



2Good2Go

Kompendium dobrych praktyk transformacji cyrkularnej w sektorze MŚP

grudzień 2022

Dofinansowane ze środków UE. Wyrażone poglądy i opinie są jedynie opiniami autora lub autorów i niekoniecznie odzwierciedlają poglądy i opinie Unii Europejskiej lub Fundacji Rozwoju Systemu Edukacji. Unia Europejska ani Fundacja Rozwoju Systemu Edukacji nie ponoszą za nie odpowiedzialności.



Co-funded by
the European Union

HRcentar



FONDAZIONE
TOSCANA SOSTENIBILE

PAiZ



KNOWLEDGE
ECONOMY
FORUM



Co-funded by
the European Union

Spis treści

Wprowadzenie	2
1. AgriBios. Wirtuozerskie przejście do cyrkularności.....	4
2. Blagichka – the first Zero-Waste Restaurant in Bulgaria.....	7
3. Bohema i wprowadzenie materiałów biodegradowalnych do branży obuwniczej:	10
4. Boutique Ritika – sukienki do wynajęcia.....	12
5. Droga renomowanej firmy z branży luksusowych skór do Circular Economy: Conceria Antiba	14
6. Upcycling zaczyna się od projektowania.Rozwiązania B2B i B2C firmy Deko Eko.	17
7. Ergodesign – Cyrkularna zmiana poprzez projektowanie	20
8. Ergolain – zacznij od siebie	23
9. GREENFILL3D I jego pionierska praca w zakresie ekologicznego druku 3D.....	26
10. Handelek and Rebread – mistrzowie ratowania chleba	29
11. Humana Nova branża tekstylna generująca nowe rozwiązania: ludzie, zysk, planeta ..	32
12. Interlux.....	35
13. KLIK- żyć i oddychać cyrkularnością w otoczeniu biznesowym	37
14. Luzem Zero Waste sklep, który dzięki niedrogim pomysłom zmienił sposób zakupów.	39
15. MIRET – obuwie przyjazne środowisku.....	42
16. MOLD – plastik jako rozwiązanie a nie problem	44
17. PakMarkas – monitoring jest niezbędny dla cyrkularności.....	46
18. Sciarada Industria Conciaria – kiedy tradycja spotyka się z innowacją	48
19. Tech-Art-Design Simon T – podążaj za swoim sercem i pasją	50
20. Urban Embassy – Niezapomniane doświadczenie dla miłośników kawy	52
21. Vivai Stanghini – wrodzona cyrkularność	54
22. Zero Wave – zamiana odpadów na zasoby.....	56

Wprowadzenie

Niniejsze kompendium zawiera 22 opisy przypadków przedsiębiorstw, które przyjęły cyrkularny model biznesowy. Zostały one starannie wybrane z uwzględnieniem kilku kryteriów, które gwarantują różnorodność. Znajdziecie tu Państwo przedsiębiorstwa pochodzące z pięciu różnych krajów. Niektóre z nich działają na poziomie lokalnym, inne na skalę globalną. Niektóre działają od pół wieku, a niektóre powstały zaledwie kilka lat temu. Żywność, meble, rolnictwo, e-commerce – to tylko kilka przykładów branż, których dotyczą te historie.

Każda historia ma taką samą strukturę: na początku przedstawiona jest krótka charakterystyka danej firmy. Następnie wszystkie organizacje opisane są według tej samej kolejności: Co zainspirowało ją do zmiany? Jakie były główne rozwiązania cyrkularne i jak zostały wdrożone? Jakie wsparcie zewnętrzne otrzymała? Jakie były najistotniejsze wyzwania? Jakie są jej najistotniejsze osiągnięcia? Co sprawdzi się w innych firmach?

Konsorcjum partnerów w tym Projekcie ma nadzieję, że to kompendium będzie stanowiło inspirację dla nowej fali rozwiązań cyrkularnych. Wierzymy w moc dobrego przykładu. Wiemy, że czasami firmy potrzebują dodatkowego impulsu, aby rozpocząć swoją cyrkularną podróż. Niech ten katalog business case'ów będzie takim impulsem!

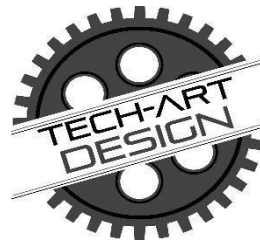
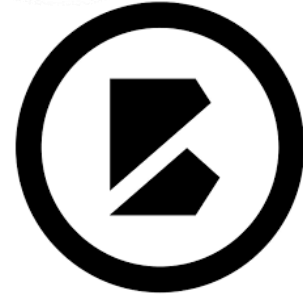
W skład konsorcjum odpowiedzialnego za publikację wchodzi: PAIZ Consulting Sp.z o.o. (PL), Strukovna udruga djelatnika u upravljanju ljudskim resursima - Centar HR (HR), Fondazione Toscana Sostenibile Onlus (IT), University of National and World Economy (BG), Fundacja Ekopotencjał - Przestrzeń Możliwości (PL), Knowledge Economy Forum (LT).

Publikacja jest częścią projektu "Too Good to Go - Waste Free Economy Transformation for SMEs", finansowanego z programów Erasmus+ w ramach akcji KA220-VET - Cooperation partnerships in vocational education and training.

Projekt ma na celu wprowadzenie modeli gospodarki bezodpadowej do MŚP poprzez:

- zachęcanie liderów MŚP do rozpoczęcia procesu transformacji poprzez opracowanie Polityki Gospodarki Bezodpadowej i Planów Działań Wdrożeniowych dla swoich organizacji oraz dawanie przykładów innym MŚP;
- katalogowanie i rozwijanie kompetencji, niezbędnych do udanego przejścia do Gospodarki Bezodpadowej oraz zachęcanie ich do rozwoju jako agentów zmian w zakresie zrównoważonego rozwoju;
- wyposażenie podmiotów świadczących usługi w zakresie kształcenia i szkolenia zawodowego w odpowiednie materiały szkoleniowe, przykłady najlepszych praktyk oraz narzędzia wspierające dostosowanie ich ofert szkoleniowych dla MŚP.

Wsparcie Komisji Europejskiej dla stworzenia tej publikacji nie stanowi poparcia dla jej treści, które odzwierciedlają jedynie poglądy autorów, a Komisja nie ponosi odpowiedzialności za jakiegokolwiek wykorzystanie informacji w niej zawartych.



1. AgriBios. Wirtuozerskie przejście do cyrkularności



Krótki przegląd

Data powstania: 2014

Branża: rolno-spożywcza

Wielkość: mikro <10; małe <50; średnie <250

Zasięg działalności: **lokalny**, krajowy, UE, globalny

Skrócony opis: AgriBios jest spółdzielnią rolniczą. Oferuje ona skuteczną możliwość zaspokojenia potrzeb przedsiębiorstw rolnych Pistoii, a konkretnie Dzielnicy Ogrodniczo-Rolniczej. AgriBios oferuje swoim członkom usługę recyklingu i wykorzystania odpadów zielonych oraz skutecznie odzyskuje odpady z upraw kwiatowych.

Co zainspirowało firmę do zmiany?

Pasja do rolnictwa i szacunek dla środowiska to główne cechy AgriBios. Spółdzielnia chciała uczynić te wartości istotą swojej działalności poprzez odpowiednie podejście do gospodarki rolnej opartej na obiegu zamkniętym. Nie było żadnych nacisków ze strony interesariuszy, aby przekształcić się w przedsiębiorstwo gospodarki cyrkularnej. Wręcz przeciwnie, wydawali się być temu przeciwni. Może dlatego, że dopiero teraz, po latach, widzą efekty modelu gospodarki cyrkularnej.

Organizacja powstała z uwagi na fakt, że w dzielnicy Pistoii, w której znajduje się szkółka roślin ozdobnych, zaistniała potrzeba, która mogłaby zadziałać jako czynnik wyzwalający proces gospodarki cyrkularnej. Chodzi o to, aby odzyskać i zagospodarować materiały odpadowe z cyklu produkcyjnego poprzez ich odzyskanie i uszlachetnienie (martwe rośliny i sadzonki).

Jakie były główne rozwiązania cyrkularne firmy i jak zostały one wdrożone?

Nie ulegając osobistym impulsom, firma rozpoczęła planowanie strategiczne, które wymagało najpierw analizy rynku. Analiza została powierzona konsultantowi, który zastosował matrycę podwójnego badania: PESTE (political, economic, social, technical, environmental), metodologię oceny zmiennych makrośrodowiskowych, która wychodząc od szeregu czynników pozwala nakreślić scenariusz, w którym firma będzie działać; następnie wykorzystano matrycę SWOT, aby ocenić mocne i słabe strony, szanse oraz zagrożenia wewnętrzne i zewnętrzne projektu, aby osiągnąć cel: "zrównoważony rozwój ekonomiczny, środowiskowy i społeczny" firmy.

Gdy założyciele uznali, że będą w stanie realizować swój pomysł na biznes, wybrali formę korporacyjną – spółdzielnię. Wydawało się, że odpowiada ona ich wizji

społecznej i etycznej oraz celowi, jakim jest gospodarka cyrkularna. Ten rodzaj realizacji powierzono zewnętrznym konsultantom marketingowym. Te matryce i ich analiza są w trakcie realizacji i muszą być stale monitorowane. Konieczne jest stałe monitorowanie zmian technologicznych, prawnych, społecznych i środowiskowych oraz nowych możliwości i mieć pozytywne podejście, aby przerodzić w szanse te aspekty, które początkowo mogą wydawać się negatywne. Ster kontroli wyników firmy powierzono 5-letniemu biznesplanowi z celami S.M.A.R.T (sprecyzowanymi, mierzalnymi, atrakcyjnymi, realistycznymi, opartymi w czasie).

AgriBios przez dwa lata pracował nad maszyną odzyskującą materiały inertne i cały czas pracują nad jej udoskonaleniem. W 2021 roku realizowano badania kompostu bez torfu, który aktualnie jest już dostępny na rynku. Spółdzielnia opracowuje także system poprawy wykorzystania drewna jako nawozu i odżywki do gleby.

Działania AgriBios podążają za potrzebami rynku i wynikają z konieczności recyklingu produktów i rozwoju produktów ubocznych rolnictwa. W wyniku ekologicznych działań są w stanie ponownie wykorzystać glebę, odsprzedając ją swoim partnerom lub osobom trzecim; materiał niewykorzystany ponownie trafia do obiegu szkółkarskiego w Pistoia.

Założyciele poświęcili wiele lat na stworzenie maszyny, która pozwala odzyskać 90% pumeksu i ponownie wykorzystać go do kompostów w obszarze Pistoia. Przed wprowadzeniem maszyny, w 2021 roku, odzyskiwali tylko około 10% pumeksu (2500 m³ z 30 000 m³). Aktualnie odsprzedają go szkółkarzom i ogrodnikom w rejonie Pistoia.

Wiele ich surowców istnieje w ramach modelu cyrkularnego, a wszyscy dostawcy materiałów zastępczych znajdują się w promieniu 10 km.

AgriBios wciąż pracuje nad energią odnawialną. Nie jest to łatwe, ponieważ używają benzyny, a jej zastąpienie jest trudne. Mają w planach opracowanie ekologicznej konwersji tak by sprawić, aby maszyny były zasilane prądem. Planują też wdrożenie fotowoltaiki do swoich biur.

Jakie zewnętrzne wsparcie otrzymaliście?

AgriBios cyklicznie współpracuje z kilkoma agronomami i innymi ekspertami technicznymi, którzy oferują im konsultacje. Współpracowali również ze Szkołą Sant'Anna (Piza) i Uniwersytetem Georgofili (Florencja). Do wstępnych konsultacji strategicznych zatrudnili konsultanta.

Jakie były najistotniejsze wyzwania?

Nie lada wyzwaniem było przekonanie klientów, dostawców i instytucji o słuszności i jakości projektu. Zaoferowanie produktu poprzez zapłacenie za niego, a następnie odkupienie go w krótkiej perspektywie może wydawać się kosztowne to w dłuższej perspektywie zwróciło się. Przede wszystkim pod względem ekologicznym, a następnie finansowym, ekonomicznym, jak również pod względem wizerunku marki. Jest to "Pierwsza gmina w Europie, a może i na świecie, która posiada całkowicie cyrkularny system integralnego odzysku roślin".

Kolejnym z najtrudniejszych etapów było stworzenie struktury finansowej, która mogłaby przetrwać etap uruchamiania działalności. Ponieważ założyciele nie

posiadali własnego kapitału wysokiego ryzyka, przez pierwsze kilka lat mieli ujemne saldo, musieli więc współpracować z systemem bankowym i przedstawiać biznesplany. System spółdzielczy okazał się korzystny dla uzupełnienia systemu gwarancji, ponieważ wielu ich klientów i dostawców starało się dostosować do nas formy uproszczonych lub bankowych płatności wskazując na zalety projektu. Dziś jedną z mocnych stron Agribios jest członkostwo aż 230 osób, którzy wspierają ich w dokonywanych wyborach.

Trudno jest realizować inwestycje ze względu na biurokrację i pozwolenia, które trudno uzyskać. W większości przypadków ramy czasowe działalności nie są kompatybilne z ramami czasowymi procedur biurokratycznych i badawczych, co znacznie ogranicza jej funkcjonowanie.

AgriBios nie były zachęcane do stosowania modeli i praktyk gospodarki cyrkularnej. Firmy, które próbują budować bardziej przyjazną środowisku działalność za własne pieniądze są czasem wręcz źle postrzegane przez współpracowników. Inni właściciele MŚP nie dostrzegają korzyści z dbania o środowisko. Jest to w pewnym sensie kwestia kulturowa i musi istnieć poczucie obowiązku obywatelskiego. Jeśli nie ma kultury zrównoważonego rozwoju, wdrożenie tego typu zmian będzie niezwykle trudne.

Jakie są Wasze najważniejsze osiągnięcia?

Agribios skutecznie odpowiada na ważną potrzebę gospodarstw rolnych na terenie Pistoii, w szczególności w okręgu szkółek roślin ozdobnych, i reprezentuje model gospodarki cyrkularnej. Gospodarze są zadowoleni z wyników i zawsze starają się je udoskonalać.

Korzyści na poziomie lokalnym to między innymi :

1. zmniejszenie ilości odpadów zielonych na wysypiskach;
2. wykorzystanie produktów ubocznych w rolnictwie poprzez stworzenie lokalnego łańcucha dostaw;
3. odzyskanie dużych ilości substancji organicznych i kompostu, które mogą przeciwdziałać mineralizacji gleb;
4. mniejsza potrzeba spalania pozostałości drzewnych;
5. zwiększenie produkcji energii odnawialnej z biomasy.

Co doradzicie innym ?

Wniosek z tego jest taki: każdego dnia musisz mieć energię, aby móc promować model gospodarki bezodpadowej.

Jako drogowskaz istotna także jest rola młodszego pokolenia - codzienny dialog z nimi i angażowanie ich w poszukiwanie rozwiązań dla coraz bardziej cyrkularnej przyszłości.

2. Blagichka – the first Zero-Waste Restaurant in Bulgaria



Krótki przegląd

<u>Data powstania:</u> 2014	<u>Branża:</u> rolno-spożywcza
<u>Wielkość:</u> mikro <10; małe <50; średnie <250	<u>Zasięg działalności:</u> lokalny , krajowy, EU, globalny
<u>Skrócony opis:</u> "Blagichka - ZERO WASTE" to pierwsza w Bułgarii restauracja zero waste, która zatrudnia młodych ludzi w potrzebie. Jest to miejsce łączące z jednej strony miłość do jedzenia i przygotowywanie wysokiej jakości, smacznych produktów spożywczych, a z drugiej strony przekonanie, że młodzi ludzie są najważniejszym dobrem społecznym i warto w nich inwestować.	

Co zainspirowało firmę do zmiany?

Ważnym powodem transformacji była postawa założycielki i właścicielki firmy, która bardzo dbała o środowisko i była świadoma tego, jak wiele odpadów pozostawiamy po sobie.

Firma powstała w 2014 roku jako tradycyjna firma cateringowa. W tym czasie właścicielka nie miała pojęcia o zero waste czy circular economy i nie interesowała się tymi koncepcjami. Kiedy uświadomiła sobie, jak wiele odpadów powstaje codziennie, postanowiła przekształcić swój biznes. W 2019 roku firma cateringowa została przekształcona w pierwszą restaurację zero-waste w Bułgarii.

Jakie były główne rozwiązania cyrkularne firmy i jak zostały one wdrożone?

Transformację przeprowadzono w trzech głównych aspektach - zmieniając sposób dostarczania produktów spożywczych, ich przetwarzania w restauracji oraz dostarczania do klientów.

Pierwszym krokiem była zmiana sposobu dostarczania produktów do restauracji. Znalezione dostawców, którzy zgodzili się używać opakowań wielokrotnego użytku przy dostarczaniu swoich produktów. Pracownicy firmy również zaczęli używać opakowań wielokrotnego użytku podczas codziennych zakupów - np. szklanych pojemników, pudełek, płóciennych toreb.

Drugim krokiem była zmiana sposobu użytkowania produktów w kuchni. Każdy produkt, który trafia do kuchni jest oglądany z każdej strony. Podczas przetwarzania

żywności w kuchni wykorzystuje się prawie wszystko, starając się nie mieć odpadów. Na przykład, owoce i tabletki warzywne służą do robienia chipsów, tabletki bananowe do przygotowywania wegańskich burgerów, skórka arbuza do robienia lodów, a łodygi pietruszki do zrobienia pesto.

Minimalne organiczne odpady spożywcze, które pozostają w wyniku procesu gotowania, trafiają do kompostownika. W restauracji dostępny jest bardzo duży kompostownik. Kompostownik jest używany jako naturalny nawóz dla wielu uprawianych roślin i jest ogólnodostępny w restauracji.

Trzeci krok w kierunku zamknięcia cyklu koncentruje się na zmianie sposobu dostarczania wyprodukowanej żywności do klientów. Usługi dostawy do klientów realizowane są głównie poprzez wykorzystanie ekologicznego transportu - rowerów, elektrycznych pojazdów i hulajnóg. Klienci mają do wyboru kilka opcji: (1) gdy jedzenie zostanie dostarczone, od razu przełożyć je do własnych naczyń i oddać opakowania restauracyjne; (2) zapłacić kaucję za opakowania i otrzymać ją z powrotem przy zwrocie (możliwe również przy bezpośrednim zamówieniu w restauracji); (3) przynieść do restauracji własne opakowania wielokrotnego użytku, które później służą do dostarczania jedzenia (możliwe również przy bezpośrednim zamówieniu w restauracji).

W Błagichce dawanie szansy młodym ludziom w niekorzystnej sytuacji jest ich misją i każdy wysiłek mający na celu niemarnowanie odpadów, opłaca się. Najbardziej znaczącym wsparciem udzielanym młodzieży pokrzywdzonej przez los jest umożliwienie jej pracy w kuchni i rozwijanie umiejętności i nawyków zawodowych.

Część zysku firmy inwestowana jest w szkolenia organizowane dla dzieci z domów socjalnych i chronionych. Szkolenia te skupiają się na rozwijaniu u młodych ludzi umiejętności gotowania, planowania zakupów na tydzień, wybierania żywności wysokiej jakości i w przystępnej cenie oraz dbania o swoje ciało i ducha poprzez spożywanie posiłki.

Jakie zewnętrzne wsparcie otrzymaliście?

Nie było potrzebne, ani nie otrzymano zewnętrznego wsparcia w procesie transformacji. Nie wymagała ona również znaczących inwestycji w infrastrukturę.

Jakie były najistotniejsze wyzwania?

Realizacja koncepcji zero waste nie wymaga w rzeczywistości wielu środków. Znacznie bardziej wiąże się z nastawieniem ludzi. Nie jest łatwo przekonać ludzi, że nie jest tak trudno zmienić życie z mniejszą ilością pozostawianych odpadów.

W restauracji trochę czasu zajęło pracownikom przyzwyczajenie się do selektywnej zbiórki odpadów, korzystania z kompostownika dla pozostawionych odpadów organicznych oraz zabierania opakowań wielokrotnego użytku podczas codziennych zakupów.

Jakie są Wasze najważniejsze osiągnięcia?

Zadowoleni klienci, wysoko oceniający otrzymane wysokiej jakości, zdrowe jedzenie oraz wspierający naszą bezodpadową inicjatywę. Stałe wspieranie młodzieży znajdującej się w niekorzystnej sytuacji. Podnoszenie świadomości i konkretne działania wspierające wysiłki społeczeństwa w zakresie gospodarki bezodpadowej i cyrkularnej.

Co doradzicie innym ?

Wdrożenie koncepcji bezodpadowej w restauracji nie wymaga wysokich inwestycji, ale jest bardziej związane ze sposobem myślenia i osobistym nastawieniem.

W swojej codziennej pracy restauracja bezodpadowa Błagichka kieruje się pięcioma zasadami filozofii ZERO WASTE:

- Refuse - Odrzucaj rzeczy, których nie potrzebujesz
- Reduce - Zmniejsz zużycie rzeczy, których potrzebujesz
- Reuse - Ponownie używaj rzeczy.
- Recycle - Oddaj do recyklingu wszystko to, czego nie udało Ci się odnowić, zredukować lub ponownie wykorzystać
- ROT - Kompostuj.

3. Bohema i wprowadzenie materiałów biodegradowalnych do branży obuwniczej:



Krótki przegląd

Data powstania: 2013

Branża: : Fashion (Footwear)

Wielkość: mikro <10; małe <50; średnie <250

Zasięg działalności: lokalny, krajowy, UE, **globalny**

Skrócony opis: Bohema Clothing, marka założona przez Wioletę Wiertel i Sebastiana Szypulę, produkuje obuwie, które jest głównie wegańskie i stara się być eko. Do produkcji tkanin używają materiałów bio, skóry winogron czy liści ananasa. Ich produkty są wykonywane ręcznie, w małej fabryce lub innych fabrykach partnerskich. Marka tworzy minimalne stany magazynowe, a duża część produkcji odbywa się po złożeniu zamówienia.

Co zainspirowało firmę do zmiany?

Początkowo firma skupiała się na ręcznym wykonywaniu obuwia z ekoskóry, które było doskonałej jakości. Potem przyszła przerwa i poszukiwanie czegoś nowego, po prostu szukanie czegoś, co pomoże utrzymać biznes, bo obuwie i odzież branży tekstylnej: zmieniała się. Ponieważ Sebastian od 20 lat jest weganinem, chcieli stworzyć coś, co podkreśli wartości sprzeciwiające się okrucieństwu zwierząt i wprowadzi je do branży odzieżowo-obuwniczej.

Jakie były główne rozwiązania cyrkularne firmy i jak zostały one wdrożone?

Filozofia właścicieli opiera się na trzech filarach: dobro dla zwierząt, dobro dla planety i dobro dla ludzi, co funkcjonuje w tworzeniu ponadczasowej mody i trwałych modeli, ale także wygody oferowanej przez rzemiosło i warunki, w których buty są wykonane, aby osoby, które nad nimi pracują, zarabiały godnie i pracowały w dobrych warunkach.

Po badaniach właściciele zaczęli kontaktować się z firmami, które produkują biomateriał z liści ananasa i skórek winogron.

Skórki winogron, których używają, w 65% są odpadami z produkcji wina we Włoszech. Cała produkcja tego materiału również odbywa się we Włoszech. Pozostałą część stanowią bio-wodne polimery, również substancje chemiczne, ale przyjazne dla środowiska, które pozwalają na przetworzenie tego materiału. Liść ananasa to po prostu materiał wykonany z liści ananasa, które również są materiałem odpadowym na plantacjach. I do tej pory były one spalane. Powodowało to kolosalny wyciek niepotrzebnego dwutlenku węgla do atmosfery. Produkcja pozwoli zaoszczędzić na tej emisji dwutlenku węgla, który powstawał ze spalania. Kolejnym jest materiał

wykonany z liści kaktusa - liście cały czas odrastają, a z jednego kaktusa można wyprodukować setki metrów tkaniny. Dodatkowo kaktus jest naturalnym pochłaniaczem dwutlenku węgla, co oznacza, że fakt, iż powstała tam ta plantacja, znów pomaga obniżyć poziom CO₂. Na poziomie samego doboru materiałów firma bardzo dba o to, aby ten cykl był zamknięty i oczywiście, aby materiały nadawały się do recyklingu. Jeśli chodzi o komponenty, to również stara się używać materiałów z recyklingu, podeszwy, które są wykonane z gumy lub są możliwe do recyklingu.

Firma ma na stronie internetowej program dzięki któremu jeśli Twoje buty się zużyją i chcesz je wyrzucić, albo już Ci się nie podobają, to daje Ci możliwość odesłania ich do Bohemy i wtedy otrzymujesz 20% zniżki na nową parę. W ten sposób klient może kupić nową parę taniej, a firma zyskuje więcej materiałów do recyklingu.

Jakie zewnętrzne wsparcie otrzymaliście?

Nie było potrzebne ani nie otrzymano zewnętrznego wsparcia w procesie transformacji. Nie wymagał on również znaczących inwestycji w infrastrukturę.

Jakie były najistotniejsze wyzwania?

Aby wyprodukować produkt wysokiej jakości, należy dobrze zapłacić pracownikom i użyć wysokiej jakości materiałów, ostateczna cena butów będzie wyższa niż przeciętnego skózanego buta z sieciowego sklepu. Właściciele zdawali sobie z tego sprawę i wprowadzali różne programy mające pomóc klientowi. Wprowadzili dwutygodniowy okres zwrotu bez płatności. Klient może także skorzystać z Klarna System - odroczone lub w ratalne płatności (przy zakupie butów można zapłacić 30 dni później).

Firma współpracuje z polskimi ekologicznymi markami odzieżowymi, np. Osnova. Często wypożyczają one buty do sesji zdjęciowych nowych kolekcji. Buty używane podczas sesji zdjęciowej modelek są sprzedawane z rabatem.

Obecnie dużym wyzwaniem dla firmy jest znalezienie firm zajmujących się recyklingiem butów wykonanych z biomateriałów. Firma jest na rynku od niedawna i jeszcze nikt nie zwrócił do niej zużytych butów. Jeśli klienci zaczną zwracać zużyte buty, chcieliby je przechowywać, a następnie wysłać w większych partiach do recyklingu lub utylizacji w sposób przyjazny dla środowiska. Myślą o zastosowaniu najbardziej zrównoważonego podejścia do przetwarzania wszystkich odpadów. Jednak wciąż jest to na etapie prac, a znalezienie partnerów biznesowych, którzy pasują do ich zrównoważonego profilu, stanowi duże wyzwanie.

Jakie są Wasze najważniejsze osiągnięcia?

Najważniejszym osiągnięciem jest to, że firma potrafi wykonać z biomateriału zarówno wygodne, jak i trwałe buty.

Kolejnym osiągnięciem jest udział w targach mody w Nowym Jorku.

Co doradzicie innym ?

Najważniejsze na etapie przekształcania firmy jest ciągle poszukiwanie nowych rozwiązań, badania i zdobywanie wiedzy. Wiedzę można zdobyć nawet w Internecie, wyszukując artykuły w Google Scholar lub szkolenia online. Warto skorzystać z wiedzy dostępnej w Internecie.

4. Boutique Ritika – sukienki do wynajęcia



Krótki przegląd

<u>Data powstania:</u> 2019	<u>Branża:</u> : Modowa (ubrania)
<u>Wielkość:</u> mikro <10; małe <50; średnie <250	<u>Zasięg działalności:</u> lokalny , krajowy, UE, globalny
<u>Skrócony opis:</u> Boutique Ritika Ltd. to firma, która oferuje sukienki do wynajęcia. Dostarcza produkt jako usługę: model biznesowy, w którym klient nabywa usługę na określony czas, podczas gdy firma zachowuje prawo własności do produktu, maksymalizując w ten sposób zarówno wskaźnik użytkowania, jak i jego cykl życia.	

Co zainspirowało firmę do zmiany?

Ritika - sukienki do wynajęcia, powstała w okresie wielu formalnych wydarzeń, w których właścicielki musiały uczestniczyć. Nie mogły zapewnić sobie nowego stroju na każdą okazję bez wydawania dużych pieniędzy i umieszczania w szafach kolejnych prawie nieużywanych ubrań. Dlatego zdecydowali się na wdrożenie tego modelu mody, ogromnie popularnego w USA i Australii, gdzie cykl życia formalnego stroju mógł być kontynuowany. Cyrkularność przyszła naturalnie, wraz z projektem.

Jakie były główne rozwiązania cyrkularne firmy i jak zostały one wdrożone?

Wiadomo, że branża mody: jest jednym z głównych sprawców zanieczyszczenia środowiska, ponieważ aktualnie produkuje się ogromne ilości ubrań, często złej jakości, używanych zaledwie kilka razy. Wyrzuca się je z powodu przedarcia, łatwego zużycia i znudzenia.

A dzięki wypożyczeniu, zamiast kupować sukienkę, odbierasz już powstały produkt, używasz go zgodnie z przeznaczeniem i przekazujesz dalej. Jest to więc odkrycie dla kolejnej kobiety, która chce robić zakupy i żyć ekologicznie.

Właśnie w tym miejscu pojawił się pomysł - starano się dobrać na tyle różnorodne, efektowne i piękne sukienki, aby klientki mogły być za każdym razem inaczej ubrane na imprezie, czuć się komfortowo i dobrze połączyć wszystkie elementy stroju. Ponadto klientka nie musi myśleć o wyborze, dostawie i czyszczeniu, ponieważ wszystkie wymiary i istotne informacje dotyczące sukienek znajdzie w opisie artykułu, a pozostałe koszty są w kalkulowane w cenę wypożyczenia.

Jakie zewnętrzne wsparcie otrzymaliście?

Nie było potrzebne ani nie otrzymano zewnętrznego wsparcia w procesie transformacji. Nie wymagała ona również znaczących inwestycji w infrastrukturę.

Jakie były najistotniejsze wyzwania?

Największym wyzwaniem dla biznesu była pandemia, która wstrzymała działalność firmy na pierwsze półtora roku.

Kolejnym wyzwaniem (i szansą), jest fakt iż, nie przestają szukać bardziej zrównoważonych i cyrkularnych rozwiązań w swoim biznesie (od koncepcji opakowań po jakość ubrań, które pozyskują do swojego asortymentu).

Jakie są Wasze najważniejsze osiągnięcia?

Firma posiada na wyłączność stroje i sukienki wizytowe, które wypożyczane są na cztery dni. Po zakończeniu okresu wynajmu klientka zwraca sukienkę, która później jest czyszczona, i jest gotowa dla kolejnej osoby, która może ją nosić i cieszyć się. Doskonałym przykładem słuszności idei jest to, że sukienki, które znalazły się w pierwszej kolekcji trzy lata temu, nadal są w doskonałym stanie!

Co doradzicie innym ?

Nie wahaj się inwestować w produkty wysokiej jakości (w przypadku Ritiki - materiały na sukienki), bo ostatecznie się to bardzo opłaci.

5. Droga renomowanej firmy z branży luksusowych skór do Circular Economy: Conceria Antiba



Krótki przegląd

<u>Data powstania:</u> 1987	<u>Branża:</u> : Moda (garbowanie skór)
<u>Wielkość:</u> mikro <10; małe <50; średnie <250	<u>Zasięg działalności:</u> lokalny, krajowy, UE, globalny
<u>Skrócony opis:</u> Firma Antiba, stworzona do projektowania, przetwarzania i komercjalizacji skór garbowanych metodą chromową i roślinną, jest liderem w sektorze skór luksusowych, z nieustanną dbałością o środowisko i wewnętrznym kodeksem etycznym, którego celem jest szerzenie świadomości u każdego operatora łańcucha dostaw.	

Co zainspirowało firmę do zmiany?

Antiba sprzedaje gotowe skóry francuskim i włoskim markom luksusowym. Końcowi konsumenci luksusowych wyrobów skórzanych i butów są coraz bardziej zaniepokojeni zmianami klimatycznymi, utratą bioróżnorodności i zanieczyszczeniem plastikiem. Dlatego też luksusowe marki zostały zobligowane do pokazania swojego zaangażowania w zrównoważony rozwój społeczny i środowiskowy. Po ocenie śladu swojej działalności, marki stwierdziły, że ich łańcuchy dostaw są najbardziej znaczącym czynnikiem w zakresie śladu węglowego. Dlatego też marki zaczęły żądać od swoich dostawców pomiaru ich wpływu i wdrożenia średnioterminowych strategii w celu zmniejszenia negatywnego wpływu na środowisko.

Tak więc, pierwszym powodem są wymagania ze strony klientów. Następnie przedsiębiorcy muszą zrozumieć, że znalezienie nowych możliwości upcyklingu odpadów i ponowne wprowadzenie odpadów jako surowców wtórnych do procesu produkcyjnego to obniżenie kosztów dla firmy i otwarcie nowych możliwości biznesowych. Po trzecie, na poziomie europejskim zmieniają się przepisy i wszystkie firmy będą musiały się do nich dostosować prędzej czy później.

Jakie były główne rozwiązania cyrkularne firmy i jak zostały one wdrożone?

Droga do stania się firmą bezodpadową właśnie się rozpoczęła. Firma postanowiła zacząć od podstaw, zastępując plastikowe butelki filtrami do wody i wydając wszystkim pracownikom termosy.

Następnie zbadano proces produkcji odpadów. Do początku tego roku (2022) wysyłali do spalarni ogromne ilości jednorazowych ścinków, które były używane w procesie produkcyjnym od 2015 roku. Koszt utylizacji był wysoki. Przez przypadek dowiedzieli się, że lokalna firma zbierała za darmo podobny materiał i przerabiała go na "plastik z recyklingu". Przetestowali materiał, aby upewnić się, że respektuje on parametry dla substancji zastrzeżonych i podjęli próbę. Firmie spodobał się materiał i teraz zbiera go regularnie.

Okolo 13% energii, którą wykorzystuje firma, pochodzi ze źródeł odnawialnych. 75% swoich materiałów pozyskują od włoskich dostawców. 35% ich opakowań jest zgodnych z zasadami gospodarki cyrkularnej. Firma projektuje produkty z uwzględnieniem LCA i stara się unikać wytwarzania szkodliwych odpadów: 45% produktów chemicznych spełnia wymogi kategorii 1 i 3 ZDHC. 32,6% z całości powstałych odpadów produkcyjnych jest przekazywane innym firmom (w skali roku). Firma dba o to, aby strategię cyrkularną respektowały kryteria zrównoważonego rozwoju i neutralności klimatycznej, stosując ustrukturyzowane środki, takie jak cele poprawy, konkretne KPI monitorowane co roku i uszczegółowione wytyczne.

Prawdziwy proces gospodarki cyrkularnej rozpoczął się, gdy na początku 2022 roku do firmy dołączył ekspert ds. zrównoważonego rozwoju. Zaraz potem konsultant chemiczny z wieloletnim doświadczeniem w LCA i zrównoważonej chemii rozpoczął współpracę z firmą Antiba. Przełożyli oni prośby klientów na plan działania małych i dużych projektów, które będą rozwijane w nadchodzących latach. Plan ten został następnie udostępniony menedżerom firmy, aby poprosić ich o akceptację i pomoc w jego realizacji.

Niezbędne były kompetencje techniczne, a także kompleksowe zrozumienie procesu produkcyjnego firmy (min. kierownika, który pracuje w Antibie od 2000 roku, który bardzo pomógł). Niezbędne jest również zrozumienie rynku i wymagań klientów. Nadal bardzo potrzebny jest rozwój konkretnych kompetencji. Antiba współpracuje z lokalnymi uniwersytetami i regularnie zaprasza nauczycieli akademickich do obejrzenia fabryki i zwraca się do nich z pytaniem, czy jacyś młodzi i zdolni studenci z określonymi kompetencjami mogliby być zainteresowani odbyciem u nich stażu.

Jakie zewnętrzne wsparcie otrzymaliście?

Doradztwo było niezbędne ze względu na brak konkretnych kompetencji w firmie. Klienci są pod wielkim wrażeniem, gdy mówią im, że mają wsparcie ze strony eksperta ds. chemii i eksperta ds. zrównoważonego rozwoju. Następnie wsparcia finansowego udzielił rząd na poziomie lokalnym i krajowym. Firma nadal korzysta z usług firm konsultingowych i ubiega się o fundusze rządowe.

Jakie były najistotniejsze wyzwania?

Mentalność ludzi jest główną przeszkodą. Nawyki są bardzo trudne do zwalczania. Dobrym sposobem na rozpoczęcie jest szkolenie menedżerów, którzy z kolei będą szkolić pracowników. Następnie potrzebni są eksperci. Eksperci muszą rozmawiać i rozumieć problemy.

Jakie są Wasze najważniejsze osiągnięcia?

Pracownicy firmy są dość zadowoleni. Przekonanie zarządu firmy o znaczeniu, możliwościach i korzyściach płynących z gospodarki cyrkularnej było pierwszą, a zarazem największą przeszkodą i odniesienie sukcesu w tym zakresie było dużym osiągnięciem.

Wzrost konkurencyjności oraz łatwiejszy dostęp do środków publicznych i kredytów bankowych będą naturalnymi konsekwencjami tych wszystkich działań, które planują.

Co doradzicie innym ?

Staraj się myśleć szerzej; niezbędne jest kompleksowe podejście. W pierwszej kolejności zaangażuj zarząd. Jeśli oni przyjmą zmiany i spróbują dać przykład, to inni pracownicy pójdą za nimi. Bardzo ważne jest tworzenie sieci kontaktów: rozmawiaj i dyskutuj z ekspertami, partnerami, a nawet konkurentami i osobami pracującymi w innych branżach. Odkryjesz nowe sposoby rozwiązywania problemów, patrząc jak inne branże stawiają czoła wyzwaniom.

Badania i rozwój są motorem zmian, ale wymagają czasu i pieniędzy. Ważne jest, aby wiedzieć, jakie cele chcą osiągnąć Twoi klienci, ale spróbuj zaprojektować własną ścieżkę i objąć projekty, które najlepiej pasują do Twojej firmy.

Zacznij od analizy LCA (Life Cycle Assessment), aby zrozumieć ogólny ślad firmy i dowiedzieć się, jaki jest najgorszy dział/departament firmy pod względem wpływu na środowisko. Bez analizy danych poprzez właściwą ocenę cyklu życia, wszelkie planowane działania mogą okazać się bezużyteczne lub niewystarczająco skuteczne.

Wyjaśnij menedżerom i przedsiębiorcom, na czym polega gospodarka cyrkularna. Pokaż im przykłady społeczności i firm, które rozkwitły dzięki wykorzystaniu możliwości gospodarki cyrkularnej. Większość menedżerów i przedsiębiorców myśli o pieniądzach. Jeśli gospodarka cyrkularna będzie postrzegana jako szansa na zarobienie więcej pieniędzy lub obniżenie kosztów, będą przekonani do jej wypróbowania.

Propozycje, jak lepiej rozpowszechniać, informować, komunikować i podnosić świadomość na ten temat, to szkolenie osób pracujących w bankach, administracji publicznej, samorządach. Niech odkryją i zrozumieją, czym jest circular economy. Następnie wykorzystają tę wiedzę do właściwego finansowania tych wszystkich firm i start-upów, które dadzą impuls do przejścia na gospodarkę cyrkularną.

6. Upcycling zaczyna się od projektowania. Rozwiązania B2B i B2C firmy Deko Eko.



Krótki przegląd

<u>Data powstania:</u> 1987	<u>Branża:</u> : E-commerce, Konsulting
<u>Wielkość:</u> mikro <10; małe <50; średnie <250	<u>Zasięg działalności:</u> lokalny, krajowy, UE , globalny
<u>Skrócony opis:</u> Misją Deko Eko jest przekształcanie odpadów w zysk poprzez ułatwienie jak największego skoku wartości - od zera do produktu gotowego na rynek. Około 2016 roku firma zaczęła mocno skupiać się na rozwiązaniach B2B, które obejmują analizę wytwarzanych odpadów, doradztwo, pomysły na ponowne wykorzystanie i upcycling, "Brand Upcycling". Dla B2C udostępniają sklep internetowy dekoeko.com, który oferuje setki gotowych do zamówienia produktów z recyklingu i upcyklingu, od wyposażenia domu po modę.	

Co zainspirowało firmę do zmiany?

Deko Eko działa już od ponad 9 lat. Inspiracją do powstania cyrkularnego biznesu była właścicielka firmy Agata Frankiewicz. Pomysł przywiozła z podróży do Azji, gdzie zobaczyła wspaniałe przykłady produktów upcyklingowych. Zainspirowało ją to proekologiczne podejście.

Jakie były główne rozwiązania cyrkularne firmy i jak zostały one wdrożone?

Nowy model biznesowy firmy opiera się na kompleksowej analizie odpadów generowanych przez klienta i poszukiwaniu sposobów ich zagospodarowania poprzez upcycling, czyli nadanie wyższej wartości pozornie zużytym produktom i materiałom.

Firma koordynuje cały proces, począwszy od analizy właściwości odpadów, pomysłów na to, do czego można je przetworzyć, analizy technicznych możliwości produkcji nowych gadżetów z tych odpadów, kończąc na produkcji nowego produktu z odpadów klienta. W proces ten zaangażowanych jest szereg firm i specjalistów z zakresu analizy chemicznej odpadów, recyklingu i rękodzieła.

Przełomowym momentem dla firmy był rok 2020 i nawiązanie współpracy z Castoramą. Castorama zwróciła się do Deko Eko z problemem zagospodarowania folii opakowaniowej. Idea "ekologicznych" doniczek zaczęła się od kwestii samych

odpadów pojawiających się w sklepach Castorama - czyli folii z opakowań ochronnych palet, kartonów i pojedynczych produktów. Deko Eko szukało możliwości stworzenia z tych odpadów produktu konsumpcyjnego. Odpady foliowe są granulowane i prasowane do produkcji plastikowych doniczek. Za proces produkcji odpowiedzialnych jest 5 partnerów recyklingowych.

W ten sposób Deko Eko pomaga Castoramie zagospodarować 1500 ton odpadów z tworzyw sztucznych rocznie. Z tej ilości odpadów powstaje kilkaset tysięcy upcyklingowanych doniczek z wysokiej jakości tworzywa, które można podać recyklingowi.

Teraz firma rozpoczęła współpracę sieciową z McDonald's przy projekcie recyklingu fusów z kawy restauracyjnej do produkcji kubków, które będą wykorzystywane w sprzedaży.

Jakie zewnętrzne wsparcie otrzymaliście?

Czynnikiem, który pozwolił na zmianę modelu biznesowego i szybki rozwój firmy było wsparcie prof. Bolesława Roka, twórcy polskiego CSR - który dostrzegł potencjał upcyklingu w działaniach CSR, zainwestował niewielką kwotę w biznes i pomógł stworzyć ofertę B2B.

W 2018 roku firma wzięła udział w programie akceleracyjnym w Holandii. Tam dostrzegli ogromny potencjał w Deko Eko. Z grupą ekspertów zdecydowano, że firma będzie rozwijać ofertę B2B i już nie będzie dalej rozwijać oferty e-commerce dla klienta indywidualnego.

Jakie były najistotniejsze wyzwania?

Deko Eko zaczynało jako " jednoosobowa firma" bez większego kapitału początkowego. Tworząc e-commerce - sklep internetowy z produktami (dekoracje, meble) z odpadów, wciąż nie rozumiano dobrze, jaki jest cel projektowania nowych produktów z odpadów. Ludzie nie bardzo widzieli wartość w kupowaniu produktów upcyklingowych. Największym wyzwaniem w początkowej fazie rozwoju firmy było przekonanie inwestorów, że w upcyklingu tkwi potencjał.

Trudno było też wejść na rynki zagraniczne, z bardziej świadomymi i zamożniejszymi klientami, ponieważ produkty oferowane przez sklep były designerskie i dość drogie - nie było inwestorów, którzy mogliby pomóc w skalowaniu i tym samym obniżeniu cen. Firma próbowała wejść z platformą na rynek niemiecki, ale brakowało jej kapitału inwestycyjnego na stworzenie angielskiej wersji strony, zatrudnienie managera, reklamę. Inwestorzy nie widzieli natomiast potrzeby podejmowania działań CSR, wdrażania polityki prośrodowiskowej w firmach.

Jakie są Wasze najważniejsze osiągnięcia?

Największym osiągnięciem firmy było zbudowanie ekosystemu partnerów - upcyklingowych projektantów i recyklerów, z którymi firma współpracowała od etapu rozwoju e-commerce.

Osiągnięciem było również przetrwanie trudnych czasów i wejście w niszę rynkową - jaką jest upcykling, oraz wypracowanie mocnego modelu biznesowego, który pozwolił firmie przyspieszyć wzrost.

Co doradzicie innym ?

Istotne jest, aby tworzyć biznes w zgodzie ze sobą i swoimi przekonaniem. Połącz swoje mocne strony i wykorzystaj je wszystkie w swoim biznesie.

Rozpoczynając transformację e-cyркуlarną, firma powinna dostrzec wartość w swoich odpadach - postarać się zamienić je w zysk.

7. Ergodesign – Cyrkularna zmiana poprzez projektowanie

ergodesign

Krótki przegląd

Data powstania: 1993

Branża: : Projektowanie I konsulting

Wielkość: mikro <10; małe <50; średnie <250

Zasięg działalności: lokalny, krajowy, EU, globalny

Skrócony opis: Ergodesign, jako doradztwo projektowe, narodziło się w latach 90-tych. Od 2010 roku przeszli od projektowania zorientowanego na produkt i użytkownika do projektowania strategicznego, wpływającego na model biznesowy klienta i organizację jako całość. Uwierzyli w swoje kompetencje w zakresie projektowania strategicznego i moc projektowania do zmiany biznesu. Następnie zdecydowali się pójść w kierunku zrównoważonego rozwoju i wdrożyli cyrkularność jako jedną z głównych cech projektowych. W 2020 roku rozpoczęła się ich własna cyrkularna transformacja jako firmy doradczej.

Co zainspirowało firmę do zmiany?

Jako projektanci zawsze byli wrażliwi na wpływ społeczny i środowiskowy ich rozwiązań projektowych, które wprowadzają na rynek. Począwszy od pandemii Covid w 2020 roku, zainteresowanie świata biznesu i opinii publicznej skierowało się ku dalszej perspektywie. Również nowe polityki regionu Unii Europejskiej z Green Deal na czele wymuszają rozszerzanie horyzontu czasowego dla strategicznego myślenia i ekodziałania.

To, co przekonało firmę do gospodarki cyrkularnej, to fakt, że jest to zupełnie nowy system gospodarczy. Ma charakter holistyczny. I nie jest to teoria tylko cel ukierunkowany na działanie. I to jest coś, nad czym może pracować aktywny projektant.

I po 30 latach firma doszła do nowego punktu wyjścia: teraz dokonujemy cyrkularności tego, co liniowe.

Jakie były główne rozwiązania cyrkularne firmy i jak zostały one wdrożone?

Jak wyglądał proces ich transformacji? Zrobili to jako zespół. W każdej fazie inna grupa miała decydujący wpływ.

1. Go Green: badania i edukacja, przygotowanie firmy.

Pierwszym etapem był czas nauki, który nazwaliśmy Go Green. Ważnym działaniem było włączenie cyrkularności do misji i wizji naszej firmy. Ponad 20 warsztatów wewnętrznych. Projekty badawcze dotyczące materiałów i narzędzi. Stworzenie własnego zestawu narzędzi i najlepszych praktyk. Uruchomienie własnego podcastu na temat circular design.

Top-management i specjalnie utworzona grupa, cały zespół był zaangażowany w szkolenia edukacyjne.

2 etap cyrkularności Ergodesign: eksperymenty i projekty pilotażowe.

Po roku poczuli się gotowi na ogłoszenie o swojej cyrkularności.. Ich klienci i realne projekty to najlepsze wyzwanie. Pracowali już z cyrkularnym start-upem nad ich okrężnym projektem. Pracują z uznanymi markami, aby przededefiniować ich propozycję wartości, aby były bardziej przyjazne dla użytkowników i planety. Pracują również z tradycyjnymi firmami nad zarządzaniem materiałami w ich produkcji.

Polegali na agentach zmiany przydzielonych spośród naszych projektantów i konsultantów.

3 etap cyrkularna zmiana: oficjalna oferta usług i promocja projektowania cyrkularnego.

Pracowali nad budową wizerunku i pozycji firmy, której podstawową kompetencją jest cyrkularność. Nieustannie pracują nad poszerzeniem spektrum naszego know-how i możliwości. Przede wszystkim jednak skupiają się na projektach dla klientów, aby poszerzać swoje portfolio case studies i wdrożeń.

Cały zespół w każdym dziale pracuje nad wyspecjalizowanymi aspektami cyrkularnymi w swojej dziedzinie.

Początkowo opierali się na materiałach z Fundacji Ellen MacArthur. Metodologia stworzona przez ekspertów TU Delft była świetnym uzupełnieniem.

Obecnie oferują oni:

- doradztwo w zakresie cyrkularnej transformacji organizacji swoich klientów,
- projektowanie cyrkularnych modeli biznesowych,
- projektowanie produktów i usług gotowych na działanie w obiegu zamkniętego (circular-ready), które przynoszą ich klientom korzyści środowiskowe.

Jakie zewnętrzne wsparcie otrzymaliście?

Nie było potrzebne ani nie otrzymano zewnętrznego wsparcia w transformacji. Nie wymagała ona również znaczących inwestycji w infrastrukturę.

Jakie były najistotniejsze wyzwania?

Opracowanie procesu zmian i ciągłe aktualizowanie celów zależy od najnowszych osiągnięć. Są jedną z pionierskich organizacji, które przeszły przez ten proces. Nieznane praktyczne zastosowanie idei cyrkularności w biznesie i brak znaczących studiów przypadków, z których można by czerpać przykłady oraz KPI dla biznesu. Globalny proces transformacji gospodarki w kierunku circular economy jest jeszcze w powijakach i nie ma gotowych rozwiązań.

Niedojrzałość rynku. Choć są przekonani, że podejście cyrkularne jest odpowiednie dla każdego biznesu, większość firm potrzebuje edukacji od podstaw na temat paradygmatu, rozwiązań i korzyści z niego płynących.

Jakie są Wasze najważniejsze osiągnięcia?

Firma stworzyła swoją metodologię i zaangażowali w to podejście cały zespół.

Budują pozycję cyrkularnego lidera w branży doradczej i projektowej. Posiadają przekonującą praktyczną ofertę wspierającą biznesy ich klientów.

Wypracowali portfolio wdrożeń i case studies, które jest wskaźnikiem ich wpływu cyrkularnego.

Co doradzicie innym ?

1. Kluczowe jest nominowanie przez członków zarządu cyrkularności jako nowej wartości firmy, bo w ten sposób można ją upowszechnić. I stworzyć zespół, który będzie nad nią pracował. Jak w przypadku wszystkich istotnych zmian, istotnym kryterium sukcesu jest zbudowanie odpowiedniej kultury i uczynienie zespołu jej zarządcą.

2. Wiele działań, które sami wykonywali, mogą wykonać zewnętrznymi eksperci lub firmy podobne do nich. W dzisiejszych czasach metodologię i know-how można kupić taniej i szybciej niż opracować je samodzielnie. To tylko wzmacnia wnioski, że cyrkularności nie da się uzyskać w ramach jednej firmy. Wymaga ona współpracy.

3. Włączenie zasad gospodarki cyrkularnej i biznesu powinno rozpocząć się od zdefiniowania strategicznych celów biznesowych i zaangażowania kluczowych osób w proces zmian. Jednak zamiast przekształcać całą organizację, zalecają zmianę poprzez kilka zwinnych projektów pilotażowych w warunkach, które nazywają start-upami. Pozwala to na szybkie osiągnięcie mniejszych celów, uczy organizację i umożliwia jej ewaluację.

8. Ergolain – zacznij od siebie

Krótki przegląd

Data powstania: 2001

Branża: : Meblarska

Wielkość: mikro <10; małe <50; średnie <250

Zasięg działalności: local, national, EU, global

Skrócony opis: Ergolain w ostatnich latach przyjął w swojej firmie kilka praktyk cyrkularnych. Jedną z nich jest stałe zaangażowanie pracowników i uczynienie zrównoważonego rozwoju częścią ich własnej tożsamości. Osobiste wyzwania, podnoszenie świadomości przez zaproszonych prelegentów i proste zmiany w codziennych działaniach - to miejsce, gdzie zaczyna się strategia zrównoważonego rozwoju. Jednym z konkretnych rezultatów takiego podejścia było zaproponowanie przez jednego z pracowników zespołu produkcyjnego nowego projektu produktu, który nie tylko pozwolił na zmniejszenie ilości odpadów i uzyskanie większej wydajności z tej samej ilości materiału, ale również stał się jednym z najlepiej sprzedających się produktów firmy.

Co zainspirowało firmę do zmiany?

Początkowe zainteresowanie praktykami cyrkularnymi pojawiło się jako globalny trend w ich firmie. Nie zainspirowały ich żadne konkretne regulacje czy naciski klientów. Firma dużo pracuje z markami skandynawskimi. Było tam wiele praktyk, które automatycznie przyjęły jako dobre i zastosowali je w swojej działalności.

Większość zmian pochodzi od kadry zarządzającej, ale wszyscy pracownicy są zaangażowani we wdrażanie tych zmian.

Jakie były główne rozwiązania cyrkularne firmy i jak zostały one wdrożone?

Firma zaczęła się zmieniać na poziomie indywidualnym. Pracownicy wymienili plastikowe butelki na szklane. W biurze nie ma już koszy na śmieci, promują używanie mniejszej liczby samochodów przez pracowników, a w biurze można wypożyczyć rower lub skuter. Wyzwania dotyczące zrównoważonego rozwoju, które promują zrównoważone zachowania, pomagają budować bardziej spójną kulturę firmy i są bardzo ważne w strategicznym zarządzaniu zmianą. Dzięki nim pracownicy "kupują" zrównoważony rozwój jako część własnej tożsamości.

Niedawno wprowadzili w firmie osobną funkcję - menedżera projektu zrównoważonego rozwoju. Teraz wszystkie inicjatywy, które firma wdraża w domenę

zrównoważonego rozwoju i cyrkularności są koordynowane, a zmiana jest planowana bardziej systemowo.

W produkcji wdrożyli metodologię LEAN, która ogranicza zarówno odpady fizyczne, jak i procesowe. Wybierają dostawców, którzy działają w sposób zrównoważony i cyrkularny. Co roku odbywają się rozmowy z każdym dostawcą, podczas których obie firmy omawiają możliwe sposoby przyjęcia jeszcze bardziej cyrkularnego podejścia. Jeśli dostawca nie ma strategii zrównoważonego rozwoju, ostatecznie partnerstwo zostanie zakończone.

Firma przeprowadziła audyt dotyczący materiałów, których używała i tego, jak można je zmienić. Okazało się, że w niektórych przypadkach można wykorzystać skrawki, które w innym przypadku zostałyby zutylicowane jako odpady. Niezbędne były nowe kompetencje dla projektantów, aby mieli więcej wiedzy na temat pracy z nowymi materiałami.

Ostatnio firma zaczęła oferować usługę odnawiania mebli. Planują rozszerzyć ją i świadczyć usługi nie tylko dla mebli własnej produkcji. Na opracowane przez firmę meble jest 5-letni okres gwarancyjny.

Firma stosuje taktykę "tu i teraz", która skupia się na małych, ale szybkich zmianach. Dzięki temu stale wprowadzane są innowacje i zmiany.

Istnieje zasada, że nasi sprzedawcy zawsze muszą zaproponować klientowi trwałe rozwiązanie, nawet jeśli zwykle kosztuje ono więcej. Dużo czasu poświęcono na pracę z pracownikami sprzedaży, aby przyswoili sobie wartości zrównoważonego rozwoju, ponieważ możesz sprzedawać tylko to, w co sam wierzysz.

Jednym z najnowszych pomysłów wdrożonych przez firmę był nowy projekt stołu o nazwie Big Green. Pomysł wyszedł od pracownika produkcji, który zasugerował bardziej wydajny projekt, który pozwoliłby na stworzenie podwójnej ilości blatów i zmniejszenie ilości odpadów o co najmniej 15% z tej samej ilości materiału. Pomysł ten przyniósł nie tylko pozytywny efekt dla zrównoważonego rozwoju, ale także ekonomiczny.

Jakie zewnętrzne wsparcie otrzymaliście?

Wszystkie inwestycje były realizowane z własnych finansów. Korzystne było to, że firma miała wiele relacji z globalnymi graczami, więc kontaktowali się z przedsiębiorstwami i prosili o przeprowadzenie szkoleń dla swoich pracowników na konkretne tematy.

Jakie były najistotniejsze wyzwania?

Opakowanie jest nadal wyzwaniem. Firma produkuje meble niestandardowe, co oznacza, że nie można zastosować standardowego rozwiązania w zakresie opakowań. Obecnie pracują w tym kierunku, szukając odpowiedzi.

Wciąż dość dużym wyzwaniem są meble tapicerowane. Niektóre światowe firmy zaczynają wprowadzać innowacje na większą skalę w tym zakresie, ale nadal jest wiele do zrobienia.

Na początku niektórzy pracownicy byli niechętni zmianom. Nawet jeśli pozytywnie oceniali zrównoważony rozwój, obawiali się wyższych cen i obniżenia wartości oferty

dla klientów. Indywidualne zaangażowanie w tworzenie zmian, osobiste wyzwania i ciągłe podnoszenie świadomości pomogły sprostać temu wyzwaniu.

Czasami dużym wyzwaniem są pieniądze. Niektóre decyzje wymagają znacznych inwestycji i nie zawsze jest możliwe zabezpieczenie wszystkich potrzebnych kwot na wszystkie zmiany w tym samym czasie.

Jakie są Wasze najważniejsze osiągnięcia?

Pracownicy tej firmy są pomysłodawcami strategii firmy i postrzegają zrównoważony rozwój jako część swojej tożsamości i osobistej odpowiedzialności.

Strategiczne skupienie się na zrównoważonych i cyrkularnych praktykach pozwoliło na przeorganizowanie dawnych sieci dostawców. Teraz firma ma solidniejsze i bardziej oparte na wartościach łańcuchy dostaw, które nie są oparte wyłącznie na aspektach ekonomicznych. Działają także jako sieć wsparcia i nauki.

Projekt stołu Big Green jest sukcesem. Jest on bardziej przyjazny dla środowiska i jest jednym z najlepiej sprzedających się produktów firmy.

Co doradzicie innym ?

Buduj swoją zmianę z pracownikami. Muszą oni być i czuć się integralną częścią strategii firmy. Osobiste wyzwania i indywidualne przykłady mogą pomóc w budowaniu nowej kultury.

Wszyscy muszą zrozumieć - inaczej się nie da. Każdy będzie musiał się zmienić i być bardziej zrównoważony i cyrkularny. Nawet jeśli myślisz, że ta zmiana nie jest łatwa, nie powinieneś zapominać, że później - będzie to jeszcze bardziej skomplikowane. Lepiej wyprzedzić konkurencję, gdyż może to przynieść również wartość ekonomiczną.

9. GREENFILL3D i jego pionierska praca w zakresie ekologicznego druku 3D.

Krótki przegląd

<u>Data powstania:</u> 2021	<u>Branża:</u> : 3D printing
<u>Wielkość:</u> mikro <10; małe <50; średnie <250	<u>Zasięg działalności:</u> local, national, EU , global
<p><u>Skrócony opis:</u> Centrum Druku 3D z marką GREENFILL3D to firma założona przez Pawła Ślusarczyka, działająca na styku trzech obszarów:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. produkcja ekologicznych bioplastików, opartych na materiałach biodegradowalnych lub pochodzących z recyklingu, z domieszką naturalnych składników (np. otrębów pszennych). Trzy rewolucyjne materiały wykorzystywane przez firmę to GF3D Branfill3d (materiał z otrębów pszennych), BioWOOD (materiał ze sproszkowanego drewna) oraz BioCREATE (materiał kompostowalny), 2. Produkcja 3D z wykorzystaniem tych materiałów (stojaki reklamowe, upominki, gadżety reklamowe), 3. prowadzenie największego w Polsce portalu internetowego o druku 3D https://centrumdruku3d.pl/, szkolenia z zakresu druku 3D oraz usługi doradcze. 	

Co zainspirowało firmę do zmiany?

W 2018 i 2019 roku CD3D Sp. z o.o., firma stojąca za stroną Centrum Druku 3D, próbowała stworzyć bioprinter do druku 3D, który zamiast plastikowego filamentu wykorzystywałby biomateriały do wykonywania struktur do hodowli komórek w warunkach laboratoryjnych i do celów naukowych. Głównym założeniem było stworzenie innowacyjnych implantów kostnych, wydrukowanych z kompozytu bioinertnych i biokompatybilnych materiałów termoplastycznych nasyconych proszkiem kostnym. Po wprowadzeniu implantu do ciała pacjenta, materiał termoplastyczny miał się rozpuścić w organizmie bez szkody dla jego zdrowia. Uwolniony proszek kostny miał stymulować wzrost istniejących kości, tworząc nową strukturę kostną na rozpuszczającym się implancie.

Równocześnie firma prowadziła prace koncepcyjne nad wykorzystaniem własnych bioprinterów do druku 3D z resztek jedzenia. W 2019 roku firma spotkała się z Grupą MASPEX, która wyraziła wstępne zainteresowanie tym rozwiązaniem, jednak nie doszło wówczas do współpracy.

Pomysł został zrealizowany, ale żaden fundusz inwestycyjny nie pozwoliłby na rozwój biznesu i produkcję bioprinterów 3D na większą skalę. Ostatecznie projekt został zamknięty.

W 2021 roku Grupa Maspex (jeden z największych producentów żywności jak makarony i płatki śniadaniowe w Polsce) zgłosiła się do Centrum Druku 3D, aby znaleźć inny sposób na produkcję opakowań i aplikacji reklamowych. Powodem był fakt, że produkcja papieru w Chinach przeżywała znaczne problemy produkcyjne i logistyczne spowodowane pandemią Covid19, a zasoby były ograniczone.

Idea circular economy zainspirowała firmę do stworzenia pełnego obiegu surowca - odpadu produkcyjnego (otręby pszenne) firmy Maspex. Właściciele CD3D postanowili założyć zupełnie nową firmę dedykowaną temu obszarowi działalności i oddzielić ją od działalności redakcyjnej i szkoleniowej. Tak narodziło się GREENFiLL3D, które zamieniło otręby pszenne w materiał dla drukarek 3D. Dzięki wielkiej farmie drukarek 3D, GREENFiLL3D drukuje 3D standy reklamowe, które reklamują ten sam makaron.

Jakie były główne rozwiązania cyrkularne firmy i jak zostały one wdrożone?

Na etapie produkcji materiału do drukarki 3D nawiązano współpracę z firmą partnerską, która również tworzy materiały do druku 3D. W pierwszym etapie badań zaangażowana była również Polska Akademia Nauk i jej naukowcy. Wykorzystali oni kilka różnych rozwiązań na etapie wstępnej obróbki. W środowisku laboratoryjnym niektóre projekty mogą mieć charakter czysto naukowy i nie sprawdzają się w środowisku przemysłowym. To doświadczenie udowodniło, że aby mieć pewność, że coś działa, trzeba to przetestować w realnych warunkach w praktyce. Trzeba więc być bardzo sumiennym w działaniach laboratorium i ciągle zadawać im pytania. Przed rozpoczęciem produkcji materiały te powinny być odpowiednio przygotowane.

Obecnie firma skupia się na produkcji biodegradowalnych aplikacji i stojaków reklamowych z wykorzystaniem druku 3D. W tym celu zakupili nowe drukarki 3D, które są znacznie zmodyfikowane i dostosowane do wymogów produkcji biomateriału: zmiana oprogramowania, okablowania i różnych elementów mechanicznych. Produkują małe ilości produktów, aby uniknąć nadprodukcji. Oferują dokładnie to, czego potrzebuje klient.

Firma uważa, że konieczna jest zmiana podejścia w marketingu i reklamie na bardziej okrężne rozwiązania. Ich bio prezenty z drukarki 3D mogą stać się przełomem w branży reklamowej.

Jakie zewnętrzne wsparcie otrzymaliście?

Firma rozwijała się dzięki zasobom finansowym i współpracy z Maspexem - najbardziej znanym polskim producentem żywności. W maju 2022 roku Polski Instytut Badań i Rozwoju (PIBiR) zainwestował 0,85 mln. PLN na dalszy rozwój technologii GREENFiLL3D w materiałach eko oraz adaptację innego rozwiązania jak kolorowy druk 3D.

Jakie były najistotniejsze wyzwania?

Jednym z największych wyzwań było oczekiwanie na wsparcie finansowe na produkcję innowacyjnych drukarek. Ponadto okazało się również, że w Polsce nie było zainteresowania tego typu drukarkami. Rynek materiałów biodegradowalnych dopiero zaczyna zdobywać popularność w Polsce.

Z powodu braku finansowania firma musiała porzucić pomysł produkcji swoich oryginalnych drukarek. Okazało się to porażką. W efekcie było to bardzo trudne doświadczenie dla założycieli.

Jakie są Wasze najważniejsze osiągnięcia?

Najlepszym osiągnięciem firmy jest to, że dostarczają nowe ekologiczne materiały i produkty 3D oraz nie boją się podejmować ryzyka.

Dzięki drukowi 3D wspierają inne firmy we wdrażaniu technologii cyrkularnych, bo to może zmienić cały proces logistyczny w branży.

Druk 3D nigdy nie zastąpi masowej produkcji, ale można uniknąć magazynowania np. części zamiennych, bo dzięki drukowi 3D takie części mogą być produkowane na zamówienie, a nie być składowane, magazynowane.

Co doradzicie innym ?

Rozpoczynając zmianę w firmie lub pracując nad innowacyjnym rozwiązaniem, należy podejść do całego procesu z dużą pokorą.

Należy wdrażać małe kroki. Najlepiej byłoby porozmawiać z ludźmi w odpowiedni sposób. Nie będzie to wynikało z ekologicznego punktu widzenia, bo to jest abstrakcyjne. Chodzi raczej o czynnik ekonomiczny: "to pozwoli nam przyspieszyć procesy". Jak mogę wykorzystać materiały, które już mam? Czynnik ekonomiczny jest tu najważniejszy, a ekologia idzie z nim w parze. Firmy adaptują rzeczy, które już mają (zero waste), a od takich drobiazgów idą dalej. Istotne jest, aby robić rzeczy, które są dobre dla firmy, a jednocześnie dobre dla świata i środowiska.

10. Handelek and Rebread – mistrzowie ratowania chleba

REBREAD

Krótki przegląd

<u>Data powstania:</u> 2017	<u>Branża:</u> : Spożywcza
<u>Wielkość:</u> mikro <10; małe <50; średnie <250	<u>Zasięg działalności:</u> lokalny, krajowy, EU , globalny
<p><u>Skrócony opis:</u> Handelek to śniadaniowe bistro i rzemieślnicza piekarnia założona w Krakowie przez Katarzynę Młynarczyk w 2017 roku. Miała zaopatrywać lokale gastronomiczne w pieczywo, serwując tradycyjne, krakowskie, zdrowe, naturalne śniadania.</p> <p>Pandemia COVID-19 spowodowała zwrot w historii firmy, a w 2020 roku budowę nowej marki Rebread, skupiającej się na wprowadzaniu rozwiązań ratujących przed zmarnowaniem nadwyżki wyprodukowanego pieczywa. Firma zastępuje do 20 proc. mąki zmielonym czerstwym chlebem i wytwarza nowe produkty z wykorzystaniem czerstwego pieczywa, np. alkohol, napoje probiotyczne, kosmetyki.</p>	

Co zainspirowało firmę do zmiany?

Właściciele Handelek czuli się związani z ideą zero waste, więc starali się nie marnować produkowanego przez siebie chleba. Przed pandemią lokalny rolnik odbierał od nich niesprzedany chleb i wykorzystywał go jako paszę dla zwierząt gospodarskich.

Nikt nie przypuszczał, że pandemia COVID-19 w 2020 roku może wpłynąć na rozwój firmy w zupełnie nieznanym kierunku. Blokada sprawiła, że lokalny rolnik przestał zbierać nadwyżki chleba.

W Polsce chleb jest święty i marnowanie go jest świętokradztwem. Dlatego dawanie drugiego życia czerstwemu chlebowi w Polsce ma szczególne znaczenie - symboliczne. I właśnie dlatego właściciele nie mogli pozwolić na marnowanie chleba i zaczęli się zastanawiać, co zrobić, żeby nie marnować chleba.

Jakie były główne rozwiązania cyrkularne firmy i jak zostały one wdrożone?

Wdrożenie pełnego procesu circular economy zajęło rok.

Stojąc przed problemem marnowania niesprzedanego pieczywa, właściciele Handelek zajrzeli do internetu i rozpoczęli badania w poszukiwaniu inspiracji.

Dowiedzieli się o możliwości produkcji wysokiej jakości alkoholu z czerstwego chleba. Blokada Covid-19 sprzyjała kreatywności. Po pół roku zbierania niesprzedanego chleba w firmie przewieźli 0,5 tony do gorzelni, z której powstało około 550 butelek spirytusu. Okazało się, że był to alkohol o wyjątkowym smaku, ponieważ czerstwy chleb zawierał dodatki ziaren, orzechów i żurawiny.

Założyciele postanowili założyć nową markę - Rebread i wdrożyć model gospodarki cyrkularnej, wykorzystując nadwyżkę pieczywa i zmieniając receptury w piekarni na cyrkularne - zastąpić do 20 proc. mąki zmielonym czerstwym chlebem i wyprodukować nowy produkt z wykorzystaniem czerstwego pieczywa, np. kosmetyki.

Skontaktowali się z innymi piekarniami w Krakowie, które dostarczają niesprzedany chleb do produkcji alkoholu. Rozpoczęto badania laboratoryjne składu i właściwości chleba czerstwego. Na podstawie zebranych wyników zespół zaczął zastanawiać się, jak można wykorzystać czerstwy chleb. Interdyscyplinarny zespół pracował metodami burzy mózgów i mind-mappingu, aby stworzyć nowe zastosowanie dla chleba. Efektem pracy zespołu był pomysł wykorzystania czerstwego chleba do ponownego wypieku linii chlebowo-kosmetycznej.

Rebread pracuje również nad procesem fermentacji czerstwego pieczywa i wykorzystuje takie surowce do produkcji napojów - kvass, breadbucha oraz napojów probiotycznych. Ponadto wraz z Uniwersytetem Rolniczym pracują nad substytutem mięsa z wykorzystaniem jadalnych pleśni - to przyszłość żywienia dla świata. Ostatnim sposobem jest przetwarzanie chleba, który stał się już odpadem, na nawóz lub biogaz.

Razem z firmą Green Fill 3D pracują również nad drukiem 3D z biodegradowalnego filamentu wykonanego w 40% z czerstwego chleba.

Jakie zewnętrzne wsparcie otrzymaliście?

Na projekty badawcze związane z testowaniem wykorzystania pieczywa czerstwego do ponownej produkcji firma otrzymała wsparcie z Małopolskiego Centrum Przedsiębiorczości w postaci bonu na innowacje. Badania prowadzone są wspólnie z Uniwersytetem Rolniczym w Krakowie.

Jakie były najistotniejsze wyzwania?

Na etapie wdrażania zamkniętego obiegu pieczywa i odbioru nieświeżego surowca firma napotkała problem braku miejsca w małych piekarniach do przechowywania i segregowania niesprzedanego pieczywa. Musieli zastąpić pojemniki na pieczywo, które zajmowały dużo miejsca w sklepach.

Szukając rozwiązania problemu, zespół oparł się na podstawowej zasadzie firmy - "Nie kupujemy niczego nowego; bazujemy na tym, co mamy lub co marnuje się u innych. Nie chcemy też produkować nowych toreb czy pojemników z naszą marką".

W firmie zostało zastosowane kolejne cyrkularne rozwiązanie polegające na wykorzystaniu worków będących odpadami z palarni kawy do zbierania czerstwego pieczywa w piekarniach partnerskich. Worki zostały dostosowane do potrzeb Rebread i doskonale spełniają swoją funkcję.

Jakie są Wasze najważniejsze osiągnięcia?

Jednym z najwybitniejszych osiągnięć jest wdrożenie zamkniętego obiegu nadwyżek pieczywa, co zmniejsza ilość odpadów żywnościowych i pieczywa. Proces wykorzystania nadwyżek chleba został przetestowany i każda piekarnia może łatwo rozpocząć taki proces. Co istotne, chleb wypieczony z wykorzystaniem zmielonych resztek chleba czerstwego wykazuje lepsze właściwości i może być dłużej przechowywany.

Firma otrzymała I miejsce w konkursie GOZ Biznes - Lider Małopolski 2022 za wszystkie pomysły i działania.

Co doradzicie innym ?

Działalność okrężna jest opłacalna. Do tej pory wiele piekarni pytało właścicieli Handelek, czy opłaca się zbierać czerstwe pieczywo i przerabiać je na mąkę. Przecież wykorzystanie świeżej mąki jest tańsze. Obecnie, w dobie rosnących cen żywności i ograniczonych dostaw ziarna spowodowanych kryzysem klimatycznym i wojną na Ukrainie, nikt nie pyta, czy jest to opłacalne. Oszczędzanie niesprzedanej żywności to już nie ekotrend, ale konieczność.

Co istotne: obieg zamknięty powinien być lokalny - wtedy możliwe jest uzyskanie konkurencyjnych cen i odpowiedniej jakości dla klienta. Nie można ignorować kosztów środowiskowych.

Projektując procesy cyrkularne, produkty i procedury nie mogą stanowić powtarzalnego, dodatkowego obciążenia dla środowiska: nie są energochłonne, wysokoemisyjne, nie generują nadwyżek produkcyjnych. Istotne jest, aby przetwarzanie odpadów nie powodowało powstawania innych problematycznych odpadów.

11. Humana Nova branża tekstylna generująca nowe rozwiązania: ludzie, zysk, planeta



Krótki przegląd

<u>Data powstania:</u> 2011	<u>Branża:</u> : Moda
<u>Wielkość:</u> mikro <10; małe <50; średnie <250	<u>Zasięg działalności:</u> lokalny, krajowy, EU , globalny
<u>Skrócony opis:</u> Sprawa przedstawia działanie osoby prawnej - przedsiębiorstwa społecznego (przedsiębiorcy społecznego) Humana Nova w odpowiedzi na trzy palące problemy dzisiejszych społeczeństw: rozwiązanie problemu utylizacji odpadów tekstylnych, zatrudnianie grup defaworyzowanych i odpowiedzialne inwestowanie zysków.	

Co zainspirowało firmę do zmiany?

Spółdzielnia socjalna Humana Nova Čakovec powstała w 2011 roku w ramach projektu ESCO "Edukacja dla spółdzielni socjalnych - nowe możliwości dla osób niepełnosprawnych" realizowanego przez Autonomiczne Centrum - ACT (obecnie ACT Group).

Kierując się zarówno celami społecznymi, ekologicznymi, jak i ekonomicznymi, postanowiła rozwiązać problemy lokalnej społeczności. W 2011 roku osoby niepełnosprawne stanowiły około 10% całej populacji powiatu Međimurje (prawie dwa razy więcej niż w innych powiatach) i nie było systemowych rozwiązań w zakresie ich zatrudnienia. Około dziewięć procent populacji stanowili członkowie romskiej mniejszości narodowej, którzy również należeli do grupy osób o mniejszych szansach na zatrudnienie. Mniej więcej w tym samym czasie branża tekstylna w powiecie Međimurje upadła, więc wielu pracowników tekstylnych straciło pracę.

Jakie były główne rozwiązania cyrkularne firmy i jak zostały one wdrożone?

Spółdzielnia socjalna Humana Nova to przedsiębiorstwo społeczne, które stanowi odpowiedź na 3 palące problemy współczesnego społeczeństwa:

Integracja grup społecznie marginalizowanych.

Inicjatywa - **ZATRUDNIAMY** osoby niepełnosprawne i inne grupy społeczne, których wyzwania w dzisiejszym społeczeństwie nie mają jakościowej odpowiedzi. W ten sposób Spółdzielnia aktywnie przyczynia się do zrównoważonego rozwoju

społeczności lokalnej, zwiększając satysfakcję i jakość życia osób marginalizowanych oraz zmniejszając ubóstwo.

Utylizacja nadwyżek tekstylnych i dbałość o planetę.

Inicjatywa - **UTYLIZUJEMY** nadwyżki tekstylne poprzez ich recykling lub ponowne wykorzystanie poprzez second-hand lub redesign. Tylko w 2020 roku zapobiegli temu, aby 400 ton tekstyliów nie trafiło na składowiska. Mają zakład szycia w Čakovec w Chorwacji. Jeśli używają nowych materiałów, korzystają z materiałów pozyskiwanych lokalnie i certyfikowanych eko-materiałów z Turcji.

W ramach spółdzielni zbierają tekstylia, które ludzie przynoszą bezpośrednio do Humana Nova i zostawiają w jednym z ich pojemników lub na placach recyklingowych lokalnych przedsiębiorstw komunalnych, z którymi współpracują.

Użyteczną, czyli nadającą się do noszenia część zebranych tekstyliów odzieżowych wystawiają na sprzedaż w swoim sklepie second-hand, gdzie przedłuża się jej żywotność. Z nieużytecznych tekstyliów pozyskują również bawełnę, która jest cięta na szmaty przemysłowe i ponownie wprowadzana do obrotu dla sektora przemysłowego.

Tekstylia, które pozostają po tej segregacji są przetwarzane we współpracy z firmą Zabok Regeneracja, gdzie trafiają do procesu mielenia, czyli recyklingu. Dzięki takiemu przetworzeniu wyrzucona tkanina staje się cennym surowcem - z którego następnie powstaje filc lub włóknina, którą Human Nova People pakuje, a Regeneracja eksportuje do krajów Unii Europejskiej. W ten sposób wykorzystują wszystkie zebrane tkaniny i dopełniają proces, w którym odrzucone tekstylia otrzymują nową funkcję, a ludzie szansę na godne życie.

Inwestycja zysku w dalszy rozwój i przetrwanie.

Inicjatywa - **INWESTUJEMY** zyski w zachowanie miejsc pracy, tworzenie nowych oraz dalszy rozwój i rozszerzanie działalności, czyli w dobro społeczności. Podstawowym celem Humana Nova jest wpływ społeczny, wypracowany zysk jest wykorzystywany na rzecz realizacji celu spółdzielni. Spółdzielnia jest prawnie uformowanym podmiotem gospodarczym, zarządzanie jest dzielone pomiędzy jej członków.

Jakie zewnętrzne wsparcie otrzymaliście?

Wsparcie uzyskano dzięki dotacjom rządowym i funduszom unijnym. Ale ponad 95% środków na utrzymanie i rozwój działalności dotyczy pracy na rynku oraz sprzedaż produktów i usług.

Jakie były najistotniejsze wyzwania?

Nigdy nie miały one trwałego wsparcia na poziomie krajowym i regionalnym, nie mogły też ubiegać się o przetargi publiczne ze względu na formę prawną "spółdzielni".

Pojawił się problem niskiego wsparcia państwa dla niższej produktywności osób niepełnosprawnych (a dla grup marginalizowanych wsparcie nie istniało i nie istnieje w ogóle). Ponadto dotacje nie pokrywały wszystkich kosztów ponoszonych w związku z problemami zdrowotnymi pracowników. Obniżona wydajność pracy osób z niepełnosprawnością i wysoki wskaźnik zwolnień lekarskich to wyzwania, przed którymi stanęła (i stoi do dziś) Humana Nova. Po niej nastąpił trwający 22 miesiące

okres minimalnego wynagrodzenia dla wszystkich pracowników (łącznie z kierownikiem), tak aby wszyscy pracownicy zachowali swoje miejsca pracy.

Zmiana struktury i kultury organizacyjnej, podjęta w celu osiągnięcia zrównoważonego rozwoju, doprowadziła do konfliktów między pracownikami a członkami spółdzielni. Biorąc pod uwagę, że zmiany były nieuniknione dla przetrwania i zrównoważenia działalności, zostały one z powodzeniem wprowadzone. Było to jednak poprzedzone dużą ilością czasu poświęconego na "przekonanie" pracowników o znaczeniu nowych sposobów pracy i rozwijania indywidualnej odpowiedzialności.

Jakie są Wasze najważniejsze osiągnięcia?

Model zarządzania odpadami tekstylnymi został uznany za najlepszy model w Europie przez europejską sieć reprezentującą przedsiębiorstwa społeczne działające w ramach gospodarki cyrkularnej - REUSE.

W 2022 roku Humana Nova została niedawno wyróżniona Climate Champion Award przez EUKI (European Climate Initiative) w ramach projektu "Climate bridges", którego celem jest osiągnięcie ponadnarodowej współpracy w rozwiązywaniu problemów związanych ze zmianami klimatycznymi oraz realizacja celów "Zielonej Agendy dla Europy Południowo-Wschodniej".

Co doradzicie innym ?

Planując proces transformacji, należy rozważyć długoterminowe cele firmy oraz jej ekologiczny, ekonomiczny i społeczny wpływ na gospodarkę cyrkularną. Przejście na gospodarkę cyrkularną jest wymagane, aby przywrócić równowagę ekologiczną, utrzymać długoterminową stabilność gospodarczą, bezpieczeństwo planety i przetrwanie ludzkości w przyszłości. Przesłaniem jest: "im szybciej, tym lepiej". Korzyści z przejścia na gospodarkę cyrkularną to minimalizacja kosztów surowców, transportu, magazynowania, utylizacji odpadów oraz przetwarzania odpadów na surowce.

Należy również zastanowić się, w której części procesu biznesowego możliwe jest wdrożenie modelu cyrkularności, aby stopniowo wprowadzać w poszczególnych elementach procesu lub łańcucha wartości działania, które przyczyniają się do zachowania zasobów naturalnych i mają pozytywny wpływ na środowisko.

W przechodzeniu na gospodarkę cyrkularną firmy nie powinny działać samodzielnie, ale tworzyć symbiotyczne relacje z innymi przedsiębiorstwami. Współpraca między firmami w symbiozie zapewnia korzyści wszystkim zaangażowanym i ma szereg pozytywnych skutków dla społeczeństwa, gospodarki i środowiska.

12. Interlux



Krótki przegląd

<u>Data powstania:</u> 1994	<u>Branża:</u> : Medyczna
<u>Wielkość:</u> mikro <10; małe <50; średnie <250	<u>Zasięg działalności:</u> lokalny, krajowy, UE , globalny
<u>Skrócony opis:</u> Interlux zajmuje się dystrybucją produktów medycznych, naukowych, weterynaryjnych, diagnostycznych i chirurgicznych, systemów do oceny higieny na stanowiskach pracy, sprzętu laboratoryjnego, odczynników do diagnostyki in vitro oraz jednorazowych wyrobów medycznych na rynek litewski, łotewski i estoński.	

Co zainspirowało firmę do zmiany?

Zrównoważony rozwój zawsze leżał w wartościach firmy, ale główny nacisk wynikał z koncentracji na dostarczaniu usług i towarów najwyższej jakości. Tak więc ekologia również wywodziła się z tego punktu widzenia. Dodatkowa inspiracja pojawiła się, gdy zdecydowaliśmy się dołączyć do programu ONZ Global Impact.

Jakie były główne rozwiązania cyrkularne firmy i jak zostały one wdrożone?

Spółki Grupy Interlux opracowały, wdrożyły i certyfikowały system zarządzania środowiskowego zgodnie z wymaganiami LST EN ISO 14001:2015. Tym samym spółki Grupy posiadają już zintegrowany system zarządzania jakością i środowiskiem. Procedury środowiskowe zostały opracowane, funkcjonują z powodzeniem i są odpowiedzialnie monitorowane. Decydując o nowych dostawcach lub partnerach, kierownicy korporacyjni Grupy Interlux postępują zgodnie z ustaloną procedurą oceny zrównoważonego rozwoju potencjalnego partnera, zgodności procesu wytwarzania produktu z ISO 14001:2015 oraz potencjalnego wpływu na środowisko. Ich celem jest współpraca z odpowiedzialnymi społecznie, zrównoważonymi, niezanieczyszczającymi środowiska firmami dostarczającymi zielone produkty na rynek. Decydując się na partnerstwo, oceniają publicznie dostępne raporty potencjalnych partnerów dotyczące zrównoważonego rozwoju, odpowiedzialne praktyki, łańcuchy dostaw, efektywność środowiskową wykorzystywanych surowców, wpływ na środowisko i referencje produktów, aby upewnić się, że spełniają najwyższe standardy przyjazności dla środowiska, bezpieczeństwa, i wydajność. W 2015 roku przyjęto nową Politykę Motoryzacyjną mającą na celu ograniczenie zużycia paliw samochodowych oraz negatywnego wpływu emisji na środowisko. Zgodnie z tym dokumentem zakup samochodu przez firmę podlega również ocenie długoterminowego przewidywanego całkowitego kosztu posiadania (TCO) w celu osiągnięcia zrównoważonej inwestycji i zrównoważenia środowiskowego. Obejmuje

ono amortyzację wartości środka trwałego; koszty paliwa (w oparciu o stawkę paliwową firmy); koszty zakupu i wymiany opon (przy założeniu przebiegu 40 000 km na komplet opon); koszty utrzymania; koszty ubezpieczenia; i podatków ustawowych. W przypadku zakupu i wyposażenia samochodów służbowych polityka reguluje również „koszty dopuszczalne”. Definiuje je jako mające na celu ułatwienie wykonywania funkcji pracy, ochronę zdrowia i bezpieczeństwa pracowników, zachowanie wartości majątku przedsiębiorstwa oraz ograniczenie wpływu na środowisko. Jako dostawca Interlux zapewnia, że opakowania wszystkich sprzedawanych przez nich towarów pochodzą z recyklingu. Mają umowę z PTO (Packaging Management Organisation) i płacą za tyle opakowań, ile sprzedają naszym klientom. Tworząc stanowiska Kierownika Łańcucha Dostaw, Kierownika Zakupów i Dyrektora Handlowego, firma zaczęła bardziej koncentrować się na zarządzaniu łańcuchem dostaw, wyborze dostawców i zrównoważonym rozwoju. Zarządzający łańcuchem dostaw, kierownik ds. zakupów i kierownik ds. łańcucha dostaw muszą zapewnić, aby narzędzia, sprzęt i inne towary używane w firmie były zgodne z normami środowiskowymi. Opakowania te poddawane są recyklingowi, a firma dba o to, aby kupować produkty o jak najbardziej znikomym wpływie na środowisko i nieszkodliwe dla zdrowia ludzkiego. Kierownik handlowy zapewnia, że procesy te są odpowiednio nadzorowane i monitorowane.

Jakie zewnętrzne wsparcie otrzymaliście?

Żadne zewnętrzne wsparcie w procesie transformacji nie było potrzebne ani otrzymane. Nie wymagało też znacznych inwestycji w infrastrukturę.

Jakie były najistotniejsze wyzwania?

Najtrudniej było zachować spokój w obliczu rynkowych rówieśników, którzy nie zawsze wyznawali te same wartości i czasami osiągają znacznie lepsze wyniki finansowe w krótkim okresie.

Jakie są Wasze najważniejsze osiągnięcia?

Opracowanie, wdrożenie i certyfikacja systemu zarządzania środowiskowego zgodnie z wymaganiami LST EN ISO 14001:2015.

Co doradzicie innym ?

Doradzamy, aby wierzyć, że przejście na zrównoważony rozwój w obiegu zamkniętym pomaga przyciągnąć najlepszych profesjonalistów na rynku. W dziedzinie strategicznej pomaga partnerstwo z wiodącymi światowymi organizacjami, których wartości są takie same. Ponadto prędzej czy później wartości te przyniosą przewagę konkurencyjną nad tymi, którzy takich rzeczy nie doceniają. Bądź cierpliwy!

13. KLIK- żyć i oddychać cyrkularnością w otoczeniu biznesowym



Krótki przegląd

<u>Data powstania:</u> 2020	<u>Branża:</u> : Konsulting
<u>Wielkość:</u> mikro <10; małe <50; średnie <250	<u>Zasięg działalności:</u> lokalny , krajowy, UE, globalny
<u>Skrócony opis:</u> Opis inicjatyw biznesowych o obiegu zamkniętym realizowanych przez spółdzielnię KLIK oraz codzienne życie o obiegu zamkniętym w operacjach biznesowych – od projektu biura o obiegu zamkniętym po codzienną pracę biura i działania projektowe/doradcze. Ten przypadek przedstawia podmiot gospodarczy żyjący zgodnie z zasadami gospodarki o obiegu zamkniętym w i stosującym się do jej zasad bez względu na istniejące przeszkody.	

Co zainspirowało firmę do zmiany?

Spółdzielnia energetyczna KLIK powstała, aby przyczynić się do rozwoju miasta niezależnego energetycznie i transformacji energetycznej lokalnej społeczności. Celem Spółdzielni jest zachęcenie lokalnej ludności do inwestowania w odnawialne źródła energii, zarówno w projekty publiczne, jak i we własnych gospodarstwach domowych, pomoc mieszkańcom w opracowywaniu i stosowaniu projektów OZE, bycie miejscem dla wszelkich spraw związanych z energią, klimatem, jakością życia oraz bycia inicjatorem zmian w swojej lokalnej społeczności. Spółdzielnia nie miała procesu transformacji do obiegu zamkniętego, ponieważ od początku starali się podążać za modelem gospodarki zero-waste. Celem ich powstania jest wspieranie gospodarki o obiegu zamkniętym, przede wszystkim w zakresie odnawialnych źródeł energii.

Jakie były główne rozwiązania cyrkularne firmy i jak zostały one wdrożone?

Križevci – solarne dachy, pierwszy projekt zbiorowej inwestycji obywateli w odnawialne źródła energii w Chorwacji, był dla nich motywacją jako inwestorów i obywateli do założenia lokalnej spółdzielni energetycznej, która pomoże obywatelom w transformacji energetycznej i odporności na zmianę klimatu. Wspólnie z miastem otworzyli Biuro Energii i Klimatu, które doradza, informuje i edukuje mieszkańców w zakresie dostępu do odnawialnych źródeł energii. Łączą ich z projektantami i wykonawcami, mają showroom różnych zielonych technologii, aby przybliżyć ich

obywatelom, i współpracują z innymi lokalnymi interesariuszami, aby wprowadzić wiele „tematów klimatycznych” w lokalnej społeczności. Starają się wytwarzać jak najmniej odpadów w swojej działalności oraz poddawać recyklingowi i ponownie wykorzystywać wszystko, co możliwe. Samo biuro częściowo umeblowali na zasadzie ponownego wykorzystania: postawili ściankę działową z palet i odpadów drzewnych, zaadoptowali rośliny, których ludzie planowali się „pozbyć”, udekorowali swoje biuro wyrzuconymi fotelami i sofą, półkami i innymi meblami, które „przeznaczono na odpady”.

Jakie zewnętrzne wsparcie otrzymaliście?

Mieli wsparcie ze strony lokalnej społeczności i miasta – na przykład uzyskali wsparcie w postaci darowizn starych mebli, kwiatów i innych rzeczy do dekoracji przestrzeni.

Jakie były najistotniejsze wyzwania?

Wyzwaniem pozostaje wciąż współpraca z partnerami, urzędami, które wciąż wymagają dużo druku, nie respektują podpisów cyfrowych i wymagają stempla firmowego, dlatego w KLIK wciąż niepotrzebnie muszą drukować dokumenty. Ponieważ pomagają obywatelom w składaniu wniosków o dotacje, mają dużo niepotrzebnego druku, bo zawsze coś trzeba wydrukować, podpisać lub wypełnić ręcznie, a potem zeskanować, chociaż wszystko mogło być w wersji cyfrowej. Sami pracownicy angażują się w ten proces i starają się ograniczać wytwarzane przez siebie odpady oraz zachęcają do tego inne organizacje.

Jakie są Wasze najważniejsze osiągnięcia?

Powstanie Centrum walki z ubóstwem energetycznym, pomoc w przygotowaniu projektów związanych z gospodarką o obiegu zamkniętym (efektywność energetyczna, wykorzystanie odnawialnych źródeł energii), edukacja dotycząca korzyści płynących z przejścia na gospodarkę o obiegu zamkniętym – w zakresie m.in. zużycia energii w rolnictwie.

Co doradzicie innym ?

Ich klienci i partnerzy bardzo dobrze reagują, gdy widzą, że przy wyposażaniu biura stosują zasadę ponownego wykorzystania. Jest to interesujące dla wszystkich i dużo plus. Uważają, że niezbędna jest edukacja i podawanie konkretnych przykładów. Należy zacząć od firm, które już respektują takie zasady i szerzyć je wśród swoich partnerów, aby każdy mógł przyczynić się do transformacji.

14. Luzem Zero Waste sklep, który dzięki niedrogim pomysłom zmienił sposób zakupów.



Krótki przegląd

<u>Data powstania:</u> 2020	<u>Branża:</u> Handel
<u>Wielkość:</u> mikro <10; małe <50; średnie <250	<u>Zasięg działalności:</u> lokalny , krajowy, EU, globalny
<u>Skrócony opis:</u> Sprawa zero waste LUZEM („sklep hurtowy/na wagę”) to jeden z przykładów tego, jak przeprowadzić transformację bardzo popularnego biznesu, jakim jest mały, lokalny sklep spożywczy, w ideę zero waste. Działania określone opisanego przykładu mogą zainspirować właścicieli małych sklepów spożywczych. Z powodzeniem można je zastosować w każdym istniejącym osiedlowym sklepie.	

Co zainspirowało firmę do zmiany?

Około 2018 roku, przed otwarciem Luzem Zero Waste Shop, założyciel pracował jeszcze w innej korporacji i po raz pierwszy zetknął się z ideą „zero waste” w środowisku biurowym. Rezonowało to z ruchem zero waste i było to przyczyną zmiany codziennego życia. Właścicielka i jej mąż przestali kupować wodę w plastikowych butelkach i zaczęli pić wodę z kranu. Kolejną przeszkodą, którą napotkała był problem przy zakupie towarów, ponieważ w Polsce było niewiele sklepów, w których można było kupić produkty i zapakować je do własnego pojemnika. Właściciel firmy pochodzi z Ukrainy, gdzie pomysł jest powszechny na targach, sklepach a nawet w niektórych supermarketach. Właścicielka uświadomiła sobie, że nie ma takiego miejsca, w którym można kupić wszystko, czego potrzebujesz na raz, ważąc produkt i pakując go do własnego opakowania, w tamtym czasie razem z mężem szukali pomysłu na własny biznes. Główna motywacja pochodziła z osobistych potrzeb i zainteresowania ruchem zero waste.

Jakie były główne rozwiązania cyrkularne firmy i jak zostały one wdrożone?

Główne rozwiązania zostały wdrożone na etapie projektowania sklepu. Zachęcają klientów do przynoszenia własnych opakowań do pakowania zakupów (z rabatem 5%). Przy urządzeniu sklepu każdy element musiał być przemyślany. Wyposażyli sklep w meble z recyklingu. Sami wykonali półki na pudełka. Lodówki uzyskano z drugiego obiegu. Słoiki zawierające asortyment są wykonane ze szkła, aby uniknąć

dotatkowego zużycia plastiku. Słoiki do przechowywania herbaty zostały подарowane przez osobę z grupy na Facebooku, która chciała się ich pozbyć. W miarę rozprzestrzeniania się informacji o sklepie wiele osób przynosi słoiki do dalszego użytku. Ponadto właściciele dużo czytali na temat przechowywania produktów, aby jak najdłużej zachować ich świeżość i uniknąć marnowania żywności. Aby wprowadzić zmianę w tradycyjnym modelu biznesowym sklepu spożywczego, założycielka zainspirowała się podrózkami za granicę, odwiedzając sklepy zero-waste. Obserwowała, jak produkty były pakowane na wagę i dostarczane do klienta. Właściciele zainspirowali się także internetem, blogerami i książkami zero waste. Rozpoczęli te przygotowania około pół roku przed pandemią. Bywały też na targach kosmetyków ekologicznych i zero-waste, aby wybrać najlepsze produkty do sklepu. Stali się członkami społeczności ekologicznej i zero waste oraz zrobili networking. Wiele wiedzy czerpali z rad doświadczonych ludzi, których spotkali na tych targach. W 2021 roku właściciele podjęli decyzję o otwarciu sklepu internetowego. Posunęli transformację GOZ jeszcze dalej, oferując teraz dostawę rowerem, w „bumerangowym słoju” – klient może wyjąć produkt w domu i zwrócić słoiczek. Inne przykłady ponownego wykorzystania produktów w obiegu zamkniętym obejmują worki i drewniane palety, na których otrzymują dostawy masowe. W miarę jak sklep wystawia ogłoszenia, chętni ludzie je zbierają do dalszego wykorzystania. W przypadku folii bąbelkowej, którą dostali używają jej ponownie od ponad roku. Wprowadzili także 60-procentowy rabat na produkty o krótkim terminie przydatności do spożycia we współpracy z Foodsi, firmą, która sprzedaje „niespodzianki” z żywnością, aby uchronić ją przed zmarnowaniem. Za pomocą aplikacji klient zamawia paczkę towarów z krótkim terminem ważności - małe opakowanie za 10 zł i duże opakowanie za 25 zł (60% taniej). Firma nie zarabia na sprzedaży za pośrednictwem Foodsi, ale jest to kolejny skuteczny kanał reklamowy. Klienci mogą poznać sklep; dodatkowo żadne jedzenie się nie marnuje.

Jakie zewnętrzne wsparcie otrzymaliście?

Żadne zewnętrzne wsparcie w procesie transformacji nie było potrzebne ani otrzymane. Nie wymagał też znacznych inwestycji w infrastrukturę.

Jakie były najistotniejsze wyzwania?

Największym wyzwaniem dla sklepu prowadzącego sprzedaż na wagę jest posiadanie dużego magazynu na produkty luzem oraz wydzielonego miejsca do przechowywania przypraw w opakowaniach zbiorczych (ze względu na ich intensywny zapach). Sklep ostatnio zmienił lokalizację – teraz mieści się w piwnicy, w której latem jest chłodniej. Obecnie jest tam wystarczająca ilość miejsca do przechowywania. Wyzwaniem jest również dotarcie do klientów i promocja oferty sklepu. Pomogły jednak media społecznościowe i networking. Ludzie zaczęli interesować się ideą sklepu bez opakowań, co przyniosło większy ruch. Również wraz z powstaniem sklepu internetowego zyski poszły w górę. Postęp jest powolny, ale jest tendencja wzrostowa, a sklep internetowy daje nadzieję na postęp.

Jakie są Wasze najważniejsze osiągnięcia?

Najwybitniejszym osiągnięciem właścicieli sklepów jest umiejętne zachęcanie klientów (z uśmiechem i żartem) do robienia zakupów z własnymi opakowaniami oraz opracowanie systemu obiegu „słoiczków-bumerang”, a nawet plastikowych butelek po kosmetykach. Klienci doskonale wiedzą, że do sklepu mogą przynosić niepotrzebne słoiki i kupione plastikowe butelki, płyną do mycia naczyń i kosmetyki. Jeśli sklep nie

jest jeszcze otwarty, czasami zostawiają butelki i pudełka pod drzwiami. Sklep daje tym samym nowe życie i zamyka obieg tj. około 300 słoików miesięcznie.

Co doradzicie innym ?

Założyciele sklepów lubią dzielić się swoim doświadczeniem i know-how z innymi. Pomogli założyć sklep zero waste w innym mieście. Nie postrzegają tego jako konkurencji. Uważają, że takie rozwiązania należy promować, aby ludzie kupowali na wagę, we własnych opakowaniach – abyśmy wszyscy mogli zmniejszyć ilość produkowanych odpadów. Każdy lokalny sklep spożywczy może zrobić jeden mały krok w kierunku niemarnowania żywności i produktów. Prostym krokiem jest nawiązanie współpracy z Foodsi lub stworzenie punktów do dzielenia się nadwyżkami żywności i niepotrzebnymi produktami, słoiczkami i torebkami wielokrotnego użytku.

15. MIRET – obuwie przyjazne środowisku

MIRET

Krótki przegląd

Data powstania: 2018

Branża: Moda (obuwie)

Wielkość: mikro <10; małe <50; średnie <250

Zasięg działalności: lokalny, krajowy, UE, **globalny**

Skrócony opis: Miret to firma opracowująca zaawansowane ekologicznie obuwie zaprojektowane tak, aby miało jak najmniejszy negatywny wpływ na środowisko. Myślą przewodnią firmy jest tworzenie zrównoważonych produktów, które nadawałyby się do kompostowania, recyklingu, wykonane z odnawialnych materiałów pochodzenia biologicznego, pozyskiwanych lokalnie, także lokalnie wytwarzanych, wyjątkowo trwałych i neutralnych pod względem emisji CO₂.

Co zainspirowało firmę do zmiany?

Założyciele firmy Miret zdali sobie sprawę, że muszą całkowicie przeprojektować obuwie. Inicjując radykalną zmianę wybrali do jego składu całkowicie nowe i naturalne materiały na podeszwy, wnętrze oraz wierzch i część zewnętrzną. Uważali, że to jedyny kierunek, w którym należy podążać, uwzględniający zarówno środowisko, jak i nasze stopy. Wykorzystują moc roślin, które zamieniają światło słoneczne, wodę i CO₂ w cenne, trwałe materiały, z których można wytwarzać obuwie. Oprócz roślin używają również wełny. Wybierają najsilniejsze naturalne włókna, aby stworzyć wysokiej jakości, trwały produkt. Mają również politykę „zero odpadów” i zapewniają, że w opakowaniu nie używa się plastiku. Sugerują klientom ponowne wykorzystanie lub recykling zużytych opakowań.

Jakie były główne rozwiązania cyrkularne firmy i jak zostały one wdrożone?

Korzystając ze swojego doświadczenia w produkcji, przeprojektowali trampki od podstaw, czyniąc je zgodnymi z naturą. Dla założycieli Mireta była to zmiana obejmująca przemianę osobistą, zmianę otoczenia biznesowego i wreszcie zmianę w branży. W ten proces zaangażowana była cała firma. W Mirecie uczyli się na eksploracjach, szkoleniach, doradztwie i wsparciu zewnętrznym. W 2019 roku wprowadzili na rynek swoje w 97% ekologiczne trampki MIRET pierwszej generacji i sprzedali 800 par. Otrzymali mnóstwo opinii, co jest jednym z powodów, dla których przesunęli granicę i opracowali znacznie ulepszoną drugą generację ekologicznych tenisówek. Dlaczego 97%? Bo to skomplikowane i drogie. Przez pięć lat tworzyli superekologiczne sneakersy MIRET w 97%. Oznacza to, że są niemal w całości

wykonane z naturalnych materiałów, bezpiecznych dla środowiska i zdrowia. Pozostałe 3% to klej syntetyczny i nici poliestrowe. Oni również są w trakcie radzenia sobie z tymi 3%. Ich wizją jest stworzenie sneakersów w 100% ekologicznych i nadających się do kompostowania w domu, a z każdą nową generacją sneakersy MIRET są coraz bliżej tego celu. Trampki Miret jako jedyne na świecie posiadają oznaczenie STANDARD 100 by OEKO-TEX dla całego produktu, a nie tylko jego poszczególnych elementów. Ta etykieta oznacza, że sneakersy MIRET nie zawierają żadnych toksycznych substancji szkodliwych dla zdrowia człowieka.

Jakie zewnętrzne wsparcie otrzymaliście?

Do rozwoju biznesu wykorzystaliśmy crowdfunding i venture capital.

Jakie były najistotniejsze wyzwania?

Największym wyzwaniem było znalezienie nowych firm w naszym łańcuchu wartości, które mogłyby spełnić naszą wizję obuwia ekologicznego i nadającego się do recyklingu, ponieważ tradycyjne obuwie w tej branży wciąż pozostaje w tyle. Wymagało to wielu badań, podróży, rozmów i negocjacji, ale udało się. Firma celuje w nowy typ konsumenta, dumnego z noszenia nowoczesnego i stylowego produktu, ale też świadomego ekologicznie.

Jakie są Wasze najważniejsze osiągnięcia?

Jesteśmy szczęśliwsi, ponieważ robimy coś pożytecznego dla przyszłości planety i ogólnie społeczeństwa. Otworzyliśmy nową bazę klientów z różnorodnymi naszymi produktami.

Co doradzicie innym ?

Najważniejszą rzeczą jest dużo determinacji, wytrwałości i zrozumienia, ponieważ trzeba dużo eksperymentować, próbować i popełniać błędy. Jest to długotrwały proces, którego wynik może być niepewny.

16. MOLD – plastik jako rozwiązanie, a nie problem.



Krótki przegląd

<u>Data powstania:</u> 2017	<u>Branża:</u> Pakowanie
<u>Wielkość:</u> mikro <10; małe <50; średnie <250	<u>Zasięg działalności:</u> lokalny, krajowy, EU, globalny
<u>Skrócony opis:</u> Wkład w obieg zamknięty – wytwarzanie wyrobów z tworzyw sztucznych bez wkładu surowców, czyli wyłącznie z odpadów tworzyw sztucznych oraz edukacja młodzieży na temat znaczenia recyklingu tworzyw sztucznych.	

Co zainspirowało firmę do zmiany?

Głównymi motywatorami były stan rynku i przyszłość produkcji. Czas rozkładu wyrobów z tworzyw sztucznych wynosi od 100 do 1000 lat, dlatego odpady z tworzyw sztucznych zajmują miejsce na wysypiskach. Od 2019 roku rozpoczęli produkcję w ramach gospodarki o obiegu zamkniętym, dzięki której chcą zmniejszyć ilość odpadów na wysypiskach do mniej niż 20% obecnego stanu. W ich wizji ważnym aspektem jest edukacja dzieci w wieku przedszkolnym i szkolnym na temat wytwarzania produktów z recyklingu oraz korzyści dla ludzi i przyrody z recyklingu tworzyw sztucznych.

Jakie były główne rozwiązania cyrkularne firmy i jak zostały one wdrożone?

Produkcja plastikowych części do większości produktów budowlanych ze 100% odpadów z tworzyw sztucznych. Oprócz tego zainteresowania edukacyjne – produkcja zabawek z 98% odpadowego plastiku i 2% farby. Celem jest posiadanie zakładu produkcyjnego wykonanego w 100% z odpadów i zero odpadów. Zakład składa się z trzech części: części recyklingowej, zakładu produkcyjnego oraz obszaru, w którym pakowane są produkty. Aż 95% produktów powstaje z różnych odpadów z tworzyw sztucznych, takich jak torby foliowe, w zależności od składu materiału. Inwestycja dotyczyła zestawu maszynowego i specjalistycznego know-how. Jednak cała firma była zaangażowana w tworzenie nowych produktów od podstaw. Od początku mieliśmy swoje materiały, czyli odpady z tworzyw sztucznych. Ważną rzeczą było zdobycie wszystkich certyfikatów i licencji, co wymagało czasu, wytrzymałości i pieniędzy. Aktualnie rozszerzamy swoje moce produkcyjne na nowe linie produkcyjne, łącząc różne rodzaje odpadów (plastik i drewno). Prywatne wyspecjalizowane firmy przywożą nam różnorodne odpady z tworzyw sztucznych. Sortują, mielą i przetwarzają na granulki, z których wytwarzają swoje produkty. Firma posiada cztery gałęzie produkcji, z których trzy związane są z recyklingiem materiałów. Produkowana jest gama produktów budowlanych wykonanych w 100% z tworzyw sztucznych

pochodzących z recyklingu i co miesiąc poszerzamy listę. Firma ma też program sanitarny. Produkowane są dwa różne zestawy sanitarne, takie jak syfony do wody i obecnie współpracujemy z najsilniejszymi firmami w Chorwacji w tej branży. Na początku było wiele problemów. Przez dwa lata po prostu pracowaliśmy nad pomysłem, w jaki sposób najlepiej wykorzystać ten materiał i użyć go, aby uzyskać artykuł o określonej jakości, ponieważ nie można poddać recyklingowi wszystkich rzeczy wykonanych z plastiku. Oprócz produkcji pasjonujemy się także nauczaniem przyszłych pokoleń znaczenia recyklingu i tworzenia produktów z recyklingu. W firmie wierzymy, że te młodsze pokolenia, jeśli zostaną wcześniej nauczone, mogą również służyć jako nauczyciele dla swoich rodziców na temat znaczenia recyklingu tworzyw sztucznych i właściwej utylizacji. Dzięki zabawkom 2D i 3D dzieci możemy szybko poznać główne pojęcia, których chcą się nauczyć. Na tym polu jesteśmy czwartą firmą na świecie produkującą zabawki z materiałów pochodzących z recyklingu, z kolei w Chorwacji jesteśmy pod tym względem pierwsi. Dostaliśmy wszystkie niezbędne pozwolenia na sprzedaż zabawek, ponieważ Chorwacki Instytut Zdrowia Publicznego również przetestował produkt. Podpisaliśmy też kontrakt z Klubem Piłkarskim „Hajduk” na wprowadzenie czterech egzemplarzy. Prowadzimy negocjacje z krajowymi sieciami handlowymi i dużą korporacją w Argentynie na sprzedaż zabawek. Zapraszamy dzieci do lokalu, aby pokazać im, co robimy; dodatkowo stworzyliśmy katalogi edukacyjne dotyczące faktów związanych z tworzywami sztucznymi.

Jakie zewnętrzne wsparcie otrzymaliście?

Firma otrzymała wsparcie od powiatu i banków na rozpoczęcie działalności, ale na tym bardziej zaawansowanym etapie gospodarki o obiegu zamkniętym, obejmującym gospodarkę odpadami i ich przetwarzanie, okazało się, że brakuje nam funduszy. Chcielibyśmy uzyskać większe wsparcie od rządu, ponieważ jako jedyni wykonujemy ten proces w całości.

Jakie były najistotniejsze wyzwania?

Właściciele firmy mieli niewielką wiedzę na temat przetwarzania odpadów i uczyli się w miarę upływu czasu. Jednak wszyscy byli zdeterminowani, aby odnieść sukces i czerpać ogromną satysfakcję z każdego małego kroku, jaki wykonali w wyznaczonym kierunku. Sposób myślenia ludzi w naszym hrabstwie jest wciąż dość szczątkowy w odniesieniu do recyklingu i obiegu zamkniętego – jak wspomniano wcześniej, postanowiliśmy zacząć , oferując edukację przedszkolną. W ten sposób dzieci uczą swoich rodziców w domu.

Jakie są Wasze najważniejsze osiągnięcia?

Pracownicy są szczęśliwsi, ponieważ robimy coś pożytecznego dla przyszłości swoich dzieci i dla społeczeństwa. Mold stworzył nową bazę klientów dzięki różnorodności swoich produktów, w tym zabawek dla dzieci, co czyni firmę pierwszą w Chorwacji. Robimy coś dla planety, zajmując się problemem zanieczyszczenia plastikiem. Ponadto rozwijamy się pod względem przychodów i rozmiarów, finansowo prawie podwajając swoje przychody w 2022 r. w stosunku do 2021 r.

Co doradzicie innym ?

Pamiętaj o pozyskiwaniu środków finansowych na różnych etapach prowadzenia działalności. Eksperymentuj i ucz się metodą (prób i błędów). Bądź ciekawy nowych rzeczy i produktów. Wytrwałość opłaca się na dłuższą metę.

17. PakMarkas – monitoring jest niezbędny dla cyrkularności



Krótki przegląd

<u>Data powstania:</u> 1994	<u>Branża:</u> Opakowania
<u>Wielkość:</u> mikro <10; małe <50; średnie <250	<u>Zasięg działalności:</u> lokalny, krajowy, EU , globalny
<u>Skrócony opis:</u> PakMarkas to firma opakowaniowa, która powstała w 1994 roku. Duża odpowiedzialność za otoczenie skłoniła firmę do przyjęcia zielonej filozofii i uczynienia czystego środowiska priorytetem firmy. Wdrożyli kompleksowy system monitoringu i co roku publikują raporty odpowiedzialności społecznej. Zainwestowali w infrastrukturę, która pozwoliła im zaoszczędzić pieniądze i znacznie zmniejszyć ilość odpadów. Całkowicie przestawili się na zieloną energię i niedawno opracowali kilka nowych zrównoważonych produktów.	

Co zainspirowało firmę do zmiany?

Terytorium PakMarkas otaczają zielone pola, klony i jeziora. Odpowiedzialność za otoczenie i chęć ich zachowania doprowadziła do wdrożenia zielonej filozofii. Czyste środowisko jest najwyższym priorytetem firmy. Wdrożyliśmy system zarządzania środowiskowego ISO 14001 i zapewniamy spełnienie wszystkich wymagań tej normy. Ponadto w swoich działaniach kierujemy się zasadami określonymi w politykach środowiskowych. Stale je przeglądamy, aby były w odpowiednim czasie.

Jakie były główne rozwiązania cyrkularne firmy i jak zostały one wdrożone?

Nieustannie monitorujemy wpływ na środowisko: śledzimy ilości emisji do powietrza i wody oraz zużycie papieru, folii, fotopolimerów, energii elektrycznej i gazu. Monitorujemy ilość odpadów niebezpiecznych w procesie produkcji: sortowane są odpady z produkcji: tektura falista, BOPP (folia polipropylenowa zorientowana dwuosiowo), PE (polietylen), PVC (polichlorek winylu) i przekazują do recyklingu. Na przełomie 2013 i 2014 roku zainstalowaliśmy nowoczesny system zarządzania budynkiem do kontroli stanu systemów chłodzenia. System ten obsługuje pomieszczenia przemysłowe, automatycznie utrzymując najbardziej odpowiednią temperaturę powietrza. Nowoczesny system chłodzenia umożliwia zdalną kontrolę klimatu w warsztacie i pozwala firmie zarządzać kosztami utrzymania. Co roku przekazują zaktualizowany raport odpowiedzialności społecznej za okres

rozliczeniowy 12 miesięcy do organizacji United Nations Global Platform i wszystkich zainteresowanych stron Spółki. Raport zawiera przegląd zgodności ze wszystkimi Dziesięcioma Zasadami Global Compact: prawa człowieka, prawa pracy, środowisko i przeciwdziałanie korupcji. W 2015 roku zakupili nowoczesny system rozdrabniania i odsysania odpadów. Objętość odpadów została zmniejszona pięciokrotnie. Instalacja została zainstalowana latem 2016 roku. W 2016 roku firma otrzymała międzynarodowy certyfikat FSC® (Forest Stewardship Council) Chain of Custody. W zeszłym roku około 90% produkcji etykiet wykonano na papierze z certyfikatem FSC. Od 2018 roku produkty Pakmarkas są wytwarzane wyłącznie przy użyciu zielonej energii. W 2021 roku zaoferowali naszym klientom nowe produkty: Etykiety rozpuszczalne w wodzie. Są to ekologiczne etykiety rozpuszczalne w wodzie, które ulegają rozkładowi nawet w 100%. Dzięki temu etykiety są w pełni bezpieczne: przyjazne dla środowiska, nietoksyczne i niepalne. Opakowania papierowe Flow-Pack. Opakowania na produkty spożywcze mające bezpośredni kontakt z żywnością. To łatwe do recyklingu, biokompatybilne opakowanie stanowi przełom na rynku zrównoważonych opakowań. Jedną z ich ostatnich inicjatyw, aby stać się bardziej przyjaznym dla środowiska, było dołączenie latem 2021 roku do Future Packaging Club, założonego przez Nature's Future. Klub zrzesza firmy poszukujące sposobów na wykorzystanie bardziej zrównoważonych opakowań, chętnie dzielące się swoimi najlepszymi praktykami, wdrażać inicjatywy ekologiczne i podnosić świadomość ekologiczną społeczeństwa.

Jakie zewnętrzne wsparcie otrzymaliście?

Żadne zewnętrzne wsparcie w procesie transformacji nie było potrzebne ani otrzymane. Dokonano pewnych inwestycji w infrastrukturę, co pozwoliło im zaoszczędzić pieniądze i ograniczyć ilość odpadów.

Jakie były najistotniejsze wyzwania?

Największym wyzwaniem jest znalezienie lub stworzenie idealnego rozwiązania. Sektor opakowań ma wiele miejsca na wprowadzenie bardziej zamkniętego obiegu, ale niektóre kwestie nie zostały jeszcze rozwiązane. Zatem inwestycja w znalezienie tych rozwiązań jest konieczna, ale czasami może zająć dużo czasu.

Jakie są Wasze najważniejsze osiągnięcia?

Roczne sprawozdanie dotyczące zrównoważonego rozwoju oraz to, że cała produkcja odbywa się z wykorzystaniem energii odnawialnej. Dodatkowo od kilku lat nieustannie trwa inwestycja w tworzenie nowych zrównoważonych produktów, które wprowadziliśmy na rynek w 2021 roku.

Co doradzicie innym ?

Edukuj pracowników w zakresie odpowiedzialności i zrozumienia, że ochrona i zachowanie środowiska jest obowiązkiem nie tylko firmy, ale każdej osoby.

18. Sciarada Industria Conciaria – kiedy tradycja spotyka się z innowacją



Krótki przegląd

Data powstania: 1977

Branża: Moda

Wielkość: mikro <10; małe <50; średnie <250

Zasięg działalności: lokalny, krajowy, UE, globalny

Skrócony opis: Sciarada to garbarnia skór z siedzibą w Toskanii, jedyna firma w tokańskim regionie skórzanym posiadająca certyfikat Bureau Veritas; zrównoważony rozwój jest jednym z ich filarów i oznacza oferowanie wysokiej jakości produktów modowych, przy maksymalnym ograniczeniu wpływu na środowisko. Sciarada szczyli się evolo®, procesem opalania zgodnym z zasadami gospodarki o obiegu zamkniętym.

Co zainspirowało firmę do zmiany?

Firma rozpoczęła transformację w kierunku gospodarki o obiegu zamkniętym, aby obniżyć koszty surowców i gospodarki odpadami. Ponadto, liczne certyfikaty uzyskane przez firmę są świadectwem jej wysiłków w dążeniu do ekoinnowacji i minimalnego wpływu na środowisko.

Jakie były główne rozwiązania cyrkularne firmy i jak zostały one wdrożone?

Jeśli chodzi o dostawy energii, kupujemy wyłącznie gaz wyprodukowany z odnawialnych źródeł energii. Niedawno przeprowadziliśmy badania dotyczące ekologicznej kompatybilności skóry. Garbowana skóra nie może ulegać biodegradacji, ale nadal można ją odzyskać, ponownie wykorzystując odpady. Dlatego starają się wprowadzić jak najmniejszą ilość potencjalnie toksycznych chemikaliów, a ich badania wykazały, że nawet jeśli garbowana skóra nie może ulegać biodegradacji, można ją kompostować. Stopniowo staramy się eliminować szkodliwe substancje z naszych procesów. Dzięki wsparciu Uniwersytetu Bolońskiego możemy potwierdzić, że około 9,5% tego, co produkują, można odzyskać i ponownie włączyć do procesu produkcyjnego. Wcześniej do garbowania 100 kg skóry używano zazwyczaj około 65 kilogramów chemikaliów. Teraz możemy zużyć mniej niż połowę (29 kilogramów) dzięki nowej, opatentowanej przez siebie metodzie. Istnieją również naturalne polimery, z którymi pracowaliśmy, wraz z Uniwersytetem Bolońskim. Pracowaliśmy również nad (oponami), aby uzyskać lepsze produkty niż polimery, które były opracowywane w fazie początkowej. Jako dowód dbałości firmy o wpływ na

środowisko i wysiłków zmierzających do ciągłego doskonalenia procesów biznesowych, Sciarada wykorzystuje wyłącznie pojazdy elektryczne do transportu produktów wewnątrz firmy. W 2021 roku „Premiata” wprowadziła na rynek pierwsze „cyrkularne” trampki, wykonane ze skóry Sciarada: ten zregenerowany zamsz został wykonany w procesie o nazwie evolo®.

Jakie zewnętrzne wsparcie otrzymaliście?

Sciarada współpracowała z Uniwersytetem Bolońskim w celu opracowania i przetestowania skuteczności eko-innowacyjnych metod.

Jakie były najistotniejsze wyzwania?

Rotacja pokoleniowa: nowe pokolenie pracowników ma inne poglądy niż starsze, ale często jest to również korzyść dla firmy. Wiedzą, że istnieją produkty roślinne, ale często nie działają one tak dobrze, jak te, do których są przyzwyczajone (takie jak chrom). Pracowaliśmy przez wiele lat w tej branży i nadal nie możemy zrobić produktu do opalania, który mógłby się z nim równać. Kontaktując się z dostawcami, zwykle nie pytają o produkty gospodarki cyrkularnej. Teraz nie biorą pod uwagę opakowań z recyklingu w kontaktach z dostawcami, ale może w przyszłości.

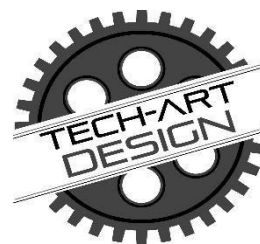
Jakie są Wasze najważniejsze osiągnięcia?

Sciarada uważa, że działania gospodarki o obiegu zamkniętym przyniosły im korzyści w zakresie wizerunku ich marki, a czasami pomagają również obniżyć koszty i zoptymalizować zyski, poza budowaniem reputacji dbającej o środowisko. Firma zdobyła kilka certyfikatów, które świadczą o ich wysiłkach na rzecz gospodarki o obiegu zamkniętym i zwiększają ich konkurencyjność na rynku. Sciarada jest jedyną firmą w tokańskim regionie skórzanym, która posiada certyfikat Bureau Veritas; zrównoważony rozwój jest jednym z ich filarów. Oznacza oferowanie modnego produktu o najwyższej jakości i ograniczonym wpływie na środowisko. Jednym z najważniejszych osiągnięć Sciarady jest evolo®, wynik ośmiu lat ciągłego zaangażowania w badania technologiczne na rzecz lepszej i bardziej odpowiedzialnej przyszłości, metoda obróbki skóry, która szanuje środowisko i jest zgodna z zasadami gospodarki o obiegu zamkniętym. Metoda ta znacznie ogranicza zużycie środków chemicznych, ogranicza marnotrawstwo wody oraz ponownie wykorzystuje surowce bez dodawania chromu. Jest też kolekcja „DHERMA”, która dzięki swoim właściwościom wyróżnia się wyjątkowo uniwersalnymi produktami, które nadają się do tworzenia ogólnego obuwia, toreb i galanterii skórzanej. DHERMA to nie tylko nazwa artykułu. Jest to jednak realizacja potrzeby Sciarady, aby promować kompromis między naturą a człowiekiem, aby tworzyć produkty o jak najmniejszym wpływie na środowisko.

Co doradzicie innym ?

Zaangażowanie w badania technologiczne, nawet jeśli zajmuje to dużo czasu. Dzięki temu Twoja firma będzie o krok przed konkurencją. Chociaż środowisko i zrównoważony rozwój muszą być najwyższym priorytetem, czasami trzeba być wiernym sobie i zgadzać się na kompromisy (tj. gdy alternatywy roślinne nie mogą dawać takiej samej jakości produktu wyjściowego).

19. Tech-Art-Design Simon T – podążaj za swoim sercem i pasją



Krótki przegląd

<u>Data powstania:</u> 2010	<u>Branża:</u> : Meblarska
<u>Wielkość:</u> mikro <10; małe <50; średnie <250	<u>Zasięg działalności:</u> lokalny, krajowy, UE, globalny
<u>Skrócony opis:</u> Założona przez Szymona Tkaczyka firma Tech-Art-Design produkuje designerskie meble z wykorzystaniem silników samochodów takich jak Jaguar, Mercedes, Porsche, Audi, Maserati czy BMW. Tworzenie mebli z części samochodowych to nie tylko biznes upcyklingowy, który pozwala zmniejszyć ilość odpadów. Tworząc meble z części samochodowych, firma pomaga zachować pamięć o ukochanych przez klientów samochodach, które np. uległy zniszczeniu w wypadkach samochodowych i musiały zostać zutylizowane.	

Co zainspirowało firmę do zmiany?

Podczas podróży czerpałem inspiracje z miejsc związanych z projektowaniem mebli. Przebywając w Holandii zauważyłem, że w domach jednorodzinnych garaże pełnią funkcję rozszerzoną o salon. Tutaj jako dekorację często wykorzystywano samochody, np. stare Bugatti, które w takiej aranżacji prezentowało się fantastycznie. Następnie postanowiłem połączyć wszystkie swoje zainteresowania i otworzyć nową drogę dla swojego biznesu – elementy samochodów, np. silnik, traktowałem jako ozdobę i zacząłem produkować designerskie meble z części samochodowych (silników) do domów i salonów samochodowych.

Jakie były główne rozwiązania cyrkularne firmy i jak zostały one wdrożone?

Rozpocząłem swoje poszukiwania od wybrania marek samochodów z silnikami aluminiowymi. Jak się okazało, wielu z nich to głównie producenci niemieccy i włoscy. Zamawiałem je z całej Polski. Na początku rozpoczynam projekt od znalezienia silnika widlastego o specyficznej konstrukcji o sportowym rodowodzie i ekscytującym designie. W swoich projektach postanowiłem skupić się tylko na tym typie. Silniki są zwykle używane, więc są brudne i mają wycieki oleju, ale jednocześnie są zawsze pełnowartościowe. Następnie silnik jest demontowany do ostatniej śrubki. Każdy składa się z około 60 części i 60 podzespołów. Żadnego elementu nie można pominąć w procesie mycia kwasem czy też w przypadku części aluminiowych – w piaskowaniu, sodowaniu, czyszczeniu szkła, czyli różnych metodach nadających metalowi

pożądaną teksturę. Są to etapy przygotowawcze, które trwają do ośmiu godzin. Następnie malujemy części podkładem epoksydowym, specjalnym podkładem do aluminium, który wypełnia pory po piaskowaniu. Następnie nakładany jest właściwy kolor wybrany przez zamawiającego. Dbam o to, aby wszystkie odpady z czyszczenia silnika, konserwacji i produkcji mebli były segregowane i przekazywane do utylizacji, ponieważ są to odpady niebezpieczne. Wszystkie odpady metalowe są poddawane recyklingowi. Do czyszczenia silników i malowania używam „czyściwa” – zużytych tekstyliów nienadających się do recyklingu.

Jakie zewnętrzne wsparcie otrzymaliście?

Firma na etapie transformacji rozwinęła się dzięki własnym zasobom finansowym i wiedzy. Właściciel nie korzystał z żadnego zewnętrznego wsparcia.

Jakie były najistotniejsze wyzwania?

Największym wyzwaniem było opracowanie techniki renowacji starego silnika, tak aby mógł służyć jako mebel użytkowy. Borykałem się z kilkoma problemami technicznymi, takimi jak duża masa silnika, korozja metalu, eliminacja zapachu benzyny, przystosowanie mebli do warunków domowych i wiele innych. Wiedza techniczna, którą przekazał mu dziadek, stała się punktem wyjścia do wielu eksperymentów z projektowaniem mebli moto-art.

Jakie są Wasze najważniejsze osiągnięcia?

Obecnie przyjmuje coraz więcej zgłoszeń z zagranicy, m.in. z Anglii, Czech, Słowacji, Hiszpanii, Niemiec. Nie ma określonego cennika. Wycena jest każdorazowo indywidualna. Niektórzy klienci dostarczają silnik, który jest podstawą mebli. Inni proszą o wyszukanie konkretnego modelu, np. Jaguara. Współpraca, z której jestem najbardziej dumny, to zamówienie dla właściciela firmy Roleski, również kolekcjonera samochodów. Dla niego przygotowałem stolik z dębowym blatem wykonanym z Jaguara E-Type V12, jednego z najbardziej rozpoznawalnych samochodów w świecie motoryzacyjnym. Do stołu dołączyła sofa, fotele i lampy w stylu Jaguara. Wszystkie zostały umieszczone w dużym showroomie z kolekcją samochodów za szybą.

Co doradzicie innym ?

Decydując się na zmianę ścieżki swojego biznesu, należy kierować się sercem i pasją. Niezbędna jest wytrwałość w zgłębianiu wiedzy i praca metodą prób i błędów, aż do uzyskania właściwego rozwiązania.

20. Urban Embassy – Niezapomniane doświadczenie dla miłośników kawy



Krótki przegląd

Data powstania: 2021

Branża: Spożywcza

Wielkość: mikro <10; małe <50; średnie <250

Zasięg działalności: **lokalny**, krajowy, EU, globalny

Skrócony opis: Urban Embassy to wyspecjalizowana kawiarnia, której celem jest pozostawienie mniejszego śladu środowiskowego. Firma oferuje kawę i różnorodne napoje kawowe przygotowywane ze specjalnych gatunków wysokiej jakości kawy palonej w lokalnych piekarniach. Alternatywne mleko roślinne jest również produkowane i wykorzystywane w przygotowywanych napojach kawowych. Klientom oferowany jest również wyjątkowy wybór herbat z bułgarskich ziół. Opakowania niezawierające plastiku i jednorazowe służą wyłącznie do dostarczania towarów do klientów.

Co zainspirowało firmę do zmiany?

Spółka powstała w celu wdrażania modelu bezodpadowego w praktyce. Wynika to głównie z osobistej postawy założycieli, którzy prowadzą ekologiczny tryb życia i są świadomi, jak wiele pozostawiają po sobie odpadów. Właściciele firmy zdawali sobie sprawę z istniejących złych praktyk w branży: np. kawa podawana w papierowych kubkach z plastikowym wieczkiem czy kubkach przeznaczonych do przetworzenia w specjalistycznym kompostowniku, który jednak na razie nie jest dostępny w Bułgarii. Chcąc uniknąć tych złych praktyk i stać się częścią rozwiązania, a nie problemu, postanowili używać wyłącznie jednorazowych pojemników do wszystkich swoich produktów, które nie zawierają plastiku. Chcieli zmniejszyć swój własny ślad środowiskowy i zachęcić do tego swoich partnerów biznesowych i klientów.

Jakie były główne rozwiązania cyrkularne firmy i jak zostały one wdrożone?

Pierwszym krokiem było dostarczenie szklanych pojemników na wszystkie swoje produkty – na mieszanki ziaren kawy, na napoje orzechowe produkowane z różnych orzechów (migdał, orzech włoski, pistacje) oraz na napoje kawowe, które oferujemy klientom. Mieszanki ziaren kawy są przechowywane w sklepie i sprzedawane w szklanych pojemnikach. Napoje orzechowe są również przechowywane i sprzedawane

w szklanych butelkach. Napoje kawowe dostarczane są również w szklanych filiżankach. W przypadku opakowań szklanych stosowany jest model Return-Reuse-Recycle. Klienci mogą przywieźć własne szklane pojemniki przy zakupie mieszanek kawowych i napojów orzechowych lub wypożyczyć i ponownie wykorzystać szklane pojemniki oferowane przez firmę z możliwością ich zwrotu. Napoje kawowe można spożywać na miejscu i oferować w szklanych kubkach wielokrotnego użytku. Klienci mogą również zamówić napoje kawowe na wynos, w takim przypadku klient może przynieść i spożyć własną filiżankę lub wypożyczyć firmową szklaną filiżankę wielokrotnego użytku, zapłacić za nią, użyć i odebrać z powrotem pieniądze.

Jakie zewnętrzne wsparcie otrzymaliście?

Firma na etapie transformacji rozwinęła się dzięki własnym zasobom finansowym oraz własnym zasobom wiedzy. Dodatkowe inwestycje dotyczyły głównie dostaw opakowań szklanych. Jednak około dziesięć miesięcy później zwrot z inwestycji wynosi około 50%.

Jakie były najistotniejsze wyzwania?

Klienci potrzebowali około 1-2 miesięcy na przyzwyczajenie się do nowych praktyk w kawiarni.

Jakie są Wasze najważniejsze osiągnięcia?

Zadowoleni klienci, wysoko ceniący sobie wysokiej jakości produkty kawowe i napoje orzechowe oraz wspierający akcję bezodpadową. Podnoszenie świadomości i konkretne działania na rzecz wspierania wysiłków społeczeństwa na rzecz gospodarki o obiegu zamkniętym.

Co doradzicie innym ?

Komunikacja jest niezbędna – kiedy klienci znają motywację i rozumieją praktyki, zaczynają akceptować nowe rzeczy. Na początku klienci są sfrustrowani ograniczeniami (np. brak mleka krowiego), ale wkrótce zaczynają im się podobać nie tylko produkty, ale i pomysły. Osoby posiadające wiedzę i dobre przykłady z łatwością podejmują małe kroki w kierunku zmiany.

21. Vivai Stanghini – wrodzona cyrkularność

Krótki przegląd

Data powstania: 1987

Branża: Rolnictwo (szkółka roślin)

Wielkość: mikro <10; małe <50; średnie <250

Zasięg działalności: lokalny, **krajowy**, unijny, globalny

Skrócony opis: Vivai Stanghini to firma szkółkarska, która szczyci się tym, że jest jedną z pierwszych firm w sektorze szkółkarskim w Pistoii, które przyjęły praktyki gospodarki o obiegu zamkniętym. Będąc firmą rodzinną, wszyscy podzielają te same wartości dotyczące zrównoważonego rozwoju środowiska i opracowali różne praktyki o minimalnym wpływie, których uczą również inne firmy

Co zainspirowało firmę do zmiany?

Bycie firmą rodzinną oznacza również możliwość wyznawania tych samych wartości. Ludzie, którzy prowadzą Vivai Stanghini, wierzą w troskę o środowisko, a zrównoważony rozwój leży u podstaw działalności. Inspiracją do zmiany była również możliwość wyróżnienia się jako firma i utworzenia drogi praktykom, we Włoszech od dłuższego czasu przyciągały przedsiębiorców. Nieodpłatnie uczą inne firmy najlepszych praktyk, aby poprawić środowisko, w którym żyją.

Jakie były główne rozwiązania cyrkularne firmy i jak zostały one wdrożone?

Przejsie na model gospodarki o obiegu zamkniętym to wciąż wyzwanie. Firma pracuje także nad wdrożeniem systemów fotowoltaicznych, które będą ich kolejną inwestycją. To był proces stopniowy, dlatego, że zainwestowali w to własne pieniądze – ponad 2 miliony euro, począwszy od 2004 roku, kiedy postanowili poprawić zakres swojego wpływu na środowisko. Praktyki gospodarki o obiegu zamkniętym dotyczą również odpadów zielonych i doniczek, wszystkie wykonane są z plastiku pochodzącego z recyklingu. Wiele wykorzystywanych przez nich surowców i półproduktów jest poddawanych recyklingowi. Jeśli chodzi o opakowania na produktach dostarczanych przez firmę zewnętrzną, właściciele firmy twierdzą, że trudno byłoby ich zmusić do ich zminimalizowania. Jednak po otrzymaniu produktu odsyłają do nich plastikowe opakowanie, aby mogli je poddać recyklingowi, więc nadal

jest to proces cyrkularny . Dzięki systemowi nawadniania kropelkowego Vivai Stanghini może zaoszczędzić dużo wody; perkolacja wynosi około 18%. Wdrożyli również bardziej innowacyjne pompy, aby zmniejszyć zużycie energii.

Jakie zewnętrzne wsparcie otrzymaliście?

Firma nie otrzymała żadnego dofinansowania: często czekanie na biurokrację to długotrwały proces, więc chcąc wdrożyć innowacje, starają się to zrobić samodzielnie, bez szukania wsparcia z zewnątrz.

Jakie były najistotniejsze wyzwania?

Pracownicy Vivai Stanghini zauważyli, że na drodze innowacji stoi biurokracja; w latach 90. wdrożyli pierwszy system obiegu zamkniętego w celu oszczędzania wody, ale w tamtym czasie gmina technicznie na to nie zezwalała, nawet jeśli miało przynieść to korzyści dla środowiska. Województwo natomiast wierzyło w tę idee i ją wspierało, a teraz gmina także ją promuje. Obecnie wszyscy, z którymi mają relacje, doceniają ich proekologiczne inicjatywy, ale nie było to proste. Sposób myślenia niektórych ludzi jest nadal bardzo odległy od kultury zrównoważonego rozwoju.

Jakie są Wasze najważniejsze osiągnięcia?

Firma co roku dokumentuje innowacje, które wdrożyła na poziomie środowiskowym i w zakresie bezpieczeństwa. Właściciele i pracownicy napawa dumą fakt, iż jako małe przedsiębiorstwo byli w pewnym sensie prekursorami praktyk proekologicznych. Ich system nawadniania kropla po kropli i odzyskiwania wody działa dobrze, dzięki czemu rośliny rosną jednorodnie. Zmniejszając zużycie wody, odzyskują koszty energii elektrycznej i nawozów, które nie zawierają substancji chemicznych, ale pochodzą z przetwórstwa; oznacza to zarówno lepszą jakość produktu, jak i lepszy wizerunek marki. Bycie zrównoważonym sprawia, że wyróżniają się jako firma i przyciągają więcej klientów. Cała koncepcja „zielonej gospodarki” zaczyna być popularna, więc podejście Stanghini przyciąga coraz więcej klientów i dostawców.

Co doradzicie innym ?

Vivai Stanghini ma nadzieję, że inne firmy pójdą za ich przykładem, ale przede wszystkim muszą mocno w to wierzyć. Biurokracja, jak wiemy, często stoi na przeszkodzie; powinien istnieć sposób, aby zmiana była bardziej przystępna . Niech nie zniechęcają was przedłużające się procesy biurokracji. Jeśli u podstaw zmiany leży silna wola, wyniki na pewno nadejdą. Może to być czasochłonne, ale finalnie się opłaci.

22. Zero Wave – zamiana odpadów na zasoby.



Krótki przegląd

<u>Data powstania:</u> 2020	<u>Branża:</u> Spożywcza
<u>Wielkość:</u> mikro <10; małe <50; średnie <250	<u>Zasięg działalności:</u> lokalny, krajowy , UE, globalny
<u>Skrócony opis:</u> Firma zajmuje się produkcją artykułów spożywczych wykonanych z materiału, który do tej pory traktowany był jako odpad i wyrzucany, generując ogromne ilości gazu ziemnego (metanu). Wykorzystuje technologię gospodarki o obiegu zamkniętym, zamieniając odpady w cenne zasoby.	

Co zainspirowało firmę do zmiany?

Ta firma została założona z myślą o wdrożeniu koncepcji gospodarki o obiegu zamkniętym. Firma powstała z misją przekształcania odpadów w cenne zasoby. Założycielami Zero Wave są wszyscy ludzie, którzy bardzo troszczą się o środowisko i są świadomi, ile odpadów pozostawiamy po sobie. Jako miłośnicy piwa myśleli o tym, jak można ponownie wykorzystać odpady z produkcji piwa. Dlatego postanowili rozpocząć eksperymenty w kuchni: wykorzystanie odpadów z produkcji piwa, które są pełne białka i błonnika, do przetworzenia ich na produkty spożywcze.

Jakie były główne rozwiązania cyrkularne firmy i jak zostały one wdrożone?

Założyciele firmy byli bardzo zainteresowani tym, jak ponownie wykorzystać pozostały sód po produkcji piwa. Materiał ten jest obecnie traktowany jako odpad i po zużyciu jest wyrzucany, generując ogromne ilości metanu do atmosfery. Pierwszym krokiem było zbadanie pozostałości sodu po produkcji piwa. Przeprowadzone badania wykazały, że jest w 100% idealny do dalszego przetworzenia. Okazało się również, że produkt ten ma niesamowite właściwości odżywcze – jest bogaty w białko i błonnik, a jednocześnie ma minimalną ilość węglowodanów i tłuszczów. Drugim krokiem było przeprowadzenie kilku eksperymentów w kuchni, starając się znaleźć najlepsze przepisy na przetworzenie go w produkt spożywczy.

Kolejnym krokiem było uruchomienie produkcji. Wytwarzane ze sodu po produkcji piwa krakersy są w całości wegańskie, bez dodatku konserwantów i stabilizatorów, zawierają białko i błonnik, co sprawia, że są odpowiednie dla ludzi aktywnych, którzy chcą uzupełnić codzienną porcję cennych składników odżywczych po intensywnym treningu.

Jakie zewnętrzne wsparcie otrzymaliście?

Żadne zewnętrzne wsparcie w procesie transformacji nie było potrzebne ani zrealizowane. Sam proces nie wymagał też znacznych inwestycji w infrastrukturę.

Jakie były najistotniejsze wyzwania?

Głównym wyzwaniem było zrozumienie, do jakich celów można wykorzystać odpady. Ale kiedy dowiedzieliśmy się o potencjale żywieniowym, łatwiej było nam dalej eksperymentować.

Jakie są Wasze najważniejsze osiągnięcia?

Promujemy gospodarkę o obiegu zamkniętym i zrównoważony rozwój jako przyszły model biznesowy – zamieniając odpady w cenne zasoby (produkcja w 100% biodegradowalnych zastaw stołowych i produktów spożywczych). Oszczędzamy tony metanu w atmosferze – poprzez ponowne wykorzystanie materiału, który do tej pory był traktowany jako odpad i wyrzucany, generując ogromne ilości gazu ziemnego (metanu) Walczymy z eliminacją jednorazowych plastikowych przyborów – produkując naczynia w 100% biodegradowalne.

Co doradzicie innym ?

Żyjemy w czasach, w których każdy zaoszczędzony ślad węglowy jest drogą do lepszego jutra. Konieczne jest myślenie o zrównoważonym rozwoju i podejmowanie działań, aby to osiągnąć. Bardzo dobrym przykładem jest produkcja żywności z odpadów.



2Good2Go