Informacja prasowa

**Zielone partnerstwo – dlaczego warto współpracować z firmami, które działają na rzecz środowiska?**

**38 procent konsumentów uważa za ważne zmniejszenie zużycia energii przez firmy – wynika z najnowszych badań. Na kolejnych miejscach znalazły się rozwiązania przyjazne środowisku – ta kwestia jest ważna dla 28 procent badanych osób, a redukcja liczby odpadów jest istotna dla prawie co piątego Polaka. 17 procent jest zdania, że firmy powinny edukować swoich klientów i zwiększać ich świadomość w zakresie ekologii[[1]](#footnote-1). Dlaczego warto współpracować z przedsiębiorstwami, które działają na rzecz środowiska, a jednocześnie być takim przedsiębiorstwem?**

Obserwujemy coraz większe zaangażowanie w ochronę środowiska naturalnego, zarówno ze strony społeczeństwa, jak i przedsiębiorstw oraz władz państwowych. Powody takiego trendu są różne. Po pierwsze, konsumenci coraz bardziej zdają sobie sprawę z wpływu, jaki wywierają na środowisko, a także z konieczności zachowania równowagi ekologicznej na Ziemi. Wielu z nas wie, jakie negatywne skutki przynosi zanieczyszczenie powietrza, wody i gleby, a także w jaki sposób nasze działania wpływają na zmiany klimatu i stratę różnorodności biologicznej.

Po drugie, w ostatnich latach zauważalny jest wzrost świadomości ekologicznej oraz aktywności na rzecz ochrony środowiska, co przekłada się na coraz większą presję społeczną na przedsiębiorstwa i władze do podejmowania działań na rzecz ochrony środowiska.

Po trzecie, rozwijające się technologie i innowacyjne rozwiązania ekologiczne stają się coraz bardziej dostępne i przystępne cenowo, co przyczynia się do wzrostu zainteresowania nimi ze strony przedsiębiorstw.

**Dlaczego warto pracować z firmami, które dbają o środowisko**?

Barometr świadomości ekologicznej Polaków wskazuje, że konsumenci coraz chętniej dbają o środowisko naturalne. Co drugi z nas przyznaje, że byłby w stanie zrezygnować z wygód na rzecz ochrony przyrody[[2]](#footnote-2). Co to oznacza dla firm? Że powinny zwracać uwagę na podejmowane działania, a także komunikować proekologiczne działania w odpowiedni sposób.

Dobrym przykładem jest branża reklamowa, która ma ogromny wpływ na środowisko naturalne. Co ciekawe, badanie SW Research wykazało, że 74 proc. Polaków pozytywnie ocenia reklamy, w których pojawiają się ekologiczne motywy.

 - *Konsumenci coraz bardziej zwracają uwagę o na to, w jaki sposób marki podchodzą do aspektów ekologicznych. Patrzą nie tylko na to, jakie działania podejmują firmy na rzecz środowiska, ale także z jakimi przedsiębiorstwami współpracują. My sami bierzemy odpowiedzialność na odcisk ekologiczny, jaki wywieramy na środowisku, i podejmujemy wiele działań, by był jak najmniejszy. Zainwestowaliśmy na przykład w instalację fotowoltaiczną, która ma moc pokrycia 70 procent naszego zapotrzebowania na energię elektryczną. Korzystamy też z aplikacji opisującej pracę instalacji, dzięki czemu na bieżąco monitorujemy wielkość produkcji prądu, a także oszczędność emisji dwutlenku węgla –* wyjaśnia Robert Dąbrowski, CEO Recevent.

Dąbrowski przyznaje, że coraz więcej firm zadaje pytania o to, w jakiej technice dokonywane są druki reklamowe, a także jakie ekorozwiązania stosuje Recevent. Jaki z tego wniosek? Przedsiębiorstwa chcą współpracować z jednostkami, które są eko. Firmy, które skupiają się na ochronie środowiska, często inwestują w nowoczesne technologie i szkolenia dla swoich pracowników, co przekłada się na lepszą jakość pracy.

 - *Warto dodać, że na obniżenie zużycia prądu wpływają także nowoczesne maszyny drukujące, w które inwestujemy. Dzięki nim obniżyliśmy zużycie energii na produkcji o 40 procent. Uważam, że inwestowanie w nowoczesne technologie jest konieczne, ale prąd to nie wszystko. Stawiamy na neutralne środowiskowo komponenty, papier pochodzący ze zrównoważonych upraw oraz nietoksyczne tusze* – dodaje Robert Dąbrowski.

Wymagania współczesnych konsumentów sprawiają, że coraz więcej firm działa na rzecz środowiska, jednocześnie chętniej współpracując z „zielonymi partnerami”. Patrzenie w tym samym kierunku sprawia, że wspólnie mogą sprawniej i skuteczniej osiągnąć cele biznesowe i działać proekologicznie. A to jest jeden z kluczowych aspektów prowadzenia firmy.

1. *Dlaczego ekologia dyktuje warunki działania dużych firm?* Raport został przygotowany i opracowany przez ConQuest Consulting [↑](#footnote-ref-1)
2. Barometr Ekologiczny Provident [↑](#footnote-ref-2)