



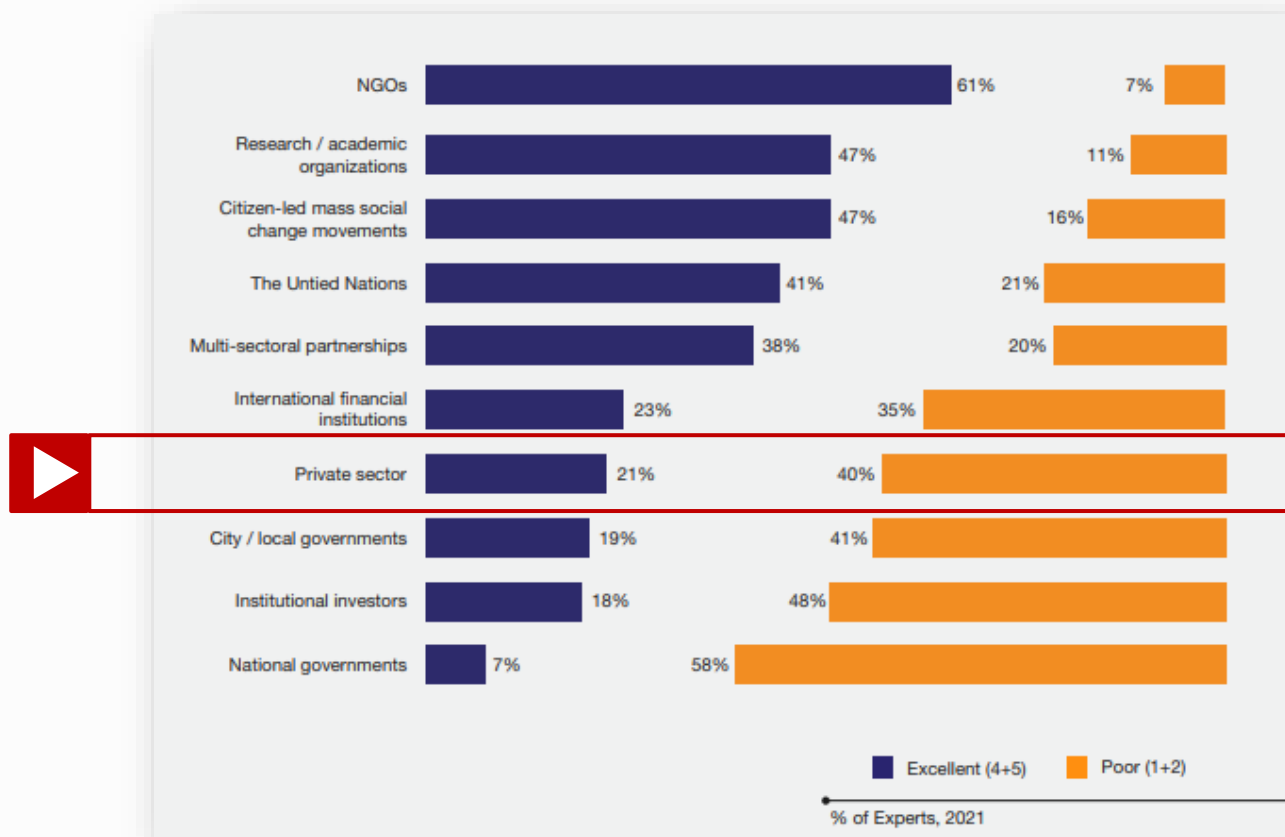
AGENDA 2030 - jak biznes może się włączyć?

26 kwietnia 2022 r.

Jak dziś oceniany jest biznes?

Realizacja Celów

OCENA ZAANGAŻOWANIA BIZNESU



Realizacja Celów

PERSPEKTYWA POLSKIEGO RYNKU

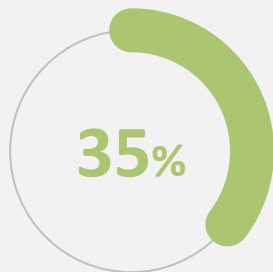


Raportowanie

FIRMY CHĘTNIE ODNOSZĄ SIĘ DO CELÓW W RAPORTACH



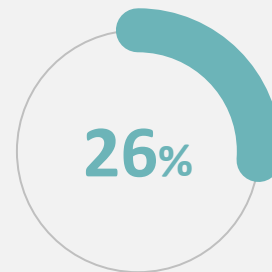
badanych firm odnosi się do Celów w swoich raportach



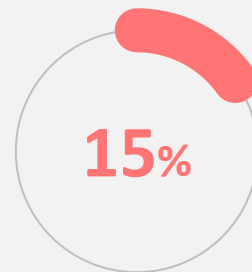
jako priorytetowe wskazuje 5 – 8 Celów



odnosi się do zadań i wskaźników, pozostałe firmy tylko ogólnie do Celów

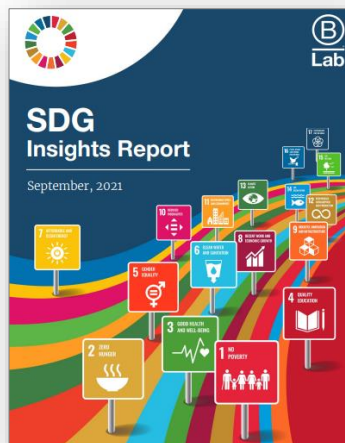


pokazuje powiązania pomiędzy wynikami analizy istotności a Celami



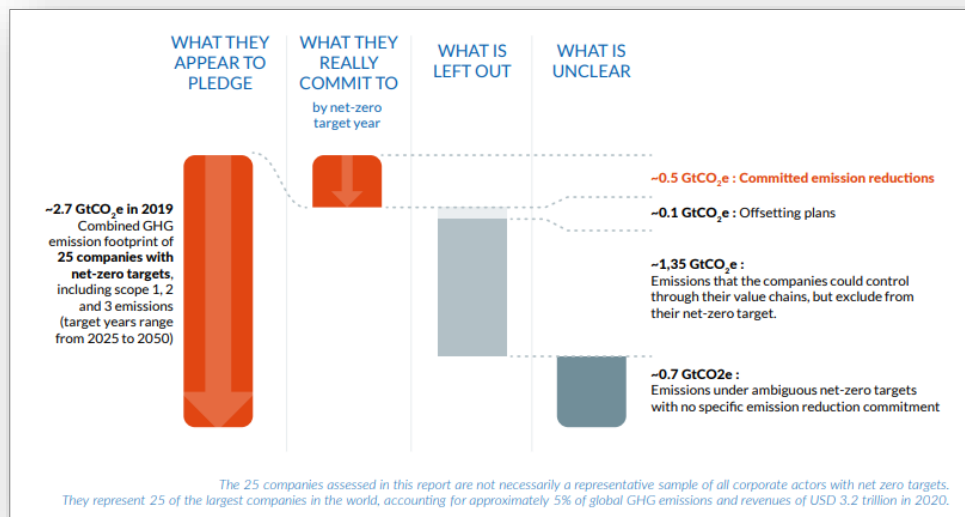
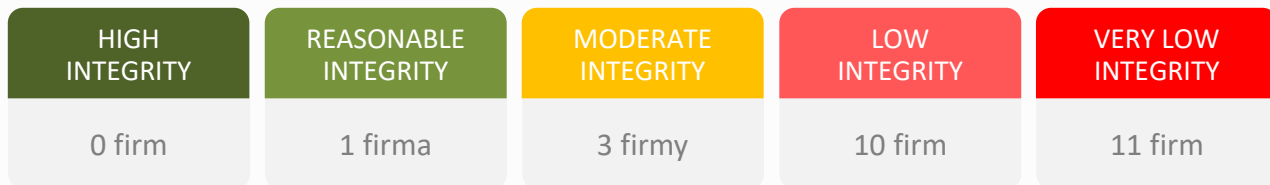
swoje cele i wskaźniki pokazuje w odniesieniu do Celów i zadań

„Łatwe” zadania, mało strategiczne działania



- Dużo dyskusji i obietnic, ale **działania mało strategiczne** i w zdecydowanie za małej skali
- Mniej komunikacji i raportowania, a **więcej projektów wprowadzających realną zmianę**
- Zamiast skupienia na „łatwych” celach i procesach wewnętrznych – **działania w łańcuchu wartości i nowe modele biznesowe**
- **Więcej partnerskiej współpracy** i szukania znaczących rozwiązań z interesariuszami na rynku

Brak wiarygodnych planów do stawianych celów





SDG WASHING?

Co oznacza SDG WASHING?

Firma pokazuje pozytywny wpływ na wybrane Cele ignorując ten negatywny na inne

Firma promuje swoje zaangażowanie w Agendę 2030, ale nie posiada wiarygodnych danych potwierdzających jej osiągnięcia

Jak angażować się w wiarygodny sposób?

KLUCZOWE ELEMENTY



WYBÓR CELÓW I
ZADAŃ



AMBITNE CELE
DO OSIĄGNIĘCIA



REALNA ZMIANA
W MODELU
DZIAŁANIA

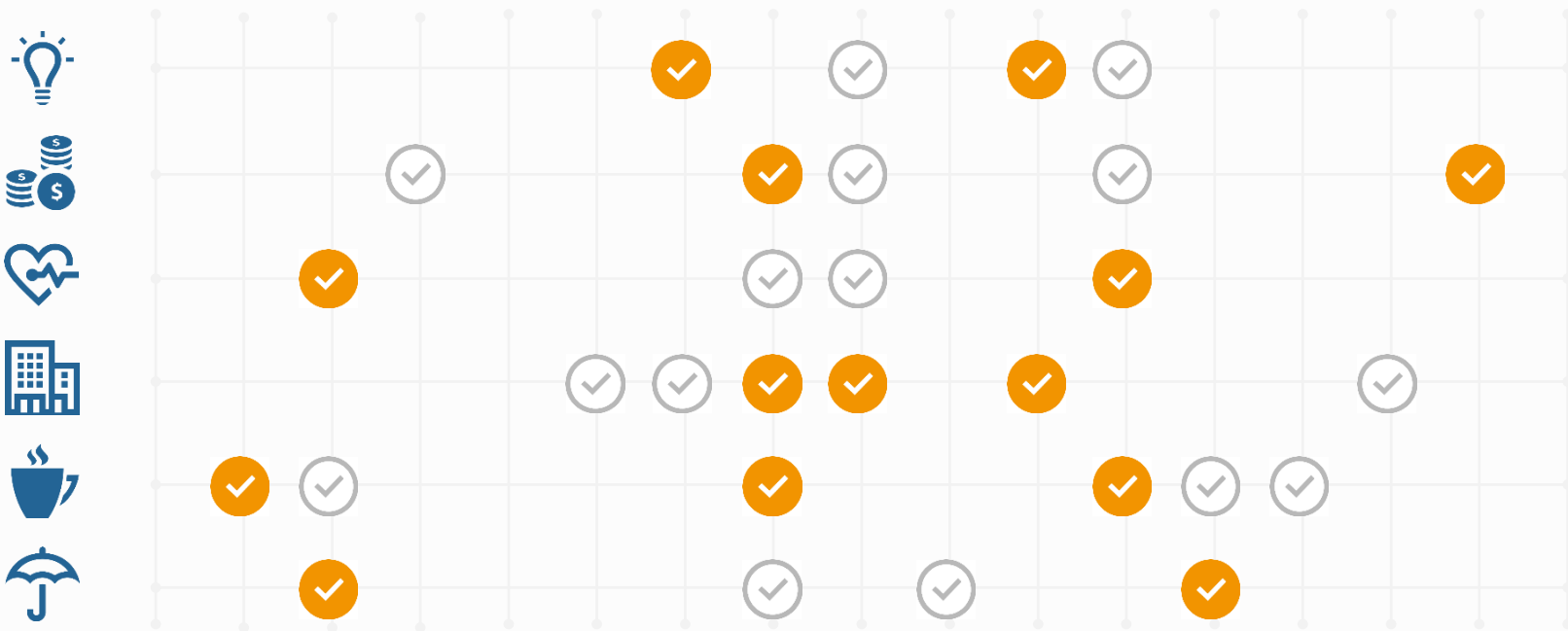


WIARYGODNE
RAPORTOWANIE



MIĘDZYSEKTOROWE
PARTNERSTWA

Wybierz Cele odpowiednie dla branży



Odwołaj się do konkretnych zadań



TARGET 9-1	TARGET 9-2	TARGET 9-3	TARGET 9-4	TARGET 9-5	TARGET 9-A	TARGET 9-B	TARGET 9-C
DEVELOP SUSTAINABLE, RESILIENT AND INCLUSIVE INFRASTRUCTURES	PROMOTE INCLUSIVE AND SUSTAINABLE INDUSTRIALIZATION	INCREASE ACCESS TO FINANCIAL SERVICES AND MARKETS	UPGRADE ALL INDUSTRIES AND INFRASTRUCTURES FOR SUSTAINABILITY	ENHANCE RESEARCH AND UPGRADE INDUSTRIAL TECHNOLOGIES	FACILITATE SUSTAINABLE INFRASTRUCTURE DEVELOPMENT FOR DEVELOPING COUNTRIES	SUPPORT DOMESTIC TECHNOLOGY DEVELOPMENT AND INDUSTRIAL DIVERSIFICATION	UNIVERSAL ACCESS TO INFORMATION AND COMMUNICATIONS TECHNOLOGY



TARGET 13-1	TARGET 13-2	TARGET 13-3	TARGET 13-A	TARGET 13-B
STRENGTHEN RESILIENCE AND ADAPTIVE CAPACITY TO CLIMATE RELATED DISASTERS	INTEGRATE CLIMATE CHANGE MEASURES INTO POLICIES AND PLANNING	BUILD KNOWLEDGE AND CAPACITY TO MEET CLIMATE CHANGE	IMPLEMENT THE UN FRAMEWORK CONVENTION ON CLIMATE CHANGE	PROMOTE MECHANISMS TO RAISE CAPACITY FOR CLIMATE PLANNING AND MANAGEMENT

Stawiaj ambitne i wiarygodne cele dla działań



Relatywne cele w świetle tego, co obecnie wydaje się możliwe

PRZYKŁAD

Procentowa redukcja GHG na jednostkę przychodu



Cele bezwzględne oparte na nauce i wymaganiach firmy pod kątem realizacji Agendy 2030

PRZYKŁAD

Procentowa absolutna redukcja GHG zgodna z ambicją 1,5° C



Zorientowane na rezultaty

PRZYKŁAD

Procent odpadów jako produkt uboczny produkcji



Zorientowane na pozytywny wpływ wywierany na biznes, społeczeństwo i środowisko

PRZYKŁAD

Eliminacja odpadów w całym łańcuchu wartości



Nacisk na wpływ przez filantropię i bezpośrednie działania

PRZYKŁAD

% przychodu przekazanego organizacjom charytatywnym



Większy wpływ podstawowych produktów i usług oraz całego łańcucha wartości

PRZYKŁAD

% przychodu generowanego ze zrównoważonych produktów i usług



Niezależne KPI

PRZYKŁAD

Cele w obszarze zrównoważonego rozwoju są niezależne od celów biznesowych

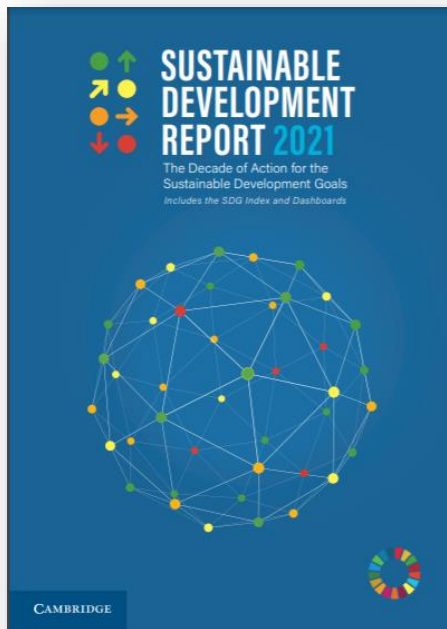


Powiązany system wskaźników (KPI)

PRZYKŁAD

Cele w obszarze zrównoważonego rozwoju są osadzone w biznesie i monitorowane na poziomie firmy

Opieraj swe działania na danych!





OCENA PRODUKTU

Uwzględnienie możliwości ponownego wykorzystania i recyklingu w projekcie i procesie selekcji materiału

Zlecenie oceny możliwości recyklingu produktów / usług do testu przydatności pod koniec życia do sortowania, przetwarzania i odzyskiwania

Wdrażanie kryteriów projektowania produktu, które wymagają użycia materiałów pochodzących z recyklingu i surowców odnawialnych, trwałości i możliwości recyklingu produktu

Wzrost produktów, które miały materiały w 100% zrównoważone lub o obiegu zamkniętym

POZYSKIWANIE

Wykorzystanie na dużą skalę materiałów pochodzących z recyklingu i surowców z odnawialnych źródeł

Wdrażanie wymagań dotyczące pozyskiwania surowców, aby poszerzyć bazę dostawców spełniających nowe kryteria surowcowe

Zwiększenie zbiórki odpadów w całym łańcuchu wartości we współpracy z partnerami (np. producenci, sprzedawcy detaliczni), przetwarzanie materiałów do recyklingu na produkty

Wzrost zrównoważonych materiałów według wydatków i ilości

Podstawowe: materiały używane do produkcji i pakowania produktów oraz usługi z odnawialnymi i nieodnawialnymi materiałami (tony); Ogółem odnawialne materiały według produktu

Aspiracje: ocena zdolności do recyklingu produktu; Produkty z rozwiązaniem na koniec cyklu życia (i wskaźnik sukcesu); Nieodnawialne materiały; Średnia żywotność produktu

Podstawowe: odsetek odzyskanych produktów i ich opakowań dla każdej kategorii produktów; Procent materiałów wejściowych pochodzących z recyklingu wykorzystywanych do wytwarzania podstawowych produktów i usług firmy

Aspiracje: Baza dostawców surowców wtórnych i odnawialnych

ŁAŃCUCH DOSTAW

PROJEKTOWANIE PRODUKTU

R&D

PRODUKCJA

Zbuduj wiarygodny proces raportowania



Raport przyporządkowujący zadania i wskaźniki globalne do wskaźników najczęściej raportowanych przez biznes, m.in. GRI oraz **wytyczne**, jak raportować poszczególne wskaźniki

Korzystaj z dostępnych narzędzi



Developed by



Take action.
Track progress.
Transform the world.

KAMPANIA 17 CELÓW
2019: WSPÓLNE DZIAŁANIA

Barometr wpływu

Narzędzie do mierzenia wpływu biznesu
na realizację Celów Zrównoważonego
Rozwoju w Polsce

Sprawdź jakie wyniki osiąga Twoja firma!

Współpracuj z innymi

TWÓRZ PARTNERSTWA MIĘDZYSEKTOROWE





KAMPANIA 17 CELÓW

2022: PARTNERSTWA PRZYSZŁOŚCI

AGENDA 2030

JAK MOŻESZ DZIAŁAĆ Z NAMI



OTWARTE INICJATYWY

KAMPAANIA 17 CEŁÓW



BRANŻOWE



TECH TO THE RESCUE



EDUKACYJNE



zwolnieni z teorii



ŚRODOWISKOWE



WYRÓWNUJĄCE



ZARZĄDCZE





Międzysektorowa inicjatywa, która stawia sobie za cel zmianę obecnego modelu wykorzystywania tworzyw sztucznych w opakowaniach na polskim rynku w kierunku gospodarki obiegu zamkniętego. Została powołana w ramach Kampanii 17 Celów i jest częścią Plastics Pact network Fundacji Ellen MacArthur.

Wizja gospodarowania plastikiem



OGRANICZAMY
UŻYCIE



TWORZYM
INNOWACJE



ZAMYKAMY
OBIEG



12 ODPOWIEDZIALNA
KONSUMPCJA
I PRODUKCJA



14 ŻYCIE
POD WODĄ



17 PARTNERSTWA
NA RZECZ CELÓW





MIĘDZYSEKTOROWE PARTNERSTWO TWORZĄCE INNOWACYJNE ROZWIĄZANIA W ZAKRESIE SEGREGACJI I RECYKLINGU
ODPADÓW, ZWŁASZCZA OPAKOWANIOWYCH.



- **CEL:** zwiększenie poziomu prawidłowej segregacji odpadów i odzyskiwania surowców, tak aby osiągnąć wymagany współczynnik recyklingu.
- **OBSZARY DZIAŁANIA:** opracowanie i wdrożenie etykiety Koalicji 5 Frakcji (ustandaryzowanego systemu oznakowania, który jasno wskazuje konsumentowi, jak segregować odpady opakowaniowe) oraz realizacja działań edukacyjnych wspierających budowanie świadomości w zakresie prawidłowego postępowania z odpadami.
- **KLUCZOWE PROJEKTY:**
 - Tydzień 3R
 - Inkubator Lokalnych Centrów 3R
 - Program etykiety
 - Program edukacji wewnętrznej dla instytucji





- **GOZ w Praktyce** to centrum wiedzy i praktycznych rozwiązań. Wspiera firmy w transformacji w kierunku gospodarki o obiegu zamkniętym
- **AKADEMIA GOZ:** cykl webinarów dla firm dotyczących GOZ w praktyce - pigułka wiedzy na temat kluczowych tematów związanych z gospodarką cyrkularną i przystosowywaniem się przedsiębiorstw do tego wdrażanego w UE modelu gospodarczego



DOBRE CELE

KAMPAANIA EDUKACYJNA



Ogólnopolska kampania edukacyjna **Dobre Cele** została zainaugurowana w trakcie Światowego Dnia Działania 24 września 2021 r. Celem kampanii jest zapoznanie Polaków z Celami Zrównoważonego Rozwoju, a następnie zachęcenie do działania na ich rzecz.

Celuj w jutro. Już dziś!

#dobrecele





NAWIGATOR BRANŻOWY

Zakładki branżowe: mapa wpływu i regulacji, ambitne działania, branża w liczbach, dobre praktyki, materiały branżowe zagraniczne – raporty, praktyki

Kolejno będą pojawiać się na portalu:

- Branża spożywcza
- Branża finansowa
- Branża ochrony zdrowia
- Branża handlowa
- Branża budowlana

A może chcesz zgłosić swoją branżę?

Pierwsza branża - tekstylna - już w opracowaniu!

PARTNER BRANŻOWY:

LPP



„Na początek należy
przestać mówić i
zacząć robić”

WALT DISNEY