ton jedzenia, z czego aż 26% to straty generowane przez sektor retail, czyli przez firmy, które przechowują i dostarczają klientom końcowym produkty żywnościowe.

Dzisiejsze możliwości pozwalają na implementację technologicznie coraz bardziej zaawansowanych rozwiązań dla produkcji i przechowywania produktów wrażliwych na temperaturę. Mimo tego faktu sieci handlowe oraz inne firmy z sektora spożywczego codziennie tracą ogromne ilości towarów, nie tylko ze względu na błąd ludzki, ale także chociażby ze względu na problemy z zasilaniem czy nieprawidłowo działającymi urządzeniami chłodniczymi, których serwisowanie jest często związane z wysokimi kosztami i czasochłonnymi naprawami.

Najistotniejszą kwestią jest więc nie tylko wprowadzenie narzędzi umożliwiających uniknięcie problemów związanych z niedotrzymaniem optymalnych warunków, ale przede wszystkim takich, które dałyby możliwość predykcji zdarzeń niepożądanych na każdym etapie łańcucha zimna. Chodzi bowiem o to, by przenieść nacisk z ubezpieczeń produktów spożywczych, które wszakże zgodnie z nazwą działają już po wystąpieniu nieszczęśliwych sytuacji na ich zabezpieczeniu jeszcze przed anomalią, by strat można było w ogóle uniknąć.

Polska technologia okazuje się w tym obszarze być odpowiedzią na obydwa postawione wyżej wymagania. *"Za pomocą niewielkich urządzeń realizujemy główny cel systemu, jakim jest personalizowane alterowanie osób odpowiedzialnych za jakość w firmach, które chcą obniżyć koszty serwisowania urządzeń chłodniczych przy jednoczesnym podniesieniu jakości sprzedawanych produktów i redukowaniu strat tych ostatnich."* - wyjaśnia Zbigniew Bigaj, założyciel firmy Blulog.

Alerty, dostarczane jako parametr do odpowiednich osób, pozwalają na wykrycie zagrożenia - rozregulowania lub wadliwego działania sprzętu. Wprowadzenie prawidłowo skonfigurowanej predykcji podnosi zatem jakość usług dla klienta finalnego zarówno ze strony sieci handlowych, jak i firm serwisowych, a także pomaga obniżyć koszty związane z obsługą techniczną (skorygowanie sprzętu chłodniczego jest wszakże mniej obciążające budżet niż pełnowymiarowa naprawa czy wymiana!) i późniejszymi stratami. Warto wspomnieć również, że predykcja wiąże się także z perspektywą wypłaty mniejszej liczby odszkodowań - ograniczając możliwość wystąpienia anomalii wpływamy realnie na obniżenie ryzyka strat i szkód.

System działa na każdym z etapów - zabezpiecza monitoring parametrów już od produkcji, by następnie oszczędzić czas i nerwy pracowników podczas przechowywania i w ostateczności zapewniać wgląd w dane i alerty podczas transportu.

"Zwiększenie jakości produktów spożywczych jest więc realne do osiągnięcia w prosty i nieinwazyjny sposób,

z czego skorzystały już zarówno rodzime firmy takie jak Grupa Eurocash czy Wielkopolska Gildia Rolno-Ogrodnicza, ale także amerykańskie sieci handlowe, które jako pierwsze chcą zaoferować wgląd w dane także klientowi finalnemu - rozwiązanie pozwala na udostępnienie danych poprzez użycie kodu QR zamieszczonego przy produktach lubna urządzeniach chłodniczych, w których produkty są przechowywane (<http://www.coldfinder.com/>). Klient widzi zatem realną temperaturę wewnątrz swoich ulubionych produktów, np. kostki masła czy jogurtu" - kontynuuje Zbigniew Bigaj. "Ma to więc na celu nie tylko redukcję strat, ale także podniesienie jakości relacji z klientami, opartej na transparentności, która może zachęcić konsumentów do przeciwdziałania stratom żywności także po ich stronie."

Podejście amerykańskich sieci handlowych zdaje się podsumowywać najlepiej charakter wojny, jaką należy wypowiedzieć stratom żywności - jest to przede wszystkim walka uniwersalna. Niezależnie od pochodzenia geograficznego należy więc szukać rozwiązań uniwersalnych i zaangażować przedstawicieli każdego ogniwa łańcucha, w którym te straty powstają. Przy odpowiednim poziomie zaangażowania i konfiguracji rozwiązania każda ze stron może oczekiwać korzyści.



Food losses are a common problem around the world



How does business counter food waste? According to information provided by the authors of the 2021 UNEP Food Waste Index report, food waste is "all food items removed from the supply chain in the retail, food services, and household sectors." According to the data collected for the report, about 930 million tons of food are wasted each year, with as much as 26% of the losses generated by the retail sector, i.e. by companies that store and deliver food products to end customers.

Today's capabilities allow the implementation of an increasingly high-tech solution for the production and storage of temperature-sensitive products. Despite this

fact, retail chains and other companies in the food sector lose huge amounts of goods every day, not only due to human error, but also, for example, due to power supply problems or malfunctioning refrigeration systems, the servicing of which is often associated with high costs and time-consuming repairs.

The most important issue, therefore, is not only the establishment of tools to avoid problems related to the failure to maintain optimal conditions, but, above all, those that would give the possibility of predicting adverse events at each stage of the cold chain. This is because the idea is to shift the focus from insuring food products, which, after

all, according to their name, operate after mishaps have already occurred, to securing them even before anomalies happen, so that losses can be avoided altogether.

Polish technology is proving to be the answer in this area to both of the above requirements. *"With the help of small devices, we are realizing the main goal of the system, which is to personalize the alteration of those responsible for quality in companies that want to reduce the cost of servicing refrigeration equipment while increasing the quality of the products sold and reducing their losses."* - explains Zbigniew Bigaj, founder of Blulog.

Alerts, delivered as a parameter to the relevant people, allow the detection of a threat - a disruption or malfunction of equipment. Thus, the implementation of properly configured prediction improves the quality of service to the end customer from both retail chains and repair companies, as well as helping to reduce the costs associated with maintenance (after all, correcting refrigeration equipment is less debilitating to the budget than a full-scale repair or replacement!) and future losses. It's also worth mentioning that prediction is also associated with the prospect of paying fewer compensations and claims - by reducing the possibility of anomalies, we are having a real impact on reducing the risk of loss and damage.

The system works at each of the stages - securing monitoring of parameters right from production, to then save

The system works at each of the stages - securing monitoring of parameters right from production, to then save employees' time and nerves during storage, and ultimately providing insights and alerts during transportation.

"Increasing the quality of food products is therefore realistically achievable in a simple and non-invasive way, which has already benefited both domestic companies such as the Eurocash Group and The Greater Poland Agricultural and Gardening Guild, but also US retail chains that want to be the first to offer data insights to the final customer - the solution allows data to be made available through the use of a QR code placed next to the products or on the refrigeration equipment in which the products are stored (<http://www.coldfinder.com/>). Thus, the customer can see the real temperature inside their favorite products, such as a stick of butter or a cup of yogurt." - Zbigniew Bigaj continues. *"So this is aimed not only at reducing losses, but also at increasing the quality of customer relations, based on transparency, which can encourage consumers to counter food losses on their side as well."*

The approach of U.S. retail chains seems to sum up best the nature of the war to be declared on food losses - it is first and foremost a universal battle. Regardless of geographic origin, therefore, universal solutions must be found and representatives from every link in the chain where these losses occur must be involved. With the right level of involvement and solution configuration, each party can expect to benefit.



Projekty Huawei po raz trzeci z rzędu znalazły się w raporcie Forum Odpowiedzialnego Biznesu



W 21. już edycji raportu „Odpowiedzialny biznes w Polsce. Dobre praktyki” opublikowanym przez Forum Odpowiedzialnego Biznesu ponownie znalazły się projekty Huawei. 8 kampanii zrealizowanych przez firmę w 2022 r. zostało wyróżnionych w ramach największego w Polsce przeglądu inicjatyw CSR i zrównoważonego rozwoju.

Tradycyjnie podstawą do przeprowadzania procesu klasyfikacji inicjatyw CSR jest norma ISO 25000, będąca osią wydawnictwa. Według niej pogrupowane są działania zaprezentowane w raporcie FOB. Większość projektów Huawei dominowała w dwóch obszarach ISO 26000 - zaangażowanie społeczne i rozwój społeczności lokalnej oraz środowisko.

Fakt, że trzeci rok z rzędu projekty Huawei zostały zauważone i docenione w Raporcie Forum Odpowiedzialnego Biznesu, napawa mnie ogromną radością i wdzięcznością. To dla nas ogromne wyróżnienie będące jednocześnie dowodem na to, że nasze starania w zakresie odpowiedzialnego biznesu są widoczne i cenione. Jesteśmy dumni z naszej ciągłej pracy nad

wdrażaniem innowacyjnych rozwiązań i programów, które przyczyniają się do transformacji społecznej i gospodarczej w Polsce. Bardzo się cieszymy z tego, że możemy dzielić się naszymi osiągnięciami z innymi i być częścią wiodącej grupy odpowiedzialnych przedsiębiorstw w Polsce. - mówi Ryszard Hordyński, dyrektor ds. strategii i komunikacji w Huawei Polska.

WŚRÓD KAMPANII WYRÓŻNIONYCH W RAPORCIE ZNALAZŁY SIĘ:

9. polska edycja programu Huawei Seeds For The Future

W 2022 roku Huawei przeprowadził 9. edycję darmowego programu edukacyjnego Seeds For The Future, kierowanego do studentów z Polski. Podczas 8 dni kursów studenci zapoznali się z ekspercką wiedzą na temat nowych technologii takich jak sztuczna inteligencja, 5G czy rozwiązania chmurowe, poszerzając jednocześnie swoje umiejętności liderkie. Ogromnym sukcesem 9. edycji był fakt, że aż 68% uczestników stanowiły kobiety. Udział w programie za-

owocował też znalezieniem się polskiego zespołu w europejskim TOP 6 w ramach konkursu Tech4Good. Polacy zaproponowali aplikację, która łączyłaby rolników z klientem docelowym. Członkowie zespołu wyjechali do Aten, przez 3 dni kontynuowali swój udział w programie, podczas Gali Finałowej oraz międzynarodowej konferencji Huawei Talent Summit.

Huawei Startup Challenge 2 - #TechForBetterPlanet Huawei Startup Challenge 3 - #TechForBetterHeath

Do raportu zakwalifikowały się również dwie edycje Huawei Startup Challenge, autorskiego konkursu dla startupów organizowanego wspólnie ze Startup Academy. Druga edycja inicjatywy odbyła się pod hasłem #TechForBetterPlanet, a jej celem z jednej strony była pomoc w rozwoju polskich innowacyjnych startupów, które są na początku drogi do ekologicznej rewolucji, a z drugiej wsparcie realizacji przyjętych Celów Zrównoważonego Rozwoju ONZ w odniesieniu do wyzwań klimatycznych i środowiskowych. Tematem przewodnim trzeciej edycji konkursu stał się medtech. Tym razem poszukiwano najbardziej innowacyjne startupy pozytywnego wpływu, wdrażające technologie pod hasłem #TechForBetterHeath, ponieważ opieka zdrowotna potrzebuje technologicznych usprawnień, aby działać efektywniej, co najlepiej pokazał czas pandemii. Huawei przyznał trzem zwycięskim startupom w obu edycjach nagrody pieniężne o wartości 40, 60 i 100 tysięcy złotych. Dofinansowania posłużą zwycięzcom do dalszej rozbudowy biznesów i inwestycji w ich rozwój. Zwycięzcą Huawei Startup Challenge 2 został Dynamic Air Cooling z projektem urządzenia chłodniczego, które całkowicie eliminuje szkodliwe freony. Pierwsze miejsce w najnowszej edycji konkursu zajął startup Clebre, osobisty system do diagnozowania i leczenia zaburzeń snu i oddychania.

Huawei Tech4All w Puszczy Białowieskiej

W 2022 globalny program Huawei Tech4All znalazł odzwierciedlenie w polskiej Puszczy Białowieskiej. W ramach globalnej inicjatywy Huawei promuje wykorzystanie technologii dla 4 filarów: rozwoju, edukacji, zdrowia i środowiska. We współpracy ze startupem Rainforest Connection Huawei umieścił 70 urządzeń offline „AudioMoth Edges” o pełnym spektrum słyszalności ultradźwięków i dźwięków słyszalnych oraz 3 „NatureGuardiany”. Te zasilane energią słoneczną zintegrowane narzędzia zbierają odgłosy zwierząt, następnie wysyłają je do chmury, gdzie później analizuje je sztuczna inteligencja. Dzięki temu możliwe jest monitorowanie obszaru w czasie rzeczywistym i lepsza ochrona tego cennego terenu. Zebrane dźwięki umożliwią także skuteczniejsze badanie bioróżnorodności w parku, gdzie wiele gatunków nadal nie jest rozpoznane. Za teren wybrano właśnie Białowieski Park Narodowy, ponieważ to jeden z ostatnich lasów pierwotnych w Europie, znajdujący się na Liście Światowego Dziedzictwa UNESCO i spisu ostoi ptaków IBA.

Nagroda za "Przeciwdziałanie Wykluczeniu Cyfrowemu" w ramach konkursu Bizneswoman Roku

Huawei Polska jest partnerem Fundacji Sukces Pisany Szminką, skupiającej się na promocji przedsiębiorczości kobiet w Polsce. Od 14 lat fundacja organizuje rozdanie nagród Bizneswoman Roku, w którym docenia polskie liderki i liderów wspierających równość i inkluzywność w biznesie. Huawei jest partnerem tego wydarzenia, a w 2020 roku zaproponował włączenie do konkursu specjalnej kategorii pod swoim patronatem pod hasłem: „Przeciwdziałanie wykluczeniu cyfrowemu”. W ramach tej kategorii Huawei nagradza przedsiębiorczynie i działaczki społeczne, które tworzą projekty służące włączeniu wszystkich do świata digitalowego. Ostatnia edycja konkursu zebrała rekordową liczbę 1300 zgłoszeń, czyli o 30% więcej niż w ubiegłym roku.

European Leadership Academy

Latem 2022 roku odbyła się czwarta edycja European Female Leadership Academy in the Digital Age. 29 liderki – każda z innego kraju europejskiego – miała okazję wyjechać do Pragi, gdzie w towarzystwie topowych ekspertów doskonalili umiejętności potrzebne w cyfrowym świecie przyszłości. Panele, warsztaty i wykłady poświęcone były zarządzaniu pracą w grupie, skutecznemu argumentowaniu, cyberbezpieczeństwu czy kreatywnej empatii. W tym roku Huawei zaprosił także do udziału kandydatkę z Ukrainy i Bałkanów Zachodnich. Program służy umacnianiu roli kobiet, jako przyszłych liderki w branży ICT i poszerzaniu ich kompetencji cyfrowych, dając okazję do międzynarodowej wymiany doświadczeń. W 2022 roku Huawei wprowadził także dodatkową wersję konkursu służącą wspieraniu rozwoju liderki z obszarów wiejskich, która odbyła się w październiku w Hiszpanii.

Partnerstwo Huawei z Olimpiadami Specjalnymi

Już od 2019 Huawei jest sponsorem głównym Olimpiad Specjalnych – cyklu zawodów sportowych i kampanii społecznych, które służą przełamywaniu stereotypów i promowaniu akceptacji i integracji społeczności z niepełnosprawnością intelektualną. Huawei współuczestniczy w kampanii społecznej Olimpiad Specjalnych #GrajmyRazem, w ramach której sponsoruje treningi zawodników z niepełnosprawnością, a także obozy szkoleniowe czy zawody dla najmłodszych. W ramach kampanii Huawei wspiera także udział polskich zawodników w światowym wydaniu Igrzysk Olimpiad Specjalnych, które w tym roku odbędą się w Berlinie. W 2022 Huawei był także sponsorem Europejskiego Tygodnia Koszykówki Olimpiad Specjalnych, podczas którego w Polsce miało miejsce aż 9 regionalnych turniejów koszykówki, wzięło w nich udział 440 zawodniczek i zawodników z niepełnosprawnością intelektualną.

Współpraca Huawei z polskimi uczelniami w ramach ICT Academy i konkursu ICT Competition

Od 2019 roku Huawei organizuje ICT Academy i powiązany ICT Competition, aby wspierać polskie uczelnie, profesjonalnie szkoląc studentów z umiejętności niezbędnych do pracy w branży ICT. Na przełomie października i listopada poprzedniego roku Huawei odwiedził w ramach akademii

Politechnikę Poznańską, Uniwersytet Śląski, Technikum Łączności, Zespół Szkół Łączności w Poznaniu i Warszawską Wyższą Szkołę Informatyki, w których na co dzień pomaga rozwijać laboratoria i prowadzi certyfikowane kursy. Podczas jesiennego obozu szkoleniowego online dla studentów kierunków STEM, Huawei przeszkolił aż 1000 młodych talentów na temat technologii chmurowych, zarządzania danymi i sztucznej inteligencji, i wyróżnił 2 najlepsze uczelnie. Podczas ICT Competition najlepsi absolwenci akademii mogą zaprezentować zdobyte umiejętności podczas finałów krajowych, a później także globalnych. Dotychczas wzięło w nich udział 40 000 uczestników z ponad 8000 szkół.

Współpraca Huawei z Fundacją Perspektywy na rzecz edukacji technologicznej kobiet

Huawei prowadzi stałą współpracę z fundacją edukacyjną Perspektywy. Firma jest partnerem flagowego rankingu szkół i uczelni wyższych prowadzonego przez fundację, ale

także współpracuje z nią w ramach inicjatyw ulepszających i promujących edukację technologiczną licealistek i studentek w Polsce. Huawei wsparł jedną z najważniejszych konferencji branży IT dla kobiet w Europie – „Perspektywy Women in Tech Summit”. Dwa dni wykładów eksperckich i paneli dyskusyjnych zebrało w sumie aż 10 432 uczestników, w tym ponad 7 tys. na miejscu w Warszawie. Przedstawiciele Huawei prowadzili tech talks, warsztaty i sesje mentorskie, a Berta Herrero Estalyo z Huawei została jedną z 20 keynote speakerek.

#Raport2022

Premiera raportu odbyła się 17 kwietnia w Centralnym Domu Technologii w Warszawie. Materiał ukazał się wyłącznie w wersji elektronicznej i jest dostępny pod adresem odpowiedzialnybiznes.pl/publikacje/raport-2022.

Prezentowane w publikacji działania dostępne są również w wyszukiwarce dobrych praktyk na stronie: odpowiedzialnybiznes.pl/dobre-praktyki/.



Huawei projects featured in Responsible Business Forum report for third consecutive year



The 21st edition of the report "Responsible Business in Poland. Good Practices" published by the Responsible Business Forum (FOB) included Huawei projects again. 8 campaigns implemented by the company in 2022 were recognized in the largest review of CSR and sustainable development initiatives in Poland.

Traditionally, the basis for conducting the classification process of CSR initiatives is the ISO 25000 standard, which is the core of the publication. According to it, the activities presented in the FOB report are grouped. Most of Huawei's projects dominated two areas of ISO 26000 - community involvement and development and the environment.

The fact that for the third year in a row Huawei's projects have been noticed and appreciated in the Responsible Business Forum Report fills me with great joy and gratitude. This is a great honor for us and a valuable proof that our

efforts in the field of responsible business are visible and appreciated. We are proud of our ongoing work to implement innovative solutions and programs that contribute to social and economic transformation in Poland. We are very happy to share our achievements with others and to be part of the leading group of responsible businesses in Poland. - says Ryszard Hordyński, Director of Strategy and Communications at Huawei Poland.

AMONG THE CAMPAIGNS HIGHLIGHTED IN THE REPORT WERE:

9th Polish edition of Huawei's Seeds For The Future program

In 2022, Huawei conducted the 9th edition of the scholarship educational program Seeds For The Future, aimed at students from Poland. During 8 days of courses, students were introduced to expert knowledge of new technologies such as artificial intelligence, 5G and cloud

solutions, while expanding their leadership skills. A huge success of the 9th edition was the fact that as many as 68% of the participants were women. Participation in the program also resulted in a Polish team being placed in the European TOP 6 in the Tech4Good competition. The Poles proposed an application that would connect farmers with a target customer. Team members traveled to Athens, where they continued their participation in the program for 3 days, at the Final Gala and the international Huawei Talent Summit conference.

Huawei Startup Challenge 2 - #TechForBetterPlanet & Huawei Startup Challenge 3 - #TechForBetterHealth

Two editions of the Huawei Startup Challenge, a unique competition for startups organized jointly with Startup Academy, also qualified for the report. The second edition of the initiative was held under the banner #TechForBetterPlanet, and its goal was to, on the one hand, help the development of Polish innovative startups that are at the beginning of a green revolution, and on the other hand, to support the implementation of the adopted UN Sustainable Development Goals in relation to climate and environmental challenges. The theme of the third edition of the competition became medtech. This time, the jury of the competition was looking for the most innovative startups of positive impact, implementing technologies under the theme #TechForBetterHealth, because healthcare needs technological improvements to operate more efficiently, as the time of the pandemic best demonstrated. Huawei awarded the three winning startups in both editions with cash prizes worth 40, 60 and 100 thousand PLN. The grants will be used by the winners to further expand their businesses and invest in their development. The winner of the Huawei Startup Challenge 2 was Dynamic Air Cooling with its design for a cooling device that completely eliminates harmful CFCs. First place in the latest edition of the competition went to startup Clebre, a personal system for diagnosing and treating sleep and breathing disorders.

Huawei Tech4All in Bialowieza Natural Park

In 2022, Huawei's global Tech4All program was adopted in Poland's Bialowieza Forest. As part of the global initiative, Huawei is promoting the use of technology for 4 pillars: development, education, health and environment. In cooperation with startup Rainforest Connection, Huawei has placed 70 offline devices, "AudioMoth Edges" with full-spectrum ultrasonic and audible sounds, and 3, "Nature Guardians". These solar-powered integrated tools collect animal sounds, then send them to the cloud, where artificial intelligence later analyzes them. This makes it possible to monitor the area in real time and better protect this valuable area. The collected sounds will also enable a more effective study of biodiversity in the park, where many species are still unrecognized. Bialowieza National Park was chosen as the site, as it is one of the last primeval forests in Europe, included in the UNESCO World Heritage List and the IBA bird sanctuary inventory.

Award for "Counteracting Digital Exclusion" in the Businesswoman of the Year competition.

Huawei Poland is a partner of the "Sukces Pisany Szminką" Foundation, which focuses on promoting female entrepreneurship in Poland. For 14 years, the foundation has been organizing the Businesswoman of the Year Awards, in which it recognizes Polish women leaders who support equality and inclusivity in business. Huawei is a partner of this event, and in 2020 it proposed to include a special category under its auspices under the name: "Counteracting digital exclusion". Under this category, Huawei awards female entrepreneurs and social activists who create projects to include everyone in the digital world. The latest edition of the competition attracted a record 1,300 entries, 30% more than last year.

European Leadership Academy

The fourth edition of the European Female Leadership Academy in the Digital Age took place in the summer of 2022. 29 female leaders - each from a different European country - had the opportunity to travel to Prague, where, in the company of top experts, they improved the skills needed in the digital world of the future. Panels, workshops and lectures focused on teamwork management, effective argumentation, cyber security or creative empathy. This year Huawei also invited a female candidate from Ukraine and the Western Balkans to participate. The program serves to strengthen the role of women as future leaders in the ICT industry and expand their digital competencies, providing an opportunity for international experience sharing. In 2022, Huawei also introduced an additional version of the competition to support the development of female leaders from rural areas, which was held in October in Spain.

Huawei's partnership with Special Olympics

Since 2019, Huawei has been the main sponsor of Special Olympics, a series of sports competitions and social campaigns that serve to break stereotypes and promote the acceptance and social integration of people with intellectual disabilities. Huawei participates in the Special Olympics social campaign #GrajmyRazem, under which it sponsors training for athletes with disabilities, as well as training camps or competitions for the youngest. As part of the campaign, Huawei also supports the participation of Polish athletes in the world edition of the Special Olympics, which this year will be held in Berlin. In 2022 Huawei also sponsored the European Special Olympics Basketball Week, during which as many as 9 regional basketball tournaments took place in Poland, with 440 athletes with intellectual disabilities participating.

Huawei's cooperation with Polish universities as part of ICT Academy and ICT Competition

Starting in 2019, Huawei has been organizing an ICT Academy and related ICT Competition to support Polish universities, professionally training students with the skills

needed to work in the ICT industry. In late October/early November of the previous year, Huawei visited the Poznań University of Technology, the University of Silesia, the Technical College of Communications, the Complex of Communications Schools in Poznań and the Warsaw School of Information Technology as part of the academy, where it helps develop laboratories and conducts certified courses on a daily basis. During an online training camp for STEM majors in the fall, Huawei trained as many as 1,000 young talents on cloud technology, data management and artificial intelligence, and recognized the top 2 universities. During the ICT Competition, the best academy graduates can showcase the skills they've acquired at national, and later global finals. So far, 40,000 participants from more than 8,000 schools have taken part.

Huawei's collaboration with the Perspectives Foundation for women's technology education

Huawei has an ongoing partnership with the Perspektywy educational foundation. The company is a partner of the foundation's flagship ranking of schools and universities,

but also cooperates with the foundation on initiatives to improve and promote technology education for female high school and university students in Poland. Huawei supported one of the most important IT industry conferences for women in Europe - the, Perspectives Women in Tech Summit". Two days of expert lectures and panel discussions brought together as many as 10,432 participants, including more than 7,000 on-site in Warsaw. Huawei representatives led tech talks, workshops and mentoring sessions, and Berta Herrero Estalyo of Huawei was one of 20 keynote speakers.

#2022Report

The premiere of the report took place on April 17th at the Central House of Technology in Warsaw. The material was published in electronic version only and is available at: odpowiedzialnybiznes.pl/publikacje/raport-2022.

The activities presented in the publication are also available in the good practices search engine at: odpowiedzialnybiznes.pl/dobre-praktyki/.



Inspiruj(SI)ę w Dzień bez Śmiecenia!

Już 11 maja rusza 17. edycja kampanii Dzień bez Śmiecenia, prowadzonej przez Rekopól OOO S.A. Pod hasłem „Inspiruj(SI)ę!” organizatorzy zachęcają do promowania prawidłowych postaw ekologicznych w środowisku lokalnym.

Na stronie www.dzienbezsmiecenia.pl na zainteresowanych czeka dawka ekologicznej wiedzy, wiele ciekawych i inspirujących materiałów edukacyjnych, a na najbardziej zaangażowanych - konkurs z atrakcyjnymi nagrodami – między innymi rowerami górskimi.

Z roku na rok świadomość ekologiczna mieszkańców Polski wzrasta. Z badania przeprowadzonego na zlecenie Ministerstwa Klimatu i Środowiska wynika, że aż 96% Polaków deklaruje, że segreguje odpady w domu. Ponadto najczęściej badanych jako największe problemy środowiska naturalnego w Polsce wskazuje zanieczyszczenie powietrza (56%) oraz kolejno problem śmieci (51%) oraz zanieczyszczenie wód i problemy z wodą (42%)¹.

Między innymi dlatego każdego roku, przy okazji Dnia bez Śmiecenia, powstawało wiele materiałów edukacyjnych. Teraz nadszedł czas na ich kreatywne wykorzystanie. Organizatorzy w tegorocznej edycji oddają pole do popisu mieszkańcom. Każdy ma możliwość pobrania interesujących materiałów edukacyjnych, przeprowadzenia działania edukacyjnego edukującego innych oraz wygrania rowerów i innych gadżetów. Od 24 kwietnia na stronie kampanii www.dzienbezsmiecenia.pl dostępne są szczegółowe informacje wraz z formularzem konkursowym. Na zwycięzców czeka aż 6 rowerów górskich i 40 plecaków z eko-zawartością!



Dzień bez Śmiecenia² co roku dociera z przekazem edukacyjnym do milionów odbiorców. W działania włączają się placówki oświatowe, samorządy, osoby prywatne a także przedstawiciele biznesu. Jak co roku powstała specjalna elektroniczna kartka, którą przesłać można znajomym z zachęceniem do odwiedzenia strony kampanii.

Jak można włączyć się w obchody Dnia bez Śmiecenia?

- Od 24 kwietnia weź udział w **konkursie** i pokaż, że Ty też masz wpływ na postawy innych! Pobierz bezpłatne materiały edukacyjne **na** www.dzienbezsmiecenia.pl, zainspiruj innych, pochwal się w formularzu konkursowym i zgarniaj nagrody!
- Pobierz tegoroczną wizytówkę akcji: **kartkę elektroniczną Dnia Bez Śmiecenia**, z naszego FB: www.facebook.com/dzienbezsmiecenia albo ze strony: www.dzienbezsmiecenia.pl i przekazuj ją dalej.
- Wejdź na fanpage na facebooku: www.facebook.com/dzienbezsmiecenia **polub go** i zachęcaj do tego znajomych.
- **Zorganizuj** w swoim miejscu pracy, wspólnie z przyjaciółmi działania, które będą związane z tematyką Dnia Bez Śmiecenia. Jeżeli potrzebujesz wsparcia – napisz do organizatorów na: kontakt@ dzienbezsmiecenia.pl

Więcej informacji na temat Dnia bez Śmiecenia można znaleźć na: www.dzienbezsmiecenia.pl, www.facebook.com/dzienbezsmiecenia

¹ Badanie świadomości i zachowań ekologicznych mieszkańców Polski, Ministerstwo Klimatu i Środowiska, listopad 2022, <https://www.gov.pl/web/edukacja-ekologiczna/badania-swiadomosci-ekologicznej>

² www.dzienbezsmiecenia.pl

Get inspired on the No Waste Day!

The 17th edition of the No Waste Day campaign, conducted by Rekopol OOO S.A., will be launched on May 11. Under the slogan "Get Inspired!" the organizers encourage the promotion of correct ecological attitudes in the local environment.

At www.dzienbezsmiecenia.pl a dose of ecological knowledge, many interesting and inspiring educational materials await those interested, and for the most committed - a competition with attractive prizes - including mountain bikes.

From year to year, the ecological awareness of Polish residents is increasing. A survey commissioned by the Ministry of Climate and Environment shows that as many as 96% of Poles declare that they segregate waste at home. In addition, the largest number of respondents indicate air pollution (56%) as the biggest environmental problems in Poland, followed by the problem of garbage (51%) and water pollution and water problems (42%)¹.

This is one of the reasons why each year, on the occasion of the No Waste Day, a lot of educational materials were created. Now it's time to use them creatively. In this year's edition, the organizers are giving the field to residents. Everyone has the opportunity to download interesting educational materials, carry out an educational activity to educate others, and win bicycles and other gadgets. From April 24, the campaign website www.dzienbezsmiecenia.pl offers detailed information along with a contest form. Up to 6 mountain bikes and 40 backpacks with eco-content await the winners!

The No Waste Day² reaches millions of recipients every year with an educational message. Educational institutions, local governments, individuals and business representatives join the activities. As every year, a special electronic card was created, which can be sent to friends with an encouragement to visit the campaign website.

How can you join in the celebration of the No Waste Day?

- Beginning April 24, participate and show that you too have an impact on the attitudes of others! Download free educational materials at www.dzienbezsmiecenia.pl, inspire others, show off in the contest form and win prizes!
- Download this year's campaign business card - the No Waste Day e-card, from our FB: www.facebook.com/dzienbezsmiecenia or from: www.dzienbezsmiecenia.pl and pass it on.
- Go to the fanpage on Facebook: www.facebook.com/dzienbezsmiecenia, like it and encourage your friends to do the same.
- **Organize** activities in your workplace, together with your friends, which will be related to the theme of the Day Without Littering. If you need support - write to the organizers at: kontakt@ dzienbezsmiecenia.pl

For more information on the No Waste Day, please visit: www.dzienbezsmiecenia.pl, www.facebook.com/dzienbezsmiecenia

¹ <https://www.gov.pl/web/edukacja-ekologiczna/badania-swiadomosci-ekologicznej>
² www.dzienbezsmiecenia.pl



RELACJA Z MIPIM 2023 NAJWIĘKSZEGO WYDARZENIA W SEKTORZE NIERUCHOMOŚCI!

W dniach 14-17 marca w Cannes odbyły się największe światowe targi nieruchomości. Temat wiodący to innowacje i rozwiązania technologiczne, przyspieszające drogę do zrównoważonego rozwoju. MIPIM 2023 The Road to Zero to także uhonorowanie laureatów za najbardziej użyteczne, zrównoważone i wizjonerskie projekty.

MIPIM, summaryczne wydarzenie o wymiarze globalnym z zakresu nieruchomości zebrało pod jednym dachem czołowych międzynarodowych inwestorów. Spodziewano się, że na targach MIPIM 2023 w Cannes pojawi się ponad 23 000 osób delegatów z blisko 100 państw i 2400 wystawców. Oczekiwaniom stało się zadość gdyż konferencja liczyła znacznie więcej inwestorów niż w ubiegłych latach.

W tym roku MIPIM zainicjowało działanie nowego obszaru Road to Zero, które zgromadziło wszystkich kluczowych graczy sektora budowlanego zaangażowanych w ten proces: od zrównoważonych inwestorów, po deweloperów, przemysł, innowacyjne rozwiązania i dostawców. Strategia ma długoterminowy zakres i ambicje, biorąc pod uwagę czynniki napędzające zmiany, szanse i zagrożenia do roku 2050 i później.

Tematyka paneli dyskusyjnych MIPIM 2023 obejmowała na wstępie perspektywę liderów, gdzie uczestnicy podzielili się swoją historią i wizją. Następny etap to omówienie bieżących aktywów od biura po mieszkanie, od opieki zdrowotnej po logistykę i hotelarstwo. Kolejno omówiona została infrastruktura, a mianowicie stan sąsiednich branż, takich jak energetyka, transport, woda, odpady, kultura, centra danych i ich wpływ na nieruchomości. Panel dyskusyjny Geo Focus dał sposobność zanurzenia się w lokalne rynki głównie w zakresie technologii niskoemisyjnych. Dalsza tematyka sukcesywnie zmierzała do czołowego wątku Road to Zero czyli zmniejszenia emisji dwutlenku węgla w branży nieruchomości. Na ostatni plan wysunęło się praktyczne podejście do realizacji wyzwań branżowych. Na forum debaty wyłonione zostały historie współpracy odnoszącej się do projektów, które dzięki zastosowaniu proekologicznych rozwiązań pozwolą urzeczywistnić wizję przyszłej architektury.

Wyjawszy debatę węzłowym punktem MIPIM było uhonorowanie 12 najlepszych projektów z całego świata. Poza standardowymi kryteriami, w tym roku jury skupiło się na tym, jak projekty dążą do tego, by sprostać odpowiedzialnemu i zrównoważonemu rozwojowi. Na liście zwycięzców nie było niestety projektów z Polski, chociaż warto pamiętać, że warszawska Fabryka Norblina była nominowana aż w dwóch kategoriach. Wśród nagrodzonych inwestycji

znalazły się projekty z tak różnorodnych lokalizacji jak Chiny - najlepszy projekt w kategorii kultura, sport i edukacja, Niemcy - najlepszy projekt w kategorii hotelarstwo, turystyka i wypoczynek czy Holandia - najlepszy projekt mieszkaniowy. W odpowiedzi na wzrost alternatywnych rozwiązań oraz rosnących wymagań społeczności, branża budowlana nieustannie pracuje nad projektami deweloperskimi, takimi jak te nagradzane w różnych kategoriach.

Misją MIPIM jest fuzja wybitnych profesjonalistów chcących pozyskać kapitał dla rynków wschodzących oraz tych cieszących się ogromnymi atrybutami rozwojowymi. Profesjonaliści uznani za najbardziej prominentnych przedsiębiorców oraz pozostali uczestnicy mogą nawiązać wartościowe kontakty i zadbać o dalszy rozwój partnerstwa. Zauważalne zmiany stóp procentowych i utrzymująca się niepewność makroekonomiczna i geopolityczna, to ważny okres dla niezbędnych inwestycji kapitałowych i aktywizacji w obrębie działań na rzecz technologii niskoemisyjnego budownictwa. A targi są okazją dla tworzenia nowych rozwiązań w tym zakresie.



REPORT FROM MIPIM 2023

THE BIGGEST EVENT IN THE REAL ESTATE SECTOR!

The world's largest real estate fair took place in Cannes from March 14-17. The leading theme was innovation and technological solutions, accelerating the road to sustainability. MIPIM 2023 The Road to Zero also honored the winners for the most useful, sustainable and visionary projects.

MIPIM, a summative global real estate event, gathered leading international investors under one roof. More than 23,000 delegates from nearly 100 countries and 2,400 exhibitors were expected to attend MIPIM 2023 in Cannes. Expectations were met as the conference counted significantly more investors than in previous years.

This year, MIPIM launched the new Road to Zero area, which brought together all the key players in the construction sector involved in the process: from sustainable investors to developers, industry, innovative solutions and suppliers. The strategy has a long-term scope and ambition, taking into account the drivers of change, opportunities and threats until 2050 and beyond.

MIPIM 2023 panel discussion topics included a leadership perspective at the outset, where participants shared their story and vision. This was followed by a discussion of current assets from office to housing, from healthcare to logistics and hospitality. Infrastructure was discussed next, namely the state of neighboring industries such as energy, transportation, water, waste, culture, data centers and their impact on real estate. The Geo Focus panel discussion provided an opportunity to dive into local markets mainly in the area of low-carbon technologies. Further topics moved successively towards the leading thread of Road to Zero i.e. reducing carbon emissions in the real estate industry. A practical approach to meeting industry challenges came to the forefront. In the debate forum, stories of collaboration relating to projects that will make the vision of future architecture a reality through the use of green solutions emerged.

Excluding the debate, the nodal point of MIPIM was to honor the 12 best projects from around the world. In addition to the standard criteria, this year the jury focused on how projects strive to meet responsible and sustainable development. Unfortunately, there were no projects from Poland on the list of winners, although it is worth remembering that Warsaw's Norblin Factory was nominated in as many as two categories. Among the awarded investments were projects from such diverse locations as China - the best project in the culture, sports and education category,

Germany - the best project in the hospitality, tourism and leisure, or the Netherlands - best residential project.

In response to the growth of alternatives and the increasing demands of the community, the construction industry is constantly working on development projects such as those awarded in various categories.

MIPIM's mission is to fuse outstanding professionals looking to raise capital for emerging markets and those enjoying tremendous development attributes. Professionals recognized as the most prominent entrepreneurs and other participants can make valuable contacts and ensure that the partnership continues to grow. Noticeable changes in interest rates and continued macroeconomic and geopolitical uncertainty, this is an important period for necessary capital investment and activation within the low-carbon construction technology efforts. And the fair is an opportunity to create new solutions in this area.



RELACJA Z XIV EDYCJI KONFERENCJI INFRASTRUKTURA POLSKA I BUDOWNICTWO!

21 marca w hotelu Sheraton Grand Warsaw odbyła się XIV edycja konferencji organizowanej przez Executive Club - „Infrastruktura Polska i Budownictwo”. Podczas czterech paneli dyskusyjnych oraz trzech prezentacji, zaproszeni eksperci omówili najważniejsze kwestie dotyczące sektora budowlanego, kolejowego, transportowego oraz infrastrukturalnego. Zwieńczeniem wydarzenia była uroczysta gala podczas której rozdane zostały „Diamenty Infrastruktury i Budownictwa” dla najbardziej wyróżniających się podmiotów w branżach. Konferencja odbyła się pod patronatem honorowym Ministerstwa Infrastruktury, Ministerstwa Klimatu i Środowiska oraz Ministerstwa Funduszy i Polityki Regionalnej.

Wydarzenie zainaugurowało wystąpienie gościa specjalnego - dr hab. **Waldemara Rogowskiego** - Głównego Analityka, Grupy BIK, który omówił kwestie związane z sytuacją na rynku kredytów mieszkaniowych i jej wpływu na rynek mieszkaniowy. Przedstawił również aktualną sytuację na rynku kredytów hipotecyjnych, wskazując na trendy i prognozy dotyczące ich dostępności i kosztów.

Po wystąpieniu płynnie przeszliśmy do pierwszego panelu dyskusyjnego pt. „**Zamówienia publiczne**”, którego moderatorem była Pani **Anna Prigan**, Radca Prawny, Partner, Kancelaria Wardyński i Wspólnicy. Udział w dyskusji wzięli: **Anna Łopaciuk**, Dyrektor Programu Infrastruktura, Transport i Logistyka, Menedżer w Departamencie Relacji Strategicznych, Bank Gospodarstwa Krajowego, **Hubert Nowak**, Prezes, Urząd Zamówień Publicznych, **Jan Styliński**, Prezes Zarządu, Polski Związek Pracodawców Budownictwa, **Przemysław Szulfer**, Dyrektor ds. Skarbowości i Administracji, Warbud, **Bartosz Tokarski**, Lider Techniki Finansowej, Zastępca Dyrektora Biura Ubezpieczeń Klientów Strategicznych, EIB.

Eksperti poddali pod dyskusję nowelizację prawa zamówień publicznych, komentując jednocześnie kondycję polskiego budownictwa. Zgodnie z opinią prelegentów, w celu realizacji inwestycji publicznych, trzeba podołać wyzwaniom związanym z sytuacją na rynku. W tym kontekście, prelegenci omówili kwestię waloryzacji wynagrodzenia wykonawcy wobec wzrostów cen oraz warunki umożliwiające dokończenie rozpoczętych projektów, aby firmy nie musiały schodzić z placu budowy. Mówcy jednogłośnie podkreślili, że efektywna współpraca między sektorem publicznym i prywatnym w postaci PPP stanowi skuteczną metodę na pozyskanie środków na rozwój polskiej infrastruktury. Jednakże, aby wykorzystać tę metodę w pełni, konieczne jest dokładne zarządzanie ryzykiem inwestycji infrastrukturalnych.

Po krótkiej przerwie networkingowej swoją prezentację pt. „Model, koszty i czas – korzyści łączenia danych w metodologii 5D BIM” przedstawiła **Ewa Giniewska** - Business Development Executive MTWO, SoftwareOne. W wystąpieniu zaprezentowała praktyczne przykłady zastosowania tej metodologii w projektach budowlanych, pokazując korzyści wynikające z jej stosowania, takie jak minimalizacja ryzyka wystąpienia błędów i opóźnień, a także redukcja kosztów. Ponadto, podkreśliła znaczenie zastosowania odpowiedniego oprogramowania oraz umiejętności pracy z danymi dla efektywnego wykorzystania tej metodologii.

Po wystąpieniu Pani Ewy, przyszedł czas na drugi panel dyskusyjny pt. „**Infrastruktura drogowa**”, którego moderatorem był dr hab. inż. **Janusz Rymsza**, prof. IBDiM, Zastępca Dyrektora ds. Naukowych i Systemów Zarządzania. Udział w dyskusji wzięli: **Jakub Saloni**, CEO, Menard, **Kamil Simka**, Wiceprezes Zarządu, Dyrektor Regionu Północ, Eurovia Polska, **Michał Ziajowski**, Członek Zarządu, Dyrektor Zarządzający LSO, Aebi Schmidt, **Tomasz Żuchowski**, p.o. Generalnego Dyrektora Dróg Krajowych i Autostrad.

Dyskusja dotyczyła między innymi możliwości uniknięcia zapaści w budownictwie, związanej z niedoborem funduszy oraz wykwalifikowanych pracowników. W trakcie dyskusji poruszono także kwestię rosnących kosztów budowy, w tym kosztów materiałów oraz wysokich wynagrodzeń pracowników branży budowlanej. Panel ten pozwolił na zidentyfikowanie problemów oraz szans związanych z przyszłością polskiego budownictwa infrastrukturalnego. Dyskusja pokazała, że w branży budowlanej istnieją trudności, ale także możliwości rozwoju, które należy wykorzystać w sposób odpowiedzialny i zrównoważony.

Po przerwie lunchowej nadszedł czas na panel trzeci: „**Infrastruktura kolejowa i transport**”. Moderator dyskusji **Maciej Ziomek**, CFA, EY Polska, Strategia i Transakcje, Lider Doradztwa w sektorach Transportu i Infrastruktury, Associate Partner, zaprosił na scenę panelistów, wśród których byli: dr inż. **Jerzy Lejk**, Prezes Zarządu, Metro Warszawskie, dr **Jakub Majewski**, Prezes Zarządu, Fundacja „Pro Kolej”, **Artur Martyniuk**, Prezes Zarządu, Dyrektor Generalny, Polregio, **Jarosław Oniszczyk**, Członek Zarządu, PKP Intercity, **Marcin Treła**, Wiceprezes, Urząd Transportu Kolejowego.

Podczas dyskusji panelowej omawiano program Kolej Plus i jego wpływ na rozwój kolei oraz to, czy inwestycje wpłyną na wzrost komfortu podróży pasażerów i pomogą w walce

z wykluczeniem komunikacyjnym. Dyskutowano także na temat potrzeb i kierunków inwestycji w kolei, finansowania i budowy nowych trakcji, inwestycji w tabor oraz punktów ich utrzymania. Ważnym tematem były także rozwiązania wspierające cyfrową transformację kolei. Eksperti próbowali odpowiedzieć na pytanie, jakie nowe technologie mogą przyczynić się do rozwoju zintegrowanej i bezpiecznej infrastruktury. Panel podsumowano dyskusją na temat sposobów zachęcania ludzi do korzystania z kolei oraz metra.

Po krótkiej przerwie networkingowej swoją prezentację pt. "Dlaczego podejmowanie decyzji w oparciu o dane jest drogą do sukcesu (wykorzystanie przewagi danych)" przedstawił **Remigiusz Pyska** - Country Leader MTWO, SoftwareOne. W wystąpieniu podkreślił znaczenie wykorzystania danych w podejmowaniu decyzji biznesowych. Wskazał, że przewaga konkurencyjna w dzisiejszych czasach polega na umiejętności korzystania z danych i ich właściwej interpretacji. Zwrócił również uwagę na istotę cyberbezpieczeństwa w kontekście przechowywania i wykorzystywania danych oraz na znaczenie odpowiedniego zarządzania nimi.

Czwartą, ostatnią w tym dniu dyskusję panelową pt. "Zielone budownictwo" moderowała Pani **Aleksandra Przywózka**, Architektka i Project Manager w APA Wojciechowski Architekci, doktorantka na Wydziale Architektury Politechniki Warszawskiej. Ekspertami ostatniego panelu byli: Dr inż. **Andrzej Maciej Czapczuk**, V-ce Prezes Zarządu i Dyrektor Generalny F.B.I. TASBUD, Prezes Zarządu TASBUD SVERIGE AB, **Maciej Kopański**, Investment Director, Baltcap, **Łukasz Marcinkiewicz**, Dyrektor Generalny LHE i Rozwiązań dla Infrastruktury Lafarge, **Artur Michalski**, Wiceprezes Zarządu, Narodowy Fundusz Ochrony Środowiska i Gospodarki Wodnej, Dr inż. **Artur Pollak**, Prezes Zarządu, APA Group.

Eksperti omówili korzyści wynikające z transformacji sektora budownictwa w kierunku gospodarki obiegu zamkniętego. Podniesienie efektywności energetycznej oraz wykorzystanie OZE są kluczowymi wymaganiami dla osiągnięcia celów środowiskowych. Poruszono również temat zmian na rynku materiałów budowlanych w związku z wymogami dekarbonizacji oraz cele, jakie producenci materiałów budowlanych stawiają sobie w kontekście ochrony środowiska.

DIAMENTY INFRASTRUKTURY I BUDOWNICTWA

Po zakończeniu części merytorycznej konferencji Infrastruktura Polska i Budownictwo przyszedł czas na wieczorną galę, którą uroczystie otworzyli **Beata Radomska** - CEO, Executive Club. oraz prof. dr hab. **Michał Kleiber** - Przewodniczący Rady Executive Club, Przewodniczący Polskiego Komitetu ds. Unesco, Kawaler Orderu Orła Białego.

Punktem kulminacyjnym Gali było rozdanie statuetek, w 9 Kategoriach Konkursowych, które uhonorowały najlepsze przedsiębiorstwa oraz wybitnych menedżerów i liderów biznesu. Dodatkowo wręczona została 1 nagroda specjalna: **Firma odpowiedzialna społecznie**.

Autor:
Anastazja Lach, Redaktorka prowadząca Executive Magazine

Wśród laureatów konkursu znaleźli się:

- **REALIZACJA ROKU:**
Budownictwo kubaturowe:
Laureat: **Warbud**
Wyróżnienie: **Unibep**

Budownictwo drogowe:
Laureat: **Strabag**
Wyróżnienie: **Eurovia**
- **DORADCA TECHNICZNY ROKU:**
Sweco Polska
- **LIDER CHEMII BUDOWLANEJ:**
Sika Poland
- **LIDER ZIELONEGO BUDOWNICTWA:**
Laureat: **Lafarge**
Wyróżnienie: **ONDE**
- **DORADCA ROKU:**
Kancelaria Wardyński i Wspólnicy
- **LIDER USŁUG FINANSOWYCH DLA BUDOWNICTWA:**

Sektor Bankowy
Laureat: **Bank Gospodarstwa Krajowego**
Wyróżnienie: **Europejskiego Banku Inwestycyjnego**

Sektor Ubezpieczeniowy
Uniqa
- **SPÓŁKA KOLEJOWA ROKU:**
Metro Warszawskie
- **SPÓŁKA BUDOWLANA ROKU:**
Mirbud
- **OSOBOWOŚĆ ROKU:**

Osobowość Roku – Sektor Kolejowy
Artur Martyniuk, Prezes Zarządu Polregio S.A.

Osobowość Roku – Sektor Budowlany
Nicolas Dépret, Prezes Zarządu Eurovia i Warbud
- **NAGRODA SPECJALNA:**
Firma odpowiedzialna społecznie
PKP Intercity



PARTNERZY KONFERENCJI / PARTNERS

PATRONI HONOROWI / HONORARY PATRONS



PARTNERZY GŁÓWNI / MAIN PARTNERS



PARTNER ZŁOTY / GOLD PARTNER



PARTNERZY / PARTNERS



PARTNERZY GALI / GALA PARTNERS



PATRON SPOŁECZNY KONFERENCJI SOCIAL PARTNERS



PARTNER MERYTORYCZNY CONTENT PARTNER



PARTNER TECHNICZNY TECHNICAL PARTNER



GŁÓWNI PATRONI MEDIALNI MAIN MEDIA PATRONS





REPORT FROM THE 14TH EDITION OF THE POLISH INFRASTRUCTURE AND CONSTRUCTION CONFERENCE!

In March 21, took place the 14th edition of the "Polish Infrastructure and Construction" at the Sheraton Grand Warsaw hotel. During four discussion panels and three presentations, the invited experts discussed the most important issues concerning the construction, railway, transport and infrastructure sectors. The culmination of the events was a ceremonial gala during which "Diamonds of Infrastructure and Construction" were awarded to the most outstanding entities in the industry. The conference is under the honorary patronage of the Ministry of Infrastructure, the Ministry of Climate and Environment and the Ministry of Development Funds and Regional Policy.

The event was inaugurated by a special guest - dr hab. **Waldemar Rogowski** - Chief Analyst, BIK Group, who discussed issues related to the housing loan market and its impact on the housing market. He also presented current situation in the mortgage market, pointing out trends and forecasts regarding their availability and cost.

After the speech, we smoothly moved on to the first discussion panel named "Public Procurement", moderated by **Anna Prigan**, Attorney-at-law, Partner, Wardyński & Partners. The discussion participation included: **Anna Łopaciuk**, Director of the Infrastructure, Transport and Logistics Programme, Manager in the Strategic Relations Department, Bank Gospodarstwa Krajowego, **Hubert Nowak**, President, Public Procurement Office, **Jan Styliński**, President of the Management Board, Polish Association of Construction Employers, **Przemysław Szulfer**, Director of Treasury and Administration, Warbud, **Bartosz Tokarski**, Leader of Financial Technology, Deputy Director of the Strategic Clients Insurance Office, EIB.

Experts have commented on the amendment of public law, commenting on the amendments to the Polish construction industry. According to the speakers, in order to implement public investments, it is necessary to meet the best challenges on the market. In this context, the speakers described the valorization of contractors in the face of price increases and the conditions for the completion of started projects so that building companies wouldn't have to leave the construction site. The speakers unanimously emphasized that effective cooperation between the public and private sectors in the form of PPP is a tool for raising funds for the development of Polish infrastructure. In addition, in order to use this function fully, it is necessary to support the management of infrastructure investments.

After a short networking break, the presentation named "Model, costs and time - the benefits of combining data in the 5D BIM methodology" was presented by **Ewa Giniewska** - Business Development Executive MTWO, SoftwareOne. In her speech, she presented practical examples of using this methodology in construction projects, showing the benefits of its use, such as minimizing the risk of errors and delays, as well as reducing costs. In addition, she emphasized the importance of the use of appropriate software and the ability to work with data for the effective use of this methodology.

After Ewa Giniewska's speech, it was time for the second discussion panel entitled "Road infrastructure", moderated by dr hab. Eng. **Janusz Rymśa**, prof. IBDiM, Deputy Director for Research and Management Systems. The discussion was attended by: **Jakub Saloni**, CEO, Menard, **Kamil Simka**, Vice-President of the Management Board, Director of the North Region, Eurovia Polska, **Michał Ziajowski**, Member of the Management Board, Managing Director of LSO, Aebi Schmidt, **Tomasz Żuchowski**, acting as General Director of National Roads and Motorways.

The discussion mainly concerned the possibility of avoiding collapse in the construction industry, related to the shortage of funds and qualified employees. During the discussion, the issue of rising construction costs, including the cost of materials and high salaries of construction industry employees, was also raised. This panel allowed to identify problems and opportunities related to the future of Polish infrastructural construction. The discussion showed that there are difficulties in the construction industry, but also development opportunities that should be used in a responsible and sustainable way.

After the lunch break, it was time for the third panel: "Railway infrastructure and transport". The moderator of the discussion, **Maciej Ziomek**, CFA, EY Polska, Strategy and Transactions, Advisory Leader in the Transport and Infrastructure Sectors, Associate Partner, invited panellists, among whom were: PhD Eng. **Jerzy Lejk**, President of the Management Board, Metro Warszawskie, Dr. **Jakub Majewski**, President of the Management Board, "Pro Kolej" Foundation, **Artur Martyniuk**, President of the Management Board, General Director, Polregio, **Jarosław Oniszczyk**, Member of the Management Board, PKP Intercity, **Marcin Treła**, Vice President, Office of Rail Transport.

During the panel discussion, the Kolej Plus program and its impact on the development of railways were discussed, as well as whether the investments will increase the comfort of travel for passengers and help in the fight against transport exclusion. The needs and ways of investments in railways, financing and construction of new tractions, investments in rolling stock and maintenance points were also discussed. Solutions supporting the digital transformation of railways were also an important topic. Experts tried to answer the question of how new technologies can contribute to the development of an integrated and secure infrastructure. The panel was concluded with a discussion on how to encourage people to use rail and metro.

After a short networking break, the presentation named "Why making decisions based on data is the way to success (using the advantage of data)" was presented **Remigiusz Pyszka** - Country Leader MTWO, SoftwareOne. In his speech, he emphasized the importance of using data in making business decisions. He pointed out that today's competitive advantage lies in the ability to use data and their proper interpretation. He also drew attention to the essence of cybersecurity in the context of data storage and use and the importance of proper data management.

The fourth and last panel discussion of the day named "**Green construction**" was moderated by **Aleksandra Przywózka**, Architect and Project Manager at APA Wojciechowski Architekci, PhD student at the Faculty of Architecture of the Warsaw University of Technology. The experts of the last panel were: Dr. Eng. **Andrzej Maciej Czapczuk**, Vice President of the Management Board and General Director of F.B.I. TASBUD, President of the Management Board of TASBUD SVERIGE AB, **Maciej Kopański**, Investment Director, Baltcap, **Łukasz Marcinkiewicz**, General Director of LHE and Lafarge Infrastructure Solutions, Artur Michalski, Vice-President of the Management Board, National Fund for Environmental Protection and Water Management, Dr inż. **Artur Pollak**, President of the Management Board, APA Group.

Experts discussed the benefits of transforming the construction sector towards a circular economy. Increasing energy efficiency and the use of RES are key requirements for achieving environmental goals. The subject of changes on the market of building materials in connection with the requirements of decarbonization and the goals that manufacturers of building materials set for themselves in the context of environmental protection were also discussed.

INFRASTRUCTURE AND CONSTRUCTION DIAMONDS

After the substantive part of the Polish Infrastructure and Construction conference, it was time for the evening gala, which was officially opened by **Beata Radomska** - CEO, Executive Club. and Prof. dr hab. **Michał Kleiber** - Chairman of the Executive Club Council, Chairman of the Polish Committee for UNESCO, Knight of the Order of the White Eagle.

The culminating point of the Gala was the awarding of statuettes in 9 Competition Categories, which honored the best enterprises as well as outstanding managers and business leaders. In addition, first special prize was awarded: **A socially responsible company.**

Author:

Anastazja Lach, Editor-in-Chief of Executive Magazine

The winners of the competition were:

- **REALIZATION OF THE YEAR**

Cubature construction:

Winner: **Warbud**

Honorable mention: **Unibep**

Road construction:

Winner: **Strabag**

Honorable mention: **Eurovia**

- **TECHNICAL ADVISOR OF THE YEAR:**
Sweco Poland

- **CONSTRUCTION CHEMISTRY LEADER:**
Sika Poland

- **GREEN BUILDING LEADER:**
Winner: **Lafarge**
Honorable Mention: **ONDE**

- **ADVISOR OF THE YEAR:**
Wardyński & Partners Law Firm

- **LEADER OF FINANCIAL SERVICES FOR CONSTRUCTION:**

Banking sector

Winner: **Bank Gospodarstwa Krajowego**

Honorable Mention: **European Investment Bank**

Insurance Sector

Uniqa

- **RAILWAY COMPANY OF THE YEAR:**
Warsaw Metro

- **CONSTRUCTION COMPANY OF THE YEAR:**
Mirbud

- **PERSONALITY OF THE YEAR:**

Personality of the Year - Railway Sector

Artur Martyniuk, President of the Management Board of Polregio S.A.

Personality of the Year - Construction Sector

Nicolas Dépret, President of the Management Board of Eurovia and Warbud

- **SPECIAL AWARD:**
A socially responsible company
PKP Intercity





Dbamy o zrównoważony rozwój Polski



Troska
o środowisko



Odpowiedzialność
społeczna



Odpowiedzialne
zarządzanie



XII EDYCJA

GREEN INDUSTRY

— S U M M I T —



18 PAŹDZIERNIKA 2023
SHERATON GRAND WARSAW