

KAMPANIA 17. CELÓW



KLUCZOWE DLA POLSKIEGO BIZNESU

CELE ZRÓWNOWAŻONEGO ROZWOJU
DIAGNOZA RADY 17

KAMPANIA 17. CELÓW

Kampania 17 Celów ma za zadanie zachęcić polski biznes do podjęcia działań na rzecz realizacji Celów Zrównoważonego Rozwoju i wykorzystania szans biznesowych płynących z Agendy 2030. W roku 2018 prowadzona jest II edycja kampanii pod hasłem 2018: Nowe Idee. Podczas Forum Inspiracji w Warszawie oraz cyklu warsztatów regionalnych Laboratorium 17 Celów wypracowane zostaną pomysły na działania firm w zakresie kluczowych Celów w Polsce. Przy kampanii została też powołana Rada 17, która opracowała pierwszą diagnozę kluczowych Celów dla polskiego biznesu. Kampania prowadzona jest w szerokim partnerstwie firm i instytucji i jest przykładem jak praktyce może wyglądać międzysektorowa współpraca na rzecz Agendy 2030.

MYŚLI PRZEWODNIE KAMPANII



Nowe Idee

Szukamy pomysłów na innowacyjne działania biznesu na rzecz Agendy 2030.



Praktyczne podejście

Wypracowujemy praktyczne narzędzia dla biznesu. Tworzymy platformy do działania – dajemy szansę włączenia się w konkretne inicjatywy.



Partnerstwo

Działamy w szerokiej koalicji parterów biznesowych i instytucjonalnych, pokazując jak w praktyce może być realizowane partnerstwo na rzecz Celów.

KAMPANIA 17 CELÓW – 2018: NOWE IDEE

24 KWIETNIA

Spotkanie Rady 17

Opracowanie pierwszej edycji diagnozy „Kluczowe Cele dla polskiego biznesu”

MAJ – CZERWIEC

Cykl tematycznych, regionalnych Laboratoriów 17 Celów



17 MAJA

Forum Inspiracji w Warszawie

25 WRZEŚNIA

Ogłoszenie Przewodnika Inspiracji będącego podsumowaniem kampanii
Ministerstwo Przedsiębiorczości i Technologii

PROMOCJA AGENDY 2030
Z PARTNERAMI
BIZNESOWYMI
I INSTYTUCJONALNYMI



Szanowni Państwo,
Z przyjemnością oddajemy w Państwa ręce pierwszą publikację tegorocznej edycji Kampanii 17 Celów. Stanowi ona podsumowanie prac Rady 17: diagnozę priorytetowych dla polskiego biznesu Celów Zrównoważonego Rozwoju.
W roku 2018 Kampanię 17 Celów prowadzimy pod hasłem „Nowe Idee”. Dzięki zeszłorocznej odsłonie Kampanii, której przyświecała idea partnerstwa, już wiemy, że biznes w Polsce chce być aktywnie zaangażowany w realizację Agendy 2030. Potrzebuje natomiast odpowiedzialnej strategii oraz pomysłów na innowacyjne, skuteczne działania, aby być w stanie odpowiedzieć na ogrom zróżnicowanych zadań sformułowanych w Agendzie.
Z tego powodu tegoroczną edycję Kampanii postanowiliśmy rozpocząć powołaniem Rady 17 – ciała doradczego składającego się z 17 ekspertów i ekspertek, którzy posiadają kompetencje w różnorodnych obszarach i analizują Agendę 2030 z rozmaitych, uzupełniających się perspektyw. Zdiagnozowali oni kluczowe Cele, w realizację których powinny się zaangażować przedsiębiorstwa w Polsce, aby skutecznie odpowiedzieć na najbardziej palące potrzeby społeczne i środowiskowe przy jednoczesnym odpowiedzialnym rozwoju biznesowym.

Diagnoza Rady 17 ma za zadanie pomóc firmom wypracować swoje strategię działań na rzecz Agendy. Znajdą ją Państwo w niniejszej publikacji. Mamy nadzieję, że okaże się pomocna.
Podczas nadchodzących wydarzeń Kampanii 17 Celów – Forum Inspiracji w Warszawie oraz cyklu konferencji regionalnych Laboratorium 17 Celów – chcemy wykorzystać diagnozę do pójścia o krok dalej. Wypracowywać będziemy pomysły konkretnych działań w wybranych przez Radę 17 obszarach priorytetowych. Będziemy też tworzyć platformy do współpracy firm w tych obszarach. Zachęcamy Państwa do wzięcia udziału w wydarzeniach i włączenia się w nowopowstające inicjatywy. Podstawą realizacji Agendy 2030 jest bowiem współpraca. Ta idea towarzyszy nam od początku naszych działań na rzecz Celów Zrównoważonego Rozwoju.

Do zobaczenia podczas nadchodzących wydarzeń Kampanii 17 Celów!

Małgorzata Greszta
Partner Zarządzający
CSR Consulting



CELE ZRÓWNOWAŻONEGO ROZWOJU: SZANSA NA NOWE OTWARCIE

Firmy, także polskie, odkrywają potencjał tkwiący w 17 Celach Zrównoważonego Rozwoju. Wiele przedsiębiorstw podejmuje inspirujące, innowacyjne działania, które łączą rozwój biznesu z realną zmianą społeczną. Agenda 2030 jest szansą – wciąż nie dość docenianą – na to, by wokół niej budować zupełnie nowe, przełomowe modele biznesowe.

Świat nigdy nie zmieniał się tak dynamicznie jak dziś. To, co łączy wiele firm, to niepokój czy ukształtowany przez lata model zarządzania, wiodące produkty i strategię wytrzymają próbę czasu. Nowe trendy – technologiczne, społeczne, polityczne – sukcesywnie kruszą fundamenty dotychczasowego podejścia do zarządzania. Każdy dzień może bowiem przynieść innowację, która diametralnie zmieni realia gry. Jak zredukować ten niepokój? Jak rozwijać długofalowo swój biznes? Na czym go osadzić? Gdzie szukać źródeł nowych wartości? Jak skutecznie tworzyć przełomowe innowacje (ang. disruptive innovations)? Odpowiedź jest z pozoru prosta: wszechobecną niepewność mogłoby zminimalizować uczynienie Celów Zrównoważonego Rozwoju (ang. Sustainable Development Goals, SDGs) kotwicą swojej wieloletniej strategii. Dlaczego? Przede wszystkim dlatego, że SDGs stanowią mapę realnych potrzeb całych społeczeństw. A przecież liderzy biznesu swoją pozycję rynkową budują na tym, że potrafią lepiej niż inni odpowiadać na potrzeby konsumentów. Oczywiście, SDGs definiują „konsumentów” znacznie szerzej – nie tylko jako odbiorców towarów i usług, ale także pracowników, członków lokalnych społeczności, użytkowników środowiska naturalnego. Podsuwają tym samym niemal gotowy przepis na to, jak budować efektywne, stabilne, zrównoważone modele biznesowe.

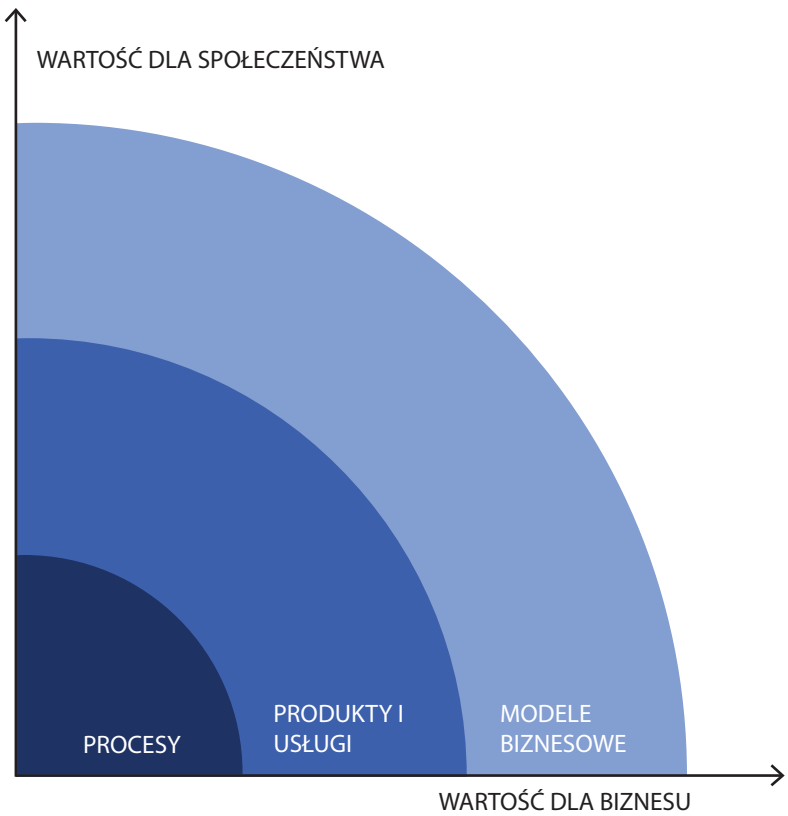
Równie ważnym aspektem jest to, że SDGs rysują nowe ramy biznesowego działania. Dają odpowiedź na to, jak – z korzyścią dla swojego biznesu – inkorporować najważniejsze współczesne zjawiska, procesy i trendy: nowe modele energetyczne oparte na OZE, gospodarkę obiegu zamkniętego czy coraz bardziej popularne, nie tylko w transporcie, współdzielenie zasobów. Akcentują ponadto to, że otoczenie stawia dziś przedsiębiorstwom znacznie wyższe wymagania jeśli chodzi o odpowiedzialne, zrównoważone działanie. Warto tu przytoczyć filozofię jednej z firm, które należą do światowych liderów zrównoważonego rozwoju: odpowiedzialne dziś to zrównoważone jutro. Reasumując, przedsiębiorstwa są niezbędnym czynnikiem powodzenia Agendy 2030. Mogą stać się jednym z największych beneficjentów Celów Zrównoważonego Rozwoju, jeśli uczynią je osią działań nastawionych na budowę nowej wartości.

INNOWACJA NA WIELU POZIOMACH

Każda firma marzy o przełomowym wynalazku na miarę koła czy smartfona. Praktycy zrównoważonego rozwoju mocno podkreślają, że innowacyjny produkt i usługa to dziś za mało. Ich potencjał nie zostanie wykorzystany, jeśli nie będą miały one oparcia w innowacyjnym modelu biznesowym, który uwzględni wyzwania związane z Celami Zrównoważonego Rozwoju. Weźmy ciekawy przykład ratującej życie słomki, opisany w raporcie „Model Behavior. 20 Business Model Innovations for Sustainability”. LifeStraw, bo tak nazywa się ten innowacyjny produkt, zapewnia bezpieczną wodę mieszkańcom Afryki, usuwając z niej zagrażające życiu bakterie. Sam produkt jest bez wątpienia innowacją, ale nie miałby żadnej wartości, gdyby jego potencjalnych odbiorców nie było na niego stać. Producenci LifeStraw postawili na innowacyjność także w finansowaniu – mogą oferować słomki za darmo lub w niewysokiej cenie dlatego, że zarabiają na rynku emisji CO2 (oszczędności CO2 biorą się stąd, że mieszkańcy Afryki używając LifeStraw nie muszą wycinać drzew, by przegotowywać wodę).

Autorzy wspomnianego raportu rekomendują wielopoziomowe podejście do innowacji. Ich zdaniem firmy muszą równolegle myśleć o doskonaleniu:

- **procesów** - np. zrównoważony łańcuch dostaw, odnawialne źródła energii, transparentność, efektywność energetyczna,
- **produktów i usług** - np. trwałe produkty, możliwe do recyklingowania, efektywne energetycznie, skoncentrowane w mniejszych opakowaniach – jak skoncentrowane proszki do prania,
- **modelu biznesowego** - np. obieg zamknięty, ekonomia współdzielenia, produkty jako usługi.



Źródło: oparto na grafice z raportu “Model Behavior. 20 Business Model Innovations for Sustainability”, SustainAbility, 2014

TO SIĘ OPŁACA

Światowa Rada Biznesu na rzecz Zrównoważonego Rozwoju (World Business Council on Sustainable Development, WBCSD) w swoim przewodniku „CEO Guide to the Sustainable Development Goals” podkreśla, że realizacja Agendy 2030 może przyczynić się do uwolnienia innowacji, wzrostu gospodarczego i rozwoju społeczeństw na bezprecedensową we współczesnej historii skalę. Eksperci WBC SD szacują wartość tego prorozwojowego impulsu na co najmniej 12 bilionów dolarów rocznie. Oceniają też, że działania na rzecz Celów Zrównoważonego Rozwoju mogą do 2030 roku stworzyć 380 milionów nowych miejsc pracy na całym świecie. Wątpliwości nie mają także obywatele, a to oni – jako klienci produktów i usług – mają zawsze rację: 90% badanych w 2016 roku przez PwC („Make It Your Business: Engaging with the Sustainable Development Goals”) uważało, że biznes powinien działać w zgodzie z SDGs. Blisko 80% deklaroowało, że chętniej kupowałoby produkty i usługi oferowane przez firmy działające zgodnie z kompasem Celów. Przedsiębiorstwa, które przełożą nowe uwarunkowania i wyzwania na język biznesowych korzyści, mają szansę zostać mistrzami nowej gry, stworzyć swój błękitny – zrównoważony – ocean, budując wartość i przewagę sowych przedsiębiorstw w wizjonerski, oczekiwany przez interesariuszy - w tym klientów - sposób. Wątpliwości nie ma także kadra menadżerska. 89% prezesów objętych badaniem Accenture i UN Global Compact („Agenda 2030: A Window of Opportunity” z 2016 roku) jest przekonanych, że zaangażowanie w zrównoważony rozwój to klucz do realnego wpływu w swojej branży. 87% uważa, że Cele Zrównoważonego Rozwoju przyczynią się redefinicji podejścia do tworzenia wartości ekonomiczno-społecznej. Równie wysoki odsetek (85%) top menedżerów widzi w partnerstwach szansę na przyspieszenie zmian.

BILIONY SZANS, SZANSA NA BILIONY

Autorzy raportu „Better Business, Better World”, opracowanego przez The Business and Sustainable Development Commission, szacują łączną biznesową wartość 12 kluczowych szans, możliwych dzięki Celom, na co najmniej 12 bilionów dolarów do 2030 roku. Listę najbardziej perspektywicznych obszarów otwierają mobilne systemy w miastach (ponad 2 bln dolarów), nowe rozwiązania w ochronie zdrowia (1,6 bln dolarów) oraz innowacje z obszaru efektywności energetycznej (1,3 bln dolarów) i czystej energii (1,2 bln dolarów). Na kolejnych miejscach znalazły się: dostępne domy, gospodarka obiegu zamkniętego, zdrowy styl życia, przeciwdziałanie marnotrawieniu żywności. Raport identyfikuje też 60 „gorących” obszarów biznesowych, które – w ocenie ekspertów – mogą rosnąć w 2-3-krotnie szybszym tempie niż globalna gospodarka. „Okazje” podzielono na 4 kategorie – żywność i rolnictwo, miasta i mobilność miejska, energia i materiały oraz zdrowie i dobre samopoczucie. Każdy z tych obszarów jest opisany pod kątem szczegółowych szans, trendów i perspektyw. Przykładowo, w obszarze zdrowia największy potencjał mają ubezpieczenia zdrowotne (szanse wyceniono tu na 500 mld dolarów do 2030 roku), zdalną obsługę pacjenta (440 mld dolarów) i telemedycynę (320 mld dolarów).

Raport ten – podobnie jak wiele innych – pokazuje jak korzyści biznesowe przenikają się z korzyściami dla społeczeństwa, wzajemnie się wzmacniając. Przykładowo, monitorowanie pacjenta na odległość to, jak wyżej wspomniano, setki miliardów dolarów nowych przychodów dla przedsiębiorstw, ale jednocześnie trwała (o 10-20%) redukcja kosztów leczenia chorób przewlekłych -mniej wizyt na ostrym dyżurze i niepotrzebnych hospitalizacji. Samochody miejskie to – jak podają autorzy raportu – nie tylko ponad 800 mld dolarów nowych przychodów do 2030 roku. To także o 12 mln rocznie mniej aut na europejskich ulicach – a to oznacza mniejsze korki, lepszy klimat, a także odzysk 12 ton rzadkich surowców.

PEŁNA INTEGRACJA

Mark Malloch-Brown, były zastępca sekretarza generalnego ONZ, jeden z ojców Agendy 2030, podkreśla, że jest przepastna różnica pomiędzy firmami, które w pełni zintegrowały swoje strategie i procesy decyzyjne z Celami Zrównoważonego Rozwoju, a tymi, które wciąż traktują je jako dodatek.

Co zyskują przedsiębiorstwa, które osiągnęły najwyższy poziom integracji swoich biznesów z SDGs? Eksperci WBC SD porównują Cele do nowej pary soczewek, przez które firmy mogą inaczej spojrzeć na trendy społeczne, gospodarcze czy klimatyczne, a następnie przełożyć je na język konkretnych biznesowych rozwiązań. W praktyce nałożenie takiego zrównoważonego filtru na każdy aspekt działalności oznacza:

- lepsze zarządzanie ryzykami biznesowymi,
- trafniejsze odczytywanie potrzeb konsumentów,
- wzmacnianie pozycji na rosnących rynkach,
- łatwiejszy dostęp do niezbędnych surowców,
- mocniejszy, stabilniejszy, wydajniejszy i etyczny łańcuch dostaw,
- większe zaangażowanie, lojalność, innowacyjność pracowników.

Globalny biznes osiągnął już niemało w procesie adaptacji do świata z wizji Agendy 2030. Zrównoważony wzrost dawno przestał oznaczać „efekt uboczny” innych prorozwojowych działań, nie jest już też marketingowym listkiem figowym, nikt nie sprowadza go do wąsko rozumianego wpływu na otoczenie – jako np. oszczędności prądu czy energii. Nie możemy jednak zapominać, że wskazówki zrównoważonego zegara bieżną bardzo szybko – zostało nam nie aż, ale tylko 12 lat do terminu wyznaczonego w Agendzie 2030.

CZY MOJA FIRMA JEST W GRUPIE RYZYKA?

Jeśli Twoja firma przejawia poniższe cechy “biznesów starego świata”, jak nazwali je autorzy raportu „Breakthrough Business Models: Exponentially More Social, Lean, Integrated And Circular”, to masz powody do zmartwień! Firmy „starego świata” będą musiały szybko „uciekać do przodu”, wypracowując model adekwatny do nowych wyzwań.

- ☐ Hierarchiczna struktura, komunikacja przebiegająca z góry na dół
- ☐ Podporządkowanie wszystkich działań wyłącznie wynikowi finansowemu
- ☐ Liniowe, sekwencyjne myślenie
- ☐ Innowacje pochodzą tylko z wnętrza organizacji
- ☐ Planowanie strategiczne oparte na ekstrapolacji przeszłości
- ☐ Brak tolerancji na ryzyko
- ☐ Nieelastyczne procesy
- ☐ Duża skala zatrudnienia
- ☐ Własne aktywa
- ☐ Duże inwestycje w utrzymanie status quo

Źródło: „Breakthrough Business Models: Exponentially More Social, Lean, Integrated And Circular”, Volans dla Business and Sustainable Development Commission, 2016. Tłumaczenie CSR Consulting

KIERUNKI DZIAŁAŃ DLA POLSKIEGO BIZNESU

- Zwiększenie przejrzystości firm m.in. w kwestii wynagrodzeń, odprowadzanych podatków, wpływu społecznego i środowiskowego
- Kontrola standardów w łańcuchu dostaw
- Respektowanie praw człowieka w miejscu pracy i tworzenie bezpiecznego środowiska pracy, też dla grup wykluczonych i obcokrajowców
- Prowadzenie uczciwego dialogu z pracownikami
- Zagwarantowanie godnej płacy (living wage)
- Podnoszenie umiejętności miękkich kadry kierowniczej
- Elastyczne modele pracy i wykorzystanie kapitału osób biernych zawodowo, np. kobiet i niepełnosprawnych
- Współpraca międzypokoleniowa, wykorzystywanie kapitału młodych i seniorów
- Wzrost wydajności gospodarczej i rozwijanie kompetencji cyfrowych

- Szerokie rozumienie i wspieranie innowacyjności, na każdym etapie działalności przedsiębiorstwa
- Współpraca biznesu z administracją na rzecz innowacyjności – np. bank pomysłów innowacyjnych
- Budowanie mostów między biznesem i nauką, wspólne wypracowywanie agendy badawczo-rozwojowej (collaborative research)
- Dostarczanie innowacyjnych, zrównoważonych rozwiązań MŚP
- Partnerska współpraca z dostawcami, w tym uczciwe traktowanie MŚP przed duże przedsiębiorstwa wyrażające się np. przestrzeganiem 30-dniowych terminów płatności
- Inwestowanie w digitalizację
- Efektywne wykorzystanie zasobów naturalnych

- Kształcenie ustawiczne pracowników
- Wspieranie łączenia pracy i edukacji przez pracowników – z korzyścią dla obu stron
- Współpraca biznesu z uczelniami i szkołami – informowanie jakie kompetencje i umiejętności będą w przyszłości potrzebne
- Prowadzenie przez biznes pozaszkolnej edukacji, np. dotyczącej zdrowego żywienia, kompetencji cyfrowych, edukacji finansowej
- Rozwój nowych technologii w edukacji
- Wspieranie kształcenia technicznego (STEM), szczególnie kobiet
- Wspieranie kształcenia artystycznego, rozwijanie kreatywności
- Wspieranie kształcenia ustawicznego nauczycieli, aby mogli nauczać kompetencji i umiejętności przyszłości



- Wprowadzanie zmian w kierunku gospodarki obiegu zamkniętego
- Wzięcie odpowiedzialności za cały cykl życia produktu; wypracowywanie innowacyjnych rozwiązań w celu wydłużenia życia produktów, zwiększania poziomu recyklingu itp.
- Dążenie do uzyskania trwałego i niezawodnego dostępu do surowców wtórnych jako podstawy produkcji
- Zmiana modeli biznesowych z maksymalizujących produkcję wykorzystującą bogactwa naturalne na np. oferowanie produktów jako usług czy produktów zdigitalizowanych
- Wykorzystanie gospodarki współdzielenia jako szansy biznesowej
- Szukanie rozwiązań dających szansę na odejście od paliw kopalnych
- Wspieranie racjonalnej konsumpcji, też poprzez edukację
- Ograniczanie marnowania żywności, np. dzięki strategii 4P (planowanie, przetwarzanie, konsumpcja, podzielenie się)

- Współdziałanie biznesu i administracji lokalnej w zakresie zrównoważonego rozwoju miast
- Odpowiedzialne planowanie przestrzenne i zielone budownictwo: efektywne wykorzystywanie wody, energii, odzyskiwanie odpadów, zapewnienie terenów zielonych itp.
- Rozwój produktów i usług związanych z termomodernizacją i efektywnością energetyczną budynków
- Tworzenie rozwiązań umożliwiających adaptację do zmian klimatu – szansa biznesowa na nowe, innowacyjne produkty i usługi
- Rozwój produktów i usług związanych z walką ze smogiem
- Rozwój zrównoważonego, bezemisyjnego transportu miejskiego
- Ułatwianie ekologicznego dojazdu do pracy przez pracowników: infrastruktura dla rowerzystów, tworzenie systemów współdzielenia samochodów, odpowiedni wybór lokalizacji zakładu pracy etc.
- Rozwój tanich mieszkań na wynajem jako działanie wspierające m.in. mobilność pracowników
- Programy społeczne dla lokalnych społeczności, wspieranie lokalnych liderów, angażowanie pracowników
- Tworzenie produktów i usług dla pracowników napływowych, w tym migrantów, aby ułatwić im integrację

- Wdrożenie polityk równouprawnienia w firmach: równe płace, benefity pozapłacowe i szanse awansu za tę samą pracę; przeciwdziałanie molestowaniu i mobbingowi
- Wzrost przejrzystości firm, raportowanie wskaźników równouprawnienia płci, takich jak różnice w wynagrodzeniach kobiet i mężczyzn na tych samych stanowiskach, procent kobiet w kadry zarządzającej czy podawanie oferowanych widełek wynagrodzenia w ogłoszeniach o pracę
- Wykorzystanie kapitału kobiet i polityk równościowych do budowania przewagi konkurencyjnej
- Oferowanie elastycznych form zatrudnienia osobom opiekującym się dziećmi, pozwalającym im łączyć różne role życiowe, np. praca zdalna, wykorzystanie technologii takich jak chmury



CZŁONKOWIE RADY 17



Zbigniew Gajewski, Dyrektor Generalny, Związek Stowarzyszeń Rada Reklamy
Musimy już dziś planować przyszłość, gdy w wyniku robotyzacji praca będzie luksusem, a rosnące nierówności mogą spowodować rewolucję społeczną.



dr Andrzej Kassenberg, współzałożyciel Instytutu na rzecz Ekorozwoju
Świat przechodzi wielką transformację energetyczną – odchodzi od paliw kopalnych na rzecz energii odnawialnej i efektywności energetycznej. Nie możemy zostać w tyle, gdyż tracimy możliwość w niej zaistnienia, a koszty środowiskowe, społeczne i ekonomiczne trwania przy starym modelu będą coraz wyższe.



prof. dr hab. Joanna Kulczycka, Prezes Kłastry Gospodarki Odpadowej i Recyklingu – Krajowego Kłastry Kluczowego
Tylko właściwe gospodarowanie surowcami umożliwi trwały rozwój gospodarczy.



dr hab., prof. UW, Dominika Maison, Dziekan Wydziału Psychologii, Uniwersytet Warszawski
Eliminacja ubóstwa, zapewnienie równości płci oraz edukacja przez całe życie to cele o charakterze społecznym, jednak bezpośrednio przekładające się na jakość życia ludzi. Ich realizacja przekłada się na inne cele, np. człowiek wyedukowany to człowiek, który wie, że nie wolno niszczyć środowiska i zwracający uwagę na zrównoważoną konsumpcję.



dr hab., prof. UW Anna Giza-Poleszczuk, Prorektor ds. Rozwoju, Uniwersytet Warszawski
Współpraca biznes-nauka jest potrzebna w wielu obszarach, powinna być wzmocniona również w aspekcie kształcenia kadr. To od biznesu uczelnie muszą pozyskać wiedzę jakie kompetencje mają mieć pracownicy przyszłości.



Kamil Pluskwa-Dąbrowski, Prezes Zarządu, Rada Krajowa Federacji Konsumentów
Dzisiejszy konsument jest zaangażowany, stawia biznesowi wymagania – i ma realny wpływ. Komunikacja między nim a biznesem jest dwustronna – biznes musi być gotowy na dialog.



Renata Bielak, Dyrektor Departamentu Opracowań Statystycznych, Główny Urząd Statystyczny
Wyzwaniem dla firm w Polsce jest efektywniejsze wykorzystanie zasobów a jednocześnie większa innowacyjność – to powinno je napędzać.



dr hab., prof. ALK Bolesław Rok, Centrum Badań Przedsiębiorczości Pozytywnego Wpływu, Akademia Leona Koźmińskiego
Jestem przekonany, że największe wyzwanie – i największa szansa jednocześnie – dotyczy edukacji na rzecz zrównoważonego rozwoju dla wszystkich, bo bez zrozumienia potrzeby radykalnych zmian w naszym codziennym życiu, nawet najbardziej progresywni liderzy biznesu wiele nie osiągną.



dr hab., prof. UMK Arkadiusz Karwacki, socjolog, Uniwersytet Mikołaja Kopernika w Toruniu
Dla polskiego biznesu istotna jest i będzie wdrażana przez państwo polskie spójna z wyzwaniami przedsiębiorczości i konsekwentna strategia aktywizacji różnych kategorii społecznych w powiązaniu z uprawnieniami gwarantowanymi obywatelom w systemie zabezpieczania społecznego.



Kamil Wyszowski, Representative/ President of the Board, Global Compact Network Poland
Choć miasta zajmują zaledwie 3% powierzchni ziemi, dziś mieszka w nich 50% populacji, generują 75% emisji związków węgla i odpowiadając za zużycie 60-80% energii. Jeśli gdzieś koncentrować wysiłki ludzkości na rzecz zrównoważonego rozwoju to właśnie na miastach.



Bartosz Sokoliński, Agencja Rozwoju Przedsiębiorczości
Jest wiele powodów dla, których innowacyjność powinna być podstawą rozwoju polskich firm. Podstawowym jest to, że na innowacjach się więcej zarabia.



Piotr Soroczyński, Główny Ekonomista, Krajowa Izba Gospodarcza
Musimy szeroko rozumieć innowacyjność, bo szanse na innowacyjne rozwiązania kryją się na każdym etapie działalności firmy. Potrzebujemy mody na innowacyjność!



Agata Stafiej-Bartosik, Ashoka w Polsce
Gdyby udało nam się przygotować nowe pokolenie odpowiedzialnych liderów zmian i wzmocnić jak najwięcej osób, aby czuły, że mogą, chcą i potrafią działać na rzecz wspólnego dobra, wszystkie pozostałe cele udałoby się tym ludziom rozwiązać.



Beata Faracik, Prezeska Zarządu, Polski Instytut Praw Człowieka i Biznesu
W Polsce godna praca, oraz mocno z nią powiązana godna płaca, wciąż nie jest powszechna - mimo, że zagwarantowanie jej w znaczący sposób przyczynia się do rozwiązania innych problemów, takich jak ubóstwo, głód czy niektóre choroby zawodowe i cywilizacyjne.



dr Mateusz Lewandowski, Instytut Spraw Publicznych, Uniwersytet Jagielloński
Zrównoważony rozwój musi być w większym stopniu budowany na empatii i szacunku do drugiego człowieka i przyrody, a to wymaga zmiany systemu wartości.



dr hab. Katarzyna Śledziewska, Dyrektor Zarządzająca, DELab UW
Technologie cyfrowe rewolucjonizują rynek pracy, a system edukacji powinien przygotowywać nasze dzieci na te zmiany – pomóc w rozwijaniu kreatywności, zdolności krytycznego myślenia, umiejętności współpracy w grupie, inteligencji emocjonalnej i elastyczności.



SKAZANI NA SIEBIE, CZYLI DLACZEGO BIZNES I CELE ZRÓWNOWAŻONEGO ROZWOJU WZAJEMNIE SIĘ POTRZEBUJĄ?

Cele Zrównoważonego Rozwoju tworzą fundament pod tworzenie tak potrzebnych światu modeli win-win. Biznes, rządy i społeczeństwa łączą wspólny imperatyw, a jednocześnie każdy z nich pełni swoją, ważną rolę w realizacji Agendy 2030. Jej spełnienie staje się bardziej realne dzięki zaangażowaniu biznesu; biznesu, który sam, dzięki owemu zaangażowaniu, staje się kluczowym beneficjentem zmian gospodarczych, społecznych i klimatycznych.

Syntetycznie, ale też inspirująco tę wzajemną zależność i wspólny imperatyw oddaje model przygotowany na potrzeby dokumentu ramowego „Business and the United Nations: Working Together Towards the Sustainable Development Goals - A Framework for Action”, opracowany przez Business Fights Poverty, Harvard Kennedy School oraz międzynarodowy Fundusz na rzecz Celów Zrównoważonego Rozwoju (SDGs Fund).

WSPÓLNY IMPERATYW



KORZYŚCI Z ZAANGAŻOWANIA BIZNESU W SDGs

- Włączenie biznesu w generowanie wzrostu, produktywności i tworzenie nowych miejsc pracy – kluczowe katalizatory rozwoju.
- Dostęp do innowacji tworzonej przez sektor prywatny (przełomowe technologie, rozwiązania, produkty, procesy, modele biznesowe).
- Szansa na działanie na dużą skalę – z wykorzystaniem sprawdzonych w biznesie wzorców tworzenia skalowalnych modeli skutecznego odpowiadania na specyficzne potrzeby klientów.
- Wykorzystanie potencjału synergii inwestycji sektora publicznego i organizacji pomocowych oraz inwestycji przedsiębiorstw (społecznych, komercyjnych, filantropijnych).
- Dostęp do specjalistycznej wiedzy i umiejętności.
- Szansa na tworzenie aliansów, wypracowywanie i promocję (także w ramach łańcuchów dostaw i grup interesariuszy) najlepszych praktyk odpowiedzialności społecznej i środowiskowej.

KORZYŚCI DLA BIZNESU Z ZAANGAŻOWANIA W SDGs

- Stworzenie fundamentów pod długoterminowy sukces – przez poprawę otoczenia (społecznego i środowiskowego), w którym biznes funkcjonuje.
- Możliwość lepszego zarządzania ryzykami i kosztami.
- Mocna „licencja na działanie” – wzmacnianie reputacji, lepsze pozycjonowanie strategiczne. Wzmacnianie relacji z pracownikami, klientami i innymi interesariuszami.
- Dostęp lub kreowanie nowych rynków, technologii, produktów, innowacyjnych modeli biznesowych.
- Uspójnienie działań biznesowych z wizją przywódców przedsiębiorstwa oraz oczekiwaniami jej pracowników i klientów.

Źródło: „Business and the United Nations: Working Together Towards the Sustainable Development Goals - A Framework for Action”, Business Fights Poverty, Harvard Kennedy School, SDGs Fund, 2015. Tłumaczenie CSR Consulting

DLACZEGO TO WŁAŚNIE NA BIZNESIE SPOCZYWA TAK DUŻA ODPOWIEDZIALNOŚĆ?

- Przedsiębiorstwa mają silną motywację, by przeorientować swoje modele biznesowe – Cele Zrównoważonego Rozwoju to unikalna szansa na to, by zbudować silną przewagę względem tych firm, które (jeszcze) nie mają świadomości wagi globalnych wyzwań. SDGs może stać się trampoliną wynoszącą do zupełnie innej biznesowej ligi.
- Aktywna rola biznesu w tworzeniu i realizacji SDGs to jeden z tych aspektów, które najmocniej odróżniają Cele Zrównoważonego Rozwoju od Celów Milenijnych; zaangażowanie biznesu znacząco zwiększa prawdopodobieństwo powodzenia Agendy 2030.
- Biznes ma bardzo praktyczną perspektywę – której SDGs szalenie potrzebują. Odpowiedzialność rządów kończy się często na wyznaczeniu celów, ale to biznes produkuje, zatrudnia, wymyśla nowe rozwiązania i usługi, słowem – realnie wpływa na dobrostan społeczeństw i stan środowiska naturalnego. Synergia działań rządów i biznesu to immanentna wartość Celów – potrzeby społeczeństw (jakościowa infrastruktura publiczna, mocna edukacja, bezpieczeństwo żywnościowe, dostęp do wody, zielona energia) stają się dzięki SDGs katalizatorem biznesowych innowacji i rozwoju.
- Uspójnienie działań z Celami Zrównoważonego Rozwoju leży w żywotnym interesie przedsiębiorstw. Funkcjonowanie w czasach pogłębiającej się zmienności i niepewności, pod silną presją, gdy warunki gry mogą zmienić się niemalże z dnia na dzień (przełomowa innowacja, zmiany w prawie) ma swoją cenę – odbija się na kondycji firm, ale też psychice osób zarządzających. Uczynienie SDGs kręgosłupem czy barometrem działań daje spokój i pewność, że firma jest na właściwym, powszechnie akceptowanym torze.

WYKŁADNICZO INNI

Raport „Breakthrough Business Models: Exponentially More Social, Lean, Integrated And Circular” przybliża cechy nowego modelu biznesowego przyszłości. Zgodnie z tytułem raportu, przedsiębiorstwa muszą być wykładniczo bardziej:

społeczne, czyli będą budować swoją wartość (finansową i pozafinansową) poprzez pozytywny wpływ na innych ludzi

Przykład: Amerykańska firma Zipline wykorzystuje drony, by dostarczać mieszkańcom trudno dostępnych terenów Rwandy środki medyczne i leki.

zwinne (proste, elastyczne), czyli będą budować optymalne modele zarządzania, oparte na efektywnym wykorzystaniu różnych form kapitału – w tym intelektualnego, społecznego, kulturalnego, środowiskowego

Przykład: Chiński potentat e-commerce Alibaba zrealizował inwestycje na ogromną skalę, by zapewnić ubogim mieszkańcom małych wiosek dostęp do zakupów on-line. Przeszkoleni i wyposażeni w komputery mieszkańcy zarządzają zakupami i dostawami dla swoich sąsiadów.

zintegrowane, czyli będą świadome, że największa wartość (finansowa i pozafinansowa) leży w integracji potrzeb biznesu, społeczeństwa i środowiska

Przykład: Brytyjskie przedsiębiorstwo społeczne Provenance wykorzystało najnowocześniejsze technologie, w tym blockchain, by dać konsumentom możliwość śledzenia historii danego towaru w całym jego łańcuchu dostaw.

cyrkularne, czyli nastawione na optymalne wykorzystanie surowców, trwałe produkty, obieg zamknięty

Przykład: Firma Philips, która od 2012 roku włącza cyrkularne myślenie w swoją strategię, wdrożyła model „światło jako usługa” – klient płaci za ciągły dostęp do oświetlenia, a Philips utrzymuje je, dbając o cykl życia niezbędnych produktów i ich recykling.

JAK SIĘ ZAANGAŻOWAĆ W CELE ZRÓWNOWAŻONEGO ROZWOJU?

Jak najszybciej i w pełni – tak bez wątplenia firmy powinny się angażować w realizację Agendy 2030. Każda firma musi wypracować własną drogę do SDGs, ale pewne elementy muszą się pojawić w każdej strategii, by przynieść pożądany efekt. Jedno z popularnych podejść zakłada głęboką integrację działań w trzech obszarach:

- **Podstawowa działalność:** uwzględnienie wpływu strategicznych wyborów firmy oraz jej codziennego funkcjonowania na zjawiska i problemy podnoszone w Agendzie 2030. Bardzo istotną i stale rosnącą rolę odgrywa presja na to, by najlepsze praktyki zrównoważonego działania obejmowały szeroko rozumiany łańcuch dostaw oraz interesariuszy firmy.
- **Inwestycje społeczne:** wykorzystanie firmowych kompetencji, zasobów i mechanizmów do tego, by realizować inicjatywy rozwiązujące konkretne problemy lokalnych społeczności.
- **Rzecznictwo i dialog:** świadomość, że powszechna skala zaangażowania jest jednym z kluczowych czynników powodzenia Agendy 2030. To zobowiązanie do upowszechniania najlepszych praktyk, ale też kształtowanie świadomości – konsumentów, partnerów czy twórców



PODSTAWOWA DZIAŁALNOŚĆ

czyli wpływ firmy związany z jej codziennym funkcjonowaniem na rynku i budowaniem relacji z interesariuszem. Rosnące znaczenia szerokiego wpływu biznesowego poprzez łańcuch dostaw.

INWESTYCJE SPOŁECZNE

czyli różnego rodzaju inicjatywy wspierające rozwiązanie problemów z wykorzystaniem różnych zasobów i mechanizmów.

RZECZNICTWO I DIALOG

wykorzystanie zasobów, sieci kontaktów i wpływu firmy do budowania lepszego rozumienia roli biznesu i aktywniejszego zaangażowania.

CELE ZRÓWNOWAŻONEGO ROZWOJU



Wyeliminować ubóstwo we wszystkich jego formach na całym świecie



Wyeliminować głód, osiągnąć bezpieczeństwo żywnościowe i lepsze odżywianie oraz promować zrównoważone rolnictwo



Zapewnić wszystkim ludziom w każdym wieku zdrowe życie oraz promować dobrobyt



Zapewnić wszystkim edukację wysokiej jakości oraz promować uczenie się przez całe życie



Osiągnąć równość płci oraz wzmocnić pozycję kobiet i dziewcząt



Zapewnić wszystkim ludziom dostęp do wody i warunków sanitarnych poprzez zrównoważoną gospodarkę zasobami wodnymi



Zapewnić wszystkim dostęp do źródeł stabilnej, zrównoważonej i nowoczesnej energii po przystępnej cenie



Promować stabilny, zrównoważony i inkluzywny wzrost gospodarczy, pełne i produktywnie zatrudnienie oraz godną pracę dla wszystkich ludzi



Budować stabilną infrastrukturę, promować zrównoważone uprzemysłowienie oraz wspierać innowacyjność ludzi



Zmniejszyć nierówności w krajach i między krajami



Uczynić miasta i osiedla ludzkie bezpiecznymi, stabilnymi, zrównoważonymi oraz sprzyjającymi włączeniu społecznemu



Zapewnić wzorce zrównoważonej konsumpcji i produkcji



Podjąć pilne działania w celu przeciwdziałania zmianom klimatu i ich skutkom



Chronić oceany, morza i zasoby morskie oraz wykorzystywać je w sposób zrównoważony



Chronić, przywrócić oraz promować zrównoważone użytkowanie ekosystemów lądowych, zrównoważone gospodarowanie lasami, zwalczając pustynnienie, powstrzymać i odwracać proces degradacji gleby oraz powstrzymać utratę różnorodności biologicznej



Promować pokojowe i inkluzywne społeczeństwa, zapewnić wszystkim ludziom dostęp do wymiaru sprawiedliwości oraz budować na wszystkich szczeblach skuteczne i odpowiedzialne instytucje, sprzyjające włączeniu społecznemu



Wzmocnić środki wdrażania i ożywić globalne partnerstwo na rzecz zrównoważonego rozwoju

KAMPANIA 17. CELÓW

PIERWSZA DIAGNOZA RADY 17 „KLUCZOWE CELE DLA POLSKIEGO BIZNESU” POWSTAŁA W RAMACH KAMPANII 17 CELÓW.

Kampania 17 Celów ma za zadanie zachęcić polski biznes do podjęcia działań na rzecz realizacji Celów Zrównoważonego Rozwoju i wykorzystania szans biznesowych płynących z Agendy 2030. W roku 2018 prowadzona jest II edycja kampanii pod hasłem 2018: Nowe Idee. Podczas Forum Inspiracji w Warszawie oraz cyklu warsztatów regionalnych Laboratoriów 17 Celów wypracowane zostaną pomysły na działania firm w zakresie kluczowych Celów w Polsce. Kampania prowadzona jest w szerokim partnerstwie firm i instytucji i jest przykładem jak praktyce może wyglądać między-sektorowa współpracy na rzecz Agendy 2030.

Przy Kampanii 17 Celów powołana została Rada 17, w której skład weszło 17 ekspertów i kluczowych liderów opinii z różnych środowisk: nauki, organizacji pozarządowych, instytucji publicznych i biznesu. Opracowali oni pierwszą diagnozę kluczowych Celów Zrównoważonego Rozwoju dla polskiego biznesu. Wytoczyli także priorytetowe kierunki biznesowe w ramach wybranych Celów. Diagnoza Rady 17 ma pomóc przedsiębiorstwom w Polsce w planowaniu działań na rzecz Agendy 2030 i odnajdywaniu szans biznesowych w zrównoważonym rozwoju.

INICJATOR



PATRON HONOROWY



PARTNERZY MERYTORYCZNI



PARTNERZY GŁÓWNI



PARTNERZY WSPIERAJĄCY



PARTNERZY MEDIALNI

